

《Mintegral网络信息内容审核规范》 V1.1

发布时间：2023年4月12日

目录

一、规范总则	2
1. 目的	2
2. 总则	2
3. 审核范围：	3
包括但不限于：	3
二、资质审核	3
1. 广告主的主体资质	3
2. 行业资质	3
3. 权限资质	23
三、广告内容审核	23
1. 总则	23
2. 不得损害国家和社会利益及形象	24
3. 不得含有构成不正当竞争、侵权的内容	27
4. 不得含有虚假、误导内容，不得欺骗、误导消费者，不得损害消费者利益	27
四、落地页审核标准	29
五、广告投放方式审核	30
六、特殊类别广告规定	30
1. 金融类广告	30
2. 美容类广告	32
3. 保健食品广告	32
4. 医疗服务类广告	33
5. 教育/招商广告	34
6. 房地产广告	35
7. 化妆品广告	35
8. 普通食品广告	36
9. 游戏类广告	37
10. 酒类广告	37
11. 直播交友或社交语言类广告	38
七、针对未成年人的保护规定	39
八、广告禁止关键词	40
1. 成人类禁用词汇	40
2. 美容类禁用词汇	40
3. 低俗网络类禁用词汇	41
4. 游戏类禁用词汇	41
5. 兼职、招聘类广告词	41

6. 炒股软件类禁用词汇	41
7. 广告极限词	41
附录：护肤彩妆品、药品、保健品等产品功效性禁用词库	41
(一) 禁止使用虚假夸大商品属性/功效的用语	41
1. 夸大描述商品属性	41
2. 夸大描述商品功效	41
(二) 禁止使用医疗术语	42
(三) 禁止使用明示或暗示对疾病有治疗作用和效果的用语	42

一、规范总则

1. 目的

为了保证用户体验，确保广告真实、合法，以及保护消费者的合法权益，特制定本规范。

2. 总则

- 2.1. 本规范中所有的广告内容要求来源于中华人民共和国法律法规、相关部门行政管理规定及Mintegral内部的风控规则等；如广告投放地区为非中国大陆地区，则广告主或广告需求方还需另行遵守广告投放地区对于广告资质、广告内容的规定，如有疑问，请联系您的账户经理或您的合同联系人；**
- 2.2. 根据《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》，互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布。对其明知或者应知的违法广告，应当采取删除、屏蔽、断开链接等技术措施或管理措施，予以制止。Mintegral有权自行决定广告内容是否符合本规范，对于不符合的广告，不得发布。无论广告投放国家或地区的法律法规与本规范是否有相反规定或者是否明确允许可以发布，Mintegral均有权决定是否发布该广告；
- 2.3. **Mintegral对广告进行初次审核后，有权在后续的投放过程中对同一广告进行再次审核，如再次审核发现该广告不符合本规范或者法律法规的规定的，Mintegral有权对该广告采取删除、屏蔽、断开链接等技术措施或管理措施；**
- 2.4. 通过Mintegral广告平台投放的广告，除了需遵守本规范以外，还需遵守Mintegral合作的流量提供方的政策或标准。在流量提供方同意的情况下，Mintegral可能不时地以合适的方式向您提供流量提供方的政策或标准，您均应遵守；
- 2.5. 由于广告数量庞大、内容复杂，Mintegral审核并通过广告，不应视为Mintegral对该广告符合法律法规、本规范的所有规定或流量提供方的标准作出的认可。**本规范所列举的资质名称、广告审核标准等仅为参考之用，不视为Mintegral为您提供法律意见；**
- 2.6. **Mintegral有权随时更新本规范的内容，如您不接受更新后的内容的，请停止使用Mintegral提供的服务；如您继续使用Mintegral提供的服务，则视为您同意遵守更新后的内容。**

3. 审核范围：

包括但不限于：

- (1) 资质审核：包括广告主的主体资质、行业资质和权限资质；
- (2) 广告审核：包括广告语、图片素材、视频素材、交互素材、链接地址以及落地页的真实性和规范性。

二、资质审核

1. 广告主的主体资质

依据广告主的主体性质的不同，广告主需提供下列资质文件供审核：

- (1) 企业：营业执照或注册地商业登记证书的扫描件；
- (2) 事业单位：法人证书和组织机构代码证的扫描件；
- (3) 社会团体：法人登记证和组织机构代码证的扫描件；
- (4) 个体工商户营业执照正本的扫描件及经营者的身份证复印件(复印件需加盖个体工商户公章或由经营者亲笔签名)；
- (5) 个人：身份证件。

如适用，上述主体均需提供电信与信息服务业务经营许可证（ICP 证）原件扫描件，或者在工业和信息化部 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统<http://www.beian.miit.gov.cn> 所查询的 ICP 备案主体信息和 ICP 备案网站信息的网页打印件（加盖网站主办单位公章）。

广告主提供的资质各项证书期限应涵盖广告的投放期限及产品、服务的提供期限；广告主提供的主体经营范围应涵盖待推广的业务及产品。

2. 行业资质

2.1. 禁投行业

禁投行业类别	具体产品内容
涉黄、涉性、成人类、低俗类	禁止相关商品（性药品、性保健食品、性保健品、性工具、性服饰等等）、信息、服务
涉及人体私处相关产品	包括并不限于私处用品、成人用品、医药类产品、消毒产品、相关书籍，如（卫生巾、情趣用品、妇炎洁、痔疮相关、私处护理相关信息/书籍等）
博彩类	1、网络/线下赌场
	2、博彩工具：透视眼镜、老千工具等
	3、博彩技术：赌术、千术等宣传或书籍售卖
	4、赌博游戏：包括并不限于老虎机、德州扑克等任何可以以小博大、反向兑现的游戏
	5、体育博彩、彩票

毒品类	毒品，易制毒化学品，毒品原料，制毒的书籍，毒品信息等
医疗类	1、传染病科、皮肤性病科、肿瘤科。包括不限于：尖锐湿疣、梅毒、淋病、软下疳、牛皮癣（银屑病）、艾滋病、癌症（恶性肿瘤）、癫痫、乙肝、白癜风、红斑狼疮、其他性病；
	2、皮肤病、脚气、痔疮、肛肠、生殖泌尿
	3、内科。包括并不限于：心血管内科、神经内科、普通内科、消化内科、呼吸内科、内分泌内科、肾病内科、血液内科、感染内科、老年病内科、风湿免疫内科、透析科、变态反应科（过敏、皮肤科）
	4、外科。包括并不限于：普通外科、泌尿外科、神经外科、胸外科、整形外科（削骨）肛肠外科、乳腺外科、心血管外科、心脏外科、器官移植、微创外科、腺体外科
	5、妇科（妇产科、产前检查科可以投放）、男科、儿科、无痛人流
	6、麻醉医学科、医学影像科。包括不限于：麻醉科、疼痛科、放射科、超声诊断科
	7、禁止军队名义发布医疗广告：如“军队、解放军、武警、部队、干休所、军医”等，禁止莆田系医院
	8、禁止疾病的专业性术语，如乙型肝炎的专业术语，包括HBV、大三阳、小三阳转阴、两对半等
	9、壮阳、丰胸、私密部位相关
	10、自闭症、孤独症康复机构、网瘾戒除机构
	11、疫苗类
	12、试管婴儿、胎儿性别鉴定、亲子鉴定、身高预测
	13、麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品
	14、临床试用、迷幻药、试生产的药品和所有处方药
	15、《中华人民共和国药品管理法》规定的假药、劣药
	16、戒毒药品以及国务院卫生行政部门认定的特殊药品
	17、未经卫生行政部门批准生产的药品和试生产的药品
	18、卫生行政部门明令禁止销售使用的药品和医疗单位配制的制剂
	19、除中药饮片外，未取得注册商标的药品

	20、禁止发布涉及超声波仪器和辐射类医疗器械，核磁共振等相关医疗器械
	21、上述药品的说明书、包装盒等相关产品
枪支、爆炸物、武器类	枪、武器、管制刀具、仿真枪、仿真武器、枪模、爆炸品、爆炸物、雷管、炸药、弓箭、弹弓、钢珠等
危险物品	易燃易爆、有毒有腐蚀性的化学品、烟花爆竹、制造爆炸物的书刊、视频资料等
安防设备	安防设备指包括但不限于电击、强光、催泪等保安防卫器械
警用和军用设备	军服、军装、军徽、警服、警徽、警棍、警灯、警车、警用警报器、手铐、监听设备等
管制刀具	违反国家管制刀具认定标准的刀具，如匕首、三棱刀、弹簧刀等
文物、文献	非法文物等，有相应合法资质的文物商店、经营文物拍卖的拍卖企业除外
假证、假章	代办假证、私刻假章等
违法收藏、集邮	人民币、伟人头像纪念币、未经批准的、走私的、伪造的物品等
封建迷信类	佛牌、生肖守护神、宗教类产品、算命等
违反出版物、影视剧集	涉同性恋、政治、艳照门，反动、种族歧视、宗教类出版物
非法避税、偷逃税	未履行正常进口手续的商品，如走私、水货、港水、欧水类产品
非法套现	代取公积金、社保，信用卡套现等
卫星电视接入	卫星电视安装、卫星电视接收器材、电视锅、卫星锅、电视棒等
妨害交通交通秩序相关	电子狗、翻转车牌、车牌隐形、信号灯控制器等影响交通安全秩序的物品等
游戏外挂	私服（是指未经权利人授权，非法获得服务器端安装程序之后设立网络服务器）、外挂软件（利用电脑技术针对一个或多个网络游戏，通过改变软件的部分程序制作而成的）、作弊程序、私服服务器租赁、制作点卡、插件等
诈骗、钓鱼类网站	假网站、彩票书网站等
国家保护野生动植物	<p>（1）野生动物：国家有关规定中的，野生动物、世界\国家保护类动物、濒危动物活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品均不能发布，比如象牙和玳瑁类制品</p> <p>（2）野生植物：被列入世界\国家保护类植物清单的、法律禁止不得销售的植物，或植物产品</p>

侵犯他人知识产权的产品	<p>(1) 侵犯商标、专利的商品：各种假冒、山寨产品等</p> <p>(2) 侵犯版权的商品：侵权影视剧、综艺节目、软件程序、网站等</p>
侵犯他人隐私的产品	<p>(1) 可能侵犯他人隐私的违规器材，如：窃听器、偷拍机、针孔摄像、信息拦截（传真拦截、短信拦截、电话拦截）等</p> <p>(2) 侵犯他人个人信息的产品，包括但不限于直接提供他人手机号码、电子邮箱地址等个人信息，以及提供用于收集、盗取他人信息的软件、产品等，如：钓鱼网站。</p>
侵犯他人其他合法权益的商品	<p>(1) 偷电、非法节电等产品，如蹭网卡、蹭网器、拨号器等</p> <p>(2) 存在扣费项目不明确、恶意扣费、暗设扣费程序等任何损害用户权益的情况，或含有盗号、窃取密码等恶意程序的产品</p> <p>(3) 其他：诈骗网站</p>
替代行为	代孕、试药、代考、代写论文、违章代缴费、代开发票、代购、代缴社保公积金等
商务服务	非法的网络水军、网络推手、灌水公司、删帖公司、软文营销、私刻公章、证件办理、资质转让、票据转让、票据代开、票据出售、证件挂靠、催收催债、征信修复、个人信息调查、商业信息调查、非法套现（如代理提取公积金、社保以及信用卡套现等）等
兼职招聘类	蹭网、刷钻、删帖、微博加V、水军、灌水、投票、不花钱上网、刷单、吸粉、打字等网络兼职招聘
烟草类	香烟、烟盒、烟标、电子烟等
酒类	不得贩卖假酒，冒牌名酒，小作坊无国家资质认可酒厂等，所有经销商，酒类平台等酒类销售价格不得低于市场价。
招商加盟	槟榔招商、医疗招商（药品、医疗器械、医疗机构医馆、康复机构等）、线上棋牌游戏类、微商加盟
生活服务	医疗废物回收、上门按摩、棋牌馆相关
二类电商（单品销售）	金银玉石珠宝
教育类	义务教育阶段学科培训班；学龄前儿童培训班；金融培训；成功学、致富学的教育机构；戒网瘾、自闭症、早恋叛逆等内容；青少年性教育；情商培训、记忆力培训、专注力培训、医/药师培训
特殊食/药类	高价值药物（包括并不限于人参，鹿茸，西洋参，珍珠（食用珍珠）等）；特殊用途类药食物（包括并不限于藏红花/红花、鹿鞭等）；致癌物：槟榔等
其他	其他一些违反法律法规、社会道德的行业广告或服务：

	<p>(1) 代孕、试药、胎儿性别鉴定服务；</p> <p>(2) 人体器官、遗体；</p> <p>(3) 介绍汽车解码器、万能钥匙、麻醉专用药等各种可用于犯罪技术的广告等；</p>
--	---

