

长治市市场监督管理局 行政处罚决定书

长市监广监罚字〔2022〕29号

一、当事人基本情况:名称：长治市第二人民医院；统一社会信用代码：121404004062702112；法定代表人：李晓东；类型：事业单位；宗旨和业务范围：为人民健康提供医疗与护理保健服务。医务与护理、医学教学、医学研究；卫生医务人员培训、卫生技术人员继续教育；保健与健康教育；养老服务、培训；住所：山西省长治市和平西街83号。

二、案件来源、调查经过及采取行政强制措施的情况:
2022年7月13日接到市局收文呈批卡，内容：“关于长治市第二人民医院医养结合康复中心虚假广告宣传实名投诉举报信”和山西市场监管投诉举报平台投诉单（编号：21140000002022071203790934）；以及长治市市场监管投诉举报平台举报单（编号：21140400002022071301419940）；7月25日接到长治市市场监管局信访（舆情）办理卡（编号：长市监舆办〔2022〕8号），内容：“山西省市场监管局关于转办投诉举报信件的通知”。经核实，上述收文呈批卡、投诉单、举报单、信访（舆情）办理卡均是反映长治市第二人民医院医养结合康复中心虚假广告宣传，投诉举报为同一人，且投诉举报内容一致。

通过进一步调查得知，上述广告是由山西楷模广告传媒

有限公司进行代理制作发布的，随即对案源线索进行了登记。

2022年7月14日，长治市市场监督管理局执法人员来到长治市上党区苏店镇苏庄村，就“关于长治市第二人民医院医养结合康复中心虚假广告宣传实名投诉举报信”以及“12315投诉举报平台举报单举报长治市第二人民医院医养结合康复中心电梯广告虚假宣传”进行现场核查，当事人长治市第二人民医院医养结合护理院负责人王补青和后勤常秋生陪同检查，执法人员现场制作了检查笔录。现场当事人提供了以下相关材料：

①长治市第二人民医院主体资格证明复印件和长治市上党区安馨养老康复中心《民办非企业单位登记证书》正、副本复印件（当事人签字盖章予以确认）。

②长治县安馨养老康复中心与山西省长治市第二人民医院签订的协议书，经当事人签字盖章确认提取了复印件（当事人签字盖章予以确认）。

③当事人提供了长治市第二人民医院关于对长治市市场监督管理局转李树荣投诉函的回复（共2页）。

④当事人提供了长治市第二人民医院开展医养结合项目的运行情况（共3页）。

⑤当事人提供了前期向多个有关部门反映的“长治市第二人民医院关于胡云芝医疗纠纷的情况说明”（共5页）。

2022年7月27日，执法人员在长治二院医养结合护理院现场调查取证时，调取了当事人财务电脑系统入住人员信息花名表（共4页），当事人王补青现场予以盖章确认，并提供了长治市第二人民医院医养结合护理院（暂行）收费标准表以及长治市第二人民医院医养结合护理院值班安排表（2021年8月1日—3日），当事人还现场提供了相关制度汇编和医务人员花名册及资格证书。经查，长治二院医养结合护理院是长治二院的下设科室，执行长治二院一线业务科室倒班制度及相关管理制度。

另查，当事人长治二院医养结合护理院设有200张床位，常年入住老人140人左右（其中含有20余名“五保”老人），共开设有7个护理单元（服务区域）供社会老人入住，每个单元可开放20张床位（正常可住15人左右），另设有“五保”老人的护理单元，实行24小时倒班制（分白班、夜班、全班）。2022年7月29日，执法人员现场走访了该护理院的7个单元护理区，护理区内设有医生办公室和护士护理办公室，并悬挂有值班人员的姓名和联系方式的牌匾。执法人员当场随机选取5名在住老人进行现场询问，并录制了视频，进行了记录。

2022年8月9日，执法人员现场检查，并拍摄了当事人开展医疗活动的现场照片13张，并予以确认。随机抽取通知了4名家属，希望家属对长治二院医养结合护理院关于“24小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更省心”的服务水平、质量和态度等进行一下客观评价，当日，家属积极

