

新时代·营销新理念

玩赚抖商

抓住抖音短视频电商红利

林肇坤 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

如何快速引流，打造爆款视频？如何高效变现，实现年赚百万元？

本书是作者在多年互联网运营实战经验、数百家企业合作短视频红人营销业务基础上，系统总结的一套“抖商”引流、变现方法。全书通过“内容+实战”，从两条线帮助读者全面玩赚抖商，抓住抖音短视频电商红利。

一条是内容线。分别从入门要点、线上爆款打造案例、线下引流推广案例、平台运营准备工作、抖商营销技巧、店铺运营方法、商品选择方法、爆款内容打造方法、直播营销技巧、快速引流方法和高效变现技巧这 11 个方面对抖商运营实战相关内容进行一条龙式的解读，帮助运营者全面掌握各种运营技巧。

另一条是实战线。对各知识点进行详细说明，并配以具体案例(案例涉及包括旅游、餐饮、服装、家居、电器、健身、瑜伽和舞蹈等在内的 10 余个行业)，让新手快速入门，借助抖音赚取一桶金。

本书不仅适合期望通过抖音赚钱的创业者和淘宝、天猫店主阅读，也非常适合渴望通过抖音变成“大 V”的普通人。同时，本书也适合想要为自己的线下门店、品牌产品做引流推广的商家和企业参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

玩赚抖商：抓住短视频电商红利 / 林肇坤编著. —北京：清华大学出版社，2020.8

(新时代·营销新理念)

ISBN 978-7-302-54136-3

I . ①玩… II . ①林… III . ①网络营销 IV . ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 257770 号

责任编辑：刘 洋

封面设计：徐 超

版式设计：方加青

责任校对：王荣静

责任印制：宋 林

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：小森印刷霸州有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：18.25 字 数：285 千字

版 次：2020 年 8 月第 1 版 印 次：2020 年 8 月第 1 次印刷

定 价：69.00 元

产品编号：083915-01



互联网时代，给了我们太多有趣的东西，而互联网的最大金矿就是自媒体，它对个人的认知改变、对企业的互联网改造，证明过去那种单极化的互联网区块已经被打破，尤其是自媒体这股狂风，成就了我们这一群人。

抖音是一个以短视频火爆的平台。互联网人都非常注重流量，特别是抖音这样能够让用户一看便欲罢不能的超级平台，有人的地方就有生意，个人玩家前期或许是因为兴趣爱好，赶时髦玩起了抖音短视频，但兴趣总会有淡去的一天，唯有介入商业盈利，方可有持续动力保持运营活力。

回顾中国互联网历史，新平台崛起时带来的电商红利期出现过三次：第一次是 2003 年淘宝成立，无数人涌入淘宝，从一家淘宝小店开启了电商之旅；第二次是 2011 年微信诞生，之后的几年时间内，微商在朋友圈横冲直撞；而未来，随着 5G 商业的普及，抖商或将成为主流，带来第三次电商红利期。

笔者从 2015 年开始进入互联网在线教育行业，目前课程受众人数超过 10 万，在 3 年多时间里，成功帮助过上万名电商从业者。2018 年，笔者看中了短视频的发展

趋势，从而开始深入研究抖音。

鉴于此，笔者在对抖音营销进行深入总结分析的基础上创作了本书，立足于抖音平台特性，系统梳理了抖音的营销逻辑与玩法，从抖音红利、产品运营、内容营销、营销攻略、“圈粉”攻略、品牌赋能、行业应用7个角度着手，结合对移动互联网营销领域的研究与实践，对抖音营销策略进行了全方位、多角度的立体化呈现，相信一定能够为自媒体、品牌商、营销从业者的营销实战提供有效指导与帮助！

从2018年开始，抖音就逐步引入了商品橱窗、关联淘宝、自营店铺等功能，引导着抖音自媒体号主进行基于小视频的流量变现。换句话说，即使你现在一个粉丝也没有，只要将视频做好了，也能够一个视频就做爆，带来数百万的播放量。所以，我建议，在没有粉丝的时候，就要开始卖货变现。

电商运营基于品牌和平台背书，微商在其基础上需要塑造品牌也需要运营更多的用户，而抖商触及的链条更长，不仅需要电商中的零售运营能力，也需要微商对人的聚合和管理能力。从理论上讲，专业的运营团队是必不可少的，好的内容离不开编剧、导演……

5G下载速度达到了每秒10GB，或许日后1秒就能下载一部高清电影，这种无线通信的下载速度甚至已经超过了目前光纤网络的速度。从某种意义上说，5G时代，谁先抓住了短视频营销的风口，谁就会首先分享到其中的红利。

做生意，不管是线上还是线下，客户很重要。可以说人在哪里，钱和机遇就在哪里。根据抖音发布的《2018 抖音大数据报告》显示：截至2018年12月，抖音国内日活跃用户数突破2.5亿，国内月活跃用户数突破5亿，且这些数据还在不断上涨，如此庞大的用户量所能带来的红利，不用说相信你也应该明白。

在粉丝经济模式下，粉丝=流量=钱。抖音上赚钱的方式有很多种，比如：接广告、卖产品、卖账号、卖服务、门店引流等，只要你有足够的粉丝，就不怕挣不到钱。在流量红利期，随便玩玩就能快速涨粉，有了粉丝，就有了变现的目标，如此一举两得的好机会，你还在等什么呢？

在写这本书的过程中，我也见证了很多个人网红一夜爆发，见证了诸多企业涨粉百万。时代一直在变化，特别是移动互联网信息瞬息万变，随之而变的还应该包括我们的思维。用心深入体会，看到事物背后的逻辑，这将会

给你今后的互联网营销带来巨大的改变。我们已经错过了微商时代，难道还要错过抖商时代吗？

赶紧学起来吧！

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes.

