

# 保健食品违规标识虚假宣传面临严厉整治

## 严格广告审查或设置高压线

近日,国家市场监督管理总局正式发布《保健食品标注警示用语指南》(以下简称《指南》)和《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》(以下简称《管理办法》),前者涉及保健食品上市后监管,后者涉及市场准入。

针对保健食品领域的突出问题,今年5月中共中央国务院印发关于深化改革加强食品安全工作的意见,要求实施保健食品行业专项清理整治行动。

据国家市场监督管理总局副局长孙梅君介绍,《指南》和《管理办法》正是清理整治行动方案重要的基础性制度安排。关于《指南》和《管理办法》出台的积极意义,记者进行了采访。



### 保健食品虚假宣传 消费者难辨别真假



近年来,我国保健食品行业发展较快,产值超3000亿元。在保健食品行业快速发展的同时,保健食品欺诈和虚假宣传问题也日益引起人们关注。

据了解,2017年以来,国务院食品安全办联合多部门开展保健食品欺诈和虚假宣传专项整治,查处违法违规案件近6万件,货值达30多亿元。

今年,浙江省宁波市海曙区市场监管局通报了浙江盛世红瑞健康产业有限公司涉嫌虚假商业宣传一案,这家公司被罚款150万元。其通过搭建摄影棚自制讲课视频的方法,再以赠送米、油为诱惑,邀请老年人观看视频并购买药物,以达到销售保健品“神药”的目的。此案也是浙江省查处的首起集团性、有组织、有策划从事虚假宣传传销活动的案件。

在检查现场,执法人员发现这家公司经营场所内有专门用于视频拍摄的摄影棚,用来制作产品宣传授课视频。不同商品制作的授课视频和PPT课件也不相同。执法人员在公司电脑、笔记本、硬盘中发现多达2000G容量的各种视频及课件材料。

“某些保健食品不良商家骗人的手段一直在翻新,让人们防不胜防。”今年37岁的西安市民李磊(化名)无奈地对记者说。

李磊的父亲今年69岁,平时比较注重健康养生,喜欢买一些保健品。然而,最近一年来,他在购买保健品的过程中已经被骗了不止5次。

“我在网上查询发现,父亲买的很多保健品根本不值那个价格,而且很多都快过期了。有一些保健品甚至在网上查询不到。但父亲坚信他买回来的都是好东西。”李磊说。

李磊告诉记者,父亲年纪大了,还有一些老花眼,有的保健食品上面印的字又小又暗,自己有时候都找不到生产日期在哪,更何况是父亲那样的老人。对于一些快要过期的保健食品,商家会用来做活动促销,买一送一或是送鸡蛋等。像父亲这个年纪的老人,都喜欢占一些小便宜,看到哪里有活动,就想着买一些。

“不仅如此,不少卖保健食品的商家都声称产品能降血压、降血脂等。在给老人做广告的时候吹得天花乱坠,我认为有一些欺诈的成分在里面。老年人大多数都不懂这些,商家又没有在保健品上作出明显的标注,甚至会有一些误导性的标语,让一些老年人认为保健食品是灵丹妙药。”李磊说。

### 规范食品标签说明 确保信息透明真实

对于保健品行业存在的一些问题,记者采访了北京中医药大学法律系医药卫生法学副教授邓勇。

邓勇分析称,保健食品行业目前主要存在三类问题:首先是保健食品行业门槛较低,保健食品种类鱼目混珠,产品质量得不到有效保障。

其次是冒用、伪造保健食品批准文号,主要有两种形式:一是直接冒用其他厂商已获审批的或者已经被撤销的保健食品批准文号,生产保健食品;二是直接伪造保健食品批准文号,生产保健食品。

再次是保健食品标签说明书违反现行法规,主要表现为:标签说明书包含虚假内容信息、食用注意事项信息缺乏、适宜人群和不宜人群擅自改动、商标随意贴牌、使用图案暗示功能等。此外,随着互联网的发展,出现了监管空隙,以B2C、C2C和朋友圈等渠道为代表的网络销售保健食品也存在一些问题。

中国农业大学副教授朱毅告诉记者,目前保健食品行业存在的问题主要还是违规标识、虚假宣传和非法添加。非法添加在大力治理整顿后大为好转,但欺诈骗销还是屡禁不绝,保健食品不是药品、不能治病。但有的保健食品营销人员常常“忽悠”消费者,有的甚至把保健食品吹成包治百病的灵丹妙药,欺骗消费者。

