

【发布单位】国家工商行政管理总局 中央宣传部 国务院新闻办公室 公安部 监察部 国务院纠风办工业和信息化部 卫生部等

【发布文号】工商广字（2010）24号

【发布日期】2010-01-27

【生效日期】2010-01-27

【失效日期】-----

【所属类别】政策参考

【文件来源】[中国政府网](#)

关于印发《2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见》的通知

（工商广字（2010）24号）

各省、自治区、直辖市工商行政管理局、党委宣传部、政府新闻办公室、公安厅（局）、监察厅（局）、纠风办、通信管理局、卫生厅（局）、广播电影电视局、新闻出版局、食品药品监督管理局、中医药管理局：

为认真贯彻党的十七大、十七届三中、四中全会和中央经济工作会议精神，持续深入推进虚假违法广告专项整治工作，进一步加大整顿规范广告市场力度，切实维护文明诚信的广告市场秩序，现将《2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见》印发给你们，请各地接此通知后，由工商部门牵头召开一次整治虚假违法广告部门联席会议，按照《实施意见》的要求，结合本地区实际情况，及时作出具体安排部署，充分发挥各部门的职能作用，增强联合监管的整体合力，扎实抓好贯彻落实工作。

附件：2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见

国家工商行政管理总局 中央宣传部 国务院新闻办公室

公安部 监察部 国务院纠风办

工业和信息化部 卫生部 国家广播电影电视总局

新闻出版总署 国家食品药品监督管理局 国家中医药管理局

二〇一〇年一月二十七日

附件：

2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见

2010年虚假违法广告专项整治工作总的要求是：深入贯彻党的十七大、十七届三中、四中全会和中央经济工作会议精神，全面落实科学发展观，紧紧围绕维护人民群众的切身利益问题，继续深入整治严重损害消费者权益的虚假违法广告，坚持整顿与规范并举，强化广告发布前审查把关、发布中动态监督、发布后依法查处，建立健全监管执法联动机制，加大源头治理力度，进一步增强联合监管的合力与实效，努力营造健康有序的广告市场环境。

一、进一步突出整治重点

（一）继续把直接关系人民群众健康安全的医疗、药品、保健食品广告，危害未成年人身心健康

的非法涉性、低俗不良广告，以及扰乱公共秩序、影响社会稳定的严重虚假违法广告作为整治重点，持续深入推进专项整治工作。

（二）继续加大省级电视台卫视频道、大中城市电视台经济生活频道、都市类报纸媒体广告的监督检查力度，严格监管电视购物广告，整治以健康资讯节（栏）目名义和新闻报道形式变相发布的广告。

（三）继续深入清理整治网上非法“性药品”广告、性病治疗广告和低俗不良广告，深入推进整治互联网低俗之风专项行动，着力做好药品安全、打击利用互联网发布虚假药品广告、清理互联网医疗保健和药品信息服务、利用互联网和手机媒体传播淫秽色情及低俗信息等专项整治工作。

（四）继续加大对群众投诉举报集中、广告违法率居高不下的地区和媒体的治理力度，整合监管措施手段，强化案件查办和跟踪督办，落实属地监管，有效遏制虚假违法广告屡禁不止、屡罚屡犯的现象。

二、强化广告发布前审查把关

（一）规范媒体广告发布活动。工商部门要加强媒体广告发布审查的行政指导，会同广告行业协会开展广告审查员广告法律法规培训，指导媒体单位建立健全广告业务承接登记、审核把关、档案管理等各项制度，依法订立广告代理、发布书面合同，并及时向媒体管理部门和主管、主办单位通报媒体单位落实广告发布审查制度的情况。

（二）落实媒体广告发布审查责任。广播影视、新闻出版行政部门要监督媒体单位切实履行广告发布审查的法定责任，认真执行广播电视广告、报刊广告发布的有关规定和各项制度，严格按照法律要求查验有关证明文件，核实广告内容，强化媒体单位及有关人员依法审查发布广告的意识 and 责任。

