

史上最全抖音运营知识汇总 强烈推荐（新手必备）

抖音新手必看

很多新手刚做抖音，对抖音的基本规则不了解，导致踩了很多坑。花点时间把下面这些基本知识看完，就可以避免踩坑。

1、在抖音上被人恶意投诉，怎么应对？

先取证，然后填写《侵权投诉反通知书》，发送给官方邮箱feedback@douyin.com，报备直客

2、如何在抖音上开通带货权限？

- 完成以下三步，你就可以获得带货权限

步骤1：选择适合自己的身份

步骤2：核对自己是否符合开通权限资格

步骤3：开通联盟收款账户

3、什么是抖音带货权限？

抖音带货权限：用户在抖音平台获得的短视频购物车、达人推荐橱窗、直播间挂商品权限。获得权限的用户可以在抖音售卖自家商品或带货。

视频购物车



达人推荐橱窗

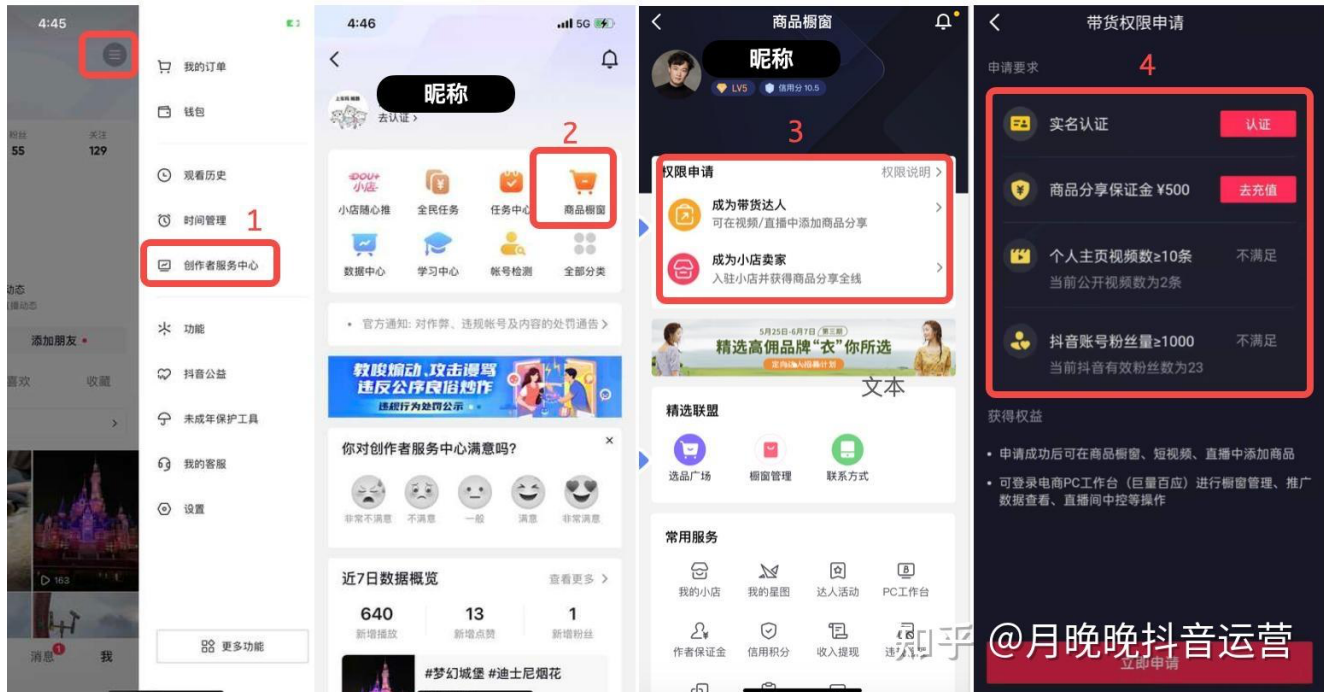


直播间售卖商品



4、抖音带货权限申请入口在哪里？怎么申请？

打开抖音APP，选择“我”-右上角“三道杠”-【创作者服务中心】-【商品橱窗】-【权限申请】-【立即申请】权限申请时，可以根据自己的实际情况，选择成为【带货达人】或者成为【小店卖家】



5、抖音直播带货权限的申请身份有几种？

【带货达人】：适合自己无货源未开店，帮其他商家带货的用户；

【小店商家】：适合自己有货源并且在抖音开店，售卖自己店铺商品的用户；

6、抖音直播带货权限开通条件是什么？

开通带货权限需要满足以下4个开通条件

- 实名认证
- 充值缴纳商品分享保证金¥500
- 个人主页公开视频数大于等于10条
- 粉丝量大于1000粉

满足条件的用户请点击【立即申请】，如不符合条件，就针对性去完成

7、抖币怎么充值最划算？为什么你98元只能买686抖币？

苹果手机用户，千万别用手机直接充值，同样98元，你只能买686抖币，我们可以买980抖币，比你多近300抖币。

• 普通人省钱的充值方法：

1) 打开电脑浏览器，
<https://www.douyin.com/recommend>，右上角“抖币充值”，



充值即代表同意 《抖音充值协议》

其他服务



开具发票

知乎 @月晚晚抖音运营

充值给



月晚晚（自己）

抖音号：1697440321

切换帐号

充值金额

10抖币 ¥1.00	60抖币 ¥6.00	300抖币 ¥30.00	2,980抖币 ¥298.00
5,180抖币 ¥518.00	15,980抖币 ¥1,598.00	30,000抖币 ¥3,000.00	980 抖币 98 元

应付金额：98 元

立即支付

已阅读并同意《充值协议》

知乎 @月晚晚抖音运营

2) 找个安卓手机来充值

8、VIP用户（单笔充值10万以上）的抖币充值方法

可以解锁VIP权益，打开电脑浏览器，
<https://wj.toutiao.com/q/24143/17ASW671/f97d/#/>

01 * 请输入您要充值的抖音号

02 * 请输入您要充值的金额（单笔充值需10万元及以上）

内容长度请控制在50字以内

03 * 请输入您的姓名

04 * 请输入您的手机号码

知乎 @月晚晚抖音运营

9、商品分享保证金的充值和提现怎么操作？

符合账号开通条件，需要充值500元商品分享保证金，如发生违规行为会扣除您的保证金。

- 保证金可开收据；
- 保证金如何提现，关闭带货权限后账户中的¥500保证金可以提现，3-7个工作日到账。
- 保证金若申请退回后，会有一段时间不能再马上充值保证金，账号有一个保护期，大概20个自然日。

