**苏州日化**

2022年第9期 总第199期

2022年9月14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

* 国务院办公厅关于同意建立行业协会商会改革发展部际联席会议制度的函
* 国务院办公厅关于进一步加强商品过度包装治理的通知
* 国家药监局关于正式实施化妆品电子注册证的公告
* 国家药监局关于发布《化妆品中新康唑等8种组分的测定》化妆品补充检验方法的公告
* 农业农村部办公厅关于防蚊驱蚊类产品认定的意见
* 化妆品监督管理常见问题解答（一）
* 北京市化妆品审评检查中心关于普通化妆品备案常见问题一问一答
* 以苏州经验为蓝本 全省推行《江苏省线下实体店无理由退货规定》
* 江苏省局召开直销企业履行限制商品过度包装法律义务吹风会
* 关于中香协《化妆品用原料N-乙酰神经氨酸》等四项团体标准征求意见的通知
* 关于召开中国日用化工行业年会（2022）的通知
* 中国日化院关于“2022中国表面活性剂产业大会”及“2022中国国际表面活性剂产业博览会”延期举办的通知
* 中国日化院关于“2022中国国际个人护理用品原料、包装机械展览会（IPE2022）” 延期举办的通知
* 关于“第42届（2022）中国洗涤用品行业年会”及“2022（第15届）中国国际日化产品原料及设备包装展览会”调整举办日期的通知
* 苏州日化协会应邀参观副会长单位——苏州安特化妆品股份有限公司
* 徐建成1对1帮扶在山西再添100名，总计917名受资助小学生
* 隆力奇：不做“刺客”，让消费者买得到、用得起！

国务院办公厅关于同意建立行业协会商会

改革发展部际联席会议制度的函

国办函〔2022〕89号

国家发展改革委、民政部：

你们关于建立行业协会商会改革发展部际联席会议制度的请示收悉。经国务院同意，现函复如下：

国务院同意建立行业协会商会改革发展部际联席会议制度。联席会议不刻制印章，不正式行文，请按照党中央、国务院有关文件精神认真组织开展工作。行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组同时撤销。

附件：行业协会商会改革发展部际联席会议制度（略）

国务院办公厅

2022年8月23日

查询网址：www.gov.cn

国务院办公厅关于进一步加强

商品过度包装治理的通知

国办发〔2022〕29号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

商品过度包装是指超出了商品保护、展示、储存、运输等正常功能要求的包装，主要表现为包装层数过多、包装空隙过大、包装成本过高、选材用料不当等。近年来，各地区、各部门按照《国务院办公厅关于治理商品过度包装工作的通知》（国办发〔2009〕5号）部署，认真推进商品过度包装治理，完善相关法律法规标准，取得积极进展。但治理工作仍存在不少薄弱环节和突出问题，尤其是随着消费新业态快速发展，商品过度包装现象有“卷土重来”之势。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，进一步加强商品过度包装治理，经国务院同意，现就有关事项通知如下。

一、高度重视商品过度包装治理工作

各地区、各部门要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平生态文明思想，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展，认真贯彻落实固体废物污染环境防治法、消费者权益保护法、标准化法、价格法等法律法规和国家有关标准，充分认识进一步加强商品过度包装治理的重要性和紧迫性，在生产、销售、交付、回收等各环节明确工作要求，强化监管执法，健全标准体系，完善保障措施，坚决遏制商品过度包装现象，为促进生产生活方式绿色转型、加强生态文明建设提供有力支撑。到2025年，基本形成商品过度包装全链条治理体系，相关法律法规更加健全，标准体系更加完善，行业管理水平明显提升，线上线下一体化执法监督机制有效运行，商品过度包装治理能力显著增强。月饼、粽子、茶叶等重点商品过度包装违法行为得到有效遏制，人民群众获得感和满意度显著提升。

二、强化商品过度包装全链条治理

（一）加强包装领域技术创新。推动包装企业提供设计合理、用材节约、回收便利、经济适用的包装整体解决方案，自主研发低克重、高强度、功能化包装材料及其生产设备，创新研发商品和快递一体化包装产品。充分发挥包装企业在推广简约包装、倡导理性消费中的桥梁纽带作用，推动包装设计、商品生产等上下游各环节践行简约适度理念。（工业和信息化部和各地方人民政府按职责分工负责）

（二）防范商品生产环节过度包装。督促指导商品生产者严格按照限制商品过度包装强制性标准生产商品，细化限制商品过度包装的管理要求，建立完整的商品包装信息档案，记录商品包装的设计、制造、使用等信息。引导商品生产者使用简约包装，优化商品包装设计，减少商品包装层数、材料、成本，减少包装体积、重量，减少油墨印刷，采用单一材料或便于分离的材料。（工业和信息化部、市场监管总局等部门和各地方人民政府按职责分工负责）督促商品生产者严格遵守标准化法要求，公开其执行的包装有关强制性标准、推荐性标准、团体标准或企业标准的编号和名称。（市场监管总局和各地方人民政府按职责分工负责）引导医疗机构针对门诊、住院、慢性病等不同场景和类型提出药品包装规格需求。引导药品生产者优化药品包装规格。（国家卫生健康委、国家药监局和各地方人民政府按职责分工负责）

