**苏州日化**

2022年第5期 总第195期

2022年5月13日

苏州市日用化学品行业协会 地址：苏州市东大街284号709室

网址：www.szdca.org E-mail：szdcaok@163.com

电话：0512－65244077 65222949 邮编：215002

* 苏州市十七届人大常委会举行第一次会议任命新一届苏州市政府秘书长和各工作部门主要负责人
* 江苏省药品监督管理局关于新冠肺炎疫情防控期间化妆品注册备案管理有关事宜的通告
* 江苏省药品监督管理局关于举办化妆品法规制度宣贯培训的通知
* 江苏省药监局张春平副局长率队调研化妆品质量监督检验工作
* 江苏省药品不良反应检测中心关于开展《江苏省化妆品不良反应监测管理细则》制定相关问题问卷调查的函
* 江苏日化协会关于完成《江苏省轻工志》日用化学品制造业章、节编撰工作的情况汇报
* 中国轻工业联合会召开落实中宣部“打假治敲”专项行动工作会议
* 中国香料香精化妆品工业协会与中国消费者协会等单位联合倡议：反对商品过度包装 践行简约适度理念
* 中香协关于组织参加“2022年全国化妆品安全科普宣传周”活动的通知
* 关于化妆品新旧标签新规变化汇总
* 正确认识化妆品功效 合规进行功效宣称
* 一直在行动！政协委员企业绿叶科技集团驰援抗疫不停歇

苏州市十七届人大常委会举行第一次会议

任命新一届苏州市政府秘书长

和各工作部门主要负责人

4月25日，苏州市十七届人大常委会举行第一次会议。苏州市委副书记、市长吴庆文到会提请人事任免事项。会议经表决，决定任命新一届市政府秘书长和各工作部门主要负责人，任命苏州市十七届人大常委会代表资格审查委员会组成人员；通过了苏州市人大常委会各工作委员会名单和苏州市中级人民法院、苏州市人民检察院提请的人事任免事项。

**苏州市人民代表大会常务委员会决定任命名单**

|  |  |
| --- | --- |
| 任命陈羔为苏州市政府秘书长； | 任命孙建江为苏州市商务局局长； |
| 任命虞伟为苏州市发展和改革委员会主任； | 任命韩卫兵为苏州市文化广电和旅游局局长； |
| 任命周志芳为苏州市教育局局长； | 任命盛乐为苏州市卫生健康委员会主任； |
| 任命张东驰为苏州市科学技术局局长； | 任命王俊为苏州市退役军人事务局局长； |
| 任命万利为苏州市工业和信息化局局长； | 任命潘春华为苏州市应急管理局局长； |
| 任命周斌伟为苏州市民族宗教事务局局长； | 任命魏书杰为苏州市政府外事办公室主任； |
| 任命周达清为苏州市公安局局长； | 任命陈春明为苏州市政府国有资产监督管理委员会主任； |
| 任命陈正峰为苏州市民政局局长； | 任命陈震欧为苏州市政府研究室主任； |
| 任命王侃为苏州市司法局局长； | 任命江帆为苏州市行政审批局局长； |
| 任命刘小玫为苏州市财政局局长； | 任命钱斌为苏州市市场监督管理局局长； |
| 任命朱正为苏州市人力资源和社会保障局局长； | 任命阙明清为苏州市体育局局长； |
| 任命金春林为苏州市生态环境局局长； | 任命夏文为苏州市统计局局长； |
| 任命王晓东为苏州市住房和城乡建设局局长； | 任命施燕萍为苏州市医疗保障局局长； |
| 任命曹光树为苏州市园林和绿化管理局局长； | 任命谢罡为苏州市信访局局长； |
| 任命杨青松为苏州市城市管理局局长； | 任命江皓为苏州市粮食和物资储备局局长； |
| 任命焦亚飞为苏州市交通运输局局长； | 任命李赞为苏州市人民防空办公室主任； |
| 任命陈习庆为苏州市水务局局长； | 任命谢善鸿为苏州市地方金融监督管理局局长； |
| 任命宁春生为苏州市农业农村局局长； | 任命尤培东为苏州市机关事务管理局局长。 |

（来源：苏州市人民政府）

江苏省药品监督管理局关于新冠肺炎疫情防控  
期间化妆品注册备案管理有关事宜的通告

2022年 第11号

为扎实做好新冠肺炎疫情防控期间“六保六稳”工作，保障我省化妆品生产经营秩序稳定，助力化妆品行业复工复产，根据国家药品监督管理局有关会议精神，结合《国家药监局综合司关于化妆品质量安全负责人有关问题的复函》（药监综妆函〔2022〕224号）、《国家药监局综合司关于新冠肺炎疫情防控期间化妆品注册备案管理有关事项的复函》（药监综妆函〔2022〕226号）要求，现将有关事宜通告如下：

一、关于产品功效宣称依据摘要

根据《国家药监局关于发布<化妆品功效宣称评价规范>的公告》（2021年第50号），2021年5月1日至2021年12月31日期间取得注册或者完成备案的化妆品，其化妆品注册人、备案人应当于2022年5月1日前按照《化妆品功效宣称评价规范》要求，对化妆品的功效宣称进行评价，并上传产品功效宣称依据的摘要。

