

# 广西壮族自治区柳州市市场监督管理局

---

## 关于印发《入网食品销售合规指南》的通知

各县（区）市场监管局：

为规范入网食品销售者销售食品行为，提高其合规意识，落实食品安全主体责任，保障网络销售食品安全，根据《食品安全法》及其实施条例、《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》《价格法》《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》《网络食品安全违法行为查处办法》《食品标识监督管理办法》等法律法规的规定，市市场监管局组织制定了《入网食品销售合规指南》，现印发给你们。

各县（区）市场监管部门要以《入网食品销售合规指南》为基础，结合本地实际，组织辖区入网食品销售者开展自查自纠，指导辖区地方特色食品入网销售合规经营。《入网食品销售合规指南》为业务指导文件，不作为执法依据和监管职责划分依据。



（此件公开发布）

---

## 入网食品销售合规指南

	相关要求	依 据	合规指引
一、资质要求	1.电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。	《电子商务法》第十条	入网食品销售者应办理营业执照。
	2.入网食品销售者应当依法取得食品生产经营许可等经营资质或者进行仅销售预包装食品备案，并按照经营项目范围从事网络食品销售活动。 入网食品销售者应当向平台提供者提交真实、有效的食品生产经营许可证、仅销售预包装食品备案信息采集表等，不得使用虚假或者他人的经营资质、备案信息入网销售食品。	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第十八条	入网食品销售者包括食品生产企业、食品经营企业、农民专业合作社、个体工商户等类型，应当根据所从事的生产经营情况，依法取得食品生产许可证或食品经营许可证或仅销售预包装食品经营者备案信息采集表。
	3.下列情形不需要取得食品经营许可： （一）销售食用农产品；（二）仅销售预包装食品； （三）医疗机构、药品零售企业销售特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品；（四）已经取得食品生产许可的食品生产者，在其生产加工场所或者通过网络销售其生产的食品。	《食品经营许可和备案管理办法》第四条第二款第一、二、三、四项	特殊食品为预包装食品，仅销售特殊食品的经营主体无须取得许可。
	4.进口的保健食品应当是出口国（地区）主管部门准许上市销售的产品。	《食品安全法》第七十六条第二款	“进口的保健食品”的指向应当以我国《食品安全法》的定义为依据，即在我国经注册或备案的保健食品，其在入境前应当取得了出口国的上市销售准许。
	5.特殊医学用途配方食品中 <b>特定全营养配方食品</b> 不得进行网络交易。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十九条第二款	入网食品销售者一律不得网络销售特定全营养配方食品。

	相关要求	依据	合规指引
二、过程管理要求	<p><b>1.禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品：</b></p> <p>（一）用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品；（二）致病性微生物，农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品、食品添加剂、食品相关产品；（三）用超过保质期的食品原料、食品添加剂生产的食品、食品添加剂；（四）超范围、超限量使用食品添加剂的食品；（五）营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品；（六）腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂；（七）病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；（八）未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类，或者未经检验或者检验不合格的肉类制品；（九）被包装材料、容器、运输工具等污染的食品、食品添加剂；（十）标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂；（十一）无标签的预包装食品、食品添加剂；（十二）国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；（十三）其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂、食品相关产品。</p>	《食品安全法》第三十四条	这是《食品安全法》对入网食品销售的禁入要求。
	<p><b>2.入网食品销售企业</b>应当按照《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，建立健全食品安全管理制度，依法配备食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，严格落实食品安全主体责任。入网食品销售企业应当将网络食品销售相关的法律法规、标准和食品安全知识纳入对食品安全总监、食品安全员的培训、考核内容。</p>	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第二十三条	第2条、第3条是对入网食品销售企业落实食品安全主体责任的管理制度、管理人员、工作机制等方面的基本要求。

	相关要求	依据	合规指引
二、过程管理要求	<p>3.入网食品销售企业应当建立基于食品安全风险防控的动态管理机制，结合网络食品销售实际落实自查要求，制定《食品安全风险管控清单》，建立并实施日管控、周排查、月调度工作制度和机制。</p> <p>入网食品销售企业应当将下列事项列入《食品安全风险管控清单》进行重点管控：</p> <p>（一）供货者资质、食品合格证明文件等进货查验情况；</p> <p>（二）本规定第二十条、第二十一条规定的相关信息公示、展示情况；（三）贮存、运输、配送等过程控制情况；（四）网络食品消费投诉处置情况；（五）其他需要重点管控的食品安全风险事项。</p>	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第二十四条	
	<p>4.入网食品销售者销售有温度、湿度等特殊要求的食品，应当采取相应措施，保证贮存、运输、配送等条件符合食品安全要求。入网食品销售者委托开展贮存、运输、配送业务的，应当对受托方的食品安全保障能力进行审核，并监督受托方按照保证食品安全的要求贮存、运输、配送食品。</p>	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第二十二条	入网食品销售者销售有温度、湿度等特殊要求的食品，应当采取相应措施防范食品变质、滋生微生物、腐败等风险。
	<p>5.食品经营者采购食品，应当查验供货者的许可证和食品出厂检验合格证或者其他合格证明。</p> <p>食品经营企业应当建立食品进货查验记录制度，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。</p>	《食品安全法》第五十三条第一、二款	入网食品销售者应履行进货查验记录义务，确保食品来源可溯。

