

北京市市场监督管理局



首页

政务公开

办事服务

查询服务

互动交流

首页 > 政务公开 > 政策解读

《北京市化妆品广告发布指引》全文解读

时间: 2025-06-27 来源: 北京市市场监督管理局;北京市药品监督管理局

【字体: 大 中 小】 打印 收藏 分享:

政策文件: 北京市市场监督管理局 北京市药品监督管理局关于发布《北京市化妆品广告发布指引》的公告

一、《发布指引》出台的背景是什么？

为充分发挥广告对化妆品行业发展的助推作用，让消费者能够获得更多真实、准确、合法的化妆品信息，营造良好消费环境，在征集部分互联网平台企业、行业协会、基层监管执法人员政策需求，面向社会公开征求意见的基础上，北京市市场监管局会同北京市药监局制定出台了《北京市化妆品广告发布指引》。

二、《发布指引》制定的依据有哪些？

主要依据有：《中华人民共和国广告法》《化妆品监督管理条例》《互联网广告管理办法》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品网络经营监督管理办法》《化妆品分类规则和分类目录》《化妆品功效宣称评价规范》《儿童化妆品监督管理规定》等法律法规以及有关政策规定。

三、《发布指引》预计取得的效果是什么？

《发布指引》预计取得三方面效果：一是发挥广告对化妆品行业的助推作用，提升化妆品行业的品牌形象，推动广告行业与化妆品行业共同发展。二是规范广告市场秩序，保护消费者合法权益。三是强化行业自律，帮助企业落实主体责任，规范自身经营行为，构建健康广告生态。

四、《发布指引》的主要内容有哪些？

《发布指引》要求化妆品广告要坚持正确导向，内容应当真实、合法，涉及功能、性能或者销量方面数据等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。列出负面清单，禁止发布未经注册、备案等化妆品广告，禁止虚假宣传、使用医疗用语、制造容貌焦虑等内容。牙膏功效宣称应经评价。对儿童化妆品广告按年龄限制功效宣传，禁止标注“食品级”“可食用”、非儿童化妆品不得暗示适用儿童等。

五、《发布指引》的创新亮点体现在哪里？

《发布指引》创新亮点体现在：一是构建全链条主体责任体系，厘清广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人分别承担的责任，如规定广告代言人应年满10周岁且使用过该化妆品，为儿童或者异性用化妆品代言的，应当由广告代言人近亲属充分、合理使用该化妆品；二是强化儿童群体保护，按年龄（0-3周岁、3-12周岁）细分儿童化妆品功效宣传限制，禁止标注“食品级”等易误导内容，规范儿童化妆品标志“小金盾”的使用；三是注重动态调整，依据法规政策变化更新《发布指引》，确保适应行业发展。

六、《发布指引》包含哪些关键词？

《发布指引》包含特殊化妆品广告、普通化妆品广告、儿童化妆品广告等关键词。

七、专有名词诠释：什么是“特殊化妆品广告”？

特殊化妆品是指用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品。特殊化妆品广告是指通过一定媒介和形式直接或者间接推销特殊化妆品的商业广告活动。特殊化妆品广告内容应与注册的功能内容相符合，不得欺骗、误导消费者。

八、《发布指引》的适用范围是什么？

《发布指引》适用于在北京市行政区域内发布化妆品广告的广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人，以及为广告发布提供便利的互联网信息服务提供者、公共场所管理者等。

九、《发布指引》有哪些注意事项？

一是《发布指引》整合了现行化妆品及其宣传管理规定，从业者务必关注涉化妆品新规，如原料使用、功效宣称分类目录等，及时掌握动态，确保广告活动合法合规，规避违法风险。二是《发布指引》虽明确了广告活动相关主体责任，但经营过程中易出现职责不清的情况。广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人应加强沟通，形成书面协议，广告主提供功效证明材料，广告经营者、广告发布者明确广告审核流程标准等，让广告各环节责任清晰。三是儿童化妆品广告要严格遵守年龄对功效宣传的限制，深入审查广告创意、文案、画面，不应误导儿童化妆品可食用，全方位保障儿童的合法权益。

[站点地图](#)[建议意见](#)[关于我们](#)[法律声明](#)[联系我们](#)[投诉举报电话：12315](#)[官方微信](#)[官方微博](#)

主办：北京市市场监督管理局

承办：北京市市场监督管理局

政府网站标识码：1100000065

京公网安备 11040102700026

京ICP备19008898号-3