如因新冠肺炎疫情影响，相关备案人未能按要求于2022年5月1日前上传产品功效宣称依据摘要的，企业应当向所在地设区市市场监督管理局提供书面说明，产品功效宣称依据摘要上传时间应当在设区市疫情影响消除后3个月内完成，原则上不超过2022年12月31日。

二、关于原备案平台已备案产品信息补充填报

根据《国家药监局关于实施<化妆品注册备案资料管理规定>有关事项的公告》（2021年第35号），在原注册备案平台已经完成备案的化妆品（以下简称“历史产品”），备案人应当通过新注册备案平台，于2022年5月1日前提交产品执行的标准和产品标签样稿并填报国产普通化妆品的产品配方。国家药品监督管理局2022年4月8日发布的《化妆品监督管理常见问题解答（四）》中明确，对未按要求进行补充填报资料的产品，在完成补充填报之前，不得继续生产、进口。

如因新冠肺炎疫情影响，相关备案人无法于2022年5月1日前完成历史产品信息补充填报的，应当向所在地设区市市场监督管理局提交书面情况说明，在设区市疫情影响消除后3个月内完成历史产品信息补充填报，原则上不超过2022年12月31日。

三、关于化妆品质量安全负责人

根据《化妆品监督管理条例》第三十二条第二款规定，化妆品质量安全负责人应当具备化妆品质量安全相关专业知识，并具有5年以上化妆品生产或者质量安全管理经验。化妆品质量安全负责人在具备化妆品质量安全相关专业知识的前提下，其所具有的药品、医疗器械、特殊食品生产或者质量管理经验可以视为具有化妆品生产或者质量安全管理经验。

江苏省药品监督管理局

2022年4月29日

江苏省药品监督管理局

关于举办化妆品法规制度宣贯培训的通知

为进一步贯彻《化妆品监督管理条例》，落实江苏省化妆品注册人、备案人产品质量安全主体责任，加强化妆品注册人、备案人不良反应监测能力建设，做好《化妆品不良反应监测管理办法》的实施准备工作，决定于2022年5月27日9:00-17:00举办化妆品法规制度宣贯培训。

一、会议时间

2022年5月27日9:00-17:00。

二、参会方式

“小鹅通”视频会议软件网络授课方式，使用方法：扫下方二维码观看。

三、报名方式

请于5月18日前通过链接：https://www.wjx.cn/vj/myK3V6a.aspx报名或者扫下方二维码报名。

四、联系方式

江苏省药品不良反应监测中心联系人：杨婷婷 025-84535986；

江苏省药监局化妆品监管处联系人：祝伦平 025-83273730；

江苏省保健食品化妆品安全协会联系人：曹子健 025-84413080。



（来源：江苏省药监局）

江苏省药监局张春平副局长率队

调研化妆品质量监督检验工作

为深入贯彻《化妆品监督管理条例》等法律法规，调研了解化妆品注册备案检验检测机构能力状况，推动化妆品行业和监管事业发展，近日，江苏省局张春平副局长率领化妆品监管处全体人员调研江苏省产品质量监督检验研究院（以下称省质检院）化妆品质量监督检验工作。

调研组首先听取了省质检院主要负责人的介绍，并围绕当前化妆品法规的新变化、化妆品监管工作的新要求开展了座谈交流。张春平副局长对省质检院在承担化妆品质量风险监测、化妆品标准制修订、检测技术研发等方面的工作给予了充分肯定，希望省质检院充分发挥技术人才和科研创新优势，加强化妆品功效评价、安全评估、检验检测等专业研究，为监管部门提供更加有力的技术支撑。随后，调研组参观了省质检院国家化妆品质量监督检验中心实验室，对质量管理、试验装备、人员操作和记录等方面做了详细考察。

（来源：江苏药监局）

江苏省药品不良反应检测中心关于开展

《江苏省化妆品不良反应监测管理细则》

制定相关问题问卷调查的函

各有关单位：

为全面了解江苏省化妆品不良反应监测工作开展情况，江苏省药品不良反应监测中心针对监管监测机构、化妆品注册备案人及医疗机构制定了相关的调查问卷，请大家积极配合填写并于5月20日前提交，同时组织加强对《化妆品不良反应监测管理办法》的学习，该《办法》将于2022年10月1日起实施！

江苏省日用化学品行业协会

2022年5月7日

查询网址：https://mp.weixin.qq.com/s/LF2fcHWDyUpOdyTV7vbFFQ

江苏日化协会关于完成《江苏省轻工志》

日用化学品制造业章、节编撰工作的情况汇报

中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、中国口腔清洁护理用品工业协会、中国日用化工协会、江苏省经信委、江苏省档案局、江苏省档案馆、江苏省统计局：

2013年10月29日，江苏省经济和信息化委员会召开了《江苏省轻工志》编纂工作会议。根据会议要求江苏省日用化学品行业协会承担日用化学品制造业章、节编写(1978—2018)的工作。

