

Mintegral

境外产品投放政策

2022.08.15 版

目 录

第一部分 概 述	3
第二部分 具体政策	4
一、 禁止投放的产品	4
(一) 仿冒产品	4
(二) 爆炸物	4
(三) 涉毒物质和服务, 违禁或娱乐性药物	4
(四) 非法约会与性接触服务	5
(五) 烟草或烟草相关商品	5
(六) 致命和非致命武器	6
(七) 具有以下意图的商品、服务、技术或网站内容	7
(八) 其他	8
二、 限制投放的产品	9
(一) 酒类、酒精饮料	9
(二) 赌博、博弈游戏	15
(三) 金融类产品及服务	35
(四) 加密货币产品和服务	39
(五) 保健品、医疗器械、药品等	41
(六) 整容手术与养生	43
三、 禁止定向至未成年人的产品	43

第一部分 概述

Mintegral 是 AI 驱动的程序化互动式移动广告平台，致力于在移动营销领域连接东西方市场，通过全栈式程序化广告技术产品与服务，为全球广告主与移动开发者提供用户获取、流量变现及创意解决方案，助力提升营销价值与收益。

在本政策中，我们将广告主及广告需求方平台称为“您/您的”。感谢您选择 Mintegral 程序化广告平台。Mintegral 的《境外产品投放政策》规定了在中华人民共和国境外（未免疑义，为本政策之目的，中国香港、中国澳门、中国台湾地区属于中华人民共和国境外地区）允许接入投放的产品类型，即当中华人民共和国境外地区的相关法律法规适用于您所投放的广告时，本《境外产品投放政策》应予使用。

作为使用 Mintegral 技术服务的广告主或广告需求方平台，您有责任确保您和您的所有广告内容（包括但不限于所推广的产品、服务、广告创意、广告创意所指向的任何中间页及落地页）符合可能投放广告的所有地理区域的所有适用法律、规则、法规和行业标准。通过 Mintegral 平台所分发之广告的受众有着不同的性别、种族、民族、能力、年龄、宗教、性取向和背景，您必须诚实表达所推广的商品或服务，并且必须避免使用任何可能会误导或冒犯广告受众的内容。Mintegral 严格禁止您通过擅自修改落地页或擅自进行应用内跳转等方式将不符合投放地法律法规的产品投放至最终用户。Mintegral 可能会根据您的拟投放的广告内容，另行要求您对产品的合规性等另行作出进一步书面承诺。

Mintegral 会根据投放地区监管法规的变化而不定期地更新本政策。请时常查看本页，以确保您始终了解我们的最新政策要求。本政策并不是对所有广告政策的全面介绍，而是重点介绍了一些经常重复出现的重要广告政策。我们的政策不能作为法律建议，如果您对广告方面的法律法规有疑问，建议您咨询您的律师或法律顾问。

Mintegral 不承担监控产品或其内容的义务。如果 Mintegral 知晓并自行判定某款产品或其任何部分、广告内容违反了应遵守的法律法规或本政策内容，Mintegral 保留出于任何原因自行决定拒绝、删除或要求修改广告的权利。如果您严重或屡次违反广告政策，Mintegral 可能会暂停或终止您的广告账户。所有示例都是说明性的，Mintegral 保留自行决定拒绝不符合 Mintegral 政策的广告活动的权利。对于需要 Mintegral 事先批准的政策，请联系相应的客户支持团队。

第二部分 具体政策

若无特别说明，本政策中的相关概念具有如下所述含义。同时您需要特别注意以下内容：

1. 本政策所称“产品”系广义概念，包括任何实体或互联网化的产品或服务。
2. 本政策所称“境外”，系指中华人民共和国大陆以外的地区，包括香港特别行政区、澳门特别行政区、中国台湾地区。
3. 本政策所称“禁止投放产品”，系指依据根据一般法律原则、国际惯例、投放地的相关法律法规、监管制度规定的禁止投放产品。
4. 本政策所称“限制投放产品”，系指依据根据一般法律原则、国际惯例、投放地的相关法律法规、监管制度规定需要具备一定的资质条件或获得特定许可后方可投放的产品。

一、禁止投放的产品

本部分所载禁止投放的产品包括：（1）根据一般法律原则、国际惯例、相关法律法规、监管制度规定的禁止投放产品；（2）基于维护可能的公共利益、他人合法权益、规范广告内容的需要，经 Mintegral 评估认为投放可能造成严重不良影响的产品。具体包括但不限于：

（一）仿冒产品。

在提及品牌名称时不得使用高仿品、复制品、仿冒品、仿制品、伪造品、假冒品、翻版或类似字词描述所宣传的产品，试图让人误以为它们是出自该品牌所有者的正品；也不得模仿正品品牌特征以试图冒充正品的仿冒产品，示例：使用正品品牌名称标签或徽标的仿冒产品。

（二）爆炸物。

包括但不限于：

1. 在广告中宣传专为爆炸用途设计并且会对附近人员或财产造成损害的产品。示例：长钉炸弹、化学炸弹、所有可爆炸的烟花、鞭炮、手榴弹。
2. 在广告中宣传有关组装、改进或获取爆炸物的指导性内容。示例：与炸弹制造相关的网站；手榴弹零部件的 3D 打印政策、软件或设备。

（三）涉毒物质和服务，违禁或娱乐性药物。

非法和消遣性毒品、吸毒工具、毒品检测设备或防范毒品检测的商品。包括

但不限于：

1. 在广告中宣传可影响人精神状态从而达到消遣目的或诱发“高度兴奋”的物质，示例：可卡因、冰毒、海洛因和其他非法阿片类药物、大麻、可卡因替代品、甲氧麻黄酮、“合法兴奋剂”。
2. 在广告中宣传作为消遣性药物吸食辅助手段进行营销的产品或服务，示例：针管、水烟筒、大麻咖啡馆。
3. 在广告中宣传有关如何生产、购买或吸食消遣性药物的指导性内容，示例：交流吸毒技巧或建议的论坛。
4. 非法或敏感药品和服务。提取自或含有大麻、大麻二酚 (CBD)、THC 或其他大麻相关物质的油类、保健品或营养品。
5. 其他 Mintegral 单方面认定为违禁或娱乐性药物，以及其他不安全物质、产品或补充剂的销售或使用。

(四) 非法约会与性接触服务。

包括但不限于：

1. 三陪服务、未成年人约会、明确以性接触为动机的约会、宣扬随意性接触/婚外情和网恋的广告文案或网站。示例：勾搭性爱或一夜情、交换性伴侣约会网站。
2. 成人用品或服务，性玩具等。宣传诸如避孕用品和计划生育之类的性和生殖健康类产品或服务的广告必须定位 18 岁以上的受众，且不得强调性快感。
3. 广告不得包含成人内容。这包括展示裸体、暗示或赤裸裸地描述性爱姿势，以及属于过分性暗示或性挑逗的活动。在指明或暗示通过某功能可认识他人，与他人交流联系或查看他人创建的内容时，广告不得采取色情的展示方式，也不得有意将其中重点展示的人物色欲化。

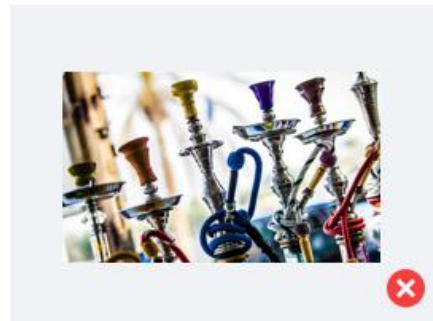
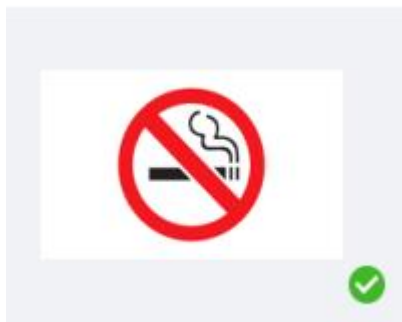
(五) 烟草或烟草相关商品。

包括但不限于：

1. 广告中宣传烟草制品或含有烟草的任何产品，示例：香烟、雪茄、鼻烟、咀嚼烟草、卷烟、斗烟丝。
2. 在广告中宣传构成烟草制品组成部分的产品，以及可直接协助或提倡吸烟行为的产品和服务；示例：卷烟纸、烟斗、烟草过滤嘴、水烟酒廊、雪茄吧。
3. 在广告中宣传用于模拟吸烟的产品；示例：草药香烟、电子香烟、电子烟。