配合，并提供了情况说明材料。随后，执法人员在护理院工作人员的帮助下，对所有 7 个护理单元的实有入住老人及家属发放了“长治市第二人民医院医养结合护理院照护服务满意度调查表”，共收取服务满意度调查表 134 份。

通过调查得知，入住时间最长的是 6 年，普遍反映护士护理的很好，认真周到，全天候服务，随叫随到，有什么问题能及时处理，而且饮食服务较全，环境较好，每天能锻炼、做操，恢复的很好；部分老人生活不能自理，其家属反映，该护理院工作人员护理的相当到位，各方面照顾的非常周到，老人身体状况和精神状态都很好，家属都很满意。照护人员能根据入院老人需求及时给予相应的帮助；能做到 24 小时照护；能达到入住老人的心理预期效果；都一致认为“24 小时的精心呵护，比护士更专业，比保姆更省心”的广告宣传内容不存在虚假或引人误解，且未对入院选择产生实质性影响；总体评价在入院期间的照护服务老人家属都是满意的。

另查，当事人提供了《关于与死者签订的入住协议及服务承诺等问题的情况说明》，具体内容：“死者胡云芝，女，55 岁，于 2021 年 6 月 24 日上午 11 时 50 分办理入住长治市第二人民医院医养结合护理院的相关手续。经多人评估组入院综合评估结果：日常生活活动评估得分 10 分（重度受损），精神状态评估得分 2 分（中度受损），感知觉与沟通评估得分 7 分（重度受损），社会参与评估得分 19 分（重度受损）；查体存在认知力、定向力、计算力下降，可独立完成翻身和

进食；双下肢活动受限，不能平地行走；空间体位转换、穿脱衣服、如厕需要辅助。初次评估等级：重度失能；照护等级：介护四级。整个评估过程由胡云芝的女儿李彦平全程陪同，老人的全部信息由李彦平提供。同时，对家属进行入住宣教和风险告知，家属对老人风险评估结果逐一进行签字确认。根据我院管理流程可以试入住 7-10 天，之后签订正式入住协议。2021 年 7 月 6 日我院工作人员通过微信语音的方式联系家属李彦平尽快来院签署协议，同时告知照护过程中发现的风险，家属予以正面的回复和确认。2021 年 7 月 13 日，我院工作人员再次通过微信语音的方式联系家属李彦平催促其尽快来院签署协议，家属只是口头答应，并未来人。期间，家属来给老人送给几次生活用品和零食，每次都是放至门卫处匆匆离开。直至 2021 年 8 月 2 日噎食导致死亡事件发生后，也未能与家属签署正式入住协议。后附我院《照护级别确认表》、《医养结合护理院暂行收费标准》、胡云芝的《评估结果确认书》、《风险评估确认表》，及其他在住老人的服务合同。”

另查，入住护理院的老人主要有两类：一类是政府集中供养的特困人员，我院与民政局签订集中供养协议；另一类是社会老人，老人在试入住 7-10 天后，我们根据评估组综合评估的《评估结果确认书》、对照《照护级别确认表》和《医养结合护理院暂行收费标准》与老人或监护人签订养老服务合同，所以分别签署的是自理级到介护四级共 7 个级别的服务合同。《医养结合护理院暂行收费标准》中的特护和医疗

专户各级别是在养老服务过程中有医疗服务或其他需求时的对应标准，由于老人每次生病的情况不同，所以照护服务也相对不同且又是临时性需求，所以不采用签署这些级别的服务合同。

通过调查，首先，长治市第二人民医院医养结合护理院是长治市第二人民医院和上党区安馨养老康复中心合作开展医疗加养老服务模式的一个机构，双方签订有协议书，其中医疗和养老服务由长治市第二人民医院负责运营。该护理院现有从事医养结合服务的专业技术人员 83 名，均持有相关资质证明；现有入住老人 134 名，对其均是按照统一收费标准进行收费并进行评估，家属对评估结果签字确认后，根据相应的服务内容进行付费，办理入院手续。当事人制定有制度汇编，该制度第四部分第四章明确规定病房护士实行 24 小时三班轮流值班制，值班人员必须坚守岗位，履行职责，保证各项治疗、护理工作准确及时进行，通过现场走访入院老人和随即抽查的家属反映以及问卷调查得知，大家对服务照护都很满意。此外，执法人员通过调取查看 2022 年 8 月 1 日至 3 日的值班安排发现，事发当天各时段均有值班人员。故，举报人实名投诉举报的长治二院医养结合护理院电梯广告“虚假宣传，所宣传内容实际严重不符，涉嫌欺骗消费者”与执法人员调查核实的证据事实不符。因此，调查认为当事人不存在虚假宣传，不存在涉嫌欺诈消费者。

