**苏州日化**

2023年第4期 总第206期

2023年4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

* 市场监管总局发布《牙膏监督管理办法》自2023年12月1日起实施
* 《牙膏监督管理办法》政策解读
* 国家药监局关于发布《化妆品网络经营监督管理办法》的公告
* 《化妆品网络经营监督管理办法》政策解读
* 国家药监局关于进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜的公告
* 国家药监局：化妆品监督管理问题解答（六）
* 市场监管总局发布《定量包装商品计量监督管理办法》自2023年6月1日起实施
* 市场监管总局关于发布《广告绝对化用语执法指南》的公告
* 市场监管总局广告监管司负责同志就《广告绝对化用语执法指南》回答记者提问
* 江苏省药监局审评核查苏州分中心新增44项二类赋权事项
* 苏州举办“3·15”国际消费者权益日现场活动
* 江苏日化协会关于团标《多功能清洁凝胶（征求意见稿）》、《化妆品用原料L-精氨酸（征求意见稿）》征求意见的通知
* 蜜思肤获颁《AAA级企业信用等级证书》
* 科玛化妆品（苏州）有限公司起诉广州科玛化妆品制造有限公司，已责令其改名并致歉！
* 圣美伦获评首批“江苏省著名品牌”称号
* 沉痛哀悼郑根大同志

市场监管总局发布《牙膏监督管理办法》

自2023年12月1日起实施

近日，市场监管总局发布《牙膏监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第71号），自2023年12月1日起实施。

牙膏既是日用消费品，更是与人民群众健康密切相关的产品。新修订的《化妆品监督管理条例》明确规定：“牙膏参照有关普通化妆品的规定进行管理”。为贯彻落实《条例》规定，规范牙膏生产经营活动，加强牙膏监督管理，保证牙膏质量安全，保障消费者健康，促进牙膏产业健康发展，市场监管总局、国家药监局坚持科学立法、民主立法、依法立法，在广泛听取意见、深入开展研究、充分论证的基础上，制定了《牙膏监督管理办法》（以下简称《办法》）。《办法》共25条，主要包括以下内容：

《办法》明确牙膏定义，将牙膏定义为以摩擦的方式，施用于人体牙齿表面，以清洁为主要目的的膏状产品；规范牙膏功效管理和标签要求，要求牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据，明确牙膏应当标注和禁止标注的内容，规范功效宣称范围及用语。同时，明确国家药监局及县级以上地方人民政府负责药品监督管理的部门负责牙膏监管工作。

《办法》规定牙膏实行备案管理，牙膏新原料按照风险程度进行注册或者备案管理，并实行安全监测制度，安全监测期满未发生安全问题的牙膏新原料，纳入国家药监局制定的已使用的牙膏原料目录；继续沿用现有牙膏生产许可制度，对牙膏生产颁发化妆品生产许可证，在保障产品质量安全的基础上，最大限度减少对行业的影响。

《办法》明确牙膏备案人对牙膏的质量安全和功效宣称负责；牙膏生产经营者应当依照法律、法规、强制性国家标准、技术规范从事生产经营活动，加强管理，诚信自律，保证牙膏产品质量安全。此外，《办法》在法律责任部分还列举了依照《化妆品监督管理条例》规定和参照适用《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》的具体情形，进一步明晰了企业主体责任。 （来源：国家市场监管总局）

《牙膏监督管理办法》政策解读

一、为什么要制定《牙膏监督管理办法》？

牙膏既是日用消费品，更是与人民群众健康密切相关的产品。新中国成立初期至上世纪90年代，牙膏由原轻工业部实行行业管理。2005年，原质检总局依据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》，对牙膏生产企业实施生产许可管理，颁发化妆品生产许可证。2007年，原质检总局发布的《化妆品标识管理规定》（100号令）将用于牙齿的产品纳入化妆品。2013年机构改革后，原食品药品监管总局统一承担了化妆品监管职能，对牙膏生产企业继续颁发化妆品生产许可证，但并未将牙膏产品纳入化妆品管理。

2020年6月16日，国务院发布《化妆品监督管理条例》（以下称《条例》），规定牙膏参照有关普通化妆品的规定进行管理。牙膏备案人按照国家标准、行业标准进行功效评价后，可以宣称牙膏具有防龋、抑牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题等功效。牙膏的具体管理办法由国务院药品监督管理部门拟订，报国务院市场监督管理部门审核、发布。为落实《条例》规定，规范牙膏生产经营活动，加强牙膏监督管理，保证牙膏质量安全，保障消费者健康，促进牙膏产业健康发展，国家药监局组织完成《牙膏监督管理办法》（以下简称《办法》）起草工作，并按程序报国家市场监管总局审核、发布。

二、《办法》的主要内容是什么？

《办法》共25条，主要内容包括：一是明确牙膏定义和监管部门。将牙膏定义为以摩擦的方式，施用于人体牙齿表面，以清洁为主要目的的膏状产品；明确国家药监局及县级以上负责药品监督管理的部门负责牙膏监管工作。二是明确牙膏及牙膏原料的管理要求。规定了牙膏实行备案管理，牙膏新原料按照风险程度进行注册或者备案管理。三是继续沿用目前的牙膏生产许可制度，对牙膏生产颁发化妆品生产许可证。四是明确牙膏功效管理和标签要求。要求牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据，明确牙膏应当标注和禁止标注的内容。

