

## 广告法违禁词汇汇总表

所有网站都应当遵守的广告规范	特殊行业	特殊行业网站禁止的广告内容
<p><b>一、《中华人民共和国广告法》第九条 广告不得有下列情形：</b></p> <p>（一）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；</p> <p>（二）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；</p> <p>（三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；</p> <p>（四）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>（五）妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>（六）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p> <p>（七）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；</p> <p>（八）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；</p> <p>（九）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；</p> <p>（十）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>（十一）法律、行政法规规定禁止的其他情形。</p> <p><b>二、制作的网站中带有医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，应当提供审查通过证明材料。</b></p> <p><b>三、制作的网站内容中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。禁止带有虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者。</b></p> <p><b>四、网站中的广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。</b></p>	<p>医疗、药品、医疗器械、保健品类</p>	<p>（一）禁止制作和发布带有 处方药 内容的网站。</p> <p>（二）网站中的广告不得含有：<b>麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法。</b></p> <p>（三）医疗、药品、医疗器械网站中广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 表示功效、安全性的断言或者保证；</li> <li>2. 说明治愈率或者有效率；</li> <li>3. 与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；</li> <li>4. 利用广告代言人作推荐、证明；</li> <li>5. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。</li> <li>（四）制作的网站内容中除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。</li> <li>（五）保健食品类网站中的广告不得含有下列内容：                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 表示功效、安全性的断言或者保证；</li> <li>2. 涉及疾病预防、治疗功能；</li> <li>3. 声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；</li> <li>4. 与药品、其他保健食品进行比较；</li> <li>5. 利用广告代言人作推荐、证明；</li> <li>6. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。</li> </ol> </li> <li>（六）制作的网站内容中不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。</li> </ol>
	<p>教育培训类</p>	<p>制作的网站中带有教育、培训广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺；</li> <li>2. 明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训；</li> <li>3. 利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。</li> </ol>

<p>五、网站中的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。未取得专利权的，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、无效的专利作广告。</p> <p>六、网站中的广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。</p> <p>七、网站中的广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。</p> <p>八、网站页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。</p> <p>九、制作的网站中禁止带有以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。广告有下列情形之一的，为虚假广告：</p> <p>1. 商品或者服务不存在的；</p> <p>2. 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、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；</p> <p>3. 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的；</p> <p>4. 虚构使用商品或者接受服务的效果的；</p> <p>5. 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。</p> <p>十、《广告法》、《互联网广告管理暂行办法》、等法律禁止的广告内容。</p>	<p>农林牧副渔及其农药、饲料类</p>	<p>(一) 制作的网站中带有农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 表示功效、安全性的断言或者保证；</li> <li>2. 利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明；</li> <li>3. 说明有效率；</li> <li>4. 违反安全使用规程的文字、语言或者画面；</li> <li>5. 法律、行政法规规定禁止的其他内容。</li> </ol> <p>(二) 制作的网站中带有农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白，并不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 作科学上无法验证的断言；</li> <li>2. 表示功效的断言或者保证；</li> <li>3. 对经济效益进行分析、预测或者作保证性承诺；</li> <li>4. 利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。</li> </ol>
<p>烟、酒、食品类</p>	<p>烟草</p>	<p>禁止制作和发布带有烟草内容的网站。</p>
	<p>酒</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；</li> <li>2. 出现饮酒的动作；</li> <li>3. 表现驾驶车、船、飞机等活动；</li> <li>4. 明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。</li> </ol>
<p>招商、投资类</p>		<p>制作的网站中带有招商等有投资回报预期的商品或者服务广告，应当对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示，并不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外；</li> <li>2. 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。</li> </ol>
<p>房地产信息类</p>		<p>制作的网站中带有房地产广告，房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积，并不得含有下列内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 升值或者投资回报的承诺；</li> <li>2. 以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置；</li> <li>3. 违反国家有关价格管理的规定；</li> <li>4. 对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传。</li> </ol>

