

トピックス

- 張国棟弁護士、JETRO 進出企業支援セミナーにおいて「生態環境法典」に関する講演を実施

法令速報

- 最高人民法院、交通事故損害賠償事件の審理における法律適用に関する解釈(二)を公布
- 国家薬品监督管理局等 7 省庁、「医薬代表管理弁法」を發布
- 人的資源社会保障部、定年超過労働者の基本権益保障に関する暫定規定を公布
- 最高裁、最高検 刑事欠席裁判手続の適用に関する規定を公布

弁護士コラム

- 「広告引用内容の法執行ガイドライン」の解説——企業のコンプライアンス課題と対応策

張国棟弁護士、JETRO 進出企業支援セミナーにおいて

「生態環境法典」に関する講演を実施

目下、世界規模で気候変動・生態系悪化の課題が深刻化する中、環境ガバナンスの強化と持続可能な発展は、一国の政策の根幹から企業経営の存亡、ひいては一人ひとりの生活の質にまで直接関わる最重要課題となっています。このたび、中国の環境法制史上画期的な意義を持つ「中華人民共和国生態環境法典」（以下「本法典」という）が制定・施行され、環境保護の体系化・制度化・強制化が全面的に推し進められます。本法典は、生態環境分野の基本法典として、これまで分散して制定された大気・水・土壌・廃棄物・生態保全など各分野の法規を統合・体系化し、「人と自然の共生」を核心理念とし、環境責任の明確化、法規制の厳格化及び権利救済の充実化を実現し、社会全体の参画を強調しました。本法典は、単なる法改正にとどまらず、経済発展モデルの転換、企業経営ルールの再構築、社会全体の環境意識の改革を牽引する、時代の転換点となる法制であり、今後の事業活動・産業発展・社会運営のすべてに深く影響を及ぼします。

2026年6月5日、北京金誠同達法律事務所の張国棟シニアパートナー弁護士は「新生態環境法典における環境リスクの予防と企業対応」をテーマに、中国日本商会様、天津日本人会様及び JETRO 北京事務所様が共同で開催された中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業・進出企業支援セミナーにおいて講演を行いました。今回のセミナーでは、本法典の立法背景・核心理念・全文のポイントを分かりやすく解説したと

ともに、企業にとって最も関心の高いコンプライアンスリスク、対応戦略の実務的な方向性までを具体的にお伝えしました。法制度の理解を深めるだけでなく、「リスクを回避し、チャンスに転換する」ための実践的な知見を得られる内容となるため、セミナーに参加された多くの日系企業の皆様からの高いご評価を頂きました。

最高人民法院、交通事故損害賠償事件の審理における法律適用に関する解釈(二)を公布

2026年5月6日、最高人民法院は「交通事故損害賠償事件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈(二)」(以下「本解釈」という)を公布し、6月30日より施行とした。本解釈の主な内容は以下のとおりである。

- 1、機動車の賃貸借、貸与等の場合における責任区分を一層明確化し、機動車の所有者及び管理者の責任をその過失の範囲内に限定し、損害填補ルール及び機動車の所有者・管理者の求償権について規定した。
- 2、ドア開放事故における保険金の支払、責任区分及び求償に関するルールを明確化した。
- 3、非営業用機動車への好意同乗・無償同乗に起因する損害に係る責任負担を規範化し、責任の軽減・免除に関するルール及び過失認定基準を明確化した。

(出典：<https://www.court.gov.cn/fabu/xiangqing/499051.html>)

国家薬品监督管理局等7省庁、「医薬代表管理弁法」を公布

2026年5月7日、国家薬品监督管理局等7省庁は共同で「医薬代表管理弁法」(以下「本弁法」という)を公布し、2026年8月1日より施行とした。これに伴い、2020年の「医薬代表届出管理弁法(試行)」は廃止された。本弁法の主な改正内容は以下のとおりである。