三、《办法》起草的原则与思路是什么？

《办法》起草过程主要遵循以下原则和思路：

一是严格落实“四个最严”的要求。根据《条例》“牙膏参照本条例有关普通化妆品的规定进行管理”相关规定，《办法》从牙膏的新原料管理、产品备案、标签宣称、功效评价等方面设定了一系列监管制度，明确法律责任，切实维护消费者健康权益。

二是突出重点的原则。从产品特性及国际监管经验来看，牙膏与化妆品在管理上共性较多。为提高监管效率，突出牙膏监管重点，《办法》主要明确牙膏参照管理的具体要求，对牙膏备案管理、牙膏新原料注册备案，牙膏生产许可、安全评估、功效宣称等作出专门管理规定，对于与化妆品管理一致的内容，《办法》未作重复规定。

三是突出问题导向的原则。当前牙膏市场上存在的主要问题是功效宣称混乱。《办法》清晰界定牙膏的边界，同时对宣称防龋、抑牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题等牙膏产品的功效宣称用语进行严格限制，以遏制牙膏违法宣称情况的发生。

四是坚持稳中求进的工作原则。考虑到对牙膏实行备案管理是《条例》《办法》的新要求，《办法》拟通过设置合理的过渡期、沿用现有国家标准和行业标准等方式，以减少对行业的影响和冲击。

四、《办法》对牙膏定义是如何界定的？

《办法》规定，牙膏是指以摩擦的方式，施用于人体牙齿表面，以清洁为主要目的的膏状产品。该定义重申了牙膏的作用方式是辅助摩擦，作用部位为牙齿表面，使用目的主要是清洁，与人们日常对牙膏产品的认识基本保持一致。从该定义可以看出，《办法》中对于牙膏产品的物质性状进行了限定，须是“膏状”，意味着将牙粉、漱口水以及其他口腔护理产品等排除在外。

考虑到口腔清洁护理用品包含的产品种类繁多，除了牙粉、漱口水外，还有“消”字号（卫生消毒类）的口腔抑菌膏等产品，“械”字号（医疗器械类）的牙齿脱敏凝胶等产品，“药”字号（药品类）的丁硼乳膏等产品。这些产品中，安全风险相对较高的需要按照药品、医疗器械实施严格监管，安全风险相对较低的可以按照一般工业产品管理，如果笼统地参照化妆品进行备案管理，显然不够科学、合理。因此，依照《条例》的制度设计，《办法》对牙膏的定义作出上述规定。

五、《办法》关于牙膏功效宣称的管理思路是什么？

相对而言，我国牙膏市场上功效宣称较为混乱，随意宣称“消炎镇痛、止血”“促进幼儿长牙”“修补牙洞”“闭合牙缝”“稳固牙齿松动”“让牙齿再生”“治疗幽门螺旋杆菌”的情况层出不穷，部分宣称与药品、医疗器械的界限模糊，严重误导了消费者，也给消费者健康带来极大的安全隐患。针对虚假、夸大宣称等问题，《办法》借鉴其他国家（地区）的管理经验，通过落实企业主体责任、强化社会共治，加大功效宣称管理力度。《办法》规定，牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据。牙膏备案人应当在备案时公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要，接受社会监督。牙膏的功效宣称评价应当符合法律、法规、强制性国家标准、技术规范和国家药监局规定的质量安全和功效宣称评价有关要求，保证功效宣称评价结果的科学性、准确性和可靠性。

（来源：国家药监局）

国家药监局关于发布

《化妆品网络经营监督管理办法》的公告

2023年第36号

为进一步强化化妆品网络经营监管工作，规范化妆品网络经营行为，保证化妆品质量安全，根据《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》等，国家药监局组织制定了《化妆品网络经营监督管理办法》，现予公布，自2023年9月1日起施行。

附件：化妆品网络经营监督管理办法（略）

国家药监局

2023年3月31日

查询网址：www.nmpa.gov.cn

《化妆品网络经营监督管理办法》政策解读

一、为什么要制定《化妆品网络经营监督管理办法》？

随着互联网经济的高速发展，网购化妆品已经成为化妆品经营的主要渠道之一。网络经营化妆品在为消费者提供便利的同时，也成为化妆品质量安全问题的重灾区。近年来网络经营化妆品的质量安全问题频发，网络经营化妆品的监督抽检不合格率、风险监测问题发现率均显著高于传统销售渠道。为进一步规范化妆品网络经营行为，《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》均对化妆品网络经营行为作出相关规定，《电子商务法》《网络交易监督管理办法》也对规范网络交易市场秩序作出明确要求。在此基础上，国家药监局组织起草了《化妆品网络经营监督管理办法》（以下简称“《办法》”），旨在进一步细化、明确上位法相关规定，研究适用于化妆品网络经营监管的新方法、新手段。

二、《办法》的主要内容是什么？

《办法》全文共五章35条，包括总则、平台管理、平台内化妆品经营者管理、监督管理、附则。《办法》在起草过程中坚持政府监管和平台治理相结合、线上净网和线下清源相结合、日常监管和技术管网相结合、一般要求和特殊规定相结合的管理理念，主要内容包括：一是明确化妆品网络经营的监管对象和监管部门。明确化妆品电子商务经营者包括化妆品电子商务平台经营者（以下简称“平台”）、平台内化妆品经营者以及通过自建网站、其他网络服务经营化妆品的电子商务经营者。明确国家药监局及县级以上负责药品监督管理的部门负责化妆品网络经营监管工作。二是明确平台对平台内经营者的管理责任。规定了平台开展实名登记、日常检查、违法行为制止及报告、质量安全重大信息报告等管理责任要求。三是明确平台内化妆品经营者的法律义务。规定了平台内化妆品经营者应当履行的进货查验、产品信息展示、风险控制、问题产品召回、产品贮存运输等义务。四是明确化妆品网络经营监管要求。对化妆品网络经营监管中涉及的监督检查职权、行政处罚管辖权、网络抽样检验、证据采用、网络经营监测等作出明确规定。