10、抖音收款账户开通时，正式账户和快速账户怎么选？

推荐选择正式账户，正式账户支持多种资质，可以对公结算，无年限额。

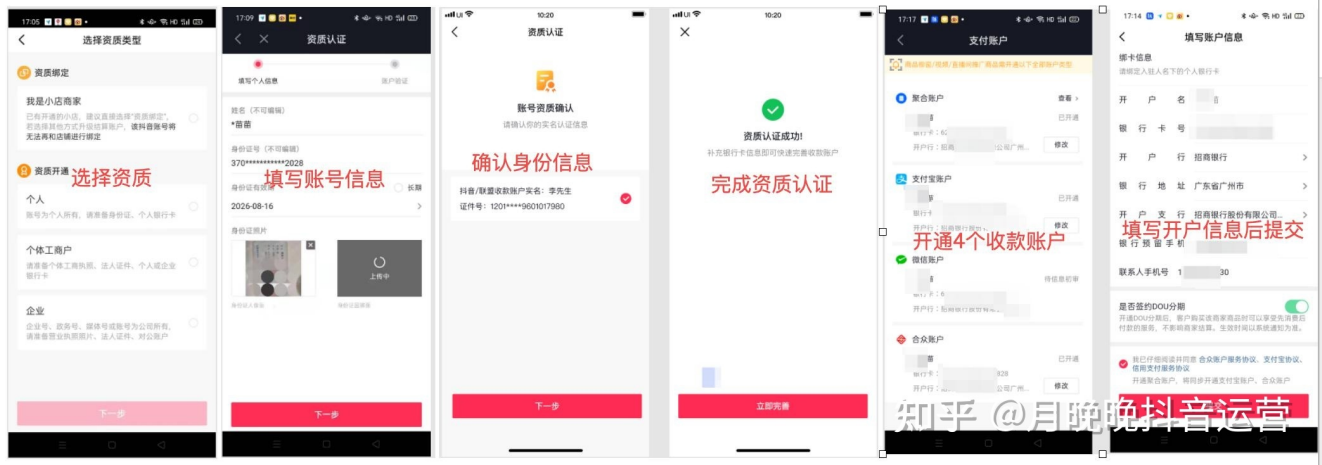
请选择你要开通的账户类型	账户类型	账户区别	资质类型	资质认证所需资料	资质验证
<div><div>正式账户 推荐</div><div>1、单次提现上限50万，单日可提现1次</div><div>2、可支持线上对公打款</div><div>准备材料： 1. 个人收款需提供身份证照片 2. 对公收款需提供企业和法人资质信息</div></div> <div><div>快速账户</div><div>1、单次提现最多2万，单日最多提现5次</div><div>2、不支持对公打款</div><div>准备材料： 提供姓名及身份证号即可快速开通</div><div>注意：近期即将下线，开通后平台将提示你尽快补充信息升级为正式账户，下线时间待通知</div></div>	正式账户	1.支持多种资质，支持对公结算(不含个人资质) 2. 微信/支付宝每天各1次提现，每次上限50W 3.无年限额 4.需完成开通支付宝、微信及聚合账户	个人	身份证正反面、银行卡号	银行卡号和预留手机号验证，耗时1分钟内
			个体工商户	请准备个体工商户执照、法人证件、个人或企业银行卡	实名认证/打款认证方式二选一，耗时1-3个工作日
			企业	请准备营业执照照片、法人证件、对公账户	实名认证/打款认证方式二选一，耗时1-3个工作日
			小店商家	建议选择“资质绑定”，如选择其他方式升级结算账户，该账号将无法再和店铺进行绑定	资质绑定审核，耗时1-3个工作日
	快速账户	1.不支持对公，只能对私 2. 提现一天5次，一次2W 3.每年限额110W	无	身份证正反面、银行卡号	无

11、开通抖音收款账户时，资质类型怎么选？

选择完账户类型后，会需要确认开通的资质类型。资质类型有4种选择，如下图所示：小店商家、个人、个体工商户、企业。**注意事项：**

- 1、资质类型一旦选择并提交资料完毕，就不能修改，请谨慎选择；
- 2、个人资质不支持对公结算；
- 3、要根据自己的实际情况选择资质类型，如果您已经开了小店，请直接选择「我是小店商家」，选择「我是小店商家」就是店铺跟自己的账号进行绑定，账号收款账户也会跟小店店铺共用同一个；如果该账号选择其他资质类型升级，则无法再与店铺绑定。

注意：在账户验证没通过前，都可以撤回，重新填写，但是一旦账户验证通过后，就不可以再撤回。



12、怎么判断抖音收款账号，是否开通成功？

开通成功：打开抖音app-【我】-【商品橱窗】，页面提示“恭喜您-已经成功完成电商达人带货权限申请可以前去选品广场添加商品推广了”说明已经开通成功。

未开通：如提示"推广商品需开通带货权限申请，申请成功即可成为带货达人"，则说明未完成电商权限开通，根据提示去完善账户信息。



13、如何修改抖音收款账户？

收款人的姓名不支持变更；收款银行卡可以填写该收款人的任意银行卡，并支持修改和切换。

14、如何修改开通收款账户页面的手机号？

打开抖音app-【我】-【设置】-【账户与安全】-【手机绑定进行修改】。

15、怎么办理个体户营业执照？

可以去当地工商局，或者在线办理，一般一天就下来了。现在有电子版的营业执照，营业执照范围要注意填写，不清楚的，可以参考抖音小店开店类目。

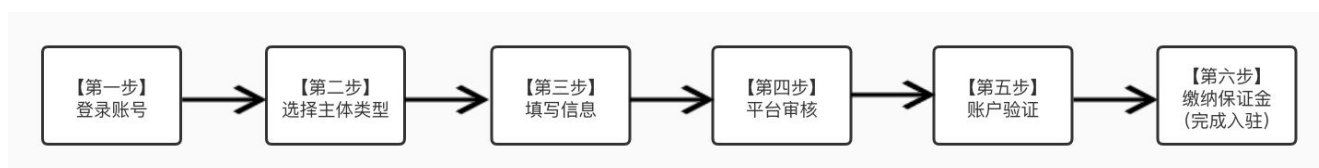
16、资质认证时，营业执照不通过怎么办？

- 先确认填写数据准确性，“经营者姓名”、“经营者证件号码”、“公司名称”、“社会统一信用代码”必须要是本人在工商局系统上更新的数据。
- 确认营业执照的办理日期超过14个工作日，其实一般下来第三天就可以了
- 登录[国家企业信用信息公示系统](http://www.gsxt.gov.cn/corp-query-homepage.html)（<http://www.gsxt.gov.cn/corp-query-homepage.html>），输入“公司名称”或“营业执照编号”是否有公示信息，无公示登记信息的企业无法通过验证。

