

ICS 33.030
CCS M21

团 体 标 准

T/CCSA 791-2026 CAAAD 042-2026

互联网广告 个人信息处理告知和同意的分类实施指南

Digital advertising-classified implementation guidelines for notices and consent in
personal information processing

2026 -03 -02 发布

2026 - 06- 01 实施

中国广告协会

中国通信标准化协会 发布

版权声明

本文件的版权归中国通信标准化协会和中国广告协会共同所有，任何单位和个人未经许可，不得进行技术文件的纸质和电子等任何形式的复制、印刷、出版、翻译、传播、发行、合订和宣贯等，也不得未经允许采用其具体内容编制中国通信标准化协会和中国广告协会以外各类标准和技术文件。如有以上需要请与版权所有方联系。

邮箱: IPR@ccsa.org.cn digitalad@china-caa.org

电话: 010-62302847 010-65924878

目 次

版权声明	I
前 言	III
引 言	IV
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 告知和同意的分类实施原则	3
5.1 场景合规原则	3
5.2 权益保护原则	3
5.3 准确分类原则	3
5.4 成本效益原则	3
6 告知和同意的分类	3
6.1 告知分类	3
6.2 同意分类	3
7 告知和同意的分类实施	3
7.1 概述	3
7.2 分解应用场景	4
7.3 确定处理路径	4
7.4 梳理信息清单	4
7.5 选择实施分类	5
7.6 组织告知内容	5
7.7 开展分类实施	5
7.8 留存实施证据	6
附录 A (资料性) 互联网广告个人信息处理常见应用场景与可选路径举例	错误! 未定义书签。
附录 B (资料性) 个人信息传输中的告知内容与格式样例	8
参考文献	9

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。

本文件由中国广告协会和中国通信标准化协会共同提出，并分别归口。

本文件起草单位：上海数据交易所有限公司、上海市华诚律师事务所、中国广告协会、中国信息通信研究院、北京抖音信息服务有限公司、北京快手科技有限公司、蚂蚁科技集团股份有限公司、利欧集团数字科技有限公司、上海柠盟数据技术有限公司、泰和泰律师事务所、每日互动股份有限公司、秒针信息技术有限公司。

本文件主要起草人：申翔宇、高富平、马小涵、霍焰、崔妍、杨正军、落红卫、王昕、冯坚坚、白晓媛、周崧弢、瞿喆、陈维娜、廖怀学、李浩川、刘沛。

引 言

互联网广告业务是数据使用、加工、提供和委托处理密集的行业领域。在广告投放、程序化交易、广告归因等场景，涉及个人信息相关的数据在不同法律主体间的提供、加工、传输、使用等处理行为，在多个互联网广告场景下，个人信息处理者需要严格按照法律法规的相关规定，对个人信息处理行为进行准确告知，并视情况获取个人信息主体同意。否则，可能损害个人信息上附着的各项权益。

告知和同意是个人信息处理的基础规则，要使互联网广告行业利用个人信息合法有序，有必要形成行业共识，在互联网广告行业明确告知和同意的方式和内容，以及在告知和同意实施困难或成本巨大情况下的可行的替代备选路径和方法。

在《中华人民共和国个人信息保护法》及GB/T 42574-2023《信息安全技术 个人处理中告知和同意的实施指南》等规范性文件约束下，整理告知与同意的分类，并梳理实际场景与不同分类间的关系，优化互联网广告领域告知和同意的实施过程。在合法、合规的前提条件下，制定能平衡安全合规和市场需求的标 准，充分发挥互联网技术的优势，增强数字行业的竞争力，发挥数据要素的商业价值。

