**苏州日化**

2018年第4期 总第146期

2018年4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

* 国务院关于修改和废止部分行政法规的决定
* 国家认监委发布绿色产品认证标识公告
* 关于调整《轻工行业分类目录》的公告
* 中国口腔清洁护理用品工业协会七届五次理事扩大会在山东烟台召开
* 《中国口腔健康科普公益联盟》成立
* 江苏省政府办公厅关于印发江苏省深化科技奖励制度改革方案的通知
* 江苏省质监局抽查86批次香皂产品 合格率为96.5%
* 中国洗协新时代中国特色社会主义“2018名企巡礼”系列报道之隆力奇
* 苏州科玛：根植于中国的日本品质
* 中国消费者报盛赞绿叶，江苏消费网全文转载——《绿叶：产品质量是企业发展之本》
* 江苏省质监局抽检洗手液合格率为95.9%
* 国家食药总局发布：染发类化妆品使用安全警示
* 《实施化妆品分类》等6项化妆品国家标准的通知
* 国家质检总局提醒消费者关注相关韩国化妆品风险
* 《口腔清洁护理用品 牙膏用美洲大蠊提取物》等标准报批公示
* 洗涤用品知识专家大讲堂：家用清洁剂的种类及功能

国务院关于修改和废止部分行政法规的决定

为了依法推进简政放权、放管结合、优化服务改革，国务院对取消行政许可项目及制约新产业、新业态、新模式发展涉及的行政法规进行了清理。经过清理，国务院决定：

　　一、对18部行政法规的部分条款予以修改。（附件1）

　　二、对5部行政法规予以废止。（附件2）

　　本决定自公布之日起施行。

 附件：1.国务院决定修改的行政法规（略）

　　  2.国务院决定废止的行政法规（略）

查询网址：www.samr.saic.gov.cn/xw/yw/gwy/201804/t20180409\_273588.html

国家认监委发布绿色产品认证标识公告

2018年3月27日，国家认监委发布关于绿色产品认证标识的公告(2018年第13号)，根据《国务院办公厅关于建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系的意见》中统一绿色产品标识的原则，国家认监委确定了绿色产品认证标识式样两种。一是基本标识，应用于列入绿色产品认证目录并获得绿色产品认证的产品;二是变形标识，应用于获得部分绿色属性(如：节能、低碳、节水、环保等)产品认证的产品。具体使用要求将结合绿色产品认证体系建设实际需要在实施方案或认证规则中明确。 （来源：国家认监委）



基本标识 变形标识







中国口腔清洁护理用品工业协会

七届五次理事扩大会在山东烟台召开

2018年4月11日，中国口腔清洁护理用品工业协会七届五次理事扩大会在山东烟台召开，此次大会旨在总结2017年中国口腔清洁护理用品工业协会的工作，展望2018年的工作为重点，以大力推进行业产品科技创新、引导我国居民建立良好的口腔健康习惯、科普口腔健康知识等内容为主线，引领行业在面临如此复杂市场形势下，如何健康、稳步的发展为宗旨。

会上，中国口腔清洁护理用品工业协会理事长韩泰军、副理事长兼秘书长相建强对2017年协会工作做了相关汇报。其中，相建强表示，我们的口腔护理用品行业仍然是一个持续发展、充满活力的行业，口腔健康产品市场发展空间会长期存在，经营效益也会稳定在一个较高的水平。但是，由于面临原材料上涨的影响，行业利润将出现一定时间内的缓增期，希望各企业既要看到日益激烈的市场竞争，也要看到国家对对实体经济的一系列的利好政策，改变观念、坚定信心，为消费者、为社会、为全民的口腔健康做出一份新的贡献。

相建强在对2018年的协会主要工作建议时表示，要求行业大力推进科技创新创造，在新的一年里，面对复杂的形势和不断出现的困难，我们要更加牢固树立科技强业的思想，不断增强创新的意识，勇立潮头，开拓进取，以新的精神、新的奋斗，为建立世界一流行业、促进国人口腔健康上新水平而不懈努力。

此次会议另一个重头戏是，经历了半年多的筹备，《中国口腔健康科普公益联盟》（以下简称联盟）正式成立。联盟目前成员单位有21家，主要职责是针对国民口腔健康存在的问题和国家相关要求，积极进行口腔健康相关的科普宣传工作，持续为市场提供高品质的产品，满足国民口腔健康的多元化需求，预防和减少国民口腔健康疾病的发生，联盟的成立对于为国民科普口腔健康知识有着巨大的意义。对此，联盟成员单位《消费日报》社社长王卫平对联盟前期宣传工作进行了汇报。他表示，2018年起，报社将不惜余力地利用多种媒体和形式，在全国范围内有组织、有计划地持续进行口腔健康科普公益活动。通过公益活动，使国人对口腔健康的重要性的认识进一步提高，科学刷牙的人数进一步增多。

