

市场监管局解读新广告法十大亮点

9月1日正式实施 强化消费者权益保护

□记者 施娟 通讯员 朱松保

我们的生活中,广告已渗透到社会经济文化生活的各个层面,五花八门的广告中也掺杂着各类虚假广告让人防不胜防,侵害消费者的权益。9月1日起,新《广告法》正式实施,广告发布将不能再任性,同时新法也强化了消费者权益保护。

新《广告法》不仅加大了对虚假广告的打击力度,还对实践中比较突出、群众反映强烈的问题,有针对性地作出规范。比如,针对生活中垃圾信息泛滥的情形增加规定,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、交通工具发送广告,也不得以电子信息方式向其发送广告,等等。同时,新《广告法》还强化公众参与,加强社会监督。

新修订的广告法在现行49条基础上修订为75条,填补了现行广告法的很多空白,不仅进一步规范了广告代言行为,还强化了对大众传播媒介广告发布行为的监管力度,旨在规范企业推销商品和服务的过程,让消费者更有保障、更有安全感。市市场监管局相关负责人说,新《广告法》的监管范围更宽、内容条款更细,对关乎百姓民生的医疗、药品、保健食品、烟草等领域的广告都作了严格规定,强化了对消费者权益的保护。

新《广告法》实施在即,市市场监管局归纳出十大亮点进行详细解读。

亮点一 充实和细化广告内容准则

长期以来,医药保健领域都是虚假广告重灾区,让消费者难以判断。新《广告法》明确规定,药品广告的内容必须与国务院药品监督管理部门批准的说明书一致,应当显著标明禁忌、不良反应;保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得声称或者暗示广告商品为保障健康所必需,并应当显著标明“本品不能代替药物”;医疗广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证的内容,不得含有说明治愈率或者有效率,不得与其他医疗机构比较,不得利用广告代言人作推荐、证明等。

不仅如此,新广告法还修订完善或新增了保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等广告的准则。

同时,规定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。

亮点二 发虚假广告最高罚百万

近年来,虚假广告屡禁不止,消费者深受其害。新《广告法》在总则中明确,广告不得含有虚假和引人误解的内容,并增加关于虚假广告的专门规定:商品或服务不存在、虚构使用商品或接受服务的效果等5种情形将构成虚假广告。

今后,违法发布虚假广告,将被处以广告费3倍以上5倍以下罚款,广告费无法计算或明显偏低的,处20万元以上100万元以下罚款。

亮点三 明星代言虚假广告负连带责任

现实生活中,明星、专家做代言的广告,让人眼花缭乱。新《广告法》明确规定,广告代言人不得为虚假广告代言,不得为未使用过的商品服务代言。同时,这次广告法修订当中对明星代言也作了法律责任规定,只要明星代言的是虚假广告,同样负有连带责任,并明确规定明星代言虚假广告受行政处罚未满3年,不能再代言其他广告。

