

辽宁省市场监督管理局关于印发《辽宁省广告监测工作规定》的通知

各市、沈抚新区市场监督管理局，省市场监管事务服务中心：

广告监测是实施广告监管的基础，是有效预警和制定监管对策的重要依据。为进一步完善广告监测机制，明确管理职责，提高广告监测水平和监管效能，使广告监测工作更加规范化、制度化，现将《辽宁省广告监测工作规定》印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。

辽宁省广告监测工作规定

第一条 为促进广告监测工作规范化、制度化，建立完善广告监测体系，提高广告监管工作主动性、预见性，有效实施对我省广告发布活动的动态监管。根据有关法律法规、规范性文件的规定，结合工作实际，制定本规定。

第二条 广告监测是对广告发布活动中法律执行状况进行的跟踪检查。市场监管部门通过广告监测工作，发现违法广告，分析违法广告发布趋势，及时提出违法广告社会识别预警和警示，制定监管措施。

第三条 广告监测应当遵循标准法定、流程规范、指标统一、方法科学的原则，监测采集的原始资料应当完整、真实、准确。

第四条 广告监测范围为具有广告发布资格且登记在我省的各级电视、广播、报纸、互联网等大众传播媒介发布的广告。监测范围依据实际情况及时进行调整。

第五条 广告监测通过常规监测和抽查监测实现，并根据工作需要灵活运用重点监测、跟踪监测等监测方式。常规监测是对监测范围内的所有广告进行的全覆盖监测，建立完整的广告监测数据库，记录所有广告的播出数据，审核并抓取违法广告；抽查监测是对特定媒体或特定类别的广告在特定时段发布情况进行的抽样监测。

第六条 各级市场监管机关负责对本辖区内的广告发布活动进行监测。

省市场监督管理局负责组织、指导、监督、协调全省广告监测工作，健全广告监测制度，制定监测工作计划，根据需要委托市场监管事务服务中心开展广告监测工作，分析发布全省广告监测数据和情况，对监测到的违法广告线索及时派发、适时督导。

辽宁省市场监管事务服务中心按照广告监测工作要求，通过自行监测或服务外包等方式开展日常监测，按时提供监测情况、分析报告和监管建议。

市级市场监督管理机关要结合实际，根据本地区广告市场秩序状况及广告监管工作重点，制定广告监测工作计划，确定广告监测媒介范围、时间频次和广告类别。建立健全监测工作制度，落实监测专项经费，配备人员和设备，独立或委托机构开展广告监测工作，保障广告监测工作开展。

县级、设区的市级市场监督管理机关应当根据工作需要，配备必要的广告监测人员和监测设备，开展广告监测工作。应将广告监测与监管、执法相衔接，完善广告监管执法联动体系，按照属地管理原则对国家广告监测平台派发的违法广告线索按规定程序及时处理并上报，建立证据提供案件交办、立案查处、结果反馈一体化的监管指挥系统。

第七条 各级市场监管机关应根据工作需要制定广告监测计划，提出对本辖区系统监测工作的指导意见，确定重点监测媒体、

重点监测广告类别及监测方式，广告监测计划应包括监测媒体范围、监测周期及频次、监测重点等需要说明的情况，将广告监测列入工作重点，作为业绩考核的重要指标之一，并定期组织广告监测业务培训，提高监测工作效率，加强广告监测队伍建设。

第八条 各级市场监管机关应注重收集广告原始资料，筛选广告与非广告信息，依据《广告监测违法行为编码标准》规范录入商品与服务广告类别，登记录入广告基本信息，对监测发现的涉嫌违法广告，进行违法性质判定，并对录入广告信息是否完整，类别选择是否正确，违法判定和法律条款适用是否准确等进行复审，提出审查意见。

第九条 广告监测要根据需要对监测数据形成分析报告。监测结果分析是指以周、月、季、年为周期，对监测结果进行统计和分析，形成广告监测报告。广告监测报告应当包括文字分析与统计报表两部分，其中文字分析部分应当包括广告监测基本情况、被监测媒体的广告发布情况、各主要行业广告发布情况、典型违法广告分析、广告监管工作建议等内容。

第十条 各级市场监管机关应当建立监测台账，对监测的原始资料和数据进行备份和归档，广告版本保存时间两年以上，电台、电视台原始播出数据保存六个月以上。

第十一条 各级市场监督管理机关应当依据属地管理原则，将经复审确认的涉嫌违法广告及时责令停止发布，并依法调查处理。

对违法率居高不下、违法情节恶劣、违法地域广、社会影响

极坏的广告发布者和典型违法广告，省级市场监督管理机关应部署全省或某一区域统一查处，并跟踪督办相关案件的办理情况。

第十二条 各级市场监督管理机关应当将广告监测结果纳入广告信用监管体系，及时记录违法广告涉及的广告活动主体、违法广告的处理以及大众传播媒介的广告整改等情况，实施分类监管，建立信用警示和惩戒机制。

