

广告经营主体管理规范

Specification for management of advertising business entity

2025 - 02 - 28 发布

2025 - 04 - 01 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
3.1 广告	1
3.2 广告经营主体	1
3.3 广告业务	1
4 基本原则	1
5 基本要求	1
6 管理要求	2
6.1 承接	2
6.2 创作	2
6.3 审核	2
6.4 发布	3
7 档案管理	4
8 评价与改进	4
附录 A (资料性) 广告业务承接登记台账	5
附录 B (资料性) 广告审核表	6
附录 C (资料性) 广告准入审查目录	7
附录 D (资料性) 经营资格证明文件查验目录	8
附录 E (资料性) 广告审查证明文件查验目录	10
附录 F (资料性) 广告内容查验目录	11
附录 G (资料性) 广告归档档案目录	15
参考文献	16

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由海南省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：海南省市场监督管理局、海南省标准化协会。

本文件主要起草人：符毅、黄宏毓、汤雪、崔巧、钟建、张瑾祺、李廷秀、黄家将、李淑珍、李伟、金佳佳。

广告经营主体管理规范

1 范围

本文件规定了广告经营主体管理的术语和定义、基本原则、基本要求、管理要求、档案管理和评价与改进等内容。

本文件适用于海南省广告经营主体的管理。自然人从事广告设计、制作、代理、发布的参照执行。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 34090.1 互动广告 第1部分：术语概述

3 术语和定义

GB/T 34090.1 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

广告 advertisement

在中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动。

3.2

广告经营主体 advertising business entity

提供广告设计、制作、代理、发布服务的自然人、法人或者其他组织。

3.3

广告业务 advertising business

包括广告承接、策划、设计、制作、代理及发布（含互联网营销的广告行为）等活动。

4 基本原则

4.1 广告的内容应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。

4.2 从事广告活动应遵守法律法规，诚实信用，公平竞争。

4.3 对法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，不应承接。

4.4 对法律、行政法规要求查验有关证明文件与广告内容的，未能提供或内容不符、证明文件不全的广告，不应提供设计、制作、代理、发布服务。

5 基本要求

- 5.1 广告经营主体应按照国家有关规定建立和健全广告业务的相关承接、创作、审核、发布、档案管理制度，做好承接广告业务的登记、创作、审核、发布、归档及档案管理等工作。
- 5.2 户外广告设施的设置应符合法律、相关行政法规的规定，宜外形美观、安全牢固和美化、亮化设施功能完备。
- 5.3 户外广告设施的建设、使用和维护应确保安全，符合县（区）级以上地方人民政府有关部门制定的户外广告设置规划和安全要求。
- 5.4 应配有熟悉广告法律法规的广告审查人员，对本单位经营的广告内容进行审核。
- 5.5 广告审查人员应参加广告审查业务培训，掌握有关法律法规和广告审查业务知识，具备相应广告审查工作能力，履行本单位广告审查责任。

6 管理要求

6.1 承接

- 6.1.1 广告经营主体承接广告业务时，应当进行承接登记。承接登记台账包括委托方名称、联系人、联系电话、广告类别、主要内容、数量、费用、承接人员、登记日期等内容（参见附录A），其中属于发布或者代理发布广告的，还须包含发布期限、发布形式等。
- 6.1.2 广告承接应当依法订立广告业务书面合同，并视广告内容情况，依据相关的法律、法规、规章要求出具相关证明文件，包括但不限于主体资格证明文件、其他行政许可证明文件及广告内容引证证明文件等。
- 6.1.3 含有广告代言人的，应要求提供其身份证明或者主体资格证明。
- 6.1.4 使用他人名义或者形象的，应取得本人或者监护人的书面授权；如果是法人或者非法人组织的，应取得法人或者非法人组织的书面授权。
- 6.1.5 提供有关证明文件是复印件或者电子版的，应与原件核对一致。
- 6.1.6 广告经营主体应当公布其收费标准和收费办法。

