

保健品乱象调查：

暴利之下，“忽悠”盛行



新华社记者 鲍晓菁
徐文婷 肖思思

每克售价高达千元的“极草”，日前被国家相关部门从保健品中“除名”。记者调查发现，近年来，火热的保健品市场背后，是大量保健品依靠炒作概念、夸大宣传等占领市场，成本和研发费用则只占很小比例。保健品“伪装”成药品、普通食品号称有保健功能等现象层出不穷，不少产品靠“忽悠”蒙骗消费者赚取暴利。

炒作抬高价

日前，国家食药监局公开发文要求停止高价保健品“极草”的相关经营活动。极草5X冬虫夏草纯粉片—至尊含片0.35克规格的81片装礼盒售价为29888元，即每克售价为1054元。其生产厂家青海春天药用资源科技利用有限公司宣称其“微粉粉碎和纯粉压片专利技术”可以使冬虫夏草“含着吃”，并声称“极草纯粉含片比原草至少多7倍精华溶出”，这让不少消费者认为一片极草等于7根虫草的功效，不惜重金购买。

业内人士告诉记者，该公司投入10亿元广告费打造其“含着吃”的所谓高科技概念，而这笔投入也是极草成本中极大的一块。青海省冬虫夏草协会常务会长赵锦文认为，“微粉粉碎和纯粉压片专利技术”并不是高科技，“压制设备研发技术在国内早有应用，其广告中比原草多7倍精华溶出的说辞也在业界存有广泛异议。”

“暴利不是靠技术和质量，而是靠营销。”业内人士称，许多高价保健品的营销策略都与“极草”类似。

按照国家规定，保健食品的科研经费应占其利润的3%至5%，但很多保健食品企业在科研上的投入不及利润的1%。保健品行业利润可达100%至200%，这已成为行业内部公开的秘密。很多厂家自己不研发，而是采取买断经销权或外购产品的办法经营保健品，导致各路厂家更加陷入炒作式营销大战。

“忽悠”再升级

与“极草”相似，近年来保健品“忽悠”式营销不断升级，特别是炒作高科技概念，部分消费者对此偏听偏信。

安徽省食药监局有关专家说，保健食品只有辅助治疗的功效，但为了吸引眼球，一些企业和经销商大肆宣称其治疗效果优于专门药物并且无副作用。

安徽合肥的胡先生告诉记者，他父亲此前一直靠吃药控制血压，没想到看了保健品广告后笃信“是药三分毒”，就擅自停药，血压飙升，一下子中风，至今还在重症监护室。

患者迷信保健品以致延误治疗并非个案，近年来一些晚期肿瘤患者把一些夸大其词的保健品当做“救命药”，耗尽家财大量购买，甚至人去世了保健品还没吃完。

为了将产品打造成“神药”，一些保健品广告已不满足于在电视等传统媒体上狂轰滥炸，互联网和新媒体也成为保健品新的营销渠道，甚至有大量没有取得保健品“小蓝帽”的假冒伪劣产品也出现在网上。

食药监部门专家称，目前我国认可的保健品27种保健功能中，并没有抗癌抗瘤这一功能。然而，网上很多“神药”都号称

有抗癌功能。如一家名为婕斯的公司旗下“沛泉菁华”“基因修护AM&PM”两款食品，每天以数百个相关的公众号，发布各种“生命奇迹”，分享服用心得，并将其奉为“抗癌圣品”“糖尿病克星”。

老人易上当

近年来，一些针对老年人开始免费的“健康讲座”不断增多，实际上就是给老年人“洗脑”。保健品的营销策略也从“广而告之”，升级为专门针对老年人的精准“忽悠”。

湛江市退休老干部黄红英说，自己80多岁的老母亲几年前参加了一次保健食品的聚会后，听信现场“专家”建议，购买了他们推荐的某款降血压保健食品，并停用了自己的降压药，子女怎么都劝不住，

服用了他们的产品一段时间后，老太太的血压非但没有降下去，血糖却升上来了。

“老人被‘洗脑’之后，儿女阻止买保健品就是不孝顺。”安徽一家三甲医院药剂科主任告诉记者，连她都无法阻止父母去听所谓的健康讲座、购买保健品。对于买得特别多的“会员”，保健品公司会授予他们一些“职务”，邀请他们当嘉宾坐在讲座主席台上，或带他们去旅游，从高额利润里挤出一点小甜头让老人深陷迷局。

发力除恶疾

谈到保健品市场存在的问题，不少业内人士颇为忧心。“药品需要通过严格的临床测试，如果保健食品真的有如此奇效，那企业还生产药品干什么？”一位药剂专家告诉记者。

而一些表面上效果明显的保健食品，实际上是非法添加了一些对人体有害的违禁成分。特别是减肥类保健食品，很多都非法添加西布曲明、酚酞等违禁药物。消费者食用后短期内体重迅速下降，但长期食用副作用十分明显。

专家称，消费者无法从外观、口感等判断保健品质量和功能优劣，因此广告和推荐就成为选择保健品的“指南”。而企业有法不依，有关部门执法不严，都让保健品行业陷入靠吹牛赚高价的恶性竞争中。

“保健品企业如果给消费者利益造成损害，很多时候仅仅是退还产品费用。违法成本过低，对其违法行为没有任何威慑力。”安徽省食药监局新闻办主任孙斌园说。

相关专家认为，对于保健品行业，需要政府有关部门加大监管和引导力度。同时，行业和企业更需要加强自律，建立以质取胜的良性竞争规则。

此外，提高全民健康常识、让消费者不盲目迷信保健品也是当务之急。

“即使是优质保健品，也要根据个人体质和需求服用。”多位药剂专业人员表示，现在国家正在大力推进签约家庭医生项目，因此消费者在选购保健品时不妨咨询身边的医生，避免因迷信广告导致“只买贵的不买对的”。

