

新广告法施行后的违法广告处罚实例分析

新広告法施行後の違法広告に対する処罰実例の分析

自新修订的《中华人民共和国广告法》(以下简称“《广告法》”)正式施行以来,工商部门对于广告各类违法的执法力度不断加大。在此背景下,律师将对相关典型案例进行解读,以便企业更直观地了解广告违法行为,重视广告行为的合规性。

新たに改正された「中華人民共和国広告法」(以下「広告法」という)が正式に施行されて以来、工商部門は各種広告違法行為に対する法令執行力を日増しに強化した。これを背景に、企業が広告違法行為をより明確に把握し、広告行為の適法性を重要視できるよう、係る典型的な事例を考察する。

广告违法行为的类型及解读

広告違法行為の類型及び解釈

结合相关法律规定,以及律师以往实务操作经验,我们将常见的广告违法行为划分为以下三类,并逐一分析:

関係する法律規定及びこれまでの実務経験と合わせて、よく見られる広告違法行為を下記の3タイプに分け、逐一分析する。

一、 虚假广告

一、 虚偽広告

【典型案例 1】

【典型事例その 1】

某电子商务公司(以下简称“A 公司”),于 2014 年开始销售从中国境外进口的某型号家用净水器(以下简称“净水器”)。A 公司在该净水器的产品介绍“产品参数”中标明其“过滤总量 15000L”(可换算为 15 m³)。但是,根据中国卫生部门最终核准的数据,该净水器的额定总净水量实际为 3 m³。上海的工商部门将该行为认定为引人误解的虚假宣传,依据《上海市反不正当竞争条例》对 A 公司进行了处罚,同时,由于 A 公司距离上次虚假宣传行为被处罚未滿一年,属于“情节严重”,最终 A 公司被罚款人民币十五万元。

某 e ビジネス企業(以下「A 社」という)は、2014 年からある家庭用の浄水器(以下「浄水器」という)を中国国外から輸入し販売を開始した。A 社は当該浄水器のカタログ中の「製品データ」に、「濾過総量 15,000L」(15 m³に換算可能)と表示した。ところが、中国衛生部門による最終確認の結果、当該浄水器の定額総浄水量は実際には 3 m³しかなかった。上海の工商部門は当該行為を人に誤解させ得る虚偽宣伝と認定し、「上海市不正競争禁止条例」に基づき A 社を処罰すると同時に、A 社が前回の虚偽宣伝行為の処罰を受けてから 1 年が経過していないことから、「情状が深刻である」とされ、最終的に A 社は 15 万円の過料に処された。

【法律依据】

【法的根拠】

法规名称	相关条款
《上海市反不正当竞争条例》	第十四条 经营者不得利用广告或者其他方法,对商品的价格、质量、性能、制作成份、用途、生产者、有效期限、产地、售后服务以及对推销商品、提供服务附带赠送礼品的品种和数量作引人误解的虚假宣传。……
	第二十七条 经营者违反本条例规定的,由监督检查部门依照下列规定予以处罚:……(七)违反本条例第十四条第一款规定的,责令停止违法行为,消除影响,可以处以一万元以上不满十万元的罚款;情节严重的,处以十万元以上二十万元以下的罚款。……
	第二十八条 本条例所称情节严重是指下列之一的情形:……(二)因不正当竞争行为受行政处罚未滿一年又从事不

法令名称	関連条項
「上海市反不正当竞争条例」	第十四条 事業者は、広告その他の方法を利用して、商品の価格、品質、性能、製造成分、用途、生産者、有効期間、生産地、アフターサービス又は商品の販売促進若しくはサービスの提供に附帯する贈答礼品の品目若しくは数量について、人をして誤解させる虚偽の宣伝をしてはならない。……
	第二十七条 事業者が本条例の規定に違反した場合には、監督検査部門が次の各号の規定により処罰を科する。……(七)本条例第 14 条第 1 項の規定に違反した場合には、違法行為の停止を命じ、影響を排除するものとし、1 万元以上 10 万未滿の過料に処することができる。情状が著しい場合には、10 万元以上 20 万未滿の罰金を科する。……
	第二十八条 本条例において情状が著しいとは、次の各号に掲げる事由の一をいう。……(二)不正競争行為により行政処罰を受け1

