

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

1. 공통 가이드

- SK Communications는 제작된 광고물을 검토하고 기준에 맞지 않을 경우 수정을 요청할 수 있으며, 자체 결정에 따라 특정광고물의 게재 요청을 거부할 수 있습니다.
- 모든 광고물은 해당기관의 심의가 끝난 광고만 집행이 가능하며 현행법에 위배되는 광고는 집행이 불가능 합니다.
- 선정/음란한 광고는 집행이 불가능 합니다
 - 과도한 신체의 노출이나 음란, 선정적인 표현은 광고 불가
 - 특정 성을 비하하거나 성적 수치심을 느끼게 하는 표현은 광고 불가(신체적 결함, 약점을 조롱 또는 희화화하는 표현 등)
 - 광고주의 사이트가 현행법에 저촉되어 최소한의 제재라도 받은 경우 임의로 광고를 종료할 수 있음
 - 미성년자, 특정 인물, 특정 직업을 뜻하거나 연상시키는 단어를 사용할 경우 광고 불가
 - 성행위, 성기를 뜻하거나 연상시키는 단어 (ex : sex, 누드)를 사용할 경우 광고 불가
 - 채팅/미팅/성인방송/성인용품/성인커뮤니티 광고 집행 불가
 - 불법 사이트 또는 성인 사이트의 이름이나 이와 유사한 단어를 사용하는 등
SK Communications의 이미지에 부정적인 영향을 미치는 광고에 대해서는 소재교체 또는 중단 요청할 수 있음
 - '성인영화' 및 '공포영화'는 별도 영화 가이드 기준으로 준수하여야 함
- 폭력/혐오/공포/비속/반사회적 행동을 조장하는 광고는 집행이 불가능 합니다
 - 살인, 폭행, 협박, 학대행위 등 구체적으로 묘사함으로써, 지나친 불안감을 조성할 수 있는 내용은 광고 불가
 - 구토, 배설, 오물 등을 구체적으로 묘사하여 혐오감을 불러 일으킬 수 있는 내용은 광고 불가
 - 낙태, 절개, 절단, 수술장면, 출산 등 의료행위를 지나치게 상세히 표현하여, 혐오감을 불러일으키는 내용은 광고 불가
 - 욕설, 언어폭력 등으로 굴욕감 내지, 불쾌감을 불러일으키는 내용은 광고 불가
 - 도박, 또는 지나친 사행심을 조장하는 내용은 광고 불가
 - 범죄, 범죄인 또는 범죄단체 등을 미화하는 내용은 광고 불가
 - 올바른 언어 사용 문화 형성을 위하여 문법, 맞춤법에 어긋나는 문구, 비속어, 은어, 저속한 조어의 사용은 제한됨
예외) 네티즌 상호간에 널리 사용되는 단어로 사회적 정서에 반하지 않는다고 판단될 때에는 예외로 함
- 허위/과장/기만/비방 광고는 집행이 불가능합니다
 - 사용자가 오인할 수 있는 허위 표현, 과장 표현 (공짜, 무료 등의 표현은 회원가입 후라도 무료라면 가능)
 - 사용자가 실제 발생한 사실로 오인할 수 있는 표현(뉴스 등) 및 해당 매체의 콘텐츠로 오인 할 수 있는 표현은 광고 불가
 - 중요한 정보를 생략하거나, 부분적인 사실을 강조하여 사람들을 잘못 오인하게 할 수 있는 표현은 광고 불가
 - 확실한 근거 및 공인된 증빙 없이 최상급의 표현을 사용하여 광고할 수 없음
 - 비교대상(경쟁사, 경쟁제품)을 표현하는 광고는 증빙 없이 광고할 수 없음
(ex. 최대관객 수/가입자 수, 순위 표시, 최저가, 최고가 등)
 - 비교대상(경쟁사, 경쟁제품) 없이 표현하는 광고는 증빙 없이 광고할 수 있음
(ex 000 뮤직비디오 최초 공개, 000 영화예고편 최초 공개 등)
 - 광고물 내에 '상품명 or 제품이미지 or 광고주B' 삽입 없이 후킹성 문구/이미지만으로 광고 할 수 없음
- 타인의 권리를 침해 할 수 있는 광고는 집행이 불가능합니다
 - 특정인 및 특정조직에 대한 명예훼손, 프라이버시 침해의 우려가 있는 경우 집행 불가
 - 허가되지 않은 캐릭터를 활용하여 초상권, 퍼블리시티권 등의 침해 우려가 있는 경우 집행 불가
 - 저작권 침해의 우려가 있는 경우 집행 불가
 - 국가, 인종, 성, 연령, 직업, 종교, 장애 등의 이유로 차별하거나 편견을 조장하는 표현 사용 불가
- 청소년 보호에 관한 기준에 위배되는 광고는 집행이 불가능 합니다.

