

医疗广告合规指引

为进一步规范医疗广告发布行为，维护良好医疗秩序，保障消费者合法权益，促进深圳市医疗卫生事业健康发展，根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》《医疗广告管理办法》《深圳经济特区医疗条例》等法律、法规、规章以及有关政策的要求，制定本指引。本指引为行业指导性意见，不具有强制性，请参照执行。随着法律法规和监管政策的变化，合规指引将定期评估和动态调整。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实新时代医疗卫生工作方针，坚持以人民为中心，坚持医疗卫生事业公益性原则，全面规范医疗服务行为，有效维护深圳市医疗秩序，督促指导医疗机构及从业人员加强行业自律，遵守医学伦理规范，加强和规范医疗广告监管，不断加大医疗广告合规审查力度，切实维护广大人民群众健康权益，努力实现深圳市医疗卫生事业高质量发展。

二、适用范围

1. 本指引适用于在深圳市行政区域内，通过一定媒介和形式直接或间接介绍医疗机构或医疗服务的医疗广告。

2. 本指引中的医疗机构，是指依法取得《医疗机构执业许可证》，从事疾病诊断、治疗活动的机构。包括医院（互联网医院）、卫生院、疗养院、门诊部、诊所、卫生所（室）、

急救站、临床检验中心、疾病控制中心、专科疾病防治院(站)、护理院(站)、医学检验实验室、病理诊断中心、医学影像诊断中心、血液透析中心、安宁疗护中心、体检中心、美容医疗机构、戒毒医疗机构和中国人民解放军和中国人民武装警察部队编制外的医疗机构等。

3. 本指引中的医疗服务，是指医疗机构及其卫生技术人员遵照执业技术规范提供的照护生命、诊治疾病的健康促进服务，以及为实现这些服务提供的药品、医疗器械、救助运输、病房住宿等服务。照护生命主要是指对生命由孕育到衰亡的自然进程的关照、护卫，如孕期保健、分娩支持、临终关怀、预防保健等；诊治疾病主要是指对人体在受到病因损害后，进行识别，并对出现的功能紊乱或损伤进行调整，以求改善机能、恢复健康的过程。通俗来说，医疗服务就是采用适宜药物、适宜技术、适宜设备对市民提供疾病预防、保健、诊断、治疗、护理、康复、安宁疗护、戒毒治疗等服务。

4. 为保障消费者知情权，医疗机构依据卫生健康行政部门规定的内容、形式和途径主动公开的医疗服务信息，包括执业登记主要事项（名称、地址、主要负责人、所有制形式、诊疗科目、床位）；医疗技术及医疗技术临床应用情况；批准使用的大型医用设备名称、从业人员资质及其使用管理情况；医疗服务项目、内容、流程情况；职能科室设置，就诊程序，医师出诊安排，卫生技术人员基本情况；医疗服务价格；医疗纠纷处理程序、医疗服务投诉信箱和投诉咨询电

话；行风建设；医院简介；便民服务措施等信息，原则上不适用本广告合规指引。

5. 非医疗机构发布医疗广告的行为，构成非法行医，不适用本广告合规指引。

三、合规提示

1. 提高政治站位，坚持正确的广告导向。发布医疗广告应当认真贯彻落实习近平总书记关于“广告宣传也要讲导向”的重要指示精神，坚持正确舆论导向，坚持公益性原则，坚持以人民为中心，全心全意为人民健康服务。

2. 健全广告合规管理制度，及时清理撤除不合规广告。全市各新闻机构、新媒体、公共场所管理者、网络平台、广告经营发布单位、医疗机构应当按照国家有关规定，加强广告合规管理，建立、健全广告审核制度，完善审核流程，严格审核标准，避免广告违规风险。对已发布的医疗广告进行全面清理，及时发现撤除不合规医疗广告。

3. 医疗机构的身份应当真实、有效，经营资质齐全。广告经营者、广告发布者应当依法查验医疗机构相应资质。营利性医疗机构须取得《医疗机构执业许可证》《营业执照》，非营利性医疗机构须取得《医疗机构执业许可证》《事业单位法人证书》。