（三）避免销售过度包装商品。督促指导商品销售者细化采购、销售环节限制商品过度包装有关要求，明确不销售违反限制商品过度包装强制性标准的商品。加强对电商企业的督促指导，实现线上线下要求一致。鼓励商品销售者向供应方提出有关商品绿色包装和简约包装要求。（商务部、市场监管总局和各地方人民政府按职责分工负责）督促指导外卖平台企业完善平台规则，对平台内经营者提出外卖包装减量化要求。（商务部负责）督促指导餐饮经营者对外卖包装依法明码标价。（市场监管总局和各地方人民政府按职责分工负责）

（四）推进商品交付环节包装减量化。指导寄递企业制修订包装操作规范，细化限制快递过度包装要求，并通过规范作业减少前端收寄环节的过度包装。鼓励寄递企业使用低克重、高强度的纸箱、免胶纸箱，通过优化包装结构减少填充物使用量。（国家邮政局和各地方人民政府按职责分工负责）推行快递包装绿色产品认证，推广使用绿色快递包装。（国家邮政局、市场监管总局负责）督促指导电商平台企业加强对平台内经营者的引导，提出快递包装减量化要求。（商务部负责）督促指导电商企业加强上下游协同，设计并应用满足快递物流配送需求的电商商品包装，推广电商快件原装直发。（商务部、国家邮政局、工业和信息化部按职责分工负责）

（五）加强包装废弃物回收和处置。进一步完善再生资源回收体系，鼓励各地区以市场化招商等方式引进专业化回收企业，提高包装废弃物回收水平。鼓励商品销售者与供应方订立供销合同时对商品包装废弃物回收作出约定。（商务部和各地方人民政府按职责分工负责）进一步完善生活垃圾清运体系，持续推进生活垃圾分类工作，健全与生活垃圾源头分类投放相匹配的分类收集、分类运输体系，加快分类收集设施建设，配齐分类运输设备，提高垃圾清运水平。（住房城乡建设部和各地方人民政府按职责分工负责）

三、加大监管执法力度

（六）加强行业管理。进一步细化商品生产、销售、交付等环节限制过度包装配套政策。加强对电商、快递、外卖等行业的监督管理，督促指导相关行业优先采用可重复使用、易回收利用的包装物，优化物品包装，减少包装物的使用。督促生产经营者落实国家限制过度包装相关法律标准，将该项任务纳入年度工作计划及有关部署，及时掌握本行业过度包装情况，建立提示、警示、约谈等行政指导机制。（工业和信息化部、农业农村部、商务部、市场监管总局、国家邮政局等部门按职责分工负责）

（七）强化执法监督。针对重要节令、重点行业和重要生产经营企业，聚焦月饼、粽子、茶叶、保健食品、化妆品等重点商品，依法严格查处生产、销售过度包装商品的违法行为，尤其要查处链条性、隐蔽性案件。对酒店、饭店等提供高端化定制化礼品中的过度包装行为，以及假借文创名义的商品过度包装行为，依法从严查处。压实电商平台企业主体责任，督促其加强平台内经营者主体资质和商品信息审核并积极配合监管执法。坚持线上线下一体化监管，建立健全对电商渠道销售过度包装商品的常态化监管执法机制，依法查处线上销售过度包装商品的违法行为。畅通消费者投诉渠道，对消费者反映强烈的突出问题，依法从严查处。加强对企业公开其执行包装有关标准情况的执法检查。适时向社会曝光反面案例。（市场监管总局等部门和各地方人民政府按职责分工负责）及时对落实限制商品过度包装强制性标准进展滞后的地区予以督促整改，对落实成效显著的地区予以通报表扬。（市场监管总局负责）及时组织开展商品过度包装治理进展情况社会满意度调查。（国家发展改革委负责）通过“双随机、一公开”等方式对寄递企业进行过度包装执法检查，组织快递过度包装专项抽查，强化快递包装质量监督。（国家邮政局和各地方人民政府按职责分工负责）

四、完善支撑保障体系

（八）健全法律法规。研究推动循环经济促进法等法律法规与固体废物污染环境防治法有效衔接，进一步强化市场主体法律责任，提高违法成本。（国家发展改革委、司法部等部门按职责分工负责）研究修订《快递暂行条例》，细化限制快递过度包装管理和处罚要求。（国家邮政局、司法部按职责分工负责）鼓励有条件的地方制修订限制商品过度包装地方法规。（各地方人民政府负责）

