

随着加密货币的流行，对社会产生的负面影响也不断出现。根据美国联邦贸易委员会（FTC）数据，仅在2018年前两个月的时间里，与加密货币有关的诈骗事件，就让一些顾客共损失了约5.32亿美元。事实上，加密货币市场存在许多不确定的因素，在高风险的形式下，该领域需要一些规范来确保秩序。

为此，不少企业纷纷采取行动，希望能保证客户的安全，减少经济损失，其中拥有22亿用户的社群巨头Facebook也不例外。今年1月，该公司就以“避免诈欺事件及产品误导消费者”的理由，全面禁止了与加密货币、首次代币发行（ICO）、二元期权（期权的一种，有高获利、高风险的）有关的广告在其网站上进行刊登。

这项规定最初是为了让平台上的广告更安全，让有不良意图的诈欺者难在Facebook上获利。Facebook发言人表示，这项禁令是针对所有与加密货币有关的广告，这也意味着即便是正规、合法的ICO、甚至是加密货币钱包这类的周边产品，未来全部都不能在Facebook上下广告。

不过Facebook对这项规定的处理似乎也比较灵活，当时，该公司的产品管理总监Rob Leathern表示，“我们会听取反馈意见，观察政策效果，并继续研究这项技术，以便在必要时对其进行修改。”