

抖音电商严打价格宣传弄虚作假

3月9日，抖音电商发布公示，《抖音电商创作者价格宣传行为规范》（下称“规范”）经修订后正式生效。规范再次强调创作者的责任与义务，如因其虚假宣传行为导致消费者合法权益受损，与提供该商品或服务的商家承担连带责任。若消费者举证有效，经平台认定商家无过错，由创作者承担虚假宣传责任。

规范明确要求，创作者在推广商品前，有义务核实其售卖价格、被比较价格、价保服务等与价格相关宣传信息，确保明码标价，确保宣传信息真实、客观、准确，不得进行虚假或引人误解的描述。对多SKU商品，创作者需明确告知所展示商品规格对应的价格。宣传商品提供价格保护服务之前，创作者应确保商家能够及时兑现，不得私自承诺。

据悉，“被比较价格”指创作者以比价方式宣传商品优惠力度时，所宣传优惠前的价格。针对消费者负面反馈较多的“虚构被比较价格”，规范规定：创作者宣传被比较价格，须在直播间或视频中展示被比较价格的相关证明凭证；或通过“商品参考价”功能发布参考价后，在直播间展示该信息。同时，创作者应保证其宣传价格真实准确，与展示的价格证明凭证或商品参考价保持一致。

其中，直播间或视频展示被比较价格的证明凭证，平台只支持商品吊牌价、官网零售价、商品定价、厂商建议零售价。通过“商品参考价”功能发布参考价，商家需前置上传对应价格凭证，由平台进行审核。创作者不得使用无依据或无从比较的价格，作为折价减价的计算基准或被比较价格。

规范明确规定，商品价格宣传时，不得利用家庭或团队矛盾、与品牌方砍价等行为进行演戏炒作。演戏炒作行为包括但不限于：故意撕扯推搡、摔东西、争吵、大喊大叫等恶意冲突；与“商家”或“品牌方”砍价

、要求加赠商品或赠品，制造冲突改低价以展示“让利优惠”的行为；演绎离婚、出轨、婆媳矛盾、家暴、斥责败家等家庭成员冲突矛盾的行为；以直播连麦形式，炒作冲突矛盾剧情，或演绎煽动粉丝恶意举报、恶意差评等强迫改低价的行为。

除规范总则外，平台还修订了《价格不规范描述实施细则》《价格虚假实施细则》《虚构比较价格实施细则》《演戏炒作实施细则》等四部管理细则，对相关违规行为进行定义和判罚。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/167837088911743.html>