

神州商桥内容合规要求

为维护神州商桥开放平台正常经营秩序，保障平台运营的合法性和合规性，也保障神州商桥用户合法权益，实现商桥内容规范化运营，神州商桥运营团队根据国家法律法规及《神州商桥服务协议》等相关要求，对神州商桥平台内容进行合规管理，具体要求如下。

一、禁用绝对化用语、极限词（包括但不限于以下内容）

1、与“最”有关

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、最高档、最奢侈、最低、最低级、最低价、最底、最便宜、时尚最低价、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、最新科技、最新科学等。

2、与“一”有关

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、一流、一天、仅此一次（一款）、最后一波、全国 X 大品牌之一等。

3、与虚假有关

史无前例、前无古人、永久、万能、祖传、特效、无敌、纯天然、100%等。

4、与“首、家、国”有关

首个、首选、独家、独家配方、全国首发、首款、全国销量冠军、国家级产品、国家(国家免检)、国家领导人、填补国内空白等。

5、与“级、极”有关

国家级（相关单位颁发的除外）、国家级产品、全球级、宇宙级、世界级、顶级（顶尖/尖端）、顶级工艺、顶级享受、极品、极佳（绝佳/绝对）、终极、极致等。

6、与品牌有关

王牌、领袖品牌、世界领先、领导者、缔造者、创领品牌、领先上市、至尊、巅峰、领袖、之王、王者、冠军等。

7、与欺诈有关

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、点击试穿、点击翻转、领取奖品等。

涉嫌诱导消费者：秒杀、抢爆、再不抢就没了、不会更便宜了、错过就没机会了、万人疯抢、全民疯抢/抢购、卖/抢疯了等。

8、与时间有关

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、精品团、单品团（必须有活动日期）。

严禁使用：随时结束、随时涨价、马上降价等。

9、广告法强调“不得有”的情形

- (1) 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；
- (2) 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；
- (3) 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；
- (4) 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
- (5) 妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- (6) 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
- (7) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
- (8) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
- (9) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- (10) 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；
- (11) 法律、行政法规规定禁止的其他情形。

二、禁止字体侵权

1、字体侵权的几种情形

- (1) 未经授权使用版权字体
- (2) 对版权字体修改加工后仍与版权字体类似
- (3) 对普通字体加工后仍与版权字体类似

2、注意事项：

- (1) 关注字体授权信息，不使用未经授权的字体

业务部门在使用字体时需关注字体的授权信息，尽量使用免费、开源或公司已取得授权的字体，不使用未经授权的字体。

- (2) 因存在侵权隐患，谨慎对已存在字体进行再设计

对版权字体再设计，也可能会侵犯著作权中的修改权或保护作品完整权。

- (3) 委托专业设计公司设计，需约定对侵权作品负责

重要的文案及设计建议委托专业设计公司完成，并在服务协议中约定由服务提供方对作品可能存在的侵权风险负责，设计公司保证提供的作品不存在权利瑕疵，不会侵犯第三方的知识产权。

- (4) 厂商提供的图片或字体，需提供其授权或来源

不得在厂商提供的字体或图片的基础上，直接使用字体或对字体进行再设计。因为字体授权一般仅针对最终使用者，即使厂商取得该字体的授权并提供给我司，也不意味着我司可直接使用，仍需获得字体著作权人的授权。不能在厂商的网站上直接下载或拷贝产品宣传图片，可能会导致我司对厂商及字体著作权人的双重侵权风险。

三、禁止图片侵权

1、图片的侵权包含：知名场景所有物权、人物肖像权、摄影著作所有权以及如图片上有 LOGO，涉及商标所有权等。使用无版权的图片会带来很大的风险。

2、编辑类图片

编辑类图片也叫新闻类图片，是记录新闻事件或媒体用于出版发行使用图片。编辑类图片一般不作为商业用途使用，但特殊情况下可以使用，如品牌代言或独家使用。

3、创意类图片

(1) RM (Royalty-Managed) 版权管理模式，也称特定使用范围版权模式

定义为 RM 模式的图片，用户取得的使用授权受次数、时间、空间和用途等条件限制。客户每次使用该类图片，都必须获取使用授权，

授权价格根据最终客户使用的次数、用途、地域、使用期限、使用周期、图片大小等因素计算。最终用户也有机会买断图片的使用权。

RM 模式的授权和定价方式灵活，可以根据用户的不同需求来单独定价，很受用户欢迎。

(2) RF (Royalty-Free) 免版税使用模式，也称免版税金使用版权模式

定义为 RF 模式的图片，用户取得的使用授权具有非排他性授权使用的特征。用户购买使用授权后，其使用图片不受使用次数、时间、空间、用途限制。RF 产品的授权价格主要取决于图片的尺寸，而非根据特定用途。用户一旦购买了 RF 图像产品，可以在多重时间内用

于多个用途，而不需付任何附加费用（当然，非法用途是被禁止的）。RF 图像产品只供购买者自己使用，不可以转让或再次出售，也不能被买断独家使用权。

RF 模式授权和定价方式标准化，因其“一次购买，多次使用”的特点，也得到了很多客户的欢迎。

四、禁止文章/音乐/视频侵权

1、转载未取得作者的许可

一定要查清作品的授权，作者是否允许转载。因为一些作者会在自己的原创文章后声明文章不允许转载，或者采取了一些技术手段不给他人转载。假装看不到作者的声明，或者采取技术措施绕开限制转载文章。这种情况属于侵犯作者的著作权内的复制权和信息网络传播权。

2、简单修改后标为“原创”

比如换个标题，改个名字，删掉一些内容，作为自己的原创发表到公众号上，但实际上这种做法侵犯了著作权人的署名权、修改权、保护作品完整权，被发现后也会被追究责任，要求赔偿经济损失。

3、摘抄后加感悟

有些公众号看到一篇文章后，摘取了一段文字而后配以自己的想法，认为这是原创。但实际上，未经作者许可摘选、汇编或改编等，可能侵权著作权人的改编权、汇编权、保护作品完整权等。

4、标明作者和来源但未支付稿酬

转载文章时须许可+付费如果只是标明了作者和来源，但是未给作者稿酬的话，依然是侵犯著作权的表现。

5、音乐视频部分截取使用再创作

对截取的部分视频内容、音乐片段、电影桥段进行再创作的，以及将已发布的音乐/视频/电影等内容转载的（包含海外发布的内容），都需取得许可+付费否则为侵权使用。

五、禁止虚假宣传

各业务部门及相关岗位负责人违反法律法规、协议规则等，在信息发布中含有与实物表现不一致或不实信息内容，欺骗、误导消费者的行为；包括但不限于通过文字、图片、视频等方式明示或暗示与商品实际内容不相符的虚假信息，使消费者对商品本身（基本属性、价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期及保质期、有效期限、检验合格证明（如有）、使用方法说明书（如有）、数量、瑕疵等）、品牌、外包装、发货情况、交易附带物、售后服务信息等产生误解的行为。

各业务部门及相关岗位负责人应严格遵守本合规要求，并且不得违反国家法律法规与相关规定，不得违反社会公序良俗，在神州商桥平台发布的内容中不得涉及政治、军事、宗教与种族等容易引发网络争议的敏感话题。如相关部门或责任人未能履行其职责或者违反本要求之规定，给神州商桥平台带来风险隐患，部门及责任人应当承担一切由此造成的经济损失、并承担相应的法律责任。

中台-数字系统部

2023 年 7 月 27 日