（九）完善标准体系。制定食用农产品限制过度包装强制性标准，明确水果等食用农产品过度包装判定依据。（市场监管总局、农业农村部按职责分工负责）适时修订食品和化妆品限制过度包装强制性标准，进一步细化有关要求。（市场监管总局、工业和信息化部按职责分工负责）制定限制快递过度包装强制性标准。（市场监管总局、国家邮政局按职责分工负责）修订限制商品过度包装通则标准，提出更适用的要求。针对玩具及婴童用品、电子产品等领域，制定推行简约包装和限制过度包装的推荐性国家标准，明确判定过度包装的依据，引导包装减量化。（市场监管总局负责）制定电子商务物流绿色包装技术和管理方面的行业标准。（商务部负责）建立强制性标准实施情况统计分析报告制度，面向产业集聚区开展包装强制性标准实施情况统计分析试点，动态反馈和评估实施效果，不断强化标准实施。（市场监管总局负责）

（十）强化政策支持。将商品过度包装、快递过度包装执法检查所需经费纳入本级财政预算，保障执法检查工作有序开展。（各地方人民政府负责）安排中央预算内投资支持符合条件的可循环快递包装配送体系建设、专业化智能化回收设施建设等项目。（国家发展改革委负责）完善政府绿色采购政策，进一步细化商品包装政府采购需求标准，研究明确强制采购要求，发挥政府采购引导作用。（财政部负责）依托国家重点研发计划项目部署开展快递包装绿色设计、低能耗智能物流配送等方面技术研发。（科技部负责）

（十一）加强行业自律。督促指导食品和化妆品生产领域主要行业协会定期向社会发布杜绝商品过度包装报告，公布行业遵守相关法律法规标准和推广简约包装情况。（工业和信息化部等部门负责）加强限制商品过度包装法律法规标准宣贯培训，将限制商品过度包装纳入行业经营自律规范、自律公约，引导重点生产和销售企业带头推广简约包装，积极向社会公布商品包装情况。（相关行业协会负责）

五、强化组织实施

（十二）加强部门协同。国务院有关部门要各司其职、各负其责，加大指导、支持和督促力度，确保各项任务落实到位。国家发展改革委、市场监管总局、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家邮政局等有关部门要建立工作会商机制，加强统筹协调，强化政策衔接，及时沟通进展情况，研究解决重大问题，重大情况及时按程序向国务院请示报告。（各有关部门按职责分工负责）

（十三）落实地方责任。地方各级人民政府是商品过度包装治理工作的责任主体，要严格落实责任，健全工作机制，加强组织实施，将治理商品过度包装作为生态文明建设的重要内容抓实抓好，可结合实际研究制定针对性配套措施。（各地方人民政府负责）

（十四）加强宣传教育。按照“谁执法谁普法”普法责任制要求，积极开展限制过度包装普法宣传教育。通过报纸、广播电视、新媒体等渠道，大力宣传限制商品过度包装的标准和政策，加强正面宣传，积极报道典型做法、先进单位和个人，营造良好社会氛围。发挥媒体监督作用，加强对违法违规问题的曝光。鼓励消费者绿色消费，购买简约包装商品。各级行政机关、社会团体、事业单位、国有企业要带头自觉抵制过度包装商品。（中央宣传部等部门和各地方人民政府按职责分工负责）

国务院办公厅

2022年9月1日

国家药监局关于正式实施化妆品电子注册证的公告

2022年第64号

为贯彻落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革的重要决策部署，依据《中华人民共和国电子签名法》《全国一体化在线政务服务平台电子证照管理办法（试行）》《国家药品监督管理局电子证照管理办法（试行）》等，现就正式实施化妆品电子注册证有关事项公告如下：

一、自2022年10月1日起，按照《化妆品注册备案管理办法》获准注册的特殊化妆品和化妆品新原料，及获准注册证变更、延续的特殊化妆品，发放电子注册证。此前已发放的纸质注册证在其有效期内继续有效。

二、自2022年10月1日起，获准注册证变更的特殊化妆品，注册人（境内责任人）应当按照《化妆品注册备案管理办法》《化妆品注册备案资料管理规定》等规定，向国家药监局行政许可事项受理服务部门交还其持有的纸质注册证。

三、特殊化妆品和化妆品新原料电子注册证生成后将推送至注册人（境内责任人）网上办事大厅的法定代表人空间，推送成功即送达，注册人（境内责任人）可登录领取。

四、注册人应当正确使用和妥善保管电子注册证，电子注册证可实现即时领取证书、短信提醒、证书授权、扫码查询、在线验证、全网共享等功能，涉及电子注册证获取、使用等相关问题解答可查看网上办事大厅“电子证照常见问题解答”栏目。

