

## 电商销售服饰鞋包类之广告法典型违法场景解读

作者：翁炎龙、黄金 上海关天律师事务所

对于电商商家来说，服饰鞋包是电商产品受众极大的类目。在宣传服饰鞋包产品的过程中，我们可能会以成分、功能等作为宣传语吸引顾客，有时也会用一些词语对产品进行修饰性描述。但是，有些描述词语可能违反《广告法》，为了帮助服饰鞋包类商家更好地避免广告违规，以下是相关典型违法场景介绍：

### 一、发布虚假广告

#### （一）虚假广告的认识：

如何判断广告内容是否构成虚假广告，存在三种不同情形：

第一种是根据日常生活经验，公众一看就知道广告内容是虚假的；

第二种是法律、法规或者其他规范性文件明确规定的构成虚假广告情形的，即《广告法》第二十八条规定内容；

第三种是广告内容是否虚假需要提供相应的事实根据予以证明的。针对此情况，有司法判例认为，虚假广告的认识应把握以下标准：第一，主观上，具有欺骗和误导公众，从中获利的意图；第二，客观上，对商品或服务的表述或说明明显与客观事实不相符；第三，效果上，造成了欺骗、误导消费者的客观后果，或者有欺骗、误导消费者的可能性。<sup>1</sup>

#### （二）一般情形：

案例一：

行政处罚决定书文号 桐市监处罚〔2023〕356号

处罚事由:当事人在抖音平台从事直播销售服装的经营活动,擅自于2022年9月28日起在店铺直播间公屏左下方发布了“品牌男装带货口碑榜第一名”的广告内容,口碑榜本应包括商品评价、物流体验、商家服务三部分加权计算得出。当事人未能提供其获得“品牌男装带货口碑榜第一名”广告内容的相关证明材料,至执法人员查获时止,当事人在发布该广告期间以189元/件的价格共销售了男服装

<sup>1</sup> (2019)鄂0802民初627号

25855 件,计销售额 4886632.63 元,获利 763588.98 元。

处罚结果: 20 万元。<sup>2</sup>

案例二:

行政处罚决定书文号 义市监处罚〔2023〕799 号

处罚事由: 经查明,当事人主要从事网络销售袜子等服饰。当事人在抖音平台上开设的店铺中上架袜子,当事人在明知袜子含棉量为 75%的情况下,发布“100%纯棉”的商品宣传页面,以取得更好销量。当事人无法提供合法有效的证明材料证明该袜子有“100%纯棉”的成分。当事人发布上述虚假广告的广告费是 3000 元。

处罚结果: 一、责令停止发布广告; 二、处以罚款人民币 11000 元整。<sup>3</sup>

案例三:

行政处罚决定书文号 杭拱市监处罚〔2023〕188 号

处罚事由: 经查明,当事人通过其抖音账号为其他商家的鹅绒服等产品进行直播带货,为提高直播带货知名度,提升带货能力,当事人将直播间标题取为“鹅绒服带货第一名”。至案发,当事人一直无法提供其为“鹅绒服带货第一名”的相关依据。另查明,当事人自 2022 年 7 月 1 日至 2023 年 2 月 24 日案发期间,以“鹅绒服带货第一名”作为直播间标题开展直播 152 场,其中 83 场为销售直播,69 场为人设打造直播,实际销售金额 194068.2 元。当事人从中获取的带货佣金为 20280.13 元,其中按照佣金的 11%即 2230.8 元作为直播期间支付给抖音平台的技术服务费和推广费。因此,认定的广告费用为 2230.8 元。以上涉及货币单位均为人民币。

处罚结果: 责令停止发布广告, 罚款人民币 10000 元整。<sup>4</sup>

案例四:

---

<sup>2</sup> 桐市监处罚〔2023〕356 号

<sup>3</sup> 义市监处罚〔2023〕799 号

<sup>4</sup> 杭拱市监处罚〔2023〕188 号

行政处罚决定书文号 平市监处罚〔2023〕319号

处罚事由：经查明：当事人在抖音平台经营一家网店。当事人抖音店直播过程中，当事人对店内某款衣服直播口述介绍含有“这个款某万达线下在售卖 899 的”内容，系当事人未经验证自行编辑的，未产生广告费用。同时查明当事人在当天直播过程中，并未以文字或图片的形式广告宣传上述内容。根据抖音平台上当事人账号后台交易记录统计，当事人当天直播实际销售为 12583 元，累计观看人数 12000 人，平均在线人数 45 人。因当事人未提供进销票据及账本，故当事人的违法所得无法计算。

处罚结果：责令当事人停止发布广告，在相应范围内消除影响，并处罚款 10000 元。<sup>5</sup>

案例五：

行政处罚决定书文号 晋市监处字〔2021〕01-109号

处罚事由：当事人发布“比牛皮还耐用，包用一辈子”的宣传用词。

处罚结果：罚款 1500 元。<sup>6</sup>

案例六：

行政处罚决定书文号 穗天市监处罚〔2023〕560号

处罚事由：“当事人在其天猫商城旗舰店，销售一款“女士内裤”，商品标题“v21 内裤女蕾丝中腰抑菌性感透气女士短裤夏季薄款”中宣传产品含有“抑菌”功效。经核实，当事人销售的“女士内裤”并无“抑菌”功效，也不能提供依据证明该款内裤有“抑菌”功效。当事人通过网络发布虚假功效广告的行为属于发布《中华人民共和国广告法》第二十八条第二款的规定所指虚假广告的违法行为。

当事人广告页面委托某图文制作有限公司制作，制作费用 90 元，经公司审核后通过店铺发布，该款产品曾通过杭州阿里妈妈软件服务有限公司进行推广，推广期间以用户点击计费，经统计广告费用 295.61 元。共计广告费用 385.61 元。

