**苏州日化**

2016年第2期 总第120期

2016年2月18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

* “品牌筑梦 苏州骄傲”颁奖典礼隆重举行，隆力奇荣膺苏州市第二届十大自主品牌
* 国务院办公厅关于印发强制性标准整合精简工作方案的通知
* 关于举办全省化妆品生产企业质管人员培训班的预备通知
* 2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、化妆品等行业主要经济指标
* 2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、化妆品等行业进出口情况
* 2015年度食品药品监管统计年报中化妆品摘要
* 科技部 财政部 国家税务总局关于修订印发《高新技术企业认定管理办法》的通知
* 关于召开“中国化妆品企业发展研讨会”的通知
* 关于召开中国洗协工业与公共设施清洁分会一届三次全委会的通知（第一轮）
* 第三十届中国国际塑料橡胶工业展览会将在上海举办
* 第四届义乌美博会将于4月9日-11日举办
* “苏州市质量技术监督综合检验检测中心”挂牌成立
* 努力把苏州建成高知名度品牌之都
* 国家质监局：发布衣料用液体洗涤剂等5项产品质量监督抽查实施规范
* 国家卫计委：2016年卫生标准制定修订项目计划（含消杀产品）
* 再度归来 丁家宜剑指5亿
* 日化业：品牌重整触发行业变局
* 市场需求不断增加 化妆品进口上涨
* 百家重点大型零售企业2015首现负增长，化妆品零售逆势增1.8%
* 新华社公布了第一批禁用词
* 商标中TM和R的区别
* 台湾婴儿湿纸巾 纳入化妆品管理
* “谢馥春”新三板上市 老字号焕发新生机

“品牌筑梦 苏州骄傲”颁奖典礼隆重举行

隆力奇荣膺苏州市第二届十大自主品牌

2月1日下午，由苏州市经济和信息化委员会和苏州市人民政府新闻办公室联合主办，苏州广电总台承办的“品牌筑梦 苏州骄傲”——苏州市第二届“十大自主品牌”、“十大公共服务平台”颁奖典礼在苏州文化艺术博览中心隆重举行。隆力奇董事长徐之伟受邀参加颁奖典礼。苏州市委书记周乃翔，苏州市委副书记、市长曲福田，江苏省经济和信息化委员会副主任秦雁等领导出席。

经过30年的发展，隆力奇目前已成为中国规模最大、技术力量最先进的日化产品、养生保健品的研究、开发和产销基地。通过OEM/ODM代工和自有隆力奇品牌的经营，产品远销全球60多个国家和地区。隆力奇商标目前已在全世界138个国家和地区注册，到2015年年底，隆力奇已经在马来西亚、韩国、新加坡、泰国、印尼、菲律宾、俄罗斯、喀麦隆、尼日利亚、南非及香港、台湾等30多个国家和地区成立销售分公司，主要经营隆力奇自有品牌，进一步扩大市场规模。

作为日化、保健产业多元发展的大型企业集团，隆力奇积极探索工业4.0智能化制造，在智能化的发展上，斥资6亿元建造了目前国际一流、国内最先进的“智能化新工厂”，率先成为德国工业4.0在中国首家试点项目。

隆力奇将继续抢抓机遇，坚持为全球家庭提供健康美丽的生活方式的使命，不断提高产品的科技含量和附加值，为全球消费者奉献高品质的“大众时尚产品”，加快隆力奇、雅璨、果木肌密、保和堂、精致生活、清欣等品牌体系的全面提升。（摘自 隆力奇官网）

# 国务院办公厅关于印发

# 强制性标准整合精简工作方案的通知

 国办发〔2016〕3号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

《强制性标准整合精简工作方案》已经国务院同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　国务院办公厅

2016年1月30日
　　查询网址： http://www.szdca.org/policyShow.Asp?ID=77

**江苏省保健食品化妆品安全协会**

**江苏省日用化学品行业协会**

关于举办全省化妆品生产企业质管人员培训班的预备通知

苏保化协函（2016）1号

各化妆品生产企业：

为我省化妆品生产企业更好地贯彻落实国家食品药品监管总局《关于化妆品生产许可有关事项的公告》（2015年第265号）、《关于做好化妆品生产许可有关工作的通知》（食药监药化监〔2015〕265号）和江苏省食品药品监管局《关于化妆品生产许可有关事项的公告》等有关要求，进一步做好化妆品生产质量管理，保障化妆品质量安全，确保化妆品生产许可证新办、换发等工作顺利进行，经研究，拟定2016年3月中下旬在苏州举办化妆品生产企业质管人员培训班，届时聘请国家、省食品药品监管局，国家CDC等有关领导、专家授课。

现将有关事项通知如下：

一、培训内容

（一）国家食品药品监督管理总局关于《化妆品生产许可有关事项的公告》及相关文件要求；

（二）江苏省食品药品监管局关于化妆品生产许可换发证要求及化妆品生产许可检查要点；

（三）《化妆品生产许可工作规范》；

（四）《化妆品安全技术规范》（2015年版）；

（五）化妆品监管新动态。

二、培训对象
　　化妆品生产企业生产和质量管理负责人。

三、培训时间与地点：

培训时间2天，具体时间、地点另行通知。

四、其他事项

（一）两会会员单位参训人员食宿费自理，免交培训、资料费；

（二）非两会会员单位参训人员食宿费自理，另需交纳培训、资料费；

（三）请各企业按照报名回执要求填写完整，务必于2016年2月28日前传真或发送电子邮件至江苏省保健食品化妆品安全协会；

（四）联系方式

江苏省保健食品化妆品安全协会：

联系人：吴玉珍 手机：15951808256

吕会娜 手机：13357736964

电话（传真）：025-84413080

电子邮件：jshfcsa@126.com

附件：化妆品生产企业质管人员培训班报名回执

 二〇一六年二月十七日

**附件**

化妆品生产企业质管人员培训班报名回执

单位：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 性别 | 职务 | 手机 | 传真 | 电子邮箱 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