但是如下内容允许投放：

1. 对烟草相关话题感兴趣的人相互交流的博客和小组，前提是这些服务不涉及出售烟草或烟草相关商品；
2. 禁烟运动和电子书、烟瘾咨询服务以及戒烟方案或机构。



(六) 致命和非致命武器。

包括但不限于：

1. 枪械、枪械零件、工具箱、狼牙棒、黑火药和弹药、弓箭、弹弓和其他射弹武器、气枪/BB 枪、彩弹枪、霰弹枪、枪械消音器或抑制器、枪支安装式手电筒、枪支瞄准镜和瞄准器。

2. 在广告中宣传（在现代社会使用场景下）为了在体育活动、自卫或战斗中伤害对手而设计或推广的刀具。

3. 在广告中宣传可在对抗中带来优势的各类刀具（包括外表伪装成其他装置的刀具或半弹折刀）。示例：弹簧刀、格斗刀、手杖剑、蝴蝶刀、军刀、手刺、飞斧。

4. 在广告中宣传（在现代社会使用场景下）用于在体育活动、自卫或战斗中伤害对手的其他所有产品。示例：飞镖、指节铜套、泰瑟枪、胡椒喷雾剂

5. 在广告中宣传有关组装、改进或获取“其他武器”政策中所涵盖产品的指导性内容。示例：手刺、指节铜套、飞镖的 3D 打印政策、软件或设备。

6. 刀具（厨刀、餐具和通用多用途野营刀除外）。在荷兰禁止推广刀具和其他带刃物品，但厨刀、餐具或银器除外。

7. 任何类型的武器，包括胡椒喷雾、非厨具类刀具/刀剑/长矛、泰瑟枪、双截棍、警棍或自卫武器。

8. 宣传挥舞枪械的广告。

但允许在广告中宣传以下内容：

1. 能提高枪支安全性的枪支零部件以及相关物品示例（不限于此）：枪锁、扳机锁、安全销、膛室闭锁块。

2. 对武器相关话题感兴趣的用户相互交流的博客和小组，前提是这些服务不涉及出售这类商品。
3. 针对枪械训练或牌照的安全课程，有关枪械安全的书籍和视频。
4. 塑料枪和武器玩具。
5. 狩猎、自卫和军用服装和装备，如射击靶和抛靶机（广告受众的最小年龄必须设置为 18 岁或以上）。
6. 手枪皮套和枪带配件（广告受众的最小年龄必须设置为 18 岁或以上）。
7. 枪支保险柜、枪架（包括双脚架）、枪套和枪带（广告受众的最小年龄必须设置为 18 岁或以上）。
8. 防护装备和防护衣（包括背心）（广告受众的最小年龄必须设置为 18 岁或以上）。
9. 武器和弹匣油漆、涂层或包裹物（广告受众的最小年龄必须设置为 18 岁或以上）。

(七) 具有以下意图的商品、服务、技术或网站内容：

1. 侵犯、鼓励或允许侵犯他人知识产权或个人权利；
2. 提倡任何非法或危险活动，包括伪造证件服务、仿制名牌商品、电缆解扰器、放烟花或宣扬黑客攻击或逃避执法的网站；
3. 具有欺骗或误导行为的（包括意图骗取用户的钱财或个人信息的）商品、服务、方案或机会。
4. 产品或服务协助用户弄虚作假，即广告不得推广旨在帮助用户实施作弊或欺骗行为的商品或服务。例如：
 - A. 护照或学历等文件伪造或造假。
 - B. 销售模仿国家身份验证数字的号码（例如“信用隐私号码”）；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。
 - F. 旨在帮助用户规避安全系统的商品或服务，例如黑客/破解软件。
 - G 旨在方便个人偷窥或偷拍他人的商品或服务，例如间谍摄像头、手机追踪器或其他隐藏监视设备。
 - H. 旨在蓄意破坏通信或信号共享的商品或服务（例如干扰手机与手机基站正常连接的干扰器和解扰设备）。

I. 旨在改装车辆以欺骗他人的车辆改装设备（例如牌照遮挡物、里程表、雷达探测器和交通灯控制器）。

J. 协助或鼓励他人以未经授权的方式访问数字内容的商品或服务，例如机顶盒的销售/使用。

K. 旨在方便考试作弊或以欺骗手段通过药检的商品或服务，例如文章或论文代写服务、代考服务或者方便以欺骗手段通过药检的辅助工具。

L. 广告不得推广伪造文件，如假学位证、假护照、假移民文件或假币等。

5. 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。
示例：侵入服务、偷窃线缆、雷达干扰器、更改交通信号、电话窃听。

6. 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。示例：用于监视亲密伴侣的间谍软件和技术，包括但不限于供用户监控短信、通话或浏览记录的间谍软件/恶意软件；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；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）。**以下内容不在禁止宣传之列：** (a) 私人调查服务以及 (b) 专供家长用来跟踪或监控低龄子女的产品或服务。

（八）其他

1. 恶意软件、恐吓软件或间谍软件。即广告不得包含间谍软件、恶意软件或任何会导致意外或欺骗性用户体验的软件。这包括指向包含这些内容的网站的链接。

2. 产前性别筛查与测定试验商品和服务，生育诊所和生育研究服务。

3. 通灵和相关内容，娱乐性塔罗牌、塔罗牌游戏不在此限。

4. 宗教或信仰服务。瑞士、德国、丹麦、芬兰、法国、荷兰、挪威和瑞典不得涉及宣扬山达基或戴尼提的内容（例如 L Ron Hubbard 出版的书籍）。

5. 震动项圈（包括具有任何震动功能的宠物训练项圈）以及夹紧或窒息项圈。

6. 任何伪装成日常用品并能够在不为人知的情况下录像/录音，并能够通过 WiFi/GRMS/IP/GSM/Bluetooth 将视频/音频传输给他人的间谍摄像头和/或语音窃听器（仅限德国）。

7. 不安全的补充剂，包括但不限于合成类固醇、壳聚糖、紫草、脱氢表雄酮、麻黄和人类生长激素、促睾酮素、脂肪燃烧剂和脂肪阻滞剂。

8. 快速致富和传销。推广赚钱机会的广告必须详细说明相关的产品或业务

模式，且不得推广投资少回报快的业务模式，包括多层次传销。

9. 广告不得推广一分钱拍卖、娱乐式拍卖或其他类似的商业模式。

10. 出售人体器官。不得在广告中推销人体部位或体液。

11. 广告不得推广常和误导性或欺骗性促销活动联系在一起的金融产品和服务。

12. 第三方侵权内容。广告不得包含侵犯或违反任何第三方权利的内容，包括版权、商标权、隐私权、形象权或其他人身权或所有权。

13. 若投放的产品为应用类，该应用不得为垃圾软件，包括不能以有害或不受欢迎的方式使用设备硬件和网络。

14. 广告或目标页面必须明确指明所宣传的产品、服务，不允许推广空白未知的产品、服务或任何空白落地页。

15. 除前文所述以外，广告不得包含、倡导或推广其他违法商品、服务或活动。针对未成年人的广告不得宣传不良、违法或不安全的商品、服务或内容，不得利用或误导未成年人，不得给目标年龄段的未成年人制造不适当的压力。

二、限制投放的产品

限制投放的产品系指需要获得投放地有关主管机关颁发的证照或获得审批后方可投放的产品，若您未向 Mintegral 提供符合法律规定的牌照或资格证明，则该产品禁止投放。如您是广告需求方平台，您需依照投放地的相关法律而要求您的广告主提供符合法律规定的牌照或资格证明。Mintegral 作为中立的信息交换平台时，可能不会预先要求您提供相关的牌照或资格证明以供预先审查，但 Mintegral 保留随时要求您提供相应的牌照或资格证明的权利。

同时，您必须承诺，所有限制投放的产品，不得面向投放地的相关法律所定义的未成年人或儿童（以下简称“未成年人”）进行投放。

（一）酒类、酒精饮料

Mintegral 遵守当地的酒精饮料法律和行业标准，因此我们不允许投放特定类型的酒精饮料广告，包括酒精饮料和类似酒精饮料的饮品。但是，某些类型的酒精饮料广告是允许投放的，前提是这些广告符合以下政策，未定位到未成年人，而且只定位到明确允许展示酒精饮料广告的国家/地区。

