

全域投运提量

抖音电商 品牌宝典6.0

抖音电商方法论

内容生态繁荣发展，用户看搜买晒习惯已经养成

人均进入 **13** 次
125万个开播直播间日均

人均观看 **25** 次
7000万条电商视频日均

1.1亿
日均看后搜PV



486亿
UGC视频日均观看次数

近 **300万**
内容场日均成交商品数

抖音电商各行业市场份额持续上涨

2023年-2025年1-5月抖音电商各行业市场份额



抖音电商各行业市场份额持续上涨

2023年-2025年1-5月抖音电商各行业市场份额



商家如何乘势而上，把握更多增长机会？

2025年，抖音电商流量开源扩量

内容池 流量打开

好内容 x 好商品，拿更多流量



分发



分发

电商池与广告池 分发策略打通

流量效率高，拿量空间大



内容池流量进一步打开 好内容可以拿到更多流量



流量扩大
好内容拿更多流量

短视频
优质内容标准

>>

信息真实有用 视听氛围良好
创作风格独特 商品新潮有趣

直播
获量因子

>>

户外背景 互动答疑话术 仓库工厂场景
宠物助播 生活分享 影视主题
营销IP 明星/达人 直播福袋
新品 娱乐表演 爆品
现场制作 展会场景 国补品
评论福袋 总监/总裁 IP主题
催单话术 产品优势话术 关注福袋

广告池与电商池流量分发策略打通 流量天花板更高

Before

两套指标



电商池

关注 GPM



广告池

关注 ECPM

After

一套分发指标，流量效率更高

全局调控，投运一体

投运一体商家全域流量+42%、GMV+33%



兼顾用户体验与经营价值

电商池与广告池一起拓展

突破限制，拿量空间更大

新流量机制下，拿流量核心要做好内容提量和投放提量



内容和投放提量，实操下来可以分为三步

1.
全域好内容

2.
投放好素材

3.
双开做放大



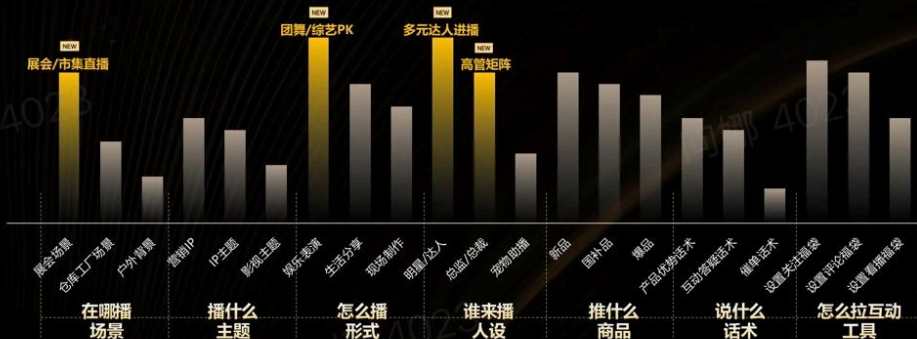
内容提量

1、全域好内容

用获量因子解构好内容，找到内容流量增长的窍门

直播获量因子不断涌现 各种好看好买的内容带来流量增长

分类型下 时均展现PV TOP3直播获量因子



直播

新场景-展会/市集直播 带着用户360度云逛展，内容新鲜有趣流量自然好

新兴潮流市集

美食集、珠宝集、陶瓷集、非遗集等

直播时均内容流量展现PV

+3.8倍

普通直播 展会/市集直播



@拼酷官方旗舰店

行业热门展会

家博会、亚宠展、AWE展、CBME展等



@MelGeek官方旗舰店

新形式-团播&综艺PK

把热门团舞综艺搬到直播间，用户爱看也看买

高人气团舞PK

沉浸式舞蹈PK剧场，丝滑产品展示，挂车直达

直播时均内容流量展现PV



@卫龙官方旗舰店

自制抖综爆改PK

竞技PK，爆改，变装、投票、明星化妆，高密度融合热门综艺玩法



专业选手
竞技PK
可视可感种草

@MAC官方旗舰店

新人设-更多元达人进播 进播达人更多元有热度，流量就更有爆点

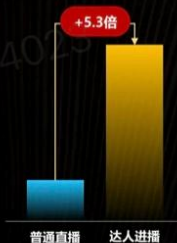
达人进商家

更多元的达人进品牌直播间

商家进达人

达人账号，品牌开播

直播时均内容流量展现PV



明星



短剧演员



团播达人



PK达人



新人设-品牌自孵化高管矩阵 品牌更有“人感”，带来好流量好生意

高管也批发

孵化高管达人矩阵号，品牌+达人流量全吸纳

直播时均内容流量展现PV



总裁



副总裁



总经理



总经理



各行业都适用



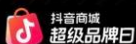
直播

抖音电商

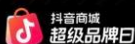
更多直播好内容怎么做？营销助力共拓更多新因子



市集展播



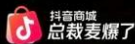
综艺PK直播



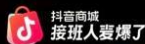
团播



穿剧直播间



高管人设



接班人人设



直播

抖音电商

获量因子诊断上线罗盘，直播内容提量路径更清晰

直播获量因子实时诊断

及时把控流量表现



罗盘_直播大屏

直播获量因子整体复盘

直播规划更有方针



罗盘_直播间详情页

短视频流量要提升，核心要符合“优质内容标准”

