



中关村自主品牌创新发展协会团体标准

T/ZBA XXXX—XXXX

健康超市产品准入规范

Access Standards for Health Food Supermarket Products

（征求意见稿）

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

中关村自主品牌创新发展协会 发布

目 录

前言 III

1. 范围 4

2. 规范性引用文件 4

3. 术语和定义 5

3.1. 健康超市 5

3.1.1. 入驻产品 5

3.1.2. 供应商 5

4. 总则 5

4.1. 目的 5

4.2. 准入原则 6

4.3. 适用时效 6

5. 供应商资质要求 6

5.1. 基础资质 6

5.2. 品类专项资质 7

5.3. 承诺与责任 8

6. 产品质量与安全标准 9

6.1. 原料与生产要求 9

6.2. 包装与标签要求 11

6.3. 检测要求 12

7. 平台专属管理要求 15

7.1. 产品信息上传与审核 15

7.2. 物流要求 16

7.3. 动态管理与清退 17

8. 附则 18

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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由北京天丝佰汇健康科技有限公司提出。

本文件由中关村自主品牌创新协会归口。

本文件起草单位：xxx、xxx

本文件主要起草人：xxx、xxx

健康超市产品准入规范

1. 范围

本文件规定了健康超市的术语和定义、供应商准入资质、产品质量安全要求、平台运营管理规范、产品准入审核流程、动态清退机制、质量安全追溯、健康服务配套、环境与标识管理、运营管控等相关要求。

本文件适用于线上健康超市数字化平台的产品准入审核、供应商日常管理、运营管控、服务落地、环境建设、标识导视等全流程工作，以及健康超市医疗机构类、单位团体类、社区类等线下经营场景；适用于健康食品、健康消杀洗护、健康服饰与防护、健康家居产品、健康设备与养护用品、健康医疗器械、健康科普实体文创产品的准入管理。

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 4806.1-2016 《食品安全国家标准 食品接触材料及制品》

GB 4806.3-2016 《食品安全国家标准 食品接触用塑料材料及制品》

GB/T 14881-2013 《食品生产通用卫生规范》

GB 7718-2011 《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》

GB 2760-2014 《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》

GB 2762-2022 《食品安全国家标准 食品中污染物限量》

GB 9706.1-2020 《医用电气设备 第 1 部分：基本安全和基本性能的通用要求》

GB 7916-2013 《化妆品安全技术规范》

GB 18401-2010 《国家纺织产品基本安全技术规范》

GB 4706.1-2005 《家用和类似用途电器的安全 第 1 部分：通用要求》

GB 18580-2017 《室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量》

GB 4943.1-2022 《信息技术设备 安全 第 1 部分：通用要求》

《中华人民共和国食品安全法》（中华人民共和国主席令第二十一号）

《保健食品标注警示用语指南》（国家市场监督管理总局公告 2020 年第 10 号）

《医疗器械监督管理条例》（中华人民共和国国务院令 第 739 号）

《医疗器械注册与备案管理办法》

《化妆品监督管理条例》

《团体标准管理规定》（国家标准委、民政部公告）

《公共场所卫生管理条例》

《中华人民共和国个人信息保护法》

《中华人民共和国无障碍环境建设法》

3. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1. 健康超市

健康超市是以健康产品经营为核心、健康服务为支撑、健康环境为基础、健康标识为引导，通过专业准入、品质审核和动态管理，为消费者提供规范化健康消费选择的线上线下一体化商业载体。它集产品筛选、品质把关、健康服务、科普教育、资源链接和消费引导于一体，围绕家庭健康需求，提供安全合规、品质可靠、信息真实、来源可追溯的健康产品与相关服务。

与普通超市相比，健康超市并不是简单增加一些带有“健康”概念的商品，而是建立一套贯穿准入、展示、销售、售后和退出全过程的管理机制。平台通过核验供应商资质、产品质量、检测报告、标签说明和宣传内容，帮助消费者降低选择成本，避免盲目跟风和夸大宣传；同时连接优质企业、专业机构与健康服务资源，让产品销售与健康科普、使用指导和健康专业服务相结合，逐步构建更加规范、可信、便捷的健康消费生态。

3.2. 入驻产品

指通过本文件规定的准入审核流程，符合国家和相关行业准入资质及产品质量安全要求，获准进入健康超市线下经营场景和线上健康超市平台展示和销售，且属于本文件规定适用范围的健康相关产品。

本标准提到的入驻产品包括健康食品、健康消杀洗护、健康服饰与防护、健康家居产品、健康设备与养护用品、健康医疗器械和健康科普实体文创产品等品类。

3.3. 供应商

指依据国家相关法律法规依法注册成立，具备独立法人资格，拥有国家认可的合法经营资质，向健康超市提供符合本文件准入要求及国家相关标准的健康相关产品、相关配套服务及技术支持的企业、机构或其他组织。

供应商应严格遵守国家相关法律法规及本文件规定的准入标准，提交国家相关部门要求的资质证明文件，接受准入审核、动态监管及评价改进，并对所供产品的质量安全、溯源信息及服务合规性承担国家法律法规规定的主体责任。

4. 总则

4.1. 目的

规范健康超市产品准入管理，明确产品准入标准、流程及各方责任；破解健康零售行业产品质量参差不齐、准入无据可依、监管不到位等乱象；保障消费者健康权益满足大众不断提升的健康需求；推动健康超市行业标准化、规范化、高质量发展；衔接“健康中国”战略及相关国家政策要求。

4.2 准入原则

4.2.1 合规性原则：入驻产品、供应商需符合国家相关法律法规、食品安全/医疗器械标准、健康消费相关政策及本文件全部准入要求，严禁不符合规定的产品、供应商入驻。

4.2.2 品质优先原则：坚持高于国标准入、品质可控、安全可信，优先选择质量达标、溯源清晰、口碑良好的产品及具备合法资质、履约能力强的供应商，保障产品质量安全。

4.2.3 公平公正原则：准入审核、动态监管、评价改进等环节应遵循公平、公正、公开原则，统一审核标准、规范操作流程，杜绝歧视性对待、违规操作等行为。

4.2.4 动态管控原则：对入驻产品、供应商实行“准入审核 — 日常监管 — 动态清退”全流程管控，根据产品质量情况、供应商履约能力及相关政策调整，及时更新准入标准、完善管控措施。

