

《微信公众平台广告审核规范》

目录

一、规范目的	4
二、规范术语	5
2.1 广告主.....	5
2.2 广告实质性变更.....	5
三、审核触发条件	5
3.1 广告内容审核触发条件.....	5
3.1.1 首次内容审核.....	5
3.1.2 重新内容审核.....	6
四、基本审核原则	6
4.1 法律层面的内容审核.....	6

4.2 技术层面的内容审核.....	7
五、限制接入行业	7
5.1 法律禁止投放的行业及内容	8
5.2 微信公众平台广告投放服务禁止投放的行业及内容	13
5.3 微信公众平台广告投放服务需限制广告主及落地页类型才可接入商品、服务	17
六、广告内容审核规范	18
6.1 公众帐号广告主运营内容审核.....	18
6.2 文字广告审核.....	20
6.3 静态图片广告审核.....	24
6.4 动态图片广告审核.....	25
6.5 特殊广告审核.....	26
6.5.1 关注类广告审核.....	26
6.5.2 游戏类 APP 广告审核.....	27

6.5.3 非游戏类 APP 广告审核.....	28
6.5.4 婚恋交友类广告审核.....	28
6.5.5 酒类广告审核.....	29
6.5.6 化妆品广告审核.....	30
6.5.7 普通食品广告审核.....	31
6.5.8 金融类广告审核.....	32
6.6 腾讯公司内容审核.....	32

一、规范目的

为了优化微信广告接入、审核、发布等相关流程及标准，为广告主提供一个公开、明确的平台使用规范，保护广大用户合法权益，维护微信广告平台的合法有序，特制定本规范。本规范作为《微信公众平台广告投放服务协议》一部分，与《微信公众平台广告投放服务协议》具有同等法律效力。本规范自公布之日起生效，腾讯公司有权根据运营需要，随时对本规范进行完善、调整。

二、规范术语

2.1 广告主

指在微信公众平台上自行投放或者委托他人投放广告的个人、法人、其他经济组织。

2.2 广告实质性变更

指广告内容中的标题、图片、文字、推广链接等可能实质性影响具体广告内容的元素发生变更。

三、审核触发条件

3.1 广告内容审核触发条件

3.1.1 首次内容审核

广告主每次提交广告内容时，均应按照本规范对广告内容进行审核。(广告内容包括图片、文字、落地页等全部呈现给用户的内容)

3.1.2 重新内容审核

若经过审核合格过的广告内容，在对外发布之前，广告内容发生实质性变更的，应重新按照本规范对广告内容进行审核。

（若经过审核合格过的广告内容，在对外发布之前，广告内容未发生实质性变更，仅是广告的定向人群、出价、推广计划命名等发生变更的，无需重新按照本规范对广告内容进行审核。）

四、基本审核原则

4.1 法律层面的内容审核

对于广告内容的法律层面的审核，包括：

- （1）禁止性审核：指广告内容和广告涉及的商品或服务不得违背相关的禁止性审核规定，具体参照附件《法律层面内容审核要点列表》。
- （2）符合性审核：指广告内容和广告涉及的商品或服务应符合相关的符合性审核规定，具体参照附件《法律层面内容审核要点列表》。

4.2 技术层面的内容审核

- 1、广告落地页链接能正常打开、安全：广告链接点击后应弹出新页面且能正常稳定地打开，打开速度不得过慢，网站不得带有病毒及木马程序，客户不得擅自修改已被审核通过的广告落地页内容，否则将重新触发审核。
- 2、文字使用规范：广告内容及广告链接一级页面中不得出现中文错别字和英文错误拼写，若借用某字为谐音字，需要在该字上加引号以示区别。除注册商标及企业名称外，不得使用繁体字。
- 3、不得出现干扰性闪烁效果：广告内容不得出现引起用户反感的干扰性闪烁效果。（如背景及文字强亮光效果、强震动效果、图文过快变换等）

五、限制接入行业

以下行业属于法律规定禁止接入，或者微信公众平台广告投放根据产品特点采取禁止、限制接入政策的行业，广告主提交的广告素材中，若含有以下行业以及含有任何有关该行业的商品或服务内容的，腾讯有权要求广告主调整后重新提交，亦有权单方面决定拒绝投放上述素材。

5.1 法律禁止投放的行业及内容

禁止类别	相关说明
文物、文献作品	* 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
毒品类	* 包括各类毒品，易制毒化学品，毒品原料，制毒的书籍
违禁药物	* 包括麻醉药品、精神药品、放射性药品，临床试用、迷幻药、试生产的药品和所有处方药品
票据类	* 包括各类发票、财务票据等 * 包括代开、出售真假发票 * 不具有有效性和流通性的为收藏目的转让的情况除外
股票类	* 个股
政府文件	* 政府颁布的各种证件、文件，如身份证，档案，各类许可证等；
违法集邮票品	* 合法的邮票交换和买卖可以进行 * 不得从事《集邮市场管理办法》第二十一条规定的下列活动：

