深 圳 市 人 民 政 府

**行政复议决定书**

深府行复〔2020〕1095号

申请人：××健康管理（深圳）有限公司

法定代表人：苏某

被申请人：深圳市市场监督管理局

地址：深圳市深南大道7010号工商物价大厦

法定代表人：李忠，局长

申请人不服被申请人对其作出的深市监罚字[2020]鹏××号行政处罚决定，向本机关申请行政复议，本机关依法受理。被申请人向本机关提交了书面答复及作出该具体行政行为的有关证据和依据。本案现已审理终结。

申请人称：被申请人事实查明不清,适用法律错误,请求撤销深市监罚字[2020]鹏××号行政处罚决定书。

一、被申请人认定申请人通过微信公众号文章、宣传卡片和宣传折页等媒介和形式发布的内容对当事人自然疗法的经营项目进行商业推广宣传的行为符合广告法对广告的定义,申请人认为被申请人作出行政处罚所依据的事实不成立,具体体现在：(一)从微信公众号文章的整体性来看,文章主要内容是普及健康知识、推行健康生活方式、引导形成科学的膳食习惯以及学员的真实成果分享,不应断章取义地定性为“广告”;(二)宣传卡及宣传广告折页原计划用于约瑟家健康园感恩见证音乐会上派发,但由于申请人被举报,导致原定于2019年12月7日的感恩见证会被叫停,已印刷的宣传卡和宣传广告折页并未派发,未直接或间接介绍自己服务,不应作为行政处罚的事实基础；(三)退一步说,即使微信公众号文章定性为广告,也不存在违反广告法十七条的情形。申请人是由被申请人核准依法设立的健康管理公司。健康与疾病,就像孪生姐妹一样,如影随形,因此申请人的经营和服务不可避免地会提及疾病。然而,被申请人采纳了调查人员在听证会上“广告上提及了疾病的名称、种类即违反了广告法第十七条关于医疗用语的规定”的意见,让合法经营的申请人扣上了违法宣传的帽子,缺乏依据。

二、被申请人适用《中华人民共和国广告法》第五十八条认定广告费无法计算属事实认定不清及适用法律错误。(一)没有广告费不等同于广告费无法计算。被申请人认为广告费由场地租赁费、水电费、员工工资等费用组成,这是荒谬的论断。上述费用是申请人的正常经营成本,也就是说,即使申请人不开设微信公众号,不发布微信文章,上述费用也是必然产生,发布微信文章并没有额外产生任何费用。因此,申请人发布的文章不存在广告费。(二)申请人不存在有意隐瞒广告费,不应加重处罚。《广告法》第五章的多个条文都有关于广告费无法计算或明显偏低的处罚,不难看出,这是对存在侥幸心理妄图逃避处罚、弄虚作假不配合案件调查,人为恶意地导致真实广告费无法核查的加重处罚。但申请自被他人投诉举报后,积极配合调查人员的整个调查工工作。经调查,是客观上不存在广告费,而非有意隐瞒,因此不适用广告费无法计算或明显偏低的相关法律规定。(三)被申请人认定申请人违法行为情节严重缺乏事实和法律的依据,更缺乏科学的支撑。被申请人以申请人非合法医疗机构,所提倡自然疗法无科学依据,耽误了患者接受正规治疗,并因调理费用开支大导致患者雪上加霜,认定申请人违法情节严重,这完全缺乏事实和法律的依据,是对自由裁量权的滥用,更有悖于健康中国理念。(四)被申请人以广告持续发布时间特别长,阅读的人多、影响面广等认定情节严重有失公允。约瑟家健康园公众号原创文章78篇,被申请人调查认为违反《中华人民共和国广告法》的有5篇,其中发布时间最长的“让生命赞美上帝! ”至今两年多,累计阅读量2000多,每天点击率不到三人次,以如此低的点击率强行定义为“情节严重”，实属荒唐。

