

注释本·广告法

中华人民共和国 广告法

Advertising Law
of the People's Republic of China

注释本



法律出版社
LAW PRESS CHINA

中华人民共和国 广告法 注释本

Advertising Law
of the People's Republic of China

法律出版社法规中心 编



法律出版社

LAW PRESS CHINA

图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国广告法注释本 / 法律出版社法规中心编. —北京:法律出版社, 2017

(法律单行本注释本系列)

ISBN 978 - 7 - 5197 - 1280 - 8

I. ①中… II. ①法… III. ①广告法—法律解释—中国 IV. ①D922.294.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 207014 号

中华人民共和国广告法注释本
ZHONGHUA RENMIN GONGHEGUO
GUANGGAOFA ZHUSHIBEN

法律出版社法规中心 编

策划编辑 冯高琼
责任编辑 冯高琼
装帧设计 李 瞻

出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
经销 新华书店
印刷 三河市兴达印务有限公司
责任印制 吕亚莉

编辑统筹 法规出版分社
开本 850 毫米 × 1168 毫米 1/32
印张 5
字数 130 千
版本 2017 年 9 月第 1 版
印次 2017 年 9 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

网址 / www.lawpress.com.cn

投稿邮箱 / info@lawpress.com.cn

举报维权邮箱 / jbwq@lawpress.com.cn

销售热线 / 010 - 63939792

咨询电话 / 010 - 63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司销售电话:

统一销售客服 / 400 - 660 - 6393

第一法律书店 / 010 - 63939781/9782 西安分公司 / 029 - 85330678 重庆分公司 / 023 - 67453036

上海分公司 / 021 - 62071639/1636 深圳分公司 / 0755 - 83072995

书号: ISBN 978 - 7 - 5197 - 1280 - 8

定价: 15.00 元

(如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换)

编辑出版说明

当今社会,法律发挥的作用越来越大,涉及社会生活的方方面面。然而,晦涩的专业术语、艰深的法律理论、庞杂的立法体系,这些法律与生俱来的特点,却都成了读者理解、掌握法律的障碍。

为了解决这个矛盾,本社特组织编辑出版了这套法律注释本系列丛书。本套书除了法律文本为权威标准文本外,还最大限度地突出了实用性与易用性。本套书有以下特点:

(1)专业人员编写。本丛书皆由相关法律专家编写,内容准确,并力求语言通俗,使普通大众读者能更轻松地理解法律精神,掌握法律政策。

(2)法律适用提要。每本书都由相关法律专家撰写该法的适用提要,帮助读者对每一个法的背景、概况有更全面、深入的理解。

(3)重点法条注释。对重点法条进行条文注释,且每个条文都提炼出条文主旨,帮助读者准确理解法条内容。

(4) **相关配套规定**。书末附录一些较为重要的相关法律、法规和司法解释,使读者在使用中更为方便、实用。

需要说明的是,本丛书中“适用提要”“条文主旨”“条文注释”等内容皆是编者为方便读者阅读、理解而编写,不同于国家正式通过、颁布的法律文本,不具有法律效力。

另外,为方便查阅,我们根据每条及其条文主旨制作了目录,其中加“*”号的表示重点条目,并在正文中附有条文注释。

本书不足之处,恳请读者批评指正。

法律出版社法规中心

2017年8月

《中华人民共和国广告法》 适用提要

改革开放以来,我国广告业在快速发展的同时,也存在一些问题,突出表现在两个方面:一方面,利用广告推销假冒伪劣产品,贬低竞争对手,进行不正当竞争;另一方面,广告主、广告经营者、广告发布者的权利、义务责任不够明确,行为不够规范。这些问题表明,随着广告业的发展,制定广告法是十分必要的。1994年10月27日第八届全国人大常委会第十次会议审议通过了《中华人民共和国广告法》,自1995年2月1日起正式施行。《广告法》共六章四十九条,对以下主要内容作了规定:

(一)关于调整对象。《广告法》规定,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。这样规定,一是明确了《广告法》的调整对象限于商业广告。二是明确了《广告法》只调整以广告形式发布经济信息的活动,不调整通过新闻或者其他非广告形式传

播经济信息的行为。

(二)广告准则。《广告法》对广告的一般标准和特殊商品广告的特殊要求,作了比较明确、具体的规定。关于广告的一般标准,主要要求:广告应当真实、合法;广告不得含有虚假的内容;广告主、广告经营者、广告发布者应当守法,遵循公平、诚实信用原则;广告应当清楚、明白,具有可识别性。关于对特殊商品广告的特殊要求,《广告法》对药品、医疗器械、农药、化妆品、食品、烟酒等涉及人体健康以及人身、财产安全的商品广告的特殊要求作了规定。

(三)对广告活动的监督管理。(1)明确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。(2)明确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、有效的证明文件。(3)明确了广告主、广告经营者、广告发布者遵守广告准则、依法进行广告活动的义务。(4)确定了广告审查制度。这些规定,形成了一套比较系统、完整的广告监督管理制度。

