

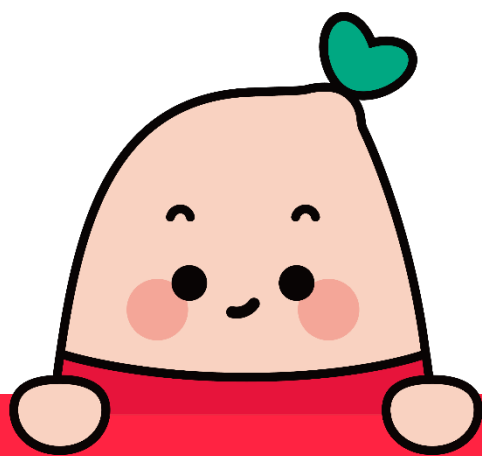
小红书

蒲公英 · 品牌合作

审核Playbook

渠道 & 运营业务部

2022.04



Playbook 总结了品牌合作中笔记高频违规问题，给到违规案例，希望帮助用户理解平台规则，避免错误示范，提高合作效率；希望您认真阅读并严格遵守规则。

目录

CONTENT

01 | 常见违规行为类型

02 | 重点行业合作规范

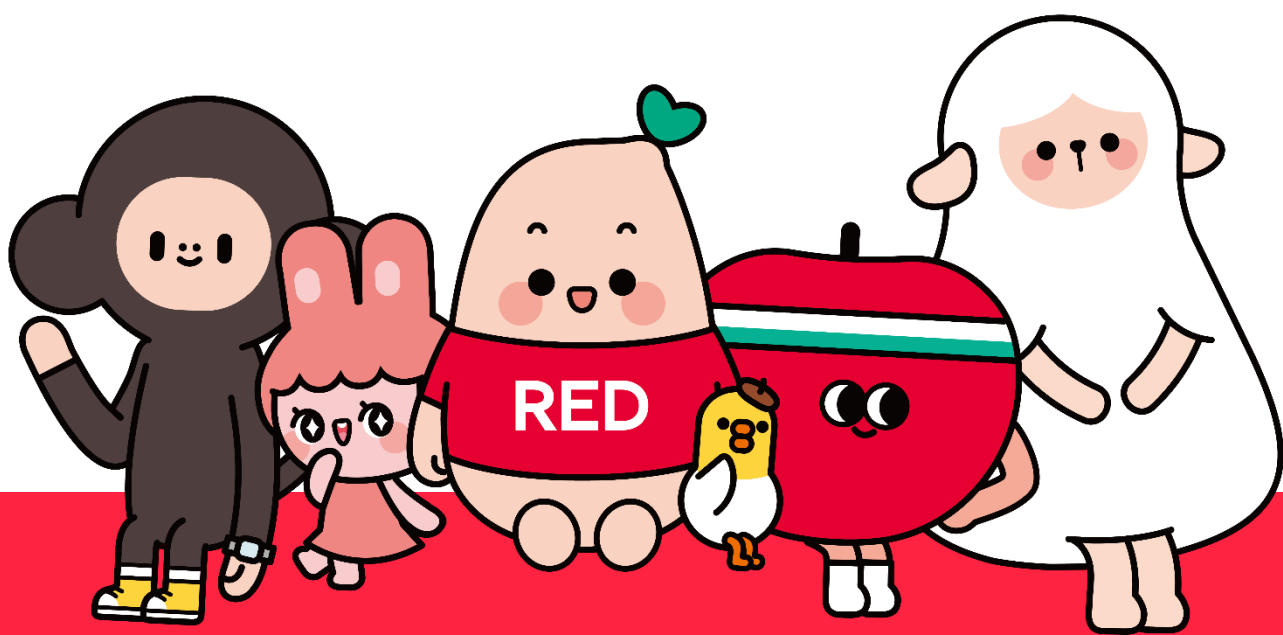
03 | 常见违规词指南

04 | 常见问题解答

05 | 附录

01

常见违规行为类型



违规类型 1. 虚假不实类

笔记内容若包含未经查明验证的虚假信息、超范围的产品功效承诺、虚假夸大的宣传，容易误导其他用户。

✘ 【伪科学型】

笔记发布各种不合适的自制产品或其他伪科学内容，如将药物或非脸部化学产品用于美容护肤。



超好用的自制云朵☁️面膜~^^

做法：1勺红酒🍷+1勺蛋清（用打蛋机打出泡泡，越细越好）；再加1勺面粉搅拌均匀，敷上20分钟 清水洗净即可。

功效：祛除粉刺、收紧毛孔、提拉紧致及美白。

一个星期最好敷2次，一次有一次的效果；长期坚持会有淡斑祛斑的效果 😊

✘ 【夸大宣传型】

◆ 普通化妆品/食品，不可超范围宣传特殊化妆品/保健食品才有的功效，如“美白祛斑”“增强免疫力”等。非医疗产品或服务也不可超范围宣传不具备的疾病预防、辅助治疗功效或相关的医疗术语。