6.2 创作

- 6.2.1 应尊重原创，抵制抄袭他人作品。
- 6.2.2 应坚持创新与借鉴相结合，运用健康的表现形式表达广告内容，倡导正确的道德观念和社会风尚。
- 6.2.3 应使用合法素材进行创作，运用科学方法，系统搜集、记录有关信息和资料。
- 6.2.4 广告如使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容，应真实、准确，表明出处；引证内容有适当范围和有效期限的，应明示。

6.3 审核

6.3.1 审核内容

- 6.3.1.1 在承接广告设计、制作、代理、发布业务时，均应当履行审核程序，并填写《广告审核表》（见附录B）。《广告审核表》随同有关材料一并归档备查。
- 6.3.1.2 广告审核应当按照下列程序进行：
 - 审核相关产（商）品或者服务是否可以设计、制作、代理、发布广告；
 - 审核广告内容是否真实、合法；
 - 审核广告表现形式和使用的语言文字等是否符合有关规定；
 - 审核广告整体效果，确认其不致引起消费者的误解；

- 属于广告发布业务的，还应当审核广告发布方式是否符合有关规定；
- 提出同意、不同意或者要求修改的书面意见；
- 广告修改的，重新履行审核程序；
- 委托方确认。

6.3.2 准入审核

6.3.2.1 根据《广告准入审查目录》（见附录 C），排除所推销的商品或者服务属于法律、法规规定禁止生产、销售的或者禁止、限制发布广告的情形。

6.3.2.2 根据下列要求，审查广告主经营资格、广告审查证明文件：

- 根据《经营资格证明文件查验目录》（见附录 D），审核广告主的经营资格证明文件，对于广告主的主体资格证明文件，应当登录国家企业信用信息公示系统进行核对，对于广告主的其他经营资格证明文件，应当登录许可部门官方网站进行查询核对；
- 对于法律法规规定应当经过广告审查机关审查批准才能发布的广告，应当在发布前根据《广告审查证明文件查验目录》（见附录 E）查验有关审查证明文件，并登录审批部门官方网站进行查询核对。查验有关审查证明文件是否齐全、有效，并核对其与发布内容、形式等是否一致。此类广告包括：
 - 医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品及农业转基因生物广告；
 - 法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告。

6.3.3 广告内容审核

6.3.3.1 应从广告整体效果进行审核，对使用的语言文字、图形符号、视频动画等广告形式的表述应清晰、准确、标准、规范，符合社会主义精神文明建设的要求，坚持正确导向，不致引起消费者的误解。

6.3.3.2 应当按照《国务院关于在我国统一实行法定计量单位的命令》，审核广告涉及的计量单位。

6.3.3.3 禁止发布含有外币计价结算内容的广告。

6.3.3.4 根据《广告内容查验目录》（见附录 F）对广告内容进行审核。

6.3.3.5 根据审核的级别，广告内容审核分为下列三种：

- 基础审核；
- 常规审核；
- 特殊审核。

6.3.4 广告标志审核

在我省行政区域内的广告标志中出现的公共信息图形标志应符合《海南省经济特区公共信息标志标准实施目录》中的标准要求。

6.4 发布

6.4.1 发布标注

6.4.1.1 所发布的广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。在广播电台、电视台、报刊、互联网等大众媒介发布的广告，应用文字或者声音的形式显著标明“广告”。连续播出多个音频广告的，应当在首个广告播出前作相应提示。互联网付费搜索广告应当显著标明“广告”标志。

6.4.1.2 经当事人同意或者请求，以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式。

6.4.1.3 在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

6.4.1.4 广播电台、电视台、互联网等大众媒介发布的广告，应当对广告时长作出明显提示。

6.4.2 发布要求

6.4.2.1 不应在广播、电视、报刊、互联网、公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。不得向未成年人发送任何形式的烟草广告。

6.4.2.2 不应在广播、电视、报刊、互联网、公共场所、公共交通工具、户外发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

6.4.2.3 不应在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不应利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布广告。

6.4.2.4 在针对未成年人的广播、电视、报刊、互联网等大众媒介上不应发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

6.4.2.5 不应在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物之外的大众媒介发布处方药广告。

6.4.2.6 户外广告设施的设置应符合法律、相关行政法规的规定，宜外形美观、安全牢固和美化、亮化设施功能完备。

6.4.2.7 未经当事人同意或者请求，不应向其住宅、交通工具等投送广告；经当事人同意，以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接受者提供拒绝接受的方式。