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

- 청소년보호법에서 지정한 “청소년 유해 매체물” 및 “유해품목”은 성인 타겟팅 없이 광고 불가
 - “청소년 유해 매체물”은 청소년보호위원회가 청소년에게 유해한 것으로 결정, 보건복지가족부 장관이 이를 고시한 매체물임
 - 매체물의 제작/발행/유통자가 자율적으로 청소년유해표시를 한 매체물도 청소년 유해 매체물과 동일하게 취급함
- 청소년보호법에서 지정한 “청소년유해약물”을 판매/대여/배포하는 행위는 광고할 수 없음
 - 청소년유해약물은 주류, 담배, 마약류, 환각물질 및 기타 청소년의 심신을 심각하게 훼손할 수 있는 물건임
 - 주류의 경우, 판매/대여/배포 목적이 아닌 브랜드 홍보 목적의 일반적인 광고에 대해서 제한적으로 집행 가능함
 - 담배의 경우, 가격공고 형태만 제한적으로 집행 가능함
 - 마약류, 환각물 및 기타 청소년유해약물에 대해서는 공익적인 목적을 제외한 모든 광고를 집행할 수 없음
- 아래와 같은 인터넷 광고는 청소년에게 배포 등이 불가함
 - 청소년에게 성적인 욕구를 자극하는 선정적인 것이나 음란한 것
 - 청소년에게 폭력성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것
 - 성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력행사와 약물의 남용을 자극하거나 미화하는 것
 - 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저항하는 반사회적·비윤리적인 것
 - 청소년에게 정신적·신체적 건강을 해칠 수 있는 우려가 있는 청소년유해매체, 청소년유해업소, 청소년유해물건 또는 청소년유해약물 등이 내용에 포함된 것
 - 기타 인터넷광고심의세칙(이하 “심의세칙”이라 한다)에 규정된 품목 중 청소년과 관련된 사항
- 각종 청소년 유해품목은 인터넷광고시의규정에 규정된 사항으로 다음에 해당하는 사항을 말함.
 - 「주세법」 제3조제1호의 규정에 따른 주류
 - 「담배사업법」 제2조의 규정에 따른 담배
 - 「마약류 관리에 관한 법률」 제2조제1호의 규정에 따른 마약류 및 동조 제7호의 규정에 따른 원료물질
 - 「한국마사회법」 제2조제1호의 규정에 따른 경마
 - 「경륜·경정법」 제2조제1호의 규정에 따른 경륜 및 동조 제2호의 규정에 따른 경정
 - 「복권 및 복권기금법」 제2조제1호의 규정에 따른 복권
 - 「관광진흥법」 제3조제5호의 규정에 따른 카지노업
 - 「사행행위 등 규제 및 처벌특례법」 제2조제2항의 규정에 따른 사행행위영업
- 다음과 같은 Creative는 사용할 수 없습니다.
 - 브랜드 가치에 해가 되는 카피 및 이미지 사용금지
 - 사용성을 방해하는 광고 진행 불가
 - ex) 기존 웹 브라우저의 디자인 템플릿을 활용하여 정상적인 서비스 이용에 혼란을 주는 광고
 - 서비스를 가장한 광고 진행 불가
 - ex) 네이트, 싸이메라, 네이트온의 BI 및 각 서비스 디자인 요소를 차용하여 당사 서비스로 오인할 수 있는 광고
 - 매체의 시스템 오류를 연상시키거나 매체 이미지를 손상시킬 수 있는 광고 진행 불가
 - (특히, 콘텐츠 왜곡/변형형 creative 적용 불가)
 - 과도한 Trick의 사용, 시각 거부감을 유발하는 이미지 사용 금지
 - 해당 광고 BI 노출 시 초기화면 상단 자사 BI보다 크게 적용 금지
 - 인물 노출 시 얼굴이 잘리는 등 거부감을 유발하는 이미지 사용 금지
 - 신체부위 노출 시 일부를 확대하거나 강조한 이미지 사용 금지
 - 지나치게 깜빡 거리는 효과 금지 (한 번 반짝일 때 최소 0.7초 이상의 시간을 두어야 함)
 - 확장형 클로즈 버튼 확장 후 2~3초 사이에 노출되어야 함 (단, 공포영화와 19금 소재는 확장 후 바로 노출)
 - 선명하지 못한 채도가 낮은 이미지나, 깨진 이미지, 동영상은 게재 불가
 - 배너사이즈/비율이 맞지 않는 광고 진행 불가

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

ex) 타 사이트에서 노출된 광고를 네이트 메인에 맞춰 노출하여 실제와 비율이 맞지 않은 광고일 경우
이미지, 영상, 카피가 찢그러졌거나 하단이 잘리거나, 흰 배경이 있을 때 테두리가 사라진 경우

- 상품별 가이드의 테두리 외 별도의 프레임이나 테두리 금지, 외각 라운딩 금지
(단, 배경이 흰색 또는 밝은색인 경우 광고와 본문페이지의 경계가 모호해지므로 상품별 가이드에 제시된 테두리 포함^必)

■ 텍스트 문구는 기본 자판에 있는 특수문자, 한문, 영문, 숫자, 문맥상 필요한 기호 및 단위만 사용 가능합니다.

- 아래 특수 문자는 사용할 수 없음

☆ ○ ◇ □ △ ▽ ◁ ▷ ♡ ♣ Ⓜ Ⓝ Ⓞ Ⓟ Ⓠ Ⓡ Ⓢ Ⓣ Ⓤ Ⓥ Ⓦ Ⓧ Ⓨ Ⓩ ™

- 물결무늬 (~)를 제외한, 특수문자는 3개 이상 연속으로 사용할 수 없음
- 텍스트 컬러는 장면당 최대 3개까지 사용 가능함
예외) 브랜드 로고타입은 제외 (로고타입 면적이 전체 화면의 10%가 넘지 않는 경우)
- 광고카피로 사용되는 텍스트의 글꼴은 장면당 최대 2종까지 사용 가능함
예외) 브랜드 로고타입은 제외 (로고타입 면적이 전체 화면의 10%가 넘지 않는 경우)

■ 랜딩페이지의 기본 조건은 아래 내용을 준수해야 합니다..

- 랜딩페이지는 아래와 같은 정보를 광고 사이트 내에 항상 명시하여야 함
 - 광고사이트의 운영자(회사) 및 전화번호, 주소 등의 연락 가능한 연락처
- 광고사이트는 그 내용이 법에 저촉되지 않아야 하며, 관련법령에 어긋난 경우 광고 게재가 보류되거나 광고 게재 중에 임의로 광고가 중단될 수 있음
- 랜딩페이지 내에 신체 나체 노출이나, 여성 상의/하의 탈의가 있는 경우에는 성인 타겟팅을 통해서 노출되어야 함
- 아래와 같은 랜딩페이지는 광고 게재가 보류되거나 광고 게재 중에 임의로 광고가 중단 될 수 있음
 - 광고사이트에 접속한 이용자의 동의 없이, 특정 프로그램을 설치하거나 개인정보 수집, 다른 사이트로의 이동, 이용자의 PC환경 변화를 유도하는 광고사이트
 - 특정 컴퓨터 환경에서(특정 프로그램을 설치해야)만 그 내용을 확인할 수 있는 광고 사이트
 - 광고 내용이 보이지 않고 바로 로그인을 유도하는 광고 사이트
 - 광고 내용과 연관성이 없는 내용이 보여져서 이용자에게 허위/과장된 느낌을 줄 수 있는 광고사이트
 - 랜딩 페이지 내 오류가 있어서 원활한 이용이 불가능할 때는 노출 불가능하며, 게재 중일 경우라도 노출 중지 처리
- 크기와 상관없이 랜딩페이지를 제외한, 랜딩페이지를 통해 열리는 창은 홍보(팝업)창으로 간주하며,
아래와 같은 홍보(팝업)창이 있는 랜딩페이지는 광고 게재가 보류되거나 광고 게재 중에 임의로 광고가 중단될 수 있음
 - 랜딩페이지를 제외하고 4개 이상의 홍보(팝업)창
 - 일정 시간이 경과된 후, 이용자의 동의 없이 다시 열리는 히든 홍보(팝업)창
 - 이용자가 종료할 수 없는 홍보(팝업)창
 - 사이트 기본 조건에 부합하지 않은 사이트로 연결되는 홍보(팝업)창