✕ 【夸大宣传型】

◆ 合作笔记中，承诺产品或服务在某个时间段内，可达到以某个数值衡量的功效，如“一星期瘦20斤”“十天白两个度”等。

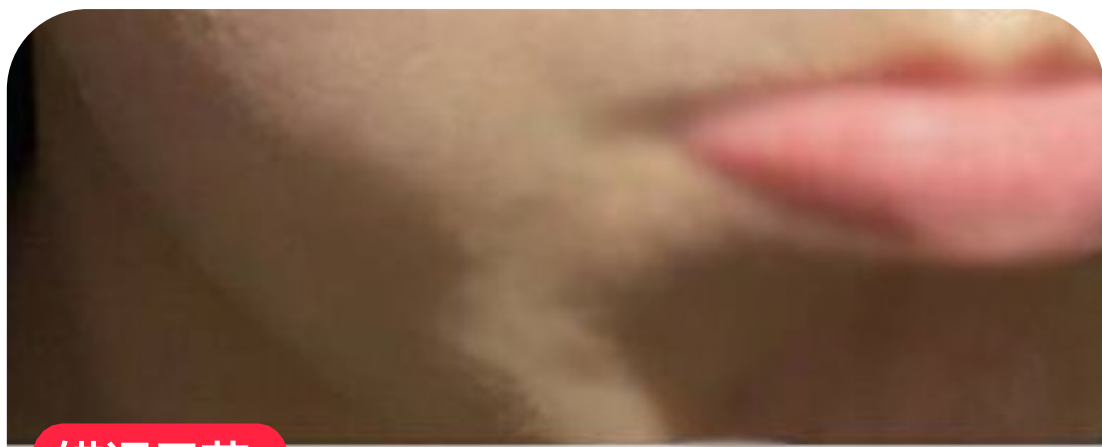
◆ 使用夸张形容词来描述合作的产品或服务，如“国家级”“最高级”“最佳”等。

若夸张形容词前有范围限制，则适度允许，像“我心中的最佳面霜”“品牌旗下最高级的汽车”等。

✕ 【背书诱导型】

以小红书平台为主语，为产品或服务做背书的违规行为，如“小红书没骗我”“不愧是小红书”等。

不以小红书平台为主语，仅陈述“在小红书上看到”“小红书上有很多笔记”等是适度允许的哦。



错误示范

👉 小红书没骗我！这样做脂肪粒半颗都没了！

前段时间眼皮附近长了一颗脂肪粒，不痛不痒的，用手挤也挤不出来，但真的难看死了😞

像个牛皮👉一样怎么撵都撵不走！真的神烦。

违规类型 2. 虚构体验类

两类违规情形：一是，博主伪造或盗用他人体验进行分享；二是，品牌方通过相似度极高的套路进行营销推广，让博主发布品牌方生产的内容伪装成博主真实体验的虚假种草行为。

✕ 【营销套路型】

多篇笔记通过相似的套路，统一的内容形式进行营销推广。建议博主以直接了当地进行产品推广哦，不建议利用编造故事，虚设场景进行营销售卖行为。



维生素+收缩毛孔精华 太牛了吧！

内调：

维生素B6：

加速新陈代谢

维生素B2：

改善皮肤粗糙，抑制油脂分泌

维生素C：

细腻皮肤

用法：一天一次，使用一周需要停用一周，

外养：

收缩毛孔精华

主打收缩毛孔，里面含有透明质酸钠，能够收缩毛孔
补水保湿，温和不刺激，干痒处涂抹会脸或毛孔处，早



[维生素+收缩毛孔精华] 搞定老树脖暗沉肌

内调+外用=淡化颈纹

内调：

维生素b2:促进新陈代谢，减少肌肤yan症，--天一次，一次一片

维生素b6:抑制油脂分泌，调节水油平衡，--天一



2💰全身美白的快乐！维生素+身体乳牛！

维生素+身体乳=yyds！

维生素C：美白亮肤，抑制黑色素

维生素B2：预防炎症，促进新陈代谢

维生素B6：减少皮肤油脂分泌，防止脱发

按照1:1:1的比例使用，一天一次，使用一周停用一周

错误示范

例如，以上多篇笔记利用维生素夹带推广产品。

✕ 【图文直发型】

博主直接使用品牌方生产的内容，伪装成自身真实消费体验进行图文直发的行为。该行为属于虚假种草，存在欺骗诱导用户的嫌疑。



例如，多篇不同博主笔记出现相似或相同的人脸图。

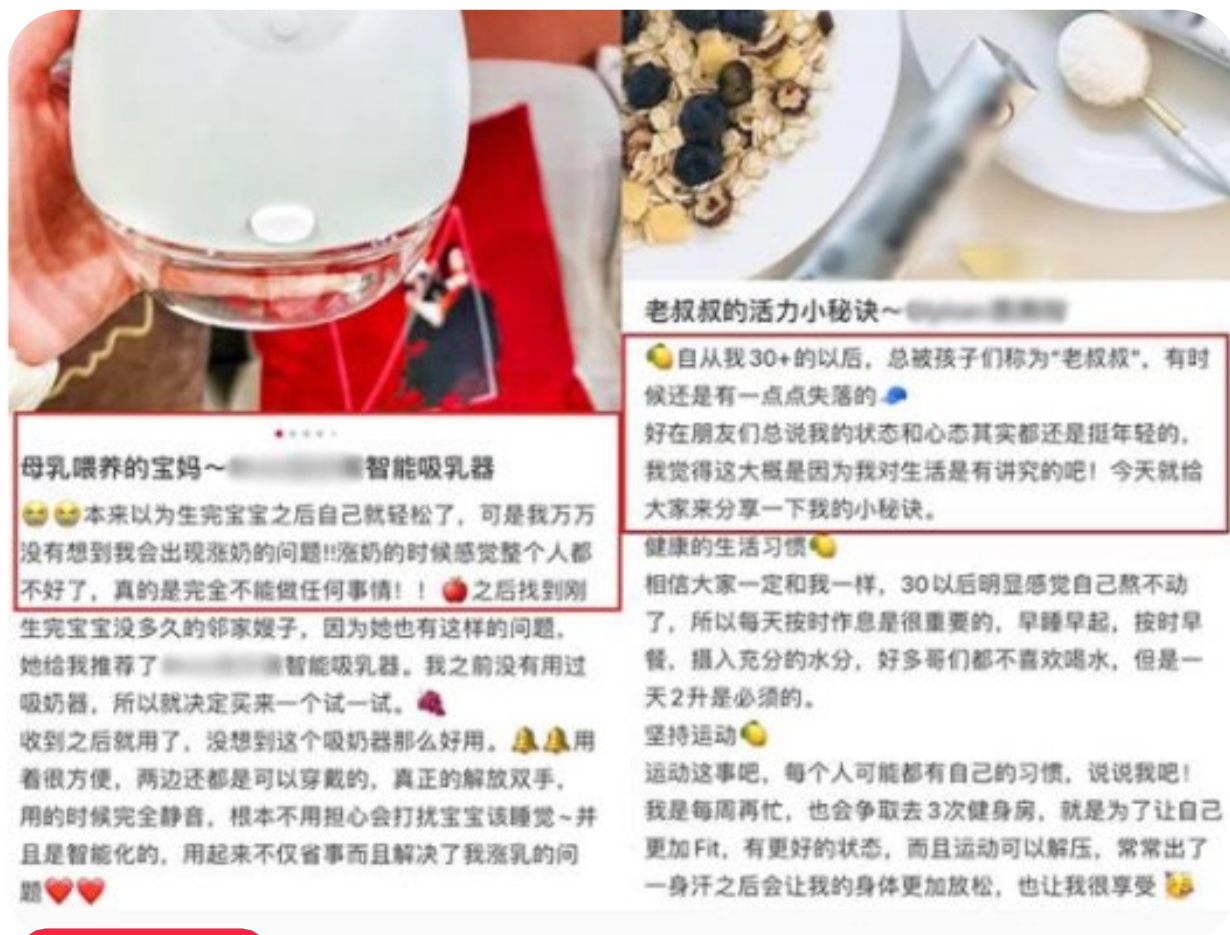
✕ 【搬运他人体验型】

笔记直接搬运、盗用平台内他人笔记中素材，混入自己的笔记分享行为，使可信度大打折扣。



✕ 【伪造体验型】

博主笔记中存在非自身经历的伪造分享，有时甚至会出现笔记内容与账号本人身份不相符的情况，使可信度大打折扣。



错误示范

例如，同一账号某篇笔记中的身份是宝妈，在另一篇笔记中摇身一变又成了老叔叔，难以令人信服。

违规类型 3. 标题封面类

笔记封面或标题中若刻意使用夸张失真、博人眼球、价值观导向不良的表述进行产品推荐，会使笔记失去参考意义甚至可能误导他人。

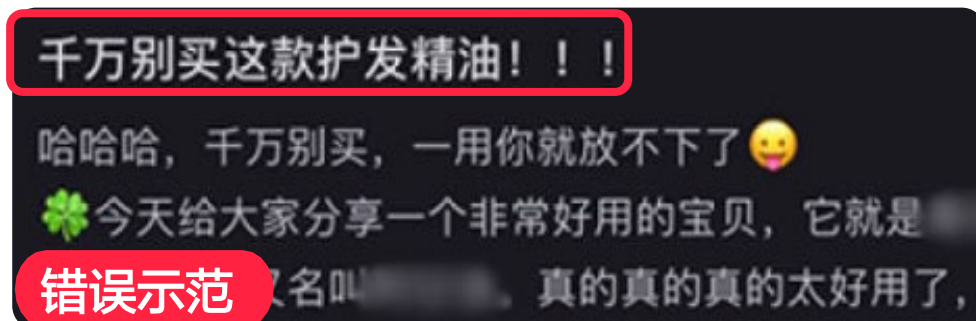
× 【不良导向型】

笔记标题或封面存在过度取悦异性、贬低女性友情等价值观问题，制造噱头，吸引眼球。



× 【故弄玄虚型】

笔记采用“千万不要买”“买了后悔”“我后悔买”等标题，让人误认为良心避雷贴，但点击后才发觉是种草文而非吐槽的本质。



违规类型 4. 轻微不适类

笔记需尽量使用清晰美观的内容作为封面图片。在首图展示血腥疤痕，皮肤瑕疵特写等不美好内容将不被推荐。



