

国家市场监督管理总局文件

国市监稽发〔2021〕22号

市场监管总局关于印发《2021民生领域 案件查办“铁拳”行动方案》的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局(厅、委)，
总局各有关司局：

现将《2021民生领域案件查办“铁拳”行动方案》印发给你们，
请结合实际认真组织实施。



(此件依申请公开)

2021 民生领域案件查办 “铁拳”行动方案

为贯彻落实全国市场监管工作会议精神,聚焦民生领域,加大执法力度,查办一批重点案件,严惩一批违法主体,曝光一批典型案例,在执法资源有限的情况下获取最大执法效果,市场监管总局决定2021年在全国范围内开展“铁拳”行动,制定本方案。

一、工作目标

落实总局党组决策部署,针对群众反映强烈、社会舆论关注和市场监管风险压力大的突出问题,集中优势兵力,精准重拳出击,依法查办一批群众身边性质恶劣的典型案件,切实加大处罚力度。加强宣传和案例曝光,充分发挥警示震慑作用,实现查办一案警示一片,有效遏制违法现象多发势头,着力化解和防范市场风险,努力营造安全放心的消费环境,不断提升人民群众的满意度和获得感。

二、聚焦民生领域,突出案件查办重点

坚持问题导向、目标导向,聚焦关系群众生命健康安全的重点商品,贴近群众生活的重点服务行业,以及农村与城乡结合部市场、制售假冒伪劣产品多发的重点区域,重拳出击,严厉打击以下违法行为:

(一)销售药残超标的畜产品、水产品及未经检验检疫或检出

“瘦肉精”的肉类。(执法稽查局负责)

(二)宣称减肥和降糖降压降脂等功能的食品中添加药品。
(执法稽查局负责)

(三)生产销售“偷工减料”劣质钢筋、线缆。(执法稽查局牵头)

(四)生产销售劣质儿童玩具。(执法稽查局牵头)

(五)中介机构“乱收费”。(价监竞争局负责)

(六)翻新“黑气瓶”。(特种设备局负责)

(七)农村市场“山寨”酒水饮料、节令食品。(执法稽查局负责)

(八)“神医”“神药”等虚假广告。(广告监管司负责)

各地市场监管部门按照“规定动作”与“自选动作”相结合的原则,根据本地实际情况,聚焦民生领域,确定本地案件查办重点,做到行业指向明确、商品种类清晰、违法行为具体。

三、创新执法方式,切实加大案件查办力度

(一)拓宽线索摸排渠道。加强网络交易监测和12315平台大数据动态分析,为执法办案提供靶向信息。畅通日常监管与执法办案之间线索移送渠道,及时获取产品抽检、飞行检查及日常监管发现的违法信息。密切关注舆情动态,加强与行业协会、社会组织、企业等交流,研判分析社会关注热点和业内突出问题,多方汇集违法线索。加强与相关执法部门的沟通,及时互通相关违法信息。加强对零散违法线索的整合分析,持续跟踪挖掘违法行为。

(二)加强上下协调联动。总局和省级市场监管部门加强对案件查办工作的组织指导,及时研究解决执法办案中的疑难问题,发挥好市县市场监管部门执法办案主力军作用。对于重大跨区域案件,上级市场监管部门要统一组织执法行动,协调开展“集群作战”;对于复杂案件及查处阻力较大的案件,上级市场监管部门要实施挂牌督办。市县市场监管部门发现的重大跨区域案件线索,可报请上级市场监管部门指定管辖或组织查办,重大跨省域线索上报总局处置。

(三)强化区域协查联办。牢固树立全链条办案理念,查办个案要深挖生产源头和销售网络,协同查处上下游关联违法行为。加强区域间联络会商、线索移送、案件协查,在办案中发现违法行为涉及外地的,要将有关情况及时通报涉案地市场监管部门,并可根据需要请求开展协查。涉案地市场监管部门要迅速核查,符合立案条件的,依法立案调查,并及时协查回复。对同一主体违反市场监管领域多部法律法规的,要从不同法律角度全面分析违法行为,依法一并定性处罚。

