# 功能性食品调查报告总结 功能性食品调查报告(汇总11篇)

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2024-07-07

*随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧功能性食品调查报告总结篇一1、调查时间20xx.10-2xx.112、调查地点和对象海口...*

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**功能性食品调查报告总结篇一**

1、调查时间

20xx.10-2xx.11

2、调查地点和对象

海口市海甸岛各药店及保健品店。

3、调查方式

我们采用组员分组，分街，走访各大小药店和保健品店的方式调查。

4、组员分工

走访调查，原始资料收集：全体组员

资料整理：全体组员

报告撰写：xxx

ppt制作：xxx

我们共走访海甸岛一路，二路，三路，五路，六路，人民路，和平路和海达路药店17家，调查功能性食品品牌74个，包括安利纽崔莱、哈药集团、太太、九芝堂、21金维他、碧生源、汤臣倍健、纽西莱特、椰马、脑白金、黄金搭档、千林、999、合生元，养生堂等等。同时还进入各大超市调查功能性食品，因数量较少，未计入总数目。

字是国家卫生部20xx年前期的批准号，自20xx年国家成立了食品药品管理监督局后，卫食健字号一律要重新审批转为国食品健字号。根据20xx年由国家食品药品监督管理局颁布的《保健食品注册管理办法(试行)》中的第二章第二节第三十三条 规定，保健食品批准证书有效期为5年。国产保健食品批准文号格式为：国食健字g+4位年代号+4位顺序号;进口保健食品批准文号格式为：国食健字j+4位年代号+4位顺序号。这种批号政策的过渡也造成民众购买中的一些困惑，给人一种监管混乱的感觉。经过对所采集到的样本的随机取样核实批号，在所采集的样本中未发现假冒批号产品，总体来说海甸岛的功能性食品基本都是经过国家批准生产上市的产品。

本次调查，我们共走访药店17家，超市8家以及保健品店若干，大部分大中型药店都有功能性食品出售，一些小药店没有或只有少许功能性食品出售，保健品店，也有些许出售，总体来讲，功能性食品大部分在药店出售。超市只有猴头菇饼干等少许功能性食品出售。在海甸岛，功能性食品的主要销售渠道为大中型药品超市。这种现象的出现，是由于长期以来的将功能性食品当多药物来使用购买的误区没能纠正。根据在药店随机访问消费者，基本所有消费者说不出功能性食品的定义，以及其与食品和药品的区别，大部分民众关于功能性食品方面的知识还是相当匮乏的。gb16740-97《保健(功能)食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健(功能)食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。同时，还存在部分人将保健品当做药品一样对待，高估了保健品的功效。

现在购买和食用保健食品的人越来越多。但是大多数人对保健食品的认识，选择上都有错误或者不健全的理解，所以购买功能性食品时要注意以下几点：

一.保健品首先不是药品，能调理生理功能，但是对治疗疾病效果不大。可以用来进行辅助治疗。国家对保健食品的功能规定有27种，包括：免疫调节、调节血脂、调节血糖、延缓衰老、改善记忆、改善视力、促进排铅、清咽利喉、调节血压、改善睡眠，促进泌乳、抗突变，抗疲劳、耐缺氧、抗辐射、减肥、促进生长发育、改善骨质疏松、改善营养性贫血、对化学性肝损伤有辅助保护作用、美容、改善胃肠道功能。同时，在保健食品包装标签上不能含有或暗示具有治疗作用。凡是超过上述27种保健功能范围的宣传都是违法的。

二..注意标志和批号。卫生部批准的保健食品预包装食品容器上(食品标签)应有卫生部对这一食品的批准文号和卫生部规定的保健食品标志。国产保健食品为：卫食健字 第号，或者国食健字 第号，进口保健食品：卫进食健字 第号。

三.保健食品的标签除与普通食品应有生产日期、保质期外，还应注明适宜人群，食用量及食用方法。

四.保健品不可以代替药品。一种新药品的面市，必须要有大量的临床试验，并通过国家药品食品监督管理局审查批准;保健品没有规定治疗的作用，不需要经过临床验证，仅仅检验污染物、细菌等卫生指标，合格就可以上市销售。

从调查采集的样本分析，功能性食品可分为两类，日常功能性食品和特种功能性食品。其中受众人群最多的当属老年人适用的功能性食品，包括营养补充，调节睡眠，调节机体，提高免疫力，降血脂等几个方面。其次为女性用包括减肥，美白，营养素以及孕妇专用等。儿童用营养素，调节生长发育方面也占用一定比例。总体来说，从药店的功能性食品专柜数量反映出，功能性食品的主要消费受众为老年人和孕妇。产品形式主要有口服液，冲剂，片剂，胶囊，酒茶等，产品原料国产功能性食品多为蜂蜜，枸杞等中草药，其中蜂类产品使用范围最广。经统计，在所采的样品中，所有产品都有标注：本产品不能代替药品。总体来说较为规范，但部分产品用加粗明显的标出，有些产品的字体较小，不易察觉。 价格方面，功能性食品总体价格较高，单品价格基本都在百元以上，远高于普通食品。而相对于药品来讲，功能性食品的研发周期，研发费用远低于药品，众所周知一种新药从研发到临床使用大致需要十几年的时间(研制出来后为避免不良反应需要几年时间改进，然后要在动物身上进行毒性试验，再花5—7年用于临床观察)、投入数十亿美元，而功能性食品不必长周期的临床观察，只要做毒理检验成本较低。但目前市场上功能性食品价格偏高，超出普通民众承受范围。 同时调查中遭到了大部分药店工作人员的阻拦，照片样本采集都由组员偷拍获取，对于我们关于店内功能性食品产品的询问店员也表现的极为谨慎。

以上所述的是海甸岛的功能性食品的情况，由人力，时间和资源的局限性，我们未能获得更加精确和有价值的资料数据，但是，由这可获得的已知的资料也可窥见功能性食品整体的一些方面。

针对以上调查结果和分析，我们对以上现状提出以下建议：

1.食品药品监督管理部门，加强监管力度，打击查处假冒现象，以及非法无证经营。

2.针对目前功能性食品批号有国食字和卫食字，监管混乱，政府应加快解决，使功能性食品批号统一，监管统一，也利于民众辨识。

3.目前，大部分功能性食品存在夸大功能，以及民众对功能性食品基本不了解的现象，针对此，建议，相关部门和高校，多多组织宣讲活动，是普通民众更科学的去认知和对待功能性食品，科学消费，合理食用。

**功能性食品调查报告总结篇二**

课题组成员：xxx

指导老师：陈xx

摘要：随着食品工业的快速发展和人们消费水平及对食品认识的提高，人们对食品的要求不再单单是提供新陈代谢和机体生长所必需的营养物质，而是更加关注食品在调节身体机能，促进身体健康等方面的作用。但09年媒体曾曝出海口市保健品市场鱼龙混杂，及其混杂。为了解现在海甸岛功能性食品市场现状我们做了如下调查。

1、调查时间

20xx.10—20xx.11

2、调查地点和对象

海口市海甸岛各药店及保健品店。

3、调查方式

我们采用组员分组，分街，走访各大小药店和保健品店的方式调查。

4、组员分工

走访调查，原始资料收集：全体组员

资料整理：全体组员

报告撰写：xxx

ppt制作：xxx

我们共走访海甸岛一路，二路，三路，五路，六路，人民路，和平路和海达路药店17家，调查功能性食品品牌74个，包括安利纽崔莱、哈药集团、太太、九芝堂、21金维他、碧生源、汤臣倍健、纽西莱特、椰马、脑白金、黄金搭档、千林、999、合生元，养生堂等等。同时还进入各大超市调查功能性食品，因数量较少，未计入总数目。

字是国家卫生部20xx年前期的批准号，自20xx年国家成立了食品药品管理监督局后，卫食健字号一律要重新审批转为国食品健字号。根据20xx年由国家食品药品监督管理局颁布的《保健食品注册管理办法（试行）》中的第二章第二节第三十三条规定，保健食品批准证书有效期为5年。国产保健食品批准文号格式为：国食健字g+4位年代号+4位顺序号；进口保健食品批准文号格式为：国食健字j+4位年代号+4位顺序号。这种批号政策的过渡也造成民众购买中的一些困惑，给人一种监管混乱的感觉。经过对所采集到的样本的随机取样核实批号，在所采集的样本中未发现假冒批号产品，总体来说海甸岛的功能性食品基本都是经过国家批准生产上市的产品。

