

2023年广告法英文 广告法律与法规心得体会(精选10篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

广告法英文篇一

近年来，伴随着经济的蓬勃发展和广告行业的快速扩张，广告法律与法规成为保障市场秩序和消费者权益的重要法律体系。作为一名从业多年的广告从业者，我深感广告法律与法规对广告行业的规范和引领作用。在工作中，我不断学习广告法律与法规，并总结自己的心得体会，希望能够分享给广告从业者和广告法律从业者。

首先，我深刻认识到广告法律与法规是广告行业的“定盘星”。在广告创意和宣传中，有时候为了追求更好的效果，一些广告从业者会不自觉地超过法律底线，甚至恶意夸大和虚构产品的功效。然而，广告法律与法规的存在就是为了维护市场秩序和公平竞争，同时保护消费者权益。因此，作为广告人，我们必须时刻将广告法律与法规摆在第一位，遵循底线，创造出真实、合法的广告作品。

其次，广告法律与法规的学习需要不断更新。广告法律与法规是一个相对复杂和庞大的体系，其中蕴含了大量的法律知识和法规规定。作为从业者，我们不能只掌握一次性的知识，而是要时刻跟踪、学习并更新广告法律与法规的最新动态。例如，最近出台的《电子商务法》对广告行业产生了深远影响，我们需要及时了解 and 掌握其中的相关条款和规定，以免因疏忽或不了解法规带来风险和纠纷。

再次，广告法律与法规的执行需要加强监管和执法力度。广

告领域存在一些不守法律法规、违规违法的行为，如虚假广告、误导性广告等。这些不合规的广告行为严重损害了消费者权益，破坏了市场秩序和公平竞争环境。对此，我们需要加强广告行业的监管力度，对违法违规行为进行严厉惩处，同时提高广告从业者的法律意识和自律意识。只有通过监管和执法的有效配合，广告法律与法规才能真正发挥作用，维护市场与消费者的权益。

最后，广告行业需要加强自律与社会责任。虽然广告法律与法规对广告行业起到了重要的规范和引导作用，但它不能覆盖广告行业的每一个细节。作为广告从业者，我们需要自觉加强自律，以道德和社会责任作为行业的底线和导向。不能只局限于法律允许的范围内，更要追求公正、真实、负责任的广告宣传。只有这样，广告行业才能真正赢得消费者的信任和尊重，促进市场健康发展。

综上所述，广告法律与法规是广告行业的“定盘星”，我们必须时刻遵循法律底线，创造出真实、合法的广告作品。同时，广告法律与法规的学习是一个不断更新的过程，我们需要时刻跟踪学习，掌握最新的法律动态。监管和执法力度的加强，以及广告行业的自律和社会责任，都是维护市场秩序和消费者权益的重要环节。相信通过广告法律与法规的规范引导，广告行业一定能够迎来更加健康、规范的发展。

广告法英文篇二

近年来，我国医疗广告迅猛发展，各类医疗机构纷纷投入广告宣传。然而，由于缺乏对医疗广告法规的了解和规范，一些医院的宣传方式存在问题。针对这一现状，我参加了一次医院广告法培训，对医疗广告法规有了更全面的认识，深刻体会到了医院广告法的重要性。以下是我的心得体会。

首先，在培训中了解到医院广告法旨在保障广告信息的真实性和合法性，促进医疗广告行业的良性发展。医院广告作为

医疗机构的重要宣传方式，必须依法进行。培训中，我们详细学习了《医疗广告审查办法》、《医疗广告法》等相关法规，了解到医疗广告必须注重科学性、真实性和合规性。从培训中我了解到，医疗机构需要依法按照适宜的方式进行广告宣传，严禁虚假宣传、夸大宣传、误导宣传等不实行为。只有真实、准确、合法的宣传才能建立良好的医院形象，为患者提供可信赖的医疗服务。

其次，在培训中，我了解到医院广告法还对广告内容、宣传方式和媒体选择等方面进行了具体规范。医疗广告必须依法设置必要的法定内容，如医疗许可证号、医疗机构负责人等信息。同时，医疗广告必须突出医疗特点，避免误导患者。此外，医疗广告还要注意宣传方式，不能使用妨碍社会公共秩序、违背良好风俗习惯的手段。媒体选择也很重要，必须选择合法、合规、合理的媒体进行宣传。通过这次培训，我认识到医院广告的规范与否直接关系到医院形象和患者信任度，为医院合法进行广告宣传提供了具体的指导。

