

ICS 03.120.99
CCS S 9522

团体标准

T/GDMPAS 002—2025

粤妆名企评定规则

Evaluation Rules for Guangdong Famous Cosmetics Enterprises

2025-09-02 发布

2025-09-02 实施

广东省药品监管科学学会 发布

前 言

本文件按照GB/T 1.1—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》给出的规则起草。

本文件由广东省药品监管科学学会提出并归口。

本文件起草单位：南方医科大学公共卫生学院、中山大学公共卫生学院、广州质量监督检测研究院、广东质量监督检验研究院、深圳市计量质量检测研究院、广州中医药大学、广州医药股份有限公司、广东省科学院微生物研究所、广州海关技术中心、南方医科大学皮肤病医院、广东食品药品职业学院、深圳市综普产品技术咨询有限公司、广东省药品监管科学学会。

本文件主要起草人：潘加亮、郭城、李鑫宇、孙魁魁、陈泽虹、詹雅娴、李广玮、陈维、陈文锐、叶理、邵晓曦、罗庆环、蔡高斯、刘进寿、宋志伟。

本文件为首次发布。

引 言

本文件由广东省药品监管科学学会提出并组织制定，旨在科学、专业、公正地评选出广东省化妆品行业的优秀企业，通过以评促优，在优秀企业带动下，提升全省化妆品产业整体竞争力，进而推动全省化妆品产业高质量发展。

化妆品生产企业中，有的企业兼有品牌运营、制造和研发能力，有的则以承接委托加工（OEM）、设计代工（ODM）业务为主。对于化妆品企业而言，品牌、制造和研发，是与产品的竞争力直接相关的三个核心业务板块，对品牌、制造和研发能力的评价，符合产业链分工的实际，具有一定的科学性。粤妆名企的评定分为品牌名企、制造名企、研发名企三个子项，企业可根据自身优势申请一个、两个或三个子项。

在指标体系设计上，分为通用指标和专用指标，其中通用指标适用于三个子项的评定，专用指标分别适用于品牌名企、制造名企、研发名企的评定。

企业得分计算公式为：通用指标得分+专用指标得分。申报两个以上子项的企业，专用指标得分为各个子项专用指标得分的平均分。

通用指标包括企业管理力、市场竞争力、本地影响力和行业领导力共四个一级指标；专用指标方面，品牌名企包括渠道优势、品牌推广和品牌实力共三个一级指标；制造名企包括企业规模、标准化、数字化、检验体系和原料控制共五个一级指标；研发名企包括研发团队、研发平台、技术成果、市场转化共四个一级指标。在各一级指标下设置二级指标，二级指标下设置若干评分项。

在制定过程中，起草组选取了不同类型、规模的企业进行了调研，结合法律法规和行业发展趋势分析，认为评定指标体系基本能够体现广东优秀化妆品企业的多数共性特征，对产业发展具有积极引导作用。

粤妆名企评定规则

1 范围

本文件规定了粤妆名企的评定方法和评定指标体系,适用于对广东省行政区域内化妆品企业的竞争力和影响力进行评定。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅该日期的版本适用于本文件。不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 19001/ISO 9001 质量管理体系 要求