为适应信息通信业发展对标准文件的需求，由中国通信标准化协会和中国广告协会共同组织制定该团体标准，推荐有关方面采用。有关对本文件的建议和意见，向中国广告协会反映。

互联网广告 个人信息处理告知和同意的分类实施指南

1 范围

本文件描述了互联网广告业务中处理个人信息的不同路径，提供了所对应的告知和同意的分类实施指南。

本文件适用于在互联网广告领域的个人信息处理者处理个人信息时必要的告知和同意的情形。

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 25069-2010 信息安全技术 术语

GB/T 35273-2020 信息安全技术 个人信息安全规范

GB/T 42574-2023 信息安全技术 个人信息处理中告知和同意的实施指南

T/CAAAD 001-2021 TCCSA 329-2021 互联网广告 数据应用和安全技术要求

T/CAAAD 004-2022 T/CCSA 424-2022 互联网广告 匿名化实施指南

3 术语和定义

GB/T 35273-2020、GB/T 20984-2007和GB/T 42574-2023界定的下列术语和定义适用于本文件。

3.1

个人信息 **personal information**

以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。

注：个人信息包括姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、通信通讯联系方式、通信记录和内容、账号密码、财产信息、征信信息、行踪轨迹、住宿信息、健康生理信息、交易信息等。

[来源：GB/T 35273-2020,3.1,有修改]

3.2

敏感个人信息 **sensitive personal information**

一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息，包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的个人信息。

3.3

个人信息主体 **personal information subject**

个人信息所标识或者关联的自然人。

[来源：GB/T 35273-2020,3.3]

3.4

个人信息处理者 **personal information handler**

在个人信息处理活动中自主决定处理目的、处理方式的组织、个人。

注 1：与 GB/T 35273—2020 中的“个人信息控制者”内涵一致。

注 2：个人信息处理者获得个人同意或其他合法依据后方可处理个人信息。

[来源: GB/T 42574-2023,3.3]

3.5

角色 role

在互联网广告业务的特定场景中承担不同功能的主体，主要指广告主、广告发布者、广告经营者和其他服务提供者。

注1: 互联网广告中的角色只有在满足个人信息处理者定义时才能成为个人信息处理者。

注2: 其他服务提供者包括DMP、SSP、DSP等。

3.6

告知 notice

使个人知晓其个人信息处理活动及其有关规则的行为。

注: 个人信息处理活动包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。

[来源: GB/T 42574-2023,3.4]

3.7

同意 consent

个人对其个人信息进行处理自愿、明确作出授权的行为。

注: 包括通过积极的行为作出授权(即明示同意), 或者通过个人的行为而推定其作出授权。

[来源: GB/T 42574-2023,3.5]

3.8

明示同意 explicit consent

个人通过书面、口头等方式主动作出声明, 或者自主作出肯定性动作, 对其个人信息进行处理作出明确授权的行为。

注: 肯定性动作包括个人主动勾选、主动点击“同意”“注册”“发送”“拨打”、主动填写或提供等。

[来源: GB/T 42574-2023,3.6]

3.9

单独同意 separate consent

个人针对其个人信息进行特定处理而专门作出具体、明确授权的行为, 不包括一次性针对多种目的或方式的个人信息处理活动作出的同意。

注: 单独同意的告知内容与取得同意的方式需与其他处理活动予以区分。

[来源: GB/T 42574-2023,3.7]

3.10

提供 provision

个人信息处理者通过共享、转移等方式将个人信息传输或披露给其他个人信息处理者的行为。

注: 委托第三方处理个人信息的, 不属于向其他个人信息处理者提供个人信息的行为。

[来源: GB/T 42574-2023,3.8]

4 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

DMP	数据管理平台	Data Management Platform
DSP	需求方平台	Demand Side Platform

SSP

供应方平台

Supply Side Platform

5 告知和同意的分类实施原则

5.1 场景合规原则

宜分解互联网广告场景的过程环节，根据各个过程环节的不同情况，确定角色和个人信息处理告知和同意的实施主体，保障各个环节合规性。

5.2 权益保护原则

宜根据角色定位和应用场景参与情况，剔除敏感个人信息，仅处理最小必要的个人信息内容，保护个人信息权益。

5.3 准确分类原则

宜根据角色和应用场景，准确区分处理行为，重点关注涉及单独同意的向他方提供的处理行为。

5.4 成本效益原则

宜考虑告知和同意的实施难度和成本效益，选择不同的处理路径和方法。

6 告知和同意的分类

6.1 告知分类

GB/T 42574-2023 8.1给出了一般告知、增强告知和即时提示的描述，结合互联网广告场景中产品或服务的业务功能特点，告知方式宜选择一般告知和增强告知。

注1：互联网广告个人信息处理适用一般告知的，在业务载体(APP、小程序等)的个人信息保护政策（或称“隐私协议”等）文件中增加章节或条款，描述相关个人信息处理情况。

