**苏州日化**

2022年第7期 总第197期

2022年7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

* 2022年新的组合式税费支持政策指引
* 张崇和会长解读《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》
* 新旧法规下化妆品新原料注册备案信息汇总
* 江苏省民政厅关于充分发挥行业协会商会作用为服务发展大局稳住经济大盘贡献力量的通知
* 《化妆品标签管理办法》重点要求解读
* 《化妆品生产质量管理规范》7月1日实施，关于“委托生产”最新解读来了
* 《儿童化妆品技术指导原则》新规新要求
* 中检院公开征求《化妆品中丙烯酸乙酯等40种原料的检测方法》等意见的通知
* 苏州日化协会第四届二次常务理事会（扩大）会议在绿叶科技集团召开
* 中国口腔协会理事长相建强莅临绿叶调研指导并现场挥毫赠墨宝
* 助企纾困——虎丘区政协主席朱奚红一行莅临走调研江苏奇力康
* 中国口腔协会理事长相建强莅临苏州华唐交流指导

2022年新的组合式税费支持政策指引

减税降费是助企纾困解难的最公平、最直接、最有效的举措。今年我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，党中央、国务院部署实施新的组合式税费支持政策，对稳定市场预期、提振市场信心、助力企业纾困发展具有重要意义。

为了方便市场主体及时了解适用税费支持政策，税务总局对新出台的和延续实施的有关政策进行了梳理，按照享受主体、优惠内容、享受条件、政策依据的编写体例，形成了涵盖33项内容的新的组合式税费支持政策指引，后续将根据新出台税费政策情况持续更新。具体包括：

一、新出台的税费支持政策

|  |  |
| --- | --- |
| 1.2022年增值税期末留抵退税政策 | 2.快递收派服务收入免征增值税政策 |
| 3.中小微企业设备器具所得税税前扣除政策 | 4.减征部分乘用车车辆购置税政策 |
| 5.航空和铁路运输企业分支机构暂停预缴增值税政策 | 6.小微企业“六税两费”减免政策 |
| 7.公共交通运输服务收入免征增值税政策 | 8.小型微利企业减免企业所得税政策 |
| 9.3岁以下婴幼儿照护个人所得税专项附加扣除政策 | 10.制造业中小微企业延缓缴纳部分税费政策 |
| 11.增值税小规模纳税人免征增值税政策 | 12.阶段性缓缴企业社会保险费政策 |
| 13.科技型中小企业研发费用加计扣除政策 |  |

二、延续实施的税费支持政策

|  |  |
| --- | --- |
| 14.重点群体创业税费扣减政策 | 15.吸纳重点群体就业税费扣减政策 |
| 16.企业扶贫捐赠所得税税前扣除政策 | 17.扶贫货物捐赠免征增值税政策 |
| 18.自主就业退役士兵创业税费扣减政策 | 19.吸纳退役士兵就业税费扣减政策 |
| 20.科技企业孵化器等免征房产税、城镇土地使用税和增值税政策 | 21.高校学生公寓免征房产税、印花税政策 |
| 22.城市公交站场等运营用地免征城镇土地使用税政策 | 23.农产品批发市场、农贸市场免征房产税、城镇土地使用税政策 |
| 24.从事污染防治的第三方企业减免企业所得税政策 | 25.支持疫情防护救治等免征个人所得税政策 |
| 26.商品储备免征印花税和房产税、城镇土地使用税两税政策 | 27.制造业中小微企业继续延缓缴纳2021年第四季度部分税费 |
| 28.生产、生活性服务业增值税加计抵减政策 | 29.创业投资企业和天使投资个人有关税收优惠政策 |
| 30.全年一次性奖金个人所得税优惠政策 | 31.上市公司股权激励个人所得税优惠政策 |
| 32.外籍个人津补贴个人所得税优惠政策 | 33.阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策 |

（来源：国家税务局）

张崇和会长解读《数字化助力消费品工业

“三品”行动方案（2022—2025年）》

2022年7月2日，工信部等五部门联合发布《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025年）》（以下简称《行动方案》）。受工信部邀约，中国轻工业联合会会长张崇和发表题为《国家战略引领轻工发展 数字赋能助力强国建设》的署名文章，对《行动方案》进行解读。

数字化是引领时代发展的重要引擎，是关乎企业生存和长远发展的“必修课”。习近平总书记强调，要加快发展数字经济，推动实体经济和数字经济融合发展，推动制造业向数字化、网络化、智能化发展。国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》提出要协同推进“数字产业化”和“产业数字化”。工业和信息化部、商务部、国家市场监督管理总局、国家药品监督管理局、国家知识产权局联合发布的《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》（以下简称《行动方案》），系统提出新时代数字化助力消费品工业“三品”战略的指导思想、主要目标、重点任务和保障措施，对推动轻工业数字化转型、满足人民美好生活需要、推动轻工强国建设具有重要的指导意义。

**《行动方案》为推动轻工业数字化转型明确指导方向**

轻工业认真落实党中央要求，主动应用信息技术推动行业数字化转型。电子商务、智能制造、工业互联网技术的广泛应用，深刻改变着产业格局，一批两化融合贯标企业和智能制造示范企业引领行业向高质量发展。2021年轻工行业数字化研发设计工具普及率、工业电子商务普及率分别达到76.9%、69.0%，高出全国平均水平2.2和3.4个百分点。应用网络化协同、服务型制造、个性化定制等新模式的轻工企业比例，分别高出全国工业平均水平3.5、2.2和3.7个百分点。但轻工业中小企业多，部分企业缺乏数字化人才及资金，急需成熟案例示范引领和公共服务平台支撑，轻工业数字化转型工作使命重大、空间广阔。