常用违禁词细分版（一）

### 一、严禁使用极限用语

- 1、严禁使用国家级、世界级、最高级、第一、唯一、首个、首选、顶级、国家级产品、填补国内空白、独家、首家、最新、最先进、第一品牌、金牌、名牌、优秀、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、王牌、销量冠军、第一（NO1\Top1）、极致、永久、王牌、掌门人、领袖品牌、独一无二、绝无仅有、史无前例、万能等。
- 2、严禁使用最高、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、最佳、最大、最好、最大、最新科学、最新技术、最先进加工工艺、最时尚、最受欢迎、最先、等含义相同或近似的绝对化用语。
- 3、严禁使用绝对值、绝对、大牌、精确、超赚、领导品牌、领先上市、巨星、著名、奢侈、世界 全国 X 大品牌之一等无法考证的词语。
- 4、严禁使用 100%、国际品质、高档、正品、国家级、世界级、最高级最佳等虚假或无法判断真伪的夸张性表述词语。

### 二、违禁时限用语

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、仅此一次、随时涨价、马上降价、最后一波等无法确定时限的词语。

### 三、违禁权威性词语：

- 1、严禁使用国家 XXX 领导人推荐、国家 XX 机关推荐、国家 XX 机关专供、特供等借国家、国家机关工作人员名称进行宣传的用语、
- 2、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
- 3、严禁使用人民币图样（央行批准的除外）
- 4、严禁使用老字号、中国驰名商标、特供、专供等词语（唯品会专供除外）。

### 四、严禁使用点击 XX 词语

严禁使用疑似欺骗消费者的词语，例如“恭喜获奖”“全民免单”“点击有惊喜”“点击获取”“点击试穿”“领取奖品”“非转基因更安全”等文案元素。

### 五、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”“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”“抢疯了”等词语。

### 六、疑似医疗用语

- 1、全面调整人体内分泌平衡；增强或提高免疫力；失眠；
- 2、消炎；可促进新陈代谢；修复受损肌肤；治愈（治愈系除外）；抗炎；活血；解毒；抗敏；脱敏；
- 3、减肥；清热解毒；清热祛湿；治疗；除菌；杀菌；抗菌；灭菌；防菌；消毒；排毒
- 4、防敏；防敏；柔敏；舒敏；缓敏；脱敏；褪敏；改善敏感肌肤；改善过敏现象；降低肌肤敏感度；
- 5、镇定；镇静；理气；行气；活血；生肌肉；补血；安神；养脑；益气；通脉；
- 6、胃胀蠕动；利尿；驱寒解毒；调节内分泌；延缓更年期；补肾；祛风；生发；
- 7、防癌；抗癌；
- 8、祛疤；降血压；防治高血压；治疗；
- 9、改善内分泌；平衡荷尔蒙；防止卵巢及子宫的功能紊乱；去除体内毒素；吸附铅汞；
- 10、除湿；润燥；治疗腋臭；治疗体臭；治疗阴臭；
- 11、美容治疗；消除斑点；斑立净；无斑；治疗斑秃；逐层减退多种色斑；妊娠纹；
- 12、毛发新生；毛发再生；生黑发；止脱；生发止脱；脂溢性脱发；病理性脱发；毛囊激活；

- 13、酒糟鼻；伤口愈合清除毒素；
- 14、缓解痉挛抽搐；减轻或缓解疾病症状；处方；药方；经××例临床观察具有明显效果；
- 15、丘疹；脓疱；手癣；甲癣；体癣；头癣；股癣；脚癣；脚气；鹅掌癣；花斑癣；牛皮癣；传染性湿疹；
- 16、伤风感冒；经痛；肌痛；头痛；腹痛；便秘；哮喘；支气管炎；消化不良；
- 17、刀伤；烧伤；烫伤；疮痍；毛囊炎；皮肤感染；皮肤面部痉挛等疾病名称或症状；
- 18、细菌、真菌、念珠菌、糠秕孢子菌、厌氧菌、芽孢菌、痤疮、毛囊寄生虫等微生物名称；
- 19、雌性激素、雄性激素、荷尔蒙、抗生素、激素；
- 20、药物；中草药；中枢神经；
- 21、细胞再生；细胞增殖和分化；免疫力；患处；疤痕；关节痛；冻疮；冻伤；
- 22、皮肤细胞间的氧气交换；红肿；淋巴液；毛细血管；淋巴毒等。
- 23、细菌、真菌、念珠菌、糠秕孢子菌、厌氧菌、芽孢菌、痤疮、毛囊寄生虫等微生物名称；

**七、化妆品虚假宣传用语**

特效；高效；全效；强效；速效；速白；一洗白；XX天见效；XX周期见效；超强；激活；全方位；全面；安全；无毒；溶脂、吸脂、燃烧脂肪；瘦身；瘦脸；瘦腿；减肥；延年益寿；提高（保护）记忆力；提高肌肤抗刺激；消除；清除；化解死细胞；去（祛）除皱纹；平皱；修复断裂弹性（力）纤维；止脱；采用新型着色机理永不褪色；迅速修复受紫外线伤害的肌肤；更新肌肤；破坏黑色素细胞；阻断（阻碍）黑色素的形成；丰乳、丰胸、使乳房丰满、预防乳房松弛下垂（美乳、健美类化妆品除外）；改善（促进）睡眠；舒眠等。

**八、迷信用语**

带来好运气，增强第六感、化解小人、增加事业运、招财进宝、健康富贵、提升运气、有助事业、护身、平衡正负能量、消除精神压力、调和气压、逢凶化吉、时来运转、万事亨通、旺人、旺财、助吉避凶、转富招福等。

**常用违禁词细分版（二）**

**「电商类」**

销量第一、销量最高、服务最好、质量最优、秒杀全网、全网第一、全网最优、质量最好、全网底价、类目底价、同行底价、顶级、价格最低、口碑最好、最便宜、服务第一、效果最好、第一品牌、驰名商标、淘宝价格最低、最便宜、淘宝最强、淘宝最新、淘宝最大、淘宝品质最好、淘宝最便宜、淘宝冠军、淘宝最高、淘宝抄底、淘宝第、冠军、淘宝最正宗、淘宝最新鲜、淘宝最极致、淘宝质量最好、淘宝第一、国际最热销、国际最强、国际规模最大、国际服务第一、顶级品牌、顶级广告支持、最佳雇主、韩国最热卖、韩国销量第一、质量第一、欧美最热卖、欧美销量第一、世界最低价、行业最热卖、行业销量第一、行业最低价、品质最好、品质最牛、品质最优、品质最强、同行人气第一、同行销量第一、口碑最好、口碑第一、口碑顶级、秒杀全网、全网价格最低、全网最强、全网最新、全网最大、全网品质最好、全网最便宜、全网冠军、全网最高、全网首家、全网抄底、全网最实惠、全网最专业、全网最优、全网最时尚、全网最受欢迎、全网第、全网最火、全网最安全、全网之冠、全网之王、全网最正宗、全网最新鲜、全网最极致、全网质量最好、全网第一、全球最热销、全球最强、全球规模最大、全球服务第一、国内最热销、国内最强、国内规模最大、国内服务第一、世界最热销、世界第一、世界最强、世界规模最大、世界服务第一、第一品牌、顶尖品牌、亚洲销量冠军、全网销量冠军、全网销量第一、全网最低价、全网最热卖、全网销量最高、全球第一、亚洲第一、欧美第一、同行人气第一、同行销量第一、全网人气第一、同行第一、同行最好、领导品牌、顶尖技术

可以写但是需要凭证证明：首个、首家、金牌、独家、全球首发、全网首发、领先、最先、著名商标，优秀、掌门人、超赚、巨星、奢侈、高档

**1「最」**

最、最佳、最具、最爱、最赚、最优、最优秀、最好、最大、最大程度、最高、最高级、最高端、最奢侈、最低、最低级、最低价、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、最后、最新、最新技术、最新科学