特此公告。

　　国家药监局

　　2022年8月12日

国家药监局关于发布《化妆品中新康唑等8种组分的测定》化妆品补充检验方法的公告

2022年第77号

根据《化妆品监督管理条例》，国家药监局批准《化妆品中新康唑等8种组分的测定》化妆品补充检验方法，现予发布。

附件：化妆品中新康唑等8种组分的测定（BJH 202202）（略）

　　国家药监局

　　2022年9月8日

查询网址：www.nmpa.gov.cn

农业农村部办公厅关于防蚊驱蚊类产品认定的意见

各省、自治区、直辖市农业农村（农牧）厅（局、委），新疆生产建设兵团农业农村局：

近年来，各地在市场监督检查中发现多种标称以植物提取成分为原料，具备防蚊驱蚊功能的“防蚊贴”“防蚊剂”“防蚊液”“驱蚊手环”等产品。我部对此类产品是否属于《农药管理条例》（以下简称《条例》）规定的农药进行了研究，现提出以下意见。

根据《条例》第二条第一款规定，农药是指用于预防、控制危害农业、林业的病、虫、草、鼠和其他有害生物以及有目的地调节植物、昆虫生长的化学合成或者来源于生物、其他天然物质的一种物质或者几种物质的混合物及其制剂。根据《条例》第二条第二款规定，农药包括用于预防、控制蚊、蝇、蜚蠊、鼠和其他有害生物的一种物质或者几种物质的混合物及其制剂。据此，判定某种产品是否属于农药，应当根据该产品的功能用途、使用场所、保护对象等进行界定。如果产品的标签、说明书标明该产品具有防蚊驱蚊功能，无论其有效成分是化学成分还是植物源性成分，该产品都属于农药范畴，依法应当按农药进行管理。 （来源：农业农村部办公厅）

查询网址：http://www.moa.gov.cn

化妆品监督管理常见问题解答（一）

问1：化妆品注册备案过程中如何正确填报化妆品原料安全信息？

答：根据《化妆品监督管理条例》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品安全技术规范》等法规和技术规范规定，化妆品注册人、备案人应当对化妆品原料进行安全性风险评估，在注册备案过程中填报产品配方使用的原料安全信息。为了促进我国化妆品行业的原料安全管理水平，国家药监局充分利用信息化手段，组织建立化妆品原料安全信息报送平台，方便原料企业统一填报原料安全信息，生成原料报送码。化妆品注册人、备案人可仅填报原料生产商提供的原料报送码由平台进行关联，无需重复填报详细的原料安全信息，提高化妆品注册备案工作效率。基于保护商业秘密考虑，原料安全信息平台仅供化妆品原料企业填报使用。原料企业在向化妆品注册人、备案人提供原料报送码的同时，还应当提供必要的化妆品原料安全信息。对尚无原料报送码的，并不影响化妆品注册备案工作，化妆品注册人、备案人可根据原料生产商出具的原料安全信息文件，在化妆品注册备案平台填报原料安全相关信息。

问2：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》（2021年 第50号，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。

问3：已注册备案产品为何需要补充填报相关资料？

答：为规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全，《条例》《办法》和《化妆品注册备案资料管理规定》对化妆品注册备案应当提交的资料做出明确规定。《条例》及相关配套法规实施前，企业通过旧平台中提交的注册备案资料相对简单，以国产产品备案为例，除产品配方成分信息、销售包装外，其他相关资料由企业存档备查，造成了一些必要的产品信息缺失，给消费者健康安全带来隐患。新的注册备案管理相关法规实施后，为了提高注册备案工作效率，维护消费者健康权益，有必要对仍然继续生产、销售的旧平台已注册备案产品的数据进行补充完善。需要说明的是，在新平台提交补充资料均为原由企业存档备查的注册备案资料，并未对注册人、备案人增加新的要求。同时，考虑到新旧法规衔接需要，国家药监局对注册人、备案人补充填报资料设置了合理的过渡期。补充填报资料作为证明相关产品符合《条例》及其配套法规规定的必要条件，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。

问4：备案人主动注销备案和备案管理部门取消备案有何区别？不再继续生产、进口的备案产品是否需要主动注销？

答：根据《条例》《办法》和化妆品注册备案相关法规规定，对不再生产、进口的产品，备案人可在备案平台主动申请注销。备案人主动注销产品既有利于维护消费者的知情权，同时提高了监管部门效率。申请主动注销的产品，如不存在违反法律法规的情形，备案信息注销前已上市的相关产品，可以销售至保质期结束。而监管部门取消备案是对违法行为的惩罚措施，按照《条例》六十五条规定，备案部门取消备案的产品自取消备案之日起不得上市销售、进口，仍然上市销售、进口该产品的，监管部门将按照规定依法予以处罚。建议普通化妆品备案人、境内责任人尽快对已完成备案的产品进行梳理，拟继续生产、进口的，应当按要求提交年度报告并补充填报相关资料；对不再生产、进口的应当主动申请注销产品备案。考虑到新旧平台衔接过程中，有些备案人、境内责任人尚未注册新平台账号，为更好地服务企业，这些备案人、境内责任人可向所在地省级药品监管部门提出主动注销备案的书面申请，由备案管理部门协助完成在新平台进行备案产品的主动注销和公示信息更新，以免影响相关产品继续上市销售和进口。 （来源：江苏省药监局）