2.2. 受限行业：依据推广产品所在行业的不同，广告主需提供下列资质文件供审核，审核通过后方可投放。

一级分类	二级分类	对应资质
网络服务	游戏	《计算机软件著作权证书》；有内购的游戏，必须提供 游戏版号
	招聘兼职类	《人才中介许可证》或《人力资源服务资格证》
	手机话费充值（主功能）	国家颁发的相关经营牌照或与运营商的合作协议（二选一）
	电子阅读	《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》或相关内容合作证明，同时提供合作方的相关许可证
	地图导航	《测绘行业资格证书》
	直播	1、《网络文化经营许可证》（经营范围必须包括直播）； 2、如果涉及军事、政治、体育等直播内容，则请提供《信息网络传播视听节目许可证》
	影视视频	1、《信息网络传播视听节目许可证》+ICP证 2、若视频网站有自制综艺节目或者自制剧，请提供《广播电视节目制作经营许可证》
	网约车	《网络预约出租汽车经营许可证》+ ICP证
注意：		
1、提供非经营性互联网信息服务的需要提供各地通信管理部门的 ICP备案		
2、提供经营性互联网信息服务的需要提供增值电信业务经营许可证（ ICP证 ）		
房产家居	房产中介	《房地产经纪企业备案证明》或《房地产经纪机构备案证书》
	房产买卖	1、《房产开发资质等级证书》或《建设工程规划许可证》或《建筑工程施工许可证》或《国有土地使用证》 2、预售的：《商品房销售（预售）许可证》 3、现房销售的：现房销售备案凭证、工程竣工验收合格证明

	房产平台	《增值电信业务经营许可证》
	房屋租赁	广告主需满足房产中介资质要求
	房地产估价机构	1、《营业执照》机构名称有房地产估价或者房地产评估字样 2、房地产估价机构资质证书
	海外房产	1、广告主需满足房产开发商或房产中介资质要求 2、如为房产中介需提供项目授权 3、广告主需为国内中介机构（为国内买家提供服务），或国内开发商
	物业管理	1、《营业执照》核对经营范围 2、《物业服务企业资质证书》或经营范围包含相关
	家居装修	1、《营业执照》核对经营范围（涉及电动工具，须提供《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）） 2、家居装修：营业执照包括室内装修资质 非家居装修：营业执照包括建筑装修资质 涉及装修设计：营业执照需包含装修设计内容
旅游住宿	旅行社	《旅行社业务经营许可证》
	机票代理销售	中国航空运输协会颁发的《中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书》
	火车票务	1、《营业执照》，核对经营范围 2、查验与铁路部门代销合同（直接做代理销售的）
	旅游票务	1、《营业执照》，核对经营范围 2、景点票务分销证明
	景点景区	1、普通景区无特殊要求（境内境外） 2、娱乐场所，须提供《娱乐场所经营许可证》
	线上平台	《增值电信业务经营许可证》
	航空/游轮旅行	《公共航空运输企业经营许可证》/《水路运输许可证》
	酒店住宿	1、《公共场所卫生许可证》； 2、涉及餐饮《餐饮服务许可证》
	农家乐、渔家乐	《餐饮服务许可证》，涉及住宿《公共场所卫生许可证》
	事业单位宣传	《事业单位法人证书》

	个人游记	个人授权
教育	教育出国涉及移民中介	核对经营范围，明确移民相关+《因私入境中介机构经营许可证》；如涉及境外就业中介业务，则需要提供《境外就业中介许可证》
	留学中介机构	留学中介机构：《自费出国留学中介服务机构资格证书》
	公立/民办教育机构	《办学许可证》或《民办学校办学许可证》或《民办职业培训办学许可证》
	培训机构	描述：早期教育、才艺培训、语言培训、学历培训 1、《营业执照》，明确经营范围相关，即包含教育咨询、教育培训、教育项目投资或培训等相关业务； 2、涉及颁发学历证明，需提供《办学许可证》或与有该许可证的教育机构签订的合作协议或授权书或《民办学校办学许可证》或《民办职业培训办学许可证》
	午托班	1、营业执照需包含安全管控、课业辅导、餐饮保障、亲子类课程等主营业务 2、《卫生许可证》（涉及餐饮需此证） 3、《消防行政许可证》 4、经营场所证明 5、托管班工作人员需取得相关从业资格证
	纹绣培训	1、《营业执照》，明确经营范围涉及培训 2、提供3名及以上对应医疗行业（具体科室）讲师的执业证书（要求卫计委可查）
电商	综合电商平台	1、《增值电信业务经营许可证》（ICP经营许可证） 2、如有第三方商家入驻，非自营电子商务APP/平台的，除ICP许可证外，还需提供EDI许可证（增值电信业务经营许可证-在线数据处理与交易处理业务）
	返利平台	1、网站本身如涉及在线售卖，需提供《增值电信业务经营许可证》或者授权、ICP证以及各大电商合作证明 2、网站本身如不涉及在线售卖，仅作为各大电商的导购平台，则需提供各大电商合作证明 3、不接受个人推广返利相关内容
	优惠券	淘宝、天猫等电商平台的授权证明或合作协议
	网络分期商城	1、《增值电信业务经营许可证》 2、与银行分期业务合作证明

	<p>医疗类 (APP)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、售卖药品的电商产品需提供：《互联网药品交易服务机构资格证书》/《药品经营许可证》/《药品生产许可证》 2、售卖医疗器械的电商产品需提供《医疗器械生产许可证》或《医疗器械经营许可证》 3、仅作为药品、医疗器械展示的网站：《互联网药品信息服务资格证书》 4、此处仅支持APP下载类
	<p>二类电商 (单品销售)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、根据单品所在行业提供行业资质 (比如售卖食品的, 需要提供食品相关的行业资质) ; 2、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》 3、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明； 4、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权； 5、提供特殊产品及设备的, 如饮水机、热水器、大型电器等的, 需要进行3C认证, 查询通道：http://cx.cnca.cn/ 强制认证产品目录： http://www.cnca.gov.cn/cnca/rdht/qzxcprz/rzml/36247.shtml 6、二类电商不收录高仿、A货 B货、山寨产品、禁止投放产品等 7、涉及奢侈品需提供品牌经销直接授权，品牌持有方中国官网需可查 8、首饰类 (非金银珠宝类) 需提交质检报告，提供相应材质
<p>收藏品</p>	<p>集邮</p>	<p>仅限银行、邮政局投放</p>
	<p>纪念币</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供中国人民银行同意发行该纪念币的公告文件并指明该公开文件的网址 2、仅收录银行、中国金币总公司、中国金币总公司的子公司投放 3、纪念币素材不得出现虚高价格，不得暗示买卖翻倍
	<p>手工制工艺品</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供作者授权 2、涉及特殊材质需提供鉴定证书或质检报告 3、不得涉及特殊题材，如涉及需提供相关许可证明
	<p>特殊材质饰品</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、国家珠宝玉石质检中心提供的质量保证书 (针对珠宝玉石的产品等级) 2、进口珠宝需提供中华人民共和国入境货物检验检疫证明 3、仅限线下店铺投放
	<p>文物经营</p>	<p>《文物经营许可证》</p>

	文物拍卖	《文物经营许可证》或者《文物拍卖许可证》
	文物复制品销售	《文物复制品销售许可证》
	文物商店（买卖、销售文物）	需要获得省级文物主管单位同意批准设立的文件
	普通拍卖	1、描述：现代艺术品、珠宝、字画、玉器、奢侈品、土地、车辆房屋等 2、《拍卖许可证》
	司法拍卖平台	已入司法拍卖库的证明
通信服务	电信运营商	《电信业务经营许可证》（《基础电信业务经营许可证》或《增值电信业务经营许可证》或《因特网接入服务业务经营许可证》）
	彩铃手机卡（代理）	与电信运营商的合作协议
	游戏充值	提供与运营商，或广告主所推荐的网站、应用的运营方与运营商的合作协议
	增值服务及云服务	1、《增值电信业务经营许可证》 2、涉及短信群发，须提供与运营商的合作协议
	通信设备/IT服务	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
商务服务	律师事务所	《律师事务所执业许可证》
	司法鉴定机构	省级以上司法行政部门颁发的《司法鉴定许可证》
	公证	《公证机构执业证书》
	律师咨询平台	3份个人律师的《律师资格证》或律师事务的《律师事务所执业许可证》和合作证明
	资质代办	1、《营业执照》，核对经营范围 2、涉及商检报关，须提供《出入境检验检疫报检企业备案表》 3、涉及专利代理，须提供《专利代理机构执业许可证》
	咨询性服务	《营业执照》，核对经营范围，须包含管理咨询、商务信息咨询等相关内容
	印刷	《印刷经营许可证》
艺人经纪	1、《营业执照》，内容须包含“演艺经纪”、“文艺创作”、“演出经纪代理服务”、“艺人经纪”等相关内容	

		2、《营业性演出许可证》
	娱乐票务	1、《营业执照》 2、对应演出《营业性演出经营许可证》以及票务代理合同
	会计事务所	《会计师事务所执业证书》
	认证类	《认证机构批准书》
	环境评测	《建设项目环境影响评价资质证书》
生活服务	快递物流	《快递业务经营许可证》/《道路运输经营许可证》
	刻章	经营范围包含刻章、刻公章、刻章服务、印章刻制相关业务
	开锁	《特种行业许可证》（许可证经营范围注明为开锁）或《开锁服务许可证》或开锁服务卡或《开锁业备案登记证明》，且公安局备案证明
	婚姻介绍所	1、经营性婚介所，须提供《营业执照》，且经营范围须包含婚姻服务或婚介服务 2、非经营性婚介所，须提供《民办非企业单位登记证书》 3、成都、新疆须提供《婚姻介绍服务许可证》
	家政	《营业执照》，经营范围须包含家政服务相关营业范围
	动物园、植物园	1、《经营许可证》 2、若涉及珍贵保护动物或植物，需提供 1 个以上的备案信息
	网吧	《网络文化经营许可证》
	高危险性体育项目	1、《高危险性体育项目经营许可》高危险性体育项目包括（体育总局公布的第一批名单）：游泳（特指在游泳池、游泳馆等人工场所进行的游泳活动，不包括公开水域游泳）、高山滑雪、自由式滑雪、单板滑雪、潜水和攀岩 2、需核对营业执照范围，可包括：滑雪相关、攀岩相关、游泳相关、潜水相关、体育信息咨询 3、游泳场（馆）：需提供《公共场所卫生许可证》
	射击场所	1、营业性射击场审批许可 2、需提供省级公安发放的《民用枪支持枪证》 3、实弹或彩弹都需提供上述资质
	健身房	《营业执照》，核对经营范围
	娱乐场所	1、描述：KTV，酒吧，保龄球馆、台球馆，旱冰、轰趴馆等

		<ul style="list-style-type: none"> 2、《卫生许可证》 3、《娱乐经营许可证》
	养生会所	<p>不接受仅针对男性服务的养生会所</p> <ul style="list-style-type: none"> 1、有具体门店照片，且必须提供美团/大众点评/口碑等后台截图 2、《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 3、至少有三名技师的健康证明 5、内容需从严把控，不可提供破皮类的医疗服务
	乐器、玩具模型	《营业执照》，核对经营范围
	理发店、美甲店	《公共场所卫生许可证》
	宠物店	<ul style="list-style-type: none"> 1、《动物防疫合格证》 2、涉及进口宠物，需符合国家相关法律法规（如不得涉及野生濒危物种）
	维修类	《营业执照》，核对经营范围
	再生物资源回收	<ul style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》需包含相关经营范围 2、《再生资源经营许可证》 3、《特种行业许可证》 4、《生产性废旧金属收购许可证》
	卡券优惠	与相关商家合作证明
	生活美容（不可提供微整形等破皮类）	<ul style="list-style-type: none"> 1、品牌类客户 <ul style="list-style-type: none"> 1) 《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 2) 全国有 100 家以上的连锁店或加盟店，品牌口碑良好，无负面新闻 3) 此类客户可以投放品牌推广以及连锁店推广 2、门店类客户 <ul style="list-style-type: none"> 1) 有具体门店照片 2) 《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 3) 对应的从业人员需要有相关健康证明，至少有三名美容师的健康证明 4) 在当地无不良记录且口碑较好
医疗服务	医疗机构	<ul style="list-style-type: none"> 1、《医疗机构执业许可证》 2、《医疗广告审查证明》（核实广告内容与审查证明是否一致，是否在有效期内） 3、《医疗广告成品样件表》，必须有广告成品样件，且成品样件相符

