

《成都市医疗美容网络营销规范》

编制说明

团标起草组

二零二四年九月

一、工作简况

（一）任务来源

根据 2024 年全国标准化工作要点，大力推动实施标准化战略，持续深化标准化工作改革，加强标准体系建设，提升引领高质量发展的能力。依据《中华人民共和国标准化法》，以及《团体标准管理规定》相关规定，成都市医疗美容产业协会决定立项并联合相关单位共同制定《成都市医疗美容网络营销规范》团体标准。于 2024 年 7 月 2 日，成都市医疗美容产业协会发布了《成都市医疗美容网络营销规范》团体标准立项通知，正式立项。为响应市场需求，需要制定完善的成都市医疗美容网络营销规范，对医疗美容网络营销进行管理，满足市场质量提升需要。

（二）编制背景及目的

成都市医疗美容网络营销的现状是多元化和活跃的，政府和行业协会都在积极推动行业的健康发展。成都市医疗美容产业协会在网络营销方面发挥着重要作用，通过制定团体标准和自律规范来引导行业自律和规范发展。例如，成都市医疗美容产业协会发布了《成都医疗美容产业发展规划（2018-2030 年）》和《成都市加快医疗美容产业发展支持政策》，旨在打造全国领先、全球知名的“医美之都”。

在网络营销的具体实施上，成都市的医疗美容机构采取了多种策略，包括但不限于社交媒体营销、搜索引擎优化（SEO）、内容营销、在线广告、直播营销等。这些策略旨在提高品牌知名度、吸引潜在客户、提供在线咨询服务以及建立品牌信任。

成都市市场监管局也发布了《四川省医疗美容网络直播领域行政合规指导清单》，以规范网络直播营销行为，保护消费者权益，并

维护良好的网络交易秩序。此外，成都市还加强了对医疗美容广告的监管，明确了医美广告监管执法中的六类情形，以维护市场秩序。

随着互联网技术的发展和消费者需求的变化，成都市医疗美容网络营销也在不断创新和适应新的市场环境。例如，通过利用大数据和人工智能技术，医疗美容机构能够更精准地分析消费者行为，提供个性化的服务和产品推荐。

成都市医疗美容网络营销正处于一个快速发展和不断规范的阶段，政府、行业协会和医疗美容机构都在共同努力，以促进行业的健康发展，同时保护消费者的权益。

（三）编制过程

1、项目立项阶段

目前，并没有医疗美容网络营销相关的标准，因此，为促进医疗美容网络营销，亟需制定《成都市医疗美容网络营销规范》团体标准。

《成都市医疗美容网络营销规范》标准的编制实施将进一步规范成都市医疗美容网络营销，完善成都市医疗美容服务相关标准体系。

2、理论研究阶段

标准起草组成立伊始就成都市医疗美容网络营销进行了深入的调查研究，同时广泛搜集相关标准、法律法规，进行了大量的研究分析、资料查证工作，确定了标准的制定原则，结合现有经验，为标准的起草奠定了基础。

标准起草组进一步研究了成都市医疗美容网络营销的要求，为标准的具体起草指明方向。

3、标准起草阶段

在理论研究基础上，起草组在标准编制过程中充分借鉴已有的理论研究和实践成果，经过数次修改，形成了《成都市医疗美容网络营销规范》标准草案稿。形成标准草案稿之后，起草组召开了多次专家研讨会，从标准框架、标准起草等角度广泛征求多方意见，从理论完善和实践应用方面提升标准的适用性和实用性。经过理论研究和方法验证，明确和规范成都市医疗美容网络营销要求。起草组形成了《成都市医疗美容网络营销规范》（征求意见稿）。

4、征求意见阶段

于2024年9月，标准由成都市医疗美容产业协会通过全国团体标准信息平台面向全社会进行公开征求意见。同时由标准编制小组进行定向征求意见。

5、专家审核

拟定于2024年10月组织专家对团体标准进行函审，汇总意见并修改后报批。

6、发布

拟定于2024年10月发布标准并实施。

（四）主要起草单位及起草人所做的工作

主要起草单位：成都市医疗美容产业协会、上海中联（成都）律师事务所、四川中奥（巴中）律师事务所、四川发现（雅安）律师事务所、泰和泰律师事务所、北京大成（成都）律师事务所、北京北斗鼎铭（成都）律师事务所等多家单位的专家成立了规范起草小组，开展标准的编制工作。经工作组的不懈努力，在2024年9月，完成了标准征求意见稿的编写工作。

2、广泛收集相关资料。

在广泛调研、查阅和研究国际标准、国家标准、行业标准的基础上，形成本标准征求意见稿。本文件没有规范性引用文件。

二、标准编制原则和主要内容

（一）标准制定原则

本标准依据相关行业标准，标准编制遵循“前瞻性、实用性、统一性、规范性”的原则，注重标准的可操作性，严格按照 GB/T

1.1 最新版本的要求进行编写。

（二）标准主要技术内容

本标准征求意见稿包括 9 个部分，主要内容如下：

1、范围

介绍本文件的主要内容以及本文件所适用的领域。

2、规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3、术语和定义

界定了医疗美容服务、医疗美容服务网络营销、医美广告、医美种草、医美健康科普、医美团单促销、医美服务信息的术语定义。

4、基本原则

医美网络营销应遵循合法性、真实性、诚信、公平竞争、公序良俗的原则。

5、医美网络营销主体

医美网络营销主体包括网络营销平台、网络账号运营者、网络营销人员、网络营销人员服务机构、美容医疗机构。并对各主体做出规定。

6、美容医疗机构

本章节对美容医疗机构的网络营销活动管理做出规定。

7、产品及服务规范

本章节对医疗美容产品和服务做出规定。

8、营销内容及行为

本章节对医疗美容营销内容和行为做出规定，包括医美广告、医美健康科普、医美团单促销、医美服务信息发布、医美营销价格、医美宣传。

9、医美网络营销负面清单

本章节给出了医美网络营销负面清单。

(三) 主要试验（或验证）情况分析

结合企业内部管理和外部抽查进行验证。

(四) 标准中涉及专利的情况

不涉及。

(五) 预期达到的效益（经济、生态等），对产业发展的作用的情况

保障成都市医疗美容服务的健康发展，保障消费者权益，提高行业规范性。

(六) 与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制性标准的协调性

符合现行相关法律、法规、规章及相关标准，与强制性标准协调一致。

(七) 重大分歧意见的处理依据和结果

无。

(八) 标准性质的建议说明

本标准团体标准，供社会各界自愿使用。

(九) 贯彻标准的要求和措施建议

无。

(十) 废止现行相关标准的建议

本标准为首次发布。

(十一) 其他应予说明的事项

无。

《成都市医疗美容网络营销规范》

起草组

2024年9月9日