4.2.5 协同赋能原则：联动供应商、健康超市运营主体、监管方及科研机构，强化各方协同，推动产品供应链升级、服务优化、环境提升、标识规范，助力健康消费领域新质生产力培育。

4.2.6 全维健康原则：兼顾产品准入、服务配套、环境建设、标识导视、运营管理全维度要求，打造四位一体健康消费场景。

4.3 适用时效

本文件总则及相关准入要求自发布之日起正式实施，有效期5年。有效期届满前6个月，由本文件起草单位牵头组织调研、评估，根据行业发展情况、国家政策调整及实际执行效果，决定是否修订、废止或延长有效期。

本文件实施期间，若国家相关法律法规、食品安全标准、健康消费政策发生调整，本文件相关准入要求应同步修订，修订流程按照 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》的规定执行。

5 供应商资质要求

5.1 基础资质

5.1.1 供应商应依法注册成立，具备独立法人资格，持有有效的营业执照、税务登记证、组织机构代码证（已完成“三证合一”的仅提供营业执照），经营范围应包含所供应产品的生产、销售或经营相关内容，且经营期限覆盖合作周期。

5.1.2 供应商应具备良好的商业信誉和健全的财务会计制度，近3年内无重大违法违规经营记录、重大质量安全事故、失信被执行人记录及其他不良信用记录，提供信用中国、国家企业信用信息公示系统等官方平台的信用查询证明。

5.1.3 供应商应具备完善的生产经营管理制度、质量管控体系及售后服务体系，能够保障所供产品的质量达标、供应及时，具备与供应规模相匹配的仓储、物流及配送能力，提供相关证明材料。

5.1.4 供应商法定代表人、授权代表人应具备完全民事行为能力，提供法定代表人身份证明、授权委托书（如有）及相关身份证明文件，确保授权手续合法有效。

5.2. 品类专项资质

5.2.1 健康食品:健康食品生产企业应持有有效的食品生产许可证，许可证载明的生产地址、食品类别和品种明细应覆盖所供应产品。食品经营企业应根据实际经营项目取得食品经营许可证；仅销售预包装食品，应依法完成备案。供应保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品等特殊食品的，应具备相应经营资格，并提供产品注册或者备案信息。

委托生产食品的，供应商应提供委托方和受托生产企业的主体资质、委托生产协议以及受托方食品生产许可证。经销商或者代理商应提供生产企业资质、经销授权书或者代理协议及合法进货凭证。进口食品供应商应依法提供境内进口商或者代理商资质、境外生产企业注册信息及合法进口证明。

5.2.2 健康消杀洗护:消毒产品生产企业应持有有效的消毒产品生产企业卫生许可证，许可载明的生产项目、产品类别和生产地址应覆盖所供应产品。消毒产品经销商或者代理商应提供生产企业卫生许可证、产品卫生安全评价资料、合法授权文件和进货来源证明。供应新消毒产品的，还应提供有效的卫生许可批准文件。

化妆品生产企业应持有化妆品生产许可证。供应商为化妆品注册人、备案人或者境内责任人的，应具备相应主体资格；供应商为经销商或者代理商的，应提供化妆品注册人、备案人及生产企业的相关资质、经销授权和合法进货证明。普通洗涤、清洁和卫生用品供应商应具备与其生产经营活动相适应的主体资格；依法涉及行政许可的，还应提供相应许可证件。

5.2.3 健康服饰与防护:健康服饰与防护产品生产企业应依法登记设立，其经营范围应覆盖服装、纺织品、穿戴用品、护具或者防护用品等相关产品。经销商或者代理商应提供生产企业主体资质、品牌或者产品销售授权、代理协议及合法进货凭证。

供应特种劳动防护用品或者纳入强制性产品认证目录产品的，应提供生产企业的相关资质及依法需要取得的认证证明。供应医用口罩、医用防护服、医用护具等医疗器械产品的，应同时符合5.2.6的规定。进口产品供应商应提供境内进口商或者代理商资质、品牌授权和合法进口来源证明。

5.2.4 健康家居产品:健康家居产品生产企业应依法登记设立，其经营范围应覆盖家居用品、家具、厨具、餐饮具、纺织品、家用电器或者相关产品。经销商或者代理商应提供生产企业主体资质、品牌授权书、经销代理协议及合法进货凭证。

供应依法实行生产许可、强制性产品认证或者其他专项管理产品的，应提供相应许可证书、认证证书或者备案证明。食品接触材料及制品供应商应提供生产企业主体资质，依法实行生产许可管理的，还

应提供相应生产许可证。进口家居产品供应商应提供进口商或者境内代理商资质、品牌授权和合法进口证明。

5.2.5 健康设备与养护用品:健康设备与养护用品生产企业应依法登记设立,其经营范围应覆盖健康设备、电子产品、家用电器、体育用品、按摩用品、养护用品或者其他相关产品。经销商或者代理商应提供生产企业主体资质、品牌或者产品授权书、经销代理协议及合法进货凭证。

供应纳入强制性产品认证目录的设备,应提供依法取得的强制性产品认证证明。供应无线电发射设备、计量器具等实行专项管理的产品,应依法提供型号核准、计量或者其他适用资质。从事设备安装、调试、维修、校准或者培训服务的供应商,应具备相应的专业技术人员和 Service 能力。具有健康数据采集、传输、存储或者分析功能的设备供应商,应具备相应的数据安全和个人信息保护管理能力。属于医疗器械的产品不得作为普通健康设备或者养护用品供应,应按照5.2.6的规定审核。

5.2.6 健康医疗器械:医疗器械注册人或者备案人应依法取得产品注册证或者备案凭证,并具备与产品质量安全责任相适应的质量管理能力。医疗器械生产企业应根据产品类别取得医疗器械生产许可证或者完成生产备案,其生产范围应覆盖所供应产品。第二类医疗器械经营企业应依法完成经营备案,第三类医疗器械经营企业应取得医疗器械经营许可证;依法不需要办理经营备案或者许可的,按照有关规定执行。供应商的经营范围和经营方式应覆盖所供应的医疗器械。

