

广告法替代词 广告法律知识看后心得体会 (大全6篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

广告法替代词篇一

广告是商业社会中不可或缺的一部分，它既是企业推广产品的重要手段，也是消费者选择购买的重要依据。然而，不法商家为了追求利益最大化，往往会在广告中夸大其词，甚至虚假宣传，这无疑给消费者带来了不必要的困扰与损失。为了维护市场秩序和消费者权益，广告法律知识显得尤为重要。

第二段：了解并规避虚假广告的法律规定

在阅读了相关法律文件后，我深刻认识到，法律对虚假广告宣传有着明确的规定，并给予了相应的处罚措施。根据《反不正当竞争法》等相关法律法规，对于虚假、夸大或误导性宣传的广告行为，监管机构有权要求商家停止广告，处以罚款甚至吊销营业执照的重大后果。同时，消费者也有权利要求商家赔偿损失。因此，了解并遵守相关法律规定，对广告主和消费者来说都至关重要。

第三段：加强监管力度保护消费者权益

我认为，虽然法律对于虚假广告有明确的规定，但还需进一步加强监管力度，确保法律的有效执行。对于广告宣传中出现的虚假、夸大的现象，监管部门应该加大调查力度，及时予以制止和追究责任。同时，消费者也应该积极参与维权，

提供有效证据，共同维护自身权益和市场秩序。

第四段：培养广告自觉性，提高消费者识别能力

在了解了广告法律知识后，我意识到消费者也需具备一定的自觉性，提高对广告宣传的辨别能力。广告恰如巧妙的营销手段，而消费者则是最终的决策者。只有通过批判性思维，不盲目相信广告，才能避免因为虚假宣传而导致的不必要的损失。因此，我们应该积极学习和了解广告相关知识，提高自身的识别能力，保护自身的合法权益。

第五段：倡导广告行业道德，共建良好市场环境

广告行业是一个非常庞大的产业，也是商家与消费者之间的桥梁。一方面，广告需要合法合规，保持真实、客观、准确的原则；另一方面，商家也需要树立良好的商业信誉，以诚信为本。作为消费者，我们也应该加强对广告行业的监督和引导，通过选择那些遵守法律规定、道德伦理的商家，共同营造一个诚信守法，互利共赢的市场环境。

总结：

广告法律知识是保障市场秩序和消费者权益的重要工具，培养广告自觉性和提高消费者识别能力是防范虚假广告的重要措施。同时，加强监管力度和倡导广告行业道德是维护市场良性运营的关键。通过共同努力，我们能够建立一个诚实守信、有序发展的广告市场，促进经济繁荣和消费者福祉。

广告法替代词篇二

广告在当今社会中无处不在，无论是通过电视、广播、报纸还是互联网，无时无刻不在我们身边。然而，广告行业的发展与广告法律的制定并不总是同步的。为了维护公众的权益，保护消费者的利益，各国纷纷出台了一系列的广告法律。最

近，我研究了一些与广告法律相关的知识，这让我深刻地认识到广告法律对于广告行业可持续发展的重要性。

首先，广告法律强调真实性和诚信原则，以保护消费者的权益。在广告法律中，对广告内容的真实性有严格的要求。禁止虚假的证明和虚假宣传。这意味着广告在宣传产品或服务时必须提供真实、准确的信息，不能夸大事实或误导消费者。只有真实可靠的广告才能增加消费者对产品或服务的信任感，从而促成交易的实施。由此可见，广告法律的出台对于保护消费者的权益至关重要。

其次，广告法律对于广告行业的道德规范起着重要的引导作用。广告在宣传过程中必须遵循诚信原则，不得故意误导或欺骗消费者。这就要求广告商在设计广告内容时要有社会责任感和职业道德意识。他们应该遵循“守法、守大众利益、诚实信用和负责任”的原则，以确保广告符合道德规范，营造一个社会公正和谐的广告环境。

另外，广告法律也限制了广告对特定人群的针对性营销。在广告法律中，对于广告的目标受众有着明确的规定。某些特定人群，如儿童、老年人、病患等，由于心智或身体的特殊情况，对广告的辨别能力较弱，容易受到不当影响。为了保护这些特定人群的权益，广告法律对广告对他们的针对性有所限制。例如，对于针对儿童的广告，必须遵循家长监护原则，避免利用儿童天真无邪的特点误导他们购买不必要的商品。对于病患或老年人群体，广告应该避免利用夸大宣传或虚假承诺，以免对他们的健康或财产造成伤害。通过限制广告对特定人群的针对性，广告法律起到了保护弱势群体权益的作用。