	正当竞争行为的；……
《中华人民共和国广告法》	第五十五条 违反本法规定，发布虚假广告的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。……

【律师解读】

虚假广告，即广告表述与真实情况不一致、不相符。《广告法》中列举了几种虚假广告的情形：(1) 商品或者服务不存在的；(2) 商品或服务的功能、产地、质量、规格、成分、价格、生产者等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；(3) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果等信息作证明材料的；(4) 虚构使用商品或者接受服务的效果等。

在本案中，需要注意的是，工商部门处罚的依据为《上海市反不正当竞争条例》，而非《广告法》。对于虚假广告，除了《广告法》之外，《反不正当竞争法》以及各地的反不正当竞争条例也规定了相应的行政责任，也可作为执法机关的执法依据，且，广告法与反不正当竞争相关法律、法规关于虚假广告的行政责任的规定存在差异（例如，《上海市反不正当竞争条例》的一般处罚金额在一万至十万元，而《广告法》对于广告费用无法计算或者明显偏低的，其处罚金额在二十万元至一百万元）。鉴于执法机关具有一定的执法选择权，而选择不同的法律依据，法律责任可能不尽相同，因此，在发生违法行为后，建议企业及时联络律师介入，在无法避免行政处罚的情况下，协助说服执法机关选择责任相对较轻的法律法规进行处罚。

另外，《广告法》规定，企业若在两年内有三次以上违法行为的，将被加重处罚；上海地区的企业若在一年内受到两次处罚，也会构成情节严重，而被加重罚款。因此，在企业广告违法行为被行政处罚后，应注意吸取教训，加强广告行为的合规审查力度，避免被加重处罚的情形发生。

	年以内に再度不正競争行為に従事したとき。……
「中華人民共和国広告法」	第五十五条 本法の定めに従い、虚偽の広告をした場合、工商行政管理部門は広告の掲出停止を命じ、広告主がしるべき範囲内で影響を取り除き、広告費用の3倍以上5倍以下の過料に処する。広告費用が計算できないまたは明らかに低すぎる場合、20万元以上100万元以下の過料に処する。2年以内に3回以上の違法行為があり、或いはその他著しい情状がある場合、広告費用の5倍以上10倍以下の過料に処し、広告費用が計算できないまたは明らかに低すぎる場合、100万元以上200万元以下の過料に処し、営業許可証を取り消すことができ、且つ広告審査機関が広告審査許可文書を撤回し、1年以内にその広告審査申請を受理しない。……

【筆者解釈】

虚偽広告とは、広告の表現が実際の状況と一致せず、適応しないことを指す。「広告法」では、虚偽広告として幾つかの状況が挙げられている。具体的には、(1) 商品又はサービスが存在しない、(2) 商品又はサービスの機能、産地、品質、規格、成分、製造者などの情報が実際状況と一致せず、購買行為に実質的な影響を与えること、(3) 架空、偽造又は検証できない科学技術の成果、統計資料、調査結果などの情報を証明材料とすること、(4) 商品を使用し又はサービスを受けたときの効果を捏造するなど。

本件においては、工商部門が「広告法」ではなく、「上海市不正競争禁止条例」に基づき処罰を行ったことに注意したい。虚偽広告に対しては、「広告法」のほか、「不正競争禁止法」及び各地の不正競争禁止条例でも係る行政責任を定めており、法執行部門が法令を執行するうえでの根拠とすることができる。また、虚偽広告の行政責任に関する広告法と、不正競争禁止関連法令の規定には差異が存在する（例えば、「上海市不正競争禁止条例」においては、通常の処罰金額は1万円から10万円であるのに対し、「広告法」においては、広告費用が計算できないか又は明らかに低すぎる場合、処罰金額は20万円から100万円とされている）。法執行機関には一定の法執行上の選択権があり、異なる法的根拠が選択されれば、法的責任も異なってくる可能性があるため、違法行為発生後は、速やかに弁護士に入ってもらい対応してもらうのがよく、行政処罰をどうしても避けられない場合には、法執行機関には、相対的に軽い方の法律規定を選んで処罰がなされるよう説得し働きかけるのがよい。

