

江苏省市场监督管理局关于印发江苏省缺陷消费品召回管理 workflows 的通知

苏市监规〔2025〕8号

各设区市市场监管局：

为进一步规范我省缺陷消费品召回管理工作，提升召回工作实效，保障消费者人身和财产安全，省局制定了《江苏省缺陷消费品召回管理 workflows》（见附件），现印发给你们，请结合工作实际贯彻落实。

附件：江苏省缺陷消费品召回管理 workflows

江苏省市场监督管理局

2025年12月23日

江苏省缺陷消费品召回管理 workflows

第一条 为加强我省缺陷消费品召回管理，提升消费品召回工作实际效能，保障消费者人身、财产安全，依据《中华人民共和国产品质量法》《消费品召回管理暂行规定》《江苏省缺陷消费品召回管理办法》等法律法规规章，制定本 workflows。

第二条 本流程适用于在江苏省行政区域内开展的缺陷消费品召回及其监督管理活动。

第三条 缺陷消费品召回管理工作应遵循以下原则：

（一）属地管理、分级负责，明确省、市、县三级市场监管部门职责分工。

(二)预防为主、快速反应,强化缺陷线索的早期发现和及时处置。

(三)科学评估、依法处置,确保缺陷认定的科学性和召回措施的合法性。

(四)信息共享、协同配合,形成全省上下联动、高效协同的召回管理工作局面。

第四条 省市场监管局主管全省缺陷消费品召回工作,并承担以下职责:

(一)负责全省缺陷消费品召回工作的总体指导、协调和监督管理,制定相关政策和操作规范。组织开展重大缺陷消费品的调查与召回工作。

(二)负责与国家市场监督管理总局对接,协调跨省缺陷消费品召回事宜,确保全省召回工作与国家要求保持一致。

(三)负责定期汇总全省召回信息,分析风险趋势,为工作改进和政策调整提供依据。

第五条 设区的市市场监管部门负责本行政区域内缺陷消费品召回的监督管理工作,对缺陷消费品信息进行收集、分析、处理和发布,通知生产者开展调查分析,组织开展缺陷调查,接收召回计划,发布召回公告,监督召回实施,评估召回效果。

第六条 县(市、区)市场监管部门根据上级部门要求,负责本行政区域内缺陷消费品信息收集、通知送达、协助开展缺陷调查、召回监督检查等相关工作,确保召回工作落实到位。

第七条 召回技术机构为缺陷消费品召回管理提供技术支撑,并承担以下职责:

(一)承担全省缺陷消费品召回信息的收集、分析、处理和报送工作。

(二)按照市场监管部门要求,承担本行政区域内缺陷消费品召回的具体技术工作,为召回管理提供全流程技术支撑。

(三)参与缺陷调查,提供科学、客观的缺陷调查报告,为生产者制定和实施召回计划提供专业建议。

(四)省缺陷产品管理技术中心按照省市场监管局要求完善全省消费品召

回技术专家库,为缺陷调查、风险评估、召回计划制定等提供专业技术支持,同时加强对各地分中心的技术指导。

第八条 各级市场监管部门通过消费者报告、监督抽查、风险监测、市场购检、网络舆情、国外召回、投诉举报、信访、执法打假、海关口岸监管等多渠道主动收集消费品缺陷线索。

第九条 设区的市市场监管部门对线索进行核实和分析,组织开展技术会商,分析消费品是否存在缺陷以及缺陷可能造成的危害,根据会商结果决定是否通知生产者开展调查分析或直接启动缺陷调查。

第十条 对于非本行政区域内的线索,设区的市市场监管部门及时通过江苏省消费品召回管理业务系统提交省市场监管局处理。

第十一条 设区的市市场监管部门发现本行政区域内生产者生产的消费品可能存在缺陷的,应当自发现之日起三个工作日内通知生产者开展调查分析,并对生产者提交的调查分析报告进行审查。

第十二条 生产者未按通知要求开展调查分析,或者提供的调查分析结果不足以证明消费品不存在缺陷的,通知调查分析的设区的市市场监管部门应组织开展缺陷调查。经调查认定消费品存在缺陷的,由该设区的市市场监管部门通知生产者实施召回。

第十三条 省市场监管局认为消费品可能存在足以造成严重后果或影响范围较大缺陷的,可直接组织缺陷调查,并由召回技术机构对调查结果组织开展风险评估,评估结论作为缺陷认定的重要依据。

第十四条 设区的市市场监管部门应依法接受生产者报告召回计划,并对召回计划进行审查,确保其批次准确、数量真实、内容完整、措施可行,并督促生产者同步将召回计划上传至国家消费品召回综合管理信息系统。

第十五条 接受召回计划的设区的市市场监管部门,应当及时通过门户网站等渠道公示召回信息。同时,生产者应当通过网站、电商平台等渠道向社会发布召回信息。

第十六条 生产者应在完成召回计划后十五个工作日内,向设区的市市场监管部门提交《消费品召回总结》,并同步上传至国家消费品召回综合管理信息系统。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提交《消费品召回阶段性总结》,并同步上传至国家消费品召回综合管理信息系统。

第十七条 设区的市市场监管部门应对生产者召回实施情况进行监督。发现召回范围不准确、召回措施未能消除缺陷或降低安全风险的,应通知生产者重新实施召回。

第十八条 设区的市市场监管部门应在召回活动结束后及时将消费品召回管理过程中产生的文件资料(包括缺陷线索收集、调查分析报告、召回计划、召回通知书、召回总结报告等)上传至江苏省消费品召回管理业务系统,形成完整电子案卷。