(四)大力推进行刑衔接,积极开展行纪衔接。按规定移送涉嫌犯罪案件,坚决杜绝“以调代罚”“以罚代刑”。对于公安机关移送的非刑事违法案件,依法及时作出处罚。加强与公安机关在信息共享、情况通报、线索研判等方面协作,对于重大复杂案件,视情请公安机关提前介入,发挥各自优势,联查联办,依法严厉惩处违法行为。加强与司法机关的沟通,及时会商解决法律适用中的疑难问题,为执法办案提供支撑。贯彻落实《市场监管行政执法

与纪检监察监督贯通协同工作办法》，建立与纪检监察机关信息沟通、线索移送、措施配合、成果共享等工作机制，以强监督促强执法，杜绝办案中“跑风漏气”，消除“人情案”，防止地方保护主义。

四、加强宣传和失信惩戒，充分发挥警示震慑效应

（一）加强宣传统筹策划。总局和省级市场监管部门要制定宣传工作方案，坚持办案与宣传统筹考虑，加强组织策划，选择合适的宣传平台、媒体、内容、方式、节奏，有计划地开展宣传活动，展示案件查办成效，持续释放震慑效果。要根据生产经营活动和消费特点，突出不同时段宣传主题，集中曝光解读查办的同类案件，形成“合唱”，掀起声势，增强震慑。要密切关注舆情动态，及时回应社会关切。对于办案中发现的深层次问题以及比较敏感的案件，要及时向上级市场监管部门或总局报告。

（二）加大案件曝光力度。充分利用主流媒体和群众喜闻乐见的新媒体，每月公布一批典型案件，每季度召开新闻发布会，做好宣传解读，震慑违法者，警示经营者。选择部分典型案件，请媒体持续跟踪报道查办过程，加强舆论监督，扩大办案影响。通过当事人现身说法、专家点评等方式，开展形式多样的宣传活动，提高群众辨识力和自我防护能力。通过采访行业组织、企业和消费者代表，公开销毁罚没物品等方式，展示执法办案成效，营造良好舆论氛围。总局定期选取不同领域典型案例，深入解读宣传，以案释法，以案普法。

（三）开展失信联合惩戒。依托国家企业信用信息公示系统，

依法公示行政处罚信息,强化对违法企业的社会监督。依法将符合条件的违法失信企业列入严重违法失信企业名单,采取相应的管理措施,加强信用约束。推动严重违法失信企业名单等信用信息的互联共享,依法实施联合惩戒,进一步加大对违法成本。

五、工作要求

(一)加强工作组织保障。总局建立相关司局参加的重点案件查办工作协调机制,研究确定年度案件查办重点,统筹开展宣传活动,协商解决重大问题,推进日常监管与执法办案工作衔接。相关监管司局要围绕案件查办重点加强日常监管,有针对性地开展抽查、抽检等行动,为执法办案提供支撑。相关执法司局加强对本领域案件查办的协调指导、督查督办和组织查办。省级市场监管部门要建立相应的协调机制,梳理细化本地案件查办重点,制定符合本地实际的实施方案,集中优势资源,保障办案条件,认真组织实施。要成立由办案能手和法律专家组成的执法办案专家组,为疑难复杂案件办理提供咨询指导。

(二)完善督促激励措施。通过交叉检查、分区督查、案卷评查等方式,加强对案件查办工作的督促指导。对敢于碰硬、深挖线索、攻克疑难案件的办案人员和地方市场监管部门,给予通报表扬;对问题多发高发、案件查办不力的地方市场监管部门,予以通报批评,并约谈相关负责人。总局组织开展优秀典型案例评选活动,对工作中涌现出的办案能手,按有关规定推荐进入总局综合执法人才库。将相关案件查办纳入全国“双打”工作、全国质量工作、全国食品安全工作年度考核。

(三)做好案件统计报送。各地市场监管部门要建立重点案件查办工作台账,对总局转(交)办、督办以及自行发现的重点案件线索进行记录,实时跟踪查办进展,加强指导调度。建立典型案件和重要线索报送制度,省级市场监管部门每月10日前将上月查办的典型案件(不少于10个)及3-5条重要线索报送总局。各地办结的有重大影响的案件,可随时报送。相关办案数据,按要求录入总局数据统计信息系统。

