

《“vivo 营销”广告内容审核规范 V7.0》

一. 规范总则

【目的】：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。

【总则】：

1.1.本规范中所有广告内容要求依据来源于国家法律法规及相关部门行政管理规定、vivo 互联网业务相关规范及特殊要求；

1.2.根据《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理办法》，互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布。对其明知或者应知的违法广告，应当采取删除、屏蔽、断开链接等技术措施或管理措施，予以制止。按照国家广告监管部门的要求，互联网广告审核的范围包括广告素材内容和广告点击链接相关页面的内容。本规范中所有广告内容要求均指广告素材内容和广告点击链接相关页面的内容；

【审核规定】：

1.3 审核时间和措施

(1) 审核周期为广告提交后的 1 个工作日。

(2) 审核时间为工作日 9:00 到 18:00。

说明：工作日广告审核时间为工作日 18 点前提交的物料，正常情况下当日完成清理，如遇爆量或其他特殊情况可能会滞后审核；非审核时间提交的广告自动推迟到下一个工作日审核。

(3) 对于无视打回意见不做任何修改的重复问题广告/资质，重复提交行为发生 2 次，则该广告/资质当天暂停审核。长期无修改的问题广告，审核人员与代理沟通无果的情况下，vivo 广告平台暂不处理，直至主动修改合格。

1.4 审核范围

(1) 资质审核：包括广告主的主体资质、行业资质和权限资质。

(2) 创意内容审核：包括广告语、图片素材、以及落地页、跳转页的真实性和规范性。

(3) 其它内容审核：包括动态词包、悟空建站等广告工具创建的内容审核。

二. 开户限制行业

2.1 法律法规禁投产品

类别	相关说明
博彩类	1、博彩工具：如老虎机等 2、博彩产品：违法博彩产品，如六合彩、天线宝宝等违禁彩种 3、博彩技术：禁止刊载介绍赌博技术的广告，如赌术、千术等类 4、作弊工具：透视眼镜、变牌器、老千工具等
毒品类	毒品，易制毒化学品，毒品原料，制毒的书籍，毒品信息等
特殊疾病	不得宣传国家要求暂停发布医疗广告的疾病：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
	广告中不得出现以上疾病相关专业性术语，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
	禁止军队名义发布医疗广告：如“军队、解放军、武警、部队、干休所、军医”等，禁止莆田系医院
	试管婴儿、胎儿性别鉴定、亲子鉴定、身高预测
特殊药品	麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品
	特殊疾病相关药品
	《中华人民共和国药品管理法》规定的假药、劣药
	戒毒药品以及国务院卫生行政部门认定的特殊药品
	未经卫生行政部门批准生产的药品和试生产的药品
危险物品	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
	易燃易爆、有毒有腐蚀性的化学品、烟花爆竹等
	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

军队用品	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
侵犯他人财产权益的产品	诈骗、钓鱼类网站、假网站、彩票书网站等
	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）等可能侵犯他人隐私的违规器材
侵犯他人知识产权的产品	游戏私服、外挂软件、私服服务器租赁、制作点卡、插件等
	走私、水货、盗版、港行类产品
	侵犯商标、专利的商品：各种假冒、山寨产品等
	卫星电视安装、卫星电视接收器材、电视锅、卫星锅、电视棒等
非法收藏、集邮、文物	人民币、伟人头像纪念币、未经批准的、走私的、伪造的物品等
	非法文物，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
非法出版物	涉同性恋、政治、艳照门，反动、种族歧视、宗教类出版物
违法社会秩序产品	电子狗、翻转车牌、车牌隐形、信号灯控制器等
国家保护野生动植物	1、野生动物：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 2、野生植物：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
非法商务服务	代孕、试药、代考、代写论文、违章代缴费、代开发票、代缴社保公积金等
	非法的网络水军、网络推手、灌水公司、删帖公司、软文营销、资质转让、票据转让、证件挂靠、催收催债、征信修复等
	蹭网、刷钻、删帖、微博加V、水军、灌水、投票、不花钱上网、刷单、吸粉、打字等网络兼职招聘
	代办假证、私刻假章等
	代取公积金、社保，信用卡套现等
烟草类	香烟、烟盒、电子烟等
其他	其他一些违反法律法规、社会道德的行业

2.2vivo 平台禁投产品

限制类型	相关说明
医疗健康	传染病科、心血管内外科、神经科、大型整形手术类（如隆胸、隆鼻、抽脂减肥等有假体植入严重影响面貌比较大）、医学影像科以及其它重大疾病或危险疾病相关医疗机构及服务。
	妇科、男科、儿科、泌尿科等涉及两性相关医疗机构及服务
	精神疾病康复机构、精神疾病康复治疗（如抽动症、多动症、自闭症）
	基因、疫苗相关服务
	海外医疗机构和服务
	涉及以上类目的相关药品
	所有第三类医疗器械及专业医用医疗器械
	处方药
	赴外体检/生子
	国外兽药
招商加盟	所有医疗类、金融类、棋牌游戏类加盟
	微商、线上兼职等个人线上项目加盟，如在家兼职，打字赚钱。手工活加工类
	征信类、资源开采、医疗废弃物回收等需要特殊批准证件的项目
	未开放招商加盟业务的品牌：星巴克、喜家德虾仁水饺、麦当劳、肯德基、瑞幸、喜茶、奈雪的茶、茶颜悦色、蜜雪冰城、茶百道、瑞幸咖啡、库迪咖啡、米村拌饭
	K12 教育培训类加盟
	蝎子、蜈蚣、土元、肉狗养殖加盟
	蚯蚓机/地龙仪
金融	债务逾期解决
通信服务	物联卡

	号卡、流量卡等电话卡业务
	联合会员
	话费券购买业务（话费优惠券）
生活服务	医疗废物回收
	上门按摩、线上线下棋牌馆
	游戏代充、游戏账号交易（经过备案并上架商城的 app 除外）
	仅针对男性服务的养生会所
	提供破皮类医疗服务
	寻人业务
商务服务	线上游戏开发、制作服务
	广告代理、微博营销、搜索引擎营销、微信营销、广告平台
招聘服务	不支持推广任何线上兼职招聘及高风险岗位如： <ul style="list-style-type: none"> ●各种代练●各种刷单●网络打字员●公众号写手●资金转账类兼职 ●出租个人信息（包括各种账号，证件）●手工类●客服招聘●寄拍模特●产品试用员
电商	微商、一元购电商平台，如<1元夺宝><一元云购>
	金银玉石珠宝等贵金属产品，仅限综合电商平台或线下大型连锁品牌投放
	仿制、仿冒、高仿、A货B货、山寨产品，或其它口碑较差的产品。如莆田鞋
	境外电商
	微/小型摄像头、记录仪、监控
引流电商	一二段的婴幼儿奶粉
	丰胸和美胸产品
	中小学教育培训业务
	奢侈品
	电子烟产品（包括烟弹、烟具、雾化物、电子烟用烟碱以及烟弹与烟

	具组合销售的产品等)
	二手书籍售卖业务
	高仿、A货、B货、山寨产品、禁止投放产品
教育	精神类培训。包括但不限于成功学、致富学的教育机构；戒网瘾、自闭症、早恋叛逆、多动症、抽动症等内容；情商培训、专注力培训
	医疗类培训（月子中心除外）
	性教育
	K12 教育培训类：面向中小学（含幼儿园）的校外培训广告禁止准入（不区分学科类、非学科类）
	手工活相关培训
食品/保健食品	高价值药物原料，包括并不限于人参，鹿茸，西洋参，珍珠（食用珍珠），鹿鞭等
	壮阳补肾等相关食品及保健品
性相关产品	禁止成人用品，包括但不限于性药品、性保健食品、性保健品、性工具、情趣用品、性服饰等及相关信息、服务
	壮阳、补肾、丰胸产品和服务
私密用品	用于私密部位护理治疗的、医药类产品、消毒产品、相关书籍，包括但不限于卫生巾、妇炎洁等相关产品
博彩类	1、线上/线下售彩，包括正规彩票 2、赌博工具售卖，包括老虎机、麻将机等 3、棋牌类游戏开发及加盟
封建迷信类	含有明显宗教、迷信内容的服务或产品
竞品	vivo 手机竞品、vivo “应用商店” 竞品
少数民族语种产品	内容以藏文、维语系等少数民族语种为主的产品
交友类	同性交友产品
文玩收藏	国外发行的货币
其他	其他我司认为高风险的行业

三. 广告主资质审核要求

3.1 普通行业资质

一级行业	二级行业	行业资质
电商	综合电商平台	<p>必须资质：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、《增值电信业务经营许可证》（ICP 经营许可证） 2、境外电商暂不收录 <p>辅助资质：（医疗类仅支持应用商店上架产品）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、涉及出版物：《出版物经营许可证》或出版物网络交易平台服务经营备案凭证 2、涉及食品：网络食品交易第三方平台提供者备案 3、涉及医疗器械售卖：医疗器械网络交易服务第三方平台备案凭证或《医疗器械经营许可证》 4、涉及药品售卖：《互联网药品交易服务机构资格证书》 5、仅作为药品、医疗器械展示的网站：《互联网药品信息服务资格证书》
	网络店铺	<ol style="list-style-type: none"> 1、广告主的公司自有店铺，个人店暂不收录 2、淘宝店铺后台截图（淘宝、天猫、京东等）
	返利平台	<ol style="list-style-type: none"> 1、平台本身如涉及在线售卖，需提供《增值电信业务经营许可证》或者授权、ICP 证以及各大电商合作证明 2、平台本身如不涉及在线售卖，仅作为各大电商的导购平台，则需提供各大电商合作证明 3、不接受个人/个体户推广返利相关内容
	优惠券	淘宝、天猫等电商平台的授权证明或合作协议
	网络分期商城	<ol style="list-style-type: none"> 1、《增值电信业务经营许可证》 2、与银行分期业务合作证明
直营电商	服饰鞋包	1、行业资质；提供产品样式或包装
	数码家电	2、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》
	日用百货	3、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明；
	母婴玩具	4、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权；
	运动户外	5、涉及奢侈品需提供品牌经销直接授权，品牌持有方中国官网需可查
	钟表首饰	

	奢侈品	6、首饰类（非金银珠宝类）需提交质检报告，提供相应材质
	其他	7、根据具体产品另作额外资质要求
	个护美妆 (非特殊用途化妆品)	1、产品包装信息 2、《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明 3、国产非特殊用途化妆品备案，且备案信息中不存在类如“责令改正”或者“未备案”的字样 4、进口非特殊用途化妆品：《进口非特殊用途化妆品备案凭证》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等
	个护美妆 特殊用途化妆品（育发、染发、烫发、脱毛、减肥、除臭、祛斑、防晒、健美等）	1、产品包装信息 2、《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明 3、《国产特殊用途化妆品许可批件》 4、进口特殊用途化妆品：《进口特殊用途化妆品行政许可批件》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等 备注：丰胸和美胸暂不收录
	零食饮料	白酒，茶叶，休闲零食、餐饮中符合调料等与可直接入口产品销售；行业资质视产品参考食品中的相关资质
	物品收藏	字画、袁大头、纪念章等文玩相关产品的售卖；行业资质视产品参考文玩收藏中的相关资质
	医药保健	带有保健功效性产品以货到付款形式售卖，如医疗器械（械字号）OTC（OTC标志）保健食品（蓝帽）保健用品等；行业资质视产品参考医疗服务中的相关资质
娱乐影视	视频	资质： 1、《信息网络传播视听节目许可证》&ICP证 2、《广播电视节目制作经营许可证》 说明： 1、若视频网站有自制综艺节目或者自制剧，提供《广播电视节目制作经营许可证》 2、短剧资质三选一：《网络文化经营许可证》；《广播电视节目制作经营许可证》；《信息网络传播视听节目许可证》&ICP证 3、短视频资质：网络文化经营许可证
	直播	1、《网络文化经营许可证》（经营范围必须包括直播）； 2、如果涉及军事、政治、体育等直播内容，则请提供《信息网络传播视听节目许可证》
	音乐音频	软著（应用商店上架产品）
	新闻资讯	软著（应用商店上架产品）

	段子漫画	《计算机软件著作权证书》
	广播电视台	1、《信息网络传播视听节目许可证》 2、《互联网新闻信息服务许可证》
	小说平台	应用类（含小程序、快应用）： 1、《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》或相关内容合作证明，同时提供合作方的相关许可证； 2、软著（应用商店上架产品） 公众号加粉类： 1、公众号主体信息截图 2、公众号主体非广告主需提供公众号主体的授权书 3、承诺函 4、《网络文化经营许可证》
系统/工具	办公软件	软著（应用商店上架产品）
	系统软件	软著（应用商店上架产品）
	体育健康	软著（应用商店上架产品）
	美图摄影	软著（应用商店上架产品）
	地图导航	《测绘行业资格证书》
	定位系统	软著（应用商店上架产品）
	天气日历	软著（应用商店上架产品）
	日常工具	软著（应用商店上架产品）
婚恋/社交	婚恋交友	请联系商务进行线下备案，涉及应用下载需提供软著（应用商店上架产品）。资质内容可参照《特殊资质备案&VIVO广告平台资质审核细则》
	内容社区	
	职场社交	
	游戏社交	
	聊天交友	
游戏(应用商店上架产品)	不区分二级类目	《营业执照》+《计算机软件著作权登记证》（应用商店上架产品），软著非广告主所有需提供推广授权证明
	美容减肥加盟	1、要求统一提供：公司前台照片，公司营业执照（营业执照经营范围需涵盖投放内容）。
	餐饮服务加盟	2、养殖类加盟：涉及回收、回购等承诺时需补充3份合作协议 3、品牌加盟：《商标注册证》及商标使用授权
	教育培训加盟	4、加盟平台，涉及多品牌加盟服务： (1) ICP证（增值电信业务经营许可证） (2) 三家以上合作协议（商标注册证）
	汽车产品加盟	(3) 需注意：①加盟平台为广告主所有，需提供加盟平台名称或网址，供查询；②加盟平台非广告主所有，需提供所有者与广告主之间的合作协议或授权
	加盟平台	
	生活服务加盟	5、代加工类（含回收成品模式的各种加盟）：三家以上合作协议
	养殖加盟	

	家居建材加盟	6、特殊加盟产品资质补充： (1) 服务器出租加盟：需要提供 IDC 经营许可证 (2) 提炼黄金加盟：《废弃电器电子产品处理资格证书》
	生活用品	
	娱乐休闲	
	机械电子	
	服饰礼品加盟	
	代加工加盟	
食品	包装食品饮料	1、食品包装，需提供 QS 码/SC 码 2、《食品生产许可证》，生产商非广告主需提供经销证明等 3、《食品经营许可证》 4、多样食品需提供产品清单 5、涉及进口食品需提供《报关单》及《检验检疫证明》 6、进口乳制品：生乳、生乳制品、巴士杀菌乳须提供《中华人民共和国进境动植物检疫许可证》+须提供该出口国或政府出具的卫生证书+须提供该境外乳制品企业在国家质检总局的备案信息
	散装食品	1、《营业执照》，核对经营范围包含食品 2、《食品经营许可证》
	食补类产品	《食品经营许可证》
	酒品	1、食品包装，需提供 QS 码/SC 码 2、《食品生产许可证》，生产商非广告主需提供经销证明等 3、《食品经营许可证》 4、多样食品需提供产品清单 5、涉及进口食品需提供《报关单》及《检验检疫证明》
	食品卖场及门店	《食品经营许可证》
	清真食品	《清真食品生产经营许可证》或相关证件
	食盐	《食盐批发许可证》（省级食盐批发企业可跨省销售食盐，省级以下食盐批发企业可在所在省内销售食盐）

国产生鲜蔬果	<p>1、近一年内的农产品卫生检疫合格证明（如检测报告、农药残留物检测报告）</p> <p>2、若为经销商，还需提交收购合同、授权</p>
鲜活水产品	<p>1、进货合同或授权；若卖家经营的为活蟹产品（包括大闸蟹、青蟹等），则必须提交水域养殖租赁合同，若为阳澄湖大闸蟹还需地理标志证明或原产地域保护产品专营证书</p> <p>2、近一年内的检测报告</p>
生鲜蛋产品	<p>1、若为自产自销，需提供《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》</p> <p>2、若为经销商，需提供供货方的《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》、进货合同或授权</p> <p>3、近一年内的检测报告</p>
生鲜肉制品	<p>1、若为自产自销肉制品，需提供卖家的《动物防疫条件合格证》、《动物检验检疫证明》、若为猪肉制品，需再提供卖家《生猪定点屠宰证》</p> <p>2、若为经销商，需提供采购合同或者授权、供货方《生猪定点屠宰证》（仅限猪肉制品）、《动物防疫条件合格证》、《动物检疫合格证明》</p> <p>3、近一年内的检测报告</p>
生鲜水产卡券	<p>1、礼券发行方及授权供应商的营业执照经营范围中必须有水产品项</p> <p>2、须提供发卡方单用途预付卡备案的证明文件</p> <p>3、发卡企业向备案机关提交的包含该入驻商家（售卡单位）的售卡企业清单及承诺函（入驻商家为发卡方无需提供此项）</p> <p>4、经营水产品的养殖证明/进货渠道证明（如：授权）</p> <p>5、经营水产品的质量检测报告</p> <p>6、经营大闸蟹卡券的特殊要求：商标权人/礼券发行方持有的阳澄湖大闸蟹原产地域保护产品专营证书</p>
进口生鲜产品	<p>1、报关单和出入境检验检疫证明：近一年内的中华人民共和国进口货物报关单以及近一年内的同批次（以合同号进行判断）商品的出入境检验检疫合格证明或出入境检验检疫卫生证书，报关单上应展现对应品牌名称，及商品名称</p> <p>2、委托进口协议：若报关单上的经营单位或收货单位不在授权链上，需提供委托报关授权</p>
绿色食品	绿色食品证书
农产品	农产品地理标志登记证书
无公害农产品	无公害农产品认证证书

