

国家工商行政管理总局
中央宣传部
中央网络安全和信息化领导小组办公室
公安部
工业和信息化部
卫生和计划生育委员会
新闻出版广电总局
国家食品药品监督管理总局
国家中医药管理局
中国银行业监督管理委员会

文件

工商广字〔2017〕150号

工商总局等十部门关于印发《严肃查处虚假违法
广告维护良好广告市场秩序工作方案》的通知

各省、自治区、直辖市工商和市场监管部门、党委宣传部、网信办、公安厅(局)、通信管理局、卫生计生委、新闻出版广电局、食品药品监督管理局、中医药管理局、银监局：

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会重要讲话中强调

“广告宣传也要讲导向”。2017年政府工作报告明确指出,要整顿和规范市场秩序,严肃查处虚假广告等行为,加强消费者权益保护。为落实党中央和国务院相关工作要求,维护良好的广告市场秩序,强化广告导向监管,进一步严肃查处虚假违法广告,保障消费者合法权益,工商总局、中央宣传部、中央网信办、公安部、工业和信息化部、卫生计生委、新闻出版广电总局、食品药品监管总局、中医药局、银监会等十个整治虚假违法广告部际联席会议单位联合制定了《严肃查处虚假违法广告维护良好广告市场秩序工作方案》,现印发你们,请结合实际,认真贯彻执行。



(此页无正文)



严肃查处虚假违法广告 维护良好广告市场秩序工作方案

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会重要讲话中强调“广告宣传也要讲导向”。2017年政府工作报告明确指出,要整顿和规范市场秩序,严肃查处虚假广告等行为,加强消费者权益保护。为落实党中央和国务院相关工作要求,强化广告导向监管,进一步严肃查处虚假违法广告,维护良好的广告市场秩序,保障人民群众切身利益,现制定以下工作方案:

一、工作目标

为贯彻落实习近平总书记系列重要讲话精神和政府工作报告要求,强化广告导向监管,加强广告监管执法,紧紧围绕关系人民群众切身利益问题,加大对重点媒体、重点领域、重点内容广告的管理力度,严肃查处虚假违法广告,防止破窗效应,遏制虚假违法广告的反弹,加强部际联席会议成员单位之间的协调配合,保障广告市场良好秩序,促进广告市场环境持续好转。

二、工作重点

(一)加大对含有不良影响内容广告的查处力度。切实加强广告导向监管,对涉及导向问题、政治敏感性问题或者具有社会不良影响的广告及时调查,快速处置。严厉查处使用或变相使用国

家机关、国家机关工作人员的名义或形象等具有不良影响的广告,严肃查处含有妨碍社会公共秩序和公序良俗的广告。严禁利用党和国家领导同志名义、形象作广告宣传,严禁利用敏感人物、敏感事件进行宣传炒作,严禁借党的十九大进行商业炒作。对在网上发布的借党的十九大和中央领导人名义进行商业炒作的信息第一时间严控处置,坚决维护好广告宣传的正确导向。

(二)继续严肃查处含有“特供”“专供”国家机关内容广告。认真排查在广告宣传、商品包装上使用“特供”“专供”及类似内容的情况,依法严厉查处相关违法行为,有效治理滥用“特供”“专供”国家机关等类似内容的违法广告。

(三)加强重点领域广告监管执法力度。药品、医疗器械、保健食品、食品、医疗服务事关人民群众生命安全,社会高度关切,群众反映强烈。要回应社会关切,保护人民群众身体健康和生命安全,加强重点领域广告监管。对医疗机构、药品、医疗器械、保健食品的生产者和经营者,要加大监管力度,发布违法广告的,要严肃查处。对社会广泛关注的利用健康养生节目(栏目)等形式,冒用医疗机构资质或医师执业资格违法、违规推销药品、食品的,要严肃查处,涉嫌犯罪的,要依法移送。金融理财、收藏投资事关群众切身利益和社会稳定,要继续加强对金融理财、收藏投资等领域广告违法行为的监督检查,切实保护公众合法权益。

