

ICS 03.080.99

CCS X 10

备案号

DB21

辽宁省地方标准

DB21/T XXXX—2021

辽宁省保健食品经营管理规范

Liaoning province health food sales management norms

2021-XX-XX 发布

2021-XX-XX 实施

辽宁省市场监督管理局 发布

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》给出的规则起草。

本文件由辽宁省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：辽宁省食品安全协会。

本文件主要起草人：董延伟、张金碧、苗娜、刘洪旺、赵香华、王欣、赵秀娇、陈逸雯。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可以通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

归口管理部门通讯地址：辽宁省沈阳市皇姑区崇山中路55号，联系电话：96315-1-3015。

文件起草单位通讯地址：辽宁省沈阳市皇姑区太白山路110-3号，联系电话：024-23898046。

辽宁省保健食品经营管理规范

1 范围

本文件规定了保健食品经营管理的基本要求、专区专柜、广告和宣传、价格管理、直销经营、网络经营、信息溯源、食品安全自查、投诉和建议处置的要求和管理准则。

本文件适用于开设实体门店、网络销售的经营者，从事各类保健食品销售活动。

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 食品安全国家标准 保健食品

GB 31621 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范

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 province health

经行政审批部门注册或备案，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。即适用于特定人群食用，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、亚急性或慢性危害的食品。

3.2

直销 Direct sale

在固定营业场所之外直接向最终消费者推销产品的经销方式。

3.3

网络经营 Network operation

通过互联网等信息网络销售保健食品的经营方式，包括通过网络食品交易第三方平台提供者或者自建的网站进行交易的保健食品经营行为。

4 基本要求

4.1 通用要求

4.1.1 保健食品经营过程中的食品安全、广告、宣传、价格、直销等的管理应符合强制性标准的要求。

4.1.2 经营的保健食品应符合 GB 16740 要求。保健食品经营过程应符合 GB 31621 要求。

4.2 人员要求

4.2.1 食品安全管理人員和銷售人員應經過相關法律法規、標準及保健食品知識的培訓和考核，應熟悉本崗位商品和服務的基本知識，能指導消費者了解和查詢保健食品信息。

4.2.2 現場銷售人員應穿著整潔，在工作區域不應有影響保健食品質量安全的行为。

4.3 经营资质

4.3.1 應取得相關資質（《營業執照》或者《食品經營許可證》），經營範圍應包含保健食品銷售。

4.3.2 應在經營場所的顯著位置公示相關資質。

4.4 进货查验

4.4.1 採購保健食品，應查驗保健食品註冊證書或者備案憑證，以及供貨者的食品生產經營資質。相關資質證明文件複印件應加蓋供應商公章（或簽字），可以是紙質或電子掃描件。

4.4.2 採購國產保健食品，應查驗保健食品生產企業的《食品生產許可證》（含《食品生產許可品種明細表》）和對應批次產品的出廠檢驗合格證或其他合格證明。《食品生產許可品種明細表》中，應列明所採購的保健食品品種信息。

4.4.3 採購進口保健食品，應當查驗由海關出具的對應批次產品的入境貨物檢驗檢疫合格證明。

4.4.4 每次進貨時，應查驗保健食品的標籤、說明書以及包裝、附帶宣傳材料，相關要求依照附錄 A 執行。發現不符合附錄 A 要求的應停止採購。

4.4.5 建立進貨查驗記錄制度，如實記錄保健食品的名稱、規格、數量、生產日期或者生產批號、保質期、進貨日期及供貨者名稱、地址、聯繫方式等內容，並保存相關憑證。記錄和憑證保存期限不得少於產品保質期滿後 6 個月。實行統一配送的食品經營企業，可由企業總部統一查驗記錄。

5 专区专柜

5.1 专区设置要求

5.1.1 专区可由多个货架（货柜）或其部分区域组成。区域界线应清晰明确，与其它区域有效区分，方便消费者选购商品时识别。不得与外包装相似、易混淆食品相邻摆放，防止误选。