	有机食品	有机产品认证证书
	保健食品	<p>1、保健食品的质量标准、说明书、标签和实际使用的包装（即体现产品蓝帽标识）</p> <p>2、保健食品批准证明文件/保健食品注册证书及加盖公章的复印件文件（带有国食健字或卫食健字的批号）</p> <p>3、保健食品产品信息在食药监备案的查询截图，截图为查询结果详情页全部内容（查询方式： http://app1.sfda.gov.cn/datasearch/face3/base.jsp?tableId=30&tableName=TABLE30&title=%B9%FA%B2%FA%B1%A3%BD%A1%CA%B3%C6%B7&bcId=118103385532690845640177699192）</p> <p>4、《保健食品广告审查表》/保健食品广告批准文号（在有效期内），与发布内容一致的样稿（样片、样带）和电子化文</p> <p>5、具体投放广告的保健食品广告审批备案电子凭证截图（查询方式： http://app1.sfda.gov.cn/datasearch/face3/base.jsp?tableId=29&tableName=TABLE29&title=%B1%A3%BD%A1%CA%B3%C6%B7%B9%E3%B8%E6&bcId=118715670261084477325919722365），截图包括具体查询结果页（须含保健食品广告批准文号）以及全部广告发布详情图。（确保保健食品广告发布申请人即为详情图中的广告主）</p> <p>6、《食品经营许可证》（2015年10月1日之后正式启用）</p> <p>7、保健食品申请公司或者相关法人的《营业执照》或其它主体资格证明文件。（标明“与原件一致”并加盖公章，需确保企业未在企业经营异常名录中且所售商品在营业执照经营范围内）</p> <p>8、保健食品生产企业的《食品生产许可证》或《卫生许可证》（2009年停止发放新证，原证在有效期内已经可以使用）原件或加盖公章的复印件</p> <p>9、进口保健食品广告的发布，由境外注册申请人常驻中国代表机构办理注册事务的，应当提交《外国企业常驻中国代表机构登记证》及其复印件；境外注册申请人委托境内的代理机构办理注册事项的，应当提交经过公证的委托书原件以及受委托的代理机构营业执照复印件。其它资质证书及审核内容和国产保健品一致。同时，需《海关通关单》以及《口岸检疫证明》</p>
文玩收藏	集邮	仅限银行、邮政局、特许经销商投放
	纪念张	<p>1、提供产品样式</p> <p>2、提供作者授权</p>
	纪念币	<p>1、提供中国人民银行同意发行该纪念币的公告文件并指明该公开文件的网址</p> <p>2、仅收录银行、中国金币总公司、中国金币总公司的子公司投放</p>

	退市人民币	提供央行退市人民币公告
	手工制工艺品	1、提供作者授权 2、涉及特殊材质需提供鉴定证书或质检报告 3、不得涉及特殊题材，如涉及需提供相关许可证明
	特殊材质饰品	1、国家珠宝玉石质检中心提供的质量保证书（针对珠宝玉石的产品等级） 2、进口珠宝需提供中华人民共和国入境货物检验检疫证明 3、仅限线下品牌连锁店铺投放（有认证品牌，国内线下店铺5家以上）
	纪念钞	1. 仅允许宣传国内发行的法定货币； 2. 提供央行允许纪念钞发行的文件；
	纪念章	1. 作品登记证书或体现著作者文件 2. 提供作者授权 3. 涉及特殊材质需提供鉴定证书或质检报告
	文物经营	《文物经营许可证》
	文物拍卖	《文物经营许可证》或者《文物拍卖许可证》
	文物复制品销售	《文物复制品销售许可证》
	文物商店	需要获得省级文物主管单位同意批准设立的文件
	普通拍卖	营业执照，核查经营范围
	司法拍卖平台	已入司法拍卖库的证明
医疗服务	医疗科室	1、《医疗机构执业许可证》 2、《医疗广告审查证明》（核实广告内容与审查证明是否一致，是否在有效期内） 3、《医疗广告成品样件表》，必须有广告成品样件，且成品样件相符，媒体类别需涵盖“网络”，且《医疗广告审查证明》的广告时长>0时，需提供影视脚本图片 4、仅限广告主本身为持牌医疗机构可投放，不允许商业推广授权
	医疗器械	提供产品样式或包装（需体现生产信息） 1. 一类： ①《第一类医疗器械备案凭证》/《第一类医疗器械备案编号告知书》 ②《第一类医疗器械生产备案凭证》 ③《医疗器械广告审查表》广告发布媒体类别涵盖“影视”的，需提供脚本图片

	<p>2. 二类:</p> <p>① 《医疗器械生产许可证》 / 《第二类医疗器械生产备案凭证》</p> <p>② 《第二类医疗器械经营备案凭证》</p> <p>③ 《医疗器械广告审查表》 广告发布媒体类别涵盖“影视“的, 需提供脚本图片</p> <p>3. 三类:</p> <p>① 《医疗器械生产许可证》</p> <p>② 《医疗器械经营许可证》</p> <p>③ 《医疗器械广告审查表》 广告发布媒体类别涵盖“影视“的, 需提供脚本图片</p>
美容整形医院	<p>1、三选一:</p> <p>①全国连锁品牌, 美容整形医院, 资质过硬, 品牌实力雄厚, 如美莱整形、伊美尔整形等; ②本土知名品牌(与公立三甲医院有合作关系, 且在本土口碑良好);</p> <p>③省级医保定点单位</p> <p>2、注资不低于 300 万</p> <p>3、《医疗机构执业许可证》</p> <p>4、《医疗广告审查证明》</p> <p>5、《医疗广告成品样件表》, 须有广告成品样件, 且成品样件相符</p> <p>6、至少提供持 3 名医师的《医师执业证》或《医疗美容主诊医生职业资格证》</p>
高端妇幼	<p>1、至少提供 3 名具有副主任医师以上职称的医师的《医师执业证》</p> <p>2、《医疗广告审查表》以及对应的《广告成品样件》, 且无重大医疗事故</p> <p>3、如涉及医疗, 需要《医疗机构执业许可证》</p>
体检中心	<p>1、《医疗机构执业许可证》</p> <p>2、《医疗广告审查证明》</p> <p>3、《医疗广告成品样件表》, 须有广告成品样件且成品样件相符</p> <p>4、广告推广涉及特殊科室, 需提交相应资质, 如: 放射科, 需提交《放射诊疗许可证》</p>

心理健康	<ul style="list-style-type: none"> 1、《医疗机构执业许可证》 2、《医疗广告审查证明》 3、《医疗广告成品样件表》
兽医兽药	<ul style="list-style-type: none"> 1、《兽药生产/经营许可证》或批准文件 2、《兽药广告审查证明》 3、涉及动物疾病的诊疗还需提供《动物诊疗许可证》
药品	<p>提供产品包装（需体现生产信息）</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 《药品生产许可证》 2. 《药品经营许可证》 3. 《药品广告审查证明》广告发布媒体类别涵盖“影视”的，需提供脚本图片 4、客户为线上药品信息展示，需提交《互联网药品信息服务资格证书》 5、客户为线上药品交易平台，需提交《互联网药品交易服务资格证书》 6、进口药品须提供《进口药品注册证》
消毒产品	<ul style="list-style-type: none"> 1、产品名称及包装信息，需体现生产信息 2、《消毒产品生产企业卫生许可证》 3、产品在全国消毒产品网上备案信息服务平台可查询 (https://credit.jdzx.net.cn/xdcp/loginPage.do?vsite=)
保健用品	<ul style="list-style-type: none"> 1、产品名称及包装信息，需体现生产信息 2、二选一：①地方保健部门/协会颁发的产品备案证书；②产品检测报告，报告编号需在 http://cx.cnca.cn/CertECloud/qts/qts/qtsPage可查询
药品生产	<ul style="list-style-type: none"> 1、《药品生产许可证》 2、如果具体推广某些药品，需要提供： <ul style="list-style-type: none"> ①药品清单 ②清单上药品的《药品广告审查表》
假肢生产装配	假肢和矫形器（辅助器具）生产装配企业资格认定书
医疗线上咨询平台	<ul style="list-style-type: none"> 1、《医疗机构执业许可证》 2、《互联网医疗保健信息服务审核同意书》

		<p>若为为医疗机构导流的 app 则需提供：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供二家以上医疗机构的执业许可证 2. 并提供与执业许可证一致的医疗机构的相关合作协议或证明 3. 仅限应用商店上架产品
生活服务	物流平台	《快递业务经营许可证》 / 《道路运输经营许可证》
	刻章	《营业执照》，经营范围包含刻章、刻公章、刻章服务、印章刻制相关业务
	开锁	《特种行业许可证》（许可证经营范围注明为开锁）或《开锁服务许可证》或开锁服务卡或《开锁业备案登记证明》，且公安局备案证明
	家政服务	《营业执照》，经营范围须包含家政服务相关营业范围
	动物园、植物园	<ol style="list-style-type: none"> 1、《经营许可证》 2、若涉及珍贵保护动物或植物，需提供 1 个以上的备案信息
	网吧	《网络文化经营许可证》
	高危险性体育项目	<ol style="list-style-type: none"> 1、《高危险性体育项目经营许可》高危险性体育项目包括（体育总局公布的第一批名单）：游泳（特指在游泳池、游泳馆等人工场所进行的游泳活动，不包括公开水域游泳）、高山滑雪、自由式滑雪、单板滑雪、潜水和攀岩 2、需核对营业执照范围，可包括：滑雪相关、攀岩相关、游泳相关、潜水相关、体育信息咨询 3、游泳场（馆）：需提供《公共场所卫生许可证》
	射击场所	<ol style="list-style-type: none"> 1、营业性射击场审批许可 2、需提供省级公安发放的《民用枪支持枪证》 3、实弹或彩弹都需提供上述资质
	健身房	《营业执照》，核对经营范围
	娱乐场所	<ol style="list-style-type: none"> 1、《卫生许可证》 2、《娱乐经营许可证》
	养生会所	<ol style="list-style-type: none"> 1、有具体门店照片，且必须提供美团/大众点评/口碑等后台截图 2、《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 3、至少有三名技师的健康证明

乐器、玩具模型	《营业执照》，核对经营范围
理发店、美甲店	《公共场所卫生许可证》
宠物店	1、《动物防疫合格证》 2、涉及进口宠物，需符合国家相关法律法规（如不得涉及野生濒危物种）
维修类	《营业执照》，核对经营范围
再生资源回收	1、《营业执照》需包含相关经营范围 2、《再生资源经营许可证》 3、《特种行业许可证》 4、《生产性废旧金属收购许可证》
卡券优惠	与相关商家合作证明
生活美容	一、品牌类客户 1、《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 2、全国有 100 家以上的连锁店或加盟店，品牌口碑良好，无负面新闻 3、此类客户可以投放品牌推广以及连锁店推广 二、门店类客户 1、有具体门店照片 2、《卫生许可证》和《税务登记证》和《消防许可证》 3、对应的从业人员需要有相关健康证明，至少有三名美容师的健康证明 4、在当地无不良记录且口碑较好
出行票务预定	1、涉及航空票点，须提供《航空公司机票代理资格证》 2、涉及售票网，同时销售汽车、火车、船票、飞机票等的，须提交 3-5 家航线或者运输公司的合作合同
鲜花园艺	《营业执照》
摄影摄像	《营业执照》

	奢侈品回收	《营业执照》，核对经营范围
	外卖平台	1、网络餐饮服务第三方平台提供所在地省级食品药品监督管理部门备案信息 2、自建网站餐饮服务提供所在地县级食品药品监督管理部门备案信息，同时符合上述“餐饮服务”资质
	综合生活服务	根据具体产品另作额外资质要求
	产后康复/按摩	提供至少 2 名产后康复理疗师证
商务服务	律师事务所	《律师事务所执业许可证》
	司法鉴定机构	省级以上司法行政部门颁发的《司法鉴定许可证》
	公证	《公证机构执业证书》
	律师咨询平台	3 份个人律师的《律师资格证》或律师事务的《律师事务所执业许可证》和合作证明
	资质代办	1、《营业执照》，核对经营范围 2、涉及商检报关，须提供《出入境检验检疫报检企业备案表》 3、涉及专利代理，须提供《专利代理机构执业许可证》
	咨询代理	《营业执照》，核对经营范围，须包含管理咨询、商务信息咨询等相关内容
	印刷	《印刷经营许可证》
	艺人经纪	1、《营业执照》，内容须包含“演艺经纪”、“文艺创作”、“演出经纪代理服务”、“艺人经纪”等相关内容 2、《营业性演出许可证》
	娱乐票务	1、《营业执照》 2、对应演出《营业性演出经营许可证》以及票务代理合同
	会计事务所	《会计师事务所执业证书》
	认证类	《认证机构批准书》
	电商代运营	《营业执照》，核对经营范围
	企业 IT 服务	《营业执照》，核对经营范围
建站服务	《营业执照》，核对经营范围	

	移民中介	1、《营业执照》核对经营范围（明确移民相关）+《因私入境中介机构经营许可证》； 2、涉及境外就业中介业务，则需要提供《境外就业中介许可证》
	布展会展	《营业执照》，核对经营范围
	劳务派遣	1、《劳务派遣经营许可证》 2、仅允许在 vivo 商店上架 APP 推广 (1) 软著主体需与广告主一致，不支持通过代理推广、子公司或股权控股等方式投放 (2) 提供应用上架截图
	兼职平台	1、《人才中介许可证》或《人力资源服务资格证》 2、仅允许在 vivo 商店上架 APP 推广 (1) 软著主体需与广告主一致，不支持通过代理推广、子公司或股权控股等方式投放 (2) 提供应用上架截图
	招聘猎头	1、《人才中介许可证》或《人力资源服务资格证》 2、仅允许在 vivo 商店上架 APP 推广 (1) 软著主体需与广告主一致，不支持通过代理推广、子公司或股权控股等方式投放 (2) 提供应用上架截图
通信服务	电信运营商	《电信业务经营许可证》（《基础电信业务经营许可证》或《增值电信业务经营许可证》或《因特网接入服务业务经营许可证》）
	彩铃手机卡/流量包办理	1、提供《增值电信业务经营许可证》 2、与电信运营商的合作协议（至少提供首页、期限页、盖章页） 3、提供运营商官网套餐截图或链接供查询
	游戏充值	1、提供与运营商，或广告主所推荐的网站、应用的运营方与运营商的合作协议； 2、游戏账户交易产品暂不收录
	充值卡	1、《增值电信业务经营许可证》 2、涉及短信群发，须提供与运营商的合作协议
	通信设备/IT服务	《中国国家强制性产品认证证书》（3C 证书）
结婚服务	婚纱摄影	《营业执照》
	婚恋服务	1、经营性婚介所，须提供《营业执照》，且经营范围须包含婚姻服务或婚介服务 2、非经营性婚介所，须提供《民办非企业单位登记证书》 3、成都、新疆须提供《婚姻介绍服务许可证》
	婚庆服务	《营业执照》
餐饮美食	烘焙甜点	1、《食品生产许可证》或《食品经营许可证》或《食品流通许

	休闲餐饮	可证》或《餐饮服务许可证》
	快餐	2、取得食品经营许可的餐饮服务提供者在其餐饮服务场所制作加工食品，不需要取得食品生产许可
	西餐	
	火锅	
	日韩料理	
	其他餐饮	
零售百货	超市	有具体门店照片+《食品经营许可证》
	便利店	
	购物中心	体现中心名称的前门照片+营业执照+《消防许可证》
机构协会	政府机关	提供机构证明
	协会团体	提供机构证明
	公益	提供机构证明（非募捐）
安全安保	防盗报警	1、提供产品样式； 2、提供《产品质量检测合格证书》
	保安安保	
	警用装备	
	门禁考勤	
	交通消防	
节能环保	污染处理	1、运营水污染物处理/污水处理厂：特许经营、政府购买服务（运营合同）（截止2019年10月）或《排污许可证》 2、《城市生活垃圾经营性清扫、收集、运输服务许可证》
	废旧回收	1、《营业执照》经营范围需覆盖具体项目。 2、特殊项目如电子废弃物需提供对应经营许可证件
	节能设备	产品质量检测合格证书
	环境评测	《建设项目环境影响评价资质证书》或《中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书》（CNAS）或《资质认定计量认证证书》（CMA）
	环保设备	产品质量检测合格证书
工业工程	能源化工	非危险品类，根据具体产品确认资质
	机械设备	1、根据网站经营内容提供以下一种或多种资质：涉及矿山企业、建筑施工企业和危险化学品，须提供《安全生产许可证》 2、涉及从事电梯、起重机械、客运索道和大型游乐设施等机电类特种设备，以及锅炉、压力容器（含气瓶）、压力管道安装、改造、维修，须提供《特种设备安装改造维修许可证》 3、涉及压力管道用管子、管件、阀门、法兰、补偿器、安全保护装置等，须提供《特种设备制造许可证》 涉及以上产品或除以上产品的其他工业产品，须提供《全国工业产品生产许可证》
	电子电工	1、《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书） 2、涉及特种设备，须提供《特种设备制造许可证》