1. 酒精饮料销售

如果广告中出现了一种或多种酒精饮料，且用户可以在目标网站或应用中买到酒精饮料，则该类广告应被视为促进酒精饮料销售的广告。

允许的国家/地区：Mintegral 允许在以下国家/地区投放旨在宣传酒精饮料在

线销售渠道的广告。

不允许的国家/地区：除了以下所列国家/地区，不得在其他任何国家/地区投放有关在线销售酒精饮料的广告。

阿尔巴尼亚	德国	巴拿马
阿根廷	加纳	秘鲁
澳大利亚	希腊	菲律宾
奥地利	香港	葡萄牙
比利时	匈牙利	波多黎各
波斯尼亚和黑塞哥维那	冰岛	罗马尼亚
巴西	爱尔兰	塞内加尔
保加利亚	以色列	新加坡
柬埔寨	意大利	斯洛伐克
加拿大	日本	南非
智利	肯尼亚	西班牙
哥伦比亚	拉脱维亚	瑞典
哥斯达黎加	卢森堡	瑞士
塞浦路斯	马耳他	乌干达
捷克共和国	墨西哥	乌克兰
丹麦	黑山	英国
爱沙尼亚	荷兰	美国
法国	新西兰	

宣传酒精含量低于特定百分比的酒精饮料的销售活动。广告主应在着陆页上指明最高度数 (ABV)。允许投放此类广告的国家/地区：

厄瓜多尔（酒精含量不超过 5%）

印度（酒精含量为 0%），在印度，酒类品牌不得投放任何形式的广告，即使是不含酒精的商品也一样。

印度尼西亚（酒精含量为 0%）

越南（酒精含量低于 5.5%）

2. 酒精饮料相关信息

品牌推广广告和信息类广告包括以酒精饮料为宣传重点或旨在提升酒精饮料知名度，但并不宣传酒精饮料在线销售渠道的宣传广告。

我们允许在以下国家/地区投放旨在宣传酒精饮料的品牌塑造广告或信息类

广告。不允许的国家/地区：除了以下所列国家/地区，不得在其他任何国家/地区投放有关在线销售酒精饮料的广告。

阿尔巴尼亚	德国	巴拉圭
阿根廷	加纳	秘鲁
澳大利亚	希腊	菲律宾
奥地利	洪都拉斯	葡萄牙
比利时	香港	波多黎各
波斯尼亚和黑塞哥维那	匈牙利	罗马尼亚
玻利维亚	冰岛	塞内加尔
巴西	爱尔兰	新加坡
保加利亚	以色列	斯洛伐克
柬埔寨	意大利	南非
加拿大	日本	韩国
智利	肯尼亚	西班牙
哥伦比亚	拉脱维亚	瑞典
哥斯达黎加	卢森堡	瑞士
塞浦路斯	马耳他	台湾
捷克共和国	墨西哥	乌干达
丹麦	黑山	乌克兰
多米尼加共和国	荷兰	英国
萨尔瓦多	新西兰	美国
爱沙尼亚	尼加拉瓜	乌拉圭
法国	尼日利亚	
巴拿马	委内瑞拉	

宣传酒精含量低于特定百分比的酒精饮料的品牌塑造广告或信息类广告。广告主应在着陆页上指明最高度数 (ABV)。

厄瓜多尔 (酒精含量不高于 5%)

印度 (酒精含量为 0%)，在印度，酒类品牌不得投放任何形式的广告，即使是不含酒精的商品也一样。

印度尼西亚 (酒精含量为 0%)

越南 (酒精含量低于 5.5%)

3. 部分国家投放酒类广告的特别规定

(1) 澳大利亚

- A. 投放时段：酒类广告可以在晚上 8 点 30 分至凌晨 5 点之间展示。
- B. 酒类广告必须包含提倡负责任饮酒的信息。
- C. 广告不能包含外表年龄未满 25 周岁的模特。

(2) 奥地利

- A. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。

(3) 比利时

- A. 啤酒广告必须包含以下警告：“Bier drink je met verstand”（荷兰语）或“Une bière se déguste avec sagesse”（法语）。
- B. 所有其他酒精饮料广告必须包含以下警告：“Ons vakmanschap drink je met verstand”（荷兰语）或“Notre savoir faire se déguste avec sagesse”（法语）。
- C. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。

(4) 巴西

- A. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。
- B. 酒类广告中模特的实际年龄或外表年龄不得低于 25 周岁。
- C. 酒类广告不得将酒类与任何体育活动联系起来。
- D. 酒类广告必须包含以下警告之一（大写）：
- E. BEBA COM MODERAÇÃO（“适量饮用”）
- F. A VENDA E O CONSUMO DE BEBIDA ALCOÓLICA SÃO PROIBIDOS PARA MENORES（“禁止向未成年人出售或供其饮用酒精饮料”）
- G. ESTE PRODUTO É DESTINADO A ADULTOS（“本产品适用于成年人”）
- H. EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ÁLCOOL（“避免过度饮酒”）
- I. NÃO EXAGERE NO CONSUMO（“请勿过度饮用”）
- J. QUEM BEBE MENOS, SE DIVERTE MAIS（“少喝酒，更快乐”）
- K. SE FOR DIRIGIR NÃO BEBA（“开车请勿饮酒”）
- L. SERVIR BEBIDA ALCOÓLICA A MENOR DE 18 É CRIME（“向 18 周岁以下的未成年人提供酒精饮料是犯罪行为”）
- M. 啤酒广告必须包含上述或以下警告之一：
- N. CERVEJA É BEBIDA ALCOÓLICA.VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES（“啤酒是含酒精的饮料。禁止向未成年人销售或供其饮用”）
- O. SERVIR CERVEJA A MENOR DE 18 É CRIME（“向未满 18 周岁的未成

年人提供啤酒是犯罪行为”)

P. 酒类视频广告必须在每个广告结尾处以口头和文字的形式包含上述一项免责声明。

Q. 如果不含酒精的啤酒广告不提及酒精饮料的品牌、口号或宣传用语，则可以不包含警告。

(5) 加拿大

A. 投放时段：酒类广告可以在晚上 8 点至凌晨 5 点和中午 12 点至下午 3 点之间展示。对于宣传酒精饮料以外的品牌商品（例如 Bud 棒球帽）的广告，只要其不带有引流通道和链入功能，就不受投放时段的限制。

(6) 丹麦

A. 如果饮料中的酒精体积浓度超过 0.5%，所有广告都必须符合“Alkoholreklamenævn”颁布的《丹麦酒精饮料营销条例》。

B. 体育运动：广告不得与体育运动相关。

C. 广告中模特的实际年龄或外表年龄不得低于 25 周岁。

D. 酒类广告不得展示在教育机构中饮酒的行为。例如在大学校园或夜校饮酒。

E. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。

(7) 芬兰

A. 禁止针对酒精含量超过 22% 的酒精饮料投放广告。

B. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。

C. 酒精饮料广告不得出现以下情况：

D. 将饮料含有酒精作为一项优点来介绍

E. 将酒精饮料与参与游戏、抽奖活动或竞赛相关联（例如用作奖品）

(8) 法国

A. 投放时段：广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间投放。

B. 免责声明：广告必须包含以下声明之一：“l’abus d’alcool est dangereux pour la santé”或“à consommer avec modération”。

C. 广告只能包含酒精饮料的以下信息：酒精含量百分比、原产地、等级、成分、制造商名称和地址、代理商和贮藏所、酿造方法、销售方式、饮用方法、生产地、所获奖项、原产地名称或地理标志。可以展示饮料包装，但须符合之前的广告内容规则。

D. 不含酒精的商品广告不得包含、推广或涉及酒类品牌或饮酒内容。允许

使用普通酒精饮料的图片，前提是它们不是广告的重点。

E. 投放时段：酒类广告只能在中午 12 点至凌晨 6 点之间展示。

F. 体育运动：除了上面提到的内容相关情况外，广告还不能与体育运动相关联。不得在体育协会、体育公司、体育联盟或职业联赛发布的网站上投放广告。

G. 酒类广告不得对用户希望查看的页面进行模糊或遮盖操作，或在该页面上弹出广告。这不包括焦点广告或顾客必须主动点击才能展开的类似广告。

H. 非酒类商品广告中对酒精饮料的描述：

I. 非酒类商品的广告不得展示或提及特定品牌的酒类；也不得以常规方式宣传酒精饮料或饮酒行为。

J. 广告可以包含普通酒精饮料的图片，前提是这不是广告的重点，并且进行推广的广告主或公司对推广酒精饮料没有兴趣。

(9) 德国

A. 酒精度数较高的商品（例如葡萄酒和烈酒）通常被认为不适合出现在体育运动场合。

B. 必须始终满足以下条件：广告不得展示人们在运动时饮用酒类商品。广告不得暗示酒类会使人们的运动机能更好。广告不得声称酒类对于体育运动必不可少。

(10) 日本

A. 免责声明：广告必须包含符合酒类消费行业法规 and 政策的警告声明，例如：“未成年人请勿饮酒。开车请勿饮酒。请适度饮酒。孕期或哺乳期请勿饮酒。空瓶可回收。”

B. 在首页上推广的烈性酒仅限于啤酒、鸡尾酒、烧酒、清酒、梅子酒、葡萄酒、白兰地和威士忌。广告不得展示：

C. 大口喝白兰地/威士忌的人。

D. 大瓶或其他大型饮用容器。

E. 非酒类饮料

F. 非酒类饮料的定义：酒精浓度为 0.00% 的饮料，适用于 20 周岁以上的成年人，口味类似于酒精饮料。

G. 广告必须包含警告声明以避免未成年人饮酒，或采取其他防护措施以避免向未成年儿童展示。

4. 酒精饮料广告禁止出现如下内容：

(1) 在目标投放国家/地区，以未满法定饮酒年龄的受众群体为宣传目标；

(2) 暗示饮酒有助于改善社会地位、性能力、职场声望、智力水平或运动能力；

(3) 暗示饮酒在医疗方面的好处或其他好处（例如，酒可以改善身体机能、有助于个人取得成功或解决问题）。暗示饮酒有益健康或者能产生疗效；示例（不限于此）：“一天一杯酒，医生何须有”；

