

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

一、暴力演绎售卖类

为获取流量和关注，采用辱骂、殴打等博眼球元素进行剧情演绎。如：
运用诅咒等语言获取流量
通过重摔、怒砸、剪、砍等破坏方式博眼球
通过贬低、殴打、辱骂、虐待等方式博眼球
通过呐喊、嘶吼、表情过度夸张的方式介绍产品，并引起不适
通过制造矛盾等方式博眼球
通过黑社会借贷等情节为商品进行带货
正确示范：
使用文明且合规的方式传达商品信息和价值，避免使用夸大、引人不适或不符合社会良好风尚的演绎方式和手段。

二、卖惨演绎售卖类

为吸引观众注意，通过哭喊叫卖、夸张剧情博眼球的方式进行演绎，博取观众同情。如：
故意渲染悲情色彩，编造悲惨故事博取观众同情
运用老人残疾人等弱势群体角色，通过夸张当前处境引起共情
视频以工厂倒闭、破产、停工等内容卖惨博取用户同情
正确示范：
不刻意卖惨以博取同情，应通过传递真实有价值的商品活动信息，来赢得观众对商品的信任

三、炒作演绎售卖类

通过以超出普通用户认知或违背正确价值观的夸张演绎形式展示商品效果。如：
为了卖货夸张宣扬不正当男女关系、恶意解读婆娘关系
设计极其反常识剧情，如在马路上捡到的衣服内有大量现金，且表演浮夸不真实
设计极其夸张剧情，比如制作商品时，员工在商品内塞入大量现金
正确示范：
设计合理的视频情节，通过优质内容和表现力来获得互动和流量。

四、错误表达爱国行为类

打骂意牌，招摇撞骗，故意刺激消费者心理进行营销。如：
发表恶意政治言论，对其他国家非理智批评
恶意且过度贬低其他国家产品，来突出国货的优越性
恶意利用爱国情怀，引导产生过激情绪或行为，吸引观众注意力批评其他国家文化引导观众评论“只有中国强，XX国家垃圾”

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

五、危险行为博眼球类

不顾安全问题，通过高难度、高风险、高危害行为来博眼球，吸引观众的注意力。如：
吃有毒活物，如活蜈蚣、活壁虎、活蝎子等危险有毒活物
过量进食，进食量与普通正常人情况严重不符
医疗性质危险行为，在无从业资格且不符合科学医疗原则的情况下，进行打针或吃药表演
正确示范：
加强安全意识，时刻牢记安全责任和底线，避免自身行为对观众造成不良引导和安全隐患。

六、踩一捧一售卖类

为了抬高宣传自家商品，进行恶意对比，贬低拉踩其他方商品。如：
故意穿其他店铺的小码裤子，口播讲解“隔壁家的裤子上身效果极紧绷，再看我们家的裤子，上身非常宽松。”
试吃其他家食物商品，故意表现出很难吃的表情，再吃自家食物商品，夸张很好吃的表情。
注：同品牌商品的新旧系列对比，不算恶意拉踩。
正确示范：
真实比较不同产品各自优劣势，以自身产品实际优点赢得观众认可。

七、恶性降价吆喝类

为博人眼球，通过夸张表演进行恶性降价，或以任何原因虚构商品价格和降价原因，使商品价格与降价后的价格差距过大，与商品实际价值严重不符。如
过度宣传商品历史售卖价格和夸张折扣，与商品实际价值严重不符
价格虚高，通过不断连续降价，最后的底价与原价差距极其夸张
正确示范：灵活利用正确的优惠政策，商品实际价值应与售卖价格相符。

八、招募主播类

在平台内发布招聘、招募、招商、招合伙人等具有较高欺诈风险的营销内容如
“加入我们的队伍成为我们的代理，让你轻轻松松赚钱。”
正确示范：44不要发布不当营销类信息，使用合理的招聘渠道进行招聘或招募合伙人，维护平台秩序

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

九、虚假宠粉类

为提升自己直播间的热度向粉丝作出虚假承诺。以宠粉的形式进行虚假送礼等利益承诺，或通过涨粉、抽奖等刻意制造不实噱头吸引粉丝，为自身谋取不正当利益。如：
“老铁们评论区扣666，新进来直播间每人送一块全自动机械手表。”
“观看半小时直播可赠送口红。”

十、引导私下交易多渠道导流类

将用户引导至其他渠道进行私下交易。如：
“看我主页有联系方式，咱们线下可免息分期。”
正确示范：
为了保护消费者权益，禁止发布含有明确“私下销售”或“绕过平台”意图的内容进行交易。

十一、医疗描述类

刻意夸大医疗保健功效，如：“吃这个饼干，可以消炎。”
“我家的商品对于治疗xx，有奇效！”
正确示范：
普通食品不得涉及含有调节人体机能、治疗疾病等夸大和不实的宣传内容

