

## 科技先锋系列报告151

# 抖店+巨量百应：服务于电商“商家+机构”的双平台

---



许英博 首席科技产业分析师

陈俊云 前瞻研究高级分析师

中信证券研究部·前瞻研究

2020年10月20日

## 每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

**扫一扫二维码**

关注公众号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



# 电商业务：完成商业闭环，搭建自有电商生态

- 10月9日，伴随着“第三方来源的商品将不再支持进入直播间购物车”这一措施的施行，抖音等短视频直播带货多渠道都停止了对外部电商平台的支持
- 伴随着这样一种相对强硬的“断外链”手段，抖音想要搭建起能够与淘宝、京东等抗衡的电商生态，需要进一步强化抖音小店的功能以及配套设施，在当前落地的配套设施中，抖店和巨量引擎进一步补全商家服务能力

抖音商业闭环流程

时间	电商业务动作
2018.03	内测“购物车”功能，支持跳转淘宝
2018.04	抖音红人“商品橱窗”上线，红人可在抖音内搭建店铺
2018.12	抖音购物车功能面向抖音所有红人全面放开
2019.01	推出精选好物联盟，与淘宝联盟类似，达人可在联盟内挑选商品
2019.04	上线抖音小店，并与京东、考拉、唯品会等电商平台打通；支持红人带货；推出小程序电商
2019.05	上线商品搜索功能
2019.06	成立直播部门，直播成为带货重要阵地；与淘宝签订年度框架协议
2019.11	开放平台商品橱窗开通权限，仅需实名认证
2020.04	罗永浩直播带货首秀，众多明星在抖音开播
2020.05	巨量星图上线达人直播服务，商家可选择达人带货
2020.06	推出商家管理APP抖店，成立电商一级业务部门
2020.07	与苏宁易购达成深度合作，在抖音小店无需跳转即可购买苏宁易购商品
2020.09	张一鸣旗下公司收购合众易宝，获得支付牌照
2020.10	将打造完全闭环的抖音电商体系

资料来源：抖店，卡思数据，亿邦动力，中信证券研究部

- 基于字节系在App发展中积淀下的流量平台、推荐算法和合作渠道等支撑，抖音的电商服务具备了如下优势：

- 抖音、头条、抖音火山版、西瓜等多平台提供了大量流量以及多个成熟的变现渠道
- 搭建了短视频、商家自播、播主带货等多种变现场景，多触点促进转化
- 依靠成熟的推荐算法进行精准商品推送，提升转化及复购率
- 与多个知名品牌厂商达成深度合作，建设完整的商品生态吸引不同层次的客户群体

## 抖音电商营销的一些成功案例



周黑鸭

中国知名食品品牌，同时与陈赫、王祖蓝、央视主持人等 20 多位明星和达人强势合作



迪丝嫚苓服饰

深圳原创设计师品牌主理人，主打高品质服饰，转型抖音直播 3 个月时间，累计成交额超过 1 个亿



陈赫

中国内地知名男演员，多次荣登“抖音明星爱DOU 榜”周榜冠军



朱瓜瓜

美妆带货主播，抖音直播带货连续三个月累计成交额破 1 亿，近 30 场专场直播，单场稳定产出千万以上

# 抖店：全链路服务的电商商家平台

- 最初，“抖店”是由抖音小店孵化而出的商家后台管理工具，提供了数据汇集、营销分析等基础工具，而随着2020年6月抖店App的单独推出，抖音现将其明确将其定位为了全链路服务的电商商家平台以及移动工作台
- 当前，抖店支持服务全系字节App，包括抖音、抖音火山版、西瓜视频、今日头条等，支持包括直播、文章、广告等在内的所有渠道商家

