

TikTok Refugees 涌入小红书: 出海 APP 怎样合规接住“泼天富贵”?

作者: 潘永建 | 朱晓阳 | 邓梓珊 | 李佳琪

2024 年 12 月 6 日, 美国哥伦比亚特区联邦巡回上诉法院宣布维持 TikTok 的“不卖就禁”法案。眼看禁令生效日期(2025 年 1 月 19 日)逐步逼近, 部分担忧 TikTok 撤离、又对美国当地巨头社交平台不满的用户选择加入一场充满叛逆色彩的“出走”。一夜之间, 中国社交平台小红书跃升美国 APP Store 免费应用的下载榜首, “TikTok Refugees”(中文网络戏称“洋抖难民”)话题不断发酵, “泼天的流量”一时将小红书推上机遇与风险并存的风口浪尖。

从 APP 合规角度, 面向海外用户提供服务的开发者通常会结合自身业务特性与当地法律监管要求, 采取不同的应用分区策略。为应对数据跨境等常见合规风险, 处理大量个人信息或敏感个人信息的开发者往往会采取在海外部署研发/数据中心、单独开发国际版应用等差异化措施, 以便满足海外对于数据本地化等方面的监管要求。

或许正是作为少数打通国内国际生态的平台, 本次洋抖难民涌入小红书才会引发“原住民”的热烈反馈, 在短期内迅速形成“地球村”的文化奇观。而作为合规律师, 我们在共睹这一狂欢的同时, 也不自觉地开始细数其背后暗藏的风险——身份验证、内容审核、数据跨境……我们将在本文以 Q&A 形式简要讨论这些出海 APP 所面临的共性问题, 以期为企业提供参考, 也为感兴趣的朋友答疑解惑。

.....
如您需要了解我们的出版物,
请联系:

Publication@llinkslaw.com

1. 为什么海外用户也能注册小红书?TA 们怎么做实名认证呢?