2020年4月



第1章 抖音时代来临，抖商创业的机会还远吗

- 1.1 抖音时代来临，有哪些变化发生 / 002
 - 1.1.1 观看终端：对移动端的依赖性增强 / 002
 - 1.1.2 内容形式：短视频内容更加火爆 / 004
 - 1.1.3 传播平台：社交联动分享便利 / 005
 - 1.1.4 电商内容：网红助推商品销售 / 009
- 1.2 全民抖音时代，抖商可以做什么 / 010
 - 1.2.1 分享日常生活，打造视频版的个人朋友圈 / 011
 - 1.2.2 坚持成为达人，积累几十万上百万的粉丝 / 012
 - 1.2.3 制作主题内容视频，系统化地吸引精准粉丝 / 013
 - 1.2.4 对接淘宝天猫店铺，靠卖产品直接变现 / 014
 - 1.2.5 利用好推荐机制，形成裂变的品牌影响力 / 016
 - 1.2.6 充分利用同城功能，做好线下实体店营销 / 017
- 1.3 广告更易接收，抖音成为电商新宠 / 019
 - 1.3.1 15秒小视频，用户大多能看到结尾 / 019
 - 1.3.2 抖音视频效果，简单操作提升可观性 / 020
 - 1.3.3 普通人的普通生活亮点，更易让人相信 / 022
 - 1.3.4 浓浓的当下感，激发用户极高的参与积极性 / 023

第2章 抖商线上案例，看达人和爆款如何打造

2.1 带货达人，让店铺销量实现质的飞跃 / 026

- 2.1.1 “七舅脑爷”——利用抖音内容，“双12”带货千万 / 026
- 2.1.2 “野食小哥”——售卖定制款牛肉酱，一天流水7万 / 028
- 2.1.3 “李佳琦 Austin”——直播5分钟卖出15 000支口红 / 030
- 2.1.4 “晨妍”——零销量新店成长为月销售额破千万的4皇冠店 / 032
- 2.1.5 “蓝小爸”——3个月涨粉100多万，淘宝店月均卖出15万~20万件 / 033
- 2.1.6 “老爸评测”——专业形象打造，淘宝店单品销量10 000多件 / 035
- 2.1.7 “猫女林”——“双12”全天商品添加购物车总量40万件以上 / 037
- 2.1.8 “古阿新”——助推小众品牌，淘宝店交易月流水飙升80万元 / 039

2.2 热门带货，成功种草的10款家居神器 / 041

- 2.2.1 爆款1：“一次性鞋膜机”——不再怕拖鞋不够用 / 041
- 2.2.2 爆款2：“薄饼机”——厨房小白也能轻松变大厨 / 042
- 2.2.3 爆款3：“手持小风扇”——将清凉夏日随身携带 / 043
- 2.2.4 爆款4：“清洁神器”——小白鞋百分百强力去污 / 043
- 2.2.5 爆款5：“妖娆太阳花”——销魂的舞姿和动听的旋律 / 045
- 2.2.6 爆款6：“青蛙吃豆豆”——男女老少居家爱玩的小游戏 / 046
- 2.2.7 爆款7：“爱心火机”——造型奇特的土味情话新载体 / 046
- 2.2.8 爆款8：“竹纤维洗碗手套”——高性价比的应季产品 / 047
- 2.2.9 爆款9：“吹风机置物架”——消除吹风机的安全隐患 / 048
- 2.2.10 爆款10：“封口机”——再也不用担心零食吃不完了 / 049

第3章 抖商线下案例，吸引更多用户到店消费

3.1 餐饮行业，6大案例见证抖音营销商机 / 052

- 3.1.1 “答案茶”——两个月发展加盟商200多家 / 052
- 3.1.2 “海底捞”——全国推广网红吃法 / 053
- 3.1.3 “星巴克”——隐藏菜单路人皆知 / 054
- 3.1.4 “老码头”——顾客到线上引流让店铺生意火爆 / 055
- 3.1.5 “CoCo奶茶”——单独SKU匹配抖音配方 / 056

- 3.1.6 “必胜客”——策划奇趣挑战赛重磅推出新品 / 057
- 3.2 旅游行业，6大案例成功打造热门景点 / 058
 - 3.2.1 “西安”——5元一碗的摔碗酒带火西安旅游业 / 058
 - 3.2.2 “西塘”——饭馆小哥的别样拉客让西塘火了 / 059
 - 3.2.3 “因特拉肯”——15秒视频带你走入梦幻世界 / 060
 - 3.2.4 “黑山谷”——利用话题挑战引爆内容流量池 / 061
 - 3.2.5 “花漾庭院”——利用萌宠日常提高店铺曝光度 / 062
 - 3.2.6 “浮云牧场”——被人们疯传的可观景、有美食的酒店 / 063
- 3.3 其他行业：8大案例了解吸引用户到店的诀窍 / 063
 - 3.3.1 “发尊美发雷鸣”——打造独特造型吸引用户 / 064
 - 3.3.2 “刘鸿浩健身会所”——分享案例，用效果说话 / 065
 - 3.3.3 “小美美甲”——实景拍摄，展示美甲制作过程 / 066
 - 3.3.4 “美妞瑜伽”——具体动作展示，教你怎么做 / 067
 - 3.3.5 “郭斌墨书法”——通过作品展示带动整体销量 / 068
 - 3.3.6 “青岛 LadyS 舞蹈”——真人实拍的舞蹈教程 / 069
 - 3.3.7 “水晶气球培训”——教你如何用水球“画画” / 070
 - 3.3.8 “中正天装修设计”——用设计思路换取客户订单 / 071

第4章 抖音平台运营，做好抖商营销准备工作

- 4.1 界面功能，让你更清楚地了解平台 / 073
 - 4.1.1 “首页”界面 / 073
 - 4.1.2 “关注”界面 / 075
 - 4.1.3 “消息”界面 / 076
 - 4.1.4 “我”界面 / 077
 - 4.1.5 实用推广功能 / 078
- 4.2 账号定位，把握自身发展方向 / 082
 - 4.2.1 行业定位 / 082
 - 4.2.2 内容定位 / 083
 - 4.2.3 产品定位 / 084
 - 4.2.4 用户定位 / 085

4.3 账号设置，如何才能更加吸睛 / 087

4.3.1 账号注册 / 087

4.3.2 账号认证 / 088

4.3.3 账号名称 / 090

4.3.4 账号头像 / 091

4.3.5 账号简介 / 092

4.4 抖音运营，应该注意哪些方面 / 093

4.4.1 遵守平台规则 / 094

4.4.2 重视数据分析 / 095

4.4.3 多做本地化内容 / 095

4.4.4 选择发布时间 / 096

4.4.5 勿轻易删除视频 / 097

4.4.6 注重团队协作 / 098

4.4.7 需要复盘运营 / 100

4.4.8 避开运营误区 / 101

第5章 开通抖商功能，创造更多商品营销机会

5.1 商品分享功能：增加“商品橱窗”入口，促进店铺销售 / 105

5.1.1 什么是商品分享功能 / 105

5.1.2 如何开通商品分享功能 / 105

5.1.3 如何完成商品橱窗新手任务 / 107

5.1.4 如何开通视频电商和直播电商功能 / 111

5.1.5 怎样在视频中添加商品链接 / 114

5.1.6 商品分享功能的呈现方式是什么 / 115

5.1.7 如何绑定和修改淘宝账号 / 116

5.1.8 如何通过精选联盟获得佣金 / 117

5.2 开通抖音小店：打造属于自己的抖音电商销售平台 / 119

5.2.1 开通抖音小店的流程 / 119

5.2.2 抖音小店的营销优势 / 122

5.2.3 抖音小店的呈现形式 / 122

- 5.2.4 经营抖音小店的适宜人群 / 123
- 5.3 其他功能：让抖音电商内容更丰富、更广泛推广的功能 / 123
 - 5.3.1 抖音长视频功能 / 123
 - 5.3.2 DOU+ 作品推广功能 / 125

第 6 章 抖商店铺运营，让营销效果前进一大步

- 6.1 企业认证，增加企业的可信度 / 130
 - 6.1.1 准备好材料和了解认证要求 / 130
 - 6.1.2 企业号昵称确定要注意什么 / 132
 - 6.1.3 进行企业号认证能获得什么权益 / 133
 - 6.1.4 企业短视频策划要注意什么 / 135
 - 6.1.5 企业进行抖音运营需掌握的法则 / 137
 - 6.1.6 抖音背后的企业发展和合作空间 / 138
- 6.2 打通思路，洞悉抖音电商运营 / 140
 - 6.2.1 没有火起来的店铺有什么特点 / 140
 - 6.2.2 处理好公司与团队成员的关系 / 142
 - 6.2.3 抖音店铺运营的多个思路 / 143
 - 6.2.4 聪明的抖商具有的思维境界 / 147
 - 6.2.5 店铺运营的每日工作内容 / 148
 - 6.2.6 抖商运营规划中要做好的工作 / 150
- 6.3 产品展示，4 种途径增强吸引力 / 151
 - 6.3.1 通过标题展示产品 / 152
 - 6.3.2 通过话题展示产品 / 152
 - 6.3.3 通过心得展示产品 / 153
 - 6.3.4 通过链接引导购买 / 154
- 6.4 预售种草，两种形式促进推广 / 154
 - 6.4.1 以文字或口播形式预售 / 155
 - 6.4.2 给出一定优惠折扣预售 / 155
- 6.5 运营优化，提升关注度和转化率 / 156
 - 6.5.1 进行店铺装修 / 156

- 6.5.2 提供包邮服务 / 157
- 6.5.3 实行满减优惠 / 158
- 6.5.4 发放优惠券 / 159
- 6.5.5 安排新品优惠 / 159
- 6.5.6 进行限时抢购 / 160
- 6.5.7 用户晒单赢好礼 / 161
- 6.5.8 打造买家秀内容 / 161

第7章 抖音爆品“智造”，让产品销量倍增

- 7.1 爆品“智造”的关键点 / 164
 - 7.1.1 找准目标用户，有针对性地营销 / 164
 - 7.1.2 满足用户需求，直击痛点 / 165
 - 7.1.3 尽早进入市场抢占消费者的心智和头脑 / 167
 - 7.1.4 提高产品“颜值”，吸引消费者 / 168
 - 7.1.5 展现令消费者尖叫的点 / 169
 - 7.1.6 根据消费者需求定位产品 / 169
- 7.2 精准占领目标市场 / 170
 - 7.2.1 细分市场找切入点 / 170
 - 7.2.2 抓住长尾市场需求 / 171
 - 7.2.3 对比突出产品优势 / 172
 - 7.2.4 赋予产品精神力量 / 174

第8章 抖商爆款内容，高播放量带来高转化率

- 8.1 爆款内容关键要素和抖商内容发布 / 178
 - 8.1.1 确保内容是用户愿意看完的 / 178
 - 8.1.2 打造出的视频要足够吸睛 / 179
 - 8.1.3 在植入商品时一定要巧妙 / 181
 - 8.1.4 设置能展示播主思想的标题 / 182
 - 8.1.5 插入与视频内容相关的话题 / 183

- 8.1.6 设置地址时要注意做好引导 / 184
- 8.1.7 “谁可以看”确定分享范围 / 186
- 8.2 阶段一：打造能集聚流量的内容 / 186
 - 8.2.1 利用自带流量的明星 / 186
 - 8.2.2 采用能引发议论的话题 / 187
 - 8.2.3 利用好“挑战赛”功能 / 188
 - 8.2.4 寻找知名度高的 KOL 合作 / 189
 - 8.2.5 应用提升用户观感的互动贴纸 / 190
 - 8.2.6 制造能带来惊奇感的反转剧情 / 191
- 8.3 阶段二：打造能塑造品牌形象的内容 / 192
 - 8.3.1 好演技，才能生动展示品牌特性 / 192
 - 8.3.2 讲故事，这些方面不能忽视 / 193
 - 8.3.3 插入动作，让用户产生联想 / 194
 - 8.3.4 建立人设，增强品牌黏性 / 195
 - 8.3.5 广告展示，有创意才能有观感 / 196
 - 8.3.6 日常内容，让品牌文化更接地气 / 197
- 8.4 阶段三：打造能充分展示产品的内容 / 198
 - 8.4.1 自身有亮点的产品可直接呈现 / 198
 - 8.4.2 策划周边产品进行侧面烘托 / 199
 - 8.4.3 多用途产品可挖掘其需求范围 / 200
 - 8.4.4 优势产品应聚焦特色形成认识基础 / 201
 - 8.4.5 借用场景可提升产品的宣传效果 / 201
 - 8.4.6 良好口碑可通过营销盛况来营造 / 203