(4) 宣扬过度饮酒。鼓励过量饮酒或呈现狂饮、拼酒场面；

(5) 呈现的饮酒场面中涉及驾驶任何车辆、操作机械或执行任何需要警觉性和灵活性的任务。

(6) 贬低戒酒行为。

(7) 过分强调饮料的酒精浓度。

(二) 赌博、博弈游戏

1. 在同时满足下列条件的前提下，Mintegral 接受投放合法的赌博广告。

(1) 产品必须已经依法获得投放当地的赌博法律的批准或当地法律允许投放该类赌博广告，您需要向 Mintegral 提交投放地主管机关颁发的赌博牌照或其产品已获准在当地投放的证明。赌博牌照坚持投放地发放原则，对于离案国家发放的赌博牌照，例如库拉索、马耳他、直布罗陀等发放的赌博牌照，不能作为在发牌国家以外的国家和地区已依法获得许可的依据。

(2) 您已经与 Mintegral 签署了敏感品协议；

(3) 赌博广告必须精准定位到获准投放的国家/地区，其着陆页必须显示有关负责任赌博的信息，而且决不能定位到未成年人。

(4) 所有赌博品类广告必须添加警示或免责声明，内容可以为“Betting is addictive and can be psychologically harmful”，或“This App involves an element of financial risk and may be addictive. Please play responsibly and at your own risk”。

不提倡赌博的实体赌场广告不受本政策约束（巴西、印度尼西亚、中国台湾、中国香港除外）。例如，建议在当地赌场参观但未提到赌博的旅游广告。

2. 赌博广告的禁止规定。赌博广告不得：

(1) 歪曲赌博的获胜几率和风险。例如，广告不得声称赌博“无风险”，除非顾客的损失会全部退还（以现金而不是免费投注代币或积分形式）。

(2) 针对未成年人或可能吸引未成年人（赌博广告中模特的实际年龄或外表年龄达到投放地法律规定的成年标准）。

(3) 描述或提及酒类或饮酒行为。

(4) 描述或提及可能养成赌博恶习的行为。

- (5) 鼓励可能被视为过度或病态赌博的行为。
- (6) 否认赌博可能会触发潜在风险或导致成瘾。
- (7) 鼓励人们透支或寻求消费信贷服务。
- (8) 将赌博与社交、经济或性方面的成功联系起来。
- (9) 标榜赌博是解决财务问题的一种手段或另一种就业方式。
- (10) 声称或暗示玩家的经验、能力或技能可减少或消除获胜的不确定性，或者实现连续获胜。
- (11) 暗示游戏操作简单且很容易获胜。
- (12) 提及负面的世界性事件，或将赌博称为在此类事件背景下可以解决孤独或孤立问题的一种手段。

(13) 只能在所推广赌博产品或服务获得正式许可的地区投放广告。例如，在英国获得许可的赌博服务不能在法国推广，除非它也在法国获得许可。

3 具体国家/地区的投放政策

以下为主要国家或地区法律对赌博品类的投放政策，除需遵守如下政策以外，还需满足前述所列的四项条件。

以下表格未提及的国家和地区，在同时满足前述四个条件的前提下，Mintegral 允许投放。

※未免疑义，若需在以下表格所列国家投放赌博产品，必须同时符合前述 1 所列的四项条件。赌博产品包括实体赌博产品（实体彩票、实体赌博场所、实体赛马、实体体育博彩等）和任何形式的线上赌博。

投放地区	投放规则或限制
澳大利亚	<p>只要广告主是在澳大利亚相应州或地区注册的持证运营主体，可以提供有效的许可证，并满足前述所列 1 全部条件，Mintegral 允许其投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>体育博彩</p> <p>彩票</p> <p>在线赌博游戏</p> <p>与赌博相关的宣传材料，如代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
奥地利	<p>只要广告主获得了奥地利财政部 (Austrian Ministry of Finance) 依照奥地利所有适用法规颁发的经营许可，并且在涉及体育博彩的情况下，还能提供由奥地利</p>

	<p>至少一个州政府依照奥地利所有适用法规签发的有效体育博彩许可证号，并满足前述所列 1 全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌博游戏</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
比利时	<p>只要广告主是在比利时注册的公司，并且可以提供从事相关在线赌博业务所必需的有效经营许可证号，并满足前述所列 1 全部条件，Mintegral 允许其投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>在线赌博对比网站，但这类聚合信息网站不能直接经营在线赌博</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>广告必须包含以下与年龄相关的警告：“Gok met mate!”（荷兰语）或“Jouez avec modération!”（法语）</p> <p>广告不得提及或展示男运动员或女运动员。</p>
巴西	<p>只要广告主获得了巴西赌博业主管机关的经营许可，并满足前述所列 1 全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>彩票</p> <p>赛马</p> <p>符合如下条件的网站：提供在巴西获得了许可证的其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p>

<p>保加利亚</p>	<p>只要广告主获得了保加利亚赌博业主管机关的经营许可，并满足前述所列 1 全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>在线赌博对比网站，但这类聚合信息网站不能直接经营在线赌博</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
<p>加拿大</p>	<p>若满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许政府运营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>满足前述 1 所列全部条件外，Mintegral 允许持有省许可证的实体在在线赌博合法的某些省投放宣传以下各类在线赌博的广告：</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场</p> <p>Mintegral 不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品（在某些省合法的每日梦幻运动游戏除外）。</p>
<p>哥伦比亚</p>	<p>只要广告主在哥伦比亚国家监管机构 Coljuegos 进行了注册，可以提供有效的许可证，并满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>老虎机或概率游戏机</p> <p>轮盘赌</p> <p>二十一点纸牌游戏</p> <p>百家乐</p> <p>宾果</p> <p>扑克牌游戏</p> <p>体育博彩和梦幻运动游戏</p> <p>符合如下条件的网站：提供在哥伦比亚获得了许可证的其他赌博服务的相关信</p>

	<p>息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p>
克罗地亚	<p>只要广告主获得了克罗地亚赌博业主管机关的经营许可，并满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>符合如下条件的网站：提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
捷克	<p>只要广告主获得了捷克赌博业主管机关的经营许可，并满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线宾果</p> <p>彩票</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p>
丹麦	<p>只要运营方获得了丹麦赌博业主管机关的经营许可，并满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下各类在线赌博的广告：</p> <p>固定地点赌博</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>在线博彩</p> <p>体育博彩</p> <p>梦幻运动游戏比赛</p> <p>老虎机</p>

	<p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>竞赛/抽奖</p> <p>刮刮乐</p> <p>宾果</p> <p>赛马</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p>
埃及	<p>不允许投放实体赌博场所；</p> <p>其他赌博产品，按照前述 1 所述规则执行，在同时满足前述 1 所列四个条件的前提下，允许投放。</p>
爱沙尼亚	<p>不允许投放实体赌博场所；</p> <p>允许经国家认可且拥有相应业务许可证的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>运营商必须在其着陆页上显示一条有如下警告的消息：“Tähelepanu! Tegemist on hasartmängu reklaamiga. Hasartmäng pole sobiv viis rahaliste probleemide lahendamiseks. Tutvuge reeglitega ja käituge vastutustundlikult!”</p> <p>其他赌博产品，按照前述 1 所述规则执行，在同时满足前述四个条件的前提下，允许投放。</p>
埃塞俄比亚	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>乐透彩票</p> <p>多多</p> <p>即开型彩票</p> <p>数字彩票</p> <p>多重奖项彩票</p> <p>现代宾果</p> <p>并满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线</p>