此外，广告法律对商业竞争行为进行了监管，维护了公平竞争的秩序。在广告法律中，禁止了虚假宣传、恶意诽谤、抹黑竞争对手、误导消费者等不正当竞争行为。广告商应该依照竞争的规则进行宣传，而不是采取不正当的手段来排斥竞

争对手。因此，广告法律的出台，对于保证商业竞争的公平和有序具有重要的意义。

总之，广告法律在维护消费者权益、引导行业道德、限制针对性广告和监管商业竞争方面起到了重要的作用。广告法律的出台，使得广告行业可以在公平、透明的环境中持续发展。只有遵守广告法律的规定，广告业才能够赢得消费者的信任和尊重，为社会和谐稳定做出贡献。因此，我们每个人都应该加强对广告法律知识的学习，提高自身的法律意识和责任感，共同维护一个健康、公正的广告环境。

广告法替代词篇三

广告作为商业活动中的重要手段，无处不在地影响着我们的生活。然而，随着市场竞争的加剧，一些商家开始违规发布虚假广告，误导和欺骗消费者。为了保护消费者的权益，许多国家都制定了相关的广告法律。阅读和了解广告法律，让我产生了深刻的体会。

第二段：广告发布的法律规定

广告法律明确规定了广告发布的一些基本原则和要求。首先，广告必须真实准确，不得夸大事实或者做虚假宣传。其次，广告不得侮辱他人，扰乱社会秩序，宣传封建迷信和非法活动。此外，广告对特定产品和服务的推广需要符合相关的法律法规，如医疗产品需要获得批准证书才能发布广告。这些规定的设立旨在保护消费者免受虚假广告的欺骗，同时维护社会的公平竞争环境。

第三段：违法广告的后果

一旦广告违反了法律法规的规定，将面临一系列的法律后果。首先，违法广告发布者将面临罚款、停业整顿甚至刑事责任的处罚。其次，受到广告误导的消费者也有权通过法律途径

维护自己的权益，并有可能获得赔偿。这些后果的存在旨在起到威慑作用，减少违法广告的风险。

第四段：广告监管的手段和挑战

广告监管是保障广告法律执行的重要环节。为了配合监管部门的工作，一些国家设立了独立的广告监管机构，负责广告内容的审核和监控。然而，广告监管面临着一些挑战。首先，信息技术的快速发展使得广告发布更加方便和隐蔽，监管机构的效力受到限制。其次，广告监管的成本较高，包括人力和财务成本，给监管机构的工作带来了一定的困难。因此，广告监管需要依靠各方的共同努力，加强合作，保障广告法律的有效执行。

第五段：结语

作为广告接收者和消费者，了解广告法律对我们保护自己的权益至关重要。只有坚守法律底线，选择真实准确的广告信息，我们才能在广告的洪流中筛选出对自己有利的产品和服务，避免成为虚假广告的受害者。同时，作为广告发布者，要遵守广告法律的规定，不得为了追求利益而损害消费者的权益，维护公平竞争的市场环境。通过加强广告法律宣传和监管，我们可以共同为打造诚信市场作出努力，为消费者提供更可靠和安全的购物环境。

广告法替代词篇四

2016年4月24日

中华人民共和国广告法全文2016

(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2016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)

第一章总则

第一条为了规范广告活动，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。

第二条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。第三条广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

第四条广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。

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、法规，诚实信用，公平竞争。

第六条国务院工商行政管理部门主管全国的广告监督管理工作，国务院有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。

县级以上地方工商行政管理部门主管本行政区域的广告监督管理工作，县级以上地方人民政府有关部门在各自的职责范

围内负责广告管理相关工作。

第七条广告行业组织依照法律、法规和章程的规定，制定行业规范，加强行业自律，促进行业发展，引导会员依法从事广告活动，推动广告行业诚信建设。

第二章广告内容准则

第八条广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。

广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示。

第九条广告不得有下列情形：

(十)妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；(十一)法律、行政法规规定禁止的其他情形。第十条广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。第十一条广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。

