

ICS 71.100.70

C 2682

Y 42

# 团 体 标 准

T/BDCA 0001-2024

## 北京市国产普通化妆品 包装和标签设计指南

Guidance for packaging and labeling of  
domestic ordinary cosmetics notification in Beijing

2024-03-31 发布

2024-05-01 实施

北京日化协会 发布

## 前 言

本标准按照 GB/T1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》规则起草。

本标准由北京日化协会归口。

本标准起草单位：资生堂丽源化妆品有限公司、北京章光101科技股份有限公司、北京日光旭升精细化工技术研究所、北京盛妆家化有限公司、北京一轻日用化学有限公司、北京东彩日用化学有限公司、科玛化妆品（北京）有限公司、北京安德普泰医疗科技有限公司、北京同仁堂麦尔海生物技术有限公司、华熙生物科技股份有限公司、北京大宝化妆品有限公司、植然天成（北京）生物科技有限公司、北京植物医生生物科技有限公司、北京茂思商贸有限公司、北京养心堂化妆品有限公司、北京蔻赛健康科技有限公司、北京茉颜定制生物科技有限公司、国珍健康科技（北京）有限公司。

本标准主要起草人：张昱、谷丹、陈艳、杨卫红、梁玉华、郭继东、唐正强、宁剑冰、魏耀辉、何蕾、黄伟、邱璟、刘畅、田芮菡、顾正平、刘有停、续丹、殷麦花、任海毅、王含、牛杰、和长征、董云、贺锐、刘科、李小杰、熊洁谊、爱新觉罗·川、张伟、高扬、孙凯、王盛楠、李颖、邹鹏飞。

# 北京市国产普通化妆品包装和标签设计指南

## 1 范围

本标准规定国产普通化妆品包装和标签及相关术语的定义、设计原则、基本内容和具体要求等。

本标准适用于在北京市行政区域内研发、生产和流通的国产普通化妆品包装和标签的设计以及国产普通化妆品与包装和标签相关备案资料的制作。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是标注日期或文号的引用文件，仅与该日期或文号对应的文件内容适用于本标准；凡未标注日期或文号的引用文件，其最新版本（包括所有修改或补充文件）适用于本标准。

《化妆品监督管理条例》（中华人民共和国国务院令 第727号）

《化妆品注册备案管理办法》

《化妆品安全技术规范》

《化妆品标签管理办法》

《化妆品分类规则和分类目录》

《化妆品功效宣称评价规范》

《儿童化妆品监督管理规定》

《中华人民共和国产品质量法》

《定量包装商品计量监督管理办法》

GB 5296.3-2008《消费品使用说明 化妆品通用标签》

GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》

QB/T 1685-2006《化妆品产品包装外观要求》

GB/T 4122.1-2008《包装术语 第1部分基础》

GB/T 191-2008《包装储运图示标志》

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

### 3.1 化妆品 cosmetics

以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。

### 3.2 国产普通化妆品 domestic ordinary cosmetics

最后一道接触内容物的工序在中华人民共和国境内完成的，特殊化妆品（用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品）范围以外的化妆品。