本次调查，我们共走访药店17家，超市8家以及保健品店若干，大部分大中型药店都有功能性食品出售，一些小药店没有或只有少许功能性食品出售，保健品店，也有些许出售，总体来讲，功能性食品大部分在药店出售。超市只有猴头菇饼干等少许功能性食品出售。在海甸岛，功能性食品的主要销售渠道为大中型药品超市。这种现象的出现，是由于长期以来的将功能性食品当多药物来使用购买的误区没能纠正。根据在药店随机访问消费者，基本所有消费者说不出功能性食品的定义，以及其与食品和药品的区别，大部分民众关于功能性食品方面的知识还是相当匮乏的。gb16740—97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。同时，还存在部分人将保健品当做药品一样对待，高估了保健品的功效。

现在购买和食用保健食品的人越来越多。但是大多数人对保健食品的认识，选择上都有错误或者不健全的理解，所以购买功能性食品时要注意以下几点：

一、保健品首先不是药品，能调理生理功能，但是对治疗疾病效果不大。可以用来进行辅助治疗。国家对保健食品的功能规定有27种，包括：免疫调节、调节血脂、调节血糖、延缓衰老、改善记忆、改善视力、促进排铅、清咽利喉、调节血压、改善睡眠，促进泌乳、抗突变，抗疲劳、耐缺氧、抗辐射、减肥、促进生长发育、改善骨质疏松、改善营养性贫血、对化学性肝损伤有辅助保护作用、美容、改善胃肠道功能。同时，在保健食品包装标签上不能含有或暗示具有治疗作用。凡是超过上述27种保健功能范围的宣传都是违法的。

二、注意标志和批号。卫生部批准的保健食品预包装食品容器上（食品标签）应有卫生部对这一食品的批准文号和卫生部规定的保健食品标志。国产保健食品为：卫食健字第号，或者国食健字第号，进口保健食品：卫进食健字第号。

三、保健食品的标签除与普通食品应有生产日期、保质期外，还应注明适宜人群，食用量及食用方法。

四、保健品不可以代替药品。一种新药品的面市，必须要有大量的临床试验，并通过国家药品食品监督管理局审查批准；保健品没有规定治疗的作用，不需要经过临床验证，仅仅检验污染物、细菌等卫生指标，合格就可以上市销售。

从调查采集的样本分析，功能性食品可分为两类，日常功能性食品和特种功能性食品。其中受众人群最多的当属老年人适用的功能性食品，包括营养补充，调节睡眠，调节机体，提高免疫力，降血脂等几个方面。其次为女性用包括减肥，美白，营养素以及孕妇专用等。儿童用营养素，调节生长发育方面也占用一定比例。总体来说，从药店的功能性食品专柜数量反映出，功能性食品的主要消费受众为老年人和孕妇。产品形式主要有口服液，冲剂，片剂，胶囊，酒茶等，产品原料国产功能性食品多为蜂蜜，枸杞等中草药，其中蜂类产品使用范围最广。经统计，在所采的样品中，所有产品都有标注：本产品不能代替药品。总体来说较为规范，但部分产品用加粗明显的标出，有些产品的字体较小，不易察觉。价格方面，功能性食品总体价格较高，单品价格基本都在百元以上，远高于普通食品。而相对于药品来讲，功能性食品的研发周期，研发费用远低于药品，众所周知一种新药从研发到临床使用大致需要十几年的时间（研制出来后为避免不良反应需要几年时间改进，然后要在动物身上进行毒性试验，再花57年用于临床观察）、投入数十亿美元，而功能性食品不必长周期的临床观察，只要做毒理检验成本较低。但目前市场上功能性食品价格偏高，超出普通民众承受范围。同时调查中遭到了大部分药店工作人员的阻拦，照片样本采集都由组员偷拍获取，对于我们关于店内功能性食品产品的询问店员也表现的极为谨慎。

以上所述的是海甸岛的功能性食品的情况，由人力，时间和资源的局限性，我们未能获得更加精确和有价值的资料数据，但是，由这可获得的已知的资料也可窥见功能性食品整体的一些方面。

针对以上调查结果和分析，我们对以上现状提出以下建议：

1、食品药品监督管理部门，加强监管力度，打击查处假冒现象，以及非法无证经营。

2、针对目前功能性食品批号有国食字和卫食字，监管混乱，政府应加快解决，使功能性食品批号统一，监管统一，也利于民众辨识。

3、目前，大部分功能性食品存在夸大功能，以及民众对功能性食品基本不了解的现象，针对此，建议，相关部门和高校，多多组织宣讲活动，是普通民众更科学的去认知和对待功能性食品，科学消费，合理食用。

**功能性食品调查报告总结篇三**

(一)所提问题

1.您了解功能性食品么?

2.您知道功能性食品有哪些种类么?

3.您知道哪些品牌的功能性食品?

4.您使用过哪些功能性食品?

5.您信赖哪些功能性食品?

6.您从哪些途径了解功能性食品?

7.您知道如何鉴别功能性食品么?

8.您觉得功能性食品有什么问题，哪些方面需要提高?

(二)调查对象

随机调查各种年龄层次的消费者。

(三)调查分析

1.保健食品的标识

例如红牛维生素饮料

其包含：配料、100ml功效成分含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、保质期、生产日期、保存方法、卫生许可证号、执行标准、本品不能代替药物。

2.市场上销售的品牌

钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

3.调查结果

两位大学生：对于功能性食品不了解;其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉;对于功能性食品不信赖;从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。男青年：了解一点，不是很明白;其功能应是抗疲劳;用过脑白金，效果不错;价格应有所下调，改进要适合长期服用。

30~40岁的阿姨：不太了解，也不用;孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品;鉴定看说明书，;觉得对功能性食品的常识不了解。30岁左右的知识分子：了解一点;功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质;用过如安利、完美等产品;觉得是无聊的\'消费;鉴定要有国家体系认证、说明、用法。70岁爷爷(看上去很年轻)：了解;认为功能性食品纯属吵作，认为有些事是骗人的(如牦牛在西藏视为珍稀动物，不可能有那么多的骨髓);用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e;不看宣传;广告要务实，可信度要提高。

4.调查分析

通过对随机人群的调查发现，约占60℅，近70℅的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识，中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。同时，对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。

另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响

5.调查建议

5.1、尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

5.2、普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

5.3、提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

5.4、降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

二功能性食品

(一)定义及分类

(1)定义

据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，功能性食品除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。已被证实具有令人满意的功能的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

(2)分类

日常功能性食品(日常保健食品)是根据各种不同的健康消费群(诸如婴儿、老年人和学生等)的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。特种功能性食品(特种保健食品)着眼于某些特殊消费群(如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等)的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的健康与医疗问题。

(二)功能因子

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。业已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

(1)活性多糖包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等

(2)内能性甜味料(剂)包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂

(3)功能性油脂包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等

(4)自由基清除剂包括非酶类清除剂和酶类清除剂等

(5)维生素包括维生素a、维生素e和维生素c

(6)微量活性元素包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等

(7)肽与蛋白质包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等

(8)乳酸菌特别是双歧杆菌等

(9)其他活性物质如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等

(三)功能性食品在促进健康方面的作用

(四)标准、标识、标志

保健食品标识规定

功能性食品的标志

(五)市场上常见的功能性食品

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产﹑销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

(六)问题

一、总体问题

产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

企业分布不平衡。北京等6个沿海省(市)的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等

西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

科技投入少。20xx年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的

1.55%;而广告宣传费平均占销售收入的6.54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

二、企业问题

1、保健食品不实宣传问题十分严重

孩子个子长高不感冒、老人腰好腿好精神好、女人面色细腻红润有光泽、服用黄金搭档确实有效、补足钙铁锌硒维生素黄金搭档的广告用语明显带有功效性，并且在广告中声称服用黄金搭档后，对各种人群的各种防病、健身、美容、补充维生素等需求都绝对有效果。此外，无锡健特药业有限公司篡改的广告中还以中国营养学会的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。

