

市场监管总局关于加强消费品 召回管理工作的通知

国市监质〔2019〕160号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）：

产品召回是国际通行的产品安全管理制度。《儿童玩具召回管理规定》（质检总局令第101号）、《缺陷消费品召回管理办法》（质检总局第151号公告）施行以来，制度建设不断完善，实施效果日益明显，有力保护了消费者安全与利益。

为贯彻落实全国市场监管工作座谈会精神，完善消费品召回管理制度，指导和规范召回管理工作，助推经济高质量发展，现就有关事项通知如下：

一、工作原则

消费品召回管理要遵循制度规范、工作程序、信息平台“三统一”原则，即：严格遵守消费品召回法律法规，市场监管总局（以下简称总局）依据法律法规制定的相关工作规范制度；按照规范开展缺陷信息收集与上报、缺陷调查及认定、召回计划备案、召回监督及效果评估等工作；建立国家消费品召回管理信息系统，统一管理消费品缺陷线索、企业各类消费品召回、消费预警、产品安全教育等，通过总局网站

（www.samr.gov.cn）和总局缺陷产品管理中心网站（dpac.samr.gov.cn）向社会发布召回公告。

二、工作体系

全国构建“总局统一管理、地方分级负责、相关部门协调配合”的工作格局。总局负责全国消费品召回工作的指导、协调、监督等工作，包括制定发布消费品召回管理相关规章、规范性文件、政策规划；组建全国消费品召回专家库；建立国家消费品召回信息管理系统，推动问题线索统一收集和召回新闻统一发布；组织重大的缺陷产品案件调查；承担进口产品召回管理；推动消费者安全教育等。

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）（以下称省级市场监管部门）负责本地区消费品召回监督管理工作，主

要包括采集、处理本地区消费品缺陷相关信息；发现本地区生产者生产的消费品可能存在缺陷的，通知生产者开展调查分析及开展缺陷调查；对本地区生产者的召回实施情况进行监督；受总局委托或协助总局开展缺陷调查工作；推动消费者安全教育等。

省级以下市场监管部门根据省级市场监管部门要求，并在其指导或授权下，承担本辖区缺陷信息收集、缺陷调查及召回实施监督、消费者安全教育等工作。

三、工作要求

（一）高度重视。召回是生产者主动或政府责令生产者对已进入使用环节，但存在批量性、系统性安全缺陷的产品，采取免费维修、退货、更换等事后救济措施的活动。实施消费品召回对维护消费者合法权益、提高企业安全责任及管理水平、完善政府事中事后监管模式等具有重要意义。各单位要充分认识到此项工作的重要性，认真组织实施。

（二）加强管理。目前，全国消费品生产企业约 100 万家，召回管理任务十分艰巨。省级市场监管部门要结合本地区实际，明确召回管理职责，明确相关工作人员，明确具体技术机构。有条件的省级市场监管部门要探索召回管理重心下移，明确基层市场监管部门工作任务。

（三）提升能力。加强与 2315 投诉平台、产品质量监督、执法检查、网络监管等工作的沟通合作，推动建立产品安全问题线索共享和协同处置机制。针对智能家电、数字产品、网络销售等新技术新业态，新的产品风险与安全特点，积极探索开展风险评估、技术分析、缺陷调查。加强业务和技术培训，不断提升缺陷调查的能力水平。

（四）缺陷调查。了解地区消费品产业现状，以儿童用品、家用电器、残疾人和老年人等弱势群体使用产品等高风险消费品为重点，加强信息共享，发现区域内企业生产的产品可能存在缺陷的，通知生产者开展调查分析。总局授权地方或有关机构开展异地生产产品或进口产品缺陷调查。符合启动调查条件的，及时开展缺陷调查，必要时进行行政约谈，敦促企业履行召回主体责任。

（五）后续监督。根据生产者备案的召回计划以及提交的召回阶段性和总结性报告，对生产者召回实施情况进行监督。对收集到的涉及召回产品的投诉、伤害事故、媒体报道等信息，及时开展分析评估；发现生产者的召回活动未能取得预期效果的，要求生产者再次实施召回或者

