



江苏省广告条例

发布时间：2010-09-30 【关闭窗口】

[

江苏省广告条例

(2010年1月21日江苏省第十一届人民代表大会常务委员会第十三次会议通过)

第一章 总 则

第一条 为了规范广告活动，促进广告业的健康发展，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用，根据《中华人民共和国广告法》等法律、行政法规，结合本省实际，制定本条例。

第二条 广告主、广告经营者、广告发布者和其他广告参与者在本省行政区域内从事广告活动应当遵守本条例。

第三条 县级以上地方人民政府应当坚持规范管理、优化服务、促进发展的原则，鼓励、支持广告业健康发展，提高广告业整体素质和市场竞争力。

第四条 本省各级工商行政管理机关是广告监督管理机关，负责广告监督管理工作。

县级以上地方人民政府有关部门依照各自职责，负责广告审查和管理工作。

第五条 广告内容应当真实、合法，不得妨碍社会公共秩序和违背社会公德，不得损害社会公共利益和他人合法权益。

从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实守信，公平竞争。

第二章 广告内容

第六条 广告应当具有可识别性，能够使社会公众辨明其为广告。

禁止以新闻报道形式发布广告。禁止以医疗资讯服务类专题节目栏目形式发布药品、医疗、医疗器械广告。除开展舆论监督外，新闻报道、医疗资讯服务类专题节目 栏目等公开商品生产者或者服务提供者的地址、电话、电子信箱、互联网网址等联系方式的，视为发布广告。

第七条 广告使用的语言文字应当清晰、准确，符合国家通用语言文字的规范和标准。

广告中使用的数字、标点符号和计量单位等，应当符合国家标准和有关规定。

第八条 广告应当明示下列内容：

（一）明示广告主的名称或者使社会公众能够辨明广告主；

（二）涉及优惠内容或者措施的广告，应当明示优惠的商品品种或者服务项目、时限、幅度或者数额；

（三）推销有专用附件商品的广告，应当明示该商品必须购买的附件；

（四）推销种子、种苗、种畜、种禽的广告，应当明示适宜种植或者养殖的地域范围和条件；

（五）利用报刊、广播、电视、互联网、电话、短信息等购物形式营销商品的广告，应当明示广告主的地址、联系时间和方式、支付方式、交付商品的时限和方式以及退换商品的方式；

（六）招聘广告应当明示用人单位名称、工作岗位、工作地点；

（七）药品、医疗、医疗器械、农药、兽药以及其他依法需要审查的广告，应当明示广告审查批准文号；

（八）法律、法规规定应当明示的其他内容。

第九条 广告不得含有下列贬低他人的商品或者服务的内容：

（一）片面宣传或者夸大他人的商品或者服务不足的；

（二）利用没有法律、法规依据的认定、评比、排序结果，与他人的商品或者服务作对比，借以突出自己的商品或者服务的；

（三）其他贬低他人的商品或者服务的内容。

第十条 广告不得以虚假或者引人误解的内容、表现形式欺骗和误导社会公众。

广告有下列情形之一的为虚假广告：

(一) 宣传的商品或者服务不存在的;

(二) 宣传的商品生产经营者或者服务提供者应当取得许可证、其他批准文件和营业执照而未取得的;

(三) 宣传的商品生产经营者、质量、价格、制作成分、性能、用途、有效期限、产地或者服务的提供者、内容、形式、性能等信息与实际不符的;

(四) 与商品或者服务有关的承诺不可能兑现的;

(五) 谎称商品或者服务经过审查批准、认证、公证或者获得奖项、荣誉称号, 或者使用不合法的评比结果、奖项的;

(六) 使用虚构、伪造的科研成果、统计资料、调查成果、文摘、引用语等证明材料, 或者使用虚构、伪造的机构作证明的;

(七) 非药品、非医疗或者非医疗器械广告宣传治疗作用的;

(八) 药品、医疗器械广告中宣传的产品功效、适应症(功能主治)、适应范围或者适宜人群超出批准范围的;

(九) 保健食品广告中宣传的保健功能、适宜人群超出批准范围的;

(十) 其他广告参与者对商品或者服务作虚假证明、认定, 或者冒充专业人员进行宣传的;

(十一) 虚构断货、抢购、优惠等情形, 推销商品或者服务的;

(十二) 主要内容虚假, 欺骗、误导社会公众的其他情形。

第十一条 禁止在除国家指定的医学、药学专业刊物以外的媒体上发布处方药广告。

第十二条 医疗广告的内容仅限于医疗机构第一名称、地址、类别、所有制形式、诊疗科目、床位数、接诊时间和联系方式。

第十三条 药品、医疗、医疗器械广告不得含有下列内容:

(一) 对功效作出不科学的断言或者保证的;

(二) 宣传治愈率、有效率的;