其次，当事人就患者胡云芝医疗事故纠纷已通过正当法律渠道积极和相关部门协调处理，也提供了相关情况说明，

就投诉举报的关于电梯楼宇视频广告，当事人长治二院也提供了完整版的广告视频和截图，对广告内容以及“24小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更省心”都予以认可。就该投诉举报的广告内容来看，虽然当事人值班制度完善，各岗位人员严格执行各项值班制度，而且服务态度和质量普遍反映较好，但是，广告内容过于笼统，在该视频广告每个画面中都出现“24小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更省心”等字样，通过调查得知当事人其广告允诺服务内容还是表述的不清楚、不准确、不明白，其行为涉嫌构成发布允诺服务表述不清楚、不准确、不明白的广告违法行为。通过进一步调查得知，该投诉举报的视频广告为医疗广告，医疗广告在发布之前，当事人需到相关部门进行审批，未经审批不得发布。经查，当事人发布的长治二院医养结合护理院电梯楼宇视频广告未经审批，其行为涉嫌构成未经审批发布医疗广告的违法行为。

我局于2022年8月15日对当事人进行立案调查，于2022年7月25日对当事人的委托代理人雷赫和王补青进行了第一次询问调查，并分别于8月1日和30日对当事人的委托代理人雷赫进行了第二次和第三次询问调查，于10月12日对委托代理人雷赫进行了第四次询问调查。

三、调查认定的事实与相关证据材料：第一部分（医疗广告）：经查，长治市第二人民医院是市属三甲综合公立医院，主要是为人民健康提供医疗护理保健服务，下设60余个科室，2016年与安馨养老康复中心开始合作探索医养结合服

务模式，2017年5月，长治市第二人民医院医养结合护理院开始试运行，为老人提供医疗护理、康复、娱乐、养老等综合服务。执法人员在上党区苏店镇苏庄村检查时发现“长治市第二人民医院医养结合护理院上党区安馨养老康复中心”和“长治市第二人民院医养结合康复医院”两块牌匾，经查，当事人在运营初期的名称是“长治市第二人民医院医养结合康复医院”，2018年底名称变更为“长治市第二人民医院医养结合护理院”，“上党区安馨养老康复中心”原名“长治县安馨养老康复中心”，因此，上述“康复中心”和“康复医院”与“长治市第二人民医院医养结合护理院”是同一单位，属于长治市第二人民医院下设的一个科室。

根据当事人提供的《长治市卫生和计划生育委员会关于长治市第二人民医院增设第二执业地点的批复》（长卫审批发〔2016〕385号）得知，当事人在长治县安馨养老康复中心增设第二执业地点。另，长治市第二人民医院持有医疗机构执业许可证，登记号为40627021114040211A1001，诊疗科目均包括老年病科专业、康复医学专业、预防保健科等。由此可知，当事人在长治市第二人民医院医养结合护理院可以开展医疗诊疗活动，提供养老服务。

经查，当事人通过楼宇电梯视频发布的广告有竖屏和横屏2个版本，我局对视频画面和内容进行了截图，并经当事人签字确认。竖屏视频广告具体内容为“长治市第二人民医院医养结合康复医院传统照护服务+现代医疗服务，24小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更省心，帮天下儿