采取其他相应补救措施。

（六）质量提升。不断总结国内外召回经验，加强产品安全共性问题研究，编制重点消费品召回状况报告，为推动产业高质量发展提供数据支撑。会同行业部门、协会，引导企业改进产品设计和标准，推动中小企业、区域质量安全水平整体提升。

（七）宣传教育。利用电视、网络、报刊等媒体，通过论坛、专家政策解读、安全技术解析、消费者安全提示、安全知识进校园、行业共性问题座谈等活动，广泛开展召回宣传教育，引导企业树立召回主体责任意识，指导企业建立完善缺陷产品召回管理体系，让消费者了解和正确认识消费品安全知识，支持召回工作。

四、其他事项

（一）严格按流程开展缺陷调查及认定工作。对在各类产品抽查中发现的不合格产品，涉嫌存在缺陷的，严格依据缺陷调查程序开展缺陷调查。

（二）做好召回计划备案指导工作。指导企业完整、规范地填报召回计划，其中召回产品数量按产品的最小销售单元进行统计，并指导企业及时在信息系统中备案召回计划。

（三）规范召回信息发布工作。召回信息的发布时间应当早于召回活动的开始时间，召回信息的发布内容应当涵盖企业召回计划的主要部分。

（四）重视信息系统的应用。总局建立的国家消费品召回管理信息系统是实现全国消费品召回管理工作规范化、有序化的重要工具，省级市场监管部门要通过系统（<http://xfy.dpac.org.cn> 或 www.samr.gov.cn/zlzfzj）开展相应工作。

附件

消费品召回管理工作规范

第一条 为进一步规范缺陷消费品召回管理工作，确保缺陷消费品召回科学、有效、有序地进行，根据《缺陷消费品召回管理办法》，制定本规范。

第二条 各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）（以下称省级市场监管部门）开展缺陷消费品召回管理工作适用本规范。

第三条 省级市场监管部门应当在本辖区内主动组织收集和分析消费者投诉、产品伤害、监督检查、风险监测等与消费品安全有关的信息。

第四条 省级市场监管部门应当建立缺陷消费品信息分析制度，定期组织专家对涉及消费品安全的信息进行分析。对涉及消费品安全的突发性事件，应当随时分析。

省级市场监管部门应当及时将收集的涉及消费品安全的信息通过国家消费品召回管理信息系统（以下简称信息系统）报国家市场监督管理总局（以下简称市场监管总局）。

第五条 根据信息分析结果，发现本辖区内的消费品可能存在缺陷的，省级市场监管部门应当立即通知生产者开展调查分析（附件1），并要求生产者在规定的时间内（根据案情复杂程度，一般不超过15个工作日），提交调查分析堵果。

第六条 省级市场监管部门应当组织专家对生产者调查分析结果进行评估。重点评估生产者提交的调查分析材料是否真实、完备、科学，证据是否充分。必要时，要求生产者补充提交相关材料。

第七条 下列情况下，省级市场监管部门应当开展缺陷调查：

- （一）生产者未按照通知要求开展调查分析的；
- （二）生产者认为不存在缺陷，经评估认为其调查分析结果不能证明消费品不存在缺陷的；
- （三）市场监管总局委托启动缺陷调查的。

第八条 缺陷调查可通过下列方式开展：

- （一）进入生产者的生产经营场所进行现场调查取证；
- （二）要求生产者提供相关说明材料和相关缺陷产品实物；

(三) 向相关单位和个人了解消费品可能存在缺陷的情况;

(四) 对涉及有关产品安全性能需要通过检测得出结论的, 委托具有法定资质的检测机构进行产品检测;

(五) 通过其他渠道获取必要的佐证资料;

(六) 组织专家对取得的调查资料和实验检测结果进行分析评估。

第九条 对生产者开展现场调查的, 调查人员应当向企业出示执法证件、调查通知书(附件 2) 和被调查产品涉嫌存在缺陷的相关证据(如产品不合格检测报告), 告知调查事由, 依法完成相关调查工作。

