

抖音电商

美好生活 触手可得

以数据引领生意增长

抖音电商罗盘产品通案

2022·06

目录

C O N T E N T S

01

兴趣生意下的
数据生态

02

电商罗盘核心
产品功能

03

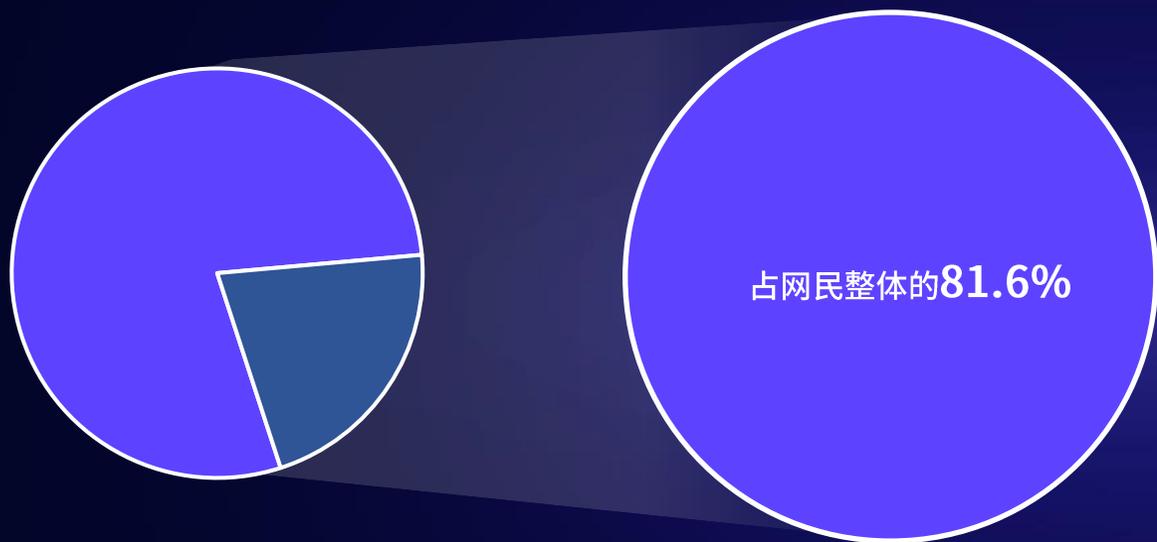
罗盘优秀
案例解读

1

兴趣生意下的数据生态

消费者注意力向直播/短视频场景迁移

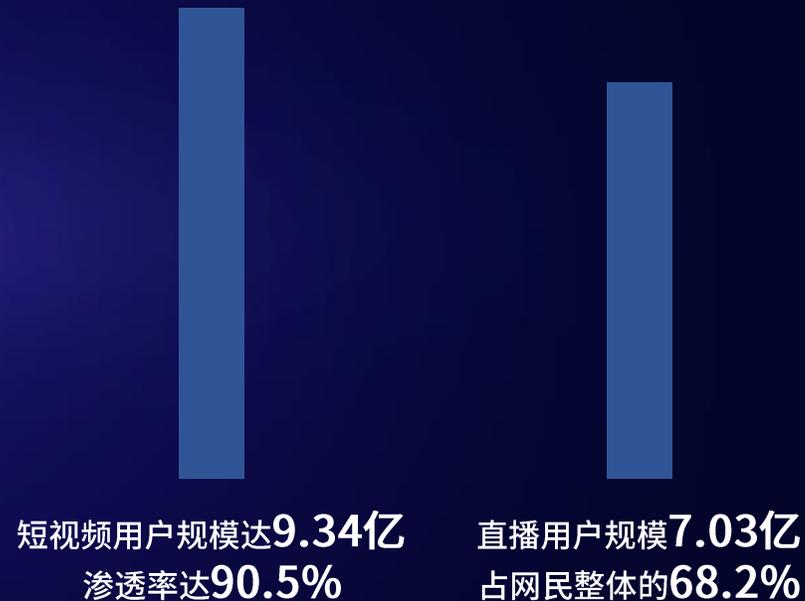
电商消费已成为中国消费者的生活常态



2021年中国网民规模**10.32亿**

网络购物用户规模**8.42亿**

短视频/直播成为规模大、增长快的内容消费形式



短视频用户规模达**9.34亿**
渗透率达**90.5%**

直播用户规模**7.03亿**
占网民整体的**68.2%**

飞速发展的电商交易规模

过去一年抖音电商累计售出商品**超100亿件**，GMV是年度同期的**3.2倍**。新入驻商家数超**180万**。

数据来源：抖音电商 2021年5月1日至2022年4月30日

快速积累的消费者购物心智

双11好物节累计看播人次达395亿，单场成交额破千万（含破亿）直播间**282个**

数据来源：2021年抖音双11好物节快报

品牌日趋繁荣的内容生态

2022年4月 内容互动量 **1559亿+**
电商意图搜索PV **64亿+**，动销商家同比提升**165%**

数据来源：2020年5月1日至2021年4月30日 VS 2021年5月1日至2022年4月30日（GMV年度同期/动销商家同比）

2021.01 抖音抢新年货节总成交额 **208亿**

2021.04 单月支付用户破亿

2021.04 首届【抖音电商生态大会】成功举办

2021.05 抖音55潮购季订单量 **2.3亿单**

2021.08 抖音818新潮好物节累计订单量较去年增长**5倍**

2021.09 【抖音电商达人峰会】成功举办

2021.11 抖音双11好物节累计看播人数**395亿**

2022.01 抖音好物年货节直播总时长 **3171万小时**

2022.04 内容互动量 **1559亿+**



商家

“兴趣电商”新赛道如何破局?

已有经验在“兴趣电商”赛道不可完全复用，需要前置性、全局性策略支撑

货品

内容

人群

新品突破

创造机会

潜客挖掘

“兴趣电商”健康经营如何降本增效?

