

民生
关注重庆晨报
民生在线
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、新鲜事告诉我们，记者帮你办

2分钟接骨视频网上热传

记者检索发现，这款名为“市野医生”的筋骨疼痛贴，在抖音平台投放大量广告，其中一段接骨视频曾在网上传播。按照视频下方的十倍速计算，画面中断裂的骨头在使用膏贴后被接上用时140秒，即2分多钟。另一则视频广告介绍，“这是一款来自日本，专为颈椎问题所研发的膏贴。”视频上方还显示“东京医学研究院出品”，强调是二类医疗器械产品，有调理颈椎的作用。

点击这些广告链接，可直接跳转至淘宝“市野医生旗舰店”。商品详情中宣称“联合东京医学研究院匠心研制”“日本独立研发中心”“海内外线下药房热销同款，好评率99.8%”，甚至宣称持有东京医学研究院的授权，研发团队汇聚了来自中日的专业人员。

然而记者下单后，再次点击该商品链接时却发现，此前所有与“日本”相关的宣传内容均已消失，商品详情页看起来和之前判若两个版本。在收到膏贴后，记者注意到包装上占据较大篇幅的日文，有标识为“市野博士”的小胡子男性头像，生产企业为安徽康源药械有限公司，产品批准文号为皖械注准20172090067。

不少网友直言被广告吸引，以为是日本品牌才买的，到手后发现并不是；也有网友称用了3盒产品“没效果”；还有网友表示，“广告打得不错，效果一点也没有。”尽管争议不断，该膏贴在全网各平台销售量仍居高不下，其天猫店铺中针对颈椎、膝盖、腰椎、肩周产品的销量共超220万单，目前单盒售价49.8元，三盒为79.8元，平均一盒26.6元。

成本仅2元实为国内生产

这款膏贴究竟产自何处？近日，记者以经销商身份暗访了位于安徽阜阳一县城的生产厂家——安徽康源药械有限公司。

记者走进厂房，生产车间内有两名工人操作大型机械，将黑色膏剂与布料压制在一起，完成膏药成型工序，再分割成小块。车间内有刺鼻气味，工作人员未穿戴任何防护用具，并称这是原料味道。成品车间地上堆放着大量待包装的膏贴。

包装车间内，数十名工人正在包装“市野医生”膏贴，未佩戴口罩、手套等。他们将制作好的膏药整齐放进包装盒，再码入大纸箱。无论是堆放的大箱子，还是膏药的包装材料上，“市野医生”的标识随处可见。

厂家老板介绍，工厂面积超1万平方米，主要生产各类膏贴产品，其中涉事款膏贴为核心产品。包材由经销商亿佰人（郑州）科技有限公司提供，工厂负责生产、包装该款膏药片，再将膏药运往郑州、开封等云仓，“包材全部是他们（经销商提供）的，下来10万套，我们就包10万套。”包装完成后，每天需定时定点将几万盒膏贴送至经销商指定的云仓。

厂家老板透露，该膏贴成本约2元/盒（含包装），但在网络平台售价最高可达59.9元一盒。对于终端售价，厂家表示，经销商承担运营、广告、投流等成本，需抬高售价才能盈利。

厂家自称产品有效，膏贴主要成分是远红外陶瓷粉，根据国家规定不得添加药物成分。面对“无药物成分如何治疗肩周炎”的疑问，厂家表示，“行业潜规则是添加除了17种违禁药品外的秘方成分，比如一些中草药。”至于具体成分不便透露，且可通过秘方调节膏贴的凉感、热感，营造“有效果”的体感。

● 宣称2分钟接骨，结果效果一点没有

● 每盒售价59.9元，其实成本只有2元

“日本专利膏药” 市野医生实为国产

近日，一款名为“市野医生”的筋骨疼痛贴凭借“2分钟接骨”“中日专家研发”“联合东京医学研究院研制”等吸睛宣传，在抖音、淘宝等平台销量破百万单。然而火爆背后，是消费者投诉其涉嫌虚假宣传、夸大功效。

记者暗访生产厂家与经销商发现，厂家以每盒2元的成本代工膏药，经销商则通过在中国香港注册“东京医学研究院”、日文包装、日本博士形象等方式，营造进口假象，再以数十倍高价售卖，并坦言“用了点小心思”迷惑消费者，甚至自曝“投流广告与刷销量”的营销内幕。

筋骨疼痛贴
筋肉痛パッチです
適用範囲です
当該製品頸椎症、腰筋に適用
疲労、肩こり、膝の閉塞筋病、
リウマチ等に効果。
規格 6貼装
24時間効果持続
東京医学研究院株式会社



网传接骨视频截图

← 市野医生肩周贴-专业好用

東京醫學
けんきゅう 東京醫學研究院研發出品
東京醫學研究所が開発しました

市野いちの博士
市野医生医疗研发顾问专家团队

该团队所有成员深耕医疗行业数十余载，了解多种健康问题，拥有丰富的科研结果和实战经验。

加入购物车 立即购买

膏贴详情介绍截图

此外，厂家明确表示，涉事膏贴与日本无关，是其自主研发的配方，而广告里出现的所谓日本背景均为经销商虚假宣传。至于包装上显示的“东京医学研究院”，厂家称，是经销商在中国香港注册了一家名叫东京医学研究院株式会社有限公司，其与经销商签署协议时，对方曾出具过上述公司的资质和委托。

