

# 治不了假保健酒 “黑名单”何去何从

如果没有科学的追究措施和斩草除根的决然行为,“假保健酒”并不会在“黑名单”前轻易止步。

许朝军

一款名为“清宫御酒”的“保健酒”,早在2015年就上了原国家食药监总局的“黑名单”,且厂家及其品牌均被注销,但仍公然销售达两年之久。日前,深圳警方在粤湘两地破获这起非法“保健酒”案,刑拘9名犯罪嫌疑人,涉案产品价值近千万元。

按照人们的思维逻辑,一款产品尤其是医药保健类等消费品一旦进入食药监部门和质监部门的“黑名单”,就意味着其生存之路的终结,但事实上,这款名为“清宫御酒”的所谓“保健酒”,在进入“黑名单”后仍旧堂而皇之地盘踞市场两年,而且价格几乎是成本价的几十倍,牟利的程度和情节以及对公众的危害让人咋舌。

据悉,2015年9月原国家食药监总局发布通告称,在各地执法检查中发现共有51家企业在69种“保健酒”、配制酒中违法或者涉嫌违法添加西地那非等化学物质,“清宫御酒”位列通报名单中,该厂家及品牌随后被注销。然而,深圳市市场稽查局在2017年的清查中发现,这款酒及其衍生品“清宫御丸”等仍在多个电商、社交网络平台及线下渠道流通,且交易量不小。同时,该酒被宣称有壮阳奇效,产品简介称“清宫御酒乃根据清代秘方,采用多种名贵原料,以中国传统工艺精酿而成”,欺骗和误导了不少消费者。

“黑名单”治不了假保健酒,从“清宫御酒”的死灰复燃中确实可以窥见这一尴尬的现实。如果没有科学的追究措施和新草

除根的决然行为,“假保健酒”确实不会在“黑名单”前轻易止步。但关键是,“清宫御酒”的“假保健”骗局死灰复燃,这背后的诱因却值得关注。首先,厂家和品牌被注销后,库存产品并没有被销毁,随后流入市场。其次,对于上“黑名单”的产品而言,相关部门的处理也是停留在就事论事,这对于打击和治理某个品牌及其背后的违法违规生产行为而言,极具震慑性,但对于纠正市场和经济效益二者的关系而言,却远未到位。比如当初对“清宫御酒”进入“黑名单”的宣传显然不够,恐怕很多人并不知道这一事实,对其为何上“黑名单”、产品有什么危害、存在哪些违法违规事实等,公众也是一知半解或无从知晓。再次,因深谙“假保健酒”背后的丰厚利润和运行模式以及所谓的“独特配方”,原来的厂家营销人员和经销商通过各种渠道获取“配方”和生产设备后,继续开始更加隐蔽地假冒伪劣生产行为,并通过老顾客等销售渠道继续为非作歹。

“清宫御酒”蔑视“黑名单”的现实背

后,暴露了医药保健类产品市场监管的不科学、不严谨,如果对每款医药保健产品都能坚持配方公开、职能部门评价公开、产品追溯信息健全、公众查询平台完善而且公众基本的医疗健康常识、防假冒伪劣常识普及,“清宫御酒”也不会再次成为“新闻”。

因此,面对“黑名单”治不了假保健酒的困境,首先,应该完善“黑名单”信息发布和公开制度,不仅要认真完善“黑名单”查处机制,对那些假冒伪劣产品尤其是医药保健类的假冒伪劣产品要通过“黑名单”进行曝光,还要通过“黑名单”信息公开等,扩大公众对“黑名单”信息的认识和了解,扩大信息宣传覆盖面。其次,应该推行“黑名单”延伸执法机制。对于上“黑名单”的产品,必须坚持违者追责到底、追溯到底的原则,凡上“黑名单”的产品和企业,不仅需要曝光、执法监管到位,更要对相关产品的具体生产数量、可追溯去向等进行处理,该追回的追回统一处理,该责令销毁的就地销毁。同时,通过公开举报电话和通信信息等方式邀请全社会进行监督。



## 注销难

随着移动互联网的发展,各种手机APP层出不穷,其中有不少都是注册容易注销难。由于用户数减少,会影响到商业价值,互联网企业并没有动力提供注销服务。而一旦管理不善,没有注销功能的APP,就有可能泄露用户个人信息。更好维护消费者权益,还需进一步加强对互联网服务信息收集使用规则告知、账号注销等环节的监督检查。