全链路（短视频/直播/物流/达人合作/广告投放等）经营思路的改变

货品

内容

人群

经营优化

优质匹配

高效转化

达人

“兴趣电商”达人如何高效成长?

找到与达人特点匹配的商品，并吸引粉丝保持粘性，提升转化

货品

内容

人群

高效匹配

特色优质

沉淀转化

什么是抖音电商罗盘？

是抖音电商官方推出的数据产品，其目标是帮助商家以数据引领生意增长，
让生意增长有洞察方向，让生意经营可诊断可优化。



抖音电商
罗盘·策略

生意增长引擎

抖音电商
罗盘·经营

店铺经营大脑

1/ 生意驾驶舱

增长驱动因素 | 多店多品牌管理

2/ 市场洞察

细分市场机会 | 竞争分析

看清自己

看懂市场

策略执行

3/ 策略中心

货

商品机会

内容

内容创作

人

消费者运营

融合分析

数据融合 | 技术建模 | 自定义数据分析 | 技术预测

1/ 店铺诊断

经营分析

健康度评估

实时监控系统

提效

2/ 运营提效

运营提效

货架运营

内容运营

服务体验

搜索推荐/优化
商城活动/装修

直播盯盘/诊断
短视频挖掘/分析
达人推荐/复盘

物流监控/调优
体验提效/洞察

助力新生态场域下长效增长

数据权威力

实时更新

口径统一

丰富准确

稳定支持

全局掌控力

全网内容标签

消费者数据

全域场景数据

电商广告/成交数据

底层智推力

语音语义识别

权益规则透传

图像识别

行业知识图谱

预测前瞻力

消费趋势洞察

行业趋势预测

预测热点

前置布局



电商罗盘核心产品功能



品牌驾驶舱

商品策略

内容策略

人群策略

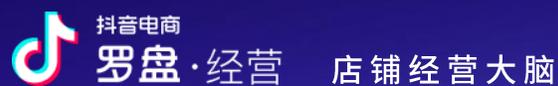
- 市场洞察
- 竞争分析
- 新品测款
- 爆款培养

- 内容创意
- 内容榜单
- 达人优选
- 卖点挖掘

- 经营关系资产
- 人群圈选
- 新客拉新
- 老客复购

智造工场

自定义数据分析 | 标签建模 | 数据融合 | 技术预测



店铺驾驶舱

直播

短视频

商城

达人

- 直播大屏
- 直播诊断
- 主播分析

- 实时短视频
- 短视频诊断
- 短视频种草

- 搜索优化
- 店铺优化
- 商城推荐
- 频道活动

- 达人优选
- 达人复盘

服务体验

商家体验分 | 物流诊断 | 服务诊断 | 服务分析

电商罗盘产品矩阵，旨在构建生意增长的数策生态，为品牌提供从策略到经营的产品+服务解决方案。

品牌驾驶舱

🕒 品牌数据整合

🔄 品牌经营关系资产整合分析

📊 品牌商品销售总榜

📶 全渠道流量分析

📄 多店巡检

商品策略

内容策略

人群策略

市场洞察

分析市场机会，
挖掘消费者需求

- 品类概览
- 需求趋势
- 市场榜单

布局新市场机会

发现新消费需求

竞争分析

指定多竞品追踪，
商品粒度对比分析

- 竞争追踪
- 竞品详情
- 竞争对比

追踪竞品表现

定位竞争机会

商品实验室

结合调研及技术模
型，验证市场机会

- 用户调研
- 机会市场
- 多市场发现

定向人群调研

评估商品趋势

内容趋势分析

通过消费者在平台上的内容热词
挖掘市场热点机会，挖掘内容趋
势，通过内容数据挖掘品类商品
机会

内容创意

卖点挖掘

内容榜单

达人优选

经营关系资产

电商经营关系资
产数据沉淀与人
群流转链路

品牌经营
关系资产

人群跃迁分析

用户增长

支持品类、品牌、
大促、特色商品人
群的自定义分析与
应用，提升潜客量
级及老客粘性

人群圈选

人群应用

智造工场

🔍 自定义数据分析

🏠 标签建模

⚙️ 数据融合

🔮 技术预测

场景一：提供整体品牌生意健康度分析 · PRODUCT

洞察生意整体健康度

分析增长因子

产出核心决策

集团数据概况 数据时间: 2022/01/19 10:00 [修改目标](#)

MTD成交金额 **¥578,276,165.5**
目标进度 999,123,342 已完成 80% 时间进度 90%

YTD成交金额 **¥578,276,165.5**
目标进度 999,123,342 已完成 80% 时间进度 90%

昨日成交金额 **¥698,276,168.5**
较上一周期 ↑ 75.5%

近7日成交金额 **¥698,276,168.5**
较上一周期 ↓ 75.5%

罗小盘集团 店铺数 28

今日概览 更新时间: 2022/02/28 18:50

累计成交金额 **¥578,276,165.5**

成交订单数 188 **退款金额** ¥286,165.5

数据详情 统计周期: 2022/01/18 00:00:00 - 23:59:59 近7天 自然日 自然月 MTD

账号排行 **店铺排行**

排名	账号信息	店铺信息	成交金额	成交订单数	退款金额
1	罗小盘官方旗舰店直营 抖音号 134971954 粉丝数 826.5万	罗小盘官方旗舰店	¥578,276,165.5	2321.2万	¥578,276,265.5
2	罗小盘官方旗舰店直营 抖音号 134971954 粉丝数 826.5万	灰小盘官方旗舰店	¥276,165.5	2321.2万	¥578,276,265.5
3	罗小紫官方旗舰店直营 抖音号 134971954 粉丝数 826.5万	罗小紫官方旗舰店	¥578,276,165.5	2321.2万	¥578,276,265.5
4	罗小盘官方旗舰店直营 抖音号 134971954 粉丝数 826.5万	罗小盘官方旗舰店	¥276,165.5	2321.2万	¥578,276,265.5
5	官方旗舰店直营店直营店店店... 抖音号 134971954 粉丝数 826.5万	官方旗舰店旗舰店	¥578,276,165.5	2321.2万	¥578,276,265.5

