

《食品营养健康科普信息生成及传播指南》团体标准 编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

随着公众健康意识的显著提升，公众对食品营养健康相关信息的需求持续增长；与此同时，食品营养健康科普信息的整体质量良莠不齐，呈现出复杂多元的局面。在此背景下，国家市场监督管理总局发展研究中心牵头组织、统筹规划，由小红书商业合规部提供行业前沿视角与落地实践经验，共同为食品营养健康科普信息的生成与传播制定指导性标准。

（二）标准起草目的及意义

1. 编制目的。本标准旨在响应公众对食品营养健康科普信息日益增长的健康需求，针对当前食品营养健康科普领域存在的信息质量良莠不齐、传播秩序混乱等问题，确立科学、规范的内容生成与传播准则。通过明确信息质量要求和主体责任，引导相关方提供真实、准确、全面的食品营养健康科普知识，帮助公众获取可靠信息、做出理性健康决策，防范因误导性内容引发的健康风险与经济损失。

2. 编制意义。解决信息“失真”问题，捍卫科普的科学性与准确性。通过明确、清晰的原则，帮助遏制虚假、夸大信息的产生与传播，确保流向公众的信息科学、准确，帮助消费者建立正

确的认知。

解决创作“失范”问题，明确内容创作的底线与边界。本标准将作为一部面向行业的“操作手册”，为创作者提供从内容创作的全流程指引，有助于降低无意违规的风险。

解决治理“失焦”问题，提升协同治理效能。本标准为平台提供了可直接采纳和适配的底层内容规范，有助于提升跨平台治理的一致性和效率，形成“一个标准，多方联动”的治理合力。

3.国内外情况。当前，国内已出现若干针对保健食品科普信息的指引性文件，这些文本多在原则上对信息内容提出要求，但在具体操作层面存在明显不足：一是缺乏可执行、可验证的行为指引与评判标准，导致规范在实际落地时往往难以有效适用；二是规范范围较为局限，大多仅围绕信息的生产与传播环节展开，未将内容审核作为独立且关键的控制环节予以系统规范；三是责任主体覆盖不完整，未能将内容传播平台作为重要的责任主体纳入规制体系；四是未能充分回应新媒体传播的形态特点与风险特征，在短视频、直播、社交推荐等新兴场景下的适用性较弱。

国外食品营养健康信息市场的发展阶段、媒介生态与用户习惯均与我国存在显著差异。因此，国外相关指南在规范对象、责任界定、内容形式及适用场景等方面与我国实际情况匹配度较低，难以直接套用于国内行业治理与内容生态建设。

在此背景下，本标准在吸收已有规范合理内容的基础上，进行了系统性的补充与创新，主要体现在：建立“生成-审核-传播”全

链条规范体系，首次将审核环节作为独立章节予以明确要求；明确平台主体责任，对传播平台在内容管理、风险控制、用户提示等方面设定具体义务；贴合新媒体传播规律，针对碎片化、可视化、互动化等内容形态提出适应性指引；提供可操作的行为标准与评判依据，每条原则性内容都有具体的阐释，并辅以示例说明，增强规范的可执行性。

（三）主要工作过程

本标准的制定过程主要包括以下阶段：

1.启动阶段。基于当前食品营养健康科普现状及公众需求，2025年8月，国家市场监督管理总局发展研究中心牵头组织有关研讨会，听取行业专家和有关平台企业对该行业发展现状的认识，以及下一步标准立项的意见建议。

2.调研阶段。2025年9月，市场监管总局发展研究中心组织有关行业专家赴小红书调研食品营养健康科普现状情况，并组织召开座谈会，听取意见建议。

3.立项阶段。市场监管总局发展研究中心于2025年10月向中国营养保健食品协会递交团体标准立项申请书，经过答辩，并通过中国营养保健食品协会立项审查。中国营养保健食品协会于2025年11月下达标准立项公告2025第9号（总第38号）。

4.起草阶段。2025年10—2026年2月，市场监管总局发展研究中心联合小红书商业合规部组建专项工作小组，与国家卫健委发展研究中心、国家食品安全风险评估中心、国家食品营养与健康评

价技术重点实验、中国农业大学、中国传媒大学，央视、新华社、中国消费者报、中国市场监管报，中国标准出版社、中国消费者协会、中国社会福利与养老服务协会多家单位组成联合起草组，搜集相关政策、法规、指导性文件和相关标准，并进行了整理、分析，内部进行多次讨论，搭建标准结构框架，形成标准草案。

5.形成征求意见稿。2026年2月，起草组结合前期调研、讨论意见，再次组织参编单位和专家研讨会，对标准草案进行了修改完善，形成《食品营养健康科普信息生成及传播指南》（征求意见稿）和编制说明。

二、标准编制原则和标准主要内容

标准编制遵循科学性、规范性和实用性的原则，力求内容科学合理，既符合一线场景应用的实际需要，又注重标准的可操作性。

（一）编制原则

本标准在编制过程中严格遵循以下三项核心原则，确保其针对性、指导性与可操作性：

第一，问题聚焦性原则。紧密围绕当前食品营养健康科普领域中存在的突出问题和风险隐患，如信息内容失真、夸大宣传、科学性不足、传播无序等现象开展编制工作。标准内容着力回应监管关切与公众期待，不泛化、不扩散，确保每项条款均针对实际痛点，旨在有效引导行业规范发展。

