

- 《里兆法律资讯》由里兆律师事务所编制（请以中文内容为准，日本語译文仅供参考），未经书面许可，不得转载、摘编等；
 - 《里兆法律资讯》通过多渠道发送，旨在向企业、社会公众提供最新的中国法律及资讯信息、以及律师研究成果等公益法律服务；
 - 关于《里兆法律资讯》的订阅规则、版权声明、免责声明、以及其他更多内容，请访问里兆律师事务所网站中的[“里兆法律资讯”](#)栏目；
 - 您还可关注微信公众号“里兆视野”（微信二维码见右侧），更便捷地阅读《里兆法律资讯》的重点内容。
- 
- 「里兆法律情報」は里兆法律事務所が作成したものであり（中国語の内容が原文であり、日本語訳は参考用とします）、書面での許可なしに、転載、編集等してはなりません。
 - 「里兆法律情報」は最新の中国法律及び弁護士による研究成果など公益の一助となる法律サービスを企業及び一般向けに提供することを目的として、多様なチャネルから配信しております。
 - 「里兆法律情報」の受信閲覧規則、著作権表示、免責事項、及びその他さらに多くのコンテンツをご覧になりたい場合は、里兆法律事務所ウェブサイトの[「里兆法律情報」](#)欄にアクセスしてください。
 - WeChat 公式アカウント「里兆視野」から「里兆法律情報」の要旨を逸早くご覧いただけます（左のWeChat・QR コードを読み取っていただきますと、入力の手間が省けます）。

ශ්‍රී ලංකා ලේඛන ශිල්පීන්ගේ සංගමය

Issue 823・2023/05/23～2023/05/29

目录

(点击目录标题,可转至相应主文;点击主文标题,可返回目录。)

一、最新中国法令

- 国务院发布《商用密码管理条例（修订）》... 2
- 国家市场监督管理总局发布《合同行政监督管理办法》..... 2
- 国家税务总局关于扎实开展税务系统主题教育推出“便民办税春风行动”第四批措施的通知..... 3

二、最新资讯

- 国务院常务会议：研究落实建设全国统一大市场部署总体工作方案和近期举措等..... 4
- 中国人民银行、国家外汇管理局持续优化跨国公司本外币跨境资金集中运营管理政策.. 5

三、里兆解读

- 《广告绝对化用语执法指南》解读..... 5

四、近期热点话题..... 9

目次

(目次のタイトルをクリックすると該当する本文が表示されます。本文中のタイトルをクリックいただくと目次に戻ります。)

一、最新中国法令

- 国务院による「商用暗号管理条例(改正)」の公布..... 2
- 国家市場監督管理総局が「契約の行政監督管理弁法」を公布した..... 2
- 税務システムの教育を着実に実施すること、「税務手続きの利便性を向上させるためのキャンペーン」第四弾措置の推進に関する国家税務総局による通知..... 3

二、新着情報

- 国务院常务会议:全国統一大市場の構築に向けた全体作業方案及び最近の取り組みなどについての討議が行われた..... 4
- 中国人民銀行、国家外貨管理局は、多国籍会社の人民元・外貨建てのクロスボーダー資金集中運営管理政策を持続的に最適化することを決定した..... 5

三、里兆解説

- 「広告絶対的用語法執行ガイドライン」を考察する..... 5

四、トピックス

一、最新中国法令

● 国务院发布《商用密码管理条例（修订）》

- 【发布单位】国务院
【发布文号】国务院令 第 760 号
【发布日期】2023-05-24
【实施日期】2023-07-01
【内容提要】国务院细化《密码法》相关制度，对 1999 年公布的《商用密码管理条例》进行了全面修订。修订后的法令内容包括：

健全商用密码检测认证体系
▪ 推进商用密码检测认证体系建设，鼓励在商用密码活动中自愿接受商用密码检测认证。 ▪ 涉及国家安全、国计民生、社会公共利益的商用密码产品与使用网络关键设备和网络安全专用产品的商用密码服务应当检测认证合格。
加强电子认证服务使用密码和电子政务电子认证服务活动管理
▪ 明确电子认证服务使用密码要求和使用规范。 ▪ 明确电子政务电子认证服务机构资质审批条件、程序及从业规范。 ▪ 明确建立电子认证信任机制，推动电子认证服务互信互认。
规范商用密码进出口管理
▪ 明确商用密码进口许可和出口管制实行清单管理，并规定了审批程序。
促进商用密码应用
▪ 鼓励公民、法人和其他组织依法使用商用密码保护网络与信息安全，支持网络产品和服务使用商用密码提升安全性。 ▪ 明确关键信息基础设施的商用密码使用要求和国家安全审查要求。