《行动方案》的出台，旨在通过数字化转型，推进消费品工业质量变革、效率变革、动力变革，释放发展新活力。《行动方案》围绕“数字化助力增品种”“数字化助力提品质”“数字化助力创品牌”3大领域部署了10项重点任务，提出到2025年，企业经营管理数字化普及率、企业数字化研发设计工具普及率、应用电子商务的企业比例均超过80%，在食品、家器、化妆品等领域培育智能制造示范工厂的发展目标，为轻工业数字化转型明确指导方向。

**《行动方案》为满足人民美好生活需要提供有力支撑**

轻工业涉及吃、穿、住、行、玩、乐、教等多个领域，是满足人民美好生活需要的主力军。截至2021年，轻工业共培育了290个产业集群，覆盖皮革、家电、家具、五金、塑料、工美等37个行业，产业集群产值占轻工规上企业总产值的40%。2021年，轻工业以占全国工业13.4%的资产，实现了全国工业17.5%的营业收入和16.2%的利润总额，为国民经济稳增长做出积极贡献。轻工业认真落实党中央要求，大力推动“增品种、提品质、创品牌”战略实施，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，较好满足了消费升级的需要。高端手表所用的陀飞轮机芯产量从2015年的几百只提高到2021年的2万余只。国产智能坐便器质量抽检合格率由2016年的82%提升到2021年的97%。伊利、蒙牛进入全球乳业10强。

《行动方案》以消费升级为导向，以数字化手段为抓手，聚焦研发设计、生产制造、经营管理、公共服务等关键环节，着力提升消费品工业的创新能力、数字化设计能力、数字化绿色化协同能力、质量管控能力、智慧供应链管理能力、品牌培育能力，从组织实施、政策支持、标准引领、人才培养、加大宣传等五方面提供实施保障，为数字化助力消费品工业“三品”行动提供了一份目标任务明确、操作性强、逻辑清晰的实施路径，为今后一段时间轻工业开展“三品”行动指明了新的方向、新的目标。

**抓好《行动方案》工作落实推动轻工业实现强国梦想**

轻工业认真贯彻国家战略部署，积极探索新时代轻工业发展新路径，提出通过“科技创新、标准质量、绿色低碳、数字化转型、三品行动、产业集群、市场建设、技能人才”等八大举措，推进轻工业高质量发展和轻工强国建设。下一步，中国轻工业联合会将在工业和信息化部等国家部委的指导下，调动轻工行业协会、科研院所和重点企业的力量，抓好《行动方案》工作落实，确保取得实效。

通过数字化赋能“增品种”。充分运用大数据、云计算、人工智能等技术精准挖掘消费者需求，开展个性化定制和柔性生产，大力发展功能食品、婴童用品、智能家电、智慧家居、适老产品、绿色设计产品。每年发布升级与创新消费品100个，到“十四五”末，发布数量达到1000个。绿色设计产品总量达到2000个。

通过数字化赋能“提品质”。引导企业加强生产制造关键装备数字化改造，推广应用质量管理系统，加快智能化升级，提升现代管理水平和资源配置效率。面向食品、家电、家具等重点领域，开展质量追溯体系建设，加强原材料、生产、营销等环节数字化溯源，提供信息查询服务，提振消费信心。

通过数字化赋能“创品牌”。充分利用行业会展、设计大赛等品牌建设交流展示平台，积极展示数字化助力“三品”行动典型成果，推广具有中国文化、中国元素、中国技艺的产品，树立行业品牌。以数字化赋能产业集群转型，推动30个规模300亿元以上的产业集群率先向先进制造业集群迈进，形成超2万亿元规模的产业集群第一方阵。到“十四五”末，培育10个具有国际竞争优势的世界级先进产业集群。

（来源：中国轻工）

新旧法规下化妆品新原料注册备案信息汇总

自2020年6月29日《化妆品监督管理条例》（国令第727号）发布以来，一系列的配套法规相继推出，其中与化妆品新原料注册备案相关的新法规文件包括《化妆品注册备案管理办法》、《化妆品新原料注册备案资料管理规定》及《化妆品安全评估技术导则》等。2021年5月1日起，化妆品新原料注册备案需在国家药品监督管理局网上办事大厅的化妆品智慧申报审评系统中进行申请。自新法规实施以来，2021年5月1日至2022年6月28日期间，共有18个化妆品新原料通过备案。其中13个属于国产化妆品新原料，5个属于进口化妆品新原料。

在旧法规《化妆品卫生监督管理条例》下，从2004年至2021年5月1日前，一共批准了14个新原料。

其中十六烷基三甲基氯化氨、甲氧基水氧酸钾、甲基异噻唑啉酮、左旋肉碱酒石盐酸、香甜豌豆花提取物、低聚果糖原料由原卫生部批准，聚甲基丙烯酰基赖氨酸、二甲氧基甲苯基-4-丙基间苯二酚、苯乙基间苯二酚、翅果（Elaeagnus mollis diel）油原料由原国家食品药品监督管理（总）局批准，甲氧基 PEG-23 甲基丙烯酸酯/甘油二异硬脂酸酯甲基丙烯酸酯共聚物、磷酰基寡糖钙、硬脂醇聚醚-200、月桂酰精氨酸乙酯 HC1由国家药品监督管理局批准。这些原料的审批过程也见证了有关国家机构的变迁和更迭。2008年9月化妆品的卫生行政许可工作由卫生部移交至国家食品药品监督管理局。2013年3月22日，国家食品药品监督管理局（State Food and Drug Administration，简称SFDA）改名为国家食品药品监督管理总局（China Food and Drug Administration，简称CFDA。2018年4月10日，国务院机构改革中原“国家食品药品监督管理总局”也正式变更为“国家药品监督管理局”）。

瑞旭集团旗下的妆合规平台中的中国化妆品原料法规数据库收录了新旧法规下通过注册备案的化妆品新原料清单，助力企业开展日常配方研发和产品合规工作，降低研发合规成本与风险。 （来源：化妆品法规与安全）

