

国家市场监督管理总局办公厅

市监特食函〔2019〕407号

市场监管总局办公厅关于印发《防范食品保健食品欺诈和虚假宣传重点场所宣传方案》的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局(厅、委):

为帮助广大消费者切实增强自我防范意识和能力,自觉抵制食品保健食品欺诈和虚假宣传行为,总局组织制定了《关于防范食品保健食品欺诈和虚假宣传重点场所宣传方案》(电子版下载请登录:zhongdianchang suo@163.com, 邮箱密码:teshisi2019), 现印发给你们, 供在相应重点场所开展宣传活动时参考。

- 附件:1. 防范食品保健食品欺诈和虚假宣传农村(含城乡结合部)宣传方案
2. 防范食品保健食品欺诈和虚假宣传商超宣传方案
3. 防范食品保健食品欺诈和虚假市场社区宣传方案
4. 防范食品保健食品欺诈和虚假宣传校园宣传方案
5. 防范食品保健食品欺诈和虚假宣传网络宣传方案

市场监管总局办公厅

2019年3月1日

附件 1

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传 农村(含城乡结合部) 宣传方案

目 录

一、活动目的	5
二、重点人群	5
三、宣传内容	5
(一)基础部分	5
(二)扩展部分	5
四、宣传形式	6
(一)基础部分	6
(二)扩展部分	6
五、实施方案	7
(一)设置展台,发放相关知识手册	7
(二)宣传专栏悬挂横幅、标语	7
(三)开展执法人员现身说法活动	7
六、素材内容	7
(一)知识手册内容	7
1.保健食品部分	7
2.材料:“科学选用保健食品”	9
3.“食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答”	18
(二)宣传板横幅、标语	18

1. 尺寸	18
2. 内容	18
(三) 宣传板海报	19
(四) 现场演讲稿内容	24
1. 主题	24
2. 演讲稿内容	24
3. 现场演讲备用 ppt	27
(五) 现场有奖问答	37

农村(含城乡结合部)宣传方案

一、活动目的

重点针对农村保健食品虚假宣传等问题进行宣传。

二、重点人群

长期在农村生活的居民。

三、宣传内容

(一)基础部分

1.1 告知农村居民不要购买无生产日期、无质量合格证以及无生产厂家,来路不明的食品保健食品,提高农村群众对伪劣食品及虚假宣传保健食品防范意识和识别能力。

1.2 帮助村民学会辨别什么是保健食品,并提高防范意识。

1.3 告知居民食品保健食品都不能用于治疗疾病的事实,如果出现相关疾病,需到正规医院进行诊断。

1.4 切不可相信多种食品搭配或是特殊处理的食物可以治疗疾病的言论。如“XX加XX一起吃,能够治疗肺结核”等,均没有科学依据。

(二)扩展部分

1.1 告知食品是各种供人食用或者饮用的成品或者原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品,但是不包括以治疗疾病

为目的的物品。

1.2 告知消费者小心广告或销售口中有治疗功能的食品或保健食品,谨防不法商家在食品中加入药物的可能性。

1.3 告知消费者如何选择符合自己需求的保健食品。

1.4 告知居民简单的辨别方法,并进行投诉指导,如 12331 投诉。

四、宣传形式

(一)基础部分

针对农村主要存在的食品保健食品质量良莠不齐,“山寨食品”以及虚假宣传的保健食品入侵农村等问题,建议开展以下宣传活动:

1. 设置打击“山寨食品”等宣传站点。

2. 在农村祠堂、活动广场等设立食品保健食品专题宣传栏,张贴相关宣传海报、标语、横幅。

(二)扩展部分

在上述内容的基础上,有条件地区可进一步开展食品保健食品的知识科普,同时帮助居民建立食品保健食品合法性的意识,积极主动参与到防范食品保健食品欺诈和虚假宣传的整治过程中来。

1. 开展执法人员现身说法活动。

2. 开展讲座告知居民简单的辨别食品保健食品是否正规的手段;告知消费者食品保健食品的相关投诉渠道。

五、实施方案

(一)设置展台,发放相关知识手册

将祠堂、活动广场等特定地点设置为宣传站点,悬挂相关的横幅或标语,展台处设置1-2名工作人员,用于现场讲解、分发相关知识手册。

(二)宣传专栏悬挂横幅、标语

在农村村口、集市、活动中心等地,安置横幅,根据提供的横幅内容,选择针对食品保健食品鉴别等内容进行宣传。

(三)开展执法人员现身说法活动

按照农村居民日常活动习惯,安排相应时间在活动广场开展“打击食品保健食品欺诈和虚假宣传”为主题的现身说法活动。邀请基层执法人员在现场进行讲解、互动,活动开始及进行过程中可分发印有宣传标语的小礼物,并在活动中设置抽奖环节,提高农村居民的参与度。

六、素材内容

(一)知识手册内容

1. 保健食品部分

1.1 购买保健食品预防上当受骗的办法

第一,保健食品不是药品。保健食品一般需要较长时间服用才能对身体起到保健作用,不能相信所谓的“疗效”“速效”。如需治疗疾病应在医生的指导下服用药物或采取相应的治疗措施,切忌听信会议讲座、街头小报的虚假宣传,用保健食品代替药品,以

致延误治疗时间,加重病情。有关宣传治疗恶性肿瘤、疑难杂症和各种疾病的所谓保健食品小广告,均属于违法广告,消费者千万不要为治疗某一疾病而购买保健食品。国家市场监管总局正在采取相关措施,严厉打击有关非法宣传行为。

第二,选择保健食品,必须针对自己的身体状况。如免疫力低下、失眠、单纯性肥胖者,可以选择相应的增强免疫力、改善睡眠、减肥类保健食品。消费者应当充分了解自身的情况,合理选择,切忌在选购时轻信广告、盲目跟风。同时,消费者应当按照标签说明书载明的使用方法,科学使用保健食品。

第三,购买保健食品,须认准保健食品标志和批准文号。保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部(1996年11月至2003年7月)和原国家食品药品监督管理局(2003年10月之后)批准的保健食品产品。消费者购买时,请认准“蓝帽子”标志。

1.2 如何鉴别保健食品的真伪?

第一,购买保健食品确保通过正规渠道购买;

第二,看有无的“小蓝帽”标识这是国家为消费者辨认区分真假食品的特制标志;

第三,其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分;

第四,看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和食品生产的强制项目;

第五,看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细。

2. 材料:“科学选用保健食品”

2.1 什么是保健食品? 保健食品有什么样的标识?

保健食品,是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

保健食品具有三个特征:一是具有食品属性,是一类特殊的食品。二是安全性,在规定的摄入范围内长期食用,对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。三是功能性,对特定人群具有一定的调节作用,不能治疗疾病,不能替代药物。

保健食品标识为蓝帽子,具体如下:



2.2 保健食品与其他食品的主要区别

食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品,但是不包括以治疗为目的的物品。(《食品安全法》第一百五十条)

保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。(《中华人民共和国食品安全法释义》)

保健食品是一类特殊的食品。

(1)保健食品强调具有特定保健功能,而其他食品强调提供营养成分。

(2)保健食品具有规定的食用量,而其他食品一般没有服用量的要求。

2.3 保健食品与保健品的区别

保健食品具有明确的法律定位,保健食品的监管法律依据为《中华人民共和国食品安全法》,产品属性为食品。

保健品没有明确的法律定义,一般是对人体有保健功效产品的泛称,诸多媒体报道中涉及的保健品,实为内衣、床垫、器械、理疗仪、饮水机等,而非食品或保健食品。宣传报道和监管执法过程中,首先应依法辨别产品属性,清晰界定产品是食品还是用品,是保健食品、普通食品还是有毒有害食品,报道、文件和文书中应

根据产品的实际属性,依法规范表述产品名称,不能一概笼统表述为“保健品”,造成事实不清、监管错位和信息误导。

2.4 保健食品与药品的主要区别

(1)使用目的不同:保健食品是用于调节机体机能,提高人体抵御疾病的能力,改善亚健康状态,降低疾病发生的风险,不以预防、治疗疾病为目的。药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质。

(2)保健食品按照规定的食用量食用,不能给人体带来任何急性、亚急性和慢性危害。药品可以有毒副作用。

(3)使用方法不同:保健食品仅口服使用,药品可以注射、涂抹等方法。

(4)可以使用的原料种类不同:有毒有害物质不得作为保健食品原料。

2.5 保健食品与药品对人体的作用有何不同?

药品对身体来说是一种异物,而保健食品却基本上是原本就存在于人体内或人体正常生理功能所需要的某种成分。换个说法,人体很难因为某种药品不足而患病,但却可能因为长期缺乏某种营养物质而引起一些身体不适的症状。由此可知,多数药品是人体患病之后用来治疗的工具,而保健食品则可以帮助身体不生病或者在健康的维持及促进上发挥非常重要的作用。

从另一个观点来看,药品能够直接抑制或攻击病因或病状,最常见的就是退烧或是降血压、血糖等对症疗法;而保健食品则是以调整机体功能、使机体的代谢系统保持平衡或是让血液循环顺畅等等,帮助身体用其自身的抗病能力去应对疾病。

2.6 为什么不能声称保健食品具有某种疗效?

根据《中华人民共和国药品管理法》对药品的定义:药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或功能主治、用法和用量的物质。而保健食品的使用不得作为治疗疾病用途,否则就是违法。比如说同样是“维生素E”,如果用于“药品”时,则能以“消除疲劳、保护心脏、减轻皱纹或雀斑”等来表示其功效;但当其用作“保健食品”的某种成分时,则只能是“食品”,所以绝对不能宣称“对××有效”或是“可预防××”。

国家之所以会进行这样严格的规定,一个重要的原因就是消费者信赖的问题。由于我国规定处方药品不能进行大众媒体广告宣传,并且制造及售卖药品必须经过国家严格审查后才能得到批准。而保健食品首先是食品,所以会比药品更加容易进行生产制造、售卖,并且能够进行广告宣传。如果允许保健食品标识其具有某种疗效,那么有可能被消费者误认为是药品,从而过分依赖保健食品,可能贻误了接受正规科学医疗的机会。

2.7 保健功能范围及相对应的适宜人群、不适宜人群是什么？

保健功能	适宜人群	不适宜人群
1. 增强免疫力	免疫力低下者	
2. 抗氧化	中老年人	少年儿童
3. 辅助改善记忆	需要改善记忆者	
4. 缓解体力疲劳	易疲劳者	少年儿童
5. 减肥	单纯性肥胖人群	孕期及哺乳期妇女
6. 改善生长发育	生长发育不良的少年儿童	
7. 提高缺氧耐受力	处于缺氧环境者	
8. 对辐射危害有辅助保护功能	接触辐射者	
9. 辅助降血脂	血脂偏高者	少年儿童
10. 辅助降血糖	血糖偏高者	少年儿童
11. 改善睡眠	睡眠状况不佳者	少年儿童
12. 改善营养性贫血	营养性贫血者	
13. 对化学性肝损伤有辅助保护功能	有化学性肝损伤危险者	
14. 促进泌乳	哺乳期妇女	
15. 缓解视疲劳	视力易疲劳者	
16. 促进排铅	接触铅污染环境者	
17. 清咽	咽部不适者	
18. 辅助降血压	血压偏高者	少年儿童
19. 增加骨密度	中老年人	
20. 调节肠道菌群	肠道功能紊乱者	
21. 促进消化	消化不良者	
22. 通便	便秘者	
23. 对胃粘膜有辅助保护功能	轻度胃粘膜损伤者	
24. 祛痤疮	有痤疮者	儿童
25. 祛黄褐斑	有黄褐斑者	儿童
26. 改善皮肤水分	皮肤干燥者	
27. 改善皮肤油分	皮肤油分缺乏者	
28. 营养素补充剂	需要补充者	

2.8 目前保健食品批准证书编号的主要形式有哪些？

旧式证号	新式证号
国食健字 G/J 年份****	国食健注 G/J 年份****
卫食健字(年份)第***号	食健备 G/J 年份*****
卫进食健字(年份)第***号	

G代表国产;J代表进口

2.9 怀疑所购买的保健食品时如何进行网上查询？

记下保健食品批准文号,根据产品标签上的批准证书编号或者产品名称进行查询:

国家市场监管总局:<http://samr.saic.gov.cn/>

2.10 保健食品的标签由哪几部分构成？

保健食品标签、说明书的内容应当包括产品名称、主要原(辅)料、功效成分/标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量与食用方法、规格、保质期、贮藏方法和注意事项等。

2.11 购买保健食品要注意什么？

(1)到合法店铺购买,正规保健食品经营企业应在店内悬挂具有保健食品经营范围的《食品经营许可证》。

(2)购买保健食品时,宜向营业员明确说明买保健食品的目的。

(3)在选购之前,应仔细阅读说明书。

(4)仔细查看包装上的生产日期、有效期等内容,不要买过期保健食品。

(5)保管好购买凭证,如购物小票或发票,若质量有问题,购

物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭据。

(6)保健食品一般都是较长期食用才能达到保健的目的,不可期望所谓的“疗效”“速效”。

(7)要根据自己的经济情况,量力而行,不要一次性大量购买某一产品。

2.12 针对老年人,不法商家常用的十大骗局有哪些?

一些不法商家免费邀请老年人参加“健康讲座”等,大肆推销保健食品,骗取钱财,甚至还损害其身心健康,以下是不法商家常用的十大骗局,请老年人擦亮双眼,仔细鉴别。

(1)免费陷阱

(1.1)免费体检。保健食品推销员利用老年人不爱上医院的心理,装扮成“义诊医生”,像模像样地进行一些血压、血脂常规检查后,拿着检测结果煞有其事地指出消费者患有某些“疾病”,然后开始推荐产品。

(1.2)免费试用。在经过多次试用后,一些消费者由于心理作用感觉有效,或者多次试用后,人情难却而购买了该产品,但买回家后才发现存在很多问题。

(1.3)免费联欢。不法商家以公司周年大庆、回报社会献爱心之名,组织老人参加免费游玩,还提供专车接送,免费午餐,在游玩过程中,游说老人购买产品。

(1.4)免费健康咨询。开设“健康免费咨询热线”,只要消费者打进电话咨询,对方都会推荐“包治百病”的同种保健食品。

(2)温情麻痹

推销者抓住老人渴望亲情,害怕孤独的心理,隔三差五地打电话问候或带点小礼品上门拜访,嘘寒问暖拉家常,组织老人参加集体联欢,营造融洽的大家庭氛围。老人们往往逐步放松警惕,在情感的支配下购买那些功效不明、价格高昂的保健食品。

(3)人际游说

保健食品商家以高薪招纳一批社交网络庞大的业务员,让他们对身边熟悉的老年亲戚、朋友、同事等进行游说、推销。老年人有时碍于情面,有时则因轻信亲近的人而盲目购买。

(4)附赠诱惑

老人往往深受勤俭节约的传统思想影响,热衷于接受商家“免费、额外”赠送礼品。而保健食品商家往往也会根据老人的兴趣、爱好和生活需要设置购物附赠礼品,一些老人就是在这些礼品的诱惑下盲目购买了商家推销的保健食品。

(5)品牌误导

一些保健食品商家致力于自身品牌知名度的扩张,铺天盖地片面宣扬“名厂名牌”,使消费者尤其是老年人产生一种误解,肯定是疗效显著,才能这么有名气,购买这种产品准没错。因此陷入迷信名牌的误区,没有根据自身身体情况正确、合理地选购产品。

(6)雇托迷惑

雇托是不法商家惯用的手段,请来所谓的“专家”“学者”“权

威”在公开场合介绍该产品的“特殊疗效”和发布“权威检测报告”；或指使一些人假冒患者名义写感谢信、送锦旗、现身说疗效；或在销售现场制造抢购产品，制造购买者甚众、争先恐后的假象等。

(7) 回报承诺

推销者以“购买产品即可成为会员，而后推荐别人购买可获报酬，推荐越多报酬越高”的方式招揽生意，拓宽销路，这对已经失去稳定经济来源的老年人更具有诱惑力，老人们一不留神就容易盲目购买产品成为会员，甚至落入非法传销的圈套。

(8) 虚夸疗效

商家打着“绿色、健康、高科技、洋产品”的旗号，宣称其产品是“包治百病、治病于无形”的灵丹妙药，片面夸大保健食品功能，使消费者误以为保健食品可以替代药品使用，耽误了治疗疾病的最佳时机。同时，商家对一些保健食品存在的副作用及不适用对象只字不提，极可能损害消费者健康。

(9) 擅加成分

一些不法生产企业见利忘义，擅自在保健食品中添加某些具有特定功效的违禁药品成分，消费者食用后短时间可能起到缓解病痛症状的作用，进而对该保健食品产生信任感甚至形成依赖，长期使用对消费者的身心健康都将构成极大威胁。

(10) 流动设点

部分保健食品经销商采用租赁临时经营活动场所，设立流动摊点或者上门推销等方式开展活动，一旦发生重大纠纷或者被执

法部门查禁,马上转移藏匿,另起炉灶,逃避责任,产品的售后服务质量难以得到保障。

3. “食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答”

请参考“食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答”。

(二)宣传板横幅、标语

1. 尺寸

1.1 横幅:内容设置与主题活动相关。

1.2 横幅尺寸:8m*70cm,可根据活动场所情况进行调整。

2. 内容

2.1 购买食品时,尽量到正规的商店购买。

2.2 注意看食品的生产厂名、厂址、厂家电话及产品说明等是否齐全。

2.3 食品的基本功能是维持生命,与治疗疾病没有无关。

2.4 能治病的食品,当心是“药物添加”;

2.5 凡声称疾病预防、治疗功能的食品或保健食品,一律不要购买。

2.6 治理虚假宣传、维护健康权益。

2.7 保健食品不是药品,不以治疗疾病为目的。

2.8 选购保健食品请认清适宜人群和不适宜人群,选择适合自身需要的产品。

2.9 远离食品保健食品非法营销,保护自身健康。

2.10 合理消费保健食品,谨防“免费活动”虚假宣传。

2.12 购买保健食品请认准保健食品“蓝帽子”标识和国家批号。

(三)宣传板海报



骗术四 免费旅游陷阱型

警示语

天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上。



【行骗套路】

第一步：组织企业、商家组团，由公司老板或业务员以产品促销为名组织旅游。
第二步：以“免费旅游”名义吸引老年人参加旅游，在旅游过程中推销“保健品”，并以此类产品进行虚假宣传。
第三步：组织设计客户参加大量的免费旅游，制造旅游的氛围，然后在此过程中推销可以治疗慢性病的产品。

【危害性】

(一) 对老年人造成身心伤害，从而造成财产损失，甚至造成老年人身心健康。
(二) 破坏老年人家庭和睦，引发老年人子女之间的矛盾。



资料来源：浙江食药监工作指导小组办公室

骗术五 非法生产毒害型

警示语

假冒伪劣产品，危害健康。



【行骗套路】

第一步：生产假冒伪劣产品，大量生产各种伪劣产品，如假药、假保健品、假食品等，通过非法渠道销售。
第二步：利用各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。
第三步：利用各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。

【危害性】

(一) 生产假冒伪劣产品，通过非法渠道销售，危害健康，甚至造成人身伤害。
(二) 在贫困地区销售，造成经济损失，甚至造成人身伤害。



资料来源：浙江食药监工作指导小组办公室

骗术六 连环施计圈套型

警示语

眼见未必实，勿信口开河。



【行骗套路】

第一步：通过各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。
第二步：利用各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。
第三步：利用各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。

【危害性】

(一) 利用“连环计”手段，层层设套，危害健康。
(二) 利用各种渠道，如电视、报纸、网络等，进行虚假宣传，吸引老年人购买。



资料来源：浙江食药监工作指导小组办公室



第二步：按照国际标准将产品进行分类，将同类产品归并到同一类别，并进一步细分。



【附註】(一) 將該產品作為我國特產、宣傳性品，以虛偽的宣傳標語
誘導人們購買對國家損失。

(二) 經銷商明知其為假冒，卻作了認真的宣傳，促成了該項銷售。

資料來源：浙江醫學會工作部辦公室。



第二：开展世界中医药大会，针对世界中医药产品品牌建设和、提升中医药产品竞争力的国际性展会和论坛，向海外宣传；



【处理性】（一）将“封条”上门张贴，依法进行拘留。

（二）告知案件处理程序及当事人权利义务，告知其停止违法治疗，依法拘留。

（三）告知其合法权益，告知其法律责任，正警依法产生信心。

資料來源：浙江省鹽務工作部鹽務小組辦公室

[illegible]

【使用性】（一）专人行道，不得乱停放。
（二）产品在恶劣气候条件下使用，安全性能差。
（三）难以销售，难以推广人性化。

資料來源：浙江省電力工業廳學小總辦公室



骗术十 非法集资诱骗型

警示语

分红获利虚假，骗局不堪揭穿



【行骗套路】

第一步：专门招募老年人代理销售产品，声称产品好，公司实力强大，吸引老年人参与。

第二步：实施非法集资，利用老年人希望获利的心理，拿出该代理商缴纳一定金额的单据上可以按月获得分红。

第三步：将老年人缴纳的款项，免费提供给“以‘融资’等形式非法集资”的厂家及注册商标的产品。

【危害性】（一）通过招募销售，制造虚假、有诱惑力的形式，一步步将老年人思维，麻痹性。

（二）利用老年人渴望获利的心理，诱使老年人实施非法集资行为，使老年人财产损失。

（三）将老年人缴纳的款项，免费提供给老年人，老年人不知情，对老年人危害大。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

防范食品、保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法行为，国家市场监管总局特制定以下消费提示。

一、谨慎选择好货源。

制定购买食品的计划和购买产品，特别要注意商家是否有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、营销电话等方式购买产品，也应先行确认资质情况。

二、提升包装和宣传。

仔细查看外包装和宣传产品相关信息，做好“四不”。

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买包装上印有食品生产许可证号的产品；
- 不要购买包装上印有保健食品批号的产品；
- 不要购买包装上印有保健食品批号，但无保健食品批号的产品。

三、警惕广告和宣传内容。

科学、理性看待食品、保健食品广告和宣传。

- 凡声称能治病、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加以产品推销为目的的讲座、专家报告会。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打 12331、12315 热线电话进行投诉举报。

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为 消费提示



一看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；

不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；保健食品广告中未声明本品不能代替药物的，一律不要购买，不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

四索购买相关凭证。保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭证。



如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的，
可以拨打 **12331** 热线电话进行投诉举报。

(四)现场演讲稿内容

1. 主题

1.1 如何避免购买保健食品上当？

1.2 如何正确的选择保健食品？

2. 演讲稿内容

2.1 购买保健食品预防上当受骗的办法：

(参考资料:原食药总局官网

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/224568.html>)

第一,保健食品不是药品。保健食品一般需要较长时间服用才能对身体起到保健作用,不能相信所谓的“疗效”、“速效”。如需治疗疾病应在医生的指导下服用药物或采取相应的治疗措施,切忌听信会议讲座、街头小报的虚假宣传,用保健食品代替药品,以致延误治疗时间,加重病情。有关宣传治疗恶性肿瘤、疑难杂症和各种疾病的所谓保健食品小广告,均属于违法广告,消费者千万不要为治疗某一疾病而购买保健食品。国家市场监管总局正在采取措施,严厉打击有关非法宣传行为。

第二,选择保健食品,必须针对自己的身体状况。如,免疫力低下、失眠、单纯性肥胖者,可以选择相应的增强免疫力、改善睡眠、减肥类保健食品。消费者应当充分了解自身的情况,合理选择,切忌在选购时轻信广告、盲目跟风。同时,消费者应当按照标签说明书载明的使用方法,科学使用保健食品。

第三,购买保健食品,须认准保健食品标志和批准文号。保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和

批准部门。目前市场上存在原卫生部(1996年11月至2003年7月)和原国家食品药品监督管理局(2003年10月之后)批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”,下面有“中华人民共和国卫生部批准”字样;原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”,下面有“国家食品药品监督管理局批准”字样。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,可以登陆国家市场监督管理总局(<http://samr.saic.gov.cn/>)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。

请认准以下标识:

2003年以前的国产及进口保健食品批准文号、保健食品标识为:



2.2 如何正确选择保健食品?

(参考资料:原食药总局官网:

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/179152.html>)

(1)看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品,特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品,也应先行确认资质信息。

(2)看产品标志。

要认准外包装上的保健食品标志,正规保健食品都有对应的批准文号。保健食品的标志为天蓝色专用标志,与批准文号上下排列或并列。不要购买标签上没有保健食品批准文号,但声称是保健食品的产品。若对购买的保健食品质量有所怀疑,可记下保健食品批准文号,在原国家食品药品监督管理总局网站的数据库中查询。

(3)看包装标识。

保健食品包装标识必须注明以下项目:1、保健食品名称;2、净含量及固形物含量;3、配料;4、功效成分;5、保健作用或保健功能;6、适宜人群、不适宜人群;7、食用方法;8、日期标示(生产日期及保质期);9、储藏方法;10、执行标准;11、保健食品生产企业名称及地址;12、生产许可证号。不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品;不要购买标签上没有食品生产许可证号的产品。

(4)要注意产品的禁忌。

保健食品只适宜特定人群调节机体功能时食用,因此要对症选购。要详细查看产品标签和说明书,看看食用者是不是该产品的“特定人群”,或者是不是“不适宜人群”。老年人、体弱多病或患有慢性疾病的病人、儿童(含婴幼儿)及青少年、孕妇乳母要谨慎选择。不要购买声称疾病预防、治疗功能的保健食品。

(5)不以价格来衡量保健食品效果强弱。

因为产品剂量、添加物质和品牌不同,保健食品价格也不一样。如果您不需要更多的添加内容(如加钙等),那么选择功能少些、价格低些的保健食品就可以了。另外,不要相信任何百分比,比如吸收率、沉积率、使用率、有效率、治愈率等。

3. 现场演讲备用ppt

3.1 食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例



食品保健食品的消费陷阱



市场监管总局主题日

骗术一 假借公益欺骗型

【行骗套路】

第一步:

以读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步:

刊登广告、发放小礼品等形式,吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步:

借助“全国健康万里行”“老年人健康俱乐部”“夕阳红旅游”等公益活动的名义,组织所谓“专家”以网络视频会议的形式,同时对读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”,现场开展各种互动,会后一对一诱导与会老人高价购买产品。

【危害性】

- (一) 披上合法外衣,借助公益活动,更具欺骗性。
- (二) 利用网络视频会议形式和高科技手段,危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名,行谋财害命之实



市场监管总局主题日

骗术二 冒充专家恐吓型

【行骗套路】

第一步:

将“假专家”进行造势包装、宣传。

第二步:

组织健康讲座和体检,由“假专家”介绍老年人(中风)等疾病的严重性,让消费者产生恐慌心理。

第三步:

由“假专家”开展“一对一”的“治疗”,解读体检报告,渲染体检结果的严重性,吓唬消费者,给消费者“下危机”,并给出解决方案(使用特制产品治疗),从而达到高价销售产品的目的。

【危害性】

- (一) “假专家”随意编造头衔,使消费者老人上当受骗,延误病情。
- (二) 产品价格虚高,甚至数十倍,骗取老年人多年积蓄。
- (三) 破坏家庭和谐,导致很多家庭老人与子女之间的矛盾。

【警示语】食品保健食品不能治病,假专家害人不少



市场监管总局主题日

骗术三 瞒天过海神吹型

【行骗套路】

第一步：

在普通酒、饮品中添加“地塞米松、吗啡类、阿司匹林、双氢芬酸钠”等化学成分。

第二步：

通过广告代理商，营造热销氛围，感觉大家都在买。

第三步：

利用广告“神吹”，“秘力”诱导，将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。比如宣称“XX酒”拥有独特秘方，采用纯天然中草药植物配制成，无杂质，可治疗痛风、颈椎病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

- (一)“神药”添加了国家明令禁止添加的西药，长期食用对人体健康危害极大，特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。
- (二)神吹广告具有欺骗性，老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药



市场监管总局主题日

骗术四 免费旅游陷阱型

【行骗套路】

第一步：

组织会议，观看视频，由公司老总亲自演说公司产品治疗百病的神奇功效。

第二步：

以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游，在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。

第三步：

谎称部分客户有很大的患癌风险，故意制造恐慌气氛，然后借此推销声称可以治疗癌症的产品。

【危害性】

- (一)对老年人虚假关心，从而骗取钱财，甚至危害老年人身心健康。
- (二)破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上



市场监管总局主题日

骗术五 非法生产毒害型

【行骗套路】

第一步：

生产者设立生产窝点，大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊，并通过网络向全国批发销售。

第二步：

代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后，定制外包装，成立多个微商团队，通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销售全国。