17、想要0粉丝开通带货权限怎么做？

普通达人不支持0粉开通带货权限，如您是个体商户或企业店铺，可以开通小店或认证蓝v企业号。

18、怎么入驻抖音小店？



建议使用谷歌浏览器访问网址：

<https://fxg.jinritemai.com/?source=school.nrlj>

建议使用手机号接收验证码进行登录

19、抖音小店在哪里装修？

路径：抖店 —— 店铺 —— 店铺装修；

随着抖音商城的上线，抖店装修一定要重视！大家可以参考之前淘系的发展路径。视觉优秀的店铺，能直接提高产品的转化率。



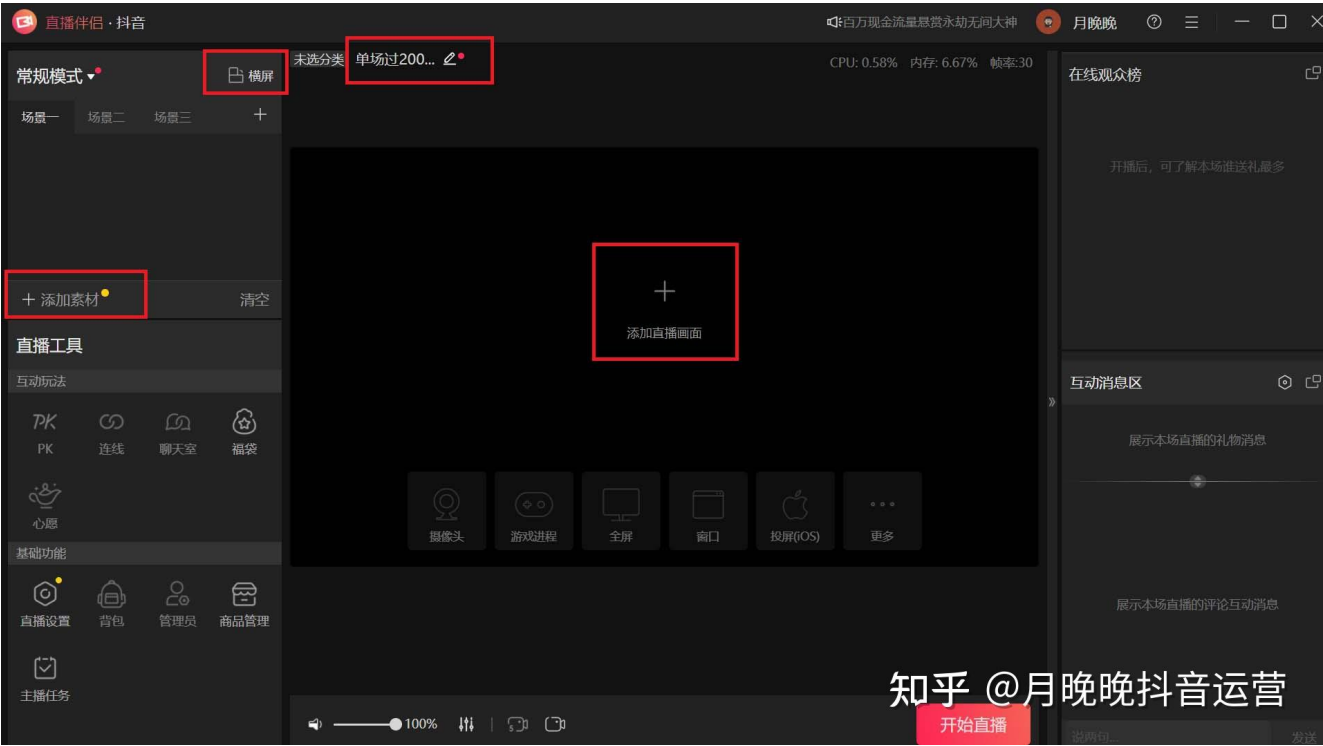
20、直播开播操作

手机端：点"+"号，点"去开播"，没有实名认证的，先实名认证。个人号主播要和认证人相符，企业就不需要，如果个人号认证和主播信息不相符，直接升级企业。

电脑端：打开抖音直播伴侣（下载地址：

https://www.douyin.com/falcon/webcast_openpc/pages/streamingtool_download/index.html）点击"+"号，选择直播

素材来源，选择"摄像头"



- (1) 先用开播抖音号扫码登录，然后先调整画面，一般选择竖屏，点击左上角"横屏"、“竖屏”；
- (2) 点画面中间，添加"+"或者左边"添加素材"，选择内容，根据自己情况选择，
- (3) 选择"摄像头""图片""采集卡"；顶部可以选择，直播类型和修改直播话题；
- (4) 画面调整OK了，就点击右下角"开始直播"；

21、直播封面设置

直播封面，是展现在直播广场，同城分享页，所以优秀的封面，可以提高曝光，提高点击率，进入直播间。封面的图片选择，要和直播间内容相关联，匹配度高，不然会误导用户进入，快进快出，跳失率就很高，影响直播数据。
封面图片不能违规：服装的不能性感裸露、活动类虚假宣传的文字等，就正常的人货场的场景。

22、直播标题设置

直播标题是出现在直播推荐，画面的左下角。刷到你直播间，好的标题会提高点击率，提高进入直播间人数；分为：**内容型、营销型、诱导型**，要言简意赅

- 内容型：秋季女装新品上线、交个朋友好物推荐
- 营销型：9.9米秒杀中、苹果手机抽奖中
- 诱导型：42250人正在观看中...、你的20个朋友正在观看....、你的好友正在参与...

23、直播间话题设置

直播话题的作用也是直播间一个分类标签，话题标签设置好，就能推送到对应人群。

一般结构内容：类目词+活动、修饰词+类目词；例如女装上新、轻奢女装

24、同城开关设置

打开同城定位，我们的直播间就会推送给同城，获得同城流量；一般卖货直播间，是需要把同城关闭，因为同城流量来源不精准，多数是为交友来的，和用户不匹配，就会快进快出，会影响咱们直播间数据。

25、直播间页面设置，怎么设置更清晰？

开播前点击设置，或者开播过程中点击右下角"... "也可设置；

直播介绍：每位进入直播间的关注，都会在左下角看见的，一般写直播的活动，直播优化，直播内容，都可以，让关注一目了然，知道直播间是做什么的

清晰度：设置1080P，在开播手机里，可以选择清晰度

直播公告：就是告诉粉丝，你开播的时间，让粉丝了解，直播公告也会在我们主页展示出来

26、账号违规查看

任意点开视频左下角点举报，然后任意选项点提交，你的消息列表提醒会有一个消息打开之后可以看到是否违规。账号自查-三个横线里面。

27、视频权限保护

点【设置】、点【反馈与上传】、点【如何上传】，再点击你不想被下载的视频，然后在设置权限关掉允许他人下载完整视频

28、直播预告贴纸

在视频封面加，添加直播预告，上传视频时点击右侧贴纸，选择直播预告贴纸输入你下场开播的时间，再将贴纸移动到你想要的位置就可以直接发布。用户刷到视频以后只需度要点击贴纸上的想看，就会自动生成直播预约收到开播提醒。

29、隐藏主页关注和喜欢列表

打开抖音，我的-右上角三-设置-隐私设置-关注与粉丝列表，按钮是灰色的，说明已经关闭了

30、怎么建粉丝群

路径：我的-服务中心-主播中心-粉丝群-管理，创建第一个粉丝群，选择设置粉丝群管理，可以选择开

放申请，这样粉丝就可以顺利加群

31、抖音粉丝群设置与用途

直播视频可以发布快速通知，有任何新作品，新动态，第一时间系统自动通知粉丝。

粉丝加群门槛，可自定义设置选择你定义的加群条件，比如粉丝团等级，让他们成为你的核心粉丝；

重要信息群公告强通知，有了公告强通知，会很方便。

群内支持各种活动玩法，红包玩法。

32、粉丝灯牌和粉丝团名

粉丝灯牌一共有16级，粉丝团名只能在手机且开播的时候修改

在粉丝团等级1-16级中，等级与用户消费GMV成明显正相关关系，粉丝团等级越高，用户消费越高

33、一个人可以认证多少个抖音号？

一张身份证，只能实名一个抖音账号。市面上说一个人多实名都是短期钻系统空子，迟早出问题

34、抖音相关电脑端的网址

抖音电脑端：<http://www.douyin.com>

抖音上传视频网址：

<https://creator.douyin.com/content/manage>

抖音小店登陆：

<https://fxg.jinritemai.com/ffa/mshop/homepage/index>

抖音实时分析数据大盘：

<https://fxg.jinritemai.com/ffa/data/real-time>

巨量百应：<https://buyin.jinritemai.com/mpa/account/>

飞鸽客服电脑端：

https://im.jinritemai.com/pc_seller/main/chat?selfId=1292681150206845

抖音企业号登录：<https://e.douyin.com/site/live-center/live-management>

35、抖音官方电话汇总（全部可转人工服务）

- 小店商家客服（9:00 - 21:00）：知乎不能写
- 达人/机构客服（9:00 - 21:00）：知乎不能写
- 抖音客服（8:00 - 22:00）：知乎不能写
- 广告热线（9:00 - 19:00）：知乎不能写
- 电商消费者服务（8:00 - 24:00）：知乎不能写
- 违规内容举报：知乎不能写
- 未成年人守护：知乎不能写
- 学浪老师客服热线：知乎不能写
- 抖音盒子服务：知乎不能写

36、抖音小二对接邮箱汇总

- 学浪申诉：知乎不能写
- 抖店申诉：知乎不能写
- 抖音举报：知乎不能写

37、抖音盒子

抖音盒子是抖音的子版本，是一个面向年轻人的潮流时尚电商平台【2021-12-16正式公测】

上架在小店的商品有机会在抖音盒子展示，供消费者选购。

抖音盒子是直接接入了小店平台的电商服务。以便商家的商品获得更多的曝光机会。作为小店平台的商家无需单独入驻，也无需再次签署入驻协议。

抖音盒子是在推荐算法下，分发流量（自然流量）和搜索流量之间取得一个平衡。

抖音盒子的上线，已经把商品链接和抖店打通短视频，目前内容已迁移（点赞、评论暂不同步），盒子可同步抖音号直播，抖店商家务必注意以下几个点：

- 1、一定要重视短视频优质内容生产；
- 2、一定要重视产品头图视频封面设计；
- 3、一定要重视收缩关键词的权重打造；
- 4、一定要重视商城闭环复购环节，加强后端即时维护，尽可能延长生命周期；
- 5、一定要坚守：好产品、好内容、好服务的原则