我们协会接受省政府任务后，千2014年4月3日开始编撰工作，2015年5月定稿上报，2022年4月28日协会收到由江苏凤凰科学技术出版社出版的《江苏省轻工志》。

回顾过往，在编撰期间协会得到了中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会；中国口腔清洁护理用品工业协会、中国日用化工协会，省经信委、省档案局、省挡案馆、省统计局，省轻工业行业协会、南京工业大学、南京日用化工协会等政府部门及有关单位的支待。有了你们的支持，编撰工作才能顺利进行。在此，本会表示衷心的感谢！

现将我们参与编写日用化学品制造章节的工作纪要报给你们。

附件：江苏省轻工志(1978—2008)日用化学品制造章、节编写工作纪要（略）

抄报：江苏省轻工业行业协会、 南京工业大学、南京日用化工协会

江苏省日用化学品行业协会

2022年5月9日

本刊注：江苏省轻工志（1978—2008）日用化学品制造章、节编写工作纪要，因版面紧凑未刊登，需要阅看工作纪要，请与协会祕书处联系。

中国轻工业联合会召开落实中宣部

“打假治敲”专项行动工作会议

4月15日，中国轻工业联合会召开落实中宣部“打假治敲”专项行动工作会议。中国轻工业联合会党委副书记徐祥楠主持会议并讲话，副会长李玉中传达了2022年全国“打假治敲”专项行动暨传媒监管电视电话会议精神，秘书长郭永新传达了中宣部关于“打假治敲”专项行动相关文件精神。

为维护巩固优良传播秩序和文化环境，根据中央关于持续深入打击新闻敲诈和假新闻专项行动的总体部署，中国轻工业联合会主管宣传媒体要坚持深化以管促建，加强报刊管理，坚决打击违法新闻活动，对虚假新闻、有偿新闻等加强整治，严格队伍管理、建强记者队伍，持续推进行业繁荣发展，为迎接党的二十大胜利召开营造良好舆论氛围。受张崇和书记委托，徐祥楠副书记代表中国轻工业联合会党委，结合会社主管宣传媒体实际，就贯彻落实“打假治敲”专项行动，加强传媒监管工作提出三点要求：

一是提高政治站位，高度重视“打假治敲”专项行动。轻工行业媒体要始终把坚持正确政治方向放在第一位，牢牢坚持党性原则，进一步树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。要切实提高政治站位，坚持正确政治方向，履行行业职责使命，加强管理，规范运营，防微杜渐。在持续深入开展的“打假治敲”专项行动中，每个单位都不能置身事外，要把自己摆进去，充分认识新闻敲诈和假新闻等违法行为的极端危害性，进一步增强落实专项行动的责任感和紧迫感。

二是加强组织领导，落实主体责任。各单位会后要认真组织有关文件和本次会议精神的宣贯落实，在全体人员中进行教育，及时关注主流媒体关于“打假治敲”专项行动报道，在内部形成“打假治敲”的思想舆论氛围。要压紧压实责任，认真自查自纠，坚持问题导向，对本单位出版管理的报刊及网站、微博、微信、视频号等网络传播平台，进行全面清理，对违法违规的，坚决依法依规，发现一起处理一起，绝不姑息。对一般性违规和潜在风险问题进行梳理，并分类研究整改办法，列出重点整改问题建立台账，明确责任人，限期整改到位。

三是健全规章制度，坚持规范办报办刊。“打假治敲”必须从源头治理。张崇和会长明确指示：对存在问题要源头治理，建立台账，彻底整改，工作中要完善制度、严格执行、分工到人、责任到人、有人负责、可以追责，要打造导向正确、生态良好、遵纪守法、规范有序、严谨准确、公信权威的行业媒体。在深入开展“打假治敲”专项行动中，各单位要加强内控机制建设，修订完善内部规章制度。落实采编与经营分开；加强舆论监督选题策划采编审批程序；加强持证记者职务行为和社会活动管理；规范网络传播平台采、编、审、发工作流程，严格“三审三校”制度；严格选人用人、考核监督等制度和程序。建立规范运营，健康发展的长效机制，从源头遏制新闻采编违法违规行为，推动专项行动取得实效。会社机关有关部门负责人，消费日报社、中国食品报社、中国轻工业出版社有限公司、13家社科类期刊出版单位、21家在京科技类期刊出版单位的负责人共50余人出席会议。 （来源：中国轻工）

中国香料香精化妆品工业协会与中国消费者协会

等单位联合倡议：反对商品过度包装

践行简约适度理念

确立文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费，积极抵制过度包装等行为，既需要消费者树立简约适度、绿色低碳的生活理念，也需要经营者在供给侧发力，向社会提供有利于推进资源全面节约、集约、循环利用的商品和服务。

为落实《消费者权益保护法》《固体废物污染环境防治法》《循环经济促进法》《清洁生产促进法》等法律中有关“反对浪费”“避免过度包装”的规定及党中央、国务院有关在消费领域增强全民节约意识，倡导简约适度、绿色低碳生活方式的工作部署，中国消费者协会联合中国工业经济联合会、中国轻工业联合会、中国商业联合会、中国包装联合会、中国连锁经营协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国快递协会、中国质量协会、中国电子商会、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国酒业协会、中国造纸协会、中国洗涤用品工业协会等14家主要行业协会，共同向广大经营者与消费者发出“反对商品过度包装  践行简约适度理念”的倡议，倡导经营者积极履行社会责任，向市场供给更高质量、更加绿色环保低碳的产品；倡导消费者在个人和家庭消费时，树立科学、理性的消费观念，尽量购买和选用资源节约型产品，遇到过度包装等浪费行为，主动投诉举报。