第十三条 各级市场监管机关应当依照有关程序，及时向上级机关、有关部门报告或通报广告监测结果，对监测发现的危害国家利益、社会稳定、经济秩序及存在导向问题的重大违法广告，应及时向上级和有关部门专门报告，对象包括各级政府、媒体主管部门、同级整治虚假违法广告专项行动联席会议各成员单位等。

第十四条 各级市场监管机关要通过监测及时发现违法广告，分析广告发布违法趋势，制定监管对策措施。

第十五条 本规定由辽宁省市场监督管理局负责解释。

第十六条 本规定自发布之日起施行。

附件：广告监测违法行为编码标准

广告监测违法行为编码标准

(2018年7月版)

(一) 药品广告管理规范 (YP)		
代码	违法行为表现	依据
YP1	使用或者变相使用国家机关和国家机关工作人员的名义或者形象	《广告法》第九条第二项;《药品广告审查发布标准》第十三条第二款
YP2	发布下列药品的广告:(1)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;(2)医疗机构配制的制剂;(3)军队特需药品;(4)停止或者禁止生产、销售和使用的药品;(5)试生产药品	《广告法》第十五条第一款;《药品广告审查发布标准》第三条
YP3	处方药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、药学专业刊物以外的媒体上作广告。	《广告法》第十五条第二款;《药品广告审查发布标准》第四条
YP4	药品广告未显著标明禁忌、不良反应	《广告法》第十六条第二
YP5	处方药广告未显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”,非处方药广告未显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”	《广告法》第十六条第二款;《药品广告审查发布标准》第八条
YP6	药品广告的内容与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致,夸大或者恶意隐瞒宣传,含有说明书以外的论点、观点	《广告法》第十六条第二款;《药品广告审查发布标准》第六条
YP7	说明治愈率或者有效率	《广告法》第十六条第一款第二项;《药品广告审查发布标准》第十条第二
YP8	与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较	《广告法》第十六条第一款第三项
YP9	利用广告代言人作推荐、证明	《广告法》第十六条第一款第四项
YP10	利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明	《广告法》第十六条第一款第四项;《药品广告审查发布标准》第十三条第一款;《药品管理法》第六十条第二款
YP11	含有表示功效、安全性的断言或者保证	《广告法》第十六条第一款第一项;《药品广告审查发布标准》第十条第一
YP12	广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者以介绍健康、养生知识等形式变相发布药品广告	《广告法》第十九条
YP13	未经审查批准,发布药品广告	《广告法》第四十六条
YP14	在针对未成年人的大众传播媒介上发布药品广告;在未成年人节目、栏目上发布药品广告	《广告法》第四十条第一款;《药品广告审查发布标准》第十五条第一款
YP15	处方药名称与该药品的商标、生产企业字号相同,使用该商标、企业字号在医学、药学专业刊物以外的媒介变相发布广告。使用处方药名称或者以处方药名称注册的商标以及企业字号为各种活动冠名	《药品广告审查发布标准》第五条

YP16	未标明药品的通用名称、忠告语、药品广告批准文号、药品生产批准文号	《药品广告审查发布标准》第七条第一款
YP17	未标明药品生产企业或药品经营企业名称，单独出现“咨询热线”、“咨询电话”等内容	《药品广告审查发布标准》第七条第二款
YP18	非处方药发布广告未标明OTC专用标识	《药品广告审查发布标准》第七条第三款
YP19	使用注册商标代替药品名称进行宣传	《药品广告审查发布标准》第七条第四款
YP20	药品广告中涉及改善和增强性功能内容的，未与经批准的药品说明书中适应症或者功能主治完全一致	《药品广告审查发布标准》第九条第一款
YP21	在7:00—22:00时段内发布涉及改善和增强性功能内容的药品电视或者广播广告	《药品广告审查发布标准》第九条第二款
YP22	违反科学规律，明示或者暗示包治百病、适合所有症状	《药品广告审查发布标准》第十条第四项
YP23	含有“安全无毒副作用”或者“毒副作用小”等内容；明示或者暗示中成药为“天然”药品，因而安全性有保证等	《药品广告审查发布标准》第十条第五项
YP24	明示或者暗示该药品为正常生活和治疗疾病所必须等内容	《药品广告审查发布标准》第十条第六项
YP25	明示或者暗示能应付现代紧张生活和升学、考试等需要，能够帮助提高成绩、使精力旺盛、增强竞争力、增高、益	《药品广告审查发布标准》第十条第七项
YP26	含有不科学的用语，如“最新技术”、“最高科学”“最先进制法”等	《药品广告审查发布标准》第十条第八项
YP27	非处方药广告使用公众难以理解的和容易引起混淆的医学、药学术语，造成公众对药品功效与安全性的误解	《药品广告审查发布标准》第十一条
YP28	含有不科学的表述或者使用不恰当的表现形式，引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该药品会患某种疾病或加重病情	《药品广告审查发布标准》第十二条第一项
YP29	含有免费治疗、免费赠送、有奖销售、以药品作为礼品或者奖品等促销药品内容	《药品广告审查发布标准》第十二条第二项
YP30	含有“家庭必备”或者类似内容	《药品广告审查发布标准》第十二条第三项
YP31	含有“无效退款”、“保险公司保险”等保证内容	《药品广告审查发布标准》第十二条第四项
YP32	含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容	《药品广告审查发布标准》第十二条第五项
YP33	含有军队单位或者军队人员的名义、形象；或利用军队装备、设施从事药品广告宣传	《药品广告审查发布标准》第十三条第三款
YP34	涉及公共信息、公共事件或者其他与公共利益相关联的内容，如各类疾病信息、经济社会发展成果或医药科学以外的科技成果	《药品广告审查发布标准》第十四条
YP35	以儿童作为诉求对象，以儿童的名义介绍药品	《药品广告审查发布标准》第十五条第二款
YP36	含有医疗机构的名称、地址、联系办法、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗（热线）咨询、开设特约门诊等医疗服务的内容	《药品广告审查发布标准》第十六条
YP37	药品广告中必须标识的内容字体模糊、不易辨认或者在电视、电影、互联网、显示屏等媒体发布时，出现时间少于5	《药品广告审查发布标准》第十七条
（二）医疗广告管理规范（YL）		
代码	违法行为表现	依据
YL1	戒毒治疗的治疗方法发布广告	《广告法》第十五条