农业辅助	化肥	<ul style="list-style-type: none"> 1、产品包装（需体现生产信息） 2、肥料登记证或肥料临时登记证（以下产品免于登记：硫酸铵，尿素，硝酸铵，氰氨化钙，磷酸铵（磷酸一铵、二铵），硝酸磷肥，过磷酸钙，氯化钾，硫酸钾，硝酸钾，氯化铵，碳酸氢铵，钙镁磷肥，磷酸二氢钾，单一微量元素肥，高浓度复合肥。） 3、《生产许可证》
	饲料/饲料添加剂	<ul style="list-style-type: none"> 1、产品包装（需体现生产信息） 2、《生产许可证》
	农业其他	《营业执照》，特殊产品需额外补充特殊资质
教育	留学出国	留学中介机构：《自费出国留学中介服务机构资格证书》
	理财培训	<ul style="list-style-type: none"> 1. 纳入金融产品备案 2. 需具备【教育咨询、培训】经营范围 3. 讲师资质：涉及授课的需提供该授课讲师的《金融分析师资格证书》、SAC 证券行业成绩单、证券业从业资格证或其他相关资质（讲师与广告主主体直接授权）
	素质教育	<ul style="list-style-type: none"> 1、《办学许可证》或《民办学校办学许可证》或《民办职业培训办学许可证》 2、涉及养生培训业务： <ul style="list-style-type: none"> (1) 需提供《营业执照》且经营范围需包含“教育”相关 (2) 业务承诺函
	基础教育	描述：早期教育、才艺培训、语言培训、学历培训
	母婴早教	<ul style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》，明确经营范围相关，即包含教育咨询、教育培训、教育项目投资或培训等相关业务； 2、涉及颁发学历证明，需提供《办学许可证》或与有该许可证的教育机构签订的合作协议或授权书； 3、涉及纹绣培训需提供 3 名及以上纹绣师执业证书
	语言培训	
	学历教育	
	职业培训	
托管机构	<ul style="list-style-type: none"> 1、营业执照需包含安全管控、课业辅导、餐饮保障、亲子类课程等主营业务 2、《卫生许可证》（涉及餐饮需此证） 3、《消防行政许可证》 4、经营场所证明 5、托管班工作人员需取得相关从业资格证 	
旅游住宿	旅行社	《旅行社业务经营许可证》

	代订服务	1、《营业执照》，核对经营范围 2、中国航空运输协会颁发的《中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书》 3、查验与铁路部门代销合同（直接做代理销售的） 4、景点票务分销证明
	旅游景点	1、普通景区无特殊要求（境内境外） 2、娱乐场所，须提供《娱乐场所经营许可证》
	旅游平台	《增值电信业务经营许可证》
	航空/游轮旅行	《公共航空运输企业经营许可证》/《水路运输许可证》
	酒店住宿	1、《公共场所卫生许可证》； 2、涉及餐饮《餐饮服务许可证》
	农家乐、渔家乐	《餐饮服务许可证》，涉及住宿《公共场所卫生许可证》
	事业单位宣传	《事业单位法人证书》
	个人游记	个人授权
	旅游局	旅游局资质证明
房产家居	房产中介	《房地产经纪企业备案证明》或《房地产经纪机构备案证书》
	房产买卖-开发商	1、《房产开发资质等级证书》或《建设工程规划许可证》或《建筑工程施工许可证》或《国有土地使用证》或《商品房销售（预售）许可证》 2、工程竣工验收合格证明（预售类不需要提供）
	房产平台	《增值电信业务经营许可证》
	房屋租赁	《房地产经纪企业备案证明》/《房地产经纪机构备案证书》
	房地产估价机构	1、机构名称有房地产估价或者房地产评估字样 2、房地产估价机构资质证书
	海外房产	1、广告主需满足房产开发商或房产中介资质要求 2、如为房产中介需提供项目授权 3、广告主需为国内中介机构（为国内买家提供服务），或国内开发商
	物业管理	《物业服务企业资质证书》或经营范围包含相关
	家装建材	1、《营业执照》核对经营范围（涉及电动工具，须提供《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）） 2、家居装修：《营业执照》包括室内装修资质 非家居装修：营业执照包括建筑装修资质 涉及装修设计：营业执照需包含装修设计内容
交通运输	车辆养护	《机动车维修许可证》
	旧机动车鉴定评估	《旧机动车鉴定评估机构核准证书》
	出租车	《道路运输经营许可证》
	托运	《托运资质证书》

	水运/空运	《水路运输业务经营许可证》 / 《港口经营许可证》 / 《公共航空运输企业经营许可证》
	铁路服务/运输	相关许可证
	公路运输	相关许可证
汽车	汽车厂商	生产许可证
	4s 店及经销商	经营许可证
	汽车租赁	《营业执照》，核对经营范围
	二手车经营	经营许可证
	出行服务	《网络预约出租汽车经营许可证》 + ICP 证
	汽车展会	《营业执照》
	汽车平台	平台链接+ 《营业执照》（涉及 APP 提供软著）
募捐平台	互联网募捐信息平台	<p>1、该慈善组织在民政部门的登记注册证明。如某基金会，则提供《基金会法人登记证书》</p> <p>2、民政部对符合条件的慈善组织，发给公开募捐资格证书 民政部指定的慈善组织互联网募捐信息平台详情以慈善中国官网公布信息为准</p>
	慈善组织募捐	1、该慈善组织在民政部门的登记注册证明。如某基金会，则提供《基金会法人登记证书》

		2、民政部对符合条件的慈善组织，发给公开募捐资格证书
	慈善/爱心众筹	《营业执照》
出版经营	音像制品	《音像制品经营许可证》。适用于录有内容的录音带、录像带、唱片、激光唱盘和激光视盘等音像制品的批发、零售和出租等活动。
	电子出版物	提供：《电子出版物出版经营许可证》，（适用于以数字代码方式，将有知识性、思想性内容的信息编辑加工后存储在固定物理形态的磁、光、电等介质上，通过电子阅读、显示、播放设备读取使用的大众传播媒体，包括只读光盘（CD—ROM、DVD—ROM 等）、一次写入光盘（CD—R、DVD—R 等）、可擦写光盘（CD—RW、DVD—RW 等）、软磁盘、硬磁盘、集成电路卡等）
	出版物	《出版物经营许可证》
金融	贷款	金融类请需联系商务进行线下备案，线下备案通过后，行业资质仅需上传产品描述、ICP 备案以及相关权限资质。资质内容可参照《特殊资质备案&VIVO 广告平台资质审核细则》 请联系商务对接具体资质要求
	基金	
	证券/股票	
	保险	
	银行/信用卡	
	贵金属	
	期货/外汇	
	综合理财	
	第三方支付	1、金融类请需联系商务进行线下备案，线下备案通过后，行业资质仅需上传产品描述、ICP 备案以及相关权限资质。资质内容可参照《特殊资质备案&VIVO 广告平台资质审核细则》 2、POS 机(无需备案) (1) 《支付业务许可证》 (2) 《商标注册证》 (3) 产品 3C 证书 (4) 《产品安全认证证书》 (5) 合作授权协议
	金融其他	

引流电商	首饰配饰	1、《营业执照》
	陶器	2、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
	家庭清洁纸品	3、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》
	母婴	4、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明
	家用电器	5、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权
	家居日用	6、首饰类（非金银珠宝类）需提交质检报告，提供相应材质。
	家纺	根据具体产品另作额外资质要求
	服饰内衣	·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：
	电脑办公	1、《营业执照》
	新奇特	2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）
	家装建材	3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
	家具	
	瓷器	
	宠物生活	
	珠宝首饰	
	手机通讯	
	运动户外	
	鞋靴	
	全屋定制	
工业品		
钟表礼品乐器		

礼品	
母婴服务	
农资园艺	
汽车用品	
箱包皮具	
数码	
其它	
虚拟充值	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、提供来源的授权或合作协议</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
游戏卡券	
玩具乐器	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、提供来源的授权或合作协议</p> <p>3、涉及儿童玩具需提供：《强制性产品认证证书》</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
图书	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、涉及中学小学教科书需提供：《中小学教科书发行资质》</p> <p>3、涉及其他图书需提供：《出版物经营许可证》</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
整车	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、涉及二手车需提供：《二手车经营主体备案证明》</p> <p>(1) 如非询价、而是交易平台，需提供：业务类型为“在线数据处理与交易处理业务”的《增值电信业务经营许可证》</p>

	<p>3、涉及新车需提供：品牌授权书、销售合作相关的合作协议、供货协议或授权书等</p> <p>(1) 如非询价、而是交易平台，需提供：业务类型为“在线数据处理与交易处理业务”的《增值电信业务经营许可证》</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
厨具	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p> <p>3、《生产许可证》，若非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
美妆护肤	<p>一、普通用途化妆品</p> <p>1、产品包装信息</p> <p>2、《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明</p> <p>3、国产非特殊用途化妆品备案（查询方式：http://125.35.6.80:8080/ftba/fw.jsp），且备案信息中不存在类如“责令改正”或者“未备案”的字样</p> <p>4、进口非特殊用途化妆品：《进口非特殊用途化妆品备案凭证》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等</p> <p>5、检验合格证明；进口化妆品应具备《入境货物检验检疫证明》</p> <p>二、特殊用途化妆品</p> <p>1、产品包装信息</p> <p>2、《化妆品生产许可证》；非生产企业需补充广告主和实际生产企业之间的代生产合同或经销证明</p> <p>3、《国产特殊用途化妆品许可批件》</p> <p>4、进口特殊用途化妆品：《进口特殊用途化妆品行政许可批件》或《进口化妆品卫生许可批件》或批准文号等</p> <p>5、检验合格证明；进口化妆品应具备《入境货物检验检疫证明》</p> <p>6、不收录丰胸和美胸</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
酒类	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、行业资质视产品参考食品中的相关资质</p>

	<p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息） 3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
烟具	<ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等） 3、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》 4、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明 5、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权 6、首饰类（非金银珠宝类）需提交质检报告，提供相应材质。 <p>根据具体产品另作额外资质要求</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息） 3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
收藏品	<ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、行业资质视产品参考文玩收藏中的相关资质 <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息） 3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
食品饮料	<ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、行业资质视产品参考食品中的相关资质 <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息） 3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
本地生活旅游出行	<ol style="list-style-type: none"> 1、《营业执照》 2、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等） 3、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》 4、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明 5、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权 6、不收录高仿、A货 B货、山寨产品、禁止投放产品等 7、不收录奢侈品 8、首饰类（非金银珠宝类）需提交质检报告，提供相应材质。 <p>根据具体产品另作额外资质要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 9、涉及加油卡：售价不得低于面额，需提供来源的授权或合作协议 10、涉及火车票：仅允许飞猪、携程、同程、去哪儿等大型 OTA 平台投放，且需提供对应 OTA 平台的《营业执照》

	<p>11、涉及飞机票需提供：《ITAT 票务认可证书》</p> <p>12、涉及酒店需提供：《特种行业许可证》（经营范围：住宿）、《卫生许可证》（许可项目：住宿）</p> <p>13、涉及美食需提供：《食品经营许可证》</p> <p>14、涉及线路门票需提供：《旅行社经营许可证》</p> <p>15、涉及电影需提供：《放映经营许可证》</p> <p>16、涉及演出需提供：演出场所：《演出场所备案单位经营证明》；演出公司：《营业性演出许可证》</p> <p>17、涉及话费流量充值需提供：市级及以上运营商的直接合作协议</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
医药健康	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、行业资质视产品参考医疗服务中的相关资质</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
生鲜	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、行业资质视产品参考食品中的相关资质</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
教育培训	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、涉及成人教育需提供：《民办学校办学许可证》</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>
连锁餐饮	<p>1、《营业执照》</p> <p>2、《食品经营许可证》/品牌授权书</p> <p>·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅需提供以下资质：</p> <p>1、《营业执照》</p> <p>2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息）</p> <p>3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）</p>

	汽车服务	1、《营业执照》 2、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等） 3、涉及电子产品需提供：《产品质量检测合格证书》 4、涉及国内外著名品牌产品：提供相关的合作证明 5、涉及品牌产品提供商标，商标主体非广告主需提交授权 6、首饰类（非金银珠宝类）需提交质检报告，提供相应材质。 根据具体产品另作额外资质要求 ·说明：若推广平台为淘宝、天猫、京东、拼多多等大型电商平台，仅提供以下资质： 1、《营业执照》 2、真实的后台店铺证明（需包含店铺名称、企业名称信息） 3、提供产品样式包装信息图（包含生产信息等）
其他品类	其他品类	具体资质以实际产品为准，请联系商务对接具体资质要求

3.2 特殊行业资质

金融类、约会交友类产品，请根据《特殊资质备案&VIVO广告平台资质审核细则》提交资质进行线下备案，备案通过后，再在账户中心上传其它资质。

3.3 权限资质

权限资质指广告主除基础开户资质、投放产品或服务所必需的资质外。在广告内容推广过程中，需要根据个别情况，补充的相应资质，主要包括：肖像、商标、专利、图形影视版权、第三方单位名义授权等。涉及该类内容的，广告主应当在资质中补充相关资质。详见本规范 4.1.4

对于综合影视视频平台、综合电商平台，广告主可以统一补充对相关权限资质的说明函或承诺函，代替各具体授权（其它行业不适用）。承诺函模板见附件，广告主可根据具体需求更改。

四. 广告审核要求

广告素材审核范围：构成广告内容的所有素材，都属于素材审核范围，受素材审核要求约束，包括标题、图片、视频、落地页，及落地页中与广告主题构成关联的交互效果、跳转内容。

4.1 创意内容要求总则

4.1.1 基于法律法规的基本要求

广告内容应当遵循国家法律法规的基本要求，不得含有以下情形：

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. 不得利用党和国家领导人的形象（含各种卡通虚拟形象），包括现任、离任或者已故党和国家领导人的形象作商业宣传。
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。
11. 法律、行政法规规定禁止的其他情形。

4.1.2 广告真实性及体验要求总则

1. 广告内容应当真实有效，不得虚构内容，不得使用误导、欺骗、恶意诱导用户点击、浏览的元素。

(1) 不得使用虚假按钮元素：“关闭”、“取消”、“确认”、“我知道了”、“好的”以及虚假播放/关闭按钮。

(2) 不得使用诱导点击元素：“滑动”“刮开”等与“点击广告”不符的操作提示、“鼠标”“手势”等诱导提示元素，分层设计，空白设计等诱导点击元素。

(3) 不得使用虚假倒计时、虚假弹幕。

(4) 未包含在以上几类中的恶意诱导元素，以审核部门具体判断为准。

2. 广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。发布的广告应当显著标明“广告”，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解，非相关类别广告不得刻意模仿资讯、通知内容，与媒体内容相互混淆。若发布文章、资讯内容，广告服务应当含有对应服务

和内容。

3. 广告应当具备完整的广告内容，不得使用与发布广告无关内容，或内容不完整的广告。
4. 广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、及其它相关服务内容的展示应当清晰明确，不得进行打码、刻意隐藏或淡化等行为。
5. 广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示推销活动或赠品的品种、规格、数量、期限和参与方式。
6. 不得以不真实的内容或商品发布广告欺骗用户。
7. 不得以新闻报道形式发布商业广告。资讯、影视、社交类产品可以具体事件内容作为广告素材，但不得涉及任何国家条例、民生政策等内容。
8. 广告内容应当与广告推广产品与服务相符。不得将与实际产品服务无关的内容作为广告内容。广告应当含有体现具体服务或产品的内容，不得发布无具体内容或与实际服务无关内容为主的广告。
9. 不得使用虚构、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。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。
10. 广告外显素材（广告标题、图片、视频，以下统称广告卡片）之间应具有关联性，与广告落地页、跳转至应用内容、服务内容保持一致。不得出现广告卡片与落地页、实际服务产品内容无法对应的情况。
11. 广告中按钮、文字、图片的点击效果提示，应当与文字传达的意思相符，不得出现点击无效、点击效果与文字不符的情况。如“下载并打开 app”按钮，点击需吊起下载或 app，不得点击无效或产生其它效果。
12. 广告不得虚构用户信息与状态，造成用户对自己信息误解。包括“您已浏览 5 分钟”“今日已签到”“附近 500m 美女给你发了一条消息”“你有一个快递待领取”等无法解释、不符合实际的、广告发布者无法对文案做出合理解释的描述。
13. 广告实际服务内容与微信、淘宝等平台无关情况下，不得使用相关平台字眼或模仿相关平台设计样式误导用户广告来源。如“微信红包”“淘宝店铺”“淘宝快递”等。
14. 部分行业不得以软文营销形式发布广告。（特指采用“某人经历”“某人推荐”“亲友关系”等故事性文章，其内容主观表述强烈，无法有客观证明解释的软广告。正常的硬广告，不应当以大量主观语气描述体现产品服务的内容和特征。不允许使用的行业主要包括：医疗服务、文玩收藏、教育、招商加盟、金融、小说、保健（食）品、个护美妆、互动广告。其余行业以审核部门具体判断为准）。
15. 广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

4.1.3 政治社会元素相关规定

1. 广告不得涉及任何国家政治内容、重大事件、敏感舆论事件，及国内外政治人物、政府工作人员，包括历史事件。如两岸关系、中美关系、疫情民生等，以及影射以上相关内容。无论正负面。
2. 广告素材不得含有国徽国旗、党徽党旗等政治标志。不得出现天安门广场、英雄纪念碑等政治标志内容。不得出现中国国家地图。不支持使用红底背景和黄色五角星同时展示。
3. 无相关授权证明情况下，广告中不得出现政治权利机构，或具有政治性质的媒体公司机构，如“央视”“中国人民银行”“国家电网”等。
4. 广告素材中不得出现明显的人民币外观，仅退市人民币售卖广告可出现。
5. 广告素材中不得出现警察、特警、军官等国家执法人员形象（关键元素：帽徽、领花、军衔、胸标、资历章、臂章等），广告产品为具有注册版号的影视剧，在未贬低其形象的情况下，可以出现。
6. 不得发布仿真枪械广告。广告素材中不得出现明显枪支、武器、管制刀具以及其他广告法中禁止出现的危险物品形象。（游戏、影视剧广告不涉及负面、国家、军队的标识或描述允许使用）。
7. 不得出现与国家机关有密切联系的特定地点名称或者标志性建筑物的名称，及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”、“专供”。
8. 不得使用政治标语或者口号，如“为人民服务、中国梦、不忘初心牢记使命、中国人民大团结万岁、世界人民大团结万岁”等。
9. 不得使用含有政治元素（如镰刀、锤子、火炬、红船等有政治含义的元素）。
10. 不得使用含有不良政治导向内容，工农兵画风不支持使用。
11. 不得使用或者变相使用英雄烈士的名义、形象或相关战争历史内容。
12. 广告不得使用社会负面舆论成分较大的事件或人物作为广告素材内容，若涉及事件后续持续发酵，审核侧有权利将对应广告直接下架处理。

