医疗美容广告执法指南

（征求意见稿）

严厉打击虚假违法医疗美容广告对于保护消费者合法权益、维护人民群众身体健康和生命安全意义重大。为规范和加强医疗美容广告监管，有效维护医疗美容广告市场秩序，保护消费者合法权益，依据《广告法》《医疗广告管理办法》等法律、法规和规章的规定，制定本指南。

1. 本指南旨在向地方各级市场监管部门提示医疗美容广告监管工作中需要重点关注的问题，为地方各级市场监管部门加强医疗美容广告监管工作提供指引。

二、本指南所称医疗美容，是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。

本指南所称医疗美容广告，是指通过一定媒介或者形式直接或间接介绍医疗美容机构或医疗美容服务的广告。

三、医疗美容广告属于医疗广告，广告主必须依法取得医疗机构执业许可证才能发布或者委托发布医疗美容广告；发布医疗美容广告必须依法取得或者查验《医疗广告审查证明》并按规定发布。

四、医疗美容服务单位依据卫生健康行政部门规定的内容、形式和途径主动公开医疗美容服务信息，不具有商业目的，一般不视为商业广告行为。

五、市场监管部门依法整治各类医疗美容广告乱象，着力解决危害性大、群众反映集中的问题，对以下情形予以重点打击：

（一）违背社会良好风尚，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。

（二）违反药品、医疗器械、广告等法律法规规定，对未经药品管理部门审批或者备案的药品、医疗器械作广告。

（三）宣传或者含有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。

（四）宣传诊疗效果或者对诊疗的安全性、功效做保证性承诺。

（五）使用患者名义或者形象进行诊疗前后效果对比或者作证明。

（六）利用广告代言人为医疗美容做推荐、证明。医疗美容广告中出现的所谓“推荐官”“体验官”等，以自己名义或者形象为医疗美容做推荐证明的，应当被认定为广告代言人。

（七）以介绍健康、养生知识、人物专访、新闻报道等形式变相发布医疗美容广告。

（八）生活美容机构等非医疗机构开展医疗美容广告宣传。

（九）对食品、保健食品、消毒产品、化妆品宣传疾病治疗功能或者对保健食品之外的其他食品声称具有保健功能。

（十）其他违反广告法律法规规定，严重侵害群众权益的行为。

六、市场监管部门在医疗美容广告监管过程中，发现医疗美容机构未取得执业许可或未经过备案从事医疗美容活动的，要及时通报同级卫生健康行政部门。

七、市场监管部门在医疗美容广告监管过程中，发现相关广告主未取得《医疗广告审查证明》或者未按《医疗广告审查证明》内容发布医疗广告的，依照《广告法》处理的同时，要通报同级卫生健康行政部门。

八、医疗美容广告中涉及“医生”“专家”的，市场监管部门应注意以下情形：

（一）医疗美容广告中出现的卫生技术人员、医疗教育科研机构及其人员的名义、形象属实的，应认定为使用医生或者专业人士为医疗广告代言的广告违法行为。

（二）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，或者相关人员穿着白大褂，足以误导消费者认为其属于医生等专业人士的，应认定为虚假医疗美容广告。相关人员涉嫌非法行医的，要及时通报同级卫生健康行政部门。

（三）对卫生技术人员、医疗教育科研人员的专访、专题报道中出现有关医疗美容机构的地址、联系方式等内容的，应认定为以介绍健康、养生知识、人物专访、新闻报道等形式变相发布医疗美容广告。

九、各级市场监管部门在医疗美容广告监管过程中，发现相关违法行为涉嫌犯罪的，依照有关规定移送公安机关。

十、各级市场监管部门要指导、督促网络平台建立健全内部审核机制，在广告发布、提供互联网信息服务过程中，拦截违法违规医疗美容广告宣传信息。网络平台经营者未依法履行平台责任的，市场监管部门依法从严查处。