北京市化妆品审评检查中心

关于普通化妆品备案常见问题一问一答

问题1：《化妆品标签管理办法》2022年5月1日起施行，在此之前申请注册或者进行备案的化妆品的标签还会存在于市面上吗？

答：会的。根据《国家药监局关于发布实施<化妆品标签管理办法>的公告》（2021年第77号），自2022年5月1日起，申请注册或者进行备案的化妆品，必须符合《办法》的规定和要求；此前申请注册或者进行备案的化妆品，未按照本《办法》规定进行标签标识的，化妆品注册人、备案人必须在2023年5月1日前完成产品标签的更新，使其符合《办法》的规定和要求。

问题2：消费者在识别化妆品时，有什么要特别关注避免踩坑的吗？

答：首先，您要先判断一下您购买的是否是化妆品。根据《化妆品监督管理条例》第三条，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。

其次，对特别的化妆品商标名称要保持警惕。根据《化妆品标签管理办法》第八条，化妆品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。

最后，对化妆品配方中的原料含量要学会识别。根据《化妆品标签管理办法》第十二条，化妆品标签应当在销售包装可视面标注化妆品全部成分的原料标准中文名称，以“成分”作为引导语引出，并按照各成分在产品配方中含量的降序列出。化妆品配方中存在含量不超过 0.1%（w/w）的成分的，所有不超过 0.1%（w/w）的成分应当以“其他微量成分”作为引导语引出另行标注，可以不按照成分含量的降序列出。

问题3：关于化妆品“小样”的标签，消费者应当注意什么？

答：根据《化妆品标签管理办法》第二十一条，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。“小样”上的标签标识，和“正品”一样，应当标注的一个也不能少。

根据《化妆品标签管理办法》第十七条，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。

具有包装盒的小规格包装产品，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。

问题4：购买儿童化妆品时，关于儿童化妆品的标签需要关注什么呢？

答：根据《儿童化妆品监督管理规定》第三条，儿童化妆品是指适用于年龄在12岁以下（含12岁）儿童，具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。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。

根据《儿童化妆品监督管理规定》第六条，儿童化妆品应当在销售包装展示面标注国家药品监督管理局规定的儿童化妆品标志，即“小金盾”；第十三条，儿童化妆品标签不得标注“食品级”“可食用”等词语或者食品有关图案。

问题5：有了“小金盾”，是否代表这款儿童化妆品经过了国家审批和质量认证呢？

答：不是。“小金盾”是儿童化妆品区别于成人化妆品、消毒产品、玩具等其他易混淆产品的区别性标志，非儿童化妆品不得标注这个标志。化妆品包装上标注“小金盾”，仅说明这个产品属于儿童化妆品，并不代表该产品已经获得监管部门审批或者质量安全得到认证。

（来源：北京市化妆品审评检查中心）

以苏州经验为蓝本

全省推行《江苏省线下实体店无理由退货规定》

近日，江苏省市场监管局会同江苏省消保委以规范性文件形式发布《江苏省线下实体店无理由退货规定》，秉承“政府倡导、企业自愿、承诺即受约束”的原则，在全省全面推动线下实体店购物无理由退货承诺，通过给予消费者充分的选择权和后悔权，进一步释放消费潜力，促进消费持续恢复。

该《规定》共23条，包括开展无理由退货的目的依据、范围、原则、承诺内容、商品完好的判定标准、退货程序和要求、监督管理等内容。

1、明确实施原则。线下实体店无理由退货承诺坚持“政府倡导、企业自愿、承诺即受约束”的原则。

2、明确适用范围。在江苏省行政区域内，具有合法经营主体资格的线下实体店经营者均可参加。从事相关服务的经营者为消费者提供无理由退订服务的可参照本规定执行。

3、明确经营者告知义务。承诺无理由退货的经营者应当公开展示市场监管部门统一制作的“无理由退货承诺单位”标识，并将承诺内容、适用无理由退货的商品范围、退货条件、退货时限、退货流程以及相关说明等，以张贴、悬挂、摆放、电子屏等形式在营业场所醒目位置明示。

4、明确无理由退货的条件和程序。规定了退货时限、商品完好标准及不完好标准、返款方式、运费承担及排除适用的情形。鼓励同品牌连锁实体店、厂方直营实体店、商场和超市等推行异地异店无理由退货服务承诺，探索建立生产与流通同步、线上与线下同步的“厂商一体化”无理由退货机制。

5、明确监管要求。全省各级市场监管部门、消费者权益保护组织建立动态名录库，对线下实体店无理由退货单位实行动态管理。鼓励省以下地方人民政府建立无理由退货先行垫付制度，设立无理由退货先行垫付资金，建立无理由退货信息平台，确保消费者48小时内收到退款。 （来源：苏州市场监管）

江苏省局召开直销企业

履行限制商品过度包装法律义务吹风会

9月6日，省市场监管局组织召开直销企业履行限制商品过度包装法律义务吹风会。省局价监竞争处、信用风险局、标准化处、执法稽查局有关负责同志，江苏安惠生物科技有限公司、康宝莱（中国）保健品有限公司、江苏隆力奇生物科技股份有限公司、欧瑞莲化妆品（中国）有限公司、苏州绿叶日用品有限公司、南京中脉科技发展有限公司相关负责人参加了会议。

会议介绍了我省整治商品过度包装的相关情况；直销企业汇报了履行限制商品过度包装法律义务和自查自纠的基本情况；省局价监竞争处、信用风险局、标准化处、执法稽查局结合各自职能对企业进行了行政指导。

会议强调，各直销企业要落实好主体责任，履行好限制商品过度包装的法律义务。一是贯彻国家标准，守牢法律基准线。要不折不扣履行法律责任，将国家标准的要求落实到企业生产和经营中去，切实限制商品过度包装。二是提升产品质量，筑牢企业生命线。要把提升产品质量当作企业的生命线来管理，建立起一整套的全链条管理体系，严格按照国家标准、行业标准生产和经营，为消费者提供质量可靠、性价比高的优质产品。三是规范经营宣传，绷紧合规警戒线。坚持正确的宣传导向，采取切实措施，杜绝营销人员在产品功效等方面作夸大、虚假宣传，尤其是不使用过度的商品包装作为噱头，误导、引诱消费者进行消费。

会后，6家直销企业通过国家企业信用信息公示系统向社会作出6项公开承诺，承诺严格遵守限制过度包装法律义务。

一、严守国家标准。严格落实《固体废物污染环境防治法》《限制商品过度包装要求食品和化妆品》及第1号修改单的国家标准规定。严格执行食品、化妆品等行业的法律法规标准，加强标签审核，准确清晰标识成分信息。

二、坚持产品导向。持续提升研发创新能力，不断提高生产工艺技术水平，生产出更加优质、绿色低碳环保的产品，树牢直销企业以产品为导向的生产经营理念。

三、加强包装管理。强化对包装材料供应商的审核，选购符合国家标准的包装材料，不断提升包装产业链、供应链管控水平。

四、尊重消费者选择权。不使用商品包装为噱头误导、引诱消费，保障消费者退换货权利。

五、营造绿色消费舆论环境。在经营过程中，充分利用直销企业直接向最终消费者推销产品的优势，加大宣传力度，提高消费者对限制商品过度包装标准的认识，倡导合理消费。

六、自觉接受监督。倡导简约包装、绿色消费，切实维护消费者合法权益。自觉接受监管部门、新闻媒体和消费者的监督。

（来源：江苏药监局）

关于中香协《化妆品用原料 N-乙酰神经氨酸》

等四项团体标准征求意见的通知

各相关单位：

根据《中国香料香精化妆品工业协会团体标准管理办法（试行）》的相关要求，中国香料香精化妆品工业协会组织制定了《化妆品用原料 N-乙酰神经氨酸》等四项团体标准，现公开征求意见，请于2022年10月10日前将意见反馈表以传真或电子邮件形式反馈至协会化妆品部。

化妆品部联系人：张鹏 15910953475 zhangpeng@caffci.org

刘洋 13911690632 liuy@caffci.org

附件（略）：

1.《化妆品用原料 N-乙酰神经氨酸》征求意见稿及编制说明

2.《化妆品用原料 二乙氨羟苯甲酰基苯甲酸己酯》征求意见稿及编制说明

3.《化妆品用原料 二苯酮－4》征求意见稿及编制说明

4.《化妆品用原料 奥克立林》征求意见稿及编制说明

5.征求意见反馈表

中国香料香精化妆品工业协会
二〇二二年九月七日

查询网址：http://www.caffci.org/

关于召开中国日用化工行业年会（2022）的通知

各会员企业及有关单位：

2022年是中国日化行业稳经济、求发展的重要阶段。新冠疫情、贸易摩擦和复杂多变的国际环境等多重因素，给日化行业的高质量发展带来诸多机遇与挑战。为进一步剖析新形势下更多机遇和潜在动力，中国日用化工协会将于2022年10月10-12日在广州市召开“2022中国日用化工行业年会”。