5.1.2 销售专区可以是小微专区（货架）（商品陈列区域或货架长度 ≤ 0.5 米）。结合经营需要，可增设促销区、展示区（四专区）。

5.1.3 四专区内，每类专区只能摆放保健食品，不得混放其他食品或商品，不得有宣传药品或保健食品某一成份功效的广告。四专区外，不得摆放任何保健食品。

5.1.4 存放、陈列保健食品的货架或柜台应保持清洁，不应放置除保健食品外的其他物品，应防止保健食品受到污染。

5.2 专区标识要求

5.2.1 保健食品的销售专区或专柜应设立保健食品专区提示牌。醒目注明“保健食品销售专区（专柜）”字样，提示牌为绿底白字，字体为黑体。文字大小可根据设立的专区专柜的空间确定。提示牌可以为吊牌、台卡、立牌等形式。位置和大小应醒目，参见附录 B

5.2.2 保健食品销售专区，每个货架、陈列保健食品的每个立面（含侧面、背面、组合柜前台面），均应分别标示规定项目：a 专区牌、b 诚信码、c 特别提示、d 承诺书、e 警示/提示语（五公示）。

5.2.3 标示项目一般应以硬质（KT 板、亚克力板、硬纸板等）形式，或彩印纸粘贴于货架固定立面上，内容统一、形式规范、醒目易辨、指代（立面、区域范围）明确、直立固定、没有遮挡，便于消费者选购商品时查看。

5.2.4 标示牌距地面高度一般应在 1.2—2 米易视范围内。

5.2.5 货架每个立面，a 专区牌为必设项目，其他标示项目可视每个立面商品陈列区域长度具体确定。一般，区域长度在 0.5 米以内，摆放 a；超过 0.8 米的，至少摆放 a、c、d；超过 1.2 米的，至少摆放 a、c、d、e；超过 1.5 米的，至少摆放 a、b、c、d、e。但对区域长度超过 0.8 米的高货架、组合货架，至少摆放 a、c、d、e。

5.3 消费警示用语

保健食品经营者应当在经营保健食品的场所显著位置标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”等消费警示用语，参见附录 C。

5.4 公示信息

鼓励企业自愿下载并公示诚信码和保健食品安全承诺书等内容，接受社会监督，下载方法参见附录 D。

6 广告和宣传

- 6.1 保健食品广告发布前应由市场监管部门审查批准；未经审查批准，不得发布。
- 6.2 保健食品的广告应显著标明“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。
- 6.3 广告应严格按照审查批准的内容发布，不得进行剪辑、拼接、修改。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或标志性成分及含量、适宜人群或食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或备案的产品说明书范围。
- 6.4 保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能。不得以虚假或引人误解的内容欺骗、误导消费者。不得使用医疗用语或易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。不得利用广告代言人做推荐或证明。
- 6.5 禁止利用任何方式，包括网络直播在内，对保健食品进行虚假宣传；不得在经营场所或其他场所和社交平台作虚假宣传、误导消费者购买保健食品。

7 价格管理

- 7.1 销售保健食品和提供服务，应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、价格或服务的项目、收费标准等有关情况。
- 7.2 保健食品经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。

8 直销经营

- 8.1 直销企业应获得国务院商务主管部门颁发的直销经营许可证（范围应包括保健食品），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。
- 8.2 直销企业从事直销活动的，必须按照相关规定设立负责直销业务的分支机构，从事直销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。
- 8.3 直销企业及其直销员从事直销活动，不得有欺骗、误导等宣传和推销行为。

9 网络经营

- 9.1 自建网站交易的保健食品经营者应在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地市、县级市场监督管理部门备案，取得备案号。
- 9.2 保健食品经营者，应在网站首页（自建网站交易），或者在经营活动主页面（第三方平台交易）的显著位置，持续公示相关有效经营资质、产品注册证书或者备案凭证。持有广告审查批准文号的还应当公示

广告审查批准文号，并链接至市场监督管理部门网站对应的数据查询页面。信息发生变更的应当及时更新公示信息。

9.3 网络经营保健食品应当在产品销售页面显著位置标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”等警示用语。对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。

9.4 通过自建网站交易的保健食品经营者应当记录、保存保健食品交易信息，保存时间不得少于产品保质期期满后6个月。

9.5 网络经营应设置“保健食品”专栏，专栏内只能销售展示保健食品，专栏外不得销售展示保健食品。

10 信息追溯

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。

11 食品安全自查

保健食品经营者应建立食品安全自查制度，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。鼓励保健食品经营者主动向社会公示自查结果，接受社会监督。

