

### 从高增长到高质量 汽车业还需升几级

一边是市场辽阔,全球最大汽车产销国、全球最大新能源汽车市场等多重光环加持,规模和前景吸引企业竞相进入;一边是竞争加剧,市场增速、合资股比放开时间明确、新能源补贴政策调整等挑战集中到来,中国汽车行业正进入微妙而深刻的变局时代。

在这个更加开放的变革时代,市场从增量走向存量,低质低价的狂飙、粗放增长模式终结。危与机同在,市场“转阴”也是企业重塑良机。从高速增长走向高质量发展,在供给端提供更具竞争力的产品,是中国汽车转型升级的必由之路。

# 违禁药品“隐身”网络带来监管新挑战

有关人士建议从完善保健食品网上流通规范、开展消费领域公益诉讼、创新互联网监管手段、多部门联动配合等方面发力,多措并举织密食药安全网

□ 林苗苗 熊琳

售卖声称“纯中药”“纯植物”的保健食品,实则添加国家明令禁止的违禁药物。一些不法商贩通过互联网进货销售造成有毒有害食品追溯难,并在网络平台通过起化名、代号等方式逃避第三方平台和法律监管,让违禁药品“隐身”网络,具有隐蔽性强、监管难度大等新特点,亟须引起重视。

## 含违禁成分三无药品“隐身”网络售卖

近年来有多起案件涉及网络销售“纯中药”“纯天然”三无保健食品,通过种种方式“隐身”网络逃避监管,查处后发现相关食品药品含有国家明令禁止的违禁成分,以移动互联网为载体作案隐蔽性较强,危害面广。

从自己网购减肥药的城市年轻妈妈,杜某一步步成为自行包装减肥药的某中药养生堂网店店主,最终因生产、销售假药罪被判处有期徒刑十年。凭借绕开敏感关键词等手段,杜某通过微信、淘宝等平台累计卖出100余万元的中药减肥胶囊。

“我卖了两种减肥药,网上的商品名分别叫‘加强版老客户专拍’和‘特效老客户专拍198’,商品照片没有放到网上,也没有直接写是减肥药,因为知道这种药品是三无产品,而且淘宝上也不让用‘中药’等字眼描述商品。”杜某说。

据杜某交代,她通过微信等方式联系一位代理减肥药多年的女子薇薇,陆续进货散装减肥药并网购空药瓶和包装标签等自行包装,再通过微信朋友圈进行宣传,为淘宝店“引流”,平均月销量达200余笔。

根据鉴定机构的检测报告,“中药减肥胶囊(特效型)”中检出了西药成分西布曲明,另一款“纯中药减肥胶囊(加强升级版)”中更是含有西布曲明和酚酞。经当地食品药品监督管理局认定,两款胶囊应按假药论处。

杜某这种情况并非个案。近年来相关部门查处了多起利用网络直播平台、微信朋友圈、淘宝店铺等生产销售假药和有毒有害食品的案件。犯罪分子以网络和快递进货、发货,自行分装成品,并通过网络社交圈宣传、收款,通过各种方式逃避

传统监管手段,受害消费者遍布全国各地。

## 隐蔽产业链为监管带来新挑战

利用移动互联网的便利性,一些不法商贩在家中靠一部手机、一部电脑就能开张运营网店,产品自己装、日期随时打,通过互联网圈子营销让非法产品“隐身”网络,进货、发货都通过网络联系、快递实施,产品来源和流向追溯难度大,对广大消费者生命健康造成严重威胁,也为第三方平台和执法部门监管带来新挑战。

家庭个人“作坊式”产销隐蔽性强。在网店销售有毒有害食品“苦瓜清脂胶囊”的罗某位于某小区地下室的一间房,执法人员查出了数千板胶囊和上千个外包装,还有一台“打号机”。据罗某交代:“进货时对方为了节省空间将胶囊板和外包装分开发送,我们自行装盒后售卖并随时打上日期。”据业内人士透露,非法生产者靠一两个人就可以手工灌装胶囊,在城市的民房中就可以开展,隐蔽性强。

