

# 美团外卖平台市场营销规则

## 第一编 总则

### 第一章 基本规定

**第一条【目的】**为了规范美团外卖平台（以下称平台）上市主体的营销行为，维护平台营销秩序，促进营销活动健康发展，保护卖家、买家和配送方以及其他市场主体的权益，特此制定本规则。

**第二条【适用范围】**在平台内，所有营销活动组织者和营销主体设计、制作、发起和开展营销活动的行为，适用本规则。

**第三条【法律基础】**本规则的法律基础来自于《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国反洗钱法》等国家法律法规。

**第四条【遵守法律】**营销主体和营销活动组织者的行为应遵守国家法律法规、部门规章及相关规范性文件的规定。对任何涉嫌违反国家法律法规、部门规章及相关规范性文件规定的行为，本规则已有规定的，适用本规则；本规则尚未规定内容，平台有权根据实际情况进行处理。但平台的处理并不免除其应当承担的法律义务和责任。

#### **第五条【定义】**

（一）营销活动：是指在平台内，卖家选择通过特定的媒介、工具或方式，用以介绍、传播自己的品牌或销售自己商品（服务）的商业行为。

（二）营销主体：是指自行组织或者参加平台组织的营销活动的卖家。

（三）营销活动组织者：是指设计、制作、发起营销活动，为营销主体提供帮助的组织者，如平台、卖家、受卖家委托的第三方公司等。

（四）商业秘密：指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的经营信息、价格信息等商业信息。

**第六条【主要活动类型】**根据可参与人群和可受惠人群范围大小等维度，活动类型可分为以下三类：

#### **（一）普遍受惠型营销活动**

面向所有平台（店铺）买家，享受优惠或获得奖励的条件和结果是事先完全确定的，买家只需要满足基础性要求，均可立即触发优惠或获得奖励。

#### **（二）特定受惠型营销活动**

**【参与人群：部分买家】【受惠人群：全体参与人群】**对可参与活动的买家有特定身份性质门槛要求（如平台会员、店铺会员等），符合活动门槛要求的买家享受优惠或获得奖励的条件和结果是事先完全确定的。这部分买家只需要满足条件，均可直接触发优惠或获得奖励。

#### **【参与人群：所有买家】【受惠人群：部分参与人群】**

面向所有平台（店铺）买家，享受优惠或获得奖励的条件是事先完全确定的，满足条件的买家，只有部分人能获得优惠或奖励。

#### **（三）非受惠型营销活动**

以对品牌、店铺或商品等相关信息进行推广为目的，并不为买家提供优惠或奖励的行为。

**第七条【活动方式】**营销活动包括但不限于以下方式：

（一）券类，如领券、抢券、购券等；

（二）满减类，如平台或店铺的满减、满折、满免配送费等；

（三）购物津贴，如平台或卖家赠予的购物金；

（四）抽奖；

（五）传播/邀请，如转发好友、邀请好友等；

- (六) 知识类, 如参加学习、答题通过时长或分数等获得奖励;
- (七) 积分类, 如参加活动可获得积分奖励;
- (八) 游戏类, 如参加游戏通过时长或通关等获得奖励;
- (九) 节日类, 如传统节日或特定日期进行推广或促销活动;
- (十) 限时类, 如限时抢购、限时减免;
- (十一) 广告类, 如付费购买流量或广告位;
- (十二) 返现类, 如充值或消费到一定金额可获得返现;
- (十三) 信息推送, 如通过短信、IM 等方式向接收方推送相关消息;
- (十四) 其他类型的营销活动。

**第八条** 平台鼓励和支持卖家通过营销活动来为买家提供更多的权益, 包括但不限于以下行为:

- (一) 卖家可以通过平台提供的营销工具自行组织不同类型营销活动, 为买家提供更多类型的权益;
- (二) 卖家可在站外的多种渠道开展营销活动, 通过平台内店铺为更多的买家提供权益;
- (三) 卖家可组织更多次数的营销活动来满足更多买家;
- (四) 卖家可积极参与平台组织的营销活动;
- (五) 其他通过营销活动为买家提供权益的方式。

