

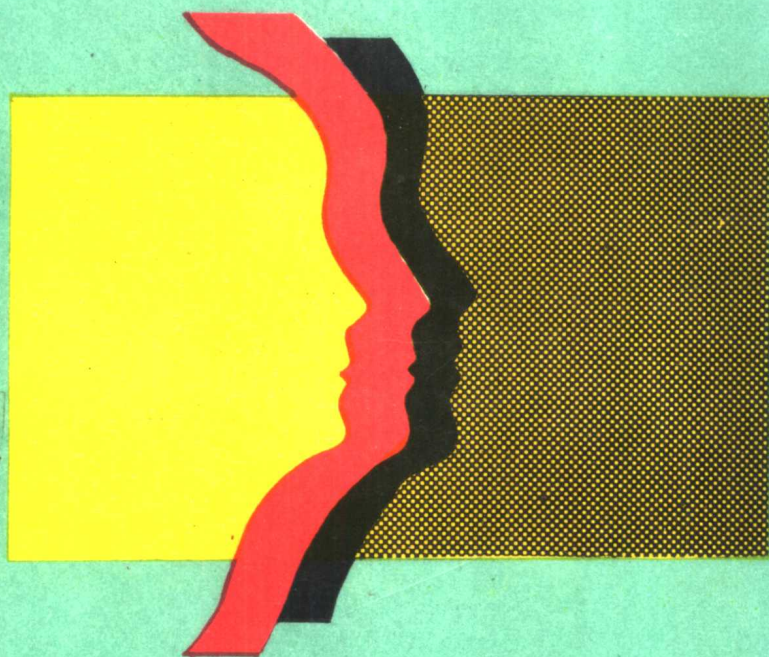
国家技术监督局统一宣贯教材

《消费品使用说明 化妆品通用标签》 标准实施指南

国家技术监督局标准化司

合编

中国轻工总会质量标准部



中国标准出版社



国家技术监督局统一宣贯教材

**《消费品使用说明 化妆品通用标签》标准
实 施 指 南**

国家技术监督局标准化司 合编
中国轻工总会质量标准部

中国标准出版社

1996

图书在版编目(CIP)数据

《消费品使用说明 化妆品通用标签》标准实施指南/
国家技术监督局标准化司,中国轻工总会质量标准部编.
北京:中国标准出版社,1996
国家技术监督局统一宣贯教材
ISBN 7-5066-1284-4

I. 消… II. ①国… ②中… III. ①消费资料-商品-说
明书-国家标准-中国-学习参考资料②化妆品-标志-国家
标准-中国-学习参考资料 IV. F760.5-652.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 10802 号

中国标准出版社出版
北京复兴门外三里河北街16号

邮政编码 10001

电话:68322112

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

版权专有 不得翻印

开本 850×1168 1/32 印张 3¹/₄ 字数 95 千字

1996年6月第一版 1996年11月第三次印刷

印数 10 001—15 000 定价 20.00 元

编审委员会

主 编	姜慧敏				
副 主 编	秦钰慧				
主 审	朱一文				
副 主 审	姚世全	张殿义	高国强	牟惟忠	
	林彩民				

编审委员 (按姓氏笔划排序)

王理中	丹军贤	白德美	刘文博
李汝诚	朱一文	吕志华	杨桂芝
宋向东	牟惟忠	张殿义	张铁雁
林彩民	姜慧敏	姚世全	高国强
秦钰慧	曾焕湘		

前 言

修订后的强制性国家标准 GB 5296.3—1995《消费品使用说明 化妆品通用标签》将于1996年12月1日实施。为了引导化妆品企业和有关单位人员正确理解 GB 5296.3—1995,国家技术监督局标准化司、中国轻工总会质量标准部、中国香精香料化妆品工业协会、卫生部卫生监督司、国内贸易部科技质量局、中华全国供销合作总社科技工业部、国家工商行政管理局商标局的有关人员编写了《国家技术监督局统一宣贯教材〈消费品使用说明 化妆品通用标签〉标准实施指南》一书。书中对 GB 5296.3—1995 逐条逐句做了详尽解释,以便于该标准的实施、监督具有可操作性及统一性。为加深读者对标准的理解和对化妆品行业的了解,书中还包括了化妆品的卫生监督、化妆品工业发展、国外化妆品产品标签要求等内容。