【法令全文】请点击以下网址查看：
http://www.gov.cn/zhengce/content/202305/content_6875927.htm

● 国家市场监督管理总局发布《合同行政监督管理办法》

- 【发布单位】国家市场监督管理总局
【发布文号】国家市场监督管理总局令 第 77 号
【发布日期】2023-05-18
【实施日期】2023-07-01
【内容提要】依据《民法典》第 534 条（对当事人利用合同实施危害国家利益、社会公

一、最新中国法令

● 国务院による「商用暗号管理条例（改正）」の公布

- 【発布機関】国务院
【発布番号】国务院令 第 760 号
【発布日】2023-05-24
【実施日】2023-07-01
【概要】国务院は、「暗号法」の関連制度を詳細化し、1999 年に公布された「商用暗号管理条例」を全面的に改正した。改正後の法令内容には、以下のものが含まれる。

商用暗号検測認証体系の完備
▪ 商用暗号検測認証体系の構築を推進し、商用暗号に係る事業活動に携わるにあたっては、商用暗号検測認証を自発的に受けることを推奨する。 ▪ 国の安全、国の経済・人々の暮らし、社会公共利益に関わる商用暗号製品、ネットワーク基幹設備及びネットワークセキュリティ専用製品を使用する商用暗号サービスは、検測認証への合格を義務付ける。
電子認証サービスにおける暗号の使用及び電子行政電子認証サービスに対する管理の強化
▪ 電子認証サービスにおける暗号の使用要件及び使用規範を明確にした。 ▪ 電子行政の電子認証サービス機構になるために必要な資格・許認可条件、資格取得プロセス及び業務遂行ルールを明確にした。 ▪ 電子認証の信頼性を担保するためのメカニズムとして、電子認証サービスの相互承認体制を構築することを明確にした。
商用暗号の輸出入管理の適正化
▪ 商用暗号の輸入許可及び輸出規制をリストにより管理する制度を実行することを明確にした上で、審査許可プロセスに関する規定を設けている。
商用暗号の利用促進
▪ 公民、法人及びその他組織にネットワークと情報の安全保護の観点から、商用暗号を法に依拠し使用することを推奨し、また安全性向上の観点から、ネットワーク製品・サービスに商用暗号を使用することを認容する。 ▪ 重要情報インフラの商用暗号使用ルール及び国家安全審査の実施要件を明確にした。

【法令全文】下記の URL をクリックしてください。
http://www.gov.cn/zhengce/content/202305/content_6875927.htm

● 国家市場監督管理総局が「契約の行政監督管理弁法」を公布した

- 【発布機関】国家市場監督管理総局
【発布番号】国家市場監督管理総局令 第 77 号
【発布日】2023-05-18
【実施日】2023-07-01
【概要】「民法典」第 534 条（当事者が契約を利用し、国の利益、社会の公共利益を害する行

共利益行为的，市场监督管理和其他有关行政主管部门依照法律、行政法规的规定负责监督处理)，国家市场监督管理总局依法组织实施合同的监督管理。该办法对合同行政监管工作进行了全面系统梳理，主要包括总则、合同行为规范、合同示范文本制度、监督管理手段以及法律责任等内容。

【法令全文】请点击以下网址查看：

合同行政监督管理办法

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxqgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_f747a472a1e942b3a86803f7147bd203.html

官方答记者问

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxqgk/fdzdgknr/xwxc/s/art/2023/art_56969e7f55a84324a9bf3e42239a8996.html

● 国家税务总局关于扎实开展税务系统主题教育推出“便民办税春风行动”第四批措施的通知

【发布单位】国家税务总局

【发布文号】税总纳服函〔2023〕72号

【发布日期】2023-05-23

【内容提要】该通知此次推出 19 条措施，其中包括：

- 优化退税办理流程，逐步实现纳税人在线办理确认、申请和退税。
- 扩大和完善税收协定网络，为纳税人跨境经营提供税收确定性，避免和消除国际重复征税。
- 在全国范围内，为非居民企业跨境办税场景开放双语环境下的统一注册登录、无障碍跨境办税、智能税费计算和跨境税费缴纳等服务，实现在中国境内未设立机构场所的非居民企业，无需入境或委托代理人，即可“一地注册赋码、全国互认办税”。
- 实施以下 3 条试点，并根据情况，2023 年内进一步扩大实施范围。
 - 在北京、上海、宁波、广东、深圳、四川、重庆 7 个省市试点新办经营主体智能开业，纳税人在市场监管部门