## 2「一」

第一、中国第一、全网第一、销量第一、排名第一、唯一、第一品牌、NO.1、TOP1、独一无二、全国第一、遗留、一天、仅此一次(一款)、最后一波、全国 X 大品牌之一、销冠(需住建委证明方可使用)

## 3「级别」

国家级、国际级、全球级、宇宙级、世界级、千万级、百万级、星级、5A、甲级、超甲级

## 4「极限词语」

顶级工艺、顶级享受、高级、极品、极佳(绝佳/绝对)、终极、极致、顶级(顶尖/尖端)、极品、极具、完美、绝佳(极佳)、至、至尊、至臻、臻品、臻致、臻席、压轴、问鼎、空前、绝后、绝版、无双、非此莫属、巅峰、前所未有、无人能及、顶级、鼎级、鼎冠、定鼎、完美、翘楚之作、不可再生、不可复制、绝无仅有、寸土寸金、淋漓尽致、无与伦比、唯一、卓越、卓著

## 5「稀缺」

前无古人后无来者、绝版、珍稀、臻稀、稀少、绝无仅有、绝不在有、稀世珍宝、千金难求、世所罕见、不可多得、空前绝后、寥寥无几、屈指可数

## 6「独家」

独家、独创、独据、开发者、缔造者、创始者、发明者

## 7「首/家/国」

首个、首选、独家、独家配方、首发、全网首发、全国首发、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、中国驰名(驰名商标)、国际品质。首席、首府、首选、首屈一指、全国首家、国门、国宅

## 8「黄金」

黄金旺铺、黄金价值、黄金地段、金钱、金融汇币图片、外国货币

## 9「品牌」

大牌、金牌、名牌、王牌、领先上市、巨星、著名、掌门人、至尊、冠军、王、之王、王者楼王、墅王、皇家、王牌、领袖品牌、缔造者、创领品牌、领先上市、巨星、著名、掌门人、至尊、巅峰、奢侈、优秀、资深、领袖、之王、王者、冠军

## 10「领」

世界领先、(遥遥)领先、领导者、领袖、引领、创领、领航、耀领

## 11「虚假」

史无前例、前无古人、永久、万能、百分之百、祖传、特效、无敌、纯天然、100%、高档、正品、真皮、超赚、精准。

## 12「权威」

特供、专供、专家推荐、国家 xx 领导人推荐、使用人民币图样(央行批准除外)

## 13「涉嫌欺诈消费者」

点击领奖、恭喜获奖、全民免单、点击有惊喜、点击获取、点击转身、领取奖品、抽奖。注：礼品(需标明名称、价格、数量截止日期)

## 14「涉嫌诱导消费者」

售罄、售空、再不抢就没了、史上最低价、不会再便宜、没有他就 xx、错过不再/错过即无(错过就没机会了)、未曾有过的、万人疯抢、全民疯抢/抢购、免费领、免费住、0 首付、(免首付)、零距离、“价格你来定”

#### 15「文字」

不得单独出现外国文字(出现外国文字需要注明汉语)、认不出毛笔字、繁体字、没有版权的字体(汉仪)

#### 16「肖像权」

公民肖像权、儿童肖像权、明星肖像权、名人肖像权、名人卡通形象、动画片卡通形象

#### 17「教育」

学校名称、升学、教育护航、九年制教育、一站式教育、入住学区房、优先入学、12 年教育无忧、全程无忧、让孩子赢在起跑线上

#### 18「户口」

承诺户口、蓝印户口、承诺移民、买个房啥都解决了

#### 19「风水」

上风上水、聚财纳气、宝地、圣地、府邸、龙脉(贵脉)、东西方神话人物、龙脉之地、风水宝地、天人合一、天干地支品上山上水——享上等上城、堪舆

#### 20「封建」

帝都、皇城、皇室领地、皇家、皇室、皇族、殿堂、白宫、王府(府邸)、皇室住所、政府机关、行政大楼、XX 使馆、XX 境线

#### 21「歧视性词语」

贵族、高贵、隐贵、上流、层峰、富人区、名门、XX 阶层、XX 阶级

#### 22「活动」

国家大型赛事(冬奥会、奥林匹克运动会、世界杯)、双十一(已被阿里巴巴注册不可使用)