	<p>赌博产品的广告：</p> <p>摸彩或抽奖</p> <p>体育彩票</p> <p>传统宾果</p> <p>促销彩票</p>
芬兰	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>Mintegral 允许国家许可的实体投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
法国	<p>只要广告主在法国国家博彩管理局（Autorité Nationale des Jeux，简称为“ANJ”）进行了注册，能提供有效的经营许可证号，使用“.fr”域名经营业务，并根据赌博法律要求在着陆页和所有图片广告上标注反对豪赌或病态嗜赌的警告，同时显示可供用户寻求帮助并获取信息的系统的有关说明，符合前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博服务的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>彩票</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>赌博聚合信息网站提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。此类网站只能提供相应链接，指向持有 ANJ 颁发的经营许可证但并非由此类聚合信息网站经营或控制的赌博网站。这些聚</p>

	<p>合信息网站必须在其着陆页上显示一条消息，以警告用户远离豪赌或病态嗜赌。警告消息可以是以下任意一种：</p> <p>①“Jouer comporte des risques : dépendance, isolement...Appelez le 09-74-75-13-13 (appel non surtaxé).”</p> <p>②“Jouer comporte des risques : isolement, endettement...Appelez le 09-74-75-13-13 (appel non surtaxé).”</p> <p>③“Jouer comporte des risques : endettement, dépendance...Appelez le 09-74-75-13-13 (appel non surtaxé).”</p> <p>④英语：“Gambling entails risks: debts, addiction ... call the following number 09-74-75-13-13 (no overcharges).”</p> <p>⑤“Gambling entails risks: isolation, debts ... call the following number 09-74-75-13-13 (no overcharges).”</p> <p>⑥“Gambling entails risks: addiction, isolation... call the following number 09-74-75-13-13 (no overcharges).”</p>
德国	<p>如果正在宣传赌博产品的运营商或中介（即“经纪人”，Vermittler）拥有由德国主管机关颁发的有效赌博运营商许可证或中介许可证（即“赌博广告许可证”），获准在网上投放此类广告，Mintegral 便允许其投放宣传以下在线赌博产品的广告，但宣传范围仅限于相应许可证的许可范围：</p> <p>体育博彩</p> <p>赛马博彩</p> <p>彩票</p> <p>虚拟老虎机游戏*</p> <p>在线赌场*</p> <p>在线扑克*</p> <p>所有广告主还必须遵守 recht.nrw.de 中截至 2021 年 6 月 30 日所列出的广告准则，以及此后由德国主管机关根据适用法律颁发的任何相关准则。</p>
加纳	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>国家乐透彩票</p>

	<p>体育博彩</p> <p>在线赌场</p>
希腊	<p>如果运营商获得了希腊主管机关的适当授权，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>赌场游戏</p> <p>宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>彩票</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
中国香港	<p>Mintegral 不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许在广告中宣传由中国香港特区政府许可的实体所经营的以下在线赌博业务：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p>
匈牙利	<p>只要广告主已向相关的匈牙利赌博业主管机关或国家税务机关进行了注册，并可以提供有效的许可证，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其在匈牙利宣传在线赌场游戏和体育博彩。</p> <p>Mintegral 允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
印度尼西亚	<p>Mintegral 不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p> <p>Mintegral 不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
爱尔兰共和国	<p>只要广告主在爱尔兰国税局 (Revenue Commissioners) 注册为赌博从业者，并可以提供有效的许可证号，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博的广告：</p>

	<p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>在线赌博对比网站，但这类聚合信息网站不能直接经营在线赌博</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>针对赌博的营销宣传不得出现以下情况：</p> <p>①暗示赌博可以避免个人、职业或教育问题，例如孤独或抑郁；</p> <p>②将赌博描绘成生活中必不可少或需要优先考虑的事项，例如高于家人、朋友或职业或教育方面的目标；</p> <p>③暗示赌博是一种成人仪式；或者</p> <p>④暗示单独赌博比社交赌博更可取。</p>
卢森堡	禁止投放网络赌博广告，如果广告主持有司法部颁发的赌博许可证且满足前述 1 所列全部条件，则允许投放线下赌博广告。
以色列	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
意大利	<p>只要广告主已向相关的意大利赌博业主管机关或国家税务机关进行了注册，并可以提供有效的许可证，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其在匈牙利宣传在线赌场游戏和体育博彩。</p> <p>Mintegral 允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p>

	<p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
日本	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 接受赛事组织者以公告的方式，宣传由政府管控的赌博活动（赛马、摩托艇比赛、自行车比赛和赛车）</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 接受国家许可的实体投放广告来宣传与赌博相关的彩票。</p> <p>即只允许推广以下由政府管控的赌博。</p> <p>A.彩票（日本彩票）</p> <p>B.体育彩票（多多彩）</p> <p>C.赛马（竞马）</p> <p>D.自行车赛（凯林赛）</p> <p>E.游艇比赛（竞艇）</p> <p>F.摩托车比赛。主办单位只能为其比赛公告投放广告。禁止投放网络赌博广告。广告必须包含清晰可辨的信息：“年满 20 周岁的人有资格投注。”</p>
肯尼亚	<p>只要广告主获得了肯尼亚赌博业主管机关的经营许可，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就接受其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率。</p>
韩国	<p>Mintegral 不接受投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 接受国营或国家许可的实体投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p>
拉脱维亚	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 接受国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p>

立陶宛	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 接受国家认可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 不接受宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p>
马来西亚	<p>Mintegral 不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>Mintegral 不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
墨西哥	<p>只要广告主能够证明相关着陆页的运营商已在墨西哥内政部 (Secretaria de Gobernacion) 进行了注册，并且可以提供有效的许可证号；或者能够证明相关着陆页是由 Pronósticos para la Asistencia Pública 运营，并且可以提供有效协议的副本来证明自己具有代理机构 (comisionista) 或宣传合作伙伴 (socio promocional) 的身份，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下各类在线赌博的广告：</p> <p>在线赌场游戏（包括老虎机）</p> <p>宾果</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p> <p>符合如下条件的网站：提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。此类网站只能提供相应链接，指向在墨西哥持有有效的经营许可证，但并非由此类聚合信息网站经营或控制的赌博网站。</p> <p>广告主或运营商必须在着陆页和广告中注明赌博不适合未成年人的警告信息（例如“prohibido para menores”），以及规劝人们赌博应有所节制的警示信息（例如“juega responsablemente”）。</p>
摩洛哥	<p>Mintegral 不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p>
莫桑比克	<p>只要广告主获得了莫桑比克赌博业主管机关的经营许可，且满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线宾果</p> <p>彩票</p>

	<p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>符合如下条件的网站：提供在莫桑比克获得了许可证的其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比。</p>
荷兰	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>Mintegral 允许投放广告来宣传每日梦幻运动游戏，前提条件是此类游戏由国家许可的实体运营且满足前述 1 所列全部条件。</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>荷兰系由荷兰博彩监管局 (Kansspelautoriteit) 颁发赌博许可证</p>
新西兰	<p>满足前述 1 所列全部条件，Mintegral 允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
尼日利亚	<p>只要广告主获得了尼日利亚赌博业主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>彩票*</p>

	<p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>*若要在下列各州运营彩票，广告主除了要获得国家彩票监管委员会的授权外，还必须持有州政府授权的许可证：</p> <p>拉各斯州、奥贡州、翁多州、奥约州、埃基蒂州、阿夸伊博姆州、巴耶尔萨州、克罗斯河州、三角州、埃多州、河流州、伊莫州、阿南布拉州、阿比亚州、埃努古州和埃邦伊州。</p> <p>允许国家许可的实体投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
北爱尔兰	<p>不允许在广告中宣传线下赌博内容，包括实体赌场。</p> <p>不允许在广告中宣传在线赌博内容，包括：</p> <p>赌场游戏</p> <p>宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>注意：满足前述 1 所列全部条件，允许在广告中宣传英国国有实体或政府许可实体发行的彩票。</p>
挪威	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>允许国家许可的实体投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>即只允许投放以下国有赌博公司的广告：</p> <p>Norsk Tipping</p> <p>Norsk Rikstoto</p>

	禁止投放实体赌场的广告。
秘鲁	<p>除非持有合法牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许在广告中宣传在线赌博内容，包括：</p> <p>赌场游戏</p> <p>宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>彩票</p>
菲律宾	<p>除非持有合法牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>赌场游戏</p> <p>彩票</p> <p>除非持有合法牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
葡萄牙	<p>只要广告主获得了葡萄牙主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>符合如下条件的网站：提供在葡萄牙获得了许可证的其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p> <p>只要广告主获得了葡萄牙主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p>

