

April 7, 2026

## 韩国修订《标示广告法施行令》及惩罚性罚款告示的启示

### I. 韩国《标示广告法施行令》及惩罚性罚款告示的修订背景与施行时间

韩国公平交易委员会（下称“KFTC”）于2026年3月25日宣布，就《标示·广告的公正化相关法律施行令》（下称“《施行令》”）启动修订立法预告，并就《违反标示广告法经营者惩罚性罚款征收细则基准等相关告示》（下称“惩罚性罚款告示”）启动行政预告。

本次修订是KFTC于2025年12月30日公布的罚款制度改善方案的后续落实措施，核心内容包括：(i) 放宽重复违法情形下的加重处罚适用条件；(ii) 提高违法行为基准费率下限；(iii) 缩减减轻处罚事由。总体来看，本次修订将使《标示广告法》项下违法行为在计算罚款的各个环节面临更高的制裁强度。其中，《施行令》修订案的立法预告期截至2026年5月4日，《罚款告示》修订案的行政预告期截至2026年4月14日。

### II. 主要修订内容

#### 1. 强化对重复违法行为的加重处罚（《施行令》附表、惩罚性罚款告示修订）

根据现行制度，原则上仅在经营者于过去3年内实施2次以上违法行为，且违法评分累计达到3分以上时，方可适用重复违法加重处罚，且最高加重幅度为50%。

本次修订案将加重处罚的考察期限由现行3年延长至5年，并大幅放宽加重处罚的启动条件。根据修订案，即便在过去5年内仅发生过1次违法行为，亦可能适用最高50%的加重处罚。与此同时，随着违法次数的增加，加重幅度上限将进一步分级提高；如在5年内累计实施4次以上违法行为，惩罚性罚款最高可加重至100%，相当于现行上限的两倍。

违反次数	现行最高加重率	修订案最高加重率
1次	不加重	50%
2次	50%	75%
3次	50%	90%
4次以上	50%	100%

## 2. 调整并上调罚款基准费率体系（惩罚性罚款告示修订）

《惩罚性罚款告示》根据违法行为的严重程度，设置了相应的惩罚性罚款基准费率。现行制度将违法行为划分为3个等级，而修订案拟将其细化为4个等级，以便根据违法行为的性质与严重程度进行更精细的罚款测算。

具体而言，原本统一适用0.1%至0.8%区间的“轻微违法行为”，将被进一步拆分为“上级轻微违法行为”和“下级轻微违法行为”两个层级。同时，“重大违法行为”的基准费率下限将由0.8%大幅上调至1.5%。整体而言，各等级罚款基准费率呈现普遍上升趋势。

违法行为严重性	现行	修订案
极其重大的违法行为	1.6%~2.0%	1.8%~2.0%
重大的违法行为	0.8%~1.6%	1.5%~1.8%
轻微违法行为（上级）	0.1%~0.8%	1.0%~1.5%
轻微违法行为（下级）		0.1%~1.0%

此外，KFTC于2025年12月30日还指出，按照现行制度计算的罚款水平整体偏低，对违法行为的威慑效果不足，尤其与美国及欧盟等海外法制相比，韩国现行罚款上限较低，合理性亦存在争议。基于此，KFTC目前还在推进将法定罚款上限由现行2%大幅提高至10%的方案。因此，后续法律修订进展仍值得持续关注。

## 3. 缩减减轻处罚事由，并新增撤销减轻处罚的依据（惩罚性罚款告示修订）

根据现行《惩罚性罚款告示》，如果经营者分别在调查阶段和审议阶段予以配合，原则上可分别获得10%的减轻处罚，合计最高可减轻20%。但根据本次修订案，仅当经营者自调查阶段起至审议结束为止在整个程序中持续配合时，方可获得最高10%的减轻处罚。换言之，减轻处罚的适用门槛将明显提高，同时减轻幅度也将显著收窄。

此外，修订案还拟将经营者为弥补消费者损害所作努力对应的减轻比例，由现行最高30%大幅下调至最高10%。同时，删除“经营者因接受外部机构审议或法律咨询等，为防止违法行为已尽相当注意义务”这一减轻处罚依据。

更值得注意的是，修订案还新增了撤销减轻处罚的依据：如已获得减轻处罚的经营者在后续诉讼程序中推翻其先前陈述，KFTC可依职权撤销此前给予的减轻处理。因此，企业在调查初期的事实陈述、说明口径以及资料提交策略方面，今后需要采取更为审慎的应对方式。

### III. 启示

韩国政府已将包括《公平交易法》在内的KFTC主管法律项下监管强化与处罚加严列为重点政策方向，标示广告领域亦不例外。本次修订案正是在上述整体监管基调下推进。随着罚款基准费率的整体上调以及重复违法加重机制的同步强化，即便企业实施与以往相同类型的违法行为，所面临的罚款金额亦可能显著提高。

尤其需要关注的是，KFTC近期在标示广告领域持续强化对若干重点方向的监管。首先，自发布修订后的《环境相关标示广告审查指南》以来，KFTC持续加强对“绿色洗白”（Greenwashing）行为的执法力度。其次，对于夸大实际功能、将一般技术包装为人工智能技术的“AI洗白”（AI Washing）宣传，KFTC已于2025年完成实态调查，并预告将于2026年出台相关审查指南。此外，KFTC亦持续关注缺乏客观依据的虚假或夸大宣传，以及社交媒体、网红营销中未披露或未充分披露经济利益关系的情形。

总体而言，KFTC重点关注的领域更易成为执法检查对象。一旦被认定构成违法行为，无论企业所属行业或经营规模如何，均可能在本次制度调整下，面临显著高于以往水平的罚款风险。

在此背景下，企业有必要在标示广告领域建立并运行常态化的合规机制，以实现对相关风险的事前识别与有效防控。具体而言，建议企业重点完善以下方面：（i）建立广告文案的事前法律审查机制；（ii）系统性留存广告宣传所依据的证明材料；（iii）制定针对网红营销及第三方营销合作的内部合规指引；（iv）就AI宣传、环保宣传等高风险领域建立专项审查流程。

为确保上述合规措施的有效落实，企业还应从广告及营销活动的策划阶段即引入法务与合规参与，建立法务、合规、市场、公关等相关部门之间的协同机制，并持续跟踪监管环境变化，及时将最新监管要求转化为内部审查标准与业务操作流程。

### 相关成员

**金洪琦**

律师

T 82.2.3404.0489

E [hongki.kim@bkl.co.kr](mailto:hongki.kim@bkl.co.kr)**池涌泉**

资深外国律师（中国）

T 82.2.3404.0245

E [yongquan.chi@bkl.co.kr](mailto:yongquan.chi@bkl.co.kr)**金应杰**

资深外国律师（中国）

T 86.10.6461.7594

E [yingjie.jin@bkl.co.kr](mailto:yingjie.jin@bkl.co.kr)

法务法人(有限)太平洋谨此声明：本简报所载内容及观点仅供一般参考之用，既不代表法务法人(有限)太平洋的正式立场，亦不构成针对任何具体事项的法律意见。如有相关咨询，敬请通过上述联系方式垂询。