

# 抖音电商 视频带货爆单指南

2023/12  
DEC

CHANMAMA  
DATA  
REPORT

©2023 chanmama All Rights Reserved

 蝉妈妈 X  蝉妈妈智库



# 序

视频带货成本低，既能在较短时间内汇集更多商品信息，也能在更多场景下触达消费者，因而越来越多的达人开启视频带货。那么什么样的达人更适合视频带货？什么行业适合入局？该选哪些品？该从哪些角度提高转化率？本报告以2023年1月至2023年12月为分析时间窗口，分析当前抖音电商视频带货的发展情况，视频爆单攻略。

## 小达人表现亮眼，中腰部达人视频带货转化率高

小达人在视频带货上表现亮眼，发布带货视频数量最多，销售额最高

中腰部达人中，目前尝试视频带货的达人较少，发布的带货视频数量也较低，但却拥有高播放量与高销售额

## 图书教育、宠物用品、汽配摩托行业视频带货销售额占比高

这三个行业均为今年高爆发行业，目前行业内视频带货达人数量较少，赛道尚未开“卷”

## 爆单带货视频攻略

周日至周二、17-19点发布的带货视频转化更高

视频带货公式 = 黄金3s + 商品描述 + 促单转化

# CONTENT

---

01

抖音电商短视频带货趋势

02

短视频带货爆单攻略

# 短视频带货趋势

01

CHANMAMA  
DATA  
REPORT

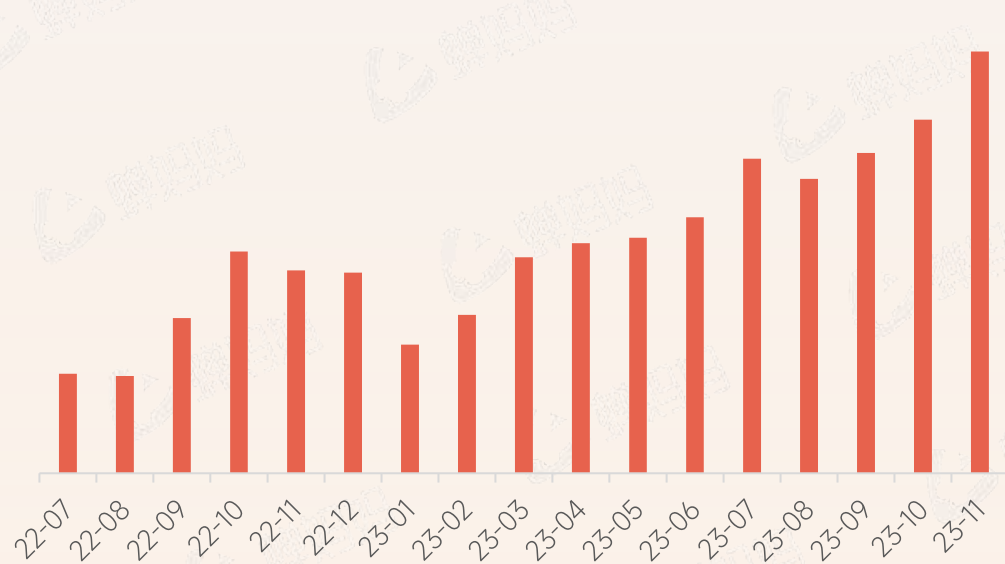
©2023 chanmama All Rights Reserved

## 视频带货发展趋势良好，更多达人入局尝试

- 观察抖音电商带货视频销售额变化趋势可以发现，在曝光量波动较大的情况下，销售额整体呈现逐月上升的情况，说明视频带货发展趋势良好。相较于直播带货，视频带货能在较短时间内汇集更多商品信息，也能够更多场景下触达消费者。
- 更多达人入局视频带货。相较于去年，开始视频带货的达人数量明显增加。视频带货操作成本低，是低粉达人带货尝试方式首选。