共1000条 < 1 2 3 4 5 ... 100 >

商品排行

生意增长
品牌GMV | 行业排行 | 品类GMV占比 | 店铺排行

人群增长
经营关系资产 | 客单价 | 新老客

商品资产
动销商品数 | 动销品类数 | 平均商品力

阵地宽度
直播GMV | 短视频GMV | 商城GMV | 搜索GMV | 达人合作GMV

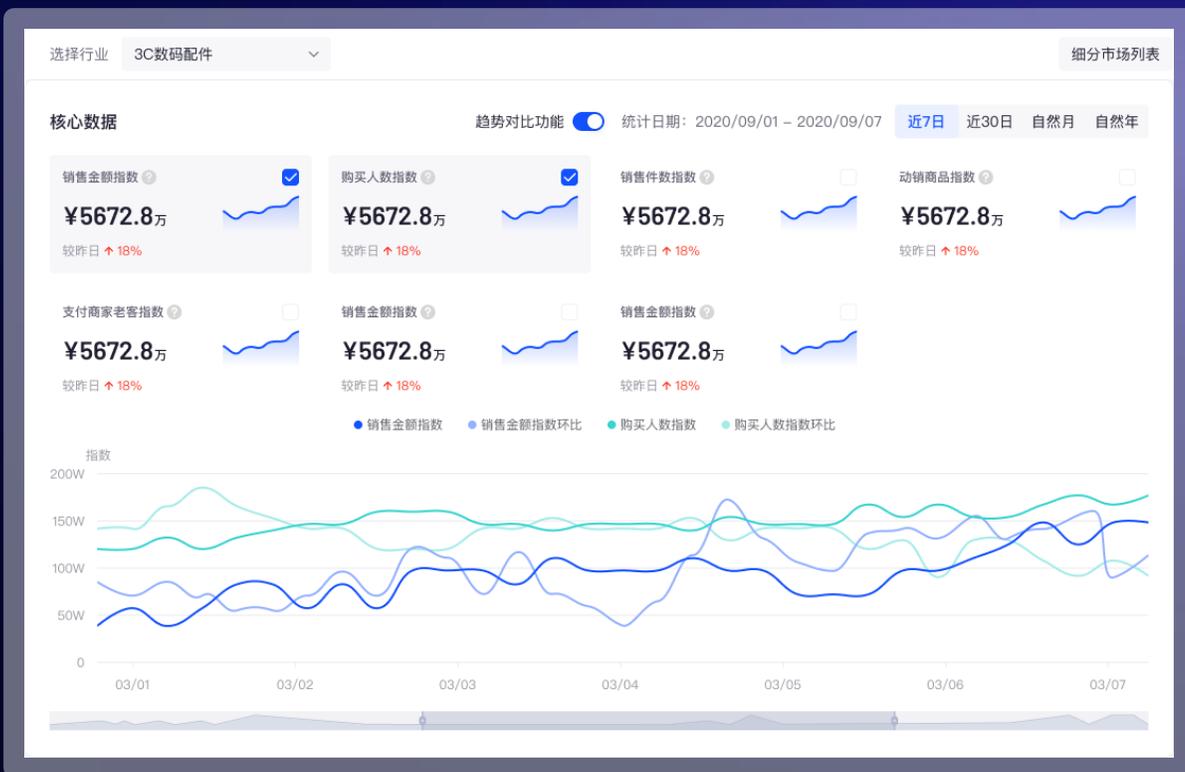
了解品类趋势

发现品类机会

定位细分市场分析

了解品类趋势

- 分析类目的关键指标表现，了解市场驱动因素
- 数据指标：指数化的销量、购买人数、销售件数、动销商品数



发现品类机会

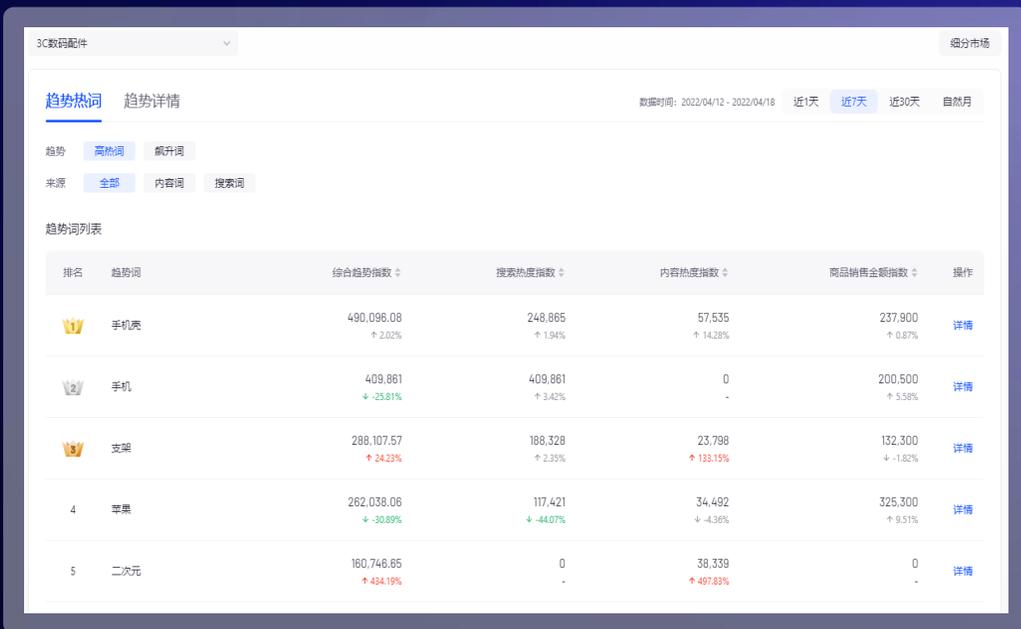
- 分析下级/同级类目的市场量级及增速，定位成熟品类及高增速的机会品类
- 数据指标：指数化的销量、购买人数、销售件数、动销商品数



分内容体裁研究消费者在抖音平台上的搜索热词、内容热词 结合最终成交转化的TOP商品，帮助品牌更好识别消费者的需求

探索品类趋势热词

- 分析类目下高热度的内容词、搜索词
- 数据指标：综合趋势指数、搜索热度指数、内容热度指数、商品销售金额指数



下钻分析趋势热词

- 分析趋势热词的热度趋势，对应的热门内容和热门商品
- 数据指标：内容可看曝光量、互动指数，商品可筛选 高转化/高点击/高销量/高增速



开放抖音电商人群的内容、商品维度100+标签以及行业特色人群标签

支持自定义人群分析及应用到公私域渠道

人群分层

高潜用户、首购、复购的用户资产及流转分析



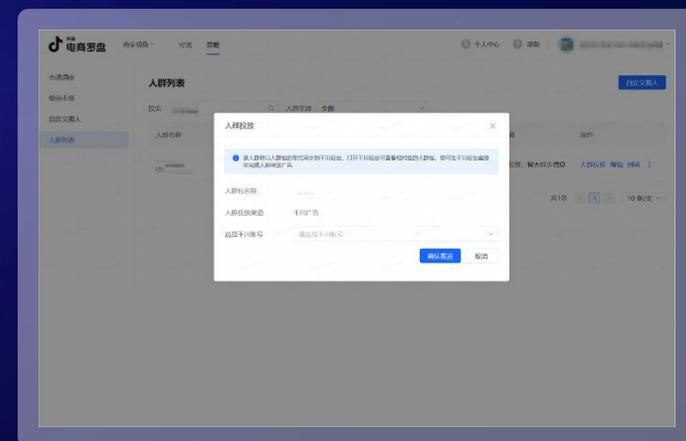
人群圈选

支持多维度标签灵活圈选



人群应用

支持人群到公私域渠道 (如千川广告营销、定向人群问卷、抖音商城等)



人群业务场景

新品调研

经营关系资产

人群流转

拉新提频

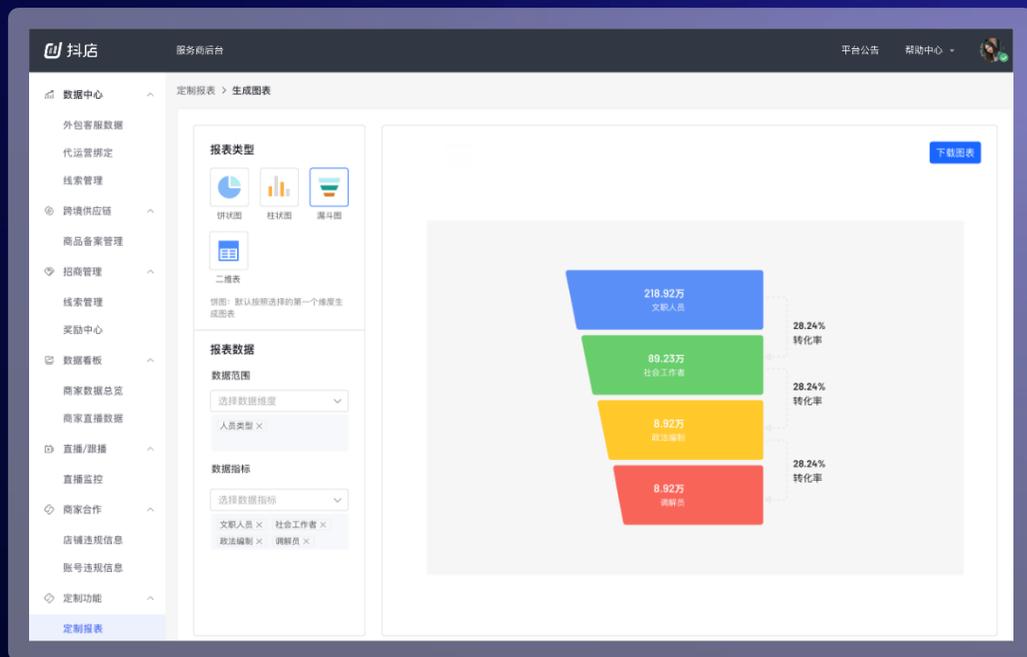
老客运营

流失召回

为品牌数据中台提供定制化数据建模和数据挖掘工具 帮助品牌做深度的经验分析和预测、洞察市场机会

智造工场-报表管理

在安全可控的环境下，开放品牌的商品、销量、流量数据帮助品牌做好经营月报、周报等场景



数据融合

支持安全加密的方式融合线下数据、抖音站外数据，支持人群上传洞察画像并应用等场景

点击或将文件拖拽到这里上传

1. 上传文件内，每行一个User_id
2. 支持上传多个txt/csv文件，单文件不超过800M(约5000万行)
3. 请预览文件后再上传

罗盘·经营

交易分析

店铺交易分析

拆解自身不同带货账号/渠道的成交数据；明确自身经营能力长短版，找到学习目标及方向。

交易构成/店铺榜单

经营驾驶舱
商品&活动&人群

经营场景

直播

覆盖直播前中后全链路流程中计划、监控及复盘的各环节数据，助力定位直播问题并提升直播成交。

直播大屏

直播复盘

短视频

覆盖短视频前中后全链路流程中创意、监控及复盘的各环节数据，助力挖掘内容机会并提升短视频成交。

视频榜单

自营/合作视频

商城

展示并拆解分析泛商城各渠道成交及流量转化漏斗，助力识别商城运营抓手并提升中心化阵地成交。

商城分析

搜索分析

达人

基于目标渗透/种草用户，精准匹配大盘直播/短视频种草/成交价值较高的达人，并全方位复盘达人长期合作价值。

达人优选

达人复盘

服务体验

监控服务&物流

分析客服、售后、评价和物流发货等各项指标。定位服务/物流指标问题，提供优化建议。

服务诊断

物流指数

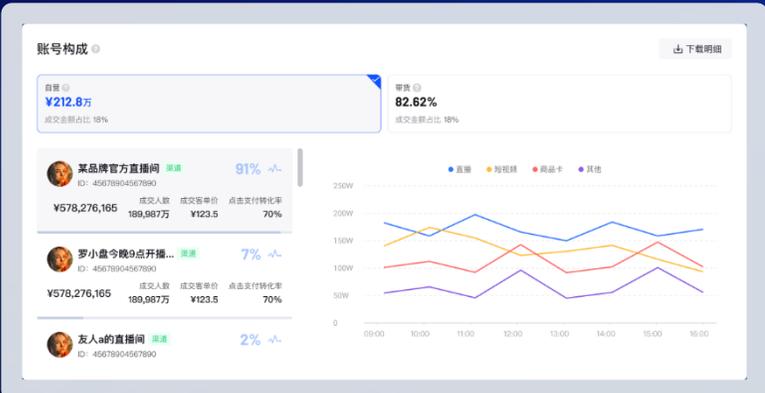
场景一：多维度分析店铺交易构成 · PRODUCT

交易构成&店铺排行榜



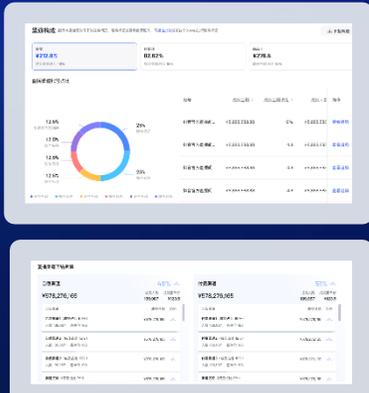
分析账号成交构成

- 拆了解不同带货账号的成交数据（包含所有自营和本店有合作的达人账号）



分析渠道成交构成

- 拆了解不同带货渠道的成交数据（包含直播/短视频/商品卡等），直播可拆分为付费/免费流量渠道



了解店铺行业排名

- 快速定位在同行业同一级类目下的自身排名，识别可参考学习的优秀商家



店铺经营五力图

(店铺运营效果及效率衡量，明确自身经营能力长短板，找到学习目标及方向。)



诊断客服/定位服务指标/拆分物流环节

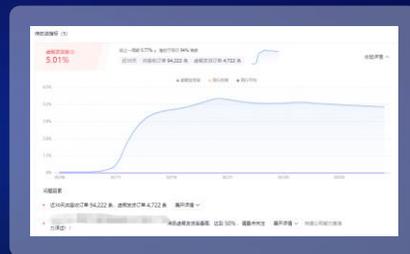
服务分析

- 诊断客服、售后、评价和用户负反馈等各项指标。定位服务指标问题，提供优化建议



物流分析

- 了解物流各个环节作业情况、分析各项核心指标和识别异常明细，拆分物流环节定位待改进的问题



直播计划/数据大屏/直播复盘/直播详情/直播诊断/直播榜单

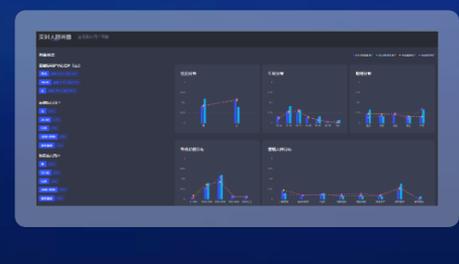
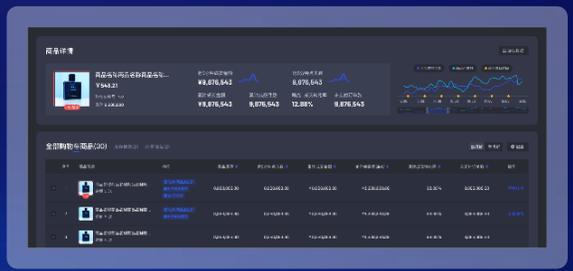
直播前选品计划

