

保健食品及相关食品典型案例分析

田明¹, 王玉伟^{2*}, 冯军^{1*}, 李瑞锋², 李晓朋², 董雨桐^{2,3}

(¹国家市场监督管理总局发展研究中心 北京 100089

²北京中医药大学管理学院 北京 100029

³烟台市口腔医院 山东烟台 264000)

摘要 本研究旨在通过分析我国食品行业专项行动中保健食品及相关食品典型案例,客观反映食品及保健食品行业存在的问题,并提出相应的监管政策建议。收集整理自 2018 年 3 月 13 日后国家市场监督管理总局官方网站公布的 112 例与保健食品相关的典型案例。运用 Excel 2016 软件对案例的总体情况、地域分布、销售方式、目标人群、涉案金额和案件类型进行统计性描述,运用词频图对典型案例中产品功能声称进行可视化描述。发现保健食品及相关食品典型案例涉及 25 个省(市、区),地域分布广泛,其中涉及浙江、四川和上海的案例最多。销售方式主要包括批发和零售、网络销售和会议营销。老年人群体是保健食品及相关食品典型案例中的主要受害群体。典型案例中涉案金额较大,且普通食品虚假宣传冒充保健食品或者药品问题严重。此外,还存在保健食品虚假宣传和网络销售不规范等问题。针对保健食品及相关食品存在的问题,提出以下监管政策建议:1)加强对产品功能声称的监管,统筹完善食品声称管理体系。2)提高各主体对产品定位的认知,明确产品的属性和功能。3)整治虚假宣传行为,加强对网络销售平台的监管。

关键词 食品; 保健食品; 典型案例; 监管建议

文章编号 1009-7848(2024)01-0487-10 DOI: 10.16429/j.1009-7848.2024.01.045

随着健康中国战略的不断推进,完善健康服务供给侧改革的重要性日益显现。现阶段,我国经济水平不断提高,居民健康意识持续提升,由此对卫生保健的关注程度和消费意愿也在不断增强^[1-2],在这样的大背景下,保健食品行业将面临许多挑战与机遇^[3-4]。国家统计局数据显示,我国人均医疗保健费用在近 10 年内整体增长迅速,由 2013 年的 912 元增长至 2022 年的 2 120 元,增幅达到 132.46%。现阶段,市场上具有调节人体机能作用的保健食品呈现出爆发性的增长趋势,并逐步成为大健康产业中的重要组成部分^[5]。我国已是全球第一大保健食品原料供应国,产业规模达到 5 000 多亿元,有效注册产品 12 000 多个,累计备案产品 13 000 多个,保健食品产业迎来由量的积累向质的提升转型的机遇期^[6],居民对保健食品的潜在需求或将不断释放。虽然保健食品的抽检合格率常年居于食品所有品类抽检合格率的前列,但是

目前有研究显示我国保健食品行业的发展仍存在诸多问题^[7-10],如科技投入不足,夸大虚假宣传现象较多^[11-12],管理科学化有待提升^[13-14]等。这些问题的存在不仅阻碍我国保健食品产业发展的现代化和国际化^[15-19],而且严重影响老百姓的获得感、幸福感、安全感。

2015 年修订的《食品安全法》^[20]明确了保健食品作为特殊食品的法律地位。随着 2018 年国家市场监督管理总局的组建,一系列规范食品及保健食品生产经营活动相继启动,保健食品安全监管的力度进一步加强。例如,2018 年底,市场监管总局印发《关于进一步加强保健食品生产经营企业电话营销行为管理的公告》^[21],督促企业落实主体责任,严查虚假宣传、明示或暗示疾病预防或治疗功能。2019 年 1 月,多部门联合开展整治“保健”市场乱象百日行动,对保健食品市场齐抓共管、集中整治、规范秩序。2019 年 3 月,市场监管总局印发《关于深入开展互联网广告整治工作的通知》^[22],加大虚假违法广告案件查处力度,查办一批大案要案。2020 年 4 月,国家市场监督管理总局、中宣部等 7 部门联合发布《保健食品行业专项清理整治行动方案(2020—2021 年)》,将整治保健

收稿日期: 2023-12-01

基金项目: 国家市场监督管理总局科技计划项目(2022MK167)

