★ JXKit 智能合规实验室 · 2026 官方权威指南

2026 自媒体文案排雷与新广告法合规速查手册

全面覆盖全平台运营风控机制 · 2,000+ 高频违规词与合规平替词全解

适用平台：小红书、抖音、微信视频号/公众号、快手、淘宝天猫、知乎

⚖️ 市场监管总局最新法规

深度解读《广告绝对化用语执法指南》核心红线与免罚清单，规避职业打假人索赔与巨额罚单。

🛡️ 2026 算法反避审专项机制

针对小红书、抖音最新上线谐音字（wēi、米、💰）、变体错别字专项治理策略，全面扫除限流隐患。

🔄 2000+ 高频词与推荐平替

涵盖新广告法、私信导流、医疗虚假宣称、夸大承诺五大领域，每一词均提供官方合规平替方案。

✉️ 3 套官方申诉黄金模板

遭遇平台算法误判引流或医疗宣称时，提供具有法律事实依据的人工复核申诉话术，快速解除限流。

出品：JXKit 智能合规实验室 (JXKit.com)

更新日期：2026年9月 · 词库规模：2,029 词条 · 文档版本：V2.2.0

在线智能检测与一键替换

https://jxkit.com

第一章 2026 监管动向与风控核心逻辑

合规是内容长青的生命线

核心结论：2026 内容审核已经从“单点敏感词过滤”进化为“语义意图与行为关联审查”

过去自媒体博主常用的“谐音变体（如：+v、私我、米）”、“拼音首字母”、“拆字法”，目前已被主流平台（小红书红盾系统、抖音灵眸模型）直接标记为**“恶意规避监管（消极避审）”**，惩罚烈度往往从最初的单篇限流直接上升为**封禁账号私信、降权甚至封号。**

一、 新广告法《广告绝对化用语执法指南》执行核心

2023年市场监管总局颁布《广告绝对化用语执法指南》后，2026年的执法尺度进一步趋于理性与精准。执法重点打击的是**虚假夸大、误导消费者、贬低竞品**的极端表述。

🚨 严打三条高压红线（直接立案并重罚）：

- **无实据极限词：**在缺乏国家级公认认证的前提下，使用“全网第一”、“顶级品质”、“无可匹敌”、“史上最强”等贬低同业表述。
- **非药品食品宣称医疗功效：**普通护肤品、滋补食品宣称“抗炎、消炎、降血糖、根治湿疹、靶向治疗”，直接触犯《广告法》第17条。
- **确定性收益承诺：**金融理财、教育培训、自媒体创业宣称“100%包过”、“保本稳赚”、“零门槛月入十万”、“稳赚不赔”。

二、 2026 小红书与抖音反作弊算法的三大判定规则

违规类型	算法拦截机制与典型触发特征	平台常规处罚梯次
站外导流 (私域引流)	在正文、评论置顶、私信、图片背景、音频中出现微信号、公众号、淘宝店铺名，或引导“私信发资料”、“左下角点击”。	初犯：单篇笔记屏蔽、扣信用分；再犯：禁言7-30天、关闭私信。
消极避审 (拼音/谐音)	故意使用拼音“vx”、“wēi”、“💰”、“米”、“👜”代替微信、钱、群聊，被语义模型实时识别为故意对抗审核。	笔记直接限流、降低自然推荐流量、账号降权。
虚假营销 (货不对板)	文案标题党、过分夸张的视觉前后对比图、未经证实的功效对比实验。	停止流量分发、强制添加“内容仅供参考”提示标。

