

附件 4:

## 关于批准《乳粉广告自律规则》的决议

(2019 年 10 月 25 日中国广告协会第六届理事会第七次会议)

中国广告协会第六届理事会第七次会议审议并表决通过了《关于提请审议〈乳粉广告自律规则〉的议案》，具体如下：

乳粉广告专业性强，又涉及食品安全问题，直接关系到人民的生命健康，特别是婴幼儿配方乳粉还涉及到母乳喂养问题，社会关注度一直较高。现行《奶粉广告自律规则》由中国广告协会 2008 年制定，是开展广告行业自律的重要文件，对于引导乳粉企业依法、依规从事广告活动，促进母乳喂养，起到了积极作用。2015 年《广告法》修订实施，特别是在 2017 年底，原卫生部等六部委联合出台的《母乳代用品销售管理办法》被废止，乳粉广告的发布要求有了新的变化，有关会员单位和乳粉生产经营企业迫切希望协会修订《奶粉广告自律规则》，引导乳粉广告活动适应市场变化和新的法制环境。

《乳粉广告自律规则》修订工作自 2018 年开始启动，得到了多家知名乳企业、广告发布平台以及有关专家的大力支持，经过多种形式研讨和多轮征求意见，现已修订完成。在内容上与之前相比有了一些大的变化。比如，明确了 0-12 个月的婴儿配方

乳粉禁止做广告，增加了禁止以植入形式发布婴儿配方乳粉广告，增加了不应利用不满 10 周岁的未成年人作为广告代言人，增加了自律措施等。

为更好落实《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国食品安全法》等法律，服务广告行业自律，进一步扩大中国广告协会影响力，经秘书处研究认为有必要对原有《奶粉广告自律规则》进行修订，制定发布《乳粉广告自律规则》。

# 乳粉广告自律规则

**第一条** 为推动乳粉广告自律，更好地贯彻执行《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规规定，特制定本规则。

**第二条** 从事乳粉广告活动，应当遵循诚实信用，公平竞争的原则，有利于提升广告活动效果，保障消费者知情权、选择权，推动母乳喂养行动。

**第三条** 本规则所称乳粉，适用于全脂、脱脂、部分脱脂乳（奶）粉和调制乳（奶）粉。

取得保健食品注册证书或者备案凭证的乳粉及取得特殊医学用途配方食品注册证书的乳粉，其广告按照保健食品或特殊医学用途配方食品广告审查、发布的要求办理。

**第四条** 乳粉广告应当真实、合法、科学、准确，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗和误导消费者，包括但不限于通过文字、图片、声音、字体、字号、颜色等方式进行虚假陈述、隐瞒实情或者刻意夸大，足以使相关消费者产生误解。

**第五条** 乳粉广告中关于产品的成分、能量、营养物质含量等表述必须准确，不得明示或者暗示该乳粉可以替代或优于母乳，以及该乳粉的成分接近母乳、母乳化或含有母乳成分。

不得明示或暗示该乳粉有治疗或预防疾病的作用，非保健食品的乳粉不得宣传具有保健功能。

**第六条** 乳粉广告中不应使用“婴儿”的字样，或出现1周岁以内婴儿的形象、声音等与婴儿有关的特定要素；幼儿乳粉及其他乳粉广告中使用与幼儿有关的特定要素的，应当明显与婴儿相区别，例如展现幼儿独立行走或者其他1周岁以上儿童的状态。

**第七条** 乳粉广告中，不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。广告代言人在乳粉广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合相关法律法规规定。

**第八条** 乳粉广告禁止使用“驰名商标”、“中国名牌”等内容，不得利用食品监督管理部门和其他有关部门以及食品检验机构、食品行业协会、消费者组织的名义或者形象作推荐、证明。

**第九条** 乳粉广告应以宣传乳粉的基本功能（如维持基本饮食与营养）为主，以宣传营养素的功能为辅，广告中涉及营养素功能宣传的，必须具有科学依据，可参考卫生行政主管部门发布的营养素相关信息。

以上对营养素功能的宣称不应作为对乳粉功能的宣称。

**第十条** 涉及乳粉产品营养素具体功能的，应当具备相应的证明文件留档备查，包括但不限于：

(一) 国家认可的专业检测机构出具的含有营养素的检测报告；

(二) 国际通用标准，或世界卫生组织等机构的相关文献；

(三) 国家食品及相关行政主管部门所颁布的规定、标准等文件；

(四) 正式出版的教科书；

(五) 食品、医学或营养学等行业或者学术组织所出具的专家鉴定意见、临床研究报告。

**第十一条** 婴幼儿配方乳粉，应当具有或者提供国家市场监督管理总局签发的配方注册证书。

**第十二条** 不在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品广告，即：0-12个月的婴儿配方乳粉不得发布广告，乳粉不得在广告中声称全部或者部分替代母乳。

不应以植入广告的形式对婴儿配方乳粉进行宣传。

不应在产品推介和派发试用品等活动中发布0-12个月婴儿配方乳粉的广告。

**第十三条** 在婴幼儿配方乳粉的包装上，建议加注“提倡母乳喂养”、“纯母乳喂养到6个月，可持续母乳喂养至2周岁”或者与其相似的忠告语。

鼓励、提倡促进母乳喂养的公益广告。

**第十四条** 中国广告协会引导会员依法从事广告活动，推动广告行业诚信建设。对于违反本规则的乳粉广告，可开展调查，劝诫改正，社会公示，向监管部门提出行业组织建议等。

**第十五条** 本规则由中国广告协会负责解释。

**第十六条** 本规则自 2019 年 10 月 27 日施行。