# AdClick DSP 创意审核规范

# 目录

[AdClick DSP 创意审核规范 1](#_Toc479588407)

[目录 2](#_Toc479588408)

[一、总则 4](#_Toc479588409)

[1.1 概述 4](#_Toc479588410)

[1.2 参考标准 4](#_Toc479588411)

[1.3 适用范围 5](#_Toc479588412)

[二、规则 6](#_Toc479588413)

[2.1 普遍规则 6](#_Toc479588414)

[2.1.1 基本内容规则 6](#_Toc479588415)

[2.1.2 广告用语规则 7](#_Toc479588416)

[2.1.3 广告素材基本规则 7](#_Toc479588417)

[2.1.4 关于素材提供资质的规则 9](#_Toc479588418)

[2.2 游戏素材规则 9](#_Toc479588419)

[2.3 电商素材规则 10](#_Toc479588420)

[2.4 医疗、药物类素材规则 11](#_Toc479588421)

[2.5 食品类素材规则 11](#_Toc479588422)

[2.6 化妆品类素材规则 12](#_Toc479588423)

[2.7 保健品类素材规则 12](#_Toc479588424)

[2.8 机票、航空类素材规则 13](#_Toc479588425)

[2.9 娱乐场所类素材规则 13](#_Toc479588426)

[2.10 商务服务类素材规则 14](#_Toc479588427)

[2.11 生活服务类素材规则 14](#_Toc479588428)

[2.12 金融服务类素材规则 14](#_Toc479588429)

[2.13 中介类素材规则 15](#_Toc479588430)

[2.14 农药类素材规则 16](#_Toc479588431)

[2.15 教育培训类素材规则 16](#_Toc479588432)

[2.16 他行业素材规则 17](#_Toc479588433)

[三、人员 18](#_Toc479588434)

[四、流程 19](#_Toc479588435)

[4.1 流程概述 19](#_Toc479588436)

[4.2 流程详细说明 20](#_Toc479588437)

[4.2.1 账户注册及用户信息完善 20](#_Toc479588438)

[4.2.2 广告主行业资质信息完善 21](#_Toc479588439)

[4.2.3 创建广告投放计划 21](#_Toc479588440)

[4.2.4 审核结果说明 22](#_Toc479588441)

# 一、总则

## 概述

AdClick DSP是一个服务于广告主的需求方平台，旨在帮助广告主在互联网或者移动互联网上进行广告投放，使广告主更简单便捷的遵循统一的竞价和反馈方式，对位于多家广告交易平台的在线广告以合理的价格实时购买高质量的广告库存。

为了使AdClick DSP能够更好地服务用户，在本平台上所提交的任何广告创意，均需要符合本文档列出的创意审核规则。

本规范各章主要内容如下：

第一章描述了本规范的参考标准和适用范围；

第二章描述了基本规则和使用行业规则；

第三章描述了审核团队的人员构成及其专业背景；

第四章描述了审核流程。

## 参考标准

本规范所列出的规则条目基于以下参考标准：

一、《中华人民共和国广告法》

二、《广告法》（2014年修订草案）

三、《广告管理条例》

四、《广告管理条例实施细则》

五、《互联网数字广告基础标准》

六、《互联网广告管理暂行办法》

七、网络广告、电商广告、游戏广告以及其它涉及到在本平台投放广告行业类别的相关广告管理规定以及广告实施细则。

## 1.3 适用范围

本规范适用于在AdClick DSP上提交审核的广告创意，并描述了在广告创意上的指标和维度，适用于PC端、Mobile端等不同设备上的广告创意，任何提交广告创意到本平台的广告主（需求方用户）需要在符合本规范所提及有关广告创意的相关审核标准的情况下进行广告的提交审核行为，对于不符合规定的广告创意，本平台有权拒绝通过审核。

# 二、规则

## 2.1 普遍规则

### 2.1.1 基本内容规则

规则一 广告应该真实、合法，符合社会主义精神文明建设的要求。

规则二 广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。

规则三 广告内容应当有利于人民的身心健康，促进商品和服务质量的提高，保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益，广告不得有以下情形：

1. 使用中华人民共和国国徽、国旗、国歌；
2. 使用国家机关和国家机关工作人员的名义；
3. 使用国家级、最高级、最佳等用语；
4. 妨碍社会安定和危害人生安全、财产安全，损害社会公共利益；
5. 妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚；
6. 含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容；
7. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
8. 妨碍环境和自然资源保护；
9. 法律、行政法规规定禁止的其他情形。

规则四 广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

规则五 广告中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的，应当清楚明白。

规则六 广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语，应当真实准确，并标明出处。

规则七 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，未经专利授权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告。

规则八 广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

规则九 广告应当具有可识别性，能够使得消费者明辨其为广告。

### 2.1.2 广告用语规则

规则一 广告的标题应该满足以下规则：

（1）避免出现主观色彩的字眼，如“惊现”、“惊爆”、“竟然”、“胆敢”等，标题不得使用侮辱个人、民族、国家的字眼。

（2）禁止使用绝对性夸大用语，包括但不限于 国家级、世界级、最高级、政府唯一指定的、政府权威的、最佳、最大、第一、唯一、首个、首选、最好、最大、精确、顶级、最高、最低、最、最具、最便宜、最新、最先进、最大程度、最新技术、最先进科学、国家级产品、填补国内空白、绝对、独家、首家、最新、最先进、第一品牌、金牌、名牌、优秀、最先、顶级、独家、全网销量第一、全球首发、全国首家、全网首发、世界领先、顶级工艺、最新科学、最新技术、最先进加工工艺、最时尚、极品、顶级、顶尖、终极、最受欢迎、王牌、销量冠军、第一(NO.1\Top1)、极致、永久、王牌、掌门人、领袖品牌、独一无二、独家、绝无仅有、前无古人、史无前例、万能等。

规则二 “奢华”、“至尊”等带有炫富内容的用语禁止出现在广告中。

规则三 广告用语应当符合普通话标准，不应使用方言、俚语。

### 2.1.3 广告素材基本规则

素材能够生动的传达广告信息，在使用广告素材的时候，需要满足以下规则：

规则一：为了创造更好的用户体验，广告素材不应当出现以下内容：

（1）干扰性效果，包括但不限于背景及文字强亮光及闪烁效果、强震动效果、图文变换过快等；

 （2）容易引起用户不适的内容，包括但不限于局部患处放大图、极其不美观的图片等；

（3）过于直白简化的信息，如只有企业LOGO、电话和网址等，而不包含其他任何内容；

（4）中文错别字和英文错误拼写；若借用某字为谐音字，需要在该字上加引号以示区别；除注册商标及企业名称外，不得使用繁体字；不得使用恶搞性词语及过于花哨的符号。

规则二：若使用人物形象须露出面部，不得只展现下半身；只有内衣产品广告可以使用仅穿内衣的人物形象且只可展现上半身；不得出现某些敏感产品形象，包括但不限于避孕套、卫生巾等。成人涉性产品禁止投放广告。

规则三：图文广告的展现形式不得使用户误认为是文字链广告，主视觉应是图片，文字只可作为对图片的补充说明，文字下面不得加横线，文字的字体或形式要与普通文字链广告有所区别。

规则四：不允许展示质量很差的素材，素材需清晰可见，内容易于理解，文字清楚易读，不允许制作故意分散注意力的广告。

规则五：不允许使用欺骗性手段，包括但不限于使用模拟动画功能，如模拟下拉菜单、搜索框或模拟的对话框、错误信息等。

规则六：素材中不能包含其它公司或品牌的标示。

规则七：素材上的公司名称需要与企业营业执照中公司的名称一致。

规则八：素材上不得出现前文所提到的敏感字样，包括但不限于“军用”、“特警”等。

规则九：素材上不能出现夸大产品功效、作用的用词。

规则十：着陆页和素材必须要有相关性。

规则十一：素材中的宣传活动到期后必须将活动下线，或者是更换新的素材。

规则十二：不得低价销售或者团购著名品牌。

### 2.1.4 关于素材提供资质的规则

规则一：媒体、影视作品、活动方的指定、推荐、合作信息，以及未经证实的奖项、评比结果、专利技术、官方授权、3C认证等，需要提供授权证明。

规则二：“百年品牌”、“全球\全国畅销X年”、“专注于某个领域X年等”，请提供相关资质证明。

规则三：素材中包含明星名人图片及卡通形象、明星同款、明星名人代言推荐，以及类似描述、影视剧照等，需提供授权证明。

规则四：授权出售其它品牌商品，需要授权资质证明。

规则五：如需使用人民币（钱币）图样素材，需要央行批准的资质证明。

规则六：严禁使用未经证实的电商平台数据；如为真实数据“销量xxx件”等，请提供相关资质证明 。

## 2.2 游戏素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，游戏素材还必须符合以下规则：

规则一：提交游戏素材及游戏行业广告创意的，需在企业网站显著位置标示《网络文化经营许可证》，实际经营网站域名应该和申报域名一致。

规则二：以未成年人为对象的游戏，在提交的素材和游戏中均不得含有诱发未成年人模仿违反社会公德的行为和违反犯罪的行为的内容，以及恐怖、残酷等妨碍未成年人身心健康的内容。

