



天瑞福被责令停售保健品

吉翔堂净水器不属于医疗器械,食药部门称难以监管



济南市历下区食药局工作人员对吉翔堂的保健食品进行调查。本报见习记者 郭立伟 摄

本报济南3月29日讯(记者 王皇 见习记者 郭立伟) 天瑞福没有保健食品销售资质,责令停止销售!29日,齐鲁晚报A03-A04版报道记者卧底两家保健品会销公司,揭开其夸大宣传销售保健食品的内幕。当天,济南市中区有关部门对天瑞福百货商行进行现场检查,该公司因没有保健食品销售资质,被责令7日内停止销售。历下区食药部门对吉翔堂也进行检查,但因吉翔堂净水器不属于医疗器械,难以监管。

齐鲁晚报记者此前卧底调查发现,天瑞福生物科技有限公司通过一种健康分析软件,为老人体检,并检出肝肾不好,进而推销自称能治好五脏失衡的“五行肾方”,售价几千元。29日,市中区公安局、市中区食药局大观园食药所、市中区市场监管局大观园市

场监管所相关工作人员现场对天瑞福进行检查。

记者看到,该店有营业执照和食品经营许可证,均未过期,店名全称为市中区天瑞福百货商行,属于个体户。不过,大观园食药所执法人员发现,该店食品经营许可证的经营范围仅是预包装食品和散装食品,而没有保健食品。

调查发现,该店的“五行肾方”仅是食品,并非保健品。该店还销售葡萄籽、石斛花等多种食品,执法人员要求负责人30日上午9点提供所有产品的进货资质。对于保健品,大观园食药所相关负责人表示,该店经营范围不含保健食品,所以不能销售。根据规定,责令7日内整改,停止销售保健食品。

公安和市场监管执法人员分别对该公司体检程序存在的虚假宣传问题进行调查。虽然店内的

课件有体检系统的介绍,办公室电脑内有体检软件,但体检的仪器和配套的耳机已经不见了。从宣传页和产品外包装上看,并未发现明显的虚假宣传痕迹。

当天,历下区食药局执法人员还现场检查了历东商务大厦吉翔堂公司。尽管吉翔堂对老年人宣称,用了他们的净水器后,对糖尿病、心脑血管疾病、便秘等有非常明显的改善,不过执法人员表示,净水器不属于医疗器械,不属于食药局监管的范围,只能查看其主打的保健食品及其相应的检测报告。

执法人员对吉翔堂目前出售的保健食品一一在国家食药总局网站上查询批准文号等信息,主要原料、适宜人群、保健功能等均有标注。经检查,该公司保健食品的经营证件齐全。

【查处现场】

两家店正常“开会”,淡定应对检查 “要什么证件快说,我拿出来就是”

29日中午,记者探访济南市市中区天瑞福公司和历下区吉翔堂公司时发现,这两家公司仍在正常上课、上班。天瑞福的大门关闭,门前摆了张桌子,有两位男士在门口坐着。大门内仍有上课的声音,不时有老人进入听课。吉翔堂的工作人员也在正常上班。

在检查人员抵达现场进行检查时,天瑞福的“老师”仍在“授课”,音乐也正常播放。店内负责人李先生比较配合,提供复印证照、身份证件以及产品资质都比较积极,并表示自己是证照齐全的合法经营。

李先生对各个部门的监管职责门儿清,不断对现场联合执法的公安、食药、市场监管部门说,产品质量是归食药局管,宣传是归工商管,对公安部门介入调查则说,“不该由你们管。”回

答执法人员的提问时,也不停提醒对方该管啥不该管啥。

不过,李先生对推销产品时起到关键作用的体检设备讳莫如深。公安部门询问具体如何像宣传网页上写的进行检测时,李先生则不再配合。

历下区食药局现场检查吉翔堂时,一位男性工作人员直接说:“你不用问这么多,你想要什么证件就说,我给你拿出来就是。”并很快提供了食品经营许可证、营业执照等相关证件。而对于名为“长寿六要素”的保健食品,直接提供了六种不同的检测报告。

针对上述公司仍在开会、上课推销产品,有关部门负责人表示,在固定的营业场所开会上课推销,法律并没有禁止。

本报记者 王皇
本报见习记者 郭立伟

偷偷录音拍视频不算证据

监管部门称必须现场取证,每次调查都无功而返

“开会”“上课”暗示或者明示保健品具有某种疗效,并高价销售给老年人,这是不少养生店、健康店的惯用伎俩。虽然相关部门也想认真检查,但保健品会销乱象却难以禁止。这背后,存在这些店本身比较隐蔽的问题,更存在口头夸大宣传难取证、监管跨部门执法难,以及会销缺乏法律规范的问题。