江苏省民政厅关于充分发挥行业协会商会作用

为服务发展大局稳住经济大盘贡献力量的通知

全省各行业协会商会：

为深入贯彻党中央、国务院统筹疫情防控和经济社会发展的决策部署，全面落实省委、省政府有关工作安排，充分发挥江苏行业协会商会扎根行业、服务企业、辅助政府、凝聚合力的独特优势作用，为服务发展大局、稳住经济大盘贡献力量，现就有关事项通知如下。

一、强化大局观念，助力惠企政策宣贯。“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”是以习近平同志为核心的党中央在关键时刻作出的重要决策部署、提出的明确要求。行业协会商会作为联系政府和企业的桥梁纽带，要进一步提高政治站位，坚决贯彻党中央决策部署，扛起服务发展大局、稳住经济大盘的责任担当，迅速通过座谈、培训、宣讲、研讨、编写指引等多种方式，及时将全国稳住经济大盘电视电话会议、省政府稳定经济增长有关会议精神和各项利好政策信息传达到广大企业中去，切实加强惠企政策措施的宣贯、解读和辅导，帮助本行业本领域市场主体第一时间学习好理解好掌握好国家和我省稳经济系列政策措施精神，推动本行业本领域广大市场主体应知尽知、应享尽享，引导行业企业统一思想，凝聚共识，坚定信心。

二、强化服务质效，助力稳企纾困解难。行业协会商会要把帮助困难企业纾困解难、服务行业企业健康发展放到当前工作的重要位置上来。要及时跟进、认真研究国家和我省稳经济系列政策措施，为行业企业提供及时准确的信息服务，指导用好用足税费减退、社保费缓缴、水电气费缓缴补贴、贷款延期、房屋租金减免、稳岗支持、金融支持等各项支持性政策措施。要及时梳理行业内受疫情影响严重、濒临破产倒闭的民营中小微企业名单，协助政府有关部门开展“一企一策”的精准扶持服务。要组织专家研究制定疫情常态化应对机制、疫后复工达产有效性措施，在应对风险、转型升级、技术创新等方面为企业提供专业咨询服务。对于受到疫情严重冲击、行业内大面积出现企业生产经营困难的，有关行业协会商会要及时了解掌握行业企业生产经营面临的实际困难和亟待解决的问题，加强市场运行情况监测和风险预警，积极向政府有关部门反映行业受损情况，提出帮助行业企业渡过难关的意见建议，协助政府部门抓好相关纾困政策的落实落地，进一步凝聚行业合力，攻坚克难、稳中求进，推动企业发展尽快回归正常轨道。

三、强化协调能力，助力优化营商环境。行业协会商会要深入会员企业一线开展调查研究，密切跟踪掌握国家稳经济政策措施在本行业本领域的落实情况，及时准确向政府部门反映第一手数据和信息，为政府部门调整政策措施、优化营商环境提供决策咨询和智力支持。要持续调研了解会员企业在生产经营中遇到的实际困难，了解掌握行业企业用工用水用电、物流运输、原材料供应等情况，积极向政府部门反映行业诉求，协助打通行业企业面临的堵点难点卡点问题。要结合行业发展情况协助政府部门出台和落实促进消费潜力、培育特色消费等支持政策，提振消费市场信心，营造良好市场环境。要切实发挥行业引领作用，利用好专家团队资源优势，协助政府部门制定和实施行业发展规划、产业政策、行政法规和有关法律，为行业产业尽快恢复和持续发展提供专业支持。

四、强化功能优势，助力行业创新发展。行业协会商会要深入研究总结本行业本领域疫情防控条件下产生的新业态、新模式，积极与科研机构、大专院校、行业专家开展合作，研究人工智能、线上销售、远程服务、网络办公等数字经济模式，为行业内高新技术企业提供重点支持，促进行业实现转型升级。要着眼行业统一大市场的构建，发挥自身联系企业广泛、贴近产业一线、突破区域限制等优势，推动行业企业积极参与长三角一体化发展、长江经济带发展和我省有关发展战略，推动产业技术创新。要充分发挥自身民间性、非营利性优势，积极引导行业企业参与“一带一路”建设，服务国家“走出去”战略，助力行业企业开拓国际市场，维护国家和企业合法权益，为推动实现国内国际双循环相互促进积极贡献力量。

五、强化典型示范，助力经济平稳运行。各行业协会商会要进一步提高政治站位、加强组织领导，抓好抓细抓实党中央、国务院稳定经济增长有关决策部署和省委省政府工作要求的贯彻落实，全力以赴践行服务国家、服务社会、服务群众、服务行业的宗旨使命，为服务发展大局、稳住经济大盘贡献力量，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。要在行业领域及时挖掘、总结和推广在稳经济工作中涌现出来的先进经验做法，充分发挥先进典型的示范引领作用。要向登记管理机关（民政部门）积极报送行业协会商会稳经济有关典型案例，及时反馈相关工作进展情况、问题困难以及意见建议等。省民政厅将持续关注和跟踪全省行业协会商会稳经济工作开展情况，并开展行业协会商会助力稳住经济大盘优秀案例评选征集活动，加大新闻宣传和工作支持力度，为行业协会商会积极发挥作用创造良好环境。

（来源：江苏省民政厅）

《化妆品标签管理办法》重点要求解读

《化妆品标签管理办法》（以下简称《办法》）规定，化妆品标签是指产品销售包装上用以辨识说明产品基本信息、属性特征和安全警示等的文字、符号、数字、图案等标识，以及附有标识信息的包装容器、包装盒和说明书。化妆品标签包括信息和信息的载体，承载了产品的整体形象，是企业宣传产品的主要途径。消费者通过查看标签知悉产品品牌、生产主体、产品成分、功效、使用方法、注意事项等，从而正确选购、使用产品。

