**「중화인민공화국 광고법」**

[법률, 2018.10.26., 개정]

|  |  |
| --- | --- |
| **원문** | **번역문** |
| **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、发布广告的自然人、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、代理服务的自然人、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人、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、证明的自然人、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  国务院市场监督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。  县级以上地方市场监督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）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；  　　（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。  　　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:  　　（一）对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺；  　　（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:  　　（一）对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外；  　　（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；  　　（二）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信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的；  　　（三）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）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，并向县级以上地方市场监督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市场监督管理部门。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　市场监督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；  　　（二）询问涉嫌违法当事人或者其法定代表人、主要负责人和其他有关人员，对有关单位或者个人进行调查；  　　（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。  　　市场监督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　国务院市场监督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　市场监督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　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。  　　第五十三条　任何单位或者个人有权向市场监督管理部门和有关部门投诉、举报违反本法的行为。市场监督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。  　　市场监督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，由市场监督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，除由市场监督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，由市场监督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，由市场监督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，由市场监督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；  　　（二）违反本法第十五条规定发布处方药广告、药品类易制毒化学品广告、戒毒治疗的医疗器械和治疗方法广告的；  　　（三）违反本法第二十条规定，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的；  　　（四）违反本法第二十二条规定发布烟草广告的；  　　（五）违反本法第三十七条规定，利用广告推销禁止生产、销售的产品或者提供的服务，或者禁止发布广告的商品或者服务的；  　　（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，由市场监督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；  　　（二）违反本法第十七条规定，在广告中涉及疾病治疗功能，以及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；  　　（九）违反本法第二十七条规定发布农作物种子、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；  　　（十一）违反本法第三十八条第三款规定，利用自然人、法人或者其他组织作为广告代言人的；  　　（十二）违反本法第三十九条规定，在中小学校、幼儿园内或者利用与中小学生、幼儿有关的物品发布广告的；  　　