### 3.3 包装 packaging

为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。

### 3.4 销售包装 sales packaging

最小销售单元的包装。包括直接接触内容物的包装容器、放置包装容器的包装盒以及随附于产品的说明书。

### 3.5 标签 labelling

产品销售包装上用以辨识说明产品基本信息、属性特征和安全警示等的文字、符号、数字、图案等标识，以及附有标识信息的包装容器、包装盒和说明书。

### 3.6 可视面 visual panels

化妆品在不破坏销售包装的情况下，消费者能够看到的任何面。

### 3.7 展示面 display panels

化妆品在陈列时，除底面外能被消费者看到的任何面。

### 3.8 净含量 net content

除去包装容器和其他包装材料后内装商品的量。

### 3.9 专业使用 professional

在专门场所由经过专业培训的人员操作使用。

### 3.10 功效 efficiency

化妆品自身具有的且能够客观感知到的产品使用效果。

### 3.11 机理 mechanism

化妆品原料或化妆品能够产生某种功效对应的起效途径、表达方式或作用原理。

### 3.12 宣称 declare

用于描述和解释化妆品产品性能、功效或机理的语言、文字、图示、符号等。

### 3.13 最小销售单元 minimum sales unit

以产品销售为目的，将产品内容物随产品包装容器、包装盒以及产品说明书等一起交付消费者时的最小包装的产品形式。

## 4 国产普通化妆品包装设计要求

### 4.1 国产普通化妆品包装设计的基本原则

4.1.1 包装应使用安全、无毒害的材料。直接接触化妆品内容物的包装材料不得与内容物发生化学反应，不得改变内容物成分及含量，不得迁移或释放对人体产生危害的有毒有害物质。

4.1.2 包装整体设计完整、美观，符合视觉习惯；体积和形状设计合理，便于运输和码放。

4.1.3 销售包装宜优先选择轻质的材料，开启方式简单、可操作性强，便于携带和使用。

4.1.4 包装材料应兼顾环境保护和可回收利用的相关要求，避免过度包装。

4.1.5 化妆品使用容易与其他类别产品混淆或可能产生误解的包装形式，如注射器、胶囊、铝塑板、西林瓶等，应在包装的显著位置标注产品为化妆品的相关提示信息并明确产品使用方法。

### 4.2 国产普通化妆品包装的形式、材质和外观

4.2.1 包装可采用瓶（含瓶盖、泵头、喷头）、软管、盒、罐（含压力罐）、锭管、笔等常见形式。包装材料可使用纸、塑料、亚克力、玻璃、金属（铝、铁、不锈钢等）等常规材质。外观应符合 QB/T 1685《化妆品产品包装外观要求》。

4.2.2 硬质包装应平稳端正，接口、卡扣或焊接处结构完好，闭合严密，材质具有一定的韧性和耐久性，不易破碎、开裂、锈蚀；软质包装应封口严密，不易粘连、渗漏、破损、划伤。

4.2.3 包装材料应表面光滑、厚度均匀，无明显瑕疵，易于印刷或粘贴或连接标签。

4.2.4 包装材料对温度、湿度、光照等环境因素应具备一定的稳定性，避免吸潮、变形、脱色等。

4.2.5 包装使用塑封工艺的，应确保塑封严密，不易破损和脱落，避免异物进入塑封。国产普通化妆品标签必须标注的内容不宜使用在塑封层外加贴标签的形式进行标注。

4.2.6 包装使用喷漆或电镀工艺的，应确保漆面平滑、干燥，不易起皮、开裂、脱落。

4.2.7 运输包装需要使用图示标注相关信息的，应符合 GB/T 191-2008《包装储运图示标志》。

4.2.8 包装材料应按照相关规定开展必要的安全评估。鼓励对包装材料进行必要的成分分析、稳定性测试和耐久性测试；鼓励对包装进行必要的外观检测、密闭性检测和松紧度检测。

- 4.2.9 国产普通化妆品的包装孔隙率、包装层数和包装成本应符合 GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》中适用于化妆品的内容。鼓励现场制作的礼盒包装、赠品和非卖品包装参照 GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》进行设计。
- 4.2.10 不规则形状的包装应明确包装的可视面及展示面，包装的形状应满足标签标注的要求。
- 4.2.11 儿童化妆品的包装应优先选择使用不易开裂、破损的材料；包装外形应平滑、圆润，避免在使用过程中对儿童造成伤害。
- 4.2.12 鼓励提高用于儿童化妆品的包装材料的安全性要求；鼓励结合儿童的关注特点和使用习惯设计包装。
- 4.3 国产普通化妆品包装的创新应用
- 4.3.1 使用本标准 4.2.1 条款以外形式或材料的包装，应充分评估包装的安全性、合规性与使用性能。鼓励使用可回收或可降解的包装材料。
- 4.3.2 参与化妆品个性化服务的产品，销售包装净含量应与个性化服务完整使用周期内的产品使用量对应。开展包装个性化服务的，还应充分考虑包装个性化要素的合规性。
- 4.3.3 通过包装的差异化实现以盲盒形式销售的产品，仅可对直接接触内容物的包装进行不影响内容物的差异化设计，如颜色、形状、材质等。销售时还应明示全部包装的样式和抽取概率。
- 4.3.4 鼓励结合北京市特有的地域、历史、文化、建筑、产业元素设计包装，突出“未来美城”“京妆”“京品”“京韵”等文化 IP。