第9章 抖音直播功能，快捷带人营销所需场景

- 9.1 了解作用，更好玩转抖音直播 / 205
 - 9.1.1 拉动平台用户增长 / 205
 - 9.1.2 提升平台用户活跃度 / 206
 - 9.1.3 提高平台用户留存率 / 206

- 9.1.4 促进用户分享和拉新 / 208
- 9.1.5 增强平台的社交属性 / 209
- 9.1.6 重视舆论导向承担责任 / 209
- 9.2 直播管理，确保开播顺利进行 / 210
 - 9.2.1 开通方式 1：直接开通 / 210
 - 9.2.2 开通方式 2：加入公会 / 211
 - 9.2.3 问题 1：直播时没有声音 / 212
 - 9.2.4 问题 2：直播时黑屏 / 213
 - 9.2.5 问题 3：直播时不流畅 / 213
- 9.3 6 个办法，确保直播成功 / 214
 - 9.3.1 必须要思考的 3 个问题 / 214
 - 9.3.2 建立专业的抖音直播空间 / 216
 - 9.3.3 设置引人注目的直播封面 / 217
 - 9.3.4 选择符合产品气质的内容 / 217
 - 9.3.5 掌握互动方式提升存在感 / 217
 - 9.3.6 利用粉丝团进行有效管理 / 219
- 9.4 充值提现，通过直播获益 / 219
 - 9.4.1 用户充值 / 220
 - 9.4.2 主播提现 / 220

第 10 章 抖商快速引流，25 种方法让流量聚合

- 10.1 平台内引流，10 种方式充分应用让粉丝快速增长 / 225
 - 10.1.1 引流方式 1：硬广告 / 225
 - 10.1.2 引流方式 2：SEO 引流 / 226
 - 10.1.3 引流方式 3：原创视频 / 228
 - 10.1.4 引流方式 4：搬运视频 / 228
 - 10.1.5 引流方式 5：评论区 / 229
 - 10.1.6 引流方式 6：私信消息 / 230
 - 10.1.7 引流方式 7：账号互推 / 231

- 10.1.8 引流方式 8: 抖音矩阵 / 232
- 10.1.9 引流方式 9: 视频转发 / 233
- 10.1.10 引流方式 10: 邮件分享 / 235
- 10.2 跨平台引流, 15 个平台广泛传播让更多用户集聚 / 237
 - 10.2.1 平台 1: 朋友圈 / 237
 - 10.2.2 平台 2: 微信公众号 / 239
 - 10.2.3 平台 3: 腾讯 QQ / 240
 - 10.2.4 平台 4: 新浪微博 / 241
 - 10.2.5 平台 5: 今日头条 / 242
 - 10.2.6 平台 6: 一点资讯 / 246
 - 10.2.7 平台 7: 百度 / 247
 - 10.2.8 平台 8: 电子邮件 / 250
 - 10.2.9 平台 9: 西瓜视频 / 251
 - 10.2.10 平台 10: 火山小视频 / 252
 - 10.2.11 平台 11: 爱奇艺视频 / 256
 - 10.2.12 平台 12: 腾讯视频 / 257
 - 10.2.13 平台 13: 优酷视频 / 258
 - 10.2.14 平台 14: 音乐平台 / 259
 - 10.2.15 平台 15: 线下场景 / 260

第 11 章 抖商变现技巧, 开启你的年赚百万元之路

- 11.1 卖货变现, 以销量保证收入 / 263
 - 11.1.1 视频卖货 / 263
 - 11.1.2 橱窗卖货 / 264
 - 11.1.3 直播卖货 / 265
 - 11.1.4 外链卖货 / 266
- 11.2 流量变现, 借粉丝力量赚钱 / 268
 - 11.2.1 线下导流 / 268
 - 11.2.2 直播礼物 / 270

11.2.3	平台导粉	/	271
11.3	IP 变现，用名气换取收益	/	272
11.3.1	增值变现	/	272
11.3.2	广告代言	/	273
11.3.3	出版图书	/	274
11.3.4	转让账号	/	275



第 1 章

抖音时代来临，抖商创业的机会还远吗

🔍 学前提示 ▾

如果说现在最火的 APP 是什么？绝大多数人应该会说是抖音短视频 APP。自 2016 年 9 月上线至今的三年多时间里，抖音成功带火了众多网红和商品。

抖音时代的来临，也给许多人带来了创业机会。而借助于抖音的一种新电商形式——抖商，也开始出现在大众视野中。

🔍 要点小结 ▾

- ◎ 抖音时代来临，有哪些变化发生？
- ◎ 全民抖音时代，抖商可以做什么？
- ◎ 广告更易接收，抖音成为电商新宠

1.1 抖音时代来临，有哪些变化发生

以前喜欢玩游戏的男士们，慢慢玩起了抖音；以前喜欢逛淘宝的女士们，把越来越多时间用在了刷抖音上；以前喜欢在微信公众号上看健康养生文章的老人们，刷抖音渐渐上了瘾；以前嬉笑打闹的小孩子，现在聚在一起看抖音看得乐呵呵。

现在，无论男女老少都玩起抖音来，抖音时代似乎已经真正来临。那么，抖音时代的来临究竟带来了哪些变化呢？这一节，笔者就来重点回答这个问题。



1.1.1 观看终端：对移动端的依赖性增强

21 世纪初，大多数人主要依靠电视、纸质媒体等接收信息；随着网络的发展，信息更加全面的 PC 电脑端成了主要的信息接收载体；而近年来，随着移动端的发展，人们越来越习惯于用更加便利的智能手机等移动通信设备查看信息。