例如，上图笔记合作推广的是一款祛痘产品，笔记首图使用了一张包含红肿、痘痘等略显斑驳的检测图，整体来看易引人不适。

违规类型 5. 过度P图类

笔记过度使用磨皮、滤镜、美颜等手段，不真实地展示产品功效，或通过不合理效果对比，暗示和承诺产品功效的违规行为，容易使用户难以感知产品的真实效果。

✕ 【过度美化型】

笔记使用后期手段对素材过度编辑，如过度磨皮、过度叠加滤镜等，使产品展示效果远夸张于实际。



✕ 【前后对比特效型】

笔记通过开滤镜的方式，展示产品的前后对比效果，但也因为效果和实际情况差异较大而容易不被信任。

✕ 【不合理对比暗示型】

笔记为凸显产品效果，用诸如几年前几年后、妆前妆后、与他人做对比等方式暗示产品功效，但非产品真实功效，有偷换概念、混淆视听的意图，常见于美白、抗老等合作产品效果展示。

如笔记中错误出现“用之前XX，用完之后变得XX”表述，可调整为“这是一段时间用下来的感受”。



例如，上图通过滤镜方式（胳膊和背景都在逐渐变亮），夸大展示了产品效果。

违规类型 6. 生硬植入类

笔记标题或首图借分享、科普、种草等名义吸引用户点击，但内容中夹带推荐产品或生硬带货等违规行为。由于产品推荐相比前文内容或标题转折突然，没有太大说服力。



姐妹合照姿势 | 最显瘦的角度 | 拍照小技巧

小技巧分享：

1 俯拍，俯拍看镜头，显眼大身腿细

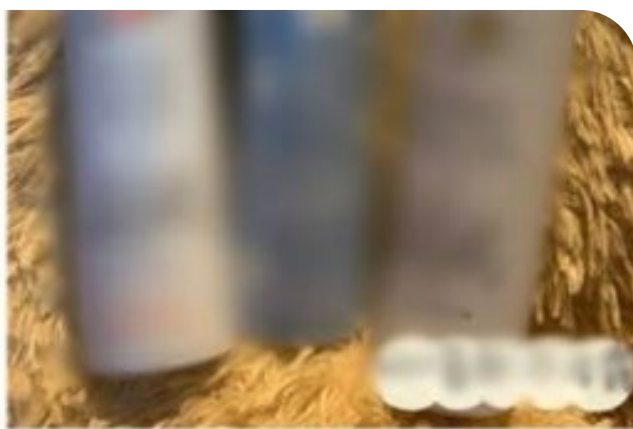
2 穿外套，挡住大腿上的肥肉

3 腿不要全放，提一点点就可，超显瘦

分享一个超可爱的慕斯沐浴露~ 沐浴露，摇一摇挤出来是慕斯状的，轻松照顾全身，从此可以告别麻烦的沐浴球了。这款沐浴露的香味做超棒，属于楼上洗澡楼下香的那种~

错误示范

❤ 287 ☆ 25 💬 12



姐妹合照姿势 | 最显瘦的角度 | 拍照小技巧

小技巧分享：

1 俯拍，俯拍看镜头，显眼大身腿细

2 穿外套，挡住大腿上的肥肉

3 腿不要全放，提一点点就可，超显瘦

分享一个超可爱的慕斯沐浴露~ 沐浴露，摇一摇挤出来是慕斯状的，轻松照顾全身，从此可以告别麻烦的沐浴球了。这款沐浴露的香味做的超棒，属于楼上洗澡楼下香的那种~

💬 说点什么...

❤ 287 ☆ 25 💬 12

违规类型 7. 合集对比类

笔记为抬高宣传合作产品，对其他产品进行恶意对比，贬低拉踩等违规行为。



例如，以上的合作笔记通过不合理或无依据的评级打分，对产品进行分类比较，容易误导用户。

违规类型 8. 资质缺失类

部分特殊用途产品或服务，品牌需在后台补充相关资质证明后，博主才可正常发布合作笔记。

Q：哪些行业需相关资质才能进行合作？

特殊用途产品和服务行业品牌需提供相关资质，常见品类如下，完整名单见 [附录1](#)。

特殊化妆品，如宣传具备美白祛斑、防脱发、防晒、染发、烫发等特殊功效的产品。

保健食品，如宣传具有祛黄褐斑、调节肠道菌群、促进消化、通便、增强免疫力、缓解视疲劳、改善生长发育、改善营养性贫血等功效的产品。

医疗器械与机构，如隐形眼镜、美瞳、耳温枪、医用敷料、口腔医疗、体检机构、月子中心等。

Q：博主收到站内信提示笔记合作产品需要补充资质证明后，该如何做？

1. 联系品牌方，让品牌方补充相关产品或服务的资质证明。途径：【蒲公英后台-我的-资质管理-产品类资质】；2. 博主删除笔记中相关需要产品或服务资质证明才可描述的内容。

违规类型 9. 未成年营销类

- ◆ 严禁未满10周岁的童星出镜或使用其形象做产品服务推广。
- ◆ 严禁未成年人以第一人称口吻进行产品服务的介绍推广。
- ◆ 严禁在不适宜未成年人的品类合作笔记中出现未成年人形象（包括未成年人表情包）。