除此之外，中国口腔清洁护理用品工业协会市场研究小组副组长、两面针集团副总裁吴堃还就2017年中国口腔清洁护理用品行业市场作出报告。行业专家荣文笙、徐春生还就《我国居民的口腔健康状况及“健康中国”指导下的口腔健康策略》和《口腔清洁护理用品行业产品技术的最新进展和趋势展望》等内容进行了专题演讲。

中国口腔清洁护理用品工业协会七届五次理事扩大会会期共三天，除了行业总结报告之外，后期还有各大口腔清洁护理用品企业就本企业涉及领域的科技创新、新产品推介等内容的展示。“第二届国际国际口腔护理学术研讨会”及获奖论文颁奖仪式也将同期召开和举行。

（来源：消费日报网）

《中国口腔健康科普公益联盟》成立

按照《健康中国2030规划纲要》对口腔卫生工作提出的要求，为进一步拓展行业市场，促进我国城乡居民口腔健康水平的提升，2017年11月，由中国口腔清洁护理用品工业协会牵头组建“口腔健康科普公益联盟”，联盟由中国口腔清洁护理用品工业协会、牙病防治基金会、中国消费者保护基金会、消费日报社以及行业内相关企业共同发起组成。其主要职能是：以中共十九大精神为指导，以提高我国城乡居民口腔健康水平为目的，依据国家相关政策和要求，以中青年为重点，集中相关优势资源，从2018年起，利用多种媒体和形式，在全国范围内有组织、有计划地持续进行口腔健康科普公益活动。通过公益活动，使国人对口腔健康重要性的认识进一步提高，科学刷牙的人数进一步增多，口腔健康水平进一步改善，行业市场进一步拓展。

经过了近半年的筹备，2018年4月11日，在中国口腔清洁护理用品工业协会七届五次理事扩大会召开之际，《中国口腔健康科普公益联盟》正式成立。

本次成立大会共有400多人参加，会上，中国口腔清洁护理用品工业协会理事长韩泰军作了动员讲话，中国口腔清洁护理用品工业协会副理事长、天津蓝天集团股份有限公司总经理梁玉树宣读了《中国口腔健康科普公益联盟规范（试行）》，消费日报社社长王卫平就《中国口腔健康科普公益联盟》的前期新闻宣传工作进行汇报。最后由中国口腔清洁护理用品工业协会理事长韩泰军、中国牙病防治基金会常务副秘书长、北京大学口腔医院教授荣文笙，中国口腔清洁护理用品工业协会副理事长、柳州两面针股份有限公司董事长林钻煌，消费日报社社长王卫平，共同为《中国口腔健康科普公益联盟》揭牌，《中国口腔健康科普公益联盟》正式成立。

随后，由中国口腔清洁护理用品工业协会副理事长、广州市倩采化妆品有限公司董事长陈启泉，中国口腔清洁护理用品工业协会副理事长、联合利华（中国）有限公司法规总监朱介兵，中国口腔清洁护理用品工业协会副理事长、上海美加净日化有限公司总经理王琴，分别为21家《中国口腔健康科普公益联盟》成员单位授牌，21家会员单位分别为：重庆登康口腔护理用品股份有限公司、北京市宝洁技术有限公司、诚志股份有限公司草珊瑚分公司、福建爱洁丽日化有限公司、高露洁棕榄（中国）有限公司、广西奥奇丽股份有限公司、广州市倩采化妆品有限公司、广州薇美姿实业有限公司、好来化工（中山）有限公司、**江苏雪豹日化有限公司**、联合利华（中国）有限公司、柳州两面针股份有限公司、美晨集团股份有限公司、名臣健康用品股份有限公司、纳爱斯集团有限公司、上海美加净日化有限公司、狮王日用化工（青岛）有限公司、**苏州市金茂日用化学品有限公司**、天津蓝天集团股份有限公司、云南白药集团股份有限公司、中山市多美化工有限公司。

（来源：消费者日报网）

江苏省政府办公厅关于印发江苏省

深化科技奖励制度改革方案的通知

苏政办发〔2018〕29号

各市、县（市、区）人民政府，省各委办厅局，省各直属单位：

《江苏省深化科技奖励制度改革方案》已经省委、省政府同意，现印发给你们，请认真贯彻落实。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　江苏省人民政府办公厅

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　2018年3月28日

查询网址：www.jiangsu.gov.cn/art/2018/4/4/art\_46144\_7557756.html?from=groupmessage&isappinstalled=0&mabolw=cuioo2&cknorm=gs0zm2

江苏省质监局抽查86批次香皂产品合格率为96.5%

据江苏省质监局官网消息，2018年第1季度，该局委托扬州市质检所(国家洗漱用品质检中心)、南京市质检院和江苏省质检院对香皂产品质量进行了监督抽查。共抽查86批次产品，合格83批次，合格率为96.5%。