	<p>医疗器械</p>	<p>1、一类：《第一类医疗器械备案凭证》+《第一类医疗器械生产备案凭证》+《医疗器械广告审查表》</p> <p>2、二类：</p> <p>①《医疗器械生产许可证》/《第二类医疗器械生产备案凭证》</p> <p>②《第二类医疗器械经营备案凭证》</p> <p>③《医疗器械广告审查表》</p> <p>3、三类：《医疗器械生产许可证》+《医疗器械经营许可证》+《医疗器械广告审查表》</p>
	<p>美容整形医院</p>	<p>1、描述：涉及医疗微整形，包括：纹绣，激光祛疤，瘦脸针，牙齿矫正，视力矫正，割双眼皮，开眼角，注射类，玻尿酸，肉毒，美白针，线雕，水光针。但涉及到隆胸，隆鼻，等有假体植入严重影响面貌比较大和大型手术不可投放。</p> <p>2、三选一①全国连锁品牌，美容整形医院，资质过硬，品牌实力雄厚，如美莱整形、伊美尔整形等；②本土知名品牌（与公立三甲医院有合作关系，且在本土口碑良好）；③省级医保定点单位</p> <p>3、注资不低于300万</p> <p>4、《医疗机构执业许可证》</p> <p>5、《医疗广告审查证明》</p> <p>6、《医疗广告成品样件表》，须有广告成品样件，且成品样件相符</p> <p>7、至少提供持3名医师的《医师执业证》或《医疗美容主诊医生职业资格证》</p>
	<p>高端妇幼</p>	<p>1、描述：高定位、高价格、高标准的妇产医院，月子中心等，但不是妇科医院；</p> <p>2、至少提供3名具有副主任医师以上职称的医师的《医师执业证》</p> <p>3、《医疗广告审查表》以及对应的《广告成品样件》，且无重大医疗事故</p> <p>4、如涉及医疗，需要《医疗机构执业许可证》</p>
	<p>体检中心</p>	<p>1、《医疗机构执业许可证》</p> <p>2、《医疗广告审查证明》</p> <p>3、《医疗广告成品样件表》，须有广告成品样件且成品样件相符</p> <p>4、广告推广涉及特殊科室，需提交相应资质，如：放射科，需提交《放射诊疗许可证》</p> <p>5、不收录赴外体检/生子</p>

心理健康	<ol style="list-style-type: none"> 1、《医疗机构执业许可证》 2、《医疗广告审查证明》 3、《医疗广告成品样件表》
兽医兽药	<ol style="list-style-type: none"> 1、《兽药生产/经营许可证》或批准文件 2、《兽药广告审查证明》 3、涉及动物疾病的诊疗还需提供《动物诊疗许可证》 4、暂不接受国外兽药
药品	<ol style="list-style-type: none"> 1、《药品生产许可证》 2、《药品经营许可证》 3、《药品广告审查证明》 4、客户为线上药品信息展示，不涉及销售，需提交《互联网药品信息服务资格证书》 5、客户为线上药品交易平台，需提交《互联网药品交易服务资格证书》 6、进口药品须提供《进口药品注册证》
消毒产品	<ol style="list-style-type: none"> 1、产品名称及包装信息，需体现生产信息 2、《消毒产品生产企业卫生许可证》 3、产品在全国消毒产品网上备案信息服务平台可查询 (https://credit.jdzc.net.cn/xdcp/loginPage.do?vsite=)
保健用品（艾草贴）	<ol style="list-style-type: none"> 1、产品名称及包装信息，需体现生产信息 2、二选一：①地方保健部门/协会颁发的产品备案证书；②产品检测报告，报告编号需在 http://cx.cnca.cn/CertECloud/qts/qts/qtsPage可查询
药品生产	<ol style="list-style-type: none"> 1、《药品生产许可证》 2、如果具体推广某些药品，需要提供①药品清单②清单上药品的《药品广告审查表》
假肢生产装配	假肢和矫形器（辅助器具）生产装配企业资格认定书
医疗线上咨询平台	<ol style="list-style-type: none"> 1、《医疗机构执业许可证》 2、《互联网医疗保健信息服务审核同意书》

化妆品	非特殊用途化妆品	<ol style="list-style-type: none"> 1、 产品包装信息 2、 《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明 3、 国产非特殊用途化妆品备案（查询方式：http://125.35.6.80:8080/ftba/fw.jsp），且备案信息中不存在类如“责令改正”或者“未备案”的字样 4、 进口非特殊用途化妆品：《进口非特殊用途化妆品备案凭证》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等
	特殊用途化妆品（育发、染发、烫发、脱毛、减肥、除臭、祛斑、防晒、健美等）	<ol style="list-style-type: none"> 1、 产品包装信息 2、 《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明 3、 《国产特殊用途化妆品许可批件》 4、 进口特殊用途化妆品：《进口特殊用途化妆品行政许可批件》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等 <p>备注：丰胸和美胸暂不收录</p>
食品	包装食品饮料	<ol style="list-style-type: none"> 1、 食品包装，需提供 QS 码/SC 码 2、 《食品生产许可证》，生产商非广告主需提供经销证明等 3、 《食品经营许可证》 4、 多样食品需提供产品清单 5、 涉及进口食品需提供《报关单》及《检验检疫证明》 6、 进口乳制品：生乳、生乳制品、巴士杀菌乳须提供《中华人民共和国进境动植物检疫许可证》+须提供该出口国或政府出具的卫生证书+须提供该境外乳制品企业在国家质检总局的备案信息
	散装食品	<ol style="list-style-type: none"> 1、 《营业执照》，核对经营范围包含食品 2、 《食品经营许可证》 3、 药食同源类产品以食物投放不得宣传药效
	酒品	<ol style="list-style-type: none"> 1、 广告主的《食品经营许可证》或《酒类批发许可证》或《酒类零售许可证》（根据类型：生产商、零售商、批发商） 2、 《食品生产许可证》（含酒类）或《酒类生产许可证》或《全国工业产品生产许可证》（含酒类）之一；广告主非生产商提交经销证明 3、 经国家规定或认可的省辖市以上食品质量检验机构出具的检验证明 4、 发布境外生产的酒类商品广告，须提供《进口食品卫生证书》或《进口食品标签审核证书》或其他进口检验检疫证明等
	食品卖场及门店	《食品经营许可证》

餐饮服务	《食品生产许可证》或《食品经营许可证》或《食品流通许可证》或《餐饮服务许可证》
网络餐饮服务	1、网络餐饮服务第三方平台提供所在地省级食品药品监督管理局备案信息 2、自建网站餐饮服务提供所在地县级食品药品监督管理局备案信息，同时符合上述“餐饮服务”资质
清真食品	《清真食品生产经营许可证》或相关证件
食盐	《食盐批发许可证》（省级食盐批发企业可跨省销售食盐，省级以下食盐批发企业可在所在省内销售食盐）
国产生鲜蔬果	1、近一年内的农产品卫生检疫合格证明（如检测报告、农药残留物检测报告） 2、若为经销商，还需提交收购合同、授权
鲜活水产品	1、进货合同或授权；若卖家经营的为活蟹产品（包括大闸蟹、青蟹等），则必须提交水域养殖租赁合同，若为阳澄湖大闸蟹还需地理标志证明或原产地域保护产品专营证书 2、近一年内的检测报告
生鲜蛋产品	1、若为自产自销，需提供《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》 2、若为经销商，需提供供货方的《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》、进货合同或授权 3、近一年内的检测报告
生鲜肉制品	1、若为自产自销肉制品，需提供卖家的《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》、若为猪肉制品，需再提供卖家《生猪定点屠宰证》 2、若为经销商，需提供采购合同或者授权、供货方《生猪定点屠宰证》（仅限猪肉制品）、《动物防疫条件合格证》、《动物检疫合格证明》 3、近一年内的检测报告
生鲜水产卡券	1、礼券发行方及授权供应商的营业执照经营范围中必须有水产品项 2、须提供发卡方单用途预付卡备案的证明文件 3、发卡企业向备案机关提交的包含该入驻商家（售卡单位）的售卡企业清单及承诺函（入驻商家为发卡方无需提供此项） 4、经营水产品的养殖证明/进货渠道证明（如：授权） 5、经营水产品的质量检测报告 6、经营大闸蟹卡券的特殊要求：商标权人/礼券发行方持有的阳澄湖大闸蟹原产地域保护产品专营证书

	进口生鲜产品	<p>1、报关单和出入境检验检疫证明：近一年内的中华人民共和国进口货物报关单以及近一年内的同批次（以合同号进行判断）商品的出入境检验检疫合格证明或出入境检验检疫卫生证书，报关单上应展现对应品牌名称，及商品名称</p> <p>2、委托进口协议：若报关单上的经营单位或收货单位不在授权链上，需提供委托报关授权</p>
	声称获得绿色食品认证的食品	绿色食品证书
	标记农产品产地的农产品	农产品地理标志登记证书
	声称获得无公害农产品认证的农产品	无公害农产品认证证书
	声称获得有机食品认证的食品	有机产品认证证书
	保健食品	<p>1、保健食品的质量标准、说明书、标签和实际使用的包装（即体现产品蓝帽标识）</p> <p>2、保健食品批准证明文件/保健食品注册证书及加盖公章的复印件文件（带有国食健字或卫食健字的批号）</p> <p>3、保健食品产品信息在食药监备案的查询截图，截图为查询结果详情页全部内容（查询方式： http://app1.sfda.gov.cn/datasearch/face3/base.jsp?tableId=30&tableName=TABLE30&title=%B9%FA%B2%FA%B1%A3%BD%A1%CA%B3%C6%B7&bcId=118103385532690845640177699192）</p> <p>4、《保健食品广告审查表》/保健食品广告批准文号（在有效期内），与发布内容一致的样稿（样片、样带）和电子化文</p> <p>5、具体投放广告的保健食品广告审批备案电子凭证截图（查询方式： http://app1.sfda.gov.cn/datasearch/face3/base.jsp?tableId=29&tableName=TABLE29&title=%B1%A3%BD%A1%CA%B3%C6%B7%B9%E3%B8%E6&bcId=118715670261084477325919722365），截图包括具体查询结果页（须含保健食品广告批准文号）以及全部广告发布详情图。（确保保健仪器广告发布申请人即为详情图中的广告主）</p> <p>6、《食品经营许可证》（2015年10月1日之后正式启用）或《食品流通许可证》（2015年10月1日之前且在有效期内）</p> <p>7、保健食品申请公司或者相关法人的《营业执照》或其它主体资格证明文件。（标明“与原件一致”并上盖公章，需确保企业未在企业经营异常名录中且所售商品在营业执照经营范围内）</p> <p>8、保健食品生产企业的《食品生产许可证》或《卫生许可证》（2009年停止发放新证，原证在有效期内已经可以使用）原件</p>

		<p>或加盖公章的复印件</p> <p>9、进口保健食品广告的发布，由境外注册申请人常驻中国代表机构办理注册事务的，应当提交《外国企业常驻中国代表机构登记证》及其复印件；境外注册申请人委托境内的代理机构办理注册事项的，应当提交经过公证的委托书原件以及受委托的代理机构营业执照复印件。其它资质证书及审核内容和国产保健品一致。同时，需《海关通关单》以及《口岸检疫证明》</p>
交通	车辆养护	《机动车维修许可证》
	旧机动车鉴定评估	《旧机动车鉴定评估机构核准证书》
	出租车	《道路运输经营许可证》
	汽车租赁	《营业执照》，核对经营范围
	托运	《托运资质证书》
	水运/空运	《水路运输业务经营许可证》/《港口经营许可证》/《公共航空运输企业经营许可证》
招商加盟	<p>不接受金融类客户、医疗类、线上棋牌游戏类等高危招商加盟以及微商加盟投放</p>	<p>提供：公司前台照片</p> <p>支持投放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、单类产品加盟：服装、饰品、食品、酒、化妆品等实体产品加盟； 2、餐饮服务加盟：餐厅、奶茶店、小吃店、甜点店等； 3、生活服务加盟：涉及钟点、护理、家装、五金建材等服务的招商加盟 4、教育培训加盟：少儿英语、编程教育、美术培训、教育辅导等培训机构加盟； 5、美容健康加盟：美容减肥、健康管理、美发美甲等； 6、养殖类加盟； 7、品牌加盟：仅提供品牌支持（加盟管理/开发/咨询等）服务； 8、加盟平台；
出版经营	音像制品	《音像制品经营许可证》。适用于录有内容的录音带、录像带、唱片、激光唱盘和激光视盘等音像制品的批发、零售和出租等

		活动。
	电子出版物	提供：《电子出版物出版经营许可证》，（适用于以数字代码方式，将有知识性、思想性内容的信息编辑加工后存储在固定物理形态的磁、光、电等介质上，通过电子阅读、显示、播放设备读取使用的大众传播媒体，包括只读光盘（CD—ROM、DVD—ROM等）、一次写入光盘（CD—R、DVD—R等）、可擦写光盘（CD—RW、DVD—RW等）、软磁盘、硬磁盘、集成电路卡等）
	小说公众号	1、仅支持企业微信公众号（需提供企业微信号认证信息，即公众号后台截图需体现广告主公司名称，或出具书面证明加盖公司主体公章） 2、《出版物经营许可证》或《互联网出版许可证》或《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》 3、承诺函（承诺公众号内无违法违规小说内容）
	出版物	《出版物经营许可证》
工业工程	机械设备	《安全生产许可证》或《特种设备安装改造维修许可证》或《特种设备制造许可证》或《工业产品生产许可证》
募捐平台	互联网募捐信息平台	2016年8月31日民政部指定首批13家慈善组织互联网募捐信息平台： 腾讯公益慈善基金会：“腾讯公益”网络募捐平台 浙江淘宝网络有限公司：淘宝网 浙江蚂蚁小微金融服务集团有限公司：蚂蚁金服公益平台 北京微梦创科网络技术有限公司：新浪-微博（微公益） 北京轻松筹网络科技有限公司：轻松筹 中国慈善联合会：中国慈善信息平台 网银在线（北京）科技有限公司：京东公益 北京恩玖非营利组织发展研究中心：基金会中心网 百度在线网络技术（北京）有限公司：百度慈善捐助平台 北京厚普聚益科技有限公司：公益宝 新华网股份有限公司：新华公益服务平台 上海联劝公益基金会：联劝网 广州市慈善会：广州市慈善会慈善信息平台
	慈善组织募捐	A、该慈善组织在民政部门的登记注册证明。如某基金会，则提供《基金会法人登记证书》 B、民政部对符合条件的慈善组织，发给公开募捐资格证书
	慈善/爱心众筹	A、真实有效的营业执照 B、推广网页在显著位置向公众进行风险防范提示，告知其信息不属于慈善公开募捐信息，真实性由信息发布个人负责
金融		1、《金融许可证》/当地政府的金融批准文证件。 2、客户为第三方平台，则需提交与有金融资质的公司签署的