不适宜品类包括但不限于：医疗器械、药品、酒类、美容服务、非儿童保健食品、非儿童化妆品、不利于未成年人身心健康的网络游戏等。



例如，以上左图涉及未成年营销；右图则为未成年以表情包形式出镜在不适宜品类。

小助手提示：儿童保健食品（如儿童钙片）、儿童化妆品（如婴儿面霜）、婴幼儿奶粉等，这些品类未成年人仅可作为模特出镜展示。

违规类型 10. 与报备不符类

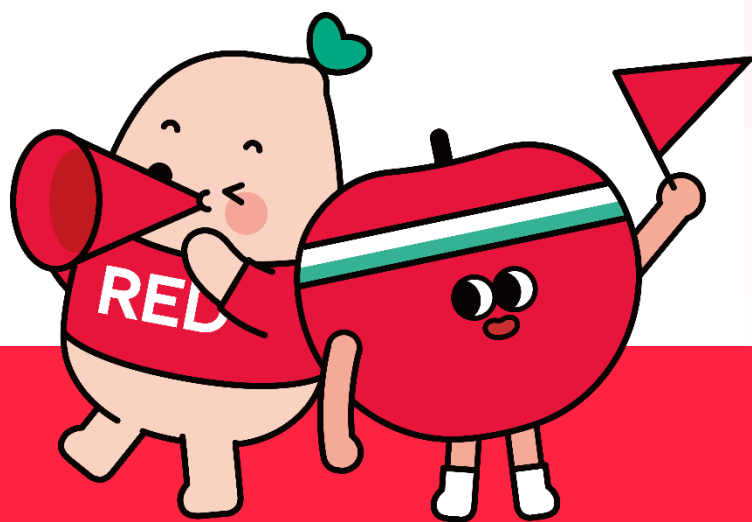
笔记推荐的产品或服务所属品牌与在蒲公英报备的品牌不符。此类违规行为影响用户体验。

Q：若报备品牌名错误，是否可以修改？

A：如品牌或代理填写错报备品牌名称，可联系商服，后台相关工作人员会进行修改。

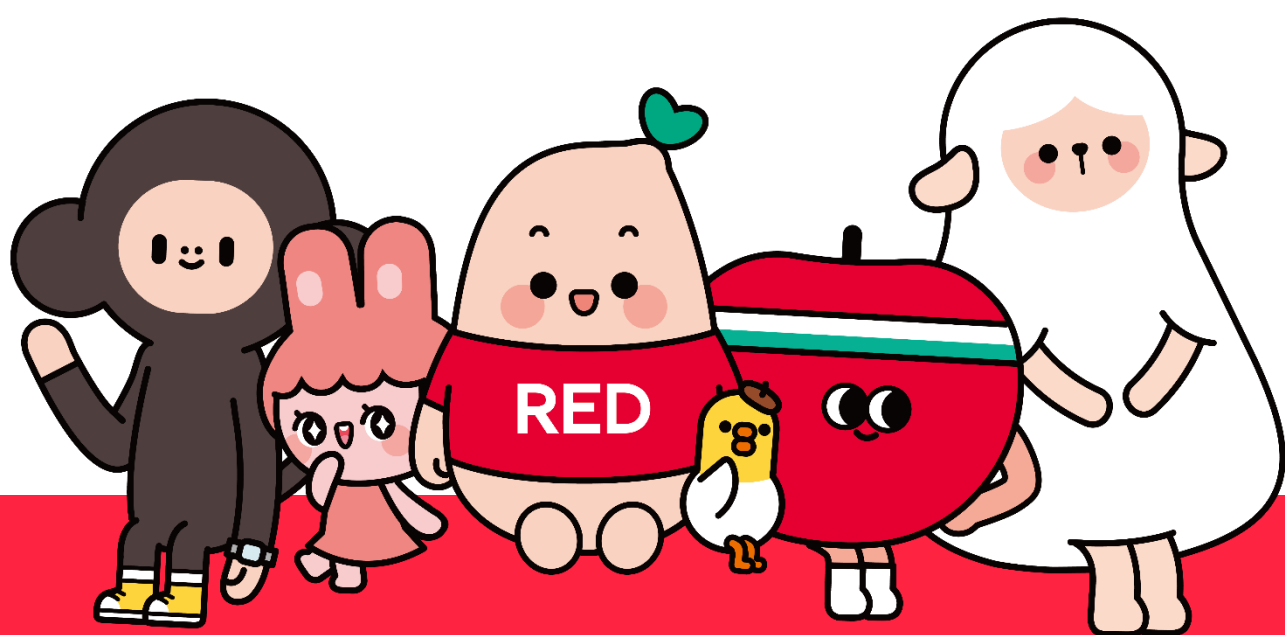
【商服联系方式】

1. 移动端：小红书APP主页-我-右上角PRO-右上角耳机，在对话框发送“人工”即可联系到人工客服。
2. PC端：蒲公英官网主页点击右侧浮窗即可联系到人工客服。



02

重点行业合作规范



行业合作规范 美妆个护行业

1. 不可超范围宣传产品功效。

美妆个护行业合作推广时，需注意合作产品是否属于特殊用途化妆品。针对特殊用途化妆品，需要有相关产品资质才可以推广它的特殊功效。

Q：哪些产品属于特殊化妆品？

A：指用于祛斑美白、育发脱发、除臭等方面的化妆品为特殊化妆品。常见特殊化妆品，如有美白功效化妆品属于特殊化妆品，需要品牌补充相关资质。

Q：如何核实产品是否属于特殊化妆品？

A：国家药品监督管理局官网－“化妆品”菜单栏－“化妆品查询”－“国产特殊化妆品注册信息”。



Q：推广特殊化妆品，商家需要向平台提供哪些产品资质证明？

- a) 国产特殊化妆品需提供《 国产特殊用途化妆品行政许可批件 》及批准文号；
- b) 进口特殊化妆品需提供国务院卫生行政部门批件或备案登记，如：《 进口特殊用途化妆品行政许可批件 》或“进口化妆品卫生许可批件和批准文号” 等。

Q：商家如何提供资质证明？

A：蒲公英后台-我的-资质管理-产品类资质。

Q：哪些常见词汇属于化妆品特殊功效描述？

A：包括但不限于以下常见功效类词汇，需要合作的产品有相关功效资质才可以提及哦。

功效	词汇		
美白祛斑	淡斑	减少色斑产生	减少黑色素沉淀
	去黑/祛黑	嫩白/白白嫩嫩	增白
	变白	亮白	焕白
育发脱发	促进/有助于毛发生长	改善毛发生长环境	减少掉发
	固发	防脱发	增加发量
除臭	消除异味	去狐臭	抑制腋臭