作为《化妆品监督管理条例》（以下简称《条例》）的配套文件，《办法》贯彻落实《条例》立法精神，细化标签相关管理要求，从文字使用、产品命名等多方面对化妆品标签标识作出规定，以维护消费者权益。

**区分“最小销售单元”形式**

《条例》第三十五条第一款规定，化妆品的最小销售单元应当有标签；标签应当符合相关法律、行政法规、强制性国家标准，内容真实、完整、准确。

化妆品最小销售单元是一个看似简单但实际上比较复杂的概念。《办法》对“最小销售单元”的定义是：“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。”企业在销售产品时为了特定的营销目的，可能将各种产品混合搭售，搭售的形式不同，其最小销售单元的形式也会有所不同。常见的搭售形式有用一个纸盒将几个产品包在一起，也有用一个网状袋子将几个产品裹到一起，等等。

判定这些搭售形式的最小销售单元时，可以从保障消费者知情权的角度考虑，即如果搭售产品的包装盒（袋）是不透明的，且消费者在购买产品前不能够随意打开搭售产品的包装盒（袋）以看到内部产品的标签信息，则这种销售形式的最小销售单元就是搭售产品的整体，搭售产品的包装盒（袋）上应当有标签；如果搭售产品的包装盒（袋）是透明的，消费者可以透过包装看到里面的产品信息，或者包装盒（袋）可以简单快速拆装而不易损坏，消费者在购买产品前可以任意打开包装而不影响产品销售，那么这种搭售产品整体的包装盒（袋）上可以没有标签，仅在各个产品上标注信息即可。因为在这两种情况下，消费者在购买前就可以看到产品的基本信息，知情权没有受到实质损害。

《化妆品标识管理规定》第十九条规定，透明包装的化妆品，透过外包装物能清晰地识别内包装物或者容器上的所有或者部分标识内容的，可以不在外包装物上重复标注相应的内容。这一规定与上述原则的道理是一致的。

**标签文字应使用规范汉字**

为保障中国消费者知情权，《办法》要求，在中国上市销售的化妆品必须有中文标签，中文标签应当使用规范汉字，使用其他文字或者符号的，应当在产品同一可视面使用规范汉字进行解释说明，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。

可视面是指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，可以简单理解为产品的外表面。由于产品的外表面面积是有限的，有时并不能标注所有的产品信息，所以《办法》只是要求将一些关键信息标注在可视面（以下简称可视面信息），比如产品的名称、生产责任主体、净含量、使用期限等信息，其他信息可以标注在随附于产品的说明书。

考虑到《办法》未要求所有信息必须标注于可视面，因此 “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”的要求，只限于可视面信息，可视面信息以外的信息的解释说明可以标注于随附于产品的说明书，这样的标注方式也有利于消费者查阅信息。特别是考虑到净含量不大于15克或者15毫升的小规格包装产品，其外表面更小，《办法》仅要求将产品中文名称、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、使用期限等信息标注于可视面，其他信息和对应的解释说明可以标注于随附于产品的说明书。

应当明确的是，虽然《办法》第九条仅规定“产品中文名称中的注册商标使用字母、汉语拼音、数字、符号等的，应当在产品销售包装可视面对其含义予以解释说明”，并未规定必须在同一可视面，但从第六条的规定看，注册商标中字母等的解释说明应当与其在同一可视面。

同时，《办法》要求，除注册商标之外，中文标签同一可视面上其他文字字体的字号应当小于或者等于相应的规范汉字字体的字号。以往有的企业在标注标签信息时，故意将汉字标注得很小，而将外文标注得异常醒目，给消费者查找信息造成不便；还有一些国产品牌产品故意这样标注，使消费者误以为产品为进口产品。《办法》相关规定有助于解决上述问题，保障消费者权益。

此外，为鼓励化妆品进出口贸易，《条例》明确，化妆品可以直接使用中文标签，也可以加贴中文标签；加贴中文标签的，中文标签内容应当与原标签内容一致。《办法》进一步细化这一要求，规定加贴中文标签的，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。需要注意的是，上述要求仅针对中文标签。无论是国产化妆品还是进口化妆品，生产过程中可以使用中文标签或者外文标签；使用外文标签的，在申请注册或者进行备案时应当上传符合规定的中文标签样稿，最迟在产品投放中国市场前加贴符合规定的中文标签；加贴中文标签的产品，其原外文标签上可以没有中文解释。

**规范化妆品命名行为**

产品名称是化妆品的“门面”，是宣传产品功效、传递产品形象的重要因素。为提升产品命名的规范性、准确性，易于消费者理解，防止企业通过产品名称误导消费者，法规和相关标准都对化妆品的命名作出具体规定。

化妆品产品名称一般由商标名、通用名和属性名三部分组成。通用名可以是表明产品原料或者描述产品用途、使用部位等的文字；属性名应当表明产品真实的物理性状或者形态。如“天天（牌）芦荟保湿爽肤水”，“天天（牌）” 为商标名，“芦荟保湿爽肤”为通用名，“水”为属性名。约定俗成、习惯使用的化妆品名称可以省略通用名或者属性名。

监管实践中发现，在化妆品名称方面常出现的侵害消费者合法权益的问题有两种。

一是产品名称标注不规范。监管部门对产品名称的审核比较严格，但仍有部分企业违规操作。比如在产品标签上合规的产品名称旁额外标注其他内容，或者在对产品名称排版时故意插入空格，使消费者无法识别产品的真正名称。为防止此类问题的发生，《办法》对名称标注提出具体要求，规定产品中文名称应当在销售包装可视面显著位置标注，且至少有一处以引导语引出，引导语可以使用“产品名称”“产品中文名称”等词语，在引导语后的名称应连续标出，与注册备案信息保持一致。消费者购买产品前应认准“产品名称”“产品中文名称”等引导语引出的名称，这个名称是经过监管部门初步认可的名称。

