



一些“网红医生”为何热衷于两性话题？

记者调查医疗科普账号违规引流带货乱象

□ 本报记者 文丽娟
□ 本报见习记者 马子煜

“昨天夜里，救护车送来一位已经休克的大爷，我们赶紧跑过来给他做了检查，初步判断是××，马上实施抢救。经过4个小时的手术，大爷终于脱离了危险。在这里，我想和大家说，一定要注意身体，身体是本钱。”

当你在为这名患者揪心，为医生的医术点赞，顺便为自己的身体做下自查时，殊不知，这条文案实际来自社交平台为医疗科普账号引流的“实用帖”，这样的场景也正是来自某“网红医生”编造的一条短视频。

《法治日报》记者近日检索发现，网上有大量传授如何打造“网红医生”的帖子：“医学科普模板，直接套用拿走不谢”“帮你还原一个真实的急救场景，绝对抓眼球”“做医生IP涨粉最简单的方法”……

随着医疗健康科普日渐风靡，不少医生热衷于通过短视频或直播形式，在网络平台上进行科普，讲解健康知识。但记者调查发现，有些“网红医生”为博取流量，不惜编造剧情，擦边软色情，然后带货卖课，开展不当营销，让医疗健康科普变了味。

对此，多名受访专家指出，卫生健康部门和市场监管部门应联合网络平台加强对“网红医生”的监管，对于利用医生身份进行直播带货的账号予以封禁，同时加强对医生的职业道德和法律法规的教育和培训，让医学科普真正发挥其应有的社会价值。

直播间里不见医生 虚假认证查无此人

家住北京海边的杨女士这几年来看过不少医疗健康科普直播，她最近发现一件怪事：不少“网红医生”的直播间里没有医生。

“出镜的基本是助理，连线观众后会通过‘加薇’+‘威’等同音不同字的表述获取联系方式，将其引流到其他社交平台。有很多次，我在这类直播间询问疾病或症状，助理都不会正面回复。”杨女士说。

根据杨女士提供的线索，记者点进一个拥有100多万粉丝、资质认证为“北京××医院皮肤科××医生”的直播间，发现该医生博主主页资料显示为男性，但直播出镜的却是一名女性。对方在直播间自称是××医生助理，并通过一系列话术将直播间的用户引导至另一个无资质认证且粉丝量较少的普通账号，称该账号为专门的客服号，负责和用户一对一沟通，并让记者添加“医生”的社交账号进行付费咨询。

对此，北京市律师事务所律师主任郑中臣认为，助理直播引流，使用大号转小号等手段可能会涉及虚假

宣传和欺诈等问题。直播过程中通过变相表述引导用户添加社交账号等方式，或涉及侵犯用户隐私，涉嫌违反网络安全法中关于禁止网络不正当竞争的规定。

还有一部分医生的认证信息与实际情况大相径庭——有的医生在平台上认证来自某知名医院，但实际上在该医院并无此人；有的医生认证信息过期，已从认证医院离职但未更新认证；有些人直接盗用他人身份信息进行认证，以此骗取公众的信任。

中国政法大学医药法律与研究中心主任刘鑫在调研时发现，同时认证为山东某一家县级医院的整形外科医生有50多名，“县级医院科室的医生一般只有五六个，50多名医生不符合常理，其中显然有很多医生是虚假认证”。

刘鑫认为，根据医师法，医师应当具备相应的专业学历、培训和考核合格，取得医师资格证书后，方可从事医疗活动。医师在互联网平台提供医疗服务时，必须真实提供自己的执业信息，包括姓名、执业地点、执业范围等。网络平台的医生认证信息造假行为显然违反了相关规定。

“这种造假行为还可能构成刑法中的伪造证件罪、诈骗罪，因为该行为可能会误导患者，使患者在无法得到有效治疗的情况下，造成财产损失甚至生命危险。”刘鑫说。

什么流量高说什么 跨界擦边做伪科普

记者注意到，有些医生会发布远远超出他们各自专业领域的科普内容。例如，有外科医生跨界分享肠胃健康知识，有耳鼻喉科医生的内容广泛涵盖妇科、儿科等多个领域，还有些医生在科普视频中热衷于讲解两性知识，发布大量“同房”“夫妻生活”“性知识”等私密话题内容，赚取流量。

来自山东济南的李女士说，她曾在短视频平台刷到过口腔医生讲解两性健康知识，“本职的医学科普不做了，就是热衷于讲解男科知识、两性知识，什么流量高说什么”。

记者观察到，还有些“网红医生”会进行擦边科普，在镜头前不仅限于身着白大褂进行传统的医学讲解，还会穿着如吊带裙、露腰装、紧身衣等服饰，通过剧情演绎的方式增加互动性，提问和回答的问题一个比一个露骨。

郑中臣说，“网红医生”为了流量抓住两性话题大做文章，可能误导公众对医学知识的认知，造成不良社会影响。其使用不当的语言和图片，采用低俗、擦边行为吸引眼球，监管部门应当及时进行处置。

除了跨界科普外，记者还注意到，有些“网红医生”

