

广告监测数据规范

Specification for advertising monitoring data

（征求意见稿）

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 缩略语 2

5 数据项属性及描述方法 2

6 数据分类 3

7 数据目录 4

8 数据质量 7

9 数据安全 7

10 数据应用 8

附录 A（规范性） 代码集 10

参考文献 17

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》的规定起草。

请注意本文件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。

本文件由江苏省市场监督管理局提出、归口并组织实施。

本文件起草单位：江苏省广告监测中心、江苏省市场监督管理局、江苏省质量和标准化研究院、江苏省市场监督管理局数据中心、北京中视亚信科技有限公司、成都易播科技有限公司。

本文件主要起草人：陈晓燕、朱玉环、陈宁、韦飞、杨济如、张秀晨、庞文迪、陈蕾、张亮、黄洵、朱涛、唐小东、曾鹏。

广告监测数据规范

1 范围

本文件界定了广告监测相关术语与定义,规定了广告监测数据的数据项属性及描述方法、数据结构、数据目录、数据质量、数据安全及数据应用的要求。

本文件适用于广告监测数据归集、相关信息系统建设,以及广告监测数据共享和应用。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

- GB/T 2260 中华人民共和国行政区划代码
- GB/T 7408.1 日期和时间 信息交换表示法 第1部分:基本原则
- GB 32100 法人和其他组织统一社会信用代码编码规则
- GB/T 42755 人工智能 面向机器学习的数据标注规程
- GB/T 45674 网络安全技术 生成式人工智能数据标注安全规范
- GB/T 45574 数据安全技术 敏感个人信息处理安全要求
- DB32/T 4695-2024 广告监测工作规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

广告主 advertiser

为推销商品或者服务,自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织。

3.2

广告经营者 advertisement operator

接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。

3.3

广告发布者 advertisement publisher

广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。

3.4

广告代言人 advertisement spokesperson

广告主以外的,在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然、法人或者其他组织。

3.5

广告主体 advertising entity

广告信息传播活动中的参与方,包括广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人、互联网信息服务提供者等。

3.6

互联网信息服务提供者 internet information service provider

利用互联网提供信息服务的自然人、法人或者其他组织。

3.7

直播电商平台经营者 live-streaming e-commerce platform operators

在直播电商活动中提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

3.8

直播电商广告 live streaming e-commerce advertising

在直播电商经营活动中，直接或间接介绍所推销的商品或服务的广告。

3.9

AI生成式广告 AI-generated advertising

利用人工智能技术生成的广告内容，包括由AI参与的视觉与内容创作的广告，通过智能推送和算法推荐等技术进行投放。

4 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

APP：应用程序（Application）

HTTP：超文本传输协议（Hyper Text Transfer Protocol）

HTTPS：超文本传输安全协议（Hyper Text Transfer Protocol Secure）

JSON：JS对象简谱（JavaScript Object Notation）

REST：表述性状态转移（Representational State Transfer）

5 数据项属性及描述方法

5.1 数据项属性

数据项通过以下属性描述：

- 数据项名称；
- 数据类型；
- 数据格式；
- 说明。

5.2 描述方法

5.2.1 数据项

宜采用单个或多个中文字词指称数据项的名称。

5.2.2 数据类型

数据类型表示数据项值域范围不同值的集合。应包括表1所列的数据类型。

表 1 数据类型

数据类型	表示形式	表示要求
字符型	C	可包括字母字符、数字字符或汉字等在内的任意字符
数值型	N	阿拉伯数字形式的数值（包括整数型和实型数），可进行数学运算
日期型	YYYYMMDD	采用GB/T 7408.1规定的日期表示法，“YYYY”表示年份，“MM”表示月份，“DD”表示日期
时间型	hhmmss	采用GB/T 7408.1规定的时间表示法，“hh”表示时，“mm”表示分，“ss”表示秒
日期时间型	YYYYMMDDhhmmss	采用GB/T 7408.1规定的日期时间表示法
布尔型	B	有且只有两个表明条件的值，分别用Y/N表示