4. 医疗广告实行发布前审查制度。发布医疗广告，应当在发布前向深圳市卫生和健康委员会申请医疗广告审查证明，未经审查，不得发布。

经审查获准发布的医疗广告，应当按照《医疗广告审查

证明》核准的广告成品样件进行发布，不得剪辑、拼接、修改。

医疗机构在门诊病历、内部期刊或者自设网站、拥有合法使用权的互联网媒介中，登载本机构简介、专科特点、疾病防治知识以及专家门诊安排等内容暂不纳入医疗广告审查范围。但是，医疗机构通过该种方式提供的信息应当真实明确，严禁以虚假信息欺骗误导患者。

5. 医疗广告中的医疗机构第一名称、医疗机构地址、所有制形式、医疗机构类别、诊疗科目、床位数、接诊时间、联系电话应当与卫生行政部门、中医药管理部门核发的《医疗机构执业许可证》或其副本载明的内容一致。

6. 医疗机构应当按照核准登记的诊疗科目开展诊疗活动和发布医疗广告。

7. 医疗机构名称经核准登记，于领取《医疗机构执业许可证》后方可使用。医疗广告宣传中使用的名称应当名副其实，与医疗机构类别或者诊疗科目相适应。如不得将核准登记的“门诊部”对外宣传为“医院”。

8. 广告主应当对广告内容的真实性负责。医疗广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

9. 医疗广告应当以国家通用语言文字普通话和规范汉字为基本的用语用字。不得使用繁体字、异体字，如“醫院”“藥房”；不得使用错别字或者篡改成语，如“默默无蚊”“百衣百顺”；不得单独使用外国语言文字。

10. 广告应当具有可识别性。通过大众传播媒介发布医疗广告应当显著标明“广告”，能够使消费者辨明其为广告。发布医疗广告还应当标注医疗机构第一名称和《医疗广告审查证明》文号。

11. 医疗广告使用的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。

12. 医疗广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。

13. 医疗广告中使用他人名义或者形象，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。

14. 有关医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容，可以出现医疗机构名称。时政新闻类节（栏）目不得以医疗机构冠名。有关人物专访、医疗机构专题报道等节目中不得出现有关医疗机构的地址、电话、微信、QQ等联系方式；不得在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告。

四、负面清单

1. 医疗广告不得借重大国事和政治活动等名义从事商业营销宣传，恪守十个严禁。严禁使用或者变相使用中国共产党党旗党徽、党和政府重大庆祝活动标志标识、庆祝活动宣传报道、领导人讲话等；严禁使用或者变相使用国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽以及使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员名义或者形象；严禁宣扬恐怖主义、

民族分裂主义，含有民族歧视、种族歧视、宗教歧视、性别歧视、地域歧视、职业歧视等内容；严禁含有宣扬宗教极端思想内容；严禁含有淫秽、暴力、赌博、迷信等内容；严禁含有通过恶搞经典、歪曲历史制造噱头、吸引眼球，挑战公序良俗、伤害中国人民和中华民族感情的内容；严禁含有各类色情、“软色情”内容；严禁含有煽动过度消费、宣扬奢侈浪费等违背勤俭节约传统美德的内容；严禁借党史学习教育之名进行商业炒作；严禁侵害未成年人的合法权益。比如，“庆祝中华人民共和国成立72周年，免费洗牙等十大优惠享不停”。

2. 医疗广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。

3. 医疗广告不得违背医学伦理规范。禁止发布含有“非医学需要的胎儿性别鉴定”“非医学需要的选择性别别人工终止妊娠”“代孕”“人体器官交易”等内容。

4. 医疗广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”“顶级”“极品”和“第一品牌”等用语。使用“独家”“独创”“全国领先”“遥遥领先”“领导品牌”等用语时，应当提供相应证明材料。对无法量化、难以自证的用语，应当谨慎使用，否则，存在发布虚假广告的风险。如某教育机构发布“是中国领先的教育招生网站”广告，被市场监管部门按发布虚假广告进行行政处罚。如某二手车网站使用“销量遥遥领先”，被重罚1250万元。