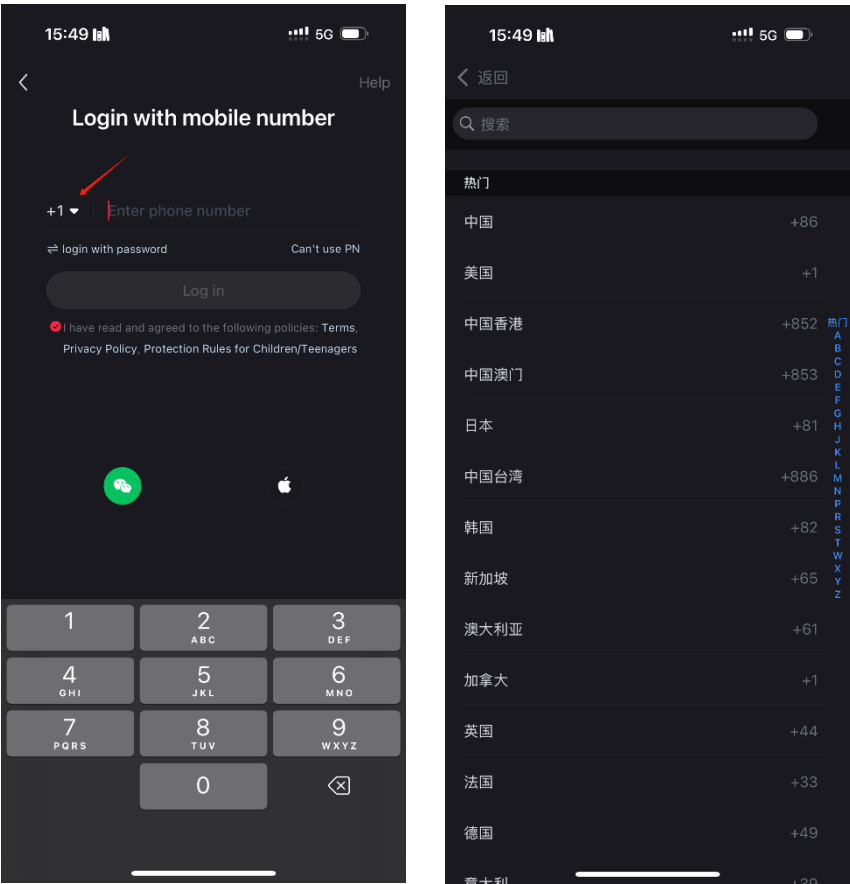


图 1: 小红书在注册页面提供了海外手机号码等多种注册渠道¹

对于广大洋抖难民而言，拥趸小红书的关键原因之一便在于其提供了“兼容并包”的注册与认证路径——如图 1 所示，用户既可以通过不限制属地的手机号码直接注册，也可以通过微信、Apple ID 这两种第三方平台渠道间接注册²；而如图 2，在注册后的设置页面，小红书还提供了支持外国护照等身份证件的身份认证功能。经实践，未完成该实名认证功能的中外用户也能够正常完成内容浏览、发布图文/评论、点赞互动等基本功能。

¹ 本文有关小红书 APP 内功能的截图均基于笔者使用的小红书 v8.69 版本，下同。
² 根据小红书部分海外用户反馈，通过第三方路径间接注册的用户如需发帖/互动，则仍需验证手机号。

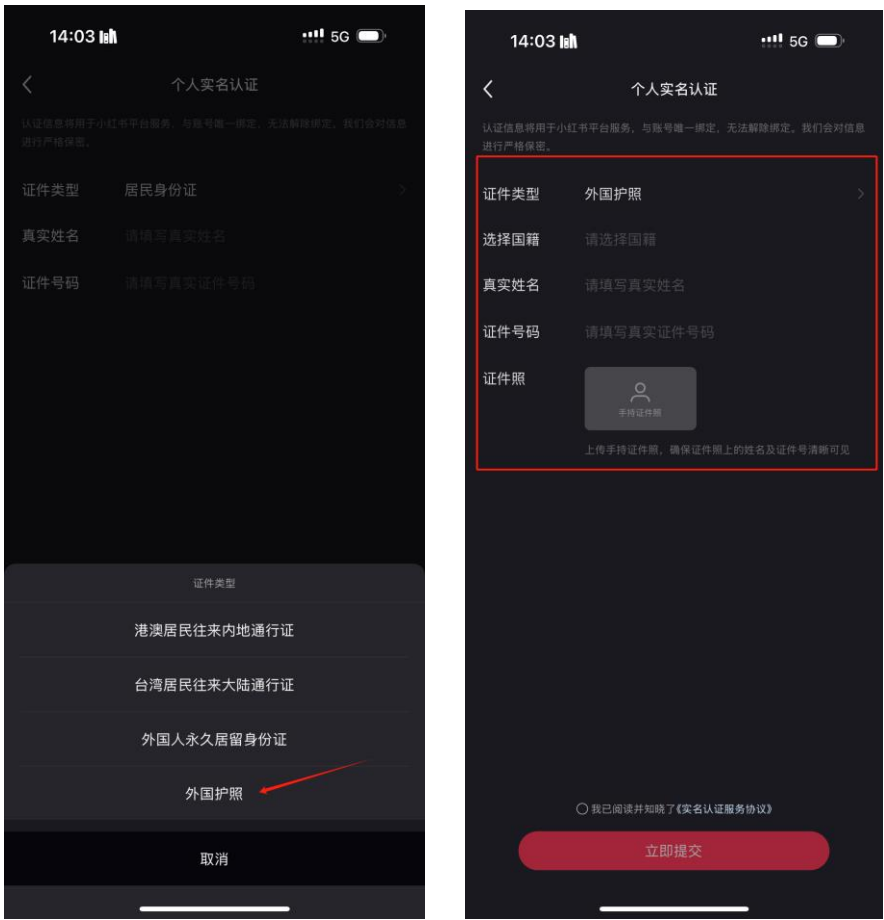


图 2：小红书在个人实名认证页面提供了外国护照等多种验证方式

为什么用户只需一个手机号、无需上传证件也能正常使用此类平台的基本功能呢？其背后逻辑是我国“后台实名，前台自愿”的实名认证原则³，即，后台强制要求实名，不强制在前台显示实名制相关信息，视平台自身管理情况选择对“大V”等特定自媒体主页展示实名信息⁴。而根据工信部《电话用户真实身份信息登记规定》，持有我国手机号的用戶均已在运营商处登记过真实身份信息，故平台通过注册提交的手机号也能在后台实现实名认证效果。而以美国为例，美国也有类似的手机号实名认证机制。