なお、「広告法」では、企業が2年以内に3回以上の違法行為があった場合、処罰を重くされるとされている。ただし、上海地区の企業の場合、1年以内に2回処罰を受ければ、情状は深刻とされ、重い罰金が科されることになる。そのため、企業は広告違法行為により行政処罰を受けた後は、教訓をしっかりと汲み取り、広告行為に対するコンプライアンス審査を強化し、重い処罰が科されるといった状況が生じないようにしなければならない。

二、禁止广告

【典型案例 2】

某外资企业（以下简称“B 公司”）在其公司网站中使用了“世界级经典品牌”、“世界最新、最先进”等用语。工商部门将该行为认定为使用绝对化用语，但鉴于 B 公司在案件立案后、处罚前主动修改了用语，最终 B 公司被罚款人民币二万元。

【法律依据】

法规名称	相关条款
《中华人民共和国广告法》	第九条 广告不得有下列情形：……（三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；……
	第五十五条 违反本法规定，发布虚假广告的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；……可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。……
《中华人民共和国行政处罚法》	第二十七条 当事人有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；……违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。……

【律师解读】

禁止广告，即、与商品相涉的广告属于相关法律禁止的范畴，该禁止对象既可能是广告内容本身；也可能是广告发布渠道和发布方式；还可能是广告面向的受众以及广告代言主体等等。具体而言，包括不得使用国旗、国歌、绝对化用语等，对于药品、保健类食品、酒类、教育培训等广告也规定了禁止性内容。

由于新修订的《广告法》对于使用绝对化用语的处罚力度大大增加，企业在进行宣传时一定要特别注意，避免踩到雷区。法律层面上，《广告法》所明确禁止使用的绝对化用语仅限“国家级”、“最高级”以及“最佳”，但具体到工商部门的执法实践，工商部门在判断某一广告用语是否属于“绝对化用语”时仍存在较大的自由裁量空间。

结合律师以往的实务操作经验，以下绝对化用语较为常见，建议企业在广告过程中尽量避免：

二、禁止广告

【典型事例その 2】

某外資企業（以下「B 社」という）が同社のウェブサイト上で「ワールドクラスの一品ブランド」、「世界で最新、最先端」などの用語を使用した。工商部門は、当該行為を絶対的表現の使用であると認定したが、B 社は、案件が立件されてから処罰を正式に受ける前に、自主的に用語を修正したため、最終的に B 社は 2 万円の罰金が科されるだけにとどまった。

【法的根拠】

法令名称	関連条項
「中華人民共和国広告法」	第九条 広告には下記の行為があってはならない。……（三）「国家級」、「最高級」、「最佳（最もよい）」などの用語を使用すること。……
	第五十五条 本法の定め違反し、虚偽の広告をした場合、工商行政管理部門は広告の掲出停止を命じ、広告主がしるべき範囲内で影響を取り除き、広告費用の 3 倍以上 5 倍以下の過料に処する。広告費用が計算できない或いは明らかに低すぎる場合、20 万元以上 100 万元以下の過料に処する。…… 営業許可証を取り消すことができ、且つ広告審査機関が広告審査許可文書を撤回し、1 年以内にその広告審査申請を受理しない。……
「中華人民共和国行政处罚法」	第二十七条 当事者が下記状況のいずれかに該当した場合、法により軽めに処罰し、又は処罰を軽減するものとする。（一）違法行為による危害の影響を積極的に取り除き又は軽減させること。…… 違法行為が軽微で且つ速やかに是正し、危害の影響をもたらさなかった場合、行政処罰は行わない。……

【筆者解釈】

禁止広告とは、商品に関する広告に係る法律で禁止される範疇に該当するものである。当該禁止対象は、広告内容であったり、広告の掲出ルートや掲出方式であったり、また広告がターゲットとする対象者及び広告代言主体である可能性がある。具体的には、国旗、国歌、絶対的表現などを使用してはならないことを含み、また、医薬品、健康食品、酒類、教育研修などの広告に対しても禁止の内容が定められている。

新たに改正された「広告法」は、絶対的表現の使用に対する処罰に力を入れているため、企業が宣伝を行う際にはくれぐれも注意を払い、レッドラインに触れないようにしなければならない。法律の次元では、「広告法」で使用禁止が明確にされている絶対的表現は、「国家級」、「最高級」及び「最佳（最もよい）」に限られているが、工商部門の実際の法執行状況から見ると、工商部門は、特定の広告用語が「絶対的表現」に該当するかどうかを判断するうえで、大きな自由裁量権を握っている。