GB/T 24001/ISO 14001 环境管理体系 要求及使用指南

GB/T 45001/ISO 45001 职业健康安全管理体系 要求

ISO 22716 化妆品良好生产规范

GB/T 23331/ISO 50001 能源管理体系 要求

GB/T 36001 社会责任报告编制指南

QB/T 1684 化妆品检验规则

中华人民共和国标准化法

中华人民共和国行政处罚法

中华人民共和国国务院令 第727号 化妆品监督管理条例

国家药品监督管理局 2022年第1号公告 化妆品生产质量管理规范

国家药品监督管理局 化妆品安全技术规范

国家药品监督管理局 2021年第50号公告 化妆品功效宣称评价规范

国家药品监督管理局 2021年第35号公告 化妆品注册备案资料管理规定

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

粤妆名企 Famous Guangdong cosmetics company

按照本文件规定的方法和程序通过评定的、具有一定竞争力和影响力的化妆品企业。

3.2

品牌名企 Brand name enterprise

按照本文件规定的方法和程序通过评定的、企业品牌具有一定竞争力和影响力的化妆品企业。

3.3

制造名企 Famous manufacturing company

按照本文件规定的方法和程序通过评定的、制造能力具有一定竞争力和影响力的化妆品企业。

3.4

研发名企 Famous R&D enterprise

按照本文件规定的方法和程序通过评定的、研发能力具有一定竞争力和影响力的化妆品企业。

3.5

通用指标 Common indicators

适用于品牌名企、制造名企、研发名企三个子项评定的指标。

3.6

专用指标 Special indicators

适用于每个子项评定的指标。

4 对参评企业的要求

4.1 合规性要求

近三年内不得存在《化妆品监督管理条例》第五十九条、第六十条、第六十一条规定的违法行为。但以下情形不影响参评：

4.1.1 不影响质量且已改正的标签瑕疵

根据《条例》第六十一条规定，企业生产的化妆品标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的，企业已按要求改正的。

4.1.2 法定不予行政处罚的违法行为

符合《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条规定的不予行政处罚的行为，企业可以提供充分证据的。

4.2 参评企业范围

在广东省行政区域内的化妆品企业，包括从事化妆品（含牙膏）品牌营销、制造、研发各板块业务的综合性企业，也包括从事其中一个或一个以上板块业务的企业。

5 评定

5.1 评定机构

广东省药品监管科学学会粤妆品牌专家委员会（简称“专委会”）为粤妆名企评定机构。该委员会由来自高校、研究机构的化妆品相关品牌、质量、技术等相关专家组成。专委会不包含化妆品企业在职人员。专委会负责指导制定评定规则，审定评定结果。

专委会办公室设在广东省药品监管科学学会秘书处。办公室负责粤妆名企评定日常工作。

5.2 评审专家

根据评定指标涉及的专业要求，向社会征集评审专家，建立专家库。专委会办公室负责专家库的建设和管理，根据评审需要从专家库中抽选评审专家。化妆品企业在职人员不得成为评审专家。

5.3 评定周期

原则上每年度组织一次，在年底发布获评名单，组织相关推广活动。

5.4 评定程序

5.4.1 组织申报

专委会办公室定期公开发布开展粤妆名企的公告，邀请企业申报参评；专委会办公室受理企业申报材料，对照本文件对申报材料的完整性、符合性进行审核。

5.4.2 专家评审

组织专家评审。

5.4.3 专委会评定

专委会审核专家评审结果，评议并决定拟获得评定的粤妆名企名单。

5.4.4 公示

拟获得评定的粤妆名企名单应通过专委会办公室相关网络平台公示不少于7天，公示期间无异议的，确定为粤妆名企。

5.4.5 发布

对获评为粤妆名企的企业，由专委会办公室公开发布名单，颁发获评证书。

5.5 评定指标

5.5.1 通用指标

表1 粤妆名企评定通用指标

一级指标	二级指标
企业管理力	企业管理、可持续发展、人才队伍、企业数字化
市场竞争力	销售规模、增长能力
本地影响力	规上企业、投资贡献、公共事务
行业领导力	社团任职、参编标准、技术推广、行业贡献、政策建议

