

# 三问虚假医药广告



欢迎提供新闻线索  
栏目热线:(0371)65589053  
联系信箱:yzk1618@163.com

策 划 杨力勇 董文安  
栏 目 主 持 吴若晨

**本栏目由扬子江药业集团协办**

扬子江药业集团创建于1971年,秉承“索求进取,护佑众生”的理念,践行“创新为民、高质惠民”的宗旨,历经40余年艰苦奋斗,逐步发展成为一家跨地区、产学研相结合,科工贸一体化的大型医药企业集团。

地址:江苏省泰州市高港区扬子江南路一号  
电话:(0523)86961999  
网址:www.yangzijiang.com

无论是街头发放的宣传册、举行的大型推广活动,还是在报纸、广播、电视、网络、手机、虚假医药广告铺天盖地,以机构、专家、患者名义轮番现身说

法,花样百出,其疗效被吹得神乎其神,实际效果却与广告宣传相去甚远。那么,虚假医药广告为何到处传播?消费者尤其是中老年人为何一再被忽悠?一些劣质保健品为何也被上药品外衣,打起了攻心战?

一问:  
**互联网为何成了虚假广告的新渠道**  
虚假医药广告无缝不钻,并随着互联网快速蔓延,搜索引擎竞价排名为虚假广告大开方便之门,电子商务平台互动优势增加了广告“可信度”。

赵辛琦今年19岁,就读于北京海淀区某高校,刚刚1.70米的个头,是他最大的生活烦恼。前不久,他在学校附近等公交车时买了份报纸看。报纸右下角的一个“豆腐块”广告吸引了小赵的注意:25岁前吃增高药,3~6个月可长高5~10厘米。

小赵抱着“死马当活马医”的态度决定试一试。“在搜索引擎中输入该增高药,马上能找到该产品官网。”小赵说,官网乍看之下挺正规,除了产品获得国际认证等宣传外,还有不少真人实例。“官网上有不少对比照片,比如有人服药后从1.60米长到1.70米。”看了之后,他有些心动了。

按照说明使用了一个疗程后,小赵的身高没有任何变化,400多元就这样打了水漂。“看到报纸上的广告后,我并不太相信,后来去找官网,在淘宝上与卖家交流,看买家评论后才购买的。”小赵自认为了做了很多功课,没想到还是掉进了商家的圈套。

互联网实验室发布的关于搜索推

广中违法医疗广告相关报告显示,目前搜索引擎广告市场存在四大问题:禁售虚假药品信息通过搜索引擎死灰复燃,搜索竞价排名为虚假药品广告打开方便之门,搜索竞价排名为山寨机构提供推广途径,搜索引擎成为违规医疗广告推广的重要渠道。不少虚假、违法医疗信息借助互联网迅速传播开来。

点评:互联网时代到来,在传统的报纸、广播、电视广告之外,虚假医药广告已经开始借助互联网特别是搜索引擎等新兴渠道进行传播。除此之外,一些不法商家还将产品搬上了监管相对宽松的电子商务平台,并利用电子商务平台买家评论、买卖两家双向沟通互动的优势,从商家到消费者的单传传播发散成商家、代理卖家、买家的多向传播,增强了广告的“可信度”,诱导消费者购买其宣传的医药产品。治理虚假医药广告要有针对互联网时代造假的新手段,不能让互联网成了虚假医药广告传播的新渠道。

二问:  
**中老年人为何更容易轻信虚假广告**  
广告令人眼花缭乱,不少中老年人缺乏医学知识,消息不灵通,又担心生病给子女造成困扰,往往成为虚假医药广告

的“靶子”。家住浙江省金华市武义县的孙老夫人今年已有79岁高龄,虽然身患糖尿病数年,但由于孙子从事医疗工作,她的病情治疗及时,用药得当,身子骨一直很硬朗。

前不久,她在当地的一份报纸上看到某按摩仪的广告,声称由多名权威专



家潜心多年研制,临床试验治疗效果良好,坚持使用可以促进血液循环,并根治高血压、糖尿病等疾病。

没过几天,孙老夫人去街上溜达时碰巧遇到该商品在商场组织大型推广活动。“活动现场主持人说这个按摩仪原价8000元,当天打折特卖2000元,一时冲动就买了下来。”

“生病了不愿意麻烦孩子们,看广告买些治疗器材也是图省事。”孙老夫人说,由于担心生病给子女带来困扰,就这样被虚假医药广告忽悠了。

据统计,虚假医药广告大多集中在抗风湿类、哮喘、皮肤病、糖尿病系列药品,针对中老年人且体弱多病的人群。一些医疗器械材假借权威机构名义宣传其治病奇效,利用患者慢性疾病者速成求医的心理,向患者推销产品,代替药物治疗。

