**苏州日化**

2020年第12期 总第178期

2020年12月16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

* 2020年11月24日江苏省轻工业行业协会领导来协会调研
* 江苏省日用化学品行业协会团体标准《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》起草小组第三次工作会议在日化协会召开
* 关于《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》团体标准征求意见的函
* 财政部、税务局关于广告费和业务宣传费支出税前扣除有关事项的公告
* 国家药监局拟批准4个化妆品新原料
* 迎最严监管，“械字号”有了新规则！
* 《消毒产品标签说明书通用要求》等13项强制性国家标准和1项强制性国家标准修改单发布
* 国家药监局关于撤销部分承诺制延续特殊用途化妆品行政许可批件的公告
* 中香协化妆品相关专业委员会2020年度交流会在京召开
* 隆力奇旗下克劳丽工业互联网项目成功申获国家发明专利
* 康柏利遇见双十二 温暖呈现
* 新零售添生力军 绿叶购全国200家门店11月27日同步开业
* 江苏省药监局苏州检查分局新法规宣传走进美爱斯
* 化妆品包材要涨价了
* 又一个化妆品概念被央视点名市场“噱头”为何屡禁不止？

2020年11月24日江苏省轻工业行业协会

领导来协会调研

2020年11月24日，江苏省轻工业行业协会会长蒋金华、副会长兼秘书长朱进、主任姜燕一行3人来协会调研，江苏日化协会理事长、苏州日化协会会长、苏州博克企业集团董事长李君图，江苏日化协会、苏州日化协会秘书长吴国炎，副秘书长吴萍，对外联络部主任、苏州润邦生物科技发展有限公司董事长盛斌，副主任孔楠在博克集团热情接待。

李君图理事长介绍了苏州博克公司的基本情况，并对省轻工业行业协会领导的到来表示欢迎。

吴国炎秘书长介绍了协会的发展历程以及基本情况，江苏化妆品行业在全国名列前茅。并且在会议上谈主要工作：1、协会非常重视法律法规，运用《江苏日化》、《苏州日化》、网站等进行宣贯；2、行业协会应当自律，推动行业诚信建设；3、服务会员单位，有作为才有地位，千方百计为企业排忧解难；4、建设年轻的秘书处团队，吴国炎秘书长一直致力于培养年轻一代，向职业化、专业化、年轻化发展，年轻的团队靠管理和自觉。

除此之外，吴国炎秘书长还讲了目前江苏日化行业遇到的困难，江苏省化工整治扩大化，一定程度影响化妆品行业发展。

朱进秘书长对协会的热情接待表示感谢，并表示此次的到来有了学习和了解的机会。朱秘书长对于协会的发展、协会的管理给予了高度评价。对化工整治问题，表示化妆品属于轻工，轻工和化工应该区分开。

蒋金华会长说，协会是政企的桥梁与纽带，服务是协会的立身之本。蒋会长说了各种类型的企业发展，如OEM和ODM，可以在合作中找准自己的定位让两者紧密相连，还可以通过合作提升自我。

 （日化协会秘书处）

江苏省日用化学品行业协会团体标准

《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》起草小组第三次

工作会议在日化协会召开

2020年12月11日（周五）下午，江苏省日用化学品行业协会团体标准《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》起草小组第三次工作会议在日化协会会议室召开。

与会人员有：江苏日化协会秘书长吴国炎，江苏日化协会标委会主任、苏州维美生物科技有限公司董事长张健，江苏日化协会标委会副主任、江苏奇力康皮肤药业有限公司董事长吴克，江苏日化协会标委会秘书长、科玛化妆品（苏州）有限公司研究所系长陈艾，江苏日化协会标委会常务委员、苏州绿叶日用品有限公司研发总监刘冬，江苏日化协会法务与标准化部主任、标委会委员李瑶，苏州大学狄俊伟教授，江苏日化协会对外联络部主任、苏州润邦生物科技有限公司董事长盛斌，列席会议有：江苏日化协会副秘书长吴萍、副主任孔楠，苏州维美生物科技有限公司副总经理殷国宏等，共11人参加会议。

会议由吴国炎秘书长主持。

会议上，陈艾秘书长与大家一起使用投影仪对团标《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》逐项逐条、逐字逐句的进行认真的讨论并修改，取得一致意见，最终确定了《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》团体标准的征求意见稿。此项团标征求意见稿已经成功发布在全国标准信息平台网站并同时在协会网站及微信公众号发布征求意见稿。

这次团标起草工作得到苏州巿标准化研究院沈俊杰院长的指导。

（日化协会秘书处）

关于《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》

团体标准征求意见的函

苏日化协﹝2020﹞20号

各有关单位和专家：

江苏省日用化学品行业协会团体标准《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》的起草小组于2020年9月成立，按照江苏省日用化学品行业协会团体标准制定程序，收集了国内外相关资料，经过三次起草小组工作会议，形成了《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》团体征求意见稿（附件1），现向社会公开征求意见。如有修改或完善的意见和建议，请填写《意见反馈表》（附件2），并于 2021年1月10日前以电子邮件、信件等方式反馈给我们，逾期未回复的将按无异议处理，感谢您的支持！

