



『质』造全球 消费品出口质量管控指南

SGS通标标准技术服务有限公司◎编著

41位全球质量管控专家倾囊撰写

权威解读欧美、“一带一路”国家重点进口产品法规、标准
助力企业**合规**进入目标市场，由“制”向“**质**”转型
探索**跨境电商**质控体系，规避交易风险

中国海关出版社



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLISHING FUND PROJECT

“质”造全球

消费品出口质量管控指南

SGS通标标准技术服务有限公司◎编著

中国海关出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

“质”造全球：消费品出口质量管控指南 / SGS 通标准技术服务有限公司编著. —北京：中国海关出版社，2018.9

ISBN 978-7-5175-0289-0

I. ①质… II. ①S… III. ①出口商品—消费品—质量管理—中国—指南 IV. ①F752-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 140363 号

“质”造全球——消费品出口质量管控指南

“ZHI” ZAO QUANQIU——XIAOFEIPIN CHUKOU ZHILIANG GUANKONG ZHINAN

作 者：SGS 通标准技术服务有限公司

策划编辑：马 超

责任编辑：郭 坤 叶 芳 吴琳旖

责任监制：王岫岩 赵 宇

出版发行：中国海关出版社

社 址：北京市朝阳区东四环南路甲 1 号

邮政编码：100023

网 址：www.hgcbs.com.cn; www.hgbookvip.com

编辑部：01065194242-7554 (电话)

01065194234 (传真)

发行部：01065194221/4227/4238/4246 (电话)

01065194233 (传真)

社办书店：01065195616/5127 (电话/传真)

01065194262/63 (邮购电话)

印刷：北京新华印刷有限公司

经 销：新华书店

开 本：710mm × 1000mm 1/16

印 张：23

字 数：364 千字

版 次：2018 年 9 月第 1 版

印 次：2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5175-0289-0

定 价：80.00 元



海关版图书，版权所有，侵权必究

海关版图书，印装错误可随时退换

编委会名单

主 编 杜佳斌

副主编 卢 耕

统筹组成员：（以姓氏笔画为序）

王 颖 王淑芬 牟奇志 李 卫 郑 伟 常 静
蔡香莲

编委会成员：（以姓氏笔画为序）

于瑾瑾 王 炜 王振华 王哲阳 邓义琴 江 海
孙威威 何艺桦 邱 悦 邹 琼 宋 森 张华烨
张肖松 张晓宁 陆 骁 陈志远 陈志泉 林国兴
胡 颖 赵 晖 俞 军 顾东兰 徐 伟 徐 彬
翁慈伶 郭 志 黄志明 蒋 红 雷达华 鲍 萍
廖美雄 翟春明 黎小敏

消费品行业作为我国传统优势行业在我国国民经济发展中占有重要的地位。国家统计局统计数据显示，近十年我国社会消费品零售总额始终保持在10%以上增速，2016年消费品零售总额332 316亿元，比上年增长10.4%，同期，消费品出口交货值同比增长1.9%，增幅高于全部工业1.5个百分点。消费品产业为我国进出口创汇作出了巨大贡献，它在持续较快发展的同时，不断提高自身的国际竞争力，取得了举世瞩目的发展成就。

随着自动制造、智能制造技术的快速发展，劳动力成本在制造业竞争中的重要性有所下降，部分跨国公司出于贴近消费市场等考虑，从离岸生产转向近岸、在岸生产，缩短全球供应链。与此同时，发达国家推进“再工业化”战略，国内生产能力提升。受这些因素影响，近年来全球国际贸易发展滞后于经济增长，特别是发达国家经济增长对本国进口的拉动作用下降。国际金融危机爆发以来，市场需求不足，一些国家采取设置贸易壁垒等非常规手段抢占国际市场，这些都导致了我国出口消费品的风险随之升高。

2016年，美国CPSC（Consumer Product Safety Committee，消费者安全委员会）共发布332例召回通报，其中关于中国消费品的通报共178例，占了2016年CPSC召回总数的53.6%，涉及在美国境内销售的消费品约8 044.75万件。召回最多的是电子电器类产品，其次是运动及休闲用品、家具和服装饰品。

