



INTERNAL TRAINING

广告宣传指引培训

advertisement

目录 CONTENTS

1

广告宣传法律风
险理解

2

商业广告与商业
宣传辨别

3

商业广告宣传
法律风险

PART 01

广告宣传法律风险理解

Understanding the Legal Risks of Advertising and Promotion

ADVERTISEMENT

广告

广告定义：即广而告之，**向社会广大公众告知某件事**，是一种**有结构、有组织的**传播活动。

按照广告的目的来分类

01 盈利性广告

即商业广告或经济广告

02 非盈利性广告

即非经济广告，主要为政治广告、公益广告和个人广告三类

LEGAL RISKS

什么是广告宣传法律风险？

要想准确理解和分析这个问题，首先要明确这个问题中的几个定义，包括三个点分别是“广告”“宣传”和“法律风险”。为什么要将“广告”和“宣传”分开来讲？基于法律实务中对两者的具体裁定，才将“广告”和“宣传”分开来讲。



LEGAL RISKS

法律风险的理解



- ✓ 《中华人民共和国广告法》
- ✓ 《中华人民共和国反不正当竞争法》



“法律风险” ((legal risk) , 是指企业经营行为违法而招致的法律责任。

首先, 是广告宣传所必须遵循的《中华人民共和国广告法》和《中华人民共和国反不正当竞争法》;

其次, 是基于上述两部法律在具体行业产生的部门规章等。

ADVERTISING AND PROMOTION

广告与宣传的理解

定义

引用来源

关系定义

广告

是指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。

《中华人民共和国广告法》
《中华人民共和国反不正当竞争法》

宣传

该定义在两部法律中没有明确定义，但是在法律实务中参照广告的定义（如市场监管总局关于发布《广告绝对化用语执法指南》），“宣传”被特指为商业宣传。

《中华人民共和国广告法》
《中华人民共和国反不正当竞争法》

广告也是宣传的一种形式，可以理解为分子与分母的关系。

广告宣传法律风险，是指经营主体在商业广告和商业宣传中，违反《广告法》和《反不正当竞争法》等法律法规后，所需要承担的法律风险。

BUSINESS PROMOTION

补充：商业宣传

商业宣传，是带有明显商业倾向的宣传行为。常见的形式有：

商业广告

产品广告、品牌广告、
观念广告等

新闻

品牌冠名、企业通讯
稿、品牌事件报道等

信息发布

信息媒介主要有电视、广播、新闻等
信息载体有平面广告、立体广告、户
外广告等

...

LEGAL RISKS

为什么要警惕广告宣传的法律风险

风险概率较高

首先，说明这种法律风险的**发生概率相对较大**。

“职业打假人”。如果没有遇到过，**那么只能说明一个问题，那就是公司的规模还不够大。**

罚款额度高

其次，一旦发生广告宣传上的法律问题，**后果严重。**

《广告法》之所以称为**史上“最严”**罚款额度非常高，从法条来看，罚款的基础罚则大多数都是**“十万以下”，“二十万到一百万”**的相关表述。

最后，绝大多数企业经营都**离不开广告宣传**。

现有法律体系下广告宣传的内容



TYPES OF LEGAL RISKS CAUSED

引起法律风险的种类

行政处罚

违反法律规定

诉讼纠纷

侵犯他人合法权益

PART 02

商业广告与商业宣传辨别

Distinguishing between Commercial Advertising and Commercial Propaganda

ADVERTISING AND PROMOTION

商业广告与商业宣传辨别

商业广告的载体可以直接感知

商业广告的载体可以直接被受众直接感知，如视觉、听觉。

商业广告不需要受众进行转换或者深度思考所传播的信息有何推荐之意，推荐内容有一定的直接性。

商业广告会使受众形成广告记忆表象。

商业宣传更侧重品牌形象的推广和訊息的传达

商业宣传表现形式具有一定的直接性，通常是针对的品牌整体形象的推荐，并不一定指向某一具体型号的产品或者服务。

商业广告通常具备一定的艺术表现形式，以其艺术性增强它的娱乐性、趣味性、欣赏性，让人们通过广告作品的形象获得丰富的文化内涵，给人以精神上的愉悦，达到广告的目的性和手段性的统一。