（十三）违反本法第四十条第二款规定，发布针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告的；  　　（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，除由市场监督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，由市场监督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，由市场监督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，由市场监督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，由市场监督管理部门责令改正，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，由市场监督管理部门责令改正，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，由市场监督管理部门责令改正，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，由市场监督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:  　　（一）违反本法第十六条第一款第四项规定，在医疗、药品、医疗器械广告中作推荐、证明的；  　　（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；  　　（三）违反本法第三十八条第一款规定，为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、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，由市场监督管理部门责令改正，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，由市场监督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，由市场监督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，由市场监督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，市场监督管理部门依照本法给予处罚的，应当通报新闻出版、广播电视主管部门以及其他有关部门。新闻出版、广播电视主管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、广播电视主管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、阻挠市场监督管理部门监督检查，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　市场监督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。  市场监督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，由国务院市场监督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。 | **제1장 총칙**  제1조  광고활동을 규범화하고 소비자의 합법적인 권익을 보호하며 광고산업의 건강한 발전을 촉진하고 사회경제의 질서를 수호하기 위하여 이 법을 제정한다.  제2조  중화인민공화국 국경 내에서 상품경영자 또는 서비스제공자가 일정한 매개체와 형식을 통해 직접 또는 간접적으로 자신이 판매하는 상품 또는 서비스를 소개하는 상업광고활동에 종사하는 경우 이 법을 적용한다.  이 법에서 광고주란 상품 또는 서비스를 판매하기 위하여 자체적으로 또는 타인에게 광고를 설계, 제작, 배포를 의뢰하는 자연인, 법인 또는 기타 조직을 말한다.  이 법에서 광고경영자란 광고의 설계, 제작, 대리서비스를 위탁받아 제공하는 자연인, 법인 또는 기타 조직을 말한다.  이 법에서 광고배포자란 광고주 또는 광고주가 위탁한 광고경영자를 위하여 광고를 배포하는 자연인, 법인 또는 기타 조직을 말한다.  이 법에서 광고대행인이란 광고주 이외에 광고 중에서 자신의 명의 또는 이미지로 상품, 서비스에 대하여 추천, 증명하는 자연인, 법인 또는 그 밖의 조직을 말한다.  제3조  광고는 진실되고 합법적이어야 하며 건강한 표현방식으로 광고의 내용을 표현하고 사회주의 정신문명의 건설과 중화민족의 우수한 전통문화를 발양하는데 부합하여야 한다.  제4조  광고는 허위 또는 오해할 수 있는 내용을 포함하여서는 아니 되며 소비자를 기만하거나 오인하도록 이끌어서는 아니 된다.  광고주는 광고 내용의 진실성에 대하여 책임을 져야 한다.  제5조  광고주, 광고경영자, 광고배포자는 광고활동에 종사함에 있어 법률, 법규를 준수하고 성실신용의 원칙과 공평경쟁의 원칙을 준수하여야 한다.  제6조  국무원 시장감독관리부서는 전국의 광고감독관리업무를 주관하며 국무원의 관련부서는 각자 직책의 범위 내에서 광고관리의 관련 업무를 담당한다.  현(縣)급 이상의 지방 시장감독관리부서는 당해 행정구역의 광고감독관리업무를 주관하며 현급 이상 지방인민정부의 관련부서는 각자 직책의 범위 내에서 광고관리와 관련된 업무를 담당한다.  제7조  광고업계는 법률, 법규와 정관의 규정에 따라 업계 표준을 제정하고 산업의 자율성을 강화하며 산업발전을 촉진하고 회원이 법에 따라 광고활동에 종사하도록 인도하여 광고산업의 성실한 건설을 추진하여야 한다.  **제2장 광고내용준칙**  제8조  광고 중 상품의 성능, 기능, 원산지, 용도, 품질, 성분, 가격, 생산자, 유효기간, 허가 등 또는 서비스의 내용, 제공자, 형식, 품질, 가격, 허가 등에 대한 표시는 정확하고 분명하며 명백하여야 한다.  