**反对商品过度包装 践行简约适度理念倡议书**

党中央和国务院高度重视在消费领域增强全民节约意识，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式。2021年3月，国务院印发《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，从生产、流通、消费、基础设施、绿色技术、法律法规政策等6方面对绿色低碳循环发展作出了部署安排，并明确了重点任务和牵头单位。意见特别提出要“倡导绿色低碳生活方式。推进过度包装治理，推动生产经营者遵守限制商品过度包装的强制性标准。”

确立文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费，既需要消费者树立简约适度、绿色低碳的生活理念，也需要经营者在供给侧发力，向社会提供有利于推进资源全面节约、集约、循环利用的商品和服务。针对在设计、生产、销售等环节出现的可能导致浪费的经营行为，中国消费者协会联合中国工业经济联合会、中国轻工业联合会、中国商业联合会、中国包装联合会、中国连锁经营协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国快递协会、中国质量协会、中国电子商会、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国酒业协会、中国造纸协会、中国洗涤用品工业协会等14家主要行业协会，共同向广大经营者与消费者发出“反对商品过度包装 践行简约适度理念”的倡议，具体如下：

一、自觉履行法律义务，认真贯彻落实《消费者权益保护法》第五条“国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费”；《固体废物污染环境防治法》第六十八条“生产经营者应当遵守限制商品过度包装的强制性标准，避免过度包装”；《循环经济促进法》第十九条“设计产品包装物应当执行产品包装标准，防止过度包装造成资源浪费和环境污染”；《清洁生产促进法》第二十条“企业对产品的包装应当合理，包装的材质、结构和成本应当与内装产品的质量、规格和成本相适应，减少包装性废物的产生，不得进行过度包装”等法律规定。

二、认真学习理解党和国家提出的“加快推动绿色低碳发展”“开展绿色生活创建活动”“加快形成绿色低碳生产生活方式”“推动绿色低碳发展”等要求，树立绿色低碳新发展理念，充分认识反对浪费、特别是反对过度包装等具体工作的重要性和紧迫性。

三、严格按照《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准及其第1号修改单有关要求，认真开展自查、自检工作，尽早贯标、用标、达标，确保标准实施时整改到位。在消费人群多、季节性强、情感因素大的月饼、粽子等食品上，提前执行国家强制性标准，更好地规范和引导行业高质量发展，推动产品回归产品本身的属性。

四、大力弘扬工匠精神，重内在品质，树品牌形象，根据商品的特征和品质要求，做到包装材料适当、结构优化、用料适度。在包装设计和生产环节中减少有毒、有害、难降解、难处理、挥发性强的物质的使用，降低废弃物产生，主动披露产品的能效、水效、环境绩效、碳排放等信息。

五、探索建立包装循环机制，坚持源头治理和末端治理相结合的原则，提倡简约而不简单的商品包装新观念。积极研发使用有利于资源节约的包装新材料，积极推广符合节能环保要求的新技术、新设计、新工艺，积极采用可回收、易处理、易降解、可再利用的包装。

六、充分鼓励经营者自觉执行国家《限制商品过度包装 通则》推荐性标准。通过规范商品包装、科学定价、合理营销等方式，为消费者提供物美价实的产品。对于带有附件、配件等的商品，本着必要原则进行合理组合。可以按照明码实价的原则对附件和配件进行分别标注，让消费者自主进行选择。

七、有效引导经营者在统一产品标准、促进通用配件等方面开展合作，取得共识，共同减少因为产品规格、标准不统一造成的消费者重复购买等浪费结果。鼓励经营者对外开放有利于生产绿色低碳产品的标准、专利、工艺配方等，供其他经营者使用，以增强社会效益。

八、自觉抵制以商品包装为噱头诱导或者误导消费者做出购买行为。尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等权利，不利用过度包装进行不正当竞争行为，不损害其他经营者的合法权益。商业零售类经营者把反对浪费特别是反对过度包装等作为合作选品的重要标准。

九、倡导消费者在个人和家庭消费时，树立科学、理性的消费观念，尽量购买和选用资源节约型产品；走亲访友时，自觉选择简单适度的包装产品，拒绝为过度包装买单；购物时尽量自带购物袋，减少包装物的消耗及其造成的污染。同时，消费中遇到过度包装等浪费行为，主动投诉举报，共同促进节约资源、保护环境的生活方式和消费模式的形成。

（来源：中国香料香精化妆品工业协会）

中香协关于组织参加“2022年全国化妆品

安全科普宣传周”活动的通知

各会员单位及相关电商平台：

为加强化妆品安全科普宣传工作，有效提升公众对化妆品安全的认知水平，2022年5月25日至6月1日，国家药品监督管理局将举办“2022年全国化妆品安全科普宣传周”活动，活动主题为：安全用妆，携手“童”行。

