

# 為期5年的保健食品行業專項清理整治行動取得階段性成果 2020年以來查辦案件6304件罰沒金額2.6億元



### 核心閱讀

自2020年4月以來，國家市場監督管理總局聯合公安部、商務部、文化和旅游部、國家衛生健康委等7部委，開展了為期5年的保健食品行業專項清理整治行動，聚焦群眾“急難愁盼”，嚴格監管執法，嚴打重處違法行為，各類違法違規行為得到有效遏制。

保健食品是保障廣大人民群眾追求健康生活的重要產品，也是我國依法實行嚴格監管的一類特殊食品。

近年來，我國保健食品行業穩步發展，不斷滿足健康消費需求，但也出現了虛假宣傳、誇大功能、誤導消費等問題。

自2020年4月以來，國家市場監督管理總局聯合公安部、商務部、文化和旅游部、國家衛生健康委等7部委，開展了為期5年的保健食品行業專項清理整治行動，聚焦群眾“急難愁盼”，嚴格監管執法，嚴打重處違法行為，各類違法違規行為得到有效遏制。

### “保健品”不等于保健食品

“保健品”和保健食品究竟是不是一回事呢？中國消費者協會秘書長王振宇說：“‘保健品’與保健食品具有很大區別。‘保健品’涵蓋的範圍非常廣泛，沒有明確的法律界定，是消費者對聲稱具有功能或者功效的食品、用品的俗稱。比如，宣稱‘保健酒’‘增高粉’‘瘦身咖啡’的食品，宣傳具有特定保健作用的床墊、理療儀、飲水機等日用消費品等都屬於‘保健品’範疇。而保健食品是根據我國食品安全法依法註冊或者備案的特殊食品，具有明確的法律定位，可以聲稱明確的保健功能，其他食品不得聲稱保健功能。在現實生活中，‘保健品’市場客觀存在虛假宣傳、誤導消費的現象，消費者要選擇正規保健食品，確保消費安全。”

現實生活中，“保健品”的生產銷售可謂“良莠不齊”“魚龍混雜”。據市場監督管理總局價格監督檢查和反不正當競爭局一級巡視員楊洪豐介紹，執法實踐中，“保健品”市場的營銷亂象主要有三方面：

違法營銷向線上發展。隨著直播帶貨經營模式和網絡經濟的發展，一些網紅主播、知名博主，利用自身影響力和流量優勢，對一些普通產品、保健食品等進行虛假宣傳，誇大功能功效誘導消費者購買，侵害消費者合法權益。

違法營銷渠道更加隱蔽。隨著私域直播的興起，“保健品”營銷方式也隨之翻新，從公開推廣轉向私域直播。一些商家通過個人微信、企業微信、微信群等私密社交渠道，將目標顧客引流至網絡直播間或小程序平臺，

以“養生課堂”“健康講座”等名義開展營銷活動進行誇大、虛假宣傳，誘導老年人線上購買或引導至線下門店消費。

違法營銷手段更具欺騙性。部分經營者利用老年人對健康的渴望與情感需求，冒充“健康專家”“營養師”等身份，通過持續關懷、虛假承諾等方式獲取信任，進而推銷高價“保健品”，甚至以親情營銷、免費禮品、公益義診等為誘餌，實施精準欺詐。這些新型營銷亂象不僅形式多樣、識別難度大，還常常跨平臺、跨區域傳播，給市場監管部門監管執法帶來挑戰。

### 各類違法行為得到有效遏制

面對上述亂象問題，市場監督管理總局多措并举，重拳打擊違法行為。2020年以來，市場監督管理總局每年部署開展反不正當競爭專項執法行動，依法查處“保健品”市場虛假宣傳等不正當競爭案件。2025年，按照市場監督管理總局深化群眾身邊不正之風和腐敗問題集中整治要求，部署開展老年人藥品、保健品虛假宣傳專項整治工作。2020年以來全國共查辦相關案件6304件，罰沒金額2.6億元。

市場監督管理總局還加強“保健品”等商品價格監管，重點查處虛假折扣、虛假促銷等價格違法行為，強化對保健食品直銷經營企業的監督檢查，查處了涉及保健食品的違規直銷和傳銷違法案件。

