深圳市食品广告发布负面清单

为规范食品广告发布行为，营造公平有序的食品广告市场环境，依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《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，结合深圳市食品广告监管执法实践，制定本负面清单。本清单将依据法律法规修订、监管政策调整实施动态更新，供市场主体合规自查、监管执法参考使用。

一、适用范围

本指引所称食品广告，是指食品生产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食品的商业广告活动。

本指引适用于在深圳市行政区域内设计、制作、代理、发布食品广告的广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人，以及为广告传播提供服务的平台经营者等。

二、广告发布负面清单

1.广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容。宣传食品产地、规格、净含量、配料、营养成分、工艺、品质、原产地等信息，应当与产品实际情况保持一致。

2.对内容不符或者证明文件不全的食品广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布。

3.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。

4.不得宣扬暴饮暴食、奢侈浪费、过度消费。

5.不得含有低俗、庸俗、媚俗及违背社会良好风尚的内容。

6.不得利用中国共产党党旗、党徽，党和政府重大庆祝活动标志标识及庆祝活动宣传报道等进行食品广告宣传。

7.不得宣称“特供”“专供”“内供”“特需”“专需”“内需”党政机关或军队等。

8.不得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。

9.不得贬低其他生产经营者的食品或者服务。

10.不得含有伪造、篡改的配料表、营养成分、生产日期、保质期、检验合格等虚假内容。

11.不得使用技术手段刻意改变食品色泽、外观、质感，误导消费者对食品真实性状的判断。

12.不得宣称具有疾病预防、治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语。

13.不得无事实依据宣称取得绿色、有机等认证。

14.不得含有未依法取得资质认定的食品检验机构出具的食品检验信息。

15.不得借声称不含有、不添加法律法规及食品安全标准规定禁止添加或者存在于食品中的物质，误导消费者。

16.保健食品、特殊医学用途配方食品广告应当依法履行广告审查程序，严格按照审查通过的内容发布，未经审查不得发布，不得剪辑、篡改、拆分广告内容。

17.保健食品广告的内容不得涉及疾病预防、治疗功能。

18.保健食品广告涉及保健功能、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，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。

19.保健食品广告不得违反科学规律，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等内容。

20.保健食品广告不得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。

21.保健食品广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证，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。

22.保健食品广告不得含有“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。

23.不得在中小学校、幼儿园内开展保健食品广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布保健食品广告。

24.非保健食品不得宣称具有保健功能。

25.保健食品、特殊医学用途配方食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明。

26.在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

27.不得以介绍健康、养生知识等形式，变相发布保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

28.不得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。

29.发布酒类广告时，不得诱导、怂恿饮酒，宣传无节制饮酒、拼酒、酗酒。

30.发布酒类广告时，广告画面不得出现饮酒动作。

31.发布酒类广告时，不得表现驾驶车辆、船舶、飞行器等活动。

32.发布酒类广告时，不得明示或者暗示饮酒能够消除疲劳、缓解焦虑、提升体力、有助社交等功效。

33.不得含有法律、行政法规规定禁止的其他情形。