广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

第十二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、无效的专利作广告。

第十三条广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。第十四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变相发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明“广告”，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。

广播电台、电视台发布广告，应当遵守国务院有关部门关于时长、方式的规定，并应当对广告时长作出明显提示。第十五条麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。前款规定以外的处方药，只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上作广告。

(三)与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较;(四)利用广告代言人作推荐、证明;(五)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。

推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。

第十七条除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

(三)声称或者暗示广告商品为保障健康所必需;(四)与药品、其他保健食品进行比较;(五)利用广告代言人作推荐、证明;(六)法律、行政法规规定禁止的其他内容。保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。

第十九条广播电台、电视台、报刊音像出版单位、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医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

第二十条禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

(三)说明有效率;

(四)违反安全使用规程的文字、语言或者画面;(五)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

第二十二条禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。

禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告,宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

烟草制品生产者或者销售者发布的迁址、更名、招聘等启事中,不得含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

(四)明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。
第二十四条教育、培训广告不得含有下列内容:

(二)明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训;(三)利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、

证明。

第二十五条招商等有投资回报预期的商品或者服务广告，应当对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示，并不得含有下列内容：

(二)利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。第二十六条房地产广告，房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积，并不得含有下列内容：

(一)升值或者投资回报的承诺；

(三)对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺；

(四)利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。第二十八条广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。

广告有下列情形之一的，为虚假广告：(一)商品或者服务不存在的；

(四)虚构使用商品或者接受服务的效果的；

(五)以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。第三章广告行为规范

第二十九条广播电台、电视台、报刊出版单位从事广告发布业务的，应当设有专门从事广告业务的机构，配备必要的人员，具有与发布广告相适应的场所、设备，并向县级以上地方工商行政管理部门办理广告发布登记。

第三十条广告主、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。第三十一条广告主、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。

第三十二条广告主委托设计、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。第三十三条广告主或者广告经营者在广告中使用他人名义或者形象的，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。

第三十四条广告经营者、广告发布者应当按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。

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，核对广告内容。对内容不符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。

第三十五条广告经营者、广告发布者应当公布其收费标准和收费办法。

第三十六条广告发布者向广告主、广告经营者提供的覆盖率、收视率、点击率、发行量等资料应当真实。

第三十七条法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得设计、制作、代理、发布广告。

第三十八条广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人

或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

第三十九条不得在中小学校、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、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布广告，但公益广告除外。

第四十条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。针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：

(一)劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；(二)可能引发其模仿不安全行为。

第四十一条县级以上地方人民政府应当组织有关部门加强对利用户外场所、空间、设施等发布户外广告的监督管理，制定户外广告设置规划和安全要求。

(四)在国家机关、文物保护单位、风景名胜区等的建筑控制地带，或者县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域设置的。

第四十三条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、交通工具等发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告。

以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式。第四十四条利用互联网从事广告活动，适用本法的各项规定。

利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

第四十六条发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健

食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门(以下称广告审查机关)对广告内容进行审查;未经审查，不得发布。

第四十七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、行政法规规定作出审查决定，并应当将审查批准文件抄送同级工商行政管理部门。广告审查机关应当及时向社会公布批准的广告。

(三)要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件;

(四)查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和其他有关资料;(五)查封、扣押与涉嫌违法广告直接相关的广告物品、经营工具、设备等财物;(六)责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告;(七)法律、行政法规规定的其他职权。

工商行政管理部门应当建立健全广告监测制度，完善监测措施，及时发现和依法查处违法广告行为。

第五十条国务院工商行政管理部门会同国务院有关部门，制定大众传播媒介广告发布行为规范。第五十一条工商行政管理部门依照本法规定行使职权，当事人应当协助、配合，不得拒绝、阻挠。

第五十二条工商行政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。

第五十三条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。工商行政管理部门和有关部门不依法履行职责的，任何单位或者个人有权向其上级机关或者监察机关举报。接到举报的机关应当依法作出处理，并将处理结果及时告知举报人。

