产品属性难辨　同仁堂足道炮制治病神话？

本报记者 曹学平 北京报道

非药品冒充药品现象久治不绝。

近日，据《中国经营报》记者了解，一种名为“同仁堂足道”产品，在包装盒上分别醒目地标示着“可供血糖偏高人群使用”“可供下肢静脉异常及手脚冰凉人群使用”“可供血压偏高人群使用”等字样。该生产厂家的官网更是宣称“六大专方，对症泡脚，降血糖、降血压、改善失眠、缓解关节炎、消除静脉曲张、预防脚跟疼痛骨质增生。”

从宣传中来看，“同仁堂足道”俨然是一副神药。不过，本报记者发现，该产品只不过是普通的足浴粉。但因产品包装盒上标有“适用人群”，让消费者难以分辨其商品具体属性，而具体的监管法规也不甚明确，医药保健品市场也因此更加混乱。

治病“神话”

天猫同仁堂山西大药房旗舰店页面显示，正在销售同仁堂足道1型-6型，每个型号的宣传页面都用醒目的字体表示特别针对某种症状。

据了解，“同仁堂足道”生产厂家为北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司，该公司系北京同仁堂科技发展股份有限公司（以下简称“同仁堂科技”）的子公司。

本报记者发现，北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司保健食品分公司官网（京ICP备14009855号-1）显示，北京同仁堂根据“专方专用”要求对原皇家御用泡脚药方进行了改进，研制出六大系列泡脚配方，分别用于足跟痛、静脉曲张、关节炎、高血压、高血糖及失眠等症状。该产品分足道1型-6型，分别对应上述症状。

更有甚者，该网站同仁堂足道专题页面更是用醒目的字体表示，“六大专方，对症泡脚，降血糖、降血压、改善失眠、缓解关节炎、消除静脉曲张、预防脚跟疼痛骨质增生。”

另外，网页上还充斥着大量所谓使用过该产品患者的现身说法，糖尿病患者说泡脚后“血糖正常了、并发症消了”；高血压患者表示“血压降了也稳定了”；风湿关节炎患者用过后说“关节炎今年没再犯”；骨质增生患者更是表示“奇，骨质增生泡好了”。

同仁堂足道俨然是一副神药，那么其宣传的和国家食品药品监督管理总局（以下简称“药监总局”）批准的该产品主治功能是否一致？

然而，本报记者在药监总局网站上，却没有查询到同仁堂足道的任何信息。

天猫同仁堂山西大药房旗舰店页面显示，正在销售同仁堂足道（8克/袋*5袋）1型-6型，产品售价均为48元。每个型号的宣传页面都用醒目的字体表示特别针对某种症状，但是记者在该产品包装上没有看到任何的药品批准文号或者是保健食品批准文号，同时1型-6型包装盒上分别醒目地标示着“可供血糖偏高人群使用”“可供下肢静脉异常及手脚冰凉人群使用”“可供血压偏高人群使用”等字样。

在京东好药师大药房旗舰店，同仁堂足道（8克/袋*30袋）1型-6型售价均为239元，产品包装盒上也分别醒目地标示着“可供血糖偏高人群使用”。

那么“同仁堂足道”具体的产品属性是什么？包装盒上标示“可供血糖偏高人群使用”等有什么依据吗？

为此本报记者给同仁堂公司发去采访提纲，但截止到发稿时为止，对方未有任何回应。

事实上，早在2010年10月，河北省张家口市药监部门依法查处了深海酶罗汉山药软胶囊等七种非药品冒充药品的产品，有效净化了全市药品经营市场。北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司生产、无批号的同仁堂足道也在被查处的七种“伪药品”之一。

药监部门当时表示，此次依法查处的非药品冒充药品的产品，主要通过各类广告夸大主治功效，宣传预防、治疗人体疾病的功效，或者直接标示所用药物成分、作用、适应症或适应范围、用法用量等，误导消费者，这些仿冒药品严重危害了公众的用药安全，不仅扰乱了市场秩序，更有可能贻误患者的病情。

据业内人士介绍，药监总局《关于开展非药品冒充药品整治行动的公告》（以下简称《公告》）第1条规定：“凡是在标签、说明书中宣称具有功能主治、适应症或者明示预防疾病、治疗功能或药用疗效等，以及产品名称与药品名称相同或类似的食品、保健用品、保健食品、化妆品、消毒产品，未标示产品批准文号产品，均为非药品冒充药品。”

