

# 国外网上药店的规制体系和运营体系的发展概况<sup>△</sup>

孟令全\*, 武志昂#, 周莹(沈阳药科大学, 沈阳 110016)

中图分类号 R951 文献标志码 A 文章编号 1001-0408(2013)33-3165-04

DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2013.33.34

**摘要** 目的:为促进我国网上药店的发展提供参考。方法:检索知网和维普等数据库2000—2012年的有关国外网上药店发展的研究文献,总结国外网上药店在规制体系和运营体系方面发展的成功经验。结果与结论:美国和英国网上药店的注册准入机制、官方认证机制或行业自律、消费者引导性消费、处方药销售的程序化,美国和日本经营与服务的多元化,美国和日本费用支付社会化等方面值得我国网上药店学习借鉴。

**关键词** 网上药店;规制体系;运营体系;行业自律;引导性消费;费用支付社会化;经验介绍

## The Development of the Foreign Online Pharmacies in Field of Regulation and Operational System

MENG Ling-quan, WU Zhi-ang, ZHOU Ying (Shenyang Pharmaceutical University, Shenyang 110016, China)

**ABSTRACT** OBJECTIVE: To provide reference for promoting the development of online pharmacy in China. METHODS: The literatures about the development of the online pharmacies abroad were retrieved from CNKI and VIP database during 2000—2012. The successful experiences about the development of foreign online pharmacies were summarized in terms of regulation system and operational system. RESULTS & CONCLUSIONS: Our online pharmacies can learn a lot of successful experience from the foreign online pharmacies, such as registration and entrance mechanism, official authentication mechanism, industry self-discipline, leading consumer's consumption and procedural prescription drug sales in USA and UK; diversified management and service in UAS and Japan; socialization of fee payments in USA and Germany.

**KEY WORDS** Online pharmacy; Regulation system; Operational system; Industry self-discipline; Leading consumer's consumption; Socialization of fee payments; Experience introduction

网上药店经营模式最早出现在美国。美国首批网上药店是从1999年开始上线销售药品的,且发展迅速,如Drugstore.com、Soma.com、PlanetRx.com<sup>[1]</sup>。目前,美国网上药店已达上万家之多,形成1700亿美元的市场规模。2010年,美国网上药店的销售额占整个医药流通领域的近30%<sup>[2]</sup>,成为各种药品销售渠道中仅次于连锁药店的第二名。英国首家网上药店Pharmacyv开办于1999年11月,向消费者出售处方药和非处方药<sup>[3]</sup>。德国政府2004年1月1日开放了网上药店业务<sup>[4]</sup>。在国外,网上药店似乎已经成为百姓购药最为普遍的渠道<sup>[5]</sup>,网络购药已成为消费者上网的第6个主要原因<sup>[6]</sup>。

我国网上药店2005年12月1日开始审批。2011年,有5~6家网上药店销售额接近5000万元,医药B2C规模在4亿元左右<sup>[7]</sup>,但只占到全年药品流通总额的0.0424%<sup>[8]</sup>,没有真正形成继医院、药店、农村和社区之后的第4个药品终端市场<sup>[9]</sup>。我国网上药店的发展与国外有一定差距。笔者通过系统、全面地阐述国外网上药店在规制体系和运营体系方面的成功经验和优秀做法,以期国内网上药店的发展提供参考。

## 1 国外网上药店的规制体系

检索知网(CNKI)、维普等数据库2000—2012年关于国外

<sup>△</sup>基金项目:沈阳药科大学拜耳项目资助(No.20120913)