為を実施した場合、市場監督管理及その他係る行政主管部門は、法律、行政法規の規定に従い、監督及び処理を行う)の規定に基づき、国家市場監督管理総局が法に依拠し契約の監督管理を実施する。本弁法において、契約の行政監督管理作業を網羅的かつ体系的に整理している(それには主として、総則、契約行為の適正化、契約ひな形制度、監督管理手段並びに法的責任などの内容が含まれる)。

【法令全文】下記の URL をクリックしてください。

契約の行政監督管理弁法

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxqgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_f747a472a1e942b3a86803f7147bd203.html

記者からの質問に対する公式回答

https://www.samr.gov.cn/zw/zfxqgk/fdzdgknr/xwxc/s/art/2023/art_56969e7f55a84324a9bf3e42239a8996.html

● 稅務システムの教育を着実に実施すること、「稅務手続きの利便性を向上させるためのキャンペーン」第四弾措置の推進に関する国家稅務總局による通知

【發布機關】國家稅務總局

【發布番号】稅總納服函〔2023〕72 号

【發布日】2023-05-23

【概要】本通知において、19 項目の措置を打ち出している。それには、以下のものが含まれる。

- 税金還付手続きのプロセスを最適化し、納税者がオンライン上で確認、申請及び税金還付手続きを行えるようにするための体制を徐々に整える。
- 租税条約ネットワークを拡大・整備し、納税者のクロスボーダー経営において、現行の税收政策にて明確にされていない事項などに係る疑問点に対応するなどのサービスを提供し、国際的二重課税の回避を図る。
- 非居住者が中国域外において稅務手続きを行う際に、二か國語に対応した画面上で登録・ログインし、言葉の壁なく稅務手続き、税金の自動計算ツールの使用及びクロスボーダー納税などを行えるサービスを全國範圍で提供し、中国國內に拠点を設けていない非居住者企業が、中国への入国又は代理人への委託を行わなくとも、「全國で通用する登録コードの付与」を受けられるようにする。
- 以下の 3 項目を試験的に実施し、その後状況に応じて、2023 年に実施対象範圍をさらに拡大する。
 - 北京、上海、寧波、広東、深セン、四川、重慶の 7 か所の省市において、創業手続きのデジタル化を試験的に実施し、納税者が

办理注册登记后，系统自动为其分配主管税务机关、核定税费种并智能赋予数电票额度，实现纳税人“开业就能开票”。

- 在上海、四川、重庆 3 个省市上线“确认式申报”场景，对经营业务相对简单的纳税人缴费人提供“确认式申报”服务，通过数据智能预填服务，进一步压缩纳税人缴费人税费申报办理时长。
- 在上海、宁波、广东、深圳、四川、重庆 6 个省市，提供“优良信用者试行按需开票”服务，对符合条件的纳税人实施正向激励，享受按需开票服务。

【法令全文】请点击以下网址查看：
<http://www.chinatax.gov.cn/...>

【注】

- 如果需要了解法律、法规或政策的全文内容或需要相关日文翻译服务，请与我们联系；
- 本栏目所公布的网址通常为官方网址，如果无法访问，您可以通过搜索引擎查阅或与我们联系。

二、最新资讯

- 国务院常务会议：研究落实建设全国统一大市场部署总体工作方案和近期举措等

日前，国务院召开常务会议，研究落实建设全国统一大市场部署总体工作方案和近期举措。会议强调，要针对重点领域的地方保护和市场分割突出问题开展专项治理，进一步优化产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础性制度，健全激励约束和考核评价体系。

（里兆律师事务所 2023 年 05 月 26 日编写）

市場監督管理部門にて登録登記手続きを行った後、システム上で所轄税務機関が割り振られ、税金費用の種目の査定が行われ、電子発票の限度額が自動的に付与されることで、納税者が「創業後すぐに発票を発行することができる」ようにする。

- 上海、四川、重慶の 3 か所の省市において、オンライン上での「確認だけで完了する申告」制度を試験的に実施し、事業内容が相対的にシンプルである納税者・費用納付者向けに「オンライン上での確認だけで完了する申告サービス」（必要なデータを自動的に取り込み、それを確認するだけでよい）を提供し、これによって、納税者・費用納付者による税金費用の申告にかかる時間がさらに削減されるようにする。
- 上海、寧波、広東、深セン、四川、重慶の 6 か所の省市において、「優良信用者を対象に必要なに応じて発票を発行できる」サービスを提供し、これによって、ポジティブインセンティブとして、条件に適合する納税者が必要に応じて発票を発行できるようにする。