“其实现在最大的问题不是保健食品本身不合格、有质量安全问题,而是保健品被当成一个道具来敛财。”朱毅说,过去有关保健食品标签管理的规定,虽然要求不得涉及疾病预防、治疗功能,但标签上只是声明“本品不能代替药物”,而且声明标注的位置和大小也没有具体规定,企业往往把标注放在不显眼的位置,字体也很小,让虚假、夸大的营销行为有了可乘之机。

《指南》要求保健食品生产经营者在标签区域单独设置警示区,在标签上标注“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”警示用语,将保健食品与药物进行明确区分,提示消费者慎重选用。警示区面积不少于其在版面的20%。规定印刷字体,提高清晰度。警示用语使用黑体字,让消费者特别是老年人看得更加清楚。

此外,《指南》还规范了保健食品保质期的标注方式,要求在保健食品标签显著位置,按照食用截止日期来清晰标注保质期,就是按照“保质期至某年某月某日”的方式进行描述,与生产日期的标注形式相统一。要求在产品最小销售包装(容器)上的明显位置清晰标注保质期和生产日期,如果日期标注采用“见包装物某部位”,应当准确标注所在包装物的

具体位置。保质期标注应当与所在位置的背景颜色形成鲜明对比,让消费者容易识别。

邓勇认为,此次出台的新规,对保健食品行业来说,规范了保健食品的标签说明,让保健食品相关信息更加透明、公开、真实。明确了保健食品企业的主体责任,有利于减少虚假宣传现象,约束企业的营销行为,督促企业如实承诺,培养保健食品企业的诚信自律意识。

“规范保健食品的标注信息,增强保健食品信息的清晰度和辨识度,有利于提高消费者对保健食品相关信息的关注度、认知度。不仅能扩大消费者获取保健食品信息的途径,保护消费者的知情权,更能引导消费者理性判断,选择和消费保健食品,防止上当受骗。”邓勇说。

“新规的出台,让消费者一目了然知道保健品不是药品,打掉了保健食品欺诈骗销的根子。要求警示区面积不少于其在版面的20%,黑体字,保质期也要求醒目标注,能让消费者一眼看清楚相关信息。这些规定都是从保护消费者权益的角度出发制订的,从根本上来说,这是对保健食品行业的规范和保护,有利于保健食品行业长期健康有序发展,也会给保健食品消费带来深远影响。”朱毅说。

### 着力推进社会共治 监管尚需持续发力

据现行食品安全法规定,对保健食品实行备案和注册审批。对保健食品原料和保健功能实行目录管理,是实现备案和注册“双轨制”的重要基础。《管理办法》旨在通过对“两个目录”的管理,为保健食品“管住、管活、管优”提供制度保障。

孙梅君透露,下一步,市场监管部门还将陆续出台一系列监管措施,如制定广告审查管理办法,严格保健食品广告审查;有序开展换证清理工作;加强生产许可审查、日常监管、监督抽检、体系检查;开展多部门联合执法,严厉查处各类违法违规行为,对非法添加、非法销售、制假售假的黑窝点,重拳打击,决不手软,净化保健食品市场。

邓勇认为,与传统的主要依靠行政部门进行管理的思路不同,此次出台的保健食品新政策的最大亮点是强调社会共治。表现在两个方面:

《指南》要求标注投诉服务电话,在有利于消费者维权的同时,更能发挥消费者的监督作用,引导全社会共同治理保健食品市场。

根据《管理办法》,任何单位或者个人在开展相关研究的基础上,可以向审评机构提出拟纳入或者调整保健食品原料目录的建议。这可以极大地整合社会资源,弥补单一



行政主体管理的缺陷和不足,提高制定保健食品原料目录和功能目录的科学性和效率性。

“明确标注警示用语是管理创新,但不能解决保健食品行业所有的问题,监管还需要持续发力,加强生产许可审查、日常监管、监督抽检、体系检查;开展多部门联合执法,严厉查处各类违法违规行为,对非法添加、非法销售、制假售假的黑窝点等行为,重拳打击,决不手软,保持高压态势。同时加强科学普及教育,丰富老年人的业余

文化生活,帮助老年人学会理性消费。”朱毅说。

“下一步可以考虑制定保健食品广告审查管理办法,严格对保健食品广告进行审查,处理好保健食品广告的艺术性质与真实性、科学性之间的关系。构建‘互联网+’背景下网售保健食品的综合监管框架,加大对网售保健食品新型监管模式的探索,寻找科学有效的监管手段,更好地促进保健食品行业健康发展。”邓勇说。

(杜晓)