（三）加强媒体广告内容导向管理。党委宣传部门要把广告内容作为新闻管理的重要组成部分，会同新闻媒体主管部门及时通报提醒媒体单位在广告发布中存在的苗头性、倾向性问题，积极推动媒体单位改进广告经营考核评价办法，引导和促进媒体坚持正确的广告导向，指导和监督媒体在广告活动中加强自律。

三、强化广告发布中动态监督

（一）加强广告日常监测检查。工商部门要充分发挥广告监测的预警作用，完善监测工作机制，对日常监测中发现的违法广告，及时进行告诫、纠正，对问题严重的，立即责令停止发布。要定期将广告监测报告抄送媒体单位及其上级主管、主办单位，对有关媒体广告存在的突出问题，及时向当地党委、政府报送专项监测报告。

（二）加强药品、保健食品、医疗器械广告发布企业的监督检查。食品药品监管部门要继续加强药品、保健食品、医疗器械广告的监测，对严重违法广告涉及的企业实施重点监管，加大现场监督检查和产品质量抽查力度，对其发布违法广告的行为进行行政告诫，监督整改。

（三）加强医疗机构广告发布行为的监测监管。卫生行政、中医药管理部门要加大医疗广告的监测力度，将医疗广告监测结果纳入医疗机构日常管理指标，加强对医疗机构执业行为的监管，及时对发布违法广告的医疗机构进行警告、责令其限期整改。

（四）加强报刊广告审读工作。新闻出版行政部门要把广告内容纳入审读范围，及时发现和纠正报刊广告中存在的问题，要求报刊主管、主办单位切实履行管理职责，对发布违法广告问题严重的报刊，责成其主管、主办单位监督整改，停止发布违法广告。

（五）加强广播电视广告监听监看。广播影视行政部门要加强播出机构的监管，扩大监听监看范围，强化对药品、保健食品、医疗器械、医疗广告以及电视购物广告的监听监看，对违规违法广告的

播出机构，及时进行诫勉谈话，通报批评，下达《违规播放广告整改通知单》，责令停播违法违规广告。

四、强化广告发布后依法查处

（一）工商、广播影视、新闻出版、卫生行政、药品监管、中医药管理部门要认真执行《违法广告公告制度》，充分发挥社会舆论监督作用，通过发布部门联合公告、广告监管机关公告、广告审查机关公告，采取典型广告案例曝光、违法广告案例点评、广告监管提示、涉嫌严重违法广告监测公告等形式，进一步加大社会公告力度，增强对发布虚假违法广告行为的威慑作用。

（二）工商部门要依据《广告法》、《反不正当竞争法》等规定，加大对虚假违法广告的处罚力度，对多次发布虚假违法广告、屡罚屡犯的广告主、广告经营者、广告发布者，在依法处罚虚假违法广告的同时，要暂停其广告发布业务，直至取消广告发布资格，并建议有关部门追究媒体单位主管领导和有关责任人的责任。对广告经营者、广告主、广告发布者串通作假，隐瞒真实广告费、出具假证明等行为，要会同有关部门依法严厉查处。

（三）卫生行政、中医药管理部门要依据有关规定，对医疗机构发布违法医疗广告受到两次警告仍拒不改正的，或因违法发布医疗广告使患者受到人身伤害或者遭受财产损失的，责令其停业整顿，或吊销诊疗科目，直至吊销《医疗机构执业许可证》。

（四）药品监管部门要依据有关规定，将严重虚假违法广告涉及的药品、保健食品、医疗器械及相关企业，列入“黑名单”，及时采取暂停产品销售，撤销、收回、注销相关广告批准文号等处理措施。

（五）新闻出版行政部门要依据相关法规，将报刊广告内容纳入日常监管和质量评估范围，对广告违法率居高不下、被监管部门多次公告曝光、刊登虚假违法广告问题严重的报刊，列入报刊违规记录，在报刊年度核验工作中予以缓验，责令限期整改；对整改成效不明显或者屡教不改的报刊，提请工商部门停止其广告发布权；对列入违规记录的报刊和报刊出版单位的主要负责人，不得入选政府主办的各类评奖和评优。