第二，导向明确性原则。坚持科学、真实、客观的科普导向，明确要求信息内容须以权威依据为基础，符合国家相关法规与食品

安全标准。标准在价值观上倡导负责任传播,反对误导和虚假宣传,在行为准则上为不同主体划定清晰的责任边界,为其提供明确的行为指引与合规预期。

第三, 执行可行性原则。充分考虑业界实际情况与执行成本,标准条款力求具体、清晰、可验证,避免模糊表述。在规范内容生成、审查机制、传播管理等环节时,均提供具备可操作性的实施路径与方法建议,确保标准能被创作者、平台、企业等相关主体有效理解、采纳和落地。

(二) 标准难点及挑战

第一, 原则要求落地执行难度大。食品营养健康科普涉及多元主体与复杂场景,若标准条款仅停留在原则性倡导,缺乏具体、可操作的行为指引与评价依据,则易导致标准与实践脱节,难以对行业产生实质性约束与引导作用,最终流于形式。

第二, 相关主体责任界定不清。内容创作者、传播平台、产品企业、审核机构等多方主体在信息生态中角色交织、权责交叉。若责任划分模糊,容易产生互相推诿、监管盲区或重复管理等问题,影响标准的系统实施与违规行为的有效追责。

第三, 科学共识与传播表达的平衡。专业营养健康知识在转化为科普内容时,需兼顾科学准确性与公众理解度。如何在确保信息真实、完整的基础上,适应不同渠道的传播特点与用户认知水平,是标准制定中需要持续探索的难题。

针对上述挑战,本标准着力于细化行为规范、明确责任归属、

建立内容科学性审核参照体系，并保持标准复审与更新机制，力求在原则性与操作性、稳定性与灵活性之间取得有效平衡。

（三）标准主要内容及确定依据

本标准内容体系遵循信息生成与传播的客观规律，划分为“科普信息生成及审查要求”和“科普信息传播的要求”两大部分。每个部分均确立明确的原则与具体行为规范，为内容创作者、传播平台及相关主体提供具可操作性的实践指引。上述结构设计主要基于以下考量：

对应信息传播全流程：针对信息“生产-审查-传播”的关键环节分别设定原则及标准，体系完整、逻辑清晰，便于各责任主体对号入座、落实责任。

突出原则引领与规则细化相结合：各部分在明确基本原则的基础上，进一步提出具体、可验证的执行要求，兼顾指导性与约束性，有利于标准落地实施。

回应行业实践与监管需要：结构设计充分调研并吸收了当前食品营养健康科普领域的主要痛点与合规难点，旨在系统性防范信息失真、误导传播等风险，提升行业信息质量整体水平。

三、采用国际标准和国外先进标准的程度，以及与国际同类标准的对比情况

无。

四、与现行法律、法规和强制性标准的关系

本标准严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共

和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国科学技术普及法》等相关法律法规的精神与要求，以现行法律框架为基础，对食品营养健康科普信息的生成、传播与管理提出具体化、可操作的实施指引。本标准不创设新的法律义务，而是在既有法律规范下，结合行业实际，为相关主体提供明确的行为准则和内容标准，旨在推动法律法规在食品营养健康科普领域的有效落实，促进行业自律与规范发展。

五、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准未产生重大分歧意见。

六、作为强制性标准或推荐性标准的建议

无。

七、贯彻标准的要求和措施建议（包括组织措施、技术措施、过渡办法、实施日期等）

组织上，应明确实施与监督责任主体，指定专人负责落实与协调；技术上，应制定具体作业文件。

八、其他需要说明的事项

为确保本标准有效落地并持续发挥社会价值，现就本标准使用场景及后续实施计划说明如下：

（一）标准主要使用场景

本文件作为食品营养健康科普领域的团体标准，主要适用于但不限于以下场景：

第一，内容创作与生产场景。为开展科普工作的相关机构和人员提供食品营养健康科普内容的选题策划、素材撰写、视觉呈现的全流程合规指引，帮助其规避虚假宣传、夸大误导等风险。

第二，平台内容治理场景。为各类内容平台算法识别、人工审核、内容标签分发及用户举报处理等提供可直接采纳或适配的审核标准参考，提升平台治理的一致性、明确性。

第三，企业合规自查场景。为保健食品、普通食品等生产经营企业科普推广、消费者教育时提供自查依据，确保其对外发布的科普信息符合科学依据与法规要求。

第四，第三方评价与监督场景。为消费者组织、行业协会、第三方评估机构评价食品营养健康科普信息质量提供参考依据，用于开展科普内容质量评估、行业红黑榜发布或消费提示活动。

（二）标准的后续实施计划

为确保本标准从文本走向实践，切实发挥规范引领作用，起草组拟从以下四个阶段推进后续工作：

第一阶段：发布与宣贯阶段（计划 2026 年 3 月—2026 年 6 月）
正式发布标准文本，并同步制作“一图读懂”、标准解读问答、等配套宣传材料。

第二阶段：试点应用阶段（计划 2026 年 7 月—2026 年 12 月）
选择部分头部内容平台、科普单位或机构、食品企业作为试点单位，推动标准在具体业务场景中先行先试。同时，建立试点反馈机制，收集标准在落地过程中遇到的技术难点、成本问题及改进建

议，形成“试点案例库”与“常见问题解答（FAQ）”。

第三阶段：培训与推广阶段（计划 2027 年 1 月—2027 年 12 月）

依托市场监管总局发展研究中心、中国营养保健食品协会及参编单位的专家资源，开发系列免费培训课程，面向内容创作者、平台审核人员、企业法务合规人员等开展专项培训。

第四阶段：评估与修订阶段（常态化）

根据行业发展变化及试点反馈情况，适时启动标准的修订完善程序，确保标准的先进性、科学性与时效性。

九、参考文献

无。