**全搜索电商平台广告宣传敏感词指引规范**

 为规范全搜索电商平台商品按照2021年新广告法以及政治敏感词禁用原则的要求发布，全搜索公司于2021年6月更新了电商平台广告宣传敏感词指引规范，在全搜索电商平台开店的商家需要按照此指引规范进行商品设计和内容编辑。一旦发现店铺使用了以下违禁词，小编将会不通告情况下直接关停店铺或把相关商品直接下架再通知店铺负责人处理。

1. **违禁词的审查范围**

 所有广告页面，即只要是可视的广告内容中均不得使用，包括但不仅限于商品列表页、商品的标题，副标题，主图以及详情页，商品包装等。

**二、违禁词范围**

**2.1禁止使用绝对化、极限性用语**

**1、严禁使用与“最”有关的词语，其中包括但不限于下列词语：**

最、最佳、最具、最爱、最赚、最优、最优秀、最好、最大（程度）、最高（级/端）、最奢侈、最低（级/价）、最底、最便宜、史上最低价、最流行、最受欢迎、最时尚、最聚拢、最符合、最舒适、最先、最先进、最先进科学、最先进加工工艺、最先享受、最后、最后一波、最新、最新技术、最新科学

**2、严禁使用下列与“一”“级/极”“首/家/国“等含义相同或近似的绝对化用语，其中包括但不限于下列词语：**

A、第一（NO.1、TOP.1）、中国第一、全网第一、销量第一、排名第一、唯一、第一品牌、独一无二、全国第一、一流、一天、仅此一次（一款）、最后一波、全国X大品牌之一

B、国家级、全球级、宇宙级、世界级、顶级、顶尖、尖端、顶级工艺、顶级享受、高级、极品、极佳、绝佳、绝对、终极、极致

C、首个、首选、独家、独家配方、全网首发（折800首发只要是可以证明的就可以）、全国首发、首家、全网首家、全国首家、XX网独家、首次、首款、全国销量冠军、国家级产品、国家（国家免检）、国家领导人、填补国内空白、国际品质

**3、严禁使用无法考证的词语，其中包括但不限于下列词语：**

金牌、王牌、领袖品牌、名牌、世界领先、遥遥领先、领导者、缔造者、创领品牌、领先上市、巨星、掌门人、至尊、巅峰、奢侈、优秀、资深、之王、王者、冠军、填补国内空白

1. **严禁使用虚假或无法判断真伪的夸张性表述词语，其中包括但不限于下列词语：**

绝无仅有、史无前例、前无古人、永久、万能、祖传、特效无敌、高档、超赚、独一无二

**2.2违禁时限性用语**

 限时须有具体时限，所有团购须标明具体活动日期，严禁使用随时结束、随时涨价、马上降价词语。

**2.3违禁权威性词语**

1. 严禁使用质量免检、无需国家质量检测、免抽检等宣称质量无需检测的用语；
2. 严禁使用老字号、中国驰名商标、中国名牌、国家机关特供、专供等词语。
3. 严禁使用专家推荐、国家XX领导人推荐、国家XX机关推荐等词语。

**2.4严禁使用刺激消费词语**

 严禁使用激发消费者抢购心理词语，如秒杀（有具体的时间是可以的）、抢爆、再不抢就没了、不会再便宜了、错过就没机会了、万人疯抢、全民抢购、卖/抢疯了、闪购、特惠趴等词语。

