

关联法规精选

法律出版社法规中心/编

广告法

关联法规精选



法律出版社
LAW PRESS

关联法规精选

法律出版社法规中心/编

广告法

关联法规精选

黄福宁/编写

法律出版社

图书在版编目(CIP)数据

广告法关联法规精选/法律出版社法规出版中心编.
北京:法律出版社,2003.4
(关联法规精选8元列①)
ISBN 7-5036-3924-5

I.广… II.法… III.广告法-汇编-中国
IV.D922.294.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第027299号

法律出版社·中国

责任编辑/柯恒

封面设计/王际勇

出版/法律出版社

编辑/法规出版中心

总发行/中国法律图书公司

经销/新华书店

印刷/北京中科印刷有限公司

责任印制/张宇东

开本/850×1168 1/32

印张/3.5 字数/88千

版本/2003年5月第1版

印次/2003年5月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

电话/010-63939796

网址/www.lawpress.com.cn

传真/010-63939622

法规出版中心/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件/law@lawpress.com.cn

读者热线/010-63939629 63939633

传真/010-63939650

中国法律图书公司/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

传真/010-63939777

销售热线/010-63939792

网址/www.Chinalaw-book.com

010-63939778

书号:ISBN 7-5036-3924-5/D·3641

本册定价:8.00元

(希望能在读者热线中,听到您的声音)

丛书编辑说明

法治日渐,法律体系益见繁杂。然法治之发展,绝不限于法律体系的发展,更重要的是一般社会公民,能与法治同步前进。

法律出版社,以法治中国为追求,以法律出版为平台,以满足读者需求为己任,以法学理论和实务部门的专家学者组成的法规中心为专业依托,立足于法律体系之实际关联,精诚推出此“关联法规精选”系列丛书。与同类出版物相比,“关联法规精选”具有以下特点:

专家编法规——法律出版社,立足独有的深厚学术资源,邀请各法律部门的专家学者组成法规中心主持“关联法规精选”;此专家学者,深谙法律体系之内在关联,专业引导,自是与众不同。

特色在关联——全书以关联为核心分成三个部分:

导读部分立足编选的实际过程,以主体法为核心,重在阐明收录法规之间的内在关联;

法规内容分成主体法和关联法规两个层次,立体呈现法规全貌;

附录部分有选择地提供其他相关法律法规(包括司法解释和其他规范性文件)的目录,同时精心辑录参考书目,兼收学术著作与应用读物,以方便读者的深入了解与学习。

此番架构,力图在全面与精简之间求得平衡,以确保丛书的权威性与实用性。

低价求普及——法治之法,虽出于政府之广厦,然终需深入公民心中;为求法律之广为人知、普及社会,“关联法规精选”,在保证书籍质量的同时,努力降低成本,以同类图书的最低价提供给广大读者,目前已推出3元、5元、8元和10元四个系列。

法律出版社法规中心

2003年3月

导 读

广告作为一种有效的商务信息传播活动,在提高企业与商品的知名度,向消费者传递企业与商品信息等方面发挥着积极的作用。但在现实生活中,广告行业良莠不齐、鱼龙混杂的现象比较严重,例如有的广告夸大其词,言过其实,有的广告对于竞争对手恶意贬低,有的广告甚至捏造事实,无中生有。

为了有效的保护公众,特别是广大消费者的利益,维持良好的市场竞争秩序,全国人大常委会于1994年制订了《中华人民共和国广告法》(以下简称《广告法》)。《广告法》是我国广告法律规范体系的核心与基础。从内容来看,该法主要从广告准则、广告活动、广告审查等方面对广告活动进行管理,规定了广告不得含有的某些特定内容,同时要求广告提供的信息必须清楚、真实。例如,《广告法》禁止广告使用国旗等国家标记;禁止使用国家机关和国家机关工作人员的名义;禁止使用国家级、最高级、最佳等用语;不得含有淫秽、迷信、恐怖等内容;不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;不得妨碍环境和自然资源保护。《广告法》还规定了广告主、广告经营者、广告发布者之间的权利义务,对于特定类型的广告还建立了事先审查制度,以确保该类广告的合法性。

