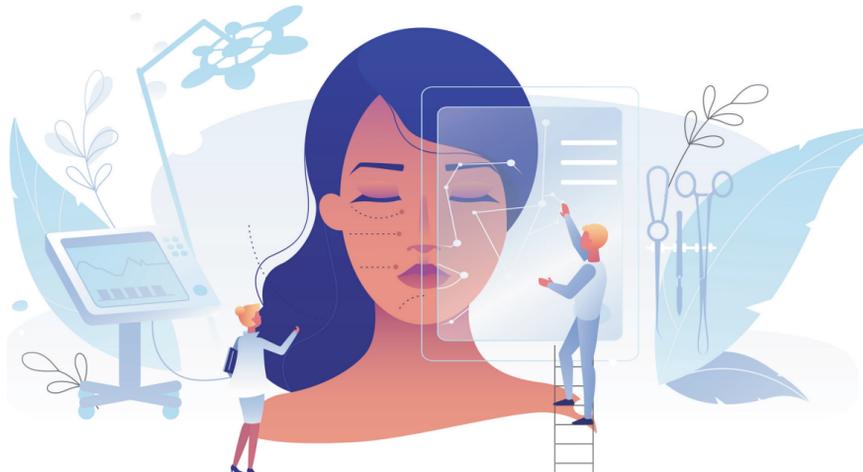


“外泌体”乱象牵出贝瑞基因董事

3月15日,央视“3·15”晚会再度揭开医疗美容行业的灰色地带,以“万能”的外泌体为噱头的乱象被公之于众。在这场曝光中,郑州源创基因科技有限公司(以下简称“源创基因”)被直接点名,而这家公司的实际控制人赵辉,还有一个特殊身份——A股上市公司贝瑞基因的现任董事会董事。



从机理不明到包装“封神”

外泌体,是一种在干细胞培养过程中分泌的生物活性物质,但这种物质在医疗界和学术界,其作用机理、临床测试等多项医学程序上,尚不能明确,更多还停留在学术研究和理论研究的阶段。恰恰是这样尚无定论的生物活性物质,却也成为医美行业“包装造神”

的重灾区。央视财经调查发现,部分企业将外泌体包装成“逆转衰老”“修复再生”的万能神药,利用信息不对称收割消费者,实则产品功效缺乏严格的临床试验支撑,相关制备标准亦处于监管灰色地带。

天眼查App显示,源创基因成立于2016年2月,法定代表人为赵燕,实际由赵辉、睿信(深圳)投资咨询合伙企业等共同持股。公司经营范围包括干细胞及免疫细胞采集、储存、制备及技

术研发,干细胞及免疫细胞临床研究与转化应用等。值得注意的是,该公司多项专利申请已被驳回,包括“一种免疫细胞的冻存液及冻存方法”“一种皮肤成纤维细胞的制备方法”等。

随着源创基因被曝光,其背后实控人赵辉的履历也引发关注。公开信息显示,赵辉拥有光鲜的学术背景——曾在美国哥伦比亚大学医学院从事博士后研究,担任副研究员,后在中国科学院北京基因研究所获得博士学

位。在商业版图上,赵辉既是郑州源创基因科技有限公司的董事长兼首席科学家,也是基因测序龙头企业贝瑞基因的董事会董事及审计委员会委员。

从套证到“借台代打”

“外泌体这两年真的是非常火,是抗衰界的宠儿。”这是近期医美市场上最为火爆的一类产品介绍。2025年6月,国家药品监督管理局药品审评中心虽已发布征求意见稿,拟将具有治疗功能的外泌体纳入药品监管,但截至目前,我国并没有任何外泌体药品获得上市销售批准。

“3·15”晚会调查发现,一款名为“轻澄”的外泌体产品在各大医美机构销售火爆,自称自己是“第二类医疗器械”。但其生产商瀚麟(天津)生物科技有限公司工作人员坦言,为了躲避市场监管,他们“套”用了胶原蛋白的许可证。天眼查显示,该公司成立于2019年6月,注册资本1000万元,对外投资了瀚麟生物医药(天津)有限公司等多家企业。