女尽孝，为世上老人解难，地址：长治市英雄南路苏店镇，电话：0355-3091919”，截图共 13 页 13 张，**横屏广告具体内容**为“长治市第二人民医院医养结合护理院为世上老人解难，帮天下儿女尽孝，医养康护，全面融合，地址：长治市英雄南路苏店镇（南广场向南 2 公里），孝心连线：0355-3091919；369 运营模式：三大承诺全员兑现（没有异味、没有褥疮、没有孤独），六种疗法全方服务（心疗、食疗、药疗、动疗、医疗、水疗），九师团队全程照护（医师、护士、康复训练师、药剂师、心理咨询师、营养师、照护师、社工师、水疗师）”，截图共 5 页 10 张，两版广告均有涉及提供医疗服务的内容，而且，该护理院定位于医疗需求旺盛的失能、半失能的老人，实行“有病治病，无病疗养，全程托护”的一站式服务，设有老年病科、中西医结合科、呼吸内科、心血管内科、神经内科等临床科室和检验、放射、超声、药剂、心电图等科室，因此，经我局认定，上述广告内容属于医疗广告。慎重起见，我局于 2022 年 8 月 8 日向长治市卫健委发出《关于协助认定长治市第二人民医院医养结合康复中心广告宣传内容是否属于医疗广告的函》，8 月 17 日，长治市卫健委予以复函：“经认真研讨，根据《医疗广告管理办法》第二条释义，认定该则广告宣传内容属于医疗广告”。

经查，当事人长治二院提供了 2022 年 1 月 20 日至 2023 年 1 月 29 日的医疗广告审查证明以及广告样件，但是，经审查，该提供的广告内容样件与投诉举报的广告内容不一致，而且，当事人也承认投诉举报的广告视频播放期间未进行审

批。依据《广告法》第 46 条，发布医疗广告，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。

第二部分（广告内容）：另查，针对广告的具体内容，当事人做出了如下解释：一、长治市第二人民医院医养结合护理院是长治市第二人民医院下设科室，执行长治市第二人民医院的相关管理制度，实行与一线业务科室相同的倒班制（分白班、全班和夜班），也有值班表，并提供 24 小时全天候服务，同时结合护理院的工作内容和性质，制定有相应的岗位职责。二、工作人员包括医护人员和养老照护人员，均是有医学院校教育经历并参加过医养结合专业的培训，医护人员均有执业资格证，养老照护人员均有养老护理员或者护士的资格证件，其中，九师团队无需资格准入，没有提供资质准入手续。因此，该护理院的工作人员在医养结合服务方面是专业的，护理院的服务内容是医疗加养老全程照护，在“吃、喝、拉、撒、睡、医、养、尊、娱、为”等方面全方位服务，在某种意义上要比医院的护士工作更全面、更复杂、更专业，比家里雇用的保姆让儿女家属们更放心、更省心。尽管如此，当事人发布的广告中的部分内容还是存在表述不准确、不明白、不清楚。一是未对“24 小时的精心细致呵护”作出准确解释。仅从字面含义容易产生歧义，是否认为是“一对一”的 24 小时照护，存在表述不准确的成分，而当事人提供的情况说明中提到实行动态管理和急慢分治，只是实行 24 小时三班倒，保证 24 小时随叫随到，并不是“一对一”的 24 小时照护。二是未对“比护士更专业，比保姆更省心”，

作出清楚、明白的解释。虽然，当事人处现有主任医师 2 名，主治医师 5 名，康复技士 3 名，主管药师 1 名，副主任护师 1 名，主管护师 1 名，护师 3 名，护士 58 名（其中 31 人持有养老护理员证），养老护理员 9 名，均是持有相关资格证书的专业人员，但是，广告中并未对“比护士更专业，比保姆更省心”作出清楚、明白的解释，仅从字面含义容易产生曲解，比“护士更专业”的是什么，比“保姆更省心”的又是什么，是在医疗加养老的照护上比护士更专业，还是在服务质量和态度水平上比普通家庭雇用的保姆更省心，未在广告内容中详细的解释清楚、明白。从另一个角度看，广告顾名思义就是广而告之，向社会广大公众告知某件事物。广告投放播出宣传的目的是推销商品或提供服务，那么，看到广告的是整个社会群体，能让整个社会受众理解、明白广告的含义和广告的本质，而不为投放的广告产生歧义和曲解，这就要求广告主应当遵循广告相关法律法规规定，针对涉案视频广告也就显而易见存在表述不准确、不清楚、不明白。根据《广告法》第 8 条，广告中对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白；法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示。综上，当事人的“24 小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更省心”广告内容存在表述不准确、不清楚、不明白。