三、《深圳市市场和质量监管委行政处罚裁量权事实标准》 (第三批)不应作为行政处罚依据,被申请人适用法律错误。被申请人自行发布的《深圳市市场和质量监管委行政处罚裁量权事实标准》 (第三批) ,制定主体不是深圳市人民代表大会及其常务委员会,也不是深圳市政府,故该实施标准不属于可据以作出行政处罚的法律、法规及规章,不应作为行政处罚依据。

四、被申请人的处罚有违处罚与教育相结合的立法原则,也违反了行政处罚的比例原则。申请人自成立至今,一直良好经营,遵纪守法,未曾被任何政府部门作出过任何处罚,即便在被投诉后,也积极配合被申请人的调查。但被申请人并未对申请人警告或教育,直接取缔性地罚款1000000元和吊销营业执照,明显违反了《行政处罚法》处罚与教育相结合的立法原则。同时,被申请人对申请人作出的行政处罚也违反比例原则。

被申请人答复称：一、被申请人作出的行政处罚决定事实清楚，程序合法。2019年10月21日，被申请人收到12345转来的举报件（工单号：201910216371），群众举报申请人虚假宣传欺诈老百姓。2019年10月30日，被申请人到申请人注册住所地进行检查，现场申请人向被申请人提供了“靶向食疗特训营”和“肝胆排毒营”的PPT课件，以及其微信公众号××健康园（微信号××）上关于“靶向食疗特训营”和“肝胆排毒营”相关的文章，同时被申请人在申请人处发现一叠销货清单（140页）、营养品价目表（1页）、营养品清单（列明使用方法、功效说明）、收费标准（包含靶向食疗特训营、肝胆排毒的收费）、客户吕某、陈某等人的资料（包括调理食谱、饮食方案、入园登记情况表等）、靶向食疗特训营宣传卡等材料，申请人称其目前主要通过微信公众号××健康园和口碑开展宣传活动，且每月举办一期公益讲座。2019年10月30日，被申请人依法对申请人发布涉及疾病治疗功能广告的违法行为予以立案调查，同日，对申请人经营场所的调理客户徐某、吕某进行调查询问，徐某称其存在习惯性便秘和慢性结肠炎问题，是通过微信朋友圈方式了解到申请人，并报名参加申请人举办的4天肝胆排毒课程；吕某称其是直肠癌肺转移，在医院一直治疗不好，来申请人处调理，通过老乡病友了解并推荐到申请人处调理，中途也参加了申请人举办的4天肝胆排毒课程，申请人工作人员介绍说其病适合吃销货清单上的产品，就买了，吕某表示不知道申请人从哪里进货的。