十二、挂机直播、录播类

直播过程中拍摄单一画面且主播全程无交流无互动，或在直播间播放其他录制好视频内容。如：
直播中长时间拍摄做饭过程，但全程并没有和粉丝进行互动
主播有直播内容但长时间脱离直播镜头全程播放剪辑后的成品视频(没有版权)
正确示范：
尽量有真人出现在直播画面前，并与直播间观众做实时互动，耐心讲解您的商品，传递正向积极的直播内容。

十三、衣着暴露类

直播过程中穿低领或过度暴露的着装。如
领口过低，过于暴露。正确示范：
请穿着适宜的衣服进行直播，避免过于暴露

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

十四、语言过激类

侮辱、谩骂、用低俗语言攻击他人。对用户发起挑衅，传递负面信息造成不良影响。如
“他粉丝都跟他一样，是傻X。”
“粉丝都太穷，不给我刷礼物。”
正确示范：
应使用文明用语，避免用过激且低俗语言博取关注、对用户发起挑衅，传递负面信息造成不良影响。

十五、吸烟、饮酒类

在直播过程中吸烟、饮酒造成不良影响。包括但不限于：
直播过程中吸烟、饮酒吸烟不在直播过程中体现，但直播间内可看到烟雾或听到打火机点火、吸烟声音等在直播间内拍摄到多个酒瓶或直播过程饮酒
正确示范：
切勿在直播过程中吸烟饮酒传递负面内容，始终注意保持直播间内容、元素、氛围等积极健康向上。

十六、言语低俗类

在直播过程中说低俗类擦边球的话语。如：直播间内谈论低俗话题将正常歌词改编为低俗类语
正确示范：
请传导绿色健康的直播内容，凭实力“带货”。

十七、封建迷信类

传播无事实依据的民间迷信说法。如：
“此物放家中保你辟邪，化解小人。”
“人会六大轮回，让我给你算一卦看看如那边给你的备案是什么命。”
“带上这个项链，一定会镇宅消灾。”
正确示范：
相信科学，切勿宣传封建迷信。

十八、谋取利益类禁止通过以自称导师/专家讲课教学的形式牟利。如：

“这个课程教你上热门助你获得大波流量，买不了吃亏买不了上当，月入六位数”
“只要课程费998手把手教你做互联网电商，在家就能赚钱！”

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

十九、未成年人直播带货类

禁止未成年人出现在直播间内进行直播以及带货行为。
直播间内不可以出现未成年进行直播讲解推广商品等情景。
正确示范：
直播间内不可以单独出现未成年人进行直播，若成年人直播过程中出现未成年人是可以的，但不可讲解推广商品或存在不满十周岁的未成年人构成广告代言人的情形。

二十、低俗意味宣传商品类穿着过度暴露或做出低俗动作博眼球售卖商品。如：

穿着不适宜的衣服做出低俗引诱动作作售卖商品
为售卖商品裹在被子进行直播或裸露身体部位博眼球
正确示范：
请穿着适宜的衣服售卖商品，切勿为了博眼球做出低俗不雅动作。

二十一、视频无相关性类

商品在分享内容视频中出现的部分，与购物车展示信息无关联性。如：
视频分享的商品为牛奶，购物车展示水杯
正确示范：
将自己想要分享的商品展示在视频内容中，充分展示商品本身，并提升视频创作质

二十二、不得露出纹身

长时间暴露纹身会被系统警告
抖音全套违禁词与违规行为规避指南

二十三、任何方式展示毒品、管制刀具、枪支(包括仿真枪、玩具枪)

如：拍了一个户外cs的短视频，里面有仿真枪出境，然后这个账号就被封禁了。

二十四、禁止境外直播(旅拍直播带货格外注意)

境外直播会被识别为高危，会出现无法开播或开播后就会被直接关停直播，甚至封

二十五、禁止直播间截屏抽奖/评论区随机抽

不允许做直播间抽奖，且在视频评论区也不要去做引导评论送礼物。因为这种和直播间抽奖一样，没有平台约束，活动真假难辨，用户体验不好，导致客诉增加。

二十六、禁止使用通用或万能链接

严禁拿一个链接卖各种其他的商品，如：随便上一件衣服，然后1号链接挂79元，2号链接挂69元，3号链接挂59元。但其实直播间卖的是护肤品或其他产品。然后引导粉丝拍1号、2号或3号链接

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

二十七、禁止在私信中大量群发产品链接

抖音是可以私信发一些抖音小店或者是橱窗的商品链接。但是如果大量的发布产品链接，也是会对用户造成骚扰，被系统检测出来。

二十八、禁止引导用户好评返现

其实现在各种电商平台都有这种规定，可以隐晦的操作，但是绝对不能在直播间或者是私信直接引导好评返现。

二十九、严禁宣传其他直播平台、多平台开播非本人实名认证开播

三十、严禁冒充直播平台或媒体等名义进行直播活动或未经授权的官方活动

三十一、尽量不提“钱”，改说“米”