三、《办法》起草的原则与思路是什么？

《办法》起草过程主要遵循以下原则和思路：

一是突出平台作用，加强对平台的管理与协作。《办法》在《化妆品生产经营监督管理办法》规定的基础上，进一步明确、细化平台对本平台内化妆品经营者的管理责任，充分发挥平台在化妆品网络监管中的作用和优势。同时，着力构建平台协助、配合监管部门的工作机制和程序，强化监管部门与平台的沟通和协作。

二是突出源头治理，加大对网络经营违法行为的打击力度。《办法》规定，对于平台内化妆品经营者违法经营化妆品的行为，平台应当立即依法采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施及时制止，第一时间控制风险。对于涉网重大质量安全问题，平台在采取必要措施制止后，还应当将违法线索报告平台内化妆品经营者实际经营地监管部门依法调查处理。不得以平台治理的手段代替监管部门行政管理措施，仅对网络经营违法行为“一删了之”。

三是突出问题导向，解决虚假宣传等网络经营监管瓶颈问题。《办法》规定，平台内化妆品经营者应当在其经营活动主页面全面、真实、准确、清晰、及时披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。对于消费者普遍关注的产品安全和功效宣称内容，《办法》进一步要求，平台内化妆品经营者披露的有关产品安全、功效宣称的信息应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。

四是突出监管协同，理顺网络经营监管工作机制。《办法》对监管部门之间协助调查、线索通报等程序进行明确规定，强化平台住所地、平台内化妆品经营者实际经营地、化妆品注册人、备案人住所地等监管部门在化妆品网络监管工作中的协同配合，进一步理顺网络经营监管工作机制。此外，《办法》坚持“以网治网”的管理思路，强化化妆品网络经营监测工作，要求国家药品监督管理局组织各级负责药品监督管理的部门利用技术手段开展化妆品网络经营监测。 （来源：国家药监局）

国家药监局关于进一步优化化妆品原料

安全信息管理措施有关事宜的公告

为规范化妆品注册备案管理工作，落实企业质量安全主体责任，保证产品质量安全，依据《化妆品监督管理条例》（以下简称《条例》）及《化妆品注册备案管理办法》（以下简称《办法》）等法规规定，现就进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜公告如下：

一、关于化妆品原料安全信息的内容

作为产品安全性评价的重要依据，化妆品原料安全信息主要包括原料质量规格、安全性风险物质控制、原料安全风险评估结论等与原料安全相关的信息。国家药监局发布的《已使用化妆品原料目录》（以下简称《目录》）收录了我国已上市产品中使用过的化妆品原料的中文名称、部分原料的最高历史使用量等信息。化妆品注册人、备案人作为产品质量安全的责任主体，在选用《目录》收录的原料时，应当通过向原料生产商索要、查阅文献资料、开展研究试验等方式，收集、获取详尽的原料安全相关信息，并整理形成化妆品原料安全信息资料。

为便利企业填报化妆品安全信息资料，国家药监局搭建了化妆品原料安全信息登记平台（以下简称原料平台），主要用于《目录》收录的已使用化妆品原料相关安全信息的统一登记。原料生产商应当按照相关法规规定和技术规范的要求进行原料安全信息登记，并对原料安全信息内容的真实性、完整性负责。原料安全信息登记完成后，原料平台将自动生成相应的报送码，化妆品注册人、备案人可在产品注册备案时通过报送码进行关联，无需重复填报详细的原料安全信息资料，提高化妆品注册备案工作效率。

二、关于化妆品原料安全信息资料的报送

自本公告发布之日起，化妆品注册人、备案人在产品注册备案时，可根据产品配方所使用原料的实际情况，选择以下方式报送化妆品原料安全信息资料：

（一）原料生产商已经在原料平台登记并取得原料安全信息报送码的，化妆品注册人、备案人应当直接填报该原料的报送码。化妆品注册人、备案人还应当向原料生产商索要该原料相应的原料安全信息资料存档备查；

（二）原料生产商尚未在原料平台登记并取得原料安全信息报送码的，化妆品注册人、备案人可通过化妆品注册备案信息服务平台自行填报该原料的原料安全相关信息资料，并上传加盖注册人、备案人印章的纸质资料扫描件。企业自行填报的原料安全信息资料的相关证明性材料，如原料生产商提供的原料质量规格证明文件、所查阅的文献资料、相关研究试验数据等，由注册人、备案人存档备查；

（三）产品配方所使用原料中仅部分原料已有安全信息报送码的，化妆品注册人、备案人可分别按照上述要求，同时采取填报报送码和自行填报原料安全信息资料的方式进行报送。

化妆品注册人、备案人应当对原料生产商提供的报送码及相应的原料安全信息内容的真实性、完整性进行审核和评价。认为真实性存在问题的，该原料不得使用；认为完整性存在问题的，化妆品注册人、备案人可补充收集相应的原料安全信息资料，并通过自行填报的方式进行原料安全信息资料的报送，同时对该原料报送码存在的问题予以说明。