因为许多事情都是通过手机移动端来操作的，所以，人们对移动端的依赖性变得越来越强。甚至许多人表示，如果没有手机，生活将变得很不方便。正是因为对手机具有较强的依赖性，再加上手机携带比较方便，所以，许多原本在电脑上做的事，也逐渐转移到了手机上。

比如，以前看电视、电影，大多数人会选择用电脑进入一些视频网站去观看。而现在，越来越多人会在手机上下载对应的视频 APP，直接在手机上看。如图 1-1 所示为苹果 App Store 中娱乐类 APP 的下载排行界面，可以看到其中就有许多视频 APP 排在了前列，如爱奇艺、腾讯视频、优酷等。



图 1-1 苹果 App Store 中娱乐类 APP 下载排行榜

如图 1-2 所示为苹果 App Store 中爱奇艺 APP 和腾讯视频 APP 的获取界面。可以看到，对这两个视频 APP 的累计评分次数超过了 1 000 万。而大多数人在下载 APP 时可能都不会花时间去给 APP 评分的，可即便如此，这两个视频 APP 的累计评分数量还是如此巨大，由此不难看出人们对移动端视频类 APP 需求的强烈。



图 1-2 苹果 App Store 中爱奇艺 APP、腾讯视频 APP 获取界面

除了视频之外，人们对短视频 APP 的需求量开始变得日益强烈，而越来越多短视频 APP 也开始冒了出来，图 1-3 所示为各大派系短视频 APP。



图 1-3 不同派系短视频 APP

视频类 APP 和短视频类 APP 的快速发展，再加上手机的便利性，使得人们在观看信息，特别是视频类信息时，更多地会选择将移动手机端作为观看终端也就不足为奇了。



1.1.2

内容形式：短视频内容更加火爆

近几年，短视频类 APP 的发展速度无疑是十分惊人的。也正因为如此，越来越多互联网公司开始推出自己的短视频 APP，短视频市场变成了各大派系的一大战场。在众多短视频 APP 中，比较具有代表性的当属抖音短视频 APP 了。

图 1-4 所示为抖音短视频 APP 的获取界面，可以看到其评分数量差不多是爱奇艺 APP、腾讯视频 APP 的两倍。要知道，爱奇艺和腾讯视频经过多年发展，已经培养了大量忠实的用户，而抖音短视频才出现不过短短几年，它却能获得比爱奇艺 APP、腾讯视频 APP 更多的评分数量，由此不难看出抖音短视频的火爆程度。

随着短视频 APP 的火爆，短视频中的内容也开始火起来。以抖音短视频 APP 为例，一些热门短视频在发布不过短短几个小时之



图 1-4 抖音短视频APP获取界面

后, 其播放量就会超过 1 000 万。如图 1-5 所示为抖音短视频热门视频排行榜界面, 可以看到其中的视频播放量都超过了 1 000 万, 而实际上这还只是不到一天的播放量, 优质短视频内容的火爆程度可见一斑。

短视频内容之所以会如此火爆, 主要有两个方面的原因。一是短视频 APP 用户基数大, 即便观看率并不算太高, 播放量仍旧比较大; 二是人们越来越喜欢短视频这种快节奏的内容形式, 许多人有事没事就刷刷短视频。这样一来, 短视频的播放量自然就高, 短视频内容也就更容易被引爆了。



图 1-5 抖音热门视频排行榜



1.1.3

传播平台: 社交联动分享便利

这是一个社交网络时代, 许多人都希望能将自己的所见所闻分享给自己的朋友。正是因为如此, 短视频 APP 设计者通常都比较重视 APP 的社交性, 主要体现在两个方面: 一是短视频 APP 中会包含一些社交元素, 如点赞、评论和私信等; 二是与其他社交 APP 联动, 增强内容分享的便利性。

以抖音短视频 APP 为例, 在观看短视频的过程中, 如果看到喜欢的内容, 抖音用户可以点击👍按钮, 为短视频点赞; 如果想对视频内容发表意见, 只需点击💬按钮, 即可进行评论; 如果想要联系短视频发布者, 还可以直接发私信。很显然, 抖音短视频 APP 带有了一定的社交属性。

除此之外，抖音短视频 APP 还与一些社交 APP 有合作关系，用户可以将抖音中的短视频分享至微信、QQ 等社交平台。可能部分抖商不太清楚具体的操作步骤，下面，笔者就来进行简单的解读。