本届年会将以“构建新活力 谋划新机遇”为主题，邀请行业管理部门领导、国内资深专家、学者、优秀企业家等针对行业现状和发展趋势进行分享和深度讨论。

会议期间将召开“第二届中国香氛产业高质量发展论坛”、“中国家居清洁护理行业创新发展论坛”和“化妆品科学与技术创新发展论坛”。

一、会议主题

构建新活力 谋划新机遇

二、会议时间及地点

时间：2022年10月10-12日

地点：广州·南丰朗豪酒店

三、会议秘书处

地  址：北京市东城区东长安街 6号316室

邮 箱：service@chcia.org.cn

联系人：

徐  茹（13501001201） 赵旸宇（13521823890）

陈  伟（13520586205） 宁仲锐（18434379946）

刘  璟（18601319373) 程 伟（13141217456）

（节选自：中国日化协会）

查询网址：https://mp.weixin.qq.com/s/uaaZq5sFlJA0wf7wcJ3zsw

中国日化院关于“2022中国表面活性剂产业大会”及“2022中国国际表面活性剂产业博览会”

延期举办的通知

根据上级指示精神及当前疫情形势综合考虑，也为更好配合政府做好疫情防控工作，更好地保障各位参展商、观众及广大日化同仁的切身利益和身体健康，并确保活动成功顺利举办，经充分听取各方面意见，审慎决定原计划于2022年10月10日至12日在广州市南丰朗豪酒店举办的“2022中国表面活性剂产业大会”及在广州市南丰国际会展中心举办“2022中国国际表面活性剂产业博览会”延期至2022年11月13日至16日，举办地点不变。

对于活动延期举办给您带来的不便，我们深表歉意。我们相信，所有与会人员都希望在一个安全、健康、有序、温馨的环境下共同参与盛会。我们将竭诚为您做好会议和展会服务工作，致力为大家创造更多的商机和价值。

守望相助，共克时艰，相聚有时，再会不远，待疫去花开，我们在羊城广州相聚。 （来源：中国日用化学工业研究院）

中国日化院关于“2022中国国际个人护理用品原料、包装机械展览会（IPE2022）” 延期举办的通知

鉴于当前疫情形势依然严峻，并叠加诸多不确定或不可控因素，为了更好地保障各位参展商、观众及广大日化同仁的切身利益和身体健康，并确保展会成功顺利举办，经与各相关方面密切沟通，综合研判，我们审慎决定原计划于2022年9月21日至24日举办的“2022中国国际个人护理用品原料、包装机械展览会（IPE2022）”延期至2022年10月27日至30日举办，举办地点不变。

对于展会延期举办给您带来的不便，我们深表歉意。感谢各位参展商、观众及日化同仁的理解与支持。如有任何需要协助解决的问题，请随时联系我们，我们将竭诚为您提供服务。祝中秋快乐，期待10月广州再相聚。

（来源：中国日用化学工业研究院）



苏州日化协会应邀参观副会长单位

——苏州安特化妆品股份有限公司

2022年9月13日，受苏州安特化妆品股份有限公司邀请，苏州日化协会部分企业领导在会长徐建成的带领下参观了苏州安特化妆品股份有限公司位于苏州高新区的新工厂，并进行了亲切的交流座谈。

苏州日化协会名誉会长李君图、副会长陈民、张爱东、毛建林以及部分常务理事单位代表、协会秘书处等15人参加了此次交流活动。

交流会上，李继承总经理欢迎并感谢苏州日化协会的各位领导、行业同仁出席本次活动，他向各位介绍了安特新工厂的投建过程和安特近期的发展规划，希望协会领导、同仁能为安特未来的发展提供宝贵的建议。

会长徐建成、名誉会长李君图先后致辞，充分肯定了安特在苏州化妆品领域取得的成就，祝贺安特新工厂正式投产运营，并祝愿安特在化妆品领域的发展再登新高地，带动苏州、江苏化妆品行业持续健康发展。

交流会上气氛融洽，大家纷纷表示对安特的未来发展充满期待，并送上美好的愿景。

交流会结束后，李继承总经理带领大家参观了新工厂的生产车间和产品展厅。安特新工厂的设计、布局、管理和经营受到了大家的一致好评。

（苏州日化协会）

徐建成1对1帮扶在山西再添100名，

总计917名受资助小学生

千里送爱心，真情助学梦。继7月17日远赴重庆1对1帮扶100名学生后，绿叶科技集团董事长徐建成于8月15日再次来到千里之遥的山西省忻州市五台县东冶实验小学，开展爱心助学活动。徐建成董事长1对1帮扶学生再添100名，至此帮扶学生总数已达917名。

山西省人大驻东冶镇大朴村第一书记陈青祥处长、五台县东冶镇党委书记姚旺胜、绿叶科技集团董事长徐建成、五台县教科局党委副书记李开成、绿叶科技集团市场管理部总监吴会云以及东冶实验小学校长徐向英等领导和学生代表近百余人参加了捐赠仪式。捐赠仪式在东冶实验小学多功能会议室隆重举行，由东冶实验小学党支部书记魏波主持。