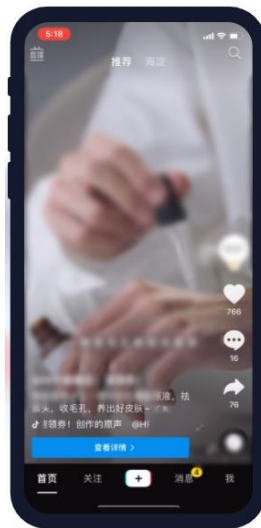
## 抖店为抖音小店覆盖的多渠道带货流量提供服务



直播



文章



广告



短视频



微头条

# 抖店：全链路服务的电商商家平台

- 对比于同类电商服务平台，抖店在平台功能的上下限上都有所提升，做到了对于普通商家用户的易用性以及具备专业技术商家的可制定性之间的平衡：
  - 对于新手及一般商家，抖店提供了抖店学堂、抖点罗盘，通过手把手教学和数据整合以帮助商家更好地对店铺营销进行把控
  - 对于技术力较强的商家，抖店提供了抖店开放平台，商家可自行接入自有系统并开发

抖店提供了较为全面的营销服务，商家可根据自主需求选择调用某一模块

## 提供全链路营销玩法

促销工具

CPS推广

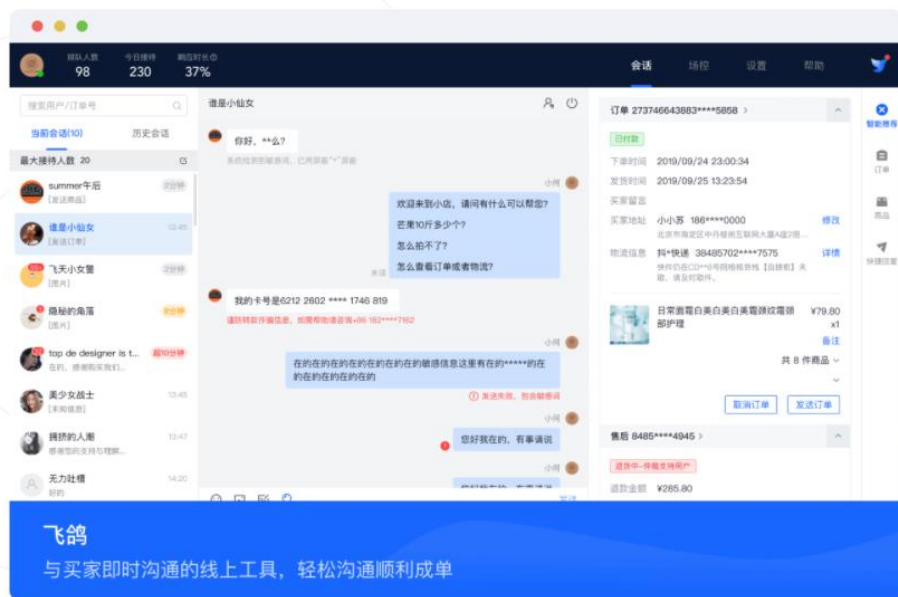
数据分析

服务市场

电子面单

预售

飞鸽



# 抖店学堂：“手把手”服务内容主，培育播主电商生态

- 为了使更多播主加入带货群体，带动其开展视频直播变现、使平台能够提升留存并获取更多的电商业务收入抽成，抖店提供了一整套详细教学，包括平台的使用到如何吸引观众转化付费都有所涉及

抖店学堂针对抖音店铺的开通、运营和营销，面向播主提供了从零开始的细化教学

首页 / 成长路径

## 01 商品创建

### 第一节 设置支付方式

- 如何设置支付方式?

开始学习

### 第二节 创建商品

- 如何创建商品?

开始学习

### 第三节 创建优惠券

- 如何创建优惠券?

## 规则中心

### 招商入驻

新入驻商家进入新手期...

保证金标准 (2020.06.2...

招商入驻标准及资质要...

店铺类型及命名规则 (2...

### 商品发布

赠品管理规则 (2020.0...

商品信息发布规范 (20...

商品价格管理规则 (20...

### 商家服务

商家体验分说明 (2020....

飞鸽服务使用管理规则(...

商家发货行为管理规则...

