

检验认证

国家市场监督管理总局
回应CE认证造假

重磅

《认证认可条例》等纳入
2020年立法工作计划

检验认证纪实
“京东拼购”验厂

用户、行业、技术

天格全面领衔地暖实木地板美好未来

4

Apr·2020

主编单位：

国检公信（北京）检验认证有限公司

本期管理明星：刘彬彬

浙江菱格木业有限公司 董事长



目录 | CONTENTS

国家市场监督管理总局回应CE认证造假

04

检验认证纪实“京东拼购”验厂

08

- 平台认证商家优享权益
- 报告样本

淘宝运营和天猫运营的区别

15

- 淘宝和天猫在运营起来的规则就不一样
- 淘宝和天猫运营时，价格有些不同
- 淘宝和天猫商品也是有区别的
- 天猫和淘宝运营的主体不一样
- 淘宝和天猫费用
- 淘宝和天猫运营推广，天猫的活动比淘宝的活动多

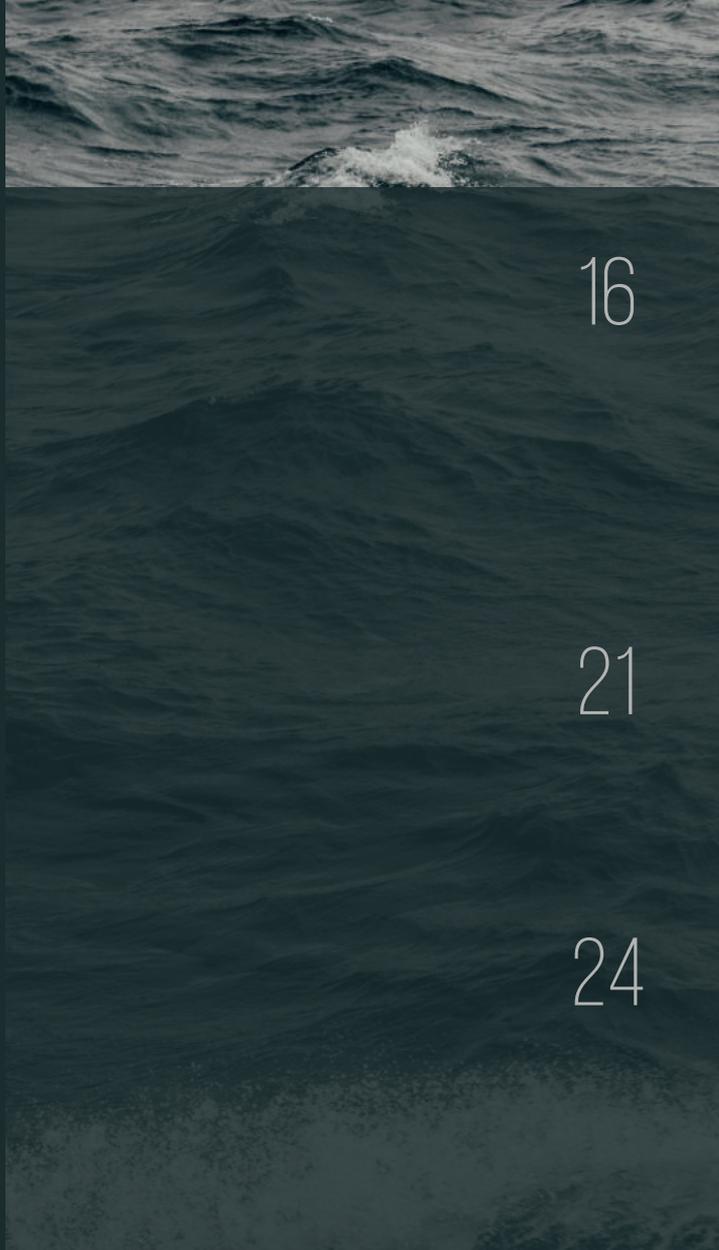
用户、行业、技术 | 天格全面领銜地暖实木地板美好未来

- 用户层面：为品类立传，为用户指南
- 行业层面：推动设立专馆，协办品类大会
- 技术层面：构建标准体系，领銜健康发展

注意！这些行为要清理、制止

重磅！《认证认可条例》 等纳入2020年立法工作计划

- 市场监管总局关于印发2020年立法工作计划的通知
- 国家市场监督管理总局2020年立法工作计划
- 国家市场监督管理总局2020年立法项目表



16

21

24

国家市场监督管理总局回应CE认证造假

4月5日，国家市场监督管理总局、国家药品监督管理局相关司局负责人出席国务院联防联控机制新闻发布会，介绍加强医疗物资质量管理和规范市场秩序工作情况，并答记者问。

国务院联防联控机制 新闻发布会

Press Conference of the Joint Prevention and Control
Mechanism of the State Council



记者提问：

企业出口口罩到欧洲需要获得CE认证，但是我们注意到，有网民反映，现在花钱就能办到CE证书，请问这种情况是否真实存在？如果存在的话，请问打算采用哪些监管措施？还有，如果企业遇到这种办证的情况，办了假证应该怎么办？谢谢。

国家市场监督管理总局认证监管司司长刘卫军：

非常感谢你提到一个有关认证方面的问题。我们这里所谈的认证是质量认证，这个概念专业性比较强，所以我也想利用这个机会，对质量认证作一点介绍。质量认证是认证机构所开展的证明产品、服务或者企业管理体系符合标准或者技术规范的证明性活动。这项工作为保证产品的质量安全、促进国际贸易，发挥着积极的作用。在中国，质量认证大致分成两大类，一类是强制性认证，一类是自愿性认证。

所谓强制性认证，就是国家为了保护人身健康、安全、环境，对一些产品规定必须取得认证，没有获得认证，这个产品就不能出厂销售，也不能进口，也不能在经营活动中使用。而我们国家现在的强制性产品认证目录中的产品，都跟消费者有直接关系，像汽车、手机、电脑笔记本、空调、洗衣机等，都属于强制性认证目录内的产品。在这里我要特别说明一下，像医用口罩、防护服、呼吸机，在我国都属于药品监督管理部

门规定必须符合医疗器械注册管理的产品，并不属于强制性认证管理范围。

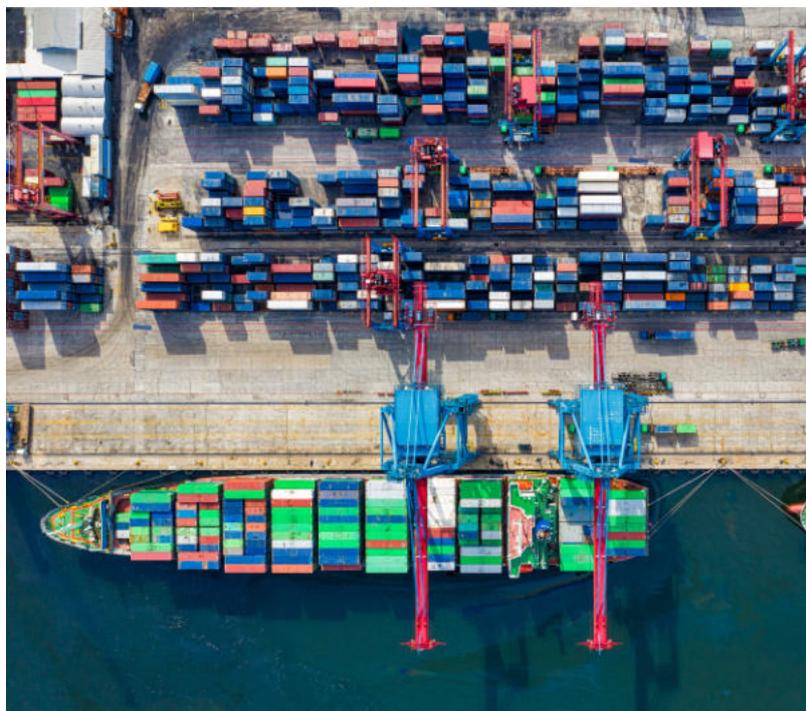
谈到自愿性认证，就是企业根据市场需求，自愿申请开展认证的活动。谈到欧盟CE认证，准确地说，它不叫CE认证制度，它实际上是一种CE标志的准入制度，按照欧盟规定，列入CE标志管理制度中的产品，必须加贴CE标志之后，才能进入到欧盟市场进行销售。证明这个产品符合了CE标志要求的评价手段主要有两方面：对绝大部分在CE标志管理制度内的产品，企业采取符合性自我声明的方式，按照相关程序要求，你自己能证明产品符合相关要求，就可以加贴CE标志，进入到欧盟市场；但是也有一些风险性比较高的产品，必须获得欧盟授权的公告机构认证，经过他们的认证，这个产品才能加贴CE标志。另外，现在网上也有谈美国FDA的“认证”，实际上FDA是美国食品药品监督管理局，它开展的所谓“认证”并不是一种认证评价活动，而是一种行政许可性质的制度，实质上是政府的注册管理。很多国家都对药品、医疗器械实行注册管理制度，并不是一种认证制度。

