

杭州市市场监督管理局文件

杭市监〔2025〕62号

杭州市市场监督管理局关于印发 互联网互动广告和宣传风控法务指引的通知

各区、县（市）市场监管局（景区分局），市局机关各处室、直属单位：

按照《重点产业合规指引编制管理规程（试行）》要求，经征求部门和社会意见，并经专家研究论证，现将《互联网互动广告和宣传风控法务指引（试行）》印发给你们，请认真组织学习，加强宣传引导，做好规范管理。



（此件公开发布）

互联网互动广告和宣传风控法务指引 (试行)

第一条【目的和依据】 为规范互联网互动广告和宣传活动，维护公平竞争的市场秩序，保护消费者合法权益，促进行业健康发展，根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《互联网广告管理办法》等规定，结合本市实际，制定本指引。

第二条【适用范围】 在本市行政区域内，利用网站、网页、小程序、互联网应用程序、人工智能问答系统等信息网络，以文字、图片、音频、视频、直播或者其他形式，借助点击、滑动、摇动、投票、评论、生物识别、语音指令、观看指定内容、扫码指定内容、拍照摄像、游戏、趣味活动、邀请参与、手机定位匹配真实地理位置等互动方式，供用户主动选择含有优惠、奖励、抽奖、悬赏任务、情景体验等内容，直接或者间接地推销商品或者服务（以下所称商品包括服务）的商业广告和其他宣传活动，适用本指引。

第三条【法律适用】 互联网互动广告活动，适用《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等规定。

法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准以及国家其他有关规定要求应当展示、标示、告知的除标签、说明书、游戏内容、金融类产品信息等特别规范外的商业信息，不适用前款规定，属于本指引所称的互联网互动宣传，适用《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条等规定。

本指引所称的显著方式，是指采用加粗字体、加大字号、斜体、加深颜色等易引起用户注意、足以保障用户对有重大利害关系的信息充分知情的方式。

第四条【广告宣传基本原则】互联网互动广告和宣传活动应当遵守法律和商业道德，遵循诚实守信原则，不得含有歪曲历史、封建迷信、淫秽色情、恐怖暴力、宗教极端、民族歧视、分裂国家等法律法规禁止以及违背公序良俗的内容。

鼓励人工智能技术在互联网互动广告和宣传领域的创新应用，生成积极健康、向上向善的优质内容。依法推进虚拟数字人的应用，应用虚拟数字人的经营者、被使用形象的真人等主体应当履行广告和宣传相应的法律责任和义务。

第五条【市场监管基本原则】市场监督管理部门对互联网互动广告和宣传活动应当坚持监管执法和促进发展相结合，树立监管为民理念，积极探索适应新业态特点、有利于各类市场主体公平竞争的监管方式，推行服务型执法，促进行业高质量可持续发展，营造公平有序的竞争环境、安全放心的消费环境。

第六条【广告可识别性】互联网互动广告应当具有可识别性，

符合《互联网广告可识别性执法指南》的要求，不得使消费者产生误解。

第七条【内容真实全面】 互联网互动广告和宣传应当准确、清楚、明白、通俗易懂，真实、全面地提供互动方式、用户选择内容以及商品相关信息，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式推销商品，不得夸大或隐瞒所提供的商品的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息，不得欺骗、误导消费者。

涉及奖励、悬赏任务、游戏、趣味活动、情景体验等活动规则的，组织活动的经营者应当在从事活动的主页面显著位置，持续公示活动规则或者其链接，不得通过后台操纵随意改变活动规则；鼓励设置客户服务，实时解决用户对活动规则的疑问。

对前款规定的活动规则的理解发生争议的，应当按照通常理解予以解释；有两种以上解释的，应当作有利于消费者和用户的理解。

第八条【主体信息公示】 经营者发布互联网互动广告和宣传的，应当在其首页、视频画面、语音等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。由其他经营者实际提供商品的，还应当向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。

第九条【禁止虚假诱导】 禁止以虚假的“健康指数”“智商测试”“今日运势”“今生姻缘”等预测，以及以“100%中奖”“点击免费得”等奖励承诺但实际需要支付超过合理限度的费用

等虚假或者引人误解的方式，欺骗、误导用户点击、浏览互联网广告和宣传。

第十条【禁止帮助虚假】 经营者不得帮助其他经营者开展虚假或者引人误解的互联网互动广告和宣传。

从事财税辅助、停车管理、支付结算、图文创作分享、网络问卷调查或者提供生活实用工具、数字化营销工具等服务的互联网信息服务提供者，知道或者应当知道利用其网络开展违法互动广告和宣传的，应当予以制止。

网络交易平台经营者应当对平台内经营者及其发布的商品信息建立检查监控制度，知道或者应当知道平台内经营者开展的互动广告和宣传有侵害消费者合法权益行为，应当依法采取必要措施，保存有关记录，向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。

