法律单行本注释本系列

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

全新修订版

需要全本请访问 www.ertongbook.com

中华人民共和国广告法

注释本

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. -- 2版. -- 北京 : 法律出版社, 2021
(法律单行本注释本系列)
ISBN 978-7-5197-5471-6

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(2021)第052361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 陶玉霞
责任编辑 陶玉霞 陈 熙
装帧设计 李 瞻

出版发行 法律出版社
编辑统筹 法规出版分社
责任校对 张红蕊
责任印制 张建伟
经 销 新华书店

开本 850毫米×1168毫米 1/32
印张 4.75 **字数** 105千
版本 2021年7月第2版
印次 2021年7月第1次印刷
印刷 天津嘉恒印务有限公司

地址: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
举报盗版邮箱:jbwq@lawpress.com.cn
销售电话:010-83938349
客服电话:010-83938350
咨询电话:010-63939796
版权所有·侵权必究

书号:ISBN 978-7-5197-5471-6 **定价**:19.00元
凡购买本社图书,如有印装错误,我社负责退换。电话:010-83938349

编辑出版说明

现代社会是法治社会，社会发展离不开法治护航，百姓福祉少不了法律保障。遇到问题依法解决，已经成为人们处理矛盾、解决纠纷的不二之选。然而，面对纷繁复杂的法律问题，如何精准、高效地找到法律依据，如何完整、准确地理解和运用法律，日益成为人们“学法、用法”的关键所在。

为了帮助读者快速准确地掌握“学法、用法”的本领，我社开创性地推出了“法律单行本注释本系列”丛书，至今已十余年。本丛书历经多次修订完善，现已出版近百个品种，涵盖了社会生活的重要领域，已经成为广大读者学习法律、应用法律之必选图书。

本丛书具有以下特点：

1. 出版机构权威。成立于1954年的法律出版社，是全国首家法律专业出版机构，始终秉承“为人民传播法律”的宗旨，完整记录了中国法治建设发展的全过程，享有“社会科学类全国一级出版社”“全国百佳图书出版单位”等荣誉称号。

2. 编写人员专业。本丛书皆由相关法律领域内的专业人士编写，并引入匿名审稿评估制度，确保图书内容始终紧跟法治进程，反映最新立法动态，体现条文本义内涵。

3. 法律文本标准。作为专业的法律出版机构，多年来，我社始

终使用全国人民代表大会常务委员会公报刊登的法律文本，积淀了丰富的标准法律文本资源，并根据立法进度及时更新相关内容。

4. 条文注解精准。本丛书以立法机关的解读为蓝本，对每个条文提炼出条文主旨，并对重点条文进行注释，使读者能精准掌握立法意图，轻松理解条文内容。

5. 配套附录实用。书末“附录”部分收录的均为重要的相关法律、法规和司法解释，使读者在使用中更为便捷，使全书更为实用。

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。本丛书不足之处，恳请读者批评指正。

我们用心打磨本丛书，以期待为法律相关专业的学生释法解疑，致力于为每个公民的合法权益撑起法律的保护伞。

法律出版社法规中心

2021 年 6 月

需要全本请访问 www.ertongbook.com

目　录

《中华人民共和国广告法》适用提要 …… 1

中华人民共和国广告法

第一章　总则 …… 7
第一条　立法目的 …… 7
第二条　调整范围及定义 …… 8
第三条　内容和形式要求 …… 10
第四条　真实性原则 …… 11
第五条　基本行为规范 …… 12
第六条　监督管理体制 …… 13
第七条　行业组织 …… 14
第二章　广告内容准则 …… 15
第八条　广告表述 …… 15
第九条　一般禁止情形 …… 16
第十条　保护未成年人和残疾人 …… 19
第十一条　涉及行政许可和引证内容的广告 …… 21
第十二条　涉及专利的广告 …… 22
第十三条　广告不得含有贬低内容 …… 23

第十四条　广告可识别性以及发布要求 …… 23
第十五条　处方药、易制毒化学品、戒毒等
广告 …… 26
第十六条　医疗、药品、医疗器械广告 …… 27
第十七条　禁止使用医药用语 …… 30
第十八条　保健食品广告 …… 31
第十九条　禁止变相发布广告 …… 32
第二十条　母乳代用品广告 …… 32
第二十一条　农药、兽药、饲料和饲料添加剂
广告 …… 33
第二十二条　烟草广告 …… 34
第二十三条　酒类广告 …… 34
第二十四条　教育、培训广告 …… 36
第二十五条　有投资回报预期的商品或者
服务广告 …… 37
第二十六条　房地产广告 …… 39
第二十七条　种养殖广告 …… 41
第二十八条　虚假广告 …… 42
第三章　广告行为规范 …… 44
第二十九条　从事广告发布业务的条件 …… 44
第三十条　广告合同 …… 44
第三十一条　禁止不正当竞争 …… 45
第三十二条　受委托方的合法经营资格 …… 46
第三十三条　广告涉及他人人身权利时的

