

商户信息发布管理规范

一、目的

为了规范商户在美团点评平台发布信息的行为，保障消费者的合法权益，根据国家法律、法规、规章、政策及《商户服务协议》、《商户入驻服务合同》等制定本规范。

二、禁止发布违法违规、违背社会公序良俗的内容

（一）适用范围

本分则适用足疗/按摩、桑拿/洗浴/汗蒸、KTV/会所、美容/SPA 及其他相似品类商户的创建、维护 POI 信息（即为门店信息），上传、发布门店头图和商户相册，发布包括但不限于团购、闪惠、码上付、商户通等产品信息，通过商户回应功能发布文字、图片等信息的行为。

（二）信息发布要求

1. 一般要求

1.1 商户的 POI 信息、门店头图和商户相册、产品或者服务信息及商户评论回复信息发布过程中遵守法律、法规、规章、政策和公序良俗，内容健康，且不侵犯他人合法权益，不违反美团点评的任何协议或者规则，并且：

1.1.1 商户 POI 信息：POI 信息应准确有效，符合平台要求。

1.1.2 门店头图及商户相册：图片应真实有效，与经营场所及相关产品描述一致。

1.1.3 产品或者服务名称：使用准确、简洁、完整的产品或服务名称作为产品名称，需与描述及图片展示的一致，避免出现名称冗多、书写错误等情况。

1.1.4 类别：发布的产品或者服务信息应放置在最合适、最相关的类别下。

1.1.5 产品或者服务描述：使用准确、通俗易懂的语言介绍产品的实际情况，突出产品的优势和特点；排版应美观整齐，方便网站浏览者阅读。美团点评平台相关规则对介绍内容有明确要求的，应符合其要求。

1.1.6 产品图片：图片需与产品名称、描述等一致。

1.1.7 不得发布雷同信息：完全相同或极其近似的产品或服务信息不得提交第二条及更多，否则作为“雷同信息”处理。完全相同的信息指：描述和图片完全相同；或描述完全相同，没有图片；或描述完全相同，有的添加了图片，有的没图片。近似的信息指：图片相同，且描述近似；或图片虽不同，但是信息描述高度近似。

1.1.8 产品信息内容必须与产品、所提供服务的匹配。

1.1.9 商户回应：应针对用户的问题回答简单扼要，内容健康，不得进行引流或任何形式的推广。

1.1.10 所有信息均应严格遵守相关法律规定、遵循市场规律，保证对其真实性、准确性、合法性负责。

1.2 商户发布的信息不得包含以下内容：

1.2.1 违反国家法律法规禁止性规定的；

1.2.2 政治宣传、封建迷信、淫秽、色情、赌博、暴力、恐怖或者教唆犯罪的；

1.2.3 欺诈、虚假、不准确或存在误导性的；

1.2.4 侵犯他人知识产权或涉及国家秘密、第三方商业秘密及其他专有权利的；

1.2.5 侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的；

1.2.6 存在可能破坏、篡改、删除、影响美团点评平台任何系统正常运行或未经授权秘密获取美团点评及其他用户的数据、个人资料的病毒、木马、爬虫等恶意软件、程序代码的；

1.2.7 其他违背社会公共利益或公共道德或依据商户入驻服务合同等平台规则、协议的规定不适合在平台上发布的。

2. 本分则适用范围内的商户不得发布含以下敏感信息的文字或图片：

2.1 以下为不可发布的文字(包含文字本身或使用其他描述性字、词、拼音、英文、谐音字等代替不可发布的文字)：

2.1.1 胸推、游龙、黑丝、丝袜、丝足、私密、波推、奶疗、后庭保养、推奶、培根、跪背臀压、玉指柔情、花粉按抚、仙汤瑶浴、仙乐导引、碧波荡漾、暖巢保养、全息鼻滑、冰火、玉米糖、果冻、漫游、春雨绵绵、柔情、腿后侧护理、腿前侧护理、腿侧护理、性病、性生活、性功能、性高潮、性爱、性交、裸聊、催情、迷情、情色、情欲、人体透视镜、成人用药、伟哥、神油、壮阳、阳具、自慰、跳蛋、按摩棒、G点、男根、女性自用、汽车解码器、荷尔蒙、性经、增强X功能、前列腺、肾上腺、走经、风情水库补阳、极乐、玉指环绕、体推、欲惑、鱼童点水、太极滚球、荡漾、脐韵酥骨、指柔酥骨、秘语抚慰、指滑、风情雄臀、糖果之恋、温情指抚、少女御手套餐、鼻划、风情助浴、丝滑助浴、极乐互动、空间冥想、情欲风情、仙境、梦幻、魅幻、情调、丝柔、沙滩漫步、跪背、丝御、丝语、魅丝、丝蕴、丝滑、丝韵、思域、情色、角色扮演、丝丝情谊、贵妃玉指、魅惑、魂牵梦绕、媚丝、风韵、兔子跳、燕子飞、特色大动作、强腰反射、花式推油、水晶之恋、魅力冲刺、三起三落、天使之手、才艺表演、漫舞互动、轻吟细语、心灵沟通、舞姿互动、本性回归、情感互动、腿滑、六宫粉黛、滚体、水媚如月、玉女穿梭、醉龙过山、承上启下、幽谷百合、玄根养元、婉式、蹬门、上家、入户、足不出户、上门体验、到家体验、住门服、上门、Home+酒店、到家+酒店，居家+酒店，出差，到家、尚佳、约上家，尚门、上门服务、可外卖、外出服务、来家、外叫、相约酒店、约单等平台认为不可发布的文字。