另一个比较突出的问题是产品名称中使用医疗术语、原料名称等词语对产品功效进行误导性宣传。比如“某某医药美白祛斑霜”，“某某医药”实际为商标名，并无实际含义，消费者并不知情，会误以为该产品比一般的美白祛斑产品效果更好；再如“某某本草舒缓日霜”，从名称上看，消费者可能会认为产品中添加了植物成分，但实际上产品中可能并没有添加植物成分；还有“某某牌植物染发霜”，消费者根据名称会认为这是一个植物成分的染发产品，而实际上，有些产品虽然名称为植物染发霜，但配方中并没有植物成分，或者虽然有植物成分，但起染发作用的为化学染发剂，这严重误导了消费者的认知，应予禁止。为防止此类问题的发生，《办法》分别对商标名、通用名的使用进行了规定。

关于商标名，《办法》要求，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；以暗示含有某类原料的用语作为商标名，产品配方中含有该类原料的，应当在销售包装可视面对其使用目的进行说明；产品配方不含有该类原料的，应当在销售包装可视面明确标注产品不含该类原料，相关用语仅作商标名使用。

关于通用名，《办法》要求，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。同时，《办法》规定，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以注明。如“黄瓜味洗面奶”或者“洗面奶（黄瓜味）”。

此外，对于商标名、通用名或者属性名单独使用时符合法规要求，组合使用时可能使消费者对产品功效产生歧义的，《办法》规定，应当在产品标签上予以解释说明。如某非美白类普通化妆品，其商标名为“爱意美”，通用名为“白日”，属性名为“霜”，三部分单独使用时都符合法规要求，但组合使用时为“爱意美白日霜”，易使消费者认为该产品为美白产品，应当在销售包装可视面予以解释说明。

（来源：中国医药报）

《化妆品生产质量管理规范》7月1日实施，

关于“委托生产”最新解读来了

2022年6月29号，杭州市化妆品行业协会举办了会员日活动，时值7月1日《化妆品生产质量管理规范》正式实施，协会特地请来浙江省药品检查中心的科员王赛群，详解化妆品质量管理相关法规中对委托方的新要求。

1、四个层面，三组关系

《化妆品生产质量管理规范》第四十六条提到，委托生产的化妆品注册人、备案人（委托方）应当按照本规范的规定建立相应的质量管理体系，并对受托生产企业的生产活动进行监督。这是建立和实施质量管理体系的总体要求，在后续条款中逐条细化。对于如何建立质量管理体系，宏观上看，委托方需要考虑四个层面，处理好三组关系。四个层面即法律法规、企业的规章制度、实际生产操作以及形成相关的记录。

三组关系，一是定好你要做的。企业内部要设计好相关的流程、制度，这些制度一方面要符合上位法的要求，另一方面要适应企业自生的运作和发展；

二是做好你所定的。即一旦企业的决策层确定了相关的规章制度和操作规程，岗位的工作人员必须不打折扣地执行相关制度，即便在实际操作过程中有觉得不合适的地方也不能临场改动，而应该把信息反馈给决策层；

三是记好你所做的。企业的生产、检查、管理等记录应真实记录企业操作过程，记录要做到真实、完整、可追溯。真实，即不可造假，从检查角度来说，很大程度就是查记录，因此无论是多么细小的部分，在记录中都不能缺失，没有记录=没有做过，所以记录必须完整；可追溯指的是数据类的记录要形成完整的闭环。

2、质量安全负责人≠质量负责人

规范第四十九条要求委托方建立化妆品质量安全责任制，明确委托方法定代表人、质量安全负责人以及化妆品质量安全相关岗位的职责。王赛群特意提到，在设置岗位职责的时候需要结合企业实际，因为这不单单是岗位职责设置的问题，会牵一发而动全身，与流程的设置、表单的设计、文件的起草以及文件周转的顺序都是相互关联的，因此在设计初期就必须结合实际明确职责，然后严格地执行。

质量安全负责人需要具备一定的知识水平和工作经历，协助委托方法定代表人承担相应的产品质量安全管理和产品放行职责。在实际操作过程中，质量安全负责人可以委托公司内部的质量部门、研发部门，授权给内部其他人员，但质量安全负责人要对协助履行职责情况进行监督，且其承担的法律责任并不转移给被指定人员。

王赛群补充了关于质量安全负责人的一些常见问题的解答。按照“一证一人”的原则，申请两个以上（含两个）的化妆品生产许可证不得由同一个自然人担任上述企业的质量安全负责人；不同的化妆品注册人、备案人，不得由同一个自然人担任质量安全负责人。化妆品注册人、备案人与受托生产企业供职于同一集团公司，执行同一质量管理体系，受托生产企业接受该注册人、备案人的委托生产化妆品时，该注册人、备案人与受托生产企业可以聘用同一个自然人担任质量安全负责人。另外，部分企业会有化妆品生产许可证上登载的质量负责人就是质量安全负责人的误区，事实上，相比原《化妆品生产许可检查要点》中质量（部门）负责人的职责，质量安全负责人还需承担“产品配方和生产工艺的审核管理”，这对很多企业来说是研发和技术部门人员的职责。换言之，质量负责人主要负责工厂生产质量管理，而质量安全负责人应当是在企业中分管研发、技术、质量，甚至采购、生产等的管理人员，如总工、厂长、供应链负责人等，两者完全不能对等。