第一作者: 田明,男,博士,副研究员

通信作者: 王玉伟 E-mail: wangyuwei1982@126.com

冯军 E-mail: fengj@samrdrc.org.cn

食品欺诈和虚假宣传行为作为重点,严厉打击食品生产经营者以会议等任何形式对食品保健食品进行虚假宣传、欺诈营销的违法行为。2021年后,市场监管部门聚焦民生领域群众反映强烈、社会舆论关注的突出问题,重拳出击,严厉打击社会民生领域案件,多次联合其他部门开展“铁拳”行动^[23]等。以上行动皆是针对重点行业及领域、重点场所及区域和重点违法行为,曝光多起典型违法犯罪案例。本研究通过筛选有关保健食品的典型案例分析,对我国保健食品行业现阶段存在的问题进行归纳后提出相关建议,有利于保健食品行业的健康发展。

1 数据来源与研究方法

1.1 数据来源

收集整理2018年3月13日之后国家市场监督管理总局官方网站中公布的有关食品类典型案例,其中与保健食品相关的案例(包含普通食品冒充保健食品的案例和保健食品案例两大类)112例,本研究对这112例典型案例进行分析。

1.2 研究方法

运用Excel 2016软件对典型案例的总体情况、地域分布、销售方式、目标人群、涉案金额和案件类型进行统计性描述,运用词频图对典型案例中产品功能声称进行可视化描述,将典型案例特征直观展现。

2 结果与分析

2.1 保健食品及相关食品典型案例的总体情况

在国家市场监督管理总局中搜索有关保健食品及相关食品典型案例,共有4个专项行动涉及案件112例,2017年进行的“食品保健食品欺诈和虚假宣传专项整治”行动,公布保健食品相关典型案例12例;2018年进行的“大力整治保健食品虚假广告”行动,公布相关典型案例31例;2019年进行的整治“保健”市场乱象“百日行动”,公布相关典型案例56例;2021—2023年民生领域案件查办“铁拳”行动,公布相关典型案例13例。

2.1.1 保健食品及相关食品典型案例的地域分布情况 对典型案例的案件查处地地域进行分类统计,共涉及25个省(市、区),具体如图1所示。浙

江查处的案例最多(13.39%),四川省其次(9.82%),上海市第三(7.14%)。6个省(市、区)仅查处2例,案例分布较为分散,无地域性特点,东西南北均有涉及。

2.1.2 保健食品及相关食品典型案例的销售方式分析 对保健食品及相关食品典型案例中的销售方式进行归类,除去25件未提及销售方式案件,共划分为五大类,具体如图2所示。“批发或零售”的数量最多(25.89%),“网络销售”排名第二(21.43%),“会议营销”排名第三(20.54%)。“批发或零售”主要发生在实体店销售过程中,“会议营销”大多通过提供免费的礼品或服务吸引人群至销售场所中进行会议宣讲后推销售卖,“网络销售”则是通过网站、APP等软件进行产品售卖。其中“网络销售”的产品多为普通食品虚假宣传冒充保健食品,甚至药品。

2.1.3 保健食品及相关食品典型案例的目标销售人群分布情况 在保健食品及相关食品典型案例的描述中,对产品销售目标群体进行统计,具体如图3所示。90例案件未强调产品销售主要人群,21例强调销售人群均为老年人群体,另有1例只针对景点游客销售。

2.1.4 保健食品及相关食品典型案例的涉案金额情况 相关典型案例中共有44例对涉案金额进行公开,经统计,超过千万元的案例19例,并有2例超过亿元。百万元以上千万元以下的案例8例,百万元以内的案例17例。

2.1.5 保健食品及相关食品典型案例的功能声称情况 提取保健食品及相关食品典型案例中查处产品功能声称的介绍并进行词频分析,如图5所示。涉案产品宣传中,共声称“功能”66种,“防癌抗癌”共出现22次,其次为“改善心脑血管疾病”共出现20次,“降血压”出现9次,另有“包治百病”“具有多种疾病治疗功能”的功能声称出现。值得注意的是,“防癌抗癌”“改善心脑血管疾病”“包治百病”“具有多种疾病治疗功能”等涉及预防和治疗疾病的功能声称均不属于保健功能,且与产品注册时申请的保健功能不符。

2.1.6 保健食品及相关食品典型案例的案件类型分布情况 案件类型按照产品类型分为普通食品和保健食品两大方面,其中保健食品按照生产销

表1 保健食品及相关食品典型案例总体分布情况
Table 1 General distribution of typical cases of health food and related food