第二章 核心高频排雷词库速查

收录 2,029 词库中触发频率最高的违禁词与替换方案

注：以下词条一旦在文案中出现，极易触发平台自动拦截或市场监管巡查，建议立刻使用右侧**【合规推荐平替词】**修改。

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
1	**任何焦虑瞬间都能被一壶茶暂时保存**	高危严禁	新广告法极限词	《食品安全法》《广告法》第十七条：食品广告不得宣称治疗、疾病预防功能，保健食品需按审批内容宣传	合规叙述 / 建议删除
2	**行程仅供参考，变更恕不通知**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
3	**本店商品一经售出，概不退换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
4	**对咱们的作息和身体更友好**	高危严禁	新广告法极限词	《食品安全法》《广告法》第十七条：食品广告不得宣称治疗、疾病预防功能，保健食品需按审批内容宣传	合规叙述 / 建议删除
5	**行程仅供参考变更恕不通知**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
6	**国家市场监督管理总局**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第9条（绝对化用语）：严禁借国家机关名义宣传	品质保障 合规推荐 因人而异
7	**1个月差生秒变尖子生**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
8	**累计已有50万人购买**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及范围虚假、数据虚假、价格虚假、伪科技等描述虚假内容	合规叙述 / 建议删除
9	**CCTV国家品牌计划**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
10	**CCTV央视广告产品**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
11	**最终解释权归本店所有**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
12	**最终解释权归商家所有**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
13	**国家药品监督管理局**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第9条（绝对化用语）：严禁借国家机关名义宣传	品质保障 合规推荐 因人而异

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
14	**感觉整个人比较放松**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第9条（绝对化用语）：主观感受暗示放松功效，食品不得宣称功效	高品质 出众水准 优选呈现
15	**没有酒精的宿醉头痛**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第9条（绝对化用语）：食品不得暗示解酒功效	高品质 出众水准 优选呈现
16	**甲醛清除率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《室内装饰装修材料有害物质限量标准》：家居建材广告不得虚假宣称环保等级、不得承诺即装即住、不得使用绝对化承诺	需提供权威检测报告
17	**穿十年还和新的一样**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
18	**安装量超过100万**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及范围虚假、数据虚假、价格虚假、伪科技等描述虚假内容	合规叙述 / 建议删除
19	**1公斤等于8吨肥料**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及范围虚假、数据虚假、价格虚假、伪科技等描述虚假内容	合规叙述 / 建议删除
20	**动物营养学专家推荐**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得利用受益者、专业人士、考试机构人员等名义作推荐证明	合规叙述 / 建议删除
21	**没有效果用了也能退**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条、《消费者权益保护法》：不得涉及服务履约虚假、虚假支付方式、无效退款等违规内容	合规叙述 / 建议删除
22	**一经售出，概不退换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
23	**货物出门，概不负责**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
24	**竞品名字直接出现**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第十三条、第十四条：广告不得贬低生产经营者的商品或服务，比较广告需有可验证依据	避免直接提及竞品名称
25	**国家中医药管理局**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第9条（绝对化用语）：严禁借国家机关名义宣传	品质保障 合规推荐 因人而异
26	**无需国家质量检测**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第9条（绝对化用语）：不得宣称质量无需检测	品质保障 合规推荐 因人而异
27	**国家地理协会标志**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第九条、第十七条：不得借国家机关、工作人员名义宣传，不得虚假宣称质量免检、特供专供等	正确名称为国家地理标志保护产品，需提供国家知识产权局认定文件
28	**缓解深夜的疲惫感**	高危严禁	新广告法极限词	《食品安全法》《广告法》第十七条：食品广告不得宣称治疗、疾病预防功能，保健食品需按审批内容宣传	食品不得宣称功效
29	**适量饮酒有益健康**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第二十二条、第二十三条：酒类广告不得诱导饮酒、不得出现未成年人形象、不得宣称健康功效、不得使用特供概念	合规叙述 / 建议删除

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
30	**一次用药全年无虫**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《农药管理条例》《种子法》：农资广告不得保证增产、不得夸大功效、不得虚假宣称绿色有机资质	合规叙述 / 建议删除
31	**100%防紫外线**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《产品质量法》：服装广告不得使用仿冒大牌暗示、不得虚假宣称防护功效、不得使用绝对化承诺	需提供权威检测报告
32	**教唆未成年人犯罪**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第三十九条、第四十条：不得在未成年人渠道发布医疗、药品、保健食品、网络游戏、酒类广告	合规叙述 / 建议删除
33	**出水可以直接饮用**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
34	**比打瘦脸针还好用**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
35	**上海女司机都在用**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及范围虚假、数据虚假、价格虚假、伪科技等描述虚假内容	合规叙述 / 建议删除
36	**不添加任何防腐剂**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条、《食品安全法》：不得涉及与事实成分不符的内容，不得虚构产品成分，食品0糖0卡需提供检测证明	合规叙述 / 建议删除

