

「網紅醫生」帶貨斂財 國家出手整治亂象

專業誠信底線不可逾越 健康科普去偽存真

「每天一杯，結節全消」「三個穴位搞定三高」「戴手串多動症變『學霸』」……類似的「科普」短視頻曾刷屏網絡，「網紅醫生」兼職MCN機構帶貨直播，「直戳」老中青全年齡段的健康焦慮。今年8月，中央多部門聯合啟動綜合治理行動，從「誰在說」「說什麼」「怎麼獲利」三道關口全面規範自媒體、整頓網絡科普亂象。治理近三個月後，公眾能夠明顯感受到披着「科普」外衣的網絡謠言正在消失，獲取權威健康科普信息的渠道更加順暢，製造健康焦慮的誤導性內容大量減少。專家認為，雖然綜合治理已有成效，但依然需要常態化、規範化的機制，讓真正的健康科普實現有效傳播。

●香港文匯報

記者 劉凝哲、蘇雨潤 北京報道

近年來，網絡健康科普亂象頻發。有患者被誤導欺騙，輕則破財購買無效保健品，重則延誤治療時機；不少公眾深陷健康焦慮，「熱搜癌症起步」讓很多年輕人罹患疑病症。善於「揣度人心」的大數據更與偽科普「狼狽為奸」，利用人類對健康問題的恐懼賺流量獲利。北京市民吳女士告訴香港文匯報記者，自己體檢查出肺結節，只是在某社交軟件上搜索過一次，就被大數據不停推送相關視頻。各種內容矛盾重重，有的聲稱「沒事」，有的診斷為「癌症」，甚至出現推銷保險、「種草」基因檢測、團購墓地的信息，然而線下就診醫生只是建議「繼續觀察」。「可以說，各種網絡科普信息帶來的精神壓力，已經遠遠超過了肺結節的生理危害」，吳女士說。

「流感季又到了，這是令我們醫學科普人很頭疼的事情」。曾多次闢謠偽科普的日本北海道大學神經科學碩士、醫學科普博主莊時利和告訴記者，每年流感季節都會出現很多謠言，接種疫苗明明是預防流感最科學的方式，但多年來偽科普對疫苗接種污名化傳播，讓很多家長不敢給兒童接種疫苗；兒童感染流感，家長卻第一時間使用抗生素等等，這些謠言幾乎每年都會出現，影響個人健康和免疫防線的建立。

真假難辨 真醫生也搞偽科普

當前，醫療科普是短視頻平台的熱門話題，越來越多的醫生通過直播和短視頻來傳播健康科普知識。但是有的「網紅醫生」把醫療科普當做牟利工具，濫用專業權威為自己背書，假借科普名義違規導醫導診、線上問診、線下引流、直播帶貨甚至高價開藥；還有的通過誇大治療效果、虛構病例、杜撰故事等手段誤導公眾、斂財牟利。

「醫學科普非常重要，這是社交媒體平台給醫務工作者帶來的專業價值社會化的一種效應，但是『偽科學』和『偽科普』不在其列。」中國傳媒大學教授陳欣鋼在接受香港文匯報採訪時表示，當前網絡流行的健康偽科學、偽科普主要形式可以歸為兩大類：第一種是「假醫生、偽科普」，第二種是「真醫生、偽科普」。而這兩種偽科普，幾乎每個網民都曾遇到。

嚴禁違規變相發布廣告

在上海、四川等地針對網絡健康科普出台新規後，全國層面的綜合治理也開始啟動。今年7月，國家衛健委首次回應「網紅醫生」引流帶貨的管理問題。8月，四部門聯合發布《關於規範「自媒體」醫療科普行為的通知》明確要求，自媒體賬號對發布轉發醫療科普信息的真實性、科學性



設計圖片



●某三甲醫院急救科醫生宣揚「反式脂肪酸是致癌物」。網上圖片



●某皮膚科醫生發布「體內有沒有癌，看手就知道」的視頻。網上圖片

負責，嚴禁無資質賬號生產發布專業醫療科普內容，嚴禁違規變相發布廣告。

「這是『動真格』了」，陳欣鋼評價，這次官方對網絡健康科普的綜合治理，從賬號資質、內容來源、廣告行為到AI生成內容標註，都進行了全方位、系統性的規範，是國家防範虛假信息誤導公眾、維護公眾健康權益的重要舉措。這次行動更傳遞出一個強烈的信號：專業和誠信是醫療科普不可逾越的底線。它向那些利用專業知識牟取不當利益的「網紅醫生」亮出了紅牌，也為那些兢兢業業、堅持做真實科普的醫務工作者撐了腰，相信將有望逐步修復因亂象而受損的醫患信任。

「有效傳播」不等於「博取眼球」

陳欣鋼認為，「大膽發言」不等於可以「口無遮攔」，「有效傳播」也不等於必須「博取眼球」，關鍵在於找到專業性與傳播性的平衡點。在內容上，建議醫生在視頻開頭或顯著位

置標明自己的專業領域，並清晰提示「本內容僅為健康知識普及，不構成診療建議，如有問題請線下就醫」。在形式上，可以充分利用平台優勢，如用短視頻做知識傳播，用直播做觀眾答疑，追求價值傳播。

對於提升臨床醫生科普積極性方面，專家們強調，這需要給做健康科普的醫生們更多的正反饋。陳欣鋼表示，平台應該加強內容審核的專業化，一方面杜絕假醫生偽科普信息的傳播與擴散，另一方面也應避免過度審核，強化醫療人員賬號申訴通道的處理效率，別讓真醫生寒了心。此外，還建議設立專項基金，由政府或公益組織設立健康科普創作基金，獎勵內容科學、形式創新、傳播效果好的優秀作品和創作者。