上述人士告诉记者，现在一些非药品的标签、说明书上不使用“功能主治”“适应症”“治疗功能”等字眼，而使用“推荐食用人群”“适用范围”“功能特点”等表达方式，内容上却包含有疾病名称和疾病症状。这样的文字表述让监管机关在执法时认定该产品为假药感到困难。该类标示方式既可以把非药品当作药品来卖，又可以不具备假药的法定标示特征为由来逃避法律的制裁。同仁堂足道就是这样一例。

天猫同仁堂山西大药房旗舰店正在销售的同仁堂足道，每个型号的宣传页面都用醒目的字体表示特别针对某种症状，如图中5型包装盒上标示的“可供血糖偏高人群使用”的字样。

灰色路径

李某团伙将“日用品”当药品卖，本身就是诈骗，而且销售人员在“卖药”时虚构事实，隐瞒真实身份自称是同仁堂的专家，也是诈骗作案的常用伎俩。

今年1月，同仁堂科技发表声明称，近期，公司及兴安盟中药材有限责任公司陆续接到消费者反映，有不法人员在辽宁卫视、陕西卫视、湖北卫视、江西卫视等媒体利用电视广告发布咨询热线，冒用同仁堂名义，以电话推销的方式诱使消费者邮购其所谓的同仁堂泡脚产品，进而推销价格虚高的非同仁堂生产的三无产品，致使诸多消费者蒙受经济损失，严重损害同仁堂品牌形象和消费者合法权益。

同仁堂科技表示，公司及北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司从未发布“不打针，不吃药，泡脚治疗××病”的夸大宣传和虚假广告，也从未授权任何经销单位和媒体发布此类内容广告。

既然从未发布“不打针，不吃药，泡脚治疗××病”的夸大宣传和虚假广告，那么官网为何会表示“六大专方，对症泡脚，降血糖、降血压、改善失眠、缓解关节炎、消除静脉曲张、预防脚跟疼痛骨质增生”？

这些发布虚假广告者，卖的是真的同仁堂泡脚产品还是假货？

今年5月28日，山西省太原市公安局通报了近期侦破的具有代表性的电信诈骗案。犯罪嫌疑人李某等主要针对老年群体，通过在某卫视台上打广告夸大宣传销售同仁堂足道产品，获得受害人联系方式后，再以办卡返利、冒名借钱的名义，实施诈骗。

经民警核实，北京的同仁堂确实也在销售“同仁堂足道”，但已改变了包装，李某销售的并非假货，但这个规格的“同仁堂足道”目前真正的同仁堂已不再销售。李某自称自己的“同仁堂足道”是从内蒙古一家药厂以每盒60元的价格进的货，再以每盒298元的价格销售，对此警方仍在核查。

值得关注的是，警方通报称，这里特别需要注意的是“同仁堂足道”并非药品，而是“日用品”，与香皂的性质类似。也就是说，李某团伙将“日用品”当药品卖，本身就是诈骗，而且销售人员在“卖药”时虚构事实，隐瞒真实身份自称是同仁堂的专家，也是诈骗作案的常用伎俩。

警方查明，这个团伙实施第一步卖药诈骗20445笔。业内人士对此非常不理解，销售2万多笔不可能在短时间内完成，既然早就发现有人在卫视发布虚假广告，为什么不对其停止供货？这不是纵容发布虚假广告者吗？

本报记者注意到，北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司生产的“同仁堂牌丹参菊花茶”也频频登上各地药监部门发布严重违法广告“黑名单”。

4月1日，北京市食品药品监督管理局发布了《2015年2月份违法药品医疗器械保健食品广告汇总表》。表中显示，北京同仁堂兴安盟中药材有限责任公司生产的“同仁堂牌丹参菊花茶”等17个产品的广告涉及违法，主要发布在平面媒体和广播电台。

北京市食品药品监督管理局表示已将监测到的严重违法广告情况通报市工商行政管理局核查处理，对违法广告中涉及北京生产企业品种的已依法依规采取了行政处理措施。

去年12月15日，山西省食药监局发布2014年第五期违法保健食品广告的公告，决定对同仁堂丹参菊花茶等5种严重违规宣传的保健食品全省禁售。

据记者不完全统计，该产品也已被江苏、湖北、河北、广西、辽宁等地药监部门分别列入违法保健食品广告名单，而发布违法广告者销售的是真货还是“假货”，目前仍不得而知。而同仁堂目前也未能对此进行回应。