2016年全年，欧盟RAPEX（The Rapid Alert System for Non-food Consumer Products，非食品类消费品快速警报系统）系统共发布1 888例召回通报。其中，原产地为中国（不包含中国香港地区）的消费品有960例被召回，占了RAPEX通报总数的50.8%。被通报最多的产品为玩具，其次为电器用品和设备、纺织服装和时尚用品、照明设备。

本书以当前消费品市场的薄弱环节为“靶心”，以帮助我国制造型企业由“制”向“质”顺利转型为目的，针对机电、纺织服装、轻工等消费品的设计、生产及产品认证等环节，为读者总结主要出口国和地区的基本法律法规和技术标准。此外，书中整理出产品案例分析，提出了适合我国企业的应对策略，有助于消费品出口相关企业利用技术、产品、认证来合理应对技术贸易壁垒。

本书迈出了消费品出口质量管控的第一步，以本书为模板，可创建并完善系列消费品出口质量管控体系，确保出口消费品质量安全，促使“中国制造”向中高端迈进。

对于学于斯、工作于斯的我来说，此书让我全面了解了不同目的国市场对部分消费品的质量要求与应对策略，我倍感欣慰。我相信，还会有许多人如我一样，将从这部《“质”造全球——消费品出口质量管控指南》中，获取有用的信息甚至是教益。

国家质量监督检验检疫总局^①消费品科学技术委员会主任委员 谢秋慧

^① 2018年3月，第十三届全国人民代表大会第一次会议批准了《国务院机构改革方案》，将国家质量监督检验检疫总局的职责、国家工商行政管理总局的职责、国家食品药品监督管理总局的职责、国家发展和改革委员会的价格监督检查与反垄断执法职责、商务部的经营者集中反垄断执法以及国务院反垄断委员会办公室等职责整合，组建国家市场监督管理总局；将国家质量监督检验检疫总局的出入境检验检疫管理职责和队伍划入海关总署；将国家知识产权局的职责、国家工商行政管理总局的商标管理职责、国家质量监督检验检疫总局的原产地地理标志管理职责整合，重新组建国家知识产权局，由国家市场监督管理总局管理；不再保留国家质量监督检验检疫总局。

自改革开放以来，大量外资企业在中国沿海城市投资设立消费品生产企业。2001年以来，借加入世界贸易组织的东风，我国的消费品出口以北美及欧洲为主要市场，逐步奠定了“中国制造”在全球的领先地位。

近年来，随着生产成本的快速上升，政府及公众对环保的日益重视，贸易保护主义抬头，欧美各国出于政治、经济利益考量一次次设置贸易壁垒，东南亚及非洲的一些国家在低端消费品生产领域的竞争力日益增强，我国的传统出口产业正面临着新的压力和挑战。

虽然国际国内形势复杂多变，但凭借完整的供应链体系，完善的基础设施，高效的企业管理水平，逐步提升的设计、研发及创新能力，以及制造业工人吃苦耐劳的精神，中国仍牢牢占据消费品生产大国的地位，相关从事消费品研发、设计、生产的企业仍大有可为。出口企业要在竞争中脱颖而出，以我的经验来看需要特别重视以下几个方面：

- 拓宽国际市场，开拓传统欧美市场以外的其他新兴国家市场；
- 持续专注于质量及生产效率的提升；
- 从纯粹的制造向设计、研发转变，这样即使国内企业仍为海外企业代工，也能获得更多的议价空间；
- 把握产品转型机会，提升利润空间；
- 有条件的企业要抓住时机，创立自己的品牌；
- 尝试通过互联网、电商平台来拓展客户渠道；
- 考虑海外设厂来规避关税及非关税贸易壁垒。

在开拓新的国际市场，将产品销往新兴国家和地区前，熟悉目的国和地区对产品的技术、环保、标识等的要求，避免召回、销毁等事件的发生是每个企业规避风险的必修课。本书对世界主要国家和地区的消费品的安全、质量