YL2	医疗广告中含有表示功效、安全性的断言或者保证；医疗广告的表现形式含有保证治愈或者隐含保证治愈的情形	《广告法》第十六条第一款第一项；《医疗广告管理办法》第七条第二项
YL3	说明治愈率或者有效率	《广告法》第十六项第一款第二项；《医疗广告管理办法》第七条第三项
YL4	医疗广告中含有与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较的内容	《广告法》第十六条第一款第三项
YL5	医疗广告中利用广告代言人作推荐、证明	《广告法》第十六条第一款第四项
YL6	医疗广告的表现形式含有利用患者、卫生技术人员、医学教育科研机构及人员以及其他社会社团、组织的名义、形象作证明的情形	《广告法》第十六条第一款第四项；《医疗广告管理办法》第七条第六项
YL7	广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者以介绍健康、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；利用新闻形式、医疗资讯服务类专题节（栏）目发布或变相发布医疗广告	《广告法》第十九条；《医疗广告管理办法》第十六条第一款
YL8	在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗广告	《广告法》第四十条第一
YL9	未经审查批准，发布医疗广告	《广告法》第四十六条
YL10	未取得中医医疗广告批准文号的，发布中医医疗广告	《广告法》第四十六条；《中医药法》第十九条
YL11	非医疗机构发布医疗广告	《医疗广告管理办法》第五条
YL12	医疗机构以内部科室名义发布医疗广告	《医疗广告管理办法》第五条
YL13	医疗广告内容超出以下项目：（1）医疗机构第一名称；（2）医疗机构地址；（3）所有制形式；（4）医疗机构类别；（5）诊疗科目；（6）床位数；（7）接诊时间；（8）联系电话	《医疗广告管理办法》第六条第一款
YL14	医疗广告发布的医疗机构第一名称、医疗机构地址、所有制形式、医疗机构类别、诊疗科目、床位数的内容与卫生行政部门、中医药管理部门核发的《医疗机构执业许可证》或其副本载明的内容不一致	《医疗广告管理办法》第六条第二款
YL15	医疗广告的表现形式含有涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物的情形	《医疗广告管理办法》第七条第一项
YL16	医疗广告的表现形式含有淫秽、迷信、荒诞的情形	《医疗广告管理办法》第七条第四项
YL17	医疗广告的表现形式含有贬低他人的情形	《医疗广告管理办法》第七条第五项
YL18	医疗广告的表现形式含有使用解放军和武警部队名义的情形	《医疗广告管理办法》第七条第七项
YL19	《医疗广告审查证明》超过一年有效期后，未经审查仍继续发布医疗广告的	《医疗广告管理办法》第十三条
YL20	发布医疗广告，未标注医疗机构第一名称或《医疗广告审查证明》文号	《医疗广告管理办法》第十四条
YL21	有关医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容，出现有关医疗机构的地址、联系方式等医疗广告内容；在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告	《医疗广告管理办法》第十六条第二款
YL22	医疗机构未按照《医疗广告审查证明》核准的广告成品样件内容与媒体类别发布医疗广告	《医疗广告管理办法》第十七条第一款
YL23	中医医疗广告内容与经审查批准的内容不相符	《中医药法》第十九条

(三) 医疗器械广告管理规范 (YLQX)		
代码	违法行为表现	依据
YLQX1	含有表示功效、安全性的断言或者保证	《广告法》第十六条第一款第一项;《医疗器械广告审查发布标准》第十条
YLQX2	说明治愈率或者有效率	《广告法》第十六条第一款第二项;《医疗器械广告审查发布标准》第十条
YLQX3	与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较	《广告法》第十六条第一款第三项;《医疗器械广告审查发布标准》第十条
YLQX4	利用广告代言人作推荐、证明	《广告法》第十六条第一款第四项
YLQX5	医疗器械广告中含有利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的内容	《广告法》第十六条第一款第四项;《医疗器械广告审查发布标准》第十二条第一款
YLQX6	医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的,未在广告中显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”	《广告法》第十六条第三款;《医疗器械广告审查发布标准》第五条
YLQX7	推荐给个人自用的医疗器械的广告,未显著标明“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”	《广告法》第十六条第三款;《医疗器械广告审查发布标准》第八条
YLQX8	广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗器械广	《广告法》第十九条
YLQX9	在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗器械广告;在未成年人节目、栏目上发布医疗器械广告	《广告法》第四十条第一款;《医疗器械广告审查发布标准》第十五条第一
YLQX10	未经广告审查机关审查批准,发布医疗器械广告	《广告法》第四十六条
YLQX11	戒毒治疗的医疗器械发布广告	《广告法》第四十六条
YLQX12	食品药品监督管理部门依法明令禁止生产、销售和使用的医疗器械产品发布广告	《医疗器械广告审查发布标准》第三条第一项
YLQX13	医疗机构研制的在医疗机构内部使用的医疗器械发布广告	《医疗器械广告审查发布标准》第三条第二项
YLQX14	医疗器械广告中有关产品名称、适用范围、性能结构及组成、作用机理等内容与食品药品监督管理部门批准的产品注册证明文件不符	《医疗器械广告审查发布标准》第四条
YLQX15	医疗器械广告中未标明经批准的医疗器械名称、医疗器械生产企业名称、医疗器械注册证号、医疗器械广告批准文号(在广播电台发布时,可以不播出医疗器械广告批准文	《医疗器械广告审查发布标准》第六条
YLQX16	医疗器械广告中以任何非医疗器械产品名称代替医疗器械产品名称进行宣传	《医疗器械广告审查发布标准》第七条
YLQX17	医疗器械广告中涉及改善和增强性功能内容的,与经批准的医疗器械注册证明文件中的适用范围不符,或出现表现性器官的内容	《医疗器械广告审查发布标准》第九条第一款
YLQX18	报纸头版、期刊封面、电视台、广播电台在7:00-22:00发布涉及改善和增强性功能内容的医疗器械广告	《医疗器械广告审查发布标准》第九条第二款

YLQX19	在向个人推荐使用的医疗器械广告中，利用消费者缺乏医疗器械专业、技术知识和经验的弱点，使用超出产品注册证明文件以外的专业化术语或不科学的用语描述该产品的特征或作用机理	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第四项
YLQX20	医疗器械广告中含有无法证实其科学性的所谓“研究发现”“实验或数据证明”等方面的内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第五项
YLQX21	医疗器械广告中含有违反科学规律，明示或暗示包治百病、适应所有症状的内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第六项
YLQX22	医疗器械广告中含有“安全”“无毒副作用”“无效退款”“无依赖”“保险公司承保”等承诺性用语；医疗器械广告中含有“唯一”“精确”“最新技术”“最先进科学”“国家级产品”“填补国内空白”等用语	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第七项
YLQX23	医疗器械广告中含有声称或暗示该医疗器械为正常生活或治疗病症所必须等内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第八项
YLQX24	医疗器械广告中含有明示或暗示该医疗器械能应付现代紧张生活或升学、考试的需要，能帮助改善或提高成绩，能使精力旺盛、增强竞争力、能增高、能益智等内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十条第九项
YLQX25	医疗器械广告中含有不科学的表述或者通过渲染、夸大某种健康状况或者疾病所导致的危害，引起公众对所处健康状况或所患疾病产生担忧和恐惧，或使公众误解不使用该产品会患某种疾病或加重病情	《医疗器械广告审查发布标准》第十一条第一项
YLQX26	医疗器械广告中含有“家庭必备”或者类似内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十一条第二项
YLQX27	医疗器械广告中含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十一条第三项
YLQX28	医疗器械广告中含有表述该产品处于“热销”“抢购”“试用”等内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十一条第四项
YLQX29	医疗器械广告中含有军队单位或者军队人员的名义、形象；利用军队装备、设施从事医疗器械广告宣传	《医疗器械广告审查发布标准》第十二条第二款
YLQX30	医疗器械广告含有涉及公共信息、公共事件或其他与公共利益相关联的内容，如各类疾病信息、经济社会发展成果或医疗科学以外的科技成果	《医疗器械广告审查发布标准》第十三条
YLQX31	医疗器械广告中含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗（热线）咨询、开设特约门诊等医疗服务的内容	《医疗器械广告审查发布标准》第十四条
YLQX32	医疗器械广告以儿童为诉求对象，以儿童的名义介绍医疗器械	《医疗器械广告审查发布标准》第十五条第二款
YLQX33	按规定必须在医疗器械广告中出现的内容，其字体和颜色不清晰可见、不易于辨认；在电视、互联网、显示屏等媒体发布时，出现时间少于5秒	《医疗器械广告审查发布标准》第十六条

