

# 东莞市市场监督管理局

## 关于儿童青少年近视防控产品服务 广告发布的提示

儿童青少年近视防控产品服务领域乱象频发，部分虚假宣传广告严重误导近视儿童青少年和家长，威胁儿童青少年视力健康，根据国家市场监管总局办公厅《关于开展儿童青少年近视防控产品违法违规商业营销宣传专项整治行动的通知》的要求，对涉及儿童青少年近视防控产品服务广告发布相关事项提示如下：

一、在目前医疗技术条件下，近视不能治愈。儿童青少年时期可以通过科学用眼、增加户外活动时间、减少长时间近距离用眼方式预防、控制和减缓近视。发布儿童青少年近视防控产品服务广告，应当遵守《中华人民共和国广告法》的各项规定，并不得使用“康复”、“恢复”、“摘镜”、“降低度数”、“近视治愈”、“近视克星”、“度数修复”等表述或者降低近视度数的画面、视频等误导近视儿童青少年和家长。

二、发布涉及治疗近视的科目和诊疗技术的医疗广告，广告主应当取得医疗机构执业许可证，并在广告发布前将广告内容送

交东莞市卫健局进行审查，取得《医疗广告审查证明》，并严格按照审查通过的广告内容进行发布，不得擅自剪辑、拼接、修改。

三、发布涉及治疗近视的药品、医疗器械、保健食品广告，应当在广告发布前将广告内容送交广东省药品监督管理局进行审查。取得药品、医疗器械、保健食品广告审查批准文件，并严格按照审查通过的广告内容进行发布，不得擅自剪辑、拼接、修改。

四、普通食品或者不具备“缓解视疲劳功能”的保健食品广告，不得出现“缓解视疲劳功能”或者“改善视力”等功能性宣传内容。

五、除医疗、药品、医疗器械以外，其他任何商品或者服务包括眼镜配制在内等广告均不得涉及近视治疗的内容，或者明示或者暗示可以降低度数、恢复视力、矫正治疗近视等误导近视儿童青少年和家长的内容。不得宣传诊疗效果或者对安全性、功效做保证性承诺；不得冒用中医药名义或者假借中医药理论、技术进行营销宣传欺骗消费者；不得借用患者或者消费者的名义或者形象进行诊疗前后效果对比或者作证明。

市场监管部门请各广告主、广告经营者、发布者切实履行《中华人民共和国广告法》第三十四条规定的广告审查责任，对儿童青少年近视防控产品服务的广告依法严格审查把关，防止欺骗和误导儿童青少年和家长的虚假违法广告得以发布。

媒介方平台经营者、广告信息交换平台经营者以及媒介方平台成员，包括电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的违法广告，应当采取删除、屏蔽、断开链接等技术措施和管理措施，予以制止。

也提醒广大儿童青少年家长不要轻信能够“降低度数”、“治愈近视”的违法违规商业营销宣传，科学护眼，正确选择儿童青少年近视防控产品。

市场监管部门将进一步加大对儿童青少年近视防控产品服务违法违规商业营销广告的执法力度，坚持依法行政、违法必究的原则，对违反《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理暂行办法》等法律法规的广告违法行为，依法惩处。



东莞市市场监督管理局

2022年4月5日