

<<化妆品管理与法规>>

图书基本信息

书名：<<化妆品管理与法规>>

13位ISBN编号：9787122033673

10位ISBN编号：7122033678

出版时间：2008-9

出版时间：高瑞英 化学工业出版社 (2008-09出版)

作者：高瑞英 编

页数：315

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<化妆品管理与法规>>

### 内容概要

全书从保证化妆品质量安全有效的根本目的着手,着重阐述化妆品生产、质量控制、技术标准、安全有效性评价、市场流通、销售和监管的主要环节,解析化妆品管理及相关法律法规的主要内容,总结化妆品监督管理的规律,介绍化妆品管理的标准化、科学化、国际化发展趋势。编者在编写过程中紧跟国家化妆品管理法律法规和技术标准的最新动态,对各监管部门、各项法规制度进行归类总结,条理清晰、一目了然。

每一章节均附有学习目标、课后思考。

书中还有案例、链接、资料卡等内容,形式活泼,便于翻阅和浏览,帮助读者了解现行的化妆品行业管理体制及法规。

对培养化妆品从业人员专业素质,提高法律意识,有重要指导意义。

本书内容广泛,应用性强,法规和标准新,对企业有较强参考价值。

本书可供美容和化妆品类专业高职高专学生使用,也可供相关专业其他层次的学生使用,对企业培训也有一定的参考作用。

## &lt;&lt;化妆品管理与法规&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 国内外化妆品行业发展及管理概况第二篇 卫第一章 化妆品概述第二章 第三章第一节 化妆品的概念第二节 化妆品的分类第三节 化妆品质量监管的重要性思考题第二章 国内外化妆品行业总体状况第一节 中国化妆品工业发展史第二节 国际化妆品及相关工业发展现状第三节 国内化妆品工业发展现状川思考题第三章 世界化妆品管理模式第一节 欧盟的化妆品管理模式第二节 美国化妆品管理模式第三节 日本的化妆品管理模式第四节 化妆品规定的国际协调思考题第二篇 我国化妆品管理与立法概况第四章 中国的化妆品管理与立法第一节 化妆品相关法规的渊源第二节 中国的化妆品立法背景第三节 我国目前化妆品管理体系第四节 化妆品行政监督管理组织第五节 化妆品行业组织及相关协会思考题第五章 化妆品违法行为的法律责任第一节 行政责任第二节 民事责任第三节 刑事责任思考题第三篇 化妆品卫生监督管理第六章 化妆品卫生监督管理第一节 化妆品卫生监督概况门第二节 化妆品卫生许可制度的法律依据, 第三节 化妆品卫生监督条例及其实施细则第四节 化妆品生产企业卫生规范思考题第七章 化妆品卫生许可证的申报与管理第一节 化妆品的卫生行政许可的法律依据第二节 化妆品卫生行政许可程序第三节 化妆品卫生行政许可报批当中的常见问题和注意事项思考题第四篇 化妆品生产监督管理第八章 化妆品生产监督管理第一节 化妆品生产许可证制度及法律依据第二节 生产许可证的办理程序第三节 生产企业的生产条件要求第四节 产品质量检验第五节 生产许可证的监督管理思考题第九章 化妆品技术法规第一节 技术法规与技术标准第二节 化妆品技术标准第三节 化妆品技术标准的查询第四节 化妆品企业标准思考题第十章 化妆品原料管理第一节 化妆品原料管理第二节 《化妆品卫生规范》(2007年版)对原料的管理第三节 化妆品的成分标注第四节 化妆品原料的分类第五节 化妆品原料的命名与索引思考题第五篇 化妆品安全与功效性评价工第十一章 化妆品安全性评价第一节 化妆品安全性评价的程序及检测机构第二节 化妆品安全性评价的毒理学检测第三节 人体安全性和功效性评价检验方法思考题第十二章 化妆品人体不良反应监测管理第一节 化妆品皮肤病诊断与不良反应监测第二节 我国化妆品皮肤不良反应监测情况思考题第六篇 化妆品市场监督管理丑第十三章 化妆品包装、标签标识和说明书第一节 化妆品包装外观要求第二节 化妆品标签标识第三节 进出口化妆品标签审核第四节 化妆品使用说明书的编写原则思考题第十四章 化妆品计量法规第一节 中华人民共和国计量法第二节 计量相关法律法规第三节 定量包装商品计量监督管理思考题第十五章 化妆品流通领域的监督管理第一节 化妆品流通领域情况介绍第二节 企业的市场渠道建设方向第三节 直销管理第四节 禁止传销条例第五节 《零售商促销行为管理办法》思考题第十六章 化妆品广告管理第一节 广告管理的含义和特性第二节 广告管理的内容和方法第三节 化妆品广告管理思考题第十七章 化妆品进出口第一节 进口化妆品市场监管的重要性第二节 《进出口化妆品监督检验管理办法》思考题第七篇 美容管理法规第十八章 美容管理第一节 中国美容行业总体状况第二节 医疗美容服务管理办法思考题第八篇 其他相关法规第十九章 其他相关法规第一节 合同法第二节 商标法第三节 专利法第四节 公司法第五节 公司登记注册程序及相关法规第六节 税法第七节 消费者权益保护法思考题附录附录一 化妆品生产企业卫生规范(2007年版)附录二 中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例(2005)附录三 进出口化妆品监督检验管理办法(2000)附录四 定量包装商品计量监督管理办法(2006)附录五 化妆品标识管理规定(2007)附录六 美容美发管理暂行办法(2005)附录七 化妆品监管部门、协会及相关资源网站附录八 常见标准代号一览表参考文献

## <<化妆品管理与法规>>

### 章节摘录

插图：第一篇 国内外化妆品行业发展及管理模式概况第一章 化妆品概述学习目标：通过本章节的学习，掌握国内外对化妆品定义及化妆品的分类，熟悉化妆品总体评估的目标、内容和手段。

第一节 化妆品的概念一、化妆品的概念广义的化妆品是指以化妆为目的的产品总称。

化妆（Cosmetic）一词，最早来源于古希腊，含义是“化妆师的技巧”或“装饰的技巧”，狭义的化妆品因各国的习惯与定义方法不同而略有差别。

但从使用目的看，均为保护皮肤、毛发，维持仪容整洁，遮盖某些缺陷，美化面容，促进身心愉快的日用品。

二、我国对化妆品的三种定义1.化妆品的管理定义我国对化妆品的三种定义见表1—1。

2.定义的特点从表1—1可以看出，每个定义在表述上都有一定的差异。

这三个定义，从根本上来讲是一致的。

不同点仅表现在对化妆品范围的确定上。

这真实反映了我国化妆品工业近二十余年的飞速成长与政府的管理随之不断完善和跟进的过程，也对我国专业性法规的修订提出了发展要求。

（1）关于牙膏和香皂 根据我国工业管理的体制，相当一段时间里，香皂、牙膏等产品，由于其自身“日常消费品”的特点而没有归属于化妆品卫生监督管理的范畴。

2007年8月27日，国家质检总局出台的《化妆品标识管理规定》，将牙膏正式列入化妆品的管理范畴，并将从2008年9月1日起施行。

《化妆品卫生规范》（2007年版）对化妆品提出新概念：化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似的方法，散布于人体表面任何部位（皮肤、毛发、指甲和口唇等）。

<<化妆品管理与法规>>

编辑推荐

<<化妆品管理与法规>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>