



●某影射藥公司登記地址內傳出濃烈中藥材氣味，男職員掩飾稱此處是迷你倉，入口在另一棟大廈。
香港文匯報記者廣濟攝

虛報生產地址難追查 半成品藥跨境運港

香港零售市場湧現未經註冊的影射藥，香港文匯報記者於是根據影射藥包裝上標示的經銷商或代理商地址，親身前往數十個地點調查，竟發現上址不是臨時倉庫、外包裝廠，就是虛假地址，實際生產線始終無從尋覓。有正貨藥廠負責人多年追查影射藥源頭，也同樣屢屢受阻於虛假地址，已斷掉線索，正貨藥廠懷疑多數影射藥來自內地生產，通過跨境運輸進入香港市場。為揭開真相，記者透過電話「放蛇」、實地巡查及網上調查，有內地代工生產影射藥的企業表示，願提供半成品跨境運作方案，這些成本低廉但功效存疑的生產模式，不僅給消費者帶來健康風險，亦影響正牌港貨聲譽。

●香港文匯報記者 廣濟

香港零售市場湧現未經註冊的影射藥，香港文匯報記者於是根據影射藥包裝上標示的經銷商或代理商地址，親身前往數十個地點調查，竟發現上址不是臨時倉庫、外包裝廠，就是虛假地址，實際生產線始終無從尋覓。有正貨藥廠負責人多年追查影射藥源頭，也同樣屢屢受阻於虛假地址，已斷掉線索，正貨藥廠懷疑多數影射藥來自內地生產，通過跨境運輸進入香港市場。為揭開真相，記者透過電話「放蛇」、實地巡查及網上調查，有內地代工生產影射藥的企業表示，願提供半成品跨境運作方案，這些成本低廉但功效存疑的生產模式，不僅給消費者帶來健康風險，亦影響正牌港貨聲譽。



●部分影射藥公司大門及水牌都不標示公司名稱，十分隱蔽。香港文匯報記者廣濟攝



●某市面銷售多款影射藥的公司登記地址竟是一間工程公司地鋪（左）。

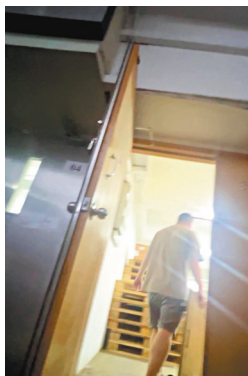
系列之三
「影射藥」

香港文匯報記者透過整理市面影射藥資料，總結出一份名單。榜上共有二三十間主要的代理、生產及品牌持有人。通過網上查詢，發現市面多款影射藥的品牌所有者，多為由中醫家族發展而來的公司，規模從小型企業到頗具影響力的藥廠不等。這些公司除經營經註冊的中成藥外（當中部分是影射藥），更多是主推保健品代工及OEM貼牌服務，影射藥佔其產品大宗。為了解詳情，記者假扮擁有祖傳藥方，致電其中一家公司邀請合作生產，希望打造品牌並打入市場，詢問合作可行性。

邀公司合作 負責人疑說漏嘴

該公司負責人B先生（化名）熱情回應，提出兩種方案：一是註冊正規中成藥，二是以保健食品形式快速推出。B先生詳述，註冊中成藥需經過化驗、測試及審批，耗時至少一年，且成本高達60萬元，成功率無保證；反之，生產保健食品僅需10萬元至20萬元即可獲得數萬件樣品，若採用該公司現成的配方進行「貼牌」（即換舊酒新瓶，用其配方另註新品牌），成本可再降低數倍，時間也大幅縮短。

當記者問及保健食品是否需政府檢測及產地問題時，B先生疑似說漏嘴稱：「正常的貨品一來香港都要檢測的。」記者遂追問言下之意，是產品非香港製造？他即改口強調「肯定在香港生產」，並稱公司擁有本地生產線。然而，當記者提出參觀生產線時，B先生斷然拒絕，稱生產線不對外開放，且聲稱



