
《新浪程序化广告审核规范》

目 录

《新浪广告审核规范》	1
一、	规范总则
2	
二、名词定义	2
三、广告主资质审核	3
四、广告素材审核	8
五、限制行业	错误! 未定义书签。
六、广告常见违法问题审查标准	18
七、广告非法关键词汇总	22
八、广告低俗图形类汇总	25

一、规范总则

1.1 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。

1.2 范围：审核的范围包括广告主资质、广告素材内容和广告点击链接相关页面的内容。经审核并发布的广告内容不得擅自修改，若出现擅自修改为不符合本审核规范的广告内容，新浪有权停止违规广告内容的发布，并按照违约处罚规则进行处理。

1.3 职责：根据国家法律法规的修订、公司规章制度审核流程的变更，本规范将进行定期更新，保证法规的实时有效性。广告管理部负责撰写、更新、维护本规范，使该规范不断完善。

二、名词定义

2.1 限制行业：是指违反国家的法律法规，违背社会伦理道德，禁止在新浪网推广的行业

2.2 特殊行业：特殊行业是指国家重点监管，对消费者的日常生活有重大影响的行业；须获取公安部、卫生部、工信部、商务部、人民银行、证监会、保监会、银监会、教育部等相关国家机关颁发的许可证的行业，特殊行业客户除主体营业执照副本外，并附加提交此行业管辖政府部门核发的许可证明。

2.3 基本行业：除限制行业和特殊行业以外的行业

2.4 广告主资质：指广告主投放广告应具有的法律规定的必备资质，分为基本资质、特殊资质两大类，具体指：

(1)基本资质：营业执照或同等企业性质资质

(2)特殊资质：行业性资质（工业生产许可证，食品流通许可证，金融许可证等）

三、广告主资质审核

3.1 基本资质

所有广告主建客户必备资质为：营业执照、事业单位法人登记证、个体工商户营业执照、ICP证或ICP备案信息

- ICP解释：

经营性互联网信息服务，是指有偿提供信息服务等服务活动，如电商平台等，须提供ICP证
非经营性互联网信息服务，向用户无偿提供公开性、共享性信息的服务活动，提供ICP备案

3.2 特殊行业资质

特殊行业	特殊行业资质要求	广告内容主要要求(详见第四章)
种子、农作物	《农作物种子生产许可证》 《农作物种子经营许可证》	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白，并不得含有下列内容： (一)作科学上无法验证的断言； (二)表示功效安全性的断言或者保证； (三)对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺； (四)利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。 (五)说明有效率，以及违反安全使用规程的文字、语言或者画面
食品类	《食品生产许可证》《食品卫生许可证》《食品流通许可证》	不得宣传涉及医疗保健的功效
酒类	《生产许可证》 《卫生许可证》 《酒类零售许可证》 《酒类流通备案登记》	酒类广告不得含有下列内容： (一)诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒； (二)出现饮酒的动作； (三)表现驾驶车、船、飞机等活动； (四)明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。 (五)不得出现在针对未成年人媒介上
日化 - 护肤品和化	1.化妆品生产企业卫生许可证	1.若宣称科技成果的，须持有省级以上轻工行业主管部门颁发的科技成果鉴定书；

