

业内人士起底“电视神医”刘洪斌

退休后当“群众演员”让哭就哭,三年用九身份上电视推销药品、保健品

近日,一位3年时间以9个身份活跃在多个地方卫视的“专家”刘洪斌在网上火了,从2014年至今,刘洪斌先后以北大专家、蒙医第五代传人、祖传老中医等身份推荐各种药品、保健品。

据统计,2014年至2017年间,刘洪斌在地方卫视各类养生节目中先后推销过苗仙咳嗽方、唐通5.0、天山雪莲、药王风痛方、苗祖定喘方、苗家活骨方、老院长祛斑方、蒙药心脑方、祝眠晚餐等药品和保健品。

在这些节目中,记者注意到,刘洪斌被冠以中华中医医学学会镇咳副会长、东方咳嗽研究院副院长、中华中医医学学会风湿分会委员、某医院退休老院长等各类名号,连姓

名也不统一,有的节目称其为刘洪滨或刘洪彬。

刘洪斌最近推广的药品为“蒙药心脑方”和“助眠晚餐”。“蒙药心脑方”的工作人员在接受媒体采访时表示,刘洪斌确为蒙医第五代传人,至今在吉林省人民医院开设门诊。而“助眠晚餐”的工作人员则称,刘洪斌有几十年工作经验,是北京市地坛医院的医生。

而有媒体核实刘洪斌的这些身份时,北京大学、吉林省人民医院和北京地坛医院均查无此人。

6月22日下午,红星新闻辗转联系到药品炒作圈内一位张姓“知名”广告导演。他告诉红星新闻,“刘洪斌”就是个老群演,让哭就哭。她人在北京,退休后,就一直

当群众演员。”另一位已转行编剧的“导演”称,“刘洪斌”并非她的真名。出镜的“专家”,哪个敢用自己的名字?

张姓导演回忆,他最近一次见到“刘洪斌”是不久前在北京录节目时,“在北京六里桥一个棚子里看到的。她的节目排在前面,我看到她在录节目。说实话,我不喜欢她那样的,说话语气太软,但她代言了很多广告。”

这位导演还说:“我没用过她,一般用老太太,就怕有这样(注:指被曝光身份造假)的事情发生。”

“她现在被曝光了,不敢用。否则(节目)可能播不出了。我刚刚联系了十几个经纪人,自从她被曝光后,就消失了。”这位导演说。



在不同的电视台,刘洪斌分别扮演不同的“神医”角色。不过,自从“神医刘洪斌”被曝以各种不同专家身份在各种药物电视广告中露脸之后,虽然其真实身份仍是个谜,但她的“演艺之路”似乎走到了尽头。

上图是她在某电视台扮演的北大专家角色,左上图是她在某电视台扮演的风湿专家角色,左图是她在某电视台扮演的蒙药专家角色。

(网络截图)

个人介绍里,刘洪斌时而是行医几十年的“哮喘病专家”,时而是第十三代苗医传人,时而是40年来专攻失眠的医疗工作者。在不同的访谈类医疗广告中,她的经历、工作单位、专业、代言产品乃至民族都在变化,唯一不变的,是其“医学专家”身份。

“最忙神医”刘洪斌背后,更多活跃于荧屏的“电视名医”浮出水面。《新京报》记者调查发现,一些保健品广告,以电视访谈形式呈现,从嘉宾、主持人到观众,均由演员扮演,并按照事先写好的台本“演绎”。而拍摄一条30分钟的广告片,总报价在10万元左右。

律师指出,这种在各大卫视出镜的“神医”要承担法律责任,而制作和播放此类广告的媒体,也涉嫌违反《广告法》,或要承担从罚款到被追究刑事责任的不同处罚。

“电视神医”专坑老人

充斥电视荧幕的医疗广告,曾经将不少老年人“带进沟里”,沈元(化名)的家人曾位列其中。这让毕业于潍坊医学院,从业超过10年的医疗工作者沈元,也一度感到无奈。

按照沈元的讲述,家中老人在接触到一些以专家名义推荐保健品(药品),宣扬“包治百病”的医疗广告后,曾经将每月数千元的养老金投入其中购买,“拦也拦不住”。而实际上,科班出身的沈元发现,电视上正襟危坐的所谓“专家”,言语间显得极不专业,尽管身负各种头衔,但不使用专业术语,甚至会违反医学常识的将一些保健品宣传为药品,并且宣扬其“包治百病”。

沈元开始对这些专家的身份产生怀疑。在接触了大量的类似广告

后,他发现了一些门道:这些在不同的平台播放、推介不同产品的“伪养生节目”,站台的“专家学者”,却万变不离其宗,都是“熟脸”。

刘洪斌正是其中一员。在一些“节目”中,她的名字被写作“刘洪滨”。这个一头银发,看起来颇有几分知识分子气质的女性,频频在各大电视台广告时段露面。穿起蒙古袍,她就是蒙医传人;穿上唐装,她便是老中医。她健谈,表情“诚恳”,用一种不容置疑的语气告诉观众,自己推介的药品“保证有效”。

沈元将自己的发现写成一篇文章,发布在自己的微信公众号,无意中引发关注。刘洪斌也因此被称为“最忙碌的‘电视神医’”。而网友整理发现,“电视神医”群体并不小,同样频频出现在医疗广告中的,还有李焱明、王志金、高振宗,他们与刘洪斌一道,被戏称为“四大神医”。

