

抖音直播带货新规：低价秒杀、免费送、憋单、AB链、集合链...这些玩法都要凉凉了？

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 抖音直播带货新规：低价秒杀、免费送、憋单、AB链、集合链...这些玩法都要凉凉了？ |
| 公司名称 | 海口美兰抖琦琦文化传媒工作室 |
| 价格 | 10.00/h |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 【电话烦、手机号同微】 |
| 联系电话 | 18897981244 19979808844 |

产品详情

7月28日、29日，抖音接连2天发布最新直播带货违规营销通知：

最近，抖琦琦抖音电商交流群里也有不少小伙伴反应自己的直播间收到抖音弹窗提醒或者停播处罚，处罚的类型就是“诱骗秒杀”和“诱导互动”。

其实这个就是抖音直播新出的新规，因为出的比较突然，导致大部分主播一脸懵逼，不知道自己哪里做错了。

今天这篇文章，我们仔细梳理了一下最近抖音直播带货新规，希望正在做抖音直播带货以及准备入局抖音电商的老铁注意规避下。另外，我的朋友圈也会第一时间更新抖音小店无货源新玩法、抖音电商新规以及其他对于抖音电商的思考和干货总结，欢迎围观。

名词解释

【AB链】A、B两个链接，同一个商品。A链接价格0.01，B链接正常售价。先上A链接，让大家不停地扣想要。等人数多了，撤掉A链接，上B链接。这时，一定有一部分人不知道啥回事，却看到满屏的“想要”。从众心理，下单，被套路。【集合链】把一堆正常价格的商品和一个低价商品放在一个链接。例如把0.01的卫生纸和999的金项链，放一起。用户第一眼看到价格，就是0.01。这么便宜，当然要点开看看，听主播说说。于是，停留、互动（小黄车点击）两个数据就增加了。

【复合链】类似于集合链，只是会把不同规格（颜色、材质、尺码等）的同类货品放在一个链接。

你如果有强迫症，又发现一个链接里面有几十种商品，就会不停点点点。核心，还是做数据。以上解释，如果你没看懂也就算了。因为，大概率不让玩了。最近，抖音官方发布了一则通知。

抖音小店商品发布最新新规：店铺里创建过这些商品信息的赶紧下架翻译一下：各种链接的套路，别玩了，否则扣分、停播、封号。另外，关于低价优惠的套路，也给出了规定：

翻译一下：各种优惠、折扣，说是啥就得是啥，不能骗家人们了。于是：0库存憋单、1库存强制2件起拍憋单不能玩了；号称今天工厂福利，不送完2万件不下播，真的要送完2万件了；号称只要点了赞的宝宝们都有，那得真的都要有了。如果说话不算话，小黑屋在等着你：

02

“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。

如何认定“诱导互动”？

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：

要求消费者用户发表“拍了”、“想要”、“666”、“报名”等与介绍商品无关联的无意要求消费者用户“XX下”；
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）。【违规示例】

创作者在直播间停留5分钟，同时发表三遍“已买666”评
“一定要扣666报名参加才能领取福利”；
“拍了的打3遍拍了优先发货”；
“扣5遍尺码上一个库存”。

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：

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；合理设置直播节奏互动；如“喜欢主播的点个关注哦”、“喜欢产品和主播的，加入粉丝团”等，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

03“诱骗秒杀”诱骗秒杀，指宣传“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。“诱骗秒杀”包括以下类型：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】【说明】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、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。创作者发放赠品或抽奖的，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。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，商品必须实物出镜。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。自古深情留不住，唯有套路得人心。显然，抖音是不信这句话的。跟政策做对的下场，你们懂的：奉劝各位，早点认清形势，合规搞钱~

创作者宣传某时段上架秒杀商品/改价，进行秒杀活动，但达到约定时间未上架相关商品；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；创作者承诺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；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；创作者承诺晚上20：00整开始秒杀，当时时间为