(四)关于法律责任。《广告法》对广告主、广告经营者、广告发布者发布违法广告、非法从事广告活动以及广告审查者不依法履行审查义务应当承担的法律责任(包括民事责任、行政责任以及刑事责任)作了规定。

2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议对《广告法》进行了修订,主要修订内容包括:

(一)补充、完善广告准则。一是对药品、医疗器械广

告准则作了完善,新增保健食品、医疗广告准则,禁止除药品、医疗器械、医疗广告外的其他广告涉及疾病治疗功能。二是补充、完善农药、兽药广告准则,增加饲料、饲料添加剂广告准则和种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告准则。三是增加教育、培训、招商、房地产广告准则。四是对发布烟草广告的媒介、形式和场所作了更严格的限制,明确规定不得设置户外烟草广告。

(二)严格规范广告主体的行为。一是明确广告主应当对广告内容的真实性负责。二是增加广告荐证者的行为规范。三是增加专条规定未成年人保护问题。四是规定公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者的广告管理责任。

同时,经过对现行广告法规定的行政许可进行评估,取消了广告经营登记,并根据行政许可法的要求,进一步明确了广告发布登记的条件和登记机关。

(三)明确界定构成虚假广告的具体情形。修订后的法律明确规定下列情形构成虚假广告:一是推销的商品或者服务不存在的;二是推销的商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息,或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息,以及与商品或者服务有关的允诺等与实际情况不符,对购买行为有实质性影响的;三是使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的;

四是虚构使用商品或者接受服务的效果的。

(四)提高法律责任的可操作性和震慑力。一是加大惩处力度。对发布虚假广告等重点违法行为提高罚款幅度,对2年内有3次以上严重违法行为或者有其他严重情节的加重处罚,对广告费用无法计算的规定相应的罚款额度。二是增加广告荐证者的法律责任。规定广告荐证者明知或者应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的,由工商行政管理部门没收违法所得,并处违法所得1倍以上2倍以下的罚款;损害消费者合法权益的,依法承担连带责任。三是补充规定民事责任。在现行广告法有关民事责任条款的基础上,规定广告主、广告经营者、广告发布者、广告荐证者违反其他法律、行政法规规定,损害消费者合法权益的,消费者有权依照有关产品质量、消费者权益保护、合同、侵权责任、食品安全等法律、行政法规的规定,要求其承担相应法律责任。

此外,本次修订还规定国家鼓励、支持开展公益广告宣传活 动,公益广告的管理办法,由国务院工商行政管理部门会同有关部门制定。

除《广告法》外,《消费者权益保护法》《产品质量法》等法律对广告的有关问题也作了规定。国家工商行政管理总局在国务院《广告管理条例》的基础上制定了《药品广告审查发布标准》《医疗广告管理办法》等规章,对特殊商品广告的特殊要求作出了细化规定。

目 录

《中华人民共和国广告法》适用提要

中华人民共和国广告法

第一章 总则	1
第一条 立法目的 *	1
第二条 调整范围及定义 *	2
第三条 内容和形式要求 *	4
第四条 真实性原则 *	5
第五条 基本行为规范 *	6
第六条 监督管理体制 *	7
第七条 行业组织 *	8
第二章 广告内容准则	9
第八条 广告表述 *	9
第九条 一般禁止情形 *	10
第十条 保护未成年人和残疾人 *	14
第十一条 涉及行政许可和引证内容的广告 *	15
第十二条 涉及专利的广告 *	17
第十三条 广告不得含有贬低内容 *	17

第十四条	广告可识别性以及发布要求 *	18
第十五条	处方药、易制毒化学品、戒毒等 广告 *	20
第十六条	医疗、药品、医疗器械广告 *	22
第十七条	禁止使用医药用语 *	25
第十八条	保健食品广告 *	26
第十九条	禁止变相发布广告 *	27
第二十条	母乳代用品广告 *	27
第二十一条	农药、兽药、饲料和饲料添加剂 广告 *	28
第二十二条	烟草广告	29
第二十三条	酒类广告 *	30
第二十四条	教育、培训广告 *	31
第二十五条	有投资回报预期的商品或者 服务广告 *	33
第二十六条	房地产广告 *	34
第二十七条	种养殖广告 *	36
第二十八条	虚假广告 *	37
第三章	广告行为规范	39
第二十九条	从事广告发布业务的条件 *	39
第三十条	广告合同 *	40
第三十一条	禁止不正当竞争 *	41
第三十二条	受委托方的合法经营资格 *	42
第三十三条	广告涉及他人人身权利时的	