小助手提示

化妆品使用医疗术语，明示或暗示医疗作用和效果，也属于超范围宣传哦，常见的如：药用、治疗、抗敏、杀菌、溶脂、瘦身及各类皮肤病或疾病名称等。

2. 不可涉及对产品或服务功效的承诺保证、虚假夸大宣传。

对美妆个护产品描述时，容易陷入【承诺在某个时间段内，可达到某个以数值衡量的功效】误区，如“十天白了两个度”；或出现对产品或服务功效的夸张描述。



例如，上图笔记“补水保湿快如龙卷风”对合作产品效果做不符合常识的保证，诱导用户。

错题集

- ✗ 王炸美白cp，养出牛奶肌
- ✗ 终于可以和黑黄脸说拜拜了
- ✗ 干纹细纹滚吧，橡皮擦牛牛牛！
- ✗ 淡斑白净王炸cp！用完皮肤真的嫩到发光
- ✗ 几十💰脸洗干净了！油脂痘痘说再见！

大家是否看出以上问题了呢？



产品功效描述应真实合理，切勿夸大或做出承诺保证。以上违规表述并不代表这些词汇是违规词，仅是针对在当下语境中的使用，涉及夸大形容。

可通过案例

- ✓ 空调房也能有水墩墩好肌肤
- ✓ 白到让闺蜜嫉妒，美白面膜就用它
- ✓ 我服了！早安眼霜是本熬夜党的真爱啦
- ✓ 洗完澡香香的！还以为喷了香水
- ✓ 油痘肌直呼过瘾！

行业合作规范 食品行业

1. 不可超范围宣传产品功效。

与美妆个护行业类似，食品行业合作推广时，也需注意产品是否属于保健食品。对于保健食品，品牌在平台补充相关资质后，合作笔记才可提及产品相关保健功效哦。

Q：如何核实产品是否属于保健食品？

A：国家市场监督管理总局 - “特殊食品信息查询” - “保健食品注册”



Q：推广保健食品时，商家需要向平台提供哪些产品资质证明？

- a) **主体资质：**生产企业提供《食品生产许可证》（含保健食品）；经营企业提供《食品经营许可证》（含保健食品）；
- b) **产品资质：**境内生产保健食品提供《保健食品注册证书》或《保健食品备案凭证》；进口保健食品提供《进口保健食品批准证书》。

Q：哪些常见词汇属于保健食品特殊功效描述？

A：包括但不限于以下常见功效类词汇，需要合作的产品有相关功效资质才可以提及哦。

功效	词汇		
增强免疫力	提高/提升免疫力	免疫	抵抗力
辅助降血糖	降血糖	降葡萄糖	
抗氧化	抗氧	抵抗自由基	
缓解视疲劳	缓解眼无力	缓解眼部不适	缓解用眼过度
肝损伤的辅助保护作用	护肝	保肝	养肝
调节肠道菌群	改善肠道菌群		
促进消化	助消化	促进肠道蠕动	消食
通便	缓解便秘	改善便秘	润肠

2. 奶粉类产品需注意

- a) 禁止宣传3段以下婴幼儿奶粉；
- b) 婴幼儿奶粉及婴幼儿食品，禁止宣传医疗保健功效；
- c) 婴幼儿奶粉及婴幼儿食品，禁止使用10岁以下儿童作为广告代言人。

此外，针对奶粉类产品有专属词汇审核标准，包括但不限于以下：

可描述词汇	完全不可涉及词汇
提高保护力	提高/增强免疫力
提高抵御力	提高/增强抵抗力
增强体质	促进/改善/提升大脑发育
呵护肠道健康	调节肠道菌群
维护肠道平衡	改善肠道功能/消化功能
促进有益菌生长	改善肠道功能/环境
促吸收等	促进消化
	缓解便秘/腹胀/腹泻/腹痛
	改善睡眠
	促进视网膜发育
	以及其他医疗用语或保健食品功效用语

行业合作规范 医疗健康行业

1. 医疗健康行业中，以下几类产品或服务，需要向平台提供相关资质才可合作推广：

口腔医疗、医疗美容、医美平台、体检机构、月子中心、医疗线上平台、OTC药品、医疗器械。
(美瞳类产品、按摩器械宣传骨盆修复类等都属于医疗器械，需要相关产品合作资质)

2. 医务工作者，如医生/药师/护士，禁止合作三品一械（药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品）以及医疗服务行业（口腔医疗、医疗美容、月子中心等）

3. 常见医疗功效词汇如下：

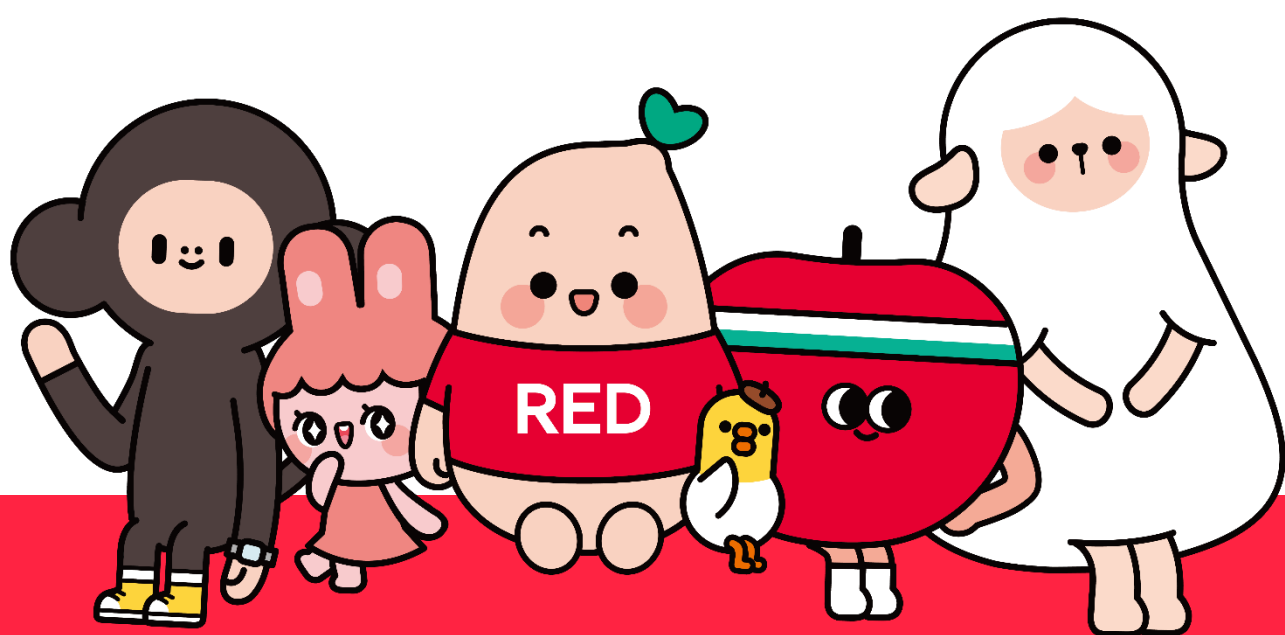
有相关医疗产品资质后可描述词汇

消炎/抗炎	抗敏/脱敏/褪敏	减少红血丝
清热祛湿/除湿	活血/补血	促进人体新陈代谢
调节内分泌	胃胀蠕动	解毒

炎症属于疾病症状，是医疗词汇，使用变形体“消火火、抗火火”也需有相关资质。

03

常见违规词指南



品牌合作笔记 违规词指南

品牌合作笔记需注意，避免使用与“最”有关词汇，对商品进行绝对化描述，包括但不限于：
国家级、最高级、最佳。

- ◆ 若夸张形容词前有范围限制，则适度允许，如“我心中的最佳面霜”“品牌旗下最高级的汽车”“我觉得这是最适合我肤质的乳液”等。
- ◆ 表示时空顺序用语，如“最近”“最后”“第一次”等适度允许。
- ◆ 仅表明品牌经营理念、企业愿景的表述，如“顾客第一”“追求最完美的品质”等描述不属于绝对化范畴，是没有问题的。