<p>罗马尼亚</p>	<p>只要广告主在相应的主管机关进行了注册，并可以提供有效的许可证且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>宾果</p> <p>彩票</p> <p>符合如下条件的网站：提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p> <p>只要广告主在相应的主管机关进行了注册，并可以提供有效的许可证且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
<p>俄罗斯</p>	<p>除非持有合法赌博牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p> <p>通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
<p>塞尔维亚</p>	<p>只要广告主在相应的主管机关进行了注册，并可以提供有效的许可证且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>宾果</p> <p>符合如下条件的网站：提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p> <p>允许国营实体投放广告来宣传以下与在线赌博相关的产品：</p> <p>彩票</p>
<p>新加坡</p>	<p>不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>在线赌博</p>

<p>斯洛伐克</p>	<p>只要广告主获得了斯洛伐克主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>只要广告主获得了斯洛伐克主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，就允许其投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的彩票</p>
<p>斯洛文尼亚</p>	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p>
<p>南非</p>	<p>且满足前述 1 所列全部条件，允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p>
<p>西班牙</p>	<p>只要广告主在西班牙赌博业主管机关进行了注册且满足前述 1 所列全部条件，可以提供相关的有效许可证，并符合当地的所有法规，就允许其投放宣传以下各类在线赌博的广告：</p> <p>赌场游戏</p> <p>体育博彩</p> <p>宾果</p> <p>抽奖销售</p> <p>彩票</p> <p>只要广告主在西班牙赌博业主管机关进行了注册且满足前述 1 所列全部条件，并可以提供相关的有效许可证，就允许其投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>

	<p>广告必须包含以下信息：</p> <p>负责的赌博徽标和/或 URL：http://www.juegoseguro.es/</p> <p>18+徽标和信息，清楚地表明只有 18 周岁以上的人才可以参与赌博活动。只要徽标醒目可以接受单独的徽标。这必须根据具体情况进行确认。</p>
瑞典	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许瑞典博彩监督局 (Spelinspektionen) 许可的运营商投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>彩票</p> <p>在线赌博</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>允许瑞典博彩监督局 (Spelinspektionen) 许可的运营商投放宣传以下在线赌博的广告：</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>赌博营销必须遵守《瑞典赌博法》(2018:1138)、《瑞典赌博条例》(2018:1475) 和《瑞典营销法》，后者要求营销必须“适度”，并且只专注于向顾客提供相关的客观信息。</p> <p>广告必须包含以下信息：①赌博的最低年龄限制 (18)；②负责的赌博组织“Spelpaus”的联系详细信息</p>
瑞士	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>允许国营实体投放广告来宣传以下与在线赌博相关的产品：</p> <p>体育博彩</p>
中国台湾	<p>不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p> <p>满足前述 1 所列全部条件，允许国家认可的实体投放宣传以下在线赌博产品的</p>

	<p>广告：</p> <p>国营彩票</p> <p>国家托管的彩票</p>
坦桑尼亚	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场</p>
泰国	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>体育博彩（仅限赛马）</p> <p>彩票</p> <p>不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：</p> <p>通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p> <p>固定地点赌博或实体场所赌博</p>
土耳其	<p>满足前述 1 所列全部条件，允许国家许可的实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>与赌博相关的彩票</p> <p>不允许投放宣传以下赌博相关内容的广告：</p> <p>线下赌博活动，包括宣传线下现金赌博活动或场所的广告博相关的彩票</p>
乌干达	<p>只要广告主获得了乌干达赌博业主管机关的经营许可且满足前述 1 所列全部条件，允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告：</p> <p>彩票</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>必须在其着陆页上显示一条消息，警告“Betting is addictive and can be psychologically harmful”（赌博让人上瘾，有害心理健康）。</p> <p>允许持证实体投放广告来宣传以下与赌博相关的产品：</p>

	<p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p>
乌克兰	<p>除非持有合法赌博牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p> <p>通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
阿联酋	<p>除非持有合法赌博牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p> <p>通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
英国	<p>只要广告主在英国博彩委员会 (Gambling Commission) 进行了注册，并可以提供有效的经营许可证编号且满足前述 1 所列全部条件，允许其投放宣传以下在线赌博内容的广告。</p> <p>在线宾果</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场游戏</p> <p>彩票</p> <p>符合如下条件的网站：提供其他赌博服务的相关信息或对这些服务进行对比，但本身并不经营需要许可证的赌博业务。这些聚合信息网站可以提供并非由其自身经营或控制的赌博服务的链接。</p> <p>与赌博相关的促销产品，如与赌博相关的代金券、奖励代码等</p> <p>与赌博相关的教程和培训材料，如书籍和电子书</p> <p>与赌博相关的信息，如赌博技巧、赌注赔率和盘口赔率</p> <p>不允许在北爱尔兰宣传在线赌博内容，但宣传英国国有实体或政府许可实体发行的彩票除外。</p>
越南	<p>除非持有合法赌博牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许投放广告来宣传以下与赌博相关的内容：</p> <p>实体赌博场所</p> <p>通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更多金钱或其他有价物品。</p>
美国	<p>除非持有合法赌博牌照且满足前述 1 所列全部条件，否则不允许在广告中宣传具有以下特征的网络游戏：通过支付金钱或下注其他有价物品的方式来赢取更</p>

	<p>多金钱或其他有价物品（在某些州合法的每日梦幻运动游戏除外）。</p> <p>宣传每日梦幻运动游戏的广告主除必须持有州政府签发的许可证（如果当地有这方面的要求）之外，还必须满足以下要求：</p> <p>广告不得定位到未成年人（未满 18 周岁）。</p> <p>必须在着陆页上显示免责声明，说明该服务仅供成人用户使用。</p> <p>广告素材和/着陆页上必须显示为嗜赌者提供帮助的信息。</p> <p>广告主不得暗示与学校或大学有关联。</p> <p>如果广告主的广告定位到无需许可证的州，广告主必须至少获得一个需要许可证才能运营的其他州的经营许可。</p> <p>允许国营实体投放宣传以下在线赌博产品的广告：</p> <p>彩票</p> <p>允许国家许可的实体在在线赌博合法的某些州投放宣传以下各类在线赌博的广告：</p> <p>赛马</p> <p>体育博彩</p> <p>在线赌场</p> <p>广告主 (1) 不得定位到未满 21 周岁的用户或获得许可的州以外的用户；并且 (2) 必须在着陆页上或广告素材中添加针对成瘾性和强迫性赌博的危险警告和相关帮助信息</p>
智利	<p>需要智利游戏赌场监管局（SCJ- Chile Casino Superintendence）颁发的运营牌照且满足前述 1 所列全部条件才可在智利投放赌博产品。</p> <p>智利第 19.995 条法律指出，任何随机性的赌博机器都不能在赌场外的地方运行，如果想要取得运营牌照的话，必须要有专业人士或者大学专业机构出示技术证明。智利负责博彩业监管的机构为游戏赌场监管局（SCJ- Chile Casino Superintendence）。</p>

（三）金融类产品及服务

广告主只能在他们获得许可的地区投放广告，还必须满足每个地区的所有适用许可要求。如果当地法律/法规要求，广告和/或落地页必须充分告知顾客有关产品的任何风险或成本。禁止投放快速致富和传销类产品及服务、首次代币发行 (ICO) 和二元期权。

1. 特定地区的特别要求

（1）奥地利

A. 投资基金和房地产基金的股份广告必须同时提及发布的招股说明书和广告主信息文件。必须说明招股说明书和信息文件支持的语言和获取方式。对于房地产基金，广告必须提及发布的招股说明书，以及招股说明书的任何更改、发布机构、签发日期、通知日期、发布方式和获取位置。

B. 广告必须公平、清楚、可识别、不具误导性，也不能与招股说明书和广告主信息文件相悖。提及过往业绩时必须添加一条提示，表明过去的业绩并不一定意味着基金未来的发展。

(2) 巴西

禁止投放离岸金融产品和服务广告。

(3) 丹麦

禁止针对年利率为 25% 或以上的任何金融产品投放广告。

(4) 以色列

金融产品和服务的广告必须包含以下警告：“不偿还贷款可能会面临欠款利息和强制执行程序。”

(5) 新西兰

禁止针对“发薪日”贷款投放广告。

(6) 瑞士

消费信贷广告必须说明公司名称、实际年利率和实际还款额。

(7) 英国

要在英国投放金融服务广告，广告主必须获得英国金融市场行为监管局 (UK FCA) 的授权。

2. 个人贷款

个人贷款是指由个人、组织或实体向消费者个人提供的非经常性借款，并且借款目的并非筹资购买固定资产或支付教育费用。个人贷款消费者需要获得有关贷款产品的质量、特点、费用、风险和优势的信息，以便就是否申请贷款做出明智决定。示例：发薪日贷款、所有权贷款、典当。不包括：抵押贷款、汽车贷款、学生贷款、循环信贷额度（例如信用卡、个人信贷额度）