商业宣传的受众面大于商业广告的受众面

商业广告的受众主要是其潜在的客户及合作对象。

商业宣传受众没有一定的目标选择性和内容的针对性，只要达到宣传目标即可。

PART 03

商业广告宣传法律风险

Legal Risks in Commercial Advertising Promotion

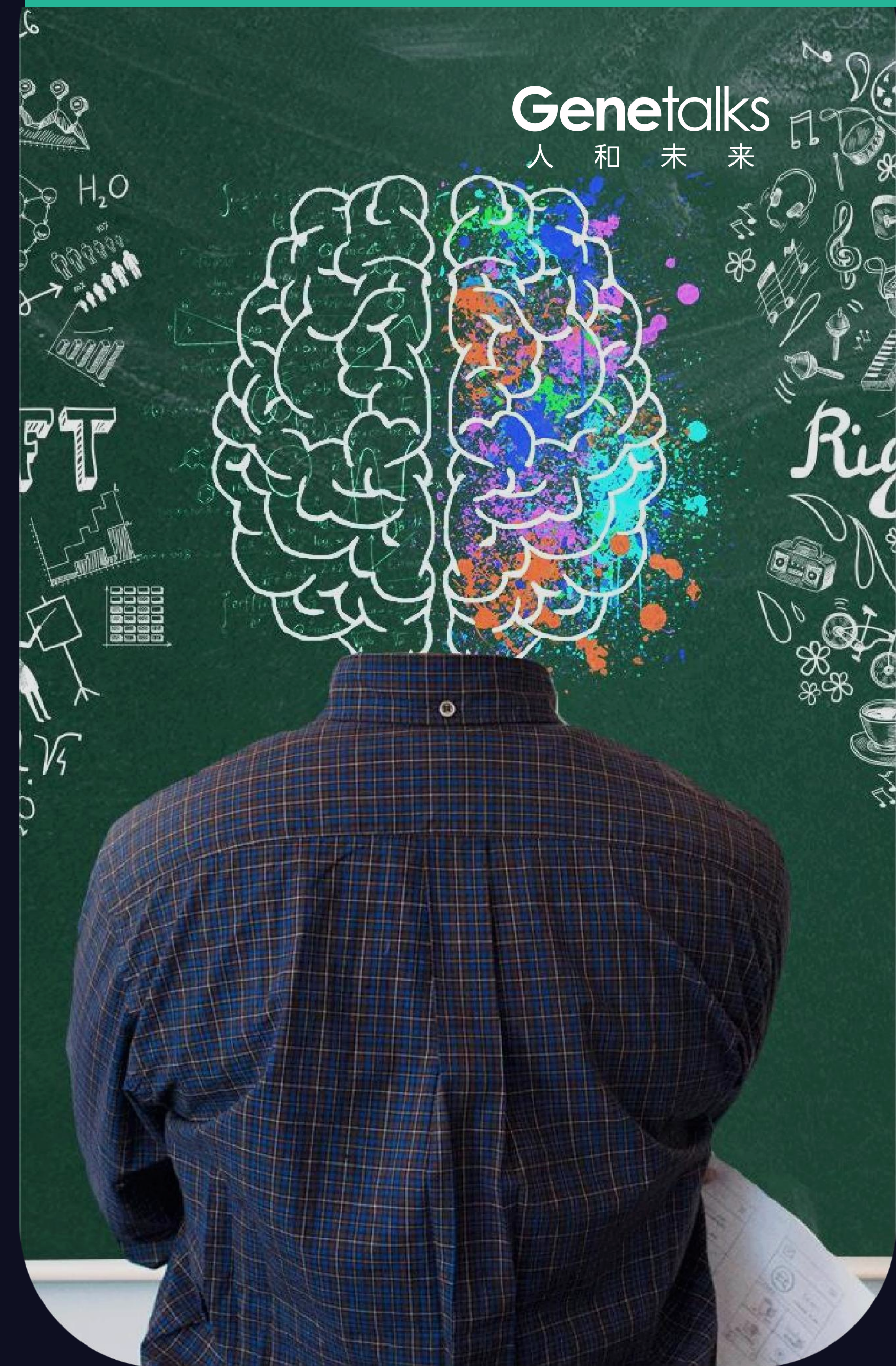
ADVERTISING ORIENTATION

一、广告导向

(一) 涉及广告导向的主要法律规定

《广告法》第九条规定，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。



ADVERTISING ORIENTATION

一、广告导向



(二) 主要表现

- 1、不能因广告营销活动制造轰动效应危害公共秩序。
- 2、广告中使用地图，必须保证国界线标示完整、准确，不得损害国家尊严、国家利益，泄露国家秘密
- 3、广告中不得借用国家机关、国家机关工作人员名义或者形象，维护国家的尊严，保证国家机关和国家机关工作人员正确行使职权。
- 4、广告中不得利用有特殊意义的纪念日损害国家尊严或者国家利益，伤害人民感情。
