

# 国药药材品牌授权乱象

中经记者 晏国文 卢志坤 北京报道

“央企品质特供”“中国新中式滋补行业第一央企”“世界500强第80位”……近日,《中国经营报》

记者注意到,在多个电商平台,有许多标注“国药药材”品牌的中药保健品、饮片在大量销售,这些商品甚至直接使用国药集团权威背景信息。

国药药材全称为国药药材股份有限公司,曾因拖欠上市公司同仁药业(300110.SZ)14亿元以及多次被国药集团打假而在业内“闻名”。

记者注意到,实际上,国药集团旗下的中国中药(00570.HK)在2025年9月已转让其持有的国药药材25%的股份。此后,国药药材与国药集团、中国中药已无任何

关系。并且中国中药在转让股份时明确要求,国药药材需要更名,并且不得使用包含“国药集团”“国药”等字样。另外,国药药材公司实际上也并没有国药药材的

商标。目前,电商平台上大量畅销的中药保健品、饮片在显著位置标注“国药药材”,是否有误导消费者和蹭“国药”金字招牌之嫌?

## 大量中药保健品、饮片贴牌国药药材

部分甚至直接使用国药集团权威背景信息的商品在大量销售。

近日,记者注意到,在多个电商平台,有许多标注为“国药药材”品牌、部分甚至直接使用国药集团权威背景信息的商品在大量销售,如各类中药饮片、茶饮、泡脚药包、足浴包、滋补泡酒等。

在淘宝平台,标记为热销爆款的红参枸杞原浆和红黑枸杞原浆,在商品内外包装的显著位置均标注“国药药材”的字样,同时在商品详情页最前面标注:“国药药材健康科技(广东)有限公司为中国中药旗下三级子公司”“全球制药企业TOP 1,中国医药工业百强榜首”“世界500强第80位,国内实力大品牌”“集团旗下9家上市公司”等信息。

然而,记者查询企业工商信息发现,国药药材健康科技(广东)有限公司(以下简称“国药药材健康科技”)并非中国中药旗下公司,二者并无关联关系。其他信息显然是以国药集团的权威信息做虚假背书。

实际上,该商品的生产企业为宁夏中健汉方生物科技有限公司(以下简称“宁夏中健汉方”),这一关键信息仅用小字藏在包装盒背面大量的产品介绍中。宁夏中健汉方的股东仅1名个人,与国药集团、国药药材以及国药药材健康科技等均无关联。

3月19日,记者以消费者身份电话联系宁夏中健汉方,咨询其中缘由。该公司相关联系人表示:“是国药药材授权给我们生产的。”

在某电商平台,以国药药材为



图为国药药材原办公地址,2025年1月记者采访时已搬空。

晏国文/摄影

关键词进行搜索,还有大量中药保健品均在显著位置使用“国药药材”字样,给消费者形成“其为国药旗下药材品牌”的印象,如标记为宣城徽岭本草农业发展有限公司(以下简称“宣城徽岭本草”,该公司实际名称为宣城市徽岭本草农产品有限公司)生产的原切特级党参、安徽亳州千草中药科技有限公司生产的人参黄精肉苁蓉枸杞原浆等。

记者以消费者身份联系宣城徽岭本草咨询其中原因。该公司相关人员表示:“是国药药材委托我们生产加工的,我们获得了国药药材品牌授权,而且我们需要品牌方验证审核通过,这类似于同仁堂品牌授权。现在品牌都是这样。”

在某平台,国药药材健康自营旗舰店位列该平台精选药食同源店铺榜第二名。其商品页面均标明“央企品质特供”“中国新中式滋补

行业第一央企”“全球500强”“销量见证央企品质,25年沉淀,累计销售件数达1000万+”等。

该店铺销售的各类健康产品如枸杞、山楂、麦冬、黄精、茉莉花饮片等均显著标明国药药材的字样,而其委托企业主要为亳州市崇芝林药业有限公司。企业工商信息显示,该公司也与国药药材无股权关联。

3月19日,记者拨打国药药材公司官方联系电话后,回铃音称:“我公司是国有控股企业,传承与弘扬中医药文化……”

国药药材工作人员表示:“国药药材的商品包装上都有国药药材防伪标签、防伪码,扫码后可进入国药药材服务号,进行防伪认证。国药药材和国药集团有隶属关系,是国药集团下面的公司。有的是我们自己的,有的是授权的,所有的都有严格审查。”