（四）农药广告管理规范（NY）

代码	违法行为表现	依据
NY1	含有表示功效、安全性的断言或者保证，例如“无害”、“无毒”、“无残留”、“保证高产”等表明安全性的绝对化断言	《广告法》第二十一条第一项；《农药广告审查发布标准》第五条第一项
NY2	农药广告中含有利用科研单位、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、证明的内容	《广告法》第二十一条第二项；《农药广告审查发布标准》第五条第二项

NY3	农药广告说明有效率	《广告法》第二十一条第三项；《农药广告审查发布标准》第五条第三项
NY4	含有违反安全使用规程的文字、语言或者画面，例如在防护不符合要求情况下的操作，农药靠近食品、饲料、儿童等	《广告法》第二十一条第四项；《农药广告审查发布标准》第五条第四项
NY5	未经广告审查机关审查批准，发布农药广告	《广告法》第四十六条
NY6	未经国家批准登记的农药发布广告	《农药广告审查发布标准》第三条
NY7	农药广告内容与《农药登记证》和《农药登记公告》的内容不符，任意扩大范围	《农药广告审查发布标准》第四条
NY8	农药广告贬低同类产品，或者与其他农药进行功效和安全性对比	《农药广告审查发布标准》第六条
NY9	农药广告中含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容	《农药广告审查发布标准》第七条
NY10	农药广告中使用直接或者暗示的方法，以及模棱两可、言过其实的用语，使人在产品的安全性、适用性或政府批准等方面产生误解	《农药广告审查发布标准》第八条
NY11	农药广告中滥用未经国家认可的研究成果或者不科学的词句、术语	《农药广告审查发布标准》第九条
NY12	农药广告中含有“无效退款”“保险公司保险”等承诺	《农药广告审查发布标准》第十条
NY13	农药广告的批准文号未与广告内容同时发布	《农药广告审查发布标准》第十一条

(五) 兽药广告管理规范 (SY)

代码	违法行为表现	依据
SY1	兽药广告含有表示功效、安全性的断言或者保证,例如“疗效最佳”、“药到病除”、“根治”、“安全预防”、“完全无副作用”等	《广告法》第二十一条第一项；《兽药广告审查发布标准》第四条第一项
SY2	兽药广告中含有利用科研单位、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、证明的内容	《广告法》第二十一条第二项；《兽药广告审查发布标准》第四条第二项
SY3	兽药广告说明有效率	《广告法》第二十一条第三项；《兽药广告审查发布标准》第四条第三项
SY4	兽药广告中兽药的使用范围超出国家兽药标准的规定；含有违反安全使用规程的文字、语言或者画面	《广告法》第二十一条第四项；《兽药广告审查发布标准》第四条第四项、
SY5	未经广告审查机关审查批准，发布兽药广告	《广告法》第四十六条
SY6	兽用麻醉药品、精神药品以及兽医医疗单位配制的兽药制剂发布广告	《兽药广告审查发布标准》第三条第一项
SY7	所含成分的种类、含量、名称与兽药国家标准不符的兽药发布广告	《兽药广告审查发布标准》第三条第二项
SY8	临床应用发现超出规定毒副作用的兽药发布广告	《兽药广告审查发布标准》第三条第三项
SY9	国务院农牧行政管理部门明令禁止使用的，未取得兽药产品批准文号或者未取得《进口兽药注册证书》的兽药发布	《兽药广告审查发布标准》第三条第四项
SY10	兽药广告贬低同类产品，或者与其他兽药进行功效和安全性对比	《兽药广告审查发布标准》第五条

SY11	兽药广告中含有“最高技术”、“最高科学”、“最进步制法”、“包治百病”等绝对化的表示	《兽药广告审查发布标准》第六条
SY12	兽药广告中含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容	《兽药广告审查发布标准》第七条
SY13	兽药广告含有直接显示疾病症状和病理的画面,含有“无效退款”、“保险公司保险”等承诺	《兽药广告审查发布标准》第八条
SY14	兽药广告的批准文号未与广告内容同时发布	《兽药广告审查发布标准》第十条

(六) 食品广告管理规范 (SP)