而脑白金也存在问题。人体中的褪黑素是松果腺分泌的一种激素，医学上已证明，褪黑素是一种性抑制激素，有抑制睾丸素、雌激素、淋巴激素、甲状腺素等物质的作用，对人的身体状况的改变具有放大作用。普通人的松果体重量约0.12克，其每克组织中褪黑素的含量是0.05～0.4微克，每小时合成200微克。而一粒脑白金胶囊中含褪黑素3毫克，比正常人体的含量高出许多，短期服用可能没什么，但长期服用有可能会产生副作用，用量过度也可能起到相反作用。

而在脑白金内附的产品说明书中写道：瑞士科学家罗斯勒发表了著名的人体试验报告：让大量体弱多病者服用脑白金，经五年观察发现他们的许多症状消失，而且充满青春活力(摘自《中国药理学通报》6期197页)。而专家的调查表明：本期根本没有197页!同时《食品广告发布暂行规定》第九条规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。而脑白金的报纸广告中却有着这样一段文字：享有脑白金之父盛名的美国德克萨斯大学的reiter教授，对脑白金配方给予高度评价，著名科学家、中国药理学会理事长张均田教授在会议总结时，也对脑白金配方给予了充分的肯定。

2、非法添加违禁物品问题时有发生

添加违禁药品比较突出的情况包括：一些不法企业在生产调节血糖保健品中加入降糖药，如格列本脲;一些不法企业在生产减肥保健品时添加兴奋类药物;一些企业在生产抗疲劳保健品时混入伟哥成分。

**功能性食品调查报告总结篇四**

摘要：随着食品工业的快速发展和人们消费水平及对食品认识的提高，人们对食品的要求不再单单是提供新陈代谢和机体生长所必需的营养物质，而是更加关注食品在调节身体机能，促进身体健康等方面的作用。但09年媒体曾曝出海口市保健品市场鱼龙混杂，及其混杂。为了解现在海甸岛功能性食品市场现状我们做了如下调查。

1、调查时间

20xx年10月-20xx年11月

2、调查地点和对象

海口市海甸岛各药店及保健品店。

3、调查方式

我们采用组员分组，分街，走访各大小药店和保健品店的方式调查。

4、组员分工

走访调查，原始资料收集：全体组员

资料整理：全体组员

报告撰写：xxx

ppt制作：xxx

我们共走访海甸岛一路，二路，三路，五路，六路，人民路，和平路和海达路药店17家，调查功能性食品品牌74个，包括安利纽崔莱、哈药集团、太太、九芝堂、21金维他、碧生源、汤臣倍健、纽西莱特、椰马、脑白金、黄金搭档、千林、999、合生元，养生堂等等。同时还进入各大超市调查功能性食品，因数量较少，未计入总数目。

字是国家卫生部20xx年前期的批准号，自20xx年国家成立了食品药品管理监督局后，卫食健字号一律要重新审批转为国食品健字号。根据20xx年由国家食品药品监督管理局颁布的《保健食品注册管理办法(试行)》中的第二章第二节第三十三条规定，保健食品批准证书有效期为5年。国产保健食品批准文号格式为：国食健字g+4位年代号+4位顺序号;进口保健食品批准文号格式为：国食健字j+4位年代号+4位顺序号。这种批号政策的过渡也造成民众购买中的一些困惑，给人一种监管混乱的感觉。经过对所采集到的样本的随机取样核实批号，在所采集的样本中未发现假冒批号产品，总体来说海甸岛的功能性食品基本都是经过国家批准生产上市的产品。

本次调查，我们共走访药店17家，超市8家以及保健品店若干，大部分大中型药店都有功能性食品出售，一些小药店没有或只有少许功能性食品出售，保健品店，也有些许出售，总体来讲，功能性食品大部分在药店出售。超市只有猴头菇饼干等少许功能性食品出售。在海甸岛，功能性食品的主要销售渠道为大中型药品超市。这种现象的出现，是由于长期以来的将功能性食品当多药物来使用购买的误区没能纠正。根据在药店随机访问消费者，基本所有消费者说不出功能性食品的定义，以及其与食品和药品的区别，大部分民众关于功能性食品方面的知识还是相当匮乏的。gb16740-97《保健(功能)食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健(功能)食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。同时，还存在部分人将保健品当做药品一样对待，高估了保健品的功效。

现在购买和食用保健食品的人越来越多。但是大多数人对保健食品的认识，选择上都有错误或者不健全的理解，所以购买功能性食品时要注意以下几点：

一.保健品首先不是药品，能调理生理功能，但是对治疗疾病效果不大。可以用来进行辅助治疗。国家对保健食品的功能规定有27种，包括：免疫调节、调节血脂、调节血糖、延缓衰老、改善记忆、改善视力、促进排铅、清咽利喉、调节血压、改善睡眠，促进泌乳、抗突变，抗疲劳、耐缺氧、抗辐射、减肥、促进生长发育、改善骨质疏松、改善营养性贫血、对化学性肝损伤有辅助保护作用、美容、改善胃肠道功能。同时，在保健食品包装标签上不能含有或暗示具有治疗作用。凡是超过上述27种保健功能范围的宣传都是违法的。

二..注意标志和批号。卫生部批准的保健食品预包装食品容器上(食品标签)应有卫生部对这一食品的批准文号和卫生部规定的保健食品标志。国产保健食品为：卫食健字第号，或者国食健字第号，进口保健食品：卫进食健字第号。

三.保健食品的标签除与普通食品应有生产日期、保质期外，还应注明适宜人群，食用量及食用方法。

四.保健品不可以代替药品。一种新药品的面市，必须要有大量的临床试验，并通过国家药品食品监督管理局审查批准;保健品没有规定治疗的作用，不需要经过临床验证，仅仅检验污染染物、细菌等卫生指标，合格就可以上市销售。

从调查采集的样本分析，功能性食品可分为两类，日常功能性食品和特种功能性食品。其中受众人群最多的当属老年人适用的功能性食品，包括营养补充，调节睡眠，调节机体，提高免疫力，降血脂等几个方面。其次为女性用包括减肥，美白，营养素以及孕妇专用等。儿童用营养素，调节生长发育方面也占用一定比例。总体来说，从药店的功能性食品专柜数量反映出，功能性食品的主要消费受众为老年人和孕妇。产品形式主要有口服液，冲剂，片剂，胶囊，酒茶等，产品原料国产功能性食品多为蜂蜜，枸杞等中草药，其中蜂类产品使用范围最广。经统计，在所采的样品中，所有产品都有标注：本产品不能代替药品。总体来说较为规范，但部分产品用加粗明显的标出，有些产品的`字体较小，不易察觉。价格方面，功能性食品总体价格较高，单品价格基本都在百元以上，远高于普通食品。而相对于药品来讲，功能性食品的研发周期，研发费用远低于药品，众所周知一种新药从研发到临床使用大致需要十几年的时间(研制出来后为避免不良反应需要几年时间改进，然后要在动物身上进行毒性试验，再花5—7年用于临床观察)、投入数十亿美元，而功能性食品不必长周期的临床观察，只要做毒理检验成本较低。但目前市场上功能性食品价格偏高，超出普通民众承受范围。同时调查中遭到了大部分药店工作人员的阻拦，照片样本采集都由组员获取，对于我们关于店内功能性食品产品的询问店员也表现的极为谨慎。

以上所述的是海甸岛的功能性食品的情况，由人力，时间和资源的局限性，我们未能获得更加精确和有价值的资料数据，但是，由这可获得的已知的资料也可窥见功能性食品整体的一些方面。

针对以上调查结果和分析，我们对以上现状提出以下建议：

1.食品药品监督管理部门，加强监管力度，打击查处假冒现象，以及非法无证经营。

2.针对目前功能性食品批号有国食字和卫食字，监管混乱，政府应加快解决，使功能性食品批号统一，监管统一，也利于民众辨识。

3.目前，大部分功能性食品存在夸大功能，以及民众对功能性食品基本不了解的现象，针对此，建议，相关部门和高校，多多组织宣讲活动，是普通民众更科学的去认知和对待功能性食品，科学消费，合理食用。

**功能性食品调查报告总结篇五**

现如今，我们已迈入一个高度发达的时代。随着经济的不断发展，人们的生活水平也在逐渐提高着。而物质生活充裕了以后，健康自然便成了大家最为关注的问题。而健康长远意义上讲并不是说你病了然后予以治疗，而是从平时就开始防病，可是通过药物来达到这一目的在现代人看来显然是极其不可行的，常言说“是药三分毒”嘛。我们最容易实施和控制的，我想应该莫过于食疗了。只有平时注意营养的科学合理搭配，才能吃出健康、吃出漂亮、吃出长寿。食品业和医学在不断进步着，于是功能性食品便应运而生了。