专项行动	时间阶段	公布典型案例批次名称	保健食品 及相关食 品案件/例	发布时间	来源
食品保健 食品欺诈 和虚假宣 传专项整 治	2017年7 月—2018 年底	10起食品保健品欺诈和虚假宣传典型案例公布	3	2018/3/16	原食品药品监 管总局网站
		国务院食品安全办公布7起食品保健食品欺诈和 虚假宣传整治典型案例	4	2018/7/18	国家市场监督 管理总局网站
		三部门联合公布8起食品保健食品整治欺诈和虚 假宣传重大案件	5	2019/2/22	
大力整治 保健食品 虚假广告	2018年1 月—2019 年底	国家市场监督管理总局公布2018年第一批典型虚 假违法广告案件	3	2018/4/25	
		国家市场监督管理总局公布2018年典型虚假违法 互联网广告案件	6	2018/7/20	
		国家市场监督管理总局公布2018年第三批典型虚 假违法广告案件	1	2018/11/15	
		国家市场监督管理总局公布2018年第四批典型虚 假违法广告案件	3	2019/1/10	
		2019年第一批典型虚假违法广告案件公布	6	2019/5/9	
		国家市场监督管理总局公布2019年第二批虚假违 法广告典型案例	3	2019/8/26	
		国家市场监督管理总局公布2019年虚假违法食 品、保健食品广告典型案例	9	2019/12/12	
整治“保 健”市场 乱象“百 日行动”	2019年1 月8日— 4月18日	市场监管总局发布“百日行动”执法典型案例	4	2019/3/15	
		“百日行动”执法典型案例	8	2019/2/21	
		“百日行动”执法典型案例	15	2019/4/15	
		市场监管总局发布“百日行动”执法典型案例	13	2019/4/28	
		联合整治“保健”市场乱象百日行动和反不正当竞 争执法重点行动典型案例(一)	3	2019/11/18	
		联合整治“保健”市场乱象百日行动和反不正当竞 争执法重点行动典型案例(二)	8	2019/11/19	
		联合整治“保健”市场乱象百日行动和反不正当竞 争执法重点行动典型案例(三)	5	2019/11/20	
民生领域 案件查办 “铁拳”行 动	2021/4/1 至今	2021民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例(第 一批至第七批)	5	2021/4/30— 2021/12/06	
		2022民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例(第 一批至第八批)	7	2022/4/15— 2022/12/26	
		2023民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例(第 一批至第二批)	1	2023/4/15— 2023/5/29	

表 2 保健食品及相关食品典型案例的案件类型分布情况

Table 2 Case type distribution of typical cases of health food and related food

案件类型	案件形式	数量	合计	占比/%
普通食品冒充保健食品	普通食品虚假夸大宣传具有保健功能,冒充保健食品	37	57	46.72
	普通食品非法添加非食用物质、药品,标注保健食品功能,冒充保健食品	19		
	普通食品冒用保健食品商品名称、批准文号等标签标识	1		
保健食品 保健食品生产环节 生产经营 环节	未按注册或者备案的产品配方、生产工艺等技术要求生产保健食品	2	3	2.46
	未经许可擅自转让保健食品注册证书	1		
保健食品经营环节	对商品作虚假或者引人误解的商业宣传	34	52	42.62
	保健食品与普通食品、滋补类中药材等商品混放销售	1		
	违反保健食品经营许可管理规定 ^①	17		
保健食品线上销售	生产经营含有西药成分的保健食品并通过线上销售	8	10	8.20
	入网食品生产经营者未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动	2		
总计			122	100.00

注:①. 现阶段收集的违反保健食品经营许可管理规定包含未取得经营许可。2023年,市场监管总局公布《食品经营许可和备案管理办法》(国家市场监督管理总局令第78号),明确仅销售预包装食品情形不需要取得食品经营许可。2023年12月1日起,仅经营保健食品不再需要取得食品经营许可,备案即可。

2.2 保健食品及相关食品典型案例反映的主要问题

2.2.1 普通食品冒充保健食品的情况普遍

通过分析典型案例的案件类型分布可知,普通食品冒充保健食品的案例达 57 例,占保健食品典型案例的 46.7%。即典型案例中约一半的案例并非国家相关职能部门审批的保健食品,此类产品往往通过冒用保健食品商品名称、批准文号等标签标识,非法添加非食用物质、药品,虚假夸大宣传具有保健功能等形式与保健食品产生关联,冒充保健食品甚至药品,误导消费者选购。究其原因,一是保健食品研发投入成本较普通食品更高,因此社会经济价值的回报率更高,利益驱动型违法犯罪行为易在此行业中发生;二是普通食品与保健食品概念在公众认知中界限模糊,虽然《食品安全法》明确了保健食品才能声称保健功能,《食品安全法实施条例》也进一步规定“除保健食品外的其他食品不得声称保健功能”,国家市场监督管理总局发布的《保健食品标注警示用语指南》也明确要求保健食品要有“保健食品不是药品,不能代替药物治疗疾病”的警示语句^[24],而《食品安全法》中提及的“保健功能”暂无明确法律定义^[25]。现阶段保健功能目