套证生产、违规添加、违规销售,但这并非外泌体乱象的全貌。在西南某市,捷波摩尔生物科技有限公司负责人谭总更是直言不讳地宣称,他们用外泌体治疗癫痫、关节炎、糖

尿病等疾病。“3·15”调查记者目睹其从冰箱里拿出的“医用级别外泌体冷冻原液”,包装上没有任何产品信息,妥妥的“三无”产品。由于公司没有医疗资质,注射只能找医疗机构合作,业内称这种操作方式为“借台代打”。谭总透露,一次疗程用6000亿颗粒数,向顾客收费高达6万元。

此外,天津南开开星医疗美容诊所也在本次“3·15”曝光中被点名。天眼查App显示,天津市开星医疗美容诊所有限公司成立于2018年2月,注册资本100万元,2024年参保人数仅3人。知识产权信息显示,该公司申请的两枚图形商标均已被驳回无效。

与此同时,网络上也充斥着大量消费者的投诉和吐槽:“我就做了外泌体,结果全脸感染,严重痤疮”“我打了,然后过敏了,烂脸三个月”“几乎是毫无效果,骗钱的”。

清华大学药学院研究员杨悦指出,所有的医疗技术和药品在人体使用之前,都需要进行前期非常严格的药学研究、临床研究。通过这样一个严格过程去验证医疗技术和药品的安全性和有效性。没有经过药品监管部门的批准就用在人体上,可能会有一些风险。这个产品打到人身体上之后,会导致人体器官和功能损害,甚至是永久损害。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈

付费上推荐榜 AI大模型“投毒”产业链曝光

一项名为GEO(生成式引擎优化)的技术正在改变AI时代的广告逻辑,只需支付费用,服务商就能让任何产品在主流AI大模型中“榜上有名”,让虚假广告成为AI给出的“标准答案”。3月15日,央视“3·15”晚会报道称,一些GEO服务商通过在各大互联网平台大量投放“软文”,让AI模型抓取、收录,最终影响AI的推荐结果。一位负责人王总表示:“目前,我们在任何AI平台上都能把排名做到前三位,一年时间就成功服务了200多个客户。”

业内人士具体演示了如何使用GEO技术干扰AI大模型的信息抓取。业内人士在电商平台上随机购买了一款名叫“力擎GEO优化系统”的软件。之后,他虚构了一款名为Apollo-9的智能手环,并将虚构的产品信息输入软件系统,勾选文章创作指令。

很快,力擎GEO优化系统就自动生成了十余篇智能手环的宣传软文,所有虚假信息都被完整写入,甚至包括业内人士故意虚构的极为夸张的产品

信息,还杜撰了用户反馈,称数据精准度超出预期,甚至伪造评分,被一举评为业界第一名。

点击发布,力擎GEO优化系统软件开始自动执行发布任务,先自动打开业内人事事先准备好的自媒体账号,再在文章发布页面自动输入标题、填充文章内容、插入图片,在业内人士的自媒体账号上成功发布了两篇文章。这款AI大模型所参考的资料,正是上午刚发布在业内人士自媒体账号上的那篇虚构文章。

简单来说,GEO技术的运作链条为:系统自动生成虚假内容一批量发布至自媒体账号—AI模型抓取并交叉验证—虚假信息成为AI推荐的“标准答案”。

此外,北京商报记者调查还发现,部分服务商不仅利用这项技术帮客户提升排名,还主动提供“抹黑竞品”服务——通过向AI投喂虚假信息,干扰竞争对手的搜索表现。

AI“投毒”产业链上的力思文化传媒有限公司

的李总表示,想做GEO业务,操控AI大模型的关键节点,就是在各大互联网账号上“发稿”。他告诉记者,GEO业务的火爆,眼下就催生了不少专门从事发稿业务的公司和平台。他们长期承揽各种发稿业务,以便让AI大模型引用和抓取,成为围猎AI大模型,进行数据“投毒”的重要一环。

2026年1月底,国家市场监督管理总局发布2026年全国广告监管工作要点,其中明确指出AI生成广告是互联网广告监管的重点难点问题。

“这说明了整个大模型训练的语料的重要性。中文大模型的语料主要来自中文互联网,如果它的源头被污染,就很难通过算法调整去解决这个问题,内容平台经过多年的发展,已经形成生态。要解决这个问题,需要多方一起努力。如果不引起重视,通过GEO技术的投机者会迅速污染大模型”,文渊智库创始人王超向北京商报记者表示。