(1) 登录抖音短视频 APP，进入需要分享的短视频的播放界面，点击界面中的  按钮，如图 1-6 所示。



图 1-6 点击  按钮

(2) 操作完成后，界面中将弹出如图 1-7 所示的对话框。在对话框中可以选择分享方式。以分享到微信好友为例，需要做的就是点击对话框中的“微信好友”按钮。



图 1-7 点击“微信好友”按钮

(3) 操作完成后，界面中将显示短视频正在保存到本地，并且会显示保存的进度，如图 1-8 所示。



图 1-8 显示正在保存至本地

(4) 短视频保存到本地完成之后，界面中将弹出“已保存至相册”对话框。此时，可以点击对话框中的“继续分享到微信”按钮，如图 1-9 所示。

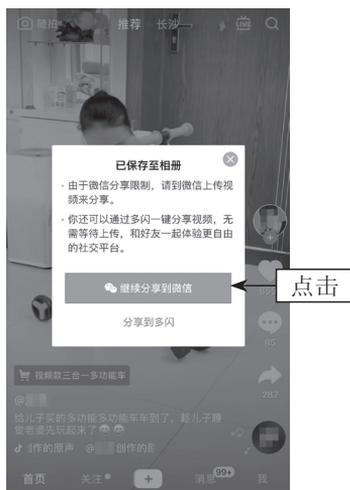


图 1-9 点击“继续分享到微信”按钮

(5) 操作完成后，手机将转换至微信界面。可以在“微信”界面（或“通讯录”界面）选择需要分享的短视频对象，如图 1-10 所示。



图 1-10 选择需要分享的短视频对象

(6) 操作完成后, 进入微信聊天界面, 点击界面下方的“照片”按钮, 如图 1-11 所示。

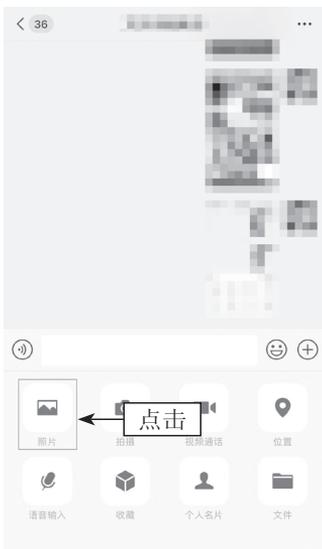


图 1-11 点击“照片”按钮

(7) 操作完成后, 进入“所有照片”界面, 在该界面中①选择需要分享的短视频; ②点击下方的“发送”按钮, 如图 1-12 所示。

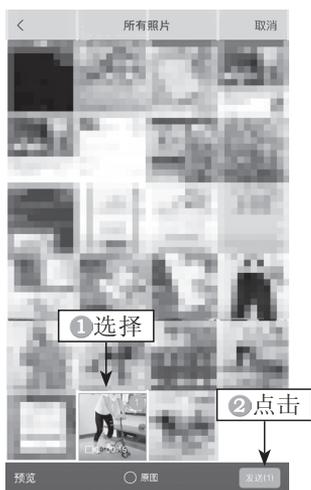


图 1-12 “所有照片”界面

(8) 操作完成后，如果在微信聊天界面中出现短视频，就说明短视频分享成功了，如图 1-13 所示。

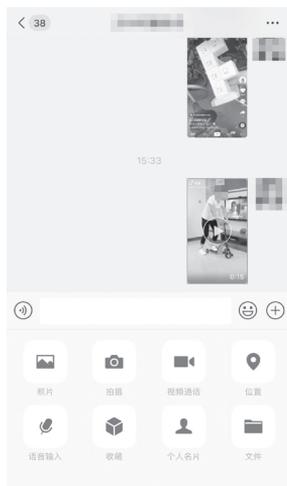


图 1-13 聊天界面中出现短视频



1.1.4 电商内容：网红助推商品销售

抖音短视频的发展让许多人看到了商机，一些电商方面的短视频开始出现。但是，部分抖商经过实践之后发现，单纯地做商品宣传推广，效果往往

不如预期。此时，抖商们便开始寻找更为有效的商品宣传推广方法，其中比较具有代表性的一种方法就是利用网红的力量来增加商品的销售量。如图 1-14 所示的短视频，便是通过韩国网红潘南奎来助推服装销售的。



图 1-14 网红助推服装销售

网红之所以能够对商品销售起到助推作用，主要有两方面的原因：一是网红大多数都带有一定的流量，当抖商的短视频中涉及某网红时，该网红的粉丝便会对短视频产生兴趣，甚至部分粉丝还会因为爱屋及乌而直接购买视频中的商品；二是网红的颜值和身材通常都比较好，因此当网红使用视频中的商品时，唯美的画面会刺激观看者产生购买欲望。

1.2 全民抖音时代，抖商可以做什么

现在，刷抖音变成了一种活动，许多人有事没事都会习惯性地刷刷抖音。那么，在抖音时代，抖商可以做些什么呢？笔者认为，抖商可以重点做好 6 个方面的工作，利用抖音为自身发展助力。



1.2.1

分享日常生活，打造视频版的个人朋友圈

虽然抖商的直接目的是通过抖音平台宣传和销售商品，从而获得一定的收益，但是，如果只是一味地进行商品推广，很容易引起用户反感，毕竟谁也没有兴趣一直盯着广告看。

当然，通过打广告的形式对商品进行宣传推广还是有必要的，但如果想留住粉丝，抖商还得在广告之余加入一些能够吸引粉丝的内容。比如，打造视频版的个人朋友圈，通过分享日常生活，让账号变得具有生活气息。

图 1-15 所示为一则关于男人带娃的短视频截图，视频中的男子想好好休息一下，但又怕孩子掉下床，于是把绳子绑在孩子腿和自己手上。感觉到绳子的拉扯之后，看到孩子到了床的边缘，就把孩子抱到了床头。



图 1-15 一则关于男人带娃的短视频截图

该视频取材于日常生活，在接地气的同时，让人感觉有一定的趣味性，看到视频中男子的动作，观者都有些想笑。其实，许多刚当父亲的男士，因为没有经验，感觉孩子不好带，会想出一些新招，看到该视频之后，新生儿父母们往往会有同感。

虽然视频中没有对商品进行宣传推广，但却能吸引有同感的用户查看视频，甚至直接关注账号。如果抖商销售的是婴幼儿方面的商品，就比较容易

通过这种与孩子相关的日常生活视频分享，收获精准的客户群。



1.2.2 坚持成为达人，积累几十万上百万的粉丝

一般来说，抖商的抖音粉丝数量越多，其商品的销量就越容易得到保障。这一点很好理解，因为大多数粉丝对自己关注的抖音号通常还是比较关注的，粉丝数量越多，抖商发布视频的观看人数一般也会越多。当粉丝达到一定数量后，短视频的播放量就会比较有保证，而当播放量较高时，短视频便更有可能上热门，被更多抖音用户看到。

图 1-16 所示为两个抖商的个人主页界面，可以看到，其中一个抖商的粉丝只有 3.7 万，而另外一个抖商的粉丝则达到了 60.2 万。如果发布的是同样的视频，哪个抖商的视频获得的播放量更高？哪个抖商在同样时间内销售出的商品数量更多？答案应该是可想而知的。



图 1-16 两个抖商的个人主页界面

当然，很多事情都不可能一蹴而就，粉丝的积累也是如此。除非是已经有了一定名气，或在其他平台拥有了一批忠实用户，否则，抖商在注册抖音账号之后，就需要通过坚持发布视频，慢慢积累粉丝。

另外，在积累粉丝的过程中，也需要不断审视自己发布的内容。因为如果方向错了，你发布的视频不能吸引抖音用户，甚至让抖音用户心生反感，那么，粉丝数量上涨就会非常缓慢，甚至还有可能出现掉粉的情况。