광고 중 판매를 추천하는 상품 또는 서비스에 부가적인 증정품이 있음을 표기하는 경우 부가적으로 증정되는 상품 또는 서비스의 품종, 규격, 수량, 기한과 방식을 명시하여야 한다.  법률, 행정법규가 규정하는 광고 중에 명시해야 하는 내용은 현저하고 뚜렷하게 표시하여야 한다.  제9조  광고는 다음의 상황이 있어서는 아니 된다.  (1) 중화인민공화국의 국기, 국가, 국휘, 군기, 군가, 군휘의 사용 또는 변칙적 사용  (2) 국가기관, 국가기관 업무인원의 명의 또는 이미지의 사용 또는 변칙적 사용  (3) ‘국가급(國家級)’, ‘최고급(最高級)’, ‘최적(最佳)’ 등의 용어 사용  (4) 국가의 존엄 또는 이익을 손해 조성 또는 국가 기밀 누설  (5) 사회의 안정을 저해하거나 사회 공공의 이익에 손해를 조성  (6) 인신, 재산의 안전에 위해를 가하거나 개인의 사생활을 누설  (7) 사회 공공질서를 저해하거나 사회의 미풍양속을 위배  (8) 음란, 색정, 도박, 미신, 공포, 폭력의 내용을 포함  (9) 민족, 종족, 종교, 성별 차별의 내용을 포함  (10) 환경, 자연자원 또는 문화유산의 보호를 방해  (11) 법률, 행정법규가 금지를 규정하는 그 밖의 정황  제10조  광고는 미성년자와 장애인의 심신의 건강에 손해를 조성하여서는 아니 된다.  제11조  광고내용이 관련되는 사항이 행정허가가 필요한 경우 허가의 내용과 부합하여야 한다.  광고에 사용되는 데이터, 통계자료, 조사결과, 문헌, 인용어 등의 인증내용을 사용하는 경우 진실되고 정확하며 출처를 명기하여야 한다. 인증내용에 적용범위와 유효기간이 있는 경우 이를 명확하게 표시하여야 한다.  제12조 광고 중 특허권 상품 또는 특허권 방법과 연관되는 경우 특허권 번호와 특허권 종류를 명기하여야 한다.  특허권을 취득하지 아니하고 광고 중에 특허권을 취득하였음을 거짓으로 성명하여서는 아니 된다.  특허권을 부여받지 아니한 특허권의 사용과 이미 중지, 철회, 무효한 특허권을 사용하여 광고하는 것을 금지한다.  제13조 광고는 기타 생산경영자의 상품 또는 서비스를 비하하여서는 아니 된다.  제14조 광고는 식별이 가능해야 하며 소비자가 광고임을 분명히 판단할 수 있도록 하여야 한다.  대중미디어매체는 뉴스보도의 형식으로 변칙적인 광고배포를 하여서는 아니 된다. 대중미디어매체를 통하여 배포하는 광고는 ‘광고’라는 문자를 뚜렷하게 표기하여 다른 비광고성 정보와 상호 구분이 되어야 하며 소비자의 오해를 유발하여서는 아니 된다.  방송국, 텔레비전방송국이 배포하는 광고는 국무원 관련부서의 시간분량, 방식에 관한 규정을 준수하여야 하며 광고시간분량을 분명히 제시하여야 한다.  제15조 마취 약품, 정신성 약품, 의료용 독성약품, 방사성 약품 등의 특수약품, 약품류로 독극물의 제조가 용이한 화학품 및 해독치료의 약품, 의료기계와치료방법은 광고할 수 없다.  앞 항에서 규정한 것 이외의 처방약은 오직 국무원 위생행정부서와 국무원 약품감독관리부서이 공동으로 지정하는 의학, 약학 전문간행물 상에만 광고할 수 있다.  제16조 의료, 약품, 의료기기의 광고는 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 효능, 안정성을 표시하는 단정적 어구 또는 보장  (2) 완치율 또는 유효율의 설명  (3) 기타 약품, 의료기기의 효능과 안정성 또는 기타 의료기기와의 비교  (4) 광고대행인을 이용한 추천, 증명  (5) 법률, 행정법규가 금지를 규정하는 그 밖의 내용  약품광고의 내용은 국무원 약품감독관리부서가 비준하는 설명서와 일치하여야 하며 현저한 곳에 금기사항, 불량반응을 명기하여야 한다. 처방약의 광고는 ‘본 광고는 의약학 전문가의 열람에 제공됩니다’라는 표기를 뚜렷하게 하여야 하며 비처방약광고는 ‘설명서를 참조하거나 약사의 지도 하에 구매하고 사용하시기 바랍니다‛라는 문구를 명기하여야 한다.  개인이 스스로 사용하는 의료기기를 추천하는 광고에는 ‘자세히 제품설명서를 읽거나 의료인의 지도 하에 구매하고 사용하시기 바랍니다’라는 문구를 명기하여야 한다. 의료기기 제품의 등록증명문건 중에 금기사항, 주의사항이 있는 경우 광고에는 ‘금지 또는 주의사항은 설명서를 자세히 참고하시기 바랍니다‛라는 문구를 뚜렷하게 명기하여야 한다.  제17조 의료, 약품, 의료기기 광고를 제외하고 기타 어떠한 광고도 의료기능과 관련된 언급을 금지하며 의료용어 또는 추천하는 상품과 약품, 의료기기와  혼동되기 쉬운 용어를 사용하여서는 아니 된다.  제18조 건강식품광고에는 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (一) 효능, 안정성을 표시하는 단정적 어구 또는 보증.  (二) 질병의 예방, 치료기능의 언급.  (三) 광고상품이 건강을 보장하는데 필요하다는 성명 또는 암시.  (四) 약품, 기타 건강식품과의 비교.  (五) 광고대행인을 이용한 추천, 증명.  (六) 법률, 행정법규가 금지를 규정하는 그 밖의 내용.  건강식품광고에는 ‚이 제품은 약물을 대체할 수 없습니다‛라는 문구를 명기하여야 한다.  제19조 방송국, 텔레비전방송국, 신문음향출판기관, 인터넷정보서비스제공자는 건강, 양생지식 등을 소개하는 형식으로 변칙적인 의료, 약품, 의료기기, 건강식품 광고를 하여서는 아니 된다.  제20조 대중미디어매체 또는 공공장소에서 모유를 전부 또는 부분적으로 대체할 수 있다는 영유아 유제품, 음료와 기타 식품광고를 금지한다.  