注2：互联网广告个人信息处理适用增强告知的，在业务载体(APP、小程序等)的个人信息保护政策（或称“隐私协议”等）文件中突显相关条款或增加独立文件，描述相关个人信息处理情况，具体形式可参见GB/T 42574-2023。

6.2 同意分类

GB/T 42574-2023 9.1、9.3给出了明示同意、其他同意和单独同意的描述，结合互联网广告场景中产品或服务的业务功能特点，同意方式一般宜选择明示同意；当涉及法律法规规定的特定个人信息处理情形（例如向其他信息处理者提供）时，应采用单独同意。

注1：互联网广告个人信息处理适用明示同意的，采用个人主动勾选、主动点击“同意”“下一步”“继续”、滑动滑块、主动发送等交互式界面动作而实现。

注2：互联网广告个人信息处理适用单独同意的，在明示同意的基础上，通过突出显示、分项选择、独立交互页面等有明显区分的方式开展。

注3：本文件仅含《中华人民共和国个人信息保护法》第13条第1项合法性依据的讨论。

7 告知和同意的分类实施

7.1 概述

告知和同意的分类实施过程如图1所示，可分为以下几步：首先，分解应用场景，由场景中各个角色根据自身处理行为确定处理路径；其次，各个角色梳理信息清单并判断自身的交互能力，选择实施分类；最后，组合告知内容并实施告知和同意。实施过程应留存相应实施证据。

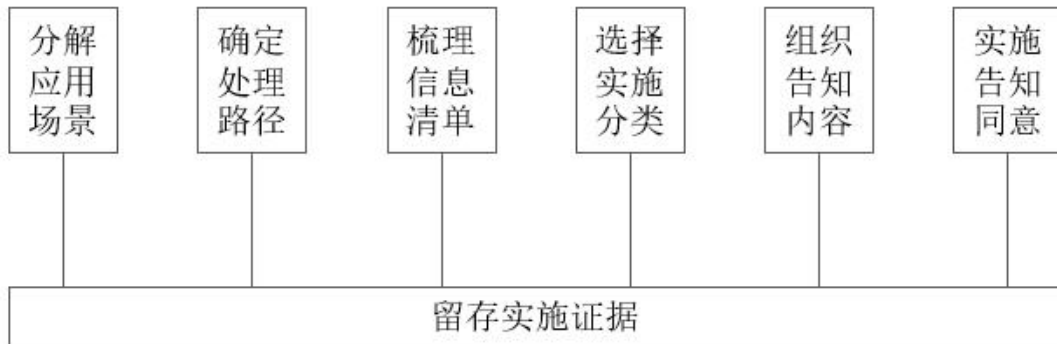


图 1 告知和同意的分类实施过程

7.2 分解应用场景

互联网广告的业务实现过程可分解为：数据处理场景、广告投放场景、广告监测场景、客户留资场景和广告分析场景，见附录A。

注：本文件不包括敏感个人信息处理的场景和数据出境场景；若涉及个人敏感信息处理活动和数据出境活动，需遵循关于敏感信息处理和跨境的法律规定。

7.3 确定处理路径

当数据处理仅在单一机构内进行时，涉及(直接)收集、使用、加工、存储、删除5种处理行为，可由该角色在机构内自行处理。

当数据处理在多个机构间进行时，涉及提供、传输和(间接)收集3种处理行为，可分解为多组两个机构间数据处理活动，宜根据两个机构间实际传输数据的性质(个人信息数据/匿名处理数据)、接收者数据应用活动情况的个人影响(识别/非识别)，选择不同的处理路径。

- 数据提供者向数据接收者提供并传输个人信息数据，数据接收者存在需要识别个人的数据应用活动，可选择他方提供路径；
- 数据提供者向数据接收者提供并传输个人信息，数据接收者不存在需要识别个人的数据应用活动，可选择委托处理路径；
- 数据提供者向数据接收者提供并传输匿名处理数据，数据接收者不存在需要识别个人的数据应用活动，可选择受控匿名路径；
- 数据提供者向数据接收者提供并传输匿名处理数据，数据接收者存在需要识别个人的数据应用活动，可选择密态使用路径。

