

## SupplySide 合规活动

### 什么是 SupplySide 合规活动？

SupplySide 系列展以及 SupplySide Network 365 是国际性的 B2B 活动和平台，吸引着来自于各个国家和行业的参与者。观展商及平台成员需要注意的是，并非所有原料、技术、声明或运用都适用于所有行业或区域。所有与会者都应熟悉适用于自己行业及其特定业务的法律法规。

SupplySide 合规活动为广大与会者更进一步的了解业内的最常见法规、合规性事宜以及支持自我监管工作提供了各类有效工具。我们在 SupplySide 系列展会期间和在 SupplySide Network 365 平台上提供 合规监控，在必要时履行 合规措施。同时全年提供 教育资源服务。如果您对这个合规活动有任何问题，请邮件联系：[SupplySideCompliance@informa.com](mailto:SupplySideCompliance@informa.com)。

同时我们也通过我们的 MarketReady Insights 系列服务项目为光大展商和平台成员以非常合理的价格提供合规审评，北美市场进入建议以及语言编辑。如果您需要更多的信息，请浏览网站：[www.marketreadyinsights.com](http://www.marketreadyinsights.com)，您也可以直接邮件联系我们：[marketready@informa.com](mailto:marketready@informa.com)。

结合了这些工具，我们的将为保健品原料行业提供一个增进创新和不断成长的良好环境。

### 合规条例：

SupplySide 系列展会中和 SupplySide Network 365 平台上展示的所有广告材料均受 SupplySide 合规活动的约束。这包括但不限于：展位展示、包装标签和插页、宣传材料、网站、视频或展会上或是平台上展示的任何内容。

#### 禁止采用的宣传语言

SupplySide 系列展会中和 SupplySide Network 365 平台上宣传的产品信息必须符合以下标准：

- 保健品和膳食补充剂禁止宣传具有治愈疾病功效。任何保健品和膳食补充剂都禁止宣传具有治疗、预防、减轻或治愈任何疾病或病症的功效。疾病范围包括但不限于糖尿病，癌症，流感，感冒，心脏病、阿尔茨海默症等等。
- 基于传统使用功效而做的宣传必须明确指出该宣传仅仅以其运用的历史性为基准，抑或具有特例性。
- 此类产品宣传必须适用于保健品和膳食补充剂，禁止将产品作为 FDCA 旗下的“药物”做宣传。

符合 FDA 优先选择要求的宣传包括（但不限于）：减轻体重·健美体格·改善性功能和儿童产品·有关可用于常规食品和膳食补充剂的产品宣传的更多信息·请访问 [fda.gov](http://fda.gov)。

## SupplySide 展会和平台的含大麻提取物产品规范

请注意：美国联邦，各州及各当地法律对**含大麻提取物产品**的规范各有不同。我们的合规活动中所允许的产品是我们认为符合当前 FDA 所执行的含大麻提取物产品的裁量标准的。这些含大麻提取物产品被允许在 SupplySide 系列展中展出，**并不代表**这些产品符合所有当地，州立或是联邦的有关法律；这个合规活动不能也不是为提供法律咨询而设置的。如有疑问，展商需要寻求相关律师的建议。

### 评审的各项标准\*：

当我们在评审含大麻提取物产品时，我们所秉承最重要的前提是安全性，透明度，真实性，可靠性和责任性。

- 所有产品不能有超过 0.3% 的 THC
- 所有治愈疾病功效宣传，以及所有被 FDA 明确否定的功效宣传，例如慢性焦虑等，都被禁止
- 所有的宣传都需要是被证实的
- 要求所有标签和包装都体现透明度，清晰性和真实性
- 要求体现社会责任感和对弱势群体的关注
- 电子烟及其吸烟工具都被禁止
- 所有形式的产品，包括贴片，都需符合 FDA 规范（510k, PMA, 登记以及/或是纳入列表）
- 所有展品的评审是以单件产品的合格为基础的

\*违反展会条例决议的行为将被是为违法参展规则，展会主办方或是场地管理方将有权请该展商退出展会。

### 禁止使用的原料

禁止在美国使用的原料，包括但不限于：麻黄/麻黄碱，掩蔽剂·麻醉剂。同时禁止的还有无法合理运用的原料·包括但不限于：合成代谢类固醇·食品·饮料或膳食补充剂成分中的药物成分。

被 FDA 高度重视的禁用食品和膳食补充剂原料包括（但不限于）：合成代谢类固醇和合成代谢类固醇前体·掩蔽剂·麻黄/麻黄素和麻醉剂。如需获取更多行业信息和法规·请访问 [fda.gov](http://fda.gov)。

### 禁止使用美国 FDA 的标识

FDA 的标识仅供美国食品和药物管理局官方专用的标识，不能被任何企业私用。如在宣传中私自用了 FDA 的标识将误导大众认为 FDA 认可和推荐该企业，该企业的行为，产品或是成员，而这都是违法 FDA 行事原则的。任何私自用 FDA 标签的行为都违反联邦法律的，并可能被作为刑事或是民事犯罪处理。

如需更多有关运用 FDA 标签的信息，请浏览这里：[click here](#)。

## 合规监控：

SupplySide 合规监控团队将由 Informa 公司的专业合规团队组成，旨在帮助展商和成员了解到不合规行为，为 SupplySide 系列展和 SupplySide Network 365 平台提供保护，从而保护各个展商，平台成员和我们产业的利益。我们鼓励所有 SupplySide 参与者报告任何可疑的违规行为。