## 5 国产普通化妆品标签设计要求

### 5.1 国产普通化妆品标签设计的基本原则

- 5.1.1 国产普通化妆品的最小销售单元应有标签。标签应符合相关法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准和技术规范要求，标签内容应合法、真实、完整、准确，并与产品备案的相关内容一致。
- 5.1.2 标签应清晰、持久，内容应真实、准确、简明易懂、易于辨认和识读。
- 5.1.3 标签应采用合理的形式。必要时，应结合产品特点和使用方法采取防护措施避免标签破损、印字脱落、粘贴不牢；使用喷码形式的，喷码信息还应持久、清晰识读、不易涂抹。
- 5.1.4 标签所用的文字除必须使用外文的情形，应使用规范汉字，表述符合中文语言习惯。
- 5.1.5 标签应使用中文标准普通话的书面表述方式，不得主观臆造、篡改词语，不得编造未经科学验证的概念。
- 5.1.6 化妆品标签使用的引导语应按照法规、技术规范和强制性国家标准的要求标注；未强制标注引导语的内容，不同的信息应合理分行、分区。
- 5.1.7 使用电子图码的，应确保电子图码的大小、颜色、位置、内容和显示方式符合使用要求。

## 5.2 国产普通化妆品标签的形式和内容

### 5.2.1 根据化妆品的包装形状和/或体积，可以选择以下标签形式：

- a) 印或粘贴在化妆品的销售包装上。
- b) 印在与销售包装外面相连的小册子或纸带或卡片上。
- c) 印在销售包装内放置的说明书上。

使用粘贴标签的，应保证粘贴内容完整、牢固；使用连接标签的，应保证连接部位牢固，避免标签脱落；说明书如出现与外包装标签相同的内容还应保证内容的一致性。

### 5.2.2 国产普通化妆品标签应至少包括以下内容：

- a) 产品中文名称；
- b) 备案人的名称、地址；
- c) 生产企业的名称、地址、生产许可证编号；
- d) 产品执行的标准编号；
- e) 全成分；
- f) 净含量；
- g) 使用期限；
- h) 使用方法；
- i) 必要的安全警示用语；
- j) 法律、行政法规和强制性国家标准规定应标注的其他内容。

具有包装盒的产品，还应同时在直接接触内容物的包装容器上标注产品中文名称和使用期限。

### 5.2.3 国产普通化妆品标签可根据产品情况标注以下内容：

- a) 承担产品销售主体责任的企业名称；
- b) 产品功效；
- c) 产地；
- d) 与产品相关的专利号；
- e) 与产品责任主体对应的网站名称、网址或链接；
- f) 联名设计元素和版权归属信息；
- g) 与产品适用人群或适用肤质、发质相关的信息；
- h) 与产品功效或作用机理相关的图示；
- i) 用于美化产品的图案；
- j) 其它不违反法律、行政法规和强制性国家标准且与产品相关的信息。

5.2.4 根据包装所使用的材料，鼓励在标签上体现以下信息：

- a) 包装材料的信息；
- b) 可回收使用和垃圾分类标识；
- c) 可降解标识。

5.2.5 净含量不大于 15g 或者 15mL 的小规格包装国产普通化妆品，仅需在销售包装可视面标注产品中文名称、备案人的名称、净含量、使用期限等信息，其他应标注的信息可以标注在随附于产品的说明书中。

