

# 保健品市场和网上依然在销售 国家从未批准过的壮阳类保健食品

壮阳、改善性功能，总有些保健品以这样的功效宣称做卖点。而近日，国家食品药品监督管理局却发布消息称，国家从来未批准过壮阳药和壮阳类及改善性功能的保健食品。然而笔者调查发现，无论是在一些保健品市场还是购物网站，宣称有壮阳功效的保健品都不难觅。

王勇 车键 文



## 超市促销商品让利1毛钱 消费者“哭笑不得”

岁末年终，各大超市又掀起促销热潮。消费者也可以淘淘实惠。不过，有细心的消费者发现，超市大张旗鼓的“让利”之下，有些实惠其实“极微”。

日前，家住普陀区的王阿姨像往常一样来到家乐福购物，她推着购物车，仔细观详着商品上的价码牌，觉得合适后便将商品放进购物车内。采访中，王阿姨告诉笔者，“这些价格我都比过，有比‘原价’低3元的，还有比‘原价’低5元的，还是比较划算的。”

如此明确的价格对比，并非王阿姨记得每件商品的原价，而是商家的价码牌上写得清楚。

笔者走访家乐福、卜蜂莲花和世纪联华等超市后发现，不少促销

商品采用的是比价价码牌，这种价码牌上共有两个价格，一个是原来的价格，而价格上面会鲜明的画上一道叉或一条横线，表示现在已经不按照该价格进行销售，在这个原价下面会有一个现在的销售价格，通过两个价格的比较，让消费者直观感受购物的优惠。

然而，有细心的消费者发现，有些商品的比价价码牌上，原价和现价相差“极微”。在消费者黄先生的指引下，笔者在某超市看到一款洗衣粉的价码牌上写着，原价10元，现价9.9元。还有一款食用油，原价60元，现在则为59.9元。“1毛钱的让利，不能说人家虚假宣传，但是这种利让得实在让人哭笑不得。”黄先生说道。

车键

## 》商快报

### “情定时·唯有金”讲述真爱故事

近日，世界黄金协会携手时尚设计师谢星在上海新天地朗廷酒店举办2011“情定时·唯有金”真爱故事媒体发布会，集中展示并回顾“唯有金”今年八大系列

纯金精品。据介绍，“情定时·唯有金”系列以忠贞爱情信物为设计基础，定位于情侣之间表达深沉爱情誓言的首饰纪念饰品。

王勇

## 严厉打击保健食品违规声称有关功能

国家食品药品监督管理局12月9日发布消息称，国家从来未批准过壮阳药和壮阳类及改善性功能的保健食品。消费者在选购药品或保健食品时，要理性消费，谨防受骗，不要购买声称壮阳及改善性功能的产品，发现违法生产经营药品和保健食品的行为，可及时向当地食品药品监督管理局举报。如患有相关疾病应到医疗机构就诊，并在医生和药师的指导下正确使用相应药品。

近日，部分媒体报道有关食品和保健食品违法违规声称壮阳、改善性功能等功能，欺骗和误导消费者，给消费者食用安全带来了极大隐患。为保障公众健康与安全，国家食品药品监督管理局下发了《关于加强监督检查严厉打击保健食品违法违规声称有关功能的通知》。

《通知》要求各级食品药品监管

部门要督促行政区域内保健食品生产经营企业开展自查，对不符合相关规定的标签说明书以及违法违规宣传的情形必须予以整改。保健食品生产企业应当严格按照批准的配方、工艺等产品技术要求以及保健食品良好生产规范组织生产，严格标签说明书标识管理，不得生产未经批准功能的保健食品，召回不符合要求的产品。

《通知》强调各级食品药品监管部门要对保健食品生产经营企业组织开展保健食品违法违规声称有关功能的监督检查，特别是声称壮阳类及改善性功能等功能的保健食品，增加监督检查频次，加大监督检查力度。

### 壮阳保健品踪影并不难觅

笔者日前走访了沪上多家保健品市场，发现宣称壮阳、改善性功能的保健品踪影并不难觅。

在一些性保健用品的包装上，对

改善性功能的宣传语的表述十分露骨。“这些药品是哪生产的啊，管用么？”在某保健品店内，一位店员面对笔者的询问回答说：“放心吧，原装进口保证管用。”

随后，笔者拨打了一些保健品包装上注明的电话，结果不是打不通就是根本不存在。笔者注意到，一些产品的包装上甚至没有生产日期和保质期。

笔者采访了一位刚从某保健品店内走出来的消费者。这位不愿透露姓名的消费者称，前两天自己在这家店花两百多元购买了一盒保健品，可用过之后效果不明显，和当初店员介绍的差别很大，所以再回来询问，希望对方给个明确的说法。但是店员表示该保健品没问题。