	<p>(一) 经营伪造、变造的邮资凭证；</p> <p>(二) 经营国家禁止流通的集邮票品；</p> <p>(三) 经营 1949 年 10 月 1 日以后发行的带有“中华民国”字样的集邮票品；</p> <p>(四) 先于发行日期出售邮资凭证；</p> <p>(五) 经营未经邮政行业管理部门批准制作的集邮品；</p> <p>(六) 走私或经营走私进口的其他国家（地区）发行的邮票及其制品；</p> <p>(七) 其他违反国家有关规定的经营活动。</p>
假证、假章服务	* 提供办理虚假证件、私刻公章等非法服务
代考、代写论文	* 顶替参加考试、代写论文等
黄色淫秽商品信息、性服务	* 黄色淫秽商品信息、性服务禁止推广
违法书籍、影视剧类	<p>违法书籍、影视剧类，包括但不限于：</p> <p>* 色情类书籍、影视剧等，尤其是日本明星黄色、色情写真、视频、AV 等</p> <p>* 政治类书籍、影视剧等</p>

	* 含有反动、种族或者宗教歧视或其他法律禁止内容的出版物、文件、资料等
枪支、弹药及其他武器类	* 包括各类枪支、弹药及相关器材，如枪械、枪械仿制品（如仿真枪）、子（炮）弹、消音器、火药、说明书、包装盒等 * 其他武器：弓弩，弹弓，钢珠，铅珠，真机，真弹等
麻醉注射类	* 包括各类麻醉药品、麻醉注射枪等以及相关产品，如说明书，包装盒等
危险物品	* 易燃、易爆品及制造原料 * 有毒、有腐蚀性的化学品及制造原料 * 传烟花爆竹和烟花爆竹燃放装置 * 制造爆炸物的书籍
警用和军用设备	* 包括但不限于监视、监听类设备、警服、警徽、手铐、警灯、警笛、电击器、警用器械等
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（包括机械加工用的三棱刮刀）带有自锁装置的弹簧刀（跳刀）以及其他类似的单刃、双刃、三棱尖刀等
动植物类	* 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

	<p>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>* 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>
博彩类	<p>* 博彩工具：如老虎机等</p> <p>* 博彩产品：六合彩、天线宝宝、足球博彩及各种需要投入现金或通过现金购买的虚拟货币等游戏</p> <p>* 博彩技术：赌术、千术类</p> <p>* 作弊工具：透视眼镜、变牌器、老千工具等</p>
非法所得之物	* 如走私、盗窃或抢劫所得
烟草制品	* 香烟，烟盒、烟标等（电子香烟和戒烟产品除外）
流通人民币	* 正在流通的人民币
人体器官、遗体	* 人类遗体及器官
妨碍国家交通安全秩序的产品	<p>* 如汽车反雷达测速仪，电子狗，汽车隐性喷雾，卷帘式车牌架，雷达干扰器，牌照遮盖设备，交通信号灯 变换器及相关产品</p>
侵犯他人知识产权的商品	* 侵犯商标、专利的商品：各种假冒、山寨产品等

	<ul style="list-style-type: none"> * 侵犯版权的商品：侵权影视剧、综艺节目、软件程序等 * 外挂类软件 * 识别方法：外观或 logo 与知名品牌相同或相似，但价格大幅低于正品市场价
偷逃税款商品	* 带有"水货" "欧水" "港水"等相关字眼的商品
非法接入信号商品	* 电视棒、信号接收器等非法电视信号接收设备
非法套现	* 代理提取公积金、社保等业务
网游私服外挂	* 指未经许可或授权，破坏合法出版、他人享有著作权的互联网游戏作品的技术保护措施、修改作品数据、私自架设服务器、制作游戏充值卡(点卡)，运营或挂接运营合法出版、他人享有著作权的互联网游戏作品，从而谋取利益、侵害他人利益。常见于侵权销售其他厂商游戏装备、冒充其他游戏官网等。
非法网络公关	* 网络水军、网络推手、灌水公司、删帖公司、投票公司、危机公关、软文营销等，禁止推广。
间谍器材	<ul style="list-style-type: none"> * 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 专用间谍器材和业务。
代孕、试药、胎儿性别鉴定服务	* 代孕、试药、胎儿性别鉴定服务禁止推广。