	相关要求	依据	合规指引
二、过程管理要求	<p>6.食品经营者发现其经营的食物不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的,应当立即停止经营,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。食品生产者认为应当召回的,应当立即召回。由于食品经营者的原因造成其经营的食物有前款规定情形的,食品经营者应当召回。</p> <p>食品生产经营者应当对召回的食物采取无害化处理、销毁等措施,防止其再次流入市场。但是,对因标签、标志或者说明书不符合食品安全标准而被召回的食物,食品生产者在采取补救措施且能保证食品安全的情况下可以继续销售;销售时应当向消费者明示补救措施。</p> <p>食品生产经营者应当将食物召回和处理情况向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门报告;需要对召回的食物进行无害化处理、销毁的,应当提前报告时间、地点。食品安全监督管理部门认为必要的,可以实施现场监督。</p>	<p>《食品安全法》第六十三条第二、三、四款</p>	<p>入网食物销售者应当根据以下三种不同情形落实法律责任:一是在非自身原因造成问题的情况下,积极协助生产者召回;二是自身原因造成问题的情况下,依法主动实施召回;三是“因标签、标志或者说明书不符合食品安全标准”时,按照法律规定的“销售时应当向消费者明示补救措施”的要求进行销售。</p>
	<p>7.特殊食物不得与普通食物或者药品混放销售。</p>	<p>《食品安全法实施条例》第三十九条第二款</p>	<p>网络销售特殊食物应当将特殊食物与普通食物、药品等在网页展示上进行明显区别,避免混淆,避免出现法律责任风险。包括但不限于以下方法:平台首页或平台内店铺首页设置特</p>

	相关要求	依据	合规指引
	8.销售 <b>特殊食品</b> 的，应当设立专区或者专柜，并分别具体注明保健食品、特殊医学用途配方食品或者婴幼儿配方食品销售。	《食品标识监督管理办法》第三十六条第一款	特殊食品统一入口、弹窗提示、特殊食品售卖网页设置不同字体样式、颜色和大小等，正确引导消费者清晰辨别所购商品是否属于特殊食品。禁止在同一链接同时或搭配售卖特殊食品与普通食品或药品。
	9.不得以分装方式生产 <b>婴幼儿配方乳粉</b> 。	《食品安全法》第八十一条第五款	婴幼儿配方乳粉禁止分装。例如，商家将婴幼儿配方乳粉自行分装成小包装、试用装进行网络售卖的行为是法律禁止的。
三、信息公示要求	1.电子商务经营者应当在其首页显著位置,持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息,或者上述信息的链接标识。 前款规定的信息发生变更的,电子商务经营者应当及时更新公示信息。	《电子商务法》第十五条	入网食品销售者应在其首页显著位置持续公示有效的营业执照信息。
	2.电子商务经营者自行终止从事电子商务的,应当提前三十日在首页显著位置持续公示有关信息。	《电子商务法》第十六条	入网食品销售者准备自行停止销售活动的,应当依法在停止销售活动之日前30个自然日持续公示有关信息。信息公示应当在首页显著位置。未履行该法定义务的,会被依法行政处罚。
	3.入网食品销售者应当在其主页面显著位置,依法持续公示真实、有效的食品生产经营许可、仅销售预包装食品备案等信息,或者上述信息的链接标识,并在其销售食品主页面展示下列信息: (一)预包装食品的 <b>食品标签</b> 信息;(二)散装食品的食品名称,及其食品生产经营者名称、地址、联系方式等信息;(三)食品安全法律、法规、规章、标准等规定的其他信息。	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第二十条第一款	入网食品销售者应在其首页显著位置持续公示真实、有效的食品生产许可证或食品经营许可证或仅销售预包装食品经营者备案信息采集表,以及在其销售食品主页面展示所销售食品的相关信息。

	相关要求	依据	合规指引
三、信息公示要求	4. 销售散装食品，应当在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、成分或者配料表、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。拆除预包装食品的外包装后以计量方式销售的，应当按照前款规定标明相应内容。拆除外包装后的独立包装上已标明前款规定的全部信息的，可以不另行标明。	《食品标识监督管理办法》第三十三条	
	5. 通过网络销售的预包装食品，应当在销售主页面刊载食品名称、净含量、成分或者配料表、保质期、产品标准代号、贮存条件、生产者名称、地址、特殊食品注册或者备案信息等食品标签信息。除生产日期、保质期到期日等动态变化的内容外，销售主页面刊载的食品标签信息应当与实际销售的食品标签信息保持一致。	《食品标识监督管理办法》第三十四条	
	6. 入网食品销售者展示的食品产地、成分、功能、适用人群、检验、认证、质量、执行标准等信息应当真实、合法，不得涉及疾病预防、治疗功能，不得作虚假或者引人误解的商业宣传。	《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》第二十一条	入网食品销售者在商品详情页、标题、主图、直播、短视频等所有宣传渠道，展示食品产地、成分、功能、适用人群、检验、认证、质量、执行标准等信息时，必须真实、合法、准确，严禁涉及疾病预防、治疗功能，严禁虚假宣传、夸大宣传、引人误解的宣传，确保所有展示内容与食品实际情况一致。
	7. 入网销售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者，除依照本办法第十八条的规定公示相关信息外，还应当依法公示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。保健食品还应当显著标明“本品不能代替药物”。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十九条第一款	网上刊载的保健食品的注册证书、备案凭证、广告审查批准文号应与实际注册、备案、许可信息一致。

