## 行业监管薄弱 保健骗子嚣张

# 保健品行业如何走出信任危机

据市场监管总局网站消息,近日,市场监管总局发布关于进一步加强保健食品 生产经营企业电话营销行为管理的公告。公告指出,保健食品经营者以电话形式进 行保健食品营销和宣传时,应当真实、合法,不得作虚假或者误导性宣传;不得明 示或暗示保健食品具有疾病预防或治疗功能等。

近年来,保健品诈骗犯罪呈现发案区域不断扩大、涉案金额不断增加、作案手 法不断翻新的趋势。特别是一些犯罪团伙采取公司化模式运营,利用有些老年人关 注养生保健、防骗意识不强等情况,以发放赠品、免费体检、免费讲座、免费旅游 为诱饵,套取老年人信息,进而组织专人提供"亲情"服务,骗取老年人的信任, 并通过夸大、虚构保健品疗效,打着高科技产品、慈善福利工程等旗号大肆蒙骗老 年人,严重危害老年人身体健康和财产安全,社会影响十分恶劣。

目前, 国内保健品行业监管薄弱, 行业风险低, 骗子嚣张。蕴含巨大潜力的保 健品市场何去何从?保健品行业如何走出信任危机?

#### 保健品市场增速强劲

事实证明,生活水平提高,保健需求就越强 烈。上世纪80年代,消费者开始注重健康管理, 市场上便开始出现保健品的身影。至今30余年, 从最早的三株口服液,到脑白金、黄金搭档广告 洗脑,再到满大街的"安利了解一下"? 时代不 同,保健品的本质却没有什么不同。

销售套路也没有变化, 无一例外是海量广 告洗脑来提高知名度,增加销售量。广为人知 的应该就是史玉柱打造的"脑白金"和"黄金 搭档",十几年不变的玩偶形象和一句"今年 过节不收礼,收礼只收脑白金"广告词,成功 打开全国市场,运作一年半,月销售过亿元, 净利润达 4500 万元。保健品行业也从最初 "无效无害"的时代一跃到"基本无害并有治 疗作用",过了药监局那一关。

在"脑白金"和"黄金搭档"后,史玉柱 再造了五粮液黄金酒等几个保健品品牌, 但没 有获得预期的成功。史玉柱退了,保健品市场 的步伐却没有退却。据悉, 讨夫8年保健品市 场非但没有萎缩,年均增速依旧在25%以上。

而从史玉柱保健品发家史或许可以窥探到 中国甚至全球保健品行业的战略——快速撇脂 策略,即以高价格、高促销费用推出新产品。 实行高价策略可在每单位销售额中获取最大利 润,尽快收回投资;高促销费用能够快速建立 知名度,占领市场。业内人士表示,实施快速 撇脂策略,首先要求产品有较大的需求潜力, 目标顾客求新心理强,急于购买产品。这也解 释了为什么保健品行业总是推陈出新,不断有 新产品上市。

如今保健品渠道从大街到各大药房,漫天 横幅换成了网络广告, 电视广告升级成了保健 频道。监管虽然越来越周密严格,但目前也只 能管控住医保报销,微商的保健品销售行业仍 然火爆,县城里的保健知识讲座依旧人头攒



### "只要吃不死人就没事"

"只要吃不死人就没事",这是大多 数保健品生意人的最低标准, 也可以说是 最高标准,说好听点,"不求有功,但求

做这一行,看中的不是疗效,而是市 场潜力和暴利。中国保健品行业在上世纪 80年代兴起至今,受到越来越多资本关 注,重点在于中国保健品消费市场规模巨 据咨询公司 Euromonitor 统计, 2002 年中国保健品销售规模为 442 亿元, 2017 年已达到2376亿元,年均复合增速接近 12%, 并预计 2020 年有望达到 3500 亿 元。该机构还称,按照销售规模计算, 2017年中国保健品市场占据全球保健品 市场 16%的份额,是仅次于美国的全球第 二大保健品消费市场。

我国的保健品行业, 进入门槛较低。 监管不严也为市场快速增长提供了有利条 件,催生了规模不一、品牌繁杂的保健品 企业。国外保健品牌也看中了中国保健品 市场的规模和优势,率先在华布局,安利 集团旗下的纽崔莱便是其中之一。随着国 内医药改革的推进,一些药企开始转战大 健康领域, 专攻保健品研发生产