本报记者 张玉岩 王皇 本报见习记者 郭立伟

现场去调查,开会的大爷很不高兴

通过“上课”口头宣传疗效,但产品本身却不带功效说明,查起来又很正规。这是目前不少通过会议、上课进行推销的保健食品、健康食品店的特点。工商部门坦言,目前对这样的销售方式,即便存在虚假宣传,也很难取证。而无法取证,则无法进行行政处罚。

济南建筑新村市场监督管理

所相关负责人表示,在中心医院对面的历东大厦上,保健品公司就有很多。通常情况下,都是个体工商户。对于此类保健品会销公司,市场监管部门调查过很多次,但是每次能做的就只有驱散。甚至在现场调查时,站在对面对面的不光是保健品公司,连同一起开会的大爷大妈们也都不高兴。甚至有老人会说

“这会儿驱散了,等换个时间再开就是了”。

该负责人说,碰到此类情况,基层市场监管部门只能针对个案,当做一般的消费纠纷进行处理。买卖双方坐在一起,通过调解协调,以求能达成一致。“就算是在调解的过程中,保健品销售员也是和和气气,爷爷奶奶地叫着。”

每次一执法,会议就自动终止

更重要的是,类似的保健品销售模式,从情理上来说不妥,但是究竟哪个地方不妥,法律上却没有具体的依据。“说要禁止、取缔根本无法可依。”上述负责人坦言,尽管新的广告法规定了保健食品广告中的“五不能”,但是在实际操作过程中,取证有很大难度。

在宣传过程中,用类似于保健品知识普及一样的做法,把产品功效说得十分夸张。但是这种“口头上的功效”并不体现在产品信息或者宣传页面上,只能从讲师、专家口中听到。“这就是取证难了,这种口口相传的销售模式,很难把证据落实到白纸黑字上。”该负责人说。

会议销售本身也需要法律规范

针对保健品销售存在的法律空白,济南大学法学院教授袁曙光说,现在没有对保健品经营场所和销售方式进行明确规定,这确实需要政府的职能部门和立法部门出手,对此作出明确的界定。

“需要各个职能部门联合起来,从法律层面上可以通过制定地方法规的方式,就保健品市场

管理拿出操作性比较强的管理规定,比如说将此类工商户纳入重点监测范围,对其日常的经营活动加强监管。”

虽然早在2013年时,济南市食品药品监督管理局就出台了《关于规范保健食品会议营销行为的通知》,但会议营销主要针对在固定经营场所之外的酒店等

地举办,目前,各个“上课”“开会”卖保健食品(或健康食品)的公司都会自设一个大厅作为上课教室。

此外,夸大宣传的销售不仅是保健食品,还有如净水器、手表等,“需要规范的不仅是保健食品的销售,还有会议销售方式本身。”一位健康行业人士称。



济南历东商务大厦707房间,门外没有任何标志,但老人会买保健品。本报见习记者 郭立伟 摄

【记者调查】

一栋楼12家公司,分布集中而隐蔽

29日,记者分头走访了历下区历东商务大厦、市中区恒昌大厦。这些大厦存在不少保健品销售公司,电梯里大部分都是结伴而来的老人。

历东商务大厦共有22层,楼下的值班工作人员称,大厦上保健品公司至少有十二家。“每天老人一拨又一拨的,出来都提着东西,没有空着手的。”该值班人员也基本摸清了这些老人“开会”的时间点:“早上8点半有一拨,一般到10点左右呼啦啦都下来了。下午1点左右又开始了,一直到下午3点多,没停下的时候。”

但记者从1楼走到22楼,逐一房间查看,楼层或门口有保健、健康、老人等明显标志的公司只有5家,其余的都挺隐蔽。

29日下午1点半左右,记者跟着一位前来“泡脚”的张姓老人进入

大厦7楼,才发现这里的707室也是一个会销点。该会销点门口除了门牌号之外没有任何标志,只在进门处的屏风上有“福泽天下”四个字。再往里走有一个小型会议室,摆着桌子和椅子,零星坐着几个工作人员。

“来了都现叫门,看到是年轻人一般不给开门。”张姓老人说。随后陆续有老年人进来,机构的工作人员纷纷与老人攀谈起来。据老人介绍,由于上了年纪经常记错楼层,有时候随便敲开一个门,就有年轻人接进来,让自己坐下来开会。

恒昌大厦也很类似,26层中有八家公司或店铺与健康、养生相关,并设有会议教室,就在29日下午,至少四家正在或正准备上课。

本报记者 张玉岩 王皇 本报见习记者 郭立伟