

抖音短视频和直播 DOU+投放操作手册

(2025 年最新版)

前言

随着抖音平台算法的不断升级和商业化进程的加速，DOU+作为官方核心推广工具，已从单纯的内容加热工具升级为综合性的商业流量解决方案。2025 年，抖音推出了多项重大政策调整，包括投流费用税务定性、DOU+功能全面升级等，这些变化对创作者和商家的投放策略产生了深远影响。

本手册基于 2025 年最新政策和平台规则，结合实战经验，为用户提供从基础概念到高级策略的完整 DOU+投放指南，帮助用户在新的政策环境下实现精准投放和高效转化。

目录

第一章 2025 年 DOU+投放新政策解读

第二章 DOU+投放基础概念与原理

第三章 短视频 DOU+投放操作流程

第四章 直播 DOU+投放操作流程

第五章 人群定向策略与优化

第六章 预算规划与出价策略

第七章 数据分析与效果优化

第八章 常见问题与避坑指南

第九章 工具资源与最佳实践

附录 政策文件与参考资料

第一章 2025 年 DOU+投放新政策解读

1.1 投流费用税务定性新规

2025 年 10 月 1 日起，抖音平台实施投流费用税务定性新规，对所有商家和创作者的投放策略产生重大影响。

核心政策要点：

- ① 投流费用定性：DOU+投放费用将被定性为广告费用和业务宣传费
- ② 扣除限额：税前扣除额度不得超过年营业收入的 15%
- ③ 超额处理：超出部分将全额计入应税所得，按 25%税率补交企业所得税
- ④ 执行时间：2025 年 10 月 1 日起正式实施

政策影响分析：

这一政策调整将促使商家更加注重投放效率和 ROI，从“粗放式投放”转向“精细化运营”。头部商家和品牌将重新评估投放预算分配，中小商家则需要提升内容质量和自然流量获取能力。

1.2 DOU+功能全面升级

DOU+经营版上线

2025 年 DOU+已完成从内容加热工具向商业流量工具的转型，正式升级为“DOU+经营版”。

新增核心功能：

- ① AI 动态出价：系统根据实时竞争环境自动调整出价，支持 ROI 保底模式
- ② 虚拟人专属通道：数字人内容可享 30%流量补贴，优先进入“Z 世代推荐池”
- ③ 多素材自动优化：上传 3 条视频，AI 自动生成适配不同人群的 100+变体版本
- ④ 长周期投放：支持 2-30 天投放周期，每日最低预算 100 元

1.3 推流机制重大调整

2025 年 9 月起，抖音调整了 DOU+推流机制，对内容质量提出了更高要求：

机制变化要点：

- ① 降低停留权重：单纯的观看时长不再是主要考核指标
- ② 增加互动权重：点赞、评论、转发等互动数据权重显著提升
- ③ 内容质量门槛提高：低互动率（<3%）的内容投放效果大幅下降
- ④ 自然流量撬动难度增加：单纯依靠 DOU+撬动自然流量变得更加困难

第二章 DOU+投放基础概念与原理

2.1 DOU+本质与核心价值

DOU+的重新定位

在 2025 年的新环境下，DOU+的核心价值已从“撬动自然流量”转变为“账号冷启动和产品转化放大”工具。商家需要清晰认识 DOU+的定位变化，避免将预算用错方向。

DOU+的三大核心作用：

- ① 账号冷启动：帮助新账号快速建立基础标签和粉丝模型
- ② 内容测试：快速验证内容质量和用户偏好
- ③ 转化放大：放大已有优质内容的商业转化效果

2.2 投放效果评估体系

黄金三角评估标准

2025 年 DOU+投放效果评估采用“黄金三角标准”，通过三个核心指标综合判断内容质量：

核心指标	达标标准	权重占比
五秒完播率	≥45%	40%
点赞率	≥15%	35%
均播时长占比	≥50%	25%

表 2-1 DOU+投放黄金三角评估标准

2.3 内容标签五维识别系统

抖音系统通过五大维度自动抓取内容标签，决定内容的分发方向和精准度：

- ① 封面文字：系统识别封面中的文字信息，建议使用黑底白字设计便于识别
- ② 标题关键词：标题中的核心关键词直接影响标签匹配，建议使用客观名词+动词结构
- ③ 话题标签：四层话题结构（领域+内容+热点+自建）提升标签精准度
- ④ 语音语义：口播内容会被转写成文字，影响标签识别和违规检测
- ⑤ 画面抽帧：系统随机抽取 6 帧画面进行元素识别，避免杂乱背景