第三步：

私刻国家行政机关公章、业务专用章、事项许可证等，伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

- (一)生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动，隐蔽性强，受害人群大。
- (二)在高额利润的驱使下，犯罪团伙参与人数多、范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药，减肥壮阳谨防受骗

市场监管总局主题日

骗术六 连环施计圈套型

【行骗套路】

第一步：

通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防和辅助治疗肿瘤；降低尿酸，缓解痛风；预防骨质疏松；预防和辅助治疗感冒。

第二步：

收集患者的病例，用于宣传产品对治疗肿瘤、骨质疏松等具有显著成效。

第三步：

组织“癌症”患者现场说法，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。

第四步：

主打“亲情牌”，认“干爹”“干妈”，利用老年人心软的特点，抓住老年人孤独的心理，哄骗其购买产品。

【危害性】

(一) 利用“癌症”患者现场说法，欺骗性强。

(二) 将普通食品渲染成能治疗癌症的神药，延误正规治疗，容易延误癌症患者的治疗，造成无法挽回的损失，保健食品也不是药品，没有治疗作用。长期服用可以改善肌肤、调节身体状况，但是不能治病。

【警示语】眼见未必实，有病正规治

市场监管总局主题日

骗术七 虚构认证伪装型

【行骗套路】

第一步：

分发宣传资料，以免费领取礼品、礼物的方式，吸引老年顾客到店，获得客源，登记个人信息。

第二步：

定期组织健康讲座和产品宣传会，虚构宣传产品具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：

使用“国内唯一”“全球公认”“美国xx医学院临床证明”“欧盟EDQM认证、美国BRC认证、瑞士SGS认证”等权威认证信息，将产品伪装成高科技产品，并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一) 将普通食品伪装成高科技产品，欺骗性强，且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二) 虚假使用权威认证，破坏了认证的权威性，破坏了政府信誉。

【警示语】认准蓝帽子，识别假权威

市场监管总局主题日

骗术八 量身定制诱导型

【行骗套路】

第一步：

开展健康讲座宣传产品，并印制宣称产品适用多种疾病，配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散发，向消费者散发。

第二步：

发展会员并将其虚假包装成“专家”，宣传其为“老师”，由“老师”上门推销。

第三步：

“老师”针对消费者的病情拿出“量身定制”的营销方案，渲染消费者病情的严重性，“一对一”的“治疗”方案，进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】

(一) 假“老师”上门推销，违法行为隐蔽。

(二) 虚假宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

(三) 导致社会信誉丧失、人际关系缺乏信任，正常交往产生戒心。

【警示语】定制服务是假，推销骗财是真



市场监管总局主题日

骗术九 自编自演体验型

【行骗套路】

第一步：

推出免费体验，以“体验店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，衬托其宣传并销售产品高大上的形象。

第二步：

宣称产品包治百病，夸大产品功效。体验期间向体验者宣传产品的功能，即“净化血液、清血排毒、活化细胞、促进新陈代谢、安定神经、促进激素分泌”。

第三步：

通过播放虚构的体验者回访视频，假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式，宣传产品对“改善身体”、“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。

第四步：

在体验活动中自编自导消费者抢购场景，制造畅销假象。

【危害性】

(一) 夸大疗效，误导消费者。

(二) 产品在无医生指导下使用，安全隐患大。

(三) 高价销售，掏空老年人腰包。

【警示语】别让免费蒙蔽眼，体验背后是骗钱

市场监管总局主题日

骗术十 非法集资诱骗型

【行骗套路】

第一步：

专门招募老年人代理推销产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参与。

第二步：

实施非法集资，利用老年人希望获利的心理，突出该代理活动在缴纳一定本金的基础上可以按月获得分红。

第三步：

待老年人缴纳费用后，免费提供产品，以“赠品”反馈形式派发假冒厂名厂址及注册商标的产品。

【危害性】

(一) 通过包装项目、制造卖点、有偿赠品的形式，一步步降低老年人警惕性，欺骗性强。

(二) 利用投资高额回报的手段，达到对老年人实施非法集资的目的，使得老年人钱财受骗数额大，后果严重。

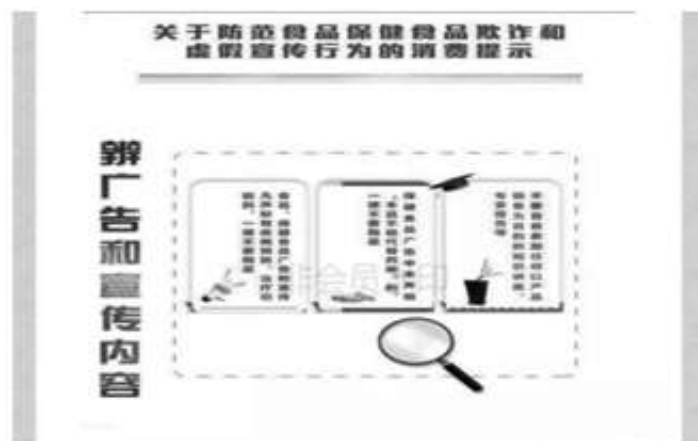
(三) 将假冒产品送回销售给老年人，老年人饮用后，对身体危害大。

【警示语】分红获利须警惕，偷鸡不成蚀把米

关于防范食品保健品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

销售场所资质

到证照齐全的正常场所购买产品，
特别要注意有没有营业执照和
食品经营许可证。
通过网络、会议、电视、直销和
电话等方式购买产品，也应先行
确认资质信息。



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法行为，国家市场监督管理总局特别提示关注以下三方面。

一看销售场所资质。

到证照齐全的正经场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”。

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；
- 不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传：

- 凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12315、12315热线电话进行投诉举报。



3.2 “认识保健食品的安全和功效”

认识保健食品的安全和功效

保健食品的定义

GB 16740-2014 《食品安全国家标准保健食品》：

- 保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。
- 保健食品既不同于普通食品，也不同于药品，它是一种特定的具有调节人体机能作用的某一功能食品种类，亦可称之为功能性食品。

保健食品与一般食品有什么区别？

国际食品法典委员会（CAC）CODEXSTAN1: 1985
《预包装食品标签通用标准》对“一般食品”的定义是：

“指供人类食用的，不论是加工的、半加工的或未加工的任何物质，包括饮料、胶姆糖，以及在食品制造、调制或处理过程中使用的任何物质；但不包括化妆品、烟草或只作药物用的物质”。

国家标准GB/T15901-1994《食品工业基本术语》第2.1条将“一般食品”定义为“可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。”

国家标准和国际标准的定义文字表达不同，但涵义一致，概括起来就是：

供人类食用的所有物质。在GB16740-1997《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健（功能）食品定义为：

“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

保健食品的安全保障

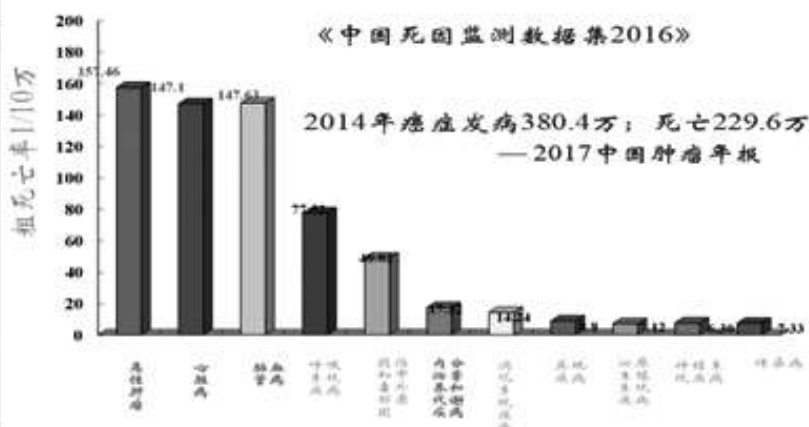
《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十九条 保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定外，还应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的保健食品广告目录以及批准的广告内容。

专家委员会各专业组审评内容：

- 配方
配方及配方依据、研发报告中功能筛选部分
- 毒理
毒理学安全性评价报告、新原料的食用安全性
- 生产工艺
生产工艺、研制报告中工艺优选部分、质量标准、送审样品
- 卫生学
卫生学、稳定性及功效成分检测报告、功效成分检验方法、质量标准
- 功能
功能学评价报告、产品说明书

保健食品的功能



- 关于印发抗氧化功能评价方法等9个保健功能评价方法的通知 (2012.05.01施行)

抗氧化、对胃粘膜损伤有辅助保护功能、辅助降血糖、缓解视疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、促进排铅、减肥、清咽

- 关于进一步加强保健食品人体试食试验有关工作的通知
- 关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知





谢谢！

(五)现场有奖问答

(主持人提问观众回答)

1. 叔叔阿姨大部分都曾经购买过保健食品吧,是不是都曾经看到很多商家说他们的产品可以抗癌、延年益寿等等,那么目前我国批准允许的功能声称只有27种,前边市场监管局的专家老师也已经给大家普及过了,那哪位能告诉我,抑制肿瘤在这27种里吗?请抢答。

正确答案:不是。

2. 叔叔阿姨,请问保健食品的标志是什么样子的?

正确答案:是蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。

3. 购买保健食品时,应该重点关注那三个方面?

正确答案:销售场所资质、外包装和说明书。

4. 一个保健食品批准文号能对应多个产品吗?

正确答案:不能。所以当您在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎。

5. 如发现违法生产经营保健食品,可及时向当地市场监管部门举报,举报电话多少?

正确答案:12315、12331。

6. 得了心脏病,可以吃保健食品吗?

正确答案:不行。保健食品不能治病,生病了还是需要去医院就诊。

7. 当我们购买了保健食品,是不是就一定能保证身体健康呢?

正确答案:不是。保健食品主要是调节身体机能,吃动平衡才是健康的关键。

8. 看见推销人员宣传说XX公司提取植物天然原料,所得最新研究成果,能延缓衰老,延年益寿,并安排免费参观,这样的话能信吗?

正确答案:不能。保健食品不是灵丹妙药,并不具备“神奇”的功能。

9. 保健食品可以代替日常饮食吗?

正确答案:不能。保健食品不能代替日常饮食,仅仅是补充饮食不够全面所缺乏的营养。

10. 参加“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动,却在活动现场销售保健食品,这属于哪种骗术?

正确答案:假借公益型骗术。以健康等公益活动为主题的销售行为,都属于假借公益型骗术。

附件2

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传 商超宣传方案

目 录

一、活动目的	42
二、参加人员	42
三、活动流程	42
(一)活动流程简介	42
(二)宣传形式	43
四、素材内容	43
(一)知识卡片、折页	43
(二)宣传视频	43
1. 视频资料	43
2. 视频内容	44
(三)展板、海报	45
1. 展板文字	45
(1)保健(功能)食品与一般食品有什么区别?	45
(2)保健食品应当具有哪些特点?	45
(3)哪些人群适合服用保健食品?	46
(4)保健食品可以宣称的 27 种功能	46
(5)如何鉴别保健食品真伪?	48
(6)请认准以下标识	49

(7)《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》	49
2.海报图片	53
(四)指示卡片	58
(五)公益演讲	59
1.宣讲人员	59
2.讲稿内容	59
(1)什么是保健食品?	59
(2)如何鉴别保健食品?	59
(3)哪些属于食品与保健食品的虚假宣传	60
(4)购买保健食品预防上当受骗的办法	61
(5)选购保健食品要牢记“五个注意”	61
(6)防止受欺骗要提高“五个警惕”	62
(7)食品保健食品欺诈和虚假宣传有哪些?	62
(8)如何选购保健食品	66
(六)演讲用PPT	68
1.PPT:“食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例”	68
2.PPT:“认识保健食品的安全和功效”	74
(七)知识手册	78
1.“科学选用保健食品”	78
2.“食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答”	78
五、有奖问答	78

商超宣传方案

一、活动目的

通过阐述防范食品保健食品欺诈和虚假宣传的基本知识和防骗注意事项,分享消费经验,提倡“科学饮食、理性消费”理念,帮助公众避免上当受骗,主动维护自身健康权益。

二、参加人员

商超购物者及经营管理人员,50-100人。

三、活动流程

(一)活动流程简介

1. 在主要商超设置打击“违规促销”“假冒伪劣食品”食品保健食品宣传站点,告知消费者不要购买无生产日期、无质量合格证以及无生产厂家,来路不明的产品。

2. 制作横幅、科普展板、视频等科普材料,在商超人流较大地方悬挂摆放,如电视屏幕、宣传墙等,同时向消费者发放知识手册,播放视频。

3. 制作购物指示卡片,在商超主要货架摆放,传播食品保健食品欺诈与虚假宣传知识和防骗提示。

4. 在典型商超开展专题宣传活动。活动流程:

(1)领导讲话,介绍宣传活动背景及情况。

(2)监管人员分享打击食品保健食品欺诈与虚假宣传典型案例,提示防骗技巧。

(3)邀请专家参加活动,科普食品保健食品欺诈与虚假宣传相关知识。

(4)播放《整治进行时》、《较量》视频。

(二)宣传形式

1. 制作食品和保健食品相关知识卡片、折页。

2. 播放相关动画、宣传视频。

3. 设计展板、海报。

4. 制作购物指示卡片。

5. 组织食品保健食品公益宣讲、专家咨询等活动。

6. 发放食品保健食品发放科普知识手册等。

四、素材内容

(一)知识卡片、折页

1. 科学选用保健食品。

2. 食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答。

(二)宣传视频

1. 视频资料

选取原食药总局及地方食药局所制作的关于食品保健食品的相关视频在社区活动中心播放,内容主要以针对人群(包括慢

性病人、骨质疏松、三高人群等)如何选择保健食品,保健食品基本知识、保健食品如何防骗、保健食品消费提示等。

视频选用原食药总局官网中李可基教授解读保健食品的食品作为内容。

2. 视频内容

(1)总局及地方局制作如:你适合吃保健食品吗?

<<https://weibo.com/tv/v/FDGFkgO7E>>

(2)如何擦亮眼睛购买保健食品?

<<https://weibo.com/3166469600/F3lhrknLY>>

(3)防骗指南

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226634.html>>

(4)保健食品销售骗局常见套路(上)

<<https://weibo.com/tv/v/FEs6wx3yp>>

(5)保健食品销售骗局常见套路(下)

<<https://weibo.com/tv/v/FFwgjCM6I>>

(6)如何明辨保健食品的真伪?

<<https://weibo.com/tv/v/FpGUt6knW>>

(7)保健食品安全如何保障?

<<https://weibo.com/tv/v/F1HubDHnD>>

(8)警惕保健食品违法广告

<<https://weibo.com/tv/v/F0BsReIVq>>

(9)保健食品消费提示

<<https://weibo.com/tv/v/Ernti8wGh>>

(三)展板、海报

1. 展板文字

(1)保健(功能)食品与一般食品有什么区别?

食品是指“各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品,但是不包括以治疗为目的的物品”。(《食品安全法》第一百五十条)

保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。(《中华人民共和国食品安全法释义》)

(2)保健食品应当具有哪些特点?

保健食品是食品而不是药品,药品是用来治疗疾病的,而保健食品不以治疗疾病为目的,不追求临床治疗效果,也不能宣传治疗作用。保健食品重在调节机体内环境平衡与生理节律,增强机体的防御功能,达到保健康复的目的。保健食品具有一般食品的共性,即营养性,提供人体所需要的营养;感官性,提供色、香、味、形、质等以满足人们不同的嗜好和要求;安全性,必须符合食品卫生要求,必须不对人体产生急性、亚急性或慢性危害,而药品则允许有一定程度的毒副作用。

保健食品应具功能性,即具有调节机体功能,这是保健食品与一般食品的区别。它至少应具有调节人体机能作用的某一种功能,如免疫调节功能、延缓衰老功能、改善记忆功能、促进生长发育功能、抗疲劳功能、减肥功能等。其功能必需经必要的动物或人群功能试验,证明其功能明确、可靠。

(3)哪些人群适合服用保健食品?

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。

保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。

例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

(4)保健食品可以宣称的27种功能

(参考资料:原食药总局官网

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL0087/168507.html>)

序号	功能类别	序号	功能类别
1	增强免疫力	15	减肥
2	辅助降血脂	16	改善生长发育
3	辅助降血糖	17	增加骨密度
4	抗氧化	18	改善营养性贫血
5	辅助改善记忆	19	对化学性肝损伤的 辅助保护作用
6	缓解视疲劳	20	祛痤疮
7	促进排铅	21	祛黄褐斑
8	清咽	22	改善皮肤水份
9	辅助降血压	23	改善皮肤油份
10	改善睡眠	24	调节肠道菌群
11	促进泌乳	25	促进消化
12	缓解体力疲劳	26	通便
13	提高缺氧耐受力	27	对胃粘膜损伤 有辅助保护功能
14	对辐射危害 有辅助保护功能		

(5)如何鉴别保健食品真伪?

(5.1)购买保健食品确保通过正规渠道购买;

(5.2)先看有无“小蓝帽”标识这是国家为了让消费者辨认区分真假保健食品的特制标志;

(5.3)其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分;

(5.4)看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和保健食品生产的强制项目;

(5.5)看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细;

购买保健食品,须认准保健食品标志和批准文号。保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部(1996年11月至2003年7月)和原国家食品药品监督管理局(2003年10月之后)批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”,下面有“中华人民共和国卫生部批准”字样;原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”,下面有“国家食品药品监督管理局批准”字样。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产

品的情况,务必谨慎,可以登陆国家市场监督管理总局网站(<http://samr.saic.gov.cn/>)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。

(6)请认准以下标识

(6.1)2003年以前的国产及进口保健食品批准文号、保健食品标识为:



国产保健食品标识(2003年前)进口保健食品标识(2003年前)

(6.2)2004年以后国产及进口保健食品批准文号、保健食品标识为:



国产保健食品标识(2004年后)进口保健食品标识(2004年后)

(7)《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》

(7.1)湖南衡阳周某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,湖南省衡阳市食品药品监督管理局联合公安机关捣毁非法销售窝点3处,查获犯罪嫌疑人周某、李某及下线阮某、谢某、黄某利用互联网销售添加西布曲明、酚酞等国家禁止添加药

物的食品,涉案货值2亿元。周某等犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

(7.2)浙江湖州胡某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年5月,浙江省安吉县市场监管局接到举报,反映市售“亿好酒”和“益草康”等凉茶宣称疾病治疗功能,立即组织查处。经湖州市食品药品检验研究院检验,在6个批次“亿好酒”中检出地塞米松、吲哚美辛,在4个批次“益草康”中检出双氯芬酸钠,涉案货值1000多万元。犯罪嫌疑人胡某等人已被移送公安机关处置。

(7.3)重庆余某等人生产经营非法添加药品的食品案

2017年9月,重庆市食品药品监督管理局会同公安机关捣毁余某等人在重庆市九龙坡区设立的3处无证生产、销售非法添加西布曲明的食品(欧雷顿Z7咖啡)窝点,涉案货值1000万元。犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

(7.4)北京延庆北京奶鲜生食品有限公司未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期案

2017年9月,北京市延庆区食品药品监督管理局查实北京奶鲜生食品有限公司存在未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期行为,涉案货值20余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,对当事人给予行政处罚:没收违法生产的食品和用于违法生产的原料、工具、设备等物品,折合人民

币4万元;没收违法所得19.8万元;并处罚款342.8万元。

(7.5)广东广州恒元堂健康管理有限公司未经许可销售食品保健食品案

2017年9月,广东省广州市食品药品监督管理局查实广州市恒元堂健康管理有限公司存在利用会议营销形式,未经许可非法从事食品保健食品销售行为,涉案产品货值金额为10万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等规定,对当事人给予行政处罚:没收违法经营的食物;没收违法所得1.3万元;罚款160.2万元。

(7.6)辽宁鞍山康寿家园保健品店生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,辽宁省鞍山市食品药品监督管理局破获鞍山市铁东区康寿家园保健品店销售非法添加苯乙双胍药品的食品案。捣毁制售黑窝点1个,及时将犯罪嫌疑人黄某移送公安机关处置。该局依据《食品安全法》第一百三十五条第二款规定,对黄某处以终生不得从事食品生产经营管理工作、不得担任食品生产经营企业食品安全管理人员的行政处罚。

(7.7)山西晋城司志强羊蝎子火锅凤西店未经许可经营食品案

2017年7月,山西省晋城市食品药品监督管理局查实司志强羊蝎子火锅凤西店存在无证经营行为,违法货值金额10余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,给予当

事人行政处罚:没收用于违法生产经营的工具;没收违法所得;并处罚款102.3万元。

(7.8)湖北大悟县龙某某未经许可销售保健食品案

2017年7月,湖北省大悟县食品药品监督管理局联合公安机关成功破获了龙某某无证销售保健食品案,关停会议营销场所1个。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款的有关规定,给予当事人行政处罚:没收违法经营的“蜂胶软胶囊”等6类保健食品5941瓶(箱);没收违法所得并处以罚款,合计4.9万元。

(7.9)重庆云阳县韩妹餐饮店非法添加非食用物质案

2017年7月,重庆市云阳县食品药品监管分局接到举报,反映韩妹餐饮店加工的羊杂面含有吗啡等违禁物质。经重庆市万州食品药品检验所检验,检测结果显示从该店抽样的羊杂面含有罂粟碱、吗啡和那可丁成分。该局依据《食品安全法》第一百二十三条第一款等有关规定,吊销当事人食品经营许可证。

(7.10)甘肃庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期食品案

2017年7月,甘肃省平凉市庄浪县食品药品监督管理局查获庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期案。该局依据《食品安全法》第一百二十四条第一款等有关规定,对当事人作出行政处罚:没收标注虚假生产日期的食品20千克,没收手动打码机1台;没收违法所得并处以罚款,合计10万元。

2. 海报图片



W W

資料來源：浙江省鹽務工作領導小組辦公室

骗术七 虚构认证伪装型

警示语

认准帽子，
识别假权威



【行骗套路】

第一步：分发宣传材料，以免费赠送礼品、礼券的方式，吸引老年消费者，获得数据，登记个人信息。

第二步：定期组织健康讲座和产品发布会，虚构宣传产品具有预防及改善心脑血管疾病、包治百病无法证实的医疗功效。

第三步：使用“国内唯一”“全球公认”“美国XX医学环境研究所”“欧盟IQM认证、美国RHC认证、瑞士SGS认证”等权威认证证书，将产品包装成高科技产品，并收取高价向老年消费者推销。

【危害性】（一）将普通食品包装成高科技产品，欺骗性强，造成高价销售使老年人经济负担加重，破坏了认证权威性，破坏了市场秩序。

（二）虚构权威认证，破坏了认证的权威性，破坏了市场秩序。



资料来源：浙江省食品药品监管局办公室

骗术八 量身定制诱导型

警示语

定制服务是假，
推销产品是真



【行骗套路】

第一步：开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病、高科技添加多种名贵中药材的虚假宣传海报，向消费者散发。

第二步：宣称由非医疗机构聘请“专家”，宣传成为“老病”，由“老病”上门诊断。

第三步：“老病”针对消费者的病情拿出“量身定制”的诊疗方案，强调消费者病情的严重性，针对性提出“一对一”的“治疗”方案，进一步诱导“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】（一）假“老病”上门诊断，诱导行为违法。

（二）虚构宣传健康产品能治疗产品外字范围治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

（三）导致社会资源浪费，人际关系缺乏信任，正常医疗产生信心。



资料来源：浙江省食品药品监管局办公室

骗术九 自编自演体验型

警示语

别让免费体验
圈，体验背后
是圈套



【行骗套路】

第一步：推出免费体验，以“体验馆”“国际某某展示”“荣誉证书”等名义，利用其宣传并销售产品最大上的利益。

第二步：宣称产品能治百病，夸大产品功效，体验期间内体验者宣传产品的功效，如“净化血液、清血解毒、活血化瘀、促进新陈代谢、安定神经、促进血液循环”。

第三步：通过编造虚构的体验者好评视频，假借体验者名义将自已制作的视频等形式，宣传产品对“改善身体”“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。

第四步：在体验馆中由体验者向消费者推销产品，制造销售假象。

【危害性】（一）夸大疗效，误导消费者。

（二）产品在无医生指导下使用，安全隐患大。

（三）高价销售，损害老年人健康。



资料来源：浙江省食品药品监管局办公室

骗术十 非法集资诱骗型

警示语

分红获利虚言
骗局不成
钱归无



【行骗套路】

第一步：专门招募老年人代理推销产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参与。

第二步：采用非法集资，利用老年人渴望获利的心理，突出该代理活动能带来一笔丰厚的基础上可以按月获得分红。

第三步：将老年人缴纳的款项，包装成产品，以“赠品”形式派发给推广广告及注册商的产品。

【危害性】

（一）通过传销模式、制造卖点、虚构事实的形式，一步步将老年人诱骗，蒙骗性高。

（二）利用老年人渴望获利的心理，达到对老年人实施非法集资的目的，使得老年人财产损失较大，影响严重。

（三）非法集资产品往往被用于老年人、老年人投资，对身体健康大。



资料来源：浙江省司法厅工作指导小组办公室

防范食品、保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法行为，国家市场监管总局特别提示关注以下三方面：

一、看经营场所。

到正规齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二、看外包装和说明书。

仔细查看外包装和说明书产品相关信息，做好“四看”：

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买包装上没有食品生产许可证号的产品；
- 不要购买包装上没有食品生产许可证号的产品；
- 不要购买包装上没有保健食品批准文号、批准文号的产品。

三、看广告和宣传内容。

科学、理性看待食品、保健食品广告和宣传：

- 凡声称能治病、治行无效的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未注明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加以产品推销为目的的知识讲座、专家报告会。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打 12331、12315 热线电话进行投诉举报。



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为 消费提示



一看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；

不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；保健食品广告中未声明本品不能代替药物的，一律不要购买。不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

四索购买相关凭证。保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭证。



如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的，
可以拨打 **12331** 热线电话进行投诉举报。

(四)指示卡片




**谨慎参加免费活动，
防止上当受骗。**



你已走 600 米，共消耗 29 千卡。



**保健食品不含全面的营养素，不能全
面代替日常饮食，要坚持正常饮食。**



**食品保健食品不能替代药物，没有
治疗作用，不可轻信广告宣传。**



你已走 1500 米，共消耗 72.5 千卡。



**注意均衡饮食，
合理运动，促进身体健康。**



你已走 2000 米，共消耗 98 千卡。



(五)公益演讲

1. 宣讲人员

宣讲人群可为市场监管执法人员、专家学者等。

2. 讲稿内容

(1)什么是保健食品？

保健食品，是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。（《中华人民共和国食品安全法释义》）。

（参考市场监管总局：<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/229620.html>）。

(2)如何鉴别保健食品？

首先，保健食品最特殊的标志就是在外包装的“主要展示版面”的左上方应并排或上下排列标注保健食品的“蓝帽子标志”，为天蓝色图案，下有“保健食品”字样。

其次，在“蓝帽子”标志下方必须标注批准文号并且批准文号

格式须统一。如“国食健字【年号】××××号”，或“卫食健字【年号】××××号”。国产保健食品的批准文号是“卫(国)食健字”，进口保健食品是“卫(进)食健字”。

再次，保健食品的批准名称不提功效，包装必须注明：名称、净含量及固形物含量、配料、功效成分、保健作用、适宜人群、食用方法、日期标示(生产日期及保质期)、储藏方法、执行标准、保健食品生产企业名称及地址、生产许可证号等。

最后，消费者还可以通过登录国家市场监督管理总局(<http://samr.saic.gov.cn/>)查询该保健食品是否正规。

(3)哪些属于食品与保健食品的虚假宣传

(3.1)食品的标签、说明书，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。非保健食品的标签不得明示或者暗示具有保健功能。

(3.2)保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

(3.3)食品保健食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品还应当声明“本品不能代替药物”。

(3.4)食品保健食品的广告、宣传册、音频视频、会议讲座的

内容,都不得偏离标签、说明书标示的内容,严禁涉及疾病预防、治疗功能。

(4)购买保健食品预防上当受骗的办法

(参考资料来源:国家市场监管总局(<http://samr.saic.gov.cn/>))

采购食品要做到“五个查看”

(4.1)查看商家是否持有合法有效的食品经营许可证、营业执照。

(4.2)查看食品包装标签上的食品名称、规格、净含量、生产日期,成分或配料表,生产者的名称、地址、联系方式,保质期,产品标准代号,贮存条件,食品添加剂的通用名称,生产许可证编号等是否清楚齐全。

(4.3)查看食品是否超过保质期。

(4.4)查看外包装是否整洁,有无破损异常,真空包装食品是否出现漏气、胀袋等现象。

(4.5)查看购物凭据的内容是否与实物一致,并妥善保管。

(5)选购保健食品要牢记“五个注意”

(5.1)注意保健食品是食品的特殊种类,不能预防疾病,更不能代替药品。

(5.2)注意保健食品不能代替其他食品,要坚持正常饮食。

(5.3)注意保健食品不是灵丹妙药,切勿听信将保健食品比作包治百病的虚假夸大宣传。

(5.4)确实需要购买保健食品的,注意到信誉好、证照齐全的

正规商场、超市、药店或专卖店选购。

(5.5)选购保健食品要注意认准“蓝帽子”标志,索取并保存好购买票据。

(6)防止受欺骗要提高“五个警惕”

(6.1)警惕“药到病除”,一些非法保健食品广告声称可以治疗某种疾病,常用如“根治”“无效退款”“无毒副作用”等承诺欺骗、诱导消费者。

(6.2)警惕“健康讲座”,一些不法商家利用“访谈、讲座”等形式,邀请一些假冒专家、教授和老中医开展“养生”讲座,借机兜售保健食品。

(6.3)警惕“免费服务”,一些不法商家通过“赠药”“免费试用”等方式组织促销活动,让人在不知不觉中被“洗脑”。

(6.4)警惕“权威证明”,一些非法保健食品广告以国家机关及事业单位、学术机构、行业组织的名义和形象,为产品的功效作说明,以“科学研究发现”为幌子行骗。

(6.5)警惕“专家义诊”,不要相信所谓“专家”“教授”开展的免费体检或义诊,不要因此被诱骗购买一堆不知真假的“保健食品”。

(7)食品保健食品欺诈和虚假宣传有哪些?