2019年11月1日、11月7日、11月11日、12月4日，对申请人法定代表人苏某进行调查询问，苏某称：1.其也是公司股东，负责公司的统筹管理并兼任讲师，申请人是2017年9月成立的，主营提供健康餐、给客户定制食疗方案提供食疗调理，每年3-10月每月开展一次肝胆排毒营（含4天吃住和培训，费用为1980元，自2019年3月起，共举办10期）、每月开展一次靶向食疗特训营（6天5晚吃住和培训，费用为2980，自2018年12月开始，共举办11期），申请人通过举办靶向食疗特训营和肝胆排毒营，共接待学员500多名；2.其也是深圳市大鹏新区××健康园民宿的实际经营者，××民宿持有食品经营许可证，餐饮、民宿方面则以××民宿名义进行经营，××民宿是申请人的下属子公司；3.确认××健康园（微信号××）是申请人的微信公众号，日常负责公众号维护和发表文章的是其和吴某，该公众号是申请人宣传的主要途径，对外的宣传文章都是以申请人名义发布的，维护公众号和发表文章的工作人员是申请人安排，申请人主要通过该微信公众号和客户口碑推广宣传其提供的服务和产品，且每月举报一次公益讲座，2017年8月开始通过微信公众号对外发布文章，有两年时间，公益讲座目前已举办5-6期，相关宣传费用没有计算过，具体宣传费用不详；4.确认申请人平时是将公众号中关于靶向食疗特训营、肝胆排毒营两个项目的文章推荐给客户了解，授课时会用两个项目的PPT课件做宣传和讲解，客户对两个项目感兴趣，可以通过扫描其微信公众号下方的二维码向公司客服人员咨询，进一步确认报名并登记；5.针对参加靶向食疗特训营的客户，申请人根据客户的身体状况（体检报告）为每一位客户定制一份饮食方案，饮食方案主要食物是蔬果汁，并建议所有客户购买营养品搭配饮食；6.确认申请人于2017年10月29日发布的微信文章《约瑟家健康园：让生命赞美上帝》、2017年11月14日发布的微信文章《七十四岁三高患者，求医十年，吃药无数！没想到能够轻松治愈顽疾的竟然是天然实物》、2018年2月24日发布的微信文章《[康复见证]自然疗法调理一个星期，三高指标全部正常》、2019年3月22日发布的微信文章《[靶向食疗]一生至少要学习一次的健康管理课程》、2019年3月28日发布的微信文章《排除体内毒素，做个“干净”的人》、申请人用于宣传“靶向食疗特训营”的宣传卡片和申请人用于介绍××健康管理“约瑟家健康园”的宣传折页等，均包含涉及疾病治疗功能的宣传语；7.微信公众号文章和PPT课件中所涉及的康复案例，申请人称因工作人员不严谨，宣传用语未仔细考究，未保留相关书面材料，仅可提供近期调理人员通过食疗调理身体得到改善的相关资料。申请人只了解客户入园调理前的体检报告和身体某些项目的指标数据，没有客户出园后的体检报告等资料，无数据可验证客户参加申请人的食疗调理有疗效；8.确认有一位客户在食疗调理期间出现身体不适送医途中死亡；9.申请人的微信公众号运营2年多，没有计算过其发布的宣传广告文章的广告费，也不会计算，确实无法计算，宣传卡片和宣传折页的制作费用，也未统计过，具体也算不清楚。

2019年11月7日，被申请人向申请人送达了《限期提供材料通知书》，要求申请人限期提供微信文章、PPT等宣传资料所涉的康复案例、改善案例、癌症患者治愈率等证明材料，申请人仅提供一份情况说明，未提供证明材料。

2019年11月8日，被申请人再次对申请人进行执法检查，现场发现在申请人经营场所前台上放置有一叠宣传折页供客户取阅，执法人员对此次检查发现的印制有违法广告的宣传折页以及申请人用于维护微信公众号的手机中的部分聊天记录进行了证据提取，并经申请人签名盖章确认，申请人共印制了几千份宣传折页。

2019年11月1日、11月18日，被申请人对申请人股东彭某进行调查询问，彭某承认其是公司的讲师和健康管理师，负责为客户定制食谱和饮食方案，帮助客户代买营养品，指导客户开展食疗调理身体；确认申请人主营提供健康餐，给客户定制食疗方案提供食疗调理、开展肝胆排毒营和靶向食疗特训营，其对申请人宣传费用或宣传成本不清楚；确认有一位客户在食疗调理期间去世；确认其系通过美国朋友代购营养品，无法提供报关凭证和检验检疫合格证明等材料，从2019年10月1日至10月28日共代购营养品涉及金额14万余元；确认无法提供通过调理身体改善或康复案例的相关证明材料；2019年11月1日、11月7日，被申请人分别对申请人员工杨某、莫某、吴某等人进行调查询问。

2019年11月25日，被申请人对举报人进行调查询问，举报人称其经医生诊断患有胆结石伴有胆囊炎，住院期间，申请人工作人员找到他，告知其可以不用切除胆囊，参加申请人的肝胆排毒营，排除体内结石，其参加肝胆排毒营后，身体无改善，腹部还会不时疼痛，后去医院拍片，被告知情况比较严重，需及时手术治疗，否则拖下去病情会加重，最终其通过手术切除取出胆结石，举报人认为申请人在朋友圈和微信病友群推广介绍其自然疗法（含肝胆排毒营、靶向食疗特训营）构成虚假宣传，欺骗老百姓，耽误病情治理，骗取救命钱。