理财	合作合同/协议/授权证明即可（合作公司资质需同步提交）
贷款	<p>1、贷款机构（银行、互联网小额贷款公司、消费金融公司）：1、经营范围涵盖小额贷款业务的《营业执照》</p> <p>2、《ICP 证备案》</p> <p>3、《金融办复批》、《金融许可证》、《小额贷款公司经营许可证书》至少有一个</p> <p>金融超市类（APP 内含有多家贷款平台的贷款类资源）：1、营业执照含贷款业务</p> <p>4、至少提供 3 家合作方的借贷资质证明（如金融许可证、银保监批复、小额贷款经营许可证书。）</p> <p>3、2-3 家有小额贷款业务资质的公司/银行签署的合作协议/合同。</p>
证券、股票	<p>1、营业执照含证券业务</p> <p>2、公司法人代表身份证</p> <p>3、证券公司（涉及多重业务）：《证券经营机构营业许可证书》</p> <p>4、投资交易、证券买卖：《经营股票承销业务资格证书》</p> <p>5、投资分析、投资及推荐：必须提交《经营证券期货业务许可证书》且营业执照包含相关经营范围</p>
基金	<p>1、公司法人代表身份证</p> <p>2、《基金代销业务资格证书》或《基金管理资格证书》或《经营证券期货业务许可证书》或《基金销售业务资格证书》</p>
期货	<p>1、公司法人代表身份证</p> <p>2、《经营期货业务许可证书》或《经营证券期货业务许可证书》</p>
外汇	《经营外汇业务许可证书》或《个人本外币兑换特许业务经营许可证书》
银行	<p>银行的《经营许可证书》或《金融机构许可证书》或《金融许可证书》（银行理财产品：需该银行总行的内部审核文件；若销售机构为银行分支机构的，需要总行理财产品发售授权</p>

	书；个人理财产品还需提供全国银行业理财信息系统的登记编码（可在中国理财网查询）
保险	《保险机构法人许可证》或《经营保险业务许可证》或《经营保险经纪业务许可证》或《经营保险公估业务许可证》或《经营保险代理业务许可证》或《保险营销服务许可证》或《保险兼业代理业务许可证》或《保险资产管理公司法人许可证》或《经营保险资产管理业务许可证》
贵金属	1、贵金属交易平台会员：《贵金属交易会员证书》、公司法人代表身份证 2、贵金属交易平台：非经国务院或国务院金融管理部门批准的贵金属交易平台，必须先征求联席会议意见，并报省级人民政府批准
支付（POS 机、刷脸终端机）	1、POS 机（仅支持品牌推广）： 《支付业务许可证》2、刷脸终端机： 需提交支付公司牌照或者要求提供支付公司合作合同。
融资租赁	《金融许可证》
资产管理	《金融许可证》或《金融机构法人许可证》（含分支机构）
担保	《融资性担保机构经营许可证》
拍卖	1、文物商店（买卖、销售文物）：需要获得省级文物主管单位同意批准设立的文件 2、文物拍卖：《文物拍卖许可证》（文物、古董、一二三类文物拍卖） 3、普通拍卖（现代艺术品、珠宝、字画、玉器、奢侈品、土地、车辆房屋等）：《拍卖许可证》 4、司法拍卖平台：已入司法拍卖库的证明
信用卡	1、《金融许可证》 2、营业执照与金融许可证主体一致

	ETC	提交官方办理（银行）营业执照或提供当地交通部门的批文或公路、交通公司的合作合同。
	征信机构	《个人征信业务经营许可证》或国务院征信业监督管理部门批准文件

3. 权限资质

- 3.1. 广告推广的商品是专利产品的，需提供专利权证书的扫描件。若专利权人并非广告主，还需提供专利权人授权广告主生产或销售专利产品的有效期内的证明文件（加盖专利权人公章或由专利权人签字）。
- 3.2. 商品或服务的商标为注册商标的，需提供商标注册证的扫描件。若商标权人并非广告主，还需提供商标权人授权广告主使用该商标的有效期内的证明文件（加盖商标权人公章或由商标权人签字）。
- 3.3. 广告内容中包含应受著作权保护的作品（含软件）的，若该作品已经办理了著作权登记，则需提供著作权登记证书。若该作品的著作权人并非广告主，还需提供著作权人授权广告主使用该作品的有效期内的证明文件（加盖著作权人公章或由著作权人签字）。
- 3.4. 广告中使用了第三方单位的名称（含正式名称和通用简称）的，需提供该单位授权广告主使用其名称的有效期内的证明文件（加盖该单位公章）。
- 3.5. 广告中使用他人名义或形象的，需提供本人或其监护人（若本人为限制民事行为能力人）授权广告主使用其名义或形象的书面文件（需由本人或其监护人签字）；若广告中含外籍模特形象，除授权书外还需提供相关公证认证材料；若广告中含未成年人形象的，则应审核未成年人身份证件，不满十周岁的未成年人不得作为广告代言人。
- 3.6. 广告中使用知名人士、明星、知名网红、知名主播等公众人物形象的，需提供本人或其经纪公司授权广告主使用其名义或形象的有效期内的书面文件。
- 3.7. 以“中央电视台（含其频道或栏目）报道”某种商品或服务作为广告手段的，需提供中央电视台允许广告主使用其名义或引用其报道的证明文件。

备注：

1. 商标字符，图形等：广告、产品或服务上标注的字符、图形与注册证上的标识一致；
2. 核定使用商品：应包括广告中涉及的产品或服务所属的类别；
3. 注册人：应与系统中录入的、和公司签订的相关协议及其它相关文件中的出现的广告主的名称一致，如果不一致，需要补充提供相关授权文件；
4. 注册有效期限：商标注册证提交时应在注册有效期限内，一般应涵盖广告的投放期限及产品、服务的提供期限。

三、广告内容审核

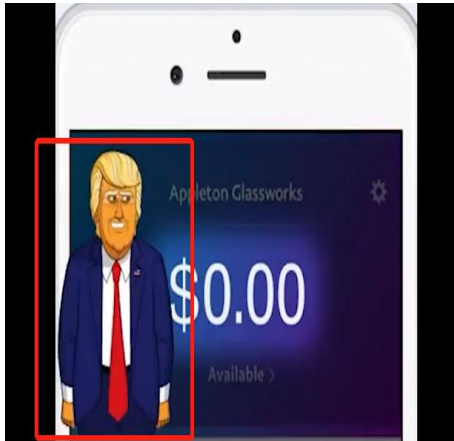
1. 总则

请完全遵守《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》以及其他所有适用的法律法规中对广告内容的规定，此处不再一一列举，仅针对部分要求进行细化。

2. 不得损害国家和社会利益及形象

2.1. 禁止使用或涉及国家相关、国家机关、民族和种族等损害国家和社会利益及形象的内容，例如：

- (1) 禁止使用或变相使用各国**国旗**、国歌、国徽、军旗、军歌、军徽；
- (2) 禁止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；
- (3) 不得利用党和各国**国家领导人**的形象（含各种卡通虚拟形象，参考例1、例2），包括现任、离任或者已故党和国家领导人的形象作商业促销宣传；



例1



例2

- (4) 禁止损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
- (5) 禁止利用政治事件、新闻进行商业广告宣传；
- (6) 禁止使用“国家级、顶级、最高级、第一品牌、最佳、极品、驰名商标”，绝对不能出现，而比如：“最高技术”、“顶尖”、“销量第一”、“全网最低”、“独创”、“首家”、“首选”“首款”等绝对化用语，未出具相关证明禁止使用。素材中不可包含“政府机构+推荐”及变体内容，不得包含央视相关内容（如央视、中央电视台、cctv等）+推荐或荐、认证含义（如央视上榜、cctv推荐、央视明星品牌等）及央视重点栏目的名称（如：新闻联播、焦点访谈等）。但是，符合以下特定条件的客观表述可以使用：

① 客观事实表述，且能出具合法证据（如获奖证明、评选结果等相关证明文件）

“XX大赛第一名”等属于此类；如广告主参加权威比赛或者是权威机构出具的分析报告显示其获奖排名等，比如设计公司在参加某项国际大赛中获得第一名。如果“国家级”称号系通过法律或行政法规授权获得的（不包括无法律法规授权的非权威机构评奖），应当允许使用其规范名称。

② 时空顺序表述，且能出具合法证据（授权书、著作权登记证书等相关证明文件）

“首款、首秀、首发、最早、独家、唯一”等表述属于此类；比如游戏公司A首次推出手游B，可以表述为“A首款手游”或“A第一款手机游戏”。如广告主A获得某游戏的独家授权，在广告宣传中使用“A独家发布”、“A平台首发”。

③ 明示为不同产品间自我比较的程度分级

自己的产品中客观存在不同分级品质的产品，用于区分这些等级的用语；例如，X公司最大户型、X产品最小尺码、X系列汽车顶配车型、X公司用户量最多的手游等。

④ 在某行业领域由相关标准认定的分级，或者已被公众广泛接受的分级

例如，安吉白茶国家标准中，把产品分为“精品、特级、一级、二级”共四个质量等级，针对特定“精品级”安吉白茶广告称为“最高等级”或“最高级”，通常不属于禁止使用的绝

对化用语；广告主需要提供相关分级依据及等级检验证明，且不得将多个等级一并宣传为最高级。

⑤ 明示商家的经营理念和追求目标的，且客观上没有造成误导可能性的

“顾客第一、力求完美品质”等用于属于此类；此类表述必须不得让消费者以为广告主的产品、服务是“第一”“完美”等，即不得使消费者误将广告主的经营理念或追求目标与产品、服务品质挂钩。

- 2.2. 禁止以任何方式歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，损害英雄烈士的名誉、荣誉，包括但不限于以下方式：
 - (1) 商业广告不得使用或者变相使用英雄烈士的姓名、肖像；
 - (2) 商业广告中不得出现北京天安门广场人民英雄纪念碑及其名称、碑题、碑文、浮雕、图形、标志；
 - (3) 不得用在英雄烈士纪念设施周围从事有损纪念环境和氛围活动的图片、视频等素材；
 - (4) 不得宣扬、美化侵略战争和侵略行为。
- 2.3. 禁止妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚，如“二奶、二房、姨太、地主、才主”或违背尊师重教、尊老爱幼、见义勇为、拾金不昧、助人为乐、勤俭节约、艰苦朴素等。
- 2.4. 禁止危害人身、财产安全，泄露个人隐私等违法行为及内容宣传。
- 2.5. 禁止含有迷信、恐怖内容，如算命、算卦、神仙、保佑、玉皇大帝、王母、鬼怪、精灵、如来、佛祖、财神、灶神、门神、大仙、魔鬼、地狱、报应等信神弄鬼的内容；
- 2.6. 禁止含有暴力、血腥、丑恶内容，如“杀戮，戕、砍、剁、砸、烧等 宣扬武力、凶杀、恶性事件、使人感到生命财产受到威胁的内容。
- 2.7. 禁止涉嫌利用敏感事件谋利或受益的内容，此类事件具有重大的社会、文化或政治影响，如国内紧急事件、自然灾害、公共卫生紧急事件、恐怖主义和相关活动、冲突和/或大规模暴力行为，包括但不限于涉嫌利用悲剧事件谋利，而对用户没有明显好处；哄抬物价或人为提价，阻止/限制用户获取重要物资；在敏感事件期间销售可能不足以满足用户需求的产品或服务；使用与敏感事件相关的关键字来试图吸引更多流量；
- 2.8. 禁止含有赌博元素的内容，包括赌场、彩票、老虎机、百家乐、骰宝、21点、梭哈、扎金花、赢三张、十三水、牌九、牛牛、德州扑克等文字或元素。**即使产品实际上为不需要用户投注金钱参与的网赚产品，也不可以出现上述文字或元素。**
- 2.9. 禁止含有过于淫秽、色情、暴露、低俗的人物图片，例：素材人物不得裸露事业线、人鱼线；素材图片中人物姿势动作不得轻浮挑逗、搔首弄姿，带有色情暗示；禁止出现敏感部位的特写画面，如：臀部、胸部、胯部等；不得突出、特写身体敏感部位：胸部、臀部、裆部、大腿内侧等形状、观感；不得有性暗示、性行为等擦边球内容（如例3）。