您刚才谈到的一些出口产品在认证活动中出现的问题，我国的质量认证本质属性是传递信任、服务发展，所以认证的有效性和真实性是认证制度的生命。我们市场监管总局对认证活动依法进行监管，对出现的违法案件进行严厉打击。以去年为例，我们查处了87家违规认证机构，占认证机构总数的

15%，其中5家问题严重，直接撤销了资质。另外，2家国外的认证机构在中国没有经过批准，就非法开展认证活动，我们也在网上进行了警示公告。对电商平台销售的认证产品，我们也加强了核查，去年电商就下架了17000多件相关产品，保护了消费者利益。

疫情发生以来，我们也特别注重对防疫产品认证的违法违规行为进行查处，现在也正在查处冒用认证标志、虚假宣传认证信息的案件。特别是针对现在出口的一些不规范认证行为，我们市场监管总局高度重视，专门部署要开展专项整治行动，这两天专项整治行动文件刚刚下发，市场监管总局《关于开展口罩、防护服等防疫用品领域认证活动的专项整治行动的通知》，现在各地市场监管部门都在集中开展专项整治，整治重点主要有伪造冒用买卖认证证书、未经批准擅自从事认证活动、认证活动不规范以及认证价格违法的行为。一些重大违法案件，我们处理之后也会向社会公开。

刚才你问到出现了问题到哪儿投诉的问题，我们市场监管系统有12315投诉举报热线，也有12315网络平台，都可以进行投诉举报。另外，我想跟大家说，我们特别希望，企业、媒体、消费者积极参与对认证活动的监督，积极提供相应线索。谢谢。



记者提问：

国内企业向欧盟、美国等国出口口罩需要通过欧盟的CE认证、美国FDA注册程序。目前很多企业并不了解这个信息，不知道哪些机构具备相应资质。我们了解发现，很多企业盲目委托中介机构申请国外认证，甚至出现排队办理出口认证的情况，有的企业还遭受损失，请问市场监管总局有哪些措施帮助国内企业解决这些难题？谢谢。

国家市场监督管理总局认证监管司司长刘卫军：

谢谢你提的这个问题。的确，我们中国的防疫物资在全球疫情防控中发挥着越来越重要的作用，世界各国对中国的防疫用品需

求量也越来越大。这些产品大部分是医疗器械产品，出口到欧盟、美国等目的国市场。刚才我谈到了，到欧盟的相关产品需要满足CE标志制度的要求，到美国的相关产品需要取得FDA的注册。您刚才所反映的问题，市场监管总局高度重视，积极采取措施，为企业产品顺利进入到欧洲、美国等市场提供便利。经过初步梳理，现在编制出一份口罩等防疫产品出口到欧盟和美国的认证信息指南，在市场监管总局、国家认监委的网站以及公众号上都可以看到。这份认证信息指南，实际也包括欧盟CE标志、美国FDA注册等相关要求。我们希望通过这份指南，为企业提供快速、直接了解这些要求以及解决问题的途径。刚才我提到，有些进入欧盟的产品，需要经过欧盟授权的公告机构的认证，在中国都有哪些机构能够做这项业务？在指南里也列出了这些机构的名录。在医疗器械领域，国际上还有ISO13485医疗器械管理体系的标准，企业需要获得这个体系认证。哪些机构能做这项工作？指南里也有相应的信息。这份指南今后还会不断更新，为企业提供便利，帮助企业解决实际困难。

另外，我也想利用这个机会跟企业作个特别提示：

第一，一定要找合法的认证机构。

中国现在经过批准的有600多家认证机构，从事产品、服务、管理体系等认证，当然这是指所有的认证活动，不仅仅只针对出口。这些信息在国家认监委的网站上都可以查询到。企业如果要做认证，一定要找具有相应合法资质的机构，千万别被不良机构给忽悠了。

第二，一定要了解出口目的国的市场准入要求。

指南里也作了一些这方面的说明，比如出口到欧盟的医用口罩分两类，一类是无菌的，一类是非无菌的。对非无菌医用口罩，欧盟规定只要企业按照相关要求作出符合性自我声明，就可以加贴CE标志。而对无菌医用口罩，就必须找欧盟授权的机构才能获得

真正的CE认证，产品才能进入到欧盟市场。如果是输往美国，企业可以按照美国的管理规定，通过FDA的网站申请并提交相关材料。

第三，出口企业一定要按照我国和目的国的规定开展生产经营活动，加强产品质量管理。

商务部、海关总署、药监局前几天刚发布公告，明确要求相关医疗物资出口必须获得我国医疗器械产品注册证书，同时要满足进口国（地区）的质量标准要求。另外需要指出的是，如果真是出口中出现了质量方面包括认证评价的问题，一定要积极回应，特别是对那些不实信息和炒作，要积极进行回应，消除误解，这样既保护企业自身利益，也维护中国产品的信誉和形象。

京喜（曾用名：京东拼购）是基于京东商城，利用拼购营销工具，通过拼购价及社交玩法，刺激用户多级分享裂变，实现商家低成本引流及用户转化的一个工具，主打“低价不低质”概念。

2019年9月19日，京东拼购App更名为“京喜”，并正式开业。

除了超值优惠政策外，京喜还有拼购新商家孵化计划，给每一个拼购新商家全面化、专业化的扶持培训政策，帮助商家快速、精准的上手拼购业务。在熟悉拼购业务后，还会给到新商家平台中心化流量扶持和激励晋升机制。

任何新平台，如果想第一时间占领市场，最初就得引流商家，能让商家有信心入驻并留下来，京喜就是如此，而且京喜身为京东的新平台，一定也具备其他平台难以匹敌的优势。

在2019年11月1日当天的“全民京喜日”开启不到一个小时，京喜销量即突破100万单；全天共卖出近6000万件商品，其中，工厂直供订单量环比增长16倍，补贴爆款深受用户喜爱。

此外，其中来自3-6线下沉新兴市场的新用户占当日京喜新用户的74%，京喜新用户占当日京东全站新用户的比例达42%。

检验认证纪实

“京东拼购”验厂



京喜的第一次试水的成绩单就足够让人满意了，也有足够的理由引起我们的注意。2020年，京喜将更广泛引入和扶持工厂型商家，具有优质供应链的工厂型商家进行深度战略合作，成为工厂直供 认证商家。与项目组进行深度战略合作，享有专属资源、专项扶持等深度合作，具体如下：

平台认证商家优享权益：超级资源包支持，平台认证打标

超级资源包支持	平台认证打标	专项扶持培训
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 专项王牌频道—工厂直供频道 ◆ 每周一次大型专场资源 ◆ 每月超大型营销黄金坑位 	<p>前端极致性价比体验 商详打标，商详平台背书</p> 	<p>大数据赋能 独立运营团队支持</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 独立工厂直供项目团队支持 ◆ 平台大数据反哺商家 ◆ 商家运营诊断 ◆ 独立商家培训

工厂直供 认证商家前端极致质价比体验

		
商详打标展示	拼你喜欢列表页展示	营销页面打标展示

为加强对入驻工厂质量管控，京喜平台委托具有电商检验资质的审核机构，从基本资质、质量管理、研发能力、生产交付能力等多维度对工厂进行实地考察，以确保入驻企业满足条件。

2019年底，国检公信（北京）检验认证有限公司正式与京喜平台达成业务合作，负责入驻工厂的实地审核工作。

报告样本:

京东拼购业务验厂报告						
		版本v5.1		审验日期: 2020年 3月16 日		报告编号: YC-ID-11202003003
合作企业信息						
公司全称:	福建大德润成实业有限公司					
是否为一般纳税人:	是	税务登记证号:	91350105MA31TP9Y53			
营业执照注册号:	91350105MA31TP9Y53	注册资金(万元):	5000万元			
实际占地面积(m²):	12307.64	工厂地址:	马尾区马尾镇儒江东路68号8#楼整座			
生产线数量(条):	10(条)	年(月)产能(万件):	文胸8-10万件, 内裤20万条(月)			
是否符合国家、行业标准制定:	是	是否涉及进出口业务及进出口	否			
企业荣誉/获奖情况:	无					
主营产品:	家居服 内衣套装		经营范围:	其他家用纺织制成品制造; 纺织品、针织品及原料批发; 其他产业用纺织制成品制造; 纺织品及针织品零售; 纺织科学技术研究服务; 运动机织服装制造; 其他机织服装制造; 运动休闲针织服装制造; 其他针织或钩针编织服装制造; 皮革服装制造; 毛皮服装加工; 服装批发; 服装零售; 棉印染精加工; 毛染整精加工; 麻染整精加工; 丝印染精加工; 化纤织物染整精加工; 针织或钩针编织物印染精加工; 缝制机械制造; 纺织纤维初加工机械制造; 自营和代理各类商品和技术的进出口, 但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)		
公司人数(人):	40人左右	年出口金额(万元):	否			
代工品牌:	无	主要代工品牌:	否			
接单时间:	无	官网:	否			
能否接受京东售后服务政策	是	是否具有自主设计研发能力:	是			
企业性质:	民营企业	是否有自有品牌:	有			
已合作知名企业一:	无	年销售额(万元):	无			
已合作知名企业二:	无	年销售额(万元):	无			
京东店铺名称:	吾爱袍拼购旗舰店	淘宝店铺名称:	NUDITTA吾爱袍			
京东店铺连接:	https://mall.id.com/index-10151004.html		淘宝店铺连接:	https://nuditta.taobao.com/shop/view_shop.htm?spm=a211vu.server.home.category.d703.64f25a16Ss0FaV&wmtmenu=midianmkuser_number_id=193267309		
联系人						
职务	姓名	座机	手机	邮箱	其他信息	
销售负责人:	vikey	无	13067215580	1013033009@qq.com		
质量负责人:	flora	无	15806086313	无	无	
总裁/总经理:	shurley	无	15059411301	无		
分公司信息						
分公司	生产产品	联系人	职务	电话	邮箱	详细地址
无						
公司架构简述:						
含架构图、人员分布、职责说明						
						
组织架构图						
生产企业信息						
公司全称:	福建大德润成实业有限公司					
是否为一般纳税人:		税务登记证号:				
营业执照注册号:		注册资金(万元):				
实际占地面积(m²):		工厂地址:				
生产线数量(条):		年(月)产能(万件):				
是否符合国家、行业标准制定:		是否涉及进出口业务及进出口国家				
企业荣誉/获奖情况:						
主营产品:						
公司人数(人):		经营范围:				
代工品牌:		年出口金额(万元):				
接单时间:		主要代工品牌:				
能否接受京东售后服务政策		官网:				
企业性质:		是否具有自主设计研发能力:				
已合作知名企业一:		是否有自有品牌:				
已合作知名企业二:		年销售额(万元):				
京东店铺名称:		年销售额(万元):				
京东店铺连接:		天猫店铺名称:				
		天猫店铺连接:				
联系人						
职务	姓名	座机	手机	邮箱	其他信息	
销售负责人:						
质量负责人:						
总裁/总经理:						
分公司信息						
分公司	生产产品	联系人	职务	电话	邮箱	详细地址
公司架构简述:						
含架构图、人员分布、职责说明						

综合评审情况

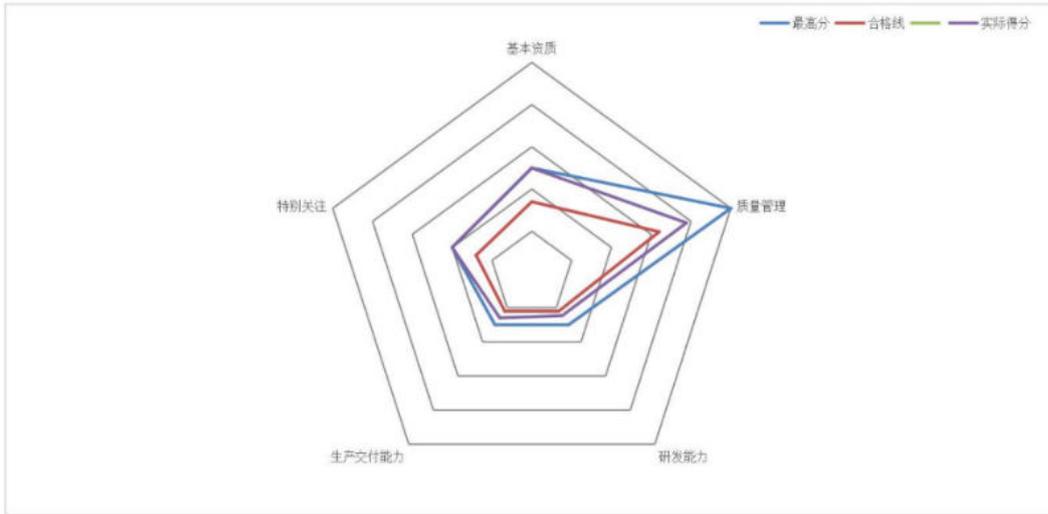
分级标准：≥90%，"优秀"；≥80%，良好；≥60%，合格；<60%，不合格

报告编号：YC-JD-11202003003

评审结论

良好

报告编号：YC-JD-11202003003	报告人	俞芳	核准	谭秀光	审核机构名称	CIEC
------------------------	-----	----	----	-----	--------	------



序号	项目	最高分	合格线	实际得分	综合评价
1	基本资质	20	12	20.0	公司成立于2018年，注册资金：5000万元人民币，具有三证合一的营业执照，工商信息无异常，具有银行开户许可证及一般纳税人资格证，经营范围包含拟合作的产品。有自己的商标，有发明专利。
2	质量管理	45	27	33.9	公司未获得ISO9001体系认证，但是体系是按照iso9001运行，且运行良好。审核现场发现公司没有专人负责识别和收集适用法律法规，有相关法律法规清单，公司遇到法律相关问题只能咨询律所；原材料根据采购订单核实物料种类并清点物料数量并记录，仓管员签字确认。但是配件拉链没有在采购清单，成品、半成品按固定区域摆放整齐，标识清晰，先进先出原则。原材料抽检物料外观及功能，合格后方可入库，质检员在入仓单上签字确认，不合格通知采购退回供应商。能提供合格供方名录，但是供方名录不包含拉链的供应商。全检半成品外观及功能，合格品入库，不合格品返回生产。按固定区域摆放整齐，标识清晰。几乎所有工序的作业指导都不能提供。
3	研发能力	10	6	7.3	有相应的开发部门，有2个技术人员，职责明确，并定期安排培训。有明确、有效的开发设计流程，有有效的测试评估流程，新品需经过恰当的测试、论证，公司提供自己实验室与第三方测试报告，具有设计变更控制程序。审核现场发现1名设计师完成设计交由总经理确认后直接选款下单生产，有程序文件及记录。符合PDCA流程
4	生产交付能力	10	6	8.0	生产管理流程完善，从订单到生产采用U8系统进行管理，入库到出货采用ERP系统进行管理；原材料非单一供应商供货（同种原材料有多家供货备选）。审核现场发现公司未能按订单按时完成交货的，有管理办法和会议记录，有改善措施。
5	特别关注	15	9	15.0	异物控制符合要求，员工对知识产权了解良好。审核现场发现所有成品包装入箱前需要经过员工自检，质检抽查才入箱。对公司自己拥有产权的产品，京东可以直接采用。
合计分数		100	60	84.2	