---

<sup>5</sup> 平市监处罚〔2023〕319号

<sup>6</sup> 晋市监处字〔2021〕01-109号

处罚结果：“责令当事人停止发布违法广告，在相应范围内消除影响，并对当事人罚款 1500 元。”<sup>7</sup>

案例七：

行政处罚决定书文号 苍市监处罚〔2023〕231 号

处罚事由：经查明，当事人委托一广告页面设计人员(具体信息不详)设计拼多多平台店铺内销售的鞋子的广告页面，该店铺内多款鞋子宣称“100%全牛皮”，广告费用为 300 元。该商品详情页中产品参数：鞋面内里材质一栏为“头层猪皮”；鞋垫材质一栏为“头层猪皮”，与当事人网页宣称的“100%全牛皮”的广告内容不符。当事人无法提供在拼多多平台店铺内所销售的鞋子“100%全牛皮”的检测报告。

处罚结果：罚款 1200 元。<sup>8</sup>

综上，被认定为虚假广告的一些情形主要有三类：一、服饰和鞋类广告语中含有“不起球/不变形/不褪色”、“防臭”、“抑菌”、“接触瞬间降温”、“德绒、自发热、恒温”、“xx 指定”“专柜正品发货”“行业首家”等字样，包类广告语含有“名牌”、“承重力是普通包包的 2 倍”、“永久不变形”等字样。但无法提供任何证据来证明上述描述，也无法提供相关凭证、检测报告；二、商品广告页面标题显示“清仓最后一天”、“稀缺”等字样，与实际不符；三、在商品链接的检索关键词、商品标题、商品详情、商品属性等设置中，标注商品成分如“兔毛”，“头层牛皮”、“xx%聚酯纤维，xx%氨纶”、“冰丝”、“100%纯棉”等与实际商品标签的标注成分不符；四、在直播中主播未经经验证自行编辑与实际不符的直播话术。

### （三）通常处罚结果：

广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款。（一般情况下会判处广告费用的 4 倍。）

<sup>7</sup> 穗天市监处罚〔2023〕560 号

<sup>8</sup> 苍市监处罚〔2023〕231 号

当广告费用无法计算时，现在更倾向于市场监管部门根据实际案情依职权以合理适当的方法和比例对广告费用予以确定。例如，某虚假广告案中，当事人发布的广告宣传内容由当事人的员工设计、制作后上传到淘宝平台上，未给淘宝平台提供另外的推广费用，只涉及员工人工费用，故广告费用无法计算。另经查，该外套吊牌价为 269 元/件，实际销售价格根据活动浮动，自当事人上架商品起，销量 1583 件，库存 736 件。当事人在执法人员告知后立即进行了整改，更换了涉案外套的宣传内容。经查询省市场监管案件管理信息系统，当事人两年内未曾发生过相同违法行为。执法人员结合实际情况，处罚款 2 万元。

## 二、广告内容含有绝对化用语

### （一）绝对化用语的认定

绝对化用语是指按照一般人认知中与“国家级”“最高级”“最佳”以及与其含义相同或者近似的其他用语。通常，这种用语同时满足以下两个条件：指向商品经营者所推销的商品和具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果。

### （二）一般情形：

#### 案例一：

行政处罚决定书文号：浔市监处字〔2020〕246 号

处罚事由：某运动休闲服饰有限公司阿里巴巴平台支付后获得网店地址。自行设计服装网页广告，将含有“用最先进黄金比例分割线”；“最精致细腻”极限内容的服装广告放到其在阿里巴巴平台地址的网店进行网上宣传和销售服装。

#### 处罚结果：

鉴于当事人案发后主动配合执法部门调查，立即删除违法广告和将相关商品下架，主动消除负面影响。且涉及的违法广告商品自上架至案发时止没有产生销量，对社会消极影响微小。加上受疫情影响，企业生产压力大，资金短缺的情况。处以罚款人民币 50000 元。<sup>9</sup>

#### 案例二：

---

<sup>9</sup> 浔市监处字〔2020〕246 号

行政处罚决定书文号：平市监处字〔2019〕338号

处罚事由：当事人在其阿里巴巴网店上架销售一款羽绒服，在该商品的销售网页上使用“我们只做**最实在的**羽绒服”“我们采用的羽绒都是鸭子的黄金部位，加上优质面料的双重保护以确保客户收到的羽绒服保暖性都是**最好的**”的宣传用语。当事人使用上述宣传用语并无事实依据，上述宣传用语是当事人自行编辑并发布的。经调取当事人该款羽绒服的订单后台销售数据，显示**当事人使用上述宣传用语期间共成功交易了581笔，销售价为275-345元/件，共计违法经营额17.39万元。**

处罚结果：罚款人民币35000元整。<sup>10</sup>

案例三：

行政处罚决定书文号：澄市监处字〔2021〕1700420号

处罚事由：当事人经营者齐某快手账号内发现有四则服装视频，视频页面分别标示有：“你们的羊绒大衣买贵了我们这里最便宜”；“最后几天了全部清仓全国最低价”；“质量最好价格最低”；“换季了买就送厂家正在搞活动羊绒大衣全国最低价”等标示内容的宣传视频。现查明，相关宣传视频均为当事人自行拍摄编辑上传，无相关制作费用。

处罚结果：罚款10000元。<sup>11</sup>

案例四：

行政处罚决定书文号：沪市监金处〔2020〕282018013874号

处罚事由：当事人在天猫网店上销售内衣商品时，在商品详情页面上有使用“**顶级的触感**”的宣传内容。当事人在天猫网店上销售名称为“孕妇睡衣春秋款女纯棉产后产妇家居服珊瑚绒套装月子服”的商品时，在商品详情页面上有使用“**最高端的面料**”的宣传内容。

处罚结果：责令当事人停止发布广告，并决定减轻处罚：罚款人民币20000

---

<sup>10</sup> 平市监处字〔2019〕338号

<sup>11</sup> 澄市监处字〔2021〕1700420号

元。<sup>12</sup>

案例五：

行政处罚决定书文号：杭江市监局市监罚处【2020】264号

处罚事由：当事人通过涉案网店对外销售涉案商品,并在其网页详细信息板块处发布“最佳裤型”等字样的广告用语,当事人接到有关消费者投诉举报后立即下架该涉案商品。该涉案网页内容当事人委托兼职美工设计制作发布,支付广告费用160元。当事人发布的涉案商品宣传用语字体颜色与字号不突出,涉案商品页面也未进行竞价推广,发布时间为两个月,自商品上架以来交易量为40件左右,总交易额为1000元左右

处罚结果：1、责令停止发布广告,消除影响;2、罚款10000元。<sup>13</sup>

综上,服饰鞋包类被认定为绝对化用语的一些情形主要有:包含“一眼难忘”、“极致”“最高端”、“顶级”、“全国最低价/最便宜”、“最新流行款”、“第一品牌”、“最保暖、最上乘”等类似词汇的广告用语。

### （三）通常处罚结果：

依据《指南》第八条规定,市场监管部门对广告绝对化用语实施行政处罚,应当依据《广告法》等法律、法规,结合广告内容、具体语境以及违法事实、性质、情节、社会危害程度及当事人主观过错等实际情况,准确把握执法尺度,合理行使行政处罚裁量权。

第十条规定,商品经营者在其经营场所、自设网站或者拥有合法使用权的其他媒介发布的广告中使用绝对化用语,持续时间短或者浏览人数少,没有造成危害后果并及时改正的,应当依法不予行政处罚;危害后果轻微的,可以依法从轻、减轻行政处罚。

所以,在实务中,大量的使用绝对化用语的广告案件,并没有按照二十万的处罚金额被予以行政处罚。除了依据《指南》第九条规定“初次在广告中使用绝

<sup>12</sup> 沪市监金处(2020)282018013874号

<sup>13</sup> 杭江市监局市监罚处【2020】264号

对化用语，危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚”的首违不罚以外，基本上，行政机关会根据违法行为的时长、销量结合社会危害程度、当事人的主观态度，对于持续时间较短如一个月到五个月，并且销售金额在 5000 元左右的罚款 1 万元。一般案件，行政机关将根据案情处罚金 1 万到 6 万，服饰箱包品类使用绝对化用语被判处 20 万罚款的案情较为少见。

### 三、广告内容不准确、清楚、明白

#### （一）广告内容不准确、清楚、明白的认定

广告内容不准确、清楚、明白通常是客观上商品信息与事实不完全符合，但是结果上不会对消费者的购买行为造成实质性影响或者造成消费者误解的程度较轻，不会造成所有接受到广告信息的人误解。同时要求主观上没有误导消费者的故意或者意图。

#### （二）一般情形

案例一：

行政处罚决定书文号：杭市监处罚〔2023〕41 号

处罚事由：当事人在“抖店”平台的“全网销售”数据与经营者实际销售数据存在差异，小于实际销售数据，属于不准确数据。当事人在其“抖店”商品销售页面中展示“全网销售”的行为，违反了《广告法》第八条的规定，属于广告中对产品销量表示不准确的违法行为。

处罚结果：罚款 10000 元。<sup>14</sup>

案例二：

行政处罚决定书文号：海市监处罚〔2023〕819 号

处罚事由：当事人在抖音直播中介绍该服装材质为“国外貂绒”，实际该服装材质为 100%聚酯纤维，与实际不符。

处罚结果：责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款，罚款人民币

---

<sup>14</sup> 杭市监处罚〔2023〕41 号

10000 元。<sup>15</sup>

案例三：

行政处罚决定书文号：萧市监一处字〔2021〕11 号

处罚事由：当事人开设有 TMALL 天猫专卖店，其经销的内衣产品“吸湿性发热性能”检验符合标准，然其在该款产品宣传页面称“自发热”，与实际检验性能不符。至案发时止销售额为 10353 元，当事人于当日对相关页面进行了整改。

处罚结果：罚款 10000 元。<sup>16</sup>

案例四：

行政处罚决定书文号：沪市监嘉处〔2020〕142020000928 号

违法事实：当事人委托深圳某公司建立其公司网站，于 2015 年 8 月 19 日建成使用，在网站的相关网页上上传发布含有“中国服装业最后一代能工巧匠---坚守只为做到极致”等介绍公司情况的广告用语。但上述广告对“最后一批能工巧匠”表述不清楚、明白。

罚款金额：1000 元。<sup>17</sup>

案例五：

行政处罚决定书文号：京朝市监工罚〔2020〕675 号

违法事实：当事人在天猫商城旗舰店上售卖的厨师工作服宣传中有“网布采用进口日本东丽面料”等字样，当事人未能提供进口报关单等相关依据，网布实际供货方为东丽酒伊织染（南通）有限公司。

处罚结果：罚款 10000 元。<sup>18</sup>

案例六：

---

<sup>15</sup> 海市监处罚〔2023〕819 号

<sup>16</sup> 萧市监一处字〔2021〕11 号

<sup>17</sup> 沪市监嘉处〔2020〕142020000928 号

<sup>18</sup> 京朝市监工罚〔2020〕675 号

行政处罚决定书文号：桐市监处罚〔2023〕370号

主要违法事实：当事人在抖音平台从事直播销售女装的经营活动，其店铺销售的一款长袖圆领女毛衣商品，商品标题作了“韩系极致手感刺绣小狗全羊毛毛衣”广告宣传。当事人未能提供“极致手感”广告内容的相关证明材料，至查获时止，当事人在发布该广告期间以119.9元/件的价格共销售了该款女毛衣382件，计销售额45801.80元，获利3783.71元。

处罚结果：责令当事人停止发布广告，罚款人民币50000元。<sup>19</sup>

案例七：

行政处罚决定书文号：杭江市督局市管罚处字〔2019〕569号

处罚事由：当事人在其天猫平台网店一款商品的销售页面中使用“限时限量”广告用语，但未在广告中对“限时限量”作具体说明，也无法说明“限时限量”的具体内容。且上述广告用语在文字颜色和字体大小上均比周边的文字明显突出显示。当事人称上述商品的销售页面是公司员工自己制作，由于时间太久商品已经下架，故无法提供上述广告用语的使用时间和商品下架时间。

处罚结果：罚款1500元。<sup>20</sup>

综上，被认定为广告内容不准确、清楚、明白的典型情形主要有：一、商品材质被宣传为貂绒等动物皮毛，与实际成分不符（此类案件也存在按照虚假广告进行处罚的情况），或者将拼貂皮衣介绍为整张貂皮的情形。二、对服装类产品功能表示不准确（如上述案例）；三、对商品的实际销售情况作了不准确的宣传描述，如“今年夏天最热卖款”，“抖店”平台的“全网销售”数据与经营者实际销售数据存在差异；四、宣传促销活动规定不清，如连续不间断地以“还剩1小时”宣传用语误导消费者；五、其他无法提供证据证明广告内容描述准确、清楚、明白的情况：如“最后一批能工巧匠”“极致手感”。

### （三）通常处罚结果

---

<sup>19</sup> 桐市监处罚〔2023〕370号

<sup>20</sup> 杭江市督局市管罚处字〔2019〕569号

当同时构成广告内容不准确、清楚、明白与虚假广告时，往往适用虚假广告的处罚规定进行处罚，即依据《广告法》第五十五条规定，“处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款……”。

当同时构成广告内容不准确、清楚、明白与使用绝对化用语时，为了不与《广告法》严厉打击广告违法行为的本意相冲突，参照择一从重的原则进行处罚，即依据《广告法》第五十七条第一款规定“对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款……”。<sup>21</sup>

从行政处罚情况来看，服饰鞋包类广告内容不准确、清楚、明白的，近两年罚款金额在 1 万元左右，最高罚款金额为 5 万。

#### 四、广告引证内容违反规定

##### （一）广告引证内容违反规定的认定

依据法条规定，广告引证内容违反规定需要符合：1、广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容；2、引证内容不真实/没有表明出处/存在适用范围和有效期但是未表明。

##### （二）一般情形：

案例一：

行政处罚决定书文号：桐市监处罚〔2023〕1209 号

处罚事由：经查明，当事人在抖音平台从事直播销售服装的经营活动，“好评”就是客户对店铺商品的肯定，当事人店铺于 2022 年 5 月初获得过平台生成的毛针织衫好评率第一名，好评是不定时更新的数据，2023 年 3 月 4 日起，当事人擅自将有有效期限的引证内容“针织好评第一名”的广告发布在直播间入口公屏左下方，误导消费者。2023 年 3 月 7 日因举报被本局依法查获，至查获时止，当事人在发布该广告期间以 49 元/条-109 元/条的价格销售了 967 单，购入价 29 元/条-89 元/条，计销售额 52071.6 元，获利 9061.82 元

处罚结果：责令当事人停止发布“针织好评第一名”广告内容，罚款人民币

<sup>21</sup> 姑苏市监案〔2017〕00109 号

50000 元。<sup>22</sup>

案例二：

行政处罚决定书文号：滨市监案〔2019〕00030 号

处罚事由：当事人利用微信公众号发布的“红豆绒全国销量 1 亿件、红豆绒柔软型内衣荣获 2019 年金麦品质奖、红豆内衣柔软度检测数据”等广告内容，所引用的资料数据、奖项出处未表明出处。

处罚结果：罚款 50000 元。<sup>23</sup>

案例三

行政处罚决定书文号：三市监不罚字〔2020〕006 号

处罚事由：当事人在其网店内上架并销售标题为“户外休闲登山速干裤男修身薄款夏季徒步钓鱼弹力快干运动骑行长裤”的商品。网页中部图片中包含文字“一条专业的立体运动速干裤，可以为您节省 30%因为装备而损失的体力”内容，属于广告中使用数据的等引证内容的商业广告行为。上述网页由当事人自行制作，相关制作费用无法计算。上述商品的销量数量共 143 条，销售金额是 8290 元，该骑行裤的进货价格是 50 元/条，所售 143 条的成本是 7150 元，获利共 1140 元。当事人在广告页面中使用了引证内容，但未标明出处，事后向执法人员提供了数据的具体来源和计算过程，但仍属于广告引证内容未表明出处的违法行为。

处罚结果：鉴于当事人首次违法，在网页发布的上述广告内容处于网页中部图片中的小字中，字体不突出，不是广告的主体，违法行为情节轻微，没有造成明显危害后果，且当事人在发现上述内容后已立即整改，根据当时的《行政处罚法》第二十七条第二项“违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的，不予行政处罚”规定，**决定不予行政处罚。**（浙江经常适用首违不罚）<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> 桐市监处罚〔2023〕1209 号