侵犯他人合法权益的商品	<ul style="list-style-type: none"> * 偷电、非法节电等商品 * 蹭网卡、蹭网器、拨号器等
侵权、诈骗类网站	<ul style="list-style-type: none"> * 侵权网站：主要经营侵权产品的网站，比如盗版影视剧网站 * 诈骗网站：模仿、冒充他方官网的钓鱼类网站
禁止性疾病	<ul style="list-style-type: none"> * 不得宣传国家禁止宣传的疾病：尖锐湿疣、梅毒、淋病、软下疳、牛皮癣（或银屑病）、艾滋病、癌症（或恶性肿瘤）、癫痫、乙型肝炎、白癜风、红斑狼疮、糖尿病 * 广告中也不得出现上述疾病的专业性术语，如乙型肝炎的专业术语，包括 HBV、大三阳、小三阳转阴、两对半等等
其他任何违反法规的商品	

5.2 微信公众平台广告投放服务禁止投放的行业及内容

行业/产品	说明
医疗行业以及医	1、医疗机构、医疗器械、疾病治疗、医疗美容、男科妇科等所有医疗相关的类目

疗周边行业	2、血压计
药品	药品信息、药品交易、药品生产研发
特殊功能产品	具有脱毛、丰胸、壮阳、增高功能的产品（包括但不限于外用药品、化妆品、食品以及具有前述功能的器械、工具、物品等）
特殊用途化妆品	祛痘、育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、去疤、防晒功能的化妆品
保健食品	美容、减肥、抗疲劳、补充维生素康物质等声称具有保健功能的食品
美容、瘦身机构	美容减肥机构及相关行业
成人用品	伟哥、调情、性用品、性玩具、避孕套、性保健、万艾可、成人用品、情趣内衣等
金融类目	1、P2P 网贷、期货、外汇、典当、无明确许可的金融衍生品、非银行官方或银行官方授权的推广公司自行投放信用卡申办及贷款、炒股软件等 2、私募基金
婚恋交友	视频交友及非实名认证的婚恋交友平台
商务服务部分类	私家侦探、拍卖、会计审计、公关、调查等

目	
变相彩票类	* 指让用户投入较小数额的金钱，通过随机抽取等方式，可以获得远远高于投入价值的商品或服务的类似博彩的商品、服务
烟具	戒烟产品、烟嘴、烟袋、烟具等
女性文胸内衣	
海外产子类	海外产子医疗服务，海外产子月子中心，海外产子签证服务等
网络语音通信类	网络语音电话类，包括但不限于以纯语音、视频+语音等任何方式的网络电话（VOIP 电话），如 kc 电话、阿里通网络电话，skype 网络电话等。同时，广告素材中禁止声称能通过某款软件或应用等任何方式实现网络通话，比如“微信打电话、用 QQ 打电话等”描述
社交类	IM 类产品限制
自媒体	服装搭配、生活技巧、情感咨询、成功励志、男女性别名称（如：女人的事、魅力男人）、搞笑段子，等无实质性行业推广内容的微信公众号
域名、E - mail	含有域名、E-mail 地址广告素材内容禁止投放

地址	
无线电台(站)类	含有推广无线广播电台内容的广告素材以及相关链接禁止投放
邮局包裹单与 EMS 专递单	含有邮局包裹单与 EMS 专递单内容的广告素材禁止投放
微信第三方服务	<p>为微信公众平台或微信提供第三方服务的广告主中，以下三类广告素材及推广内容禁止投放：</p> <p>一、广告主产品名称借用微信品牌</p> <p>非腾讯官方产品，产品名称、推广素材以及外链中含有‘微信’、‘WeChat’等、相近似（例如 wecha 等）的字样。</p> <p>二、素材内容以及外链内容违反《微信公众平台运营规范》，间接影响微信品牌，包括但不限于以下行为：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 误导和暗示微信表示认可其质量、服务或与其存在合作关系，而与实际不符，如微信官方推荐，微信战略伙伴等。 2. 推广僵尸粉刷粉、附近的人打招呼、漂流瓶、摇一摇广告等营销行为。 3. 以虚拟或实物奖励方式诱导或强制用户将广告分享到朋友圈的广告内容。 <p>三、第三方服务技术平台内容</p>