- 5、广告中不得使用刘胡兰、雷锋等英雄烈士形象，歪曲、丑化、亵渎、否定英雄事迹和精神；选取红色经典歌曲，不得恶搞、改编、歪曲。
- 6、广告中不得使用具有特殊物件作为噱头。

(续下页)

ADVERTISING ORIENTATION

一、广告导向



(二) 主要表现

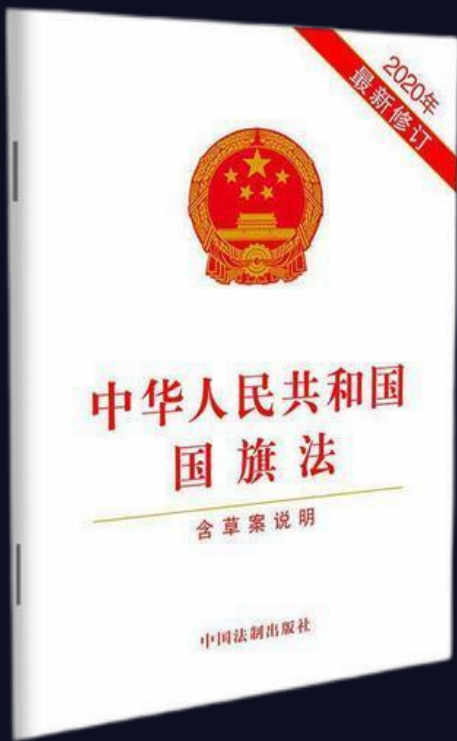
- 7、广告中使用特殊地点，如紫光阁、怀仁堂、新华门等，不能出现歪曲或者误导性内容。
- 8、广告中不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。
- 9、广告中不得含有损坏家庭关系或者伦理关系的内容。
- 10、广告中不得含有鼓励酗酒、赌博、抽烟、享乐主义、奢靡之风、过度消费、炫耀攀比等不符合社会良好道德风尚的内容。
- 11、广告中不得出现映射违法犯罪内容
- 12、广告中使用或变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽、军旗、军歌、军徽等伤害社会公众的爱国情怀，违背社会良好风尚。

(接上页)

