

zum 디스플레이 광고가이드

2016.02.15 / Release Ver 1.0.2

| | |
|---------------------------|----|
| 1. 운영가이드..... | 2 |
| (1) 집행가이드 | 2 |
| (2) 소재가이드 | 2 |
| 2. 심의가이드..... | 5 |
| (1) 공통 심의가이드..... | 5 |
| (2) 업종별 심의가이드 | 6 |
| ▷ 식품 | 6 |
| ▷ 건강기능식품 | 8 |
| ▷ 다이어트..... | 8 |
| ▷ 의약품/병원 | 9 |
| ▷ 화장품 | 11 |
| ▷ 주류 | 11 |
| ▷ 담배 | 11 |
| ▷ 도박/복권/경마/경륜/경정/카지노..... | 11 |
| ▷ 영화/비디오/공연/게임 | 12 |
| ▷ 보험 | 12 |
| ▷ 대출/대부업 | 12 |
| ▷ 선거/정당 | 13 |
| ▷ 성인 | 13 |
| ▷ 기타집행불가 | 13 |
| ▷ 영화 크리에이티브 가이드..... | 13 |

1. 운영가이드

(1) 집행가이드

- ▷ zum은 광고 매체로서의 가치와 zum의 브랜드 이미지를 유지하고 향상시키기 위해, 일부 광고물에 대해서는 광고 집행을 제한하고 있습니다. 이에 따라 제작된 광고물을 검토하여 자체 기준에 맞지 않을 경우 수정을 요청할 수 있고, 또한 내부 결정에 따라 특정 광고물의 게재를 거부할 수도 있습니다.
- ▷ “zum지정 공식 미디어렐(zum과 계약을 통해 선정된 업체)”를 제외한 이외의 사업자의 “제 3자 광고전송(3rd Party AD Deliver)”과 광고소재 내에 태그삽입은 허용하지 않습니다. (Tag in Tag 방식의 집행 불가)
- ▷ 한 광고 인벤토리 당 게재 가능한 소재는 2개를 원칙으로 합니다. (3개 이상일 경우 협의 필요)
 - 한 광고 인벤토리 당 한 광고주의 크리만 진행 가능한 것을 원칙으로 합니다. 한 광고 인벤토리 당 광고소재의 교체는 계약기간에 한해 1개월당 5회까지 가능합니다.
- ▷ 광고소재는 원활한 운영을 위하여, 영업일 기준 집행 전 3일까지 전달해 주셔야 합니다.
- ▷ 특수광고소재는 영업일 기준으로 최소 5일 전까지 전달해주셔야 합니다.
- ▷ 18시~09시까지는 소재 교체가 불가합니다.
- ▷ 주말 및 공휴일에는 소재 교체가 불가합니다.
- ▷ Brand 인지도나 회원의 Loyalty를 고려할 때, 같은 비용의 광고를 집행하더라도 그 효과는 매우 큰 차이를 가져올 수 있습니다.
- ▷ zum은 확실하고, 효과적인 마케팅을 도와드리기 위해 고객의 입장에서 최소의 비용으로 최대의 서비스를 제공하고자 항상 노력하고 있습니다.

(2) 소재가이드

- ▷ 이용자를 부당하게 기만하는 내용은 집행이 불가합니다.
 - 이용자가 임의대로 종료할 수 없는 방식은 광고집행 불가
 - 일정시간이 경과한 후에 다시 확장되는 방식은 광고집행 불가
 - 클릭을 유발하기 위한 허위의 기능을 삽입하는 광고 방식은(마우스포인트, 사운드/플레이 제어버튼 등) 광고집행 불가
 - 랜딩페이지가 이용자의 의사에 반하여, 반복적으로 표시(Fake의도)되는 경우 광고집행 불가 (랜딩페이지는 1개 Site에 한정)
 - 랜딩페이지에서 본래의 인터넷 홈페이지로 되돌아가기를 차단하는 경우 광고집행 불가
 - 랜딩페이지에 접속되지 않거나 정상적으로 서비스되지 않는 경우 광고집행 불가
 - 랜딩페이지가 미완성되었거나, 정상적인 페이지라고 생각되기 어려운 경우 광고집행 불가
 - 랜딩페이지 내에서의 액션(팝업 등)이 사용자의 활동성을 지나치게 제약 혹은 방해할 경우 광고집행 불가
 - 랜딩페이지가 팝업더로 진행되는 경우 광고집행 불가
 - 다른 콘텐츠 제공 없이 바로 로그인 또는 회원가입을 유도하는 경우 광고 집행 불가.
 - 랜딩페이지를 종료한 후에 다른 페이지로 연결되거나, 일정시간이 경과한 후에 다시 열리게 하는 경우 집행 불가
 - 이용자의 동의 없이 프로그램을 설치하거나 개인정보를 수집하는 경우 광고불가
 - 시작페이지 변경, 바로가기 생성, 소프트웨어 설치 등 이용자의 컴퓨터 환경 변화를 유도하는 경우 광고불가