代码	违法行为表现	依据
SP1	食品广告出现医疗用语或与药品相混淆的用语,直接或者间接地宣传治疗作用,借助宣传某些成份的作用明示或者暗示该食品的治疗作用;涉及疾病预防、治疗功能	《广告法》第十七条;《食品安全法》第七十三条第一款
SP2	保健食品广告含有表示功效、安全性的断言或者保证	《广告法》第十八条第一款第一项
SP3	保健食品广告涉及疾病预防、治疗功能	《广告法》第十八条第一款第二项
SP4	保健食品广告声称或者暗示广告商品为保障健康所必须	《广告法》第十八条第一款第三项
SP5	保健食品与药品、其他保健食品进行比较	《广告法》第十八条第一款第四项
SP6	保健食品广告中利用广告代言人做推荐、证明	《广告法》第十八条第一款第五项
SP7	保健食品广告未显著标明“本品不能代替药物”	《广告法》第十八条第二
SP8	广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者以介绍健康、养生知识等形式变相发布保健食品广	《广告法》第十九条
SP9	在大众传播媒介或者公共场所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	《广告法》第二十条
SP10	在针对未成年人的大众传播媒介上发布保健食品广告	《广告法》第四十条第一
SP11	未经审查批准,发布保健食品广告	《广告法》第四十六条
SP12	食品药品监督管理部门和有关部门以及食品检验机构、食品行业协会以广告或者其他形式向消费者推荐食品。消费者组织以收取费用或者其他牟利的方式推荐食品。	《食品安全法》第七十三条第二款
SP13	法律、行政法规规定禁止生产经营的食品不得发布广告。	《食品广告发布暂行规定》第四条
SP14	食品广告含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”等语言或者表示	《食品广告发布暂行规定》第六条
SP15	食品广告明示或者暗示可以替代母乳,使用哺乳妇女和婴儿的形象	《食品广告发布暂行规定》第八条
SP16	食品广告中使用医疗机构、医生的名义或者形象。食品广告中涉及特定功效的,利用专家、消费者的名义或者形象	《食品广告发布暂行规定》第九条
SP17	保健食品的广告内容未以国务院卫生行政部门批准的说明书和标签为准,任意扩大范围	《食品广告发布暂行规定》第十条
SP18	保健食品、新资源食品、特殊营养食品的批准文号没有在其广告中同时发布	《食品广告发布暂行规定》第十二条
SP19	普通食品、新资源食品、特殊营养食品广告宣传保健功能,借助宣传某些成份的作用明示或者暗示其保健作用	《食品广告发布暂行规定》第十三条
SP20	普通食品广告宣传该食品含有新资源食品中的成份或者特殊营养成分	《食品广告发布暂行规定》第十四条

(七) 酒类广告管理规范 (J)

代码	违法行为表现	依据
J1	酒类广告中出现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	《广告法》第三条、第九条
J2	酒类广告使用医疗用语或者易与药品混淆的用语	《广告法》第十七条;
J3	酒类广告中出现诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒内容	《广告法》第二十三条第一项
J4	酒类广告中出现饮酒的动作	《广告法》第二十三条第二项
J5	酒类广告中出现表现驾驶车、船、飞机等活动	《广告法》第二十三条第三项
J6	酒类广告中出现可以“消除紧张和焦虑”、“增加体力”等不科学的明示或暗示	《广告法》第二十三条第四项
J7	在针对未成年人的大众传播媒介上发布酒类广告	《广告法》第四十条第一

(八) 烟草广告管理规范 (YC)

代码	违法行为表现	依据
YC1	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。向未成年人发送任何形式的烟草广告	《广告法》第二十二条第一款
YC2	利用其他商品或者服务的广告、公益广告, 宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容	《广告法》第二十二条第二款
YC3	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	《广告法》第二十二条第三款

(九) 房地产广告管理规范 (FDC)

代码	违法行为表现	依据
FDC1	房地产广告中涉及面积的, 没有表明为建筑面积或者套内面积	《广告法》第二十六条第一款; 《房地产广告发布规定》第四条第一款
FDC2	房地产广告含有升值或者投资回报的承诺	《广告法》第二十六条; 《房地产广告发布规定》第四条第一项
FDC3	房地产广告以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置	《广告法》第二十六条; 《房地产广告发布规定》第四条第二项
FDC4	房地产广告违反国家有关价格管理的规定	《广告法》第二十六条; 《房地产广告发布规定》第四条第三项
FDC5	房地产广告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	《广告法》第二十六条; 《房地产广告发布规定》第四条第四项
FDC6	房地产广告不真实、不科学、不准确, 欺骗和误导消费者	《房地产广告发布规定》第三条
FDC7	房地产广告中的房地产项目在未经依法取得国有土地使用权的土地上开发建设	《房地产广告发布规定》第五条第一项
FDC8	房地产广告中的房地产项目在未经国家征用的集体所有的土地上建设	《房地产广告发布规定》第五条第二项
FDC9	房地产广告中的房地产项目被司法机关和行政机关依法裁定、决定查封或者以其他形式限制房地产权利	《房地产广告发布规定》第五条第三项