ADVERTISING ORIENTED REGULATIONS

一、广告导向

广告导向相关法规



《中华人民共和国国旗法》

第十八条中规定：国旗及其图案不得用作商标和广告

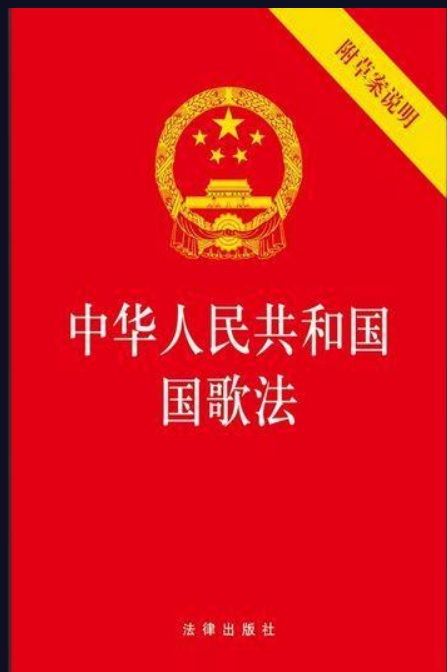
实施日期：1990年10月1日
最新修订：2020年10月17日



《中华人民共和国国徽法》

第十条中第一款规定：国徽及其图案不得用于商标和广告。

实施日期：1991年10月1日
最新修订：2020年10月17日



《中华人民共和国国歌法》

第八条规定：国歌不得用于或者变相用于商标、商业广告，不得在私人丧事活动等不适宜的场合使用，不得作为公共场所的背景音乐等。

实施日期：2017年10月1日
最新修订：暂无



《军服管理条例》

第十条第二款明确规定：禁止使用军服和中国人民解放军曾经装备的制式服装从事经营活动。

实施日期：2009年3月1日
最新修订：暂无

ADVERTISING ORIENTED REGULATIONS

一、广告导向

广告导向相关法规

《地图管理条例》

《**中华人民共和国商标法**》第十四条第五款规定 “生产、经营者不得将 ‘驰名商标’ 字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。”

二、绝对化用语

（一）定义

广告绝对化用语是指《广告法》第九条第三项规定的情形，包括“国家级”“最高级”“最佳”以及与其含义相同或者近似的其他用语。

（二）涉及广告绝对化用语的主要法律规定

《广告法》第九条规定，广告不得有下列情形：

（3）使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语；

（三）绝对化用语的例外

1、广告中使用绝对化用语未指向商品经营者所推销的商品：

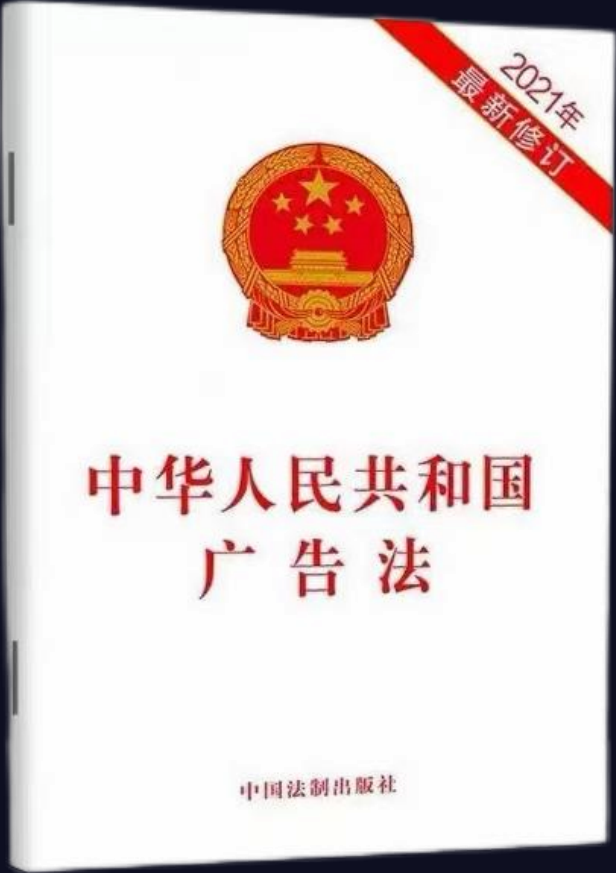
- （1）仅表明商品经营者的服务态度或者经营理念、企业文化、主观愿望的；
- （2）仅表达商品经营者目标追求的；
- （3）绝对化用语指向的内容，与广告中推销的商品性能、质量无直接关联，且不会对消费者产生误导的其他情形。

