**《化妆品个性化服务指南》团体标准**

**编制说明**

1. 标准起草基本情况

随着居民消费水平的不断提升，我国化妆品市场规模逐年增加。国家统计局发布的社会消费品零售数据显示，2014-2021年，化妆品零售额稳步上升，最高达到4026亿元；虽然在2022年下跌至3936亿元，但随着市场的回暖，2023年化妆品市场规模仍然可观。在践行新发展理念、构建新发展格局的大背景下，化妆品个性化服务也为拉动内需创新转型发展提供了一个方向，在这个方向上，国内外的企业已经开始布局。 2022年11月《国家药监局综合司关于开展化妆品个性化服务试点工作的通知》，鼓励围绕彩妆、护肤等普通化妆品，在皮肤检测、产品跟踪、个性化护肤服务方案等方面进行试点，探索化妆品个性化服务的可行模式和有效监管措施，形成可复制、可推广的经验做法，以满足消费者诉求，助力实现国家“十四五”和2035年远景目标纲要中的培育高端化妆品品牌目标。

但目前，化妆品个性化服务还存在非常多的问题，如个性化服务的范畴不明确；个性化服务包括哪些环节、需要具备哪些要求等没有明确的规范。因此为进一步落实化妆品个性化服务，经珠海伊斯佳科技股份有限公司提案，中国香料香精化妆品工业协会提出制定《化妆品个性化服务指南》团体标准，经立项公示通过立项，组织制定工作。

1. 工作来源

2023年7月，本团体标准经中国香料香精化妆品工业协会审议通过立项，通知见《关于2023年中国香料香精化妆品工业协会团体标准（第四批）立项公示的通知》。

2. 起草单位与主要起草人

本标准负责起草单位：珠海伊斯佳科技股份有限公司。

参与起草单位暂有：上海家化联合股份有限公司、欧莱雅（中国）有限公司、完美（广东）日用品有限公司、北京茉颜定制生物科技有限公司、珠海市丝域生物科技有限公司、美之修行信息科技（上海）有限公司、北京旷视科技有限公司、谱尼测试集团有限公司、上海微谱检测科技集团股份有限公司。

本标准主要起草人：

3. 主要工作过程

2023年5月，珠海伊斯佳科技股份有限公司作为立项申请人向中国香料香精化妆品工业协会提出《化妆品个性化服务指南》团体标准立项提案。

2023年7月7日，经中国香料香精化妆品工业协会初审并征求行业专家立项论证和审核，《化妆品个性化服务指南》团体标准正式获批立项，并在协会官方网站进行了为期15日的公示。

本标准由珠海伊斯佳科技股份有限公司主持起草。

本标准起草前期，珠海伊斯佳科技股份有限公司参与了制造行业关于大规模个性化定制通用标准，又积累了化妆品行业个性化服务的实践经验，为该标准起草奠定了基础；在立项后，珠海伊斯佳科技股份有限公司牵头成立了标准起草小组，进行了资料的检索和信息的收集工作，分析了国内外现状，编写完成《化妆品个性化服务指南》团体标准初稿，并以线上会议方式组织起草组内对初稿进行讨论，经过充分的讨论，对初稿进行了多次修改，并结合个性化服务试点现况，形成征求意见稿。

在编写制定过程中，广泛征集行业内各相关公司和单位的意见，包括上海家化联合股份有限公司、欧莱雅（中国）有限公司、完美（广东）日用品有限公司、北京茉颜定制生物科技有限公司、珠海市丝域生物科技有限公司、美之修行信息科技（上海）有限公司、北京旷视科技有限公司、谱尼测试集团有限公司、上海微谱检测科技集团股份有限公司等多家单位的建议和意见反馈，于2024年1月26日完成征求意见稿及编制说明。

二、与我国有关法律法规和其他标准的关系

2022年11月，国家药监局综合司发布了“关于开展化妆品个性化服务试点工作的通知”，目的是探索化妆品个性化服务的可行模式和有效监管措施，形成可复制、可推广的经验做法，更好地满足消费者需求，推动中国化妆品品牌建设和产业高质量发展。但目前没有公开的化妆品个性化服务相关的国家标准、行业标准或团体标准。本标准包含了化妆品个性化服务的术语与定义，描述了其业务流程和一般要求，为试点工作的开展提供可参考的业务流程要求，有利于推动个性化服务的模式发展。同时也是秉着团体标准的“开放性”、“科学性”、“先进性”的原则制定了本标准。

