

黑龙江省市场监督管理局 黑龙江省药品监督管理局 文件 黑龙江省知识产权局

黑市监联〔2026〕25号

黑龙江省市场监督管理局等3部门关于 印发《药品企业商标授权用于药品（非药品） 商品营销宣传合规指引（试行）》的通知

各市（地）市场监督管理局（知识产权局）、相关药品生产企业：

现将《药品企业商标授权用于药品（非药品）商品营销宣传合规指引（试行）》印发给你们，请认真贯彻落实。



黑龙江省市场监督管理局



黑龙江省药品监督管理局



黑龙江省知识产权局
2026年8月27日

药品企业商标授权用于药品（非药品） 商品营销宣传合规指引（试行）

为规范药品企业商标授权营销宣传行为，有效防范化解药品企业知名品牌的社會风险，保护消费者合法权益，维护公平有序的市场环境，根据《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国食品安全法》《化妆品监督管理条例》《消毒管理办法》等法律法规规定，制定本指引（试行）。

第一条 本指引适用于药品上市许可持有人、药品生产企业等药品企业（以下称“许可人”）将自己持有的有效注册商标，授权其他经营者（以下称“被许可人”）在药品以及保健食品、特殊膳食食品、化妆品、消毒产品、医疗器械、普通食品、日用品等非药品商品上使用，并进行商品营销推广的活动。

第二条 药品企业商标授权营销，必须严守药品安全底线，严格区分药品与非药品商品，防止利用药品企业商标声誉使消费者对非药品商品产生药品功效的误认。

第三条 药品企业许可商标应为中国境内有效注册商标。用于药品的，应确保已获准注册；用于非药品的，必须在被许可商品对应的类别上合法注册，避免超出注册商标核定使用范围。

药品企业许可商标仅在药品上驰名，授权非药品商品使用，应审慎评估是否导致混淆或淡化驰名商标，必要时可寻求跨类保

护的法律意见。

第四条 药品企业商标授权用于药品，被许可人必须取得相应的《药品经营许可证》或药品生产许可，药品须已取得批准文号。

药品企业商标授权用于非药品，被许可人应依法取得相应的生产经营许可或备案凭证，无相关许可不得生产销售，严禁无证经营、超范围经营。

第五条 药品企业商标授权使用商品的最小销售包装、标签、说明书，须符合该商品类别的强制性标准。重点审查商标是否与商品通用名称、属性标识清晰分离，不得导致消费者对商品性质（药品/非药品）发生误判。

第六条 商标授权合同应逐项列明被许可使用的商标、许可商品具体品类（药品须注明批准文号，非药品须注明品类属性），明确许可类型（独占、排他、普通）。禁止以“药品及相关产品”等模糊表述笼统授权。

第七条 许可人必须加强对被许可人商品质量、营销宣传行为、标签标识符合性的监督。被许可人营销宣传文案、广告样稿须事先经许可人合规审核；对于非药品商品，许可人应重点监督其是否含有明示或暗示表示药品功效内容，以及利用药品背景误导消费者。

第八条 被许可人应建立突发事件监测和消费者投诉举报处理机制，涉及药品的按法规报告，涉及非药品的若出现质量安全风险应立即通报许可人并采取下架、召回等措施。

第九条 因被许可人的原因导致药品质量问题或非药品商品出现广告宣传违法等行为、安全事件，给许可人商标声誉造成损害的，被许可人承担全部责任并赔偿。

第十条 被许可人须满足《药品经营质量管理规范》要求，保证购销渠道合法，并配合许可人完成不良反应报告和药品召回义务。

第十一条 被许可人不得实施混淆宣传行为，擅自使用许可人有一定影响的药品商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；擅自使用许可人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）；擅自使用许可人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等。

第十二条 被许可人不得对药品（非药品）商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

第十三条 被许可人使用商标营销宣传药品时，应当严格遵守《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国广告法》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等法律法规规定，取得药品广告批准文号，处方药广告仅限专业刊物。

第十四条 被许可人发布药品广告中必须标明药品批准文号，不得夸大疗效、超药品说明书范围宣传，不得利用商标混淆药品通用名称或生产企业信息。

第十五条 不得通过健康科普等形式变相发布药品广告，科

普内容不得出现药品商品名称、生产企业名称等具有商业推广性质的信息。

第十六条 被许可人使用商标营销宣传保健食品、化妆品、消毒用品、普通食品等非药品商品时，禁止出现以下情形：

1. 明示或暗示商品具有预防、治疗、诊断疾病的作用。

2. 使用与药品相混淆的用语，如“疗效”“疗程”“治愈”“药妆”（化妆品禁用）、“抗炎”“消炎”（消毒产品规范用语除外，但不得宣称治疗疾病）等。

3. 利用药品批准文号、药品广告审查信息、医疗术语、医生患者形象为非药品背书。

4. 将非药品商品与许可人的药品作功效关联对比，暗示“同源、同效”。

5. 药品、医疗器械、保健食品广告，不得利用广告代言人作推荐、证明。

第十七条 营销宣传法定警示语及规范用语如下：

1. 保健食品必须显著标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”，并标示保健食品标志。广告中不得断言功效、安全，不得涉及疾病预防治疗功能。

2. 化妆品不得宣称医疗作用，不得使用“抗菌、消炎、生发、祛疤”等医疗术语。

3. 消毒产品标签及宣传不得出现或暗示对疾病的治疗效果。

4. 普通食品不得宣传涉及疾病治疗功能，不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

第十八条 被许可人必须在商品包装、网店详情页、直播背景等营销场景中，清晰标明非药品商品的真实品类属性，并如实标注被许可人的企业名称和地址。不得通过商标使用、页面设计等误导消费者认为该商品是许可人生产的药品，或与许可人药品具有同等品质和效果。

被许可人发布非药品商品广告，不得利用药品企业商标进行疾病治疗暗示。直播带货、公众号软文等内容中，如涉及许可人品牌，必须将药品与非药品推介内容严格分开，避免语境混同。

第十九条 许可人药品企业应设立专门的品牌授权管理岗位，实施“一品一档”管理。将所有授权商品（药品/非药品）分类登记，实时监控营销动态。建立非药品商品宣传文案的双重审核机制，严防“擦边”宣传。定期对被许可人进行突击检查，重点关注销售渠道、广告投放、消费者评价中的合规风险。发现违规立即发送书面纠正通知，并保留证据，必要时依据合同取消授权并报告监管部门。

第二十条 本合规指引自发布之日起施行。