《广告法》颁行之后,原来国务院制订的《广告管理条例》并没有自动失效,其与《广告法》没有冲突的部分规范仍然有效。国家工商行政管理总局新近修订的《广告管理条例施行细则》,内容具体,可操作性强。

《食品广告管理办法》、《食品广告发布暂行规定》是关于食品广告的两个行政规章。其中,暂行条例颁布在后,如果二者有冲突,应当以后颁布的暂行规定为准。

医疗器械、医疗、药品广告直接关系到广大人民群众的生命健康,而现阶段我国医疗器械、医疗、药品广告中的问题相当严重,它们极易使广大患者上当受骗,其危害后果相当严重,轻则延误治疗,重则危及生命。《广告法》对于药品和医疗器械广告规定了若干项禁止性内容,但不够明确具体。为此,有关管理部门相继颁布了《医疗器械广告审查标准》、《医疗器械广告审查办法》、《药品广告审查办法》、《药品广告审查标准》、《医疗广告管理办法》、《关于变更医疗器械广告审查机关的通知》、《关于医疗机构在广告中宣传药品问题的答复》、《关于规范医疗广告活动、加强医疗广告监管的通知》等规章,对这三类广告加以规范。此外,《化妆品广告管理办法》、《房地产广告发布暂行规定》也是维护消费者财产利益的有力保障。

《兽药广告审查标准》、《兽药广告审查办法》、《农药广告审查标准》、《农药广告审查办法》则是涉及农业领域广告的重要审查规范。

烟草与酒类商品属于应加以控制的消费品,与人们的身体健康关系密切。《烟草广告管理暂行办法》、《酒类广告管理办法》对于这两类商品广告进行了规范,并作了一些特别的限制。

随着我国对外交流的发展,出国服务行业日益兴盛,加强这一方面的广告规范势在必行,《关于加强自费出国留学中介服务广告管理的通知》、《关于中国公民因私出入境中介活动广告管理的通知》是目前这一领域主要的规范依据。

根据广告载体的不同,国家有关部门相继制定了《印刷品广告管理办法》、《临时性广告经营管理办法》、《户外广告登记管理规定》、《广告显示屏管理办法》、《店堂广告管理暂行办法》。

为了加强对广告业的监督管理,促进广告业的健康发展,明确各方当事人的法律地位,国家工商行政管理局发布了《广告审查员管理办法》、《广告经营资格检查办法》、《关于广告审查机关和有关广告活动当事人责任问题的答复》等规范性文件。

语言文字是广告中大量使用的工具,为了促进语言文字使用的规范化和标准化,确保广告信息的清晰、准确与完整,国家工商行政管理局特别颁布了《广告语言文字管理暂行规定》。

目 录

导读	(1)
主体法	
中华人民共和国广告法	
(1994 年 10 月 27 日)	(1)
关联法规	
广告管理条例	
(1987 年 10 月 26 日)	(9)
广告管理条例施行细则	
(2000 年 12 月 1 日修订)	(13)
化妆品广告管理办法	
(1993 年 7 月 13 日)	(19)
食品广告管理办法	
(1993 年 8 月 30 日)	(22)
医疗广告管理办法	
(1993 年 9 月 27 日)	(25)
医疗器械广告审查标准	
(1995 年 3 月 3 日)	(28)
医疗器械广告审查办法	
(1995 年 3 月 8 日)	(30)
药品广告审查办法	
(1995 年 3 月 22 日)	(34)
药品广告审查标准	
(1995 年 3 月 28 日)	(38)

