

2025/05/18

星期日
乙巳年 四月廿一

老年日报

中国百强畅销报刊

北京、广州、哈尔滨、西安、南京、济南、郑州、石家庄同步印刷

年长者的精神家园

总9435期 今日8版

新闻
XINWENZHOUKAN
周刊

国内统一连续出版物号:
CN23-0018
邮发代号:13-18

百年洋品牌海外直邮?

起底“跨境”保健品包装术

“家人们，这款辅酶在澳洲是30多年的老品牌了！”“这是真有用，南非的朋友都在吃”“信我就买，新西兰的品牌，欧美市场销量非常好”……直播带货风口下，多个直播电商平台宣称“海外直邮”“百年品牌”的进口保健品备受追捧。

媒体调查发现，部分所谓“进口品牌”实为披着跨境马甲的“假洋货”，一系列的障眼法加持，使得这些“进口”保健品售价翻了几倍。

假洋牌

借壳

本土保健品套“跨境马甲”

“这是英国国民品牌，畅销三十多个国家。”在某短视频平台名为“XX在加拿大”的博主直播间，一位自称定居温哥华的主播拿着品名为AGEYA的辅酶Q10介绍称，周边邻居都在吃这款辅酶Q10。

在AGEYA官方海外旗舰店产品的介绍页面，商家用显著字眼写着“英国百年品牌、专业为您健康‘保驾护航’”。

然而，在“亚马逊英国”等海外购物平台及多个商超网站，均无法找到该品牌的任何产品。而AGEYA官方海外旗舰店的经营商显示为私人有限公司，注册地在中国香港，公司实际控制人是中国籍。

世界知识产权组织(WIPO)和英国知识产权局(UKIPO)官网信息显示，AGEYA商标和商标注册号均在2020年首次申请注册。

AGEYA并不是个例。另一个品牌为DDZ的海外旗舰店宣称其产品均为德

国原装进口，畅销全球75个国家地区，但在“亚马逊德国”购物网站搜索“DDZ”，未找到相关产品信息。

据了解，为了保证手续正规，有企业专门在香港注册了有生产保健品资质的公司，目的是给客户提供合法的跨境手续，但实际上，公司并没有参与生产，只是借了个“壳”，产品依然在内地工厂生产。

除了保税仓“一日游”，一些直播电商平台上宣称的“洋品牌”，还喜欢邀请外籍面孔主播带货。

据一家服务跨境电商的机构工作人员介绍，该机构提供“一条龙服务”：支付8000元即可为无牌产品配备新西兰公司资质、海外账户，并承诺无工厂资料、无海外销售证明也能上架直播电商平台的海外购。上架后，该机构还能联系多位外籍主播带货。

宣传
夸大功效和含量

“压压高、糖糖高、脂脂高。您需要一瓶来自美国的水蛭素，它是我们管子的清道夫。”值得注意的是，在多家名字带有“跨境甄选”的直播间、DDZ海外旗舰店中均出现了类似表述，还配有使用前后血管的状态图、血管

堵塞危害的介绍。

在商家的宣传中，DDZ水蛭素貌似通过了各项认证，但附上的所谓“FDA”注册证书等图片却非常模糊。实际上，美国FDA虽然对药品进行严格审批，但膳食补充剂则可先上市，如FDA证明该产品不安全，才会勒令其撤出市场。

对于产品的功效，复旦大学附属华山医院感染病科主任医师蒋卫民表示，保健品不能替代药物来治疗疾病，一些有特定疾病风险或已经患病的人群，不能依靠保健品来解决问题，而应遵医嘱。

当然，在直播间，还有一系列话术用于规避风险。小颖(化名)是跨境电商孵化机构的工作人员。她介绍，为规避风险，在直播带货时，标题、主图、详情页用最素的文案描述，主要还是靠主播话术来带货。小颖“细心”提醒，在“3·15”等特殊时间节点，要避免使用功效描述的相关用语，尤其是氨基糖、叶黄素等产品的宣传语，像“保护关节”“预防近视”“提升免疫”等表述都不能出现。

消费者除了会遇到保健品套“跨境马甲”、夸大宣传问题，还可能面临产品的含量虚标问题。

以前文提到的辅酶Q10产品为例，《关于含辅酶Q10保健食品产品注册申报与审评有关规定的通知》中曾明确，含辅酶Q10的产品，其辅酶Q10的每日推荐食用量不得超过50mg。而多款号称进口的辅酶Q10保健品，宣传的添加量高达300mg/粒。

一些商品的实际添加量可能与宣称的有出入。例如，一份海关投诉文件显示：投诉人在2024年11月从某



电商平台购买的涉案产品，主要成分为辅酶Q10，产品规格为60粒每瓶，每粒含300mg还原型辅酶Q10。投诉人送至第三方检测机构采取实验室还原型方法检测，经检测实际含量为38mg/粒。

健全
保险认证+“冠军”代言

“为了来中国，我们花了大几百万，产品找了人保认证，冠军代言，质量绝对放心。”在某直播电商平台，一些进口保健食品的外包装上印有“PICC中国人民保险”“本产品由中国人民保险承保”等字样。主播宣称产品质量问题可由中国人民保险保证。

一名保险代理商表示，仅需提供营业执照和投保产品名称，便能轻松获得人保(中国人民保险)或太平洋保险的产品责任险认证：“承保公司旗下所有产品，仅需3000元/年。不过这只是产品责任险，与质量无关。”

值得注意的是，在保单的特别约定中，保险公司申明，不承担因被保险人产品或以被保险人产品为组成部分的任何产品未能治疗、缓解、预防、根除或延迟任何人身伤害和/或财产损失所引起的或直接或间接导致或与之相关的人身伤害和/或财产损失。

代言方面，一家专做“冠军”代言的中介公司提供了多份合作“冠军”的报价刊例，“性价比高的3000到4000元/两年，稍有名气的7000到8000元/两年，花费上万元则可以邀请到奥运冠军代言。”代言人形象可用于线上电商主图详情页、海报以及线下产品包装等多方面。

专家

完善平台监管

电商平台出现的进口保健品销售乱象是否涉嫌违规违法？北京市京都律师事务所律师林斐然表示，利用“洋主播”或“定位在海外的主播”进行带货，以及虚标成分含量、夸大医疗功效等行为，属于典型的虚假宣传。

北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心主任邓勇表示，根据我国食品安全法的规定，在国内销售的保健食品，必须经过注册或备案。未取得境内保健品注册或备案的跨境保健品将被海关认定为普通食品。未经注册或备案的跨境保健品不得宣传保健功能(要求提供中文标签及合法来源证明)。即使境外保健品在来源国合法，若未取得我国注册或备案，不得在境内宣传保健功能。

中国保健协会市场工作委员会秘书长王大宏表示，消费者购买跨境电商“洋品牌”，因难以追溯产品链路，因此须由电商平台主动完善上架规则并严格监督。具体而言，电商平台可要求商家提供所售产品在境外允许合法生产与销售的证明文件、证明其正在上市销售的材料，以及产品标签和销售页面上涉及产品功能内容的相关佐证材料。

“监管部门应尽快出台直播带货的监管规则，完善保税仓产品入仓管理制度，并实施严格监督管理。”王大宏建议，平台不应仅以流量为目标，对于那些借助网红进行带货的保健品，平台有责任监督和引导其合规经营。赵方远



某机构宣称可提供“一条龙服务”，例如可提供法国某本土超市线下销售证明等一系列文件、视频素材等。