妆品	2.化妆品生产许可证	2.不得含有以下内容： （一）名称、制法、成分、效用或者性能有虚假夸大 （二）使用他人名义保证或以暗示方法使人误解其效用； （三）宣传医疗作用或使用医疗术语； （四）贬低同类产品； （五）使用最新创造、最新发明、纯天然制品、无副作用等绝对化表述； （六）涉及化妆品性能或功能、销量等方面的数据。 （七）不得出现在针对未成年人的媒介上	
	3.美容类化妆品，必须持有省级以上化妆品检测站(中心)或者卫生防疫站出具的检验合格的证明		
	4.特殊用途化妆品，必须持有国务院卫生行政部门核发的批准文号		
	5.发布进口化妆品广告，必须持有下列证明材料：		
	（1）国务院卫生行政部门批准化妆品进口的有关批件		
	（2）国家商检部门检验化妆品合格的证明		
保健品类 (有所限制)	《国产保健食品批准证书》 《保健食品广告审查表》 《保健食品卫生许可证》	保健品广告要求： 1、要求产品拥有卫食健字、药妆准字 2、要求广告主开户方和批文资质方保持一致 3、所推产品要与批文产品保持一致 4、推广域名与广告主一致 5、涉及疗效描述的不可超出批文范围、符合批文的效果使用内容 6、须说明或标明“本品不能代替药物”的忠告； 7、推广链接不能链接到天猫、淘宝、京东店铺	
	医疗机构类	医疗广告审查证明和医疗广告成品样件(在有效期之内且可在各省、自治区、直辖市卫生部网站上查询到,须按照核准的广告成品样件内容发布医疗广告) 《医疗机构执业许可证》	目前只允许医疗体检机构做广告,包含以下三家白名单:爱康国宾,慈铭,美年大健康。其他医疗机构和医疗中介机构均未允许
	银行类	《金融机构许可证》	有投资回报预期的商品或者服务广告,应当对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示,并不得含有下列内容: （一）对未来效果、收益或者与其相关的情况做出保证性承诺,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; （二）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。 具体要求： 1.广告中须有风险提示(如“投资有风险”、“股票有风险,投资需谨慎”等) 2.不得含有以下内容：
	保险类	《经营保险业务许可证》	
股票类	《经营股票承销业务资格证书》		
基金类	《基金管理资格证书》或《基金代销业务资格证书》、 中外合资基金管理公司《外商投资企业批准证书》		
期货类	《经营期货业务许可证》或《期货投资咨询业务资格证书》		
证券投资类	《经营证券业务许可证》或《证券投资咨询业务资格证书》 《经营证券期货业务许可证》(2016年5月1日后)		

贵金属平台类	现货、贵金属类全面停止	<p>(1)对具体证券、期货、基金或投资理财产品的市场走势或收益率做判断；</p> <p>(2)承诺收益或承担损失；</p> <p>(3)使用“安全”、“保证”、“承诺”、“保险”、“避险”、“有保障”、“高收益”、“无风险”、“收益率15%”、“预期年化18%”、“最高收益12%”、“年收益10万”、“明日暴跌”、“涨停黑马”等可能使投资人认为没有风险的或片面强调集中营销时间限制的表述；因为国家法律规定必须标注过往收益率的，必须在同页面显著位置标注“年化收益不等于实际收益”等提示性字样</p> <p>(4)禁止出现“0抵押、0担保”字样等绝对化字样</p> <p>(5)单位或个人的推荐性表述，以及虚假个人经历信息。如：“退休老人存款惊人”“股神重出江湖”“毕业两年少女买豪车”等</p> <p>(6)北京地区暂时禁止投放P2P投资广告</p>
外汇类	<p>《经营外汇业务许可证》</p> <p>资质解释：外汇类需有英国、美国、新西兰、澳洲金融牌照、国内必须有营业部、代理商，塞浦路斯等地企业不得推</p>	
第三方支付	《支付业务许可证》	
P2P理财、众筹，网贷类	互联网金融协会理事会员单位147家、和白名单客户80家	
小额贷	<p>1、《小额贷款经营许可证》，市级金融办以上批文（网上可查）</p> <p>2、营业执照经营范围有“贷款业务”（网上可查），注册资本不得低于1000万元；</p> <p>3、有银监会颁发的《中华人民共和国金融许可证》（网上可查）</p> <p>4、P2P准入白名单单位（参考P2P白名单）</p> <p>5、营业执照经营范围有“资产管理，投资管理”项目（网上可查）并且与银行有贷款服务合作证明（无法查询，严禁伪造），同时注册资本不低于1000万的，由代理公司出具保证函（保证此银行合作证明为真，出现一切法律责任由代理负责）。</p>	
房地产类	<p>客户资质：</p> <p>广告主营业执照</p> <p>《房地产开发资质等级证书》</p> <p>《建设用地规划许可证》</p> <p>《建设工程规划许可证》</p> <p>《国有土地使用证》；</p>	<p>1、要求ICP域名与营业执照广告主一致</p> <p>2、涉及中介机构发布所代理的房地产项目广告，应当提供业主委托证明</p> <p>3、不得涉及房产投资保值增值等广告语</p> <p>4、不得出现最大最强最美等违禁用语</p> <p>5、有标价销售项目的内容，必须标明价格有效期，建筑还是套内面积以及开发商具体名称</p>

