

医药卫生期刊中的广告问题及应对策略

徐明霞 李英华 胡洪波 林琳 李天依

中国健康教育中心,100011,北京

摘要 医药卫生期刊广告大多涉及药品、医疗器械等,关乎人民健康和生命安危,必须遵循《广告法》及相关法律法规。但目前仍存在未获得广告发布许可或许可过期现象,以及刊发的广告图文不规范等问题。本文提出了医药卫生期刊要掌握广告相关法律法规、严格广告审查内容、建立广告审查制度和审查程序等对策,以期解决医药卫生期刊广告存在的问题。

关键词 医药卫生期刊;广告问题;应对策略

Advertisement problems and countermeasures for medical and health journals/XU Mingxia, LI Yinghua, HU Hongbo, LIN Lin, LI Tianyi

Abstract Most advertisements in medical and health journals are related with people's health and safety, and are very important in complying with relevant laws and regulations. However, some medical and health journals publish advertisements while these journals do not have the permission for advertising or the advertising graphics are not standard. In order to solve the problems existing in the advertisements of medical scientific journals, we suggest the following countermeasures: 1) mastering the laws and regulations related to advertisements; 2) strictly controlling the contents of advertisement examination; 3) establishing the system and procedure of advertisement examination; 4) separation of editing and operation.

Keywords medical and health journals; advertisement problem; strategies

Authors' address Chinese Center for Health Education, 100011, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2021.02.008

随着《中华人民共和国广告法》(以下简称《广告法》)的修正,国家对医疗广告的要求越来越严格。医药卫生期刊是医疗广告刊发的重要平台,规范医药卫生期刊广告刊发,是期刊管理的重要工作内容之一。为了了解医药卫生期刊广告刊载情况,随机抽取了221种医药卫生期刊,对其广告刊载情况进行了全面审查,总体来看,绝大多数期刊刊载广告规范,符合《广告法》的要求,但极个别期刊也存在一些问题,现将有关情况汇报如下。

1 存在的问题

随机抽取2020年出版的221种医药卫生期刊任一期,其中79种期刊刊登广告312条次,广告刊载率为35.75%,刊载问题广告55条次,刊载问题广告率

为17.63%。问题广告主要表现在不具备相应广告刊载资质刊登广告、广告批准文号过期、广告真实性等方面。

1.1 不具备广告刊载资质

案例1 某期刊在2020年第1期封底刊登了一则某品牌的“柱状螺纹组合式种植体”产品广告,封三为同一品牌的“微创种植手术器械盒”,以图片形式展示了该品牌的种植体及器械盒产品,但该刊未取得广告发布登记许可。

《广告法》第29条规定,报刊出版单位从事广告发布业务,需向县级以上地方市场监督管理部门办理广告发布登记^[1]。

案例2 某期刊2020年第3期封三广告为某生物科技公司“脂蛋白相关磷脂酶A2(Lp-PLA2)检验诊断仪器”的招商广告,广告形式为“仪器图片”和“公司地址、电话、网站”等文字信息,是一则典型的医疗器械广告,但整页广告没有广告批准文号。

《医疗器械监督管理条例》第45五条规定:“医疗器械广告应当经医疗器械生产企业或者进口医疗器械代理人所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门审查批准,并取得医疗器械广告批准文件。”^[2]《广告法》第46条规定,发布医疗器械广告,应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查;未经审查,不得发布。

案例3 某期刊2020年第3期封底刊登了“重组人干扰素 α 2b喷雾剂”处方药广告,广告形式为“喷雾剂图片”和“喷雾剂名称、不良反应、禁忌、药品批准文号、广告批准文号、公司名称、地址、邮编”等文字信息。但该期刊却未列入国家药品监督管理局580种可发布处方药广告的医学药学专业刊物名单^[3],未获得可发布处方药广告的医学药学专业刊物资质。

《广告法》中明确规定,处方药类广告仅能刊载到国家卫生行政部门和药品监管部门共同指定的医学、药学专业刊物上。该刊需取得刊发资质,方可刊登处方药广告。

以上3种案例,均属于期刊不具备广告刊载资质的问题。医药卫生领域事关人民群众生命财产安全,医药卫生期刊作为该领域承载科技成果发布和信息交流的重要载体,其刊登的广告产品,相应的法律法规更

多、审批流程更严格。因此,医药卫生期刊在刊登广告前,必须明确:是否持有工商管理行政部门颁发的广告经营许可证;是否具有发布处方药广告的医学药理学专业刊物资质;拟刊发的广告是否已获得广告批准文号。