## 第二章 活动准则

**第九条** 营销活动具体内容对外公示之后, 在活动的终止日期之前营销主体不得对其作任何不利于买家的变更。

**第十条** 营销主体应当对活动的真实性负责, 包括但不限于以下情形:

- (一) 营销主体应当真实、合法, 以健康的表现形式表达活动内容;
- (二) 营销主体应当保证对其商品(服务)的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等所作的商业宣传的准确性、真实性、一致性;
- (三) 营销信息中表明推销的商品(服务)有附带赠送的, 或有奖品的, 应当明示所附带赠送商品(服务)或奖品的品种、规格、数量、期限和方式;
- (四) 营销活动的起始时间、终止时间、有效期、活动事项、适用人群、生效条件等关键内容, 应当清晰、准确、细致、完整的对买家进行表示。

**第十一条** 营销主体以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导买家的, 构成虚假营销行为, 包括但不限于以下情形:

- (一) 商品或者服务不存在的;
- (二) 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息, 或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息, 以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符, 对购买行为有实质性影响的;
- (三) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的;
- (四) 虚构使用商品或者接受服务的效果的;
- (五) 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导买家的其他情形。

**第十二条** 营销主体不得实施混淆行为, 引起买家误认为是他人商品或者与他人存在特定联系, 包括但不限于以下情形:

- (一) 未经他人授权, 擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识;
- (二) 未经他人授权, 擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等);
- (三) 未经他人授权, 擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等;
- (四) 未经平台授权, 擅自使用平台的品牌或以平台的名义进行推广;
- (五) 其他足以令买家误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

**第十三条** 营销主体进行抽奖、限量/限时减免等特定受惠型营销活动时, 应当符合以下情形:

- (一) 所设奖的种类、参与条件、参与方式、奖品种类和数量、通知中奖者的时间和方式、奖品价值、奖品交付方式、

弃奖条件或受惠条件等信息需要在活动期间在店铺首页显著位置公示，活动结束后应当在店铺首页显著公布受惠者名单以及其中受惠条件的必要详情；

- (二) 营销主体的内部员工或其他利益相关者需要作关联回避；
- (三) 不得以质量不合格产品作为奖品；
- (四) 按照承诺兑现奖品或奖金；
- (五) 不得隐瞒或者含糊标示附加条件；

**第十四条** 营销主体不得有欺骗性有奖销售行为，包括但不限于以下情形：

- (一) 谎称有奖销售或者对所设奖的种类，最高奖金额，总金额，奖品种类、数量、质量、提供方法、弃奖条件、奖券出售情况、兑奖情况等作虚假不实的表示；
- (二) 采取不正当的手段故意让内定人员中奖；
- (三) 故意将设有中奖标志的商品、奖券不投放、未全部投放市场或者不与商品、奖券同时投放市场；
- (四) 其他欺骗性有奖销售行为。

**第十五条** 营销主体进行抽奖式的有奖销售，最高奖的金额不得超过五万元，包括但不限于以下情形：

- (一) 最高奖的金额超过五万元；
- (二) 最高奖设置多个中奖者的，其中任意一个中奖者最高奖奖金超过五万元；
- (三) 同一奖券或者购买一次商品具有两次或两次以上获奖机会的，累计奖金总额超过五万元；
- (四) 以竞技比赛、智力竞猜等方式销售商品的，获奖者最高奖金额超过五万元；
- (五) 以物品使用权、服务等非现金形式作为奖励的，该物品使用权、服务等市场价值超过五万元；
- (六) 以虚拟物品为奖品进行抽奖式有奖销售的，虚拟物品在网络市场约定金额超过五万元的；
- (七) 以其他形式进行抽奖式有奖销售，最高奖金额超过五万元的。

**第十六条** 营销主体不得利用营销活动或营销工具实施任何形式的赌博、洗钱等违法犯罪行为。

**第十七条** 有奖销售活动中奖品或者赠品为非现金物品或者其他利益作奖励的，按照同期市场同类商品或者服务的正常价格计算其金额。

**第十八条** 营销主体以短信方式向买家发送营销广告的，应当明示自身的真实身份和联系方式，并向买家提供拒绝继续接收的方式。

**第十九条** 营销主体利用平台工具发送平台站内广告的，不得对买家的正常使用造成干扰。

**第二十条** 营销主体不得采用财物或者其他手段贿赂下列部门、个人或单位，不当谋取营销机会：

- (一) 与营销活动相关的平台工作人员；
- (二) 受平台营销活动组织团队委托办理相关事务的部门、个人或单位；
- (三) 利用职权或者影响力影响平台营销活动的部门、个人或单位。

