

国家市场监督管理总局

公 告

2026 年第 20 号

市场监管总局关于发布 《广告引证内容执法指南》的公告

依据《中华人民共和国广告法》等法律法规，市场监管总局制定了《广告引证内容执法指南》，现予公告。

市场监管总局

2026 年 6 月 3 日

广告引证内容执法指南



为进一步提升商业广告（以下简称广告）引证内容监管执法工作效能，切实规范广告引证内容，依据《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）等法律法规规定，制定本指南。

一、本指南旨在为市场监管部门开展广告引证内容监管执法提供指引，供各地市场监管部门在工作中参考适用。

二、本指南所称的广告引证内容，是指在广告中引用广告主以外的自然人、法人或者其他组织生成、制作，并且与广告主所推销的商品或者服务（以下统称商品）有关的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等内容。

本指南所称的引证广告，是指含有引证内容的广告。

三、广告引证内容应当真实、准确、合法，不得引用虚构、伪造或者无法验证的内容，不得欺骗、误导消费者。

广告主应当对引证内容等全部广告内容的真实性、准确性、合法性负责，并依法承担举证责任。

四、广告引用的数据基于实验、测量、检验检测等方式获取的，出具相关实验结论、测量结果或者检验检测数据（含结果、结论等，下同）的机构应当具有相应的法定资质、专业能力，其计量器具、设施环境等应当符合法律、法规、规章、强制性国家标准、计量技术规范等国家有关要求。

实验、测量、检验检测等方法有国家标准或者行业标准的，应当符合国家标准或者行业标准规定；没有国家标准或者行业标准的，应当采用相关行业、领域普遍认可的方法。

五、广告中引用的统计资料或者调查结果应当通过科学方法取得，其统计和调查范围应当具有广泛性、合理性。采用抽样方式进行统计或者调查的，其样本应当符合科学性、代表性要求，其结果偏差应当在合理范围内。

六、广告引证内容应当准确，并与其所依据的实验结论、测量结果、检验检测数据、科研成果、统计资料、调查结果、文献资料等的意思表达一致。

七、广告中引用的文摘、引用语应当与原文意思表达一致，其引自的文献资料应当真实存在且可查询，其观点应当符合科学常识。

八、引证广告依法应当如实表明引证内容的出处。

前款所称的出处，包括开展实验、测量、检验检测、科研、统计、调查等机构名称（姓名），或者文献资料等的题目及其著者名称（姓名）等信息。

引自期刊的，应当表明期刊名称、期号、刊次等信息。

引自互联网网页的，应当表明访问路径。相关互联网内容或者访问路径变更的，应当对广告内容作出相应调整或者停止广告发布。

九、广告引证内容有适用范围和有效期限的，应当按照下列

要求明确表示：

（一）引用的实验结论、测量结果或者检验检测数据等仅在实验室状态或者其他特定条件下方可复现的，应当对其具体复现条件作出明确表示；

（二）引用的检验检测数据仅对送检样品有效的，应当作出明确表示；

（三）引用的科研成果、统计资料或者调查结果等有特定的地域、行业等适用范围或者有效期限的，应当对具体的地域、行业等适用范围或者有效期限作出明确表示；

（四）其他应当对适用范围或者有效期限作出明确表示的情形。

十、通过文字、图片、音频、视频等方式表明广告引证内容出处、适用范围、有效期限等的，其文字的字体、字号、颜色等应当满足一般公众在正常情况下能够清晰识别的要求，其语音应当与广告的其他内容保持同等语速、语调及清晰度。

十一、引证广告中含有商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等内容的，不得利用减小字号、改变字体、使用与背景相近颜色文字等可能使消费者难以辨明的方式，对商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等进行限缩，或者作出不符合科学常识、不利于消费者的解释或者说明。

十二、广告引证内容涉及销量、销售额、市场占有率等事实信息的，应当真实、完整、准确。

前款所称事实信息，是指可以通过统计、调查等方式获取且可验证的客观信息。

十三、具有下列情形之一，在引证广告中使用“最高级”“最佳”，或者销量、销售额、市场占有率“第一”等用语进行宣传的，不属于《广告绝对化用语执法指南》第六条第六项规定的豁免情形：

（一）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的地域小于省级行政区域的；

（二）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的商品所属行业或者领域小于《国民经济行业分类》等国家标准、行业标准规定的行业分类的；

（三）“最高级”“最佳”“第一”等用语所指向的商品无专有的产品或者服务国家标准、行业标准的；

（四）其他不属于《广告绝对化用语执法指南》第六条第六项规定的豁免情形的。

十四、具有下列情形之一的，应当认定广告内容虚假或者引人误解：

（一）使用虚构、伪造或者无法验证的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等作为广告引证内容的；