本次抽查结果显示，不合格项目集中在干钠皂、总有效物、水分和挥发物3项指标。其中，标称广陵区颐景旅游用品厂生产的1批次30g/块型香皂样品被检出水分和挥发物项目不合格;标称广陵区雅丝兰旅游用品厂生产的1批次8g/块，II型型香皂样品被检出总有效物含量项目不合格;标称扬州市华星化妆品有限公司生产的1批次14g/块型香皂样品被检出干钠皂项目不合格。

质监部门提醒，消费者要选择保质期内、标识(产品名称、生产企业名称及地址、产品执行标准、产品等级和出厂检验合格证明)齐全的产品，检查有无变色变味、变软等现象。选择生产日期较近的香皂。

（来源：中国质量新闻网）

中国洗协新时代中国特色社会主义“2018名企巡礼”系列报道之隆力奇

**隆力奇布局“一带一路”，打造创新型经济高地**

“十九大”报告指出“推动形成全面开放新格局”，强调“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”，深刻揭示了新时代更好推动开放发展的新内涵和新要求。2012 年-2016 年，我国累计对外直接投资 6605.8亿美元，未来我国开放型经济将步入引进来与走出去双轮驱动的新阶段。国家已将“一带一路”建设放到了更加重要的位置，作为形成全面开放新格局的重点工作来抓。目前，我国自贸区协定数量已达到15个，涉及23个国家和地区。同时，已形成3批、11家、覆盖沿海沿江的自由贸易试验区格局。

隆力奇董事长徐之伟表示，国家倡导的“一带一路”不仅为中国企业“走出去”创造了更加便利的贸易条件、政策支持，更为中国民族品牌的海外落地提供了战略机遇，也为中国品牌和中国企业规模化、抱团走出去提供了巨大的市场机遇。徐之伟表示，隆力奇为积极响应国家“一带一路”的号召，已做好了充分的准备。

**国际市场战略布局已初步形成**

隆力奇在32年的发展历程中，从未停止过转型升级的步伐，一直致力于构建创新、活力的平台，通过创新驱动企业发展和改革，为发展注入动力，使企业焕发活力。2016年，隆力奇各销售渠道突破思维定势，全面实施渠道创新驱动发展，拓展发展新空间。用大数据、人工智能等新技术驱动业务发展。2016年，隆力奇通过“爆品”推陈出新，通过业务新制度的上线及奖励机制的激励，直销渠道发展亮点纷呈，隆力奇国际市场迅猛扩张，也为2017年的加速度发展打下更坚实的基础。

自2010年以来，隆力奇开启了走出国门之路。他们应用海外资本，成立合资公司，整合当地资源，快速拓展国际市场，第一时间吸收西方先进的管理技术、科研技术，并在海外的产品中加入了中国元素，不管是日化还是中医保健等产品，都具备了巨大的市场潜力，得到了当地消费者的认可，也促进了市场发展迅速，成为了建设“一带一路”上的样板企业。

隆力奇国际市场销售拓展的规划为：以俄罗斯、哈萨克斯坦为中心辐射中亚、欧洲市场;以马来西亚、印尼、菲律宾为中心辐射东南亚、大洋洲市场;以尼日利亚、南非为中心辐射非洲市场;以美国为中心辐射美洲市场。自2010年进军国际市场至今，公司已完成30个海外分公司的覆盖。隆力奇国际市场2017年业绩同比增长60%，这是继2016年高增长之后的又一个开门红。其中以尼日利亚、南非为代表的核心市场增长快速，菲律宾、马来西亚、印尼等东南亚市场增长幅度也较大，初步完成了隆力奇国际市场的战略布局。

**未来五年非洲及“一带一路”沿线65个国家实现全覆盖**

2018年，隆力奇新国际市场战略计划将以尼日利亚莱基自贸区智能工厂投资建设为契机，从而重点拓展肯尼亚为代表的东非市场，及以安哥拉、赞比亚为代表的中非市场，实现产品就近供应大非洲区及寻机进入西欧市场及南美市场。

隆力奇与尼日利亚莱基自贸区于去年12月17日正式签约的“一带一路”沿线首个人工智能化工厂即将开工。莱基自贸区开发公司董事长戴比瑞先生、莱基自贸区开发公司总经理丁永华先生、莱基自贸区开发公司副总经理易卜拉欣先生、莱基自贸区开发公司工程总监黄习工先生、莱基全球公司总经理绍达德博士等一行已莅临隆力奇参观考察，并签订了深入的战略合作协议，将在莱基自贸区内建造四万平米生产基地，成为“一带一路”沿线首个人工智能化工厂，用于生产保健品、化妆品、洗涤用品等，为隆力奇在尼日利亚、南非、喀麦隆、刚果等非洲分公司提供全面的大供应链、产品保障和通关等整体服务。

隆力奇规划在尼日利亚建立人工智能化工厂，这是公司在营销、OEM/ODM、代理国际品牌之外，实现实体企业践行国家“一带一路”战略的重要一步。隆力奇一期投资将达2000万美金，建设包括生产区、办公区和生活区。该项目建成后，将成为尼日利亚莱基自贸区唯一一家日化生产商，辐射整个非洲市场。未来的五年里，隆力奇有信心在尼日利亚等非洲乃至“一带一路”沿线65个国家实现出口和市场销售的全覆盖。