筆者のこれまでの実務経験から、下記の絶対的表現がよく見られるため、企業は、広告の中でなるべく避けるようにするとよい。

内容	举例
与“最”有关	最高级、最佳、最高、最低、最具、最新技术、最先进科学、最大程度、最好、最大、最先、最时尚、最受欢迎、最便宜、最新、最先进、最新科学、最新技术、最先进加工工艺，等
与“一”有关	唯一、全网销量第一、第一(NO.1/Top1)、独一无二、一流，等
与“级/极”有关	国家级、世界级、宇宙级、顶级工艺、极品、终极、极致，等
与“品牌”有关	金牌、王牌、领袖品牌、领导者、缔造者、至尊、巅峰、之王、王者，等
与“虚假”有关	万能、永久、前无古人、史无前例、特效，等

内容	例
「最」が含まれるもの	最高級、最佳(最もよい)、最高、最低、最具(～を一番に備えもつ)、最新技術、最先進科学、最大程度(最大限)、最好(最高)、最大、最先(最も早く)、最时尚(最も洒落た)、最受欢迎(最も人気ある)、最便宜(最安値)、最新、最先進(最も先進的)、最新科学、最新技術、最先進加工工芸(最先進加工工程)など
「一」が含まれるもの	唯一、全網銷量第一(全オンライン売上高第一位)、第一(NO.1/Top1)、独一无二(唯一無二)、一流など
「級/極」が含まれるもの	國家級、世界級(ワールドクラスの)、宇宙級、頂級工芸(トップクラスの工程)、極品(極上品)、終極(究極)、極致など
「ブランド」関係のあるもの	金牌(金メダル)、王牌(奥義)、領袖品牌(指導者たるべきブランド)、領導者(リーダー)、締造者(創始者)、至尊、巔嶺(頂点)、之王(～の王)、王者など
「虚偽性」を帯びるもの	万能、永久、前無古人(=前人未到の)、史無前例(有史以来初の)、特効など

同时，在本案中，还值得注意的是，B 公司未能出示广告费用的有效凭证，本来依法可能处以二十万元以上的罚款，但由于 B 公司主动消除违法行为的消极后果，最终只被处以二万元的行政处罚。由此，建议企业在发生广告违法行为后，及时主动地消除或者减轻违法行为的危害后果，以争取较轻的处罚。

本件において注目に値すべきこととして、B 社が広告費用に関する有効なエビデンスを提供できなければ、本来、法に依拠し20 万以上の過料に処すこともできたのだが、B 社が違法行為による悪影響を自主的に取り除いた結果、最終的には 2 万円の行政処罰が科されるだけにとどまった。したがって、企業は広告違法行為が発生してしまった後は、軽めの処罰で済むよう、違法行為による危害の影響を速やかに取り除き又は軽減させるのがよい。

三、不作为广告

【典型案例 3】

某网络科技公司（以下简称“C 公司”）为某品牌电脑的代理商。为了宣传产品，C 公司使用了印有“某某牌电脑 创新与服务品质 No.1——华尔街日报”、“某某牌电脑·中国笔记本品牌口碑第一——国家统计局中国统计信息服务中心”的广告用语，但未在上述广告中明确排名的适用范围和有效期限。中国的工商部门认定该行为违反了《广告法》关于广告引证内容的有关规定，C 公司最终被罚款人民币五万元。

三、不作為廣告

【典型事例その 3】

某インターネット科学技術会社（以下「C 社」という）は、某ブランドパソコンの代理店である。製品宣伝のため、C 社は「某ブランドパソコン 革新とサービス品質 No.1——ウォール街日報」、「某ブランドパソコン・中国ノートパソコンの評判は一番——国家统计局統計情報サービスセンター」という広告の用語を使用した。上記広告中に、ランキングの適用範囲と有効期間を明確にしなかった。中国の工商部門は、当該行為が「広告法」における広告引用内容に関する規定を違反したと認定し、C 社は結局、5 万円の過料に処された。

【法律依据】

法规名称	相关条款
中华人民共和国广告法	<p>第十一条 ……广告使用数据、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。引证内容适用范围和有效期限的，应当明确表示。</p> <p>第五十九条 有下列行为之一的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，对</p>