兽药广告审查标准	
(1995年3月28日)	(40)
农药广告审查标准	
(1995年3月28日)	(42)
酒类广告管理办法	
(1995年11月17日)	(44)
广告审查员管理办法	
(1996年7月2日)	(46)
烟草广告管理暂行办法	
(1996年12月30日修订)	(49)
店堂广告管理暂行办法	
(1997年12月31日)	(52)
关于广告审查机关和有关广告活动当事人责任问题的答复	
(1998年10月12日)	(55)
临时性广告经营管理办法	
(1998年12月3日修订)	(56)
广告显示屏管理办法	
(1998年12月3日修订)	(59)
房地产广告发布暂行规定	
(1998年12月3日修订)	(62)
广告经营资格检查办法	
(1998年12月3日修订)	(65)
广告语言文字管理暂行规定	
(1998年12月3日修订)	(69)
食品广告发布暂行规定	
(1998年12月3日修订)	(72)
户外广告登记管理规定	
(1998年12月3日修订)	(75)
兽药广告审查办法	
(1998年12月22日修订)	(79)

农药广告审查办法

(1998 年 12 月 22 日修订) (83)

关于变更医疗器械广告审查机关的通知

(1999 年 2 月 1 日) (87)

关于医疗机构在广告中宣传药品问题的答复

(1999 年 6 月 30 日) (88)

关于加强自费出国留学中介服务广告管理的通知

(1999 年 7 月 17 日) (89)

印刷品广告管理办法

(2000 年 1 月 13 日) (91)

关于中国公民因私出入境中介活动广告管理的通知

(2001 年 8 月 29 日) (94)

关于规范医疗广告活动、加强医疗广告监管的通知

(2003 年 1 月 15 日) (96)

附录

相关法律法规目录 (100)

参考书目 (102)

主体法

中华人民共和国广告法

(1994年10月27日第八届全国人大常委会第十次会议通过
1994年10月27日中华人民共和国主席令第34号公布
自1995年2月1日起施行)

目 录

- 第一章 总 则
- 第二章 广告准则
- 第三章 广告活动
- 第四章 广告的审查
- 第五章 法律责任

第一章 总 则

第一条 为了规范广告活动,促进广告业的健康发展,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序,发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用,制定本法。

第二条 广告主、广告经营者、广告发布者在中华人民共和国境内从事广告活动,应当遵守本法。

本法所称广告,是指商品经营者或者服务提供者承担费用,通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告。

本法所称广告主,是指为推销商品或者提供服务,自行或者委托

他人设计、制作、发布广告的法人、其他经济组织或者个人。

本法所称广告经营者,是指受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人、其他经济组织或者个人。

本法所称广告发布者,是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的法人或者其他经济组织。

第三条 广告应当真实、合法,符合社会主义精神文明建设的要求。

第四条 广告不得含有虚假的内容,不得欺骗和误导消费者。

第五条 广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动,应当遵守法律、行政法规,遵循公平、诚实信用的原则。

第六条 县级以上人民政府工商行政管理部门是广告监督管理机关。

第二章 广 告 准 则

第七条 广告内容应当有利于人民的身心健康,促进商品和服务质量的提高,保护消费者的合法权益,遵守社会公德和职业道德,维护国家的尊严和利益。

广告不得有下列情形:

- (一)使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌;
- (二)使用国家机关和国家机关工作人员的名义;
- (三)使用国家级、最高级、最佳等用语;
- (四)妨碍社会安定和危害人身、财产安全,损害社会公共利益;
- (五)妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚;
- (六)含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容;
- (七)含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;
- (八)妨碍环境和自然资源保护;
- (九)法律、行政法规规定禁止的其他情形。

第八条 广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

第九条 广告中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的,

应当清楚、明白。

广告中表明推销商品、提供服务附带赠送礼品的,应当标明赠送的品种和数量。

第十条 广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语,应当真实、准确,并表明出处。

第十一条 广告中涉及专利产品或者专利方法的,应当标明专利号和专利种类。

未取得专利权的,不得在广告中谎称取得专利权。

禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告。

第十二条 广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

第十三条 广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。

大众传播媒介不得以新闻报道形式发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当有广告标记,与其他非广告信息相区别,不得使消费者产生误解。

