

审核规范课程系列

创意通关秘笈--创意审核通用规则



腾讯社交广告
Tencent Social Ads

什么是广告审核？



魏则西事件- 维基百科，自由的百科全书

<https://zh.wikipedia.org/zh-cn/魏则西事件> ▼

魏则西事件是2016年4月至5月間發生在中國的一起牽涉醫療詐欺廣告及網路搜尋服務公司未盡企業社會責任的社会事件。受害者魏则西及其家人因在百度推荐的武警 ...

魏则西事件_互动百科

www.baike.com/wiki/魏则西事件 ▼

魏则西事件是指2016年4月至5月初在互联网引发网民关注的一起医疗相关事件。2016年4月12日，西安电子科技大学21岁学生魏则西因滑膜肉瘤病逝。他去世前在知 ...

观察：魏则西之死怪谁？ - BBC 中文网 - BBC.com

www.bbc.com/zhongwen/simp/china/2016/05/160503_ana_weizexi_responsibility ▼

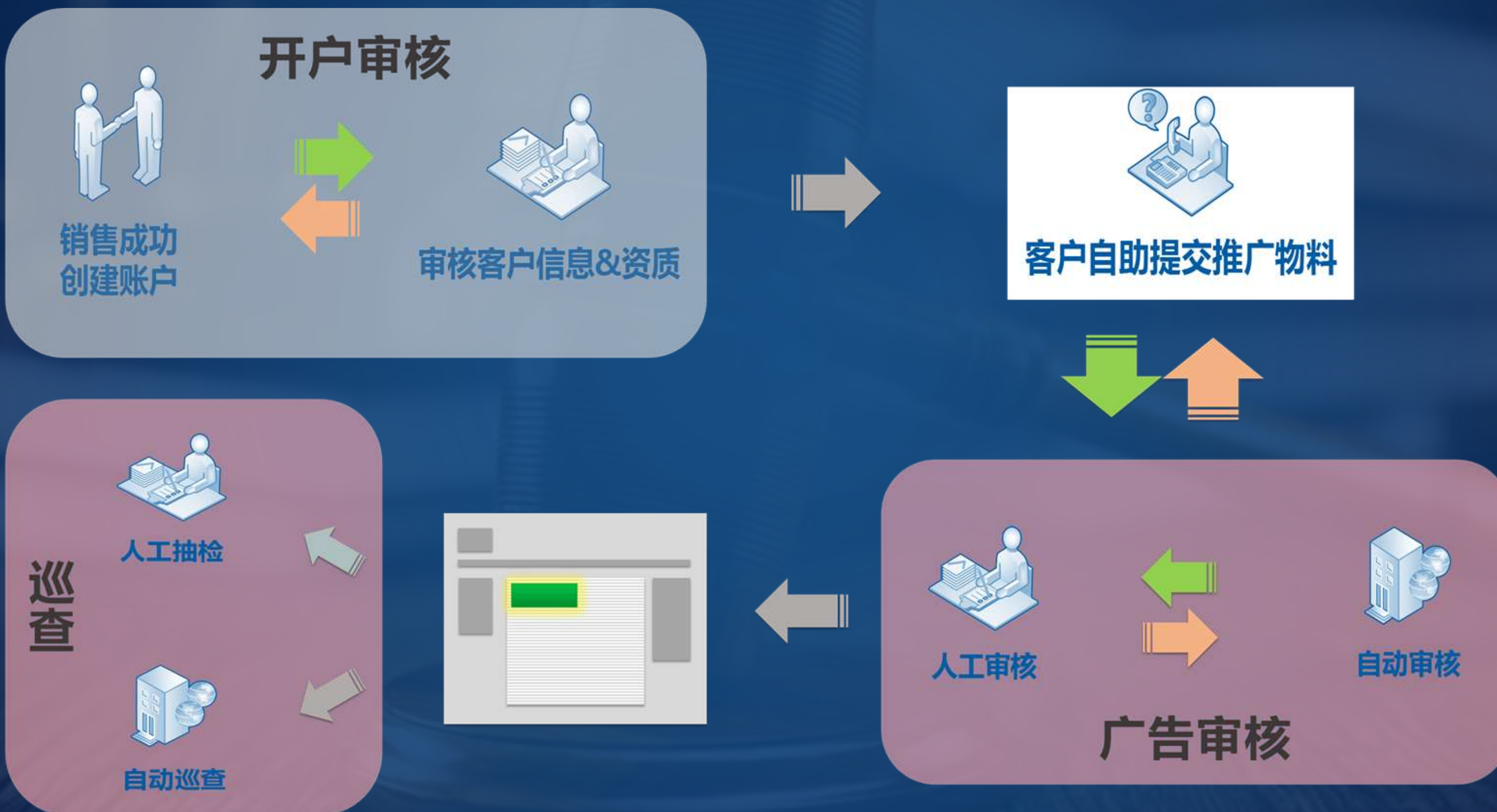
2016年5月3日 - 魏则西之死在中国民众中引起的反响可以理解。病人死在医院里，... 从主治医师到麻醉师到护士篡改销毁治疗记录的恶性事件也不止一次的发生。