<sup>23</sup> 滨市监案〔2019〕00030 号

<sup>24</sup> 三市监不罚字〔2020〕006 号

案例四：

行政处罚决定书文号：沪市监嘉处〔2019〕142019001928 号

处罚事由：当事人在天猫上开有“NPC 官方旗舰店”销售服饰。经查，自 2019 年 9 月初，当事人在店铺销售短袖宣传“Supima 纤维长度比普通长处 35%，强韧度比普通棉高出 45%”，未标明出处内容；上述数据内容当事人引证于全球纺织网 2017 年 9 月 21 日文章。经核，该款产品所用 Supima 纤维长度和强韧度确实优于普通棉，但是当事人对于宣传引用的数据来源未标明出处。另查实，上述违法广告商品短袖共销售 5 件，当事人接举报后已经删除了上述违法广告内容，该广告宣传由当事人自行编辑上传。

处罚结果：罚款人民币 2000 元整。<sup>25</sup>

案例五：

行政处罚决定书文号：甬北市监处〔2020〕192 号

处罚事由：当事人为提高产品销量，在该公司 1688 网站发布“2016 加纳 100 万件”、“2018 年开弓服装厂马拉维大选 60 万件”“2018 年开弓服装厂南非政党选举 100 万件圆满发货成功”等内容，仅能提供 2 份采购合同（协议），无法提供以上广告内容的发货单和交易记录。

处罚结果：罚款 1000 元。<sup>26</sup>

综上，被认定为广告引证内容违反规定的典型情形主要有：一、在抖音直播间当事人将有有效期限的引证内容如“热销率复购率第一”“平台好评率第一”等广告发布在在直播间公屏首页左下方，误导消费者；二、在产品详情页面中使用了“2 倍速干、4 倍透气”、“视觉增高 15cm、上身减重 20%、S 曲线凸显 12%”、“保暖性提升 5 倍”、“10 倍透气”、“三倍抗皱纤维”，“同类产品的十倍成本”，“能有效阻挡 99%紫外线照射”，鞋类采用“抓地防滑能力提升 50%”，包类采用“仿生 S 型宽肩带肩负系统，减负 55%以上”“拉链使用寿命是一般拉链的 10 倍”“360°发热，温暖加绒，升温不臃肿，舒适轻便；360°循环保暖，

---

<sup>25</sup> 沪市监嘉处〔2019〕142019001928 号

<sup>26</sup> 甬北市监处〔2020〕192 号

持久保持鞋内恒温，28℃”等类似数据描述，商家却无法提供相应证据材料及引证出处；三、包类还常见于商品的实际尺寸与宣传网页标注尺寸不符。

### （三）通常处罚结果：

实务中，存在同时构成广告引证内容违反规定与虚假广告的情形，这时行政机关往往适用虚假广告的规定进行处罚。<sup>27</sup>

注意：很多当事人在案件调查过程向行政机关提供了数据的具体来源，但行政机关调查立案之前，当事人并没有对引用数据标明出处，所以仍会被判处行政责任。

销量较低，销售金额不足 5000 元，一般处罚金额为 5000 元；大部分案件处罚金额为 1-2.5 万左右。但是品牌较为知名，抖音直播间当事人将有有效期限的引证内容发布在直播间公屏首页的情况基本上被处罚 5 万元左右。

## 五、其他情形

### 1、贬低其他生产经营者的商品或者服务。

#### （一）一般情形

案例一：

行政处罚决定书文号：杭市监处罚〔2022〕59 号

违法事实：在直播录屏内宣传：“很多的丹宁色都没有弹力的,包括迪奥,迪奥一条丹宁色牛仔裤卖 17000,17000 啊,没有弹性,没有弹性的牛仔裤的,但是那种的可能不会太舒服,有弹力的会更舒服。然后有宝贝会问掉色吗?听好,你买他 17000 的他也会告诉你会掉色,但是我们会做护色。”

处罚结果：罚款 28000 元。<sup>28</sup>

案例二：

行政处罚决定书文号：杭上市监九处罚〔2022〕55 号

违法事实：当事人在抖音平台直播中主播描述“与其在我们直播间犹豫纠结

<sup>27</sup> 沪市监金处〔2020〕282019009615 号

<sup>28</sup> 杭市监处罚〔2022〕59 号

的姐妹们，真的可以买回去感受一下，来主播身上穿的是我们家摩卡棕色姐妹，你们去看一下姐妹，市面上的羊毛大衣他都是有化学成分的，而且毛织不柔软，我们家羊毛大衣，毛都是非常柔软的”。当事人利用图片，文字等形式将自身产品与其他品牌同款产品进行对比，通过具体描述产品面料的优劣，达到宣传销售产品的目的。

**处罚结果：罚款人民币 1000 元。<sup>29</sup>**

案例三：

行政处罚决定书文号：杭上市监丁处罚（2022）51 号

违法事实：当事人在其签约的主播的抖音直播间销售一款“牛仔套装”，主要内容是主播在为一款牛仔外套做广告宣传，关注主播并购买牛仔外套可赠送一条牛仔裤，赠送的牛仔裤也为当事人提供。在对赠送的牛仔裤做广告宣传时，主播拿出一条用于对比的牛仔裤，并描述“你在拼夕夕也好，你在外面八九十、一两百块，别人直播间买的牛仔裤拼口是不是这样的简简单单的（手指用于对比的牛仔裤），他这一条不是说他线头与否的问题，是不是这种很简单的，这种最基础的，所有的牛仔裤你去衣柜里去翻，你家里的所有牛仔裤 100 块钱，200 块钱，300 块钱的，这边基本上都是这样子（手指用于对比的牛仔裤内测有线头的地方）。看下我的包边，我这是给你们做两条立体的（手指自家牛仔裤内测的缝合处），我这边是覆盖式整一片盖过来的（手指自家牛仔裤外侧缝合处），这个增加他的挺货感。”主播在对比中突出当事人的牛仔裤比其他经营者的好。据当事人陈述，主播在直播中提到的“拼夕夕”即为“拼多多”电商平台。案发当日直播间 150-170 人浮动在线。

