

## 行业纵横

“健康中国”上升为国家战略，对保健食品行业来说是最好的时代。然而，夸大宣传、违规营销、违法添加等顽疾依然困扰着产业发展

# 市场巨大，保健食品产业如何度过安全关？

本报记者 杨冉冉

伴随社会经济的发展，人民生活水平的提高，人们对健康的关注也在日益增强。历经20多年，保健食品产业已发展成为中国健康产业的支柱，其巨大市场潜力正吸引着越来越多的企业目光。

在日前由中国营养保健食品协会联合中国营养学会在北京主办的2017中国保健食品行业会议上，发起了“良心生产经营，服务健康中国”中国保健食品行业的自律发展倡议。此举也再次提醒行业要对夸大宣传、违规营销、违法添加等困扰行业健康发展的突出问题，予以高度重视。

记者调查发现，保健食品市场上的乱象屡见不鲜。不少保健品公司打亲情牌，用虚假、夸大的营销方式忽悠消费者购买产品。这无疑成为行业发展的绊脚石。

### 政策明朗市场巨大

我国的保健食品发展于20世纪80年代，2005年至今，整个行业进入到了快速发展阶段。据悉，2003年保健食品行业产值为300亿元，2014年达1858亿元。根据中国营养保健食品协会提供的数据，截止到2016年底，共批准了约16000个保健食品的注册号，2500多家企业，产值将近4000亿元，从业人员约600多万人。除了正式批准的产品，现实中还有很多打着保健的名义生产的非正规“保健食品”。

在各级政府监管部门及行业企业的共同努力下，保健食品的安全保障水平逐步提高，整个产业快速良性发展，特别是2015年新修订的《食品安全法》，将保健食品纳入特殊食品实行严格监督管理，同时开启了注册和备案双轨制管理模式。2016年7月1日正式施行的《保健食品注册与备案管理办法》中对保健食品进行严格定义。经过国家注册批准的保健食品，将获得批准文号并在外包装上印有天蓝色专用标记，俗称“蓝帽子”。

国家食品药品监督管理总局数据显示，2016年中国保健食品监督抽检总体样品合格率为98.1%，比2015年、2014年分别提高1.6和4.2个百分点。

据了解，目前中国保健食品的市场渗透率还不



### 严肃查处食品广告中虚假宣传、疾病预防治疗功效宣传等违法违规行为

- 对食品广告内含有虚假声称的，由县级以上食药监部门依法处罚；情节严重的，向社会公布。
- 仍然销售该食品的，由县级以上食药监部门没收违法所得和违法销售的食品，并处二万元以下五万元以上的罚款。

对于涉及欺诈和虚假宣传的食品、保健食品广告，责令停止播出、下线，涉嫌犯罪的，移送公安机关依法追究刑事责任。

到10%，而美国保健食品及膳食补充剂的市场渗透率已近80%。因此中国保健食品的市场想象空间很大。中国保健协会副理事长兼秘书长徐华锋认为，随着“十三五”规划的正式落地，“健康中国”上升为国家战略，对保健食品行业来说是最好的时代——政策明朗，市场巨大。

### 行业痼疾待破除

在保健食品安全总体保持稳中向好的情况下，行业痼疾仍存。“突出表现在仍有部分企业未经许可生产经营和进口保健食品，利用网络、会议、电话、电视等进行虚假夸大宣传、违法营销、欺诈销售，产品标签虚假标识功能声称，违法违规发布保健食品广告等，特别是针对中老年人、病人的欺诈行为尚未得到根本遏制。”国家食品药品监督管理总局副局长孙咸泽指出。

食药监总局特殊食品注册管理司司长王红认为保健食品产业一个突出问题是产品定位不够清晰。“不仅仅是行业生产经营者，还有消费者，甚至

于基层监管人员也不是很清晰。举个例子，我们前几年查获了一批保健酒，大概有50多个品种，但是其中只有一个是有保健食品批准文号的，其他都是非法保健食品，但是全部声称有保健功能。”王红说，有的企业还违规营销，以赠送礼品、免费试用等手段引诱消费者尤其是老年人和病人购买，造成市场混乱。“一些企业或团体以虚假、夸大宣传误导消费，如将冬虫夏草纯粉片、白藜芦醇等产品宣传为‘抗癌克星’等，损害消费者合法权益。”

极个别企业诚信意识淡薄，违法生产经营，虚假夸大宣传，误导公众的消费，严重破坏了保健食品的整体信誉。特别是有的生产经营企业打“擦边球”的恶性营销，严重影响了行业的正面形象，破坏了行业的健康发展，合规的优秀企业深受其害。