(四)明确工作进度安排。4月中旬,省级市场监管部门将本地实施方案和联系人报送总局;4月下旬,省级市场监管部门对本地在查相关重点案件进行梳理,并汇总今年以来办结的相关典型案件报送总局;7月中下旬,总局组织开展交叉检查、分区督查和案卷评查;7月10日、10月10日前,分别报送第二、三季度案件查办和宣传工作开展情况;12月31日前,报送2021年工作总结报告,总结有效做法和成功经验,提出2022年重点案件查办建议。

附件:1. 食品安全违法案件查处方案

2. 生产销售“偷工减料”劣质钢筋、线缆案件查处方案
3. 生产销售劣质儿童玩具案件查处方案
4. 中介机构“乱收费”案件查处方案
5. 翻新“黑气瓶”案件查处方案
6. 农村市场“山寨”酒水饮料、节令食品案件查处方案
7. “神医”“神药”等虚假广告案件查处方案
8. 典型案件报送信息表

食品安全违法案件查处方案

经过坚持不懈努力,我国食品安全形势稳中向好。但是,从近年来发生的食品安全事件看,还存在一些突出问题。从种养殖环节看,主要是农兽药残留超标问题;从生产流通环节看,主要是食品“非法添加”问题(食品中添加非食用物质和药品、超范围超限量使用食品添加剂,简称“两超一非”)。从物流环节看,随着进口食品特别是肉类产品消费量不断增大,叠加国外疫情肆虐的现状,进口冷链食品监管执法形势非常严峻。

一、重点任务

(一)以食用农产品为重点,严厉查处农兽药残留超标、未按规定抽样检验和快速检测的违规行为;以畜、水产动物肉类及其制品为重点,严厉查处检出“瘦肉精”“孔雀石绿”等禁用兽药的违法行为。以冷链食品为重点,严厉查处生产销售未经检验检疫或检验检疫不合格的肉类及制品违法行为。

(二)以宣称减肥、降糖降脂降压等功能的食品(包括保健食品)为重点,严厉查处非法添加非食用物质和药品的违法行为。

(三)以网红饮品店、凉茶店、蛋糕店等餐饮服务企业、食品生产加工小作坊和食品摊贩、集体用餐单位以及集中交易市场等为重点环节;以山寨食品、冷链食品、直播带货食品等为重点品种;

以农村地区、城乡结合部、校园周边为重点地区。

二、查处依据

(一)《食品安全法》第一百二十三条、第一百二十四条、第一百二十五条。

(二)《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》。

(三)《食品中可能违法添加的非食用物质和易滥用的食品添加剂名单》(共6批)。

(四)《食品药品监管总局 公安部 最高人民法院 最高人民检察院 国务院食品安全办关于印发〈食品药品行政执法与刑事司法衔接工作办法〉的通知》(食药监稽〔2015〕271号)。

三、工作要求

(一)针对查处重点,对群众举报、日常监管、抽检监测及司法机关移送等渠道发现的线索,深挖细查。

(二)现场检查做好预案,票、账、货等相关证据,生产经营仓储场所,运输工具以及违法行为要统筹考虑,及时收集固定证据。

(三)加强执法检验,以涉及“农兽药残留超标”“两超一非”和“冷链食品”的常规项目为重点,提高发现、查处违法行为的针对性和靶向性。

(四)规范执法行为,严格执行《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》(总局令第2号),参考执行《食品安全违法查办指导手册》。

四、任务分工

执法稽查局负责食品安全违法案件查处工作。

附件2

生产销售“偷工减料”劣质钢筋、线缆 案件查处方案

近年来,我国产品质量稳中有升,一些领域质量安全突出问题得到治理。但是,国家监督抽查情况表明,建筑用钢筋、电线电缆等部分产品合格率仍然不高,亟须集中力量、重拳出击,围绕社会反映集中、严重影响公共安全、生产安全 and 人身安全的“瘦身钢筋”“打折电缆”,着力查办一批违法案件,切实加大处罚力度,有效遏制假冒伪劣滋生和蔓延。

一、重点任务

(一)查办系列恶意违法案件。以建筑用钢筋、电线电缆为重点,严厉查处一批偷工减料、掺杂掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品,以及伪造产地、伪造或者冒用他人厂名厂址、伪造或者冒用质量标志等违法案件。

