



# 腾讯广告通用规范解析

## 第一节（法规落地）



# 目录

1 规则解析

2 课堂小结





# 规则解析

国家元素&军政元素 / 绝对化描述 / 虚假宣传 /  
公序良俗 / 色情&恐怖&迷信 / 公共利益&个人隐私



# 国家元素&军政元素



## 广告不得使用国家元素及军政元素

- 不得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
- 不得使用天安门广场、人民英雄纪念碑及其名称、碑题、碑文、浮雕、图形、标志
- 不得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
- 不得利用党和国家领导人的形象（含各种卡通虚拟形象），包括离任或者已故党和国家领导人形象

**注：**合法生产的商品本身含有上述内容，可支持，如：人物传记、纪念邮票、阅兵纪念光盘、电影海报等

- 不得涉及政治、军事、时事等



# 国家元素&军政元素

## ➤ 案例解析：



✗ 国家元素，天安门广场、华表



✗ 涉及军政



✗ 涉及国家机关人员形象



✓ 纪念邮票



# 绝对化描述



## 广告不得使用绝对化描述

- 广告中禁止使用“国家级”、“最高级”、“最佳”、“顶级”、“第一品牌”、“极品”、“至尊”、“最受欢迎”、“最……之一”等绝对化用语
- 符合特定条件的客观表述可以使用
  - 1、客观事实表述，提供相关证明，如：“XX大赛第一名”，如果“国家级”称号已通过法律或行政法规授权获得的，广告主应出具获奖证明、评选结果等相关证明文件
  - 2、为实现自我比较的程度分级，商品或服务中客观存在不同分级的描述，则支持使用  
如：X公司最大户型、X产品最小尺码、X系列汽车顶配车型、X公司用户量最多的手游等
  - 3、明示商家的经营理念和追求目标，且客观上没有造成误导可能性，则支持使用  
如“顾客第一，追求极致”等

### ● 优化建议：

- 1、在特定范围内进行客观表述
- 2、提供相关证明
- 3、变换表达方式，如：最受欢迎的产品 → 非常受欢迎的产品



# 绝对化描述

## ➤ 案例解析：



✗ “首选”



✗ “最强”



✗ “顶级”

1.中国最大的咸水湖泊是青海湖（大约4256平方公里）

2.中国最大淡水湖泊是鄱阳湖（大约2567平方公里）

✓ 表述客观事实，可支持



# 虚假宣传



## 广告不得使用虚假宣传

- 不得对商品或服务进行效果承诺，或与实际情况不符的情况，如商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等
- 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  
如：广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类
  - 1、未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权
  - 2、禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告
- 不得虚构商品或者服务的效果
- 不得以虚假或者贬低其他生产经营者的商品或者服务，欺骗、误导消费者
  - 1、不得直接捏造、虚构事实，从而对竞争对手的产品或者服务进行诋毁、贬低
  - 2、不得间接贬低竞争对手的产品、服务，如声称自己的产品、服务的质量、价格等都比竞争对手好



# 虚假宣传

## ➤ 案例解析:



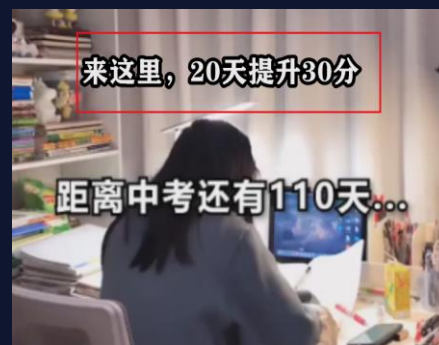
✗ “园艺师都在用”



✗ 贬低竞争对手



✗ “比光脚还透气”



✗ “20天提升30分” 虚假承诺



# 公序良俗



## 广告不得违反公序良俗

- 恶搞（如使用奥巴马形象恶搞宣传产品）
- 种族/职业/地域歧视（如XX人买不起）
- 破坏家庭安定团结（如攒“私房钱”买XX，背着老婆悄悄玩XX）
- 有违职业道德（如上班时也忍不住要偷玩游戏）
- 无节制的行为（如通宵玩游戏）
- 宣扬过度消费、超前消费（如用XX借钱还信用卡）
- 使用低俗用语（如屌丝、泡妞）等



# 色情&恐怖&迷信



广告不得含有淫秽色情、恐怖、迷信、暴力的内容



× 色情



× 恐怖



× 血腥



× 迷信



# 公共利益&个人隐私



## 广告不得影响公共利益及侵犯个人隐私

- 使用中国地图，需将国界线完整、准确标示
- 内容需充分考虑到受众的模仿性
- 不得泄露个人隐私，危害人身、财产安全（人物肖像、名义、博主）



# 公共利益&个人隐私

## ➤ 案例解析：



✗ 中国地图不完整



✗ 涉及个人隐私，肖像



✗ 危险行为未考虑受众模仿性



2

课堂小结



# 课堂小结

## 通用规则解析

- 国家元素&军政元素

国旗、国徽、天安门  
国家机关人员

- 公序良俗

恶搞、歧视、贬低、低俗  
有悖于主流价值观

- 绝对化描述

顶级词汇

- 色情&恐怖&迷信

- 虚假宣传

夸大、承诺

- 公共利益&个人隐私

中国地图完整  
受众模仿、个人隐私



The background features several abstract geometric shapes in blue and orange, including circles, rectangles, and lines, scattered around the central text.

# THANKS

 腾讯广告 |  营销学院