제21조 농약, 수의약, 사료와 사료첨가제광고는 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 효능, 안정성을 표시하는 단정적 어구 또는 보장  (2) 과학연구기관, 학술기구, 기술보급기구, 산업협회 또는 전문가, 사용자의 명의 또는 이미지를 이용한 추천, 증명  (3) 유효율의 설명  (4) 안전한 사용절차를 위반하는 문자, 언어 또는 그림  (5) 법률, 행정법규가 금지하는 그 밖의 내용  제22조 대중미디어매체 또는 공공장소, 공공 교통수단, 옥외에서의 담배광고를 금지한다. 미성년자에게 모든 형식의 담배광고를 금지한다.  기타 상품 또는 서비스를 이용한 광고, 공익광고를 금지하며 담배제품의 명칭, 상표, 포장, 장식 및 유사한 내용의 선전을 금지한다.  담배제품의 생산자 또는 판매자가 배포한 이전, 개명, 초빙 등의 광고 중 담배제품의 명칭, 상표, 포장, 장식 및 유사한 내용을 포함하여서는 아니 된다.  제23조 주류광고는 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 음주를 유도, 종용하거나 무절제한 음주의 선전.  (2) 음주 동작의 출현.  (3) 자동차, 배, 비행기 등을 운전하는 활동의 표현.  (4) 음주가 긴장과 근심을 해소하고 체력을 증가하는 등의 효능이 있음을 명시하거나 암시하는 것.  제24조 교육, 훈련광고는 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 진학, 시험통과, 학위학력획득 또는 합격증서에 대하여 또는 교육, 훈련의 효과에 대하여 보장성의 승낙을 명시하거나 암시하는 것  (2) 관련 시험기구 또는 업무인원, 시험출제인원이 교육, 훈련에 참가함을 명시 또는 암시하는 것  (3) 과학기술기관, 학술기구, 교육기구, 산업협회, 전문가, 수익자의 명의 또는 이미지를 이용한 추천, 증명  제25조 투자유치 등 투자회수예상기의 상품 또는 서비스의 광고는 존재할 수 있는 리스크 및 위험책임부담에 대하여 합리적인 제시 또는 경고를 하여야 하며 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 미래의 효과, 수익 또는 그와 관련된 정황에 대하여 보장성 승낙을 하고 본전을 보장하거나 무위험 또는 수익의 보장을 명시하거나 암시하는 것. 국가가 별도로 규정하는 것은 제외한다.  (2) 학술기구, 산업협회, 전문가, 수익자의 명의 또는 이미지를 이용한 추천, 증명  제26조 부동산광고에 있어 부동산광고의 정보는 진실하여야 하며 면적은 건축면적 또는 사용면적을 표기하여야 하고 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 가치의 상승 또는 투자회수에 대한 승낙.  (2) 매물부터 구체적인 참조물까지 도달하는데 필요한 시간으로 매물의 위치를 표시하는 것.  (3) 국가의 가격관리 관련규정의 위반.  (4) 기획중이거나 건설 중인 교통, 상업, 문화교육시설 및 그 밖의 시정 조건에 대한 오인하도록 이끄는 선전.  제27조 농작물종자, 임목종자, 화초종자, 종축, 수산묘종과 종양식광고의 품종명칭, 생산성능, 생장량 또는 생산량, 품질, 내성, 특수사용가치, 경제적 가치, 양식에 적합함 또는 양식의 범위와 조건 등의 부분에 관하여 진실되고 뚜렷하며 명백하여야 하며 다음의 내용을 포함하여서는 아니 된다.  (1) 과학적으로 검증할 수 없는 단정적인 어구의 사용.  (2) 효능을 표시하는 단정적 어구 또는 보증.  (3) 경제효익에 대한 분석, 예측 또는 보장성 승낙.  (4) 과학기술기관, 학술기구, 기술보급기구, 산업협회 또는 전문가, 사용자의 명의 또는 이미지를 이용한 추천, 증명.  제28조 광고로 허위 또는 오해할 수 있는 내용으로 소비자를 기만한 경우 허위광고를 구성한다.  다음 중 하나에 속하는 경우는 허위광고이다.  (1) 상품 또는 서비스가 존재하지 아니하는 경우.  (2) 상품의 성능, 기능, 원산지, 용도, 품질, 규격, 성분, 가격, 생산자, 유효기간, 판매현황, 수상경력 등의 정보, 또는 서비스의 내용, 제공자, 형식, 품질, 가격, 판매현황, 수상경력 등의 정보 및 상품 또는 서비스와 관련된 승낙 등의 정보와 실제정황이 부합하지 아니하고 구매행위에 대하여 실질적인 영향을 준 경우.  (3) 허구, 위조 또는 검증이 불가능한 과학기술성과, 통계자료, 조사결과, 문헌, 인용어 등 정보를 사용하여 재료를 증명하는 경우.  (4) 거짓으로 상품을 사용하거나 서비스 효과를 보았다는 내용.  (5) 거짓 또는 오해할 수 있는 내용으로 소비자를 기만하거나 오인하도록 이끄는 그 밖의 정황.    **제3장 광고행위의 규범**  제29조 방송국, 텔레비전방송국, 간행물출판기관이 광고배포업무에 종사하는 경우, 전문적으로 광고업무에 종사하는 기구를 설립하고 필요한 인원을 배치하며 배포하는 광고와 상응하는 장소, 설비를 구비하고 현급 이상의 지방 시장감독관리부서에 광고배포등기를 하여야 한다.  제30조 광고주, 광고경영자, 광고배포자 간에는 광고활동 중에 법에 따라 서면계약서를 체결하여야 한다.  제31조 광고주, 광고경영자, 광고배포자는 광고 활동 중에 어떠한 형식으로도 불공정한 경쟁을 하여서는 아니 된다.  제32조 광고주는 광고의 설계, 제작, 배포를 위탁할 시 합법적인 경영자격이 있는 광고경영자, 광고배포자에게 위탁하여야 한다.  제33조 광고주 또는 광고경영자가 광고 중 타인의 명의 또는 이미지를 사용한 경우, 사전에 서면동의를 얻어야 한다. 민사행위능력이 없는 자, 민사행위능력에 제한을 받는 자의 명의 또는 이미지를 사용하는 경우 사전에 그 보호자의 서면동의를 얻어야 한다.  제34조 광고경영자, 광고배포자는 국가의 관련규정에 따라 건전한 광고업무의 승계등기, 심사, 서류관리제도 등을 구축하여야 한다.  