38、卡直播广场是什么？

本来是指用各种奇淫技巧（弹乒乓球、滚弹珠），吸引大量看热闹的人留在直播间，以此欺骗抖音算法，让其误以为这个直播间很优质，继续推送更多的人过来。

后来也泛指，用各种正当（送东西抽奖）或非正当手段（奇淫技巧），吸引大家停留在直播间的行为。

39、三频共振/四频共振是什么？

三频共振：短视频爆了、直播间爆了、店铺卖爆了，三者之间，互相影响；

四频共振：短视频、广告投放、直播间、商品四个元素互相影响。

40、七天螺旋起号是什么？

一种刀法，通常指让你的直播数据在7天内，每天都螺旋递增

41、连爆、瞬爆是什么？

一种刀法，

连爆：不断发短视频；

瞬爆：给一个视频，同时投N个广告

42、起号、冷启动是什么？

从0到1，启动一个直播间，并使其能稳定卖出去东西的过程，能持续进来新的真人流量

43、算法是什么？

抖音系统分发短视频或直播时，采用的计算机制

44、标签是什么？

通常可分为：

- (1) 基础标签（年龄、性别、地域等基础信息标签）
- (2) 兴趣标签（美妆、旅游、汽车等浏览兴趣）
- (3) 交易标签（下单商品种类、下单金额、下单频次等标签）

标签即直播间的身份，身份越明确，算法越能知道直播间需要什么类别用户。

标签同样是具备三层的结构体系，分别为**基础标签**、**偏好标签**、**交易标签**

- 基础标签：包含用户的性别、年龄、地域等基础信息。有基础标签的直播间，算法会提供多数直播间，只要开播超过一周，算法会通过学习摸索到开播直播间的基础标签，这时候会发现，原本男女、年龄混杂的用户，开始变得精准化。
- 偏好标签：包含用户的直播倾向，即喜欢在什么直播间互动，具备偏好标签的直播间，你会发现算法推送进来的用户，开始喜欢停留，点赞。
- 交易标签：包含用户下单品类、购买频次、客单价等属性，具备良好交易标签的直播间，往往就是我们说的标签精准的直播间，转化率远远高于行业水平。

45、权重是什么？

短视频/直播间流量层级，据经验推断，均有8个层级。权重越高，即初始层级越高。

一般认为，影响权重的三要素：

- 短视频：（1）完播率；（2）互动率；（3）转粉率
- 直播间：（1）平均停留时长；（2）互动率；（3）UV价值

当你的数据指标做的越来越好的同时，你的直播间标签也越来越精准，就是权重，权重高的直播间，转化率跟流量推送都会更为优质。

46、养号是什么？

玄学养号，是认为可以通过小手段，提升新号的权重，99%是无效的。

正确养号，是模拟真实用户的正常行为，刷视频直播，评论互动等，告诉系统我是一个正常的帐号，不是灰产非法号。

47、限流、断流是什么？

被关了小黑屋，限制推送流量甚至不推送流量；

48、DAU和MAU是什么？

日活跃用户/月活跃用户。什么叫活跃？大家有分歧。抖音自称是平均每天使用时长超76分钟的为活跃用户

49、直播间指标分类

- 一类：互动指标，如停留、点赞、评论等
- 二类：交易指标，如GMV、UV、人均GMV、RPM等

50、流量池是什么？

1、抖音总的流量数量



短视频和直播的流量池是独立的，目前抖音短视频日活用户6亿+，直播日活2.5亿+

- 2、短视频和直播的流量池，可以分成6个等级
- 3、不要太在意这些流量池的数值，因为算法一直在变的，知道大概的区间即可

51、直播间流量入口分别是什么？

直播推荐、自然流量：直播间出现在推荐页+直播广场中
直播广场：抖音首页点击左上角“直播”按钮或是在直播间点击”更多直播“刷到的页面，相当于抖音“直播”频道
直播feed：直播间出现在推荐页
付费流量：广告买来的流量，可分为随心推、巨量千川、品牌广告、搜索广告等N种

52、广告消耗是什么？

亏出去的广告费的一种好听的说法，和ROI相关。

53、oCPM是什么？

一种新型亏钱模式。这类广告第一阶段按曝光量收钱，第二阶段按转化量收钱。
你感觉是东西没卖出去，就不扣广告费；实际情况往往是不管东西卖不卖出去，都扣你广告费（扣少点）。

54、eCPM是什么？

每把你的内容推送到1000台手机上，抖音可以赚到的钱。通常用这个数值，来预估你的广告是否优秀，进而推算你的广告费可以多久烧完。

55、巨量千川、巨量引擎、巨量百应，分别是什么？

巨量千川：抖音官方电商广告平台

巨量引擎：抖音的爸爸（字节跳动）聚合广告平台

巨量百应：达人（个人）直播后台 + 商家的后台

56、豆荚（DOU+）、随心推、千川，分别是什么？

豆荚和随心推，都是手机上即可投放的抖音广告工具

随心推也叫随心亏，只能投电商广告

千川即信息流广告

57、用户定向

用户定向：投放广告时，选定的筛选条件，一般包括年龄、性别、地域、兴趣等多种条件

58、巨量云图

巨量云图：抖音官方提供了定向平台

59、人群包

人群包：选定的定向条件

60、达人相似

达人相似：投放广告时，选择投放给指定大V的粉丝，一次最多可以指定20个抖音号

61、徠卡定向（莱卡定向）

徠卡定向：投放定向中，选择行为+兴趣定向

62、ROI

ROI: 广告消耗 / 广告直接销售金额的比值

63、ATV

ATV: 直播间平均在线人数

64、GMV、LTV

GMV: 直播间销售总金额

LTV: 用户终生价值

用户在你那买一次东西，是GMV；用户这辈子都在你这买东西，是LTV。

大佬总会教育你，要从GMV思维，过渡到LTV思维。

65、CTR

CTR: 点击率。没加前缀，通常指直播间的点击率；也可以指小黄车点击率。

66、CVR

CVR: 转化率，即直播间成交人数 / 直播间观众人数的比值

67、UV和UV价值

- UV: 人数，非人次
- UV价值: 通常指直播间销售总金额 / 直播间总观众人数的比值，即平均每人下单金额

68、PCU

PCU: 直播间在线人数最多的数值

69、GPM

直播间GPM：平均每一千个观众下单的总金额，常用来衡量直播间卖货能力

商品GPM：单个商品，平均每1000个观众下单的总金额，常用来衡量该商品是否为爆款

抖音电商数据指标GPM，GPM（千次播放产生的GMV）：以前，品牌/商家更关注单次投放下带来的GMV，即ROI视角；而在抖音，系统可以基于转化数据来持续放大并校准流量池，因此，品牌/商家更应关注GPM的数值，即关注每千次曝光带来的销售额。