6.4.2.8 广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务单位不应以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

6.4.2.9 广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网新闻信息服务单位不应以新闻报道形式变相发布广告。

6.4.2.10 利用互联网发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定，应当进行审查的广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不应发布。

7 档案管理

7.1 广告档案的管理应实行一份广告合同一个档案的原则，妥善归档、保管，并定期检查、清点。

7.2 广告档案一般包括审核表、书面合同、广告样件、广告主确认资料及相关证明文件，并制作档案封面和目录，统一编制档案号（见附录G）。

7.3 档案保存时间一般为归档之日起不少于三年。

8 评价与改进

8.1 应当建立有效的自查评价机制，定期检查本单位落实广告法律法规规章及本标准情况，切实加强广告业务活动管理，规范广告行为。

8.2 应当自觉协助、配合监管部门依法履行职责，不应以任何理由或者手段拒绝、阻挠监管部门的广告监测与监管工作。

8.3 对于自查发现、举报投诉、监管部门通知及其他途径反馈的违法违规问题，应当及时予以改正。

8.4 应当积极参与行业组织活动，遵守行业规范，做好行业自律工作。

附 录 B
(资料性)
广告审核表

广告业务审核表样式见表B.1。

表B.1 广告业务审核表

委托方			
联系人		联系电话	
广告类型		广告形式	
主要内容			
审核内容		审核情况	
1. 广告业务书面合同是否齐全			
2. 委托方主体资格证明文件是否齐全、合法；是否具备与广告内容相匹配的经营资格			
3. 有关部门审查批准文件或者其他证明文件是否齐全、有效；审查批准文件、其他证明文件与广告内容、形式等是否一致			
4. 广告内容是否真实、合法，是否符合《中华人民共和国广告法》等法律法规规章要求，是否符合社会主义精神文明建设要求			
5. 广告表现形式和语言文字使用是否符合规定			
6. 广告计量单位使用是否为国家法定计量单位			
7. 属于发布业务的，是否符合广告发布的规定			
8. 使用他人名义或者形象，以及代言人是否符合规定			
9. 其他			
初审意见	签 字：_____ 日 期：_____ 年 月 日		
审核意见	签 字：_____ 日 期：_____ 年 月 日		
<p>注1：审核情况中，符合条件的，审核情况栏打“√”，不符合条件的，说明理由。</p> <p>注2：一人审核的直接在“审核意见”中签署意见并签字；审核分离的，在“初审意见”和“审核意见”分别签署意见并签字。</p>			

附 录 C
(资料性)
广告准入审查目录

广告准入审查目录见表C.1。

表C.1 广告准入审查目录

序号	禁止类别	查验内容
1	禁止生产、销售的产品或者提供的服务	法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务
2	允许生产但禁止自由流通的产品或者提供的服务	1. 枪支弹药、特殊警用装备等； 2. 医疗机构研制的在医疗机构内部使用的医疗器械 麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，禁止发布广告
3	允许生产、销售、提供但禁止或者限制发布广告的商品或者服务	1. 前款规定以外的处方药，只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上发布广告 2. 禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告 3. 非公开募集基金，不得向合格投资者之外的单位和个人募集资金，不得通过报刊、电台、电视台、互联网等公众传播媒体或者讲座、报告会、分析会等方式向不特定对象宣传推介

附录 D

(资料性)