有关部门应当为投诉、举报人保密。

第五十四条消费者协会和其他消费者组织对违反本法规定，发布虚假广告侵害消费者合法权益，以及其他损害社会公共利益的行为，依法进行社会监督。

第五章 法律责任

第五十五条违反本法规定，发布虚假广告的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。

医疗机构有前款规定违法行为，情节严重的，除由工商行政管理部门依照本法处罚外，卫生行政部门可以吊销诊疗科目或者吊销医疗机构执业许可证。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、代理、发布的，由工商行政管理部门没收广告费用，并处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照、吊销广告发布登记证件。

广告主、广告经营者、广告发布者有本条第一款、第三款规定行为，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第五十六条违反本法规定，发布虚假广告，欺骗、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、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行赔偿。

关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。

前款规定以外的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。

(四)违反本法第二十二条规定发布烟草广告的；

(六)违反本法第四十条第一款规定，在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗、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的。

第五十八条有下列行为之一的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请：

(一)违反本法第十六条规定发布医疗、药品、医疗器械广告的；

(三)违反本法第十八条规定发布保健食品广告的；

(十四)违反本法第四十六条规定，未经审查发布广告的。

医疗机构有前款规定违法行为，情节严重的，除由工商行政管理部门依照本法处罚外，卫生行政部门可以吊销诊疗科目或者吊销医疗机构执业许可证。

广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由工商行政管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照、吊销广告发布登记证件。

(四)违反本法第十三条规定，广告贬低其他生产经营者的商品或者服务的。

广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由工商行政管理部门处十万元以下的罚款。

广告违反本法第十四条规定，不具有可识别性的，或者违反本法第十九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的，由工商行政管理部门责令改正，对广告发布者处十万元以下的罚款。

第六十条违反本法第二十九条规定，广播电台、电视台、报刊出版单位未办理广告发布登记，擅自从事广告发布业务的，

由工商行政管理部门责令改正，没收违法所得，违法所得一万元以上的，并处违法所得一倍以上三倍以下的罚款；违法所得不足一万元的，并处五千元以上三万元以下的罚款。

第六十一条违反本法第三十四条规定，广告经营者、广告发布者未按照国家有关规定建立、健全广告业务管理制度的，或者未对广告内容进行核对的，由工商行政管理部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。

违反本法第三十五条规定，广告经营者、广告发布者未公布其收费标准和收费办法的，由价格主管部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。

第六十二条广告代言人有下列情形之一的，由工商行政管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款：

(四)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。

第六十三条违反本法第四十三条规定发送广告的，由有关部门责令停止违法行为，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款。

违反本法第四十四条第二款规定，利用互联网发布广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，由工商行政管理部门责令改正，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款。

以下的罚款，违法所得不足五万元的，并处一万元以上五万元以下的罚款；情节严重的，由有关部门依法停止相关业务。第六十五条违反本法规定，隐瞒真实情况或者提供虚假材料申请广告审查的，广告审查机关不予受理或者不予批准，予以警告，一年内不受理该申请人的广告审查申请；以欺骗、贿赂等不正当手段取得广告审查批准的，广告审查机关予以撤销，处十万元以上二十万元以下的罚款，三年内不受理该申

请人的广告审查申请。

第六十六条违反本法规定，伪造、变造或者转让广告审查批准文件的，由工商行政管理部门没收违法所得，并处一万元以上十万元以下的罚款。

第六十七条有本法规定的违法行为的，由工商行政管理部门记入信用档案，并依照有关法律、行政法规规定予以公示。

第六十八条广播电台、电视台、报刊音像出版单位发布违法广告，或者以新闻报道形式变相发布广告，或者以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告，工商行政管理部门依照本法给予处罚的，应当通报新闻出版广电部门以及其他有关部门。新闻出版广电部门以及其他有关部门应当依法对负有责任的主管人员和直接责任人员给予处分；情节严重的，并可以暂停媒体的广告发布业务。

新闻出版广电部门以及其他有关部门未依照前款规定对广播电台、电视台、报刊音像出版单位进行处理的，对负有责任的主管人员和直接责任人员，依法给予处分。第六十九条广告主、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、服务的；(四)在广告中未经同意使用他人名义或者形象的；(五)其他侵犯他人合法民事权益的。

第七十条因发布虚假广告，或者有其他本法规定的违法行为，被吊销营业执照的公司、企业的法定代表人，对违法行为负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起三年内不得担任公司、企业的董事、监事、高级管理人员。第七