若有明确时限且真实存在的商品，一些时间上的词汇还是可以使用的，比如说秒杀。

**2.5借国家、国家机关工作人员名称进行宣传的用语；**

**2.6 政治敏感词**

**政治敏感词对照表**

|  |  |
| --- | --- |
|   **错误** |  **正确** |
| 1. Hong Kong and Singapore | Hong Kong SAR and Singapore |
| 2. 韩国、台湾、东南亚 | 韩国、中国台湾、东南亚 |
| 3. 国际及港澳台直播电话号码组成为：国际长途字冠 + 国家代码…… | 国际及港澳台直播电话号码组成为：国际长途字冠 + 国家或地区（城区）代码…… |
| 4. Mainland China  | the mainland of China |
| 5. Mainland Mandarin | Mandarin |
| 6. Life in 31 countries | Life in 31 countries and Regions |
| 7. 1949年以后台湾与大陆分治 | 1949年以后台湾与大陆处于分隔状态 |
| 8. 港澳台游客来华旅游 | 港澳台游客来大陆（或：内地）旅游 |
| 9. 中港、中台、中澳等 | 内地与香港、大陆与台湾，或“京港”、“沪港”“闽台”等 |
| 10. 中国地图 缺少台湾、海南，两省颜色绘制不一致。 | 中国地图要送审 必须完整 合格 |
| 11. 台湾立法院、行政院、监察院、选委会、行政院主计处 | 台湾“立法院”、“行政院”、“监察院”、“选委会”、“行政院主计处” |
| 12. Journal of National Taipei College of Business | Journal of Taipei College of Business |
| 13. 新台币是台湾地区的法定货币。 | 新台币是台湾地区的“法定”货币。 |
| 14. 新台币的实质发行权保留在中央银行。 | 新台币的实质发行权保留在“中央银行”。 |
| 15. 台湾中华民国教育部 | 台湾教育主管部门 |
| 16. 台湾地区的“法律” | 台湾地区的有关规定 |
| 17. Everest | Qomolangma |
| 18. Mount Everest | Mount Qomolangma |
| 19. Spratly Islands  | Nansha Islands  |
| 20. North Korea | Democratic People's Republic of Korea |
| 21. Korean | South Korean |
| 22. 毛泽东主义 | 毛泽东思想 |
| 23. 毛泽东主义时代 | 毛泽东时代 |
| 24. 原苏联/前苏联 | 苏联 |
| 25. nationalities | ethnic groups |
| 26. Chinese minority nationality costume | Costume of Chinese ethnic minorities |
| 27. a Muslim country | an Islamic country |
| 28. 维族 | 维吾尔族 |
| 29. Al Qaeda：基地组织 | “基地”组织 |
| 30. radical Islamism：伊斯兰极端主义 | radical Islamism：伊斯兰激进主义 |
| 31．基地组织，是极端的伊斯兰恐怖组织。 | “基地”组织，是一个宗教极端组织。 |
| 32. 回回、蛮子 | 回族 |
| 33. 蒙族 | 蒙古族 |
| 34. 哈萨族 | 哈萨克族 |
| 35. “摩梭族”、“撒尼族”、“穿（川）青族”、“僜族” | “摩梭人”、“撒尼人”、“穿（川）青人”、“僜人” |
| 36. 高丽 |  高句丽 |
| 37. 十字军东征 | “十字军” 东征 |
| 38．伪“满洲国” | 伪满洲国 |
| 39. 文革 | “文革” |
| 40. 文化大革命 | “文化大革命” |
| 41. 十年动乱 | “十年动乱” |
| 42. 四人帮 | “四人帮” |
| 43. 大跃进 | “大跃进” |
| 44. 黑五类 | “黑五类” |
| 45. 群专办 | “群专办” |
| 46. 文宣队 | “文宣队” |
| 47. 日清战争 | 中日甲午战争 |
| 48.残废人、独眼龙、瞎子、聋子、傻子、 呆子、弱智 | 残疾人、盲人、聋人、智力障碍者 |
| 49. 影帝、影后、巨星、天王 | 文艺界人士、著名演员、著名艺术家 |
| 50. 村长 | 村民委员会主任（村主任） |
| 51. 审计署的正副行政首长称“署长”“副署长” |  “审计长”、“副审计长” |
| 52. 工人小偷  | 小偷 |
| 53. 全国人大副委员长 | 全国人大常委会副委员长 |
| 54. 省人大副主任 | 省人大常委会副主任 |
| 55. 习大大 彭妈妈 | 禁用 |

广告内容中常见易犯的违禁词：

1、国家级、世界级、最高级、最佳、最大、第一、唯一、首个、首选、最好、最大、精确、顶级。
2、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。
3、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。
4、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、万能等均属于极限用语。

**5、数据来源无出处的，比如：销售1亿台；使用寿命都是普通杯盖的4倍以上**

**6、食品类，化妆品类，**不得直接或者间接地宣传治疗作用

关于违禁词的禁用范围，应是指所有广告页面，即只要是可视的广告内容中均不得使用，包括但不仅限于商品列表页、商品的标题，副标题，主图以及详情页，商品包装等。

举例：

|  |
| --- |
| 网站宣传“顶级牛皮制造” |
| 投诉理由“顶级舒适面料” |
| “最大的优质茶树果园”“同行业领先地位”“最佳品质花树” |
| “最高水位线”“最佳水位线”及未通过3C认证 |
| “顶级PVC材质”“每年知道有6万女性步入家庭煮妇的行列” |
| “吸附力最佳” |
| “给头发最好”“世界范围内被公认为~的纯天然护肤品” |
| “保温时间最长”“最大化增加保温效果”等 |
| “杯口增强保温效应和使用寿命都是普通杯盖的4倍以上” |
| “采用国际领先的无尾抽真技术。永不掉漆”等 |
| ‘全球领先”，“5层顶级工艺”等 |
| “顶级材质”等 |
| “上等、最”的字样 |
| 页面宣传使用“sus医用级304不锈钢是保温杯行业最高级别不锈钢” |
| 钱包网站宣传“顶级车工缝线技术 |
| 网站宣传“顶级PU仿绵羊皮，顶级奢华内胆” |
| 网站宣传“最先进的点喷技术，最好材质” |
| 网站宣传“最合理的格局”。 |
| 网站宣传“工艺最专业” |
| 网站宣传“最先进的保温技术” |
| 商家描述内容“方便、绝佳品质与外观” |
| 商家描述为“在所有纤维中，竹纤维的吸湿性和透气性是最好的”“透气性极强” |
| 商家描述为”是吸脚汗、去脚臭、防脚病、利健康的最佳选择“ |
| “一家2-4扣最佳选择”最佳 |
| ，商家描述为“香菇是高蛋白，对防止佝偻病有效…”宣传有医疗效果 |
| 认为“消除浮肿”属于医疗效果宣传，违反《化妆品广告管理办法》及广告法。 |
| 商家描述为：消炎镇静、促使皮肤再生、抗菌、抗氧化，到货后，属于医疗效果夸大宣传。 |
| 页面宣传使用“顶级牛皮” |
| 页面使用绝对性用语，永不生锈，堪称完美；提示使用的是进口牛皮有争议需更改 |