12 投诉和建议处置

保健食品经营者应及时妥善处理消费者投诉和建议，处置过程中出现问题应及时上报当地市场监管部门。

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、说明书内容真实，与注册或者备案的标签、说明书一致，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。
- A.2 保健食品的标签应标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”警示用语，警示用语使用黑体字印刷，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、说明书应当清楚、明显。生产日期、保质期等事项应显著标注，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、补印或篡改。保质期的标注应使用“保质期至 xx 年 xx 月 xx 日”的方式描述。
- A.4 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.5 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”字体一致。
- A.6 保健食品名称中，不应含有表述产品功能的相关文字，包括不应含有已批准的如增强免疫力、辅助降血脂等 27 种特定保健功能的文字。
- A.7 未经人群食用评价的保健食品，其标签说明书载明的保健功能声称前应增加“本品经动物实验评价”的字样。

附录 B
(规范性)
保健食品销售专区提示牌要求

B.1 内容要求

提示牌内容应为“保健食品”或“保健食品销售专区”。

B.2 设置要求

保健食品销售专区提示牌应为绿底白字，字体为黑体。

B.3 参考样式



图 B.1



图 B.2



图 B.3

附录 C
(资料性)
保健食品经营场所设置消费提示

C.1 提示内容

保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病。

选购保健食品要认清、认准产品包装上的保健食品标志“小蓝帽”及保健食品批准文号，根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，也可在销售专区扫描特殊食品社会监督码（诚信码）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。

C.2 设置内容

可通过在销售专区或专柜设置台卡、立牌等提示牌向消费者告知保健食品消费提示。

保健食品经营者可在消费提示牌上增加保健食品标志，提供产品注册或者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。

