

2025·8·11 星期一

新闻热线 | 15545478968

“营养师”只顾推销、称“生病不用去医院”……

保健品“营养指导”乱象调查

据新华网报道“产品包装上明明写的食用量是每日1-2片的维生素C,‘营养师’却建议我爸妈一天吃30到40片。”江苏的杜女士近日向记者反映,某保健品“营养师”向其家人进行不专业的营养指导,不仅夸大保健品功效,还劝说家人“生病不用去医院,吃他们的产品就能好”。

杜女士的经历并非个例,近年来,打着“营养师”旗号推销保健品的现象屡见不鲜。从线上社交平台到线下“健康讲座”,“营养师”身份似乎已成为销售转化率最高的“人设”。如何厘清“营养指导”与“商业营销”的边界,推动行业回归专业与规范,已成为亟待解决的问题。

“营养指导”背后
是专业服务还是销售套路?

保健品吃哪些?怎么吃?面对市场上种类繁多、功能各异的产品,许多消费者往往难以选择,渴望获得科学、专业的建议。正因如此,“营养师”逐渐走进大众视野。但在实际消费场景中,一些所谓的“营养指导”却并不专业,他们以“健康管理师”“营养顾问”等身份出现在社交平台和线下讲座中,通过营造“专业形象”引导消费者购买保健品。

“我是通过小红书加的他。”“产品包装上明明写的食用量是每日1片的维生素B,营养师让我一天吃20片。”曾接受“营养师”指导,进行营养调养的陈女士向记者分享了她的亲身经历。陈女士因女儿身体不适咨询该“营养师”,得到“遇到发烧感冒尽量用营养支持”“用营养支持发烧对体质的提升很重要”的“营养指导”。

陈女士反映,该“营养师”小红书账号已经注销,但微信公众号和朋友圈仍不断更新,其中有大量服用保健品后的“健康奇迹”。记者调查发现,该“营养师”在各平台均未展示营养师资质证明。陈女士表示,她通过该“营养师”的个人介绍,营养健康讲座分享和健康群的案例,逐步相信其“营养师”专业能力。

类似的“专业建议”,如今在社交平台和各类健康讲座中频频出现。一些销售人员借助营养指导的名义,为消费者推荐各类产品,甚至开出“定制化方案”,试图以“科学”“个性化”赢得信任。然而,在这层看似“专业”的外衣之下,问题频频暴露。

在记者采访中,不止一位受访者提到家中老人深陷“营养师”推销之中。贵州的王女士说:“我爸妈现在已经完全被洗脑,他们所谓的‘营养师’把普通的保健品说成是仙丹神药,不正常吃药反而吃他们的产品,每天都有喝不完的固体饮料和功能茶。”

为进一步了解这些“营养指导”的专业性,记者以消费者身份暗访了一名某保健品牌“营养师”,分别就“减肥”与“孕期营养补充”进行咨询。在未进行任何身体评估的情况下,记者得到了几乎相同的产品推荐方案:除了针对孕妇的叶酸和针对减肥的某款产品有所区别之外,其余推荐的产品几乎完全相同。

在“补充孕期营养”的咨询中,“33岁”“孕酮胖了很多”“6个月开始脚肿”等信息并未引起他的关注,整个过程也未询问孕妇的身体情况。在“减肥”的咨询中,该“营养师”也未询问过基础病等身体情况。营养建议的“个性化”成了空谈,更像是提前准备好的商品销售清单。

事实上,公众对“营养师”的认知往往较为模糊,而一些企业在营销中又有意混淆这一身份,“营养师”的称谓被泛化与滥用,一些企业销售人员通过各类短期速成课程培训获取“营养顾问”“健康讲师”等证书,便以“专业身份”开展指导与销售,甚至参与直播带货,群聊推销,所提供的营养指导常常缺乏专业性,甚至存在误导风险。

销售边界需明确
“专业形象”不能误导消费者

在社交平台上搜索“保健品营养师”“健康顾问”等关键词,可以看到很多消费者分享类似的经历:这些人向他们推荐保健品,往往附带“治病”“降三高”“防癌抗癌”等暗示,这不仅涉嫌误导消费者,更存在明显的法律风险。

业内人士透露,很多企业为销售人员提供“话术手册”和“配方模板”,培训其在销售时使用“擦边词汇”,通过营造“专业可信”形象实现精准转化,诱导消费者购买产品。北京中医药大学教授邓勇指出,保健品销售人员在推荐产品时使用类似话术,可能违反多项法律的核心条款。

