

团 体 标 准

T/NJK 0001 —2021

保健食品经营管理规范

Management standard of health food

(征求意见稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

南京健康产业商会 发布

南京健康产业商会是由南京地区从事健康养生行业及相关行业的企、事业单位、科研院、所、社会团体以及健康养生领域的专家等自愿结成的全市性、行业性和非营利性的社会团体法人。制定南京健康产业商会团体标准，满足行业与企业需要，推动行业与企业标准化工作，是南京健康产业商会的工作内容之一。本市的团体和企业，均可提出制、修订南京健康产业商会团体标准的建议并参与有关工作。

南京健康产业商会团体标准按《南京健康产业商会团体标准管理办法》进行制定和管理。

南京健康产业商会团体标准经向社会公开征求意见，通过审定后作为南京健康产业商会团体标准予以发布。

在本文件实施过程中，如发现需要修改或补充之处，请将意见和有关资料寄给南京健康产业商会，以便修订时参考。

本文件版权为南京健康产业商会所有，除了用于国家法律或事先得到版权所有人的许可外，不得以任何形式或任何手段复制、再版或使用本文件及其章节，包括电子版、影印件，或发布在互联网及内部网络等。

南京健康产业商会地址：南京市江宁区中科路8号中科大厦

邮政编码：211100 电话：025-83363543 电子信箱：pyj@zhongke.com

目次

前 言.....	III
1 范围	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 经营产品的分类.....	1
5 基本要求.....	2
6 活动要求.....	3
7 服务质量与持续改进	5

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。

本文件由中科健康产业集团股份有限公司提出。

本文件由南京健康产业商会归口。

本文件主要起草单位：中科健康产业集团股份有限公司、南京保健养生学会、南京同仁堂健康产业有限公司、江苏享佳健康科技股份有限公司、江苏勤善堂健康产业有限公司、南京清润青生物科技有限公司、南京希元生物医药科技有限公司。

本文件主要起草人：王连安、孙怀东、肖俊方、卞开勤、董邦祥、刘勇业。

考虑到本文件中的某些条款可能涉及专利，南京健康产业商会不负责对该类专利的鉴别。

本文件首次制定。

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术语与定义、基本要求、活动要求和服务质量持续改进。
本文件适用于保健食品的经营管理。

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 31621-2014 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范

3 术语和定义

GB 16740-2014界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

保健食品

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。

[来源：GB 16740-2014, 2.1]

3.2

实体店经营

在实际的经营场所以实际的商品进行销售的传统经营方式。

3.3

网络经营

为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段，营造网上经营环境并利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的市场经营方式。

3.4

电话及微信经营

以现代经营理论为基础，借助通信和数字媒体技术实现经营目标的经营方式。

3.5

会议经营

通过寻找特定顾客，利用健康服务和产品说明会的方式销售产品的经营方式。

4 经营产品的分类

根据经营服务类别可分为：

——实体产品：保健食品；

——健康服务。

5 基本要求

5.1 企业要求

5.1.1 资质和经营条件

- 5.1.1.1 应依法设立或注册，按相关法律法规和管理要求取得《营业执照》及经营范围含保健食品的《食品经营许可证》。
- 5.1.1.2 应取得所经营保健食品的《保健食品注册证书》或《保健食品备案凭证》，生产厂家《营业执照》、《食品生产许可证》、企业标准、产品质量检测报告及第三方检验报告。
- 5.1.1.3 应具备法律规定的固定经营场所和相关设施设备，在显著位置展示《食品经营许可证》正本，配备与经营规模和范围相适应的管理和专业技术人员。
- 5.1.1.4 企业内部工作人员应按以下要求配备一定数量的健康领域专业人员：
 ——具有食品、药品、生物、医学等相关专业背景的人员占比不宜低于 30%；
 ——具有与本产品相关的职业资格证书的人员不宜低于总人数的 20%。