\*副教授,硕士。研究方向:医药企业信息化、医药电子(政)务、医药物流。E-mail: ml\_quan@163.com

#通信作者:教授,博士研究生导师。研究方向:药品技术、药品风险管理等。E-mail: wuerla501@126.com

网上药店的研究文献,发现这一方面的研究主要集中在美国和英国。现从法律法规、监管机构、职责及手段、行业自律、消费者引导方面详细叙述如下。

### 1.1 法律法规

1.1.1 美国。美国FDA从1994年就开始关注网上售药管理,到今天已经形成了一套较完善的管理体系<sup>[10]</sup>。主要法规有《联邦食品药品化妆品法案》、《互联网药店消费者保护法》、《网上药店消费者保护法》等。法规政策的特点明显偏向于市场调节和合同自由以及尽量少的政府干预,但以专门的消费者保护条款来限制电子商务合同的自由度<sup>[11]</sup>。

1.1.2 英国。英国网上药店法律法规包括3个方面<sup>[3,12]</sup>:①电子商务领域:包括《电子商务条例》、《隐私和电子通信条例》在内的多部法律规范。②医药电子商务领域:《药品法》对药品的销售、供应和广告作出规定。英国允许已注册药房、批发商、销售代理或传统销售中的任何机构,通过网络销售包括处方药在内的医药产品;《药剂师法》专门用于指导和规范药剂师的服务,药剂师及其他药学技术人员应警惕药物滥用现象,供应处方药必须凭借合法有效的处方;《网上药店服务专业标准指南》规定网上药店应保护患者对药学服务的选择,必须提供与药品相关的信息,包括禁忌证和不良反应的所有详细资料,并确保提供的信息与建议是真实、准确的;网站宣传和药品广告必须符合相关法律;邮寄和运送药品应保持药品的质量和确保药品完整、有效,并建立审查跟踪记录等。③网上药品销售伦理准则及标准指南:包括《药师与药店技术人员伦理

准则》、《药品销售及供应标准指南》、《药品广告和专业服务标准指南》等与道德伦理相关的法律法规作为辅助。

## 1.2 监管机构、职责及手段

1.2.1 美国。美国管理网上药店的机构主要有FDA,其主要职责<sup>[13]</sup>是重点监督网上药店是否销售未经批准的新药、伪劣药品和无有效处方的处方药。主要手段<sup>[14]</sup>有:向在线销售处方药(可能是非法的)的网站经营者发送“cyber”信函,警告这些站点的经营者;根据《食品、药品、化妆品法案》,有权对网上销售假药等行为进行执法,参与网上药品有关的逮捕行动;进行公众教育,告诫公众网上购药可能导致的一些危险。

美国国家药房管理协会(National Association of Boards of Pharmacy, NABP)的主要职责是组织对获得所在州和调剂医药品所到州的许可和符合其审查要求的合法网上药房进行“网上药房执业网站认证”,主要手段是制订了一套严格的“网上药店开业站点认证”计划(Verified internet pharmacy practice sites, VIPPS)认证标准。经认证的网上药店须遵从关于发放许可证、处方药、患者资料、患者与药剂师之间的交流、存储与运输、非处方药、质量保证体系等几个方面的要求<sup>[15]</sup>。

美国FDA非常重视与司法部及相关行业协会的联合,充分发挥各自在网上药房相关领域的监管、规范和教育职能和作用<sup>[16]</sup>。其他的机构还有联邦贸易委员会(FTC)、麻醉药品强制管理局(DEA)及网上药店所在州的医药管理部门等。

1.2.2 英国。在英国,药品与健康产品管理局(Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency, MHRA)是对网上药店进行监管的政府部门,根据《药品法》、《网上药店服务专业标准指南》等对药品供应、信息与建议、邮寄和运送药品等环节进行监督。主要职责是保障英国境内的药品、医疗器械以及卫生保健产品的质量安全及有效<sup>[6]</sup>。主要的手段是监督网上药店的药品销售和供应行为,对销售和供应假劣药品的网站进行打击查处,维护公共卫生和保障患者的安全健康。