标准与法规，产品认证要求等进行了系统地整理，对国际主要法规和认证做了较为深入的解析。同时，书中还为出口企业自身的质量管理、供应链管控提供了专业的讲解和经验分享。本书旨在让读者在相关产品法律法规更迭交替、供应链纷繁复杂的大环境下，始终可以拨开“迷雾”，把握住安全和质量控制的关键。

作为国际第三方检测认证行业的领导者，我们与国内的消费品出口企业一起参与和见证了中国对外贸易的迅猛发展。我们很荣幸有机会与检测认证业同行、消费品出口企业、中国制造企业分享产品符合性评定方面的经验、知识和心得，我们也希望将 SGS（全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构）多年来在消费产品安全及质量管控方面的实践成果展现给读者。

SGS 于 2016 年成立专家智库，以“总结企业优秀实践、探索行业发展趋势、助力消费品质量提升”为使命，本书的作者均从专家智库中选出。本书能够出版发行得益于作者们多年的经验积累和历时一年多的辛勤编撰，以及相关行业主管机构领导的指导，在此一并表示感谢。

产业兴邦，制造业是中国经济持续发展的重要引擎。新常态下，个别产业已经经历了一轮洗礼，生存下来的企业以事实证明了其顽强的生命力。当下我们需要做的是适时调整战略，求新求变，持续提升质量管理水平，为产品注入新的功能元素，借此消费品出口企业将会焕发出新的生机与活力。

SGS 通标标准技术服务有限公司总裁 杜佳斌

消费品出口——机遇、挑战和应对策略

消费品产业在我国的外贸产业中一直占据着非常重要的地位。在改革开放初期，消费品出口显得尤其重要。“一亿件衬衫换一架波音”，听起来让人觉得不可思议，但是也折射出消费品出口对国家发展的非凡贡献。即使到了2015年，我国的纺织品、服装、箱包、鞋类、玩具、家具、塑料制品七大类劳动密集型产品出口额仍高达4 718亿美元，占我国总出口额的比重为20.8%。如果将近年来发展迅速的消费类电子产品出口计算在内，这个比例还会更高。

由于起步比较晚，在消费品的国际供应链上，中国的消费品产业大部分处于国外零售商的产品供应商的位置。这些国外大型零售商，通常具有在本国经营多年的实体零售网络，对当地的法律法规以及消费者对产品质量的诉求都有比较深入的了解，基本上都已经制定了一套独有的质量控制体系。中国供应商的产品，均需要符合这些产品质量要求才能够完成订单。但中国的供应商对国际质量管控体系了解得不够全面，这在一定程度上造成了中国供应商在质量管控上的被动。

随着国民经济的发展和全球经济形势的变化，中国消费品产业正处于转换模式的关键时期。中国要从“制造大国”走向“制造强国”，根据供给侧结构性改革的要求，对质量的关注是一个很重要的方面。而要关注质量，就必须对全球各个市场的法规、认证有全面和深入的了解。

本书为中国制造型企业量身定做，旨在助力中国制造企业向中国“质”造企业转型，提升我国相关质量管控人员和外贸业务员的专业素养，提高中国出口商品的国际竞争力，规避不必要的法律风险和贸易壁垒。

在本书中，我们尽全力为读者呈现世界主要国家和地区有关消费品质量

方面的基本法律法规框架体系的宏观图样。全书共分四篇，第一篇主要阐述中国企业所面临的挑战，通过质量管控来解决这些挑战的方法，以及第三方检测认证行业在其中所起的作用。

第二篇简略介绍国际主要的消费品质量管控法规和认证。对法规和认证的基本情况，所管控的产品范围和要求，以及违反法规时可能遇到的惩罚做了详细阐述。

产品符合性评定是很多中东和非洲国家所采用的质量管控形式，而这些国家，又恰恰是与中国“一带一路”倡议高度相关的国家。本书第二篇中专设一章，按照国别对产品符合性评定进行介绍，希望能够对中国的企业在“一带一路”沿线国家的出口提供助力。