再次，在培训中，我了解到医院广告法对违法违规行为的惩罚也进行了明确规定。医疗机构如果违反医院广告法的规定进行虚假宣传、欺骗患者等行为，将面临不同程度的处罚。有时甚至会对医疗机构造成巨大的经济损失和信誉损害。通过这次培训，我深刻认识到医院广告法的严肃性和重要性，医疗广告的合规宣传是医院良好发展的基础。

最后，培训中，我还学习了一些医院广告的案例，这些案例以往常见的违法违规行为为例，给我上了一堂生动的课程。通过分析这些案例，我从中总结出了一些宝贵的经验教训。例如，一个医院在广告中使用了虚假的治疗效果宣传，吸引了大量患者前来就诊，结果导致众多患者因治疗未果执意起诉，最终法院判决医院赔偿巨额费用。这个案例给我启示：医院广告策划要务实，不能过分渲染治疗效果。

通过这次医疗广告法的培训，我对医院广告的规范与否有了

更深入的了解，深刻体会到医疗广告法对医院宣传工作的重要性。医疗广告必须真实、合法，注重患者的权益和安全。医院作为医疗机构，应该时刻牢记医疗广告法的规定，确保广告信息的准确性，树立良好的医院形象，提供高质量的医疗服务，为患者带来更多的信任和满意。

广告法英文篇三

第一条根据《广告管理条例》(以下简称《条例》)第二十一条的规定，制定本细则。

第二条《条例》第二条规定的管理范围包括：

- (一)利用报纸、期刊、图书、名录等刊登广告。
- (二)利用广播、电视、电影、录像、幻灯等播映广告。
- (三)利用街道、广场、机场、车站、码头等的建筑物或空间设置路牌、霓虹灯、电子显示牌、橱窗、灯箱、墙壁等广告。
- (四)利用影剧院、体育场(馆)、文化馆、展览馆、宾馆、饭店、游乐场、商场等场所内外设置、张贴广告。
- (五)利用车、船、飞机等交通工具设置、绘制、张贴广告。
- (六)通过邮局邮寄各类广告宣传品。
- (七)利用馈赠实物进行广告宣传。
- (八)利用媒介和形式刊播、设置、张贴广告。

第三条申请经营广告业务的企业，除符合企业登记等条件外，还应具备下列条件：

(一)有负责市场调查的机构和专业人员。

(二)有熟悉广告管理法规的管理人员及广告设计、制作、编审人员。

(三)有专职的财会人员。

(四)申请承接或代理外商来华广告，应当具备经营外商来华广告的能力。

第四条兼营广告业务的事业单位，应当具备下列条件：

(一)有直接发布广告的手段以及设计、制作广告的技术、设备。

(二)有熟悉广告管理法规的管理人员和编审人员。

(三)单独立帐，有专职或兼职的财会人员。

第五条中外合资经营企业、中外合作经营企业申请经营广告业务，参照《条例》、本细则和有关规定办理。

第六条申请经营广告业务的个体工商户，除应具备《城乡个体工商户管理暂行条例》规定的条件外，本人还应具有广告专业技能，熟悉广告管理法规，并经考试审查合格。

第七条根据《条例》第六条的规定，按照下列程序办理广告经营者的审批登记：

(一)全国性的广告企业，中外合资、中外合作经营广告业务的企业，向国家工商行政管理局申请，经核准，发给《中华人民共和国营业执照》。

地方性的广告企业，向所在市、县工商行政管理局申请，报省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商

行政管理局核准，由所在市、县工商行政管理局发给《企业法人营业执照》。

(二)兼营广告业务的事业单位，向所在市、县工商行政管理局申请，报省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商行政管理局核准，由所在市、县工商行政管理局发给《广告经营许可证》。

兼营广告业务的事业单位申请直接承揽外商来华广告，向省、自治区、直辖市工商行政管理局申请，经审查转报国家工商行政管理局核准后，由省、自治区、直辖市工商行政管理局发给《中华人民共和国广告经营许可证》。

