

腾讯广告近期审核要点解读

审核规范最新资讯&典型案例解析

2022.10/腾讯广告团队

目标

目标学员

邀请全行业优化师/创意设计人员/销售参与了解

本期内容重点为通用/房地产/通信运营商/生活服务/电商/教育/视频号
近期审核规范变动及案例解析**请以上行业相关同学格外关注**

课程目标

— 使学员：

了解：最新的审核规范

掌握：素材的优化方向



目录

1 审核规范最新资讯

通用/房地产/通信运营商/生活服务/电商/教育/视频号

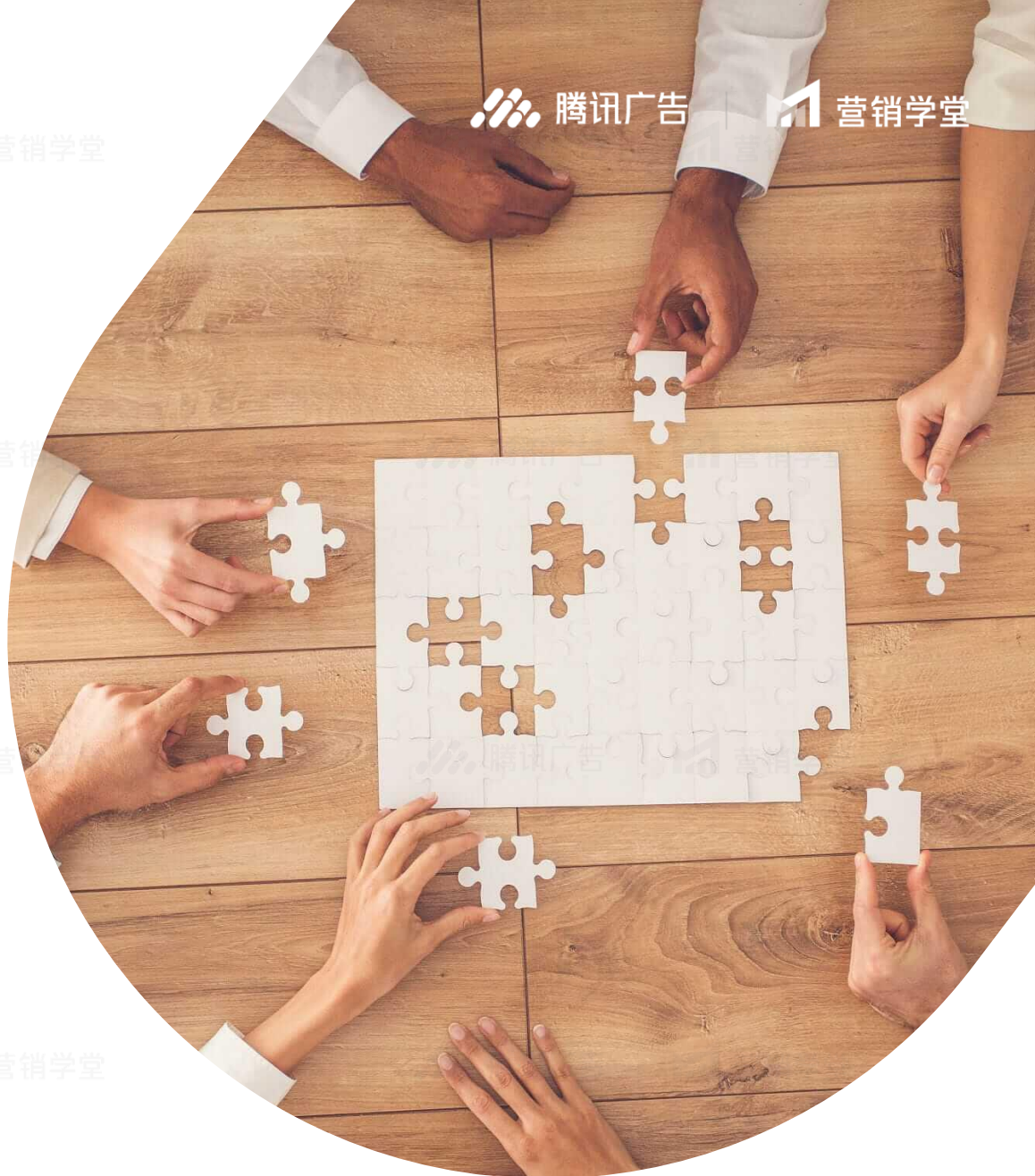
2 典型案例解析

视频号/游戏/通信运营商/在线视听与阅读

3 课堂小结

小结/课堂测验

4 答疑





审核规范最新资讯

通用/房地产/通信运营商/生活服务/电商/教育/视频号

审核要求

红包优惠券活动规则:

- 1. 不得涉及淘宝/天猫/双11等特殊logo, 若需使用则需提供对应logo的授权说明资质
- 2. 外层素材展示优惠券使用规则及额度需与落地页保持一致, 禁止出现虚假宣传。〔定额券前后展示具体金额需保持一致, 非定额券获取额度区间需一致〕