**处罚结果：罚款人民币 1000 元。<sup>30</sup>**

综上，贬低其他生产经营者的商品或者服务的情形通常为：1、文字描述。如“胜过同类裤”“比同行多用料 20%”、“同价位您很难找到性价比更高的品牌产品”、“面料成本都要比同类型产品高十几元”。2、通过图片对比发布贬

---

<sup>29</sup> 杭上市监九处罚（2022）55 号

<sup>30</sup> 杭上市监丁处罚（2022）51 号

低普通品质产品的广告，如，从“精湛的车线工艺”、“干洗后不褪色/缩水”，“远离静电的烦恼”三方面对自身的产品进行介绍，普通品质产品则描述为“普通机器缝制，走线松散，线头、断线频频不断！做工粗糙。”、“普通品质大衣在经过干洗后仍出现褪色和缩水的现象！”、“普通品质大衣面料多选用粗糙、价格低廉的面料，容易产生静电，影响穿着体验。”。

## （二）通常处罚结果：

通常行政机关决定罚款金额为 1000 到 27000 元，实务中目前最高罚款金额为 40000 元。

### 2、专利标注问题。

案例：

行政处罚书文号：沪市监金处〔2020〕282018014139 号

违法事实：当事人在其阿里巴巴网店网页上宣传高尔夫运动女鞋“专利产品”。当事人取得高尔夫运动女鞋专利证书，但未在网页上标明专利种类。

处罚结果：罚款 1000 元。

## （二）通常处罚结果

对于未取得专利，在广告中标注专利的以及对于取得专利证书但是未标明专利号和专利种类的情况，行政机关通常决定罚款金额为 1000 到 20000 元。

3、使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽：

案例一：

行政处罚决定书文号：武市监罚〔2023〕30 号

违法事实：当事人公司的微信公众订阅号发布了【世纪经典·庆国庆】满 499|399 送 160! 的商品广告中有“独有的一抹中国红,扬雄风,挺傲骨.....附的图片中有国庆节,1949-2022 举国同庆盛世中华中华人民共和国成立 73 周年,同时还附有小视频,视频中中华人民共和国国旗出现了 4 次.....”等字样及视频内容。当事

人发布的商品广告中使用或变相使用中华人民共和国国旗的行为,违反了《中华人民共和国广告法》第九条第(一)项的规定。

**处罚结果：罚款 20000 元。<sup>31</sup>**

案例二：

行政处罚决定书文号：穗花市监处罚（2023）251 号

处罚事由：当事人在京东平台网店销售的 T 恤的商品详情内容展示有“特战 T 恤军训服汗衫飞行员军迷丝光棉圆领衫军旅风短袖 T 恤男野战军衣 T 恤”的图片，图片显示 T 恤的胸标为 15 式中国人民解放军空军胸标标识，袖标上有中国人民解放军空军军旗标识。当事人在京东平台开设店铺、上架商品并自行上传发布商品详情内容，每月支付京东平台信息服务费 1000 元。当事人发布违法广告的时间为 2 个月，广告费用为 2000 元。

**处罚结果：罚款 30000 元。<sup>32</sup>**

4、损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密

案例一：

行政处罚决定书文号：泗市监处字（2021）86 号

处罚事由：某丝绸股份有限公司官方网站发布的中国地图，内容不符合国家有关规定，当事人中英文网站广告使用的中国地图存在漏绘南海诸岛各岛点、赤尾屿等主要问题，未将我国领土表示完整、准确。

**处罚结果：罚款 20 万元。<sup>33</sup>**

案例二：

行政处罚决定书文号：杭西市监处罚（2021）101 号

违法事实：行政机关发现当事人官方网站的“about us”子页面展示有一地图图片。该地图陆地区域为橙色、海洋区域为黑色，且中国大陆、中国台湾及中国

---

<sup>31</sup> 武市监罚（2023）30 号

<sup>32</sup> 穗花市监处罚（2023）251 号

<sup>33</sup> 泗市监处字（2021）86 号

海南的陆地颜色与海洋颜色一致，为黑色。经鉴定：“中国地图界线表示不完整，台湾岛、海南岛及南海诸岛均无法看清，已有界线上也存在漏绘阿克赛钦，藏南地区的问题。……”

处罚结果：罚款 80 万元。<sup>34</sup>

六、总结：

一、发布虚假广告	
常见情形	合规提示
1. 在店铺直播间公屏发布类似“品牌男装带货口碑榜第一名”的广告内容	需要持有所发布的广告内容的相关证明材料，保证广告内容的真实性。
2. 商品实际含棉量与所发布的“100%纯棉”的宣传用语不符	由于常见于袜类产品，建议结合实际情况标注，如果全袜只在袜头及袜跟部位有起加固作用的纤维，可以在详情页标注为“100%棉，袜头及袜跟部位含锦纶”；在弹性纤维的含量≤5%时，可标注为“脚面：100%棉（弹性纤维除外）”。以上两种情况可在图片和标题中采用“100%、纯棉、全棉”等字样进行宣传。此外，如果含棉量达到 95%还可以用“高含棉量”进行宣传。
3. 宣传商品用“国际一线品牌，线下商场同款同品质”“某万达线下在售卖”等类似描述	宣传“国际一线品牌”需要有相关证明；宣传“与线下商场同款同品质”，需要获得相应的品牌授权，并提供与线下商场所售商品同款同品质相关证明。同样在宣传“万达线下在售卖”时，需要经过验证并保留证明。
4. 产品标题中宣传“毛呢大衣”、“加	在产品标题中提及产品材质需要与实

