



微信广告投放违规行为处理细则1.0

更新日期：2017年1月1日

目录

一	广告投放违规定义	03
二	违规处罚措施说明	03
三	广告主违规行为、定级及处罚规则	05
四	附则	06

一 广告投放违规定义

指广告主使用微信广告平台投放服务的行为、通过微信广告平台或其他投放端在微信广告平台投放的广告，违反《微信公众平台广告投放服务协议》、《微信广告素材制作规范》等广告投放服务相关的协议、规定、规范性文件等

二 违规处罚措施说明

对于广告投放违规行为，腾讯有权单方视情节轻重对广告主账户、广告主体采取如下一项或多项措施：

措施	说明
驳回整改	驳回广告主问题广告请求并要求广告主作限时整改
禁止广告投放	禁止广告主提交投放广告
下线广告	下线广告主账户里所有广告
永久禁止广告投放服务	该广告主账户永久禁止投放广告
永久/暂时禁止该主体（公司）注册成为广告主	永久/暂时禁止违规主体（公司）及其关联公司注册成为广告主；永久/暂时禁止违规主体（公司）及其关联公司下所有公众帐号不得申请成为广告主
扣除预付款	除腾讯有权根据相关规则对广告主进行处罚外，腾讯有权直接扣除广告主账户内剩余预付款项用于处理纠纷及赔偿损失，同时也有权扣除广告主账户内剩余预付款项作为违约金归腾讯所有。（如：腾讯按照上述规则扣除广告主的预付款的，广告主应立即按照腾讯要求补足扣除部分的预付款，否则广告主无权继续使用相关服务），因此给腾讯或用户造成的损失，广告主还应承担上述损失的全部赔偿责任
其他	其他依照《微信广告投放服务协议》、《微信广告素材制作规范》等广告投放服务相关的规定,腾讯有权采取的措施

三 广告主违规行为、定级及处罚规则

- 广告主账户违规处罚规则

广告主账户包括但不限于在微信广告平台进行投放的公众帐号账户、通过其他平台投放微信广告的广告主账户

违规级别	违规行为	行为描述	公众帐号违规处罚手段
一级	恶意篡改广告，增加恶意程序及违法违规内容	对广告素材或落地页进行恶意修改，包括但不限于增加木马、钓鱼等恶意程序；广告主公众账号内容存在危害国家安全，淫秽、色情、毒品、赌博、虚假、侮辱、诽谤、恐吓或骚扰、低俗、侵犯他人知识产权或人身权或其他合法权益等违法违规或有违社会公序良俗的信息	一级违规： 永久禁止广告投放服务，且不再接受该账户广告投放服务申请 依法追究相关法律责任或采取其他处罚
	虚假宣传	以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者，存在虚假宣传行为情况的，包括但不限于广告素材及落地页涉及推广虚假信息（如数据、专利、新闻资讯等）	
	宣传或销售假冒伪劣商品、服务	在广告素材、落地页或公众号运营内容中宣传或销售虚假、仿冒、质量不合格的商品、服务	
	宣传或销售易对用户易产生损害的用品	在广告素材、落地页或公众号运营内容中宣传或销售易对用户易产生损害的药品（卵巢保养、抗衰老，缩阴药物等）、医疗器械、丰胸产品、减肥产品和增高产品	
二级	未经授权使用第三方权益或冒用第三方名义投放广告	广告素材及落地页中包含未经授权使用第三方名称、品牌、肖像或其他权益等，包括但不限于仿冒他人游戏核心设计元素等内容；或谎称他人为产品的代言人、荐证人等	二级违规： 第1次下线广告，禁止广告投放3天 第2次下线广告，禁止广告投放7天 第3次永久禁止广告投放服务 依法追究相关法律责任或采取其他处罚
	使用绝对化用语	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”、“极致”等绝对化用语	
	贬低其他生产经营者的商品或者服务	不得有贬低其他生产经营者的商品或服务的描述	
	虚假宣传官方合作，包括但不限于谎称腾讯推荐或与腾讯合作，诱导用户点击或购买，与事实不符的	宣传内容与事实不符，包括但不限于在广告素材或落地页中，谎称所推广的产品或服务为腾讯推荐或与腾讯有合作关系等，为诱导用户点击，宣传与实施不符的抽奖、领取游戏道具或服务	
	违反广告代言相关规则	广告素材或落地页中广告代言人违反广告法要求，教育、培训广告以及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；未满10岁儿童不得做为广告代言人	

违规级别	违规行为	行为描述	公众帐号违规处罚手段
三级	广告存在违规营销行为	包括但不限于广告主公众帐号运营内容或广告落地页存在推广个人及未认证微信号、QQ群、其他社交群帐号、个人手机号；或落地页出现未经微信广告许可出现的高风险营销内容，如：不符合市场经营规律的超低折扣、超低价、倒计时等	三级违规： 第1次下线广告 第2次下线广告，禁止广告投放3天 第3次下线广告，禁止广告投放7天 第4次下线广告，禁止广告投放15天 第5次永久禁止广告投放服务 依法追究相关法律责任或采取其他处罚
	推广不符合行业资质要求的产品或服务	在广告素材、落地页或公众号运营内容中宣传或销售不符合行业资质要求的产品或服务	
	广告主公众账号存在非腾讯许可的推广行为	广告主公众账号互推（若互推账号违规，视为同等违规） 公众账号内容、广告位素材或落地页以奖励或其他方式，强制或诱导用户讲消息分享至朋友圈或进行集赞的行为	
	历史消息数量低于标准	关注类广告主公众账号历史消息为空	
	广告素材或落地页在审核上线之后被修改，素材与文案关联性弱	广告素材或落地页推荐商品、活动、信息等未在广告素材落地页匹配相关内容	
	推广微信广告不支持投放的产品或服务	在广告素材、落地页或公众号运营内容中宣传或销售微信广告不支持投放的产品或服务；自媒体禁投行业包括但不限于两性情感、成功励志、搞笑/低俗段子、娱乐八卦、风水迷信；金融行业包括但不限于P2P网贷、期货、外汇、典当、无明确许可的金融衍生品、非银行官方或银行官方授权的推广公司自行投放信用卡申办及贷款、炒股软件、私募基金等	
四级	落地页网页有误，无法打开	广告落地页网页有误，无法打开。	四级违规： 驳回整改
	有奖销售奖品不得超过5000元，不得使用酒类商品为临时性活动奖品	有奖销售奖品不得超过5000元，不得使用酒类商品为临时性活动奖品	

- 广告主主体违规处罚规则

同一主体（公司）下的违规记录广告主账户达到一定数量，微信广告有权视其违规情节严重程度及影响程度，暂停该主体（公司）广告主申请资格

四 附则

指广告主使用微信广告平台投放服务的行为、通过微信广告平台或其他投放端在微信广告平台投放的广告，违反《微信公众平台广告投放服务协议》、《微信广告素材制作规范》等广告投放服务相关的协议、规定、规范性文件等

- 本细则是微信公众平台广告投放服务规则，属于《微信公众平台广告投放服务协议》有效组成部分，腾讯有权根据自身运营管理需要更新本细则，上述更新一经正式发布，广告主即应遵守
- 在本细则中未作明确的广告违规行为，腾讯有权根据《微信公众平台广告投放服务协议》、《微信公众平台广告审核规范》等规则进行处理
- 本细则自公布之日起生效