医疗器械经销商或者代理商应提供注册人、备案人和生产企业的相关资质,以及合法有效的授权书、购销合同和进货凭证。从事医疗器械网络销售的供应商,应依法报告网络销售信息,网络销售范围不得超出其生产经营许可或者备案范围。进口医疗器械供应商应提供产品注册或者备案信息、境内代理人资质、进口授权及合法来源证明。

5.2.7 健康科普实体文创产品:健康科普实体文创产品供应商应依法登记设立,其经营范围应覆盖文化用品、出版物、文创产品、教具、模型或者相关产品。从事出版物批发或者零售的供应商,应依法取得出版物经营许可证,其经营方式和业务范围应与实际经营活动相符。

供应商使用他人文字、图片、商标、著作、肖像或者其他知识产权的,应提供著作权证明、商标授权书或者其他合法使用证明。经销商或者代理商应提供生产制作单位的主体资质、品牌授权、代理协议和合法进货证明。涉及健康、医学、营养、急救等专业科普内容的,供应商还应提供内容来源说明或者专业审核证明,并对科普内容的科学性、准确性和合法性负责。

5.3. 承诺与责任

5.3.1 供应商需提交书面正式承诺,明确承诺所提交的全部资质证书、备案文件、检测报告、产品资料、经营信息等全部内容真实、合法、有效,不存在虚假陈述、隐瞒信息、伪造、篡改、过期套用资质等违规行为。若经查实存在信息虚假、资质不合规等问题,供应商自愿承担由此引发的全部民事、行政及刑事责任,全额赔付健康超市运营主体、消费者产生的一切经济损失、名誉损失及维权成本。

5.3.2 供应商承诺严格遵守国家产品质量法、食品安全法、医疗器械监督管理条例等相关法律法规，全面遵守本准入规范及健康超市全部运营管理规定。严格把控产品生产、质检、出库全流程，保证所有供货产品质量达标、资质齐全、状态合规，坚决不供应假冒伪劣、三无、过期、变质、残次及不符合准入标准的产品，杜绝不合格产品入驻、销售及售后流通。

5.3.3 供应商对所供全部产品承担终身质量安全主体责任。产品在销售、使用过程中若出现质量瑕疵、安全隐患、功能失效、资质失效、违规超标等问题，供应商需第一时间响应，全力配合健康超市运营主体、市场监管部门开展核查、整改、公示等工作。主动承担产品召回、下架、退换货、维修、赔付消费者损失等全部责任，积极落实整改要求，消除安全及合规风险。

5.3.4 供应商承诺全程配合健康超市运营主体的入驻准入审核、日常巡查、动态抽检、年度复核、星级评价等各项监管工作。根据运营方要求，及时、完整、准确提供产品资质、生产台账、质检记录、经营资料等相关文件，主动反馈产品销售、质量、售后及经营变动情况，无条件接受日常监督、整改督导及动态考核管理。

5.3.5 合作存续期间，供应商若出现生产经营资质变更、生产地址调整、产品配方/工艺/参数改版、资质到期续证、企业信息变更、产品标准更新等各类变动情况，需在3个工作日内以书面形式正式告知健康超市运营主体，并同步提交最新合规资质及变更证明文件，确保平台备案信息、产品公示信息实时真实、有效、同步，保障合作全程合规可控。

6. 产品质量与安全标准

6.1. 原料与生产要求

原料与生产是产品质量安全的核心环节，供应商需严格遵循“高于国标、严于行标”的原则，落实全流程管控，确保每一批次产品均符合质量安全要求，实现从源头到成品的全程可追溯。同时，需加强从业人员培训管理，确保相关人员具备相应的质量安全知识和操作技能，从人员层面保障生产环节合规可控。

6.1.1 入驻产品原料实行严格准入管理，坚持天然绿色导向，从源头守住安全底线。入驻产品的原料应符合国家相关法律法规、行业标准及本文件要求，优先选用天然、绿色、安全、环保的原料，严禁使用国家禁止使用的原料、过期原料、变质原料、不合格原料及来源不明原料。食品类原料需额外符合绿色食品生产技术规程（如有），优先选择定向种植、合规养殖的原料，果蔬类原料需确保无超标农药残留，肉类原料需具备完整检疫证明，水产类原料需经过净化处理，杜绝源头安全隐患；健康设备与养护用品、健康家居类产品原料需符合安全、环保、无辐射、无致敏性要求，杜绝使用有毒有害、不符合环保标准的材质，从源头保障产品品质。

6.1.2 建立全链条采购管控体系，实现原料来源可查、去向可追、责任可究。原料采购应建立严格的采购管理制度，供应商需建立合格原料供应商名录，对原料供应商进行严格审核，留存供应商完整资质证明、生产许可证、检测报告等文件，定期对原料供应商进行考核、筛选，不合格供应商立即终止合

作。同时，需留存完整的原料采购记录、原料检验报告、入库验收记录，明确原料名称、规格、数量、采购日期、供应商名称及联系方式、检验结果等信息，实现原料溯源可查，确保原料来源合法、质量可控，做到“每一批原料有记录、每一份记录可追溯”，严禁采购无资质、不合格、来源不明的原料。需加强采购人员专项培训，确保采购人员熟悉原料采购审核规范、原料验收标准，掌握溯源系统操作技能，能够及时识别不合格原料，杜绝违规采购行为。

6.1.3 生产全流程执行标准化管理，确保场所、设备、工艺、人员均符合规范要求。产品生产应符合国家相关生产标准、卫生规范及安全生产要求，生产场所、生产设备、生产工艺应达到对应产品的生产资质标准，严禁违规生产、粗制滥造、偷工减料。食品类生产场所需符合食品生产卫生规范，具备防尘、防蝇、防鼠、防虫设施，生产设备定期清洗、消毒、校验，从业人员持有效健康证上岗；健康电子、器材、家居类生产场所需符合安全生产规范，具备相应的环保处理设施，生产工艺符合安全、环保、电磁兼容、人体工学等要求，杜绝生产过程中的安全隐患。生产过程中需严格区分不同品类、不同批次产品，防止交叉污染、混批生产，确保生产过程规范可控。需对一线生产人员开展常态化培训，重点培训生产工艺操作规范、原料处理规范、卫生操作规范及安全生产技能，确保生产人员规范操作，规避生产过程中的质量安全隐患。