- 根据直播目标进行选品组货，测算预估GMV，根据引流/业绩/普通/潜力款等多维度完成



直播中实时盯盘

- 实时分析直播核心指标及违规预警情况、流量/货品/人群情况，及时调整投流及商品讲解策略



直播复盘

- 周期性直播复盘/单账号直播效果复盘/单场次直播间流量诊断/了解行业优秀直播间



罗盘直播间流量诊断解读步骤



直播间黄金公式：直播间结算GMV = 直播曝光次数 * 曝光 - 成交转化率 * 笔单价 * 结算率

视频榜单/自营视频/合作视频/实时短视频/短视频详情

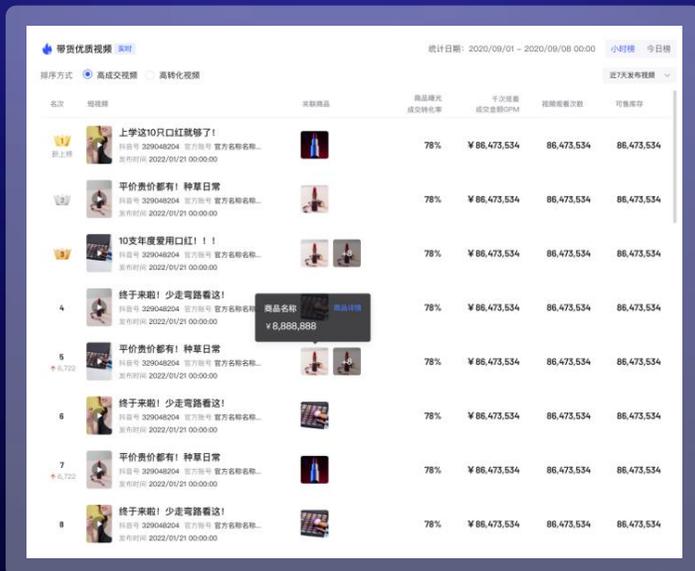
视频创意

- 识别短视频在行业中的实时排名，学习大盘表现优异相似短视频内容



实时数据

- 实时识别高成交、转化短视频，判断库存及流量情况，调整商品及广告策略



短视频复盘

- 复盘自营/达人合作短视频，流量、引流、转化及交易表现的数据效果



商城分析/搜索分析

泛商城各渠道概况分析

- 了解泛商城整体以及不同渠道（搜索/店铺橱窗/商城推荐）的流量、成交情况，行业排行榜



不同内容载体明细

- 明确不同渠道下贡献较高的直播间/短视频/商品明细

直播间明细 查看更多

直播间	直播间观看人数	商品点击人数	成交人数	成交订单数	流量转化率	订单转化率	成交金额
直播间名称最长示意... 抖音号: 88347375	9079058	9067889	90%	90%	90%	89%	¥1,887,787.87
直播间名称最长示意... 抖音号: 88347375			90%		90%	89%	¥1,887,787.87
直播间名称最长示意... 抖音号: 88347375			90%		90%	89%	¥1,887,787.87
直播间名称最长示意... 抖音号: 88347375			90%		90%	89%	¥1,887,787.87
直播间名称最长示意... 抖音号: 88347375			90%		90%	89%	¥1,887,787.87

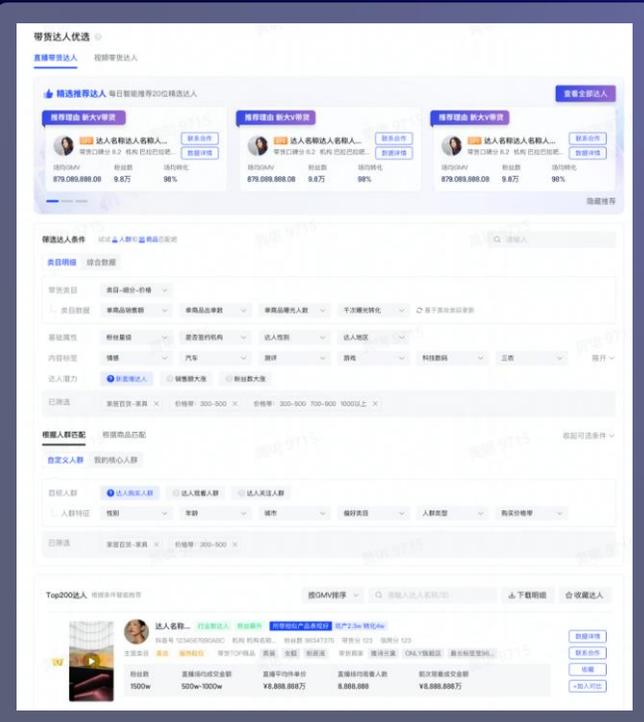
购后页面-商品列表 下载明细

商品信息	商品点击人数	成交人数	成交转化率	成交订单数	成交订单金额	笔单价	操作
商品名称名称名称名称名称名称 价格 ¥234.0	88,888.88	8,888.88	99%	8,888,888.88	¥888,888.88	888.88	商品详情
商品名称名称名称名称名称名称 价格 ¥234.0	88,888.88	88,888.88	89%	8,888,888.88	¥888,888.88	888.88	商品详情
商品名称名称名称名称名称名称 价格 ¥234.0	88,888.88	88,888.88	89%	8,888,888.88	¥888,888.88	888.88	商品详情

达人优选/合作达人

根据目标挑选达人

- 基于目标渗透用户/商品，提供大盘直播/短视频细分类目、基础属性及内容标签下种草/成交匹配度高的达人参考



评估达人能力表现

- 通过成交-种草四象限评估达人能力，结合内容/人群/商品/服务全方面分析，筛选出种草潜力大和带货效果好的达人



成交高	转化高	观看多	互动好
<p>商品名称: 商品名称</p> <p>成交件数: 8888.88万</p> <p>直播场次: 100-1000</p> <p>直播时长: 10-44-18:14</p> <p>直播观看人数: 1000000</p>	<p>商品名称: 商品名称</p> <p>成交件数: 8888.88万</p> <p>直播场次: 100-1000</p> <p>直播时长: 10-44-18:14</p> <p>直播观看人数: 1000000</p>	<p>商品名称: 商品名称</p> <p>成交件数: 8888.88万</p> <p>直播场次: 100-1000</p> <p>直播时长: 10-44-18:14</p> <p>直播观看人数: 1000000</p>	<p>商品名称: 商品名称</p> <p>成交件数: 8888.88万</p> <p>直播场次: 100-1000</p> <p>直播时长: 10-44-18:14</p> <p>直播观看人数: 1000000</p>