说到利润,保健品行业的盈利能力实 在优秀,这也是国内保健品市场迅速发展 的重要推动力。前述报告显示, 国内保健 品制造企业平均毛利率可达 40%以上,净 利率在 15%~20%左右。但部分企业远超 行业均值,如东阿阿胶去年毛利率高达 65%,净利率则接近28%,汤臣倍健的这 两个指标也分别达到 67%、25%。

#### 糖和淀粉="抗癌蘑菇"三无神药

去年6月初,南京市公安局鼓楼分局接到 线索, 位于南京繁华地区的一处写字楼内有大 批老人聚集听课,有的老人高价购买所谓的 "抗癌"神药后,发现毫无效果,存在诈骗嫌 疑,警方迅速介入调查。

受骗老人报警称,他们一开始在报纸上看 到一则广告,称只要是年龄为60周岁以上的 老人,均可持身份证到该公司领取礼品,他们 抱着试试看的心态前去领取,结果最后逐渐掉 入陷阱, 花了 9800 元买了两盒公司宣传的抗 癌药品。根据老人提供的相关信息,办案民警 立即派人化装进入公司侦查。

办案民警张驰向记者介绍: 案嫌疑人9名,其中包括店长、讲师、业务 员,基本上是一窝端。当场查获'巴西蘑菇' 1500 小盒, 6 个小盒 1 个包装对外销售, 报的 价格是 9800 元。后来给老人打个折, 送一'这样的活动,最终销售的价格是 4900 元,1盒里面包括6个小盒。他们的生产成本 1 小盒大概是 60 元。

经过鉴定,所谓的"抗癌神药"是主要成 分为糖和淀粉的"三无产品"。受骗老人约 200人,最多的老人一口气买了10盒,受骗 近5万元。

办案民警张驰告诉记者: "这些'巴西蘑 菇'经过鉴定成分就是糖和淀粉,没有所宣称 的能抗癌的功效。生产厂家是他们自己在外面 联系的厂家,把淀粉和糖研磨成粉末状,制作 成'巴西蘑菇'的原型。 (这个厂的手续是合 法的吗?) 什么都不是, 你可以理解为'三无

当案件破获后,民警根据该公司账册和联 系方式,找到老人帮其登记挽回损失时,仍有 老人对该骗术深信不疑。令人没想到的是,受 骗老人并不都是因为文化水平不高,其中不乏 高级知识分子, "起初我们在办理这个案件 时,认为这是不是文化水平的原因造成的?后 来发现,不是这样的。文化高的还不在少数, 占了三、四成以上。

从查获的培训材料和摸排的骗术看,嫌疑

人的套路和话术起了关键作用。这些人通过特 定试剂使建康老人的尿液变浑浊, 然后诱骗老 人说,你们的身体里有癌细胞,只要吃了"巴 西蘑菇"就能治好癌症。在嫌疑人的恐吓和蛊 惑下,老人们纷纷购买了所谓抗癌神药。

办案民警谈及套路时说: "他们每个业务 员来到公司之后都会接受话术和骗术的培训。 老年人到了公司之后,首先登记个人信息,姓 名、住址、患病史。登记信息后,就会在业务 员安排下,带着尿液做免费检测,也就是癌症 筛查。然后有一名自称美国留学、中华防癌协 会的人、医学方面专家的人, 通过什么方式骗 取老年人信任呢, 他会告诉老人检测出来有癌 症,或者说老人病之类的。因为之前他们已经 掌握了老人的患病历史,像他们已经知道的信 息说出来, 搞得他们能通过尿液检测出来-样, 所以老人就相信了

目前, 涉案嫌疑人因涉嫌诈骗罪, 已经被 依法执行逮捕。

## 监管不能缓缓而治

本来是去药店买药,结果买回一堆保 健品。热闹喧哗的保健品宣讲大会, 坐满 了老人, 保健品诈骗已经成了中国多数老 人受骗的方式之一,保健品行业乱象频 发,早已不是新闻。近年来,有关保健品 的投诉一直居高不下。2018年年初,中 消协曾发布 "2017 年十大消费维权舆情 热点",老年保健品相关投诉居首位。

