

南京健康产业商会《保健食品经营管理规范》团体标准 (征求意见稿) 编制说明

一、工作简况

1、任务来源

保健食品作为特殊食品，直接关系到人们的身体健康和生命安全。随着人们生活水平的提高、健康意识的提升、人口老年化的增长以及健康中国战略的实施，保健食品产业持续发展，保健食品市场经过近年来的治理，总体趋向规范。但保健食品市场仍然存在一些虚假宣传、违规销售等扰乱市场秩序、侵害消费者权益的违法行为。

为规范保健食品经营行为，切实保障消费者利益，提升消费者的获得感和满意度，服务人们高品质生活，深入贯彻落实中央关于促进工商联所属商会改革和发展的实施意见、国务院深化标准化工作改革方案，全国工商联和国家标准委联合印发《关于鼓励、引导和规范工商联所属商会开展团体标准化工作的意见（试行）》，在南京市工商联指导下，2021年4月20日，《保健食品经营管理规范》团体标准由南京健康产业商会批准立项（宁健商2021[10]号），该标准由中科健康产业集团股份有限公司提出，南京健康产业商会牵头制定。

2、主要工作过程

(1) 调研讨论、申报阶段

2021年4月就标准立项申报进行研讨交流，搜集相关技术

标准及政策法规，听取专家相关建议，就标准制定的科学性、可行性和适用性开展专题论证研判，统一思想后形成团体标准《保健食品经营管理规范》项目申报书。

(2) 工作启动阶段

2021年5月，召开首次标准制定推进工作会议。一是成立《保健食品经营管理规范》起草工作组，由南京健康产业商会单位会员、有关管理经营人员、技术人员和标准化专家组成，明确任务分工；二是会议分析并确定了标准框架结构相关内容要求，形成了章、条安排的基本思路，重点章节条文表述，提出了保健食品经营管理活动的企业要求、基本要求、活动要求、服务评价与改进等。

2021年5月~6月起草工作组听取和收取基层意见后，对标准草案进行了内容充实和完善，按GB/T 1.1—2020的要求进行了编辑。

(3) 形成标准初稿阶段

2021年6月24日，起草工作组召开第二次标准撰写讨论会，围绕南京市保健食品经营管理实际情况，开展进一步座谈交流，针对保健食品经营管理中存在的问题，进行了深入细致的讨论。结合基层实践需求，就企业要求、基本要求和活动提出深入细致的修改意见。起草工作组根据所提修改意见作了进一步完善。

2021年7月10日，组织召开了第三次标准撰写讨论会，与会单位包括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、

江苏苏宁易购电子商务有限公司、南京盈福企业管理有限公司等8家单位，会上经再次修改调整后形成《保健食品经营管理规范》征求意见稿。

3、 主要参加单位和工作组成员

本文件由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、江苏苏宁易购电子商务有限公司等单位共同负责起草。