網絡健康偽科普類型

「假醫生、偽科普」

►隨著醫療短視頻的興起，一些沒有醫師資質的人也穿上白大褂向用戶推薦藥品和養生用品；

►利用公眾的健康焦慮製造高科技術語，如「量子養生艙」「量子細胞活化艙」等，這些產品聲稱利用量子力學原理治療疾病，實則只是普通理療設備甚至毫無科學依據的偽劣產品；

►跨界科普，短視頻內容涉獵皮膚科、婦科、眼科、口腔科等多個領域。

「真醫生、偽科普」

►內容誇張博眼球。簽約MCN機構的醫生短視頻賬號為了獲利，導致出現標題誇張、內容獵奇的視頻；

►線上問診，線下引流，將直播和短視頻當作牟利工具，濫用專業權威，利用知識壁壘誤導大眾等。

虛假廣告套路深 平台審查同步升級

中國傳媒大學教授陳欣鋼的研究發現，近年來流行的網絡健康偽科普出現明顯變化。首先，偽科普視頻化。2018年流行的「偽科普」式虛假醫療廣告主要集中在微信朋友圈，能看到不少中老年人轉發的大量所謂「科學研究表明」的相關文章。到了2025年，偽科普的主戰場逐漸向短視頻和直播平台轉移，視頻化趨勢顯著。

第二，偽科學學術化。過去的偽科普廣告雖然也試圖偽裝成科學信息，但相對容易識別，如醋泡雞蛋治療中風、風濕、偏癱等等。而當代偽科普則採用更加學術化的偽裝，引用看似權威的研究數據、前沿術語使普通公眾更難辨別真偽。

第三，從治療主張到預防與養生。如今人們的生活水平提高，公眾關注點從疾病治療向健康養生轉變，偽科普也隨之調整策略。過去的偽科普多集中在疾病治療領域，如宣稱某種藥物或療法能治療癌症等重大疾病，而時下的偽科普則更多聚焦於預防保健和日常養生。

造謠易闢謠難 AI生成納監管

談及近年來網絡健康偽科普的變化特點，莊時利和認為，目前已出現大量AI生成的網絡健康科普謠言，其傳播幾乎不需要成本，一天就能產出上百條。很多科普人士都是臨床醫生，面對AI謠言的傳播，大家幾乎很難有精力去一一闢謠，令人深感無力。

在此次綜合治理中，官方強調對AI生成內容的監管，例如：借助人工智能技術生成合成醫療科普信息，需嚴格標註信息來源或生成合成內容標識。網站平台應堅決清理利用AI編造發布涉醫領域同質化文案等違法違規信息。莊時利和認為，科普專家、官方闢謠是「跑不過」AI造謠的，必須通過媒體平台嚴格地把關和審查，才能控制AI偽科普的傳播。

清退假醫生 扶持優質創作

針對網絡健康科普亂象的綜合治理啟動後，網民普遍都有同感，無論是謠言視頻還是評論區引流都有明顯改善。抖音8月發布的報告顯示，通過深化權威合作、升級治理規則淨化生態，累計清理資質造假醫生683名，處理同質化低質視頻超50萬條，封禁或禁言違規導流導診賬號1,200餘個。此外，針對虛假營銷、兩性低俗等6大行業痛點，將治理範圍從「醫療」拓展至「醫療與泛健康」領域。

在治理偽科普的同時，抖音在近年中新增醫療認證創作者1.8萬，累計個人認證創作者達7.1萬，醫院科室等機構認證超5,000家；新增醫療科普內容超400萬條，累計觀看超5,000億次，獲讚42億次，收藏量超24億次，同比增長63%。

有評論指出，目前多部門聯動、平台協同治理的模式已初步顯現成效。假醫生賬號大幅清退、AI生成虛假科普被快速攔截、低質同質化視頻被批量下架，說明治理已從「點」向「面」深化。未來，隨著監管技術的進一步升級、跨平台協同機制的完善以及公眾健康素養的提升，網絡健康科普的生態有望從「流量驅動的亂象」轉向「專業權威的知識服務」。

專家：常態治理需明確界限

針對網絡健康科普常態化治理，陳欣鋼建議，平台層面應細化醫療科普內容標準，明確專業醫療科普與商業廣告的界限，壓縮偽科普灰色空間。建立跨部門協同治理機制，明確職責分工。例如上海推出了全國首個「互聯網健康科普負面行為清單」，明確劃定九類負面行為，為網絡健康科普行為立規矩，值得借鑒。

醫學科普 一線醫生做還是不做？

特稿

官方出台舉措，加強對醫生自媒體科普行為的規範，有很多臨床醫生對此表示高度贊同。「我的工作中見過很多聽信偽科普的患者，他們有些盲信『偏方』，有些還有疑病症，浪費了很多醫療資源」，一位北京三甲醫院的臨床醫生告訴香港文匯報記者，他認同官方嚴管「網紅醫生」的措施，醫生的舞台是在診室和手術室，而不是網絡上。

不過也有一些醫生對此存有疑慮。「現在醫生評職稱也需要科普的KPI，老老實實做科普沒人看，稍微有點出圈就容易碰到紀律紅線，實在難辦。」「每天臨床這麼辛苦，還要做免費科普錄視頻，搞不好還容易惹事，不如躺平不做了。」也有醫生在評論區感慨。

「官方出台系列規定的核心目的，並非打壓醫生發聲，而是為了『清朗』環境，保護真正有價值的科普，避免因無意中『越界』而承擔法律和職業風險，它實際上是在為負責任的醫生保駕護航」，陳欣鋼說。他認為，醫學知識、醫學科普不同於其他科學知識，是「人人關心」，並且「性命攸關」，做好內容監管和治理是完全正確的，應該支持對醫學科普有更嚴厲的監管。