徐之伟表示，在国家开放发展的引领下，隆力奇将一如既往勇于担当，推动建立基于多边规则和有利于发展的全球布局新框架，助推全球经济可持续发展，从而构建开放型经济发展的新格局。 （来源：中国洗涤用品行业信息网）

苏州科玛：根植于中国的日本品质

在中国市场上，活跃着这样一批化妆品企业与品牌，他们在各自领域都有着卓悦的表现与贡献，是中国化妆品“企业”与“品牌”的标杆！他们汇聚在中国美容博览会（CBE）这一产业平台，展现成功的内核经验，为化妆品产业“呐喊”，引导产业向着健康的方向发展。

苏州科玛是一家专业的OEM/ODM化妆品制造企业，在国内化妆品行业享有盛誉；但它却很少出现在大众眼中。记者有幸走访了苏州科玛的工厂，对话科玛化妆品（苏州）有限公司董事副总经理张祖龙，为大家揭开苏州科玛的面纱。

当你走进苏州科玛，你就能深深地感受到，这是一座既体现了日本OEM/ODM化妆品制造特点，又符合中国法规来设计完成的工厂，有着很强的专业印记，“这是因为当我们进入到中国市场时，就决定运用日本科玛具有国际化妆品领先水平的配方技术和生产技术。以独特的专利技术和科学严谨的工业管理体系，在中国再现日本品质和技术。”张祖龙说。

苏州科玛是日本科玛在中国本土的一家独资企业，坚守卓越品质，借助日本科玛研发力量和技术力量，具有得天独厚的优势。日本科玛已经有106年的历史，在产品开发、生产上独具创新。1997年，苏州科玛成立，它就坚持把日本的配方、技术、原料、管理体系、生产设备等全套引进到中国，为中国企业提供“日本有什么，中国就有什么”的产品和技术。

当然，苏州科玛并不是简单的“copy”。在这个过程中，苏州科玛所有引进的原料都会符合中国的法律，并根据客户的需求和特点，适当地调整配方，比如适应一些客户需求，将中国的中草药添加到产品中。

**源自日本 发挥自己的特长**

苏州科玛为了严格秉承与日本同样的产品品质，一方面采用与日本化妆品同级别的日本原料，产品的成本普遍比较高，让一些客户望而却步；另一方面为了在日本品质中体现客户的理念，开发符合中国特点的产品，有时周期相对比较长，在一些市场“活跃”周期比较短的品类制造上反应要比本土企业慢一些。

对此，苏州科玛董事副总经理张祖龙回复说，“苏州科玛并不想赚快钱，我们有自己的专长。国内的很多消费者非常喜欢日本货，我们会保持自己的日本特色优势，给有特定需求的消费者提供服务。”另外，这些年，国内消费者对产品的质量要求越来越高，新一代消费者对于高端产品的追求，这意味着产品价格的影响在下降。

**潮流趋势来源于日本**

一般来说，像苏州科玛这样大型的OEM/ODM 企业，都承载着“风向标”的使命。再加之企业为了让自己的产品更贴合市场，进一步完成中国化进程，每年、每季度都会有一些潮流发布。

随着互联网的发展，国内的消费者对国外流行的产品比较了解，在护肤上，很多消费者喜欢去日本或韩国，买日韩的最新产品。但苏州科玛表示，我们在对中国市场的趋势做出预判的同时，更重视直接将日本市场的化妆品潮流发展趋势拿到中国，之所以这样做，中国的技术趋势、配方工艺以及潮流上也基本和日韩同步。

当然，目前部分拥有强大科研能力的国际代工企业开始在国内“普及”它们的科技成果，苏州科玛也不例外。苏州科玛有一个研究部，是从研究的角度对市场进行调查。所以，苏州科玛除了能了解到市面上共通的资讯外，还拥有很多独家的最新资讯，包含日本和中国市场。

每年，苏州科玛会邀请一些日本的研发人员过来，与客户至少进行4次一对一的交流碰撞， 这样，双方获得的信息往往大于预期。根据客户的反馈，每次和科玛的沟通完，都会收到意外的惊喜。科玛会根据客户的要求，量身定做，默默无闻为他人做嫁衣，同样，张祖龙也提到，“这样做的一个好处是，能够避免将客户独特信息和创意透露给另一个客户，保守客户信息是科玛的信誉和责任，我们很看重这个。”

**发力彩妆 提供差异化产品**

彩妆热，是这些年在中国市场呈现的一个很明显的市场趋势。众多国内的代工厂和品牌都紧紧抓住这个方向，以希望争夺一定的彩妆市场份额，那么苏州科玛是否有这个计划呢？

其实，在2001年，苏州科玛在国内投入生产时，国内彩妆技术比较缺乏，并不能提供高品质的产品，业务彩妆为主，但是随着生活水平提高，人们对护肤的品质也随之提高，苏州科玛的护肤品更是获得了客户的青睐，一年的产能大概是4000万件-5000万件产品，最近彩妆的需求也在上升。

近些年，随着国民对化妆品认识的提高，新一代消费群体对“美”的认识也在加深，这就说明，彩妆变成了人民的生活必需品。尤其是从2016年10月开始，国家取消30%的彩妆消费税后。“国家政策对一个品类的影响是非常大，就跟当年的护肤税取消时一样。彩妆经过一年的发展，接下来一定会有爆发。”张祖龙预计。

所以，苏州科玛也会在彩妆上做一些差异化的产品，张祖龙透露，“日本科玛的粉底类产品特别受市场的认可和消费者的追捧，未来我们可能会进行引进。” （来源：苏州科玛公司）

中国消费者报盛赞绿叶，江苏消费网全文转载——《绿叶：产品质量是企业发展之本》

《中国消费者报》是一张专门为消费者服务的全国性报纸，每年3月15日发布的《中国3.15年度报告》，以其公平公正、专业权威特性，在辛辣严厉的批判、揭露无良企业的同时，也对优秀企业进行赞誉和褒奖，成为每一位普通消费者选择放心、安全的企业及商品的最亮“指路明灯”。在今年的《中国3.15年度报告》中，绿叶科技集团作为优秀企业代表荣列其中，《中国消费者报》再次发文，江苏消费网全文转载，盛赞绿叶品质。

**全文刊登如下：**

2018年3月15日，《中国消费者报》发布了《中国3.15年度报告》，对过去一年内的典型消费维权事件进行了集中梳理和揭露，同时，推介了一批当年产品质量可靠和售后服务完善的知名品牌和企业，而苏州绿叶作为企业代表之一，也成功登上了今年的《中国3.15年度报告》，进一步佐证了绿叶的企业实力和品牌影响。

2018年，中消协确定了“品质消费 美好生活”的年主题，而苏州绿叶始终坚持注重产品质量、不断提升品质的经营理念刚好与年主题的精神相吻合，也符合了消费者对美好生活的不断追求。

千柯习习润，万叶欣欣绿。“为美而生”的苏州绿叶（Greenleaf）位于苏州国家高新区浒墅关工业园内，注册资金1.398亿元，是一家集科技研发、生产制造、国际合作、品牌推广、市场营销于一体的现代化高科技集团企业。

苏州绿叶秉承着 “科技是第一生产力”的经营理念，并凭借国际先进的科技研发、优秀的生产制造和严格的质量管理与控制，不断推出希诺丝（SEALUXE）、爱生活、家得丽、卡丽施、纽维兹、安耐斯、香恩利、绿派、简·爱等品牌的高品质、高性价比系列产品，深受广大消费者青睐。

**全面推行6S制度  规范质量管理**

没有规矩，不成方圆，对于企业亦是如此。规范系统的管理制度对提升企业产品质量、赢得消费者认可具有不可忽略的作用。

2017年，绿叶科技集团着力增强质量管理，在公司内部全面推进6S管理制度，同时成立6S质量管理小组，推行全员参与、持之以恒、科学管理、精益求精的管理方针，监督生产车间、实验室等区域全面落实规范化质量管理，杜绝安全事故，确保产品品质。

制度实施后，得到公司各质量相关部门和员工的积极响应。此外，每月定期召开的质量评比是检验6S管理制度执行效果的有效措施，通过评比查漏补缺总结得失，为以后的生产经营管理积累了丰富的经验。

通过评选优秀组长和优秀个人，树立工作模范标杆，在公司内部形成良性的竞争关系，各部门、各员工以制度为标准，以模范标杆为榜样，不断提升公司产品质量规范化管理，真正实现了6S制度的闭环管理。

苏州绿叶为希诺丝（SEALUXE）赋予独一无二的深海提取技术和新一代植物干细胞专利技术，研制出特别适合亚洲人肤质的SEALUXE高端系列护肤品。同时，苏州绿叶与江南大学合作成立化妆品联合研究中心，共同致力于国内日化行业的高端研发。

**加强专业设备投入 完善质量体系**

行百里者，半九十，越接近成功越不能松懈。质量管理容不得丝毫大意，绿叶始终把提升产品质量、牢把质量安全关作为企业的生命线。

 为提升产品质量，绿叶在专业设备、生产线建设上从来没有吝啬过。占地面积72亩，总规划建筑面积10.68万平方米的化妆品产业园，是一座综合性的生物美容产业基地，设计总产能达8万吨/年，整座车间通过ISO9001认证及国际GMP认证，拥有10万级和万级洁净标准的生产车间，并且生产线采用德国、法国、意大利等国先进生产设备和国际领先的质量控制系统。

质量检测设备方面，2018年绿叶产品实验室已经购置气相色谱仪、液相色谱仪、紫外分光光度计、红外光谱仪、原子荧光光度计、原子吸收分光光度计等高端检测设备，对原料、成品进行全面监控。以高科技为重要利器，严格保证产品出厂合格率达100%。另外，绿叶正全力准备实验室CNAS17025认证，并计划于2019年初通过权威认证。