圈子营销,非法产品“隐身”网络。据了解,非法保健品往往宣传为“特效”,通过熟人圈子口耳相传,导致一些消费者购买时深信不疑。通过网络平台销售,辐射的人群数量呈几何式增长。有的店主通过微信宣传后引导顾客到淘宝店下单,为规避淘宝平台审查将商品化名“特效胶囊”“老顾客专拍”等,与圈子里的老顾客形成长期稳定关系。由于进货、销售都是通过网上进行,全程和消费者不见面,即使有群众举报,执法者单靠电话、网址等线索也难以找到人,为查处造成很大难度。

网络进货,产品随意调配来路不明。罗某说:“有些客户跟我反映,吃过苦瓜清脂系列后肚子不舒服、口干、不想吃饭,我就认为肯定添加了有毒有害成分。我是从网上进货,给我送货的人说对成分也不清楚,他也是找人去做的。”据执法人员查询,罗某店内多款产品上印制的批准文号在相关管理部门网站上均“查无此产品”。

在一些同类案件中,不法生产者将违禁的“核心原料”与当归粉等具有“中药味”的原料混合,凭经验随意调配,再经过层层转手流入各地“代理”和网店手中,成分不明。



利用移动互联网的便利性,一些商贩在家中靠一部手机、一部电脑就能开张运营网店。但是,网店产品来源和流向追溯难度大,对广大消费者生命健康造成严重威胁,也为第三方平台和执法部门监管带来新挑战。图为快递人员在分拣包裹。

添加违禁药品危害大。由于通过影响中枢神经等方式可短期产生减肥效果,西布曲明等成分近年来在不法生产者中屡禁不绝。根据相关规定,西布曲明、酚酞都属于国家明令禁止在保健食品中添加的化学成分。其中多年前曾用于减肥药的西布曲明可增加心血管疾病风险,早已被禁止使用。酚酞则是用于顽固性便秘的处方药,使用过量可引起电解质紊乱、心律失常等严重后果。北京市东城区人民检察院检察官助理吕永浩说,经办的案件中一些消费者食用后发生了头晕、厌食、腹泻等不良反应,重者发生呼吸困难送医院抢救等严重后果。

## 专家建议运用新手段 织密食药安全网

面对移动互联网时代违禁药品“隐身”网络等新形势,受访业内人士建议从完善保健食品网上流通规范、开展消费领域公益诉讼、创新互联网监管手段、多部门联动配合等方面发力,多措并举织密食

药安全网。完善保健食品网上流通规范。据了解,以保健食品为例,生产企业要取得相应的注册或备案资质,以及生产许可资质等方可生产。北京市丰台区人民检察院检察官孙兵说,目前一些网店开店门槛低,例如个人交1000元保证金就可以开,罗某销售苦瓜清脂胶囊就是用两三个网店同时进行销售,个人能否网上经营保健食品目前尚无专项审批,希望进一步从保健食品网络销售流通环节完善相关规范。

创新互联网监管手段。目前阿里巴巴等网络平台近年来已与一些地方的公安、食药监、工商等部门开展政企合作,利用大数据等发现并及时向执法部门移交假货等问题线索。北京市食品药品监督管理局相关负责人介绍,北京市食品药品监督管理局已于近年成立了网监大队,加强对网络食品药品违法行为的打击力度;同时积极走进社区进行保健食品科普宣传,帮助公众普及保健食品不能代替药物等基本理念,

构建正确的保健食品消费观。多部门联动配合织密安全网。北京市东城区人民检察院相关负责人表示,近年来在办理利用网络平台等生产、销售假药和有毒有害食品的案件中,适应司法改革要求,检察院积极发挥审查引导侦查的作用,以检警协同办案、同步专业审查、联席会议等机制推动专业化办案,厘清证据、审慎论证,取得了良好的办案效果。