2、广告中使用的绝对化用语指向商品经营者所推销的商品，但不具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果的：

- （1）仅用于对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的；
- （2）仅用于宣传商品的使用方法、使用时间、保存期限等消费提示的；
- （3）依据国家标准、行业标准、地方标准等认定的商品分级用语中含有绝对化用语并能够说明依据的；
- （4）商品名称、规格型号、注册商标或者专利中含有绝对化用语，广告中使用商品名称、规格型号、注册商标或者专利来指代商品，以区分其他商品的；
- （5）依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语的；
- （6）在限定具体时间、地域等条件的情况下，表述时空顺序客观情况或者宣传产品销量、销售额、市场占有率等事实信息的。

ADVERTISING

三、 虚假广告



商业广告

《中华人民共和国广告法》

第二条第二款规定：“本法所称广告，是指商品经营者或者服务提供者承担费用，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所提供的服务的商业广告。”

1994.10.27

发布

2015.04.24

修订

2018.10.26

第一次修正

2021.4.29

第二次修正



商业宣传

《中华人民共和国反不正当竞争法》

第八条第一款规定：“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。”

1993.9.2

通过

2017.11.04

修订

2018.01.01

施行

2019.4.23

修正

ADVERTISING

三、虚假广告

虚假宣传与虚假广告的区别

广告是宣传的一种形式，广告宣传是商业宣传的一种

(一)宣传的主体不同

商业广告违法主体包括宣传自己推销的商品或提供的服务的经营者(广告主)及相关广告经营者、广告发布者，但不包括宣传他人商品或服务的经营者;广告主直接发布虚假广告的，违法主体就是经营者本身。

商业宣传的违法主体是虚假宣传的经营者，一般不包括广告经营者和广告发布者，但包括宣传他人商品或服务的其他经营者。

ADVERTISING

三、虚假广告

虚假宣传与虚假广告的区别

(二)宣传的方式不同

商业广告是指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所提供的服务的行为。即广告宣传不包括“在商品上”和广告之外的“其他方式”。

但实务界普遍认为商品包装上除法律、国家标准要求必须标注的事项外，其他内容若符合广告特征的，适用广告法进行监管。其他方式”，主要包括：

- 1.雇托诱导，即雇佣他人诱导消费者；
- 2.虚假演示，即在经营场所现场演示；
- 3.虚假标注，即在经营场所对商品作虚假的文字标注；
- 4.虚假讲座，即举办讲座，进行虚假宣传；
- 5.其他虚假宣传，如为吸引消费者关注自己网站，擅自对他人商品或服务进行虚假宣传；发放虚假的商品说明书、使用手册；现场对商品和服务进行虚假解释、说明等等。

ADVERTISING

三、虚假广告

虚假宣传与虚假广告的区别

(三)表现形式不同。

- 广告内容要通过一定媒介和形式来发布，具有可复制性；
商业宣传不一定具有可复制性。
- 广告宣传是针对经营者自己推销的商品或提供的服务，表现形式更具体、更直接；
- 商业宣传不一定是针对商品或服务，内容更宽泛、更宏观，如宣传企业文化、介绍企业情况等
内容，一般应认定为商业宣传。

ADVERTISING

三、虚假广告

虚假宣传与虚假广告的区别

(四)法律适用

按照“特别法优先”的原则，应当优先适用《广告法》，《广告法》及其它法律没有规定的，可以适用

《反不正当竞争法》第二十条明确规定“经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。”这一规定进一步明确了《广告法》优先适用的法律原则。《反不正当竞争法》