例3

- 2.10. 禁止包含民族、种族、宗教、性别歧视的内容。
- 2.11. 禁止含有妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护的内容或行为。
- 2.12. 不允许虐待动物
 - a. 宣传虐待或无端残害动物的内容，包括但不限于宣传为了达到娱乐目的而虐待动物，例如斗鸡或斗狗；
 - b. 内容可能被视为贩卖濒危物种或销售濒危物种制品，包括但不限于出售老虎、鱼翅、象牙、虎皮、犀牛角、海豚油。
- 2.13. 禁止广告使用点击诱饵策略或耸人听闻的文字或图像来吸引流量，包括但不限于：
 - (1) 广告声称揭示所宣传产品或服务的秘密、丑闻或其他耸人听闻的信息；
 - (2) 广告使用点击诱饵消息，例如“难以置信会发生这种事”或类似用语鼓励用户点击以了解全部内容；
 - (3) 广告使用明显修改过的身体部位特写照片、面部照片或真实的事故或灾难照片来宣传产品或服务。
- 2.14. 禁止广告利用生活中的负面事件（例如死亡、事故、疾病、拘捕或倒闭）来引发恐惧、内疚或其他强烈的负面情绪，以迫使观看者立即采取行动，包括但不限于：
 - (1) 广告鼓动用户为了免受伤害而购买、订阅或停止使用某一产品或服务；
 - (2) 广告使用表现极度痛苦、疼痛、恐惧或震惊的描述来宣传产品或服务。
- 2.15. 禁止宣传、促成不诚实行为
 - (1) 产品或服务禁止协助用户弄虚作假，包括但不限于：
 - a. 护照或学历等文件伪造或造假；销售模仿国家身份验证数字的号码（例如“信用隐私号码”）；
 - b. 作为经纪人提供将客户纳入信用额度授权用户的服务；
 - c. 协助通过毒品测试；
 - d. 代写论文或代考；
 - e. 以无效点击、评价或社交媒体“点赞”的形式出售伪造的用户活动；
 - (2) 产品或服务使用户有机会未经授权访问（或更改）系统、设备或资产，包括但不限于侵

入服务、偷窃线缆、雷达干扰器、更改交通信号、电话窃听；

(3) 禁止供用户在未经他人授权的情况下跟踪或监控他人或他人活动的产品或服务，包括但不限于：

a.用于监视亲密伴侣的间谍软件和技术，例如，供用户监控短信、通话或浏览记录的间谍软件/恶意软件；

b.明确以未经他人同意暗中监视或跟踪他人为宣传卖点的 GPS 跟踪器；

c.在宣传卖点中明确提到可作暗中监视之用的监视设备，例如，摄像头、录音器、行车记录仪、保姆摄像头。

3. 不得含有构成不正当竞争、侵权的内容

3.1. 禁止通过实施不正当竞争行为进行投放，包括但不限于：

(1) 假冒他人的或使用伪造的商标、产品、企业名称、企业品牌、包装装潢、形象，例如，使用与其他产品的商标完全相同或高度相似的商标或徽标；这些产品模仿正品的品牌特征，试图让人误以为它们是出自该品牌所有者的正品，或是模仿正品品牌特征以试图冒充正品的仿冒产品。

(2) 在商品或服务上伪造或冒用认证地理标志（如金华火腿）、质量标志等。

(3) 贬低其他方的商品或服务。

(4) 未经授权以其他方的名义宣传商品或服务。

3.2. 不得侵犯版权、商标权、专利权等知识产权，如，使用电影海报、剧情截图或漫画人物作为广告素材。如：无阿里授权，创意素材不得含有或模仿“双十一”、“双十二”等阿里巴巴已注册的商标相同或近似图形、文字。广告图片、特殊字体设计，不得使用或模仿、抄袭阿里巴巴已使用的双十一、双十二活动 LOGO、图片等或其他权利人的设计。文字商标包括但不限于：“双十一”、“双 11 网购狂欢节”、“双 11”、“双十一网购狂欢节”、“双十二”、“双 12”。可使用“11 月 11 日”、“11.11”、“12 月 12 日”、“12.12”单纯日期表述，但须注意使用形式，避免商标混淆。“双十一”、“双十二”如仅作为客观时间、期间描述时允许使用。如“双十一期间等你来”、“在双十二，XX 有优惠”等。

3.3. 不得含有任何破坏或试图破坏网络安全的行为，包括但不限于以病毒、木马、恶意代码、钓鱼等方式，采取对网站、服务器进行恶意扫描、非法侵入系统、非法获取数据等。

4. 不得含有虚假、误导内容，不得欺骗、误导消费者，不得损害消费者利益

4.1. 不得以不存在的商品或者服务欺骗、误导消费者。

4.2. 不得通过误导用户点击行为直接启动 APP 下载，设置领取步骤诱导下载或未取得用户同意以违法方式收集用户的个人信息。

4.3. 不得出现商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响等情况。广告中不得出现“国家免检产品”等涉及质量免检的内容。禁止出现未核实的数据如：某产品销量XXX件，某产品已有XXX人使用。备注：除按法律规定和国务院批准的各类带有评比性质的企业营销信息发布活动外，禁止在广告中使用排序、推荐、认定、上榜、抽查检验、统计、公布市场调查结果等对企业及其商品、服务进行排序或综合评价的内容。

4.4. 不得虚构使用商品或者接受服务的效果，不得使用伪造或无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料。

4.5. 不得含有虚假网站、伪造产品、造假服务等信息或其他欺骗、误导消费者的内容。

- 4.6. 禁止在广告目标页面中使用诱骗方式收集用户信息，包括但不限于通过模仿可信赖的实体（例如浏览器或银行）来诱骗用户提供其个人信息的网站。
- 4.7. 禁止未清晰醒目地披露付款模式或用户需承担的所有费用，包括但不限于不披露价格、运费、其他结算相关信息、利率、逾期付款罚金或定期缴纳的订阅费；在附加电话信息中使用收费特服电话号码；虚报价格以利用处于弱势地位或面临困难的用户谋利。
- 4.8. 禁止宣传产品或服务可免费使用、但实际需要付费的情况，包括但不限于宣传应用可免费下载、而实际上用户必须付费才能安装。
- 4.9. 禁止承诺无法兑现的优惠，不允许广告中承诺的产品、服务或促销优惠在目标页面中不存在或者很难找到，包括但不限于：宣传无库存的产品；宣传已失效的优惠；宣传不实的价格；在广告中使用难以通过目标页面实现的号召性用语，例如，广告宣称“平板电脑最低只需 400 元”，但用户点击该广告后发现根本没有 400 元可以买到的平板电脑。

※注意：除非您能够随着库存情况或促销活动变化更新您的广告，否则请避免为较为具体的优惠活动制作广告；例如，如果您为期限只有一天的促销折扣制作了广告，请务必在第二天，即优惠不再有效时更新或删除该广告。

- 4.10. 禁止利用优惠、抽奖、赠送商品等方式欺骗、误导消费者。设计优惠活动，需明确优惠产品或服务的种类、优惠条件、时限、优惠幅度或数额；抽奖式的有奖销售，最高奖的金额不得超过广告投放国家或地区规定的金额（如投放地区是中国大陆地区，则不得超过人民币5万元，且该5万元已含商品价值），活动信息需要明确；赠送商品的价值不得明显高于推广商品本身价值；广告中表明推销的商品或服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。
- 4.11. 促销活动不得出现无具体活动时间的虚假描述，如“仅限今日”、“最后3天”、“明天涨价”、“今日一折”等。若出现必须注明具体促销日期，如：手机降价抢购，仅限今日（落地页注明活动日期为11月11日）。促销活动广告需要添加免责声明“实际价格以App内展示的价格为准”或者“活动详情以App内的活动规则为准”。
- 4.12. 禁止通过隐瞒或谎报有关广告客户的业务、产品或服务的信息来欺骗用户，包括但不限于：
 - a. 通过在广告、网址、目标页面中引用或修改品牌内容；
 - b. 通过一家缺乏资格或能力来提供所宣传的产品或服务的虚假企业，诱使用户支付金钱或提供信息；
 - c. 虚假宣传可能会危及用户的健康、生命或安全的服务；
 - d. 假装能够提供重要服务，导致用户无法及时接受治疗或医疗帮助。
- 4.13. 不允许出现图片精度不高，广告元素严重变形、模糊不清、不完整的情况。
- 4.14. 任何涉及任务赚钱类、收益类、网赚游戏、红包、提现、虚拟道具、虚拟或现实货币奖励的素材须标注风险提示语，如“不保证最终结果，您所能获取的金额以APP内公布的规则为准”、“具体红包金额，以实际领取为准”，文案需清晰可见，和素材的语言一致。网赚广告不得虚假宣传，产品内必须公布具体提现规则，以及实际上必须可以提现。请注意，如在网赚广告中含有支付宝、微信钱包、各银行等的名称或logo，必须保证已经获得该方的授权。
- 4.15. 广告中涉及各类奖券、兑换券、权益卡等相关产品或相关宣传优惠活动需标明风险提示语“具体活动详见官网链接”或“具体金额以实际活动发放为准”或“活动和提现规则以app/网页所载为准”或“参与落地页互动游戏，抽取奖品，具体金额以实际活动为准，满足条件即可提现”并提供活动说明。
- 4.16. 广告内容涉及盲盒类app、产品、消费活动，需在广告素材中添加风险提示语“盲盒具

有随机属性，请理性消费”。

- 4.17. 广告素材涉及酒类、酒吧，需在视频中添加“未成年人不得饮酒”提示语。
- 4.18. 广告中若涉及部分潜在危险动作，需添加“危险动作、请勿模仿”提示语，常见危险动作包括：翼装飞行、高空跳伞、蹦极、高速路或特技滑板、花式自行车、特技摩托、赛车、人体旗帜、跑酷等运动通常需要经过专业训练或具备完善的安全保护措施，轻易模仿存在安全隐患；危险食物、酒水饮品制作过程：未按照规定操作、或未经过专业训练，使用冒火、浇油等可能导致危险的制作方式；化学物理小实验：某些过程可能存在“爆炸”、“发烫”、“用电”、“燃烧”等情况，；非专业操作风险大，前空翻、后空翻、多人旋转、跑步机上跳舞、电梯上劈叉、伪装巨人、举起飞、人体抓娃娃（非专业设备）、双手托举儿童、向后倾倒正常完成、身体穿过缝隙（顺利通过），社会气危险杂技杂耍等容易模仿但是危险不易察觉的行为。
- 4.19. 风险提示声明必须清晰、完整展示，禁止迟延展示，禁止通过遮挡、扭曲、模糊广告图片和内容导致风险提示声明展示不全。

四、落地页审核标准

1. 落地页必须明确体现与推广商品直接相关的内容，比如：推广产品的图片、文字介绍、商业模式介绍等。
2. 广告素材的内容与落地页需存在相关性，广告素材的内容需在落地页中体现（如广告素材为“某地发现百年人参，落地页同时也应有此内容）。
3. 落地页应当安全、稳定，能够正常打开浏览。落地页必须在移动端适配，即必须适宜于在手机等移动设备中打开。
4. 不得涉嫌夸大或承诺产品功效，请勿出现广告法所禁止的夸大产品功效的词汇；比如：金融行业不得有夸大或承诺收益的描述，明示或暗示无风险，如月赚XX万；美容或减肥产品不得出现承诺功能效果的描述，如月瘦XX斤，X天美白等，或无法确定真实性、普适性的前后使用效果对比图。
5. 广告中表明推销的商品或服务附带赠送的，落地页应当明示所附带赠品商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式（例：“买一赠一”活动广告，需显著标明所赠送的产品）。
6. 页面不得包含浮窗超过2个（含2个）。
7. 落地页中若带有音频、视频或其他严重消耗其网络流量的内容，需经过用户主动点击播放按钮才可播放。
8. 落地页不得在形式上抄袭、模仿知名网站（包括但不限于天猫、淘宝、京东等）以至于难以辨识其与该等网站的差别，从而给用户造成误导。
9. 电商类售卖商品的广告，所宣传的售卖价格不得过分低于市场价格，不得随意标注原价（须有实际出售记录印证）。
10. 落地页含有弹窗的广告，需确保弹窗能一键关闭，并且不可在用户未操作的情况下自动重复弹出，影响用户体验（弹出内容不得为其他服务或商品的广告）。
11. 落地页展现的功能按钮需真实有效。
12. 落地页底部需注明ICP备案号。
13. 落地页不得包含任何非法信息、误导性信息，不得通过对落地页设置恶意代码、病毒等任何方式实施违反法律、法规或本协议约定的行为。
14. 不得对网络信息设置定向跳转，比如根据地域、时间、IP地址等要素设置跳转等，使得落地页跳转至含有违法违规内容（包括但不限于涉黄、赌博、毒品内容）的页面，或跳