6.1.4 构建全环节质量防线，不合格产品坚决不出厂、不流入市场。生产过程中应建立完善的质量管控体系，明确各环节质量控制点，配备专职质量安全员，对生产全过程进行监督管控，做好生产记录、检验记录、设备运行记录、人员操作记录，确保产品生产全过程可追溯，杜绝不合格产品流入市场。每一批次产品生产完成后，需经过严格的出厂检验，检验合格后方可出厂，不合格产品需立即销毁，留存销毁记录，严禁返工、返修后流入市场。同时，需建立质量隐患排查机制，每日开展质量安全检查，每周组织一次风险隐患排查，及时发现并整改生产过程中的质量安全问题，形成排查治理报告存档备查。需加强质量安全员、检测人员培训，提升其质量管控能力和检测技能，确保能够及时发现生产过程中的质量隐患，规范开展出厂检测工作，杜绝不合格产品出厂。

6.1.5 不同品类产品的原料选用、生产加工及质量控制应符合对应法律法规、强制性标准、产品标准及相关技术要求。健康食品应重点加强食品原料、食品添加剂、生产卫生及加工过程控制，特殊食品应符合相应注册、备案及生产要求；健康消杀洗护产品应加强原辅料、有效成分、禁限用物质及生产卫生控制，确保产品配方、工艺与相关许可、注册备案或卫生安全评价资料相一致；健康服饰与防护产品应重点控制纤维、染料、整理剂等材料安全以及染整、缝制和功能加工过程，保障人体接触安全和防护功能；健康家居产品应重点控制原材料有害物质、结构安全、稳定性和耐用性，食品接触类产品还应符合相应食品安全要求；健康设备与养护用品应重点加强零部件、材料、装配工艺、电气安全、机械安全、测量准确性及使用稳定性控制，涉及健康数据采集、传输或分析的，应保证相关功能安全可靠；健康医疗器械的原材料、生产环境、生产工艺和质量控制应符合医疗器械相关规定，并与产品注册或备案资料及产品技术要求保持一致；健康科普实体文创产品应重点控制材料、印刷、装订、涂装及结构安全，涉

及健康、医学、营养、急救等专业科普内容的，应保证生产制作内容与经审核确认的专业资料一致，确保内容科学、准确、合法。

6.2. 包装与标签要求

供应商需严格遵循国家相关规定，做到包装环保安全、标签真实规范，杜绝虚假标注、误导消费，同时兼顾实用性与合规性。相关从业人员需经培训合格后上岗，确保熟练掌握包装标签相关规范，规范开展包装、标签粘贴等工作。

6.2.1 包装设计兼顾保护功能与绿色理念，不同品类适配不同包装方案。产品包装应符合国家相关包装标准及环保要求，优先选用安全、无毒、无害、可降解、可回收的包装材料，严禁使用有毒有害、易污染、不可降解的包装材料。包装工艺需符合产品特性要求，包装应牢固、密封、防潮、防破损、防污染，能够有效保护产品质量，防止产品破损、污染、变质、受潮、氧化，延长产品保质期。食品类包装需具备防泄漏、防交叉污染功能，生鲜类产品包装需具备保鲜、温控适配功能，标注储存温度要求；健康设备与养护类产品包装需具备防碰撞、防摔功能，保护产品不受损坏，其中适老化产品包装需具备易开启、清晰标识功能，适配老年人群使用习惯。同时，包装需简洁实用，避免过度包装，践行绿色环保理念，符合国家环保政策要求。需加强包装相关从业人员培训，确保其熟悉包装材质标准、包装工艺要求，能够规范开展包装操作，避免因包装不当引发产品质量问题。

6.2.2 包装上应标注完整的标签信息，标签内容应真实、准确、清晰、规范，符合国家相关标签标识规定及对应品类专项要求，不得含有虚假、夸大、误导消费者的内容，不得标注虚假功效、虚假成分、虚假认证等信息。严禁伪造、篡改标签信息，严禁隐瞒产品缺陷、过期信息，严禁标注与产品实际不符的内容，确保消费者能够清晰了解产品真实信息，自主做出消费选择。标签信息需与产品实际品质、成分、功效一致，若产品存在特殊使用限制、禁忌人群，需在标签上明确标注，避免消费者误用。

6.2.3 标签信息真实准确，杜绝任何形式的虚假标注和误导。标签应包含以下核心信息，缺一不可：产品名称（规范、通用，不得使用误导性名称）、规格型号、生产日期、保质期（明确到日，生鲜类产品需标注最短保质期）、生产批号（可追溯至生产批次）、生产者名称及地址（详细、准确，可联系）、联系方式（有效座机或手机号）、原料成分表（食品类需标注全部成分，按含量从高到低排序；健康用品类需标注核心材质）、执行标准号（国家或行业现行有效标准）、生产许可证号（如有，如SC认证、医疗器械生产许可证）、认证标志（如有，如绿色食品、有机食品、3C认证标志，需在有效期内）、贮存条件（明确温度、湿度、避光等要求，生鲜类需标注冷链储存要求）、使用方法（如有，尤其是健康设备与养护用品类）、禁忌人群（如有，尤其是健康养护类）、警示说明（如有，如易碎、防潮、禁止暴晒）。进口产品需额外标注报关单编号、中文标签备案证明、原产国（地区）、进口商名称及地址，确保标签信息完整、合规、可追溯，外文标签需与中文标签内容一致，不得单独使用外文。

6.2.4 标签制作与粘贴实行全流程规范，特殊人群产品适配优化设计。标签、说明书应使用规范的中文，字迹清晰、印刷规范，不得模糊、涂改、脱落；如需使用外文，应与中文内容一致，不得单独使