	涉及涉及销售和预售项目的： 《建筑工程施工许可证》 《商品房销售(预售)许可证》	6、不得出现模糊的表示距离的用词和用语 7、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 8、不得出现承诺户口，就业，升学等内容，不得出现承诺投资升值，确保投资回报收益等内容
游戏	《网络文化经营许可证》（在有效期之内）	1.须在资质中提供《网络文化经营许可证》；实际经营的网站域名应与备案的网站域名一致。 2.不得含有诱发未成年人模仿违反社会公德的行为和违法犯罪的行为的内容，及恐怖、残酷、低俗等妨害未成年人身心健康的内容；
家政	《特种行业许可证》	开锁需要《开锁服务许可证》或者公安局备案证明
视频网站、直播APP	《网络文化经营许可证》 《网络视听许可证》 《广播电视节目制作经营许可证》	
美容减肥机构	《公共场所卫生许可证》	
餐饮	《餐饮服务许可证》 《食品卫生许可证》	
酒店住宿	《公共场所卫生许可证》	
美容美发	《卫生许可证》	
物流	《业务经营许可证》	
电子书	《电子出版物出版许可证》	
图书	《出版物经营许可证》	
旅游	《旅行社业务经营许可证》	
学校	1.高等学校、高等职业学校、独立学院、“211工程”学校、远程学历教育试点学校、出国留学中介机构、国外学校须在教育部网站名单公布中查询到 2.非经营性的民办学校，须提供《办学许可证》，经营性的民办培训机构，须提供《企业法人营业执照》 非经营性的民办学校特征为： (1) 审批机关为县级以上人民政府、教育行政部门或劳动保障行政部门； (2) 有权颁发学历证书、结业证书、培训合格证书及国家职业资格证书。	教育、培训广告不得含有下列内容： (一)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（如四级必过或20天说一口流利英语等）； (二)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； (三)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。 (四)没有实际合作证明的情况下提及国际大牌院校

	经营性的民办培训机构特征为： (1) 审批机关为工商行政管理部门； (2) 无权发放学历证书、结业证书、培训合格证书及国家职业资格证书； (3) 企业名称中一般不单独使用“教育”、“学校”作为行业特征，但可以使用“XX 教育培训”、“XX 学校”，如“外语教育培训”、“驾驶学校”、“烹饪学校”等作为行业特征	名称或声称与其有合作关系
留学中介	《自费出国留学中介机构资格认定书》	
移民中介	《因私出入境中介机构经营许可证》 注释：若广告素材内容体现移民中介的渠道、申请条件，申请费用等情况的，这类广告即属于移民中介广告	
3C 数码， 可穿戴电 子设备	《生产许可证》 《产品质量检验报告》 《CCC 产品认证证书》 《电信设备进网许可证》	1. 在数据的采集、保存、存储方式等保证合规合法，并能够依法保护用户个人隐私； 2. 涉及产品质量的描述例如辐射度、定位准确度等，需要出具相关证明材料或出处，如产品质量报告，确保真实、准确。 3、三包协议 4、非知名品牌电子类产品的广告内容须含有明显与知名品牌相区别的标识，产品名称和型号不得与知名品牌产生混淆。

3.3 资质审核方法：

3.3.1 基本资质审核：

营业执照：

- 经营范围：应覆盖广告的产品和服务
- 年检情况：应有本年度年检章，2014年2月28号以后新版营业执照无需年检

ICP:

- 公司备案：ICP主体名称应与广告主名称相同，如果备案主体是其他公司，则需要开授权证明，被授权网站的内容应该与广告主推广的产品一致(电商类,手机类、保健品类、地产类、金融类、一般情况下不得使用授权域名、个人备案域名)
- 个人备案：ICP主体名称应该与广告主公司的法人名称相同，如果不是法人，需要提供网站授权说明及备案人的身份证复印件(电商类广告一般情况下不得使用个人备案域名,除非广告代理方提供加盖公章的担保函)
- 备注：
 - a.广告主ICP主办单位如与营业执照不一致，可提供双方盖章证明
 - b.广告主是分公司性质，使用总公司ICP备案资质，并提供盖章证明

特别注意：客户的行业资质主体与域名备案的主体必须一致

举例：总公司A，“证券许可证”主体名称A，域名也为A，可开户

举例：分公司A1，“证券许可证”主体名称A，域名也为A，可开户

举例：分公司A1，“证券许可证”主体名称A，域名为A1，不可开户

3.3.2特殊资质

- 资质主体：应与广告主名称完全一致
- 资质有效期：应覆盖广告的投放期限
- 资质事项范围：应与广告主证明的事项内容一致

3.3.3其他资质

- 商标提供相关文件商标注册证、商标注册申请受理通知书，需核对一致
- 涉及广告代言人，需提供代言合同、授权文件等相关证明。广告代言人在广告中、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合有关法律、行政法规规定，并不得为其使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明；不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人；票务行业、印刷品行业、音像制品行业除外。
- 涉及进口商品，需提供相关文件，比如进口批文等，需核对一致。
- 涉及专利信息，需提供相关文件，专利号、专利权人等，需核对一致。
- 涉及知名机构信息，需提供相关证明，比如授权证书、合作证明等。
- 涉及通过互联网连接电视机或机顶盒等电子产品，向电视机终端用户提供视听节目服务，需提供《信息网络传播视听节目许可证》。