(二)查办一批无证生产案件。查办一批未按规定要求取得生产许可证或强制性产品认证而擅自生产、销售,以及生产销售“三无”产品的违法案件。

(三)强化重点领域和区域执法办案。加大对农村集贸市场、城乡结合部建材市场以及部分产品生产销售集聚区的执法力度。河北、山东、江苏、浙江、河南、广东、安徽等作为钢筋产品重点地

区,河北、江苏、安徽、广东、河南、辽宁、山东等作为电线电缆重点地区,加大执法办案力度。

二、查处依据

(一)《产品质量法》第四十九条、第五十条、第五十三条。

(二)《工业产品生产许可证管理条例》第四十五条、第四十六条、第四十七条、第四十八条、第四十九条。

(三)《认证认可条例》第六十六条、《市场监管总局关于优化强制性产品认证目录的公告》(2020年第18号)。

(四)《刑法》第一百四十条。

三、工作要求

(一)加强部门协同配合。在部门内,产品质量监督机构、认证监管机构要对监管工作中发现的违法线索及时移交执法稽查机构。执法稽查机构会同产品质量监督机构、认证监管机构对违法行为依法快查严处。在部门间,市场监管部门对其他部门转来的案件线索要及时组织调查,加强与公安部门的情报信息沟通,适时组织开展联合执法。

(二)强化大案要案办理。建立健全大案要案查办督办制度,对重大案件,省级市场监管局要深入一线,靠前指挥。对于发现生产销售“瘦身钢筋”“打折电缆”等典型违法行为,要加强督导督办,倒查企业近年来违法行为,进行全面清查,切实加大案件查办力度,不能流于形式。

(三)充分发挥社会监督作用。充分发挥12315等投诉举报

电话作用,畅通消费者维权渠道,切实维护企业和用户合法权益。对群众举报的线索,尤其是对于行业协会和企业举报、反映的线索,要认真核查,重点突破。

四、任务分工

执法稽查局负责牵头生产销售“偷工减料”劣质钢筋、线缆案件查处工作,质量监督司、标准技术司、标准创新司、认证监管司、认可检测司按职责分工配合。

附件3

生产销售劣质儿童玩具案件查处方案

儿童玩具关系儿童身心健康,关系家庭幸福、社会和谐。但是,目前生产、销售假冒伪劣儿童玩具及未经认证擅自出厂、销售CCC目录内儿童玩具等违法行为时有发生,部分玩具质量不合格问题依然存在,严重危害消费者人身健康安全,亟须集中力量,严查违法行为,切实维护消费者权益。

一、重点任务

(一)重点违法行为:列入CCC目录的产品未经认证,擅自出厂、销售;生产、销售不符合标准要求的产品;销售“三无”产品;以次充好,以不合格产品冒充合格产品。

(二)重点涉及产品:CCC认证目录内的各类玩具;易引起安全事故的弹射玩具、磁力玩具和水晶泥。

(三)重点关注领域:校园周边、农村地区和城乡结合部地区以及网络销售。

二、检查项目

(一)生产领域。

1. 生产企业是否生产未获得CCC认证或不符合标准要求的产品并出厂、销售。

2. 生产企业是否正确使用CCC标志,玩具产品标识是否符

合相关要求。

3. 生产企业是否存在弄虚作假行为,如采用欺骗或造假等不正当手段获得认证,假冒或伪造CCC认证证书或标志等。

4. 是否存在无证照生产经营的非法加工点。

(二)流通领域。

1. 是否销售不符合标准要求的产品、“三无”产品,是否以次充好,以不合格产品冒充合格产品。

2. 销售的产品是否属于CCC目录内产品并获证。

3. 认证证书的状态是否有效,自认证证书被注销、撤销之日起或者在认证证书暂停期间,是否继续销售不符合认证要求的产品。

4. 产品实际铭牌或标示上所列制造商、生产厂、型号规格等信息,是否与提供的认证证书相一致。

5. 是否存在伪造、变造、冒用、买卖和转让认证证书和认证标志行为。

三、查处依据

(一)《产品质量法》第四十九条、第五十四条、第六十一条等。

(二)《电子商务法》第十三条、第三十八条、第八十五条等。

(三)《认证认可条例》第六十六条、《市场监管总局关于优化强制性产品认证目录的公告》(2020年第18号)等规定。

四、工作要求

(一)加强部门协同配合。产品质量监督机构、认证监管机构

要对监管工作中发现的违法线索及时移交执法稽查机构。执法稽查机构会同产品质量监督机构、认证监管机构对违法行为依法快查严处。执法稽查机构对其他部门转来的案件线索要及时组织调查,加强与公安部门的情报信息沟通,适时组织开展联合执法。