魏则西之死：广告竞价和莆田系争议 - BBC 中文网 - BBC.com

www.bbc.com/zhongwen/simp/china/.../160502_china_hospital_search_engine_baidu ▼

2016年5月2日 - 魏则西事件”受到网民广泛关注。新华视点官方微博消息，... 对此事件及互联网企业依法经营事项进行调查并依法处理。

什么是广告审核？



审核规则来源于哪里？



※ 请通过官网或关注公众号“腾讯社交广告服务平台”等途径获取审核规则

创意的构成

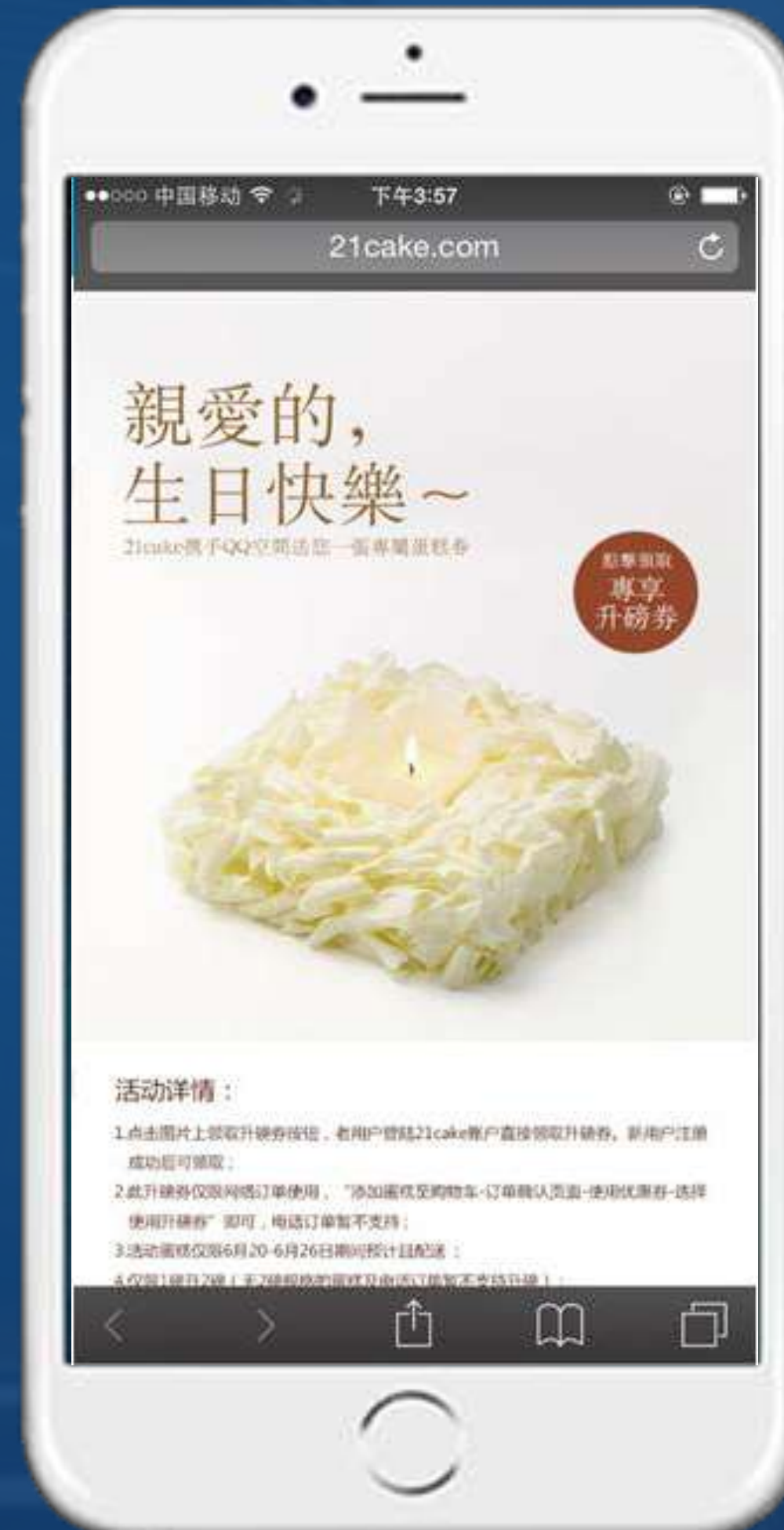
素材



文案

图片

落地页



素材 + 落地页 = 创意

目录

一．合规性要点

二．平台方体验性要点

三．腾讯系特殊流量的要点

四．广告审核工作概况

1

合规性要点

合规性要点--整体框架介绍

广告中不得出现的情形

广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者

不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语

数据资料引用的规范

广告中专利的表述规范

关于名义、形象、著作权和商标使用

不得违反广告代言规则

针对未成年人的保护条例

不得贬低其他生产经营者的商品或者服务

广告语言文字使用应规范化、标准化，保证广告语言文字表述清晰、准确、完整，避免误导消费者

特殊商品广告的审核要求

其他

合规性要点--广告中不得出现的情形

不得出现与国家、政治相关的内容

- 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；
- 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；

特别是不得利用党和国家领导人的形象（含各种卡通虚拟形象），包括离任或已故党和国家领导人的形象作商业促销宣传。



合规性要点--广告中不得出现的情形

不得违背公序良俗

- 无论是文案还是图片的内容，都不得违背公序良俗；
- 典型场景：
 - 使用低俗用语（如屌丝、泡妞）
 - 存在不良暗示（如本餐厅负责把你肚子搞大）
 - 无节制的游戏（如通宵玩游戏）
 - 宣传封建迷信（如改风水、知命运）
 - 种族/职业/地域歧视（如XX地人买不起）
 - 破坏家庭安定团结（如攒私房钱买XX）
 - 缺乏职业道德（如上班时也忍不住要偷玩游戏）



老板不在时偷偷看，笑到肚子疼……

合规性要点--不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语

不得使用绝对化用语

- 无论素材还是落地页（包括苹果商店app下载详情页），均不得使用绝对化用语；
- “顶级”、“第一品牌”、“极品”、“至尊”、“最受欢迎”、“极致”、“最……之一”等，类似含义用语均禁用；
- 如果必须使用，建议明确限定条件（如本平台首款），或用安全词汇替换（如享受绝佳服务改为享受贴心服务）



合规性要点--关于名义、形象、著作权和商标使用

不得侵犯第三方权益

- 如出现使用第三方的肖像或名义帮助推广自己的商品或服务的情况，都需要提供授权；
- 无论明星或普通人都拥有肖像权，且只要能用肉眼分辨出来的人像均需授权才可使用；
- 如果未经授权，不得使用他人作品或商标；
- 建议使用官方推荐的授权模板，包括个人授权模板和承诺函模板