【法令全文】下記の URL をクリックしてください。
<http://www.chinatax.gov.cn/...>

【注】

- 法令・政策の全文の内容や相応の日本語訳のサービスが必要な場合には、私共にご連絡ください。
- ご案内する URL は政府筋の公式サイトですが、リンクできない場合は、検索エンジンで検索いただくか、私共にご連絡いただければと思います。

二、新着情報

- 国务院常务会议：全国统一大市场的構築に向けた全体作業方案及び最近の取り組みなどについての討議が行われた

先頃、国务院は常务会议を開催し、全国统一大市場の構築に向けた全体作業方案及び最近の取り組みについて討議した。会議において、重点分野において問題視されている地方保護及び市場分割に対する対策を講じること、財産権保護、市場参入、公平な競争、社会信用などの市場経済の根幹を支える制度のさらなる最適化を行うこと、積極性を引き出し、且つ抑止力となるような考課評価体制を完備することが強く求められた。

（里兆法律事務所が、2023 年 5 月 26 日付で作成）

● 中国人民银行、国家外汇管理局持续优化跨国公司本外币跨境资金集中运营管理政策

日前，中国人民银行、国家外汇管理局决定在北京、广东、深圳开展试点，优化升级跨国公司本外币跨境资金集中运营管理政策。主要包括：

- 优化整合现有跨国公司跨境资金集中运营相关政策要求，惠及更多企业；
- 增大企业跨境资金运营自由度，允许跨国公司根据宏观审慎原则自行决定外债和境外放款的归集比例；
- 支持跨国公司人民币开展跨境资金集中运营业务；
- 简化备案流程及资金使用相关材料审核。

（里兆律师事务所 2023 年 05 月 26 日编写）

三、里兆解读

● 《广告绝对化用语执法指南》解读

2023 年 02 月 25 日，国家市场监督管理总局发布《广告绝对化用语执法指南》（以下简称“指南”），为市场监管部门开展广告绝对化用语监管提供指引，缓解广告绝对化用语“一刀切”“简单化”的执法倾向，防止“过罚失当”现象。我们在与市场监管部门沟通的过程中了解到，指南是对各地内部执法意见的整理与统合，在指南出台后，内部执法意见将逐步废止，日后的执法活动将以指南作为重要参考文件。有鉴于此，我们结合指南及执法实践，对企业普遍关注的问题进行解读。

1. 广告绝对化用语的定义及范围

广告绝对化用语是指《广告法》第九条第（三）项所指“国家级”“最高级”“最佳”等用语。指南第二条特别指出与前述用语含义相同或者近似的其他用语也属于广告绝对化用语，这与目前执法实践中的理解基本一致，“顶级”“第一品牌”等含义近似的用语被视为广告绝对化用语的处罚案例普遍存在。

实践中，就广告用语是否属于广告绝对化用语，

● 中国人民银行、国家外貨管理局は、多国籍会社の人民元・外貨建てのクロスボーダー資金集中運営管理政策を持続的に最適化することを決定した

先頃、中国人民银行、国家外貨管理局は、北京、広東、深センを試行地区とし、多国籍会社の人民元・外貨建てクロスボーダー資金集中運営管理政策の最適化を実施することを決定した。それには主に以下の内容が含まれる。

- 既存する多国籍会社のクロスボーダー資金集中運営関連政策上の要求を最適化・統合し、より多くの企業が恩恵を受けられるようにする。
- 企業のクロスボーダー資金運営上の自由度を高め、多国籍会社がマクロブルーデンス原則に基づき、外債と域外貸付の資金集中の割合を自ら決定することができる。
- 多国籍会社が人民元建てでクロスボーダー資金集中運営業務を展開することを認容する。
- 届出のプロセス及び資金使用に関連する材料の審査を簡素化する。

（里兆法律事務所が、2023 年 5 月 26 日付で作成）

三、里兆解説

● 「広告絶対的用語法執行ガイドライン」を考察する

2023 年 2 月 25 日、国家市場監督管理総局は「広告絶対的用語法執行ガイドライン」（以下「ガイドライン」という）を公布し、市場監督管理部門が広告の絶対的用語に対する監督管理を展開していくうえでの法執行の指針を示した。「画一的処理」「簡潔化」といった法執行の傾向を緩和し、「過失に対する罰則が釣り合っていない」現象を防ぐねらいがある。筆者は市場監督管理部門との意見交換を通しては、ガイドラインは各地方の機関内部の法執行意見の集大成であり、ガイドラインが公布されてからは、機関内部の法執行意見は徐々に廃止され、今後の法執行活動においてはガイドラインが重要な参考文献となることがわかった。この点に鑑みて、筆者はガイドライン及び法執行の実務運用を踏まえ、企業が広く関心を払っている問題について考察する。

1. 広告上の絶対的用語の定義及び範囲

広告上の絶対的用語とは、「広告法」第 9 条第 3 号に定めている「国家級」「最上級」「最適」などの用語をいう。ガイドライン第 2 条では、**前述の用語の意味と同じ又は類似する他の用語も広告上の絶対的用語に該当すると特に指摘しているが**、これはこれまでの法執行の実務上の理解と基本的に一致しており、「トップクラス」「首位ブランド」などといった意味が近似する用語が広告上の絶対的用語と見なされる処罰例が広く一般的に存在している。

実務運用上は、広告用語が広告上の絶対的用語に

往往会综合考虑如下几个方面进行判定：

- 1) 词义是否具有相同性。即，广告绝对化用语本质上是指表示程度的最高级形容词，不应局限于“国家级”“最高级”“最佳”的表述。除此之外，企业在广告中使用“最……之一”的形式进行表述的，也容易被视为表示程度的最高级形容词。
- 2) 语义是否具有关联性。作为表示程度的最高级形容词的广告用语，形容的对象（或者说标的）应是广告所推销的商品或服务。该种关联性，不仅包括商品或服务本身，也包括与广告商品或服务相关，对购买、消费行为可能产生实质性影响的其他信息。
- 3) 语境是否具有排他性。在具体广告案例的综合语境下，广告绝对化用语应具有损害同行竞争者利益的可能性，其表述直接或间接地贬低了其他同类商品或服务。

2. 广告绝对化用语的豁免情形

在总结执法实践的基础上，指南特别规定了广告绝对化用语的若干豁免情形，这些规定对企业把握广告风险具有极大的参考作用。指南中列明的豁免情形，我们具体分析如下：

1) 不视为广告

指南第四条规定，经营者在其经营场所、自设网站或者拥有合法使用权的其他媒介发布有关自身名称（姓名）、简称、标识、成立时间、经营范围等信息，且未直接或者间接推销商品或服务的，一般不视为广告。该种情形获得豁免的原因为载有“绝对化用语”的内容本身不被视为广告，自然无需将其作为“广告绝对化用语”进行规制，这为企业使用 SNS 平台账号等发布非广告信息留下了更为灵活的处理空间。

2022 年 11 月发布的《反不正当竞争法（征求意见稿）》第九条也指出，“前款所称商业宣传主要包括通过经营场所、展览活动、网站、自媒体、电话、宣传单等方式对商品进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注等不构成广告的商业宣传活动”，从立法趋势的角度分析，未来的监管活动可能会对“商业宣传”与“广告”进行更为明确区分，避免对广告的限制性规定被不恰当地扩张适用。

当然，由于市场监管部门对指南第四条的把握

該当するかどうかについては、往々にして下記の通りいくつかの方面の要素を総合的に踏まえて判定することになる。

- 1) 言葉の意味が同一性を有するかどうか。即ち、広告上の絶対的用語は本質的に程度表現の最上級形容詞をいうものであり、「国家級」「最上級」「最適」という文言だけに限らない。これら以外にも、企業が広告で「最も……であるうちの 1 つ」という形式で表現する場合も、程度表現の最上級形容詞と見なされやすい。
- 2) 言葉の意味が関連性を有しているかどうか。程度表現の最上級形容詞の広告用語として、それが形容する対象（若しくは対象物）は広告で販売促進する商品やサービスである。この種の関連性として、商品やサービスそのものだけでなく、広告の商品やサービスに関連する、購買や消費活動に実質的な影響を与え得る他の情報も含まれる。
- 3) 文脈上で排他性があるかどうか。具体的な広告事例の総合的な文脈のもとで、広告上の絶対的用語が同業の競合先の利益を損なう可能性があり、その文言が直接に又は間接的に他の同類の商品やサービスを蔑むものではないか。

2. 広告上の絶対的用語の除外状況

法執行の実務運用状況をまとめたうえで、ガイドラインでは広告上の絶対的用語に対してのいくつかの除外状況を特別に定めており、これらの規定は企業が広告リスクを把握するうえで大いに参考になる。ガイドラインで明記されている除外状況について、以下、具体的に分析する。

1) 広告と見なさないもの

ガイドライン第 4 条では、事業者が自己の事業場所、自社が設けたウェブサイト又は適法な使用権を有するその他の媒体において、自身の名称（氏名）、略称、標識、成立時期、経営範囲等の情報を発布し、且つ直接に又は間接的に商品又はサービスについて販売促進するのではない場合、通常、広告と見なさないと定めている。このような状況が除外される理由は、「絶対的用語」を記載した内容それ自体が広告とみなされず、当然ながらそれを「広告上の絶対的用語」として規制する必要もなく、これは企業が SNS プラットフォームアカウントなどを利用して広告ではない情報を発信するうえで、より弾力的な取扱いの余地を残している。

2022 年 11 月に公布された「不正競争防止法（意見募集案）」第 9 条でも、「前項に定める商業宣伝とは、主に事業場所、展覧活動、ウェブサイト、セルフメディア、電話、チラシなどの方式を通して、商品に対し展示、実演、説明、解釈、PR 又は文字標示を行う等の広告を構成しない商業宣伝活動が含まれる」と言及しており、立法の動向という視点から分析する限りでは、今後の監督管理活動は「商業宣伝」と「広告」とをより明確に区別し、広告に対する制限的な規定が不適切に適用拡大されてしまうことを回避するものと思われる。

当然ながら、市場監督管理部門がガイドライン第 4

尺度暂不明晰，建议企业暂时从严理解该条款，即，仅就有关企业名称（姓名）、简称、标识、成立时间、经营范围，且未直接或者间接推销商品或服务的信息作为非广告进行看待。

2) 未指向所推销的商品或服务

指南第五条指出，广告用语未指向所推销的商品或服务不适用广告绝对化用语相关规定，该条款本质上是从“语义的关联性”之角度来规定豁免情形。具体而言，该条规定了两种基本的豁免情形：一是**仅表明商品经营者的服务态度或者经营理念、企业文化、主观愿望的**；二是**仅表达商品经营者目标追求的**。该两种豁免情形在此前的执法实践中已基本成为各地较为统一的共识，常见的用语包括“顾客第一”“力求完美品质”等。

此外，指南第五条还为该类豁免情形规定了兜底条款，即，**绝对化用语指向的内容，与广告中推销的商品或服务之性能、质量无直接关联，且不会对消费者产生误导的情形**。该兜底条款是对上述两种基本情形能够获得豁免的本质原因之阐述，因为无论是经营理念还是目标追求，都未对商品或服务的实际性能、质量进行表述。当然，由于监管部门对该兜底条款的把握尺度同样暂不明晰，故建议企业现阶段按照上述两种基本豁免情形进行把握。

3) 不具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果

指南第六条指出，广告用语虽然指向商品经营者所推销的商品，但不具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果的，不适用广告绝对化用语相关规定，该条款包含了前文所指语境的排他性内容。该条规定的豁免情形较为多样，具体如下：

- ① **仅用于对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的**。常见情形包括说明自营商品中的最大户型、最小尺码、顶配车型等。
- ② **仅用于宣传商品的使用方法、使用时间、保存期限等消费提示的**。如，最佳赏味期限、最佳使用温度等。
- ③ **依据国家标准、行业标准、地方标准等认**

条をどのように把握するかといった匙加減がまだはっきりとしないため、企業はひとまず同条項を厳しめに理解するのがよく、即ち、企業の名称（氏名）、略称、標識、成立時期、経営範囲について、且つ直接に又は間接的に商品又はサービスを販売促進していない情報だけが広告扱いにはならないと見做すのがよい。

2) 販売促進する商品又はサービスを指し示していないもの

ガイドライン第5条には、広告用語が販売促進する商品又はサービスを指し示していない場合、絶対的用語に関する規定は適用しないと言及されており、同条項は本質的に「言葉の意味の関連性」の視点から除外状況を定めている。具体的に言うならば、同条項は2つの基本的な除外状況を定めており、1つは**商品事業者のサービス精神又は经营理念、企业文化、主観的願望を表明したに過ぎないもの**、もう1つは、**商品事業者の目標追求を表現したに過ぎないものである**。この2つの除外状況は、これまでの法執行の実務運用上において概ね各地方における相対的に統一された共通認識となっており、よく見かけられる用語には、「お客さま第一」「完璧な品質を追求する」などが含まれる。