具有包装盒的小规格包装产品，还应同时在直接接触内容物的包装容器上标注产品中文名称和使用期限。

5.2.6 参与个性化服务的产品可在标签上标注个性化服务产品的标识。鼓励通过电子图码的形式关联个性化服务产品使用者的测试数据和测试结果。

5.2.7 非必须在销售包装可视面和展示面上标注的内容，可使用电子图码标注和显示。

5.2.7.1 电子图码应使用备案资料中提交的具有时效性的图码和对应的内容，不得随意更改。

5.2.7.2 电子图码应按照本标准 5.2.1 条款中列出的形式使用并标注有使用指引信息。

5.2.7.3 电子图码应通过常规扫码设备和软件识别，识别出的内容应直接在扫码设备上显示。

5.2.7.4 显示标签信息使用的电子图码应具有专属性，不得超出产品标签标识的内容范围，包括且不限于下列情形：

- a) 通过电子图码跳转产品宣传网页或销售网站；
- b) 通过电子图码显示页面强制用户填写个人信息；
- c) 通过电子图码识别设备和软件设置收费项目；
- d) 通过电子图码显示与产品无关的信息。

5.3 国产普通化妆品标签文字和图示的规范性要求

5.3.1 国产普通化妆品标签文字原则上应使用具有最新时效性的《新华字典》中收录的简化汉字。必须使用繁体汉字或生僻汉字的，需对应进行注音和释义（仅在香港、澳门、台湾销售的产品除外）；使用艺术字体的应确保使用的字体能够准确识读。

5.3.2 标签内容允许同时使用汉语拼音或少数民族文字或外文，但应拼写正确。需要使用外文、少数民族文字、汉语拼音时应与中文内容对应（境外地址、依法注册的机构名称、网址、包装开闭方向指引、表明包装材质的英文缩写或化学元素符号、约定俗成的内容和必须使用外文的内容除外）。除注册商标之外，标签同一可视面上其他文字字体的字号应小于或者等于相应的规范汉字字体的字号。

5.3.3 标签同时使用中文和汉语拼音时，应在同一可视面相邻位置对应标注；同时使用中文和少数民族语言或中文和外文时，应在同一可视面对应标注且应考虑整体阅读习惯。

5.3.4 使用引导语引出的内容应使用相同颜色、字体、字号的文字进行标注，不得通过颜色、字体、字号的差异强调其中部分内容。

5.3.5 法律、行政法规和强制性国家标准规定必须标注的图案、图示或图形标识，其样式、大小、结构、颜色、字体、位置等应符合相关要求。

5.3.6 使用植物、动物、农产品等可能与原料来源相关的图案的，应与产品成分或使用的原料具有充分关联性；使用食品、农产品有关图案的，应在销售包装可视面明确标注产品不可食用的相关警示信息。儿童化妆品标签不得标注食品有关图案。

5.3.7 使用抽象图形、图案作为标签设计元素的，颜色、形状、轮廓或位置应设计合理，不得通过抽象图形、图案暗示超出普通化妆品范围的适用人群或产品功效。

5.3.8 标注与产品机理相关的图示时，图示的内容应与产品功效类别相符且具有科学的依据。

5.3.9 仅供出口的国产普通化妆品标签应按照产品进口国的语言和习惯，选用适宜的文字和图形进行标注，但不得标注与反动、辱华、邪教、战争、分裂国家、种族歧视、恐怖主义等有悖于公序良俗的内容。