今年，协会将结合行业发展需要，根据宣传周总体活动安排，在国家药品监督管理局的指导下，继续组织化妆品企业和主流电商平台参与科普宣传周相关活动，开展“化妆品包材绿色回收”及相关活动。

一、活动主要内容

（一）开展“化妆品包材绿色回收”活动

协会向化妆品企业发出“化妆品包材绿色回收”活动倡议，号召企业响应倡议内容，积极践行绿色低碳发展理念，引导绿色消费，推动提高化妆品包材利用效率，引导消费者树立绿色消费意识。

（二）发布化妆品消费安全提示

根据协会向有关电商平台发出《关于构建规范有序的化妆品网络销售市场倡议书》，每年5月电商平台在化妆品商品展示页的适当位置推送化妆品消费提示语，提示消费者关注化妆品消费风险。

（三）加强儿童化妆品安全和合理使用知识的宣传

协会向化妆品企业和有关电商平台提供由国家药品监督管理局制作的科普海报、视频资料等，鼓励大家通过多种方式展示相关内容，提升消费者对儿童化妆品安全和合理使用的认知水平。

二、参与方式

（一）“化妆品包材绿色回收”倡议活动

有意向参与此次活动的企业对绿色回收的倡议书（附件1）做出书面反馈，将《关于化妆品包材绿色回收的承诺书》（附件2）和参与活动的品牌logo，于4月29日前一并发至协会联系人邮箱。协会将统一制作活动宣传海报，主要用于全国化妆品安全科普宣传周预热及举办期间。

（二）在主流电商平台发布化妆品消费安全提示

有意向参与此次活动的电商平台可联系协会，获取2022年化妆品消费安全提示语，在平台化妆品商品展示页的适当位置推送化妆品消费提示语，提示消费者关注化妆品消费风险。

（三）儿童化妆品科普活动

化妆品企业和电商平台可联系协会，获取儿童化妆品安全和合理使用知识的各种宣传海报、视频资料等，科普安全周期间可用于播放展示。

（四）总结宣传

科普宣传周结束后，协会将收集化妆品企业和电商平台参与活动的信息（文字和图片），汇总后上报国家药品监督管理局，同时会在协会官网、微信公众号等平台进行宣传。

三、活动咨询及协会联系人

张家浩 15510115696,zhangjiahao@caffci.org

王婷婷 13311059515,wangtt@caffci.org

附件（略），查询网址：http://www.caffci.org。

（来源：中国香料香精化妆品工业协会）

关于化妆品新旧标签新规变化汇总

化妆品标签是化妆品基本信息的载体，也是产品展示、宣传最重要的媒介。

自2022年5月1日起，申请注册或进行备案的化妆品，其标签就需要符合《化妆品标签管理办法》的规定和要求；此前已注册或备案的化妆品，须在2023年5月1日前完成产品标签的更新。

一、必须标准内容

1、产品中文名称 明确须有引导语

（1）销售包装可视面显著位置标注；（2）至少有一处以引导语引出；（3）以字母、汉语拼音、数字、符号等作为商标名的，需取得注册商标证，且应当在产品销售包装可视面中对其含义进行解释；（4）直接接触内容物的包装容器上应标注产品中文名称；（5）不得以商标名的形式宣称医疗效果或者产品不具备的功效。

《办法》规定使用具体原料名称或者表明原料类别的词汇的，应当与产品配方成分相符，且该原料在产品中产生的功效作用应当与产品功效宣称相符，如产品名称为“某某氨基酸面膜”，产品功效宣称为抗皱，则产品配方中应包含氨基酸，并且氨基酸的使用目的应当与抗皱相关。使用动物、植物或者矿物等名称描述产品的香型、颜色或者形状的，配方中可以不含此原料，命名时可以在通用名中采用动物、植物或者矿物等名称加香型、颜色或者形状的形式，也可以在属性名后加后缀注明，如黄瓜味洗面奶或者洗面奶（黄瓜味）。

1. 注册人，备案人，境内责任人 引导语发生变化

**以普通化妆品为例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 生产方式 | 旧法规 | 新法规 |
| 委托生产 | 委托方：  受托生产企业： | 备案人：  生产企业： |
| 自主生产 | 生产企业： | 备案人/生产企业： |

3、生产企业 细化标注要求

（1）生产企业名称和地址应当标注完成最后一道接触内容物的工序的生产企业；（2）境内生产企业应在企业名称和地址后标注化妆品生产许可证编号；（3）若生产企业注册地址和实际生产地址不一致，应当标注生产许可证上载明的实际生产地址。

4、产品执行的标准编号 新增必须标注项目

（1）以相应的引导语引出；（2）产品执行的标准编号即产品注册号或备案号；（3）原国家标准、行业标准、企业标准可不再标注。

5、全成分 标注形式、降序要求发生变化

（1）应当在销售包装可视面标注；（2）应标注全部成分的原料标准中文名称；（3）含量应为单个成分在配方中的总含量。

化妆品成分是指生产过程中有目的地添加到产品配方中，并在最终产品中起到一定作用的成分。为了保证化妆品原料质量而在原料中添加的极其微量的抗氧化剂、防腐剂、稳定剂等成分，虽然在申请注册或者进行备案时以该原料复配的形式进行产品配方填报，但不属于化妆品的成分，可以不在产品标签上进行标注；当然企业为保障消费者知情权，也可以在产品标签进行标注。