十一条违反本法规定，拒绝、阻挠工商行政管理部门监督检查，或者有其他构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。第七十二条广告审查机关对违法的广告内容作出审查批准决定的，对负有责任的主管人员和直接责任人员，由任免机关或者监察机关依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七十三条工商行政管理部门对在履行广告监测职责中发现的违法广告行为或者对经投诉、举报的违法广告行为，不依法予以查处的，对负有责任的主管人员和直接责任人员，依法给予处分。工商行政管理部门和负责广告管理相关工作的有关部门的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的，依法给予处分。

有前两款行为，构成犯罪的，依法追究刑事责任。第六章附则

第七十四条国家鼓励、支持开展公益广告宣传活活动，传播社会主义核心价值观，倡导文明风尚。

大众传播媒介有义务发布公益广告。广播电台、电视台、报刊出版单位应当按照规定的版面、时段、时长发布公益广告。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。

第七十五条本法自2016年9月1日起施行。

广告法替代词篇五

《中华人民共和国广告法》已由中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议于2015年4月24日修订通过，现将修订后的《中华人民共和国广告法》公布，自2015年9月1日起施行。

新《广告法》，细化了广告内容准则、广告活动规范，为加强广告监督管理、促进广告业持续快速健康发展提供了重要的法制保障。

一、以下条款适用所有商品：

一、巅峰、顶峰、最新发明、最先进等；

2、不得在商品包装或宣传页面上使用驰名商标、中国名牌字样、图案，如下图：

3、不得在商品包装或宣传页面上使用或者变相使用国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌；不得使用或者变相使用国家机关和国家机关工作人员的名义。

4、不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；也不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。

5、医疗、药品、医疗器械、保健食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明；不能利用未满十周岁的未成年人作广告代言人。

6、广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

7、在促销活动中，请谨慎使用“原价”字样，“原价”是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交，有交易票据的最低交易价格；如果前七日内没有交易，以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。

8、经营者采用与其他经营者或者其他销售业态进行价格比较的方式开展促销活动，应当准确标明被比较价格的含义，且能够证明标示的被比较价格真实有依据。否则构成价格欺诈

行为。

二、食品类商品除适用第一条的要求外，还需适用以下条款：

1、食品类商品不得在其商品包装或宣传页面上使用国家免检产品字样、图案，如下图：

2、广告不得使用与药品相混淆的用语，不得直接或者间接地宣传食品具有治疗作用，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示该食品的治疗作用。

例子：对,,, 疾病有预防和治疗的作用；具有加强和调节心肌，扩张血管，增加冠脉血流量，改善心脏活力，降低血压胆固醇，软化血管等作用,,,、抗肿瘤,,,、让肿瘤患者走向康复,,,等。

3、不得使用哺乳妇女和婴儿的形象、不得明示或暗示可替代母乳；不得使用医疗机构、医生的名义或者形象；食品广告中涉及特定功效的，不得利用专家、消费者的名义或者形象做证明。

4、食品、新资源食品、特殊营养食品广告不得宣传保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用。

以下为保健食品功能范围，未取得保健食品批号，不能使用下列词语及同义词：

1、增强免疫力；

2、辅助降血脂；

3、辅助降血糖；

4、抗氧化；

- 5、辅助改善记忆；
- 6、缓解视疲劳；
- 7、促进排铅；
- 8、清咽；
- 9、辅助降血压；
- 10、改善睡眠；
- 11、促进泌乳；
- 12、缓解体力疲劳；
- 13、提高缺氧耐受力；
- 14、对辐射危害有辅助保护功能；
- 15、减肥；
- 16、改善生长发育；
- 17、增加骨密度；
- 18、改善营养性贫血；
- 19、对化学性肝损伤的辅助保护作用；
- 20、祛痤疮；
- 21、祛黄褐斑；
- 22、改善皮肤水份；