（六）广播影视行政部门要依据《广播电视广告播出管理办法》、《广播电视播出机构违规处理办法（试行）》，对群众多次举报、发布违法广告问题严重的播出机构，视情节情况分别给予暂停违规频道（率）商业广告播放、暂停频道（率）播出，直至撤销频道（率）、吊销《广播电视频道许可证》等处理，并追究播出机构主管领导和相关责任人的责任。

（七）通信管理部门要依据《互联网信息服务管理办法》、《非经营性互联网信息服务备案管理办法》，配合有关部门规范互联网广告，对未取得互联网信息服务经营许可证或者未履行非经营性互联网信息服务备案手续，擅自从事互联网信息服务的互联网站，责令相关互联网接入服务提供商停止为其提供接入服务，并依法追究相关互联网接入服务提供商的责任。对经有关部门书面认定擅自从事药品、医疗器械、医疗保健等互联网信息服务，且备案信息不真实的互联网站，责令相关互联网接入服务提供商停止为其提供接入服务，并注销其非经营性互联网信息服务备案，同时列入网站管理“黑名单”。

（八）公安机关要严厉打击发布虚假广告的犯罪行为，依法惩治利用互联网、手机媒体传播淫秽色情的犯罪行为人，会同工商部门查处为淫秽色情网站提供广告代理服务的网络广告商。

（九）新闻办要发挥整治互联网低俗之风专项行动的总协调作用，协调有关部门及时删除和关闭网上非法“性药品”广告、性病治疗广告和低俗不良广告以及非法网站。

五、建立健全监管执法工作协调联动机制

（一）建立健全部门间监管信息反馈处理机制。联席会议各成员单位要进一步完善信息通报制

度，建立部门间沟通渠道，实现监测数据共享和综合利用，及时将查办案件、处理相关媒体、处理相关企业及产品、撤销广告批准文号、采取强制措施等情况通告相关部门，对有关部门通报的监测情况和移送的广告案件，要采取有效措施，及时处理，跟踪督办，并向有关部门反馈查办落实情况。

（二）建立健全监管执法联动机制。工商、新闻办、广播影视、新闻出版、通信管理、卫生行政、中医药管理、药品监管部门，要加强部门间工作衔接，充分利用各自监管的职能和手段，采取行政处罚、经济处罚、责任追究等多种措施，形成有效的综合监管合力，增强处罚措施的联动效能，协同查办严重虚假违法广告涉及的广告发布者、广告经营者、广告主。同时要进一步完善与公安机关对有关违法犯罪案件的移送程序，实现行政处罚与刑事追究的有效衔接。

（三）建立健全监督检查机制。工商、广播影视、新闻出版、通信管理、卫生行政、中医药管理、药品监管部门，要加强对广告案件查办落实情况的监督检查，建立健全工作制度，强化执法监督，对推诿不办、压案不查以及行政处罚畸轻、执法不到位等行为，依照有关规定追究相关责任人的行政责任。构成犯罪的，移送司法机关追究刑事责任。

（四）建立和落实责任追究制。党委宣传部门要会同新闻媒体主管部门，建立和落实新闻媒体单位发布虚假违法及不良广告行为领导责任追究制，对媒体单位不履行广告发布审查职责，致使严重虚假违法广告屡禁不止，违法率居高不下，造成恶劣社会影响及后果的，依照有关规定追究主管领导和相关责任人的责任。监察机关和纠风办要加强对有关行政机关依法行政、履行监管职责情况的监督检查，对疏于监管、执法不严等行为依法依规处理。构成犯罪的，移送司法机关追究刑事责任。

说明：本库所有资料均来源于网络、报刊等公开媒体，本文仅供参考。如需引用，请以正式文件为准。

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [广告报价](#) | [诚聘](#) | [法律公告](#) | [建网须知](#) | [宣传先进](#) | [档案数字化](#) | [本网公告](#)
[总编辑、主编](#)

京ICP证080276号 | 网上传播视听节目许可证(0108276) | 互联网新闻信息服务许可证(1012006040)

中国法院国际互联网站版权所有，未经协议授权，禁止下载使用或建立镜像

Copyright © 2002-2010 by ChinaCourt.org All rights reserved.

Reproduction in whole or in part without permission is prohibited