(三) 淫秽、迷信、荒诞的;

(四) 使用患者、医务人员和有关专业人员, 或者医药科研单位、学术机构、医疗机构等名义、形象作证明的;

(五) 法律、法规禁止发布的其他内容。

第十四条 食品、消毒产品、化妆品、美容美体服务等与健康相关的非医药商品或者非医疗服务广告不得含有下列内容:

(一) 直接或者间接宣传治疗作用, 或者借助宣传某些成分和功能明示或者暗示具有疾病治疗作用的;

(二) 使用医药科研单位、学术机构、医疗机构、检验机构、认证机构、消费者组织或者医务人员的名义、形象作证明的;

(三) 对产品功效、标志性成分以及含量、用量、适宜人群或者服务效果等进行夸大宣传的;

(四) 对产品功效作出不科学的断言或者保证, 以及宣传治愈率、有效率的;

(五) 法律、法规禁止发布的其他内容。

第十五条 农药、兽药广告不得含有下列内容:

(一) 作出“无害”、“无毒”、“无残留”、“保证高产”等表示安全性和功效的不科学的断言或者保证的;

(二) 使用农业科研单位、学术机构、技术推广机构或者用户、有关专业人员的名义、形象为产品功效作证明的;

(三) 违反农药、兽药安全使用规定的用语或者画面的;

(四) 法律、法规禁止发布的其他内容。

第十六条 房地产广告应当符合下列规定:

(一) 预售广告应当表明预售许可批准机关以及文号;

(二) 明示房地产开发建设项目位置的, 应当以从该项目到达某一具体参照物(地)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;

(三) 涉及的交通、商业、文化、教育、医疗、体育以及电力、环境卫生等公共设施尚处于规划中的, 应当注明;

(四) 涉及建筑物本身和环境绿化的尺寸、品质的, 应当与实际相一致, 尚未建成的, 应当与规划设计相一致;

(五) 使用建筑设计模型照片或者效果图的, 应当注明;

(六) 不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果;

(七) 不得出现融资或者变相融资的内容;

(八) 法律、法规的其他规定。

第十七条 推销设备、技术、种子、种苗、种畜、种禽、种兽以及加工承揽广告,表明回收产品的,应当明确回收的期限、价格、数量、质量要求等内容。

第十八条 理财产品、投资咨询等金融服务广告,应当含有风险提示的内容。

第三章 广告活动

第十九条 从事广告经营活动,应当依法办理工商登记,领取营业执照。法律、行政法规规定应当取得广告经营许可证的,应当依法办理广告经营许可。

第二十条 广告主、广告经营者、广告发布者以及其他广告参与者之间在广告活动中应当依法订立书面合同。

第二十一条 广告经营者、广告发布者应当建立健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度,并自发布之日起将广告业务档案保存两年备查。

广告经营者、广告发布者应当依法查验有关证明文件,核实广告内容。对无合法证明文件、证明文件不全或者内容不实的广告,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。

第二十二条 广告收费应当合理、公开。

广告经营者、广告发布者公布的广告收费标准、收费办法应当在实施之前报价格主管部门和广告监督管理机关备案。

第二十三条 未经互联网电子邮件接收者和移动通信用户同意,不得向其发送包含广告内容的互联网电子邮件和短信息。

非经营性互联网信息服务提供者所拥有的网站或者主页中不得出现介绍他人商品或者服务的广告内容。

第二十四条 县级以上地方人民政府规划部门应当会同工商、城市市容、交通运输、水利、公安等有关部门编制户外广告设置规划,征求广告行业协会和社会公众的意见后,报本级人民政府批准,并向社会公布。户外广告设置规划应当在本条例施行之日起一年内编制完成。

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、永久性测量标志的；
- （二）影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志、永久性测量标志使用的；
- （三）妨碍生产、生活、学习或者不符合城市容貌标准的；
- （四）影响公共环境，破坏自然资源的；

（五）在国家机关建设用地范围、文物保护单位保护范围和建设控制地带、风景名胜区核心景区内的；

（六）法律、法规和户外广告设置规划禁止设置户外广告的其他情形。

第二十五条 建造用于发布户外广告的专用设施，应当符合户外广告设置规划，并按照法律、法规的规定办理相关审批手续。不符合户外广告设置规划的，有关审批部门不得批准。

城市市容环境卫生行政主管部门负责城市和建制镇的建成区内户外广告设施的设置管理工作。

交通运输主管部门负责公路收费站区、服务区以及港口、码头等控制范围内户外广告设施的设置管理工作。

水行政主管部门负责河道管理范围内户外广告设施的设置管理工作。

其他区域的户外广告设施的设置管理工作，由法律、法规规定的部门或者所在地县级以上地方人民政府指定的部门负责。

第二十六条 户外广告设施的设置者应当加强检查、维护，保证户外广告设施牢固、安全。

对破损的户外广告设施，设置者应当及时修复或者拆除。

第二十七条 发布户外广告，应当按照国家有关规定向广告监督管理机关申请户外广告登记。

第二十八条 在公共交通工具、住宅小区、楼宇、市场、影剧院、体育场馆等场所内，利用电子显示装置、展示板或者其他方式发布广告的，广告发布者应当将广告内容在发布之前报所在地广告监督管理机关备案。