联系人：吴国炎、李瑶

电话：0512-65222949、65244077

地址：苏州市姑苏区东大街284号709室

邮编：215002

电子邮箱：szdcaok@163.com

 江苏省日用化学品行业协会

 2020年12月11日

附件1：《化妆品用原料 月桂酰丙氨酸》团体征求意见稿（略）

附件2 ：意见反馈（略）

查询网址：http://www.szdca.org/

财政部、税务局关于广告费和业务宣传费支出

税前扣除有关事项的公告

财政部　税务总局公告2020年第43号

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例,现就广告费和业务宣传费支出税前扣除有关事项公告如下:

一、对化妆品制造或销售、医药制造和饮料制造（不含酒类制造）企业发生的广告费和业务宣传费支出,不超过当年销售（营业）收入30%的部分,准予扣除;超过部分,准予在以后纳税年度结转扣除。

二、对签订广告费和业务宣传费分摊协议（以下简称分摊协议）的关联企业,其中一方发生的不超过当年销售（营业）收入税前扣除限额比例内的广告费和业务宣传费支出可以在本企业扣除,也可以将其中的部分或全部按照分摊协议归集至另一方扣除。另一方在计算本企业广告费和业务宣传费支出企业所得税税前扣除限额时,可将按照上述办法归集至本企业的广告费和业务宣传费不计算在内。

三、烟草企业的烟草广告费和业务宣传费支出,一律不得在计算应纳税所得额时扣除。

四、本通知自2021年1月1日起至2025年12月31日止执行。

《财政部 税务总局关于广告费和业务宣传费支出税前扣除政策的通知》（财税〔2017〕41号）自2021年1月1日起废止。

 财政部　　税务总局

 2020年11月27日

国家药监局拟批准4个化妆品新原料

12月2日，国家药监局发布公告称，“月桂酰精氨酸HCl、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等4个原料符合有关化妆品新原料的技术审评要求，拟批准其作为化妆品原料使用”，并向社会公开征求意见，要求在12月10日前提交反馈。

有行业人士表示，国家药监局此举很大程度上是为了配合《化妆品监管条例》(下称新条例)的落地，并传递出“逐渐放开新原料备案“的积极信号。

多年以来，我国对于化妆品原料审批非常严格，从2011年《化妆品新原料申报与审评指南》颁布后，仅有4个原料通过审批。

此外，按照《已使用化妆品原料名称目录》，我国共计8783种原料，而欧盟、日本、美国等国家，目前可使用的原料是基于2016年第十六版的《国际化妆品原料字典》，超过22600种，比中国多了近14000种。这次一下子批准了四个原料，预示着化妆品市场的监管以及化妆品企业的研发即将迎来划时代的变革。

药监局在公布四种原料的同时，也在技术要求中，对原料的使用目的、使用范围、以及使用限量等都做了明确说明。根据药监局发布的新原料技术要求显示：

月桂酰精氨酸乙酯HCl是一种化妆品防腐剂，可用于除了唇部产品、口腔卫生产品和喷雾产品之外的各类化妆品。月桂酰精氨酸乙酯HCL的安全性较高，若能作为一种防腐剂原料添加，也能在助力中国化妆品产品研发的同时，提高产品品质。

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是作为保湿剂和湿润剂使用，可用于清洁产品、按摩产品、化妆水、乳液、面膜等和彩妆品等，使用限量为2%，保质期为3年。

酰基寡糖钙主要用于保湿剂，可使用于除去眼部化妆品以外的面部、头皮、全身用各类化妆品，使用限量为5%，保质期为3年;

脂醇聚醚-200主要用于乳化剂、增溶剂，可使用于发用化妆品，使用限量为1%，其中当用在氧化型染发剂中时，与氧化乳一起使用，1.0%为混合后最高浓度，保质期为2年。

明年1月1日起，新版的《化妆品监督管理条例》也将取代1989年颁布的《化妆品卫生监督条例》，正式生效。根据最新的《化妆品监督管理条例》和《化妆品注册管理办法(征求意见稿)》内容，除了具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白等功能的高风险原料需要提前注册再备案外，其他新原料均可直接进行备案，并在5个工作日内即可由管理部门向社会公布注册、备案有关信息。

不久前药监局发布的《化妆品新原料注册和备案资料规范》也进一步完善了《化妆品新原料申报与审评指南》，系统性的规范了新原料注册、备案资料要求，对化妆品产业具有重大意义。

（来源：[中妆资讯](https://mp.weixin.qq.com/javascript%3Avoid%280%29)）

迎最严监管，“械字号”有了新规则！

日前，上海市药品监督管理局发布《上海市第一类医疗器械备案工作指南》（下称《指南》）的通告，作为第一类医疗器械产品备案和生产备案的重要指导文件，《指南》明确“面膜型”“保湿型”等多种型号不符合备案要求，且针对第一类敷料敷贴类，要求企业需提交所有添加成分及含量信息，以及成分的作用，并要求液体敷料、软膏类产品配方中添加的相关成分不可被人体吸收。