2. 업종별 가이드

■ 담배

- 담배는 판매가격 공고 형태만 가능하며,
판매가격 공고에 포함되는 내용은 '제품의 이름, 규격, 포장구분, 포장단위, 판매가격, 판매개시일'로 제한함
- 담배 광고는 성인 대상으로 노출만 가능하며, 배너링크는 삽입불가
- 담배 광고는 판매개시일 5일 전부터 판매개시일까지만 광고 집행이 가능함
- 정부단체 및 이에 준하는 기관/단체의 공익적 목적의 금연광고 등은 일반적인 광고 집행 가능
- 담배회사의 기업이미지 광고, 담배와 관련 없는 캠페인성 광고, 공고(사원 모집, 공모전 공지, 행사 및 이벤트 공지 등)는 게재 가능

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

■ 사행산업

- 도박, 카지노 및 경마/경륜/경정 광고는 집행할 수 없음
 - 한국마사회, 국민체육진흥공단의 기업PR 광고는 집행 가능함
- 복권광고는 복권에 관한 광고계획서에 대해 복권위원회의 승인을 얻은 후에 집행 가능함

■ 선거 및 정당관련

- 선거광고는 국내 관련 법규가 지정한 특정 기간 내에만 광고 집행이 가능함
- 선거/정당 광고의 근거와 해당 광고주 또는 후보의 이름을 표기하여야 광고를 집행할 수 있음
- 후보자는 광고게시일 전일까지 광고원고/광고계약서 사본을 관할선거구 선거관리위원회에 서면으로 신고해야 함
- 모든 선거/정당광고는 국내 관련 법규(공직선거법 등)를 기준으로 하며, 이에 저촉되는 광고는 집행 불가

■ 주류

- 주류 광고는 만 19세 이상 성인 대상으로만 집행 가능
- 단, 주류를 연상시키는 소재가 아닌, 순수 공익적 캠페인(금주캠페인 등)의 경우 성인 타겟팅 없이 진행 가능하나, 반드시 소재 사전 확인 후에만 진행가능.
- 주류 광고물에는 아래 '과음 경고문구' 중 하나를 반드시 표기해야 함
 - 알코올은 발암물질로 지나친 음주는 간암, 위암 등을 일으킵니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
 - 지나친 음주는 암 발생의 원인이 됩니다. 청소년 음주는 성장과 뇌 발달을 저해하며, 임신 중 음주는 태아의 기형 발생이나 유산의 위험을 높입니다.
 - 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
- 아래와 같은 표현은 광고 불가
 - 음주행위를 지나치게 미화하는 표현
 - 음주가 체력 또는 운동능력을 향상시킨다거나 질병 치료에 도움이 된다는 표현
 - 음주가 정신건강에 도움이 된다는 표현
 - 운전이나 작업 중에 음주하는 행위를 묘사하는 표현
 - 임신부나 미성년자의 인물 또는 목소리를 묘사하는 표현
 - 주류의 판매촉진을 위하여 광고노래를 방송하거나 경품 및 금품을 제공한다는 내용의 표현

■ 종교/단체 및 의견광고

- 종교 및 단체의 광고 중 의견 및 주의 주장과 관련된 내용은 집행 불가,
 - 공교(행사 및 이벤트 공지 등) 혹은 종교 물품 판매 목적의 광고일 경우, 사전 소재 검수를 통해 진행 가능
- 기타 의견 광고
 - 개인적 이슈에 대한 의견 광고는 집행 불가
 - 특정인 및 특정 집단 또는 사회적 이슈가 있는 내용에 대해 의견을 제시하거나 반대하기 위한 의견 광고는 집행 불가

■ 대출/대부업

- 합법적인 여신금융기관 및 대부업자 외에는 대출/대부업 광고를 진행할 수 없음
- 대출/대부업 광고에 대해서는 관련 법령 등을 준수해야 함
- 일반 플래시 배너는 진행 가능하나, 특수형 배너 (동영상 배너/확장형 배너/1일 고정 배너 등)은 진행 불가함
 - 단, 공중파TV 또는 CATV에 방영된 광고영상분에 한해 동영상 배너광고 허용
 - 제1금융권 및 제2금융권에 한해, 소재 내용 검수 후 특수형 배너 진행 가부여부 결정
- 광고 집행 시, 연결 페이지에 다음 사항을 포함하여야 함
 - 사업자명칭 또는 대표자 성명, 대부업 등록번호, 이자율 및 추가비용 명시, 대부중개업 여부 표기, 등록 지역 및 영업소 연락처
- 아래와 같은 방법으로 광고 불가
 - 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀리는 방법