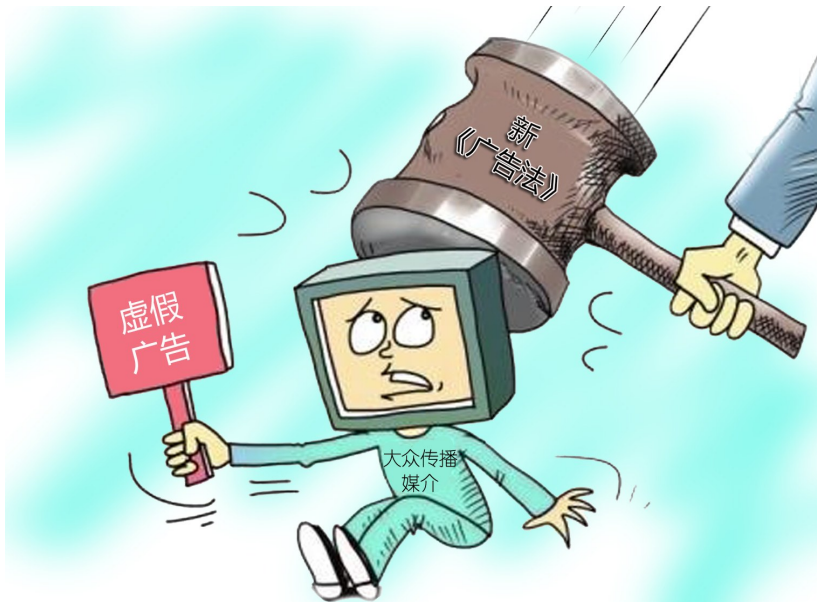
亮点四 禁止在公共场所发布烟草广告

禁止烟草广告有利于遏制烟草消费,维护人民身体健康。根据我国履行《烟草控制框架公约》的需要,此次新修的《广告法》进一步规定,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,同时明确禁止利用其它商品广告变相发布烟草广告。

亮点五 未成年人广告将受限

中小学校和幼儿园是未成年人学习和生活的主要场所,学校的环境直接影响着孩子们的身心健康。近年来,一些不良商家利用教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等载体,发布或变现发布商业广告,给学生们造成了不良的影响。

为了保护未成年人权益,新《广告法》明确规定,不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动,不得利用中小



亮点六 互联网弹出广告须有一键关闭

为了规范互联网广告的发布行为,保护消费者合法权益,新法明确规定互联网广告活动必须遵守广告法的各项规定。针对广告扰民问题,新法规定未经当事人同意或请求,不得向其住宅、交通工具发送广告,也不得以电子信息方式发送广告,电子邮件广告未经同意不能发送。弹出广告应当确保一键关闭。

互联网信息服务提供者对利用其平台发布违法广告的,应当予以制止。但是互联网的广告形态很多,技术比较复杂,具体问题在广告法这样一部法律里不可能规定很细,之后还要专门出台一个互联网广告管理办法,这也在新广告法里有所体现。

亮点七 传媒不得变相发布医药类广告

广播、电视、报刊等大众传播媒介是广告发布的重要渠道,新《广告法》对其广告发布活动进一步加强了管理,如新增规定电台、电视台发布广告应当遵守有关时长、方式的规

定。大众传播媒介不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医药类广告。广播、电视、报刊发布违法广告的,该媒体的主管人员与直接责任人员将受到处分。

亮点八 增加公益广告 扩大广告法调整范围

原广告法仅规范商业广告没有涉及公益广告。但在现阶段,与商业广告相比,我国公益广告的管理、激励措施不健全、公益广告的选题质量、制作水平不高,广告主与广告媒体发布公益广告的意识有待提升,这些突出问题制约了公益广告的进一步发展。为此,新广告法增加规定国家鼓励、支持开展公益广告宣传活动,大众传播媒介有义务发布公益广告。

亮点九 强化部门对广告市场监管的职责职权

新修订的广告法明确以工商机关为主、各部门分工配合的管理体制,提高行政执法效能。比如工商行政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。

亮点十 提高法律责任的震慑力

按照过罚相当原则,新法区分违法行为的社会危害程度和具体情节,对严重的广告违法行为,如发布虚假广告、利用广告推销禁止生产销售的

商品或者提供的服务等,设定了较重的法律责任。如发布虚假广告,欺骗、误导消费者的,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。

另外,新法增加了行政处罚种类,加大打击力度。这次罚款金额进一步提高,比如过去是根据广告费用1倍到5倍处以罚款,现在是处3倍到5倍罚款,还有广告费用难以计算的,现在最高可以罚到200万元,所以处罚力度更大,这也是为了加强对违法广告的震慑。

与此同时,新《广告法》还增加了资格处罚,对情节严重的广告违法行为增加吊销营业执照、吊销广告发布登记证件的处罚,如医疗机构违法发布广告情节严重的,除由工商行政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。增加了信用惩戒,规定有关违法行为信息要记入信用档案,对负有责任的主管人员和直接责任人员,依法给予处分。