这意味着，在“叫停械字号”后，上海再出手制定了“械字号”的“游戏规则”。从《指南》内容来看，械字号产品充当化妆品这条路将行不通了，“械字号”迎来严监管时代。

**这些产品不合规，上海560家企业迎严管**

今年以来，上海整顿第一类医疗器械是箭在弦上。青眼在上海药监局查询了解到，仅今年8月1日至11月24日，诸多液体敷料、医用冷敷贴等第一类敷贴敷料类产品被取消了备案。

前不久，青眼走访上海化妆品生产企业时，多家企业负责人便表示上海确实叫停了第一类医疗器械企业的生产，而上海药监局此次发布的《指南》无疑再度印证了这点。

据了解，《指南》旨在规范第一类医疗器械备案工作，包括产品备案和生产备案两个部分，适用于上海市第一类医疗器械产品备案（包括首次备案、备案变更、备案凭证遗失补办、取消备案号四种办理情形）。也就是说，上海560家第一类医疗器械生产企业都将迎来新一轮的监管。

近年来，“械字号面膜”“械字号护肤品”等层出不穷，自国家药监局明确表示“不存在械字号面膜”后，此类械字号产品也成为重点监管对象。《指南》中也有重点提及并有明确规定：

械字号不得含有美容、保健等宣传性内容。《指南》中提到，第一类医疗器械产品名称不得明示或暗示包治百病、适应所有症状或者夸大适应症的内容，或含有美容、保健等宣传性内容。更进一步来看，类似医用冷敷贴宣称有美容功效也可能涉嫌违规。

面膜、保湿、修复、消痘备案行不通。对于医用冷敷贴、医用冷敷眼罩、冷敷凝胶、液体敷料、喷剂敷料等产品，说明书、内外包装标签、产品宣传等信息载体中，《指南》指出产品型号/规格（包括产品名称、产品描述、预期用途/适用范围等）的表述内容均不应体现超出备案产品描述以及预期用途范畴的表述内容，例如：修护（修复）型、精华型、消肿止痛型、缓解过敏型、抑制色素沉着型、消痘型、抗炎型等。另外，上海药监局在示例中还提到，备案是以面膜型、保湿型、医用玻尿酸面部修护型等作为产品型号/规格，也不符合要求。

也即是说，并不存在所谓的“面膜型医用冷敷贴”，试图通过备案上述词汇，以宣称保湿、修护、舒敏、美白等功效的“械字号化妆品”的概念也再无生存空间。

需提交全成分以及含量信息。《指南》要求，对于第一类敷料敷贴类产品，企业需在备案资料“生产制造信息”中提交所有添加成分以及含量信息，并如实表述所有成分的作用。并特别提到，液体敷料、喷剂敷料产品配方中添加的相关成分不可被人体吸收。

青眼注意到，不像化妆品需要在备案和产品标签上完整地标注产品成分，第一类医疗器械的成分表通常都十分隐晦，这就为部分企业不添加、概念添加、违规添加创造了条件。上海全丽生物科技有限公司总经理方祥铭向青眼介绍，绝大多数做械字号的工厂，原本就是化妆品工厂，因此会以化妆品中的可用成分为配方基础。换言之，被许多商家“夸上天”、卖出高价的所谓“械字号化妆品”，实际功效成分与普通化妆品可能并无差异。

而《指南》此举，无疑明确将第一类敷料敷贴类与化妆品划清界限，也断了部分企业以械字号产品充当化妆品的念头。

同时，不光是首次备案需按照上述要求执行，变更备案的相关要求也同上。据介绍，如果在备案后核查中发现一类医疗器械生产企业提供虚假备案资料、生产企业质量管理体系存在缺陷，将面临整改，依法予以查处，并撤销企业医疗器械生产备案凭证。

**“械字号化妆品”满天飞**

尽管国家药监局在年初就给“械字号面膜”判了死刑，但现实是医美手术需求暴涨和商家的炒作，再加上消费者对医用级产品有着天然的信任，“械字号化妆品”仍广泛存在。

今日，青眼在天猫、小红书等平台上搜索“械字号护肤品”依旧出现了不少商品和种草内容。而这些所谓“械字号护肤品”的生产企业除了医疗器械企业，也包括化妆品企业。

以“医美械字号护肤品套装”为例，该产品生产企业为广州九妆化妆品有限公司，据国家药监局国产医疗器械产品备案平台显示，该产品名称为液体敷料，预期用途是在创面表面形成膜状保护层，起物理屏障作用。用于小创口、擦伤、切割伤等浅表性创面及周围皮肤的护理。显然，液体敷料、冷敷贴等叫法对消费者来说丝毫没有吸引力，但若是用上“医美械字号护肤品”“医美面膜”，不仅通俗易懂，有了“医用”作为背书，宣传效果不言而喻。

无论是对医疗器械行业还是化妆品行业来说，这些“械字号化妆品”的存在无疑都有劣币驱逐良币之嫌。也正是意识到“械字号化妆品”屡禁不止、第一类医疗器械产品备案不规范，根据国家药监局关于加强第一类医疗器械备案管理的要求，上海药监局开始加大对“械字号”的整顿力度。