광고경영자, 광고배포자는 법률, 행정법규에 따라 관련 증명문건을 조사하고 광고내용을 심사하여야 한다. 내용에 부합하지 아니하거나 증명문건을 구비하지 못한 광고에 대하여 광고경영자는 설계, 제작, 서비스의 대리를 제공하여서는 아니 되며 광고배포자는 배포하여서는 아니 된다.  제35조 광고경영자, 광고배포자는 그 수취기준과 수취방식을 공포하여야 한다.  제36조 광고배포자가 광고주, 광고경영자에게 제공하는 커버리지, 시청률, 클릭률, 발행률 등의 자료는 진실하여야 한다.  제37조 법률, 행정법규가 생산, 판매를 금지하는 제품 또는 제공을 금지하는 서비스 및 광고배포를 금지하는 상품 또는 서비스에 대하여 어떠한 기관과  개인도 설계, 제작, 대리, 배포하여서는 아니 된다.  제38조 광고대행인이 광고 중에 상품, 서비스에 대하여 추천, 증명하는 경우 사실에 근거하여 이 법과 관련법률, 행정법규의 규정에 부합하여야 하며 사용해보지 아니한 상품 또는 받아보지 아니한 서비스에 대하여 추천, 증명하여서는 아니 된다.  만 10세가 되지 아니한 미성년자를 광고대행인으로 이용할 수 없다.  허위광고 중에 추천, 증명으로 인해 행정처벌을 받은 지 만 3년이 되지 아니한 자연인, 법인 또는 그 밖의 조직에 대하여 그를 이용하여 광고대행인을 삼을 수 없다.  제39조 초중등학교, 유아원 내에 광고활동을 할 수 없으며 초중등학생과 유아의 교재, 보충교재, 연습장, 문구, 교구, 교복, 학교차량 등을 이용하여 변칙적으로 광고를 배포하여서는 아니 된다. 단, 공익광고는 제외한다.    제40조 미성년자를 대상으로 대중미디어매체에 의료, 약품, 건강식품, 의료기기, 화장품, 주류, 미용광고 및 미성년자의 심신 건강에 불리한 인터넷 게임 등의 광고를 하여서는 아니 된다.  14세 미만의 미성년자를 겨냥한 상품 또는 서비스의 광고는 다음 내용을 포함해서는 아니 된다.  (1) 미성년자가 가장에게 광고상품 또는 서비스를 구매하라고 권유하도록 요구  (2) 안전하지 아니한 행위의 모방을 유발  제41조 현급 이상 지방인민정부는 관련부서를 조직하여 옥외장소, 공간, 시설 등을 이용하여 옥외광고를 배포하는 행위에 대해 감독관리를 하여야 하며 옥외광고설치계획과 안전요구사항을 제정하여야 한다.  옥외광고의 관리방법은 지방성 법규, 지방정부 규장으로 규정한다.  제42조 다음의 정황 중 하나가 있는 경우 옥외광고를 설치하여서는 아니 된다.  (1) 교통안전시설, 교통표지를 이용하는 경우.  (2) 시정의 공공시설, 교통안전시설, 교통표지, 소방시설, 소방안전표지의 사용에 영향을 미치는 경우.  (3) 생산 또는 인민의 생활을 방해하거나 시정의 도시 미관에 손해를 조성하는 경우.  (4) 국가기관, 문물보호기관, 풍경 명승지 등의 건축통제지역 또는 현급 이상 지방 인민정부가 옥외광고의 설치를 금지하는 구역에 설치하는 경우.  제43조 어떠한 기관 또는 개인도 당사자의 동의 또는 요청 없이는 그 주택, 교통수단 등에 광고를 배포하여서는 아니 되며 전자정보의 방식으로도 광고를 배포하여서는 아니 된다.  전자정보의 방식으로 광고를 송출하는 경우 송출자의 진실한 신분과 연락 방식을 명기하고 수신자에게 지속적인 수신 거절 방식을 제공하여야 한다.  제44조 인터넷을 이용하여 광고활동에 종사하는 경우 이 법 각 항의 규정을 적용한다.  인터넷을 이용하여 광고를 배포, 송출하는 경우 사용자의 정상적인 네트워크 사용에 영향을 미쳐서는 아니 된다. 인터넷 웹페이지에 팝업 등의 형식으로 배포하는 광고는 현저한 위치에 닫기표지를 명기하고 한번의 클릭으로 닫힘을 보장하여야 한다.  제45조 공공장소의 관리자 또는 전신업무경영자, 인터넷 정보서비스제공자가 그 장소 또는 정보의 전송, 플랫폼에 불법광고를 배포하거나 송출하는 경우 제지하여야 한다.    **제4장 감독관리**  제46조 의료, 약품, 의료기기, 농약, 수의약과 건강식품광고 및 법률, 행정법규가 심사를 받아야함을 규정하는 기타 광고의 배포는 배포 전에 관련부서(이하 ‘광고심사기관’으로 칭한다)가 광고내용에 대하여 심사를 진행하여야 한다. 심사를 거치지 아니한 경우 배포할 수 없다.  제47조 광고주는 광고심사의 신청 시 법률, 행정법규에 따라 광고심사기관에 관련 증명문건을 제출하여야 한다.  광고심사기관은 법률, 행정법규의 규정에 따라 심사결정을 내리고 심사비준문건을 동급 시장감독관리부서에 발송하여야 한다. 광고심사기관은 적시에 사회에 비준한 광고를 공포하여야 한다.  제48조 어떠한 기관 또는 개인도 광고심사문건을 위조, 변조 또는 양도하여서는 아니 된다.  제49조 시장감독관리부서는 광고의 감독관리직책을 수행함에 있어 다음의 직권을 행사할 수 있다.  (1) 불법광고활동에 종사한 혐의가 있는 장소에 대한 현장조사의 실시  (2) 불법혐의가 있는 당사자 또는 그 법정대리인, 주요 책임자와 기타 관련 인원을 심문하거나 관련기관 또는 개인에 대한 조사의 실시.  (3) 불법혐의가 있는 당사자에 대하여 시한을 정하여 관련 증명문건의 제시 요구.  (4) 불법혐의가 있는 광고와 관련된 계약서, 수표, 장부, 광고작품과 그 밖의 관련 자료의 열람, 복제.  (5) 불법혐의가 있는 광고와 직접 관련이 있는 광고물품, 경영도구, 설비 등 재물의 봉인, 압수.  (6) 심각한 결과를 초래할 수 있는 불법혐의가 있는 광고의 잠정적 배포 금지 명령.  (7) 법률, 행정법규가 규정하는 그 밖의 직권.  시장감독관리부서는 건전한 광고모니터링제도를 구축하여 모니터링 조치를 마련하고 적시에 법에 따라 불법광고행위를 발견하고 색출하여야 한다.  