*****不合格项说明*****

评估内容	不合格原因	图片
有专人负责识别和收集适用法律法规，有相关法律法规清单；	企业未能收集消防、环保等法律清单。	No pic
是否有更新过并批准的合格供应商名录	拉链的供方未在合格供方名录内。	No pic
采购原料的供应商是否均为合格供方名录中的供应商？是否有原料的购买记录	几乎所有的原料的购买记录都能提供，但是不能提供拉链	No pic
生产各工序（常规纺织类产品包含：裁剪，缝制，熨烫，检针，包装，特殊工序	不能提供作业指导书。	No pic
并制定了设备保养计划，并进行了定期的点检和维护	不能提供设备维修保养计划和记录。 电子秤没有进行年检。	
建立顾客反馈、投诉的处理程序或规定，并实施，有记录。	每月顾客投诉制度，也没有记录。	No pic
对反馈、投诉等分析原因，制订改善计划、措施，并落实、有记录。	没有顾客投诉记录。	No pic

考察图片

(工厂大门、生产大楼、生产车间、仓库、研发实验室、公司荣誉展示)



营业执照



商标



检测报告



检测报告



企业大门



工厂大门



生产车间



生产车间



生产车间



生产车间



仓库



仓库



成品



检测

评审记录

评审条款	评审要点	评分	审核描述(必填)
一、基本资质核验			
		0分—不合格 5分—优秀	
营业执照	有统一社会信用代码的,网验信用信息 (http://gsxt.saic.gov.cn/), 是否有不良信用; 无统一社会信用代码的,要核验组织机构代码证、税务登记证、一般纳税人资格证; 核验经营范围是否包含拟合作品类,公司成立是否满1年, 注册资本不做硬性要求。	5	营业执照、土地证、纳税人资质证等信息齐全。
银行开户许可证	开户人、企业名称等信息与营业执照一致; 无银行开户许可证的, 需核验相关企业账户信息, 账户名称与营业执照一致;	5	开户信息、企业名称和营业执照一致。
实得分数		20	
二、质量管理			
		0分—不合格 3分—达标 4分—优秀 5分—非常棒	
质量体系	公司是否有人负责品质管理。	5	企业品质管理员: 王伟。
	关键岗位人员是否上岗培训, 建立培训档案(质量原料包材验收、半成品/成品检验、客服售后人员)	3	负责工厂特殊过程的人员: 李文宗能提供上岗培训。
	专业技术人员熟悉与所生产产品相适应的相关标准(国/行/企标), 具备相关专业知识	5	查看技术人员: 王伟有iso9001内审员资质。
	有专人负责识别和收集适用法律法规, 有相关法律法规清单;	0	企业未能收集消防、环保等法律清单。

供应链管理	是否有更新过并批准的合格供应商名录	3	拉链的供方未在合格供方名录内。
	采购原料的供应商是否均为合格供方名录中的供应商？是否有原料的购买记录	3	几乎所有的原料的购买记录都能提供，但是不能提供拉链的购买记录。
原料管理	是否有入料质检人员，检验人员有相关的知识和技能？	5	抽查仓库管理员，非常了解来料抽检流程。
	是否对关键物料进行检验？	5	主原料布料的来货都有入库检验。
	原料仓库是否做了分类与标识？	4	原料待检和已检，以及不合格品和合格品做了区分。
	是否保存了出入库记录？	5	做好了原料的出入库保存记录。
	是否执行先进先出管理程序？	5	所有的原料按照批次保存，出料做好了先进先出。
	来料是否离地存放，没有过度堆高，存放条件是否满足要求包括温度湿度等？	0	大部分来料没有离地存放或者过度堆高。
	对于待检/已检合格/不合格等区域是否有明确的标识，不同质量状态的物料是否进行了相应的隔离存放？	5	原料待检和已检，以及不合格品和合格品做了区分。
	是否定期对物料进行盘点，确定物料的数量是否正确？	5	每月对物料进行盘点，抽查蓝色布料库存120kg，记录库存也为120kg。
	是否有物料有效期规定，并对物料的有效期进行盘点确认？对于发现的超出有效期的物料如何处理，是否有相应的规定？（涉及保质期管理的商品及物料评价此项，不涉及的NA）	4	一些重要的布料规定要求不超过1年。
生产过程控制	公司是否根据客户订单提前制定生产计划？	5	查看订单102910381，下单前已经制定了生产计划。
	用料的标示以及工序间转移。	5	每个步骤的转达都有单子交接。
	相应的领料记录是否保存？	3	能提供领料记录。
	对品控点是否都安排了检验程序，例如单独的巡检或互检或首检等？	5	工厂制定了巡查
	生产车间是否有序，标识是否清晰？	3	部分工序不是按生产流程布局，容易导致生产混乱但不会产生漏加工工序
	环境是否整洁并适宜生产？	4	个别工序的环境有轻微脏污，但不会导致产品污染
	生产各工序（常规纺织类产品包含：裁剪，缝制，熨烫，检针，包装，特殊工序（绣花、印花、水洗、烫衬、锁钉等）是否有相应的作业要求（口头、书面）。	0	不能提供作业指导书。
	员工是否了解规范要求并按照规范执行（审核员以本工序操作及实际完成品来考核）？	5	抽查绣花等工序的员工都清楚自己工序的操作规程。
	并制定了设备保养计划，并进行了定期的点检和维护	0	不能提供设备维修保养计划和记录。車子秤没有进行年检。
	是否有生产启动检查（审核员检查设备、工装的状态等）？	4	作业启动前检查了设备、工装，模具的工作状态及参数设置及物料清理等，没有记录，但现场有轻微的异常发现
	半成品是否做了相应的标识与分类放置？	5	符合要求。
	是否有生产流转记录，是否能满足追溯性要求	5	能满足追溯要求，每年有模拟追溯。
成品检验与仓储	生产过程中的不合格品是否有相应的标识与隔离？	4	不合格品和合格品做好了分隔。
	公司是否建立成品检验标准，并按照程序对完成品进行检验？ 是否有成品检验记录？	5	有成品的检验标准《DDBC-SOP-01》
	检验人员是否有相关的知识、技能	3	检验人员工作期限10年，懂得检验知识，有检验证书。
	公司是否对成品进行安全/性能测试（内部、外部的检测或测试）以便满足客户要求？	5	公司对成品进行性能测试，符合要求。
	不合格品是否区分放置并明确标识？	4	不合格和合格品分开存放。
	是否对不同产品做了相应的标识？	5	不同的成品批次有明显区分。
	是否保存出入库记录？	5	成品保留好了出入库记录，符合要求。
	是否可以由成品追溯到原材料批次？	3	现场模拟追溯2019年11月2日的成品背心，可以有效追溯到各原料的批次信息
售后质量	一生产过程是否可追溯	5	现场模拟追溯2019年11月2日的成品背心，可以有效追溯到各原料的批次信息
	一检验发货是否可追溯	3	现场模拟追溯2019年11月2日的成品背心，可以有效追溯到各原料的批次信息
	建立顾客反馈、投诉的处理程序或规定，并实施，有记录。	0	每月顾客投诉制度，也没有记录。
	由指定的人员负责退回货物的管理，并有记录	5	工厂有客服部，负责顾客投诉的跟进。
	对反馈、投诉等分析原因，制订改善计划、措施，并落实、有记录。	0	没有顾客投诉记录。