- 23、改善皮肤油份；
- 24、调节肠道菌群；
- 25、促进消化；
- 26、通便；
- 27、对胃粘膜损伤有辅助保护功能。

5、保健食品不得进行以下宣传：

(一)表示功效、安全性的断言或者保证；(二)涉及疾病预防、治疗功能；

三、化妆品类商品除适用第一条的要求外，还需适用以下要求：

1、化妆品除不能使用第一条第1点的绝对化用语外，还不能使用纯天然制品、无副作用等绝对化语言。

2、化妆品广告不得涉及化妆品性能或者功能、销量等方面的数据。例子：肌肤15倍透亮白皙，7天后奇迹般呈现亮白光采等语句。

3、化妆品名称品、制法、成份、效用或者性能不得有虚假夸大。

4、化妆品广告不得宣传医疗作用或者使用医疗术语；

5、化妆品不得他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效用；

例子：刊用消费者数人的对比照片来说明产品疗效；引述×××教授、专家的介绍，以教授、专家的名义使人误信效用。

禁用语句和图案系阿里巴巴集团法务部根据相关法律法规的要求总结得出，因汉语在不同语境中词义的多样性，禁用语句本身无法穷尽，仍需在实践中以相关法律、规则为依据，结合个案具体判断。

广告法替代词篇六

第七条，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；

（国旗、国徽、国歌象征着国家的主权与尊严）

（二）使用国家机关和国家机关工作人员的名义；

（国家机关和国家机关工作人员是依法行使管理国家事务权利的机关和人员，其名义和形象代表着国家利益和社会公共利益，地位和身份特殊，用于广告不仅不严肃，也有损于国家机关形象）

（三）使用国家级、最高级、最佳等用语；

（违背事物不断发展、变化的客观规律、客观上抬高了自己、贬低其他竞争对手的作用，不利于公平竞争）

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。

1. 广告和新闻报道不同，新闻不允许虚构，广告可以在真实的基础上进行适当的艺术加工。

2. 新闻不能收费，广告可以收费。

第十八条，禁止利用广播、电影、电视、报纸、期刊发布烟

草广告。

（同时也禁止所有以大众人物为对象的媒体发布烟草广告）

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。（他人可以是单个自然人，也包括单位团体等。）

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。（药品、医疗器械、农药、兽药、保健品、医疗等商品服务广告发布前要经过审查，药品发布前要经过省级药监局的审查，取得药品广告的文号方可发布；医疗器械发布前要取得省级药监局的批准，取得医疗器械批准文号方可发布；农药和兽药发布前要经过省级农业和畜牧业主管部门的审查，取得农药和兽药广告批准文号后方可发布；保健品发布前要经过省级药监局的批准，取得保健品广告批准文号方可发布；医疗广告发布前必须取得省级卫生部门发布的省级卫生审查报告方可发布。）

二、《广告管理条例》

第十一条第三款，标明优质产品称号的商品广告，应当提交政府颁发的优质产品证书，并在广告中标明授予优质产品称号的时间和部门。（省级以上政府部门颁发有效，其他机构颁发无效不准发布在广告中）

三、《广告管理条例实施细则》

第十五条，国内企业在境外发布广告，外国企业（组织）、外籍人员在境内承揽和发布广告，应当委托在中国注册的具

有广告经营资格的企业代理。

四、《外商投资广告企业管理规定》

第九条，设立中外合营广告企业，除符合有关法律、法规规定的文件外，还应具备以下条件：

- （一）合营各方应是经营广告业务的企业（双方都必须是）；
- （二）合营各方须成立并运营二年以上；
- （三）有广告经营业绩。

（中外合营包括中外合资和中外合营）

五、《广告经营许可证管理办法》

第二条，从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：

- （一）广播电台、电视台、报刊出版单位；
- （二）事业单位；（学校、医院、出版社）
- （三）法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。（以企业为形式的不必申请，如广告公司）

六、《医疗广告管理办法》

第三条，医疗机构发布医疗广告，应当在发布前申请医疗广告审查。未取得《医疗广告审查证明》，不得发布医疗广告。

第七条，医疗广告的表现形式不得含有以下情形：

- (一) 涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物的；
- (二) 保证治愈或者隐含保证治愈的；
- (三) 宣传治愈率、有效率等诊疗效果的；
- (六) 利用患者、卫生技术人员、医学教育科研机构及人员以及其他社会社团、组织的名义、形象作证明的。