合规性要点--数据资料引用的规范

不得使用未经核实的数据

- 无论前端素材还是落地页，都禁用未经核实甚至虚假的数据，或虚假引证资料
- 如需要使用数据或引证资料，必须提供相关证明
- 可考虑尽量使用虚数，例如拥有千千万万的用户



合规性要点--广告语言文字使用应规范化、标准化

不得违规使用文字或符号

- 语意要完整，无歧义，无错别字
- 文案中的谐音字需加双引号
- 图片中的谐音字可加双引号/变换字体、字号、颜色等
- 如使用拼音或外文，需与对应的中文同时出现
- 正确使用有语义的标点符号，特别是在中文环境下标点符号应为全角，英文环境下则为半角
- 连续使用某些标点符号（如叹号、问号）的时候不能超过3个



文案: 太便宜了, 69元3件喜迎元宵! 限时秒杀中.....

文案: 披头散发太闷热? 这几种扎发
一看就会, 清爽又减龄, !

2

平台方体验性要点

平台方体验性要点--创意要具有相关性

创意切忌没有相关性

- 创意内容需要与推广对象具有相关性，使得用户看到素材就能知道要推广的内容
- 文案内容不可只是单独的词语（如圆圈、苹果），内容要完整
- 纯图片创意要意图明确，建议显示产品logo/形象，或图文结合
- 素材的内容要确保在落地页有体现
- 创意有相关性，才能减少无效点击的出现