6、净含量

（1）使用国家法定计量单位，参照《中华人民共和国法定计量单位》；

（2）展示面标注。

7、使用期限 细化标注要求

（1）两种标注形式：生产日期和保质期、生产批号和限期使用日期；

（2）销售包装内有多个独立包装产品时，每个独立包装应当分别标注使用期限；销售包装可标注最早到期的独立包装产品使用期限，也可分别标注单个独立包装产品使用期限；

（3）直接接触内容物的包装容器上应标使用期限，但可以采用标注生产批号和开封后使用期限的方式。

8、使用方法 新规明确内容

（1）能保证消费者正确使用；（2）需要标注产品使用方法的，应当在销售包装可视面或者随附于产品的说明书中进行标注。

9必要的安全警示用语

（1）应当以“注意”或者“警告”作为引导语；（2）三种必须标注安全警示用语的情形。

10、法律、行政法规和强制性国家标准规定应当标注的其他内容

二、特别注意事项

1、化妆品的最小销售单元应当有标签。

2、化妆品应当有中文标签。中文标签应当使用规范汉字，使用其他文字或者符号的，应当在产品销售包装可视面使用规范汉字对应解释说明，网址、境外企业的名称和地址以及约定俗成的专业术语等必须使用其他文字的除外。

3、加贴中文标签的，中文标签有关产品安全、功效宣称的内容应当与原标签相关内容对应一致。【注意】针对进口化妆品的重大变化。

进口产品原销售包装中标注的有关产品安全、功效宣称的内容应当在产品中文标签中标注。

4、具有包装盒的产品，还应当同时在直接接触内容物的包装容器上标注产品中文名称和使用期限。【注意】进口产品直接接触内容的包装容器上也须标注产品中文名称。

5、化妆品净含量不大于15g或者15mL的小规格包装产品，仅需在销售包装可视面标注产品中文名称、特殊化妆品注册证书编号、注册人或者备案人的名称、净含量、使用期限等信息，其他应当标注的信息可以标注在随附于产品的说明书中。

6、以免费试用、赠予、兑换等形式向消费者提供的化妆品，其标签适用本办法。【注意】非卖品未明确可免于标注产品信息。

GB 5296.3中8.2明确供消费者免费试用并有相应标识的化妆品可免于标注净含量、成分表、生产企业等信息。而《化妆品标识管理规定》仅有“以免费试用、赠予、兑换等形式向消费者提供的化妆品，其标签适用本办法”的规定。按照新规要求，在进一步的解读或答疑明确之前，非卖品应标注完整的产品信息。

7、儿童化妆品标签要求。【注意】新增特定标志：小金盾。

（1）标注儿童化妆品标志：标注要求参照《国家药监局关于发布儿童化妆品标志的公告（2021年第143号）》；

（2）应标注“应当在成人监护下使用”等警示用语；

（3）标识“适用于全人群”“全家使用”等词语或者利用商标、图案、谐音、字母、汉语拼音、数字、符号、包装形式等暗示产品使用人群包含儿童的产品按照儿童化妆品管理。

8.化妆品标签存在下列情形，但不影响产品质量安全且不会对消费者造成误导的，由负责药品监督管理的部门依照《化妆品监督管理条例》第六十一条第二款规定处理。【注意】明确属于标签瑕疵的七种情形。

（1）处罚条款：生产经营的化妆品的标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的，由负责药品监督管理的部门责令改正；拒不改正的，处2000元以下罚款；（《化妆品监督管理条例》）

（2）改正措施：化妆品标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的，企业应当及时予以改正，可以重新印制标签，也可以通过粘贴覆盖的形式对瑕疵进行改正，但改正后的标签应当清晰、持久，易于辨认、识读，不得有印字脱落、粘贴不牢等现象。（中检院官网“常见问题解答”2022年4月19日发布）

三、名词解释

最小销售单元：以产品销售为目的，将产品内容物随产品包装容器、包装盒以及产品说明书等一起交付消费者时的最小包装的产品形式。

销售包装；最小销售单元的包装。包括直接接触内容物的包装容器、放置包装容器的包装盒以及随附于产品的说明书。

内容物：包装容器内所装的产品。

展示面：化妆品在陈列时，除底面外能被消费者看到的任何面。

可视面；化妆品在不破坏销售包装的情况下，能被消费者看到的任何面。

引导语：用以引出标注内容的用语，如“产品名称”“净含量”等。

（来源：四川药品监督）

正确认识化妆品功效 合规进行功效宣称

问：如何正确认识化妆品功效宣称评价？已经注册和备案产品如何处理方可符合化妆品功效宣称管理法规要求？

答：为贯彻落实《化妆品监督管理条例》，规范和指导化妆品功效宣称评价工作，国家药监局制定发布了《化妆品功效宣称评价规范》（以下简称《规范》）。根据《规范》要求，并非所有化妆品均需要进行功效宣称评价。对上市化妆品中占大多数的能够通过视觉、嗅觉等感官直接识别的（如清洁、卸妆、美容修饰、芳香、爽身、染发、烫发、发色护理、脱毛、除臭和辅助剃须剃毛或通过简单物理遮盖、附着、摩擦等方式发生效果等）宣称，均免予功效评价；仅对少数具有较强功能且在多数国家和地区按照药品或医药部外品等进行严格管理的（如祛斑美白、防晒、防脱发、祛痘、滋养、修护等）宣称，方才要求进行人体功效评价试验；其他功效宣称，可视情形通过文献资料调研、研究数据分析或者化妆品功效宣称评价试验等手段进行评价。