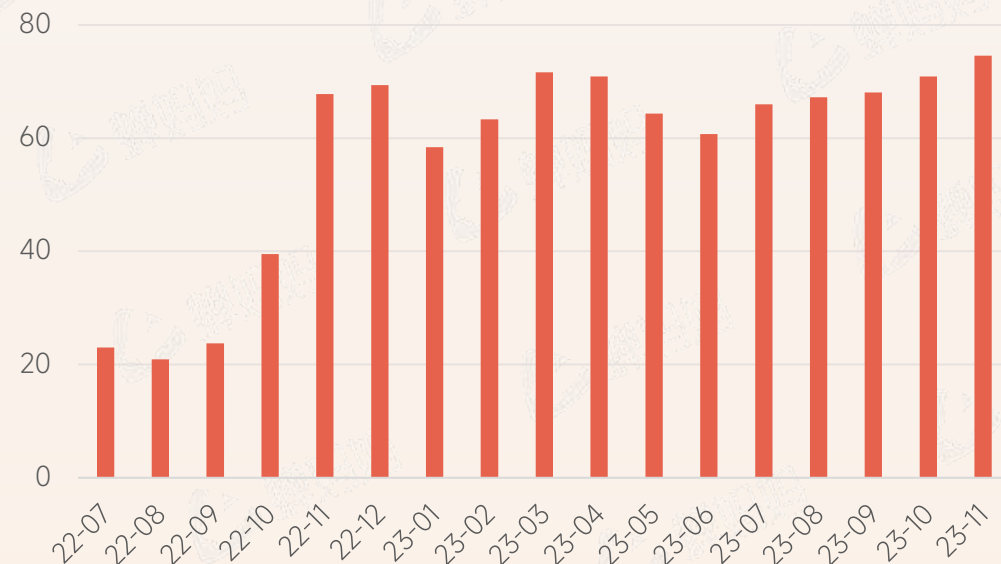
### 抖音电商带货视频销售额变化趋势

■ 销售额



### 抖音电商视频带货达人数量变化趋势

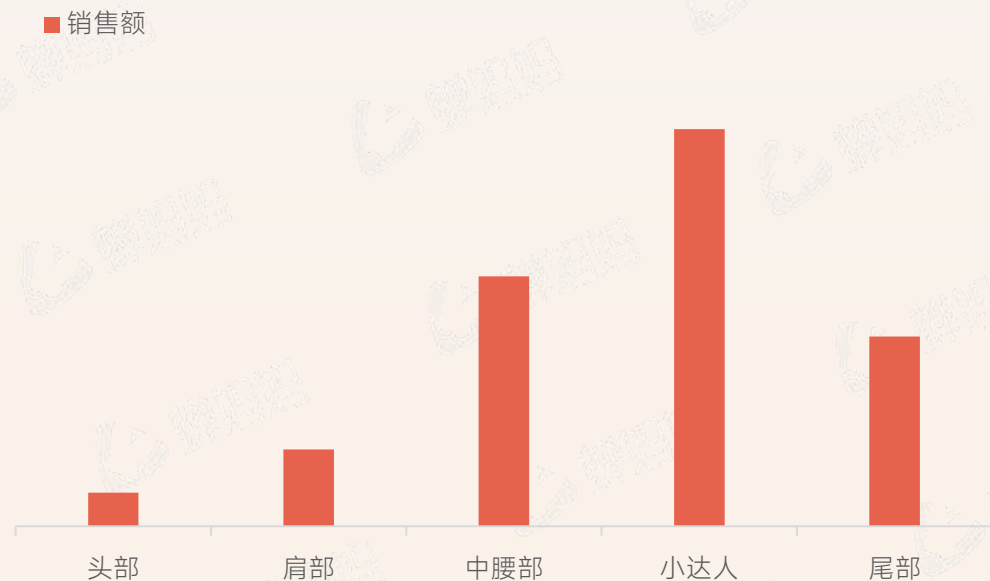
■ 达人数量 (万)



# 销售额最主要来源于小达人，中腰部达人视频带货收益最高

- 中腰部、小达人和尾部达人贡献了绝大多数的视频带货销售额，其中，小达人在视频带货上表现最为亮眼，发布带货视频数量最多，且销售额最高。
- 中腰部达人中，目前尝试视频带货的达人较少，发布的带货视频数量也较低，但却拥有排名第二的销售额，由此可见，中腰部达人视频带货收益最高，应多利用好自身影响力去尝试视频带货，实现价值。

### 2023年1-11月各粉丝量级达人视频带货销售额



### 2023年1-11月各粉丝量级视频带货达人数量及发布带货视频数

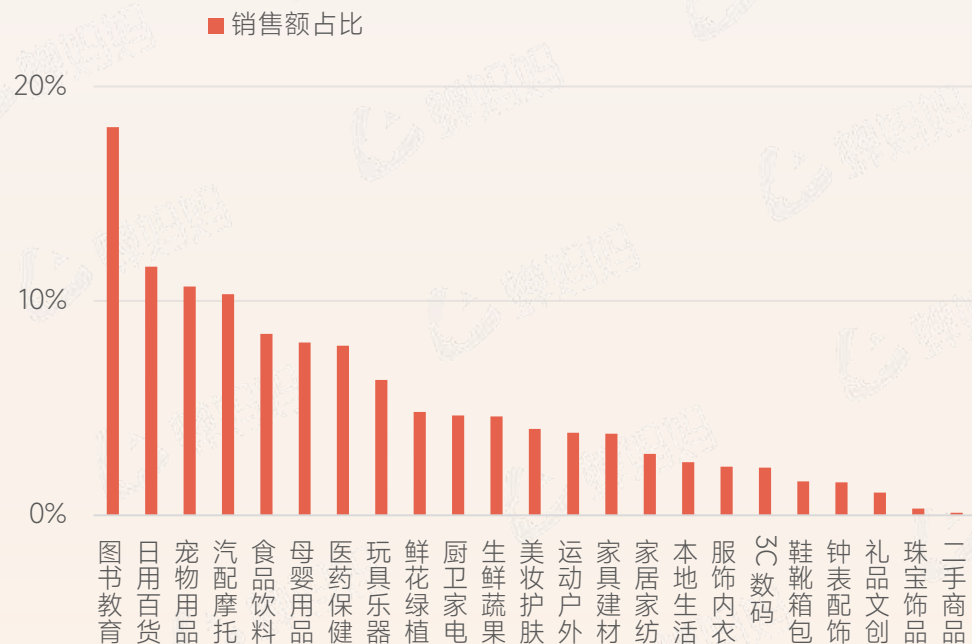


数据来源：蝉妈妈 chanmama.com \*粉丝量超过500万的为头部达人，粉丝量介于100-500万为肩部达人，粉丝量介于10-100万为中腰部达人，粉丝量1-10万为小达人，1万及以下为尾部达人