(参考资料:《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226760.html>)

(7.1)湖南衡阳周某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,湖南省衡阳市食品药品监督管理局联合公安机关捣毁非法销售窝点3处,查获犯罪嫌疑人周某、李某及下线阮某、谢某、黄某利用互联网销售添加西布曲明、酚酞等国家禁止添加药物的食品,涉案货值2亿元。周某等犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

(7.2)浙江湖州胡某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年5月,浙江省安吉县市场监管局接到举报,反映市售“亿好酒”和“益草康”等凉茶宣称疾病治疗功能,立即组织查处。经湖州市食品药品检验研究院检验,在6个批次“亿好酒”中检出地塞米松、吲哚美辛,在4个批次“益草康”中检出双氯芬酸钠,涉案货值1000多万元。犯罪嫌疑人胡某等人已被移送公安机关处置。

(7.3)重庆余某等人生产经营非法添加药品的食品案

2017年9月,重庆市食品药品监督管理局会同公安机关捣毁余某等人在重庆市九龙坡区设立的3处无证生产、销售非法添加西布曲明的食品(欧雷顿Z7咖啡)窝点,涉案货值1000万元。犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

(7.4)北京延庆北京奶鲜生食品有限公司未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期案

2017年9月,北京市延庆区食品药品监督管理局查实北京奶鲜生食品有限公司存在未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期行为,涉案货值20余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,对当事人给予行政处罚:没收违法

生产的食品和用于违法生产的原料、工具、设备等物品,折合人民币4万元;没收违法所得19.8万元;并处罚款342.8万元。

(7.5)广东广州恒元堂健康管理有限公司未经许可销售食品保健食品案

2017年9月,广东省广州市食品药品监督管理局查实广州市恒元堂健康管理有限公司存在利用会议营销形式,未经许可非法从事食品保健食品销售行为,涉案产品货值金额为10万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等规定,对当事人给予行政处罚:没收违法经营的食物;没收违法所得1.3万元;罚款160.2万元。

(7.6)辽宁鞍山康寿家园保健品店生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,辽宁省鞍山市食品药品监督管理局破获鞍山市铁东区康寿家园保健品店销售非法添加苯乙双胍药品的食品案。捣毁制售黑窝点1个,及时将犯罪嫌疑人黄某移送公安机关处置。该局依据《食品安全法》第一百三十五条第二款规定,对黄某处以终生不得从事食品生产经营管理工作、不得担任食品生产经营企业食品安全管理人员的行政处罚。

(7.7)山西晋城司志强羊蝎子火锅凤西店未经许可经营食品案

2017年7月,山西省晋城市食品药品监督管理局查实司志强羊蝎子火锅凤西店存在无证经营行为,违法货值金额10余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,给予当

事人行政处罚:没收用于违法生产经营的工具;没收违法所得;并处罚款102.3万元。

(7.8)湖北大悟县龙某某未经许可销售保健食品案

2017年7月,湖北省大悟县食品药品监督管理局联合公安机关成功破获了龙某某无证销售保健食品案,关停会议营销场所1个。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款的有关规定,给予当事人行政处罚:没收违法经营的“蜂胶软胶囊”等6类保健食品5941瓶(箱);没收违法所得并处以罚款,合计4.9万元。

(7.9)重庆云阳县韩妹餐饮店非法添加非食用物质案

2017年7月,重庆市云阳县食品药品监管分局接到举报,反映韩妹餐饮店加工的羊杂面含有吗啡等违禁物质。经重庆市万州食品药品检验所检验,检测结果显示从该店抽样的羊杂面含有罂粟碱、吗啡和那可丁成分。该局依据《食品安全法》第一百二十三条第一款等有关规定,吊销当事人食品经营许可证。

(7.10)甘肃庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期食品案

2017年7月,甘肃省平凉市庄浪县食品药品监督管理局查获庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期案。该局依据《食品安全法》第一百二十四条第一款等有关规定,对当事人作出行政处罚:没收标注虚假生产日期的食品20千克,没收手动打码机1台;没收违法所得并处以罚款,合计10万元。

(8)如何选购保健食品

随着大家对健康的关注,越来越多的人都会购买保健食品。一些消费者盲目选购保健食品,给食用者带来安全隐患。我国保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。(《中华人民共和国食品安全法释义》)为维护消费者合法权益,正确选购保健食品,谨防上当受骗,国家市场监督管理总局提醒消费者:

(8.1)认清保健食品标志。

保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部、原国家食品药品监督管理局和国家市场监管总局批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”;原国家食品药品监督管理局和国家市场监管总局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,消费者可以登陆国家市场监督管理总局网站(<http://samr.saic.gov.cn/>)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。认清保健食品的法定标志,是正确选购保健食品的重要环节。

(8.2)仔细阅读保健食品标签说明书。

保健食品标签和说明书包含了产品的原辅料、功效成分或者标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、注意事项、保质期、产品注册和生产等相关信息。

消费者应根据产品声称的保健功能,结合自己的身体健康状况,有针对性地选择保健食品,尤其是老年体弱者、慢性病患者、儿童及青少年、孕妇等特定人群,在选择保健食品时要谨慎。任何保健食品都有一定的适宜人群,有的还标注不适宜人群,消费者在选择时也必须加以注意。

(8.3)选择正规销售渠道购买保健食品。

消费者若需购买保健食品,应到信誉好、证照齐全的正规销售场所购买。购买时除要认准保健食品标志和批准文号外,还要仔细察看包装上厂名、厂址、联系电话、生产日期、有效期限等,并妥善保管购物发票和相关凭证。不要盲目参加任何以产品销售为目的的健康知识讲座、专家报告等;不要盲目通过会议销售、电话销售、免费试用等活动购买保健食品;不要购买无保健食品标识的非法保健食品。

(8.4)保健食品不能代替药品。

保健食品不是药品,不能替代药品,用来治疗疾病,以免延误病情。如已被骗,应该怎么做?如果发现违法生产经营保健食品的,消费者可及时向当地市场监管部门举报(投诉举报电话:12315、12331)

(参考资料:源自国家市场监管总局官网:<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/179152.html>>)

(六)演讲用PPT

1. PPT:“食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例”



食品保健食品的消费陷阱



市场监管总局主题日

骗术一 假借公益欺骗型

【行骗套路】

第一步：

以读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步：

刊登广告、发放小礼品等形式，吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步：

借助“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动的名义，组织所谓“专家”以网络视频会议的形式，同时对读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”，现场开展各种互动，会后一对一诱导与会老人高价购买产品。

【危害性】

- (一) 披上合法外衣，借助公益活动，更具欺骗性。
- (二) 利用网络视频会议形式和高科技手段，危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名，行谋财害命之实



市场监管总局主题日

骗术二 冒充专家恐吓型

【行骗套路】

第一步：

对“假专家”进行虚假包装、宣传。

第二步：

组织健康讲座和体检，由“假专家”介绍脑卒中（中风）等疾病的严重性，让消费者产生恐惧心理。

第三步：

由“假专家”开展“一对一”的“诊疗”，解读体检报告，渲染体检结果的严重性，吓唬消费者，给消费者“下危机”，并提出解决方案（使用特供产品治疗），从而达到以高价销售产品的目的。

【危害性】

- (一) “假专家”随意编造头衔，使普通老人上当受骗，延误病情。
- (二) 产品价格虚高数倍，甚至数十倍，骗取老年人多年积蓄。
- (三) 破坏家庭和谐，导致很多家庭老人与子女之间的矛盾。

【警示语】食品保健食品不能治病，假专家害人不少



市场监管总局主题日

骗术三 瞒天过海神吹型

【行骗套路】

第一步：

在普通酒、饮品中添加“地塞米松、呋喃唑酮、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步：

通过广招代理商，营造热销氛围，感觉大家都在买。

第三步：

利用广告“神吹”，“秘方”诱导，将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。比如宣称“XX酒”拥有独特秘方，采用纯天然中草药植物配制而成，无激素，可治疗痛风、颈椎病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

- (一) “神药”添加了国家明令禁止添加的西药，长期食用对人体健康危害极大，特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。
- (二) 神吹广告具有欺骗性，老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药



市场监管总局主题日

骗术四 免费旅游陷阱型



【行骗套路】

第一步：

组织会议，观看视频，由公司老总亲自演说公司产品治疗百病的神奇功效。

第二步：

以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游，在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。

第三步：

谎称部分客户有极大的患癌风险，故意制造恐慌气氛，然后借此推销声称可以治疗癌症的产品。

【危害性】

(一) 对老年人虚假关心，从而骗取钱财，甚至危害老年人身心健康。

(二) 破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上

市场监管总局主题日

骗术五 非法生产毒害型

【行骗套路】

第一步：

生产者设立生产窝点，大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊，并通过网络向全国批发销售。

第二步：

代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后，定制外包装，成立多个微商团队，通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销售全国。

第三步：

私刻国家行政机关公章、业务专用章、事项许可章等，伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

(一) 生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动，隐蔽性强，受害人群大。

(二) 在高额利润的驱使下，犯罪团伙参与人数多、范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药，减肥壮阳谨防受骗

市场监管总局主题日

骗术六 连环施计圈套型

【行骗套路】

第一步：

通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防和辅助治疗肿瘤；降低尿酸、缓解痛风；预防骨质疏松；预防和辅助治疗感冒。

第二步：

收集患者的病例，用于宣传产品对治疗肿瘤、胃病等具有显著疗效。

第三步：

组织“癌症”患者现场说法，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。

第四步：

狠打“亲情牌”，以“干爹”“干妈”，利用老年人心软的特点，抓住老年人孤独的心理，哄骗其购买产品。

【危害性】

(一) 利用“癌症”患者现场说法，欺骗性强。

(二) 将普通食品渲染成能治疗癌症的神药，忽略正规治疗，容易延误癌症患者的治疗，造成无法挽回的损失。保健食品不是药品，没有治疗作用。长期服用可以改善机能，调节身体状况，但是不能治病。

【警示语】眼见未必实，有病正规治

市场监管总局主题日

骗术七 虚构认证伪装型

【行骗套路】

第一步：

分发宣传资料，以免费领取礼品、礼物的方式，吸引老年顾客到店，获得客源，登记个人信息。

第二步：

定期组织健康讲座和产品宣传会，虚假宣传产品具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：

使用“国内唯一”“全球公认”“美国xx医学院临床证明”“欧盟EDQM认证、英国BRC认证、瑞士SGS认证”等权威认证信息，将产品伪装成高科技产品，并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一) 将普通食品伪装成高科技产品，欺骗性强，且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二) 虚假使用权威认证，破坏了认证的权威性，损害了政府信誉。

【警示语】 认准蓝帽子，识别假权威

市场监管总局主题日

骗术八 量身定制诱导型

【行骗套路】

第一步：

开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病，配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散页，向消费者散发。

第二步：

发展会员并为其虚假包装成“专家”，宣传其为“老师”，由“老师”上门推销。

第三步：

“老师”针对消费者的病情拿出“量身定制”的营销方案，渲染消费者病情的严重性，“一对一”的“治疗”方案，进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】

(一) 假“老师”上门推销，违法行为隐蔽。

(二) 虚假宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

(三) 导致社会信誉丧失、人际关系缺乏信任，正常交往产生戒心。

【警示语】 定制服务是假，推销骗财是真



市场监管总局主题日

骗术九 自编自演体验型

【行骗套路】

第一步：

推出免费体验，以“体验店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，衬托其宣传并销售产品高大上的形象。

第二步：

宣称产品包治百病，夸大产品功效。体验期间向体验者宣传产品的功能，即“净化血液，清血排毒，活化细胞，促进新陈代谢，安定神经，促进激素分泌”。

第三步：

通过播放虚构的体验者回访视频，假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式，宣传产品对“改善身体”、“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。

第四步：

在体验活动中自编自导消费者抢购场景，制造畅销假象。

【危害性】

(一) 夸大疗效，误导消费者。

(二) 产品在无医生指导下使用，安全隐患大。

(三) 高价销售，掏空老年人腰包。

【警示语】 别让免费蒙蔽眼，体验背后是骗钱

关于防范食品保健食品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

查外包装和说明书



关于防范食品保健食品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

辨广告和宣传内容



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法违规行为，国家市场监督管理总局特别提示关注以下三方面：

一看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证，通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；
- 不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传：

- 凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12331、12315热线电话进行投诉举报。



2. PPT:“认识保健食品的安全和功效



认识保健食品的安全和功效

保健食品与一般食品有什么区别？

国际食品法典委员会（CAC）CODEXSTAN1: 1985
《预包装食品标签通用标准》对“一般食品”的定义
是：

“指供人类食用的，不论是加工的、半加工的或未加工的任何物质，包括饮料、胶姆糖，以及在食品制造、调制或处理过程中使用的任何物质；但不包括化妆品、烟草或只作药物用的物质”。

国家标准GB/T15901-1994《食品工业基本术语》第2.1条将“一般食品”定义为“可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。”

国家标准和国际标准的定义文字表达不同，但涵义一致，概括起来就是：

供人类食用的所有物质。在GB16740-1997《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健（功能）食品定义为：

“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十四条 国家对保健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。

第七十五条 保健食品声称保健功能，应当具有科学依据，不得对人体产生急性、亚急性或者慢性危害。

第七十八条 保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

保健食品的安全保障

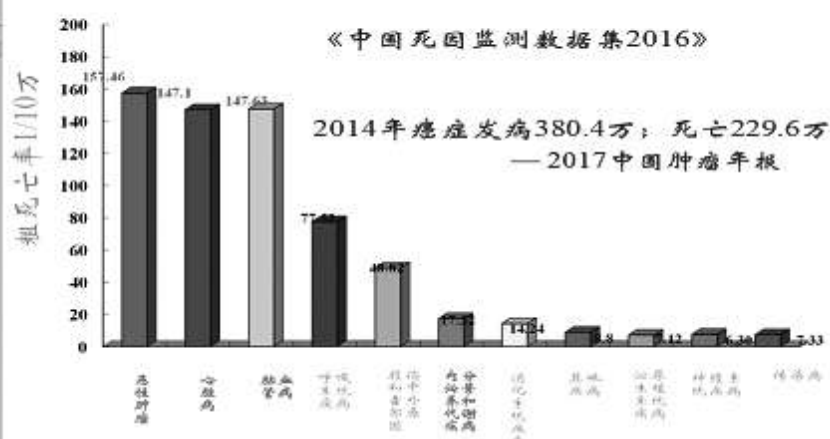
《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十九条 保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定外，还应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的保健食品广告目录以及批准的广告内容。

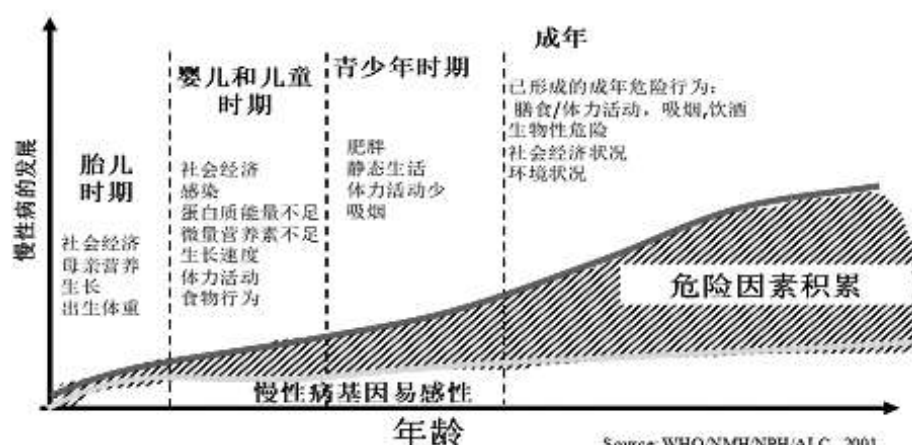
专家委员会各专业组审评内容：

- 配方
配方及配方依据、研发报告中功能筛选部分
- 毒理
毒理学安全性评价报告、新原料的食用安全性
- 生产工艺
生产工艺、研制报告中工艺优选部分、质量标准、送审样品
- 卫生学
卫生学、稳定性及功效成分检测报告、功效成分检验方法、质量标准
- 功能
功能学评价报告、产品说明书

保健食品的功能



控制危险因素，预防慢性疾病



- 关于印发抗氧化功能评价方法等9个保健功能评价方法的通知 (2012.05.01施行)

抗氧化、对胃粘膜损伤有辅助保护功能、辅助降血糖、缓解视疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、促进排铅、减肥、清咽

- 关于进一步加强保健食品人体试食试验有关工作的通知
- 关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知



谢谢！

(七)知识手册

1. 科学选用保健食品。
2. 食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答。

五、有奖问答

问答活动形式：

(一)叔叔阿姨大部分都曾经购买过保健食品吧,是不是都曾经看到很多商家说他们的产品可以抗癌、延年益寿等等,那么目前我国批准允许的功能声称只有27种,前边市场监管局的专家老师也已经给大家普及过了,那哪位能告诉我,抑制肿瘤在这27种里吗?请抢答。

正确答案:不是。

(二)叔叔阿姨,请问保健食品的标志是什么样子的?

正确答案:是蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。

(三)购买保健食品时,应该重点关注那三个方面?

正确答案:销售场所资质、外包装和说明书。

(四)一个保健食品批准文号能对应多个产品吗?

正确答案:不能。

所以当您在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎。

(五)如发现违法生产经营保健食品,可及时向当地市场监管部门举报,举报电话多少?

正确答案:12315、12331

(六)得了心脏病,可以吃保健食品吗?

正确答案:不行。

保健食品不能治病,生病了还是需要去医院就诊。

(七)当我们购买了保健食品,是不是就一定能保证身体健康呢?

正确答案:不是。

保健食品主要是调节身体机能,吃动平衡才是健康的关键。

(八)看见推销人员宣传说XX公司提取植物天然原料,所得最新研究成果,能延缓衰老,延年益寿,并安排免费参观,这样的话能信吗?

正确答案:不能。

保健食品不是灵丹妙药,并不具备“神奇”的功能。

(九)保健食品可以代替日常饮食吗?

正确答案:不能。保健食品不能代替日常饮食,仅仅是补充饮食不够全面所缺乏的营养。

(十)参加“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动,却在活动现场销售保健食品,这属于哪种骗术?

正确答案:假借公益型骗术。以健康等公益活动为主题的销售行为,都属于假借公益型骗术。

附件3

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传 社区宣传方案

目 录

一、活动目的	83
二、参加人员	83
三、活动流程	83
(一)活动流程简介	83
(二)横幅标语	84
1.横幅标语形式	84
2.横幅标语内容	84
(三)健康指示牌	84
1.健康指示牌形式	85
2.健康指示牌内容	85
3.健康指示牌海报	85
(四)展板	87
1.展板形式	87
2.展板内容	88
(1)展板一、保健功能那么多,如何声称才是合法的? ...	88
(2)展板二、如何选购保健食品?	89
(3)展板三、保健食品十大大骗术	91
(4)展板四、正确认识保健食品	109

(5)展板五、食品保健食品选购,牢记这10个“不等于”	111
(五)海报	114
1.海报形式	114
2.海报尺寸	114
3.海报内容	114
(1)海报一、欺诈虚假宣传五大套路	114
(2)海报二、食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示	116
(3)海报三、食品保健食品五大非法宣传陷阱	119
(六)视频	120
1.视频形式	120
2.视频来源	120
(七)开展知识讲座	121
1.宣讲人员	121
2.讲稿内容	121
(1)什么是保健食品?	122
(2)如何鉴别保健食品?	122
(3)哪些属于食品与保健食品的虚假宣传	123
(4)购买保健食品预防上当受骗的办法	124
3.正确认识食药保健食品知识讲座PPT	131
(八)有奖问答	135
(九)知识手册目录	137

社区宣传方案

一、活动目的

通过阐述防范食品保健食品欺诈和虚假宣传的基本知识和防骗注意事项,分享消费经验,提倡“科学饮食、理性消费”理念,帮助公众避免上当受骗,主动维护自身健康权益。

二、参加人员

社区居民,50-100人。

三、活动流程

(一)活动流程简介

1. 制作横幅、科普展板、视频等科普材料,在社区提前布置、发放给社区居民,同时在活动环节发放、播放视频。

2. 制作健康指示牌,在社区各主要路段摆放,传播食品保健食品欺诈与虚假宣传知识和防骗提示。

3. 在社区活动中心开展专题宣传活动。活动流程:

(1)领导讲话,介绍宣传活动背景及情况。

(2)监管人员分享打击食品保健食品欺诈与虚假宣传典型案例,提示防骗技巧。

(3)邀请专家参加活动,科普食品保健食品欺诈与虚假宣传相关知识。

(4)播放《整治进行时》《较量》视频。

(二)横幅标语

在社区中的人流集中区域,如社区活动中心、社区广场、社区进出口等地悬挂横幅,营造食品保健食品虚假宣教整治氛围,普及基础知识。

1. 横幅标语形式

制作食品保健食品虚假宣传横幅标语,在各社区重要宣传场所悬挂,横幅尺寸8m*70cm,一至四个。

2. 横幅标语内容

- (1)保健食品不是药品,不以治疗疾病为目的。
- (2)合理消费保健食品,谨慎参加“免费活动”。
- (3)警惕普通食品冒充保健食品,维护公消费者合法健康权益。
- (4)落实习近平总书记“四个最严”要求,打击欺诈虚假宣传。

(三)健康指示牌



1. 健康指示牌形式

设计2-4块健康指示牌(形式如图),分别在社区重要路口、草坪等地摆放,提示食品保健食品欺诈与虚假宣传知识,普及健康消费理念。

2. 健康指示牌内容

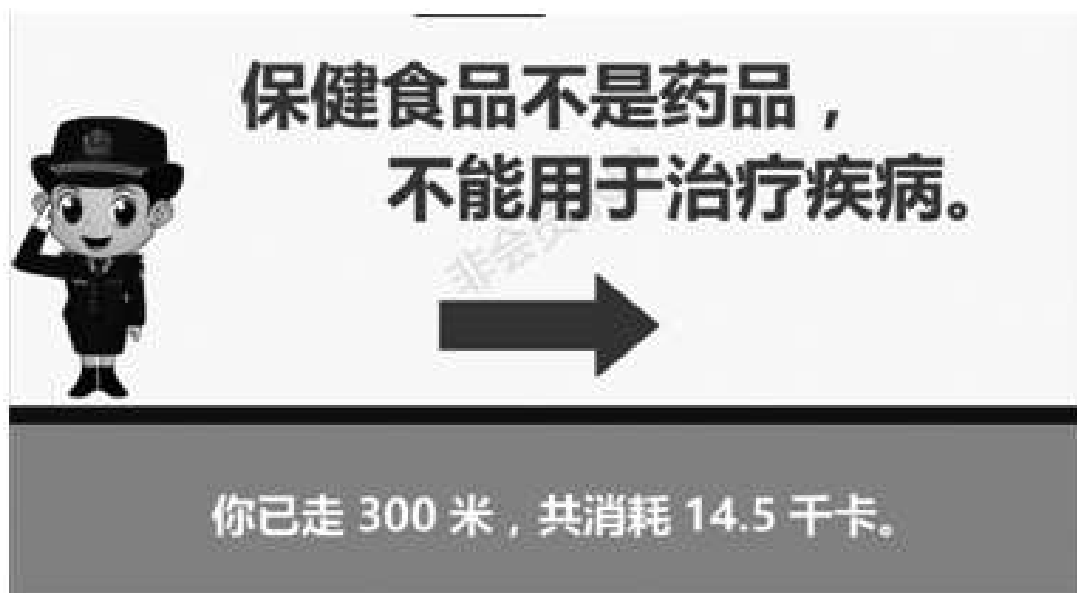
(1)保健食品不是药品,不能用于治疗疾病。

(2)谨慎参加保健品会销,防止上当受骗。

(3)保健食品不含全面的营养素,不能代替日常饮食,要坚持正常饮食。

(4)保健食品不可替代药品,没有治疗作用,不可轻信广告宣传。

3. 健康指示牌海报





**谨慎参加免费活动，
防止上当受骗。**



**保健食品不含全面的营养素，不能全
面代替日常饮食，要坚持正常饮食。**



你已走 1000 米，共消耗 49 千卡。



**食品保健食品不能替代药物，没有
治疗作用，不可轻信广告宣传。**



你已走 1500 米，共消耗 72.5 千卡。



(四)展板

1. 展板形式

(1)在社区各主要场所,如社区活动中心,社区广场、社区进出口等地摆放展板,张贴海报,宣传食品保健食品欺诈与虚假宣传知识。

(2)展板尺寸 1.5m*70cm

2. 展板内容

(1) 展板一、保健功能那么多,如何声称才是合法的?

很多人在购买食品保健食品的时候会看到很多商家都说它们有抗癌、延年益寿等等各种各样的健康功效,都是真的吗?

其实,目前我国批准允许的声称只有27种,分别是:

序号	功能类别	序号	功能类别
1	增强免疫力	15	减肥
2	辅助降血脂	16	改善生长发育
3	辅助降血糖	17	增加骨密度
4	抗氧化	18	改善营养性贫血
5	辅助改善记忆	19	对化学性肝损伤的辅助保护作用
6	缓解视疲劳	20	祛痤疮
7	促进排铅	21	祛黄褐斑
8	清咽	22	改善皮肤水份
9	辅助降血压	23	改善皮肤油份
10	改善睡眠	24	调节肠道菌群
11	促进泌乳	25	促进消化
12	缓解体力疲劳	26	通便
13	提高缺氧耐受力	27	对胃粘膜损伤有辅助保护功能
14	对辐射危害有辅助保护功能		

参考:市场监管总局官网

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL0087/168507.html>)

(2)展板二、如何选购保健食品?