英国皇家医药学会(The Royal Pharmaceutical Society of Great Britain, RPSGB)主要负责对网上药店申请注册的审核,通过制订一系列伦理准则、标准指南以及实行相关的“网上药店标志”(IPL)计划来指导并规范网上药店和药剂师的服务,也对网上药店及药剂师进行日常监管,但主要侧重点是监管药剂师的服务及查处没有注册的网上药店<sup>[9]</sup>。

其他的机构还有包括对广告进行总体监管的英国广告标准局、对非处方药广告进行监管的英国所有权协会、对处方药广告进行监管的英国处方药准则实践协会在内的广告监管行业协会联合政府部门<sup>[9]</sup>。

## 1.3 行业自律

在国外,如美国、英国的行业协会在网上药店的发展和监管中发挥其作用。

1.3.1 美国的VIPPS认证。美国NABP于1999年春启动了VIPPS,开始对网上药店进行认证。认证标准由州和联邦管理委员会(State and Federal Regulatory Associations)、专家协会(Professional Associations)及消费者倡议组织(Consumer Advocacy Groups)根据他们的业务职能制定<sup>[15]</sup>。这项措施并非强制性的,参加VIPPS认证的网上药店完全都是自愿的。通过VIPPS认证的网上药店必须遵守NABP制定的一系列严格的标准,并接受NABP的监督。通过认证的药店将获得网上销售处方药的权利,同时获准在其网页的明显位置添加一个VIPPS

认证标志的超链接,以便公众通过这个链接链入NABP的网页,了解该药店的基本情况,判断该网上药店的合法性。VIPPS认证每3年进行一次重新检查。同时,在网上销售药品时必须出示“会员制健康医疗团体”和保险公司的证明担保书等<sup>[17-20]</sup>。

2011年11月数据显示,美国有网上药店12000多家,有43家通过VIPPS认证,其中包括销售人用药品的29家和销售兽用药品的14家网上药店<sup>[21]</sup>。

1.3.2 英国的IPL计划。英国所有药店,无论是否在线销售药品,都要在RPSGB登记注册,申请登记的网上药店要接受RPSGB对其专业资格和医疗专业人员配备情况的审核。通过审核的合法网店,其网站上都提供RPSGB网站的链接,以便消费者通过RPSGB网站核实网上药店和药剂师的合法性<sup>[3]</sup>。

RPSGB于2007年初试行并于同年12月正式推行IPL计划,主要目的在于帮助消费者识别合法的网上药店,确保消费者买到合格、安全的药品。鼓励消费者在网上购药时选择具有该标志的网上药店。主要的规定<sup>[9]</sup>有:①售药网站必须清楚显示所有者的名称、实体药店的地址、主管药剂师的名字、确认药店和药剂师身份的信息及服务投诉细则。②网上药店必须按照国际标准化组织的标准对患者信息的完整性和机密性进行保护。③必须保持足够的在线咨询和药品供应记录等。

截至2010年3月,英国共有164家已注册并使用IPL计划的网上药店,其中英格兰150家、威尔士6家、苏格兰8家<sup>[12]</sup>。

## 1.4 消费者引导

1.4.1 美国。美国FDA印制了名为“网上购买处方药:消费者指南”的小册子指导消费者网上购药,同时还通过网页(<http://www.fda.gov/oc/buyonline/default.htm>)为消费者提供以下信息:识别健康欺诈行为的提示和警示、询问与解答、如何报告可疑的欺诈站点。该网页是美国FDA站点中访问率最高的网页之一,每个月约收到6万封投诉邮件<sup>[22]</sup>。

美国FDA使用下列宣传媒体,以扩大公众宣传范围,解释FDA已经采取哪种应允或强制行动,以及告诫公众网上购药可能导致的一些危险<sup>[23]</sup>:①讲演稿;②FDA消费者杂志;③FDA网站;④其他媒体。

