

消费者知多D

如何正确认识和选择保健食品?

对于正确认识和科学选择保健食品,消费者应该掌握哪些小技巧?

首先,保健食品不含全面的营养素,不能代替其他食品,要坚持正常饮食。

其次,保健食品适用于特定人群,具有调节机体、促进人体健康的作用。保健食品不以治疗疾病为目的,保健食品不能代替药物。

因此,消费者要依据自身情况选择保健食品,选购时要详细查看产品标签和说明书,看看自身是不是该产品的“适宜人群”或“不适宜人群”,保健功能是否适合自己需求,切勿选择声称疾病预防、治疗功能的保健食品。

“蓝帽子”标识是保健食品统一的专有标识。只有获得国家注册批准,或通过各省市场监管部门备案的保健食品,才能在产品标签上使用“蓝帽子”标识。

保健食品一般都是较长食用才能到达保健的目的,消费者不要被虚假广告欺骗,只要见到“疗效”“速效”字眼就要提高警惕;个别保健食品在宣传促销时,以患者“亲身经历”介绍产品功效、宣称功效与产品说明书不相符等,消费者切莫轻信,以免上当受骗;此外,不要相信产品宣传中提及吸收率、沉积率、使用率、有效率、治愈率等涉嫌产品功效的断言或保证。

如果对保健食品方面知识有疑问,可咨询当地的市场监督管理局。

(丁玲)

广东省市场监督管理局多措并举 助力保健食品行业高质量发展

率先开展保健食品体系检查和企业自查工作

“一企一策”精准帮扶助力中小企业完善质量管理体系



广东省市场监督管理局组织开展保健食品生产企业质量管理体系检查

广东省市场监督管理局组织开展“双随机、一公开”飞行检查

能力提升项目组到企业开展“一企一策”项目调研指导



“一企一策”精准帮扶助力中小企业完善质量管理体系

长期以来,中小企业较为普遍存在的质量管理水平不高、自查报告流于表面化、整改工作局限于“头痛医头、脚痛医脚”的问题成为保健食品行业高质量发展的“拦路虎”。

谈及广东省市场监管局实施的“一企一策”精准帮扶政策,广东能堡全制药有限公司厂长何述敏娓娓道来,赞不绝口,他说:“通过‘一企一策’精准帮扶,目前公司质量管理体系的科学性、合理性以及可操作性都大大增强,对原材料及成品的质量控制水平也明显提高了。”

广东省市场监管局委托开展“一企一策”能力提升项目的广东省食品药品审评认证技术协会,组织多名资深的保健食品专家和审评人员来到公司工厂现场调查,通过实地查看、查阅资料、询问交流等方式,深入查找公司质量管理体系方面存在的漏洞和薄弱环节,并综合现场发现的风险点,指导公司认真分析研究,制定一套整改提升方案,明确每个风险点的改进措施和完成时间,列出路线图,落实责任人。

“帮扶团队成员都是实战经验丰富的专家,在与他们多次探讨后,我们根据公司实际,选择质量标准作为重点帮扶项目,主要包括标准建立、供应商审评以及检测项目等。”何述敏说,这次帮扶之后,公司对供应商审评的细节上有了很大提高,比如供应商提供的原料以及执行标准是否与其产品的需求相匹配,此前关

注的重点是营养素主要成分的含量,现在增加了对其他指标的关注及其质量控制,使得产品质量稳定性能进一步提高。

据了解,实施“一企一策”精准帮扶过程中,对于指导企业落实整改措施方面,帮扶团队采取集中培训和一对一指导等方式,梳理分析企业存在的共性问题和企业的需求建议,制定针对性的培训课程,对企业质量管理体系和检验骨干开展线上或线下培训交流,提升企业整体质量管理体系水平;对企业存在的非共性问题,则根据情况采取电话、视频以及现场指导等方式一对一帮助企业解决。

开展示范建设,规范经营行为

据介绍,广东省市场监管局每年还以交叉检查方式对全省21个地市开展“双随机、一公开”飞行检查,检查对象涵盖商超、药店、体验馆、专卖店等重点特殊食品经营单位,2020年、2021年分别抽查经营单位161家和130家,督促各地对发现的问题及时整改。并要求各地加大对辖区内特殊食品生产经营单位的监督检查力度,及时消除各类风险隐患。

针对监督检查发现经营者普遍存在的进货查验、索证索票制度落实不到位的问题,广东省市场监管局按照“互联网+市场监管”工作部署,积极推进广东省特殊食品电子追溯系统及“特食追溯”微信小程序的上线运行,以信息化手段督促特殊食品生产经营单位进一步落实食品安全主体责任,落实索证索票和进货查验制度,确保特殊食品可追溯。该系统已于11月18日正式上线运行,并在全省范围内的特殊食品生产经营单位全面推广应用。