GB 5296.3—1995 标准英文版由李子昆译,华章熙校。限于编者水平,书中难免有不妥之处,敬请读者斧正。

编审委员会

1996年6月

**国家技术监督局标准化司
中国轻工总会质量标准部
国内贸易部科技质量局
全国供销合作总社科技工业部**

发文

技监标函〔1996〕81 号

**关于宣传贯彻《消费品使用说明
化妆品通用标签》国家标准的通知**

各省、自治区、直辖市及计划单列市技术监督局,轻工业厅、局、总会(总公司),财办、商委、商贸委、商业厅(局),供销社:

新修订的 GB 5296.3—1995《消费品使用说明化妆品通用标签》(以下简称“化妆品标签标准”)强制性国家标准已于 1995 年 7 月 7 日经国家技术监督局批准发布,并定于 1996 年 12 月 1 日起实施。该标准是在总结多年实施 GB 5296.3—87《消费品使用说明 日用化妆品使用说明》的基础上,广泛征求了制造、销售及有关单位的意见,采用了国际上化妆品标签的通行的标识方法,进行了修改、审查后批准发布的。

“化妆品标签标准”是化妆品行业一项重要的基础标准,该标准的实施将对规范化妆品市场,保护消费者的利益及与国际惯例接轨起到推动和促进作用。为把这项标准宣贯工作

搞好,现将有关实施工作通知如下:

一、各地技术监督部门和有关部门要充分利用一切宣传媒介,采取多种形式,广泛宣传“化妆品标签标准”,使化妆品的制造者、销售者和消费者了解并掌握其内容。

二、为准确实施“化妆品标签标准”,现按照国家技术监督局统一宣贯教材的编写要求,由有关部门专家组成编审委员会负责编辑出版《消费品使用说明 化妆品通用标签实施指南》一书,预计6月底出版。

三、拟定于7月上旬开始,陆续在上海、江苏、广东、北京由中国香精香料化妆品工业协会负责组织举办“化妆品标签标准”宣贯学习班,时间和地点另行通知。随后,各地可根据本地制造、销售者的实际情况举办宣贯学习班。

四、希望你们积极协助、督促化妆品制造者为尽快设计、印制合格标签做好准备工作。

国家技术监督局标准化司
中国轻工总会质量标准部
国内贸易部科技质量局
全国供销合作总社科技工业部

一九九六年五月二十一日

抄送:卫生部卫生监督司

目 录

第一章 中国化妆品工业概况	1
第二章 化妆品标签标准修订说明	11
第三章 GB 5296.3—1995《消费品使用说明 化妆品通用 标签》条文释义	20
第四章 化妆品的卫生监督	32
第五章 国外化妆品标签要求	39
第六章 化妆品标签必须标注内容参考示例	54
附录	
关于批准、发布《消费品使用说明 化妆品通用标签》 国家标准的函	63
GB 5296.3—1995《消费品使用说明 化 妆品通用标签》	64
GB 5296.3—1995《Instructions for use of products of consumer interest—General labelling of cosmetics》...	68
化妆品卫生监督条例	74
化妆品生产管理条例(试行)	80
定量包装商品计量监督规定	85
化妆品标准目录	90

第一章 中国化妆品工业概况

我国是一个文明古国,有着灿烂的历史文化,化妆品的使用有着悠久的历史。晋朝张华的《博物志》便载有公元前“纣烧铅作粉”,用以涂面而美容,而后,又有密陀僧治疗疮疖等面部疾患的记载。后唐《中华古今注》有胭脂的记载:“起自纣,以红兰花汁凝成燕脂”,因其产自燕国而称之。东汉班固撰《汉书》中就有画眉的记载,后魏贾思勰的《齐民要术》中亦介绍了丁香加入粉盒中,使粉有香气的做法“作香粉,惟多着丁香于粉盒中,自然芬馥”。

古代美容所用的中药是以理血、理气、燥湿、祛风药为主。清代宫廷慈禧、光绪曾用中药防治脱发和沐浴用加有皂角的香皂。宫中讲求美容玉面,取各种香药与花瓣莲蕊、皂角,并用排草、广零、檀香配之,有浓烈的香气,洗沐用之,除洗涤污垢外,存有幽香,也可辟秽,明代《本草纲目》载有“自旃檀涂身亦取其清爽所爱,香味雋永”,此方除去垢、芳香外,更有玉肤嫩面的作用。

近代的化妆品生产,有记载的便是1830年(清道光9年)创建的扬州谢馥春日用化工厂生产的香货:香佩、香囊、香珠、薰香等品种,此外还有宫粉、水粉、胭脂、桂花油、冰麝头油。创建于1862年(同治元年)的杭州孔凤春也十分有名,生产制作的“孔凤春贡粉”专贡慈禧太后所用。

现代的化妆品工业,创办较早的有广生行,1898年广生行在上海建厂生产双妹牌雪花膏、如意油、如意膏等产品,这便是上海家化有限公司的前身。

解放以前的化妆品生产多属手工业作坊方式,品种也极其单调,美容类的产品为数不多,专供达官富贵人士所用。

解放至改革开放的近30年中,化妆品仍被视为少数收入富裕人的专用品,化妆打扮被视作是一种奢侈的生活方式,有时更被歧视。

雪花膏、蛤蚧油和花露水,被称作老三样,在化妆品的生产中占据过相当长的时间,因而化妆品的生产极其缓慢地发展。

1978年党的改革开放政策为我国的化妆品工业带来了新的生机,化妆品的生产企业有如雨后春笋,拔地而起,蓬勃发展,数量迅速增加,也从轻工系统扩展至别的部门,如民政系统、教育系统、化工系统,除国有资产企业外,还有集体企业和私有经济的企业。从1982年起,三资企业开始在国内投资,生产化妆品,化妆品生产的工业总产值也从1982年的4亿元增加至1985年的10亿元。

1985年以后至今的10年,是我国化妆品工业高速发展的阶段。化妆品工业生产体系初步得以建立,并为我国人民物质文明和精神文明建设做出了更大的贡献。

在过去的10年中,我国化妆品工业取得成就主要表现在:

一、我国的化妆品工业发展迅速,销售产值成倍增长

1995年末,据轻工总会发化妆品工业生产许可证企业统计,我国的化妆品工业企业已有2400家,过去的10年里,化妆品的生产企业数增加了近10倍。

化妆品的生产销售额也在迅速地增长,1994年对获得生产许可证的生产企业的统计,化妆品的工业生产总值(销售额)达到了140亿元。1995年又比上一年有较大的增长,增长的速度超过了全国轻工业增长,据初步估计,可超过190亿元。

我国的化妆品工业的企业规模也逐步发展壮大,超过亿元的企业已超过30家,这里有轻工系统的国有企业,也有民政系统,乡镇农业系统的,也有三资企业的。

我国的化妆品企业比较集中在沿海区域,据1994年统计,沿海地区的企业的销售额占全国的89%,其中,广东销售额达到49亿元,上海市销售额达到30亿元,江苏省产值28亿元。1995年,广东、江苏和上海又有新的增长,据统计,广东省销售额超过75亿元,江苏省的产值达到35亿元。

二、三资企业发展迅速,参与化妆品市场的激烈竞争

我国的改革开放政策为外商投资提供了极好的机会,为他们向中国化妆品工业的投资提供了方便,各地的优惠政策极大地鼓励他们来华投资的积极性。我国的化妆品工业中,最早的三资企业外方来自德国的威拉公司,1982年,该公司最先在天津投资建立天津丽明化妆品合营工业公司,生产威娜宝洗发香波和护发素。而后在我国化妆品行业中,三资企业便迅速增加。最为引人注目的是来自世界各国的跨国公司,积极投资生产化妆品(包括个人护理用品——护肤类产品、发用类产品)。

此外港台资本也相继进入我国。这几年,三资企业的发展速度很快,据统计,1994年末化妆品行业的三资企业已达480家,销售额为50多亿元,已接近总销售额的40%;化妆品行业吸引的外资超过4.4亿美元,为我国化妆品行业的发展作出了积极的贡献。