**“械字号”将迎最严监管**

事实上，在《指南》发布之前，上海药监局在9月份通报了2020年上海市第一类医疗器械备案工作考核评估情况，且重点检查了部分第一类医用敷贴敷料类产品。而“考核评估发现的问题”中就包括：部分已备案的医用冷敷贴、冷敷凝胶产品实物包装规格、产品内外包装标签或相关宣传资料中，超出备案预期用途范畴的表述内容，例如：修护（修复）、精华、消肿止痛、缓解过敏、抑制色素沉着、消痘、抗炎等。

同时，上海药监局10月23日还发布了《上海市药品监督管理局药品医疗器械化妆品安全责任约谈办法》，同样是为了落实企业主体责任，控制和预防药品、医疗器械、化妆品违法行为和安全事件，该办法将于今年12月1日起实施。

青眼注意到，诸如安且吉兮（上海）医疗科技有限公司等企业的医用冷敷贴等产品近期被取消了备案号。该产品的型号/规格就写着“保湿型；修复型；舒敏型”，显然是不符合备案要求的。

尽管目前各地政府对第一类医疗器械的监管尺度不一，其他省市企业在备案中还是会使用修复型、祛痘型、保湿型等表述，但上海此次对第一类医疗器械所释放的信号和态度已是十分明显，相信各地对于医疗器械和化妆品的监管也会逐步规范，以加大对“械字号”产品违法违规行为的惩戒力度。

“上海很有可能是国家药监局整治‘械字号’的试点。”如一位行业人士所言，随着《化妆品监督管理条例》的实施，强化企业主体责任，化妆品企业合法合规生产经营也是必须遵守的底线。而妄图以“械字号”钻空子的行为和企业，在严管之下势必会再无立足之地。

（来源：青眼公众号）

《消毒产品标签说明书通用要求》等13项强制性

国家标准和1项强制性国家标准修改单发布

11月17日，国家标准化管理委员会发布了13项强制性国家标准和1项强制性国家标准修改单的公告。

其中包括：

1、GB 38598-2020《消毒产品标签说明书通用要求》、GB 38456-2020《抗菌和抑菌洗剂卫生要求》两项重要消毒产品标准，自2021年12年1日起正式实施；（标准文本尚未公开，请持续关注）

2、GB 38850-2020消毒剂原料清单及禁限用物质《第1号修改单》正式发布，自发布之日起实施。

13项强制性国家标准和1项强制性国家标准修改单信息汇总

| 序号 | 标准编号 | 标准名称 | 代替标准号 | 实施日期 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | GB 8369.2-2020 | 一次性使用输血器 第2部分：压力输血设备用 |  | 2022-06-01 |
| 2 | GB 9706.260-2020 | 医用电气设备 第2-60部分：牙科设备的基本安全和基本性能专用要求 |  | 2023-05-01 |
| 3 | GB 9706.263-2020 | 医用电气设备 第2-63部分: 口外成像牙科X射线机基本安全和基本性能专用要求 |  | 2023-05-01 |
| 4 | GB 12708-2020 | 航标灯光信号颜色 | GB 12708-1991 | 2023-12-01 |
| 5 | GB 17380-2020 | 中国海区水上建（构）筑物助航标志规定 | GB 17380-1998 | 2021-12-01 |
| 6 | GB 17381-2020 | 视觉航标表面色规定 | GB 17381-1998 | 2021-06-01 |
| 7 | GB 17577-2020 | 中华人民共和国航行警告标准格式 | GB 17577-2009 | 2021-06-01 |
| 8 | GB 24418-2020 | 中国海区可航行水域桥梁助航标志 | GB 24418-2009 | 2021-12-01 |
| 9 | GB 27790-2020 | 城镇燃气调压器 | GB 27790-2011 | 2021-12-01 |
| 10 | GB 27791-2020 | 城镇燃气调压箱 | GB 27791-2011 | 2021-12-01 |
| 11 | GB 38456-2020 | 抗菌和抑菌洗剂卫生要求 |  | 2021-12-01 |
| 12 | GB 38598-2020 | 消毒产品标签说明书通用要求 |  | 2021-12-01 |
| 13 | GB 39552.1-2020 | 太阳镜和太阳镜片 第1部分：通用要求 |  | 2021-12-01 |
| 14 | GB 38850-2020 | 消毒剂原料清单及禁限用物质《第1号修改单》 |  |  |

（来源：中国国家标准化管理委员会）

国家药监局关于撤销部分承诺制延续特殊用途

化妆品行政许可批件的公告

2020年第131号

依据《关于实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜的公告》（2019年第45号）要求，国家药品监管局组织开展特殊用途化妆品行政许可批件延续申报资料技术审查，发现产品名称为“宝芙焕白柔滑洁容霜”（批准文号：国妆特字G20151784）等15个特殊用途化妆品，存在不符合产品安全性相关规定要求等违法违规情形，现依法予以撤销批准文号。

