

淘宝联盟

为您解析 当下最常见的违规案例

避 / 免 / 踩 / 雷

推广者 避雷秘籍

目 录

»»»»» 前言	03
第一章：概述	04
第二章：淘宝客各项常见违规原因对应常用扣分表	05
第三章：推广违规成立的处理措施	06
第四章：淘宝客常见违规案例及解读	07
4.1流量异常	07
4.2实际推广与备案不一致	09
4.3淘宝站内违规推广	10
4.4返利渠道违规推广	15
4.5虚假宣传	16
4.6违规使用他人或对用户有误导嫌疑的名称、品牌等	16
4.7网址站违规推广	17
4.8暴力营销	19
4.9虚假交易	20
4.10违规修改或搭建推广链接\推广页面	20



4.11违反规则	-----	22
4.12违规推广	-----	23
第五章： 违规如何申诉	-----	24



前言

本文由阿里妈妈淘宝联盟市场规则团队撰写，囊括了现有淘宝联盟推广者端常见违规案例。全文从概述，淘宝客各项常见违规原因扣分表，推广违规处理措施，常见违规案例解读以及违规申诉五大部分，进行了权威，细致的说明。常见违规案例解读挑选了核心违规点以及较难以理解的违规原因进行解读，并非全部。希望帮助用户了解哪些行为可为，哪些行为不可为，避免由于对规则不了解而产生的误违规行为。

希望您能通过本秘籍熟悉及了解淘宝联盟现有推广规范，帮助您正确推广。

本秘籍仅根据2017年12月30日生效的规则进行说明，不含淘宝客商家端服务内容。

如遇到规则调整，请以阿里妈妈规则频道（RULE.ALIMAMA.COM）展示为准。

本书所有二维码部分请用手机淘宝，天猫客户端，钉钉客户端扫码

第一章 概述

为保障阿里妈妈推广者（以下简称为“推广者”）在推广过程中合规推广，维护阿里妈妈正常运营秩序，根据《阿里妈妈推广者规范》《阿里妈妈服务协议》、《淘宝客推广软件产品使用许可协议》等规定，特制定本规则秘籍。

第二章 淘宝客各项常见违规原因对应常用扣分表

注解：MEMBER：账号ID SITE：推广渠道ID ADZONE：推广位ID

规则大类	规则子类	对应扣分(最新)
流量异常	流量劫持	常用扣分：site-18分/次 轻度违规：adzone-6分/次 严重违规：member-54分/次
	流量异常	常用扣分：site-18分/次 轻度违规：adzone-6分/次 严重违规：member-54分/次
实际推广渠道与备案不一致	实际推广渠道与备案不一致	site-3分
淘宝站内违规推广	淘宝站内违规推广	常用扣分：site-18分/次 轻度违规：adzone-6分/次 严重违规：member-54分/次
搜索引擎违规推广	搜索引擎违规推广	常用扣分：site-18分/次 轻度违规：adzone-6分/次 严重违规：member-54分/次
	使用阿里巴巴集团品牌词进行sem/seo	常用扣分：site-18分/次 轻度违规：adzone-6分/次 严重违规：member-54分/次
	使用未经授权的品牌词进行sem/seo	site-9分
返利渠道违规推广	返利搜索违规（提供宝贝链接搜索服务功能等）	site-18分
	聚划算商品提供链接搜索服务功能	site-6分
	返利渠道实际返现	site-18分
	返利渠道提示(宣导)返现	site-6分
	返利渠道投放违规（阿里巴巴集团品牌词未链接到官方页面）	site-9分
虚假宣传	虚假夸大	site-9分
	虚假价格或返利	site-18分
	冒用他人/组织进行虚假宣传推广	site-18分

违规采用iframe嵌套方式推广单品、单店	违规采用iframe嵌套方式推广单品、单店	site-18分
违规披露/使用淘宝数据	违规披露/使用淘宝数据	member-36分/次
违规使用他人或对用户有误导嫌疑的名称、品牌等	侵犯第三方品牌商相关权益	site-9分/次
	采用iframe嵌套方式违规推广频道及活动页面	site-18分
	淘宝、天猫等品牌未链接到对应首页	site-6分/次
	无线-应用logo（含名字）使用天猫	site-18分
	无线-应用logo（含名字）单字淘/突出淘	site-18分
	无线-应用logo（含名字）仿频道	site-9分/次
	网站域名/logo/内容等使用阿里品牌，或与其相近误导消费者	site-18分
	网站标签页带淘logo	site-9分/次
API应用违规	影射和阿里有合作关系	site-3分/次
	开发或使用插件违规	site-18分
网址站违规推广	调用淘宝客API接口开发淘宝客非插件类应用存在违规行为	site-18分
	网址站未在主导航区内前三行中按规定推广淘宝网	site-18分
	网址站未在主导航区内前三行中按规定推广淘宝网（无线）	site-18分
	网址站未在主导航区内按规定推广天猫	site-18分
	淘宝、天猫等品牌未链接至官方页面	site-9分
	未正确使用阿里集团品牌字样、图片或logo，或误导消费者	site-9分
浏览器客户端违规推广	淘宝链接到商业化频道页面	site-18分
	未在浏览器客户端九宫格按规定推广淘宝网	site-18分
	淘宝、天猫等品牌未链接至官方页面	site-9分
	未在浏览器客户端九宫格按规定推广淘宝网（无线）	site-18分
	浏览器客户端收藏夹、工具栏违规推广淘宝客页面	site-9分
	浏览器客户端违规搭建或推广与淘宝、天猫、聚划算等购物相关的非官方页面	site-9分
	淘宝链接到商业化频道页面	site-18分
暴力营销	采用暴力营销给用户造成不良影响	site-9分
	采用暴力营销给用户造成不良影响，情节严重的	site-18分

异形推广	桌面图标，弹窗，弹泡等违规推广	site-18分
违规修改或搭建推广链接\推广页面	自行搭建或修改推广页面	site-9分
	违规修改或搭建推广链接\推广页面	site-18分
违规向卖家收费	违规向卖家收费	member-36分/次
虚假交易	账户虚假交易	member-55分/次,不影响收入结算
	订单虚假交易	member-55分/次,不影响收入结算 member-27分/次
违反规则	违反规则	常用扣分: site-18分/次 严重违规: member-54分/次
	协助进行虚假交易	常用扣分: site-18分/次 严重违规: member-54分/次
	滥用会员权益	严重违规: member-54分/次
	不当注册	member-55分/次,不影响收入结算
违规推广	搜索违规	site-18分
违规使用代购模式推广	违规使用代购模式推广	member-54分

注：上表为各类型违规行为的常用扣分表，如出现特殊其他情况阿里妈妈将依实际情况调整扣分分值

第三章 推广违规成立的处理措施

阿里妈妈会基于其独立认定的事实，独立确定采取如下一项或几项正式处理措施的组合：

1) 不予结算淘宝客及如意投收入：

媒体资源	单次扣分（生效）	通知涉嫌违规时间	处理方式
adzone	6分	当月16日至当月最后一天	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该adzone下于通知涉嫌违规当月已产生及当月将来产生的全部淘宝客及如意投收入）
		当月1日至当月15日	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该adzone下于通知涉嫌违规上个自然月的全部淘宝客及如意投收入）
site	18分	当月16日至当月最后一天	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该site下于通知涉嫌违规当月已产生及当月将来产生的全部淘宝客及如意投收入）
		当月1日至当月15日	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该site于通知涉嫌违规上个自然月的全部淘宝客及如意投收入）
member	36分	当月16日至当月最后一天	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该阿里妈妈账户下当月已产生及当月将来产生的全部淘宝客及如意投收入）
		当月1日至当月15日	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该阿里妈妈账户下上个自然月的全部淘宝客及如意投收入）
member	54分	当月16日至当月最后一天	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该阿里妈妈账户及其关联账户内当月已产生及账户内将来产生的全部淘宝客及如意投收入）
		当月1日至当月15日	不予结算临时措施中暂停结算的收入（即该阿里妈妈账户及其关联账户内上个自然月已产生及账户内将来产生的全部淘宝客及如意投收入）

说明：A.淘宝客/如意投违规的，每次扣分分值为1分至55分。

B.次扣分有效期为365天，扣分生效当天为第1天，第366日凌晨该次扣分失效并自动清零。有效期

满自动清零扣分的，不影响已生效临时措施与违规成立时处理措施的执行。

2) 关闭推广者账户和（或）其关联账户内的部分或全部推广权限：

媒体资源	累计生效扣分	处理方式
Site	18分	关闭该site下天猫推广跨店结算权限、爱淘宝推广权限、无线S8权限、淘宝客API权限
Member	18分	关闭该member下淘宝客活动推广权限
Member	54/55分	终止阿里妈妈账户和（或）其关联账户与阿里妈妈的合作，限制再成为阿里妈妈会员