经营资格证明文件查验目录

经营资格证明文件查验目录包括但不限于表D.1内容。

表D.1 经营资格证明文件查验目录

广告类别	主体资格	其他经营资格证明文件	备注
药品广告	《营业执照》或者其他 事业单位、团体、组织 证件	《药品生产许可证》或者《药品经营许可证》， 药品批准文件（号）等其他相关资质	涉及实行国家强制 认证产品的，须提 供国家强制性产品 认证（3C 认证）证 书
医疗广告		《医疗机构执业许可证》等其他相关资质	
医疗器械广告		《医疗器械生产许可证》或者医疗器械批准文 件（号）或者备案情况等其他相关资质	
化妆品广告		1. 《化妆品生产许可证》； 2. 非特殊用途化妆品，须查验省级以上化妆品 检验机构（中心）、或者卫生防疫站出具的检 验合格的证明，省级药品监管部门备案凭证； 3. 特殊用途化妆品，须查验国务院药品监管部 门核发的批准文号； 4. 如宣称科技成果的，须查验科技成果鉴定 书； 5. 进口化妆品，须查验进口批准文件、检验合 格证明、出口国（地区）批准生产该化妆品的 证明文件（附中文译本）等其他相关资质	
保健食品广告		《保健食品生产许可证》、保健食品批准证明 文件或者《食品经营许可证》等其他相关资质	
食品广告		《食品生产许可证》或者《食品经营许可证》 等其他相关资质	
农药广告		《农药生产许可证》等其他相关资质	
兽药广告		《兽药生产许可证》或者《兽药经营许可证》， 兽药批准文件（号）等其他相关资质	
饲料广告		委托人是生产企业的，查验《饲料生产许可 证》等其他相关资质	
饲料添加剂广告		委托人是生产企业的，查验《饲料添加剂生产 许可证》等其他相关资质	

表 D.1 经营资格证明文件查验目录（续）

主体资格		其他经营资格证明文件	备注
烟草广告	《营业执照》或者 其他事业单位、团体、 组织证件	《烟草专卖生产企业许可证》或者《烟草专卖批发企业许可证》或者《烟草专卖零售许可证》等其他相关资质	涉及实行国家强制认证产品的，应当查验国家强制性产品认证(3C认证)证书；涉及专利产品或者专利方法的，应当查验专利证书
酒类广告		《食品生产许可证》或者《食品经营许可证》、检验合格证明等其他相关资质	
教育培训类广告		《民办学校办学许可证》或者其他相关资质	
金融类广告		从事相关金融业务的经营许可证等其他相关资质	
房地产类广告		1. 《房地产开发企业资质证书》 2. 土地主管部门颁发的项目土地使用权证明 3. 《商品房预售许可证》或者《商品房销售许可证》等其他相关资质	
农作物等种子广告		《种子经营许可证》等其他相关资质	
种畜禽广告		《种畜禽生产经营许可证》等其他相关资质	
水产苗种		《水产苗种生产经营许可证》等其他相关资质	
养殖类广告		《动物防疫条件合格证》等其他相关资质	
旅游广告		《旅行社业务经营许可证》等其他相关资质	
建筑、装饰广告		建设工程勘察、工程设计资质证书或者其他相关资质	
其他一般广告		涉及许可生产经营的，提供相应生产经营许可证件等其他相关资质	

附录 E

(资料性)

广告审查证明文件查验目录

广告审查证明文件查验目录见表E.1。

表E.1 广告审查证明文件查验目录

序号	广告类别	政府部门批准文件
1	医疗广告	查验卫生管理部门或者中药管理部门出具的《医疗广告审查证明》
2	药品广告	查验食药管理部门出具的《广告审查表》和药品广告审查批准文号
3	医疗器械广告	查验食药管理部门出具的《广告审查表》和医疗器械广告审查批准文号
4	保健食品广告	查验食药管理部门出具的《广告审查表》和保健食品广告审查批准文号
5	农药广告	查验农业管理部门出具的《农药广告审查表》和农药广告审查批准文号
6	兽药广告	查验农业管理部门出具的《兽药广告审查表》和兽药广告审查批准文号
7	农业转基因生物广告	查验国务院农业行政主管部门出具的审查批准文件
8	特殊医学用途配方食品广告	查验食品药品监管部门出具的审查批准文件
9	法律、行政法规规定其他须经审查的广告	查验相应法律、行政法规规定的审查机关出具的审查批准证明(文件)