虽然这为常居海外而无法取得中国手机号的用戶提供了入场便利，但考虑到部分国家/地区无需实名即可获取手机号的情况，这一方式也将提升平台在网络安全、电诈等重点领域所面临的风险。我们提示，平台在为海外用戶提供上述便利举措的同时，也必须重视《互联网用户账号信息管理规定》《反电信网络诈骗法》等法律法规下的合规义务。举例而言：

- 强化后台实名认证机制，设计**有效、准确、针对外国用户的实名认证措施**。
- 对于拟提供互联网新闻信息服务、网络出版服务等依法需要取得行政许可的特殊服务账号，或拟提供生产经济、教育、医疗卫生、司法等特殊领域内容的账号，平台应要求该类用戶提交特定

³ 《互联网用户账号名称管理规定》第 5 条第 1 款：“互联网信息服务提供者应当按照‘后台实名、前台自愿’的原则，要求互联网信息服务使用者通过真实身份信息认证后注册账号。”

⁴ 《关于加强“自媒体”管理的通知》发布后，部分大型互联网平台开始对网络自媒体等特定群体实施“前台实名制”。

的注册材料，并在核验注册后的账号信息中加注专门标识⁵。例如，对于申请注册提供互联网新闻信息服务的机构账号，或发布司法、医疗卫生等特殊行业内容的博主，平台应**要求其提供服务资质、职业资格、专业背景等相关材料，核验后在其主页加注特殊认证标识**。

- 平台还应建立账号信息动态核验制度，适时核验存量账号信息并及时予以规制措施⁶。例如，对于海外用户通过预存卡等临时手机号码注册的账号，**如平台通过定期核验发现其手机号码已失效的，则应及时通过站内信提示其重新认证，否则予以封号处理**。
- 在电诈猖獗的当下，平台还应格外重视履行合理注意义务，对监测识别的涉诈异常账号应当重新核验，依法依规采取限制功能、暂停服务等处置措施⁷；并确保其本身、任何用户均不得为他人实施电信网络诈骗活动提供特定支持或者帮助⁸。例如，**加强监测平台内有关通过虚拟货币交易等洗钱的违法内容、对中外用户均开展反电信网络诈骗宣传、警示用户评论/私信中潜在的电诈风险**。

2. 海外用户内容是否也要遵循“敏感词”等内容审核要求？

在中外网友的热烈讨论中，也不乏有热心的中国网友通过图文评论等形式科普中国法规以及平台规则对于社交软件中“敏感词”等内容审核方面的要求，如图 3、4 所示：

⁵ 《互联网用户账号信息管理规定》第 11 条

⁶ 《互联网用户账号信息管理规定》第 15 条

⁷ 《反电信网络诈骗法》第 22 条

⁸ 《反电信网络诈骗法》第 25 条

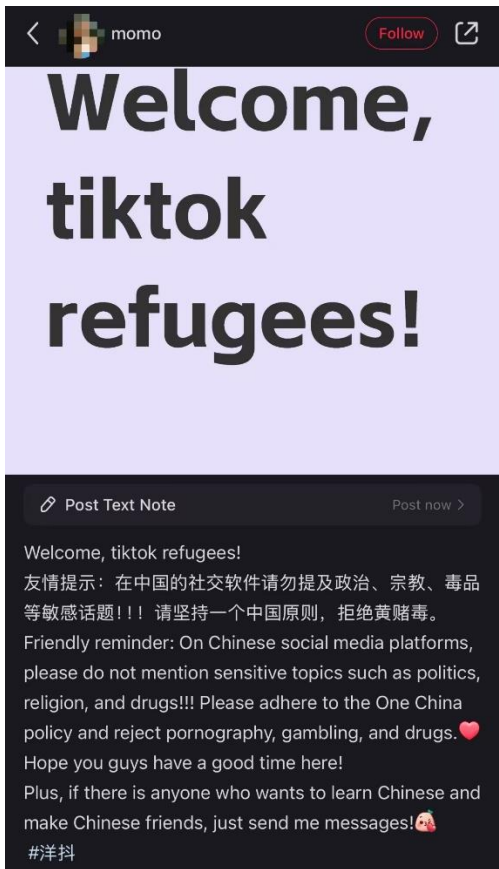


图 3 (左): 小红书用户发表有关中国社交软件内容审核要求的提示



图 4 (右): 小红书平台内《社区公约》的部分内容

根据中国法律规定，在我国境内从事互联网信息服务活动应适用《互联网信息服务管理办法》，而我国境内的网络信息内容生态治理⁹活动还应适用《网络信息内容生态治理规定》。由于《互联网信息服务管理办法》出台时间较早，其禁止的违法信息范围已被《网络信息内容生态治理规定》覆盖，我们整理了后者关于“违法信息”与“不良信息”的范围，如下表：

