

接断骨效果堪比快粘胶？

起底“洋膏药”变身术

“这款市野肩颈贴,东京医学联合开发,当地卖了几十年。”

“我把这款在藏区称为腰椎贴老祖的藏老祖腰椎贴带出来了。”

“这是来自我们苗族的,贴上后你就能感觉一股热流。”

短视频平台里,有人在东京街头声称“市野肩颈贴”畅销日本几十年;有人身着民族服装,把“苗阿姐”“藏老祖”夸成神贴。

镜头外,无论是“市野医生”还是“藏老祖”“苗阿姐”,这些看似来自五湖四海的膏药,背后都疑似是同一个郑州经销商团队在操盘。“市野医生”所谓“东京医学研究院”实为在香港注册的公司,包装上的“市野医生”胡子男头像,据称是老板的自画像二创。

更荒诞的是,“市野医生”本身是靠伪造日本背景、夸大疗效堆出来的“假洋品牌”,因卖爆全网,甚至衍生出“市野博士”等多个山寨兄弟,并通过多位达人带货,形成套娃式割韭菜。

“2分钟接骨”的膏药神话 起底“市野医生”流量骗局

网上流传的视频中,一根断裂的猪骨被贴上膏药,2分钟后断口奇迹般“愈合”,敲击桌面也毫无裂痕。主播随即竖起大拇指,宣称该产品能“由内到外调理膝盖问题”。

这段颇具魔幻色彩的“疗效”展示,正是某短视频平台此前广泛传播的“市野医生筋骨疼痛贴”测评视频之一。

笔者点击市野医生产品相关视频下方的广告链接,页面直接跳转至天猫“市野医生旗舰店”。

在该店铺中,产品被细分为“颈椎贴”“腰椎贴”“膝盖贴”等多个类型,并宣称具备治疗颈椎疼痛、半月板损伤、富贵包、缓解膝盖疼痛、滑膜炎等多种功效。

商品详情页宣称其“联合东京医学研究院匠心研制”,研发团队汇聚“东京医学研究院顶级专家团队、日本生物技术发展领军团队”等专业人员。并由国家药监局认证,器械产品批准文号为皖械注准 20172090067。

凭借这些宣传,其销量惊人,仅“颈椎贴”一款就已售出80万单,单盒售价49.8元,在天猫店铺热销第一。

笔者依据该编号在国家药监局官网查询发现,该产品实际成分为远红外陶瓷粉、载体胶及高分子聚合物与无纺布、白平布、肤色布、弹性布、防粘纸组成,生产企业为安徽康源药械有限公司。

随后,笔者联系上安徽康源药械有限公司相关负责人。该负责人表示,“市野医生”系列产品系亿佰人(郑州)科技有限公司委托加工,“他们使用我们的医疗器械注

册证号,产品流程由他们自己负责。”该厂商透露,一盒膏贴的出厂成本仅约2元,但销量极大,“巅峰时期日销十万盒,广告投流费用超过百万元。”

笔者调查发现,其宣传中提到的“东京医学研究院”实为2024年4月27日在香港注册成立的“东京医学研究院株市会社有限公司”,注册资本仅1万港元,其董事与亿佰人(郑州)科技有限公司法定代表人同名,均为张明亮。

安徽康源药械有限公司负责人同时透露,市野医生团队同时还运营“苗阿姐”“藏老祖”等多款膏贴。由于市野医生产品销量火爆,市场上已出现“市野博士”等山寨产品。

笔者注意到“市野博士”同样采用日文标签和日本博士形象包装,但却并未取得二类医疗器械认证,并通过邀请多位网络达人带货,形成“套娃式”割韭菜产业链。

三款“神贴”背后 同一经销商在操盘？

今年7月,市场监管总局公布了一批违法广告典型案例。其中,市野(郑州)网络科技有限公司因在互联网发布“市野医生筋骨疼痛贴”医疗器械广告时,含有“日本引进”“日本国民品牌”等与事实不符的信息,并宣称“一盒让你3年的腰腿疼痛、浑身酸痛消失”等内容,对产品功效作保证,被河南省郑州市市场监管局处以20万元罚款。

天眼查资料显示,市野(郑州)网络科技有限公司由医佰仁(郑州)电子商务有限公司全资控股。医佰仁(郑州)电子商务有限公司曾由亿佰人(郑州)科技有限公司全资控股。

笔者致电亿佰人(郑州)科技有限公司工作人员,该工作人员表示,“接骨”的视频是外包团队拍摄,相关视频已在官方店铺下架。

同时,有相关工作人员透露,“市野医生”产品上的小胡子头像,是用老板照片加上一副胡子“二创”形成的。

除了“市野医生”,“苗阿姐”“藏老祖”两款神贴也疑似由同一个经销商在操盘。

笔者注意到,在“苗阿姐”的推广视频中,由头戴厚重银角冠、身着全套苗绣盛装的主播出境介绍;

在“藏老祖”的广告场景里,主播身穿民族服饰,置身于高原草场之中,身后有两头牦牛悠然吃草,并称:“这款腰椎贴在藏区称为腰椎贴老祖,没有改善不了的静脉曲张。”

国家药监局官网显示,“苗阿姐”注册证号吉械注准20232090675,由吉林省苗捌奇生物科技有限公司持证,时珍中科(郑州)健康产业有限公司受托生产,产品为“医用远红外治疗贴”,核心层由医用胶、远红外陶瓷粉、磁粉、离型纸、无纺布和外袋组成。

