

互联网广告排查参照表

所有网站都应当遵守的广告规范	特殊行业	特殊行业网站禁止的广告内容
<p>(一) 制作的网站中带有医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，应当提供审查通过证明材料。</p> <p>(二) 制作的网站内容中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。禁止带有虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者。</p> <p>(三) 广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，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。</p> <p>(四) 网站广告内容不得有下列情形：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽； 2. 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. 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语； 4. 使用“驰名商标”字样。 5. 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密； 6. 妨碍社会安定，损害社会公共利益； 7. 危害人身、财产安全，泄露个人隐私； 8. 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚； 9. 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容； 	<p>医疗、药品、医疗器械、保健品类</p>	<p>(一) 禁止制作和发布带有处方药内容的网站。</p> <p>(二) 网站中的广告不得含有：麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法。</p> <p>(三) 医疗、药品、医疗器械网站中广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 表示功效、安全性的断言或者保证； 2. 说明治愈率或者有效率； 3. 与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较； 4. 利用广告代言人作推荐、证明； 5. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。 <p>药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“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明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。</p> <p>(四) 制作的网站内容中除医疗、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。</p> <p>(五) 保健食品类网站中的广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 表示功效、安全性的断言或者保证； 2. 涉及疾病预防、治疗功能； 3. 声称或者暗示广告商品为保障健康所必需； 4. 与药品、其他保健食品进行比较； 5. 利用广告代言人作推荐、证明； 6. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。 <p>(六) 制作的网站内容中不得以介绍健康、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。</p>

互联网广告排查参照表

<p>10. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；</p> <p>11. 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>12. 损害未成年人和残疾人的身心健康。</p> <p>13. 法律、行政法规规定禁止的其他情形。</p> <p>(五) 网站中的广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。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。</p>	<p>教育培训类</p>	<p>制作的网站中带有教育、培训广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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； 2. 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； 3. 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。
<p>(六) 网站中的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。</p> <p>未取得专利权的，不得在广告中 谎称取得专利权。</p> <p>禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。</p> <p>(七) 网站中的广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。</p> <p>(八) 网站中的广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。</p> <p>(九) 网站页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。 不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。</p>	<p>农、林、牧副、渔及其农药、饲料类</p>	<p>(一)制作的网站中带有农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 表示功效、安全性的断言或者保证； 2. 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； 3. 说明有效率； 4. 违反安全使用规程的文字、语言或者画面； 5. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。 <p>(二)制作的网站中带有农作物种子、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：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 作科学上无法验证的断言； 2. 表示功效的断言或者保证； 3. 对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺； 4. 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。
<p>(十) 制作的网站中禁止带有以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。广告有下列情形之一的，为虚假广告：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品或者服务不存在的； 2. 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， 	<p>烟、酒、食品类</p>	<p>烟草</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告； 2. 禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容； 3. 烟草制品生产者或者销售者发布的迁址、更名、招聘等启事中，不得含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

互联网广告排查参照表

<p>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情况不符，对购买行为有实质性影响的；</p> <p>3. 使用虚构、伪造或者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的；</p> <p>4. 虚构使用商品或者接受服务的效果的；</p> <p>5. 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。</p> <p>(十一) 在广告中使用他人名义或者形象的，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。</p> <p>(十二) 《广告法》、《互联网广告管理暂行办法》、等法律禁止的广告内容。</p>		酒	<ol style="list-style-type: none"> 1. 诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒； 2. 出现饮酒的动作； 3. 表现驾驶车、船、飞机等活动； 4. 明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。
		食品	制作的网站中禁止发布声称全部或者部分 替代母乳 的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。
	招商、投资类	<p>制作的网站中带有招商等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：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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； 2. 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。 <p>所有招商/加盟/投资类均需添加“招商/加盟/投资有风险，投资需谨慎”</p>	
房地产信息类	<p>制作的网站中带有房地产广告，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：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 升值或者投资回报的承诺； 2. 以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置； 3. 违反国家有关价格管理的规定； 4. 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。 		
针对未成年人	<p>(一) 不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布广告，但公益广告除外。</p> <p>(二) 针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：</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。 		

互联网广告排查参照表

属于禁用类词汇列举（本部分词汇仅供参考）请认真核查，谨慎处理。

与“最”有关：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、最高档、最奢侈、最低、最低级、最低价、最底、最便宜、时尚最低价、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、最先进加工工艺、最先享受、最后、最后一波、最新、最新科技、最新科学。

与“一”有关：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、TOP.1、独一无二、全国第一、一流、一天、仅此一次（一款）、最后一波、全国 X 大品牌之一。

与“级/极”有关：国家级、国家级产品、全球级、宇宙级、世界级、顶级（顶尖/尖端）、顶级工艺、顶级享受、高级、极品、极佳（绝佳/绝对）、终极、极致。

与“首/家/国”有关：首个、首选、独家、独家配方、首发、全网首发、全国首发、XX 网独家、首次、首款、全国销量冠军、国家级产品、国家（国家免检）、国家领导人、填补国内空白、中国驰名（驰名商标）、国际品质。

与品牌有关：大牌、金牌、名牌、王牌、领袖品牌、世界领先、（遥遥）领先、领导者、缔造者、创领品牌、领先上市、巨星、著名、掌门人、至尊、巅峰、奢侈、优秀、资深、领袖、之王、王者、冠军。

与虚假有关：史无前例、前无古人、永久、万能、祖传、特效、无敌、纯天然、100%、高档、正品、真皮、超赚、精准。

与权威有关：老字号、驰名、特供、专供、专家推荐、质量免检、无需国家质量检测、免抽检、国家 XX 领导人推荐、国家 XX 机关推荐、使用人民币图样（央行批准除外）。

与欺诈有关：涉嫌欺诈消费者——点击领奖、恭喜获奖、全民免单、点击有惊喜、点击获取、点击转身、点击试穿、点击翻转、领取奖品；涉嫌诱导消费者——秒杀、抢爆、再不抢就没了、不会更便宜了、没有他就 XX、错过就没机会了、万人疯抢、全民疯抢/抢购、卖/抢疯了。

与时间有关：限时必须具体时间——今日、今天、几天几夜、倒计时、趁现在、就、仅限、周末、周年庆、特惠趴、购物大趴、闪购、品牌团、精品团、单品团（必须有活动日期）；严禁使用——随时结束、随时涨价、马上降价。

迷信词汇：带来好运气，增强第六感、化解小人、增加事业运、招财进宝、健康富贵、提升运气、有助事业、护身、平衡正负能量、消除精神压力、调和气压、逢凶化吉、时来运转、万事亨通、旺人、旺财、助吉避凶、转富招福等。

化妆品虚假词汇用语：特效；高效；全效；强效；速效；速白；一洗白；XX 天见效；XX 周期见效；超强；激活；全方位；全面；安全；无毒；溶脂、吸脂、燃烧脂肪；瘦身；瘦脸；瘦腿；减肥；延年益寿；提高（保护）记忆力；提高肌肤抗刺激；消除；清除；化解死细胞；去（祛）除皱纹；平皱；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（阻碍）黑色素的形成；丰乳、丰胸、使乳房丰满、预防乳房松弛下垂（美乳、健美类化妆品除外）；改善（促进）睡眠；舒眠等。