

业内人士揭保健品营销黑幕

保健品行业可谓暴利，成本价仅两三百元的产品，卖给老人的价格翻了好几倍。

随着城市打击力度的加大，保健食品欺诈乱象开始向农村转移。

在与执法部门玩了多年“猫鼠游戏”后，一些保健品公司开始研究各种办法规避打击。权威神话的破灭，引发保健品行业乱象问题再次升温。

已经出现30多年的保健食品，“毁誉参半”这

个形容词一直如影随形。一方面，保健食品行业是食品行业的重要支柱产业之一，已列入“十三五”国家食品安全规划；另一方面，涉及保健品的负面舆情事件越来越多，老人用多年积蓄购买保健品被騙的案例比比皆是。

2009年，食品安全法颁布，引领食品行业建立起完整科学的法律法规体系。然而，与之配套的“保健食品监督管理条例”虽数易其稿，但迟迟没有出台。直到2015年新修订的食品安全法实施，

“保健食品监督管理条例”依然待字闺中。

有专家告诉记者，多年来，保健食品行业一直处于无轨运行的状态。保健品监管虽然在食品安全法中有所涉及，但实施中却因各监管部门之间没有形成一体机制，导致执法效率低下。“相对高速发展的食品工业而言，以食品安全法为核心的法律法规体系还有待完善，其中最引人关注的就是针对保健食品的监管法规，行业人士期盼‘保健食品监督管理条例’尽快出台”。

以各种方式获取老年人信息

摸清老人心理骗局环环相扣

陕西的陈大爷患心血管病已有多多年。女儿要带他去医院体检，他死活不肯去，坚持说：“人家说我有脑梗，要吃专门秘制的‘玛卡’才有效，不然的话，随时都有生命危险。”

最近，陈大爷又去参加了一个讲座，买回来一些“皇家御用补品”。陈大爷对这些保健品深信不疑，“吃了能够补气，人没气了，就会死的”。

有时陈大爷吃了保健品感觉不适，推销人员马上告诉他，“吃了不舒服的，正好说明产品有效果，这是和体内疾病作斗争的正常反应。”

听了陈大爷的事，肖霞（化名）抿着嘴笑了，“套路，都是套路。”

肖霞曾是保健品销售公司从业者，“我现在已回头是岸了”。

“刚开始卖保健品的时候，不知从哪里入手。后来经过公司的专业化培训，才知道有一个固定流程，各个层级的人员分工清晰，形成了一条成熟的营销链条。”肖霞说。

肖霞所说的营销链条，包含信息获取、客户分析、上门约访、专家讲课、开单收款与反退货等步骤，各步骤环环相扣，终极目的就是让老人掏钱。

“获取老人信息的方式有很多，也容易。如派送鸡蛋让老人填表、免费测血压搜集信息、赠送牙刷要登记资料等。拿到老人资料后，讲师、业务员会坐在一起进行客户分析，然后圈出优质客户。”肖霞说。

据肖霞介绍，优质客户就是可能购买保健品的老人。接下来，就是上门约访。

每名业务员的书包里都有血压测量器、血糖仪，以摸清老人病情。除此之外，还要摸清老人家庭情况、经济状况。“经过多次聊天，跟老人熟络了，就可以邀请老人参加健康讲座”。

自称已经“金盆洗手”的陈伟民（化名），曾经是一家保健品公司的会议营销讲师。他对老人进行洗脑时的身份，是“健康专家”。

陈伟民告诉记者，很多会议营销，都是用免费赠送小礼品的手段吸引老人参加的。“对于有些老人来说，免费礼品不拿白不拿。只要一个小区的老人知道了，大家都会相互转告，一起来听课拿礼品”。

“老人来了，一开始不要讲产品，而是传授一些保健秘笈，给老人讲养生常识。在讲座中，还要时不时引入一些生物科技、量子科学、激光治疗等时髦概念。”陈伟民说。

讲课第一天，陈伟民会向老人推荐一种小型按摩器。“这款德国产的按摩器，能起到磁疗和理疗、治疗慢性病的作用。”

但这么好的东西不卖，只用于奖励那些积极参加互动的老人”。

于是，很多老人为了奖励，不论是回答问题还是上台互动都非常积极。用不上两三天时间，老人的胃口就被吊起来了。

在会场，陈伟民声称有一款价格过百万元的“量子弱磁场分析仪”，可以为老人进行免费体检，“体检医生也很资深”。

“体检结果出来后，业务员一脸焦急地告诉老人，病情现在已很严重，为卖保健品作好铺垫。”陈伟民说，对于保健品的销售，一般是采取限时抢购的形式，声称只卖两三天就不再销售了，让那些还在犹豫的老人赶紧掏腰包，以免因售罄而后悔。

“这个行业的利润可谓暴利，绝对是一般人想象不到的。成本价也就两三百元的产品，经过一包装，卖给老人的价格翻了好几倍。”陈伟民说。



保健品营销链条包括信息获取、客户分析、上门约访、专家讲课、开单收款与反退货等步骤，各步骤环环相扣，终极目的就是让老人掏钱。对于保健品的销售，一般是采取限时抢购的形式，声称只卖两三天就不再销售了，让那些还在犹豫的老人赶紧掏腰包