第四章 广告业发展

第二十九条 县级以上地方人民政府应当组织广告监督管理、发展和改革等部门，根据需要编制广告业发展规划，制定、落实支持和鼓励广告产业发展的政策措施，促进形成布局合理、结构优化的广告产业体系。

第三十条 广告监督管理机关应当会同发展和改革等部门构建广告业公共服务管理体系，发展广告创意产业集群，建立广告市场信息共享交流平台，完善广告业人才培养教育机制，加强广告知识产权保护。

第三十一条 广告监督管理机关应当加强对广告行业协会的指导，支持广告行业协会依照法律、法规和章程开展工作，加强行业自律，促进行业诚信建设，维护行业和会员的合法权益，推动广告业发展。

县级以上地方人民政府及其有关部门制定涉及广告行业的政策措施，应当征求广告行业协会的意见。

第三十二条 广告主、广告经营者、广告发布者的合法权益受法律保护，任何单位和个人不得侵犯。

任何单位和个人不得擅自占用、拆除经批准设置的户外广告设施，不得涂改、污损、遮盖户外广告。依法拆除有效期内的户外广告设施的，应当给予补偿。

第三十三条 建立和完善公益广告发展促进机制。

鼓励广告主、广告经营者、广告发布者和其他广告参与者设计、制作、发布公益广告。

报刊、广播、电视、门户网站、搜索引擎网站等大众媒体每年发布的公益广告应当不少于全年广告的百分之三；广播每天在十一点至十三点之间、电视每天在十九点至二十一点之间发布公益广告应当不少于四条（次）。

&nbs p;

第五章 监督管理

第三十四条 县级以上地方人民政府可以组织广告监督管理机关、广告审查机关以及相关管理部门，建立健全联席会议制度，协调、解决广告业发展和广告管理工作中的重要问题。

第三十五条 广告监督管理机关依法履行下列职责：

- （一）指导广告业发展；
- （二）实施户外广告登记、固定形式印刷品广告登记和广告经营单位登记等行政许可；
- （三）对广告和广告活动进行监督检查，查处违法广告和广告活动；
- （四）督促、检查广告经营者、广告发布者建立健全广告承接登记、审核、档案管理制度；
- （五）指导广告行业协会开展工作；
- （六）法律、法规规定的其他职责。

第三十六条 广告审查机关依法履行下列职责：

- （一）开展广告审查和复审；
- （二）根据广告监督管理机关的要求，对涉嫌虚假的广告进行认定；
- （三）法律、法规规定的其他职责。

第三十七条 广告审查机关应当及时将审查批准的广告送同级广告监督管理机关备案，并通过政府网站公布，方便社会公众查阅。

广告监督管理机关发现经审查批准的广告内容不符合法律、法规规定的，可以要求广告审查机关复审。广告审查机关应当在五个工作日内作出书面复审决定。

第三十八条 广告监督管理机关在查处涉嫌违法广告和广告活动时，依法行使下列职权：

（一）询问涉嫌违法广告和广告活动的广告主、广告经营者、广告发布者以及其他广告参与者，对有关单位或者个人进行调查；

（二）查阅、复制与涉嫌违法广告和广告活动有关的合同、发票、账册、文件、广告作品和其他资料；

（三）检查与涉嫌违法广告和广告活动有关的场所、财物，查封或者扣押与涉嫌虚假的药品、医疗、医疗器械、食品、消毒产品、化妆品、美容美体服务广告直接有关的财物；

（四）要求涉嫌违法广告和广告活动的广告主、广告经营者、广告发布者限期提供证明广告内容真实性、合法性的材料；

(五) 责令广告主、广告发布者限期修改广告内容，或者暂停发布涉嫌违法广告；

(六) 法律、法规规定的其他职权。

第三十九条 广告监督管理机关对广告和广告活动进行监督检查时，广告主、广告经营者、广告发布者以及其他广告参与者应当予以协助和配合，不得提供虚假情况，不得伪造、隐匿、毁灭和转移证据。

涉嫌违法广告和广告活动的广告主、广告经营者、广告发布者应当在收到广告监督管理机关通知之日起十个工作日内，提供证明广告内容真实性、合法性的材料。

互联网信息和移动短信息服务提供者应当协助广告监督管理机关查处广告违法行为，采取措施停止违法广告的传播。

第四十条 广告审查机关应当依照职责加强对广告的监督，发现涉嫌违法广告的，应当依法处理，并及时移送广告监督管理机关，广告监督管理机关应当将处理情况及时告知广告审查机关。