第十九条 既不按照通知要求实施召回又未在规定期限提出异议的,由设区的市市场监管部门提交书面材料,经省市场监管局上报至国家市场监督管理总局,责令生产者实施召回。对于拒不配合调查或隐瞒缺陷事实的生产者,市场监管部门可依法采取行政约谈、行政处罚等措施,并将相关情况纳入信用档案,依法向社会公布。

第二十条 各级市场监管部门应严格落实属地管理责任,建立健全缺陷产品召回工作机制,明确专人负责,强化部门协作,加强人员和资金保障,确保召回工作顺利开展。

第二十一条 省市场监管局对各设区的市市场监管部门工作开展情况加强指导,重点评估线索收集渠道是否畅通、线索研判是否精准、调查分析是否科学、召回数量是否准确、召回实施是否有效、信息报送是否规范等内容。

第二十二条 加强缺陷消费品召回工作宣传教育,提高社会公众对缺陷消费品召回的认知度和参与度,增强生产者、经营者的召回意识和责任意识。定期组织召回管理专项培训,提升基层监管人员的专业能力和操作水平。

第二十三条 本工作流程自2026年2月1日起施行,有效期至2031年1月31日。

- 附件:1. 消费品调查分析通知书
2. 生产者调查分析报告
3. 消费品缺陷调查通知书
4. 消费品召回通知书
5. 送达回执
6. 消费品召回计划
7. 消费品召回新闻稿
8. 消费品召回事项说明
9. 消费品召回总结
10. 消费品召回阶段性总结

附件1

消费品调查分析通知书

(发文单位)调查分析〔〕号

(生产者名称):

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			商标	
型号		规格	批次	

二、可能存在的缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

发文单位(章)

年 月 日

附件2

生产者调查分析报告

XXX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）

年 月 日

附件3

消费品缺陷调查通知书

(发文单位) 缺陷调查〔 〕号

(生产者名称):

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，或根据国家市场监督管理总局通知要求），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				产品类型	
型号		规格		商标	

二、可能存在的缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

发文单位（章）

年 月 日

附件4

消费品召回通知书

(发文单位) 召回通知〔 〕号

(生产者名称)：

年月日至年月日，我局对你公司生产的产品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。

既不能按通知要求实施召回又未在规定时间内提出异议的，根据《消费品召回管理暂行规定》，将责令你公司召回。

一、产品基本信息

产品名称				产品类型	
型号		规格		商标	

二、缺陷描述

三、缺陷可能导致的后果

发文单位(章)

年 月 日

附件5

送达回执

送达材料	名 称		
	文书	<input type="checkbox"/> 消费品调查分析通知书（文号：）	
		<input type="checkbox"/> 消费品缺陷调查通知书（文号：）	
		<input type="checkbox"/> 消费品召回通知书（文号：）	
		<input type="checkbox"/> 其他（）	
其他材料	<input type="checkbox"/> 产品检测报告 <input type="checkbox"/> 其他（）		
受送达人			
送达地点			
送达日期	年 月 日		
送达人签名	年 月 日		
收件人信息	姓名		职务
	电话		邮箱
收件人签名	年 月 日		
备注			

附件6

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	
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	

(注：仅对外公开召回计划与召回新闻稿)

江苏省人民政府

附件7

消费品召回新闻稿

XX公司（扩大）召回（部分）XX牌XX产品

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》《江苏省缺陷消费品召回管理办法》的要求，（主动）向XX市场监督管理局报告了召回计划，将自XXXX年XX月XX日起，（扩大）召回XXXX年XX月XX日至XXXX年XX月XX日期间制造的（部分）XX牌XX型号XX产品，涉及数量为X件。（此次召回是在XX年XX月XX日实施的XX召回活动基础上的扩大召回，两次共计召回数量为XX件。）

本次召回范围内的XX产品，存在XXXX的缺陷，可能导致XXXX的后果。

XX公司将免费为客户更换一件全新的符合安全要求的产品（或退货、退款等），以消除安全隐患。

消费者可登录XX公司官方网站查看持有的产品是否在受影响范围内，或通过客户服务热线（XX-XXXX）进一步了解具体情况。消费者可拨打XX市场监督管理局消费品召回管理工作联系电话（XX），反映召回活动实施过程中的问题或提供缺陷线索。此外，消费者还可登录国家市场监督管理总局缺陷产品召回技术中心网站、中国产品安全与召回信息网，或关注微信公众号（SAMRDPRC），了解更多信息，反映缺陷线索。

附件8

消费品召回事项说明

XXX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			
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他生产者采购的，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 建议市场监管部门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（单位：元）

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	
对回收的缺陷产品或零部件处理总费用		临时人工总费用	
用户补偿总费用		总法律成本	
因召回发生的市场份额损失费		其他费用	
召回预算费用合计			
其他说明事项			

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）

年 月 日

附件9

消费品召回总结

XXX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 的方式	<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）

年 月 日

附件10

消费品召回阶段性总结

XXX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				

<p>召回信息 发布渠道</p>	<p><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:</p>
<p>通知消费者 方式</p>	<p><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:</p>
<p>召回活动 准备情况</p>	<p><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:</p>
<p>缺陷产品 召回措施</p>	<p><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:</p>
<p>召回措施 是否有效</p>	<p><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:</p>

<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"/>消费者召回意愿不强烈。</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：</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）

年 月 日