#### 5.4 国产普通化妆品标签内容的规范性要求

##### 5.4.1 产品中文名称

5.4.1.1 产品中文名称应完整、连续、唯一，符合中文语言习惯，简明易懂。

5.4.1.2 产品中文名称应在销售包装可视面显著位置标注，且至少有一处以引导语引出。引导语可使用“产品中文名称”“产品名称”等。

5.4.1.3 产品中文名称一般应由商标名、通用名、属性名组成。名称顺序一般为商标名、通用名、属性名。约定俗成、习惯使用的化妆品名称可省略其属性名，如口红、眼影、摩丝等。

5.4.1.3.1 商标名的使用除符合国家商标有关法律法规，还应符合国家化妆品管理相关法律法规的规定。不得以商标名的形式宣称医疗效果或者产品不具备的功效。以暗示含有某类原料的用语作为商标名，产品配方中含有该类原料的，应在销售包装可视面对其使用目的进行说明；产品配方不含有该类原料的，应在销售包装可视面明确标注产品不含该类原料，相关用语仅作商标名使用。

5.4.1.3.2 通用名应准确、客观，可以是表明产品原料或者描述产品用途、使用部位等的文字。使用具体原料名称或者表明原料类别的词汇的，应与产品配方成分相符，且该原料在产品中产生的功效作用应与产品功效宣称相符。使用动物、植物或者矿物等名称描述产品的香型、颜色或者形状的，配方中可以不含此原料，命名时可以在通用名中采用动物、植物或者矿物等名称加香型、颜色或者形状的形式，也可以在属性名后加以注明。

5.4.1.3.3 属性名应表明产品真实的物理性状或外观形态，如：水、液、乳、膏、霜、粉等。使用抽象或表明产品特殊状态的属性名，应在标签中予以说明。应避免使用易与食品、药品、医疗器械等发生混淆的属性名，如果冻、布丁、胶囊、丸、酞、针、敷料等。

5.4.1.3.4 不同产品的商标名、通用名、属性名相同时，其他需要标注的内容可在属性名后加以注明，包括颜色或色号、气味、适用发质、肤质或特定人群等内容。

5.4.1.3.5 商标名、通用名或者属性名单独使用时符合要求，组合使用时可能使消费者对产品功效产生歧义的，应在销售包装可视面予以解释说明。产品名称中表示原料和表示功效的文字组合使用时，应具有充分的关联性。

5.4.1.4 产品中文名称不得使用字母、汉语拼音、数字、符号等进行命名，注册商标、表示色号、系列号，或者其他必须使用字母、汉语拼音、数字、符号等的除外。产品中文名称中的注册商标使用字母、汉语拼音、数字、符号等的，应在产品销售包装可视面对其含义予以解释说明。产品标签的多个可视面上有相同的外文注册商标，可以仅在其中一个可视面上使用规范汉字对应解释说明。

#### 5.4.2 产品备案人和生产企业信息

5.4.2.1 产品备案人和生产企业的名称、地址以及生产企业的生产许可证编号，应在产品销售包装的可视面进行标注；标注的内容应与产品备案信息载明的内容对应一致，分别以相应的引导语引出。不得使用“委托方”、“受托方”、“实际生产企业”作为引导语。

5.4.2.2 产品备案人与生产企业相同时，可使用“备案人/生产企业”作为引导语，进行简化标注。

5.4.2.3 生产企业名称和地址应标注完成最后一道接触内容物的工序的生产企业的名称、地址。产品备案人同时委托多个生产企业完成最后一道接触内容物的工序的，可以同时标注各受托生产企业的名称、地址，并通过代码或者其他方式指明产品的具体生产企业。

5.4.2.4 生产许可证编号应完整、准确且在有效期内。

#### 5.4.3 产品执行的标准编号

5.4.3.1 产品执行的标准编号应在销售包装可视面标注，以“产品执行的标准编号”作为引导语引出。

5.4.3.2 产品执行的标准编号应与备案产品对应。

5.4.3.3 不得使用“产品备案号”或“产品标准号”作为引导语标注产品执行的标准编号。

#### 5.4.4 全成分

5.4.4.1 化妆品全部成分的原料标准中文名称应在销售包装可视面标注，以“成分”作为引导语引出，并按照各成分在产品配方中含量的降序列出。

5.4.4.2 标注的化妆品成分名称应真实、准确且与产品配方对应，使用时效性最新的《已使用化妆品原料目录》中的标准中文名称。无标准中文名称的，应使用《中华人民共和国药典》收录的名称、化学名称或植物拉丁学名，不得使用商品名、商品代码或俗名。