自本公告发布之日起，上述相关产品不得继续生产或进口销售，企业涉嫌存在的违法违规行为，由所在地省级药品监管部门依法予以查处。

附件：撤销行政许可批件产品信息表（略）

　　              国家药监局

　  2020年12月2日

国家药监局网址：www.nmpa.gov.cn。

中香协化妆品相关专业委员会

2020年度交流会在京召开

11月24日，中香协在京召开“化妆品相关专业委员会2020年度交流会”。国家药品监督管理局化妆品监督管理司相关领导莅临会议，全国57家企业的70多名代表参加会议。

本次会议主要就《化妆品标签管理办法（征求意见稿）》中企业普遍关注的化妆品全成分标注要求、小规格包装标注要求、功效宣称依据、进口产品标签等问题进行了沟通交流，各企业代表纷纷发表意见和建议，反馈行业面临的现实问题和解决思路，积极为《化妆品监督管理条例》下行业监管制度的完善献计献策。

会上，协会化妆品法规事务工作委员会主任委员单位，北京宝洁技术有限公司代表就2020年国内外化妆品法规变化进行介绍，在新冠肺炎疫情尚未结束的特殊时期，国际交流明显不足的情况下，这些信息为与会企业提供了重要的参考。

会议期间，协会还就行业关切的化妆品相关部门规章和规范性文件的过渡期、原料质量安全信息、功效宣称等相关议题征求了与会企业意见和建议。同时，为了更好地体现协会工作宗旨，促进化妆品行业健康发展，协会还对2020年度参与和支持协会化妆品相关工作，特别是在化妆品原料最高曾用量整理等工作中表现优秀的企业给予了表彰和表扬，向十九家企业颁发了“2020年度中国香料香精化妆品工业协会化妆品相关专业委员会工作优秀企业奖”证书，以资鼓励。 （来源：中香协）

隆力奇旗下克劳丽工业互联网项目

成功申获国家发明专利

日前，隆力奇旗下克劳丽工业互联网项目的发明专利《一种颗粒真空吸料控制方法，装置及真空吸料系统》，已通过国家知识产权局审核，成功申获国家发明专利。

作为一家深耕于日化研发、生产和销售的民族制造业企业，隆力奇自1986年创建以来，经过35年的耕耘积累，已在全球拥有五大生产基地和十大研发基地，并全面加快精益化生产的推动，形成中国日化行业具有国际领先的工业互联网大供应链平台，在实现了自身快速成长的同时走上了工业互联网转型升级的“新生”之路。2019年，隆力奇旗下克劳丽正式发布了中国首款日化行业工业互联网平台“奇云大脑，是首款日化行业通用型工业互联网平台。

目前，隆力奇旗下克劳丽已获得和正在进行中的工业互联网相关专利有十多项。未来，隆力奇将不断吸收全球顶尖的工业互联网人才，组建工业互联网世界级团队，全面推进工业互联网建设，推动整个制造服务体系智能化、产品化、定制化，实现制造业和服务业之间的跨越发展。 （来源：隆力奇）

康柏利遇见双十二 温暖呈现

12月12日，康柏利受邀参加了相城区区委组织的“出海优品 畅淘相城”欢乐海淘会、太平街道办组织的“惠动太平 嗨go狄溪”双十二欢乐购活动、相城工会组织的“相”遇双十二 欢聚市集活动。

**出海优品，畅淘相城**

“出海优品，畅淘相城”欢乐海淘会在苏州高铁新城吾悦广场成功举行。这次活动主要以出海优品为主题进行产品特展。康柏利携莱盾参加了“出海优品 畅淘相城”外贸品牌联盟成立启动仪式。

莱盾消杀系列产品成功获得欧盟CE认证证书，这说明我司消杀系列产品各项指标符合欧盟认证法规要求，更意味着消杀系列产品取得了进入欧洲联盟市场的销售通行证。2020年初，欧洲疫情爆发，德国政府官方从我司采购大批莱盾抗菌手消凝胶，这是对我司抗菌手消凝胶的认可与肯定。今后我司也将贯彻践行“高标准、高品质”的理念，坚守本心，对产品精益求精，外贸业务必定不负厚望，匠心打造莱盾品牌！

康柏利以提高商品和服务供给体系质量为主攻方向，推进传统实物消费持续升级。新兴服务消费不断壮大，消费品市场保持稳中有进、稳中向好的良好发展态势。

**惠动太平，嗨Go狄溪**

“惠动太平，嗨Go狄溪”启动仪式在太平邻里中心二期广场成功举办。康柏利将努力成为太平街道专属的高品质消费IP。

多元的业态和切实的优惠促销活动让现场居民朋友看花了眼！康柏利作为本土企业，切实做到了让利大放送！

**“相”遇双十二 欢聚市集**

“相”遇双十二 欢聚市集在第二工人文化宫顺利举办。康柏利和大家相聚双十二，福利送到手软！

逛逛逛、拍拍拍、买买买……大家在市集中收获满满的快乐和热情！市集不仅仅是市集，更是一种生活方式与生活态度，伴着双十二的气氛，充满诚意的康柏利一度卖到断货！ （来源：康柏利）