注1：受控匿名路径：指机构间数据处理过程中，各机构利用“技术安全、评估规制、过程控制”相互信任制衡体系的受控环境，控制其所处理数据的匿名状态的过程。

注2：密态使用路径：指受控匿名路径的数据接收者，不打破所接收数据的匿名状态，基于自身业务中已获得的个人信息处理合法基础，运用密码技术开展数据使用的过程。互联网广告场景中特指数据接收者在匿名状态下开展的个体归因与标签使用。接收者能否开展密态使用，须包括两个关键基础条件：

- (1) 责权转移：数据提供者已完成匿名处理数据的交付，交付后的匿名处理数据的持有责权已转移至数据接收者。
- (2) 使用合法：数据接收者须具备处理所接收数据内含信息标签的合法基础，接收者已合法收集对应个人的标识，并已获得相关标签关联使用的同意。

注3：本标准不涉及共同处理的讨论。

7.4 梳理信息清单

机构间确定处理路径后，各个机构须明确自身是否为个人信息处理者。

符合下述条件之一的为非个人信息处理者：

- 有数据处理行为但所处理数据不属于个人信息(如匿名化处理后的信息)；

b) 受其他方委托处理个人信息，不能自主决定个人信息处理目的与处理方式。

若机构明确自身为个人信息处理者，宜参照TCAAAD 001-2021 TCCSA 329-2021，结合参与的应用场景，梳理自身所处理的数据所内含的个人信息内容，构成个人信息清单。

注1：互联网广告领域的个人信息内容参考TCAAAD 001-2021 TCCSA 329-2021。

注2：如个人信息清单中包含GB/T 35273-2020 所定义的敏感个人信息，参考GB/T 42574-2023另行处理。

7.5 选择实施分类

机构内数据处理时，如涉及个人信息处理，宜实施一般告知并取得明示同意；

机构间数据处理时，对应 7.3 所选择的处理路径，提供者和接收者双方宜分别区分自身数据处理行为是否涉及个人信息，实施差异化的告知同意。

a) 若选择他方提供路径，提供者宜实施增强告知并取得单独同意，接收者无需实施告知同意。但接收者处理活动超出提供者实施的告知同意范围时，接收者需重新实施一般告知并取得明示同意。

b) 若选择委托处理路径，提供者宜实施一般告知并取得明示同意，接收者无需实施告知同意。但接收者处理活动超出委托合同约定范围或超出提供者实施的告知同意范围时，双方需重新选择处理路径并实施。

c) 若选择受控匿名路径，提供者与接收者均无需实施告知同意。

d) 若选择密态使用路径，提供者与接收者均无需实施告知同意，但接收者处理活动超出自身业务已有的告知同意范围时，接收者需重新实施一般告知并取得明示同意。

注1：他方提供路径，基于提供者与个人间的增强告知和单独同意的条款，接收者间接获得了个人的同意，其也成了个人信息处理者，承担相应的个人信息处理责任。当接收者的处理行为超出上述单独同意条款约定范围的，需另行告知和同意。

注2：委托处理路径，接收者(受托方)在委托处理的有限范围内处理个人信息，其非个人信息处理者，个人信息保护责任由提供者(委托方)承担。

注3：受控匿名化和密态使用路径中，提供者无需告知和同意，但对数据交付前和交付中的匿名化效果负责，审查使用人数据使用合规性，并留存相应证据以配合监管。

注4：受控匿名化和密态使用路径中，接收者无需告知和同意，收到匿名处理数据后，须独立承担法律责任，且在密态使用路径中，接收者需遵守接收匿名处理数据前，基于自身应用已获得的一般告知与明示同意要求。具体参照T/CAAAD 004-2022 T/CCSA 424-2022 7.6.4。