(四)加大对互联网金融广告的监管力度。按照互联网金融风险整治工作整体部署,延长互联网金融广告专项整治期限,依据

工商总局等十七部门下发的《开展互联网金融广告及以投资理财名义从事金融活动风险专项整治工作实施方案》的要求,依法加强对互联网金融广告的监测监管,就广告中涉及的金融机构、金融活动及有关金融产品和金融服务的真实性、合法性等问题,通报金融管理部门进行甄别处理。对有关职能部门认定构成非法集资活动以及公安机关认定涉嫌经济犯罪的,工商部门依法责令停止发布广告,各有关部门依法、依职责进行查处,严厉打击发布虚假违法广告行为。

(五)加大对重点媒体的监管力度。要继续加强对电视、广播、报纸等媒体的广告监测监管,各职能部门对发布违法广告的有关责任单位和责任人要采取行政指导、约谈告诫、行政处罚和纪律处分等手段实施综合治理,对涉嫌犯罪的,移送司法机关,坚决遏制违法广告反弹回潮。

(六)持续加强互联网广告监管。加大对互联网药品、医疗器械、保健食品、食品、医疗、投资理财、收藏品等领域广告的监测监管力度,加快推进“依法管网”“以网管网”“信用管网”和“协同管网”,加快推进线上线下一体化监管工作机制。持续开展互联网金融广告的专项整治,维护金融市场秩序。

(七)切实督促广告发布者履行广告审查责任。各地要将事后查处和事前防范结合起来,狠抓广告发布前审查责任的落实。督促广告经营者、发布者健全管理制度,严格履行广告发布前的审查义务和审查责任。

(八)落实属地监管责任加大案件查办力度。各地各相关部门要牢固树立守土有责、守土尽责意识,强化担当精神,对本辖区的虚假违法广告活动严格履行好属地监管的责任。要加大对违法广告责任主体的惩戒力度,建立重点案件协调指挥机制,强化挂牌督办力度,对重点导向性案件和重大违法广告案件实行统一调度督办。集中曝光严重虚假违法广告,震慑虚假违法广告行为。

三、各部门职责

(一)工商和市场监管部门。发挥好整治虚假违法广告联席会议牵头单位作用,会同有关部门研究解决查处虚假违法广告工作中遇到的突出问题。坚持监管是第一责任,突出查办重点媒体、重点领域、重点案件,严厉查处使用或变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或形象等具有不良影响广告。持续对虚假违法广告保持严管态势,加大对药品、保健食品、食品、医疗、投资理财、收藏等重点领域广告执法力度,遏制虚假违法广告反弹。开展广告发布登记工作,掌握传统媒体广告发布者的基本情况。部署开展虚假违法广告整治考评工作,加强综合治理和社会共治。会同相关部门加快推进医疗、药品、保健食品、医疗器械等广告监管规章的修订工作。

(二)党委宣传部。组织新闻媒体围绕贯彻落实《广告法》和有关法律法规,做好阐释解读。组织主要新闻媒体持续深入做好《广告法》和查处虚假违法广告行为的正面宣传。协调新闻媒体曝光虚假违法广告典型案例,开展舆论监督。指导监督媒体健全广告

刊播管理制度,履行法定广告审查义务。

(三)网信办。配合有关部门加强互联网广告管理,加大对网上违法广告信息清理管控力度,会同有关部门依法处置相关发布虚假违法广告的网站。督促网站特别是中央和地方重点新闻网站、主要商业网站履行主体责任,自觉有效抵制虚假违法广告。

(四)公安机关。对阻碍工商和市场监管部门开展广告执法工作,构成违反治安管理行为的,依法给予治安管理处罚。对有关部门移送的涉嫌虚假广告犯罪的案件,经审查符合立案条件的,依法立案查处。在工作中发现的违法行为,虽不需要追究刑事责任,但依法应当追究行政责任的,应当及时移送行政执法机关处理。

