

安徽省市场监督管理局文件

皖市监质〔2021〕2号

安徽省市场监督管理局关于印发《安徽省 消费品召回管理暂行办法》的通知

各市、县（市、区）市场监督管理局，省局机关各处室（局、中心），省质检院、省消保委秘书处：

《安徽省消费品召回管理暂行办法》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）

安徽省消费品召回管理暂行办法

第一条 为加强缺陷消费品召回管理，完善和规范缺陷消费品召回工作机制，保障人体健康和人身、财产安全，依据《中华人民共和国产品质量法》《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》《消费品召回管理工作指南》等法律法规规章，结合本省实际，制定本办法。

第二条 本省行政区域内缺陷消费品的召回及其监督管理，适用本办法。

第三条 省市场监督管理局承担以下职责：

（一）负责监督管理本省行政区域内缺陷消费品召回工作，建立完善缺陷消费品召回工作体系、工作机制；

（二）负责指导、协调市县级市场监管部门开展缺陷消费品召回监督管理工作；

（三）负责本省行政区域内认为可能存在足以造成严重后果或者影响范围较大的缺陷消费品调查工作；

（四）负责依法统一向社会公布全省消费品缺陷信息及召回相关信息；

（五）组织开展全省缺陷消费品召回安全宣传教育、召回业务培训及相关技术研讨；

（六）委托相关技术机构承担缺陷消费品召回的具体技术工作；

(七)承担国家市场监督管理总局交办、转办的其他召回管理相关工作；

第四条 市级(指设区市,下同)市场监督管理部门承担以下职责:

(一)负责本市行政区域内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、对企业召回实施监督、召回效果评估等工作;

(二)负责组织指导本市行政区域内缺陷消费品召回监督管理工作,委托相关技术机构承担缺陷消费品召回具体技术工作;

(三)根据需要设立本市行政区域内消费品缺陷伤害风险监测点,开展缺陷风险监测工作;

(四)配合做好上级市场监督管理部门对本市行政区域内消费品生产者开展的缺陷调查等工作;

(五)依法对本市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;

(六)负责本市行政区域内缺陷消费品安全宣传教育、召回业务培训等工作;

(七)承担上级交办、转办的其他召回管理相关工作。

第五条 县级(含县级市,下同)市场监督管理部门承担以下职责:

(一)负责本县行政区域内消费品缺陷信息收集及上报工作;

（二）承担本县行政区域内生产者召回实施情况的监督检查，委托相关技术机构承担缺陷消费品召回具体技术工作，配合上级市场监督管理部门开展的缺陷调查等工作；

（三）根据需要设立本县行政区域内消费品缺陷伤害风险监测点，开展缺陷风险监测工作；

（四）依法对本县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）负责本县行政区域内缺陷消费品安全宣传教育工作；

（六）承担上级交办、转办的其他召回管理相关工作。

第六条 省、市市场监督管理部门委托的召回技术机构，在以下方面提供技术支撑：

（一）缺陷信息收集。收集消费品缺陷报告信息、媒体舆情信息、产品伤害信息、国外召回信息等能够反映消费品可能存在缺陷的各类信息；

（二）缺陷信息分析。对上述信息进行汇总、梳理和分析，对反映消费品可能存在缺陷的信息进行初步评估；

（三）缺陷技术调查。组织召回技术专家对生产者相关技术信息、可能存在缺陷的问题进行分析，或开展用户现场回访调查，或开展缺陷工程分析实验等；

（四）缺陷初步研判。根据缺陷技术调查情况，组织专家对消费品缺陷进行技术研判，并报主管部门进行行政决策；

（五）召回技术评估。对生产者报告的消费品召回计划材料进行技术评估，提出规范性建议；

（六）召回专家库管理。负责缺陷消费品召回专家库维护管理；

（七）召回教育宣传培训。开展消费品召回安全宣传教育、业务技术培训等工作；

（八）其他召回相关技术工作。完成各级市场监督管理部门委托的其他召回具体技术工作。

第七条 省市场监督管理局质量发展处与相关处室（局、中心）和直属单位，按职能建立缺陷信息互通机制。

（一）省局产品质量安全监管处，从消费品监督抽查、风险监测结果中获得的缺陷消费品信息，应当及时通报省局质量发展处；

（二）省局认证检测监管处，从强制性产品认证监管中获得的消费品缺陷信息，应当及时通报省局质量发展处；

（三）省局网络交易监管处，负责加强对电商平台经营者的监管，及时督促电商平台经营者采取多种措施实施动态监测，对各级市场监督管理部门已经公开的缺陷消费品信息，建立有效的阻止缺陷消费品网上销售的程序。及时督促电商平台经营者对平台内不符合保障人体健康和人身、财产安全及环境保护要求的商品或服务信息，采取必要的处置措施，并向省局质量发展处通报相关信息；