广告监督管理机关在认定虚假广告或者以新闻报道、医疗资讯服务类专题节目栏目等形式发布广告时，可以商请卫生、食品药品监督、新闻出版、广播电视等部门和专业机构出具书面意见，有关部门和机构应当予以配合。

第四十一条 广告监督管理机关应当加强广告监测工作，建立违法广告发布预警制度，对广告发布活动实施动态监管。

第四十二条 广告监督管理机关、广告审查机关应当建立违法广告公告制度，通过政府网站、新闻媒体公布违法广告。

发布违法广告的报刊、广播、电视、互联网等媒体，应当按照广告监督管理机关的要求刊播违法广告更正启事。

第四十三条 广告活动应当接受社会监督。任何单位和个人有权向广告监督管理机关和广告审查机关投诉、举报违法广告和广告活动。

广告监督管理机关和广告审查机关应当在收到投诉、举报材料之日起五个工作日内作出是否立案的决定，并书面告知具名投诉、举报人。

第六章 法律责任

第四十四条 违反本条例第六条第二款规定发布广告的，由广告监督管理机关责令广告发布者改正，并处以二千元以上一万元以下罚款。

第四十五条 违反本条例第七条规定，广告使用的语言文字、数字、标点符号和计量单位等不符合国家有关规范、标准和规定的，由广告监督管理机关责令广告发布者限期改正，给予警告。

第四十六条 违反本条例第八条、第九条规定的，由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正，没收广告费用，可以并处广告费用一倍以上五倍以下罚款。

第四十七条 违反本条例第十条规定，发布虚假广告的，由广告监督管理机关责令广告主停止发布、以等额广告费用在相应范围内公开更正消除影响，并处以广告费用一倍以上五倍以下罚款；对负有责任的广告经营者、广告发布者没收广告费用，并处以广告费用一倍以上五倍以下罚款；情节严重的，依法停止其广告业务；<构成犯罪的，依法追究刑事责任。

其他广告参与者违反本条例第十条规定，在广告活动中作虚假证明、认定，或者冒充专业人员进行宣传的，依法承担法律责任。

第四十八条 违反本条例第十一条至第十六条规定的，由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者改正或者停止发布，没收广告费用，可以并处广告费用一倍以上五倍以下罚款；情节严重的，依法停止其广告业务。

第四十九条 违反本条例第十七条、第十八条规定的，由广告监督管理机关责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者改正或者停止发布，没收广告费用，可以并处广告费用一倍以上三倍以下罚款；情节严重的，依法停止其广告业务。

第五十条 违反本条例第十九条规定的，按照国务院《无照经营查处取缔办法》和有关企业登记的法律、法规予以处罚。

第五十一条 违反本条例第二十二条第二款规定的，由价格主管部门或者广告监督管理机关责令限期改正，并可以处以一千元以上五千元以下罚款。

第五十二条 违反本条例第二十三条第二款规定的，由广告监督管理机关责令改正，并可以处以三千元以上一万元以下罚款。

第五十三条 违反本条例第二十五条第一款规定设置户外广告设施的，由有关审批

部门责令设置者限期改正或者拆除，并依照有关法律、法规的规定予以处罚；法律、法规没有规定的，有关审批部门可以处以一万元以上五万元以下罚款。设置者拒不拆除的，由有关审批部门依法拆除或者申请人民法院强制拆除。

第五十四条 违反本条例第二十六条第二款规定，未及时修复残损的户外广告设施的，由有关审批部门责令限期修复；逾期不修复的，由有关审批部门依法强制拆除或者申请人民法院强制拆除，并可以处以一千元以上五千元以下的罚款。

第五十五条 违反本条例第四十二条第二款规定，拒不刊播违法广告更正启事的，由广告监督管理机关处以五万元以上十万元以下罚款。

第五十六条 广告监督管理机关、广告审查机关和其他有关行政机关的工作人员在广告管理活动中玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的，依法给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附 则

第五十七条 本条例规定的广告费用难以确定的，可以依照该广告经营者、广告发布者公布或者备案的收费标准认定；未公布、备案或者公布、备案的收费标准明显偏低的，可以参照同类媒体公布或者备案的收费标准认定。

第五十八条 本条例所称停止广告业务包括：

（一）停止广告主部分商品、服务的广告发布；

（二）停止广告经营者部分或者全部商品、服务的广告设计、制作、代理业务，取消广告经营者的广告经营资格；

（三）停止广告发布者部分或者全部商品、服务的广告发布业务，取消广告发布者的广告发布资格，吊销广告经营许可证。

第五十九条 本条例自 2010年5月 1日起施行。