- 1、医薬代表という職業を「医薬品市販承認取得者を代表して医薬品の学術的普及活動を行う専門人材」と位置付け、その参入、届出、学術的普及活動及び従事禁止等の各活動のルールを整備した。
- 2、医薬品市販承認取得者及び医療衛生機関による医薬代表の学術的普及活動に対する管理責任を明確化した。
- 3、省庁間の連携を強化し、国家薬品监督管理局、国家衛生健康委員会等7省庁の医薬代表管理における職責を明確化することで、監督管理上の空白を解消した。また、情報共有、手掛かりの移送、事件の通報及び行政・刑事手続の連携に関する業務上のルールを新設した。
- 4、医薬代表による違反行為に対して関係省庁による共同懲戒を実施し、業界団体等が業界監督及び自主規制に積極的な役割を果たすことを奨励する。

(出典：<https://www.nmpa.gov.cn/xxgk/ggtg/ypggtg/ypqgtgtg/20260507180422166.html>)

人的資源社会保障部、定年超過労働者の基本権益保障に関する暫定規定を公布

2026年5月10日、人的資源社会保障部は「定年退職年齢超過労働者の基本権益保障に関する暫定規定」(以下「本規定」という)を公布し、7月1日より施行とした。

本規定は、中国において定年超過労働者の権益を明確に定めた初の専門規則であり、現行の労働法制の不足を補ったものである。本規定の適用対象には、定年退職年齢を超えた労働者が雇用され、雇用者の労務管理を受け、雇用者が手配する有償労働に従事する場合、並びに要件を満たした早期退職した労働者が退職後に再雇用される場合が含まれる。また、本規定は、雇用者及び定年超過労働者の権利義務を明確

化し、労働報酬、休息休暇、労働安全衛生、労災保障等の合法権益を保障している。

(出典：https://www.mohrss.gov.cn/xxgk2020/gzk/gz/202605/t20260525_576849.html)

最高裁、最高検 刑事欠席裁判手続の適用に関する規定を公布

2026年5月22日、最高人民法院及び最高人民検察院は共同で「刑事欠席裁判手続の適用における若干の問題に関する最高人民法院、最高人民検察院の規定」(以下「本規定」という)を公布し、同日施行とした。本規定のうち、企業が注目すべき内容は主に以下のとおりである。

1、本規定は、刑事欠席裁判手続の適用対象事件の範囲を明確化し、汚職・賄賂犯罪事件、速やかな審理を要するものであって最高人民検察院の承認を経た重大な国家安全危害犯罪事件及び重大なテロ犯罪事件をその対象としている。本規定は、国際職務犯罪や国家安全に関わる犯罪等の事件の迅速な審理に資するものと考えられる。特に、国外逃亡者が長期間出頭しない場合には、欠席裁判手続は違法所得の追徴や犯罪関連財産の処分を進める上で重要な役割を果たすことが期待される。

2、欠席裁判手続における国外送達や弁護権の保障等に関する課題を踏まえ、本規定は関連手続を整備し、併合罪及び共同犯罪事件における適用ルールを明確化し、審査のポイント、法廷審理手続及び送達方法等についても具体化している。

(出典：https://www.spp.gov.cn/xwfbh/wsfbt/202605/t20260522_727879.shtml#1)

「広告引用内容の法執行ガイドライン」の解説

——企業のコンプライアンス課題と対応策

弁護士 李靈輝

企業が広告に引用内容を盛り込むのは、第三者のデータ、調査報告書、権威ある認証を活用してブランディングを強化し、広告の信頼性と説得力を高めることを目的としています。しかし実務では、「大きな文字で目を引き、小さな文字で責任を免れる」「結論ありきで後付けでデータを作る」や、「範囲の過度な限定」といった消費者を誤認させる広告が散見されており、これらは消費者の権利を侵害するだけでなく、市場秩序を乱すことから、当局は広告の引用内容を重点規制分野としています。そのため、引用内容を含む広告を配信する際、いかにコンプライアンスを確保するかは、企業が優先で考慮すべき事項となっていると言えます。