除了传统广告形式,不少媒体还采用健康养生类节目做隐形广告。比如,

近期河南部分媒体上出现一些诸如“葛洪说健康”“健康道”“养生益寿堂”等养生类讲坛节目。此类节目利用电视媒体向观众讲解养生知识,而在节目尾声或者中间穿插着一些药品和医疗器材广告,对长期收看电视节目中老年人造成一定误导。

点评:虚假医药广告花样百出,以机构、专家、患者现身说法,甚至通过养生节目隐形植入广告,让人越来越难辨真伪,不少缺乏医学知识、消息不灵通的中老年人更是容易上当,成为虚假医药广告的“靶子”。再者,不少独居中老年人往往怕生病给子女造成困扰,身患慢性疾病者乱投医、速成求医心理使他们容易相信“祖传偏方”“国际最新进口技术”等虚假医药的“神奇功效”,这不仅会造成经济上损失,还可能延误治疗时机,甚至危及生命。因此,治理虚假医药广告,应有针对性地开展专项整治,对中老年人群的用药安全给予更多关注。

三问:  
**保健品为何成了虚假广告的重灾区**

部分保健品打着纯天然的旗号,“包治百病”的宣传攻势很容易让人心动,从“送健康”到“送孝顺”,一些劣质保健品利用传统的人情往来大行其道。

杨燕在福州一家证券公司工作,谈起购买保健品的经历,她坦言已经有10多年历史。“读高中时,由于学习压力大,父母怕我用脑过度,看到电视上广告的健脑保健品,就给我买了几盒。”杨燕服用过后没有太大效果,便搁置一边。

在电视、网络等媒体广告宣传的影响下,杨燕试着购买了两瓶多功能维生素。“因为产品介绍里说主要成分是维生素,我觉得应该不会有什么副作用。”目前她已经吃完了其中一瓶,效果如何她也不得而知。“就当花钱买个心理安慰吧!”

杨燕说,她一般会选择报纸、电视和网络上播出频率较高的保健品来购买。“广告打得响的产品应该更可靠一些吧,毕竟传播面更广,如果有问题早被禁播了。”

据国家食品药品监督管理局统计,近年来,违法保健食品广告增长迅速。2012年,各地食品药品监督管理局通报并移送同级工商行政管理部门查处的违法保健食品广告达49128条次,是2010年的2.99倍。2013年1~3月,各地食品药品监督管理局通报并移送同级工商行政管理部门查处的违法保健食品广告达4834条次。

点评:跟一般药品和医疗器械相比,保健品广告更具有迷惑性。这些保健品大多对身体“无功无过”,主打纯天然安全牌,夸大其使用功效,抓住部分消费者错误的求医心理,通过狂轰滥炸的广告大肆宣传其产品的神奇疗效,并利用消费者“送健康”“送孝顺”的人情往来大行其道。然而,吃了用了没效果,吃出用出问题找不着说法,也困扰着无数在广告轰炸下购买过保健品的消费者。保健品广告市场整治迫在眉睫,虚假广告隐蔽性强,清理难度也更大,需要相关部门重拳狠抓方能见效。

(据《人民日报》5月19日报道)

## Y 药闻播报

### 省中医院宣传基本药物制度

本报讯(通讯员宋龙涛)今年5月以来,河南省中医院围绕国家基本药物制度积极开展“国家基本药物宣传月”活动,以此来推进2012版国家基本药物目录的顺利实施,提高全民对基本药物的认知度和信赖度。

河南省中医院在该院正门悬挂“落实新医改政策,推行

2012版国家基本药物目录”的条幅;在病房楼,制作宣传版面向患者及家属介绍国家基本药物政策;在医院门户网站,开辟专区编排基本药物知识问答。同时,该院开展形式多样的宣传和培训活动,提高公众对药物政策的知晓度,提高医务人员合理用药水平。

### 桐柏县强化终止妊娠药品监管

本报讯(记者乔当归 实习记者乔晓峰 通讯员马旭升)近日,记者从桐柏县食品药品监督管理局获悉,该局不断强化终止妊娠药品监管,促使该县违法销售和使用的终止妊娠药品案件呈逐年下降趋势。

据了解,桐柏县食品药品监

督管理局把终止妊娠类药品的监管纳入每年工作的重点,定期开展专项检查与日常监督检查相结合,坚持明查和暗访相结合。同时,该局加大巡查力度,加强重点区域、重点单位、重点环节的重点监控,不留监管盲区,不留监管死角,切实提升监管实效。

### 巩义市加强食品安全监管

本报讯(通讯员任艳丽)近日,巩义市举办餐饮服务食品安全监管人员培训班,推行镇办“专员”负责餐饮服务食品安全监管工作机制。

今年3月份,根据机构改革的要求,巩义市食品药品监督管理局正式接管餐饮服务食品安全监管工作,目前

仅到位11名工作人员。为了强化餐饮服务食品安全监管工作,巩义市专门召开政府常务会议,要求各镇(办)明确1名专职人员、2名兼职人员负责辖区食品药品监管工作,业务上接受食品药品监督管理局领导。