- 운영체제(OS) 복제형 및 과도한 Fake 방식으로 이용자 액션을 유도하는 경우 광고집행 불가
 - 기타 이용자의 불편을 초래할 수 있다고 판단되는 경우 광고를 제한할 수 있음
 - 광고물의 번쩍거림 표현 시, 1회 노출 당 최소 0.7초 이상의 시간 간격 필수
 - 초기화면의 광고물은 Default 사운드 ON 적용 불가, 임의대로 '마우스를 올려주세요' 문구 삽입 불가
 - 재난이나 긴급 상황으로 오인하게 할 정도의 표현 불가
 - zum의 모든 광고물은 Default 사운드 Off 적용. 이용자의 액션에 의해 사운드 조절 필수
 - (공포)영화 광고소재의 크리에이티브 가이드는 업종별 가이드 참고
- ▷ zum의 동의 없이 특정제품이나 서비스를 추천 혹은 권장하는 듯한 오해를 불러 일으킬 수 있는 내용의 광고 표현을 해서는 안됩니다.
- ▷ 광고캠페인과 전혀 상관 없는 표현 및 오해의 소지가 있는 표현은 불가합니다.
- 중요한 정보를 생략하거나, 부분적인 사실만을 강조하여 전체 사실을 오인하게 하는 표현은 불가.
 - 픽션 형태의 광고가 사실로 오인될 수 있는 소지의 표현은 사용이 불가.
- ▷ 번쩍거림 표현 시 한번 번쩍일 때 최소 0.7초 이상의 시간을 두어야만 가능합니다.



- ▷ zum과 사전 협의 없이 zum의 로고와 “zum”이라는 사명을 사용해서는 안되며, 공동 이벤트의 경우에도 반드시 사전 협의가 이뤄진 후 사용 가능합니다.
- ▷ 광고 소재에 하이퍼링크로 연결되어 뜬 광고주의 사이트가 “전체화면(Full Screen Mode)” 형태인 경우에는, 반드시 해당 페이지에 화면을 제어할 수 있는 “컨트롤옵션(Control Option)”이나 “닫기” 버튼을 두어야 합니다.
- ▷ 모든 배너에서 사용자의 액션에 의하지 않는 사운드 노출은 불가합니다.
- ▷ 마우스오버시 Action 적용은 불가합니다.
- 소재 내에서 임의대로 '마우스를 올려주세요' 등의 오인의 소지가 있는 표현 사용불가
- ▷ 광고의 정지화면에서는 이미지 노출범위가 전체 크리에이티브의 최소 50%이상 점유되어야 합니다.
- ▷ 동영상배너의 경우 한 개의 영상으로 제작해야 합니다. (배너 내에서 소재를 여러 개(플래시 파일 등) 이어 붙이는 것은 불가)
- ▷ 저작권 침해의 문제가 발생할 여지가 있는 유명인의 사진, 이름, 문구를 사용해서는 안됩니다.

- ▷ 광고 내용 중 계량단위의 표기는 ‘법정단위(국가표준기본법-계량에 관한 법률)’에 의거해 위배되지 않는 내용에 한하여만 사용 가능합니다.
- ▷ 상기 명시된 사항 외에도, 국내 법규에 직·간접적으로 저촉되는 광고는 금지됩니다. 또한 향후 법규의 제정/개정 등으로 인하여, 현재 zum이 운영중인 가이드라인이 법규와 상충될 경우에는 관련 법규가 본 가이드라인을 대체합니다.
- ▷ 광고내용이 zum의 기존 서비스 영역과 충돌하는 경우, zum은 해당 광고의 게재를 거부하거나 제한할 수 있습니다. (광고주 및 연결링크 포함)
 - 광고를 콘텐츠로 오인할 수 있는 경우에는 광고의 게재를 거부하거나 제한할 수 있음..(광고주 및 연결링크 포함)
 - 시스템폰트 및 콘텐츠 유사 비주얼을 사용하는 광고 불가
 - 페이지에 오류가 있다고 오인될만한 표현 불가
- ▷ 기타 상기 명시된 사항 이외에도 광고전략정책 담당자의 판단에 따라 zum 및 광고주에게 부정적인 영향을 주는 음향 및 시각적 효과가 사용된 소재로 판단될 시 수정을 요청할 수 있습니다.

2. 심의가이드

(1) 공통 심의가이드

- ▷ 법령 및 주요 권고사항 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 광고에 대한 제반 법령 및 지침 또는 고시에 반하는 광고 집행 불가
 - 정부기관 및 이에 준하는 협회/단체의 주요 권고사항에 대해서는 광고 제한
 - 소송 등 재판에 계류 중인 사건 또는 국가기관에 의한 분쟁조정이 진행중인 사건에 대한 일방적 주장이나 의견은 광고 집행 불가

- ▷ 선정성/음란성 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 성기, 성행위, 성범죄와 관련된 내용을 묘사하거나 저속, 흥미위주로 다루는 내용은 광고불가
 - 음란정보나 퇴폐업소, 매춘 등 성매매를 권유, 유도, 조장, 방조하는 내용은 광고불가
 - 성적 표현을 통하여 성적 유희의 대상을 찾거나, 강간 등 성폭력행위를 묘사하는 내용은 광고불가
 - 속옷을 착용한 모델이미지는 광고 집행 불가 (속옷을 제품으로만 보여주는 광고 형태는 집행 가능)
 - 실사 및 일러스트에서 신체 특정 부위를 이용하여 상품이나 서비스의 본질과 상관없이 성적인 캐릭터를 강조할 수 없음.
 - 성적 수치심을 불러 일으킬 수 있는 음란/선정적인 표현 불가

- ▷ 폭력성/혐오감/공포감 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 살인, 폭행, 협박, 학대행위 등 구체적으로 묘사함으로써, 지나친 불안감을 조성할 수 있는 내용은 광고불가
 - 구토, 배설, 오물 등을 구체적으로 묘사하여 혐오감을 불러 일으킬 수 있는 내용은 광고불가
 - 낙태, 절개, 전달, 수술장면, 출산 등 의료행위를 지나치게 상세히 표현하여, 혐오감을 불러일으키는 내용은 광고불가
 - 욕설, 언어폭력 등으로 굴욕감 내지, 불쾌감을 불러일으키는 내용은 광고불가

- ▷ 권리 침해 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 타인 혹은 타 집단의 명예를 훼손하거나 비방 등 권리 침해가 우려되는 내용은 광고불가
 - 정당한 권한 없이 개인의 사생활 침해, 초상권 등 인격권을 침해하거나 상표/저작권 등 지적재산권을 침해하는 경우에는 광고불가
 - 사실유무와 상관없이 타사 또는 타사 제품을 직접적으로 비교/비방하는 경우에는 광고불가
 - 기타 의견광고인 경우, 배너소재상에 해당 문구 삽입 필수. “본 광고는 *** (업체/기관명) 의 의견광고입니다”
 - 화폐 도안을 무단으로 사용하는 행위는 '저작권법'에 의해 금지되며, 광고상에 무단으로 사용될 경우에는 광고 불가
 - 화폐 도안 사용 문의: 한국은행 > 화폐 도안 이용기준 > 전자석 삽화 가이드 준수 (<http://www.bok.or.kr/broadcast.action?menuNavild=1579>)

- ▷ 허위/과장 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 허위의 사실로서 사회적 혼란을 야기할 수 있는 내용은 광고불가
 - 중요한 정보를 생략하거나, 부분적인 사실을 강조하여 사람들을 잘못 오인하게 할 수 있는 내용은 광고불가
 - 이용자에게 실제 발생한 사실로 오인되도록 하는 표현은 광고불가
 - 광고주 및 캠페인 목적과 관련성이 낮은 내용을 통해 이용자를 유인하는 경우는 광고불가
 - 광고를 통한 고지사항이 사실과 다를 경우에는 광고불가
 - 사실에 대해 실증할 수 없거나, 객관적인 근거 및 공인된 자료 없이 사용된 최상급의 표현(최고/최저/최대)은 광고 불가

- ▷ 미풍양속 저해 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 도박, 또는 지나친 사행심을 조장하는 내용은 광고불가
 - 미신숭배 등 비과학적인 생활태도를 조장하거나 정당화하는 내용은 광고불가
 - 특정 종교, 종파 또는 종교의식을 비방, 왜곡하거나 정당화하는 내용은 광고불가
 - 성별/장애/연령/사회신분/지역/직업 등을 차별하거나, 이에 대한 편견을 조장하는 내용은 광고불가
 - 자살을 미화, 권유, 조장 및 자살 방법을 적시하여 자살 충동을 일으킬 우려가 있는 내용은 광고불가
 - 범죄, 범죄인 또는 범죄단체 등을 미화하는 내용은 광고불가
 - 외래어, 신조어 등의 경우 저속하거나 조롱하는 표현 불가.
 - 기타 패륜적, 반인륜적 행위를 묘사하여 사회적 혼란을 야기할 우려가 있는 내용은 광고불가

- ▷ 청소년 보호에 관한 기준 위반 시 진행이 불가능 합니다.
 - 청소년보호법에서 지정한 "청소년유해매체물" 및 "유해 품목"은 광고불가
 - "청소년유해매체물"은 청소년보호위원회가 청소년에게 유해한 것으로 결정하여 보건복지가족부장관이 이를 고시한 매체 기준을 준수
 - "유해 품목"은 인터넷광고심의규정에 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

(2) 업종별 심의가이드

- ▷ 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 공인

된 사항이나 성분 등이 공인된 시험기관에서 입증된 사항과 식품학 영양학 등의 문헌을 이용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌명, 발표년월일을 명시하는 사항은 예외)

- 질병의 치료에 효능이 있다는 내용 또는 의약품으로 혼동할 우려가 있는 내용은 광고불가
- 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
(단, 제조에 관하여 연구 또는 발견한 사실에 대한 식품학, 영양학 등의 문헌을 인용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌명, 발표연월일을 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 외국제품으로 혼동할 우려가 있는 표시, 광고 또는 외국과 기술 제휴한 것으로 혼동할 우려가 있는 내용은 광고불가
- 다른 업체의 제품을 비방하거나, 비방하는 것으로 의심되는 광고이거나, 제품의 제조방법, 품질, 영양가, 원재료, 성분 또는 효과와 직접 관련이 적은 내용을 강조함으로써, 다른 업체의 제품을 간접적으로 다르게 인식되게 하는 내용은 광고불가
- 미풍양속을 해치거나, 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진 등을 사용하는 표시, 광고 또는 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
 - ① “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현
 - ② “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현
 - ③ “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현
 - ④ “특수제조법”, “젊음유지”, “미용효과” 또는 “천연”, “무공해” 등의 모호한 표현
- '어린이 식생활 안전관리 특별법' 상 표시할 수 없는 사항('어린이 식생활 안전관리 특별법' 제10조)
 - 어린이 기호식품을 제조, 가공, 수입, 유통, 판매하는 자가 식품이 아닌 장난감이나, 그 밖에 어린이의 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는 내용이 담긴 광고를 하는 행위
- '친환경농업육성법' 상 표시할 수 없는 사항('친환경농업육성법' 제 17조의 제5호)
 - '친환경농업육성법' 상 인증품이 아닌 농산물을 친환경농산물로 광고하거나, 친환경 농산물인증을 받은 내용과 다르게 인증품을 광고하는 행위

▷ 건강기능식품

- 건강기능식품이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조(가공을 포함)한 식품을 의미함('건강기능식품에 관한 법률' 제3조 제1호)
- 건강기능식품 광고(배너) 및 랜딩페이지의 제작물에 대해, 한국건강기능식품협회의 사전 심의필증이 없을 경우 광고불가
- 유명연예인, 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 등의 공인을 활용하여, 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
 - ① “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현
 - ② “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현
 - ③ “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현
 - ④ 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 “주문쇄도”, “단체추천” 또는 이와 유사한 내용의 표현

▷ 다이어트

- 다이어트 광고는 체중감량/개선 및 정보제공을 목적으로 하는 광고를 의미함
- 다이어트 광고는 다이어트 목적의 직/간접적 보조기구, 기능성제품, 보조제, 생약, 한약 및 병원, 클리닉, 민간요법 광고에 포괄적으로 적용함
- 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

[다이어트 광고의 부적합한 표현]

- 의약품, 건강기능식품 등 타 품목으로 오인할 수 있는 표현
- 단기간에 10kg 이상의 체중감량 또는 1일 1kg 이상의 체중감량 등 일반화하기 어려운 체중감량 표현
- 허리 -○kg”, “허리 -○inch” 등 단기간에 특정부위를 비정상적으로 감량할 수 있다는 표현
- “비만의 근원적 치료가 가능하고, 비만방지 할 수 있음”
- “암의 치료 및 억제가 가능함” 또는 “당뇨병 예방 및 치료가 가능함”, “각종 성인병을 예방할 수 있음” 등 질병의 치료, 예방, 억제 등의 효용을 나타내는 표현
- “식이요법 또는 운동 없이 체중감량을 할 수 있음” 또는 “무엇을 얼마나 먹어도 체중감량을 할 수 있음”, “이 제품을 사용하면 누구나 체중감량을 할 수 있음” 등 식이요법, 운동 등을 병행하지 아니하여도 당해 다이어트 상품만으로 체중감량이 가능하다는 표현
- “다이어트 후 요요 현상 없음”
- “제품사용만으로 체중감량을 할 수 있음”
- “피부미용에 도움이 됨”
- “혈중 콜레스테롤 조절작용이 있음”
- “당과 지방흡수 지연효과가 있음”
- “체내 노폐물과 유해물질 배설을 도움을 줌”
- “영양분의 흡수촉진작용이 있음”
- “체지방분해가 가능함”

- 기타 허위 과장된 효용을 나타내는 표현
- 사용자의 건전한 인터넷 이용에 방해되는 이미지, 문구 사용시 자체 심의기준에 의거 광고 게재지면에 제한을 가할 수 있음

▷ **의약품/의료기기/병원**

[의약품]

- 의약품 광고(배너) 및 랜딩페이지의 제작물에 대해, 한국제약협회의 사전심의필증이 없을 경우 광고불가(배너 소재상에 심의필 표시 필수)
- 전문의약품 및 원료의약품(식품의약품안전청장의 지정고시에 따른 광고금지대상 의약품)에 관한 내용은 광고불가
- 효능이나 성능을 과장하거나, 약품의 오용과 남용을 조장하는 표현은 광고불가
- 의약품의 부작용을 부정하거나, 부당하게 안전성을 강조하는 표현은 광고불가
- 광고대상을 효능, 효과와 무관하게 특정 대상자에 한정하는 표현은 광고불가
- 의약품을 의약품이 아닌 것으로 오인하게 할 우려가 있는 표현은 광고불가
- 의약품이 아닌 제품을 의약품이나 의약학적인 치료효과가 있는 것처럼 하는 표현은 광고불가
- 의사, 치과의사, 한의사, 약사 또는 기타 이와 유사한 자가 이를 보증, 지정, 공인, 추천, 지도 또는 선용하고 있다는 내용은 광고불가
- 효능, 효과를 광고함에 있어, “확실한 보증” 또는 “최고”, “가장 좋은” 등의 단정적인 표현은 광고불가
- 다른 의료기관/의료인의 기능 또는 진료방법과 비교 혹은 비방하는 내용은 광고불가
- 신문, 방송, 잡지 등을 이용하여 기사 또는 전문가의 의견 형태로 표현된 내용은 광고할 수 없음.
- 주성분이 아닌 성분의 효능, 효과에 관한 표현은 광고불가
- 사용 전, 후의 비교 등으로 그 사용결과를 표시 또는 암시하거나 적응증상을 위협적인 표현으로 표시 또는 암시하는 내용은 광고불가
- “구입, 주문쇄도”, “단체추천” 기타 이와 유사한 표현은 광고불가
- 의약품의 효능, 효과와 관련되는 질병의 증상이나 수술장면 등의 위협적 표현은 광고불가
- 질병에 대한 불안감, 공포감을 조성하거나 저속한 표현은 광고불가
- 이용자가 병에 걸린 것처럼 인식하게 하는 막연한 증상이나 포괄적 증상의 표현은 광고불가
- 환자를 조롱하거나 질병을 저속하고 품위 없이 다루는 표현은 광고불가
- 인체해부 및 수술장면의 지나치게 사실적인 묘사 또는 희화적 표현, 모델의 연기로서 공포감이나 불쾌감을 주는 표현은 광고불가
- 멸종위기에 처한 야생 동, 식물의 가공품임을 표현 또는 암시하는 내용은 광고불가
- 낙태를 암시하는 내용은 광고불가
- 의약품에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜯 페이지는 식품의약품 안전청장이 정하는 사항을 표시해야 함
- 약사법 제31조제1항 및 동법 제42조제1항의 규정에 따른 의약품 제조, 수입허가를 받거나 의약품 수입신고를 한 후가 아니면 의약품 등의 명칭, 제조 방법, 효능이나 성능에 관하여는 광고불가
- 현상품/사은품 등의 경품 무료 제공에 관한 내용은 광고 불가

[의료기기]

- 의료기기 광고(배너) 및 랜딩페이지의 제작물에 대해, 한국의료기기산업협회의 사전심의

필증이 없을 경우 광고불가

- 의료기기의 명칭/제조방법/성능이나 효능 및 효과 또는 그 원리에 관한 거짓 또는 과대 표현은 광고불가
- 의료기기의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 의사/치과의사/한의사/수의사 그 밖의 자가 이를 보증한 것으로 오해할 염려가 있는 기사 내용은 광고불가
- 의사, 치과의사, 한의사, 약사, 한약사, 대학교수 그 밖의 자가 의료기기를 지정/공인/추천/지도 또는 사용하고 있다는 내용은 광고불가
- 의료기기의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 암시적 기사/사진/도안 그 밖의 암시적 방법에 의한 표현은 광고불가
- 외국제품을 국내제품으로 또는 국내제품을 외국제품으로 오인하게 할 우려가 있는 표현은 광고불가

사용 전/후의 비교 등으로 그 사용결과를 표시 또는 암시하거나 적응증상을 위협적인 표현으로 표시 또는 암시하는 내용은 광고불가

[병원]

- 의료법상 의료기관/의료법인/의료인이 아니면 의료광고를 할 수 없으며, 광고소재에 의료기관 또는 의료인명을 명시하여야 함
- 원칙적으로 “의료기관개설신고 증” 또는 “의료기관개설허가증”에서 확인되는 의료기관 명칭을 기재해야 하며, 아래 예외사항을 인정
 - ① 의원 급 의료기관이 의원의 종류에 따른 명칭에 클리닉/Clinic을 같이 사용하는 형태는 허용
 - ② 병원명에 ‘질병명 + 클리닉’으로 결합한 형태의 명칭은 사용 가능(NK정형외과 하지정맥류 클리닉)
 - ③ 종합병원에 한해 센터/Center를 사용 가능
- 의료인단체 및 공인학회는 의료광고 주체로 인정 됨(광고할 수 있음)
- 병원(의료) 광고의 경우 광고물 또는 연결된 페이지 상에서 광고주 명이 필히 명시
- 비뇨기과/산부인과 광고는 병원 홍보광고만 가능. 광고 크리에이티브는 zum의 사전 승인 필수
- 성형외과 광고 가능 상품 및 일부 시술 제한
- 광고 제한 시술 부문 : 가슴성형, 몸매(체형)성형, 힙업성형, 여성/남성성형 광고 불가
 광고 가능 시술 부문 : 눈성형, 코성형, 이마성형, 지방이식, 주름성형, 안면윤곽 광고 가능
- 또한 아래항목에 해당하는 경우에는 진행이 불가
 - ① 시술 전/후 사진을 포함한 광고 소재
 - ② 특정 진료 및 기관이 질병치료에 반드시 효과가 있다는 표현의 사용
 - ③ 환자의 치료경험담이나 확인되지 않은 사실을 담은 광고 표현의 사용
 - ④ 혐오스러운 치료 사진이나 건강상에 대한 불필요한 공포감 및 불안감을 조장하는 내용
 - ⑤ '최고', '베스트' 등의 최상급 표현의 사용
 - ⑥ 효능, 효과를 광고함에 있어서 '무통', '가장 좋은' 등의 단정적 표현의 사용
 - ⑦ 본인부담금(“국민건강보험법” 또는 “의료급여법” 상의 급여비용)을 면제 또는 할인하는 내용은 광고 불가
 - ⑧ 보건복지부장관에 의해 ‘전문병원’으로 지정 받지 않은 의료기관의 경우, 전문병원으로 오인될 수 있는 내용(의료법 제3조의5)
 - ⑨ 의료법 등 기타 관련 법령 등에 위배되는 내용
- 기타 의료법 등의 관련 법령 등을 준수해야 하며, 게재 이후라도 관련 법령 등에 부합

하지 않음이 확인되거나, 정부 및 유관기관 등의 시정 명령 등이 전달된 경우 광고가 중단될 수 있음.

▷ **화장품**

- 허가 받은 사항 이외의 효능을 나타내는 표현은 광고불가
- 의약학적 효능, 효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 표현은 광고불가
- 화장품의 부작용 또는 주의사항을 부정하거나, 부당하게 안전성을 강조하는 표현은 광고불가
- 기능성화장품이 아닌 것으로서 제품의 명칭, 제조방법, 효능, 효과 등에 관하여 기능성 화장품으로 오인시킬 우려가 있는 표현은 광고불가
- 의사, 치과의사, 한의사, 약사 또는 기타의 자가 이를 지정, 공인, 추천, 지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현은 광고불가
- 주성분이 아닌 원료나 성분을 과장하여 주성분으로 오인하게 하는 표현은 광고불가
- 사용 전과 사용 후를 뚜렷하게 대비하여 효능을 과신하게 하는 표현은 광고불가

▷ **주류**

- 주류에 관한 일반 광고는 집행 불가

[브랜딩 광고의 경우 아래 사항을 준수]

- 주류 브랜드 및 술병 등 주류를 연상시키는 소재의 직접적인 노출은 불가, 순수 공익적 캠페인(금주캠페인 등)은 가능
- 일반광고로 집행가능
- 모든 주류 광고는 사전에 "zum 광고정책담당자"와 사전 확인 후 진행

[소재 제작 시 아래 항목에 해당하는 소재는 제작이 불가]

- 주류 판매촉진을 위한 경품 및 금품 제공
- 지나친 음주분위기를 묘사하거나 음주행위를 지나치게 미화하는 표현은 광고불가
- 성인이 아닌 모델 등장
- 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현은 광고불가
- 적당한 음주는 건강에 해롭지 않다는 표현은 광고불가
- 음주가 정신건강에 도움이 된다는 표현은 광고불가
- 음주가 체력 또는 운동능력을 향상시킨다거나, 질병치료에 도움이 된다는 표현은 광고불가
- 운전, 운동, 등산 또는 작업 등 높은 경각심을 필요로 하는 상황에서 음주하는 행위를 묘사함으로써 안전을 저해하는 표현은 광고불가
- ‘국민건강증진법’ 제8조 4항에 의거 ‘지나친 음주는 간경화나 간암을 일으키며 운전이나 작업 중 사고발생률을 높입니다’ 문구 삽입 필수

▷ **담배**

- 청소년 보호법, 국민건강증진법, 담배사업법에 의거하여 담배에 관한 일반 광고는 집행 불가
- 정부단체 및 이에 준하는 기관/단체의 공익적 목적의 금연광고 등은 광고 집행 가능(단, 담배제조사는 광고 불가)
- 담배 제조사 기업 PR 광고의 경우 채용공고 형태는 집행 가능함

▷ **도박/복권/경마/경륜/경정/카지노**

- 도박 및 기타 사행 행위에 관한 내용은 광고불가

- 복권 광고는 복권 및 복권기금법 제7조 제2항의 규정에 따라, 복권위원회의 승인을 얻은 광고계획서에 따른 경우 외에는 광고불가
- 한국마사회가 아닌 자가 마사회, 경마장 또는 경마의 명칭을 경마와 유사한 사행행위에 관한 광고물에 표현할 경우 광고불가
- 한국마사회, 국민체육진흥공단, 나눔lotto의 기업PR 광고는 집행가능
- 경마, 경륜, 경정, 카지노 사업자는 광고불가
- 스크린 경마, 경륜 등 과도한 사행심을 유발하는 광고의 경우 집행 불가

▷ **영화/비디오/공연/게임**

- 영화, 비디오, 공연, 게임 광고는 관람기준을 구체적으로 밝혀야 함. 단, 학습용 교재의 경우는 제외함
- 공포, 음란에 관한 상세한 가이드는 영화 크리에이티브 가이드 참조
- 게임 광고 집행 불가 형태
 - ① 게임 아이템 거래사이트
 - ② 게임 사이트 내에서 현물(현금)거래가 이루어지거나, 현금 전환이 가능한 유, 무형의 아이템 제공 사이트 게임 아이템 거래사이트

▷ **보험**

- 보험상품에 관한 객관적 사실이 포함되어야 하며, 오해 또는 과장의 소지가 있는 내용은 광고불가
- 보장내용에 대한 중요한 사실을 누락하거나, 은폐함으로써 소비자의 합리적인 선택을 저해할 경우 광고불가
- 보험과 관련된 이율이나 조건 등에 대한 표현은 부정확하거나 오해의 소지가 있을 경우 광고불가
- 보험상품 광고 기준은 공정거래위원회가 고시한 보험상품표시 광고에 관한 심사지침 및 금융감독원의 보험상품 판매광고 가이드라인을 준수함

▷ **대출/대부업**

- 제1금융권 및 제2금융권에 한해 DA 광고 집행 가능
- 대출/대부업 광고에 대해서는 법령 상 광고 사전 심의를 규정한 경우, 심의를 받아야 함.
- 금융 기관 등이 금융상품(대출 조건 등)에 관한 광고를 하는 경우, 다음의 내용을 광고 소재에 표시해야 함.
 - ① 은행, 저축은행
 - 1) 금융 기관 명칭
 - 2) 금융상품 내용 및 거래조건
 - 이자율의 범위 및 산정방법
 - 이자의 부과시기
 - 이자 외 추가 비용이 있는 경우 그 내용
 - ② 캐피탈사 등
 - 1) 금융기관 명칭
 - 2) 금융상품 내용 및 거래조건
 - 이자율의 범위 및 산정방법
 - 이자의 부과시기
 - 이자 외 추가비용이 있는 경우 그 내용
 - 3) 과도한 채무 위험성을 알리는 경고문구