基于《广告法》中相关规定，若品牌合作笔记有进一步投放广告需求，如信息流广告等，则笔记内容需避免…

◆ 与“级”“顶/鼎”“领”有关词汇，包括但不限于：极致、极品、极佳、终极、致极、国际级、世界级、全球级、千万级、特级、宇宙级、顶尖、顶级、问鼎、鼎级、TOP级、顶配、遥遥领先、领袖品牌、世界领先、领袖、领导品牌、引领等。

◆ 与“第一/1”“首”有关词汇，包括但不限于：NO.1、TOP/TOP.1、全国第一、全网第一、销量第一、首个、首选、首款、全国首家、全国首发、首次、首屈一指等。

◆ 其他绝对化用语：笔记中不能使用以下词语对商品进行绝对化宣传，如销冠、开创、完美、100%有效、万能、性价比之王、永久、独家、王牌、XX之王、特供、老字号、独创、无可替代、仅此一次、MVP、XX领域天花板/天花顶、鼻祖等。

◆ **夸张禁用语**：笔记中不能使用以下词语进行虚假夸大宣传，包括但不限于：至臻、臻品、不可复制、绝无仅有、屈指可数、全民抢购、抢疯了、抢爆、再不抢就没了、业界/行业/全球公认等。

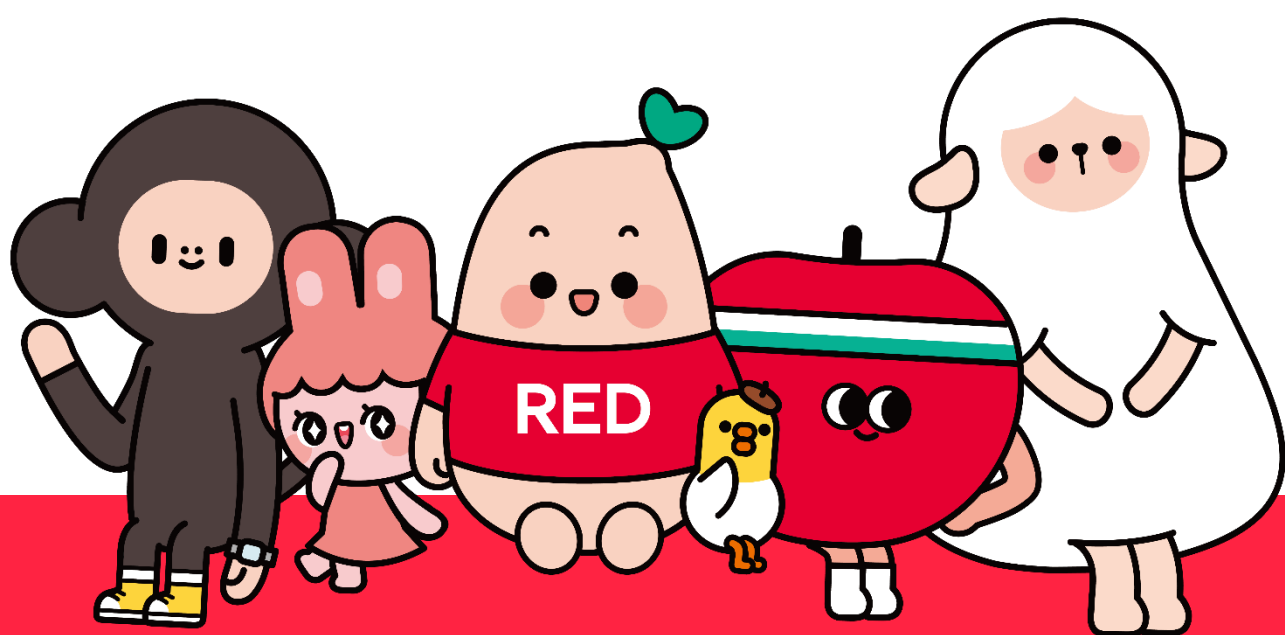
◆ **承诺保证用语**：笔记中不可对商品的效用/功能等进行绝对化承诺保证，如无效退款、不满意退款（符合真实性的情况下可使用）、零风险、特效、强效、速效、保证、彻底解决、1天见效、100%有效、无依赖、无副作用、彻底消除/清除等。

◆ **金融投资用语**：笔记中不可涉及以下金融投资用语，包括但不限于：收益率、投资回报、保底收益、返本销售、无风险回报、快速回报、高收益回报、升值、众筹等。

◆ **封建迷信用语**：笔记不可涉及封建迷信用词，如增强第六感、化解小人、增加事业运、招财进宝、健康富贵、提升运气、护身、平衡正负能量、旺人、旺财、助吉避凶、算命、算八字、运势等。