录可使用的保健功能有 24 种,随着国家市场监督管理总局发布《保健食品新功能及产品技术评价实施细则(试行)》,新功能申请的路径已畅通,不断满足老百姓对健康的渴望和需求。值得注意的是,《预包装食品标签通则》(GB 7718-2011)、《预包装食品营养标签通则》(GB 28050-2011)等标准明确我国预包装食品允许使用营养声称和营养成分功能声称,其中 GB 28050-2011 仅列举了 23 种能量和营养成分功能声称的标准用语,然而食品中的能量和营养成分绝不止 23 种。因此,部分普通食品因营养成分功能声称的使用受限,往往打“擦边球”与保健食品的保健功能声称产生关联。

2.2.2 普通食品和保健食品夸大虚假宣传类案件数量多

通过分析典型案例的案件类型分布可知,无论是普通食品还是保健食品,对商品作虚假或者引人误解的商业宣传问题突出,相关案例数量达到 71 例,占保健食品典型案例的 58.2%。其特点是利用老年人等特殊群体治病、防病迫切心理,以及对某些恶性疾病的恐惧、急需治疗等心理进行产品推销,多见于通过现场宣讲、授课、播放 PPT 和视频会销、讲座、体检、体验、宣传单、宣传

册^[26]等方式对产品虚假宣传具有治疗、预防某种疾病等功能,或通过宣传、推广将并不具有疾病治疗功能或保健功能的普通食品包装为具有“包治百病”功效的保健食品,欺骗、误导消费者利用该产品替代药品,例如“四川遂宁市查处恒健健康咨询服务部虚假宣传案”“湖南省湘潭市查处杨开军虚假宣传案”等。究其原因,首先,相关法律法规体系建设与保健食品行业发展尚未同步^[27],导致部分商家存在侥幸心理,应用不合法手段盈利。其次,随着物质生活不断提高,人们的消费需求不断升级^[28],追求更加健康的生活方式,对保健食品的需求逐渐增加,由于消费者对保健食品认知缺失,缺少正确的知识与了解,被不法商家的宣传误导的事件时有发生^[29]。此外,生产销售企业方面,主体责任感缺失^[30],案例中的销售主体为了追求利润而违背法律法规,提供不实的产品信息,从而造成不良后果,未承担一个企业应尽的法律和社会责任。

2.2.3 食品网络化违法犯罪趋势增加 随着互联网的发展,食品及相关产品线上销售趋势逐渐加快,然而网络隐蔽性强,查处难度大^[31],网络违法犯罪活动数量也在不断增加。本次统计的线上违法犯罪案例主要有2种形式:第1种是平台内食品经营者未取得保健食品经营许可从事食品生产经营活动,很多入网经营者其核准的经营业态都不含网络经营,食品经营项目也不含保健食品销售,例如“四川省成都市查处江西驴道旅游文化有限公司网络传销食品案”。第2种是生产经营含有西药成分的产品并通过线上销售,此类违法犯罪活动具有交易隐蔽、跨地域广泛等特点^[32],例如“福建省厦门市查处销售有毒有害保健食品案”。究其原因,一是监管工作滞后于新业态发展的客观原因,相关法规制度需与时俱进不断完善,相关手段需不断丰富和创新;二是跨境电商等渠道对食品网络规范经营的冲击较大,由于其作为个人购买产品的渠道,监管具有特殊性,而通过跨境电商进入国内的产品存在较为严重的非法添加和虚假宣传情况。

2.2.4 老年群体是典型案例中的主要受害群体 从典型案例的目标人群和功能声称分布情况可知,老年群体的权益最容易被侵害^[33],例如山西

运城市查处保健品诈骗案中,不法商家通过发鸡蛋的方式招引老年人前往听取保健讲座,虚假宣传保健品疗效,达到让老年人购买产品的目的。将老年人设定为主要目标人群违法案例通常有以下特点:第一,利用老年人群生活节俭、时间自由、辨别力低等特点^[34],通过赠送小礼品或服务,吸引老年人至销售场所进行宣传讲解。第二,依靠老年人群体具有注重健康养生的偏好^[35],向其介绍产品的功能,多涉及防治、改善心血管疾病、糖尿病、骨质疏松等老年人常见病,从而进一步激发老年人购买的意愿。第三,洞悉老年人群往往缺少社会参与感和亲密关系^[36],多以会议销售形式进行产品售卖。在产品推销过程中形成的社会互动和交往价值极大满足了老年人对社会关系的需求,有效地填补了老年人的精神空缺^[37]。通过提升销售人员的服务态度,促使辨别力较低的老年人群体高价购买或囤积产品。究其原因,一是老年人拥有较多的健康焦虑,保健食品越来越成为其支出的重要构成部分,对于健康的非理性消费现象常常发生。二是一定程度上说明保健食品科普宣传工作存在针对性不强、力度不够等问题。

