

一、违规营销行为的表现，及对应处置

1. 品牌违规判定

平台基于大数据主动排查、质量抽检、 行政管理部门的通报/通知、司法机关的法律文书、消费者投诉、权利人举报、新闻媒体曝光、及其他合法合规渠道对品牌的营销行为进行违规判定。

2. 品牌违规记分与对应处置

- 违规内容处置： 经平台认定存在违规营销的内容（含图文笔记、视频、评论等各种形式的内容），将被执行限制曝光、禁止搜索、删除内容等处罚。
- 违规品牌处置： 品牌在平台内违规发布， 或通过平台内外各种方式引导用户进行违规发布， 会导致品牌被记分；累计分值不同、对应的节点处置不同。
- 专业号中心已上线「品牌违规营销分」查询与申诉功能， **品牌可以通过“小红书 APP-专业号中心—品牌权益—认领品牌”完成品牌认领。已认领专业号的品牌，可以自行查看自己的品牌违规营销分情况**。若分数出现变更，平台会通过专业号消息告知品牌违规原因、记分分值及对应处置。
- 记分梯度及对应的处置动作、处置解除方法：

触发分数节点	处置类型	处置周期	处置影响	解除处置方式
2	通知提醒	-	-	-
4	限流	7 天	自处置生效日期，处置期内及过去 28 天内发布的与该品牌相关的笔记，均限制自然流量。	处置到期后自动解除
6	限流	7 天	自处置生效日起，在非品牌搜索词场景下，对该品牌在处置期内新发布、及历史相关笔记笔记进行自然流量限制。	
8	限流	28 天		
≥10	封禁	28 天	自处置生效日起，品牌词搜索页面显示品牌违规提示， 且所有与该品牌相关的笔记均限制自然流量， 品牌关联的企业号限制广告投放、蒲公英合作等权益。	处置到期后，品牌提交整改材料， 经平台审核达标后解除

3. 品牌违规营销分记分

- 该记分规则适用于所有在小红书有营销诉求的品牌，包括但不限于已认证专业号的品牌。
- 平台将持续监控品牌在站内的违规营销行为， **每周对不合规的品牌进行记分，根据违规类型及违规影响，记录品牌违规营销分，每次违规记 2-10 分，连续违规则记分累积。**
- **若品牌单次违规情节严重、对小红书平台的正常运营秩序造成严重影响，或持续不整改，平台有权基于对问题的评估，判定品牌的违规性质及适用的处理标准，并对品牌做出进一步处罚，例如单次扣分大于两分，具体分值视违规表现和影响裁定。**
- 常见违规行为及扣分标准如下：

违规类型	违规内容示例	违规记分
未通过蒲公英平台的内容合作	以返现、送礼、返点、承诺其他合作资源等为利益噱头，引导用户进行不经平台报备的推广，包括但不限于： 1. 在蒲公英平台外招募博主、约定合作价格， 并要求博主不进行平台报备； 2. 组织线下活动，邀请博主体验并发布未经报备的推广内容； 3. 在站外进行的交易，以“发布小红书笔记获得代金券/返现/赠礼”等利益，诱导用户生产未经报备的推广内容。	2-4 分

虚假宣传	1. 干预博主创作： 在品牌合作过程中过度干预博主表达， 要求博主生产有悖事实、刻意片面呈现等内容， 如：夸大产品功效或对产品功效做出保证与断言。 2. 虚假发布：以异于正常用户的频率创建帐号、群聊，发布笔记、评论等或发布大量重复的、无真实体验的内容， 如招募博主进行图文直发、提供品牌和产品卖点进行代写代发等。	4-10 分
不正当竞争	品牌在平台内外自发， 或引导用户通过贬低其他商品、品牌以及其他第三方进行商品宣传，或以虚假片面的信息为基础进行商品对比的行为。	4-10 分
作弊行为	1. 通过批量注册、养号、买卖账号等手段，违规生产、获取账号。 2. 虚假刷量：无论是线上或线下，通过任何非正常手段去影响笔记的曝光、点击、点赞、收藏、评论、搜索排名数据或账号粉丝数据的行为。	6-10 分

4. 申诉处理

- **仅支持对正在生效的处置发起申诉，未在申诉时效内进行申诉的，视为品牌认可违规处理。** 平台将依据品牌提交的证据和沟通结果对申诉进行判定， 若申诉成立会立即清除该次记分同时撤销记分节点触发的处置措施。针对处置期已结束的违规行为进行申诉或申诉结果不成立，记分记录以及节点处置措施不终止、不撤销。
- 申诉方法：品牌在**小红书 APP-专业号中心-品牌违规分页面查询当前处置-点击「去申诉」**，并按**页面指引提交相关材料**。

5. 分数清零

品牌被计分后， 需积极自查，立即停止违规营销行为，并保持在处置期满后持续 28 天无违规行为。累计扣分<10 分的品牌历史违规营销分自动清零， 累计扣分≥10 分的品牌需提交解封申请材料、经平台审核通过方能实现分数清零。

二、常见问题 Q&A

Q1：品牌被记分后，处置期已结束，记分尚未消除，会有什么影响？

- 处置期结束但记分尚未消除，对当前站内经营不会有影响。但再次出现违规营销，将在未清零的分数上继续累计分值，并对应到相关节点处置。例如，某品牌在 T 周新记分 2 分，累计记分达到 6 分， 则在 T 周会直接触发限流 7 天的处置。在 T+1 周，若无违规营销行为，则处置结束，记分保持 6 分不变，站内正常经营。若再次出现违规营销行为，则记分变成 8 分，受到限流 28 天的处置。

Q2：品牌想要做新品发布试用的内容冷启动，该怎么操作才能合规？

- 品牌可通过小红书官方的 「新品试用」 功能：支持在平台有专业号、且商品上架电商平台的品牌， 通过提供新品试用名额的方式招募达人，平台会根据达人标签、粉丝量、内容质量，为品牌精准匹配优质用户。通过达人生产出的真实试用笔记，为品牌和产品沉淀粉丝、优质内容， 帮助品牌实现种草营销目标、消费者科学决策。