(三)经营广告业务的个体工商户，向所在市、县工商行政管理局申请，报省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商行政管理局核准，由所在市、县工商行政管理局发给《营业执照》。

(四)举办地方性的临时广告经营活动，举办单位向省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商行政管理局申请，经核准，发给《临时性广告经营许可证》；举办全国性的临时广告经营活动，举办单位向所在省、自治区、直辖市工商行政管理局申请，报国家工商行政管理局批准，由举办单位所在省、自治区、直辖市工商行政管理局发给《临时性广告经营许可证》。

第八条兼营广告业务的事业单位，经过核准，可以代理同类媒介的广告业务。

第九条广告客户申请利用广播、电视、报刊以外的媒介为卷烟做广告，须经省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商行政管理局批准。

广告客户申请为获得国家级、部级、省级各类奖的优质烈性

酒做广告，须经省、自治区、直辖市或其授权的省辖市工商行政管理局批准。刊播39度以下(含39度)酒类的广告，必须标明酒的度数。

第十条根据《条例》第七条的规定，广告客户申请发布广告，应当出具相应的证明：

(一)工商企业和个体工商户分别交验《企业法人营业执照》副本和《营业执照》。

(二)机关、团体、事业单位提交本单位的证明。

(三)个人提交乡、镇人民政府、街道办事处或所在单位的证明。

(四)全国性公司、中外合资经营企业、中外合作经营企业、外商独资经营企业，应当交验国家工商行政管理局颁发的《中华人民共和国营业执照》。

(五)外国企业常驻代表机构，应当交验国家工商行政管理局颁发的《外国企业在中国常驻代表机构登记证》。

第十一条根据《条例》第十一条第(一)项的规定，申请发布商品广告，应当交验符合国家标准、部标准(专业标准)、企业标准的质量证明。

第十二条根据《条例》第十一条第(二)项的规定，申请发布获奖商品广告，应当交验省、自治区、直辖市以上行政主管部门颁奖的证明。

第十三条根据《条例》第十一条第(七)项的规定，申请发布下列广告应当提交有关证明：

(一)报刊出版发行广告，应当交验省、自治区、直辖市新闻

出版机关核发的登记证。

(二)图书出版发行广告，应当提交新闻出版机关批准成立出版社的证明。

(三)各类文艺演出广告，应当提交所在县以上文化主管部门准许演出的证明。

(四)大专院校招生广告，应当提交国家教育委员会或省、自治区、直辖市教育行政部门同意刊播广告的证明；中等专业院校的招生广告，应当提交地(市)教育行政部门同意刊播广告的证明；外国来中国招生的广告，应当提交国家教育委员会同意刊播广告的证明。

(五)各类文化补习班或职业技术培训班招生广告、招工招聘广告，应当提交县以上(含县)教育行政部门或劳动人事部门同意刊播广告的证明。

(六)个人行医广告，应当提交县以上(含县)卫生行政主管部门批准行医的证明和审查批准广告内容的证明。

(七)药品、类药品广告，应当提交所在省、自治区、直辖市卫生行政主管部门核发的《药品广告审批表》。

广告法英文篇四

8月28日，在新《中华人民共和国广告法》即将正式施行之际，福州市市场监督管理局对新《广告法》进行解读，招商、房地产等多类虚假广告将成为整治重点对象，违者除罚款外还将纳入信用惩戒“黑名单”。该局呼吁社会各界关注9月1日新施行的《广告法》，维护自身权益。

