



工商行政管理广告 基层管理工作规范

江苏省南通工商行政管理局 编著

中国工商出版社

工商行政管理广告
基层管理工作规范

江苏省南通工商行政管理局 编著

中国工商出版社

责任编辑/江 林

封面设计/慧 子

图书在版编目 (CIP) 数据

工商行政管理广告基层管理工作规范/江苏省南通工商行政管理局编著. —北京: 中国工商出版社, 2012. 9

ISBN 978 - 7 - 80215 - 541 - 1

I. ①工… II. ①江… III. ①广告—工商行政管理—管理规范—中国 IV. ①F203.9 - 65 ②F713.82 - 65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 209740 号

书名/工商行政管理广告基层管理工作规范

编著者/江苏省南通工商行政管理局

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/880 毫米×1230 毫米 1/32 印张/7 字数/130 千

版本/2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

印数/01 - 6000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号 (100070)

电话/(010) 63730074, 83610373 电子邮箱/zggschs@263.com

出版声明/版权所有 侵权必究

书号: ISBN 978 - 7 - 80215 - 541 - 1/F · 776

定价: 24.00 元

(如有缺页或倒装 本社负责退换)

《工商行政管理广告基层管理工作规范》

编 委 会

主 编：

蔡忠云 薛荣刚

副主编：

秦卫国 崔友华 邵爱军

董晓慧 陈 楚 丛发源

序

广告业是现代服务业和文化产业的重要组成，兼具商业推广和文化传播的属性，在塑造品牌、展示形象，推动创新、促进发展，引导消费、拉动内需，传播先进文化、构建和谐社会等方面发挥着积极作用。近年来，国家一系列重大经济社会发展战略的实施，都把广告业列为重点或者鼓励发展的内容，为广告业加快发展提供了强有力的政策支持和制度保障。在广告业迎来又一个重要发展机遇的同时，承担着指导广告业发展和监督管理广告市场双重职责的工商行政管理部门，也面临着广告管理工作新的更高的要求。

国家工商行政管理总局推进广告战略实施意见的总体部署，将广告管理工作提升到工商行政管理系统战略性工作的高度，为各级工商行政管理机关提出了具体明确的工作目标和要求：要加强广告法律法规体系建设，完善各项规章制度，加强地方立法立规；要推动广告管理体制机制完善，建立与我国国情相适应的“政府监管、行业自律、社会监督”的广告监管模式；要强化广告市场监督管理，完善广告监测体系和广告监管执法联动体系；要提高广告管理工作信息化建设水平，提升广告监管服务效能；要促

进广告业科学发展，支持广告业创新发展，推动公益广告事业持续发展。各级工商行政管理机关应紧紧围绕推进广告战略实施的总体要求，坚持“加强监管与促进发展并重”的原则，在依法行政的前提下，敢为、善为、乐为、有为，履行好维护市场秩序、促进行业发展的职责。

江苏省南通工商行政管理局以工作实践为依托，以夯实广告工作基础，强化广告监管职责，创新广告业发展指导为重点，对近年来基层广告管理工作进行系统全面的总结，编撰了《工商行政管理广告基层管理工作规范》。这是基层广告管理工作的实践总结和理论探索，从中既看到了基层工作的同志勤于学习、善于总结、勇于创新的钻研精神，也看到了他们积极实践、勤奋敬业、依法行政的工作态度。希望这本书的出版，能在加强基层广告管理工作理论研究、培养专家型人才队伍、构建学习型工商行政管理机关方面，起到积极的促进作用。

国家工商行政管理总局
广告监督管理司司长

孙鸿志

二〇一二年九月

前 言

国家工商行政管理总局在广告战略实施意见中提出：完善和落实广告管理制度，坚持事前指导、事中监控、事后惩处相结合的全程管理；健全媒体发布虚假违法广告责任追究制度；健全广告监测制度规范，统一广告监测标准，建立全国广告监测网络，强化监测结果的应用；建立虚假违法和低俗不良广告应急处理机制。这些举措对于维护广告行业的健康发展，真正从根本上保护消费者的权益意义重大。也对基层广告管理工作提出了更高的要求。

江苏省南通工商行政管理局对国家工商行政管理总局的这一要求做出积极的响应。在江苏省工商行政管理局广告监督管理处的直接指导下，总结多年广告管理工作实践的经验，通过走访广告企业，请教法律和广告方面的专家学者，认真研究司法和行政机关处理的不同类型的广告管理案例，组织编撰了《工商行政管理广告基层管理工作规范》一书。旨在为基层工商广告管理人员提供规范的管理工作操作指南，以促进基层广告管理由无序管理向规范管理转变，由粗放管理向精细管理转变，由被动管理向主动管理转变。

《工商行政管理广告基层管理工作规范》一书按照基层工商广告管理工作的职责和内在逻辑关系，分为管理主体工作规范、广告许可工作规范、广告管理工作规范、广告监测工作规范、广告管理行政指导工作规范、违法广告查处工作规范、广告管理内务工作规范、广告综合管理规范、广告产业园区管理规范等九个方面，将基层工商广告管理工作的法律依据、职责要求、管理重点、广告园区建设、广告行为行政引导以及对广告违法行为法律适用中的难点，在法理和实践两个方面做了一定的探索和总结，具有实用性、操作性强等特点，目的是为了推进基层广告管理工作的标准化、规范化、常态化。

感谢国家工商行政管理总局广告监督管理司，感谢江苏省工商行政管理局广告监督处张劲春对本书的审定，特别感谢孙鸿志司长为本书作序。

陆建新、刘笑峰、姜旋、金建军、顾德强、陈素华、徐训国、郭鑫、曹钧、陶冶、张建华、董进、顾松浩、陈小芳、勇娜等同志参与了本书的编撰，由于我们知识的局限性，虽主观上力求完善，但难免疏漏和差错，敬请同仁批评指正。

编著者

二〇一二年九月

目 录

前言	(1)
----------	-----

第一章 监管主体工作规范

第一节 职业道德	(3)
第二节 工作职责	(3)
第三节 履职要求	(4)

第二章 广告许可工作规范

第一节 广告经营主体许可	(11)
第二节 户外广告发布登记	(13)
第三节 广告发布备案	(18)

第三章 广告管理工作规范

第一节 广告管理工作要求	(23)
第二节 广告经营主体管理	(23)
第三节 户外广告管理	(24)

第四节	电视广播广告管理	(26)
第五节	网络广告管理	(28)
第六节	报刊广告管理	(29)
第七节	印刷品广告管理	(30)
第八节	特殊载体广告管理	(35)
第九节	特殊商品广告管理	(36)

第四章 广告监测工作规范

第一节	广告监测的组织机构	(71)
第二节	广告监测的范围	(72)
第三节	广告监测的流程	(72)
第四节	广告监测信息的处置	(73)

附件：涉嫌违法广告判定标准

一、药品广告管理规范	(74)
二、医疗广告管理规范	(81)
三、医疗器械广告管理规范	(84)
四、农药广告管理规范	(90)
五、兽药广告管理规范	(92)
六、食品广告管理规范	(94)
七、酒类广告管理规范	(96)

八、烟草广告管理规范	(98)
九、化妆品广告管理规范	(101)
十、房地产广告管理规范	(102)
十一、广告综合性法律法规规章	(106)
十二、其他法律法规规章相关规定	(111)

第五章 广告管理行政指导工作规范

第一节 宣传教育提示	(115)
第二节 行政指导建议	(116)
第三节 轻微问题告诫	(116)
第四节 突出问题约见	(117)
第五节 案后规范服务	(118)

第六章 违法广告查处工作规范

第一节 执法办案行为	(123)
第二节 案例指导制度	(134)
第三节 指导性案例	(137)
一、网络虚假广告广告费的计算	(137)
二、某置业有限公司利用合同欺诈案	(142)
三、变相烟草违法广告查处	(148)
四、虚假宣传与虚假广告的区别	(152)

五、某电视台发布违法药品广告案	(154)
——利用专家、患者名义作证明广告案的调查取证和定性处理	
六、一起某电视台发布违法广告案件的启示	(162)
七、使用禁止性用语发布户外广告案的认定、 法律适用及处罚裁量	(164)
八、合同诈骗犯罪还是虚假广告犯罪	(173)

第七章 广告管理内务工作规范

第一节 信息管理	(179)
第二节 装备管理	(183)
第三节 绩效管理	(185)

第八章 广告综合管理规范

第一节 建立广告联合管理机制	(191)
第二节 建立广告群防群治机制	(192)
第三节 建设社区广告管理示范区	(193)

第九章 广告产业园区管理规范

第一节 职能服务	(199)
第二节 制度建立	(200)
第三节 监督管理	(206)

第一章

监管主体工作规范

广告行业是工商行政管理监管的重点之一。
工商行政管理广告监督管理执法人员职业素养，
直接关系到广告监督管理工作的质量。本章从职
业道德、工作职责、履职要求方面对广告监管执
法人员的执业素养予以规范。

第一节 职业道德

第一条 工商行政管理机关广告管理执法人员应严格遵守国家工商行政管理总局《工商行政管理人员职业道德规范》，做到政治坚定，忠于职守；执法为民，高效服务；依法管理，公正维权；严守禁令，廉洁勤政。

第二节 工作职责

第二条 工商行政管理机关广告监督管理机构在当地政府和上级工商行政管理机关领导下，遵循分级登记管理与属地管理相结合，以属地管理为主的原则，负责辖区广告管理执法工作，维护辖区良好的市场经营秩序。主要履行如下职责：

（一）宣传国家广告管理法律、法规，贯彻落实上级局对广告管理的工作部署，维护广告经营秩序，指导辖区广告业健康发展；

（二）按照规定对本辖区广告管理基本情况进行统计、

分析；

（三）对辖区内媒体广告（包括网络广告）、户外广告、印刷品广告、店堂广告等广告的发布进行检查、巡查、监测；

（四）依法对本辖区广告主、广告经营者、广告发布者等广告市场主体进行日常监督、集中整治或专项治理；

（五）受理本辖区各类涉及广告违法行为的举报投诉；

（六）依法查处本辖区内的虚假违法广告；

（七）对本辖区广告主、广告经营者、广告发布者的广告经营行为提供行政指导；有委托权限的工商所受理审核辖区户外广告登记和特定场所广告发布的备案；

（八）负责对本辖区广告经营主体进行法律、法规及相关广告知识的培训；

（九）依据职能指导广告协会开展工作；

（十）完成上级交办的其他广告管理工作。

第三节 履职要求

第三条 广告管理执法履职标准

（一）及时查办辖区内的违法广告案件，结案率达 100%；

(二) 对辖区内各类广告经营主体加强日常检查，每年检查不少于一次；

(三) 建立广告经营主体检查台账和广告发布监测台账，台账建立率达到 100%；

(四) 辖区内不得出现不符合社会主义精神文明建设内容的广告，公益广告应达到相应的比例；

(五) 广告管理基本情况统计分析准确。

第四条 工商行政管理所（基层分局，以下简称工商所）应建立所长负责、广告专管员督导、广告管理执法人员分片管理的广告管理机制。工商所要确定一名具有广告管理专业知识的专管员，广告管理执法人员由责任区监管员担任。

第五条 工商所长广告管理履职要求

(一) 组织并带领全所管理执法人员认真贯彻落实国家制定的广告管理法律法规及政策，组织开展广告管理业务知识培训；

(二) 根据地方政府及上级局统一部署，组织开展广告专项执法行动，及时查处虚假违法广告；

(三) 按照经济户口管理要求，设定广告管理工作任务，督促广告管理执法人员将检查结果及时录入软件管理系统；