转至与Mintegral审核确认的落地页不一致的页面。

五、广告投放方式审核

1. 不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容，包括但不限于：
 - 1.1. 广告模仿系统或网站的警告/错误消息；
 - 1.2. 广告模拟消息、对话框、菜单、安装包或请求通知；
 - 1.3. 广告使用掩盖手法伪装其本质；
 - 1.4. 广告图片不得出现虚假按钮（包括但不限于①关闭按钮 ②播放按钮 ③伪装系统推送 ④与点击进入广告行为相违背的词汇，如：忽略、取消、放弃 ⑤实际无此功能，如：一键清理系统垃圾，而产品为视频软件）；
 - 1.5. 图片不得包含模仿鼠标动作、网页按钮等诱导点击的内容或欺骗性内容。
 - 1.6. 未经用户点击，自动跳转到下载页面或其他页面；
 - 1.7. 除了可玩广告外，设计全屏可点的页面，导致用户误点。
2. 广告（包括弹出的广告、激励视频等视频广告）应当在广告开始展现的同时显著标明关闭标志，确保一键关闭；不得要求用户必须等待一定的倒计时后才能关闭。
3. 不得有下列行为：
 - 3.1. 提供或者利用应用程序、硬件等对他人正当经营的广告采取拦截、过滤、覆盖、快进等限制措施；
 - 3.2. 利用网络通路、网络设备、应用程序等破坏正常广告数据传输，篡改或者遮挡他人正当经营的广告，擅自加载广告；
 - 3.3. 利用虚假的统计数据、传播效果或者互联网媒介价值，诱导错误报价，谋取不正当利益或者损害他人利益。
4. 启动屏广告时长最长不超过 5 秒，鼓励使用倒计时、进度条等形式向用户明确提示广告剩余时长。
5. 广告点击后跳转至其他 APP 时，应当在广告内容中显著标明警示语，告知用户点击将跳转至第三方应用，确保用户知情。
6. 广告内容为下载 APP 时，应确保用户自主选择是否下载，不得未经用户主动选择静默下载。应当在用户点击广告内容后通过跳转页面、弹窗页面等形式向用户展示 APP 必要信息（应用名称、开发者信息、版本号、权限、隐私政策），用户确认后方可下载。
7. 广告内容应保证清晰，确保用户可获得准确的信息，不应出现大面积遮蔽、多层叠加的浮层页面。

六、特殊类别广告规定

1. 金融类广告

- 1.1. 互联网金融广告应当依法合规、真实可信，对金融产品或服务可能存在的风险以及承担风险责任，应合理提示或警示。
- 1.2. 不得对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外。如不得出现“年利率 18%”、“月薪 3000 元，理财一年买奥迪”“靠***也能逆转人生”等。但可以使用“收益自己赚”、“看你赚多少”中性陈述语句。

- 1.3. 不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。不得出现任何受益人案例介绍，如“外卖小哥赚了XX元”。不得使用具有金融专业知识的人物群体：银行同事、银行朋友、金融教授等。
- 1.4. 不能夸大或者片面宣传金融服务或金融产品，在未提供客观证据的情况下，对过往业绩作虚假或夸大的表述内容。证券投资咨询类广告不得以夸大、虚报荐股业绩等方式(包括以推荐的个股市场表现代替推荐的证券组合的市场表现)进行不实、诱导性的广告宣传。
- 1.5. 不得对投资理财类产品的收益、安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导消费者。
- 1.6. 未经有关部门许可，不得以投资理财、投资咨询、贷款中介、信用担保、典当等名义发布的吸收存款、信用贷款内容的广告，或与许可内容不相符的。如资质只表明可经营贵金属，则不得出现“外汇”、“期货”、“证券”、“股票”、“基金”等特许经营内容。
- 1.7. 文案不得引用不真实、不准确数据和资料。引用的第三方数据、资料需在素材中注明来源。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。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。
- 1.8. 不得宣传国家有关法律法规和行业主管部门明令禁止的违法活动内容，不得宣传提供突破住房信贷政策的金融产品，加大购房杠杆的内容。
- 1.9. 不得宣传暴富思想，图片不得涉及炫富元素，如钞票、支票、银行支票等。
- 1.10. 不得承诺投资轻松无风险：如单独出现“安全”、“有保障”、“高收益”、“无风险”等承诺性效果内容，但可用于客观描述产品信息。如：“资金由**银行托管，安全有保障”。
- 1.11. 若广告素材出现体验金、现金券、礼券信息，可出现具体金额，但需显著位置（外显图或落地页首屏）标明体验金使用规则基本信息，如期限、方式、数量等。且需与产品活动保持一致。
- 1.12. 金融行业中有投资回报预期的产品或者服务广告，素材必须标注风险提示语，如：“投资有风险，选择需谨慎”，需清晰可见。
- 1.13. 如果广告主非监管部门颁发许可证件的主体，需在落地页显著位置（落地页首屏或落地页底部）标明导流提示语，提示语需清晰可见。

举例：

- ① 广告主（保险产品）由泰康保险提供，且APP/链接仅有泰康保险无其他保险产品，需在落地页添加“由泰康保险集团股份有限公司提供保险服务”；
 - ② 一般网贷产品由马上消费金融提供的贷款服务，需在落地页添加“由马上消费金融股份有限公司提供贷款服务”；
 - ③ 广告主非持证主体的贵金属类产品、期货产品及其他理财产品，产品为**交易中心提供，需在落地页添加“本产品仅作导流服务，实际交易服务由****公司/交易中心提供”。
- 1.14. 不得出现前后着装/环境对比图。包括衣着、车、车钥匙，存在暗示或者明示投资能成功，素材或落地页不得通过明示或者暗示使用相关产品或服务后有明显的获益，不得出现夸大描述，如：“天天涨停”、“牛股”、“黑马股”等。
 - 1.15. 不得使用贬低、歧视及含有不良导向的内容。
 - 1.15.1. 不得使用贬低其他经营者的文案，如：“放款时间比xx快”、“额度比xx高”等。
 - 1.15.2. 不得使用贬低特定群体的描述，如：“大龄剩女看过来”、“农民工都能办的信用卡”等。
 - 1.15.3. 不得使用不良导向文案，如：“借钱买游戏皮肤”等。

1.16. 不得使用“股票群”、“免费加群”、“进群交流”、“微信群号”等引导用户加群或加个人微信号、QQ号或其他社交方式的内容，或直接调用、开启添加微信、QQ等功能。广告落地页中不能出现股票或证券群群号，以及引导用户加群的文案或图片。

2. 美容类广告

- 2.1. 标题和网页中不得出现与药品相关的内容，不得宣传药品，包括药品名称、制剂以及中药配方、中药汤剂等，不得出现涉及推销医疗器械的内容。
- 2.2. 在标题和网站中不得出现任何病例介绍，广告宣传图不得承诺效果。
- 2.3. 不得夸大疗效（包括但不限于不符合常识的描述、夸大描述、极限词描述、使用虚假用户评价等），不允许出现“根治”、“治愈”等治疗效果修饰字眼。

如：用了XX产品，黑眼圈完全去除了、祛除黑眼圈、告别黑眼圈、跟黑眼圈说拜拜（常识中黑眼圈并不能完全去除的，可使用“淡化”、“改善”来描述功能，如淡化黑眼圈）

如：消除顽固性颈纹（顽固性颈纹并不能完全消除的，可使用“淡化”、“改善”来描述功能，如淡化颈纹、改善颈纹问题）

如：“天然仙人掌籽面膜”、“天然白米精华”等形容产品是“天然”的（常识中护肤彩妆产品的制造不可能完全不经过加工，可描述“产品原材料中含有天然XX成分”）

- 2.4. 不得说明治愈率或者有效率。
- 2.5. 不得含有科学的表示功效的断言或者保证，不得使用最新创造、最新发明、纯天然制品、无副作用等绝对化语言。
- 2.6. 不得利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的。
- 2.7. 同类产品内容，不得直接或间接贬低竞争对手的产品、服务。
- 2.8. 特殊用途化妆品（指用于育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒的化妆品）必须持有国务院卫生行政部门核发的批准文号，产品名称、产品类型等应当与国务院卫生行政部分核发的批准文件内容相符。
- 2.9. 普通化妆品（国妆备进字）不得虚假宣传特殊用途化妆品（特妆准字）功效，或涉及疾病治疗功能或使用医疗用语的描述。

（注：具体用词描述规范可参考附录）

3. 保健食品广告

- 3.1. 不得利用广告代言人作推荐、证明。
- 3.2. 保健食品广告应当显著标明（外显图片）“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”，声明本品不能代替药物，并显著标明（落地页首屏）保健食品产品名称、保健食品批准文号、广告审查批准文号、保健食品标识、适宜人群和不适宜人群。
- 3.3. 特殊医学用途配方食品广告应当显著标明（外显图片）“请在医生或者临床营养师指导下使用”，并显著标明（落地页首屏）特殊医学用途配方食品名称、特殊医学用途配方食品批准文号、广告审查批准文号、适用人群、“不适用于非目标人群使用”。
- 3.4. 保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明（外显图片）的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。
- 3.5. 保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。
- 3.6. 特殊医学用途配方食品广告的内容应当以国家市场监督管理总局批准的注册证书和

产品标签、说明书为准。特殊医学用途配方食品广告涉及产品名称、配方、营养学特征、适用人群等内容的，不得超出注册证书、产品标签、说明书范围。

- 3.7. 不得含有表示功效、安全性的断言或者保证，如“安全无毒副作用”、“无依赖”等承诺。
- 3.8. 不得涉及疾病预防、治疗功能，如声称或暗示保健食品为治疗病症所必需。
- 3.9. 不得声称或者暗示广告商品为保障健康所必需，如声称或暗示保健食品为正常生活所必需。
- 3.10. 不得与药品、其他保健食品进行比较。
- 3.11. 不得直接或间接怂恿任意、过量使用保健食品。
- 3.12. 不得含有与药品相混淆的用语直接或间接地宣传治疗作用，或借助宣传某些成分的作用明示或暗示该保健食品具有疾病治疗的作用。
- 3.13. 不得通过渲染夸大某种健康状况或者疾病，或通过描述某种疾病容易导致的身体危害，使公众对自身健康产生担忧、恐惧，误解不使用广告宣传的保健食品会患某种疾病或者导致身体健康状况恶化。
- 3.14. 不得夸大保健食品功效或扩大适宜人群范围，明示或暗示适合所有症状及所有人群。
- 3.15. 不得用公众难以理解的专业化术语、神秘化语言、表示科技含量的语言等描述该产品的作用特征和机理。
- 3.16. 不得宣称产品为“祖传秘方”，利用封建迷信进行保健食品宣传。
- 3.17. 不得含有无法证实的所谓“科学或研究发现”、“实验或数据证明”等方面的内容。
- 3.18. 不得含有“无效退款”、“保险公司保险”等内容。
- 3.19. 不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。
- 3.20. 不得含有最新技术、最高科学、最先进制法等绝对化词语和表述。
- 3.21. 不得含有有效率、治愈率、评比、获奖等综合评价内容。
- 3.22. 不得利用医疗机构、学术机构、行业组织的名义和形象，或者以专家、医务人员和消费者的名义和形象为产品功效作证明。
- 3.23. 保健食品的质量标准、说明书、标签和实际使用的包装等与申请通过审查的内容相一致。
- 3.24. 广告发布内容、发布形式与发布媒介应当与申请通过审查的内容相一致。
- 3.25. 除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。
- 3.26. 不得以新闻报道、介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。
- 3.27. 不得利用医疗机构、学术机构、行业组织的名义和形象，或者以专家、医务人员和消费者的名义和形象为产品功效作证明。
- 3.28. 不得投放性保健食品。

4. 医疗服务类广告

- 4.1. 医疗广告、医疗器械广告、药品广告必须在显著位置（落地页首屏）标明广告审查批准文号。例：“国食健字***”，“（X）医广（文）【XXX】第 XXX号”等。
- 4.2. 药品广告应当显著标明（落地页首屏）禁忌、不良反应。
- 4.3. 非处方药广告应当显著标明（外显图片）非处方药标识（OTC）和“请按药品说明书或

者在药师指导下购买和使用”。

4.4. 医疗器械广告应当显著标明（外显图片）“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证书中有禁忌内容、注意事项的，广告应当显著标明（外显图片）“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。

4.5. 药品、医疗器械广告中应当显著标明（外显图片）的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。

4.6. 消毒用品（如抑菌剂）应当显著标明（外显图片）“本产品为消毒产品，不可替代药物”。且消毒用品不得宣传药效。

4.7. 保健用品（如艾草贴）应当显著标明（外显图片）“本产品为保健用品，不可替代药物”。且保健用品不得宣传药效。

4.8. 不得使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或者军队人员的名义或者形象，或者利用军队装备、设施等从事广告宣传。

4.9. 不得使用科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明。

4.10. 不能利用广告代言人作推荐、证明（包括明星、网红、普通人）。

4.11. 不能含有表示功效、安全性的断言或者保证。如：“安全”“安全无毒副作用”“毒副作用小”；明示或者暗示成分为“天然”，因而安全性有保证等内容。

4.12. 不得出现含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“无效退款、保险公司保险”等保证性内容，怂恿消费者任意、过量使用药品、医疗器械的内容。

4.13. 药品、医疗器械广告不得出现含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约门诊等医疗服务的内容。

4.14. 违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需等内容。

4.15. 不得出现引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情的内容。

4.16. 不得与其他药品、医疗器械的功效或者安全性或者其他医疗结构相比较。

4.17. 不得出现易引起不适或影响观感的图片。

4.18. 不得出现明显治疗前后效果对比图，同人或不同人对比均不可出现。

4.19. 不得出现包含但不限于彻底治愈、根治、告别及夸大性用语等承诺效果。

5. 教育/招商广告

5.1. 不得对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺如：“一年半拿本科”、“通过率高达95%”、“考试不过退款”。