随着大家对健康的关注,越来越多的人都会购买保健食品。一些消费者盲目选购保健食品,给食用者带来安全隐患。我国保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

为维护消费者合法权益,正确选购保健食品,谨防上当受骗,市场监管总局提醒消费者:

(2.1)认清保健食品标志。

保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志  ,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部、原食药总局批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”;原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,消费者可以登陆市场监管总局(<http://samr.saic.gov.cn/>)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。认清保健食品的法定标志,是正确选

购保健食品的重要环节。

(2.2)仔细阅读保健食品标签说明书。

保健食品标签和说明书包含了产品的原辅料、功效成分或者标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、注意事项、保质期、产品注册和生产等相关信息。

消费者应根据产品声称的保健功能,结合自己的身体健康状况,有针对性地选择保健食品,尤其是老年体弱者、慢性病患者、儿童及青少年、孕妇等特定人群,在选择保健食品时要谨慎。任何保健食品都有一定的适宜人群,有的还标注不适宜人群,消费者在选择时应该也必须加以注意。

(2.3)选择正规销售渠道购买保健食品。

消费者若需购买保健食品,应到信誉好、证照齐全的正规销售场所购买。购买时除要认准保健食品标志和批准文号外,还要仔细察看包装上厂名、厂址、联系电话、生产日期、有效期限等,并妥善保管购物发票和相关凭证。不要盲目参加任何以产品销售为目的的健康知识讲座、专家报告等;不要盲目通过会议销售、电话销售、免费试用等活动购买保健食品;不要购买无保健食品标识的非法保健食品。

(2.4)保健食品不能代替药品。

保健食品不是药品,不能替代药品,用来治疗疾病,以免延误病情。

如已被骗,应该怎么做?如果发现违法生产经营保健食品的,消费者可及时向当地市场监管部门举报(投诉举报电话:12315)

(3)展板三、保健食品十大大骗术

(3.1)食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例文字版

保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。不法商家忽悠消费者进行欺诈和虚假宣传的主要方式有哪些?最常见的有十种方式:

●骗术一:假借公益欺骗型

【典型案例】江苏某公司利用“广播电视报读者俱乐部”名义虚假宣传销售保健食品案

【行骗套路】

第一步:与各地广播电视报签订协议,随后以广播电视报读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步:刊登广告、发放小礼品等形式,吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步:借助“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动的名义,组织所谓“专家”以网络视频会议的形式,同时对全国136家读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”,现场开展各种互动,会后一对一诱导与会老人高价购买“牛葆圣方”(高山牦牛鞭胶囊)、蜂胶、“富硒酵母片”、蛋白粉等。

【危害性】

(一)披上合法外衣,借助公益活动,更具欺骗性。

(二)利用网络视频会议形式和高科技手段,危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名,行谋财之实

●骗术二:冒充专家恐吓型

【典型案例】浙江省温州市鹿城区查处某企业涉嫌违法经营保健食品案

【行骗套路】

第一步:对“假专家”进行虚假包装、宣传。

第二步:组织健康讲座和体检,由“假专家”介绍脑卒中(中风)的严重性,让消费者产生恐惧心理。

第三步:由“假专家”开展“一对一”的“诊疗”,解读体检报告,渲染体检结果的严重性,吓唬消费者,给消费者下“病危通知”,并提出治疗方案(使用特供保健食品治疗),从而达到以高价销售特供保健食品的目的。

【危害性】

(一)“假专家”随意编造头衔,使得患病老人上当受骗,延误病情。

(二)产品价格虚高数倍,甚至数十倍,骗取老年人多年积蓄。

(三)破坏家庭和谐,导致很多家庭老人与子女之间的矛盾。

【警示语】

保健品不能治病,假专家害人不浅

●骗术三:瞒天过海神吹型

【典型案例】浙江省安吉县查获胡某等人销售“神药”型食品保健食品案

【行骗套路】

第一步:在普通酒、饮品中添加“地塞米松、吲哚美辛、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步:通过广招代理商,营造热销氛围,感觉大家都在买。

第三步:利用广告“神吹”,“秘方”诱导,将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。

比如宣称“亿好酒”拥有独特秘方,采用纯天然中草药植物配制而成,无激素,可治疗痛风、颈椎炎、腰肩盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

(一)“神药”添加了国家明令禁止添加的西药,长期食用对人体健康危害极大,特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。

(二)神吹广告具有欺骗性,老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药

●骗术四:免费旅游陷阱型

【典型案例】浙江省丽水市查处某公司涉嫌虚假宣传销售保健食品案

【行骗套路】

第一步:组织会议,观看视频,由公司老总亲自演说公司产品“澳益佰牌金枪鱼油软胶囊”治疗百病的神奇功效。

第二步:以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游,在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。

第三步:谎称部分客户有极大的患癌风险,故意制造恐慌气氛,然后借此推销声称可以治疗癌症的保健食品。

【危害性】

(一)对老年人虚假关心,从而欺骗钱财,甚至危害老年人身心健康。

(二)破坏老年人家庭和睦,引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼,羊毛出在羊身上

●骗术五:非法添加毒害型

【典型案例】浙江省宁波市、嘉兴市和台州市等地破获制售有毒有害壮阳、减肥类产品等多起案件

【行骗套路】第一步:生产者设立生产窝点,大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊,并通过网络向全国批发销售。

第二步:代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后,定制外包装,成立多个微商团队,通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销往全国。

第三步:私刻国家行政机关公章、业务专用章、事项许可章等,伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

(一)生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动,隐蔽性强,受害人群大。

(二)在高额利润的驱使下,犯罪团伙参与人数多、范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药,减肥壮阳谨防受害

●骗术六:连环施计圈套型

【典型案例】浙江省嵊州市破获某公司虚假宣传销售保健食

品案

【行骗套路】

第一步:通过宣传单或现场产品推介会,夸大虚假宣传“益他吉”纯天然浓缩果汁浓浆饮品和“维肽惜”果蔬饮品功效,声称可以预防和辅助治疗肿瘤;降低尿酸、缓解痛风;预防骨质疏松;预防和辅助治疗感冒;清除自由基,增强机体免疫力,延缓衰老等。

第二步:收集患者的病例,用于宣传“益他吉”和“维肽惜”对治疗肺癌、胃癌等病情具有显著成效。

第三步:组织“癌症”患者现场说法,以“亲身经历”宣传食用“益他吉”和“维肽惜”对治疗直肠癌的疗效。

【危害性】

(一)利用“癌症”患者现场说法,欺骗性强。

(二)将普通食品渲染成能治癌症的神药,忽略正规治疗,容易延误癌症患者的治疗,造成无法挽回的损失。

【警示语】眼见未必实,有病正规治

●骗术七:虚构认证伪装型

【典型案例】某食品店虚假宣传销售“高科技产品”案

【行骗套路】

第一步:分发宣传资料,以免费领取礼品、礼物的方式,吸引老年顾客到店,获得客源,登记个人信息。

第二步:定期组织健康讲座和产品宣传会,虚假宣传“康源京健”胶原蛋白粉具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步:使用“国内唯一一款”“全球公认”“美国哈弗医学院临床证明”、“欧盟 EDQM 认证、英国 BRC 认证、瑞士 SGS 认证”等权威认证信息,将产品伪装成高科技产品,并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一)将普通食品伪装成高科技产品,欺骗性强,且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二)虚假使用权威认证,破坏了认证的权威性,损坏了政府信誉。

【警示语】认准蓝帽子,识破假权威

●骗术八:量身定制诱导型

【典型案例】张某虚假宣传推销食品案

【行骗套路】

第一步:开展健康讲座宣传产品,并印制宣称“信邦迪福食用菌系列产品”适用多种疾病、配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散页,向消费者散发。

第二步:发展会员并将其虚假包装成“专家”,宣传其为“老师”,由“老师”上门推销。

第三步:“老师”针对消费者的病情拿出“量身定做”的营销方案,渲染消费者病情的严重性,针对性提出“一对一”的“治疗”方案,进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果。”

【危害性】

(一)假“老师”上门推销,违法行为隐蔽。

(二)虚假宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗,导致其停止正规治疗,延误病情。

(三)导致社会信誉丧失、人际关系缺乏信任,正常交往产生戒心。

【警示语】

定制服务是假,推销骗财是真

●骗术九:自编自演体验型

【典型案例】某咨询服务中心虚假宣传销售医疗器械案

【行骗套路】

第一步:推出免费体验,以“体验店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容,衬托其宣传并销售的电位治疗仪产品高大上的形象。

第二步:宣称产品包治百病,夸大产品功效。体验期间向体验者宣传电位治疗仪的四大功能,即“净化血液、清血排毒,活化细胞、促进新陈代谢,安定自律神经、促进激素的分泌,提高人体免疫力、增强抵抗力”。

第三步:通过播放虚构的体验者回访视频,假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式,宣传电位治疗仪对改善身体、治疗毛病的作用,声称只要坚持体验,毛病都会好转。

第四步:在体验活动中自编自导消费者抢购场景,制造畅销假象。

【危害性】

(一)夸大疗效,误导消费者。

(二)产品在无医生指导下使用,安全隐患大。

(三)高价销售,掏空老年人腰包。

【警示语】

别让免费蒙蔽眼,体验背后是骗钱

●骗术十:非法集资诱骗型

【典型案例】某公司涉嫌销售假冒茅台白酒案

【行骗套路】

第一步:专门招募老年人代理推销保健食品,声称保健食品功效好、公司实力强大,吸引老年人参与。

第二步:实施非法集资,利用老年人希望获利的心理,突出该代理活动在缴纳一定本金的基础上可以按月获得分红。

第三步:待老年人缴纳费用后,免费提供保健食品,以“赠品”反馈形式派发假冒贵州茅台酒股份有限公司厂名厂址及注册商标的白酒。

【危害性】

(一)通过包装项目、制造卖点、有偿赠送的形式,一步步降低老年人警惕性,欺骗性强。

(二)利用投资高额回报的手段,达到对老年人实施非法集资的目的,使得老年人钱财受骗数额大,后果严重。

(三)将假冒白酒迂回销售给老年人,老年人饮用后,对身体危害大。

【警示语】分红获利须警惕,偷鸡不成蚀把来

(参考资料:浙江食药局)

(3.2)食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例展示海报版

骗术四 免费旅游陷阱型

警示语

天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上



【行骗套路】

第一步：组织宣传，招募成员。通过电视广告、网络广告、户外广告等方式进行广泛宣传。
第二步：以“免费旅游”为诱饵吸引老年人参加，并承诺在旅游过程中赠送“专家”讲座、体检、体检报告等。
第三步：组织老年人参加体检，体检后告知老年人体检结果，并告知老年人体检结果与“专家”讲座、体检报告等。

【危害性】

(一) 对老年人造成身心伤害，扰乱老年人正常生活。
(二) 破坏老年人家庭和谐，引发老年人子女之间的矛盾。



资料来源：浙江市场监管工作指导小组办公室

骗术五 非法生产毒害型

警示语

假冒伪劣食品，危害健康



【行骗套路】

第一步：生产单位设立生产窝点，大量生产有毒有害食品，并包装成正规产品，通过互联网、电视广告等方式进行广泛宣传。
第二步：通过网络、电视广告等方式进行广泛宣传，吸引老年人参加。
第三步：组织老年人参加体检，体检后告知老年人体检结果，并告知老年人体检结果与“专家”讲座、体检报告等。

【危害性】

(一) 生产有毒有害食品，危害老年人身体健康，损害老年人利益。
(二) 在有毒有害食品的生产、销售过程中，造成老年人人身伤害、财产损失。



资料来源：浙江市场监管工作指导小组办公室

骗术六 连环施计圈套型

警示语

眼见未必实，听信要谨慎



【行骗套路】

第一步：通过电视广告、网络广告、户外广告等方式进行广泛宣传，吸引老年人参加。
第二步：组织老年人参加体检，体检后告知老年人体检结果，并告知老年人体检结果与“专家”讲座、体检报告等。
第三步：组织老年人参加体检，体检后告知老年人体检结果，并告知老年人体检结果与“专家”讲座、体检报告等。

【危害性】

(一) 利用“连环计”诱骗老年人参加，造成老年人人身伤害、财产损失。
(二) 利用“连环计”诱骗老年人参加，造成老年人人身伤害、财产损失。



资料来源：浙江市场监管工作指导小组办公室

示 諸

认准蓝箱子，
认准的权威。



【参考文献】

第一步：分发宣传材料，以海报和幻灯片、广播的方式，吸引老年顾客到店，并
提供茶点，吸引个人进店。

第二步：立即组织健康沟通和产品信息传达，使消费者产品具有明显的品牌核心利益。

周立波：凭借“国内唯一”“全球公认”“美国XX医学协会认证”“国际

ISO9001 认证、美国 FCC 认证、瑞士 SGS 认证等权威认证标准，我们的产品成为高科技产品，并远销海内外各主要国家。

【用途性】(一)有固香食品作调味剂或产品, 煎制性佳, 且能调和香味使食品更有人情味和营养价值。

(二) 是明使用有损认证, 破坏了认证的权威性, 破坏了市场秩序。



資料來源：浙江經濟法工作調研小組辦公室

11

定制服務，
您的私人管家



【47】

第一步：开发健康保健型产品，并以制造型产品应用材料或药、配料添加材料出售中获得的利润作为营销费用，以消费者教育。

第二步：按照由外到内的逻辑对路线“专家”，按图就为“老师”，由“老师”上门授课。

针对性提出“一岗一”的“治理”意见，进一步细化“产品规格及规格标准以及质量的要求”。

【危害性】(一)损害“老弱”上门维修、清洁行为权益。

(三) 服務社會服務機構、人士或服務使用者，並與他們溝通。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000 1001 1002 1003 1004 1005 1006 1007 1008 1009 1010 1011 1012 1013 1014 1015 1016 1017 1018 1019 1020 1021 1022 1023 1024 1025 1026 1027 1028 1029 1030 1031 1032 1033 1034 1035 1036 1037 1038 1039 1040 1

Journal of Management Education 36(7)br/>DOI: 10.1177/0095687412450000



資料來源：浙江南輝流工業股份有限公司

● ● ●

... 体... 性...



【参考文献】

第一步：推出品牌识别，以“旗舰店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，对品牌进行宣传和推广，提高品牌知名度。

[illegible]

圖 13-5 通过關稅合併的締結者同締結國，對締結者或締結國自己製作的關稅等物

此。我们应把“资源有限”、“设计局限”、“材料贵”、“工期紧”当成设计前提，

【附录四】（一）基本文件、资料及图表

(二) 产品在无危险条件下使用, 安全系数大。

.....

Source: *U.S. Census Bureau, Current Population Reports, 1990*



資料來源：浙江省經濟工作領導小組辦公室



(3.3) PT



食品保健食品的消费陷阱



市场监管总局主题日

骗术一 假借公益欺骗型

【行骗套路】

第一步:

以读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步:

刊登广告, 发放小礼品等形式, 吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步:

借助“全国健康万里行”“老年人俱乐部”“夕阳红旅游”等公益活动的名义, 组织所谓“专家”以网络视频会议的形式, 同时对读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”, 现场开展各种互动, 会后一对一诱导与会老人高价购买产品。

【危害性】

- (一) 披上合法外衣, 借助公益活动, 更具欺骗性。
- (二) 利用网络视频会议形式和高科技手段, 危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名, 行谋财害命之实



市场监管总局主题日

骗术二 冒充专家恐吓型

【行骗套路】

第一步:

对“假专家”进行造势包装、宣传。

第二步:

组织健康讲座和体检, 由“假专家”介绍老年(中风)等疾病的严重性, 让受害者产生恐慌心理。

第三步:

由“假专家”开展“一对一”的“治疗”, 解读体检报告, 渲染体检结果的严重性, 吓唬消费者, 由消费者“下危机”, 并提出解决方案(使用特殊产品治疗), 从而达到以高价销售产品的目的。

【危害性】

- (一) “假专家”随意编造失实, 使得患病老人上当受骗, 延误病情。
- (二) 产品价格虚高离谱, 甚至数十倍, 骗取老年人多年积蓄。
- (三) 破坏家庭和谐, 导致很多家庭老人与子女之间起冲突。

【警示语】食品保健食品不能治病, 假专家害人不少



市场监管总局主题日

骗术三 瞒天过海神吹型

【行骗套路】

第一步：

在普通酒、饮品中添加“地塞米松、吗啡类、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步：

通过广告代理商，营造热销氛围，感觉大家都在买。

第三步：

利用广告“神效”、“秘方”诱导，将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。比如宣称“XX酒”拥有独特秘方，采用纯天然中草药植物配制而成。无激素，可治疗痛风、颈椎病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

(一)“神药”添加了国家明令禁止添加的西药，长期食用对人体健康危害极大，特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。

(二)神吹广告具有欺骗性，老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药



市场监管总局主题日

骗术四 免费旅游陷阱型

【行骗套路】

第一步：

组织会议，观看视频，由公司老总亲自演说公司产品治疗百病的神奇功效。

第二步：

以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游，在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。

第三步：

谎称部分客户有极大的患癌风险，故意制造恐慌气氛，然后借此推销声称可以治疗癌症的产品。

【危害性】

(一)对老年人虚假关心，从而骗取钱财，甚至危害老年人身心健康。

(二)破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上



市场监管总局主题日

骗术五 非法生产毒害型

【行骗套路】

第一步：

生产者设立生产窝点，大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊，并通过网络向全国批发销售。

第二步：

代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后，定制外包装，成立多个微商团队，通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销售全国。

第三步：

私刻国家行政机关公章，业务专用章，事项许可章等，伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

(一)生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动，隐蔽性强，受害人群大。

(二)在高额利益的驱使下，犯罪团伙参与人数多，范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药，减肥壮阳谨防受骗

市场监管总局主题日

骗术六 连环施计圈套型

【行骗套路】

第一步：
通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防和治疗肿瘤，降低尿酸，缓解痛风，预防骨质疏松，预防和治疗感冒。

第二步：
收集患者的病例，用于宣传产品对治疗肿瘤、骨质疏松具有显著功效。

第三步：
组织“癌症”患者现场说法，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的治疗。

第四步：
假打“感情牌”，认“干爹”“干妈”，利用老年人孤独的特点，抓住老年人孤独的心理，哄骗其购买产品。

【危害性】

(一) 利用“癌症”患者现场说法，欺骗性强。

(二) 将普通食品包装成能治疗癌症的神药，误导正规治疗，容易造成癌症患者的治疗，造成无法挽回的损失。保健食品也不是药品，没有治疗作用，长期服用可以改善机能，调节身体状况，但是不能治病。

【警示语】眼见未必实，有病正规治

市场监管总局主题日

骗术七 虚构认证伪装型

【行骗套路】

第一步：
分发宣传资料，以免费领取礼品、礼物的方式，吸引老年顾客到店，获得客源，登记个人信息。

第二步：
定期组织健康讲座和产品宣传会，虚假宣传产品具有预防及治疗心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：
使用“国内唯一”“全球公认”“美国NIH临床验证”“欧盟EDQM认证、美国BRC认证、瑞士SGS认证”等权威认证信息，将产品伪装成高科技产品，并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一) 将普通食品伪装成高科技产品，欺骗性强，且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二) 虚构使用权威认证，破坏了认证的权威性，损害了政府信誉。

【警示语】认准蓝帽子，识别假权威

市场监管总局主题日

骗术八 量身定制诱导型

【行骗套路】

第一步：
开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病，配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散页，向消费者散发。

第二步：
发展会员并将其虚假包装成“专家”，宣传其为“老师”，由“老师”上门推销。

第三步：
“老师”针对消费者的病情拿出“量身定制”的营销方案，渲染消费者病情的严重性，“一对一”的“治疗”方案，进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】

(一) 假“老师”上门推销，违法行为隐蔽。

(二) 虚假宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

(三) 导致社会信誉丧失，人际关系缺乏信任，正常交往产生戒心。

【警示语】定制服务是假，推销骗财是真



市场监管总局主题日

骗术九 自编自演体验型

【行骗套路】

第一步：

推出免费体验，以“体验馆”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，衬托其宣传并销售产品高大上的形象。

第二步：

宣称产品包治百病，夸大产品功效。体验期间向体验者宣传产品的功能，即“净化血液、清血排毒、活化细胞、促进新陈代谢、安定神经、促进激素分泌”。

第三步：

通过播放虚构的体验者回访视频，假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式，宣传产品对“改善身体”、“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。

第四步：

在体验活动中自编自导消费者抢购场景，制造畅销假象。

【危害性】

- (一) 夸大疗效，误导消费者。
- (二) 产品在无医生指导下使用，安全隐患大。
- (三) 高价销售，掏空老年人腰包。

【警示语】别让免费蒙蔽眼，体验背后是骗钱

市场监管总局主题日

骗术十 非法集资诱骗型

【行骗套路】

第一步：

专门招募老年人代理推销产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参与。

第二步：

实施非法集资，利用老年人希望获利的心理，突出该代理活动在缴纳一定本金的基础上可以按月获得分红。

第三步：

待老年人缴纳费用后，免费提供产品，以“赠品”反馈形式派发假冒厂名厂址及注册商标的产品。

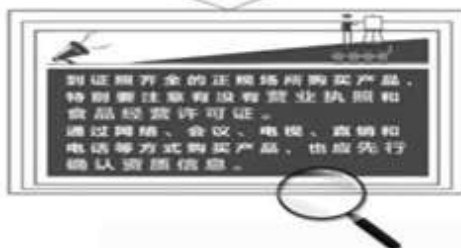
【危害性】

- (一) 通过包装项目、制造卖点、有价赠送的形式，一步步降低老年人警惕性，欺骗性强。
- (二) 利用投资高额回报的手段，达到对老年人实施非法集资的目的，使得老年人钱财受骗数额大，后果严重。
- (三) 将假冒产品迂回销售给老年人，老年人饮用后，对身体危害大。

【警示语】分红获利须警惕，偷鸡不成蚀把米

关于防范食品保健食品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

看销售场所资质



企业营业执照



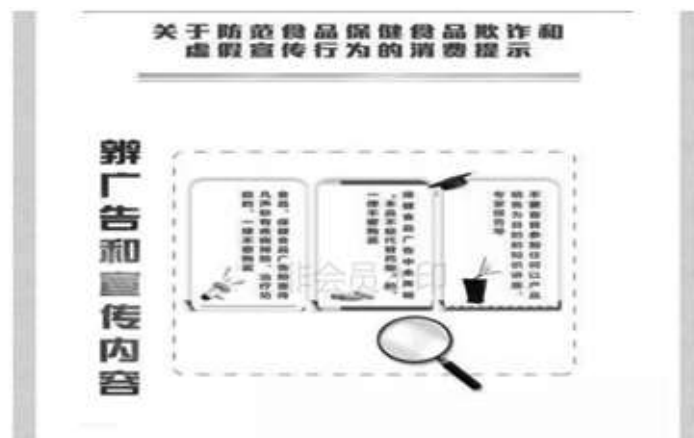
食品经营许可证



查外包装和说明书

关于防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示





防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法违规行为，国家市场监督管理总局特别提示关注以下三方面：

一看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买标签或说明书中提到可以预防疾病、有治疗功能的产品；
- 不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传：

- 凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12331、12315热线电话进行投诉举报。



如果购买保健食品请务必认清标志

• 请务必认清标志:



一个类似蓝帽子的图案，下面有保健食品四个字。

• 国产保健食品批准文号为：“国食健字G+年份+4位顺序号”
“卫食健字+(年份)第+顺序号”；

• 进口保健食品批准文号为：国食健字J+年份+4位顺序号”
卫食健进字+(年份)第+顺序号”。

(4)展板四、正确认识保健食品

(4.1)什么是保健食品？

保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

它的根本属性:是特殊的食品,与药品有严格的区分。对特定人群具有一定的调节机体功能,但不能取代药物对病人的治疗作用。

(4.2)保健食品需要得到什么样的认证？

我国法定意义的保健食品必须经过国家指定的权威检验部门的检验,经保健食品管理部门核准颁发保健食品批准证书,获取相应的保健食品批准文号。

(4.3)有权授予保健食品批准文号的行政管理部门有哪些？

2003年以前是由原卫生部核发;2003年之后是由原国家食品药品监督管理局核发。没有此两部门授予的保健食品批准文

号的产品,不视为保健食品。

(4.4)保健食品等同于食品吗?

保健食品是具有特定保健功能的食品。作为食品的一个种类,保健食品具有一般食品的共性,但保健食品的标签说明书可以标示保健功能,而普通食品的标签不得标示保健功能。

保健食品审批程序比食品更为严格,需要经过卫生学、稳定性、功效成分等的检测,以及管理部门相关专家的评审,最后获得保健食品的批准证书。所以保健食品不等同于食品。

(4.5)保健食品与普通食品有哪些共性和区别?

共性:保健食品是具有特定保健功能的食品,因此,保健食品本质上属于食品。

区别:保健食品允许声称保健功能,只给特定人群食用,有规定每日服用剂量;普通食品则不允许声称保健功能,普遍人群均可食用,无规定食用的量。

(4.6)如何识别易与保健食品混淆的普通食品?

目前我国市场上有很多自称是保健食品的产品,其实只能称之为食品,不一定经过国家指定的检验机关进行功能试验。我国的食品注册只需在地方有关部门进行企业标准和食品标签备案。

(4.7)保健食品等同于药品吗?

保健食品与药品的主要区别是保健食品不能以治疗为目的,但可以声称保健功能,不能有任何毒性;而药品应当有明确的治疗目的,并有确定的适应症功能主治,可以有不良反应。所以保

保健食品不是药品,不能治疗疾病。

(4.8)保健食品推销存在哪些陷阱?

保健食品市场上的常见陷阱包括“专家健康讲座”,即在酒店、宾馆等场所举办免费“专家健康讲座”,邀请所谓“专家”讲述某某保健食品效果神奇,然后以“赠药”“送纪念品”“免费旅游”等手段吸引消费者,诱导消费者高价购买。

(4.9)如何识别保健食品夸大宣传?

保健食品的保健功能仅限于其外包装上标称的保健功能,任何超出其标示范围的功能宣称,特别是“治疗”“防治”均是虚假夸大宣传,不可信!世上没有“万能药”,保健食品根本不是药品,就更不可能“包治百病”。

(4.10)如何防范保健食品虚假宣传?

盲目相信保健食品虚假宣传,不但会使钱财受损,还会损害身体健康,耽误病情。对于任何宣称可以治疗疾病的保健食品不要相信、不要购买,谨防钱财和健康受损。身体有疾病,请到正规医院就诊,在医生的指导下用药。

(参考市场监管总局

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/216501.html>>)

(5)展板五、食品保健食品选购,牢记这10个“不等于”

(5.1)“最新研究”不等于“正确结论”

最新研究往往是特定研究条件限制下的一个结论。一方面,它的成立有着诸多限制条件,并不能随意推广到实际生活中;另

一方面,最新研究需要与这个领域的其他互相印证,互相补充,综合在一起来分析才能得到有价值的结论。尤其当一项研究的结果很“惊人”“颠覆”“改写”,就意味着忽悠的可能性很高。

(5.2)“热门科学术语”不等于“高科技新产品”

堆砌你熟悉但并不真正理解的科学名词,只是为了让你“不明觉厉”,很多时候卖家自己也不懂是什么意思,仅仅是这些科学术语代表着热门的科学研究领域而已。

(5.3)“拥有专利”不等于“有宣称的功效”

许多产品宣称有多少项专利,听起来很“高大上”。专利只表示在“某一方面”有所创新,并不代表产品有什么功效。这个“某一方面”,可能仅仅是包装或者加工设备的些许改进而已。

(5.4)“原料稀缺”不等于“有宣称的功效”

中国古人认为“非常之物必有非常之效”,就用今天的话说也就是“脑补”。对动植物来说,稀缺只表示它适应环境的能力不强,或者没有驯化养殖种植的价值。但凡看到一种产品的卖点主要是“以稀为贵”,基本上就可以认为是忽悠了。

(5.5)“名人在用”不等于“有宣称的功效”

绝大多数代言产品的名人并不具有评判产品的专业能力。代言产品只是“商业交换”——厂家付钱,名人向粉丝推荐该产品。名人在用、名人推荐、名人喜欢,都跟“功效”没有什么关系。

(5.6)“传统古法”不等于“安全健康”

“传统古法”，只是古人在当时的技术条件下琢磨出来的办法。而食品是否安全健康，取决于原料和加工中的工艺控制。如果“古法”中有好的部分，都可以吸纳到现代工艺中来；而现代工艺对于安全健康的认知，再聪明的古人也不可能知道。

(5.7)“工序复杂”不等于“产品好”

许多食品喜欢宣称“经历XX道工序精心制作”，但食品品质并不由工序数量和复杂程度决定。对于营养和安全，工序多不仅没有帮助，反而会增加营养损失、增大安全风险；对于风味口感，直接尝尝就知道了，也不需要用工序的数量和复杂程度来衡量。

(5.8)“原料种类多”不等于“有特别功效”

许多食品宣称“含有XX种原料”。一种食材或者营养成分对健康有什么样的影响，并不是“有”了就可以，更重要的是“有没有宣称的功效”“有多少”。原料种类越多，就意味着各种原料的含量越少。在理论上可能存在“鸡尾酒效应”，但这种“搭配产生的效果”需要证据来证实。市场上宣称“含有XX种原料”的功效食品或者保健食品，只是把“XX种原料”混在一起做一锅大杂烩，然后根据“逻辑上可能有”就赋予了它“有”各种想要的功效。

(5.9)“生物活性”不等于“保健功效”

有许多产品喜欢说“含有XX生物活性物质”，或者“研究发现某食品中含有XX生物活性物质”，然后被演绎成具有“保健功效”，最典型的的就是“白酒养生”“白酒抗癌”。其实，“生物活性”只

是说这种物质能对细胞产生影响,并不意味着是人们期望的“保健功效”,也完全可能是“毒副作用”;即便细胞实验“可能有效”,在人体中是否存在同样的作用,需要多大的量才有同样的作用,也是没谱的事情;即便通过吃某种食物对身体有某种好处,也还需要考虑你能吃多少。

(5.10)“存在不同”不等于“有宣称的作用”

在各种“眼见为实”的小实验中,最常见的忽悠方式是“某产品和其他产品不同”,然后演绎出有什么“有宣称的功效”。看到“不同”的时候,提醒自己“见证奇迹的时刻”是可以通过各种手法来实现的。看到不同,需要搞清的是这种不同“来源于什么”“意味着什么”,而不要因为“有不同”就相信了商家说的“有功效”。比如冰糖比白糖好看,就被认为冰糖比白糖“健康”。

(五)海报

1. 海报形式

在社区各主要场所,如社区活动中心,社区广场、社区进出口等地摆放展板,张贴海报、宣传食品保健食品欺诈与虚假宣传知识。

2. 海报尺寸

海报尺寸 1.5m*70cm

3. 海报内容

(1)海报一、欺诈虚假宣传五大套路

骗子的套路无非几种,在日常生活中把这些套路潜移默化地

传递给人们,等他们遇到骗子的时候,会多一分警惕,就可以静静的看着他们表演了。

● 套路一:“免费送鸡蛋”,引人上钩

通过发传单免费送礼,惯用手段是“保健食品空盒换鸡蛋”。比如在小区周边发传单,凡持传单前来听讲座的可免费得鸡蛋,利用老年人贪便宜的心理引人上钩。“免费体检”“免费旅游”等等,都在为保健食品推销做铺垫。请一定记住一句话:天上不会掉馅饼,如果真的掉了,要好好思考为什么会掉?

● 套路二:假称公益活动,冒用权威

保健食品诈骗常常会冒用某官方机构或听起来像权威机构的身份来征集老年人参与,比如“中科院某研究院”“中国保健协会”等机构名称,打着公益的幌子,实则为推销产品做铺垫,一般老年人不会去求证和分辨这些身份的真伪。世界500强企业、FDA认证通过、雅安捐款一亿现金等等这些说辞往往也都被骗子用来增加权威度,讲座往往会邀请知名专家、教授上台讲课,此时身在其中的老人是深信不疑的。

● 套路三:失实夸大宣传,“现身说法”

“只需七天,糖尿病除根”“三天见效,永不复发”“抑制癌细胞增长,预防癌症”……保健食品诈骗中类似的宣传语利用老人担心健康的心理推销保健食品,在这个过程中,一般“医生”“专家”会轮番上阵忽悠,还会有“同龄老人”“病友”等事先安排好的

“托儿”上台分享感受现身说法,让听课老人深信不疑,彻底入坑。

●套路四:主打亲情牌,“温情攻势”

保健食品营销人员可以叫老人爸妈,可以为他们洗脚、按摩,可以陪他们聊天唠家常,可以甜言蜜语哄老人开心,不要觉得老人是一瞬之间突然变得不可理喻,这种变化是一个长期并缓慢的过程,他们中了骗子“温水煮青蛙”套路,在这种温情攻势下,渐渐骗取了老人的信任。曾有记者卧底保健食品诈骗团伙,他们透露如果对老人极尽热情,最后推销产品的时候,要么成功获得老人信任自愿购买,要么让老人不好意思不买。

●套路五:治疗效果好,“立竿见影”

有些老人购买了所谓的“保健食品”后,吃了确实效果立竿见影,身体倍棒,腰不酸腿不疼了,血糖一下就降下来了,真的是传说中的神药吗?那你可要小心了,因为有些假“保健食品”非法添加了药品甚至激素类成分,服用后确实造成了效果显著的假象,但极有可能对身体造成不可逆的损害,病情不但不能缓解还会加剧,得不偿失。所以不要迷信“神药”,身体是最诚实的,没有捷径可走,每天合理饮食作息、增强锻炼、善待自己,身体就会以健康回报你。

(2)海报二、食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品,防范欺诈和虚假宣传违法违规行为,国家市场监管总局特别提示关注以下三方面:

●看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品,特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品,也应先行确认资质信息。

●查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息,做好“四不”:

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品;

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品;

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品;

不要购买标签上没有保健食品批准文号,但声称是保健食品的产品。

●辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传,凡声称疾病预防、治疗功能的,一律不要购买;保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的,一律不要购买;不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的,可以拨打12315热线电话进行投诉举报。

(参考市场监管总局官网

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/228953.html>)

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为 消费提示



一看销售场所资质。到证照齐全的正常场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；

不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；保健食品广告中未声明本品不能代替药物的，一律不要购买；不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

四索购买相关凭证。保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭证。



如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的，
可以拨打 **12331** 热线电话进行投诉举报。

(3)海报三、食品保健食品五大非法宣传陷阱

食品保健食品欺诈和虚假宣传的陷阱有哪些？主要有五种：

●“药到病除”不可信

保健食品不是药品，不能声称治疗功效。一些非法保健食品广告往往夸大产品功效，声称可以治疗某种疾病如“根治”“药到病除”等用语，或者以“无效退款”“无毒副作用”等承诺，严重欺骗、诱导消费者。

●“健康讲座”为促销

一些不法商家利用“访谈、讲座、采访、座谈会”等形式为幌子，邀请一些假冒专家、教授和老中医在现场进行“养生”讲座，顺便兜售保健食品。

●“免费活动”为洗脑

一些不法商家通过利用“赠药”、“免费试用”、“发放小礼品”、“抽奖”等方式，吸引老年人参加其组织的促销活动。有些活动还会雇人现身说法，制造争先恐后购买产品的假象，给老年人造成不买就没有了、不买就吃亏的心理暗示，不知不觉中被“洗脑”，从而购买产品。

●“权威证明”属虚构

一些非法保健食品广告利用国家机关及事业单位、医疗机构、学术机构、行业组织的名义和形象，为产品的功效作说明，以增强产品的权威性和说服力。还有一些广告含有无法证实的所谓“科学或研究发现”“实验或数据证明”等方面内容。

●“专家义诊”是骗局

一些不法商家雇佣所谓的专家、教授为老年人开展免费专家体检或义诊,不少老年人受免费吸引从而进行体检或咨询。体检后,“专家”“教授”往往会告知老年人身体存在多种问题,需要及时购买产品治疗,不少老年人因此被诱骗购买了一堆无用处且不知真假的保健食品。

(参考市场监管总局官网

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/219937.html>>)

(六)视频

1. 视频形式

选取原食药总局及地方局所制作的关于食品保健食品的相关视频在社区活动中心播放,内容主要以针对人群(包括慢性病人、骨质疏松、三高人群等)如何选择保健食品,保健食品基本知识、保健食品如何防骗、保健食品消费提示等。

视频选用原食药总局官网中李可基教授解读保健食品的视频作为内容。

2. 视频来源

总局及地方局制作如:

[1]. 你适合吃保健食品吗? <<https://weibo.com/tv/v/FDGFk-gO7E>>

[2]. 如何擦亮眼睛购买保健食品? <<https://weibo.com/3166469600/F3lhrknLY>>

[3]. 防骗指南 : <<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226634.html>>

[4]. 保健食品销售骗局常见套路(上)? <<https://weibo.com/tv/v/FEs6wx3yp>>

[5]. 保健食品销售骗局常见套路(下)<<https://weibo.com/tv/v/FFwgjCM6I>>

[6]. 如何明辨保健食品的真伪? <<https://weibo.com/tv/v/Fp-GUt6knW>>

[7]. 保健食品安全如何保障? <<https://weibo.com/tv/v/F1HubDHnD>>

[8]. 警惕保健食品违法广告 <<https://weibo.com/tv/v/F0BsReIVq>>

[9]. 保健食品消费提示<<https://weibo.com/tv/v/Ernti8wGh>>

(七)开展知识讲座

邀请专家、社区工作人员、基层执法人员等在现场进行讲解、互动,活动开始分发印有宣传标语的小礼物,并在活动中设置抽奖环节,提高社区居民的参与度。

1. 宣讲人员

宣讲人群可为政府基层执法人员、社区工作人员、学者专家等。

2. 讲稿内容

近期,有关食品保健食品的投诉举报有所上升,市场监管部门发现,部分保健食品存在严重夸大产品功效或作为药品宣传的

违法行为,也存在大量其他产品假冒保健食品现象。

为使社区居民正确认识、理性消费保健食品,谨防上当受骗,希望大家牢记以下几点:

(1)什么是保健食品?

保健食品,是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。(《中华人民共和国食品安全法释义》)

(参考市场监管总局:

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/229620.html>>)

(2)如何鉴别保健食品?

首先,保健食品最特殊的标志就是在外包装的“主要展示版面”的左上方应并排或上下排列标注保健食品的“蓝帽子标志”,为天蓝色图案,下有“保健食品”字样。

其次,在“蓝帽子标志”下方必须标注批准文号并且批准文号格式须统一。如“国食健字【年号】××××号”,或“卫食健字【年号】××××号”。国产保健食品的批准文号是“卫(国)食健字”,进口保健食品是“卫(进)食健字”。

再次,保健食品的批准名称不提功效,包装必须注明:名称、净含量及固形物含量、配料、功效成分、保健作用、适宜人群、食用方法、日期标示(生产日期及保质期)、储藏方法、执行标准、保健食品生产企业名称及地址、生产许可证号等。

最后,消费者还可以通过登录市场监管总局查询该保健食品是否正规。

如果能查到某种保健食品,可以看到它的保健功能,是否和推销该产品的人说的一样,是否符合自己。这里提醒大家,保健食品是功能性食品,一个特定的食品种类,具有调节人体功能的作用,但不以治疗疾病为目的,适于特定人群食用,如患疾病要及时就医,不要迷信保健食品。

(3)哪些属于食品与保健食品的虚假宣传

[1]. 食品的标签、说明书,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。非保健食品的标签不得明示或者暗示具有保健功能。

[2]. 保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能,内容应当真实,与注册或者备案的内容相一致,载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等,并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

[3]. 食品保健食品广告的内容应当真实合法,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品还应当声明“本品不能代替药物”。

[4]. 食品保健食品的广告、宣传册、音频视频、会议讲座的内容,都不得偏离标签、说明书标示的内容,严禁涉及疾病预防、治疗功能。

(4)购买保健食品预防上当受骗的办法

(参考资料:原食药总局官网

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/224568.html>>)

(4.1)采购食品要做到“五个查看”

●一是查看商家是否持有合法有效的食品经营许可证、营业执照。

●二是查看食品包装标签上的食品名称、规格、净含量、生产日期,成分或配料表,生产者的名称、地址、联系方式,保质期,产品标准代号,贮存条件,食品添加剂的通用名称,生产许可证编号等是否清楚齐全。

●三是查看食品是否超过保质期。

●四是查看外包装是否整洁,有无破损异常,真空包装食品是否出现漏气、胀袋等现象。

●五是查看购物凭据的内容是否与实物一致,并妥善保管。

(4.2)选购保健食品要牢记“五个注意”

●一是注意保健食品是食品的特殊种类,不能预防疾病,更不能代替药品。

●二是注意保健食品不能代替其他食品,要坚持正常饮食。

●三是注意保健食品不是灵丹妙药,切勿听信将保健食品比作包治百病的虚假夸大宣传。

●四是确实需要购买保健食品的,注意到信誉好、证照齐全的正规商场、超市、药店或专卖店选购。

●五是选购保健食品要注意认准“蓝帽子”标志,索取并保存好购买票据。

(4.3)防止受欺骗要提高“五个警惕”

●一是警惕“药到病除”,一些非法保健食品广告声称可以治疗某种疾病,常用如“根治”“无效退款”“无毒副作用”等承诺欺骗、诱导消费者。

●二是警惕“健康讲座”,一些不法商家利用“访谈、讲座”等形式,邀请一些假冒专家、教授和老中医开展“养生”讲座,借机兜售保健食品。

●三是警惕“免费服务”,一些不法商家通过“赠药”“免费试用”等方式组织促销活动,让人在不知不觉中被“洗脑”。

●四是警惕“权威证明”,一些非法保健食品广告以国家机关及事业单位、学术机构、行业组织的名义和形象,为产品的功效作说明,以“科学研究发现”为幌子行骗。

●五是警惕“专家义诊”,不要相信所谓“专家”“教授”开展的免费体检或义诊,不要因此被诱骗购买一堆不知真假的“保健食品”。

(4.4)食品保健食品欺诈和虚假宣传有哪些?

(参考:《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226760.html>)

●湖南衡阳周某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,湖南省衡阳市食品药品监督管理局联合公安机关捣

毁非法销售窝点3处,查获犯罪嫌疑人周某、李某及下线阮某、谢某、黄某利用互联网销售添加西布曲明、酚酞等国家禁止添加药物的食品,涉案货值2亿元。周某等犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

●浙江湖州胡某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年5月,浙江省安吉县市场监管局接到举报,反映市售“亿好酒”和“益草康”等凉茶宣称疾病治疗功能,立即组织查处。经湖州市食品药品检验研究院检验,在6个批次“亿好酒”中检出地塞米松、吲哚美辛,在4个批次“益草康”中检出双氯芬酸钠,涉案货值1000多万元。犯罪嫌疑人胡某等人已被移送公安机关处置。

●重庆余某等人生产经营非法添加药品的食品案

2017年9月,重庆市食品药品监督管理局会同公安机关捣毁余某等人在重庆市九龙坡区设立的3处无证生产、销售非法添加西布曲明的食品(欧雷顿Z7咖啡)窝点,涉案货值1000万元。犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

●北京延庆北京奶鲜生食品有限公司未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期案

2017年9月,北京市延庆区食品药品监督管理局查实北京奶鲜生食品有限公司存在未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期行为,涉案货值20余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,对当事人给予行政处罚:没收违法

生产的食品和用于违法生产的原料、工具、设备等物品,折合人民币4万元;没收违法所得19.8万元;并处罚款342.8万元。

●广东广州恒元堂健康管理有限公司未经许可销售食品保健食品案

2017年9月,广东省广州市食品药品监督管理局查实广州市恒元堂健康管理有限公司存在利用会议营销形式,未经许可非法从事食品保健食品销售行为,涉案产品货值金额为10万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等规定,对当事人给予行政处罚:没收违法经营的食物;没收违法所得1.3万元;罚款160.2万元。

●辽宁鞍山康寿家园保健品店生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,辽宁省鞍山市食品药品监督管理局破获鞍山市铁东区康寿家园保健品店销售非法添加苯乙双胍药品的食品案。捣毁制售黑窝点1个,及时将犯罪嫌疑人黄某移送公安机关处置。该局依据《食品安全法》第一百三十五条第二款规定,对黄某处以终生不得从事食品生产经营管理工作、不得担任食品生产经营企业食品安全管理人员的行政处罚。

●山西晋城司志强羊蝎子火锅凤西店未经许可经营食品案

2017年7月,山西省晋城市食品药品监督管理局查实司志强羊蝎子火锅凤西店存在无证经营行为,违法货值金额10余万元。该

局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,给予当事人行政处罚:没收用于违法生产经营的工具;没收违法所得;并处罚款102.3万元。

●湖北大悟县龙某某未经许可销售保健食品案

2017年7月,湖北省大悟县食品药品监督管理局联合公安机关成功破获了龙某某无证销售保健食品案,关停会议营销场所1个。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款的有关规定,给予当事人行政处罚:没收违法经营的“蜂胶软胶囊”等6类保健食品5941瓶(箱);没收违法所得并处以罚款,合计4.9万元。

●重庆云阳县韩妹餐饮店非法添加非食用物质案

2017年7月,重庆市云阳县食品药品监管分局接到举报,反映韩妹餐饮店加工的羊杂面含有吗啡等违禁物质。经重庆市万州食品药品检验所检验,检测结果显示从该店抽样的羊杂面含有罂粟碱、吗啡和那可丁成分。该局依据《食品安全法》第一百二十三条第一款等有关规定,吊销当事人食品经营许可证。

●甘肃庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期食品案

2017年7月,甘肃省平凉市庄浪县食品药品监督管理局查获庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期案。该局依据《食品安全法》第一百二十四条第一款等有关规定,对当事人作出行政处罚:没收标注虚假生产日期的食品20千克,没收手动打码机1台;没收违法所得并处以罚款,合计10万元。

(4.5) 如何选购保健食品?

随着大家对健康的关注,越来越多的人都会购买保健食品。一些消费者盲目选购保健食品,给食用者带来安全隐患。我国保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

为维护消费者合法权益,正确选购保健食品,谨防上当受骗,国家市场监督管理总局提醒消费者:

● 认清保健食品标志。保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部、原国家食品药品监督管理局和国家食品药品监督管理局批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”;原国家食品药品监督管理局和原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字 G+4 位年代号+4 位顺序号”,进口保健食品为“国食健字 J+4 位年代号+4 位顺序号”。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,消费者可以登陆国家市场监督管理总局网站查询产品的真实情况。认清保健

食品的法定标志,是正确选购保健食品的重要环节。

●仔细阅读保健食品标签说明书。保健食品标签和说明书包含了产品的原辅料、功效成分或者标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、注意事项、保质期、产品注册和生产等相关信息。

消费者应根据产品声称的保健功能,结合自己的身体健康状况,有针对性地选择保健食品,尤其是老年体弱者、慢性病患者、儿童及青少年、孕妇等特定人群,在选择保健食品时要谨慎。任何保健食品都有一定的适宜人群,有的还标注不适宜人群,消费者在选择时应该也必须加以注意。

●选择正规销售渠道购买保健食品。消费者若需购买保健食品,应到信誉好、证照齐全的正规销售场所购买。购买时除要认准保健食品标志和批准文号外,还要仔细察看包装上厂名、厂址、联系电话、生产日期、有效期限等,并妥善保管购物发票和相关凭证。不要盲目参加任何以产品销售为目的的健康知识讲座、专家报告等;不要盲目通过会议销售、电话销售、免费试用等活动购买保健食品;不要购买无保健食品标识的非法保健食品。

●保健食品不能代替药品。保健食品不是药品,不能替代药品,用来治疗疾病,以免延误病情。

如已被骗,应该怎么做?如果发现违法生产经营保健食品的,消费者可及时向当地市场监管部门举报(投诉举报电话:12315)

(源自市场监管总局官网:

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/179152.html>)

(4.6)组织开展食品保健食品欺诈与虚假宣传自我学习活动

在社区健康讲座的基础上,以社区为单位,由社区工作人员组织社区居民开展食品保健食品欺诈与虚假宣传自我学习活动,学习内容以健康讲座内容为基础。

邀请社区重点人员,如一些患有高血压、高血脂等疾病的老人,介绍食品保健食品的防骗基本知识、分享典型案例,提高社区居民的食品保健食品基础认知能力。提高社区居民的食品保健食品基础认知能力。

3. 正确认识食药保健食品知识讲座PPT



认识保健食品的安全和功效

保健食品的定义

GB 16740-2014《食品安全国家标准保健食品》：

- 保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。
- 保健食品既不同于普通食品，也不同于药品，它是一种特定的具有调节人体机能作用的某一功能食品种类，亦可称之为功能性食品。

保健食品与一般食品有什么区别？

国际食品法典委员会（CAC）CODEXSTAN1: 1985
《预包装食品标签通用标准》对“一般食品”的定义是：

“指供人类食用的，不论是加工的、半加工的或未加工的任何物质，包括饮料、胶姆糖，以及在食品制造、调制或处理过程中使用的任何物质；但不包括化妆品、烟草或只作药物用的物质”。

国家标准GB/T15901-1994《食品工业基本术语》第2.1条将“一般食品”定义为“可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。”

国家标准和国际标准的定义文字表达不同，但涵义一致，概括起来就是：

供人类食用的所有物质。在GB16740-1997《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健（功能）食品定义为：

“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十四条 国家对保健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。

第七十五条 保健食品声称保健功能，应当具有科学依据，不得对人体产生急性、亚急性或者慢性危害。

第七十八条 保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十九条 保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定外，还应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的保健食品广告目录以及批准的广告内容。

专家委员会各专业组审评内容：

• 配方

配方及配方依据、研发报告中功能筛选部分

• 毒理

毒理学安全性评价报告、新原料的食用安全性

• 生产工艺

生产工艺、研制报告中工艺优选部分、质量标准、送审样品

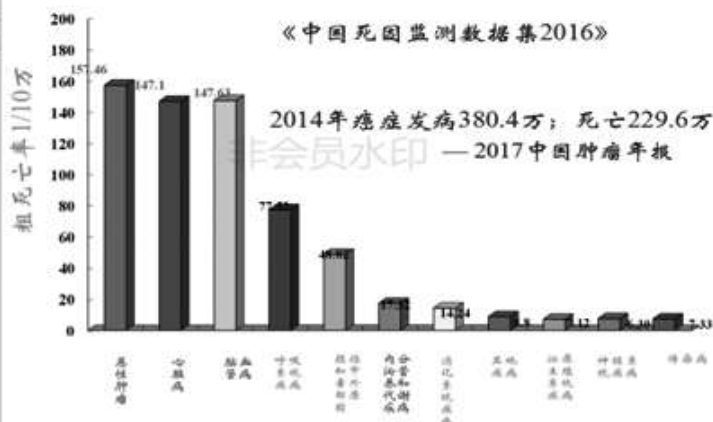
• 卫生学

卫生学、稳定性及功效成分检测报告、功效成分检验方法、质量标准

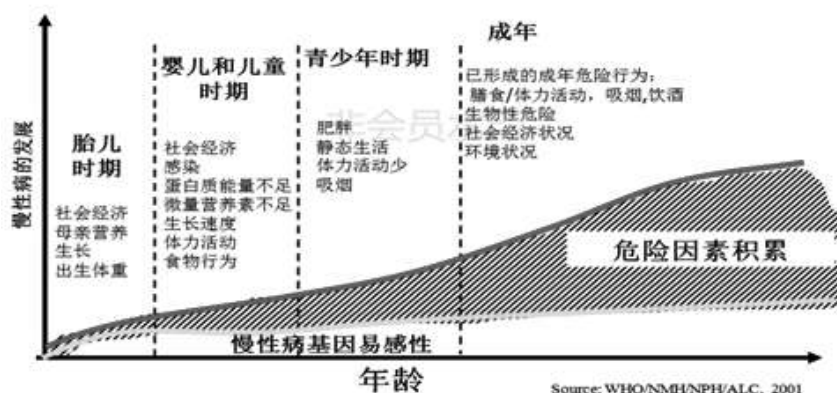
• 功能

功能学评价报告、产品说明书

保健食品的功能



控制危险因素，预防慢性疾病



关于印发抗氧化功能评价方法等9个保健功能评价方法的通知 (2012.05.01施行)

抗氧化、对胃粘膜损伤有辅助保护功能、辅助降血糖、缓解视疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、促进排便、减肥、清咽

- 关于进一步加强保健食品人体试食试验有关工作的通知
- 关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知



谢谢!

(八)有奖问答

有奖问答形式：

1. 叔叔阿姨大部分都曾经购买过保健食品吧,是不是都曾经看到很多商家说他们的产品可以抗癌、延年益寿等等,那么目前我国批准允许的功能声称只有27种,市场监管局的专家老师也已经给大家普及过了,那哪位能告诉我,抑制肿瘤在这27种里吗?请抢答。

正确答案:不是。

2. 叔叔阿姨,请问保健食品的标志是什么样子的?

正确答案:是蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。

3. 购买保健食品时,应该重点关注那三个方面?

正确答案:销售场所资质、外包装和说明书。

4. 一个保健食品批准文号能对应多个产品吗?

正确答案:不能。

所以当您在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎。

5. 如发现违法生产经营保健食品,可及时向当地市场监管部门举报,举报电话多少?

正确答案:12315、12331

6. 得了心脏病,可以吃保健食品吗?

正确答案:不行。保健食品不能治病,生病了还是需要去医院就诊。

7. 当我们购买了保健食品,是不是就一定能保证身体健康呢?

正确答案:不是。保健食品主要是调节身体机能,吃动平衡才是健康的关键。

8. 看见推销人员宣传说XX公司提取植物天然原料,所得最新研究成果,能延缓衰老,延年益寿,并安排免费参观,这样的话能信吗?

正确答案:不能。保健食品不是灵丹妙药,并不具备“神奇”的功能。

9. 保健食品可以代替日常饮食吗?

正确答案:不能。保健食品不能代替日常饮食,仅仅是补充饮食不够全面所缺乏的营养。

10. 参加“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动,却在活动现场销售保健食品,这属于哪种骗术?

正确答案:假借公益型骗术。以健康等公益活动为主题的销售行为,都属于假借公益型骗术。

(九)知识手册参考资料

1. 科学选用保健食品
2. 食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答

附件 4

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传 校园宣传方案

目 录

一、重点问题	141
二、重点人群	141
三、宣传形式	141
四、宣传内容	142
五、实施方案	143
(一)横幅海报展板	143
(二)发放安全知识手册	143
(三)进校园宣传活动	143
(四)主题班会	143
(五)宣传栏推广	143
(六)大型校园活动	143
六、素材内容	144
(一)展板文字内容	144
1.保健(功能)食品与一般食品有什么区别?	144
2.保健食品应当具有哪些特点?	144
3.哪些人群适合服用保健食品?	145
4.保健食品可以宣称的27种功能	146
5.如何鉴别保健食品真伪?	147

6.《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》

.....	148
(二)科普手册内容	151
1.关于蓝帽子的认识	151
2.关于保健食品可以宣称的27种功能	153
3.如何选购到正规的保健食品	154
4.哪些人群适合服用保健食品?	154
5.素材:“科学选用保健食品”	155
(三)标语内容	164
(四)展板图片	165
(五)宣传指示海报	170
(六)视频内容	172
1.视频形式	172
2.视频来源	172
(七)活动演讲稿内容	173
1.保健(功能)食品与一般食品有什么区别?	173
2.保健食品应当具有哪些特点?	173
3.什么是食品保健食品的虚假宣传?	174
4.如何鉴别保健品真伪?	175
(八)演讲用PPT	175
1.食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例	175
2.“认识保健食品的安全和功效”	176

校园宣传方案

一、重点问题

- (一)假冒伪劣食品
- (二)食品保健食品传销
- (三)网购食品保健食品

二、重点人群

- (一)学生群体
- (二)老师

三、宣传形式

(一)学生社群宣传。联合学校团委、学生会等组织,搭建展台,通过相关海报,手册,标语,视频等进行宣传,并通过校内各班级、学生团体的QQ群、微信群、微博等学生社群进行食品和保健食品知识普及,同时向学生传授如何识别食品保健食品欺诈的知识和技巧,鼓励学生将相关信息发布到亲友群。

(二)在校园公告栏设置典型案例分享,通过分享食品保健食品虚假宣传、传销典型案例,帮助学生正确认识保健食品定位及适应范围。

(三)在学校宣传栏专栏宣传食品保健食品基础认知和适用范围,并在重要位置摆放横幅标语、展板等内容。

(四)与其他社会组织进行合作,开展走进校园活动,借助校园大型集体活动进行宣传,安排执法人员讲话,对食品保健食品虚假宣传等重点知识进行宣传,帮助中小學生正确认识食品保健食品。

四、宣传内容

大学地区:

主要针对学生进行食品保健食品特点、定位、功能等方面的宣传:

1. 健康饮食知识,包括膳食宝塔、健康饮食原则等。
2. 理解食品保健食品的特点及定位。
3. 保健食品的基础功能及适应范围。
4. 了解哪些情况属于食品保健食品的虚假宣传。
5. 正确认识保健食品可宣传的内容,正确识别夸大的食品保健食品宣传内容。
6. 帮助大学生正确识别食品保健食品真伪。

中小学地区:

1. 健康饮食基础知识,如儿童青少年膳食指南、健康饮食基本原则等。
2. 理解食品保健食品的特点及定位。
3. 明确食品保健食品不是药品,不能用于治病的基础观念。
4. 帮助中小學生辨别保健食品,正确通过蓝帽子等标识区别保健食品真伪。

五、实施方案

(一)横幅海报展板

在学校主要活动区悬挂横幅,粘贴海报、摆放展板,宣传食品保健食品虚假宣传知识。

(二)发放安全知识手册

制作食品保健食品科学消费知识手册,以班级形式发放给学生,提高学生对食品保健食品专业知识的了解。

(三)进校园宣传活动

与其他社会组织进行合作,开展走进校园活动,借助校园大型集体活动进行宣传,安排执法人员讲话,对食品保健食品虚假宣传等重点知识进行宣传,帮助中小學生正确认识食品保健食品。

(四)主题班会

与学校教师取得沟通,将在班会活动中加入食品保健食品科普宣传的相关内容,在本次班会活动中,主要以食品保健食品相关的基础知识,正确认识保健食品以及保健食品与药品的区别为根本目的开展活动,同时帮助中小學生认识学校周边小摊贩可能存在的健康风险。

(五)宣传栏推广

使用本次方案中涉及的标语和展板内容宣传栏出进行张贴,在学校宣传栏专栏宣传食品保健食品基础认知和适用范围。

(六)大型校园活动

与其他社会组织进行合作,开展走进校园活动,借助校园大型

集体活动进行宣传,安排执法人员讲话,对食品保健食品虚假宣传等重点知识进行宣传,帮助中小學生正确认识食品保健食品。

六、素材内容

(一)展板文字内容

1. 保健(功能)食品与一般食品有什么区别?

答:食品是各种供人食用或者饮用的成品或者原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品,但是不包括以治疗疾病为目的的物品。

保健食品是一类特殊的食品。

(1)保健食品强调具有特定保健功能,而其他食品强调提供营养成分。

(2)保健食品具有规定的食用量,而其他食品一般没有服用量的要求。

2. 保健食品应当具有哪些特点?

保健食品是食品而不是药品,药品是用来治疗疾病的,而保健食品不以治疗疾病为目的,不追求临床治疗效果,也不能宣传治疗作用。保健食品重在调节机体内环境平衡与生理节律,增强机体的防御功能,达到保健康复的目的。保健食品具有一般食品的共性,即营养性,提供人体所需要的营养;感官性,提供色、香、味、形、质等以满足人们不同的嗜好和要求;安全性。必须符合食品卫生要求,必须不对人体产生急性、亚急性或慢性危害,而药品则允许有一定程度的毒副作用。

保健食品应具功能性,即具有调节机体功能,这是保健食品与一般食品的区别。它至少应具有调节人体机能作用的某一种功能,如免疫调节功能、延缓衰老功能、改善记忆功能、促进生长发育功能、抗疲劳功能、减肥功能等。其功能必需经必要的动物或人群功能试验,证明其功能明确、可靠。

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。一般食品提供人们维持生命活动所需要的各种营养素,男女老幼皆不可少。而保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

3. 哪些人群适合服用保健食品?

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。

保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。

例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

4. 保健食品可以宣称的 27 种功能

序号	功能类别	序号	功能类别
1	增强免疫力	15	减肥
2	辅助降血脂	16	改善生长发育
3	辅助降血糖	17	增加骨密度
4	抗氧化	18	改善营养性贫血
5	辅助改善记忆	19	对化学性肝损伤的辅助保护作用
6	缓解视疲劳	20	祛痤疮
7	促进排铅	21	祛黄褐斑
8	清咽	22	改善皮肤水分
9	辅助降血压	23	改善皮肤油分
10	改善睡眠	24	调节肠道菌群
11	促进泌乳	25	促进消化
12	缓解体力疲劳	26	通便
13	提高缺氧耐受力	27	对胃粘膜损伤有辅助保护功能
14	对辐射危害有辅助保护功能		

5. 如何鉴别保健食品真伪？

(1)购买保健品确保通过正规渠道购买；

(2)先看有无“小蓝帽”标识这是国家为了让消费者辨认区分真假保健食品的特制标志；

(3)其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分；

(4)看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和保健食品生产的强制项目；

(5)看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细；

购买保健食品,须认准保健食品标志和批准文号。保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部(1996年11月至2003年7月)和原国家食品药品监督管理局(2003年10月之后)批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”,下面有“中华人民共和国卫生部批准”字样;原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”,下面有“国家食品药品监督管理局批准”字样。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,可以登陆国家市场监督管理总局(<http://samr.sa->

ic.gov.cn/)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。

请认准以下标识：

2003年以前的国产及进口保健食品批准文号、保健食品食品标识为：



国产保健食品标识(2003年前)进口保健食品标识(2003年前)

2004年以后国产及进口保健食品批准文号、保健食品食品标识为：



国产保健食品标识(2004年后)进口保健食品标识(2004年后)

6. 《2017年十大食品保健食品欺诈和虚假宣传典型案例》

6.1 湖南衡阳周某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,湖南省衡阳市食品药品监督管理局联合公安机关捣毁非法销售窝点3处,查获犯罪嫌疑人周某、李某及下线阮某、谢某、黄某利用互联网销售添加西布曲明、酚酞等国家禁止添加药物的食品,涉案货值2亿元。周某等犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

6.2 浙江湖州胡某等人生产销售非法添加药品的食品案

2017年5月,浙江省安吉县市场监管局接到举报,反映市售“亿好酒”和“益草康”等凉茶宣称疾病治疗功能,立即组织查处。经湖州市食品药品检验研究院检验,在6个批次“亿好酒”中检出地塞米松、吲哚美辛,在4个批次“益草康”中检出双氯芬酸钠,涉案货值1000多万元。犯罪嫌疑人胡某等人已被移送公安机关处置。

6.3 重庆余某等人生产经营非法添加药品的食品案

2017年9月,重庆市食品药品监督管理局会同公安机关捣毁余某等人在重庆市九龙坡区设立的3处无证生产、销售非法添加西布曲明的食品(欧雷顿Z7咖啡)窝点,涉案货值1000万元。犯罪嫌疑人已被移送公安机关处置。

6.4 北京延庆北京奶鲜生食品有限公司未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期案

2017年9月,北京市延庆区食品药品监督管理局查实北京奶鲜生食品有限公司存在未经许可从事食品生产活动和标注虚假生产日期行为,涉案货值20余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,对当事人给予行政处罚:没收违法生产的食品和用于违法生产的原料、工具、设备等物品,折合人民币4万元;没收违法所得19.8万元;并处罚款342.8万元。

6.5 广东广州恒元堂健康管理有限公司未经许可销售食品保健食品案

2017年9月,广东省广州市食品药品监督管理局查实广州市恒元

堂健康管理有限公司存在利用会议营销形式,未经许可非法从事食品保健食品销售行为,涉案产品货值金额为10万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等规定,对当事人给予行政处罚:没收违法经营的食物;没收违法所得1.3万元;罚款160.2万元。

6.6 辽宁鞍山康寿家园保健品店生产销售非法添加药品的食品案

2017年9月,辽宁省鞍山市食品药品监督管理局破获鞍山市铁东区康寿家园保健品店销售非法添加苯乙双胍药品的食品案。捣毁制售黑窝点1个,及时将犯罪嫌疑人黄某移送公安机关处置。该局依据《食品安全法》第一百三十五条第二款规定,对黄某处以终生不得从事食品生产经营管理工作、不得担任食品生产经营企业食品安全管理人员的行政处罚。

6.7 山西晋城司志强羊蝎子火锅凤西店未经许可经营食品案

2017年7月,山西省晋城市食品药品监督管理局查实司志强羊蝎子火锅凤西店存在无证经营行为,违法货值金额10余万元。该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款等有关规定,给予当事人行政处罚:没收用于违法生产经营的工具;没收违法所得;并处罚款102.3万元。

6.8 湖北大悟县龙某某未经许可销售保健食品案

2017年7月,湖北省大悟县食品药品监督管理局联合公安机关成功破获了龙某某无证销售保健食品案,关停会议营销场所1个。

该局依据《食品安全法》第一百二十二条第一款的有关规定,给予当事人行政处罚:没收违法经营的“蜂胶软胶囊”等6类保健食品5941瓶(箱);没收违法所得并处以罚款,合计4.9万元。

6.9 重庆云阳县韩妹餐饮店非法添加非食用物质案

2017年7月,重庆市云阳县食品药品监管分局接到举报,反映韩妹餐饮店加工的羊杂面含有吗啡等违禁物质。经重庆市万州食品药品检验所检验,检测结果显示从该店抽样的羊杂面含有罂粟碱、吗啡和那可丁成分。该局依据《食品安全法》第一百二十三条第一款等有关规定,吊销当事人食品经营许可证。

6.10 甘肃庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期食品案

2017年7月,甘肃省平凉市庄浪县食品药品监管局查获庄浪县小鱼粮油超市经营标注虚假生产日期案。该局依据《食品安全法》第一百二十四条第一款等有关规定,对当事人作出行政处罚:没收标注虚假生产日期的食品20千克,没收手动打码机1台;没收违法所得并处以罚款,合计10万元。

(二)科普手册内容

1. 关于蓝帽子的认识

保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。目前市场上存在原卫生部(1996年11月至2003年7月)和原国家食品药品监督管理局(2003年10月之后)批准的保健食品产品。原卫生部批准的国产保健食品批准文号为“卫食健字+(年代号)+顺序号”,进口保健食品为“卫进食健

字+(年代号)+顺序号”或“卫食健进字+(年代号)+顺序号”,下面有“中华人民共和国卫生部批准”字样;原国家食品药品监督管理局批准的国产保健食品批准文号为“国食健字G+4位年代号+4位顺序号”,进口保健食品为“国食健字J+4位年代号+4位顺序号”,下面有“国家食品药品监督管理局批准”字样。每个保健食品批准文号只能对应一个产品,如果消费者在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎,可以登陆国家市场监督管理总局(<http://samr.saic.gov.cn/>)“数据查询”栏目查询产品的真实情况。

请认准以下标识:

2003年以前的国产及进口保健食品批准文号、保健食品标识为:



国产保健食品标识(2003年前)进口保健食品标识(2003年前)

2004年以后国产及进口保健食品批准文号、保健食品标识为:



国产保健食品标识(2004年后)进口保健食品标识(2004年后)

2. 关于保健食品可以宣称的 27 种功能

序号	功能类别	序号	功能类别
1	增强免疫力	15	减肥
2	辅助降血脂	16	改善生长发育
3	辅助降血糖	17	增加骨密度
4	抗氧化	18	改善营养性贫血
5	辅助改善记忆	19	对化学性肝损伤的 辅助保护作用
6	缓解视疲劳	20	祛痤疮
7	促进排铅	21	祛黄褐斑
8	清咽	22	改善皮肤水分
9	辅助降血压	23	改善皮肤油分
10	改善睡眠	24	调节肠道菌群
11	促进泌乳	25	促进消化
12	缓解体力疲劳	26	通便
13	提高缺氧耐受力	27	对胃粘膜损伤 有辅助保护功能
14	对辐射危害有辅助保护功能		

3. 如何选购到正规的保健食品？

(源于原食药总局官网 <http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/228953.html>)

3.1 看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买产品,特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品,也应先行确认资质信息。

3.2 查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息,不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品;不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品;不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品;不要购买标签上没有保健食品批准文号,但声称是保健食品的产品。

3.3 辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传,凡声称疾病预防、治疗功能的,一律不要购买;保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的,一律不要购买;不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的,可以拨打12315、12331热线电话进行投诉举报。

4. 哪些人群适合服用保健食品？

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。

保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能

良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。

例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

5. 素材:“科学选用保健食品”

5.1 什么是保健食品? 保健食品有什么样的标识?

保健食品,是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

保健食品具有三个特征:一是具有食品属性,是一类特殊的食品。二是安全性,在规定的摄入范围内长期食用,对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。三是功能性,对特定人群具有一定的调节作用,不能治疗疾病,不能替代药物。

保健食品标识为蓝帽子,具体如下:



5.2 保健食品与其他食品的主要区别

(1)保健食品强调具有特定保健功能,而其他食品强调提供营养成分。

(2)保健食品具有规定的食用量,而其他食品一般没有服用量的要求。

5.3 保健食品与保健品的区别

保健食品具有明确的法律定位,保健食品的监管法律依据为《中华人民共和国食品安全法》,产品属性为食品。保健品没有明确的法律定义,一般是对人体有保健功效产品的泛称,诸多媒体报道中涉及的保健品,实为内衣、床垫、器械、理疗仪、饮水机等,而非食品或保健食品。宣传报道和监管执法过程中,首先应依法辨别产品属性,清晰界定产品是食品还是用品,是保健食品、普通食品还是有毒有害食品,报道、文件和文书中应根据产品的实际属性,依法规范表述产品名称,不能一概笼统表述为“保健品”,造成事实不清、监管错位和信息误导。

5.4 保健食品与药品的主要区别

(1)使用目的不同:保健食品是用于调节机体机能,提高人体抵御疾病的能力,改善亚健康状态,降低疾病发生的风险,不以预防、治疗疾病为目的。药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质。

(2)保健食品按照规定的食用量食用,不能给人体带来任何急性、亚急性和慢性危害。药品可以有毒副作用。

(3)使用方法不同:保健食品仅口服使用,药品可以注射、涂抹等方法。

(4)可以使用的原料种类不同:有毒有害物质不得作为保健食品原料。

5.5 保健食品与药品对人体的作用有何不同?

药品对身体来说是一种异物,而保健食品却基本上是原本就存在于人体内或人体正常生理功能所需要的某种成分。换个说法,人体很难因为某种药品不足而患病,但却可能因为长期缺乏某种营养物质而引起一些身体不适的症状。由此可知,多数药品是人体患病之后用来治疗的工具,而保健食品则可以帮助身体不生病或者在健康的维持及促进上发挥非常重要的作用。

从另一个观点来看,药品能够直接抑制或攻击病因或病状,最常见的就是退烧或是降血压、血糖等对症疗法;而保健食品则是以调整机体功能、使机体的代谢系统保持平衡或是让血液循环顺畅等等,帮助身体用其自身的抗病能力去应对疾病。

5.6 为什么不能声称保健食品具有某种疗效?

根据《中华人民共和国药品管理法》对药品的定义:药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或功能主治、用法和用量的物质。而保健食品的使用不得作为治疗疾病用途,否则就是违法。比如说同样是“维生素E”,如果用于“药品”时,则能以“消除疲劳、保护心脏、减轻皱纹或雀斑”等来表示其功效;但当其用作“保健食品”的某种成分时,则只能是“食品”,所以绝对不能宣称“对××有效”或是“可预防××”。

国家之所以会进行这样严格的规定,一个重要的原因就是消费者信赖的问题。由于我国规定处方药品不能进行大众媒体广告宣传,并且制造及售卖药品必须经过国家严格审查后才能得到批准。而保健食品首先是食品,所以会比药品更加容易进行生产制造、售卖,并且能够进行广告宣传。如果允许保健食品标识其具有某种疗效,那么有可能被消费者误认为是药品,从而过分依赖保健食品,可能贻误了接受正规科学医疗的机会。

5.7 保健功能范围及相对应的适宜人群、不适宜人群是什么?

保健功能	适宜人群	不适宜人群
1.增强免疫力	免疫力低下者	
2.抗氧化	中老年人	少年儿童
3.辅助改善记忆	需要改善记忆者	
4.缓解体力疲劳	保健功能	少年儿童
5.减肥	单纯性肥胖人群	孕期及哺乳期 妇女
6.改善生长发育	生长发育不良的 少年儿童	
7.提高缺氧耐受力	处于缺氧环境者	
8.对辐射危害有辅助保护功能	接触辐射者	
9.辅助降血脂	血脂偏高者	少年儿童
10.辅助降血糖	血糖偏高者	少年儿童

保健功能	适宜人群	不适宜人群
11.改善睡眠	睡眠状况不佳者	少年儿童
12.改善营养性贫血	营养性贫血者	
13.对化学性肝损伤有辅助保护功能	有化学性肝损伤危险者	
14.促进泌乳	哺乳期妇女	
15.缓解视疲劳	视力易疲劳者	
16.促进排铅	接触铅污染环境者	
17.清咽	咽部不适者	
18.辅助降血压	血压偏高者	少年儿童
19.增加骨密度	中老年人	
20.调节肠道菌群	肠道功能紊乱者	
21.促进消化	消化不良者	
22.通便	便秘者	
23.对胃粘膜有辅助保护功能	轻度胃粘膜损伤者	
24.祛痤疮	有痤疮者	儿童
25.祛黄褐斑	有黄褐斑者	儿童
26.改善皮肤水分	皮肤干燥者	
27.改善皮肤油分	皮肤油分缺乏者	
28.营养素补充剂	需要补充者	

5.8 目前保健食品批准证书编号的主要形式有哪些？

旧式证号	新式证号
国食健字 G/J 年份****	国食健注 G/J 年份****
卫食健字(年份)第***号	食健备 G/J 年份*****
卫进食健字(年份)第***号	

G代表国产;J代表进口

5.9 怀疑所购买的保健食品时如何进行网上查询？

记下保健食品批准文号,根据产品标签上的批准证书编号或者产品名称进行查询:

国家市场监管总局:<http://samr.saic.gov.cn/>

5.10 保健食品的标签由哪几部分构成？

保健食品标签、说明书的内容应当包括产品名称、主要原(辅)料、功效成分/标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量与食用方法、规格、保质期、贮藏方法和注意事项等。

5.11 购买保健食品要注意什么？

(1)到合法店铺购买,正规保健食品经营企业应在店内悬挂具有保健食品经营范围的《食品经营许可证》。

(2)购买保健食品时,宜向营业员明确说明买保健食品的目的。

(3)在选购之前,应仔细阅读说明书。

(4)仔细查看包装上的生产日期、有效期等内容,不要买过期保健食品。

(5)保管好购买凭证,如购物小票或发票,若质量有问题,购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭据。

(6)保健食品一般都是较长期食用才能达到保健的目的,不可期望所谓的“疗效”“速效”。

(7)要根据自己的经济情况,量力而行,不要一次性大量购买某一产品。

5.12 针对老年人,不法商家常用的十大骗局有哪些?

一些不法商家免费邀请老年人参加“健康讲座”等,大肆推销保健食品,骗取钱财,甚至还损害其身心健康,以下是不法商家常用的十大骗局,请老年人擦亮双眼,仔细鉴别。

伎俩一:免费陷阱

(1)免费体检。保健食品推销员利用老年人不爱上医院的心理,装扮成“义诊医生”,像模像样地进行一些血压、血脂常规检查后,拿着检测结果煞有其事地指出消费者患有某些“疾病”,然后开始推荐产品。

(2)免费试用。在经过多次试用后,一些消费者由于心理作用感觉有效,或者多次试用后,人情难却而购买了该产品,但买回家后才发现存在很多问题。

(3)免费联欢。不法商家以公司周年大庆、回报社会献爱心之名,组织老人参加免费游玩,还提供专车接送,免费午餐,在游玩过程中,游说老人购买产品。

(4)免费健康咨询。开设“健康免费咨询热线”,只要消费者

打进电话咨询,对方都会推荐“包治百病”的同种保健食品。

伎俩二:温情麻痹

推销者抓住老人渴望亲情,害怕孤独的心理,隔三差五地打电话问候或带点小礼品上门拜访,嘘寒问暖拉家常,组织老人参加集体联欢,营造融洽的大家庭氛围。老人们往往逐步放松警惕,在情感的支配下购买那些功效不明、价格高昂的保健食品。

伎俩三:人际游说

保健食品商家以高薪招纳一批社交网络庞大的业务员,让他们对身边熟悉的老年亲戚、朋友、同事等进行游说、推销。老年人有时碍于情面,有时则因轻信亲近的人而盲目购买。

伎俩四:附赠诱惑

老人往往深受勤俭节约的传统思想影响,热衷于接受商家“免费、额外”赠送礼品。而保健食品商家往往也会根据老人的兴趣、爱好和生活需要设置购物附赠礼品,一些老人就是在这些礼品的诱惑下盲目购买了商家推销的保健食品。

伎俩五:品牌误导

一些保健食品商家致力于自身品牌知名度的扩张,铺天盖地片面宣扬“名厂名牌”,使消费者尤其是老年人产生一种误解,肯定是疗效显著,才能这么有名气,购买这种产品准没错。因此陷入迷信名牌的误区,没有根据自身身体情况正确、合理地选购产品。

伎俩六:雇托迷惑

雇托是不法商家惯用的手段,请来所谓的“专家”“学者”“权

威”在公开场合介绍该产品的“特殊疗效”和发布“权威检测报告”；或指使一些人假冒患者名义写感谢信、送锦旗、现身说疗效；或在销售现场制造抢购产品，制造购买者甚众、争先恐后的假象等。

伎俩七：回报承诺

推销者以“购买产品即可成为会员，而后推荐别人购买可获报酬，推荐越多报酬越高”的方式招揽生意，拓宽销路，这对已经失去稳定经济来源的老年人更具有诱惑力，老人们一不留神就容易盲目购买产品成为会员，甚至落入非法传销的圈套。

伎俩八：虚夸疗效

商家打着“绿色、健康、高科技、洋产品”的旗号，宣称其产品是“包治百病、治病于无形”的灵丹妙药，片面夸大保健食品功能，使消费者误以为保健食品可以替代药品使用，耽误了治疗疾病的最佳时机。同时，商家对一些保健食品存在的副作用及不适用对象只字不提，极可能损害消费者健康。

伎俩九：擅加成分

一些不法生产企业见利忘义，擅自在保健食品中添加某些具有特定功效的违禁药品成分，消费者食用后短时间可能起到缓解病痛症状的作用，进而对该保健食品产生信任感甚至形成依赖，长期使用对消费者的身心健康都将构成极大威胁。

伎俩十：流动设点

部分保健食品经销商采用租赁临时经营活动场所，设立流动摊点或者上门推销等方式开展活动，一旦发生重大纠纷或者被执

法部门查禁,马上转移藏匿,另起炉灶,逃避责任,产品的售后服务质量难以得到保障。

5.13 如何辨别保健食品真伪?

(1)购买保健食品确保通过正规渠道购买;

(2)先看有无“小蓝帽”标识这是国家让消费者辨认区分真假保健食品的特制标志;

(3)其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分;

(4)看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和保健食品生产的强制项目;

(5)看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细。

5.14 哪些人群适合服用保健食品?

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。

保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。

例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

6. 参考素材:食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答

(三)标语内容

1. 治理虚假宣传、维护健康权益。

2. 保健食品不是药品,不以治疗疾病为目的。
3. 能治病食品,小心是“药物添加”。
4. 凡声称疾病预防、治疗功能的食品或保健食品,一律不要购买
5. 购买保健食品请认准“蓝帽子”标识和国家批准文号
6. 购买保健食品请认准保健食品“蓝帽子”标识和国家批准文号。
7. 食品的基本功能是维持生命,与治疗疾病没有无关

(四)展板图片



骗术三 瞒天过海神吹型

世上没有包治百病的神药

第一步：在煎煮酒、飲品中增加「黑糖米杞、明礬糖漿、阿司匹林、氮氣升糖精」等化學藥物成分。

第二步：通过广告代理商，营造品牌形象，制定大营销政策。

第三步：利用广告“神化”，“魅力”诱导，将普通酒或次品包装成高贵的“神酒”，比如酒中“XX酒”拥有独特魅力，采用纯天然中草药植物配制而成，无杂质，可治疗癌症、防癌、糖尿病等，健胃开食、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】(一)“麻药”增加了国家法令禁止添加的酒精,长期服用对人体健康损害极大,特别是中老年人服用后可能发生意外死亡。

(二)神效广告具有欺骗性,老年人极易上当受骗。

資料來源：浙江省糧食工作部、小糧辦公室

骗术四 免费旅游陷阱型

天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上。

第一步：组织会议，观看视频，由公司老总亲自宣读公司严治了百病的种老办法。

第二步：以“慈善行动”名义组织青年人为弱势群体提供志愿服务。在志愿服务期间，“慈善家”对这些青年进行培训培养。

备注：实际部分客户有较大的系统风险，如要制造的气氛，然后借此推广产品，可以治疗癌症的产品。

【危害性】（一）对老年人忽视关心，从而疏远亲情，甚至伤害老年人身心健康。（二）破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

資料來源：浙江省整政工作指導小組辦公室

骗术五 非法生产毒害型

經銷處

第一步：生产前设立生产网点，大量生产含有药用植物、药油等，制造含有海狗成分的片剂和胶囊，计划产品数量，并经过网络向全国批发商。

第二步：代偿机制和补偿。对农产品生产者，定制补偿政策，成立多个产销对接、通过微信、淘宝等方式对定制农产品进行有章有序产销对接。

【危害性】（一）生产和销售环节通过互联网进行违法经营活动，隐蔽性强，侵害人众多。
（二）在网购时间快速增长下，犯罪主体参与人数多、范围广。

资料来源：浙江省委社会工作部领导小组办公室

骗术六 连环施计圈套型

警示语

眼见未必实，
有假正难治



【行骗套路】

第一步：通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防或辅助治疗肿瘤；降血压、降血脂、强筋骨、预防骨质疏松；预防和治疗肝病等。

第二步：收集患者的病例，用于宣传产品疗效和制造、其他等具有显著成效。

第三步：组织“癌症”患者现场交流，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。

第四步：通过“亲情牌”、“认”字牌、“平购”、“平购”，利用老年人心理特点，抓住老年人孤独的心理，骗取购买产品。

【危害性】（一）利用“癌症”患者现场交流，欺骗性。

（二）将普通食品或保健品或治疗癌症的特效药，宣称是治疗、预防癌症或抗癌特效药，造成无法挽回的损失。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术七 虚构认证伪装型

警示语

认准帽子，
识破伪装



【行骗套路】

第一步：伪造宣传材料，以免费体检礼品、礼物的方式，吸引老年人参加体检，获得数据，宣传个人业绩。

第二步：宣称体检数据和产品宣传，虚构食品产品具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：使用“国内唯一”、“全球公认”、“美国XX大学权威认证”、“国际ISO9001认证”、“美国KPC认证”、“瑞士SGS认证”等权威认证标志，用产品包装或宣传资料，并向老年人宣传。

【危害性】（一）将普通食品或保健品或治疗癌症的特效药，宣称是治疗、预防癌症或抗癌特效药，造成无法挽回的损失。

（二）虚构权威认证，破坏了认证的权威性，破坏了市场秩序。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术八 量身定制诱导型

警示语

定制服务是假，
病情好转是真



【行骗套路】

第一步：将普通食品或保健品或治疗癌症的特效药，包装成多种名贵中药材的滋补品或保健品，向消费者宣传。

第二步：安排业务员对消费者进行“专家”、“老师”、“老师”上门讲解。

第三步：“老师”针对消费者的病情提出“量身定制”的营销方案，强调病情严重性，针对性提出“一对一”的“治疗”方案，第一步宣传“产品具有正规医疗可以治愈的效果”。

【危害性】（一）将“老师”、“老师”、“老师”上门讲解，违法行骗。

（二）虚构病情严重性诱导消费者购买产品或治疗，导致病情加重，延误病情。

（三）导致社会信誉丧失，人身财产安全受损，正常生活产生危机。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术九 自编自演体验型

警示语

别让免费体验
骗你掏腰包
体验背后
是圈套



【行骗套路】

第一步：推出免费体验，以“体验馆”“国际养生展示”“荣誉证书”等名义，利用其宣传材料和产品夸大其词。

第二步：宣称产品由名贵“药大”产品组成，体验馆同时体验者食用产品的功效，如“净化血液、清血解毒、活血通脉、促进新陈代谢、安神健脑、促进血液循环”。

第三步：通过编造虚假的体验者证言，制造体验馆又聘请自己制作的假证等文字，宣称产品对“改善身体”、“治疗疾病”、“强作用”、“强补”只是保持体验，使体验馆持续。

第四步：在体验馆中由体验馆工作人员现场表演，制造体验馆。

【危害性】（一）夸大疗效，误导消费者。

（二）产品在无医生指导下使用，安全隐患大。

（三）易致过敏，危及老年人健康。



资料来源：浙江省整治办工作指导小组办公室

骗术十 非法集资诱骗型

警示语

分红获利虚言
陷阱不成
钱已丢



【行骗套路】

第一步：专门招募老年人代理销售的产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参加。

第二步：实施非法集资，利用老年人渴望理财的心理，突出该代理销售的产品一定本金的基础上可以按月获得分红。

第三步：待老年人缴纳费用后，免费发放产品，以“赠送”形式变相销售“高”价及过高的产品。

【危害性】（一）通过非法集资、赠送产品、高额回报的形式，一步步诱骗老年人参加，危害性大。

（二）利用非法集资的手段，达到对老年人实施非法集资的目的，使老年人钱财受损，危害严重。

（三）非法集资产品往往被用于老年人、老年人投资，对老年人健康。



资料来源：浙江省整治办工作指导小组办公室

防范食品、保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选择食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法行为，国家市场监督管理总局特提醒关注以下方面：

一、看准经营场所。

到证照齐全的经营场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先了解商家信誉。

二、看准包装和说明书。

仔细查看外包装和说明书产品相关信息，做好“四看”：

- 不要购买无厂名、厂址、无生产日期和保质期的产品；
- 不要购买包装上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买包装或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功效的产品；
- 不要购买包装上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三、看准广告和宣传内容。

科学、理性看待食品、保健食品广告和宣传：

- 凡声称能治病、治疗疾病的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未注明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告会。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打 12331、12315 热线电话进行投诉举报。



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为 消费提示



一看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；

不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。


三辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；保健食品广告中未声明本品不能代替药物的，一律不要购买；不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

四索购买相关凭证。保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭证。



如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的，
可以拨打 **12331** 热线电话进行投诉举报。

(五)宣传指示海报



**保健食品不是药品，
不能用于治疗疾病。**



你已走 300 米，共消耗 14.5 千卡。



**谨慎参加免费活动，
防止上当受骗。**



你已走 600 米，共消耗 29 千卡。



**保健食品不含全面的营养素，不能全
面代替日常饮食，要坚持正常饮食。**



你已走 1000 米，共消耗 49 千卡。



**食品保健食品不能替代药物，没有
治疗作用，不可轻信广告宣传。**



你已走 1500 米，共消耗 72.5 千卡。



**注意均衡饮食，
合理运动，促进身体健康。**



你已走 2000 米，共消耗 98 千卡。



吃动平衡，健康生活。



你已走 3000 米，共消耗 147 千卡。

(六)视频内容

1. 视频形式

选取原食药总局及地方食药局所制作的关于食品保健食品的相关视频在社区活动中心播放,内容主要以针对人群(包括慢性病人、骨质疏松、三高人群等)如何选择保健食品,保健食品基本知识、保健食品如何防骗、保健食品消费提示等。视频选用原食药总局官网中李可基教授解读保健食品的视频作为内容。

2. 视频来源

总局及地方局制作如:

2.1 你适合吃保健食品吗?

