

广告绝对化用语执法指南

(征求意见稿)

为规范和加强广告绝对化用语监管执法，有效维护广告市场秩序，保护自然人、法人和其他组织的合法权益，依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律、法规、规章和国家其他有关规定，制定本指南。

一、本指南所称广告绝对化用语是指《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）第九条第（三）项规定的“国家级”“最高级”“最佳”等用语。

二、市场监管部门对含有绝对化用语的商业广告开展监管执法，应当坚持过罚相当、公平公正、处罚和教育相结合、综合裁量的原则，实现政治效果、社会效果、法律效果相统一。

三、商品经营者（包括服务提供者，下同）在其经营场所或者自有媒介发布自身名称（姓名）、成立时间、经营范围等信息的信息，且未直接或者间接推销其商品（包括服务，下同）的，一般不视为商业广告。

前款规定信息中使用的绝对化用语，商品经营者无法证明其真实性，可能影响消费者知情权或者损害其他经营者合法权益的，依据有关法律法规进行查处。

四、有下列情形之一的，广告内容中使用绝对化用语未指向商品经营者所推销的商品，不适用《广告法》关于绝对化用语

的规定：

（一）仅表明生产经营者的服务态度或者经营理念、企业文化的；

（二）仅表达经营者或者商品的目标追求的。

五、有下列情形之一，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效果的，不适用《广告法》关于绝对化用语的规定：

（一）仅用于对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的描述，且表述内容真实；

（二）仅用于宣传商品使用的最佳方法、最佳时间、最佳保存期限等消费提示；

（三）依据国家标准、行业标准、地方标准认定的产品或者服务分级用语中含有绝对化用语；

（四）商品名称或者注册商标中含有绝对化用语，广告中使用商品名称或者注册商标来指代商品，以区分其他商品；

（五）仅用于宣传商品及其原料的背景资料本身，且表述内容真实；

（六）依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语；

（七）在表明限定时间、地域等具体条件的情况下，表述时空顺序客观情况，如宣传产品销量、销售额、市场占有率等

广告主能够证明的事实信息。

广告中相关用语属于前款规定情形，但广告主无法证明其真实性的，依据《广告法》有关规定予以查处。

六、除本指南第四点、第五点规定情形外，初次在广告中使用绝对化用语，且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。

市场监管部门可以依照有关规定，制定广告绝对化用语轻微违法行为依法免予处罚清单并进行动态调整。

七、商品经营者在其经营场所或者利用自有媒介发布广告，使用绝对化用语，持续时间短或浏览人数少，没有造成危害后果或者危害后果轻微的，可以依法从轻、减轻行政处罚。

其他依法从轻、减轻或者不予行政处罚的，应当符合市场监管总局《关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》的规定。

八、有下列情形之一的，一般不认为属于违法行为轻微或者社会危害性较小：

（一）医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告中，出现与疗效、治愈率、有效率等相关的绝对化用语；

（二）金融理财类产品广告中，出现与投资收益率、投资安全性等相关的绝对化用语。

九、市场监管部门对广告绝对化用语实施行政处罚，应当依据《广告法》等法律法规，结合违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度及当事人主观过错等实际情况，合理行使行政处罚裁量权。