3、委托生产协议——职责判定的主要依据

在建立质量管理体系中提到的第一组关系，定好你要做的，即企业内部要设计好相关的流程、制度，其中签订委托生产协议是很重要的一环。

在规范的第五十二条再次细化，委托方应当与受托生产企业签订委托生产协议，明确委托事项、委托期限、委托双方的质量安全责任。

委托生产协议是重要的检查对象，因为会涉及到双方合作的细节，比如原料谁提供？留样怎么留？以及如果在生产过程中出现了问题，双方应该怎样协调沟通，如何划分责任，如何去补救等，这些都应该体现在委托生产合同中。作为检查中心的工作人员，王赛群特意提醒，委托生产协议要尽量具体细化，一旦在市场上发现问题，如抽检发现问题，或遇到消费者投诉，追究生产方和委托方的相关义务和职责边界时，委托生产协议是判定责任最主要的依据。

在签订委托生产协议时有一个不可回避的问题，由于委托方与被委托方话语权的不平等，在签订合同某些具体条约上可能会受到限制，是否会为了与行业内更加强势的企业合作，因而牺牲在合同细节上的部分话语权，这需要企业结合具体实际取舍。另外，通过委托生产协议明确了委托方与被委托方，被委托方如果因为实际产能跟不上等问题再次委托其他企业进行生产，这种二次委托行为是违法的，要追究其法律责任。简言之，注册备案的资料和标签必须与实际生产情况相符。

4、委托方的全程监督职责

除了建立质量管理体系外，规范对委托方的第二大要求是对受托生产企业的生产活动进行监督。这一点与《化妆品生产经营监督管理办法》第二十条相呼应：委托方应当委托取得相应化妆品生产许可的生产企业生产，并对其生产活动全过程进行监督。

在委托生产前，委托方需按照受托生产企业遴选标准，对受托生产企业资质进行审查，考察评估其生产质量管理体系运行状况和生产能力以及信用情况等，确保受托生产企业取得相应的化妆品生产许可且具备相应的产品生产能力。委托方出于对自己产品负责的考虑，最好做到周期性考察，并且做到实地考察，以及在涉及到委托延续的重要时间节点时，最好再次考察受托生产企业是否仍然符合遴选标准。

规范第五十三条明确规定了，委托方应当建立并执行受托生产企业生产活动监督制度，对各环节受托生产企业的生产活动进行监督。对监督内容、方式、频次等细节细化，可以分段进行监督。

委托方应当建立并执行受委托生产企业更换制度，发现受托生产企业的生产条件、生产能力发生变化，不再满足委托生产需要的，应当及时停止委托，根据生产需要更换受托生产企业。这是流程设置上的闭环，王赛群强调，委托生产关系牵一发而动全身，涉及到备案资料的变更、包材的损耗、产品的发行以及已出售产品的售后召回等问题，因此在选择生产企业时一定要慎重，相关的委托生产协议必须要明确。而一旦发现生产企业确实无法满足要求，该更换的时候一定不能拖泥带水，尽量将损失降到最低。

王赛群谈到他到一家企业检查的经历，发现该企业所有的车停放时均车头向内，车尾朝外，企业负责人解释说为避免汽车排放的尾气损害花坛里的绿植，所以规定车辆停靠时必须车尾向外。王赛群认为，正如这家企业根据自身的实际情况规定车辆朝向一样，具体问题必须具体分析。《化妆品生产质量管理规范》虽然对委托方提出了许多要求，但只是一个大致的框架，在具体细则以及执行上，给予了高度的自由，企业的规模、定位等存在巨大的差异，生产过程也不存在万能模板可以套用，一切以符合企业自身情况为基础。 （来源：化妆品报）

《儿童化妆品技术指导原则》新规新要求

2022年4月11日，中检院根据《化妆品监督管理条例》及配套法规文件，起草并发布了《儿童化妆品技术指导原则（征求意见稿）》（以下简称（征求意见稿））。

（征求意见稿）更严格细致地明确了儿童化妆品的技术要求，进一步明确儿童化妆品的具体要求，提出了儿童化妆品的配方设计应当遵循安全优先原则、功效必需原则、配方极简原则。为企业产品研发提供技术指导，也为技术审评以及备案管理提供依据。征求意见稿下载网址：www.nifdc.org.cn。

（来源：中检院）

中检院公开征求《化妆品中丙烯酸乙酯等

40种原料的检测方法》等意见的通知

为进一步完善化妆品技术标准，我院组织编制了《化妆品中丙烯酸乙酯等40种原料的检测方法（征求意见稿）》《化妆品中CI59040等24种原料的检测方法（征求意见稿）》和《化妆品中巯基乙酸等8种原料（征求意见稿）的检测方法》（附件1-3），现向社会公开征求意见。反馈意见请填写《意见反馈表》（附件4），并于2022年7月31日前发送电子邮件至hzpbwh@nifdc.org.cn。

附件（查询网址：www.nifdc.org.cn）：

1.化妆品中丙烯酸乙酯等40种原料的检测方法（征求意见稿）（略）

2.化妆品中CI59040等24种原料的检测方法（征求意见稿）（略）

3.化妆品中巯基乙酸等8种原料（征求意见稿）的检测方法（略）

4.意见反馈表（略） (来源：中检院）

苏州日化协会第四届二次

常务理事会（扩大）会议在绿叶科技集团召开

2022年7月8日，苏州市日用化学品行业协会第四届二次常务理事会（扩大）会议在会长单位绿叶科技集团隆重召开。江苏省药监局苏州检查分局张久锋主任出席并讲话，江苏日化协会理事长、苏州日化协会名誉会长、博克企业集团董事长李君图，苏州日化协会会长、绿叶科技集团董事长徐建成，协会监事长、秘书长、副会长及常务理事单位代表等30余人齐聚绿叶总部。听取会议信息和工作报告后，行业专家、学者、企业家们畅所欲言，分享企业经营经验，共商行业发展趋势。