福州市市场监管局长蔡福勇提醒相关人员其中的变化。一是增加了很多广告内容准则。新《广告法》将重要商品和服务的

“广告准则”，从7种增加至17种，几乎囊括了保健食品、婴儿乳品、教育培训、招商、房地产、种植养殖类等与消费、生活、健康密切相关的重要商品和服务。二是增加了很多广告行为规范。新《广告法》增加了未成年人广告的规定，明确不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动；增加了对广告代言人的活动规范，明确10岁以下孩子不能作为广告代言人，如果违法，将面临高额处罚。规定广告代言人在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚的，三年之内不得再代言广告；增加了对互联网等新媒体的广告活动规范，明确任何组织或者个人，未经当事人同意或请求，不得以电子信息方式向其发送广告，利用互联网从事广告活动适用新《广告法》的各项规定，互联网弹出广告应当确保一键关闭等。三是加重了违法广告的法律 responsibility。新《广告法》加大了对广告违法行为的打击力度，进一步增强了法律震慑力。在罚款数额确定上，设计了按比例处罚和定额处罚相结合的机制。对于广告费用能够确定的，新《广告法》规定按照广告费用的倍数进行处罚；广告费用无法计算或明显偏低的，实行定额处罚，定额处罚数额可以达到200万元。区分行为性质和情节轻重，设定行政处罚种类和幅度，对严重违法广告，如发布虚假广告、利用广告推销禁止生产销售的商品或提供的服务等，设定了较重的法律 responsibility。增加了行政处罚种类，对情节严重的广告违法行为，增加了吊销营业执照、吊销广告发布登记证件的处罚，增加了信用惩戒，规定将有关广告违法行为，记入信用档案并公示。

该局还倡议全市广告活动主体，进一步增强广告的社会责任意识。作为广告主，应当根据《广告法》和国家的相关政策，依法制作发布广告，不应为了推销商品，运用欺骗手段误导消费者，牟取暴利。广告媒介作为主要的广告经营者、发布者，必须做好“把关人”的作用，制止垃圾广告、虚假广告的刊播，确保发布的广告信息真实、合法、有效。

[广告法2015代言人]

广告法英文篇五

医院广告法是一项司法部门管理和监管医疗广告的法律。为了加强在医学广告领域的法律宣传和工作推进，近期我参加了一次医院广告法的培训，并从中获得了很多宝贵的经验和启示。通过这次培训，我深刻认识到医院广告法对于保护患者权益和维护医疗环境的重要性。

首先，医院广告法的知识培训使我了解到医疗广告中存在的伪造事实和夸大宣传的问题。在医院广告中，一些不负责任的医疗机构会使用一些虚假的宣传语言和图片来误导患者，塑造自己的形象。这种不规范的宣传行为不仅容易给患者带来误导，还会导致患者在医疗过程中出现偏差的判断，对患者的身体健康造成严重的威胁。所以，广告宣传者必须宣传他们医疗技术优势真实的、准确的和科学的宣传自身的特色。

其次，医院广告法的培训还使我认识到了医院广告中存在的价格欺诈问题。有些医疗机构在广告中宣传一些虚假的价格优惠信息，不仅误导了患者的消费观念，还可能使患者在治疗过程中被迫支付额外的费用。医疗机构应该明确将费用标准公开，并保证广告中的价格信息准确无误，以便患者在就医选择时能够做出明智的决策。

此外，医院广告法的相关培训还使我认识到医院广告中存在的隐私泄露问题。一些医疗机构为了吸引患者或者增加知名度，不惜泄露患者的隐私信息，这不仅侵犯了患者的合法权益，也给患者带来了严重的后果。医疗机构在广告中必须严格遵守患者隐私保护的相关法律法规，确保患者的隐私信息不被滥用和泄露出去。

最后，医院广告法的培训还使我认识到了监管机构对医疗广告管理的重要性。监管机构应该完善医院广告法的辅助细则和法规，并依法对医院广告进行有效的监管和处罚。同时，医疗机构自身也要加强内部管理，建立完善的宣传规范和机

制，避免违反医院广告法的行为。只有监管机构和医疗机构共同努力，才能有效地维护患者的权益，促进医疗行业的健康发展。

综上所述，医院广告法培训给我提供了丰富的知识和宝贵的启示。通过这次培训，我认识到了医院广告中存在的一系列问题，并对医疗广告的合理宣传和规范做出了深入的思考。我相信只有广大医务人员加强医院广告法的学习和培训，完善医院广告宣传的规范和管理，才能保护患者的权益，提高医院的整体形象，推进医疗行业的健康发展。

广告法英文篇六

最新广告法修订草案4月24日下午经全国人大表决通过，新广告法将于9月1日起实施。新广告法最新修订了哪些内容呢？有哪些修订热点？最新修改的广告法对药品广告、保健品广告、母乳代用品广告、烟草广告、互联网广告等都做了相关规定。以下是详细修订内容。

新广告法最新修订热点：

1、药品广告需显著标明不良反应

广告法修订草案三审稿(以下简称三审稿)增加规定，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。

【解读】为保证用药安全，保护患者权益，有必要对药品广告进一步严格规范。

2、保健食品广告禁涉及疾病防治

三审稿规定，保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能，不得声称或者暗示广告商品为保障健康所必需，并应当显著