保健食品经营者可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，明白理性、放心消费。

保健食品经营者可在销售场所展示 12315 投诉举报热线等，鼓励社会监督。

C.3 参考样式



图 C.1

选购保健食品 特别提示

一、保健食品是食品，不是药品，不能替代药物治疗疾病。

二、要认准产品包装上的  “小蓝帽”标志及批准文号，按照标签说明书上的保健功能及适宜人群有针对性地选择。

三、要到设有销售专区（专柜）的商场、超市、药店等单位购买，并索要发票或销售凭据。

四、消费者，特别是中老年人、疾病患者，切勿听信会议、讲座、健康咨询、免费体检等可能对保健食品作出的扩大功效、治疗疾病等虚假宣传。

五、扫描经营者**诚信码**，可查询有关信息，对经营者作出评价。拨打电话 **12315**，可向市场监管部门举报投诉。

粘贴本店
诚信码

扫描诚信码 消费者更放心

辽宁省市场监督管理局

图 C.2

附录 D
(资料性)
保健食品资料下载方法及图示推荐

D.1 下载网址：<http://lnfwm.lnspaq.com>（辽宁省特殊食品生产经营者诚信自律服务平台）资料下载。

D.2 图示推荐

D.2.1 推荐公示诚信码展示图



图 D.1

D. 2. 3 推荐立式高货架展示图



图 D. 3

D.2.4 推荐前低柜后高架式组合货架展示图

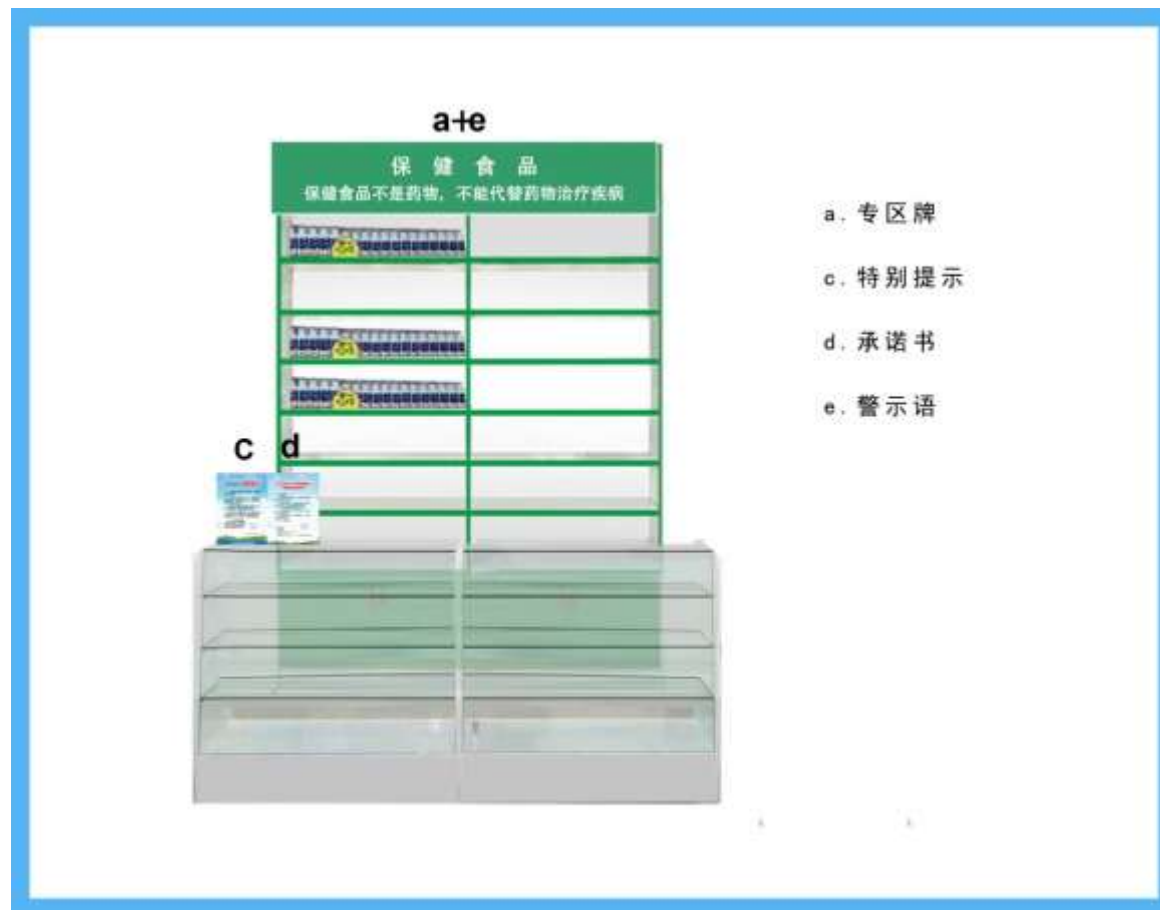


图 D.4

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国食品安全法（2015年版）》全国人民代表大会常务委员会
 - [2] 《中华人民共和国食品安全法实施条例（2019年版）》中华人民共和国国务院令
 - [3] 《中华人民共和国广告法（2015年版）》人大代表常务委员会
 - [4] 《中华人民共和国反不正当竞争法（2018年版）》全国人大常委会
 - [5] 《中华人民共和国电子商务法（2019年版）》全国人大常委会
 - [6] 《中华人民共和国价格法（1998年版）》中华人民共和国主席令第92号
 - [7] 《直销管理条例（2005年版）》国务院令第443号
 - [8] 《禁止传销条例（2005年版）》国务院令第444号
 - [9] 《保健食品注册与备案管理办法（2016年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [10] 《食品经营许可证管理办法（2015年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [11] 《食品召回管理办法（2015年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [12] 《食品生产经营日常监督检查管理办法（2016年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [13] 《网络食品安全违法行为查处办法（2016年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [14] 《食品经营许可证审查通则（2015年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [15] 《总局关于规范保健食品功能声称标识的公告（2018年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [16] 《总局关于进一步规范保健食品命名有关事项的公告（2016年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [17] 《总局关于保健食品命名有关事项的公告（2016年版）》国家食品药品监督管理总局
 - [18] 《保健食品标注警示用语指南》国家市场监督管理总局发〔2019〕29号
 - [19] 《关于防范保健食品功能声称虚假宣传的消费提示》国家市场监督管理总局
-