勾犇 图 吕岩 文

## 别扯着“国学”大旗虐待学生

类似扯大旗赚大钱的所谓国学教育机构,实在是以“国学”的名义反国学,以“教育”的名义反教育。

梁鑫

据媒体报道,陕西“善和传统文化”基地,对外号称是开展国学教育,“改造”所谓的“问题学生”,但近日多名学生反映在基地被打、洗脑、骚扰等。目前该基地因缺乏办学资质已被取缔。基地创始人接受采访时承认用电棍打学生,但他表示这些孩子问题严重,“不教育教育,没人敢管”。

这类所谓“国学教育”基地,似曾相识,跟江西豫章书院、山东博雅教育学校有着相同的幌子,有着类似的配方:打着国学教育或传统文化教育的招牌,干着虐待学生的勾当。“改造”所谓“问题学生”的机构本身成了问题。

国学教育或传统文化教育,本来是要弘扬优秀传统文化。但近年来有部分所谓“国学教育”的项目有明显的异化。在善和传统文化基地、山东博雅教育学校、江西豫章书院,既看不到国学,也看不到教育。

在这里,看不到传统教育里的“大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善”的目标,却是扯大旗赚大钱;看不到“以德育人”的理念,却是“以棍棒教训人”,没有对学员权益和人格最起码的尊重;看不到传统教育里“因材施教”的方式,却几乎是无差别的虐待。

他们自以为高尚,却殴打甚至电击学员,既有身体上的虐待,也有精神上的虐待——实在是以“国学”的名义反国学,以“教育”的名义反教育。

这样既辱没国学,也辱没教育的机构,是什么给了他们存在的土壤和空间?

首先,国学教育、传统文化教育概念往往很笼统,社会大众对其认识模糊,一提国学教育就觉得时尚或高尚,这往往能忽悠住一些人。

其次,很多家长不懂家庭教育,孩子出了问题认为只是孩子的问题,只知道把孩子送到一个地方“改造”,而不从自身找原因。

而相关部门的不作为,也给这些所谓“国学教育”机构的生存留下了缝隙。不查,继续招生;一查,没有办学资质。

不管怎样,社会和家长都要擦亮眼睛:这些机构只不过为了收取“改造”学员的费用,扯了个“国学教育”的旗号而已。他们既没有资格,更没有能力“改造好价值观扭曲”的学员,反倒让学员承受身体和心理上的双重伤害,让家庭蒙受经济损失,可能还让学员和家庭承担变态式教育带来的种种恶果。而地方教育部门更应举一反三,不给这些价值观扭曲的办学者以机会。

# 有机食品不能沦为“有玄机食品”

有机食品不能沦为“有玄机食品”,需要有关部门切实负起责任,加强监管,依法查处相关企业的违规行为。同时,要厘清认证机构的责任,倒逼其当好“守门人”。

张淳艺

近日,央视记者在一家知名全国连锁超市看到,这里销售的蔬菜有两种规格,一边是散装的普通菜,一边是冷藏货架盒装的精品菜。有机菜的价格普遍比散装普通菜高出五六倍甚至十多倍,但购买的人不少。

近年来,消费者对于有机食品趋之若鹜。在不少人心目中,有机就是生活品质和环境友好的代名词,意味着更天然、环保、健康、安全。然而,现实中,有机食品背后却大有玄机,想买到真正的有机食品并不容易。

有关有机产品的国家标准明确规定:应在销售场所设立有机产品销售专区或陈列专柜,并与非有机产品销售区、柜分开。然而,一些超市故意将有机菜和普通菜混在一起

卖,消费者一不小心就会误把“李鬼”当“李逵”。

而且,即便贴了“有机标”的蔬菜,也不能保证“货真”。报道中,央视记者购买了某品牌的胡萝卜等有机蔬菜,根据查询有机码找到生产基地。诡异的是,该基地根本没有种植胡萝卜。更令人诧异的是,在该生产基地,藏有大量本不该出现的化肥和尿素。而记者购买的几种有机菜均检测出多种有机生产中禁用的农药残留。

也就是说,在所谓有机食品专区,你买到的很有可能是低质高价和普通蔬菜,有些纯属“挂羊头卖狗肉”。这无疑严重侵害了消费者的权益,也损害了有机食品认证的公信力。

我国有机食品在过去10年间增长了500多倍。但繁荣表象下,有机产品的真实性问题成为一大隐患。