复盘达人合作价值

- 定位拉新/复购/种草TOP达人，分析潜在人群后续流转趋势并二次触达，促进拔草承接，提升达人合作总体价值



了解店铺运营概况

昨日业绩/实时数据/交易分析

- 了解店铺昨日业绩表现、查看实时数据、分析各渠道交易构成，以此评估店铺运营能力



提升内容制作能力

直播分析/短视频分析/行业榜单

- 查看分析店铺直播、短视频内容制作水平，学习优秀店铺，提升内容制作能力



分析店铺服务水平

体验分/服务分析

- 分析店铺售后、客服、评价、体验分服务能力，保障店铺服务体验



3

商家优秀案例解读

某美妆品牌：中心场弯道超车新机会，商城GMV提升84% · PRODUCT

案例背景：品牌主打套盒单品，有一定高认知度爆款（红胶囊）和心智，有较好的传统电商经验，但对商城场景运营整体关注不足，关键货品无长效运营意识。

商家痛点：品牌认为商城是品牌在抖音的增量阵地，有更好的弯道超车机会；中心化阵地对品牌来说成本更可控、生意更稳定，是降本提效的重要途径。

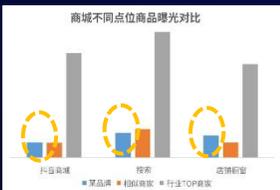
解决方案

1 拆解商城GMV来源

商城GMV = 抖音商城GMV + 搜索GMV + 店铺GMV + 其他

2 下钻各来源的核心影响因子

各渠道GMV = 商品曝光次数 ↓ × 曝光点击率 ↓ × 点击转化率 × 单均价



(商品曝光次数行业对标)



(曝光点击率行业对标)

策略落地

1 搜索场景

关联搜索词：标题关联“补水保湿/护肤/水乳”等词
内容供给：热搜词视频50条/月提升至300+条/月

2 商城场景

商品链接稳定、直播间人群积累、商品主图优化



效果复盘 (阶段)

搜索GMV ↑ 35%+ 商城GMV ↑ 84%+

搜索自然流量 ↑ 26%+ 商城推荐流量 ↑ 72%+

*品牌实践举措落地前后7天对比效果

商家应用场景总结

搜索优化：1)搜索词优化； 2)短视频内容供给；

商城优化：1)商品链接稳定；2)商品主图优化； 3)积累人群

某滋补品牌：商城+搜索经营诊断组合拳，高出TOP水平3倍 · PRODUCT

案例背景：品牌all in抖音电商阵地，长期深耕优秀丰富内容及货品，以明星+头部达人+腰部达人构建内容矩阵，多维度种草带来大量曝光，主打爆品低价策略。

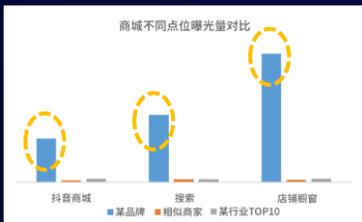
解决方案

1 拆解商城GMV来源

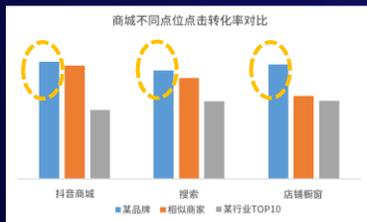
商城GMV = 抖音商城GMV + 搜索GMV + 店铺GMV + 其他

2 下钻各来源的核心影响因子

各渠道GMV = 商品曝光次数 ↑ × 曝光点击率 ↑ × 点击转化率 ↑ × 单均价



(商品曝光次数行业对标)



(曝光点击率行业对标)

策略落地

1 搜索场景

关联搜索词：标题关联（如左旋/减肥/叶黄素）
内容/货品供给：平均每个商品17个视频
商品规格：9.9元降低购买门槛、多规格拉升单价

2 商城场景

内容供给：商城日均曝光商品数1.6k；
人群积累：账号粉丝量130万，每月成交用户达15.8w。



效果复盘（阶段）

搜索流量/GMV 高出TOP水平10倍
搜索曝光点击率 高出相似商家25%+
商城流量/GMV 高出TOP水平3倍

*品牌实践举措落地前后7天对比效果

商家应用场景总结

搜索优化：1)搜索词关联； 2)内容/货品供给；
3)商品小规格设置；

商城优化：1)内容供给； 2)货品供给； 3)人群积累。

某服饰品牌：罗盘品牌策略，助推连衣裙打造爆品 · PRODUCT

- 📄 **案例背景：** 22年启动抖音电商独立货盘规划，期待以品牌核心品类连衣裙为突破，落地货盘调整及新品快反
- 🗨️ **商家痛点：** 1.如何基于抖音电商行业趋势做货盘调整？ 2.如何基于抖音电商行业趋势做新品企划？

解决方案

女王节备货调整，总结“甜美减龄风”和“暗黑精灵风”两大组货趋势

- 连衣裙市场分析,提供四大组货建议(复古波点、甜美减龄、暗黑精灵、舒适显身材)
- 消费者测款，调研直播间粉丝偏好的连衣裙及价格



策略落地

商家基于建议落地运营动作：

1 主播话术引导

38期间重点运营24款商品，调整库存(18款商品)，共追加37,400件

2 商城场景

[新品企划]：拓展“暗夜精灵”风格，对13款趋势品直播间重点运营



效果复盘（阶段）

商家应用场景总结：

8款趋势款
Top10连衣裙

2名 (进入前十)
连衣裙类目-商城女装排名环比提升

+8pt
爆款集中度

+20%
趋势款GPM提升

商家应用场景总结

- 直播间主推款调整，库存快速调整，新品快反
- 配合营销活动，赋能商家趋势货品流量的快速获取及成交的快速突破

案例背景： 防晒新品于22年3月上市，通过内容数据洞察消费者需求，结合[新品问卷]打造产品核心卖点，助力新品成长

商家痛点： 1.如何优化内容策略？ 2.如何提升内容触达效率？

解决方案

1 市场洞察，发现机会

- 防晒品类中消费者偏好[高防晒指数]、[清透肤感]、[便携]的产品

2 消费者调研，校准创意表达

- 肤感内容表现好，学生偏好功效/科技成分

购前搜索&内容种草分析

高排序热词			
属性	场景	功效	其他
油皮	户外	保湿	性价比
敏感肌	通勤	轻薄	二合一
敏感	办公室	轻薄	便携
防晒	运动	防水	红唇
美白	学生党	防晒	军训
买前	场景	功效	其他
清爽不油腻	学生党	美白	水感清透
多效防护	军训	水感	滋润补水
隔离紫外线	身体	防晒	轻薄
多重防护	户外	清透	温和
防晒护肤	海边	露肤	二合一