2.1.2 仅限按摩足疗/桑拿洗浴类不可发布的文字：肾、臀、龙脉、关键保养、角色时尚、心灵释放、五指魔琴、上门按摩(保健、足疗、体验)、到家(保健、足疗、体验)、佳丽、撩人、沉沦、局部保养、帝王、美女、韵足心灵释放、五指魔琴、艺术养生、体柔特护、坐式揉背、贵族、皇家、皇室、皇帝、香仙熏体、梦幻冲刺、独特保养、贵妃戏耳、指尖艺术、肚皮舞蹈、双龙戏肾、直捣黄龙、油动佛心、双龙戏腰、眉飞色舞、油动双龙、睡背、深度保养、琴丝、互动、玉女、冲刺、魔指、红粉、魅足、漫舞、慢舞、魔指、摩指、丹田等平台认为不可发布的文字。

2.1.3 仅限美容美体类不可发布的文字：活力提臀、强腰补肾、滋阴养肾等平台认为不可发布的文字。

2.1.4 仅限 KTV/会所类不可发布的文字：公主、少爷、陪唱等平台认为不可发布的文字。

2.2 以下为不得发布的图片：

2.2.1 图片中人物衣着暴露,如:紧身包臀裙、过分露胸露沟、超短裙、透视装等明显不属于按摩正规制服。



2.2.2 图片中人物动作或状态不得有以下任一情形：

- a. 女技师各种躺在床上的妖娆姿势，或与男性的亲密接触，不是正规按摩性质的
- b. 女技师按摩手法，涉及调情、挑逗成份的图片。



2.2.3 图片中出现除了专业的按摩床外其他的床。



2.2.4 图片中出现双人浴缸。



2.2.5 门店头图和商户相册中出现不可发布的文字。



3. 违规处理措施

3.1 美团点评有权针对以下情形, 基于合理理由作出独立判断将涉及到的产品操作下线、关闭商户 POI、终止合作:

- 3.1.1 商户的 POI 信息违反本规范的;
- 3.1.2 商户的门店头图和商户相册违反本规范的;
- 3.1.3 商户在合作产品页面发布的信息违反本操作规范的;
- 3.1.4 商户评论回应违反本规范的;
- 3.1.5 在用户评论内发现有违反本规范的;
- 3.1.6 足疗/按摩、桑拿/洗浴/汗蒸、KTV/会所、美容/SPA 品类商户出现如“上门”等美团点评不可合作的产品。

3.2 美团点评基于媒体曝光、政府行政部门通知、消费者投诉等原因认定商户发布的信息存在违反本操作规范的, 将采取相应处理措施, 包括但不限于对商户合作的所有在线产品进行下线操作、关闭商户 POI、终止合作等。

3.3 如商户在违规的同时违反了《商户入驻服务合同》的约定, 美团点评将按照相应违规情节追究商户的违约责任。

5. 申诉流程

5.1 商户仅可针对第 3.1 条第 3.1.1-3.1.4 款采取的处理措施提出申诉, 媒体曝光、政府行政部门通知、消费者投诉等其他原因被认定违规并予以处理的均不能进行申诉。

5.2 商户可通过相应渠道向美团点评进行反馈, 并提供相应证明材料, 同时进行整改以符合本操作规范。

5.3 美团点评在收到商户申诉之日起 5 个工作日内核实; 若判定商户提供的证明材料成立且整改符合要求的, 则取消相应处理措施并将结果告知商户; 若判定商户提供的证据不成立、未整改或整改不符合要求, 则将核实结果告知商户并维持处理。

5.4 如商户恶意申诉或提供虚假证明材料的，美团点评将对商户加重处罚。

三、其他违规信息发布规范

(一) 商户未按《商户入驻服务合同》、平台规则及其他管理要求（包括但不限于网站公告、站内信通知、系统提示等）发布产品/服务信息行为，包括但不限于以下情形：

1. 发布违规广告信息

1.1 发布违规广告信息，是指商户在产品/服务或店铺页面发布不以成交为目的的产品/服务信息。

1.2 发布违规广告信息包括但不限于下列情形：

1.3 发布心情故事、仅供欣赏、测试等非实际提供的产品/服务信息；

1.4 发布批发、代理、招商、回收、置换、求购类产品/服务信息；

1.5 通过产品标题、详情、店铺介绍、站内信、短信等方式发布其他外部网站的产品/服务等信息，不得发布与商户/服务无关的第三方信息，包括但不限于在团购等产品使用流程中增加第三方平台预约、下单等步骤的行为均属于发布违规广告信息行为；