七、《医疗器械广告审查发布标准》

第十条，医疗器械广告中有关适用范围和功效等内容的宣传应当科学准确，不得出现下列情形：

- (一) 含有表示功效的断言或者保证的；
- (二) 说明有效率和治愈率的；
- (六) 违反科学规律，明示或暗示包治百病、适应所有症状的；
- (七) 含有“安全”、“无毒副作用”、“无效退款”、“无依赖”、“保险公司承保”等承诺性用语，含有“唯一”、“精确”、“最新技术”、“最先进科学”、“国家级产品”、“填补国内空白”等绝对化或排他性的用语。

八、《医疗器械广告审查办法》

第四条，省、自治区、直辖市药品监督管理部门是医疗器械广告审查机关，负责本行政区域内医疗器械广告审查工作。

九、《化妆品广告管理办法》

第七条，广告客户对可能引起不良反应的化妆品，应当在广

告中注明使用方法，注意事项。

第八条，化妆品广告禁止出现下列内容：

（二）使用他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效用的。

（他人名义中关于“代言人”和“证人证言”问题，可以用“代言人”，“代言人”以第三者身份客观介绍；不能用“证人证言”的原因包括不能以使用者身份，不能以使用前后的效果对比介绍，不能“保证”或者“以暗示方法使人误解其效用”）

十、《药品广告审查办法》

第四条，省、自治区、直辖市药品监督管理部门是药品广告审查机关，县级以上工商行政管理部门是药品广告的监督管理机关。

（省级药监审查不能管理，县级以上工商监督管理）

十一、《药品广告审查发布标准》

第三条，下列药品不得发布广告：

（一）麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品；
（由国家控制）

（二）医疗机构配制的制剂；（不具备国家标准）

（三）军队特需药品（涉及军事机密）

（四）国家食品药品监督管理局依法明令停止或者禁止生产、销售和使用的药品；（已经明令禁止）

（五）批准试生产的药品。（不具有稳定性）

第四条，处方药可以在卫生部和国家食品药品监督管理局共同指定的医学、药学专业刊物上发布广告，但不得在大众传播媒介发布广告或者以其他方式进行以公众为对象的广告宣传。

（处方药必须凭医生处方才能配到或购买到，专业性和针对性很强，如果在大众媒体发布广告或以其他方式进行以公众为对象的广告宣传，就会误导消费者，不利于国家对药品市场的管理。）

第十五条，药品广告不得在未成年人出版物和广播电视频道、节目、栏目上发布。药品广告不得以儿童为诉求对象，不得以儿童名义介绍药品。（儿童是未成年人，身心发育未成熟，用药与成年人不同，不具备完全民事行为能力。）

十二、《户外广告登记管理规定》

第三条，户外广告发布单位发布户外广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请登记，接受工商行政管理机关的监督管理。

第八条，户外广告登记申请，由户外广告发布单位在依法查验证明文件、核实广告内容，确认符合第六条规定的申请登记条件后，向户外广告发布地的工商行政管理机关提出。
（发布所在地）

十三、《关于禁止报刊刊载部分类型广告的通知》

（二）自2006年11月1日起，所有报刊暂停发布以下广告：治疗尖锐湿疣、梅毒、淋病、软下疳等性病及牛皮癣（银屑病）、艾滋病、癌症（恶性肿瘤）、癫痫、乙型肝炎、白癜风、红斑狼疮等疾病和无痛人流内容的医疗广告。

（三）禁止刊载含有淫秽、迷信、色情内容或格调低下的广

告；禁止刊载传播不健康内容的声讯台广告；禁止刊载介绍赌博技术的广告；禁止刊载介绍汽车解码器、万能钥匙、麻醉专用药等各种可用于犯罪技术的广告。

十四、《关于整顿广播电视医疗资讯服务和电视购物节目内容的通知》

（二）自06年8月1日起，所有广播电视播出机构暂停播出介绍药品、医疗器械、丰胸、减肥、增高产品的电视购物节目。

十五、《印刷品广告管理办法》

第六条，广告主自行发布一般形式印刷品广告，应当标明广告主的名称、地址；广告主委托广告经营者设计、制作、发布一般形式印刷品广告，应当同时标明广告经营者的名称、地址。

