

北京市丰台区人民政府 行政复议决定书

丰政复字〔2025〕1703号

申请人：李晓慧，女，汉族，1989年11月20日出生，身份证住址四川省绵阳市涪城区博雅路12号28幢3单元15层3号。

被申请人：北京市丰台区市场监督管理局，住所地北京市丰台区菜户营东街乙360号。

法定代表人：孙晖，北京市丰台区市场监督管理局局长。

委托代理人：柳卿，北京市丰台区市场监督管理局方庄街道市场所工作人员。

委托代理人：李鑫伟，北京市丰台区市场监督管理局方庄街道市场所工作人员。

申请人对被申请人作出的不予立案不服，于2025年6月5日向本机关申请行政复议，本机关于2025年6月9日依法予以受理。本案现已审理终结。

申请人请求：1. 撤销不予立案决定；2. 责令重新核查立案。

申请人称：被申请人作出的不予立案决定违法。主要理由是：

被举报内容符合《广告法》“商业广告”构成要件。主体层面：微信公众号“北京劲松口腔医院订阅号”经微信官方认证（认证主体为劲松口腔，可通过公众号认证信息截图佐证），属于劲松口腔为推广自身口腔诊疗服务设立的商业宣传渠道。内容层面：被举报内容存在明确的“商品/服务推介”核心要素：服务指向性：标题“种植牙患者张宝元先生致谢”内容围绕劲松口腔种植牙诊疗服务展开，直接关联其医疗服务品牌；患者形象与推荐证明性：以患者全名“张宝元”公开诊疗过程及效果（“恢复良好，种植牙如同新生”），通过患者姓名+诊疗效果绑定，传递“劲松口腔种植牙服务专业可靠、效果显著”的暗示性推荐信息；商业目的：公众号作为企业官方运营账号，发布该内容的核心目的是提升品牌公信力、吸引患者选择劲松口腔服务，具有典型商业广告属性。法律依据：《中华人民共和国广告法》第二条规定：

“广告，是指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。”劲松口腔作为口腔医疗“服务提供者”，通过微信公众号（“媒介”）发布含患者姓名、诊疗效果的内容（“形式”），核心目的是推广种植牙诊疗服务，完全符合“商业广告”定义。

被申请人称：一、被申请人对举报的一般性告知不属于行政复议受案范围，本案不符合行政复议受理条件。二、申请人与不予立案决定并无任何利害关系，对其权利义务不产生任何实际影响，不具有行政复议主体资格。三、被申请人

具有受理举报的法定职权。四、被申请人的举报处理程序符合法定要求。五、被申请人作出不予立案决定符合法律规定。

经审理查明：

2025年5月25日，被申请人收到申请人通过全国12315平台进行的举报，称其发现北京劲松口腔医院有限公司经微信官方认证并持续运营的微信公众号（北京劲松口腔医院订阅号），发布的《种植牙患者张宝元先生致谢外企分院段院长及团队》中使用患者全名+诊疗效果作推荐证明的医疗广告涉嫌违法，要求查处并奖励。

2025年5月28日，被申请人对举报线索进行核实，被举报人出具《情况说明》，主要内容为：我司全称为北京劲松口腔医院有限公司，“北京劲松口腔医院订阅号”由我司依法认证并负责日常运营管理的官方微信公众平台。举报人所提的文章，为我司于2025年1月13日16时13分在该公众号发布。文章内围绕患者张宝元先生在我院就诊后的感谢情况展开，旨在真实呈现医患之间司的良好互动关系。在文章撰写及发布过程中，我司始终严格遵守相关法律法规，文章内容仅为对客观事件的陈述，未出现任何涉及医疗产品名称、性能、功效的描述，未对诊疗技术、医疗服务进行推广，也未使用任何诱导性或暗示性语言引导公众消费，不存在将患者经历用作商业宣传的行为，与医疗广告性质存在本质区别。综上所述，该文章仅为事件纪实性描述，不属于医疗广告范畴。我司在今后的公众号运营过程中，将进一步加强内