三、关于政策实施过渡期的调整

考虑到受前期新冠疫情等因素影响，部分企业在收集、获取化妆品原料安全信息资料方面确有困难，为切实做到助企纾困，深化落实“放管服”要求，对化妆品原料安全信息资料报送相关政策实施过渡期进行以下调整：

（一）自2024年1月1日起，化妆品注册人、备案人在申请特殊化妆品注册或者进行普通化妆品备案时，应当按照相关法规、技术规范和本公告要求，填报产品配方所使用全部原料的原料安全信息资料；

（二）2021年5月1日前已经取得注册或者完成备案的化妆品，若产品配方中使用了《化妆品安全技术规范》有质量规格要求的原料，注册人、备案人应当在2024年1月1日前补充填报相关原料的质量规格证明文件或者原料安全信息资料。产品配方中其他原料的原料安全信息资料由注册人、备案人存档备查；

（三）在2021年5月1日至2023年12月31日期间取得注册或者完成备案的化妆品，若产品配方中使用具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白功能的原料，注册人、备案人应当在2024年1月1日前补充填报相关原料的质量规格证明文件或者原料安全信息资料。产品配方中其他原料的原料安全信息资料由注册人、备案人存档备查。

药品监管部门在化妆品注册技术审评、备案后的资料技术核查或者现场核查等环节，需要对已经由化妆品注册人、备案人存档备查的原料安全信息资料进行查阅时，注册人、备案人应当予以配合，并按要求提供相应的资料。

自本公告发布之日起，国家药监局此前发布的有关文件内容与本公告不一致的，以本公告为准。药品监管部门将进一步加强化妆品原料安全信息管理工作，通过发布技术指导原则等方式，对化妆品原料安全信息资料填报涉及的相关技术问题及时予以指导。

（来源：国家药监局）

国家药监局：化妆品监督管理问题解答（六）

为进一步深化“放管服”改革，落实企业主体责任，国家药监局印发《关于优化普通化妆品备案检验管理措施有关事宜的公告》（2023年第13号，以下简称《公告》），提出进一步优化部分普通化妆品的备案检验管理措施。现就《公告》实施有关问题逐一进行解答：

问：为何要对普通化妆品备案检验管理措施进行优化？

答：按照《化妆品生产经营监督管理办法》等相关法规规定，化妆品生产企业应当建立并执行生产环节检验管理和产品放行管理制度。目前，很多企业建立了相应的实验室，具备一定的检验能力，能够通过自行检验对上市产品进行出厂检验。为进一步深化“放管服”改革，助力行业发展，缩短产品上市时间，《公告》提出在确保产品质量安全的基础上，对部分普通化妆品的备案检验管理措施进行优化调整，将备案检验从原来由第三方资质检验机构完成，调整为由备案人或者受托生产企业根据自身检验能力，开展全部或部分项目的自检，备案人可将符合条件的检验报告作为产品备案资料进行备案。这项优化措施旨在鼓励企业加大研发投入，提升检验能力，有效地保证其产品的质量安全。

问：以自检方式开展备案检验的，备案人或者受托生产企业应当具备什么条件？

答：化妆品生产是企业落实主体责任、做好产品质量安全控制的关键环节。因此，《公告》明确以自检方式开展备案检验的，备案人或者受托生产企业应依法取得化妆品生产许可证，具备相应的检验能力，配备与所开展检验项目要求相匹配的检验人员、设备设施和场所环境，按要求实施样品管理程序，将自检工作纳入化妆品质量管理体系，建立执行检验管理制度和实验室管理制度，严格检验过程控制，根据自检结果出具相应检验项目的检验报告。

问：具备条件的备案人或者受托生产企业应当如何以自检方式开展备案检验？

答：为规范备案检验管理，确保自检结果准确性，遵循“谁生产、谁自检”的原则，产品自主生产的，由备案人开展自检并出具检验报告，产品委托生产的，由实际受托生产企业开展自检并出具检验报告。

以自检方式开展备案检验的备案人或者受托生产企业能够完成的自检项目尚未涵盖法规规定的全部备案检验项目的，可仅对能够完成的检验项目开展自检并出具相应项目的自检报告；其他暂无能力开展的检验项目，可按照《化妆品注册和备案检验工作规范》另行委托符合要求的检验机构完成并出具检验报告。送检样品应当满足备案检验需要且与自行检验样品为同一批次。

问：以自检方式开展备案检验的，备案人或者受托生产企业应当如何出具检验能力声明文件？

答：《公告》提出，以自检方式开展备案检验的，产品备案时应当同时提交具备《化妆品注册和备案检验工作规范》规定的化妆品备案检验相应检验能力的声明。开展自检工作的备案人或者受托生产企业应当按照化妆品生产和检验管理相关要求，对自检的检验能力逐项进行自查。经自查认为符合相应检验能力要求的，可在自检报告中以附页的形式提供备案人或者受托生产企业具备检验能力的声明文件。声明应当根据自查实际情况，从检验人员、设备设施和场所环境等方面对检验能力进行概述，并对检验结果的真实性、准确性作出承诺。

问：以自检方式出具的产品检验报告的格式和内容有何要求？

答：以自检方式开展备案检验的，备案人或者受托生产企业应当依据《化妆品安全技术规范》等相关技术要求等开展检验工作。检验报告的内容应当完整，检验结果应当准确、可追溯。检验报告的格式可参考《化妆品注册和备案检验工作规范》提供的检验报告体例，报告内容应当至少包括：报告编号（可结合生产环节检验管理工作实际确定）、样品名称、样品和留样数量及规格、生产日期或批次号、颜色和形态、保质期或限期使用日期、检验完成日期、检验项目（微生物和重金属检验的具体项目名称）、检验依据（现行有效的技术规范及章节号码、第几法等）、检验结果、检验结论等。检验报告应当由开展自检工作的备案人或者受托生产企业出具并盖章确认。