5.3 微信公众平台广告投放服务需限制广告主及落地页类型才可接入商品、服务

微信公众平台广告投放服务可投放，但需限制广告主及落地页类型	
行业/产品	说明
电商平台	<p>*综合类：仅支持京东、易讯、拍拍、苏宁、国美、新蛋、卓越亚马逊、当当、一号店等大型综合型电商及其支持的第三方店铺投放</p> <p>*移动端：仅支持微信小店、有赞商城技术支持商家、口袋购物技术支持商家及如上所提到的大型电商技术支持的商家</p> <p>*垂直电商广告主请选择所对应的行业，提供相应行业资质进行申请，如服饰商家选择“服饰”行业</p>
网络游戏	仅接受已经在苹果商店、腾讯开放平台/应用宝上架的游戏产品推广
手机充值服务	<p>* 手机充值卡（及其招商加盟）在线手机充值不支持准入</p> <p>* 拍拍、财付通、京东官方充值频道除外</p>
3C类	<p>仅支持以下 3C 类广告主准入：</p> <p>*电商平台：京东、易讯、拍拍、苏宁、国美、新蛋、卓越亚马逊、当当、一号店、买卖宝、美团、糯米、团 800、聚美优</p>

	<p>品、凡客诚品、唯品会、麦网（麦考林）（包括 3C 为主要类目的电商平台和目前存在 3C 分类的电商平台）</p> <p>*线下品牌：经公众帐号认证，拥有品牌商标权或授权的 3C 品牌广告主，如佳能、三星、小米等。</p>
手表\鞋\箱包	<p>仅支持以下手表\鞋\箱包类广告主准入：</p> <p>*电商平台：京东、易讯、拍拍、苏宁、国美、新蛋、卓越亚马逊、当当、一号店、买卖宝、美团、糯米、团 800、聚美优品、凡客诚品、唯品会、麦网（麦考林）（包括手表\鞋\箱包为主要类目的电商平台和目前存在手表\鞋\箱包分类的电商平台）</p> <p>*线下品牌：经公众帐号认证，拥有品牌商标权或授权的手表\鞋\箱包品牌广告主。</p>

六、广告内容审核规范

6.1 公众帐号广告主运营内容审核

为维持微信广告良好生态，除广告投放内容素材外，广告主的微信公众帐号内容特做以下审核：

1、广告主公众帐号申请广告投放必要条件：订阅号运营时间需 3 个月及以上，且需达到 50 条历史运营消息及以上，服务号需至少有 2 条历史运营消息及以上。

2、审核内容包括但不限于公众帐号名称、头像、公众帐号介绍页的功能介绍部分、关注帐号自动下发的消息内容、菜单名称及内容、历史消息内容、社区运营内容，均需符合以下规范：

- (1) 头像不得使用与公众帐号运营无关的美女图，不得为无任何设计的纯宋体字或微软雅黑等字体；如使用人物头像图，需提供人物形象授权；
- (2) 运营内容不得涉及暴力、低俗色情等严重违法违规项，具体参照附件《法律层面内容审核要点列表》；
- (3) 公众帐号内不得出现微信营销行为，如帐号互推、添加个人微信、朋友圈营销；
- (4) 公众账号所下发的图文消息不得带有模仿微信广告的非官方广告行为；
- (5) 公众帐号运营内容需与公众帐号关注页功能介绍内容相关；
- (6) 不得利用社区来发布违规内容；

6.2 文字广告审核

1、若广告中含有文字广告内容的，则文字广告内容应满足以下条件：

- (1) 禁止在标题与说明描述中出现 URL；
- (2) 禁止广告标题与广告说明描述内容不完全一致；
- (3) 广告标题及描述符合逻辑，句式、词组通顺，文字忌过于简洁而推广主题不明确；
- (4) 非某品牌正品不得在广告文案素材、落地页文案素材中使用该品牌商标字样、产品型号等能够引起用户混同误会内容；
- (5) 使用标准的简化汉字，禁止提交繁体字，用普通话撰写广告标题描述；
- (6) 广告内容中不得出现中文错别字和英文错误拼写，若借用某字为谐音字，需要在该字上加引号以示区别。除注册商标及企业名称外，不得使用繁体字；
- (7) 使用规范字体或规则字体，禁用彩云提，娃娃体等非主流异性字体，及外发光效果；
- (8) 不得使用产生歧义的词语、语句；

如以下广告，实际为售房中介平台广告

数字序号	i ii iii iv v vi vii viii ix x
	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20.
	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20)
	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ €
	(一) (二) (三) (四) (五) (六) (七) (八) (九) (十)
日文字符	<p>あ あい いう ええ おお か が き ぎ く ぐ け げ こ ご さ ざ し じ す ず せ ぜ そ ぞ た だ ち ぢ っ つ づ て</p> <p>で と ど な に ぬ ね の は ば び び び ふ ぶ ぶ へ べ ぺ ほ ぼ ぼ ま み む め も や や ゆ ゆ よ よ ら り る れ</p> <p>ろ わ わ ゐ ゑ を ん ァ ァ イ イ ウ ウ エ エ オ オ カ ガ キ ギ ク グ ケ ケ コ ゴ サ ザ シ ジ ス ズ セ ゼ ソ ゾ タ</p> <p>ダ チ チ ッ ツ ヅ テ デ ト ド ナ ニ ヌ ネ ノ ハ バ パ ヒ ビ ピ フ ブ プ ヘ ベ ペ ホ ボ ポ マ ミ ム メ モ ヤ ャ ユ</p> <p>ユ ヨ ョ ラ リ ル レ ロ ヲ ワ キ エ ラ ン ヴ カ ケ</p>
其他特殊字符	Γ Δ Θ Λ Ξ Ο Π Σ Φ Ψ Ω
	ˆ ˘ ˙ ˚ ˛ ˜ ˝ ˞ ˟ ˠ ˡ ˢ ˣ ˤ ˥ ˦ ˧ ˨ ˩ ˪ ˫ ˬ ˭ ˮ ˯ ˰ ˱ ˲ ˳ ˴ ˵ ˶ ˷ ˸ ˹ ˺ ˻ ˼ ˽ ˾ ˿
	Б Г Д Ё Ж З И Й Л П Ф Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я а б в г д е ё ж з и й к л п ц ч ш щ э ю я ®

2、文字广告落地页网址应满足以下条件：

- (1) 广告落地页网址能正常打开、安全：广告链接点击后应弹出新页面且能正常稳定地打开，打开速度不得过慢，网站不得带有病毒及木马程序，客户不得擅自修改已被审核通过的广告落地页内容，否则将重新触发审核；
- (2) 目标网址不能连接到电子邮件或其他需用第三方软件打开的文件；
- (3) 广告落地页类型包括微信图文推广页、H5 页面、提示关注页、APP 下载页；
- (4) 显示网址中不得包含非域名类的其他汉字或符号，不得在显示网址中插入广告宣传文字；
- (5) 广告落地页投放内容和文字广告有良好的相关性；
- (6) 广告落地页不得出现注册预订页，比如：



6.3 静态图片广告审核

1、若广告中含有静态图片广告内容的，则静态图片广告内容应满足以下条件：

- (1) 图片满格：广告必须占据选择的图片尺寸的整个空间；
- (2) 广告正立：广告不得翻转或倒立显示；
- (3) 图片完整：广告不得进行切分，不得在广告中包含其自身的多个副本，也不得以其他方式显示为多个广告；
- (4) 图片广告素材禁止出现素材图片上无文字的情况；
- (5) 无法通过图片看出要宣传什么产品或服务；

(6) 特别影响视觉的素材不能通过，包括但不限于以下情形：

- * 图片模糊、变形；
- * 只考虑吸引用户眼球，以突出的颜色、元素搭配，例如颜色对比强烈的超大字体，亮度或饱和度异常，文字或符号墙等；
- * 宣导消极、丑陋的元素，尽量在感官上保证舒适的感官体验；
- * 图片上的文字不得以无任何设计的纯宋体字或微软雅黑等字体出现，文字与背景颜色搭配需协调一致，色差不能过大或颜色过亮；

(8) 禁止诱骗点击：

- * 广告不得伪装为系统或网站警告；
- * 广告不得模仿或仿照 Windows、Mac 或 Unix 对话框、错误消息等；
- * 不允许在素材中增加点击跳转地址；

2、静态图片广告落地页应满足条件同文字广告审核相关规定。

6.4 动态图片广告审核

若广告中含有动画广告内容的，则动画广告内容应满足以下条件：

(1) 所有静态图片规范全部适用于动画广告。

(2) 关于gif格式的素材：

- * 每帧广告素材之间存在一定的关联性，避免素材创意差异造成推广主题的争议。
- * 每一帧清晰可见，避免出现色差太大、闪动频率过大而导致广告内容不清晰可见。
- * 总播放时长限制 10 秒以内，超过部分时间系统自动截断。
- * 允许循环播放，但在总播放时长在 10 秒以内。
- * 每帧素材的播放频度，大于 1 秒，小于 3 秒。

(3) 不得使用虚假图标：广告中可以包含模仿动画图标或功能（如按钮图片），前提是这些按钮的功能是可实现的，不得使用虚假按钮图标。

6.5 特殊广告审核

6.5.1 关注类广告审核

- 1、关注卡片描述不得通过低俗、虚假有奖等违规文案进行诱导关注，如关注有奖、关注送 XX、美女等你来。
- 2、关注卡片描述不得以简单形式文案进行描述，如快关注！、立即关注、求关注、有奖等。

