

附件

河北省消费品生产企业召回指南(征求意见稿)

生产者是缺陷消费品的召回主体。为督促消费品生产企业落实主体责任,规范召回实施程序,提升产品质量和信誉水平,维护广大消费者合法权益,依据《消费品召回管理暂行规定》等规定,制定本指南。

1 召回准备

生产者应当对其生产的消费品的安全负责。生产者和从事消费品销售、租赁、修理等活动的其他经营者应当建立消费品缺陷信息的收集核实和分析处理制度,当发现生产经营的消费品存在已经造成或者可能造成死亡、严重人身伤害、重大财产损失的情形或者在中华人民共和国境外实施召回情形的,应当自发现之日起二个工作日内向所在地省级市场监督管理部门报告。

1.1 调查分析

当生产者发现消费品可能存在缺陷或省级以上市场监管部门发现消费品可能存在缺陷的,通知生产者开展调查分析,生产者应当按照通知要求开展调查分析,并将调查分析结果报告省级市场监督管理部门。

1.2 配合缺陷调查

下列情况下,省市场监管局会组织开展缺陷调查:

- (1) 生产者未按照通知要求开展调查分析；
- (2) 省级市场监督管理部门认为调查分析结果不足以证明消费品不存在缺陷的；
- (3) 省级以上市场监督管理部门认为消费品可能存在足以造成严重后果或者影响范围较大的缺陷的。

生产者须积极配合市场监督管理部门开展的缺陷调查，提供调查需要的资料、消费品和专用设备。调查期间企业主动实施召回的，终止调查。

省市场监管局经调查认定消费品存在缺陷的，会通知生产者实施召回。生产者接到召回通知，认为消费品存在缺陷的，应当立即实施召回。生产者认为消费品不存在缺陷的，可以自收到通知之日起十个工作日内向通知其召回的市场监督管理部门提出异议，并提供相关材料。接到异议的市场监督管理部门应当审查相关材料，必要时组织相关技术机构或者专家采用检验、检测、鉴定或者论证等方式进行缺陷认定，并将认定结果通知生产者。认定消费品存在缺陷的，生产者应当立即实施召回。

1.3 责令召回

生产者存在下列情形的，由国家市场监督管理总局责令其实施召回。生产者应当立即实施召回：

- (1) 生产者既不按照市场监督管理部门通知要求实施召回又未在规定期限内提出异议；
- (2) 经缺陷认定确认消费品存在缺陷但仍未实施召回的。

生产者认为消费品存在缺陷或者被责令实施召回的，应当立

即停止生产、销售、进口缺陷消费品，通知其他经营者停止经营。

2 召回实施

2.1 报告召回计划

生产者主动实施召回的，应当自调查分析认为消费品存在缺陷之日起十个工作日内向所在地省级市场监督管理部门报告召回计划；生产者按照市场监督管理部门通知实施召回的，应当自接到通知之日起十个工作日内向通知其召回的市场监督管理部门报告召回计划；生产者被责令实施召回的，应当自被责令召回之日起十个工作日内向国家市场监督管理总局报告召回计划。

生产者实施召回，应当向市场监管机构报告《消费品召回计划》（附件 1）、《消费品召回事项说明》（附件 2）、《消费品召回新闻稿》（附件 3）、《消费品召回常见问题问与答》（附件 4），（以上文件统称召回格式文件），并应对其内容的真实性、准确性及召回措施的有效性负责。

2.1.1 要求

生产者必须严格按照召回格式文件进行填写，不得随意修改和删减，如需更新召回格式文件，由总局统一进行修改并备注版本号后重新下发。

召回受理单位负责对生产者提交的召回格式文件进行形式评估，确保格式和内容准确全面，但不可以变更为审批制。生产者对召回格式文件内容的真实性、准确性及召回措施的有效性负责。