5. 非医疗机构不得发布医疗广告，医疗机构不得以内

部科室名义发布医疗广告。

6. 禁止变相发布医疗广告。禁止利用新闻报道形式、医疗资讯服务类专题节（栏）目和介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗广告。禁止在介绍健康、养生知识等栏目（节目）中，出现相关医疗机构人物的电话号码、电子信箱、网址、二维码、互联网即时通讯工具等信息。

7. 医疗广告不得侵害未成年人的合法权益。在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗广告；不得在中小学校、幼儿园内开展医疗广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布医疗广告。

8. 不得在医疗广告中谎称取得专利权。禁止在医疗广告中使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利。

9. 医疗广告不得宣传未经卫生健康行政部门审批、备案的诊疗科目和服务项目等内容。

10. 不得在医疗广告中宣传用于戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法。

11. 医疗广告不得宣传表示功效、安全性的断言或者保证。如含有“安全”“安全无副作用”“副作用小”。

12. 医疗广告不得出现宣传治愈率、有效率等保证诊疗效果的用语。如“三天病痛消失”“彻底治愈”“无效退款、保险公司保险”、治疗前后对比图等。

13. 医疗广告不得含有“免费治疗、免费赠送”等诱导

性内容，如“来我院可免费治疗男科疾病”。

14. 医疗广告不得含有“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，如“指定妇科医院”“医学研究协会推荐机构”等。

15. 医疗广告不得涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物，如“血堵融通术”“白癜风”“阿司匹林”等。

16. 医疗广告不得与其他医疗机构比较，不得贬低其他医疗机构和医疗服务，如通过贬低其他医疗机构的服务、医资力量等，突出自身的优势。

17. 医疗广告不得违背社会良好风尚，含有淫秽、迷信、荒诞和诱发焦虑等内容。如医疗美容广告制造“容貌焦虑”，将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联，或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联。

18. 医疗广告不得利用广告代言人作推荐、证明。医疗广告中出现卫生技术人员、医学教育科研机构以自己真实名义或者真实形象为医疗机构或医疗服务做推荐证明，或者使用患者真实名义或者形象进行诊疗前后效果对比或者作证明，均应视为广告代言行为。广告中将未依法取得医师执业资格或医疗教育、科研相关职称的人宣称为“医生”“医学专家”等医学专业人士的，或者假冒患者名义的，足以对消费者造成误导，则构成发布虚假医疗广告。

19. 医疗广告不得使用中国人民解放军和中国人民武装警察部队名义。

20. 医疗机构应当规范使用识别名称和通用名称，不得发布含有下列名称的医疗广告：

(1) 有损于国家、社会或者公共利益的名称；

(2) 侵犯他人利益的名称；

(3) 以外文字母、汉语拼音组成的名称；

(4) 以医疗仪器、药品、医用产品命名的名称。

(5) 含有“疑难病”“专治”“专家”“名医”或者同类含义文字的名称以及其他宣传或者暗示诊疗效果的名称；

(6) 超出登记的诊疗科目范围的名称；

(7) 省级以上卫生计生行政部门规定不得使用的名称。

21. 未经国家卫生健康委员会和国家中医药管理局核准，医疗机构名称不得含有外国国家（地区）名称及其简称、国际组织名称和“中国”“全国”“中华”“国家”等字样以及跨省地域名称；各级地方人民政府设置的医疗机构的识别名称中不得省略有行政区划名称。

22. 未经省级以上卫生计生行政部门核准，不得以“中心”作为医疗机构通用名称进行宣传。

23. 未经省、自治区、直辖市卫生计生行政部门核准，除专科疾病防治机构以外，医疗机构不得以具体疾病名称作为识别名称进行广告宣传。

24. 互联网医院发布的医疗广告不得超出所依托的实体医疗机构诊疗科目范围。

25. 广播电视禁止发布治疗恶性肿瘤、肝病、性病或者提高性功能的医疗广告。

26. 电影、电视剧剧场或者节（栏）目不得以治疗皮肤病、癫痫、痔疮、脚气、妇科、生殖泌尿系统等疾病的医疗机构作冠名。

27. 媒体发布医疗广告应当尊重公众生活习惯。在公众用餐时间，广播、电视不得播出治疗皮肤病、痔疮、脚气、妇科、生殖泌尿系统等疾病的医疗广告。