




警示必读

你踩红线了吗？ 口腔医生做科普前必看清单

基于多省负面行为清单的实操避坑指南

-  避免账号被限流、约谈整改与法律责任
-  解读最新健康科普"十不许"规范政策
-  守护医者专业度与公信力的必备指南

适用人群

 口腔医生  媒体编辑  医疗机构

专业科普，安全发声

科普规范

2025版

目录

1

为什么做口腔科普要谨慎?

科普不是"白区作战", 越线后果严重

2

各地政策一览与红线出台背景

四川、上海、黑龙江等多地政策解读

3

十大违规行为红线详解

内容规范与身份规范并重

4

典型案例警示

"网红医生"不是保护伞, 违规必追责

5

合规内容创作建议

五条底线与实操指南

6

核心结语

科普是影响力, 不是变现工具



做科普不是“白区作战”



医生成为科普主力军

短视频、小红书、公众号全面占据流量高地，越来越多口腔医生投身科普创作，试图用“专业+影响力”赢得患者信任。医生不只是治疗者，也是公众健康认知的“第一解说员”，必须要为发言背书。



违规风险层层加码

一旦越线，轻则账号被限流、约谈整改，重则失信记录、单位问责，甚至触碰法律红线。合规意识必须成为内容创作者的基本素养。



各地负面清单密集出台

多地卫生主管部门密集发布健康科普“禁区清单”，逐步明确平台责任、医生边界、内容底线。未来或将形成全国统一监管标准，违规成本将不断上升。



国家卫健委严管态度明确

面对“伪科普变现”“医闹式营销”等现象，监管部门已多次表态加强治理。医生发声不能成为牟利工具，更不应背离医疗伦理。内容影响力越大，合规要求越高。

患者看你說什麼，平台看你怎么说。
专业说话，也要专业守规。



政策速览：科普不能"想说就说"



四川省

2025年3月

- 禁止以健康科普形式**变相发布广告、带货行为**
- 禁止发布**虚假、夸大治疗效果**的内容
- 禁止**擅自以单位职务身份**开设个人账号



上海市

2025年3月

- 禁止医生个人**未报备开设**自媒体账号
- 禁止机构或个人与**不良营销MCN合作**运营科普号
- 禁止**已退休、已离职人员**继续用原单位名义做传播



黑龙江省

2025年4月

- 明确"健康科普十不许"行为规范
- 特别强调"**不得误导群众**"
- "**不得虚构病例**" "**不得跨专业炒流量**"



国家卫生健康委

新闻发言人胡强强

- 指出当前存在"**直播带货**"、"**高价开药**"问题
- 关注"**线上线下联动敛财**"等"网红医生"乱象
- 将加大对相关行为的**监管与平台问责**

这些规范看似严苛，实际上正是对公众安全的最低保护线。



科普十大红线（上）

1

发布内容违反法律法规、违背国家方针政策

如散布抗拒预防接种、鼓吹虚假疗法、否定口腔疾病科学管理路径，或发布与国家医疗政策相违背的内容

【⚠️避坑提示】引用数据需标注权威来源，引用国外研究应注明适用限制。

2

虚假、错误或未经验证的健康信息

如"牙周病会导致脑梗死"、"只靠漱口水就能治龋齿"等缺乏科学依据或证据支持的内容，误导公众认知

【⚠️避坑提示】避免使用“仅靠”“唯一”“百分百”等绝对用语。

3

以"科普"之名发布广告或带货信息

包括商品露出、优惠引导、私域二维码植入、直播销售正畸套餐等，将专业知识转变为商业变现渠道

【⚠️避坑提示】如有服务推广意图，应在显著位置声明广告性质并完成报备。

4

夸大治疗效果或制造"口腔焦虑"

如"种牙可以终身不用修复"、"牙齿不齐等于毁脸"等情绪化表达，通过制造焦虑推动决策

【⚠️避坑提示】描述疗效时需提及个体差异与专业评估，避免审美焦虑化表达。

5

擅自以医生/单位名义开设账号或发布信息

如未报备的"主任医师王某讲牙病"，误导公众背后有医疗机构授权，违反单位规定使用职务身份

【⚠️避坑提示】请在开设前向所在科室或宣传部门完成登记流程。



科普十大红线（下）

6



委托黑MCN或违规代运营

MCN机构操作"擦边文案"，用医生头像伪装种植日记故事进行虚假传播

【⚠️避坑提示】选择运营方时应审核其合法性并签署内容合规责任协议。

7



侵犯隐私或制造审丑内容

未经患者同意发布前后对比图、手术画面，使用歧视、恶搞语言

【⚠️避坑提示】任何患者影像发布前必须完成知情同意，尊重患者隐私。

8



编造身份、虚构履历、套用职务

如标注"中华口腔医学会种植分会委员"而实际并非成员，虚假学术头衔

【⚠️避坑提示】简介、名片、主页等身份信息均需真实可证，离职后应明确"曾任"。

9



抄袭、套改他人内容

使用盗图、洗稿、模仿他人风格冒充原创者，均属于侵权行为

【⚠️避坑提示】使用素材请注明来源，尽量坚持原创或获得正式授权。

10



已离职仍使用原单位信息

如"原某三甲医院主任"身份仍用于公众号、抖音账号推广

【⚠️避坑提示】原则上离职即停用，若需保留身份应注明"曾任"+时间范围。

政策明确指出，科普行为的"形式"合法远远不够，还需"身份""内容""渠道"全链条合规。



案例警示："网红医生"不是保护伞

央视财经、红星新闻等媒体近期披露多个"科普乱象"案例：



央视财经曝光

冒充"专家"高价诱导私诊

某医生线上自称"知名专家"，引导患者加微信、到私立诊所看病，开具价值**3000元以上**的药物，严重违背医疗伦理

判定逻辑：身份虚构 + 导流私诊 + 高价用药



红星新闻报道

"科普答疑"实为带货正畸

某直播平台多位"口腔医生"打着"正畸答疑"的旗号，实际按照销售脚本**推销隐形矫正项目**，隐藏价格陷阱

判定逻辑：虚假互动 + 科普变销售 + 违规导流



媒体调查

AI合成虚假医疗内容

多个短视频账号使用**AI合成医生头像、配音**，虚构病例与治疗效果，利用算法博取流量，诱导患者线下就诊

判定逻辑：伪造身份 + 虚构疗效 + 商业目的

⚠️ 警示提醒

这些都不是个案，而是正在被重点整治的对象。一旦违规，不仅内容会被下架，个人还可能被纳入失信名单。

你是否也在无意中"学"了这些套路？



口腔医生合规建议&结语

五条合规底线建议，守护医者专业与公信力



不制造容貌焦虑

避免使用"龅牙毁脸""颜值翻倍"等审美误导，客观呈现医学干预本质



不承诺绝对效果

不要说"矫正后必定不复发"、"种牙后不用再管"，而应说明个体差异与风险



不插入价格/二维码

即便是个人执业项目，也应在评论区标注"本账号非医疗广告"，不能主动引导交易



不转发未经证实热点

如不明来源文献截图、外网"突破性疗法"，需核查出处，避免"自我背书"



不假借身份

不宜称"某知名连锁种植负责人""前公立主任"，若已离职，需撤下单位关联

结语

科普是**影响力**，不是**变现工具**

合规发言，守护医者专业与患者安全！

