



新广告法下
如何完美避开雷区

新广告法9.1日正式实施

明星、营销狗哭晕在厕所？

史上最强悍？

严到没朋友？



那些不能碰的雷

1

行业重灾区

2

理解和领会法律精神

3

愉快的活下去

4

那些不能碰的雷

1

关于极限用语

关于虚假广告

关于代言人的规定

+ ABOUT 极限用语



第九条

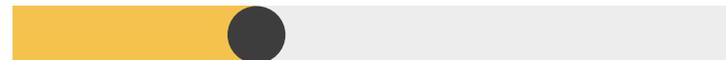
广告不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语

以下词汇建议谨慎使用

国家级、世界级、最高级、最佳、最大、第一、唯一、首个、最好、最大、精确、顶级、最高、最低、最具、最新技术、最先进科学、国家级产品、最便宜、最新、最先进、最大程度、最填补国内空白、绝对、独家、首家、最新、第一品牌、金牌、优秀、最先、顶级、独家、全网销量第一、全球首发、全国首发、世界领先、顶级工艺、最新科学、最新技术、最先进加工工艺、最时尚、极品、终极、顶尖、最受欢迎、王牌、冠军、第一 (NO.1\Top1)、极致、永久、王牌、掌门人、领袖品牌、独一无二、绝无仅有、前无古人、史无前例、万能等均属于极限用语。

+ 如经核实后违规，则处以相应罚款

20万



100万

+ ABOUT 虚假广告



第八条

广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。

广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。

- 商品或者服务不存在的；
- 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、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，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的；
- 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、文摘、引用语等信息作证明材料的；
- 虚构使用商品或者接受服务的效果的；
- 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。

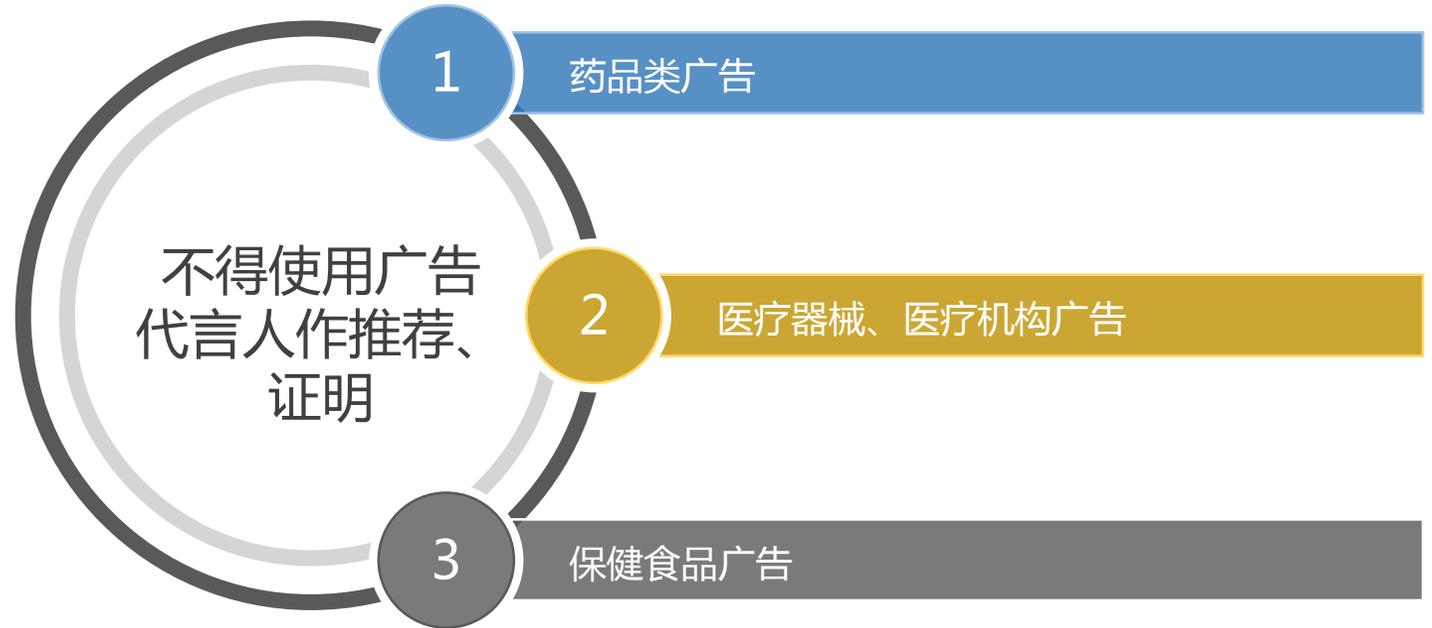
+ ABOUT 代言人



第三十八条

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，符合本法和有关法律、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。



