

浙江省广告管理条例

(2007年9月28日浙江省第十届人民代表大会常务委员会第三十四次会议通过 根据2011年11月25日浙江省第十一届人民代表大会常务委员会第二十九次会议《关于修改〈浙江省专利保护条例〉等十四件地方性法规的决定》修正 2020年7月31日浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第二十二次会议修订)

浙江省第十三届人民代表大会常务委员会公告

第27号

《浙江省广告管理条例》已于2020年7月31日经浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第二十二次会议修订通过,现将修订后的《浙江省广告管理条例》公布,自2020年9月1日起施行。

浙江省人民代表大会常务委员会

2020年7月31日

第一条 为了规范广告活动,保护消费者合法权益,促进广告业健康发展,维护社会经济秩序,根据《中华人民共和国广告法》和其他有关法律、行政法规,结合本省实际,制定本条例。

第二条 本省行政区域内从事广告活动和对广告活动进行监督管理,适用本条例。

本条例所称广告,是指商品经营者或者服务提供者自行或者委托他人,通过广播、电视、电影、报纸、期刊、印刷品、户外广告设施、公共交通工具、互联网以及其他媒介,以文字、图片、音频、视频、实物模具以及其他形式,直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业宣传。

公益广告管理按照国家有关规定执行。

第三条 县级以上人民政府应当加强本行政区域内广告监督管理工作的领导,建立健全整治违法广告联席会议制度,并将广告监督管理工作所需经费纳入财政预算。

县级以上人民政府市场监督管理部门主管本行政区域内的广告监督管理工作。

网信、新闻出版、广播电视、卫生健康、住房城乡建设、交通运输、农业农村、金融监督管理、通信管理、药品监督管理等部门应当在各自职责范围内负责广告管理相关工作。

第四条 广告应当真实、合法,坚持正确的导向,以健康的表现形式表达广告内容,弘扬社会主义核心价值观和中华优秀传统文化,符合社会主义精神文明建设的要求。

第五条 广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。

通过大众传播媒介发布的广告应当以文字、声音等形式显著标明或者提示“广告”,与其他非广告信息相区别。连续播出多个音频广告的,应当在首个广告播出前作显著提示。

互联网付费搜索广告应当显著标明“广告”,与自然搜索结果明显区分。

第六条 法律、法规、规章规定广告中应当明示的内容,应当显著、清晰表示。

下列广告应当按照要求明示相关内容:

(一)涉及优惠内容的广告,应当明示所优惠的商品或者服务的品种(项目)、条件、时限以及幅度或者数额;

(二)推销有专用附件商品的广告,应当明示该商品需要另行购买的附件;

(三)法律、行政法规规定应当进行审查的广告,应当明示广告审查批准文号。

第七条 广告中不得使用“国家级”“最高级”“最佳”以及其他词义相同的用语直接或者间接地介绍所推销的商品或者服务。

广告有下列情形之一的,不认定为违反前款规定:

(一)使用“最早”“首家”以及其他表示时空顺序的用语;

(二)使用“本公司最新产品”“本产品顶配款式”以及其他表示自我比较的用语;

(三)使用“消费者满意第一”“顾客至上”“力求最好”以及其他表示经营理念和目标诉求的用语;

(四)使用的按照法律、法规和国家有关规定评定的奖项、称号或者按照国家标准、行业标准认定的商品或者服务分级用语中,含有“国家级”“最高级”“最佳”以及其他词义相同的用语。

第八条 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的广告,构成虚假广告。

广告有下列情形之一的,对消费者购买行为有实质性影响的,构成前款规定的以引人误解的内容欺骗、误导消费者的虚假广告:

(一)对商品或者服务作片面的宣传或者对比的;

(二)以歧义性语言对商品或者服务进行宣传的;

(三)将特定条件下形成的结论作为普遍性结论对商品或者服务进行宣传的;

(四)其他引人误解的情形。

前款所称实质性影响,是指商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉、允诺、优惠等信息,或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉、允诺、优惠等信息,足以影响消费者的购买决策。

第九条 依照法律、行政法规规定应当进行审查的广告,商品经营者或者服务提供者应当按照审查通过的内容发布,不得进行剪辑、拼接、修改;需要剪辑、拼接、修改的,应当重新报送广告审查机关进行广告审查。

第十条 保健食品以外的其他食品广告不得宣传其具有特定保健功能,也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有特定保健功能。

前款所称特定保健功能,是指经食品安全监督管理部门准予注册或者备案的保健食品所允许声称的保健功能。

第十一条 化妆品广告、美容广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证的内容。

第十二条 房地产广告应当符合下列规定:

(一)销售(预售)广告应当标明开发企业名称、预售许可证号,中介服务机构代理销售(预售)的,应当标明该机

构名称,广告中仅介绍房地产项目名称的,可以不标明上述事项;

(二)涉及的交通、商业、文化、教育、医疗、体育等公共设施和市政条件处于规划中的,应当显著注明并标明出处,处于建设中的,应当显著注明;

(三)使用地名管理部门批准的住宅小区(楼)、建筑物的标准地名,并显著标明;

(四)对价格有表示的,应当清楚表示为实际销售的单套价格或者本次销售房源的平均价格、价格区间,明示价格的有效期限;

(五)涉及内部结构、装修装饰的,应当真实、准确,不得标注“可利用空间”等易误导消费者实施违法建设的提示性符号或者用语;

(六)不得含有能够为入住者办理户口、就业、入学等事项的承诺;

(七)不得含有法律、法规禁止的其他内容。

第十三条 纪念品、收藏品广告不得作出升值或者投资回报的承诺或者断言,不得含有承诺回购等保本、保收益的内容或者暗示。

第十四条 金融产品或者服务广告的广告主应当取得相应金融产品或者服务资质。广告经营者、广告发布者设计、制作、代理和发布金融产品或者服务广告的,应当核验广告主的相应资质。

发布金融产品或者服务广告,应当显著、准确标明或者提示所推销的金融产品或者服务的业务属性,显著提示或者警示可能存在的风险以及责任承担。

非公开募集资金,不得以广告方式开展资金募集宣传。

第十五条 游戏广告不得含有不利于未成年人身心健康的内容。

游戏广告应当以显著方式标注适合的年龄段,并对控制游戏时长、频次作出合理提示或者警示,不得含有诱导、怂恿、暗示用户过度游戏的内容。

网络游戏广告不得含有可将游戏装备、道具、积分等虚拟财产兑换或者变相兑换成现金、实物的内容,不得含有以随机抽取等偶然方式诱导充值获取网络游戏产品和服务的内容。

第十六条 广告经营者、广告发布者应当就每单广告业务的广告样稿、广告证明文件、广告合同、发票等建立档案,保存期限不得少于两年。广告业务档案保存期限的起算时间按照下列方式确定:

(一)广告设计、制作或者代理设计、制作业务档案的保存期限,自广告交付委托方之日起算;

(二)广告发布或者代理发布业务档案的保存期限,自广告发布结束之日起算。

第十七条 广播电视播出机构、报纸期刊出版单位、互联网新闻信息服务提供者等大众传播媒介不得以新闻报道形式变相发布广告。

广播电视播出机构、报纸期刊出版单位、互联网新闻信息服务提供者所发布的新闻报道中,含有商品经营者或者服务提供者的详细地址、电话号码、电子信箱、网址、二维码、商品条形码、互联网即时通讯工具等信息的,应当认定为以新闻报道形式变相发布广告,但是属于开展舆论监督、涉及商品质量需要应急处置以及扶贫帮困等公益活动的除外。

本条例所称互联网新闻信息服务提供者,是指依法应当取得互联网新闻信息服务许可,通过互联网向社会公众提供新闻信息服务的法人。

第十八条 广播电视播出机构、报纸期刊音像出版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、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。

有下列情形之一的,应当认定为以介绍健康、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:

(一)广播电视播出机构、报纸期刊出版单位、互联网信息服务提供者刊播的介绍健康、养生知识等栏目(节目),介绍具体的医疗、药品、医疗器械、保健食品的;

(二)广播电视播出机构、报纸期刊出版单位、互联网信息服务提供者刊播的介绍健康、养生知识等栏目(节目),出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品经营者或者提供者的详细地址、电话号码、电子信箱、网址、二维码、商品条形码、互联网即时通讯工具等信息的;

(三)音像出版单位在介绍健康、养生知识等音像出版物中附加相关医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的。

本条例所称互联网信息服务提供者,是指依法应当取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证或者履行互联网信息服务备案手续,通过互联网向社会公众提供信息服务的自然人、法人或者非法人组织。

第十九条 利用电视、互联网发布或者发送广告,不得影响用户正常使用电视、互联网。以开机画面、弹出页面等形式发布或者发送的广告,应当显著标明关闭标志或者设置

关闭功能,确保一键立即关闭。

第二十条 利用电视、互联网等媒介以直播、短视频等形式推销商品或者服务,应当遵守法律、法规、规章规定,不得进行虚假或者引人误解的商业宣传。

第二十一条 互联网广告经营者、广告发布者在审核含有链接页面的广告内容时,应当一并审核所链接的下一级页面中与前端广告相关的内容。

下一级页面广告的广告主、广告发布者修改相关内容后,应当告知前端页面广告的广告经营者、广告发布者。前端页面广告的广告经营者、广告发布者应当再次进行审核。

互联网广告发布者明知或者应知所发布的广告链接页面存在违法广告的,应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止。