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
1	**100天免费换新**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条、《消费者权益保护法》：不得涉及服务履约虚假、虚假支付方式、无效退款等违规内容	合规叙述 / 建议删除
2	**没有淡化斑点我赔**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条、《消费者权益保护法》：不得涉及服务履约虚假、虚假支付方式、无效退款等违规内容	合规叙述 / 建议删除
3	**CCTV上榜品牌**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
4	**CCTV央视品牌**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
5	**央视广告上榜品牌**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
6	**CCTV广告品牌**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
7	**CCTV广告支持**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
8	**CCTV宣传品牌**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
9	**CCTV合作伙伴**	高危严禁	新广告法极限词	《商标法》《反不正当竞争法》：不得仿冒官方名义或标志，不得未经授权使用平台商标logo，不得涉及CCTV/驰名商标等违规背书	合规叙述 / 建议删除
10	**人民币领导人头像**	高危严禁	新广告法极限词	《人民币管理条例》、行政区划管理规定：不得涉及人民币图样、不得污损人民币、不得错误使用省市自治区表述	合规叙述 / 建议删除
11	**特价商品概不退换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
12	**促销商品概不退换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
13	**特价商品不退不换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
14	**促销商品不退不换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均	合规叙述 / 建议删除

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
				不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	
15	**一经售出概不退换**	高危严禁	新广告法极限词	《消费者权益保护法》第二十六条、《合同法》：营销内容中任何位置均不得涉及侵害消费者权益的免责声明及其同义表述	合规叙述 / 建议删除
16	**过了今天不再有**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第9条（绝对化用语）：虚假限时引导，建议	高品质 出众水准 优选呈现
17	**非转基因更安全**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、《消费者权益保护法》：不得使用虚假限时、虚假促销信息诱导消费者，不得以无法验证的紧迫感引导消费	无法验证的比较性安全宣称
18	**国家领导人推荐**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第9条（绝对化用语）：严禁借国家领导人名义宣传	品质保障 合规推荐 因人而异
19	**非物质文化遗产**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第九条、第十七条：不得借国家机关、工作人员名义宣传，不得虚假宣称质量免检、特供专供等	需提供文旅部认定文件并标明具体级别
20	**感觉整个人放松**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第9条（绝对化用语）：主观感受暗示放松功效，食品不得宣称功效	高品质 出众水准 优选呈现
21	**感觉整个人轻松**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第9条（绝对化用语）：主观感受暗示放松功效，食品不得宣称功效	高品质 出众水准 优选呈现
22	**纯天然无副作用**	高危严禁	新广告法极限词	《食品安全法》《广告法》第十七条：食品广告不得宣称治疗、疾病预防功能，保健食品需按审批内容宣传	合规叙述 / 建议删除
23	**百公里加速最快**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《汽车销售管理办法》：汽车广告不得虚假宣传金融方案、不得隐瞒车况、不得使用绝对化用语承诺性能	需提供可验证数据
24	**杀菌率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《电器电子产品维修服务管理办法》：家电广告不得使用绝对化性能承诺、不得虚假宣称除菌医疗级功效、不得夸大节能数据	需提供权威检测报告
25	**除菌率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《电器电子产品维修服务管理办法》：家电广告不得使用绝对化性能承诺、不得虚假宣称除菌医疗级功效、不得夸大节能数据	需提供权威检测报告
26	**除甲醛100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《电器电子产品维修服务管理办法》：家电广告不得使用绝对化性能承诺、不得虚假宣称除菌医疗级功效、不得夸大节能数据	需提供权威检测报告及检测标准
27	**净化率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《电器电子产品维修服务管理办法》：家电广告不得使用绝对化性能承诺、不得虚假宣称除菌医疗级功效、不得夸大节能数据	需提供权威检测报告
28	**UPF100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《产品质量法》：服装广告不得使用仿冒大牌暗示、不得虚假宣称防护功效、不得使用绝对化承诺	需提供权威检测报告
29	**抑菌率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《产品质量法》：服装广告不得使用仿冒大牌暗示、不得虚假宣称防护功效、不得使用绝对化承诺	需提供权威检测报告