注：请务必于2016年2月28日前传真或发送电子邮件至江苏省保健食品化妆品安全协会。

2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、

化妆品等行业主要经济指标

根据国家统计局对规模以上企业的统计，2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、化妆品等行业主要经济指标如下： 单位：万元




（摘自 中国洗涤用品工业协会官网）

2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、

化妆品等行业进出口情况

根据海关总署统计，2015年1-12月份肥皂、合成洗涤剂、化妆品等行业进出口情况如下： 单位：吨/万美元

 

（摘自 中国洗涤用品工业协会官网）

2015年度食品药品监管统计年报中化妆品摘要

一、化妆品生产许可情况

截至2015年11月底，共有化妆品生产企业卫生许可证4542件。

二、化妆品注册情况

2015年共批准特殊用途化妆品首次申报4020件，延续623件，变更894件；批准进口非特殊用途化妆品首次备案9317件，延续837件，变更819件。

三、投诉举报情况

受理化妆品投诉举报18812件，立案762件，结案958件。

四、案件查处情况

2015年食品药品监管部门共查处化妆品案件6139件，涉及物品总值2688.4万元，罚款2295.6万元，没收1402.5万元，停业整顿260户，移交司法机关14件。

查询网址http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0108/143640.html ( 摘自 国家食药总局网站)

科技部 财政部 国家税务总局关于修订印发

《高新技术企业认定管理办法》的通知

国科发〔2016〕32号

各省、自治区、直辖市及计划单列市科技厅（委、局）、财政厅（局）、国家税务局、地方税务局：

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例有关规定，为加大对科技型企业特别是中小企业的政策扶持，有力推动大众创业、万众创新，培育创造新技术、新业态和提供新供给的生力军，促进经济升级发展，科技部、财政部、国家税务总局对《高新技术企业认定管理办法》进行了修订完善。经国务院批准，现将新修订的《高新技术企业认定管理办法》印发给你们，请遵照执行。

查询网址：http://www.szdca.org/policyShow.Asp?ID=76

  科技部 财政部 国家税务总局

2016年1月29日

# 关于召开“中国化妆品企业发展研讨会”的通知

各相关企业：

我国发展处于重要战略机遇期，经济发展进入新常态，整体经济下行压力逐步显现。尽管近年来化妆品行业仍保持相对持续稳定的增长态势，但也在不同程度上受到经济下行的影响。为了推动化妆品行业适应经济发展新形势，探索新常态下行业发展之路，进一步促进行业的健康、稳定发展，中国香料香精化妆品工业协会将于2016年3月3至5日在上海市奉贤区召开“中国化妆品企业发展研讨会”。

我国化妆品行业老中青三代知名企业家代表将就行业创新发展新兴销售渠道、工业4.0等问题发表主题演讲，会议还将邀请国家食药总局药化注册司有关领导出席。会后安排参会代表参观上海市奉贤区“东方美谷”和相关化妆品生产企业。

有关事宜请查询网址： http://www.caffci.org/xh\_read.php?code=11&id=1332

（摘自 中国香料香精化妆品工业协会官网）

关于召开中国洗协工业与公共设施清洁分会

一届三次全委会的通知（第一轮）

中洗协清洁［2016］1号

各有关单位：

为提升行业创新研发能力，帮助企业快速准确对接市场，中国洗涤用品工业协会工业与公共设施清洁分会（以下简称中国洗协I&I清洁分会）将于2016年4月6日～8日在北京召开中国洗协I&I清洁分会一届三次全委会及第三届（2016）工业与公共设施清洁技术论坛暨清洁行业专业技术人才高级研修班。本次会议主题为“创新驱动行业发展”，会议将围绕布草与卫浴清洁、食品工业及餐饮业清洁等领域的产品与原料开发、配方技术创新与应用、绿色工艺与智能制造、市场+互联网等方面展开研讨与培训。会议将为参加培训人员颁发国家人力资源和社会保障部《专业技术人才知识更新工程培训结业证书》。会议期间，还将为获得“2015年度中国工业与公共设施清洁产品质量奖”的企业颁奖。

会议同期，将举办“2016中国国际商用清洗设备及清洁用品展览会”。

有关事宜查询网址：http://www.cassdi.org/show.php?contentid=5296

（摘自 中国洗涤用品工业协会官网）

第三十届中国国际塑料橡胶工业展览会将在上海举办

第三十届中国国际塑料橡胶工业展览会于2016年4月25日-28日在上海新国际博览中心举办。 展会面积达230000平方米，占新国际博览中心17个展馆，展商3200多家，现场设有化工及原材料专区、挤出机械专区、注塑机械专区、工业自动化专区、复合材料及特种材料专区等15个产品展区。此次参观展会由行业协会组织全程免费， 如有意向参观请于3月20日前报名，报名时将单位、姓名、职位、联系电话发送至邮箱：szdcaok@163.com 。

联系人：吴国炎 李瑶

电话：0512-65222949 65244077

（日化协会秘书处）

第四届义乌美博会将于4月9日-11日举办

2016年1月13日，从第四届中国义乌美容美发博览会暨化妆品日化原料设备包装展(简称“2016义乌美博会”)组委会获悉，2016义乌美博会将于4月9日-11日在国际博览中心举办。

据悉，本届义乌美博会由浙江省美发美容行业协会、浙江省日用化工行业协会、义乌创杰展览服务有限公司等共同主办今年美博会展览面积约2万平方米，设化妆品个人护理用品、时尚发制品与美发用品、日化技术、原料设备包装、美容美体及健康养生产品、微商电商、海峡两岸及国际区等主题展区，基本涵盖了美容美发行业的全产业链。

