



四部门联合印发《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》 医疗科普不是“流量生意”

虚构病例、夸大效果、假科普、真带货……互联网健康科普乱象将迎来更大力度整治。

近日,中央网信办、国家卫生健康委等四部门联合印发《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》,明确要求“自媒体”账号对发布转发医疗科普信息的真实性、科学性负责,严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容,严禁违规变相发布广告。

此前,国家卫生健康委新闻发言人胡强强在发布会上表示,有的“网红医生”把医疗科普当作牟利工具,还有的通过夸大治疗效果、虚构病例、杜撰故事等手段误导公众、敛财牟利。

医疗科普不能是“流量生意”,科学传播容不得“江湖忽悠”。

为医疗科普信息“立规矩”,通知给

出“硬答案”——

网络平台应进一步完善医疗“自媒体”账号资质认证工作,对申请相关资质认证的账号,区分医疗机构从业人员、医学院校人员、医药研发机构等不同医疗领域人员类型,分类开展账号资质核查。

比如,医生要晒出医师资格证和医师执业证,护士得亮明护士执业证……

网络平台应在资质核验基础上,在账号主页显著位置强化认证信息展示。

同时,网络平台应进一步强化医疗科普领域认证材料的真实性审核,对证件、单位证明的时间期限、落款部门等明显可核查的情况,需严格比对核查。

对医生、护士等执业信息,需通过国家卫生健康委官方信息查询渠道进行查验比对。

资质有了,内容源头也得“溯清”——

引用转载专业医疗科普内容、引用医疗安全等旧闻旧事,结合医疗领域素材摆拍剧情、借助人工智能技术生成合成医疗科普信息、分享传播真实健康经历的,需严格标注信息来源或生成合成内容标识。

值得注意的是,网络平台应明确告知“自媒体”账号不得变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。介绍健康、养生知识的,不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

严监管,让真知识跑得更远——

根据新要求,网络平台应坚决清理传授无底线蹭流量打造“网红医生”、借

两性健康知识传播色情擦边内容、利用AI编造发布涉医领域同质化文案、编造健康故事售卖商品或药品、假冒医生身份开展科普、为售卖保健品鼓动拒绝就医等违法违规信息。

对存在不按要求或虚假标注信息来源、无资质认证且持续生产发布专业医疗科普内容、违规发布广告、不遵守医疗科普行为规范等问题的账号,要依法依规采取取消互动功能、清理粉丝、取消营利权限、禁言、关闭等梯度措施。

给医疗科普戴上“紧箍咒”,不是要给科学传播“刹车”,而是为了让真知识跑得更远。通知同时要求:持续加大中西医相关医疗科普知识供给力度,将更多权威、专业的健康知识,以多样亲民的形式传达公众。

(据新华社,记者:李恒 董瑞丰)

一块智能手表折射消费新变化

近年来,智能手表因丰富多样的服务功能,受到越来越多的消费者青睐。根据数据,截至2022年,我国整体智能手表市场规模达443.4亿元,其中儿童智能手表市场规模约199.3亿元,成人智能手表首次规模超越儿童智能手表达206.4亿元。智能手表成为当代人“刚需”,折射消费新变化。

“电子保姆”老少咸宜

“这款手表的特色功能是血压异常时自动预警。”“这款手表国补后能省448元,要和顾客说清楚。”

在湖南长沙万象城华为智能生活馆,晨会上,店内销售吴倩正与其他店员模拟消费者选购时的场景,反复确认几款智能手表的运动、健康监测功能。

随着消费品以旧换新政策落地显效,这样的场景在全国各大卖场频繁上演。方寸大小的智能穿戴设备,正成为观察消费升级的又一独特窗口。政策持续加力扩围,今年,手机、平板、智能手表手环等数码产品纳入补贴范围,推动相关产品销售——今年以来,超6900万名消费者购买数码产品超7400万件。

目前,千元以下的智能穿戴设备多能满足基础运动需求,更高价格的机型则聚焦健康管理。不管是入门款,还是高端款,都配备了运动及健康监测功能,部分厂商与医疗机构合作,提升监测精度,帮助消费者快捷了解健康情况。

在年轻人的手腕上,智能手表正悄然取代传统手表,成为时尚与科技的代名词。无论是健康监测、运动追踪,还是社交娱乐,智能手表正在重新定义年轻人的生活方式。

许多消费者抓住时机,为父母选购智能手表等新设备。小小一块手表,能够实时监测心率、血压、血氧等多项指标。

“小天才儿童手表”也成为“10后”们的“社交新宠”,好多小朋友在幼儿园时就早早用上电话手表,独立于微信、QQ等产品外的小天才系统,行成一个独立的圈子,而“大牌”的苹果、华为都难入小学生的法眼。根据数据,在2024年一季度,小天才在中国大陆可穿戴腕