2020年1月13日、2月11日，因案情复杂和疫情影响，申请延长案件办理期限30日、200日并获得批准。

经查明，申请人通过微信公众号[××健康园（微信号××）]文章、宣传卡片和宣传折页等媒介和形式发布了以下多个违法广告。其中，申请人2017年10月29日发布的微信公众号文章 《约瑟家健康园：让生命赞美上帝》中含有“约瑟家服务项目…调理各种常见疾病…三高类、心脑血管疾病痊愈率可达95%以上”“各种常见疾病、富贵病及亚健康都可以调理，我们服务的癌症患者也有部分达到痊愈的效果。三高类疾病经过调理，康复率可以达到95%以上”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人2017年11月14日发布的微信公众号文章《七十四岁三高患者，求医十年，吃药无数！没想到能够轻松治愈顽疾的竟然是天然食物”》中含有“许叔74岁，患高血压及2型糖尿病十余年…西医、中医求遍，几乎无药可救….在约瑟家健康园通过天然食物调理仅二十天…多数指标下降，部分完全正常”“本机构所采用的自然调理方法，在过去的二十多年中，已帮助众多慢性病、甚至癌症、白血病等重大疾病患者获得康复…”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人2018年2月24日发布的微信公众号文章《【康复见证】自然疗法调理一个星期，三高指标全部正常》中含有“参加调理的一位姊妹…调理到第六天…结果竟然完全正常啦”“春节期间三高牧者调养成功”“姊妹发来的见证…希望能够鼓励到在病患中的弟兄姊妹…医院不能治愈的病症，均有康复的可能”“在约瑟家健康园过往的案例中，三高患者统筹的调理周期是一个月恢复正常，并且在不服药的情况下，各项指标保持正常稳定…”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人2019年3月22日发布的微信公众号文章《【靶向食疗】一生至少要学习一次的健康管理课程》中含有 “靶向食疗就是针对性的食用天然食物，清理血液、排出体内毒素、修复身体受损器官、恢复免疫系统、恢复身体器官机能以达到身体痊愈的目标”、“特训营、就是通过学习+实践+体验+一对一咨询的方式，…应用自然疗法使自己拥有重获健康的希望”“我们深刻理解疾病对患者所带来的肉体与精神的双重折磨，我们也迫切希望能够帮助他们早日摆脱疾病所带来的困扰”“有三高的学员血压恢复正常，甚至长期不得医治的各种慢性病在这一个星期的调理中也得到改善”“这些真实的经历与见证，带给学员的不仅是身体疾病的好转，而是一个个信心的烙印”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人2019年3月28日发布的微信公众号文章《排出体内毒素，做个肝净的人》中含有“许多胆结石患者在就医时，医生建议胆囊有结石堵塞了直接将胆囊切除。…所以我们不建议切除胆囊…我们开展肝胆排毒营的目的，通过自然的方式排掉毒素及胆结石，自然疏通身体器官，清洁身体内在环境，获得健康.自然就不用把胆囊切除了”“彭某老师过往指导案例”“北京的李先生…参加排毒后…大结石不见了”“广东彭女士，经过三次肝胆排石排毒…乙肝大三阳转为健康带毒了”“北京的木女士…四天的肝胆排石，不但排出了很多结石，发烧也退了”“山东的刘先生高血压，高血糖。经过四天排石排毒营后，血压不用药由171降到155，血糖由7.12降到6.1”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人用于宣传“约瑟家健康园感恩见证赞美会”的靶向食疗特训营宣传卡中含有“三高、糖尿病、癌症等各种疑难杂症均有可能完全康复”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人2019年7月份发布的“约瑟家健康园”宣传广告折页中含有“通过科学有效的健康管理方案，让病患中的人群得以康复”“所谓自然疗法…旨在提高人体自身抗病能力的各种防病、治病和保健的康复体系”“精心选用天然有效的排毒产品，把体内大量垃圾、毒素、被软化的胆结石、胆沙石排出体外，疏通身体器官，清洁身体内在环节，获得健康”“自然疗法调理各种常见疾病、慢性病，如：三高、糖尿病心脑血管疾病，各种癌症、肿瘤等慢性病”、部分康复案例“王某…调理后…卵巢囊肿甲状腺肥大甲状腺瘤消了…”“黎某…恶性肿瘤胃切除手术，吃靶向药，6月15日入住××家，调理两个月后…各项指标恢复正常”等涉及疾病治疗功能的宣传用语。申请人通过多种媒介和形式多次制作和发布上述多个广告来吸引客户，上述多个广告中均含有大量涉及疾病治疗功能的宣传用语，申请人存在多个违法广告行为。其中微信公众号上发布的广告内容，读者点击进入公众号的历史文章后均可以阅读；申请人亦频繁将上述微信公众号文章转发给前来咨询的客户，用于宣传介绍申请人的经营项目。申请人通过微信公众号发布的广告中有三个广告的持续时间超过一年，最长的超过两年时间，故申请人违法行为持续时间超过两年以上。截至2019年10月30日申请人微信公众号的粉丝有3651位，申请人通过上述宣传手段已吸引500多名客户报名参加有关经营项目。申请人发布违法广告持续时间特别长，阅读人群广，影响人数多，情节严重。