第十条 判断消费品是否存在缺陷应同时具备以下三个条件:

(一) 经检测、实验和论证, 消费品存在不符合国家标准、行业标准中保障人身、财产安全要求的情形, 或者其他危及人身、财产安全的不合理的危险;

(二) 上述问题是由于设计、制造、警示标识等原因所导致的;

(三) 上述问题在同一批次、型号或者类别的消费品中普遍存在。

第十一条 涉嫌存在缺陷的产品根据不同情况, 采取如下处置方法:

(一) 国家标准、行业标准对产品是否符合保障人身财产安全要求有规定的, 委托具有法定资质的检测机构进行标准符合性检测。对标准符合性检测结果不合格的, 调查是否在同一批次、型号或者类别的消费品中普遍存在, 以及是否由于设计、制造、警示标识等原因所导致。

(二) 国家标准、行业标准对产品是否符合保障人身财产安全要求没有规定的, 或者虽然符合标准规定, 但仍然有证据表明产品存在危及人身、财产安全的不合理的危险的, 应当通过非标测试、缺陷风险评估等方式判定是否存在缺陷。

第十二条 省级市场监管部门应当及时分析处理缺陷调查获得的资料信息, 完成缺陷调查。调查期间企业主动实施召回的, 终止调查。

第十三条 启动缺陷调查的省级市场监管部门经调查认为消费品存在缺陷的, 应当书面通知(附件 3) 生产者实施召回。

第十四条 生产者对缺陷调查结论提出异议的, 收到异议材料的省级市场监管部门应当组织与生产者无利害关系的 3 名以上的专家(单数), 听取生产者的解释说明, 对生产者提交的异议证明材料进行论证或技术鉴定, 必要时委托具有法定资质的国家产品质量检测机构和实验室开展实验检测, 并形成专家意见。

省级市场监管部门根据专家意见做出确认缺陷调查结果的决定，并将该决定告知生产者。确认消费品存在缺陷的，应当向生产者再次发出书面召回通知；现有证据不能证明消费品存在缺陷的，继续开展缺陷调查或进行信息监测。

第十五条 生产者存在下列情形的，发出召回通知的省级市场监管部门应当责令生产者实施召回：

（一）生产者自收到召回通知之日起 15 个工作日内没有按照书面召回通知要求备案召回计划，也没有提交异议材料的；

（二）向生产者再次发出书面召回通知后，生产者未按照召回通知的要求备案召回计划的。

第十六条 省级市场监管部门责令生产者实施召回时，应当向生产者送达责令召回通知书（附件 4）。

第十七条 省级市场监管部门通知生产者实施召回的，应当告知生产者实施召回的程序和需要提交的相关文件资料及要求，包括：

（一）备案召回计划（附件 5）；

（二）按照召回计划实施召回；

（三）按要求提交召回阶段性报告（附件 6）以及召回总结报

省级市场监管部门应将召回计划、召回总结报告等样表提供给企业，同时要求企业在 5 个工作日内备案召回计划。

第十八条 省级市场监管部门应当通过门户网站等方式及时向社会公布生产者已经确认并备案的缺陷消费品信息以及生产者实施召回的相关信息。

省级市场监管部门应当同时将本条第一款信息通过市场监管总局（www.samr.gov.cn）和市场监管总局缺陷产品管理中心网站（dpac.samr.gov.cn）统一向社会发布召回公告。

第十九条 自生产者召回实施之日起，生产者所在地省级市场监管部门可根据召回监督工作需要和案件具体情况，要求生产者提交召回阶段性报告。

生产者所在地省级市场监管部门应当要求生产者在完成召回计划后 15 个工作日内提交召回总结报告。

第二十条 省级市场监管部门收到涉及实施召回的消費品的投诉、伤害事故等信息，应当对生产者召回活动的有效性进行评估，对生产者

提交的召回计划、召回阶段性报告、召回总结报告进行综合分析，发现生产者的召回活动未能取得预期效果的，应当要求生产者再次实施召回或者采取其他相应补救措施。

第二十一条 本工作规范是指导省级市场监管部门开展消费品缺陷调查及召回管理的试行性文件，若其内容与相关法律、法规以及规范性文件不一致，应以法律、法规和规范性文件为准。