FDC10	发布预售房地产广告，但未取得该项目预售许可证	《房地产广告发布规定》 第五条第四项
FDC11	房地产广告中的房地产项目权属有争议	《房地产广告发布规定》 第五条第五项
FDC12	房地产广告中的房地产项目违反国家有关规定建设	《房地产广告发布规定》 第五条第六项
FDC13	房地产广告中的房地产项目不符合工程质量标准，经验收不合格	《房地产广告发布规定》 第五条第七项
FDC14	房地产预售、销售广告，没有载明开发企业名称、中介机构名称和预售或者销售许可证书号	《房地产广告发布规定》 第七条
FDC15	房地产广告含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，有悖社会良好风尚	《房地产广告发布规定》 第八条
FDC16	房地产广告中涉及所有权或者使用权的，所有或者使用的基本单位是没有实际意义的不完整的生产、生活空间	《房地产广告发布规定》 第九条
FDC17	房地产广告中对价格有表示的，没有清楚表示实际的销售价格和有效期限	《房地产广告发布规定》 第十条
FDC18	房地产广告中的项目位置示意图不准确、不清楚、比例不恰当	《房地产广告发布规定》 第十一条
FDC19	房地产广告中涉及的交通、商业、文化教育设施及其他市政条件等，在规划或者建设中，没有在广告中注明	《房地产广告发布规定》 第十二条
FDC20	房地产广告涉及内部结构、装修装饰的，不真实、不准确	《房地产广告发布规定》 第十三条
FDC21	房地产广告中利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果	《房地产广告发布规定》 第十四条
FDC22	房地产广告中使用建筑设计效果图或者模型照片的，没有在广告中注明	《房地产广告发布规定》 第十五条
FDC23	房地产广告中出现融资或者变相融资的内容	《房地产广告发布规定》 第十六条
FDC24	房地产广告中涉及贷款服务的，没有表明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期	《房地产广告发布规定》 第十七条
FDC25	房地产广告中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	《房地产广告发布规定》 第十八条
FDC26	房地产广告中涉及物业管理内容的，不符合国家有关规定；涉及尚未实现的物业管理内容，没有在广告中注明	《房地产广告发布规定》 第十九条
FDC27	房地产广告中涉及资产评估的，没有表明评估单位、估价师和评估时间；使用其他数据、统计资料、文摘、引用语的，不真实、不准确、或未表明出处	《房地产广告发布规定》 第二十条

(十) 广告综合性法律、法规、规章 (ZH)

代码	违法行为表现	依据
ZH1	广告以不健康的表现形式表达广告内容，不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	《广告法》第三条
ZH2	广告中含有虚假或者引人误解的内容，欺骗、误导消费者	《广告法》第四条
ZH3	广告中对商品的性能、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，表示不准确、不清楚、不明白	《广告法》第八条第一款
ZH4	广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，未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	《广告法》第八条第二款
ZH5	法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，表示不显著、不清晰	《广告法》第八条第三款

ZH6	发布广告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	《广告法》第九条第一项
ZH7	发布广告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	《广告法》第九条第二项
ZH8	发布广告使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语	《广告法》第九条第三项
ZH9	广告含有损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密的内容和情形	《广告法》第九条第四项
ZH10	广告含有妨碍社会安定，损害社会公共利益的内容和情形	《广告法》第九条第五项
ZH11	广告含有危害人身、财产安全，泄露个人隐私的内容和情形	《广告法》第九条第六项
ZH12	广告含有妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚的内容和情形	《广告法》第九条第七项
ZH13	广告含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容	《广告法》第九条第八项
ZH14	广告含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容	《广告法》第九条第九项
ZH15	广告含有妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护的内容和情形	《广告法》第九条第十项
ZH16	广告含有法律、行政法规规定禁止的其他情形	《广告法》第九条第十一项
ZH17	广告含有损害未成年人和残疾人的身心健康的内容和情形	《广告法》第十条
ZH18	广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，与许可内容不一致	《广告法》第十一条第一款
ZH19	广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容有适用范围和有效期限的，没有明确表示	《广告法》第十一条第二款
ZH20	广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容未表明出处	《广告法》第十一条第二款
ZH21	广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容不真实、不准确	《广告法》第十一条第二款
ZH22	广告中涉及专利产品或者专利方法，未表明专利号和专利	《广告法》第十二条第一款
ZH23	未取得专利权，在广告中谎称取得专利权	《广告法》第十二条第二款
ZH24	使用未授予专利的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告	《广告法》第十二条第三款
ZH25	广告贬低其他生产经营者的商品或者服务	《广告法》第十三条
ZH26	广告不具有可识别性，不能够使消费者辨明其为广告	《广告法》第十四条第一款
ZH27	大众传播媒介以新闻报道形式变相发布广告	《广告法》第十四条第二款
ZH28	通过大众传播媒介发布的广告没有显著标明“广告”，未与其他非广告信息相区别，使消费者产生误解	《广告法》第十四条第二款
ZH29	广播电台、电视台发布的广告未遵守国务院有关部门关于时长、方式的规定，未对广告时长作出明显提示	《广告法》第十四条第三款
ZH30	医疗、药品、医疗器械广告以外的广告涉及疾病治疗功能，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	《广告法》第十七条
ZH31	饲料和饲料添加剂广告含有表示功效、安全性的断言或者保证	《广告法》第二十一条第一项
ZH32	饲料和饲料添加剂广告利用科研单位、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	《广告法》第二十一条第二项
ZH33	饲料和饲料添加剂广告含有说明有效率的内容	《广告法》第二十一条第三项
ZH34	饲料和饲料添加剂广告含有违反安全使用规程的文字、语言或者画面	《广告法》第二十一条第四项
ZH35	教育、培训广告对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证	《广告法》第二十四条第一项
ZH36	教育、培训广告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	《广告法》第二十四条第二项
ZH37	教育、培训广告利用科研单位、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	《广告法》第二十四条第三项