従来、「広告法」は引用内容について「真実かつ正確であり、出所を明示すること」を原則として規定しているにとどまり、具体的な判断基準は必ずしも明確ではありませんでした。そのため、実務上は長期にわたりグレーゾーンが存在していましたし、企業にとってもコンプライアンス対応上の障害となりました。こうした状況を踏まえ、2026年6月、国家市場監督管理総局は「広告引用内容の法執行ガイドライン」(以下「本ガイドライン」)を公布しました。これは「広告法」施行以来、引用内容に特化した初めての専門的な法執行規範です。本ガイドラインは、引用広告の主な表現形式を踏まえ、「広告法」の関連条項を細かく解釈しており、広告管理制度の体系を改善し、事業者の広告引用内容のコンプライアンス水準を向上させ、公正かつ秩序ある競争環境の形成を目的としています。なお、2026年3月から市場監督管理総局による6か月間にわたる全国規模の法執行活動がスタートし、広告における情報開示および注意表示の不備の是正を重点的に取り締まる方針となっています。

一連の対策は、当局が不適切な広告を体系的に是正する強い姿勢を示すものです。中国における日系企業にとって、これはコンプライアンス環境がより厳しくなることを意味するため、この動向は特に注目に値するものと考えられます。特に、コスメティクス、自動車、家電、健康食品などの業界では、検査データ、統計調査、文献引用などをういた広告が一般的であることから、本ガイドラインの規制対象と大きく重なります。

一、広告における引用内容の法的枠組み

「広告法」第 11 条第 2 項では、「広告においてデータ、統計資料、調査結果、抜粋、引用文などの引用内容を使用する場合は、その内容が真実かつ正確であり、出所を明示しなければならない。引用内容に適用範囲や有効期限がある場合は、それを明確に表示しなければならない」と規定されています。さらに同法第 28 条では、「虚偽または捏造された、あるいは検証不可能な科学研究の成果、統計資料、調査結果、抜粋、引用文などの情報を証明材料として使用する」広告を虚偽広告に該当すると定められています。これらの条項が、広告の引用内容を規律する法的根拠となっています。

2023 年に市場監督管理総局が公布した「広告絶対的用語の法執行ガイドライン」、2018 年に上海市広告協会が公表した「広告『引用内容』の審査に関する留意点」など業界規範も一部、広告の引用内容を規律する内容を含んでいます。あくまで指導的文書であり、法律や行政法規を構成するものではないとはいえ、本ガイドラインの公布により広告関連規制の空白がさらに埋められ、本ガイドラインは実質的に引用広告に関する実施細則となります。今後の広告引用内容の規制および法執行において、重要な役割を果たすことが期待されます。

二、本ガイドラインの主な変更点

本ガイドラインは全 28 条からなり、以下の重要な変更点はコンプライアンス実務に直接関わっていると考えられます。

1. 「引用内容」と「自社証明内容」の区別、規制対象を第三者機関に拡大

本ガイドラインでは初めて、「引用内容」と「自社証明内容」が明確に区別されました。そのうち、「引用内容」とは、広告主以外の自然人、法人、その他の組織が生成・作成し、かつ広告主が販売する商品またはサービスに関連するデータ、統計資料、調査結果、抜粋、引用文などを指します。一方、「自社証明内容」とは、広告主が自ら実験、測定、統計、調査などの方法で取得したデータ、統計資料、調査結果、または AI が生成した内容を指します。引用内容とは異なり、自社証明内容については、法令に特別な規定がない限り(もともと、AI 生成である場合にはその旨の表示が依然として必要となる)、出所を明示する必要はありません。

本ガイドラインの大きな制度的イノベーションは、第三者機関に対する「ルックスルー」式管理、すなわち、第三者機関がその取り扱ったデータが広告に使用されることを「明らかに知っている」または「知るべきであった」、場合、当該機関は直接「広告法」で規定される「広告事業者」として認定され、規制の対象となります。ここで「明らかに知っている」とは、契約などを通じて明確な意思表示があった場合を指し、「知るべきであった」とは、他社からの委託を受けて取得したデータが 3 回以上広告で引用された場合を指します。この規定は、企業の要望を鵜呑み、規制回避を支援する第三者機関のグレーな産業にピンポイントで狙い撃ちしています。