功能性食品誉为“21世纪的食品”，是当今世界研究的热点。为了解人们对功能性食品的了解程度，并在社会上普及功能性食品，我精心设计了一份调查问卷，随机调查各种年龄层次、各消费水平的消费者，收到了较为满意的结果。

1、调查结果及分析。

通过对随机人群的调查发现，约15%的人根本就不知道什么是功能性食品，更不清楚功能性食品有什么功效。约62%的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识。只有23%的人了解功能性食品，了解其功效，并且知晓很多种类的功能性食品和国内外大品牌。以下为部分被调查者的问卷分析结果。

大学生：对于功能性食品不了解。其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉。对于功能性食品不信赖。从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。

20——30岁的男士：多少了解一点，不是很明白。其功能应是抗疲劳。用过脑白金，效果不错。价格有点偏高，应有适当下调，仍需改进，要适合长期服用。

30——40岁的阿姨：不太了解，也不用。孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品。看过产品说明书和广告，但是仍然觉得对功能性食品的常识不了解。

30岁左右的知识分子：了解一点。功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质。用过如安利、完美等产品。觉得是无聊的消费。鉴定要有国家体系认证、说明、用法。

六七十岁的老人：了解。认为功能性食品纯属吵作。用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e。不看宣传。广告要务实，可信度要提高。不能看广告，要看疗效。

目前人们知晓的市场上销售的品牌主要有：钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。同时，被调查者普遍认为，目前社会上对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响。

2、调查建议。

（1）尽快出台完善的.法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

（2）普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

（3）提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

（4）降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

1、定义及分类。

（1）据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，“功能性食品”除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。“已被证实具有令人满意的功能”的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

（2）分类。

日常功能性食品（日常保健食品）是根据各种不同的健康消费群（诸如婴儿、老年人和学生等）的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。

特种功能性食品（特种保健食品）着眼于某些特殊消费群（如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等）的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的“健康与医疗”问题。

2、功能因子。

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。

已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

（1）活性多糖：包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等。

（2）内能性甜味料（剂）：包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂。

（3）功能性油脂：包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等。

（4）自由基清除剂：包括非酶类清除剂和酶类清除剂等。

（5）维生素：包括维生素a、维生素e和维生素c。

（6）微量活性元素：包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等。

（7）肽与蛋白质：包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等。

（8）乳酸菌：特别是双歧杆菌等。

（9）其他活性物质：如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等。

3、功能性食品在促进健康方面的作用。

增强免疫力、抗衰老、调节血脂、调节血糖、调节血压、改善胃肠道功能（促进消化吸收，调节肠道菌群，润肠通便，保护胃黏膜）、改善骨质疏松、促进排铅、抗突变、抗肿瘤、抗疲劳、提高应激能力、清咽润喉、保护化学性肝损伤、减肥、美容、促进乳汁分泌、改善营养性贫血、改善睡眠、改善性功能、提高学习记忆力、增进智力、促进生长发育、改善视力、耐缺氧作用、抗辐射等。

4、市场上常见的功能性食品。

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产﹑销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

5、目前存在的问题。

（1）总体问题。

a、产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

b、企业分布不平衡。北京等6个沿海省（市）的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

c、科技投入少。20xx年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的1.55%。而广告宣传费平均占销售收入的6.54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

（2）企业问题。

a、保健食品不实宣传问题十分严重：广告用语明显带有功效性，甚至有的公司篡改的广告中还以中国营养学会等机构和组织的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。《食品广告发布暂行规定》第九条明确规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。

b、非法添加违禁物品问题时有发生。添加违禁药品比较突出的情况包括：在生产调节血糖保健品中加入降糖药。在生产减肥保健品时添加兴奋类药物。在生产抗疲劳保健品时混入“伟哥成分”。在生产改善睡眠保健品时添加安定。在生产“增高”类保健品时掺进激素。在生产免疫调节保健品时添加一些中枢食欲抑制剂。

c、保健食品企业生产条件较差问题尚未得到根本性改变。

d、非法生产经营保健食品的问题率禁不止。

（3）法规需进一步完善。

需尽快加强对生产条件的审批，设立复查制度，对新功能的审批进行规范，对转让产品进行限制。

（4）消费者的误区。

许多消费者把功能性食品当成药品。其实功能性食品不是药品，其区别主要体现在：

a、药品是用来治病的，而功能性食品不以治疗为目的，它重在调节机体内环境平衡与生理节律，增强机体的防御功能，达到保健康复的目的。

b、功能性食品要达到现代毒理学上的基本无毒或无毒水平，在正常摄入范围内不能带来任何毒副作用。而作为药品，则允许一定程度的毒副作用存在。

c、功能性食品无需医生处方，没有剂量的限制，可按机体的正常需求自由摄取。

中国保健食品市场是一个有着巨大潜力的市场，高速增长的国民经济是保健食品业发展的基础，中国经济发展中居民消费结构的变化是保健食品发展的特殊机会，因此规范保健食品市场迫在眉睫。

1、加紧进行保健食品专项整治、力争取得好成果。

（1）与工商部门联手整治广告宣传。

（2）开展保健食品标签、说明书自查自纠。

（3）进行保健食品质量抽查。

（4）组织保健食品企业生产条件重新审查。

2、完善保健食品审批工作。

（1）利用卫生部网络，征求意见。

（2）审批过程和情况，能上网的尽量上网公开。

（3）建立检验机构“问责”制。

（4）完善毒理和功能评价程序，加强对保健食品功能与功效成分的研究。

3、尽快出台新版《保健食品管理办法》。

（1）省级初审内容的调整。

（2）申报单位生产条件的审查。

（3）设保健食品批准证书有效期。

（4）检验机构认定和责任的规定。

（5）必要时对保健食品进行重新审查。

4、促进企业自律和诚信行为。

（1）企业要强化自律和诚信的意识，遵纪守法。自律要做到“责任、诚信、科学、规范”。

（2）加强行业组织和领导。

（3）政府要规范企业的行为，有法可依，执法要严。

（4）加大科技投入，创造中国名牌。

（5）发展规模经济，打造中国保健食品的“航母”。

5、消费者的注意事项。

作为弱势群体的消费者在选购保健食品前一定要查看有无标志和卫生部注册备案信息，最好上网搜索该商品有无负面的信息。外包装和说明书所标注的保健功能，要查看是否与广告宣传的功能一致是否虚增了功能。声称有治疗、辅助治疗、保健、预防作用需口服的产品，如果是具有治疗或辅助治疗作用的，应有“药准字”、“药健字”批准文号。具有保健、预防作用的，应有“卫食准字”的批准文号。保健食品标签和说明书必须符合国家有关标准和要求，并标明下列内容：保健作用和适宜人群。食用方法和适宜的食用量。保健食品批准文号。生产日期和保质期等内容。

文档为doc格式

**功能性食品调查报告总结篇六**

一、调查时间：

xx年6月15日

二、调查地点：

高升超市

三、调查目的：

现如今，我们已迈入一个高度发达的时代。随着经济的不断发展，人们的生活水平也在逐渐提高着。而物质生活充裕了以后，健康自然便成了大家最为关注的问题。而健康长远意义上讲并不是说你病了然后予以治疗，而是从平时就开始防病，可是通过药物来达到这一目的在现代人看来显然是极其不可行的，常言说“是药三分毒”嘛。

我们最容易实施和控制的，我想应该莫过于食疗了。只有平时注意营养的科学合理搭配，才能吃出健康、吃出漂亮、吃出长寿。食品业和医学在不断进步着，于是功能性食品便应运而生了。功能性食品誉为“21世纪的食品”，是当今世界研究的热点。为了解人们对功能性食品的了解程度，并在社会上普及功能性食品而做出此次功能性食品调查。

