

商标法广告法产品质量法解析分析

主讲：杨晓波老师

广告法

一、新广告法颁布后常见法律风险解析

- (1)广告画面中人物肖像使用的要求有哪些？
- (2)广告语中运用“、第一、顶级、唯一”等等级性绝对化用语该如何合规？
- (3)哪些是广告中禁止单独使用的外国语言文字及国家语言文字？
- (4)广告中出现的各类奖项是否具有真实性和是否符合在广告中引用的标准为何？
- (5)广告中出现的各类奖品金额不得超过多少数额？
- (6)重点行业广告规范的合规问题为何？

二、新广告法十大亮点

一是充实和细化了广告内容准则。完善了保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等广告的准则。

二是明确了虚假广告的定义和典型形态。虚假的宣传、误导民众的内容，这些均属于虚假广告。

三是新增广告代言人的法律义务和责任的规定。只要明星代言的是虚假广告，同样负有连带责任。

四是严控烟草广告发布。禁止在一切大众媒体和公共场所发布烟草广告，禁止变相的发布违法广告。

五是新增关于未成年人广告管理的规定。

六是新增关于互联网广告的规定。

七是强化了对大众传播媒介广告发布行为的监管力度。

八是增加了公益广告，扩大广告法调整范围。

九是明确和强化工商机关及有关部门对广告市场监管的职责职权。

十是进一步提高法律责任的震慑力。

重点是对互联网行业广告管理的规定：较现行广告法而言互联网一个新生事物，在现行广告法当中没有关于互联网广告的章节。这次对互联网广告有了规定，比如互联网广告应一键关停，电子邮件未经同意不能发送。针对垃圾邮件和垃圾短信，新法规定任何单位和个人未经同意不得以电子信息方式发送广告。以电子信息方式发送广告的，也必须明示发送者的真实身份和联系方式，并提供拒绝继续接受的方式。电信业务经营者、互联网信息服务提供者明知广告违法而不予制止的，由工商部门没收违法所得，情节严重的还将依法停止相关业务。但是互联网的广告形态很多，技术比较复杂，具体问题在广告法这样一部法律里不可能规定的很细，之后还会专门出台一个互联网广告管理办法，这也在新广告法里有所体现。

案例：明星代言广告，明星须担责吗？

禁发小广告案例

禁发小广告案例

商标法

1. 商标法修改亮点
2. 常用条款解析
3. 新商标法对企业及代理机构的实际与挑战

商标法案例分析

产品质量法

第一节、产品质量和[产品](#)质量法概述

第二节、[产品](#)质量法基本制度

[产品](#)质量法[培训](#)课件内容提要：

(一)[产品](#)的概念

是经过加工、制作，用于销售的动产。不包括不动产。建筑[工程](#)不属于产品。是否包括初级[产品](#)，未作规定。

(二)[产品](#)质量的概念

指国家的有关[法律](#)、[法规](#)、质量[标准](#)以及合同规定的对[产品](#)适用、安全及其他特性的要求。

[产品](#)质量法：

(一) [产品](#)质量法的概念、性质和特点

指为了调整产品生产与销售、以及[产品](#)质量进行监督管理过程中所形成的社会关系由国家制定的[法律](#)规范的总称。

(二) 国外[产品](#)责任法简述

主要分为产品质量责任法和[产品](#)质量管理法两类。

[产品](#)质量责任法起源于英美的判例法

从契约理论→ 侵权行为理论