<<https://weibo.com/tv/v/FDGFkgO7E>>

2.2 如何擦亮眼睛购买保健食品?

<<https://weibo.com/3166469600/F3lhrknLY>>

2.3 防骗指南

<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226634.html>

2.4 保健食品销售骗局常见套路(上)

<<https://weibo.com/tv/v/FEs6wx3yp>>

2.5 保健食品销售骗局常见套路(下)

<<https://weibo.com/tv/v/FFwgjCM6I>>

2.6 如何明辨保健食品的真伪?

<<https://weibo.com/tv/v/FpGUt6knW>>

2.7 保健食品安全如何保障?

<<https://weibo.com/tv/v/F1HubDHnD>>

2.8 警惕保健食品违法广告

<<https://weibo.com/tv/v/F0BsReIVq>>

2.9 保健食品消费提示

<<https://weibo.com/tv/v/Ernti8wGh>>

(七)活动演讲稿内容

1. 保健(功能)食品与一般食品有什么区别?

一般食品指可供人类食用或饮用的物质,包括加工食品、半成品和未加工食品,不包括烟草或只作药品用的物质。简单地说,食品是供人类食用的所有物质。保健(功能)食品指:食品的一个种类,具有一般食品的共性,能调节人体的机能,适于特定人群食用,但不以治疗疾病为目的。

2. 保健食品应当具有哪些特点?

保健食品是食品而不是药品,药品是用来治疗疾病的,而保健食品不以治疗疾病为目的,不追求临床治疗效果,也不能宣传治疗作用。保健食品重在调节机体内环境平衡与生理节律,增强机体的防御功能,达到保健康复的目的。保健食品具有一般食品的共性,即营养性,提供人体所需要的营养;感官性,提供色、香、味、形、质等以满足人们不同的嗜好和要求;安全性。必须符合食品卫生要求,必须不对人体产生急性、亚急性或慢性危害,而药品则允许有一定程度的毒副作用。

保健食品应具功能性,即具有调节机体功能,这是保健食品

与一般食品的区别。它至少应具有调节人体机能作用的某一种功能,如免疫调节功能、延缓衰老功能、改善记忆功能、促进生长发育功能、抗疲劳功能、减肥功能等。其功能必需经必要的动物或人群功能试验,证明其功能明确、可靠。

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。一般食品提供人们维持生命活动所需要的各种营养素,男女老幼皆不可少。而保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用;减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

3. 什么是食品与保健食品的虚假宣传?

食品的标签、说明书,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。非保健食品的标签不得明示或者暗示具有保健功能。

保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能,内容应当真实,与注册或者备案的内容相一致,载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等,并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

食品保健食品广告的内容应当真实合法,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品还应当声明“本品不能代替药物”。

食品保健食品的广告、宣传册、音频视频、会议讲座的内容,都不得偏离标签、说明书标示的内容,严禁涉及疾病预防、治疗功能。

4. 如何鉴别保健食品真伪?

(1)购买保健食品确保通过正规渠道购买;

(2)先看有无“小蓝帽”标识这是国家为了让消费者辨认区分真假保健食品的特制标志;

(3)其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分;

(4)看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和保健食品生产的强制项目;

(5)看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细;

(八)演讲用PPT

1. 食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例



2. “认识保健食品的安全和功效”

食品保健食品的消费陷阱



市场监管总局主题日

骗术一 假借公益欺骗型

【行骗套路】

第一步:

以读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步:

刊登广告、发放小礼品等形式,吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步:

借助“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动的名义,组织所谓“专家”以网络视频会议的形式,同时对读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”,现场开展各种互动,会后一对一诱导与会老人高价购买产品。

【危害性】

- (一) 披上合法外衣,借助公益活动,更具欺骗性。
- (二) 利用网络视频会议形式和高科技手段,危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名,行谋财害命之实



市场监管总局主题日

骗术二 冒充专家恐吓型

【行骗套路】

第一步:

对“假专家”进行虚假包装、宣传。

第二步:

组织健康讲座和体检,由“假专家”介绍脑卒中(中风)等疾病的严重性,让消费者产生恐慌心理。

第三步:

由“假专家”开展“一对一”的“诊疗”,解读体检报告,渲染体检结果的严重性,吓唬消费者,给消费者“下危机”,并提出解决方案(使用特殊产品治疗),从而达到以高价销售产品的目的。

【危害性】

- (一) “假专家”随意编造头衔,使得患病老人上当受骗,延误病情。
- (二) 产品价格虚高数倍,甚至数十倍,骗取老年人多年积蓄。
- (三) 破坏家庭和谐,导致很多家庭老人与子女之间的矛盾。

【警示语】食品保健食品不能治病,假专家害人不浅



市场监管总局主题日

骗术三 瞒天过海神吹型

【行骗套路】

第一步：

在普通酒、饮品中添加“地塞米松、呋喃唑酮、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步：

通过广招代理商，营造热销氛围，感觉大家都在买。

第三步：

利用广告“神吹”，“秘方”诱导，将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。比如宣称“XX酒”拥有独特秘方，采用纯天然中草药植物配制而成，无激素，可治疗痛风、颈椎病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

（一）“神药”添加了国家明令禁止添加的西药，长期食用对人体健康危害极大，特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。

（二）神吹广告具有欺骗性，老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药



市场监管总局主题日

骗术四 免费旅游陷阱型

【行骗套路】

第一步：

组织会议，观看视频，由公司老总亲自演说公司产品治疗百病的神奇功效。

第二步：

以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游，在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。

第三步：

谎称部分客户有很大的患癌风险，故意制造恐慌气氛，然后借此推销声称可以治疗癌症的产品。

【危害性】

（一）对老年人虚假关心，从而欺骗钱财，甚至危害老年人身心健康。

（二）破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上



市场监管总局主题日

骗术五 非法生产毒害型

【行骗套路】

第一步：

生产者设立生产窝点，大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊，并通过网络向全国批发销售。

第二步：

代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后，定制外包装，成立多个微商团队，通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销售往全国。

第三步：

私刻国家行政机关公章、业务专用章、事项许可章等，伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

（一）生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动，隐蔽性强，受害人群大。

（二）在高额利润的驱使下，犯罪团伙参与人数多、范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药，减肥壮阳谨防受骗

市场监管总局主题日

骗术六 连环施计圈套型

【行骗套路】

第一步：

通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防和辅助治疗肿瘤；降低尿酸、缓解痛风；预防骨质疏松；预防和辅助治疗感冒。

第二步：

收集患者的病例，用于宣传产品对治疗肿瘤、骨质疏松具有显著疗效。

第三步：

组织“癌症”患者现场说法，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。

第四步：

假打“感情牌”，认“干爹”“干妈”，利用老年人心软的特点，抓住老年人孤独的心理，哄骗其购买产品。

【危害性】

(一) 利用“癌症”患者现场说法，欺骗性强。

(二) 将普通食品渲染成能治疗癌症的神药，忽略正规治疗，容易延误癌症患者的治疗，造成无法挽回的损失。保健食品也不是药品，没有治疗作用。长期服用可以改善机能，调节身体状况，但是不能治病。

【警示语】眼见未必实，有病正规治

市场监管总局主题日

骗术七 虚构认证伪装型

【行骗套路】

第一步：

分发宣传资料，以免费领取礼品、礼物的方式，吸引老年顾客到店，获得客源，登记个人信息。

第二步：

定期组织健康讲座和产品宣传会，虚假宣传产品具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：

使用“国内唯一一款”“全球公认”“美国XX医学院临床证明”“欧盟EDQM认证、美国BRC认证、瑞士SGS认证”等权威认证信息，将产品伪装成高科技产品，并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一) 将普通食品伪装成高科技产品，欺骗性强，且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二) 虚假使用权威认证，破坏了认证的权威性，破坏了政府信誉。

【警示语】认准蓝帽子，识别假权威

市场监管总局主题日

骗术八 量身定制诱导型

【行骗套路】

第一步：

开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病。配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散页，向消费者散发。

第二步：

发展会员并将其虚假包装成“专家”，宣传其为“老师”，由“老师”上门推销。

第三步：

“老师”针对消费者的病情拿出“量身定制”的营销方案，渲染消费者病情的严重性，“一对一”的“治疗”方案，进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】

(一) 假“老师”上门推销，违法行为隐蔽。

(二) 虚假宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

(三) 导致社会信誉丧失、人际关系缺乏信任，正常交往产生戒心。

【警示语】定制服务是假，推销骗财是真



市场监管总局主题日

骗术九 自编自演体验型

【行骗套路】

- 第一步：**
推出免费体验，以“体验店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，衬托其宣传并销售产品高大上的形象。
- 第二步：**
宣称产品包治百病，夸大产品功效。体验期间向体验者宣传产品的功能，即“净化血液、清血排毒、活化细胞、促进新陈代谢、安定神经、促进激素分泌”。
- 第三步：**
通过播放虚构的体验者回访视频，假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式，宣传产品对“改善身体”、“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。
- 第四步：**
在体验活动中自编自导消费者抢购场景，制造畅销假象。

【危害性】

- (一) 夸大疗效，误导消费者。
- (二) 产品在无医生指导下使用，安全隐患大。
- (三) 高价销售，掏空老年人腰包。

【警示语】别让免费蒙蔽眼，体验背后是骗钱

市场监管总局主题日

骗术十 非法集资诱骗型

【行骗套路】

- 第一步：**
专门招募老年人代理推销产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参与。
- 第二步：**
实施非法集资，利用老年人希望获利的心态，突出该代理活动在缴纳一定本金的基础上可以按月获得分红。
- 第三步：**
待老年人缴纳费用后，免费提供产品，以“赠品”反馈形式派发假冒厂名厂址及注册商标的产品。

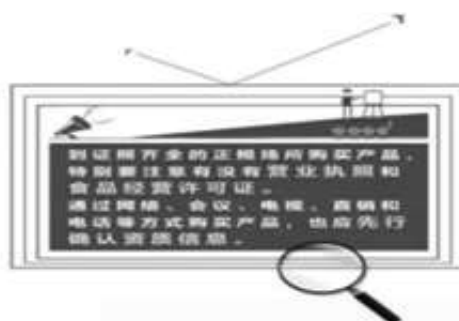
【危害性】

- (一) 通过包装项目、制造卖点、有赠赠送的形式，一步步降低老年人警惕性，欺骗性强。
- (二) 利用投资高额回报的手段，达到对老年人实施非法集资的目的，使得老年人钱财受骗数额大，后果严重。
- (三) 将假冒产品迂回销售给老年人，老年人饮用后，对身体危害大。

【警示语】分红获利须警惕，偷鸡不成蚀把米

关于防范食品保健食品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

看销售场所资质



企业营业执照



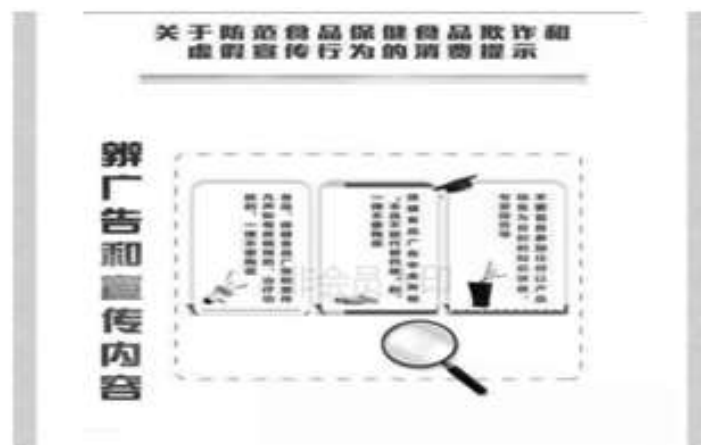
食品经营许可证



关于防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

查外包装和说明书





防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法违规行为，国家市场监督管理总局特别提示关注以下三方面：

一看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；
- 不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传：

- 凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12315、12315热线电话进行投诉举报。

Thanks

感谢观看

2. “认识保健食品的安全和功效”

认识保健食品的安全和功效

保健食品的定义

GB 16740-2014《食品安全国家标准保健食品》：

- 保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。
- 保健食品既不同于普通食品，也不同于药品，它是一种特定的具有调节人体机能作用的某一功能食品种类，亦可称之为功能性食品。

保健食品与一般食品有什么区别？

国际食品法典委员会（CAC）CODEXSTAN1: 1985《预包装食品标签通用标准》对“一般食品”的定义是：

“指供人类食用的，不论是加工的、半加工的或未加工的任何物质，包括饮料、胶姆糖，以及在食品制造、调制或处理过程中使用的任何物质；但不包括化妆品、烟草或只作药物用的物质”。

国家标准GB/T15901-1994《食品工业基本术语》第2.1条将“一般食品”定义为“可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。”

国家标准和国际标准的定义文字表达不同，但涵义一致，概括起来就是：

供人类食用的所有物质。在GB16740-1997《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健（功能）食品定义为：

“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十四条 国家对保健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。

第七十五条 保健食品声称保健功能，应当具有科学依据，不得对人体产生急性、亚急性或者慢性危害。

第七十八条 保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十九条 保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定外，还应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的保健食品广告目录以及批准的广告内容。

• 配方

● 毒理

• 生产工艺

生产工艺、研制报告中工艺优选部分、质量标准、送审样品

• 卫生学

卫生学、稳定性及功效成分检测报告、功效成分检验方法、质量标准

• 功能

功能学评价报告、产品说明书

《中国死因监测数据集2016》

2014年癌症发病380.4万；死亡229.6万
—2017中国肿瘤年报

死因 (Cause of Death)	粗死亡率/10万 (Crude death rate/100,000)
恶性肿瘤 (Malignant tumors)	157.46
心脏病 (Heart disease)	147.1
脑血管病 (Cerebrovascular disease)	147.63
呼吸系统病 (Respiratory diseases)	77
损伤和中毒 (Injury and poisoning)	48.91
内分泌和代谢病 (Endocrine and metabolic diseases)	17.14
消化系统病 (Digestive system diseases)	11.4
其他 (Others)	7.33

慢性病的发展

胎儿时期

社会经济
母亲营养
生长
出生体重

婴儿和儿童时期

社会经济
感染
蛋白质能量不足
微量营养素不足
生长速度
体力活动
食物行为

青少年时期

肥胖
静态生活
体力活动少
吸烟

成年

已形成的成年危险行为:
膳食/体力活动, 吸烟, 饮酒
生物性危险
社会经济状况
环境状况

危险因素积累

慢性病基因易感性

年龄

Source: WHO/NMH/NPH/ALC 2001

Source: WHO/NMH/NPH/ALC, 2001.

- **关于印发抗氧化功能评价方法等9个保健功能评价方法的通知** (2012.05.01施行)

抗氧化、对胃粘膜损伤有辅助保护功能、辅助降血糖、缓解视觉疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、促进排铅、减肥、清咽

- **关于进一步加强保健食品人体试食试验有关工作的通知**
- **关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知**



谢谢！

附件 5

防范食品保健食品欺诈和虚假宣传 网络宣传方案

目 录

一、重点问题	189
二、重点人群	189
三、宣传形式	189
四、宣传内容	190
(一)宣传内容	190
(二)呈现形式	190
(三)实施方案	191
1.市场监管总局设立专题网页,进行食品保健食品 整治行动推广	191
2.整合微博、微信公众号等资源,构建传播矩阵, 联合宣传	191
3.联合中央媒体开设专栏,同时进行1-2次网络直播 ...	191
4.开展媒体从业人员培训	192
5.开展媒体记者体验活动	192
五、素材内容	192
(一)知识手册	192
1.素材:“科学选用保健食品”	192
1.1 什么是保健食品? 保健食品有什么样的标识	192
1.2 保健食品与其他食品的主要区别	193

1.3 保健食品与保健品的区别	194
1.4 保健食品与药品的主要区别	194
1.5 保健食品与药品对人体的作用有何不同	195
1.6 为什么不能声称保健食品具有某种疗效	195
1.7 保健功能范围及相对应的适宜人群、不适宜人群 是什么?	196
1.8 目前保健食品批准证书编号的主要形式有哪些? ...	198
1.9 怀疑所购买的保健食品时如何进行网上查询?	198
1.10 保健食品的标签由哪几部分构成?	198
1.11 购买保健食品要注意什么?	198
1.12 针对老年人,不法商家常用的十大骗局有哪些? ...	199
1.13 如何辨别保健食品真伪?	202
1.14 哪些人群适合服用保健食品?	202
2. 食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答	202
(二) 标语内容	202
(三) 展板图片	203
(四) 有奖问答问题设置	208
(五) 宣传视频	209
(六) 会议活动 PPT	211
1. PPT: “食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例”	211
2. PPT: “认识保健食品的安全和功效”	217

网络宣传方案

一、重点问题

- (一)食品保健食品虚假宣传软文。
- (二)食品保健食品虚假宣传广告。

二、重点人群

- (一)媒体记者。
- (二)市场销售人员、广告人员。
- (三)网购人群。
- (四)电商。

三、宣传形式

(一)各地市场监管局官网设立专项网页,开展专项宣传。与本地门户网站及代表性网络媒体联合设立食品保健食品专题,主要推送整治行动进展及相关科普知识等内容,帮助消费者快速、便捷的了解整治进展及相关知识,增强消费信心。

(二)整合微博、微信公众号等资源,构建传播矩阵,联合宣传。定期推送相关知识和消费提示信息,发布整治典型案例,对典型案例进行集中宣传报道,引导公众理性消费。

(三)结合消费者生活密切关心的食品保健食品所关心的问题,组织网络媒体开设专栏、在线访谈、直播等,邀请专家、市场监管部

门普及相关知识,提高宣传的针对性、准确性、及时性和有效性。

(四)组织各大门户网站、主流媒体的记者、编辑,电商经营者等人员开展打击食品保健食品欺诈和虚假宣传的相关培训,重点介绍违法违规食品保健食品宣传广告、形式等,通过典型案例警示网络媒体从业人员,提升经营管理人员的守法意识。

(五)联合一到两家中央级媒体,推出专栏或者专题。一是长期跟踪报道;二是常态进行科普;三是各地的制作科普内容,经过专家审核后,可以在中央级媒体上进行传播,扩大宣传面,覆盖到更多人群。

四、宣传内容

(一)宣传内容

1. 健康饮食基础知识,包括膳食宝塔、健康饮食基础原则等。
2. 保健食品消费知识,消费指导,包括功能声称、蓝帽子、允许的功能声称等。
3. 典型食品保健食品欺诈和虚假宣传、传销案例,科学认识误区,避免陷阱。

(二)呈现形式

1. 海报、宣传展板。
2. 横幅、标语。
3. 科普知识手册。
4. 科普动漫、动画视频等,原食药总局已经拍摄录制的食谱、制作的动漫视频等。

(三) 实施方案

1. 市场监管总局设立专题网页,进行食品保健食品整治行动推广

市场监管总局及各地方局官网设立食品保健食品专题网页,主要推送整治行动进展及相关科普知识等内容,帮助消费者快速、便捷的了解整治进展及相关知识,增强消费信心。内容详见附件。

2. 整合微博、微信公众号等资源,构建传播矩阵,联合宣传

市场监管总局及各地方局对各自的微信、微博等新媒体账号进行整合,定期推送相关知识和消费提示信息,发布整治典型案例,对典型案例进行集中宣传报道,引导公众理性消费。

内容:推送各地方局推广的食品保健食品专项整治材料、保健食品基本知识、消费提示等。

3. 联合中央媒体开设专栏,同时进行1-2次网络直播

结合消费者生活密切关心的食品保健食品所关心的问题,联合一到两家中央级媒体及电商平台,推出专栏或者专题。

专栏内容:

(1)食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答

(2)科学选用保健食品

组织开展1-2次在线访谈(直播)活动,邀请专家、市场监管部门普及相关知识,提高宣传的针对性、准确性、及时性和有效性。

拟邀请专家:待定(可根据情况进行调整)。

4. 开展媒体从业人员培训

组织各大门户网站、主流媒体记者、编辑、市场销售等人员开展打击食品保健食品欺诈和虚假宣传的相关培训1场,重点介绍保健食品基本知识、违法违规案例等,通过典型案例警示网络媒体从业人员,提升经营管理人员的守法意识。

拟邀请专家:待定(可根据情况进行调整)。

培训内容:

4.1 保健食品基本知识及法规。

4.2 保健食品虚假宣传识别技巧。

4.3 虚假保健食品的常见套路及典型案例分析。

4.4 活动手册:手册内容以食品保健食品消费提示为主。详见附件。

5. 开展媒体记者体验活动

由宣传活动方组织食品保健食品虚假宣传整治体验活动,邀请试点地区媒体跑口记者20人左右参与体验活动,参与整治与现场执法行动。重点介绍保健食品相关法规、典型虚假宣传案例,充分认识到食品保健食品虚假宣传对公众和社会造成的巨大影响,避免媒体夸大宣传报道。

五、素材内容

(一)知识手册

1. 素材:“科学选用保健食品”

1.1 什么是保健食品? 保健食品有什么样的标识

保健食品,是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的,并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

保健食品具有三个特征:一是具有食品属性,是一类特殊的食品。二是安全性,在规定的摄入范围内长期食用,对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。三是功能性,对特定人群具有一定的调节作用,不能治疗疾病,不能替代药物。

保健食品标识为蓝帽子,具体如下:



1.2 保健食品与其他食品的主要区别

(1)保健食品强调具有特定保健功能,而其他食品强调提供营养成分。

(2)保健食品具有规定的食用量,而其他食品一般没有服用量的要求。

1.3 保健食品与保健品的区别

保健食品具有明确的法律定位,保健食品的监管法律依据为《中华人民共和国食品安全法》,产品属性为食品。保健品没有明确的法律定义,一般是对人体有保健功效产品的泛称,诸多媒体报道中涉及的保健品,实为内衣、床垫、器械、理疗仪、饮水机等,而非食品或保健食品。宣传报道和监管执法过程中,首先应依法辨别产品属性,清晰界定产品是食品还是用品,是保健食品、普通食品还是有毒有害食品,报道、文件和文书中应根据产品的实际属性,依法规范表述产品名称,不能一概笼统表述为“保健品”,造成事实不清、监管错位和信息误导。

1.4 保健食品与药品的主要区别

(1)使用目的不同:保健食品是用于调节机体机能,提高人体抵御疾病的能力,改善亚健康状态,降低疾病发生的风险,不以预防、治疗疾病为目的。药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质。

(2)保健食品按照规定的食用量食用,不能给人体带来任何急性、亚急性和慢性危害。药品可以有毒副作用。

(3)使用方法不同:保健食品仅口服使用,药品可以注射、涂抹等方法。

(4)可以使用的原料种类不同:有毒有害物质不得作为保健食品原料。

1.5 保健食品与药品对人体的作用有何不同

药品对身体来说是一种异物,而保健食品却基本上是原本就存在于人体内或人体正常生理功能所需要的某种成分。换个说法,人体很难因为某种药品不足而患病,但却可能因为长期缺乏某种营养物质而引起一些身体不适的症状。由此可知,多数药品是人体患病之后用来治疗的工具,而保健食品则可以帮助身体不生病或者在健康的维持及促进上发挥非常重要的作用。

从另一个观点来看,药品能够直接抑制或攻击病因或病状,最常见的就是退烧或是降血压、血糖等对症疗法;而保健食品则是以调整机体功能、使机体的代谢系统保持平衡或是让血液循环顺畅等等,帮助身体用其自身的抗病能力去应对疾病。

1.6 为什么不能声称保健食品具有某种疗效

根据《中华人民共和国药品管理法》对药品的定义:药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或功能主治、用法和用量的物质。而保健食品的使用不得作为治疗疾病用途,否则就是违法。比如说同样是“维生素E”,如果用于“药品”时,则能以“消除疲劳、保护心脏、减轻皱纹或雀斑”等来表示其功效;但当其用作“保健食品”的某种成分时,则只能是“食品”,所以绝对不能宣称“对××有效”或是“可预防××”。

国家之所以会进行这样严格的规定,一个重要的原因就是消

费者信赖的问题。由于我国规定处方药品不能进行大众媒体广告宣传,并且制造及售卖药品必须经过国家严格审查后才能得到批准。而保健食品首先是食品,所以会比药品更加容易进行生产制造、售卖,并且能够进行广告宣传。如果允许保健食品标识其具有某种疗效,那么有可能被消费者误认为是药品,从而过分依赖保健食品,可能贻误了接受正规科学医疗的机会。

1.7 保健功能范围及相对应的适宜人群、不适宜人群是什么?

保健功能	适宜人群	不适宜人群
1.增强免疫力	免疫力低下者	
2.抗氧化	中老年人	少年儿童
3.辅助改善记忆	需要改善记忆者	
4.缓解体力疲劳	易疲劳者	少年儿童
5.减肥	单纯性肥胖人群	孕期及哺乳期 妇女
6.改善生长发育	生长发育不良的 少年儿童	
7.提高缺氧耐受力	处于缺氧环境者	
8.对辐射危害有辅助保护功能	接触辐射者	
9.辅助降血脂	血脂偏高者	少年儿童
10.辅助降血糖	血糖偏高者	少年儿童

保健功能	适宜人群	不适宜人群
11.改善睡眠	睡眠状况不佳者	少年儿童
12.改善营养性贫血	营养性贫血者	
13.对化学性肝损伤有辅助保护功能	有化学性肝损伤危险者	
14.促进泌乳	哺乳期妇女	
15.缓解视疲劳	视力易疲劳者	
16.促进排铅	接触铅污染环境者	
17.清咽	咽部不适者	
18.辅助降血压	血压偏高者	少年儿童
19.增加骨密度	中老年人	
20.调节肠道菌群	肠道功能紊乱者	
21.促进消化	消化不良者	
22.通便	便秘者	
23.对胃粘膜有辅助保护功能	轻度胃粘膜损伤者	
24.祛痤疮	有痤疮者	儿童
25.祛黄褐斑	有黄褐斑者	儿童
26.改善皮肤水分	皮肤干燥者	
27.改善皮肤油分	皮肤油分缺乏者	
28.营养素补充剂	需要补充者	

1.8 目前保健食品批准证书编号的主要形式有哪些？

旧式证号	新式证号
国食健字 G/J 年份****	国食健注 G/J 年份****
卫食健字(年份)第***号	食健备 G/J 年份*****
卫进食健字(年份)第***号	

G代表国产;J代表进口

1.9 怀疑所购买的保健食品时如何进行网上查询？

记下保健食品批准文号,根据产品标签上的批准证书编号或者产品名称进行查询:

国家市场监管总局:<http://samr.saic.gov.cn/>

1.10 保健食品的标签由哪几部分构成？

保健食品标签、说明书的内容应当包括产品名称、主要原(辅)料、功效成分/标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量与食用方法、规格、保质期、贮藏方法和注意事项等。

1.11 购买保健食品要注意什么？

(1)到合法店铺购买,正规保健食品经营企业应在店内悬挂具有保健食品经营范围的《食品经营许可证》。

(2)购买保健食品时,宜向营业员明确说明买保健食品的目的。

(3)在选购之前,应仔细阅读说明书。

(4)仔细查看包装上的生产日期、有效期等内容,不要买过期保健食品。

(5)保管好购买凭证,如购物小票或发票,若质量有问题,购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭据。

(6)保健食品一般都是较长期食用才能达到保健的目的,不可期望所谓的“疗效”“速效”。

(7)要根据自己的经济情况,量力而行,不要一次性大量购买某一产品。

1.12 针对老年人,不法商家常用的十大骗局有哪些?