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

- 사실을 숨기거나 축소하는 방법
- 비교의 대상 및 기준을 명시하지 아니하거나, 객관적인 근거 없이 자기의 대부 또는 대부중개가 다른 대부업자 등의 대부 또는 대부중개보다 유리하다고 주장하는 방법

■ 병원 및 의료 관련

- 선정적, 혐오적 치료사진 및 방법 담은 이미지, 문구 사용시 집행 불가
- 최상급 표현은 의료법 위배 사항으로 집행 불가
- 객관적으로 인정되지 아니하거나 근거가 없는 등의 허위/과장된 내용 집행 불가
 - 체중감량, 개선, 정보 제공 등을 목적으로 하는 사이트는 [한국건강기능 식품협회]에서 정한 기준 이상의 체중 감량 표현의 과장광고 문구는 광고문안 [설명, 부가정보, 이미지]등에 사용될 수 없음
 - 의약품과 혼동할 우려가 있는 식품보조제의 경우 사전협의 후 집행여부 판단
- 의료/병원
 - 의료기관, 의료법인, 의료인이 아니면 의료 광고 집행이 불가하며, '의료법' 등의 관련 법령을 준수해야 함
 - 의료/병원 광고의 경우 광고물에 의료기관 또는 의료인명을 명시해야 함
 - 의료광고는 '의료법'에 따라 광고사전심의를 받은 것에 한해 집행 가능 (심의필증 등 심의 통과 증빙자료 제출必)
 - 다음 사항으로만 구성된 의료광고에 대해서는 심의를 받지 않을 수 있음
(단, 심의 면제 대상으로만 구성된 소재라는 사실 및 그 근거 자료 제출해야 함)
 - ① 의료기관의 명칭·소재지·전화번호
 - ② 의료기관이 설치·운영하는 진료과목('의료법' 제43조제5항에 따른 진료과목)
 - ③ 의료기관에 소속된 의료인의 성명·성별 및 면허의 종류
 - ④ 의료기관 개설자 및 개설연도
 - ⑤ 의료기관의 인터넷 홈페이지 주소
 - ⑥ 의료기관의 진료일 및 진료시간
 - ⑦ 의료기관이 '의료법' 제3조의5제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 사실
 - ⑧ 의료기관이 '의료법' 제58조제1항에 따라 의료기관 인증을 받은 사실
 - ⑨ 의료기관 개설자 또는 소속 의료인이 '의료법' 제77조제1항에 따라 전문의 자격을 인정받은 사실 및 그 전문과목
 - 비노기과/산부인과 광고는 병원 홍보 광고만 가능하며, 광고물 및 랜딩페이지 관련 SK컴즈 사전 심의 필수
 - '전문병원'으로 지정 받지 않은 의료 기관에서 전문 병원으로 오인될 수 있는 표현 사용 불가
- 의료기기
 - '광고물 및 랜딩페이지에 대해 '한국의료기기산업협회'의 사전 심의를 받은 것에 한해 집행 가능 (심의번호 표기)
(단, 의료기관 및 의료인 등을 대상으로 전문적인 내용 전달을 목적으로 하는 광고물은 사전 심의 없이 광고 가능)
- 의약품 및 의약외품
 - '의약품광고사전심의회'의 사전심의를 통과한 일반의약품에 한해 집행 가능 (심의사실표기)
 - 전문의약품 및 원료의약품에 관한 내용은 광고 불가