省以下各级市场监管部门按省级市场监管部门的要求开展消费品缺陷调查及召回管理相关工作，可参照本规范进行。

第二十二条 本工作规范由市场监管总局质量发展局负责解释。

第二十三条 本工作规范自颁布之日起实施。

附件 1

消费品调查分析通知书
(发文单位)调查分析(文号)

(生产者):

现发现你公司生产的产品涉嫌存在缺陷,根据《缺陷消费品召回管理办法》的要求,请你公司立即对上述产品进行调查分析,并于____年__月__日前将调查分析结果报送我局。

如你公司确认产品存在缺陷,应按照《缺陷消费品召回管理办法》的要求,主动实施召回。

一、产品基本信息

产品名称				商标	
型号		规格		批次	

二、可能存在的缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

单位(章)

日期: 年 月 日

本文书一式两份。一份送达当事人,一份行政部门存档。

附件 2

消费品缺陷调查通知书
(发文单位)缺陷调查(文号)

(生产者):

根据《缺陷消费品召回管理办法》的规定，由于你公司未按照我局通知(通知标题和文号)要求开展产品调查分析（或由于你公司提供的关于产品调查分析结果不能证明产品不存在缺陷，或根据市场监管总局通知要求），我局将对你公司生产的(产品名称)开展缺陷调查，请予以配合。

一、产品基本信息

产品名称				产品类型	
型号		规格		商标	

二、可能存在的缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

单位（章）：

日期： 年 月 日

本文书一式两份。一份送达当事人，一份行政部门存档。

附件 3

消费品召回通知书
(发文单位) 召回通知 (文号)

(生产者)：

____年__月__日至____年__月__日，我局对你公司生产的产品(缺陷描述)问题开展了缺陷调查及认定工作。经调查核实，确定你公司生产的上述产品存在缺陷。请你公司自收到本通知书之日起 5 个工作日内，按照《缺陷消费品召回管理办法》的有关要求向我局备案召回计划，并实施召回。如对缺陷调查结果有异议，应当自收到本通知书之日起 15 个工作日内向我局提出书面说明，并提供相关证明材料，逾期视为放弃权利。

既不按照本通知要求实施召回又未在规定期限提出异议的，我局将根据《缺陷消费品召回管理办法》的规定责令你公司召回。

一、缺陷产品信息

产品名称				商标	
型号		规格		批次	

二、缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

单位(章)：

日期： 年 月 日

本文书一式两份。一份送达当事人，一份行政部门存档。

附件 4

消费品责令召回通知书
(发文单位) 责令召回通知 (文号)

(生产者)：

经缺陷调查与认定，你公司生产的下述产品存在缺陷。我局已年月日书面通知你公司实施召回(通知名称和文号)，你公司至今未实施召回。根据《缺陷消费品召回管理办法》的规定，责令你公司立即实施召回，并自收到本通知书之日起 5 个工作日内将召回计划通过书面和信息系系统 (<http://xfp.dpac.org.cn>) 两种形式向我局备案。

如果对本责令召回通知书决定不服，可在收到本责令召回通知书之日起 60 日内向省人民政府或质检总局申请行政复议，也可于 6 个月内依法向人民法院提起行政诉讼。

一、缺陷产品信息

产品名称				商标	
型号		规格		批次	

二、缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

单位(章)：

日期： 年 月 日

本文书一式两份。一份送达当事人，一份行政部门存档。

附件 5

消费品召回计划

国家市场监督管理总局（或省级市场监管部门）：

（生产者名称）现备案本召回计划，决定对本计划中所涉及产品实施召回，以消除安全隐患。

1. 生产者信息

召回编号	（信息系统自动生成，不用填写）		
生产者名称			
组织机构代码 （统一社会信用代码）			
地址			邮编
法定代表人		企业网址	
召回负责人		职务	
手机		固定电话	
传真		电子邮件	
召回联系人		职务	
手机		固定电话	
传真		电子邮件	