**提升产品合格率  落实质量检测**

驽马十驾，功在不舍。持之以恒的产品质量管理是企业走向市场、赢得口碑的关键，绿叶将这一理念深刻融入到生产的各个环节，烙进企业和每位员工的价值观里。

绿叶一直严格遵守、认真执行行业法规和企业规章，积极推行各项权威管理体系认证，如ISO22716认证、GMPC欧盟质量体系认证、ISO14001 OHSAS 18001等。

此外，绿叶实施一整套完备的质量管理培训，为生产岗位上的每一名管理者和员工植入企业的质量基因，让所有生产参与者树立质量责任感，明白好产品不仅需要严格遵从质量标准，更需要用心生产。

2017年，绿叶连续3年合格率均达100%，而成品开箱合格率则从2016年的99.5%，提升到100%，全年未出现一次成品开箱不合格情况。相关负责人介绍，2017年消费者投诉率降至百万分之三以内，充分体现了消费者对绿叶科技集团“高品质、真价格”的多元化、系列化高端产品的青睐和认可。

绿叶科技集团董事长徐建成表示，绿叶坚持“和合大同、利他成己、诚信敬业、激情创新”的企业价值观，在产品质量管理方面，从配方研制、生产制造等直到消费者使用，均做到重承诺、守信用、规范经营、良心发展，不断为广大消费者提供丰富多样、品质优异、价格实惠的放心产品。

诚者天道，信者商道，思诚立信，为人之道。绿叶的“诚信”体现在产品质量方面就是，坚持从产品研制、营销直至消费者使用，皆百实无一虚，做到规范求发展、良心铸口碑。 （来源：苏州绿叶公众号）

江苏省质监局抽检洗手液合格率为95.9%

3月22日，江苏省质监局官网发布家用清洁类产品抽检结果。结果显示，此次抽查洗手液49批次，合格47批次，合格率为95.9%。江苏企业产品合格率为100%。不合格项目集中在总有效物和菌落总数2项指标。其中，总有效物含量越高，去污力越强，抽查中1批次产品该项目不合格。还有1批次产品细菌超标，不但起不到清洁作用，还会造成细菌二次污染。

洗手液不能作为香皂的代替品

消费者在购买时要注意产品包装和产品信息，使用时闻一闻有无刺鼻异味，观察有无沉淀物、悬浮物，有无分层或油水分离现象。

洗手液不能作为香皂的代替品，如双手明显很脏或者伤口流血，建议使用香皂。在干燥环境下经常使用洗手液会使皮肤干燥、起皮，容易导致细菌感染，可以抹点有保湿功效的护手霜。 （来源：中国质量新闻网）

国家食药总局发布：染发类化妆品使用安全警示

一、染发类化妆品主要不良反应表现

染发类化妆品是一类具有改变头发颜色作用的特殊化妆品，使用后可能引起不良反应。2017年国家化妆品不良反应监测系统中共收到染发类化妆品不良反应/事件报告2688份，占收集到全部特殊类化妆品不良反应报告（12790份）的21.02%，涉及染发类化妆品2707例次，其中报告类型为严重的报告25份，占特殊类化妆品严重报告总数（45份）的55.56%。

国家化妆品不良反应监测系统收到的染发类化妆品不良反应/事件报告初步判断主要以化妆品接触性皮炎和化妆品毛发损害为主，其次为化妆品荨麻疹、化妆品光感性皮炎、激素依赖性皮炎、化妆品痤疮等；不良反应/事件发生部位以头皮、额部为主，其次为颈部、颊部、耳周、口唇、口周、眼周、外耳廓、鼻部、胸部等；染发类化妆品不良反应/事件主要表现以皮损红斑、丘疹为主，其次为斑丘疹、水肿、渗出、水疱、风团、毛囊炎样、苔藓样变等；使用者自觉症状以瘙痒为主，其次为灼热感、疼痛、紧绷感、干燥、头晕、头痛等。

二、染发类化妆品使用提示

（一）消费者应选择正规、合法渠道购买染发类化妆品，并选购标识清楚的产品

消费者应保存好购买凭证和产品包装信息。要查看产品名称、生产企业名称和地址、净含量、成份表、生产日期和保质期（或生产批号和限期使用日期）、生产许可证号、化妆品批准文号/备案号等信息。选购进口产品时，还要查看其中文产品名称、中文生产企业等，以防假冒伪劣产品引起不良事件的发生。产品信息可登录国家食品药品监督管理总局网站查询、核对。