文案：

描述：空白纸上一个圆

调理亚健康
做更好的自己

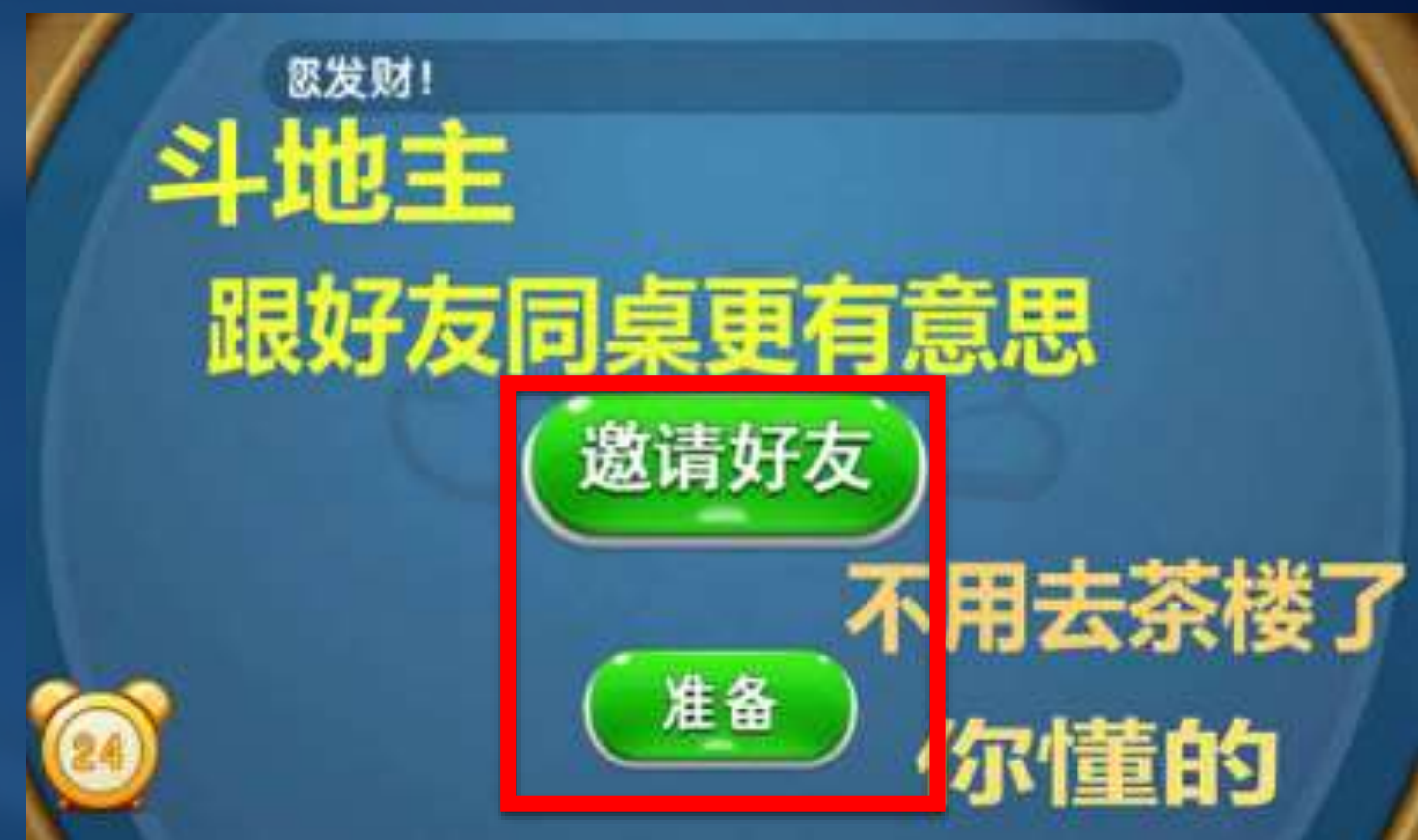
点击了解



平台方体验性要点--禁止出现虚假按钮、不规范的角标或符号

禁止出现虚假按钮、不规范的角标或符号

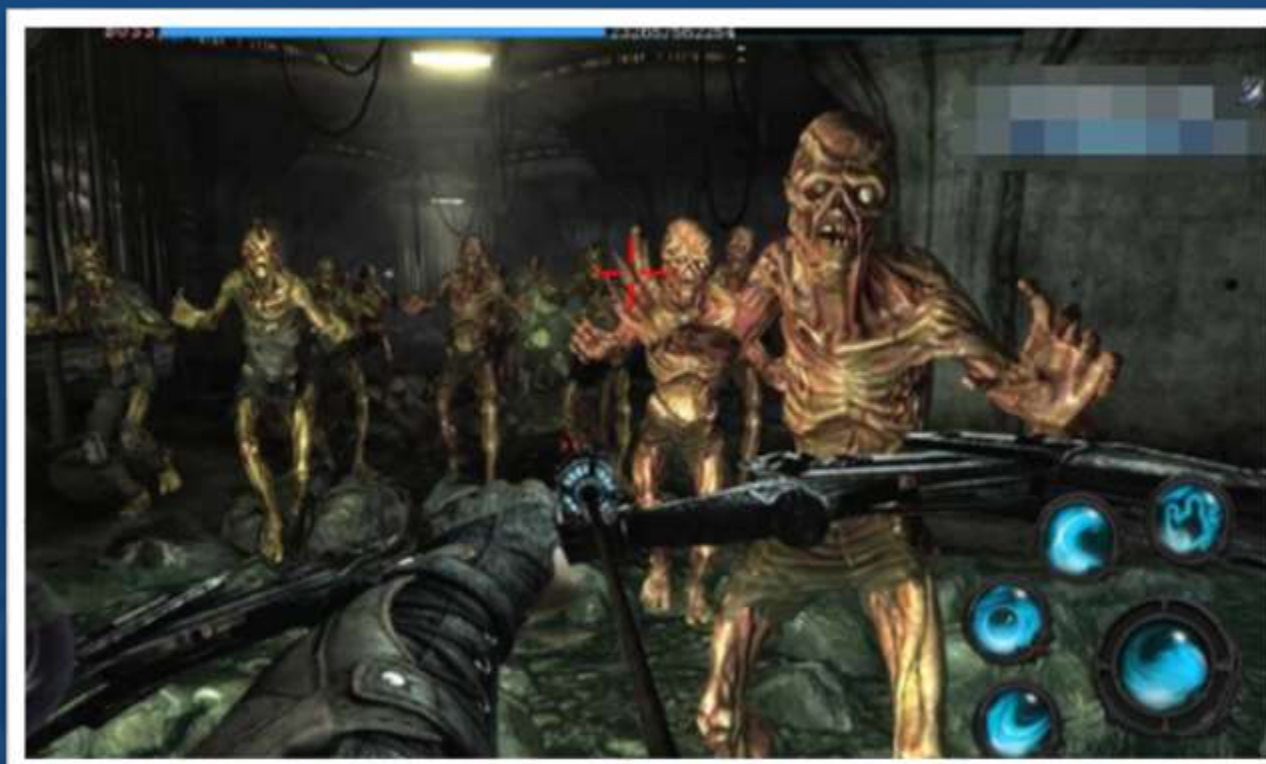
- 创意中禁止出现虚假按钮
- 判断方法：按钮上的内容如果点击后无法实现则判断为虚假按钮
- 投放到移动端的创意禁止出现鼠标手
- 图片上禁止出现不规范的角标或符号，如“火爆”、“HOT”、“推荐”等，易让用户认为是官方推荐行为。