新零售添生力军

绿叶购全国200家门店11月27日同步开业

我国新零售领域新添生力军！11月27日上午，新概念生活化品牌连锁店绿叶购正式宣布，全国200家门店同步盛大开业，此举在我国新零售行业尚属首例。这200家门店分布在江苏、四川、重庆、河北、山西、山东、河南、湖南、湖北、福建、甘肃等多个省（直辖市），这也标志着绿叶购向群雄争霸的消费市场迈出了结结实实、稳稳当当的一步。绿叶购主打优质、低价、刚需的大众化生活用品，致力于让便利消费触手可及。

11月27日上午，作为本次开业盛典的主会场，绿叶购苏州高铁吾悦广场店处处洋溢着喜庆的气氛。10时许，店内的各项工作早已准备就绪并开始迎宾。10点28分，开业仪式正式开始，绿叶科技集团董事长、绿叶购创始人徐建成致开业辞，他表达了对党和政府的诚挚感谢：“要感谢党、感谢政府，控制住了这场疫情，让我们得以实现全国200家门店同天顺利开业！”随后，徐建成介绍了今日200家门店开业的盛况，同时开业的分会场有：江苏47家、四川29家、重庆11家、河北15家、山西9家、山东12家、河南9家、湖南7家、湖北12家、福建7家、甘肃6家、东北11家等。令人振奋的是，近两日，又有几位实力雄厚的企业家投资加盟绿叶购，即将在海南开20家、广东20家、云贵川20家、江浙沪15家。

开业仪式上，喜庆激昂、活灵活现的舞狮表演更是为新店开业增添了祥瑞之气，徐建成为瑞狮点睛，预示着吉祥如意、红红火火、蒸蒸日上。开业剪彩仪式后，满心期待的顾客蜂拥而入，尊享开业好礼。

现场可见，店门外人头攒动，原来这里可购买幸运盲盒，仅需39元即可抢到价值百元的幸运好物，更有华为P40pro(5G)、五粮液（经典款191）、面值500元的绿叶购购物卡等幸运商品，吸引了大量顾客争相抢购。店内的场面则更是火爆，顾客摩肩接踵，大家拎着购物框，穿梭在货架前挑选心仪的商品。

顾客纷纷扫码注册会员，争抢100元红包券。美妆护肤柜台前，网红主播现场试用，向全网粉丝倾力推荐。开业没多久，收银台前，排队结账的顾客手持装得满满的购物篮从店内排到了店外。

当天中午的答谢午宴上，《我和我的祖国》《我爱你中国》《爱我中华》《歌唱祖国》等一首首深情的红歌演唱，表达了企业对祖国的感念之情。火热的爵士舞、青春靓丽的现代舞以及舞蹈《抖音串烧》令现场宾客频频拍手叫好。

在致辞中徐建成还提到：“过去的15年，是消费互联网的黄金15年，接下来的15年，中国将迈入产业互联网时代，就是要让制造业和创新型的科技产业向互联网方向发展，实现产业互联网与消费互联网的高度融合。”

绿叶购借助绿叶科技集团五大科研中心和三大生产基地的强大供应链赋能，进军实体新零售的同时，也打通了O2O业务，除了绿叶购小程序，还与京东物流、美团合作，完成货物配送和最后3公里的线上下单、美团外卖到家服务。

值得一提的是，绿叶购的产品品类十分丰富、应有尽有，涵盖彩妆、护肤、个人护理、家居清洁、服饰挂件、休闲食品、时尚饮品等，目前已经有2600个SKU，预计春节前将达到4000款，目标将超过10000款。为了让利于民、以极致的性价比回馈消费者，绿叶购目前已推出了1000余款价格不到10元的国潮精品，其中包括9.9元/支的高性价比口红，还有3.9元/包的磁动力卫生巾、9.9元/支的眉笔、7.9元/包的湿纸巾等等。为了保证产品质量，徐建成直接兼任绿叶购产品经理，冲到产品开发第一线和市场第一线，持续做产品迭代，包括设计升级、包装升级、内料升级。

公开资料显示，绿叶购项目投资总额为15亿，目前已经支付了近3000万的创新国潮包装设计费，近2000万的品牌推广费，还有1个亿的装修款和7个多亿的原料和成品款，并且将持续投资。绿叶购的面世，不仅为自己企业的员工提供了有前景的事业机会，也为很多OEM、ODM工厂和加盟商提供了合作共赢的机会。

此外，徐建成还透露，除了产品升级之外，绿叶购将不断升级新零售业态的三大要素：人、货、场，并即将成立10所美容化妆品培训学校，培养自己的化妆师和美容师，持续提升专业度和服务水平；以低价、优质、刚需为定位，不断深耕产品的深度和广度；同时，不断优化卖场动线，优化陈列标准，提升店铺颜值和时尚度，做到人、货、场的和谐统一。

据了解，绿叶购全国200家门店同天开业的盛况在我国新零售行业尚属首例，绿叶科技集团也是我国首个进军新零售和连锁行业的中国日化生产型企业。今后，绿叶购将以平均每天开业3家的速度继续稳步向前迈进，计划于2021年春节在全国布局400家，在2023年完成布局5000家的战略目标。