相比去年今年美博会国际化程度更高，参展企业数将增50%，企业总数将达到600家左右。目前，2016义乌美博会的招展招商工作正有序进行。截至2015年12月底，报名参展企业已超200家，意向参展企业近260家。江苏省日化企业首次参展的有苏州凌琳日化有限公司、无锡珂妮日用化妆品有限公司。传化集团、华诺化工、东阳医药等一大批名牌企业已确定参展;国际采购商报名人数超预期，登记在册的参观人数已达1万多人，其中外商采购人士占到了18%，分别来自法国、意大利、瑞士、韩国和马来西亚等17个国家和地区。主办方在与国际贸易网站、海外各个国家商会驻义乌办事处展开合作的同时，还与亚洲美容美发行业协会、中韩友好交流协会等进行对接，积极邀请境外采购商来义参展。（综合报道）

“苏州市质量技术监督综合检验检测中心”挂牌成立

1月28日，苏州市质量技术监督综合检验检测中心举行揭牌成立仪式。苏州市质监局钮雪林局长、王庆煊书记，苏州市技术监督培训中心领导班子等参加仪式。

新成立的苏州市质量技术监督综合检验检测中心为市质监局下属事业单位，整合了苏州市产品质量监督检验所和苏州市技术监督培训中心的职能和人员，同时加挂“苏州市产品质量监督检验所、苏州市质量认证中心”两块牌子。

钮雪林在揭牌仪式讲话中指出，市质量技术综合检验检测中心的成立是苏州市质检体制改革的重要举措，也是检验检测认证行业健康快速发展和供给侧结构性改革的客观需求。综合检验检测中心要以此为契机，加快推进运行机制和能力建设，着力提升服务效能，为苏州率先迈入“质量时代”提供坚实保障。 （摘自 苏州市质量技术监督局网站）

努力把苏州建成高知名度品牌之都

2016年2月1日，“品牌筑梦　苏州骄傲”2015年度苏州市“十大自主品牌”和“十大公共服务平台”颁奖典礼在苏州文化艺术中心举行，市委书记周乃翔，市委副书记、市长曲福田为获奖企业颁奖。

为打造苏州工业经济升级版，大力发展品牌经济，增强公共平台服务实体经济的动力，实现“苏州制造”向“苏州创造”和“苏州智造”延伸，我市组织评选和表彰2015年度苏州市“十大自主品牌”和“十大公共服务平台”。“双十评选”由市经信委、市政府新闻办联合主办，经过企业自荐申报、审核提名、市民投票、综合评定等相关程序，最终好孩子、波司登、太湖雪、康力、隆力奇、梦兰、莱克、桑罗、海格和沙洲优黄获选“苏州市十大自主品牌”；苏州市计量检测研究所、苏州电器科学研究院股份有限公司、苏州市软件评测中心有限公司、苏州国科综合数据中心有限公司、江苏化工品交易中心有限公司、苏州中科纺织技术服务有限公司、昭衍（苏州）新药研究中心有限公司、苏州市农业担保有限公司、苏州大学卫生与环境技术研究所和苏州火炬创新创业孵化管理有限公司获选“苏州市十大公共服务平台”。曲福田在颁奖典礼致辞时说，“十三五”时期是苏州深入贯彻落实习近平总书记系列重要讲话特别是视察江苏重要讲话精神，全力当好建设“强富美高”新江苏先行军排头兵的重要阶段。苏州要建成具有国际竞争力的先进制造业基地和具有全球影响力的产业科技创新高地，质量和品牌建设尤为重要。为此，要深入实施品牌塑造工程和业态创新工程，整体推进区域品牌、产业品牌、服务品牌建设，积极探索“制造+服务”新途径，努力把苏州建设成为特色鲜明、知名度高的品牌之都。

近年来，苏州紧扣转变经济发展方式这一主线，深入实施质量强市战略和商标战略，加快培育自主品牌，加强建设公共服务平台，一批知名品牌企业和专业公共技术服务载体脱颖而出。截至目前，全市已拥有7家国家工业品牌培育示范企业，112件中国驰名商标，749件江苏省著名商标，以及11家国家中小企业公共服务示范平台和225家省星级公共服务平台。全市的质量和品牌竞争力得到持续增强，服务创新创业的能力有了显著提高。

市领导徐明、徐国强、徐美健、姚东明出席活动。

（综合报道）

国家质监局：发布衣料用液体洗涤剂

等5项产品质量监督抽查实施规范

国家质量监督总局发布衣料用液体洗涤剂、洗衣粉（含洗衣膏）、皂类、杀菌剂、消毒剂等5项产品质量监督抽查实施规范标准文本。

该标准已于2015年6月1日实施。

附件：

1. [CCGF 304.1—2015 衣料用液体洗涤剂](http://cpzljds.aqsiq.gov.cn/cpzlccxx/ssgf/201602/P020160202350302092754.pdf)（略）
2. [CCGF 304.5—2015 洗衣粉（含洗衣膏）](http://cpzljds.aqsiq.gov.cn/cpzlccxx/ssgf/201602/P020160202351235512016.pdf)（略）
3. [CCGF 304.2—2015 皂类](http://cpzljds.aqsiq.gov.cn/cpzlccxx/ssgf/201602/P020160202350513706406.pdf)（略）
4. [CCGF 304.4—2015 消毒剂](http://cpzljds.aqsiq.gov.cn/cpzlccxx/ssgf/201602/P020160202351001761977.pdf)（略）
5. [CCGF 502.2—2015 杀菌剂](http://cpzljds.aqsiq.gov.cn/cpzlccxx/ssgf/201602/P020160202376013387566.pdf)（略）