(五)通信主管部门。配合贯彻落实《广告法》《互联网广告管理暂行办法》,加强互联网基础管理,积极组织或参与各专项整治行动,配合有关部门依法处置发布虚假违法广告的违法违规网站。积极引导行业自律。

(六)卫生计生部门。严格医疗广告审查,将医疗机构发布虚假违法医疗广告情况列入医疗机构校验管理。医疗机构两年内有三次以上违反《广告法》的违法行为或具有其他严重情节的,除由工商行政管理部门依照《广告法》处罚外,卫生计生部门可以吊销诊疗科目或者吊销医疗机构执业许可证。会同工商部门,加快推进《医疗广告管理办法》修订。

(七)新闻出版广电部门。督促指导媒体单位履行广告发布审查职责,建立健全广告业务的承接登记、审核、档案管理等制

度,严格规范广告发布行为。强化指导,提升广告内容的艺术格调。清理查处违规媒体和广告,对广告条次违法率、时长违法率高的媒体单位加大查处问责力度,加强电视购物类节目的清理整顿。研究解决县级(广播)电视台刊播广告有播无证的问题。及时受理群众对虚假违法广告的投诉举报。清理整改各种利用健康资讯、养生等节(栏)目、专版等方式,变相发布医药广告和新闻形式广告的行为;对不履行广告发布审查责任、虚假违法广告问题屡查屡犯的广播电视报刊出版单位以及相关责任人,依法依规予以处理。

(八)食品药品监管部门。严格药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的审查。会同工商部门,加快推进相关广告审查发布规定的修订工作。加大对发布违法广告的食品药品生产经营企业的惩治力度,对违法广告情节严重涉及的企业和产品,在移送的同时,采取曝光、撤销或收回广告批准文号和暂停销售等措施,并将其列入重点监管对象。

(九)中医药管理部门。加强中医医疗广告审查,规范中医医疗广告宣传行为,开展虚假违法中医医疗监测,配合有关部门查处违法中医医疗机构。

(十)银监会。针对涉及非法集资内容的违法广告,加强整治力度,加强与相关部门的信息互通和联合执法。会同工商部门推动出台金融广告正面清单与负面清单。对从事非法金融活动的或不符合有关法律、法规和规章要求的,银监会会同工商等部门依

法、依职责责令停止相关广告发布活动。

四、工作要求

(一)提高认识,加强组织部署。各地要高度重视,强化政治敏感性和敏锐性,认真落实本方案提出的各项任务,结合本地区实际,研究制定具体工作方案,采取切实有力措施,加大广告市场整治力度。持续保持高压态势,坚决遏制广告违法率反弹,构建广告市场秩序的新常态。

(二)强化协同,加强协调联动。充分发挥整治虚假违法广告联席会议的作用,建立部门间沟通渠道,实现监测数据共享和综合利用,推动部门间广告监管数据交换,建立健全部门间监管信息反馈处理机制和监管执法联动机制。

(三)强化信用监管,推动协同共治。探索建立部门间企业信用信息共享和失信联合惩戒机制。严重违法失信企业纳入“黑名单”,对发布虚假广告情节严重的企业,依法实施信用约束、部门联合惩戒,实现“一处违法、处处受限”。加强与企业、行业协会、社会组织、媒体、互联网平台等的信息协作,运用大数据加强对市场主体的服务和监管,推进社会共治。

(四)强化创新,提高监管效能。认真落实《“十三五”市场监管规划》,坚持依法监管、简约监管、审慎监管、综合监管、智慧监管、协同监管原则,不断提升广告市场监管效能。推动“互联网+监管”,充分运用各地广告监管大数据,提升监管效能,加强预警研判、指挥调度、协同监管。

工商总局将会同部际联席会议成员单位适时对各地开展广告专项整治工作情况进行督导检查,开展考核评估活动,督促整治工作开展不力的地区和部门加强和改进工作,推动整治工作取得实效。各地在查处虚假违法广告工作中遇到的重大情况和问题,请分别上报各自的主管部门,并抄送同级工商和市场监管部门。