四、调查员：

李阳（食品科技学院食品科学与工程0651110509）

五、调查结果：

高升超市内功能性食品上架情况汇总

六、结果分析：

1、高升超市销售的功能性食品大多是缓解疲劳，提高免疫力的，其他作用的功能性食品比例太少，甚至没有。

2、社会上对于功能性食品普遍常识的介绍很少，消费者对其概念薄弱。

3、中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。

4、保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响。

七、综合建议

1、尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

2、普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

3、提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

4、降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

**功能性食品调查报告总结篇七**

功能性食品

调查报告

现如今，我们已迈入一个高度发达的时代。随着经济的不断发展，人们的生活水平也在逐渐提高着。而物质生活充裕了以后，健康自然便成了大家最为关注的问题。而健康长远意义上讲并不是说你病了然后予以治疗，而是从平时就开始防病，可是通过药物来达到这一目的在现代人看来显然是极其不可行的，常言说“是药三分毒”嘛。我们最容易实施和控制的，我想应该莫过于食疗了。只有平时注意营养的科学合理搭配，才能吃出健康、吃出漂亮、吃出长寿。食品业和医学在不断进步着，于是功能性食品便应运而生了。

功能性食品誉为“21世纪的食品”，是当今世界研究的热点。为了解人们对功能性食品的了解程度，并在社会上普及功能性食品，我精心设计了一份调查问卷，随机调查各种年龄层次、各消费水平的消费者，收到了较为满意的结果。

1.调查结果及分析

通过对随机人群的调查发现，约15%的人根本就不知道什么是功能性食品，更不清楚功能性食品有什么功效;约62%的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识;只有23%的人了解功能性食品，了解其功效，并且知晓很多种类的功能性食品和国内外大品牌。以下为部分被调查者的问卷分析结果。

大学生：对于功能性食品不了解;其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉;对于功能性食品不信赖;从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。

30-40岁的阿姨：不太了解，也不用;孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品;看过产品

说明书

和广告，但是仍然觉得对功能性食品的常识不了解。

30岁左右的知识分子：了解一点;功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质;用过如安利、完美等产品;觉得是无聊的消费;鉴定要有国家体系认证、说明、用法。

六七十岁的老人：了解;认为功能性食品纯属吵作;用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e;不看宣传;广告要务实，可信度要提高。不能看广告，要看疗效。

目前人们知晓的市场上销售的品牌主要有：钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

同时，被调查者普遍认为，目前社会上对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响。

2.调查建议

(1)尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

(2)普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

(3)提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

(4)降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

1.定义及分类

(1)据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，“功能性食品”除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。“已被证实具有令人满意的功能”的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

(2)分类：

日常功能性食品(日常保健食品)是根据各种不同的健康消费群(诸如婴儿、老年人和学生等)的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。

特种功能性食品(特种保健食品)着眼于某些特殊消费群(如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等)的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的“健康与医疗”问题。

2.功能因子

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。

已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

(1)活性多糖：包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等。

(2)内能性甜味料(剂)：包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂。

(3)功能性油脂：包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等。

(4)自由基清除剂：包括非酶类清除剂和酶类清除剂等。

(5)维生素：包括维生素a、维生素e和维生素c。

(6)微量活性元素：包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等。

(7)肽与蛋白质：包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等。

(8)乳酸菌：特别是双歧杆菌等。

(9)其他活性物质：如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等。

3.功能性食品在促进健康方面的作用

增强免疫力、抗衰老、调节血脂、调节血糖、调节血压、改善胃肠道功能(促进消化吸收，调节肠道菌群，润肠通便，保护胃黏膜)、改善骨质疏松、促进排铅、抗突变、抗肿瘤、抗疲劳、提高应激能力、清咽润喉、保护化学性肝损伤、减肥、美容、促进乳汁分泌、改善营养性贫血、改善睡眠、改善性功能、提高学习记忆力、增进智力、促进生长发育、改善视力、耐缺氧作用、抗辐射等。

4.市场上常见的功能性食品

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产﹑销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

5.目前存在的问题

(1)总体问题

a.产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

b.企业分布不平衡。北京等6个沿海省(市)的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

c.科技投入少。2024年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的1.55%;而广告宣传费平均占销售收入的6.54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

(2)企业问题

a.保健食品不实宣传问题十分严重：广告用语明显带有功效性，甚至有的公司篡改的广告中还以中国营养学会等机构和组织的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。《食品广告发布暂行规定》第九条明确规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。

b.非法添加违禁物品问题时有发生。添加违禁药品比较突出的情况包括：在生产调节血糖保健品中加入降糖药;在生产减肥保健品时添加兴奋类药物;在生产抗疲劳保健品时混入“伟哥成分”;在生产改善睡眠保健品时添加安定;在生产“增高”类保健品时掺进激素;在生产免疫调节保健品时添加一些中枢食欲抑制剂。

c.保健食品企业生产条件较差问题尚未得到根本性改变。

d.非法生产经营保健食品的问题率禁不止。

(3)法规需进一步完善

需尽快加强对生产条件的审批，设立复查制度，对新功能的审批进行规范，对转让产品进行限制。

(4)消费者的误区

许多消费者把功能性食品当成药品。其实功能性食品不是药品，其区别主要体现在：

a.药品是用来治病的，而功能性食品不以治疗为目的，它重在调节机体内环境平衡与生理节律，增强机体的防御功能，达到保健康复的目的。

b.功能性食品要达到现代毒理学上的基本无毒或无毒水平，在正常摄入范围内不能带来任何毒副作用。而作为药品，则允许一定程度的毒副作用存在。

c.功能性食品无需医生处方，没有剂量的限制，可按机体的正常需求自由摄取。

中国保健食品市场是一个有着巨大潜力的市场，高速增长的国民经济是保健食品业发展的基础，中国经济发展中居民消费结构的变化是保健食品发展的特殊机会，因此规范保健食品市场迫在眉睫。

1.加紧进行保健食品专项整治、力争取得好成果

(1)与工商部门联手整治广告宣传;

(2)开展保健食品标签、说明书自查自纠;

(3)进行保健食品质量抽查;

(4)组织保健食品企业生产条件重新审查。

2.完善保健食品审批工作

(1)利用卫生部网络，征求意见;

(2)审批过程和情况，能上网的尽量上网公开;

(3)建立检验机构“问责”制;

(4)完善毒理和功能评价程序，加强对保健食品功能与功效成分的研究。

3.尽快出台新版《保健食品管理办法》

(1)省级初审内容的调整;

(2)申报单位生产条件的审查;

(3)设保健食品批准证书有效期;

(4)检验机构认定和责任的规定;

(5)必要时对保健食品进行重新审查。

4.促进企业自律和诚信行为

(2)加强行业组织和领导;

(3)政府要规范企业的行为，有法可依，执法要严;

(4)加大科技投入，创造中国名牌;

(5)发展规模经济，打造中国保健食品的“航母”;

5.消费者的注意事项

作为弱势群体的消费者在选购保健食品前一定要查看有无标志和卫生部注册备案信息，最好上网搜索该商品有无负面的信息。外包装和说明书所标注的保健功能，要查看是否与广告宣传的功能一致是否虚增了功能。声称有治疗、辅助治疗、保健、预防作用需口服的产品，如果是具有治疗或辅助治疗作用的，应有“药准字”、“药健字”批准文号;具有保健、预防作用的，应有“卫食准字”的批准文号。保健食品标签和说明书必须符合国家有关标准和要求，并标明下列内容：保健作用和适宜人群;食用方法和适宜的食用量;保健食品批准文号;生产日期和保质期等内容。

**功能性食品调查报告总结篇八**

现如今，我们已迈入一个高度发达的时代。随着经济的不断发展，人们的生活水平也在逐渐提高着。而物质生活充裕了以后，健康自然便成了大家最为关注的问题。而健康长远意义上讲并不是说你病了然后予以治疗，而是从平时就开始防病，可是通过药物来达到这一目的在现代人看来显然是极其不可行的，常言说“是药三分毒”嘛。我们最容易实施和控制的，我想应该莫过于食疗了。只有平时注意营养的科学合理搭配，才能吃出健康、吃出漂亮、吃出长寿。食品业和医学在不断进步着，于是功能性食品便应运而生了。

功能性食品誉为“21世纪的食品”，是当今世界研究的热点。为了解人们对功能性食品的了解程度，并在社会上普及功能性食品，我精心设计了一份调查问卷，随机调查各种年龄层次、各消费水平的消费者，收到了较为满意的结果。

