

# 国家市场监督管理总局办公厅文件

市监广发〔2025〕60号

## 市场监管总局办公厅关于印发 《〈中华人民共和国广告法〉适用问题 执法指南(二)》的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局(厅、委):

现将《〈中华人民共和国广告法〉适用问题执法指南(二)》印发给你们,请结合实际在广告监管执法工作中参考适用。



(此件公开发布)

# 《中华人民共和国广告法》适用问题 执法指南(二)

为指导各地市场监管部门准确适用广告法律法规,依据《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《市场监督管理行政处罚程序规定》等法律法规,制定本指南。

一、本指南旨在进一步明确市场监管部门对商业广告(以下简称广告)违法行为的管辖,为依法开展广告监管执法工作提供指引,供各地市场监管部门在工作中参考适用。

二、县级以上市场监管部门依法主管本行政区域内广告监管工作。

三、对利用广播、电视、报纸、期刊、电影、互联网等大众传播媒介发布违法广告的行为实施行政处罚,由广告发布者所在地市场监管部门管辖。

利用电影、电视剧、视听节目发布植入广告的,其广告发布者为其制作者(版权所有者)或者国内合作者;利用电影、电视剧、视听节目发布贴片广告、弹出广告的,其广告发布者为播出者。

四、对互联网广告违法行为,广告主所在地、广告经营者所在地市场监管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。

五、对广告主自行发布违法广告的行为实施行政处罚,由广告

主所在地市场监管部门管辖。

六、对商品包装物广告违法行为实施行政处罚,由违法行为发生地(含广告主所在地、广告经营者所在地、商品销售者所在地)市场监管部门管辖。

商品包装物广告的广告主,一般为商品生产者;商品包装物广告为广告主自行发布的广告,商品销售行为不属于广告发布行为。其中,商品系委托生产的,广告主一般为委托方;商品系进口的,由进口商承担广告主责任。

对于跨省级行政区域流通的商品包装物违法广告,有管辖权的市场监管部门应当在立案前逐级报至市场监管总局;省级行政区域内流通的商品包装物违法广告,有管辖权的市场监管部门应当在立案前逐级报至省级市场监管部门。

市场监管总局或者省级市场监管部门可以指定广告主所在地、广告经营者所在地、商品销售者所在地或者其他市场监管部门对商品包装物广告违法行为进行全案管辖。

七、对印刷品广告违法行为的管辖,参照商品包装物广告执行。

八、对户外广告违法行为实施行政处罚,由户外设施所在地市场监管部门管辖。

九、对移动载体广告违法行为实施行政处罚,由违法行为发生地(含移动载体出发地、途经地、目的地等)市场监管部门管辖。

利用移动载体持续发布(含跨区域发布)同一违法广告的,视

为同一违法行为,不得重复进行管辖。

十、对广告违法行为进行管辖的市场监管部门,应当对涉及的广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人以及互联网信息服务提供者等主体进行全链条管辖,不得遗漏违法主体。

管辖异地主体确有困难的,可以将相关违法情况移送其所在地市场监管部门。

十一、有下列情形之一的,上级市场监管部门可以直接管辖或者指定管辖相关广告违法行为:

(一)上级市场监管部门通过广告监测、日常监管、投诉、举报、其他部门移送、上级交办等途径发现的;

(二)下级市场监管部门对管辖权有争议或者存在管辖困难,报请上级市场监管部门指定管辖的;

(三)上级市场监管部门认为其他需要直接管辖或者指定管辖的。

十二、移送其他市场监管部门管辖的,应当移送全部涉案证据材料并加盖公章,包括但不限于询问笔录、广告合同、广告费用证据、违法广告图像视频,以及异地主体的联系人、联系方式、地址等证据材料;已作出行政处罚决定的,应当一并移送行政处罚决定书。

十三、对本指南“所在地”的认定:

广告发布者为自然人的,其所在地为实际经营地或者户籍地;为法人或者其他组织的,其所在地为注册地。

广告主、广告经营者为自然人的,其所在地为实际经营地或者户籍地;为法人或者其他组织的,其所在地为注册地。

广告代言人为自然人的,其所在地为其提供经纪服务的机构所在地、广告代言人户籍地或者经常居住地;为法人或者其他组织的,其所在地为注册地。

互联网信息服务提供者所在地为其注册地。

十四、本指南下列用语的含义:

植入广告,指电影、电视剧、视听节目内容制作时加入,与播出内容一同出现,且与剧情、情节等难以显著区分的广告。播出者一般不能对广告内容作出修改或者取消发布。

贴片广告,指电影、电视剧、视听节目内容制作或者播出时加入,在播出前后或者中间出现,且与剧情、情节等可以明显区分的广告。播出者一般可以对广告内容作出修改或者取消发布。