若主播说了“钱”很容易被平台察觉，认为是在营销打广告或者诈骗。现在诈骗分子越来越狡猾，而抖音流量那么大，很容易吸引诈骗分子到抖音来。如果钱字说的太多了，就可能被抖音检测为高危的账号，随时有被切断直播的可能性，严重的话还被直接封号。同时不建议使用原价这个词，可以用日常价来代替，最低价用活动价代替。

三十二、诱导秒杀

诱导秒杀：宣传“低价秒杀”、“免费送”等福利信息诱骗用户参与“秒杀”互动，实际未兑现或无法兑现的推广行为，或秒杀信息发布不规范的推广行为。推广方式包括但不限于口播、贴纸、弹幕。

1.宣传低价购买，实际未上架或未兑现承诺创作者宣传以低价秒杀商品或开展低价秒杀活动，但实际未上架相关商品、未兑现承诺进行低价秒杀活动或秒杀价格虚假的推广行为。
[违规示例]
a、创作者宣传某时间点上架秒杀商品/改价，进行秒杀活动，但达到约定时间未上朱相关商品；
b、创作者宣传9.9元进行秒杀活动，但实际秒杀价格为19.9元，高于约定价格；
c创作者直播间
承诺30秒后1.9元秒杀零食礼包，但半小时后仍未上架商品，倒计时期间不断欺骗观众刷屏互动停留直播间；
d、宣传16.9元购买“实体店标价299元的蓝牙耳机”，实际未上架相关商品e、宣传19.9元购买8.5公斤级的全自动洗衣机，实际未上架相关商品。

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

[说明]

使用闪购功能发布的商品，宣传“秒杀”时可豁免展示相关信息。需展示的秒杀活动信息，包括但不限于。

1、每次秒杀开始时间(必填):包括日期及时间，开始时间需具体到分钟。a秒杀活动开始日期若为当日的，可不写或写“今日”。b若开始日期非当日的，需写明具体活动开始日期。
2、秒杀商品信息及数量(必填):商品品牌+商品名称+商品数量+核心参数(如有)。如商品有明确的核心参数，需写明，例如手机等电子类商品需写明内存信息。
3、秒杀活动限制条件(若有，必填):例如，哪些地方快递无法送达，无法参与此活动
等。
4.是否为预售(若有，必填)

[展示示例]

1、秒杀开始时间:19:00
2、秒杀商品信息及数量iPhone12128G10部，颜色随机
3、秒杀活动限制条件:无
4、是否为预售:无

三十三、诱导互动

诱导互动，指创作者以获得折扣、福利低价特权、购买商品资格等为由诱导用户达互动的推广行为。诱导方式包括口播、管理员弹幕、贴纸、字幕、背景板等推广方式
1如何认定

诱导互动，以创作者将参与互动作为获取折扣福利低价特权、购买商品等“优惠”的前提条件为判定因素，相关“互动行为”与“获取优惠”之间实无关联，或不具备兑现基础，侵害消费者合法权益和交易体验。“互动行为”，包括但不限于：
a.要求消费者发表“拍了”“想要”“666”“报名”等与介绍商品无关的无意义评论；
b.要求消费者用户“点赞XX下”C要求消费者用户浏览直播间XX时长。“获取优惠，包括但不限于。

获得折扣、低价特权(如按承诺价购买、秒杀)购买商品资格可报名(如折扣活动)单发货订单生效改价包邮(不参与互动发货到付款)。

34种抖音违规行为（全）

「建议保存！」

2违规示例:

a、某创作者直播间宣传，下单购买商品后，在直播间停留5分钟，同时发表三遍“已买666”评论，可48小时内发货，不互动15天发货b“一定要扣666报名人数参加才能领取福利”C“拍了的打3遍拍的优先发货”d“拍5遍尺码上一个库存”

3、如何避免“诱导互动”

频繁“诱导互动”影响消费者交易和观看体验，扰乱了平台交易秩序，平台不鼓励此类互动行为。创作者与用户互动时，应坚持合理、客观的态度，不得以获取虚假优惠进行利益诱导性质的互动。

平台鼓励创作者通过优质的内容和合理的互动方式提升用户的参与感和信任感，例如：
a发布秒杀商品时，说明秒杀商品的库存，避免使用有歧义让消费者产生误解的描述；
b、合理引导用户参与互动，如“喜欢主播的点个关注哦”“喜欢主播的加入粉丝团下次直播不错过”
c、合理控制发放“福利”的节奏，避免长时间“憋单”(长时间宣传优惠信息诱导商品不上架)。

三十四、其他严禁直播的情况直播车祸、矿难等事故场景。

精神病患者等无完全民事行为能力的人单独进行直播。
严禁残疾人乞讨直播。
严禁军人直播。
严禁违反景区规定，恶搞名胜古迹。
严禁出售游戏号、游戏币、代练、代打游戏等。