- 3. 不得使用“应用直达”及“落地页一跳使用电商平台H5界面”形式进行推广

案例&解析



解析:

素材中涉及“双11”等特殊logo, 需补提合规logo的合规授权资质, 否则需删除

审核要求

引导搜索类:

- 1. 不支持出现引导搜索、强制关注公众号等宣传, 如:
 - a. 搜索关注公众号XX
 - b. 务必关注公众号XX
- 注: 直接描述关注公众号可支持

案例&解析



解析:

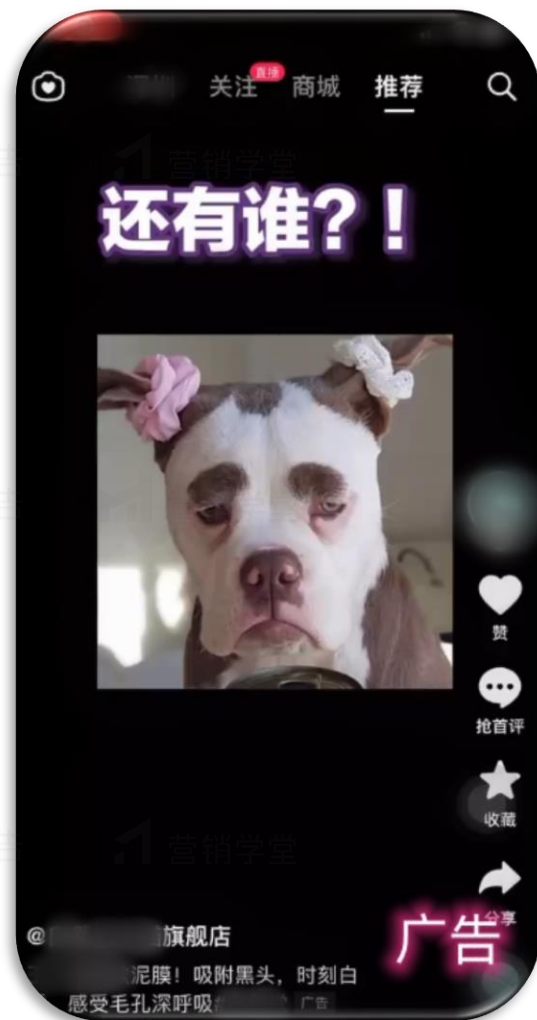
“搜索关注公众号”属引导搜索公众号, 不支持, 故需删改

审核要求

案例&解析

视频开头无关联类审核要求【更新】：

- 1. 支持视频开头插入解压小视频，如表情包、网络段子、搞笑视频、动物、美食等，并须满足《广告法》及平台的广告审核规范
- 2. 无关联开头视频存在时间不得超过5s且不得超过总时长一半，整体视频素材仍需体现广告的具体推广目的
- 3. 不支持使用与推广产品/服务内容无任何关联的美女/帅哥素材或猎奇视频，不支持出现功效暗示等内容