- 주식/증권 방송, 주식담보대출, 주식거래대행, 대출/대부 알선 및 중개 등 유사 업태 광고 집행 불가
- 이용자에게 피해를 줄 수 있다고 판단되는 환경을 제공하는 금융 업종 및 업태 집행 불가

▷ 선거/정당

- 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 집행불가

▷ 성인

- 성인을 대상으로 하는 업종 및 콘텐츠(ex. 성인채팅, 성인영화, 성인게임, 청소년관람불가영화 등) 광고 집행 불가
- 심각한 민원으로 줌인터넷의 브랜드 가치에 악영향을 끼치고 있다고 판단됐을 시에는 소재 교체 또는 광고 중단을 요청 가능.

▷ 기타집행불가

- 종교 광고는 집행불가. 단, 종교관련 물품 판매 및 행사고지 광고는 집행가능
- 개인적 이슈에 대한 의견 광고는 집행불가
- 사회적 이슈가 있는 내용과 해당 이슈에 대한 의견광고는 집행불가
 - 기타 의견광고의 경우, 배너소재상에 해당문구를 반드시 기입해야 함. "본 광고는 *** (업체/기관명)의 의견광고입니다."
- 타인 혹은 타집단의 명예를 훼손하거나, 비방 등 권리침해가 우려되는 광고는 집행불가
- 법적으로 규정된 불법적 유통/제작 제품인 경우는 광고 집행불가
- 저작권 분쟁의 우려가 있는 경우 집행 불가
- 국가, 인종, 성, 연령, 직업, 종교, 장애 등의 이유로 차별하거나 편견을 조장하는 표현 사용 불가

▷ 영화 크리에이티브 가이드

- 영화 및 비디오 관련 인터넷 광고 진행 시 영상등급위원회의 심의 필증 없이 광고 불가 (2009년 11월 9일 이후, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제 32조)
- 공통 가이드
 - 성행위 장면, 성행위 유사 장면, 성적 수치심을 줄 수 있는 장면(성기, 성범죄, 매춘, 음란정보물 등) 불가
 - 성인 키워드이거나 성인을 타겟으로 하는 자극적인 문구 표현불가.
단, 영화 제목에 섹스라는 단어가 들어갈 경우 가능.(예 : 섹스앤더시티 등)
 - 누드, 속옷 착용 등 노출이 심한 이미지 불가
 - 해변을 배경으로 한 영화 또는 영화 장면에서 수영복 착용 컷 사용 가능하나, 노출이 심한 경우 진행 불가
 - 등급을 표시하는 '청소년관람불가'가 아닌 성인 타겟 목적의 18/19금 카피, 18/19

- 마크 등 사용 불가
- 실제 사건으로 오인할 수 있거나, 해당 시점의 민감한 사회적 이슈를 이용한 크리에이티브 구성 불가
- 장르 구분 없이 사용자가 거부감, 혐오감을 느낄 수 있다 판단되는 소재 노출 불가
- “청소년관람불가”, “공포” 영화는 심의 전 사전 소재 검수 필수
‘전체관람가’로 심의 난 포스터의 카피, 이미지더라도 노출 순서, 시간, 방법에 따라 수정요청 할 수 있음.
- 검수 후 노출된 소재더라도 고객 CS 접수되었을 경우 바로 노출 중지시킬 수 있으며 소재 교체 후 재 진행 가능
- 공포/액션/스릴러 영화 가이드
 - ① 텍스트
 - 광고 문구 상에 “살해하자, 살인하자, 죽이자” 등의 위협적인 문구나 유해성 문구 사용 불가
 - 뉴스나 신문에서 볼 수 있는 “살인, 살해 등 단어 및 살해당하다(제3인칭)” 사용 가능 (단, 살인/자살 등 사회적인 이슈가 있을 경우, 문구 사용을 제한할 수 있음)
 - 영화 제목의 “살인, 죽음” 등이 들어가는 경우는 허용.
 - ② 이미지(영상)
 - 시체, 사망, 부상 장면 노출 불가
 - 괴성, 비명 등 공포스러운 사운드 삽입 불가
 - 혐오감, 공포감을 줄 수 있는 실제 피는 Black투명 레이어를 덮어 제작 (Black-alpha 40%)
 - 흉기 중 칼을 제외한 총, 검(EX:무협 영화, 닌자 영화), 폭탄, 각목, 표창 등 노출 가능(단, 전체 광고물에서 1/5 미만의 사이즈에 한해 허용)