（四）省局各承担执法职能的处室、12315 指挥中心、省消费者权益保护委员会秘书处，在案件查办、投诉处理中发现涉嫌消费品缺陷线索的，应当及时将相关信息通报省局质量发展处；

（五）省局其他相关处室，在履职中发现有关消费品缺陷信息，应当及时向省局质量发展处通报；

（六）省局质量发展处，根据各处室通报的缺陷消费品相关信息，及时开展缺陷消费品召回监管工作。在缺陷消费品监管过程中，发现消费品涉嫌质量不合格的，应当将相关信息通报省局相关处室；发现消费品虽然符合相关标准要求，但仍有不合理危险情形的，应当将相关信息通报给省局标准化处；将各级公告的消费品有关缺陷信息及时通报给省局网络交易监管处，对省局网络交易监管处发现的网上缺陷消费品销售信息，应当及时进行召回调查处理。

市、县级市场监督管理部门建立缺陷信息互通机制可参照执行。

第八条 市、县级市场监督管理部门应当确定专人，通过以下方式收集消费品缺陷信息，并逐级上报。

（一）生产者或经营者主动提供；

（二）从网络监测、消费者投诉、相关热线电话和来信来访中获得；

（三）从产品质量安全监管部门抽样检查中获得；

（四）从召回技术机构在市场购样检测及调研中获得；

（五）从市场监管部门处理消费者投诉案件中获得；

（六）从市场监督管理部门执法检查中获得；

（七）从医院、学校、商场等公共场所监测中获得；

（八）从广播、电视、报刊、网络等宣传媒体公开报道中获

得；

（九）从网络交易监管中获得；

（十）从国内外召回信息公告中获得；

（十一）从上级部门和其他部门通报中获得；

（十二）其他渠道获得的。

第九条 市、县级市场监督管理部门对收集到的缺陷信息，应当按照以下程序进行分析研判：

（一）分类整理，按规定判断是否属于消费品范畴；

（二）初步确定危害性和影响程度，是否属于普遍存在的危及人体健康和人身、财产安全的不合理危险；

（三）确认涉嫌存在缺陷的消费品具体生产者（厂家）、品牌、型号/规格、批次/生产日期等；

（四）根据初步确定的信息，开展安全性购检研判，或者收集涉嫌缺陷（伤害）相关证据；

（五）根据购检研判结论，或者收集到缺陷（伤害）相关证据，抽取3名或以上（单数）相关领域专家进行技术会商，判断是否存在缺陷伤害，提出评估建议；

（六）委托召回技术机构人员会商，若存在重大争议时，应当向省市场监督管理局提交研判建议。

第十条 缺陷信息经分析研判，评估为可能存在缺陷并建议召回的，市、县级市场监督管理部门应当自发现当日或者收到上级市场监督管理部门的通知之日起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），并附相关检验检测报告

或者专家评估报告，同时要求生产者立即开展调查分析。

第十一条 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，应按以下程序实施主动召回：

（一）生产者所在地市场监督管理部门应当向生产者发出《消费品召回相关事宜告知书》（附件4）；

（二）生产者应当立即停止该消费品生产、销售、进口，并通知其他经营者停止销售；

（三）生产者应当在10个工作日内按要求向通知其召回的市、县市场监督管理部门提交书面《消费品召回计划》（附件5）、《消费品召回事项说明》（附件6）、《召回新闻稿》（附件7）等相关材料，并在国家缺陷产品召回综合管理信息平台注册备案。生产者所在地市级市场监督管理部门根据生产者提供的相关材料，向省市场监督管理局提出召回申请，由省市场监督管理局审批并在网站上统一发布生产者召回计划、新闻稿等相关信息；