电商团队	是否有专门的电商团队	5	有5人以上的电商团队。
	是否有专门对接京东的电商负责人	5	团队负责人王霖
实得分数		34	
三、研发能力		0分—不合格 3分—达标 4分—优秀 5分—非常好	
开发能力	有相应的开发部门、人员，职责明确	3	没有书面的人员职责划分，面谈的研发人员知道各个开发阶段需要与谁交接。
	有有效的产品开发设计流程。	3	没有书面的产品开发设计流程，但面谈的开发人员了解相关流程，至少包含以下内容：设计前对能否满足客户需求及法规要求进行评审，设计图纸或版式输出的评审确认，样品的评审确认，正式生产条件下的试产品的评审确认
	具有拟合作商品的开发设计能力（人员、案例）	5	设计开发符合PDCA.
实得分数		7	
四、生产交付能力		0分—不合格 3分—达标 4分—优秀 5分—非常好	
生产交付能力	有明确、有效的生产管理流程（包含从订单到生产、出货等）。	3	有客户订单评审（评估目前的生产能力，或者库存能够满足目前累积订单的发货要求），生产计划制定并下发到生产车间，生产及出货跟踪，没有文件或记录，但面谈的人员了解相关生产管理流程的要求。
	是否对订单从生产到出货有跟踪以保证交付。	4	有制定生产计划，按日进行产量统计的记录，对未达成生产目标的没有建立改善机制。
	是否对在库成品进行统计	5	成品仓库有各产品的库存结余卡，或者在电脑中登记结余数量，能及时更新。
实得分数		8	
五、特别关注		0分—不合格 3分—达标 4分—优秀 5分—非常好	
产品中涉及人身伤害缺陷的管控	产品使用安全管控（适用时：限用物质有进入人体可能的产品，尖点利边，婴幼儿产品的小部件等），或含有锋利工序的产品在生产过程中进行针钉等利器管控	5	有检针设备，符合9点式的灵敏度监控
合格产品抽查结果	随机抽查工厂检验通过的产品（京东产品或类似产品3件/款，不允许有主要缺陷）	5	每款产品验3件，没有任何瑕疵。
设计知识产权	对于现有的非品牌授权的设计款式，京东是否可以直接采用	5	有商标证书，有专利证书。
网站店铺商品抽查结果	抽查在售商品（3个），页面宣传内容与实际商品是否一致	5	抽查S0005黑色内衣，P123灰色背心，K0281白色内裤均在店铺点可以找到，符合要求。
实得分数		15	



淘宝运营和天猫运营的区别

虽然说天猫和淘宝都是属于淘宝网的，但是在运营起来两者还是有区别的。不论是在规则、价格、商品、主体、费用、推广等等一些方面都是有区别的，那么就来说说到底有什么区别。

1、淘宝和天猫在运营起来的规则就不一样

天猫一般对于发票、发货时间、7天无理由售后等等都是有严格的要求的。可是对于淘宝来说，这些不是必须条件。

2、淘宝和天猫运营时，价格有些不同

淘宝一般价格在100元以下的转化率比较高，最好的价格在40元到70元为宜。可是天猫就不一样了，一般天猫店销售较好的商品价格在250元到300元之间。

3、淘宝和天猫商品也是有区别的

天猫店对于商品经营需要有授权或者是自有品牌，可是淘宝却不需要，而且天猫对品牌的管理和运营都是有规则很多的。

4、天猫和淘宝运营的主体不一样

天猫店要是企业才能开，因为每年都需要给天猫开发票。那淘宝店就没有这么严格的要求了，所以如果你不懂工商税务方面的知识，那么你还是选择开淘宝店吧。

5、淘宝和天猫费用

天猫店的每一笔成交都是需要给天猫分提成点的，可是淘宝的却不需要。

6、淘宝和天猫运营推广，天猫的活动比淘宝的活动多

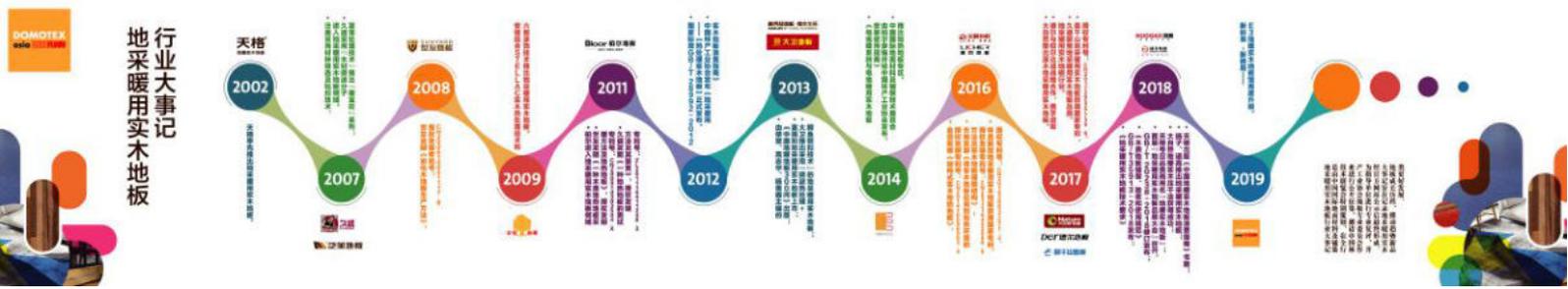
淘宝店除了天天特价、双11、双12等等一些活动，平台的其他活动都是针对天猫的。如果淘宝店和天猫店同时报名一个活动，那么天猫店更容易报名成功。



用户、行业、技术

天格全面领衔地暖 实木地板美好未来

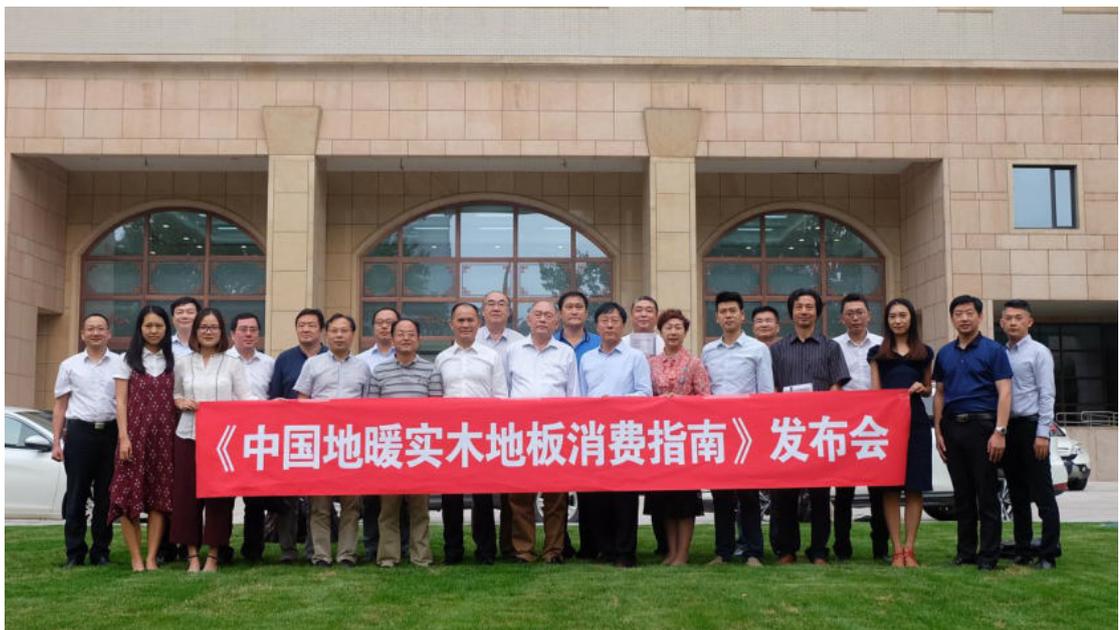
2002年，天格发明地暖实木地板。2017年，据中国林产工业协会地板专业委员会不完全统计，地暖实木地板品类连续两年增长超过30%，增长速度刷新了十年来的业内纪录，成为地板界最引人瞩目的黄金品类，吸引了众多主流品牌的加入。2018年《地采暖用实木地板技术要求》国标颁布，品类商用名得以统一，地暖实木地板正式迈入标准化发展阶段。在地暖实木地板发展的各个重要阶段，品类专家与领导者天格始终发挥着关键的引领作用。

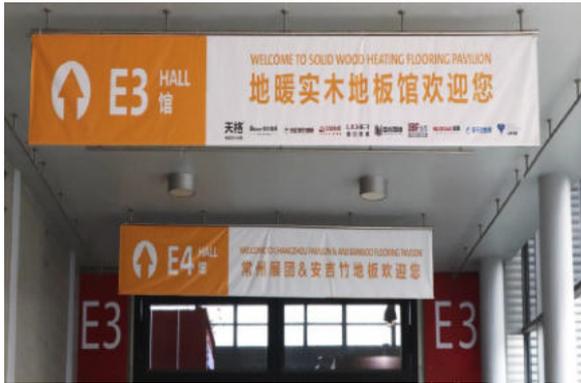


中国国际地面材料及铺装技术展览会出具的地暖实木地板品类大事记

用户层面：为品类立传，为用户指南

2018年9月12日，由天格主编的《中国地暖实木地板消费指南》（以下简称《指南》）在国家林业和草原局举行了隆重的首发仪式。作为第一部正规出版的地暖实木地板消费类指导工具书，《指南》共包含：地暖实木地板的发展历史、功能优势表现、用材与配料、生产流程与加工工艺、主流技术、选购与搭配、安装使用和维护，以及相关地暖知识、常见问题分析等九大章节的详实内容，涵盖了从木文化到具体的产品选购技巧等一系列知识。对于消费者来说，《指南》深入浅出的传达了品类的专业知识，有效指导消费者获取更高的消费体验。