北京商报记者 魏蔚

禁用设备当“神器”暴利的增高骗局

3月15日晚,央视“3·15”晚会曝光了一桩针对身高的“焦虑生意”。央视“3·15”晚会记者调查发现,多家连锁增高机构打着“绿色物理增高”的旗号,凭借虚假话术、伪高科技包装等,利用消费者的身高焦虑大肆敛财,不仅用孩子自然生长的规律作出增高无效退款的承诺,更将标注14岁以下儿童禁用的设备当作增高“神器”给孩子使用。截至调查结束,市场上出现的此类增高门店,还在不断加盟、开设分店,打着增高神话的幌子,在市场上牟取着高额利益。

借自然生长赚“擦边球钱”

“让家里宝贝的身高轻松增长3到8厘米”“增高3到8厘米不是梦”“就像给骨骼装上生长加速器,无效我们敢全额退款”,在各大网络平台,这类诱人的宣传语成为不少增高机构吸引家长的标配。

在一家安立身青少年物理增高门店,其负责人告诉央视“3·15”晚会记者,他们的增高方法属于物理性质的“绿色”助长,使用仪器,刺激孩子骨髓线,让(细胞)分泌更多,孩子长得更快。安立身多家门店均以签约保障、无效退款来吸引家长,还承诺“最低保厘米数”,用看似无风险的保障打消家长顾虑,不少家长为了让孩子“不输在起跑线上”纷纷买单。

央视“3·15”晚会记者以加盟身份深入安立身青少年物理增高总部调查时,其负责人却道出了实情:“我们还有一个优势,孩子本身就要长,就算不来我们这儿,孩子也是会长的,但是我们不会跟家长这么说。”所谓的“增高效果”,不过是孩子自然生长过程中的必然结果。

另一家同样承诺无效全额退款的全国连锁机构

——德睿瑞青少年物理增高也采用同样的套路。其总部负责人直言:“再怎么孩子其实自己也能长,绝大部分就是长得慢而已,效果再怎么样也都能长,只不过是多与少的问题。”工作人员更是直白地表示:“如果时间段抓得好,孩子本来就一直长,不可能导致退款的。”

“无效全额退款”这个看似保障家长权益的承诺,在商家的算计中反而成了最安全的“护身符”。他们深谙青少年生长发育规律,只要抓住孩子正处于生长期这个关键,就能稳赚不赔。然而,不少接受增高服务的孩子和家长均反馈,其实际增高效果并不理想。

不仅如此,类似的“增高骗局”同样出现在了成年人身上。不过,针对不同人群,花样不同。德睿瑞青少年物理增高总部负责人坦言,“成人只是把你的骨骼变直,不是让你长骨骼出来,真的要骨骼生长,那不可能”。

根据天眼查App信息,温州德睿瑞健康管理服务有限公司成立于2018年6月,注册资本仅10万元,经营范围括体育健康服务、健康咨询服务、信息咨询服务等。法院公告信息显示,2025年9月,该公司因使用的宣传海报侵犯易烊千玺的肖像权、姓名权,公开向易烊千玺致歉。

禁用设备变身“增高神器”

除了在话术上大打“擦边球”,还有机构打着“高科技”旗号,将标注14岁以下儿童禁用的仪器用于青少年增高,其宣传的专利技术也与增高毫无关联。

在德睿瑞青少年物理增高门店,负责人展示了

一台自主研发的声波仪器,声称通过刺激膝盖能够“让细胞活跃度高起来,孩子长得更快”。然而,进一步调查后发现,这台被包装成“增高黑科技”的设备,核心功能是消炎、镇痛,跟增高没有关系。除此之外,该设备的说明书上还特别注明,14岁以下儿童属于禁用人群,却被违规应用于正处于生长发育关键期的孩子身上。

而所谓的专利技术更是经不起推敲。德睿瑞一直宣传的专利,实际申请的是控制系统专利,本身和增高并无关系,其他专利也均不具备“刺激骨髓线、加速骨髓细胞分裂”的相关功能。

尽管行业内都清楚,骨髓线一旦闭合便无法再次自然长高,但另一家英瑞可身高品质调理中心的负责人却宣称可以做到违背科学常识的“闭合增高”。该负责人表示,从生理调理到心理干预,甚至包含玄学相关内容,只要家长愿意付费,他都能纳入增高套餐。但当谈及增高方案的科学依据与医学支撑时,这位负责人表示,他没有医学数据或临床验证报告,他只想挣钱。