●男子進入該貨倉時，記者隱約見到內部疑似進行外包裝工作。

香港文匯報記者 廣濟攝

借「藥膳」之名運港

為探究影射藥是否來自內地，記者透過微信聯繫廣東省內多家聲稱提供保健品OEM（代工）貼牌代加工的公司，記者假扮有意在香港銷售產品的客戶，詢問生產及跨境運作方案。廣州及中山兩家頗具規模的公司爆料，由於藥物出口必須提供許可證，出口要求嚴格，故內地代工企業生產的中藥，成分必須是「藥膳」，即既能稱之為藥，也是日常食品，如甘草、決明子等，以逃過法眼運往香港，然後在港重新包裝貼上「香港製造」標籤即成。

穗企提供藥食同源「一條龍」服務

廣州一家健康食品公司主打藥食同源產品，使用既屬中藥材又可作為食物的原料，避免嚴格受限的中藥材。產品形式包括片劑、沖劑及膠囊，可採用現有配方或調整客戶提供的配方以符合規定。當記者表示希望在香港銷售但需降低成本時，對方提出跨境模式：內地工廠完成半成品製作，運至香港後由其香港公司負責灌裝及包裝，成品可標示「香港製造」。公司代表強調，此方案成本低於香港本地包裝，且產品以食療形式推廣，規避中成藥監管。此模式雖合法，卻遊走於監管邊緣。

中山一家代工企業則更為大膽。當記者詢問是否可生產

中成藥濫用「香港製造」恐變美誠月餅翻版

市面上多款影射藥保健品包裝標註模糊、涉嫌偽裝國外品牌，引發對實際生產地的強烈懷疑。香港文匯報記者深入調查這些產品的原產地與生產地溯源難題，進一步暴露香港製造品牌的系統性問題，包括假冒香港老字號、監管漏洞及信譽危機。以電商熱賣的一款祛濕藥品牌為例，這些產品表面宣傳「香港老字號」，但實際溯源過程發現有諸多誤導消費者嫌疑，可能損害「香港製造」的品牌效應。

調查揭包裝模糊與假冒亂象

記者調查發現，絕大多數影射藥保健品生產地址無法溯源，包裝僅註明經銷商或代理商寫字樓地址，即使標註製造商，也非實際生產廠家。部分產品以全日文包裝假冒日本貨，列虛假公司（如「×××株式會社」）及編號（如HKCP-），查無實據，純屬混淆視聽。更甚者利用「一條龍」模式，同一老闆註冊多間公司，假扮德國或日本品牌，自家公司完成生產到銷售，借香港註冊便利規避溯源。

繼上半年「香港大藥房」曝光（港註冊公司，內地代工貼牌，假冒香港老字號）後，一款祛濕藥品牌故伎重施，主推電商銷售祛濕中成藥等保健食品。該品牌自稱2014年成立，2017年在港註冊，卻宣傳為「香港幾十年老品牌」，請香港藝人帶貨，配合線下廣告增曝光。但包裝繁體字錯漏百出，如「乾燥」的「乾」誤寫為「幹」，令人質疑其香港製造真偽。

電商宣傳上，天貓旗艦店稱「香港品牌 正品入倉海關監管」保稅倉直發，抖音旗艦店宣稱原產地「香港特別行政區」。然而，官網無生產線資訊，僅在電商平台聲稱工廠通過GMP認證。網友掃描產品二維碼，顯示生產廠為「某某（香港）制約有限公司」（2023年港註冊，簡體字名稱），GMP認證僅限「糖果、零食、乾貨、食品配料及膳食補充劑重新包裝服



▲該祛濕藥部分批次外包裝上二維碼供消費者溯源。

受訪者供圖

▶記者掃描外包裝二維碼得到信息，該祛濕藥品牌的生產廠家為某某製藥公司。

掃碼信息截圖



「不同配方要求不同，參觀無意義」。此番對話令人懷疑，該公司產品可能並非全部在香港製造。

為進一步驗證，記者根據影射藥包裝及公司網站上的公開地址，實地走訪數十間位於香港工廈的經銷商及代理商地址，發現多數單位大門緊鎖，無任何機器運作聲響，僅見堆放的保健品紙箱及濃烈的藥材味。

暗訪巧遇搬貨 職員訛稱迷你倉

其中在一間單位暗訪時，香港文匯報記者巧遇職員開門搬貨，透過門縫瞥見散裝膠囊及紙箱堆積，但無大型機械設備，藥材味從門內飄出。記者詢問此處用途，職員遮掩稱「是迷你倉」，並指向大廈另一座的升降機，似有意轉移話題。