规则三：素材不能出现游戏人物形象暴露，不雅动作，性暗示等图片或低俗网络词汇等。

规则四：素材文字描述中请勿使用如：草泥马、屌爆、屌丝、求包养、小秘、逗比、学渣、坑爹等具有不雅含义、辱骂或贬低他人的低俗用语、网络用语（包括谐音）。

规则五：游戏素材的尺寸必须符合要求，不能有大的尺寸偏差，出现压缩的情况，严重影响视觉效果和广告效果。

## 2.3 电商素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，电商素材还必须符合以下规则：

规则一：依据相关政策，目前暂时不允许电子狗、成人用品、烟类、羊胎素、虚拟商品等产品进行广告投放，落地链接里不得含有此等产品。

电子狗类包括：雷达安全预警仪、防测速预警、告别罚单、避免扣分等描述的产品。

成人用品类包括：情趣内衣、壮阳等产品。

烟类包括：香烟、烟丝、烟叶、电子烟及烟嘴、烟斗等产品。

羊胎素类包括：含有羊胎素成分的护肤品等。

虚拟商品包括：游戏点卡、充值等。

规则二：在电商类素材中的图片，需要满足以下要求：

1. 严禁素材图片丑陋，分辨率过低或描边，以拼接效果展现，严禁图片素材不按比例缩放；
2. 严禁素材字体丑陋，文案必须清晰可读，无锯齿无噪点，不凌乱不变形，素材中的元素及背景要和谐统一；
3. 严禁素材图片背景纯白、纯黑展现；
4. 严禁素材图片以纯文字、纯图案、纯外文以及纯图片仅带有商标的素材展示；
5. 禁止单独使用外国文字、拼音，如需使用以汉语为主；
6. 禁止使用繁体字；
7. 禁止广告素材以新闻、播放器等形式进行展现；
8. 广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

规则三：电商类素材中严禁使用疑似欺骗消费者的词语，如点击领奖、全民免单等。

规则四：严禁在素材、文案中使用激发消费者抢购心理的词语，如‘秒杀’、‘抢爆’等。

规则五：严禁在素材、文案中使用“包邮”、”爆款“等有误导消费者嫌疑的标示语。

规则六：素材和文案中严禁使用“豪礼”、“豪华大礼包”等词语，广告素材中标明推销商品附带赠送礼品的，应当标明赠送的品种和数量。

## 2.4 医疗、药物类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，医疗、药物类素材还必须符合以下规则：

规则一：投放此类素材广告主需先提供国家开具的相关证书和资质如《互联网药品交易服务许可证》、《药品生产许可证》、《医疗机构执业许可证》以及《临床试验证明》等相关文件。

规则二：素材不得诱导、误导消费者，不得出现“偏方”、“秘方”等字眼，使得消费者进行不正确的治疗和服药而产生不当的后果。

规则三：不得有夸大治疗效果和结果的词语，如“根治艾滋”、“治愈癌症”、“7天瘦10斤”等。

规则四：素材中禁止使用“专家”、“权威”等轻易使消费者选择倾向偏移的词汇。

规则五：图片、flash、视频素材中不得出现使观众不适的画面，并禁止放大患处。

规则六：治疗效果需真实，不得隐瞒副作用及虚假宣传治疗效果，不得出现“无副作用”、“治不好不收钱”等影响消费者选择的词语。

规则七：相关资质证明要齐全并真实，并保证所投放广告的真实有效性。

规则八： 不得宣传、销售国家禁止出售和使用的药物。

## 2.5 食品类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，食品类素材还必须符合以下规则：

规则一：如果营业执照经营范围中包括食品销售，则不用上传《食品经营许可证》，否则需要上传此证或《食品生产许可证》、《卫生许可证》、《全国工业产品生产许可证》等与所投放素材相关的资质证明。