5.4.4.3 化妆品配方中存在含量不超过 0.1% (w/w) 的成分的,所有不超过 0.1% (w/w) 的成分应以“其他微量成分”作为引导语引出另行标注,可以不按照成分含量的降序列出。

以复配或者混合原料形式进行配方填报的,应以其中每个成分在配方中的含量作为成分含量的排序和判别是否为微量成分的依据。

5.4.4.4 香精不须列明具体香料组分的种类和含量。需要标注香精中含有过敏原信息的,应标注于成分表以外的说明性文字或警示用语中。

5.4.4.5 为了保证化妆品原料质量而在原料中添加的微量稳定剂、防腐剂、抗氧剂等成分,虽然在产品配方中应当进行填报,但不属于化妆品成分的范畴,可以不在产品标签上进行标注。

5.4.4.6 使用新原料的产品,鼓励在标签上对处于监测期内的新原料做出标识或注释。

5.4.4.7 鼓励对支持产品功效表达的成分做出标识或注释,也可使用“功效成分”作为引导语,在全成分之外单独标注。标识的功效成分应论证其已达到支持对应功效表达的添加量且与备案信息中对应的功效成分一致。

#### 5.4.5 净含量

5.4.5.1 净含量应使用国家法定计量单位表示,并在销售包装展示面标注。

5.4.5.2 净含量原则上应根据产品的物理状态和包装形式选择重量或体积单位进行标注。固态产品宜优先使用重量单位,半固态产品可根据流动性和粘度使用重量或体积单位,液态产品宜优先使用体积单位。

5.4.5.3 净含量宜使用“净含量”作为引导语。对于通过含有中文计数单位(如片、贴、枚等)来表示净含量的化妆品,可以省略引导语。

5.4.5.4 仅供出口的产品,净含量可按照进口国的计量规则和单位标注,但应进行准确折算。

#### 5.4.6 使用期限

5.4.6.1 产品使用期限应按下述方式之一在销售包装可视面标注,并以相应的引导语引出:

- a) 生产日期和保质期。
- b) 生产批号和限期使用日期。

生产日期和限期使用日期应使用汉字或阿拉伯数字,原则上应按照四位数年份、二位数月份和二位数日期的顺序依次进行排列标识;生产批号应严格遵循特定的编号规则,并确保标注批号的可追溯性;保质期应以年或月或日进行整体标注,如 3 年、24 个月、180 天等,原则上不同时使用年、月或日。

5.4.6.2 具有包装盒的产品,在直接接触内容物的包装容器上标注使用期限时,除可以选择本标准

5.4.6.1 条款列出的方式,还可以采用标注生产批号和开封后使用期限的方式。

5.4.6.3 销售包装内含有多个独立包装产品时,每个独立包装应分别标注使用期限,销售包装可视面上的使用期限应按照其中最早到期的独立包装产品的使用期限标注;也可以分别标注单个独立包装产品

