

互联网广告管理办法

(公开征求意见稿)

第一条 为规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称广告法）《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告活动，适用广告法和本办法的规定。

在商业性展示中，依照法律、行政法规、规章以及国家有关规定，应当向消费者提供的商品或服务的名称、规格、型号、等级、价格、使用方法、制作方法、注意事项等信息，依照其规定。

第三条 本办法所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布互联网广告的自然人的、法人或者其他组织。

本办法所称互联网广告经营者，是指接受委托提供互联

网广告设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织。

本办法所称互联网广告发布者，是指利用互联网媒介为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然人、法人或者其他组织。

本办法所称互联网信息服务提供者，是指通过互联网提供信息服务，未参与互联网广告设计、制作、代理、发布等活动的自然人、法人或者其他组织。

第四条 互联网广告应当真实、合法，坚持正确的导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

互联网广告市场主体应当遵守法律、行政法规、规章和国家有关规定，诚实信用，公平竞争。

第五条 鼓励和支持广告行业组织依照法律、法规、规章和国家有关规定，制定行业规范、自律公约和相关标准，加强行业自律，引导各类互联网广告市场主体主动践行社会主义核心价值观，依法从事互联网广告活动，推动广告业诚信和道德建设，促进互联网广告业健康发展。

第六条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。

不得利用互联网发布处方药和烟草广告。

第七条 医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，未经审查，不得发布。

对须经审查的广告，应当严格按照审查通过的内容发布，不得剪辑、拼接、修改，不得增加链接、二维码等内容。

已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。

第八条 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

通过互联网媒介，以竞价排名、新闻报道、经验分享、消费测评等形式，或者附加购物链接的其他形式推销商品、服务的，应当显著标明“广告”。

第九条 以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：

- （一）没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭；
- （二）关闭标志虚假、不可清晰辨识或定位；
- （三）实现单个广告的关闭，须经两次以上点击；

- (四) 在浏览同一页面过程中, 关闭后继续弹出广告;
- (五) 其他影响一键关闭的行为。

不得以欺骗、误导方式诱使用户点击广告。

第十条 不得利用互联网发布面向中小学、幼儿园的校外培训广告。

不得利用针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

第十一条 广告主应当对互联网广告内容的真实性、合法性负责。

广告主发布互联网广告需具备的主体身份、行政许可、引证内容等证明文件, 应当真实、合法、有效。

广告主可以通过自设网站或者其他拥有合法使用权限的互联网媒介自行发布广告, 也可以委托互联网广告经营者、广告发布者发布广告。广告主自行发布互联网广告, 应当确保发布渠道符合法律、行政法规的要求, 履行广告发布者依法应当承担的档案管理等责任。

广告主委托发布互联网广告, 修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式通知为其提供服务的互联网广告经营者、广告发布者。

在境内无代表处或者分支机构的境外广告主，通过跨境电商平台发布或者委托发布跨境电商零售进口商品广告的，广告主应当书面委托一家为其向海关提供申报、支付、物流、仓储等信息的境内市场主体承担广告主责任。

第十二条 互联网广告经营者、发布者应当遵守下列规定：

（一）按照国家有关规定建立、健全互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度；

（二）审核查验并登记广告主的名称、地址和有效联系方式等信息，记录、保存广告活动的有关电子数据，建立登记档案并定期核实更新，相关档案保存时间自广告发布行为终止之日起不少于三年；

（三）查验有关广告证明文件，核对广告内容，对内容不符、应取得而未取得行政许可或者其他证明文件不全的广告，互联网广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，互联网广告发布者不得发布；

（四）配备熟悉广告法律法规的广告审核人员，有条件的还应当设立专门机构，负责互联网广告审核；

（五）依法参加广告业统计调查，真实、准确、完整、及时地提供统计资料。

第十三条 提供互联网信息服务的平台经营者应当采

取措施防范、制止虚假违法广告，完善发现、处置为违法犯罪活动提供广告推广以及在广告服务中植入恶意代码或者插入违法信息的技术措施，并遵守下列规定：

（一）记录、保存广告主和互联网广告经营者、广告发布者的名称、地址、联系方式等信息，相关信息记录保存时间自信息服务提供行为终止之日起不少于三年；

（二）对利用其信息服务展示、发布的广告内容进行监测、巡查，明知或者应知发布违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止，并保留相关记录，涉及违法犯罪的，及时向公安机关报告；

（三）建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或公布投诉举报方式，及时受理和处置公众投诉举报；

（四）配合市场监督管理部门依法开展广告监测；

（五）配合市场监督管理部门依法查处互联网广告违法行为，并根据市场监督管理部门的要求，及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料，如实提供相关广告主和互联网广告经营者、广告发布者的名称、姓名、联系方式、广告修改的相关记录以及涉及的商品或者服务的交易数据等信息；

（六）依据服务协议和规则对利用其信息服务发布虚假违法广告的责任主体实施警示、暂停或者终止服务等措施，并向社会公示。

第十四条 利用算法推荐等方式发布互联网广告，其投放程序的后台数据属于互联网广告业务档案。

互联网广告业务档案及有关证明文件保存时间自广告发布行为终止之日起不少于三年；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第十五条 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。