对于2021年5月1日前已经注册备案的化妆品，化妆品注册人、备案人应当按照过渡期政策规定，上传相关产品功效宣称依据的摘要。注册人、备案人按照《规范》要求对相关产品进行功效宣称评价后，评价结果不能支持其产品名称或标签涉及的功效宣称内容的，可在过渡期届满前提出变更申请，根据产品实际属性对产品的分类编码进行调整，同时对产品名称或标签相关内容进行修改，使之符合法规要求。——国家药监局《化妆品监督管理常见问题解答（三）》。

《化妆品监督管理条例》第二十二条规定，化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据；化妆品注册人、备案人应当在国务院药品监督管理部门规定的专门网站公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要，接受社会监督。《化妆品功效宣称评价规范》《化妆品分类规则及分类目录》对化妆品功效宣称及评价作出进一步规范和指导。这一系列政策法规的施行，对于规范化妆品功效宣称、促进化妆品产业科技创新、保障行业整体健康发展具有重要作用。

然而，近期出现了一些对化妆品功效的不正确理解，片面解读国家对化妆品功效宣称的管理要求，或者夸大化妆品功效及应用范围，甚至宣称化妆品具有医疗作用。行业人员和社会公众需加强对化妆品功效宣称和管理要求的理解，保证功效宣称合法合规，合理使用化妆品。

**化妆品没有治疗作用**

《化妆品监督管理条例》明确，化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。从化妆品定义可以看出，化妆品的使用目的是清洁、保护、美化和修饰，合理使用化妆品可以遮盖瑕疵，满足消费者对美的需求。

化妆品对皮肤的病理变化无治疗作用，这与药品的医疗作用迥然不同。例如，皮肤炎症的发生机理涉及一系列炎性细胞和介质，甚至有免疫反应发生，使用抑制炎症反应的药物才能使炎症消退，而化妆品没有抑制炎症反应的功能；面部长痘时，皮肤不但有炎症表现，毛囊内还有微生物感染，使用抗痤疮类药品才能产生疗效，使痘痘消退，而祛痘类化妆品仅有助于减少或减缓痘痘的发生，对中度以上的面部痤疮并无治疗作用。因此，化妆品宣称具有“消炎”“抗菌”“促进伤口愈合”等功效均属于虚假或夸大宣传。为避免给消费者造成误解，《化妆品监督管理条例》规定，化妆品禁止宣称具有医疗作用。

**管理思路体现“放管服”改革要求**

从原料开发、产品风险性评估直至上市后监管措施，我国均以安全性为核心，通过一系列强制性行政措施，最大程度保证消费者安全合理使用化妆品。

《化妆品监督管理条例》首次对化妆品功效宣称提出了明确要求，主要目的是让消费者得到客观真实的产品信息，避免受到虚假和夸大宣传的误导，减少不良反应的发生。根据《化妆品功效宣称评价规范》，目前我国对化妆品功效宣称实施分级管理：严格管理防晒、祛斑美白和防脱发三类特殊化妆品，包括规定功效检验标准方法、检验机构和注册相关要求；对绝大部分化妆品只提出了功效评价的原则性要求和框架性建议，既不指定检验机构，也不组织制定功效检验方法，给化妆品企业在收集科学依据支撑其产品功效宣称时留出了较大选择空间。企业可以选择进行人体试验，也可以选择进行消费者测试、体外试验，还可以借助文献数据支撑其产品功效宣称。在普通化妆品备案过程中，企业只需要按照《化妆品监督管理条例》要求，在国家药监局指定的网站上公布其功效检验报告摘要，供消费者查询。化妆品注册人、备案人对提交的功效宣称依据的摘要的科学性、真实性、可靠性和可追溯性负责，相关研究资料由化妆品注册人、备案人以及承担功效宣称评价试验的机构存档备查。

国家药监局在《化妆品监督管理常见问题解答（三）》中针对化妆品功效宣称明确，对于2021年5月1日前已经注册备案的化妆品，在补交产品功效宣称依据的摘要时，评价结果不能支持其产品名称或标签涉及的功效宣称内容的，可在过渡期届满前提出变更申请，根据产品实际属性对产品的分类编码进行调整，同时对产品名称或标签相关内容进行修改，使之符合法规要求。这意味着对于已经上市的产品，注册人、备案人有了一次更改的机会，而不必直接采取注销的方式下架产品。这种管理思路符合“企业自律、行业监督、社会共治”的现代管理模式，不仅是国家职能部门深化“放管服”改革的体现，也达到化妆品功效宣称管理的初衷。