## 报告违规

如果您发现宣传和原料有任何违规，请立即报告。所有举报都将是匿名的，将由 SupplySide 合规监控团队及时处理。为了参展商和观展商的安全，请勿尝试直接纠正违规的公司或个人。

要报告本活动所提及的违规问题，您可以通过以下两种方式：

1. 在移动应用程序中报告（App）：在您的手机或是移动设备中用 QR 码下载移动应用程序

在移动应用程序中（App），选择有关合规性链接并填写报告。

2. 亲自报告：到展馆现场的信息中心做一个匿名报告，或直接告诉任何佩戴工作人员标识的人员。

3. 通过邮件举报。请邮件至：[SupplySideCompliance@informa.com](mailto:SupplySideCompliance@informa.com)。

## 合规执行

SupplySide 系列展以及 SupplySide Network 365 是国际性的 B2B 活动和平台，吸引着来自于各个国家和行业的参与者。观展商及平台成员需要注意的是，并非所有原料，技术，声明或运用都适用于所有行业或区域。所有与会者都应熟悉适用于自己行业及其特定业务的法律法规。

任何执意违反 SupplySide 合规活动的 SupplySide 与会者和 SupplySide Network 365 平台成员都将受到强制执行。虽宣传的合规性可能会有争议，我们会尽一切努力达成共识。如果不得不强制执行合规活动，所采取的行动将包括与 SupplySide 合规监控团队会面，建议删除禁止的材料；将违规宣传材料或是人员从 SupplySide 展会中移除；和/或转介给行业自律组织或适当的监管机构。

## 教育资源：

教育是 SupplySide 合规活动的重要组成部分。我们将向所有参展商提供教育材料，以此来陈述有关禁止采用的宣传语言和禁止使用的原料规范要求。

在 Informa Exhibitions，我们致力于帮助业内人员了解和遵守各项重要法规，遵守各类规范相关的教育资源全年均有提供。

请点检[这里](#)来查阅更多宣传指南。其中将会有对宣传内容合规或是不合规的具体介绍，以及建议。

另外，Informa Exhibitions 也会在各个展会提供于其相关的合规准则。

我们希望 SupplySide 各个展会与会者审阅以下链接所提供的材料：

在 Natural Product INSIDER 中的资源

<http://www.naturalproductsinsider.com/resource-center.aspx>

- 营养保健品 vs. 食品- FSMA 规范挑战

<http://www.naturalproductsinsider.com/reports/2012/03/ingredient-identification.aspx>

- 认可和推荐：公司需要了解的内容

<http://www.naturalproductsinsider.com/articles/2011/08/endorsements-and-testimonials-what-companies-need-to-know.aspx>

- 信息图：美国健康声明条例

<http://www.naturalproductsinsider.com/resource/infographics/2016/06/label-claims-infographic.aspx>

- INSIDER 法律

<http://www.naturalproductsinsider.com/blogs/insider-law.aspx>

- MarketReady Insights

<https://solutions.newhope.com/marketready-insights/>

## 联邦贸易委员会 (FTC)

<https://www.ftc.gov/>

- FTC - 食品

<http://www.fda.gov/Food/default.htm>

- FTC - 健康声明

<https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/advertising-and-marketing/health-claims>

- FTC - 广告和营销

<http://business.ftc.gov/advertising-and-marketing>

## 食品和药物管理局 (FDA)

<http://www.fda.gov/>

- FDA - 膳食补充剂

<http://www.fda.gov/Food/DietarySupplements/default.htm>

- FDA - 食品：指导、合规和监管信息

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/default.htm>

- FDA - 食品：原料和包装

<https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition>

### **Council for Responsible Nutrition (CRN)**

<http://www.crnusa.org/>

- CRN - CRN / NAD 广告审核计划

<http://www.crnusa.org/NAD/>

- CRN - NAD 决策合规性及对宣传声明的挑战

<http://www.crnusa.org/NAD/data-2-5.html>

- CRN - 零售商指南

<http://www.crnusa.org/roadmap/>

### **Natural Products Foundation (NPF)**

<http://naturalproductsfoundation.org/index.php?src=>

- NPF - 广告承诺中的真实性

[http://www.naturalproductsfoundation.org/index.php?src=gendocs&ref=truth\\_in\\_advertising&category=FoundationPrograms](http://www.naturalproductsfoundation.org/index.php?src=gendocs&ref=truth_in_advertising&category=FoundationPrograms)

- NPF - 对广告真相的关注

[http://www.naturalproductsfoundation.org/index.php?src=gendocs&ref=tia\\_publishing%20resources](http://www.naturalproductsfoundation.org/index.php?src=gendocs&ref=tia_publishing%20resources)

- NPF - 广告真实度的审查

<https://asoft10186.acrisoft.com/natproducts/index.php?src=forms&ref=TIA+Review&id=TIA+Review>

### **Homeopathic Pharmacopoeia of the United States (HPUS)**

<http://www.hp.us/>

#### 如何寻求帮助

如果您对美国的法律法规不甚了解，而想要为您的新产品介绍或是在标签，宣传或是报告上增加新的内容，我们的 MarketReady Insights 将为您提高最全面的帮助。我们同时也为我们的国际展商们提高对宣传资料的编辑和改进。具体相关信息，价格以及付费请浏览 [www.marketreadyinsights.com](http://www.marketreadyinsights.com)，或是邮件联系我们 [marketready@informa.com](mailto:marketready@informa.com)。