

## 众志成城战疫情——新冠肺炎疫情期间广告宣传合规核心要点

### 一、引言

2020 伊始，一场针对新冠肺炎的无硝烟的战役已经打响，中国正以举国之力携手世界人民努力赢得这场战争的最终胜利。许多正直、勇敢、无畏的中国人（尤其是医护人员）在奋勇守护同胞的健康与生命。也有许多企业慷慨解囊，捐款捐物，为中国助力的同时也赢得了人们的敬意。

但是，也有部分企业商家利用人们对于新冠肺炎疫情的关注和担心，进行违法违规的广告宣传。这些广告宣传行为不仅扰乱了正常的市场秩序，严重的甚至可能会损害消费者的生命健康。

针对新冠肺炎疫情防控期间存在的违法行为，国家市场监督管理总局于 2020 年 2 月 6 日发布了《市场监管总局关于依法从重从快严厉打击新型冠状病毒疫情防控期间违法行为的意见》（国市监法〔2020〕27 号）（以下简称“《总局意见》”）<sup>1</sup>。《总局意见》中提出了“从重处罚”和“从快办理”的要求，即“对于涉及疫情防控的违法行为，考虑其特殊危害性，从重处罚”、“在行政执法工作中，对与疫情防控相关的违法案件

要优先加快办理”。

而在此前，位于疫情中心的湖北省市场监管局于 2020 年 2 月 2 日发布通告，要求严格按照《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”）等有关法律法规，加强疫情防控期间广告监管工作<sup>2</sup>。其他一些省市也针对疫情防控期间的广告活动发出了《提醒告诫书》等合规指南。

有鉴于此，我们简要总结了新冠肺炎疫情期间广告宣传可能涉及的常见违法违规行为和合规核心要点。一方面，是为了提醒广大消费者警惕违法广告宣传行为，以尽量避免遭受人身或者财产损失；另一方面，也是为了提请企业商家关注广告宣传合规的重要性，自发维护健康的市场秩序，众志成城赢取针对新冠肺炎疫情的战斗。

### 二、新冠肺炎疫情期间常见的广告宣传违法行为

根据我们近期的观察，新冠肺炎疫情期间常见的广告宣传违法行为可能主要包括以下几个方面：

序号	违法行为类型	相关法律法规	违法行为示例
1	虚假广告	《广告法》第 28 条	(1) 宣传虚假的捐款、捐赠信息
			(2) 抑菌剂产品宣传消毒功能等
			(3) 食品、家电、口罩等产品在没有依据的情况下宣传抗菌、杀毒等功能，或者宣传过滤病毒、抗病毒、治疗病毒肺炎、呼吸道传染性疾病等
2	违规涉及疾病的预防、治疗或者使用医疗术语	《广告法》第 17 条	食品、家电、普通非医用口罩等产品宣称中使用医疗术语或宣传医疗功效，例如杀菌、防病毒等

<sup>1</sup> 参见国家市场监督管理总局网站  
[http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/fgs/202002/t20200206\\_311166.html](http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/fgs/202002/t20200206_311166.html)

<sup>2</sup> 参见国家市场监督管理总局网站  
[http://www.samr.gov.cn/zt/jjyq/jjyx/202002/t20200204\\_311013.html](http://www.samr.gov.cn/zt/jjyq/jjyx/202002/t20200204_311013.html)

3	违规宣传保健功能	《食品广告发布暂行规定》第 13 条	利用消费者对于新冠肺炎疫情的恐惧，普通食品在宣传中明示或暗示其具有增强免疫力等保健功能
4	擅自篡改审查批准内容发布药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告	《广告法》第 16 条、第 18 条和第 46 条 《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》 <sup>3</sup> 第 5 条、第 6 条、第 7 条和第 8 条	药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的广告超出审批机关的批准范围，宣传对于新冠肺炎病毒的免疫、防治功能等
5	过度利用预防、控制疫情的名义对所推销的商品或者服务进行违法宣传	《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》第 11 条	利用消费者对于新冠肺炎疫情的恐惧和关注，药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品在宣传中使用“热销”、“家庭必备”等怂恿消费者任意、过量使用相关产品的内容

<sup>3</sup> 《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》将于 2020 年 3 月 1 日起实施，并取代原先的《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查发布标准》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》和《医疗器械广告审查发布标准》。

我们注意到，在新冠肺炎疫情期间，大量企业商家利用微博、朋友圈、小红书等自媒体进行新式营销。这些新式营销的内容也很有可能被认为属于《广告法》所规制的广告，应当遵守相关广告法律法规的要求。而发布这些新式营销内容的自媒体用户有可能成为广告法主体，需要注意广告内容的合规性，否则可能会被要求承担法律责任。

另外，我们也注意到由于国内与疫情防控相关的部分物资出现暂时紧缺，一些企业临时从境外进口了相关物资并向消费者出售。尽管特殊时

期存在特殊情况，但由于所适用监管法律的不同，这些进口产品在国外的宣传内容并不能简单地直接使用在国内，而应尽可能根据中国法律法规从合规角度进行调整。

### 三、我们的观点

疫情当前，守法合规是每个企业商家都需要遵守的基本要求，广告宣传合规也是其中的重要一环。衷心希望在这特殊时期的广告活动能够更加合规守法，也希望自媒体营销中能够有更多科学和理性的声音。我们坚信中国人民终将战胜疫情，祝福大家平安健康。

何凌云 合伙人 电话：86 21 2208 6283  
沈程 律师 电话：86 21 2208 6189

邮箱地址：hely@junhe.com  
邮箱地址：shencheng@junhe.com

本文仅为分享信息之目的提供。本文的任何内容均不构成君合律师事务所的任何法律意见或建议。如您想获得更多讯息，敬请关注君合官方网站“[www.junhe.com](http://www.junhe.com)”或君合微信公众号“君合法律评论”/微信号“JUNHE\_LegalUpdates”。