“藏老祖”持证主体为汉方再生医学(银川)集团有限公司,注册号宁械注准20232090012,产品为“远红外理疗贴”,核心层由远红外理疗贴分HF-I型与HF-II型两种结构,I型含医用胶带、基质、珠光膜、离型纸和易撕条,II型由基衬(非织造布)、基质及离型纸构成,其基质均由远红外粉与医用压敏胶混合制成。

据知情人士透露,从某短视频平台旗下“市野医生医疗器械旗舰店”“苗阿姐缇哈专卖店”和“藏老祖伊笙专卖店”三家店铺下单的产品,其发货地、寄件人及联系电话均相同,发货地则为河南省开封市尉氏县福星大道千里机械厂。

北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心主任邓勇指出,此类商家热衷于打着“民族医药”等擦边球,主要原因有三:

其一,公众对传统医学等普遍怀有敬畏与好奇,编造“传承人”故事、冠以“古法工艺”光环,可迅速提升产品的可信度,为高价销售铺路;其二,监管本身存在一定滞后性,加之网络销售具有虚拟性、隐蔽性和跨地域性,导致违法线索发现难、取证难、处罚慢,为不法经营者提供了套利空间;其三,市场上已有非法机构批量制作“祖传秘方”等虚假证书,商家仅需花费几百至几千元即可“镀金”,极低的造假成本进一步助长了虚假宣传的不良风气。

远红外贴≠万能止痛 律师:相关宣传涉嫌违法

据了解,市场上的外用膏药类产品,主要分“国药准字号的药品类膏药”和“医疗器械类批号的膏药”,两者之间在国家的监管要求、



电商平台截图

功能定位上具有巨大差别。

“国药准字号的药品类膏药”需经国家药监局严格审批,需完成药理、毒理、临床试验等验证流程,证明其治疗特定疾病的有效性和安全性,耗时5~10年,成本高昂。而医疗器械类膏药(械字号),审批流程相对简化,侧重物理安全性评估(如材质无毒、无刺激性),无需证明疗效。该类产品以物理作用为主(如冷敷、热敷等),通过促进血液循环或局部温度调节缓解症状,不含药物成分。

广东君信经纶君厚律师事务所专职律师曾颖祺表示,二类医疗器械必须在省、自治区或直辖市药品监督管理部门完成注册,注册资料中须包含经核定的医疗器械说明书,因此其广告宣传内容只能严格以说明书所载明的内容为准,不得以明示或暗示等任何方式断言、保证疗效;凡使用“一盒止痛”“彻底治愈”等表述,均属于《中华人民共和国广告法》《医疗器械监管条例》等法律法规明令禁止的虚假、夸大或误导性宣传。

“若产品仅以远红外陶瓷粉等成分,通过物理方式发挥作用,则属于典型的医疗器械,应履行相应法定程序申报注册;如额外添加中草药或西药等药品成分,则构成‘药械组合产品’,必须依据国家药监局发布的《关于药械组合产品注册有关事宜的通告》,按法定程序进行药品或医疗器械申报注册,由药品评审中心,或医疗器械技术评审中心进行审核,或联合审核;如属性不确定,则须向国家药监局医疗器械标准管理中心申请属性界定,并按照界定结果履行相应的申报注册程序,否则即属违法。”

曾颖祺律师表示,企业不能既想蹭医疗器械与药品模糊界限的“绿灯”,又想偷偷加入药物成分夸大疗效,这种“擦边球”一旦被认定,将可能面临巨额民事赔偿、行政处罚乃至刑事追责的三重法律风险。

闫嘉欣

假“洋膏药” 路子咋这么野

□原森

毋庸讳言,这是一则通过虚假宣传、夸大功效,收割消费者的典型案例。随着打着“洋膏药”旗号的魔幻画皮被揭开。那么,市野医生的路子为何这么野?

一方面,这款“洋膏药”在营销模式上有不少“老配方”。像“东京医学研究院”、日文包装、留着小胡子的博士,这些包装设计元素,给消费者制造了“这是进口药”的假象。不良商家利用消费者对进口药的信任心理,把出厂成本仅2元左右的膏贴卖到近50元。

这样的营销套路,不禁让人想起曾在电视台频频露面的“苗医”“藏医”等各路“神医”,这些人打着传统医学的旗号,行虚假宣传之实。

同样的套路,卖的都是“神药”,区别只在于,有些走的是“民族风”,有些就是“装洋货”。你相信进口药,就卖给你“洋膏药”,无非是收割技术更精细了。

近年来,各级各地监管部门加大了对“神医神药”虚构病情、夸大疗效的打击力度,一些曾经分饰多个角色的“神医”被揭穿骗局,赶下神台。但是,庞大的医药市场仍是多方垂涎的“肥肉”,通过直播和短视频等新传播形式,一些不良商家包装的新“神药”,还会时不时地粉墨登场。

同时,围绕“神医神药”利益分割也更加错综复杂。媒体曝光的这款假“洋膏药”,还多了一重套路:在短视频平台投广告,点开之后却引流到其他电商平台,而且神不知鬼不觉地更改商品信息。

目前,被曝光的市野医生在一些平台上已经销声匿迹了。但是未来会不会还有类似的“神医神药”冒头,关键要看监管部门能否多管齐下,综合整治。唯有如此,方能避免出现“头痛医头、脚痛医脚”的情况。



笔者网购的相关产品