商家分级规则 (2020.0...

电子面单激励规则 (20...

## 02 商品售卖

### 第一节 绑定抖音渠道号

- 如何绑定抖音渠道号?

营销中心

营销攻略

直播带货营销攻略

不同行业营销攻略

更多流量—巨量鲁班...

单品投放

直播间引流

出价工具

视频创意工具

更多流量—DOU+

更多订单—营销工具

达人带货—精选联盟

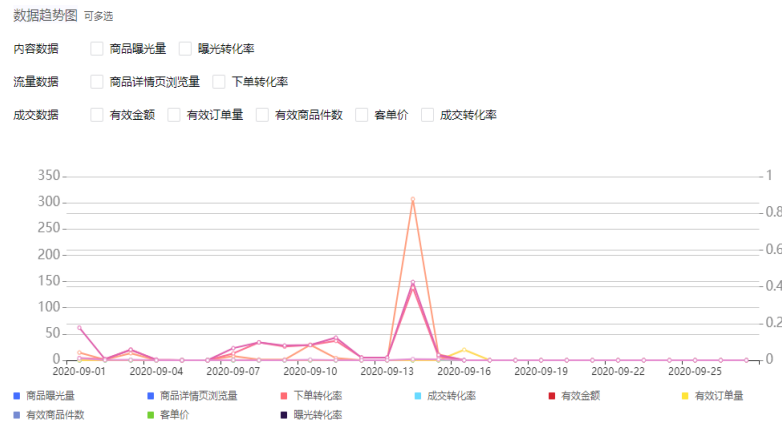
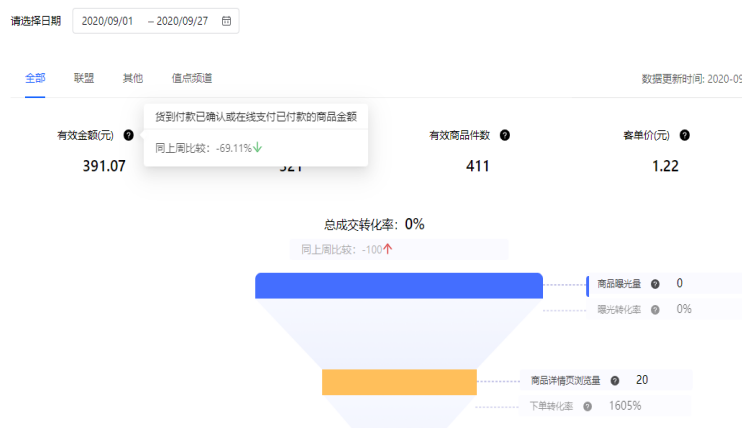
达人带货—巨量星图



# 抖店罗盘：数据化平台支撑商家完成精细经营

- 抖店罗盘是由伴随着抖店一同推出的帮助各类型商家高效经营抖店的数据产品，意在通过对经营数据进行细化分析，来指导商家后续的经营决策
- 目前，抖店罗盘分为抖店商家后台（PC端）、抖店移动工作台（移动端）两个主要入口，共同向商家用户提供了对内容、商品、实时经营数据以及达人的全面分析；对比于早期的后台电商数据分析平台，抖店罗盘在数据口径和更新速度方面进行了全面提升

## 抖音罗盘提供的数据分析界面





# 抖店商家平台：模块化的商家数据管理平台

## 抖店商家平台的管理模块

模块	主要功能	界面展示
核心数据	数据实时概览、核心指标及直播速览（含直播间详情及直播大屏），商家可以按小时/日/周/月的不同维度获取详细数据	
内容分析	根据直播和短视频两个不同分类，分别提供了数据概览和短视频&直播明细两个子模块，商家可以按成交金额、人均在线观看时长等不同排列方式来获取详细数据	
商品分析	在单品角度进行商品分析，提供了对每一件产品的查看曝光、成交、售后及评价全链路漏斗数据	
实时分析	数据化呈现直播营销效能，商家可查看已结束直播的相关数据	
达人分析	对商家的合作抖音播主带货能力进行分析，展示了成交、售后及佣金数据等细化数据	