一些不法商家免费邀请老年人参加“健康讲座”等,大肆推销保健食品,骗取钱财,甚至还损害其身心健康,以下是不法商家常用的十大骗局,请老年人擦亮双眼,仔细鉴别。

(1)免费陷阱

(1.1)免费体检。保健食品推销员利用老年人不爱上医院的心理,装扮成“义诊医生”,像模像样地进行一些血压、血脂常规检查后,拿着检测结果煞有其事地指出消费者患有某些“疾病”,然后开始推荐产品。

(1.2)免费试用。在经过多次试用后,一些消费者由于心理作用感觉有效,或者多次试用后,人情难却而购买了该产品,但买回家后才发现存在很多问题。

(1.3)免费联欢。不法商家以公司周年大庆、回报社会献爱心之名,组织老人参加免费游玩,还提供专车接送,免费午餐,在游玩过程中,游说老人购买产品。

(1.4)免费健康咨询。开设“健康免费咨询热线”,只要消费者打进电话咨询,对方都会推荐“包治百病”的同种保健食品。

(2) 温情麻痹

推销者抓住老人渴望亲情,害怕孤独的心理,隔三差五地打电话问候或带点小礼品上门拜访,嘘寒问暖拉家常,组织老人参加集体联欢,营造融洽的大家庭氛围。老人们往往逐步放松警惕,在情感的支配下购买那些功效不明、价格高昂的保健食品。

(3) 人际游说

保健食品商家以高薪招纳一批社交网络庞大的业务员,让他们对身边熟悉的老年亲戚、朋友、同事等进行游说、推销。老年人有时碍于情面,有时则因轻信亲近的人而盲目购买。

(4) 附赠诱惑

老人往往深受勤俭节约的传统思想影响,热衷于接受商家“免费、额外”赠送礼品。而保健食品商家往往也会根据老人的兴趣、爱好和生活需要设置购物附赠礼品,一些老人就是在这些礼品的诱惑下盲目购买了商家推销的保健食品。

(5) 品牌误导

一些保健食品商家致力于自身品牌知名度的扩张,铺天盖地片面宣扬“名厂名牌”,使消费者尤其是老年人产生一种误解,肯定是疗效显著,才能这么有名气,购买这种产品准没错。因此陷入迷信名牌的误区,没有根据自身身体情况正确、合理地选购产品。

(6) 雇托迷惑

雇托是不法商家惯用的手段,请来所谓的“专家”“学者”“权威”在公开场合介绍该产品的“特殊疗效”和发布“权威检测报告”;或指使一些人假冒患者名义写感谢信、送锦旗、现身说疗效;或在

销售现场制造抢购产品,制造购买者甚众、争先恐后的假象等。

(7) 回报承诺

推销者以“购买产品即可成为会员,而后推荐别人购买可获报酬,推荐越多报酬越高”的方式招揽生意,拓宽销路,这对已经失去稳定经济来源的老年人更具有诱惑力,老人们一不留神就容易盲目购买产品成为会员,甚至落入非法传销的圈套。

(8) 虚夸疗效

商家打着“绿色、健康、高科技、洋产品”的旗号,宣称其产品是“包治百病、治病于无形”的灵丹妙药,片面夸大保健食品功能,使消费者误以为保健食品可以替代药品使用,耽误了治疗疾病的最佳时机。同时,商家对一些保健食品存在的副作用及不适用对象只字不提,极可能损害消费者健康。

(9) 擅加成分

一些不法生产企业见利忘义,擅自在保健食品中添加某些具有特定功效的违禁药品成分,消费者食用后短时间可能起到缓解病痛症状的作用,进而对该保健食品产生信任感甚至形成依赖,长期使用对消费者的身心健康都将构成极大威胁。

(10) 流动设点

部分保健食品经销商采用租赁临时经营活动场所,设立流动摊点或者上门推销等方式开展活动,一旦发生重大纠纷或者被执法部门查禁,马上转移藏匿,另起炉灶,逃避责任,产品的售后服务质量难以得到保障。

1.13 如何辨别保健食品真伪？

(1)购买保健品确保通过正规渠道购买；

(2)先看有无“小蓝帽”标识这是国家为了让消费者辨认区分真假保健品的特制标志；

(3)其次看包装是否规范,有无清晰的或无法识别的部分；

(4)看GMP认证标志:GMP是国际通行的食品医药企业良好的生产流程和管理规范,是我国药品和保健食品生产的强制项目；

(5)看成分表:消费者要仔细看产品成分说明,大家购买时一定要看仔细；

1.14 哪些人群适合服用保健食品？

保健食品适于特定人群食用,一般需按产品说明规定的人群食用,这是保健食品与一般食品另一个重要不同。

保健食品由于具有调节人体的某一个或几个功能作用,因而只有某个或几个功能失调的人群食用才有保健作用,对该项功能良好的人食用这种保健食品就没有必要,甚至食用后会产生不良作用。

例如延缓衰老保健食品适宜中老年人食用,儿童不宜食用；减肥食品适宜肥胖人食用,消瘦人不宜食用。

2. 食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答

参考“食品保健食品欺诈和虚假宣传整治问答”

(二)标语内容

1. 治理虚假宣传、维护健康权益。

2. 保健食品不是药品,不以治疗疾病为目的。

3. 能治病的食物,小心是“药物添加”。
4. 凡声称疾病预防、治疗功能的食物或保健食品,一律不要购买。
5. 购买保健食品请认准 “蓝帽子”标识和国家批准文号。
6. 购买保健食品请认准保健食品“蓝帽子”标识和国家批准文号。
7. 食物的基本功能是维持生命,与治疗疾病没有无关。

(三)展板图片



骗术三 瞒天过海神吹型

警示语

世上没有包治百病的“神药”

【行骗套路】

第一步：在普通食品中添加“地塞米松、和瑞美松、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步：通过广告代言、赠送样品等方式，吸引大家购买。

第三步：利用广告“神效”、“秘方”诱导，将普通食品包装成包治百病的“神药”。比如宣称“XX药”具有独特秘方，采用纯天然中草药物配制成，无副作用，可治疗高血压、糖尿病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】（一）“神药”添加了国家禁令禁止添加的药物，长期食用对人体健康危害极大，特别在中老年人食用后可能导致生命危险。

（二）神药广告具有欺骗性，老年人极易上当受骗。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术四 免费旅游陷阱型

警示语

天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上

【行骗套路】

第一步：组织会议、高规格宴请，由公司领导亲自向参会人员介绍产品的神奇功效。

第二步：以“免费旅游”或“参加老年人大学”等名义吸引老年人参加，在会议期间组织“专家”对参会人员进行现场推销。

第三步：组织参会人员参加高规格、高规格的会议，然后借机推销产品，可以治疗各种疾病。

【危害性】（一）对老年人造成身心伤害，严重影响老年人身心健康。

（二）破坏老年人家庭和谐，影响老年人子女之间的关系。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术五 非法生产毒害型

警示语

假冒伪劣产品，危害健康

【行骗套路】

第一步：生产者在生产场所，大量生产含有有害成分、有毒物质、非法添加成分的产品，并添加国家禁用成分。

第二步：将产品包装成“神药”，通过电视、网络等方式向全国范围推广。

第三步：利用国家行政机关、企事业单位、社会团体等，非法销售产品，通过文字、证书等方式进行推广。

【危害性】（一）生产者和销售者通过非法手段进行非法销售，危害性极大，受害人数多。

（二）在市场监管力度下，非法销售者与人数多，范围广。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术六 连环施计圈套型

警示语

眼见未必实，有病正规治。



【行骗套路】

第一步：通过宣传单或现场产品介绍，夸大宣传产品功效，声称可以预防和辅助治疗肿瘤、神经衰弱、骨质疏松、预防有癌家族、预防心脑血管治疗等。

第二步：收集患者的病历，用于宣传产品对治疗肿瘤、骨质疏松等具有显著成效。

第三步：针对“癌症”患者现场演示，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。

第四步：进行“亲情牌”，以“千岁”“千龄”，利用老年人心理的特点，抓住老年人孤独的心理，骗取购买产品。

【危害性】（一）利用“癌症”患者现场演示，欺骗性高。

（二）将普通食品包装成能治疗癌症的神奇、非正规治疗，耽误患者病情，造成无法挽回的损失。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术七 虚构认证伪装型

警示语

认准蓝帽子，识别假权威。



【行骗套路】

第一步：分发宣传材料，以免费领取礼品、礼券的方式，吸引老年顾客到店，获得病历，登记个人信息。

第二步：宣称经国家认证和产品宣传，虚构宣传产品具有预防及治疗心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：使用“国内唯一”“全球唯一”“美国XX医学权威认证”“欧盟EDQM认证”“美国BRC认证”“瑞士SGS认证”等权威认证资质，将产品包装成高科技产品，并宣称具有向老年顾客推销。

【危害性】（一）将普通食品包装成高科技产品，欺骗性高，易造成价格虚高，老年人的病情得不到及时治疗。

（二）虚构使用权威认证，破坏了认证的权威性，损害了政府信誉。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室

骗术八 量身定制诱导型

警示语

定制量身定制，谨防诱导。



【行骗套路】

第一步：开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病，宣称添加多种名贵中药材的滋补和强身健体，向消费者兜售。

第二步：宣称由名种权威机构和“专家”，宣称其为“定制”，由“定制”上门服务。

第三步：“定制”针对消费者的病情提出“量身定制”的解决方案，宣称具有预防的严重性，针对性提出“一对一”的“治疗”方案，进一步诱导“产品具有正规治疗难以企及的效果”。

【危害性】（一）属“定制”上门服务，违法行骗。

（二）虚构宣传健康产品能治疗产品次子正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

（三）导致社会信誉受损，人际关系不正信，正常生活产生信心。



资料来源：浙江省整治工作领导小组办公室



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为 消费提示



一看销售场所资质。到证照齐全的正常场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；

不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；

不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；

不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。科学、理性看待食品保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；保健食品广告中未声明本品不能代替药物的，一律不要购买，不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

四索购买相关凭证。保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭证。



如遇食品保健食品欺诈和虚假宣传问题的，
可以拨打 **12331** 热线电话进行投诉举报。

(四)有奖问答问题设置

有奖问答形式：

1. 叔叔阿姨大部分都曾经购买过保健食品吧,是不是都曾经看到很多商家说他们的产品可以抗癌、延年益寿等等,那么目前我国批准允许的功能声称只有27种,前边市场监管局的专家老师也已经给大家普及过了,那哪位能告诉我,抑制肿瘤在这27种里吗?请抢答。

正确答案:不是。

2. 叔叔阿姨,请问保健食品的标志是什么样子的?

正确答案:是蓝色草帽样标志,标志下方为批准文号和批准部门。

3. 购买保健食品时,应该重点关注那三个方面?

正确答案:销售场所资质、外包装和说明书。

4. 一个保健食品批准文号能对应多个产品吗?

正确答案:不能。所以当您在市场上发现一个批准文号对应多个产品的情况,务必谨慎。

5. 如发现违法生产经营保健食品,可及时向当地食品药品监督管理部门举报,举报电话多少?

正确答案:12315、12331

6. 得了心脏病,可以吃保健食品吗?

正确答案:不行。保健食品不能治病,生病了还是需要去医院就诊。

7. 当我们购买了保健食品,是不是就一定能保证身体健康呢?

正确答案:不是。保健食品主要是调节身体机能,吃动平衡才是健康的关键。

8. 看见推销人员宣传说XX公司提取植物天然原料,所得最新研究成果,能延缓衰老,延年益寿,并安排免费参观,这样的话能信吗?

正确答案:不能。保健食品不是灵丹妙药,并不具备“神奇”的功能。

9. 保健食品可以代替日常饮食吗?

正确答案:不能。保健食品不能代替日常饮食,仅仅是补充饮食不够全面所缺乏的营养。

10. 参加“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动,却在活动现场进行销售保健食品,这属于哪种骗术?

正确答案:假借公益型骗术。以健康等公益活动为主题的销售行为,都属于假借公益型骗术。

(五)宣传视频

1. 视频形式

选取原食药总局及地方局所制作的关于食品保健食品的相关视频在社区活动中心播放,内容主要以针对人群(包括慢性病人、骨质疏松、三高人群等)如何选择保健食品,保健食品基本知识、保健食品如何防骗、保健食品消费提示等。

视频选用原食药总局官网中李可基教授解读保健食品的视频作为内容。

2. 视频来源

(1)总局及地方局制作如:你适合吃保健食品吗?

<<https://weibo.com/tv/v/FDGFkgO7E>>

(2)如何擦亮眼睛购买保健食品?

<<https://weibo.com/3166469600/F3lhrknLY>>

(3)防骗指南:

<<http://samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/226634.html>>

(4)保健食品销售骗局常见套路(上)

<<https://weibo.com/tv/v/FEs6wx3yp>>

(5)保健食品销售骗局常见套路(下)

<<https://weibo.com/tv/v/FFwgjCM6I>>

(6)如何明辨保健食品的真伪?

<<https://weibo.com/tv/v/FpGUt6knW>>

(7)保健食品安全如何保障?

<<https://weibo.com/tv/v/F1HubDHnD>>

(8)警惕保健食品违法广告

<<https://weibo.com/tv/v/F0BsReIVq>>

(9)保健食品消费提示

<<https://weibo.com/tv/v/Ernti8wGh>>

(六)会议活动PPT

1. PPT:“食品保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术案例”



食品保健食品的消费陷阱



市场监管总局主题日

骗术一 假借公益欺骗型

【行骗套路】

第一步：

以读者俱乐部或生活馆的名义对外宣传。

第二步：

刊登广告、发放小礼品等形式，吸引老年人参加健康养生知识讲座。

第三步：

借助“全国健康万里行”“老年人模特队”“夕阳红旅游”等公益活动的名义，组织所谓“专家”以网络视频会议的形式，同时对读者俱乐部或生活馆讲解“养生知识”，现场开展各种互动，会后一对一诱导与会老人高价购买产品。

【危害性】

- (一) 披上合法外衣，借助公益活动，更具欺骗性。
- (二) 利用网络视频会议形式和高科技手段，危害受众面广。

【警示语】谨防假借公益之名，行谋财害命之实



市场监管总局主题日

骗术二 冒充专家恐吓型

【行骗套路】

第一步：

对“假专家”进行虚假包装、宣传。

第二步：

组织健康讲座和体检，由“假专家”介绍脑中（中风）等疾病的严重性，让消费者产生恐惧心理。

第三步：

由“假专家”开展“一对一”的“诊疗”，解读体检报告，渲染体检结果的严重性，吓唬消费者，给消费者“下危机”，并提出解决方案（使用特殊产品治疗），从而达到以高价销售产品的目的。

【危害性】

- (一) “假专家”随意编造头衔，使普通老年人上当受骗，延误病情。
- (二) 产品价格虚高数倍，甚至数十倍，骗取老年人多年积蓄。
- (三) 破坏家庭和谐，导致很多家庭老人与子女之间的矛盾。

【警示语】食品保健食品不能治病，假专家害人不浅



市场监管总局主题日

骗术三 瞒天过海神吹型

【行骗套路】

第一步：

在普通酒、饮品中添加“地塞米松、吗啡类、阿司匹林、双氯芬酸钠”等化学药物成分。

第二步：

通过广设代理商，营造热销氛围，感觉大家都在买。

第三步：

利用广告“神吹”，“秘方”诱导，将普通酒或饮品包装成治百病的“神药”。比如宣称“XX酒”拥有独特秘方，采用纯天然中草药植物配制而成，无激素，可治疗痛风、颈椎病、腰间盘突出、腰肌劳损、风湿、类风湿、手脚麻木等。

【危害性】

- (一) “神药”添加了国家明令禁止添加的西药，长期食用对人体健康危害极大，特别是中老年人食用后可能发生意外死亡。
- (二) 神吹广告具有欺骗性，老年人容易上当受骗。

【警示语】世上没有包治百病的神药



市场监管总局主题日

骗术四 免费旅游陷阱型



【行骗套路】

- 第一步：**
组织会议，观看视频，由公司老总亲自演说公司产品治疗百病的神奇功效。
- 第二步：**
以“感恩行动”名义组织老年人客户到旅游景点免费旅游，在游玩期间组织“假专家”对这些客户进行身体检查。
- 第三步：**
谎称部分客户有极大的患癌风险，故意制造恐慌气氛，然后借此推销声称可以治疗癌症的产品。

【危害性】

- (一) 对老年人虚假关心，从而欺骗钱财，甚至危害老年人身心健康。
- (二) 破坏老年人家庭和睦，引起老年人与子女之间的矛盾。

【警示语】天上不会掉馅饼，羊毛出在羊身上

市场监管总局主题日

骗术五 非法生产毒害型

【行骗套路】

- 第一步：**
生产者设立生产窝点，大量生产含有西布曲明、西地那非、酚酞等有毒有害成分的无外包装减肥、壮阳产品胶囊，并通过网络向全国批发销售。
- 第二步：**
代理商购得减肥、壮阳产品胶囊后，定制外包装，成立多个微商团队，通过微信、淘宝等方式将虚假包装后的有毒有害产品销售往全国。
- 第三步：**
私制国家行政机关公章、业务专用章、事项许可章等，伪造保健食品批准文号、证书等开展虚假宣传。

【危害性】

- (一) 生产和销售团伙通过互联网进行违法犯罪活动，隐蔽性强，受害人群大。
- (二) 在高额利润的驱使下，犯罪团伙参与人数多、范围广。

【警示语】微商网店谨慎购药，减肥壮阳谨防受骗

市场监管总局主题日

骗术六 连环施计圈套型

【行骗套路】

- 第一步：**
通过宣传单或现场产品推介会，夸大虚假宣传产品功效，声称可以预防和辅助治疗肿瘤、降低尿酸、缓解痛风、预防骨质疏松、预防和辅助治疗感冒。
- 第二步：**
收集患者的病例，用于宣传产品对治疗肿瘤、骨质疏松具有显著疗效。
- 第三步：**
组织“癌症”患者现场说法，以“亲身经历”宣传食用产品对治疗癌症的疗效。
- 第四步：**
混打“亲情牌”，认“干爹”“干妈”，利用老年人心软的特点，抓住老年人孤独的心理，骗取其购买产品。

【危害性】

- (一) 利用“癌症”患者现场说法，欺骗性强。
- (二) 将普通食品渲染成能治疗癌症的神药，忽略正规治疗，容易延误癌症患者的治疗，造成无法挽回的损失。保健食品也不是药品，没有治疗作用。长期服用可以改善机能，调节身体状况，但是不能治病。

【警示语】眼见未必实，有病正规治

市场监管总局主题日

骗术七 虚构认证伪装型

【行骗套路】

第一步：

分发宣传资料，以免费领取礼品、礼物的方式，吸引老年顾客到店，获得客源，登记个人信息。

第二步：

定期组织健康讲座和产品宣传会，虚构宣传产品具有预防及改善心脑血管疾病、白内障等无法证实的医疗功效。

第三步：

使用“国内唯一一款”“全球公认”“美国XX医学院临床证明”“欧盟EDQM认证、英国BRC认证、瑞士SGS认证”等权威认证信息，将产品伪装成高科技产品，并伺机高价向老年顾客推销。

【危害性】

(一) 将普通食品伪装成高科技产品，欺骗性强，且虚高的价格使得老年人的钱财受到极大损失。

(二) 虚构使用权威认证，破坏了认证的权威性，损害了政府信誉。

【警示语】认准蓝帽子，识别假权威

市场监管总局主题日

骗术八 量身定制诱导型

【行骗套路】

第一步：

开展健康讲座宣传产品，并印制宣传产品适用多种疾病。配料添加多种名贵中药材的说明书宣传散页，向消费者散发。

第二步：

发展会员并将其虚假包装成“专家”，宣传其为“老师”，由“老师”上门推销。

第三步：

“老师”针对消费者的病情拿出“量身定制”的营销方案，渲染消费者病情的严重性，“一对一”的“治疗”方案，进一步鼓吹“产品具有正规医疗难以企及的效果”。

【危害性】

(一) 假“老师”上门推销，违法行为隐蔽。

(二) 虚构宣传使患者相信使用该产品优于正规治疗，导致其停止正规治疗，延误病情。

(三) 导致社会信誉丧失、人际关系缺乏信任，正常交往产生戒心。

【警示语】定制服务是假，推销骗财是真



市场监管总局主题日

骗术九 自编自演体验型

【行骗套路】

第一步：

推出免费体验，以“体验店”“国际风采展示”“荣誉证书”等内容，衬托其宣传并销售产品高大上的形象。

第二步：

宣称产品包治百病，夸大产品功效。体验期间向体验者宣传产品的功能，即“净化血液、清血排毒、活化细胞、促进新陈代谢、安定神经、促进激素分泌”。

第三步：

通过播放虚构的体验者回访视频，假借体验者名义悬挂自己制作的锦旗等形式，宣传产品对“改善身体”、“治疗疾病”等作用，声称“只要坚持体验，疾病都会好转”。

第四步：

在体验活动中自编自导消费者抢购场景，制造畅销假象。

【危害性】

(一) 夸大疗效，误导消费者。

(二) 产品在无医生指导下使用，安全隐患大。

(三) 高价销售，掏空老年人腰包。

【警示语】别让免费蒙蔽眼，体验背后是骗钱

市场监管总局主题日

骗术十 非法集资诱骗型

【行骗套路】

第一步：专门招募老年人代理推销产品，声称产品功效好、公司实力强大，吸引老年人参与。

第二步：实施非法集资，利用老年人希望获利心理，突出该代理活动在缴纳一定本金的基础上可以按月获得分红。

第三步：待老年人缴纳费用后，免费提供产品，以“赠品”反馈形式派发假冒厂名厂址及注册商标的产品。

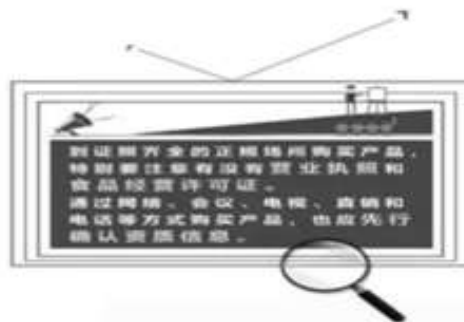
【危害性】

- (一) 通过包装项目、制造卖点、有借赠送的形式，一步步降低老年人警惕性，欺骗性强。
- (二) 利用投资高额回报的手段，达到对老年人实施非法集资的目的，使得老年人钱财受骗数额大，后果严重。
- (三) 将假冒产品迂回销售给老年人，老年人饮用后，对身体危害大。

【警示语】分红获利须警惕，偷鸡不成蚀把米

关于防范食品保健食品欺诈和 虚假宣传行为的消费提示

营销场所资质



企业营业执照

食品经营许可证



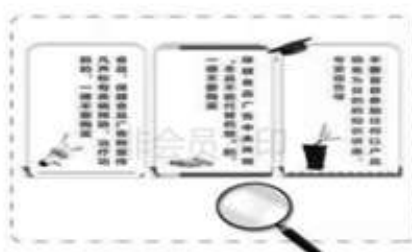
关于防范食品保健食品欺诈和
虚假宣传行为的消费提示

查外包装和说明书



关于防范食品保健食品欺诈和
虚假宣传行为的消费提示

辨广告和宣传内容



防范食品保健食品欺诈和虚假宣传行为的消费提示

为帮助消费者科学理性选购食品和保健食品，防范欺诈和虚假宣传违法违规行为，国家市场监督管理总局特别提示关注以下三方面：

一看销售场所资质。

到证照齐全的正规场所购买产品。特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

二查外包装和说明书。

仔细查看外包装标签标识产品相关信息，做好“四不”：

- 不要购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品；
- 不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；
- 不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；
- 不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

三辨广告和宣传内容。

科学、理性看待食品保健食品广告和宣传：

- 凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买；
- 保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；
- 不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。

如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12315、12315热线电话进行投诉举报。

Thanks

感谢观看

2. PPT:“认识保健食品的安全和功效”

认识保健食品的安全和功效

保健食品的定义

GB 16740-2014《食品安全国家标准保健食品》：

- 保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。
- 保健食品既不同于普通食品，也不同于药品，它是一种特定的具有调节人体机能作用的某一功能食品种类，亦可称之为功能性食品。

保健食品与一般食品有什么区别？

国际食品法典委员会（CAC）CODEXSTAN1: 1985《预包装食品标签通用标准》对“一般食品”的定义是：

“指供人类食用的，不论是加工的、半加工的或未加工的任何物质，包括饮料、胶姆糖，以及在食品制造、调制或处理过程中使用的任何物质；但不包括化妆品、烟草或只作药物用的物质”。

国家标准GB/T15901-1994《食品工业基本术语》第2.1条将“一般食品”定义为“可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。”

国家标准和国际标准的定义文字表达不同，但涵义一致，概括起来就是：

供人类食用的所有物质。在GB16740-1997《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健（功能）食品定义为：

“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十四条 国家对保健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。

第七十五条 保健食品声称保健功能，应当具有科学依据，不得对人体产生急性、亚急性或者慢性危害。

第七十八条 保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

保健食品的安全保障

《中华人民共和国食品安全法》（2015.10.01施行）

第七十九条 保健食品广告除应当符合本法第七十三条第一款的规定外，还应当声明“本品不能代替药物”；其内容应当经生产企业所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，取得保健食品广告批准文件。省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的保健食品广告目录以及批准的广告内容。

专家委员会各专业组审评内容：

- 配方

配方及配方依据、研发报告中功能筛选部分

- 毒理

毒理学安全性评价报告、新原料的食用安全性

- 生产工艺

生产工艺、研制报告中工艺优选部分、质量标准、送审样品

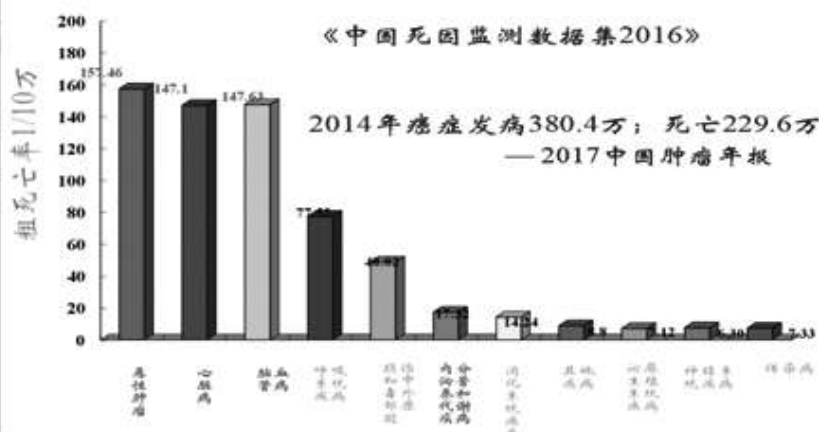
- 卫生学

卫生学、稳定性及功效成分检测报告、功效成分检验方法、质量标准

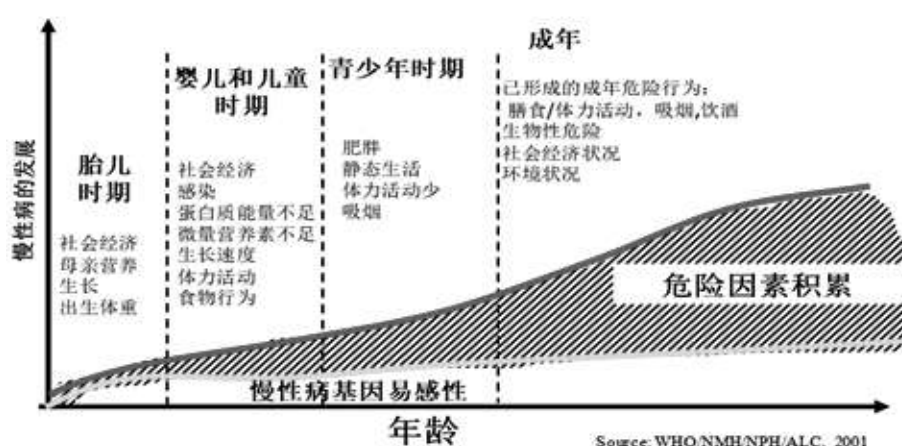
- 功能

功能学评价报告、产品说明书

保健食品的功能



控制危险因素，预防慢性疾病



• 关于印发抗氧化功能评价方法等9个保健功能评价方法的通知 (2012.05.01施行)

抗氧化、对胃粘膜损伤有辅助保护功能、辅助降血糖、缓解视疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、促进排铅、减肥、清咽

- 关于进一步加强保健食品人体试食试验有关工作的通知
- 关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知



谢谢！