附录 F
(资料性)
广告内容查验目录

广告内容查验目录包括但不限于表F.1。

表F.1 广告内容查验目录

序号	内容级别	查验内容
1	I级审核（基础审核）	<p>1. 广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，并符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求</p> <p>2. 不得有下列情形</p> <p>（1）使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；</p> <p>（2）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；</p> <p>（3）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语</p> <p>（4）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>（5）妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>（6）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p> <p>（7）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；</p> <p>（8）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；</p> <p>（9）含有民族、种族、宗教、性别、职业歧视的内容；</p> <p>（10）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>（11）法律、行政法规规定禁止的其他情形</p> <p>3. 不得损害未成年人和残疾人的身心健康</p> <p>4. 不得贬低其他生产经营者的商品或者服务</p>
2	II级审核（常规审核）	<p>1. 对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示</p> <p>2. 广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合</p> <p>3. 广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。</p> <p>4. 涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告</p> <p>5. 广告中涉及特约经销、总经销、总代理（代理）、专卖、连锁、加盟、代理等内容的，查验相关授权许可文件或者备案证明。广告中涉及使用他人著作的，须严格按照《中华人民共和国著作权法》相关规定提供相关证明文件，比如版权或者著作权授权书。广告中涉及重大体育赛事等重大活动的，须提供相关组织委员会出具的证明文件。广告中涉及使用他人名义或者形象的，须提供书面授权。广告中有代言人的，应当提供代言协议以及代言人实际使用产品或者接受服务的情况证明和身份证明</p>

表 F.1 广告内容查验目录（续）

序号	内容级别	查验内容
2	Ⅱ级审核（常规审核）	6. 除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语
3	Ⅲ级审核（特殊审核）	<p>1. 【药品广告】</p> <p>(1)……应当依法提交《广告审查表》、与发布内容一致的广告样件……。</p> <p>(2)药品广告的内容应当以国务院药品监督管理部门核准的说明书为准。</p> <p>(3)药品广告涉及药品名称、药品适应症或者功能主治、药理作用等内容的，不得超出说明书范围。</p> <p>(4)药品广告应当显著标明禁忌、不良反应，处方药广告还应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告还应当显著标明非处方药标识（OTC）和“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”</p> <p>2. 【医疗广告】</p> <p>(1)对照广告审查机关出具的《医疗广告审查证明》（含批准文号和审查通过的广告内容）审核，保证内容与审查批准内容一致；</p> <p>(2)不得含有表示功效、安全性的断言或者保证；</p> <p>(3)不得说明治愈率或者有效率；</p> <p>(4)不得与其他医疗机构比较；</p> <p>(5)不得利用广告代言人作推荐、证明；</p> <p>(6)不得含有法律、行政法规规定禁止的其他内容</p> <p>3. 【医疗器械广告】</p> <p>(1)……应当依法提交《广告审查表》、与发布内容一致的广告样件……。</p> <p>(2)医疗器械广告的内容应当以药品监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准。</p> <p>(3)医疗器械广告涉及医疗器械名称、适用范围、作用机理或者结构及组成等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。</p> <p>(4)推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。</p> <p>(5)医疗器械产品注册证书中有禁忌内容、注意事项的，广告应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”</p> <p>4. 【保健食品广告】</p> <p>(1)应当依法提交《广告审查表》与发布内容一致的广告样件</p> <p>(2)保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。</p> <p>(3)保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。</p> <p>(4)保健食品广告应当显著标明“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”，声明本品不能代替药物，并显著标明保健食品标志、适宜人群和不宜人群</p>