**第二十一条 【不正当竞争】** 营销主体不得有任何形式的不正当竞争行为，包括但不限于以下情形：

- (一) 不符合有准入门槛要求的营销活动的参与条件，通过不正当手段加入；
- (二) 加入营销活动后，通过不正当手段获取正常标准之外的流量、推荐等平台资源；
- (三) 编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害平台内其他营销主体的商业信誉、商品声誉；
- (四) 通过影响流量、排名、评价或名誉等不正当手段侵害其他营销主体权益；
- (五) 试图、正在或已经利用平台规则对其他营销主体进行恶意攻击或伤害；
- (六) 以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取其他营销主体的商业秘密；
- (七) 披露、使用或者允许他人使用以不正当手段获取的其他营销主体的商业秘密；
- (八) 其他的不正当竞争行为。

**第二十二条 【侵犯平台商业秘密】** 营销主体不得有任何的侵犯平台商业秘密行为，包括但不限于以下情形：

- (一) 违反平台有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；
- (二) 教唆、引诱、帮助他人违反平台有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用平台的商业秘密；
- (三) 其他侵犯平台商业秘密的行为。

**第二十三条 【买家信息处理告知】** 营销主体在处理买家个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完

整地向买家个人告知下列事项：

- (一) 个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式；
- (二) 个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限；
- (三) 个人行使本法规定权利的方式和程序；
- (四) 法律、行政法规规定应当告知的其他事项。

**第二十四条【买家信息处理】**营销主体应当正确处理买家个人信息，个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等，包括但不限于以下情形：

- (一) 取得买家本人的同意；
- (二) 为向买家履行营销活动内容义务所必需；
- (三) 为履行法定职责或者法定义务所必需；
- (四) 法律、行政法规规定的其他情形。

**第二十五条【工具使用】**营销主体在使用平台提供的工具或服务开展营销活动的时候，应当遵守国家法律法规、平台规则的要求，不得对其滥用。

**第二十六条【赠与】**营销主体可以通过优惠券/代金券/津贴等方式向买家进行赠与，进入买家的平台个人账户之后的赠与物即归属于买家所有：

- (一) 营销主体在赠与前应当标明赠与物的数量、价值、使用范围、使用期限、使用条件等关键信息；
- (二) 如需要买家履行一定义务之后赠与物方可使用，应当在赠与前明确告知买家；赠与附有义务要求的，买家应当按照约定履行义务；
- (三) 附有义务要求的赠与，赠与物如出现了与承诺不一致、无法使用或使用范围变窄等问题，由营销主体在附有义务要求的限度内承担责任。

**第二十七条【买家保障】**营销活动期间内，营销主体应当保证经营能力、服务能力、配送能力的表现符合要求，保障买家权益。

**第二十八条【继续履行】**营销活动终止之后，对于活动期间内未完结的订单或未兑现的承诺，营销主体应当继续履行，并在活动有效期截止前完成全部的履行，由此产生的对买家或对平台的违约责任由卖家承担。

**第二十九条【责任承担】**营销主体应当遵守以上所有准则的要求，由此产生的风险和责任由营销主体承担。

**第三十条【活动监督】**平台应当对参与营销活动的卖家进行监督以维护平台的营销秩序，如卖家出现违反法律法规、平台规则的行为，则平台应当对按照相应规则对卖家进行警告、活动清退、关闭订单等营销管理措施、交易管理措施或市场管理措施，并根据实际业务及违规情况决定对其进行扣分处罚，由此产生的对买家或对平台的违约责任由卖家承担。情节严重者平台将上报监管机构或司法机关追究其法律责任。

**第三十一条【活动终止】**有下列情形之一的，营销主体的营销活动终止：

- (一) 营销活动到期自动结束；
- (二) 中途退出活动；
- (三) 出现违反国家法律法规、平台规则的行为而被平台清退出活动；
- (四) 平台取消或不能继续营销活动；
- (五) 店铺或品牌无法正常经营；
- (六) 应监管机构或司法机关要求；
- (七) 其他因不可抗力导致。