的使用期限。

5.4.6.4 对开封前后使用期限差异显著的产品，在满足本标准 5.4.6.1 条款的前提下，鼓励在直接接触内容物包装的标签上标注开封后使用期限。

#### 5.4.7 使用方法

5.4.7.1 标注的产品使用方法应以保证消费者正确使用为原则，在销售包装可视面或者随附于产品的说明书中进行标注。

5.4.7.2 需要分步骤使用的产品应明确标注使用的先后顺序。

5.4.7.3 需要混合或溶解后使用的产品应明确标注操作流程，以及混合或溶解的比例。

5.4.7.4 供专业线使用的产品应明确产品需要在特定场所由专业人员操作使用。

5.4.7.5 需要辅助工具、设备或仪器使用的产品，应明示搭配的工具、设备或仪器种类，但不得标注超出化妆品定义范围的内容，如注射、包埋、导入、食用等。

5.4.7.6 不得标注或暗示产品与食品、药品、消毒产品、化工原料等非化妆品类产品混合使用的内容；不得标注或暗示产品需经过特殊条件处理后使用的内容，如蒸煮、冷冻、辐照、微波加热等。

5.4.7.7 鼓励通过图示的方式对产品使用做出详细的说明和指导。

#### 5.4.8 必要的安全警示用语

5.4.8.1 存在下列情形之一的，应在销售包装可视面标注安全警示用语，可使用“注意”“警告”作为引导语。

a) 法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准、技术规范对化妆品限用组分、准用组分有警示用语和安全事项相关标注要求的；

b) 法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准、技术规范对适用于儿童等特殊人群化妆品要求标注的相关注意事项的；

c) 法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准、技术规范规定其他应标注安全警示用语、注意事项的。

5.4.8.2 安全警示用语中不得出现“副作用”“适应症”及相关诊疗方法的描述。

5.4.8.3 必要时，应标注与包装形式、材料或产品相关的安全信息，如压力容器、易燃易爆等。

5.4.8.4 鼓励在安全警示用语中标注产品保存条件、使用禁忌等与产品安全性相关的要素。

#### 5.4.9 承担产品销售主体责任的企业名称

5.4.9.1 承担产品销售主体责任的企业应是中华人民共和国境内依法注册的具有化妆品销售相关经营范围的法人主体。

5.4.9.2 标注承担产品销售主体责任的企业名称时应使用区别于产品备案人和生产企业的引导语单独引出，如“经营企业”“经销单位”“经销商”等。

#### 5.4.10 产品执行标准号

5.4.10.1 产品执行标准号应在化妆品销售包装的可视面上标注,应符合《中华人民共和国产品质量法》的相关规定。

5.4.10.2 产品执行标准号应标注产品对应的国家标准、行业标准、地方标准或企业标准的编号,以特定引导语引出。

5.4.10.3 标注的产品执行标准号可以不标注年代号;包含有年代号的,应以对应标准时效性最新的版本为准。

#### 5.4.11 产品功效

5.4.11.1 标注的产品功效可按照《化妆品分类规则和分类目录》中收录的属于普通化妆品范围的功效类别进行标注,以“产品功效”作为引导语引出。

5.4.11.2 标注的产品功效应与产品备案的功效类别对应一致,标注多个功效的,应使用逗号或顿号并列标注,标注的功效不使用产品功效分类代码。

5.4.11.3 不得通过产品功效标注不属于产品功效范围的内容。

5.4.11.4 通过宣称原料的功效进行产品功效宣称的,应当开展文献资料调研、研究数据分析或者功效宣称评价试验证实原料具有宣称的功效,且原料的功效宣称应当与产品的功效宣称具有充分的关联性。

#### 5.4.12 产地

5.4.12.1 产地应标注完成最后一道接触内容物的工序的实际生产地,按照行政区划至少包含有省级地域。

5.4.12.2 同一产品存在两个或两个以上的产地时,在标注时应在同一个标签上逐一列出与全部产地信息,并在标签上用适当的、能够被消费者清晰辨识的方式明示。

5.4.12.3 国产普通化妆品产地可使用“产地”或“生产地”作为引导语,不得使用“原产国”或“原产地”。

#### 5.4.13 与产品相关的专利号

5.4.13.1 专利号应完整、准确标注在中华人民共和国境内依法取得且在有效期内的专利对应的编号

5.4.13.2 原则上标注专利号对应的专利持有人应是产品备案人,专利号对应的专利的持有人与产品备案人不一致的,产品备案人应取得专利持有人的授权。

5.4.13.3 标注专利号对应的专利内容应与使用原料、产品配方、包装材料、包装形式、生产技术、测试评价方法等密切相关,且适用于化妆品,不得通过专利号暗示超出化妆品范围的内容。