记者从香港特别行政区政府公司注册处官网查阅到，厂家提及的东京医学研究院株式会社有限公司于2024年4月27日注册，目前公司现状为“仍注册”，为私人股份有限公司，公司董事为张某亮，与亿佰人（郑州）科技公司法定代表人同名。

对于网传“接骨”视频，厂家承认过于夸张，“那是假的。”曾通知经销商下架，并强调这是经销商违规行为，非厂家责任。厂家还表示，双方签订合同，约定若因虚假宣传引发问题，由经销商承担全部责任。

厂家透露，前不久经销商曾因虚假宣传被处罚，“他现在不敢说（膏药）是从日本带回来的，他现在只敢说日

本的技术了，技术无国界。”

工作人员称投流刷单擦边营销

随后，记者暗访了亿佰人（郑州）科技有限公司，其位于郑州市经开区航海路第五大街129号，门口还悬挂包括医佰仁（郑州）健康管理有限公司等3家公司招牌，办公室约200工位。记者注意到一间挂有“骨科诊室”门牌的小房间，推开门后发现内部实为演播间，除了摄影器材外，还堆放大量保健品和医疗器械。

随后，记者以面试者身份与该公司的相关工作人员进行沟通。据介绍，公司主要营销手段为在抖音短视频广告“投流”，并会与演员合作；主要销售平台为天猫旗舰店，公司自称月盈利超千万，且推出新品时还会自行刷销量。

对于“东京医学研究院”及标识为“市野博士”的小胡子男性头像等，该工作人员坦言是噱头，头像其实是老板自画像的二创。

记者询问涉事产品究竟与日本是

否有关，该工作人员则称关系不大，“只是用了一些日本的名字、工作室，一些研发的东西，但大多数还是用我们自己的东西。”随后，该工作人员坦言“其实也用了点小心思”，目的是迷惑消费者让大家产生“市野医生”是进口货，通过擦边营销提升产品吸引力，最终实现高销量。

据媒体报道，今年5月，河南省郑州市市场监管局依法对市野（郑州）网络科技有限公司作出罚款20万元的行政处罚。经当地调查，市野（郑州）网络科技有限公司在互联网发布的“市野医生筋骨疼痛贴”医疗器械广告中，含有“日本引进”“日本国民品牌”等与事实不符的信息，并通过宣称“一盒让你3年的腰腿疼痛、浑身酸痛消失”等内容，对产品功效作保证。

天眼查显示，市野（郑州）网络科技有限公司，由医佰仁（郑州）电子商务有限公司100%控股，亿佰人（郑州）科技有限公司曾为医佰仁（郑州）电子商务有限公司股东，2025年4月退出。

此外，记者从厂家老板处了解到，市野医生团队同时还销售“苗阿姐”“医圣传”等多款膏贴。记者在各平台检索发现，上述几款膏贴均为械字号，不同程度存在类似“市野医生”的功效宣传话术。市野医生团队工作人员也向记者证实了“苗阿姐”膏药为该公司旗下品牌。

前述厂家老板称，“医圣传”在其厂家生产，与“市野医生”配方一样，只是“换个贴牌”，但该产品销量一般，不如“市野医生”有宣传卖点。记者在平台上店铺查到该产品与“市野医生”使用同一产品批准文号。

[律师说法]

二类医疗器械膏贴宣传不得超范围

市面上层出不穷的“械字号”，与“国药准字号”膏药的功能到底有何区别，是否能宣传其功效？国产医疗器械又能否大量使用外文标识呢？

陕西恒达律师事务所律师赵良善告诉记者，根据《医疗器械监督管理条例》及《医疗器械广告审查发布标准》，二类医疗器械膏贴的宣传广告内容必须与注册证或说明书完全一致，不可超出注册范围宣传功效疗效，且必须经有关部门审查，否则将构成违法，而涉事膏贴宣传可能超出注册范围。

此外，根据《关于加强贴敷类医疗器械产品监督管理的若干规定》，贴敷类器械不得采用中药、化学药物等成分。根据《医疗器械说明书和标签管理规定》，医疗器械包装说明等以中文为主导，外文需辅助且字体不得大于中文，不得影响中文可读性，防止出现仿冒进口器械误导消费的情况发生。

赵良善表示，医疗器械或保健品种虚假宣传夸大功效将面临行政处罚与刑事追责双重风险。若构成虚假广告罪（如违法所得≥10万元或造成消费者损失≥20万元），可处2年以下有期徒刑或拘役。

另外，有关专家在接受媒体采访时解析了械字号膏贴打擦边球宣传的深层原因，其表示“国药准字号”产品一般是指对特定疾病有治疗效果的产品，其中会添加药物成分，而“械字号”产品是针对某种疾病具有辅助医疗效果的产品，审批相对简单，只需备案即可，极大地缩短了产品的上市时间。而消费者对膏药效用及规范存在认知误区，企业通过“缓解疲劳”“改善循环”等模糊表述暗示疗效。利用电商平台监管的漏洞，部分商家通过擦边话术变相宣传治疗效果。

据红星新闻