

明星代言保健食品擬被叫停 老人最易落入消費陷阱

發佈日期: 2015-7-21 來源: 海南省消費者委員會

近年來，明星代言保健食品的廣告越來越多，明星代言可信度到底有多高?近日，國家工商總局就廣告法 8 個配合部門規章向社會公開徵求意見，著重對保健食品廣告進行了明確規範，並詳細列舉了“不得利用廣告代言人作推薦、證明”等 17 類被禁止使用的內容。按照意見稿設定的時間表，此規定將自 2015 年 9 月 1 日起施行。

老年人最易落入消費陷阱

此次公佈的徵求意見稿擬要求，保健食品廣告不得含有的內容包括：表示功效、安全性的斷言或者保證;涉及疾病預防、治療功能;聲稱或者暗示廣告商品為保障健康所必需;與其他保健食品或者藥品進行比較;利用廣告代言人作推薦、證明。

眾所周知，眼下的保健食品銷售市場魚龍混雜。食品與營養資訊交流中心專家阮光鋒表示，其實，以會議(講座)等形式銷售保健食品是比較常見的推銷手段，一些不法分子通過所謂的健康講座、贈送禮品等方式，向老年人變相推銷高價產品。阮光鋒說，老年人非常關心健康，時間也相對充足，很容易成為重點推銷對象。噓寒問暖、旅遊兜售、現金返還等形形色色的花招不斷推出，大打免費牌、專家牌、親情牌，導致老人容易上當受騙。

新規有利規範保健食品市場

保健食品是指聲稱具有特定保健功能或者以補充維生素、礦物質為目的的食品，即適宜于特定人群食用，具有調節機體功能，不以治療疾病為目的，並且對人體不產生任何急性、亞急性或者慢性危害的食品。

阮光鋒分析認為，此次公佈的徵求意見稿最引人關注的就是名人代言的問題，名人代言如果不規範很容易對消費者起到誤導。受到明星作品和知名度的影響，很多人都會相信明星的代言。但是，明星代言只是一個商業行為，更多的是為了經濟利益。所以，規範化管理、禁止明星

代言保健食品，有利於規範保健食品市場的虛假宣傳問題，有利於讓消費者理性、科學消費。

實際上，規範了市場、避免虛假宣傳對於消費者和明星都是有利的，消費者避免誤導，明星避免不必要的經濟和名譽損失。

保健食品不是藥品

消費者要想購買到正規的保健食品，一定要認清一個天藍色圖案標誌，下有保健食品字樣，俗稱“藍帽子”標誌。一定要看清包裝是否注明：名稱、淨含量及固形物含量、配料、功效成分、保健作用、適宜人群、食用方法、日期標示(生產日期及保質期)、儲藏方法、執行標準、保健食品生產企業名稱及地址、衛生許可證號。

此外，保健食品不是藥品，它的主要功能是調理。調理是需一段時間與過程，在這個過程中，身體素質會慢慢提高，但很少在短期內有明顯的變化。而且，每一種保健食品都有自己的適用人群，不可亂吃。