

一支牙膏背后的科技突围与风波考验

俊小白致力于把前沿的新型功效材料科学应用到日常口腔护理产品中。

□ 撰稿 | 王 婧



近期，国产口腔护理品牌俊小白因被上海市长宁区市场监督管理局立案调查一事，引发市场广泛关注。一边是宣称采用“国家自然科学一等奖技术”、以“牙齿成分”羟基磷灰石为核心卖点的产品矩阵在市场上收获不俗销量与口碑；另一边则是来自职业打假人的投诉与网络舆论关于“虚假宣传”“无科学依据”的质疑。

科技赋能究竟是确有其事，还是营销包装？面对监管程序的启动，品牌又将如何应对？这背后，不仅是关于一个新兴品牌成长路径的审视，更是观察“科技新国货”如何在流量

与质疑中构建长期信任、实现从“制造”到“智造”的华丽转身。

技术自信：一场源于顶尖实验室的“牙齿修复革命”

复旦校友方凯雷于2020年在上海创立的俊小白，一直有个情怀和使命——让国人“年方八十，牙有二十”——年纪80岁的时候还有20颗好的牙齿。因为各类数据显示，口腔健康和身体健康息息相关。俊小白希望通过科学护齿的方式，推动国人的口腔健康。

而俊小白的口腔护理产品，

上图：俊小白品牌大使、知名口腔博主小如老师（左）接受媒体采访。

右图：纳米技术及应用国家工程研究中心俊小白口腔新材料联合实验室。

始于一种名为“介孔羟基磷灰石”的材料。羟基磷灰石是人类牙齿的主要成分，占了牙釉质的97%，牙本质的70%。而“介孔”二字，则指向了一项享誉国际的前沿科技。

2020年，复旦大学赵东元院士团队凭借有序介孔高分子和碳材料的创制和应用项目，荣获国家自然科学奖一等奖。这项技术的核心在于，能在纳米尺度（2—50纳米）对特定材料进行精确“造孔”，从而极大地增加材料的比表面积和活性位点，赋予其全新的物理化学性能，被誉为“纳米反应器”。赵东元院士也被公认为该领域