短视频流量分发机制



四条内容**红线**

违法违规内容 虚假夸大宣传
分享违规商品 不良行为及风气

优质内容标准

信息真实有用 视听氛围良好
创作风格独特 商品新潮有趣

优质内容 vs 普通内容

2.97倍VV

4倍GMV

优质内容标准并不难，核心就是做好看点卖点组合

内容标准

视听氛围良好

创作风格独特

信息真实有用

商品新潮有趣



有看点



有卖点

内容范式

人设
有共鸣

选题
有爆点

形式
够有趣

知识
给干货

功能
有亮点

背书
信得过

价格
有优惠

商品
够新潮

多方视角，深挖短视频内容好卖点

功能

更可视

更场景

有感官

有亮点



功能可视



感官传递



场景适配



亮点直击

背书

有报告

有证言

有实验

有影响



实验报告



用户口碑



科学实验



明星影响

价格

有优惠

有offer

有专属

有限时



优惠机制



Offer清晰



专属福利



限时机制

商品

新品

爆品

专供品

补贴品



新品首发



第一爆品



抖音专供



国补攻略

环环相扣，展现短视频内容好看点

人设

有个性

有态度

有观点

有故事



自信多元



清洁专家



民族风情



品牌总监

选题

有热点

有趋势

有创意

有人味



骑行热点



爆款趋势



创意视角



女性关怀

形式

有趣味

有反差

有真实

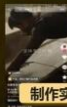
有技巧



AI趣味



反差形象



制作实拍



特效技巧

知识

有干货

有科普

有数据

有历程



干货分享



原理科普



数据展示



研发历程

每条「电商好内容」都能被打标，流量激励看的见

看同行标杆，找创意灵感



创作「电商好内容」可获得额外流量激励

看同行优质视频

创意解读更清晰

抖店-流量-短视频创作-创作灵感-电商好内容榜

看自己，符合标准有流量扶持



符合电商好内容标准的视频，均可见「电商好内容」打标

每条「电商好内容」流量激励都清晰可见

抖店-内容-短视频创作-挂车短视频列表

商品卡要增长，看后搜增量机会大

搜索



商城



店铺/橱窗



搜索 对商品卡生意贡献大

搜索：商城：店铺/橱窗

3:3:1

其中 看后搜 增长潜力大

1.1亿

日均看后搜PV

+3.2倍

同比增速 vs. 主动搜

看后搜三大抓手，有效带来商品卡流量

种草短视频

小蓝词激发看后搜



标记短视频

标记锚点引流商品卡、也可激发看后搜



UGC短视频

买家秀晒单激发看后搜



向娜 4023

种草短视频激发看后搜，一键直达商品卡

5类种草视频范式，激发高看后搜

预埋小蓝词

秀产品



做测评



给教程



蹭热点



有背书



放福利



不会发
还可以

抖店_搜索运营_抖音热点

学标杆



抖店_搜索运营_看后搜视频创意

选词要强关联商品

产品nickname、品牌+产品系列名



大家都在搜：洛哥校服裤^Q



标记万千好物，种收一体效率更高

3类标记视频范式，更好引流商品卡

标记视频发布路径

生活技巧分享

如穿搭、美妆、旅行等



专业讲解测评

如数码、美妆、图书测评



日常审美表达

如静物vlog、生活场景、质感短片



《如何发布》

带「标记」锚点的内容

- 1 更新抖音APP
在发布页面点击
【添加标签】-【标记万物】
- 2 选择锚点
你将锚点
【添加标签】-【标记万物】
- 3 带标记锚点
发布作品
- 4 成功发布后
在详情页展
示标记锚点