(二)围绕突出问题抓实抓细。各地特别是浙江、广东、江苏、山东等儿童玩具主产区的市场监管部门,要以农村和城乡结合部小企业、小作坊、批发市场、集贸市场,特别是学校周边商铺为主要检查对象,全面排查儿童玩具生产经营主体资格,严厉打击制售列入CCC目录的产品未经认证,制售“三无”产品、假冒伪劣产品等违法行为,坚决取缔“黑工厂”“黑窝点”和“黑作坊”。

五、任务分工

执法稽查局负责牵头生产销售劣质儿童玩具案件查处工作,质量监督司、标准技术司、标准创新司、认证监管司按职责分工配合。

中介机构“乱收费”案件查处方案

部分中介机构借助行政权力或行政影响力“乱收费”，加重企业负担，影响政府公信力，损害公平竞争的市场秩序。根据国务院常务会议要求和国务院领导同志关于治理中介机构收费的重要批示精神，严厉查处中介机构违规收费，是减轻企业负担的重要举措，有助于进一步优化营商环境，降低实体经济运营成本。

一、重点任务

严厉查处下列中介机构借助行政权力或行政影响力违规收费行为：

（一）利用行政职能、垄断地位指定服务、强制服务并收费或只收费不服务。

（二）将审批部门在审批过程中委托开展的技术性服务活动的费用转嫁给申请人承担。

（三）利用电子政务平台违规收费，将应当由行政机关承担的运营维护费等转嫁给企业承担。

（四）审批部门所属事业单位和主管的社会组织及其举办的企业，开展与本部门行政审批相关的中介服务。

（五）行业协会强制企业入会并收取会费，违规开展各类会议、培训、展览、考核评比、表彰及强制赞助捐赠、订购刊物等“乱

收费”行为。

二、查处依据

(一)《中共中央 国务院关于坚决制止乱收费、乱罚款和各种摊派的决定》(中发[1990]16号)。

(二)《中共中央办公厅国务院办公厅关于转发财政部〈关于治理乱收费的规定〉的通知》(中办发[1993]18号)。

(三)《中共中央国务院关于治理向企业乱收费、乱罚款和各种摊派等问题的决定》(中发[1997]14号)。

(四)《优化营商环境条例》(国务院令 第722号)。

(五)《国务院办公厅关于清理规范国务院部门行政审批中介服务的通知》(国办发[2015]31号)。

(六)《国务院办公厅关于进一步规范行业协会商会收费的通知》(国办发[2020]21号)。

(七)《社会组织评比达标表彰活动管理暂行规定》(国评组发[2012]2号)

三、工作要求

(一)加强工作衔接。结合落实《市场监管总局关于开展2021年“治理涉企收费 减轻企业负担”专项行动工作的通知》,将中介机构“乱收费”作为专项治理工作的重点之一,并做好与“铁拳”行动的衔接。

(二)加强统筹组织。4—6月,总局组织开展全国交叉检查,由15个省份派出检查组对中介机构违规收费开展检查;7—12月,

开展联合督导,督促各地市场监管部门按照专项行动要求持续推进检查工作,要因地制宜开展本区域交叉检查,确保全年工作取得实效。

(三)加强联合监管。市场监管部门在中介机构“乱收费”检查中,要与行业主管部门建立有效的沟通渠道,对涉企收费政策随时会商、精准把握。要推进部门间综合治理、联合检查,形成监管合力。对检查中发现的问题,要及时反馈给政策制定部门,并提出完善政策的意见和建议。

四、任务分工

价监竞争局负责中介机构“乱收费”案件查处工作。

附件5

翻新“黑气瓶”案件查处方案

截至2020年底,全国在用气瓶约1.79亿只,其中与人民群众生产生活密切相关的液化石油气瓶超过1.5亿只。有线索反映,不法分子将本应报废的液化石油气瓶翻新后销售到农村、乡镇充装使用。这类翻新气瓶由于使用年限不明、材质状况不明,可能存在未知缺陷,造成极大的安全风险和隐患,严重影响人民群众生产生活。