#### 23「价值/投资」

升值价值、价值洼地、价值天成、千亿价值、投资回报、众筹、抄涨、炒股不如买房、升值潜力无线、买到即赚到

#### 24「数据无证据证明」

得房率%、XX 亩、XX 公里、XX 平方米、热销 X 亿、%绿化率、%容积率、热销 X 亿、热销/成交 XXX 套、XXX 位业主

#### 25「交通/设施」

直达家门口、地铁上盖、咫尺地铁站、万亩公园、几大商场环绕、万达在旁、机场辐射区、超市、商场、学校、医院等名称、X 条地铁、X 条公交(经查证属实)、地铁旁(需 1 公里范围内)

#### 26「无法证明具体地理位置」

CBD 坐标、CBD 核心、城市核心地段、你在城心、我在你心、中央、中心、重心、中枢、重点、腹地、地标、城市中央、凌驾于世界之上

#### 27「限时活动」

限时必须具体时间(今日、今天)几天几夜、倒计时、趁现在、就、仅限、周末、周年庆、特惠趴、购物大趴、闪购、品牌团(必须有活动日期)、随时结束、随时涨价、马上降价

#### 28「无预售许可证」

无预售许可证：禁止提及开盘

仅是预售：禁止提及精装

如果没有建成：禁止体现装修风格(精工德式装修、源于百年传承、室内采用XX石材)

## 29「其他」

国旗、国徽、国歌

时间表示距离、所有的无来源数据

规划中及建设中的交通、商业、文化教育设施(涉嫌做误导宣传)

文中所包含的所有图片均注明属性(样板间实景图/实景图/效果图)

贷款服务：应该提供贷款银行，名称，贷款额度、年期(包括分期、日供)

月供按揭需要注明银行名称和贷款额度、年限

只允许用人民币结算、不可使用国外货币

关于排序名次：第一、第二、首家、三甲、十强等

广告语内容夸张、不属实

折页里出现某某报纸、杂志、网站等内容

## 侵权行为说明

1、第三方权利包括但不限于知识产权、版权、著作权、商标权、专利权、肖像权等。

2、关于网站等广告宣传载体中的内容(包括但不限于文字、字体、图片、音频、视频、图表、标志、标识、广告、商标、商号等)在没有经过授权情况下的任何引用，不管是商用、个人还是公益上使用，都属于侵权。

### (1) 图片侵权要重视

检查网站图片是否都是自己所有的，而非未经授权的网络下载图片。

产品图片或其他网站用图等最好还是自己拍，并且拍出同行不一样的效果，这样对你的营销也更有利。

解决图片侵权最好的办法就是要在使用图片时，就使用版权清晰的照片，很多企业自己没有拍摄图片，那么可以通过图库购买、免费图库的方式解决。使用免费图库时，也要看清楚声明，有些图片只有使用权，但不允许商用，如果商用还需购买。

### (2) 字体侵权要重视

字体侵权和图片侵权是同样的，为了画面精美去字体网站上下载没有经过授权的特殊字体，如果用在企业广告宣传上，那就构成了侵权。

如有特殊字体需求，需要自行购买字体版权。

所以使用字体时需购买，字体下载网站上一般都会有购买版权的正规渠道，在正规渠道购买。

(3) 其他音频、视频、标识、标志、商号等包括但不限于这些内容的版权问题同样要重视，请使用所有权归您自己的资料，禁止使用没有经过授权的内容，如有需要请自行购买；

**资料仅供参考，不能保证其准确性及完整性！一切以广告法和著作权法等相关法律法规为准！  
不得用于商业用途！**