第三部分（广告费用）：另查，当事人在电梯内发布的内容为“24 小时的精心细致呵护，比护士更专业，比保姆更

省心”的广告字样是由山西楷模广告传媒有限公司代理制作发布的，当事人提供了两个年度的广告发布合同，日期分别是2019年8月15日至2020年8月14日、2021年3月5日至2022年3月4日。但是，合同中未约定视频广告的具体内容，而是根据当事人的工作需求，由合同双方协商进行拍摄、制作、播放的，自合同签订后，当事人发布的电梯楼宇视频广告以公益形象宣传为主，还有疫情防控、医养结合护理院和拜年等广告内容。当事人提供了“长治二院视频广告内容截图发布明细”（共计18页，35个广告画面截图）。

2019年8月15日至2020年8月14日所签订的合同主要条款为：第二条约定，本合同广告发布内容为甲方广告宣传，采用甲方提供的样带（样片）（“广告样片”）乙方制作，经双方确定无误后发布，广告发布方式为主屏（楼宇电梯），长治市第二人民医院“长二医办函（2020）6号、院长办公（扩大）会议纪要（2020年2次会议），2020年1月13日下午，李晓东院长主持”，（三）关于山西楷模广告传媒有限公司广告签订宣传合同时项，会议同意，根据山西楷模广告传媒有限公司与医院合作实际情况，由宣传科负责按照优惠后的合同金额（16万元），健全签订宣传合同（2019年8月15日至2020年8月14日）。合同主要内容：医养结合护理院、拜年广告、专家会议、科室宣传等，全年发布广告425部，拜年广告1000部，15秒科室广告片免费制作。

2021年3月5日至2022年3月4日所签订的合同主要条款为：第二条、第三条约定，本合同广告发布内容为广告宣

传，采用甲方提供的样带（样片）（“广告样片”）乙方制作，经双方确定无误后发布，可根据甲方需求随时更换广告发布内容。广告发布方式为主屏（楼宇电梯），“2021年第6号，中共长治市第二人民医院党委会工作任务单”，通过招投标与山西楷模传媒有限公司续签合同，将原20万元/300部/年合作套餐，增额为36万元/600部/年。

2022年8月26日，当事人提供了“关于长治二院医养结合护理院电梯广告制作投放情况的说明”和2022年8月30日，当事人提供了“长治安馨养老院王补青主任的微信截图与长治二院宣传科雷赫主任的微信截图”。另，山西楷模广告传媒有限公司提供了“二院楼宇电梯视频广告发布明细”、“楷模传媒价格方案报价表”、“广告费用概算情况说明”、“二院楼宇电梯视频发布监测图”（共7页，28个画面）、营业执照副本复印件一份。

经核实，通过当事人签订的两份年度广告发布合同及会议纪要和长治二院视频广告内容截图明细、以及山西楷模广告公司提供的广告制作投放情况说明和发布监测图得知，当事人投放播出的该举报人投诉举报的视频广告第一次是在2019年12月播放过一个月，第二次是在2021年8月播放过一个月。期间，因疫情爆发和长治二院宣传需求，这两个年度还同时播放了“疫情防控知识”、“支援武汉抗疫公益宣传”、“拜年广告”、“预防近视眼指南”、“高血压知识科普”、“防疫小贴士”、“长治二院形象宣传”等公益广告内容（其中，在二院8部电梯和公共区域、各银行6部电梯、六府院

等小区 20 余部电梯里投放过医养护理院的视频广告内容），2021 年 8 月，由于医养结合护理院发生医疗纠纷，8 月 27 日医调委介入调解医疗纠纷，上述广告视频就紧急下刊，至今未进行播放。