（二）使用前应详细阅读产品说明书，建议进行皮肤测试

1.说明书中如果提示该产品为专业使用，则不建议消费者自行使用。

2.按说明书要求，保证使用时间间隔，避免因过度频繁使用导致不良反应/事件发生。

3.染发剂和氧化剂的配比要严格按照说明书的配比要求，保证各成分能够有效中和。

4.染发类化妆品不可用于头发以外的其他部位，16岁以下消费者不宜使用，染发与烫发不宜同期进行。

5.如果既往发生过染发类化妆品不良反应/事件者，避免再次使用相同产品。

6.需注意同一商标名的产品，如果色号不一致，其配方成分不一致，属于不同产品，即使是同一色号的同一商标名产品，不同生产批号也有可能存在差异。提醒使用者务必留意，购买产品时关注其色号及生产批号。

7.每次使用前，尤其是更换产品或新购产品时，建议进行皮肤测试。一般测试部位建议为耳后皮肤，取少量混合均匀后的染发产品进行测试。如说明书中已载明皮肤测试方法，请遵照说明书操作。

自行测试难以判定时，建议到专业医疗机构咨询。

（三）使用时需注意身体状况，做好防护措施

1.使用者要查看头面部等易于接触染发产品部位的皮肤是否有破损，是否存在红斑、丘疹、皮疹等，是否正在服用可能引起过敏的药物或身体状况欠佳等问题，如有上述情况应暂缓使用；

2.使用时需佩戴手套、耳套等防护措施，染发时避免染发产品和皮肤接触，可使用凡士林等涂抹在易于接触染发产品的皮肤部位；

3.应注意染发产品使用量，满足染色需求即可，不易过多使用；

4.如染发产品不慎入眼，应立即用清水冲洗。

（四）使用后注意事项

1.使用后，使用者应注意观察自身状况，尤其是头、面部等是否有皮疹、瘙痒、灼烧感等或其他异常情况；

2.一旦发生不良后果，应立即彻底清洗，并避免再次接触此种染发产品，如果症状严重或未缓解，应及时到医院就诊，就医时建议携带染发产品，并可通过所在地化妆品不良反应监测哨点医院或食品药品监督管理相关部门上报化妆品不良反应/事件信息；

3.若怀疑化妆品产品质量存在问题，可拨打投诉举报电话12331反映情况。

典型案例

案例一：男性，64岁，化妆品过敏史不详，无既往药品、食物或其他接触物过敏史。染发10多年，自行在家中使用，约40天一次。10月15日，该患者染发，次日出现头皮痒，面部散在丘疹，一周后自行痊愈。11月25日，再次染发，头、面、颈、躯干部相继出现红斑、丘疹、伴有剧烈瘙痒、烧灼感。自行口服抗过敏药治疗1天，未见好转，红斑、丘疹增多，瘙痒加重。11月28日，到医院就诊，以接触性皮炎入院治疗，经过用药及对症皮肤护理等治疗6天后患者病情逐步好转至临床治愈。

案例二：女性，34岁，无化妆品过敏史，无食物或其他接触物过敏史，既往曾有土霉素片过敏史（出现皮疹、水泡）。7月14日到理发店染发，染发当日感到头皮烧灼样痛、干燥、刺痛感伴流泪，3天后头皮出现水泡，头皮屑大块脱落，掉发情况较染发前增多，未曾到医院诊治。9月20日左右颈部皮肤出现丘疱疹，遂到医院就诊，遵医嘱用外用药品涂擦皮损处，该患者回家后自行用药，后症状逐渐减轻、消失。

案例三：男性，50岁。无化妆品过敏史，无既往药品、食物或其他接触物过敏史。5月4日上午10点左右开始染发，按产品的使用说明书正常使用，染发后约2小时，突感头皮灼热，瘙痒，且症状越来越明显，伴头皮发根红肿，后颈部皮肤瘙痒发红，出现头痛现象，当时即停止使用该染发产品，清水清洗干净头发，并到医院就诊，诊断为化妆品过敏反应，予其对症治疗后，不良反应症状逐渐缓解，至5月10日症状消失、病情痊愈。

（来源：国家食药总局）

《实施化妆品分类》等6项化妆品国家标准的通知

根据2017年11月1日中华人民共和国国家标准公告2017年 第29号，国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会批准发布《化妆品分类》等6项国家标准（标准编号、名称及实施日期见附件），现予公布。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 标准号 | 标准名称 | 代替标准号 | 实施日期 |
| GB/T 18670-2017 | 化妆品分类 | GB/T 18670-2002 | 2018-05-01 |
| GB/T 34806-2017 | 化妆品中13种禁用着色剂的测定 高效液相色谱法 |  | 2018-05-01 |
| GB/T 34819-2017 | 化妆品用原料 甲基异噻唑啉酮 |  | 2018-05-01 |
| GB/T 34820-2017 | 化妆品用原料 乙二醇二硬脂酸酯 |  | 2018-05-01 |
| GB/T 34822-2017 | 化妆品中甲醛含量的测定高效液相色谱法 |  | 2018-05-01 |
| GB/T 34918-2017 | 化妆品中七种性激素的测定 超高效液相色谱-串联质谱法 |  | 2018-05-01 |

