湖南省实施[《中华人民共和国广告法》](http://so.findlaw.cn/cse/search?s=5951707868767694152&entry=1&q=%E3%80%8A%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%B9%BF%E5%91%8A%E6%B3%95%E3%80%8B)办法

（1999年11月28日湖南省第九届[人民代表大会常务委员会](http://so.findlaw.cn/cse/search?s=5951707868767694152&entry=1&q=%E4%BA%BA%E6%B0%91%E4%BB%A3%E8%A1%A8%E5%A4%A7%E4%BC%9A%E5%B8%B8%E5%8A%A1%E5%A7%94%E5%91%98%E4%BC%9A)第十二次会议通过 根据2004年7月30日湖南省[第十届人民代表大会](http://so.findlaw.cn/cse/search?s=5951707868767694152&entry=1&q=%E7%AC%AC%E5%8D%81%E5%B1%8A%E4%BA%BA%E6%B0%91%E4%BB%A3%E8%A1%A8%E5%A4%A7%E4%BC%9A)[常务委员会](http://so.findlaw.cn/cse/search?s=5951707868767694152&entry=1&q=%E5%B8%B8%E5%8A%A1%E5%A7%94%E5%91%98%E4%BC%9A)第十次会议《关于修改〈湖南省实施《中华人民共和国广告法》办法〉的决定》第一次修正 根据2016年3月30日湖南省第十二届人民代表大会常务委员会第二十一次会议《关于修改〈湖南省实施《中华人民共和国广告法》办法〉等地方性法规的决定》第二次修改 根据2020年7月30日湖南省第十三届人民代表大会常务委员会第十九次会议《关于修改〈湖南省实施《中华人民共和国广告法》办法〉的决定》第三次修正）

第一条 根据《中华人民共和国广告法》和其他有关法律、法规的规定，结合本省实际，制定本办法。

第二条 在本省行政区域内，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，以及对广告的监督管理，适用本办法。

第三条 省人民政府市场监督管理部门负责全省的广告监督管理，自治州、设区的市、县（市、区）市场监督管理部门负责本辖区内的广告监督管理。

第四条 县级以上人民政府应当组织编制广告业发展规划，制定广告业发展的政策措施，引导广告业结构调整、转型升级和科技创新，提升广告业集约化、专业化、国际化发展水平。

第五条 县级以上人民政府市场监督管理部门应当指导广告业发展，健全广告监测制度，运用现代技术手段，完善监测措施，开展常态化监测，及时查处违法广告行为，通过政府网站、新闻媒体公布违法广告典型案例。

第六条 县级以上人民政府应当统筹公益广告发布，建立政府购买公益广告服务的机制。

大众传播媒介和户外广告设施经营者等广告经营者、广告发布者每年应当按照国家、省规定或者相关合同约定，设计、制作、发布一定数量的公益广告。

政府或者有关部门超出前款规定义务范围要求发布公益广告的，应当支付广告费用。

第七条 广告应当真实、合法，不得含有虚假内容，不得欺骗和误导消费者。

广告有下列情形之一的，为虚假广告：

（一）应当取得许可证、营业执照或者其他批准文件，未取得而谎称取得的；

（二）谎称商品或者服务经过审查批准、认证、公证的；

（三）使用虚构、伪造的机构、专家身份对商品或者服务作证明的；

（四）利用广告代言人等其他广告参与者对商品或者服务作虚假证明、认定，或者利用非专业人员冒充专业人员进行宣传的；

（五）虚构断货、抢购、优惠的；

（六）对商品或者服务作片面的宣传、对比或者以歧义性语言进行宣传，足以引人误解的；

（七）法律、行政法规规定的其他情形。

第八条 广告经营者、广告发布者应当建立广告审查制度，配备广告审查人员，负责对本单位设计、制作或者发布的广告内容进行审查。

第九条 医疗、药品、医疗器械、特殊医学用途配方食品、保健食品、农药、兽药广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，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，不得发布。

广告审查机关应当及时将广告审查批准文件抄送同级市场监督管理部门。

第十条 广告主申请广告审查，应当向广告审查机关提交广告样本和真实、合法、有效的证明文件。广告审查机关应当自收到申请之日起七个工作日内作出审查决定，国家另有规定的，从其规定。

广告审查机关审查广告不得收费，不得指定广告制作、发布单位。

第十一条 广告主、广告经营者、广告发布者不得擅自改变经广告审查机关审查后的广告内容。确需改变的，应当重新申请审查。

第十二条 县级以上人民政府应当组织自然资源、住房城乡建设、交通运输、市场监督管理、农业农村等有关部门编制户外广告设置规划。

户外广告设置规划应当遵循国土空间总体规划，明确户外广告设施的设置地点、形式以及禁止设置户外广告的情形等具体要求，并向社会公布。

编制户外广告设置规划，应当采取听证会、论证会或者其他方式征求广告行业组织、专家和公众的意见；户外广告设置规划草案应当向社会公示，公示时间不得少于三十日。

第十三条 在在公共场地、市政公用设施上设置户外广告的，应当通过招投标、拍卖或者其他公平竞争方式出让其使用权。因使用权出让而取得的收益，按照国有资源有偿使用收入进行管理。具体办法由设区的市、自治州人民政府制定。