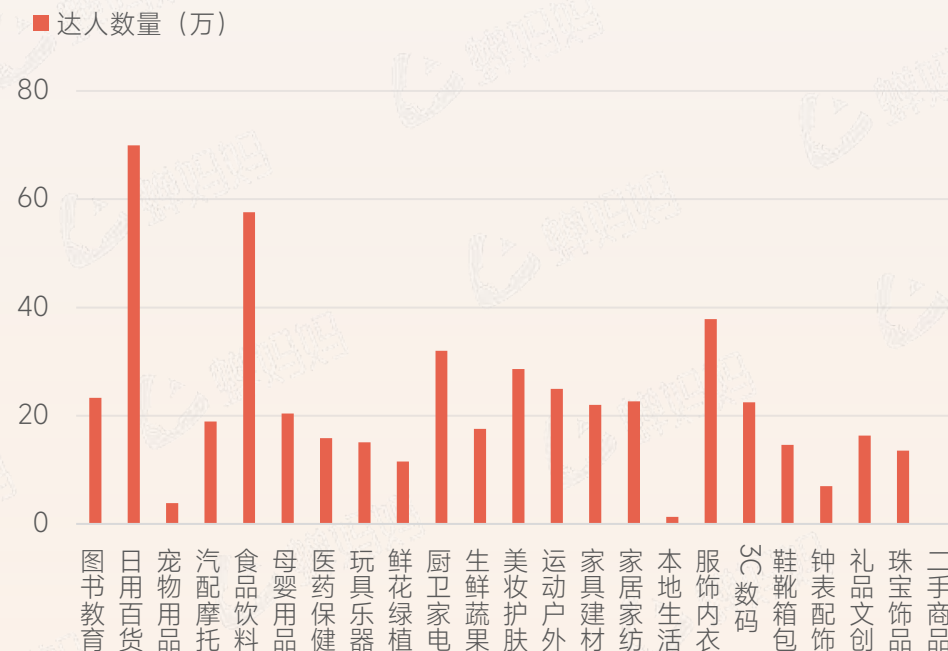
# 图书教育、宠物用品、汽配摩托行业视频带货空间大

- 图书教育、日用百货、宠物用品、汽配摩托、食品饮料为视频带货销售额占比TOP5行业。其中，食品饮料、日用百货行业体量大，且食品饮料行业容易通过视频展示商品的色香味，日用百货行业通过视频展示其商品的用途、优势，从而触达消费者。
- 图书教育、宠物用品、汽配摩托行业为今年高爆发行业，目前行业内视频带货达人数量较少，赛道尚未开“卷”，适合尽早切入。

2023年1-11月抖音电商各行业带货视频销售额占比



2023年1-11月抖音电商各行业视频带货达人数量



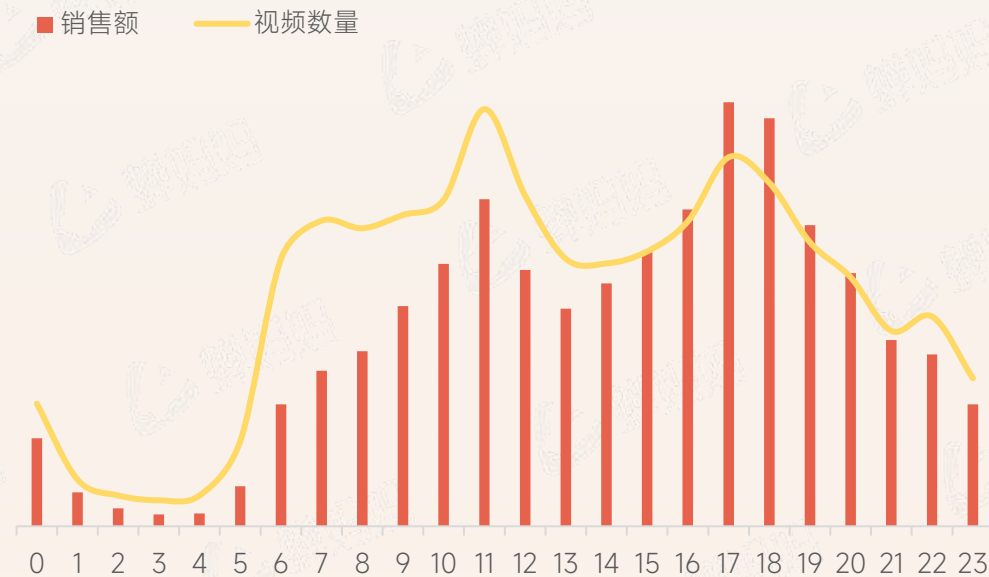
## 17-19点间发布的带货视频转化更高

- 周日到周二发布的带货视频销售额高于周三到周六，周三带货视频数量最高但销售额较低。
- 10-13点、17-19点之间发布的带货视频为曝光量与销售额TOP的时间节点，但17-19点间发布的带货视频数量低于10-13点，曝光量和销售额却更高，或因该时段为工作下班时间，用户使用率提高带动此时段内发布的带货视频得到更多曝光，实现更高转化。

### 2023年1-11月各时间带货视频销售额及数量



### 2023年1-11月各时段发布带货视频销售额及曝光量





## 章节小结

- 抖音电商平台达人视频带货销售额整体呈现逐月上升的趋势，发展态势良好，参与视频带货的达人数量在今年明显增加。
- 从数据来看，视频带货销售额主要来源于粉丝量级较低的达人。其中，小达人在视频带货上表现最为亮眼，发布带货视频数量最多，且销售额最高。中腰部达人转化率最高，但目前尝试视频带货的达人较少。
- 视频带货销售额占比TOP5的行业为图书教育、日用百货、宠物用品、汽配摩托、食品饮料。其中，图书教育、宠物用品、汽配摩托行业为今年高爆发行业，目前行业内视频带货达人数量较少，赛道尚未开“卷”，适合尽早切入。
- 周日到周二发布的带货视频销售额更高，17-19点间发布的带货视频转化更佳。

# 短视频带货爆单攻略

02

CHANMAMA  
DATA  
REPORT

©2023 chanmama All Rights Reserved

## 章节梗概

- 本章内容选取视频带货销售额占比居高的4个行业：图书教育、日用百货、食品饮料、宠物用品，从行业消费者视频带货消费偏好、各品类视频带货现状、视频黄金3s、爆单视频内容结构分析给达人、品牌方选品、拍摄方面的建议。



### STEP1

#### 选好商品

- 了解行业人群消费偏好
- 了解行业品类售卖情况

### STEP2

#### 做好内容

- 确定黄金3s：带货视频的黄金3s指爆品带货视频的前3s台词，也就是消费者刷到视频后第一时间是否会接着看的决定性因素。
- 确定内容结构：黄金3s + 商品描述 + 促单转化