随后，为了《指南》尽快能够到达品类从业者和消费者手中，天格又分别在随后的北京室内装饰和设计博览会、2018世界地板业工商峰会以及2019年上海地材展三个重要舞台举办了盛大的赠书仪式。其赠予对象包括经销商、家居卖场、知名设计师以及《北京商报》等主流媒体，通过这些渠道，给消费者带去了真正有用的品类指导。

行业层面：推动设立专馆，协办品类大会

有着地板行业“风向标”之称的上海地材展，对地暖实木地板的普及具有尤为特殊的意义。在天格的大力推动下，2019年其首次设立了“地暖实木地板馆”，通过专业品牌矩阵的集体展示，向行业和世界进行隆重推荐。上海地材展对该品类的重视度的日益提升，标志着地暖实木地板已跻身行业主流品类，同时也表明由天格将品类商用名规范为“地暖实木地板”的倡导也成为行业共识，品类标准化、规范化的时代真正到来。

不仅如此，继2018年4月天格牵头召开首届“地采暖用实木地板品类大会”以来，会上倡议规范品类商用名称、发布更高品类服务政策、启动团体标准制定工作等一系列议程，

备受行业关注，同时也在会后产生了深远的行业影响。因此，“地暖实木地板品类大会”开始成为行业的一个IP。为进一步推动品类的发展和普及，自2019年上海地材展起，天格无私地将“地暖实木地板品类大会”移交展会方续办，以更广泛地汇聚行业精英、共谋品类大未来，真正将其打造成行业可持续发展的交流平台和年度盛会。

技术层面：构建标准体系，领衔健康发展

品类的健康发展，迫切需要秩序的建立。品类声量不断加强，投入品牌越来越多，所以建构一套完整的品类标准体系更是迫在眉睫。鉴于此，即便贡献了国家标准60%以上的内容，天格也并未停下参与制订其他品类标准的脚步。

在国标的基础上，2019年天格再次牵头起草发布了《地采暖用实木地板及其铺装验收使用规范》团体标准和《地采暖用实木地板》（浙江制造标准）。其中，团体标准增加了国家标准未明确的关于铺装、验收和使用的章节，有效规范铺装质量、保护用户的合法权益。而浙江制造标准则在尺寸稳定性和环保要求上提出了更高的要求，增加了地采暖条件下重金属含量、总挥发性有机化合物指标的限量，填补了国标的空白，为消费者带来更健康的生活保障。



标准体系的打造，不仅意味着天格强大的技术功底，也展现出以“品类为先”的领导者格局，让地暖实木地板品类的未来更加美好。为此，天格也荣获了“品字标浙江制造”证书，率先成为地暖实木地板领域通过这一严苛品质认证的企业。



浙江制造认证证书

证书编号：CZJM2019P1020801R0M

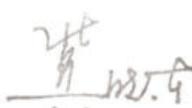
认证委托人：浙江菱格木业有限公司
地址：浙江省湖州市南浔区南浔镇年丰西路 108 号
产品生产者：浙江菱格木业有限公司
地址：浙江省湖州市南浔区练市镇市南大道 108 号
生产企业：浙江菱格木业有限公司
地址：浙江省湖州市南浔区练市镇市南大道 108 号

认证标准：DB 33/T 944.1-2014, DB 33/T 944.2-2017, T/ZZB 0946-2019
认证模式：产品检验+“浙江制造”评价规范管理要求评审+获证后监督
产品名称：地采暖用实木地板：栎木、番龙眼、柚木
型号规格：(260-2500)*(48-200)*(17-18)

以上产品符合《“浙江制造”认证实施细则 地采暖用实木地板》的要求，授权使用如图所示的标志。本证书的有效性通过监督保持，证书状态可登录官方网站查询。



首次发证日期：2019/09/29 有效期至：2025/09/28

(发证机构公章) 签发人：  

浙江制造国际认证联盟

发证机构：方圆标志认证集团有限公司 网站：<http://www.cqm.com.cn/>



注意!

这些行为 要清理、制止

国务院联防联控机制于2020年3月23日上午10时举行新闻发布会，请国家发展改革委副秘书长高杲、国家市场监督管理总局副局长孙梅君介绍深化“放管服”改革、推进“互联网+”行动、促进“双创”支持扩大就业有关情况，并答记者问。

国家市场监督管理总局副局长孙梅君在发布会上介绍，1月29日，市场监管总局发起了“保价格、保质量、保供应”的“三保”行动，通过政府搭台、企业承诺，凝聚市场主体共克时艰、保供稳价的合力，得到了广大企业的积极响应。50天来，参与“三保”行动的企业已经有15000多家，涉及到很多连锁经营企业，他们的门店有30多万家。他们向社会公开承诺，保价格、保质量、保供应，这里面，既有世界500强的企业，也有个体工商户，覆盖了生产加工、物流运输、商场超市、餐饮企业、电商平台，还有大家熟悉的快递外卖等业态，基本上覆盖了整个供应链。平台上的这些大中小企业

打通产业链、供应链上的“堵点”，联接“断点”，协同复工复产，“三保”行动在保供稳价、满足群众生活需要的同时，稳住了企业、稳住了岗位、稳住了就业。

发布会上还有哪些重要信息？

这些要清理、制止

——复工复产所需要的各种手续、程序、审批事项，于法无据、不合理、不合时宜的要加快清理。确有必要的，要统一办理标准，明确责任部门、办理时限、所需申请材料等，防止出现层层加码、互为前置、循环证明等现象。

——清理不合时宜的临时管制措施和不合理的证明、收费等规定，特别是清查防控疫情期间出现的各类违规收费，严禁向企业收取复工复产保证金。

——坚决制止以防控疫情为名擅自增设、变相设置行政许可等行为。

营商环境

省时

- 企业开办时间已经压缩到5个工作日内。
- 疫情防控所需的5类消毒用品原料许可证，办证时间由过去的30天降到了1天。
- 保障春耕的两类化肥产品的许可办证时间由过去的10天降到了1天。
- 工业产品许可证的种类也由过去的24类压减到现在的10类。

省事

- 符合各地复工复产规定的个体工商户，无需批准就可以依法依规开展经营活动。
 - 对于从事基本生活保障零售业的个体经营者，依法予以豁免登记。
 - 针对企业复工复产涉及到的行政许可、强制认证等事项，如果企业具备了生产条件，但暂时不能提交相应材料的，实行“先承诺、当场办”。
 - 在确保食品安全的前提下，对低风险的食品生产经营企业实施“先证后查”。
 - 制定联合抽查的事项清单，尽可能“进一次门、查多项事”。
 - 疫情发生后，提出“不见面”办理，范围由过去主要是企业登记注册方面，扩大到低风险的食品生产经营企业的许可办理、检验检测机构资质的认定，及反垄断审查领域。
- 对个体工商户的年报时间，过去要求在



每年6月底之前，延长到今年年底。

省钱

- 对湖北省的企业的各类检验费用、检测费用全部免收。
- 对进入药品特别审批程序、进入医疗器械应急审批程序，与新冠肺炎相关的医用产品，免收注册费用。
- 在前期减免相关费用的基础上，对市场主体提供的技术服务的收费全部减免50%。
- 最大限度减免个体工商户在疫情防控期间的相关检验检测、认证认可的费用。
- 严厉打击、加强监管
- 针对疫情期间有个别不法分子哄抬口罩、熔喷布、额温枪等价格，发“国难财”、赚“黑心钱”，市场监管总局会同公安机关出重拳、下猛手，给予了严厉打击，曝光典型案件，公布了10批典型案例。
- 加强“米袋子”“菜篮子”食品安全监管，及时排查风险隐患，严查制假售假和乱涨价的行为。

创业就业

创业

—— 通过出台延长创业贷款贴息期限政策，加大对创业载体奖补力度，引导“双创”示范基地和国家创业投资基金，支持大学生、农民工等重点群体创业就业。

—— 将政府投资开发的比如孵化器这样的创业载体，安排一定的比例、场地，免费提供给高校毕业生和农民工使用。

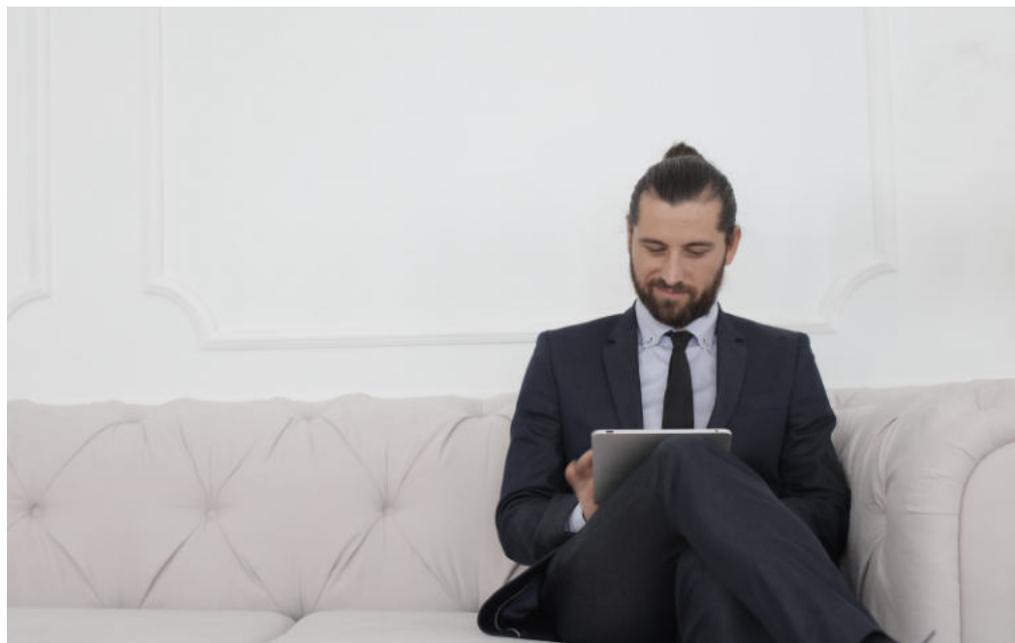
就业

—— 高校毕业生，特别是对于今年的应届毕业生，将对中小微企业招用毕业生予以补贴，明确国有企业连续两年要扩大招聘毕业生规模，扩大基层就业规模，包括一些社区岗位等，包括扩大招生入伍规模、扩大就业见习规模、适当延迟录用接收等。

—— 鼓励共享经济、平台经济，促进线上问诊、云办公、在线授课、无接触配送等新模式快速发展。

来源：中国政府网

声明：本文所用图片、文字如涉及作品版权问题，请第一时间告知，我们将根据您所提供的证明材料立即删除内容！





重磅 | 《认证认可条例》、 《强制性产品认证管理规定》等 纳入2020年立法工作计划

近日，国家市场监督管理总局批准发布《国家市场监督管理总局2020年立法工作计划》，其中拟起草《中华人民共和国认证认可条例》等法律、行政法规送审稿7部，拟制修订《检验检测机构监督管理办法》、《强制性产品认证管理规定》等部门规章48部。

市场监管总局关于印发2020年立法工作计划的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委），总局各司局、直属单位，药监局、知识产权局：

《国家市场监督管理总局2020年立法工作计划》已经市场监管总局批准，现予印发，请认真贯彻执行。

市场监管总局
2020年3月17日



请输入要查询的内容

首页 机构 新闻 政务 服务 互动 专题

你的位置: 首页 > 政务 > 政府信息公开

标题: 市场监管总局关于印发2020年立法工作计划的通知

索引号: 2020-1585184276924

文号: 国市监法〔2020〕41号

成文日期: 2020年03月17日

主题分类: 通知

所属机构: 法规司

发布日期: 2020年03月26日

国家市场监督管理总局2020年立法工作计划

2020年是全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的决胜之年。市场监管总局的立法工作将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，认真贯彻习近平总书记全面依法治国新理念新思想新战略，围绕中心、服务大局，以推动构建科学系统完备的市场监管制度体系为目标，加强重点领域立法，加大立法统筹协调力度，加快立法进程，着力提高立法质量和效率，深入推进市场监管规则融合，为市场监管工作长远发展筑牢法治根基。

一、紧密围绕市场监管重点工作，科学合理安排立法项目

（一）拟起草法律、行政法规送审稿7部：中华人民共和国反垄断法、中华人民共和国产品质量法、商事登记条例、市场监督管理所条例、中华人民共和国认证认可条例、中华人民共和国药品管理法实施条例、中华人民共和国专利法实施细则。

（二）拟制修订部门规章48部：包括企业名称登记管理实施办法、企业公示信息抽查暂行办法、经营者集中审查暂行规定、禁止侵犯商业秘密若干规定、网络交易监督管理办法、互联网广告管理暂行办法、机动车环境保护召回管理规定、食品相关产品质量安全监督管理办法、食品生产经营监督检查办法、食品标识监督管理办法、食用农产品市场销售质量安全监督管理办法、婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法、特种设备现场安全监督检查管理办法、计量校准管理办法、国家标准管理办法、企业标准管理办法、强制性产品认证管理规定、检验检测机构监督管理办法、药品注册管理办法、地理标志产品保护规定等。

（三）继续积极配合立法机关推进的立法项目：继续配合做好专利法修改的审议工作。继续配合做好计量法、企业名称登记管理规定、个体工商户条例、农民专业合作社登记管理条例、企业信息公示条例、消费者权益保护法实施条例、医疗器械监督管理条例的制修订工作。



二、着力提升立法质量，推动构建科学系统完备的市场监管法律体系

市场监管总局成立以来，立法立规工作取得积极成效，共报送法律、行政法规送审稿4部，公布部门规章25部，废止部门规章47部。市场监管规则融合持续深入推进，制定《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》等6部综合性部门规章，构建了统一的市场监管立法、行政处罚、行政许可、投诉举报和执法监督程序。2020年，市场监管立法工作应更加注重以规则融合促工作融合，更加注重以依法立法促规则完善，更加注重以质效提升促长远发展，从以下几方面着手，推动市场监管立法立规工作再上新台阶。

（一）坚持立法服务大局，为贯彻落实党中央国务院决策部署提供法治保障

1. 认真贯彻落实习近平总书记关于市场监管的重要指示批示精神，准确把握市场监管新形势新任务新要求，深入领会、坚决落实党的十九届四中全会、中央经济工作会议对市场监管工作的重大部署，紧密围绕2020年市场监管重点工作，统筹规划、扎实推进立法项目。
2. 立法工作中要严格落实重大事项请示报告制度。凡重大立法事项，立法涉及的重大改革举措、重要政策调整，要按照规定向总局党组请示报告。
3. 坚决贯彻落实党中央国务院决策部署，围绕市场监管职能，做好防控新冠肺炎疫情等相关立法工作，配合立法机关做好野生动物保护法等法律、行政法规的制修订工作，切实保障人民群众生命健康安全。



(二) 坚持立法质效并进，着力推进科学立法、民主立法、依法立法

1. 牢固树立大局意识、提高政治站位。起草立法草案要立足市场监管大局，以促进融合为原则，以推动工作为目标，充分发挥立法的引领、推动和保障作用。

2. 聚焦解决基层实际问题。要坚持问题导向，深入调查研究，总结实践经验，提高立法实效。要注重听取基层市场监管部门意见，尤其是一线执法人员的意见建议，涉及药品监管、知识产权执法的立法项目应当充分征求市、县级市场监管部门的意见。充分发挥市场监管法治工作基层联系点作用，畅通民意表达和反映渠道，使立法更接地气。对于基层市场监管部门提出的合理意见建议要充分吸收采纳，关注解决基层市场监管执法工作面临的困难和问题，提高立法的针对性和可操作性。同时，要加强对地方市场监管立法工作的联系指导。