用外文，外文标注需清晰可辨，不得误导消费者。标签粘贴应牢固、整齐，不得涂改、覆盖、脱落，不得使用虚假贴纸覆盖原有信息；产品包装上不得张贴与产品无关的广告、宣传贴纸，严禁通过标签、贴纸虚假宣传产品功效。标签材质需耐用，能够承受产品储存、运输过程中的磨损，确保在产品保质期内标签信息清晰可辨。健康设备与养护用品类产品标签需标注安全警示、操作规范，避免消费者误用引发安全隐患，做到“每一个标签规范、每一条信息准确”，其中适老化产品标签需加大字体、提高对比度，便于老年人群识别。需加强标签制作、粘贴相关人员培训，确保其熟悉标签规范要求，规范开展标签制作、粘贴工作，杜绝标签不规范、信息不准确等问题。

6.3. 检测要求

检测是保障产品质量安全的关键环节，结合国家市场监督管理总局相关规定，建立“供应商自检、第三方检测、超市复检”的三重检测机制，严格把控产品质量关，未经检测或检测不合格的产品，严禁入驻、销售，确保每一批次产品均符合质量安全标准，实现“零不合格产品流入市场”的目标。需加强检测人员、质检人员培训，提升其检测技能和质量识别能力，确保检测工作规范、准确开展。同时，所有参与检测工作的机构需符合法定资质及本文件专项要求，保障检测结果的真实性、权威性和有效性。

6.3.1 入驻产品必须经过质量检测，未经检测或检测不合格的，一律不得入驻。入驻产品应经过严格的质量检测，符合国家相关产品质量标准、卫生标准、安全标准及本文件要求，未经检测、检测不合格、检测报告无效的产品，严禁入驻健康超市，严禁销售、流通。供应商需建立完善的检测管理制度，配备专职检测人员、合格的检测设备（如有），明确检测流程、检测标准，确保检测工作规范、有序开展；同时，需配合健康超市运营主体的抽检、复检工作，主动提供相关检测报告、检测记录，不得拒绝、隐瞒、篡改检测信息，践行“质量第一、检测先行”的管控原则，对检测不合格产品坚决拒收、销毁，绝不姑息。需对检测人员开展专项培训，确保其熟悉检测流程、检测标准，熟练操作检测设备，能够准确完成检测工作，杜绝伪造、篡改检测数据和检测报告。

6.3.2 实行出厂检测与第三方检测双轨制，检测机构必须具备法定资质和专业能力。产品检测分为出厂检测、第三方检测，两类检测缺一不可，检测报告需真实、有效、完整，可追溯至对应生产批次；所有承担检测任务的机构（含供应商自检机构、第三方检测机构）需满足以下核心要求：1. 具备国家认可的法定检测资质，取得 CMA（检验检测机构资质认定）、CNAS（中国合格评定国家认可委员会认可）等相关资质证书，资质范围覆盖所检测产品品类及检测项目；2. 拥有符合检测标准要求的检测设备，设备定期校准、维护，确保检测精度达标，校准记录留存完整；3. 配备专业检测人员，人员具备相应的检测资质和实操能力，定期参加技能培训及考核，考核不合格者不得从事检测工作；4. 建立完善的检测管理制度、质量控制体系，规范检测流程，确保检测过程可追溯、检测数据真实无误，杜绝违规检测、虚假检测行为；5. 配合健康超市运营主体及市场监管部门的核查工作，主动提供检测机构资质证明、检测流程记录、设备校准报告等相关资料，不得拒绝、隐瞒。

(1) 出厂检测：由供应商自行组织，供应商自检机构需严格符合本条上述检测机构要求。建立完善的出厂检测制度，明确检测项目、检测频率、检测标准，每批次产品出厂前均需进行全面检测，重点检测产品核心质量指标、安全指标，留存完整的出厂检测报告、检测记录，检测报告需标注检测日期、检测人员、检测结果、生产批次等信息，确保每一批次产品均经检测合格后方可出厂。严禁未检测、检测不合格产品出厂，严禁伪造、篡改出厂检测报告，一旦发现，立即终止合作，并追究供应商相关责任，同时将其列入合作黑名单，终身限制入驻；若供应商自检机构不符合资质要求，视为出厂检测无效，相关产品严禁入驻、销售。

(2) 第三方检测：由具备法定资质的检测机构进行，除符合本条上述检测机构核心要求外，还需满足以下专项要求：第三方检测机构需在国家市场监管部门备案，无违法违规检测记录、无虚假检测处罚记录；检测机构需独立开展检测工作，不受供应商、超市运营主体等相关方干预，确保检测结果客观公正；检测机构需对检测数据、检测报告的真实性、准确性负责，若出现伪造检测数据、出具虚假报告等行为，立即终止与其合作，将其列入检测机构黑名单，终身禁止其为入驻本超市的产品提供检测服务，并上报市场监管部门处理。供应商应提供近期（6个月内，生鲜类产品为3个月内）的第三方检测报告，检测项目应覆盖产品核心质量指标、安全指标，不得遗漏关键检测项目。食品类产品需额外检测污染物、微生物、添加剂等指标，健康设备与养护用品需额外检测电磁兼容、电气安全、材质环保等指标，康复器材、健康评估设备类产品需额外检测精准度、安全性能等指标，检测报告需加盖检测机构公章，标注检测日期、检测标准、检测结果，确保检测数据准确无误、检测报告真实有效。

6.3.3 根据产品品类确定检测项目，各品类各有检测重点，安全与功能同步把关。检测项目应根据产品品类确定，结合国家相关检测规范，重点检测以下内容，确保产品质量安全、合规：

(1) 健康食品：应根据产品类别及适用的食品安全国家标准、产品标准和相关规定确定检测项目，重点关注污染物、微生物、农药残留、兽药残留、食品添加剂、真菌毒素等安全指标；涉及营养成分、特征性成分、保健功能成分或者其他质量指标的，应对与标签标示、产品标准及注册备案要求相对应的项目进行检测。生鲜食品应结合产品特性重点关注新鲜度、农兽药残留、微生物等指标，确保产品符合相应食品安全和质量要求。