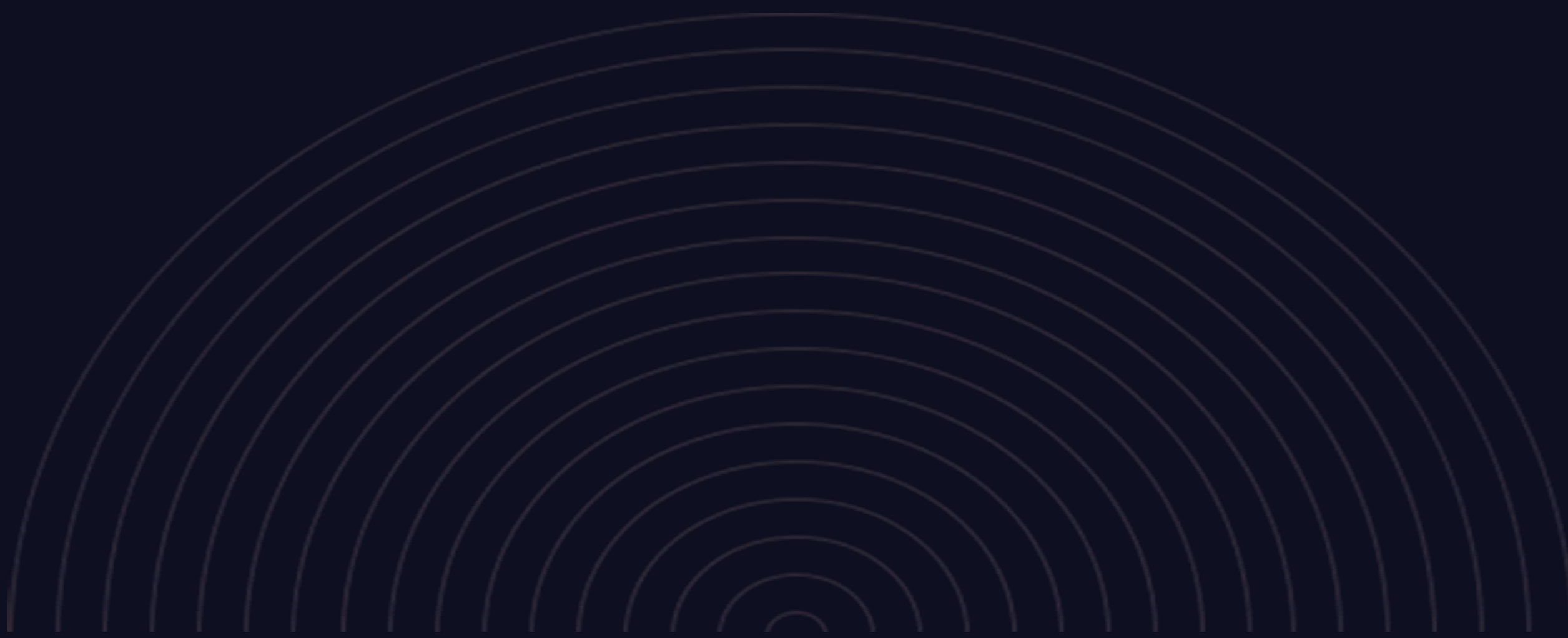
属于广告的虚假宣传，依照《广告法》的规定处罚;不属于广告的虚假宣传，应当按照《反不正当竞争法》处罚。