第十四条 药品、医疗器械广告不得有下列内容:

- (一)含有不科学的表示功效的断言或者保证的;
- (二)说明治愈率或者有效率的;
- (三)与其他药品、医疗器械的功效和安全性比较的;
- (四)利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的;
- (五)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第十五条 药品广告的内容必须以国务院卫生行政部门或者省、自治区、直辖市卫生行政部门批准的说明书为准。

国家规定的应当在医生指导下使用的治疗性药品广告中,必须注明“按医生处方购买和使用”。

第十六条 麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品等特殊药品,不得做广告。

第十七条 农药广告不得有下列内容:

- (一)使用无毒、无害等表明安全性的绝对化断言的;
- (二)含有不科学的表示功效的断言或者保证的;
- (三)含有违反农药安全使用规程的文字、语言或者画面的;
- (四)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第十八条 禁止利用广播、电影、电视、报纸、期刊发布烟草广告。

禁止在各类等候室、影剧院、会议厅堂、体育比赛场馆等公共场所设置烟草广告。

烟草广告中必须标明“吸烟有害健康”。

第十九条 食品、酒类、化妆品广告的内容必须符合卫生许可的事项,并不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。

第三章 广告活动

第二十条 广告主、广告经营者、广告发布者之间在广告活动中应当依法订立书面合同,明确各方的权利和义务。

第二十一条 广告主、广告经营者、广告发布者不得在广告活动中进行任何形式的不正当竞争。

第二十二条 广告主自行或者委托他人设计、制作、发布广告,所推销的商品或者所提供的服务应当符合广告主的经营范围。

第二十三条 广告主委托设计、制作、发布广告,应当委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。

第二十四条 广告主自行或者委托他人设计、制作、发布广告,应当具有或者提供真实、合法、有效的下列证明文件:

- (一)营业执照以及其他生产、经营资格的证明文件;
- (二)质量检验机构对广告中有关商品质量内容出具的证明文件;
- (三)确认广告内容真实性的其他证明文件。

依照本法第三十四条的规定,发布广告需要经有关行政主管部门审查的,还应当提供有关批准文件。

第二十五条 广告主或者广告经营者在广告中使用他人名义、

形象的,应当事先取得他人的书面同意;使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义、形象的,应当事先取得其监护人的书面同意。

第二十六条 从事广告经营的,应当具有必要的专业技术人员、制作设备,并依法办理公司或者广告经营登记,方可从事广告活动。

广播电台、电视台、报刊出版单位的广告业务,应当由其专门从事广告业务的机构办理,并依法办理兼营广告的登记。

第二十七条 广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件,核实广告内容。对内容不实或者证明文件不全的广告,广告经营者不得提供设计、制作、代理服务,广告发布者不得发布。

第二十八条 广告经营者、广告发布者按照国家有关规定,建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。

第二十九条 广告收费应当合理、公开,收费标准和收费办法应当向物价和工商行政管理部门备案。

广告经营者、广告发布者应当公布其收费标准和收费办法。

第三十条 广告发布者向广告主、广告经营者提供的媒介覆盖率、收视率、发行量等资料应当真实。

第三十一条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的商品或者提供的服务,以及禁止发布广告的商品或者服务,不得设计、制作、发布广告。

第三十二条 有下列情形之一的,不得设置户外广告:

- (一)利用交通安全设施、交通标志的;
- (二)影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的;
- (三)妨碍生产或者人民生活,损害市容市貌的;
- (四)国家机关、文物保护单位和名胜风景点的建筑控制地带;
- (五)当地县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域。

第三十三条 户外广告的设置规划和管理办法,由当地县级以上地方人民政府组织广告监督管理、城市建设、环境保护、公安等有关部门制定。

第四章 广告的审查

第三十四条 利用广播、电影、电视、报纸、期刊以及其他媒介发布药品、医疗器械、农药、兽药等商品的广告和法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告,必须在发布前依照有关法律、行政法规由有关行政主管部门(以下简称广告审查机关)对广告内容进行审查;未经审查,不得发布。