4.1.4 关于代言、形象、商标、著作等使用和引用的规定

1. 未取得授权情况下，不得使用其它机构或个体的商标、形象、名义等作为广告宣传内容。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。
2. 若广告发生代言、形象、商标、著作等资质授权需求，包括具体人物照片名字、公众人

物形象、合作机构等情形，请按照“权限资质”提供相应资质。

3. 不得仿冒其它知名商标、产品名称。
4. 商标著作授权必须提供商标著作所有者的授权文件，子母公司或控股公司关系证明不能代替授权文件。
5. 不得使用未满十周岁未成年人作代言人。
6. 不得使用在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织作为广告代言人。
7. 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。
8. 医疗、药品、医疗器械、保健食品广告不得利用广告代言人、专家等作推荐、证明。
9. 农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得利用科研单位、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。
10. 教育、培训广告不得利用科研单位、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。
11. 招商等有投资回报预期的商品或者服务广告不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。
12. 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不得利用科研单位、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。

4.1.5 广告极限词相关规定

1. 广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”“第一”“首选”以及与其含义相同或者近似的行业对比极限词。
2. 有下列情形之一的，广告中使用极限词未指向商品经营者所推销的商品，不适用《广告法》关于极限词的规定：
 - (1) 仅表明商品经营者的服务态度或者经营理念、企业文化、主观愿望的，如“致力于给用户最好的体验”；
 - (2) 仅表达商品经营者目标追求的，如“追求质量第一”；
 - (3) 绝对化用语指向的内容，与广告中推销的商品性能、质量无直接关联，且不会对消费者产生误导的其他情形。
3. 有下列情形之一的，广告中使用的极限词指向商品经营者所推销的商品，但不具有误导消费者或者贬低其他经营者的客观后果的，不适用《广告法》关于极限词的规定：

- (1) 仅用于对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的，如” xx 品牌最新机型 “；
- (2) 仅用于宣传商品的使用方法、使用时间、保存期限等消费提示的；
- (3) 依据国家标准、行业标准、地方标准等认定的商品分级用语中含有绝对化用语并能够说明依据的；
- (4) 商品名称、规格型号、注册商标或者专利中含有绝对化用语，广告中使用商品名称、规格型号、注册商标或者专利来指代商品，以区分其他商品的；
- (5) 依据国家有关规定评定的奖项、称号中含有绝对化用语的；
- (6) 在限定具体时间、地域等条件的情况下，表述时空顺序客观情况或者宣传产品销量、销售额、市场占有率等事实信息的，如” xx 平台 3k-4k 价位段销量 Top.1 “。

4.1.6 vivo 品牌相关规定

1. 不得发布与 vivo 手机产品构成竞品的广告。

(1) 广告卡片（外显图片标题视频）不得出现任何明显竞品品牌名称、logo，或以明显竞品品牌旗下产品作为素材内容主体（包括竞品产品突出元素，如“灵动岛”、“home 键”、“浴霸镜头”等）。

(2) 以下情况可以适当出现竞品产品，但不得特意突出：以综合性方式介绍平台活动或平台引流的。如“618 数码商城活动”使用各类手机、配件图片，未突出展示某单一品牌。

(3) 综合电商落地页，允许出现竞品品牌名称及产品，但落地页主题不得为某个竞品品牌产品，或突出竞品品牌。如在“推荐商品”列表中可以出现。

(4) 竞品品牌的界定：在国内具有手机市场份额的品牌。主要包括：华为、OPPO、一加、realme、小米、魅族、中兴、联想、苹果、三星等。

2. 未经我司许可不能以任何形式直接或间接地使用“vivo”品牌名义进行联合活动宣传；创意内容禁止出现不利于 vivo 品牌形象的宣传。创意内容不得涉及对 vivo 市场策略、开发计划、运营生产情况等情况妄加说明或猜测。
3. 广告产品为 vivo 产品的，售价不得过分低于市场价。未经同意，不得使用“低价抢购”“9.9 元秒杀”等使用户认为产品廉价的描述。
4. 广告产品为非 vivo 产品的，未持有与 vivo 公司官方合作的证明情况下，不得使用 vivo、维沃、iqoo 等一系列 vivo 公司品牌相关字眼。
5. 新闻视频类广告，使用 vivo 相关报道作为广告素材的，仅可使用正面且真实的素材，负面及中性报道皆不可使用。

4.1.7 公序良俗

1. 不得使用不文明描述及素材，不得使用脏话，不得使用侮辱性描述（词汇语义过分低俗，在任意场景出现均不予通过）

（1）下流谩骂类词汇：TM、尼玛、你妹、擦、牛逼、牛 B、蛋疼、妈比、我操、屌丝、逗比、你妹、装逼、草泥马、我靠/我擦/我屮艸芔茻、妈蛋、逼格、特么的、撕逼、滚粗、小婊砸、傻 X、跪舔、绿茶婊。

（2）不得使用侮辱、歧视残疾人，贬低残疾人，不得使用“残废人”、“独眼龙”、“瞎子”、“聋子”、“傻子”、“呆子”、“弱智”等蔑称；不得使用残疾人做比喻/比较。

（3）不得使用对特定人群、种族、国家、地区等歧视性的内容。

（4）不得使用贬低、损害女性或男性形象；不得对女性或男性存在任何偏见、歧视和限制。

（5）不得使用贬低用户特别是特定群体用户的文案，如：“大龄剩女看起来“、”民工都能办的信用卡“。

2. 不得使用有违公序良俗、伦理/职场/社会道德、扭曲价值观等内容。

（1）有违公序良俗；如：涉及一男多女动作亲昵，多婚约（现代文），早恋，同性恋，恋足，恋物，出轨，多妻，换妻，乱伦，老夫少妻，老妻少夫等与社会价值观不相符的内容。

（2）有违伦理道德、职场道德、社会道德的内容，如：“近亲结婚”、“乱伦“、“出轨“、“同性恋“、“重男轻女”、“潜规则”、“早恋”等。

（3）扭曲金钱价值观及拜金主义内容，如：“炫富“、“拜金“、“躺赚“、“享乐主义“、“糜烂生活“等。

（4）除明确为正常血缘关系场景下，不得使用儿童与异性成年人亲密图片；无论是否为正常血缘关系，均不得使用性感美女+男童图片。

4.1.8 色情低俗

1. 人物着装应完整正常，不得裸露上下半身，不得穿着情趣服装及透视装、露点：

（1）不得露出内衣。

（2）不得出现衣衫不整形象。

（3）女性人物不得裸露事业线超过 1/2。

（4）女性人物胸部暴露面积不得超过整体胸部的 30%

- (5) 女性人物不得露出大腿根部。
 - (6) 不得使用裸体婴儿图片。
 - (7) 女性人物不得露点或着装暴露。
 - (8) 男性不得裸露上身、袒露胸膛。
 - (9) 不得出现情色着装。
2. 不得使用偏肤色衣物，在视觉上造成图片中人物过于暴露。
 3. 露背元素不得暴露超过背部的 2/3。
 4. 不得刻意突出胸部如：手张开/上举展示胸部、侧面展示胸部、爆乳等。
 5. 女性图片只有人物上/下半身的情况下，不得刻意聚焦胸部/臀部画面占比超过一半。
 6. 不得使用裸体婴儿图片。
 7. 不得出现情色影片、情色文学作品、AV 女优等场景。
 8. 不得出现情趣用品、情趣道具，以及避孕套等两性用品。
 9. 给用户带来性相关的联想或直接对性行为展开描述的内容，如男女性交，同性性交，自慰。
 10. 不得使用两性隐私话题内容，或暗指性功能的描述。
 11. 不得出现对人体或敏感部位的不良描述，包括直接描述和暗示性描述。
 12. 人物不得有明显的性暗示动作、表情，不得有明显性行为前戏氛围，如：翘屁股、腿张开、抚摸胸部、趴在沙发上、脱衣服动作、拉扯内衣肩带、舔嘴唇、咬东西、表情享受/痛苦等。
 13. 抚摸敏感部位及调情过程及低俗描述女生身体部位的内容，如：“她浑身燥热了，解开胸前的纽扣，承受月光的抚摸，忽然地发现她的乳峰似乎比以前大了一些，很饱满得涨紧在洋布的衬衣里。”
 14. 男女亲吻或姿势过于亲密，有明显暗示即将/正在进行性行为的动作或表情，如：抚摸敏感部位（胸、屁股、下体、大腿内侧等）、刻意模仿性行为姿势（嘴不可与对方部位接触、下体不可接触）等。
 15. 不得出现女性单独使用茄子/香蕉/黄瓜等暗示私密性用途物品的低俗导向场景。
 16. 不得出现存在低俗导向的人物+私密空间敏感场景，包括但不限于以下场景：人物+浴室洗漱用品（花洒、浴缸等）；人物+厕所场景（马桶、蹲厕等）；人物+圆床；人物+情趣酒店场景。
 17. 不得出现性暗示、不得出现性骚扰、偷窥、捉奸等易让用户联想到性行为、性关系的内容。如：浴室内直播，晚上寂寞约少妇，脱衣舞，艳舞，动作惹火，眼红心跳，特殊服

务等相关出现性暗示内容。

18. 不得刻意聚焦胸部、臀部、裆部、大腿以及足部。刻意聚焦指敏感部位处于图片画面中心位置或敏感部位占比过高（超过 50%）。
19. 允许使用正常的男女接触图片，如：礼节性拥抱、牵手、深情对视、壁咚、亲额头等，但不得出现人物身体过度亲密接触的行为或者暗示性行为的内容，如：接吻、床戏镜头、调情抚摸、视线聚焦敏感部位等场景。
20. 词汇结合美女图使用，如能够引发两性联想：

（1）身份类词汇：婶子、小姨子、岳母、X 姨，儿媳、寡妇、已婚男士、贴身秘书、感觉类词汇：欲望、起劲、得劲、带劲、爽、爽快、上瘾、疼、饥渴、舒服、刺激、紧、受不了、湿、顶不住、吃不消、把持不住、量大管饱、身入其境、自制力、疯狂、上火、脸红心跳、走火入魔（走火入魔可用在仙侠风美女且无两性诱导的素材中）特殊场景类词汇：被窝、深夜、晚上。

（2）特殊动作类词汇：交换、腿软、抵抗、失控、崩溃、销魂、征服、心跳加速、按捺不住、尖叫。

（3）其他：本事、本钱、本领、本性、兽性、伦理、神鹰之手、人性禁区、敏感、禁忌、底线、污秽、坚硬、肥田、湿地花园。

21. 词汇语义过分低俗，在任意场景出现均不予通过：

（1）两性低俗类词汇：人道、隐疾、梅开三度、出轨、偷情、蜜桃、身体不行、木艮子、铁棒、神棒、假太监、贴身太监、69、X 次、侍寝、失身、发生关系。

22. 视觉错觉引发两性联想，如：图片截图至女性脖颈无着装处引发裸体联想；实际是正常图片，特殊角度看上去有疑似性行为、性挑逗动作。
23. 不得使用因视觉错位或视觉误差导致不良诱导的图片。

4.2 广告文案审核要求

1. 广告标题字数限制：6-35 中文字符。
2. 广告标题统一使用中文标点。广告语中不得含有除简体中文、英文、阿拉伯数字以外的其他文字类型（注册商标或公司名称可使用繁体）。
3. 广告标题不得使用特殊标点符号，需使用常规使用具备语句意义的标点符号。句末仅可使用符合句意的问号或叹号，其它符号不得使用。不得使用的标点包括但不限于：{} * # ^及连续标点。
4. 广告文案需保证语句通顺完整，切忌行文不规范。不能存在多字、少字、错别字，不可

出现特殊符号、乱码、灌水、谩骂等情况。

5. 广告文案中若借用某字为谐音字，需在该字上加引号以示区别。
6. 广告中如因特殊需要配合使用其它外国语言文字时，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。注册商标、企业名称、品牌产品系列名称可直接使用外国文字。
7. 广告卡片文案中不得出现股票代码、URL 链接、无关地址、微信号、QQ 号等个人社交账号信息。
8. 文案中不得使用“仅限今日”“明天涨价”等不符合实际的时间描述。
9. 广告标题需要与图片、视频内容相对应，不得出现意思不符或无关联的情况。
10. 未提供相关证明情况下，不得使用“某地政策”“政府补贴”“某机构合作”等涉嫌利用政府或其它机构提高广告关注度的文案。
11. 标题结构和表意应当完整，不允许少字造成句意不明确，或留白使内容未传达完整。
12. 广告外显素材文案不得出现：BOSS、boss、首长、领导、皇上、皇帝、皇后、万岁爷、寡人、朕等相关内容。（影视剧的图片文案及视频台词字幕可使用；游戏 UI 界面可使用）
13. 标题党：图片或标题，为吸引用户点击，使用吸引眼球但不切实际的文案宣传，或使用涉嫌虚假的图片，诱导用户点击，无法保证内容真实性，或使用具备威胁性、夸张性或其它诱导性强烈的标题党句式。
 - (1) 强引导、威胁性、挑衅性、命令性句式：是男人就看、一定要/千万要/千万不要、不看后悔（可支持千万不要错过、千万别错过）。
 - (2) 诱导性句式：偷偷看、偷偷告诉你、背着老婆看、不要在人多的地方、建议不要晚上看、让男人疯狂女人躲避、让人睡不着。
 - (3) 挑衅类文案：谁能顶的住；这才是三十岁男人该看；没有男人能抗住；看了一定不会让你失望；我赌你没看过。

4.3 广告图片视频审核要求

总则：

1. 不得出现消极、丑陋、恐怖、血腥及含有暴力倾向等元素，不得出现明显不符合社会注意良性价值观或社会舆论的内容。
2. 禁止抄袭使用他人享有版权的游戏、漫画等截图作为广告内容。
3. 软件应用类广告需统一在图片左上角或适当位置添加清晰可见应用 logo 或产品名称

(开屏位置和联盟广告可根据设计需求变更位置，但应清晰可见)。

4. 图片不得出现水印。视频内不得出现与广告内容或广告主无关水印。未提供宣传合作证明的情况下，广告外显图片不得出现其它产品的 logo 标志。
5. 广告图片中要求添加的提示或警示语，应当清晰可见，且在视频中持续展示。
6. 广告图片视频不得出现明显的二维码、条形码。
7. 禁止出现饮酒及香烟场景。
8. 图片视频不得使用具有极端猎奇、恐怖等已让人产生恶心、不适的图片：
 - (1) 密集的蚯蚓，鱼苗，黄鳝等动物以及其余易引人不适的密集元素。
 - (2) 丧葬用品、遗照、尸体，坟墓，棺材，墓碑等。
 - (3) 细节清晰的僵尸，丧尸。
 - (4) 蛇、猎奇动物（野人，爬虫，外星人等）（虚构内容除外）。
 - (5) 病变人体器官、长斑。
 - (6) 注射、手术、人体解剖图。
9. 广告图片及视频应与广告产品相关，不得使用与所投广告产品毫无相关性的图片及视频
10. 组图各张图应当独立，不可使用相同图片。
11. 图片视频内容应完整清晰，不得有突兀的截断，不得出现马赛克、变形、元素重叠或遮盖、元素色差大、过于模糊等问题。
12. 使用白底图片素材，图片需包含广告文案，不得仅显示商品/照片，且白底背景不得超过全图面积的 1/2。
13. 图片当使用纯色背景图时，素材内容元素在图片中的分布比例应当合理，不得产生主体内容集中在图片的一小部分（小于图片的 1/3），背景色占比极大等元素失调的情况。
14. 视频声音需完整且正常无杂音，不得出现突兀的声音，包括但不限于爆破音、警报等。
15. 图片的排版设计应当正常美观，使得能够正常融入到媒体内容中，不得突兀。
16. 不得使用黑白照片作为投放素材。
17. 出现具体红包金额时，图片需清晰标注提示语“具体金额以实际领取为准”或说明金额最高上限即可；若出现红包金额 100 元及以上的红包类型素材时，需提供证明进行备案，保障链路真实性（如拼多多、快手、唯品会、宝宝砍价等大型综合电商平台不作要求）。

4.4 广告落地页审核要求

1. 落地页禁止出现强制下载、静默下载等未经用户确认的下载行为。应以显著方式明示，并经用户主动选择同意。不应存在未见显著明示且未经用户同意，点击任意位置即自动下载、安装、使用第三方 APP 的行为。
2. 落地页下载 app 来源必须为 vivo 应用商店资源。
3. 广告中出现的推广内容，包括但不限于价格、折扣、活动信息及其他广告信息，在落地页中均需体现。
4. 落地页不得在形式上抄袭、模仿知名网站。
5. 落地页不得出现二维码、个人微信号、QQ 号等社交信息。
6. 落地页展现的功能按钮需真实有效，且符合文字描述。
7. 落地页底部需注明广告主完整名称，需与行业备案资质一致。使用自建站的，还需注明与备案相符的 ICP 备案（非自建不需 ICP 号）。提供商品货到付款服务的，需标明公司地址及联系方式。
8. 落地页作用户信息收集的，应当说明数据信息收集用途、使用范围、安全准则等内容，帮助用户判断是否提供信息（通常称为“用户协议”“信息收集协议”）。不得收集与用户无关的信息。
9. 落地页内的动态信息，如 xxx 分钟前有人购买、已经有 xx 人参与，应当真实有效，不得在站点功能无相关功能支持下，使用伪造的动态信息进行展示。
10. 落地页中不得包含虚假按钮。明示用户交互的部分，包括效果“播放”“下载”“搜索”按钮，应当具备有效且符合设计的交互效果，不得点击无效果，或产生与按钮不符的效果。（与产品本身功能相符的，可表示为下载后使用的文字形式的按钮除外（非文字形式的通用图标，如 播放 关闭 图标不允许），如小说 app 下载按钮为“立即阅读”，视频 app 下载按钮为“马上观看”）。
11. 落地页不得启用自动下载，不得采取全屏点击下载，或接近全屏下载。不应将背景、图片间隔等无表达下载意思的区域设置下载热区。
12. 落地页点击下载热区，应当具有合理提示。可设置在图片或带有下载提示的按钮上。若设置在图片上，文案需明确为“点击图片下载”，而非“点击查看”“立即播放”等非明确“下载行为”的易混淆文案。其它非图片或按钮的间隔区域，不得设置为下载热区。
13. 可点击下载的页面，需要包含应用信息以下要素：
 - (1) APP 名称(且名称与下载安装后的 APP 名称一致)。
 - (2) APP 真实有效的开发者或运营者信息，且应与 APP 自声明一致;开发者或运营者