第三章 短视频 DOU+投放操作流程

3.1 投放前准备工作

账号资质检查

在进行 DOU+投放前，需要确保账号资质完整且符合平台要求：

- ① 实名认证：完成个人或企业实名认证，未认证账号无法使用 DOU+功能
- ② 企业资质：企业账号需具备营业执照、税务登记证等基础文件
- ③ 行业许可：特殊行业（金融、教育、医疗等）需额外提供行业许可证
- ④ DOU+升级：完成 DOU+账号升级，解锁更多投放功能

内容质量审核

根据 2025 年最新审核标准，投放内容需满足以下要求：

- ① 内容原创性：确保视频为原创，避免搬运、抄袭等违规行为
- ② 广告合规：广告内容需与推广产品有明显关联，避免虚假宣传
- ③ 素材质量：视频清晰度不低于 720P，时长建议 15-60 秒
- ④ 敏感内容：避免涉及政治、色情、暴力等敏感话题

3.2 投放目标选择策略

根据账号阶段和营销目标，选择合适的投放目标：

投放目标	适用场景	核心指标	预算建议
点赞评论	内容测试、互动提升	互动率≥8%	100-300 元
粉丝增长	账号冷启动、粉丝积累	转粉率≥2%	300-800 元
商品点击	电商带货、商品推广	点击率≥3%	500-2000 元
私信咨询	线索收集、服务预约	咨询率≥1%	800-1500 元

表 3-1 DOU+投放目标选择指南

3.3 投放时间策略优化

2025 年最佳投放时段

根据用户行为数据和平台算法变化，2025 年 DOU+投放的最佳时段有所调整：

- ① 核心爆发期：晚 7 点-11 点，用户活跃度最高，但竞争激烈，成本较高
- ② 次高峰时段：下午 2 点-4 点，性价比相对较高，适合预算有限的投放
- ③ 成本优化期：凌晨时段成本比黄金时段低 23%，适合测试和长尾投放

投放时长选择

根据内容特性和投放目标选择合适的投放时长：

- ① 2 小时投放：快速积累数据，适合内容测试和效果验证
- ② 24 小时投放：精准匹配人群，适合优质内容的持续加热

- ③ 长周期投放：2-30 天，适合品牌建设和持续曝光

第四章 直播 DOU+投放操作流程

4.1 直播 DOU+投放类型

直接加热直播间

适用于直播间冷启动和人气提升，直接将流量导入正在直播的房间：

操作流程：

- ① 进入直播间，点击底部“更多”按钮
- ② 选择“DOU+上热门”选项
- ③ 设置投放目标（直播间观看/成单/粉丝增长）
- ④ 选择定向方式和预算金额
- ⑤ 确认投放并实时监控数据

预热视频投放

通过短视频预热为直播间引流，适合大型活动和新品发布：

预热策略要点：

- ① 提前 1-3 天发布预热视频
- ② 视频中嵌入“点击头像进直播间”按钮
- ③ 直播间开播前 30 分钟开始投放
- ④ 结合直播间预约功能提升效果

4.2 直播 DOU+投放策略

直播全周期投放策略

根据直播不同阶段，采用差异化的 DOU+投放策略：

直播阶段	投放目标	预算占比	关键指标
预热期	直播间预约	20%	预约转化率≥15%
冷启动期	直播间人气	30%	在线峰值≥100 人
互动期	观众互动	25%	互动率≥5%
转化期	商品购买	25%	GPM≥800 元

表 4-1 直播全周期 DOU+投放策略

4.3 实时优化技巧

直播过程中需要实时监控数据并调整投放策略：

- ① 流量质量监控：重点关注 UV 价值≥5、转粉率≥2%
- ② 定向优化：根据观众地域、兴趣标签实时调整定向设置
- ③ 预算调整：当数据表现良好时及时追加预算，表现不佳时立即止损
- ④ 互动引导：通过 DOU+投放配合直播间互动活动提升整体效果