解析：

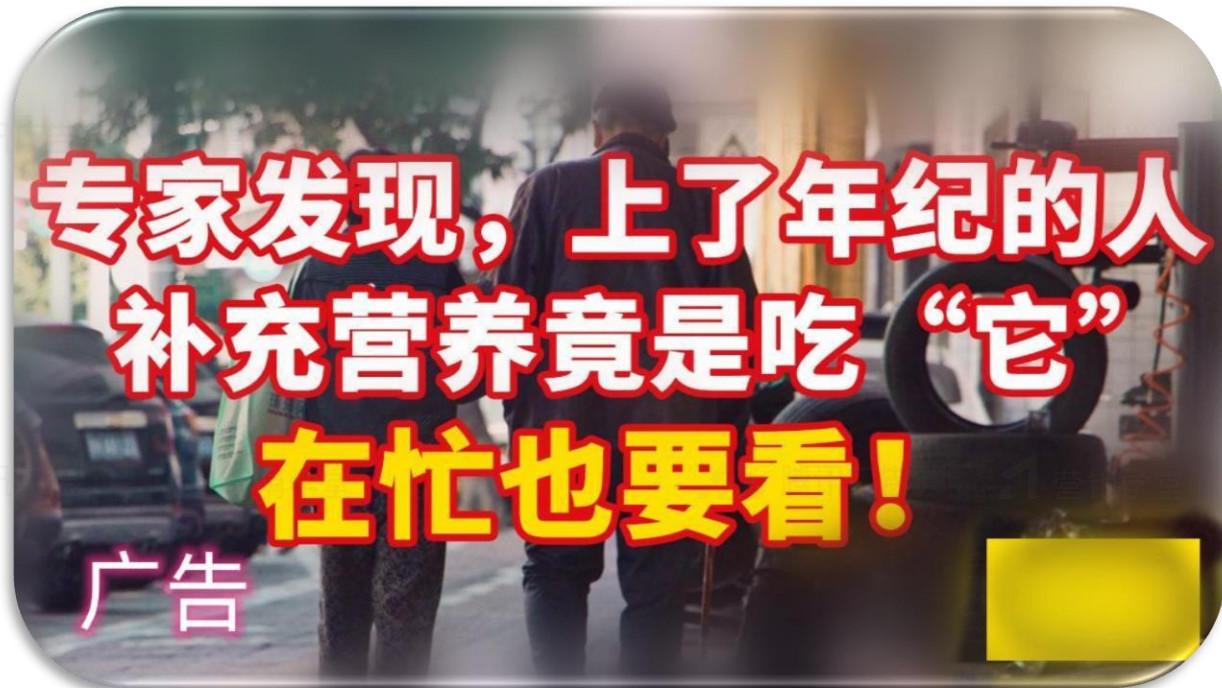
视频开头使用的搞笑视频与实际推广产品并不存在关联性，但整体时长超过5s，故不支持

审核要求

仿新闻类审核要求〔以下仅做新增阐述〕：

- 1. 无法提供权威佐证的情况下，不支持使用专家、专业人士等形象或研究报告等描述作为宣传，如：
 - a. 根据最新研究发现XXX
 - b. 专家发现XXXXX
 - c. 专家认可XXXXX

案例&解析



解析：

“专家发现XXX”属于无法提供权威佐证的情况，存在模仿新闻形式违规宣传，故不支持，需删改

审核要求

房地产升值类审核要求:

- 1. 房地产行业不得直接或间接宣传升值或投资回报承诺相关内容, 如:
 - a. 即将成为又一个陆家嘴
 - b. 升值空间不可估量
 - c. 增值/保值的明智选择
 - d. 高回报率
- 2. 不支持对房源/楼盘等宣传稀缺性〔若描述户型、朝向、地段等设施类可支持〕