04

常见问题解答

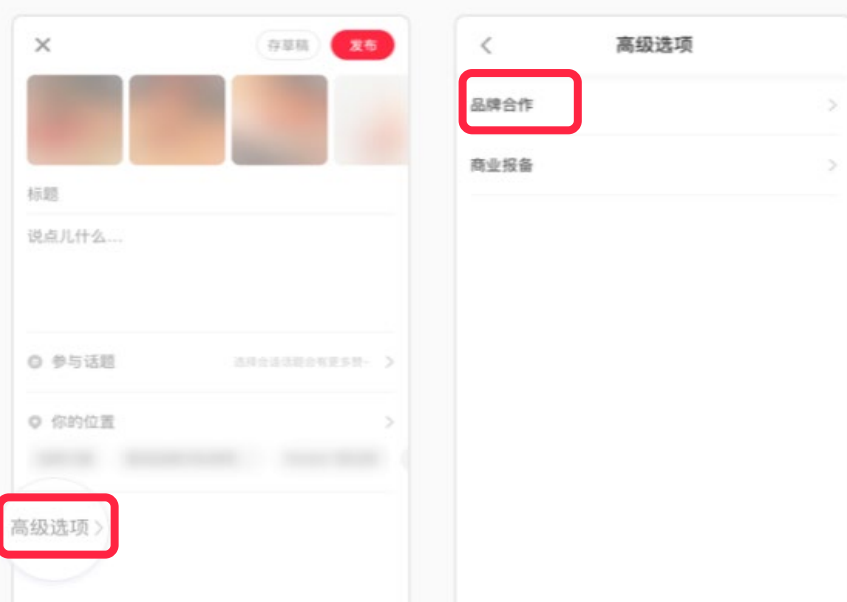


品牌合作笔记 有疑问，看这里！

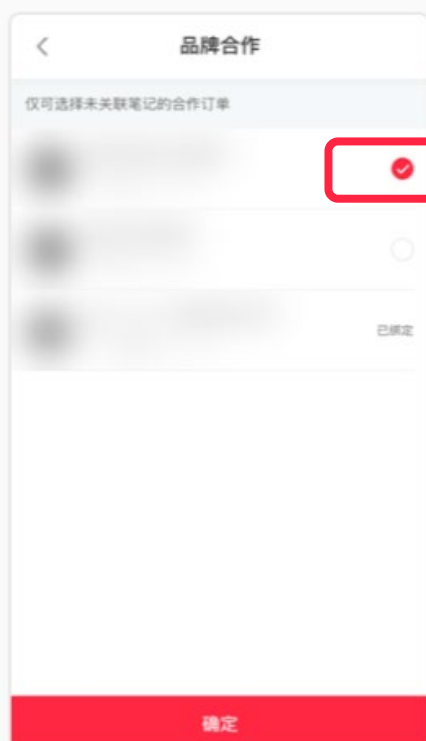
Q：如何修改品合笔记？

A：笔记通过“高级选项”，解除视频内容与合作笔记的绑定关系，并删除原笔记，修改好视频后按原链路重新绑定订单。

1 点击高级选项 选择“品牌合作”



2 关联合作订单 点击“确认”



3 提交笔记，待平台审核 与合作品牌确认



Q：为什么平台审核通过的合作笔记，修改后被通知审核不通过？

A：修改笔记会让笔记重新进审，可能存在平台审核规则更新，导致原审核通过的内容，再次审核时不符合最新规则情况。建议合作双方做好前置沟通，避免笔记重新进审导致驳回，造成不必要的损失。

Q：合作笔记通常审核所需时长？

A：合作笔记审核时长为1个工作日内，请博主适当安排好笔记发布时间。

Q：美妆成分效果如何正确宣传？

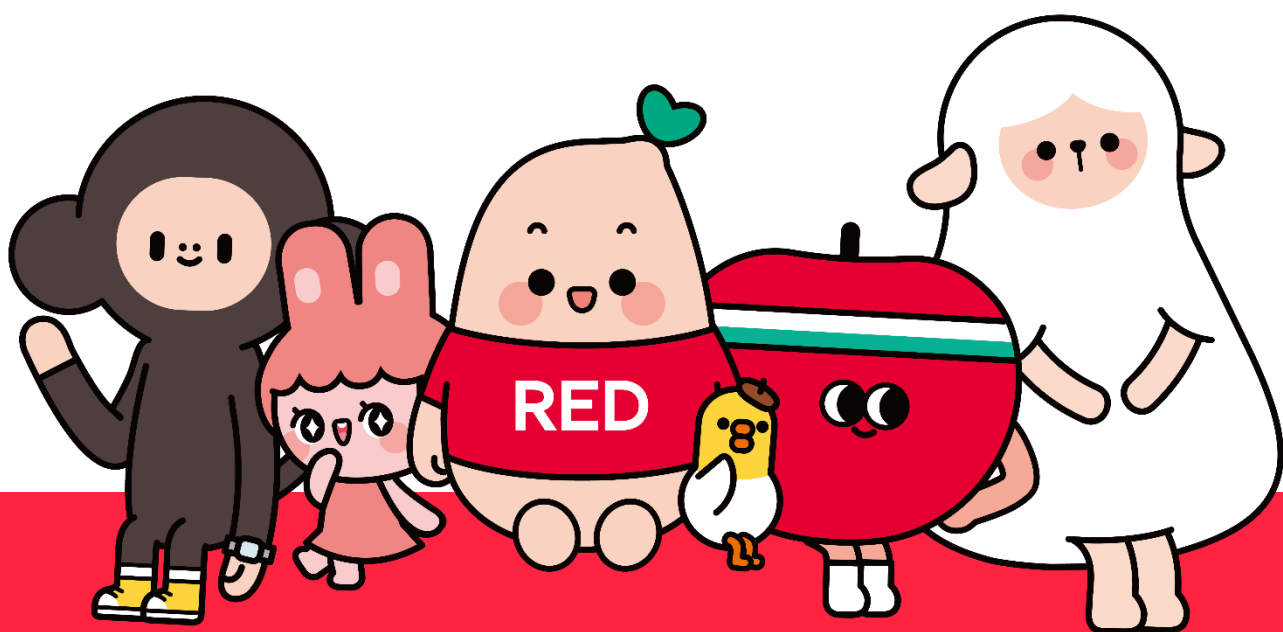
A：在宣传化妆品成分时，可按含有成分的真实功效对应宣传，不可超范围宣传或过度承诺效果。避免使用【祛除、修复、瓦解、彻底解决】等词汇来描述合作产品；结合语境，可调整为【淡化、改善、促进、有助于、缓解、维稳】等描述。

Q：小红书对商单比例有限制吗？

A：在真诚分享的前提下，小红书对博主的商单比例是没有硬性限制的，每个月商业合作没有绝对的商业笔记额度，创作者们可自由安排商业内容的创作和发布。但我们鼓励大家适当控制商单比例，认真对待每一次合作的机会，避免过度接单和“恰烂饭”，影响粉丝和用户的体验。

05

附录



附录01. 特殊准入合作行业规则

品牌方在相关从业资质及产品资质齐全的前提下，可合作的行业包括但不限于：

- ◆ 特殊化妆品：宣传具备美白祛斑、防脱发、防晒、染发/烫发等特殊功效的化妆品；
- ◆ 保健食品：宣传具有保健食品功效的产品，如增强免疫力、抗氧化、辅助改善记忆、清咽、改善睡眠、改善皮肤水份/油份、促进消化、通便、等；
- ◆ 医疗器械：如隐形眼镜、美瞳、血压/血糖仪、洗鼻器、耳温枪、医用敷料等；
- ◆ 医疗机构：口腔医疗、体检机构、月子中心；
- ◆ 宠物医疗服务及兽药；
- ◆ 消毒产品：如消毒剂、消毒液、卫生用品等；
- ◆ 职业教育：如会计从业培训、教师从业培训等；
- ◆ 学历教育：如专科、本科、研究生、MBA等；
- ◆ 财务税务服务：如资产评估、清算、审计等；
- ◆ 知识产权服务：如商标、知识产权保护服务等；
- ◆ 法律咨询服务：如律师事务所；
- ◆ 银行、基金、保险、第三方支付；
- ◆ 手机游戏应用。