今年6月份，媒体曝光了“百变神医”刘洪滨的怪现象，保健食品虚假宣传再次成为社会关注的焦点。国家食药监总局稽查局处长马忠明透露，总局正大规模排查虚假宣传，从4000多条消息中发现，所涉产品大多是“假冒”保健食品的普通食品，真正

的保健食品仅有几个。同时，在国家食药监总局官网公布的《虚假广告企业名录》中，已收录79家企业中的82款产品，其中25款产品为保健食品，涉及24家企业。

“不仅如此，大量违法广告未经药监局审查便发布，甚至有企业伪造药监局广告审查章。”据马忠明介绍，保健品广告虚假主要集中在以下几个方面，例如缺少生产批准文号、广告批准文号、保健食品标识等应有标识，超出说明书范围以外的表述，比如扩大保健品功效，含有不科学的表述功效的断言和保证，甚至承诺百分之百治愈。

### 织密监管网络

今年7月13日，国务院食品安全办、公安、工商、质检、广电、网信等九部门联合启动保健品虚假宣传专项整治。根据整治方案，九部门将在为期半年的时间里排查食品、保健食品生产企业和经营企业，涉及食品和保健食品标签虚假标识声称行为，以及利用网络、会议营销、电视购物、直销、电话营销等方式违法营销宣传、欺诈销售食品和保健食品行为等。

孙咸泽提出，各级监管部门将组织对广大食品、保健食品生产经营企业、非实体店经营单位进行全面排查，加大对网络销售、会议销售、电视购物、电话营销产品的抽检力度，重点抽检涉嫌非法添加、非法声称功效的产品，加大对虚假宣传和功能声称广告违法的处罚力度，严肃查处食品广告中虚假宣传、疾病预防治疗功效宣传等违法违规行为，涉嫌犯罪的一律移送公安机关依法追究刑事责任。

另一方面，2016年开启的保健食品正式注册与备案“双轨制”又给行业注入了“强心剂”。

今年4月，国家食药监总局特殊食品司成立，备受行业关注的保健食品备案和注册工作也正在进程中。根据规定，保健食品的备案工作主要在省一级食药监管部门开展。据了解，目前已经有很多保健食品企业向地方监管部门提交备案材料。

备案制将极大缩短产品上市前审批的时间，承担保健食品检验工作的机构也会开放。将来，只要是合法资质的机构，在总局备案后就可以承担产品检验、临床试验工作。“在放开的同时，也要进行管理，这些机构在做产品检验、验证和临床试验的时候要按照统一的规范去做。”王红说。

## 酷暑中的坚守

本报讯 7月19日13时，火辣的阳光把太原铁路局太原北车辆段检修四列检作业场晒出了阵阵热浪。检车员们头戴蓝色鸭舌帽，穿着作业服，置身于滚滚热浪中。检车员一个班下来需弯腰、蹲身、起立3200余次，炎热的天气使他们的衣服湿了干、干了又湿。每班检修作业货车量达500多辆，再加上近日全国绝大部分地持续高温天气，用电需求大，电煤列车比平时增加2列（约112辆）以上。青年骨干张志刚介绍说，检车员们每天都要走10公里左右，他们坚守“守护安全一秒不松、牢记责任一刻不停、按标作业一丝不苟”。检车员们汗水换来了铁路运输的安全、高效。（李立国 李佳）

## 蒙华铁路袁河特大桥合龙

本报讯 8月1日，中铁二十四局施工的蒙华铁路32标袁河特大桥实现合龙，而彭家岭二号隧道也即将贯通。该局以质量保安全，实现了安全生产零事故，目前已完成工程总量的70%以上。蒙华铁路32标正线长54公里，有桥梁49座、隧道14座，特别是该标段隧道地质条件极差，IV级、V级围岩分布广，溶洞、溶腔、突水、突泥、地下水涌水和高瓦斯等隧道施工难度极大。32标项目部在隧道施工中，细化工序管理质量安全标准，加大机械化作业力度，实行工厂化、规模化生产，进行超前地质预报，实施信息化管理，在隧道内安装甲烷传感器报警防爆设备、专人携带便携式瓦斯检测仪每1小时检测一次洞内瓦斯。（文雄）



7月30日晚21时，随着最后一榀840吨重的预应力简支箱梁架设在尚志特大桥末端墩台上，中铁十一局六公司施工的哈尔滨至牡丹江客专尚志段17座桥梁460榀箱梁架设任务全部完成。（黄跃勇摄）