1、调查结果及分析

通过对随机人群的调查发现，约15%的人根本就不知道什么是功能性食品，更不清楚功能性食品有什么功效;约62%的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识;只有23%的人了解功能性食品，了解其功效，并且知晓很多种类的功能性食品和国内外大品牌。以下为部分被调查者的问卷分析结果。

大学生：对于功能性食品不了解;其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉;对于功能性食品不信赖;从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。

30-40岁的阿姨：不太了解，也不用;孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品;看过产品说明书和广告，但是仍然觉得对功能性食品的常识不了解。

30岁左右的知识分子：了解一点;功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质;用过如安利、完美等产品;觉得是无聊的消费;鉴定要有国家体系认证、说明、用法。

六七十岁的老人：了解;认为功能性食品纯属吵作;用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e;不看宣传;广告要务实，可信度要提高。不能看广告，要看疗效。

目前人们知晓的市场上销售的品牌主要有：钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

同时，被调查者普遍认为，目前社会上对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响。

2、调查建议

(1)尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

(2)普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

(3)提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

(4)降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

1、定义及分类

(1)据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，“功能性食品”除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。“已被证实具有令人满意的功能”的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

(2)分类：

日常功能性食品(日常保健食品)是根据各种不同的健康消费群(诸如婴儿、老年人和学生等)的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。

特种功能性食品(特种保健食品)着眼于某些特殊消费群(如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等)的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的“健康与医疗”问题。

2、功能因子

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。

已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

(1)活性多糖：包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等。

(2)内能性甜味料(剂)：包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂。

(3)功能性油脂：包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等。

(4)自由基清除剂：包括非酶类清除剂和酶类清除剂等。

(5)维生素：包括维生素a、维生素e和维生素c。

(6)微量活性元素：包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等。

(7)肽与蛋白质：包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等。

(8)乳酸菌：特别是双歧杆菌等。

(9)其他活性物质：如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等。

3、功能性食品在促进健康方面的作用

增强免疫力、抗衰老、调节血脂、调节血糖、调节血压、改善胃肠道功能(促进消化吸收，调节肠道菌群，润肠通便，保护胃黏膜)、改善骨质疏松、促进排铅、抗突变、抗肿瘤、抗疲劳、提高应激能力、清咽润喉、保护化学性肝损伤、减肥、美容、促进乳汁分泌、改善营养性贫血、改善睡眠、改善性功能、提高学习记忆力、增进智力、促进生长发育、改善视力、耐缺氧作用、抗辐射等。

4、市场上常见的功能性食品

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产﹑销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

5、目前存在的问题

(1)总体问题

a、产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

b、企业分布不平衡。北京等6个沿海省(市)的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

c、科技投入少。20xx年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的1、55%;而广告宣传费平均占销售收入的6、54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

(2)企业问题

a、保健食品不实宣传问题十分严重：广告用语明显带有功效性，甚至有的公司篡改的广告中还以中国营养学会等机构和组织的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。《食品广告发布暂行规定》第九条明确规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。

b、非法添加违禁物品问题时有发生。添加违禁药品比较突出的情况包括：在生产调节血糖保健品中加入降糖药;在生产减肥保健品时添加兴奋类药物;在生产抗疲劳保健品时混入“成分”;在生产改善睡眠保健品时添加安定;在生产“增高”类保健品时掺进激素;在生产免疫调节保健品时添加一些中枢食欲抑制剂。

c、保健食品企业生产条件较差问题尚未得到根本性改变。

d、非法生产经营保健食品的问题率禁不止。

(3)法规需进一步完善

需尽快加强对生产条件的审批，设立复查制度，对新功能的审批进行规范，对转让产品进行限制。

(4)消费者的误区

许多消费者把功能性食品当成药品。其实功能性食品不是药品，其区别主要体现在：

a、药品是用来治病的，而功能性食品不以治疗为目的，它重在调节机体内环境平衡与生理节律，增强机体的防御功能，达到保健康复的目的。

b、功能性食品要达到现代毒理学上的基本无毒或无毒水平，在正常摄入范围内不能带来任何毒副作用。而作为药品，则允许一定程度的毒副作用存在。

c、功能性食品无需医生处方，没有剂量的限制，可按机体的正常需求自由摄取。

中国保健食品市场是一个有着巨大潜力的市场，高速增长的国民经济是保健食品业发展的基础，中国经济发展中居民消费结构的变化是保健食品发展的特殊机会，因此规范保健食品市场迫在眉睫。

1、加紧进行保健食品专项整治、力争取得好成果

(1)与工商部门联手整治广告宣传;

(2)开展保健食品标签、说明书自查自纠;

(3)进行保健食品质量抽查;

(4)组织保健食品企业生产条件重新审查。

2、完善保健食品审批工作

(1)利用卫生部网络，征求意见;

(2)审批过程和情况，能上网的尽量上网公开;

(3)建立检验机构“问责”制;

(4)完善毒理和功能评价程序，加强对保健食品功能与功效成分的研究。

3、尽快出台新版《保健食品管理办法》

(1)省级初审内容的调整;

(2)申报单位生产条件的审查;

(3)设保健食品批准证书有效期;

(4)检验机构认定和责任的规定;

**功能性食品调查报告总结篇九**

课题组成员：xxx

指导老师：陈xxx

摘要：随着食品工业的快速发展和人们消费水平及对食品认识的提高，人们对食品的要求不再单单是提供新陈代谢和机体生长所必需的营养物质，而是更加关注食品在调节身体机能，促进身体健康等方面的作用。但09年媒体曾曝出海口市保健品市场鱼龙混杂，及其混杂。为了解现在海甸岛功能性食品市场现状我们做了如下调查。

1、调查时间

20xx、10—20xx、11

2、调查地点和对象

海口市海甸岛各药店及保健品店。

3、调查方式

我们采用组员分组，分街，走访各大小药店和保健品店的方式调查。

4、组员分工

走访调查，原始资料收集：全体组员

资料整理：全体组员

报告撰写：xxx

ppt制作：xxx

我们共走访海甸岛一路，二路，三路，五路，六路，人民路，和平路和海达路药店17家，调查功能性食品品牌74个，包括安利纽崔莱、哈药集团、太太、九芝堂、21金维他、碧生源、汤臣倍健、纽西莱特、椰马、脑白金、黄金搭档、千林、999、合生元，养生堂等等。同时还进入各大超市调查功能性食品，因数量较少，未计入总数目。

字是国家卫生部20xx年前期的批准号，自20xx年国家成立了食品药品管理监督局后，卫食健字号一律要重新审批转为国食品健字号。根据20xx年由国家食品药品监督管理局颁布的《保健食品注册管理办法（试行）》中的第二章第二节第三十三条规定，保健食品批准证书有效期为5年。国产保健食品批准文号格式为：国食健字g+4位年代号+4位顺序号；进口保健食品批准文号格式为：国食健字j+4位年代号+4位顺序号。这种批号政策的过渡也造成民众购买中的一些困惑，给人一种监管混乱的感觉。经过对所采集到的样本的随机取样核实批号，在所采集的样本中未发现假冒批号产品，总体来说海甸岛的功能性食品基本都是经过国家批准生产上市的产品。

本次调查，我们共走访药店17家，超市8家以及保健品店若干，大部分大中型药店都有功能性食品出售，一些小药店没有或只有少许功能性食品出售，保健品店，也有些许出售，总体来讲，功能性食品大部分在药店出售。超市只有猴头菇饼干等少许功能性食品出售。在海甸岛，功能性食品的主要销售渠道为大中型药品超市。这种现象的出现，是由于长期以来的将功能性食品当多药物来使用购买的误区没能纠正。根据在药店随机访问消费者，基本所有消费者说不出功能性食品的定义，以及其与食品和药品的区别，大部分民众关于功能性食品方面的知识还是相当匮乏的。gb16740—97《保健（功能）食品通用标准》第3、1条将保健食品定义为：“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。同时，还存在部分人将保健品当做药品一样对待，高估了保健品的功效。