3. 提升立法水平和综合协调能力。起草立法草案要遵循立法技术规范要求，做到逻辑缜密、语言规范、言简意赅。要注重处理好立法与改革的关系，提高立法与改革衔接的精准度，在制度层面确保改革措施的依法高效、系统完备。要注重处理好监管与市场、监管与发展、监管与企业、监管与社会的关系，努力推进市场监管体系和能力现代化。要注重处理好市场监管部门与其他相关部门的关系，厘清部门间职责边界，使市场监管在原有基础上更加有章可循、有法可依。

4. 拓宽公众有序参与立法的渠道和方式。起草、审查立法项目应当广泛听取有关机关、组织和公众的意见，对社会有重要影响的规章应当进行论证咨询。起草单位应当将草案向社会公开征求意见，并及时反馈意见采纳情况。起草、审查与企业生产经营活动密切相关的立法项目，要充分听取企业和行业协会商会的意见。要高度重视、认真研究、充分采纳、正确处理各方意见，确保立法倾听民声、体现民情、汇聚民意、集中民智、深得民心。

5. 要严格依法立法。起草规章草案应全面准确理解把握现行法律法规，确保规章内容符合宪法、法律、行政法规的规定，与有关规章协调、衔接。规章不得超越法定权限，没有法律或者国务院的行政法规、决定、命令依据的，不得设定减损公民、法人和其他组织权利或者增加其义务的规范，不得增加本部门的权力或者减少本部门的法定职责。没有法律、法规的授权，规章不得授权具有管理公共事务职能的组织实施行政许可和行政处罚。起草、审查立法项目，要严格依照立法程序开展工作。法制审查要对标规章备案审查要求，围绕规章草案的合宪性、合法性、适当性进行审查，确保权限合法、程序合法、实体合法。

6. 要加强立法研究。充分发挥市场监管法治研究基地作用，开展立法委托研究和咨询论证。加强对有关制度预期效果的评估和立法后评估。加强对国际规则的研究，开展我

国法域外适用、新技术新领域等相关法律制度研究，为相关立法提供必要支撑。对标即将出台的民法典和修订中的行政处罚法，对涉及市场监管领域的相关法律制度开展研究，提升立法的科学性和前瞻性。

（三）全面开展规章清理，深入推进市场监管规则融合对市场监管部门规章进行梳理研究，坚持立改废并举，对因职责调整需要，与上位法不符，部门规章之间规定不协调，过于陈旧、不适应实践发展的部门规章，及时进行修改废止，分步骤开展清理工作。

（四）加强立法宣传解读，增强全社会法治观念进一步加强新制修订法律法规规章的宣传解读，使立法工作的过程成为宣传普及法律法规、弘扬法治精神的过程。一方面，组织针对基层市场监管干部，尤其是一线执法人员的法治培训，起草单位应选派业务骨干针对制修订的重点内容，以及执法中的法律适用等问题，进行系统全面的培训。另一方面，创新宣传方式，以通俗易懂的方式促进广大人民群众知法懂法，提高人民群众认可度、满意度。对于社会公众普遍关注的热点难点问题，要加强立法舆情回应，主动发声，解疑释惑，增强各方面的认同，消除群众顾虑，凝聚社会共识。





三、做好立法计划的贯彻落实

总局各司局和药监局、知识产权局要把立法工作计划的执行作为一项重要任务，加强组织领导，完善工作机制，精细流程管理，强化责任落实，加快工作进度。起草过程中要广泛征求意见，充分协商一致。部门规章第一类项目务必于2020年6月30日前将送审稿及有关材料送法制审查，为审查、审议等工作留出合理时间，力争年底前完成。部门规章第二类项目以及法律、行政法规，要确保高质高效推进，按期送审。法规司要及时跟踪了解立法工作计划执行情况，加强组织协调和督促指导。法制审查中发现制定规章的基本条件尚不成熟、主要制度存在较大争议、未充分征求各方意见、不符合法定

程序等情形，应当退回起草单位。对于审查中发现需要进一步研究论证和修改的重要问题，应当及时提出审查意见，请起草单位进行研究论证，修改完善。对争议较大的重要立法事项，各有关单位要提高政治站位，妥善处理分歧，力争达成共识，切实保障立法项目按时完成。经反复协调仍不能达成一致意见的，法规司、起草单位应当将争议的主要问题、有关部门的意见及时报总局领导协调或总局局务会议决定。各有关单位要高度重视规章清理工作，按照统一部署，结合工作实际，严格对照上位法规定，对本单位起草、执行的部门规章进行系统研究，及时提出修改、废止建议方案，并积极配合做好审查、审议等工作。除立法工作计划项目外，为贯彻落实党中央、国务院决策部署，推进各项改革举措需要修改法律、行政法规、规章的，或开展改革试点工作需要暂时调整法律、行政法规适用的，各有关单位要及时提出立项（包括起草、修改、废止、授权等）建议，经总局分管领导同意后，研究提出草案送审稿，并对改革举措、立法背景等作出说明，依程序送法规司审查。经研究论证后，草案成熟时，可以提请总局局务会审议。各地市场监管部门要立足基层执法实践，支持配合、积极参与总局立法工作，结合工作实际认真研提意见。同时，切实推进市场监管地方性法规、地方政府规章制定、修改、废止工作，并及时将有关信息报告总局。

国家市场监督管理总局 2020年立法项目表

法律、行政法规

序号	项目名称	起草单位
1	中华人民共和国反垄断法	反垄断局
2	中华人民共和国产品质量法	质量监督司 质量发展局
3	商事登记条例	登记注册局
4	市场监督管理所条例	人事司
5	中华人民共和国认证认可条例	认证监管司 认可检测司
6	中华人民共和国药品管理法实施条例	药监局
7	中华人民共和国专利法实施细则	知识产权局

部门规章

第一类项目

序号	项目名称	起草单位
8	企业名称登记管理实施办法	登记注册局
9	经营者集中审查暂行规定	反垄断局
10	禁止侵犯商业秘密若干规定	价监竞争局
11	明码标价和禁止价格欺诈规定	价监竞争局
12	网络交易监督管理办法	网监司
13	中国质量奖管理办法	质量发展局

14	家用汽车产品修理、更换、退货责任规定	质量发展局
15	机动车环境保护召回管理规定	质量发展局
16	食品相关产品质量安全监督管理办法	质量监督司
17	食品生产经营监督检查办法	食品生产司 食品经营司 特殊食品司
18	食品标识监督管理办法	食品生产司
19	食用农产品市场销售质量安全监督管理办法	食品经营司
20	婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法	特殊食品司
21	特种设备现场安全监督检查管理办法	特种设备局
22	计量校准管理办法	计量司
23	国家标准管理办法	标准技术司
24	国家标准样品管理办法	标准技术司
25	企业标准管理办法	标准创新司
26	检验检测机构监督管理办法	认可检测司
药监局、知识产权局		
序号	项目名称	起草单位
27	药品注册管理办法	药监局
28	药品生产监督管理办法	药监局
29	药品经营监督管理办法	药监局
30	生物制品批签发管理办法	药监局
31	药品网络销售监督管理办法	药监局

32	化妆品注册管理办法	药监局
33	化妆品标签管理办法	药监局
34	化妆品生产经营监督管理办法	药监局
35	牙膏监督管理办法	药监局
36	商标代理管理办法	知识产权局
37	地理标志产品保护规定	知识产权局
38	官方标志保护办法	知识产权局
第二类项目		
序号	项目名称	起草单位
39	企业公示信息抽查暂行办法	信用监管司
40	企业经营异常名录管理暂行办法	信用监管司
41	个体工商户年度报告暂行办法	信用监管司
42	农民专业合作社年度报告公示暂行办法	信用监管司
43	工商行政管理行政处罚信息公示暂行规定	信用监管司
44	关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为若干规定	价监竞争局
45	互联网广告管理暂行办法	广告监管司
46	特殊医学用途配方食品注册管理办法	特殊食品司
47	强制性产品认证管理规定	认证监管司
药监局、知识产权局		
序号	项目名称	起草单位
48	医疗器械注册管理办法	药监局

49	体外诊断试剂注册管理办法	药监局
50	医疗器械生产监督管理办法	药监局
51	医疗器械经营监督管理办法	药监局
52	医疗器械不良事件监测和再评价管理办法	药监局
53	医疗器械使用质量监督管理办法	药监局
54	驰名商标认定和保护规定	知识产权局
55	集体商标、证明商标注册和管理办法	知识产权局





国检公信（北京）检验认证有限公司 出品