2. 召回产品信息

产品名称		品牌	
型号/规格		生产批号/批次	
生产起止日期			
生产数量		召回数量	
产品外观特征 及照片			

3. 销售渠道及销售信息（可另附页）

经销商名称	销售日期	销售地区	销售数量	库存数量

注：需注明主要销售商、销售地区及数量。

4. 缺陷描述

4.1 缺陷具体情形、所在位置（及照片）

4.2 缺陷产生原因

4.3 缺陷确定的时间和方法

4.4 缺陷鉴定检测的数据或报告（可附页）

4.5 缺陷可能导致的后果（说明可能产生的危险及其严重程度）

4.6 缺陷的投诉、索赔及故障案例信息。包括但不限于：缺陷报告案例或投诉数量、事故、人员伤亡情况、保修或索赔案件、国外发生的前述数据。

4.7 如果缺陷的零部件或者用于召回维修的零部件是从其它生产者采购的，提供该制造商的详细信息。

缺陷零部件生产者名称： _____

地址： _____

法定代表人： _____ 电话： _____

传真： _____ E-mail： _____

用于召回维修的零部件生产者名称： _____

地址： _____ 法定代表人： _____

电话： _____ 传真： _____

注：如零部件生产者未变更，则不需重复填写。

5. 缺陷的补救措施

5.1 停止生产销售缺陷产品的措施（可另附页）

5.2 通知经营者停止销售缺陷产品的措施（可另附页）

5.3 告知消费者避免损害发生的应急处置方法

5.4 采取的召回措施（退货/换货/修理/补充消费说明以及召回措施有效性的说明）

5.5 是否在其它国家或地区召回（是否）

（如果选择“是”，请说明在哪些国家或地区实施召回、召回数量、召回措施及召回时间安排。）

6. 召回的实施

6.1 召回的具体组织实施及计划完成时限等（可另附页）。

6.2 建议国家市场监督管理总局向社会发布召回信息的时间

6.3 计划向社会发布缺陷产品召回信息的方式

6.4 缺陷产品/零部件无害化处理方式

7. 对召回效果的预测（预计召回缺陷产品的数量及时间评估）

生产者（章）

日期： 年 月 日

附件 6

消费品召回阶段性报告

(省级市场监管部门)：

根据《缺陷消费品召回管理办法》和你局的要求，我公司现对召回编号为_____的召回活动提交召回阶段性报告。

召回基本信息	召回编号		
	召回公告发布时间		
	产品名称、型号		
	生产起止日期		
	缺陷描述		
本报告提交人		联系方式	
备案的召回起止时间			
召回阶段性报告起止时间			
缺陷产品总数量		本阶段召回数量	
预期完成率		本阶段实际完成率	
本阶段召回实施情况(停止生产、销售情况；通知消费者、销售者情况；产品召回情况等等，可附页)			
下一步采取的措施			
本阶段对此次召回措施有效性的评估			

生产者名称(签章)

日期： 年 月 日

附件 7

消费品召回总结报告

(省级市场监管部门)：

按照《缺陷消费品召回管理办法》的有关规定，我公司现对召回编号为
_____ 的召回活动提交召回总结报告。

召回基 本信息	召回编号		
	召回公告发布时间		
	产品名称、型号		
	生产起止日期		
	缺陷描述		
本报告提交人	联系方式		
备案的召回起止时间			
缺陷产品总数量		实际召回缺陷产 品数量	
预期完成率		实际完成率	
发布召回信息情况和通知消 费者情况			

未完成召回的原因说明	
对未实施召回的产品采取的措施	
此次召回措施有效性的评估	

生产者名称（签章）

日期： 年 月 日

国家市场监督管理总局办公厅

2019年8月21日