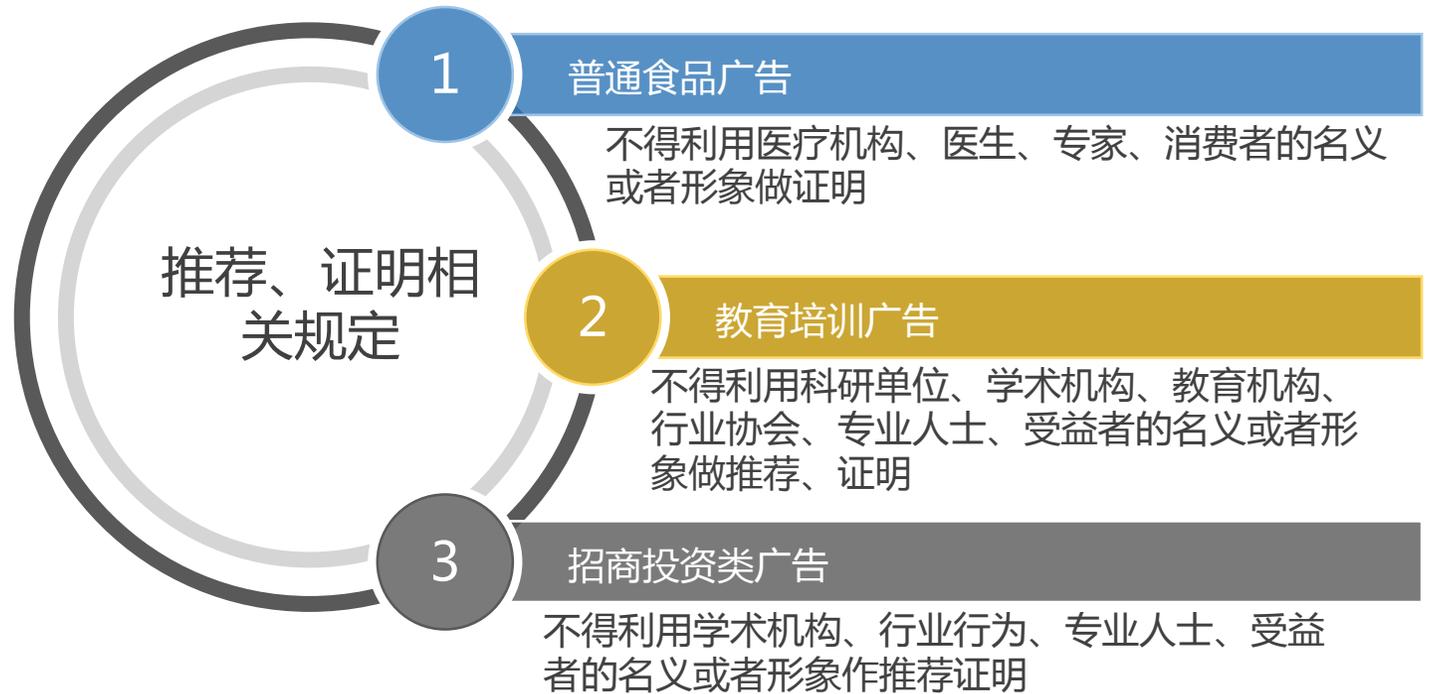
+ ABOUT 代言人



第三十八条

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，符合本法和有关法律、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。



药品、医疗器械、医疗机构

普通食品广告

保健食品广告

教育培训广告

招商投资类广告

房地产广告

化妆品广告

2

行业重灾区

+ 药品 & 医疗器械 & 医疗机构



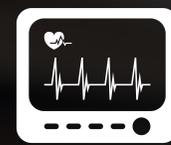
功效保证 ×

不得说明治愈率或有效率
“包治百病” “无效退款”
“保险公司保险”



安全性保证 ×

不得明示或暗示“家庭必备”、
“无毒副作用” “安全”

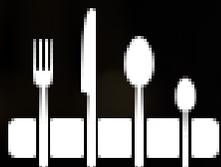


变相发布 ×

不得以介绍健康、养生知识等形式
变相发布医疗、药品、医疗器械、
保健食品广告



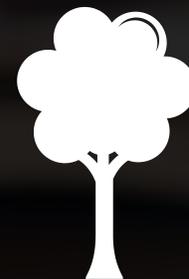
普通食品 & 保健食品



普通食品广告

不得明示或者暗示治疗作用、
替代母乳作用、保健功能

绝对化用语 - “最新科
学” “最新技术” “最先进
加工工艺”