品夸大疗效依旧是重灾区, 亟待监 管落实到位, 此次权健集团的争议之处就 包括产品疗效、虚假宣传、涉嫌传销等方

面。除了权健公司,市场上大部分保健品 都存在这些问题,可以说是顽疾难除,保 健品市场自身如何健康? 监管还需从快从

中国政法大学经济法学副教授吴景明 "保健品诈骗频发的根本原因是国 民保健不是靠运动保健, 而是相信保健品 的所谓神奇功效,这就给不法分子提供了

为了根治保健品市场虚假宣传的顽 疾,2018年12月7日,国家市场监管总 局办公厅发布通知,要求做好"三品一 械"广告审查工作,各地要从严审查"三 品一械"广告, "三品一械"广告不得含 有表示功效、安全性的断言或保证等内 不得使用广告代言人做推荐、证明。

在权健集团事件爆发后的 2018 年 12 月26日, 国家市场监管总局就发布了有 关公告,明确提出以电话形式进行保健食 品营销和宣传时,不得作虚假或者误导性 宣传,不得明示或暗示保健食品具有疾病 预防或治疗功能。

近日,工信部、国家市场监管总局等13 部门联合印发了《综合整治骚扰电话专项 行动方案》,正在全国范围内组织开展为期 一年半的综合整治骚扰电话专项行动。

但有专家表示,保健品行业的乱象单 靠行政监管是不行的,必须另辟蹊径,同 时应把小额行政罚款模式转变为高额民事 惩罚性赔偿模式, 以改变目前行政处罚隔 靴搔痒、越搔越痒的现状。

(综合自"工人日报"



资料图片

电动车 电动车 电动车 电动车 电动车 电动车

电动车电动车 电动车 电动车

单车 电动车 电动车 二轮车

电动车 电动车 电动车 电动车 电动车 三轮车

电动车 二轮车 电动车电动车 /9/8/24 电动车 电动车 /9/8/29

/9/8/36 /9/8/37 /9/8/39 /9/8/40 /9/8/43 /9/8/44 /9/9/1

/9/9/4 /9/9/6 /9/9/8 /9/9/35

/9/9/37 /9/9/39 /9/9/42 /9/9/43 电动车 /9/9/47 /9/9/48 /9/9/50 /9/9/54

/9/9/55 /9/9/59

/9/5/42 电动车 /9/5/43 电动车 轻摩

车型

电动车

电动车 电动车

车牌号

/9/5/36

/9/5/37

/9/5/39

200

202

204

206

207

209

211

213

214

216

217

219

221

223

224

228

231

233

234

235

236

238

240

241

243

244

245

246

248

250

251

253

255

257

258

260

261

263

265

267

268

270

271

273

275

277

278

280

282

284

285

287

288

290

291

292

294 295

297

299

300

302

304

305

307

309

/9/5/47 电动车 /9/5/48 电动车 电动车 /9/5/51 电动车 /9/5/53 由动车 电动车 /9/5/55

/9/5/56 电动车 电动车 /9/5/60 电动车 /9/5/62 电动车 /9/5/63 /9/5/66 申.动车 电动车 /9/5/67 /9/5/68 电动车 /9/5/77 电动车

沪AC6519 轻摩 三轮车 三轮车 /9/5/81 /9/6/1 /9/6/3 电动车 /9/6/4 电动车 /9/6/6 电动车 电动车 /9/6/7 /9/6/8 电动车 /9/6/15 三轮车 /9/6/17 电动车

电动车 /9/6/18 /9/6/19 电动车 /9/6/22 电动车 电动车 沪CLT899 一轮 /9/6/27 三轮车 /9/6/28 三轮车 电动车 /9/6/29 电动车 /9/6/31 电动车 电动车 /9/6/35 电动车 三轮车 /9/6/36 /9/6/37 电动车

/9/6/40 电动车 /9/6/48 /9/6/49 /9/6/52 /9/6/53 /9/6/54 /9/6/55 /9/6/56 /9/6/57 /9/6/59 /9/6/60

/9/6/62 /9/6/65 /9/7/12 /9/7/20 三轮车 /9/7/22

/9/7/24 /9/8/2 /9/8/6 /9/8/9 /9/8/14 /9/8/19 /9/8/21 /9/8/23

电动车 /9/8/33 /9/8/34 电动车 电动车 /9/8/35 电动车三轮车

电动车 电动车 三轮车 三轮车 电动车

电动车 电动车电动车 电动车 轻摩 电动车 电动车 电动车 三轮车

电动车 电动车 电动车电动车 电动车 电动车 电动车

三轮车 (续转A4-B4中锋)