5.4.14 与产品责任主体对应的网站名称、网址或链接应使用规范英文准确标注,也可通过图码和引导语进行链接。

#### 5.4.15 联名设计元素和版权归属信息

5.4.15.1 联名设计元素的形式包括艺术化的文字、图形、符号、标志、标识和主视觉等。

5.4.15.2 联名设计元素的所属领域应与化妆品具有良好的相容性，不得使用暗示或可能引起误导的联名设计元素。

5.4.15.3 联名设计元素包含有虚拟形象的，标注的虚拟形象应表达健康、美好、乐观、积极向上的精神。虚拟形象归属于官方机构或由官方机构统一管理的，应获得官方机构的授权。

5.4.15.4 标注联名设计元素时应使用版权标记或表示版权归属的文字同时标注对应的版权归属信息，如“©”“Copyright”“版权归属”等。

5.4.15.5 鼓励结合北京市文化中心的城市定位在化妆品标签上使用与北京城市形象相关的设计元素。

#### 5.4.16 与产品适用人群或适用肤质、发质相关的信息

5.4.16.1 标注的适用人群或适用肤质、发质应具有科学的支持或充分的依据，不得超出化妆品定义范围，如适用于手术后恢复，适用于创伤愈合，适用于医美护理等。

5.4.16.2 标注的适用人群或适用肤质、发质应避免绝对化范围，如适用于各种肤质、适用于所有发质、适用于全部人群等。

5.4.16.3 标注的适用人群包括儿童的，如适用于全家、18岁以下适用等，应按照儿童化妆品相关规定进行标注。

5.4.17 与产品成分、作用机理相关的图案或图示应准确、清晰、易懂。不得通过图示暗示医疗作用或化妆品不具备的使用效果。

#### 5.5 国产普通化妆品标签禁止标注的内容

a) 医疗术语、医学名人的姓名、描述医疗作用和效果的词语或者已经批准的药品名明示或者暗示产品具有医疗作用。

b) 误导产品为特殊化妆品、消毒产品、医疗器械或食品的内容，以及使用虚假、夸大、绝对化的词语进行虚假或者引人误解的描述。

c) 利用商标、图案、字体颜色大小、色差、谐音或者暗示性的文字、字母、汉语拼音、数字、符号等方式暗示医疗作用或者进行虚假宣称。

d) 使用尚未被科学界广泛接受的术语、机理编造概念误导消费者。

e) 通过编造虚假信息、贬低其他合法产品等方式误导消费者。

f) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息误导消费者。

g) 通过宣称所用原料的功能暗示产品实际不具有或者不允许宣称的功效。

h) 使用未经相关行业主管部门确认的标识、奖励等进行化妆品安全及功效相关宣称及用语。

i) 利用国家机关、事业单位、医疗机构、公益性机构等单位及其工作人员、聘任的专家的名义、形象作证明或者推荐。

j) 表示功效、安全性的断言或者保证。

k) 标注庸俗、封建迷信或者其他违反社会公序良俗的内容。

l) 法律、行政法规和化妆品强制性国家标准禁止标注的其他内容。

## 6 其他

6.1 标签中使用尚未被行业广泛使用导致消费者不易理解，但不属于禁止标注内容的创新用语的，应在相邻位置对其含义进行解释说明。

6.2 以免费试用、赠予、兑换等形式向消费者提供的化妆品，除符合本标准，还应标注有供消费者免费使用的标识信息，如“赠品”“非卖品”“试用装”等。

6.3 标签标注的量化指标应真实、准确且不易造成歧义，不得使用未经相关行业主管部门确认的认证体系或方法计算和标注量化指标。

---