



首页

机构

新闻

政务

服务

互动

专题

你的位置: 首页 > 新闻 > 图片

# 一图读懂 | 《〈中华人民共和国广告法〉适用问题执法指南（一）》

发布时间: 2025-07-04 09:00 信息来源: 市场监管总局

一图读懂

# 《〈中华人民共和国广告法〉适用问题执法指南（一）》



近期，市场监管总局印发《〈中华人民共和国广告法〉适用问题执法指南（一）》（以下简称《指南一》）。

## 《指南一》出台的背景



2025年是《中华人民共和国广告法》颁布施行**30**周年，也是修订后的《中华人民共和国广告法》施行**10**周年。

近年来，商业广告新技术、新业态、新模式不断演进，广告活动与其他商业宣传、商业促销活动的边界日益模糊，社会各方对何为“广告”产生了不同认识，亟须对“广告”的内涵和外延作更加细致的阐释，以进一步厘清《中华



《中华人民共和国广告法》的适用范围和广告监管的职责边界。

## 《指南一》主要解决的问题



- ◆ 《指南一》针对社会各界关于《中华人民共和国广告法》适用范围的困惑作了积极回应，阐释了商业广告活动应当具备的基本特征。



### 判定标准：

《指南一》在“两个第二条”，即《中华人民共和国广告法》第二条和《互联网广告管理办法》第二条的基础上，明确提出商业广告应当由广告主自行或者委托发布，并同时具备营销性、媒介性、受众不特定性、非强制性四个特征，提升了对商业广告底层逻辑的认识。



### 表现形式：

《指南一》采取概念总结和场景列举相结合的方式，列举了不具备营销性等特征的典型场景和情形，形成了《中华人民共和国广告法》适用范围的“负面清单”，有利于避免在广告执法中出现“同案不同罚”或者“类案不同罚”。

诚实信用是商业营销宣传必



须遵循的基本原则。对于不构成广告的商业营销宣传，若相关经营主体无法证明其内容的真实性，可能损害消费者或者其他经营者的合法权益的，仍需依据其他法律法规查处。

## 进一步完善广告监管规则



优化广告市场营商环境，是推动广告业健康可持续发展的内在需求，也是引导消费、扩大内需、拉动经济增长的重要途径。市场监管总局将以《指南一》的出台为新的起点，持续制定针对《中华人民共和国广告法》适用问题的系列指南，不断健全广告监管制度，持续提升广告领域依法行政的能力和水平。



指导单位：市场监管总局广告监管司

制作单位：中国工商出版社



欢迎扫码关注市场监管总局新媒体账号

相关链接

中国政府网

国务院部门

机关司局

国家药品监督管理局

[联系方式](#) [网站地图](#) [网站声明](#)



官方微信



官方微博

版权所有：国家市场监督管理总局

网站标识码bm3000012 京ICP备18022388号-1  京公网安备 11040102700165号

地址：北京市海淀区马甸东路9号 邮政编码：100088



政府网站  
找错

 适老化  
无障碍服务