开展消费领域公益诉讼。北京市人民检察院第四分院民事公益诉讼部主任刘晨霞说,对罗某及妻子卢某通过网络销售有毒、有害食品一案,因为罗某等人的行为侵犯了不特定对象的合法权益,在丰台区法院进行刑事判决后,北京市检察院第四分院提起了北京首例消费领域类的民事公益诉讼。北京市第四中级人民法院已于近日对民事公益诉讼作出判决,今后因本案侵权行为受到损害的消费者可以直接依据判决向法院提起民事诉讼,减轻公益诉讼中消费者的举证责任和维权成本。

### 相关新闻

# 消费者了解保健品的信息渠道85%来自微信

□ 王楠

12月6日,消费维权新媒体研讨会在北京召开,消费维权新媒体联盟发布了电商、网游及手游、家电、保健品、住宅隐蔽工程五大热点领域的消费数据报告。

报告显示,今年1月份电商平台消费投诉量较去年12月增长18.29%;今年10月份投诉量增长幅度最低,仅4.99%;但至11月份,投诉量增长幅度又增至8.72%。

电商平台投诉主要集中在服务类、日用家电、母婴类及手机数码类产品投诉。分析数据显示,今年针对电商行业投诉的问题主要集中在虚假促销、质量、售后、信息泄露、物流、网络售假、退换货、发票、高额退票、霸王条款等领域。

其中,虚假促销的投诉占比高达

27.42%,6·18、双十一活动前后尤为严重。被投诉商家不同程度存在活动前大幅度提价后,再进行各类所谓的促销、打折活动,据此引起了许多消费者不满和投诉。

根据消费维权新媒体联盟平台数据,一年来全国共接受保健品行业有效投诉量950件,涉及金额1,779,810.43元。

根据投诉性质分析,广告、售后服务、质量问题为引发投诉的主要原因,占投诉总量的79%以上。

分析消费者购买途径发现,通过微信购买的主要为减肥类产品,店铺购买(含会销)主要为中老年类保健品,网上购买主要为提高免疫力、益生菌产品。

报告指出,截至数据报告成文前,数据分析结果显示消费者对保健品的认知,包括保健品对健

康的影响或对产品功能的了解等,这些信息的获取渠道81.93%来自微信。

与此类似,消费者购买保健品的信息获取,85.64%也是来自微信,比如对购买渠道的了解,以直销方式购买还是网购或者药店购买等,以及购买计划、购买欲望、年龄分布、消费者区域分布等,这些信息的获取渠道也主要是依托微信。

上述报告提醒,微商产品质量堪忧、售后无保障,通过微商购买的产品一旦买到假货,或产品存在问题,维权较难。建议消费者到有经营资质的正规商家或有第三方交易平台保障的正规购物网站购物。

消费维权新媒体联盟是《中国消费者》杂志社联合全国副省级以上消协组织,共同成立的消费教育和消费引导自媒体平台。

第四十二次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截至2018年6月,中国网民规模超8亿人,其中21.8%的上网者年龄在20岁以下,不足10岁的网民约有2900万。

中国青少年宫协会儿童媒介素养教育研究中心调研发现,近三成的学龄前儿童每天使用网络的时间在30分钟以上,而14岁青少年每天使用网络时间超过半小时的比例达到60.8%。

据相关未成年人网络游戏消费投诉报告表明,在受理未成年人网络游戏投诉共549宗,涉案金额超万元占16%,期间不断接到家长关于孩子沉迷游戏、在游戏中大额消费的投诉和咨询。

截至2018年上半年,同期相比增长较快,而因使用父母账户进行游

戏充值的现象呈爆发式增长。

据报告显示,投诉涉案金额在5000元以下的377宗,占68.87%;大于等于5000元小于10,000元之间的投诉84宗,占15.30%;10,000元及以上的投诉88宗,占16.03%。将近1/3的投诉金额超过5000元以上,未成年人的消费金额明显与其年龄不相适应。

在549宗投诉中,和解成功232宗,占42.26%;调解成功39宗,占7.10%;总体处理成功率49.36%;调解失败202宗,占36.79%;有76宗在处理中,占13.84%。处理成功率偏低,不到一半,反映未成年人网络游戏退费相当困难。

消费报告指出,随着共享经济部分企业频繁曝出挪用押金、企业倒闭、退款难等问题,共享经济的投诉量在2018年呈现上升趋势。