

代表支招保健品行业乱象治理 像防电信诈骗一样 防范保健品“欺客”

本报记者 许梅 陈佳妮

平时买菜节省的大妈,却花钱买了几十万元的保健品;冒充医生、专家向老人推荐“包治百病”的特效保健品,5年骗5个亿……近年来,各种保健品诈骗案例让人触目惊心,尤其是最近“权健”帝国的崩塌以及由此引发热议的保健品行业种种乱象,如何规范保健品行业,加强监管,成了今年省人代会上代表们关注的一大民生话题。

保健品已经是“刚需”

“从目前老百姓的生活水平看,对保健品的需求已经是‘刚需’。”参加省两会前,省人大代表,民建省委副主任、杭州市委会主委郭清晔就特别关注保健品销售中的种种乱象:由于保健品在中老年人群中存在巨大需求,让很多保健品企业把销售终端直接放在了居民小区周边。为推销保健品,销售人员天天拉老人们去做免费体检、听免费讲座,每次发小礼品,有的还赠送免费旅游。在虚假宣传和花式营销手段的背后,违法广告、

消费欺诈、制假售假等问题突出。

形形色色的保健品,到底有多少质量靠谱?郭清晔做过调查。目前,经我国相关部门批准注册的“保健食品”只有9900种,而地方各级部门批准的各种“食字号”“健字号”等相关产品却已有5万余种。而且,跟新药上市需要通过三期临床试验和后续项目审批等环节相比,保健品上市不需要临床试验,审批也长期处于“只进不退”状态。另外,保健品原料的质量控制措施也有缺失,甚至



有部分企业非法添加。

省人大代表、浙江富润纺织有限公司技术部副经理赵丽萍,也在生活中发现了很多保健品的问题。比如,在保健食品的标签和说明书中,擅自增加保健功能,扩大适宜人群或缩小不适宜人群,更改食用方法及食用量,夸大产品功效并暗示其治疗作用,甚至有些经营者不按注册批准的产品配方和生产工艺组织生产,擅自在保健食品中添加化学药品。

加大源头监管力度

既然老百姓对保健品有需求,怎样让保健品防诈骗像电信诈骗一样“妇孺皆知”,让老百姓保健品也能吃得安全?代表们对此也操着不少心。

“保健品是一种食品。所以要像抓食品安全一样,从源头上加强监管。”赵丽萍说,在国内,保健品60%采取

委托加工方式,生产企业是源头,控制源头是保健食品监管最主要也是最经济最有效的方法。比如在企业原料采购、加工制作、成品检验和产品说明书内容等方面,监管部门要严格执行相关技术标准,提高准入,将质量差、危害大的产品消灭在初生阶段。

郭清晔认为,加强源头监管,还可以建立省级质量安全风险评估体系,加大对生产企业原料采购、委托生产和批发市场等重点领域的抽检力度,进行定期质量追踪,排查产品安全风险。

完善法规体系创新监管手段

保健品行业的乱象,另一个乱在后端的市场销售环节。与药品只能在医院和药店销售相比,保健品几乎可以在所有渠道销售,而监管力量却没有同步跟进。当遇到该领域的违法行为时,监管部门也无法作出有针对性、有力度的严管重罚。

“这与保健品领域法律法规的不健全有很大关系。”郭清晔说,现行的《保健食品管理办法》1996年发布,《保健食品监督管理条例》2009年修订,远落后于产业发展。同时,对保健品行业的虚假宣传,《保健食品广告审查暂行规定》也只针

对保健食品在电视、媒体发布的广告做出了规定,但对其他宣传方式都缺乏规定和惩罚措施。“因此,建议以《中华人民共和国食品卫生法》为核心,尽快搭建我省保健品领域的法规制度框架体系,并根据新情况、新问题及时修改,制定针对性强、有实际操作指导意义的规定。”