信息不应隐藏在二级链接。

- (3) 应明示所分发 APP 的版本信息，且版本信息不应隐藏在二级链接。
- (4) 所分发 APP 的安装及运行所需要的权限链表及用途；（用户安装协议）。
- (5) 所分发 APP 的搜集使用个人信息内容，目的，方式和范用（隐私协议）。
- (6) 应明示所分发 APP 的产品功能（功能介绍）。

4.5 vivo 建站审核标准

1. 金融行业广告，非应用下载类产品不得使用悟空建站投放。
2. 贷款类广告，广告主非贷款资质持牌机构，仅为持牌机构代理合作的，不得使用一叶智能建站投放。
3. 提供货到付款服务类广告落地页底部需添加广告主名称、详细公司地址。
4. 不得使用动态图片、视频等手段，伪造建站不支持展示的功能。如实时交易信息，动态销售数量。

4.6 广告交互审核要求

1. 广告标题、图片、视频、落地页以及跳转至应用内容应当相互对应，配置有 deeplink 的广告，图片视频展现的主题内容应当与跳转内容保持一致，使得用户因广告卡片吸引点击后，能够立即看到相应内容。
2. 落地页内的提示及交互按钮，应当真实有效，不得进行无效提示。
3. 点击广告后，未经用户确认不得直接进行下载。落地页含有视频的，未经用户点击不得直接自动播放。
4. 跳转至应用内的广告，需配置一键返回按钮，使得用户能直接返回 vivo 媒体。按钮文案应符合逻辑，如“返回浏览器”不得应用在非浏览器端的广告位上。
5. 用户点击广告后，使用返回按钮进行返回操作时进行的退出确认至多提示一次，不得恶意使用户停留在广告内容。
6. 用户点击广告后，不得在广告内容中强制用户进行其它下载、查看其它内容，或其它恶意获取用户流量的行为。
7. 正常网络状态下，点击广告与打开落地页间等待时间不得超过 3s。

五. 行业审核要求

5.1 电商广告

本则规范包含以下两类电商类型：

1. 综合电商：综合电商指本身为知名品牌，且集成多行业类目、多个商品品牌的，具有应用依托的电商平台。
2. 二类电商：二类电商广告指无知名平台依托，但以售卖具体实物产品为目的进行的推广行为。

5.1.1 电商广告审核通则

禁止利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易的行为。包括但不限于以下行为：

1. 禁止出现“原价”“批发价”“出厂价”“厂家降价”“亏本价”“内部价格”等混淆正常市场价的描述。允许大型综合电商平台以类似文案宣传，但若发现不符实际或客诉问题，应当由广告主自行承担责任。
2. 禁止出现“厂家搬迁”“老板要求”“断码销售”等无法证实的货源变动描述。无相应厂家公司促销活动授权，不得描述为其它公司或厂家支持或推广的活动。允许大型综合电商平台以类似文案宣传，但若发现不符实际或客诉问题，应当由广告主自行承担责任。
3. 禁止以过分低于市场的价格吸引用户购买，如“这里手机只卖9.9”“只要1元，新款手机带回家”。若实际为抢购、秒杀等活动的，应满足本条通则中3的要求。且标题图片文案，应当清楚描述为抢购秒杀活动，如“新款产品最低1元抢购”，不得让用户误解为可以直接低价购买。
4. 禁止“广告卡片宣传为免费领取，实际购买环节收取费用的行为”。若产品本身免费，收取其它费用的，仅可收取物流费用，且费用需在标题或图片中明确标明，单件物流费用不得超过30元。
5. 不得使用极端挑衅、命令、承诺性文案。如“不买后悔”“男人必须买”“非买不可”等。
6. 禁止山寨产品投放，或利用其它知名品牌热度混淆产品厂家关系，诱导用户购买。如：“苹果电脑专用配件”，“茅台酒30元一瓶”（实际产品名为茅台镇酱香酒）。

广告内容若为中奖、抽奖，秒杀，或含有赠品的形式的。应遵循以下要求：

1. 中奖、抽奖的规则（包含时效、产品内容、额外费用等），应当在落地页清楚描述。

2. 赠品本身应当符合平台准入要求。若为特殊产品，需提交赠品对应的产品资质。
3. 赠品价值不得超过商品本身，且不得超过 50000 元。

5.1.2 综合电商广告审核规范补充

综合电商指本身为知名品牌，且集成多行业类目、多个商品品牌的，具有应用依托的电商平台。综合电商广告应当遵循以下要求：

1. 综合电商通过广告卡片跳转的首个落地页和应用内页面首屏，不得含有本规范内规定的禁止投放产品。
2. 广告主本身非综合电商平台运营所有者，仅作为平台内店铺所有者，为单个产品或店铺、活动推广的，按照二类电商审核要求规则处理，需提供产品相应资质。广告推广形式需要为落地页推广，不得吊起应用。广告卡片不得标识综合平台 logo，可含有平台文字名称描述。
3. 广告主本身非综合电商平台运营所有者，仅为该平台引流或合作推广的，需提供平台运营者的合作授权。
4. 广告主本身为平台所有者或合作推广者，以推广平台为目的的，除特殊敏感产品外，无需提交广告中具体产品的相关资质。
5. 综合电商可在落地页或应用内出现 vivo 竞品内容，但不得在广告卡片中出现。综合电商落地页，允许出现竞品品牌名称及产品，但落地页主题不得为某个竞品品牌产品，或突出竞品品牌。如在“推荐商品”列表中可以出现。
6. 商品以极低售价进行售卖或文案含“秒杀、限时优惠、促销”等（包括落地页在内）具有活动性词汇时，图片需添加提示语“活动以端内实时规则为准”。
7. 现金无门槛体现描述规范：
 - (1) 使用签到、浏览、打卡等需要完成一定任务过程的描述，都不得使用无门槛字样。
 - (2) 不得描述为无门槛/无条件的领取/直接体现现金红包，可使用无门槛使用。
 - (3) APP 端内确有无门槛送现金红包的，不包含在此规则内。
8. 未经授权情况下，素材文案不得宣传使用品牌主活动，如“***品牌周年庆”；可宣传店铺活动。
9. 不得使用“收到一个微信红包、立即领取”等使用户以为奖励直接点击领取到微信或其它账户，而不是通过 APP 转入微信账户（直接提到微信而不通过 APP 内）的描述。

5.1.3 二类电商广告审核规范补充

二类电商广告指无知名平台依托，但以售卖具体实物产品为目的进行的推广行为。广告应当遵循以下要求：

一、 资质要求（除本规范中“行业资质”部分要求外的补充要求）：

1. 推广针对服饰、鞋帽、包具、手表等直购电商单品，需经 CMA 或 CNAS（中国合格评定国家认可委员会）认定质检机构出示的质检证明。
2. 包括但不限于智能手机、智能手表、家用电器等需要 3C 强制认证的行业，均需提供 3C 认证证书或经 CMA 或 CNAS（中国合格评定国家认可委员会）认定质检机构出示的合格质检证明。
3. 需提供《商标注册证》，若品牌非推广方所有，需提供商标授权证明，至多进行二级授权。
4. 禁止推广三无产品。产品描述及资质需要明确商品的产品名称、厂家、许可证号（或质检证明）。
5. 贵重物品，包括珠宝玉石，奢侈品，贵重艺术品等，限综合电商平台或线下大型连锁品牌投放。

二、 广告内容规范

1. 不得使用夸大、虚假、无法证实的对价格及功能的不合理描述。
2. 落地页功能不支持实时统计的情况下，不得使用虚假的计时器、当前购买人数、购买数量、用户购买评价情况等虚假虚构内容。
3. 提供货到付款服务的落地页需在底部添加商家的地址及联系方式。
4. 不得使用挑衅类、命令类、誓言类、祈求类等易引发用户偏激心理反应的词汇，包括但不限于“不买后悔”“是 xx 就得买”“郑重承诺/发誓”“请大家帮帮忙”等。
5. 广告中包含“无效退款”“试用满意付款”等售前售后服务内容，需将时效、条件、数量等规则表述清楚。

三、 数码家电产品

1. 涉及心率、血糖、血压、血脂等非医疗器械的生命健康指标监测产品需在数码家电投。
2. 涉及心率、血糖、血压、血脂等非医疗器械的生命健康指标监测产品，如血糖监测手表等，需在落地页添加提示语”本产品不属专业医疗设备，监测和测量结果仅供参考，不做任何医疗用途和依据“。

四、 补精提神类产品

1. 不得出现“两性”“性生活”关联字眼和描述，包括但不限于：补肾、壮阳、持久、夫妻生活、真男人、重燃激情等。不得出现专指男性的描述。
2. 可出现无关性生活且符合产品实际特性的普通滋补描述：提神、改善睡眠，缓解精力疲劳等。
3. 落地页及广告图不得使用以下类型图片：男女同床照片、男女抚摸动作图片、男性露上半身图、突出特写男性肌肉图片、性感美女图片及其它易造成“加强腰力”“提高性生活体验”误解的图片，如：火焰、猛兽、握紧的拳头、拳头敲墙等。
4. 不得过分强调“保密发货”，以暗示产品的特殊性。如：“您的担忧我们都懂”“不会泄露产品信息”“包装上不含有敏感字眼”等。
5. 鹿鞭形象管控：
 - (1) 不得在外显素材展示。
 - (2) 若行业资质内的产品配料信息中包含“鹿鞭”成份，则落地页可支持出现鹿鞭形象，反之不支持。

五、 房屋布局、风水、解梦书籍

1. 支持推广正版书籍，素材除书籍外观、书名的展示外，不得展示书籍内容以及涉及封建迷信等描述。
2. 不得涉及封建迷信相关。如：房屋布局影响风水、财运、富贵、健康、祸福、夫妻感情，出高官、高材生等。
3. 不得使用佛教道教等宗教人物形象及相关文字描述。如：和尚、菩萨、佛祖、道士等，或相关代表物品，如佛牌、拂尘、木鱼等。
4. 不得使用具备宣传某迷信品牌或迷信人物特征的产品描述（文字及形象）。如：黄大仙、紫金斗数、启明灵签等。

5.2 食品广告

本则规范包含以下 4 类食品：

1. 普通食品：以普通食品材料加工而成的食品。
2. 药食同源食品：以国家公示的 110 种药食两用物质中的一种或多种原料构成，产品成分以原料粗加工为主，未经过热加工或大量添加其它辅料的食品。
3. 特殊医学用途配方食品：是指为满足特定疾病状态人群对营养素或者膳食的特殊需要，专门加工配制而成的配方食品。
4. 保健食品：保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

5.2.1 食品广告审核通则

1. 不得含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”等含有行业对比意味的绝对化描述。
2. 不得对产品成分、功效、安全性等做出不符合可观依据、夸大事实的保证，如“纯天然”“安全无副作用”等描述。
3. 不得使用“祖传配方”“神秘因子”“神奇配方”等具有迷信或非科学色彩的描述。
4. 不得含有无法证实，无依据的所谓“科学或研究发现”、“实验或数据证明”等方面的内容。
5. 不得出现与药品相混淆的用语，不得直接或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暗示食品具备对疾病的治疗效果。
6. 不得利用医疗机构、医生的名义或者形象作证明、推荐。
7. 普通食品不得与其他食品、保健食品或者药品进行功效对比。
8. 酒水广告需满足以下要求：1) 不得出现饮酒形象；2) 不得出现未成年人形象；3) 不得包含驾驶车、船等场景；4) 不得将个人状态变化与产品进行联系宣传。
9. 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。

5.2.2 普通食品、药食同源食品广告审核规范补充

1. 两类食品均不可出现有关疾病治疗效果、辅助疾病治疗效果的描述，不可出现明确的疾病名称。

(1) 不得出现“调理/缓解+医学疾病描述”，如缓解三高，缓解高血压、高血糖、肝硬化、肺结节等。

(2) 支持使用对于无关具体疾病的描述,但要符合该食品的基本属性和客观功能,如:缓解肠道不适,养肝护肝、养胃开胃、调理/缓解血压、血糖等。

2. 药食同源食品,不得出现有关人体健康状态,包括:

(1) 生理状态(如血压血脂、酸痛疲惫、器官状态等)。

(2) 心理状态(如焦虑失神等)的描述。

(3) 可出现无关具体健康状态的,改善调节普通状态(无关是否人体健康)的描述(如养胃开胃,清新口气),但应当符合食材包含的客观功能。

3. 普通食品广告,不得出现任何特殊功能的描述,包括治疗、保健功能,若出现相关功能词汇,仅可使用表示符合客观科学认知的,用于表达产品成分、状态、制作工艺的描述(如某水果富含维生素、天然牧场养殖等)。

4. 食品广告中符合以上允许出现的功能性描述,应当符合客观规律,不可混淆、夸大或引用错误数据。

5. 资质中需提交产品外包装信息(含有生产许可编号、产地、产家页)或成分检测报告或食品生产明细表。

5.2.3 保健食品、特殊医学配方食品广告审核规范补充

未进行特殊说明的部分,特殊医学配方食品应当符合保健食品中的相关规定。

1. 不得利用广告代言人、受益人作推荐、证明。不得使用前后效果对比图。
2. 保健食品广告应当显著标明(外显图片)“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”,声明本品不能代替药物,并显著标明(落地页首屏)保健食品产品名称、保健食品批准文号、广告审查批准文号、保健食品标识、适宜人群和不适宜人群。
3. 特殊医学用途配方食品广告应当显著标明(外显图片)“请在医生或者临床营养师指导下使用”,并显著标明(落地页首屏)特殊医学用途配方食品名称、特殊医学用途配方食品批准文号、广告审查批准文号、适用人群、“不适用于非目标人群使用”。
4. 保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明(外显图片)的内容,其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认,在视频广告中应当持续显示。
5. 保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准,不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的,不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。
6. 特殊医学用途配方食品广告的内容应当以国家市场监督管理总局批准的注册证书和产

品标签、说明书为准。特殊医学用途配方食品广告涉及产品名称、配方、营养学特征、适用人群等内容的，不得超出注册证书、产品标签、说明书范围。

7. 不得声称或者暗示广告商品为保障健康所必需，如声称或暗示保健食品为正常生活所必需。
8. 不得与药品、其他保健食品进行比较。
9. 不得直接或间接怂恿任意、过量使用保健食品。
10. 不得通过渲染夸大某种健康状况或者疾病，或通过描述某种疾病容易导致的身体危害，使公众对自身健康产生担忧、恐惧，误解不使用广告宣传的保健食品会患某种疾病或者导致身体健康状况恶化。
11. 不得夸大保健食品功效或扩大适宜人群范围，明示或暗示适合所有症状及所有人群。
12. 不得含有无法证实的所谓“科学或研究发现”、“实验或数据证明”等方面的内容。
13. 不得使用“无效退款”进行宣传。
14. 不得含有有效率、治愈率、评比、获奖等综合评价内容。
15. 保健食品的质量标准、说明书、标签和实际使用的包装等与申请通过审查的内容相一致。广告发布内容、发布形式与发布媒介应当与申请通过审查的内容相一致。
16. 不得投放性保健食品。补精养神类食品，仅准入粗加工类产品，如养生茶五宝茶。热加工类及原料类不准入，如压片糖果、胶囊、药片，黄精、鹿鞭等。

5.3 医疗健康广告

1. 本则规范涵盖医疗机构广告（后统称医疗广告）、医疗器械、药品、消毒用品广告。
2. 医疗广告、医疗器械广告、药品广告必须在显著位置（落地页首屏）标明广告审查批准文号。例：“国食健字***”，“（X）医广（文）【XXX】第 XXX 号”等。
3. 药品广告应当显著标明（落地页首屏）禁忌、不良反应。
4. 非处方药广告应当显著标明（外显图片）非处方药标识（OTC）和“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。
5. 医疗器械广告应当显著标明（外显图片）“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书中有禁忌内容、注意事项的，广告应当显著标明（外显图片）“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。
6. 药品、医疗器械广告中应当显著标明（外显图片）的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。
7. 消毒用品（如抑菌剂）应当显著标明（外显图片）“本产品为消毒产品，不可替代药物”。

且消毒用品不得宣传药效。

8. 保健用品(如艾草贴)应当显著标明(外显图片)“本产品为保健用品,不可替代药物”。且保健用品不得宣传药效。
9. 不得使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或者军队人员的名义或者形象,或者利用军队装备、设施等从事广告宣传。
10. 不得使用科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明。不得含有品牌代言人。
11. 药品、医疗器械广告不得出现医疗机构,不得利用医院、研究院等相关机构进行宣传
12. 不得出现含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等诱导性内容,“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容,“无效退款、保险公司保险”等一些列怂恿消费者任意、过量使用药品、医疗器械的内容。
13. 药品、医疗器械广告不得出现含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约门诊等医疗服务的内容。
14. 不得出现引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧,或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情的内容。
15. 不得与其他药品、医疗器械的功效或者安全性或者其他医疗机构相比较。
16. 不得出现明显治疗前后效果对比图,同人或不同人对比均不可出现。
17. 广告不得以介绍健康养生知识或赠送兜售健康养生课程等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。
18. 不得仿照政府发布新闻或政策句式发布广告。包括但不限于:某地新政策,惠民措施,政府补贴等。
19. 广告内容中出现“补贴”“公益援助”等相关描述,需要在资质中提供相应文件。