规则二：素材中不得宣传食品卫生法禁止生产经营的食品，禁止宣传疗效也不能宣传母乳代用品。

规则三：素材中不得出现医疗术语、易与药品混淆的用语以及无法用客观指标评价的用语，不得直接或者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者暗示该食品的治疗作用。

规则四：素材不得宣传由国家禁止生产经营的以及违反国家食品卫生有关规定生产经营的食品。

规则五：素材不得含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”等绝对化的语言或者表示。

规则六：素材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。

规则七：素材不得宣传保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用，也不得宣传该食品含有特殊营养成分。

## 2.6 化妆品类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，化妆品类素材还必须符合以下规则：

规则一：在提交了营业执照的前提下，还应上传《化妆品生产企业卫生许可证》、《化妆品生产许可证》等必要资质。

规则二：素材宣传进口化妆品需提交国务院卫生行政部门批准化妆品进口的有关批件、国家商检部门检验化妆品合格的证明等文件。

规则三：禁止虚假、夸大化妆品名称、制法、成份、效用或者性能。

规则四：禁止在素材中使用他人名义保证或者以暗示方法使人误解其效用。

规则五：禁止在素材中宣传医疗作用或者使用医疗术语。

规则六：禁止在素材中使用最新创造、最新发明、纯天然制品、无副作用等绝对化语言。

规则七：禁止在素材中涉及化妆品性能或功能、销量等方面数据。

## 2.7 保健品类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，保健品类素材还必须符合以下规则：

规则一： 在提交营业执照的前提下，还应上传《保健品批准证书》、《保健食品广告审查表》、《卫生许可证》等必要资质。

规则二： 素材中禁止出现产品功效的断言和保证以及使用该产品能够获得健康的表述。

规则三：禁止通过渲染、夸大某种健康状况或者疾病，或者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。

规则四：禁止使用公众难以理解的专业化术语、神秘化语言、表示科技含量的语言等描述该产品的作用特征和机理。

规则五：禁止利用和出现国家机关及其事业单位、医疗机构、学术机构、行业组织的名义和形象，或者以专家、医务人员和消费者的名义和形象为产品功效作证明，禁止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。

规则六：禁止含有与药品相混淆的用语，直接或者间接地宣传治疗作用，或者借助宣传某些成分的作用明示或者暗示该保健食品具有疾病治疗的作用。

规则七：禁止使用祖传、无效退款、保险公司保险、安全、无副作用、无依赖、最新技术、最高科学、最先进治疗法等词语以及封建迷信进行宣传。

规则八：素材中必须说明或者标明“本品不能代替药物”的忠告语；电视广告中保健食品标识和忠告语必须始终出现。

## 2.8 机票、航空类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，机票、航空类素材还必须符合以下规则：

规则一：机票代售类须上传由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》，航空公司须上传《公共航空运输企业许可证》。

规则二：素材中展现机票价格、优惠、打折须与落地页内容一致。

## 2.9 娱乐场所类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，娱乐场所类素材还必须符合以下规则：

规则一：须上传《娱乐经营许可证》。

规则二：素材中禁止涉及黄、赌、毒相关内容和其他危害公共和他人安全的内容以及暗示性表述。

规则三：素材须积极向上，不得过于奢华、浮夸。

## 2.10 商务服务类素材规则

商务服务包括：法律服务、拍卖、咨询、会计审计、翻译、招聘、出国、设计、公关、代理等。

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，商务服务类素材还必须符合以下规则：

规则一：法律服务类须提交律师事务所执业证书和律师执业证书。其他行业需要提交经营范围对应的营业执照副本。

规则二：落地页须与所投放素材展示以及广告主主体网站一致，并在网站展现企业的备案和经营范围。

规则三：素材内容须在经营范围之内。

## 2.11 生活服务类素材规则

生活服务包括：开锁服务、搬家、婚庆、家政、家电维修、按摩、汽车租赁、旅游、刻章等。

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，生活服务类素材还必须符合以下规则：

规则一：开锁服务须提交特种行业许可证或公安局备案证明，其他行业需要提交经营范围对应的营业执照副本。

规则二：素材内容须在经营范围之内。

## 2.12 金融服务类素材规则

金融服务包括：股票、基金、期货、证券投资、典当、贷款、信用担保等。

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，金融服务类素材还必须符合以下规则：

规则一： 除营业执照外，股票类须提交《经营股票承销业务资格证书》、基金类须提交《基金代销业务资格证》、《基金管理资格证书》，期货类须提交《期货经营许可证》，其他行业也许提供等效的资质证明或经营范围对应的营业执照副本。