三、市场产品琳琅满目,满足不同消费层次的需求

由于国家对轻工业的发展给予了支持和关怀,我国的轻工业产品无论从质和量上都有了长足的进步,并不断进行转换,从卖方市场向买方市场发展,使消费者有更多的选择。

化妆品市场的显著特点是产品丰富多彩、琳琅满目。各大百货市场,购物中心,名家商城都视化妆品为掌上明珠,因其外包装设计和小包装加工制作的精美、色泽艳丽、细巧玲珑和倾注了设计师的文化、艺术构思,并带有强烈的工业设计色彩,以及产品有着更大的附加值。消费者对化妆品的消费,不仅是达到护理肌肤的目的,更多的视化妆品为一种文化消费,特别是在精神文明建设中普遍使用、消费化妆品亦属一种时尚,它与服装、服饰的配合,加之美容、美化,使自己的气质、形态达到更高的境界,有物质作为基础,消费者从文化的高度,重新认识自己,更好地体现个人的自我价值。

化妆品可提供给每个人持之以恒的美的享受,不仅是遮盖,还可使皮肤清洁美化,使用化妆品及时经常地进行呵护、能使肌肤获得保

养的作用,更可以使有问题的皮肤得到缓和。

近年来,中国轻工总会注重产品质量,在制定标准上下功夫,目前已制定化妆品标准 29 项,中国香精香料化妆品工业协会对化妆品用原料作出推荐规格 90 种。化妆品的品种不断增多,质量稳定提高,产品的档次水平有了明显的提高,不同档次适应着各个消费层次的需求。膏霜产品追求高保湿性,添加天然保湿因子的产品比重明显增加,产品的专门化程度增大。此外,产品向个性化发展,不同年龄区段,个人的爱好习惯的不同,都可找到适宜的产品,特别是膏霜产品的香型都有很宽的挑选余地;由于不同季节、气温高低的差别,气体含湿量有所差异;膏霜产品更因使用时间的不同,组成配方有所不同,日霜、晚霜分别使用,确实强调专门性。

化妆品市场中,三资企业的产品档次较高,除产品的内容物十分稳定外,它的包装配套设计、加工制作又是十分认真严格,外加产品的品牌由国外输入或是适应市场而做新的勾划,产品的卖价较内资企业的产品高好几倍,这样高价格的产品,更是适应将化妆品作为强烈文化消费的人士的需要。

当前,仅仅为使用化妆品而使用的思想概念逐步为使用化妆品是生活的迫切需要所替代,使用化妆品是日常生活不可缺少的一个环节,也是生活享受的一个侧面。反映在商场的陈设上都选择将化妆品放置在最为显眼的地方,引人注目,实际上从另一个侧面反映出化妆品本身就孕育着美,可称谓是美的使者。

还需值得一提的是:1. 香水的消费更为体现个性化,我们的调香师追逐着潮流,反映人们的需求和向往,满足人们的精神或是物质的需求高度;2. 防晒产品发展最为迅速。这是产品专门化和功能性的反映。随着地球臭氧层的变稀变薄,且不时出现空洞,直接射向地面的紫外光引起人们皮肤的晒黑或是灼伤,严重的会导致皮肤癌。因而人们关注防晒制品,它确能阻挡紫外光的照射,防止皮肤的晒黑或皮肤的粗糙,防晒制品大量进入化妆品市场,这是人们广泛使用化妆品的必然。

四、新原料、新技术、新设备的选用,提高了化妆品产业的整体水平

我国化妆品工业十分注重国际化妆品工业技术的发展,及时采用国际上最先投入使用或流行的新原料,与此同时积极开发具有中国特点的中草药的提取液在化妆品中使用的新产品。

我国的化妆品界曾尝试在化妆品添加营养物质以加强皮肤的护理过程的保养作用,例如:珍珠水解液、珍珠粉、改性珍珠粉、银耳浸提液、人参提取液;在化妆品中添加高保湿性的生物工程制剂,如透明质酸,海藻类物质;还在产品生产过程中添加有清除氧自由基的物质,如超氧化物歧化酶,脂质体等以保持皮肤的水分,延缓皮肤的衰老;中草药提取液的添加,使化妆品具有对使用部位有缓和作用,特别是对有问题的皮肤,起到明显的效果;面膜和倒膜产品中,加入中草药的提取物或是中草药粉剂,使用时产生消炎、消肿、消除斑痕、清淨洁白和增加血液循环的作用。