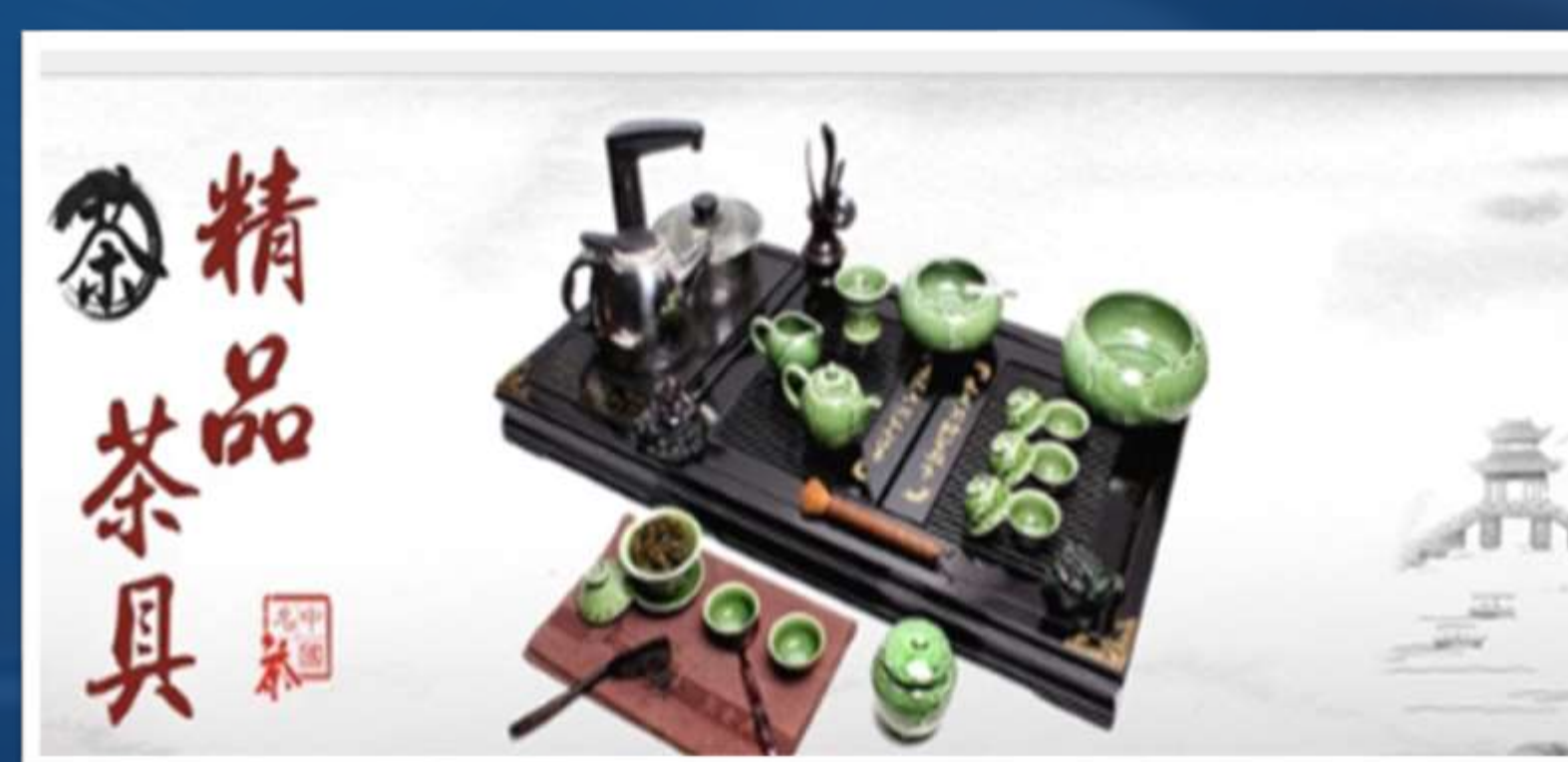
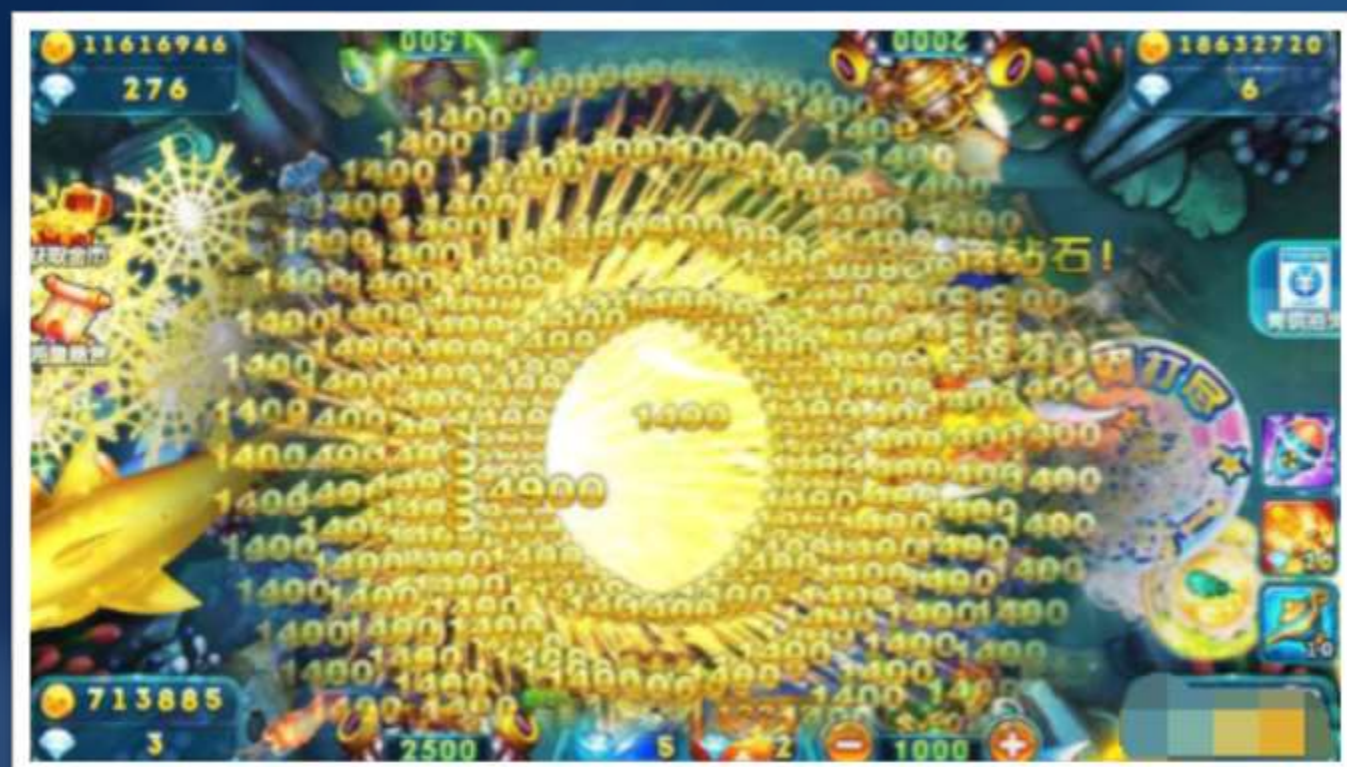
平台方体验性要点--禁止出现易令用户产生不适感受的内容

禁止出现使用户不适的内容

- 易使用户产生不适感受的情况包括但不限于以下几种：
 - 1、图片内容过度密集或杂乱
 - 2、创意内容存在消极或负面情绪
 - 3、图片内容恐怖、恶心
 - 4、图片颜色刺眼，饱和度过高
- 图片要主视觉清晰，颜色柔和、老少皆宜，内容积极向上



