

团 体 标 准

T/ZHCA XXXX—202X

保健食品经营行为规范

Standard of health food management behavior

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 实体门店经营	3
6 直销经营	4
7 网络经营	4
8 信息追溯和召回	4
9 食品安全自查与应急处置	5
10 投诉和建议处置	5
附录 A 保健食品标签、说明书要求	6
附录 B 保健食品销售专区专柜要求	7
附录 C 保健食品消费提示设置要求	8
附录 D 保健食品电子化追溯码（参考示例）	9
附录 E 保健食品经营企业食品安全自查表（参考格式）	10
参考文献	12

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由浙江省健康产品化妆品行业协会提出并归口。

本文件起草单位：XXXXX、XXXXX、XXXXX、XXXXX。

本文件主要起草人：XXX、XXX、XXX、XXX、XXX、XXX。

征求意见稿

保健食品经营行为规范

1 范围

本文件规定了保健食品经营行为的术语和定义、基本要求、实体门店经营、直销经营、网络经营、信息追溯和召回、食品安全自查与应急处置、投诉和建议处置的要求。

本文件适用于开设实体门店、直销、网络销售的经营经营者，从事各类保健食品销售行为的规范管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 16740-2014 食品安全国家标准 保健食品

GB 23350 限制商品过度包装要求 食品和化妆品（含第1号修改单）

《中华人民共和国食品安全法》

《中华人民共和国广告法》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

保健食品 functional food

声称并具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

[来源：GB 16740-2014，2.1]

3.2

直销经营 direct sales

直销企业在固定营业场所之外直接向消费者推销产品的经销方式。

3.3

网络经营 internet business

通过互联网、网络社交、网络直播等信息网络向消费者销售产品的经营活动。

4 基本要求

4.1 经营资质

除营业执照外，还应根据经营方式取得下列经营资质：

a) 从事保健食品实体门店经营的，应取得《食品经营许可证》或预包装食品备案凭证（仅销售预包装食品）；

b) 从事保健食品直销经营的，应取得直销经营许可证（范围应包括保健食品）；

c) 从事保健食品网络经营的电商平台、自建网站，应获通信主管部门批准，并向所在地省级市场监督管理部门备案，取得备案号。

注：已经取得食品生产许可的保健食品生产者，在其生产加工场所或者通过网络销售其生产的保健食品的，不需要另行备案。

4.2 经营场所及设备设施

4.2.1 应具有与经营的保健食品品种、数量相适应的销售、贮存等场所，场所应布局合理、环境整洁，并与有毒、有害场所以及其他污染源保持规定的距离。

4.2.2 应具有与经营的保健食品品种、数量相适应的经营设备或者设施，以及相应的控温、采光、照明、防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫等设备或设施。销售、贮存对温度、湿度有特殊要求的保健食品，应配备满足食品安全要求的设备、设施。

4.2.3 应建立卫生监控制度，确保有效实施并定期检查。

4.3 人员

4.3.1 应符合国家相关规定对人员健康的要求，进入营业场所应保持个人卫生和衣帽整洁，防止污染保健食品。

4.3.2 应建立培训与考核制度，根据不同岗位实际需求进行岗前培训并定期组织相关法律法规、标准及保健食品知识的培训和考核。

4.3.3 应配备食品安全管理人员，建立与经营规模、设备设施水平和食品的种类特性相适应的食品安全管理制度，确保有效管理。

4.4 采购

4.4.1 应查验保健食品注册证书或备案凭证，以及供货者的《食品生产经营许可证》及相关资质。

4.4.2 应查验保健食品的出厂检验合格证或其他合格证明。采购进口保健食品的，应查验产品的入境货物检验检疫证明和进口报关单。

4.4.3 应查验保健食品的标签、说明书内容是否与注册证书或备案凭证一致，且符合附录 A 的要求。

4.4.4 应查验采购的保健食品是否符合 GB23350 中关于包装空隙率、包装层数、包装成本等限制商品过度包装的要求，必要时可要求商品供应方出具商品包装符合强制性规定的证明。