1.2.3

制作主题内容视频，系统化地吸引精准粉丝

绝大多数抖商都有相对明确的业务范围，比如，有的人卖女装，有的人卖家居用品，有的人卖生鲜等。在制作视频时，内容主题应该尽可能地与自身的业务相关。这样做可以通过视频内容的系统化呈现，更精准地吸引粉丝。

有的抖商虽然有几十万粉丝，但短视频发布出去之后，一天也没有卖出去几件商品。有的抖商虽然只有几万粉丝，但借助抖音短视频，一天却能卖出几十件商品。

为什么粉丝多的抖商销量反而比不上粉丝少的抖商呢？原因很可能就是前者只是粉丝数量多，却没有太多精准粉丝，而后者虽然粉丝总数看上去少，但却拥有较多的精准粉丝。

抖商需要明白的一点是，你的营销对象主要还是对商品有需求的精准客户群。所以，在发布视频时，需要尽可能地根据自身的业务，围绕与业务相关的主题吸引精准客户群。

图 1-17 所示为某销售女装的抖音账号的个人主页界面，可以看到基本都是真人模特穿上服装之后的展示视频。这样做不仅可以让抖音用户一看就知道该账号的主要业务，更加关键的是，因为视频都与女装有关，所以能够吸引大量对购买女装有需求的抖音用户，快速积累精准粉丝。



图 1-17 某销售女装的抖音账号个人主页界面



1.2.4

对接淘宝天猫店铺，靠卖产品直接变现

对于淘宝、天猫店主来说，抖音绝对是一个不容错过的平台。淘宝、天猫店主不仅可以在抖音上对店铺和商品进行宣传和推广，还能通过淘宝、天猫店铺与抖商对接，引导抖音用户直接进店消费。这样，一方面可以通过卖产品直接变现，另一方面也能对店铺的粉丝积累产生不错的效果。

具体来说，当淘宝、天猫店铺与抖音做好对接后，抖音用户可以通过如下步骤进店购买商品。

(1) 在抖音短视频的播放界面，点击带有淘宝、天猫店铺的商品链接，如图 1-18 所示。



图 1-18 点击带有淘宝、天猫店铺的商品链接

(2) 操作完成后，进入抖音商品详情界面，点击界面下方的“去看看”按钮，如图 1-19 所示。



图 1-19 点击“去看看”按钮

(3) 进入图 1-20 所示的淘宝(或天猫)店铺商品详情界面，点击下方的“立即购买”按钮。



图 1-20 点击“立即购买”按钮

(4) 操作完成后，在弹出的对话框中①选择尺码、颜色分类、购买数量等相关产品购买信息；②点击下方的“确定”按钮，如图 1-21 所示。



图 1-21 点击“确定”按钮

(5) 操作完成后，抖音用户只需支付对应的金额，便可完成商品的选购。

淘宝、天猫店铺对接抖音平台直接的作用就是提高视频中商品的销量。除此之外，这也是将抖音用户引导至店铺，积累店铺粉丝的一种有效方法。而当抖音用户变成淘宝、天猫店铺的粉丝之后，再次进店购物的几率相对来说是比较高的，这便为店铺获得了持续的购买力。



1.2.5

利用好推荐机制，形成裂变的品牌影响力

随着抖音时代的到来，越来越多品牌开始注重在抖音平台上进行宣传。

图 1-22 所示为京东和寺库在抖音上进行广告推广的相关界面。



图 1-22 京东和寺库在抖音平台上进行广告推广的相关界面

广告推广是增强品牌影响力和知名度的直接方法。但是，在笔者看来，上述这种直接的硬广告形式的宣传取得的效果往往有限，因为当抖音用户看到你是在打广告时，很可能会直接选择划过。

其实，如果利用好抖音的推荐机制，获得的宣传效果往往会比直接进行硬广告推广好得多。比如，可以拍摄一些趣味性强的视频，在视频中适当地植入品牌。当视频上了热门，接收品牌宣传信息的抖音用户增加之后，品牌的影响力自然也就变强了。



1.2.6

充分利用同城功能，做好线下实体店营销

在抖音中有一个同城版块，抖音用户只需进入该版块，便可查看同城的短视频和直播。借助同城功能和店铺定位功能，抖商可以将附近的抖音用户吸引到线下消费，达到宣传推广店铺和商品的目的。具体来说，抖音用户可以通过如下步骤，查看抖音店铺拍摄的视频。

(1) 登录抖音短视频 APP，点击“推荐”后方的城市名，如图 1-23 所示。

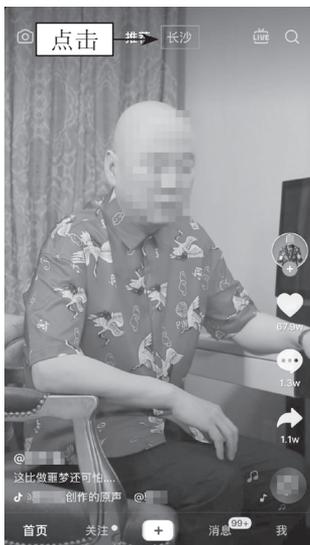


图 1-23 点击“推荐”后方的城市名

(2) 操作完成后，进入同城界面。从该界面中选择包含店铺位置的短视频，如图 1-24 所示。



图 1-24 选择包含店铺位置的短视频截图

(3) 进入短视频的播放界面，抖音用户只需点击店铺的位置链接，便可以了解店铺的位置，以及自己与店铺的距离，如图 1-25 所示。甚至抖音用户只需点击定位，便可以通过地图类 APP 查看去往该店铺的路线。

