

法律合规小课堂

第三期

案例 1: 甲反映某公司网店的某款商品广告违法，宣传使用“抑味、分解汗味、天然冰凉感、速干不黏腻、不油不腻”等词语及内容，未能提供该广告宣传内容的相关依据证实其真实性，涉及虚假广告，违反了《中华人民共和国广告法》第四条第一款和第二十八条第二款第(二)项不得发布虚假广告的规定，要求依法处罚违法企业。

法律分析: 该经营者使用没有事实依据的广告词来进行营销的行为，会影响消费者对商品质量以及性能的正确判断。上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第二十八条的相关规定。

经营者应确保销售商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息有真实依据。

案例 2: 某商家销售针灸理疗仪并发布广告，但是乙通过产品医疗器械注册证号，在市场监督管理局官网查询相关医疗器械的广告审查结果，发现商家是未经广告审查机关批准擅自发布广告，认为其行为违反了《中华人民共和国广告法》第四十六条的规定：发布医疗器械广告应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查，未经审查，不得发布。

法律分析: 经营者未经审查发布医疗广告的行为会导致消费者难以辨别医疗服务的质量与优劣，干扰消费者对正规、可靠医疗资源的正常筛选，增加其挑选合适医疗机构和服务的难度。上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第四十六条的相关规定。

经营者发布广告需遵守相关法律法规要求，其中，发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品等广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查，未经审查，不得发布。

案例 3: 丙反映某企业网站上使用“最佳、最优质”等绝对化、夸大化、误导消费者的宣传用语，属于广告法禁止的绝对化用语，广告法规定，广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语，不得含有虚假内容，不得欺骗、误导消费者。

法律分析: 该经营者使用含有绝对化用语的广告词进行营销的行为，不仅会误导消费者选购商品，更会对其他经营者的合法权益造成影响，破坏市场公平竞争。上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第九条的相关规定。

经营者发布广告时须避免使用含有排他性的词语，“国家级”“最高级”“最佳”“第一”等用语侵犯了其他经营者的权益。

(整理自公众号“上海市场监管”)。

2026年2月2日