4.4.5 应建立进货查验记录制度，按照《中华人民共和国食品安全法》要求如实记录所采购保健食品相关信息并保存相关凭证。

4.5 贮存与运输

4.5.1 应按批号集中堆码，与墙壁、地面保持适当距离，防止虫害藏匿并利于空气流通。

4.5.2 应遵循先进先出的原则，定期检查库存，及时处理变质或超过保质期的保健食品。

4.5.3 贮存设备、工具、容器等应保持卫生清洁，并采取有效措施（如纱帘、纱网、防鼠板等）防止鼠类昆虫等侵入，若发现有鼠类昆虫等痕迹时，应追查来源，消除隐患。

4.5.4 清洁剂、消毒剂、杀虫剂等物质应分别包装，明确标识，并与保健食品及包装材料分隔放置。

4.5.5 应根据保健食品安全和产品特性，使用具备相应冷藏或预防机械性损伤的保护性设施的专用运输工具。

4.6 广告和宣传

- 4.6.1 保健食品广告应遵守《中华人民共和国广告法》及其他相关法律法规要求。
- 4.6.2 广告发布前应由市场监管部门审查；未经审查，不应发布。除法律规定情形外，已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。
- 4.6.3 广告通过大众传播媒介发布的应当显著标明“广告”。通过音频发布广告的，应清晰完整。
- 4.6.4 广告应显著标明“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”，声明本品不能代替药物，并显著标明广告批准文号、保健食品标志、适宜人群和不适宜人群。
- 4.6.5 保健食品广告不得含有下列内容：
- a) 表示功效、安全性的断言或者保证；
 - b) 涉及疾病预防、治疗功能；
 - c) 声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；
 - d) 与药品、其他保健食品进行比较；
 - e) 利用广告代言人作推荐、证明；
 - f) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。

4.7 价格管理

- 4.7.1 应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。
- 4.7.2 赠送物品或者服务的，应当标示赠品的品名、数量、价格。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场所当前销售价格。
- 4.7.3 不应实施下列价格欺诈行为：
- a) 谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；
 - b) 以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；
 - c) 通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；
 - d) 销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；
 - e) 无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；
 - f) 不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；
 - g) 通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；
 - h) 其他价格欺诈行为。

5 实体门店经营

- 5.1 经营场所根据所销售产品可划定产品陈列销售区（展示台、货架、货柜、岛台等）、体验区、交流区、收银台等功能区。
- 5.2 应在显著位置悬挂或摆放《营业执照》、《食品经营许可证》正本或预包装食品销售备案凭证，或者展示其电子证书及其他相关证照。
- 5.3 应设置保健食品销售专区或专柜，不应将保健食品与其他食品或药品混放销售。保健食品专区或专柜要求参见附录 B。
- 5.4 应在经营场所显著位置标注消费提示，参见附录 C。
- 5.5 不同种类的保健食品应分类摆放，便于消费者挑选购买，为有需求的消费者提供送货上门服务。

5.6 征得消费者同意后可在产品售后7天内进行回访,开展满意度调查,并对有需要的消费者提供使用指导。

6 直销经营

6.1 应在直销经营许可证规定的直销区域范围内从事直销活动,并按照规定设立负责直销业务的分支机构。

6.2 从事直销经营活动人员应取得直销员证,未取得直销员证人员不得从事直销活动。

6.3 直销企业及其直销员从事直销活动,不得有欺骗、误导消费者等宣传和推销行为。

6.4 不应采用传销方式销售保健食品。

6.5 应建立并实行完善的换货和退货制度,消费者、直销员要求换货和退货的,直销企业及其分支机构、所在地的服务网点和直销员应当依照换货和退货制度及有关法律法规的规定或者合同的约定,办理换货和退货。

7 网络经营

7.1 保健食品网络经营者应在网站首页或经营活动主页面显著位置公示网上经营者的名称、地址、联系方式、营业执照信息、与其经营业务有关的经营许可证或仅销售预包装食品备案信息,或者上述信息的链接标识。

7.2 入网销售保健食品应依法公示产品注册证书或备案凭证及保健食品标志,持有广告审查批准文号的还应公示广告审查批准文号。产品销售页面应显著标明“本品不能代替药物”及生产企业信息、适宜人群、不适宜人群等重要信息。

