


ICS 33.050  
CCS M 30

# 团 体 标 准

T/TAF 115—2022

---



## 移动应用广告行为规范

Advertising behavior specification for mobile applications

2022-05-11 发布

2022-05-11 实施

---

电信终端产业协会 发布

# 目 次

前言 .....	II
引言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 基本原则 .....	1
5 移动应用广告行为规范 .....	1
5.1 弹出行为规范 .....	1
5.2 展示行为规范 .....	2
5.3 点击行为规范 .....	2
5.4 关闭行为规范 .....	2
5.5 分发应用规范 .....	2



## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规则起草。

本文件中的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由电信终端产业协会提出并归口。

本文件起草单位：中国信息通信研究院、武汉安天信息技术有限责任公司、OPPO广东移动通信有限公司、维沃移动通信有限公司、华为技术有限公司、小米通讯技术有限公司、荣耀终端有限公司、北京奇虎科技有限公司、百度在线网络技术（北京）有限公司、北京字节跳动科技有限公司、北京快手科技有限公司、北京三快在线科技有限公司、麒麟合盛网络技术股份有限公司。

本文件主要起草人：罗成、陈诚、余丽娜、王伟华、杜云、王艳红、刘陶、武林娜、宁华、付艳艳、王鑫、贾科、张玮、衣强、欧阳舒馨、杜文博、陆伟、张雪、赵晓娜、姚一楠、唐佳伟、郭建领、吴月升、张贝贝、赵乃萱、王宇晓、落红卫、李晨、魏敏、楠笙、王三军。



## 引 言

随着国内外移动互联网应用的广泛普及，移动智能终端爆发式增长为移动应用广告提供了前所未有的广阔市场空间。移动互联网广告业务给人们的生活带来了极大的信息便利。在引导用户消费的同时，还应该提高用户体验。为了保护用户权益不受侵害，行业市场目前还缺乏参考性指导。因此移动应用广告行为规范的颁布是非常必要的，该标准不仅可以规范移动应用的广告行为，更是为了加强行业自律和公众监督，同时规范移动应用广告在移动互联网市场的秩序，推动移动互联网环境的健康有序发展。



# 移动应用广告行为规范

## 1 范围

本文件给出了移动应用广告的弹出、展示、点击、关闭、应用分发等行为规范。

本文件适用于基于移动智能终端预置以及通过网站、应用商店、扫二维码、应用自身、其他线上线下平台或渠道下载、安装、升级、卸载的移动应用。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**移动智能终端** smart mobile terminal

具有能提供应用程序开发接口的开放系统，并能安装和运行第三方应用程序的移动终端。

[来源：GB/T 39720—2020，3.1]

### 3.2

**移动应用软件** mobile application software

针对智能终端所开发的应用程序，包括智能终端预置应用以及互联网信息服务提供者提供的可以通过智能终端下载、安装、升级、卸载的应用。（以下简称“移动应用”）

### 3.3

**移动应用广告窗口** mobile advertising information window

移动应用软件以弹出形式向互联网用户展示的商业广告窗口。（以下简称“广告窗口”）

注：不包含通过移动应用软件浏览的网页内所弹出的窗口。

## 4 基本原则

开发者应遵守发布地区适应的法律法规要求。

## 5 移动应用广告行为规范

### 5.1 弹出行为规范

- a) 移动应用非前台运行时，不应在移动应用外弹出纯商业广告窗口，含有广告信息的功能弹窗除外；
- b) 移动应用广告窗口的弹出，不应影响智能终端的使用。

## 5.2 展示行为规范

- a) 移动应用非前台运行时，广告窗口需要在产品功能性界面显著位置明确显示应用名称或应用图标信息，告知用户该窗口的来源；
- b) 广告窗口应当清晰、显著标明“广告”字样；
- c) 广告窗口的展示内容（包括文字、图片、视频）中不得出现虚假的关闭功能标识、跳过功能标识。

## 5.3 点击行为规范

- a) 当广告窗口被点击后会跳转到第三方应用时，为了避免用户误点，宜向用户进行提示，确保用户知情才会跳转到第三方应用；
- b) 若广告窗口需要用户触发下载第三方应用时，需清晰展示用户触发（包括但不限于点击的触发方式）的范围或方式，用户明确触发后才能下载；
- c) 当广告窗口中含有交互功能性操作时，不得通过倒计时等方式默认执行跳转第三方页面的操作，关闭/跳过广告窗口除外。

## 5.4 关闭行为规范

- a) 当向用户展示广告窗口时，“跳过/关闭”标志不得延迟展示，应保证用户可以自主决定是否关闭该广告窗口，用户点击“跳过/关闭”标志后应立即关闭该窗口；
- b) 广告窗口的展示（包括文字、图片、视频）中应标明清晰、易识别并真实有效的“跳过/关闭”标志；
- c) 在用户选择关闭或者跳过广告窗口时，如不离开本应用，移动应用不得立刻再次弹出该广告窗口。

## 5.5 分发应用规范

- a) 广告窗口如果包括移动应用的分发推广和下载，在用户触发下载的页面或广告窗口中，应明确展示包括应用名称、应用版本号、开发者信息或应用提供者信息、应用权限和隐私声明信息等应用描述说明，明确告知用户其下载的目标移动应用信息；
- b) 广告窗口展示的分发应用信息不得与实际用户下载的目标移动应用不符。

电信终端产业协会团体标准

移动应用广告行为规范

T/TAF 115—2022

\*

版权所有 侵权必究

电信终端产业协会印发

地址：北京市西城区新街口外大街 28 号

电话：010-82052809

电子版发行网址：[www.taf.org.cn](http://www.taf.org.cn)