未经用户同意或者请求，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告。

不得在用户搜索政务服务网站以及相关应用程序时插入广告。

第十六条 发布含有链接的互联网广告，广告主和互联网广告经营者、广告发布者应当核对下一级链接中的广告内容。

互联网广告经营者、广告发布者能够证明其已履行相关责任、采取措施防止链接的广告内容被篡改，并提供违法广告活动主体的真实名称、地址和联系方式的，可依法从轻、减轻或不予行政处罚。

第十七条 互联网直播内容构成商业广告的，相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。

不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。

第十八条 对互联网广告违法行为实施行政处罚，由广告发布者所在地市场监督管理部门管辖。广告发布者所在地市场监督管理部门管辖异地广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者以及广告代言人有困难的，可以将广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者的违法情况移送广告主、广告经营者、互联网信息服务提供者所在地市场监督管理部门处理；涉及广告代言人的，可以将其违法情况移送到广告代言人经纪公司注册地、广告代言人户籍地或者居住地市场监督管理部门处理。

广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。

对广告主自行发布的违法互联网广告的行为实施行政处罚，由广告主所在地市场监督管理部门管辖。

第十九条 市场监督管理部门在查处违法互联网广告时，可以行使下列职权：

（一）对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查；

(二) 询问涉嫌违法当事人或者其法定代表人、主要负责人和其他有关人员，对有关单位或者个人进行调查；

(三) 要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件；

(四) 查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和互联网广告后台数据，采用截屏、录屏、网页保存、拍照、录音、录像等方法确认互联网广告内容；

(五) 查封、扣押与涉嫌违法广告直接相关的广告物品、经营工具、设备等财物；

(六) 责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告；

(七) 法律、行政法规规定的其他职权。

市场监督管理部门依法行使前款规定的职权时，当事人应当协助、配合，不得拒绝、阻挠或者隐瞒真实情况。

第二十条 市场监督管理部门对互联网广告的技术监测记录资料，可以作为对违法互联网广告实施行政处罚或者采取行政措施的电子数据证据。

第二十一条 违反本办法第六条第一款规定，利用互联网广告推销禁止生产、销售的产品或者提供的服务，或者禁止发布广告的商品或者服务的，依照广告法第五十七条第五项的规定予以处罚。

违反本办法第六条第二款的规定，利用互联网发布处方

药、烟草广告的，依照广告法第五十七条第二项、第四项的规定予以处罚。

第二十二条 违反本办法第七条规定，未经审查发布广告的或者未按广告审查批准文件发布互联网广告的，依照广告法第五十八条第一款第十四项的规定予以处罚。

第二十三条 违反本办法第八条规定，互联网广告不具有可识别性的，依照广告法第五十九条第三款的规定予以处罚。

第二十四条 违反本办法第九条第一款规定，利用互联网发布广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，依照广告法第六十二条第二款的规定予以处罚。

违反本办法第九条第二款规定，以欺骗、误导方式诱使用户点击广告的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十五条 违反本办法第十条第一款规定，利用互联网发布校外培训广告的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者以违

法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款，法律、行政法规对执法机关和法律职责另有规定的，依照其规定。

违反本办法第十条第二款规定的，依据广告法第五十七条第六项的规定予以处罚。

第二十六条 违反本办法第十二条第一项、第二项、第三项以及第十四条规定，互联网广告经营者、广告发布者未按规定建立、健全广告业务管理制度的，或者未对广告内容进行核对的，依照广告法第六十条第一款的规定予以处罚。

违反本办法第十二条第五项规定，未按要求提供广告业统计调查资料的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处一万元以下罚款。

第二十七条 互联网平台经营者违反本办法第十三条第一项规定的，依据电子商务法等法律、行政法规的有关规定处罚。

违反本办法第十三条第二项规定，互联网平台经营者明知或者应知互联网广告活动违法不予制止的，依照广告法第六十三条的规定予以处罚。

互联网平台经营者违反本办法第十三条第三项、第四项、第五项、第六项规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对互联网信息服务提供者处以违法所得三倍以下

罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十八条 违反本办法第十五条第一款、第三款规定，影响用户正常使用网络的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款。

违反本办法第十五条第二款规定，未经同意发送广告的，对广告主依照广告法第六十二条第一款的规定予以处罚，对负有责任的广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第二十九条 违反本办法规定，不配合市场监督管理部门监督检查或者不配合市场监督管理部门依法开展互联网广告监测的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对负有责任的广告主和互联网广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，处一万元以下罚款。

第三十条 市场监督管理部门依照广告法和本办法规定所作出的行政处罚决定，应当依法通过国家企业信用信息

公示系统向社会公示；符合条件的，按照《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》的有关规定列入严重违法失信名单。

第三十一条 本办法自 X 年 X 月 X 日起施行。2016 年 7 月 4 日国家工商行政管理总局令第 87 号公布的《互联网广告管理暂行办法》同时废止。