鼓励网络经营者公示产品出厂合格证明、质量检验报告等产品质量文件。

7.3 保健食品网络经营者收集、使用其用户的个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意,同时采取技术措施和其他必要措施,确保信息安全。

7.4 采用网络直播方式销售保健食品的,相关经营者应符合以下要求:

a) 直播间运营者、直播营销人员应当对经营者提供的食品经营资质予以查验,并不得为无相关食品经营资质的网上经营者提供直播服务;

b) 直播间运营者、直播营销人员应当对经营者提供的直播内容予以审核,并对直播内容与所链接的商品或者服务是否相符予以核验;

c) 直播间运营者、直播营销人员对违反法律法规及国家标准、违背公序良俗以及与所链接的保健食品不符的内容不得进行直播;

d) 直播间运营者、直播营销人员知道或者应当知道经营者提供的保健食品不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,不得为其提供推广服务;

e) 直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的,应当依法履行和承担广告主、广告发布者、广告经营者的义务和责任。

8 信息追溯和召回

8.1 保健食品经营者应当建立食品安全追溯体系,如实记录并保存进货查验、保健食品批发销售等相关信息,保证食品可追溯。

8.2 鼓励食品经营企业采用信息化手段采集,留存食品经营信息,最大限度将追溯链向下游产品销售环节延伸,“保健食品电子化追溯码示例”参见附录D。

8.3 应建立食品召回制度，发现保健食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，应当立即停止经营，召回已经上市销售的保健食品，通知相关生产经营者和消费者，并记录召回和通知情况。

9 食品安全自查与应急处置

9.1 应建立食品自查制度，《保健食品经营企业食品安全自查表（参考格式）》参见附录E，明确食品安全质量管理人员，定期开展食品安全状况自查评价，且每年不少于1次。

9.2 鼓励保健食品经营者主动向社会公示自查结果，接收社会监督。

9.3 应制定保健食品安全事故应急方案，定期检查各项保健食品安全防范措施的落实情况，及时消除事故隐患。

10 投诉和建议处置

10.1 应建立投诉处理制度，在显著位置公布投诉电话，及时妥善处理消费者投诉和建议，保存投诉受理记录。

征求意见稿

附录 A
(规范性)

保健食品标签、说明书检查要求

保健食品经营者应检查保健食品标签、说明书是否符合法律法规要求，重点检查以下内容：

A.1 保健食品的标签、说明书内容应当真实，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等信息应与注册证书或者备案凭证及其附件内容一致。

A.2 保健食品标签应当标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”警示用语。警示用语使用黑色字体印刷，位于最小销售包装包装物（容器）的主要展示版面，所占面积不应小于其所在面的 20%。警示用语区内文字与警示用语区背景有明显色差。当主要展示版面的表面积大于或等于 100 平方厘米时，字体高度不小于 6.0 毫米。当主要展示版面的表面积小于 100 平方厘米时，警示用语字体最小高度按照上述规定等比例变化。

A.3 保健食品标签标注营养成分声称用语应符合《允许保健食品声称的保健功能目录 营养素补充剂（2023 年版）》规定，不得对功能声称用语进行任何形式的删改、添加或合并。

A.4 保健食品标签、说明书应当清楚、明显，生产日期、保质期等事项应当显著标注，容易辨识。生产日期标注应当与所在位置的背景色形成鲜明对比，易于识别，采用激光蚀刻方式进行标注的除外。生产日期标注不得另外加贴、补印或者篡改。保质期的标注使用“保质期至××年××月××日”的方式描述。

A.5 委托生产的保健食品标签、说明书应当标注委托双方的企业名称、地址以及受托方许可证编号等内容。

A.6 保健食品标签应当标注投诉服务电话、服务时段等信息，投诉服务电话字体与“保健功能”的字体一致。

附录 B
(资料性)