四、广告素材、落地页审核

1、广告标题及描述符合逻辑，语句通顺；文字不能过于简单，主题不明确
2、广告中不得出现虚假宣传内容,以及政治宗教等敏感人或物（中国地图，不知名人物都可能牵扯政治，谨慎出现）
3、广告中不能主推与新浪有竞争关系的产品。竞品：腾讯(含微信)、搜狐、网易、百度、凤凰等、及其他涉及新浪自有同类产品内容广告（易车网、爱卡、汽车之家等），非以上竞品客户，客户的活动或者展示页落地在竞品域名的可以
4、广告中未经许可不得引用新浪品牌，比如新浪推荐、新浪新闻、新浪合作伙伴等字样
5、广告内容不得涉及第三方的负面信息，不得进行攻击、贬低、诋毁以及对比性评价

6、广告不得含有过分刺激感官的元素；不得传播走光、露点照片、婚外情等有悖社会道德的信息；不得含有性挑逗或性诱惑信息，或者可能导致危险或不良行为发生的信息；不得含有淫秽、迷信、荒诞语言文字、画面的，违反科学规律的，使用夸大、绝对化、最高级用语的，法律规定：“国家级、顶级、最高级、第一品牌、最佳、极品”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”、“官方”“多少天见效”、“零风险”、“稳赚”、“保收益”、“代替母乳”等断言或隐含保证也不得使用

7、广告中不得出现“国家免检产品”等涉及质量免检的内容。

8、对我国乃至全球均无转基因品种商业化种植的作物如水稻、花生及其加工品的广告，禁止使用非转基因广告词；对已有转基因品种商业化种植的大豆、油菜等产品及其加工品广告，除按规定收取证明材料外，禁止使用非转基因效果的词语，如更健康、更安全等误导性广告词。

9、禁止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

10、不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人

11、依据《中华人民共和国商标法》，广告和页面中不得出现“驰名商标”

12、广告中涉及抽奖、赠品内容的，单个奖品与赠品价值不得超过5000元

13、广告中不得出现“绝对化”的比较（例如：a比b快10倍，a是b的几分之几，中国每卖十个有七个是***，收益率为银行的30倍等）

14、广告中禁止发布“评比，排名”等信息

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，涉及产品和服务获奖或获其他荣誉的，必须标明所获奖或荣誉的性质，获得日期及颁奖组织，并相关提供证明

15、广告不得使用干扰性效果，包括但不限于背景及文字强亮光及闪烁效果、强震动效果、图文变换过快，不得带有声音，不得出现小手，广告如有闪动，则按钮、文字等的闪动频率为5秒/次

16、不得使用容易引起用户不适的内容，包括但不限于局部患处放大图、极其不美观的图片等，如黑头，雀斑，双脚，胸部特写等

17、图文广告不得使用户误认为是文字链广告，主视觉应是图片，文字只可作为对图片的补充，文字下面不得加横线，文字的字体或形式要与普通文字链广告有所区别，不得与新浪内容雷同

18、图片素材需添加底色，广告背景若为白色，请添加边框，且边框需完整

19、无法识别为广告、或者创意过于直白

20、落地页面模仿QQ或者系统消息

21、广告点击后链接页面打开不能过慢、不得二次跳转，网站不得带有病毒及木马程序

22、广告跳转页面不允许设置区域屏蔽，如遇特殊需求，必须将所有跳转页面提前提交新浪公司审核

具体行业素材规范

电商类

一、域名：ICP 备案与公司名称还有广告点击后链接域名必须一致、不得使用个人备案的域名，除非广告代理方提供加盖公章的担保函

二、材质检测报告：广告主审核时必须提供产品检验合格证明，而且其合格证明中的产品必须与其宣传的内容产品相一致

三、品牌商标：自有品牌需提供可以在全国商标注册网上可查的品牌注册内容，并且其品牌所有公司必须与广告主企业营业执照公司相一致

四、手表类：有可供查询真实的自主商标品牌，才可投放，其他不予投放

五、非自有品牌客户不得在创意和一级链接中体现任何品牌信息，品牌授权证明不予承认。

六、淘宝店铺不可销售知名品牌；天猫店铺素材和一级页面出现知名品牌，需提供大品牌商品销售授权书（销售自有品牌的除外）

游戏类

1.须提供《网络文化经营许可证》信息；实际经营的网站域名应与申报信息一致

2.不得含有诱发未成年人模仿违反社会公德的行为和违法犯罪的行为的内容，以及恐怖、残酷等妨害未成年人身心健康的内容；

3.不得含有任何 Q 币、私服、外挂软件和点卡等内容

信用卡类

1、推广使用域名必须与发卡银行的官网域名保持一致

2、创意不得出现套现、取现等词汇

一元购类

1、实际推广域名必须与提交资质的 ICP 域名一致

2、创意需有明确体现：有机会赢得奖品，禁止出现一元即中 XXX 字样

3、奖品、赠品的价值、金额不得超过 5000 元人民币

保健品类

一、保健食品广告不得含有下列内容：

（一）表示功效、安全性的断言或者保证；

（二）涉及疾病预防、治疗功能；

（三）声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；

（四）与药品、其他保健食品进行比较；

（五）利用广告代言人作推荐、证明；

（六）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

二、保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。

三、涉及疗效描述的不可超出批文范围、符合批文的效果使用内容

四、推广链接不能链接到天猫、淘宝、京东店铺

房产类

一、 房地产广告必须真实、合法、科学、准确，符合社会主义精神文明建设要求，不得欺骗和误导公众。

二、 凡下列情况的房地产，不得发布广告；

1、在未经依法取得国有土地使用权的土地上开发建设的；

2、在未经国家征用的集体所有的土地上建设的；

3、司法机关和行政机关依法裁定、决定查封或者以其他形式限制房地产权利的；

4、预售房地产，但未取得该项目预售许可证的；

5、权属有争议的；

6、违反国家有关规定建设的；

7、不符合工程质量标准，经验收不合格的；

8、法律、行政法规规定禁止的其他情形。

三、发布房地产广告，应当具有或者提供下列相应真实、合法、有效的证明文件：

1、房地产开发企业、房屋权利人、房地产中介服务机构的营业执照或者其他主体资格证明；

2、建设主管部门颁发的房地产开发企业资质证书；

3、土地主管部门颁发的项目土地使用权证明；

4、工程竣工验收合格证明；

5、发布房地产项目预售、出售广告，应当具有地方政府建设主管部门颁布发的预售、销售许可证明；

出租、项目转让广告，应当具有相应的产权证明；

6、中介机构发布所代理的房地产项目广告，应当提供业主委托证明；

7、工商行政管理机关规定的其他证明。

四、房屋预售、销售广告，必须载明以下事项：

1、开发企业名称；

2、中介服务机构代理销售的，载明该机构名称；

3、预售或者销售许可证书号，广告中仅介绍房产项目名称的，可以不必载明上述事项

五、 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，如“风水、占卜、皇室、帝王、上流、贵族、上等人、权贵”。

六、 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。

七、 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。

八、 房地产广告中表现项目位置，应以从该项目到达具体参照物的现有交通干道的实际距离表示，不得以“小时、分钟、车程”等所需时间来表示距离。房地产广告中的项目位置示意图，应当准确、清楚，比例恰当。

九、 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。

十、 房地产广告中涉及面积的，应当表明是建筑面积或者使用面积。

十一、 房地产广告中涉及房屋内部结构、装修装饰的，应当真实、准确。预售、预租商品房广告，不得涉及装修装饰内容。

十二、 房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果。

十三、 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。

十四、 房地产广告中不得出现“升值、回报、利润、投资融资、高额、潜力、保值、提高、增值、售后包租、返本销售、回收投资、投资回报等融资或者变相融资的内容以及含有升值或者投资回报的承诺。

十五、 房地产广告中涉及借贷服务的，应当载明提供借贷服务的银行名称及借贷额度、年期。

十六、 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、迁户”等事项的承诺。

十七、 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。

十八、房地产广告中涉及资产评估的，应当表明评估单位、评估师和评估的时间；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。

酒类广告

一、酒类广告应当符合卫生许可的事项，并不得使用医疗用语或者易与药品相混淆的用语。如“治疗、提高免疫力、延缓衰老、抗疲劳、有助睡眠、增强体质、促进新陈代谢、恢复机能、健脾健胃、疏通经络、缓解风湿、活血化淤”等。经卫生行政部门批准的有医疗作用酒类商品，其广告依照《药品广告审查办法》和《药品广告审查》进行管理。

