

的全球领军人物。

俊小白所做的正是将这项顶尖的基础研究成果，转化为普通人触手可及的口腔护理产品。

2024年，俊小白与赵东元院士团队达成战略合作，利用“介孔化”技术处理羟基磷灰石。理论上，这种改造使得修复材料具备了更优的生物相容性、吸附性和活性，能够更有效地贴合、渗透并补充牙齿表面的微小缺损。

“简单说，就是把前沿的新型功效材料科学应用到日常口腔护理产品中。”俊小白品牌大使、知名口腔博主小如老师告诉《新民周刊》，俊小白以介孔羟基磷灰石等功效口腔新材料开发的产品，涵盖“牙釉质修护”“牙周牙龈护理”“固齿美白”“口干口臭专健”“儿童青少年防蛀修护系列”等多个细分场景的产品矩阵，将科研成果从实验室加速落地至消费终端，让科技真正服务于消费者的口腔健康。

舆论漩涡中的俊小白，为何选择“不妥协”？

科技光环之下，并非全是赞誉。2025年下半年，网络平台上陆续出现针对俊小白的指控，核心直指其“牙齿再生”“修

复牙釉质”等宣传用语缺乏足够科学依据，涉嫌夸大宣传和误导消费者。上海市长宁区市场监督管理局于2025年12月1日针对上述违规行为立案展开调查，目前调查工作仍在进行中。

在接受《新民周刊》采访时，小如老师并未回避立案调查的事实，但对其性质进行了详细澄清。

他首先强调，所有产品均已完成合规备案，属于合法销售。针对“立案调查”，他将其置于当前市场投诉举报机制的常态流程中理解：“在流量高的品牌日常经营中很常见，很多时候是职业打假人投诉机制中的常见流程节点。”据其描述，当职业投诉人发起投诉而品牌选择坚持自身合规立场、不予妥协和解时，案件便会进入监管部门“立案调查”程序，要求企业提交相关材料以供核查。

“这一过程，本质上是程序性核查，并不等同于违规认定。”小如老师表示，品牌已与监管部门保持良好沟通，并提交了包括产品备案资料、技术原理说明、部分功效测试报告等在内的“科学依据”。他坦言，在“不妥协式应对”的背景下，程序性环节被部分媒体以情绪化标题呈现，导致公众误解放大。



上图：复旦大学赵东元院士（左4）团队与俊小白口腔实验室达成战略合作。

品牌的底气，似乎源于对其技术路线的坚持。在回应中，小如老师反复提及与赵东元院士团队的深度绑定、联合实验室的建设、与三甲口腔医院的临床合作等，试图构建从基础研究到产业应用再到临床验证的完整证据链。他也援引近期国家药监局发布的牙膏分类目录征求意见稿，表示品牌将积极完善，拥抱行业规范化进程，并呼吁社会给予认真做产品的品牌更多“关心、支持和包容”。

在采访最后，小如老师表示我们将坚守科研初心，推动功效口腔科技原料国产化，我们会秉承“让每一次刷牙都有科学依据”的初心，依托纳米技术及应用国家工程研究中心联合实验室知名口腔医院临床验证，不断深耕介孔材料在口腔领域的前沿科技转化，让功效口腔真正走进大众生活，推动口腔健康水平整体提升，助力“健康中国”建设目标的实现。F