2. 引用内容の類型別規制の明確化

本ガイドラインの第 4 条から第 7 条では、引用内容の種類ごとに広告における引用内容の適切な記載の明確な要件が定められています。例えば、実験・測定・検査データについては、引用内容の発行者は法定資格を有する必要であり、計量器具や設備環境は国家基準に適合していなければなりません。国家標準または業界標準が存在する場合には、それに厳格に従う必要があります。次に、統計および調査については、方法論の科学性、広汎性および合理性が求められ、誘導的または恣意的なサンプリングは禁止されています。さら

に、文献および引用語については、出典の真正性および検証可能性が求められ、その結論が科学的常識や業界の一般的認識と整合している必要があります。また、引用内容は原データの趣旨と一致している必要があります。文脈を歪める形での利用は認められていません。

3. 「大きな文字で目を引き、小さな文字で責任を免れる」という不正への対処

実務で見られる「大きな文字で目を引き、小さな文字で責任を免れる」という不正に対し、本ガイドラインの第 10 条および第 11 条では、出所、適用範囲、有効期限を示す文字のフォント、サイズ、色などは、「一般公衆が通常の状況下で明確に識別できる」要件を満たすべきであり、文字サイズの縮小、フォントの変更、背景に近い色の文字の使用など、消費者を誤認させてはならないと明確に規定しています。本ガイドラインはさらに、この原則に違反する場合は、当該広告が「広告法」第 8 条の明示基準に違反すると認定され、「広告法」第 59 条に基づき処罰されると規定しています。すなわち、広告主は広告配信の停止命令および 10 万円以下の罰金という行政処罰を受ける可能性があります。

4. 「範囲の過度な限定」への規制強化

もう一つ留意すべき点は、本ガイドラインの第 13 条が絶対的用語の規制に対して重要な補完を行ったことです。これ以前に市場監督管理総局が公布した「広告絶対的用語の法執行ガイドライン」では、時間や地域などの条件を限定した絶対的用語が処罰対象の例外となりうるものが規定されていました。しかし本ガイドラインの第 13 条では、絶対的用語をさらに制限しています。本ガイドライン公布後、「最高級」「ベスト」「第一」などの絶対的用語が含まれる広告は、それが指す地域が省級行政区画より狭い(例:「〇〇県で売上高第一」)、業界または分野が「国民経済業種分類」などの国家標準・業界標準で規定される業種分類より細かい(例:「家庭用ドライバー売上高第一」)、または専用の製品・サービスに関する国家標準・業界標準が存在しない場合は、いずれも例外を適用できないとされます。この規定に違反した場合、「広告法」第 57 条に基づく処罰を受ける恐れがあるだけでなく、関係する内容が虚偽であるか、または消費者に事業者およびその商品の市場地位、競争優位性などについて誤解を生じさせる可能性がある場合は、さらに虚偽広告と認定され、「広告法」第 55 条に基づく処罰を受ける恐れがあります。

三、コンプライアンス対応策

本ガイドラインによる法執行基準の変化を受け、中国における日系企業におかれましては、既存広告の精査、体制整備、依頼先管理、研修強化という 4 つの側面から、体系的なコンプライアンス対応を行う必要があると考えられます。

1. 既存広告の精査

現在配信されているものであって、引用内容を含む広告について調査を行うべきと思われます。特に以下の 3 つのリスクに注目する必要があります。(1)視覚的コンプライアンス。「大きな文字で目を引き、小さな文字で責任を免れる」の有無を確認し、出所の記載が完全であり、制限条件が明確に識別可能で、「一般公衆が通常の状況下で明確に識別できる」状態を確保しなければなりません。(2)絶対的用語を含む広告の確認。絶対的用語における地域が省級以上か、業界または分野が業種分類に適合しているか、商品に国家標準または業界標準があるかを判断する必要がありますと考えられます。(3)データの真実性と検証可能性の検証。引用内容発行機関の法定資格、検査方法の科学性、引用内容と元データとの整合性、および引用されたウェブページのアクセス方法の有効性を確認します。コンプライアンスに適合しない広告については、企業は速やかに修正または配信停止を検討することが推奨されます。

2. 引用内容についての審査メカニズムの構築

本ガイドラインに基づき、広告主は引用内容について立証責任を負い、「データは第三者から提供されたものである」ことを理由に免責されることはできません。これにより、企業は引用内容に対する実質的な審査能