（来源：[光明日报](http://fashion.people.com.cn/n1/2020/1127/c1014-31947402.html%22%20%5Ct%20%22http%3A//fashion.people.com.cn/n1/2020/1127/_blank)）

江苏省药监局苏州检查分局

新法规宣传走进美爱斯

化妆品行业新规即将正式实施，为进一步加强普法宣传教育工作，12月2日下午，江苏省药监局苏州检查分局杨文刚局长、张久锋处长等领导莅临美爱斯股份公司，开展以“送法进企进基层”为主题的普法宣传活动，美爱斯股份公司孙金明董事长、刘晓涛总经理、法务部邹红祥经理等参加活动。

杨局长、张处长向美爱斯股份公司详细讲解了今年颁布的化妆品新法规，并发动公司提前学习、熟悉新法规，新法规将于2021年1月1日起正式实施。

此外，杨文刚局长还代表苏州检查分局向美爱斯股份公司赠送了新法规书籍，帮助企业加强普法教育，掀起新法规学习热潮。

孙金明董事长表示，感谢苏州检查分局对美爱斯股份的关心和支持，公司将组织员工认真学习新法规，强化法制观念。

（来源：美爱斯）

化妆品包材要涨价了

似乎今年一整年，化妆品行业都在和涨价做斗争。继卡波姆、无纺布、甘油、有机硅后，塑料接棒再现涨价潮。“是的，（包材）原料涨价了”“ABS涨了”，而当上游原材料涨价叠加国际疫情影响出口业务，有化妆品包材企业用“雪上加霜”来表明企业的处境。

**ABS价格冲高，涨幅33.33%**

近几个月来，从甘油到有机硅，再到塑料，原材料连番涨价不停考验着化妆品从业者的心跳。某化妆品包材企业有关负责人向青眼介绍，ABS（丙烯腈-苯乙烯-丁二烯共聚物）涨价了，PP（聚丙烯）也有轻微上涨，“听说现在订材料都难”。

据专注研究大宗商品价格行情的生意社显示，截至11月17日，ABS的价格已经涨到1.9万元/吨，涨幅达33.33%。从下图还可以看到，自10月以来，ABS的价格就一路飙升，毫无下探趋势。具体来看，11月17日，中油华北、中油华东、宁波LG甬兴等多家企业ABS报价较前日均有所上调，价格不下1.75万元/吨。在紧张的供需关系下，部分ABS厂家已封盘停售。

PC（聚碳酸酯）的价格更是疯狂。生意社显示，PC产品的价格涨幅逾57%，正向2.23万元/吨逼近。另据塑料行业消息，万华化学的塑料PC产品更是一小时内调价2次，在业内引起不小反响。

据了解，由于价格实惠、成型性能好，目前塑料包材在化妆品行业有着十分广泛的应用，常见的包括ABS、PP、PC等材质，其中ABS材质主要应用于化妆品包材瓶盖外盖、肩套等，而PC材质则在水乳霜膏中占据着一定份额。

事实上，年初时PP价格就经历过一次暴涨，彼时有化妆品包材企业表示价格涨得太厉害，工厂都喘不过气了。尽管此次ABS价格浮动也是受上游原料苯乙烯上涨、而下游需求爆发所带动，但也与进入到秋冬季，在环保的高压线下，河南、山东等多地启动应急响应，对化工企业采取停产、限产等措施有关。

**环保高压线，缺货断供或成为常态**

近年来，随着环保与安全问题突出，以江苏为代表的化工大省开始加大对化工企业的整顿力度。据该省生态环境厅数据显示，1-10月，全省557家化工企业关闭退出。

与此同时，从生态环境部发展改革委等10部门联合北京等地方政府发布的《京津冀及周边地区、汾渭平原2020-2021年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》来看，不仅要让“散乱污”企业清零，还要确保企业实现超低排放改造，以打赢蓝天保卫战。

以此为前提条件，各地结合地方实际情况也制定了相应的措施。其中河南省表示，在重污染天气预警期间，被评为A级和绩效引领性的企业，可自主采取减排措施；B级企业采取“以限代停”、“降负荷”等方式；D级企业将面临停产。受到影响的行业将包括机械加工、塑料制品、发制品等行业。

多位化妆品业内人士均表示这些环保政策影响着化工行业，也进一步传导至化妆品领域。显然，在多重因素的叠加影响下，缺货断供或将成为常态，塑料市场以及化妆品塑料包材市场也不可避免会受此影响。

**包材供应企业遭两面夹击**

价格，一直是国内绝大部分化妆品企业的敏感点，定价稍有不对，订单就会溜走。针对此次ABS、PC等塑料涨价，尽管有包材企业向青眼表示会随行就市，跟随市场行情对企业定价稍作调整，但更多企业是如履薄冰，不敢随意行动。