三、国外有关法律、法规和标准情况的说明

韩国于2020年3月13日颁布第1603号总理令，制定了定制化妆品调剂管理师资格考试的时间、程序、方法等，定制化妆品经销商具体遵守事项等相关行政处罚标准，让经销场所通过混合、分装化妆品内容物的定制方式合法化。但与我国的化妆品个性化服务试点不同，目前上海浦东的化妆品个性化服务试点，经销场所的调配需取得监管部门颁发的“现场个性化服务”生产许可证”后才可实施；北京的化妆品个性化服务试点则是允许试点单位在工厂进行相关的混合调配服务。

其他国家则未有化妆品个性化服务相关法律、法规和标准。

四、标准的制订与起草原则

本标准的制定符合产业发展的原则，本着先进性、科学性、合理性和可操作性的原则以及标准的目标、统一性、协调性、适用性、一致性和规范性原则来进行本标准的制定工作。

本标准起草过程中，主要依据《GB/T 1.1标准化工作导则 第1部分:标准化文件的结构和起草规则》进行编写。本标准制定过程中，主要参考了以下标准或文件：

《GB/T16784工业产品售后服务 总则》

《GB/T17242—1998投诉处理指南》

五、标准主要内容的说明

本文件规定了化妆品个性化服务的术语与定义，描述了其业务流程、需求识别与评估、研发设计和匹配、物料采购、营销销售、配制/生产制造、物流配送、售后服务等主要活动的流程和要求。

化妆品个性化服务 （cosmetics personalized service）的定义， 指通过检测手段（包括不限于调查问卷、基于拍照的AI分析、光学影像分析、皮肤细胞生理学检测、基因检测等）采集客户的皮肤或皮肤附属器相关数据，针对个体特点与需求进行化妆品服务方案推荐、产品匹配和配制/生产制造的服务模式。

本标准介绍了个性化服务的两种类型：1）基于线上/线下检测和门店/工厂配制的化妆品个性化服务：通过线上/线下检测后，经科学的皮肤分型框架和模型分析，从已有的产品配方库中匹配出个性化服务产品，并通过门店非接触式设备或工厂调配出个性化服务产品；2）基于线上/线下检测和工厂生产的个性化服务：指通过线上/线下检测后，经科学的皮肤分型框架和模型分析，从原料库、产品配方库中匹配出个性化服务产品配方并通过智能化产线生产出个性化服务产品。

本标准还规范了化妆品个性化服务的业务流程和一般要求。

化妆品个性化服务业务流程可以包括需求识别与评估、研发设计与匹配、物料采购、营销销售、配制/生产制造、物流配送、售后服务等主要活动，每个活动具有相关的支撑系统。企业在化妆品个性化服务业务开展前，应具备：化妆品生产经营资质；皮肤或皮肤附属器等相关检测能力；建立科学的分型框架和模型，及对应的原料、产品配方库。在开展化妆品个性化服务中，企业应确保：涉及到的所有原材料、半成品、成品应符合国家相关法律法规、技术规范、标准等文件要求；涉及到的配制/生产制造符合质量管理体系要求;客户相关个人信息的处理符合国家相关法律法规的要求。

该标准规范了业务流程中主要活动环节的要求，其中需求识别与评估活动指对客户明确和潜在的化妆品个性化服务需求进行获取、分析和反馈，并对需求识别和需求评估做了相应的要求；研发设计与匹配活动指根据需求识别与评估结果进行化妆品个性化服务产品或产品族的研发设计，并建立设计开发、评审机制，充分运用实验或检测设备等对化妆品个性化服务产品进行验证，研发设计与匹配主要包括方案和产品研发设计、产品匹配、产品验证等，并对相应内容做了相应要求；物料采购活动指根据客户销售订单从供应商处采购满足化妆品个性化服务需求的原材料等，对宜符合的条件进行了说明；营销销售活动指完成客户销售订单确认并收取定金/全款，主要包括营销、销售等，并对相关内容做了规范；配制/生产制造，区分了配制活动和生产制造活动；物流配送活动指依据销售订单进行产品的物流配送，并对该活动进行了规范；售后服务活动指在客户收到化妆品个性化服务产品后为满足客户的需求向其提供的使用问题投诉、咨询等一系列差异化服务措施，应符合 GB/T 16784、GB/T 17242—1998的基本内容，宜主要包括售后服务、增值服务等；最后对交互平台进行了规范。

综上所述，整个标准对个性化服务的业务流程进行了规范，便于企业参考实施化妆品个性化服务，有利于个性化服务模式的推广和发展。

六、征求意见的采纳情况（附《征求意见汇总处理表》、重大意见分歧的处理结果和依据）

无

七、标准实施日期和实施建议

无

八、其他需要说明的事项（含涉及专利情况说明）

专利说明：无