曾因涉嫌违规被有关部门处罚

刘洪斌很忙。公开资料显示,这个身兼“中华中医医学学会镇咳副会长、东方咳嗽研究院副院长、中华中医医学学会风湿分会委员”数职的“神医”,代言了至少9款产品,包括苗仙咳嗽方、唐通5.0、天山雪莲、药王风痛方、苗祖定喘方、苗家活骨方、老院长祛斑方、蒙药心脑方、祝眠晚餐等。

6月22日,按照“节目”中所留电话,《新京报》记者回访发现,9款产品中,苗仙咳嗽方、蒙药心脑方、老院长祛斑方、药王风痛方、苗祖定喘方和天山雪莲等6款已无法购买,出售“蒙药心脑方”的网页显示“不存在”,出售“天山雪莲”的热线

电话则无法接通。

值得注意的是,苗族定喘方和苗仙咳嗽方尽管是两款不同的产品,但所留销售热线电话却一致。苗仙咳嗽方的生产方,贵州圣都药业有限公司一名业务经理称,药厂生产过多种咳嗽方,“苗仙”这一名称,此前未听说过。助眠晚餐的生产厂商,珠海经济特区天然药物研究所有限公司的工作人员表示,企业只代加工,并非药厂,也不卖药,从未听说过“助眠晚餐”,也无法判断其来源。

刘洪斌参与推广的多款产品,曾因涉嫌违规被有关部门处罚。例如,生产“苗族定喘方”的贵州苗氏药业有限公司,曾于2015年8月因涉嫌利用广告虚假宣传,被贵州黔南州工商局罚款两万元。此外,山东省教育电视台曾因发布包括“苗医鲜药(消喘膏)”在内的药品广告,被认定为虚假医疗广告,受到济南市工商行政管理局市中分局行政处罚。

广告导演:10万元拍出30分钟“神医”宣传片

《新京报》记者调查发现,以访谈、养生节目为表现形式的医疗类广告,“专家”、观众、患者、主持人均由演员担任,已经形成一条成熟的产业链。

6月22日,《新京报》记者联系北京多家广告传媒公司,对方均表示,可以拍摄类似广告片。其中,一家广告公司还向记者推荐了一名擅长此类拍摄的导演。

这名张姓导演告诉《新京报》记者,自己经常拍摄制作“节目型医疗广告”,网传“电视神医”中,排名紧

随刘洪斌之后的李焱明,便是其固定合作伙伴。

按照张姓导演的介绍,这类“专家”通常具备行医资质,医生身份不假,但“专家头衔”则可自行设定。随后,这名导演还向记者展示了李焱明的全科医学(中医类)副高级职称证明。

也正因为这样的“自行设定”,才出现刘洪斌等“电视神医”依据所推广产品而变的工作单位。事发后,多家涉事单位回应称“查无此人”。

《新京报》记者了解到,一段20分钟左右的广告片,涉及专家、主持人、观众和患者等角色,报价各不相同。有行医资质的专家,一场最低5000起。张姓导演介绍,要在播出时显得“人满”,则应当聘请40至80人左右的群众演员作为“观众”。此外,在片中扮演因为使用了广告药品,而产生“奇效”的患者,这类演员被称为“小特约”,因此“有词”,所以价格要高出“观众”不少,每场报价在300元至500元不等。

张姓导演称,自己通常合作的几名“电视名医”,每场价格在6000元至6500元。而本次引发争议的刘洪斌,因为“形象好”,加上能说会道,报价要高出不止,平均在2万至3万之间。

最高一笔花销来自场地。上述张姓导演介绍,北京市内有多处摄影棚可进行拍摄,以位于五元桥的一家为例,每天报价在一万元,包含灯光、四个机位、一台摇臂以及场内技术人员费用,但摄影师需要单独加钱。

张姓导演算了一笔账,一部能够通过电视台审核播出的广告片,时长20至30分钟不等,总预算约

10万元。

律师:具备行医资格者夸大宣传不能免责

2016年8月发布的《国家新闻出版广电总局关于进一步加强医疗养生类节目和医药广告播出管理的通知》也规定,严格限制医药广告播出的时长和方式,医疗企业、产品或服务的广告,“不得以任何节目形态变相发布,不得以电视购物短片广告形式播出,且单条广告时长不得超过一分钟。”

上海京衡律师事务所律师邓学平表示,根据《广告法》规定,发布虚假广告,欺骗、误导消费者,“由广告主依法承担民事责任”;关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。

在邓学平看来,医师资格证是医疗从业人员从事诊疗行为的法定资质,但参与广告制作,只是介绍产品的功能,不针对某一患者的病情进行诊断或提供治疗方案,不等同于医疗诊断行为,是否具备医师资格证,并不代表是否有资格以医生身份推介医疗产品。因此,即便具备行医资格,对医疗产品进行夸大宣传,仍然不能免责。

北京市中闻律师事务所合伙人赵虎律师表示,在医疗类广告或者虚假的医疗类广告中,可能会涉及多种犯罪行为,包括:行贿受贿罪、玩忽职守罪、诈骗罪等等。比如,有律师同行指出,“神药专家刘洪斌”构成诈骗罪。对于构成犯罪的,应当依照《刑法》的相关规定,依法追究其刑事责任。(王煜 赵蕾 王巍)