

上海市市场监督管理局文件

沪市监规范〔2024〕10号

上海市市场监督管理局关于印发 《上海市媒体广告发布单位广告信用风险 分级评价和分类监管办法》的通知

各区市场监管局，临港新片区市场监管局，市局有关处室、执法总队、机场分局：

现将《上海市媒体广告发布单位广告信用风险分级评价和分类监管办法》印发给你们，请认真遵照执行。

上海市市场监督管理局

2024年12月10日

（此件公开发布）

第一条 为规范广告活动，加强本市媒体广告发布单位信用监管，促进广告行业诚信建设，根据《中华人民共和国广告法》《市场监管总局关于推进企业信用风险分类管理进一步提升监管效能的意见》（国市监信发〔2022〕6号）等，制定本办法。

第二条 本办法适用于从事广告发布活动的本市广播、电视、报纸、期刊等媒体广告发布单位和互联网媒体平台经营者（以下统称“媒体广告发布单位”）的广告信用风险分级分类监督管理。

第三条 本市媒体广告发布单位应当遵守法律、法规和规章，遵循公平、诚实信用的原则，发布的广告内容应当真实、合法，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的要求。

第四条 市市场监管局（以下简称“市局”）负责组织本市媒体广告发布单位广告信用风险分级评价，开展分类监管工作。各区市场监管局、临港新片区市场监管局、市局机场分局（以下统称“区局”）根据广告信用风险分级评价情况对媒体广告发布单位实施分类监管。

第五条 媒体广告发布单位广告信用风险评价工作以广告监测情况作为评价依据。

列入市局广告信用风险评价范围的媒体广告发布单位为市局监测评价中心集中监测的本市主要报纸、期刊、电视频道、广播频率和主要互联网站、移动 APP 的广告发布单位。

第六条 媒体广告发布单位广告信用风险评价内容由其被监测到的违法广告数（包括轻微违法、一般违法和严重违法）、广告监测违法率（包括条次监测违法率、版面/时长监测违法率，电视购物和互联网媒体仅适用条次监测违法率）、媒体反馈率和公益广告发布率四项指标构成，实行分值制，基准分为 110 分。

第七条 媒体广告发布单位广告信用风险评价的分值，系根据统计学相关系数分析原理，以前三个年度广告监测数据为样本得出相关系数而推导产生。

媒体广告发布单位广告信用风险评价分值由以下结构分值组成：

（一）违法广告数分值为 50 分，其中轻微违法分值为 10 分，一般违法分值为 20 分，严重违法分值为 20 分。

违法广告数最高扣分不超过 50 分，其中轻微违法扣分最高不超过 10 分，一般违法扣分最高不超过 20 分，严重违法扣分最高不超过 20 分。

(二) 广告监测违法率分值为 40 分，其中条次监测违法率分值为 20 分，版面/时长监测违法率分值为 20 分。

违法率最高扣分不超过 40 分，其中条次监测违法率扣分最高不超过 20 分，版面/时长监测违法率扣分最高不超过 20 分。

电视购物及互联网媒体不计算版面/时长监测违法率，其条次违法率分值占 40%，最高扣分不超过 40 分。

(三) 媒体反馈率分值为 10 分，扣分最高不超过 10 分。

(四) 公益广告发布率分值为 10 分，根据《上海市公益广告促进和管理办法》规定的公益广告发布要求，完成公益广告发布情况较好的，予以加分，加分最高不超过 10 分。对未完成的不得分。

第八条 根据得分分值，将媒体广告发布单位广告信用风险分为五个等级，90 分以上（含 90 分）为 A 级，80 分—89 分为 B 级，70—79 分为 C 级，60—69 分为 D 级，60 分（不含 60 分）以下为 E 级媒体。其中，A 级为信用风险较低，B、C、D 级为信用风险可控，E 级为信用风险高。

第九条 市局指导市局监测评价中心按季度和年度对媒体广告发布单位广告信用风险情况和主要行业广告信用风险情况开展评价，将评价结果作为对大众传播媒介和主要行业加强分类监管

的主要依据。

第十条 市局根据媒体广告发布单位广告信用风险评价的分级结果，采取分类管理措施。

被评价为 A 级的媒体广告发布单位，市局可减少广告监测频次，并会同媒体主管部门对年度广告审查工作优秀的 A 级媒体广告发布单位予以表扬。

被评价为 B、C、D 级的媒体广告发布单位，市局将根据其信用风险等级及每月广告监测违法率升降情况，采取动态监管措施。其中，对于信用风险等级下降，或者连续 3 个月以上广告监测违法率上升的媒体广告发布单位，会同媒体主管部门召开通报会进行集中告诫，落实整改措施。对于信用风险等级未发生变化，但是连续 2 个月以上广告监测违法率上升的媒体广告发布单位，通报所属区局，加强日常监管和指导。

被评价为 E 级的媒体广告发布单位，市局将在年度媒体广告会议上予以通报批评，同时通报媒体主管部门作为警示告诫、通报批评等处理的参考依据。市局将加大监测频次，加强重点监控，及时约谈告诫，加大广告违法行为查处和曝光力度。

第十一条 各区局对辖区内 D 级和 E 级媒体，应实行“近距离”日常管理，加强行政指导和广告法律法规培训。

对 D 级媒体广告发布单位，所属区局一年内至少开展行政指导 2 次。对 E 级媒体广告发布单位，所属区局一年内至少开展行政指导 4 次。

市场监管部门在查处媒体广告发布单位的违法广告行为时，其信用风险等级可以作为量罚情节依据予以参考。

第十二条 媒体广告发布单位广告信用风险评价的分级结果可以提供给媒体主管部门作为年度绩效考核及评优评奖的参考依据。

第十三条 媒体广告发布单位广告信用风险评价的分级结果可以提供给本市广告行业组织作为广告企业等级资质申报评定的参考依据，E级媒体广告发布单位一般不具备行业评优资格。

第十四条 市局每年形成对媒体广告发布单位和主要行业广告信用风险评价的年度专题报告，向市场监管总局以及有关单位通报。

第十五条 主要行业广告信用风险评价的行业类别名称以市场监管总局《商品与服务广告分类标准》为准。

第十六条 主要行业广告信用风险评价内容由监测中涉及的违法广告数（包括轻微违法、一般违法和严重违法）、广告监测条款违法率两项指标构成，实行分值制，基准分为100分。

第十七条 主要行业广告信用风险评价分值，系根据统计学相关系数分析原理，以前三个年度广告监测数据为样本得出相关系数而推导产生。

主要行业广告信用风险评价分值由以下结构分值组成：

（一）违法广告数分值为 60 分。其中轻微违法分值为 10 分，扣分最高不超过 10 分；一般违法分值为 25 分，扣分最高不超过 25 分；严重违法分值为 25 分，扣分最高不超过 25 分。

（二）广告监测条数违法率分值为 40 分，扣分最高不超过 40 分。

第十八条 根据得分分值，将主要行业广告信用风险分为五个等级，90 分以上（含 90 分）为 A 级行业，80 分—89 分为 B 级行业，70—79 分为 C 级行业，60—69 分为 D 级行业，60 分（不含 60 分）以下为 E 级行业。

第十九条 对年度行业信用风险等级被评价为 D 级和 E 级的行业，市局应加强重点监管，并通报相关行业主管单位门强化源头管理。

第二十条 媒体广告发布单位广告信用风险评价的分级（分类）结果仅供本市市场监管部门和其他有关部门、行业组织作为管理参考依据，不对外公布。

第二十一条 本办法自 2025 年 1 月 1 日起施行，有效期至 2029 年 12 月 31 日。