(2) 健康消杀洗护：消毒产品应依据产品类别及相应卫生标准、技术规范，重点检测有效成分含量、杀灭或抑菌效果、稳定性、pH值、重金属、微生物指标及其他适用的卫生安全指标；化妆品应根据产品类别重点检测微生物、重金属、禁限用物质、理化指标及与产品宣称相关的适用项目；普通洗涤、清洁和卫生用品应重点关注有害物质限量、微生物、刺激性、腐蚀性、洗涤或清洁性能等适用指标。检测项目应与产品实际属性、执行标准和宣传内容相匹配。

(3) 健康服饰与防护：应重点检测纤维成分及含量、甲醛含量、pH值、可分解致癌芳香胺染料、色牢度、异味、尺寸稳定性、耐用性等与人体接触安全和使用性能相关的指标；具有防晒、防寒、防护、支撑、抗菌、防螨等功能声称的产品，应按照适用标准对相应功能指标进行验证。属于特种劳动防护用品、强制性产品认证产品或者医疗器械的，应同时满足相应专项检测、认证或注册备案要求。

(4) 健康家居产品：应根据家具、厨具、餐饮具、家纺、家用电器及其他家居用品的不同属性，重点检测材质安全性、结构安全性、稳定性、耐用性以及甲醛、挥发性有机物、重金属等有害物质限量；食品接触材料及制品应重点检测迁移量、特定迁移量及其他食品安全相关指标；涉及电气功能的产品应重点检测电气安全、绝缘、防触电、温升等适用项目。具有人体工学、防滑、防撞、抗菌等健康相关功能的，应对相应性能进行验证。

(5) 健康设备与养护用品：健康设备应根据产品功能重点检测电气安全、电磁兼容、机械安全、测量准确性、数据稳定性、耐用性、材料安全及安全防护性能；具有无线通信、数据采集、传输、存储或分析功能的设备，还应按照适用要求对通信性能、数据安全相关功能进行验证。按摩、运动、康复养护及日常养护用品应根据材质、结构和使用方式，重点检测机械安全、承载性能、耐久性、皮肤接触材料安全性及产品宣称的相关功能指标。属于医疗器械的，应按照健康医疗器械类别执行。

(6) 健康医疗器械：应按照医疗器械注册或者备案的产品技术要求、强制性标准及适用标准开展检验，重点关注基本安全和基本性能、性能准确性、电气安全、电磁兼容、生物相容性、无菌、微生物限度、包装完整性及有效期等与具体产品相关的项目。检测项目和方法应与产品类别、预期用途、风险等级及注册备案资料相一致，不得以普通健康用品的检测要求替代医疗器械法定检验和质量控制要求。

(7) 健康科普实体文创产品：应根据出版物、文化用品、教具、模型、玩具及其他实体文创产品的实际属性，重点检测材料安全、机械与物理安全、边缘尖端、小零件、阻燃性能、油墨及涂层中有害物质、重金属、邻苯二甲酸酯等适用安全指标；儿童使用或可能与皮肤、口腔接触的产品，应按照相应产品标准加强安全项目检测。涉及健康、医学、营养、急救等专业科普内容的，除产品实体质量检测外，还应对内容来源、科学性、准确性及知识产权合规性进行审核，避免错误、夸大或者误导性健康信息。

6.3.4 检测报告全流程规范管理，伪造篡改行为严肃追责。检测报告应真实、有效、完整，严禁伪造、篡改检测报告，严禁使用过期、无效的检测报告，严禁借用、套用其他产品的检测报告。检测机构应具备法定检测资质，检测数据应准确无误，检测报告需包含检测机构资质证明、检测项目、检测标准、检测结果、检测日期、检测人员、检测批次等核心信息，加盖检测机构公章后生效。检测报告有效期应与产品保质期相匹配，超过有效期的检测报告视为无效，供应商需重新提交近期第三方检测报告；若产品配方、生产工艺、原料发生变更，需重新进行检测，提交新的检测报告。供应商需留存所有检测报告、检测记录，留存期限不少于产品保质期期满后6个月，便于健康超市运营主体、市场监管部门核查，做到“每一份报告可核查、每一组数据可追溯”，对伪造检测报告的供应商，立即终止合作，追究相关责任，并上报市场监管部门处理。需加强相关人员培训，确保其熟悉检测报告管理规范，规范留存、提交检测报告，杜绝检测报告管理不规范问题。

6.3.5 运营方实行抽样复检机制，发现不合格产品立即下架、启动清退。健康超市运营主体建立完善的抽样复检制度，配备专职质量安全管理人員，对入驻产品进行定期抽样复检、不定期突击抽检，复检频率根据产品品类、风险等级确定，食品类、医疗器械类产品复检频率不低于每月1次，其他品类产品不低于每季度1次。复检由具备法定资质的第三方检测机构进行，检测项目覆盖产品核心安全指标、

质量指标，复检不合格的产品，应立即停止销售、下架封存，启动清退程序，通知供应商限期配合处理，同时留存复检记录、下架记录、封存记录及相关凭证。供应商需配合健康超市运营主体开展不合格产品处置工作，承担产品召回、退换货、销毁、赔偿等相关责任，消除安全隐患；对连续 2 次复检不合格的供应商，立即终止合作，列入合作黑名单，终身限制入驻，并上报市场监管部门备案，做到“发现一起、处置一起、追责一起”，坚决杜绝不合格产品继续流通，保障消费者权益。需加强超市质检人员、售后人员培训，提升其不合格产品识别、处置能力，确保能够及时、规范开展复检及不合格产品处置工作。

