

# 甘肃省人民代表大会常务委员会 公 告

(第 14 号)

《甘肃省广告条例》已由甘肃省第十三届人民代表大会常务委员会第七次会议于 2018 年 11 月 29 日通过,现予公布,自 2019 年 1 月 1 日起施行。

甘肃省人民代表大会常务委员会

2018 年 11 月 29 日

## 甘肃省广告条例

(2018 年 11 月 29 日甘肃省第十三届人民代表大会常务委员会第七次会议通过)

**第一条** 为了规范广告活动,保护消费者合法权益,促进广告业健康发展,维护社会经济秩序,根据《中华人民共和国广告法》和有关法律、行政法规的规定,结合本省实际,制定本条例。

**第二条** 在本省行政区域内,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,适用本条例。

法律、行政法规对广告活动已有规定的,依照其规定执行。

**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,符合社会主义核心价值观、社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

**第四条** 县级以上人民政府应当加强本行政区域内广告监督管理工作的领导,建立协调机制,协调、解决广告业发展和广告管理工作中的重大问题。

县级以上人民政府市场监督管理部门负责本行政区域内的广告监督管理工作。可以根据需要组织有关部门,建立联席会议和信息通报制度,加强行业监管。

县级以上人民政府其他相关部门在各自职责范围内,做好广告监督管理工作。

**第五条** 鼓励和支持广告行业组织依照法律、法规和章程的规定,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。

**第六条** 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。

**第七条** 广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

**第八条** 下列广告,除符合《中华人民共和国广告法》规定外,还应当明示以下内容:

- (一)涉及优惠内容或者措施的广告,应当具体标明优惠的商品品种或者服务项目的时限、幅度、数额;
- (二)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名称、性能、功能、用途、质量、成分等内容;
- (三)以邮购方式销售商品或者提供服务的广告,应当在显著的位置标明广告主的真实姓名或者名称、详细地址、联系时间、方式以及收到汇款后寄出邮购商品或者提供服务的时限;
- (四)所宣传的商品或者服务涉及新工艺、新技术的,应当标明认定机构。

**第九条** 广播电台等传播媒介发布的音频广告播放前应当有“广告时段”等语音提示,电视台、互联网、报刊等传播媒介发布的视频、图片、文字广告应当显著标明“广告”字样,以使消费者辨明其为广告。

**第十条** 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。

**第十一条** 药品广告除符合《中华人民共和国广告法》规定外,不得含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询、开设特约门诊等医疗服务的内容。

处方药不得在大众传播媒介发布广告,不得以其他方式进行以公众为对象的广告宣传,不得以赠送医学、药学专业刊物等形式向公众发布处方药广告。

非处方药广告不得利用公众对于医药学知识的缺乏,使用公众难以理解和容易引起混淆的医学、

药学术语,造成公众对药品功效与安全性的误解。

**第十二条** 医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容,可以出现医疗机构名称,但不得出现有关医疗机构的地址、联系方式等医疗广告内容;不得在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告。

**第十三条** 医疗器械广告,除符合《中华人民共和国广告法》规定外,不得出现下列内容:

(一)使用专家、医生、患者、未成年人或者医药科研单位、学术机构、医疗机构的名义进行广告宣传;

(二)违反科学规律,明示或者暗示包治百病、适应所有症状等内容;

(三)声称或者暗示该医疗器械为正常生活或者治疗病症所必须等内容;

(四)含有明示或者暗示该医疗器械能应对现代紧张生活或者升学、考试的需要,能帮助改善或者提高成绩,能使精力旺盛、增强竞争力、能增高、能益智等内容;

(五)在向个人推荐使用的医疗器械广告中,利用消费者缺乏医疗器械专业、技术知识和经验的弱点,使用超出产品注册证明文件以外的专业化术语或者不科学的用语描述该产品的特征或者作用机理;

(六)含有无法证实其科学性的所谓“研究发现”“实验或数据证明”等方面的内容;

(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。

**第十四条** 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。

**第十五条** 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。

保健食品应当显著标明“本品不能代替药物”,电视、网络等广告宣传保健食品时,“本品不能代替药物”的提示应当始终出现。

**第十六条** 保健食品广告中有关保健功能、产品功效成分、标志性成分及含量、适宜人群、食用量等的宣传,应当以国务院主管部门批准的说明书内容为准,不得任意改变。

**第十七条** 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。

**第十八条** 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、装潢等内容。

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、装潢等内容。

烟草广告中应当标明“吸烟有害健康”的忠告语。

**第十九条** 理财产品、投资咨询等金融服务广告,应当明确告知投资条件、期限、收益回报以及投资合约有效期内的投资人权利限制,并含有风险提示的内容。

理财产品、投资咨询等金融服务广告,不得含有明示或者暗示保本、无风险或者保收益的内容;不得夸大或者片面宣传金融服务或者金融产品,对可能存在的投资风险以及风险责任承担应当有合理提示或者警示。

**第二十条** 发布房地产广告,房源信息应当真实,标明房屋所在地的地理位置、周边环境、楼层、面积、房屋结构、户型、产权关系、预售或者销售许可证号,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;
- (五)带有封建迷信色彩的内容,对项目情况进行的说明、渲染有悖社会良好风尚;
- (六)法律、行政法规规定的其他不得含有的内容。

**第二十一条** 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。

**第二十二条** 广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人等广告参与者从事广告活动,应当依法订立书面合同,并存档备查,三年内不得销毁。

**第二十三条** 广告设计、制作、发布的收费标准和收费办法应当在经营场所或者网络平台予以公布。

**第二十四条** 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、通讯工具等发送广告,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。

**第二十五条** 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。

互联网广告不得有下列行为:

- (一)以欺骗方式诱使用户点击广告内容;
- (二)未经允许,在用户发送的电子邮件中附加广告或者广告链接;
- (三)提供或者利用应用程序、硬件等,对他人正当经营的广告采取拦截、过滤、覆盖、快进等限制措施;
- (四)利用网络通路、网络设备、应用程序等,破坏正常广告数据传输,篡改或者遮挡他人正当经营的广告,擅自加载广告;
- (五)利用虚假的统计数据、传播效果或者互联网媒介价值,诱导错误报价,谋取不正当利益或者损害他人利益。

**第二十六条** 互联网广告发布者、广告经营者应当核对所发布前端广告内容的真实性、合法性,对链接内容进行审查,并将链接内容作为证明前端广告内容真实性、合法性的证明材料一并审查并保存备查。

互联网广告主对跳转链接内容的真实性、合法性负责。链接内容作出修改的,广告主应当及时将修改内容通知广告发布者、广告经营者,广告发布者、广告经营者应当再次核对广告内容。

互联网广告发布者发布广告后,知道或者应当知道所链接的页面存在违法广告的,应当采取删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止。

**第二十七条** 互联网信息服务提供者发布互联网广告的,应当在所发布广告的技术代码中准确标明“广告”标记和广告主、广告发布者的名称、地址、广告内容。通过程序化购买方式发布互联网广告的,应当在广告展示页面中标明广告发布者名称。

未参与互联网广告经营活动、仅为互联网广告提供信息服务的互联网信息服务提供者对其知道或者应当知道利用其信息服务发布违法广告的,应当采取删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止。

互联网信息服务提供者应当接受市场监督管理部门的广告监督检查和指导,及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料,如实向市场监督管理部门提供有关广告的信息及数据,协助查处广告违法行为,采取措施停止违法广告内容的传播。

**第二十八条** 网络游戏广告应当弘扬社会主义核心价值观,宣传内容健康向上、寓教于乐的网络游戏。

以未成年人为对象的网络游戏广告不得含有诱发未成年人模仿违反社会公德和违法犯罪行为或者恐怖、残酷等妨害未成年人身心健康的内容。

网络游戏广告不得含有可将游戏装备、道具、积分等虚拟财产兑换或者变相兑换成现金、财物的内容。

**第二十九条** 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)对广告内容依法进行审查;未经审查,不得发布。

广告审查机关应当自作出审查决定之日起7日内向社会公布批准的广告批文。

**第三十条** 鼓励、支持开展公益广告活动,鼓励、支持、引导单位和个人以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式参与公益广告宣传。

各类广告发布媒介均有义务刊播公益广告。

**第三十一条** 公益广告应当保证质量,内容符合下列规定:

- (一)价值导向正确,符合国家法律法规和社会主义核心价值观;
- (二)体现国家和社会公共利益;
- (三)艺术表现形式得当,文化品位良好;
- (四)语言文字使用规范。

公益广告内容应当与商业广告内容相区别,商业广告中涉及社会责任内容的,不属于公益广告。

有关公益广告的适用、管理以及播放要求等其他规定,按照法律、法规和国家有关规定执行。

**第三十二条** 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。违法广告的监测记录资料,可以作为行政执法的证据。

**第三十三条** 市场监督管理部门应当加强对通过网页、电子邮件、手机客户端、即时通信工具等发布的新媒体广告的监督。公安、网信、通信等部门应当配合市场监督管理部门拦截、屏蔽、断开链接或者删除违法广告,并配合提供记录、证据等相关材料。

**第三十四条** 市场监督管理部门依法行使职权,有关单位和个人应当协助、配合,不得拒绝、阻挠。

市场监督管理部门要求提供有关证明文件的,有关单位和个人应当及时提供。

**第三十五条** 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、举报违法广告。举报时应当说明具体的举报事项,提供违法广告发布的媒介、时间等有关材料。市场监督管理部门接受投诉、举报后,应当及时处理。

**第三十六条** 市场监督管理部门对妨碍社会安定、损害社会公共利益、妨碍社会公共秩序、不良倾向和导向的广告以及侵害广大消费者生命健康和财产安全的虚假广告,应当建立健全广告监管突发事件应急处置机制和责任追究制度。

**第三十七条** 违反本条例第八条、第九条规定的,由市场监督管理部门给予警告,责令停止发布广告,可以并处三万元以下罚款。

**第三十八条** 违反本条例规定,有下列情形之一的,由市场监督管理部门给予警告,责令改正,可以并处三千元以上三万元以下罚款:

(一)药品广告含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询、开设特约门诊等医疗服务的;

(二)医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容出现医疗机构地址、联系方式等医疗广告内容的,或者在同一媒介的同一时间段、版面发布该医疗机构广告的;

(三)广告参与者未满三年销毁书面合同档案材料的;

(四)网络游戏广告含有诱发未成年人模仿违反社会公德和违法犯罪行为、妨害未成年人身心健康内容的;含有将游戏装备、道具、积分等虚拟财产兑换或者变相兑换成现金、财物内容的。

**第三十九条** 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、广告审查机关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。

**第四十条** 法律、行政法规对广告违法行为已有处罚规定的,依照其规定执行。

**第四十一条** 本条例自2019年1月1日起施行。1996年7月31日甘肃省第八届人民代表大会常务委员会第二十二次会议通过,1997年7月30日甘肃省第八届人民代表大会常务委员会第二十八次会议第一次修正,2002年3月30日甘肃省第九届人民代表大会常务委员会第二十七次会议第二次修正,2004年6月4日甘肃省第十届人民代表大会常务委员会第十次会议第三次修正的《甘肃省广告监督管理条例》同时废止。