⁹ 《网络信息内容生态治理规定》第 2 条第 2 款：“网络信息内容生态治理，是指政府、企业、社会、网民等主体，以培育和践行社会主义核心价值观为根本，以网络信息内容为主要治理对象，以建立健全网络综合治理体系、营造清朗的网络空间、建设良好的网络生态为目标，开展的弘扬正能量、处置违法和不良信息等相关活动。”

《网络信息内容生态治理规定》	
第六条(违法信息)	第七条(不良信息)
网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含有下列内容的违法信息: (一) 反对宪法所确定的基本原则的; (二) 危害国家安全, 泄露国家秘密, 颠覆国家政权, 破坏国家统一的; (三) 损害国家荣誉和利益的; (四) 歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神, 以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的; (五) 宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的; (六) 煽动民族仇恨、民族歧视, 破坏民族团结的; (七) 破坏国家宗教政策, 宣扬邪教和封建迷信的; (八) 散布谣言, 扰乱经济秩序和社会秩序的; (九) 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的; (十) 侮辱或者诽谤他人, 侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的; (十一)法律、行政法规禁止的其他内容。	网络信息内容生产者应当采取措施, 防范和抵制制作、复制、发布含有下列内容的不良信息: (一) 使用夸张标题, 内容与标题严重不符的; (二) 炒作绯闻、丑闻、劣迹等的; (三) 不当评述自然灾害、重大事故等灾难的; (四) 带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的; (五) 展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的; (六) 煽动人群歧视、地域歧视等的; (七) 宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的; (八) 可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等的; (九) 其他对网络生态造成不良影响的内容。

表 1: 《网络信息内容生态治理规定》规制的违法信息与不良信息

由于生活的文化背景、法律背景等多方差异, 海外用户在使用小红书等内容创作平台或具有互动功能的其他应用时, 很容易忽略内容审核方面的监管要求, 从而发布违法内容。如平台方未能依法依约对相应用户采取警示整改、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施, 及时消除违法信息内容, 保存记录并向有关主管部门报告的, 则将有可能面临行政处罚、关停网站, 乃至追究刑事责任的严重法律后果。平台面对大量涌现的非中文内容, 如何实施高效精准的审核机制, 也将是一项严峻挑战。

- 我们提示, 平台方宜针对中外用户**建立健全多语言、通俗易懂、易获取的平台内容治理规则、视用户体量增配内容审核专员、加强算法辅助审核能力**, 从而确保其中外内容创作者均严格遵守“不得制作、复制、发布违法信息”并“防范、抵制传播不良信息”的法律要求。

3. 平台内广告的内容、发布尺度会变吗?

由于 TikTok 与小红书的设计理念、受众范围、国别背景等各方面差异均较大, 可以预见, 洋抖难民如长期入驻平台, 或将改变小红书原本的商业生态。比如, 原本侧重于年轻女性消费群体的电商业务将迎来其他类型的客户画像, 从而拓宽其他人群渠道广告的内容需求, 并为直播、跨境电商板块带来可观的业务增长; 平台也可能吸引更多海外机构的广告业务, 在广告宣传方面碰撞出新的火花。

但需强调的是，广告内容的变化不等同发布尺度的松懈。无论“硬广”还是“软广”，各路商家如在中国境内平台发布广告、从事电子商务的，均需遵守中国《广告法》《电子商务法》《消费者权益保护法实施条例》(对该条例的解读，可参考我们此前发布的系列[法评文章](#))等法律法规的基本要求，并注意食品、化妆品等特殊品类，及儿童、老人等特殊客群的专项要求。举一个最典型的例子，使用“最”“第一”等绝对化用语进行宣传在国内则是受限的，国内商家只有在有相关事实依据时才会用绝对化用语进行宣传。而这在国外并不受到禁止，甚至非常常见。