保健食品销售专区（或专柜）提示牌要求

B.1 设置要求

B.1.1 提示牌内容应为“保健食品销售专区”或“保健食品销售专柜”。提示牌上可加保健食品标志。

B.1.2 保健食品销售专区（或专柜）提示牌应为绿底白字，字体为黑体。

B.1.3 提示牌可为吊牌、台卡、立牌，位置和大小应醒目。

B.1.4 提示牌尺寸可以根据实际情况按比例调整。

B.2 参考样式

提示牌参考样式见图B.1~图B.4。



图B.1 销售专区提示牌（吊牌或台卡式）



图B.2 销售专区提示牌（吊牌或台卡式）



图B.3 销售专柜提示牌（立牌式）



图B.4 销售专区提示牌（立牌式）

附录 C
(资料性)

保健食品经营场所设置消费提示要求

C.1 提示内容

保健食品是食品，不是药物，不能代替治疗疾病。

选购保健食品要认清、认准产品包装上的保健食品标志及保健食品批准文号，依据其功能和适宜人群科学选用并按标签、说明书的要求食用。保健食品产品注册信息可在国家市场监督管理总局网站查询。

选购保健食品要到正规的商场、超市、药店等经营单位购买，并索要发票或销售凭据。

消费者如对所购买的保健食品质量安全有质疑，或发现存在虚假宣传等违法行为，请及时向当地市场监管部门举报，也可拨打投诉举报电话：12315。

C.2 设置要求

C.1.2 可通过在经营场所显著位置或保健食品销售专区（或专柜）设置台卡、立牌等提示牌或张贴海报等形式向消费者告知保健食品消费提示。保健食品消费提示台卡、立牌或海报的尺寸可根据实际情况按比例调整。

C.1.3 保健食品经营者可在消费提示牌或海报上增加保健食品标志，提供产品注册或备案信息查询二维码，方便消费者扫描二维码查询保健食品信息。

C.1.4 鼓励保健食品经营者在销售场所设置宣传版面，发放宣传单，普及保健食品安全知识，引导消费者科学认知保健食品，理性消费。

C.3 参考样式



附录 D
(资料性)
保健食品电子化追溯码 (参考示例)

保健食品电子化追溯码示例参见图 D.1。



图 D.1 保健食品电子化追溯码示例

图D.1为某保健食品生产企业在产品标签上采用的电子化追溯码，在后台系统的支持下，集产品信息查询、防伪、追溯等多种功能于一体，可实现一物一码。如图示：1、刮开涂层为二维码，供消费者查询真伪，查询信息涉及产品名称、生产日期、服用指南等；2、二维码上面为数字码，供生产经营企业查询真伪；3、右面是物流码，供生产经营企业查询下游销售。以上采用信息化手段采集，实现整个电子化食品安全追溯体系。

附录 E
(资料性)

保健食品经营企业食品安全自查表 (参考格式)

表 E.1 保健食品经营企业食品安全自查表 (参考格式)