	相关要求	依据	合规指引
三、信息公开要求	8.保健食品经营者应当在实体经营场所的显著位置、网络销售保健食品主页面显著位置标注“ <b>保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病</b> ”等消费提示信息。	《食品标识监督管理办法》第三十六条第二款	保健食品销售页面应当显著标注“ <b>保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病</b> ”等提示信息，避免误导消费。
	9.对距保质期不足1个月的 <b>婴幼儿配方乳粉</b> ，应及时采取醒目提示或提前下架等处理措施。对不合格和过期、变质婴幼儿配方乳粉，应当采取退市和无害化处理措施，防止问题产品再次流入市场。	《国务院办公厅转发食品药品监管总局等部门关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见的通知》（国办发〔2013〕57号）	网络销售婴幼儿配方乳粉，对保质期不足1个月的，应当在销售页面醒目提示。
	10.经营者销售、收购商品和提供服务，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。 经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。	《价格法》第十三条	网络销售食品应明码标价。
	1.利用互联网从事广告活动，适用广告法的各项规定。	《广告法》第四十四条第一款	网络销售食品活动中发布广告，要对照广告法的相关规定进行规范。
	2.食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。食品生产经营者对食品广告内容的真实性、合法性负责。	《食品安全法》第七十三条第一款	
	3.酒类广告不得含有下列内容： （一）诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；（二）出现饮酒的动作；（三）表现驾驶车、船、飞机等活动；（四）明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。	《广告法》第二十三条	

	相关要求	依据	合规指引
四、广告和宣传要求	4.经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。 经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。	《反不正当竞争法》第九条	食品网络销售除了必须遵守食品安全法律法规的规定以外，还应当严格遵守《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，坚决杜绝食品虚假、夸大宣传等违法行为。
	5.保健食品： a.广告应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品安全监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。 b.广告不得含有下列内容：（一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）涉及疾病预防、治疗功能；（三）声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；（四）与药品、其他保健食品进行比较；（五）利用广告代言人作推荐、证明；（六）法律、行政法规规定禁止的其他内容。 c.对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。	a.《食品安全法》第七十九条 b.《广告法》第十八条  c.《食品安全法实施条例》第三十八条第一款	c.“不得声称保健功能”是指：直接声称食品是保健食品，或者具有某种保健功能。
四、广告和宣传要求	6.特殊医学用途配方食品 a.广告适用《广告法》和其他法律、行政法规关于药品广告管理的规定。不得含有的内容： （一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）说明治愈率或者有效率；（三）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；（四）利用广告代言人作推荐、证明；（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。 b.广告应当经广告主所在地省级人民政府确定的广告审查机关批准；不得含有表示功效、安全性的断言或者保证；不得利用国家机关、科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、患者等的名义或者形象作推荐、证明。	a.《食品安全法》第八十条第二款、《广告法》第十六条  b.《药品管理法》第八十九、九十条	特殊医学用途配方食品与医疗具有一定的关联性，除了应当遵守食品安全法律法规的规定以外，其广告活动还应当遵守药品广告管理相关规定。  c.本条款对特殊医学用途配方食品的广告进行分类规定，对其中的“特定全营养配方食品广告按照处方药广告管理”，这是将特定全营养配方食品等同于处方药广告进行严格管理

	相关要求	依据	合规指引
四、广告和宣传要求	<p>c.特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品广告按照处方药广告管理，其他类别的特殊医学用途配方食品广告按照非处方药广告管理。</p> <p>d.除规定不得作广告以外的处方药，只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上作广告。</p>	<p>c.《食品安全法实施条例》第三十七条</p> <p>d.《广告法》第十五条</p>	<p>的明确要求。</p> <p>d.对特定全营养配方食品广告，依据《广告法》规定，只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上发布。要点一：必须是两个部门共同指定；要点二：必须是医学、药学专业刊物。</p>
	<p><b>7.婴幼儿配方食品</b></p> <p>a.不得在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或部分替代母乳的婴儿乳制品广告，不得对0—12个月龄婴儿食用的婴儿配方乳制品进行广告宣传。</p> <p>b.禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。</p>	<p>a.《关于印发〈国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案〉的通知》（发改农经〔2019〕900号）第十二条</p> <p>b.《广告法》第二十条</p>	<p>对于0—6月的婴儿最理想的食品是母乳，在母乳不足或无母乳时可食用婴幼儿配方食品。</p>