率先开展保健食品体系检查和企业自查工作

生产环节是把好保健食品质量安全关的重中之重,对此,广东省市场监管局积极贯彻落实《食品安全法》关于特殊食品企业建立并有效运行生产质量管理体系和定期自查的规定,于2018年率先开展保健食品体系检查和企业自查工作,为市场监管总局在全国范围内探索开展相关工作提供了经验借鉴。

为做好体系检查工作,广东省市场监管局制度先行,于2017年编写了《广东省保健食品生产质量管理体系实施指南》,并制定体系检查配套文书,确保体系检查工作有章可循;与此同时,编写了企业质量管理体系自查报告模板,细化自查报告内容,指导企业有效开展体系自查。

在加强检查员队伍建设方面,通过集中授课、实操检查、以

老带新等多种方式提高检查员能力水平,两年来举办3期体系检查人员培训班,深入企业实地开展体系检查现场教学研讨工作。目前全省已建成包括监管、审评、检验等方面专家共111人的保健食品体系检查员库。

综合考虑广东省保健食品生产企业数量、规模和产品特点以及监督检查、抽检监测结果等因素,广东省市场监管局提出用4年时间完成对全省保健食品生产企业体系检查全覆盖的目标,科学制定体系检查计划安排,确定按企业风险等级从高到低的顺序分批分步实施。通过动员部署、统一标准、通报推动、督促整改、总结分析、公告发布等步步推进,确保体系检查工作取得实效。4年来共组织保健食品体系检查121家次,提前完成全省保

健食品在生产企业体系检查首轮全覆盖目标。同时,针对中小企业检验能力不足的问题,组织举办检验人员培训班8期,组织80家企业共144人到省食品检验所跟班实操培训,提升企业检验检测能力及产品质量安全保障能力水平。

“我们督促指导企业认真做好体系自查工作,制定体系自查报告格式范本,每年召开全省保健食品生产企业专题会议部署体系自查工作,目的是要求企业翔实报告体系运行情况,深入查找分析体系运行中存在的问题并落实整改,督促企业全面落实食品安全主体责任。”广东省市场监管局相关负责人表示,全省保健食品生产企业连续4年自查报告完成率和自查问题整改率达100%,自查报告整体质量逐年提高。

经营环节作为连接保健食品生产企业与消费者的桥梁,重要性不言而喻。为督促特殊食品经营者全面落实食品安全主体责任,广东省市场监管局今年4月启动开展特殊食品经营示范店建设指导工作,组织、指导各地建设一批涵盖商超、药品零售企业、母婴店等不同经营类型的特殊食品经营示范店,以点带面发挥示范带动作用,引导经营者逐步规范特殊食品经营行为。

广东省市场监管局相关负责人表示,特殊食品经营示范店建设指导工作,坚持突出重点与全面统筹推进相结合,分类指导与整体提高相结合的原则,以样板引领整体,以示范促进规范。

在选好示范标杆方面,各级市场监管局安排专人负责跟进特殊食品经营示范店建设指导工作,并推荐食品安全主体责任意识较强、经营规范化程度较高、质量安全责任落实较好的特殊食品经营单位参与,全省各地初步推

疑为保壳老板娘资产免费送 监管发问下ST雪菜终止交易

未来“保壳摘帽”胜算有几分?

A 实控人家人将股权“白送”

羊城晚报记者 黄婷

每逢年底,“保壳”大战总会如期打响。日前,ST雪菜(002076)公告称,拟受赠关联方所持有的天津捷盛东辉鲜保科技有限公司22%的股权资产,公告披露次日股价即上涨5.26%。

这一“慷慨解囊”的行为引发了公司独立董事的质疑,深交所的关注函更是“单刀直入”,要求ST雪菜说明是否利用这笔捐赠,来规避因期末净资产为负值被实施退市风险警示的可能。



11月23日,ST雪菜发布公告称,公司关联方佛山大木投资控股有限公司拟将其持有的捷盛东辉22%股权无偿赠与公司,公司获赠时实际支付的对价为0元。

这桩关联交易,牵涉到的是ST雪菜实控人柴国生的一家三口。ST雪菜全称为广东雪菜特光电科技股份有限公司,总部位于广东省佛山市南海区,于2006年在深交所中小板挂牌上市,主要业务为紫外线杀菌灯、LED与荧光灯室内照明、汽车照明、锂电池生产设备,其创始人柴国生曾靠卖灯泡攒下19亿元身家。而“慷慨解囊”的大木控股正是柴国生的配偶陈敏及其子柴华两人共同持有100%股权的公司,属于公司关联方。目前柴华也为公司董事之一,并担任公司总裁。

作为获赠资产,2020年年末捷盛东辉还一度处于资不抵债的情况,归母净资产为-890万元;截至今年8月31日,其归母净资产为1189.52万元。从业绩上看,今年前8月,捷盛东辉的营业收入为1.26亿元,为去年全年