查询网址：http://www.szdca.org/policyShow.Asp?ID=74

国家卫计委：2016年卫生标准制定修订

项目计划（含消杀产品）

北京市、河北省、辽宁省、吉林省、黑龙江省、上海市、江苏省、浙江省、安徽省、山东省、河南省、湖北省、湖南省、广东省、海南省、四川省、新疆维吾尔自治区卫生计生委，中国医学科学院、中国疾病预防控制中心、卫生和计划生育监督中心，国家卫生标准委员会各标准专业委员会、各标准起草单位： 现将2016年卫生标准制定修订项目计划 (见附件，可从国家卫生计生委网站下载)印发给你们，请认真组织落实。有关工作要求如下:

一、请卫生标准制定修订项目第一起草人通过申请立项时注册的用户名登录卫生和计划生育监督中心网站（http://www.jdzx.net.cn）的“卫生标准网”，下载并填写《卫生标准制定修订项目委托协议书》，于2016年1月20日前将电子版发相应的标准专业委员会秘书处（以下简称秘书处），秘书处审核后于1月25日前发我委法制司,并按法制司要求办理签字盖章程序。

二、起草人和起草单位应当立即启动项目相关工作。秘书处应当按照相关规定加强对项目执行情况的日常监督管理。完成年限为1年的项目应当于2017年2月1日前完成并送审。
三、请相关省(直辖市、自治区)卫生计生委及有关单位对辖区或下属单位承担的标准制定修订项目给予充分支持，并加强督促检查，确保有关单位按时、保质完成制定修订工作。

　　                     国家卫生计生委办公厅
 2016年1月11日

其中：消杀类项目名称

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **标准项目名称** | **标准** | **制定/****修订** | **完成时 限（年）** | **起草单位** |
| **类别** |
| 20161701 | 空气消毒剂通用要求 | GB | 修订 | 1 | 中国疾病预防控制中心环境与健康相关产品安全所等 |
| 20161702 | 酸性电解水生成器卫生要求 | GB | 修订 | 1 | 中国疾病预防控制中心环境与健康相关产品安全所等 |
| 20161703 | 醇类消毒剂 | GB | 修订 | 1 | 浙江省疾病预防控制中心等 |
| 20161704 | 二氧化氯消毒剂 | GB | 修订 | 1 | 上海市疾病预防控制中心等中心 |
| 20161705 | 次氯酸钠发生器卫生要求 | GB | 修订 | 1 | 北京市疾病预防控制中心等 |
| 20161706 | 医疗器械消毒剂通用要求 | GB/T | 修订 | 1 | 浙江省疾病预防控制中心等 |
| 20161707 | 酚类消毒剂 | GB | 修订 | 1 | 浙江省疾病预防控制中心等 |
| 20161708 | 疫源地消毒剂通用要求 | GB | 修订 | 1 | 河北省疾病预防控制中心等 |
| 20161709 | 手消毒剂通用要求 | GB | 修订 | 1 | 湖南省疾病预防控制中心等 |
| 20161710 | 普通物体表面消毒剂通用要求 | GB | 修订 | 1 | 湖北省疾病预防控制中心等 |
| 20161711 | 含溴消毒剂 | GB | 修订 | 1 | 河北省疾病预防控制中心等 |
| 20161712 | 消毒产品卫生安全评价 | WS/T | 制定 | 1 | 江苏省卫生监督所 |

再度归来 丁家宜剑指5亿

丁家宜，人们曾经无比熟悉的国产护肤品牌，诞生于1995年。但2010年，丁家宜以24亿元“嫁入”全球最大香水公司、法国美容集团科蒂这个豪门后，却每况愈下。2014年6月，科蒂宣布停止销售丁家宜系列产品。

但2015年初，丁家宜创始人庄文阳完成了对丁家宜品牌和工厂的全部回购，所用总金额不到一亿元，只相当于当年出售价格的零头。

从业绩层面来说，这是丁家宜回归后的首个完整自然年；对品牌本身而言，这是丁家宜的第21个年头，20岁的第一年该去往哪里，同样需要新开始。

在预计5亿元的业绩目标中，企业希望能够有85%的份额产自线下渠道。为了达成这一目标，丁家宜在今年动销各个领域均做了精心的设定。

丁家宜在2016年最为重要的计划是下半年美白类产品的推出。皮肤变黑/黄的原因多种多样，比如紫外线的照射，会加速黑色素的形成，又比如老化细胞积聚在皮肤表层，导致色斑浮现或者肤色不均，所以这些细分化的诉求其实需要不同的美白产品来应对。

但是，作为在美白领域已经有了20年积累的丁家宜，想要创造的是针对不同变黑/黄的状况，能够产生同样的美白效果的产品。这就是丁家宜想要实现的“智能美白”效果。

实际上，丁家宜团队已经实践了类似的“智能保湿”。因为在2015年丁家宜推出的保湿类产品中，就含有一项丁家宜法国里昂研究中心的专利技术——Joyfee(俏益芙)，它能够自动根据温度和适度不同调节在皮肤上的触感。所以，已经有了珠玉在前，丁家宜的美白产品同样值得期待。

除外了产品外，丁家宜表示，还需要能够承担起类似于“时尚总监”职能和角色的品牌代言人。加上2016年的企业目标是铺设超过5000家的KA网点，代表整个品牌与消费者能够互动到的铺货率，丁家宜将用更大力度的投入，点燃2016年的终端战场。

