市场监管总局 国家卫生健康委 国家中医药局关于发布《医疗广告认定指南》的公告

2025 年第 29 号

市场监管总局会同国家卫生健康委、国家中医药局制定了《医疗广告认定指南》，现予公告。

市场监管总局 国家卫生健康委 国家中医药局

2025 年 7 月 17 日

医疗广告认定指南

一、为有力维护医疗广告市场秩序，切实保障人民群众就医知情权以及广大消费者合法权益，依据《广告法》《互联网广告管理办法》《医疗广告管理办法》等法律法规，制定本指南。

二、医疗广告是指利用一定的媒介和形式直接或者间接介绍医疗机构或者医疗服务的广告。

除依法设立的医疗机构外，任何单位和个人不得自行或者委托他人发布医疗广告。

市场监管部门应当综合相关医疗信息的发布内容、发布渠道、发布方式等多种因素认定医疗广告。

三、医疗机构以医疗科研为目的，发布的招募受试者、临床研究患者等信息，不构成广告。

四、医疗机构对患者进行分诊或者就医引导，以及按照互联网医疗管理有关规定，在开展互联网诊疗过程中线上解答患者咨询、指导患者接受诊疗等行为，不构成广告。

五、医疗机构在本机构服务场所（含法定控制地带）或者通过本机构门户网站、移动客户端以及经网站平台认证资质的“自媒体”等互联网媒介，公开发布医疗机构概况、所承担的公共服务职能情况、重点学科、医务人员信息、医疗服务项目、诊疗服务流程以及医保、价格、收费、投诉方式

等信息,且不存在本指南第六条规定情形的，不构成广告。

医疗机构通过第三方互联网电商平台，以表格化形式，介绍医疗机构名称、地址、接诊时间、医务人员简介、医疗服务项目、诊疗流程、医保政策、价格等患者就医必须了解的信息，且不存在本指南第六条规定情形的，不构成广告。

医疗机构公布本条前两款规定的信息，还应当符合医疗卫生机构信息公开和院务公开的有关规定。

六、医疗机构在信息公开过程中，存在下列情形之一的，应当认定为发布医疗广告：

（一）对本机构就医环境、医疗器材等硬件设备进行带有主观色彩的推介；

（二）通过对本机构或者其医务人员的诊疗技术、诊疗流程、诊疗效果进行主观性评价或者保证性承诺等方式，对本机构进行推介；

（三）与其他医疗机构进行比较；

（四）其他以推介本医疗机构为目的发布的信息。

七、医疗机构及其医务人员按照医疗卫生健康科普有关要求，以文字、图片、视频、直播等形式开展科普宣传，且不存在本指南第八条规定情形的，不构成广告。

为确保医疗卫生健康科普信息的客观真实性，可以在科普宣传中介绍作为科普宣传人员的医务人员姓名、职称、所供职的主执业机构、医疗机构名称及具体的科室名称。

八、任何单位、组织或者个人开展科普宣传时，存在下列情形之一的，应当认定为以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗广告：

（一）通过宣称其诊疗技术优势、硬件设备优势以及诊疗效果等，对具体医疗机构及其医疗服务进行推介；

（二）明示或者暗示在具体医疗机构就医将获得更好的安全性保障、疗效或者价格优惠等；

（三）直接或者间接推介本机构或者其他医疗机构的具体医疗服务；

（四）以病例或者案例方式，对具体医疗机构或者其医疗服务进行推介；

（五）在科普宣传的互联网页面内附加与科普宣传内容有关的医疗机构或者医疗服务项目的跳转入口，或者附加科普宣传对应的医疗服务所必需的药品、医疗器械等商品购买链接；

（六）存在推介具体医疗机构或者其医疗服务的其他情形。

九、除依据本指南应当认定为医疗广告的情形外，医疗机构信息公开、医疗科普宣传内容中出现错误或者引人误解的，不属于广告法调整范畴。

市场监管部门发现前款规定情形的，可以通报卫生健康行政部门（含中医药主管部门，下同），由其责令相关医疗

机构及时整改。

十、卫生健康行政部门在医疗机构信息公开、医疗科普宣传监管工作中，发现医疗机构变相发布医疗广告的，应当依职责进行处置，并将相关涉嫌违法广告线索及时通报市场监管部门。

十一、对于应当认定为医疗广告的，市场监管部门依照广告法律法规规定进行监管。

市场监管部门依法处置后，应当向卫生健康行政部门或者医疗广告审查机关通报医疗机构的广告违法情况。有关部门按照《医疗广告管理办法》等规定进行处置。

十二、医疗广告存在下列情形之一的，可以认定为《广告法》第五十八条第二款、第三款，《医疗广告管理办法》第二十条规定的“情节严重”：

（一）致人死亡、重伤、毁容或者其他严重危及生命健康安全的；

（二）涉嫌构成虚假广告罪，应当移送公安机关的；

（三）为未依法取得《医疗机构执业许可证》或者诊所备案凭证（含《中医诊所备案证》）的非医疗机构，以及未办理核准登记或者备案的诊疗科目进行引流、推介的；

（四）一年内发布两次以上（含两次）违法医疗广告，造成严重不良社会影响的；

（五）其他应当认定为情节严重的。