表F.1 广告内容查验目录（续）

序号	内容级别	查验内容
3	III级审核（特殊审核）	<p>5. 【特殊医学用途配方食品广告】</p> <p>(1) 应当依法提交《广告审查表》、与发布内容一致的广告样件</p> <p>(2) 特殊医学用途配方食品广告的内容应当以国家市场监督管理总局批准的注册证书和产品标签、说明书为准。特殊医学用途配方食品广告涉及产品名称、配方、营养学特征、适用人群等内容的，不得超出注册证书、产品标签、说明书范围。</p> <p>(3) 特殊医学用途配方食品广告应当显著标明适用人群、“不适用于非目标人群使用”、“请在医生或者临床营养师指导下使用”</p>
		<p>6. 【农药广告】</p> <p>(1) 对照广告审查机关出具的《农药广告审查表》（含批准文号和审查通过的广告内容）审核，保证内容与审查批准内容一致；</p> <p>(2) 农药广告的批准文号应当列为广告内容同时发布</p>
		<p>7. 【兽药广告】</p> <p>(1) 对照广告审查机关出具的《兽药广告审查表》（含批准文号和审查通过的广告内容）审核，保证内容与审查批准内容一致；</p> <p>(2) 兽药广告的批准文号应当列为广告内容同时发布</p>
		<p>8. 【饲料、饲料添加剂广告】</p> <p>(1) 不得含有表示功效、安全性的断言或者保证；</p> <p>(2) 不得利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明；</p> <p>(3) 不得说明有效率；</p> <p>(4) 不得含有违反安全使用规程的文字、语言或者画面；</p> <p>(5) 不得含有法律、行政法规规定禁止的其他内容</p>
		<p>9. 【烟草广告】</p> <p>(1) 不得在其它商品或者服务的广告、公益广告中，含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容；</p> <p>(2) 不得在烟草制品生产者或者销售者发布的迁址、更名、招聘等启事中，含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容</p>
		<p>10. 【酒类广告】</p> <p>(1) 不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；</p> <p>(2) 不得出现饮酒的动作；</p> <p>(3) 不得表现驾驶车、船、飞机等活动；</p> <p>(4) 不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效</p>
		<p>11. 【教育培训广告】</p> <p>(1) 不得对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作明示或者暗示的保证性承诺；</p> <p>(2) 不得明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训；</p> <p>(3) 不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明</p>

表F.1 广告内容查验目录（续）

序号	内容级别	查验内容
3	III级审核（特殊审核）	<p>12. 【投资类广告】</p> <p>（1）对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示；</p> <p>（2）不得对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外；</p> <p>（3）不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明</p>
		<p>13. 【房地产广告】</p> <p>（1）房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积；</p> <p>（2）不得含有升值或者投资回报的承诺；</p> <p>（3）不得以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置</p> <p>（4）对价格有表示的，应当清楚表示为实际的销售价格，明示价格的有效期限，不得违反国家有关价格管理的规定；</p> <p>（5）对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件，不得作误导宣传；</p> <p>（6）不得含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，不得有悖社会良好风尚；</p> <p>（7）须载明开发企业名称、预售或者销售许可证书号，中介服务机构代理销售的还须载明该机构名称，另有规定的除外；</p> <p>（8）项目位置示意图，应当准确、清楚，比例恰当；</p> <p>（9）不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果；</p> <p>（10）使用建筑设计效果图或者模型照片的，应当在广告中注明；</p> <p>（11）涉及贷款服务的，应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期；</p> <p>（12）不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺；</p> <p>（13）涉及物业管理内容的，应当符合国家有关规定；涉及尚未实现的物业管理内容，应当在广告中注明</p>
		<p>14. 【农作物等种子广告、种畜禽广告、水产苗种广告、种养殖广告】</p> <p>（1）关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白；</p> <p>（2）不得作科学上无法验证的断言；</p> <p>（3）不得含有表示功效的断言或者保证；</p> <p>（4）不得对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺；</p> <p>（5）不得利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明</p>

附 录 G
(资料性)
广告归档档案目录

广告归档档案目录见表G.1。

表G.1 广告归档档案目录

序号	内容	页码
1	广告审核表	
2	广告样稿	
3	业务书面合同	
4	委托方主体资格证明文件	
5	审查批准文件或者其他证明文件	
6	广告主确认资料	
7	其他相关资料	

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国广告法》
 - [2] 《互联网广告管理办法》
 - [3] 《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》
 - [4] 《医疗广告管理办法》
 - [5] 《房地产广告发布规定》
 - [6] 《农药广告审查发布规定》
 - [7] 《兽药广告审查发布规定》
 - [8] 《海南省经济特区公共信息标志标准实施目录》
 - [9] 《海南省城市户外广告和招牌设置管理办法》
 - [10] 《中华人民共和国注册会计师法》
 - [11] 《国务院关于在我国统一实行法定计量单位的命令》
 - [12] 《中华人民共和国证券投资基金法》
-