两位代表还认为,要大力治理保健品行业的虚假宣传现象,“尤其是违法广告,要加强查处力度。对已登记备案的保健食品广告,监管部门要全面监控”。

郭清晔建议,在处罚措施上可以根据行为的危害程度,轻重适度地进行处

罚,对危害大的可以将小额行政处罚转变为高额民事惩罚性赔偿,以法制健全助推监管体系的进一步完善。

在创新监管手段上,代表们进一步“支招”,比如可以利用“互联网+”优势,加强食品药品和市场监管以及公安、行业协会联动,健全消费者的监督举报和响应机制;加强社会信用体系建设,建立相应的信用征集、评价和披露制度,引导生产经营者打造企业诚信品牌,建立保健食品相关信息公示制度,及时向公众披露保健食品客观、真实、权威的信息,推进社会共治。

保健食品警示语 该立个规矩

张淳艺

国家市场监督管理总局有关负责人近日表示,为进一步规范保健食品标签管理,便于保健食品与普通食品和药品的区分,今年将研究借鉴烟草标签管理方式,在保健产品标签显著位置标注“保健食品不具有疾病预防、治疗功能”“本品不能代替药品”等警示语。

近期的“权健”“无限极”事件,再次暴露出保健食品行业夸大宣传、鼓吹治疗作用的顽疾。保健食品的本质仍然是食品,虽有调节人体某种机能的作用,却并不属于治疗疾病的物质。在国家批准的保健食品27项功能中,大都是“辅助”“改善”字样,并不包括治疗功能。不过,一些保健食品销售机构和人员出于利益考虑,往往明示或暗示保健食品具有疾病预防或治疗功能,甚至要求购买者停止服药只吃保健食品,从而导致病情加重,危及生命。

2015年修订的《食品安全法》明确规定,保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能,并声明“本品不能代替药物”;保健食品广告,也应当声明“本品不能代替药物”。应该说,法律要求保健食品标注警示语,在一定程度上限制了夸大宣传。不过,相关规定并没有明确警示语的位置和面积,无形中赋予了企业过大的自由裁量空间。不少保健食品往往将“本品不能代替药物”印在最不显眼的位置,字号也很小,恨不得让人拿放大镜去找。从表面上看,保健品企业也按照规定执行了,该标注的警示语也标注了,但事实却是“本品不能代替药物”淹没在花里胡哨的包装中,根本起不到警示作用。不仅消费者不仔细查看很难发现,销售人员也会视而不见,面不改色心不跳,继续满嘴跑火车,忽悠消费者。

“本品不能代替药品”警示语需要立个规矩,不能让企业随心所欲,随意标注。此次国家市场监督管理总局有关负责人重提保健食品标注警示语,最大的亮点就是借鉴烟草标签管理方式,在保健产品标签显著位置标注。在这方面,香烟警示语管理规定的确值得保健食品学习。2003年出台的《世界卫生组织烟草控制框架公约》规定,在烟草制品的每盒和单位包装及这类制品的任何外部包装和标签上带有说明烟草使用有害后果的健康警示语,并可包括其他适宜信息。这些警示语和信息“应是大而明确、醒目和清晰的”“宜占据主要可见部分的50%或以上,但不应少于30%”。有了这样的硬杠杠,香烟企业只能乖乖在醒目位置标注“吸烟有害健康”等字样,对购买者起到有力的警示作用。

2015年,原国家食品药品监管总局曾就《保健食品标识管理办法》征求意见,拟规定“本品不能代替药物”应当紧邻“适宜人群”并列在其后标注,字体大于“适宜人群”字体,采用与周围文字不同、效果更为突出的颜色。这些要求无疑有助于凸显保健食品警示语,防止企业选择性标注行为,不过与香烟警示语的相关规定相比,步子还显得不够大。有关部门不妨借鉴《烟草控制框架公约》的做法,明确“本品不能代替药品”的位置和面积,切实起到消费警示作用,遏制虚假宣传行为。

建言献策



代表委员认真审议、讨论政府工作报告,现场气氛热烈。



王志浩 陈立波 摄