7.6 组织告知内容

互联网广告个人信息处理的告知内容与格式，宜采用清晰的语法句式进行表述，避免歧义。其中存在业务关联的第三方隐私政策等相关文件。宜形成超链接，支持用户深入阅读和链接跳转，见附录B。

a) 一般告知：在【什么场景】下，因【什么目的】，我【怎么处理】您的【什么信息】。

b) 增强告知：在【什么场景】下，因【什么目的】，我和【哪些/哪个机构】【怎么处理】您的【什么信息】。

c) 需单独同意的增强告知：在【什么场景】下，因【什么目的】，我向【哪些/哪个机构】提供了您的【什么信息】，该机构将【怎么处理】您的前述信息。

7.7 开展分类实施

需要进行告知和同意的机构，宜应用自身与个人用户的隐私协议/信息弹窗等的交互界面能力，直接进行对应实施分类的告知和同意；或在有直接交互界面的机构协助下，通过超链接引导个人至自有域名页面，间接进行所对应实施分类的告知和同意。具体总结如下：

a) 一般告知与明示同意，宜在收集使用等个人信息处理行为前，在个人信息保护政策中描述数据处理相关情况实现一般告知，并基于隐私条款的勾选交互行为，完成明示同意。

b) 增强告知与明示同意，宜在收集使用等个人信息处理行为前，在个人信息保护政策中突显数据处理相关条款实现增强告知，并基于隐私条款的勾选交互行为，完成明示同意。

c) 增强告知与单独同意，宜在向他方提供个人信息前，形成数据提供行为相关情况的独立说明文件实现增强告知，并通过有别于隐私条款的勾选交互行为，完成单独同意。

7.8 留存实施证据

在互联网广告场景中，个人信息处理者宜采取技术或管理措施，留存取得告知和同意的全过程证据，包括且不限于各种告知和同意的告知文本和同意交互日志，以便支持后续可能的合规审计。

证据留存时限可根据相关法律法规要求和自身举证的需要决定，一般不宜少于3年，法律法规另有规定的除外。

为保护个人信息和个人信息处理者合法利益的目的，必要时应向有关司法、监管部门提供相应证据。

具体参考GB/T 42574-2023。

附录 A

(资料性)

互联网广告个人信息处理常见应用场景与可选路径举例

互联网广告的各类业务场景，一般由广告发布者(以下简称发布者)、广告经营者(以下简称其他服务提供者)和广告主三类角色共同完成，各场景和对应路径细分如表A.1:

表 A.1 常见应用场景与可选路径举例

阶段	场景	场景分类	目的与方式	可选路径
事前	数据处理	人群画像	其他服务提供者(例如 DMP)通过分析加工广告投放、效果分析等场景所采集的数据,形成人群归属性质的标签。其中包括:其他服务提供者基于自己的私域埋点数据或自有数据产出画像,其他服务提供者自有数据结合第三方数据来产出的画像。	(1)其他服务提供者基于自己的私域埋点数据或自有数据产出画像可由其他服务提供者在机构内自行处理。 (2)其他服务提供者自有数据结合第三方数据来产出的画像可选受控匿名路径。
		标签补足	广告主接收其他服务提供者的个人画像的特定标签,以补全自身客户信息。	(1)个体级的标签补足可选他方提供路径或密态使用路径。 (2)群体级的标签补足可选他方提供路径或受控匿名路径。
事中	广告投放	媒体内投	发布者直接收集个人信息、间接接收广告主和(或)其他服务提供者(例如 SSP)提供的可能包含个人信息的数据,分析处理,在本媒体平台向用户投放个性化广告。	媒体内投可在机构内自行处理。
		外部程序化广告投放	发布者将本媒体平台流量托管给 SSP、DSP 等其他服务提供者,由其他服务提供者(例如 DSP)根据其收集、分析的个人信息定向选择流量、向特定流量展示广告主的特定广告内容。	程序化广告可选密态使用路径。
	广告监测	广告监测(第三方)	由专业监测其他服务提供者收集、统计广告曝光、点击等流量信息,并对广告投放结果进行分析。	第三方监测可选委托处理或受控匿名路径。
		广告监测(第一方)	广告主或者发布者自主监测统计广告曝光、点击等流量信息,委托专业其他服务提供者对广告投放结果进行分析。	第一方广告监测可选委托处理路径或受控匿名路径。
	用户留资	用户向广告主留资	广告主通过其自有域名页面向用户收集个人信息,广告主作为个人信息处理者,依据用户同意处理个人信息的行为。	用户向广告主留资,可由广告主在机构内自行处理。
		用户向其他服务提供者留资	其他服务提供者通过其自有域名页面向用户收集个人信息,并在获得用户同意后将个人信息传输给特定广告主的行为。在实际场景中,多数其他服务提供者缺少与用户的交互界面,故该情形较为少见。	用户向其他服务提供者留资可自行处理或选择密态使用路径。
事后	广告分析	广告分析	其他服务提供者(例如专业第三方广告服务机构)(或广告主)基于一定的数据分析逻辑,对广告的曝光、点击、转化等情况进行统计、说明的行为。	广告分析可选他方提供路径、委托处理路径和受控匿名路径。
		广告归因	其他服务提供者(例如专业第三方广告服务机构)收集广告在不同媒体曝光/点击、转化情况的数据,按特定逻辑和规则,计算分析不同广告投放的转化效果和归属。	广告归因可选他方提供路径、委托处理路径或密态使用路径。