（二）通过篡改、部分引用、歪曲结论等方式，夸大对广告主有利的内容或者隐瞒对广告主不利的内容的；

（三）广告中引用的文摘、引用语与科学常识明显不一致的；

(四) 引用的数据、结论等已被修正，但未按照修正后的数据、结论等更改广告内容，足以影响消费者判断的；

(五) 其他应当认定广告内容虚假或者引人误解的情形。

十五、具有下列情形之一的，应当作为认定广告内容虚假或者引人误解的重要考量因素：

(一) 无法说明广告引证内容来源或者相关引证内容无法查询的；

(二) 引用的实验结论、测量结果或者检验检测数据仅在实验室状态或者特定条件下方可复现，但未在广告中对其具体的复现条件作出明确表示的；

(三) 引用的检验检测数据仅对样品有效，但未在广告中作出明确表示的；

(四) 引用的统计资料或者调查结果有特定的地域、行业等适用范围或者有效期限，但未在广告中对其适用范围和有效期限作出明确表示的；

(五) 广告引证内容不符合本指南第四条、第五条规定要求，无法保证内容科学性和真实性的；

(六) 其他应当考量的。

十六、市场监管部门发现广告主直接或者间接通过有偿新闻、学术造假等方式，发表、发布有关新闻、学术文献、科研成果等，再以其数据、结论等作为广告引证内容的，应当向同级新闻出版、科技等行业主管部门通报。

十七、除引证内容外，广告主也可以在广告中使用自证内容，并对其真实性、准确性、合法性负责，依法承担举证责任。

符合下列情形之一的，应当认定为自证内容：

（一）广告主自行通过实验、测量、统计、调查等方式取得的数据、统计资料、调查结果等的；

（二）广告中使用人工智能（AI）、深度合成等技术手段生成、合成的数据、资料、结论等内容的；

（三）其他应当认定为自证内容的。

广告主委托他人通过实验、测量、统计、调查等方式取得的数据、统计资料、调查结果等，并在广告内容中使用的，应当认定为引证内容。

十八、在广告中使用自证内容的，可以不表明出处，但法律法规另有规定的除外。

广告自证内容应当符合本指南第九条至第十三条规定要求。

十九、自然人、法人或者其他组织接受委托，开展实验、测量、统计、调查等活动，并且明知或者应知其实验、测量、统计、调查等活动获取的数据、结论等用于广告的，应当认定为参与广告设计、制作活动，属于《广告法》第二条第三款规定的广告经营者。

前款所称的明知，是指通过合同约定或者其他方式，委托双方对将实验、测量、统计、调查等活动获取的数据、结论等用于广告有明确意思表示。前款所称的应知，是指有三次及以上接受

他人委托开展实验、测量、统计、调查等活动所获取的数据、结论在广告中被引用。

二十、广告经营者、广告发布者应当依法查验广告证明文件，核对广告内容。

广告引证内容无出处，未对适用范围、有效期限等作出明确表示，或者与广告主、广告经营者提供的实验结论、测量结果、检验检测数据、科研成果、统计资料、调查结果、文献资料等不一致的，依法不得提供广告设计、制作、代理、发布服务。

二十一、违反本指南第八条、第九条规定的，应当认定违反《广告法》第十一条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处；广告内容虚假的，还应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十二、违反本指南第十条规定或者存在本指南第十一条规定情形的，应当认定违反《广告法》第八条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处。

二十三、存在本指南第十三条规定情形的，应当认定违反《广告法》第九条第三项规定，依照《广告法》第五十七条规定查处；相关内容虚假或者可能导致消费者对经营主体及其商品的市场地位、竞争优势等产生误解的，还应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十四、存在本指南第十四条规定情形的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十五、存在本指南第十五条规定情形，并且广告内容虚假的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处；存在本指南第十五条第一项至第四项规定情形，并且不构成虚假广告的，应当认定违反《广告法》第十一条规定，依照《广告法》第五十九条规定查处。

二十六、违反本指南第二十条规定的，应当认定违反《广告法》第三十四条规定，依照《广告法》第六十条规定查处；构成虚假广告的，应当认定违反《广告法》第二十八条规定，依照《广告法》第五十五条规定查处。

二十七、市场监管部门开展引证广告监管工作，应当依据《中华人民共和国行政处罚法》《广告法》等法律法规规定，结合广告内容以及违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度、主观过错等，规范行使行政处罚裁量权。

对违法情节轻微，广告发布时间短、浏览人数少并及时改正，没有造成危害后果的，依法不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，依法可以不予行政处罚。

二十八、对当事人的违法行为不予行政处罚的，应当依法对当事人进行教育。



分送：各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）。

市场监管总局办公厅

2026年6月3日印发