现在购买和食用保健食品的人越来越多。但是大多数人对保健食品的认识，选择上都有错误或者不健全的理解，所以购买功能性食品时要注意以下几点：

一、保健品首先不是药品，能调理生理功能，但是对治疗疾病效果不大。可以用来进行辅助治疗。国家对保健食品的功能规定有27种，包括：免疫调节、调节血脂、调节血糖、延缓衰老、改善记忆、改善视力、促进排铅、清咽利喉、调节血压、改善睡眠，促进泌乳、抗突变，抗疲劳、耐缺氧、抗辐射、减肥、促进生长发育、改善骨质疏松、改善营养性贫血、对化学性肝损伤有辅助保护作用、美容、改善胃肠道功能。同时，在保健食品包装标签上不能含有或暗示具有治疗作用。凡是超过上述27种保健功能范围的宣传都是违法的。

二、、注意标志和批号。卫生部批准的保健食品预包装食品容器上（食品标签）应有卫生部对这一食品的批准文号和卫生部规定的保健食品标志。国产保健食品为：卫食健字第号，或者国食健字第号，进口保健食品：卫进食健字第号。

三、保健食品的标签除与普通食品应有生产日期、保质期外，还应注明适宜人群，食用量及食用方法。

四、保健品不可以代替药品。一种新药品的面市，必须要有大量的临床试验，并通过国家药品食品监督管理局审查批准；保健品没有规定治疗的作用，不需要经过临床验证，仅仅检验污染物、细菌等卫生指标，合格就可以上市销售。

从调查采集的样本分析，功能性食品可分为两类，日常功能性食品和特种功能性食品。其中受众人群最多的当属老年人适用的功能性食品，包括营养补充，调节睡眠，调节机体，提高免疫力，降血脂等几个方面。其次为女性用包括减肥，美白，营养素以及孕妇专用等。儿童用营养素，调节生长发育方面也占用一定比例。总体来说，从药店的功能性食品专柜数量反映出，功能性食品的主要消费受众为老年人和孕妇。产品形式主要有口服液，冲剂，片剂，胶囊，酒茶等，产品原料国产功能性食品多为蜂蜜，枸杞等中草药，其中蜂类产品使用范围最广。经统计，在所采的样品中，所有产品都有标注：本产品不能代替药品。总体来说较为规范，但部分产品用加粗明显的标出，有些产品的字体较小，不易察觉。价格方面，功能性食品总体价格较高，单品价格基本都在百元以上，远高于普通食品。而相对于药品来讲，功能性食品的研发周期，研发费用远低于药品，众所周知一种新药从研发到临床使用大致需要十几年的时间（研制出来后为避免不良反应需要几年时间改进，然后要在动物身上进行毒性试验，再花5—7年用于临床观察）、投入数十亿美元，而功能性食品不必长周期的临床观察，只要做毒理检验成本较低。但目前市场上功能性食品价格偏高，超出普通民众承受范围。同时调查中遭到了大部分药店工作人员的阻拦，照片样本采集都由组员偷拍获取，对于我们关于店内功能性食品产品的询问店员也表现的极为谨慎。

以上所述的是海甸岛的功能性食品的情况，由人力，时间和资源的局限性，我们未能获得更加精确和有价值的资料数据，但是，由这可获得的已知的资料也可窥见功能性食品整体的一些方面。

针对以上调查结果和分析，我们对以上现状提出以下建议：

1、食品药品监督管理部门，加强监管力度，打击查处假冒现象，以及非法无证经营。

2、针对目前功能性食品批号有国食字和卫食字，监管混乱，政府应加快解决，使功能性食品批号统一，监管统一，也利于民众辨识。

3、目前，大部分功能性食品存在夸大功能，以及民众对功能性食品基本不了解的现象，针对此，建议，相关部门和高校，多多组织宣讲活动，是普通民众更科学的去认知和对待功能性食品，科学消费，合理食用。

**功能性食品调查报告总结篇十**

认识实习调查报告

一实习调查

（一）所提问题

1.您了解功能性食品么？

2.您知道功能性食品有哪些种类么？

3.您知道哪些品牌的功能性食品？

4.您使用过哪些功能性食品？

5.您信赖哪些功能性食品？

6.您从哪些途径了解功能性食品？

7.您知道如何鉴别功能性食品么？

8.您觉得功能性食品有什么问题，哪些方面需要提高？

（二）调查对象

随机调查各种年龄层次的消费者。

（三）调查分析

1.保健食品的标识

例如红牛维生素饮料

其包含：配料、100ml功效成分含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、保质期、生产日期、保存方法、卫生许可证号、执行标准、本品不能代替药物。

2.市场上销售的品牌

钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

3.调查结果

两位大学生：对于功能性食品不了解；其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉；对于功能性食品不信赖；从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。

男青年：了解一点，不是很明白；其功能应是抗疲劳；用过脑白金，效果不错；价格应有所下调，改进要适合长期服用。

30~40岁的阿姨：不太了解，也不用；孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品；鉴定看说明书，；觉得对功能性食品的常识不了解。

30岁左右的知识分子：了解一点；功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质；用过如安利、完美等产品；觉得是无聊的消费；鉴定要有国家体系认证、说明、用法。

70岁爷爷（看上去很年轻）：了解；认为功能性食品纯属吵作，认为有些事是骗人的（如牦牛在西藏视为珍稀动物，不可能有那么多的骨髓）；用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e；不看宣传；广告要务实，可信度要提高。

4.调查分析

通过对随机人群的调查发现，约占60g，近70g的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识，中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。

同时，对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。

另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响

5.调查建议

5.1、尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

5.2、普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

5.3、提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

5.4、降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

二功能性食品

（一）定义及分类

（1）定义

据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，“功能性食品”除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。“已被证实具有令人满意的功能”的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

（2）分类

日常功能性食品（日常保健食品）是根据各种不同的健康消费群（诸如婴儿、老年人和学生等）的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。

特种功能性食品（特种保健食品）着眼于某些特殊消费群（如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等）的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的“健康与医疗”问题。

（二）功能因子

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。

业已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

（1）活性多糖包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等

（2）内能性甜味料（剂）包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂

（3）功能性油脂包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等

（4）自由基清除剂包括非酶类清除剂和酶类清除剂等

（5）维生素包括维生素a、维生素e和维生素c

（6）微量活性元素包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等

（7）肽与蛋白质包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等

（8）乳酸菌特别是双歧杆菌等

（9）其他活性物质如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等

（三）功能性食品在促进健康方面的作用

（四）标准、标识、

置的相应的净化空调设备；洁净厂房的温度和相对湿度是否与生产工艺要求相适应；下水道、洗手间及其它卫生清洁设施是否会对保健食品的`生产带来污染。此外，生产过程是否会产生不安全因素，如玻璃容器的破碎、维修机械设备时落下的碎金属和机油渗漏等；设备清洗消毒是否符合要求；洗涤剂、消毒剂是否会产生不安全因素；包装区域是否具备正压条件，设备及各种仪器仪表(如温度、时间)运行是否稳定。

（八）措施

中国保健食品市场是一个有着巨大潜力的市场，高速增长的国民经济是保健食品业发展的基础，中国经济发展中居民消费结构的变化是保健食品发展的特殊机会，因此规范保健食品市场迫在眉睫。

（一）加紧进行保健食品专项整治、力争取得好成果

a)与工商部门联手整治广告宣传

b)开展保健食品标签、说明书自查自纠

c)进行保健食品质量抽查

d)组织保健食品企业生产条件重新审查

d)（二）完善保健食品审批工作

a)利用卫生部网络，征求意见

b)审批过程和情况，能上网的尽量上网公开

c)建立检验机构“问责”制

d)完善毒理和功能评价程序，加强对保健食品功能与功效成分的研究

d)（三）尽快出台新版《保健食品管理办法》

（四）促进企业自律和诚信行为

1、企业要强化自律和诚信的意识，遵纪守法。自律要做到“责任、诚信、科学、规范”。

2、加强行业组织和领导

3、政府要规范企业的行为，有法可依，执法要严

4、加大科技投入，创造中国名牌

5、发展规模经济，打造中国保健食品的“航母”

（五）消费者的注意事项

作为弱势群体的消费者在选购保健食品前一定要查看有无标志和卫生部注册备案信息，最好上网搜索该商品有无负面的信息。外包装和说明书所标注的保健功能，要查看是否与广告宣传的功能一致是否虚增了功能。声称有治疗、辅助治疗、保健、预防作用需口服的产品，如果是具有治疗或辅助治疗作用的，应有“药准字”、“药健字”批准文号；具有保健、预防作用的，应有“卫食准字”的批准文号。保健食品标签和说明书必须符合国家有关标准和要求，并标明下列内容：保健作用和适宜人群；食用方法和适宜的食用量；保健食品批准文号；生产日期和保质期等内容。

