

秒懂

抖音、

内容创作
直播带货
精准引流



快手、

掌握数字经济时代
社交电商多元玩法
让流量原地变现

头号玩家 著

小红书

三步吃透短视频营销矩阵全攻略

秒懂

抖音

快手

小红书

头号玩家——著

民主与建设出版社

· 北京 ·

© 民主与建设出版社，2024

图书在版编目 (CIP) 数据

秒懂抖音、快手、小红书 / 头号玩家著. -- 北京 :
民主与建设出版社, 2024.4
ISBN 978-7-5139-4549-3

I . ①秒… II . ①头… III . ①网络营销 IV .
① F713.365.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2024) 第 060844 号

秒懂抖音、快手、小红书

MIAODONG DOUYIN KUAISHOU XIAOHONGSHU

著 者 头号玩家
责任编辑 彭 现
装帧设计 尧丽设计
出版发行 民主与建设出版社有限责任公司
电 话 (010)59417747 59419778
社 址 北京市海淀区西三环中路 10 号望海楼 E 座 7 层
邮 编 100142
印 刷 衡水翔利印刷有限公司
版 次 2024 年 4 月第 1 版
印 次 2024 年 4 月第 1 次印刷
开 本 670mm×950mm 1/16
印 张 13.5
字 数 156 千字
书 号 ISBN 978-7-5139-4549-3
定 价 49.80 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。



前言

PREFACE

以抖音、快手、小红书为代表的电商模式，是一种新型的销售模式。人们曾经对这种模式有诸多顾虑，有人甚至说“网红经济只是一场过眼云烟”。但是随着时间的推移，这种模式不仅没有偃旗息鼓，反而成为很多人日常购物消费的重要方式，其销售的商品种类涵盖了服装、美妆、食品、数码、母婴等领域，满足了消费者的多样化需求。如今，越来越多的人正参与到这种电商销售模式中，一边观看主播卖力地表演，一边点击小黄车购买自己喜爱的商品。

传统电商模式的代表，即淘宝、京东、拼多多等平台商家的经营方式。在传统电商模式下，商家把产品拍成高质量的图片、视频，再加上精心编辑的文案，推给消费者。这种模式非常有效，但是直播带货出现后，迅速分走了一大块蛋糕，可见直播带货的优势非常明显。

在当下的网络时代，传统媒体已经很难垄断话语权，网民们的自发创作和分享，才是决定流量去向的关键。抖音、快手和小红书正是靠着用户的积极参与，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

作为社交软件平台，抖音、快手、小红书背后依靠的是强大的算法，通过标签分发，让每个用户都能找到自己感兴趣的内容。也正是由于这套算法，许多人可以在平台上完成销售盈利，各行各业的人都可以在平台上直播带货，实现公域流量的广泛触达和私域流量的精准投放。许多新品牌的孵化、冷启动，从0到1的过程，都是在抖音、快手、小红书上完成的。

未来，电商直播带货将会越来越流行，竞争也会越来越激烈。先入局者先得利，后入局者难得利，这已经是不争的事实。因此，在抖音、快手、小红书上做内容和营销，是品牌当下乃至未来十年必须研究透彻的课题。

本书的内容是我和团队通过对行业多年的观察、参与后得出的经验总结，从前期的战略方向，到中期的内容创作和直播创作，再到流量的获取和数据复盘，全方位地揭示了新型电商运营的秘诀。此外，书中还包含了很多从业者的真实案例，让读者一看就会，拿来就用。最后，希望本书能起到抛砖引玉的作用，帮助大家快速涨粉，引爆销量。



目 录

CONTENTS



第一篇 内容创作，打造百万粉丝账号

第1章 ▶ 定位：电商成功的关键

- | | | |
|-----|------------------|-----|
| 1.1 | 抖音：重视创意的多元文化 | 002 |
| 1.2 | 快手：接地气的“家人文化” | 005 |
| 1.3 | 小红书：新鲜有活力的“种草文化” | 008 |
| 1.4 | 寻找对标者，学习优秀账号 | 011 |
| 1.5 | 爆款品牌 IP 建设思路 | 016 |

第2章 ▶ 选题策划：打造个性鲜明的账号

- | | | |
|-----|---------------|-----|
| 2.1 | 拼搞笑，生活需要调味剂 | 021 |
| 2.2 | 拼颜值，用优质形象打动观众 | 025 |
| 2.3 | 拼技能，用手艺赢得关注 | 027 |
| 2.4 | 拼情商，人生离不开正能量 | 029 |
| 2.5 | 拼时效，热门话题蹭一波 | 033 |
| 2.6 | 拼反差，收割流量很轻松 | 035 |

第3章 ▶ 实战技巧：创作真的很简单

- | | | |
|-----|--------------|-----|
| 3.1 | 短视频脚本三段式 | 039 |
| 3.2 | 短视频拍摄构图技巧 | 043 |
| 3.3 | 简单实用的运镜方法 | 047 |
| 3.4 | 图文笔记的创作要点 | 049 |
| 3.5 | 七种图文笔记模板 | 052 |
| 3.6 | 吸引人的爆款标题 | 057 |
| 3.7 | 精彩封面的设计思路 | 061 |
| 3.8 | 吸引读者的故事型文案 | 064 |
| 3.9 | 建立选题库，助力持续创作 | 067 |



直播带货，让流量原地变现

第4章 ▶ 建立成熟的直播体系

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 4.1 | 不同风格的直播间背景 | 072 |
| 4.2 | 直播间的空间布局设置 | 075 |
| 4.3 | 直播带货所需的硬件设备 | 079 |
| 4.4 | 直播带货团队的建设 | 083 |
| 4.5 | 直播间的音乐选择 | 087 |
| 4.6 | 直播时间的规划 | 092 |

第5章 ▶ 选择有潜质的爆品

- | | | |
|-----|---------------------|-----|
| 5.1 | 先定位，再做选品 | 095 |
| 5.2 | 怎样寻找靠谱的货源 | 098 |
| 5.3 | 爆款产品的选品思路 | 102 |
| 5.4 | 快速爆单的营销策略 | 105 |
| 5.5 | 选品搭配：引流款 + 爆款 + 利润款 | 108 |
| 5.6 | 新手选品的几大误区 | 110 |

第6章 ▶ 直播带货的话术技巧

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| 6.1 | 开场话术，快速预热直播间 | 113 |
| 6.2 | 互动话术，活跃直播间的氛围 | 116 |
| 6.3 | 解说话术，介绍产品的通用流程 | 119 |
| 6.4 | 学会顺口溜，直播不冷场 | 123 |
| 6.5 | 9个品类产品的带货话术模板 | 126 |



第三篇 精准引流，低成本获取流量

第7章 ▶ 各大平台的推荐算法机制

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 7.1 | 抖音的算法机制 | 136 |
| 7.2 | 快手的算法机制 | 139 |
| 7.3 | 小红书的算法机制 | 142 |
| 7.4 | 电商不可不知的 ROI | 145 |

第8章 ▶ 数据复盘，实现精细化运营

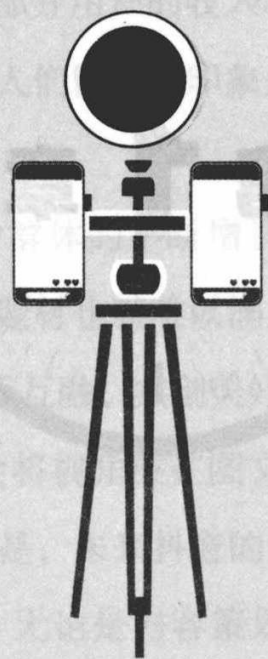
8.1	复盘，精细化运营的基础	149
8.2	复盘工作的注意事项	153
8.3	抖音官方数据查询工具	156
8.4	快手官方数据查询工具	161
8.5	小红书官方数据查询工具	166

第9章 ▶ 账号引流、圈粉的实用技巧

9.1	账号运营的四个阶段	171
9.2	稳定更新，留下忠实用户	174
9.3	真人出镜，增强用户的信任感	177
9.4	粉丝群的运营和维护	179
9.5	和其他主播互推流量	184
9.6	打造账号矩阵，实现流量裂变	187
9.7	裂变营销，让用户帮你宣传	189

第 10 章 ▶ 提升账号权重的技巧

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| 041 | 10.1 账号体系和权重等级 | 193 |
| 071 | 10.2 快速提升权重的方法 | 199 |
| 081 | 10.3 如何摆脱平台的限流 | 202 |



第一篇

内容创作， 打造百万粉丝账号

随着互联网的不断发展，以抖音、快手、小红书为代表的社交电商在近年来得到了蓬勃发展，而账号运营更是成为电商必须掌握的核心技能之一。仅依靠购买流量，账号是不可能长久运营下去的，因此电商必须学习内容创作。从账号定位，寻找目标市场和人群，到选题策划，打造有个性、吸引人的账号，再到内容创作，学习实用的短视频/图文笔记的创作模板，最终构建起一个能够吸引自然流量的高质量品牌。



第1章 定位：电商成功的关键

在日益激烈的行业竞争中，做好定位至关重要。电商从业者应当针对特定的市场需求，对用户群体进行划分，然后结合自身优势，确定自己的核心竞争力，这样才能吸引更多的用户，实现盈利。同时，做电商还要兼顾抖音、快手、小红书平台的差别，针对各个平台用户群体的特征，制定适合自身的商业战略。

1.1 抖音：重视创意的多元文化

抖音是字节跳动公司旗下的产品，上线之初便以短视频社交为主打迅速占领了大片市场，后来引入了电商模式，成为国内电商市场不可小觑的一支力量。

1.1.1 抖音平台的用户特征

抖音上线之初，就将目标用户瞄准了一、二线城市的年轻用户，

其中19~24岁的用户群体占总用户数量的40%。这部分用户的收入和学历水平更高，因此更在乎美感，所以早期抖音给人们留下的印象是更加新潮、个性化。

如今，抖音的日活跃用户已经超过6亿。用户群体的不断增长，必然会让需求变得无比复杂，以往比较单一的娱乐题材也就难以满足用户了。为了应对这种情况，抖音官方提出了“多元互融、共创美好”的发展主题，承诺除了短视频之外，抖音在未来会将视角放在图文、短剧、传统文化、生活服务等内容上。可以预见的是，未来抖音的内容创作将会朝着更加专业化、多元化的方向发展，无论是内容策划、拍摄技巧，还是后期推广、商业变现，都会对创作者提出更高的要求。

在抖音看来，为客户提供增量价值，才是未来长远发展的方向，抖音电商就是其中之一。

1.1.2 抖音电商的发展阶段

1. 达人带货

达人带货是各大社交平台都很常见的变现方式，除了新兴的抖音、快手、小红书以外，传统的微博、微信甚至各大论坛，都有达人带货的变现模式。据蝉妈妈统计数据显示，2022年达人营销的达人合作数量同比2021年增长超274%。可以说，品牌与达人合作已经是一种很成熟的网络变现模式了。

2. 电商直播

在聚集了巨量用户之后，抖音也开始引入电商模式，与淘宝、京东、拼多多等传统电商平台展开角逐，并取得了非常优秀的战绩。例

如，罗永浩的“交个朋友”、俞敏洪的“东方甄选”、小杨哥的“三只羊网络”等，影视明星、网络红人、大牌主播们和抖音互相成就，共同进步。

3. 全域兴趣电商

相比于传统的商店卖货，达人带货的优势显而易见。抖音达人凭借优质的内容或形象吸引用户，让他们在刷短视频或看直播的同时，获得情绪上的满足感，这对于促进货物销售显然是非常有利的。不过缺点也很明显，那就是达人带货并不稳定，而且随着达人带货越来越普及，人们对这种兴趣电商的好奇心也在不断消退。

抖音也认识到了这一点，因此抖音提出“全域兴趣电商”的概念，试图利用兴趣社群的力量，来有效地推动消费者的购买行为，从而实现更高效商业运作。所谓的全域，就是指公域、私域、商域三域打通，一方面继续扩大流量，另一方面提升流量的稳定性。

在全域兴趣电商时代，传统电商的供应链优势和传统主播的内容优势被结合起来，形成“短视频+商城+直播”的立体化运营模式。



北京环球影城的话痨“威震天”

2021年9月，北京环球影城主题乐园正式开园，同时在抖音、B站、小红书等平台进行推广和营销。

北京环球影城拥有众多主题景区，其中的变形金刚、哈利·波特、侏罗纪世界、功夫熊猫等已经是广为人知的大IP，因此官方充分利用了这一优势，通过真人互动的方式，迅速在网上收获了

人气。

工作人员事先穿上机甲，扮成“威震天”，酷炫的外表完美还原了电影中的形象，让人眼前一亮。等到游客靠近时，隐藏在机甲内的工作人员便会和他们进行交流。当游客冲着“威震天”做出不友善的动作时，“威震天”还会对其展开教育，用幽默的方式化解尴尬，令人捧腹大笑。很快，话唠“威震天”便借着短视频的方式迅速登上热搜。北京环球影城也因为这一优秀的营销策划方案，而长期占据抖音北京游玩打卡榜第一名，其小程序每天能卖出近千张门票。

话唠“威震天”和游客互动的情景，诞生了一段段优质的短视频内容。北京环球影城作为商家，一方面提供商品（主题游乐园），另一方面又能产出内容（互动视频），已经很接近全域兴趣电商的概念了。

1.2 快手：接地气的“家人文化”

快手是北京快手科技有限公司旗下的产品。和抖音一样，快手也是一款短视频社交平台，拥有广大的用户群体。

1.2.1 快手平台的用户特征

作为国内头部短视频 App 之一，快手选择了和抖音不同的定位。快手的规划偏向于社区氛围，更加草根化、平民化。在部分人看来，这种气质或许不够潮，不够精致，但正是这种独特的气质，帮助快手迅速成为国内头部短视频平台。从这一点上来说，快手和抖音的风格是大不相同的。

如今快手的日活跃用户已经达到3亿多，其中以年轻人为主。数据显示，90后和00后在快手用户中占比约70%。年轻人通常对新奇的事物充满好奇心，喜欢通过短视频来记录生活、表达自我，也对新事物和新趋势更加向往。

正如快手的广告词所说的那样——“拥抱每一种生活”。在快手上，你可以看到新奇有趣的底层生活，也可以看到各类搞怪视频。快手构建了一种平等、包容的平台氛围。在快手平台，你能轻松找到自己感兴趣的领域。各种不同类目的内容，共同构成了快手的“家人文化”。

与京东、天猫等传统电商平台相比，快手上的商品价格相对较低，用户更注重价格实惠、性价比高的商品。飞瓜数据快手版公布的数据显示，2023年上半年，服饰鞋靴、美食饮品、美容护肤、珠宝钟表占据了快手电商销售的TOP4，其中女性用户消费占比较高，主要集中在医疗美容、儿童鞋服、婴童尿裤等品类上。

1.2.2 快手电商的发展阶段

1. 短视频向直播扩张

在发展初期，快手并没有进军电商领域，而是专注于争夺短视频用户和直播用户。关注个体，有人情味儿，为快手在下沉市场上站稳了脚跟，也为后续的直播之路奠定了基础。

2. 直播向带货扩张

随着用户的不断积累，快手也开始了流量的变现之路。2018年，快手先后推出“麦田计划”“福苗计划”等，一边接入淘宝、拼多多、京东等电商平台，一边大力扶持快手平台的商家。经过几年的不断深