

内蒙古自治区网络直播广告合规提示

为进一步规范网络直播活动广告发布行为，切实维护消费者合法权益，营造公平竞争的市场秩序，根据《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《网络直播营销管理办法（试行）》《关于加强网络营销直播活动监管的指导意见》等规定，制定本提示。

一、适用范围

网络直播活动广告发布行为是在内蒙古自治区区域内，商品经营者或者服务提供者通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等形式，直接或者间接推销商品或服务的商业活动。

二、主体身份认定

（一）直播营销平台，是指在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。直播营销平台在平台网站首页推送直播海报或者链接，或者通过设置热播榜单、推荐明星直播等方式对直播活动推荐的，直播营销平台应当履行广告发布者的责任和义务。直播营销平台未对网络直播营销活动进行宣传、推广，仅提供网络直播技术服务的，履行互联网信息服务提供者的责任和义务。

（二）直播间运营者，是指在直播营销平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。直播间运营者中商品经营者应当履行广告主的责任和义务。如果主播本身就是商家，推销的是自己的商品或者服务，具有广告主和广告发布者双重身份，应当履行广告主和广告发布者的责任和义务。

（三）直播营销人员，是指在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的个人。直播营销人员在直播广告内容时，应当履行广告发布者的责任和义务。在直播时以自己的名义和形象向公众推荐商品或者服务时，应当履行广告代言人的责任和义务。在参与招揽广告业务、策划直播广告内容时，应当履行广告经营者的责任和义务。直播营销人员是商品经营者时，履行广告主的责任和义务。受雇于直播间的主播，其直播行为是职务行为，广告发布者、广告经营者的责任和义务均由雇用该主播的直播间运营者承担。若主播在直播时以自己的名义和形象向公众推荐商品或者服务，应当履行广告代言人的责任和义务。

（四）直播营销人员服务机构，是指为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。直播营销人员服务机构接受委托提供广告设计、制作服务的，应当履行广告经营者的责任和义务。

三、主体责任

（一）广告主，应当对网络直播广告内容的真实性负责。

1.广告主发布网络直播广告的，主体资格、行政许可、引证内容等应当复核法律法规的要求，相关证明文件应当真实、合法、有效。

2.广告主可以通过自建网站，以及自有的客户端、互联网应用程序、公众号、网络店铺页面等互联网媒介自行发布广告，也可委托广告经营者、广告发布者发布广告。

3.广告主自行发布直播广告的，广告发布行为应当符合法律法规的要求，建立广告档案并及时更新，相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。

4.广告主委托发布直播广告，修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式，及时通知为其提供服务的广告经营者、广告发布者。

(二)广告经营者、广告发布者，应当建立健全和实施直播广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。

1.查验并登记广告主的真实身份、地址和有效联系方式等信息，建立广告档案并定期查验更新，记录保存广告活动的有关电子数据，广告档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。

2.查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布。

3.配备熟悉广告法律法规的广告审核人员或者设立广告审核机构。

(三)互联网平台经营者，在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告。

1.记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息，信息记录保存时间自信息服务提供行为终了之日起不少于三年。

2.对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止，并保留相关记录。

3.建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式，及时受理和处理投诉举报。

4.依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

四、合规要求

(一)网络直播广告宣传应当坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以铸牢中华民族共同体意识为主线，符合社会主义核心价值观，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

(二)网络直播营销宣传构成商业广告的，应当符合《中华人民共和国广告法》等法律法规规定，确保宣传内容真实、合法，以健康的表现形式表达，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。

(三)网络直播活动中的广告对商品的性能、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。

(四) 在网络直播活动中,应当使用规范的语言文字表达发布广告内容,鼓励直播营销平台建立规范、有效的语言文字质量培训、检查制度,严把直播间语言文字使用和审核关,引导和督促直播营销人员规范使用规范汉字和普通话清晰、准确表达发布广告内容。