3 讨论

3.1 建议统筹健全食品声称管理体系

普通食品冒充保健食品最多的问题在于普通食品声称保健功能。一方面建议涉及食品声称制度制定的部门形成工作合力,同步推进食品声称管理制度的顶层设计工作,确保普通食品的营养成分含量、营养成分功能声称与保健食品的保健功能声称在科学声称的基础上,路径畅通、差异明确,从而促使普通食品和保健食品在各自的赛道上健康发展。另一方面建议借鉴国外经验,对保健食品进行分级、分类管理^[38],基于不同类型保健功能,优化相应功能声称产品的申请路径,惠及普通食品中科学证据充分的产品。同时,畅通补充和更新营养成分功能声称的渠道,实现营养成分功能声称用语的标准化,规范普通食品的营养成分功能声称。

3.2 建议提高各主体对产品定位的认知

保健食品市场虚假夸大宣传现象层出不穷,消费者屡屡陷入消费陷阱,重要原因之一是各主

体对保健食品缺乏深入了解。建议从不同主体出发,提升对保健食品定位的普及度,从而促进消费理性化、有序化。一是生产销售企业方面,在产品标签标识中,应严格遵照保健食品生产相关要求标注产品信息和功能声称^[39],并强调声明不具有治疗疾病等功效;在广告投放中,严格遵守广告宣传相关法规,规范声称产品功能,明确适宜人群,使适宜人群有效获取信息并购买。此外,保健食品应严格遵守专柜专卖的要求,让消费者选购产品时一目了然。二是销售人员方面,应进行充分的岗前销售培训并熟悉所有产品信息,在向消费者推荐解答时明确告知产品功能声称,不能夸大宣传、虚假宣传,并强调其不具备治疗疾病的作用。三是消费者方面,相关部门应积极从多渠道开展目标精准的保健食品知识普及工作,提高信息传播广度和深度。针对老年人和病人群体,开展针对性的宣讲活动,使其充分意识到保健食品并不能替代药物,在购买产品时要提高辨别能力。

3.3 建议加强网络销售平台监管

随着网络食品新业态的出现和发展,探索网络食品监管新路径是很有必要的。一是建议逐步完善保健食品线上销售的相关法律法规,注重法律法规的可操作性和惩治力度,对不法商家的生产销售行为起到震慑提醒作用,促进其合法合规经营。同时,我国基层执法人员数量尚不充足的客观现实是开展市场监管工作急需解决的问题^[40],因此建议加强普法宣传,引导公众参与到监督管理中,畅通投诉举报途径,鼓励支持广大群众积极对不良保健食品曝光。二是建议逐步建立健全保健食品网络销售的追溯机制,实现生产销售过程的追溯链完整化,确保问题出现后可精准、快速定位涉事环节。同时,强化部门合作,提升保健食品监管力度。各市场监管部门应积极联合公安机关等部门,利用各职能部门的专业技能精准打击不法商家和违法犯罪案例,形成专业优势,有效提高监管效率。三是应加大第三方平台的审核监督力度,履行好网络销售平台的义务责任,严格审核保健食品商家销售资质与产品信息,确保产品质量真实可靠。应积极监督商家在销售页面展示完整的生产销售资质信息,方便消费者选择产品时进行辨别。