营收的2倍;归母净利润为2079.52万元,而去年这一指标仍为亏损。

根据第三方评估公司出具的资产评估报告,捷盛东辉在评估基准日2021年8月31日持续经营的前提下,经审计后的企业账面净资产为1745.84万元,采用收益法评估的股东全部权益价值为79719.57万元,增值77973.73万元。

上述公告显示,大木控股受让捷盛东辉22%股权时的交易对价为1.716亿元。天眼查资料显示,该起收购发生于11月19日,而短短3天后大木控股就将股权拱手让人。其赠与理由是支持ST雪菜经营发展,有利于改善其资产状况,增强未来持续盈利能力。此外,1.716亿元将在24个月内分期支付,大木控股承诺会足额支付股权转让款。

公告还称,该关联交易已经公司第五届董事会第六十一次会议、第五届监事会第三十六次会议审议通过,关联董事回避表决,同时由独立董事发表事前意见、独立意见,尚需提交公司股东大会审议。

B 双重质疑下公司叫停交易

耐人寻味的是,对于这个“天上掉下来的馅饼”,公司多位独立董事的意见并不一致。在第五届董事会第六十一次会议上,独立董事苗应建投出了弃权票。业务关联度不高和大木控股能否支付转让款的风险,是苗应建投出弃权票的理由。他表示:“股权赠与的商业逻辑不清晰。捷盛东辉主业与公司紫外线消毒灯主业关联度不高,没有明显的协同效应。大木控股须在24个月内,向转让方支付股权转让款人民币1.716亿元,本人不能确定其支付能力以及在无法支付款项的情况下,对本公司的影响。”

对于后一种担忧,ST雪菜的公告曾作解释:ST雪菜不承接大木控股与天津市捷盛科技有限公司签署的《股权转让协议》下大木控股须向捷盛科技支付股权转让价款的付款义务及如因未按时支付股权转让价款产生相应违约责任等,该等义务、责任、纠纷等仍由大木控股承担。

不过,独立董事对于大木控股支付能力的质疑并非没有道理。据ST雪菜近期

公告,截至2021年11月17日,柴国生及其一致行动人合计持有公司1.33亿股,全部处于司法冻结状态(其中被质押1.03亿股),其持有股份近期多次因质押事项被券商进行违约处置。柴国生本人也因违反财产报告制度、有能力履行而拒不履行法律文书生效义务等被法院认定为失信被执行人。

这笔关联交易虽然获董事会审议通过,但还是受到了深交所的关注。围绕苗应建的一系列疑虑,深交所曾在关注函中发出“灵魂三问”。一是要求说明获赠资产是否与公司现有业务存在协同效应;二是要求说明大木控股是否具备支付股权转让款的履约能力;三是要求说明公司是否存在利用本次高估值资产捐赠,规避因期末净资产为负值被实施退市风险警示的情形。

令人意料不到的是,在收到关注函后,ST雪菜当天就宣布取消拟在12月9日召开并审议该项交易的股东大会。11月26日,ST雪菜发布公告称,公司决定终止此次赠与事项。

面对深交所对公司利用此次捐赠“保壳”的质疑,ST雪菜予以否认,并称公司作为受赠方,在无需支付任何款项和承担义务的前提下获赠资产,不存在刻意规避因期末净资产为负值被实施退市风险警示的情形。

2020年4月,因2018年度、2019年度连续两个会计年度经审计的净利润均为负值,2019年度经审计的净资产为负值,深交所对公司股票交易实行“退市风险警示”处理;由于2020年净利润扭亏为盈,今年6月,公司股票撤销退市风险警示并继续实施其他风险警示,简称由“*ST雪菜”变更为“ST雪菜”。

疫情下的防控需求无疑是ST雪菜“保壳摘帽”战斗的“救命稻草”。对于净利润的扭亏为盈,ST雪菜表示,公司全力开拓紫外线杀菌灯业务,去年紫外线杀菌灯营业收入为0.90亿元,同比增长超60.55%。一时间,ST雪菜成了“抗疫明星股”。

除了借消毒产品捐赠防疫热点外,债务重组也是ST雪菜近年来采取的重要措施。公告显示,截至目前,公司已与36家债权人签署了债务重组之偿还协议,涉及的债务规模(指债务重组前的账面金额)为838.70万元,与债权人达成的债务豁免金额为415.98万元,豁免后需偿还的债务金额为422.72万元,豁免后需偿还的债务均已清偿了结。

中证500指数增强ETF “小黑匣子”原来长这样

11月15日首批指数增强ETF正式获准发行,11月22日起上线募集。景顺长城基金ETF投资部总经理汪洋表示,这次发行的中证500指数增强ETF,包括场外现有的指数增强基金,就落在ETF之上的腰部位置,因为我们添加了一些

增强策略,容量小于底部ETF。对于中小盘成长风格特征明显的中证500来说,它在未来市场偏成长风格的阶段将会有很好的爆发空间。过去几年中证500盈利指数弱于沪深300,但在今年已经出现反转态势。(杨广)