京津冀三地关于深入落实市场监管总局

《广告绝对化用语执法指南》的工作指引（征求意见稿）起草说明

 一、起草的背景和必要性

为深入落实市场监管总局《广告绝对化用语执法指南》，体现包容审慎监管原则，打造统一、开放的广告市场环境，进一步激发广告市场主体活力，推动京津冀经济高质量发展，我局联合天津市市场监督管理委员会、河北省市场监督管理局起草了《关于深入落实市场监管总局<广告绝对化用语执法指南>的工作指引》（以下简称：《工作指引》），对市场监管总局《广告绝对化用语执法指南》中予以从轻、减轻或者不予行政处罚的裁量提出细化标准，有助于优化京津冀三地营商环境。

二、制定依据

根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国行政处罚法》《北京市优化营商环境条例》，以及市场监管总局《广告绝对化用语执法指南》等规定，并结合市场监管领域行政执法实践，起草了《工作指引》。

三、起草过程

充分研究市场监管总局《广告绝对化用语执法指南》公告以来，京津冀三地广告监管执法实践及特点，细化广告绝对化用语问题适用从轻、减轻或者不予行政处罚的认定标准，明确适用范围。通过召开京津冀三地研讨会、征求意见、区局现场调研会等形式，充分征求京津冀三地基层意见，不断修改完善《工作指引》，形成目前的征求意见稿。

四、主要内容

《工作指引》包含不予行政处罚，从轻、减轻行政处罚，依法合规作出处理决定等三个方面内容。对如何判断“违法行为轻微”“及时改正”“初次违法”“没有造成危害后果”和“危害后果轻微”等进行了明确，同时设定了没有造成危害后果、危害后果轻微的四种例外情形，一是直接造成消费者的重大损失；二是引起群访群诉事件；三是扰乱市场秩序；四是产生其他恶劣社会影响。明确京津冀三地市场监管部门在处理涉及绝对化用语广告的投诉举报、案件查办过程中，要充分调取涉及当事人从轻、减轻或不予处罚的证据材料，符合上述规定情形的，应采取从轻、减轻或不予处罚处理方式。