

浙江省市场监督管理局文件

浙市监质〔2020〕3号

关于印发《浙江省消费品召回管理工作暂行办法》的通知

各市、县（市、区）市场监督管理局，省局机关各处室，省质科院：

《浙江省消费品召回管理工作暂行办法》已经省局局长办公会议审议通过。现予印发，请认真贯彻执行。



(此件公开发布)

浙江省消费品召回管理工作暂行办法

第一条 为加强消费品召回管理，完善工作机制，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》《消费品召回管理暂行规定》等法律法规，结合本省实际，制定本办法。

第二条 全省各级市场监督管理部门、浙江省产品质量安全科学研究院、各市缺陷产品召回技术工作机构开展的消费品召回监督管理工作适用本办法。

第三条 省市场监督管理局承担以下职责：

（一）负责全省消费品召回监督管理工作，建立完善消费品召回工作体系、工作机制；

（二）依法向社会公布本省消费品缺陷及实施召回的相关信息；

（三）对本省范围内可能会造成严重后果或者影响范围较大的消费品开展缺陷调查；

（四）组织、指导市、县（市、区）市场监督管理局开展消费品召回监督管理工作；

（五）组织开展全省消费品安全宣传教育、召回业务培训及相关技术研讨；

（六）委托、指导浙江省产品质量安全科学研究院开展消费品缺陷信息收集分析、缺陷调查及认定评估等相关技术工作；

（七）承担国家市场监督管理总局交办的消费品召回管理其他

相关工作。

第四条 设区市市场监督管理局承担以下职责：

（一）在本行政区域内组织开展消费品缺陷信息收集、分析研判、缺陷调查、召回相关材料审核、召回实施与监督、召回效果评估等消费品召回监督管理工作；

（二）在本行政区域内组织、指导县（市、区）市场监督管理局开展消费品召回监督管理工作，组织、指导本市缺陷产品召回技术工作机构开展消费品召回相关工作；

（三）配合做好国家市场监督管理总局和省市场监督管理局对本行政区域内消费品生产者开展的缺陷调查等工作；

（四）依法对本行政区域内违反消费品召回相关法律法规规定的行为实施行政处罚；

（五）承担上级交办的消费品召回管理其他相关工作。

第五条 县（市、区）市场监督管理局承担以下职责：

（一）收集本行政区域内消费品缺陷信息并及时上报；

（二）承担本行政区域内生产者召回实施情况的监督检查，受设区市市场监督管理局委托做好本行政区域内生产者调查分析的通知，配合上级市场监督管理局对本行政区域内消费品生产者开展的缺陷调查等工作；

（三）依法对本行政区域内违反消费品召回相关法律法规规定的行为实施行政处罚；

(四) 承担上级交办的消费品召回管理其他相关工作。

第六条 浙江省产品质量安全科学研究院受省市场监督管理局委托和指导承担以下职责：

(一) 承担全省消费品缺陷信息收集、调查、分析研判，负责本省缺陷消费品召回信息网络平台建设及日常管理；

(二) 承担本省消费品召回专家库的维护管理等日常工作；

(三) 开展消费品缺陷技术调查及认定、召回计划及效果评估等召回监管技术性工作；

(四) 组织、指导各市缺陷产品召回技术工作机构开展召回监管技术性工作；

(五) 开展消费品安全宣传教育；

(六) 承担省市场监督管理局交办的消费品召回相关其他技术性工作。

第七条 各市缺陷产品召回技术工作机构承担以下职责：

(一) 在设区市市场监督管理局和浙江省产品质量安全科学研究院的组织、指导下开展消费品缺陷信息收集、调查、分析研判和报送工作，消费品缺陷技术调查、召回相关材料审核、召回效果评估等召回监管技术性工作；

(二) 开展消费品缺陷风险的研究分析工作；

(三) 承担设区市市场监督管理局和浙江省产品质量安全科学研究院交办的消费品召回相关其他技术性工作。

第八条 省市场监督管理局质量发展处与省局其他处室在产品召回、监督抽查、案件查办、投诉举报、标准实施与监督等方面建立消费品缺陷信息通报与会商机制。市、县（市、区）市场监督管理局可参照执行。