(五) 直播间运营者、直播间营销人员开展网络直播营销宣传广告活动,应当坚持正确导向,不得出现下列情形:

1.损害国家的尊严或者利益,借党和国家重大活动从事违法违规商业营销宣传。

2.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。

3.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。

4.妨碍社会安定,损害社会公共利益。

5.妨碍社会公共秩序,违背社会良好风尚。

6.含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪等内容。

7.含有民族、种族、宗教、性别歧视等内容。

8.含有侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益等内容。

9.含有危害未成年人身心健康,以及损害残疾人、老年人合法权益等内容。

10.含有低俗、庸俗、恶俗,出现各类卖惨、炫富、恶搞经典,以及各种“蹭热点”“博眼球”,利用群众热议事件等作为炒作噱头进行商业宣传等内容。

11.宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食物,诱导消费者超出合理需求购买商品等内容。

12.无依据标注“婴幼儿专用”“儿童专用”等标识进行差别化宣传和高价销售,利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。

13.其他依法应当禁止的情形。

(六) 平台内经营者、直播间运营者等在网络直播营销活动中发布广告,应当按照《中华人民共和国广告法》等法律法规规定,严格审核把关,以下重点领域广告发布应遵循:

1.发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品、农药、兽药等法律法规规定应当进行审查的其他广告,应当在发布前由有关部门对广告内容进行审查;未经审查,不得发布;不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布“神医”、“神药”等虚假医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

2.发布食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得使用医疗用语或者易使其营销的食品与药品相混淆的用语,不得虚构或者夸大宣称其具有保健、养生等功效。药食同源(按照传统既是食品又是中药材)的食用农产品及含有药食同源物质的食品广告不得涉及疾病预防、治疗功效,不得虚构或夸大宣称其具有保健、养生等功效。

3.发布化妆品广告不得使用“药妆”“药用”“抗菌”“消炎”“抗敏”“生发”“减肥”等医疗用语或者明示、暗示产品具有医疗作用。化妆品广告涉及产品安全、功效宣称的内容应当与其产品注册或者

备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容相符。化妆品广告不得借助宣传所用原料的功能暗示产品实际不具有或者不允许宣称的功效，不得借助宣传所用原料对疾病的治疗作用，明示或暗示该化妆品具有疾病治疗作用。化妆品广告不得虚假、夸大或宣传无法验证的内容，避免使用尚未被科学界广泛接受或者编造的术语、机理、概念，以及红外线、干细胞、量子等与产品特性没有关联、消费者不易理解的用语。

4.发布教育培训广告，不得对效果作出明示或者暗示的保证性承诺，不得利用教育机构、受益者等名义或者形象作推荐、证明。

5.发布房地产广告，房源信息应当真实，不得含有升值或者投资回报的承诺，不得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作误导宣传。不得发布以投资养老、以房养老等名义非法集资或者变相非法集资的违法广告。

6.发布农作物种子、种畜禽、水产苗种和种养殖等广告，不得含有表示功效的断言或者保证，不得对经济效益作保证性承诺，不得利用科研单位、用户等名义或者形象作推荐、证明。

7.发布酒类广告，不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒，不得出现饮酒的动作。不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力、治疗疾病等功效，不得含有表现驾驶机动车、船、飞机等活动的内容。不得含有“特供”“专供”“内供”中央、国家机关、军队、部队、解放军、战区等类似内容，不得含有“军酒”“八一”“国防”等特定含义字样或类似图案、拼音缩写、暗语。

8.发布金融投资类广告，应当明示风险及责任承担并作合理提示或者警示，不得对未来效果、收益等情况作出保证性承诺。

（六）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。

五、禁止广告

（一）禁止以网络直播形式推销麻醉药品、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，戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法等国家禁止发布广告的商品和服务。

（二）禁止以网络直播形式推销处方药、烟草制品（含电子烟）、声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品等国家禁止在大众传播媒介发布广告的商品和服务。