■ 식품

- 제품, 품목, 제조방법 또는 성분 등에 관하여 허가를 받거나, 신고 또는 보고한 사항 이외의 내용은 광고할 수 없음
(단, 제조방법에 관하여 연구 또는 발견된 사실로서 식품학, 영양학 등의 분야에서 공인된 사항이나 성분 등이 공인된 시험기관에서 입증된 사항과 식품학 영양학 등의 문헌을 이용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌 명, 발표 연월일을 명시하는 사항은 예외)
- 질병의 치료에 효능이 있다는 내용 또는 의약품으로 혼동할 우려가 있는 내용은 광고 불가
(단, 정부 및 이에 준하는 기관/단체에서 공인 인증 받은 자료를 제출 시 광고에 사용 가능)
- 식품위생법에서 규정하고 있는 유용성 등에 대한 허용범위를 벗어나는 내용은 광고불가
- 제품의 원재료 또는 성분과 다른 내용은 광고불가
- 제조연월일 또는 유통기한을 표시함에 있어서, 사실과 다른 내용은 광고불가
- 제조방법에 관하여 연구 또는 발견한 사실로서 식품학, 영양학 등의 분야에서 공인된 사항이 외의 내용은 광고할 수 없음

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

(단, 제조에 관하여 연구 또는 발견한 사실에 대한 식품학, 영양학 등의 문헌을 인용하여 문헌의 내용을 정확히 표시 하고, 연구자의 성명, 문헌 명, 발표 연월일을 명시하는 사항은 예외)

- 각종의 감사장, 상장(정부표창규정에 의하여 제품과 직접 관련하여 수여한 상장을 제외)또는 체험기 등을 이용하거나 “주문쇄도”, “단체추천” 또는 이와 유사한 내용은 광고불가
- 외국어의 사용 등으로 외국제품 또는 외국과 기술제한한 것으로 혼동할 우려가 있는 내용은 광고불가
- 다른 업체의 제품을 근거 없이 비방하거나, 비방하는 것으로 의심되는 광고 불가
 - 단, 정부 및 이에 준하는 기관/단체에서 공인 인증 받은 자료나 수치를 근거로 타 업체와의 비교 광고는 가능
- 미풍양속을 해치거나, 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진 등을 사용하는 표시, 광고 또는 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 음향을 사용할 경우 광고불가
- 화학적 합성품의 경우, 그 원료의 명칭 등을 사용하여 화학적 합성품이 아닌 것으로 혼동할 우려가 있을 경우 광고불가
- 영, 유아를 대상으로 하는 식품이 모유를 대체할 수 있다는 내용은 광고불가
- 식품의 영양소 함량에 대한 내용의 광고로서, 다음의 각 항목에 해당하는 내용은 광고불가
 - 객관적인 근거자료 없이 무가당, 저당도, 저지방 또는 저칼로리 등의 영양소 함량을 표현하는 내용
 - 영양소의 함량을 구체적으로 명기하지 않고 특정 영양소의 함량이 일반적인 식품보다 현저한 차이를 강조하는 내용
- 다음 각 항목에 해당하는 표현으로서, 소비자를 기만하거나 오인, 혼동시킬 우려가 있는 내용은 광고불가
 - “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현
 - “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현
 - “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현
 - “특수제조법”, “젊음유지”, “미용효과” 또는 “천연”, “무공해” 등의 모호한 표현
- ‘어린이 식생활 안전 특별법’의 기준에 따라 어린이 기호 식품 광고 시 식품이 아닌 장난감이나 그 밖에 어린이의 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는 내용이 담긴 광고 진행 불가

■ 건강기능식품

- 건강기능식품이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조, 가공된 식품을 의미함
- ‘한국건강기능식품 협회’의 사전 심의를 받은 것에 대해 집행 가능 (심의필증 공유 필수)
- 질병의 예방 및 치료에 효능 효과가 있거나 의약품으로 오인 혼동할 우려가 있는 내용은 광고 불가
- 국가 또는 공공기관에 의해 객관적으로 입증된 경우가 아니면 건강관련제품의 효능, 효과에 관한 내용은 광고불가
- 건강관련제품의 생산, 보급이 국가 또는 공공기관의 추천이나 지원을 받고 있지 않음에도 불구하고 이를 주장하거나 암시하는 내용은 광고불가
- 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 등의 자가 제품의 기능성을 보증하거나 제품을 지정공인, 추천, 지도하고 있다는 내용은 광고불가
- 다음 각 항목의 어느 하나에 해당하는 표현으로서, 소비자를 기만하거나 오인, 혼동시킬 우려가 있는 표현은 광고불가
 - “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현
 - “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현
 - “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현
 - 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 “주문쇄도”, “단체추천” 또는 이와 유사한 내용의 표현
- 건강상태에 대한 불필요한 공포감이나 불안감을 조장하는 내용은 광고불가

■ 다이어트

- 다이어트 광고는 체중감량/개선 및 정보제공을 목적으로 하는 광고를 의미함
 - 다이어트 목적의 직/간접적 보조기구, 기능성제품, 보조제, 생약, 한약 및 병원, 클리닉, 민간요법 광고에 해당됨
- 다이어트 광고 집행 시에는 상품과 관련한 아래의 정보를 광고물 또는 연결된 페이지에 표시하여야 함
 - 품목/상표 및 대표자 성명/영업소 소재지 주소/ 사업자등록번호/ 다이어트 상품의 구매, 이용에 관한 약관 등
- 객관적으로 인정되지 아니하거나 근거가 없는 등의 허위/과장된 내용 집행 불가
 - 일반화하기 어려운 체중감량 표현 집행 불가(ex.단기간에 10kg 이상의 체중 감량 또는 1일 1kg 이상의 체중 감량 등)
 - 질병의 치료, 예방, 억제 등의 효용을 나타내는 표현 불가

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

- (ex. 혈중 콜레스테롤 조절작용이 있음, 암 치료 및 억제 가능 등)
- 다이어트 상품만으로 체중 감량이 가능하다는 표현 불가
 - (ex. 식의 요법 또는 운동 없이 체중 감량 가능, 무엇을 얼마나 먹으면서도 체중 감량 가능 등)
- 의약품, 건강기능식품 등 타 품목으로 오인할 수 있는 표현 광고불가
- 광고물 및 랜딩페이지 내에 신체 나체 노출이나, 속옷 착용, 여성 상의/하의 탈의가 있는 경우에는 성인 타겟팅을 통해서 노출되어야 함
 - 특히 광고물 내 신체부위 노출 시 해당 소재 지면의 1/2 이상 노출 금지

■ 비디오, 공연 및 게임

- 비디오/공연/게임 : 집행 전 관람 기준을 구체적으로 밝혀야 하며, 청소년관람불가 판정을 받은 경우 반드시 성인타겟팅을 통해서 노출되어야 함. 단, 학습용 교재의 경우는 제외함.
- 게임 광고의 경우 게임 아이템 거래사이트, 혹은 현물(현금)에 준하는 아이템 거래가 가능한 사이트 진행불가
- 소재 검수 후 노출된 소재일지라도 심각한 사회적 이슈가 발생하거나 그에 준하는 고객항의가 접수되었을 경우 바로 소재 노출 중지를 시킬 수 있음.