### STEP3

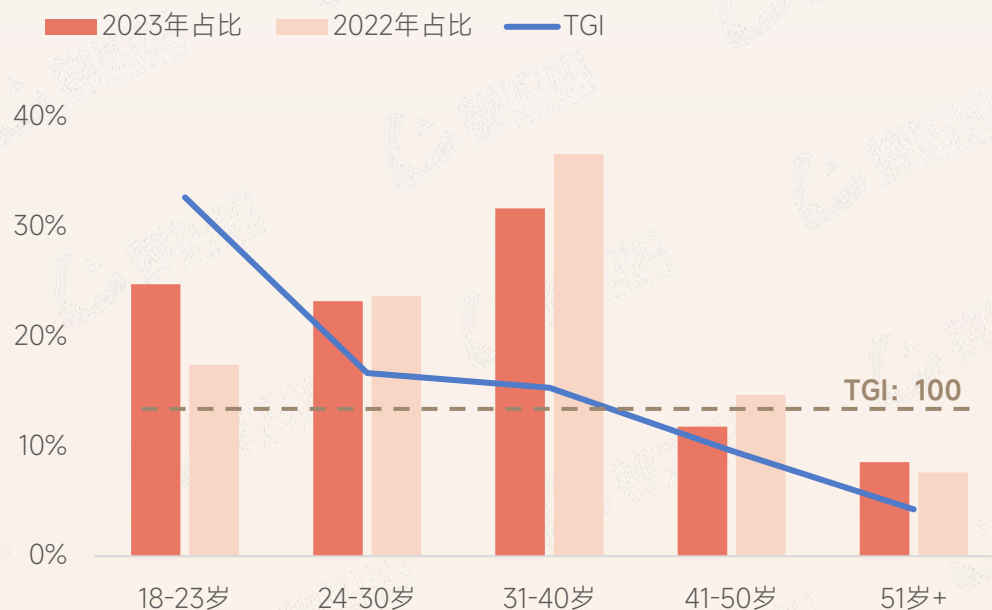
#### 拍摄实践

- 确定出镜人物
- 拍摄商品展示画面
- 视频文案

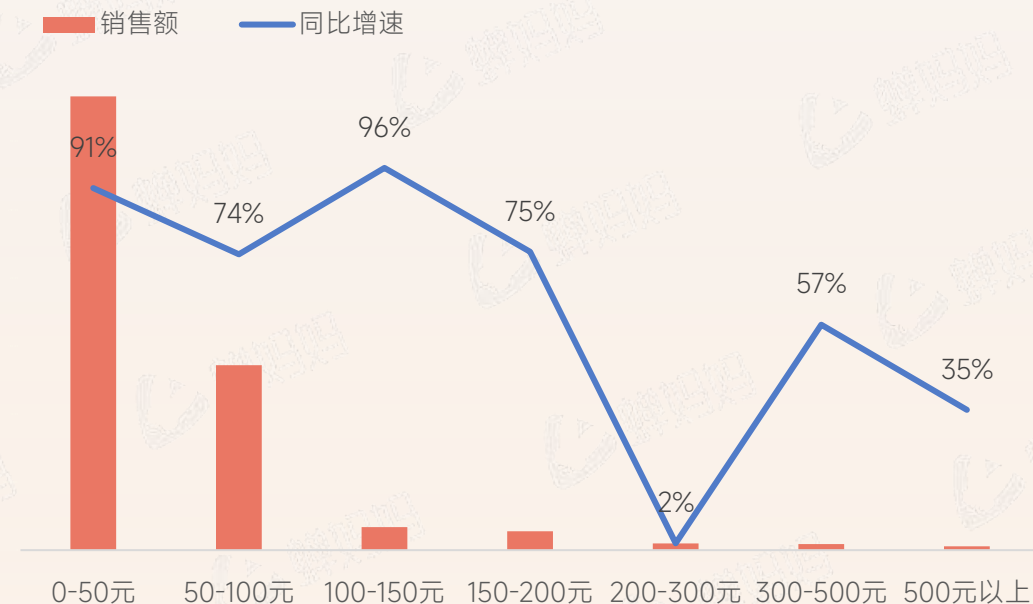
## 图书教育：核心群体为31-40岁人群，畅销价格带为0-100元

- 31-40岁人群为抖音电商图书教育行业的核心消费者，18-23岁年轻消费者的占比提升且TGI指数高，达人可考虑在未来尝试针对年轻客群采用更活泼的语言推荐小说等。
- 视频带货的畅销商品价格段集中在0-100元，高价格带商品销售额低且同比增长率低，不推荐入局。