1.4.2 英国。英国针对消费者网络购药的宣传教育,主要有以下几点<sup>[9]</sup>。①信息警示教育:MHRA网站会发布信息,提醒消费者在网络上销售的药品可能存在隐患、通过网络购药的风险较大,并建议消费者网购药品时咨询药剂师。②案例警示教育:MHRA进行名为“网络日”的专项调查行动<sup>[9]</sup>,对包括疑似销售假药在内的违法网上药店进行调查。在专项调查“网络日”行动中,邀请欧盟其他国家的药品监督机构和媒体共同参与,主要目的在于借助药监同行及媒体进行广泛宣传,用实际的查处案例来警示消费者,提升消费者网络购药的风险意识。③自我警示教育:建立了专门的假劣药品举报途径,消费者一旦发现网上药店销售假劣药品或疑似假劣药品,便可通过电子邮件、24小时热线以及邮寄信件的方式通知执法团队。

## 2 国外网上药店的运营体系

美国网上药店经营与健康有关的产品,从药品到健身器材、药妆、书籍杂志等应有尽有。英国的网上药店经营包括普通销售目录药(General sale list, GSL)、药房药(Pharmacy medicines)和处方药(Prescription only medicines, POM)在内的药品

及相关产品。这一方面的研究也主要是集中在美国和英国,其他的还有意大利和日本等。

## 2.1 处方药销售程序化

2.1.1 美国。在美国,通过 VIPPS 认证的网上药店才能获得网上销售处方药的权利。用户可以通过以下的方法提交处方(以 Drugstore.com 为例<sup>[24]</sup>)。①将处方邮寄到 Drugstore.com 的总部;②传真;③提供处方医师的电话号码,Drugstore.com 会直接打电话去查询;④提供自己的保险账号,Drugstore.com 会与顾客原来的药房联系以获取处方(在美国,患者与邻近的药房都建立了长期的联系,药房保管患者的基本资料和历史处方)。

在提交处方时,顾客可以授权 Drugstore.com 用仿制药品替代处方中的专利药品。也就是说,Drugstore.com 的执业药师在审核处方时,同时会运用药物经济学的知识对处方进行评价,当发现处方中昂贵的专利药品有效果相近却较廉价的仿制药可以替代时,将修改处方。在收到处方的大约 1 周的时间内,Drugstore.com 会将药品送到顾客的手中。

2.1.2 英国。英国对网上药店处方药的在线销售管理较为严格,并不是依据电子处方,而必须是凭借医师处方的影印版<sup>[9]</sup>。MHRA 认为,同医师进行在线咨询和交流是一种可接受的诊断方式,只要遵守有关广告规章,不是在网咨询前提供处方的详细资料,允许通过这种医患互动方式销售处方药<sup>[22]</sup>。

## 2.2 经营与服务多元化

2.2.1 美国。2004 年网上药店销售额约达 220 亿美元,其中处方药 150 亿美元、营养品 33 亿美元、非处方药 19 亿美元、保健和美容产品 9 亿美元<sup>[25]</sup>。多元化的经营与服务也被带到了网上药店里(以 Drugstore.com 为例)。

Drugstore.com 能够提供的产品从药品到健身器材到书籍杂志,应有尽有,当然,大部分都与人的健康有关<sup>[26]</sup>。其中药品销售的类别主要有感冒药、抗过敏药、胃肠道药、五官科药、减肥药、安眠药、镇痛药、退烧药、戒烟药、营养素以及性药等。这些药品的价格通常会比市场价格低 20%~30%。

Drugstore.com 会不定期地举行一些促销活动,使顾客能享受到更多的折扣。发布的药品信息除了价格,还包括药品的用途、用法、不良反应、警告、交叉反应、储存以及服用过量或漏服时应采取的措施等,以便顾客决策。提供的服务<sup>[26]</sup>有:①定期用电子邮件向顾客发送最新的药品信息和折扣信息;②介绍可以省钱的治疗方案以备顾客选择;③提供免费的执业药师在线咨询;④医疗保健信息、电子处方处理。