（摘自 中国快消品精英会）

本刊注：丁家宜（苏州工业园区）化妆品贸易有限公司、士齐生物研发中心（苏州工业园区）有限公司，地址：苏州市工业园区新城路128号。

日化业：品牌重整触发行业变局

对于任何一家企业而言，换品牌LOGO、渠道变革甚至调整产品线，都意味着推翻过往，重新开始，而在过去的一年，包括资生堂、美即、韩束等多个日化品牌都走上了重塑这条路。业内认为，中国市场日趋国际化带来的竞争压力、年轻消费群体崛起带来的行业变化，正在促使企业制定新的营销策略，也推进着整个化妆品行业局势的变化。日化企业们重整旗鼓的诉求各有不同，但是消费结构向年轻化倾斜、消费诉求向“小而美”转变是这些企业共同面对的新局面。

**日化企业大规模“换装”**

继某日化品牌资生堂大刀阔斧地进行品牌革新之后，近日又有一家日化企业紧随其后，不仅更换了品牌LOGO，还对化妆品店等CS渠道进行了变革，这家企业就是精油品牌嘉媚乐。记者了解到，嘉媚乐对于品牌和渠道如此调整的目的与资生堂如出一辙：使品牌形象年轻化，拓宽年轻消费者人群。

更换品牌LOGO、转变营销渠道、调整品牌战略、拓宽产品线……统计发现，在即将过去的2015年，不只是资生堂和嘉媚乐，还有相宜本草、美即、韩束等都不约而同地对品牌和产品进行了开刀。资料显示，2015年3月，相宜本草在新品发布会上聘请知名设计大师陈幼坚打造全新品牌LOGO，并推出新品“相宜本草精油添加护肤系列”；5月，美即面膜发布全新的国际范LOGO和“面膜哲学”战略；11月，资生堂集团旗下品牌SHISEIDO（资生堂）公布了2016年品牌革新计划。

**重塑背后各有诉求**

整理发现，上述“改头换面”的日化企业中既有高端外资品牌，也有走亲民路线的国产品牌；既有具备一定成熟市场的企业，也有新兴的市场培育期企业。在日化行业观察员赵向晖看来，革新意味着重新开始，而这些日化企业遇到的瓶颈，促使他们重新出发。

“今年，对于大部分外资品牌来说是比较艰难的一年。一些领先的全球品牌承压，尤其是那些已经有较高渗透率的品牌，而原先不太受人关注的内资品牌却迎来了发展的机会”，其公司表示。

外资品牌为博业绩进行改革，而内资品牌的变革却是在加紧布局市场。以2015年11月进行了品牌革新的韩束为例，在更换产品LOGO的同时，韩束建立了韩国分公司并将高端洗护品牌索薇娅推向市场，这无疑折射出快速掠夺市场份额的野心。资深日化专家张兵武表示，消费者对中国本土日化品牌的认可度越来越高，企业对品牌的建设投入也愈加增多。近年来，国际品牌的主导地位遭遇挑战，内资品牌的市场份额从2010年的39%提升至2014年的46%。以百雀羚、韩束为代表的内资品牌正在成为国货的领跑者。

除了内外资品牌变革的不同诉求外，业内人士也表示，这些日化品牌不约而同地进行变革，实际上与今年国内整体消费需求放缓息息相关。国家统计局数据显示，延续多年高增长的化妆品行业在2014年的销售增速首次跌至10%，而进入2015年以来，这一速度更是加速放缓至10%以下。随着年轻消费者的崛起，曾经雄霸市场的价格较高的欧美大牌不再吃香，但“小而美”的国货和韩妆却开始凭借更低的价格和更快的产品革新速度占领市场。

**消费新结构初露端倪**

在业内人士看来，尽管多家企业试图通过革新来赢回市场，但新战略的实施并不会一帆风顺。在主动寻找机会的同时，风险也如影随形地伴随着每家企业。赵向晖认为，对于资生堂这样原先的市场垄断者来说，品牌老化是这些品牌在中国市场面临着的通病，近几年少有让消费者追捧的产品，对于千禧一代的年轻消费者来说吸引力日渐下滑。在目前竞争比较激烈的日化品牌市场以及国内市场寒冬期，革新能否准确地抓住年轻消费者的喜好、是否能与擅长营销宣传的韩国品牌分庭抗礼，都是老资格的外资企业需要考虑的问题。

对于内资品牌而言，日化行业“土洋之争”的差距在不断缩小，本土品牌快速成长，正逐渐改变洋品牌称霸的格局。由于在低线城市渗透率更高、在专营店和电商渠道具备优势，且具备快速反应的灵活机制，消费者对中国本土日化品牌的认可度越来越高，企业对品牌的建设投入也愈加增多。但是赵向晖同时表示，外资品牌在科研技术上占有着较强的先期优势，而内资品牌在技术研发上起步较晚，想要在技术上迅速赶超还需要一定的时间。此外，本土品牌虽然有望升级至中高端或是大众精品领域，但要进入高端化妆品市场仍较为困难，外资品牌在高端领域将依然占据强势地位。

业内认为，无论是对外资品牌还是内资品牌，随着门店扩张和积极营销驱动下的增长放缓，研发能力和现代化的管理体系将成为可持续成长的关键。后劲足的企业才能在行业洗牌的过程中赢得发展的机会。2016年，年轻化的市场趋势将更加明显，老品牌如何把握年轻消费者，新品牌如何提高品牌力，是化妆品企业要面临的共同课题。

（摘自 中国日用化学工业信息中心）

市场需求不断增加 化妆品进口上涨

根据中国海关总署最新统计的数据，今年10月份，我国进口美容化妆品及护肤品数量为6745吨，比去年同期增长41.7%；进口金额为159868万元，比去年同期增长43.5%。今年1~10月我国累计进口美容化妆品及护肤品数量为61252吨，比去年同期增长50.2%；进口金额为1507561万元，比去年同期增长36.2%。“最近一段时间，进口化妆品生意很好做，我们小店进口化妆品的进货量与去年相比大幅增长，市场需求不断上升。”北京市朝阳区一家进口化妆品专卖店的负责人表示。