# 抖店移动工作台：基于移动端App，注重操作直观性

- 值得一提的是，为了便于商家随时随地管理店铺，抖店推出了基于移动端App的抖店移动工作台，同样为商家提供了商品、订单、账单、售后和地址管理、查看并充值保证金、账户结算等移动服务
- 在管理平台首页上，抖店App去掉了PC端模块化的展示方式，而是直观地展现了店铺的经营收、订单量、浏览量等经营核心数据，进一步降低了商家的移动店铺管理门槛

抖店移动工作台界面



资料来源：抖店App

# 抖店开放平台：基于数据与接口，赋能内容电商生态

- 为了提升服务质量，抖店基于数据、接口与内容电商的结合，推出了抖音开放平台来服务专业商家或开发者，以满足不同类型商家的多样营销需求：
  - 针对商家，抖店授权了自用型应用，商家可以将自用系统通过API接入其中
  - 针对开发者，抖店授权了工具型应用，使得第三方可以开发面向抖店商家的应用并依此获利

## 抖店开放平台

### 自用型应用

面向商家

将店铺与自有系统对接，实现功能

查看接入文档



自用型应用

有技术能力的商家，调用开放接口，将店铺与自己的系统对接，实现数据打通和功能

- 面向小店商家，注册手机号为该店铺管理人手机号
- 不支持上架到服务市场
- 部署在开发者的服务器上
- 可使用API和消息
- 最多可创建应用数：1



工具型应用

服务商通过调用开放接口，提供通用、定制化的解决方案，服务多个小店商家

- 面向服务商
- 支持上架到服务市场
- 部署在开发者的服务器上
- 可使用API和消息
- 最多可创建应用数：10

### 工具型应用

面向开发者

基于open接口与店铺授权，服务商家

查看接入文档

下一步

返回应用中心

开发者配置回调地址

新增店铺授权

店铺确认授权  
打开回调地址

开发者根据code  
获取access\_token

开发者使用access\_token  
调用API接口

# 抖店开放平台：配套服务市场，商家可定制营销服务

- 配套于工具类应用，抖店提供了界面明确简洁的配套服务市场
- 当前抖店在开放平台下集成了230个第三方服务，涵盖了商品管理、订单管理、电商ERP、营销管理、装修设计、仓储物流、企业服务等类别

服务市场提供的第三方服务汇总

服务类别	第三方营销服务内容
商品管理	上货助手、搬家助手、货源管理
订单管理	快递助手、打单服务
电商ERP	SaaS云ERP，C-ERP
营销管理	短信CRM
装修设计	设计服务
仓储物流	仓储管理系统
企业服务	售后管理助手
其它	OA、客服系统

资料来源：抖店开放平台，中信证券研究部

# 巨量百应：意在提升效率，字节推出电商综合服务平台

- 基于更好服务入驻商家，提升带货KOL运营和带货效率的考量，字节跳动于2020年4月推出了配套电商服务后台巨量百应（目前其登陆入口已一并整合进抖音电商，从侧面反映了平台的定位已经在发生变化）
- 当前，巨量百应平台主要服务于在字节系App上创作内容的内容主及机构，包括抖音短视频创作者或直播主、西瓜视频的内容主、头条的信息流内容主均可以在满足进入门槛后使用百应后台来提升变现效率

## 抖音巨量百应平台



# 用户群体：涵盖商家达人和机构，提供全方位服务

- 当前，可通过巨量百应平台获取服务的客户主要分为三类群体：
  - 商家群体，主要包括入驻抖音电商平台的品牌商以及与带货播主合作的品牌商，可获取功能基本与抖店罗盘一致
  - 带货播主（达人）群体，为巨量百应的主要服务对象，主要由抖音、火山版、西瓜视频等字节系App上的短视频带货播主及直播带货播主组成
  - 机构服务商，主要为播主（达人）的签约机构或其他相关机构群体