力を備え、広告引用内容のコンプライアンス審査メカニズムを健全に構築する必要があります。企業は本ガイドラインの要件を広告審査の全プロセスに組み込み、引用内容の専門的な審査プロセスを設けることが考えられます。すなわち、業務部門は企画段階で引用予定のデータを一次スクリーニングし、法務部門または外部弁護士は元ファイル、出所の表示、適用範囲について逐一審査を行います。同時に、可能な限り完全な電子アーカイブを構築し、少なくとも元の検査報告書、統計サマリーおよび内部審査記録を保存し、規制当局からの照会時に迅速に完全な証拠を提供できるようにすることが望まれます。

3. 第三者との提携の検証と規範化

第三者のデータや情報を大量に引用する企業については、長年にわたり提携している検査機関や調査会社との間で、データが広告に使用されるシナリオを明確にし、それらの機関が「広告事業者」として負う責任を明確にすることを推奨します。提携先に対し、本ガイドラインの要件に適合する資格証明と検査・調査方法の説明を提供させ、提供する内容が真実、合法、かつ代表性を有することを約束させるといった対応が考えられます。法定資格を有する実験・検査機関を優先的に選択し、源流からコンプライアンスリスクを回避することが期待されます。

4. コンプライアンス研修の強化

企業は本ガイドラインをコンプライアンス研修体系に組み込み、「受動的な対応」から「能動的な予防」への転換を実現することが望まれます。マーケティング、ブランド PR、およびライブ配信キャスターや販売員など、リスクの高い職種を対象に重点的な特別研修を実施し、各種引用内容の審査基準、虚偽広告認定の事由、および責任・リスクについて解説することを検討することを推奨します。また、研修では、実際の処罰事例や業界の規定違反シナリオを導入することで、業務担当者が違法行為の深刻な結果を深く理解し、自主的に規定違反を根絶できるようになることが期待されます。

- 本誌は無料で配布させていただきます。
- お問合せやご意見をおもちの方は newsletter@jtn.com までご連絡ください。
- 本誌の内容の一般性のため、掲載内容を基にした商業活動による損失は弊所では責任を負いかねますのでご了承ください。
- なお、本誌は弊所が PDF ファイル形式により配布するもので、ヘッダーを含む PDF ファイルの全文を変更せずに配布される場合は許可しますが、それ以外の場合には弊所にご相談ください。

<http://www.jtn.com/JP>

TOPICS

- [张国栋律师在 JETRO 进驻企业支援研讨会上发表关于《生态环境法典》的演讲](#)

法规速递

- [最高法院发布审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律问题解释（二）](#)
- [国家药品监督管理局等七部门发布《医药代表管理办法》](#)
- [人力资源社会保障部公布超龄劳动者基本权益保障暂行规定](#)
- [“两高”公布适用刑事缺席审判程序问题的规定](#)

律师专栏

- [《广告引证内容执法指南》解读——企业的合规挑战与应对](#)

张国栋律师在 JETRO 进驻企业支援研讨会上发表关于《生态环境法典》的演讲

当前，全球范围内气候变化与生态系统恶化问题日益严峻，环境治理的加强与可持续发展已成为从国家政策根基到企业经营存亡、乃至我们每个人生活质量都直接相关的最重要课题。此次，中国环境法制史上具有里程碑意义的《中华人民共和国生态环境法典》（以下简称“本法典”）制定并施行，环境保护的体系化、制度化、强制化得到全面推进。本法典整合了此前分散制定的大气、水、土壤、废弃物、生态保护等各领域法规，以“人与自然和谐共生”为核心理念，实现了环境责任的明确化、法规监管的严格化以及权利救济的完善化，并强调社会整体参与，是生态环境领域的基本法典。本次不仅仅是法律的修订，更是引领经济发展模式转型、企业经营规则重构、全社会环境意识变革的时代转折点式法制，将对今后的事业活动、产业发展、社会运营产生深远影响。