同時，我國市場監管部門創新工作方式方法，提高對保健食品安全的執法水平。比如，2024年以來，市場監督管理總局指導地方積極開展“你拍我查”活動，鼓勵廣大消費者拍攝涉嫌違法行為及時向市場監管部門舉報，拓展線索來源，並嚴實有關直銷企業主體責任，嚴禁違規直銷保健食品。

市場監督管理總局採取多種形式開展宣傳倡導，營造打擊“保健品”市場不正當競爭的社會氛圍；分批次公布“保健品”虛假宣傳典型案例，加強以案釋法、以案普法；聯合中國消費者協會發布關於防範私域直播間老年人“保健品”消費風險提示，引導老年人理性消費、合理消費和科學養生。

國家衛生健康委也立足部門職責，積極配合市場監督管理總局開展保健食品行業專項清理整治行動相關工作，其中一項重要任務就是會同市場監督管理總局修訂《食品安全國家標準 保健食品良好生產規範》（GB17405），

據市場監督管理總局特殊食品安全監督管理司司長劉鬆濤介紹，為期5年的保健食品行業專項清理整治行動，採取“集中行動+長效治理”組合拳，持續保持高壓態勢，嚴厲打擊違法生產、非法添加等行為，強化網絡、廣告、反不正當競爭、直銷、旅遊市場等重

點領域執法，查辦案件3.1萬件，罰款5.4億元；加大違法犯罪打擊力度，偵辦假劣“保健品”刑事案件1.2萬件，各類違法違規行為得到有效遏制。

### 建立完善全環節監管體系

2015年修訂的《中華人民共和國食品安全法》將保健食品作為特殊食品，實行嚴格監管。我國全面貫徹落實“四個最嚴”要求和食品安全法規定，鑄定保障產品安全有效、產業持續健康發展兩個目標，強化頂層設計，優化制度建設，對保健食品行業進一步建立完善源頭嚴防、過程嚴管、風險嚴控、責權清晰的監管體系，主要體現在以下幾方面：

嚴格產品註冊。我國建立特殊食品註冊科學管理規程，對保健食品實施嚴格審評審批。包括：嚴格材料要求，註冊申請人須提交產品研發報告、產品配方、生產工藝、安全性和保健功能評價、標發說明書等材料，並對材料真實性負責；嚴格技術審查，對產品的安全性、保健功能、質量可控性進行嚴格評價和技術審評，開展現場核查和抽樣檢驗；嚴格聯合審查，市場監管總局與國家衛生健康委建立“技術聯動、專家聯審”機制，重點加強保健食品新原料、新功能技術審查，保證獲批註冊的產品安全可靠、功效明確、質量穩定。

嚴格生產許可。我國對保健食品實施更加嚴格的生產許可管理。相比于普通食品，保健食品的質量管控更細，在生產環境、原料輔料管理、質量控制、人員管理等方面提出更高要求，生產過程應當符合良好生產規範；同時，保健食品的生產條件更嚴，要求生產企業應當具備提取、純化、發酵等原料前處理生產能力，使用提取物投料的，提取物還應當取得生產許可；保健食品的許可層級更高，全部由省級市場監管部門組織開展材料審查和現場核查，建立跨省原料和產品生產許可可聯審查制度，確保產品配方、生產工藝與註冊備案的技術要求保持一致。

嚴格廣告監管。我國對保健食品等特殊食品廣告實施比普通食品更加嚴格的管理。一方面，在廣告發布程序上，實行廣告審查制度。依據食品安全法、廣告法等法律法規規定，發布保健食品廣告，應當在發布前由廣告審查機關對廣告內容進行審查；未經審查，不得發布。經審查批准的廣告，要依法向社會公開，方便公眾查詢。另一方面，在廣告內容管理上要求也更加嚴格。例如，保健食品廣告不得含有表示功效、安全性的斷言或者保證；不得涉及疾病預防、治療功能；不得聲稱或者暗示廣告商品為保障健康所必需；不得與藥品、其他保健食品進行比較；不得利用廣告代言人作推薦、證明等。