天眼查App显示,苏州英瑞可健康管理服务有限公司成立于2024年9月,法定代表人为潘森梅,注册资本50万元人民币,经营范围包括食品销售、远程健康管理服务、健康咨询服务、体育健康服务、护理机构服务等。值得注意的是,2024年年报信息显示,该公司参保人数为0。

截至调查结束,这类增高门店仍在不断扩张。以德睿瑞为例,目前的门店数量达到了70多家,覆盖10个省份;安立身目前的门店数量达到60多家;英瑞可的加盟门店则超过了30家。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈

漂白鸡爪掀行业震荡 多品牌回应产品安全

3月15日,央视“3·15”晚会曝光了网红鸡爪的生产乱象。这些线上火爆、动辄销量上万件的网红鸡爪,生产车间环境实则脏乱不堪,即便环境脏乱差,但最终出炉的鸡爪却个个白净诱人,是因为工厂用双氧水对鸡爪进行了漂白。双氧水,学名过氧化氢,作为强氧化剂和消毒剂常用于杀菌消毒,如果直接接触会对皮肤及消化道造成严重的损伤,用于泡发食品则会破坏食品里蛋白质等营养成分,掩盖食品腐败变质。而我国《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(GB 2760-2024)》明确规定,过氧化氢不能用在鸡爪加工上。这种化学物质破坏食品中的蛋白质等营养成分,消费者如果长期食用经其浸泡的食品,会造成口腔黏膜损伤、肝肾功能损害等健康危害,超剂量食用则会危及生命。

在“3·15”晚会上,因违规使用双氧水漂白鸡爪,四川省蜀福香食品有限责任公司与重庆市曾巧食品有限公司两家企业被点名。天眼查信息显示,四川省蜀福香食品有限责任公司成立于1997年12月,法定代表人为王立群,注册资本2380万元人民币,经营范围包括食品生产、食品销售、餐饮服务。重庆市曾巧食品有限公司成立于2003年4月,法定代表人为曾巧,注册资本500万元人民币,经营范围包括生产、销售肉制品、豆制品、蔬菜制品、其他水产加工品,以及食品经营和货物进出口等许可项目,同时涵盖低温仓储等一般项目。3月15日,北京商报记者尝试电话联系上述公司进行采访,但截至发稿电话并未接通。目前,在多个主流电商平台上,与重庆市曾巧食品有限公司关联的“乖媳妇泡椒鸡爪”均已搜索不到。

另据天眼查风险信息,2023年7月、2025年2月,重庆市曾巧食品有限公司还分别因生产经营超范围、超限量使用食品添加剂的食品,生产经营腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂的行为,被重庆市合川区市场监督管理局罚款。

鸡爪作为一种深受消费者喜爱的美食,既活跃于家庭餐桌,也占据着零食货架的重要位置,由此涌现出春江、邹三和、脱骨侠、小胡鸭、有友等一批知名品牌。其中有友食品于2019年5月在上交所挂牌上市,成为泡椒凤爪第一股,并凭借大单品泡椒凤爪站稳细分赛道龙头位置。2024年以来,依托渠道拓展与产品结构优化,有友食品业绩明显回暖,2024年实现营收11.82亿元,同比增长22.37%,归母净利润1.57亿元,同比增长35.44%;2025年前三季度营收12.45亿元,同比增长40.39%,归母净利润1.74亿元,同比增长43.34%。

而对于此次曝光的漂白鸡爪问题,多家凤爪相关品牌迅速回应,强调自身产品合规安全。邹三和客服称:“咱家都是合法合规生产,国家禁止的我们不会用的。而且咱家是大工厂,受多部门严格监督,产品都有批次出厂检测报告和第三方型式报告。”有友客服回应:“我们的产品在生产过程中未使用双氧水,所有产品均严格按照国家标准制作。”春江客服回复称:“我们是正规厂家,生产都是严格按照国家标准。”小胡鸭客服表示:“我们的产品都是正规生产,出厂都有严格的质检,都是没有问题的呢。”脱骨侠客服也表示“鸡爪是没有用双氧水泡过的哦,放心哈!这个禁止添加到肉制品中,属于违法行为,我们作为知名企业,质量和信誉请放心。”

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,近五年新生代消费崛起,鸡爪等网红休闲食品持续热销,部分不良品牌与商贩利用双氧水快速漂白、提高卖相,严重危害消费者健康。监管应该加大处罚的力度、速度,从严、从重、从快抓一批典型的不法企业,以标志性执法行动净化食品产业。

北京商报记者 陶凤 王悦彤