申请人前述行为违反了《中华人民共和国广告法》第十七条规定，且申请人无法就其发布的多个违法广告提供相关广告费用的证据并予以说明，申请人发布广告的费用无法计算，被申请人拟根据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第（二）项规定，对申请人作出罚款1000000万并吊销营业执照的处罚决定，2020年2月17日，被申请人依法向申请人送达《行政处罚听证告知书》，告知申请人拟作出处罚的事实、理由、依据及其享有的陈述申辩、申请听证的权利，2020年2月20日，申请人申请听证，2020年3月3日，申请人书面提交听证延期申请；2020年3月4日，被申请人向申请人送达《听证延期通知书》；2020年4月13日，被申请人向申请人送达《行政处罚听证通知书》；2020年4月22日，被申请人组织召开听证会，并于2020年4月26日作出听证报告，依法维持原处罚建议。2020年6月30日，被申请人依法作出《行政处罚决定》并送达申请人，事实清楚，程序合法。

二、答辩人作出的行政处罚决定，适用法律正确，并无不当。根据《中华人民共和国广告法》第二条“商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动，适用本法”，微信公众号平台服务是腾讯向用户提供的信息发布、客户服务以及与此相关的互联网技术服务，微信公众帐号可以通过微信公众平台为相关用户提供服务，微信公众号是企业推广的一种有力途径，微信作为一款社交软件，具有传播范围广、速度快、不受地域限制等特点，其传播的有效性更胜于传统媒介。本案申请人通过微信公众号发布的文章中，包含对其所推销的靶向治疗特训营、肝胆排毒营等自然疗法的介绍及推广内容，符合前述法规关于广告的定义，且申请人发布的微信文章结尾都会提供申请人的报名联系方式或咨询二维码，有的文章中还含有经营项目介绍及收费标准公示，申请人先举出康复案例，然后提供联系报名方式，吸引客户通过报名联系方式或二维码前来咨询报名缴费，主要目的就是利用其宣传内容和康复案例对其自然疗法的疗效进行商业推广。申请人同时通过宣传卡片、宣传折页等媒介对其自然疗法经营项目进行商业推广宣传，均符合广告法对广告的定义。申请人于2017年10月29日发布的微信公众号文章《约瑟家健康园：让生命赞美上帝》、2017年11月14日发布的微信公众号文章《七十四岁三高患者，求医十年，吃药无数！没想到能够轻松治愈顽疾的竟然是天然食物》、2018年2月24日发布的微信公众号文章《[康复见证]自然疗法调理一个星期，三高指标全部正常》、2019年3月22日发布的微信公众号文章《[靶向食疗]一生至少要学习 一次的健康管理课程》、2019年3月28日发布的微信公众号文章《排出体内毒素，做个肝净的人》、用于宣传“约瑟家健康园感恩见证赞美会”的靶向食疗特训营宣传卡、2019年7月份发布的 “××健康园”宣传广告折页，均含有大量涉及疾病治疗功能的宣传用语，宣称其自然疗法能够改善、治愈胆结石、三高类、心脑血管疾病、糖尿病、癌症等各类疾病，申请人前述行为违反了《中华人民共和国广告法》第十七条规定“除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语”，属于除医疗、药品、医疗 器械广告外，其他广告含有涉及疾病治疗功能的用语的违法行为。申请人投入经费聘请员工设计制作广告，采购办公电脑和手机用于维护企业微信公众号发布广告，以及其他为达到广告目的投入的各类必要开支费用（如场地租赁费用、水费、电费等），广告费用构成复杂，无法算清，调查过程中，申请人亦无法提供其通过微信发布的违法广告的费用材料。此外，申请人印制宣传卡片和宣传折页也需要一定的费用，申请人亦未向被申请人提供相关的广告费用材料。申请人发布违法广告行为所涉广告费用无法计算。

