

团体标准

T/GDMPAS XXX—2025

粤妆名优新特臻品馆展品遴选规则

Selection Rules for Exhibits in Guangdong Cosmetics Famous, High-Quality,
New and Special Products Pavilion

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

广东省药品监管科学学会 发布

目 次

目次.....I

前 言III

引 言IV

粤妆名优新特臻品馆展品遴选规则 5

1 范围 5

2 规范性引用文件 5

3 术语和定义 5

3.1 名优新特臻品..... 5

3.2 名品..... 5

3.3 优品..... 5

3.4 新品..... 5

3.5 特品..... 5

4 基本原则 5

4.1 合规性原则..... 5

4.2 科学性原则..... 6

4.3 公平性原则..... 6

4.4 保密性原则..... 6

5 资格要求 6

5.1 合规性..... 6

5.2 质量安全 6

5.3 真实性..... 6

6 遴选机构 6

6.1 申报..... 6

7 评选程序 6

7.1 申报..... 6

7.2 初审..... 7

7.3 专家评审 7

7.4 专委会审定..... 7

7.5 公示..... 7

7.6 入选与授牌..... 7

7.7 遴选程序 7

8 遴选指标体系 7

8.1 总体原则..... 7

8.2 名品遴选指标..... 7

8.3 优品遴选指标..... 7

8.4 新品遴选指标..... 7

8.5 特品遴选指标.....	8
附 录 A （规范性附录）	9
表 A.1 粤妆名品遴选评分表.....	9
表 A.2 粤妆优品遴选评分表.....	10
表 A.3 粤妆新品遴选评分表.....	11
表 A.4 粤妆特品遴选评分表.....	12

前 言

本规则按照GB/T 1.1—2020给出的规则起草。
本规则由广东省药品监管科学学会提出并归口。
本规则起草单位：
本规则主要起草人：
本规则为首次发布。

引 言

本标准由广东省药品监管科学学会提出并组织制定，旨在科学、客观、公正地遴选广东省化妆品行业中的名优新特臻品，入选产品用于粤妆名优新特臻品馆展出，通过展览推动化妆品行业的创新发展，彰显粤妆品牌特色。

粤妆名优新特臻品馆展品遴选规则

1 范围

本标准规定了粤妆名优新特臻品馆展品遴选的原则、申报、评定指标体系，适用范围为广东省内注册备案、产地为广东省的化妆品。

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，仅注日期的版本适用于本文件。凡是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。

《化妆品监督管理条例》

GB/T 19001 《质量管理体系 要求》

GB/T 26517 《化妆品功效评价通则》

国家药品监督管理局化妆品相关法规及规范性文件

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 名优新特臻品

符合本标准规定的指标要求，具有代表性、创新性和文化特色的化妆品产品。

3.2 名品

具有市场影响力、经过时间检验的成熟产品。

3.3 优品

质量稳定、功效显著且消费者口碑良好的产品。

3.4 新品

近两年内推出、具有技术或概念创新性的产品。

3.5 特品

具有特殊属性（如药用、文化传承、原料独特性、出口海外等）的产品。

4 基本原则

4.1 合规性原则

参评企业应在近两年内无违法违规行为，包括但不限于违反产品质量、生产质量安全、税务、环保、劳动用工等相关法律法规的行为。

4.2 科学性原则

应在本规则指标体系的基础上，按照国家有关法律法规规定，遵循行业一般规律，根据企业提供的客观材料进行评定。

4.3 公平性原则

应在企业自愿申请的基础上，严格按照评定标准和程序开展。

4.4 保密性原则

评定机构应参评企业作出保密承诺，妥善保管评定材料和相关信息，未经委托方同意不应将评定材料内容和相关信息对外泄露，必要时可让评定机构内部接触或知道这些材料内容和信息的相关人员与评定机构签署保密协议，约定泄密责任，保密期限由评定机构与委托方商定。

5 资格要求

申请企业及产品需满足以下条件：

5.1 合规性

企业和实际生产企业10年内未出现过严重违法违规行为（如重大质量事故、虚假宣传等）。

5.2 质量安全

近2年无国家或省级监督抽检不合格记录，且现场检查无严重不符合项。

5.3 真实性

申报材料需真实有效，无虚假信息。

6 遴选机构

粤妆名优新特臻品馆展品企由粤妆名优新特专家委员会（简称“专委会”）负责评遴选。

- a) 专委会成员由广东省化妆品相关领域科研、高校、检测、品牌研究、媒体等机构专业人员组成。
- b) 专委会办公室设在广东省药品监管科学学会秘书处。

6.1 申报

- a) 评委会办公室公开发布征集展品通知、评分标准、申报须知等文件。
- b) 企业自愿申报，向专委会办公室提交申报材料。

7 评选程序

7.1 申报

企业提交申请文件及证明材料。

7.2 初审

专委核查资格条件及材料完整性。

7.3 专家评审

抽选由行业专家、检测机构、消费者代表组成评审组，按指标体系打分。

7.4 专委会审定

专委会审核专家评审组推荐的名单，确定拟入选名单。

7.5 公示

拟结果公示7天，接受社会监督。

7.6 入选与授牌

达标产品授予“粤妆名优新特臻品馆”对应类别称号，产品入馆。

7.7 遴选程序

- a) 专委会办公室对申报企业和产品材料的符合性进行审核。
- b) 专家组对申报材料对照遴选标准逐项评审、记分，提出建议入馆名单。
- c) 专委会审定专家组建议名单。
- d) 发布名单，产品入馆，为申报企业颁发发展品入选证书。