### 2023年1-11月图书教育行业兴趣用户画像



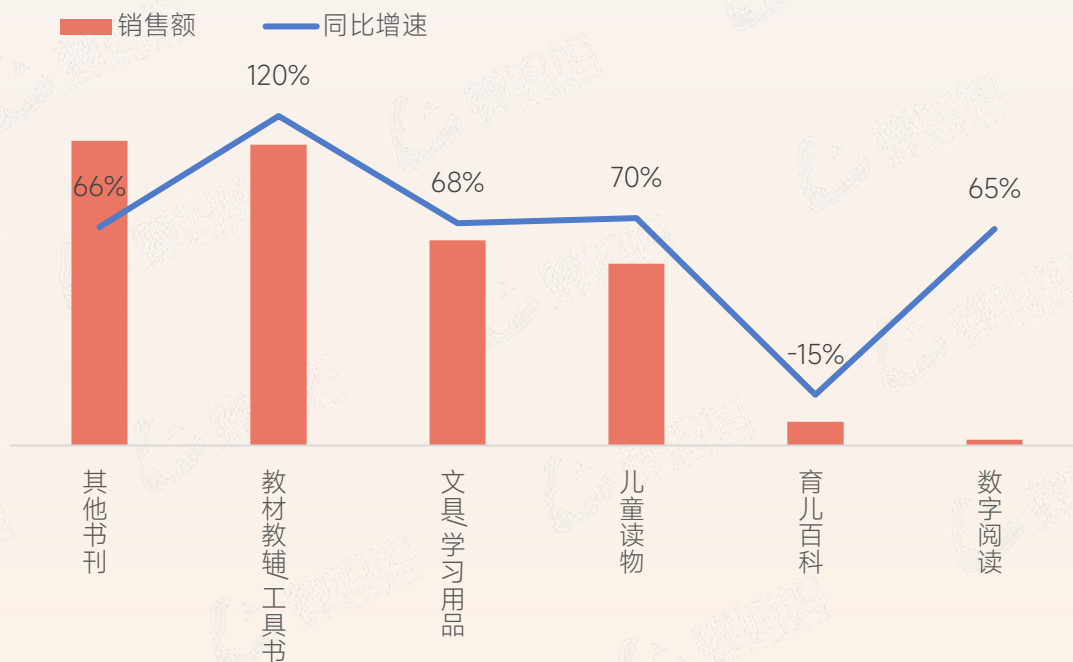
### 2023年1-11月图书教育行业视频带货商品价格带分布



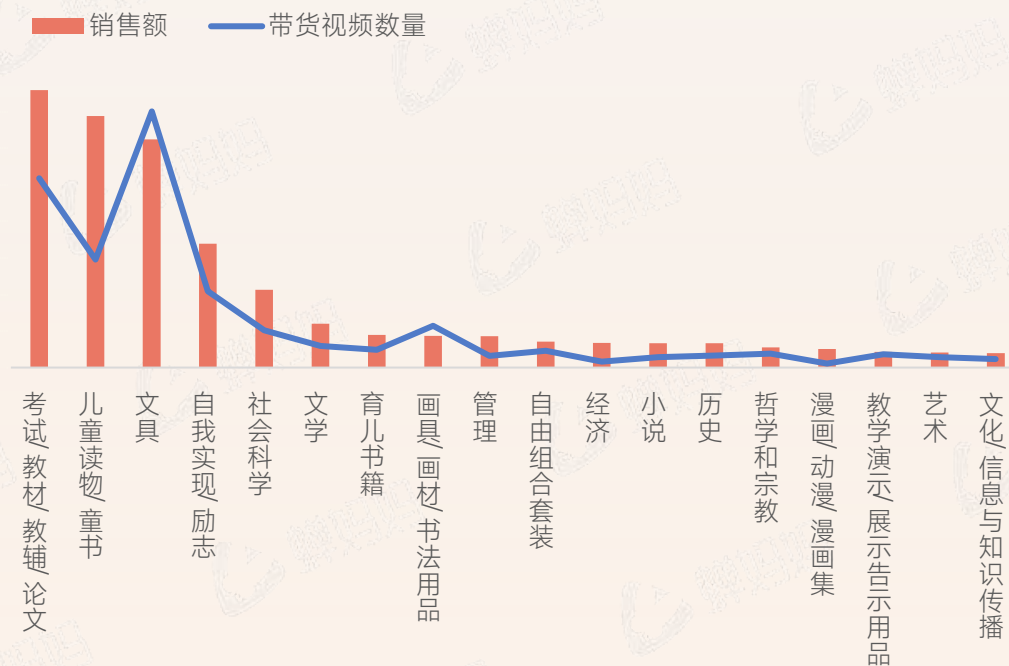
## 达人可考虑多发布教材教辅、儿童读物、自我实现类书籍带货视频

- 一级类目中，视频带货卖的更好的品类是其他书刊、教材教辅/工具书、文具/学习用品、儿童读物，后三者面向的主要消费群体均为学生家长。教材教辅/工具书视频带货销售额增速较快。
- 二级类目中，教材教辅、儿童读物、文具、自我实现书籍销售额最高，但在带货视频数量上除文具品类外，三者均仍有成长空间，行业内达人可考虑多发布相关带货视频。自我实现类书籍主要为人际交往、人情世故、为人处世方面教学的书。

### 2023年1-11月图书教育行业一级类目视频带货销售额



### 2023年1-11月图书教育行业二级类目视频带货销售额



## 黄金3s：疑问句制造悬念，陈述句引起共鸣

- 总结图书教育行业的黄金3s，大体规律如下：图书：疑问句格式居多，容易最快勾起好奇心，如“家长怎么引导孩子”“操纵一个人最阴狠的手段是什么”；文具：强调身份，如“妈妈们赶紧去拍”“一定要给孩子安排上”。

### 近30天销量TOP带货视频黄金3s榜分类总结

#### 一、疑问句—制造悬念

台词	点赞	销量
拉别人下水极其阴险的手段是什么？看完你会惊出一身冷汗	23.4w	5w~7.5w
如果你后面的同学总是踢你的椅子，你该怎么办？告诉老师，如果没用呢？	13.7w	2.5w~5w
什么事都要靠催的孩子，家长该怎么引导呢？	3.4w	2.5w~5w
为什么富人换车比换女朋友还勤？是有钱没地花还是在显摆？	10.2w	1w~2.5w
如何在5秒内迅速操控一个人，看完让你双腿发抖，背后发凉	9.5w	1w~2.5w
三年级要开始写英语作文了，孩子不会写怎么办呢？	2.2w	7500~1w

#### 二、陈述句—引起共鸣

台词	点赞	销量
一个ID只能薅一单，妈妈们赶紧放下手机去抢这个三十六色的丙烯马克笔	2.1w	5w~7.5w
运算草稿纸一定要给孩子安排，在二年级时就要给孩子养成对位运算的好习惯	1665	2.5w~5w
一年级拼音学完开始抓字词，这本同步生字组词造句内容比老师整理的还齐全	3.2w	2.5w~5w
不要一做饭就让宝宝看电视玩手机了，可以给他一本涂鸦画册	1.3w	2.5w~5w
初中数学再难，也就是这82个公式，你懂了3年不用愁	9.8w	1w~2.5w
宝宝打你，你动手回击，这不是教育，而是可怕的伤害	4.9w	1w~2.5w

## 内容结构：老人/小孩出镜 + 内容悬念

- 爆款带货视频通常在文案上直接说明视频推荐的商品特点/图书内容总结；时间上，商品推荐的视频时间短，图书推荐的视频视推荐内容而定，内容丰富可适当延长视频时间，出镜上，老人/小孩出镜的带货视频居多；内容上，商品展示特点，功能性图书展示书本内容，知识型图书则通过书本内容讲解的方式娓娓道来，打动消费者，也可留下几个悬念，吸引购买。