## 强化铁路路外安全隐患宣传整治

本报讯 7月28日，郑州铁路局洛阳站、洛阳供电段联合在高铁洛阳龙门站进行了铁路路外安全环境隐患集中宣传，提高相关单位和广大群众对铁路运行安全的认识，促进了隐患治理的顺利开展。

影响铁路安全的路外隐患主要是钢瓦建筑，倾倒后可以侵入铁路限界的“危树”，上跨铁路的各种电缆以及各种塔式构筑物。宣传人员深入到铁路沿线的村庄、企业、学校、集市发放宣传品，现场讲解隐患的危害性，通过微信、微博进行宣传；洛阳站深入沿线小学开展“小手拉大手”活动。通过此次宣传，进一步提高了沿线居民和单位对防范铁路安全隐患的认识。（作建）

## 广州地铁9号线一期全线“电通”

本报讯 7月30日下午，中铁电气化局承建的广州地铁9号线一期供电系统设备全部通电，为后续各系统调试、综合联调提供了必备的电力保障。广州地铁9号线一期西起花都区飞鹅岭站，东至白云区高增站，走向呈“凸”字形，全长20.1公里。沿线地质条件复杂，是全国第一条在岩溶区动土的地铁线路，其供电系统工程首次在行业中使用了BIM技术，通过建立各专业BIM模型，使整个安装工程更加科学合理，保证了全线供电系统运行更加安全可靠。9号线一期计划今年12月开通试运营，届时对支撑广州市城市空间布局调整和社会经济持续快速发展提供坚实的交通保障。（文青）

据不完全统计，目前我国有2000多座已开发或正在开发的古镇，但能让人记住的却不多

# 谁该为千城一面的古镇买单？

本报记者 黄仕强

如今，古镇游已经成为中国旅游市场的一个主力军，每逢节假日就会有成千上万的游客涌入各个古镇，一方面增加了当地居民的收入，另一方面也拉动了经济发展。也许正是看到古镇拥有如此巨大的市场影响力，近几年，中国古镇的开发建设力度近乎疯狂，而其背后存在的问题也越来越明显，最直观的一点便是，中国所有的古镇为什么都是一个模样？

### 不去会后悔，去了更后悔

“千里迢迢带着孩子从外地过来，逛了两座古镇就想回去了。”近日，吴女士趁着孩子放暑假，特地向单位请了年假，带着孩子从广州飞到重庆，就是想让孩子领略一下重庆古镇的魅力，结果此行让她大失所望。“之前看很多介绍，发觉重庆的古镇底蕴深厚，人文丰富，但真正来了后，感觉遇到了一个‘假古镇’。”吴女士抱怨，不管哪座古镇，都长得差不多，毫无特色可言。

记者在重庆某座古镇走访时，恰巧碰见了来自吉林的徐先生，他也是利用年假时间专程来游览重庆的古镇，而他也遇到吴女士一样的困惑。徐先生告诉记者，他在度假前特地做了一番攻略，选定了重庆几座古镇，但游览了一圈下来后，发现最大的特色就是“全都差不多”。“建筑风格差不多，古镇格局差不多，就连售卖的旅游纪念品都差不多。”徐先生苦笑着：“看网上有人说，中国的古镇不去会后悔，去了更后悔，此言不假。”

早在几年前，在一场主题为“中国文化旅游品牌发展”的高峰论坛上，中国古城与文化研究院院长林鹏就曾表示，中国有2000多座已开发或正在开发的

古镇，但让人记住的不超过8座。

### 一边不停吐槽，一边不停涌入

但不争的事实是，在目前中国的旅游市场，即便是古镇千城一面的现象越发突出，也依然抵挡不住游客的脚步，古镇游依然是众多游客热衷的旅行选择。所以，也由此衍生出一个现象：一边是去过古镇的人不停地吐槽，一边是游客不停地涌入古镇。

记者从国内各大著名的旅游网站上看到，古镇被吐槽最多的便是“太像，无特色。”很多网友甚至罗列出古镇游的“几大像”，比如，地面都是石板路、建筑都是木瓦房，吃的都是小零食、看的都是人后脑……而与之形成鲜明对比的是，各个古镇的旅游广告依然占据着网站醒目的位置。

一位不愿意透露姓名的古城文化爱好者也发现了这个现象，“其实也称不上奇怪，毕竟相对而言古镇游的成本不太高，大家更容易接受。再加上目前中国的古镇游已经从纯观光转变到多形态的阶段，融入了餐饮、购物、表演等形式，内容丰富了自然会让游客们更加喜欢。”