## 早已被要求不得使用“国药”字样

从2025年9月25日起,国药集团、中国中药已经彻底与国药药材“切割”。

记者注意到,实际上,早在2021年9月国药集团就曾对市场存在的冒用国药集团及相关字样的问题开展维权行动。

相关公告称,发现多起涉嫌侵犯国药集团品牌形象的事件,涉及冒用国药集团或子公司名义开展业务合作,涉嫌品牌授权欺诈,未经许可生产销售带有“国药集团”“SINOPHARM”等注册商标或突出使用“国药集团”字样的仿冒产品,开设带“国药集团”“国药”字样的线上线下店铺,进行虚假宣传,乃至伪造、变造国药集团印章、制作虚假文件等问题。

不少人会很自然地认为,名字里带“国药”的应该就是“国药集团”的旗下企业,实则不然。国药药材因涉嫌冒用国药集团名义同各地政府或企业开展交流合作而被点名。

历史上,中国中药确实是国药药材的发起股东,国药药材确实与国药集团有关联。但因国药药材及其下属企业未经授权多次擅自使用“国药集团”相关字号、商标及特许经营权,国药集团已对其启动法律程序。从2025年9月25日起,国药集团、中国中药已经彻底与国药药材“切割”。

北京市公共资源交易服务平台信息显示,从2025年5月起,中国中药连续数次挂牌转让其持有的国药药材25%的股份(2514.5

万股)。国药药材25%的股份估值与起初挂牌价格均为3288万元。

不过,或由于一直无人接手,挂牌价格持续降低。最终,2025年9月25日,国药药材25%的股份完成协议转让,受让方为无关联关系的上海天悦腾华贸易服务有限公司,成交价格仅为10万元。

2025年10月,国药集团和中国中药曾发布严正声明,上述股权转让完成后,中国中药不再持有国药药材任何股权,国药集团、中国中药与国药药材之间不存在任何股权关系或控制关系。

在转让公告中,转让方中国中药明确要求,转让条件之一是:标的企业(即国药药材)及其所属公司需向工商机关办理公司名称变更手续,不得使用包含“国药集团”“国药”字样或做出容易与前述企业造成混淆的其他意思表示。

另外,受让方承诺在成为标的企业股东后,在标的企业涉及字号、资质及特许经营权使用的相关表决中,对任何继续使用包含“国药集团”“国药”字样或可能造成混淆的其他意思表示的议案予以反对,且不得以任何形式支持该类行为。

不过,截至2026年3月20日,国药药材仍未更名。国家企

业信用信息公示系统显示,已无法查询到国药药材的股东信息。不过在天眼查、企查查等企业信息查询平台上,中国中药仍为持有国药药材25%股权的股东。国药药材的公司名称和股东信息持续给外界以误导。

针对国药药材品牌授权相关问题,记者给国药集团发函采访,不过截至发稿未获答复。

实际上,国药药材公司仅有多项国药药材的作品登记证书,其并没有国药药材相关注册商标。据国药药材微信公众号2025年9月26日发布的《关于国药药材字号及五叶草图形等商标的声明》,国药药材公司所拥有的10款商标为五叶草图形商标,其余5款商标图形中带有SMHC字样。

记者查询中国商标网发现,目前并没有任何国药药材的注册商标。2016—2020年,国药药材公司曾申请过30多个国药药材的商标,但均未通过审查或主动申请撤回,商标状态均为无效。另外,2025年以来还有其他企业和个人的20多个国药药材或包含国药药材字样的商标申请。

公开信息显示,目前,国药药材已经诉讼缠身,公司与法定代表人多次被法院下发限制消费令。

# 毒性中药材的网售“暗道”

中经记者 苏浩 卢志坤 天津报道

据上海广播电视台看看新闻消息,2026年1月,35岁的夏先生像往常一样,从某直播间下单购买了一包“四川江油附片”,准备泡一杯“养生茶”来调理身体。然而,仅喝下一杯,他便不省人事。经过上海市杨浦区市东医院长达8天的全力救治,夏先生最终还是于1月28日晚上不幸离世。

几乎在同一时间,成都另一名男子也因将附片直接泡水饮用、未长时间煮沸而引发急性中毒,所幸抢救及时才捡回一命。这两起相隔千里的悲剧,共同指向了一个隐藏在互联网电商平台深处的灰色地带:本该受到严格管控的毒性中药材,正披着“初级农产品”的外衣,通过直播间和网店轻易流入寻常百姓家。

《中国经营报》记者调查发现,在这条充斥着模糊与规避的暗道里,商家的“巧妙包装”与监管的现实困境,正让消费者们的生命安全面临严峻考验。

## “养生茶”变毒汤药

资料显示,附子为毛茛科植物乌头的子根的加工品,有回阳救逆、补火助阳、散寒止痛的功效。其含有的乌头碱存在毒性风险,口服乌头碱0.2毫克即可中毒,3—5毫克可致死,普通加工方法难以破坏毒性。若自行加工食用草乌、附子等乌头类物质,易导致严重心律失常、呼吸衰竭、休克甚至死亡。