8 遴选指标体系

8.1 总体原则

- a) 四维覆盖：每个类别需覆盖历史、创新、品牌、文化四个维度，但权重根据类别特性差异化分配。
- b) 三级结构：每类指标体系分为核心维度（一级）→ 评价方向（二级）→ 量化指标（三级），总分100分，达标线85分。
- c) 数据来源：指标数据需基于公开可查的第三方报告、监管记录、行业统计或企业申报材料（附证明）。

8.2 名品遴选指标

核心目标：评估产品的市场地位与历史积淀。

维度权重：历史维度（40%）、市场维度（30%）、品牌维度（20%）、文化维度（10%）。

8.3 优品遴选指标

核心目标：评估产品的质量安全与功效可靠性。

维度权重：质量维度（50%）、功效维度（30%）、品牌维度（10%）、文化维度（10%）。

8.4 新品遴选指标

核心目标：评估产品的创新性与市场潜力。

维度权重：创新维度（50%）、市场维度（30%）、品牌维度（10%）、文化维度（10%）。

8.5 特品遴选指标

核心目标：评估产品的特殊属性与文化价值。

维度权重：特殊性（50%）、文化维度（30%）、品牌维度（15%）、历史维度（5%）。

附 录 A
(规范性附录)

表 A.1 粤妆名品遴选评分表

维度	量化指标	评分标准	分值	自评得分	专家得分
历史维度 (40分)	产品连续生产销售年限	≥10年(15分), 5-9年(10分), <5年(0分)	15		
	经典产品线延续性(主推产品持续生产≥5年)	年更新率≤30%(15分), 30%-50%(8分), >50%(0分)	15		
	获省级“经典畅销产品”认证	国家级(10分)、省级(5分)	10		
市场维度 (30分)	同类产品省内市场份额排名	前5%(15分), 6%-10%(10分)	15		
	近3年复购率	≥40%(10分), 30%-39%(6分)	10		
	线下零售网点覆盖量	≥500家(5分), 200-499家(3分)	5		
品牌维度 (20分)	近5年获省级以上行业奖项	每项加5分, 上限10分	10		
	舆情负面记录	无(10分), 每发生1次扣5分	10		
文化维度 (10分)	持续开展公益项目(≥3年)	附民政部门备案证明	5		
	产品设计获工业设计奖	国家级(5分)、省级(3分)	5		

表 A.2 粤妆优品遴选评分表

维度	量化指标	评分标准	分值	自评得分	专家评分
质量维度	通过 GMPC/ISO22716 认证	是（15 分）	15		
	近 3 年抽检合格率	100%（20 分），≥95%（15 分）	20		
	原料全追溯覆盖率	≥90%（15 分），50%–89%（8 分）	15		
功效维度	第三方人体功效报告	国家级机构（20 分）、省级（15 分）	20		
	用户好评率（去重）	≥95%（10 分），90%–94%（6 分）	10		
品牌维度	获“质量标杆企业”认证	国家级（10 分）、省级（5 分）	10		
文化维度	通过中国环境标志认证	是（5 分）	5		
	采用可回收包装材料	占比≥30%（5 分）	5		

表 A.3 粤妆新品遴选评分表

维度	量化指标	评分标准	分值	自评得分	专家评分
创新维度 (50 分)	发明专利数量	每项加 5 分，上限 20 分	20		
	研发费用占比（近 2 年）	≥5%（15 分），3%–4.9%（10 分）	15		
	技术纳入行业标准	省级以上（15 分）	15		
市场维度 (30 分)	上市后年销量增长率	≥50%（15 分），30%–49%（10 分）	15		
	获政府创新基金支持	是（15 分）	15		
品牌维度 (10 分)	获“科技型中小企业”认定	国家级（10 分）、省级（5 分）	10		
文化维度 (10 分)	与国内文化 IP 联名合作	附合作协议及产品上市证明	5		
	电商评价“设计时尚”关键词占比	≥15%（5 分）	5		

表 A.4 粤妆特品遴选评分表

维度	量化指标	评分标准	分值	自评得分	专家评分
特殊性 (50 分)	使用地理标志原料	国家级 (20 分)、省级 (15 分)	20		
	出口国家数量	≥3 国 (15 分), 1-2 国 (10 分)	15		
	药用/特殊用途备案	国家药监局备案 (15 分)	15		
文化维度 (30 分)	公益项目累计投入≥50 万元	附审计报告	15		
	获省级以上文化推广项目支持	是 (15 分)	15		
品牌维度 (15 分)	国际奖项/认证	国际级 (15 分)、区域性 (10 分)	15		
历史维度 (5 分)	品牌创立年限	≥10 年 (5 分)	5		