北京市市场监督管理局
关于发布《北京市食品广告发布指引》的公告

公告〔2026〕18号

为充分发挥广告助力行业健康发展的积极作用，规范食品广告发布行为，保护消费者合法权益，市市场监管局制定了《北京市食品广告发布指引》，现予以发布。

特此公告。

北京市市场监督管理局

2026年7月30日

北京市人民政府公报

北京市食品广告发布指引

为充分发挥广告助力行业健康发展的积极作用，规范食品广告发布行为，根据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反食品浪费法》《互联网广告管理办法》等规定，结合北京市实际情况制定本指引。本指引将根据法律法规和监管政策的变化，适时动态调整。

一、适用范围

1.本指引所称食品广告，是指食品生产经营者通过一定媒介和形式，直接或者间接地推销食品的商业广告活动。

2.本指引适用于在北京市行政区域内发布食品广告的广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人等。

二、广告发布要求

（一）坚持正确导向

食品广告应当以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化要求，倡导文明健康、节约资源、保护环境的消费方式，提倡简约适度、绿色低碳的生活方式。

（二）内容真实准确

1.广告应当真实、合法，宣传食品的产地、规格、净含量、成分

等信息应当与实际情况相符。

2.涉及食品生产经营者的主体信息，应当与营业执照和食品生产经营许可证等信息相符。

3.保健食品、特殊医学用途配方食品广告应当依法按照审查通过的内容发布。

（三）明晰重要信息

1.食品广告中对食品的产地、质量、成分等有表示的，应当准确、清楚、明白。

2.食品广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。

（四）明确主体责任

1.食品生产经营者（广告主）应当取得食品生产经营许可或者备案，对食品广告内容的真实性、合法性负责，确保广告内容与许可文件相符，切实保障消费者的合法权益。

2.广告经营者、广告发布者应当建立健全广告业务的承接登记、审核、档案管理等制度，查验资质文件等有关证明文件，核对广告内容。对内容不符或者证明文件不全的食品广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布。

自然人、法人或者其他组织接受委托，开展实验、测量、统计、调查等活动，并且明知或者应知其实验、测量、统计、调查等活动获取的数据、结论等用于广告的，应当认定为参与广告设计、制作活动，属于广告经营者。

3.代言人在广告中对食品作推荐、证明，应当依据事实，符合有关法律、行政法规规定。保健食品、特殊医学用途配方食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明。

4.公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布食品违法广告的，应当予以制止。互联网平台经营者应完善服务协议和平台规则，对利用其信息服务发布食品违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施，防范、制止违法广告。

5.食品检验机构、食品行业协会不得以广告或者其他形式向消费者推荐食品。

三、负面清单

（一）不得在食品广告中出现的情形

1.不得宣扬暴饮暴食、奢侈浪费、过度消费。

2.不得含有低俗、庸俗、媚俗及违背社会良好风尚的内容。

3.不得宣称或者暗示“特供”“专供”“内供”“特需”“专需”“内需”党政机关或者军队等。

4.不得使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。

5.不得贬低其他生产经营者的食品或者服务。

6.不得含有伪造、篡改的配料表、营养成分、生产日期、保质期、检验合格等虚假内容。

7.不得使用技术手段刻意改变食品色泽、外观、质感，误导消

费者对食品真实性状的判断。

8.不得宣称具有疾病预防、治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语。

9.非保健食品不得宣称具有保健功能。

10.不得无事实依据宣称取得绿色、有机等认证。

11.不得含有未依法取得资质认定的食品检验机构出具的食品检验信息。

12.不得借声称不含有、不添加法律法规及食品安全标准规定禁止添加或者存在于食品中的物质，误导消费者。

13.不得发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

14.不得以介绍健康、养生知识等形式，变相发布保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

15.不得含有法律、行政法规规定禁止的其他情形。

(二)酒类广告特殊规定

1.不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒。

2.不得出现饮酒的动作。

3.不得表现驾驶车、船、飞机等活动。

4.不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

北京市人民政府公报