生产者与召回受理单位共同确定好召回格式文件后，生产者需通过统一的信息系统提交召回格式文件，并获取召回编号。

2.1.2 方法

生产者报告召回格式文件时，按以下方法进行填写，并根据需要，提供有关证明材料。

(1) 生产者信息：

——生产者名称：进口产品填写进口商或指定机构；

——召回编号：在系统上申请即可自动生成编号；

——组织机构代码：可填写社会信用代码；

——地址：填写法人注册地址；

——法定代表人：填写生产者法定代表人；

——召回负责人和召回联系人：上述人员的电话、电子邮件必须填写；

——企业网址：企业有网址的（含电商销售链接），必须填写。

(2) 产品信息：

——产品名称：召回产品的正式名称；

——产品品牌：召回产品的品牌名称；

——型号/规格：召回产品的型号或规格；

——生产批号/批次：召回产品的批次号；

——生产起止日期：召回产品的生产起止日期；

——生产数量：召回产品的实际生产数量；

——召回数量：召回产品实际上的销售数量，流通数量包含在运输途中产品，不包括库存产品，数量单位以最小销售包装计算；

——产品类型：区分召回产品是进口还是国产，在产品类

型的前面打勾选取；

——产品外观特征及照片：对召回产品加以描述，并附产品外观照片。

(3) 销售渠道及销售信息。注明主要销售商、销售地区及数量。

(4) 缺陷描述：

——缺陷具体情形、所在位置（及照片）；

——缺陷产生原因：阐述是否设计、制造或警示标识；

——缺陷确定的时间和方法：方法一般指来源，如监督检查、执法检查还是其他等等；

——缺陷鉴定检测的数据或报告：提供检测报告，可另附页；

——缺陷可能导致的后果：说明可能产生的危险及其严重程度；

——缺陷的投诉、索赔及故障案例信息：没有则不需提供；

——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。

(5) 缺陷的补救措施：

——停止生产销售缺陷产品的措施：可另附页；

——通知经营者停止销售缺陷产品的措施：可另附页；

——告知消费者避免损害发生的应急处置方法：可另附页；

——采取的召回措施：包括退货/换货/修理/补充消费说明以及召回措施有效性的说明；

——是否在其他国家召回。

(6) 召回的实施：

——召回的具体组织实施及计划完成时限等：简要描述生产者组织实施召回的机制、人员、计划、完成时间等。可另附页；

——建议向社会发布召回信息的时间：一般情况下，要预留 5 个工作日待总局进行新闻发布流程审批；

——计划向社会发布缺陷产品召回信息的方式：必须提供向社会发布信息的网站或热线电话；

——缺陷产品/零部件无害化处理方式：对回收的产品如何处理的方式。

——召回费用预算：缺陷产品单值、单件召回成本、召回预算经费及其分项说明。

(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。

(8) 生产者（章）及日期。生产者最终确认后，加盖骑缝章及尾页公章。

2.2 召回计划通报

生产者应当将报告的召回计划的有关内容通报相关经营者。经营者获知消费品存在缺陷的，应当立即停止销售、租赁存在缺陷的消费品，并协助生产者实施召回。

2.2.1 要求

生产者需要将报告的召回计划的有关内容（保密内容除外）通报相关经营者，以便于经营者配合生产者发布召回信息，

通知消费者等工作。

经营者获知消费品存在缺陷后，应当立即停止销售、租赁存在缺陷的消费品，并协助生产者实施召回。经营者作为消费品产业链中的重要环节，需要配合生产者、消费者和市场监管机构完成召回工作，提高召回完成率。尤其是电商销售平台等更需积极配合生产者发布召回信息，并主动通知到消费者。

2.2.2 方法

生产者需提供材料证明已经将召回计划通报给相关经营者。

经营者如果获知消费品存在缺陷后，可采取配合生产者发布召回信息，提供相关消费者联系方式或主动通知消费者的方式来配合生产者实施召回。如果经营者拒绝协助生产者实施召回的，由市场监管机构督促其配合。

2.3 生产者召回实施

生产者应当按照已经报告的召回计划实施召回，并对缺陷产品依法进行无害化处理。

生产者实施召回，应当自召回计划提交之日起 3 个工作日内，通过报刊、网站、广播、电视等便于公众知晓的方式发布信息，告知消费者消费品存在的缺陷、避免损害发生的应急处置方法和生产者消除缺陷的措施等事项。相关经营者应当在门店、网站等销售场所发布召回计划。