不过，这位古城文化爱好者也指出，正因为内容丰富了，反而降低了古镇本身应有的品质。“旅游者喜爱什么，需求什么，开发经营者自觉或不自觉地迎合了这种喜爱和需求。”因此，古镇的千城一面就不可避免地形成了，古镇游也变成了毫无特色的逛街购物、喝茶吃饭、参观表演的统一模式。

### “空心”文化，变味的古镇

从词语解释上看，古镇一般指有着百年以上历史的、供集中居住的建筑群，其本身都是各具特色，也拥有非常丰富深厚的人文底蕴，可是，为什么中国大多数的古镇到最后都会摒弃自己应有的特色，成

为像一道流水线上制造出来的产品呢？

“‘空心化’就是中国古镇千城一面的最大成因。”一位古镇研究专家在接受采访时，一针见血地指出了背后的原因。该专家表示，空心化有两大特征：一个是造假，另一个是过度商业化。

“我前不久受邀去中国南方的一座城市，那里就有一座古镇，令我感到吃惊的是，这是一座人工修出来的古镇。”专家略带气愤地回忆到，整个古镇就没有一点历史底蕴，全是由仿古道路、仿古建筑，道路两旁是鳞次栉比的商铺，平时几乎看不到人影，店员都无所事事地闲坐或者三三两两凑在一起打牌，但是到了晚上和周末，古镇又是另一番景象，人来人往，全是来此吃饭娱乐的。“这样的地方怎么能称为古镇，顶多只是照着古镇模样造出来的一条餐饮街。”专家称，像这种凭空打造的古镇，在中国还有很多。

假的古镇令人感到气愤，但变味的古镇则是令人感到痛惜。该专家表示，必须承认古镇旅游绕不开商业化、市场化的道路，但是部分古镇出现了大规模重建、大量引进外来经营的现象，再加上旅游房地产商的顺势推波助澜，大量外地人口的涌入、商铺林立、无特色旅游商品泛滥使得古镇的原有风貌遭到破坏，原有的古朴风格不复存在，而变成了一个商业综合体，不利于古镇可持续发展。“古城镇中富有特色的民俗传统、民俗活动要么被肤浅的包装加以推广，要么随着古镇的商业化而消逝湮没。原真性缺失导致古城镇的自然环境和人文氛围开始被同化，失去了竞争力。”

记者在采访过程中，无数次地听到“文化”两个字，而古镇本身应该是文化游最佳的代表，但由于种种原因，很多古镇开发打造虽高举文化旅游的旗帜，却偏离了文化的本质，只停留在文化的表层现象，最终造成千城一面，不得不说是最大的遗憾。

## 年内出台资产负债管理制度

# 保险投资不能再“大手大脚”

新华社记者 谭漫晓

保监会近日下发通知，对保险公司开展资产负债管理能力评估，并计划在今年年底正式发布资产负债管理监管制度。业内人士认为，这有助于监管部门全面掌握保险公司的期限错配、利差损、流动性等风险，引导资金“脱虚向实”。

近年来，在复杂利率环境和市场竞争加剧的情况下，保险业资产负债匹配难度增加，部分保险公司治理结构失效，采取激进经营、激进投资策略，在发展战略上“跑偏”了，出现业务快进快出、风险敞口过大等问题。

保监会有关部门负责人介绍，保险资产负债管理监管制度设置了多个指标，比如长期经济价值、中期盈利能力、短期流动性和偿付能力底线等，以此评估保险公司的资产负债匹配状况和管理能力，并根据评估结果实施差异化监管，建立产品监管、资金运用监管和偿付能力监管协调联动的长效机制。

有了资产负债管理制度后，资产负债管理将真正从之前的软约束变成硬约束，以往资产驱动负债的激进模式难以为继，资产配置不能再“大手大脚”。保险“好孩子”和“坏孩子”的境遇也将大不相同。

记者了解到，监管机构将适当给予保险“好孩子”资金运用创新试点、产品试点等政策，对个别“坏孩子”将采取限制投资比例和投资能力申请，限制中短存续期产品销售等监管措施，通过扶优限劣，引导公司主动加强资产负债管理。

安永精算与保险咨询专家余诚说，资产负债管理监管制度以产品为原点，将促使保险公司根据盈利预期科学设计和推出保险产品，合理定价，负债端不冒进，在配置战略资产时不激进，更加重视现金流的流转顺畅和安全性，避免董事会的非理性决策和战略规划的大起大落。



## 共享KTV遭遇监管

近日，文化部发布关于引导迷你歌咏亭市场健康发展的通知，要求迷你歌咏亭平台运营企业应当于2017年8月31日前在全国范围内已经投入运营的迷你歌咏亭相关信息汇总后报文化部备案。罗恒 摄/东方IC