参 考 文 献

- [1] LAM H M, REMAIS J, FUNG M C, et al. Food supply and food safety issues in China[J]. *Lancet*, 2013, 381(9882): 2044–2053.
- [2] 上海艾瑞市场咨询有限公司. 中国保健食品及功能性食品行业研究报告[C]//上海艾瑞市场咨询有限公司. 艾瑞咨询系列研究报告(2022年第4期). 上海: [出版者不详], 2022: 8–10.
Shanghai iResearch Market Consulting Co., LTD. China health food and functional food industry research report[C]//Shanghai IResearch Market Consulting Co., LTD. Iresearch Series Research Report (2022, No. 4). Shanghai: [Publisher unknown], 2022: 8–10.
- [3] 田明, 陈慧. 保健食品注册与备案管理办法亮点解读[J]. *中国食物与营养*, 2019, 25(4): 4–5.
TIAN M, CHEN H. Interpretation of the highlights of health food registration and record-keeping management methods[J]. *Food and Nutrition in China*, 2019, 25(4): 4–5.
- [4] 张三保, 陈堰轩. 大健康产业发展现状与前景[J]. *企业管理*, 2021, 481(9): 58–63.
ZHANG S B, CHEN Y X. Development status and prospect of big health industry[J]. *Enterprise Management*, 2021, 481(9): 58–63.
- [5] 孙桂菊. 我国保健食品产业发展历程及管理政策概述[J]. *食品科学技术学报*, 2018, 36(2): 12–20.
SUN G J. Review of development and management policy of health food industry in China[J]. *Journal of Food Science and Technology*, 2018, 36(2): 12–20.
- [6] 张文. 福建安发国际: 推动健康产业 助力乡村振兴[J]. *中国食品工业*, 2022(21): 26–28.
ZHANG W. Fujian Anfa international: Promote the health industry to help rural revitalization[J]. *China Food Industry*, 2022(21): 26–28.
- [7] 房军, 陈慧, 元延芳, 等. 保健食品乱象分析及对策研究[J]. *中国食物与营养*, 2019, 25(6): 5–8.
FANG J, CHEN H, YUAN Y F, et al. Chaos in healthy food industry and countermeasures in China [J]. *Food and Nutrition in China*, 2019, 25(6): 5–8.
- [8] XU X L, SHANG Y, JIANG J G. Plant species forbidden in health food and their toxic constituents, toxicology and detoxification [J]. *Food & Function*,

- 2016, 3(16): 643-664.
- [9] 王进博, 陈广耀. 构建保健食品上市后技术评价证据体的思考[J]. 中国循证医学杂志, 2020, 20(11): 4-5.
WANG J B, CHEN G Y. Reflections on the construction of the evidence body of technical evaluation of functional foods after market introduction[J]. Chinese Journal of Evidence-based Medicine, 2020, 20(11): 4-5.
- [10] 陈雪花, 杨万根. 增强机体免疫力功能性食品研究进展[J]. 粮食与油脂, 2022, 35(8): 20-22.
CHEN X H, YANG W G. Research progress on functional foods to enhance body immunity[J]. Cereals & Oils, 2022, 35(8): 20-22.
- [11] LUO J, WANG J P. Scare Behavior diffusion model of health food safety based on complex network[J]. Complexity, 2018, 2018: 1-14.
- [12] 张雪艳, 王素珍. 保健食品市场乱象成因分析及对策[J]. 中国食品药品监管, 2018, 175(8): 49-53.
ZHANG X Y, WANG S Z. Analysis of causes of market disorder of health food and countermeasures [J]. China Food & Drug Administration Magazine, 2018, 175(8): 49-53.
- [13] 王志钢, 吴晓毅. 我国保健食品法律法规和标准体系的现状研究[J]. 食品与药品, 2022, 24(4): 381-388.
WANG Z G, WU X Y. Study on current status of health food laws and regulations and standard system [J]. Food and Nutrition in China, 2022, 24(4): 381-388.
- [14] 萨翼, 李淑娟, 陈晓怡. 我国保健食品的市场准入制度及对未来产品研发的启示和展望[J]. 食品安全质量检测学报, 2021, 12(11): 4446-4452.
SA Y, LI S J, CHEN X Y. Enlightenment and prospect of market access system of China's dietary supplement for future product research and development[J]. Journal of Food Safety and Quality, 2021, 12(11): 4446-4452.
- [15] 周瑞芬. 营养科中医特色药膳管理模式探讨[J]. 中药管理杂志, 2022, 30(17): 211-213.
ZHOU R F. A review on the management mode of traditional Chinese medicine characteristic medicated meals in nutrition department[J]. Journal of Traditional Chinese Medicine Management, 2022, 30(17): 211-213.
- [16] 王昊. 食品药品安全监管的问题及对策建议[J]. 现代食品, 2021(19): 136-138.
WANG H. Problems and countermeasures of food and drug safety supervision[J]. Modern Food, 2021(19): 136-138.
- [17] GUPTA T, ROHILLA A, PATHAK A, et al. Current perspectives on quinazolines with potent biological activities: A review [J]. Synthetic Communications, 2018, 48(10): 1099-1127.
- [18] 萨翼, 李淑娟. 进口保健食品在我国注册备案情况及发展趋势[J]. 食品安全质量检测学报, 2020, 11(14): 4894-4900.
SA Y, LI S J. Registration and development trend of imported health food in China[J]. Journal of Food Safety and Quality, 2020, 11(14): 4894-4900.
- [19] CARNEIRO R C V, YE L, BAEK N, et al. Vine tea (*Ampelopsis grosedentata*): A review of chemical composition, functional properties, and potential food applications [J]. Journal of Functional Foods, 2021, 76: 104317.
- [20] 国务院办公厅. 中华人民共和国食品安全法(2015年版)[EB/OL]. (2022-06-25)[2023-09-09]. http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content_2853643.htm.
State Council General Office. Food Safety Law of the People's Republic of China (2015 Edition)[EB/OL]. (2022-06-25)[2023-09-09]. http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content_2853643.htm.
- [21] 市场监督管理总局. 市场监管总局关于进一步加强保健食品生产经营企业电话营销行为管理的公告[EB/OL]. (2019-02-16)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/bgt/art/2023/art_bc6bc6f7ad6348a686abad4a9f542790.html.
General Administration for Market Supervision and Administration. Announcement of the General Administration of Market Supervision on Further Strengthening the Management of Telemarketing Behavior of Health Food Production and Operation Enterprises[EB/OL]. (2019-02-16)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/bgt/art/2023/art_bc6bc6f7ad6348a686abad4a9f542790.html.
- [22] 市场监督管理总局. 市场监管总局关于深入开展互联网广告整治工作的通知[EB/OL]. (2019-03-29)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/ggjgs/art/2023/art_99bfced7fab8446fad5dbc084e4faedd.html.
General Administration for Market Supervision and Administration. Notice of the General Administration