ZH38	招商等有投资回报预期的商品或者服务广告, 对可能存在的风险以及风险责任承担未作合理提示或者警示	《广告法》第二十五条
ZH39	招商等有投资回报预期的商品或者服务广告, 含有对未来效果、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内容 (国家另有规定的)	《广告法》第二十五条第一项
ZH40	招商等有投资回报预期的商品或者服务广告, 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	《广告法》第二十五条第二项
ZH41	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、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不真实、不清楚、不明白	《广告法》第二十七条
ZH42	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告作科学上无法验证的断言	《广告法》第二十七条第一项
ZH43	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告含有表示功效的断言或者保证的内容	《广告法》第二十七条第二项
ZH44	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺	《广告法》第二十七条第三项
ZH45	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告利用科研单位、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	《广告法》第二十七条第四项
ZH46	广告推销的商品或者服务不存在的	《广告法》第二十八条第二款第一项
ZH47	广告推销的商品的性能、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、曾获荣誉等信息, 以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符, 对购买行为有实质性影响的	《广告法》第二十八条第二款第二项
ZH48	广告使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的	《广告法》第二十八条第二款第三项
ZH49	广告虚构使用商品或者接受服务的效果的	《广告法》第二十八条第二款第四项
ZH50	广告含有以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形	《广告法》第二十八条第二款第五项
ZH51	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, 设计、制作、代理、发布广告	《广告法》第三十七条
ZH52	广告代言人为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明的	《广告法》第三十八条第一款
ZH53	广告利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人的	《广告法》第三十八条第二款
ZH54	在针对未成年人的大众传播媒介上发布美容广告, 以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告	《广告法》第四十条第一款
ZH55	针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务广告含有劝诱其要求家长购买广告商品或者服务的内容	《广告法》第四十条第二款第一项
ZH56	针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务广告含有可能引发其模仿不安全行为的内容	《广告法》第四十条第二款第二项
ZH57	未经广告审查机关审查批准, 发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告	《广告法》第四十六条
ZH58	广告使用的语言文字, 用语不清晰、不准确; 用字不规范、不标准	《广告语言文字管理暂行规定》第三条

ZH59	广告使用的语言文字不符合社会主义精神文明建设的要 求，含有不良文化内容	《广告语言文字管理暂行 规定》第四条
ZH60	广告用语用字未使用普通话和规范汉字，除《广告语言文 字管理暂行规定》第五条第二款、第三款规定的情形外	《广告语言文字管理暂行 规定》第五条
ZH61	广告中单独使用汉语拼音或使用汉语拼音不正确和不规 范，或未与规范汉字同时使用	《广告语言文字管理暂行 规定》第六条
ZH62	广告中数字、标点符号的用法和计量单位等，不符合国家 标准和有关规定	《广告语言文字发布暂行 规定》第七条
ZH63	广告中单独使用外国语言文字	《广告语言文字管理暂行 规定》第八条第一款
ZH64	在同一广告语句中夹杂使用外国语言文字	《广告语言文字管理暂行 规定》第八条第二款
ZH65	广告用语用字，使用错别字，违反国家法律、法规规定使 用繁体字、使用国家已废止的异体字和简化字、使用国家 已废止的印刷字型和其他不规范使用的语言文字的情形	《广告语言文字管理暂行 规定》第十条
ZH66	广告中成语的使用不符合国家有关规定，引起误导，对社 会造成不良影响	《广告语言文字管理暂行 规定》第十一条
ZH67	广告中出现的注册商标定型字、文物古迹中原有的文字以 及经国家有关部门认可的企业字号用字等与原形不一致，	《广告语言文字管理暂行 规定》第十二条
ZH68	广告中因创意等需要使用的行书体字、美术字、变体字、 古文字，不易辨认，引起误导	《广告语言文字管理暂行 规定》第十三条