另查，根据长治市第二人民医院与山西楷模广告有限公司签订的合同，双方约定发布广告费用按照相应的支付比例分期支付，2021 年以前的广告费用已结算完毕，2022 年的广告费用按照签订的合同约定内容履行。由于合同中未约定具体播放广告的内容，上述广告播放期间还播放了其他公益、疫情、拜年等公益类广告内容，因此，涉及医养护理院的广告费用不能单独核算，可根据播出时长，按年度费用比例进行概算，2019 年 12 月制作发布费为 8500 元，2021 年 8 月制作发布费为 16400 元，长治二院医养结合护理院视频广告制作发布费用合计 24900 元。

调查认定的事实：当事人未经审批，而发布医疗广告，且广告内容不准确、不清楚、不明白；广告主为长治市第二人民医院，广告经营者、广告发布者为山西楷模广告传媒有限公司；广告费用为 2.49 万元。

上述事实，主要有以下证据证明：

1、长治市第二人民医院事业单位法人证书和医疗机构执业许可证复印件各 1 份，证明当事人主体资格合法，并具备承担法律责任的事实。

2、《长治市卫生和计划生育委员会关于长治市第二人民

医院增设第二执业地点的批复》(长卫审批发〔2016〕385号),证明当事人可以在上党区开展医疗诊疗活动,提供养老康复服务的事实。

3、长治市第二人民医院委托书3份和委托代理人身份证复印件2份,证明委托代理人合法身份。

4、长治市上党区安馨养老康复中心民办非企业单位登记证书正、副本复印件各1份,证明该中心与长治二院合作的合法身份。

5、长治县安馨养老康复中心和长治市第二人民医院协议书,证明双方合作的事实。

6、现场检查笔录1份和询问笔录4份,证明当事人违法发布广告并接受调查的事实。

7、关于对长治市市场监督管理局转李树荣投诉函的回复,证明当事人探索医养结合服务模式及广告投放的情况事实。

8、长治市第二人民医院开展医养结合项目的运行情况,证明当事人在医养结合领域运行的事实和所取得的社会关注认可的相关事实。

9、长治市第二人民医院关于胡云芝医疗纠纷的情况说明,证明当事人积极处理医患关系之间的纠纷事实。

10、入住人员表(共4页),证明当事人长治二院医养结合护理院入住老人基本信息的事实。

11、当事人收费标准表（2020.1.1），证明当事人长治二院医养结合护理院依法公开收费标准的事实。

12、当事人值班安排（2021.8.1—8.3）（共3页），证明当事人24小时全天候服务值班的事实。

13、现场拍摄提取85名电脑登记入住老人明细及随机对5名入住老人进行的走访记录，证明入院老人对当事人服务水平、质量、态度满意度的认可的事实。

14、4份家属情况说明材料，证明随机抽取家属对当事人的服务水平、质量、态度满意度的认可肯定的事实。

15、2022年8月9日现场调查拍摄照片（13个画面，7页），证明当事人开展医疗服务和养老诊疗的事实。

16、长治二院医养结合护理院照护服务满意度调查表（共计134份问卷调查表），证明当事人开展医养服务及老人家属都对其服务满意的调查结果事实。

17、“关于与死者签订的入住协议及服务承诺等问题的情况说明”以及“《照护级别确认表》《收费标准》《评估结果确认书》《风险评估确认表》”，证明死者胡云芝家属按照护理院的入住程序流程各个环节进行确认、评估、签字认可后入住该护理院，并享受到相应服务标准的介护四级服务的事实。

18、5份《养老机构服务合同》以及“关于复印提供的养老服务合同中没有体现收费价格表中的相应照护级别的

情况说明”，证明政府供养的特困人员和社会老人在入住该院时分别享受的不同级别的服务标准的相关事实。

19、竖版视频广告截图（13个画面，13页）和横版视频广告截图（10个画面，5页），证明当事人播放视频广告具体内容的事实。

20、长治市市场监督管理局《关于协助认定长治市第二人民医院医养结合康复中心广告宣传内容是否属于医疗广告的函》和长治市卫健委《关于<协助认定长治市第二人民医院医养结合康复中心广告宣传内容是否属于医疗广告>函的复函》，证明当事人发布被投诉举报的广告内容属于医疗广告的事实。