7. 平台专属管理要求

7.1. 产品信息上传与审核

7.1.1 供应商需完整准确真实上传产品全部核心信息，确保信息与实际一致、无虚假遗漏。供应商应严格按照健康超市线上平台及线下门店统一制定的《产品信息上传规范》，完整、准确、真实地上传入驻产品全部相关信息，包括但不限于产品名称（需与外包装一致，不得使用夸大、误导性名称）、规格型号（明确单位、含量、尺寸等关键参数）、原料成分（按配料表顺序完整填写，标注过敏原、添加剂具体名称及用量）、生产厂家（全称、地址、联系方式、生产许可证号）、生产日期、保质期（明确起止日期，标注储存条件对保质期的影响）、执行标准（注明标准编号及版本）、检测报告（近 6 个月内由具备 CMA/CNAS 资质的第三方机构出具，涵盖产品质量、安全指标）、资质证明（营业执照、生产许可证、经营许可证等全套有效证件，复印件需加盖公章）、产品图片（正面、背面、侧面、细节图及外包装展开图）等核心信息。确保上传信息与实际产品、相关凭证完全一致，无虚假记载、遗漏关键信息、误导性描述等情况，严禁隐瞒产品缺陷、违规添加等问题。

7.1.2 产品图片需清晰完整、真实反映产品原貌，严禁过度修饰和虚假合成。产品信息上传需严格符合平台信息发布规范，产品图片要求清晰、完整、无遮挡，分辨率不低于 1080P，色彩真实，能够准确反映产品外观、包装、标签、标识等实际情况，不得使用 PS 过度修饰、虚假合成、拼接等方式篡改产品图片，不得使用与产品无关的背景、元素，严禁使用虚假宣传类图片（如夸大功效、虚假场景等），确保图片与实物高度一致，便于消费者直观了解产品真实情况。

7.1.3 建立产品信息三级审核机制，明确时限和要求，不合格一次性告知整改。健康超市运营主体应建立健全产品信息三级审核机制，明确审核责任人、审核流程及审核时限，安排专人对供应商上传的产品信息进行逐一审核、复核、终审，重点核查信息完整性（无缺失项）、真实性（与凭证、实物一致）、合规性（符合国家法律法规、行业标准及平台要求）。审核工作应在供应商提交申请后 3 个工作日内完成，审核合格的，方可完成信息发布、上线展示；审核不合格的，应一次性书面告知供应商具体整改要求、整改依据及整改时限（一般不超过 3 个工作日），供应商整改完成后重新提交审核，审核次数累计不超过 2 次，仍不合格的，暂停该产品入驻申请，直至供应商完成合规整改。

7.1.4 已发布信息变更需主动申请并经审核通过，严禁擅自修改。产品信息发布后，若发生任何信息变更（如规格调整、保质期更新、检测报告过期更新、生产厂家变更、原料成分调整等），供应商应

在3个工作日内主动向健康超市运营主体提交信息变更申请，并附上相关变更证明材料（如新版检测报告、厂家变更说明、资质更新文件等），经健康超市运营主体审核通过后，方可更新平台及线下门店相关产品信息。严禁供应商擅自修改已审核通过的产品信息，一经发现，立即暂停该产品上线，责令供应商限期整改，情节严重的，纳入供应商不良信用记录，直至启动清退程序。

7.1.5 建立产品信息档案，全周期留存备查，确保信息可追溯可核查。健康超市运营主体应建立产品信息档案，对所有入驻产品的上传信息、审核记录、变更记录等进行留存，留存期限不少于产品下架后2年，确保信息可追溯、可核查。

7.2. 物流要求

7.2.1 供应商需选择合法合规、信誉良好、能力匹配的物流服务商。供应商应选择具备合法经营资质、市场信誉良好、配送能力与产品需求相适配的物流服务商，物流服务商需持有有效的营业执照、道路运输经营许可证（涉及冷链运输的，还需具备冷链运输资质），具备与产品特性（如冷藏、冷冻、易碎、易变质等）相匹配的物流运输条件、设备及专业人员，能够保障产品在运输过程中的质量稳定、安全可控，严禁选择无资质、信誉差的物流服务商。

7.2.2 根据产品特性采取针对性防护措施，确保运输全程质量稳定。物流运输应严格符合产品储存、运输相关国家行业标准及产品说明书要求，根据产品特性采取针对性的防护措施：需冷藏的产品，运输温度控制在2-8℃；需冷冻的产品，运输温度控制在-18℃以下，全程使用符合标准的冷藏、冷冻运输设备，配备温度监控设备，每2小时记录一次运输温度，留存温度记录不少于6个月；易破损、易挤压的产品，应采用防震、防挤压、防碰撞的包装材料（如泡沫、缓冲棉、硬纸箱等），合理摆放，避免堆叠挤压；易受潮、易变质的产品，应采取密封、防潮包装，配备干燥剂等防护用品，避免运输过程中出现破损、污染、变质、解冻等情况。

7.2.3 建立完善物流运输管理制度，留存完整运输记录，实现全程可追溯。供应商应建立完善的物流运输管理制度，明确物流服务商责任、运输流程、应急处置流程，留存完整的运输记录，包括但不限于运输车辆信息（车牌号、车辆型号、冷藏/冷冻设备编号）、运输时间（起运时间、到达时间）、起运地、目的地、接收人及联系方式、验收记录、温度记录（如有）、物流服务商签字确认单等，实现运输全过程可追溯，运输记录留存期限不少于2年。

7.2.4 产品配送遵循及时高效安全原则，规范操作、当面交接、签字确认。产品配送应遵循及时、高效、安全的原则，严格按照健康超市运营主体约定的配送时间、产品数量、配送地点、验收标准完成配送，配送过程中应规范操作，做好产品防护，严禁野蛮装卸、随意堆放。配送完成后，供应商应及时与健康超市运营主体指定负责人办理交接手续，双方共同核对产品数量、外观、包装、温度（如有）等情况，签署交接记录，交接记录双方各留存一份，作为履约凭证。若出现配送延误，供应商应提前2小时告知健康超市运营主体，说明延误原因及预计送达时间，并承担相应的违约责任。

7.2.5 运输中出现问题需第一时间告知并承担责任，屡犯将暂停或取消配送资格。若运输过程中出现产品破损、污染、变质、解冻、丢失等情况，供应商应在发现问题后 1 小时内告知健康超市运营主体，主动配合核查问题原因，承担相应的退换货、赔偿责任（包括产品损失、运营损失等），并在 3 个工作日内提交物流整改方案，整改完成后向健康超市运营主体提交整改报告，运营主体对整改情况进行核查，确保物流环节不再出现同类问题。若同一供应商在 3 个月内出现 2 次及以上物流问题，健康超市运营主体有权暂停其配送资格，责令其全面整改，整改不合格的，启动清退程序。