**符合国情和行业发展现状**

化妆品功效管理是目前国际上主要化妆品法规体系的共识或共性要求。

欧盟于2013年制定了化妆品功效宣称通用标准（EU）No 655/2013，在功效检验人员资质、检验环境、仪器设备以及检验方法类型等方面作出原则性要求。美国将化妆品功效管理重点放在产品标签标识和功效宣称上，防晒、祛斑美白及防脱发产品在美国被作为非处方药品管理，且有明确的功效成分清单。日本在医药部外品项下设置了“药用化妆品”。韩国化妆品类别中有“功能性化妆品”。上述国家和地区的法规体系不但规定了化妆品的功效检验方法，还分别建立了各类产品的功效成分清单。

我国化妆品功效管理充分考虑国情和行业发展现状。《化妆品功效宣称评价规范》第七条规定了部分产品免于提交功效评价的要求，涉及清洁、卸妆、美容修饰、芳香、染烫发、脱毛、除臭等产品，实际上覆盖了大部分化妆品产品类型。换言之，我国目前实施的化妆品功效管理主要针对护肤、护发类产品。这些产品具有一定功效性能，且功效性能不易直观判断，常需要通过科学实验展示；同时，这些产品的功效宣称容易使消费者产生误解。客观上看，我国实施的化妆品功效管理是最基本要求，化妆品企业应该主动适应这种管理，着眼于品牌的长远发展，加大基础投入和科技创新力度，在保障质量安全的前提下，加强产品功效研究，提升品牌特色和竞争力，推动整个化妆品行业健康发展。

（来源：中国医药报）

一直在行动！政协委员企业绿叶科技集团

驰援抗疫不停歇

抗击疫情，众志成城。自疫情发生以来，面对各地严峻的防控形势，绿叶科技集团在市政协委员、公司董事长徐建成的带领下，一方面全力转产口罩、消毒液等防疫物资，一方面多方联络、积极协调社会资源，尽一切可能向全国多地抗疫一线“伸援手、献爱心”，从2020年支援武汉起至今，一直用实际行动参与抗疫，累计捐赠抗疫资金240万元、防疫物资13700余箱，捐赠总额合计超1008万元，成为委员企业抗疫防疫的典范。

特别是今年以来，苏州、吉林、上海等地连续爆发本土疫情，徐建成多次协调指导，以实际行动助力疫情防控。

**保供上海 力援苏州**

3月以来，上海面临前所未有的严峻疫情，部分居家封控的上海居民生活必需物资严重紧缺。为助力上海虹口区生活物资保供，保障市民基本生活，徐建成多次协调公司后勤、行政、采购等部门，连续两次连夜筹集米、面、蔬菜等居民生活必需物资。4月10日和11日，在上海疫情防控相关部门的协调指导下，两车保供生活物资套餐箱通过特批通道运抵虹口区管控区域，在疫情防控紧要关头助力部分上海居民渡过难关。

同样是在今年2月，苏州疫情形势紧张，医护人员和抗疫物资一时紧缺，绿叶第一时间做出行动，向苏州高新区慈善总会捐赠100万只口罩，并通过苏州高新区慈善总会向高新区交警大队捐赠口罩10万只，向高新区低保、低边、低收入家庭捐赠口罩10万只，向高新区师生、教务人员捐赠口罩30万只，以实际行动助力苏州疫情防控。

同时，为严防疫情输入，苏州市高新区浒墅关经济技术开发区派出所、浒墅关派出所，以及高新区公安分局浒墅关中队防疫执勤民警、辅警和防控人员，日夜坚守奋战防疫一线。4月2日和3日，绿叶特别向坚守疫情防控一线的执勤民警再次送去了500箱绿叶自主品牌食品、方便面、自嗨锅等慰问品。

**甘于奉献 甘当绿叶**

2020年初，新冠肺炎疫情在武汉爆发以来，委员徐建成紧急调配绿叶各产线人员全力转产防疫物资，向湖北等抗疫一线及时伸出爱心援助之手；两年多来，绿叶持续向新疆、云南、湖南、江苏、甘肃、陕西、吉林、上海多地驰援防疫物资。因抗击疫情作出的贡献，徐建成先后荣获香港苏州商会“防疫抗疫”突出贡献奖、中国农工民主党中央委员会“抗击新冠肺炎疫情先进个人”称号等殊荣。

自成立以来，绿叶始终坚持为美而生的企业宗旨，弘扬中华美德，积极回报社会，在捐资助学、防疫抗疫、抗震救灾、精准扶贫、见义勇为等方面不断做出公益贡献。目前已在湖南、广西、云南、贵州、山东、新疆、甘肃、四川、云南等地建立12所绿叶小学，1对1帮扶717名偏远山区小学生，累计帮扶贫困学生3000余名，公益慈善捐赠总额超1亿元人民币，荣获“中国红十字会奉献奖章”、江苏慈善奖“最具爱心慈善捐赠企业或单位”等称号。

“做企业就要像一片绿叶，低调地蕴育美丽、默默地传播希望，作为一名企业家，更应在攀登事业高峰的同时，发扬无私奉献的家国情怀。”委员徐建成表示，作为一家有担当的民族企业，绿叶还将持续热心奉献，以绿叶人的实际行动，为社会公益事业和经济社会发展奉献绵薄之力。

（来源：苏州市政协联络办）