生产者应当通过热线电话、网络平台等方式接受公众咨询。

生产者应当承担消除缺陷或者降低安全风险的费用。

生产者采取的召回措施应符合以下要求：

——生产者对缺陷产品依法进行无害化处理，并非要求对所有召回的产品都进行无害化处理，而是指涉及召回措施为回收缺陷产品或缺陷零部件的情况；

——生产者可通过网站发布召回信息，鼓励其通过报刊、广播、电视等方式扩大召回信息的覆盖面；

——生产者提供的热线电话必须有效，网络链接必须便于消费者获知和查询，不可以为空号或无效链接；

——生产者应当承担消除缺陷或者降低安全风险的必要费用，不可以要求消费者承担。

——生产者应当按照召回计划实施召回。对采取更换、退货方式召回的缺陷消费品，生产者应当按照有关规定进行处理。未消除缺陷或者降低安全风险的，不得再次销售或者交付使用。

生产者应当自召回实施之日起每三个月向报告召回计划的市场监督管理部门提交召回阶段性总结（附件 5），并在完成召回计划后十五个工作日内提交召回总结（附件 6）。

生产者应当制作并保存召回记录。召回记录的保存期不得少于五年。

生产者发现召回的消费品范围不准确、召回措施未能消除缺陷或者降低安全风险的，应当重新实施召回。

附件 1

消费品召回计划

生产者名称			
产品名称		品牌	
型号/规格			
生产起止日期		涉及数量	
生产批号/批次			
召回启动时间		计划完成时间	
产品描述及 外观照片			
存在的缺陷			

避免损害发生的应 急处置方式	
具体召回措施	
召回负责机构	
召回联系方式	
召回进度安排	
其他需要报告的内容	

其他信息	相关用户也可以登录河北省缺陷产品召回管理中心网站 (http://www.hebdprac.cn/) 以及关注微信公众号 (河北省缺陷产品召回管理中心), 或拨打缺陷产品管理中心热线电话: 0311-67568270, 了解更多信息。
------	---

消费品召回事项说明

河北省市场监督管理局：

_____ (生产者名称) 现说明本召回相关事项, 决定对本事项说明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			
生产者名称			
组织机构代码			
地址		邮编	
法定代表人		企业网址	
召回负责人		职务	
固定电话		手机	
传真		电子邮件	
召回联系人		职务	
固定电话		手机	
传真		电子邮件	

注：生产者在国家缺陷消费品召回综合管理信息平台 (<https://xfp.dpac.org.cn>) 注册、报告后, 系统将自动生成召回编号。

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		涉及数量	
产品生产类型	国产/进口		
产品外观特征及照片			

3.销售渠道及销售信息（可另附页）

销售商名称	销售地区	销售数量	销售日期	库存数量

注：需注明主要销售商、销售地区及数量。说明直销还是分销，并注明主要经销商、销售地区及数量，若涉及经销商数量较多时，可以以附件形式提供。

4.缺陷描述信息

4.1 缺陷具体情形、所在位置及照片（图片）

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，以及全球其它市场的前述数据。

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： _____ E-mail： _____

注：如零部件生产者未变更，则不需重复填写。

5.缺陷补救措施

5.1 停止生产销售缺陷产品的措施（可另附页）

5.2 通知其他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（补充或修正警示标识/修理/更换/退货等补救措施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. 召回实施

6.1 召回的具体组织实施及计划完成时间等 (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)

8.召回费用预算

涉及数量		消费品单价 (元)	
缺陷涉及的 零部件名称			
零部件数量		零部件单价 (元)	
召回维修工时 (小时)		召回工时费 (元/小时)	
零部件物流费用 (万元)		召回管理费用 (万元)	
支付给经销商的 其它费用 (万元)		处理召回维修更换 后的零部件费用 (万元)	
其它召回成本 (万元)		召回预算费用总计 (万元)	
备注			