（来源：国家药监局）

市场监管总局发布《定量包装商品计量监督管理

办法》自2023年6月1日起实施

为深入贯彻落实党中央关于全面深化改革、转变政府职能的总体部署，落实定量包装商品生产企业计量保证能力自我声明制度改革要求，市场监管总局修订并发布了《定量包装商品计量监督管理办法》（以下简称《办法》），自2023年6月1日起施行。近日，市场监管总局有关负责人就相关内容作了解读。

该负责人表示，随着经济社会发展和人民群众生活水平的提高，定量包装商品越来越成为人们日常生活中不可或缺的商品，定量包装商品净含量是否准确，直接关系到人民群众的切身利益，是民生计量工作的重要组成部分。市场监管总局始终高度重视定量包装商品计量监督管理工作，并在实践中不断深化改革、总结经验。为将试点工作中的好经验、好做法固化下来，并保持《办法》同有关国际建议要求相一致，需要对《办法》进行修订。

《办法》对定量包装商品的范围设定了排他性条款，即“药品、危险化学品除外”。《办法》针对的是定量包装商品的计量监督管理，仅对短缺量作出要求，对超量未作要求。而药品、危险化学品属于特殊商品，在“量”上既不可“少”也不可“多”，且成分含量也是其非常重要的指标。药品、危险化学品的包装管理不适用一般的定量包装商品净含量检验规则。

《办法》对定量包装商品生产企业的监管模式作了相关调整。据介绍，2018年12月4日，市场监管总局印发了《关于全面实施定量包装商品生产企业计量保证能力自我声明制度的通知》，在全国范围进一步深化计量领域改革，创新定量包装商品生产企业计量监管方式。为强化对改革的法治保障，此次对《办法》进行修订，将改革完善定量包装商品生产企业计量保证能力监管模式的举措和成果通过规章固化下来，确立了定量包装商品生产企业自我声明和公示制度。规定自愿参加计量保证能力评价的定量包装商品生产者，应当按照要求，进行自我评价，自我评价符合要求的，应当进行自我声明，声明后即可在其生产的定量包装商品上使用全国统一的计量保证能力合格标志。同时，加强对定量包装商品生产企业的监管，对已使用计量保证能力合格标志的定量包装商品生产者违反要求和未按要求进行自我声明擅自使用计量保证能力合格标志的情况加大处罚力度，确保企业计量保证能力达到要求。通过取消政府核查发证，改由企业自我声明，强化企业主体责任，强化事中事后监管。

原《办法》中对定量包装商品净含量提出了一些具体技术要求，这些具体要求与国际法制计量组织R 87号国际建议《预包装商品的量》（2004版）和R 79号国际建议《预包装商品的标签要求》（1997版）相一致。目前国际法制计量组织（OIML）已经对相关国际建议进行了修订，发布了新的R 87号国际建议《预包装商品的量》（2016版）和R 79号国际建议《预包装商品的标签要求》（2015版），对定量包装商品计量管理的一些技术内容提出了新要求。为同国际建议要求相统一，此次《办法》修订对相关技术要求作出了调整，相关规定补充在定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范中。

（来源：中国食品报）

查询网址：https://mp.weixin.qq.com/s/TycMvoH7CrfQ-Z142ByZXA

市场监管总局关于发布

《广告绝对化用语执法指南》的公告

《广告绝对化用语执法指南》已经2023年2月24日市场监管总局第3次局务会议通过，现予公告。

市场监管总局

2023年2月25日

查询网址：https://gkml.samr.gov.cn

市场监管总局广告监管司负责同志就《广告绝对化用语执法指南》回答记者提问

为积极回应社会关切的广告绝对化用语“一刀切”“机械化”等问题，依法保护各类经营主体的合法权益，规范广告绝对化用语执法，市场监管总局发布了《广告绝对化用语执法指南》（以下简称《指南》），为地方市场监管部门开展广告绝对化用语监管执法提供指引。日前，市场监管总局广告监管司负责同志就《指南》相关问题回答了记者提问。

记者：《指南》出台的背景和意义是什么？

答：《广告法》第九条第三项禁止广告中使用“国家级”“最高级”“最佳”等绝对化用语，其立法本意是防止广告主夸大宣传，误导消费者或者贬损其他经营者。

但部分地方市场监管部门对广告绝对化用语监管执法过程中出现“一刀切”“简单化”倾向，造成个别广告行政处罚案件存在“过罚失当”的现象。

为进一步加强和规范广告绝对化用语执法，统一地方执法尺度，更好地保障中小企业合法权益，营造良好营商环境，在前期工作以及地方执法实践基础上，市场监管总局依据《广告法》《行政处罚法》等法律、法规，制定了《指南》。《指南》的出台，向社会阐明市场监管部门的监管理念、执法考量和处罚尺度，是准确把握法治精神、优化营商环境的切实举措，有利于保护广大经营主体特别是个体工商户、中小微企业的合法权益，进一步激发市场活力，也有利于提升行政资源运行效率，规范和加强广告监管执法工作。