<sup>34</sup> 杭西市监处罚（2021）101 号

厚”	际相符；宣传“加厚”提供同款服装的对比及依据。
5. 在销售的服装标题含有“明星同款、高圆圆同款、关晓彤同款”等用语	实际商品要实际是“明星同款”，如果没有相应的明星的授权书、签署协议书及代言合作协议在实务中仍存在被以广告法行政处罚的风险，除此之外还可能涉及民事侵权。
6. 销售页面中使用“独家设计款”，“独家”的宣传用语	若宣传“独家设计款”，需提前检查在其他网络店铺中是否有同款类型销售，持有“独家设计款”的真实性证明。如宣传“独家”需要取得商品品牌所属单位关于“独家”的授权。
7. 标注“高端定制手工款”	需要存在个性化定制，定制流程的相关证明。
8. 宣传等“不起球、不变形、不褪色”、“抗起球”、“免烫处理”、“不缩水、具有抗静电性能、具有抗皱免烫功能”、“防臭”、“抑菌”、“接触瞬间降温”、“德绒、自发热、恒温”、“行业首家”、“名牌”等字样	<p>1. 拥有产品的检验报告，如在 GB/T 4802.3-2008 标准中显示“起球(级)5”为不起球；国家标准（GBT18863-2002 免烫纺织品）对免烫纺织品整理加工确定了质量考核指标和检验方式；GB 12014-2009《防静电服国家标准》规定了防静电纤维与羊毛、棉、腈纶等纤维混纺或交织而制成的针类针织服装的抗静电性能，标准明确规定了服装面料要求、抗静电整理剂后整理等要求，所以标注相应词语需要达到相应标准。其他词语同样需要相应凭证或检测报告。</p> <p>2. 如果符合实际情况可使用：“透气”、“亲肤”、“抗沾污”、“色牢度高”、</p>

	“耐穿”。例如粘纤和涤纶这两种纤维本身就具有上述特性，所以就具有了“透气、耐磨、速干、防臭”这些功能（可依据并提供百度百科的相关介绍）。
9. 宣传含有“xx 指定”“专柜正品发货”“承重力是普通包包的 2 倍”等词语	宣传含有“xx 指定”“专柜正品发货”需要有相应的授权书。宣传“承重力是普通包包的 2 倍”需要提供相关数据来源证明。
10. 宣传“清仓最后一天”、“产品稀缺”等字样	要注意与实际情况相符。
11. 在商品链接的检索关键词、商品标题、商品详情、商品属性等设置中，标注商品成分如“兔毛”，“头层牛皮”、“xx%聚酯纤维，xx%氨纶”、“冰丝”、“100%纯棉”等	要保证与实际标签的标注成分和产品的检测报告相符。
注意：在直播中要提前与主播沟通，避免主播使用一些未经验证临时编辑，且与实际不符的话术。	

## 二、广告内容含有绝对化用语

常见情形	合规提示
宣传使用“最先进黄金比例分割线”、“最精致细腻”、“最实在”、“最保暖”、“最便宜、最低价”、“最高端”、“最上乘”、“最新流行款”等最字词，或“全国一流”、“世界第一”、“顶级的触感”、“极致”、“一眼难忘”、“第一品牌”等表示国家级、世界级或者表示绝对且无从判断真伪的词语。	1. 标志绝对化用语时，可以加上限定词。可以采取自我比较法（在采取自我比较时，需要注意具体的使用场景和语境，以便让广告信息接受者明白这是品牌内的比较，而不是与其他竞争者进行比较。同时，品牌内的比较也应有事实依据和证明。）比如：采用“我家最新产品” 、“本店全年最低价”来描述。

2. 可采用依据中国境内有效的国家标准、行业标准、地方标准等认定的商品分级用语中含有的绝对化用语并且需要能说明依据，如国家服装标准将服装划分为优等品、一等品等级别，在描述商品时可按情况采用“一等品”进行描述；

3. 依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语，如“中国服装行业百强企业”；

4. 表述时空顺序客观情况或者宣传产品销量、销售额、市场占有率等事实信息，如：“全网首款”（这里的首代表序数词，表示第一次）。

5. 表明商品经营者的服务态度或者经营理念、企业文化、主观愿望、目标追求的，如：“旅行必备”、“致力于……”、“追求极致”、“血拼双十一冲第一”。

6. 需要注意的是，前4点都需要商家在能够证实，有相应事实依据和凭证的情况下采用。

7. 对于“顶级”这一词语的使用，在实务中有一定争议，有观点认为要结合语境判断是否违法，如“店长推荐！一级代理正品 3M 顶级”的描述，将商品限定在所属品牌 3M 的范围内，描述该口罩在 3M 品牌中的分类等级，在该语境

下原告对于“顶级”一词的使用应属合理使用范围。而“顶级防护口罩”“顶级防护之兼防油性颗粒物”“顶级防护之高效静电滤材”“顶级防护之冷气流呼吸阀”“顶级防护之独立包装设计”的描述内容突出宣传了该商品的功能达到“顶级”程度，且字体相对大，所形成的视觉效果较突出、醒目，能直观地引起消费者的注意，造成消费者误解，属于绝对化用语的违法使用。