第八条，广告经营者申请发布固定形式印刷品广告，应符合下列条件：

（二）有150万元以上的注册资本；

（三）企业成立3年以上。

第十二条，广告经营者应当在每期固定形式印刷品广告首页顶部位置标明固定形式印刷品广告名称、广告经营者名称和地址、登记证号、期数、发布时间、统一标志“dm”□

固定形式印刷品广告名称应当由以下三部分依次组成：广告经营者企业名称中的行政区划+企业字号+“广告”字样。

十六、《食品广告发布暂行规定》

（食品广告与保健食品广告不得包含医疗作用。食品的功能

是满足人们的食欲，保健食品功能是调节人的机体，都不能治病。如果出现与药品相混淆的用语，直接或间接宣传治疗作用，会误导消费者。)

第十条，保健食品的广告内容应当以国务院卫生行政部门批准的说明书和标签为准，不得任意扩大范围。

保健食品功能目录：免疫调节，延缓衰老，改善记忆，抑制肿瘤（卫生部已于2000年1月暂停受理和审批）

十七、《酒类广告管理办法》

第七条，酒类广告中不得出现以下内容：

（七）关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果。

（房地产、医疗器械、药品、医疗都不能出现评优,,等）

十八、《烟草广告管理暂行办法》

第四条，禁止利用广播、电视、电影节目以及报纸、期刊的文章，变相发布烟草广告。（烟草广告禁止在以大众为宣传对象的媒体上做广告）

十九、《房地产广告发布暂行规定》

第十条，房地产中表现项目位置，应以从该项目到达某一具体参照物的现有交通干道的实际距离表示，不得以所需时间来表示距离。

第十六条，房地产广告中不得出现融资或者变相融资的内容，不得含有升值或者投资回报的承诺。

第十八条，房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理

户口、就业、升学等事项的承诺。

二十、《广告语言文字管理暂行规定》

第五条，广告用语用字应当使用普通话和规范汉字。

第八条，广告中不得单独使用外国语言文字。

（在文化范围，语言文字是一个国家的尊严和主权，因此我国广告语言文字的管理明确规定，在我国境内刊播广告不得单独使用外国语言文字，其广告用语用字应该用普通话和规范汉字，因特殊需要使用外国语言文字的，应以普通话和规范汉字为主，外国语言文字为辅。）

二十一、《关于进一步加强本市经济小区招商广告管理的通知》

（三）经济小区招商广告禁止出现下列情形：

1. 使用诸如“户籍不限、行业不限”等用语；
2. 对办照期限、办照结果作出保证；
3. 暗示无需注册资本，只需支付较少费用即可办理营业执照；
4. 假借政府部门的名义对外招商；
5. 表述中涉及政府部门职能。

二十二、《关于加强医疗美容服务广告管理的通知》

（二）从事医疗美容服务的机构，须持有《医疗机构执业许可证》，并遵循《中华人民共和国医师法》、《医疗机构管理条例》，根据《医疗机构执业许可证》核准的诊疗科目开展医疗美容服务。

（三）医疗美容服务广告宣传按照《医疗广告管理办法》执行、医疗美容机构必须持卫生行政管理部门出具的《医疗广告证明》，并按照医疗广告格式化的要求进行广告宣传。

二十三、《关于加强招聘、招工广告管理的意见》

（四）招聘、招工广告应当符合下列要求：

2. 人才中介机构和职业介绍机构发布招聘、招工广告的，广告中应当同时注明《人才中介服务许可证》或《职业介绍许可证》的名称和证号。

3. 广告主自行招聘的，不得以任何名义向应聘者收取费用，广告中应当同时注明“非中介，不收费”字样。

二十四、《关于在房地产广告中标注忠告性用语的通知》

凡利用各种媒介和形式在本市发布的房地产广告，应当以醒目文字注明：本广告作为签订购房合同的参考。广告中有明确约定的事项，可作为合同附件。

（要用经济合同法的条约来制约规范房地产开发商的广告行为，要使其严格履行合同要约和广告承诺，防止其将广告和合同相分离，也是为了更好地保护购房者的合法权益，以防其误入虚假房地产广告的“黑洞”）

性生活用品和性生活内容严禁发布广告。

二十六、《关于进一步加强对含有有奖销售内容广告管理的通知》

（一）在抽奖式有奖销售中，下列促销活动构成不正当竞争行为，不得设计、制作、代理和发布广告：

1. 经营者单独或与有关部门联合利用各类彩票设置奖励推销

商品，最高奖的金额超过5000元的。（不能超过5000元）