保健食品欺诈向农村蔓延

不法分子多瞄准留守老人

知情人告诉记者，随着城市打击力度的加大，保健食品欺诈乱象开始向农村转移。

家住安徽省合肥市郊区的吴奶奶今年70多岁了，两个儿子一个女儿都很孝顺，每月能给她提供3000元以上的生活费。

吴奶奶的身体状况在同龄人中还算不错，生活能够自理。可一年前，村里来了一批卖保健品的人。吴奶奶跟着别人去听了一次讲座后，就一发不可收拾了。

“经常早上5点就出门，哪里有讲座就跑到哪里。跟被洗脑似的，认为保健品能治百病。每次听完讲座，就带回一堆保健品。”吴奶奶的儿媳告诉记者。

对于儿媳说的走火入魔，吴奶奶压根儿就不承认：“现在生活条件好了，我就是想多活几年，不想早早离开。这么多老人在买，我把身体调养好了，也是不想给儿女添麻烦。”

记者采访得知，目前青壮年都进城打工了，村子里多是些留守老人和妇女，这就给一些不法分子提供了机会，他们抓住老人妇女的心理弱点，制造一些骗局坑蒙拐骗，令人防不胜防。

在合肥打工的朱毅告诉记者，从今年夏天开始，在他农村老家附近的

广场上，经常有人开车过来，推销一款说是可以治好高血压的保健品。

最近回老家一次，朱毅的母亲给他讲了“捡便宜”的经历，让他哭笑不得。

朱毅的母亲闲着没事，经常去广场“看热闹”。卖保健品的人声称保健品效果很牛，保证药到病除。由于每盒药要100元，不少老人都舍不得买。于是，卖保健品的人承诺，谁先买谁优惠，第二天药钱全部返还，前三名倒给100元。也就是说，这些药是白给的，还有可能赚到钱。于是，一些人抱着试试看的心态就买下来了。

第二天，村民真的收到了卖保健品的人原封不动的退款。于是，包括朱毅母亲在内的大半个村子的人都买了保健品。

可是等到第三天，卖保健品的人消失得无影无踪了。

朱毅所在村的妇女主任吕女士对记者说，以前在新闻中经常看到，城里的老年人因购买保健品上当受骗，没想到现在这些骗子转战农村，骗起农村的留守老人。“而农村这些老人多数是留守老人，子女不在身边，老人又缺乏辨识能力，希望相关部门多做防骗宣传，提高老人防骗意识”。

现场取证困难监管不易

建新格局避免分散而治

有心理专家认为，老人之所以对保健品“着迷”，是因为老年人大都出现这样或那样的疾病，他们非常渴望自己的身体能够健康。而这些所谓的保健品讲座，常常夸大其词，宣传自己的产品能够治好各种疾病。

南昌的方大爷买了一盒“玛卡”，花了3800元，推销人员声称能治脑梗、高血压、心血管疾病。方大爷信以为真，可服用一段时间后，发现毫无效果。

在确认为“三无”产品后，方大爷先后向当地派出所、工商局、食药监局求助，但问题始终没有得到解决。

记者采访发现，在对保健品虚假宣传的查处上，除了方大爷这样的消费者遭遇投诉无门外，监管部门也有一肚子苦水。

广西桂林一市场监管执法人员告诉记者，在审批机制日益放开的大背景下，生产保健食品的审批机制十分简单，企业很容易就可取得食品经营许可证、产品注册号或备案号。相反，虚假宣传的取证，一直是摆在监管部门面前的难题。“今年，我们投入了更多力量整治保健品市场，但破案率却直线下降。而且很多时候查出来的产品，有批号和蓝帽子，是货真价实的保健食品”。

事实上，在与执法部门玩了多年的“猫鼠游戏”后，一些保健品公司也在研究如何规避打击。

“健康讲座一般选择早上5点到6点之间，这个时间段执法部门基本上都没有上班，不会有执法人员来干扰会场。”成都市市场监管局一名工作人员说，他们想进入会场暗访，但会场门口的保安发现是年轻人就坚决不让进，执法人员要想获得一手证据相当困难。

河南某食药监局保化科的曾科长告诉记者，以前，保健品公司大多在会场宣讲产品功效，然后开始营销，执法人员很容易抓到证据。但如今这些公司都改成了会议营销，让老人去指定地点购买。“这种把营销推广与实际销售分开的模式，给执法监管带来了很大难度”。

曾科长还说，一款普通的压片糖果，包装上印着是保健食品，但销售员却对老人说，这是能治百病的“神药”。可我们一检查，销售员马上改口说是保健食品，说能够治病。更多的时候，老人不配合我们，反而配合销售员。“以前保健品推销，还制作印刷品和资料，现在都是面对面宣讲，我们很难查处”。

有专家认为，保健品监管的难点，还在于缺乏有效的执法手段。对于监管部门而言，因单个部门职能所限，一般是采取多部门联合执法，然而要形成大规模联动机制并不容易。“2018年3月，国家组建国家市场监督管理总局，将过去分散式的各部门监管变为统一的集中监管。在新的监管格局下，可以在组织市场监管、推进综合执法方面形成良好的制度模式，真正避免以前分散而治、职能交叉等问题”。