3、关注卡片描述不得与公众账号内实际运营内容、广告主开户主营行业、广告落地页内容完全无关联。

6.5.2 游戏类 APP 广告审核

1、中奖、促销类审核：如果广告素材中涉及中奖、领取红包等信息，需要是用户点击广告素材图后能马上领的，且这类型的促销广告需提前通过邮件申请报备，否则不予审核通过：

(1) 促销类广告包含但不限于以下几种：赠送游戏内部货币（元宝，铜币，黄金等），赠送道具，赠送新手礼包，赠送实物礼品，在线奖励等。

(2) 申请邮件报备需要以下几个核心要素：广告图片，游戏中具体赠送界面截图。

2、广告素材不得含有不真实场景，素材场景需和游戏有关联性；

(1) CS 类素材:暂且只有战争类游戏或 FPS 类游戏有此游戏场景；

(2) 端游或其他知名端游素材，原创素材可参与测试，后续需提供相关数据证明效果，广告效果良好，即可申请备案通过；

(3) 不同终端的广告素材不可以混用，必须一一对应，如端游必须使用端游对应的素材；

(3) 游戏场景中如带有与游戏属性不相符的现代元素，如武侠类页游中带有枪支现代武器领取，页游中带有捕鱼，猜词，猜谜语，下棋等小游戏环节，相关素材需提前通过报备流程备案，备案内容包括：素材截图；游戏场景原画截图；APP 名称+APPID；

- 3、广告不允许模仿电脑系统消息如（视频键，下拉键，下滑键），电话模式（如 iphone 系统界面）；
- 4、广告素材不允许出现表达不明晰的内容，包括但不限于以下内容：
 - （1）广告素材必须在显著位置标明推广游戏 APP 的 logo 或名称，不允许将 logo 或名称拆分以及淡化，以及使用其他应用 logo 或名称导致混淆；
- 5、广告素材不得含有任何他方的推广信息，包括但不限于其他公司或产品的 logo、邮箱、链接等；
- 6、不允许盗用其他品牌游戏图片做素材使用，如切水果，植物大战僵尸，愤怒的小鸟；

6.5.3 非游戏类 APP 广告审核

- 1、禁止为了使用和 APP 内容不相关的广告素材而刻意在应用内添加和素材相关的内容。如：APP 内主要是推广化妆品，但是为了使用盘发素材，而刻意在 APP 内增加一个盘发的模块。示例：
- 2、非游戏 APP 广告素材，在 APP 应用页面的第一屏必须找到对应商品信息，不允许落地页包含其他违禁类目以及商品。

6.5.4 婚恋交友类广告审核

- 1、定向人群：该类广告的投放对象必须定向到 18 岁以上的年龄段人群。

- 2、需为实名制交友。
- 3、广告素材不得使用真实人像拼接，且人像必须是平台所注册的真实用户。

6.5.5 酒类广告审核

- 1、定向人群：该类广告的投放对象必须定向到 18 岁以上的年龄段人群。
- 2、广告中禁止出现下列内容：
 - (1) 鼓动、倡导、引诱人们饮酒或者宣传无节制饮酒。
 - (2) 使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。
 - (3) 饮酒的动作、画面、镜头，以及不科学的明示和暗示。
 - (4) 使用未成年人的形象，含卡通形象。
 - (5) 表现驾驶车、船、飞机等具有潜在危险的活动。
 - (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) 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。

(8) 关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果。

6.5.6 化妆品广告审核

广告中禁止出现下列内容：

(1) 化妆品名称、制法、成分、效果或者性能有虚假夸大的。

(2) 使用他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效果的。

(3) 宣传医疗作用或者使用医疗术语的。

(4) 涉及化妆品性能或者功能、销量等数据。

6.5.7 普通食品广告审核

- 1、禁止出现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食品的治疗作用；
- 2、不得明示或者暗示可以替代母乳，使用哺乳妇女和婴儿的形象；
- 3、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；
- 4、普通食品广告不得宣传保健功能，或借助宣传某些成分的作用明示或暗示保健功能，并不得宣传含有新资源食品中的成分或者特殊营养成分；
- 5、新资源食品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。
- 6、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。
- 7、天然粉粉类食品禁止推广，包括但不限于以下类型：将食材或药材通过高温烘干直接打碎，制成的入口类粉末状商品，描述中带有功效类的粉末状商品。