二、酒类广告中不得出现以下内容：

1、鼓动、倡导、引诱人们饮酒或者宣传无节制饮酒；

2、饮酒的动作；

3、未成年人的形象，含卡通形象；

4、表现驾驶车、船、飞机等具有潜在危险的活动；

5、诸如“消除紧张和焦虑、增加体力、增强体魄、强身健体、延年益寿、解除疲劳”等不科学的明示或者暗示；

6、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”；

7、关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果；

8、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。

三、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。

食品广告类

一、 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。

二、 《食品卫生法》禁止生产经营的以及违反国家食品卫生有关规定生产经营的食品不得发布广告。

三、 广告主发布食品广告，应当具有或者提供下列真实合法、有效的证明文件：

1、营业执照；

2、卫生许可证；

3、新资源食品广告，应当具有或者提供国务院卫生行政部门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；

4、特殊营养食品广告应当具有或者提供省级卫生行政部门核发的准许生产的批准文件；

5、进口食品广告应当具有或者提供输出国（地区）批准生产的证明文件，口岸进口食品卫生监督检验机构签发的卫生证书，中文标签；

6、关于广告内容真实性的其他证明文件。

四、 食品广告不得含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”等绝对化的语言或者表示。

五、 食品广告不得出现与药品相混淆的用语，不得直接或者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者暗示该食品的治疗作用，如“治疗、人体内分泌、提高免疫力、改善睡眠、增强体质、促进新陈代谢、恢复机能”等。

六、 食品广告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。

七、 食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。食品广告中涉及特定功效的，不得利用专家、消费者的名义或者形象做证明。

八、普通食品、新资源食品、特殊营养食品广告不得宣传保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用。

九、普通食品广告不得宣传该食品含有新资源食品中的成分或者特殊营养成分。

五、限制行业

限制行业	相关说明
招商加盟	品牌加盟、加盟代工、特许加盟等
股票配资	股票、期货配资等
金融现货平台	贵金属现货交易全面停止
淘宝 C 店	名牌、化妆品、珠宝首饰
彩票	彩票书、互联网销售彩票
涉黄、涉性、成人类、低俗类	禁止相关商品、信息、服务
博彩类	老虎机、麻将机、六合彩、足球博彩、老千工具、赌博游戏等
毒品类	各类毒品，易制毒化学品，毒品原料，制毒的书籍，毒品信息等
药品行业	麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品，以及其他常规药品
除体检机构白名单外的一切医疗机构和医疗中介机构	
医疗器械	
烟草	禁止香烟类相关

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、弓弩、弹弓、钢珠等等
危险物品	易燃易爆、有毒有腐蚀性的化学品、烟花爆竹等
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
假证、假章、假发票	代办证、私刻假章、代开发票等
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
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	走私、水货、盗版、港行类产品
非法套现	代取公积金、社保，信用卡套现
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
交通汽车相关	电子狗、翻转车牌、车牌隐形、信号灯控制器等
游戏外挂	私服、外挂软件、私服服务器租赁、制作点卡、插件等
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、在家刷信誉等
代孕等	代孕机构等
间谍器材	窃听器、偷拍器、针孔摄像、信息拦截器材等
诈骗、钓鱼类网站	假网站、彩票书网站等
其他	其他一些违反法律法规、社会道德的行业

六、广告常见违法问题审查标准

综合类
一、广告应当真实、合法，符合社会主义精神文明建设的要求。
二、广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。
三、广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动，应当遵守法律、行政法规，遵循公平、诚实信用的原则。
四、广告不得有下列情形：
1、使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌等
2、使用国家机关和国家机关工作人员(含退休人员)的名义，包括直接引用，也包括间接引用。其中国家机关包括“各级党委所设的各部门；各级人民代表大会、各级政协、检察院和审判机关；工会、妇联、共青团等组织；各级人民政府所设的部门包括各部、委、署、办、局、司、厅、院、会、办公室等”，机关工作人员包括“上述各部门工作人员如主席、书记、委员长、总理、部长、省长、特派员、署长、局长、司长、处长、科长、主任、市长、区长、县长、镇长、乡长；检察长、审判长、督察、警监、警督、警司”等；
3、使用“国家级、世界级、最、顶级、第一、极品、极至、登峰造极、顶尖、绝对、唯一、前所未有的、绝无仅有、无可比拟、销量第一、最新科学、最新技术、NO.1、Top1、独家、首选、首家、专供、特供、指定、无副作用、零风险、稳赚、无效退款、祖传、根治、保过、填补国内空白、保收益、科学研究发现、代替母乳”等国家级、最高级、最佳等用语；
4、妨碍社会安定和危害人身、财产安全，损害社会公共利益；
5、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；