■ 영화

- 모든 영화 광고는 '영상물등급위원회(이하 영등위)'의 심의를 득한 광고소재에 한해서만 노출이 가능함 (영등위 심의필증 공유 필수)
- 영상물 등급위원회로부터 '제한 상영가' 등급을 받은 영화는 어떠한 경우라도 광고 노출이 불가함
- SK컴즈의 심의 가이드가 영등위 심의 가이드 보다 우선함 (당사 내부 판단에 의해 수정 요청 사항이 발생할 수 있음)
- 등급을 표시하는 '청소년 관람 불가'문구의 변형형태인 13/19 禁, 18/19 마크 등 사용 불가
- 청소년 관람 불가 영화 광고 가이드
 - '청소년 관람불가 영화'란 영상물 등급위원회로부터 '청소년 관람불가' 등급을 받은 청소년 유해물을 의미함 (청소년 = 만 18세 미만)
 - 성적수치심을 유발하거나, 과도한 신체의 노출 및 특정 부위를 강조한 이미지 및 음란하거나 선정적인 이미지, 성행위를 묘사한 이미지 및 텍스트가 포함된 소재 노출 불가
 - 신체 부위 노출(속옷, 수영복 착용 포함) 이미지는 메인 일 고정 상품(위클리샷 등) 오브젝트로 사용 불가, 오브젝트 외 광고물에서도 해당 소재 지면의 1/3 이상 노출 금지
 - 전신 나체 노출 불가 (단, 여성 상반신 나체 뒷면 및 남성 상반신 나체 노출은 가능하나, 남성 상반신 노출 신에서 여성과 함께 있는 장면일 경우는 불가함)
 - 수영복(속옷 제외) 착용 시 전신 노출이 가능하나 특정부위를 강조하거나 해당소재 지면의 1/5 이상 노출 금지.
 - 직접적 성인 키워드 및 자극적인 문구 삽입 불가 (sex, 누드, 등)
- '공포물' 가이드
 - '공포물'이란 공포감, 혐오감을 유발하는 소재(피, 귀신, 시체 등) 및 효과(비명, 괴기음, 번쩍임 등)를 사용하여 공포감, 혐오감(죽음, 살인 등)을 부각하는 광고물을 의미함 (공포물'은 '공포영화' 장르를 비롯, 그 표현에 의해 공포감을 줄 수 있는 '액션', '스릴러' 등의 장르까지 포괄 적용)
 - 혈액으로 보이는 붉은 컬러는 배너의 1/5이상 노출 불가
 - 귀신, 흉기, 시체, 괴물, 외계인 등의 공포감/혐오감을 주는 이미지는 메인 일 고정상품(위클리샷 등) 오브젝트로 사용 불가, 오브젝트 외 광고물에서도 1/3이상 노출 불가 및 강조/이동 효과(번쩍임, 흔들림 등) 적용 불가
 - 공포영화 일 고정 상품 진행 시 1초 이상 마우스 오버 시 확장 / 공포영화 및 청소년관람불가 영화의 경우 확장 후 close 버튼 바로 노출
 - 공포심을 유발하는 비명, 귀신소리, 괴물 울음 등의 음향 효과는 노출 할 수 없음
 - 유해한 행동을 유발하거나 위협적 문구 사용 제한 (자살, 살인하다, 죽이다 등)
(단, " 전체관람가" 심의가 난 포스터 내 사용된 커피의 경우 혐의 된 건에 한해 허용하나 이 또한 '살인/자살' 등 사회적인 이슈가 있을 경우, 문구 사용을 제한할 수 있음)
 - 고정형 상품 마지막 컷에 영화임을 알 수 없게 자극적 카피나 이미지만을 노출 하는 것은 불가하며 제목 혹은 개봉 일과 함께 사용하여 영화 홍보용 카피, 포스터 임을 알리도록 함

SK커뮤니케이션즈 Display AD 운영 가이드

- SK컴즈 심의에 따라 일부 배너 내 "공포영화입니다"경고 문구 삽입 요청 가능.
- 위의 공포물 가이드에서 벗어나더라도 사용자가 거부감, 혐오감을 느낄 수 있다고 판단되는 소재는 노출 불가

■ 오픈마켓, 소호몰

- 경품 광고의 경우, 반드시 우측 상단에 해당 광고주 로고 삽입
 - 세로 크기 약 25pixel 이상, 무채색(회색) 계열의 로고 사용금지 (단, 광고상품이 실제 판매상품일 경우 광고주 로고 삽입 없이 진행 가능)
- 판매상품 이미지는 저작권이 확보된 이미지만 사용해야 함
- 판매상품/가격표시 등에 과도한 깜빡임 금지 (한 번 반짝일 때 최소 0.7초 이상의 시간을 두어야 함)
- 랜딩페이지는 해당 광고 상품의 판매 페이지 혹은 해당 상품의 리스트 페이지로 이동해야 함.
 - 랜딩페이지와 무관한 내용의 소재 노출 불가
- 신체부위 노출 시(수영복 착용 포함(속옷제외)), 상/하반신 전체 노출을 기본으로 함. (특정부위 강조 불가)
 - 단, 반드시 상반신만 노출되어야 할 경우 특정부위가 강조되지 않도록 처리하여 1인당 배너의 1/6 이상 노출 금지
 - 수영복 이미지 노출 시 랜딩은 반드시 수영복 판매하는 페이지로 반드시 연결 되어야 함
- 특정부위의 과도한 노출 및 침대에 누워있는 포즈 등 성적 상상력을 불러일으키는 컷 노출 불가
- 경쟁 업체와 유사한 크리에이티브 노출 금지

■ 기타

- DB개더링용 광고
 - 윈도우 시스템 및 서비스 디자인을 모방하거나 서비스 콘텐츠와 혼동을 줄 수 있는 내용 금지 (ex. 메일/메시지 도착 알림 문구 및 확인/취소/초대 쪽지 등 서비스 버튼 이미지 사용 불가)
 - 광고물 내 광고주 로고를 노출 필수 (세로 크기 약 25pixel 이상)
 - 모두, 누구나, 무료, 공짜 등 일부 사례를 전체에 적용 가능한 것처럼 과장하는 문구 사용 불가