5.5.2 专用指标

表2 品牌名企评定专用指标

一级指标	二级指标
渠道开发	渠道覆盖、渠道探索
品牌推广	多元推广、传播效果
品牌实力	品牌排名、爆品表现、品牌荣誉

表3 制造名企评定专用指标

一级指标	二级指标
企业规模	年产能、厂房面积
体系与标准	体系认证、产品标准
数字化	数字工厂

表4 研发名企评定专用指标

一级指标	二级指标
研发团队	人员比例、人员资历
研发平台	平台功能、外部认定、研发合作
技术成果	专利数量、研发成果、论文发表
市场转化	主打产品、品牌支撑

注：详细指标、评价要点、评价依据、分值等见附录。

5.6 分值及得分计算方法

5.6.1 分值

通用指标分值共60分，专用指标均为40分。

5.6.2 得分计算方法

如企业申报一个子项，得分=通用指标得分+专用指标得分。
如企业申报一个以上子项，得分=通用指标得分+各专用指标得分的平均分。

6 连续参评

获评企业在次年继续参评的，按以下程序处理：

6.1 参评类别与上年相同

实行简化申报与审核，即只申报与上年相比发生变化的有关指标证明，未发生变化的指标沿用上年评审得分。

6.2 新增的类别

按首次申报提交材料，实施评定。

7 退出机制

对已获评企业实行监督管理。获评企业发生严重质量安全事故、受到行政处罚的，撤销证书并发布公告。

附 录
(规范性)
表 5 粤妆名企通用指标评价表

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
通用指标 (60 分)	企业管理力	企业管理	建立了完善的现代企业管理制度体系,并持续改进。上市公司得满分;建立了覆盖从原料到成品、从供应商到用户的完整管理链条得满分,其他情形酌情计分。	企业制定管理制度框架介绍及证明材料。	3	
			定期对管理制度体系进行内部审核持续改进的得满分,不能提供相关证明材料的不得分。上市公司得满分。	企业定期(一般按年)进行管理体系内部审核、持续改进的有关记录。	2	
		可持续发展	企业实施可持续发展战略,有具体行动及成果。	近三年内可持续发展有关证明材料、企业披露可持续发展(ESG)报告。	2	
		人才队伍	高层次人才数量(博士、硕士、海外归国人才,化妆品相关专业中、高级职称人员数量):2-5 人得 1 分、6-10 人得 2 分、11 人及以上得 3 分。	高层次人才有关证明材料。	3	
			本科及以上学历人才占比:10%以上、不满 20%得 1 分;20%以上、不满 30%得 2 分;30%以上得 3 分。	可证明本科以上学历人员占全职人员总数比例的有效证明材料。	3	
		企业数字化	管理、研发、生产、营销应用数字化、智能化系统,每应用一个板块得 1 分,满分 2 分。	各板块应用数字化、智能化系统的证明材料。	2	
	市场竞争力 (二选 一)	销售规模	近三年年平均销售额(人民币):2 亿元以上(含)每增加 1 亿元得 2 分(取整数),满分 10 分。2 亿元以下不得分。	提供经审计的财务报表、缴税证明。	10	
		增长能力	近三年年复合增长率(%):5%以上(含)每增加 1%得 0.5 分(取 0.5 的整倍数),满分 10 分。5%以下不得分。	提供经审计的财务报表、缴税证明、近三年年复合增长率计算说明。		

表 5 粤妆名企通用指标评价表（续）

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
通用指标 (60 分)	本地影响力	规上企业	规模以上企业得满分。非规模以上企业不得分。	提供上年度国家统计局“统计云”平台中调查单位基本情况表、财务状况表。	5	
		投资贡献	在本市（区）设立总部、研发中心、生产基地、物流中心，每一项得 2 分，满分 5 分。	在本市（区）设立总部、研发中心、生产基地、物流中心的证明。	5	
		公共事务	近三年内牵头或参与本地行业活动，牵头每场 5 分，参与每场 2 分。	提供活动报道。	5	
	行业领导力	社团任职	在行业社会组织任职情况：国家级每项得 3 分；省级每项得 2 分；市级每项得 1.5 分；区级每项得 1 分。副会长、理事、会员按 1.2、1、0.5 系数计算。满分 4 分。	在相关社会组织任职的证明。	4	
		参编标准	企业参与标准制定情况：国家标准、行业标准、地方标准每项 2 分，团体标准每项 1 分。	企业参编标准的证明材料。	5	
		技术推广	企业研发、率先应用的工艺、技术或方法在行业内实现运用与推广，对行业发展产生积极影响。每 1 项得 3 分。	由企业研发并率先应用的工艺、技术或方法简介；推广应用情况说明（推广形式包括但不限于组织培训交流活动、参加行业论坛分享、编制行业培训交流材料、参与有关政府及行业调研等形式）。	4	
		行业贡献	企业发起或参与为行业规范、质量提升、权益维护等倡议、呼吁，发起每次 3 分，参与每次 1 分。国家、省、市按 1.2、1.0、0.6 系数计算。	相关媒体或自媒体报道。	3	
		政策建议	参与地方产业政策制定、建议，每次 1 分。以人大代表、政协委员身份参政议政的，得 2 分。	近三年内参与的主要地方政策制定简介及相关报道（含自媒体）。	4	
		小计			60	