带设备市场的份额为9%,仅次于华为和小米位居第三。

打造个人数字生态

根据观研报告网发布的《中国智能手表行业现状深度分析与投资前景研究报告(2024-2031年)》显示,智能手表,是将手表内置智能化系统、搭载智能手机系统而连接于网络而实现多功能,能同步手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等。

随着移动技术的发展,许多传统的电子产品也开始增加移动方面的功能,比如过去只能用来查看时间的手表,现今也可以通过智能手表或家庭网络与互联网相连,具备显示新闻、天气、信息、接通来电等功能,同时还添加测量心率、肺活量、监测睡眠时间、待办事项提醒等功能,这类产品在消费者不方便使用或不会使用智能手机的情况下提供多种服务,提升消费者生活质量。

手腕上的小屏幕,催生的千亿美元市场,同样也受到各大手机厂商青睐,尤其是智能手机性能过剩以及用户换机需求下降因素影响。根据数据显示,2023年,我国智能手机行业出货量2.89亿部,2017-2023年出货量整体持续下降。进入2024年,手机厂商在手机的外观、配置等方面内卷外,还开始通过布局智能手表产品以此寻找市场新增量,同时部分互联网公司也随之加入,一同打响“手腕上的战争”。2025年,中国智能手表市场正进入一个技术加速融合、品牌格局日趋多元的成熟发展阶段。从健康管理到智能通信,从AI加持到卫星互联,智能手表早已不再只是手机附属的产品,而是个人数字生态的核心入口。

值得注意的是,在手机化发展趋势之下,由于服务对象的敏感性和特殊性,智能手表发展中带来的隐患备受关注,出现了功能冗余、诱导消费、隐私侵犯等问题。无论是作为儿童的“呼叫定位器”、年轻人的“运动记录设备”,或者是老年人的“健康传感器”,智能手表在不断拓展其应用场景的同时,应在安全、可控的情况下,为消费者带来更多便利。(本报综合)



智能看展

近日,“长安二千三百里”——雄安新区古城遗址考古成果展在位于北京的中国考古博物馆揭幕。展览展出了近年来由中国历史研究院考古研究所、河北省文物考古研究院等单位在雄安新区古城遗址开展考古发掘所取得的一系列重要考古成果,展出相关出土文物百余件,其中由中国社会科学院科技考古与文化遗产保护重点实验室修复的唐代龙首、战国时期陶量等珍贵文物首次以修复完成状态向公众展示。图为一名小朋友在展厅内体验文物智能展柜。

新华社 记者 李贺 摄

“异宠”不能随便宠

《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年,饲养“异宠”的人群持续上升;有数据统计,我国已有约1707万人在饲养“异宠”,市场规模逼近百亿元人民币。

2023年中央一号文件首次将加强对“异宠”的管理纳入其中,强调要“严厉打击非法引入外来物种行为,实施重大危害入侵物种防控攻坚战行动”“加强‘异宠’交易与放生规范管理”。

事实上,大多数受热捧的“异宠”在国内没有自然分布,属于外来物种,它们可能在新环境中缺乏本土天敌等生物和非生物制约因素,在生存竞争中处于优势,会抢夺和挤占本土物种的食物资源和生存空间,导致本土物种的生存及其所在的生态系统受到冲击。一旦这些“异宠”逃逸或被弃养,极有可能破坏生物多样性和生态系统稳定,威胁我生物安全,甚至会引发生态灾难。

“异宠”可以宠,但不能随意宠。《中华人民共和国生物安全法》规定,任何单位和个人未经批准,不得擅自引进、释放或者丢弃外来物种。《中华人民共和国动物防疫法》规定,违反国家规定,释放或者丢弃外来入侵物种,情节严重的,处三年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。任何公民和组织应严格遵守相关法律法规,依法依规开展“异宠”交易、饲养、运输和放生等,坚决筑牢维护生态安全和生物安全的人民防线。“异宠”购买前需确认物种是否属于《国家重点保护野生动物名录》或《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录中的物种,并核查商家资质。购买时应选择合法养殖场,拒绝走私或野外捕获的动物,同时要求商家提供检疫证明,观察动物是否活跃、有无异常分泌物等,慎养善养宠物。

(据“国家安全部”微信公众号)



黄河畔生态美

盛夏之际,包头黄河国家湿地公园如绿宝石镶嵌在黄河之畔。这里水草丰、百鸟翔集,尽显自然生态之美。

文/图 记者 李强

空调销量乘热而上 科学使用守护健康

详见04版

四个部门印发通知 规范自媒体医疗科普

详见12版