제50조 국무원 시장감독관리부서는 국무원 관련부서와 회동하여 대중미디어매체의 광고배포행위의 규범을 제정하여야 한다.  제51조 시장감독관리부서는 이 법의 규정에 따라 직권을 행사하고 당사자는 협조, 협력하여야 하며 거절하거나 방해하여서는 아니 된다.  제52조 시장감독관리부서와 관련부서 및 그 업무인원은 광고의 감독관리활동 중에 알게 된 상업적 기밀에 대하여 기밀을 보호할 의무가 있다.  제53조 어떠한 기관 또는 개인도 시장감독관리부서와 관련부서에 이 법을 위반하는 행위를 신고, 고발할 권리가 있다. 시장감독관리부서와 관련부서는  사회에 신고, 고발을 수리할 수 있는 전화, 우편함 또는 전자메일 주소를 공개하여야 하며 신고, 고발을 접수하는 부서는 신고를 접수한 날로부터 7일 업무일 이내에 처리하고 신고, 고발인에게 고지하여야 한다.  시장감독관리부서와 관련부서가 법에 따라 직책을 이행하지 아니한 경우, 어떠한 기관과 개인도 그 상급기관 또는 감찰기관에 고발할 수 있는 권리를 가진다. 고발을 접수한 기관은 법에 따라 처리하고 처리결과를 적시에 고발인에게 고지하여야 한다.  관련부서는 신고, 고발인에 대하여 비밀을 엄수하여야 한다.    제54조 소비자협회와 기타 소비자조직은 이 법의 규정을 위반하여 허위광고를 배포하여 소비사의 합법적 권익을 침해하거나 기타 사회 공공이익에 손해를 조성하는 행위에 대하여 법에 따라 사회적 감독을 실시한다.    **제5장 법률책임**  제55조 이 법의 규정을 위반하고 허위광고를 배포한 경우 시장감독관리부서가 광고배포의 금지를 명령하며 광고주가 상응하는 범위 내에서 영향을 제거하도록 명령하고 광고비용의 3배 이상 5배 이하의 벌금에 처하며 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처한다. 2년 내에 3차례 이상 위법행위를 하거나 기타 심각한 정황이 있는 경우 광고비용의 5배 이상 10배 이하의 벌금에 처하며 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 100만 위안 이상 200만 위안 이하의 벌금에 처하고 영업허가증을 취소할 수 있으며 광고심사기관이 광고심사비준문건을 취소하고, 1년 이내에 그 광고심사신청을 수리하지 아니 한다.  의료기구가 앞 항이 규정하는 위법행위가 있어 정황이 심각한 경우 시장감독관리부서가 이 법에 따라 처벌하는 것 이외에서 위생행정관리부서가 진료과목을 취소하거나 의료기구의 영업허가증을 취소할 수 있다.  광고경영자, 광고배포자가 광고의 허위를 명백히 알거나 또는 알아야 함에도 여전히 설계, 제작, 대리, 배포한 경우 시장감독관리부서가 광고비용을 몰수하고 광고비용의 3배 이상 5배 이하의 벌금을 병과하며 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처한다. 2년 이내에 3차례 이상 위법행위를 하거나 그 밖의 심각한 정황이 있는 경우 광고비용의 5배 이상 10배 이하의 벌금에 처하며 광고비용을 계산을 수 없거나 현저히 적은 경우 100만 위안 이상 200만 위안 이하의 벌금에 처하고 관련부서가 광고배포업무의 잠정 중지, 영업허가증의 취소, 광고배포등기문건을 취소한다.  광고주, 광고경영자, 광고배포자가 이조 제1항, 제3항이 규정하는 행위가 있어 범죄를 구성하는 경우 법에 따라 형사책임을 묻는다.  제56조 이 법의 규정을 위반하고 허위광고를 배포하여 소비자를 기만, 오인하도록 이끌어서 상품을 구매하거나 서비스를 받은 소비자의 합법적인 권익에 손해를 조성한 경우, 광고주는 법에 따라 민사책임을 부담한다. 광고경영자, 광고배포자가 광고주의 진실한 이름, 주소와 유효한 연락방식을 제공할 수 없는 경우, 소비자는 광고경영자, 광고배포자에게 먼저 배상을 요구할 수 있다.  소비자의 생명건강과 관련된 상품 또는 서비스와 관련된 허위광고가 소비자에게 손해를 조성한 경우 그 광고경영자, 광고배포자, 광고대행인과 광고주는 연대책임을 부담한다.  앞 항에서 규정하는 것 이외의 상품 또는 서비스의 허위광고가 소비자에게 손해를 조성한 경우 그 광고경영자, 광고배포자, 광고대행인이 광고가 허위임을 명백히 알고 있거나 알고 있어야 함에도 여전히 설계, 제작, 대리, 배포 또는 추천, 증명한 경우 광고주와 연대책임을 부담하여야 한다.  제57조 다음 행위 중 하나가 있는 경우 시장감독관리부서가 광고의 배포를 금지하며 광고주에 대하여 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처하고  정황이 심각한 경우 영업허가증을 취소할 수 있으며 광고심사기관이 광고 심사비준문건을 취소하고 1년 이내에 그 광고심사신청을 수리하지 아니 한다. 광고경영자, 광고배포자에 대하여 시장감독관리부서는 광고비용을 몰수하고 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처하며 정황이 심각한 경우 영업허가증을 취소할 수 있으며 광고배포등기문건을 취소할 수 있다.  (1) 이 법 제9조, 제10조가 규정하는 금지하는 정황이 있는 광고를 배포한 경우  (2) 이 법 제15조의 규정을 위반하고 처방약광고, 약품류의 독성물질 제조가 용이한 화학품의 광고, 해독치료의 의료기기와 치료방법광고를 배포한 경우.  (3) 이 법 제20조의 규정을 위반하고 전부 혹은 부분적으로 모유를 대체할 수 있음을 성명하는 영아유제품, 음료와 기타 식품광고를 배포한 경우.  (4) 이 법 제22조의 규정을 위반하고 담배광고를 배포한 경우.  (五) 이 법 제37조의 규정을 위반하고 광고를 이용하여 생산, 판매가 금지된 제품 또는 제공하는 서비스를 추천하거나 광고배포가 금지된 상품 또는 서비스를 추천한 경우.  (六) 이 법 제40조 제1항의 규정을 위반하여 미성년자를 대상으로 대중미디어매체에 의료, 약품, 건강식품, 의료기기, 화장품, 주류, 미용광고 및 미성년자의 심신건강에 불리한 네트워크 게임광고를 배포한 경우.  제58조 다음 행위 중 하나가 있는 경우 시장감독관리부서는 광고배포의 금지를 명령하고 광고주가 상응하는 범위 내에서 영향을 제거하도록 명령하며 광고비용의 1배 이상 3배 이하의 벌금에 처하고 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 10만 위안 이상 20만 위안 이하의 벌금에 처한다.  정황이 심각한 경우 광고비용의 3배 이상 5배 이하의 벌금에 처하며 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처하고 영업허가증을 취소할 수 있으며 광고심사기관이 광고심사비준문건을 취소하고 1년 이내에 그 광고심사신청을 수리하지 아니 한다.  (1) 이 법 제16조의 규정을 위반하고 의료, 약품, 의료기기의 광고를 배포한 경우.  (2) 이 법 제17조의 규정을 위반하고 광고 중 질병의 치료기능을 언급하거나 의료용어를 사용하거나 사용을 추천하는 상품과 약품, 의료기기와 상호 혼동하기 쉬운 용어를 사용하는 경우.  (3) 이 법 제18조의 규정을 위반하여 건강식품광고를 배포한 경우.  (4) 이 법 제21조의 규정을 위반하고 농약, 수의약, 사료와 사료첨가제 광고를 배포한 경우.  (5) 이 법 제23조의 규정을 위반하고 주류광고를 배포한 경우.  (6) 이 법 제24조의 규정을 위반하고 교육, 훈련광고를 배포한 경우.  (7) 이 법 제25조의 규정을 위반하고 투자유치 등 투자회수예상기의 상품 또는 서비스 광고를 배포한 경우.  (8) 이 법 제26조의 규정을 위반하고 부동산광고를 배포한 경우.  (9) 이 법 제27조의 규정을 위반하고 농작물종자, 임목종자, 화초종자, 종축, 수산묘종과 종양식 광고를 배포한 경우.  (10) 이 법 제38조 제2항의 규정을 위반하고 만 10세가 되지 아니한 미성년자를 광고대행인으로 기용한 경우.  (11) 이 법 제38조 제3항의 규정을 위반하고 자연인, 법인 또는 기타 조직을 광고대행인으로 이용한 경우.  (12) 이 법 제39조의 규정을 위반하고 초중등학교, 유아원 내에서 또는 초중등학생, 유아와 관련된 물품을 이용하여 광고를 배포한 경우.  (13) 이 법 제40조 제2항의 규정을 위반하고 만 14세가 되지 아니한 미성년자에 대하여 상품 또는 서비스광고를 배포한 경우.  (14) 이 법 제46조의 규정을 위반하고 심사를 거치지 아니한 광고를 배포한 경우.  의료기구가 앞 항이 규정하는 위법행위가 있고 정황이 심각한 경우 시장감독관리부서가 이 법에 따라 처벌하는 것 이외에도 위생행정관리부서가 진료과목을 취소하거나 의료기구의 영업허가증을 취소할 수 있다.  광고경영자, 광고배포자가 이 조 제1항이 규정하는 위법행위를 명백히 알고 있거나 또는 알고 있어야 함에도 여전히 설계, 제작, 대리, 배포한 경우 시장감독관리부서가 광고비용을 몰수하며 광고비용의 1배 이상 3배 이하의 벌금을 병과하고 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 10만 위안 이상 20만 위안 이하의 벌금에 처한다. 정황이 심각한 경우 광고비용의 3배 이상 5배 이하의 벌금에 처하며 광고비용을 계산할 수 없거나 현저히 적은 경우 20만 위안 이상 100만 위안 이하의 벌금에 처하고 관련부서가 광고배포업무의 잠정 중지를 명령하고 영업허가증을 취소하며 광고배포등기문건을 취소할 수 있다.  제59조 다음 행위 중 하나가 있는 경우 시장감독관리부서는 광고배포의 중지를 명령하고 광고주에 대하여 10만 위안 이하의 벌금에 처한다.  (1) 광고내용이 이 법 제8조의 규정을 위반한 경우.  (2) 광고인증내용이 이 법 제11조의 규정을 위반한 경우.  (3) 특허권과 관련되는 광고가 이 법 제12조의 규정을 위반한 경우.  (4) 이 법 제13조의 규정을 위반하고 기타 생산경영자의 상품 또는 제품을 비하하는 광고를 한 경우.  광고경영자, 광고배포자가 앞 항이 규정하는 위법행위가 있음을 명백히 알고 있거나 또는 알고 있어야 함에도 여전히 설계, 제작, 대리, 배포한 경우 시장감독관리부서가 10만 위안 이하의 벌금에 처한다.  광고가 이 법 제14조의 규정을 위반하여 식별성을 구비하지 않거나 이 법 제19조의 규정을 위반하여 변칙적으로 의료, 약품, 의료기기, 건강식품광고를 배포한 경우 시장감독관리부서가 시정을 명령하고 광고배포자에 대하여 10만 위안 이하의 벌금에 처한다.  제60조 이 법 제29조의 규정을 위반하고 방송국, 텔레비전방송국, 간행물출판기관이 광고배포등기를 수속하지 아니하고 임의로 광고배포업무에 종사한 경우 시장감독관리부서는 시정을 명령하고 위법소득을 몰수하며 위법소득의 1만 위안 이상인 경우 위법소득의 1배 이상 3배 이하의 벌금을 병과한다.  위법소득이 1만 위안 이하인 경우 5천 위안 이상 3만 위안 이하의 벌금을 병과한다.  제61조 이 법 제34조의 규정을 위반하고 광고경영자, 광고배포자가 국가의 관련 규정에 따라 건전한 광고업무관리제도를 구축하지 아니하였거나 광고내용에 대하여 심사를 진행하지 아니한 경우 시장감독관리부서가 시정을 명령하고 5만 위안 이하의 벌금에 처할 수 있다.  이 법 제35조의 규정을 위반하고 광고경영자, 광고배포자가 그 수취기준과 수취방법을 공표하지 아니한 경우 가격주관부서(價格主管部門)가 시정을 명령하고 5만 위안 이하의 벌금에 처할 수 있다.  