- of Market Supervision on the in-depth implementation of Internet advertising remediation work[EB/OL]. (2019-03-29)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/ggjgs/art/2023/art_99bfced7fab8446fad5dbc084e4faedd.html.
- [23] 佚名. 求真务实谋发展 改革创新再出发[N]. 中国市场监管报, 2019-12-31(6).
S.N. Seek Truth and Pragmatism, Seek Development, Reform and Innovation and Start Again[N]. China Market Supervision Journal, 2019-12-31(6).
- [24] 国家市场监督管理总局. 市场监管总局关于发布《保健食品标注警示用语指南》的公告[EB/OL]. (2019-08-20)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/tssps/art/2023/art_2a332e60a07f4661a6ef22ae970b9a69.html.
State Administration for Market Regulation. Announcement of the General Administration of Market Supervision on the Release of the 'Health Food Labeling Warning Language Guide'[EB/OL]. (2019-08-20)[2023-09-09]. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/tssps/art/2023/art_2a332e60a07f4661a6ef22ae970b9a69.html.
- [25] 李娜. 上海市保健食品直销企业经营中的政府监管问题研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2023.
LI N. Study on government supervision in the management of health food direct selling enterprises in Shanghai[D]. Shanghai: East China Normal University, 2023.
- [26] 刘学平. 保健食品稽查执法难点及应对策略探讨[J]. 中国食品药品监管, 2019, 187(8): 44-48.
LIU X P. Discussion on law enforcement difficulties and countermeasures of health food inspection[J]. China Food & Drug Administration Magazine, 2019, 187(8): 44-48.
- [27] GIZAW Z. Public health risks related to food safety issues in the food market: A systematic literature review [J]. Environmental Health and Preventive Medicine, 2019, 24(1): 68.
- [28] 杨力. 浅析普通食品违法宣传保健功能的问题[J]. 中国食品药品监管, 2022, 219(4): 57-62.
YANG L. Analysis of the problem of ordinary food products making false health care claims[J]. China Food & Drug Administration Magazine, 2022, 219(4): 57-62.
- [29] 田明, 房军. 中国保健食品原料管理基本现状及改进建议[J]. 食品与机械, 2019, 35(1): 12-14, 119.
TIAN M, FANG J. Study on the basic status and relative suggestions for improvement of raw material management of health food in China[J]. Food & Machinery, 2019, 35(1): 12-14, 119.
- [30] 潘晓昀. 食品安全背景下保健食品产业发展探讨[J]. 食品安全导刊, 2023, 377(12): 1-3.
PAN X Y. Discussion on the development of health food industry in the context of food safety[J]. China Food Safety Magazine, 2023, 377(12): 1-3.
- [31] 邓胜利, 李雅静. 突发公共卫生情境下中老年人虚假健康信息应对行为研究[J]. 情报资料工作, 2021, 42(2): 43-51.
DENG S L, LI Y J. Research on the coping behavior of middle-aged and elderly people with false health information in the sudden public health situation[J]. Information and Documentation Services, 2021, 42(2): 43-51.
- [32] 林小力, 仇依宸, 蔡泽莹. 老龄化背景下城市老年群体消费现状及影响因素研究——以保健品消费为例[J]. 商展经济, 2023, 75(5): 91-94.
LIN X L, QIU Y C, CAI Z Y. Research on the current situation and influencing factors of the consumption of urban elderly groups in the context of aging[J]. Trade Fair Economy, 2023, 75(5): 91-94.
- [33] 吴敏, 熊鹰. 老年保健品的消费变迁及行为逻辑研究[J]. 社会发展研究, 2023, 10(1): 158-174, 245.
WU M, XIONG Y. Changes in and behavioral logic of healthcare products for older adults[J]. Journal of Social Development, 2023, 10(1): 158-174, 245.
- [34] 何勤华, 张顺. 老年人权益法治保障的创新与实践——以应对诈骗伤害为中心[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2022, 38(5): 122-131.
HE Q H, ZHANG S. Innovation and practice of legal protection of the rights and interests of the elderly--Centering on fraud victims [J]. Journal of Nantong University: Social Sciences Edition, 2022, 38(5): 122-131.
- [35] 李涛, 徐翔, 张旭妍. 孤独与消费——来自中国老年人保健消费的经验发现[J]. 经济研究, 2018, 53(1): 124-137.
LI T, XU X, ZHANG X Y. Loneliness and consumption: An empirical investigation of the health-care consumption of China's elderly population[J]. Economic Research Journal, 2018, 53(1): 124-137.
- [36] 李亚新. 保健食品安全监管现状分析与对策[J]. 现代食品, 2023, 29(5): 116-118.