	义务 *	43
第三十四条	广告业务管理制度和查验、核对	
	义务 *	43
第三十五条	广告收费标准和办法 *	45
第三十六条	媒介传播效果资料真实 *	46
第三十七条	不得提供广告服务的情形 *	47
第三十八条	广告代言人的义务 *	48
第三十九条	广告不得侵扰中小学生、幼儿 *	
		50
第四十条	针对未成年人的广告 *	51
第四十一条	户外广告的监管 *	52
第四十二条	禁止设置户外广告的情形 *	53
第四十三条	垃圾广告 *	55
第四十四条	互联网广告 *	56
第四十五条	“第三方平台”义务 *	57
第四章	监督管理	58
第四十六条	特殊商品和服务广告发布前	
	审查 *	58
第四十七条	广告发布前审查程序 *	60
第四十八条	广告审查批准文件不得伪造、	
	变造或者转让 *	61
第四十九条	工商行政管理部门职权和义	
	务 *	62
第五十条	授权制定利用大众传播媒介发布	

广告的行为规范 64

第五十一条 配合监管义务 64

第五十二条 保密义务 64

第五十三条 投诉和举报 65

第五十四条 社会监督 * 65

第五章 法律责任 66

第五十五条 虚假广告行政、刑事责任 66

第五十六条 虚假广告民事责任 67

第五十七条 发布违反基本准则或者本法禁止
发布的广告的责任 68

第五十八条 发布违反特殊准则、违法使用广
告代言人或者未经依法审查的
广告的责任 70

第五十九条 发布违反一般准则或者贬低他人
商品或服务的广告的责任 72

第六十条 擅自从事广告发布业务的责任 73

第六十一条 广告经营者、广告发布者未依法进
行广告业务管理的责任 74

第六十二条 广告代言人的责任 74

第六十三条 未经同意或者请求向他人发送广
告、违法利用互联网发布广告
的责任 75

第六十四条 公共场所的管理者和电信业务
经营者、互联网信息服务提供者

	未依法制止违法广告活动的 责任	75
第六十五条	隐瞒真实情况或者提供虚假材料 申请广告审查的责任	76
第六十六条	伪造、变造或者转让广告审查 批准文件的责任	76
第六十七条	信用档案制度 *	76
第六十八条	广播电台、电视台、报刊音像出版 单位及其主管部门的责任 *	77
第六十九条	民事责任 *	78
第七十条	对公司、企业广告违法行为负有个 人责任的法定代表人的责任	81
第七十一条	拒绝、阻挠工商部门监督检查等 违反治安管理行为的责任 *	82
第七十二条	广告审查机关的责任 *	83
第七十三条	广告管理部门及其工作人员的 责任 *	83
第六章	附则	85
第七十四条	公益广告	85
第七十五条	实施日期	85

附 录

中华人民共和国反不正当竞争法(节录)(1993.	
9.2)	86

中华人民共和国产品质量法(节录)(2009.8.27 修正)	87
中华人民共和国消费者权益保护法(节录)(2013. 10.25 修正)	88
中华人民共和国刑法(节录)(2015.8.29 修正)	90
广告管理条例(1987.10.26)	91
广告服务明码标价规定(2005.11.28)	95
广告发布登记管理规定(2016.11.1)	97
广告语言文字管理暂行规定(1998.12.3 修订)	101
广播电视广告播出管理办法(2011.11.25 修订)	104
互联网广告管理暂行办法(2016.7.4)	111
药品广告审查发布标准(2007.3.3)	117
药品广告审查办法(2007.3.13)	121
医疗广告管理办法(2006.11.10 修订)	129
保健食品广告审查暂行规定(2005.5.24)	133
房地产广告发布规定(2015.12.24)	139
兽药广告审查发布标准(2015.12.24)	143
农药广告审查发布标准(2015.12.24)	145

中华人民共和国广告法

(1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员会第十次会议通过 2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订 自2015年9月1日起施行)

第一章 总 则

第一条 【立法目的】为了规范广告活动,保护消费者的合法权益,促进广告业的健康发展,维护社会经济秩序,制定本法。

条文注释

本条是关于广告法立法目的的规定。

广告法的立法目的是规范广告活动,并通过对广告活动的规范达到保护消费者的合法权益,促进广告业的健康发展,维护社会经济秩序的目的。

第二条 【调整范围及定义】在中华人民共和国境内,商品经营者或者服务提供者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服务的商业广告活动,适用本法。

本法所称广告主,是指为推销商品或者服务,自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织。

本法所称广告经营者,是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。

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自然、法人或者其他组织。

本法所称广告代言人,是指广告主以外的,在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然、法人或者其他组织。

条文注释

本条是关于本法调整范围以及关于广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人定义的规定。

本条第一款规定了本法的调整范围。广告活动可以分为商业广告活动和非商业广告活动,商业广告活动是以营利为目的的宣传活动,非商业广告活动则不以营利为目的,通常包括政府部门、企事业单位和个人的公告、启事和声明,包括政治广告(如竞选广告)、公益广告和个人广告(如寻人启事和征婚广告)等。商业广告活动的性质、特点和监督管理