一、重点任务

(一)开展液化石油气瓶充装单位检查。重点检查在用液化石油气瓶制造、检验标志,对于标志不符合安全技术规范、国家标准的气瓶,特别是“螺丝瓶”(即护罩与瓶体以螺纹方式连接)、涉嫌存在更换护罩以及标志造假的在用气瓶,予以强制报废,并进行压扁、水压爆破、切割瓶体等去功能化处理。重点排查自有产权气瓶的来源,打击充装翻新“黑气瓶”或购自检验机构的“检测瓶”等行为。

(二)加强液化石油气瓶检验站排查。重点排查翻新“黑气瓶”、销售已报废但未经去功能化处理的气瓶等行为。对于液化石油气瓶达到设计使用寿命或者经安全评估后已使用满12年的,要予以报废并进行去功能化处理。对于发现收购、销售未经

去功能化处理的报废液化石油气瓶,依据特种设备法予以查封、扣押并进行去功能化处理。

(三)重点检查气瓶的电子标志信息可追溯情况。2021年1月1日以后,对于未设置永久性电子识读标志的已出厂液化石油气瓶,依法责令制造单位召回并限期整改。

二、查处依据

(一)《特种设备安全法》第八十二条、第八十五条、第九十三条等。

(二)《特种设备安全监察条例》第八十二条、第八十四条、第九十二条、第九十三条等。

(三)《气瓶安全技术监察规程》(TSG R0006—2014)。

(四)《气瓶安全技术规程》(TSG 23—2021)。

(五)《液化石油气钢瓶》(GB/T 5842—2006)。

三、工作要求

(一)明确重点区域和单位。各地市场监管部门要按照“铁拳”行动要求,重点检查液化石油气瓶充装单位、检验站以及制售翻新“黑气瓶”的“黑窝点”,获取有效证据。

(二)把握查办途径和方式。要通过明查暗访、“四不两直”等方式,努力发现翻新“黑气瓶”的“黑窝点”,并立即固定证据。要鼓励群众和正规企业积极举报违法行为,提供违法线索,循线深入开展调查,严厉查处并依法取缔翻新“黑气瓶”的“黑窝点”。

(三)加强执法协作。市场监管部门发现违法线索涉及市场

主体跨区域的,要及时通报相关地方市场监管部门,共同组织查办;对于违法情节严重并涉嫌构成犯罪的,要按规定移送司法机关,追究刑事责任。

四、任务分工

特种设备局负责翻新“黑气瓶”案件查处工作。

农村市场“山寨”酒水饮料、节令食品 案件查处方案

当前,农村和城乡结合部依然是假冒侵权产品的重灾区。每逢节假日消费高峰,大量似曾相识的“山寨”产品涌现农村市场,不仅损害消费者利益,而且侵犯权利人的知识产权。随着我国全面建成小康社会,创新环境持续改善,人民群众对生活品质的追求越来越高,对打击假冒侵权产品的期望和要求也越来越高。依法严厉查处制售假冒侵权产品等违法行为,对于维护良好的市场秩序,切实保护消费者和权利人的合法权益,促进我国乡村振兴战略顺利实施具有重要意义。

一、重点任务

以酒水饮料、节令食品为重点,严厉查处以下违法行为:

(一)未经商标注册人许可,在同种商品上使用与其注册商标相同的商标。

(二)未经商标注册人许可,在同种商品上使用与其注册商标近似的商标,或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标,容易导致混淆。

(三)在同种商品或者类似商品上将与他人注册商标相同或者近似的标志作为商品名称或者商品装潢使用,误导公众。

二、查处依据

(一)《商标法》第五十七条、第六十条等。

(二)《商标法实施条例》第七十六条等。

三、工作要求

(一)充分发挥知识产权执法联络员作用,强化跨区域协查联动,对制售假冒侵权商品行为追踪溯源,并同时追查商标标识违法印制主体。

(二)在节假日等消费高峰时段,针对农村和城乡结合部的商场、超市及面向农村的批发市场加大执法力度,一旦发现假冒侵权商品,要循线追查上游销售商和生产源头。对于发现的量大面广、涉及多品牌、跨区域的违法行为,组织开展联合执法,构建覆盖生产、经营、流通的全链条办案模式。