### · 文案

给爱画画的小朋友推荐这套图画本 纸张厚实偏黄护眼，一本有50页 4本才11块多，太便宜了，趁活动赶紧抢

### · 视频画面

商品展示；9s

### · 内容结构

翻页展示、绘画展示、可撕页、容量展示

@六一小达人  
销量：  
5w~7.5w



### · 文案

看图写话 和作文 无话可写，不妨试试这个扩句法，方法简单，孩子立马开窍

### · 视频画面

达人孩子出镜演示；34s

### · 内容结构

孩子看到白云 - 开始翻书跟随造句 - 孩子无话可写不妨试试这套扩句法

@一禾爱学习小达人  
销量：  
5w ~ 7.5w



### · 文案

祖宗留下的规矩，要一代代传下去！

### · 视频画面

老人和孙女讨论家规；141s

### · 内容结构

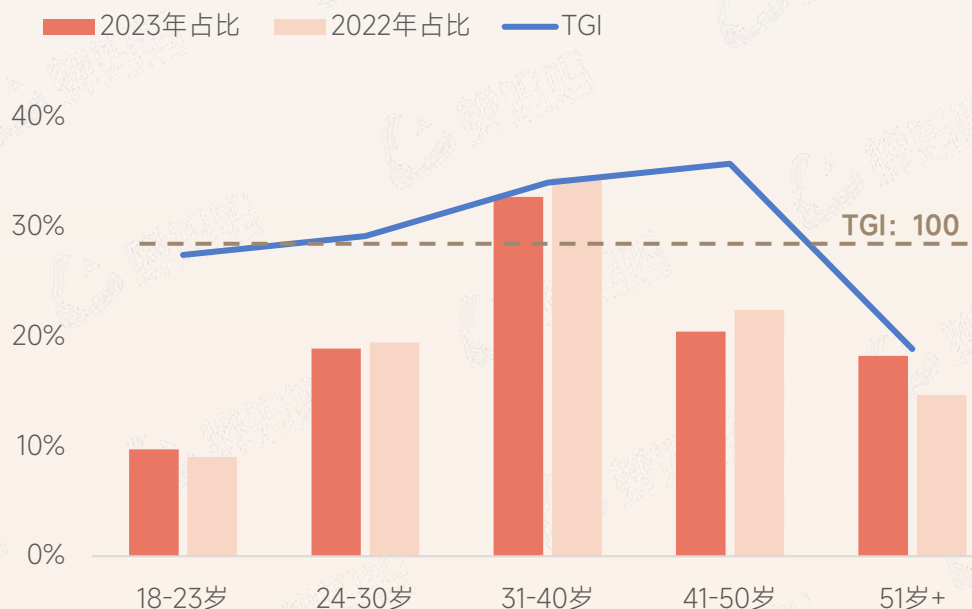
规矩举例 - 传统文化不能丢 - 这本书像一个长者讲故事 - 抛出其他书里解答的问题但不给答案，留下悬念 - 教自己教孩子 - 规矩好朋友多 -- 点击左下角一起传承文化

@智慧学社肩部达人  
销量：  
5w~7.5w

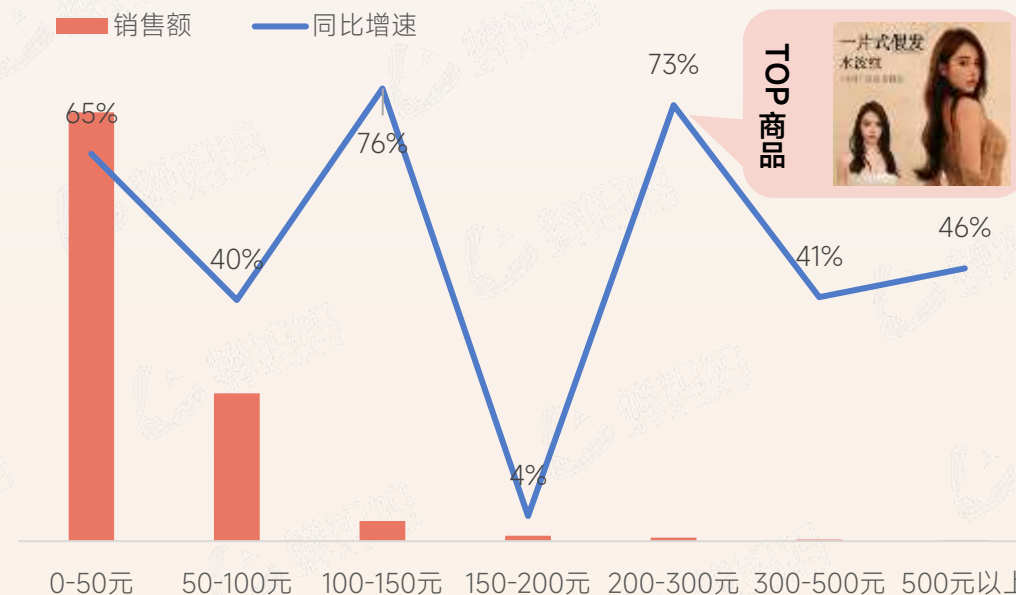
# 日用百货：低价商品畅销，200-300元内假发产品带动增长

- 31-40岁人群为抖音电商日用百货行业的核心消费者，达人在视频推荐商品时应从该年龄段人群的需求出发选品。
- 视频带货的畅销商品价格段集中在0-100元，100-150元、200-300元价格带同比增速较高。100-150元内销售额TOP商品主要为洗护套装；200-300元内销售额TOP商品主要为假发产品，近年来人群脱发问题较严重，且追求多发量、高频顶等视觉效果，假发产品因此销量增加，而假发产品穿戴前后对比在视觉上较直观，适合通过视频带货方式销售。