案例&解析

广告

89㎡2房2厅 109㎡3房2厅

优质房源盘点

低密度·全南向·稀缺户型

这些盘

低首付低月供、地段好配套全、多种户型可选! 赶紧预约

5分钟前

广告

咫尺

丰厚房价差, 未来可期

近邻地铁4号线

与地铁1/2/5/9/10号线“五轨交互”, 便捷通达全城

两站

二手房价约58000元/㎡

远见板块潜力, 坐拥澎湃势能

解析:

- “稀缺户型”仅对户型做客观描述可支持〔若针对房源/楼盘本身宣传稀缺则属夸大范畴, 暂不支持〕
- “丰厚房价差, 未来可期”属升值类描述, 不支持, 需删改

审核要求

电话卡/流量卡类:

- 1. 推广通讯运营商的流量包电话卡等服务时，需在外层素材中添加警示语：该套餐/号卡由中国移动/电信/虚拟运营商主体XXX提供服务，如推广视频广告需在视频中全程展示

案例&解析



解析:

业务推广为号卡/流量卡未添加“该套餐/号卡由XX运营商主体提供服务”警示语，故不支持，需添加合规警示语方可支持

审核要求

腋下除臭类审核要求:

- 1. 可支持投放腋下除臭服务, 但不支持明暗示医疗作用, 不得使用病症治疗或医疗术语
 - 2. 不支持出现任何仪器设备及仪器服务相关描述
 - 3. 广告中不得出现敏感部位元素, 如: 腋下、腋汗等
 - 4. 外层素材不得刻意指向腋下, 包括指、按、闻等
 - 5. 不得含有“超强/速效/高效”“纯天然制品/无副作用/根治”等绝对化用语。不支持明暗示产品及服务效果, 如“祛除狐臭”等, 仅支持描述改善腋下味道
 - 6. 广告需符合《广告法》和平台广告审核规范
- 注: 卡通类展示敏感部位元素也不支持

案例&解析



解析:

1. 上图为卡通人物形象出现嗅闻腋下展示, 较为影响用户体验, 暂不支持, 需删改
2. 下图为真人形象出现按压腋下〔腋汗〕等形象展示, 较为影响用户体验, 暂不支持, 需删改

审核要求

黑发产品类审核要求:

- 1. 由于白发转黑、辅助生长黑发等效果的产品涉嫌夸大虚假宣传，故此类黑发产品暂不支持推广

案例&解析



解析:

“洗发黑发”“白发变黑发”“清水轻松黑发”“白发轻松黑”等涉嫌夸大虚假宣传，故不支持推广

审核要求

效果对比类审核要求:

- 1. 化学类护肤品，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、补水产品、搓泥宝等
- 2. 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、染发、脱毛等，同时需添加警示语，仍不得出现误导为化学护肤品产品的效果展示或夸大宣传场景，如：美白、硅胶脸肤质等
- 3. 非作用于人体的清洁类产品可支持效果对比，无需添加警示语，但不得出现夸大虚假宣传场景
- 4. 广告需符合《广告法》及平台审核要求

案例&解析



解析:

1. 若视频中产品为化学类护肤品则属于效果对比场景宣传，如：美白霜，则不支持
2. 若视频中产品为物理类化妆品则属于物理遮盖效果演绎，如：粉底液，则可支持

注：以上情况均需警示语合规且符合广告法及平台审核要求

审核要求

教辅工具&出版物产品类:

- 1. 教辅工具行业可推广含出版产品的学习礼盒，但不得单独推广出版物产品，单推出版物产品行业需对应【图书出版/文具】行业，需保持行业一致
- 2. 推广出版物产品，如：光盘、U盘、视频等可作为赠品赠送，但不得对赠送视频/光盘内容展开描述推广
- 3. 支持推广学科类与学科同质化书籍时赠送“讲解”视频，赠送视频内容不得涉及学科同质化
- 4. 教辅工具行业推广数码类产品/含有电子产品的学习礼盒需修改至【数码家电】行业保持一致