2026年6月5日，北京金诚同达律师事务所高级合伙人张国栋律师以“新生态环境法典下的环境风险预防与企业应对”为主题，在中国日本商会、天津日本人会及JETRO北京共同举办的中小企业海外拓展当地支援平台事业·进驻企业支援研讨会上发表了主题演讲。本次演讲深入解读了本法典的立法背景、核心理念及全文要点，并详细阐述了企业最为关注的合规风险及实务应对策略。本次演讲的内容不仅有助于企业加深对法律制度的理解，更使得企业获得了“规避风险、转化为机遇”的实务见解，获得了众多参会日资企业的高度评价。

最高法发布审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律解释（二）

2026年5月6日，最高人民法院发布《最高人民法院关于审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律若干问题的解释（二）》（下称《解释》），自6月30日起施行。《解释》主要内容如下。

1. 进一步明确机动车租赁、借用等情形下的责任划分，将机动车所有人、管理人的责任范围划定为以过错范围为限，并规定损失填平规则与机动车所有人、管理人追偿权。

2. 明确“开门杀”情形下的保险赔付、责任划分与追偿规则。

3. 规范非营运机动车“好意同乘”“无偿搭乘”致害的责任承担问题，明确了责任减免规则及过错认定标准。

（链接：<https://www.court.gov.cn/fabu/xiangqing/499051.html>）

国家药品监督管理局等七部门发布《医药代表管理办法》

2026年5月7日，国家药品监督管理局等七部门联合发布《医药代表管理办法》（下称《办法》），自2026年8月1日起施行，2020年的《医药代表备案管理办法（试行）》同时废止。《办法》主要调整内容如下。

1. 明晰医药代表的职业定位为“代表持有人从事药品学术推广的专业人员”，对医药代表准入、备案、学术推广、禁入等关键环节进行规范。

2. 明确持有人、医疗卫生机构的医药代表学术推广管理责任。

3. 加强部门间协同配合，明确国家药监局、国家卫生健康委等七部门承担医药代表管理的工作职责，消除监管盲区。新增加强信息共享、线索移送、案件通报、行刑衔接的工作要求。

4. 对医药代表违规行为进行多部门联合惩戒，同时，鼓励行业协会等积极发挥行业监督和自律的作用。

（链接：<https://www.nmpa.gov.cn/xxgk/ggtg/ypggtg/ypqtggtg/20260507180422166.html>）

人力资源社会保障部公布超龄劳动者基本权益保障暂行规定

2026年5月10日，人力资源社会保障部公布《超龄劳动者基本权益保障暂行规定》（下称《规定》），自7月1日起施行。

《规定》是中国首部明确超龄劳动者权益的专门规章，填补了中国现行劳动法律制度的短板。《规定》的适用范围包括用人单位招用超过法定退休年龄的劳动者，超龄劳动者受用人单位的劳动管理、从事用人单位安排的有报酬的劳动的情形，符合规定已提前退休的劳动者退休后被用人单位招用的情形。《规定》明确了用人单位与超龄劳动者的权利和义务，保障超龄劳动者的劳动报酬、休息休假、劳动安全卫生、工伤保障等合法权益。

（链接：https://www.mohrss.gov.cn/xxgk2020/gzk/gz/202605/t20260525_576849.html）

“两高”公布适用刑事缺席审判程序问题的规定

2026年5月22日，最高人民法院、最高人民检察院联合公布《最高人民法院、最高人民检察院关于适用刑事缺席审判程序若干问题的规定》（下称《规定》），自公布之日起施行。《规定》中值得企业注意的主要内容如下。

1. 《规定》明确刑事缺席审判程序适用案件范围，包括贪污贿赂犯罪案件、需要及时进行审判且经最高人民检察院核准的严重危害国家安全犯罪案件和严重恐怖活动犯罪案件。该《规定》有助于提升跨境职务犯罪、涉国家安全犯罪等案件的办理效率。尤其是在外逃人员长期不到案的情况下，缺席审判程序能够发挥追赃、处置涉案财产的重要作用。