第二十二条 互联网信息服务提供者应当在其广告展示页面中标明广告发布者名称。

互联网信息服务提供者应当对通过其平台发布的广告进行监测;明知或者应知存在违法广告的,应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开链接等措施予以制止。

互联网信息服务提供者应当配合市场监督管理部门依法查处违法广告,并根据市场监督管理部门的要求,及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料,如实提供相关广告主、广告经营者、广告发布者的身份和联系方式以及涉案商品或者服务的交易数据等信息。

互联网信息服务提供者参与广告设计、制作、代理和发布活动的,应当同时履行广告经营者、广告发布者的义务。

第二十三条 任何单位或者个人不得以公益广告名义变相发布商业广告。

商品经营者或者服务提供者出资设计、制作、发布或者冠名的公益广告,有下列情形之一的,应当认定为以公益广告名义变相发布商业广告:

(一)标注商品或者服务的名称以及其他与宣传、推销商品或者服务有关的内容,包括商品经营者或者服务提供者的地址、网址、电话号码等联系方式;

(二)平面作品标注商品经营者或者服务提供者名称(字号)和商标标识的面积超过广告面积的五分之一;

(三)音频、视频作品显示商品经营者或者服务提供者名称(字号)和商标标识的时间超过五秒或者总时长的五分之一,使用标版形式标注商品经营者或者服务提供者名称(字号)和商标标识的时间超过三秒或者总时长的五分之一。

第二十四条 设置户外广告设施,应当符合户外广告设

施的设置规划和技术规范。户外广告设施的设置规划由市、县(市、区)人民政府组织有关部门统一制定。

第二十五条 市场监督管理部门应当建立健全广告监测制度,自行或者通过购买服务等方式对本行政区域内广告开展随机监测。

电信业务经营者、互联网信息服务提供者应当为市场监督管理部门开展广告监测提供必要的技术支持。

市场监督管理部门按照行政执法证据的要求进行采集、固定并确认的广告技术监测记录资料,可以作为行政执法的证据。

第二十六条 对依照法律、行政法规规定应当进行审查的广告,广告审查机关应当及时审查;审查批准的,应当及时公开审查结果及广告样稿。

市场监督管理部门认为经审查批准发布的广告不符合规定,向广告审查机关提出书面建议的,广告审查机关应当予以核实,并将处理结果反馈市场监督管理部门。

第二十七条 任何单位或者个人可以通过全省统一的政务咨询投诉举报平台投诉、举报违法广告。政务咨询投诉举报平台收到投诉、举报后,应当按照规定转交市场监督管理部门或者其他有关部门依据职责办理。办理结果应当及时向投诉、举报人反馈。

投诉、举报人不得通过投诉、举报违法广告牟取不正当利益。投诉、举报人有敲诈勒索等行为,涉嫌违法犯罪的,市场监督管理部门和其他有关部门应当移送公安机关依法处理。

第二十八条 市场监督管理部门认定违法广告时,需要网信、新闻出版、广播电视、卫生健康、住房城乡建设、农业农村、金融监督管理等部门出具书面意见的,相关部门应当自收到书面通知之日起十五个工作日内作出书面回复;情况复杂的,可以延长至三十个工作日。

第二十九条 市场监督管理部门和其他有关部门应当坚持监督管理与教育引导相结合,通过行业自律、信用评价、联合惩戒等措施,引导广告活动参与者依法从事广告活动,推动广告行业诚信建设。

第三十条 违反本条例规定的行为,法律、行政法规已有法律责任规定的,从其规定。

第三十一条 违反本条例第六条第二款规定,发布广告未按照规定明示有关内容的,由市场监督管理部门责令停止发布广告,对广告主处十万元以下罚款。

广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的,由市场监督管理部门处十万元以下罚款。

第三十二条 广告主有下列行为之一的,由市场监督管理部门责令停止发布广告,责令在相应范围内消除影响,处广告费用一倍以上三倍以下罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处十万元以上二十万元以下罚款;情节严重的,处广告费用三倍以上五倍以下罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处二十万元以上一百万元以下罚款:

- (一)违反本条例第十条规定发布食品广告的;
- (二)违反本条例第十一条规定发布化妆品广告、美容广告的;
- (三)违反本条例第十二条规定发布房地产广告的;
- (四)违反本条例第十三条规定发布纪念品、收藏品广告的;
- (五)违反本条例第十四条第二款、第三款规定发布金融产品或者服务广告,或者以广告方式开展资金募集宣传的;
- (六)违反本条例第十五条第二款、第三款规定发布游戏广告的。