天然粉粉					
野葛粉	山药粉	芦荟粉	玫瑰粉	肉桂粉	杏仁粉
木瓜粉	竹盐粉	白芷粉	黑米粉	三白汤	苦瓜粉
椰子粉	啤酒酵母粉	雷公根粉	糙米粉	白芨粉	黄豆粉
珍珠粉	绿茶粉	红枣粉	三七粉	冬瓜仁粉	洋车前子粉
薏仁粉	绿豆粉	百合粉	桑叶粉	南瓜粉	海带粉
可可粉	荷叶粉	龟苓膏粉	白术粉	黑豆粉	柠檬粉
魔芋粉	茶粉	桃花粉	西红柿粉	荞麦粉	海藻粉
茯苓粉	红豆粉	谷芽粉	白芍粉	益母草粉	其他粉粉食品
紫罗兰粉	首乌粉	石榴粉	甲壳素粉	抹茶粉	紫草粉
灵芝粉	葛根粉	粉粉组合装			

6.5.8 金融类广告审核

- 1、禁止在广告中宣传个股或标注股票代码。
- 2、发布股票、基金广告应在显著位置标注“股市有风险，投资者须慎重入市”等忠告语。

6.6 腾讯公司内容审核

- 1、除广告主和腾讯公司有特别合作并有书面合作协议之外，广告内容不得：

- (1) 在标题与说明描述中出现 QQ 号码；
 - (2) 包含与腾讯公司任何产品的名称、LOGO、界面设计、产品形态等相同、相似的广告素材，从而让用户误认为广告中推广的商品或服务与腾讯公司有任何关联性；
 - (3) 模仿 QQ 软件的元素：，包括但不限于 QQ 客户端程序主界面、图标、按钮、头像、“添加您为好友”、“邀请您视频”、“系统消息”、“系统管理员”、“system”、“10000”、“admin” 及风格、底色等；
 - (4) 模仿腾讯公司产品的任何消息形式（如消息弹窗模式）；
 - (5) 使用腾讯公司相关产品的元素做广告素材，如 Q 币，Q 点；
 - (6) 在广告素材中模仿腾讯公司其他任何产品或使用任何素材，使用户误认为广告中推广的商品或服务与腾讯公司有任何关联性；
 - (7) 模仿系统消息类奖励类素材，包括但不限于“您有未领取礼包”或“您有 XXX”等；
- 2、不得出现“腾讯推荐”、“腾讯热荐”等带有腾讯推荐的标签。
- 3、遵守腾讯开放平台、微信公众平台其他相关的管理规范、规则等。

附件：《法律层面内容审核要点列表》

法律层面内容审核要点列表				
序号	审核分类	审核要点	审核要点说明	典型案例列举
1	禁止性审核要点	不得含有违法内容	<p>不得含有以下违法内容：</p> <p>1) 危害国家安全，泄露国家秘密，煽动颠覆国家政权，破坏国家统一；</p> <p>2) 损害国家的荣誉和利益；煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结；</p> <p>3) 破坏国家宗教政策，宣扬邪教，宣扬封建迷信；</p> <p>4) 散布谣言，编造和传播假新闻，扰乱社会秩序，破坏社会稳定；</p> <p>5) 妨碍社会安定和危害人身财产安全，损害社会公共</p>	<p>* 不得出现低俗流行语、脏话，痞话及相关文案、图片，如求包养，屌丝，小秘，二奶，推倒，傻逼，SB,=, 艳遇, 草泥马等；</p> <p>* 禁止带有政治、军事、宗教迷信以及相关文案、图片</p> <p>* 不得出现法规禁止的各类邪教或宗教内容（如法轮功）</p>

			<p>利益；</p> <p>6) 妨碍社会公共秩序，违背社会良好风尚；妨碍环境和自然资源保护；</p> <p>7) 含有民族、种族、宗教、性别歧视等内容的广告</p> <p>8) 含有其他违法违规内容的情况。</p>	
2		禁止使用国旗、国徽和国歌		
3		禁止使用党和政府、人大、政协、审判机关、检察机关、军队、武警、其他国家机关及国家机关工作人员的名义	禁止使用党和政府、人大、政协、审判机关、检察机关、军队、武警、其他国家机关及国家机关工作人员的名义。	

		名义		
		禁止以新闻报道形式做广告	禁止以新闻报道的名义，实质进行的是商品或服务广告宣传的广告形式	
4		禁止出现最高级或类似国家级、世界级等词汇	禁止使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等词语。 * 包括“至尊”“首选”等类似最高级的词汇	