表 6 品牌名企专用指标评价表

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
品牌名企 专用指标 (40 分)	渠道开发	渠道覆盖	企业品牌根据自身目标市场定位覆盖线上线下主要渠道。已覆盖全部主流电商平台或部分线下渠道，每个电商平台或线下渠道得 1 分，满分 3 分。（注：“主流电商”平台指综合性电商平台如淘宝、天猫、京东、拼多多等；社交电商如抖音电商、快手电商等；其他平台。“线下渠道”指化妆品专营店、百货商场、大型商超、品牌店、药店及美容院线、美发店等）。	企业品牌目标市场定位及主要销售渠道覆盖情况。	3	
		渠道增长	主要渠道销售额近三年呈持续增长趋势：年均增长 5%以上，每增加 1% 得 0.5 分（取 0.5 的整数倍），满分 3 分。	主要渠道近三年销售变化趋势情况。	3	
		渠道探索	企业探索渠道创新销售（包括传统渠道和新兴渠道的创新销售做法），实现销售持续增长。某个或几个创新渠道近三年年均增长 30%以上（含 30%）满分，30%以下每少 5%减 1 分，无增长不得分。	近三年在一个或数个渠道探索创新销售做法及持续增长的证明。	6	
	品牌推广	多元推广	采用自媒体、短视频、梯媒、户外广告、社群活动、名人代言、论坛峰会、大型展会等多元形式推广品牌。5 种以上满分，每少 1 种减 1 分。	提供多元形式推广的案例介绍。	5	
		传播效果	品牌及产品推广策略取得显著转化效果：企业销售额近三年年均增长 30%以上满分，30%以下每少 5%减 1 分，无增长不得分。	提供企业近三年销售额增长变化分析表。	6	
	品牌实力	品牌排名	品牌市场销售榜单排名前十位：近三年内年度榜单前十名每次 5 分，季度、月度、节日促销（618、双 11 等）榜单前十名每次 3 分。	近三年内相关平台榜单。	6	
		单品表现	企业打造的主打产品（或大单品、代表性产品）在细分市场中，年度销量中保持前十名。近三年持续保持前十名得满分，每少一年减 2 分。	单品主流电商平台的年度销售榜单或第三方出具的市场地位证明。采用第三方市场地位证明时，应提供计算方法及相关数据。	6	
		品牌荣誉	企业或旗下品牌、产品获得国内外品牌类奖项（以品牌知名度、市场表现等品牌相关指标为主要评价维度）。每项 2.5 分，满分 5 分。	企业或旗下品牌、产品获得国内外品牌类奖项证明。	5	
	小计				40	

表 7 制造名企专用指标评价表

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
制造名企专用指标 (40 分)	企业规模	年产能 (“件”或 “吨”二选一)	年产每 500 万件得 1 分，满分 5 分。	提供证明产能的相关证明，提供企业统计的近三年年度产能数据，或生产许可、备案或其他第三方证明文件。	5	
			年产每 1000 吨得 2 分，满分 5 分。			
		产能利用率	近三年年平均产能利用率 50%以上得 2 分，每增加 10%得 1 分，满分 5 分。（注：产能利用率计算公式为：实际产出 ÷ 生产能力 × 100%，其中实际产出指近三年年均产品产量或产值，生产能力指在资源充足条件下可实现的最大产出）	提供近三年年平均产能利用率的计算过程及计算依据。	5	
		厂房面积	厂房面积低于 5000 m ² 得 2 分；5000 m ² 以上，每 1000 m ² 得 0.5 分，满分 5 分。（注：“厂房面积”包括生产、仓储、研发、办公等空间）	提供厂房不动产权证书、租赁合同等有效证明。	5	
	体系与标准	体系认证	企业管理体系获得 22716、GMPC 等认证，每一项认证 1 分。	提供生产企业质量体系认证证书 GMPC、ISO22716 认证证书。	2	
		产品标准	企业制定的产品内控标准的项目或指标要求优于推荐性国家标准，得 1 分；产品制定了优于推荐性国家标准的企业标准，并通过“企业标准信息公共服务平台”向社会公开，得 1 分。	提供代表性产品的内控标准、内控标准指标与推荐性国家标准指标的对比说明。提供代表性产品“企业标准信息公共服务平台”公开截图、企业标准文本。	2	
	数字化	数字工厂	企业生产实行全过程数字化管理，一般包括生产过程可视化与控制、智能排产与调度、质量追溯、自动化与机器人应用等模块，每个功能模块 1 分，满分 5 分。	提供生产过程可视化与控制、智能排产与调度、质量追溯、自动化与机器人应用等系统的应用证明。	5	