ADVERTISING

四、禁止类

禁止类即直接违反广告法禁止性规定的广告

- 1、未成年人、残疾人群体的保护
- 2、有奖销售



ADVERTISING

五、广告素材涉及的要求

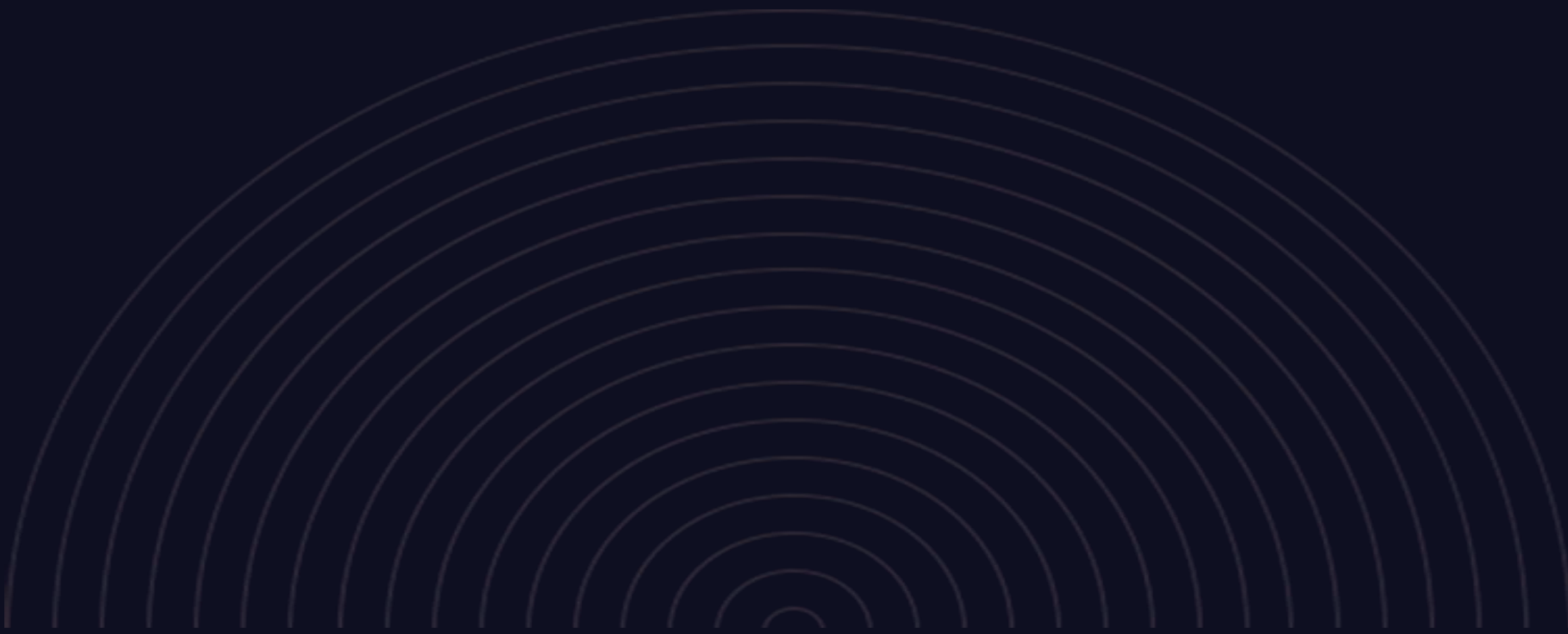
- 1、语言文字使用要求 [▶ 点击查看详细内容](#)
- 2、数字及标点符号使用要求 [▶ 点击查看详细内容](#)
- 3、字体、字库
- 4、关于名义、形象著作权和商标使用
- 5、关于数据资料引用的规范
- 6、关于广告代言人的规则
- 7、专利权的表述规范