2.2.2 日本。日本网上药店出售的商品包括:日常医药用品、化妆品、洗浴用品、清洁用品、非生鲜食品、酒水饮料及其他日用杂品。商品销售额中,一般是医药品占 30.2%,化妆品占 29.7%,日用杂品占 24.6%,其他类商品占 15.5%。也就是说,虽然称之为“药店”,但实际上药品的销售已不占主导地位,药店的多元化经营已成为日本普遍的做法<sup>[17]</sup>。

1985 年以后,日本出现药妆店这种新型业态。日本也是至今公认的药妆大国[药妆<sup>[27]</sup>:有效成分浓度次于药品,敏弱、受损、轻微皮肤炎、一般人皆可使用;介于药品和化妆品之间,具修复、辅助药品的效果;不如药品刺激,会稍微改变皮肤表面状况,但仍温和;在医院、药房、药妆店销售,有专业医师、药师在旁指导使用。药妆<sup>[28]</sup>(Cosmeceutical)的英文名称是由化妆品(Cosmetics)及药品(Pharmaceuticals)二词组合而成的,字面表示的意思是具有药物性质的功能性化妆品]。在成熟的药

妆店体制下,“妆”的比例很高<sup>[29]</sup>。日本药妆店经营产品的结构中,药物类产品所占比例一般不到 3 成,特别在一些大型连锁药妆店中,药品的销售仅占商品销售总额的 15.8%,药妆则超过 30%<sup>[17]</sup>。

## 2.3 费用支付社会化

2.3.1 美国。在美国网上药店里,顾客除了正常用网上银行进行支付外,还可用自己的医疗保险付款。美国的 CVS.com、Drugstore.com 等网上药店,都是在与当地的社会保险整合之后,规模才得以迅速扩大的<sup>[9]</sup>。

2.3.2 德国。德国大多数患者都是社会医疗保险的投保人,其医疗与医药费用由保险公司负担,这样的体制将整个社会医疗体系中的各个环节合理衔接起来,保险公司在其中承担了监督者的角色。所以在德国网上药店里,很少有顾客买药是自己支付费用,其药费大多由保险公司负担<sup>[9]</sup>。

综上,国外网上药店的注册准入机制、官方认证机制或行业自律、消费者引导性消费、处方药销售的程序化、经营和服务的多元化、费用支付社会化等方面值得我国网上药店学习借鉴。

## 参考文献

- [1] 佚名.国外网上药店方兴未艾[J].首都医药,2003,5(17):52.
- [2] 骆子祺.医药电子商务:新兴业态前奏曲[J].创新科技,2011(7):46.
- [3] 孟令全,王淑玲,周莹,等.英国网上药店法律规制的研究及对我国的启示[C]//中国药学会,中国药事编辑部.2012 年中国药学会药事管理专业委员会年会暨“十二五”医药科学发展学术研讨会论文集.北京:中国药学会药事专业委员会 2012 年年会,2012:611-616.
- [4] 孟令全,连桂玉,周莹.发展我国网上药店可借鉴德国经验[J].中国药业,2007,16(16):11.
- [5] 郝燕.网上药店复苏还是停牌[J].信息系统工程,2006(152):76.
- [6] 张建平.欧美网上药店管制比较与借鉴[J].中国药房,2007,18(34):2718.
- [7] 任忠君,刘秋凤,田晓燕.2015 年国内网上药店规模将达 150 亿[N].重庆商报:电商周刊,2012-05-06(10).
- [8] 张大志.医药电商:别在黎明前倒下[N].医药经济报,2012-05-30(008).
- [9] 刘丽娜,邱家学.药品网上交易市场将成为第四终端:摘编[J].中国药业,2007,16(2):1.
- [10] 陈峰,洪晓顺.FDA 网上售药管理研究及对中国的借鉴[J].中国新药杂志,2000,9(12):875.
- [11] 李江宁,吴清纯.从国外电子商务立法现状到对我国医药电子商务立法现状的分析[J].首都医药,2006,8(16):24.
- [12] 陈明,陈永法,邵蓉.英国网上药店的监管及对我国的启示[J].中国执业药师,2010,7(7):39.
- [13] 黄静,胡元佳.借鉴美国经验加强网络药房的监管[J].中国药业,2007,16(2):3.
- [14] 上海市食品药品监督管理局课题组.互联网药品经营的现状和监管机制的研究[J].上海食品药品监管情报研究,2008,2(90):8.
- [15] 陈锋,洪晓顺.美国药品电子商务管理的一种模式[J].药学进展,2000,24(6):353.