5.4 化妆品广告

1. 不得出现化妆品名称、制法、成分、效果或者性能有夸大功能、虚假宣传、贬低同类产品的内容。
2. 不得出现明示或者暗示具有医疗作用和治疗效果的内容,不得涉及医疗价值描述、或暗示药用价值,不得使用医疗类用语,术语或行话以及疾病名称。
3. 除品牌商标内容涉及外,不得出现医学名人的姓名形象。如扁鹊;华佗;张仲景;李时珍等。
4. 特殊用途化妆品功能宣传不得超出《化妆品卫生监督条例》及其实施细则规定的九类特

殊用途化妆品含义的解释。

5. 化妆品类不得夸大宣传产品或产品成分的描述，不得暗示或承诺产品的使用效果、产品的奇效时间等，不得以产品的用户形象、名义、案例等进行推广。
6. 广告落地页对产品的功效、效果成分、名称等描述须准确，不得故意模糊表述，使用户产生误解；产品外包装展示应当清晰全面，不得模糊打码处理。
7. 化妆品，包含特殊用途化妆品宣传禁用词规定见本规范“广告宣传语禁用词”部分。
8. 美乳类产品文案（外显图片、视频及标题文案）需符合：

（1）外显素材不得出现“丰胸”“爆乳”“坚挺”“增大”等突出“增大”效果的词，可用“美乳”“胸部护理”等词代替。落地页内可适当提及丰胸效果，但不得突出强调。

（2）素材中不得体现两性生活关系，出现男性观点的描述。如“使用这款产品吸引男性目光”“这款产品老公都说好”。

5.5 视听阅读广告

本则规范包含娱乐影视、系统/工具的行业下所有的二级行业。

5.5.1 视听阅读广告审核通则

1. 不得出现涉及政府机构、政府/军队（警队）相关职位、政府机关人员、以及现代军人形象。由广电局审核通过的影视剧集节目广告出现的军警形象，未贬低其形象的可以使用。
2. 不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力、代孕、买卖人口、妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚的内容。
3. 不得含有暗示性关系/性行为引起不良导向的描述以及易引起歧义的词汇，如：“一夜荒唐”、“一夜风流”、“无删减”、“看后速删”、“偷偷看”、“背着老婆看”。
4. 不得宣扬以暴制暴、极端的复仇心理和行为，不得出现杀人、血腥、暴力、涉黑、代孕、强奸、黄赌毒、抢劫等内容。
5. 不得宣传宗教内容，或宣传以宗教内容为主题的小说，影视。
6. 不得涉及民族歧视、性别歧视、人种歧视、地区歧视。
7. 不得出现性暗示、情色着装内容，不得出现性骚扰、偷窥、捉奸等易让用户联想到性行为、性关系的内容。如：浴室内直播，晚上寂寞约少妇，脱衣舞，艳舞，动作惹火，眼红心跳，特殊服务等相关出现性暗示内容。
8. 不得出现以人伦关系或使人想到不伦关系的内容，如渲染【小姨、小姨子、x姨、姐夫、

小叔子等、姐夫和小姨子、母子、父女、继父女、继母子、养父女、养母子、兄妹、丈母娘和女婿、公公和儿媳妇、师生】。

9. 不得细节描述抚摸敏感部位以及调情过程。
10. 不得宣传恋尸、恋童、恋物、恋足等低俗性癖好及行为的内容。
11. 不得出现美化、鼓励印、非等地一夫多妻、一妻多夫、共妻、易妻等特殊风俗内容。
12. 不得出现引起用户不适的不良导向场景，如死人，尸体，尸检以及满身伤痕等内容。“寡妇村”“蛇胎”等恐怖色彩。
13. 不得含有酒后失控、乱性、香烟形象以及饮酒吸烟动作。
14. 不得含有未到法定婚龄结婚、早恋内容，包括校服暗示。
15. 视频不得出现历史虚无主义的创作倾向。
16. 严禁节目“低级红”、“高级黑”、追星炒星、过度娱乐化、畸形审美、违法失德艺人、炫富拜金、浮躁等问题。
17. 不得出现不利于未成年人健康成长的内容；如明显染发、明显纹身、恋童癖、虐童、过度体罚学生等内容。
18. 不得含有缺乏数据支撑的绝对化用语或评分，如五星评分。
19. 刷视频/资讯赚钱等广告时：
 - (1) 不得出现较大无实际依据金额诱导用户点击。
 - (2) 金额 100 元及以上红包类型素材，广告主需提供证明进行备案，保障链路真实。
 - ①用户视角的活动规则说明。
 - ②历史最少 3 个用户提现的录屏。
 - (3) 若需出现具体红包金额，图片需标注“具体金额以实际领取为准”，标识语需清晰明显。
20. 视听内容所展现的主题、事件应该完整全面，不得使用具备威胁性、夸张性或其它诱导性强烈的标题党句式发布广告内容。如：“惊呆了，99%的人都不知道”、“不看后悔”、“是男人就要看”、“震惊，居然发生了这样的事”、“盯住这个人，接下来发现奇怪一幕”、“这里发生了一件怪事”等。
21. 新闻资讯类广告不得发布与事实相悖或违背科学常理的猎奇内容，涉及完全凭空杜撰、拼凑、编造或曲解事实，制造耸人听闻的谣言。
22. 不得利用国家政策作为广告内容宣传，或模仿官方样式发布广告内容，不得报道社会负面。
23. 广告外显素材文案不得出现：BOSS、boss、首长、领导、皇上、皇帝、皇后、万岁

爷、寡人、朕等相关内容。（影视剧的图片文案及视频台词字幕可使用）

24. 不得出现购彩及宣传购彩内容。

25. 不得涉及影响较大的国内真实发生的天灾人祸相关内容。

5.5.2 小说平台广告审核规范补充

1. 推广小说平台广告不得出现以下内容：

(1) 餐桌图片：放不正常菜品、活物。

(2) 男女形象对比强烈。

(3) 过度 P 图，猎奇，视觉冲击强烈。

(4) 含有引起用户反感的文字（如：吃屎、喝尿等）。

(5) 出现现代具体地名，如：北京、上海等。（古代地名不管）。

(6) 含有军人，警察，天安门，警车，政府机构大门，现代监狱，国旗国徽，古代帝王等政治元素形象。

(7) 含有武器，如手枪，管制刀具等禁止出现的物品。古代刀剑兵器可以出现。

2. 外显图片素材需添加清晰可见的提示语“本故事纯属虚构”。

3. 未按规定添加产品 logo。

4. 快应用 logo 与描述不一致。

5. 点击广告进入快应用之后，在用户点击前需满足跳转至应用内的广告，需配置返回 vivo 浏览器按钮，使得用户能直接返回 vivo 浏览器（带 H5 页面的，允许先返回 H5 页面，再返回浏览器）。

5.5.3 视频直播广告审核规范补充

1. 以直播为主体的功能产品不得出现私下交友/线下交友等，不得使用强调社交属性的文案，以及含有暗示诱导内容。

2. 不得对主播使用诱惑性称谓，不得含有不良导向词汇。

3. 不得含有低俗、暗示性等不良诱导的场景搭配。如“床上直播”、“深夜直播”、“秘密直播”等，以及易让用户联想不良行为场景的图片，如“酒店”、“卫生间”、“被窝”等。

5.5.4 新闻资讯广告审核规范补充

1. 不得涉及“今日、今晚、明天”等无具体日期的描述，避免造成不必要的恐慌，如今日甘肃发生地震。
2. 支持使用具体的时间描述，如 10 月 24 日深圳机场航班大面积延误。

5.5.5 系统工具广告审核规范补充

1. 广告内容不得使用陈述句式宣传手机或用户状态，避免误导用户误解为广告在传达手机的当前状态；若使用疑问句式可结合情景酌情使用。

5.6 婚恋交友广告

1. 广告文案及素材需具备明确的婚恋导向。不得将产品功能无关或弱相关内容作为广告。
2. 不得提及具体国别、肤色、等易引发地区人种区别对待联想的信息文本。
3. 不得使用疑似泄露用户隐私（位置、号码、性别等）或不符合实际产品服务进程的文案，不得出现具体定位距离信息。如“已有 5 名女士搜索过你”“附近 500 米有 xx 位女士”“有美女给你发来一条消息”等。
4. 不得使用具有性暗示、不良行为诱导的文案。
5. 广告素材人物形象不得暴露、动作不雅，人物不得特意凸显胸部，臀部或大腿等位置。
6. 不得含有低俗、暗示性等不良诱导的场景搭配。
7. 图片以聊天消息或弹窗为设计时，外显素材需添加“下载/打开/安装***查看”等描述告知用户下载应用。
8. 文案使用“附近”词汇时，需满足以下要求：
 - (1) 不得使用具体距离描述，如在你附近 500m。
 - (2) 文案出现主语（你、我、他/她）不得出现虚构用户状态描述，如“给你发了一条好友申请”“已通过你的好友申请”。
 - (3) 外显素材需添加“下载/打开/安装***查看”等描述告知用户下载应用。

5.7 游戏广告

1. 禁止宣传游戏帐号买卖、提现、装备现金交易等现金交易内容。不可赠送现金红包，仅可赠送虚拟物品，或优惠券、折扣券等代金券。
2. 广告素材不得抄袭，图片视频若使用其它平台或作品的内容，需提供对应平台的授权。广告文案以及素材图片若涉及版权 IP 名称，需提供 IP 所有者授权。
3. 禁止出现私服、外挂、SF、BT，变态版，超变版，微变，GM，一人一服，等涉及盗版以及破坏游戏平衡的用语描述。
4. 禁止游戏衍生服务。如：游戏代练、装备帐号交易、游戏币或点卡充值。
5. 不得出现赌博、彩票、老虎机等赌博元素或疑似诱导用户参与赌博的内容。不得出现“上下分”，“回收金币”、“一夜暴富/一炮暴富，XX 暴富”、“赚钱赚到爽”等暗示赌博的描述。
6. 出现有关游戏下载量、玩家人数、销售额等数据，需要提供具体的数据证明。
7. 不得出现承诺或暗示用户现金收益回报效果的描述。如“玩了之后再也不用充话费、元宝回收、兑现、不上班赚钱”
8. 不得使用不切合游戏运营性质的文案。如“不花一分钱”、“本游戏没有付费点”等。
9. 标题及视频字幕不得出现：BOSS、boss、首长、领导、皇上、皇帝、皇后、万岁爷、寡人、朕等相关内容（游戏 UI 界面中可以出现）。
10. 不得调侃当前社会热点事件作为宣传内容，如：陈竞泽、蔡徐坤等。
11. 广告素材不得出现 \$ ¥ 等现金相关符号、现金元素内容（仅消消乐、解救木块、天天薅羊毛等网赚类游戏可以出现现金红包）。

5.8 房地产广告

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：

1. 升值或者投资回报的承诺，如“保证升值”、“升值 30%”等承诺。
2. 以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置，如“距离市中心仅 20 分钟车程”等。
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。
5. 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。

6. 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。
7. 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。
8. 房地产广告中的项目位置示意图,应当准确、清楚,比例恰当。
9. 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。
10. 房地产广告涉及内部结构、装修装饰的,应当真实、准确。
11. 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。
12. 房地产广告中不得出现融资或者变相融资的内容。
13. 房地产广告中涉及贷款服务的,应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期。
14. 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、升学等事项的承诺。
15. 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。
16. 房地产广告中涉及房地产价格评估的,应当表明评估单位、估价师和评估时间;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。

5.9 教育广告

本则规范包含教育行业下所有的二级行业。

5.9.1 教育广告审核通则

1. 不得对升学、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. 不得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、考题撰写等行为。
3. 不得利用科研单位、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。
4. 教育行业的营业执照需包含教育培训、教育咨询、教育软件开发等相应的经营范围,且推广内容需与经营范围匹配。
5. 无相关官方证明或机构合作授权情况下,不得利用国家政策、教育行业政策等各类政策信息、通知进行宣传。

6. 不得出现对学历定价，疑似买卖的文案描述。如：“1800元起拿本科学历”。
7. 不得出现不符合可观考试制度及学制的宣传。
如：“初中以下学历可考专科”、“1年半拿本科证书”、“一年取证”“免考”、“免试”、“免学”
8. 不得在未提供具备金融资质的前提下使用通过金融手段进行招生的宣传。
如：“学费零首付”、“零利息”、“学费分期”等描述。
9. 不得有承诺或暗示用户通过培训可轻松解决工作问题，获取多倍收入，或具体的收入金额的描述。
10. 使用具体学校形象或名义做宣传的，需提供相应机构授权或合作证明。包括出现校门、校徽、校名、标志性建筑物等情况。
11. 出现具体教师导师名称的，需提供该教师与广告宣传教育机构的关系证明，及该人物形象的广告宣传使用授权。
12. 教育培训类广告宣传无效退款的，应具体说明退款时效，金额等具体条例，不可让用户误解为全额退款。
13. 不得出现网赚用语，包括并不限于“仅凭一部手机即可赚钱”“在家赚钱”“宝妈、学生党在家即可***”。

5.9.2 理财培训广告审核规范补充

1. 有金融资质（期货/股票许可证）的广告主，备案金融产品，可开展教育培训，宣传文案在合规范围内不受限制，一级行业标签可选择金融或者教育培训。
2. 非金融资质广告主，推广股票/理财培训，要求广告主营业执照需包含教育、教育咨询范围，且一级行业标签只能选择“教育培训”。
3. 广告内容出现开户、买卖、实操、实战等词语，且此类词语旁边需添加提示语“不涉及资金实操”。
4. 股票培训落地页底部均需添加“股市有风险，入市需谨慎”。
5. 不得对投资理财类产品的收益进行保证性承诺，对其安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导消费者。
6. 挑战月入 xx 或利息 xx，不得过于夸大，与实际不符。
7. 推广理财培训业务，不得使用易引起歧义的描述，涉及收益、支出以及期限需明确。如宣传“存 3 万，每天 83 元”会引起歧义误认为“存 3 万，每天可以获得 83 元”。故需明确为“年存 3 万，每天存 83 元”或“存 3 万，每天仅需存 83 元”。

5.9.3 中医养生培训广告审核规范补充

养生类培训定义：通过运动、食补（食疗、营养食谱、膳食调理）、按摩等非医疗手段达到对养生，或缓解表象类特征（如腰酸背痛）的服务。

1. 不得出现任何诊疗、用药、疾病名称、指导用药、医疗机构及医生名义形象等描述及场景，可支持宣传中医实操技法、食补方子、中医实践理论等不涉及诊疗相描述。
2. 需在外显素材上添加清晰可见的提示语“养生课程非药品服务及医疗服务，若身体不适请及时就医”，若为视频则需在视频中全程展示。
3. 调理人体能明确感知的表象特征，人体能明确感知的表象特征描述：腰酸背痛、头晕、失眠、疲惫。
4. 支持中医养生课客观展示身体穴位图的素材及按摩场景，但不得涉及相关医疗描述，如通过按摩 XX 穴位可治疗 XX 疾病。

5.9.4 学历教育广告审核规范补充

1. 若涉及颁发学历证明，需提供《办学许可证》或与有该许可证的教育机构签订的合作协议或授权书。

5.9.5 易经/国学培训广告审核规范补充

1. 不得涉及“风水”“运势”等封建迷信内容。

5.10 招商加盟广告

5.10.1 招商加盟广告审核通则

1. 不得利用科研单位、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。
2. 招商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。落地页需添加如“加盟有风险，投资需谨慎”提示语。
3. 不得出现网赚用语，包括并不限于“仅凭一部手机即可赚钱”“在家赚钱”“宝妈、学生党在家即可***”。
4. 不得承诺用户效果，包括预期具体收入。如：暴富，赚翻了，一年回本，如果每天约收

入**元，年收入**万元）。

5. 不得使用最新政策、政府补贴等无证明依据的内容进行宣传。
6. 不得出现能够体现收益效果的案例、不得使用加盟前后效果对比图。
7. 不得对项目效果、材料功效进行夸张不符合实际的描述。如“100%成活”“0成本”。
8. 涉及品牌加盟业务的，需提供对应品牌的商标注册证，若商标注册证非自身需提供对应的合作协议（仅支持二级授权即 A>B>C，且 A 授权 B 的授权函中需明确说明 B 有继续授权商标的权利描述）。

5.10.2 手工活类产品加盟广告审核规范补充

1. 不支持投放“手工活”“手工制作”“手工代加工”等高人工成本的代加工服务。
2. 广告不得宣传以下任意内容或服务：
 - (1) 生产原料需服务商寄送，成品由固定服务商收购。
 - (2) 以“在家可做，无固定场地需求”为服务特色。
 - (3) 生产成本低，生产产品以日用品或各行业小型配件为主，可以单件或几件计回收收益。
 - (4) 学习入门门槛低，无需过多技术指导和扶持。
 - (5) 生产周期短，可在一天内制作多件成品。
 - (6) 生产设备成本低，以人力成本为主，或生产过程中需人工参与单件的辅助生产。
3. 包含不限于：刺绣机、袜子机、手套机、点钻机、制香机等。

5.11 服务类广告

本则规范包含法律服务、商务服务、线下生活服务、电信增值服务广告相关规范。包含行业：法律服务、商务咨询、对公代理、出国服务、翻译、招聘、展会、旅游、权益卡等。

5.11.1 服务类广告规范通则

1. 广告宣传的服务范围，应当包含于广告主经营范围。
2. 广告中出现具体律师、经理等服务人员，需提供该人员与广告主的雇佣关系证明，及其形象使用授权。

3. 出现服务机构或服务人员具备行业领域内荣誉称号、领域专家、获奖情况等资历情况的宣传内容的，需提供权威机构的认证证明。若为服务商内部的服务数据，可不提供，但不得夸大宣传。
4. 暂不支持线上游戏开发、制作服务广告。