2. 针对缺席审判程序涉及境外送达、辩护保障等问题，《规定》细化相关程序，明确数罪、共同犯罪案件的适用规则，并对审查重点内容、庭审程序、送达方式等作出规定。

（链接：https://www.spp.gov.cn/xwfbh/wsfbt/202605/t20260522_727879.shtml#1）

《广告引证内容执法指南》解读——企业的合规挑战与应对

李霆辉律师

企业选择在广告中添加引证内容，往往是希望借助第三方数据、研究报告、权威认证以强化品牌背书，旨在提升广告的可信度与说服力。但在实践中，常有“大字吸睛、小字免责”“先射箭后画靶”及“萝卜坑式引证”等误导性行为，这不仅侵害消费者权益，亦扰乱市场秩序，导致广告引证内容成为了当局执法的重点，企业发布带有引证内容的广告时，如何保证合规也就成了需要考量的重中之重。

此前，《广告法》仅原则性地规定了广告引证内容应“真实、准确、表明出处”，缺乏具体判定尺度，针对广告引证内容实际长期存在监管模糊地带，这也给企业合规带来了诸多障碍。2026年6月，国家市场监督管理总局发布了《广告引证内容执法指南》（以下简称“《指南》”），这是《广告法》施行以来，首次针对引证内容出台的专项执法规范。《指南》结合引证广告的主要表现形式对《广告法》相关条款作出细化解释，旨在完善广告监管制度体系，协助广告活动主体提升广告引证内容合规水平，营造公平有序的竞争环境。此外，2026年3月市场监管总局也启动了为期六个月的全国执法行动，要求重点整治广告中的信息披露和警示语乱象。

今年监管部门连续打出“组合拳”，彰显了其对广告乱象进行系统性规制的坚定态度，对于在华日资企业而言，这一变化尤为值得关注，意味着合规形势更为严峻。基于对在华日资企业集中的美妆、汽车、家电、保健品等行业的调查，包含检测数据、统计调查、文献引用等引证内容的广告是主流广告形式之一，这正与《指南》的规范对象高度重合。

一、广告引证内容的法律框架

《广告法》第十一条第二款规定，“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。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示”。同法第二十八条则将“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”的广告界定为虚假广告。这些条款构成了规范广告引证内容的法律依据。

2023年市场监管总局发布的《广告绝对化用语执法指南》、2018年上海市广告协会发布的《关于广告中“引证内容”的审查提示》等行业规范，也部分涉及了规范广告引证内容的相关内容。虽然仅为指导性文件、尚不构成法律或行政法规，《指南》的出台仍进一步填补了广告相关法规的空缺，构成事实上的关于引证广告的实施细则，期待其将在广告引证内容的监管执法中发挥重要作用。

二、《指南》的核心变化

《指南》共二十八条，以下核心变化与合规实践直接相关。

1. 区分“引证”内容与“自证”内容，确立第三方机构“穿透式”监管

《指南》首次明确区分了引证内容与自证内容。引证内容，是指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有关的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等内容。自证内容，则是指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，或 AI 生成的内容。与引证内容不同，自证内容在法律法规无特殊规定的情况下可以不标明出处（当然，对于 AI 生产本身仍需要进行标注）。

《指南》的一大制度创新在于对第三方机构进行“穿透式”监管，即第三方机构“明知或应知”其经手的数据将用于广告，将被直接认定为《广告法》规定的“广告经营者”。其中，“明知”指通过合同等方式有明确意思表示；“应知”则指有三次及以上接受委托获取的数据在广告中被引用。这一规定将精准打击第三方机构为企业按需定制背书、协助规避监管的灰色产业链。

2. 细化不同类型引证内容的规范要求

《指南》第四条至第七条按照引证内容的来源，为在广告中添加规范的引证内容设定了明确标准。如，针对实验、测量、检验检测数据，要求出具机构必须具备法定资质，且计量器具、设施环境等需符合国家要求；若有国家标准或行业标准，必须严格采用。针对统计与调查，要求方法具备科学性、广泛性和合理性，样本需符合代表性要求，禁止诱导性、选择性采样。针对文摘与引用语，要求文献资料须真实可查，且观点须符合科学常识与行业普遍认可的主流认知。此外，《指南》还要求引证内容必须与原始数据的意思表达保持一致，严禁断章取义或歪曲结论。