第三篇针对消费品各个产品线，包括电子电气产品、纺织服装产品和轻工产品等，总结了全球各个市场对相关产品的要求，分析了各个产品线常见的案例，并对中国企业可能遇到的问题，提供了一些应对方案。

电子商务是世界性的潮流，本书第四篇专门介绍电子商务，特别是跨境电子商务中所蕴含的机遇和可能的风险。

希望读者在读过本书后，可以在飞速变化的消费品市场上始终把握住质量管控的主旨，建立自己企业的质量管理体系，自己电商平台窗口的质量管理体系。

本书可以算是我们 SGS 答谢中国消费品产业的一点心意。通过本书，我们希望将 SGS 这些年在全球消费品市场质量管控方面的经验分享给读者，与中国的消费品生产企业一起，“质”造全球，“规”化全球，货销全球。

作者

2018 年 2 月

第一篇

**“质”造全球：
全球质量管控发展与中国制造面临的挑战****第一章 中国制造面临的挑战及全球质量管控的发展 / 003****第一节 中国制造面临的挑战 / 003****第二节 全球质量管控的概况和发展建议 / 009****第二章 第三方检测认证为企业应对国际贸易规则和质量管控
挑战发挥积极作用 / 017**

第二篇

**“规”化全球：
消费品质量管控的全球重要法规、认证条款和评定要求详析****第三章 消费品质量管控重要法规 / 025****第一节 欧盟与美国法规体系架构简介 / 025****第二节 欧盟 REACH 法规 / 027****第三节 欧盟《通用产品安全指令》(2001/95/EC,
GPSD 指令) / 035****第四节 欧盟 POPs 法规 / 036****第五节 美国加利福尼亚州 65 号提案 / 039****第六节 美国《消费品安全改进法案》/ 043****第七节 美国华盛顿州《儿童安全产品法》/ 048**

第八节 加拿大相关法规 / 049

第九节 全球市场——食品接触材料 / 056

第十节 全球市场——包装环保要求 / 066

第四章 世界主要国家和地区消费品主要认证简介 / 071

第一节 欧盟 CE 标识 / 071

第二节 德国 GS 认证 / 076

第三节 美国加利福尼亚州 CARB 认证及法规解析 / 078

第四节 巴西 INMETRO 认证 / 084

第五节 全球市场包装 ISTA 认证 / 085

第五章 “一带一路”沿线及非洲部分国家（地区）产品符合性 评定要求 / 089

第一节 符合性评定简述 / 089

第二节 “一带一路”沿线及非洲部分国家（地区）产品符合性
评定方案 / 090

第三节 申请各国（地区）产品符合性证书的流程 / 113

第四节 中国企业应对策略及典型案例分析 / 115

第三篇

货销全球： 消费品主要产品线质量管控与案例分析

第六章 电子电气产品 / 121

第一节 电子电气消费品质量管控要求及中国企业应对策略 / 121

第二节 中国企业应对策略及典型案例分析 / 162

第三节 电子电气产品的绿色挑战与机遇及中国企业应对策略 / 169

第七章 纺织服装产品 / 204

第一节 全球纺织服装质量管控概况 / 204

- 第二节 欧盟市场要求、常见问题及中国企业应对策略 / 206
- 第三节 美国市场要求、常见问题及中国企业应对策略 / 223
- 第四节 新兴市场要求、常见问题及中国企业应对策略 / 244

第八章 轻工产品 / 255

- 第一节 “杂货铺”中的质量管控迷宫与出路 / 255
- 第二节 家具出口要求、常见问题及中国企业应对策略 / 256
- 第三节 婴童产品出口要求、常见问题及中国企业应对策略 / 265
- 第四节 玩具出口要求、常见问题及中国企业应对策略 / 286
- 第五节 餐厨具出口要求、常见问题及中国企业应对策略 / 311

第四篇

e行全球： 探索跨境电商质量管控

第九章 跨境电商质量管控：机遇与挑战并存 / 325

- 第一节 传统实体零售业与电子商务零售业的异同 / 325
- 第二节 电商平台质量管控的不确定性 / 329
- 第三节 知识产权、商标、标识与宣称 / 333