また、ガイドライン第5条では、このような除外状況についての抜け穴防止条項も定めており、即ち、**絶対的用語が指し示す内容が、広告において販売促進する商品又はサービスの性能、品質とは直接の関連がなく、且つ消費者を誤認混同させることのない状況、とも記載している**。この抜け穴防止条項は、上記の2つの基本状況が除外される本質的な原因に対する描述であり、それは经营理念であろうと、目標の追求であろうと、いずれも商品又はサービスの実際の性能、品質については表現していないからである。当然ながら、監督管理機関がその抜け穴防止条項をどのように把握するかも同様にまだはっきりとしていないため、企業は現段階では上記の2つの基本的な除外状況に基づき把握しておくようにするのがよい。

3) 消費者を誤認混同させ又は他の事業者を蔑む客観的影響がないもの

ガイドライン第6条では、広告に使用される絶対的用語が商品事業者の販売促進する商品を指し示すが、消費者を誤認混同させ、又は他の事業者を蔑む客観的影響がない場合、絶対的用語に関する規定は適用しないと定めており、同条項には、前述の文脈上の排他性に関する内容が含まれている。同条で定められている除外状況はやや多様であり、具体的には以下の通りである。

- ① **同一ブランド又は同一企業の商品に対し、自ら比較するためのみに使用する場合**。よくある状況には、取り扱う商品の中での最大の間取り、最小サイズ、最上級装備車種などの説明が含まれる。
- ② **宣伝する商品の使用方法、使用時間、保存期限などの消費に関する注意喚起にのみ使用する場合**。具体例、最適な賞味期限、最適な使用温度など。
- ③ **国家基準、業界基準、地方基準などに基づき**

定的商品分级用语中含有绝对化用语并能够说明依据的。如，某国家标准把商品分为“精品、特级、一级、二级”四个质量等级，则企业可以按照该标准使用该类绝对化用语，但应注意不得混淆等级标准。另外，该条款所指国家标准、行业标准、地方标准，通常应为在中国大陆有效的标准。

- ④ 商品名称、规格型号、注册商标或者专利中含有绝对化用语，广告中使用商品名称、规格型号、注册商标或者专利来指代商品，以区分其他商品的。该情形的核心在于使用绝对化用语的目的是“区分其他商品”，若超出该目的使用该类绝对化用语，则很可能难以获得豁免。
- ⑤ 依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语的。值得注意的是，指南将奖项、称号限定为“依据国家有关规定评定”，其具体内涵有待观察，可能会将数量繁多的商业评价机构颁发的奖项、称号排除在外。
- ⑥ 在限定具体时间、地域等条件的情况下，表述时空顺序客观情况或者宣传产品销量、销售额、市场占有率等事实信息的。常见情形包括“首款、首秀、首发、最早、独家、唯一”及“销量、销售额、市场占有率第一”等。实践中，企业应当保留好证明广告内容真实性的相关证明，并标明时间和适用范围，以及数据来源等，避免被认定为虚假广告。

3. 违规使用广告绝对化用语的处罚

由于指南本身并不属于法律法规，在企业违规使用广告绝对化用语时，执法部门的处罚依据仍是《广告法》第五十七条及其他相关法律、法规。

在此基础上，指南还充分体现了谦抑性的行政执法观念，指出“对初次在广告中使用绝对化用语，危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚”，以及“经营者在其经营场所、自设网站或者拥有合法使用权的其他媒介发布的广告中使用绝对化用语，持续时间短或者浏览人数少，没有造成危害后果并及时改正的，应当依法不予行政处罚；危害后果轻微的，可以依法从轻、减轻行政处罚”。因此，企业因不慎违规使用广告绝对化用语被调查的，建议及时改正，并结合前述规定与执法部门充分沟通，争取不予、从轻或减轻行政处罚。

認定された商品の等級別用語の中で絶対的用語が含まれ、且つその根拠を説明することができる場合。具体例、ある国家基準では、商品を「逸品、特級、一級、二級」という4つの品質等級に分けており、企業はこの基準に基づきこれら絶対的用語を使用することができるが、等級基準を混同してはならないことに注意しなければならない。また、同条項にいう国家基準、業界基準、地方基準は、通常、中国の国内において有効な基準でなければならない。