### 2023年1-11月日用百货行业兴趣用户画像



### 2023年1-11月日用百货行业视频带货商品价格带分布

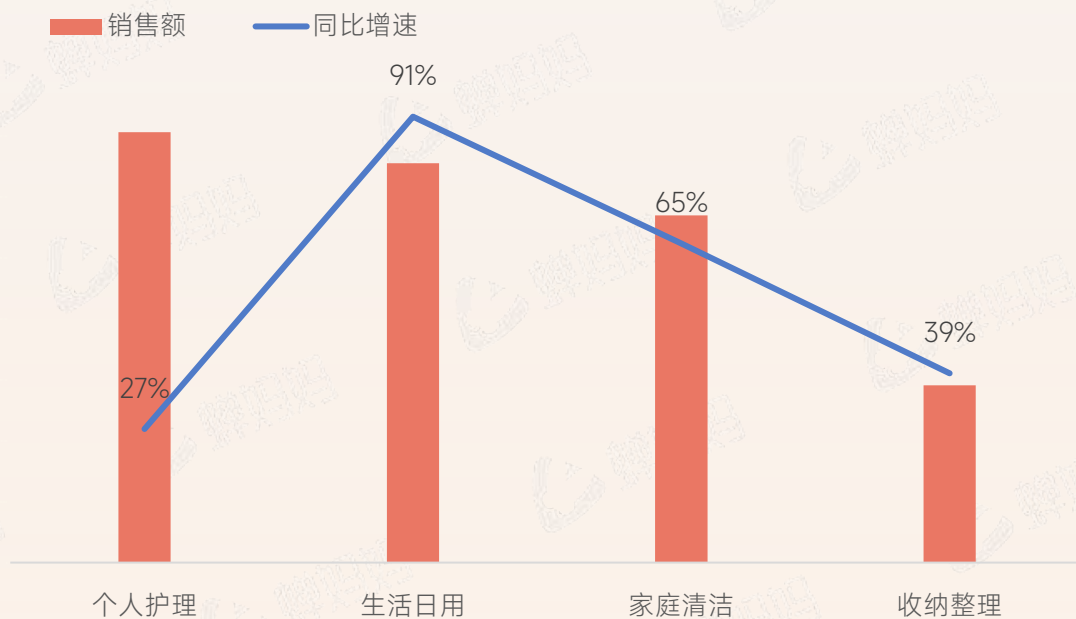




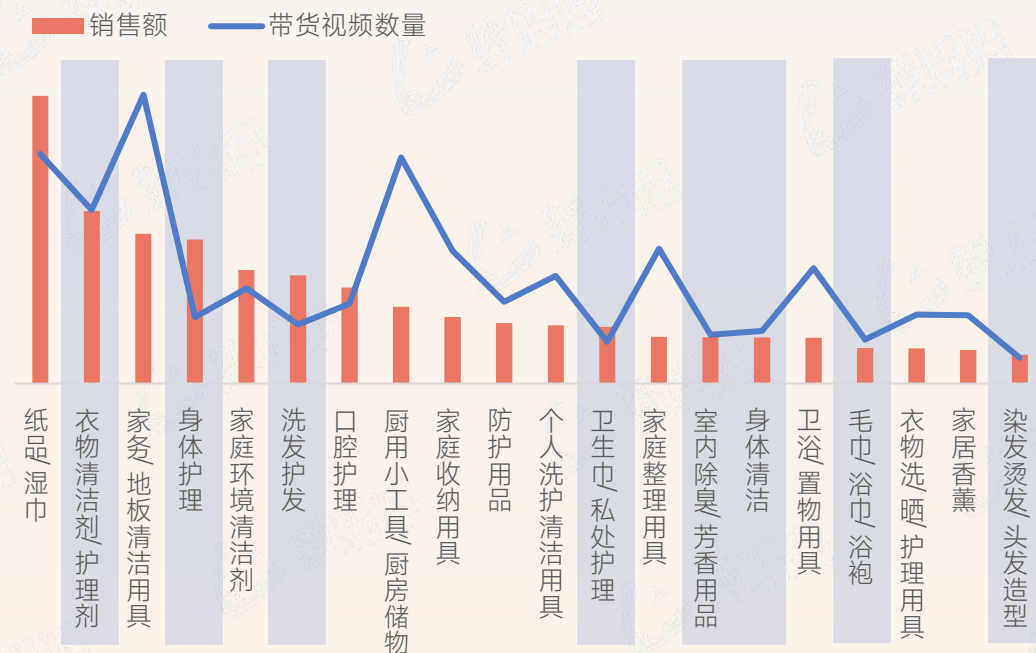
## 达人可考虑多发布身体护理、头发造型等品类带货视频

- 一级类目中，视频带货卖的更好的品类是个人护理、生活日用、家庭清洁。个人护理类销售额增速放缓，达人在选品时可重点关注增速较快的生活日用、家庭清洁品类。
- 二级类目中，推荐发展视频带货的品类为衣物清洁剂、身体护理、洗发护发、卫生巾/私处护理、室内香薰、身体清洁、毛巾、头发造型。其中，身体护理、头发造型为今年兴起的热门品类。

### 2023年1-11月日用百货行业一级类目视频带货销售额



### 2023年1-11月日用百货行业TOP20二级类目视频带货销售额



# 黄金3s常用手段：制作反转 / 限时促销 / 制造兴趣 / 引起共鸣

- 总结日用百货行业的黄金3s，大体规律如下：制造反转，表明现在价格比之前价格更低，适合入手；促单话术，表明折扣是限时的，之后会涨价；制造兴趣；或是从大家都熟悉的日常小事入手，引起共鸣，再推荐商品。

## 近30天销量TOP带货视频黄金3s榜分类总结

### 一、制作反转

台词	点赞	销量
幸好9.9发10包我没买，商家现在为了冲销量，个位数发十四包大包抽纸了	6.8w	10w~25w
幸亏这个垃圾袋9.9一百只的时候你们没有买	4.2w	10w~25w

### 二、限时促销

台词	点赞	销量
赶紧去抢这个洗脸巾吧，过两天啊可真不是这个价了	2.3w	7.5w~10w
现在你不囤等着冬天挨宰吗	4.6w	5w~7.5w

### 三、制造兴趣

台词	点赞	销量
只是涂了个护手霜，出门竟然被追问用了什么牌子的香水	5.1w	10w~25w
让我看看是谁来大姨妈还在穿安睡裤，现在人家babysheep都出了这种面膜裤	4.3w	10w~25w