张久锋主任讲话表示，苏州日化协会对行业和企业发展起到了重要的促进作用，希望协会能进一步发展壮大，更好地发挥协会服务效能。同时，他还对协会提出了三项要求：新《化妆品监督管理条例》及配套法规陆续落地，协会要清醒认识化妆品行业监管形势，组织企业认真学法，依法生产经营；国家药监局正组织开展药品安全专项整治行动，协会要帮助企业切实履行主体责任，助力化妆品产业高质量发展；协会要进一步夯实自身建设，当好政府与企业之间的参谋助手、桥梁纽带，让会员更有归属感和荣誉感。他表示，江苏省药监局苏州检查分局会进一步加强政企合作，与协会、企业三方合力，共同维护化妆品行业的美誉度。

会议上，江苏日化协会理事长、苏州日化协会名誉会长李君图首先向本次大会的成功召开表示热烈的祝贺。

徐建成会长主持会议并为会议发表致辞。他表示，苏州日化协会长期以来与江苏日化协会合署办公，两个协会的工作有分有合、优势互补。苏州日化协会上一届在李君图理事长的带领下，各项工作开展得有条不紊，希望今后苏州日化协会继续在江苏日化协会的指导和帮助下做好服务工作，为企业和行业做出更多的贡献。

苏州日化协会秘书长吴萍作协会2022年上半年工作总结报告，并介绍了下半年协会的工作要点，提出了具体的工作建议。苏州日化协会法人代表张爱东作协会2022年财务情况报告。苏州日化协会常务副秘书长刘冬通报了协会组织建设情况和有关任命孔楠为协会财务和信息化部主任的议案。

本次会议中，行业专家、学者、企业家们畅所欲言，围绕企业经营和行业协会发展建言献策，分享企业经营经验，共商行业发展趋势。

徐建成会长在总结时分享了“一点感触”和“两个任务”。他表示，苏州缺乏本土知名品牌企业，苏州互联网平台经济和品牌创新基因还有待加强，自己曾向有关领导提交关于加快苏州平台经济发展的建议；协会及会员企业需切实履行主体责任和义务，苏州本土企业如有需要可联名向主管部门反映发展诉求，协会也应发挥平台优势，组织拜访同行优秀企业，促进合作交流。

在寻求协作发展、共担行业重任的热烈气氛中，苏州日化协会第四届二次常务理事会（扩大）会议取得圆满成功。在主管部门的领导下，在江苏日化协会的关怀和指导下，苏州日化协会将继续发挥桥梁纽带作用，增强会员企业间的交流合作，引领会员企业走上科技化、数字化、品牌化的发展之路。

（来源：绿叶科技集团）

中国口腔协会理事长相建强

莅临绿叶调研指导并现场挥毫赠墨宝

7月7日，中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强一行莅临绿叶调研座谈，协会副秘书长钟艳琼、盛斌陪同。绿叶科技集团董事长徐建成携集团高管团队热情接待，民进中央开明画院执行院长、江苏省政协委员、苏州市政协常委、著名书画艺术家徐圭逊，清华大学艺术学博士后顾工等受邀作交流。

通过实地走访，相建强理事长对绿叶重视科研、扎根实体制造、积极奉献社会公益的发展理念大为赞赏，为绿叶大力发展线下连锁经营——绿叶超市连连称赞。相建强理事长、徐圭逊院长和顾工博士还在现场挥毫向徐建成董事长赠送墨宝，艺术家们联袂演绎一场挥洒自如、妙趣横生的书法盛宴。

下午14:30，相建强理事长一行抵达绿叶，徐建成董事长携高管热情陪同并全面参观绿叶总部产业园。绿叶智能制造中心拥有16条化妆品、个护产品和洗涤用品自动化生产线，采用德国EKATO、法国KALIX、瑞士ABB机器人等先进生产设备，其中一台自动旋盖机6月刚上线投产，相建强理事长一边参观、一边详细了解绿叶多款热销产品的生产供应及市场销售等情况。

绿叶总部研发中心内，徐建成董事长向协会考察团介绍，目前绿叶拥有三大生产基地和五大研发中心，绿叶十分重视科技研发、力促自主研发创新，每年将营业额的3%投入研发；绿叶还打造有业内不多见的消费者研究中心，拥有感官评估实验室、沙龙体验中心、恒温恒湿实验室等一系列专业实验室，可以覆盖肌肤屏障、美白功效、抗衰老评估、毛发评估等功效测试。此外，调研团还考察了绿叶超市全国000001号旗舰店、产品体验中心和公益展厅等处，绿叶狠抓线下的市场战略、优质独特的自主商品以及大爱的企业奉献精神，给相建强理事长留下了深刻的印象。

在会议室中，双方举行进一步交流座谈，探讨中国日化行业和口腔护理领域的发展，共商行业创新及未来趋势。徐建成董事长详细介绍了绿叶的整体经营发展情况以及各项目板块的发展规划和目标，其中，绿叶超市市场定位为3-5线城市的下沉市场和私域市场，目前已在全国建立3000余家绿叶超市，属中国日化行业首创自建连锁超市、中国连锁经营行业首创自主品牌商品的连锁超市、中国连锁经营行业首创自主研发产品+自主智能制造供应链，三个“首创”打造了线上、线下私域流量的坚固护城河。

绿叶有三大生产基地强大的供应链能力作为后盾，尤其是很多绿叶超市一级代理商刚刚集体考察过的江苏滨海净呼吸产业园具备国内一流的智能制造水平，徐董向协会领导仔细介绍了净呼吸卫生用品的自动化生产线，并诚挚邀请相建强理事长一行莅临净呼吸考察指导。