8. 对于“首选”一词的使用，在实务中存在风险，建议慎用。

9. 以下提供一些词语使用与参考：“百变”、“百搭”、“精品”、“必备”、“优质”、“高档、高端”、“神器”、“是客户一直以来对我们有要求的面料”。

### 三、广告内容不准确、清楚、明白

常见情形	合规提示
1. 对商品的实际销售情况作了不准确的宣传描述：如“抖店”平台的“全网销售”数据与经营者实际销售数据存在差异	及时核对“抖店”平台的“全网销售”数据与商家真实的全网全平台实际销售数据，不一致的要及时与“抖店”审批客服说明情况，及时更改
2. 对商品材质表述不准确：如直播中主播口述服装的里料为“北欧银兰绒雪兰貂”，但未说明服装里料“北欧银兰绒雪兰貂”的实际成分“聚酯纤维”。【因	对商品材质作准确、清楚、明白的介绍。行政机关可能根据商家的主观意图来适用发布虚假广告还是广告内容不准确清楚的处罚。如果商家没有主观引导

为现在标签常标注为：里料：北欧银绒（聚酯纤维 100%）】	消费者误解的意图，比如违法广告内容是厂家提供，行政机关很可能适用广告内容不准确清楚明白进行处罚，相较而言后者的处罚金额较小。
3. 宣传促销活动规定不清：如使用“限时限量”广告用语，但在广告中没有对“限时限量”作具体说明。	在广告内容中应对促销活动标注清楚，若标注“限时限量”，需要在广告中同时标注活动时间、期限与活动产品数量。
4. 对产品功能表示不准确：如实际检验性能为“吸湿性发热性能”，在广告内容中宣称为“自发热”。	标注商品功能时，要注意与实际检验报告中词语相符。如：可标注为“发热”“吸湿性发热”。
5. 其他无法提供证据证明广告内容描述准确、清楚、明白的情况：如“最后一批能工巧匠”“极致手感”。	要确保在广告中对于内容有清楚描述，如为什么是“最后一批能工巧匠”，不至于广告信息接受者误解。同时要保证有证据证明与实际相符。建议使用“能工巧匠”描述。

四、广告引证内容违反规定	
常见情形	合规提示
1. 在抖音直播间当事人将有有效期限的引证内容如“热销率复购率第一”“平台好评率第一”等广告发布在在直播间公屏首页左下方，误导消费者	在标注如左侧所示的引证内容时，要注意标注有效期限，如“2023年8月抖音平台男装好评率第一”。
2. 在产品详情页面中使用了“全球销量1亿件”、“2倍速干、4倍透气”、“视觉增高15cm、上身减重20%、S曲线凸显12%”、“保暖性提升5倍”、“10	1. 采用此类数据描述时，需要在广告内容中同时标注出引证出处。引证内容可以来自于第三方数据也可以是商家自身实验。同时持有相应证书或检验报

<p>倍透气”、“三倍抗皱纤维”，“同类产品的十倍成本”，“能有效阻挡 99% 紫外线照射”，鞋类采用“抓地防滑能力提升 50%”，包类采用“仿生 S 型宽肩带肩负系统，减负 55%以上”“拉链使用寿命是一般拉链的 10 倍”“360° 发热，温暖加绒，升温不臃肿，舒适轻便；360° 循环保暖，持久保持鞋内恒温，28℃”等类似数据描述，商家却无法提供相在证据材料及引证出处。</p>	<p>告。注意，若商家委托第三方进行实验或者调研，需要签署书面委托合同，并保留第三方签章的实验/调研报告原件。</p> <p>2. 若广告内容涉及某活动，如广告内容想要表述为“2018 年服装厂马拉维大选 60 万件”，需要持有发货单，交易记录以及合同。</p>
<p>3. 包类还常见于商品的实际尺寸与宣传网页标注尺寸不符。</p>	<p>包类尤其要注意网页宣传尺寸与实际尺寸相符。</p>

## 五、其他情形

常见情形	合规提示
<p>1. 贬低其他生产经营者的商品或者服务：如文字描述“胜过同类裤”、“比同行多用料 20%”、“这不是一双普通的手套，因为同价位您很难找到性价比更高的品牌产品”、“面料成本都要比同类型产品高十几元”或通过图片对比发布贬低普通品质产品的广告。</p>	<p>可以采取如下的对比：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品宣传客观对比不同材质，如商品材质为什么选择羊绒。</li> <li>2. 对比劣质仿品。如文字用他牌仿品，图片用简笔画的形式表现。</li> <li>3. 客观对比普通产品，注意文字与图片不能指向其他任何品牌。但是此方法在实务中仍存在风险，且举证提供对比依据较为困难。所以目前不建议使用。</li> <li>4. 自我对比。对自有产品进行迭代对比，如我家旧款，我家新款。</li> </ol>

<p>2. 主要为商品未取得专利，在广告中标注专利和商品取得专利证书但是未标明专利号和专利种类两种情况。</p>	<p>在广告上标明专利时，首先需注意只有在该产品具有专利证书时才可以发布此广告，其次要注意在广告中标明专利号和专利种类。</p>
<p>3. 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽：如宣传商品的广告视频中出现中华人民共和国国旗或商品详情中图片显示T恤的胸标为中国人民解放军空军胸标标识。</p>	<p>左侧的广告内容属于禁止性规定，不得用于商品的广告宣传。</p>
<p>4. 损害国家的尊严或者利益：如网站广告使用的中国地图存在漏绘南海诸岛各岛点、赤尾屿等主要问题，未将我国领土表示完整、准确。</p>	<p>在官方网站或者其他平台使用国家地图相关图片时，需要进行审核，注意国家边界线清晰明确，确保国家领土表示完整、准确。</p>