保健食品广告

不得含有无法证实的所谓“科学
或研究发现” “实验或数据证明”
不得明示或暗示治疗作用
不得宣称“祖传秘方”
不得与药品、其它保健食品比较



教育培训



保证性承诺

不得对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果做出明示或者暗示的保证性承诺



广告内容限制

不得明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训



招商投资类广告



保证性承诺

不得含有对未来效果、收益或者与其相关的情况做出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等。



广告内容规定

发布股票、基金广告应在显著位置标注“股市有风险，投资者须谨慎入市”“**产品有风险，投资需谨慎”等忠告语



房地产广告



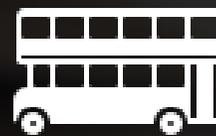
升值承诺

不得含有升值或者投资回报的承诺，如“保证升值”、“升值30%”等。



信息真实性

面积应该表明为建筑面积或者套内建筑面积对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其它市政条件作误导宣传



位置参照物

广告不得以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置



化妆品广告



信息真实性

禁止出现涉及化妆品性能或者功能、销量等方面的数据
禁止使用最新创造、最新发明、纯天然制品、无副作用等绝对化语言



使用前后效果对比

使用他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效用的，包括通过他人使用改签后的效果表明该化妆品的功效

A man with dark hair, wearing a white button-down shirt, is shown from the chest up. He has a pained or distressed expression, with his mouth slightly open and his eyes looking upwards. His right hand is pressed against his chest. The background is a dimly lit room with wooden paneling and a chair. The overall mood is one of emotional suffering or physical discomfort.