近日，记者在北京市多家大型商场了解到多个品牌的进口化妆品价格有所下调。“我们专柜出售的都是进口法国的化妆品，近期，专柜推出了多次打折优惠活动，希望可以提高进口化妆品的销售量。”某法国品牌化妆品专柜的售货员表示。

随后，记者又在多家大型网上购物平台发现多款进口化妆品都有促销价格。记者在天猫商城网页上看到，一款欧莱雅女士化妆品护肤套装原价380元，折后价249元；高丝/KOSE纯肌粹护肤品套装原价720元，折后价648元；belli美国进口孕妇护肤品用品套装原价638元，折后价598元；原装进口赫拉化妆品套装原价333元，折后价198元；韩国进口水母皙白补水保湿护肤品套装原价545元，折后价173元；韩国进口Jellyfish水母仙子自然平衡补湿化妆水原价135元，折后价61元。记者在跨境通网页上看到，日本曼丹BarrierRepair高浸透胶原蛋白弹力滋润面膜5片原价70元，折后价49元；日本Kanebo/嘉娜宝肌美精Kracie超保湿浸透含玻尿酸面膜5片原价80元，折后价50元；韩国NatureRepublic自然乐园绿茶乳液180ml原价212元，折后价82元；雪花秀顺行柔和洁颜油原价280元，折后价235元；美国进口Coppertone运动款防晒喷雾222ml原价168元，折后价59元；日本进口SANA豆乳保湿系列美肌化妆水清爽型200ml原价71元，折后价54.99元。

面对纷纷降价促销的进口化妆品，消费者购买热情高涨，许多消费者都想趁着打折期间多囤一些常用的化妆品。“我在一家网站上看到韩国进口化妆品都在促销，价格合适，我购买了两个护肤套装、3盒保湿面膜、两个洗面奶还有4个眼霜，价格相当于正价的五折。”消费者杨女士表示。“我平时都是使用进口化妆品的，个人比较喜欢法国的品牌，前几天逛商场时发现自己常用品牌的化妆品有优惠活动，商品打折力度很大，于是我购买了三个护肤套装，还有一些彩妆单品。”消费者于女士表示。 （摘自 化妆品财经在线）

百家重点大型零售企业2015首现负增长，

化妆品零售逆势增1.8%

2015年中国GDP以6.9%的增速创历史新低，化妆品零售额同比增长为8.8%,略高于GDP增幅；与此相似的是，2015年全国百家重点大型零售企业的零售额同比下降0.1%，化妆品类却逆市有1.8%的同比增长。

化妆品产业并不是“零售寒流”中最受伤的。据中华全国商业信息中心的监测数据显示，2015年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.1%，较上年相比回落0.5%，这也是自2012年来第四次连续下降。而其中，化妆品类表现不错，同比增长1.8%，逆市加快了增长步伐。

从图表中不难发现，整体来看， 2012年以来，全国百家重点大型零售企业零售额一直处于下滑的状态，在2015年首次出现了负增长。从品类看，除粮油食品类和化妆品增速分别达3%和1.8%外，服装、家用电器、日用品和金银珠宝都呈现负增长，家电类惨跌至-3.8%。

纵观近四年的数据变化，粮油食品类、服装、家用电器、日用品和金银珠宝都处于增速放缓的状态，今年除了粮油食品类外，上述其他类型都首次出现了负增长。唯有化妆品类特殊，在去年从原本的两位数增长跌入0.6%后，在2015年势头反而上扬，增幅加快了1.2个百分点。

（摘自 化妆品财经在线）

新华社公布了第一批禁用词

新华社在《新闻阅评动态》第315期发表《新华社新闻报道中的禁用词（第一批）》中规定了媒体报道中的禁用词，到处都体现了人道主义和主权意识，小编在此再次分享，各位朋友们涨涨知识。

**1．社会生活类的禁用词**

对有身体伤疾的人士不使用“残废人”、“独眼龙”、“瞎子”、“聋子”、“傻子”、“呆子”、“弱智”等蔑称，而应使用“残疾人”、“盲人”、“聋人”、“智力障碍者”等词语。

报道各种事实特别是产品、商品时不使用“最佳”、“最好”、“最著名”等具有强烈评价色彩的词语。

医药报道中不得含有“疗效最佳”、“根治”、“安全预防”、“安全无副作用”等词语，药品报道中不得含有“药到病除”、“无效退款”、“保险公司保险”、“最新技术”、“最高技术”、“最先进制法”、“药之王”、“国家级新药”等词语。

对文艺界人士，不使用“影帝”、“影后”、“巨星”、“天王”等词语，一般可使用“文艺界人士”或“著名演员”、“著名艺术家”等。

对各级领导同志的各种活动报道，不使用“亲自”等形容词。

作为国家通讯社，新华社通稿中不应使用“哇噻”、“妈的”等俚语、脏话、黑话等。如果在引语中不能不使用这类词语，均应用括号加注，表明其内涵。近年来网络用语中对脏语进行缩略后新造的“SB”、“TMD”、“NB”等，也不得在报道中使用。

**2.法律类的禁用词**

在新闻稿件中涉及如下对象时不宜公开报道其真实姓名：

犯罪嫌疑人家属；涉及案件的未成年人；涉及案件的妇女和儿童；采用人工受精等辅助生育手段的孕、产妇；严重传染病患者；精神病患者；被暴力胁迫卖淫的妇女；艾滋病患者；有吸毒史或被强制戒毒的人员。

涉及这些人时，稿件可使用其真实姓氏加“某”字的指代，如“张某”、“李某”，不宜使用化名。对刑事案件当事人，在法院宣判有罪之前，不使用“罪犯”，而应使用“犯罪嫌疑人”。在民事和行政案件中，原告和被告法律地位是平等的，原告可以起诉，被告也可以反诉。不要使用原告“将某某推上被告席”这样带有主观色彩的句子。