5.1.2 运行管理

- 5.1.2.1 企业应建立健全各项服务及管理制度，内容包括但不限于：
 ——保健食品安全管理制度，应与经营规模、设备设施水平和保健食品的种类特性相适应；
 ——培训与考核制度，根据不同岗位的实际需求，制定和实施年度培训计划并进行考核，做好培训记录，当相关法规及标准更新时，应及时开展培训；
 ——经营场所卫生管理制度，根据保健食品的特点以及经营过程的卫生要求，对关键控制环节进行监控；
 ——质量管理制度，应根据产品质量技术指标要求采取相应质量管理措施；
 ——人员岗位职责制度，应根据不同岗位职责进行培训并建立相关考核与淘汰机制；
 ——人员诚信档案制度，应根据诚信守法、合规经营的原则建立人员的资格申请机制、违规处罚规定和诚信档案；
 ——产品退换货制度，应至少包括产品退换货条件、时限、方式和工作流程；
 ——销售制度，应至少包括订单处理和销售业务的记录要求；
 ——顾客投诉及回访制度，应根据消费者投诉内容及时处理并留存处理记录，定期进行回访并根据消费者意见或建议进行满意度调查；
 ——售后服务管理制度，应及时解决售后消费者遇到的问题，提高顾客可信度。
- 5.1.2.2 企业应加强对产品、经营、质量的管理和监督，做到诚信守法、规范管理、合规经营。
- 5.1.2.3 企业通过录音、网络数据保留、监控等保留经营服务记录，实施对服务过程的监督管理。
- 5.1.2.4 实行统一配送经营方式的企业，可以由企业总部统一查验供货者的许可证和保健食品合格证明文件，进行进货查验记录。

5.2 人员要求

5.2.1 基本要求

- 5.2.1.1 应符合国家相关规定对人员健康的要求，进入经营场所应保持个人卫生和衣帽整洁，防止污染保健食品。
- 5.2.1.2 人员岗前培训和定期接受相关法律法规、标准及保健食品知识的培训，并熟练掌握本岗位产品和服务的基本知识，能引导消费者了解和查询保健食品信息。设置考核和淘汰机制。
- 5.2.1.3 各岗位人员应熟悉食品安全的基本原则和操作规范，并有明确职责和权限报告经营过程中出现的食品安全问题。
- 5.2.1.4 管理人员应具备必备的知识、技能和经验，能够判断潜在的危险，采取适当的预防和纠正措施，确保有效管理。

5.2.2 人员职责与资质

不同类别工作人员的职责和资质应符合表1的要求。

表1 人员要求

人员类别	职责	资质要求
统筹人员	协调、监督活动的顺利进行。	大专以上学历，具备一年以上活动统筹工作经验。
策划人员	制定活动策划方案，指导、协调活动的开展和实施。	大专以上学历，具备1年以上活动策划经验。
营销人员	产品的推广和销售。	中专以上学历。
售后服务人员	提供产品的售后服务。	大专以上学历，具备与产品相关专业背景和职业资格。
讲师	健康理念宣传、健康知识教育、企业及产品介绍。	大专以上学历，具备与授课内容相关专业背景和职业资格。
专家	健康养生知识普及、咨询、指导，提供健康服务。	在健康领域具有较高学术权威和社会声望，具备副高及以上职称。
主持人	控制活动气氛、控制活动时间、推动活动进程。	具备1年以上活动主持工作经验。
后勤人员	为活动提供各种服务支持。	满足所在岗位的要求。

5.3 宣传要求

- 5.3.1 宣传及展示应遵守《中华人民共和国广告法》及行业监管部门发布的相关要求，内容真实、简明，与《保健食品注册证书》或《保健食品备案凭证》、注册或备案的产品说明书中的内容一致。
- 5.3.2 应对保健食品的命名和产品宣传的内容进行内部审核，不应含有功效保证、承诺性、评价性、排他性内容，不应私自编辑、篡改、歪曲、夸大原有内容。
- 5.3.3 不应利用国家机关、企事业单位、医疗机构、学术机构、行业组织、专家学者、医务人员和消费者的名义和形象作为功效保证。
- 5.3.4 不应通过夸大或渲染疾病或健康异常状况制造消费者焦虑情绪。

5.4 经营要求

- 5.4.1 应根据国家相关规定查验供货者的许可证和食品合格证明文件，并建立合格供应商档案。实行统一配送经营方式的企业，可以由企业总部统一查验供货者的许可证和食品合格证明文件，并保持正常运行。
- 5.4.2 应使用专用运输工具进行保健食品运输，在运输过程中应符合保证食品安全所需的温度等特殊要求。
- 5.4.3 应如实记录保健食品的名称、规格、数量、生产日期、保质期、进货日期以及供货者的名称、地址及联系方式等信息，记录、票据等文件应真实，保存期限不得少于食品保质期期满后6个月，没有明确保质期的，保存期限不得少于两年。验收合格后方可入库，不符合验收标准的保健食品不得接受，应单独存放，做好标记并尽快处理。
- 5.4.4 应记录保健食品进库、出库时间和贮存温度及其变化，保持贮存场所完好、环境整洁，与有毒、有害污染源有效分离。
- 5.4.5 当发现经营的保健食品不符合食品安全标准时，应立即停止经营，并有效、准确地通知相关生产经营者和消费者，并记录停止经营和通知情况。应配合相关部门进行追溯和召回工作，针对所发现的问题，应查找各环节记录、分析问题原因并及时改进。