7.2.6 供应商需与物流服务商签订正式协议明确权责，物流问题供应商先行担责。供应商应与物流服务商签订正式的物流合作协议，明确双方权利义务、违约责任、赔偿标准等，确保物流服务质量，若因物流服务商原因导致产品出现问题，供应商应先行承担责任，再依据协议向物流服务商追偿。

7.3. 动态管理与清退

7.3.1 建立入驻产品及供应商动态管理机制，定期核查、年度评估，全程留痕。健康超市运营主体应建立健全入驻产品及供应商动态管理机制，制定《供应商及产品动态核查细则》，定期对入驻产品质量、供应商履约情况、资质有效性、信息一致性等进行全面核查，核查周期每季度不少于 1 次，年度开展 1 次全面综合评估。核查重点包括：产品质量是否符合标准、资质证件是否在有效期内、产品信息与实物是否一致、履约情况（配送及时性、退换货配合度等）、物流服务质量、投诉处理情况等，核查过程应留存完整的核查记录、现场照片（如有）、检测报告等，核查记录留存期限不少于 3 年。

7.3.2 核查中发现问题的，下达限期整改通知，整改合格继续合作，不合格启动清退。动态核查过程中，发现供应商存在资质过期未更新、产品质量不达标（抽检不合格）、信息虚假或不一致、违规经营等轻微违规情况的，应立即向供应商出具《限期整改通知书》，明确整改内容、整改依据、整改期限（一般不超过 7 个工作日，复杂问题可延长至 15 个工作日），供应商应在整改期限内完成整改，提交整改报告及相关证明材料（如更新后的资质、新版检测报告等），健康超市运营主体对整改情况进行复核，审核合格后方可继续合作；审核不合格的，责令其二次整改，二次整改仍不合格的，启动清退程序。

7.3.3 出现下列情形之一的，健康超市运营主体应立即启动清退程序，取消该产品入驻资格、终止与供应商的合作关系，并在平台及线下门店公示清退原因、依据及相关信息，公示期限不少于 7 个工作日，接受消费者及社会监督：

（1）供应商资质过期未及时更新、被吊销、注销，或出现重大违法违规经营记录、失信被执行人记录、重大质量安全违法记录的；

（2）入驻产品经第三方检测不合格、出现重大安全隐患，经整改后仍不合格，或存在假冒伪劣、过期、变质、掺杂掺假、违规添加等严重质量问题的；

（3）供应商未履行合作承诺与相关责任，擅自更改产品配方、生产工艺，或擅自修改平台及线下门店已审核通过的产品信息，情节严重的；

（4）物流运输环节多次出现问题（3 个月内累计 2 次及以上），导致产品破损、污染、变质、延

误配送，影响健康超市正常运营及消费者权益的；

（5）供应商拒绝配合健康超市运营主体的审核、监管、整改、核查工作，或隐瞒相关信息、弄虚作假、提供虚假材料的；

（6）违反国家相关法律法规、本文件要求及健康超市运营规范，情节严重的其他情形（如虚假宣传、哄抬物价、泄露消费者信息等）。

7.3.4 清退启动后书面告知供应商，供应商需配合完成各项善后工作，拒不配合的强制处置。清退程序启动后，健康超市运营主体应在3个工作日内书面告知供应商清退原因、依据、相关要求及后续事宜，供应商应积极配合健康超市运营主体完成产品下架、库存清理、款项结算、相关资料交接等工作，承担由此产生的相关费用及违约责任。若供应商拒不配合，健康超市运营主体有权单方面处置相关产品，追究其相关责任，由此产生的损失由供应商承担。

7.3.5 被清退的供应商，自清退之日起1年内不得再次申请入驻健康超市；期满后申请入驻的，需额外提供完整的整改验收报告、相关资质证明材料及信用修复证明，经健康超市运营主体及相关专家严格审核合格后，方可重新入驻，审核流程比首次入驻更为严格。

7.3.6 建立供应商信用档案，实行分级管控，信用好的给优惠，信用差的严管控。健康超市运营主体应建立供应商信用档案，对供应商的履约情况、违规记录、整改情况、清退情况进行详细记录，信用档案作为供应商入驻审核、动态核查、合作续约的重要依据。对信用良好的供应商，可给予优先入驻、资源倾斜等优惠政策；对信用不良的供应商，实行分级管控，直至清退。

8. 附则

1. 本文件由中关村自主品牌创新发展协会负责解释，若对本文件条款有疑问，可向该协会提出咨询，协会将在5个工作日内给予明确答复。

2. 本文件实施过程中，若国家相关法律法规、行业标准、政策要求发生调整，本文件相关条款应同步修订，修订流程严格按照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》的规定执行，修订后应及时公示，公示期限不少于7个工作日，修订后的文件自公示期满之日起正式实施。

3. 本文件未尽事宜，按照国家相关法律法规、食品安全标准、健康消费相关政策及行业规范执行；若本文件条款与国家相关法律法规、强制性标准冲突，以国家相关法律法规、强制性标准为准。

4. 本文件涉及的相关术语、定义，若与国家现行标准、规范不一致，以国家现行标准、规范为准。

5. 本文件自发布之日起正式实施，原有相关健康超市运营管理要求与本文件不一致的，以本文件为准。

6. 本文件有效期为5年，有效期届满前6个月，由中关村自主品牌创新发展协会牵头，组织相关单位、行业专家、供应商代表、消费者代表等开展本文件实施效果评估，全面梳理实施过程中存在的问题，根据评估结果决定是否修订、废止或延长有效期，评估结果及后续决定应及时公示。

7. 本文件适用于健康超市所有运营主体、入驻供应商及相关工作人员，所有相关方应严格遵守本文件要求，履行相关责任，确保健康超市规范、有序运营，保障消费者合法权益。