记者：《指南》的调整范围和制定原则是什么？

答：《指南》的调整范围是《广告法》第九条第三项规定的情形，包括“国家级”“最高级”“最佳”以及与其含义相同或者近似的其他用语。《指南》要求，广告绝对化用语执法应当坚持过罚相当、公平公正、处罚和教育相结合、综合裁量的原则，市场监管部门在具体的监管执法活动中，要结合广告内容、具体语境以及违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度及当事人主观过错等实际情况，对绝对化用语整体进行把握和判断，准确把握执法尺度，合理行使行政处罚裁量权，实现政治效果、社会效果、法律效果有机统一。

记者：《指南》作了哪些具体规定？

答：《指南》结合《广告法》立法本意和广告监管执法实践，以列举的方式细化了广告绝对化用语执法中不适用《广告法》第九条第三项的情形，便于指导地方市场监管部门规范执法。

例如，《指南》明确规定了可以不予行政处罚的情形。需要指出的是，免罚不是免责，免罚仅仅是不予行政处罚，被免罚的经营主体应当履行的纠正违法行为、消除影响等责任仍然存在。归根到底，《指南》还是体现了行政执法部门对经营主体依法合规经营愿望的信任，更是为了更好地激励广大经营主体学法守法、自觉自律。

同时，为了保护广大人民群众切身利益和生命安全，《指南》针对教育培训、医疗、医疗美容、药品、保健食品、金融理财等重点领域，明确规定了在这些广告中使用绝对化用语不属于违法行为轻微或者社会危害性较小的情形，有效防止了广告绝对化用语从“简单机械”转向“宽大无边”，确保广告执法效果宽严相济、法理相融、张弛有度。

需要注意的是，《指南》还明确，广告主应当对广告内容的真实性负责，广告用语虽然没有违反《广告法》关于绝对化用语的规定，但如果广告主无法证明其真实性的，仍然应当依照《广告法》有关规定予以查处。

记者：《指南》还有哪些亮点？

答：针对一些经营主体甚至包括一些基层市场监管部门关于《广告法》适用范围的困惑，《指南》作了积极回应，明确指出经营主体在其经营场所、自设网站或者拥有合法使用权的其他媒介发布非营销性信息，一般不视为广告，其目的是为了依法保障消费者的知情权和选择权。

但这绝不意味着放任自流，我们应该看到，诚实信用、公平竞争是对经营主体的基本要求，若相关经营主体无法证明上述信息的真实性，可能影响消费者的知情权或者损害其他经营者的合法权益的，仍可以依据其他法律、法规予以查处。

记者：总局对下一步落实《指南》有哪些打算？

答：准确领会法律精神，精准把握执法尺度，合理行使行政处罚自由裁量权，需要市场监管全系统共同努力。《指南》的出台，对市场监管部门切实履行好《广告法》赋予的职责，规范广告活动，切实推动广告执法既有力度、又有温度，具有十分重要的意义。

市场监管总局将深入学习贯彻党的二十大精神，以《指南》的出台为契机，广泛宣传，用心指导，大力开展对执法人员的培训工作，让全系统能够迅速理解掌握《指南》的主要精神，促进基层广告执法人员不断提高法律素养，善于运用法治思维、法律手段解决问题，不断提升依法行政的效能和水平，助力广告业高质量发展。

（来源：国家市场监督管理局）

江苏省药监局审评核查苏州分中心

新增44项二类赋权事项

3月22日，江苏省药监局发布《关于江苏省药品监督管理局审评核查苏州分中心增项赋权有关事项的公告》（2023年 第8号），决定自2023年3月24日起向江苏省药品监督管理局审评核查苏州分中心（以下简称“苏州分中心”）赋权审评事项9项、核查事项35项。至此，苏州分中心总赋权事项已达113项，赋权量居全省9个分中心之首，有利于企业实实在在地享受“家门口”办事的福利。为顺利承接省局二类赋权，苏州分中心提前精心布局，重点加强机构、制度和人员能力等方面的建设。

一是搭建内设机构。苏州分中心小三定方案已制定，包括领导班子、内设机构和岗位设置等内容。

二是递增人员规模。分中心已批准人员规模为60人，目前实有人数为30人，按照计划和增项赋权情况，分中心每年将新增10-15人用以满足工作所需。

三是优化人员配置。依据岗位设置和岗位职责，科学合理配置工作人员，将具有药品、医疗器械监督管理工作经验的业务骨干配置到审评和核查岗位。

四是完善制度建设。在首次赋权建立的75项工作制度基础上，分中心不断建立健全各项管理制度，目前已修订19项工作制度，新增40项工作制度，共建立了115项工作制度。

五是提升人员能力。分中心审评、核查人员均具备药品、医疗器械相关专业背景及工作经验，审评和核查专职人员均为药械相关专业硕士及以上研究生学历，中高级职称占50%以上且均具有各级药监部门挂职和跟班学习的经历。在此基础上，分中心还通过多种途径来提升人员的审评、审批、检查等业务能力和服务能力。

此次增项赋权考核的通过，有助于苏州地区医疗器械生产企业将产品更快投入市场。截至目前，苏州分中心已开展便民服务受理事项2958件，便民服务办理事项240件，医疗器械审评上报130件，药品检查上报12件，医疗器械检查上报84件，总办件量为3424件。