嚴格監督檢查。我國不斷創新監管方式，在嚴格日常監督檢查基礎上，組織開展體系化檢查，對保健食品生產企業質量管理體系運行情況進行“全方位體檢”。具體工作包括三個“突出”體現：一是突出全過程、全環節、全要素穿透式核查，從深層次發現並查堵漏洞；二是突出“風險研判、分類處置”，提高監管靶向性，實現風險閉環管理；三是突出“責任對標+現場驗證”，倒逼企業建立持續改進的長效機制，實現監管和服務雙向賦能。2020年以來，我國市場監管部門實現了全國在產養生企業體系化檢查全覆蓋，累計檢查2520家次，發現問題2.6萬餘個，100%完成整改。



# 走進服貿會 直擊法治護航創新發展



時序金秋，以“數智領航 服貿換新”為主題的2025年中國國際服務貿易交易會在北京市首鋼園區盛大開幕，大量新技術、新模式、新成果精彩呈現。

作為區域司法服務保障的主力軍，北京市石景山區人民法院再度亮相服貿會，通過現場設立的“璞石法官e站”為參會主體提供一站式、零距離的司法服務。與此同時，北京市人民檢察院、北京知識產權法院作為受邀單位，在服貿會“品牌高質量發展與全球化布局專題活動”中向中外嘉賓介紹中國司法護航高質量發展的法治故事。

創新是引領發展的第一動力，保護知識產權就是保護創新。服貿會現場，“法治護航”成為業內專家熱議的高頻詞。業內專家認為，知識產權是從科技強到產業強的重要橋樑，一個穩定、公平、可預期、與時俱進的司法保護體系，是保護創新和促進發展的關鍵支撐。

### 巡館送法对接參會主體法治需求

9月11日上午，首鋼園的13號展館內，各類智能化產品與創新應用，以其前沿的科技感和便捷的實用性，引得觀眾頻頻駐足觀賞。另一側，石景山區法院的“璞石法官e站”及巡館的法官們被參會代表團圍住。

“知識產權具有地域性，企業一定要有品牌培育意識。在國內已經註冊為商標的品牌，出海後仍需要到當地國進行商標註冊。”《法治日報》記者在服貿會現場看到，由北京市審判業務專家、石景山區法院民二庭庭長張英周及行政庭（知產庭）副庭長易珍春等10名民商事、知產領域法官組成的“普法專家團”成為展館內一道獨特風景線。

圍繞本屆服貿會主題，普法服務隊主動“問需于企”，聚焦數字貿易、人工智能、科幻遊戲等熱點產業，結合典型案例材料開展釋法宣講，現場解答展商關心的知產保護、商標糾紛、用工風險等方面問題，通過巡館送法打通司法服務的“最後一米”。

記者注意到，在石景山區法院的“法治服務包”中，《礦石明法·護企安商——司法案例深度解析與法律應用指南》受到參會企業的普遍關注，該手冊集中發布涵蓋現代金融、信息技術、科幻+、人工智能等戰略性新興產業的30餘個司法典型案例，通過“一案一策一建議”，為參會企業提供科學具體的法律指南。該院還特別制作“璞石在服貿”系列專題視頻，選取“涉遊戲數據權益保護案”等具有規則指引和價值引領意義的案件，闡明司法保障新質生產力發展的立場與規則，並以“專家法官對企業說”的訪談形式，就產權保護、合規經營等熱點問題釋疑解惑，向企業靶向輸出法治建議。

為進一步提升駐會司法服務覆蓋面，石景山區法院創新“雙線”服務模式，除現場派駐法官外，法院本部同步開設“線上分會場”，參會企業和公眾通過視頻連線，即可獲得院內專家團隊的細致回答。通過場內外法官協同響應，確保複雜、疑難法律諮詢獲得更加深入系統的解答，做到司法服務“不掉線”。

### 知產為品牌競爭提供底層支撐

法官巡館送法，在一線回應創新主體法治需求的同时，由世界知識產權組織（WIPO）中國辦事處、北京市知識產權局聯合主辦，石景山區知識產權局、北京知識產權運籌管理有限公司承辦的“品牌高質量發展與全球化布局專題活動”備受參會主體關注。