제62조 광고대행인에게 다음 정황 중 하나가 있는 경우 시장감독관리부서가 위법소득을 몰수하며 위법소득의 1배 이상 2배 이하의 벌금을 병과한다.  (1) 이 법 제16조 제1항 제4호의 규정을 위반하고 의료, 약품, 의료기기 광고에서 추천, 증명한 경우.  (2) 이 법 제18조 제1항 제4호의 규정을 위반하고 건강식품 광고에서 추천, 증명한 경우.  (3) 이 법 제38조 제1항의 규정을 위반하고 사용해보지 아니한 상품 또는 받아보지 아니한 서비스를 추천, 증명한 경우.  (4) 광고가 허위임을 명백히 알고 있거나 또는 알고 있어야 함에도 광고에서 상품, 서비스에 대하여 추천, 증명한 경우.  제63조 이 법 제43조의 규정을 위반하고 광고를 송출한 경우 관련 부서가 위법행위의 중지를 명령하고 광고주에 대하여 5천 위안 이상 3만 위안 이하의벌금에 처한다.  이 법 제44조 제2항의 규정을 위반하고 인터넷을 이용하여 광고를 배포하면서 닫힘표지를 뚜렷이 표기하여한번의 클릭으로 닫히도록 하지 아니한 경우, 시장감독관리부서가 시정을 명령하고 광고주에 대하여 5천 위안 이상 3만 위안 이하의 벌금에 처한다.  제64조 이 법 제45조의 규정을 위반하여 공공장소의 관리자와 전신업무경영자,  인터넷 정보서비스제공자가 광고활동이 불법임을 명백히 알고 있거나 또는 알고 있어야 함에도 제지하지 아니한 경우 시장감독관리부서가 위법소득을 몰수하며 위법소득의 5만 위안 이상인 경우 위법소득의 1배 이상 3배 이하의 벌금을 병과하고 위법소득이 5만 위안 이하인 경우 1만 위안 이상 5만 위안 이하의 벌금을 병과한다. 정황이 심각한 경우 관련부서가 법에 따라 관련 업무를 중지한다.  제65조 이 법의 규정을 위반하고 진실한 정황을 은폐하거나 허위재료를 제공하여 광고심사를 신청한 경우 광고심사기관은 수리하지 아니하거나 비준하지 아니하며 경고조치를 하고 1년 이내에 당해 신청인의 광고심사신청을 수리하지 아니한다. 기만, 뇌물 등 부정당한 수단으로 광고심사비준을 받은 경우, 광고심사기관은 취소하며 10만 위안 이상 20만 위안 이하의 벌금에 처하고 3년 이내에 당해 신청인의 광고심사신청을 수리하지 아니한다.  제66조 이 법의 규정을 위반하고 광고심사비준문건을 위조, 변조 또는 양도한 경우, 시장감독관리부서가 위법소득을 몰수하며 1만 위안 이상 10만 위안이하의 벌금을 병과한다.  제67조 이 법이 규정하는 위법행위가 있는 경우 시장감독관리부서가 신용문건에 기재하고 관련법률, 행정법규의 규정에 따라 공시한다.  제68조 방송국, 텔레비전방송국, 간행물음향출판기관이 불법광고를 배포하거나 뉴스보도의 형식으로 변칙적인 광고배포를 하거나 건강, 양생지식의 소개 등의 형식으로 의료, 약품, 의료기기, 건강식품광고를 배포하여 시장감독관리부서가 이 법에 따라 처벌한 경우 뉴스출판미디어텔레비전부서 및 그 밖의 관련부서에 통보하여야 한다. 뉴스출판미디어텔레비전부서 및 그 밖의 관련부서는 법에 따라 책임을 지는 주무인력과 직접 책임인원에 대하여 처분한다. 정황이 심각한 경우 매체의 광고배포업무를 잠정 중단할 수 있다.  뉴스출판미디어텔레비전부서 및 그 밖의 관련 부서가 앞 항의 규정에 따라 방송국, 텔레비전방송국, 간행물음향출판기관을 처리하지 아니한 경우 책임을 지는 주무인원과 직접 책임인원에 대하여 법에 따라 처분한다.  제69조  광고주, 광고경영자, 광고배포자가 이 법의 규정을 위반하여 다음의 권리침해행위 중 하나가 있는 경우 법에 따라 민사책임을 부담한다.  (1) 광고 중에 미성년자 또는 장애인의 심신 건강에 손해를 미친 경우.  (2) 타인의 특허권을 사칭한 경우.  (3) 기타 생산경영자의 상품, 서비스를 비하한 경우.  (4) 광고 중에 타인의 명의 또는 이미지의 사용에 동의를 구하지 아니한 경우.  (5) 그 밖의 타인의 합법적인 민사권익을 침해한 경우.  제70조  허위광고의 배포로 인하여 또는 기타 이 법이 규정하는 위법행위가 있어 영업허가증을 취소당한 회사, 기업의 법정대리인이 위법행위에 대하여 개인적인 책임이 있는 경우 당해 회사, 기업이 영업허가증을 취소당한 날로부터 3년 이내에 회사, 기업의 이사, 감사, 고급관리인원을 담당할 수 없다.    제71조 이 법의 규정을 위반하고 시장감독관리부서의 감독조사를 거절하거나 방해하거나 기타 치안관리를 위반하는 행위를 구성한 경우 법에 따라 치안관리처벌에 처한다. 범죄를 구성하는 경우 법에 따라 형사책임을 묻는다.  제72조 광고심사기관이 불법 광고내용에 대하여 심사비준결정을 내린 경우 책임을 지는 주무인력과 직접 책임인원에 대하여 임면기관 또는 감찰기관이 법에 따라 처분한다. 범죄를 구성하는 경우 법에 따라 형사책임을 묻는다.  제73조 시장감독관리부서가 광고의 모니터링직책의 수행 중에 발견한 불법 광고행위 또는 신고, 고발된 불법광고행위에 대하여 법에 따라 조사하지 아니한 경우 책임을 지는 주무인력과 직접 책임인원에 대하여 법에 따라 처분한다.  시장감독관리부서와 광고관리의 관련 업무를 담당하는 관련부서의 업무인원이 직무에 태만하고 직권을 남용하며 개인적인 이득을 추구한 경우 법에 따라 처분한다.  앞의 두 항의 행위가 있어 범죄를 구성하는 경우 법에 따라 형사책임을 묻는다.    **제6장 부칙**  제74조  국가는 공익광고 선전활동의 개진과 사회주의의 핵심가치관을 전파하고 문명적인 미풍양속의 창도를 장려하고 지지한다.  대중미디어매체는 공익광고배포의 의무가 있다. 방송국, 텔레비전방송국, 간행물출판기관은 규정된 지면, 시각, 시간분량 동안 공익광고를 배포하여야 한다. 공익광고의 관리방법은 국무원 시장감독관리부서가 관련 부서와 회동하여 제정한다.  제75조  이 법은 2015년 9월 1일부터 시행한다. |