（来源：苏州检查分局、省局审评核查苏州分中心）

苏州举办“3·15”国际消费者权益日现场活动

3月15日是一年一度的“3·15”国际消费者权益日，围绕中国消费者协会“提振消费信心”消费维权年主题，苏州举办“3·15”国际消费者权益日纪念大会暨广场咨询活动。市委常委、副市长唐晓东出席活动并致辞，市人大常委会副主任、市消保委主任吴晓东参加活动。

纪念大会围绕争创全国放心消费示范城市和国家食品安全示范城市的目标，以“监管为民”“维权为民”的核心理念，通过2022年消费维权十大案例发布，“吴优数购大联盟”签约，市市场监管局十项民生项目发布，省级放心消费示范单位、市级名优小作坊等优秀示范企业授牌，2023苏州“放心消费提升年”启动等环节，充分展示工作成果，营造放心消费环境。

唐晓东表示：苏州市委、市政府高度重视消费者权益保护工作，在全国率先开展放心消费创建工作，率先推行全域线下购物无理由退货服务，积极构建“政府主导、部门协同、行业自律、企业主体、消费者参与、媒体监督”的消费维权多元共治格局，全力营造安心、放心、舒心的消费环境。

近年来，苏州积极响应市民群众消费需求的新变化，不断完善消费供给，优化消费环境，提升消费品质，打造了双12苏州购物节、“夜zui苏州”等消费品牌，各大商户积极参与，各类商圈也焕发出了新精彩。2022年，全市实现社会消费品零售总额9010.7亿元，保持全省第一。在今年3月14日中消协发布的《2022年100个城市消费者满意度测评报告》中，苏州再次位居榜首，实现“两连冠”，充分显示了消费者对苏州消费环境的信任与肯定。

苏州市场监管局、苏州市消保委联合园区市场监管局、园区消保委举办了广场咨询活动，邀请22家相关职能部门设摊，宣传法律法规、解答政策咨询、受理投诉举报等，共发放消费维权主题宣传册近3000份，解答各类咨询331件，现场受理投诉18件。此外，还邀请了40家苏州特色伴手礼、老字号品牌等商户，以“市集”形式展示企业风采，开展促消费活动，营造“消费吴优”的苏式消费环境。市市场监管局、市消保委将围绕“提振消费信心”消费维权年主题，积极争创首批全国放心消费示范城市，切实保障消费者合法权益，持续营造安全放心消费环境，助力提振市场消费和提高人民生活品质，为苏州经济社会高质量发展作出更大贡献。 （来源：[苏州市场监管](javascript:void(0);)）

江苏日化协会关于团标《多功能清洁凝胶（征求意见稿）》、《化妆品用原料L-精氨酸（征求意见稿）》征求意见的通知

江苏省日用化学品行业协会团体标准《化妆品原料L-精氨酸》、《多功能清洁凝胶》的起草小组于2022年10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，经过标准编制组的努力，已形成了团体标准，现向各单位公开征求意见。如有修改建议，请填写《意见反馈表》，并于2023年5月2日前以电子邮件、信件等方式反馈给秘书处，逾期未回复的将按无异议处理，感谢您的支持与配合。 （来源：江苏日化协会）

附件下载：https://mp.weixin.qq.com/mp/profile\_ext?action=home&\_\_biz=MjM5ODczNjc1MA==#wechat\_redirect

蜜思肤获颁《AAA级企业信用等级证书》

近日，苏州蜜思肤化妆品股份有限公司通过企业信用评定综合考察，获得“AAA级企业信用等级”认证，同时获颁《AAA级企业信用等级证书》。

AAA等级是目前我国企业信用认证的最高信用评级，是企业综合实力和竞争力的最好体现，也是提升品牌价值和品牌竞争力的一项重要的无形“资产证”，对企业的良性长远发展有着重要的意义，它代表着企业拥有良好的经营状况、较强的风险防范能力和极高的商业信誉，是合作商值得信赖的伙伴，也是消费者值得选择的品牌。

企业信用不仅是一种资本，一种资源，而且也是一种生产力。多年来，蜜思肤始终坚持“以用户满意为核心”，致力于高品质产品与优质体验服务的打造，带着责任和使命，和每一位家人伙伴携手而行。此次获颁AAA级企业信用等级证书，既是对蜜思肤信誉的认可，也是对蜜思肤长期以来诚信经营行为的肯定，同时也彰显了蜜思肤的品牌形象、社会信誉和综合实力得到了外界的一致好评。不忘初心,方得始终!“AAA级信用企业”是一份荣誉,更是一份社会责任。今后，蜜思肤将继续秉持“一切以用户需求”为核心的经营理念，用质量塑形象，以口碑促成长，以诚信谋发展，笃行AAA级信用企业责任与担当，以美成就美好生活！ （来源：蜜思肤）

科玛化妆品（苏州）有限公司起诉广州科玛化妆品制造有限公司，已责令其改名并致歉！

近年来，我司发现与我司不存在任何关联关系的多家单位涉嫌侵犯我司注册商标权及构成不正当竞争，将含有“科玛”或与之相近似的文字，或者含有“KOLMAR”或与之相近似的字母注册为企业名称，在网站、展会、宣传册等载体上进行宣传传播，造成其他市场参与者产生混淆和误认，对我司造成严重的名誉损失。

我司已通过法律手段进行了坚决的维权行动，向上海市浦东新区人民法院正式起诉广州科玛化妆品制造有限公司侵害我司商标权及不正当竞争，在法院的主持调解下，达成了相关和解协议，要求对方变更企业名称并在官网持续发布2个月的《致歉函》，用以消除对我司造成的不良影响。

