

# 国家工商行政管理局广告审查标准

(1994年6月1日)

## 前言

第一条 为了加强对广告宣传的管理，维持消费者权益和社会公共利益，特制定本标准。

第二条 制定本标准的依据是：（一）《广告管理条例》；（二）《广告管理条例施行细则》；（三）广告管理各单项规章；（四）国家涉及广告管理的法律，法规；（五）国际上通行的广告宣传准则。

第三条 本标准为广告发布前审查的基本标准。凡违反国家有关广告管理法律、法规，不符合本标准要求的广告，一律不得发布。

## 第十三章 烟酒广告

第九十条 禁止利用广播、电视、报刊媒介及法律、法规明令禁止吸烟的场所发布烟草制品广告。

第九十一条 酒类广告及利用非禁止媒介发布烟草制品广告，不得出现以下内容：

- （一）有鼓动、倡导、引诱人们吸烟、饮酒的文字、语言和画面；
- （二）有吸烟和饮酒形象；
- （三）有未成年人形象。

第九十二条 烟酒广告不得表示或暗示医疗、保健效果，如：增加记忆力、健胃健脾。不得使用无法以客观指标评价的用语，如：返老还童、延年益寿、防老抗癌等。

第九十三条 申请发布酒精含量在39度以上烈性酒广告及在非禁止媒介上发

布烟草制品广告，应交验以下材料：

（一）产品质量检验合格证书；

（二）省、自治区、直辖市工商行政管理局或其授权的省辖市工商行政管理局批准做广告的证明。

第九十四条 发布 39 度以下（含 39 度）酒类广告，必须标明酒的度数。

第九十五条 利用非禁止媒介发布烟草制品广告，必须在广告中标明“吸烟有害健康”或其它类似内容的忠告性语言。