近1~2年里新的 α -羟基酸(果酸)是一种新的原料,在化妆品里应用有着良好的效果,特别是对有问题的皮肤有明显的效果。

“八五”期间,我国的表面活性剂工业为化妆品的发展提供了多种专用的温和型表面活性剂和高效能的乳化剂;化妆品的添加剂也达到数以百种计,包括天然植物提取液,如芦荟凝胶、皂角浸膏、茶籽素;有特殊功效的中草药提取液,如人参、首乌、田七、当归、黄柏、白术、薏苡仁、红花、川芎等;海洋藻类生物的提取物;生物工程制剂,如超氧化物歧化酶、碱性磷酸脂酶、透明质酸、蛋白质肽类中的动物蛋白水解液,动物胎盘提取物,P物质和酸性粘多糖,其他如维生素E、神经酰胺和果酸等。

在我国化妆品工业发展的历程中,科学技术的发展也占有十分重要的地位和作用。新原料选用、产品配方技术、新产品开发和装备技术等方面,都有了长足的发展。

“八五”期间,化妆品生产设备的制造、加工技术有了新的发展,

现已能制造容积 1000 升或更大些的外观较为精制的真空乳化机(也为国内的三资企业所选用),设备有电脑的控制系統,能有 40 多种花样图案的电脑花样灌装机,6 头自动连续香波灌装机,自动连续膏霜灌装机,唇膏机,连续自动粉饼机和眼影、胭脂压块机。

化妆品生产车间的设计和建设也达到了一个新的水平。部分合资企业的化妆品车间设计、工艺流程配置和采用的生产设备,达到了相当现代化的水平;也有部分内资企业的生产车间工艺的先进性和车间的水平,达到了 80 年代末期或 90 年代初的水平,达到 GMP 规范的车间越来越多。

五、实施名牌战略、企业形象不断创新

化妆品行业是我国轻工业中最早提出创名牌,实施名牌战略的行业。“创优”,是“八五”初期化妆品行业、企业努力的目标,国家倡导、部门引导,企业加强管理,开展创优,获得轻工业部部优产品 40 多种。1991 年有 4 种产品获得了国家银质奖。

我国的化妆品行业在创名牌的活动中也取得了成果。中国轻工总会在去年的名牌战略实施中,进行了化妆品的护发产品的排行榜活动,超过 5000 万元销售额的洗护产品进行排序,其中包括:飘柔、潘婷香波、海飞丝、虹雨肤美灵香波、奥丽斯香波、奥妮皂角洗发浸膏、海鸥洗头膏、可蒙香波、蜂花香波、力士香波、施美香波、柔娜香波。

名牌是行业的宝贵财富,创名牌促进了企业发展,促进了产品的发展。也是“八五”期间,我国化妆品行业取得的重大成果。

六、行业存在的主要问题和差距

我国的化妆品工业既有传统性,又是年青的产业门类,经过 10 多年的快速发展,取得了相当的成就,但毕竟仍处于刚起步,面临着大发展的机遇和挑战,我国现已进入实现小康目标的第一阶段,寻求差距、制定切实的措施是十分必要和及时的。本行业的主要问题和差距:

1. 企业数目多,生产规模小,盲目竞争,难以形成规模,缺乏市场优势。

2. 专业化协作差,原料质量差和包装设计、配套条件差,产品市场竞争差。

3. 科技人才缺少,技术装备落后。

七、“九五”计划和 2010 年规划

按照党的十四届五中全会提出的实现两个转变的要求,结合 1996 年全国轻工业工作会议的精神,化妆品行业制定了“九五”发展计划和 2010 年的规划。在“九五”期间和今后的 15 年内,我国的化妆品水平是一个快速发展的产业,它的产品适应市场需求,满足人们生活的日益改善和精神文明建设的需要。

1. 指导思想

以邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论和党的十四大精神为指针,以党的十四届三中全会通过的《决定》为依据,根据轻工业“九五”计划和到 2010 年长远规划的基本思路,结合化妆品行业的实际,本行业发展的指导思想是:面向市场(国内和国际市场),进一步改革管理体制,加强宏观调控和行业管理,调整企业组织结构,转变企业经营机制,加速企业技术改造,逐步实现原料标准化(配合有关部门制定化妆品级原料标准)、包装专业化(建立化妆品用塑料、玻璃、金属等包装材料配套厂)、生产现代化(建设若干个有高科技研究开发能力、配备计算机进行生产经营管理、以流水线规模生产,能与国际名牌产品相抗衡的样板厂)、品种多样化、产品优质化,以满足国内外市场不同层次不同用途的需要,力争使我国化妆品工业在较短的时间内建设成具有中国特色的现代化高科技高效益的行业。