《广告法》《医疗器械监督管理条例》《药品管理法》相应条款都做出了明确的规定,只要严格按照法律法规要求审核把关,一般不会出现此类问题。以此次抽查的期刊为例,在221种医药卫生期刊中,有2种期刊存在未获得广告发布登记许可刊登广告信息的情况;4种期刊存在不具有发布处方药广告的医学药理学专业刊物资质而发布处方药广告的情况;6种期刊存在刊发的广告未获得广告批准文号的问题。这与期刊相关人员对相关法律法规不了解有很大的关系,也是发生此类问题的根本性原因。

1.2 广告批准文号过期

案例4 某期刊2020年第3期刊登了一则广告,内容为某品牌“注射液”广告。广告主要以图片和文字为主,图片为“蓝天白云中的飞机”形象,配以“起效迅速、性能稳定”等字样,在下方的文字说明中,标注了该产品的适应证、规格、用法用量、禁忌、不良反应、生产企业等。但从广告批准文号“浙药广审(文)20170400**号”字样可看出,该广告批准文号2018年4月已到期,刊登在2020年杂志上,是不合规的。

此外,在该刊刊出的7种药品广告、5种医疗器械广告中,问题广告数分别为5种和4种,这9种问题广告均为广告批准文号过期的问题。

在221种期刊中,有12种期刊刊发的广告批准文号过期,是此次抽查中发现的问题广告比较多的类型。《药品广告审查办法》第15条规定:“药品广告批准文号有效期为1年,到期作废。”^[4]

需要特别指出的是,从2020年3月1日开始实施的《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》(以下简称《“三品一械”广告审查管理暂行办法》)第18条规定:“药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告批准文号的有效期与产品注册证明文件、备案凭证或生产许可文件最短的有效期一致。产品注册证明文件、备案凭证或者生产许可文件未规定有效期的,广告批准文号有效期为2年。”^[5]《药品广告审查发布标准》《药品广告审查办法》同时废止。

1.3 广告的科学性、真实性问题

案例5 “CFDA唯一明确定位在乳腺癌治疗上的中药生物转化药 对三阴乳腺癌有效……”这是某期刊2015年封底药品广告,该广告在文字中用了“唯一”“有效”等字样。

《广告法》规定,广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语。广告在合法的前提下,必须真实,不能使用绝对化用语或夸大宣传来诱导消费者。

案例6 某期刊2019年封底,刊登了某种“解热镇痛类”药物的广告,该广告在文字中有“易溶解、起效快、效果好”字样,涉嫌不科学功效承诺。

《广告法》中指出,药品广告不得含有“表示功效、安全性的断言或者保证”^[1]。

现实是,有的广告打擦边球,使用“首个”“最”“第一”“领军”等一批相似含义的广告词,这些词语需要结合具体的广告语境,如果没有确切的证据证明,同样属于违法^[6]。

案例7 某期刊2020年第3期封三刊登了2则药品广告,一则为某品牌“复方感冒灵颗粒”的广告,一则为该品牌“复方金银花颗粒”的广告,广告形式均为图片和文字说明相结合的方式,但文字说明中只标注了功能主治,未标注“禁忌”“不良反应”等要素。

《广告法》规定,药品广告应当显著标明禁忌、不良反应。

案例8 某期刊2015年第3期封二广告为面向康复患者的站立架、步态训练器,未标注忠告语。

《广告法》规定,推荐给个人自用的医疗器械广告,应标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”^[1]。

从以上案例可以看出,有些药品、医疗器械企业为了达到更好的宣传效果,会对其产品的功效进行夸大宣传,或对一些禁忌、不良反应等避而不谈。医药卫生期刊为了获取更多的广告收入,往往迎合广告客户的需求,甚至有些期刊将广告运营业务交给广告代理公司全权负责,为期刊长期发展留下隐患。这种现象在国外医学期刊中也非常普遍。据杨菊红对国外医学期刊广告问题研究发现,即使一些国外著名的医学期刊广告也存在严重的虚假行为。该作者指出,著名医学期刊《英国医学杂志》(BMJ)不会对所有的广告内容进行审核,如果偶尔抽查了某项广告,也不影响其发表与否^[7]。但我们认为,医药卫生期刊发布的广告,很多与人民群众的生命安全息息相关,必须在合乎法律法规的前提下,遵照科学性、真实性、客观性的原则,做到关口前移,在广告审核全流程上让虚假广告无处可藏,营造有利于公平竞争的良好学术平台。

2 对策与建议

2.1 掌握广告相关法律法规

医疗、药品、医疗器械、保健食品关乎人民群众的身体健康和生命安全,国家对此类内容的广告有严格

的限制。医药卫生期刊作为此类广告的发布者,必须对所有广告内容负责。这就需要期刊相关人员做好“把关人”角色,熟练掌握广告相关法律法规,如《广告法》《医疗器械监督管理条例》等。这些法律法规是医药卫生期刊规范广告行为的依据,必须严格执行。