### 武陟县积极提升执法水平

本报讯(记者王正勋 通讯员任运潮)日前,记者从武陟县食品药品监督管理局了解到,该局实施多项举措,不断提升执法水平和服务水平。

据悉,武陟县食品药品监督管理局倡导宣传式执法,深入贯彻宣传也是监管的工作理念,切实将法规宣传、教育提醒做在前,

努力化解和消除矛盾与冲突;实施培训式执法,对相关人员进行集中培训,使其变被动服从为自觉遵守;优化服务式执法,该局要求全局人员树立执法就是服务的工作理念,形成在服务中执法、在执法中服务的良性循环。同时,该局要求不断加大对接稽查执法行为的监督力度。

### 唐河县建立稽查联动机制

本报讯(记者乔当归 实习记者乔晓峰 通讯员牛新生)今年以来,唐河县食品药品监督管理局建立上下联系、内外互动、左右相连的多层次、宽领域的稽查联动协作机制,加大食品药品违法案件的查处力度,缩短了案件周期,降低了办案成本。

据了解,唐河县食品药品监督管理局建立横向的部门联动机制,

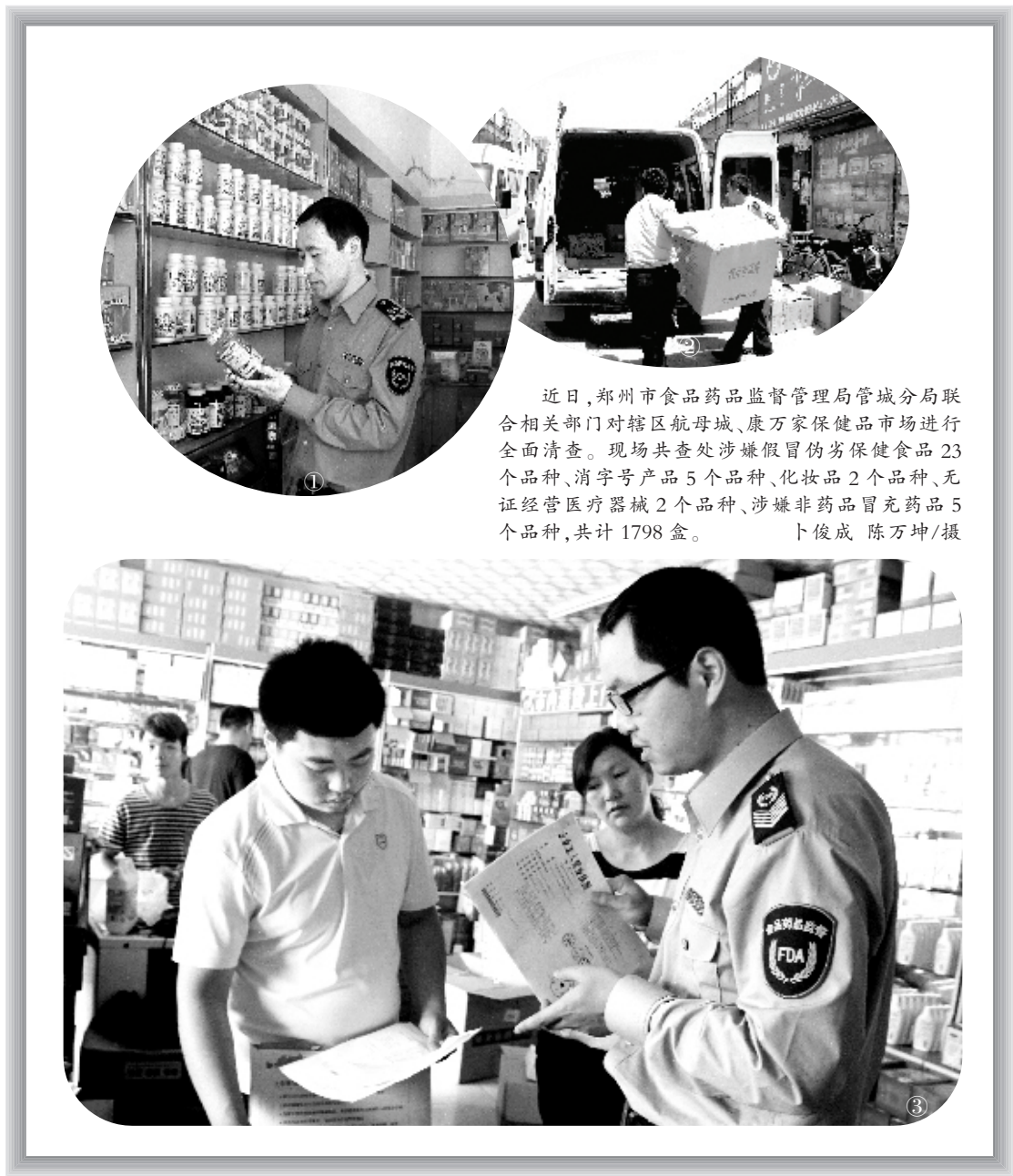
与公安、法院、工商、质检、卫生等部门达成联合办案协议,逐渐形成“提前介入、联合调查、现场移送、共同追查”的协作办案机制,充分发挥药监、公安部门资源优势 and 联动作用,实现行政执法与刑事司法的无缝对接,有力提升执法工作的主动性、有效性,执法效果明显增强,出色地查处一批制售假劣药械和非法经营的大案要案。