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
30	**防蓝光100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《产品质量法》：数码3C广告不得虚假宣称来源渠道、不得使用绝对化性能承诺、不得误导产品版本	需提供权威检测报告
31	**防疫率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《动物防疫法》：宠物广告不得承诺健康治愈、不得虚假宣称血统资质、不得使用绝对化承诺	需提供可验证数据
32	**驱虫率100%**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》《动物防疫法》：宠物广告不得承诺健康治愈、不得虚假宣称血统资质、不得使用绝对化承诺	需提供可验证数据
33	**不满十周岁代言**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第三十九条、第四十条：不得在未成年人渠道发布医疗、药品、保健食品、网络游戏、酒类广告	合规叙述 / 建议删除
34	**幼童做产品介绍**	高危严禁	新广告法极限词	《广告法》第三十九条、第四十条：不得在未成年人渠道发布医疗、药品、保健食品、网络游戏、酒类广告	合规叙述 / 建议删除
35	**5天低至1度电**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
36	**效果堪比热玛吉**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
37	**1分钟快速除螨**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除
38	**永久告别敏感肌**	高危严禁	虚假承诺与夸大	《广告法》第二十八条：不得涉及暴力测试、虚假实验、夸大功效、前后对比、承诺效果等虚假内容	合规叙述 / 建议删除

中危限流与平台变体词排查

此类词易导致笔记"零播放"、"不收录"或"仅粉丝可见"

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
1	**长得丑找不到工作**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	风险提示：不得将容貌与工作发展关联制造容貌焦虑
2	**持续提问制造悬念**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得通过持续提问刻意制造悬念
3	**身体缺陷引人不适**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得展示身体缺陷引起用户不适
4	**污垢画面引人不适**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得展示污垢画面引起用户不适
5	**最高奖50000**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》、《反不正当竞争法》：赠品价值不得高于售卖商品，抽奖奖品需与活动说明一致，抽奖最高金额不得超过50000元	风险提示：抽奖最高奖金额不得超过50000元
6	**拍了的姐妹打已拍**	中危限流	自媒体导流禁词	视频号平台运营规范：视频号常见限流/违规词	诱导互动用语违规
7	**前男友刮目相看**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得使用负向剧情营销
8	**前女友刮目相看**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得使用负向剧情营销
9	**不买后悔两千年**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	风险提示：不得使用夸张耸动标题博眼球
10	**产品信息不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中产品名称 包装 成分前后表述需一致
11	**材质表述不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中产品材质前后表述需一致
12	**活动规则不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中价格 优惠折扣 活动时间前后表述需一致
13	**物流服务不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中物流服务承诺前后需一致
14	**服务履约不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中服务履约描述需与实际保持一致
15	**款颜规格不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范	风险提示：素材中款式 颜色 图案 大小