容审核管理，确保发布内容的合规性，避免类似误解发生。如有需要，我司愿积极配合提供更多佐证材料。

2025年6月5日，被申请人经审批作出不予立案决定，理由为：被举报人发布的《种植牙患者张宝元先生致谢外企分院段院长及团队》系对真实医疗事件及患者致谢过程的客观记录与陈述，属于医疗信息范畴，而非医疗广告。内容聚焦于患者就医体验及致谢细节，仅如实展现事件经过与患者情感表达，未出现以推销医疗服务或产品为目的的诱导性、商业性宣传用语，不具备广告的营销导向属性。依据《市场监督管理行政处罚程序规定》第十九条的规定，不予立案。

2025年6月5日，被申请人通过全国12315平台告知申请人不予立案决定，理由：被举报信息不属于广告，现有证据不足以证明当事人存在违法事实，被申请人不予立案。举报事项不属于《北京市市场监管领域违法行为举报有功人员奖励暂行办法》第二条规定的适用范围。

上述事实有下列证据证明：

1. 申请人提交的《行政复议申请书》等相关材料；
2. 被申请人提交的《行政复议答复书》等相关材料；
3. 案件来源登记表、举报登记表及举报证据材料、营业执照、身份材料、授权委托书、情况说明等证据材料；
4. 不予立案审批表、全国12315截图等证据材料。

本机关认为：

《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第四条第二款规定，县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内的

投诉举报处理工作。第二十五条规定，举报由被举报行为发生地的县级以上市场监督管理部门处理。法律、行政法规、部门规章另有规定的，从其规定。被申请人作为市场监督管理部门，具有对申请人提出的举报事项进行处理的法定职责。

《市场监督管理行政处罚程序规定》第十八条第一款规定，市场监督管理部门对依据监督检查职权或者通过投诉、举报、其他部门移送、上级交办等途径发现的违法行为线索，应当自发现线索或者收到材料之日起十五个工作日内予以核查，由市场监督管理部门负责人决定是否立案；特殊情况下，经市场监督管理部门负责人批准，可以延长十五个工作日。法律、法规、规章另有规定的除外。《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第三十一条第二款规定，举报人实名举报的，有处理权限的市场监督管理部门还应当自作出是否立案决定之日起五个工作日内告知举报人。本案中，被申请人于2025年5月25日收到申请人的举报单，经核查，于2025年6月5日作出不予立案决定，并于当日通过全国12315平台告知申请人，程序合法，并无不当。

《中华人民共和国广告法》第二条第一款规定，在中华人民共和国境内，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。第十六条第一款规定，医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：（一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）说明治愈率或者有效率；（三）

与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；（四）利用广告代言人作推荐、证明；（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。《医疗广告管理办法》第六条规定了医疗广告内容的各个项目。第七条规定，医疗广告的表现形式不得含有以下情形：（一）涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物的；（二）保证治愈或者隐含保证治愈的；（三）宣传治愈率、有效率等诊疗效果的；（四）淫秽、迷信、荒诞的；（五）贬低他人的；（六）利用患者、卫生技术人员、医学教育科研机构及人员以及其他社会社团、组织的名义、形象作证明的；（七）使用解放军和武警部队名义的；（八）法律、行政法规规定禁止的其他情形。第十四条规定，发布医疗广告应当标注医疗机构第一名称和《医疗广告审查证明》文号。第十七条第一款规定，医疗机构应当按照《医疗广告审查证明》核准的广告成品样件内容与媒体类别发布医疗广告。《市场监督管理行政处罚程序规定》第十九条规定，经核查，符合下列条件的，应当立案：（一）有证据初步证明存在违反市场监督管理法律、法规、规章的行为；（二）依据市场监督管理法律、法规、规章应当给予行政处罚；（三）属于本部门管辖；（四）在给予行政处罚的法定期限内。决定立案的，应当填写立案审批表，由办案机构负责人指定两名以上具有行政执法资格的办案人员负责调查处理。本案中，被申请人收到申请人的举报后，经核查认定，举报人所述页面展示的内容为真实医疗事件及患者致谢过程的客观记录与陈述，未出现以推销医疗服务或产品

为目的的诱导性、商业性宣传用语，不具备广告的营销导向属性，不存在违反《医疗广告管理办法》和《广告法》的行为，据此作出不予立案决定，具有相应的事实和法律依据，本机关予以支持。

综上所述，根据《中华人民共和国行政复议法》第六十八条的规定，本机关决定如下：

维持被申请人于2025年6月5日作出的举报事项不予立案决定。

申请人如对本决定不服，可以自接到本决定书之日起15日内依法向人民法院提起行政诉讼。