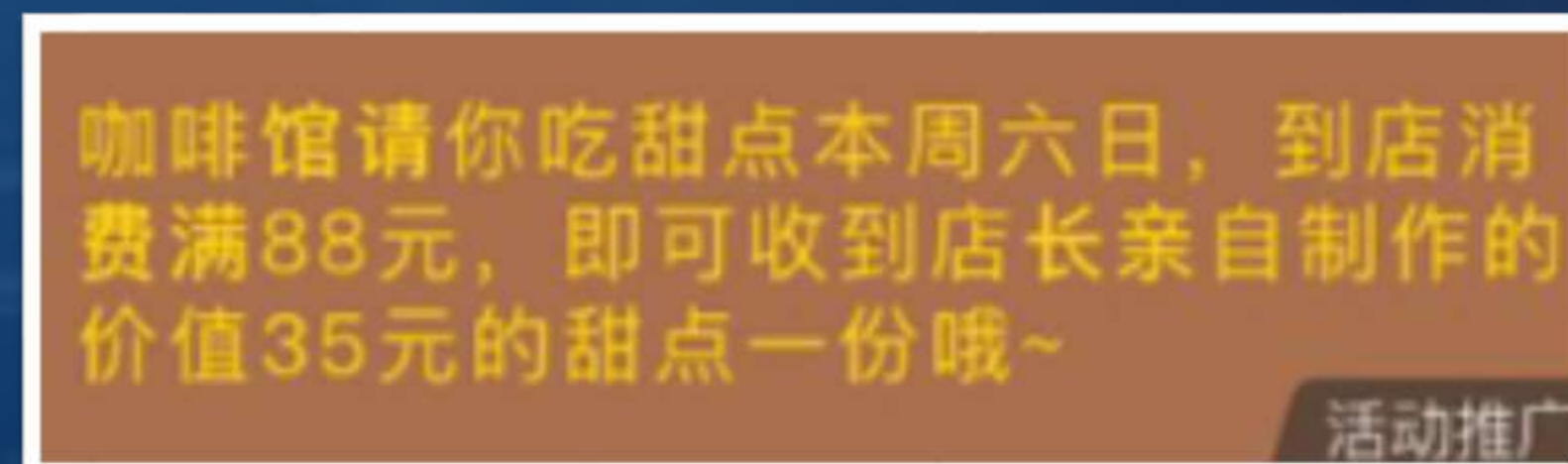
平台方体验性要点--禁止出现易令用户产生不适感受的内容



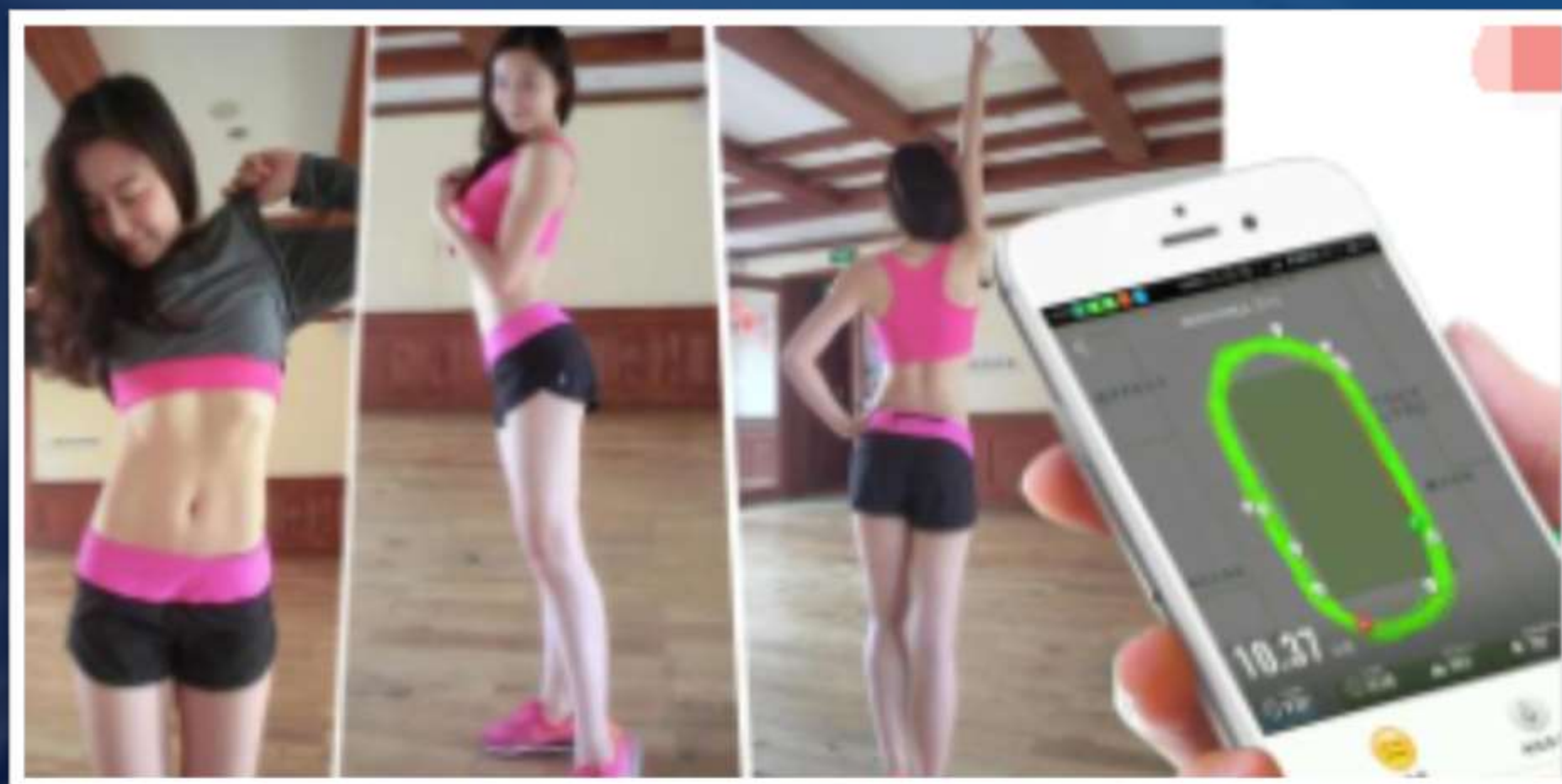
平台方体验性要点--禁止使用无设计的拼接图片

禁止使用无设计的拼接图片

- 图片需通过增加边框、调整拼接图片的样式等方式进行修饰，且拼接元素尽量控制在6个以内
- 图片上的文字同样需要增加修饰，有设计感
- 不得使用相同产品、相同人物的相同动作等相似度高的图片进行无设计的连续拼接