		<p>禁止使用含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力、丑恶等内容的词语</p>	<p>淫秽、色情信息是指在整体上宣扬淫秽行为，具有下列内容之一：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 挑动人们性欲，导致普通人腐化、堕落而又没有艺术或科学价值的等信息内容，包括：淫褻性地具体描写性行为、性交及其心理感受；宣扬色情淫荡形象；淫褻性地描述或者传授性技巧； 2) 具体描写乱伦、强奸及其他性犯罪的手段、过程或者细节，可能诱发犯罪的； 3) 具体描写少年儿童性行为； 4) 淫褻性地具体描写同性恋的性行为或者其他性变态行为，以及具体描写与性变态有关的暴力、虐待、侮辱行为； 5) 其他令普通人不能容忍的对性行为淫褻性描写； 	
--	--	---	--	--

			<p>6) 男女露点、仅穿内衣或与性爱相关的图片一律视为色情图片,人体艺术、人体摄影或彩绘等视为涉嫌色情;</p> <p>7) 具有性暗示、性诱惑、性挑逗的图片亦视为涉嫌色情。</p>	
5		禁止损害未成年人和残疾人的身心健康		
6		不得损害第三方利益	<p>1) 广告内容及广告链接一级页面需正面宣传客户自身;</p> <p>2) 不得和第三方进行对比或有意抵毁第三方主体的形象及声誉,不得贬低其他生产经营者的商品或服务。</p>	<p>* XX 公司一切价格均低于××网站</p> <p>*XX 与 XX 产品相比哪个好</p>

7		<p>不得含有虚假和夸大事实的内容，不得欺骗和误导消费者</p>	<p>1) 广告内容及广告链接一级页面中不得对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。</p> <p>2) 不得在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产地，对商品质量作引人误解的虚假表示。</p> <p>3) 广告内容与广告链接一级页面的内容应对应统一(如广告内容中出现“送 XX 元现金大礼”，“送 XX 礼品”，“送 XX 旅游”等信息，广告链接一级页面中也要体现相关信息)。</p> <p>4) 若广告内容及广告链接一级页面中出现评奖、评比或排名等信息(如“销量第 XX”、“市场占有率第 XX”、“荣获 XX 年 XX 单位评选的 XX 大奖”)，需要客户提</p>	<p>* XX 天保证获利 XX 元</p> <p>* XX 天见效</p> <p>* 1 个月提高 50 分</p> <p>* 100%纯天然”</p>
---	--	----------------------------------	---	---

			<p>供有效的相关情况属实证明后方可发布广告。</p> <p>6) 广告内容不得出现带有欺骗用户点击行为的虚假功能按钮(如“关闭”、“放大”、“缩小”按钮等)。</p> <p>7) 广告内容不得出现虚假倒计时</p>	
8		<p>不得假冒他人的注册商标、或进行使自己商品与其他知名商品造成混淆的行为</p>	<p>广告内容及广告链接一级页面中不得出现一下内容：</p> <p>1) 假冒他人的注册商标；</p> <p>2) 擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品。</p>	
9		<p>广告内容及广告链接一级页面中不得出现“国家免检产品”</p>	<p>广告内容及广告链接一级页面中不得出现“国家免检产品”字样。</p>	

		不得出现人民币场景和与人民币相关的信息		
		不能出现“特供”、“专供”等相关词汇		
12	符合性审核要点	合法性要求	广告内容应当有利于人民的身心健康，促进商品和服务质量的提高，保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益。	
13		广告内容应清楚、明白、可辨别	1) 广告内容应具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。	

			<p>2) 广告内容及广告链接一级页面中对商品的性能、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, 应清楚、明白。</p> <p>3) 广告内容中表明推销商品、提供服务附带赠送礼品的, 应标明赠送的品种和数量。</p>	
14		相关文献资料应标明出处	广告内容及广告链接一级页面中使用数据、统计资料、调查结果、文摘或引用语等, 应真实准确并表明出处。	
15		广告中涉及的专利情况应真实、有效	<p>1) 广告内容及广告链接一级页面中涉及专利产品或专利方法的, 应标明专利号和专利种类。</p> <p>2) 未取得专利权不得谎称取得专利权。</p> <p>3) 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。</p>	

<p>16</p>		<p>使用他人有权的舞台形象、肖像、姓名、名称或相关的影视作品等时，应提供相应的有效授权书</p>	<p>1) 广告内容及广告链接一级页面中使用他人有权的舞台形象、肖像、姓名、名称、影视作品等，应当事先取得他人的书面同意，并提供相应的有效授权书；</p> <p>2) 使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人有权的舞台形象、肖像、姓名、名称等，应当事先取得其监护人的书面同意，并提供相应的有效授权书。</p>	
<p>17</p>		<p>抽奖式的有奖销售，最高奖的金额不得超过人民币5000元。</p>	<p>包括各种变相超过5千元的奖品的形式，比如，将汽车的使用权作为奖品。</p>	