广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的,由市场监督管理部门没收广告费用,并处广告费用一倍以上三倍以下罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处十万元以上二十万元以下罚款;情节严重的,处广告费用三倍以上五倍以下罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处二十万元以上一百万元以下罚款,并可以对其暂停广告发布业务、吊销广告发布登记证件。

第三十三条 广告主、广告经营者、广告发布者隐瞒、销毁、拒不提供有效的广告合同、发票等材料,广告费用无法查清的,应当认定为广告费用无法计算。

广告主、广告经营者、广告发布者虚报、瞒报,或者提供伪造、变造的广告合同、发票等材料,广告费用明显低于广告经营者、广告发布者依法公布的收费标准的,应当认定为广告费用明显偏低。广告经营者、广告发布者未依法公布广告收费标准的,参照其他同类媒介依法公布的收费标准或者相同、类似版面、时段的广告费用。

第三十四条 广告主在其经营场所或者自有媒介发布违法广告,发布量少或者发布时间短,影响范围小的,依法从轻或者减轻行政处罚。

第三十五条 有下列行为之一的,由市场监督管理部门责令改正,可以处五万元以下罚款:

- (一)违反本条例第十四条第一款规定,广告经营者、广

告发布者未核验广告主相应资质的;

(二)违反本条例第十六条规定,广告业务档案的保存期限少于两年的;

(三)违反本条例第二十一条第一款规定,互联网广告经营者、广告发布者在审核含有链接页面的广告内容时,未审核所链接的下一级页面中与前端广告相关内容的;

(四)违反本条例第二十一条第二款规定,下一级页面广告的广告主、广告发布者修改相关内容后未告知前端页面广告的广告经营者、广告发布者的;

(五)违反本条例第二十二条第一款规定,互联网信息服务提供者未标明广告发布者名称的。

第三十六条 违反本条例第十九条规定,利用电视以开机画面、弹出页面等形式发布广告,未显著标明关闭标志或者设置关闭功能,确保一键立即关闭的,由市场监督管理部门责令改正,对广告发布者处五千元以上三万元以下罚款。

第三十七条 违反本条例第二十一条第三款规定,互联

网广告发布者明知或者应知所发布广告的链接页面存在违法广告,未采取措施予以制止的,由市场监督管理部门责令改正,没收违法所得,并处十万元以下罚款;情节严重的,暂停其广告发布业务。

第三十八条 违反本条例第二十二条第二款规定,互联网信息服务提供者明知或者应知通过其平台发布的广告存在违法行为,未采取措施予以制止的,由市场监督管理部门没收违法所得,违法所得五万元以上的,并处违法所得一倍以上三倍以下罚款,违法所得不足五万元的,并处一万元以上五万元以下罚款;情节严重的,由市场监督管理部门提请通信管理部门对经营性互联网信息服务提供者,责令停业整顿直至吊销经营许可证,对非经营性互联网信息服务提供者,责令暂时关闭网站直至关闭网站。

第三十九条 违反本条例第二十三条规定,以公益广告名义变相发布商业广告的,由市场监督管理部门责令改正,对广告发布者处十万元以下罚款。

第四十条 本条例自2020年9月1日起施行。

浙江省人民代表大会常务委员会 关于资源税具体适用税率等事项的决定

(2020年7月31日浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第二十二次会议通过)

浙江省第十三届人民代表大会常务委员会公告

第28号

《浙江省人民代表大会常务委员会关于资源税具体适用税率等事项的决定》已于2020年7月31日经浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第二十二次会议通过,现予公布,自2020年9月1日起施行。

浙江省人民代表大会常务委员会

2020年7月31日

为了加强资源管理,促进资源节约集约利用和生态环境保护,根据《中华人民共和国资源税法》规定,结合本省实际,对本省资源税具体适用税率、计征方式和免征或者减征办法作如下决定:

一、资源税的具体适用税率、计征方式依照《中华人民共和国资源税法》和本决定附件《浙江省资源税税目税率表》执行。

二、符合《中华人民共和国资源税法》第七条规定情形的,按照以下规定减征或者免征资源税:

(一)开采或者生产应税产品过程中,因意外事故或者自然灾害等原因遭受重大损失的,自遭受损失的当月起一年内减半征收资源税;

(二)开采销售共生矿(铅锌共生矿除外),共生矿与主矿产品销售额分开核算的,对共生矿减半征收资源税;

(三)开采销售伴生矿,伴生矿与主矿产品销售额分开核算的,对伴生矿免征资源税;

(四)开采尾矿的,免征资源税。

开采低品位矿的,不予免征或者减征资源税。

三、本决定自2020年9月1日起施行。