第五章 人群定向策略与优化

5.1 三级定向体系

抖音 DOU+采用三级定向结构，实现精准人群触达：

基础定向

通过人口统计学特征筛选目标用户：

- ① 性别定向：支持单选或多选
- ② 年龄定向：18-23/24-30/31-40/40-50 岁等分段
- ③ 地域定向：全国/省市/区县/商圈四级选择
- ④ 设备定向：支持按手机品牌、系统版本定向

进阶定向

基于用户行为和兴趣标签进行精准定向：

- ① 兴趣标签：20+垂直领域可选，支持多选组合
- ② 行为标签：根据用户历史行为进行定向
- ③ 达人相似：基于对标达人粉丝进行定向

高级定向

2025 年新增的高级定向功能：

- ① DMP 人群包：支持上传历史用户数据进行相似扩展
- ② 排除人群：排除已转化用户和低价值人群
- ③ 跨平台定向：支持抖音、TikTok 等多平台数据联动

5.2 达人相似定向优化

达人选择标准

选择对标达人时需要考虑以下因素：

- ① 粉丝画像匹配度：与目标人群重合度 $\geq 60\%$
- ② 内容风格相似：与自身账号内容调性一致
- ③ 粉丝活跃度：优先选择互动率高的达人
- ④ 行业相关性：选择同行业或相关行业达人

达人测试方法

采用“3-5 轮测试法”筛选最优达人池：

测试流程：

- ① 选取 3-5 个符合标准的对标达人
- ② 统一投放参数，单轮测试 500-1000 元

- ③ 每笔订单消耗 30%-50%时停止投放
- ④ 对比分析播放量、完播率、互动率等指标
- ⑤ 淘汰表现最差的 1-2 个达人，补充新样本

5.3 巨量算数工具应用

利用巨量算数工具优化人群定向策略：

操作步骤：

- ① 输入核心内容或产品关键词
- ② 查看人群画像分布数据
- ③ 重点关注 TGI 指数>100 的维度
- ④ 将高 TGI 指标交叉组合形成投放方案

TGI 指数应用技巧：

TGI 指数反映目标群体关注强度的相对值，基准值为 100。TGI>100 表示该群体对特定内容的关注度高于平均水平，是定向投放的重点人群。

第六章 预算规划与出价策略

6.1 预算分配原则

基于 2025 年税务政策调整，预算规划需要更加精细化：

年度预算规划

考虑到投流费用 15%的税前扣除限制，年度投放预算建议控制在年营业收入的 12%-13%，预留一定缓冲空间。

分阶段预算分配：

- ① 测试期（0-5 万）：DOU+占 60% + 千川 30% + AD10%

- ② 放量期（5-50 万）：千川 50% + AD30% + DOU+20%
- ③ 稳定期（50 万+）：根据 ROI 动态调整各渠道占比

单次投放预算

根据账号阶段确定单次投放预算：

账号阶段	单条预算	投放目标	测试轮次
冷启动期	300-500 元	建立基础标签	3-5 轮
成长测试期	800-1500 元	筛选爆款模型	2-3 轮
成熟放量期	2000 元+	穿透流量池	持续投放