巨量百应平台的主要面向商家、达人和机构服务商开展服务



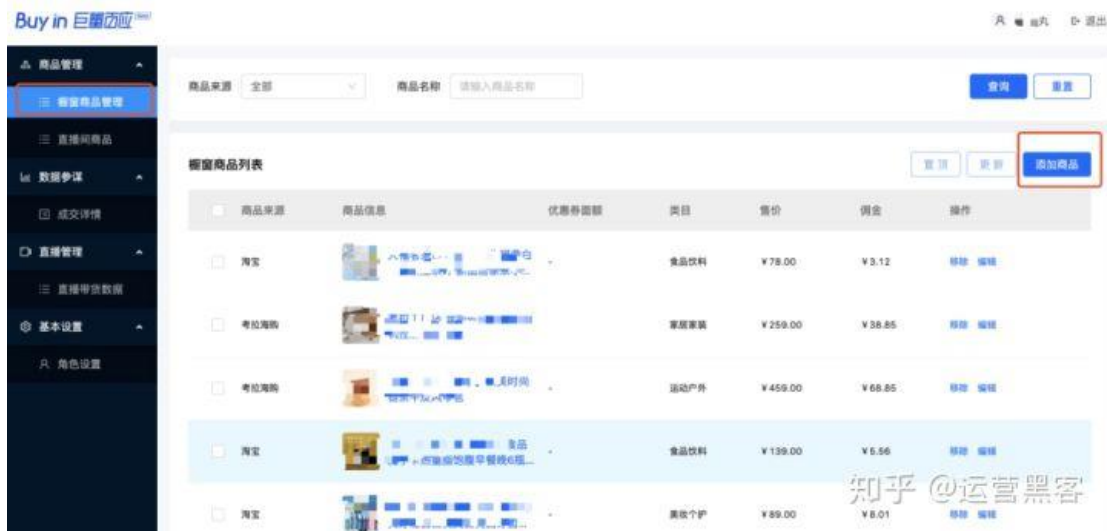
Buy in 巨量百应



# 特色功能模块：直播前/直播中实时商品管理

- 对于播主来说，通过巨量百应平台的后台，实现的核心功能之一就是对于带货商品的管理，操作既包括在直播前增加删减商品，也包括在直播中调整焦点产品：
  - 播主可以实时跟踪商品的来源、单价以及佣金分成，从而**精准完成选品工作**
  - 播主可以**调整带货商品的顺序以配合讲解**，提升客户观感的同时减少客户的思考和付费时间，变相提升成交率

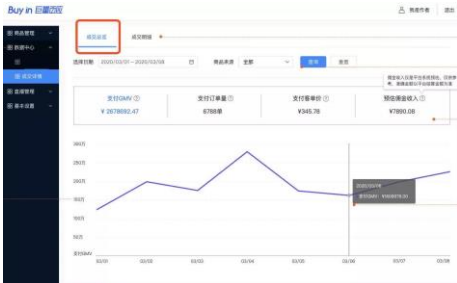
## 巨量百应后台的橱窗商品管理模块





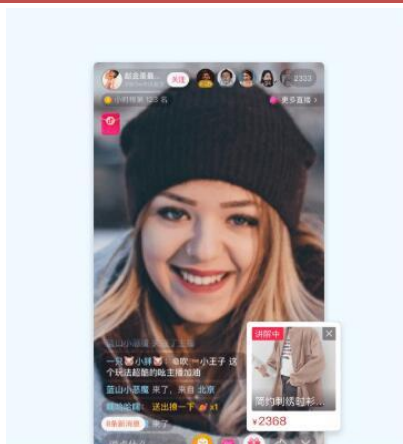
# 特色功能模块：自动汇总生成的详细可视化数据

## 巨量百应后台的成交数据&直播数据管理功能

数据管理功能	细分功能	功能特色	界面展示
成交数据管理	成交总览	播主可以选定时段并统计GMV、订单量、客单价和佣金，从时间维度来观察带货能力，简化后期与厂商之间的合作	
	成交明细	播主可以查看在不同渠道下，单品或单个视频的详细成交数据，从而在选品和直播方式方面可以更好的认知和改善	
直播数据管理	直播管理	针对于播主的带货直播进行详细分析，涉及数据维度包括累计直播次数、单次直播平均时长、单场直播的点击、浏览次数以及商品的点击次数和GMV转化等	

- 综上所述，借由明细化的管理服务和数据服务，巨量百应能够显著提升带货播主和观众的观看体验，从而进一步提升带货效率：
  - 带货播主可以将主推产品始终置于焦点位置，譬如将【讲解中】商品刷新到观众的商品排序首位，能够切实提高成交率进而提升带货效率
  - 直播结束后生成的成交数据和直播减少了观众的思考和寻找时间，数据可以使勾勒出的用户画像更清晰，便于播主不断摸清自己的观众群体爱好，可以更好进行选品和营销

## 巨量百应的直播带货讲解功能



讲解商品功能升级  
开播后，点击“讲解”，用户可以在这里看到哦

知道了



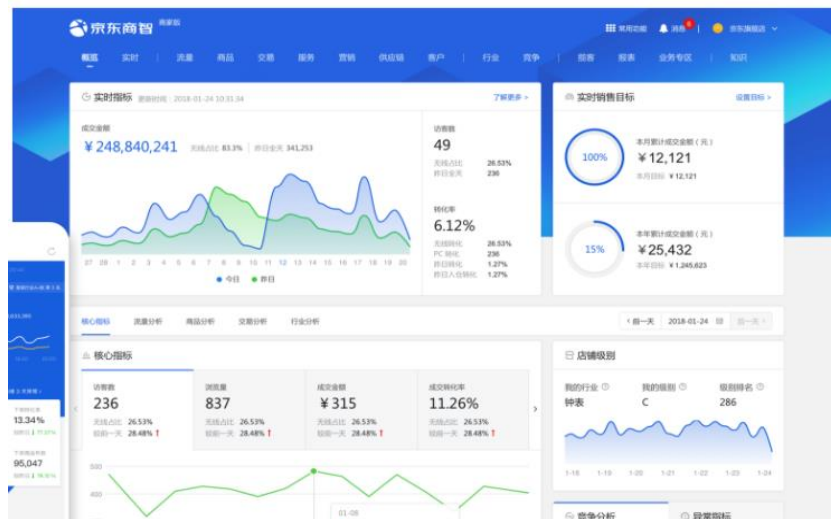
# 横向对比：对标千牛/商智，实现商家的数据管理

- 从电商生态上看，抖音接连推出的抖店和巨量百应实质上类似于服务于淘宝的阿里千牛、以及服务于京东的京东商智，是对商家服务一环的补齐：
  - 阿里千牛是淘宝于2017年3月基于阿里旺旺推出，面向于商家提供了实时沟通、数据分析、营销管理以及订购管理等服务
  - 京东商智则于2019年2月推出，同样涵盖了数据分析、订单管理和营销管理等数字化功能

## 阿里千牛/京东商智的主平台界面



阿里千牛主平台



京东商智主平台

# 横向对比：对标千牛/商智，实现商家的数据管理

- 进一步从功能端看，阿里千牛与京东商智由于发布较早，不断提升与自家电商平台的契合度，从而衍生出多个特色功能：
  - 由于淘宝更多强调与消费者的沟通，因而阿里千牛基于旺旺进行孵化，便于商家随时进行交流；同时加入了**商业资讯**和**金融服务**模块，在辅助功能上进行强化
  - 京东商智则是侧重于提供**同业对比**功能，包括加入了行业数据资讯以及对竞店竞品全跟踪功能，帮助商家确立店铺定位
- 相对的，抖店目前的特色功能集中在直播/播主分析，未来亦有可能进一步强化此方面

抖店&巨量引擎/阿里千牛/京东商智的特色功能对比

共有功能			特色功能		
抖店&巨量引擎	阿里千牛	京东商智	抖店&巨量引擎	阿里千牛	京东商智
商品管理	商品管理	商品管理	直播数据监测	客服接待	流量效果解析
订单管理	订单管理	订单管理	实时分析	货源挑选	行业数据解读
营销管理	营销管理	营销管理	达人分析	金融贷款	竞店竞品跟踪
数据监测	数据监测	数据监测		物流仓储	
服务市场	服务外包			企业采购	
				商业资讯	



# 感谢您的信任与支持！

## THANK YOU

许英博（首席科技产业分析师）

执业证书编号：S1010510120041

陈俊云（前瞻研究高级分析师）

执业证书编号：S1010517080001

# 免责声明



## 分析师声明

主要负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此声明：（i）本研究报告所表述的任何观点均精准地反映了上述每位分析师个人对标的证券和发行人的看法；（ii）该分析师所得报酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来均不会直接或间接地与研究报告所表述的具体建议或观点相联系。

## 评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以科斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅20%以上
		增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于5%~20%之间
		持有	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%~5%之间
		卖出	相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上
	行业评级	强于大市	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅10%以上
		中性	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%~10%之间
		弱于大市	相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上

## 其他声明

本研究报告由中信证券股份有限公司或其附属机构制作。中信证券股份有限公司及其全球的附属机构、分支机构及联营机构（仅就本研究报告免责条款而言，不含CLSA group of companies），统称为“中信证券”。

## 法律主体声明

本研究报告在中华人民共和国（香港、澳门、台湾除外）由中信证券股份有限公司（受中国证券监督管理委员会监管，经营证券业务许可证编号：Z20374000）分发。本研究报告由下列机构代表中信证券在相应地区分发：在中国香港由CLSA Limited分发；在中国台湾由CL Securities Taiwan Co., Ltd. 分发；在澳大利亚由CLSA Australia Pty Ltd.（金融服务牌照编号：350159）分发；在美国由CLSA group of companies（CLSA Americas, LLC（下称“CLSA Americas”）除外）分发；在新加坡由CLSA Singapore Pte Ltd.（公司注册编号：198703750W）分发；在欧盟与英国由CLSA Europe BV或CLSA（UK）分发；在印度由CLSA India Private Limited分发（地址：孟买（400021）Nariman Point的Dalal House 8层；电话号码：+91-22-66505050；传真号码：+91-22-22840271；公司识别号：U67120MH1994PLC083118；印度证券交易委员会注册编号：作为证券经纪商的INZ000001735，作为商人银行的INM000010619，作为研究分析商的INH000001113）；在印度尼西亚由PT CLSA Sekuritas Indonesia分发；在日本由CLSA Securities Japan Co., Ltd.分发；在韩国由CLSA Securities Korea Ltd.分发；在马来西亚由CLSA Securities Malaysia Sdn Bhd分发；在菲律宾由CLSA Philippines Inc.（菲律宾证券交易所及证券投资保护基金会员）分发；在泰国由CLSA Securities (Thailand) Limited分发。

## 针对不同司法管辖区的声明

**中国：**根据中国证券监督管理委员会核发的经营证券业务许可，中信证券股份有限公司的经营经营范围包括证券投资咨询业务。

**美国：**本研究报告由中信证券制作。本研究报告在美国由CLSA group of companies（CLSA Americas除外）仅向符合美国《1934年证券交易法》下15a-6规则定义且CLSA Americas提供服务的“主要美国机构投资者”分发。对身在美国的任何人士发送本研究报告将不被视为对本报告中所评论的证券进行交易的建议或对本报告中所载任何观点的背书。任何从中信证券与CLSA group of companies获得本研究报告的接收者如果希望在美国交易本报告中提及的任何证券应当联系CLSA Americas。