3. 打击“大字吸睛、小字免责”乱象

针对实践中“大字吸睛、小字免责”的乱象，《指南》第十条、第十一条明确规定，表明出处、适用范围、有效期限的文字，其字体、字号、颜色等应满足“一般公众在正常情况下能够清晰识别”的要求，不得通过减小字号、改变字体、使用与背景相近颜色文字等方式对消费者进行误导。《指南》还进一步规定，违反该原则的，应当认定为相关广告违反《广告法》第八条规定的明示准则，应依照《广告法》第五十九条规定查处；即，广告主将面临责令停止发布广告及十万元以下罚款的行政处罚。

4. 整治“萝卜坑式引证”

另一处需要留意的是，《指南》第十三条对绝对化用语规制进行了重要补充。此前市场监管总局发布的《广告绝对化用语执法指南》，规定了在限定时间、地域等条件下的绝对化用语或可获得豁免的原则。而《指南》第十三条则又限制了该种豁免的范围，《指南》发布后，若广告中出现“最高级”“最佳”“第一”等绝对化用语时，所指向的地域小于省级行政区域（如“某某县销量第一”）、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（如“家用吹风机销量第一”）、或无专有的产品或者服务国家标准、行业标准的，均不再适用豁免。违反该规定不仅可能触发《广告法》第五十七条的处罚，若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，还将被认定为虚假广告，面临《广告法》第五十五条的处罚。

三、合规应对

面对《指南》带来的执法尺度变化，我们认为在华日资企业有必要从存量排查、机制建设、合作方管理、加强培训等四个方面，进行系统性的合规应对。

1. 启动存量广告排查

建议对正在投放的、含有引证内容的广告进行专项排查，其中重点关注三类风险：一是视觉合规性，排查是否存在“大字吸睛、小字免责”的情况，确保出处完整、限制条件清晰可辨，让“一般公众在正常情况下能够清晰识别”；二是排查包含绝对化用语的广告，判断绝对化用语中的地域是否不小于省级、行业或领域是否符合行业分类、商品是否有国家标准或行业标准；三是检验数据真实性与可验证性，核查检测机构的法定资质，检测方法的科学性、引证内容与原始数据的一致性以及网页引用路径的有效性。对于

不合规的广告，企业应及时修改或停止投放。

2. 建立全流程的引证内容合规审查机制

根据《指南》的要求，广告主应对引证内容承担举证责任，不能以“数据来源于第三方”为由免责，这就要求企业具备对引证内容的实质性审查能力，建立健全广告引证内容的合规审查机制。企业应将《指南》要求嵌入广告审查全流程，设立专门的引证内容审核节点，即业务部门在策划阶段需对拟引用的数据进行初步筛选，法务或外部律师则在需对原始文件、出处标识、适用范围进行点对点审查。同时，在可能的情况下，建立完整的电子档案，至少保存原始检测报告、统计摘要及内部审核记录，确保在监管问询时能迅速提供完整的证据链。

3. 重新审视并规范第三方合作模式

对于大量引证第三方数据及信息的企业而言，建议进一步与常年合作的检测机构、调查公司明确数据用于广告的场景，并明确其作为广告经营者的责任。要求合作方提供符合《指南》要求的资质证明和方法说明，承诺其提供的内容真实、合法且具有代表性。优先选择具有法定资质的实验检测机构，从源头规避背书风险。

4. 加强合规培训

企业也应将《指南》纳入合规培训体系，实现从“被动应对”向“主动预防”的转变。可以考虑针对市场推广、品牌公关及主播、导购等高风险岗位，开展重点专项培训，讲解各类引证内容的审查标准、虚假广告的认定情形以及责任风险。培训中通过引入真实的处罚案例与行业违规场景，让业务人员深刻理解违法的严重后果，主动杜绝违规。

- 本期刊免费阅读。
- 如有任何咨询或意见，请联系 newsletter@jtn.com。
- 请注意，由于本刊内容具有普遍性，对于基于刊载内容所进行的商业活动造成的损失，本所概不负责。
- 此外，本期刊由本事务所以 PDF 文件形式发布，如需未经修改 PDF 文件全文（包括页眉）进行传播，本事务所予以许可，其他情况请与我司协商。

[http:// www.jtn.com/JP](http://www.jtn.com/JP)