

# 医疗器械类目快分销怎么申请？通过率大吗？抖锋小薛

产品名称	医疗器械类目快分销怎么申请？通过率大吗？抖锋小薛
公司名称	河南抖锋科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	洛阳市洛龙区正大国际东区6幢1312室
联系电话	16692342424 16692342424

## 产品详情

为了规范快手电商平台运营秩序，保障用户权益。快手现制定《医疗器械及健康服务行业宣传规范》，规范带货达人推广内容和行为，避免营销违规和售后纠纷，望带货达人朋友们及时关注。那么快手新增医疗器械及医疗健康服务行业有哪些规范？

本规则于2022年3月29日制定，于2022年4月6日生效。

### 张【宣传内容和行为要求】

快手小店带货达人推广医疗器械、医疗健康服务、医美商品/服务时，除须遵守《快手小店带货达人宣传规范》、《电商短视频创作指南》等要求外，还需遵守《社区管理规范》及以下内容和行为要求：

1、需遵守相关法律法规规定。

2、达人推广的商品须符合相应行业有关商品发布的规定，包括但不限于《医用保健行业管理规范》、《本地生活行业管理规范》等。

3、根据《快手快分销平台管理规范》等要求/协议，对于医用保健、医疗美容产品等类目下的部分商品，禁止不符合类目推广准入要求的达人进行推广。

4、宣传涉及医疗器械名称、适用范围、作用机理、结构及组成等内容的，不得超出监管部门批准的注册证书或备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。

5、对禁忌内容、注意事项、适用范围和其他注意事项的表述应当完整准确，确因性强或者篇幅较大，不适合在直播间和短视频完整表述的，应显著提示用户“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”。

6、不得出现以下推广情形或内容：

(1)功能、功效的宣传超出产品的备案、注册、审批范围;

(2)含有明示或暗示商品功效、效果、安全性的断言或者保证;

(3)含有说明治愈率、有效率等暗示或宣称疾病治理效果的;

(4)与其他医疗器械商品就功效和安全性作比较的内容;

(5)宣传或暗示两性、壮阳或保健食品功效;

(6)使用或变相使用涉国家机关及其工作人员、军队单位及人员、军队设备/标识等名义或形象宣传;

(7)使用科研单位、学术机构、行业协会或专家、学者、医生、药师、患者等的名义或形象作推荐、证明;

(8)虚构交易，编造不实用户评价;

(9)违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需等内容；

(10)引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情；

(11)含有无法证实的所谓“科学或研究发现”、“实验或数据证明”等方面的内容；

(12)含有“有效”、“安全”、“零风险”、“无毒副作用”等内容的；

(13)明示或暗示含有一种或多种“天然”成分，安全性有保证的内容；

(14)含有“热销、抢购、试用”、“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“保险公司保险”等保证性内容；

(15)含有“高技术”、“科学”、“先进”、“ ”、“ ”等化或排他性用语；

(16)含有不反复、三天即愈、无效退款、根治、比手术安全、包治百病、一盒见效、彻底康复、痊愈、立马见效等禁止性用语。

7、达人推广医美产品/服务时，应根据产品说明书和服务内容如实介绍，不得以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者，要言之有据。

8、达人推广医美产品/服务过程中应避免以下情形：

(1)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。

(2)宣传未经卫生健康行政部门审批、备案的诊疗科目和服务项目。

(3)宣传诊疗效果或者对诊疗的安全性、功效作保证性承诺，保证治愈率、有效率诊疗效果，出现夸大、超出实际效果的描述。违规描述常见以下词汇：

a. 无恢复期、无依赖、保险公司承保;

b. 保证功效、效果保障、立刻见效、三天见效、手术前后效果对比、无效退款等;

c. 0(零)差评、0(零)失误、0(零)风险、0(零)事故;

d. 一步到位、一劳永逸、一生受益、一次(一针)见效、一次成型;

e. 永不反弹、决不反弹、杜绝反弹、拒绝反弹;

f. 无痕、无创：手术有创口的项目不能无痕、无创描述。

(4)利用行业协会以及其他社会团体或组织的名义、形象证明产品功效。

(5)以自己体验过或其他患者名义或者形象宣称产品有效，利用自己或他人诊疗前后效果对比证明产品功效

(6)邀请“医生”“专家”形象人员出现在直播间，宣称自己或他人是该产品的“推荐官”、“体验官”。

9、推广医用口罩、新冠自检试剂、核酸检测服务等产品/服务时，须遵守医疗器械的相关规定，宣传内容聚焦于产品本身，不超出产品说明书的范围，不得渲染“有效性”，不得炒作新冠疫情、煽动用户恐慌和焦虑情绪。