

明年起我国全面禁止生产

水银体温计即将退出历史舞台

自2026年1月1日起,我国将全面禁止生产含汞体温计和含汞血压计产品。这标志着水银体温计即将正式退出历史舞台。

看似“便宜又好用”的老式水银体温计为何要禁产?根据原环境保护部会同相关部委2017年发布的第38号公告,《关于汞的水俣公约》自2017年8月16日起对我国生效,其中明确“自2026年1月1日起,禁止生产含汞体温计和含汞血压计。”

为贯彻落实公约和第38号公告,做好含汞体温计和含汞血压计产品的注册和生产有关工作,国家药监局于2020年10月发布关于履行《关于汞的水俣公约》有关事项的通知,明确自2026年1月1日起,全面禁止生产含汞体温计和含汞血压计产品。

根据这项通知,已经取得医疗器械注册证的含汞体温计和含汞血压计产品,原注册证在证书有效期内继续有效;注册证有效期届满可以申请延续注册,但限定其注册证有效期不得超过2025年12月31日。已经按照医疗器械受理的含汞体温计和含汞血压计产品,继续按照医疗器械进行审评审批,准予注册的,发给医疗器械注册证,限定其注册证书有效期不得超过2025年12月31日。

中国医疗器械行业协会有关专家表示,除了公约要求,我国禁止生产含汞体温计,主要考虑到水银的强毒性与不可降解性,其对人体健康和生态环境的危害远超传统测温工具的便利性。

专家介绍,汞是常温下唯一呈液态的金属,易挥发成汞蒸气。一支标准水银体温计含汞约1至2克,一旦破碎,汞会迅速挥发,短时间内可使室内汞浓度超标数倍甚至数十倍。吸入汞蒸气会损害神经系统和肾脏功能,儿童、孕妇对其更敏感,可能导致发育迟缓、胎儿畸形等不可逆伤害。

此外,汞不会在环境中自然降解,而是会通过“食物链富集”不断累积,对生态环境造成长期破坏。例如,土壤或水中的汞会被微生物转化为毒性更强的甲基汞,被鱼类吸收后,浓度会逐级放大,最终通过食物进入人体,对整个生态系统和人类健康构成潜在的威胁。

目前市面上流行的体温计主要有电子体温计、耳温枪、额温枪等。对于消费者来说,水银体温计使用也存在诸多不便,如显示的数字字体很小读取不便,每次使用前都要先甩动体温计恢复原位,而且容易破碎造成安全隐患。但是,有消费者担心,水银温度计、耳温枪、电子体温计,量体温到底哪个最准?

业内专家表示,在正确使用的情况下,电子体温计准确性很高,可以满足日常需要,而且比水银体温计要安全。电子血压计因其操作简单、便于携带,也越来越受到消费者的欢迎。这类产品有着数字显示清晰、操作简单、安全性高的优势,适合不同人群广泛使用。

据新华社电

各种各样的电子体温计将替代水银体温计



减肥药、美白丸、护眼“神水”……

“网红药”靠谱吗?

无需节食运动的减肥药、一吃就白的美白丸、可矫正视力的眼药水……近年来,不少“网红药”风靡市场。直播间内的“限时抢购”、社交平台上的“种草攻略”、朋友圈里的“熟人背书”,吸引网民跟风购买。

这些“网红药”靠谱吗?热销背后有啥猫腻?记者进行了调查。

多种“神药”在网络泛滥

为了减到“完美体重”,成都市民游女士近期大量服用在社交平台上走红的某款减肥药,但却出现营养不良、低血糖等不良反应,晕倒过好几次。

近年来,类似“网红药”滥用引发不良后果的案例屡见不鲜。记者在社交平台、电商平台等搜索发现,从减肥药到鼻喷药,从眼药水到“治癌秘方”,打着各种名头的“网红药”在网上热销。然而仔细观察配图中的药品包装,有的生产厂家、名称等信息不全,有的号称是“进口药”却没有药品批准文号。

业内人士指出,这些“网红药”有的是有一定功效的保健品,但被炒作成治病“神药”;还有的是未经国内临床验证及批准进口的“海淘”药,安全性存疑。这些药一旦被滥用,可能危害生命健康。

不仅如此,一些处方药经过营销包装后,也摇身一变成为“网红药”。

“考试前吃了一颗,感觉脑子也很清晰,就是事后有点嗜睡。”记者在社交媒体上看到,不少帖文推荐一种所谓的“考试冷静药”。但业内人士指出,这种美其名曰能缓解紧张焦虑的“考试冷静药”,实际上是在治疗心血管疾病的处方药。

近年来受到减肥群体关注的司美格鲁肽,最初被用于治疗2型糖尿病,但因其显著的减重效果,迅速被冠上“减肥神药”的名号走红网络。“司美格鲁肽属于处方药,并非适合所有人群减重,也不能随意加大剂量。”四川大学华西医院临床药学部(药剂科)主任药师苏娜说,患者如果自行购买使用,可能引发严重副反应。

患者购买处方药本应有严格限制,但据许多网友反映,处方药可以在一些网店轻易买到。

“在网上药店填下个人信息,随便写几个症状就行,几分钟就开出处方来了。”一位网友发帖写道。记者在某电商平台也尝试购买一款“网红”流感处方药,按照平台“互联网医院”的提示填写病情后,平台并未要求出示病历等证明信息便开出处方来,前后历时仅2分钟。

揭秘三大营销手法

“网红药”是如何炮制出来的?