商品GPM = 商品CTR * 商品CVR * 客单价 * 1000

=商品点击次数/观看次数 * 商品订单数/商品点击次数 * GMV/支付订单数 * 1000

=GMV/商品展现PV*1000

衡量商品变现能力

商品讲解时长分布 ≈ 各商品展现PV占比

结合商品GPM，判断是否将讲解重心分配给了变现能力更强的商品上

直播GMV升降 与 主推商品 的变化有强相关关系

70、O-A-I-P-L 直播流量圈层逻辑

O：潜在的，有可能喜欢你的

A：召回，展现，观看，滑到过你的（具有关联性的）

I：在漏斗中，但没有到支付

P：购买过一次的

L：多次购买喜欢给好评，忠诚客户

71、穿透率

抖音给我们的是展示量，不是UV。穿透率越高，小店随心推和自然流量的数据就越好。做好单场的穿透，就是做好直播前半程的关键。

72、憋单 / 放单

让一堆人在你的直播间等着买东西或是抢福利，叫憋单；喊完54321，让大家赶紧去抢，叫放单、打单。

73、选品、组品、排品、过品（过款）

我们用过早来举个例子：

选品：一个早点铺，选择卖豆浆、油条、包子，不卖面条、烧饼，叫选品；

组品：豆浆2元，油条1元，豆浆+油条一起买2.5元，叫组品；

排品：先卖豆浆油条，卖完了才卖包子，叫排品；

过品：有人买了豆浆，问一句要不要买油条，可以优惠5毛钱，叫过品。

74、话术

主播/助播说的所有话，都可称为话术。按功能，具体可分为：停留话术、互动话术、产品话术、逼单话术等。

75、人设

人物设定，即赋予人物的身份、性格、爱好、代表符号等。

76、直播切片

直播的同时，不断地拍摄并发布直播现场的短视频

77、蓝V、黄V

企业认证的抖音号为蓝V，个人（专家大V）认证的抖音号为黄V。

一般来说，认证号和普通号在权重上无差别，在功能上多很多。

78、抖音小店

在抖音上开设的店铺，对应是营业执照，一个执照能开一个店，可以卖营业范围内的商品。

79、商品橱窗

在抖音号上开设的带货工具，对应的是个人身份证。一个身份证，可以开一个橱窗，可以卖自己小店的东西，也能卖精选联盟里的东西。

80、精选联盟

你有商品，想找人代卖，卖出去了才给佣金，链接你的商品和达人的地方，即精选联盟。精选联盟，只是你销售的一个渠道，可以当作是一个大批发市场，你在这个市场有一个摊位，摆着你的小店商品。收款账户还是小店绑定的账户。

81、音浪 / 抖币

抖音虚拟货币，10音浪=10抖币=1元人民币

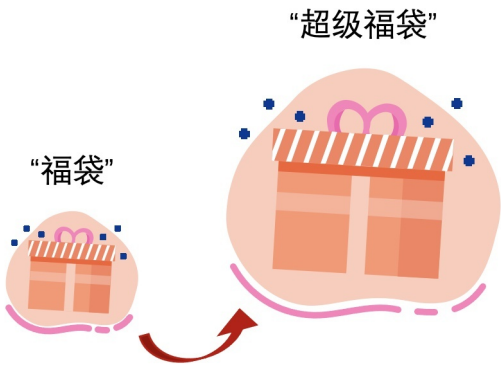
82、福袋

官方提供的抽奖工具，分抖币福袋和实物福袋。奖品是抖币的，即抖币福袋；奖品是手机等实物的，即实物福袋。

83、超级福袋

超级福袋是一个刚出来的东西，我给大家展开说一下；

- 超级福袋是一款电商场景下的**专有营销互动工具**，帮助主播实现**抽奖流程规范化**。
- 支持将抽奖活动以**商品**的形式在直播间挂车，配合主播的口播引导用户通过完成**不同任务**（看播时长/指定口令等）获取抽奖资格



🌟 优化亮点

- 无发放数量限制，发放更灵活
- 支持灵活设置福袋参与条件（评论、粉丝团等级、看播时长等）
- 前置配置，前置审核，直播过程中可一键发放
- 抽奖小助手直接提醒中奖用户填写信息
- 发货履约环节与抖店订单打通

✅ 灵活使用，满足直播间**多样化营销诉求**

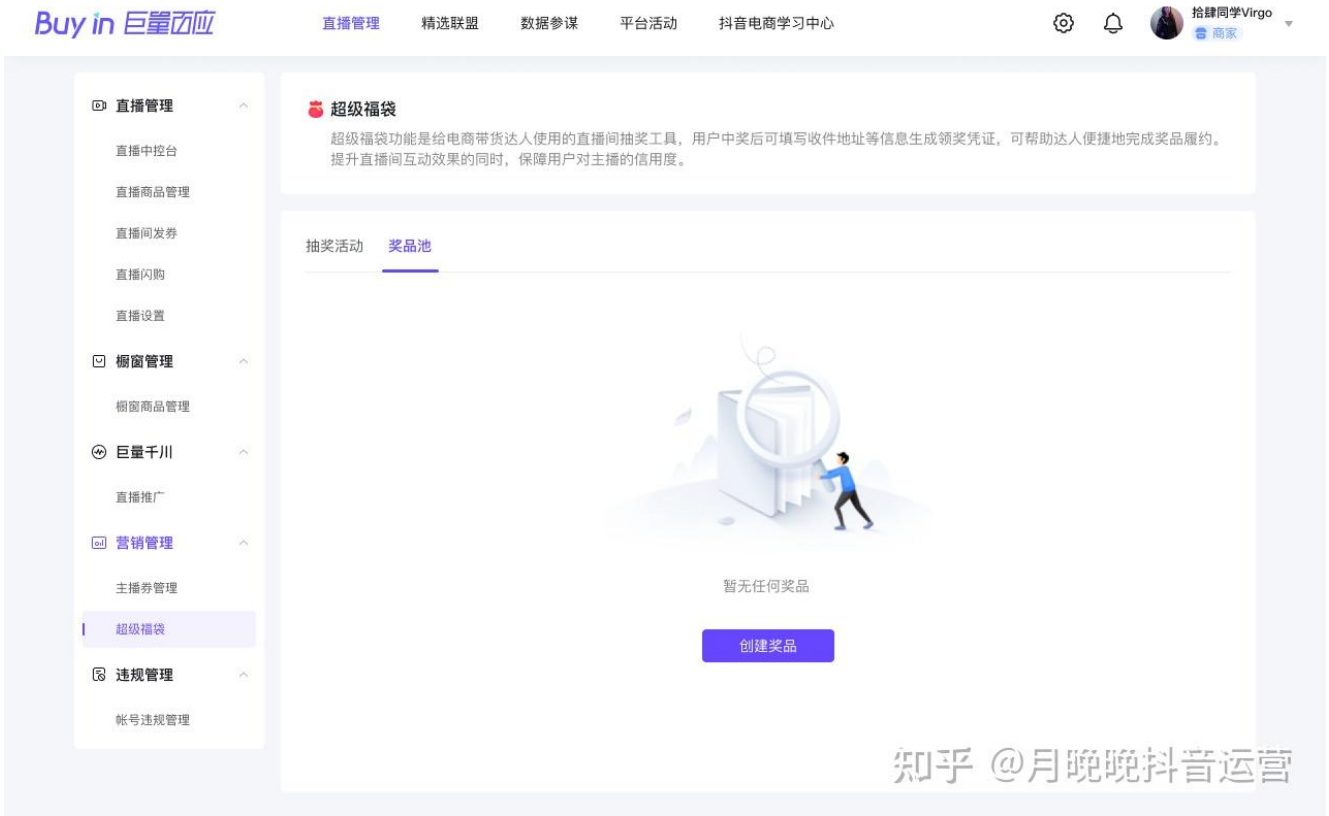
- ❌ 避免直播中福袋不过审，打乱直播节奏
- ❌ 解决客服人工联系中奖用户、地址填写等问题
- ❌ 避免忘发、漏发命中惩罚规则

用户看到的超级福袋是怎样的？



巨量百应（达人身份登录）入口：【营销管理】-【超级福袋】，具体开通门槛请以页面提示为准





新建自定义商品（需审核）

基础信息

奖品分类 彩妆/香水/美妆工具 > 唇部彩妆 > 唇膏/口红

奖品图片

奖品名称 YSL 哑光唇釉 16 Nude Emblem

类目属性
品牌 YSL 属性1 属性属性
属性2 属性3
属性属性 属性
属性2 属性3
属性属性 属性属性属性

价格库存

发货模式 现货发货模式

现货发货时间 请选择

奖品库存 输入库存数量

售卖价 0元

参考价 866

选择创建模式

价格库存

奖品分类	共1800个细分类目，建议【先选类目再填信息】
奖品图片	上传奖品图片（仅展示图片，无商品详情页）
奖品名称	字数限制为30
类目属性	会根据“奖品分类”发生变化
发货模式	默认现货发货模式
现货发货时间	默认48小时内发货
奖品库存	设置库存量（抽奖奖品总数）
参考价	供用户参考的市场价值

注意：单个用户单次获得奖品总价值不得超过人民币50000元。请按照奖品实际市场价值填写，市场价值可参考实际售价、专柜价等，不得虚高标注价格。

注意：目前平台统一规定，超级福袋中的奖品发货标准均为【现货+48小时】，请注意！

如果你们在操作终于到问题，可以随时向我求助，手把手教你们设置。

84、SKU

Stock Keeping Unit, 一款产品, 就是一个SKU。

85、DSR

卖家服务评级系统（Detail Seller Rating），也叫店铺体验分，与抖音小店挂钩，主要考核商品、服务和物流情况。

86、口碑分管理、DSR管理

释义：S单。

87、挂铁 / 大头娃娃

在直播间，挂了虚假的机器人叫挂铁；系统推送来的假人，往往都是大大的宝妈头像，统称大头娃娃。

88、粉丝团

关注抖音号的粉丝叫粉丝，关注抖音直播间的粉丝叫粉丝团。粉丝团需要1毛才能加入，并且提供了各种方便氪金的特权及荣誉展示。

粉丝团可以取名，在直播界面修改，根据主播的特征去取。给粉丝归宿感。

89、痛点是什么？

对于用户来说，**痛点就是消费的第一动力**，是最基本、最底层的需求。

对于处在饥饿状态的人来说，第一时间填饱肚子是他的痛点，即基本（必备）型需求，而餐厅的环境、工作人员的

服务态度、食品的卖相则是处于期望（意愿）型需求，或者兴奋（魅力）型需求。

只有当他吃饱肚子，才会去追求后续的质量标准。

90、爽点是什么？

爽点，满足的是即时的快感，用户只需付出较小的成本，就能快速有所收获。

爽点，在某种意义上来看，也就是“卖点”。爽点和痛点不同，爽点更强调满足用户的“感知度”，即用户在使用产品之后的心情愉悦程度，让用户更“兴奋”

91、痒点是什么？

痒点，指的是用户基于虚拟自我设想的需求，幻想自己通过某种方式，就可以改变社会外界对自己的评价、看法，类似于马斯洛需求里面最高层次的“自我需求”。

这种痒点需求，结合了痛点、爽点，也是用户对于更好的、更高层次的生活水平的追求。直播带货达人、网红鼻祖雪梨曾经说过，她要传递的是一种生活方式，满足女孩子对于美的幻想。

92、KOL、KOC、主播 区别是什么？

KOL（Key Opinion Leader）

目前主流定义的KOL，可以分为两种类型——跨界型和垂直型：

跨界型一般属于头部KOL，特点是IP属性强，粉丝就像他们的信徒一样，因为信任所以会跟着达人买，具有高覆盖的特征。这些头部KOL可以作为话题引领者，帮助品牌实现传播上的破圈，迅速打开知名度，引发公关的属性；

垂直型通常属于中腰部KOL，他们在垂直领域耕耘得更深，内容针对性更强，能够激发深度的圈层传播内容，形成品牌忠诚度及高转化，更加适合日常投放及带货组合投放。

KOC（Key Opinion Consumer）

KOC虽然是新造词，却是老概念，它的诞生让社交平台的话语更加平权，也倾斜了掌握信息垄断权的媒体和认知盈余的头部KOL们站在话语权顶端的天秤，使得“素人意见领袖”有了更多自我表达的空间。

KOC特点是粉丝量虽然不大，但以量取胜，内容真实，粉丝活跃度和黏性都比较高，属于广撒网铺量型。

主播

直播带货近年火了，它的这种直接、即时性，打破了物理距离，帮助品牌更快速的与用户沟通，让部分小而美的新品牌实现了逆风翻盘。直播的火爆也让淘宝的李佳琦、薇娅、快手的辛有志、抖音的牛肉哥等头部主播，都在各自领域里站上了电商带货的C位。

电商主播和KOL本质上还是有区别的。

KOL更像是内容创作者，他们对产品的讲解更多的是消费者视角，通过在社交平台输出自己擅长的干货内容，比如测评体验、段子、情感鸡汤、种草推荐、时尚穿搭等等，创造一种“单独评估”环境，让用户可以沉浸式地感受产品价值，进而加快他们下一步的决策，趣味性更强。

而主播更像是买手或是销售，属于在消费者选购前的助推手，通过介绍、推荐的方式把消费者引流到商家的店铺进行消费，目的性更强，趣味性更少。

简而言之，KOL在内容端的输出看重的更多是：社会热点、粉丝共鸣、玩梗抖包袱；主播看重的是：产品质量、独特工艺、促销最低价。

但无论是KOL、KOC还是主播，从早前的电视导购，博客贴吧等论坛，到微博微信井喷，再到现在的抖音快手淘宝直播等短视频平台，也是经历了一番大浪淘沙。但核心趋势是不变的，有流量的地方就有江湖，只是有人卖的是带货能力、有人卖的是口碑影响力、有人卖的是品牌背书，都代表了某个圈层的发声口。

三者的区分，更多是推广排兵布阵的区分。**主播负责带货，头部KOL负责背书，中腰部KOL负责话题造势，KOC则像酵母一样下沉到真实消费人群里，它们都是广告投放矩阵中不可缺失的一环，是互补的金字塔矩阵营。**

93、直播间的黑话公式

- $UV\text{价值} = \text{销售额} / \text{场观}UV$
- $\text{成功支付率} = \text{支付}UV / \text{观看}UV$
- **$GMV = \text{展现} * \text{点击率} * \text{转化率} * \text{客单价}$**
- $\text{oCPM出价} = \text{广告主愿意为每次转化支付的目标价格}$
- $ROI = \text{销售额} / \text{广告费}$
- $\text{毛利}ROI = \text{毛利润} / \text{广告费}$

94、抖音电商罗盘是什么？

抖音小店后台，专门看数据的版块。

95、5A人群是什么意思

也叫科特勒5A模型/巨量云图5A模型；巨量云图的5A人群分层模型如下

A1——了解（aware）：顾客被动接受信息，是品牌知名度（brand awareness）主要的来源

A2——吸引（appeal）：增加顾客的品牌印象，创造短期

记忆或扩大成长期记忆

A3——问询（ask）：适度引发顾客的好奇，引发顾客搜集信息的行为

A4——行动（act）：想要让顾客采取的行动是购买，以及购买之后的消费、使用以及售后服务

A5——拥护（advocate）：顾客可能会发展出对品牌的强烈忠诚度，这会反映在顾客保留率、重复购买，以及向其他人宣扬品牌的好处上

96、兴趣电商是什么？

兴趣电商：其核心逻辑建立在抖音的推荐系统和庞大的用户数据上，推荐系统能够帮助分析用户的喜好，给用户打上各种标签，然后把用户可能感兴趣的商品（服务）以短视频或直播的内容形态推送过去，**"如果推送能命中你的兴趣，而内容能把你对商品的兴趣激发出来，实现从种草到消费，整个逻辑链路就完整了。"**底层逻辑其实就是冲动消费。

