

公布機關：国家技術監督局、国家工商行政管理總局、衛生部、化学工業部、国家国内貿易部、公安部、中国輕工總會

法律名：酒類廣告管理方法

公布日：1995-11-17

施行日：1996-1-1

修正日：

修正施行日：

酒类广告管理办法

第一条 为了加强对酒类广告的管理，保护消费者的合法权益，维护社会良好风尚，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）、《广告管理条例》及《广告管理条例施行细则》，制定本办法。

第二条 本办法所称酒类广告，是指含有酒类商品名称、商标、包装、制酒企业名称等内容的广告。

第三条 发布酒类广告，应当遵守《广告法》和其他有关法律、行政法规的规定。

第四条 广告主自行或者委托他人设计、制作、发布酒类广告，应当具有或者提供真实、合法、有效的下列证明文件：

- （一） 营业执照以及其他生产、经营资格的证明文件；
- （二） 经国家规定或者认可的省辖市以上食品质量检验机构出具的该酒符合质量标准的检验证明；
- （三） 发布境外生产的酒类商品广告，应当有进口食品卫生监督检验机构批准

核发的卫生证书；

(四) 确认广告内容真实性的其他证明文件。

任何单位和个人不得伪造、变造上述文件发布广告。

第五条 对内容不实或者证明文件不全的酒类广告，广告经营者不得经营，广告发布者不得发布。

第六条 酒类广告应当符合卫生许可的事项，并不得使用医疗用语或者易与药品相混淆的用语。

经卫生行政部门批准的有医疗作用的酒类商品，其广告依照《药品广告审查办法》和《药品广告审查标准》进行管理。

第七条 酒类广告中不得出现以下内容：

(一) 鼓动、倡导、引诱人们饮酒或者宣传无节制饮酒；

(二) 饮酒的动作；

(三) 未成年人的形象；

(四) 表现驾驶车、船、飞机等具有潜在危险的活动；

(五) 诸如可以“消除紧张和焦虑”、“增加体力”等不科学的明示或者暗示；

(六) 把个人、商业、社会、体育、性生活或者其他方面的成功归因于饮酒的明示或者暗示；

(七) 关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果；

(八) 不符合社会主义精神文明建设的要求，违背社会良好风尚和不科学、不真实的其他内容。

第八条 在各类临时性广告活动中，以及含有附带赠送礼品的广告中，不得将酒类商品作为奖品或者礼品出现。

第九条 大众传媒媒介发布酒类广告，不得违反下列规定：

(一) 电视：每套节目每日发布的酒类广告，在特殊时段（19：00—21：00）不超过二条，普通时段每日不超过十条；

(二) 广播：每套节目每小时发布的酒类广告，不得超过二条；

(三) 报纸、期刊：每期发布的酒类广告，不得超过二条，并不得在报纸第一版、期刊封面发布。

第十条 违反本办法第四条第二款规定的，依照《广告法》第三十七条规定处罚。

第十一条 违反本办法第五条规定的，依照《广告管理施行细则》第二十七条规

定处罚。

第十二条 违反本办法第六条规定的，依照《广告法》第四十一、第四十三条规定处罚。

第十三条 违反本办法第七条、第八条、第九条规定的，依照《广告法》第三十九条规定处罚。

第十四条 本办法由国家工商行政管理局负责解释。

第十五条 本办法自1996年1月1日起施行。