自查项目	序号	自查内容	发现问题情况
1. 经营资质和场所情况	1.1	营业执照、食品经营许可证或预包装食品备案凭证 (仅销售预包装食品) 中相关信息一致, 且合法有效, 并在经营场所显著位置悬挂或摆放。	
	1.2	食品经营许可证真实、不存在伪造、涂改、倒卖、出租、出借情况。	
	1.3	实际经营地址与食品经营许可证核定地址相符合。	
	1.4	实际经营情况与许可项目符合, 许可项目包含所经营的保健食品。	
	1.5	有与经营的食品品种、数量相适应的场所、经营设备或者设施。	
	1.6	经营场所环境整治, 与污染源保持规定的距离。	
2. 食品安全管理制度和人员情况	2.1	建立了从业人员健康管理制度, 从业人员符合国家相关规定对人员健康的要求。	
	2.2	建立了培训与考核制度, 对职工进行了岗前培训及包含保健食品知识的食品安全知识培训和考核。	
	2.3	有专职或兼职的食品安全管理人员、专业技术人员和保障食品安全的管理制度。	
	2.4	不存在经市场监管部门抽查考核不合格的食品安全管理人员在岗从事食品安全管理工作情况。	
3. 食品经营、贮存、环境卫生管理情况	3.1	场所环境整洁, 与有毒、有害污染源有效分隔, 销售和贮存场所应与生活区分 (隔) 开。	
	3.2	食品贮存条件满足贮存需要, 贮存条件有温湿度要求的, 设置相应的监控设备, 并记录; 食品贮存做到隔墙离地。	
	3.3	清洁剂、消毒剂、杀虫剂等物质分别包装, 明确标识, 并与保健食品及包装材料分隔放置。	
4. 供应商审核和进货查验情况	4.1	建立保健食品进货查验记录制度, 记录和保存期限符合要求	
	4.2	按规定查验和留存供货商保健食品生产或经营许可证、营业执照等资质证明, 并核对证照有效期和经营范围等内容, 并建立合格供应商档案	
	4.3	按规定查验和留存产品注册或备案证书、合格证明文件	
	4.4	有采购凭证, 包括发票、送货单据和购物凭证, 且账物相符	
5. 食品标签、说明书、包装状况	5.1	食品标签、说明书清楚、明显, 生产日期、保质期等事项显著标注, 容易辨识。	
	5.2	保健食品标签标识内容与注册证书或备案凭证所示内容一致。	
	5.3	保健食品标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能。	
	5.4	进口保健食品上有中文食品标签, 并载明食品的原产地以及境内代理商的名称、地址、联系方式。	
	5.5	产品包装整洁, 符合GB 23350要求, 无过度包装情形。	
6. 保健食品专区专柜等销售管理情况	6.1	经营场所划分保健食品经营专用区域, 设专区或专柜, 有专门标识, 不与普通食品或药品混放。	
	6.2	保健食品经营场所显著位置标注“保健食品不是药物, 不能代替药物治疗疾病”等消费提示。	
	6.3	保健食品发布广告经相关监管部门审批, 取得了广告批准文件。	
	6.4	经营场所张贴、悬挂、设置、摆放或者发放的食品广告、宣传资料、赠品等的内	

自查项目	序号	自查内容	发现问题情况
		容不涉及疾病预防、治疗功能。	
	6.5	从事食品批发业务的经营企业应建立食品销售记录制度，记录和保存期限符合要求。	
	6.6	建立食品安全信息追溯管理制度，如实记录并保存进货查验、保健食品批发销售等相关信息，保证食品可追溯。	
7. 临期、过期食品处置情况	7.1	定期检查库存和货架上的食品，及时清理并按规定销毁变质或超过保质期的食品。	
	7.2	建立了临保食品管理制度，将临保食品集中存放、陈列、出售，并作出醒目提示。	
8. 不合格食品管理和召回情况	8.1	建立退货食品处置管理制度，建立不合格食品、不安全食品的召回和处置管理制度。	
	8.2	实施不合格食品、不安全食品召回的，有召回计划、公告等相应记录。召回的食品和退货食品有相应处置记录。	
9. 食品安全事故处置情况	9.1	制订了食品安全事故处置方案，并定期检查，及时消除事故隐患。发生事故的，建立和保存了处置事故记录，并按规定上报所在地县级市场监管局。	
	9.2	建立了食品安全自查制度，定期对食品安全状况进行检查评价，留存了自查表。	
10. 其他	10.	(企业自定)	
自查组（签名）： （法定代表人或企业实际负责人、质量负责人，也可以是外聘质量安全管理、专业技术人员或相关第三方机构签名）			

参 考 文 献

- [1] GB31621-2014 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范
 - [2] 《中华人民共和国食品安全法实施条例》
 - [3] 《中华人民共和国电子商务法》
 - [4] 《中华人民共和国价格法》
 - [5] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
 - [6] 《食品经营许可证管理与备案办法》
 - [7] 《直销管理条例》
 - [8] 《禁止传销条例》
 - [9] 《网络交易监督管理办法》
 - [10] 《食品召回管理办法》
 - [11] 《网络食品安全违法行为查处办法》（国家食品药品监督管理总局令第27号）
 - [12] 《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》（国家市场监督管理总局令第21号）
 - [13] 《保健食品标注警示用语指南》（国家市场监督管理总局公告2019年第29号）
 - [14] 《明码标价和禁止价格欺诈规定》
 - [15] 《关于推进保健食品生产经营企业食品安全信息追溯工作的指导意见》
 - [16] 《浙江省电子商务条例》
-