5.2.3 数据格式

- 5.2.3.1 数据类型后加 1 位数字表示定长数据格式。
示例：C6 表示 6 位定长的字符；N6 表示 6 位定长的数值。
- 5.2.3.2 数据类型后加 “x.y” 表示从最小到最大长度的数据格式。
示例：C2..10 表示最短 2 位、最长 10 位的字符。
- 5.2.3.3 数据类型后加 “..x” 表示变长的数据格式。
示例：C..10 表示最短 1 位、最长 10 位的字符型数据格式。
- 5.2.3.4 数值型 N 后加 “..x” 表示变长整数数据格式。
示例：N..17 表示最长 17 位的数值。
- 5.2.3.5 数值型 N 后加 “..x,y” 表示变长小数数据格式。
示例：N..17,2 表示最长 17 位（包括小数点和小数点后面的数字）、小数点后 2 位的一个数值。
- 5.2.3.6 数据类型后加 “..u1” 表示长度不确定。
示例：C..u1 表示该指称是一个长度不确定的字符，一般为大量的文本内容。

5.2.4 说明

数据项的补充说明信息。

6 数据分类

- 广告监测数据可分为以下类别：
- a) 基础信息类数据，包括监测机构信息、监测任务信息等；
 - b) 广告内容类数据，包括广告名称、广告媒介、广告素材等；
 - c) 广告主体类数据，包括广告主、广告经营者、广告发布者等主体信息；
 - d) 风险识别与处置类数据，包括违法内容、违法线索、处置信息等。

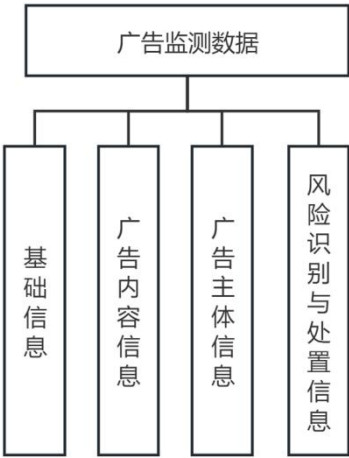


图 1 广告监测数据分类

7 数据目录

7.1 基础信息

记录广告监测所属地域、监测机构、监测用户、监测任务等信息，见表2。

表 2 基础信息表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	地域（城市）名称	字符型	C..40	符合GB/T 2260的规定，填写行政区划名称
2	地域（城市）代码	字符型	C6	符合GB/T 2260的规定，填写行政区划代码
3	监测机构名称	字符型	C..200	监测机构的名称
4	统一社会信用代码	字符型	C18	监测机构的统一社会信用代码，符合 GB 32100的编码规则
5	监测机构地址	字符型	C..512	监测机构的具体地址
6	监测用户账号	字符型	C..100	监测用户的账号
7	监测任务名称	字符型	C..128	监测任务的名称
8	监测任务类型	字符型	C4	监测任务类型，包括日常监测、重点监测、专项监测
9	任务开始日期	日期型	YYYYMMDD	监测任务开始日期
10	任务结束日期	日期型	YYYYMMDD	监测任务结束日期
11	专项任务标签	字符型	C..20	根据监测任务设定专项标签
12	审核方式	字符型	C..20	广告的审核方式，分为机器智能审核、人工审核、机器初审+人工复核三种方式
13	监测媒介范围要求	字符型	C..256	监测任务发布媒介范围要求
14	备注	字符型	C..256	补充说明

7.2 广告内容信息

广告内容信息见表3。

表 3 广告内容信息表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	广告名称	字符型	C..200	广告的名称
2	广告编号	字符型	C..200	广告的编号
3	商品/服务名称	字符型	C..200	商品与服务名称
4	商品/服务类别代码	字符型	C8	商品与服务的分类代码，见表 A.1
5	商品/服务类别	字符型	C..200	商品与服务的分类名称，见表 A.1
6	广告媒介类别	字符型	C..200	广告媒介类别，包括传统媒介、户外媒介和互联网媒介
7	广告媒介渠道	字符型	C..256	传统媒介：电视、广播、报纸等； 户外媒介：楼宇、城市干道、高速公路、商业体等户外站点； 互联网媒介：网站、平台、APP、小程序等
8	广告媒介属地	字符型	C..40	符合 GB/T 2260 的规定，填写行政区划名称
9	广告展现形式	字符型	C3	广告展现形式代码，见表 A.2
10	广告采集日期	日期型	YYYYMMDD	数据采集日期
11	广告采集时间	时间型	hhmmss	数据采集时间
12	广告采集定位	字符型	C..256	传统媒介：电视、广播广告开始时间至结束时间，纸媒版面； 户外媒介：经度和纬度； 互联网媒介：起始页链接、起始页截图、落地页链接、落地页截图；直播间链接、直播间 ID、直播间名称、直播开始时间、直播结束时间
13	广告时长	数值型	N..10	音视频类广告的时长，单位为秒。
14	广告点击量	数值型	N..15	互联网媒介广告的点击量
15	关注人数/粉丝量	数值型	N..15	直播电商广告的关注人数/粉丝量
16	直播销售量	数值型	N..15	直播电商广告的直播销售量
17	AI 生成式广告标识	字符型	C..10	广告包含 AI 生成内容时填写，不涉及该特征则本项留空
18	虚拟数字人主播标识	字符型	C..10	广告使用虚拟数字人作为主播或主要出镜主体时填写；不涉及该特征则本项留空
19	广告素材格式	字符型	C..256	图片、音频、视频、文字等
20	广告素材大小	字符型	C..20	广告的素材大小，单位为 MB
21	广告素材地址	字符型	C..256	广告的素材存储路径
22	广告审批证号	字符型	C..64	广告的审批许可证号

7.3 广告主体

7.3.1 广告主体角色

表 4 广告主体角色表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	广告主	字符型	C..200	广告主为自然人的填写姓名；为法人或者其他组织的填写名称
2	广告经营者	字符型	C..200	广告经营者为自然人的填写姓名；为法人或者其他组织的填写名称

表 4 广告主体角色表（续）

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
3	广告发布者	字符型	C..200	广告发布者为自然人的填写姓名；为法人或者其他组织的填写名称
4	广告代言人	字符型	C..200	广告代言人的姓名和身份
5	互联网信息服务提供者	字符型	C..200	互联网信息服务提供者为自然人的填写姓名；为法人或者其他组织的填写名称
6	直播电商平台经营者	字符型	C..200	直播电商平台经营者为自然人的填写姓名；为法人或者其他组织的填写名称
7	MCN 机构	字符型	C..200	填写机构名称

7.3.2 广告主体信息

表 5 广告主体信息表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	主体名称	字符型	C..200	经营主体的名称
2	统一社会信用代码	字符型	C18	法人和其他组织的统一社会信用代码。采用 GB 32100 的编码规则
3	经营范围	字符型	C..3000	企业生产和经营商品的类别、品种及服务项目
4	自然人身份标识	字符型	C..18	广告主体为自然人时填写脱敏后的身份证号码，仅保留前 6 位行政区划代码和后 4 位，中间用“*”替代，如“3201*****1234”
5	所属行政区划代码	字符型	C6	监管所在地的行政区划的代码
6	所属行政区划	字符型	C..64	监管所在地县级以上行政区划的名称或地名
7	所属省份	字符型	C6	监管所在的省份（自治区、直辖市、新疆生产建设兵团）
8	所属城市	字符型	C6	监管所在的市（地、区）
9	所属县（区、县级市）	字符型	C6	监管所在的区、县

7.4 风险识别与处置

7.4.1 风险识别

识别并标注广告违法行为具体内容，广告违法风险识别信息表见表6。

表 6 广告违法风险识别信息表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	是否涉嫌违法广告	布尔型	B	用 Y/N 表示，Y 表示是涉嫌违法广告；N 表示不是涉嫌违法广告
2	是否涉嫌导向违法	布尔型	B	用 Y/N 表示，Y 表示涉嫌导向违法；N 表示不涉嫌导向违法
3	违法内容	字符型	C..512	广告违法内容具体信息，如“野生鱼”
4	违法类别	字符型	C..128	对应法律法规名称
5	违法行为表现	字符型	C..512	广告违法表现描述，如“广告含有妨碍环境、自然资源或者文化遗产的内容”
6	违法代码	字符型	C..6	《广告违法行为监测编码》对应编码
7	认定依据	字符型	C..128	《广告违法行为监测编码》具体内容
8	电子证据地址	字符型	C..256	电子证据存储路径

7.4.2 违法线索处置

传统媒介/户外媒介/互联网媒介传播内容参数保持一致，记录广告违法线索处置信息，见表7。

表 7 广告违法线索处置信息表

序号	数据项名称	数据类型	数据格式	说明
1	广告名称	字符型	C..128	派发的广告违法线索
2	处置时间	日期时间型	YYYYMMDDhhmmss	广告违法线索处置时间
3	处置机构	字符型	C..200	广告违法线索处置机构名称
4	处置状态	字符型	C2	广告违法线索处置状态，代码见表A.3
5	处置决定	字符型	C2	广告违法线索处置决定，代码见表A.4
6	处置意见	字符型	C..1000	广告违法线索具体的处置意见
7	处置账号	字符型	C..100	广告违法线索处置监管账号
8	申请复核理由	字符型	C..1000	当处置决定为“复核申请”时必须填
9	驳回理由	字符型	C..1000	当处置决定为“驳回”时必须填,如“ 申请理由不成立”、“管辖权问题”等
10	不违法理由	字符型	C..1000	当处置决定为“不违法”时必须填
11	立案决定书	字符型	C..50	当处置决定为“立案”时必须填
12	处罚决定书	字符型	C..50	当处置决定为“行政处罚”时必须填
13	处置材料	-	-	上传处置材料内容

8 数据质量

- 8.1 广告监测数据涉及图像、视频、音频、网页链接等多种类型，数据质量应符合 DB32/T 4695-2024 中第 13 章的规定。
- 8.2 采集数据应完整、准确、可溯源，AI 标注类数据应满足 GB/T 42755、GB/T 45674 的标注质量要求。

9 数据安全

9.1 数据采集安全

广告监测数据的采集涉及个人信息的数据时，应明示采集目的、方式和范围。敏感个人信息处理应符合GB/T 45574的相关要求。

9.2 数据存储安全

- 9.2.1 对存储在平台的数据信息存储介质中的数据，应设置加密、备份与恢复机制，并采用数据访问控制机制来防止数据的越权访问。应提供相应的身份认证和访问控制机制。
- 9.2.2 应使用认证系统和机制，进行权限设置、认证以及审计。
- 9.2.3 存储广告监测数据的信息系统应符合 GB/T 22239 的相关要求。
- 9.2.4 应采用加密技术或去标识化技术在数据存储过程中隐藏敏感数据。

9.3 数据传输安全

- 9.3.1 数据传输应采用 HTTPS 等安全协议。
- 9.3.2 在对数据信息进行传输时，应在风险评估的基础上，采用合理的加密技术、协议。
- 9.3.3 在数据传输过程中宜使用数字签名、消息验证码等技术。

9.4 数据使用与共享安全

- 9.4.1 广告监测数据的持有方和数据处理器应建立数据分类分级保护制度，根据数据类别和敏感程度，确定相应的安全保护等级，采取适合的保密、脱敏等处理方法。
- 9.4.2 数据共享应遵循最小必要原则，通过数据接口、前置数据库等安全可控的方式进行。
- 9.4.3 向第三方提供数据时，应进行安全评估，并签订数据安全协议，明确使用范围、留存期限等。
- 9.4.4 涉及个人信息的数据共享，应进行脱敏处理或匿名化处理。

10 数据应用

10.1 广告监督管理

可利用广告监测数据，为以下广告监管工作提供数据支持：

- 线索应用：利用广告监测数据经审核判定后形成的涉嫌违法广告线索及相关电子证据，为广告监督管理行政主管部门开展案件查处提供数据支撑；
- 监测通报：根据广告监管工作需要，利用广告监测数据形成的监测报告可以适当形式向相关广告监督管理行政主管部门或者整治虚假违法广告联席会议相关成员单位通报；
- 监测预警：通过对广告监测数据的分析，识别违法率高、违法领域集中、社会反响强烈的重点领域、重点时段、重点地区等信息，提示广告发布风险，为发布广告违法警示公告提供数据支持；将广告监测数据与消费投诉、违法案件等数据融合贯通，加强市场风险预警；
- 决策支持：数据统计与分析结果为行政指导、专项治理、督查督办等工作提供依据，并可为广告发布媒介分级评价、广告活动主体信用评价等监管措施提供数据参考。

10.2 数据共享与业务协同

- 10.2.1 宜根据跨部门、跨层级监管协同的需要，通过数据接口、前置数据库等安全可控的方式，将广告监测相关数据与关联监管信息系统进行共享与交换，为协同监管提供数据基础。
- 10.2.2 宜汇总区域广告投放规模、品类结构、媒介渠道、消费引流效果等脱敏统计数据，支撑行业开展市场研究、消费趋势分析。

10.3 模型训练与数据集建设

- 10.3.1 宜利用人工智能、大数据分析等技术，对广告监测数据进行深度挖掘与模型训练，为涉嫌违法广告的自动识别、线索的智能分级、风险的预测预警等智能化应用提供数据支持。
- 10.3.2 宜考虑人工智能应用场景对训练数据的需求，开展行业高质量数据集建设工作。用于人工智能模型训练与评测的广告监测数据，其采集、标注、使用等活动应符合 GB/T 45674 与 GB/T 42755 的相关规定。
- 10.3.3 不应将含有商业秘密、个人隐私或涉密信息的原始广告监测数据直接用于人工智能模型训练。

10.4 数字经济与产业赋能

- 10.4.1 宜利用广告监测数据，开展产业发展态势分析，包括但不限于：

- 不同行业、不同区域广告投放规模与趋势分析，为数字经济产业结构优化提供数据参考；
- 基于数智广告的投放特征分析，反映消费市场动态，引导市场资源优化配置，培育新兴消费，赋能实体经济发展。

10.4.2 宜推动广告监测数据与地方经济的融合应用，激活文旅消费，赋能地方特色产业，服务区域经济协调发展。

附 录 A
(规范性)
代码集

A.1 广告内容类别代码

- A.1.1 说明：广告内容中介绍的商品或服务类别的代码。
- A.1.2 表示格式：C..6。
- A.1.3 编码方法：采用层次编码法，用6位数字字符表示，代码见表A.1。

表 A.1 广告内容类别代码表

代码	名称
01	药品类
0101	处方药
0102	非处方药
0103	疫苗
0104	其他药品
02	医疗器械类
0201	医疗器械
03	化妆品类
0301	普通化妆品
0302	特殊化妆品
0303	儿童化妆品
04	房地产类
0401	商品房
0402	商业地产/非民用
0403	其他房地产
05	普通食品类
0501	乳制品
0502	饮料
0503	奶粉
0504	冲饮食品
0505	方便食品
0506	焙烤食品
0507	食用油脂
0508	米面杂粮
0509	调味品
0510	生鲜食品
0511	其他普通食品
06	特殊食品类
0601	保健食品
0602	特殊医学用途配方食品

表 A.1 广告内容类别代码表（续）

代码	名称
0603	婴幼儿配方食品
0604	其他特殊食品
07	烟草类
0701	卷烟
0702	电子烟
0703	其他烟草制品
08	酒类
0801	酒
09	电器类
0901	视听设备
0902	空气调节设备
0903	通信设备
0904	厨卫电器
0905	照摄像产品
0906	小家电产品
0907	其他电器
10	交通产品类
1001	机动车
1002	非机动车
1003	汽车用品
1004	其他交通产品
11	知识产品类
1101	软件
1102	音像印刷出版物
1103	电子出版物
1104	其他知识产品
12	普通商品类
1201	养生休闲用品
1202	消毒用品
1203	洁齿用品
1204	卫生用品
1205	清洁用品
1206	计算机及配套设备
1207	服饰箱包
1208	家具家私
1209	纺织品
1210	办公学习用品
1211	首饰
1212	钟表眼镜

表 A, 1 广告内容类别代码表（续）

代码	名称
1213	收藏品
1214	厨房用具
1215	建材五金
1216	文体娱乐产品
1217	工业设备
1218	宠物产品
1219	农药
1220	兽药
1221	农林渔牧物资（非农药、兽药）
1222	儿童玩具
1223	其他普通产品
13	医疗服务类
1301	医疗美容服务
1302	近视矫正服务
1303	口腔医疗服务
1304	疫苗接种服务
1305	辅助生殖服务
1306	其他医疗诊疗服务
14	金融服务类
1401	证券
1402	彩票
1403	保险
1404	典当
1405	银行
1406	拍卖
1407	债券
1408	基金
1409	借贷
1410	综合金融
1411	其他金融服务
15	信息服务类
1501	普通电话服务
1502	移动通信服务
1503	声讯服务
1504	其他信息服务
16	互联网服务类
1601	电子商务
1602	网络游戏
1603	其他互联网服务

表 A.1 广告内容类别代码表（续）

代码	名称
17	商业招商投资类
1701	加工承揽
1702	招商
1703	特许加盟
1704	其他商业招商投资
18	教育培训服务类
1801	学历教育
1802	职业技能培训
1803	校外培训（学科类）
1804	校外培训（非学科类）
1805	公务员考试培训
1806	其他教育培训服务
19	会展文体活动服务类
1901	会展
1902	文体活动
1903	其他会展文体活动服务
20	普通服务类
2001	销售服务
2002	职业中介
2003	旅游服务
2004	票务服务
2005	餐饮服务
2006	宾馆服务
2007	运输服务
2008	休闲娱乐服务
2009	美容美发美体（除医疗美容）
2010	装饰装潢服务
2011	婚介婚庆服务
2012	出入境中介服务
2013	企业登记代理
2014	法律服务
2015	邮政快递服务
2016	摄影服务
2017	咨询服务
2018	修理与维护服务
2019	房产中介服务
2020	财会服务
2021	留学中介服务
2022	家政服务

表 A.1 广告内容类别代码表（续）

代码	名称
2023	广告设计、制作、代理服务
2024	养老服务
2025	殡葬服务
2026	种养殖服务
2027	宠物服务
2028	其他普通服务
21	形象宣传类
2101	形象宣传
22	非商业类
2201	公告启事
2202	公益广告
2203	企业招聘
2204	其他非商业
23	其他
2301	其他

A.2 广告展现形式代码

- A.2.1 说明：广告展现形式代码。
- A.2.2 表示格式：C3。
- A.2.3 编码方法：用三位数字字符表示，其中第一位表示大类，第二、三位表示小类，代码见表A.2。

表 A.2 广告展现形式代码

代码	名称
100	传统媒介
101	硬广
102	软广
103	栏目广告（光明/特约/赞助/口播/走马字幕）
104	植入广告
199	其他传统媒介广告
200	户外媒介
201	大牌
202	框架/海报
203	车身
204	道闸
205	LED
299	其他户外媒介广告
300	互联网媒介
301	展示广告（文字链/开屏/弹窗/横幅/贴片/视频暂停/屏保/信息流）
302	软文广告（知识介绍/经验分享/体验/测评/种草/探店）

表 A.2 广告展现形式代码（续）

代码	名称
303	搜索广告(AdWords/SEO/SEM/付费搜索/竞价排名)
304	直播营销广告（讲解/切片/回放）
305	互联网植入广告
399	其他互联网媒介广告
900	其他

A.3 违法行为监测代码

- A.3.1 说明：广告违法行为监测的代码。
- A.3.2 表示格式：C..6。
- A.3.3 编码方法：采用层次码，用6位字母和数字字符表示，代码按照《广告违法行为监测编码》规定执行。

A.4 处置状态代码

- A.4.1 说明：违法广告处置状态的代码。
- A.4.2 表示格式：C2。
- A.4.3 编码方法：用两位数字字符表示，其中第一位表示大类，第二位表示小类，代码见表A.3。

表 A.3 处置状态代码表

代码	名称
10	本级处理
11	待办理
12	待办结
13	待复核
20	已派发
21	待下级办理
22	待下级办结
23	待下级复核
30	已办结

A.5 处置决定代码

- A.5.1 说明：违法广告处置决定的代码。
- A.5.2 表示格式：C2。
- A.5.3 编码方法：用两位数字字符表示，其中第一位表示大类，第二位表示小类，代码见表A.4。

表 A. 4 处置决定代码表

代码	名称
10	本级办理
11	立案调查
12	责令改正
13	责令停止发布
14	行政处罚
15	不予处罚
16	案件线索移交
17	移送司法机关
19	其他情况
20	派发
21	撤回
30	退回系统
40	复核申请
41	重新判定是否违规
42	管辖错误
43	其他区域已立案
50	复核
51	同意
52	驳回
60	补充说明

参 考 文 献

- [1] GB/T 40645-2021 信息安全技术 互联网信息服务安全通用要求
 - [2] 中华人民共和国广告法（中华人民共和国主席令第81号）
 - [3] 中华人民共和国密码法（中华人民共和国主席令第35号）
 - [4] 互联网广告管理办法（国家市场监督管理总局令第72号）
 - [5] 广告违法行为监测编码
 - [6] 广告监测名称信息标注指南（试行）
 - [7] 直播电商监督管理办法（国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室令第117号）
-