第九条 市、县（市、区）市场监督管理局应当确定专人收集消费品缺陷相关信息，并定期上报。有下列情形之一的，应当直接报送省市场监督管理局：

（一）已经造成人员死亡或者严重危及公众生命健康、财产安全的消费品质量安全问题；

（二）突发消费品质量安全事件，影响范围超出本省行政区域，并呈扩大态势的；

（三）可能造成巨大经济损失，危及经济社会发展安全、影响社会安定，或者受到境内外媒体广泛关注的。

第十条 消费品缺陷信息可以通过以下方式收集：

（一）生产者或者经营者主动提供；

（二）网络舆情监测、消费者投诉、相关热线电话；

（三）市场购样检测及研究；

（四）各级消保委在受理投诉、调查、调解中发现的；

（五）医院、学校、商场等消费品质量安全伤害监测点信息；

（六）消费品抽查、执法检查；

（七）国内外召回信息公告；

(八) 其他渠道。

第十一条 消费品缺陷分析研判程序如下：

(一) 对收集的消费品缺陷信息进行分类整理，判断是否属于普遍存在的危及人身、财产安全的不合理危险，初步确定危害性和影响程度；

(二) 根据初步确定的信息，针对安全性能开展购检研判或者收集消费品涉嫌缺陷的相关证据；

(三) 根据研判结论或者收集到的相关证据，召集 3 名以上（单数）相关领域专家进行技术会商，对消费品是否存在缺陷进行评估并提出专家建议；

(四) 技术会商存在重大争议时，应当向省市场监督管理局提交进一步研判建议。

第十二条 消费品经分析研判，评估为可能存在缺陷并建议召回的，市、县（市、区）市场监督管理局应当自发现或者收到上级市场监督管理局的通知之日起 3 个工作日内，向生产者送达《消费品调查分析通知书》（附件 1），随附相关检验检测报告或者专家意见书。同时要求生产者立即开展调查分析，及时提交书面调查分析结果（附件 2）。

第十三条 经调查分析，生产者认为相关消费品不存在缺陷的，在书面调查分析结果中列明理由并提供相关证明材料。发出通知的市场监督管理局可以要求承检机构或者相关技术机构对生产者调查

分析结果进行分析研究，也可以组织生产者、承检机构或者相关技术机构、有关专家进行技术会谈，或者以其他方式审核相关材料，确定是否启动缺陷调查。

第十四条 经调查分析，生产者确认消费品存在缺陷并主动实施召回的，相关市、县（市、区）市场监督管理局应当向其提供《消费品召回相关事宜告知书》（附件3）并告知程序，具体如下：

（一）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；

（二）在10个工作日内按通知书要求提交书面《消费品召回计划》（附件4）、《消费品召回事项说明》（附件5），同时，通过国家缺陷消费品综合管理信息平台向省市场监督管理局提交召回计划及相关材料；

（三）自召回计划报告之日起3个工作日内以便于公众知晓的方式发布《消费品召回计划》、召回信息（附件6），其他经营者应当在经营场所公开相关召回信息；

（四）自召回实施之日起每3个月向通知其召回的市场监督管理局提交《消费品召回阶段性总结》（附件7）；在完成召回计划后15个工作日内，提交《消费品召回总结》（附件8），并提供停止生产、销售和公布召回信息的相关证明材料（如照片、网页截图）并加盖公章。

第十五条 有下列情形之一的，发出通知的市场监督管理局应

当组织开展缺陷调查:

- (一) 生产者未按照通知要求开展调查分析;
- (二) 调查分析结果不足以证明消费品不存在缺陷的。

省市场监督管理局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, 可以直接组织缺陷调查。

第十六条 缺陷调查可通过以下方式组织开展:

- (一) 进入生产者和其他经营者的生产经营场所进行现场调查, 查阅、复制相关资料和记录;
- (二) 向相关单位和个人了解消费品可能存在缺陷的情况;
- (三) 组织相关技术机构和专家进行技术分析和风险评估;
- (四) 必要时可以约谈生产者。

第十七条 对生产者开展缺陷调查时, 调查人员应当开展以下工作:

- (一) 告知调查事由, 送达《消费品缺陷调查通知书》(附件9) 及被调查消费品存在缺陷的相关证据;
- (二) 根据调查需要, 可以要求生产者提供同一批次、型号或者类别的消费品;
- (三) 要求生产者提供调查所需要的资料和专用设备等;
- (四) 与生产者开展消费品缺陷的技术交流及确认;
- (五) 与缺陷调查有关的其他相关工作。

第十八条 经缺陷调查确认消费品存在缺陷的, 调查人员依法

完成相关调查工作，并填写《消费品缺陷调查登记表》（附件10）。同时，应当向生产者提供《消费品召回通知书》（附件11）、《消费品召回相关事宜告知书》，按照本办法第十四条的规定，告知生产者实施主动召回的程序。

生产者对缺陷调查结果有异议的，应当自收到《消费品召回通知书》之日起10个工作日内向发出通知的市场监督管理局提出书面异议，并提供证明材料。接到异议的市场监督管理局应当审核相关材料，必要时可以采用以下方式进行异议处理，并将认定结果通知生产者：

（一）组织相关技术机构或者专家对生产者提供的相关材料以书面审查的方式进行缺陷认定；

（二）组织相关技术机构或者专家采用检验、检测、鉴定或论证的方式进行缺陷认定；

（三）组织专家、承检机构或者相关技术机构、生产者召开缺陷技术论证会进行缺陷认定；

（四）其他可以有效进行缺陷认定的方式。

第十九条 设区市市场监督管理局应当对生产者提交的《消费品召回计划》《消费品召回事项说明》《消费品召回阶段性总结》《消费品召回总结》及相关材料进行审核，并按要求及时报省市场监督管理局；对不符合要求的，督促生产者修改完善后重新提交。

第二十条 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，或者经缺陷认定确认消费品存在缺陷但仍未实施召回的，报送至省市场监督管理局后由国家市场监督管理总局依法责令召回。

第二十一条 消费品召回、消费品风险提示等相关信息，由省市场监督管理局汇总，统一对外发布。

第二十二条 市、县（市、区）市场监督管理局可根据工作实际，对生产者实施召回情况进行抽查，按要求填报《消费品召回实施情况监督检查记录表》（附件12）。重点检查以下内容：

- （一）生产者是否及时发布消费品召回信息；
- （二）生产者通知经营者停止销售的情况；
- （三）生产者对已召回的消费品采取的处理措施。

对召回范围不准确、召回措施无法消除缺陷或者未能有效降低、消除安全风险的，应当要求生产者再次实施召回。

第二十三条 市、县（市、区）市场监督管理局对本行政区域内生产者和其他经营者在消费品召回中的违法行为可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《消费品召回管理暂行规定》等法律法规依法处理。

第二十四条 本办法自公布之日起30日后施行。

- 附件：
1. 消费品调查分析通知书
 2. 生产者调查分析报告
 3. 消费品召回相关事宜告知书
 4. 消费品召回计划
 5. 消费品召回事项说明
 6. 消费品召回信息
 7. 消费品召回阶段性总结
 8. 消费品召回总结
 9. 消费品缺陷调查通知书
 10. 消费品缺陷调查登记表
 11. 消费品召回通知书
 12. 消费品召回实施情况监督检查记录表

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《消费品召回管理暂行规定》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《消费品召回管理暂行规定》的要求，主动实施召回。

一、产品基本信息

产品名称		品牌	
型号/规格		批号/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

生产者调查分析报告

XX 市场监督管理局:

根据《消费品召回管理暂行规定》及你局（文号）《消费品调查分析通知书》要求，我司对所涉产品进行了调查分析，现将本次调查分析结果进行详细报告如下。

1. 生产者信息

生产者名称			
统一社会信用代码			
地址		邮编	
法定代表人		企业网址	
负责人		职务	
固定电话		手机	
传真		电子邮件	

2. 所涉产品信息

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. 销售情况

4. 问题描述

5. 认为不存在缺陷的说明（随附相关检测、试验及其他分析报告）

6. 问题产品涉及的投诉、索赔及故障案例信息。包括但不限于投诉数量、事故、人员伤亡情况、保修或索赔案件，以及其他国家或地区召回情况。

7. 其他需要说明的事项

生产者（章）

日期： 年 月 日

注：若生产者调查分析后，认为所涉消费品不存在缺陷的，应填写并提交此报告。若生产者调查分析后，认为所涉消费品存在缺陷的，不必提交此报告，应直接填写召回计划。

附件 3

消费品召回相关事宜告知书

1、经生产者调查分析或市场监管部门缺陷调查，生产者确认消费品存在缺陷的，自收到《消费品调查分析通知书》或《消费品召回通知书》10个工作日内向市场监督管理部门提交《消费品召回计划》、《消费品召回事项说明》、《消费品召回新闻稿》（注：以上材料需要提交书面盖章的正式文本一份）。

同时，生产者应当通过国家缺陷消费品综合管理信息平台（<http://xfp.dpac.gov.cn>）向省市场监督管理局进行备案。（信息平台备案相关问题可咨询省缺陷产品技术评价中心刘老师，电话：0571-85027636 通讯地址：杭州市天目山路 222 号 4 号楼 424 室）。

2、生产者经调查分析认为消费品不存在缺陷的，在书面调查分析结果中列明理由并提供相关证明材料。

生产者对缺陷调查结果有异议的，应当自收到《消费品召回通知书》之日起 10 个工作日内向发出通知的市场监督管理局提出书面异议，并提供证明材料。

3、生产者确认消费品存在缺陷并主动实施召回的，应当自召回计划报告之日起 3 个工作日内通过报刊、网络、广播、电视等便于公众知晓方式发布《消费品召回计划》、召回信息，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,并通过热线电话、网络平台等方式接受公众咨询。

4、生产者应当将报告的召回计划有关内容通报相关经营者,要求经营者立即停止销售存在缺陷的消费品,并在门店、网站等销售场所发布召回信息。

5、生产者应在完成召回计划后 15 个工作日之内向市场监管部门提交《消费品召回总结》。若召回实施周期超过三个月,生产者应自召回实施之日起每三个月向市场监管部门提交《消费品召回阶段性总结》。

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 5 年。

附件 4

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			
产品描述及 外观照片			
存在的缺陷			
可能导致的后果			
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	(生产者或授权机构)
召回联系方式	(召回服务热线等)
召回进度安排	(召回启动时间等)
其他需要报告的内容	(事故及人员伤亡情况)
其他信息	相关用户可以登录 XX 市场监督管理局网站 (www.xx.gov.cn) 以及关注微信公众号 (xxxx), 或拨打电话: xx-xxxxx。

(注: 仅对外公开召回计划与召回新闻稿)

附件 5

消费品召回事项说明

XX 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			
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	
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 (或省级市场监管部门全称) 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. 召回费用预算表

涉及数量		涉及缺陷零部件名称	
整机产品单价		替换部件单价	
维修总费用		物流总费用	(缺陷产品或零部件、替换产品或零部件的邮寄、运送成本)
对回收的缺陷产品或零部件处理总费用		临时人工总费用	(热线电话、统计录入等因召回产生的临时人工费)

用户补偿总费用		总法律成本	(顾问、咨询以及律师费等)
因召回发生的市场份额损失费	(合同的取消等等)	其他费用	(费用名称及总额)
召回预算费用合计			
其他说明事项	(文本)		

注:

1. 费用单位为元; 以上费用无则填 0;
2. 数量单位为消费者可直接采购的最小销售包装或销售单元。

生产者(章)

日期: 年 月 日

附件 6

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 XX 市场监督管理局报告了召回计划，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。相关用户可以登录 XX 市场监督管理局网站（www.xx.gov.cn）以及关注微信公众号（XXXX），或拨打电话：XX-XXXXXX。

附件 7

消费品召回阶段性总结

XX 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： <input type="checkbox"/> 门店公告 <input type="checkbox"/> 其他：			
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：			

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，如有，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，如有，共有部。 <input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否建立了召回活动咨询网络平台，如有，请列出：
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：
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，请描述：
未达到预期完成率的原因	<input type="checkbox"/> 消费者未能获知召回信息 <input type="checkbox"/> 消费者联系不上。 <input type="checkbox"/> 消费者召回意愿不强烈。 <input type="checkbox"/> 产品已经报废。 <input type="checkbox"/> 召回措施对消费者不太便捷。 <input type="checkbox"/> 召回等待时间太长。具体等待时间： <input type="checkbox"/> 消费者认为召回措施解决不了问题。 <input type="checkbox"/> 召回存在附加条件。附加条件： <input type="checkbox"/> 其它原因：
本阶段召回措施有效性评估	
下一步计划采取的措施	
注：完成率=完成召回消费品数量/涉及消费品数量	

生产者名称（签章）

日期： 年 月 日

附件 8

消费品召回总结

XX 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: <input type="checkbox"/> 门店公告 <input type="checkbox"/> 其他:		
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:		

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

生产者名称（签章）

日期： 年 月 日

附件 9

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《消费品召回管理暂行规定》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，或可能存在足以造成严重后果或者影响范围较大的缺陷），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		品牌	
型号/规格		批号/批次	

二、可能存在的缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

日期: _____ 单位(章)
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 10

消费品缺陷调查登记表

编号: _____

1. 生产者基本信息

生产者名称			
统一社会信用代码			
生产者地址			
法定代表人		电 话	
联系人		电 话	

2. 涉及缺陷产品的信息

产品名称		型号规格		
CCC 证书或生产许可证	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	证书编号		
投产日期		产 量	年或月产量	
			每批次产量	
涉及产品批次		数量		
销售记录	(盖章附页)	销售区域		
导致缺陷产生原因	<input type="checkbox"/> 设计 (附设计图纸) <input type="checkbox"/> 制造 <input type="checkbox"/> 其他: _____			

3. 其他涉及同类缺陷问题的产品信息(有 无)

产品名称		型号规格		
CCC 证书或生产许可证	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	证书编号		
投产日期		产 量	年或月产量	
			每批次产量	
涉及产品批次		数量		
销售记录	(盖章附页)	销售区域		
导致缺陷产生原因	<input type="checkbox"/> 设计 (附设计图纸) <input type="checkbox"/> 制造 <input type="checkbox"/> 其他: _____			

附件 11

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 XXX 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 10 个工作日内, 按照《消费品召回管理暂行规定》的有关要求向我局报告召回计划, 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 10 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, 根据《消费品召回管理暂行规定》的规定, 将责令你公司召回。

一、缺陷产品信息

产品名称		品牌	
型号/规格		批号/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 12

消费品召回实施情况监督检查记录表

生产者名称			
生产者地址			
法定代表人		联系电话	
产品名称		产品型号	
序号	检查内容	检查结果	备注
1	消费品召回完成情况	<input type="checkbox"/> 按时完成 <input type="checkbox"/> 未按时完成	(如未完成, 附生产者情况说明)
	拟召回数量/实际召回数量	_____/_____	
2	是否及时发布消费品召回信息	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
	通知经营者停止销售所涉及的缺陷消费品的方式	<input type="checkbox"/> 文件 <input type="checkbox"/> 传真 <input type="checkbox"/> 电子邮件 <input type="checkbox"/> 信函 <input type="checkbox"/> 其他: _____	
	召回信息发布渠道	<input type="checkbox"/> 网站 <input type="checkbox"/> 新闻媒体 <input type="checkbox"/> 自媒体平台 <input type="checkbox"/> 门店公告 <input type="checkbox"/> 其他方式: _____	