——夸张营销文案营造“神药”形象。

“三天根治颈椎病”“不用手术搞定慢性病”“祖传秘方无副作用”……“网红药”的宣传往往刻意迎合患者的焦虑心理,精心设计的文案很容易让人心动。“一些缺乏科学认知的患者,尤其是老年人群、癌症治疗相对难度大的患者,更容易相信‘网红药’的宣传。”一位受访医生说。

还有一些“网红药”则刻意包装出神秘形象,利用“熟人背书”等进行营销。

曾经罹患结肠癌的成都市民袁先生,也在病急乱投医之下误信过熟人推荐的“网红药”。“这些药主要依靠社交平台、朋友圈的口口相传,听上去更可信。”他说。

“现在不少患者出现健康问题,第一反应就是去网上搜治疗方法,很容易被误导。”成都市第一人民医院肿瘤科主任医师段萍表示,各类商业机构出于营销目的发布的“伪科普”充斥网络,一定程度上挤占了真科普的空间。

——利用直播间、短视频等平台大肆传播销售。

今年以来,多地市场监管部门公布了一批违法广告典型案例,其中多起涉及网络贩卖虚假“神药”。这些案例中,消费者轻则钱财受损,重则耽误治疗加重病情,甚至丧失生命。

在北京海淀市场监督管理部门披露的一起案件中,多个大V主播销售的“魔芋魔法豆草本果蔬压片



糖果”被检出含有违禁成分“布洛芬”。不法分子利用直播带货“播完即删”的隐蔽性,采取每场直播后立即下架链接、正规食品与问题食品混售、规避关键词等手段逃避监管。

受访专家表示,随着传统媒体对药品类广告的监管愈加严格,“神药”广告呈现出向社交平台、短视频平台等转移的趋势,并与直播带货相结合,成为“网红药”泛滥的重灾区。

——造数据、雇水军营造销售火爆假象。

记者了解到,一些网络平台上的消费评价已形成一条造假产业链。一些商家与刷单团伙合作,虚假下单并发布好评,伪造销量数据和好评率误导消费者。还有商家雇佣专业写手和网络水军,在社交平台以不同账号发布大量“网红药品测评”,营造好评如潮的假象。

有网友在社交媒体上吐槽,看了“种草”帖的推荐后,“激情下单”某款宣称能够改善睡眠的“网红药”,服用后却发现效果与推荐相差甚远,疑似“三无产品”。

如此,在网络大V倾力带货、熟人间口口相传、平台用户好评如潮的营销攻势下,一款“网红药”就炮制成功了。

补齐监管短板 加强医疗科普

受访专家表示,“网红药”泛滥问题,凸显网络空间的药品监管存在薄弱环节。应切实落实药品管理法、消费者权益保护法、广告法等相关规定,不断完善药品监管体系,持续规范医疗科普工作。

近期,市场监管总局针对通过“伪科学养生课”等形式诱导营销、将普通商品包装成医治百病的“神药”等私域直播领域突出问题,在全国部署开展专项整治。截至10月,共立案30件,其中私域直播平台6件、直播商家24件,已处罚没金额293万元、拟处罚没金额约663万元。

专家表示,下一步应继续丰富药品监管手段,打出治理“组合拳”。监管部门应加强源头治理、加强执法检查力度;网络平台应升级技术手段,强化内容审核管理,进一步明确销售者、购买者、网络平台各自的主体责任,加强数据互联互通,切实堵住网售处方药的漏洞。对于直播带货“播完即删”的监管难点,建议启用电子取证等技术实现全链条追溯。

受访医生还建议,加强医疗科普“正规军”建设,出台更多激励措施推动更多医护人员参与科普,避免无良机构把医疗科普当作牟利工具误导公众。

“用药安全容不得‘江湖忽悠’,医疗科普不能是‘流量生意’。”湖南省卫生健康委健康促进处处长王可为表示,除了从事科普的医护人员要加强行业自律,网络平台也要完善相关自媒体账号的资质认证,对于违规带货、发布虚假广告等行为,要依法依规从重处罚。

据新华社电