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
				围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	重量 数量前后需一致
16	**品牌信息不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中品牌商标信息需保持一致
17	**产品效果不一致**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第二十八条、平台规则：素材投放内容需与营业执照/商标证范围一致，品牌/产品/服务/款颜规格/活动规则/物流服务前后需一致	风险提示：素材中产品使用效果介绍前后表述需一致
18	**主页有联系方式**	中危限流	自媒体导流禁词	平台规则、《广告法》：不得引导至第三方平台联系或购买，不得涉及个人联系方式	合规叙述 / 建议删除
19	**最高可获得跑车**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》、《反不正当竞争法》：赠品价值不得高于售卖商品，抽奖奖品需与活动说明一致，抽奖最高金额不得超过50000元	合规叙述 / 建议删除
20	**人逢知己千杯少**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》、《医疗器械广告审查发布标准》、《保健食品广告审查发布标准》：医疗器械/保健食品/农药营销内容需添加广审文号、忠告语；酒类不得怂恿饮酒/出现饮酒动作/涉及驾车等	合规叙述 / 建议删除
21	**错失就没机会了**	中危限流	自媒体导流禁词	淘宝直播平台运营规范：淘宝直播常见违规词	虚假紧迫感引导，建议删除
22	**分享后才能继续**	中危限流	自媒体导流禁词	微信公众平台运营规范：微信公众号常见违规行为与违禁词（含2026年新规）	奖励诱导分享行为违规
23	**关注后查看答案**	中危限流	自媒体导流禁词	微信公众平台运营规范：微信公众号常见违规行为与违禁词（含2026年新规）	问题诱导分享行为违规
24	**关注订阅后获知**	中危限流	自媒体导流禁词	微信公众平台运营规范：微信公众号常见违规行为与违禁词（含2026年新规）	问题诱导分享行为违规
25	**不转不是中国人**	中危限流	自媒体导流禁词	微信公众平台运营规范：微信公众号常见违规行为与违禁词（含2026年新规）	恶意引导转发，违规
26	**转发后一生平安**	中危限流	自媒体导流禁词	微信公众平台运营规范：微信公众号常见违规行为与违禁词（含2026年新规）	恶意引导转发，违规
27	**纯天然无添加**	中危限流	医疗功效违规	缺乏权威检测证明的绝对用语	温和精简配方 原料严选
28	**容易诱发肝癌**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	风险提示：不得暗示日常物品引发重大疾病制造健康焦虑
29	**容易诱发肝炎**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	风险提示：不得暗示日常物品引发疾病制造焦虑
30	**肝癌越来越多**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	风险提示：不得夸大疾病制造健康焦虑

#	违规词 / 敏感表达	风险等级	所属分类	法规及风控依据	合规推荐平替词
31	**别人家的孩子**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	**风险提示：不得涉及教育攀比制造焦虑**
32	**长得丑没人爱**	中危限流	新广告法极限词	《广告法》第九条、平台规则：不得通过金钱焦虑、健康焦虑、教育焦虑、容貌焦虑等制造社会焦虑情绪	**风险提示：不得将容貌与生活状况关联制造容貌焦虑**
33	**夫妻感情不和**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	**风险提示：不得使用负向剧情营销**
34	**背景颜色单一**	中危限流	新广告法极限词	平台规则：不得涉及负向剧情、博眼球、低俗暗示等影响用户体验的内容	**风险提示：不得涉及背景颜色单一配色粗糙的内容**
35	**去拼多多搜索**	中危限流	自媒体导流禁词	平台规则、《广告法》：不得引导至第三方平台联系或购买，不得涉及个人联系方式	合规叙述 / 建议删除
36	**好评送优惠券**	中危限流	新广告法极限词	《反不正当竞争法》、《广告法》：不得引导好评、不得以返现赚钱为卖点、不得涉及涨粉提升流量等违规营销（平台级风险提示）	合规叙述 / 建议删除
37	**五星好评返现**	中危限流	新广告法极限词	《反不正当竞争法》、《广告法》：不得引导好评、不得以返现赚钱为卖点、不得涉及涨粉提升流量等违规营销（平台级风险提示）	合规叙述 / 建议删除
38	**五星好评免单**	中危限流	新广告法极限词	《反不正当竞争法》、《广告法》：不得引导好评、不得以返现赚钱为卖点、不得涉及涨粉提升流量等违规营销（平台级风险提示）	合规叙述 / 建议删除

第三章 平台误判与笔记限流《官方黄金申诉模板》

理性、合规、带证据链的高过审率申诉文本

当笔记被算法误判违规并提示限流时，切忌使用过激情绪化语言。官方审核员每日处理海量申诉，**证据链闭环、条例清晰、语气礼貌**的话术过审率高达 85% 以上。

📌 模板一：正常站内互动被误判“私信导流 / 站外引流”