生产者 (章)

日期: 年 月 日

消费品召回新闻稿

XX 公司（扩大）召回（部分）锂离子电池

日前，XX 公司（受缺陷调查影响）按照《消费品召回管理暂行规定》的要求，（主动）向国家市场监督管理总局（或省级市场监督管理部门全称）报告了召回计划，将自即日起，（扩大）召回 XX 年 XX 月至 XX 年 XX 月期间制造的（部分）XX 型号锂离子电池，涉及数量为 X 件。（此次召回是在 XX 年 XX 月 XX 日实施的锂离子电池召回活动基础上的扩大召回，两次共计召回数量为 X 件。）

本次召回范围内的锂离子电池，由于在生产过程中混入多余物，可能存在过热起火的安全隐患。对于召回范围内的锂离子电池，XX 公司将积极落实企业主体责任，开展缺陷产品召回、安全技术改进工作，提升产品安全水平（制造商填写，其他采购商、授权机构不需填写），并免费为客户更换一件全新的符合要求的锂离子电池，以消除安全隐患。

XX 公司将自即日起在官方网站（www.xxx.com）上发布召回计划，提示持有受影响产品的消费者停止使用该产品并联系 XX 公司或其经销商进行免费更换。用户可登录 XX 公司官方网

站查看持有的产品是否为在受影响范围内,或通过客户服务热线 (XX-XXXX) 进一步了解具体情况。用户也可登录河北省缺陷产品召回管理中心网站 (<http://www.hebdprac.cn/>) 以及关注微信公众号 (河北省缺陷产品召回管理中心) 了解更多信息。此外,用户也可拨打缺陷产品管理中心热线电话: 0311-67568270 反映召回活动实施过程中的问题或提交缺陷线索。

消费品召回常见问题问与答

例如：

1.为何要对 XX 型号等部分锂离子电池采取召回措施？

答：

2.产品召回所产生的物流费用由谁承担？

答：

3.生产者的服务热线？

答：

4.等等...

消费品召回阶段性报告

河北省市场监督管理局：

按照《消费品召回管理暂行规定》的有关规定，我公司现对召回活动提交召回阶段性报告。

召回 基 本 信 息	召回编号			
	公告发布时间			
	产品名称型号			
	生产起止日期			
	产品缺陷描述			
	召回起止时间			
本报告起止时间				
本报告提交人		联系方式		
缺陷产品数量		本阶段召回数量		
本阶段预期完成率		本阶段实际完成率		
缺陷产品单值		单件召回成本		
召回预算经费		本阶段支出经费		
本阶段完成率评估	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否达到完成率目标			
产品销售渠道	<input type="checkbox"/> 官网 <input type="checkbox"/> 电商 <input type="checkbox"/> 专营门店 <input type="checkbox"/> 商场 <input type="checkbox"/> 超市 <input type="checkbox"/> 其他：_____			

产品设计寿命	
召回信息发布渠道	<input type="checkbox"/> 网站 详细网站: _____ <input type="checkbox"/> 新闻媒体 详细媒体: _____ <input type="checkbox"/> 自媒体 详细自媒体平台: _____ <hr/> <input type="checkbox"/> 门店公告 <input type="checkbox"/> 其他方式 _____
通知消费者方式	<input type="checkbox"/> 电话 <input type="checkbox"/> 短信 <input type="checkbox"/> 电子邮件 <input type="checkbox"/> 信件 <input type="checkbox"/> 其它: _____ <hr/>
召回活动准备情况	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回工作团队。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否对召回工作团队进行业务培训。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否预算了召回活动经费, 预算经费_____元。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回活动咨询热线电话, 共有__部。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回活动咨询网络平台, 列出: _____。 <hr/>
缺陷产品召回措施	<input type="checkbox"/> 修正或补充标识 <input type="checkbox"/> 修理 <input type="checkbox"/> 更换 <input type="checkbox"/> 退货 <input type="checkbox"/> 其它: _____ <hr/>
召回措施是否有效	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否出现新的伤害的投诉, 如有, 投诉____起。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否出现新增缺陷, 如有, 新的缺陷: _____ <hr/> <hr/> <hr/>