不得使用“某某党委决定给某政府干部行政上撤职、开除等处分”，可使用“某某党委建议给予某某撤职、开除等处分”。不要将“全国人大常委会副委员长”称作“全国人大副委员长”，也不要将“省人大常委会副主任”称作“省人大副主任”。各级人大常委会的委员，不要称作“人大常委”。“村民委员会主任”简称“村主任”，不得称“村长”。村干部不要称作“村官”。

在案件报道中指称“小偷”、“强奸犯”等时，不要使用其社会身份作前缀。如：一个曾经是工人的小偷，不要写成“工人小偷”；一名教授作了案，不要写成“教授罪犯”。国务院机构中的审计署的正副行政首长称“审计长”、“副审计长”，不要称作“署长”、“副署长”。各级检察院的“检察长”不要写成“检察院院长”。

**3．民族宗教类的禁用词**

对各民族，不得使用旧社会流传的带有污辱性的称呼。不能使用“回回”、“蛮子”等，而应使用“回族”等。也不能随意简称，如“蒙古族”不能简称为“蒙族”，“维吾尔族”不能简称为“维族”，“哈萨克族”不能简称为“哈萨”等。

禁用口头语言或专业用语中含有民族名称的污辱性说法，不得使用“蒙古大夫”来指代“庸医”，不得使用“蒙古人”来指代“先天愚型”等。

少数民族支系、部落不能称为民族，只能称为“XX人”。如“摩梭人”“撒尼人”“穿（川）青人”“僜人”，不能称为“摩梭族”“撒尼族”“穿（川）青族”“僜族”等。

不要把古代民族名称与后世民族名称混淆，如不能将“高句丽”称为“高丽”，不能将“哈萨克族”、“乌孜别克族”等泛称为“突厥族”或“突厥人”。

穆斯林”是伊斯兰教信徒的通称，不能把宗教和民族混为一谈。不能说“回族就是伊斯兰教”、“伊斯兰教就是回族”。报道中遇到“阿拉伯人”等提法，不要改称“穆斯林”。涉及信仰伊斯兰教的民族的报道，不要提“猪肉”。穆斯林宰牛羊及家禽，只说“宰”，不能写作“杀”。

**4.涉及我领土、主权和港澳台的禁用词**

香港、澳门是中国的特别行政区，台湾是中国的一个省。在任何文字、地图、图表中都要特别注意不要将其称作“国家”。尤其是多个国家和地区名称连用时，应格外注意不要漏写“（国家）和地区”字样。

对台湾当局“政权”系统和其他机构的名称，无法回避时应加引号，如台湾“立法院”、“行政院”、“监察院”、“选委会”、“行政院主计处”等。不得出现“中央”、“国立”、“中华台北”等字样，如不得不出现时应加引号，如台湾“中央银行”等。台湾“行政院长”、“立法委员”等均应加引号表述。台湾“清华大学”、“故宫博物院”等也应加引号。严禁用“中华民国总统（副总统）”称呼台湾地区领导人，即使加注引号也不得使用。

对台湾地区施行的所谓“法律”，应表述为“台湾地区的有关规定”。涉及对台法律事务，一律不使用“文书验证”、“司法协助”、“引渡”等国际法上的用语。

不得将海峡两岸和香港并称为“两岸三地”；不得说“港澳台游客来华旅游”，而应称“港澳台游客来大陆（或：内地）旅游”。“台湾”与“祖国大陆（或‘大陆’）”为对应概念，“香港、澳门”与“内地”为对应概念，不得弄混。不得将台湾、香港、澳门与中国并列提及，如“中港”、“中台”、“中澳”等。可以使用“内地与香港”、“大陆与台湾”或“京港”、“沪港”、“闽台”等。

“台湾独立”或“台独”必须加引号使用。台湾的一些社会团体如“中华道教文化团体联合会”、“中华两岸婚姻协调促进会”等有“中国”、“中华”字样者，应加引号表述。不得将台湾称为“福摩萨”。如报道中需要转述时，一定要加引号；南沙群岛不得称为“斯普拉特利群岛”；钓鱼岛不得称为“尖阁群岛”；严禁将新疆称为“东突厥斯坦”。

**5.国际关系类禁用词**

不得使用“北朝鲜（英文North Korea）”来称呼“朝鲜民主主义人民共和国”，可直接使用简称“朝鲜”。英文应使用“the Democratic People’s Republic ofKorea”或使用缩写“DPRK”。

有的国际组织的成员中，既包括一些既有国家，也包括一些地区。在涉及此类国际组织时，不得使用“成员国”，而应使用“成员”或“成员方”，如不能使用“世界贸易组织成员国”、“亚太经合组织成员国”，而应使用“世界贸易组织成员”、“世界贸易组织成员方”、“亚太经合组织成员”、“亚太经合组织成员方”（英文用members）。

不使用“穆斯林国家”或“穆斯林世界”，而要用“伊斯兰国家”或“伊斯兰世界”。

在达尔富尔报道中不使用“阿拉伯民兵”，而应使用“武装民兵”或“部族武装”。在报道社会犯罪和武装冲突时，一般不要刻意突出犯罪嫌疑人和冲突参与者的肤色、种族和性别特征。比如，在报道中应回避“黑人歹徒”的提法，可直接使用“歹徒”。

公开报道不要使用“伊斯兰原教旨主义”、“伊斯兰原教旨主义者”等说法。可用“宗教激进主义（激进派、激进组织）”替代。如回避不了而必须使用时，可使用“伊斯兰激进组织（分子）”，但不要用“激进伊斯兰组织（分子）”。