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。

二、标准编制原则和主要内容

1、标准编制原则

本文件的制定符合产业发展的原则，本着先进性、科学性、合理性和可操作性以及标准的目标、统一性、协调性、适用性、一致性和规范性原则来进行本文件的制定工作。

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。

2、标准的主要内容及确定标准主要内容的依据

保健食品经营管理规范标准由术语与定义、基本要求、活动要求和服务质量持续改进等部分构成。

（一）标准架构及主要内容

本标准主要技术内容见图 1。

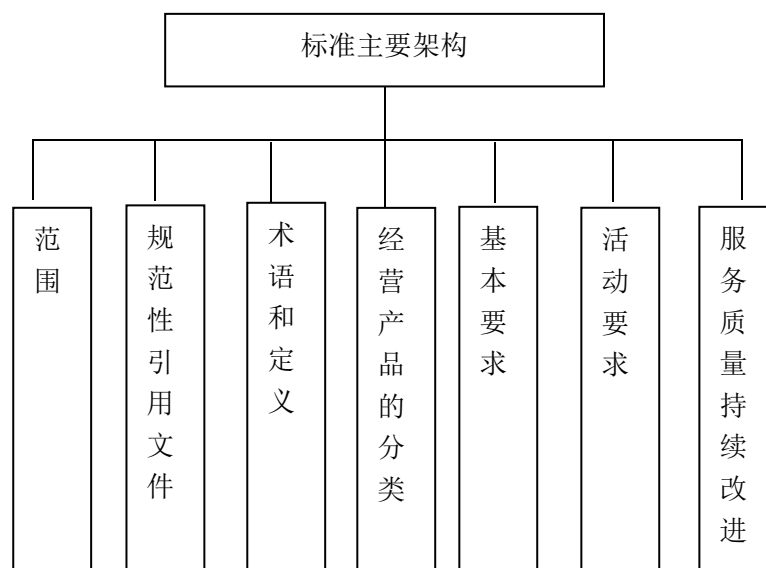


图 1. 标准主要架构图

（二）主要内容技术指标说明

1. 第 3 章 术语和定义

3.1 条 保健食品：定义参照了 GB16740-2014 食品安全国家标准 保健食品 2.1 保健食品“声称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 条~3.5 条 实体店经营、网络经营、电话及微信经营、会议经营：互联网技术的高速发展，使保健食品行业进入转型发展的关键时期，为了更好地满足消费者的保健需求，“互联网+直销+健康观念”应运而生。经营模式从单一的实体店经营，衍生出网络经营、电话及微信经营、会议经营，从线下渠道拓宽到线下线上相结合的渠道。

2. 第4章 经营产品的分类

根据服务类别，将经营产品分为实体产品和健康服务。除实体产品，企业可根据消费者需求，提供个性化健康定制服务。

3. 第5章 基本要求

基本要求包括企业要求、人员要求、宣传要求和经营要求，内容符合《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》、《保健食品注册与备案管理办法》、《食品经营许可管理办法》、《中华人民共和国广告法》和《直销管理条例》中的相关规定，并细化了运行管理制度和人员职责与资质。

4. 第6章 活动要求

活动要求包括实体店经营要求、网络经营要求、电话及微信经营要求、会议经营要求及售后服务要求，并根据每种经营模式的特点细化相应的活动过程要求。

5. 第7章 服务质量持续改进

建立内部监督考核机制，针对客户满意度调查和投诉情况，不断改进产品和服务的质量。

三、标准中涉及专利的情况

本文件没有涉及专利等知识产权。

四、与现行相关法律、法规、规章及标准，特别是强制性行标准的协调性

本文件与现行相关法律、法规、规章及标准协调一致。

经查新，现有国家、行业标准领域有关保健食品经营管理类的标准极少。为尽可能保障本标准的架构设计的规范性、科学性，

本标准框架和主要内容参考了以下两项国家标准、一项地方标准及一项团体标准：

- [1] GB16740—2014 食品安全国家标准 保健食品
- [2] GB31621—2014 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范
- [3] DB31/T 1259—2020 保健食品经营管理规范
- [4] SZTT/SZJCH 0001—2018 保健行业会议营销运营规范

本标准编制过程中参考了如下法律法规及指导性文件：

- [1] 《中华人民共和国食品安全法》
- [2] 《中华人民共和国广告法》
- [3] 《中华人民共和国价格法》
- [4] 《中华人民共和国电子商务法》
- [5] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- [6] 《保健食品注册与备案管理办法》
- [7] 《中华人民共和国食品安全法实施条例》
- [8] 《食品经营许可证管理办法》
- [9] 《保健食品生产许可审查细则》
- [10] 《长春市保健食品经营许可证实施标准》
- [11] 《直销管理条例》
- [12] 《保健食品标注警示用语指南》
- [13] 《国家食品药品监督管理总局关于印发〈食品经营许可证审查通则（试行）〉的通知》
- [14] 《网络食品安全违法行为查处办法》
- [15] 《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》

六、重大分歧意见的处理经过和依据

本文件无重大分歧意见。

七、标准性质的建议说明

本文件为首次制定，为南京健康产业商会团体标准，属于自愿性标准，供社会和会员自愿采用。

八、贯彻标准的要求和措施建议

标准的宣贯和培训工作是推广、实施标准的有效方法。本标准属于团体标准，目前南京市对于保健食品经营管理工作尚无统一的标准，建议本标准发布实施后在南京市保健食品行业的工作范围内进行宣贯实施，详细讲解标准的技术条款，让标准的实施单位知标准、懂标准、会用标准，发挥标准的指导作用，为该项工作的管理部门提供管理与考核评价依据。

九、其他应予说明的事项

无。

2021年8月12日