- LI Y X. Analysis of the current situation of health food safety supervision and countermeasures[J]. *Modern Food*, 2023, 29(5): 116–118.
- [37] 郑晗. 跨境电子商务事中事后监管机制研究[J]. *中国市场监管研究*, 2022, 361(11): 29–33.
- ZHENG H. The study on the ongoing and ex post regulation mechanism in cross-border e-commerce[J]. *Research on China Market Regulation*, 2022, 361(11): 29–33.
- [38] ALINA A, HUNTER K, MARTIROSYAN D. Japan's health food industry: An analysis of the efficacy of the FOSHU system[J]. *Functional Foods in Health and Disease*, 2021, 4(4): 63–78.
- [39] DOMINGUEZDAZ L, FERNANDEZ -RUIZ V, MONTANA C. An international regulatory review of food health-related claims in functional food products labeling[J]. *Journal of Functional Foods*, 2020, 68(103896): 1756–4646.
- [40] 高涛, 唐华丽, 孙桂菊, 等. 保健食品产业中存在的问题及对策分析[J]. *食品与发酵工业*, 2021, 47(2): 311–321.
- GAO T, TANG H L, SUN G J, et al. Issue and countermeasure in health food industry[J]. *Food and Fermentation Industries*, 2021, 47(2): 311–321.

Typical Case Analysis of Health Food and Related Food

Tian Ming¹, Wang Yuwei^{2*}, Feng Jun^{1*}, Li Ruifeng², Li Xiaopeng², Dong Yutong^{2,3}

¹Development Research Center of the State Administration for Market Regulation, Beijing 100089

²School of Management, Beijing University of Chinese Medicine, Beijing 100029

³Yantai Stomatological Hospital, Yantai 264000, Shandong)

Abstract The purpose of this study is to objectively reflect the problems in the food and health food industry by analyzing the typical cases of health food and related food in the special action of China's food industry and put forward corresponding regulatory policy suggestions. Excel 2016 software was used to make a statistical description of the overall situation, geographical distribution, sales mode, target population, amount involved, and case type of the case, and a word frequency graph was used to visually describe the product function claims in typical cases. It was found that the typical cases of health food and related food involved 25 provinces (cities and districts), with wide geographical distribution, among which Zhejiang, Sichuan, and Shanghai were the most cases. Sales methods mainly include wholesale and retail, online sales, and conference marketing. The elderly group is the main victim group in typical cases of health food and related food. In typical cases, the amount involved is large, and the problem of false publicity of ordinary food posing as health food or medicine is serious, in addition, there are also problems such as false publicity of health food and irregular online sales. Given the problems existing in health food and related food, the following regulatory policy suggestions are put forward: 1) Strengthen the supervision of product function claims, and improve the food claim management system. 2) Improve each subject's cognition of product positioning and clarify product attributes and functions. 3) Rectify false propaganda and strengthen the supervision of online sales platforms.

Keywords food; health food; typical case; regulatory proposal