同时被申请人经调查认定申请人存在以下严重情节：1.申请人设计制作发布涉及疾病治疗功能的广告主要目的是为了对自己提供的自然疗法相关经营项目进行商业宣传推广，大肆宣传可调理各种疾病（甚至癌症也能治愈），病患人群被其吸引至此报名参加调理，放弃医院的正规治疗（正如举报人所遭遇的情况，放弃医院的正规治疗，被申请人吸引前去报名参加自然疗法排毒想排出体内结石，最后发现都是骗人的，耽误了他宝贵的治疗时间），存在耽误患者治疗危及生命的重大风险隐患；2.申请人多次制作发布多种不同类型涉及疾病治疗功能的广告，持续发布时间特别长，阅读的人多，影响面广，长时间多次违法情节严重。其中2017年10月29日发布的微信公众号文章《约瑟家健康园：让生命赞美上帝》，发布时长已超过两年，2017年11月14日发布的微信公众号文章《七十四岁三高患者，求医十年，吃药无数！没想到能够轻松治愈顽疾的竟然是天然食物》，发布时间也长达将近两年，且微信作为一款社交软件，具有传播范围广、速度快、不受地域限制等特点，其传播的有效性更胜于传统媒介，社会影响面广。申请人自开业以来，参加食疗调理的人员中有1人在调理期间出现身体不适在送医途中死亡。申请人声称可能治愈癌症，这些重症病人便将申请人当作救命的最后希望，申请人通过涉及疾病治疗功能的广告大肆开展宣传，吸引前来报名参加其自然疗法的重症患者将越来越多，此类重症患者若因相信该公司的自然疗法耽误治疗，而最终死亡酿成悲剧，易出现大量家属上访闹事等群体性事件，造成社会维稳压力，产生极其严重的不良社会影响；3.患病人员在申请人处调理费用开支大，绝大多数重症患者特别是癌症患者，本身在遭遇重大疾病后，家庭的主要开支都用于治病，经济条件会比较困难，患者被申请人吸引前来报名参加调理，又花费大量金钱用于疾病调理，对原本家庭经济状况困难的患者来说更是雪上加霜。例如癌症患者吕利利，截至2019年10月30日，参加深度调理55天，调理费用为25850元，陪护费用为6600元，购买营养品费用7086元，为期55天的调理，共花费约4万元；4.申请人自然疗法项目存在极大的食品安全隐患。申请人给每一位参加食疗客户定制了份饮食方案，而每份饮食方案里面都含有营养品，申请人给客户提供食疗服务，推荐客户在日常饮食材料中加入上述自称含有疾病治疗功效的无合法来源的营养品后食用。这些营养品绝大多数都是由申请人授课老师彭某托朋友从美国代购的，单月为多名客户代购营养品的金额高达14万元，均无法提供海关报关单和检验检疫合格证明，存在极大的食品安全隐患。