在单位和个人的建筑物、构筑物上设置户外广告的，由广告发布者和场地所有者协商确定场地使用费。行政管理部门不得另行收费。

第十四条 户外广告应当整洁、牢固、安全，与周围环境相协调，不得破坏建筑物整体风貌，不得影响自然景观，不得妨碍交通，不得影响村容村貌、市容市貌，不得破坏园林绿化。对脱色、破损、陈旧等有碍观瞻和影响安全的户外广告，广告发布者必须及时维修、翻新或者拆除。

因户外广告设置造成他人人身财产损害的，广告发布者、广告经营者、广告主应当依法赔偿损失。

第十五条 任何单位和个人不得涂改、损坏或者擅自占用、拆除、遮盖有效期内的户外广告；确因公共利益需要拆除的，拆除单位应当给予广告设施所有者或者广告发布者适当补偿。

第十六条 广告使用的图像、语言文字、计量单位等，应当符合国家的有关规定，不得使用不规范的语言文字和计量单位。

第十七条 广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”以及其他词义相同、类似的用语。但在下列情形下使用前述用语除外：

（一）表示时间、空间顺序的用语；

（二）依据法律、法规评定的奖项、称号；

（三）特定行业、领域根据国家标准认定的分级用语；

（四）客观表述并可以查证的销量、销售额、市场占有率等事实信息。

第十八条 医疗、药品、医疗器械、特殊医学用途配方食品广告不得含有“保证治愈”“包治百病”“药到病除”“根治”“无效退款”“安全”“无毒副作用”等表示功效、安全性的承诺性用语。

保健食品广告不得含有“无效退款”“保险公司保险”“安全”“无毒副作用”“无依赖”等表示功效、安全性的承诺性用语。

农药、兽药广告不得含有“保证治愈”“无效退款”“保险公司保险”“无毒副作用”“安全无害”等表示功效、安全性的承诺性用语。

第十九条 除保健食品外，食品广告不得宣传保健功能，不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有保健功能。

第二十条 房地产广告应当符合下列规定：

（一）涉及交通、商业、文化教育、医疗、体育设施以及其他市政条件内容，如在规划或者建设中的，应当在广告中注明；

（二）使用建筑设计模型照片或者效果图的，应当在广告中注明；

（三）对价格有表示的，应当清楚表示为实际的销售价格，并明示价格的有效期限；

（四）不得含有迷信或者有悖社会良好风尚的内容；

（五）法律、法规的其他规定。

第二十一条 推销商品、提供服务实行优惠和让利的广告，应当标明实行优惠、让利的时限、幅度和数额；附带赠送礼品的广告，属限量、限时赠送的，应当标明赠送的礼品总量和期限。

[邮购](http://so.findlaw.cn/cse/search?s=5951707868767694152&entry=1&q=%E9%82%AE%E8%B4%AD)商品广告应当在显著位置标明广告主的真实名称、详细地址、联系时间和收到汇款后寄出商品的时限。

第二十二条 大众传播媒介的广告业务，应当由其专门机构经营管理。

通过大众传播媒介发布的广告应当有广告标记，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。

大众传播媒介不得以新闻报道、调查采访形式发布广告。

第二十三条 广告经营者、广告发布者应当建立健全广告业务承接登记、广告档案管理、财务管理等制度。

第二十四条 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。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，不得再次弹出。

互联网信息服务提供者和电信业务经营者，发现利用其信息传输、发布平台违法发布、发送广告，或者发布、发送违法广告的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、停止传输等措施予以制止。

通信管理等部门应当督促互联网信息服务提供者和电信业务经营者履行前款规定的义务。

第二十五条 有下列情形之一的，依照《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定给予处罚：

（一）违反本办法第十八条规定，发布含有表示功效、安全性的承诺性用语广告的；

（二）违反本办法第二十条规定，发布房地产广告的。

第二十六条 违反本办法第二十二条第三款规定，大众传播媒介以新闻报道、调查采访形式发布广告的，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。

第二十七条 违反本办法第二十四条规定，利用互联网发布广告，未显著标明关闭标志并确保一键关闭或者关闭后又再次弹出的，由市场监督管理部门责令改正，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款。

第二十八条 市场监督管理部门和有关行政管理部门的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，不构成犯罪的，依法给予政务处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

行政管理机关作出违法的具体行政行为，造成广告主、广告经营者、广告发布者经济损失的，应当依法承担赔偿责任。

第二十九条 本办法自2000年1月1日起施行。