广州丽诺化妆品包装有限公司有关负责人向青眼介绍：“目前竞争这么厉害，需求疲软，企业是不敢随便提升价格的。”据她介绍，公司出口业务占到90%，今年疫情致使出口订单减少，而出口船运费大幅提升，再加上原材料价格上涨，公司也不敢备料。而如果后续的订单原材料成本大幅提升，对企业来说无疑是雪上加霜。

另一化妆品包材商也表示今年行情不好。“我们很多供应商都涨价了，但是我们没有涨，要维护客户”，她同时提到，尽管有些供应商没有提价，但却提高了起订量，从1万变2万，订货门槛的提高，无疑也间接增加了包材企业的压力。“我们很多新开发的订单也都没有进展，”她感慨道，“今年生意最好的就是消毒液包材厂了。”

确实，一整年的疫情，不仅要满足国内所需，国外的许多订单也转移到了中国，与疫情防护相关的产品需求始终不减。不过，在上述人士看来，疫情造就的这一特殊风口并不是所有企业都能抓得住的，就她企业来说，因为主做高端护肤包材，要转做消毒液产品就要重新开模，成本有一定要求，同时现有产线无法共用、客户群也有所不同，这都是门槛。

“希望明年会好转”“随机应对，会有办法的”，许多化妆品包材企业都在寄希望于明年，但反复的国内外疫情和在竞争日趋加剧的市场环境下，他们也表现得很无奈。恐怕，对上游企业来说，这个冬天仅仅只是另一个苦日子的开始。

（来源：青眼公众号）

本刊注：以上信息，仅供有关企业参考。

又一个化妆品概念被央视点名

市场“噱头”为何屡禁不止？

11月15日，央视新闻官方微博发出“抗糖真能抗衰老吗？”这一话题，一时间成为微博热搜，更是引起了广大消费者与化妆品行业人士的激烈讨论。 央视新闻经过权威专家认证后表示，如今市面上所谓的抗糖化产品在理论上可行，但是缺乏实践验证和科学依据，抗衰效果微乎其微。并且，从科学上讲，人类肌肤的糖化是正常的生理反应，盲目抗糖反而有可能会损害身体健康。

人体的糖化反应有两种，一种叫酶促糖化反应，能够生成人体必需的蛋白糖；另一种则叫非酶促糖化反应，由于不经过酶的作用，其所产生的过量糖分便会与蛋白质发生反应，生成晚期糖基化终末产物（AGEs），导致肌肤衰老暗黄。

尽管如今市面上很多抗糖化产品宣称自己的作用是抑制甚至清除AGEs，但是这些产品的成分大多为植物萃取精华，并未科学证实能够有效抑制或者清除AGEs，甚至还可能会损害有益蛋白糖的生成。

抗糖化如此没有实际效用，市面上却涌现了很多主打抗糖化概念的产品。在护肤品领域，市面上就已经出现了抗糖丸、抗糖化面膜、抗糖口服液、抗糖化精华、抗糖化面霜等等多个品类，其中抗糖化面膜的销量最高。

日本品牌Cocochi的AG抗糖面膜便是主打抗糖褪黄，并称自己为“专业抗糖肌肤护理品牌”，然而小编发现该面膜的主要成分无非就是烟酰胺、乙酰基六肽、棕榈酰五肽、腺苷等等常见的护肤成分以及香树脂、苹果、蜂胶、仙桃仙人掌等常见的天然提取物，并没有一个具备有效抗糖化科学依据的成分。

该款面膜不仅将抗糖化作为主要卖点，而且价格奇高，天猫旗舰店的单价竟达到300到400元左右！如此高的价格，月销量也能去到一千以上，收割了一大波“智商税”。

更令人惊诧的是，这些抗糖化产品还经常得到诸多美妆达人，甚至明星网红的实名推荐。仅仅在小红书上，关于抗糖化的笔记便超40000篇，商品有230件！并且，从2018年到2019年，“抗糖化”的百度搜索率提高了260%以上！

可见，抗糖化已经成为护肤界“广为流传”的话题。一个伪概念，经过这样那样的炒作，成为了诸多品牌“光明正大”的宣传噱头。而这样的现象，在化妆品行业屡见不鲜。例如曾经风靡化妆品市场，如今却被法律封禁的“药妆”；同样被宣称能够有效抵抗衰老的“羊胎素”，后来也是被证明没有科学依据，并且存在安全隐患，最终消失于市场；还有微整护肤品、蜂毒护肤品等等，均是没有科学依据单纯靠炒作火起来的伪概念。近期在洗护领域还出现了一个叫“头皮抗衰”的词，而相关的专家也表示现阶段并没有实验可证明此种功效的存在。

化妆品行业屡屡出现这种“伪概念”，小编认为主要有两大原因。第一，诸多国产化妆品品牌的技术实力不够硬，没有足够的能力去开发出能真正让自己标新立异的高端产品，于是只好去蹭噱头；第二，法律制度对这方面的规范性还不够具体全面，导致很多品牌能够钻到空子。

总而言之，化妆品行业需要一个纯净的环境，希望品牌能够扎实练好内功，用真品质去打动消费者，而不是胡乱地搞噱头赚快钱。

（来源：360化妆品网）