移动端_抖音APP_发布页添加新锚点
PC端_发布页添加新锚点

从认领到激发，用UGC口碑营销撬动流量增长

认领

品牌认领热点UGC视频

出现品牌/商家相关的热点UGC视频，
官方账号第一时间评论区认领



NIKE评论区回应 彰显品牌向善价值观

激发

7种UGC内容范式，晒出好生意

晒真实

分享使用问题
分享安装效果



使用痛点交流
X
探寻解决方案
X
共情话题讨论

到货场景
X
安装流程
X
布置效果

晒创意

分享穿搭技巧
晒实用小妙招



衣服搭配
X
效果呈现
X
换装

废物利用
X
生活妙招
X
效率提升

晒感受

晒有趣体验
分享物品带来的情绪价值



多场景使用
X
趣味体验
X
邪修种草

情绪价值
X
满满的仪式感
X
商家诚意

晒变化

分享使用前后变化



前后对比
X
惊喜满满
X
代入感强

「买家秀」产品来助力，UGC激发更高效

商家投入

活动激励资源



抖店_短视频创作_买家秀分享计划

热点话题直接蹭

买家秀计划

平台各资源位，发起话题邀请



搜索入口



商城消费场景



购后场景

批量用户建联

用户投稿

挂车/非挂车
短视频

奖励自动发

商家收益

非挂车视频
拿种草收益

看后搜商品卡曝光
看后搜商品卡
GMV

挂车视频
拿直接收益

挂车视频曝光

挂车视频GMV

看数更清晰

还要做好商品卡基建，才能接住搜索流量

小蓝词出什么词 商品标题必加什么词



种草短视频引流承接

视频讲什么卖点 商品标题和主图就要有什么卖点



标记短视频点击要比价
好价格才有好转化



标记短视频引流承接

投放提量

2、投放好素材

好内容也是千川好素材，投放复用增益大

千川素材内容好，才能打开流量天花板

分发策略打通

用户爱看，多被分发

>>

素材也要 好内容

好素材，不再是单一的卖点展示，而是“4点融合”



综艺PK、明星代言、
户外场景、总裁空降...

看点

熬夜党必备、敏感肌救星、
手残党必入、七夕限定...

买点

好素材

卖点

富含维C、专业检测报告、
买二赠一、新品首发...

热点

琥珀流光、哪吒同款、
欧若风、奥运同款...

好素材怎么做？全域好内容拿来复用

从直播间高光
捞“看点”

高停留、高互动的高光片段



综艺PK高光



短剧演员进播高光

从蓝V视频
借“卖点”

高点击、高转化的卖点演绎



功能成分



价格机制

从种草/UGC视频
找“买点”

高观看、高互动的口碑种草



场景种草



UGC口碑

从热门话题
蹭“热点”

高热度的热点话题



琥珀流光热点



哪吒热点

都是千川好素材

好内容千川做复用，跑量高转化好

推直播，好素材投放效果好

推商品，好素材增益还要更好

千川引流短视频

直播承接



ARPU (消耗)

+5.5倍

优质素材vs非优质素材

GMV

+5.2倍

优质素材vs非优质素材

千川挂车短视频

商品卡承接



ARPU (消耗)

+11.1倍

优质素材vs非优质素材

GMV

+11.0倍

优质素材vs非优质素材

还能降低成本，提升爆款素材确定性

降低制作压力

全域素材复用后

-47%

条均素材成本

**+3.1
倍**

素材储备数

提升爆款素材确定性

千川爆文率对比

+218%

仅自制素材

全域内容复用

素材不仅要质量好，还要数量足

更多活跃素材



是素材质量的竞争，也是素材数量的竞争

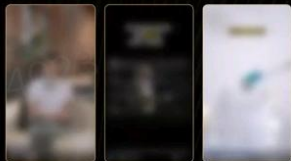
客均月均在投素材数量

作者账号等级	3C及电器	家居建材	日化	服装配饰	母婴宠物	美妆	食品饮料
L6	476	215	361	133	176	337	73
L5	435	224	491	196	245	352	176
L4	318	256	373	196	333	375	268
L3	181	188	259	125	195	241	174
L2	135	139	203	89	114	172	101
L1	64	64	102	46	55	87	53
L0	45	38	89	30	26	78	47

用AI，爆款素材一键复制效率高

爆款素材裂变

爆款一键复制



无产品展示镜头
生成数字人

保留脚本
替换相似镜头

替换原视频开头
生成吸睛前贴

平均ARPU

950+

裂变消耗增量

+300%

新素材智能剪辑

新内容高效产出



新爆款素材灵感

找新爆款方向



找灵感

能剪辑

写脚本

能复刻

有演员

...