2. 发展目标

2000 年销售产值将达到 300 亿元,递增速度高于轻工业 10% 的速度,有望年平均增长超过 15%。

2010 年销售产值将达到 800 亿元,年递增速度还会超过 20%。

出口创汇:2000 年 1.5 亿美元;2010 年 5 亿美元。

3. 生产规模

进一步协助地方企业组建规模更大的企业集团,轻工总会要求建立 20 亿元以上销售额的企业集团,化妆品行业应扩大企业规模,2000 年实现销售额超过 20 亿元的企业集团 5~8 个。对目前规模较大的上海、广东、江苏三省区的企业进行培植。

4. 技术装备、技术水平及科技进步目标

化妆品企业的生产车间有 50% 以上达到 GMP 规范要求。

5. 产品质量

根据现行 A、B、C 质量分类,2000 年,A 级产品(国际先进)达 20%;B 级产品(国内先进)达 40%;C 级产品(国内一般水平)达 40%。

创立 2 个或更多国际名牌产品,让更多的产品进入国际市场。

6. 产品结构

增加美容类产品的比例

产品类别	1995 年(%)	2000 年(%)	2010 年(%)
护肤类	45	40	40
发用类	40	40	30
美容类	8	10	20
其他	7	10	10

7. 环保目标

1998 年起在化妆品行业中的气溶胶产品禁止使用 CFCs,而采用液化石油气和二甲醚。

行业发展重点:

1. 产品结构的调整与发展方向。

(1) 产品档次由中、低档向中、高档发展。

(2) 消费地区将由城市逐步向广大农村市场扩展。

(3) 根据我国民族习惯和传统,产品结构仍将以护肤类产品和清洁类(香波)为主。但美容化妆品、儿童用品、男用化妆品等,由于原有基数很低,将以更快的相对速度发展。

(4) 护肤类产品,将从传统的雪花膏、香脂、乳液向高科技、多功

能(具有高保湿、抗衰老、防晒、美白等功能)产品发展。

(5) 采用天然原料的绿色(符合环保要求)产品将受到重视。

2. 组织结构、技术结构调整和发展方向

(1) 由条块分割的部门经济向跨部门、跨地区的集团化企业方向发展。

(2) 由生产型向经营型方向发展。通过技术改造逐步减少生产人员增强营销工作和信息反馈,加速过渡到市场经济的轨道。

(3) 技术结构从目前主要从事工艺和产品检验向高科技、高效益、大力加强科技队伍的方向发展。

(4) 生产由作坊式向机械化、自动化、规模生产方向发展。

(5) 管理向经过严格培训的现代科学管理的方向发展。

3. 布局调整和发展方向

国内化妆品企业比较集中在京、津、沪、穗等大城市以及沿海的广东、江苏、辽宁、浙江等地,这些地区约占总产量的90%,中、西部地区很不发达。为此,在“九五”期间,在布局和产品上应积极加以调整。

(1) 从东南沿海地区向中、西部地区发展,特别是重庆、成都、西安、哈尔滨等地区应重点发展。集团公司可设分公司、分厂,以合理调整布局。

(2) 大型企业可发展多品种综合性生产和开展多种经营外,中、小企业应向具有特色的专业化方向发展,如染发、烫发产品(防污染)、气溶胶产品(防燃、防爆)、指甲油(防燃、防爆)、口红(带色产品)、粉产品、香水、花露水以及天然植物化妆品等,也可附设在大型企业集团内。

4. 新兴产品的培育发展

(1) 开发新原料,如新型低刺激温和型表面活性剂、防腐剂、防晒剂、天然原料提取物(芦荟、中草药等),生物制剂(SOD、曲酸、羊胎盘提取液等)、毛脂及其衍生物等。

(2) 高品质塑料包装材料。

(3) 高品质玻璃瓶。