

2021年8月30日  
星期一  
星级编辑/黎富根  
组版/李静  
校对/刘洁

## 市场星报

出版单位 市场星报社  
地址 合肥市黄山路599号  
时代数码港24楼



新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115  
总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582



市场星报电子版  
www.scxb.com.cn  
安徽财经网  
www.ahcaijing.com  
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份  
全年定价 240元  
法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师  
承印单位 合肥安博印务有限公司  
地址 合肥市新站区物流路以南  
板桥河以东  
电话 0551-64278186

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信



官方微博



掌上安徽APP



官方微信

# 对“人乳交易”乱象不能坐视不管

钱凤伟



2021年8月下旬，记者调查发现，一些自称为宝妈的人利用社交平台以每袋几十元的价格出售冷冻人乳。买家中，有人称是买给“缺奶”的孩子喝，有人称是相信偏方，用人乳敷脸祛痘，也有买家称相信人乳可“大补”，购奶自喝。(8月29日澎湃新闻新闻)

早在2000年，《卫生部法监司关于人体母乳不能作为商品经营的批复》就明确指出，人体母乳不是一般的食品资源，不能作为商品进行生产经营。有法学者认为，人体母乳是脱离人体的特殊物，因为承载着人伦属性及公共健康安全属性，不能与其他物品一样，任凭权利人随意处置。

因此，网上销售的所谓“自产自销”的人乳，为了躲避平台监管，在社交平台发布出售人乳网帖，经微信或QQ与买家沟通，通过闲鱼假扮成肥皂、乳霜、鞋子、母乳储存袋等物品出售。目前人体母乳交易处于非正规、私下的无序状态中。

而如此的人乳交易，已经形成相当规模。以“母乳、冻奶、人乳”等关键词检索发现，在百度贴吧、知乎、小红书、豆瓣、微博等互联网社交平台上，有大量声称进行人乳交易的网帖。其中，聚集了3.2万名用户的百度“母乳喂养吧”，不时有卖家发帖称“有货”可售，配有疑似人乳的照片，底下不少买家留言咨询、“求货”。

然而，所谓人乳“大补”纯属无知。乳是人类生命之源，根据婴儿的需要产生，是一种营养价值丰富、纯天然、利于健康的婴

儿食品。成年人自身具有抵抗力和免疫力，所需营养通过日常的饮食摄入即可得到满足，喝人乳并不会显著提高免疫力，也没有特殊价值，其营养价值类似于牛奶。部分成人喝人乳后，还可能会刺激肠道快速蠕动，导致腹泻和腹痛。

实际上，专家认为，私下购买冷冻的人乳还存在风险：一是不知道宝妈的健康情况，一些病毒可能会通过乳汁，传给婴儿；二是不知道宝妈有没有服药，客户买回母乳后，也不会进行药物或者相关微生物的检测。此外，人乳保存的状态、有无反复冻融等也会影响其品质。因此人乳交易存在安全隐患。

问题的严重性更在于，“人乳交易”本身作为一种民事法律行为，违反了相关规定，违背了公序良俗。

## 时事乱炖 “首月1元”式“套路险”广告应该全面叫停

吴睿鹄

近日，北京银保监局官网公布通知，明确要求全面叫停保险公司、保险专业中介机构在京发布存在过度营销、诱导消费问题的营销宣传广告，包括但不限于“首月1元”“1元升级”“免费赠险”“实物抽奖”“限时停售”等内容，以及存在广告标识不清晰、关闭按钮不显著、整屏诱导点击等问题的广告。(8月29日《经济日报》)

随着互联网保险业的蓬勃发展，有不少欺骗性和诱导性“套路”营销宣传广告，进入了公众的视野。譬如，利用“600万元的医疗险首月只需1元”来作为宣传广告用语，结果，投保人投保后，第二个月起被微信支付自动扣费，一年自动扣费高达3145元。

利用“首月1元”之类的宣传，原本就是一个“请君入瓮”的圈套，因为“首月1元”并不等于“每月1元”，这种带有欺骗性诱饵作为广告宣传用语，往往能起到意想不到的效果。而《广告法》明确规定，广告不得含有虚

