

2024腾讯广告618大促审核规则解读

电商行业大促期间热点资讯及典型案例解读

目录

contents

- 01 热点规范
- 02 视频号审核规则解读
- 03 审核服务
- 04 汇总答疑

热点规范

电商常见驳回解读

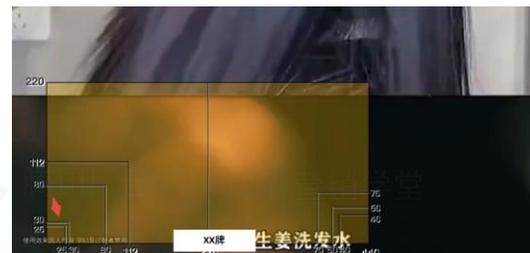
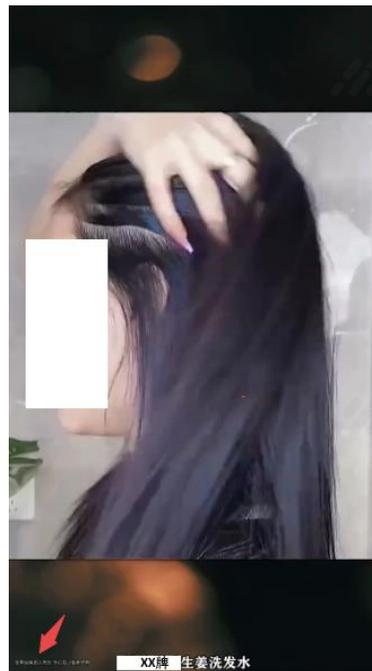
1
PART

规则详情及解读

警示语需清晰完整可识别，不得模糊/过小/重叠/与背景混淆，且图片警示语不得低于25PX大小，请修改

执行规范

- 1、警示语的素材，需清晰可识别，不得模糊/过小/重叠/与背景色混淆
- 2、图片警示语字体不得低于25PX大小



☒警示语PX大小不足25PX，需修改为调整大小

规则详情及解读

请勿使用夸大、承诺、绝对化用语及虚假宣传的描述，如【XXX】请修改

执行规范

1、数据证明、数据引用

引证售后数据不得涉及绝对化描述

如：100%、0差评

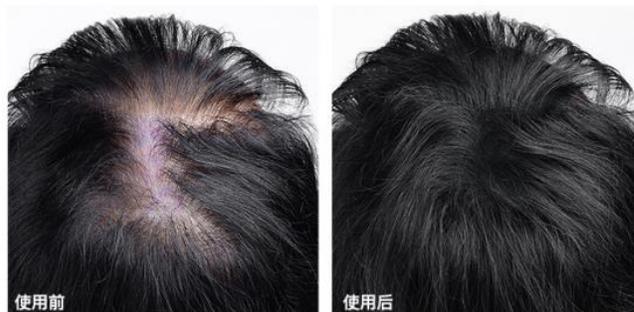
2、效果对比

物理类化妆品支持出现物理遮盖的效果演绎场景，如粉底液宣传遮盖色斑等

化学护肤品产生的效果展示或宣传场景，不支持出现任何前后效果对比场景

如祛斑美白、祛皱、牙齿清洁、撕拉面膜等宣传中展示的效果对比

*另针对染发、脱毛可支持展示真实的演绎对比



⊗不支持出现任何前后效果对比场景”



⊗禁止出现“0xx”描述
(有对应资质证明可支持)

规则详情及解读

请勿使用夸大、承诺、绝对化用语及虚假宣传的描述，如【XXX】请修改

执行规范

3、承诺效果夸大词汇

•不得出现具体时间、具体用量+效果等涉及夸大的描述

如：“X天/3天年轻10岁”、“一周40到20岁”需拒绝

•不得使用存在不可抗因素导致承诺的时效无法完成的描述，需添加“最快/快至”作为前缀描述

如：同城配送，1小时送达〔由于可能会有堵车等风险，所以需添加“最快”〕

•“中国人不骗中国人”的广告描述存在夸大承诺嫌疑，需拒绝

4、价格对比

参照物价格对比不得违背常识，需要突出本身价格如：猫山王榴莲200元，只需要两杯奶茶钱



淡化痘印，痘坑，痘疤，闭口粉刺？选它，一夜见效！

☒ 不支持使用夸大描述“0添加”

☒ 不可逆/难以达到的效果-一夜见效”

规则详情及解读

请勿使用贬低特定群体、贬低第三方的内容，请修改【XXX】

执行规范

1、不得出现贬低第三方商家，或对比具体第三方品牌

(1) 买水果再也不用去超市了——通过

(2) 买家电再也不用去家乐福(具体品牌)了——拒绝

2、可支持使用具备一定合理性的对比描述

不支持使用明显不符合事实逻辑认知的对比描述

(1) 扫地机器人比传统扫把扫的更干净——通过

扫地机器人比传统扫把更便宜——拒绝

(2) 冷风机比空调更便捷——通过

冷风机比空调更凉快——拒绝



规则详情及解读

请勿使用贬低特定群体、贬低第三方的内容，请修改【XXX】

执行规范

3、不得使用暗示性指代用户当前状态的负面描述：

“如果不想穷一辈子、不想孩子一辈子没出息”

4、不得使用人体负面特征人群描述：

“如解决个矮、腿短被发现烦恼” “矮个子，腿短人士神器”、“腿短个子矮怎么办”

5、不支持使用排他描述，如“别再用空调了、把空调扔了吧”



⊗不支持使用排他描述

规则详情及解读

请勿使用低俗导向内容，请修改【XXXX】

执行规范

- 1、不得使用女性紧身素材
 - (1) 正常运动类服饰，无刻意展示敏感部位——通过
 - (2) 肤色紧身爆乳素材——拒绝
- 2、广告素材不得出现漏肩带素材
- 3、广告素材不得使用明显聚焦敏感部位素材如：
 - (1) 售卖服装出现聚焦三角区——拒绝
 - (2) 广告素材仰/俯拍摄敏感部位——拒绝
 - (3) 广告素材疑似漏出底裤——拒绝
- 4、不支持出现搂抱/亲吻，不区分真人/动漫



规则详情及解读

请勿损害社会公共利益、泄露个人隐私，或包含宗教种族性别歧视的内容

执行规范

- 1、不得出现明示或暗示用户属性的描述
 - (1) 20-30岁要结婚的小情侣看过来——通过，不属于具体暗示用户属性
 - (2) 如果你XX岁，打算结婚，那你一定要看——拒绝，明确第二人称
- 2、广告素材不得出现手机号/车牌号
- 3、不得使用直接明示用户婚姻孕产状态的身份描述或争议用词
- 4、用户年龄隐私管控：
 - (1) “你” + 相关属性词 + 年龄
 - (2) 年龄猜测 + 第二人称 + 相关属性词描述
 - (3) 具体年龄数字及年份数字



规则详情及解读

广告主未提交相关资质或提交的资质不合要求，如【XXX】，请上传至投放管理平台-账户中心-广告资质，并重新提交广告

执行规范

- 1、出现数据类描述，需要在资质后台上传对应资质证明
- 2、广告内容出现【专利号】，需要在后台上传对应专利资质
- 3、医疗广告需要上传对应广审资质
- 4、“100%长绒棉、牛皮、真皮、防辐射”等材质描述，需要上传对应资质证明
- 5、知名酒水需要对应供销资质及SGS质检报告

100%新疆长绒棉

Factory direct. Duerfanny Owingget coattysfaw

优质TPE 98%好评率

立即抢购

*具体商品价格以APP内为准

在专利因子FruiteX-B



新款透气软牛皮皮鞋

舒适轻盈耐脏，透气不臭脚



带电玩具提供质检报告

老板娘都在穿！已卖爆！

女士抑菌内裤

✓ 亲肤透气

✓ 抑菌底档

✓ 360°无痕



视频号审核规则解读

2
PART

视频号审核规则解读

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

规则详情及解读

请勿使用穿着纯白大褂/美容院白大褂/实验室白大褂/护工服等服饰，暗示产品或服务具有医疗专业性，请修改

执行规范

可支持场景：

- 1、针对月子中心/养老服务等合理场景，工作服务等形象，可支持工作人员身着白色、粉色或其他类似于白大褂或护士服的工作服装；
- 2、支持在非医疗类工作场景中出现白大褂等工作服的工作人员形象，如实验室工作人员
- 3、出现上述合理场景，均需在视频中注明相关的职业身份，避免误导为医护人员

不支持案例



支持案例



腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

视频号审核规则解读

规则详情及解读

请勿开头使用与广告业务无关的素材内容，请修改【XXX】

执行规范

不支持广告开头使用与后续广告内容无关联性的吸睛素材，如：无关联美女/男士（街拍美女、跳舞、性感擦边美女/男士）、擦边、豪车、猎奇、夸张、高科技、解压视频、土味视频等片段



搞笑视频拒绝吸睛



首帧钢丝球+鸡蛋，后续推广无关联

视频号审核规则解读

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

规则详情及解读

请勿在视频四周边距内〔左右侧各44px，上侧147px，下侧103px〕放置警示语信息，避免信息被遮挡展示不全，请修改

执行规范

竖版视频的相关警示语需在视频中间左右两侧不得在视频四周边距内〔左右侧各44px，上侧147px，下侧103px〕，不得在易被遮挡区域展示警示语；且需全程展示
非必要警示语无需管控