规则二：素材禁止含有未经有关部门许可，以投资理财、投资咨询、贷款、信用担保、典当等名义发布的吸收吸收存款、信用贷款、等内容或与许可不符的内容。

规则三：素材不准含有对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，暗示保本、无风险或保收益。

规则四：素材不准利用学术机构、专业人士、行业协会、收益在的名义或形象作推荐、证明。

规则五：素材中不得含有对投资理财类产品的收益、安全性等情况进行虚假宣传，欺骗和误导投资者的内容。

规则六：素材不得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，不得对过往业绩作虚假或夸大的表述。

规则七：素材中不得使用不真实或不准确的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容。

规则八：素材中不准含有《广告法》、《关于处置非法集资活动中加强广告审查和监管工作有关问题的通知》及金融管理法律法规中明令禁止出现的内容。

## 2.13 中介类素材规则

中介类包括：人才中介、出国留学中介、房屋中介等。

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，中介类素材还必须符合以下规则：

规则一：所有涉及行业须提供经营范围对应的营业执照副本。此外,人才中介须上传《人才中介服务资格证书》，出国留学中介须上传《自费出国留学中介服务机构资格认定书》，房屋中介须提供《房地产经纪人资格证》以及业主委托证明，其他中介也许提供国家颁布的等效许可或资质。

规则二：素材中内容必须真实、合法、科学、准确，不得欺骗、误导消费者。

规则三：素材中必须载明中介机构名称。

规则四：素材中不得使用未经授权的公司、名校logo，不得使用政府、学术机构、专业人士、行业协会等名义进行推广和宣传。

规则五：素材中涉及内容和数据，必须真实、准确并科学。

## 2.14 农药类素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，农药类素材还必须符合以下规则：

规则一：在提供符合经营范围的营业执照副本的前提下，还需提供《农药经营许可证》、《农药生产许可证》以及《农药登记证》。

规则二：素材内容不得含有国家发布的《农药广告审查发布标准》中明令禁止的内容。

## 2.15 教育培训类素材规则

教育培训包括：就业培训、IT培训、学前教育、小初高教育、留学、语言培训等。

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，教育培训类素材还必须符合以下规则：

规则一：在提供经营范围对应的营业执照的前提下，公办教育机构须提供《事业法人许可证》，民办教育机构和职业培训机构须提供《民办学校办学许可证》，并提供审批机关备案证明。

规则二：素材中应当注明教育培训机构全称，不得省略“职业技术”、“进修”、“专修”、“培训”等关键字。

规则三：素材中不得使用未经授权的高等院校等名义进行宣传。

规则四：素材中涉及自主考学、远程网络教育等招生广告的，必须注明招生性质，不等于普通全日制学历教育混同。

规则五：素材中涉及颁发境外学历、证书等内容的，须提供中外合作办学资格和颁证资格。

规则六：素材中不得含有不科学的表示教育效果的断言或者保证。教育产品广告涉及教育效果宣传的，应当以教育行政主管部门公布的结果为准，不得以个例的效果作例证进行宣传。

规则七：素材中不得含有保证解决就业、升学等用语和数据。教育产品广告涉及就业、升学内容的，应当是已经实现的就业、升学情况，不得对未实现的就业、升学情况进行预测和保证。

规则八：素材中不得含有与国家学历教育效果进行比较的内容和数据。广告中涉及的相关数据，应当真实、准确、科学。

规则九：素材中涉及到专利技术、评比结果等荣誉宣传的，应当在广告中表述完整、清楚，并表明出处。

规则十：素材中使用寒暑假期间以夏（冬）令营等方式进行教育培训活动宣传的，不得对活动的效果进行夸大宣传，不得以例证、数据等方式进行推荐和证明。

## 2.16 他行业素材规则

在符合2.1所提及的广告普通规则的前提下，其他所有行业素材还必须符合以下规则：

规则一：提供真实、准确的营业范围对应的营业执照副本或资质。

规则二：特殊行业和组织须提供特殊的资质证明。

规则三：素材内容应积极向上，不得损害国家尊严和民族团结。

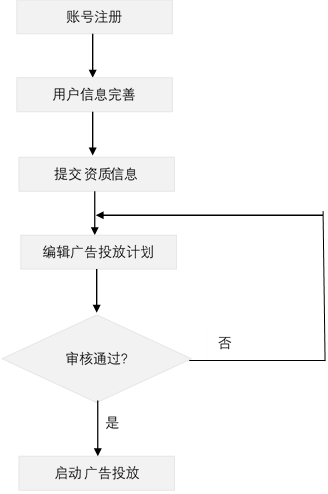
规则四：素材中不得含有国家发布的《广告法》、《互联网广告管理暂行办法》等相关法律法规中明令禁止的内容。

