



新版广告法

营造安全消费环境

2014年6月4日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，讨论通过《中华人民共和国广告法（修订草案）》。《中华人民共和国广告法（修订草案）》经第十二届全国人民代表大会常务委

员会第十四次会议表决通过，自2015年9月1日起正式施行。
《广告法》的修订，不单纯是一次立法之旅，它具有明显的“衍生价值”——一次“处理好政府与市场关系”的尝试，通过修订，不仅让市场在广告资源配置中起决定性作用，并且让政府作用发挥“好疗效”。广告来源于利益驱动，资本的驱利性决定了广告的“无孔不入”与“铺天盖地”，市场的配置存在着“缺陷”，政府作用的要义是兴利除弊，采取法律规范的形式，优化广告资源配置，营造公平正义的广告竞争环境，并且有效保持公民利益不受侵害。下面将2015年新修订的《中华人民共和国广告法》进行解读。

三方面加强 对消费者权益的保护

《中华人民共和国广告法（修订草案）》经第十二届全国人民代表大会常务委

员会第十四次会议表决通过，自9月1日起正式施行。此次《广告法》修改是在现行法的基础上，从以下3个方面进一步加强对消费者权益的保护：

一是加大对虚假广告的打击力度。这次修法，总结了实践经验，以定义加列举的形式对虚假广告的具体情形进行了界定，同时进一步明确责任主体、加大惩处力度。
二是针对实践中比较突出、群众反映强烈的问题，有针对性地作出规范。针对保健食品广告中的突出问题，增加关于保健食品准则的规定，保健食品禁止代言，禁止涉及疾病预防、治疗功能；针对实践中广播电台、电视台等变相发布广告的问题，明确要求大众传播媒介发布广告应当显著标明“广告”，与其他非广告信息相区别，并加重了变相发布广告的法律

版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布药品、医疗器械、医疗、保健食品广告，以及相应的法律责任；针对实践中垃圾信息泛滥的情形，增加规定，任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告，并明确了相应的法律责任。

三是强化公众参与，加强社会监督。发挥社会公众在查处违法广告中的作用，明确规定，任何单位或者个人有权向工商行政管理部门和有关部门投诉、举报违反本法的行为。工商行政管理部门和有关部门应当向社会公开受理投诉、举报的电话、信箱或者电子邮件地址，接到投诉、举报的部门应当自收到投诉之日起七个工作日内，予以处理并告知投诉、举报人。同时，发挥社会监督的力量，规定消费者协会和其他消费者组织对发布虚假广告侵害消费者合法权益的行为，依法进行社会监督。

修订后的《广告法》 十大亮点

一是充实和细化广告内容准则。修订完善或新增保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等广告的准则。

二是明确虚假广告的定义和典型形态。新《广告法》坚持问题导向，立足解决我国广告监管存在的主要问题，着重解决广大人民群众关注的虚假违法广告治理问题，明确规定广告内容虚假及内容引人误解均属于虚假广告，同时列明构成虚假广告的具体情形，加大对虚假违法广告的惩治力度。

三是新增广告代言人的法律义务和责任的规定，明确规定广告代言人不得为虚假广告代言，不得为未使用过的商品服务代言。

四是严控烟草广告发布。禁止烟草广告有利于遏制烟草消费，维护人民身体健康，根据我国履行《烟草控制框架公约》的需要，此次修法进一步规定禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布，同时明确禁止利用其它商品广告变相发布烟草广告。

五是新增关于未成年人广告管理的规定。新《广告法》中新增规定，如不得利用十周岁以下未成年人作为广告代言人；不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料等发布或者变相发布广告；在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

六是新增关于互联网广告的规定。为了规范互联网广告的发布行为，保护消费者合法权益，新法明确规定互联网广告活动也必须遵守广告法的各项规定。针对广告扰民问题，新法规定未经当事人同意或请求，不得向其住宅，交通工具发送广告，也不得以电子信息方式发送广告。弹出广告应

当确保一键关闭。互联网信息服务提供者对利用其平台发布违法广告的，应当予以制止。

七是强化了对大众传播媒介广告发布行为的监管力度。广播、电视、报刊等大众传播媒介是广告发布的重要渠道，新法对其广告发布活动进一步加强了管理，如新增规定电台、电视台发布广告应当遵守有关时长、方式的规定。大众传播媒介不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医药类广告。广播、电视、报刊发布违法广告的，该媒体的主管人员与直接责任人员将受到处分。

八是增加公益广告，扩大广告法调整范围。原《广告法》仅规范商业广告没有涉及公益广告。但在现阶段，与商业广告相比，我国公益广告的管理、激励措施不健全、公益广告的选题质量、制作水平不高，广告主与广告媒体发布公益广告的意识有待提升，这些突出问题制约了公益广告的进一步发展。为此，新《广告法》增加规定国家鼓励、支持开展公益广告宣传

活动，大众传播媒介有义务发布公益广告。

九是明确和强化工商机关及有关部门对广告市场监管的职责职权，明确以工商机关为主、各部门分工配合的管理体制，提高行政执法效能。

十是提高法律责任的震慑力。按照过罚相当原则，新法区分违法行为的社会危害程度和具体情节，对严重的广告违法行为，如发布虚假广告、利用广告推销禁止生产销售的商品或者提供的服务等，设定了较重的法律责任。增加了行政处罚种类，加大打击力度。包括：增加了资格罚，对情节严重的广告违法行为增加吊销营业执照、吊销广告发布登记证件的处罚；增加了信用惩戒，规定有关违法行为信息要记入信用档案。

北京市工商行政管理局丰台分局供稿