6 活动要求

6.1 实体店经营要求

- 6.1.1 应将保健食品分类放置在保健食品经营专区/专柜经营，并显著标识。
- 6.1.2 应按照行业主管部门的要求标明保健食品的品名、规格、价格等相关信息。
- 6.1.3 应为有需求的消费者提供送货上门服务。

6.2 网络经营要求

- 6.2.1 标题应包含品牌名、保健食品名称及规格。
- 6.2.2 展示图片不应少于 5 张且满足以下要求：
- 首张展示图片为正面实物图，清晰展示保健食品标志、商标、保健食品名称等信息；
 - 第二张展示图片为标签实物图，清晰展示保健食品名称、保健功能、主要原料、适宜人群及不适宜人群等信息；
 - 第三张展示图片为保健食品侧面实物图，清晰展示保健食品生产厂家等信息；
 - 第四张展示图片为保健食品批准证书；
 - 第五张展示图为保健食品内容物或外包装其他版面实物图。
- 6.2.3 保健食品属性页面应展示保健食品名称、保健食品批准证书文号、保健食品广告批准文号、保健食品标志、适宜人群及不适宜人群等信息。
- 6.2.4 保健食品详情页面应满足以下要求：
- 包含一张清晰展示保健食品品牌的实物图片；
 - 包含一张清晰展示保健食品标签信息的实物图片；
 - 提醒消费者剩余保质期。
- 6.2.5 消费者付款后，应于 48 小时内发货，必要时帮助消费者追踪物流信息。
- 6.2.6 规范发货标准，应合理利用资源降低物流成本，并按照用户订货要求，合理送货形式，实现物品最终配制的经济形式。

6.3 电话及微信经营要求

- 6.3.1 企业应建立客户关系管理（Customer Relationship Management, CRM）系统，记录并妥善保管消费者个人信息。
- 6.3.2 消费者明确购买意愿后，企业应于 48 小时内发货，必要时帮助消费者追踪物流信息。企业宜结合消费者需求，主动向消费者推荐适用的保健食品。
- 6.3.3 宜采用货到付款的经营形式。

6.4 会议经营要求

6.4.1 策划

- 6.4.1.1 策划人员应制定会议方案，方案应明确会议的主题、时间、地点、邀请对象、参加人数、经营产品、活动流程、人员分工、应急预案、活动预算等。
- 6.4.1.2 企业应选择与活动规模相适应、交通便利、设施设备齐全、消防安全合格的地点举行会议。参会人数达到 500 人时，提前跟相关部门报备，且企业应至少配备 1 名执业医师和急救用品。
- 6.4.1.3 应至少提前 7 天邀请消费者，宜收集并记录消费者年龄、姓名、性别、联系电话、健康需求等信息。
- 6.4.1.4 必要时，企业应提前模拟会议，排查会议风险点并完善保障措施。

6.4.2 实施

- 6.4.2.1 工作人员应提前到达会议地点完成筹备和保障工作。
- 6.4.2.2 工作人员应引导消费者有序入场、签到、列席。
- 6.4.2.3 会议开始后，经营人员应组织会议按方案进行并做好后勤保障工作。
- 6.4.2.4 经营人员应记录消费者接受的送货时间、配送信息及配送方式。

6.4.3 收尾

- 6.4.3.1 会议结束后，工作人员应引导消费者有序离场。
- 6.4.3.2 工作人员应妥善安排老幼病残孕及需要帮助的参会人员安全离场。
- 6.4.3.3 工作人员应于会议结束后一周内按与消费者的约定配送保健食品。

6.5 售后服务要求

- 6.5.1 企业应设立售后服务部门并公布售后服务受理渠道。
- 6.5.2 售后服务人员应在产品售后 3-6 天后做首次回访，并定期对消费者进行跟踪回访，提供必要的使用指导，开展满意度调查，记录消费者使用感受、建议和意见。
- 6.5.3 售后服务人员应热情并耐心的接待消费者并详细、如实记录消费者的诉求，留存投诉消费者出具的证据和资料。
- 6.5.4 售后服务人员应尽可能当场为消费者解决问题，不能当场解决的应告知原因和解决期限。
- 6.5.5 售后服务人员调查核实消费者反应的质量问题，收集必要的证据，以友好协商的态度处理质量争议。
- 6.5.6 售后消费者如有健康管理等需求的，企业应聘请专家，必要时可提供健康定制服务。

7 服务质量持续改进

- 7.1 企业应建立并实施内部监督考核机制。
 - 7.2 企业应持续收集客户满意度调查情况及投诉处理相关资料。
 - 7.3 企业应通过内部监督考核以及分析客户满意度和投诉信息，找出企业经营薄弱环节并不断改进产品和服务的质量。
-