那么网上此类商品的情况如何？笔者在淘宝网上搜索“壮阳”两字，结果显示48000多件商品。笔者随机进入一家店铺，看到成交记录有29件。

# 拉手网涉水酒店旅游团购

OTA(Online Travel Agent),又称在线旅行社，或者在线旅游服务商、电子旅行社。传统OTA市场一直由携程(Ctrip.com)、艺龙(Elong.com)所牢牢把控。两家公司也借此成功上市。

最新数据显示，2011年第三季度，国内在线旅游预订市场第三方在线代理商营收规模达24.1亿元，同比增长25.5%，环比增长11.1%。从长期趋势来看，未来四年，中国在线旅游市场交易规模将保持高速增长，增速维持在45%左右；预计到2014年，中国在线旅游市场交易规模将达到4516.3亿元。市场之大，诱惑力之强，令人垂涎。

## 互联网大鳄虎视眈眈OTA

近两年，新一轮投资热潮打破了OTA市场的平静：2010年3月，途牛旅游网Tuniu.com获Gobi Partners的300万美元首轮风险投资；2010年7月，悠哉旅游网Uzai.com获今日资本500万美元风险投资；2011年4月，途牛旅游网宣布完成C轮融资，再次获得包括红杉资本在内的四家投资机构约5000万美元投资；如果再加上2009年底完

成C轮1500万美元融资的去哪儿网，中国OTA领域在这两年内暗潮汹涌。

OTA市场不仅是风投的天下，更成了互联网巨头的新战场，实现跨界发展的新机会。2010年，淘宝旅行平台正式上线；2011年，腾讯参股艺龙网，成为第二大股东；百度3.06亿美元战略投资去哪儿网。11月下旬，新浪旗下网站——自驾游正式上线公测，新浪进入在线旅游领域。

除去业界大佬，作为互联网新秀的拉手网也对在线旅游市场表现出了浓厚的兴趣。2011年11月，月度销售额已达3亿元人民币的拉手网是中国第一家进入OTA市场的团购网站。

## 团购正在改变OTA

在线旅游是一个大宗消费和高利润率的领域，作为专注于国内最大的团购网站，拉手网有计划在2012年进入在线旅游领域。

登录拉手网可以看到，“酒店旅游”已经成为一个独立频道，并在一个月内先后推出了“出境游团购”、“今晚团酒店”、“拉手商旅卡”三项

重磅业务，再加上“旅游团购”、“酒店团购”、“酒店预订”，已经构建了完整而丰富的酒店旅游品类的产品线，这是团购行业内绝无仅有的创新之举。并且，拉手网在移动端也拥有着中国团购网站中最为强大的实力。

以拉手网的“今晚团酒店”为例，这是和Hotel Tonight非常相似的一款产品和服务。在18点以后，在各大城市、主流商圈附近，会有近百家酒店提供低价折扣倒计时抢订服务。尤其对于高端商旅人群，在每晚六点之后，住酒店反而更省钱。

在拉手网推出“今晚团酒店”业务后，同为“Hotel Tonight”模式的“今夜酒店特价”(hotelvp.com)联合创始人任鑫就在微博上公开力挺拉手网：“希望和拉手一起把这个商业模式做起来，大家加油！”

## 团购与OTA的结合刚开始

在2011年之前，国内在线旅游市场大致有两种成熟模式：一种是以携程网、芒果网、艺龙网为代表的OTA，即在线旅行社，可称为“携程模式”；



另一种则是以去哪儿网为代表的旅游垂直搜索引擎，为用户提供旅行社信息。随着时间的推移，这两张模式的差异化越来越不明显，竞争的核心是价格。随着酒店、机票、旅行社等直销渠道的电子商务化，以及“搜索比价”功能的出现，OTA已经进入“消费者主导”的买方市场时代。团购的介入，让消费者眼前一亮。

根据易观国际最新发布的《中国网络团购市场研究报告2011》显示，

随着网络团购市场规模的快速增长，细分市场价值日益凸显，尤其是酒店旅游市场，报告中通过实力矩阵模型对发展最快的酒店团购市场的竞争环境和趋势进行了重点分析。

易观将拉手网定义为务实者。拉手网具备较高的品牌知名度，拥有可观的流量和丰富的用户基础。在酒店团购市场中，凭借其丰富的用户资源和较强的线下运营能力，能够获得一定的市场份额，处于务实者的位置。