我覺得自己快要窒息了

起义



起义

起义

起义



理解和领会法律精神

3



新广告法，新营销时代

吹牛营销时代结束

让广告宣传重回价值本身



新广告法，新营销时代

新《广告法》终结了一个简单粗暴的广告时代

今天的广告要更多地去思考，如何去传递更积极

更具内容和内涵，更能够打动人心的创意。

4

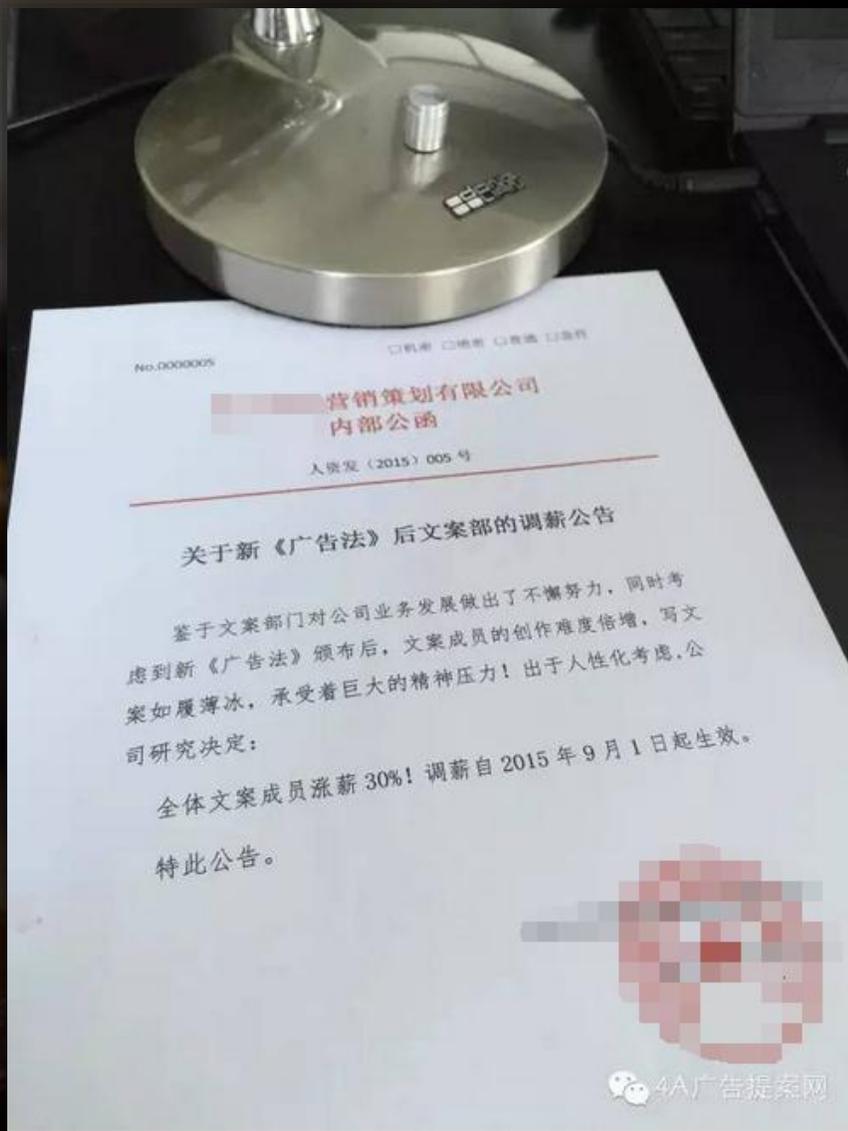
愉快的活下去

+ 新广告法适应期

新广告法出台了, 广告组, 文案组都回家了. 我是保洁. 老板说今天的图我做



世上的缘分上能找到对象, 我儿子就找着了



+ 办法总比问题多

OLD

东半球最好用的智能手机

它是如此地简洁、优雅和易用，以至于你很难相信它是一部基于安卓系统的智能手机。

全球第二好用的智能手机

它是如此地简洁、优雅和易用，以至于你很难相信它是一部基于安卓系统的智能手机。

我们眼中全球第二好用的智能手机

它是如此的简洁、优雅和易用，以至于你很难相信它是一部基于安卓系统的智能手机。



漂亮得不像实力派

保送进入西点军校
组建了美国第一支坦克部队
作为第二梯队参加诺曼底登陆
指挥装甲兵团横扫西欧大陆
美国陆军装甲战学说核心人物
他是美国四星上将
他的名字叫巴顿将军



到 piaoliang.smartisan.com 写出你心中漂亮的实力派

+ 将广告真实化，从产品本身挖掘卖点

讲真话

不要向你的消费者说一个他无法验证，或者对他来说验证成本很高的事实。

+ 将广告真实化，从产品本身挖掘卖点



+ 将口号升级为对话

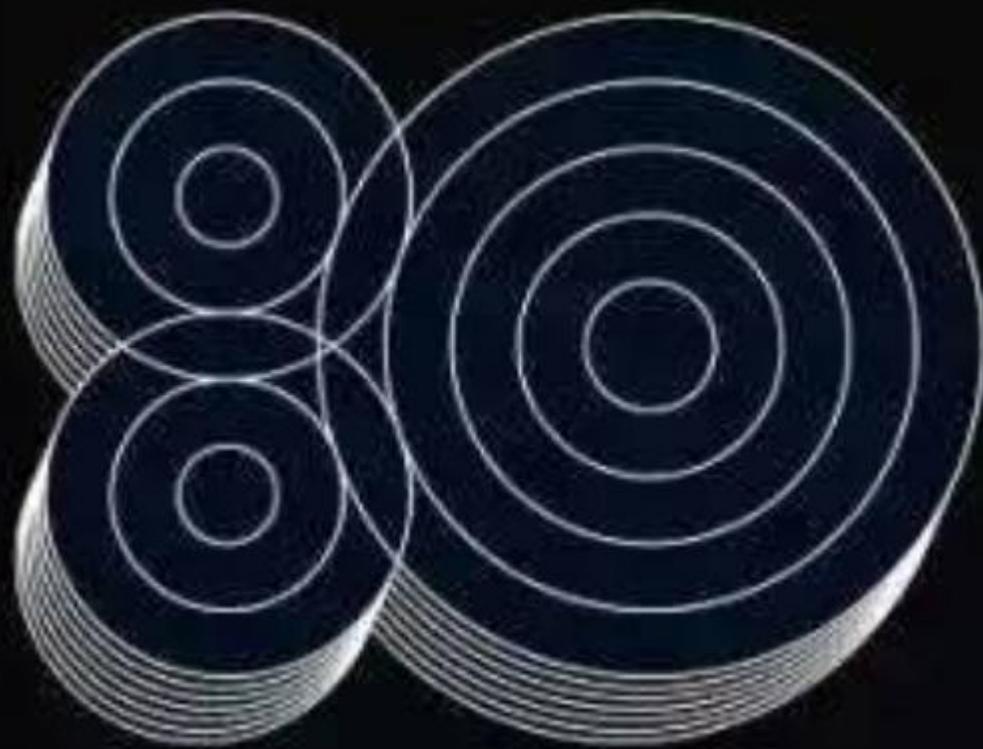
了解TA的痛点和需求

平等的对话、沟通





good good study, day day up



Thank you for listening!

Adalu