另一地址更離奇，表面上登記為一間影射藥代理商的地舖，實際上竟是一家已暫停營業的工程公司，疑似是影射藥虛報地址。

根據資料，記者統計及巡查的影射藥公司中，僅三間擁有持牌中成藥製造廠，絕大多數影射藥產品的生產線高度存疑，這些發現指向一個可能性：所謂的「藥廠地址」多為辦公室、貨場或簡易包裝廠，而真正的製造流水線，有可能並非設於香港。



●記者巡查多間影射藥公司工廈登記地址，發現單位只是作簡單倉庫及寫字樓使用。
香港文匯報記者廣濟攝

再貼上「香港製造」

中成藥時，對方未予否認，稱「我們是專業的，產品交給我們」。對方提供兩方案：一是內地生產成品，經正規報關入港；二是僅提供半成品，客戶自行運至香港，並強調不可使用公司名義報關，以降低風險。當記者質疑成品無法標示「香港製造」時，對方建議後者方案，暗示客戶可自行處理後續包裝。此模式顯示，內地企業在影射藥供應鏈中扮演關鍵角色，卻刻意規避直接責任。



●廣州某保健品公司生產線。網絡圖片

務」，非全製程，暴露生產地不透明。

標註手法上，影射藥保健品選用「Made in」字樣，改用模糊詞如「Product of Japan」或「德國配方」。祛濕中成藥產品僅標「某某有限公司謹製」及香港地址，擦邊球處理放大溯源難度，生產地資訊模糊不清。

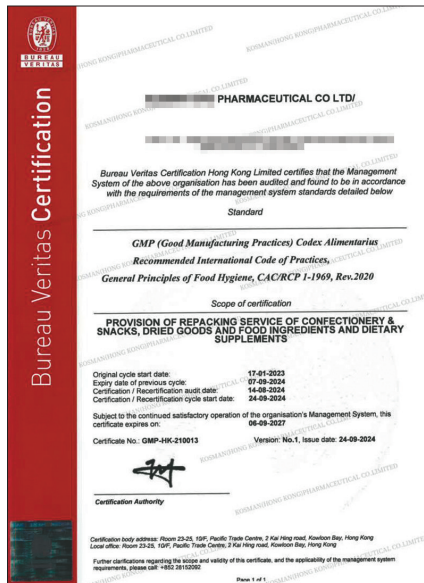
業界憂阻礙老品牌北上拓展

本地知名中藥及保健品製造商發言人向本報指出，假冒香港品牌（如美誠月餅、香港大藥房等）令內地消費者對香港產品產生防備，阻礙老品牌內地拓展。假冒產品銷售過火，一旦曝光，損害香港品牌信譽，尤其在北方市場，消費者對香港產品了解較少，假老字號正抹黑香港招牌。

發言人解釋假冒機制：假冒者輕鬆在港註冊公司或商標，內地代工生產，半成品入關後僅在港包裝，不在港銷售，卻跨境發回內地，冒充「純正香港品牌」，利用香港元素及明星帶貨，配合大量線下廣告，誤導遊客及內地消費者。

對香港製造聲譽影響深遠：南方消費者（尤兩廣）受TVB等香港文化影響，原本信任香港品牌，但假冒事件動搖信心，導致老品牌內地市場拓展受阻。中成藥市場尤其受創，疫情後內地中醫接受度提升，國家推動中醫藥發展，但假冒品牌（如漢方藥）削弱優勢，衝擊更擴及香港整體形象。消費者誤以為假貨氾濫，旅遊意願降低。消費者的行為改變令代購減少，品牌轉向電商，但假冒產品令消費者屢受騙，愈發警惕，產生惡性循環。

該發言人建議加強品牌保護，彌補漏洞，包括嚴格規範外包裝原產地標示、強制標明生產線地址、嚴查GMP濫用，推動預防性監管。消費者需提升辨識能力，避免上當。若不解決，香港老品牌恐因缺乏傳承及內部爭議而消失。



●某某製藥公司提供的GMP認證報告範圍中顯示認證範圍是重包裝服務，並非整個生產線。
掃碼信息截圖