（四）生产者应在召回计划审核通过之日起5个工作日内，通过报刊、网站、广播、电视等方式发布召回信息，告知消费者消费品存在的缺陷、生产者消除缺陷伤害的措施、消费者避免缺陷伤害的应急处置方法等，可公示热线电话、企业网络平台等方式接受公众咨询，相关经营者应当在经营场所公开相关召回信息；

（五）生产者应在完成召回计划后15个工作日内向通知其召回的市场监督管理部门提交《消费品召回总结报告》（附件9），提供停止生产、销售和公布召回信息的相关证明材料。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通知其召回的市场监督管理部门提交《消费品召回阶段性报告》（附件 8）。

第十二条 经调查分析，生产者不认为消费品存在缺陷的，应在收到消费品召回通知书后 5 个工作日内提交《生产者调查分析报告》（附件 10），列明理由，提供相关证明材料。发出通知的市场监督管理部门应当采取以下方式进行缺陷判定：

（一）审查生产者提供的材料，委托召回技术机构对生产者调查分析结果进行缺陷判定；

（二）组织召回技术机构购样检测，或者组织专家鉴定论证，进行缺陷判定；

（三）组织生产者、召回技术机构、相关专家举行技术会谈，进行缺陷判定。

如果不存在缺陷，不组织召回；如果存在缺陷，经省市场监督管理局审批，由生产者所在地市级市场监督管理部门启动对该生产者缺陷召回调查。

第十三条 有下列情形之一的，经省市场监督管理局审批，生产者所在地市级市场监督管理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缺陷可能存在足以造成严重后果或者影响范围较大，可以直接组织缺陷调查。

第十四条 全省各级市场监督管理部门开展缺陷调查方式:

(一) 向相关单位和个人了解消费品可能存在缺陷的情况;

(二) 进入生产和经营场所进行现场调查, 查阅、复制相关资料和记录, 填写《消费品缺陷调查登记表》(附件 11);

(三) 组织相关召回技术机构及专家进行技术分析和风险评估;

(四) 必要时可以约谈生产者。

参与缺陷调查的单位和人员对工作中获悉的商业秘密、个人隐私, 应当依法保密。对滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的相关人员, 依法给予行政处分。

第十五条 经缺陷调查确认消费品存在缺陷的, 市场监督管理部门应当向生产者送达《消费品召回通知书》(附件 3)、《消费品召回相关事宜告知书》(附件 4), 督促生产者按照本办法第十一条的规定实施主动召回。

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部门提出书面异议, 并提供证明材料。接到异议的市场监督管理部门可以采用以下方式进行缺陷认定, 并将认定结果通知生产者:

(一) 组织相关召回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) 组织相关召回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、相关召回技术机构、生产者召开缺陷技术

论证会，进行缺陷认定；

（四）其他缺陷认定方式。

第十六条 市、县级市场监督管理部门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》《消费品召回阶段性报告》《消费品召回总结报告》及相关材料进行审核，并按要求逐级报至省市场监督管理局。对不符合要求的，督促生产者修改完善后重新提交。

第十七条 生产者既不按照通知要求实施召回，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的，但仍未实施召回的，市场监督管理部门逐级上报，由国家市场监督管理总局依法责令召回。被责令召回的生产者，应当立即实施召回，并在责令召回之日起 10 个工作日内向总局报告召回计划。

全省市场监督管理部门依据《消费品召回管理暂行规定》将责令召回情况及行政处罚信息记入企业信用档案，依法向社会公布。

第十八条 省市场监督管理局在网站上统一对外依法发布全省消费品召回信息和风险提示。

有下列情形之一的，省市场监督管理局及时在网站上公布消费提示信息，提醒消费者注意规避缺陷伤害和降低安全风险：

（一）无法追溯到生产者；

（二）责令召回拒不召回；

（三）已经造成或者可能造成死亡、严重人身伤害、重大财产损失，尚未召回的；

（四）其他不能实施召回的情形。

第十九条 全省各级市场监督管理部门可根据工作实际，对生产者实施召回情况进行抽查，对召回效果进行评价，并填写《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）是否及时发布缺陷消费品召回信息；

（二）通知经营者停止销售的情况；

（三）对已召回的消费品采取后续处理措施；

（四）缺陷消除情况、召回实施后网络舆情情况、消费者对召回满意度、检查召回档案管理情况等。

第二十条 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。

生产者所在地市场监督管理部门应当对生产者召回实施情况进行监督，发现生产者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，应当通知生产者重新实施召回。

第二十一条 全省各级市场监督管理部门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《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》《消费品召回管理暂行规定》等法律法规规章处理。

第二十二条 生产者按照《消费品召回管理暂行规定》召回缺陷消费品，不免除其依法应当承担的其他法律责任。

第二十三条 全省各级市场监督管理部门要与沪苏浙等省（市）的市场监督管理部门建立消费品召回工作沟通协调机制，加强缺陷监测、信息收集、缺陷分析、风险评估、数据共享、快速预警等方面合作交流。

第二十四条 本办法自公布之日起施行。

- 附件：
1. 消费品调查分析通知书
 2. 消费品缺陷调查通知书
 3. 消费品召回通知书
 4. 消费品召回相关事宜告知书
 5. 消费品召回计划
 6. 消费品召回事项说明
 7. 消费品召回新闻稿
 8. 消费品召回阶段性报告
 9. 消费品召回总结报告
 10. 生产者调查分析报告
 11. 消费品缺陷调查登记表
 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》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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

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》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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 | | 商标 | |
| 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 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 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》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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 | | 商标 | |
| 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 4

消费品召回相关事宜告知书

1. 经生产者自行调查，确认消费品存在缺陷，或生产者自收到《消费品召回通知书》10个工作日内，应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，生产者应当在国家缺陷消费品召回综合管理信息平台（<http://xfp.dpac.gov.cn>）进行备案注册并申报召回信息。（有关信息平台备案相关问题可咨询省缺陷产品召回技术管理中心 电话：0551-63356290 通讯地址：合肥市延安路13号，安徽省产品质量监督检验研究院）。

2. 生产者经调查分析认为消费品不存在缺陷的，应填写《生产者调查分析报告》并提供相关证明材料。

3. 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。

4. 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5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。

5. 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。

6. 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《消费品召回总结报告》。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《消费品召回阶段性报告》。

7. 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 5

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 | (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 | | | |
| 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-xxxxxx。 | | |

附件 6

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 建议省级市场监督管理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 （小时） | |
| 零部件物流 费用（元） | | 召回管理费用 （元） | |
| 支付给经销 商的其他费 用（元） | | 处理召回维修更 换后的零部件费 用（元） | |
| 其它召回成 本（元） | | 召回预算费用总 计（元） | |
| 备 注 | | | |

注：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 7

消费品召回新闻稿

XX 公司（扩大）召回（部分）电瓶车充电器

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》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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 型号电瓶车充电器，涉及数量为 X 件。（此次召回是在 XX 年 XX 月 XX 日实施的电瓶车充电器召回活动基础上的扩大召回，两次共计召回数量为 X 件。）

本次召回范围内的电瓶车充电器，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。对于召回范围内的电瓶车充电器，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电瓶车充电器，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）以及安徽省缺陷产品管理技术中心网站（www.ahdpract.com）了解更多信息。

附件 8

消费品召回阶段性报告

XX 市场监督管理局：

按照《消费品召回管理暂行规定》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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：_____ |
| 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，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 9

消费品召回总结报告

XX 市场监督管理局：

按照《消费品召回管理暂行规定》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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，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：_____ |
| 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 10

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》（国家市场监督管理总局第 19 号令）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 11

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(<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 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: _____ _____ | | | |

现场记录附页

被调查生产者意见并签名 (盖章):

调查人员:

时 间:

记录人员:

时 间:

见证人签名:

时 间:

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: _____ | |
| 3 | 消费品召回处理措施 | <input type="checkbox"/> 修正或补充标识 <input type="checkbox"/> 修理 <input type="checkbox"/> 销毁 <input type="checkbox"/> 其它: _____ | (附证明材料) |
| <p>生产者问题记录 (未在以上栏目中列出的其他项目及其问题)</p> <p>检查人员:</p> <p>日期:</p> | | | |

生产者签字 (盖章):

抄送：国家市场监督管理总局质量发展局。

2021 年 4 月 23 日印发

校对：陈纪昌