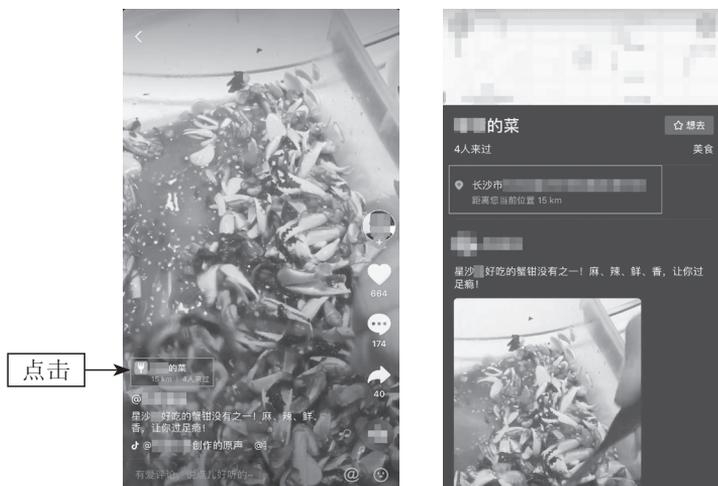


图 1-25 查看店铺位置

通过同城功能，抖商可以向附近的抖音用户展示店铺的相关信息。而且因为是同城，抖音用户与店铺的距离通常不是很远，所以，如果抖音用户对店铺感兴趣，很可能就会直接去店铺打卡。这也是抖商需要充分利用同城功能的重要原因。

除了利用同城功能吸引抖音用户去店打卡，抖商还可以对到店的顾客做一些引导，加强店铺在抖音平台上的宣传力度，吸引更多抖音用户到店。比如，抖商可以让到店的顾客拍摄抖音短视频，并根据点赞数给顾客一定的优惠和福利，如图 1-26 所示。

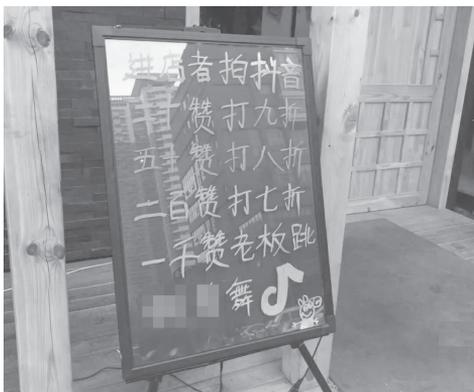


图 1-26 根据点赞数给顾客一定的优惠和福利

1.3 广告更易接收，抖音成为电商新宠

相比传统的广告形式，抖音的广告通常更容易被抖音用户接受。也正是因此，越来越多人开始在抖音上进行产品或品牌推广，抖音成了推广引流的新宠。那么，为什么抖音的广告更容易被抖音用户接受呢？主要有如下 4 个方面的原因。



1.3.1 15秒小视频，用户大多能看到结尾

短视频之所以被称作“短”视频，就是因为视频的长度相对来说是比较短的。目前，抖音用户可以直接选择拍摄 15 秒、60 秒视频。无论是 15 秒，还是 60 秒，都算是时间比较短的。而事实上，许多抖商在拍摄抖音短视频时，会习惯性地选择拍摄 15 秒短视频。

因为 15 秒的时间很短，也耽误不了什么事。再加上抖商给视频的标题通

常很有吸引力，视频更上去比较有趣等原因，部分用户即便知道抖商是在打广告，也会选择将短视频看完。

图 1-27 所示为一则多功能插线板的推广短视频，因为该视频只有短短 15 秒，再加上标题让人好奇，所以大多数抖音用户会想知道这则短视频究竟想表达什么，于是会选择看完视频。



图 1-27 某多功能插线板的推广短视频截图

虽然看完短视频之后，抖音用户会意识到这就是一则多功能插线板的推广视频，但他们还是通过视频了解到该多功能插线板的优势。而如果抖音用户觉得该产品值得购买，自然会点击商品链接，这便很好地达到了宣传商品、引导购物的目的。



1.3.2 抖音视频效果，简单操作提升可观性

为了方便用户拍摄短视频，抖音除了自带拍摄功能之外，还具有一些视频处理方面的功能。因此，抖音用户拍摄短视频不仅操作简单，而且拍摄出来的视频效果通常也会比较好。

图 1-28 所示为抖音短视频的拍摄界面，可以看到在该界面中不仅提供了快慢速、滤镜、美化和倒计时等功能，更为其特有的一些视频拍摄道具提供了入口。抖音用户想使用某一视频拍摄功能或道具，只需点击进入、选择即可。

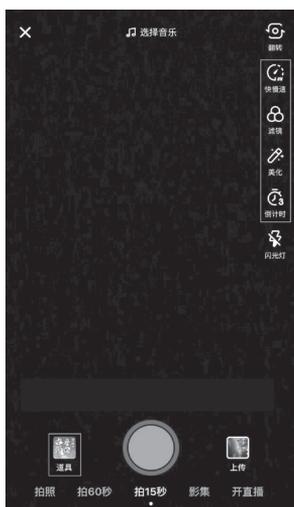


图 1-28 抖音短视频拍摄界面

图 1-29 所示为抖音短视频的道具选择界面，在该界面中抖音用户可以选择平台自带的趣味性道具，让拍摄出来的短视频具有趣味性。



图 1-29 抖音短视频的道具选择界面

对于一些需要靠“颜值”吸引抖音用户的抖商来说，选择一个好看的滤镜效果，并对视频中的人物进行美化非常重要。而抖音平台配备的滤镜和美化功能便可很好地满足抖商的需求。如图 1-30、图 1-31 所示分别为抖音的滤镜、美化功能的设置界面。



图 1-30 抖音滤镜设置界面



图 1-31 抖音美化设置界面

如图 1-32 所示为某抖商利用“超大头”道具拍摄的一则短视频，可以看到视频中人物的头部变得很大，人物的表情看得一清二楚。抖音用户在看到人物表情的变化之后，会觉得非常有趣。所以，该视频发布不久，就获得了超过 8 万个赞。



图 1-32 利用“超大头”道具拍摄的短视频截图

虽然该视频并没有直接推销商品，但却给了线下店铺的定位，同时视频的背景也是店铺中销售的商品。因此，它对店铺及店铺中的商品起到了不错的宣传推广作用。



1.3.3

普通人的普通生活亮点，更易让人相信

抖音短视频初期定位就是做一个分享生活的平台，许多人都会在抖音平台上分享自己的所闻、所见、所感，而且许多抖音短视频展现的都是普通人的普通生活亮点，也就是说，即便你的短视频并不会让人觉得高大上，但只