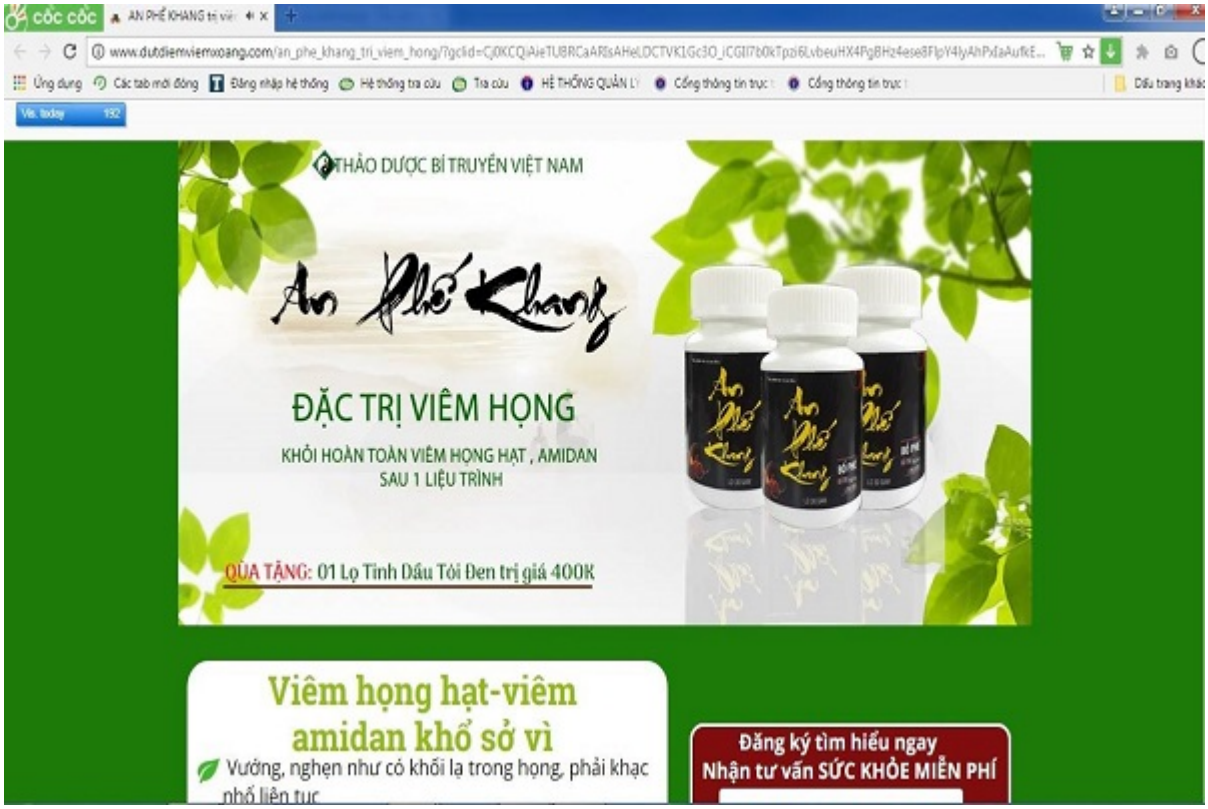
TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Mộc Hoa Đường tự phong “thần dược” cho TPCN An Phế Khang?

17:19 03/03/2018

Dù chỉ là một loại thực phẩm chức năng (TPCN), nhưng sản phẩm An Phế Khang do Công ty TNHH Mộc Hoa Đường phân phối lại được quảng cáo, giới thiệu như một loại "thần dược" có tác dụng đặc trị viêm họng mãn tính, viêm họng hạt, viêm amidan.



Sản phẩm TPCN An Phế Khang được quảng cáo như một “thần dược” có tác dụng “đặc trị” viêm họng chỉ sau 1 liệu trình

(Ảnh chụp màn hình)

Cụ thể, trên website: http://www.dongyvn.net, http://www.dutdiemviemxoang.com, http://www.suckhoeantam.com, http://www.tridutdiemviemhong.com/, https://www.sendo.vn , ngoài ra, còn quảng cáo trên trang mạn xã hội facebook, zalo giới thiệu về sản TPCN An Phế

Khang được quảng cáo với đủ các loại công năng như một loại thuốc có khả năng "đặc trị", "điều trị", "đặc trị" bệnh viêm họng mãn tính, viêm họng hạt, viêm amidan lâu năm.

Qua quan sát tổng thế nội dung trên các trang website trên đều có một đặc điểm chung là “thổi phồng” thần dược An Phế Khang, hàng loạt câu quảng cáo có cánh: “Giúp điều trị Viêm họng hạt, viêm họng mãn tính, viêm Amidan, tăng sức đề kháng, hạn chế bệnh tái phát. Bài thuốc kết hợp sử dụng cơ chế 3 giai đoạn, giúp phục hồi họng hoàn toàn chỉ trong 3 tuần. Đặc trị viêm phế quản, nhiễm trùng họng, bỗi nhiễm”; "Dứt điểm hoàn toàn viêm họng - amindan bằng thảo dược giá như má rau mà không tốn quá nhiều thời gian và kiêng"; "Đặc trị viêm họng hạt"; "Viêm họng 1 hay 10 năm gặp tôi là khỏi tận gốc"; "Giải pháp trị viêm họng hiệu quả; Đặc trị viêm họng mãn tính lâu năm, dai dẳng”...