记者在某电商平台搜索发现,附片的销售主要分为两类:一类是经过炮制后的“中药饮片”,被

称为“黑顺片、炮附片、白附片”,另一类则是被商家标注为“食用农产品”或“初级农产品”的生附片。炮制后的饮片往往风险提示也较为规范;而那些标注为“农产品”的生附片卖家,则完全放开了售卖限制。

云南省普洱市人民政府食品安全委员会办公室曾发布公告表示,生草乌、生附片属于医疗毒性药品,列入《医疗用毒性药品管理办法》管理,不是食品,不能当作食

## “初级农产品”

但为何线下药店唯恐避之不及的毒性药材,到了线上就能畅通无阻?其中,“初级农产品”的身份界定成为商家规避药品监管的“免死金牌”。

根据《中华人民共和国农产品质量安全法》及相关法规,仅经过采收、清洗、切割、干燥等物理初加工,未改变其基本自然性状和化学性质的产品,可以被认定为“食用农产品”。

## 灰色地带博弈

记者查询了解到,根据云南多地(如耿马县、盈江县、丽江市、腾冲市等)政府发布的关于预防毒性中药材中毒的通告,均明确指出草乌、附子、附片属于毒性中药材,已被列入国家《医疗用毒性药品管理办法》管理。

同时,根据《中华人民共和国药品管理法》第六十一条和《药品网络销售监督管理办法》第八条,疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管

理,但“中药饮片”则完全不同,它是指中药材经过按中医药理论、中药炮制方法,经过加工炮制后,可直接用于中医临床的中药。其生产必须符合《中国药典》和药品生产质量管理规范(GMP)要求,销售企业需取得《药品经营许可证》。

“实际操作中,商家通常采用属性规避、宣传隐蔽、责任隔离的技术性手段,但商家对抗监管的

行为实质,最后结合加工方式等证据综合认定,为实质性认定,而非仅以包装标注的“农产品”为准。

与此同时,与线下药店的高度组织化不同,网络销售具有虚拟性、隐蔽性和跨区域性。韩骁表示,《医疗用毒性药品管理办法》发布于1988年,彼时并无电商业态。当该法规适用于电商平台时,最核心的程序性障碍在于管辖权与违法行为的时空分离。

根据《药品网络销售监督管理办法》第二十八条,药品网络销售违



包装为初级农产品的生附片

产品某电商平台消费者评论截图

3月17日,记者走访天津市南开区多家连锁中药店发现,几乎所有受访药店均无附片销售。并且,销售人员均明确提醒,附片存在毒

副作用,若有需求,必须经诊所或医院医生诊断后凭处方购买,这种线下严格限售与线上随意购买形成鲜明对比。

合打包,弱化其毒性药品属性,规避中药饮片的资质监管。

其次,通过宣传内容的暗语操作,实现监管盲区的违规引流。“商家在商品标题、包装上仅标注‘初级农产品、非药品’规避平台算法审核,却在详情页、直播间以古籍科普、行业暗语、煎服教程等方式传递药用功效,更会通过电商平台低价引流、私域渠道完成交易和功效宣传,脱离平台

监控。”

最后,则是通过滥用免责声明,试图隔绝法律责任。例如商家在商品页面、包装上标注“不可直接食用,仅供育苗/观赏/科研使用”等内容,主张免除自身责任。

对于商家而言,将附子等毒性药材定义为“农产品”,意味着可以绕过药品生产许可的巨额投入、规避药监部门的严格检查、降低潜在的违法成本。

法行为由违法行为发生地的药品监督管理部门查处。“但‘发生地’的认定在实务中充满弹性——可以是平台所在地、商家注册地、仓储发货地,甚至消费者收货地。这种多连接点导致实践中可能出现管辖权争议或多头监管。例如,毒性药材的卖家在A省注册、B省发货,通过C省的平台销售给D省的消费者,一旦发生纠纷,四个地方的监管部门都可能主张或推诿管辖权,最终陷入程序僵局。”韩骁说。

尽管《中华人民共和国行政处

罚法》《市场监督管理行政处罚程序规定》明确了违法行为发生地、结果地的管辖权,但实务中,基层监管部门跨区域协查周期长、成本高,对异地商家的现场核查、查封扣押难以落地,大量案件因管辖权推诿无法立案,违法成本远低于线下。

在韩骁看来,针对网售毒性中药材的监管僵局,需以“严管高风险、放开低风险”为核心原则,从立法与监管双向发力,在守住用药安全底线的同时,避免误伤正常农副产品流通。