ADVERTISING

六、广告管理、发布要求

- 1、广告可识别标记
- 2、广告发布形式要求



ADVERTISING

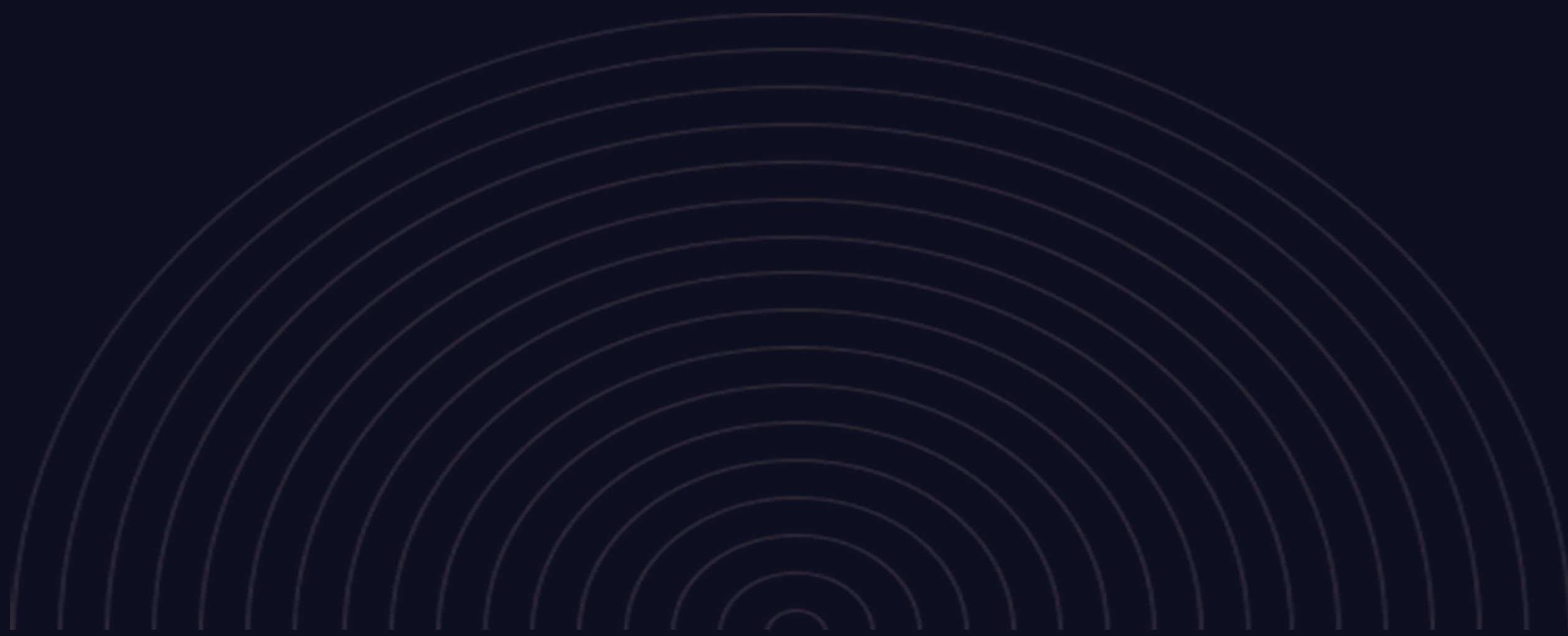
七、其他法律法规约束

2、防止不正当竞争

3、人民币

4、军服

5、认证认可



八、其他法律法规约束



《中华人民共和国英雄烈士保护法》第二十二条规定，任何组织和个人不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商标、商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉。

《军服管理条例》第十条规定，禁止以“军需”、“军服”、“军品”等用语招揽顾客。

《妇女权益保障法》第三十八条规定，“妇女的肖像受法律保护。未经本人同意，不得以营利为目的，通过广告、商标、展览橱窗、书刊、杂志等形式使用妇女肖像。”

八、其他法律法规约束

《特殊标志管理条例》第二条、第十六条等

《人民币管理条例》第二十六条禁止下列损害人民币的行为：（三）未经中国人民银行批准，在宣传品、出版物或者其他商品上使用人民币图样；前款人民币图样包括放大、缩小和同样大小的人民币图样。

《中华人民共和国认证认可条例》

《认证证书和认证标志管理办法》



感谢参与！| THANKS