进行“伪科普”，导致不少观众步入误区。

在某网络平台上，有些“网红医生”以“亲身经历”的方式，展示各种所谓“视力恢复”技巧，声称只要按照他们的方法进行训练，视力就能得到显著“改善”甚至“恢复”，可以从深度近视800度降低到100度。

对此，中国互联网联合辟谣平台进行批驳，强调目前医学上尚无有效根治近视的方法，只能通过科学矫正、改善用眼习惯等避免加重。

开通橱窗违规带货 发布广告推销药品

“网红医生”千方百计博流量，最终目的还是“变现”。在某短视频平台，记者看到多个“网红医生”开通了橱窗带货功能。尽管他们的视频主要内容为健康科普，但其带货的商品却五花八门，从养生保健品到日常生活用品、厨房用具等，种类繁多，还有一些医生在视频中只推荐某些成分或配方，并不提及具体产品，但在评论区以回复粉丝提问的方式进行“指引”，暗自打广告推销药品。

北京市民刘先生前段时间带带状疱疹复发，身心都受到折磨，有天晚上刷短视频时正好看到一名“网红医生”在科普带状疱疹，他在评论区留言询问有没有药物推荐。过了一会儿，这名“网红医生”回复他：可以试试××药，绝对有效，不但能治愈带状疱疹，还能让你免受神经痛后遗症。刘先生下单买了一瓶，可涂抹一周后也没有任何效果。

有业内人士告诉记者，强大的市场、用户需求以及“网红医生”自带的私域流量，让资本看好这些“网红医生”的变现能力。“网红医生”通过打造自身IP来提升门诊量，以直播打赏、橱窗带货、在线问诊等形式变现。”

记者注意到，一些医生与某直播平台签订的“承诺函”中明确表示，“不得以任何形式发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品等广告，不得以任何形式引导用户就诊”。

那么，这些“网红医生”到底能不能直播带货？

记者梳理发现，多部政策性文件都对医生直播带货加以限制。《医疗机构工作人员廉洁从业九项准则》提出，严禁向患者推销商品或服务并从中谋取私利；《2022年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点》提出，严肃查处医疗机构工作人员利用职务、身份之便直播带货；《大型医院巡查工作方案（2023—2026年度）》提出，加强对医务人员利用职业身份参与医药广告的制作、发布或直播带货等变相发布广告行为的监管。

有业内人士指出，在未经亲自对患者诊疗的情况下，医生不应在直播中贸然介绍和宣传任何药品及器

械，以免误导大众，导致其对药品和器械使用不当发生事故。医生介绍、推荐药物或医疗器械等，难免有为药物、医疗器械生产厂家背书的嫌疑，如发生产品质量问题，可能会给医生带来负面影响，甚至承担相应的责任。因此，医生对于商业带货、直播打赏、付费咨询等变现形式，应充分考虑执业风险。

专项整治违规行为 压实各方监管责任

实际上，针对医疗“自媒体”乱象，近年来我国有关部门一直在加强监测和处置。

今年5月印发的《2024年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点》，要求规范直播带货，净化网络环境。加大对涉医网络直播带货、信息内容、传播秩序等的监管力度。

前不久，中央网信办部署开展“清朗·网络直播领域虚假和扰乱乱象整治”专项行动，重点整治五类突出问题，其中包括“伪科普”“伪知识”混淆视听，冒充医疗卫生、司法等领域专业人员，开展不当营销；直播过程中衣着暴露，刻意展示带有性暗示或性挑逗的动作，言语挑逗，发布“软色情”“擦边”“泛黄”内容。

各大平台也积极响应，采取包括封禁在内的多项措施，针对涉及散布“伪科普”与“伪知识”，误导公众的所谓“网红医生”及知名大V账号进行严肃处理。

一些医院也在加强对医疗视频直播及网络问诊的约束与监管。比如，北京中医药大学东直门医院印发的《自媒体平台管理办法（试行）》，要求任何个人未经授权不得以医院或院内部门、单位名义申报、运营各类自媒体。

在郑中臣看来，加大监管力度是改善“网红医生”乱象的关键。具体来看，网络平台应该加强对医生认证信息的审核和管理，确保所有认证信息都是真实、准确和完整的，对于利用医生身份开设直播进行带货的账号应予以封禁。卫生健康部门和市场监管部门应监督



医生严格遵守相关规定，不得利用职业身份进行直播带货行为。对于“网红医生”变相或直接发布的涉嫌虚假宣传的广告，应及时查处并依法予以处罚。

他认为，要想避免医学科普领域的“劣币驱逐良币”，应当鼓励“网红医生”传播正能量，创作有益于民众健康的科普内容。同时完善激励机制，鼓励医生在合规的前提下创作优质科普内容，满足公众对医学知识的需求。还应加强对医生的职业道德和法律法规的教育和培训，让医生树立正确的职业观念，提升职业道德水平，最终让互联网为健康知识的传播提供积极助力，也让医学科普真正发挥其应有的社会价值。

漫画/高岳

惠农e贷
让梦想走得更远

惠农e贷是中国农业银行专为广大农民朋友量身打造的一款便捷高效线上贷款产品
可在线完成贷款申请、用款还款，农民足不出户办理贷款。

www.abchina.com 客户服务热线 95599

中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA

