

# 2023年功能性食品调查报告药店 功能性的食品调查报告(汇总5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 功能性食品调查报告药店篇一

价格、质量是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。

### 3、购买地点

我们经常在学校小卖部或者去大超市购买各种食品，如乐购、沃尔玛等等。

### 4、品牌广告的影响

大学生是年轻的群体，他们追求时尚。各种明星代言的食品深受大学生的信赖和喜欢。大品牌的食品容易使大学生接受，品牌对他们有一定的影响。

### 5、购买食品类型

买包装类食品比较多，男生比较喜欢肉类食物。女生则比较喜欢糖果类食品。

## 九、结论

本调查报告通过对抽样调查资料的统计分析，从频率、方式、内容等方面描述了目前大学生食品消费的基本状况和表现出

来的特征。并分析了男生和女生在食品消费时考虑的因素和购买类型。研究所得到的主要结果有以下几点：

- 1、大学生普遍都喜欢吃零食，是各种食品的高消费群体。他们经常在学校小卖部或者去大超市购买各种食品。
- 2、他们购买视屏的价格在3~4元的比较多，一元以下和4~6元也相对较多。
- 3、在购买食品时考虑的因素方面。女生比男生更有自主性，他们喜欢各种包装可爱的食品
- 4、广告和品牌对大学生购买食品的影响非常大。

#### 一、调查原因：

最近，同学么都用自己的零花钱到学校周围的小卖部购买垃圾食品。我决定去问一问同学们，他们的零花钱是怎么花的，于是我和小霏同学一起去进行调查。

#### 二、调查：

## 功能性食品调查报告药店篇二

一、调查时间：20\*\*年x月x日

二、调查地点□xx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□xx(食品科技学院食品质量与安全专业xxx)

#### 五、调查结果：联华超市内功能性食品上架情况汇总

#### 六、结果分析：

- 1、联华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药店篇三

一、调查时间：

xx年6月15日

二、调查地点：

xx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：

xx超市内功能性食品上架情况汇总

## 六、结果分析：

1□xx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药店篇四

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。

## 一、社会调查

### 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炒作；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。

## 二、功能性食品

### 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。，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。

## 三、发展功能性食品的措施

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。

### 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药店篇五

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。