腾讯广告 | 营销学院

2020春节期间重点审核规范解读

腾讯广告团队 2020.01.15

目录

1 红包

2 封建迷信

3 酒类审核

4 第三方

红包

红包规则不清晰 / 含诱导操作 / 使用微信红包、微信转账

春节期间重点审核规范 红包

审核规则：广告红包内容属实的情况下允许使用红包素材；红包内容如为优惠券，广告内容须清楚标注是优惠券红包

允许说明：

√ 允许使用红包雨场景

√ 允许使用可提现的现金红包

驳回原因：

- 微信：广告文案/图片内文案/视频内文案/推广页中涉及红包活动，请在广告内容中说明红包规则，包括红包内容和使用规则等
- 广点通：推广涉及“红包”描述，请注明红包具体形式，如【优惠券红包】请修改

“天天开红包”未备注红包内容、价值和领取规则

已备注红包价值和领取规则

春节期间重点审核规范 红包

审核规则：广告不得模仿微信红包及微信转账样式误导用户

驳回原因：

- 微信：广告图片/视频/推广页请勿模仿微信红包或微信转账样式误导用户，请调整设计
- 广点通：广告宣传涉及腾讯产品及腾讯相关元素【微信红包】，请删除或补充授权证明，上传至投放管理平台-工具箱-广告资质

不得使用微信红包样式

不得使用微信转账界面

春节期间重点审核规范 红包

审核规则：广告不得在红包图片、视频素材上使用“拆”等虚假按钮诱导用户点击

驳回原因：

- 微信：广告图片/视频/推广页素材请勿使用虚假图标诱导点击，需删除三角播放按钮/关闭按钮/鼠标等虚拟按钮元素（虚假拆红包按钮）
- 广点通：请勿使用虚假图标、诱导点击按钮，如【虚假按钮】等，请修改

“开”诱导点击文案不支持使用

无诱导点击文案，红包作为点缀元素出现支持

迷信

允许说明/ 限制说明/ 处罚案例

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

允许说明：

不具体展开或突出迷信内容、活动或迷信行为的情况下：

1. 表述祝福祝愿支持使用：如“敲钟祈福心愿成真”、“金福到家”、“新年好运6起来”、“送吉祥”等

- 使用祝福类需注意谐音字，加引号区分，避免引人误解，如“‘猪’事如意”，“在一起‘财’美好”等

祝福可支持

“在一起‘财’美好”祝福祝愿类支持，且财神漫画形象支持使用

春节期间重点审核规范　迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

允许说明：

不具体展开或突出迷信内容、活动或迷信行为的情况下：

2. 使用风俗文化类创意、寓意类不限制：如腊八节风俗、财神人物形象等、以及春节对联、锦鲤等风俗

✅ 对联、月老形象都不限制

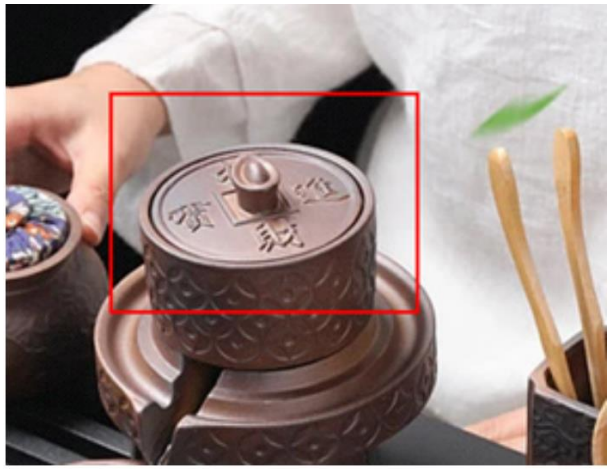
✅ 文化寓意不限制

春节期间重点审核规范　迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

允许说明：

3. 客观表述商品主题、系列、品牌的，可支持。如“福戒”（不具体展开或突出迷信内容、活动或迷信行为的情况下）



商品名称/品牌/系列相关可支持

商品名称/品牌/系列相关可支持

商品名称/品牌/系列相关可支持

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

允许说明：

4. 不限制使用“宜” “忌”等创意形式（不具体展开或突出迷信内容、活动或迷信行为的情况下）

无具体展开迷信内容可支持使用“宜”“忌”创意表现

“宜属相忌属相”为具体迷信的内容不支持

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

驳回原因：

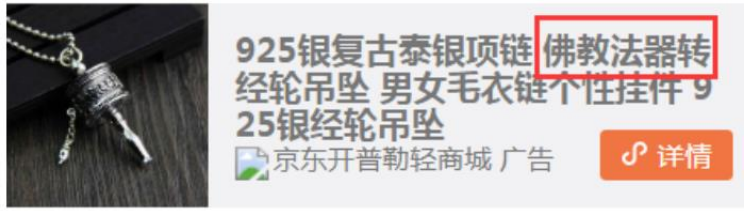
- 微信：广告文案/图片内文案/视频内文案/推广页请勿出现含有风水、占卜、辟邪开光等封建迷信内容描述，需删除（XXX）
- 广点通：广告请勿使用涉嫌封建迷信的内容，如【XXX】，请修改

限制说明：

1. 禁止展现具体的宗教或者迷信内容、活动或者行为，或突出某种具体的迷信结果。**包括不限于星象、风水、命相、鬼神、妖精、卦、邪、魂等封建迷信内容，**如“门神站小鬼儿散”、“神灵常驻”、“开光”等

① 宗教或迷信用品类

“道士佛尘”宗教或者迷信用品类



“佛教法器”宗教或者迷信用品类

春节期间重点审核规范 迷信

② 宗教或迷信形象元素类

宗教或者迷信相关的形象元素

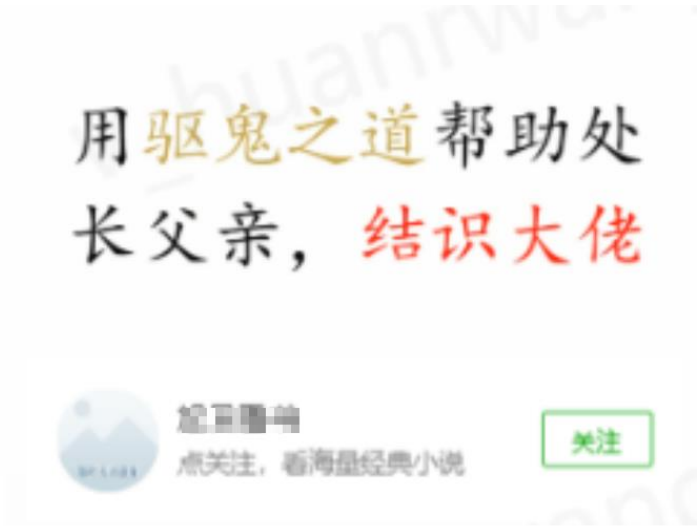
宗教或者迷信相关的形象元素

春节期间重点审核规范 迷信

③ 星象/鬼神类

✕ 神灵常驻

✕ “八字不硬”



✕ 驱鬼之道

春节期间重点审核规范 迷信

④ 风水/命相类

“富得流油的三大生肖”为迷信内容

迷信内容：家有四详不破也亡

风水解密

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚的内容

限制说明：

2. 禁止通过点赞、转发等某种动作行为获得好运气，如“开年旺就点赞”、“点击完整版Get更多好运”、“点击开始摇出你的好运”、“领取代金券一领就发（发财）”、“给好友发个红包财运就会好一点”

✕ “点击视频获得好运方式”

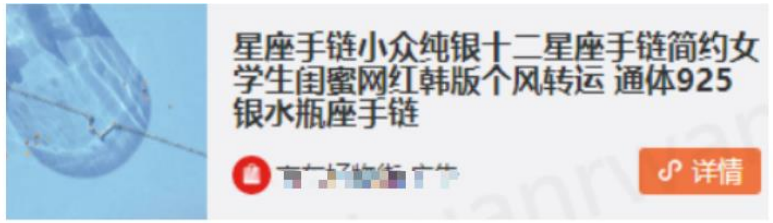
✕ “转发运气好上加好”

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚的内容

限制说明：

3. 禁止具体的商品或者服务效果承诺的描述，如“选66开头的号码转好运”



“转运”

“带来三倍好运”

“转好运”属于承诺性描述，不支持

春节期间重点审核规范 迷信

审核规则：广告不支持宣传带有封建迷信或者违背良好社会风尚等违规内容

限制说明：

4. 不得涉及摇签抽签等运势预测类活动、生肖类运势，幸运指南分析、色彩运势分析等

测运不支持投放

财运测试不支持投放

测运势不支持投放

春节期间重点审核规范　迷信审核指引总结

允许说明

不具体展开或突出迷信内容、活动或迷信行为的情况下允许：

- 祝福祝愿支持使用：如“敲钟祈福心愿成真”、“金福到家”、“新年好运6起来”、“送吉祥”等
- 使用风俗文化类创意、寓意类不限制：如腊八节风俗、财神人物形象等、以及春节对联、锦鲤等风俗文化元素等
- 不限制使用“宜”“忌”等创意形式
- 客观表述商品主题、系列、品牌的，可支持，如“福戒”