<p>未达到预期完成率的原因</p>	<p><input type="checkbox"/>消费者未能获知召回信息</p> <p><input type="checkbox"/>消费者联系不上。</p> <p><input type="checkbox"/>消费者召回愿意不强烈。</p> <p><input type="checkbox"/>产品已经报废。</p> <p><input type="checkbox"/>召回措施对消费者不太便捷。</p> <p><input type="checkbox"/>召回等待时间太长。具体等待时间：_____</p> <p>_____</p> <p><input type="checkbox"/>消费者认为召回措施解决不了问题。</p> <p><input type="checkbox"/>召回存在附加条件。附加条件：_____</p> <p>_____</p> <p><input type="checkbox"/>其它原因。列出：_____</p> <p>_____</p>
<p>本阶段召回措施有效性评估</p>	
<p>下一步计划采取的措施</p>	
<p>注：完成率=完成召回消费品数量/涉及消费品数量</p>	

生产者名称 (签章)

日期: 年 月 日

消费品召回总结报告

河北省市场监督管理局：

按照《消费品召回管理暂行规定》的有关规定，我公司现对召回活动提交召回总结报告。

召回 基本 信息	召回编号			
	公告发布时间			
	产品名称型号			
	生产起止日期			
	产品缺陷描述			
	召回起止时间			
本报告提交人		联系方式		
缺陷产品数量		实际召回数量		
预期完成率		实际完成率		
缺陷产品单值		单件召回成本		
召回预算经费		实际支出经费		
完成率评估	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否达到召回完成率目标			
产品销售渠道	<input type="checkbox"/> 官网 <input type="checkbox"/> 电商 <input type="checkbox"/> 专营门店 <input type="checkbox"/> 商场 <input type="checkbox"/> 超市 <input type="checkbox"/> 其他：_____			

产品设计寿命	
召回信息发布渠道	<input type="checkbox"/> 网站 详细网站: _____ <input type="checkbox"/> 新闻媒体 详细媒体: _____ <input type="checkbox"/> 自媒体 详细自媒体平台: _____ <hr/> <input type="checkbox"/> 门店公告 <input type="checkbox"/> 其他方式 _____
通知消费者方式	<input type="checkbox"/> 电话 <input type="checkbox"/> 短信 <input type="checkbox"/> 电子邮件 <input type="checkbox"/> 信件 <input type="checkbox"/> 其它: _____ <hr/>
召回活动准备情况	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回工作团队。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否对召回工作团队进行业务培训。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否预算了召回活动经费, 预算经费_____元。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回活动咨询热线电话, 共有__部。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回活动咨询网络平台, 网络平台名称: _____ <hr/>
缺陷产品召回措施	<input type="checkbox"/> 修正或补充标识 <input type="checkbox"/> 修理 <input type="checkbox"/> 更换 <input type="checkbox"/> 退货 <input type="checkbox"/> 其它: _____ <hr/>
召回措施是否有效	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否出现新的伤害的投诉, 投诉_____起。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否出现新增缺陷, 新的缺陷: _____ <hr/>

<p>未达到预期 完成率的原因</p>	<p><input type="checkbox"/>消费者未能获知召回信息。</p> <p><input type="checkbox"/>消费者联系不上。</p> <p><input type="checkbox"/>消费者召回愿意不强烈。</p> <p><input type="checkbox"/>产品已经报废。</p> <p><input type="checkbox"/>召回措施对消费者不太便捷。</p> <p><input type="checkbox"/>召回等待时间太长。具体等待时间：_____</p> <p><input type="checkbox"/>消费者认为召回措施解决不了问题。</p> <p><input type="checkbox"/>召回存在附加条件。附加条件：_____</p> <p><input type="checkbox"/>其它原因。例出：_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>此次召回措施 有效性评估</p>	
<p>其它需要 说明的问题</p>	
<p>注：完成率=完成召回消费品数量/涉及消费品数量</p>	

生产者名称 (签章)

日期: 年 月 日