特殊行业所需资质具体信息，请点下方链接查看下载
<https://sourl.cn/murNJB>

附录02. 禁止合作行业规则

以下品类的商品或服务禁止进行品合合作，禁止在品合笔记中露出：

- ◆ 医疗相关，如涉及具体科室的诊疗服务，如妇产科、内科等；涉及医疗耗材，如**矫形用品**、**牙科材料**等；涉及医疗鉴定，如亲子鉴定、精神鉴定等；
- ◆ 非法医疗健康服务，如涉及处方药展示销售以及销售其他国家明令禁止销售和使用的药品；涉及**减肥/丰胸/壮阳/补肾产品**、特殊医学用途婴儿配方食品、婴幼儿配方奶粉（0-12月龄婴儿奶粉禁投）；
- ◆ 非法教育服务，如代写论文、售卖考试答案、代办假证、证件挂靠等；
- ◆ 校外学科培训，如数学提分课、英语辅导班等；
- ◆ 非法出版物；
- ◆ 招商加盟；
- ◆ 非法网络兼职，如刷单、手机赚钱等；
- ◆ 非法网络服务，如网络水军、刷好评等服务；
- ◆ 非法代购；
- ◆ 网游私服外挂；



- ◆ **金融相关**，涉及贷款类，如小额贷款、p2p理财等；其他投资类，包括但不限于拍卖等；
- ◆ **非法金融**，如提供境外保险代理、涉及外汇兑换、虚拟货币交易、POS机代刷套现、非法票据类服务、流通的人民币交易及收藏信息等；
- ◆ 娱乐场所；
- ◆ 假冒伪劣产品；
- ◆ **烟草及其相关产品**，包含公益露出；
- ◆ 汽车相关非法服务；
- ◆ 非法社会保障服务；
- ◆ 侵犯他人隐私类；
- ◆ **野生动植物类**，包含象牙和玳瑁类制品；
- ◆ 宗教，包括起名公司；
- ◆ 博彩，涉及作弊工具、遥控麻将机等；
- ◆ 武器；
- ◆ 涉毒；
- ◆ **其他禁入**，包括但不限于涉及出国劳务、成功学、致富学等。



期待反馈 您的意见很重要！

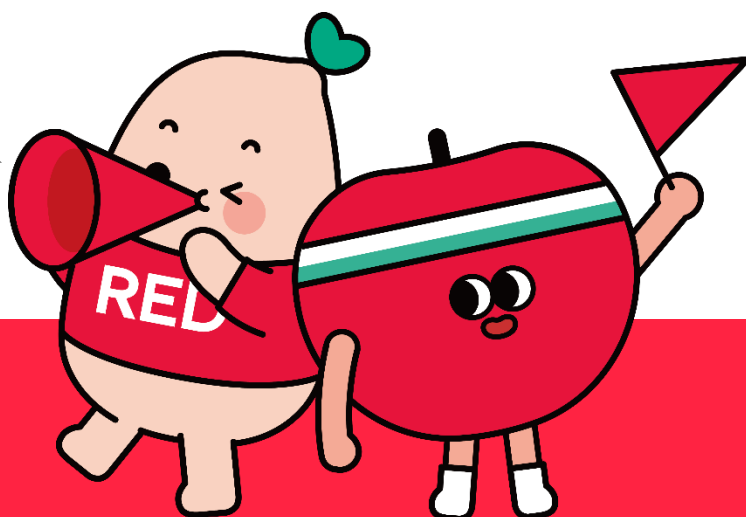
👂 听见您的声音：我们真切希望听到用户真实的反馈，从而帮助我们优化完善平台工作，更好地为各位用户提供实用内容与帮助。

希望您可以扫描二维码进行意见反馈~

🎁 小福利：认真填写问卷的同学将有机会获得平台赠送的官方周边奖品哦！



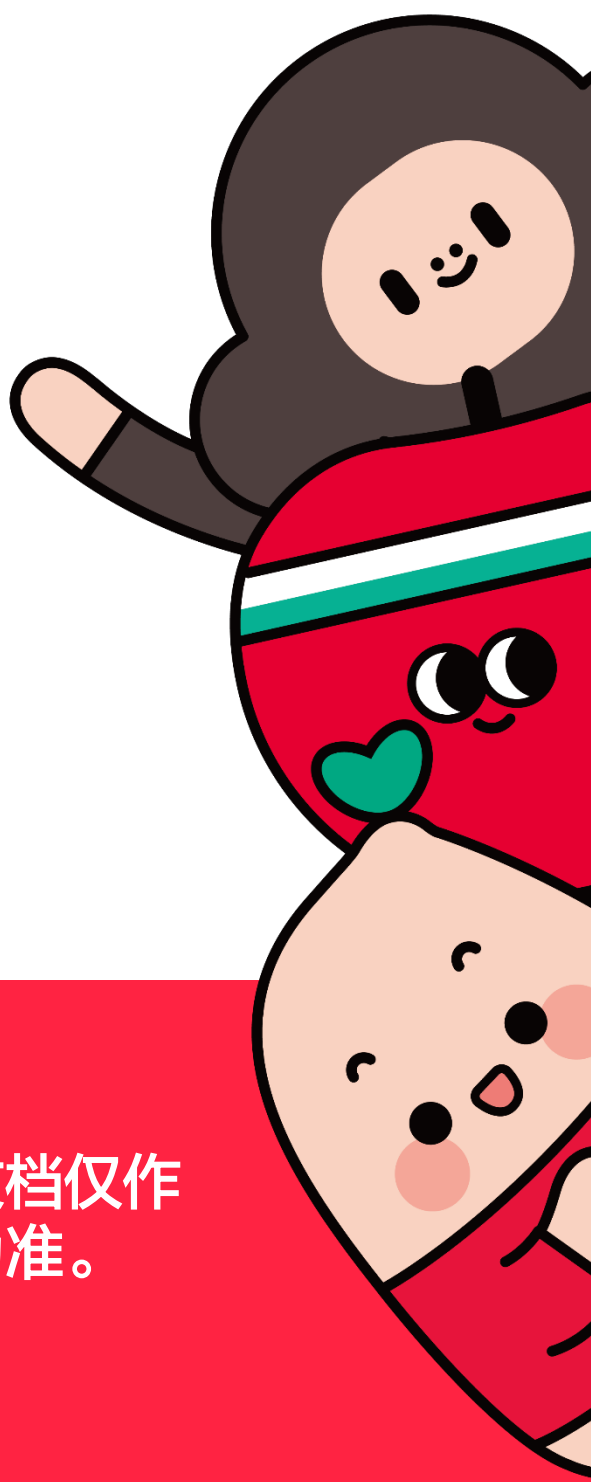
欢迎关注蒲公英小助手，了解更多资讯！



更多审核细则

官网 - 帮助中心 - 笔记内容规范

<https://pgy.xiaohongshu.com/help/home>



平台审核规则不断更新，该文档仅作参考学习使用，实际以审核结果为准。