第四章 淘宝客各项常见违规案例及解读

4.1流量异常

规则解读

1 通过奖励、诱导点击、弹窗、自动模拟用户点击等行为，产生非正常的浏览、点击、成交的行为。

2 流量劫持的真相



3 1.通过自己注册或操纵其他账号（如炒作团伙账号、亲朋好友账号、公司同事账号等），且集中购买特定的商品；
2.推广成交商品买家账户异常（如批量注册账户、垃圾账户等），且集中购买特定的商品；

案例一

奖励、诱导用户进行点击、浏览

1) 打开推广页面，浏览者点击除按钮“点击进入官网”之外的任何非按钮区域都直接链接到带有淘宝客PID的推广页面。属于诱导用户点击的违规行为。



2) 打开推广页面后页面显示浮窗、弹窗等广告,且点击关闭按钮,仍然跳转至带有淘宝客pid的推广页面。此类也属于诱导用户点击的违规行为。



案例二

软件安装时强制要求用户安装淘宝客相关产品或服务，或安装后无法卸载

案例三

淘宝客A通过批量注册大量账户在一段时间内（如三个月）多次购买商家B的某款商品；

4.2 实际推广渠道与备案不一致

规则解读

- 1 具体指推广者实际推广来源和备案信息不相符或未按阿里妈妈的要求，及时、详尽且准确的将合作信息按照指定方式进行备案登记。

案例

第一类：如登记备案的网站是A，实际通过A网站获取推广代码在B网站推广

第二类：在未备案的渠道中进行推广：如用未登记备案的QQ群或旺旺进行推广

4.3 淘宝站内违规推广

规则解读

- 1 阿里集团所有的网站、软件等各种资源内包括但不限于淘宝网、天猫、飞猪店铺内任何区域及宝贝详情页、商品评价页面，淘宝营销产品（淘宝达人、微淘、极有家、爱逛街、淘女郎、值得买等）、淘宝论坛、旺旺聊天工具、手淘社群（淘友群）、一淘、闲鱼；

一张表格告诉你哪些阿里集团站内资源是淘宝客不能推广的地方：

	不允许推广的阿里集团站内资源	允许推广的阿里集团的网站、软件渠道
淘宝客（又称站外淘宝客）	阿里集团所有的网站、软件等各种资源内包括但不限于淘宝网、天猫、阿里旅行店铺内任何区域及宝贝详情页、商品评价页面、淘宝营销产品（淘宝达人、微淘、极有家、爱逛街、淘女郎、值得买等）、淘宝论坛、旺旺聊天工具、手淘社群（淘友群）、一淘、闲鱼	来往、支付宝好友、支付宝生活圈、1688博客
站内淘宝客	除阿里妈妈事先允许的淘宝站内特定区域或淘宝营销产品区域以外的“淘宝客”不允许推广的阿里巴巴集团站内资源。	1、指定淘宝营销产品区域（如淘宝达人只可以在“淘宝达人”营销产品内进行推广） 2、来往、支付宝好友、支付宝生活圈、1688博客

案例

1)

违规渠道：多为宝贝详情页、商品评价页面、淘宝帮派

违规内容：直接发优惠券截图留下淘宝客联系方式、宝贝的二维码图片

收货1天后追加：材质红红的，看上去很大气，还可以烧火锅太棒了！蒸东西，开的还很快。挺省事儿刚用的挺好 一下子就开了，比较实用



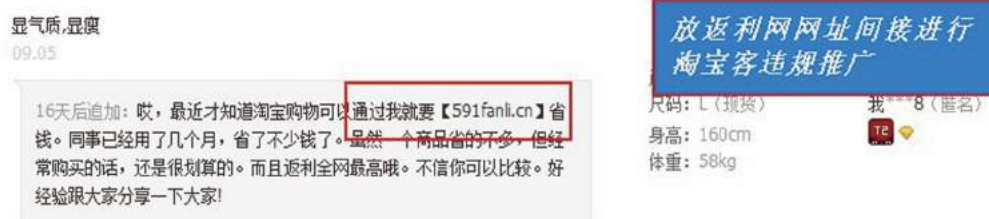
颜色分类：不锈钢色



2)

违规渠道：主要在商品评价页面

违规内容：发淘宝客QQ群号、以淘宝客推广为主的网站（返利、导购、代购等渠道）、微博、APP地址、插件地址等



3)

违规渠道：主要为店铺首页或宝贝详情页

违规内容：店铺无实际商品，通过低价或以卖家佣金奖励的方式进行淘宝客违规推广





4) 违规渠道：主要为帮派



5)

违规渠道：淘宝营销产品区域内（淘宝达人、随便逛逛等）

违规内容：未经阿里妈妈备案审核通过的站内淘宝客PID进行淘宝客推广



6)

违规渠道：主要为店铺首页或宝贝详情页

违规内容：店铺无实际商品，通过发布比淘宝客卖家低的价格吸引消费者进行购买，实际通过淘宝客进行代购方式发货给买家。扰乱和破坏公平竞争、平等交易的市场秩序，侵害卖家权益。



7)

违规渠道：主要为店铺首页或宝贝详情页

违规内容：在淘宝店铺中发布天猫淘宝内部优惠券信息，吸引消费者加入QQ、微信群中，从而在群里进行各种淘宝客推广。





8)

违规渠道：手淘社群（淘友群）、旺旺聊天工具

违规内容：在手淘社群、旺旺聊天工具中直接或间接形式发淘宝客推广链接



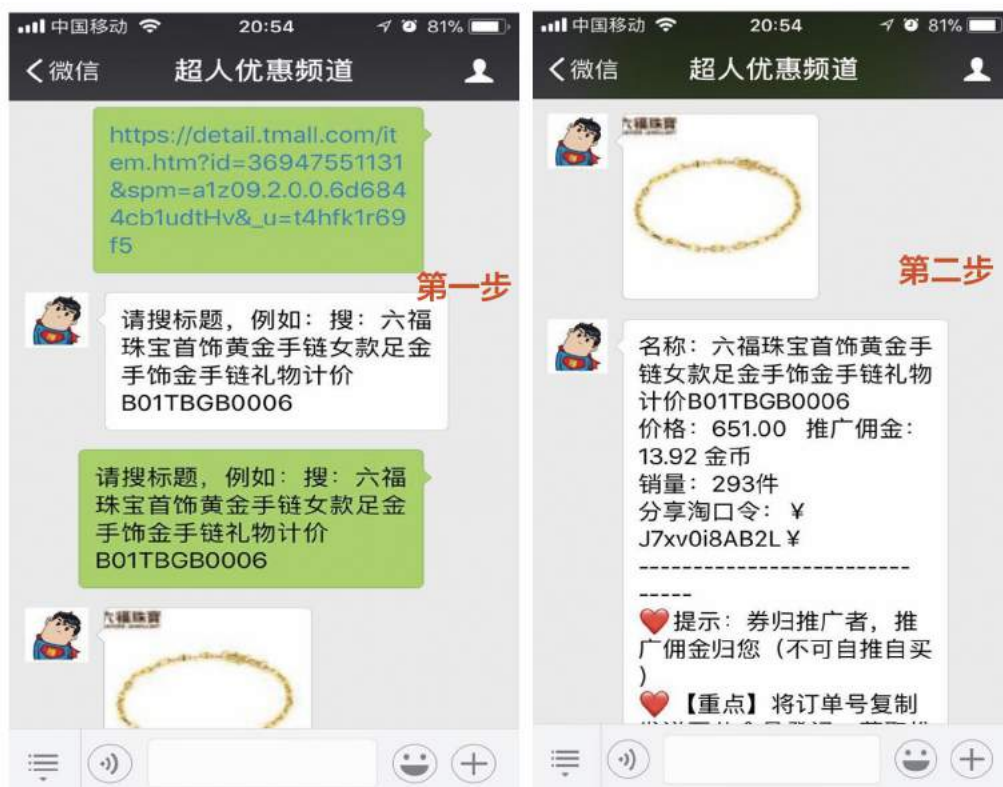
4.4 返利渠道违规推广

规则解读

- 1 禁止没有淘宝客返利API权限的媒体（包含网站、APP、H5页面渠道等）进行返利推广。
- 2 禁止提供返现功能、描述。返现指推广者推广时，采取返现金的方式给予购买其推广商品的买家一定的优惠。
- 3 禁止在返利类型的渠道内向用户提供淘宝平台商品链接、店铺链接、店铺名称及掌柜旺旺名的搜索服务功能。

案例一

变相提供商品链接搜索服务功能（提供商品链接给机器人，机器人接转换成商品名称再发送淘口令）。



第一步：消费者提供商品链接给对方，对方返回商品名称

第二步：提供返回的商品名称给对方，对方返回带有推广性质的商品信息

返利渠道更多案例参考链接:

<http://rule.alimama.com/#!/announce/business/detail?id=8307063&knowledgeid=6534021>



4.5 虚假宣传

规则解读

- 1 指利用广告或者其他方法对商品或推广内容做出与实际内容不相符的虚假信息，导致消费者误解的行为。（如虚假夸大、虚假价格、冒用他人/组织进行虚假宣传推广等）。

案例

- 1) “冒用他人/组织进行虚假宣传推广”——推广宣传时以“淘宝内部员工购物通道”等虚假信息误导消费者。
- 2) “虚假价格或返利”——淘宝客推广者在宣传或编辑推广过程中：单方面承诺买家有10块钱返利金额，而实际没有。
- 3) “虚假夸大”。例如：商家并未承诺免单，但是淘宝客对外推广时宣传免单。与实际不符。

4.6 违规使用他人或对用户有误导嫌疑的名称、品牌等

规则解读

- 1 使用与阿里集团品牌、管理层相关或相似的品牌，对用户有误导嫌疑的内容，包括不限于。
 - 1) 域名、logo、名称和推广内容。
 - 2) 无线端应用品牌侵权违规。
 - 3) 仿冒阿里巴巴官方名义发送短信。
 - 4) 网站标签页不能使用淘字误导消费

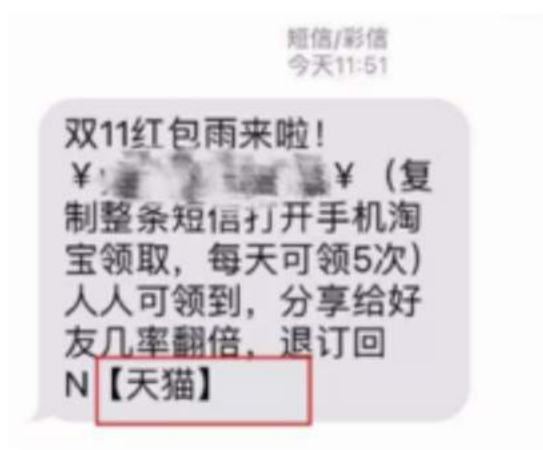
案例一

域名、logo、名称和推广内容



案例二

仿冒阿里巴巴官方名义发送短信



4.7网址站违规推广

规则解读

- (一) 主导航区(名站导航)内前三行未投放“淘宝网”入口
- (二) “淘宝网”未链接至“WWW.TAOBAO.COM”,链接至CPS的推广页面。

(三) “淘宝网”入口边上增加了CPS推广入口或其他品牌入口，不符合现有推广规则，大促期间（双十一，双十二）除外。大促期间，推广者可在“淘宝网”入口边上增加其他推广物料，但点击物料后的落地页只能是淘宝网的官方活动主会场页面，不能为其他页面。

案例一

“疯抢”链接到：【商业链接】;并且突出（标红），使消费者通过误点进入CPS推广页面，造成非正常的点击（诱导性质）进入推广页面。是不符合现有推广规则的。



案例二

“淘宝网”入口边上放其他品牌链接

名站导航	新闻焦点	股票基金	生活健康	福彩体彩	网页游戏	站内快捷
新浪·微博	搜狐·体育	网易·邮箱	腾讯·空间	淘宝·支付宝	百度·贴吧	
凤凰网	央视·直播	新华网	MSN中文网	联合早报	谷歌·雅虎	
人民网	中华网	TOM·NBA	美丽说	4399小游戏	中国政府网	
人人网	开心网	淘宝特卖	瑞丽	39健康	大众点评网	
天猫商城	京东商城	苏宁易购	当当网	凡客诚品	亚马逊	
唯品会	一号店	优酷网	去哪儿·携程	天涯·豆瓣	智联招聘	
搜房网	汽车之家	手机之家	太平洋电脑	中关村·华军	移动·联通	
东方财富	和讯网	58同城	赶集网	中彩网	中国体彩网	

4.8暴力营销

规则解读

- 1 未经对方事先同意擅自推送信息。如大量群发垃圾邮件，或给不是自己的IM账户或号码内所包含的好友进行群发等造成用户体验差的推广方式
- 2 对方虽事先同意但事后无法拒绝、退订信息。
- 3 通过发短通过发短信形式拉人进群。信形式拉人进群。
- 4 暴力营销的推广渠道包含但不限于短信、邮件、博客、微博、论坛、聊天工具（QQ、YY、来往、飞信、易信等）

案例一

通过滥发短信拉人进群：淘宝客通过群发短信，描述评价高，信誉好，符合各种标准等理由邀请用户加入聊天工具群（包括但不限于QQ/微信等），造成用户体验较差的方式推广。如下截图：



案例二

如接到会员举报自己的邮箱几分钟内就能收到大量群发的含淘宝客推广信息的邮件或在自己的QQ群里面有淘宝客发送大量含淘宝客推广内容的信息，影响会员的正常使用。经阿里妈妈核实确认后会根据违规严重程度进行相应扣分处罚。

4.9 虚假交易

规则解读

- 1 推广者使用的淘宝账户被淘宝判定为虚假交易并限制购物
- 2 当月推广成功的订单中存在严重的虚假交易情形

4.10 违规修改或搭建推广链接\推广页面

规则解读

- 1 主要指恶意修改代码/推广页面，通过修改代码及推广页面的方式进行或产生违规收入。

案例一

“自行搭建或修改推广页面”——如自己搭建商品详情页或皇冠店铺等，未使用官方的频道页面进行推广

淘宝客在APP推广过程中篡改官方的推广页面，如在淘宝的商品详情页H5页面增加优惠券浮层信息。

当买家点击APP上的商品后（图1），自动跳转到淘宝的商品详情H5页面，且在页面底部出现该商品的优惠券信息（图2），买家可以直接领取优惠券后进行购买（图3）。



1



2



3

4.11 违反规则

规则解读

1 协助进行虚假交易

淘宝客通过QQ群、网站等推广渠道散布刷单广告，包含但不仅限于“拍A发B”方式，还是“换宝贝”的模式。“拍A发B”主要指消费者拍下的是A商品，如衣服，但实际收到卖家发货的商品是低

案例一



拍的是卫衣，发立白洗衣粉245克4袋【超市售价3元一袋。】领券拍下最后一个选项6.5元【优惠券：https://taoquan.taobao.com/coupon/unify_apply.htm?sellerId=2110184062】

下单：
<http://s.click.taobao.com/X8dwpSx>

【注意】旺旺禁止咨询！默认申通快递 不到勿拍！！！！评语不要提到地洗衣粉，按衣服

2 滥用会员权益

会员滥用购买商品、评价、申请退款、发起投诉或索赔等会员权利，损害他人合法权益，妨害淘宝运营秩序的行为。

• 包括但不限于以下情形：

- 1、 利用他人的行为瑕疵，以发起投诉、给予差评等手段威胁他人，索取不当利益的；
- 2、 恶意使用无效的或不准确的收货地址和（或）收货人信息，导致卖家无法按时发货，妨害淘宝运营秩序的；
- 3、 利用一个或多个账户，在短时间大量拍下商品不付款，导致卖家商品下架，影响卖家正常经营秩序的；

4、欠缺交易意愿，恶意利用退款流程的便利性以实现其他牟利目的，购买商品后异常频繁地发起退款，影响正常的交易秩序。

4.12 违规推广（搜索违规）

规则解读

- 1 淘宝客不得在任何类型的渠道内向用户提供淘宝平台商品链接(包含淘口令)、店铺链接、店铺名称及掌柜旺旺名的搜索服务功能。

案例

1) 网站提供宝贝URL的优惠券搜索服务功能



2) 输入宝贝URL后精准显示该款宝贝的优惠券信息



第五章 违规如何申诉

若对处罚有异议，请在收到违规通知的7天内进行申诉。申诉操作方法如下步骤：

1、打开<http://pub.alimama.com/>，登录账号，点击“进入我的联盟”

2、进入页面右上角“账户结算中心”--概览--违规记录--立即申诉。

3、点击“去完善媒体资源信息”，填写补全推广管理里自己的推广方式。可以查看下方的温馨提示。补充完全之后点击下一步。

4、补充填写“其他申诉资料”。这里填写推广管理中没有补充完全的信息，可以写明文字和上传图片等内容。补全账户下所有的推广方式。注意阅读下温馨提示。

5、填写完毕点击下一步，完成提交。提交完成之后会有专门的工作人员会重新进行排查，时间为5个工作日进行审核，有结果会邮件通知到注册邮箱中。

申诉材料填写参考链接：

<https://tbk.bbs.taobao.com/detail.html?spm=a3b01.7696779.1998506161.123.3c0f77f1uUUFxf&appld=45301&postId=8080003>