案例&解析



解析：推广教辅工具礼盒，非单独推出版物，故行业到教辅工具可支持。
注：若礼盒中仅推广出版物则需开户行业对应--图书出版/文具；若礼盒涉及数码产品则开户行业需对应--数码家电 方可支持

审核要求

视频号-金融类要求:

- 1. 推广证券投顾广告，不得涉及非板块的股票分享或推荐，【仅】支持教学属性描述：教你选股、教你分析股票
- 2. 证券投顾教学场景内使用股票、股票池、板块等相关描述时，不得出现任何具体数量的描述，可支持模糊的数量表述，如：这几类、这种类型等
- 3. 推广证券投顾广告，素材内容不支持绝对性上涨或概率性上涨收益的修饰语使用，如：“有望涨停/或将爆发”等

案例&解析



解析：

“有望涨停”“或将大涨”属于概率性上涨收益的描述，故不支持

审核要求

视频号体验不佳类审核要求：

- 1. 广告素材不得使用引人不适，体验不佳的人物形象及元素展示，如：真人痘痘、斑点、皮肤皴裂、秃顶、皱纹老化、脱毛脱发形象等
- 2. 可支持健康光滑皮肤形象，斑点或痘痘轻微，且不得红肿流脓

案例&解析



解析：

视频号素材中展示人物痘痘红肿形象，较为影响用户体验，故不支持，需删改

审核要求

视频号-自动唤起小程序类:

- 1. 视频号落地页自动唤起小程序形式因其存在影响用户体验，故暂不支持视频号广告页面自动跳转小程序形式

案例&解析



解析:

素材为视频号广告自动唤起小程序形式推广，影响用户体验，故不支持，需删改

2

典型案例解析

视频号/游戏/通信运营商/在线视听与阅读

案例



规范&解析

规则说明:

- 推广视频号内容创作, 不得使用虚假营销活动进行广告宣传, 请修改

案例解析:

“只此一次”“这次卖完就不补货”“卖完这次就没有了”“最后一批”等描述涉嫌存在虚假营销, 故不支持

修改建议:

删改此类问题后提交

案例



规范&解析

规则说明:

- 游戏行业水印可支持“请勿盗用素材+XX[自身品牌水印]”等形式宣传

案例解析:

“请勿盗用素材+自身品牌”可支持

案例



规范&解析

规则说明:

- 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

案例解析

黑框标注的警示语内容颜色与素材背景色混淆，并不清晰，较为影响用户体验，故不支持

修改建议:

需删改合规保持清晰后推广

案例

规范&解析

一夜成娱乐圈顶流，网友都在猜背后金主是谁，谁知她自己就是金主



《推荐》

广告

广告

广告

查看详情

规则说明:

- 请勿使用与推广商品及目的无关联的内容

案例解析:

广告文案与实际宣传小说无关联，更偏向资讯类宣传，故存在误导用户情况，不支持

修改建议:

删改此类问题后重新提交

3

课堂小结

课程小结/课堂测验

课程小结

红包优惠券	视频开头	仿新闻报道类	通讯号卡类	黑发产品类	教辅工具类	视频号体验
引导搜索类	无关联类	房地产增值类	腋下除臭类	效果对比类	视频号金融	视频号唤起

只此一次/这次卖完不补货/卖完这次就没了/最后一批涉嫌虚假营销，不支持

请勿盗用素材+自身品牌类水印，可支持

警示语不得内容颜色与素材背景色混淆/过小/重叠/模糊不支持，不得低于25px

文案与实际宣传小说无关联，偏向资讯类，存在误导，不支持

THANKS



关注“腾讯营销学堂”获取更多学习资源