Kèm theo đó là hàng loạt tin nhắn, chia sẻ của khách hàng nhận xét về sản phẩm, trước khi sử dụng sản phẩm thì khổ sở về bệnh tật như thế nào, khi sử dụng sản phẩm một thời gian thì bệnh tình thuyên giảm, khỏi hẳn các triệu chứng do bệnh gây... Đó cũng chính là lý do để nhân vật viết thư cảm ơn, chia sẻ với người khác. Để thêm tính thuyết phục, những bài chia sẻ đều có tên, tuổi, địa chỉ, hình ảnh cụ thể của khách hàng "đã sử dụng" sản phẩm.



Hàng loạt chia sẻ của khách hàng được “biên soạn” trên website quảng cáo TPCN An Phế Khang (Ảnh chụp màn hình)

Chưa hết, dù trong Điều 3 - Thông tư 08/2013/TT-BYT hướng dẫn về quảng cáo thực phẩm thuộc phạm vi quản lý của Bộ Y tế có ghi rõ một trong các hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo thực phẩm là: "Sử dụng hình ảnh, uy tín, của các đơn vị y tế, nhân viên y tế, thư cảm ơn của bệnh nhân để quảng cáo thực phẩm". Nhưng trong video tại một số website trên đều sử dụng hình ảnh của PGS. TS. Nguyễn Thế Thịnh - Trưởng bộ môn ngoại Y học cổ truyền của Học viện Y học cổ truyền Việt Nam, nói về sản phẩm An Phế Khang?



An Phế Khang Điều Trị Viêm họng hạt Viêm Amidan PGS. TS. Nguyễn Thế Thịnh (!?) (Ảnh chụp màn hình)

Song song với việc sử dụng hình ảnh của bác sỹ, cơ sở y tế để đánh bóng thương hiệu, Công ty TNHH Mộc Hoa Đường còn khẳng định chắc nịch rằng “không phải lo lắng, đã hơn 468.201 người trên khắp cả nước đã sử dụng và thành công”. Cùng với đó, công ty này viện dẫn ra nội dung và hình ảnh của một số khách hàng để thuyết phục người tiêu dùng.

Theo tìm hiểu của PV, sản phẩm An Phế Khang chỉ là một loại thực phẩm chức năng, do Cục An toàn Thực phẩm (Bộ Y tế) cấp Giấy Xác nhận công bố phù hợp quy định An toàn thực phẩm số 25847/2017/ATTP-XNCB và do Công ty TNHH Mộc Hoa Đường, địa chỉ tại số 81, ngõ 25 Vũ Ngọc Phan, phường Láng Hạ (Đống Đa, Hà Nội) phân phối.

Trong "Giấy xác nhận nội dung quảng cáo" số 00021/2018/ATTP-XNQC, do Cục An toàn Thực phẩm (Bộ Y tế) cấp ngày 05/01/2018 cho tổ chức, cá nhân là Công ty TNHH Mộc Hoa Đường thì sản phẩm An Phế Khang được quảng cáo dưới các hình thức quảng cáo, như: Quảng cáo trên các website; quảng cáo bằng băng rôn; quảng cáo bằng màn hình điện tử; quảng cáo trên báo chí; quảng cáo bằng biển, bảng, pa nô; quảng cáo tại các nhà chờ, điểm bán vé xe buýt; sử dụng trong hội thảo, hội nghị, sự kiện, nhà thuốc...

Cũng trong nội dung maket được Cục An toàn Thực phẩm (Bộ Y tế) duyệt đính kèm theo Giấy xác nhận nội dung quảng cáo cấp cho Công ty TNHH Mộc Hoa Đường hoàn toàn không có thông tin, hình ảnh nào thể hiện sản phẩm An Phế Khang có công dụng, khả năng "đặc trị", "điều trị", "chữa bệnh" viêm họng, viêm amidan, viêm họng hạt, mà chỉ là thực phẩm chức năng có tác dụng hỗ trợ bổ phế, hỗ trợ giảm ho, hỗ trợ giúp long đờm.

Hỗ trợ giảm các triệu chứng ho, đau rát họng, ho do thay đổi thời tiết, ho do cảm, cảm lạnh, chảy nước mũi, sổ mũi cùng khuyến cáo "Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh".

Tuy nhiên thực tế, sản phẩm An Phế Khang lại đang được quảng cáo bằng những lời "có cánh" khiến người dân, nhất là những người mắc bệnh mãn tính, lâu năm rất dễ bị hiểu nhầm và “sập bẫy”. Hậu quả là vừa tốn tiền điều trị, vừa mua đủ loại TPCN với hy vọng chữa khỏi căn bệnh luôn khiến bản thân khó chịu, nhưng chưa chắc đã khỏi lại còn “tiền mất tật mang”.

Thông tư số: 08/2013/TT-BYT hướng dẫn về quảng cáo thực phẩm thuộc phạm vi quản lý của Bộ Y tế:

Điều 3 . Các hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo thực phẩm:

1. Quảng cáo thực phẩm khi chưa có giấy xác nhận nội dung quảng cáo của cơ quan y tế có thẩm quyền cấp.

2. Quảng cáo thực phẩm là hàng giả, hàng kém chất lượng.

3. Quảng cáo thực phẩm có tác dụng như thuốc chữa bệnh.

4. Quảng cáo thực phẩm không phù hợp với nội dung đã công bố hợp quy hoặc công bố phù hợp với quy định về an toàn thực phẩm hoặc quảng cáo quá tác dụng của thực phẩm.

5. Quảng cáo thực phẩm dưới hình thức bằng các bài viết của bác sỹ, dược sỹ, nhân viên y tế có nội dung mô tả thực phẩm có tác dụng điều trị bệnh.

6. Sử dụng hình ảnh, uy tín, thư tín của các đơn vị y tế, nhân viên y tế, thư cảm ơn của bệnh nhân để quảng cáo thực phẩm.

7. Các hành vi cấm khác đã được pháp luật về quảng cáo quy định.

Phan Chinh - Trang Nguyễn