**功能性食品调查报告总结篇十一**

1.您了解功能性食品么？

2.您知道功能性食品有哪些种类么？

3.您知道哪些品牌的功能性食品？

4.您使用过哪些功能性食品？

5.您信赖哪些功能性食品？

6.您从哪些途径了解功能性食品？

7.您知道如何鉴别功能性食品么？

8.您觉得功能性食品有什么问题，哪些方面需要提高？

随机调查各种年龄层次的消费者。

1.保健食品的标识

例如红牛维生素饮料

其包含：配料、100ml功效成分含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、保质期、生产日期、保存方法、卫生许可证号、执行标准、本品不能代替药物。

2.市场上销售的品牌

钙尔奇、虫草乌鸡精、脑轻松、血尔、血乐、太太口服液、氨基酸口服液、口服免疫球蛋白、成长快乐等。

3.调查结果

两位大学生：对于功能性食品不了解；其效果不明显，开始有作用，后来就没感觉；对于功能性食品不信赖；从广告等媒体知道某些品牌的功能性食品。男青年：了解一点，不是很明白；其功能应是抗疲劳；用过脑白金，效果不错；价格应有所下调，改进要适合长期服用。

30~40岁的阿姨：不太了解，也不用；孩子用过清华同方的产品，家人用过海藻类的产品，使用过对肠胃有帮助的产品；鉴定看说明书，;觉得对功能性食品的常识不了解。30岁左右的知识分子：了解一点；功能性食品应补充微量元素，力量蛋白元素，蛋白质；用过如安利、完美等产品；觉得是无聊的消费；鉴定要有国家体系认证、说明、用法。70岁爷爷(看上去很年轻)：了解；认为功能性食品纯属吵作，认为有些事是骗人的(如牦牛在西藏视为珍稀动物，不可能有那么多的骨髓);用过如深海鱼油、螺旋藻、天然维e;不看宣传；广告要务实，可信度要提高。

4.调查分析

通过对随机人群的调查发现，约占60℅，近70℅的人对功能性食品不是很了解，对其功效不认可，觉得效果不明显，同时对功能性食品的鉴别也缺乏相应的知识，中国的功能性食品仍处在不成熟的阶段，存在标识不规范，没有统一的标准，功能性食品市场也缺乏完善的管理制度和规则，虚假、夸大广告问题严重，造成消费群体视听混乱，判断失误等。同时，对于功能性食品普遍常识的介绍几乎没有，消费者对起其处于零概念，也导致了虚假广告活动猖獗。

另外，保健食品的价格普遍偏高，对于其普及有很重要的影响

5.调查建议

5.1、尽快出台完善的法律法规，完善和规范功能性食品生产企业和产品市场。

5.2、普及功能性食品的普遍常识，让消费者增强自身保护能力。

5.3、提高功能性食品成分的稳定性，提高其功效，争取消费者的信任。

5.4、降低其成本，使价格降低，让越来越多的人体会到功能性食品的优势。

(1)定义

据国际生命科学学院对功能性食品的最新定义，将其定义为：已被证实具有令人满意的一种或多种对人体有益的功能的食品，功能性食品除了要具有适当的营养作用，还要在某种程度上具有改善人体健康状况及降低患病风险的作用。已被证实具有令人满意的`功能的解释是：当以正常的日摄入量食用某种食品时，只有有证据证明它有益于人体健康，或者以有效摄入量摄入某种食品时，其有益作用是众所周知的，这样的食品才能被称为功能性食品。

(2)分类

日常功能性食品(日常保健食品)是根据各种不同的健康消费群(诸如婴儿、老年人和学生等)的生理特点与营养需求而设计的旨在促进生长发育或维持活力与精力，强调其成分能充分显示身体防御功能和调节生理节律的工程化食品。特种功能性食品(特种保健食品)着眼于某些特殊消费群(如糖尿病患者，肿瘤患者，心脏病患者，便秘患者和肥胖症患者等)的特殊身体状况，强调食品在预防疾病促进康复方面的调节功能，以解决所面临的健康与医疗问题。

功能性食品中真正起生理作用的成分，称为生理活性成分。富含这些成分的物质则称为功能性食品功能性食品基料或生理活性物质，即功能因子。业已确定的活性物质主要包括9大类，具体品种有上百种。

(1)活性多糖包括膳食纤维、抗肿瘤多糖和降血糖多糖等

(2)内能性甜味料(剂)包括功能性单糖、功能性低聚糖、多远糖醇和强力甜味剂

(3)功能性油脂包括多不饱和脂肪酸、油脂替代品、磷脂和胆碱等

(4)自由基清除剂包括非酶类清除剂和酶类清除剂等

(5)维生素包括维生素a、维生素e和维生素c

(6)微量活性元素包括硒、锗、铬、铁、铜和锌等

(7)肽与蛋白质包括谷胱甘肽、降血压肽、促进钙吸收肽、易消化吸收肽和免疫球蛋白等

(8)乳酸菌特别是双歧杆菌等

(9)其他活性物质如二十八烷醇、黄酮类化合物，多酚类化合物和皂苷等

保健食品标识规定

功能性食品的标志

自开发功能食品以来，各国各企业热衷研究的课题包括抗衰老食品、抗肿瘤食品、防痴呆食品、糖尿病患者专用食品、心血管病患者专用食品、老年护发食品和护肤食品等。

现在国内市场上主要的功能性食品是针对其作用而生产﹑销售。常见的有补充微量元素、补血、补钙等。

产品结构不合理。现有22类功能性保健食品，无论从审批数还是实际生产情况看，产品结构都很不合理，导致市场竞争十分激烈。

企业分布不平衡。北京等6个沿海省(市)的保健食品企业的总数约占全国一半，而新疆等

西部地区保健食品生产企业，还不到北京的五分之一，说明我国保健食品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。

科技投入少。20xx年，全国保健食品企业全年科研项目的经费支出仅占销售收入的

1.55%;而广告宣传费平均占销售收入的6.54%，由于科技投入少，所以技术水平高、保健功效好的新产品就很少。

1、保健食品不实宣传问题十分严重

孩子个子长高不感冒、老人腰好腿好精神好、女人面色细腻红润有光泽、服用黄金搭档确实有效、补足钙铁锌硒维生素黄金搭档的广告用语明显带有功效性，并且在广告中声称服用黄金搭档后，对各种人群的各种防病、健身、美容、补充维生素等需求都绝对有效果。此外，无锡健特药业有限公司篡改的广告中还以中国营养学会的名义，为产品的功效做证明，违反了《保健食品广告审查暂行规定》，误导了消费者。

而脑白金也存在问题。人体中的褪黑素是松果腺分泌的一种激素，医学上已证明，褪黑素是一种性抑制激素，有抑制睾丸素、雌激素、淋巴激素、甲状腺素等物质的作用，对人的身体状况的改变具有放大作用。普通人的松果体重量约0.12克，其每克组织中褪黑素的含量是0.05～0.4微克，每小时合成200微克。而一粒脑白金胶囊中含褪黑素3毫克，比正常人体的含量高出许多，短期服用可能没什么，但长期服用有可能会产生副作用，用量过度也可能起到相反作用。

而在脑白金内附的产品说明书中写道：瑞士科学家罗斯勒发表了著名的人体试验报告：让大量体弱多病者服用脑白金，经五年观察发现他们的许多症状消失，而且充满青春活力(摘自《中国药理学通报》1996年6期197页)。而专家的调查表明：本期根本没有197页！同时《食品广告发布暂行规定》第九条规定：食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。而脑白金的报纸广告中却有着这样一段文字：享有脑白金之父盛名的美国德克萨斯大学的reiter教授，对脑白金配方给予高度评价，著名科学家、中国药理学会理事长张均田教授在会议总结时，也对脑白金配方给予了充分的肯定。

2、非法添加违禁物品问题时有发生

添加违禁药品比较突出的情况包括：一些不法企业在生产调节血糖保健品中加入降糖药，如格列本脲；一些不法企业在生产减肥保健品时添加兴奋类药物；一些企业在生产抗疲劳保健品时混入伟哥成分。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn