

>> [来自学者]

厦门大学新闻传播系教授黄合水：

规范、控制与改良

Criterion, Control And Improvement

1、正常传播渠道堵塞， 传播形式更加混乱。

虚假医疗广告的泛滥一方面是广告主等受到利益的驱使，但在客观上也说明社会对医疗服务信息的需求量很大。市场营销学的基本原理之一是需要造就市场，只要这种需要存在，即使取消法定的广告形式，信息仍会其他形式出现，一度泛滥的电线杆广告、厕所广告、小传单之类可能成为新的载体。虽然卫生部相关人士透露国家在取消医疗广告后将由政府统一发布医疗服务信息，但如今医疗市场国立医院与民营医院竞争地位的不平等很难保证政府发布的信息是全面的。此外，偏远地区的居民本就缺乏信息来源，广告这一合法形式被堵死后，他们很难找到可替代的既权威又方便的信息传播形式，真正需要医疗信息的患者将变得更加无助。

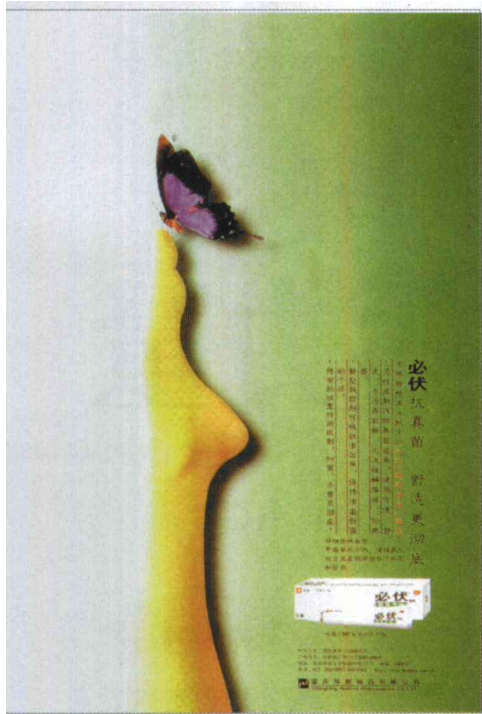
2、市场化进程受阻， 竞争环境有失公平。

由于行业和体制的原因，国立医院很容易靠其历史、品牌和国家背景获得人们的信赖，而且他们已

有大量固定的医保群体，因此他们不作广告依然顾客充沛。而民营医院大多被排除在定点医保医院之外，要获得市场份额就只能靠自身的努力，广告是其最为重要的一种市场营销与品牌推广方式。北京市同仁长虹医院是全国定点医保唯一两家民营医院之一，其工作人员称通过广告找到医院的，大概占40%-50%左右。可以想见，广告对未被纳入定点医保的民营医院有多么重要。难怪一家民营医院的院长坦言：“没做广告时，连附近的居民都不知道我们是一家医院。做广告后，医院就门

庭若市。假如不允许做医疗广告，对我们来讲，打击可能是致命的。”湖南中医研究所一位专家认为，彻底取消医疗广告后，民营医疗机构的竞争力一方面要通过自身建设，提高技术和服务水平来获得；另一方面，还需要政府为民营机构提供与公立医院平等竞争的市场环境。无疑，医疗广告的取消将使民营医院的处境更加被动，与公立医院竞争的环境将更加艰难。我国本是一个优质医疗资源稀缺的国家，老百姓看病难是长期存在的问题。2000年中国卫生总体表现在世界卫生组织





对191个国家的排名中列144位，还不如伊拉克等国。民营医院的出现在一定程度上缓解了这一矛盾，而且的确有一些民营医院能为患者提供方便而优质的服务，如上海万豪医院。“一刀切”的政策不仅会切掉医疗市场的“恶瘤”，也会切掉正在生长的，为整个市场赋予新鲜生命力的“新肉”，有失公正。此外，医疗市场若缺乏必要的竞争，形成非福利性的垄断，最大的受害者还是普通老百姓。

3、利益失衡，问题重重。

一个医疗广告的出炉涉及到广告主、广告公司、审批部门、刊播媒介、监管部门等诸多机构，这其中的利益关系错综复杂。正如傅民魁教授所说：“医疗市场就是一张网，它涉及各部门、各行业的利益。”一旦采取“一刀切”的简单做法后，医疗市场看似干净了，但背后的利益矛盾将更加尖锐，更难解决，它涉及到

方方面面利益重构的问题，其复杂性与虚假医疗广告相比有过之而无不及。

4、暴露政府执政能力的贫乏。

我国的《医疗广告管理办法》中明确规定了医疗广告的合法地位，《广告法》中虽未明确指出，但根据“法不定即自由”的原理，医疗广告的存在是完全合法的，各医疗机构运用这一工具为自己进行宣传也是有法律保障的。仅仅因出现问题就要废除法律所规定的事实，用行政命令肃清市场，说明政府执政观念仍困守在过去行政高于一切的窠臼中，不符合市场经济发展的规律。此外，不根据市场的发展来完善监管政策，而是一了百了的“彻底取消”，这种方法是否太简单粗暴，因噎废食？须知，这一政策打击的不仅是违法分子，更是整个医疗市场。一刀切掉医疗广告，政府是轻松了，但今后辨识虚假医疗信息的责任完全转嫁到百姓个人头上，这似乎并不是有能力、负责任的政府应有的表现。

所以，对医疗广告绝不应简单地进行“革命”，而应从各个方面、各个层次考虑对策，社会各部门共同努力，对其进行规范，控制，以“改良”的方式使其逐步走上正轨。以下是笔者的几点建议：

1、健全法规，加强执法与监管力度。

现行法律对审批、监管部门的职责规定过于粗疏，对违法者处罚力度也不足以慑服当事人。在法律中应明确各管理部门承担的责任，促使他们在实际操作中真正做到执法必严与监管有力。处罚力度也应

根据现实情况的变化进行适当的修订。

2、行业自律，提高诚信观念。

许多西方发达国家均可以做医疗广告，但并未出现我国这样的局面，除了法律与政府的作用外，很重要的原因在于他们的医疗机构相当重视商业信誉，把信誉看作企业生存的根本，在此基础上，不论是医疗机构、广告公司还是媒介都自觉学习相关法律法规，在实际操作中不敢越雷池一步。这点是值得我国相关行业人士学习的。

3、培养公众的声音。

我国大部分公众由于信息匮乏，传统文化性格以及维权意识淡薄等极易受到虚假广告的诱导，而受害之后又鲜有人能发出自己的声音，往往自认倒霉，不了了之。这既是对违法者的放纵，又是对守法者的不敬。公众应维护自身的合法权益，对虚假的医疗广告应通过合法的渠道予以坚决的揭露、投诉甚至起诉，只有全民动员才能使虚假广告无安身之所。这一点政府应予以支持，比如建立专门的热线电话和网站，组织大规模的打假活动等。

4、深化医疗体制改革。

我国的医疗体制改革已进行十余年，旧的问题解决，更多的新问题又出现。体制的不成熟与不健全是利益不平衡的根本原因，利益的不平衡将驱动人们铤而走险。因此，深化体制改革，明确国立医院与民营、股份制医院各自的地位、职责与利益，在医疗行业内部以及相关行业中形成合理的利益重构，是治疗医疗市场沉痾最根本的办法之一。