(三)加强与权利人的沟通联系,积极发挥权利人在违法线索提供、侵权调查、商品鉴别、信息溯源中的作用,为案件查办工作提供支撑。

四、任务分工

执法稽查局负责农村市场“山寨”酒水饮料、节令食品案件查处工作。

“神医”“神药”等虚假广告 案件查处方案

医疗、医疗美容、药品、保健食品等重要商品和服务广告事关人民群众的身体健康、生命安全,虚假违法广告误导公众,给广大人民群众尤其是老年人、青少年身体健康带来隐患。因此,必须对各类涉医疗、医疗美容、药品、保健食品等所谓的“神医”“神药”广告乱象,依法严厉打击,营造让群众放心、安心、舒心的广告市场氛围。

一、重点任务

(一)开展相关广告专项监测。总局广告监管司组织全国性广告监测机构开展专项监测,完善与卫生健康、广电、中医药、教育等部门监测信息共享机制,扩大监测范围。省级市场监管部门要结合本地实际情况,对辖区内传统媒体、互联网、户外媒体发布的医疗、医疗美容、药品、保健食品广告进行专项监测,及时发现相关违法线索。

(二)组织重点案件查办。要加强违法线索分析研判,精选重点线索,有计划地组织查办。严厉打击假扮医生、专家、教授,以介绍健康、养生知识等形式变相营销医疗、药品、保健食品等“神医”广告;严肃查处捏造事实、混淆概念、制造噱头、夸大效果以及

保健食品宣传疾病治疗功效等各类“神药”广告。

二、查处依据

(一)《广告法》。

(二)《医疗广告管理办法》。

(三)《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》。

三、工作要求

(一)重点线索实施台账管理。总局将建立重点线索转办督办台账,对转交各地市场监管部门查办的案件线索实行跟踪督办。各地按照督办要求的时间节点报送线索核查进展,并在作出行政处罚事先告知、行政处罚决定等重要时点向总局报送相关行政处罚文书。省级市场监管部门要加强对下级市场监管部门重点线索查办的督促指导,层层压实责任。

(二)重大案件由总局和省局直接组织查办。对于总局实施台账管理的重点线索,明确属地省级市场监管部门广告处室是组织查办的第一责任人。违法线索涉及市场主体跨区域或者相关当事人屡查屡犯、情节恶劣的,总局将直接组织查办。对于属地省级市场监管部门履行第一责任人责任不力,案件查办工作难以推动的,总局将组织异地市场监管部门进行查办。

(三)加强行刑衔接和行纪贯通。各级市场监管部门要用好用足法律手段,出重拳、下狠手,坚决严惩相关违法主体。对于广告违法行为情节恶劣涉嫌构成犯罪的,按规定移送司法机关追究

刑事责任。对于发布相关虚假违法广告的媒体单位依法实施行政处罚后,要及时向宣传、广电、新闻出版等部门通报情况,由其
对责任单位、责任人员追究相关责任。

四、任务分工

广告监管司负责“神医”“神药”等虚假广告案件查处工作。

附件8

典型案件报送信息表

填写时间： 年 月 日

办理状态： ☐正在办理中 ☐已办结

案件类型					
案件名称					
涉案企业名称 (人员姓名)				证照情况 (许可信息)	
立案时间	年 月 日			结案时间	年 月 日
涉案金额	(万元)	是否 调解	☐ 是 ☐ 否	赔偿数额	(万元)
涉案环节	☐ 生产 ☐ 经营			本省以外 涉案省 (区、市)	
是否处罚	☐ 是 ☐ 否			作出处罚时间	年 月 日
处罚决定 内容				罚款数额	(万元)
				没收违法所得	(万元)
其他处理 内容	☐ 列入经营异常名录 ☐ 另案处理 ☐ 约谈 ☐ 其他：				
案件移送 公安机关	☐ 是 ☐ 否			移送时间	年 月 日
通报情况	☐ 未通报 ☐ 通报部门：			通报时间	年 月 日
案情摘要 (线索核查情况； 调查经过、违法 事实、处理结果； 产生的效果和社会 影响等)	(可附页)				
是否 已公开	☐ 是 ☐ 否				
承办部门				联系人 (电话)	