表 7 制造名企专用指标评价表（续）

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
制造名企 专用指标 (40 分)	检验体系	检验能力	企业具备物理性能、化学分析仪器（高效液相色谱仪（HPLC）、气相色谱仪、紫外可见分光光度计等）、微生物检测仪器等设备，每类设备得 1 分，满分 3 分。	提供企业实验室检验能力、检验设备证明。	3	
		检验资质	具备 CMA 检验资质或 CNAS 认可实验室，每项得 1 分，满分 2 分。	提供企业实验室检验资格资质证明。	2	
		功效管理	企业对产品功效进行多维功效评价（主观评估和客观测量相结合）得 3 分，优先采用人体功效评价得 2 分。	提供代表性产品功效评价证明。	5	
		出厂检验	企业对产品出厂检测项目除国标规定的理化指标、感官指标、菌落总数、净含量及外观要求等基础项目外，还包括其他指标。	提供代表性产品出厂检验报告。	2	
	原料控制	供方评价	对原料供应商定期进行评价，包括但不限于质量、交付、价格、服务等指标。建立了供应商评价制度，至少每年进行一次评价的得满分，供应商评价少于每年一次的得分减半。	提供原料供应商评价管理制度，近两年评价记录。	2	
		现场审核	对关键原料供应商定期进行现场审核。	提供关键原料供应商现场审核体系文件、审核记录等，包括对生产能力、生产过程和质量控制等方面的审核。 （说明：现场审核按照《化妆品生产质量管理规范》和质量管理体系规定进行）	5	
		原料追溯	企业建立原料批次追溯系统。	提供原料追溯制度和代表性产品原料追溯证明。	2	
	小计				40	

表 8 研发名企专用指标评价表

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
研发名企 专用指标	研发团队	人员比例	研发人员占比：10%以上得满分；10%以下，每少 1%减 0.5 分。兼职研发人员人数每 1 人按 0.5 人计算。	提供全职人员缴交社保或兼职人员缴交个税的人员名单，注明专职或兼职研发人员，计算出研发人员占比。	4	
		人员资历	全职研发人员中： 1. 博士学位、高级职称人员 2 分/人。 2. 硕士学位、中级职称 0.5 分/人。 3. 研发团队负责人拥有国内外化妆品上市公司、年营业收入 3 亿元以上化妆品企业研发部门工作经历得 2 分。	提供全职研发人员有关证明材料。	4	
	研发平台	平台功能	企业建立了研发中心、功效评价平台，每项 2 分，满分 4 分。	提供企业研发中心、功效评价平台相关证明。	4	
		外部认定	设立博士后工作站，市级（含）以上企业技术中心、技术研究院、企业工程中心；或被认定为专精特新企业等。每项 2 分，满分 4 分。	提供企业研发能力的相关外部证明。	4	
		研发合作	企业近三年内与高校、国外机构或供应链协作建立开放式创新体系，并有效运行。	提供与相关机构合作开展研发创新合作及有关成果的证明。	4	

表 8 研发名企专用指标评价表（续）

指标类别	一级指标	二级指标	评价要点	评价依据	分值	得分
研发名企 专用指标 (40 分)	技术成果	专利数量	企业已获授权的发明专利每项 1 分，满分 4 分。	提供专利授权证书。	4	
		研发成果	原料研发、功效评价方法、工艺等独创性成果，每项 1 分。	提供研发成果的介绍及其独创性证明。	4	
		论文发表	企业研发团队发表 SCI 论文每篇 2 分、核心期刊发表论文每篇 1 分，满分 4 分。	已发表的论文复印件及当期期刊封面、目录页。	4	
	市场转化	主打产品	应用自有研发成果的产品成为本企业阶段性主打产品，其市场表现（销售额与销量选其中一种）： 1. 产品近三年年平均销售量（件）：50 万件以下不得分；50 万件以上（含）每满 10 万件得 1 分，取整数，满分 4 分。（销售量以最小售卖包装计算）。 2. 参评产品近三年年平均销售额（人民币）：500 万元以下不得分；500 万元以上（含）每满 100 万元得 1 分，取整数，满分 4 分。	产品近三年内销售数据，需提供产品应用研发成果的证明。	4	
		品牌支撑	企业研发成果支撑品牌获得市场创新奖项或行业荣誉。	品牌获得的相关奖项或荣誉，需证明研发成果对品牌获得相关奖项或荣誉的因果关系。	4	
	小计				40	

全国团体标准信息平台