**新加坡：**本研究报告在新加坡由CLSA Singapore Pte Ltd.（资本市场经营许可持有人及受豁免的财务顾问），仅向新加坡《证券及期货法》s.4A（1）定义下的“机构投资者、认可投资者及专业投资者”分发。根据新加坡《财务顾问法》下《财务顾问（修正）规例（2005）》中关于机构投资者、认可投资者、专业投资者及海外投资者的第33、34及35条的规定，《财务顾问法》第25、27及36条不适用于CLSA Singapore Pte Ltd.。如对本报告存有疑问，还请联系CLSA Singapore Pte Ltd.（电话：+65 6416 7888）。MCI (P) 086/12/2019。

**加拿大：**本研究报告由中信证券制作。对身在加拿大的任何人士发送本研究报告将不被视为对本报告中所评论的证券进行交易的建议或对本报告中所载任何观点的背书。

**欧盟与美国：**本研究报告在欧盟与英国归属于营销文件，其不是按照旨在提升研究报告独立性的法律要件而撰写，亦不受任何禁止在投资研究报告发布前进行交易的限制。本研究报告在欧盟与英国由CLSA（UK）或CLSA Europe BV发布。CLSA（UK）由（英国）金融行为管理局授权并接受其管理，CLSA Europe BV由荷兰金融市场管理局授权并接受其管理，本研究报告针对由相应本地监管规定所界定的在投资方面具有专业经验的人士，且涉及到的任何投资活动仅针对此类人士。若您不具备投资的专业经验，请勿依赖本研究报告。对于由英国分析员编纂的研究资料，其由CLSA（UK）与CLSA Europe BV制作并发布。就英国的金融行业准则与欧洲其他辖区的《金融工具市场指令II》，本研究报告被制作并意图作为实质性研究资料。

**澳大利亚：**CLSA Australia Pty Ltd（“CAPL”）（商业编号53 139 992 331/金融服务牌照编号：350159）受澳大利亚证券与投资委员会监管，且为澳大利亚证券交易所及CHI-X的市场参与主体。本研究报告在澳大利亚由CAPL仅向“批发客户”发布及分发。本研究报告未考虑收件人的具体投资目标、财务状况或特定需求。未经CAPL事先书面同意，本研究报告的收件人不得将其分发给任何第三方。本段所称的“批发客户”适用于《公司法（2001）》第761G条的规定。CAPL研究覆盖范围包括研究部门管理层不时认为与投资者相关的ASX All Ordinaries 指数成分股、离岸市场上市证券、未上市发行人及投资产品。CAPL寻求覆盖各个行业中与其国内及国际投资者相关的公司。

## 一般性声明

本研究报告对于收件人而言属高度机密，只有收件人才能使用。本研究报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。本研究报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。中信证券并不因收件人收到本报告而视其为中信证券的客户。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但中信证券不保证其准确性或完整性。中信证券并不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他损失承担任何责任。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

本报告所载的资料、观点及预测均反映了中信证券在最初发布该报告日期当日分析师的判断，可以在不发出通知的情况下做出更改，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与中信证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。中信证券并不承担提示本报告的收件人注意该等材料的责任。中信证券通过信息隔离墙控制中信证券内部一个或多个领域的信息向中信证券其他领域、单位、集团及其他附属机构的流动。负责撰写本报告的分析师的薪酬由研究部门管理层和中信证券高级管理层全权决定。分析师的薪酬不是基于中信证券投资银行收入而定，但是，分析师的薪酬可能与投行整体收入有关，其中包括投资银行、销售与交易业务。

若中信证券以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构为此发送行为承担全部责任。该机构的客户应联系该机构以交易本报告中提及的证券或要求获悉更详细信息。本报告不构成中信证券向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议，中信证券以及中信证券的各个高级职员、董事和员工亦不为（前述金融机构之客户）因使用本报告或报告载明的内容产生的直接或间接损失承担任何责任。

未经中信证券事先书面授权，任何人不得以任何目的复制、发送或销售本报告。

中信证券2020版权所有。保留一切权利。



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告