标明“本品不能代替药物”。

【解读】保健食品不具有治疗疾病的功效，且实践中保健食品广告违法情况较为严重，三审稿为此将保健食品广告准则单列一条，作出了更有针对性的严格规范。

3、养生栏目禁发药品、保健食品广告

三审稿规定，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。

【解读】一些媒体以健康讲座、养生节目等形式变相发布药品、保健食品广告，致使消费者权益受损事件时有发生，法律设专门条款将有效防止无良商家“忽悠”消费者。

4、母乳代用品广告禁“登”公共场所

根据三审稿，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。

【解读】母乳是婴儿成长最自然、安全、完整的天然食物，母乳喂养应该鼓励和促进。

5、大众媒介、公共场所禁发烟草广告

三审稿明确，禁止在大众传播媒介或者公共场所发布烟草广告。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。烟草制品生产者或者销售者不得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。

【解读】想通过其他商品的广告或公益广告等变相发布烟草

广告?这种行为也行不通了。

6、代言过虚假广告者或将被禁3年

三审稿规定，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。

【解读】广告不能想接就接，为保护消费者合法权益，广告代言人的责任应进一步强化，代言活动也应更加严格规范。

7、医疗机构违法发广告将吊销执业许可证

三审稿增加规定，医疗机构违法发布广告情节严重的，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。

【解读】事实上，我国《医疗广告管理办法》已对医疗机构发布广告行为作出过相关规定；此次上升到法律层面加大处罚力度，也显示出加强对医疗广告管理的决心。

8、部门监管不到位将追责主管

三审稿明确，新闻出版广电部门以及其他有关部门对有广告违法行为的广播电台、电视台、报刊音像出版单位，不依法予以处理的，对负有责任的主管人员和直接责任人员，依法给予处分。

【解读】治理违法广告需部门联动，除工商部门加强监管外，新闻出版广电等媒体主管部门也需切实履行对媒体活动的监管职责。

[最新广告法]

广告法英文篇七

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：

(一)使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；

(二)使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；

- (三)使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语;
- (四)损害国家的尊严或者利益,泄露国家秘密;
- (五)妨碍社会安定,损害社会公共利益;
- (六)危害人身、财产安全,泄露个人隐私;
- (七)妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚;
- (八)含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容;
- (九)含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;
- (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。

第十六条医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：

(一)表示功效、安全性的断言或者保证；

(二)说明治愈率或者有效率；

(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。

第十八条保健食品广告不得含有下列内容：

- (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) 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。

第二十一条农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容：

- (一)表示功效、安全性的断言或者保证；
- (二)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。

第二十三条酒类广告不得含有下列内容：

- (一)诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；
- (二)出现饮酒的动作；
- (三)表现驾驶机动车、船、飞机等活动；
- (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；

(二)以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置；

(三)违反国家有关价格管理的规定；

(四)对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传。

第二十七条农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白，并不得含有下列内容：

(一)作科学上无法验证的断言；

(二)表示功效的断言或者保证；

(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。

户外广告的管理办法，由地方性法规、地方政府规章规定。

第四十二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、消防设施、消防安全标志使用的；

(三) 妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌的；

(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。

第四十五条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对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。

第四章 监督管理

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。

第四十八条任何单位或者个人不得伪造、变造或者转让广告审查批准文件。

第四十九条工商行政管理部门履行广告监督管理职责，可以行使下列职权：

(一)对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查；

(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。

第五十七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，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照，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；对广告经营者、广告发布者，由工商行政管理部门没收广告费用，处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照、吊销广告发布登记证件：

(一)发布有本法第九条、第十条规定的禁止情形的广告的；

(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；

(四)违反本法第二十一条规定发布农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告的；

(五)违反本法第二十三条规定发布酒类广告的；

(六)违反本法第二十四条规定发布教育、培训广告的；

(七)违反本法第二十五条规定发布招商等有投资回报预期的商品或者服务广告的；

(八)违反本法第二十六条规定发布房地产广告的；

(十)违反本法第三十八条第二款规定，利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人的；

(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。

第五十九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，对广告主处十万元以下的罚款：

(一)广告内容违反本法第八条规定的；

(二)广告引证内容违反本法第十一条规定的；

(三)涉及专利的广告违反本法第十二条规定的；

(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：

(二)违反本法第十八条第一款第五项规定，在保健食品广告中作推荐、证明的；

(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。

第六十四条违反本法第四十五条规定，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，明知或者应知广告活动违法不予制止的，由工商行政管理部门没收违法所得，违法所得五万元以上的，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2015年9月1日起施行。