为避免混淆和误认、维护我司的合法权益，在此，我司郑重声明如下：

1、“科玛”及“KOLMAR”为我司合法注册的商标，未经我司允许，严禁在企业名称中使用含有“科玛”文字或拼音、英文字体或近似音、谐音等。

2、我司与上述侵权单位不存在任何形式的出资、隶属、关联或实际控制、

合作与授权等关系，我司及我司关联公司均不对其行为承担任何责任。

3、我司各关联公司以及所属单位，截止声明之日均未与上述侵权单位开展任何形式的业务合作，今后也不会开展任何形式的业务合作。

4、我司警告任何其他侵权单位，立即停止对我司的侵权行为，禁止以“科玛”或者“KOLMAR”的名义对外开展业务，立即采取更名或注销措施。否则，我司将采取法律措施，依法追究其法律责任，由此产生的一切损失和责任均由其承担。

5、我司郑重提醒广大市场参与者，注意甄别，慎重与侵权单位（含其关联方）开展合作，谨防有单位冒用我司名义获取各类商业资源等行为，切实防范相关法律风险。

（来源：科玛化妆品（苏州）有限公司特约通讯员 周兆丰供稿）

圣美伦获评首批“江苏省著名品牌”称号

2023年3月21日下午，“2023江苏品牌大会暨长江品牌年度高峰论坛”在南京成功举办，此次大会由江苏省品牌学会主办，来自全省500余位会员代表出席了大会，江苏省委原常委、副省长，省政协理论研究会会长徐鸣等领导出席大会并讲话。圣美伦（南京）香水有限公司董事长周信钢先生受邀出席大会，“圣美伦”在大会上获评首批“江苏省著名品牌”。

大会以“品牌强国，跨越时代”为主题，邀请多位知名品牌专家共商新时代品牌强国大计。专家围绕中国式现代化高质量发展、品牌与高质量发展关系等主题展开讨论，为江苏品牌高质量发展赋能，助力新时代品牌建设。大会获得新华网在内的多家主流媒体关注，目前报道阅读量突破两百万人次。

此次“江苏省著名品牌”称号是依据江苏省首个品牌评价类标准《江苏省著名品牌评价通则》(T/JSBA001一 2022)选定。该标准由江苏省品牌学会联合51家高校研究机构、知名品牌企业和58位品牌专家、学者、品牌创始人、品牌高管共同起草，并在国家标准委——全国团体标准信息平台立项发布。

经专家多轮评审，大会现场公布了首批“江苏省著名品牌”标准评定结果，圣美伦、金陵、新百、卫岗、人文地铁、金陵金箔、汤沟、福鲤圈、玉泉、康缘、宝庆银楼、远东电缆、南高齿、途牛旅游网、中天科技、全无敌等46个申报品牌获评“江苏省著名品牌”。

圣美伦品牌成立于2002年，由中国首批调香师周信钢先生创立，率先打破香水只作为时装附属的传统格局。倾注专业团队，三十年如一日，致力于香水、香氛的开发、调制和生产，不断创造高品质、多样化的产品，以无与伦比的雄浑之姿构筑了一个谱写浪漫的气味王国。圣美伦（南京）香水有限公司是集香水、化妆品的研发、生产、营销、OEM加工于一体的专业化妆品生产和销售企业。公司坐落于古都南京秦淮河畔，投资金额5.2亿元，占地8.7万多平方米；公司厂区严格按照GMPC标准建设，下设产品研发中心、生产中心和营销中心，设有独立的实验室、检测中心等多个先进完备的配套系统。以专业强大的研发能力，敏锐丰富的市场经验，先进坚实的工厂实力，铸就了圣美伦光辉璀璨的不凡之路。

载誉而行，矢志不渝。圣美伦将始终如一，积极把握新时代带来的新机遇和新挑战，不断提高自主创新能力和国际竞争力，深化品牌战略，提升品牌价值；弘扬企业文化，彰显品牌内涵；履行社会责任，铸就品牌形象。在未来的发展中砥砺前进，不断创新，不断突破，创造更大的成功和辉煌。我们坚信，永无止境的探索造就生生不息，以全局视野破除思维桎梏终将立于时代浪潮的前端。

（来源：圣美伦）

沉痛哀悼郑根大同志

郑根大同志系苏州市金茂日用化学品有限公司创始人、董事长，江苏日化协会理事，苏州日化协会常务理事。因病于2023年4月7日去世，享年71岁。去世后在相城区黄桥老家设灵堂悼念，亲朋好友向遗体告别。

中国口腔护理用品工业协会副秘书长、江苏/苏州日化协会副秘书长、苏州润邦生物科技发展有限公司董事长盛斌，江苏日化协会/苏州日化协会名誉会长单位、江苏隆力奇生物科技股份有限公司，江苏日化协会/苏州日化协会副会长、康柏利科技（苏州）有限公司/苏州清馨健康科技有限公司董事长毛建林，江苏日化协会/苏州日化协会吴萍、李瑶等前往吊唁，江苏日化协会理事长李君图，苏州日化协会会长、绿叶科技集团董事长徐建成分别送上花圈并委派协会向家属表示慰问。

中国口腔护理用品工业协会理事长相建强发表诗词一首，沉痛悼念行业同仁、金茂公司董事长郑根大先生：

飞来噩耗久无言，旧忆新情泪水牵。

行业力耕三十载，口腔护理半生田。

慈容已作春花去，苦梦还追秋雨间。

久坐楼台浑不念，悲诗一首祭南天。