

视频号直播违禁词

《视频号全套违禁词与违规行为规避指南》

10类视频号违禁词

一、严禁使用极限用语

1 严禁使用国家级：

含国家级、世界级、最高级、第一、唯一、首个、首选、顶级、国家级产品、填补国内空白、独家、首家、最新、最先进、第一品牌、金牌、名牌、优秀、顶级、独家、全网销量第一、全球首发、全国首家、全网首发、世界领先、顶级工艺、王牌、销量冠军、第一（NO1\Top1）、极致、永久、王牌、掌门人、领袖品牌、独一无二、绝无仅有、史无前例、万能等。

2 严禁绝对性用语：

含最高、最低、最具、最便宜、最新、最先进、最大程度、最新技术、最先进科学、最佳、最大、最好、最大、最新科学、最新技术、最先进加工工艺、最时尚、最受欢迎、最先、等含义相同或近似的绝对化用语。大牌、精确、超赚、领导品牌、领先上市、巨星、著名、奢侈、世界全国X大品牌之一等无法考证的词语。

100%、国际品质、高档、正品、国家级、世界级、最高级最佳等虚假或无法判断真伪的夸张性表述词语。

3 严禁使用民族、性别歧视类用语：

含高丽棒子、黑鬼、血统、杂种、东亚病夫、蛮夷、大男人、小女人、男尊女卑、重男轻女、洋鬼子、小日本、大汉族主义等。

4 严禁使用权威性词语：

- 1、严禁使用国家XXX 领导人推荐、国家 XX 机关推荐、国家 XX 机关专供、特供等借国家、国家机关工作人员名称进行宣传的用语。
- 2、严禁使用质量免检、无需国家质量检测、免抽检等宣称质量无需检测的用语。
- 3、严禁使用人民币图样（央行批准的除外）。
- 4、严禁使用老字号、中国驰名商标、特供、专供等词语（唯品会专供除外）。

违禁词	替换表达	违禁词	替换表达	违禁词	替换表达
名牌	官方资质	首个	说到…我先想到的就是…	国际级	头部 第一梯队
王牌		首家		世界级	
金牌		史无前例		顶级	
掌门人	资深	最新		最高级	
独一无二	没有第二个	世界领先		第一	
绝无仅有		超前		冠军	
唯一		填补国内空白		极	绝了/很
最先进	前沿	万能	满足各种需求	100%	纯…
领袖品		奢侈	小资	首选	选ta没错
领先上市		高档	小资	巨星	达人
正品	官方认证	著名	众多推荐	极致	优质

视频号直播违禁词

二、违禁时限用语

限时须有具体时限，所有团购须标明具体活动日期。严禁使用无法确定时限的词语，如：随时结束、仅此一次、随时涨价、马上降价、最后一波等。

违禁词	替换表达	违禁词	替换表达
随时结束	卖完就结束	随时涨价	卖完就恢复日常价
仅此一次	今天只安排了这一次	最后一波	卖完就结束了

三、违禁权威性词语

- 1 严禁使用国家、国家机关工作人员名称进行宣传的用语，如：XXX领导人推荐、国家XX机关推荐、国家XX机关专供等。
- 2 严禁使用宣称质量无需检测的用语，如：质量免检、无需国家质量检测、免抽检等。
- 3 严禁使用人民币图样（央行批准的除外）
- 4 严禁使老字号、中国驰名商标、特供、专供等词语（唯品会专供除外）。

四、严禁使用疑似欺骗消费者的词语

严禁使用疑似欺骗消费者的词语，如：“点击XX词语”“恭喜获奖”“全民免单”“点击有惊喜”“点击获取”“点击试穿”“领取奖品”“非转基因更安全”等文案元素。

违禁词	替换表达	违禁词	替换表达
恭喜获奖	恭喜幸运宝贝	点击有惊喜	联系客服
		点击获取	
全民免单	免费用，免费穿	点击试穿	
		领取奖品	

五、严禁使用刺激消费词语

严禁使用激发消费者抢购心理词语，如“秒杀”“抢爆”“再不抢就没了”“不会再便宜了”“错过就没机会了”“万人疯抢”“抢疯了”等词语。

违禁词	替换表达	违禁词	替换表达	违禁词	替换表达
秒杀	秒一个，炸一个	再不抢就没了	库存不足了	万人疯抢	断货好久了
抢爆	没了，没了	不会再便宜了	这个价我尽力了	抢疯了	

六、严禁使用不文明用语，脏话

上升辱骂、人身攻击、带有不文明色彩的词语。

视频号直播违禁词

七、严禁淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力、丑恶用语

算命、算卦、神仙、保佑、玉皇大帝、王母、鬼怪、精灵、如来、佛祖、财神、灶神、门神、大仙、魔鬼、地狱、报应等信神弄鬼的内容；性生活、性交、生殖器等淫乱的文字或画面；有伤风化的内容；带来好运气、增强第六感、化解小人、增加事业运、招财进宝、健康富贵、提升运气、有助事业、护身、平衡正负能量、消除精神压力、调和气压、逢凶化吉、时来运转、万事亨通、旺人、旺财、助吉避凶、转富招福等。

八、严禁民族、种族、性别歧视用语

回回、靴子、高丽棒子、老毛子、黑鬼、血统、杂种、东亚病夫、蛮夷、大男人、小女人、男尊女卑、重男轻女、洋鬼子、小日本、大汉族主义等。

九、严禁化妆品虚假宣传用语

特效、高效、全效、强效、速效、美白、XX天见效、XX周期见效、超强、激活、全方位、全面、安全、无毒、溶脂、吸脂、燃烧脂肪、瘦身、瘦脸、瘦腿、减肥、祛黑头、祛痘、祛闭口、延年益寿、提高（保护）记忆力、提高肌肤抗刺激、消除、清除、化解死细胞、去（祛）除皱纹、平皱、修复、断裂弹性（力）纤维、止脱、采用新型着色机理永不褪色、迅速修复受紫外线伤害的肌肤、更新肌肤、破坏黑色素细胞阻断（阻碍）黑色素的形成、丰乳、丰胸、使乳房丰满、预防乳房松弛下垂（美乳、健美类化妆品除外）、改善（促进）睡眠、舒眠等

类别	违禁词	替换方式	示例
身型改善	瘦身、瘦脸、减肥	指示代词	那个什么脸（搭配手势）
肌肤现象	祛黑头、祛粉刺、祛闭口	叠词法	改善黑黑头头、粉粉刺刺、闭闭口口
肤色肤质	美白、过敏	近音法	米白、会敏
抗衰抗老	迅速修复紫外线伤害的肌肤	场景代入	从海边回来需要迅速舒缓红红的皮肤
睡眠健康	改善睡眠	同义法	睡得好

十、严禁医疗用语（普通化妆品，不含特殊用途化妆品、保健食品、医疗器械）

类别	违禁词	替换方式	示例
医疗用语	增强免疫力	指示代词	我们每个人都需要防御外界不良因素的那个力
	治疗斑秃	叠词法	改善斑斑秃秃
	细菌	近音法	细金
	毛发新生、毛发再生	同义法	毛发重新生长

视频号直播违禁词

- 1 全面调整人体内分泌平衡、增强或提高免疫力、助眠、失眠、滋阴补阳、壮阳
- 2 消炎、可促进新陈代谢、减少红血丝、产生优化细胞结构；修复受损肌肤、治愈、抗炎、活血、解毒、抗敏、脱敏
- 3 减肥、清热解毒、清热祛湿、治疗、除菌、杀菌、抗菌、灭菌、防菌、消毒、排毒
- 4 防敏、柔敏、舒敏、缓敏、脱敏、褪敏、改善敏感肌肤、改善过敏现象、降低肌肤敏感度
- 5 镇定、镇静、理气、行气、活血、生肌肉、补血、安神、养脑、益气、通脉
- 6 胃胀蠕动、利尿、驱寒解毒、调节内分泌、延缓更年期、补肾、祛风、生发
- 7 防癌、抗癌
- 8 祛疤、降血压、防止高血压、治疗
- 9 改善内分泌、平衡荷尔蒙、防止卵巢及子宫的功能紊乱、去除体内毒素、吸附铅汞
- 10 除湿、润燥、治疗腋臭；治疗体臭、治疗阴臭
- 11 美容治疗、消除斑点、斑立净、无斑、治疗斑秃、逐层减退多种色斑、妊娠纹
- 12 毛发新生、毛发再生、生黑发、止脱、生发止脱、脂溢性脱发、病变性脱发、毛囊激活
- 13 酒糟鼻、伤口愈合清除毒素
- 14 缓解痉挛抽搐、减轻或缓解疾病症状、处方、药方、经xx例临床观察具有明显效果
- 15 丘疹、脓疱、手癣、甲癣、体癣、头癣、股癣、脚癣、脚气、鹅掌癣、花癣、牛皮癣、传染性湿疹
- 16 伤风感冒、经痛、肌痛、头痛、腹痛、便秘、哮喘、支气管炎、消化不良
- 17 刀伤、烧伤、烫伤、疮痛、毛囊炎、皮肤感染、皮肤耳部痉挛等疾病名称或症状
- 18 细菌、真菌、念珠菌、糠批孢子菌、厌氧菌、牙抱菌、座疮、毛囊寄生虫等微生物名称
- 19 雌性激素、雄性激素、荷尔蒙、抗生素、激素
- 20 药物、中草药、中枢神经
- 21 细胞再生、细胞增殖和分化、免疫力、患处、疤痕、关节痛、冻疮、冻伤
- 22 皮肤细胞间的氧气交换、红肿、淋巴液、毛细血毒、淋巴毒等

34种视频号违规行为

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、借贷等情节来为商品进行带货

视频号直播违禁词

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、恶意解读婆媳关系
- 设计极其反常识剧情，如在马路上捡到的衣服内有大额现金，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

打民意牌，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，诱导观众评论“只有中国强，XX国家垃圾”

正确示范：

倡导正确的价值观与爱国主义，理智、客观进行商品信息介绍和推广。

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，进食量与普通人的正常情况严重不符
- 医疗性质危险行为，在无从业资质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。

视频号直播违禁词

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度紧绷，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，夸张演绎出很好吃的表情。

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：

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。

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”

正确示范：

不得以宣传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猎奇噱头吸引粉丝，为自身谋取不正当利益。

视频号直播违禁词

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。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。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的视频内容。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。

视频号直播违禁词

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来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。

视频号直播违禁词

十八、谋取利益类

禁止通过以自称导师 / 专家卖课教学的形式牟利。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！”

正确示范：

- 平台禁止以自称导师卖课、帮上热门、教学开通电商的名义牟利。

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。如：

- 未成年在直播间内进行直播

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

- 未成年在视频中讲解商品

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售卖商品
- 为售卖商品裹在被子里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，与购物车展示信息需具有关联性。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，并提升视频创作质量。

二十二、不得露出纹身

长时间暴露纹身会被系统警告

视频号直播违禁词

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，甚至封号。

二十五、禁止直播间截屏抽奖/评论区随机抽奖

不允许做直播间抽奖，且在视频评论区也不要引导评论送礼物。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

严禁拿一个授权卖各种其他的东西，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，这种就很容易被系统检测出来违规。

二十七、禁止在私信中大量群发产品链接

视频号是可以私信的，私信你可以发一些视频号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，然后被系统检测出来。

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用户好评返现。

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，而视频号流量那么大，很容易吸引诈骗分子到视频号来。如果钱字说的太多了，就可能被视频号检测为高危的账户，随时有被切断直播的可能性，严重的话还可能被直接封号。同时不建议使用原价这个词，可以用日常价来代替。最低价用活动优惠价代替。

三十二、诱骗秒杀

诱骗秒杀：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

指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架相关商品；
- 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；

【说明】

因未到约定的活动开展时间的，不判为违规。例如承诺晚上20:00整开始秒杀，当时时间为19:46，未到约定时间，不判为违规。

2、宣传无法兑现的“不限量免费送”

以任何形式宣传实际无法兑现的用户全部免费、不限量免费、人手一单0米买等推广行为。

【违规示例】

创作者承诺进入直播间的用户人手一份免费赠品，并诱导用户持续在直播间点赞、刷“新来的”，最终未兑现赠品或仅截屏抽奖；

【说明】

商品发布的库存是一定的，此类推广行为在直播间用户达到一定规模后，并不具备完全兑现的基础。发放赠品或抽奖时，鼓励说明相应的商品数量与参与条件（如关注账号），并真实兑现承诺。

视频号直播违禁词

3、未与商家协商一致宣传赠送高价值赠品

指创作者在未与商家协商一致情况下（商品详情页查询不到赠品信息或相关说明），在推广过程中宣传购买所推广商品后赠送高价值赠品的推广行为。

【违规示例】

创作者直播过程中宣传购买其推广的A商品（如牙刷、毛巾、酒水、课程等），免费赠送高价值的B商品（如智能手机、pad、电脑、黄金饰品、高端手表），赠品信息在A商品详情页未展示说明。

4、秒杀信息发布不规范

指创作者未按规范要求发布秒杀信息，或发布的秒杀信息不完整、被遮挡的推广行为。

- 创作者在直播期间开展秒杀活动的，每场秒杀活动开始前，需在直播间背景板、OBS自播组件等场景清晰明确展示秒杀活动具体信息。
- 秒杀活动进行时，商品必须实物出境。
- 秒杀活动结束前，秒杀活动信息须保持展示，关键信息不可被人/物遮挡。

【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。

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：iPhone 12 128G 10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、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，恶搞古迹名著。
- 严禁出售游戏号、游戏币、代练、代打游戏等

视频号直播违禁词

三十四、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进行互动的推广行为。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，或不具备履行兑现基础，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”等与介绍商品无关联的无意义评论；
- 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）、订单发货、订单生效、改价、包邮（不参与互动发到付）。

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，不互动的15天发货；
- b.“一定要扣666报名参加才能领取福利”；
- c.“拍了的打3遍拍了优先发货”；
- d.“扣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互动、商品不上架）。

视频号直播违禁词

违禁词汇集条款：

- 1、“最”有关，如最、最佳、最具、最爱、最赚、最优、最优秀等；
- 2、“一”有关，如中国第一、全网第一、销量第一，NO.1、TOP.1等；
- 3、表示权威性的禁忌词，如国家XXX领导人/机关推荐、质量免检、老字号、中国驰名商标、特供、专供等；
- 4、与“首/家/国”有关，如首个、首选、全国首家、全网首发、独家、全国销量冠军等；
- 5、包含“级/极”，如国家级（相关单位颁发的除外）、全球级、顶级等；
- 6、表示品牌地位的相关词语，如王牌、领袖品牌、世界领先、遥遥领先；
- 7、表示绝对、极限且无法考证的词语，如绝无仅有、史无前例、万能、100%；
- 8、涉嫌欺诈消费者的表述，如点击领奖、恭喜获奖、全民免单、点击有惊喜等；
- 9、虚假内容相关词语，如史无前例、前无古人、永久、万能、祖传、特效、无敌等……
- 10、讨论“刷单”、认证黄v，白v，灰v；
- 12、夸大效果，如超级美白，超级补水，非常抗皱；
- 13、涉及宗教信仰问题，如天主，耶稣，神，上帝等语言以及实物出境；
- 14、讨论国家法律，法规，美日港台敏感政治问题；
- 15、组织、宣传、诱导用户加入传销或有传销嫌疑的机构或组织；
- 16、长时间讨论导流，引流，抖音 快手等第三方平台；
- 17、小孩出境、未成年参与直播；
- 18、不当展示国家机关各部门的标识、徽章，如国旗、国徽、警徽等；涉及黄赌毒
- 20、侵犯合法权利肖像权，品牌 logo 出境，侵犯名誉权，如马化腾，国家各级领导人；
- 21、侵犯他人隐私的，如偷拍偷录、公布他人姓名、联系方式，聊天记录等；
- 22、盗播、转播他人知识产权的内容或泄露他人的商业机密；
- 23、投资、融资类的内容，如荐股、网贷、推销金融产品、证券或期货有偿咨询；
- 24、暴力和恐怖的画面，如虐待、杀害动物，殴打和暴力威胁他人；
- 25、假吃、以催吐方式进食、宣扬量大多吃、胡吃海塞、暴饮暴食等吃播内容；
- 26、展示使用（仿真）刀具、枪支，表演危险性动作的；
- 27、未经资质审核，发布新闻或时政信息；
- 28、未经资质审核，发布募捐、筹款等公益慈善类内容；
- 29、宗教、迷信类内容，如做算命、法术、驱鬼、预测国运、个人发展；
- 30、未经资质审核，宣传医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、烟草、成人用品；
- 31、解说或展示未取得文化行政部门内容审查批准文号或备案编号的网络游戏产品；
- 32、推广未经允许的第三方平台服务，比如其他平台的二维码、外部链接等；
- 33、引导线下交易，导流至其他平台交易、银行卡交易；
- 34、展示、宣传假币，或出现人民币等纸币；
- 35、主播离开直播间，画面长时间不动，没有音频出现；
- 36、录播，一人多机位多平台的直播或录播等。