5.11.2 法律服务广告审核规范补充

1. 律师广告中应醒目提示律师姓名、律师执业证号、所任职律师事务所名称；律所广告应醒目提示律师事务所名称、执业许可证号。
2. 有荣誉称号的，应载明授予时间和单位。
3. 兼职律师发布广告应注明兼职身份。
4. 不得出现不正当竞争行为；不得虚假宣传、明示或暗示与某些机关、社会团体、中介机构及其工作人员有特殊关系、比较宣传、承诺办案结果、提供回扣等。
5. 禁止特定用语，如：胜诉率、标的额、赔偿额等数据；中国、中华、全国、外国国家名称等字样，或未经许可使用的机构名称。
6. 不得表明不收费或者收费明显偏低；不得出现未经许可的客户资料；广告内容不得有悖律师使命和形象。不得在非履行律师协会任职职责的活动中使用律师协会任职的职务。
7. 不得使用艺术夸张手法，不得自我宣传或暗示自身为某一专业领域专家、专家单位。
8. 广告经营、发布者不得以收取案件介绍费、律师费收入分成等方式与律师或律所合作进行业务推广。

5.11.3 电信增值服务广告审核规范补充

1. 禁止物联卡投放。即不允许无语音通话功能、无需实名认证的流量卡推广。
2. 落地页需明确展示产品服务内的通话时长支持详情。
3. 与电信运营商合作推广的产品，需提供运营商与广告主的具体业务合作资质、广告主或运营商的《增值电信业务经营许可证》、该产品在运营商官方公开的地址或产品公示文件。
4. 允许广告主使用运营商的域名进行广告投放，但需取得运营商的域名运营推广授权。若广告主使用其它域名投放，落地页底部需添加完整公司名称及售后联系方式。

5.11.4 慈善广告审核规范补充

1. 广告中涉及具体慈善机构或基金会等组织的，需要提供该机构授权推广证明。

2. 涉及在线募捐的，仅支持民政部指定的慈善组织互联网募捐信息平台合作。且募捐行为仅可通过指定平台进行，不可在其它网站或平台，包括广告主网站进行跳转支付。
3. 不得发布商业筹款、网络互助、义拍义卖、个人求助等众筹广告。众筹广告不得以个人名义或无众筹资质公司发出，应当依托于综合性众筹平台。
4. 涉及慈善/爱心众筹时，推广网页需在显著位置向公众进行风险防范提示，告知其信息不属于慈善公开募捐信息，真实性由信息发布个人负责。

5.11.5 起名测算服务广告审核规范补充

1. 禁止推广涉嫌迷信封建相关内容，算命、生肖运势、风水测算等产品易造成用户误导。如：购买 xx 纪念品可以升官发财，预测你的命运、运势，居家风水分析等。
2. 允许投放：塔罗牌游戏、星座性格分析、姓名配对、爱情缘分测试、起名类型广告。
3. 支持使用较为娱乐或分析性质的描述，如精准八字解析，揭开姻缘奥秘；分析先天桃花运势；推算不利感情发展时间节点；分析你的另一半；婚姻状态检测；婚后生活分析
4. 广告标题整体需与测算内容相关，不得刻意模仿资讯引起用户混淆。

(1) 解梦类型：必须在标题体现“梦到”“梦见”等词汇，以体现解梦的主题，不得出现纯粹的知识科普文案，如“一般人都会做这几种梦，你有吗”；“晚上爱做梦是怎么回事，看看专家怎么说”。

(2) 夫妻关系等两性关系测试：必须在标题中体现测试、测算的行为，或预示、预兆等测算相关词汇，如“未来夫妻感情如何，快来测一测吧”“你和另一半的感情是否稳固？来这里测测看”。不得使用两性情感知识、情感分析等纯粹资讯化文案，与测算产品关联性弱，如“新型婚姻悄然兴起：男人兴高采烈，女人叫苦不迭”；“现在出现一种新的“夫妻关系”越来越多，你了解吗？”

5. 不得涉及宗教人物形象及相关代表物品，或宣传迷信品牌/人物特征的产品描述。
6. 不得体现姓名/生辰等会影响运势/婚姻/事业，如你的姓名已决定了你今生的婚姻、事业、财富；好名字就有好未来；有好名字就能顺风顺水；一个人的名字决定了他的一生；好的名字可以趋吉避凶。
7. 不得含有明显迷信化的描述，如驱邪避煞；天道轮回；功德圆满；血光之灾；因果报应等。
8. 不得含有夸大、绝对化的描述。
9. 视频不得出现具体案例，如“前年有个女粉丝，或者有个女的来…”。
10. 广告宣传若涉及在线支付：

(1) 需补充广告主在对应支付平台的认证或关联证明内容。

(2) 需在落地页注明相关免责声明，表明 vivo 公司非服务提供商，服务内容与服务条款以广告主内容为准。

11. 需在外显素材图和落地页首屏添加提示语“测试仅供娱乐”。

5.11.5 咨询代理广告审核规范补充

1. 推广企业咨询代理业务，需展示详细的咨询代理的相关服务。
2. 不支持推广为企业提供财务/资金等涉及金钱的描述，如资金周转、财务解决、企业断流、逾期。

5.11.6 招聘类广告审核规范补充

1. 厂家自招，提供对应产品和职位的行业资质要求，如美妆品试用员，需提供化妆品合规资质及与广告主的关系等(包括但不限于各种试用员，各种质检员等)，且不可超出营业执照的主营范围。
2. 推广招聘业务，需有明确的招聘详情，如工作地点、工作内容、薪酬介绍。
3. 广告不得宣传工作岗位 0 经验、0 基础、无学历等无任何就业门槛的描述。
4. 广告不得宣传“交押金、入会金、保证金、服装费”等额外费用宣传。
5. 不支持推广任何线上兼职招聘及高风险岗位如：●各种代练●各种刷单●网络打字员●公众号写手●资金转账类兼职●出租个人信息（包括各种账号，证件）●手工类●客服招聘●寄拍模特●产品试用员

5.11.7 养生会所广告审核规范补充

1. 不支持提供破皮类医疗服务。
2. 不支持仅针对男性服务的养生会所。

5.11.8 增值服务广告审核规范补充

1. 广告内容必须明确为盲盒抽奖形式，不得出现任何误导用户以为可以直接购买商品的描述，如：“**产品秒杀价 39.9 元”、“领取**产品”、“获得**奖品”等描述。
2. 广告外显素材展现的产品及服务需与落地页保持一致。

3. 需要将活动规则明示至落地页首页，不可以折叠形式故意隐藏对应活动规则，活动规则中需包括奖品的种类、中奖概率、兑奖方式、兑奖时间、主办方及联系方式等信息。
4. 需在广告外显图片明确标明提示语：“盲盒抽取具有随机性，开出商品以实际为准”，提示语需清晰可见。
5. 落地页付费按钮旁需明确标明付费目的，如：“付费前，请您务必了解，付款获得的是开盒（抽奖）资格，并非页面显示的当前商品”。
6. 不得使用买家评论。
7. 奖品包含 vivo 系列产品的，需提供 vivo 公司官方授权，不得包含与 vivo 品牌构成竞品品牌产品。

5.12 金融广告

本则规范包含证券股票基金投资咨询类、贷款类、信用/银行卡的银行产品、保险产品、pos 机等金融行业。

5.12.1 金融广告规范通则

1. 互联网金融广告应当依法合规、真实可信，不得违反广告法相关规定，对金融产品或服务可能存在的风险以及承担风险责任，应合理提示或警示。
2. 不得对未来效果、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。如不得出现“年利率 18%”、“月薪 3000 元，理财一年买奥迪”“靠***也能逆转人生”等。但可以使用“收益自己赚”、“看你赚多少”中性陈述语句。
3. 不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。不得出任何受益人案例介绍，如“外卖小哥赚了 XX 元”。不得使用具有金融专业知识的人物群体：银行同事、银行朋友、金融教授等。
4. 不能夸大或者片面宣传金融服务或金融产品，在未提供客观证据的情况下，对过往业绩作虚假或夸大的表述内容。证券投资咨询类广告不得以夸大、虚报荐股业绩等方式(包括以推荐的个股市场表现代替推荐的证券组合的市场表现)进行不实、诱导性的广告宣传。
5. 不得对投资理财类产品的收益、安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导消费者。
6. 未经有关部门许可，不得以投资理财、投资咨询、贷款中介、信用担保、典当等名义发布的吸收存款、信用贷款内容的广告，或与许可内容不相符的。如资质只表明可经营贵

金属，则不得出现“外汇”、“期货”、“证券”、“股票”、“基金”等特许经营内容。

7. 文案不得引用不真实、不准确数据和资料。引用的第三方数据、资料需在素材中注明来源。
8. 不得宣传国家有关法律法规和行业主管部门明令禁止的违法活动内容,不得宣传提供突破住房信贷政策的金融产品,加大购房杠杆的内容。
9. 不得宣传暴富思想,图片不得涉及炫富元素,如钞票、支票、银行支票等。
10. 不得承诺或暗示投资轻松无风险:如单独出现“安全”、“有保障”、“高收益”、“无风险”等承诺性效果内容,但可用于客观描述产品信息。如:“资金由**银行托管,安全有保障”。
11. 若广告素材出现体验金、现金券、礼券信息,可出现具体金额,但需显著位置(外显图或落地页首屏)标明体验金使用规则基本信息,如期限、方式、数量等。且需与产品活动保持一致。
12. 金融行业中有投资回报预期的产品或服务广告,包含股票投资质询类产品,落地页必须标注风险提示语,如:“投资有风险,选择需谨慎”,需清晰可见。
13. 涉及具体资金管理和流动的广告,广告主非监管部门颁发许可证件的主体(广告主为导流方),需在落地页显著位置(落地页首屏或落地页底部)标明导流提示语,标明资金来源和资金管理提供公司,提示语需清晰可见。
14. 贵金属类广告(广告主为交易中心的会员/经销商),请在落地页标注,如:“**公司是****交易所的会员/经销商”。
15. 同一产品,起投金额需统一。贷款金额需明确表明为最高金额或具体区间。
16. 不得出现前后着装/环境对比图。包括衣着、车、车钥匙,存在暗示或者明示投资能成功。
17. 不得利用金融管理部门对金融产品、服务的审核或备案程序,误导消费者认为金融管理部门已对该金融产品和服务提供保证。

5.12.2 证券股票类广告审核规范补充

1. 禁止个股推荐类广告。不得出现或推荐明确的股票或股票代码,或对具体投资时机、策略给出指示性描述。
2. 不得推荐明确的股票名称或股票代码。
3. 不得出现或诱导用户添加个人微信、QQ号或微信群等内容。

4. 不得使用“免费送/领取股票”等相关描述。
5. 不得推荐/分享股票具体数量。不得出现股票池，如“精选股票池”、“XX股票池”。股票不得涉及对收益的承诺性描述。
6. 不得涉及走势预知、提前知道、或者明确告知能测买卖点等表示预期测算的内容。
7. 不得使用“牛股、黑马股、妖股、金股”等体现高收益股票的词汇作为股票的形容。
8. 不得出现任何通过“内参”、“内幕”、“揭秘”、“泄露机密”、“机构消息”、“内部消息”、“消息渠道”等疑似使用户认为有特殊渠道的描述。
9. 中国大陆发行的股票，不得出现“t+0”、“杠杆”、“买涨买跌”的交易模式。

5.12.3 银行产品广告审核规范补充

1. 信用卡申请应当明确告知用户申请需要符合条件，且落地页需明确标识“根据审核结果不同额度不同”的额度提示语。广告文案不得误导用户理解为可无条件办理。
2. 银行办理信用卡不得涉及手续费、制卡费、快递费等违规内容。
3. 信用卡的下卡（制卡）时间、拿卡时间都需符合事实逻辑，不得使用夸张时效内容，如三秒办理、一天内拿卡等。
4. 信用卡业务广告不得承诺具体额度，仅可表示为最高额度或额度区间。

5.12.4 保险类广告审核规范补充

1. 不得出现医院形象和科室形象及对医疗机构的诊疗项目进行宣传。
2. 广告仅可体现合作医疗机构名称，但需提供与医院的合作协议和合作医院的医疗许可证。
3. 保险行业专有名词“百万医疗/千万保险”等可以作为产品名称使用，不支持描述语句使用。
4. 广告中可使用疾病名称举例，需在素材或落地页添加“详情以保险合同为准”相关提示语（两性相关的疾病不能使用）。
5. 保险视频广告，需符合下述要求：
 - (1) 视频中注明“剧情纯属虚构/视频为虚构情节”等类似警示语。
 - (2) 广告宣传导向不得违背社会公序良俗，产品在剧情中的应用场景需要正向积极
 - (3) 不得使用以违反公序良俗，违背道德秩序为目的而使用产品的剧情设计。如：给小三买保险等。

5.12.5 小额贷款类广告审核规范补充

1. 贷款广告需在图片及落地页标明“贷款有风险，借款需谨慎”的风险提示语。
2. 落地页首屏或底部需添加提示语提醒用户贷款成功前不会收取任何额外费用，标准提示语为“所有贷款申请在未成功贷款前绝不收取任何费用，为了保证您的资金安全，请不要相信任何要求您支付费用的信息、邮件、电话等不实信息”。
3. 落地页需添加“贷款额度、放款时间以实际审批结果为准”的提示语。
4. 广告主非贷款资质持牌机构，或资金来源机构，仅作为合作导流、咨询服务的，需在落地页底部添加导流服务提示语。如“本平台/公司只提供贷款咨询服务，放款/资金管理由xx银行或金融机构进行”。
5. 贷款的额度、还款期限、利息利率，在广告中不可描述为具体数值，仅可使用“最高xx元”“最长xx期”“利率xx起”等体现为最高、最低的区间描述。
6. 不得使用不符合可观贷款资格审查流程的描述，如“无条件办理”“来就可以办”“无视信用”等体现为可无条件办理的描述。
7. 贷款不得描述或暗示个人征信信息。
如：“不上征信”、“不查征信”、“不看负债”、“强开额度”、“借款不留记录”等。
8. 还款描述不支持使用“轻松还款”、“无压力”、“0压力”等暗示无压力还款的描述。
9. 放款时间需表示为最快、快至等区间描述，不得承诺具体时间。且不得使用“秒下”“提交后马上拿钱”等不符合客观贷款流程的描述。
10. 广告中出现的利息数值，应当符合当前国家的相关规定。
11. 不得出现以大学生为潜在客户的定向营销。

5.13.6 POS机广告审核规范补充

1. POS广告需表现“申请审核通过后才可领取”，不可表现“无门槛获得”。
 - (1) 具体不能出现“POS网络买卖”“销售”“申请即可得”等疑似无条件获取或进行网上销售的内容。
 - (2) 不可单独出现“领取”字眼，可以“申领”“申请通过后领取”等代替。
2. 禁止任何明示或暗示套现的信息，包括但不限于以下描述：“支持信用卡提现”“本地商户、真实商户”“刷自己的卡”等。
3. 落地页底部必须添加：“本页面仅作信息收集，是否符合申领条件因人而异”或体现需

要一定审核门槛才可获取的提示语。

4. 广告内 POS 机品牌、型号应与行业资质一致，产品信息应当展示完整，不得展示无牌、无证的产品，或恶意将关键品牌型号信息进行遮挡。
5. 广告宣传涉及 POS 机费率描述，不可描述为具体数值，仅可使用“最高/最低 XX”“XXX 起”等区间值描述。

5.13.7 金融理财培训广告审核规范补充

1. 有金融资质（期货/股票许可证）的广告主，备案金融产品，可开展教育培训，宣传文案在合规范围内不受限制，一级行业标签可选择金融或者教育培训。
2. 非金融资质广告主，推广股票/理财培训，要求广告主营业执照需包含教育、教育咨询范围，且一级行业标签只能选择“教育培训”。
3. 广告内容出现开户、买卖、实操、实战等词语，且此类词语旁边需添加提示语“不涉及资金实操”。
4. 股票培训落地页底部均需添加“股市有风险，入市需谨慎”。
5. 不得对投资理财类产品的收益进行保证性承诺，对其安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导消费者。
6. 挑战月入 xx 或利息 xx，不得过于夸大，与实际不符。
7. 推广理财培训业务，不得使用易引起歧义的描述，涉及收益、支出以及期限需明确。如宣传“存 3 万，每天 83 元”会引起歧义误认为“存 3 万，每天可以获得 83 元”。故需明确为“年存 3 万，每天存 83 元”或“存 3 万，每天仅需存 83 元”。

5.13 文玩收藏广告

本则规范包含纪念币、纪念钞、纪念钞衍生品、纪念章/金、退市人民币、纪念张、文物复制/仿制品等文玩收藏行业。

5.13.1 文玩收藏广告规范通则

1. 纪念币、纪念钞、退市人民币广告内容必须符合《中国人民银行 国家市场监督管理总局 国家外汇管理局公告(人民币买卖及相关管理规定)(征求意见稿)》相关规定。
2. 不能承诺或暗示投资回报、升值等。
3. 由中国人民银行发行的相关产品如：退市人民币、纪念币、纪念钞上的中国人民银行字

样及国徽允许出现在广告内容中,但不得打码、抹除;不得对其上的任何元素进行更改。

4. 退市人民币、纪念币、纪念钞等产品不得偷换概念或使用模糊表述使人误认为销售方为中国人民银行。

5.13.2 纪念币广告审核规范补充

1. 纪念币素材不得出现虚高价格,不得暗示买卖翻倍。
2. 仅允许宣传国内发行的法定货币。

5.13.3 纪念章/金广告审核规范补充

带有纪念意义的章形物的总称。

1. 纪念章产品不得宣传为纪念币。
2. 特殊题材产品(如:奥运题材、航天题材)需要在资质中补充官方授权。
3. 涉及特殊材质需提供鉴定证书或质检报告;产品材质要与资质描述保持一致,不能夸大虚假。