在充满温暖和激动的氛围中，姚旺胜书记首先代表东冶镇党委、政府，向徐建成董事长和各位嘉宾表示热烈的欢迎。他在讲话中指出，徐建成董事长情系教育、捐资助学的善举，给孩子们带来的不仅是经济上的帮助，更重要的是精神上的鼓励，希望受资助的全体同学心存感恩、发奋学习、不负众望，用优异的成绩回报社会。

李开成副书记代表五台县教育科技局，感谢徐建成董事长为五台县100名小学生送来了温暖，这种心系教育、乐善好施的义举将福泽千秋。他真诚欢迎各位嘉宾继续关心五台县东冶实验小学，支持学校的发展，为五台教育加油助力。

徐建成董事长发表热情讲话，详细介绍了自己艰苦创业的奋斗历程，并介绍了绿叶科技集团目前的发展以及今后帮扶资助学生的宏愿。他表示，未来将持续推进1对1帮扶项目，为更多的孩子带来希望，守护他们成长。

徐向英校长代表东冶实验小学全体师生对徐建成董事长的善行善举表示真诚的感谢，并介绍了东冶实验小学的发展情况。她表示，学校将教育孩子们学会感恩、学会回报，将爱的事业传承和发扬下去，向关心、支持学校的各界人士交上满意的答卷。

仪式上，徐建成董事长向徐向英校长递交了爱心捐赠牌。五台县东冶实验小学、五台县东冶镇党委、五台县教科局为表达对徐建成董事长帮扶助学的感谢之情，分别制作了三面精美的爱心助学锦旗赠送给徐建成董事长，全场响起了热烈的掌声。

据悉，1对1帮扶助学行动始于2005年。2005年秋，徐建成董事长回到家乡江苏滨海，为19名因家庭困难而面临失学的孩子们提供了帮助。从那年起，通过1对1长期帮扶的方式，爱心助学款逐渐开始汇往全国各地，至今已累计1对1帮扶917名学生，帮扶学生总数达3500余名。未来，在徐建成董事长的带领下，绿叶将在全国各地持续推进1对1帮扶项目，用爱心点燃孩子们求学的希望。

（来源：绿叶科技集团）

隆力奇：不做“刺客”，让消费者买得到、用得起！

继买不起房、加不起油、吹不起空调后，现在很多人连在夏天吃一根雪糕，也都要成为“奢侈消费”了。“让中国95%的消费者可以买到我们的产品”，这是隆力奇董事长徐之伟一直追求的目标。这一目标包括两层含义，一是中国95%消费者可以买得起，二是中国95%消费者可以买得到。

可能有些年轻的朋友看到把“买得起”作为目标可能会心生疑惑，其实在上世纪90年代，国内日化市场一直被外资巨头垄断，消费者只能用高价购买国际日化寡头的低端货，中国本土品牌在夹缝中生存，消费者无可奈何。

看到这种局面之后，徐之伟就下定决心扭转这种局面，“让广大民众都能够买得到、用得起日用化妆品”成为隆力奇进入日化行业的使命。在一系列民族品牌被陆续收购的今天，唯有隆力奇独树一帜，高擎民族日化企业的大旗。

在隆力奇爱家生活体验馆，你可以买到2元钱一支的护手霜，从香味到手感，都让人感觉很舒服，绝不亚于外资日化巨头的高价产品，这些优质产品在全国各大超市商场同样是畅销货，这就是隆力奇的经营哲学，把实实在在的优惠给中国的消费者，打破外资寡头垄断市场价格的企图。

同时，隆力奇在硬件方面投入巨大，先后斥资6亿元，建造占地6万平方米、建筑面积8万平方米的“智能化新工厂”和2.6万平方米的智能化净化车间、全自动原料、材料及成品高架仓、自动配送系统，全方位提升了企业产品质量、档次、产能。

成立36年，进入日化20多年，隆力奇从不掩饰自己的梦想和对未来的期望，“未来隆力奇将实现第三次转型，向更好、更快、更智能的方向变革。”徐之伟表示。

目前，我国许多化妆品厂家的生产设备和原料工艺与外资品牌的质量相差无几，产品售价却至少相差几倍以上。“产生这种现象，一是由于国人长期以来崇洋媚外的心理，导致本土化妆品品牌成为廉价的代名词；二是缺乏独特的品牌文化，品牌文化是用来支撑品牌核心竞争力以及产品高档形象的重要因素之一，而外资品牌大多拥有深厚的文化背景。”带着这份远见和思考，徐之伟坦言，其要打造的“不是中国的宝洁，而是世界的隆力奇”。（来源：隆力奇）