21、医疗广告审查证明（1份）、医疗广告样件（5份），证明当事人其他医疗广告曾进行审批过，而发布的该则被投诉举报的电梯广告未进行审批的事实。

22、视频广告截图（18页，35个画面截图），证明当事人于2019年12月、2021年8月这两个月发布的包含“长治二院医养结合护理院”在内的视频广告内容的相关事实。

23、长治二院与山西楷模广告传媒有限公司签订的广告发布合同和会议纪要及发票结算凭证，证明当事人按照合同履行发布楼宇电梯视频广告的事实。

24、长治二院医养结合护理院电梯广告制作投放情况说明和王补青、雷赫的微信截图（共2页），证明当事人发布医疗广告具体时间的事实。

25、山西楷模广告传媒有限公司“营业执照副本复印件”、“楷模传媒价格方案视频制作发布费表”、“广告费用概算情况说明”、“二院楼宇电梯视频广告发布费用明细表”、“长治二院楼宇电梯视频发布监测图”，证明当事人委托山西楷模广告传媒有限公司进行代理制作、发布的相关事实以及证明当事人委托山西楷模广告公司实际在 2019 年、2021 年两个 月发布该视频广告的广告费用真实核算的事实。

2022 年 10 月 25 日，我局向当事人直接送达了《行政处罚告知书》(长市监广告罚告 [2022] 06 号)。在法定期限内，当事人未提出陈述、申辩以及听证申请。

四、案件性质:当事人违法发布广告的行为，违反了《广告法》第八条：“广告中对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白；法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示”之规定，其行为涉嫌构成发布服务允诺表示不准确、不清楚、不明白的广告违法行为，同时违反了第四十六条：“发布医疗广告，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”之规定，其行为涉嫌构成未经审批擅自发布医疗广告的违法行为。

五、自由裁量理由等其他需要说明的事项：依据《山西省市场监督管理局行政处罚裁量权适用规则》第十条：“当事人有下列情形之一的，可以依法从轻或者减轻行政处罚：

(一) 积极配合市场监管部门调查，如实陈述违法事实并主动提供证据材料的”和《中华人民共和国广告法》行政处罚

裁量基准之规定，①该涉案视频广告不是造成患者死亡的直接或间接原因，二者不存在因果关系。②当事人发布该涉案视频广告时间是2019年12月份和2021年8月份共计2个月时间，未经审批擅自发布医疗广告的违法行为持续时间超过1年。③当事人在其自有场所8部电梯及银行公共区域6部电梯和六府院等4个小区20余部电梯，共计约34余部楼宇电梯里发布投放过该涉案视频广告。故，从以上情形综合考量，当事人违反《广告法》第八条，服务允诺表示不准确、不清楚、不明白的广告违法行为和违反《广告法》第四十六条，未经审批擅自发布医疗广告的违法行为，建议给予当事人一般行政处罚。

六、处理意见及依据：依据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第十四项“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请：（十四）违反本法第四十六条规定，未经审查发布广告的”之规定，责令当事人立即停止发布违法广告并在相应范围内消除影响，决定处以罚款人民币肆万玖仟捌佰元（4.98万元）；依据《中华人民共和国广告法》第五十九条第一款第一项“有下

列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下罚款：（一）广告内容违反本法第八条的规定”之规定，责令当事人立即停止发布违法广告并在相应范围内消除影响，决定处以罚款人民币五万元整（5万元）。决定合并行政处罚如下：

一、责令当事人立即停止发布违法广告并在相应范围内消除影响；

二、并处罚款人民币玖万玖仟捌佰元（9.98万元）。

请于收到本决定之日起十五日内将上述罚没款按照《非税收入缴款通知书》规定的缴款方式缴纳。逾期不缴纳罚款的，根据《中华人民共和国行政处罚法》第七十二条第（一）项的规定，每日按罚款数额的3%加处罚款；并将依法申请人民法院强制执行。

如不服本处罚决定，可在收到本处罚决定书之日起六十日内向长治市人民政府申请复议；也可于六个月内依法直接向长治市潞州区人民法院提起行政诉讼。当事人对行政处罚决定不服申请行政复议或者提起行政诉讼的，行政处罚不停止执行。