不要使用“十字军”等说法。人质报道中不使用“斩首”，可用中性词语为“人质被砍头杀害”。对国际战争中双方的战斗人员死亡的报道，不要使用“击毙”等词语，可使用“打死”等词语。不要将撒哈拉沙漠以南的地区称“黑非洲”，而应称为“撒哈拉沙漠以南的非洲”。 （摘自 新华社）

商标中TM和R的区别

图形**TM**（trade mark ）表示某个标识是作为商标进行使用，中文意思是“商业标记”，所以**TM**的意思就是“商标”，它的作用就是告诉人们，其所标注的图形或文字是这个商品或服务的商标，不是名称也不是广告宣传。**TM**表示的是该商标已经向国家商标局提出申请，并且国家商标局也已经下发了《受理通知书》，进入了异议期，这样就可以防止其他人提出重复申请，也表示现有商标持有人优先使用权。商标自递交申请到拿到证书，一般用时13-18个月。在递交申请并收到《受理通知书》到拿到商标注册证书这段时间之内，商标一直以**TM**进行标识而不是**R**。

在商标还未成为注册商标的时候，标注**TM**，这样做就是告诉公众，这个图形或文字是作为商品或服务的“商标”使用的，不是名称也不是广告宣传，这样就可以避免所标注的图形或文字流入公用领域，而不能申请成为注册商标，享有专用权；同时打上**TM**标记，也可以作为使用该图形或文字作为商标的证明，申请注册商标时，享用使用在先的权利。图形**R**（register），中文意思是“注册”，商标或服务打上这个标记，就是告诉人们，它所标注的图形或文字不但是商标，而且还是注册商标，受到国家法律的保护，未经授权，其他任何个人和组织不能擅自使用。当商标成为注册商标后，就可以标注**R**或**注**注册标记，或者直接表明是“注册商标”。

现在大家知道**TM**和**R**的区别了吧，**TM**是商标标识，**R**是注册商标标识，二者受法律保护的力度是不同的。 (摘自 商标圈)

台湾婴儿湿纸巾 纳入化妆品管理

婴儿湿纸巾是爸妈好帮手，卫福部食药署考量1岁以下婴儿皮肤厚度较薄、角质层及皮脂层较脆弱，且汗腺未发育完全，如需使用婴儿湿巾产品，应提高产品管理。食药署4日表示，明（2017）年6月起，婴儿专用湿纸巾列为一般化妆品管理，成分不能只标示水、不织布，而要把所有的防腐剂、香料、酒精等完整成分揭露出来。

卫福部食药署医妆组副组长朱玉如说，经皮肤科医师与各界专家建议后，食药署参考国外规定，纳管1岁以下（不含1岁）婴儿专用的湿纸巾，未来产品包装上，只要出现“婴儿”二字，就须符合产品全成分标示的规范，同时生产工厂也要符合化妆品制造工厂设厂标准，产品广告需事前申请审查。未全成分标示者依《化妆品卫生管理条例》处新台币10万元以下罚金。若添加禁用成分，则须面临1年以下有期徒刑，违规产品没入销毁。（综合报道）

 “谢馥春”新三板上市 老字号焕发新生机

中国的老字号们正在通过资本新方式焕发新生机。

12月15日，江苏谢馥春国妆股份有限公司在新三板挂牌上市，股票代码为834882，交易方式为协议交易。

谢馥春可溯源于清道光十年创立的谢馥春香粉铺，有着180多年的悠久历史。早在明清时期，扬州香粉就作为“贡粉、宫粉、官粉”进献皇廷，赢得了“天下香粉莫如扬州”、“苏州胭脂扬州粉”之美誉。

21世纪前后，谢馥春曾一度停产，直到2006年经过改制后才重新复产，推出了鸭蛋粉、桂花油、香囊、胭脂等四个经典品种，产品也远销国外。也在2006年，谢馥春被商务部认定为首批“中华老字号”企业，其“香、粉、油”制作技艺项目被列入江苏省非物质文化遗产保护名录。

谢馥春如今主营业务为从事古典和现代[护肤](http://www.zghzp.com/news/cysc/hfp/)类和清洁洗护系列化妆品的研发、生产和销售，于2015年7月完成股改，总股本为1620.00万股，每股收益为15.58元。

尽管中国市场上，国内外各种品牌化妆品竞争激烈，谢馥春还算取得不错的业绩。截至2014年12月31日江苏谢馥春国妆股份有限公司营业收入达5024.640452万元，净利润1635.729502万元，公司总资产3691.563965万元，净资产3056.71232万元。2013年、2014年和2015年1-4月，公司分别实现营业收入3694万元、5024万元和1797万元;净利润达到1015万元、1635万元和603万元，公司产品毛利率接近70%。

实际上除了谢馥春，其他一些悠久历史的化妆品牌也在发力。在2015年11月那场轰轰烈烈的双十一网购节中，84岁高龄、堪称“奶奶级”的国产[护肤](http://www.zghzp.com/news/cysc/hfp/)品牌百雀羚，最终以日销1.08亿元的成绩成为天猫化妆品类目NO.1，而去年同期其销售额仅为3800万。

一位化妆品业内人士告诉记者，近两年百雀羚凭借高调和进攻性的市场策略，外交场合“国母效应”这样可遇不可求的营销机遇，以及彪悍的电商打法重新抓取国人眼球，当然这也与本土化妆品逐渐发展壮大获得本土消费者亲睐相关，谢馥春挂牌新三板后的发展，也需要在多方面寻求更大的变革。

谢馥春曾在21世纪前后一度停产，直到2006年经过改制后才重新复产。值得一提的是，就在公司改制时的2006年，当时的谢馥春品牌估值已达1200万元。 （摘自 中国化妆品网）