6、含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容，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；性生活、性交、生殖器等淫乱或猥亵的文字或画面，有碍良好风尚、有伤社会风化的内容；“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”；

7、含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容，如“回回、鞑子、高丽棒子、老毛子、黑鬼、血统、杂种、东亚病夫、蛮夷、大男人、小女人、男尊女卑、重男轻女、洋鬼子、小日本、大汉族主义”等；

8、妨碍环境和自然资源保护，不利于保护和改善环境，破坏生态平衡的语言、文字、形象，如在广告中直接或间接表示灭绝性捕捞和破坏水生生物；捕猎和采伐珍贵稀有的野生动物、野生植物等。

9、法律行政法规规定禁止的其他情形，如：

9.1 有关语言文字的管理

凡在广告中使用的普通话和规范汉字、国家批准通用的少数民族语言文字，以及在中华人民共和国境内使用的外国语言文字等应遵守《广告语言文字管理暂行规定》的有关规定。

9.1.1 广告使用的语言文字，用语应当清晰、准确，用字应当规范、标准。

9.1.2 广告用语用字应当使用普通话和规范汉字。根据国家规定，广播电台、电视可以使用方言播音的节目，其广告中可以使用方言；广播电台、电视台使用少数民族语言播音的节目，其广告应当使用少数民族语言文字。

9.1.3 广告中不得单独使用汉语拼音。广告中如需使用汉语拼音时，应当正确、规范，并与规范汉字同时使用。

9.1.4 广告中数字、标点符号的用法和计量单位等，应当符合国家标准和有关规定。

9.1.5 广告中不得单独使用外国语言文字。广告中如因特殊需要配合使用外国语言文字时，应当采用以普通话和规范汉字为主、外国语言文字为辅的形式不得在同一广告语句中夹杂使用的外国语言文字。广告中的

外国语言文字所表达的意思，与中文意思不一致的，以中文意思为准。

9.1.6 在下列情况下，广告中使用的外国语言文字不适用第（5）规定：

A 商品、服务通用名称，已注册的商标，经国家有关部门认可的国际通用标志、专业技术标准等；

B 经国家有关部门批准，以外国语言文字为主的媒介中的广告所使用的外国语言文字。

9.1.7 广告用语用字，不得出现下列情形：

A 使用错别字；

B 违反国家法律、法规规定使用繁体字；

C 使用国家已废止的异体字和简化字；

D 使用国家已废止的印刷字形；

E 其他不规范使用的语言文字。

9.1.8 广告中成语的使用必须符合国家有关规定，不得引起误导，对社会造成不良影响。

9.1.9 广告中出现的注册商标定型字、文物古迹中原有的文字以及经国家有关部门认可的企业字号用字等，不适用本规定第（7）规定，但应当与原形一致，不得引起误导。

9.1.10 广告中因创意等需要使用的的手书体字、美术字、变体字、古文字，应当易于辨认，不得引进误导。

9.2 奥林匹克标志的管理

奥林匹克标志权利人对奥林匹克标志享有专有权。未经奥林匹克标志权利人许可，任何人不得以商业目的（含潜在商业目的）使用奥林匹克标志。

奥林匹克标志包括：

9.2.1 国际奥林匹克委员会的奥林匹克五环图案标志、奥林匹克旗、奥林匹克格言、奥林匹克徽记、奥林匹

克会歌；

9.2.2 奥林匹克、奥林匹亚、奥林匹克运动会及其简称等专有名称；

9.2.3 中国奥林匹克委员会的名称、徽记、标志；

9.3 禁止国内私自以外币计价结算和禁止发布含外币计价结算内容的广告，如使用“美元、英镑、日元、马克、欧元、法郎、美金、泰铢、卢布、港币、澳币”等。

9.4 在大众传播媒介及非宗教活动场所发布有关宗教活动宗教用品、宗教活动纪念品的广告，以及含有以讲经、传道等为内容的图书、音像制品的广告。

五、广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

六、广告中对商品的性能、产地、用途质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式质量价格、允诺有表示的，应当清楚、明白。广告中表明推销商品、提供服务附带赠送礼品的，应当标明赠送的品种和数量。