品类/场景	常见违规行为
普通食品	宣称“无糖” ¹⁰ 、“增强免疫力”、“抗癌”等违规用语。
酒类	宣传内容出现饮酒动作、表现酒驾等活动，暗示饮酒有消除紧张、焦虑等功效。
化妆品	宣称“治疗脱发”、“干细胞抗衰”等违规用语； 宣称“30天焕白”等具体数据，却未标明权威来源。
医疗美容	使用虚假病例进行商业宣传，夸大美容功效等。
教育培训	对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺等。
房地产	承诺升值或投资回报，误导宣传未建成的交通、商业、文教设施及其他市政条件。
一般商品	滥用“防辐射”、“护眼”等虚假、夸大功能用语； 滥用“顶配”、“最佳”、“全网最低”等绝对化用语； 对比贬低同类产品，不正当竞争； 谎称/宣称取得专利、荣誉，却未标明具体、有效证明信息。
店铺声誉	为本店刷好评、为他店刷差评，删除、隐藏客户差评等。
商品销量	借助第三方平台批量创建虚假订单、虚假发货等。
测评推荐	主播在带货宣传过程中故意隐瞒与经营者的实际关联，营造虚假中立态度误导粉丝购买等。

表 2 电商直播违规广告宣传行为自查表(非完全列举)

- 我们提示，平台方宜**针对具有广告投放意愿的海外商家增设海外商业渠道运营、审核专员，制定多语言版本电商广告合规守则**，从而确保海外商家或客户均能尽快适应我国对图文广告与直播业务的监管要求。

4. 海外用户主动交给我们的数据，会引发数据合规问题吗？

即使洋抖难民们戏称“愿意把数据主动上交给中国”，各平台企业仍应当重视中外有关数据与个人信息保护领域的硬性合规要求。随着海外用户的涌入，平台直接处理了海外自然人的个人信息、平台内入驻的电商商家也可能因跨境购物而产生跨境传输个人敏感信息场景，这将无可避免地触发《个人信息保护法》《数据出境安全评估办法》《促进和规范数据跨境流动规定》等系列法律法规下的域内监管要求，并有可能触发美国、欧盟、新加坡等地数据领域域外监管规则的适用(我们在[此处](#)详细讲解了欧盟 GDPR 的适用范围，可供参考)。

¹⁰ 此处特指实际糖分含量不符《预包装食品营养标签通则》(GB28050-2011)中宣称“无糖”标准的情况。

此外, 据《财经》报道¹¹, 当前美国的小红书用户数据主要部署在位于新加坡的数据中心。考虑到未来美国政府可能会对这部分用户数据提出本地化部署要求, 部分美国云服务厂商正考虑与小红书谈判, 从而将该部分上云需求迁移到美国节点。

最后, 当我们回顾 TikTok “不卖就禁” 法案, 即《保护美国人免受外国对手控制应用程序侵害法 (Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act)》, 会发现其影响范围同样包括通过在线 APP 商店为美国境内用户提供应用服务的由中国控制的应用程序¹²。继 TikTok 后, 其他中国应用是否将适用该禁令, 将取决于美国时任总统是否认定其威胁国家安全, 认定后 270 天内剥离或退出, (如有宽限期) 最晚在认定后 360 天内剥离或退出。这意味着, 如果后续依然有大量海外用户涌入小红书等境内平台并长期活跃, 此类平台仍可能被美国认定 “对美国国家安全构成严重威胁”, 从而面临与 TikTok 相似的监管风险, 最终遭遇下架等后果。因此, 我们仍需持续关注 TikTok 事件最终的走向, 并尽力应对未来国际形势为出海 APP 增设的合规责任, 及时调配应对措施。

¹¹ 财新杂志: 小红书意外获得全球新增用户, 2025 年 01 月 14 日, 原文链接: https://mp.weixin.qq.com/s/kqRDW4dyGZ-tz5x_qjZehQ

¹² Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act, Sec.2(a)(1)(A)

如您希望就相关问题进一步交流，请联系：



潘永建
+86 21 3135 8701
david.pan@llinkslaw.com



朱晓阳
+86 21 3135 8683
nigel.zhu@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求，请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市朝阳区光华东里 8 号
中海广场中楼 30 层
T: +86 10 5081 3888
F: +86 10 5081 3866

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: LlinksLaw

本土化资源 国际化视野

免责声明：

本出版物仅供一般性参考，并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2025