“在深層科學推動下，品牌的競爭力也不再僅僅依賴價格和規模，更多的取決於是否掌握原創科技、前沿專利和綠色發展能力，知識產權已成為品牌在新輪全球競爭中的重要資源和底層支撐。”世界知識產權組織中國辦事處主任劉華稱，根據最新一期全球頂級科技集團排行榜，“深圳-香港-廣州”創新集群在2025年躍升世界第一，北京及“上海-蘇州”創新集群也進入全球前十，



展現出中國創新能力的廣度和深度。劉華提出，數字和人工智能帶來了很多的機遇，同時也帶來了全新的挑戰，需要建立一個更加有效、透明、包容的國際知識產權生態體系，為品牌創新和價值增長保駕護航。

“在大力推進服務貿易發展、促進消費增長的進程中，品牌建設成為重要引擎和有力抓手，做好國際化前瞻性的商標品牌布局尤為重要。”國家知識產權局副局長盧鵬起建議，企業應立足全球視野，選擇符合企業發展需要的品牌策略，提前做好海外商標品牌布局，同時也可通過商標受讓、許可等方式加強聯合，共贏發展，主動適應不同國家和地區市場的文化背景和消費習慣，以開放合作的服務姿態贏得全球市場。

在法治護航方面，北京市人民政府黨組成員唐文弘在致辭中表示，近年來北京市強化商標品牌保護，有效利用行政和司法途徑嚴格保護中外企業商標品牌，嚴厲打擊商標侵權假冒行為，加強商標代理機構監管，維護權利人合法權益，並出臺了《北京市海外知識產權維權援助工作管理辦法（試行）》，健全海外知識產權維權體系，有效應對商標等海外知識產權糾紛，幫助企業品牌走出去。

### 織密知產保護法治協同網

面對“如何有效保護知識產權、護航創新發展”這一時代命題，“法治協同”日益成為政法系統與行政機關的關鍵抓手。

“我們主動對接北京市政務服務和數據管理局，構建檢察版‘接訴即辦’機制，以人工智能技術為支撐，每30分鐘內可一鍵生成對36萬餘條數據的篩查。”北京市人民檢察院政治部主任喬學慧在“品牌高質量發展與全球化布局專題活動”中介紹，通過上述機制和多方協作，已推動公安機關立案151起，行政處罰72件，公益訴訟立案4件，助力揭發制假售偽高點219處，並通過模型識別出77件侵犯信息網絡傳播權批量訴訟案件缺乏正當基礎，協同其他司法機關開展專項治理，並先後向外省檢察機關移送線索24件。

此外，北京市人民檢察院已與北京市版權局、市公安局等建立涉刑重點線索聯合研判機制，並常態化開展惡意訴訟專項行動。在此基礎上創建津冀“必審、必報、必查”跨區域全鏈條打擊侵權盜版專項機制，相關案例被寫入《中國打擊侵權假冒工作年度報告（2024）》。在日常工作中，北京檢方高質效辦理了一批在全國有重大影響的知識產權案件，助力形成新業態領域知識產權保護“規則之治”。

作為全國首家知識產權專門法院，北京知識產權法院專屬管轄全國商標授權確權行政一審案件，在司法保護方面肩負重要使命。“商標作為凝結品牌價值與企業商譽的重要載體，其健康的註冊與管理秩序對推動知識產權高質量發展、營造良好營商環境具有基礎性作用。”北京知產法院副院長方偉在活動的主旨演講環節表示，近年來該院堅持協同治理理念，立足審判職能，完善訴訟規則，着力構建起包括行政機關、社會團體在內的大保護格局，推進矛盾糾紛源頭化解。

目前，北京知產法院已與世界知識產權組織、國際商標協會、中華商標協會等組織建立常態化協作機制，在展示中國知識產權司法保護成果的同時，通過發布典型案例，積極闡釋裁判規則與司法導向。