■ 为极限情况下可能被裁剪的区域
■ 为视频组件或文字遮挡的区域

微信视频号 - 视频号信息流广告

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

视频号审核规则解读

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

规则详情及解读

请勿使用与实际推广内容无关联的描述，如去评论区了解，请修改

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

执行规范

- 1、不得出现引导去评论区了解详情等相关描述
- 2、可支持场景：视频内容正常推广产品，表达清晰合理引导至评论区

腾讯广告

营销学堂



不支持案例

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

视频号审核规则解读

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

规则详情及解读

请勿使用手持纸张文稿、穴位图、重复单图、虚假PS等低质素材设计

执行规范

广告外层素材不得出现虚假PS产品演绎的素材设计，对用户造成误导

虚假PS包括但不限于以下形式：

- 1、商品贴图替换原素材内容
- 2、人物使用商品造假



不支持案例

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

视频号审核规则解读

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

规则详情及解读

广告口播、文案、图标或手势等涉及指向性内容，请确保内容符合视频号要求，请修改【XXX】

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

执行规范

- 1、不支持视频画面中出现任何指向组件区域（包括不限于引导购买、下载、咨询服务）的箭头，无论指向位置、方向是否一致，均不支持
- 2、不支持视频中字幕以外的文字中出现指向组件区域的描述，如非字幕描述“点击下方购买”
- 3、支持口播/手势出现指向组件区域的描述

[更多细节可点击e.qq.com官网查看]

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



不支持案例



支持案例

审核服务

3
PART

审核服务-联系审核方式

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

审核服务时间	
广告类型	审核时间
自助落地页、应用广告包、试玩素材、TCC审核等	9:00-22:00
广告审核	9:00-22:00

温馨提醒:

- 1、建议在9:00-16:00期间提审，人力充沛
- 2、建议匀速进单
- 3、如有需要特殊支持的情况，请至少提前一天与运营侧沟通

审核服务-联系审核方式

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

公众号咨询

1、关注公众号【腾讯广告服务号】点击底部菜单“问答咨询”-“售后咨询”



2、关注公众号【腾讯广告审核助手】点击菜单“帮助”-“人工客服”或直接对话框发送消息



审核服务 - 联系审核方式

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

官网首页在线咨询

进入e.qq.com官网，鼠标放置页面右下面QQ剪影图案，选择“售后咨询”



审核服务 3.0 一键催审

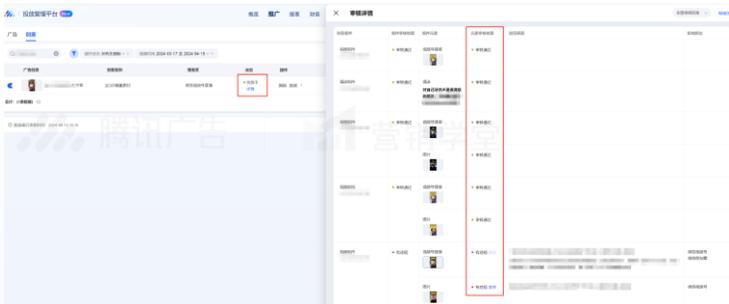
- 广告主登录投放管理平台，找到创意状态为【审核中】的创意，对审核中的创意下的组件，点击【催审】



- 点击确认后，会消耗提交次数，且界面上会显示提交成功，待审元素会在审核侧进行优先排序审核



- 催审审核后，更新创意上的审核状态，可点击创意【详情】进行查看最新审核状态

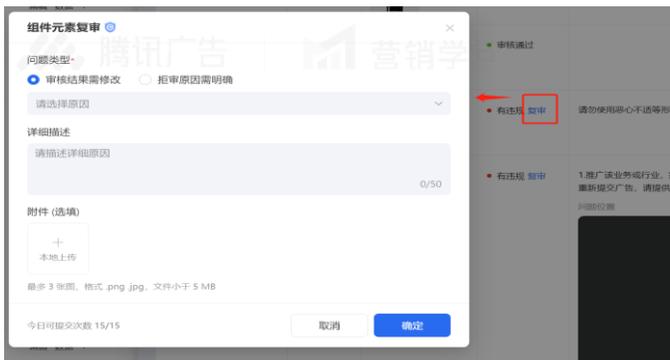


审核服务 3.0 一键复审

- 用户登录投放管理平台，找到创意状态为【审核不通过】的创意，对审核不通过的创意下的元素，点击【复审】



- 选择复审的问题类型、复审原因、以及详细描述



- 点击确认后，会消耗提交次数，界面上会反馈提交成功，元素会送审到审核侧处理

讲师答疑

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



请将您的问题提交到**问答区**

Thanks!

欢迎扫码添加



“营销学堂小助手”
获取更多学习资源