5.13.4 纪念钞广告审核规范补充

为了纪念重大事件而由中国人民银行特别发行的钞票。职能等同货币,可以流通。

1. 不限制投放主体,目前仅收录国内发行纪念钞投放。
2. 资质中须提供银行发行公告。
3. 航天纪念钞、奥运纪念钞须在资质中提供官方授权(银行与金币公司除外)。

5.13.5 纪念钞衍生品广告审核规范补充

1. 对应纪念钞的行政批复许可。
2. 央行允许纪念钞发行的文件。
3. 涉及特殊材质,需提供材质报告,如金银等。

5.13.5 退市人民币广告审核规范补充

已经退出流通的人民币,目前包括第一、二、三、四(5角纸币除外)套人民币

1. 不得宣传为“纪念钞”。
2. 退市人民币上的国徽及中国人民银行字样可以出现在外显图片及落地页,但是不得打码、抹除。
3. 退市人民币上的任何元素必须保证其原有样式,不得随意更改。
4. 百元退市人民币上的伟人头像不得出现在外显素材(包括图片与视频),可以出现在落地页中。
5. 资质中须提供中国人民银行关于退出该套人民币的退市公告。
6. 第四套人民币 5 角纸币仍在流通,不允许出现。
7. 退市人民币买卖不得炒作错版币等概念;不得借助稀缺性或特殊题材哄抬、串通操纵价格。
8. 不得含有对未来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内容。
9. 退市人民币、纪念章及纪念币产品,未经中国人民银行授权,不得在包装、证书、宣传资料等任何附属品上使用“中国人民银行”行名、行徽及行长签名等。不得偷换概念或使用模糊表述使人误认为销售方为中国人民银行。

5.13.6 纪念张广告审核规范补充

1. 纪念张产品不是集邮品,不得描述为邮票,不得出现有关“集邮”的描述。

5.13.7 手工制工艺品/字画广告

1. 广告内容中出现作者,须提供作者授权。
2. 广告内容中出现产品相关证书(如收藏证书等),须在资质中补充该证书。
3. 不得明示或暗示产品升值(不得体现作者作品市场价、历史拍卖价等)。
4. 若产品为仿制品,则要与真品区分,须在落地页底部添加提示语“此产品为工艺品”且不得将产品描述为真品(如袁大头等)。

5.13.8 文物复制/仿制品广告审核规范补充

以文物为原型,采用不同比例、大小、材质的仿制品(如清明上河图、十大名画)。

1. 不得宣传为真品或复制品。文案不得使用如:1:1 还原、完美再现**文物、复刻/复制

**文物等描述。

2. 不得体现投资回报或高价值。
3. 文物复制品：基本采用原技艺方法和工作流程，制作与原文物相同制品，足以以假乱真。应履行严格的报批手续，需要省级以上文物部门批准复制，须在资质中提供《文物复制品销售许可证》。

六. 广告禁用词汇及元素

本则规范意指对各行业广告禁用词进行补充，本身触及法律层面，明显的政治色情违禁类词汇，不在此赘述。与所列举词汇的同意或在某场景下表示为相同相似句意的，均不得使用。

6.1 两性成人主题情景类

成人、露点、走光、春光、女优、色情电影、性爱、性知识、人体艺术、强奸、侵犯、激情、热辣、乳房、湿身、裸体、真空、艳舞、色诱、放荡、换妻、一夜情、婚外情、激情水、壮阳、迷香、迷药、迷魂药、色情、三唑仑、增粗、增大、增长、苍蝇水、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、性知识、性教育、人体艺术、人体摄影、人体彩绘、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、脱衣裸聊、偷拍、婚外情、一夜情、换妻、持久、坚挺、艳照等。

6.2 低俗网络用语类

饥渴、TM、尼玛、你妹、擦、牛逼、牛B、蛋疼、妈比、我操、屌丝、逗比、你妹、装逼、草泥马、我靠/我擦/我屮艸芣茷、妈蛋、逼格、特么的、撕逼、滚粗、小婊砸、傻X、跪舔、绿茶婊等一系列网络谩骂用语。

6.3 通用广告极限词

无相关证明情况下，不得使用以下极限词。其它可使用的情景，请参照本规范中“广告

极限词相关规范” 条例。

1. 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、最高端、最奢侈、最低、最低级、最低价、最底、最便宜、史上最低价、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、最新等。
2. 首个、首家、金牌、独家、全球首发、全网首发、领先、掌门人、超赚、巨星。
3. 国家级、国际级、世界级、千万级、百万级秒杀全网、全网冠军、领导品牌、顶尖技术、全网之冠、全网之王、销量冠军、全网抄底、口碑顶级/全网底价、类目/同行底价。
4. 中国第一、全网第一、销量第一、排名第一、唯一、第一品牌、NO.1、TOP1、独一无二、全国第一、仅此一次(一款)、最后一波、全国 X 大品牌之一、销冠。

6.4 药品、医疗器械广告禁用词

1. 尖锐湿疣、梅毒、淋病、软下疳、牛皮癣（银屑病）、艾滋病、癌症（恶性肿瘤）、癫痫、乙肝、白癜风、红斑狼疮、各类性病、传染性疾病名，HBV、大三阳、小三阳转阴、两对半等禁投医疗疾病相关术语，壮阳、丰胸、阴道、私处、前列腺等明显私密部位描述。
2. 对疗效服务进行保证性承诺用语：告别、根除、彻底解决、完全治疗、x 天见效、月瘦 xx、无效退款、使用满意后付款、安全有保障、无副作用、祖传、神奇配方、神奇效果。
3. 刺激用户消费购买的词汇：获奖、免费领取、秒杀、爆抢、抢疯了、错过无机会、一定要买、大家都在用、买一送五、买**送**。
4. 以偏概全，让用户产生误解和盲从：“不管糖尿病多久。。。都能治”、“”不管糖尿病多久，试试它，你会哭着感谢你自己“、“”在家就能治“、“”不管你**病多严重都能治“、“**病没什么好怕的”、“不出门就能治”、“专治多年糖尿病”。
5. 以受益者的形象或名义做推荐、宣传的描述：都说管用、痛风没了，全身轻松、后悔买晚了、后悔知道晚了、为什么大家都选择**。
6. 贬低或与其他治疗方法对比：别戴假牙了、手术伤身、西药不治本、假牙难清洁异味大。

6.5 保健食品广告禁用词

1. 禁止出现表示保健食品具有治疗疾病效果的词汇，如：治疗、医治、根除、不用就医等。
2. 禁止涉及医疗产品专有效果的词汇，且医疗广告禁用词同样适用与保健食品广告。

6.6 普通食品广告禁用词

1. 夸张及涉及医疗保健功效的：调节内分泌、提高免疫力、促进代谢、修复 xxx 机能助眠、缓解失眠、治疗、辅助治疗各类疾病、滋阴补阳、壮阳、解毒、抗菌、活血、补血、养脑、通脉、利尿、防癌、降血压、去除毒素、驱寒、延缓衰老、改善体臭、美容、生发、缓解头痛、消化不良等。
2. 涉及夸张产品成分的：转基因、无副作用、纯天然、祖传、神秘配方等。
3. 不得出现任何属于医疗产品、保健食品特有的效果词汇，且医疗广告、保健食品广告禁用词同样适用于普通食品（获奖、领取、秒杀除外）。

6.7 普通化妆品广告禁用词

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、根治、清除、根除、去除、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、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、“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、史无前例、前无古人、永久、万能、祖传、特效、无敌、纯天然等。育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒等特殊用途化妆品特有效果相关词。

6.8 招商加盟广告禁用词

1. 涉及国家政府政策：政府扶持、政府政策、国家补贴、最新政策、xx 地通知。
2. 涉及收益承诺：暴利、暴富、无风险、零成本、利润高、高收入、高营收、高利润、盈利好、利润佳、利润好、收益高、收益好、收益佳、创收高、创收好、高收益、高创收、赚这么多、赚翻了、纯利润这个数、收入让人羡慕、财富自由、利润翻倍、多倍工资、全家奔小康、一人养全家，出现具体收益承诺的：月入 xx 万、日产 xx 斤、xx 天回本、月薪 xx 不如加盟（建议修改为合理区间），行业对比词：行业标杆 风靡 龙头企业 风向标 刚需 行业领导者、驰名商标、首选、全网销量领先、国家级、顶级口碑、独家、首发。

6.9 金融广告禁用词

荐股、零风险、无风险、牛（熊）市、牛股、妖股、黑马股、涨停、内幕、内幕信息、内幕交易、内部信息、内部交易，专家、银行同事、权威指导、高回报、高收益，轻松回本，POS 机相关：网络销售、邮寄、免费领取、本地商户、套现。

1. 暗示动作。
2. 女性动作不可特意挑逗，动作穿着不得让人感觉特意突出胸部、臀部、大腿等敏感部位。

6.10 游戏广告禁用词

1. 魔兽世界插件类关键词：1:1 还原”、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

2. 网站提交的游戏类关键词：游戏类私服、外挂软件、私服服务器租赁

七. 法律责任与违规处罚

1. 广告主或广告代理商应当依据本规范对其拟发布的广告自行审核，确保符合本规范。
2. 无论是否经过平台审核，由于广告内容引起的投诉、纠纷、侵犯他人权益等一系列法律责任问题，由广告内容提供者，即广告主或代理商承担全部责任。广告内容提供者不得以任何形式对外宣称或暗示 vivo 公司对其广告或服务或产品进行负责或保障。
3. 由于广告内容对我司品牌形象、营收、市场策略等维度造成影响的，包括但不限于被有关单位通报、网络平台举报等情况，我司有权根据实际情况要求广告内容提供者承担连带责任和赔偿。
4. 无论广告是否被发现不符合本规范的描述，vivo 平台均有权利将广告进行立即下架处理。
5. 广告主或广告代理商不得以任何方式发布违法或违反本规范的广告，否则 vivo 广告平台有权暂时或永久拒绝发布其广告。
6. vivo-dsp 广告违规处罚措施详见《vivo 平台广告违规处罚规则》。第三方 dsp 广告违规处罚措施详见《第三方 DSP 免审核广告违规处理规范》。以上规范仅为针对具体广告及行为执行的部分措施，视广告违规影响，vivo 公司有权对责任方追加其它处罚。

八. 参考法案与网站

8.1 参考法案

1. 中华人民共和国广告法-国家市场监督管理总局
2. 药品广告审查办法-国家食品药品监督管理局
3. 药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法-国家市场监督管理总局
4. 按照传统既是食品又是中药材物质目录管理办法-国家计生卫生委
5. 化妆品监督管理条例-国务院
6. 医疗广告管理办法-国家工商行政管理总局
7. 互联网广告管理办法-国家工商行政管理总局
8. 慈善组织互联网公开募捐信息平台基本管理规范-国家民政部

8.2 参考网址

1. ICP 网址备案查询 <https://icp.chinaz.com/08.cn>
2. 国际域名查询
<https://whois.aliyun.com/whois/domain/20141214.cn?spm=5334.7477273.3.1>
3. 商标查询 <http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn/txnT01.do>
4. 企查查 <https://www.qcc.com/>
5. 全国医疗机构查询 <http://61.49.18.120:9090/unit/index>
6. 国家药品监督管理局 <https://www.nmpa.gov.cn/index.html>
7. 各地药品、医疗器械、保健食品、特殊医疗食品广告审查结果
<http://adsc.samr.gov.cn/spyxggsc/SDADAIS>
8. 全国旅游监管服务平台 <https://jianguan.12301.cn/#>
9. 全国社会组织信用信息公示平台 <https://datasearch.chinanpo.gov.cn/gsxw/newList>
10. 全国认证认可信息公共服务平台 <http://cx.cnca.cn/CertECloud/index/index/page>
11. 中国保险行业信息披露系统 <http://icid.iachina.cn/ICID/>
12. 保险中介监管信息系统 <http://iir.circ.gov.cn/>
13. pos 机许可证查询
<http://www.pbc.gov.cn/zhengwugongkai/127924/128041/2951606/1923625/1923629/d6d180ae/index6.html>
14. 食品 SC 及生产企业查询

<http://sc.foodmate.net/search.php?kw=&smodeno=1&fields%5B%5D=&fields%5B%5D=%B9%F3%D6%DD%CA%A1%C8%CA%BB%B3%CA%D0%C3%A9%CC%A8%D5%F2%C7%AD%B9%FA%BE%C6%D2%B5%D3%D0%CF%DE%B9%AB%CB%BE&fields%5B%5D2=&fields%5B%5D=&fields%5B%5D4=&fields%5B%5D3=>

15. 保健食品 <http://www.samr.gov.cn/tssps/bjisp/>
16. 特殊食品信息查询 <http://tsspxx.gsxt.gov.cn/gcbjp/tsspindex.xhtml>
17. 消毒产品生产企业 <https://credit.jdZX.net.cn/portal/creditpublicity/0109000000>
18. 网络文化经营许可证查询 <http://www.cmmim.com/www/>
19. 检测报告编号查询 <http://cx.cnca.cn/CertECloud/qts/qts/qtsPage>
20. 全国消毒产品网上备案信息服务平台
<https://credit.jdZX.net.cn/xdcp/loginPage.do?vsite=>
21. 印章查询服务平台 <http://www.hbyzcx.com/>

九. 附件

9.1 产品描述模版

1、APP 推广类（以 vivo 摄影为例）

产品名称：vivo 摄影

广告主名称：维沃移动通信有限公司

产品详情：vivo 摄影是维沃移动通信有限公司出品的一款专注于“图片编辑分享社区”应用，包含相机拍照、照片编辑和美图分享三大主体功能。通过强大丰富的图片后期编辑模式，满足用户拍照、修图、晒图的高品质需求。人人都是摄影师，一起捕捉和分享精彩世界，做生活的艺术家！

ICP 备案号：粤 ICP 备 17035209 号 / 使用 vivo 自建站

2、实物产品推广类（以茅台酒为例）

产品名称：贵州茅台酒-53° 飞天茅台

广告主名称：贵州茅台酒股份有限公司

产品详情：贵州茅台酒，53° 飞天茅台，500ml/瓶，货到付款*****

ICP 备案号：黔 ICP 备 10001658 号 / 使用 vivo 自建站

3、服务产品推广类（以加盟、教育类为例）

产品名称：喜茶-奶茶加盟； 升学教育-学历教育；

广告主名称：*****有限公司

产品详情：*****

ICP 备案号：*ICP 备*****号 / 使用 vivo 自建站

9.2 小说承诺函模版

承诺函

致 维沃移动通信有限公司

承诺人：

我公司在充分知晓并自愿接受维沃移动通信有限公司（下称“贵公司”）投放规则及相关规定的前提下，谨作出以下承诺：

- 一、 我公司承诺通过贵公司平台向用户投放的产品_____（以下统一称产品）、服务及广告内容真实有效，且不存在任何违法违规内容或涉及软色情擦边内容。
- 二、 我公司理解并同意，贵公司仅以非专业和一般人的注意义务对我公司的广告内容、信息资料进行审核，我公司应自行对广告内容和信息资料的真实性、合法性和准确性负责。同时，贵公司有权根据合规要求及业务需要随时调整提交要求及/或出于抽查之需要等要求我公司补充提交相关必要信息资料，我公司应予配合。
- 三、 如因我公司的产品内容、广告内容影响贵公司的正常运营及品牌声誉时（包括但不限于在传统媒体、互联网自媒体、微博等平台存在的负面报道、负面信息），我公司应就相关情况向贵公司进行说明，同时我公司应立即停止并整改相关不当行为，如贵公司因我公司前述内容受到包括第三方索赔、行政处罚等经济损失的，我公司将全额承担；因我公司未及时停止及整改的，贵公司有权单方终止合作。
- 四、 贵公司有权对我公司通过贵公司平台向用户提供的产品、服务及广告内容进行干预。当我公司为用户提供的服务及内容出现用户投诉或我公司违反下述时间限制时，贵公司有权屏蔽、过滤、下架或删除相关应用或广告，并且贵公司无须就此承担任何责任。
- 五、 我公司承诺并保证按如下时间限制处理相关客诉问题：

序号	问题描述	输出解决方案及解决时间
1	用户投诉至 vivo 平台	≤ 24 小时
2	涉及金额较大或者用户投诉至微博、监管部门等外部平台	≤ 12 小时

六、 我公司已经充分理解并接受本承诺函的全部内容，且对于本承诺函条款的合法性和有效性不存在任何质疑。本承诺函自我公司签订之日起生效，本承诺一经做出，不可撤回。

承诺人：

(盖章)

签署日期： 年 月 日

9.3 肖像著作授权承诺函模版

承诺函

本公司（_____）承诺：

- 1、本公司向 vivo 提交的 _____（以下简称“广告”），广告的形式及内容未违反国家法律法规、规章及任何强制性规定，不涉及色情、暴力、反动及其他不合法、不正当或者违背公序良俗、社会良好道德风尚的内容。
- 2、广告的形式及内容不侵犯任何第三人合法享有的权利，包括但不限于第三人的著作权、专利、商业秘密、技术秘密、商标权或姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权、隐私权等任何合法权利。广告均由本公司独立原创完成或得到相关权利人的授权许可或再次创作，未擅自抄袭、复制、窃取他人作品或以任何形式侵犯第三人的合法权益。
- 3、违反上述承诺产生的一切法律责任由本公司独自承担，与 vivo 无关，vivo 对此不负任何经济责任和法律、行政责任。如因广告违反法律法规及强制性规定或侵犯第三方的知识产权或其他合法权利，使得 vivo（或关联公司及旗下任何产品）遭受投诉、起诉、索赔、国家机关立案、调查、处罚，本公司应积极配合 vivo 进行抗辩，并独自承担由此产生的一切法律和经济上的责任。赔偿范围包括 vivo 遭受的实际损失、预期利益以及为避免或减少损失支付的公证费、鉴定费、诉讼/仲裁费、律师费。同时，本公司有义务为 vivo 消除影响、恢复商誉，保证 vivo 不因此负任何经济责任 and 法律责任。

附录-广告内容及素材：

公司名称：

法定代表人：

联系人：

2021年 月 日