第十章 中国企业应对策略及典型案例分析 / 337

附 录 / 345

「质」造全球：

全球质量管控发展与
中国制造面临的挑战

第一章

中国制造面临的挑战及全球质量管控的发展

第一节 中国制造面临的挑战

借助于中国改革开放的政策红利、人口红利，以及宏观经济形势良好等内外部有利条件和发展机遇，中国成为举世瞩目的“世界工厂”。国际贸易是经济增长的火车头，贸易先于经济增长是发展的规律。2001 年之前，中国外贸经历了由指令性计划管理到发挥市场机制作用的过渡期，主要表现为采取出口导向战略、实施较严格的传统进出口限制措施。自 2001 年中国加入世界贸易组织后，对外贸易着力于“稳增长、调结构、促平衡”，进出口贸易平稳较快发展、贸易结构优化并趋平衡。进出口贸易和经济增长各项指标维持着远高于世界平均水平的增速，自 2012 年以来我国货物贸易出口总额超过 2 万亿美元，是目前世界上唯一一个货物贸易出口超过 2 万亿美元的国家。2013 年至 2015 年，我国连续三年保持世界第一货物贸易大国的地位。根据海关统计，2017 年一季度，我国外贸进出口总额 6.2 万亿元人民币，同比增长 21.8%。

目前，中国产业正处于结构调整、新旧动能转换的关键阶段。在中国经济进入新常态的背景下，制造和外贸行业也进入发展的新阶段。我国出口结构发生了变化，由过去的以加工贸易为主转向以一般贸易为主，技术水平明显提高，劳动密集型产品出口比例下降，中高端产品出口比例提升，跨境电商等新兴商业模式兴起。随着外贸“稳增长、调结构、促平衡”等相关政策持续落地生效，进出口企业升级进程加快，货物进出口大国地位有望得以巩固，质量效益得到提升。

在新的外贸形势下，国内一些具有全球竞争和发展意识的制造和外贸企业在产品研发创新、知识产权保护、建立自有品牌、打造自主营销渠道等方面发力，在部分行业涌现出具备国际竞争优势的行业龙头企业，培养和锻炼了一批有国际竞争力的行业、企业 and 专业人才，为产业转型升级和企业走出去提供、储备人才资源。但是还有一大批企业的新竞争优势尚未完全形成，仍然处于全球价值链的中低端环节，尤其是中小型制造和外贸企业、成本/价格敏感型行业、劳动密集型行业、低技术壁垒和低附加值行业。目前，制造和外贸企业面临着错综复杂的国际国内环境的多重挑战。

- 成本比较优势明显弱化。在国际金融危机的持续影响下，土地、劳动力等国内生产要素成本逐年上升，传统制造业的相对优势明显弱化，外贸形势十分严峻复杂。

- 产业转移竞争日益激烈。制造和外贸企业面临着外部的产业转移竞争压力。随着金融危机后国际政治经济环境的变化，发达国家制造业回流和再工业化成为新的潮流，制造业向东南亚等低成本国家外迁趋势明显，新兴经济体在招商引资方面竞争日益激烈，中国传统的出口企业面临着新的压力。

- 国际贸易规则复杂多变。制造和外贸企业面临着更加复杂多变的国际贸易准则。贸易保护主义会加剧反倾销、反补贴等贸易纠纷，也会引发更严格的技术性贸易保护措施的出台，以及更加隐形的、复杂的爬坡式贸易保护政策，加大中国出口企业的贸易风险。随着贸易保护主义的持续升温，贸易摩擦在广度和复杂度上延伸，技术性贸易措施呈现出新的、复杂多变的趋势。

一、中国制造面临的海外市场准入和市场监管挑战

在市场准入和市场监管范畴，技术性贸易措施是国际经济贸易规则中的核心组成部分。

技术性贸易措施涉及的内容广泛，涵盖科学技术、卫生、检疫、安全、环保、产品质量和认证等诸多技术性指标体系，除包括各种技术法规、标准、符合性评定程序以外，还包括动植物及其产品的检验和检疫措施、包装和唛