酒水类怎么报白，需要哪些资料？

时尚饰品，怎么报白？需要哪些资料？

达人播珠宝类目，怎么报白？

内衣类目，怎么报白？

本地生活服务及虚拟服务类目定向入驻，怎么开店申请？

抖音王牌工厂项目，怎么申请入驻？

怎么前置报白，解除新手村1000单/天的限制？

新手报白，提交资料的标准是什么？

服饰质检报告如何办理？

抖音盒子，怎么入驻？

抖音海外电商Fanno，怎么入驻？

二、抖音小店

抖音小店

怎么免费认证蓝V（节约600元认证费）？

一个人的身份证，最多可以开几个营业执照？

一张营业执照，可以申请几个抖音小店？

一个抖音小店，可以开几个抖音蓝V账号？

一个抖音小店，可以绑几个抖音账号？可有几个官方账号？能带精选联盟的货吗？

小店口碑分补救方法

抖音小店DSR 防掉分的方法

怎么有针对性的提高商家体验分？

容易被判虚假发货的几种情况？解决方案是什么？

受不可抗拒因素发货延迟，被虚假发货，怎么申诉？

抖音店播的生命周期是什么样的，每个阶段要注意什么？

新手期商家直播团队怎么建立，直播流程怎么安排

什么是保证金

保证金缴多少

基础保证金是什么

浮动保证金是什么

保证金补缴是什么情况？

保证金怎么退回来？

保证金有几种，分别是什么意思

运费险是怎么算的？

退货率怎么算？退货笔数怎么计算？

退货运费险保单何时生效，保障周期多久？

开通了运费险，换货订单要赔吗？

抖音小店的到账时间是多久？

抖店商品限时秒杀怎么设置？

抖音小店怎么开票，是增值税发票吗？

带货口碑分

带货口碑分是什么？

带货口碑分是怎么构成的？

带货口碑分的计算指标及计算方法

带货口碑分的更新周期

带货口碑分的数据展示在哪里？

带货口碑分有什么应用场景

新用户为什么没有显示带货分？

最近卖的挺好的，为什么带货口碑分还下降了？

我不带货了，可以取消展示带货口碑分吗？

带货口碑分和商家的体验分什么关系？

商家体验分

新店的店铺体验分，卖了几单能出来？

体验分的更新周期是多久，什么时间会更新体验分？

商家体验分怎么算的，怎么提升体验分

商家计算体验分的周期是多少天

商家展示体验分的门槛是？

有哪几种订单，不会作为体验分【商品差评率】指标分子参与计算

话术（主播、场控、客服）

抖音小店客服话术怎么做？

抖音小店客服〔接待话术〕万能公式是什么？

差评售后几种回访方式？

3C直播间话术公式

直播间 单品 销售话术公式

怎么找产品卖点话术？

怎么去帮主播更新迭代话术？

逼单话术有哪些？

中控话术模板

场控话术副播版（搞氛围憋单版本）

场控话术主播版（逼单促单）

怎么去扒同行话术？

直播间 万能话术 循环模板

常见直播间话术八大“套路”