平台方体验性要点--禁止使用无设计的拼接图片



关于创意被拒

创意被拒类别	常用拒绝原因列举
用户体验类要求	- 素材图片内容和推广内容无关联，或关联性不强，请修改图片内容 - 素材图片或文字模糊、变形，出现马赛克，太小等原因导致无法识别，请优化 - 素材或落地页人物形象影响用户体验，如：动作不雅、衣服暴露
法律法规要求	- 素材请勿使用顶级或禁用词汇修饰推广商品或服务，如“最”、“第一”、“国家级”、“独家”等。如果属实，请提供相关的授权或者证明 - 广告素材涉嫌夸大或过度承诺所推广商品的功效，请修改 - 请修改广告素材和落地页中未经核实的数据，或提供数据证明 - 素材实际推广内容：行业、公司及商品等，与开户行业、公司信息不一致，请修改
落地页问题	广告链接无法正常访问或已失效，请核实广告链接有效性
行业禁投	广告素材/落地页投放内容包含腾讯社交平台禁投范畴
投放资质要求	- 广告素材提及具体奖品，请在系统“投放资质”中上传相应活动备案 - 涉及第三方业务或品牌，需提供业务授权或品牌授权 - 行业资质名称和开户、素材推广主体名称不一致
流程引导	- 素材或落地页推广内容涉及奢侈品或3C产品，请修改推广内容，如果要推广该类商品，请提供联系方式+账户ID至gdt_ss@tencent.com - 京东客户请开通“京东直投”产品，地址http://zt.jd.com

创意制作要点--常见拒绝原因及指引

Q

素材图片内容和推广内容无关联，或关联性不强，请修改图片内容

请修改广告素材和落地页中未经核实的数据，或提供数据证明

广告素材/落地页涉嫌夸大或过度承诺所推广商品的功效，请修改

A

素材内容需要与推广内容有关联性，确保用户在看到创意后就能知晓，减少无效点击的情况

无论素材还是落地页，如果出现了明确的数据（如870万用户），都需要提供独立、权威的第三方证明

需要对推广对象进行客观、真实描述，不得夸大或做出承诺，从而误导用户

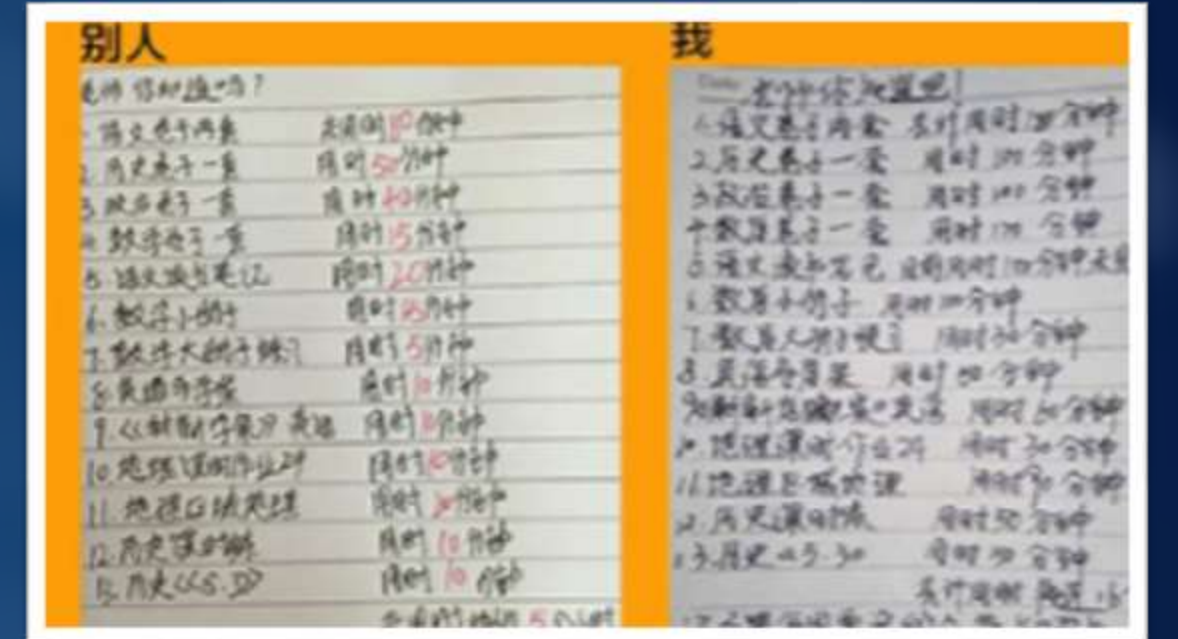
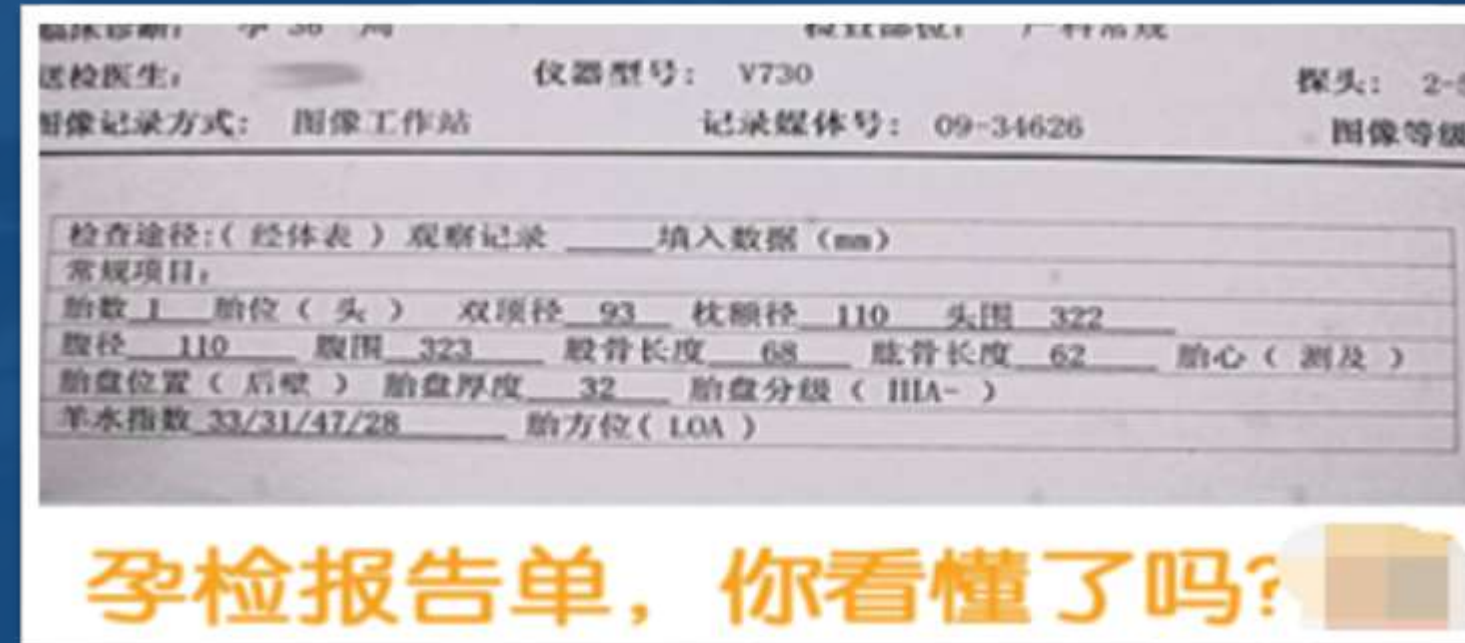
3