限制说明

- 禁止展现具体的迷信内容、活动或者行为，或突出某种具体的迷信结果。包括不限于星象、风水、命相、鬼神、妖精、卦、邪、魂等封建迷信内容，如“门神站小鬼儿散”、“神灵常驻”、“开光”等
- 禁止具体的商品或者服务效果承诺的描述，如“选66开头的号码转好运”
- 禁止描述通过点赞、转发等某种动作行为获得好运气，如“开年旺就点赞”、“点击完整版Get更多好运”、“点击开始摇出你的好运”、“领取代金券一领就发（发财）”、“给好友发个红包财运就会好一点”
- 不得涉及摇签抽签等运势预测类活动、生肖类运势，幸运指南分析、色彩运势分析等

附录：迷信相关敏感词汇

- 菩萨、命理　　祭拜、求神　　风水、祭祖
- 周易、解梦　　拜佛、面相　　算卦、宗教
- 轮回、水逆　　八卦、五行　　报应、黄道
- 周公、教徒　　吉日、冥婚　　基督、冲喜
- 耶稣、八字　　佛教、神学　　上帝、开光
- 神仙、王母　　妖怪、地狱　　月老、天堂
- 附身、见鬼　　撒旦、阴间　　手相、上坟
- 厉鬼、法师　　阴曹地府　　鬼火、星象
- 算命、中邪　　驱鬼、纸人　　驱邪、托梦
- ……

迷信内容处罚案例与法律依据

处罚案例

北京言美文化传播有限公司发布含有迷信内容的违法广告案

- 当事人在其自设网站多次发布“经过正统开光的本命佛守护神，长期佩戴能够清除负能量，使佩戴者改善跌宕起伏的运势，摆脱诸事不顺的厄运，化解流年凶灾，财源滚滚来”、“对于家庭不和，破财，夫妻感情不和离婚等，本命佛也是必须的选择”等迷信色彩的广告内容。
- 当事人行为违反了《中华人民共和国广告法》第九条的规定。依据《中华人民共和国广告法》第五十七条规定,2018年5月，北京市工商行政管理局朝阳分局作出行政处罚，***责令停止发布违法广告，并处罚款50万元。***

法律依据

《中华人民共和国广告法》第九条 广告不得有下列情形：

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. 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
5. 妨碍社会安定，损害社会公共利益；
6. 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
7. 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
8. 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
9. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
10. 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；

酒类审核

资质要求 / 素材要求

酒类审核要求

行业描述

包含酒精的饮用品

例：啤酒、红酒、白酒等

行业资质

（1）《食品经营许可证》或《食品生产许可证》（含酒类）或《酒类生产许可证》或《全国工业产品生产许可证》（含酒类）或《酒类批发许可证》或《酒类零售许可证》之一；

（2）经国家规定或认可的省辖市以上食品质量检验机构出具的该酒符合质量标准的检验证明；

（3）发布境外生产的酒类商品广告，须提供《进口食品卫生证书》或《进口食品标签审核证书》或其他进口检验检疫证明等。

酒类审核要求

素材审核规范

（1）不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒。

（2）不得出现饮酒动作。

（3）不得表现驾驶车、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。

（5）不得含有未成年人的形象（包括未成年人的卡通形象）

（6）不得含有诸如可以“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。

（7）不得把个人、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”。

（8）不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。

（9）不得含有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。

（10）在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布酒类广告，包括葡萄酒、水果酒、黄酒等低度酒、发酵酒。

（11）不得含有关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果。

（12）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。

（13）禁止使用“专（特）供XX国家机关”、“XX（国家机关）专用”、“XXX省（市）指定专用产品”、“军队特工”、“军队特需”等国家机关名义或类似内容。

酒类典型拒绝案例

驳回案例

饮酒动作

通过案例

正常碰杯

第三方审核

春节期间重点审核规范 第三方

审核规则：关于品牌冠名第三方平台的素材内容审核要求，如：冠名XX电视台或XX综艺节目等，需提供第三方平台/品牌的合作资质或授权证明

驳回原因：

- 微信：广告素材出现第三方名词或品牌等信息（XXX），请删除，或若为合作关系，请提供授权或合作协议（仅接受一级授权），上传至【投放资质】
- 广点通：涉及第三方业务或品牌【XXX】，需提供业务授权或品牌授权

“湖南卫视”需提供合作协议或授权证明

“中餐厅”需提供合作协议或授权证明

本期课程要点回顾

01

红包

- 红包需保证真实，规则清晰
- 避免使用微信红包样式及“拆”等诱导操作，误导用户

02

封建迷信

- 禁止借春节民俗发布带有封建迷信或者违背社会良好风尚的内容，如星象、风水、命相、鬼神、妖精、卦、邪、魂等封建迷信的违法广告
- 修改指引：建议使用祝福祝愿类

03

酒类审核

- 药酒作为附赠礼品宣传属于违规
- 酒类商品广告不得含诱导、怂恿饮酒或者无节制饮酒的画面
- 不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效

04

第三方

- 广告主以外的以“冠名单位”“战略合作伙伴”“XXX专用产品”的形式出现在广告中，需有相关证明

THANKS