附录 B (资料性) 个人信息传输中的告知内容与格式样例

B.1 机构内处理的一般告知内容与格式样例

为了【*****等目的】，我们将按照【*****场景】和【处理方式*****】，审慎处理您与广告业务相关的【个人信息*****】。我们仅在我方平台内处理您的个人信息，不会与其他机构共享，除非经过了您的同意。

注1：【目的】：互联网广告业务，主要包括投放广告、评估、优化广告投放效果等目的。

注2：【场景】：互联网广告业务中，主要包括用户留资、广告投放、归因分析、投放监测等应用场景。

注3：【个人信息】：个人信息清单，需逐一列明。

注4：【处理方式】：例如收集、存储、使用、加工、提供、传输、删除等。

B.2 机构间他方提供路径的增强告知内容与格式样例

为了【*****等目的】，部分功能或服务需由合作方独立提供。若您同意，我们会向【合作方*****】，提供【个人信息*****】，由合作方按【*****场景】目的和【处理方式*****】进行处理。

特别提示您注意：未经您的单独同意前，我们不会开始向合作方提供。

注：【合作方】：在单独同意的情形下，合作方需具体说明第三方身份（名称/联系方式）。

B.3 即时提示内容与格式样例

您在*****广告主或其委托的*****第三方合作伙伴提供的广告中，主动填写或授权其向我们获取您的*****等个人信息时，这些信息将被*****广告主收集并使用。

B.4 机构间委托处理路径的一般告知内容与格式样例：

为了【*****等目的】。我们需要委托【*****第三方】合作伙伴，按【*****目的】和【处理方式*****】，处理与广告业务相关的您的【个人信息*****】。

对受我们委托处理个人信息的第三方合作伙伴，我们会与其签署严格的保密协定，要求他们按照我们关于数据隐私保护的措施的要求，包括但不限于根据本个人信息保护政策、承诺书以及其他任何相关的保密和安全措施来处理，并在完成受托事项后删除或匿名化您的个人信息。

B.5 机构间密态使用路径的一般告知内容与格式样例：

为了【*****等目的】，我们严格遵循有关个人信息保护的规定，对应用于互联网广告服务的个人信息采取匿名技术处理，使其无法识别个人且不能复原；并在法律约束（包括但不限于用户协议、合作协议等）和管理控制（有关部门/公信机构监管）下保证匿名化效果。

我们仅在匿名状态开展数据利用。除非依据隐私协议第*****条（用户协议第*****条、*****弹窗通知等）已取得您的同意，并通过专业法律机构的评估后，我们会在（***APP服务***小程序服务、会员服务、*****服务）中，通过将匿名数据密态使用至您的已识别个人标识信息(如-会员身份标识、广告标识符、*****)，进而开展对应的数据处理和利用。

参 考 文 献

- [1] GB/Z 28828-2012 信息安全技术 公共及商用服务信息系统个人信息保护指南
 - [2] GB/T 37932-2019 信息安全技术 数据交易服务安全要求
 - [3] GB/T 37964-2019 信息安全技术 个人信息去标识化指南
 - [4] GB/T 39335-2020 信息安全技术 个人信息安全影响评估指南
 - [5] 《中华人民共和国数据安全法》
 - [6] 《中华人民共和国个人信息保护法》
 - [7] 《中华人民共和国网络安全法》
 - [8] 《中华人民共和国广告法》
 - [9] 《互联网广告管理办法》
-