- [16] 宿凌,黄文龙.中国与美国合法网上药房监管与经营的比较[J].医药导报,2011,30(4):552.
- [17] 周莹,孟令全,王海霞.国外网上药店发展的现状及对中国的启示[J].亚洲社会药学,2007,2(4):168.
- [18] 孟令全,武志昂.中美两国对网上药店监管的比较及对中国的借鉴[J].亚洲社会药学,2012,7(1):59.
- [19] 孟令全,周莹,王淑玲,等.中美网上药店的比较研究[J].中国药房,2007,18(25):1999.
- [20] 张震巍,汪光宝,沈爱宗.美国政府如何管理网上药店[J].医药导报,2004,23(5):353.
- [21] NABP. *Set yourself apart from rogue sites!*[EB/OL]. (2010-06-06) [2013-03-27]. <http://www.nabp.net/programs/accreditation/vipps/find-a-vipps-online-pharmacy/index.php>.
- [22] 孟大钧.互联网药品经营监管机制比较研究[J].中国药事,2010,24(3):250.
- [23] 陈锋,洪晓顺.FDA网上售药管理研究及对中国的借鉴[J].中国新药杂志,2000,9(12):875.
- [24] 周莹.我国网上药店发展现状与对策研究[D].沈阳:沈阳药科大学,2006:28-32.
- [25] 孟令全,刘志刚,施伯琰,等.美国医药电子商务发展情况及其对我国的启示[J].中国药房,2006,17(7):551.
- [26] 孟令全,刘志刚,周莹,等. Online Pharmacy: Drugstore.coms[J].亚洲社会药学,2009,4(1):1.
- [27] 温敏.扑朔迷离的“药妆”[J].环境,2010(3):48.
- [28] 王惠敬.高科技让消费者留住青春[J].日用化学品科学,2007,30(4):628.
- [29] 孟令全,张婉莹,周莹,等.中国网上药店经营药妆存在的问题及对策研究[C]//中国药学会.2010年中国药事管理年会暨“医药科学发展——新医改政策与药品管理”学术论坛,天津:药事管理专委会办公室,2010:10.
- (收稿日期:2013-01-29 修回日期:2013-03-27)

## 国家食品药品监督管理总局曝光 10 条严重违法药品广告

**本刊讯** 2013年7月24日,国家食品药品监督管理总局在监督检查中发现,“舒泌通片”等10种药品未经审批或篡改广告审批内容,擅自在大众媒体发布广告,违法情节严重,宣传的功能主治、适用范围超出了食品药品监督管理部门批准的内容,并含有不科学地表示功效的断言和保证等虚假内容,严重欺骗和误导消费者。

为严厉打击违法药品广告,规范药品广告发布秩序,食品药品监督管理部门根据《药品广告审查办法》对上述违法广告药品及生产企业进行了处理,同时依法移送工商行政管理部门查处。现将违法广告药品予以曝光。具体情况如下:

1、黑龙江仁济药业有限公司生产的“舒泌通片”(广告标示名称:彝祖龙方、彝祖龙方舒泌通片、百日青夫舒泌通片、百日舒通),该产品批准的功能主治为“清热解毒,利尿通淋,软坚散结,用于湿热蕴结所致癃闭、小便量少、热赤不爽;前列腺肥大见上述证候者”。广告宣称“服用3个疗程,增生、肥大的前列腺回缩到正常状态,前列腺疾病彻底康复”等。