投放提量

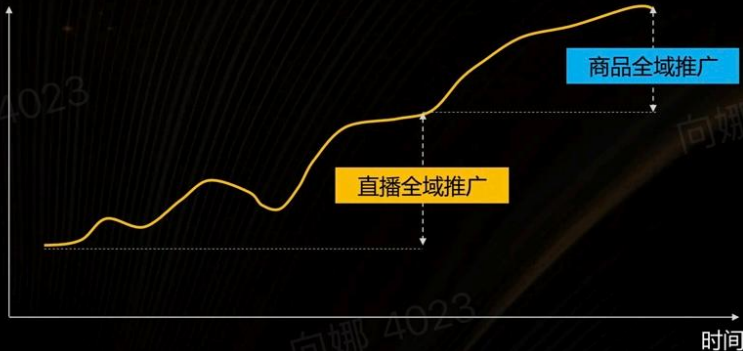
3、双开做放大

千川好素材加持**全域推广双开**，榨干内容价值

好素材千川全域双开，最大化GMV增益

全域GMV

千川全域双开，全域GMV突破新增长



日销突破增长

2倍+

双开vs单开直播全域GMV

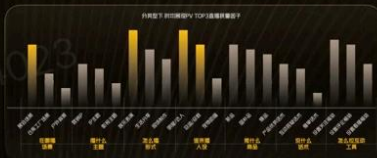
大促爆发更强

+13X%

大促双开vs日销双开GMV

直播好内容加持全域推广，爆发还要更突出

好内容直播间



直播全域推广

跑量强+转化高+爆发好

+82倍

好看的店播 vs 常规店播
直播全域推广场均消耗

+227倍

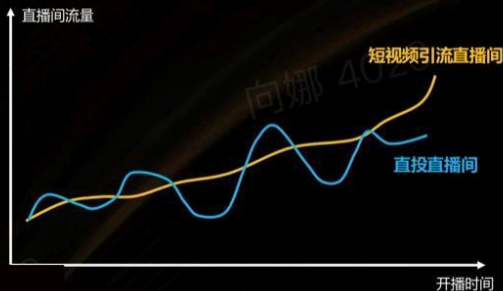
好看的店播 vs 常规店播
直播全域推广场均GMV好看的店播 vs 常规店播
直播全域推广ROI

短视频引流直播间vs直投，跑量更快更稳定

短引直自然流量增速更高



千川投放短引直，流量也更稳更可控



全域推广不但要GMV爆发好，也要结算好 千川净成交出价，助力结算GMV持续提升

路径

全域推广

推直播间

投放方式

切换净成交ROI

净成交ROI出价

系统核心优化净成交金额，尽量降低秒退订单的推广花费

流量更精准

成本更可控

利润增长空间大

投放方式 放量投放 控成本投放

全域ROI稳定 成本更可控 享ROI保障福利 查看规则

日预算 300 元

建议预算高于 258.00元

整体支付ROI目标 4.36 享保障

建议目标小于 13.00 过高影响有效测试

投放日期 从今日起长期投放 设置开始和结束日期

智能优惠券 应用 不应用

直播全域推广

抖音电商

TOTEME采用千川净成交出价，结算GMV提升显著



@TOTEME官方旗舰店

运营优化结算率

- 尺码表全覆盖
- 口播循环核心卖点
- 满分售后

投放放大结算GMV

- 使用千川净成交ROI出价
- 参考系统净成交出价建议
- 耐心冷启，坚持投放1周

净成交ROI更高

+1X%

周环比

退款率更低

-3XPP

直播退款率周环比

结算GMV

+2XX%

周环比

商品全域推广，好内容双场一起拿流量



好商品全域推广加持，加速生意增长

新品

加速成长

新品破10单时长

-84%

常规投放

全域

爆品

爆上加爆



爆的更高

破1000万GMV用时

-30%

爆的更稳

H1全店生意贡献

+11%

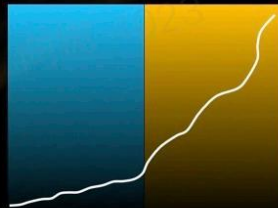
国补品

好价拉新

某国补品新客趋势

国补品投放前

国补品投放后



商品全域推广

抖音电商

货品太多选不出？ 全店托管，一键挖掘全店产品的优质流量

大促全店引流

一键托管全店商品，
抢占活动峰值流量

新品快速测款

系统智能筛选，新上架的潜力
新品自动探索

长尾商品激活

智能挖掘高潜力商品，
提高商品动销



抖店APP-->
底部「营销推广」



巨量千川 -> 全域推广 -> 推商品 -> 全店托
管

这次双十一 如何实现内容投放双提量

双十一投运提量策略

内容储备期 > 预热期 > 开门红 > 平销期 > 爆发期 > 延续期

内容提量

蓝V素材
星图采买
UGC内容激发

蓝V稳定发布

卖点种草内容

收货体验内容

机制offer内容

历史老客内容激发

新客口碑UGC

双十一新老客UGC

内容供给

内容供给

内容供给

投放拿量

千川素材测试

好内容千川素材复用

爆款素材日销复用

直播全域-大场规划&素材追投

直播全域-净成交出价

直播全域×商品全域
组合双开

商品全域-测款

商品全域-主推新爆

商品全域-全店托管

全域内容投放双提量 生意好增长

抖音电商方法论