第三十五条 广告主申请广告审查,应当依照法律、行政法规向广告审查机关提交有关证明文件。广告审查机关应当依照法律、行政法规作出审查决定。

第三十六条 任何单位和个人不得伪造、变造或者转让广告审查决定文件。

第五章 法律责任

第三十七条 违反本法规定,利用广告对商品或者服务作虚假宣传的,由广告监督管理机关责令广告主停止发布,并以等额广告费用在相应范围内公开更正消除影响,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;对负有责任的广告经营者、广告发布者没收广告费用,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;情节严重的,依法停止其广告业务。构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第三十八条 违反本法规定,发布虚假广告,欺骗和误导消费者,使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的,由广告主依法承担民事责任;广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假仍设计、制作、发布的,应当依法承担连带责任。

广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址的,应当承担全部民事责任。

社会团体或者其他组织,在虚假广告中向消费者推荐商品或者服务,使消费者的合法权益受到损害的,应当依法承担连带责任。

第三十九条 发布广告违反本法第七条第二款规定的,由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止

发布、公开更正,没收广告费用,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;情节严重的,依法停止其广告业务。构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第四十条 发布广告违反本法第九条至第十二条规定的,由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正,没收广告费用,可以并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款。

发布广告违反本法第十三条规定的,由广告监督管理机关责令广告发布者改正,处以一千元以上一万元以下的罚款。

第四十一条 违反本法第十四条至第十七条、第十九条规定,发布药品、医疗器械、农药、食品、酒类、化妆品广告的,或者违反本法第三十一条规定发布广告的,由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者改正或者停止发布,没收广告费用,可以并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;情节严重的,依法停止其广告业务。

第四十二条 违反本法第十八条的规定,利用广播、电影、电视、报纸、期刊发布烟草广告,或者在公共场所设置烟草广告的,由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布,没收广告费用,可以并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款。

第四十三条 违反本法第三十四条的规定,未经广告审查机关审查批准,发布广告的,由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布,没收广告费用,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款。

第四十四条 广告主提供虚假证明文件的,由广告监督管理机关处以一万元以上十万元以下的罚款。

伪造、变造或者转让广告审查决定文件的,由广告监督管理机关没收违法所得,并处一万元以上十万元以下的罚款。构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第四十五条 广告审查机关对违法的广告内容作出审查批准决定的,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员,由其所在单位、

上级机关、行政监察部门依法给予行政处分。

第四十六条 广告监督管理机关和广告审查机关的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的,给予行政处分。构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第四十七条 广告主、广告经营者、广告发布者违反本法规定,有下列侵权行为之一的,依法承担民事责任:

- (一)在广告中损害未成年人或者残疾人的身心健康的;
- (二)假冒他人专利的;
- (三)贬低其他生产经营者的商品或者服务的;
- (四)广告中未经同意使用他人名义、形象的;
- (五)其他侵犯他人合法民事权益的。

第四十八条 当事人对行政处罚决定不服的,可以在接到处罚通知之日起15日内向作出处罚决定的机关的上一级机关申请复议;当事人也可以在接到处罚通知之日起15日内直接向人民法院起诉。

复议机关应当在接到复议申请之日起60日内作出复议决定。当事人对复议决定不服的,可以在接到复议决定之日起15日内向人民法院起诉。复议机关逾期不作出复议决定的,当事人可以在复议期满之日起15日内向人民法院起诉。

当事人逾期不申请复议也不向人民法院起诉,又不履行处罚决定的,作出处罚决定的机关可以申请人民法院强制执行。

第六章 附 则

第四十九条 本法自1995年2月1日起施行。本法施行前制定的其他有关广告的法律、法规的内容与本法不符的,以本法为准。