相建强理事长在座谈会上介绍了2021年国内外口腔市场的权威数据。2021年全国牙膏产量66万吨（以100g/支计算折合约为66亿支），其中出口量18-19万吨，产值285亿。通过研究分析2021年牙膏销售排行数据，与会人员对口腔行业市场规模、竞争格局及发展趋势有了深入的了解。相建强理事长还分析数据指出，自2020年1月牙膏生产许可证放开后，行业申领牙膏生产许可证的企业已由原先103家增至170余家，2022年1-4月牙膏产量增加4-5%；加之国内牙膏用量约400g/人/年，而国外牙膏用量700-800g/人/年，因此牙膏需求量还会持续上升，口腔行业市场还会有很大的发展空间，非常看好绿叶在牙膏产品和口腔护理方面的发展前景。

座谈会上，大家还一同分享了各位企业家的创业奋斗经历和心路历程，围绕企业经营、人才管理、发展理念、行业趋势等多方面进行了深入交流。

座谈会后，相建强理事长、徐圭逊院长、顾工博士特地在现场设笔墨纸砚，挥洒笔墨，以篆书、隶书、行书、草书等书法字体，书写了多幅墨宝赠送徐建成董事长。一幅幅大气磅礴、精美绝伦的书法作品，共祝美好未来。

（来源：绿叶科技集团）

助企纾困——虎丘区政协主席朱奚红一行

莅临走调研江苏奇力康

2022年6月15日，苏州市虎丘区政协主席朱奚红、区政协副主席周苏萍、区政协办公室主任张雷一行前往江苏奇力康皮肤药业有限公司进行走访调研，帮助企业纾困解难稳发展。江苏奇力康皮肤药业有限公司董事长吴克、总经理季春及各部门主管陪同调研。

在走访调研过程中，朱奚红主席认真详细了解了江苏奇力康的发展状况，企业规模，行业水平，以及如何在疫情期间克服种种不利因素，保障企业稳定发展，同时对奇力康22年来取得的成绩表示认可，对奇力康积极参与疫情防控保障工作，做好疫情常态化管理给予充分的肯定。

在调研会上，江苏奇力康皮肤药业有限公司主要领导和负责人认真听取了朱主席的建议，合理规划企业发展，为虎丘区的发展添砖加瓦，同时也积极发言汇报。奇力康董事长吴克先生代表公司向朱主席一行介绍了江苏奇力康的发展历程，作为一名民营企业家扎根苏州20多年，所取得的成绩得益于苏州市政府提供了优良的营商环境以及苏州自身的发展潜力。企业的发展得到了社会各界的支持和帮助，奇力康自成立起就积极参加各项爱心慈善捐赠活动回馈社会。现在自己作为一名虎丘区政协委员也必将为虎丘区的发展建言献策。

随后江苏奇力康皮肤药业有限公司季总向朱主席一行汇报了企业近年来的生产发展运营状况，介绍了企业的主营业务和未来的规划。最近两年由于疫情影响，奇力康将一部分研发生产精力投入到疫情防控，向政府企事业单位提供防疫物资保障。奇力康市场部副总张凤芝和技术部副总刘薇分别就疫情期间企业物流中转，产品销售，产品研发申报等方面工作进行了汇报。

最后，朱主席希望江苏奇力康稳扎稳打，脚踏实地发展，为人民群众研发更多更好用的产品，满足人们对于健康的需求。同时，虎丘区政协也为企业在人才引进，技术革新等方面提供一系列的支持和帮助。董事长吴克先生表示奇力康必将会努力拼搏，追求卓越，争创第一！

（来源：奇力康药业）

中国口腔协会理事长相建强莅临苏州华唐交流指导

7月8日，中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强一行莅临苏州华唐自动化科技有限公司交流指导，协会副秘书长钟艳琼、盛斌陪同，苏州华唐总经理武志华携高管团队热情接待。相建强理事长一行实地走访了华唐的新旧厂房，一边参观一边详细了解了华唐的发展历程、系列产品及未来的发展规划。

华唐的定位是为人生“四品”（食品、化妆品、药品、保健品）的生产质量保驾护航，做大健康产业的清洗灭菌解决方案的引领者。现有系列产品涵盖了从原料药称量到合成乳化、灌装包装等全流程相关环节的清洗灭菌设备，提供包括人员卫生（鞋底清洗机、洗手池、通风式鞋柜）-原材料（负压称量系统、原料称量桶清洗烘干灭菌机、无菌取样层流车）-乳化合成（密闭容器自动清洗灭菌系统CIP/SIP、移动储罐、半成品桶清洗烘干灭菌机）-内包材（玻璃瓶清洗机、塑料瓶离子清洗机、内塞内盖手拉片清洗灭菌机、制药铝瓶超声波清洗机等）-灌装系统（灌装机换产零配件清洗消毒机）-器具管道（管道及器具全自动清洗灭菌机）-灭菌柜（智能臭氧灭菌柜、脉动真空灭菌柜、纯蒸汽灭菌柜等）-周边设备等整个生产流程中相关工序所需的设备。

华唐旨在通过智能化、自动化、数字化的清洗灭菌产品，为人生“四品”的生产过程赋能，提高企业工作效率、减少人工成本的同时，最大化程度地帮助企业做好过程控制，降低生产过程中的污染、交叉污染以及混淆、差错等风险，助力企业生产出符合法规要求的高质量产品。

相建强理事长非常赞同华唐的定位和发展理念，在实地考察过程中，也就口腔相关产品生产过程中存在的清洗灭菌的问题与武志华总经理进行了沟通探讨，讨论的议题包括：包材清洁灭菌，原料负压称量系统，产品合成过程中防止交叉感染工艺控制，空间灭菌，灌装器具清洗灭菌，以及CIP/SIP系统等贯穿口腔护理产品生产过程质量控制体系。华唐也将就相建强理事长提出的问题展开课题研究、数据收集、实践操作，创新创造出更出色的清洗灭菌设备，确保洗消环节的稳定性、可靠性，助力企业生产出一致性、安全性的产品。企业的发展离不开行业协会的指导与帮助，华唐未来将更积极地参与各方行业协会的互动交流，促进自身持续健康地发展！ （来源：华唐）