2、辽宁华源天利药业有限公司生产的“舒筋活络丸”(广告标示名称:天通宁、天通宁舒筋活络丸),该产品批准的功能主治为“驱风祛湿,舒筋活络。用于一般骨节风痛、腰膝酸痛”。广告宣称“天通宁很快就能让患者下地干活,爬山跑步,腰部的承重和抗压能力比没得腰突前还要强”等。

3、海南新天夫药业有限公司生产的“益肾壮阳膏”(广告标示名称:益肾壮阳膏、小药膏),该产品批准的功能主治为“补肾壮阳、活血通络。用于阴茎勃起功能障碍、中医辨证属肾阳虚者”。广告宣称“连续使用1至2月,海绵体细胞数量大大增加;纯植物中药提取,绿色安全;药效100%被利用”等。

4、青海鲁抗大地药业有限公司生产的“参蛤平喘胶囊”(广告标示名称:参蛤平喘胶囊、猛虫胶囊),该产品批准的功能主治为“滋补肺肾,纳气平喘,用于肺肾不足所致的气喘、咳嗽、痰多、腰膝酸软”。广告宣称“止咳平喘,畅通气管,修复肺泡,畅快呼吸;五大哮喘病,一吃就见效”等。

5、陕西康惠制药股份有限公司生产的“抗栓胶囊”(广告标示名称:九虫抗栓胶囊),该产品批准的功能主治为“活血化

瘀,抗栓通脉,用于血栓闭塞性脉管炎瘀血阻络证,对脑血栓、心肌梗塞、血栓性静脉炎等亦有较好的辅助治疗作用”。广告宣称“再严重的静脉曲张、脉管炎,也不会超过3副药;静脉曲张、脉管炎3期溃烂不愈合的患者,3副药下来即刻痊愈,溃烂面愈合,皮肤光滑平整,腿脚行动自如”等。

6、陕西白云制药有限公司生产的“灵仙跌打片”(广告标示名称:灵仙片),该产品批准的功能主治为“散风祛湿,活血止痛。用于手足麻痺、时发疼痛、跌打损伤、痛不可忍或瘫痪等症”。广告宣称“风湿病患者服用1大盒就可以完全治愈,3步搞好骨环境,骨病治好不再犯,2大盒治好不复发”。

7、哈尔滨天木药业股份有限公司生产的“人参首乌胶囊”,其功能主治为“益气养血。用于气血两虚所致的须发早白、健忘失眠、食欲不振、体疲乏力;神经衰弱见上述证候者”。广告宣称“1周期重度白发可改善,2周期秃顶开始变浓密,3周期有望摆脱白发、脱发困扰”等。

8、长春新安药业有限公司生产的“益肾健骨胶囊”,其功能主治为“补益肝肾,益气养血,化瘀通络。用于肝肾不足、气虚血瘀所致的慢性腰腿痛、肢体疼痛、麻木等”。广告宣称“腰痛、腰突只需3副药,3天疼痛消失,30天活动自如,2~3个疗程即可康复”等。

9、通化颐生药业股份有限公司生产的“理气舒心片”,其功能主治为“解肝郁,行气滞,祛胸痹,用于气滞血瘀证冠心病、心绞痛、心律不齐、气短腹胀、胸闷心悸”。广告宣称“服用才两三天,胸口压抑感减轻;2副药后,心动过速全部解除;冠心病等7大心脏疾病只需4副药”等。

10、芜湖博英药业科技股份有限公司生产的“仙乐雄胶囊”,其功能主治为“温肾补气,益精助阳,用于肾阳不足、精气亏损所致的头晕耳鸣、腰膝酸软、惊悸健忘、阳痿不举等症”。广告宣称“只有半个月,完全改变了,一步到位,要治就一定要除根”等。

国家食品药品监督管理总局提醒消费者,应通过正规渠道购买药品,并在医师或药师的指导下使用。