表 6-1 不同阶段 DOU+投放预算建议

6.2 出价策略优化

2025 年 DOU+提供两种出价方式：

自动出价（推荐）

系统根据投放目标自动优化出价，适合新手和大多数场景。系统会基于实时竞争环境动态调整出价，确保在预算范围内获得最佳效果。

手动出价（进阶）

需要申请平台白名单，适合有丰富投放经验的用户。手动出价需要考虑以下因素：

- ① 行业竞争度：竞争激烈时段需要提高出价
- ② 目标人群规模：小众人群需要提高出价
- ③ 内容质量：优质内容可以适当降低出价

6.3 30%测试原理

为降低投放风险，建议采用 30%测试原理：

- ① 每笔订单先消耗 30%预算观察关键指标

② 核心指标包括：自然流量撬动效果、转粉成本、ROI

③ 达标后再投放剩余 70%预算

④ 未达标则及时止损或调整策略

测试达标标准：

自然流量撬动比 $\geq 1:5$ 、转粉成本 ≤ 3 元/粉、ROI $\geq 1:1$

第七章 数据分析与效果优化

7.1 核心数据指标

流量指标

衡量 DOU+投放的基础效果：

① CPM（千次展现成本）：控制在 20 元/千次以内

② 播放量增幅：自然流量撬动比 $\geq 1:5$

③ 曝光完成率：视频播放完成率 $\geq 40\%$

互动指标

反映内容质量和用户参与度：

① CTR（点击率）：1%-3%为合理区间

② 互动率：点赞率 $\geq 5\%$ ，评论率 $\geq 1\%$

③ 分享率：视频分享率 $\geq 0.5\%$

转化指标

评估商业价值和投放 ROI：

① 转粉率：新增粉丝数/曝光量 $\geq 2\%$

② 转化率：商品点击转化率 $\geq 3\%$

③ ROI：投放产出比 $\geq 1:1$ 为盈亏线

7.2 A/B 测试方法

A/B 测试是 DOU+投放效果优化的核心工具，需要严格遵循单一变量原则：

测试维度：

- ① 内容测试：测试不同视频内容、标题、封面的效果
- ② 人群测试：测试不同年龄、地域、兴趣标签的转化效果
- ③ 时间测试：测试不同投放时段的效果差异
- ④ 出价测试：测试不同出价策略的成本效率

测试流程：

- ① 确定测试目标和单一变量
- ② 设计测试方案和样本量
- ③ 同时投放不同版本
- ④ 收集数据并进行统计分析
- ⑤ 选择最优方案进行规模化投放

7.3 标签优化策略

标签优化贯穿投放全周期：

初期优化（0-3 天）

- ① 使用垂直领域专有名词建立精准标签
- ② 通过巨量算数工具验证标签精准度
- ③ 避免使用过于宽泛的标签

中期优化（3-7 天）

- ① 每 48 小时调整兴趣标签权重
- ② 关停低转化地域或兴趣标签
- ③ 新增高潜力人群包

后期优化（7 天+）

- ① 维持标签稳定性，避免频繁调整
- ② 定期分析标签效果数据
- ③ 根据季节和热点适时调整标签策略

第八章 常见问题与避坑指南

8.1 投放失败常见原因

内容审核失败

- ① 视频包含敏感内容：医疗、政治、色情等违规内容
- ② 版权问题：使用未经授权的音乐、素材或字体
- ③ 广告合规：虚假宣传、夸大产品功效
- ④ 内容质量：画面模糊、音频不清、内容低质

账号资质问题

- ① 未完成实名认证
- ② 企业资质不完整
- ③ 行业许可证缺失
- ④ DOU+账号未升级

8.2 投放效果不佳原因分析

内容质量问题

- ① 五秒完播率<45%：视频开头缺乏吸引力

- ② 互动率<3%：内容缺乏互动引导
- ③ 标签不准确：系统无法正确识别内容标签
- ④ 内容同质化：与同类内容差异化不足

定向策略问题

- ① 人群定向过于宽泛：目标人群不够精准
- ② 达人选择不当：对标达人粉丝画像不匹配
- ③ 地域定向错误：投放地域与目标用户不符
- ④ 兴趣标签过多：标签过于分散影响精准度

8.3 高风险行为清单

2025 年抖音平台对违规行为的处罚更加严厉，以下行为需要特别注意：

- ① 使用非认证虚拟人模型：封号风险 92%
- ② 在剧情类内容中隐性挂车：判定违规率 68%
- ③ 私信群发频率>20 条/分钟：触发限流
- ④ 使用非白名单音乐：触发静音且不退款
- ⑤ 单日预算超过 5 万未报备：防反洗钱审查
- ⑥ 虚假宣传或夸大产品功效：账号降权或封禁

