

全省率先

# 买一层送一层?不能乱说

我市发布商业代言和地产广告合规指引,让执法有据可查

近日,市市场监管局聚焦房地产等重点民生领域广告问题,在全省率先发布《厦门市商业广告代言活动合规指引》和《厦门市房地产广告合规指引》,规范商业广告活动,提升广告合规意识,保障消费者合法权益。

文/记者 高金环  
通讯员 黄志中 连芳  
漫画/刘哲姝



## 【一问一答】

“种草”也算代言  
“认筹”属变相预售

问:“种草”算代言吗?

答:以“种草”等形式变相发布商业广告,导致消费者不能辨明其为广告并被广告内容欺骗、误导的广告代言行为,属于违法的商业代言行为。

问:《中华人民共和国广告法》规定禁止利用不满十周岁的未成年人代言广告,部分媒介广告中出现的不满十周岁未成年人算是广告代言人吗?

答:《中华人民共和国广告法》禁止的是利用不满10周岁的未成年人做广告代言,但并不禁止其进行广告表演。如果不满10周岁的普通儿童在广告中没有标明身份(相对受众而言也难以辨别其身份),不是以自己的名义做广告宣传,只是担任某个广告角色进行表演,不属于广告代言。但是不满10周岁的为公众所熟知的童星在广告中即使不表明身份,由于其形象可以被公众直接辨识,也属于广告代言人。

问:有的房地产开发商在微信群宣传可以“认筹”“认购”,这种算是虚假广告内容吗?

答:含有“认筹”“认购”“认订”“预定”“选号”“团购”或以收取“意向金”“预订款”“认筹款”“交×万抵×万”方式,以及申领“优惠卡”“贵宾卡”等都属于变相预售营销广告。

问:厦门周边地区,如角美、漳州港、南安房地产项目经常出现厦门西、厦门湾南岸等字眼,这种算是虚假广告内容吗?

答:利用厦门区位优势将非厦门区域房地产项目宣传为毗邻(如厦门东、厦门西、厦门湾)等模糊用语误导购房者,使购房者对于项目位置产生错误认识,涉嫌违反《中华人民共和国广告法》的规定。

## 【提醒】

市民如果发现涉嫌违反《中华人民共和国广告法》等广告内容,可以拨打12345政务服务便民热线或12315市场监管投诉举报热线进行反映。

## 出台合规指引 汇总违规案例 市场监管部门列出负面清单

我市此次发布的两个“合规指引”,对商业广告代言活动、房地产广告发布行为应遵循的基本行为规范、合规建议及法律责任进行明确。

市市场监管局首次创新性地将广告领域违规的行为搜集汇总,同时结合监管执法实践厘清法律法规不

清晰地带,列出负面清单,让监管执法有据可查、有章可循,确保监管执法的相对统一。

“两个合规指引的出台,将有效规范我市商业广告代言活动和房地产广告发布行为,坚持正确广告宣传导向,营造良好广告市场环境。”市市场监管局相关负责人表示。

## 商业广告代言 要对内容审查 需先使用商品或接受服务

《厦门市商业广告代言活动合规指引》紧贴厦门致力打造新时代中国影视中心、网络视听产业之城、时尚创意艺术之城的定位,着力解决明星艺人、社会名人代言的乱象问题。

该合规指引梳理了明星商业广告代言的资格条件,列举了不得代言的禁区红线和代言广告中不得出现的具体内容情形。同时提出商业广告代言活动合规建议,包括广告代言人

及其经纪公司在开展广告代言活动前,要对代言的商品或者服务的品类和广告内容进行审查;广告代言人在推荐、证明之前,需要使用商品或者接受服务。

该合规指引还明确了商业广告代言活动中涉及的法律风险,如“为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明的”,市场监管部门可依法没收违法所得,并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款。

## 房地产广告 未经规划审核 不得标称单套多层结构

结合近年来虚假房地产广告案件查处情况和日常监管中发现的一些多发问题,市市场监管局发布了《厦门市房地产广告合规指引》,着力解决我市常见的房地产违法广告问题。

该合规指引指出,未经规划部门审核的套内多层结构的项目,广告中不得标称单套多层结构,如“买一层

送一层”“买一层用两层”等。

该合规指引同时明确,广告主、广告经营者、广告发布者发布虚假房地产广告的法律风险,如“未经规划部门审核的套内多层结构的项目,广告中标称单套多层结构”“发布与实际价格不符,对购买行为有实质性影响的”等,由市场监管部门依法实施行政处罚。

## 7月订单量环比增五成 旅游人均花费提升24%

本报讯(记者 郭舒晨)携程昨日发布的《2022年暑期亲子游报告》显示,7月份旅游订单总量环比6月提升50%;暑期亲子旅游订单占整体订单的三成,比5月、6月的亲子订单占比高出整整10个百分点;亲子订单的人均花费比非亲子家庭的高近50%;7月研学游产品订单量环比6月增长4倍。截至目前,暑期旅游人均花费同比去年提升24%。

携程研究院行业分析师方泽茜表示,今年暑期旅游市场在上半年旅游需求积压至爆点中拉开帷幕。从当前旅游产品的预订情况及7月份整体出行情况来看,亲子游需求的释放对一些城市暑期旅游快速恢复起到强劲推动作用。今年暑期亲子游市场主要表现出三大特点——预订周期短、出行私密、安全系数要求高。

## 相关新闻

### 暑期夜游订单 厦门排第18位

每年暑期,都是夜游经济最热闹的时刻。携程数据显示,近5年,暑期夜游景区门票订单量较平时日均订单量高出120%。以今年7月的数据为例,夜游景区门票订单量环比上一月增长138%,出游人次环比上一月增长165%。

携程数据显示,今年以来,夜游订单量靠前的城市分别是:西安、北京、上海、重庆、广州、长沙、青岛、成都、武汉、西宁,厦门排名第18位。今年厦门暑期夜游景区(景点)排名前5位的分别是:厦门园林植物园、厦门科技馆、鼓浪屿、钟鼓索道、胡里山炮台。

(记者 郭舒晨)

## 我市邮政行业业务总量 7月份同比增长33.93%



快递员顶酷暑送快递。

本报讯(文/记者 吴佳图/记者 陈立新)昨日,市邮政管理局公布今年1-7月厦门邮政行业运行情况。数据显示,1-7月,厦门市邮政行业业务总量累计完成58.41亿元,同比增长14.59%。其中,7月份单月业务总量完成9.01亿元,同比增长33.93%。

1-7月,邮政服务业务总量累计完成33885.89万元,同比增长23.57%;邮政寄递服务业务量累计完成6670.29万件,同比增长21.29%;邮政寄递服务业务收入累计完成1.02亿元,同比增长23.76%。

此外,1-7月,同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的16.16%、75.68%和8.16%;业务收入分别占全部快递收入的7.13%、41.83%和26.93%。与去年同期相比,同城快递业务量的比重上升1.72个百分点,异地快递业务量的比重下降3.58个百分点,国际/港澳台业务量的比重上升1.86个百分点。