1.6 发布非该门店的其他经营实体店信息、手机号码、银行账号及个人支付宝账户等信息，特殊情形除外。

2. 发布错误描述信息

2.1 信息与实际不符，是指商户在产品/服务或店铺页面发布的产品/服务或店铺信息与实际不符。

2.2 信息与实际不符包括但不限于下列情形：

2.2.1 对产品/服务做夸大、虚假描述或宣传。例如：a) 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语的夸大描述；或 b) 对产品/服务的质量、用途、使用效果等进行虚假或引人误解的宣传。

2.2.2 在产品/服务标题、图片、价格、售后服务、详情等区域出现的产品/服务信息、店铺基础信息等与实际不符；

2.2.3 使用虚假的好评或使用与店铺实际信息不符的标识；

2.2.4 产品标题等信息不实或者与本产品/服务无关的；

2.2.5 产品标题、图片、价格及售后服务等产品要素之间明显不匹配。

3. 发布规避信息

3.1 发布规避信息是指商户通过各种方式刻意规避平台规则的要求发布产品/服务信息。

3.2 发布规避信息包括但不限于下列情形：

3.2.1 利用低价产品/服务或修改产品/服务等方式引流，即滥用产品/服务设置（包括但不限于团购上单），刻意规避平台产品/服务发布规则及其他相关规则，在产品/服务链接中放置低价产品/服务引流的行为。

3.2.2 发布价格严重偏离实际的产品/服务，即从产品/服务的信息层面判断，商户发布的产品价格与该产品/服务的实际价格严重不符。

3.2.3 以非常规的数量单位发布产品/服务。

3.2.4 通过编辑产品/服务类目、品牌、型号等关键属性使其成为另一款产品/服务。

3.2.5 发布抽奖产品/服务，即以“随机抽取”、“抽奖”、“随机发”、“福袋”等字样进行描述，具备博彩性质，诱导买家的产品/服务。

(二) 违规处理

1. 商户违反本规则之规定发布产品/服务信息的，平台有权要求商户在指定期限内进行整改；或者视情况对相应产品/服务信息采取处罚措施。

2. 针对商户违反本规则发布产品/服务信息的行为,平台除对违规产品/服务信息采取相应处理措施外,将视违规情节轻重,对店铺采取下列一项或者多项处理措施:

- 2.1 关闭商户优惠活动;
- 2.2 取消平台活动报名资格;
- 2.3 双平台排序置底;
- 2.4 店铺全部项目销量清零、全部项目隐藏且不可购买;
- 2.5 经营评分权益失效;
- 2.6 解除协议、终止合作,清退商户。

3. 商户违反本规则第三条之规定,发布规避信息的,为了保障消费者合法权益,平台除采取本条(二)1、2款规定的措施外,还将视情况暂停款项结算。

四、附则

(一) 本操作规范于2018年11月7日发布,于发布后第7日生效。商户如对本操作规范有意见的,可在生效日前联系美团点评反馈意见。

(二) 本操作规范中约定的通知,是指美团点评通过商户中心向商户推送通知、美团点评向商户指定电子邮箱发送通知、美团点评网站公告等方式。

(三) 商户于本操作规范生效日后在美团点评发布的信息、商户于生效日前发布且生效日后继续在线展示的信息均适用本操作规范。

(四) 美团点评可根据国家法律法规变化及维护交易秩序、保护消费者权益需要,不时修改本操作规范,并在生效前通过美团点评网站页面或其他方式向商户进行公示。如商户不同意变更事项的,有权于变更事项确定的生效日前联系美团点评反馈意见。如反馈意见得以采纳,美团点评将酌情调整变更事项。如商户对已生效的变更事项仍不同意的,商户应当于变更事项确定的生效之日起停止使用美团点评服务,变更事项对商户不产生效力;如商户在变更事项生效后仍继续使用美团点评服务的,则视为同意已生效的变更事项。

(五) 商户发布违反本操作规范的信息未受到美团点评及时制止和处罚的,不代表美团点评认可其做法。因商户违规信息导致平台经济、声誉受损或者受到行政、司法追究的,商户除承担本规范指定之处罚外,还应当赔偿美团点评因此受到的所有损失,包括直接损失、间接损失、声誉损失、律师费、诉讼费、调查取证费、罚款等。

(六) 本操作规范与《商户服务协议》、《商户入驻服务合同》等不一致之处,以本规范为准。但是《商户服务协议》、《商户入驻服务合同》等有更为严厉处罚措施和管理制度的,以该措施或者制度为准。

(七) 未列入本规范适用范围的商户信息发布行为,美团点评有权按照法律法规和政策以及美团点评在线协议或规则内容进行规范。美团点评在线协议或规则未明确规定的,美团点评有权根据情况自行决定参照本规范内容及其原则执行。