宣传个人贷款的广告主必须在目标网站或应用上的醒目位置披露更多信息。信息披露能够提高透明度，向消费者提供有价值的信息，从而便于他们做出明智的决定。

不允许出现以下行为：

(1) 没有说明最短和最长还款期；

(2) 没有说明最高年利率（一般包括一年的利率加上手续费和其他费用）或依据当地法律计算出的其他类似利率；

(3) 没有展示一个具有代表性的贷款总费用（包括所有适用费用）示例：要求从发放贷款当天起 60 天或更短期限内还清的个人贷款。本政策适用于直接发放贷款的广告主、带来潜在广告主的网站以及撮合消费者与第三方贷款人的广告主。

(4) 不得鼓励顾客利用信用或贷款在网上购物。

(5) 推广信用卡、贷款或的广告只能定位年满 18 岁的用户。

(6) 广告不得推广误导性或欺骗性的学生贷款合并、免除或重组服务。

含有特别优惠内容的广告必须标明适用的条款和条件。必须在广告或落地页中的优惠内容旁边清楚而醒目地披露这些条款和条件，或者提供指向条款和条件的明确链接。落地页必须醒目地展示有关所推广的优惠的实质性内容。有关更多信息，请参阅“披露声明”。

特定于地区的要求

广告不能推荐一种信贷服务而贬低另一种信贷服务。如果广告包含信贷利率、还款期限或有关信贷成本的其他信息，广告必须用当地语言显示“代表性年利率 (APR)”。

英国：“representative APR”

法国：“taux annuel effectif global (TAEG)”

德国：“effektiver Jahreszins”

西班牙：“tasa anual equivalente (TAE)”

意大利：“tasso annuo effettivo globale (TAEG)”

奥地利： 如果广告提到利率和成本，那么其中还必须包含一个清晰、简洁而明显的示例，用来提供所有法定强制性标准信息：①固定或浮动借款利率、产生的所有成本；②完整的信贷金额；③实际年利率（包含所有成本）；④信贷持续时间；⑤消费者应支付的总金额。

3. 高利贷

防止金融产品欺骗用户或损害用户利益，例如费用极高的个人贷款。在某些情况下，我们也针对各地市场的具体情况，制定了一些针对特定国家/地区的限制。一般不允许为年度百分率高达 36% 及以上的个人贷款投放广告。

美国： 在美国宣传个人贷款的广告主必须在广告中展示按照《诚实借贷法》计算出的最高年度百分率，不得超过 36%。此政策适用于直接发放贷款的广告主、

潜在广告主培养网站以及撮合消费者与第三方贷款人的广告主。

丹麦：禁止针对年利率为 25% 或以上的任何金融产品投放广告。

4. 二元期权

由于二元期权交易存在巨大的经济损失风险，因此不允许进行以下操作：

宣传二元期权或同类金融产品的广告，示例（不限于此）：宣传数字期权、二元期权、数字 100 期权、固定收益期权、全付或不付期权的广告。

5. 复合型投机性金融产品

由于交易以下类型的金融产品存在固有的复杂性和风险，我们只允许在某些特定的情况下对此类产品进行广告宣传。

以下复合型投机性金融产品只有在广告主是业经许可的经纪商或聚合信息网站、产品和广告符合当地法律要求和业界标准，才可以进行广告宣传。

差价合约 (CFD)、金融点差交易、即期外汇以及相关形式的投机性产品。

在符合投放地国家/地区的法律法规的前提下，以下国家/地区允许投放复合型投机性金融产品的广告：

澳大利亚	冰岛	葡萄牙
奥地利	印度尼西亚	罗马尼亚
巴西	爱尔兰	俄罗斯
保加利亚	以色列	新加坡
加拿大	意大利	斯洛伐克
克罗地亚	日本	斯洛文尼亚
塞浦路斯	拉脱维亚	南非
捷克	立陶宛	西班牙
丹麦	卢森堡	瑞典
爱沙尼亚	马耳他	瑞士
芬兰	马来西亚	台湾
德国	荷兰	土耳其
希腊	新西兰	阿拉伯联合酋长国
香港	挪威	英国
匈牙利	波兰	美国

6. 债务服务

为保护用户免受欺骗性行为和有害行为的伤害，只有符合当地法律和业界标准的债务服务才允许投放广告，一般而言，我们仅允许在部分国家/地区投放以

下债务服务广告：

债务清偿服务广告，此债务服务旨在与债权人协商可视为全额付款的有减免一次性付款

债务管理服务广告，此债务服务旨在与债权人协商有减免定期付款、减免的利率和/或费用

此政策适用于直接提供此类债务服务的广告主、带来潜在广告主的广告主以及撮合消费者与第三方债务服务的广告主。

接受此类产品投放的国家和地区：澳大利亚、巴西、加拿大、德国、日本、南非、韩国、西班牙、英国、美国。

(四) 加密货币产品和服务

由于与加密货币及相关产品和服务有关的法规十分复杂且经常发生变化，因此我们只允许在某些特定情况下在广告中宣传这些内容。

1. 不需要持牌的产品，以下产品允许投放，不需要额外提供牌照：

(1) 与购买、持有或交易加密货币无关的业务。示例：接受使用加密货币付款的业务；加密货币挖矿硬件、税务和法律服务、安全服务；依靠区块链运作但不营销或销售加密货币或令牌的平台；加密货币公司的税务服务；加密货币的相关活动、科普和资讯（未提供加密货币产品或服务）；区块链技术资讯；基于区块链技术但不是虚拟货币（如 NFT）的服务和产品；借助加密货币钱包，无需买卖、交换或押注加密货币等功能，用户即可存储加密货币。

2. 不允许投放的产品及服务：

在广告中宣传首次代币发行 (ICO)、DeFi 交易协议或以其他方式宣传加密货币或相关产品的买卖或交易。示例：ICO 预售或公开发售、加密货币贷款、首次 DEX 发行、代币流动资金池、非托管软件钱包、不受监管的去中心化应用。

3. 需要获得牌照才可投放的产品。

(1) 提供加密货币交换和交易的平台、软件应用或产品。示例：包括但不限于现货交易、保证金交易、期货交易或其他涉及加密货币资产的交易方式。

(2) 提供加密货币借贷的平台、软件应用或产品。

(3) 可供用户用于买卖、交换加密货币的加密货币钱包。

(4) 加密货币挖掘硬件和软件。

4. 下方列出了可接受的相关牌照和注册类型：

澳大利亚	AUSTRAC 牌照，签发机构：澳大利亚交易报告和分析中心 (AUSTRAC) 澳大利亚金融服务牌照/澳大利亚交易牌照，签发机构：澳大利亚证券和投资委员会
------	---

	(ASIC)
奥地利	奥地利《金融市场反洗钱法》规定的虚拟货币提供商牌照, 签发机构: 金融市场管理局 (FMA)
加拿大	货币服务企业牌照, 签发机构: 加拿大金融交易和报告分析中心 (FINTRAC)
爱沙尼亚	虚拟货币服务企业牌照, 签发机构: 金融情报部
芬兰	虚拟货币提供商牌照, 签发机构: 芬兰金融监督管理局 (Fin-FSA)
法国	注册为虚拟货币服务提供商或获得相关牌照, 签发机构: 金融市场管理局 (AMF)
德国	BaFin 牌照, 签发机构: 德国财政服务监督局 (BaFin)
直布罗陀	分布式账本技术 (DLT) 提供商牌照, 签发机构: 直布罗陀金融服务委员会 (GFSC)
香港	注册为香港证券及期货事务监察委员会规定的 Type 1、Type 7 和 Type 9 受规管活动或获得相关牌照, 签发机构: 证券及期货事务监察委员会 (SFC)
印度尼西亚	印度尼西亚商品期货交易监管机构 (BAPPEBTI) 签发的牌照
日本	加密货币交换服务提供商牌照, 签发机构: 日本金融服务厅 (FSA)
卢森堡	虚拟货币服务提供商 (VASP) 牌照, 签发机构: 卢森堡金融监管委员会 (CSSF)
马来西亚	注册市场运营商 (RMO) 牌照, 签发机构: 马来西亚证券委员会 (SC)
马耳他	虚拟金融资产法案 (CAP 590) 相关牌照, 签发机构: 马耳他金融服务管理局 (MFSA)
荷兰	荷兰中央银行牌照, 签发机构: 荷兰中央银行 (DCB)
挪威	金融监督管理局牌照, 签发机构: 挪威金融监督管理局 (Finanstilsynet)
菲律宾	虚拟货币服务提供商的认证机构证书 (COA), 签发机构: 菲律宾中央银行 (BSP)
新加坡	新加坡《支付服务法案》规定下的数字支付货币 (DPT) 服务牌照, 签发机构: 新加坡金融管理局 (MAS)
韩国	虚拟货币服务提供商 (VASP) 牌照 (只有获得 ISMS 认证后才能获得此牌照), 签发机构: 韩国金融情报部门 (KoFIU)/韩国金融服务委员会 (FSC)
瑞典	金融监督管理局 (Financial Supervisory Authority) 牌照, 签发机构: 瑞典金融监督管理局 (FSA)
泰国	数字货币业务牌照, 签发机构: 泰国证券交易委员会 (SEC)
阿拉伯联合酋长国	从事安排、咨询、交易、管理或其他相关金融服务和/或经营交易所和/或提供货币服务的牌照, 上述每种类型都与加密货币有关, 签发机构: 阿联酋阿布扎比全球市场金融服务监管局 经营储值业务 (包括虚拟货币) 的牌照, 签发机构: 阿联酋境内阿拉伯联合酋长国中央银行 从事投资业务/经营交易所的牌照, 特定