根据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第（二）项规定“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请：（二）违反本法第十七条规定，在广告中涉及疾病治疗功能，以及使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语的”，综合考虑申请人的违法行为手段、性质和社会危害程度等因素，被申请人遂对申请人作出罚款1000000元并吊销营业执照的处罚决定，适用法律正确。

经查： 2019年10月21日，被申请人收到反映申请人存在虚假广告宣传的举报（工单号：201910216371）。2019年10月30日，被申请人到申请人注册地进行检查后作出立案决定。因案情复杂和疫情影响，2020年1月13日、2月11日，申请人分别决定延长案件办理期限30日、200日。

案件调查期间，申请人承认××健康园（微信号××）是其微信公众号，该公众号是申请人宣传的主要途径，对外的宣传文章均以申请人名义发布，并由申请人维护。在该微信公众号，申请人分别于2017年10月29日发布文章《约瑟家健康园：让生命赞美上帝》、2017年11月14日发布文章《七十四岁三高患者，求医十年，吃药无数！没想到能够轻松治愈顽疾的竟然是天然食物》、2018年2月24日发布文章《[康复见证]自然疗法调理一个星期，三高指标全部正常》、2019年3月22日发布文章《[靶向食疗]一生至少要学习 一次的健康管理课程》以及2019年3月28日发布文章《排出体内毒素，做个肝净的人》，上述广告文章中有三个发布的持续时间超过一年，最长的超过两年时间。2019年11月8日，被申请人再次对申请人进行现场检查，发现经营场所前台上放置有一叠宣传折页供客户取阅，该宣传折页在违法广告内容，经申请人确认宣传折页共印制了几千份。

2019年11月7日，被申请人向申请人送达了《限期提供材料通知书》，要求申请人限期提供微信文章、PPT等宣传资料所涉的康复案例、改善案例、癌症患者治愈率等证明材料，申请人仅提供一份情况说明，未提供证明材料。

2020年2月17日，被申请人向申请人送达《行政处罚听证告知书》。2020年2月20日，申请人申请听证，2020年3月3日，申请人书面提交听证延期申请；2020年3月4日，被申请人向申请人送达《听证延期通知书》；2020年4月13日，被申请人向申请人送达《行政处罚听证通知书》；2020年4月22日，被申请人组织召开听证会，并于2020年4月26日作出听证报告，依法维持原处罚建议。

2020年6月30日，被申请人作出《行政处罚决定》并送达申请人。申请人不服该处罚决定，向本机关提出行政复议申请。

本机关认为：《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第（二）项规定“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请：（二）违反本法第十七条规定，在广告中涉及疾病治疗功能，以及使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语的。”本案，申请人通过微信公众号文章、宣传卡片和宣传折页等媒介和形式，对其自然疗法的经营项目进行商业宣传推广，属于《中华人民共和国广告法》第二条规定的广告活动。被申请人认定申请人在广告中涉及疾病治疗功能，违反了《中华人民共和国广告法》第十七条的规定，该认定事实清楚，证据充分。申请人未能举证证明其所作广告的费用，被申请人按广告费用无法计算予以认定，该认定亦无违法或不当。本案，申请人发布涉及疾病治疗功能广告的持续时间长，超过一年，且报名参加申请人自然疗法的当事人超过500人，申请人的广告宣传存在影响当事人正常治疗、造成社会维稳压力的情况，故被申请人认定申请人的违法行为情节严重，并予以顶格处理，适用法律准确，亦未违反行政处罚的比例原则。另经审查，被申请人所作行政处罚程序合法。

综上，根据《中华人民共和国行政复议法》第二十八条第一款第（一）项的规定，本机关作出复议决定如下：

维持被申请人深圳市市场监督管理局对申请人全人健康管理（深圳）有限公司作出的深市监罚字[2020] ××《行政处罚决定书》。

本复议决定书一经送达，即发生法律效力。申请人如对本复议决定不服，可自收到复议决定书之日起十五日内，向深圳市盐田区人民法院提起诉讼。

深圳市人民政府

2020年11月28日