策略落地

结合人群偏好，精细化沟通策略

在肤感、防晒力、成分维度设置差异化沟通策略

学生党 小镇青年 新锐白领 1-3线城市人群
对照组

3套广告素材(科技感/肤感/成分)



效果复盘 (阶段)

活动期新品销售(抖音电商开新日)

TOP1 清透防晒乳
抖in爆款榜

200%
新品GMV完成率

2名 (进入前十)
优化后短视频素材转化率

+3x
优化后直播间互动率

商家应用场景总结

- 短视频制作：围绕核心卖点，剪辑强化
- 直播间优化：强化内容表达，有效提升转化

某美妆品牌：罗盘创意内容指导，消费者原声反馈种草体验 · PRODUCT

📄 **案例背景：** 某奢品集团下的专业彩妆品牌，3月全网开售新品粉底液，抖音独家预售(开新日IP)

💬 **商家痛点：** 品牌希望通过消费者原声反馈结合内容测试，找到最佳内容策略

解决方案

1 问卷调查—产品反馈测试

达人私域粉丝群派样，问卷回收消费者反馈

2 内容测试-传播策略测试

公域短视频投放，验证人群X素材匹配度。



达人粉丝群派样



三套短视频信息流广告素材

策略落地

基于调研报告，校准传播策略

1 场景营销

- 轻薄日常妆/素颜感/春夏感底妆
- “妈生好皮” “0粉感” “伪素颜”

2 产品组合

- 提升遮瑕度：粉底+遮瑕
- 减缓氧化：粉底+抗氧化精华
- 提升持妆度：粉底+定妆喷雾



粉底液+精华



粉底液+遮瑕



粉底液+定妆喷雾

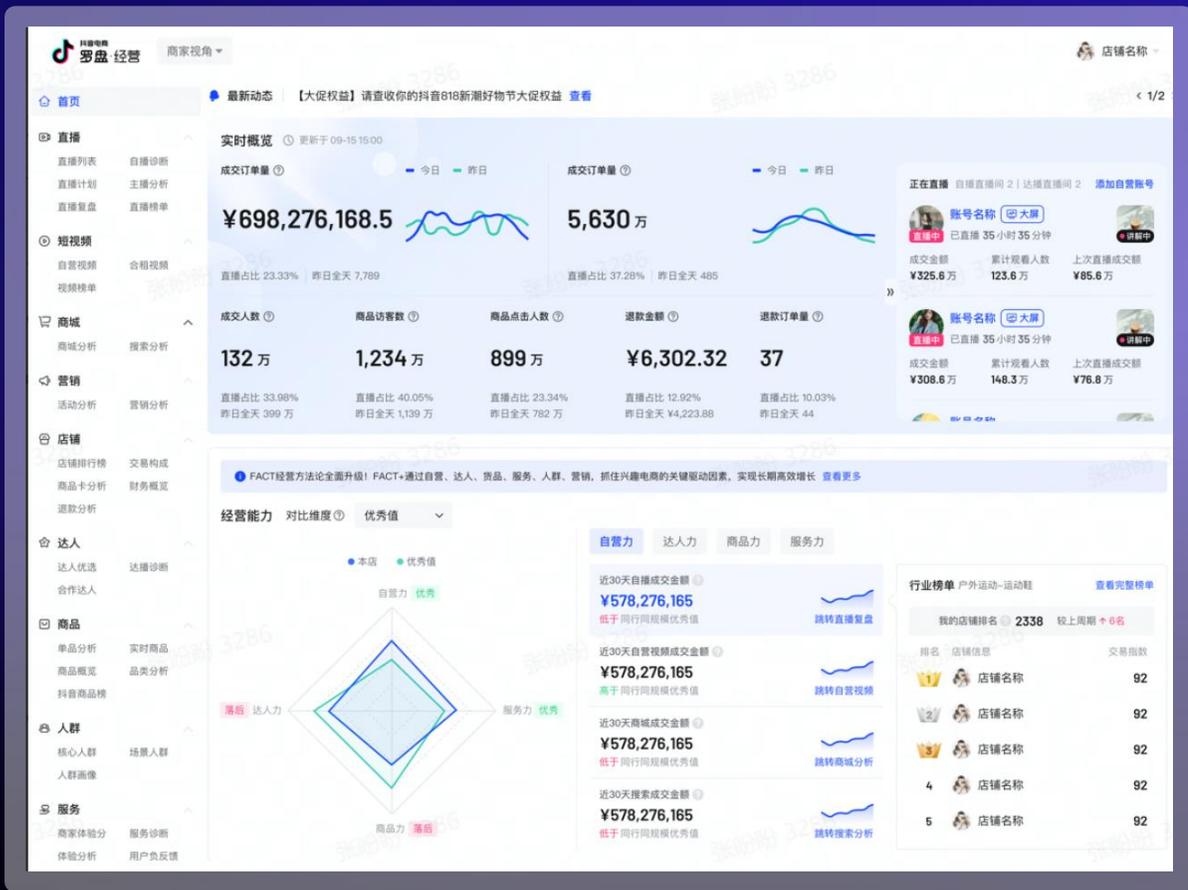
效果复盘（阶段）

商家应用场景总结

内容优化：1) 内容表达优化；2) 色号指导优化；
3) 产品搭配使用

人群应用：1) 人群扩展/达人粉丝人群触达；
2) 短视频投放；3) 已购消费者再触达

PC端首页展示



APP端首页展示



扫码使用罗盘



THANKS

2022.06-抖音电商罗盘