	于投资货币，签发机构：迪拜国际金融中心迪拜金融服务管理局
英国	英国金融服务管理局的牌照，签发机构：英国金融服务管理局 (FCA)
美国	FinCEN 货币服务业务 (MSB) 牌照，签发机构：金融犯罪执法网络 (FinCEN) 比特许可证 (BitLicense)，签发机构：美国纽约州金融监管局 (NYSDFS)

(五) 保健品、医疗器械、药品等

1. 医药制造商

仅允许医药制造商在部分国家/地区投放广告。

(1) 处方药

医药制造商只能在以下国家/地区宣传处方药：加拿大、新西兰和美国。医药制造商不得宣传阿片类止痛处方药。

(2) 非处方药

医药制造商只能在以下国家/地区宣传非处方药：澳大利亚、奥地利、巴西、加拿大、中国、捷克共和国、法国、德国、匈牙利、香港、印度、意大利、日本、肯尼亚、墨西哥、荷兰、新西兰、挪威、菲律宾、波兰、葡萄牙、俄罗斯、斯洛伐克、韩国、西班牙、瑞典、英国和美国

(3) 其他制造商和供应商

原料药生产商、专业的医疗供应商以及面向商业实验室的抗体/肽/化合物供应商只能在以下国家/地区投放广告：加拿大和美国

2. 未经授权的药店。不允许出现以下行为：

- (1) 无需处方即可购买处方药；
- (2) 将广告定位到您未获许可的地理位置。

3. 处方药销售

仅允许在以下国家/地区宣传在线药店：澳大利亚、奥地利、巴西、加拿大、中国、捷克共和国、丹麦、德国、香港、以色列、日本、肯尼亚、墨西哥、荷兰、新西兰、挪威、葡萄牙、俄罗斯，斯洛伐克、瑞典、台湾、英国和美国。**不允许在其他国家/地区宣传在线药店。**

受限药品字词，在世界的大部分地区，都不允许在广告文字、着陆页、关键字或网页源代码中使用处方药字词。对于定位到加拿大、新西兰或美国的广告，可以在广告文字和着陆页中使用处方药字词。加拿大、新西兰或美国以外的国家/地区，不能在广告文字或着陆页中使用处方药字词。

禁投阿片类处方止痛药。

1. 未获批准的药物成分

不允许宣传以下内容，不管是否有任何合法性声明，概不例外：

- (1) 受禁药物和补充剂非完整清单上的所有产品；
- (2) 含有麻黄成分的产品；
- (3) 含有人体绒毛膜促性腺激素 (hCG) 的减肥/体重控制类产品，或与促蛋白合成类固醇放在一起进行宣传的此类产品；
- (4) 含有活性药物成分或有害成分的草本和膳食补充剂；
- (5) 暗示其与处方药或管制药物一样有效的产品；
- (6) 宣传时暗示可安全或有效地预防、治愈或治疗某种疾病或病症的非政府审批产品；
- (7) 受任何政府或监管机构的行动或警告约束的产品；
- (8) 产品所用名称与未获批准的药品/补充剂或管制药物相似，可能会造成混淆；
- (9) 除美国外，不允许在任何其他国家/地区宣传脱氢表雄酮 (DHEA) 产品；除加拿大和美国外，不允许在任何其他国家/地区宣传褪黑素产品。

2. 推测性和实验性医学疗法、细胞疗法和基因疗法

不允许出现以下情况：

- (1) 宣传推测性和/或实验性医疗方法。示例：生物黑客、自助式 (DIY) 基因工程产品、基因疗法试剂盒；
- (2) 宣传细胞疗法或基因疗法（无论监管机构是否批准）；示例：干细胞疗法、细胞（非干细胞）疗法、基因疗法以及再生医学的类似形式、富血小板血浆。

3. 临床试验受试者招募

不允许投放医学试验、研究请求、临床试验受试者招募广告，以下国家/地区除外：澳大利亚、比利时、加拿大、法国、德国、印度尼西亚、爱尔兰、以色列、意大利、日本、韩国、马来西亚、荷兰、新西兰、菲律宾、新加坡、台湾、泰国、英国、美国和越南。投放临床试验受试者招募广告时，不得宣传处方药，也不得以具有误导性的方式声称受测产品会带来某种预期效果，或是暗示受测产品安全无副作用。

4. 堕胎、节育、家用艾滋病病毒检测产品、戒瘾服务产品和服务一般不允许接入。

5. 医疗机构广告。需要广告主提供牌照证明该机构系在投放地经合法批准设立的医疗机构，持有合法医疗机构牌照，在发布医疗保健类广告需要获得事

先审批的国家，还需要提供该广告已获得投放地主管机关审批通过的证明。

（六）整容手术与养生

推广减肥商品和服务的广告仅能面向年满 18 岁的用户投放。推广整容手术的广告仅能面向年满 18 岁的用户投放。推广膳食、保健或草药类补品的广告仅能面向年满 18 岁的用户投放。

允许：

推广非急需程序和手术、鼻部整形、植发和磨皮的广告仅能面向年满 18 岁的受众投放。

膳食或草药类补品、维生素或蛋白质不得以未满 18 岁的受众为目标。

（七）其他依据应适用的法律规定应予限制投放的产品

三、禁止定向至未成年人的产品

您必须了解并同意，所有面向未成年人的广告必须满足以下条件：不得具有欺骗性、对目标受众群体不公或不适合其观看；不得在事先未获得儿童/未成年人家长同意的情况下使用任何第三方跟踪工具或试图以其他方式收集个人信息；必须在各方面遵守所有应适用的法律和法规。

（一）面向未成年人的内容及投放规则

在立法层面，世界各国对未成年人（含儿童）的界定存在较大差异，美国的《儿童在线隐私保护法》COPPA 将儿童界定为 13 周岁以下，欧盟《一般数据保护条例》GDPR 中规定，各个成员国可以根据本国情况设定保护儿童的年龄界限，从 13 周岁到 16 周岁不等。其次，大多国家对成年人的标准界限为年满 18 周岁。在投放具体国家和地区时，未成年人（含儿童）的年龄范围应当遵循当地的规范。关于如何界定是否属于面向未成年人的内容，一般根据题材、视觉内容、使用动画角色或面向未成年人的活动和激励措施、音乐或其他音频内容的类型、模特时代、未成年人名人或吸引未成年人的名人的存在、网站的语言或其他特征、宣传或出现在网站上的广告是否针对未成年人、关于观众年龄的有力和可靠的经验证据等综合判断。

面向未成年的内容	非面向未成年的内容
可能会被视为面向儿童的内容的示例： 视频的主要观众群是儿童。 儿童不是主要观众群，但由于视频中有能体现出以儿童为目标观众的意图的演员、角色、	可能会被视为非面向儿童的内容的示例： 内容包含色情主题、暴力内容、淫秽内容或其他不适合年轻观众的成人元素的主题。 不适合未满 18 周岁观看者的有年龄限制的

活动、游戏、歌曲、故事或其他主题，因此仍然属于面向儿童的内容。	视频。
---------------------------------	-----

(二) 一般而言，Mintegral 禁止向未成年人投放如下广告内容：

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的内容。
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，如对未成年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

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. 禁止投放煽动未成年人购买产品或服务，或鼓励家长或他人购买商品的宣传信息或内容。

28. 付费广告不得误导未成年人，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。