## 第二编 营销活动

营销活动可由平台组织、卖家自主组织等方式进行组织。

### 第一章 平台组织

#### 第一节 活动准备阶段

**第三十二条【活动告知】**平台组织营销活动，应当在活动前向卖家明确告知活动的起始时间、终止时间、活动事项等内容。

**第三十三条【准入审核】**平台组织营销活动，应当对报名参加活动卖家有经营能力、服务能力、履约能力等方面标准要求，并按照标准对卖家进行审核与筛选，保障买家权益。

**第三十四条【活动报名】**平台应当为卖家提供活动报名入口，并明确告知卖家参加活动的准入标准和资质材料的内容要求。

卖家报名参加平台组织的营销活动的时候，应当按照平台要求提供相应的资质材料，并保证材料的真实性和有效性。由此产生的责任，由卖家承担。

**第三十五条【活动签约】**卖家报名参加营销活动，经平台审核通过之后，视为双方正式签订营销活动合约。双方可以电子或书面形式完成签约。平台应当将审核结果及时、准确的告知卖家。

**第三十六条【活动准备】**卖家报名成功之后，应当按照和平台签订的协议内容要求进行活动的准备工作，包括对自身资质、活动物料等内容的自检自查，以及必要的商品、人员等的储备，由此产生的违约责任由卖家承担。因不可抗力导致卖家无法进行活动准备或退出活动的情况除外。

卖家报名成功之后，平台应当按照协议内容组织和开展营销活动，由此产生的违约责任由平台承担。因不可抗力导致活动变更或取消情况除外。

**第三十七条【活动支持】**平台作为组织者，应当为签约卖家提供必要的工具、服务等支持，帮助卖家更好的准备和开展营销活动。

**第三十八条【活动保证金】**出于保障买家权益的目的，平台可根据活动性质、范围等，决定是否向卖家收取活动保证金。平台应当在收取前向卖家明确保证金的缴存额度、支付方式、缴存时间和解冻时间以及保证金用途。在活动保证金的解冻时间到期之后，保证金余额解除冻结，卖家可自行提现。

## 第二节 活动进行阶段

**第三十九条【活动开始】**至营销协议中约定的起始时间起，营销活动自动开始。

**第四十条【活动开展】**营销活动期间内，卖家需要按照协议内容开展营销活动，由此产生的对平台和对买家的违约责任由卖家承担。

**第四十一条【信息透传】**平台应当将参与活动的卖家以显著方式进行标识。

**第四十二条【活动告知】**平台应当将组织的活动内容在活动开始前和进行中以显著方式清晰、明确的告知到买家。

卖家应当在店铺首页的显著位置，完整、准确公告店铺的营销活动内容、起始日期、结束日期、有效期等关键信息。

**第四十三条【处罚延期】**为了保障买家体验，平台可根据活动的类型，对于参加活动的卖家在活动前后一段时间内、活动期间内下达的处罚进行部分或全部延期执行。

## 第二章 卖家自主组织

### 第一节 活动准备阶段

**第四十四条【活动准备】**卖家自主组织营销活动之前，需要进行活动的准备工作，包括对自身资质、活动内容等，进行是否符合法律法规、平台规则要求的自检自查，以及必要的商品、人员等的储备，由此产生的风险由卖家承担。

**第四十五条【活动支持】**为了更好的准备和开展营销活动，卖家可向平台购买或使用平台提供的工具或服务。

### 第二节 活动进行阶段

**第四十六条【活动告知】**卖家应当在店铺首页的显著位置，完整、准确公告店铺的营销活动内容、起始日期、终止日期、有效期等关键信息。

**第四十七条【活动开始】**卖家应当遵守店铺首页公告的营销活动内容、起始日期、终止日期。卖家自主组织的营销活动的实际开始时间，不得晚于店铺首页公告的起始日期；实际终止时间，不得早于店铺首页公告的终止日期；活动事项需要和公告保持一致，卖家不得单方面自行向买家宣布活动内容变更或终止。由此产生的对买家的违约责任，由卖家承担。

### **第三编 附则**

**第四十八条** 营销主体承担责任的方式主要有：

- (一) 停止侵害；
- (二) 返还商品或退钱；
- (三) 更换商品；
- (四) 继续履行；
- (五) 赔偿损失；
- (六) 支付违约金；
- (七) 赔礼道歉。

法律规定惩罚性赔偿的，依照其规定。

本条规定的承担违约责任或权益侵害责任的方式，可以单独适用，也可以合并适用。

#### **第四十九条**

规则于 2022 年 11 月 4 日正式发布生效，2023 年 11 月 7 日首次修订。