亮点：

新广告法亮点一：完善广告准则

新的广告法内容更加丰富，如完善了保健食品、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。原来广告法只有7种商品和服务的广告准则，这次增加到19种。

没有新增内容时，也对这些新加的种类进行管理，但是没有明确的法律来规范，执行起来就比较困难。此前只有一些规章制度，没有相关法律方面的东西，现在新法把规章相关内容纳入其中，这是因为如医疗、保健食品等违法产生的后果很严重，加大了对消费者的保护力度。

新广告法亮点二:明确虚假广告定义

新法明确虚假的宣传、引人误导的内容，这些均属于虚假广告。

按新法对虚假广告的界定，查处的虚假广告数量将会增多，对违法行为起到很大程度的震慑作用。业内也有声音表示担忧，违法广告查处量骤增对广告界是一个考验。

新广告法亮点三:约束广告代言人

现行广告法没有对代言人的法律规制。这次广告法修订当中对明星代言也作了法律责任规定，明星代言不能只收钱而不担责。只要明星代言的是虚假广告，同样负有连带责任。对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满3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。

老百姓对明星代言虚假广告比较反感。广告不能想接就接，为保护消费者合法权益，广告代言人的责任应进一步强化，代言活动也应更加严格规范，这是国家的一种态度，限制和约束明星代言。

新广告法亮点四:禁止烟草变相广告

烟草广告数量占比较少，烟草广告秩序比较好。但尽管如此，这次新广告法当中对烟草广告作了更加严格的规定，禁止在一切大众媒体和公共场所发布烟草广告，禁止变相发布违法广告。烟草制品生产者或者销售者不得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。

想通过其他商品的广告或公益广告等变相发布烟草广告这种行为也行不通了。但对市场影响不大，因为此前国家对于烟草广告的规定就非常严格，执行也相当严格。

新广告法亮点五：10岁以下不能代言

新法规定10岁以下未成年人不能代言广告。比如说在学校里面、幼儿园里面、在少年儿童经常活动的场所里面，不能做广告，特别是在教材里面不能做广告，为孩子的身心打造一个干净的环境。

10岁以下的孩子心智还不成熟，让他们做广告是一件很不负责任的事情。不少广告业内人士也认同该观点，那么小的孩子该上学就上学该玩就玩。

新广告法亮点六：规范互联网广告

在现行广告法当中没有关于互联网广告的章节。这次对互联网广告有了规定，比如，互联网广告应一键关停，电子邮件未经同意不能发送。

业内人士认为，互联网的广告形态很多，技术比较复杂。互联网是新兴事物，不应该基于传统方式的理念，不能拘泥于传统，理念一定要新，具体问题在广告法这样一部法律里不可能规定得很细，之后还应专门出台一个互联网广告管理办法。

新广告法亮点七:加强对媒体监管

传媒作为载体，发布广告时承担重要责任。这次对发布广告的媒体和平台也作了严格规定，并且加大了处罚力度。媒体发布违法虚假广告，过去根据广告费用罚款1到5倍，现在最高可以处罚200万元，加强对违法广告的震慑。

对于违法虚假广告的处罚，对于一些小企业来说是很难承担的。但此次新法增加了资格罚，对于发布虚假广告的，比如，医院违法发布虚假广告则吊销营业执照等。

新广告法亮点八:公益广告成责任

大家通过媒体能看到公益广告。这次把它写到法律里，作为一种法定的职责要发布，要承担发布公益广告的责任。

公益广告的发布应该大力发展，这对于塑造社会价值观起到了重要作用。公益广告好的作品实在是太少了，公益广告要有一个好的平台让它发展。比如，形成公益广告库，给予制作者版权等。

新广告法亮点九：监管不到位将追责

除了工商其他部门也有监管之责。新闻出版广电部门以及其他有关部门对有广告违法行为的广播电台、电视台、报刊音像出版单位，不依法予以处理的，对负有责任的主管人员和直接责任人员，依法给予处分。