# 三、人员

审核团队目前由审核负责人及三个团队成员构成，其中，审核负责人具有广告行业数年从业经验，对互联网广告的投放方式以及运作原理及广告学有十分丰富的理论以及实践经验。团队成员的专业方向涵盖金融、广告传媒、法律等专业，且在相关领域有丰富的工作经验，均能够对审核工作提供完善的支持。

# 四、流程

## 4.1 流程概述

广告主进行广告投放的流程如下：

第一步 用户注册广告主账号

第二步 完善用户信息

第三步 提交行业资质文件信息

第四步 创建广告计划、广告单元、广告创意并提交审核

第五步 若审核通过，则在启动该广告的投放时，在满足相关投放标准以及广告资源允许的情况下，广告投放成功。若审核未通过，可以重新编辑广告计划、广告单元、广告创意再次提交审核

## 4.2 流程详细说明

### 4.2.1 账户注册及用户信息完善

除在注册时需要提供联系电话以及真实有效的公司名称之外，广告主还需要提供一些必要的用户信息，具体要求如下：

表4-1 用户信息审查表

|  |  |
| --- | --- |
| 信息名称 | 信息说明 |
| 广告主名 | 广告主姓名 |
| 公司名 | 广告主所在公司全称 |
| 公司营业执照 | 广告主所在公司营业执照电子文件 |
| 公司电话 | 广告主所在公司联系电话 |
| 公司地址 | 广告主所在公司详细地址 |
| 联系人姓名 | 能够直接联系广告主或所在公司的联系人 |
| 联系人电话 | 联系人电话 |
| 联系人邮箱 | 联系人邮箱 |

说明：表4-1 中所列的均为在完善用户信息时的必填项，若表中所列选项内容有误或者与广告主真实信息不符，在广告创意审核时可能审核不通过。

大陆企业类客户需上传企业营业执照副本，港澳台及海外企业类客户需上传与营业执照同等效力的有效资质文件，非企业类客户需提供相关许可证、登记证或其他有效资质，大陆个人客户需上传个体工商营业执照或个人身份证，港澳台及海外个人需提供护照文件或等效身份证明。

### 4.2.2 广告主行业资质信息完善

广告主在提交广告创意、单元、计划时，根据相关法律法规（具体见第一章第二节参考标准），广告主需要提供相应的行业资质文件信息。具体要求如下：

表4-2 行业资质信息审查表

|  |  |
| --- | --- |
| 信息名称 | 信息说明 |
| 资质名称 | 相关行业资质名称 |
| 主站名 | 广告主网站名 |
| 主站url | 广告主网站 |
| 行业分类 | 广告主所在行业类型 |
| 资质类型 | 广告主资质类型 |
| 资质编号 | 资质文件上的编号 |
| 有效时间 | 资质文件的有效时间 |
| 资质文件 | 资质文件电子档 |

说明：表4-2 中所列的均为在完善用户信息时的必填项，若表中所列选项内容有误或者与广告主真实信息不符，在广告创意审核时可能审核不通过。

### 4.2.3 创建广告投放计划

广告投放计划具体包括广告广告计划、广告单元、广告创意三个部分，其中广告计划和广告单元主要包含了广告的投放时间、频次、限制，而广告创意包含了广告的具体信息如落地页、创意行业、广告标题描述等信息，因此广告创意的内容必须满足有关标准，具体如下：

1. 创意行业应与广告主提交的资质文件的所属行业保持一致
2. 落地页所展现的广告必须和广告的描述相符合，并且广告内容必须满足本规则第二章所提及的广告规则要求
3. 其它应该满足的相关广告投放要求和标准

### 4.2.4 审核结果说明

当提交的广告创意审核未通过时，通过查看未通过原因可以修改广告创意的内容以通过后台的审核。

当提交的广告创意审核通过时，说明该广告的内容满足相关要求和规则，可以进行广告的投放。