【法的根拠】

法令名称	関連条項
中華人民共和國廣告法	<p>第十一条 ……広告はデータ、統計資料、調査結果、文章、引用語などを引用した場合、真実、正確でなければならず、また出所を表示する必要がある。引用内容に適用範囲や有効期限がある場合、明確に表示すべきである。</p> <p>第五十九条 下記行為のいずれか一つある場合、工商行政管理部門が広告の掲出停止を</p>

广告主处十万元以下的罚款：……（二）广告引证内容违反本法第十一条规定的；……
--

【律师解读】

不作为广告，即、未按相关法律规定要求，表述相关广告内容或实施某些广告前置行为或广告行为。《广告法》并不禁止企业使用统计资料、调查结果(包括其中涉及的排名),但对于该类数据的使用,应当按照《广告法》的规定明示其出处、适用范围和有效期限等。除本案中的使用统计资料、调查结果的情形外,《广告法》还规定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;通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明“广告”;保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”等等。

故,涉及到《广告法》对于广告内容或广告行为有特殊要求的,企业也应当严格按照该等要求进行广告活动。

律师建议

除上述实例分析和律师解读的内容外,律师还建议:

- 熟悉《广告法》对于广告表述、广告内容、发布渠道、受众以及代言主体、广告的前置行为等方面的要求,并对企业官网和现行的广告行为进行全面审查(侧重于虚假广告、绝对化用语的审查),尽量避免广告违法行为;
- 由于发布虚假广告的处罚金额主要以广告费用为依据,建议企业在日常经营过程中,以合法方式适度降低以广告费用的名义入账的金额;
- 在发生广告违法行为后,建议企业及时联络律师介入,协助分析违法行为的性质和法律责任,在无法避免行政处罚的情况下,尽力说服执法机关选择责任相对较轻的法律法规进行处罚;协助企业纠正违法行为,消除或者减轻违法行为危害后果,以争取减轻或免除处罚等。

(里兆律师事务所 2016 年 10 月 28 日编写)

命じ、広告主に対して 10 万元以下の過料に処する。……(二) 広告引用内容が本法第十一条に違反した場合。……

【筆者解釈】

不作為廣告とは、係る法律で定める要求に従わずに係る広告内容を表現し又は実施する何らかの広告前置行為若しくは広告行為である。「広告法」は、企業が統計資料、調査結果(これには、ランキングを含む)を使用することを禁止していないが、当該データの使用については、「広告法」に基づきその出所、適用範囲と有効期限などが明示されていなければならない。本件のような統計資料、調査結果を使用するといった状況のほか、「広告法」では、特許製品又は特許方法に係るものである場合、特許番号と特許種類を表示しなければならないとしている。大衆メディアを通じて掲出される広告は、「広告」であることを目立つようにはっきりと表示しなければならない。また、健康食品は、「本製品は薬品に取って代わることはできない」と目立つように表示しなければならない。

よって、「広告法」の中で広告内容、又は広告行為に関する特別な要求がある場合、企業は厳格に当該要求に従い、広告活動を実施しなければならない。

筆者からのアドバイス

上記実例で分析し解説したほか、以下、付け加えておきたい。

- 「広告法」の広告表現、広告内容、掲出ルート、対象者及び代弁主体、広告の前置行為などに関する要求をよく把握しておき、且つ企業のウェブサイトや現在の広告行為を全面的に審査し(虚偽広告、絶対的表現の審査に重点を置く)、広告違法行為を可能な限り回避する。
- 虚偽広告掲出に関する処罰金額は、主に広告費用を根拠とするため、企業は、日常経営の中で適法な方法にて広告費用名義での記帳金額を抑えるようにしておくとい。
- 広告違法行為が発生してしまったら、企業は速やかに弁護士に連絡し、違法行為の性質及び法律責任の分析においての協力を求めるのがよい。行政処罰をどうしても避けられない場合、責任が相対的に軽くなる方の法律法規に基づく処罰となるよう法執行部門を説得してもらったり、企業に協力して違法行為を是正し、違法行為の危害の影響を取り除き又は軽減させることで、処罰を軽くしてもらい又は免除されるよう協力してもらうとい。

(里兆法律事務所が 2016 年 10 月 28 日付けで作成)