假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。显然，类似的广告宣传，已经属于虚假广告，涉嫌诱导、误导、欺骗消费者。

实际上，2020年12月份，银保监会消保局曾就这种玩数字游戏的行为点名通报了4家机构，并承诺将严格依法依规进行处理。今年8月中旬，银保监会又下发了《关于开展互联网保险乱象专项整治工作的通知》，针对互联网保险产品管理、销售管理、理赔管理、信息安全等乱象频发领域开展专项整治活动，重点整治销售误导、强制搭售、费用虚高、违规经营和用户信息泄露等突出问题。

而针对部分保险公司、保险专业中介机构的互联网保险营销宣传广告存在过度营销、诱导消费等突出问题，此次北京银保监局更是“发大招”、出重拳，实施“一剑封喉”，直接全面叫停保险公司、保险专业中介机构在京发布存在过度营销、诱导消费



请君入瓮 王恒/漫画

问题的营销宣传广告。

当然，监管部门还应加大日常执法力度，对类似“玩套路”诱导式营销案件，发现一起，查处一起。在强化监管的同时，作为消费者，也应多个心眼，一旦发现“被套险”，要及时保留证据，积极向相关部门进行投诉。

### 热点冷评

## “复活”廉价好药需“医保兜底”

戴先任

甘草片、扑热息痛、扑尔敏、酵母片、三黄片、红药水……有部分中老年消费者反映，这些曾经令人熟悉，感到便宜又好用的药品，似乎正淡出大众视野。记者走访了多家药店发现，有一部分药品确实难以买到，如抗过敏的异丙嗪和用于消炎的增效联磺片。(8月28日《工人日报》)

廉价药成了少见的“熊猫药”，这样的现象早已有之了。之所以出现这样的现象，背后原因也有不少，比如一些廉价老药包装简陋，不少年轻人不喜欢，不能算是强流通产品，自然不为药店青睐；有一些廉价老药的药效单一，已被“二代”“三代”药品所取代……当然，还有不少廉价药既廉价又是好药，但因为廉价药制作成本低廉，从药企到药房、医院各环节，利润空间都较低，让药商并不想投入对这类药的研制与生产，药店也不想销售此类廉价好药，导致市场稀缺。

我国从2015年6月1日起，已经取消了绝大部分药品政府定价。企业可以自主

定价，何以药商还是不敢生产这类廉价好药？这主要在于这些廉价好药深入人心，老百姓对这些“便宜药”有自己的心理预期，况且廉价药本就生产成本低廉，随意涨价说不过去，老百姓也不会买账。所以，很多企业会将“便宜药”重新包装一下，“换汤不换药”。换个“马甲”、规格又重新上市。还有一些廉价药甚至在黑市上以异常昂贵的价格现身，成了“昂贵药”。

药品的生产流通都要体现公益性、普惠性，而这些便宜好药更能体现民生属性。廉价药或断供，或只能在黑市上花高价才能购买，有违药品的公益性和普惠性，还可能损害老百姓的权益，甚至给一些急需用药的患者生命安全带来威胁。

廉价好药小小药片上蕴含大民生。要“复活”廉价好药，就有必要实行“医保兜底”“国家兜底”，不把这些廉价好药再推到市场上充分竞争，充分保障廉价好药供给，才能让老百姓能够吃上廉价好药，这也是一种“民生兜底”。

### 非常道

#### 不要过打折的生活

浓烈的花香，需要用鼻子来感受；幸福的生活，要用心灵来感悟。不要让一片乌云遮住生活中的阳光，不要为一时的不顺，否定此前所有的努力。老话常说：“车到山前必有路，船到桥头自然直。”关于生活，我们应多一些随遇而安，少一些杞人忧天。开始重视身边的朋友、爱人、子女、父母，珍惜彼此相伴的时光。 @人民日报

### 微声音

#### 你这么美好 不应该被负能量打扰

你是不是爱沉沦于过去，有难以释怀的心结；或是惧怕不被理解、患得患失，而时常陷入纠结……生活中，总有一些小事让你不愉快。但请一定记住，别被负能量所裹挟，更不要对自己太苛刻。人生只有一次，请尽力快乐！新的一周了，愿你拥抱好心情。 @人民日报