第十一条【网络抽奖概念】 经营者受商品提供者的委托，以“抽奖”“领奖”“限时福利”或者以刮刮乐、幸运大转盘、宝箱转盘，拼图、集卡、解锁任务、红包雨等形式开展网络抽奖，通过消费者随机抽取的方式，以向消费者提供奖金、物品或者其他利益的名义，实际推销商品提供者的商品的活动，适用本指引规定。

第十二条【网络抽奖规则公示】 组织网络抽奖的经营者应当以显著方式公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数

量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，保证消费者在抽奖前知晓。上述抽奖信息不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。

在现场即时开奖的网络抽奖活动中，对超过五百元奖项的兑奖情况，应当以显著方式随时、持续公示。

第十三条【特殊奖品规则公示】奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，组织网络抽奖的经营者应当以显著方式公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，应当公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。

鼓励经营者对上述形式的奖品在有效期限前，以显著方式提请消费者注意。

第十四条【网络抽奖之禁止虚假宣传】组织网络抽奖的经营者不得对抽奖规则、中奖概率、销售状况、用户评价以及商品数量、规格、质量、提供方式、价格等作虚假或者引人误解的宣传，欺骗、误导消费者。

禁止以虚假的滚动中奖名单等方式，欺骗、误导消费者参与网络抽奖。

第十五条【网络抽奖之禁止“霸王条款”】组织网络抽奖的经营者不得以格式条款等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、

不合理的规定。

第十六条【网络抽奖记录】组织网络抽奖的经营者应当保留中奖概率设定、中奖结果等完整记录，建立追踪记录制度，确保消费者兑奖权益，并自觉接受社会监督。相关记录留存时间一般不少于两年。

第十七条【广告一键关闭】互联网互动广告不得影响用户正常使用网络，应当以显著方式标明关闭标志，确保一键关闭，不得通过计时结束才能关闭广告、关闭标志虚假或者难以定位等影响一键关闭。

第十八条【跳转告知】互联网互动广告和宣传借助互动方式跳转其他经营者的网站、网页、小程序、互联网应用程序等信息网络或者其他手机、电视、智能音箱等智能终端产品的，应当以显著方式提示，并提供不跳转的选择；经提示选择跳转的，还应当向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息，保障消费者知情权。

前款规定的互动方式，不应当包括使用超过合理限度的高灵敏度“摇一摇”“扭一扭”手机等易造成误触发的方式诱导跳转，影响用户正常使用网络。

第十九条【禁止强制插入链接和跳转】经营者不得利用技术手段，未经其他经营者同意，在其合法的网站、网页、小程序、人工智能问答系统等网络产品或者服务中插入互动广告和宣传链接，或者强制进行目标跳转开展广告和宣传，妨碍、破坏其他经

营者合法提供的网络产品或者服务正常运行。

第二十条【未成年人保护】 经营者不得通过互联网互动广告和宣传向未成年人提供诱导其沉迷的商品,不得使用快速闪烁、高音效、重复刺激等易成瘾的视听互动方式向未成年人开展广告和宣传。

经营者不得向未满八周岁未成年人开展网络抽奖。向八周岁及以上未成年人开展网络抽奖的,应当依法确认已取得相关监护人的同意。经营者应当以显著方式提示八周岁及以上未成年人参与网络抽奖需取得相关监护人同意。经营者应当采取有效措施防止未成年人沉迷,保护未成年人身心健康,在解决未成年人消费争议方面提供便利。

第二十一条【自动续费】 通过互联网互动广告和宣传推销的服务存在自动展期、自动续费等方式的,提供服务的经营者应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意,由消费者自主选择。经营者在服务期间内,应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项,并不得收取不合理费用。

禁止经营者在夜间或者其他不易引起消费者注意的消息推送等方式,履行前款规定的义务。

第二十二条【退还押金】 通过互联网互动广告和宣传推销的商品存在收取押金的,提供商品的经营者应当在消费者购买商品或者接受服务前与消费者约定或者告知消费者退还押金的方式、

程序和时限，不得对退还押金设置不合理条件。消费者要求退还押金，符合押金退还条件的，经营者应当及时退还。

第二十三条【社会共治】 鼓励相关行业组织加强行业自律，制定自律准则，加强对互联网互动广告和宣传的跟踪研究和监督。

鼓励、支持消费者协会等法律规定的社会组织依法进行社会监督，保护消费者的合法权益。

第二十四条【指引效力】 本指引是针对互联网互动广告和宣传合规作出的一般性指引。指引未作规定的，适用法律法规规章等规定开展合规工作。

第二十五条【实施日期】 本指引自 2025 年 7 月 16 日起施行。

附件：互联网互动广告和宣传领域典型案例

抄送：浙江省市场监督管理局，杭州市司法局。

杭州市市场监督管理局办公室

2025 年 6 月 16 日印发