国家质检总局提醒消费者关注相关韩国化妆品风险

经韩国食品药品安全部确认，韩国化妆品生产制造商HWASUNG COSMETICS株式会社为爱茉莉太平洋等8家企业生产的化妆品(涉及产品清单见附件)中被检测出重金属锑超过韩国化妆品标准规定，上述产品无一般贸易形式对中国出口，这与质检总局排查结果一致。质检总局提醒消费者谨慎使用海淘、个人携带等其他渠道获得的上述产品。

附件：涉及产品清单（略）

查询网址：http://www.aqsiq.gov.cn/zjxw/zjxw/zjftpxw/201803/t20180323\_514793.htm

（来源：国家质检总局）

《口腔清洁护理用品 牙膏用美洲大蠊提取物》

等标准报批公示

根据行业标准制修订计划，相关标准化技术组织等单位已完成包括《口腔清洁护理用品 牙膏用美洲大蠊提取物》、《口腔清洁护理用品 牙膏用月桂酰肌氨酸钠》和《蜂胶牙膏中白杨素含量的测定 高效液相色谱法》在内的36项化工、冶金、黄金、机械、轻工、包装行业标准的制修订工作。根据工信部科技司发布的意见征求内容显示，在以上36项行业标准批准发布之前，为进一步听取社会各界意见，特予以公示，公示时间2018年4月8日—2018年5月7日。以上标准报批稿请登录《标准网》(www.bzw.com.cn)“行业标准报批公示”栏目阅览，并反馈意见。

根据附件内容显示，QB/T 5287-2018《口腔清洁护理用品 牙膏用美洲大蠊提取物》标准规定了牙膏用美洲大蠊提取物的要求、试验方法、检验规则、标志、包装、储存运输条件要求和保质期;该标准适用于以牙膏为代表(包括漱口水、口腔用凝胶、口腔用喷剂等)口腔护理产品所用的美洲大蠊提取物。

QB/T 5288-2018《口腔清洁护理用品 牙膏用月桂酰肌氨酸钠》规定了月桂酰肌氨酸钠的要求、试验方法、检验规划、标志、包装、运输、贮存和保质期;该标准适用于以月桂酸和肌氨酸为原料，经酰氯化、胺化而制得牙膏用月桂酰肌氨酸钠溶液。该产品在牙膏中用作发泡剂、乳化剂，不适用于95型月桂酰基肌氨酸钠粉末。

QB/T 5289-2018《蜂胶牙膏中白杨素含量的测定 高效液相色谱法》规定了蜂胶牙膏中白杨素含量的测定方法;该标准适用于蜂胶牙膏中的白杨素含量的测定。附件：[36项行业标准名称及主要内容（](http://www.ccia-cleaning.org/attached/file/20180409/20180409135934_799.doc%22%20%5Ct%20%22http%3A//www.ccia-cleaning.org/content/_blank)略）

（来源：工信部科技司）

查询网址：zmhd.miit.gov.cn:8080/opinion/noticedetail.do?method=notice\_detail\_show&noticeid=1921

洗涤用品知识专家大讲堂：家用清洁剂的种类及功能

新时代扑面而来，消费市场不断变化，消费水平快速提升，消费者对个性化、功能化等多层面的需求日益突出。为增进广大消费者对洗涤护理用品常规知识的深入了解，中国洗涤用品工业协会特请来多位行业资深专家，从行业发展、成品、原料等多方面采用通俗易懂的方式进行了讲解、答疑解惑。本讲堂特别敬献于那些热爱美、热爱生活、热爱健康的人们！每周二、周四持续放送，敬请关注。同时，本系列视频也在人民网慕课、中国消费者协会微信号等媒体持续播出。

家庭清洁用品范围非常广泛，按大类分，主要分为织物清洁护理和家居清洁护理两大类。

织物清洁护理剂是用量最大的一类产品，包括洗衣液、洗衣粉、皂、衣物柔顺剂、衣物漂白剂、衣领净等。

家居清洁护理产品的种类非常多，按照使用场所分，可以分为厨房、卫生间、居室用清洁剂。

厨房清洁剂主要包括：餐具洗涤剂，另外还有厨房油污清洗剂、烤箱等专用清洗剂、水槽清洗消毒剂等等。

餐具洗涤剂也就是我们所说的洗洁精，又分为手洗和机洗用两大类。

卫生间也是清洁剂使用比较多的场所，如：浴室清洁剂、洁厕剂、浴室除霉剂、消毒剂、龙头清洁上光剂等。

居室用的产品主要用于起居室，同时也可以用于其他场所，如：玻璃清洁剂、地板清洁剂、家具清洁上光剂、多用途硬表面清洁剂等等。

家庭清洁用品产品形式多样，可以是固体的粉状、片状、块状产品，也可以是液体状或凝胶状的产品，产品可以是普通包装，也可以是手动泵喷雾形式、纸巾等形式。

根据使用的方便性、污垢的种类和作用的对象，产品多种多样、非常丰富。
（来源：中国洗涤用品工业协会）