5.2. 不得明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训。

5.3. 不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。

5.4. 不得出现不符合考试制度及学制的宣传。如：“初中以下学历可考专科”、“1年半拿本科证书”、“免考”、“免试”、“免学”。

5.5. 教育行业的营业执照需包含教育培训、教育咨询、教育软件开发等相应的经营范围，且推广内容需与经营范围匹配。

5.6. 广告背景不得使用纯试卷图片简单拼凑而成，影响用户体验。

- 5.7. 不得出现对学历定价，疑似买卖的文案描述。如：“1800元拿本科学历”。
- 5.8. 不得利用“最新通知”、“新政”等涉嫌诱导点击的描述。
- 5.9. 不得在未提供具备金融资质的前提下使用通过金融手段进行招生的宣传。
- 5.10. 不得使用第三方教育机构认证的描述，或使用第三方机构公章误导用户。
- 5.11. 不得出现涉及学历及考学的词汇：假学历，低学历，假证，正规文凭，考上名校，211，985，国家重点，省重点，一本，二本，重本，全班（全校）第一等。
- 5.12. 不得有暗示增加收入、额外收入或双份工作的描述。如：“不坐班、双倍工资”。
- 5.13. 不得承诺用户效果，包括预期收入。如：暴富，赚翻了，一年回本，如果每天约收入**元，年收入**万元）。

6. 房地产广告

房地产广告，房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积，并不得含有下列内容：

- 6.1. 升值或者投资回报的承诺，如“保证升值”、“升值 30%”等承诺。
- 6.2. 对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传。
- 6.3. 房地产广告不得含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，不得有悖社会良好风尚。
- 6.4. 房地产广告中涉及所有权或者使用权的，所有或者使用的基本单位应当是有实际意义的完整的生产、生活空间。
- 6.5. 房地产广告中对价格有表示的，应当清楚表示为实际的销售价格，明示价格的有效期限。
- 6.6. 房地产广告中的项目位置示意图，应当准确、清楚，比例恰当。
- 6.7. 房地产广告中涉及的交通、商业、文化教育设施及其他市政条件等，如在规划或者建设中，应当在广告中注明。
- 6.8. 房地产广告涉及内部结构、装修装饰的，应当真实、准确。
- 6.9. 房地产广告中使用建筑设计效果图或者模型照片的，应当在广告中注明。
- 6.10. 房地产广告中不得出现融资或者变相融资的内容。
- 6.11. 房地产广告中涉及贷款服务的，应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期。
- 6.12. 房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。
- 6.13. 房地产广告中涉及物业管理内容的，应当符合国家有关规定；涉及尚未实现的物业管理内容，应当在广告中注明。
- 6.14. 房地产广告中涉及房地产价格评估的，应当表明评估单位、估价师和评估时间；使用其他数据、统计资料、文摘、引用语的，应当真实、准确，表明出处。

7. 化妆品广告

- 7.1. 不得出现化妆品名称、制法、成分、效果或者性能有夸大功能、虚假宣传、贬低同类产品的内容。
- 7.2. 使用他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效用的，包括通过他人使用前后的效果表明该化妆品的功效。
- 7.3. 不得出现与产品的特性没有关联，消费者不易理解的词意。如解码；数码；智能；红外线等。

- 7.4. 不得出现绝对化词意。如特效；全效；强效；奇效；高效；速效；神效；超强；全面；全方位；最；第一；特级；顶级；冠级；极致；超凡；换肤；去除皱纹等。
- 7.5. 不得出现虚假性词意。如只添加部分天然产物成分的化妆品，但宣称产品“纯天然”的，属虚假性词意。
- 7.6. 不得出现夸大性词意。如“专业”可适用于在专业店或经专业培训人员使用的染发类、烫发类、指（趾）甲类产品，但用于其他产品则属夸大性词意。
- 7.7. 不得出现庸俗性词意。如“裸”用于“裸体”时属庸俗性词意，不得使用；用于“裸妆”（如彩妆化妆品）时可以使用。
- 7.8. 不得出现封建迷信词意。如鬼、妖精、卦、邪、魂。又如“神”用于“神灵”时属封建迷信词意；用于“怡神”（如芳香化妆品）时可以使用。
- 7.9. 不得出现明示或者暗示具有医疗作用的内容，包括医疗用语，如处方；药方；药用；药物；医疗；医治；治疗；妊娠纹；各类皮肤病名称；各种疾病名称等。
- 7.10. 不得明示或暗示医疗作用和效果的词语。如抗菌；抑菌；除菌；灭菌；防菌；消炎；抗炎；活血；解毒；抗敏；防敏；脱敏；斑立净；无斑；祛疤；生发；毛发再生；止脱；减肥；溶脂；吸脂；瘦身；瘦脸；瘦腿等。
- 7.11. 不得出现医学名人的姓名。如扁鹊；华佗；张仲景；李时珍等。
- 7.12. 不得出现已经批准的药品名。如肤螨灵等。
- 7.13. 特殊用途化妆品宣称不得超出《化妆品卫生监督条例》及其实施细则规定的九类特殊用途化妆品含义的解释。又如非特殊用途化妆品不得宣称特殊用途化妆品作用。
- 7.14. 非特殊用途化妆品可宣称用语包括：①发用化妆品名称中可使用祛屑；柔软等词语。②护肤化妆品名称中可使用清爽；控油；滋润；保湿；祛皱；舒缓；白皙；紧致；晒后修复等词语。③彩妆化妆品名称中可使用美化；遮瑕；修饰；美唇；润唇；护唇；睫毛纤密；卷翘等词语。④指（趾）甲化妆品名称中可使用保护；美化；持久等词语。⑤芳香化妆品名称中可使用香体；怡神等词语。
- 7.15. 特殊用途化妆品名称可使用与其含义、用途、特征等相符的词语。如健美类化妆品名称中可使用健美；塑身等词语。祛斑类化妆品名称中可使用祛斑；淡斑等词语。（特殊用途化妆品是指用于育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒的化妆品）。

8. 普通食品广告

食品广告必须真实、合法、科学、准确、符合社会主义精神文明建设的要求，不得欺骗和误导消费者。食品广告应当遵循以下规则：

- 8.1. 食品广告不得含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”、“纯天然”等绝对化的语言或者表示。
- 8.2. 禁止出现与药品相混淆的用语，不得直接或间接地宣传治疗作用，也不得借助宣传某些成分的作用明示或暗示该食品的治疗作用。
- 8.3. 不得明示或者暗示可以替代母乳，不得使用哺乳妇女和婴儿的形象。
- 8.4. 不得利用医疗机构、医生、专家、消费者的名义或者形象作证明；食品广告中设计特定功能的，不得利用专家、消费者的名义或者形象做证明。
- 8.5. 普通食品广告不得宣传保健功能，不得借助宣传某些成分的作用明示或暗示保健功能或与其他食品、保健食品或者药品进行功效对比。
- 8.6. 普通食品不得宣传含有新资源食品中的成分或者特殊营养成分。
- 8.7. 新资源食品（如叶黄素酯、嗜酸乳杆菌），广告主应提供国务院卫生行政部门核发的

《新资源食品试生产卫生审查批准文件》，或者《新资源食品卫生审查批准文件》，广告内容中应标明批准文号。

- 8.8. 特殊营养食品广告主应提供省级卫生行政部门核发的准许生产的批准文件，广告内容中应标明批准文号。
- 8.9. 可作为保健食品配料的不得以食品方式进行宣传，禁止投放人参、西洋参、党参、葛根、三七/田七、天麻粉、石斛、灵芝、当归、何首乌、益母草、淫羊藿、牛蒡子、牛蒡根，珍珠（食用珍珠）、藏红花/红花、雪莲等药食同源商品。
- 8.10. 不得单纯描述无添加食品，文案中需标记注释无添加元素，如：不添加香精、防腐剂。

9. 游戏类广告

- 9.1. 广告文案以及素材图片若涉及借助原版的噱头进行宣传，需提供原版授权，如：“犬夜叉终于出手游了”等。
- 9.2. 游戏类广告不得以游戏装备售卖收益作为宣传噱头，误导用户。
- 9.3. 不得出现老虎机，电玩城，赌博转盘、“森林舞会”、“彩金”、“爆庄”等。
- 9.4. **棋牌、捕鱼类：**广告语不得含有“金币回收，回本，上分，上庄，暴富，电玩城”这类赌博词汇；不能暗示高回报，报内容不得涉及现实货币和钱，但是游戏币可以。
- 9.5. 广告语不得使用夸大性用语，如“风靡欧美”等。
- 9.6. 虚假宣传：广告语不得含有“不花一分钱”、“本游戏没有付费点”等虚假宣传词汇；
- 9.7. 广告语不得贬低其他竞争对手。如“我宁愿删XX捕鱼，也要玩这游戏！”
- 9.8. 广告语不得使用无实际数据支持的文案内容，如“男性玩家一致好评，上线获得9.9分好评”，等需要数据支持的文案。
- 9.9. 广告语不得出现“私服、BT，变态版，外挂，GM”。
- 9.10. 广告语不得承诺用户效果，如“玩了之后再也不用充话费啦”“可在线兑换现金”、“游戏赚钱、可以不上班”等暗示高回报的词汇。

10. 酒类广告

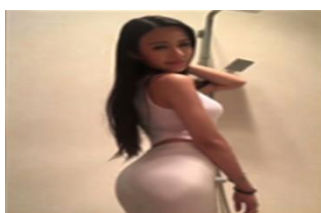
- 10.1. 不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒。
- 10.2. 不得出现饮酒动作。
- 10.3. 不得表现驾驶车、船、飞机等活动。
- 10.4. 不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。
- 10.5. 不得含有未成年人的形象（含未成年人的卡通形象）。
- 10.6. 不得含有诸如可以“消除紧张和焦虑、增加体力、增强体力、强身健体、延年益寿、解除疲劳”等不科学的明示或者暗示。
- 10.7. 不得把个人、商业、社会、体育、性生活或者其他方面的成功归因于饮酒的明示或者暗示，如“壮阳、提高性生活、补肾、事业有成、企业家、成功人士、重振雄风”。
- 10.8. 不得含有关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果。
- 10.9. 不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。
- 10.10. 不得含有不符合社会主义精神文明建设的要求，违背社会良好风尚和不科学、不真实的其他内容。
- 10.11. 在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布酒类广告，包括葡萄酒、水果酒、黄酒等低度酒、发酵酒。

- 10.12. 在各类临时性广告活动中，以及含有附带赠送礼品的广告中，不得将酒类商品作为奖品或者礼品出现。
- 10.13. 客户在看到广告到收到酒后的过程中，用户不花一分钱，可以宣传免费，需提供相关内容（免费）承诺函；存在运费、保费等，可以宣传免费，但必须显著标明用户需付的运费、保费等。
- 10.14. 禁止使用“专（特）供XX国家机关”、“XX（国家机关）专用”、“XXX省（市）指定专用产品”、“军队特工”、“军队特需”等国家机关名义或类似内容。

11. 直播交友或社交语言类广告

- 11.1. 不得投放未成年人相亲交友、邮购新娘类产品。
- 11.2. 约会交友类广告不得暗示有人已经或将要通过所推广的服务搜索用户或与用户互动等存在诱导用户素材，如：“已有5名女士搜索过你”。
- 11.3. 约会交友类不得出现存在暗示性或诱导性的素材，如“18岁的女孩在等你”。
- 11.4. 约会交友类不得提及具体国别、肤色、地区等信息文本，如“约会亚洲女孩”、“俄罗斯辣妹约会”“火辣黑妞”等。
- 11.5. 不得定位年龄低于18岁的未成年人。
- 11.6. 以直播为主体的功能产品不得出现私下交友/线下交友等，不得使用强调社交属性的文案，以及含有暗示诱导内容。如：“漂亮女人直播，加好友和你视频”、“美女直播交友，单身的你不进来看看么？”“约会”等。
- 11.7. 不得对主播使用诱惑性称谓。如：“女大学生”、“学生”、“熟女”、“少妇”、“妖精/小妖精”“漂亮女人”等。
- 11.8. 不得含有不良导向词汇。如：“大波”、“艳遇”、“深入互动”、“18禁”、“18岁以下千万别看”、“老司机才懂”“福利姬”“楼凤”等。
- 11.9. 不得含有低俗、暗示性等不良诱导的场景搭配：
 - ①室内地点场景+直播/视频如：“床上直播”等。
 - ②公开地点场景+大胆/豪放/竟然这样，如：“火车上小姐姐很豪放”、“在庄稼地他俩竟然这样”等。
 - ③时间场景+直播/视频，如：“深夜直播”、“午夜直播”等。
 - ④人物及人物组合+直播/视频，如：“老板好过分，要秘书做这种直播”、“美女与大爷开直播”等。
 - ⑤看直播后的人物状态，如：“看美女直播睡不着”（结合图片判断）、“看美女直播顶得住/顶不住/抵抗不住”、“看完直播后很鸡冻”等。
 - ⑥内容场景（食品）+直播/视频，如：茄子、香蕉、黄瓜、胡萝卜、火腿肠等。
 - ⑦内容场景（隐私）+直播/视频，如：“秘密直播”、“私密写真小视频”等。
 - ⑧美女+费用，如：“美女视频收费看”等。

