



羊城晚报记者 吴珊

37地市场监管部门收到爱尔眼科涉嫌虚假宣传举报

爱尔眼科发布的角膜塑形镜临床应用大数据报告遭质疑，羊城晚报记者就相关问题采访国家市场监管总局，但暂未收到回复

1 是“权威”报告还是问题报告？

2023年6月4日，爱尔眼科在长沙举行发布会，现场公布《爱尔眼科角膜塑形镜临床应用大数据报告》（以下简称“报告”）。

翌日，爱尔眼科官方微博发布消息指出，上述报告是国内第一份角膜塑形镜大数据报告，首次对应用人群特点与应用效果进行科学梳理和解读。报告抽样选取2014年至2022年在爱尔眼科集团各医院验配角膜塑形镜的人群，样本覆盖中国30个省份，样本量达237736例。

报告给出了一组“关键数据”：低度近视人群（0-300度之间）配戴角膜塑形镜后，95.1%的患者在使用1个月后视力可提升至0.8及以上；即使是中度的近视人群（300-600度之间），在配戴角膜塑形镜1个月后，也有86.7%的患者裸眼视力可提高至0.8及以上。中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

2 是单纯科普还是广告营销？

“戴上一个月就能提升到0.8，如果真能这样，效果就太好了。”爱尔眼科的这份报告，确实让不少家长愿意买单。一位家长告诉记者，看完这份报告后，她觉得角膜塑形效果很神奇，很想让孩子去爱尔眼科验配。

国家疾控部门监测数据显示，2022年我国儿童青少年总体近视率为51.9%。据公开报道，作为目前国内最大的眼科连锁医疗集团，爱尔眼科的角膜塑形镜验配量累计超100万例。而一副角膜塑形镜以及后续维护成本在万元以上，毛利率可达50%以上。

韩建进一步指出，如果这份报告在存有疑问的情况下被广泛传播，将误导更多家长。记者调查发现，2023年6月以来，这份报告已经演化出多个版本，在爱尔眼科医院公司下属多家医疗机构进行传播。

比如，上海爱尔眼科医院总院微信公众号发布《成长有数 塑造未来 | 爱尔眼科角膜

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜到它，但网站上也没有联系方式。”这位工作人员说。

中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣

传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜到它，但网站上也没有联系方式。”这位工作人员说。

中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣

传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜到它，但网站上也没有联系方式。”这位工作人员说。

中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣

传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜到它，但网站上也没有联系方式。”这位工作人员说。

中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣

传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜到它，但网站上也没有联系方式。”这位工作人员说。

中南大学还通过邮件提示记者向湘雅医学院办公室咨询有关“爱尔眼科学院”信息。不过，湘雅医学院工作人员直言，爱尔眼科学院也与湘雅医学院没有关系，不隶属于该学院，并让记者直接与爱尔眼科医院联系咨询。

韩建还认为，上述报告内容以及举行相关发布会的行为或涉嫌违法。

“……视力可提升至0.8及以上……”韩建质疑，这些“关键数据”体现了角膜塑形镜的“有效率”。根据广告法，医疗、药品、医疗器械广告不得含有说明治愈率或者有效率的内容。

韩建表示，目前没有发现任何权威证据能证明这些“关键数据”的真实性、准确性。

广告法第二十八条规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。包括使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的。

今年4月，国家市场监管总局组织开展民生领域广告监管专项行动，强调“依法查处近视防控类产品虚假违法广告”，明确指出“从严处置伪造统计数据或者科学实验数据宣传近视防控效果等虚假违法广告”。

多位专家参与了此次发布会。其中，国际角膜接触镜学会亚洲分会荣誉主席、北京大学原医学部眼视光学研究中心主任谢某英进行远程连线致词；世界卫生组织（WHO）近视防控计划全球专家组成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师蓝某忠现场解读了大数据报告；中国健康管理协会接触镜安全监控与视觉健康专委会秘书长、国际角膜塑形学会考试委员会委员郭某介绍《角膜塑形镜在儿童青少年近视防控中的应用》；全国儿童青少年近视防控专家宣

传团成员、中南大学爱尔眼科学院博士生导师杨某宽介绍爱尔眼科学院个性化验配优势。

这样一份由国内知名眼科上市公司发布并得到多位专家“捧场”的“权威”报告，在韩建眼中却疑点重重。

韩建首先认为，报告“关键数据”真实性存疑。今年5月，韩建在网上发布了“自费10万元悬赏报告中宣传角膜塑形镜功效的可信证据”的帖子。他强调，证据须同时满足两点：一是有正规临床研究立项并在顶级期刊上发表论文的数据。二是有国家卫健委认可疗效的证据。“在发布悬赏令时，我曾通过微博@‘爱尔关怀’和‘爱尔眼科医院’。”韩建说，悬赏令发出后，至今没人能够提供符合要求的可靠证据。

韩建认为，参会专家的身份充满“爱尔”元素，报告公信力也存疑。比如，蓝某忠、杨

某宽的公开头衔都是中南大学爱尔眼科学院博士生导师。谢某英和郭某虽然表面上与爱尔眼科无关，但是谢某英以专家身份出现在北京爱尔远程视觉的官网上，郭某以专家身份出现在爱尔眼科官网上。

另外，值得关注的是，在中南大学官网并没有查询到“爱尔眼科学院”有关信息。记者拨打校方电话，工作人员表示，中南大学并没有有这样的二级学院，也查询不到联系方式。“很奇怪，通过搜索引擎却能搜