

# 福建省市场监督管理局

## 通告

2024年第2号

### 福建省市场监管局关于印发 福建省食品广告发布合规指引的通告

为进一步规范福建省食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品等）广告发布行为，保障消费者合法权益，维护广告市场秩序，福建省市场监管局制定福建省食品广告发布合规指引，现通告如下。



# 福建省食品广告发布合规指引

为进一步规范福建省食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品等）广告发布行为，保障消费者合法权益，维护广告市场秩序，依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国食品安全法》《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》等法律法规及有关规定，结合我省实际，制定本指引。

食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。

保健食品是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。保健食品不是药品，不以治疗疾病为目的，可以调节机体的某些功能，适宜于特定人群食用。

特殊医学用途配方食品是指为满足进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或者特定疾病状态人群对营养素或者膳食的特殊需要，专门加工配制而成的配方食品，必须在医生或临床营养师的指导下使用。

一、本指引旨在规范食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品等）广告的发布行为，确保广告内容真实、合法，保护消费者权益，促进市场公平竞争。

本指引适用于福建省内发布食品（含保健食品、特殊医学用

途配方食品等)广告的企业和机构。

二、本指引中广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织。

本指引中广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。

本指引中广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。

本指引中广告代言人，是指广告主以外的，在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然、法人或者其他组织。

三、食品(含保健食品、特殊医学用途配方食品等)广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容。广告主应当对广告内容的真实性负责。

四、保健食品、特殊医学用途配方食品广告未经审查批准不得发布。广告主、广告经营者、广告发布者应当严格按照审查通过的内容发布保健食品和特殊医学用途配方食品广告，不得进行剪辑、拼接、修改。已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。

五、发布食品(含保健食品、特殊医学用途配方食品等)广告，应当坚持正确导向，不得出现下列情形：

(一) 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密。

(二) 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。

（三）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。

（四）散布谣言等妨碍社会安定，损害社会公共利益。

（五）妨碍社会公共秩序，违背社会良好风尚。

（六）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。

（七）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。

（八）含有损害未成年人和残疾人的身心健康的内容。

（九）宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品内容。

（十）法律、行政法规规定禁止的其他不良导向内容。

六、发布食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品等）广告内容还应符合以下要求：

（一）不得出现“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语。

（二）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。

（三）涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得谎称取得专利权。

（四）不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

（五）不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品相混淆的用语。不应标注或者暗示具有预防、治疗疾病作用的内容，非

保健食品不得明示或者暗示具有保健作用。

七、保健食品广告的内容应当以监管部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书上记载的内容为准，保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的表达，不得超出注册证书或者备案凭证、产品说明书范围。保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物，不能代替药物治疗疾病”并不得含有下列内容：

- （一）表示功效、安全性的断言或者保证；
- （二）涉及疾病预防、治疗功能；
- （三）声称或者暗示广告产品为保障健康所必需；
- （四）与药品、其他保健食品进行比较；
- （五）利用广告代言人作推荐、证明；

（六）使用科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明；

（七）违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需；

（八）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产品会患某种疾病或者加重病情的内容；

（九）含有“安全”“安全无毒副作用”“毒副作用小”；明示或者暗示成分为“天然”，因而安全性有保证等内容；

- （十）含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免

费赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“无效退款、保险公司保险”等保证性内容，怂恿消费者任意、过量使用保健食品的内容；

（十一）在针对未成年人的大众传播媒介上发布保健食品广告。

（十二）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

八、禁止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。不得在大众传播媒介或者公共场所发布特殊医学用途婴儿配方食品广告。

九、酒类广告不得含有下列内容：

（一）诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；

（二）出现饮酒的动作；

（三）表现驾驶车、船、飞机等活动；

（四）明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

（五）在针对未成年人的大众传播媒介上发布酒类广告；广告中使用未成年人形象，以未成年人的名义或者形象介绍酒类商品或者出现未成年人购买、消费酒类商品的内容。

十、广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。对在虚假广告中作推荐、证明受到

行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

十一、食品安全监督管理部门和其他有关部门以及食品检验机构、食品行业协会不得以广告或者其他形式向消费者推荐食品。

十二、法律法规有其他规定的，从其规定。

