

市场监管局广告法 培训



SPRING
FESTIVAL

目录

- 广告法概述
- 广告内容规范
- 广告发布要求
- 违法广告的法律责任
- 市场监管局在广告法中的作用
- 案例分析



01

广告法概述

广告法的定义和目的

总结词

广告法的定义和目的是规范广告活动，保障消费者的合法权益，促进广告业健康发展。

详细描述

广告法是针对商业广告的法律法规，其目的是通过规范广告主、广告经营者、广告发布者等各方行为，保障消费者的合法权益，维护市场公平竞争秩序，促进广告业健康发展。



广告法的适用范围



总结词

广告法的适用范围包括各类广告活动，涉及各种媒体和传播渠道。

详细描述

广告法适用于各类商业广告活动，包括电视、广播、报纸、杂志、互联网、户外广告等各类媒体和传播渠道。此外，广告法还适用于广告代言、广告监测等与广告相关的活动。

广告法的基本原则

总结词

广告法的基本原则包括真实性、合法性、公正公平、尊重社会公德和消费者权益。



详细描述

广告法规定，广告应当真实、合法、公正、公平，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得损害社会公共利益和他人合法权益。此外，广告应当尊重社会公德，不得妨碍社会公共秩序和公共安全，不得违反国家法律法规和政策。同时，广告应当注重消费者权益保护，不得侵犯消费者的合法权益。



02

广告内容规范

广告内容的真实性要求



虚假广告

01

广告内容必须真实、准确，不得夸大、虚假宣传。

02

广告中涉及的数据、统计资料等必须准确，不得有误导性信息。

03

广告中使用的商品或服务效果描述必须与实际情况相符，不得虚假宣传。



禁止发布虚假广告

1

禁止发布任何形式的虚假广告，包括但不限于夸大宣传、隐瞒事实等。

2

禁止使用虚构、伪造的证明文件或数据支持广告内容。

3

禁止以虚假方式诱导消费者购买商品或服务。





禁止发布误导性广告

广告内容必须清晰明了，不得使用模糊、歧义的语言或图像。



禁止使用比较广告，对竞争对手进行不正当贬低或攻击。



广告中涉及的价格、促销等信息必须真实、准确，不得误导消费者。



广告中涉及的知识产权保护



01

广告中使用的商标、专利、著作权等必须合法，不得侵犯任何知识产权。

02

广告中使用的图片、音乐、视频等素材必须获得合法授权，不得盗用他人作品。

03

禁止在广告中使用未经授权的专利、商标等标识，进行虚假宣传或误导消费者。



03

广告发布要求

广告发布者的责任



遵守法律法规

广告发布者应当严格遵守《广告法》及相关法律法规，确保广告内容合法、合规。

核实广告内容

广告发布者应对广告内容进行核实，确保广告信息的真实性、准确性和完整性。

合理审查

广告发布者应对广告进行审查，包括对广告主的资质、广告内容的合规性等进行审查。

广告发布的审查制度

01



事先审查



02



事后审查



03



互联网广告审查



对于某些特定类型的广告，如药品、医疗器械等，需要进行事先审查，确保符合相关法律法规。

对于其他类型的广告，如食品、化妆品等，需要进行事后审查，以确保广告内容与实际产品一致。

互联网广告需要进行特殊审查，包括对弹窗广告、视频广告等进行审查。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/057036146005006066>