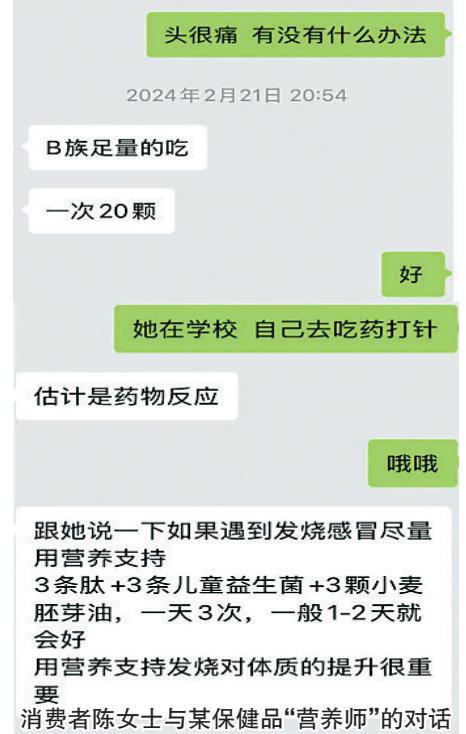
那么,“营养指导”与“商业营销”,究竟该如何厘清边界?“营养指导应当基于个体健康状况,提供科学、合理的膳食建议,而不是具体产品推荐。”北京中银律师事务所合伙人张菲律师表示,如果以科普健康知识为主,不绑定具体商品,属正当指导;如果以推销保健品为目的,或具有盈利目的,利用“营养师”身份背书诱导购买,名为“营养指导”,实为“销售产品”,则属于典型的商业营销行为。

多位受访专家认为,保健食品销售人员必须明确销售行为的边界:不得夸大功效,不得暗示疗效、不能虚构案例,更不能在没有专业资质的前提下,以“营养指导”之名误导消费者购买产品。

“保健食品不是普通食品,不能当普通食品来随意吃,更不能当药来吃。”注册营养师陆雅坤建议,消费者在购买和食用保健食品时应咨询专业人士。“可以去医院营养科询问专业医生,一些平台也有专业营养师问诊的付费咨询,还有很多注册营养师可以为大家提供免费的咨询服务,消费者可以通过多种途径获得专业正确的指导。”



某保健品“营养师”的朋友圈

取证难、维权难
消费者如何维权与追责?

保健品营销乱象不仅威胁消费者的健康安全,也令维权过程困难重重。

邓勇指出,目前消费者维权主要面临三大障碍:首先是举证难,因果关系难以证明。许多消费者,特别是中老年人,缺乏保留证据的意识,难以证明实际损害与产品本身直接相关,最终因缺乏决定性证据而败诉。

其次,诉讼成本高,消费者维权动力不足。在单笔消费金额低的情况下,消费者维权成本(律师费、鉴定费)可能远超损失。

此外,商家“金蝉脱壳”,赔偿执行难。部分商家常常通过注销公司、更换品牌等手段规避处罚,若团伙被查后改头换面继续行骗,消费者即使胜诉也难以获得赔偿。

张菲菲指出,微信群聊天记录、直播口播话术等关键证据易灭失,部分商家通过频繁更换账号,账号注销逃避责任,小微企业无财可供执行,进一步增加了追责难度。

为提升维权有效性,监管部门提醒,消费者在购买和使用保健品过程中应增强证据意识,保留聊天记录、产品宣传截图、支付凭证和包装资料,避免使用现金交易或向个人账户转账;即时拨打12315投诉举报,避免拖延错过取证时机。

张菲菲表示,消费者如遇到侵权行为,可依据消费者权益保护法第55条主张欺诈赔偿,要求商家“退一赔三”;若造成健康损害,还可追究人身损害赔偿责任。

市场监管总局也提醒消费者,理性看待保健食品的作用,科学选购、谨防误导。保健食品不能代替药品,不具有疾病预防、治疗功能。若出现疾病症状,应及时就医,不可盲目用保健食品“调理”或“替代药物”,以免耽误治疗时机。

选购保健食品应遵循“123法则”,即“一查、二看、三控”:一查包装是否标注保健食品标志“蓝帽子”和批准文号,保健食品产品信息可在市场监管总局网站查询;二看产品标签是否标明生产企业名称、食品生产许可证,另外要看清自己是否属于产品标注的不适宜人群;三控要控制食用量,按说明书食用。



2025·8·11 星期一 乙巳年 闰六月十八

主管/主办:黑龙江日报报业集团 出版:生活报社 国内统一连续出版物号:CN 23-0017

总第12850期 今日8版

七三一遗址:揭露侵华日军
反人类暴行的历史铁证

罪证陈列馆提示:参观请提前7天实名预约

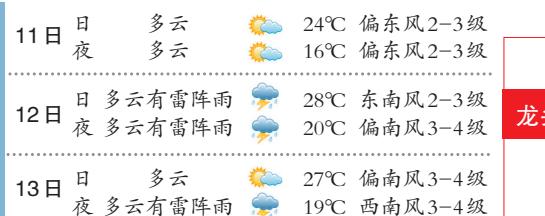


02、05

今年我省唯一盲人高考生
哈尔滨自强女孩

03
04

冰城暖心警事

游客车“失踪”一小时帮找到
市民突发哮喘 护送取救命药

龙头新闻·生活报帮办记者团:

供暖帮办仲亮 17800590258
旧改帮办梁晨 17800590256

有事找帮办团

出行帮办奕德谦	17800590257
水电气网购帮办李威兵	17800590259
民政帮办于海霞	17800590260
社区帮办史天一	17800590267
医疗帮办王秋实	19904806737
首席帮办李丹	17800590268

河南这对双胞胎圆梦哈工大 太默契了都是95分