七、广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语，应当真实、准确，并表明出处。

八、广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告。

九、广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

十、广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

注：大众传播媒介不得以新闻报道形式发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当有广告标记，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。

七、广告非法关键词汇总

低俗网络类关键词
饥渴、TM、尼玛、你妹、擦、牛逼、牛B、蛋疼、卧槽、持久、坚挺、装逼、大了大了、明星艳照、秘书在老板房间等
军、警类关键词
解放军、军服、军装、军徽、警服、警徽、警棍、警灯、警车、警用警报器、手铐等
办证/代办类关键词
代办、销售、制作与文凭、学历、资格证书、职称证书、假证的组合词汇等
非法避税类关键词
销售发票、买卖发票、代售发票、代开发票、代购发票、求购发票等
代考/替考类关键词
替考、代考；代写论文、论文写作、论文定制等
成人机构类关键词
夜总会、洗浴，按摩中心，KTV等
成人类关键词
成人、激情水、壮阳、迷香、迷药、迷魂药、色情、增粗、增大、增长、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、人体、

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、大波等

成人产品类关键词

避孕套，情趣用品，情趣内衣，成人用品，充气娃娃，违规药品（包括伟哥、万艾可、他达拉非片、Tadalafil tablets、希爱力、cialis、盐酸伐地那非片、Vardenafil Hydrochloride Tablets、艾力达、Levitra、基因育根胶囊、男根胶囊、金虫草菌丝体胶丸、健根搭档、傲博胶囊、坚硬丸、麦克森胶囊、摩根金虫草胶囊、贝诺尔康胶囊、男根胶囊、迷情香水，迷药等），私处美白皂，私处脱毛膏，私处洗液等

聊天交友论坛类

脱衣裸聊、偷拍、以及利用网络恶意传播他人隐私的信息等；违背正确婚恋观和家庭伦理道德的内容，包括宣扬婚外情、一夜情、换妻等的信息，以及散布色情交易、不正当交友等信息

美容类关键词

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、治、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、提取天然胰岛素、“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

数码产品类关键词

走私、水货、盗版、口岸价、港行等

炒股软件类关键词

荐股、零风险、牛市、牛股、涨停、内幕、内幕信息、内幕交易、内部信息、内部交易等

游戏类关键词

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；包含盛大网络出品的游戏类私服、外挂软件、私服服务器租赁的网站提交的游戏类关键词等

卫星电视类关键词

涉及卫星电视销售、卫星电视安装、卫星电视接收器材、电视锅、卫星锅、小耳朵卫星天线类关键词等

枪支武器、爆炸物类关键词

枪、武器、管制刀具、仿真枪、仿真武器、枪模、爆炸品、爆炸物、雷管、炸药等

窃听、作弊类关键词

窃听、窃像、作弊、破解、反作弊、反监考大师等

兼职、招聘类关键词

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、出售微博粉丝、刷粉丝、微博加 v、投票公司、网络推手、刷票公司、灌水公司、淘宝代刷信誉；

发帖+（赚钱）同时包含

发帖员+（兼职）同时包含

（免费、不要钱）+网卡 同时包含词汇

（不花钱、零资费）+网卡 同时包含词汇

免费+上网卡 同时包含词汇

刷+ (信誉、信用、皇冠) 同时包含词汇

永久+ (免费上网、上网卡) 同时包含词汇

不花钱+上网 同时包含词汇

破解+ (加密、密码)

上网熟练+在家 (兼职)

淘宝+信誉

小姐招聘、房间公主招聘、少爷招聘、当小姐、做小姐、兼职小姐、小姐兼职、夜总会招聘、兼职女、
兼职少妇、招小姐、聘小姐、网络公关公司、上网熟练+在家完成 (兼职)

其他关键词

电鱼机、网络钓鱼、翻转车牌、车牌隐形、车牌隐型等

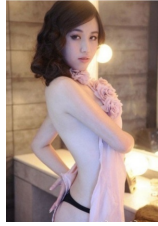
八、广告低俗图形类

1. 图片中不得出现任何露点、暴露、低俗、惊悚内容，姿势动作不得轻浮挑逗、搔首弄姿

男人：上身露点不做限制，下身必须穿着衣服，姿势动作不得挑逗，不能有不雅动作

女人：穿衣服露背可以审核通过，反之拒绝。不可以露胸。重点部位必须有所遮挡或必须穿着内衣，下身必须穿着衣服，不得裸露。

男和女：不可以摆出性姿势，暗示性的动作



2.不得在广告图片上添加隐晦的色情的广告文案

