“网红医生”假科普、真带货
——互联网医疗科普乱象调查

打开热门网络平台，不时有“妇科医生”给男士T恤带货，“骨科医生”推销美容产品，“神经康复科”医生侃侃而谈食用益生菌的好处；还有人穿上白大褂、伪造专家资质，堂而皇之地向用户推荐药品。这些“假科普、真带货”的视频，在老年群体中十分受欢迎。

当前，随着公众健康意识增强，医疗科普领域热度不断提升。记者调查发现，一些网络平台上本应传递专业知识、守护大众健康的医疗科普，近来却在流量裹挟下“变了味”：从“耸人听闻”误导受众，再到利用“擦边话题”博眼球，部分医疗从业者在平台上利用自身专业光环，以科普之名行“牟利之实”。种种行为不仅消解了行业公信力，更置患者健康于风险之中。

制图：徐月福（即梦AI）。

明面科普，暗地里全是“生意”

“有的‘网红医生’把医疗科普当作牟利工具，滥用专业权威为自己背书，假借科普名义违规导医导诊，线上问诊，线下引流，直播带货……”7月4日，国家卫健委召开新闻发布会，新闻发言人胡强强指出当前互联网健康科普存在的问题，再次将长期存在却未得到根治的医疗科普乱象拉回公众视野。

有数据显示，在全国10.74亿网络视听观众中，92.1%曾通过短视频平台接触健康科普内容，其中63%的观众已养成定期关注健康科普账号的习惯。然而，热潮背后也滋生了诸多乱象。

在某短视频平台，一位认证为神经康复科医生的主播正在讲解中风康复注意事项，直播间随即弹出维生素胶囊的购买链接，显示“限时促销3瓶99元”。记者进一步搜索发现，这款维生素胶囊甚至都不属于保健品，只是一款普通糖果。

还有不少通过平台认证的医生从事与本专业不符的所谓“健康科普”、推销带货。记者注意到，有“妇科医生”给男士T恤带货，“骨科医生”推销美容产品，“神经康复科”医生侃侃而谈食用益生菌的好处。

一些没有医师资质的人也混迹其中，他们穿上白大褂、伪造专家资质，堂而皇之地向用户推荐药品。去年5月，安徽淮南宣判了一起诈骗案。涉案人员迟某军只有高中文化，他虚构“国家一级保健医师”“国家一级营养师”等头衔，在直播间内大谈养生。在推销一款保健品时，迟某军虚构产品具有降血脂、治病功效，对老年人进行“洗脑式”推销。

除了带货，部分医生的科普内容趋向低俗化，有账号公然利用“红糖配某物坚持20分钟”“女性穿黑丝袜对健康有何好处”等标题吸引点击，甚至有网红医生自导自演“深夜抢救喝农药患者”等虚假急救场景，这些伪科普视频流量甚高。

利益驱动，形成灰产链条

记者调查发现，“借科普之名暗中带货”其实是当前行业内“不可明说”的“暗度陈仓”之法。“头部‘网红医生’账号的流量潜力大，暗广植入成本高，其带货抽佣比例也相应较高，有的能达到六成。”湖北武汉一文化中介从业人士徐女士向记者透露，医生带货推荐的产品主要是一些保健品和食品，“不治病也无副作用”，相比直接推荐药品更安全、风险更小。

具体操作上，要么让医生账号直接发布包含产品信息的“科普软广”，单条价格视账号粉丝量而定；要么由“网红医生”在直播或短视频中讲解病理时，隐晦提及某药品或保健品的通用名“种草”，团队再通过“药托”在评论区互动，引导网民搜索购买，最后再通过电商平台实现转化，链条相当隐蔽。

一些平台对医疗从业者的身份审核漏洞，也助长了“造假引流”的气焰。很多账号并无认证信息，仅凭“白大褂”“手术服”等元素，以及与医疗相关的用户名便擦边带货。

今年5月，记者在某热门社交平台上看到，一名为“医学生小李”的账号并无专业认证，其发布文案称，“甲状腺结节，这些药医院都不说。”视频中5名身着绿色手术服的“医务人员”用“顺口溜”的形式推荐药品。记者发现，这些药基本都是治疗甲状腺结节的常用药，其中夹杂着一款“名不见经传”，评论区却有用户现身讲述这款药的疗效。

当前，多数公立医院大多加强了对在编医生的账号管理工作。记者咨询湖北多家公立三甲医院了解到，医生以专业身份开设自媒体账号需在科室备案，且越是网络关注度高的科室管理越严格，但一些民办医院和社会机构，在这方面的管理就松散得多。

“前些年盛极一时的‘电视神医广告’，正在向互联网平台蔓延。”一名做健康科普的三甲医院副主任医师告诉记者，“细看这些大搞养生保健讲座的账号简介，会发现不少是‘某民间医学会成员’‘知名中医国手’等缺乏权威可信度的头衔。”

触碰红线，巩固治理仍需合力

医疗科普乱象隐患不容小觑。记者梳理发现，公众多基于对医生专业身份的信任，去接纳相关科普信息。但如果轻信言过其实、危言耸听的“伪科普”，很可能既花了钱，又伤了健康。此前就有患者病急乱投医，听信自称“名老专家”的话，吃了半年“祖传秘方”中成药，不仅没治好原来一侧股骨头坏死症，还引发了双侧股骨头坏死。

武汉大学人民医院东院脊柱及关节外科副主任医师曹辉认为，医疗“伪科普”大行其道，把专业严谨的真科普挤到了“墙角”。“擦边科普”和“带货暗广”圈走了“流量”，让用心做真科普的医生感到寒心。更严重的是，相关欺诈行为还会加剧公众不信任感，激化医患矛盾。

“医疗科普必须坚守公益性原则。”武汉大学法学院副院长武亦文教授指出，医务人员利用短视频科普或直播等形式“带货变现”，实际上是将医学专业权威演化为“商品促销”工具，若不加以规制，个案的信任危机可能演化为行业性污名，冲击医疗行业的公信力。

事实上，针对层出不穷的医疗科普乱象，有的地方已采取治理措施。今年3月底，上海推出全国首个“互联网健康科普负面行为清单”，明确划定九类负面行为，涵盖禁止以健康科普形式变相带货、与不良记录MCN机构合作等内容，为网络健康科普行为“立规矩”。

巩固治理成果，仍需多方持续努力。受访专家和从业者建议，监管部门应进一步细化法规，压缩灰色空间，建立医生网络科普“负面清单”，对跨专业带货、虚假认证等行为“露头就打”。

网络平台也要切实履行监管责任，提升监管技术、审核专业度，识别直播或短视频“带货暗广”话术，对违规账号“一键熔断”，从源头上阻止忽悠人的“假医生”做大成为“网红”。同时，大力培育真正有益公众健康的“网红医生”，为优质健康类科普内容提供更多机会。

（据新华社北京7月21日电）