### 夏邑县严厉打击违法保健品

本报讯(记者赵忠民 通讯员刘献运)近日,夏邑县食品药品监督管理局召开全县保健食品法律法规知识培训会暨打击“四非”专项整治动员会,严厉打击保健品非法生产、经营等行为。

5月16日,国家食品药品监督管理局召开打击保健食品“四非”(非法生产、非法经营、非法添加、非法宣传)专项行动新闻发布会

会后,夏邑县食品药品监督管理局紧急部署,组织召开全县药品经营企业、保健品经营单位负责人会议,传达国家食品药品监督管理局打击保健食品“四非”专项行动会议精神,制定方案,采取得力措施,在全县范围内开展打击保健食品“四非”专项整治行动,严厉打击保健食品非法生产、非法经营、非法添加、非法宣传等违法违规行



## L 临床药师

# 处方点评因何被称为“马后炮”

某省卫生厅领导到一家医院检查工作,看到门诊一线发药窗口的药学人员资质不够。医院领导拿出处方点评成果想显示一下成绩,没想到到省卫生厅领导说:“你一线人员把不住关,处方点评得再好有什么用?前面在不停犯错,后面在做‘马后炮’工作,这样的恶性循环何时休?”

这是最近临床药师网上一位药师网友讲述的一件事情。因何药师辛苦做的处方点评被称为“马后炮”?这件事儿令人深思。是省卫生厅领导说错了么?显然不是,省卫生厅领导的句句在理。这位领导不仅亲临现场,认真检查,而且深知《处方管理办法》中对审方药师的资质要求和审方要求。药学人员资质不够,说明药房存在违法现象,因为《处方管理办法》属于法规性文件。医院领导显示处方点评成绩,反而说明药房没有把好审方质量关,同样违反了《处方管理办法》相关规定。“这样的恶性循环何时休?”表明了省卫生厅领导对“马后炮”式处方点评的反感。省卫生厅领导话虽不多,却点出了当前医院药学的只重视处方点评,而忽视处

方审核的现状,更多的是出于对医院药学的担忧。

“马后炮”是中国象棋术语,双方对弈时的一种杀招,平常多比喻事后才采取措施,但已无济于事。“马后炮”式的处方点评是事后纠正错误,易遭多方反对。首先,患者会反对,因为没有哪个患者愿意不合理用药已经发生在自己身上后,才采取措施。只有在处方审核时及时发现错误并加以修正,才会让患者和家属接受并心存感激;其次,医师肯定会对方点评心生反感。因为处方的开具者为医师,存在的问题当然与医师脱不了干系,将点评结果公布,甚至进行处罚,更容易在医师和药师间树起矛盾,毕竟没有人愿意将自己的缺点任由他人进行公布而无力于衷;最后,虽然处方点评结果应交药学会同管理部门进行审核,但实际操作仍很困难,有些药学会部门负责人因怕担责任,甚至连签名都不愿意,以致处方点评最终成了个别药师的“娱乐工作”,点评结果正确与否,根本无人在乎,只是为了应付检查而已。这些或许也是省卫生厅领导所担心和反感处方点评的原因。

当然,“马后炮”式的处方点评罪不在医院,而在于处方点评的流程。《医院处方点评管理规范(试行)》规定的处方点评的流程为随机抽样、点评、填写点评工作表,交药学会同管理部门进行审核,然后公布。这一系列工作显然不可能与处方审核同时进行,事后点评理所当然。

处方点评是权宜之计还是长久之策?笔者不得而知。俗话说,“亡羊补牢——未为晚矣”,处方点评的意义就类似于此。但当前过度热衷于处方点评,忽视处方审核的做法,让高级职称的药师和药学会主任每周定期去调剂部门参加处方审核工作。医院尤其应加强对疑难处方的审核,逐渐将“马后炮”式的处方点评彻底转变为“马前卒”式的处方审核,才是长久之策。(陈志东)