“為進一步規範商標註冊和使用行為，我們向相關主管部門和行業團體發出司法建議，提升品牌保護的法治化水平。”方偉說，該院還積極參與《地理標誌產品保護規定》《商標行政執法證據規定》等行政法規修訂，為協同優化商標行政和司法審查程序，維護市場競爭秩序，完善知識產權法律體系提供司法實踐支撐。

（徐偉倫 萬靜）

# 境外反華敵對勢力“釣魚式”攻擊辦公郵箱 國安部披露細節

### 警惕！“釣魚式”網絡攻擊盯上辦公郵箱

近日，某境外反華敵對勢力針對某機關單位工作郵箱實施網絡攻擊竊密活動，並以此為跳板，將病毒植入與該單位有業務聯繫的其他單位工作郵箱，造成多家單位工作郵箱被控用。事發後，國家安全機關迅速指導相關單位開展全面安全檢測和清理修復工作，及時堵塞漏洞，有效防止危害進一步擴大。

### 精心設陷 誘導“上鉤”

經查，該境外反華敵對勢力通過技術攻擊或釣魚郵件獲取某地機關單位部分工作郵箱的登錄權限後，暗中開通這部分中郵箱的自動回復功能，並在自動回復的郵件中植入病毒。由此一來，任何向這部分中郵箱發送郵件的郵箱，都會收到自動回復帶有病毒的郵件，並成為新的“攻擊源”，如此反復，持續擴大攻擊範圍，增加防控難度。同時，該境外反華敵對勢力在病毒郵件中發布惡意造謠的有毒信息，企圖蠱惑人心，造成更大範圍的社會影響和安全風險。

### 復盤檢視 排查漏洞

此次被網絡攻擊的機關單位系某行業領

域管理部門，境外間諜情報機關和反華敵對勢力對該領域高度關注，將該領域有關單位作為竊密滲透的重點目標，一旦相關敏感資料被竊取，將嚴重損害我國國家安全和利益。調查發現，該領域個別單位在網絡安全方面管理缺失，給攻擊者可乘之機。

——終端防護不力，安全關口鬆懈。雖在網絡安全防護中採取了一定措施，但工作郵箱存在多賬戶共用、權限管理混亂的問題。辦公終端未嚴格落實強制加密與定期病毒查殺措施，移動存儲設備混用形成交叉感染風險。

——安全意識不足，漏洞隱患仍存。個別單位此前曾遭境外網絡攻擊，出現泄密事件，但相關人員未能引以為戒，未嚴格執行安全保密操作規範，仍點擊來源不明郵件、使用非專用設備處理敏感信息，造成失泄密風險。

### 國家安全機關提示

網絡攻擊是境外間諜情報機關和反華敵對勢力實施滲透竊密活動的重要手段。在當前網絡滲透竊密多發高發的態勢下，應多措并舉，共同築牢網絡安全防線。

——強化安全意識，煉就“火眼金睛”。

主動學習網絡安全知識，增強風險意識，注意甄別虛假信息，避免“咬餌上鉤”。對無法確定來源、疑似仿冒、索要賬號密碼等可疑郵件，不輕易點擊或打開其中的附件、鏈接，做好安全防範相關工作。

——升級密碼防護，築牢“認證壁壘”。嚴格使用“大小寫字母+數字+特殊符號”組合的強密碼，並不定期更換。避免使用生日、電話、連續數字等弱口令。有條件的單位可對工作郵箱賬號開啟短信驗證碼、動態令牌等二次身份驗證措施。

——加強終端防護，堵住“病毒入口”。建議使用自主可控的政務郵箱系統，關閉非必要端口和服務，從源頭阻斷風險隱患。所有接入工作郵箱的設備必須安裝正規殺毒軟件，及時更新系統補丁，開啟實時防護功能，定期對工作電腦進行全盤病毒查殺。如發現可疑郵件或異常登錄提醒，應立即斷開網絡，第一時間報告情況。

廣大人民群眾如發現通過網絡攻擊從事竊密活動的可疑線索，可通過12339國家安全機關舉報受理電話、網絡舉報平臺（www.12339.gov.cn）、國家安全部微信公眾號舉報受理渠道或者直接向當地國家安全機關進行舉報。