- ④ 商品名称、仕様型番、登録商標又は特許の中に絶対的用語が含まれ、広告の中で商品名称、仕様型番、登録商標又は特許を使用することで、商品を指し示し、他の商品と区別する場合。この状況でのポイントは、絶対的用語を使用する目的が「他の商品と区別する」ことにあり、もしもその目的を逸脱してこのような絶対的用語を使用した場合は、除外する状況として扱われることは難しくなる可能性が高い。
- ⑤ 国の関係規定に基づき評価して与えられた賞、称号の中に絶対的用語が含まれている場合。注意に値すべきは、ガイドラインが賞、称号を「国の関係規定に基づき評価し与えられる」ものに限定しており、その具体的な特徴的概念については様子見る必要があるものの、おそらく多くの商業評価機関から授与される賞、称号は除外扱いとなるであろうと思われる。
- ⑥ 具体的な時間、地域などの条件を限定する状況において、時系列で客観的状況又は宣伝する製品の販売量、売上高、市场占有率などの事実情報を描述する場合。よくある状況としては、「初仕様、初披露、初版、最初の、独占、唯一」及び「販売量、売上高、市場シェア率首位」などが含まれる。実務運用上、虚偽広告と認定されないようにするためにも、企業は広告内容の真实性を証明する係る証明エビデンスを残しておき、時間及び適用範囲並びにデータソースなどを明記しておかねばならない。

3. 絶対的用語を違反して使用した場合の処罰

ガイドラインそのものは法律規則に該当するものではないため、企業が広告上の絶対的用語を違反して使用した場合、法執行機関の処罰根拠は、やはり「広告法」第57条及びその他の関連法律、法規となる。

これらを踏まえ、ガイドラインでは「必要最低限で」という行政法執行理念を十分に体现しており、「広告上に絶対的用語を初めて使用した場合、その危害による結果が軽微であり、且つ遅滞なく改めた者には、行政処罰を科さないとする」、「事業者が、その事業場所、自社が設置したウェブサイト又は適法な使用权を有するその他の媒体で発信する広告の中で絶対的用語を使用した場合、その継続期間が短く、又は閲覧者の数が少なく、危害の影響がなく、且つ遅滞なく是正した場合、行政処罰を科さないものとする。それによる危害の影響が軽微である場合は、法に依拠して軽めに行政処罰を科し、又は行政処罰を減輕することができる」と言及している。そのため、企業が意図せず広告上の絶対的用語を使用したために調査を受けてしまった場合は、遅滞なく是正し、且

此外，企业需要特别留意，医药、教育培训等行业的广告对绝对化用语的限制较大。根据指南第十一条，特定情形下使用广告对绝对化用语一般不被认为属于违法行为轻微或者社会危害性较小。

通过本文的解读，可以发现指南对广告绝对化用语的判断、使用、处罚等提出了更为详细的指引，就指南中规定较为宽泛、有待实践予以释明的内容，建议企业持续关注。

（作者： 里兆律师事务所 董红军、郑旭斌）

四、近期热点话题

※企业近期的关注话题（=律师近期的关注话题）

- 外资企业从中国撤退的方式、流程、注意点等
- 日本半导体出口管制政策修订对中国公司的业务影响
- 债务人经营不善情况下，债权人如何有效回收债权
- 如何对在华外籍人员进行中国《反间谍法》的培训

つ前述の規定を踏まえて法執行機関と十分に話し合い、行政処罰を受けないよう、又は軽めの行政処罰としてもらい又は軽減してもらうように努めるのがよい。

また、企業が特に注意を払う必要があることとして、医薬、教育訓練などの業界の広告では、絶対的用語に対する制限がかなり大きい。ガイドライン第 11 条によれば、特定の状況の下で広告を使用することは、一般的に、違法行為が軽微であり又は社会的危害が小さいものであると認識されることはないとしている。

本文の考察から、ガイドラインは広告上の絶対的用語の判断、使用、処罰などについてより詳細な方向性を提唱しており、ガイドラインの中で相対的に広範な規定がなされ、実戦での裏付けがなされていく必要のある内容については、企業は引き続き関心を払う必要がある。

（作者：里兆法律事務所 董红军、鄭旭斌）

四、トピックス

※企業が最近注目している話題（=弁護士が最近注目している話題）

- 外資企業の中国からの撤退方法、プロセス、注意点など
- 日本半導体輸出規制政策改正による中国会社の事業に対する影響
- 債務者の経営不振時において、債権者は如何にして効果的に債権回収を行うべきか
- 中国にいる外国人に対し中国「反スパイ法」の研究をどのように実施すべきか