腾讯系特殊流量的要点

腾讯系特殊流量要点--feeds和QQ浏览器

多数都是针对图片的要求，禁止图片上出现的主要内容包括但不限于如下这些：

- excel或其他表格
- 考卷、报纸、文稿、或手机屏幕、电脑截图等
- QQ、微信等社交软件的聊天截图
- 人体局部器官截图（如眼睛、嘴），且如果出现也不得超过2张截图



腾讯系特殊流量要点--手机QQ

多数都是针对图片的要求，禁止图片上出现的主要内容包括但不限于如下这些：

- 图片上堆砌超过2件商品并且文案搭配超过4个字；图片多宫格拼接不得超过3张
- 使用无任何设计感的纯色底色（纯红色、纯黑色、纯黄色）和背景文案罗列商品
- 每个小图上不得出现超过2个模特（婚纱摄影、教育行业类除外）



腾讯系特殊流量要点--手机QQ

- 直接使用网络表情图片作为图片素材，如暴漫、兔斯基等
- 出现假分页、翻页等内容
- 物头部眼睛及眼睛以上部位被截断，裸露上半身、下半身的画面以及只穿内衣的人物形象
- 图片存在边框或类似边框的设计
- 图片人物有纹身或动作不雅
- 不能单独出现“试穿”、“领取”等类似字样



腾讯系特殊流量要点--QQ购物号

多数都是针对图片的要求，禁止图片上出现的主要内容包括但不限于如下这些：

- 图片有边框
- 完全使用或模仿红包/优惠券信息；
- 直接用毫无设计感的纯色背景摆放商品，且素材中推广的单品展示超过图片的1/2；
- 用明亮突兀的色块或粗体字突出放大“货到付款、包邮”等信息，突出或展示赠品信息
- 全文字或文字太过密集（文字不能超过整个素材页面的1/3）





广告审核工作概况

广告审核工作概况--时效



承诺时效：

开户和创意审核均为24小时（注1）

注1：微信渠道（即MP）开户审核时效为2个工作日

具体工作时间：

工作日：9-22

非工作日：9-18

（包括春节、国庆、周末等）

当天希望过审的建议

提交时间：

工作日：17点前

非工作日：12点前

广告审核工作概况--咨询途径



咨询途径	特点	工作时间	备注
官网QQ在线客服	实时交互	工作日9-18	包括审核在内，与TSA相关的问题均可解答
公众号：腾讯社交广告服务平台 营销QQ：800047354（验证信息：腾讯社交广告TSA）			只受理服务商的审核问题
邮箱：ads_ss@tencent.com	一个工作日内回复	工作日9-18	申诉、问题广告举报
微信广告助手	实时交互	工作日9-18	专门解答投放到微信上的广告问题，微信广告催审渠道

广告审核工作概况--法律处罚



广告法

- 针对广告主明确了处罚条款
- 针对广告发布平台明确了处罚条款

互联网广告管理暂行办法

- 针对互联网广告提出了更多的特殊要求
- 针对互联网广告明确了处罚条款

广告审核工作概况--平台处罚



处罚方式	典型触发场景
创意下线	抄袭，诱导关注，推广无资质或缺少资质的内容，落地页内容违规变更
拒绝账户	“出现万能账户”，资质过期，连续恶意违规（如连续多次提交被拒创意）
封停账户	恶意篡改落地页推广禁投内容，销售假冒伪劣，违规跳转，虚假宣传
开户黑名单	同一个广告主连续违规3次，会被加入开户黑名单，永久不支持再次开户，之前的有效账户也会全面清理，如果发现存在违规，一并处理

欲了解具体处罚规范请查阅此链接：e.qq.com/ads/faq

| 问答时间



Q & A

专家答疑

Thanks



腾讯社交广告
Tencent Social Ads