

上海市市场监督管理局文件

沪市监特食〔2020〕91号

上海市市场监督管理局关于印发 《上海市保健食品经营管理指南（试行）》的通知

各区市场监管局，各有关单位：

为进一步规范保健食品经营市场秩序，确保广大消费者消费安全与健康权益，我局依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《直销管理条例》《保健食品标注警示用语指南》等规定，研究制定了《上海市保健食品经营管理指南（试行）》，用于指导本市保健食品经营者开展自查管理，依法诚信经营。

请各有关单位参照执行。执行过程中存在问题或建议，请及时反馈市局特殊食品安全监管处。

特此通知。



上海市市场监督管理局
2020年3月2日

上海市保健食品经营管理指南（试行）

为进一步规范保健食品经营市场秩序，确保广大消费者消费安全和健康权益，我局依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《直销管理条例》《保健食品标注警示用语指南》等规定，制定了《上海市保健食品经营指南（试行）》。本指南列举了规范保健食品经营管理的主要事项和内容，用于指导本市保健食品经营者加强保健食品经营管理，依法诚信经营。

一、关于经营者资质和信息公示

（一）保健食品经营者应当取得《营业执照》和《食品经营许可证》，且《食品经营许可证》经营项目包含保健食品，并在经营场所的显著位置悬挂或者摆放《食品经营许可证》正本。

（二）保健食品不得与普通食品或者药品混放销售。保健食品销售区域应当独立、整洁、方便消费者选择购买，按规定设立提示牌，注明“保健食品销售专区（或专柜）”字样，推荐提示牌为绿底白字，字体为黑体，字体大小可根据设立的专区或专柜的空间大小而定。

（三）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”等消费提示信息。

二、关于进货查验

（一）保健食品经营者应当查验销售的保健食品是否具有有效的保健食品注册证书或备案凭证。并查验供货者《食品生产许可证》等相关许可证件，查验销售保健食品的生产企业《食品生产许可品种明细表》中是否列明该保健食品信息。

（二）保健食品经营者应当查验所销售国产保健食品对应批次出厂检验合格证或者其他合格证明；销售进口保健食品的，应当查验由海关部门出具的对应批次“入境货物检验检疫证明”。

（三）保健食品经营者应当建立进货查验记录和信息追溯管理制度，如实记录食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。记录和凭证保存期限不得少于产品保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于二年。实行统一配送的食品经营企业，可以由企业总部统一查验记录。

三、关于产品标签、说明书

（一）保健食品的标签、说明书内容应当真实，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，并声明“本品不能代替药物”。标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能。对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。

（二）保健食品经营者应当核对所销售保健食品的标签、说明书内容，是否与注册或者备案的标签、说明书一致（国家市场监督管理总局保健食品注册查询网址：<http://appl.sfda.gov.cn/datasearch/face3/dir.html>），发现不一致的应当停止销售。

（三）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。

（四）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。

（五）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。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。

四、关于广告发布及宣传

（一）发布保健食品广告，应当在发布前由市场监管部门对

广告内容进行审查；未经审查，不得发布。保健食品广告应当显著标明广告批准文号，严格按照审查通过的内容发布，不得进行剪辑、拼接、修改。

（二）保健食品广告应当显著标明“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，并显著标明保健食品标志、适宜人群和不适宜人群。

（三）保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。不得以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者。

（四）禁止利用包括会议、讲座、健康咨询在内的任何方式对保健食品进行虚假宣传。

五、关于价格行为

（一）保健食品经营者销售保健食品和提供服务，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。

（二）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。

六、关于直销活动

（一）直销企业应当获得国务院商务主管部门颁发的直销经

营许可证。直销产品的范围由国务院商务主管部门会同国务院市场监督管理部门根据直销业的发展状况和消费者的需求确定、公布。

（二）直销企业从事直销活动的，必须在本市设立负责直销业务的分支机构。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。未取得直销员证人员不得从事直销活动。

七、关于兼有网络经营行为

（一）自建网站交易的保健食品经营者应当在通信主管部门批准后 30 个工作日内，向所在地市场监督管理部门备案，取得备案号。

（二）网络保健食品经营者应当在其首页显著位置公示营业执照、许可证信息，或者上述信息的链接标识。信息发生变更的，网络保健食品经营者应当及时更新公示信息。

（三）网络销售保健食品应当公示保健食品的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。

（四）网络销售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”等消费提示信息，对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。

（五）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满后 6 个月；没有明确保质期的，保存时间不得少于 2 年。

八、其他

除本指南列举事项以外，保健食品经营者还应当符合法律、法规、规章规定的其他管理要求。