2.2 严格广告审查内容

医药卫生期刊的特殊性,决定了其广告审查的严格性。医药卫生期刊刊登的广告,必须是经过国家相关部门批准的产品,而且要取得广告审批文号,处方药广告还必须经国家主管部门批准,具有发布资质的专业学术期刊才能发布^[8]。

除了注意前文提及的一些常见问题,药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方的食品广告还要注意以下内容:1)关于国家行政机构形象,广告不得使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或军队人员的名义或形象。2)关于科研单位等推荐,广告不得使用科研单位、学术机构、行业协会或专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等名义或者形象作推荐、证明。3)不得含有诱导性内容,如“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等;不得含有综合评价性内容,如“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等;不得含有保证性内容,如“无效退款、保险公司”等;不得含有医疗服务性内容,如“医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约门诊等”。

2.3 建立广告审查制度和审查程序

建立广告发布前审查制度,对发现的问题进行分类、汇总、分析、归档,是有效防止广告中常见问题的必要方法。医药卫生期刊要做到全方位无死角监管广告内容,就必须结合刊物自身特点,建立广告审查制度,对广告审查失责行为进行有效的制度设计,保证广告事前审查的有效性和及时性。广告审查包括对广告客户主体资格、广告内容、广告形式及相关证明文件的审查。期刊工作人员要按照广告法规的要求,查验广告客户的主体资格、广告内容的真实性、合法性,有无语言文字、科学术语的规范性错误;有无夸大产品宣传,滥用广告语;有无使用国家机关及其工作人员的名义;有无贬低同行产品;有无地图性错误等。同时,还要注意广告证明的出具机关是否合法、有效。

在此基础上,要与广告客户或委托代理机构签订书面合同,明确各方的责任。广告审查程序可按登记、审查、复审和建档等步骤进行,确保程序的规范性。

2.4 采编工作和运营工作相分离

国外很多期刊都单独设有广告运营部门,工作人

员均是广告策划领域的专业人员,工作重点就是从市场出发进行广告经营^[9]。通过专业人士把关,可保障广告的合法合规,真实可靠。期刊还可通过聘任具有广告审查经验的专业人员对广告进行审核把关。一方面可减轻编辑的负担,让专业人做专业事;另一方面也可最大限度地减少广告中存在的问题。

3 结束语

广告作为医药卫生期刊不可或缺的内容和重要经济来源,对期刊可持续发展起着关键作用。特别是近年来,随着新媒体的发展,很多医药卫生期刊建立了自己的网站,还有一些期刊也开发了对应的新媒体账号,如微信公众号、头条号等。鉴于期刊多媒体运营人员紧缺等因素,新媒体广告的发布与把关还比较薄弱,国家也尚未出台新媒体广告发布相关的法律法规。但不管是传统期刊还是新媒体渠道,医药卫生期刊要做好广告宣传,必须通过加强广告管理、掌握广告相关法律法规、严格广告审查内容、建立完善的广告审查制度等方式,实现社会效益与经济效益的双赢。

4 参考文献

- [1] 中华人民共和国广告法(2018年最新修订)[A]. 北京:中国法律出版社,2018
- [2] 医疗器械监督管理条例:国务院令第650号[A/OL]. [2020-12-30]. http://www.gov.cn/zhengce/2014-03/31/content_2651127.htm
- [3] 国家药品监督管理局. 可发布处方药广告的医学药学专业刊物名单[EB/OL]. [2021-01-11]. http://app1.nmpa.gov.cn/data_nmpa/face3/base.jsp?tableId=9&tableName=TABLE9&title
- [4] 《药品广告审查办法》[A]. 北京:国家食品药品监督管理总局,国家工商行政管理总局,2007-03-13
- [5] 药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法[A]. 北京:国家市场监督管理总局,2019-12-24
- [6] 窦锋昌. 新《广告法》的规制效果与规制模式转型研究:基于45起典型违法广告的分析[J]. 新闻大学,2018(5):114
- [7] 杨菊红. 国外医学期刊广告问题探析及其对我国的启示[J]. 中国科技期刊研究,2007,18(5):909
- [8] 李季秋. 论医药卫生期刊广告审查的内容及原则[J]. 编辑学报,2009,21(6):524
- [9] 包靖玲,石朝云,李季秋,等. 中华医学会系列杂志广告经营情况的调研报告[J]. 编辑学报,2013,25(3):263

(2020-10-10收稿;2021-01-12修回)