诀绝子的 爆品话术 的展现形式（主播侧）

怎么在话术上避免低价引流的违规？

主播话术中引导和诱导的区别

主播能力会经过几个阶段？

主播形象要怎么打造？

主播话术该怎么培养？

对直播间带货主播新人，最简单粗暴快速的培养方法？四步法

抖音其他知识

什么样的直播内容，更容易产生GMV？影响用户购买兴趣的主要因素是什么？

主播的提成方案怎么定？

品牌账号的起号方法

团队薪资分配与成本核算、绩效激励怎么算

品牌店播日常工作流程图

品牌店播日常SOP

品牌直播排期表 模板

品牌黑标怎么申请？

兴趣电商是什么？

抖音电商FACT经营矩阵模型是什么？

抖音电商的增长逻辑是什么？

抖音电商有几个大赛道？

开抖音小店，要在哪几个板块做运营？

怎么组建抖音电商团队，需要哪些人员？

矩阵式抖音账号怎么做，有什么特点？

品牌自播矩阵搭建的方向和思路

标品和非标品，在直播间的展示思路有什么不同？

怎么在抖音创作好的内容？从哪几个方面着手发力？

在抖音创作内容的形式有哪几种？每种形式的关键点是什么？

抖音的热点内容，创作的基础思路是什么？

中国服装产业集群及直播基地分布

品牌供应链（深圳/杭州）有哪些？

抖音电商流量分发逻辑

抖音电商流量提升逻辑措施

抖音账号封禁了，怎么解实名？

飞书有多少存储空间？

三、短视频和直播间

垂直账号的三大特点是什么？

什么是短视频的黄金三秒？

抖音短视频怎么快速打标签？

5 种共情的爆款视频标题的文案公式

千万播放的爆款视频中，7个最常见的数字标题句式

28个可直接套用的金句文案句式

9个爆款标题套路

爆款短视频标题撰写技巧

抖音追热门有哪几种方式？

短视频播放量不过500，怎么办？

帐号修改昵称会有影响吗

短视频对单个视频的推荐，考核哪 4 个关键数据？

给老板看的抖音运营全案，需要包含哪些内容？

运营侧，短视频和直播带货有哪些区别呢？

短视频转型直播带货的达人，有什么建议？

直播间设备搭建推荐方案

怎么用付费测款？

怎么用短视频测款？

怎么在直播间测款？

逆向思维 1 —— 站在平台角度思考：平台为什么给我流量？

逆向思维 2 —— 站在用户角度思考：用户为什么愿意来看我？

直播间观众分级

直播数据分析有几个维度，怎么去分析？

低粉账号怎么快速吸粉？

直播间最容易优化，且效果明显的是哪里？

直播间指标怎么去提升？

直播间转化漏斗的数据，分别是指什么，怎么优化？

直播间转化漏斗数据，名词解释是什么？

直播间的公域&私域流量来源，在哪里可以提前准备？

直播间气氛维护粘粉互动技巧

新起号直播间，怎么做才最容易成功？

曾经辉煌过的直播间，怎么做才能东山再起？

单品直播间高转化的原因？

单品直播间的优缺点有哪些？

在抖音上做一个品牌直播间的基本要素是？

品牌方怎么做星图，才能效益最大化？

怎么给直播间贴标签？

怎么洗标签？

直播间考核三大要素

新品牌做抖音直播和SEO配合，五个关键点是什么？

为何别人的视频能爆，我的视频播放量总是卑微？

单场百万的直播间，是怎么复盘的？

抖音直播间要怎么做，才能实现GMV雪球式的增长？

直播间引流策略是什么？

影响流量池级别最关键的3个因素

怎么做直播间的流程策划？

直播间复盘SOP（很重要）

四、直播间玩法和问题解析

直播间玩法

15种低粉直播间的玩法

直播间的 6 种红包玩法

直播间常规的12 种玩法

玩法13： 低价起号

玩法14： AB链3.0起号

玩法15： 七五螺旋起号

玩法16： 千川投流引爆自然流起号

玩法17： ABC排品 + 卡点5分钟破冷启动

玩法18： AKV玩法

玩法19： 平播七天起号流程（双波流卡点引爆）

玩法20： 新号高返玩法

玩法21： 直播间前30分钟玩法

玩法22： 直播间憋单玩法（升级版）

玩法23： 复合链接玩法

玩法24： 新号平播玩法

玩法25： 低价转高价玩法

玩法26： 新号场观破万玩法

直播间定价的【数学家】 玩法

玩法27：十三行最新玩法三倍拆解有图有分析（三个版本详细拆解）

版本1：

版本2：

版本3：

直播间常见的问题

直播间流量来源有哪些？怎么去优化？

不促单，不低价，无套路如何起直播间？

新号0粉，0视频开播的逻辑是什么？

低价引流，后面是否会拉不起高价销售？

新号开播可以找人来直播间里下单吗？

直播间到达瓶颈之后，销量和人气提不上去，该怎么去操作和指导？

提高直播间流量的六大基本逻辑是什么？

账号打上低价标签，转不了做正常带货怎么办？

直播间留不住人，怎么办？有哪些方法去做付费流量的辅助，同时稳住投产比？

为什么你的直播间突然自然推荐流量下降了？

开播前 30 分钟的极速流量没承接，后面还会推送吗？

粉丝运营六大红线是？

直播间气氛的三方面是什么？

如何培养粉丝粘性？

下播后，从哪三个维度复盘？

直播间过正价款时掉粉，怎么办？

如何提升商品点击率 和 转化率？

从 GMV公式 拆解直播快速起量的策略

直播间提示售假违规，怎么申诉？

直播间违规，导致抖币福袋功能被停掉了，是否能找回重新开通？

怎么抓住抖音中老年服饰的机会市场？

选品

怎么选引流品？

引流品都卖不出去，是什么原因？

抖音头部达人选品标准是什么？

无货源抖音小店运营模式有几种？ 分别是什么样的？

抖音小店无货源蓝海选品 思路

抖音小店无货源蓝海选品 渠道

直播间爆款需具备的基础条件是什么？

单元化组货，是什么意思？单场百万的直播间是怎么科学地组货盘的？

如何打造爆品？

五、付费推广：千川、DOU+、随心推

付费推广基础知识

抖音投放广告的类型有哪些？分别在什么位置，有什么功能作用？

广告投放优化思路的是什么？怎么把钱花在刀刃上？

怎么开千川？

千川开户资质要求是什么？

千川有几个版本？

千川起充金额多少？

抖音账号、抖音店铺、巨量千川是什么关系？

千川有几种操作方式？

一个店铺能开几个巨量千川账户？

在直播带货中，千川的作用是什么？

千川有几种推广方式的组合？

只能在直播间投放千川的商品有哪些？

珠宝首饰在千川的准入要求是什么？

千川找目标受众，有几种定向方式？

千川搭建计划，徕卡定向是什么？

千川搭建计划，抖音达人相似怎么选？

千川搭建计划，自定义人群包是什么？

千川搭建计划，系统推荐是什么？

千川搭建计划，创意标签怎么选？

在直播带货中，不同阶段，千川要重点做哪些数据分析？

千川四大投放节奏

千川的分数（口碑分、体验分）限流机制是什么？

千川投放管控规则

广告是怎么触发的？为何别人的千川成单跑的爽，到自己这里烧不动？

千川基础投放常识 & 老司机的小技巧

千川为什么要多开几个户，要多个户有什么优势？

千川冷启动的条件有哪些？

行为词和兴趣词，有什么不同，怎么选？

限制千川投放效果的因素有哪些？

徕卡词拓词准则是什么？

竞价广告机制中，eCPM、CTR 和 CVR 是什么？

千川投放有几个阶段？各阶段侧重点是什么？

为什么创编计划投放提示关联抖音号 / 视频不可投？

为什么账户创编计划无法拉取商品？

为什么创编计划时报错4022？

千川账户一直显示在审核中是什么原因？

千川后台今日直播页面，为什么整体roi数据异常不显示？

巨量千川考证（个人营销认证级别）的官方网址？

千川短视频投放（玩法）

千川直播间的关键指标是什么？

千川账户怎么冷启动？

千川放量投放自动出价是什么？支持赔付吗？

千川系统建议出价太高，要不要跟？

千川直投直播间，一般建多少条计划？需要堆计划吗？

千川搭建计划的基本思路是什么？

千川AB测试法模型原理

计划跑量能力主要从哪三个维度去优化？

千川经常出现“当前直播间不适合引流加热”如何解决？

千川广告投放的 tips

上场过了学习期的计划，为什么这场再开跑不动？每场直播都要重新创建计划吗？

投流消耗不动，如何提高消耗速度？

计划初期成本很高，是否要关掉重新跑？

计划跑到后期没有量怎么办？

跑得好的计划是否可以复制？怎么复制更好？

什么时候选择上新计划？

针对直播间投流，一下子烧的太快，控制不住怎么办？

为什么千川账户有的计划突然爆量？

千川投放设置的都是24小时，但半小时内就花光了，尤其是前10分钟，也有一些户是秒花完的，怎么办？

高端茶叶类直播，千川投流视频和直播间投流，抓什么人群方向？

在投产比很好的情况下，还觉得人少怎么办？如果引流一多的话，投产比就没那么好了，这该怎么做？

千川极速版和专业版计划搭建模型

千川计划转化目标怎么出价？

千川搭建计划时，不同转化目标是什么？怎么选？

一场直播中，一个完整的千川投放计划，是怎么分阶段优化的？

千川账户的操盘者，知道这些可以节约50%的投放成本？

珠宝行业“单场过千万”的千川玩法

珠宝行业的人群定位方向，有哪6大方向？

珠宝行业做直播，这两个雷区不要踩

千川账户预算充足，但一直显示计划预算即将花光？

为什么千川显示有消耗数据，消耗计划里面却没有数据？

跨0点投放，0点前几乎无消耗，0点后消耗飙升，之后还断断续续消耗？

为什么创编计划达人粉丝和抖音实际粉丝不相符？

为什么操作关停创意提示“程序化创意不支持状态启用、暂停的修改”？

千川后台直播计划显示社区内容审核中什么意思？

为什么计划发布失败提示“广告计划出价需小于广告计划预算”？

账户资质已通过，为什么广审计划显示资质审核不通过，无法投放？

计划投放提示审核建议，点开后不显示具体什么原因不过审？

千川创建计划，能不能批量创建？有没有第三方工具？多个账户同步创建？

新号在孵化期，早期是先等数据还是同步投放？千川如何起量，ROI优化有哪些方案？

千川短视频审核有什么特点？

千川爆款短视频的特点是什么？（结合大盘数据）为什么是三秒留人？

千川短视频大盘时长分布？剪辑手法有什么特点？

千川短视频图文带货，怎么选品？有什么注意事项？

千川短视频图文带货，不同阶段账户优化的技巧？

千川 禁止推广的商品有哪些？

千川审核有问题怎么找官方申诉？

店铺体验分会影响到巨量千川开户吗？

千川开户成功后，直播广告需要走报白吗？

商家投放千川要缴纳额外保证金吗？

店铺保证金能申请部分退还吗？

广告侧限制48小时发货率指标如何计算？

在哪里查询48小时发货率数据？

若商家在统计周期内无商品订单产生，是否会受到48小时发货率限制呢？

千川短视频的关键指标是什么？

早餐场景类产品，怎么投千川的视频素材？

千川投放中，爆款视频脚本结构公式

千川爆款美妆视频，产品卖点呈现分类

千川直播采用短视频，点击率特别低，怎么办？

想要千川素材内容过审，有几个审核技巧？

千川高投产比的秘籍是什么？

千川短视频带货投放核心点

双库存引流素材有什么特点？

AD推送人群包到千川显示推送成功，千川平台直播计划有，但短视频计划没有？

小店随心推、DOU+

小店随心推与千川的关系

小店随心推，适合哪些人用？怎么正确的用？

小店随心推是否可以线上充值？充值入口在哪？

小店随心推订单数据，是否包含自然流量？

小店随心推的投放技巧·1——优化目标

小店随心推的投放技巧·2——投放时长

小店随心推的投放技巧·3——投放人群

小店随心推的投放技巧·4——出价

怎么用小店随心推来精准打标？

随心推的直投要求

有关随心推穿透率的几个概念

随心推精准人群标签是什么意思

随心推打标签的基本思路

小店随心推投放目标对应用户心理行为变化

随心推怎么和其他付费搭配

随心推怎么测人群稳定性

DOU+的作用

为什么有时DOU+的直播订单会被终止投放？

六、案例剖析（千万直播间）

小米 直播间 —— 靠专业吃饭

江小白 直播间 —— 内容玩法打造账号IP

康师傅 —— 矩阵玩法多个品牌号联动

良品铺子 —— 主子同心，借力打力

美妆博主张凯毅 —— 三不原则

递丽疆果业 —— 新疆美女在火焰山上卖水果

酒仙网拉飞哥 —— 极高的直播复购率

饭痞兄弟 —— 农货吃播的痒点