治理违法广告需部门联动。比如，发布医药广告先要到食药监或卫生厅审批。除工商部门加强监管外，新闻出版广电等媒体主管部门也需切实履行对媒体活动的监管职责。

新广告法亮点十：可让广告业主自证清白

这次新法增加了操作方面的一个亮点，就是工商部门有权让广告业主自证清白。

以前工商部门要证明广告业主违法还要自己去寻找证据，现在工商部门则有权让业主自证清白，不能证明就可依法处理，这是给予了工商部门在执法方面很大的便利。

文档为doc格式

广告法英文篇八

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。

广告法英文篇九

新修订的《广告法》在广告内容准则、虚假广告、广告代言人、烟草广告、未成年人广告、互联网广告等十大方面进行了扩充和细化。

一、新广告法对淘宝(电商)

从广告法的内容说，电商们本身做的事情，都是合理合情的，谁不想要更好的销量，谁不想要更好的利润比例。对此缺造成了，网络电商行业相互竞争的恶性循环，除了在自身宣传上的虚假宣传，更有抹黑同行的恶意行为。

新广告法的出台，从表面上看是限制了电商的发展，节制了电商的宣传方式及为了广告消费者谋求了更合理的要求和权利，从深远的意义上更是对电商发展正规化开了一个良好的开端。有助于市场的健康发展。

新广告法对电商淘宝、京东等网络平台的影响其实只有好处没有坏处，从根本上说客户才是电商发展的必然趋势，新广告法的出台，对于构建网络健康环境起到不可忽视的作用，更为了电商平台给予了一个监察及规范电商过度推广的良好武器，对于消费者来说更从中会得到更多的实在意义。对网络电商平台健康发展有着良好的意义。

二、新广告法对医疗

药品需标明不良反应

新修订的《广告法》与旧版相比，增加了对药品广告准则的规定，规定任何人不能代言药品广告，同时药品广告必须显著地标明禁忌不良反应。

三、新广告法对互联网

为规范互联网广告发布行为，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，弹出广告应确保一键关闭。

[淘宝广告法]

广告法英文篇十

第一段：引言（150字）

近年来，随着社会经济的发展和人们健康意识的增强，医院广告数量急剧增加。然而，不少医院广告存在虚假宣传、夸大效果等问题，误导了患者和公众的判断和选择。为了加强医院广告管理，提高广告真实性和合规性，我参加了一次医院广告法培训。

第二段：培训内容（250字）

这次医院广告法培训涵盖了医院广告的基本概念、相关法律法规、广告审查制度和典型案例分析等内容。我通过培训深入了解了医院广告存在的问题以及相关法规的要求。从培训中我了解到，医院广告应该真实、准确地反映医疗服务的实际情况，并不得包含虚假或夸大宣传，不得损害公众的利益和权益。

第三段：心得体会（350字）

通过培训，我深刻认识到医院广告的重要性和必要性，也意识到不少医院广告存在各种问题。虚假宣传、夸大效果等问题不仅误导了患者和公众的判断和选择，还损害了医院的信誉和声誉。作为医务工作者，我们应该坚守医德，诚信宣传，让患者能够真实、清晰地了解医疗服务。同时，我也认识到医院广告管理不是一件容易的事情，需要各方共同努力，加强监管和规范。

第四段：改进措施（300字）

为了提高医院广告的真实性和合规性，我们应该采取一系列的改进措施。首先，医院内部应建立健全广告审查制度，确保广告内容真实、准确，符合法规要求。其次，医务人员应

加强对医疗知识和法律法规的学习，提高专业素质，避免出现误导性言论。最后，相关部门应加强对医院广告的监管力度，对违法广告进行严厉处罚，形成有效的威慑机制。只有这样，才能够真正提高医院广告的质量，保护公众的权益。

第五段：总结（150字）

通过这次医院广告法培训，我深入了解了医院广告管理的重要性的必要性。通过加强对医院广告法律法规的学习，我们能够更好地规范广告行为，提高广告的真实性和合规性。进一步培养医务工作者的法律意识和专业素养，让医院广告真正成为患者了解医疗服务的窗口，服务于公众的健康需求。