义务 …… 46
第三十四条　广告业务管理制度和查验、核对义务 …… 47
第三十五条　广告收费标准和办法 …… 48
第三十六条　媒介传播效果资料真实 …… 49
第三十七条　不得提供广告服务的情形 …… 50
第三十八条　广告代言人的义务 …… 51
第三十九条　广告不得侵扰中小学生、幼儿 …… 53
第四十条　针对未成年人的广告 …… 54
第四十一条　户外广告的监管 …… 55
第四十二条　不得设置户外广告的情形 …… 56
第四十三条　垃圾广告 …… 58
第四十四条　互联网广告 …… 59
第四十五条　“第三方平台”义务 …… 60
第四章　监督管理 …… 61
第四十六条　特殊商品和服务广告发布前审查 …… 61
第四十七条　广告发布前审查程序 …… 62
第四十八条　广告审查批准文件不得伪造、变造或者转让 …… 63
第四十九条　市场监督管理部门职权和义务 …… 64
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 …… 67
第五十一条　配合监管义务 …… 67
第五十二条　保密义务 …… 67
第五十三条　投诉和举报 …… 67
第五十四条　社会监督 …… 68
第五章　法律责任 …… 69
第五十五条　虚假广告行政、刑事责任 …… 69
第五十六条　虚假广告民事责任 …… 70
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 …… 71
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 …… 72
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 …… 74
第六十条　广告经营者、广告发布者未依法进行广告业务管理的责任 …… 75
第六十一条　广告代言人的责任 …… 76
第六十二条　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 …… 76
第六十三条　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 …… 77
第六十四条　隐瞒真实情况或者提供虚假材料申请广告审查的责任 …… 77
第六十五条　伪造、变造或者转让广告审查批准文件的责任 …… 78
第六十六条　信用档案制度 …… 78
第六十七条　广播电台、电视台、报刊音像出版单位及其主管部门的责任 …… 79
第六十八条　民事责任 …… 80
第六十九条　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 …… 83
第七十条　拒绝、阻挠市场监督部门监督检查等违反治安管理行为的责任 …… 83
第七十一条　广告审查机关的责任 …… 84
第七十二条　广告管理部门及其工作人员的责任 …… 85
第六章　附则 …… 86
第七十三条　公益广告 …… 86
第七十四条　施行日期 …… 87

附　录

中华人民共和国反不正当竞争法(节录)(2019.4.23修正) …… 88
中华人民共和国产品质量法(节录)(2018.12.29

修正）…… 89
中华人民共和国消费者权益保护法（节录）（2013.10.25 修正）…… 90
中华人民共和国刑法（节录）（2020.12.26 修正）…… 92
广告管理条例（1987.10.26）…… 93
广告服务明码标价规定（2005.11.28）…… 97
广告发布登记管理规定（2016.11.1）…… 99
广播电视广告播出管理办法（2011.11.25 修订）…… 103
互联网广告管理暂行办法（2016.7.4）…… 111
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（2019.12.24）…… 117
医疗广告管理办法（2006.11.10 修订）…… 125
房地产广告发布规定（2021.4.2 修正）…… 130
兽药广告审查发布规定（2020.10.23 修订）…… 133
农药广告审查发布规定（2020.10.23 修订）…… 135

需要全本请访问 www.ertongbook.com

《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》[①]是十分必要的。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审议通过了《广告法》，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，根据 2018 年 10 月 26 日第十三届全国人民代表大会常务委员会第六次会议《关于修改〈中华人民共和国野生动物保护法〉等十五部法律的决定》对《广告法》进行了第一次修正，根据 2021 年 4 月 29 日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议《关于修改〈中华人民共和

① 为方便阅读，本书法律名称均使用简称。

国道路交通安全法〉等八部法律的决定》对《广告法》进行了第二次修正。《广告法》共6章74条,对以下主要内容作了规定:

1.关于调整对象。《广告法》规定,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、法规,诚实信用,公平竞争。本法所称广告,是指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。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。

2.关于广告主体的行为。第一,明确广告主应当对广告内容的真实性负责。第二,增加广告荐证者的行为规范。第三,增加专条规定未成年人保护问题。第四,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。

3.关于广告准则。《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;广告不得含有虚假或者引人误解的内容;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、法规,遵循公平竞争、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、保健食品、烟草、酒类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。《广告法》规定了保健食品,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;规定了农药、兽药广告准则,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;规定了教育、培训、招商、房地产广告准则;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。

4. 关于构成虚假广告的具体情形。《广告法》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。

5. 关于广告活动的监督管理。一是明确县级以上地方市场监督管理部门主管本行政区域的广告监督管理工作。二是明确广告主自行或者委托他人设计、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。三是市场监督管理部门和有关部门及其工作人员

对其在广告监督管理活动中知悉的商业秘密负有保密义务。四是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。

6. 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。《广告法》法律责任规定具有可操作性和震慑力。一是在惩处力度方面，对发布虚假广告等重点违法行为规定罚款幅度，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。二是在广告荐证者的法律责任方面，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，由市场监督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。三是在补充规定民事责任方面，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，《广告法》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，由国务院市场监督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。国家市场监督管理总局在国务院《广告管理条例》的基础上制定了《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》《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。

需要全本请访问 www.ertongbook.com