以下均为禁止案例：





七、针对未成年人的保护规定

1. 不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。
2. 对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：
 - (1) 劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；
 - (2) 可能引发其模仿不安全行为。
3. 禁止向未成年人发送专门面向成人受众群体、不适合未成年用户的色情内容和其他少儿不宜的内容。禁止向未成年人发送不适合向其展示的敏感媒体内容，如投放地区的法律法规对相关内容有分级分类的，禁止向未成年人推送被划入不适合其观看或不适合其单独观看（需家长陪同）的级别的内容。
4. 禁止向未成年人宣传受到管制或法律禁止面向儿童宣传的产品（例如酒精饮料、烟草）。此外，禁止宣传与酒精饮料、烟草密切相关的产品（例如，涉及葡萄园游览、电子烟）。
5. 禁止向未成年人宣传占星术、神秘学或超自然现象相关内容的广告。
6. 禁止向未成年人宣传主要用于改善身体形象的化妆品以及与外用个人护理相关的其他产品，还包括与美容或整容手术、日光浴美黑、纹身或穿孔相关的广告。
7. 禁止向未成年人宣传宣传竞赛或抽奖（即使可免费参与）的内容。
8. 禁止向未成年人宣传危险内容，如对未满 13 周岁用户有危险或不适合该年龄段用户观看的内容，或者通常情况下都需要有成人陪同才能观看的内容，例如烟花、武器或武器零部件，以及涉及狩猎或彩弹射击的内容。
9. 禁止向未成年人宣传约会服务、婚姻介绍所、情感建议或咨询的广告。
10. 禁止向未成年人宣传涉及拳击、摔跤、武术和自卫培训的内容。
11. 禁止宣传在线或现实世界赌博、彩票或博彩的广告，其中包括涉及赌场举办的娱乐活动和赌场酒店住宿的内容。
12. 禁止涉及各种医疗保健和医疗问题（包括生殖健康、药物滥用或康复、饮食失调、“神奇疗法”和医疗保险）的内容。此外，还包括与减肥、节食和营养相关的广告。
13. 禁止按定期收取手机增值业务费的方式结算的产品/服务，例如铃声订阅服务。
14. 禁止涉及主要用途是让用户互相联系和交流的平台或服务的内容。这包括但不限于，由朋友和同事组成的社交网络和职场人际网络，提供与陌生人交流机会的服务，或供用户进行直播的虚拟世界和平台。
15. 禁止宣传药物或药品、维生素和营养补充剂的广告。
16. 禁止任何类型的政治广告，包括与政治候选人、政治行动委员会或其政策立场相关的信息。此外，还包括涉及敏感或争议性社会问题的内容。

17. 禁止提及死亡、谋杀、葬礼和自然灾害的内容。
18. 禁止任何类型的宗教广告。
19. 禁止涉及销售喷漆、气溶胶涂料、玻璃蚀刻材质或涂鸦产品或提供此类产品相关信息的内容。
20. 禁止暗示所提供的服务有助于侦查监视合作伙伴或查找第三方非共享个人信息的内容。此外，还包括搜索公共记录以查找逮捕记录的服务（例如查找性犯罪者）。
21. 如果视频游戏的业内分级不适合未满 13 周岁的受众群体，或者视频游戏属于以下任一类别，则禁止投放宣传此类视频游戏的广告：
 - (1)与赌场和博彩密切相关的游戏（即使此类游戏不涉及投注实际资金，但根据投放地区的法律规定会被认定为赌博的游戏）或此类游戏的取胜指南
 - (2)涉及色情元素或其他成人内容的游戏
 - (3)宣传涉及人物亲吻或以其他方式开展浪漫追求的游戏
 - (4)含有武器或其他暴力、战争元素或任何直接或间接伤害他人的内容。
22. 禁止宣传专门面向成人受众群体，不适合的暴力、血腥和露骨内容。
23. 禁止投放包含可能会让年幼受众群体害怕的图像（例如僵尸、骷髅、面具、可怕小丑和鲜血）的广告。
24. 禁止投放在产品宣传内容中采用低俗或粗俗幽默或令人不安的图像的广告。
25. 禁止投放包含脏话或性暗示内容的广告。
26. 禁止投放展现男性或女性有明显皮肤裸露或穿着轻薄透明衣物（无论图像是否具有性暗示）的广告。
27. 禁止投放煽动儿童购买产品或服务，或鼓励家长或他人购买商品的宣传信息或内容。
28. 付费广告不得误导儿童，也不得发布任何欺骗性或未经证实的声明。所有声明和主张均要在广告中得到证实；不得暗示所宣传的产品能提高用户的社会地位；不得包含无效的功能或号召性用语，广告中要求用户执行的操作必须能够完成。

八、广告禁止关键词

1. 成人类禁用词汇

成人、激情水、壮阳、迷香、迷药、迷魂药、色情、三唑仑、增粗、增大、增长、苍蝇水、高仿、成人电影、小电影、激情、黄色电影、色情服务、露点、激凸、凸点、翘乳、巨胸、露乳、乳房、爆乳、露臀、丰臀、翘臀、劈腿、湿身、泄春光、露春光、AV、女优、淫妇、淫娃、荡妇、手淫、意淫、性爱、奸淫、真空、淫荡、自慰等；两性、裸奔、偷拍、成人、性知识、性教育、人体艺术、人体摄影、人体彩绘、泳装、同志、三点、挑逗、色诱、激情、走光、脱光、强奸、强暴、情色、裸体、全裸、赤裸、热辣、性感、放荡、艳舞、人妖、大波、脱衣裸聊、偷拍、婚外情、一夜情、换妻等。

2. 美容类禁用词汇

根治、清除、根除、祛除、保证治愈、自愈、绝对有效、安全无副作用、药到病除、彻底治疗、疗法、不吃药、非药物、摆脱服药、停药、降糖、降压、降脂、轻松解决、搞定、告别、见效、摆脱、就好、ok、特效、康复、恢复、不复发、成功破解、远离、杜绝、隔绝、隔离、保障、确保、调控、控制、转阴成现实、天然胰岛素、“XX病 新突破，新方法、新成果、历史飞跃”，克星，攻克，终身不反弹、一抹就变大、多少天见效等

3. 低俗网络类禁用词汇

饥渴、TM、尼玛、你妹、擦、牛逼、牛B、蛋疼、妈比、我操、持久、坚挺、大了大了、屌丝、逗比、你妹、装逼、草泥马、我靠/我擦/我中艸薶薶、妈蛋、逼格、特么的、撕逼、滚粗、小婊砸、傻X、跪舔、绿茶婊；明星艳照、秘书在老板房间等。

备注：谐音字义人身攻击的不允许，例如：尼玛、尼大爷等；谐音字义人体器官的不允许，例如：蛋疼、牛B等；调侃无贬义的可以通过，例如：土豪等。

4. 游戏类禁用词汇

外挂、QQ尾巴、木马病毒、魔兽精灵、魔兽插件、魔兽大脚、魔兽世界精灵、魔兽世界插件、魔兽世界大脚、魔世精灵、魔世插件、魔世大脚、wow精灵、wow插件、wow大脚、wow shell、wow big foot等魔兽世界插件类关键词等；包含游戏类私服、外挂软件、私服服务器租赁的网站提交的游戏类关键词等

5. 兼职、招聘类广告词

攻击器、卡皇、卡王、黑客、蹭网、网络钓鱼、netpas、互刷、刷钻、不出钱上网、网络打手、代理投票、水军、软文发布、网络危机公关、悬赏兼职发帖、发帖人招聘、投票服务、网络执行工作室、网上刷票、网络炒作执行专家、网络炒作、负面撤稿、投票、刷票、传销、短信群发器、呼死你、刷粉丝、投票公司、网络推手、刷票公司、灌水公司、淘宝代刷信誉等

6. 炒股软件类禁用词汇

荐股、零风险、牛（熊）市、牛股、妖股、黑马股、涨停、内幕、内幕信息、内幕交易、内部信息、内部交易，专家，打折买卖股票或者证券等。

7. 广告极限词

「最」最、最佳、最具、最爱、最赚、最优、最优秀、最好、最大、最大程度、最高、最高级、最高端、最奢侈、最低、最低级、最低价、最底、最便宜、史上最低价、最流行、最受欢迎、最时尚、最聚拢、最符合、最舒适、最先、最先进、最先进科学、最新

首个、首家、金牌、独家、全球首发、全网首发、领先、掌门人、超赚、巨星

「级别」国家级、国际级、世界级、千万级、百万级秒杀全网、全网冠军、领导品牌、顶尖技术、全网之冠、全网之王、销量冠军、全网抄底、口碑顶级/全网底价、类目/同行底价

「一」第一、中国第一、全网第一、销量第一、排名第一、唯一、第一品牌、NO.1、TOP1、独一无二、全国第一、仅此一次(一款)、最后一波、全国X大品牌之一、销冠(需住建委证明方可使用)

附录：护肤彩妆品、药品、保健品等产品功效性禁用词库

（一）禁止使用虚假夸大商品属性/功效的用语

1. 夸大描述商品属性

领导品牌、世界X大品牌之一、全国X大品牌之一、驰名商标、中国名牌、CCTV、央视品牌等。著名商标（需要有相关审批文件）

2. 夸大描述商品功效

特效；高效；全效；强效；速效；显效；神效；奇效；广谱（防晒除外）；速白；一洗白；一洗黑；永久性（染发产品除外）；抗氧化；XX天见效；XX周期见效；激活；全方位；全

天候；安全；无毒；溶脂；吸脂；燃烧脂肪；瘦（身、脸、腿）；减肥；使身体肌肉组织增强、强壮；延年益寿；永葆青春；防止（皮肤老化）；第二肌肤；增强皮下组织新陈代谢；深层；细胞再生；DNA再生；提高（保护）记忆力；提高肌肤抗刺激（能力）；化解死细胞；防止皱纹形成；去（祛）除皱纹；修复断裂弹性（力）纤维；止脱；采用新型着色机理永不褪色；迅速（修复受紫外线伤害的肌肤）；更新肌肤；破坏黑色素细胞；阻断黑色素形成；丰乳；丰胸；使乳房丰满等。

注：特殊用途化妆品、保健品等特殊用途产品（以监管部门审批为准）可在对应类别宣称规定的功效，如育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒、美白作用，如减肥、瘦身、延年益寿、补肾、抗衰老、促进大脑发育、促进骨骼生长、修复胃黏膜、降血压、降血脂、降血糖、缓解视力疲劳、增强免疫力、抗氧化等。

（二）禁止使用医疗术语

处方；药方；药物配方；药物制剂；药物；中药；中草药；中医世家；祖传秘方；医；医疗；医治；医生；大夫；护士；诊断；经xx例临床观察具有明显效果；皮肤变态反应；皮肤病；皮炎；丘疹；脓疱；手癣；甲癣；体癣；头癣；股癣；脚癣；脚气；鹅掌癣；花斑癣；牛皮癣；传染性湿疹；斑秃；全秃；病变，性脱发；毛囊激活；伤风感冒；经痛；肌痛；头痛；腹痛；便秘；哮喘；支气管炎；消化不良；失眠；刀伤；烧伤；烫伤；疮痛；毛囊炎；皮肤感染；皮肤面部痉挛；细菌；真菌；念珠菌；糠秕孢子菌；厌氧菌；牙孢菌；座疮；毛囊寄生虫；雌，性激素；雄性激素；荷尔蒙；抗生素；激素；中枢神经；细胞增殖和分化；免疫力；患处；疤痕；关节痛；冻疮；冻伤；妊娠纹；皮肤细胞间的氧气交换；红肿；淋巴液；毛细血管；淋巴毒等。

注：医疗、药品、医疗器械（以监管部门审批为准）可在批准范围内使用相应医疗术语。

（三）禁止使用明示或暗示对疾病有治疗作用和效果的用语

治疗；除菌；抑菌；杀菌；抗菌；灭菌；防菌；消毒；排毒；解毒；消肿；消炎；抗炎；抗敏；防敏；柔敏；舒敏；缓敏；脱敏；褪敏；改善过敏现象；降低肌肤敏感度；镇定；镇静；理气；行气；活血；生肌肉；补血；安神；养脑；益气；通脉；胃胀蠕动；利尿；驱寒解毒；内分泌；延缓更年期；补肾；祛风；生发；防癌；抗癌；祛疤；降血压；防治高血压；防止卵巢及子宫的功能紊乱；（排除）体内毒素；吸附铅汞；除湿；润燥；消除斑点；祛除雀斑、黄褐斑、蝴蝶斑、妊娠斑；斑立净；无斑；治疗斑秃、全秃；逐层减退多种色斑；毛发新生；毛发再生；生黑发；（治疗）酒糟鼻；伤口愈合；清除毒素；缓解痉挛抽搐；减轻或缓解疾病症状等。

注：1）不得注有适应症等；2）除消毒用品以及具有特殊功能的日化产品（如洗涤用品、人体清洁用品等）以外，在化妆品以及其他直接适用于人体的产品素材中禁止使用抗菌、抑菌、除菌、灭菌、防菌等。3）医疗、药品、医疗器械以及保健食品（以监管部门审批为准）可在批准范围内宣称规定的功效。