8.4 应急处理方案

投放过程中遇到问题时的应急处理：

投放突然停止

- ① 立即检查账号状态和余额
- ② 查看是否有违规通知
- ③ 联系客服了解具体原因

- ④ 准备备用投放方案

数据异常波动

- ① 暂停当前投放计划
- ② 分析数据异常原因
- ③ 调整投放策略或内容
- ④ 小规模测试验证优化效果

第九章 工具资源与最佳实践

9.1 核心工具推荐

数据分析工具

- ① 巨量算数：人群洞察和趋势分析
- ② 巨量云图：品牌营销和竞品分析
- ③ 巨量热点宝：热点追踪和内容策划
- ④ 蝉妈妈：直播数据和达人分析

内容创作工具

- ① 剪映：视频剪辑和特效制作
- ② CapCut：多平台视频适配
- ③ 稿定设计：封面和海报制作
- ④ 讯飞听见：语音转文字和字幕制作

投放管理工具

- ① 巨量引擎：DOU+投放管理后台
- ② 抖音 APP：移动端快速投放
- ③ 企业号管理：多账号统一管理

- ④ 数据看板：实时数据监控和分析

9.2 2025 年创新玩法

虚拟人直播

2025 年虚拟人内容可享 30%流量补贴，是新的流量红利点：

- ① 使用认证虚拟人模型避免违规风险
- ② 结合 AR 技术提升直播互动体验
- ③ 重点布局 Z 世代用户群体
- ④ 建立虚拟人专属人设和 IP

AI 创意工具

利用 AI 工具提升内容创作效率：

- ① AI 标题生成：输入关键词自动生成优化标题
- ② 多模态素材：AI 自动生成视频、图片、文案
- ③ 智能剪辑：AI 自动剪辑高光片段
- ④ 数据分析：AI 自动分析投放数据并提供优化建议

9.3 行业最佳实践

美妆行业

- ① 投放时段：晚上 7-11 点为核心爆发期
- ② 定向策略：18-35 岁女性，重点投放一二线城市
- ③ 内容形式：产品测评、教程分享、前后对比
- ④ 转化目标：商品点击和直播间观看

服饰行业

- ① 投放时段：下午 2-4 点和晚上 7-9 点

- ② 定向策略：按季节和流行趋势调整人群定向
- ③ 内容形式：穿搭展示、场景化演绎、用户反馈
- ④ 转化目标：直播间观看和商品购买

食品行业

- ① 投放时段：中午 12-2 点和晚上 6-8 点
- ② 定向策略：25-45 岁家庭主妇，重点投放三四线城市
- ③ 内容形式：制作过程、口感展示、优惠活动
- ④ 转化目标：商品点击和团购引流

附录 政策文件与参考资料

附录 A：2025 年抖音平台政策文件

- ① 《抖音平台服务协议》
- ② 《抖音 DOU+投放管理规范》
- ③ 《抖音广告投放审核标准》
- ④ 《关于规范网络直播营销行为的指导意见》

附录 B：数据指标定义

指标名称	计算公式	参考标准
CPM	$\text{投放费用} \div \text{曝光量} \times 1000$	≤ 20 元/千次
CTR	$\text{点击量} \div \text{曝光量} \times 100\%$	1%-3%
完播率	$\text{完整播放次数} \div \text{总播放次数} \times 100\%$	$\geq 40\%$
转粉率	$\text{新增粉丝数} \div \text{曝光量} \times 100\%$	$\geq 2\%$
ROI	$\text{转化价值} \div \text{投放费用}$	$\geq 1:1$
GPM	$\text{直播间成交额} \div \text{千次观看} \times 1000$	≥ 800 元

表 B-1 DOU+投放核心指标定义

附录 C：联系方式

- ① 抖音客服热线：400-992-2556
- ② 巨量引擎客服：400-992-2518
- ③ 抖音创作者学院：creator.douyin.com
- ④ 巨量引擎官网：www.oceanengine.com

结语

随着抖音平台的不断发展和政策调整，DOU+投放策略需要与时俱进。2025 年的新政策环境下，精细化运营和数据驱动成为成功的关键。希望本手册能够帮助用户更好地理解 DOU+投放的核心逻辑，制定科学的投放策略，在激烈的竞争中脱颖而出。

记住，技术合规力与用户洞察力的双重提升，才是在新流量时代持续成功的根本保障。