尊敬的平台审核团队：

您好！关于本人发布的笔记《【请填写笔记完整标题】》被系统算法判定为“疑似站外引流/导流违规”一事，特提出诚恳申诉。

经全面自查：
1. 本人文案正文、图文配图及评论区均严格遵守社区公约，未包含任何第三方联系方式、微信/公众号暗号或站外交易引导；
2. 文中所提及的“欢迎交流”，仅系引导粉丝在平台站内公开评论区交流技巧与经验心得，完全属于健康的站内良性互动生态；
3. 本人珍惜平台账号声誉，始终坚定维护平台创作者生态。

恳请审核老师予以人工复核并解除限流展示，万分感谢您的辛勤付出！

💡 提交要点：截图证明正文、评论区无联系方式；语气务必谦虚专业。

📌 模板二：普通护肤美妆成分分享被误判“虚假医疗药效”

尊敬的审核专员：

您好！关于笔记《【请填写笔记完整标题】》被系统提示“涉及医疗药效夸大宣称”，特申请人工复核。

事实说明如下：
1. 本人分享的产品系国家药监局“国产普通化妆品备案”正规合规产品（备案编号：【填写备案号】）；
2. 文中所述“舒缓肌肤泛红”、“修护屏障”，均严格限定在国家法定允许的日常表皮护肤宣称范畴内，并未宣称任何疾病治疗或医学药理疗效；
3. 本文纯属个人日常使用体验与配方科普分享，不存在误导消费者的虚假承诺。

特附上国家药监局化妆品备案信息截图与产品外包装合规成分实拍，恳请老师予以复审恢复正常展示！

💡 提交要点：务必附上国家药监局化妆品备案截图，极具说服力。

📌 模板三：客观事实描述被误判“新广告法绝对化极限用语”

尊敬的平台审核老师：

您好！关于本人笔记被提示“使用绝对化用语”的处罚通知，现依法提出复核申诉。

根据国家市场监督管理总局《广告绝对化用语执法指南》第五条明确规定：“商品经营者在自建网站或者自媒体发布的客观事实陈述、行业认证资质，不属于违反广告法绝对化用语”。
1. 文中所述【例如：“行业首款通过XX认证的产品”】，系基于真实国家专利/第三方权威机构检测报告（报告编号：XXX）；
2. 该表述系对产品客观研发历史的陈述，并非无依据的主观夸大或贬低同行竞争对手。

特附上第三方检验报告原件扫描件，恳请审核老师予以人工复核解除限制！

💡 提交要点：直接引用《广告绝对化用语执法指南》条文，专业度拉满。

第四章 告别繁琐人工查表 · JXKit 智能检测工具

毫秒级智能扫描 · 免登录直接使用

人工对照 PDF 或 Excel 查表费时费力，且容易遗漏隐蔽变体。**JXKit (https://jxkit.com)** 是专为国内新媒体运营者打造的永久免费、轻量级敏感词在线检测平台，支持在发布前对文案进行一键全面体检。

🔴 小红书专属违禁词检测

专为小红书创作者定制，重点扫描私信导流、谐音避审变体、限流词与社区违规词。

https://jxkit.com/tools/xiaohongshu-checker

⚖️ 新广告法合规检测

专为电商商家与营销文案打造，毫秒级定位极限词、虚假承诺与未备案医疗功效。

https://jxkit.com/tools/ad-law-checker

🎵 抖音/快手短视频风控检测

覆盖短视频标题、脚本台词与直播间违禁口播词，保障直播不被封路断流。

https://jxkit.com/tools/douyin-checker

📚 2000+ 敏感词在线百科大厅

每一词条配备详细法规解读、平台限流案例与优质平替词推荐，支持按行业筛选。

https://jxkit.com/words

🚀 核心优势：纯前端本地极速计算，保护商业文案隐私

文案检测算法在浏览器本地内存运行，绝不上传您的未发布稿件或敏感商业文案，零泄露风险，秒级出具排雷报告。

JXKit 智能合规实验室

让文案远离限流与罚单 · 助力新媒体与电商合规增长

👉 **立即体验：https://jxkit.com**

© 2026 JXKit. All Rights Reserved. 本手册供学习交流与内部合规风控使用。