### 四、引起共鸣

台词	点赞	销量
平时在家难免会用到这个防水贴，特别是家里有孩子的	5.9w	10w~25w
衣柜下边这个空间千万不要再浪费了，衣柜本来就不够用	3.1w	5w~7.5w

## 内容结构：产品试用画面 + 促单话术

- 爆款带货视频通常在文案上直接说明视频推荐的商品；时间视商品需要展示的特点而定；内容上，首先表达价格与商品规格，后强调商品的特点，如纸巾的韧性测试、湿水不易破测试，梳子的珠子设计等，最后强调现在下单的福利，促使消费者做出决策。



### 文案

擦玻璃神器，**厂家直发**，正品保证

### 视频画面

商品使用展示；18s

### 内容结构

用了不想用别的 -- 擦灶台、擦玻璃、擦杯子等各种行为展示 - 干了无水渍

@丽泽清洁用品  
尾部达人  
销量：  
50w~75w



### 文案

好用的大包纸巾推荐

### 视频画面

达人手拿商品演示讲解；53s

### 内容结构

又降价了，**29.9九大提**，一提1000张 - 随用随抽 - **韧性、湿水展示** - 现在下单**送挂钩**

@秋临百货  
小达人  
销量：  
10w ~ 25w



### 文案

排骨梳子**大羊毛**来了

### 视频画面

达人商品讲解视频；30s

### 内容结构

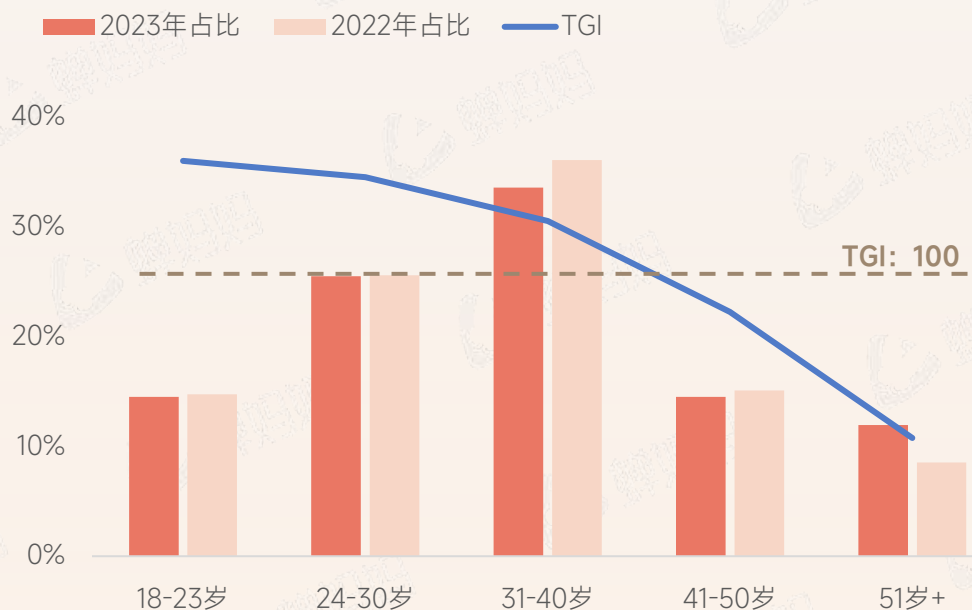
前天买的赶紧退 - **三块三**两种颜色可选 - 放松头皮 - 高频顶 -- **限时活动只有一千单**

@天真的鹿嫂子  
尾部达人  
销量：  
5w~7.5w

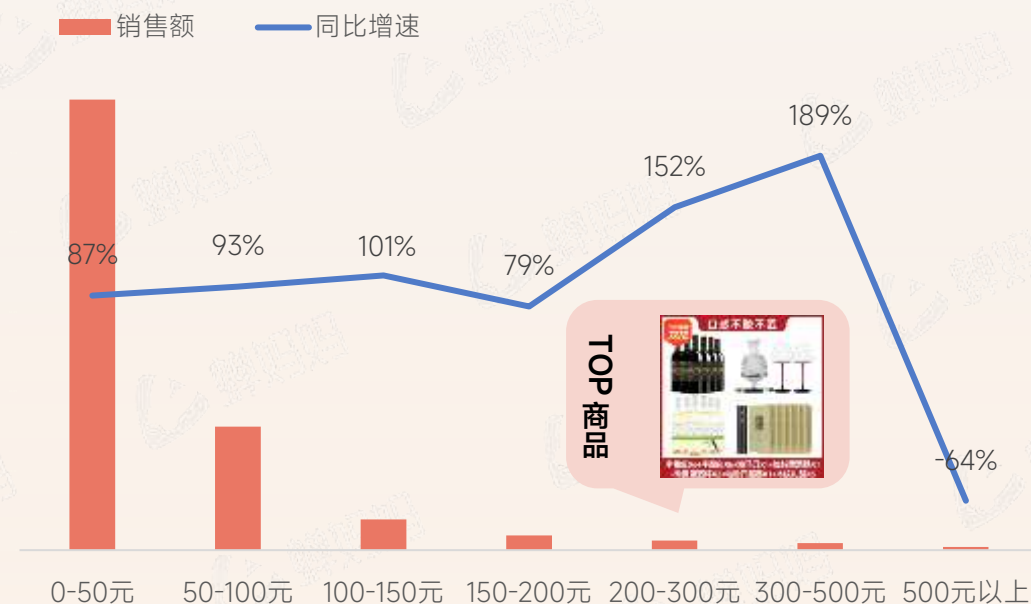
# 食品饮料：高价格带增速快，价格带内干红葡萄酒适合视频带货

- 31-40岁人群为抖音电商食品饮料行业的核心消费者，18-30岁的人群TGI较高，可以针对该年龄段人群选品考虑办公室零食、无糖茶饮等。
- 视频带货的畅销商品价格段集中在0-100元，200-300元、300-500元价格带同比增速较高。200-300元内视频带货销售额破千万商品为榴莲冰皮月饼、干红葡萄酒礼盒；300-500元内销售额TOP商品主要为白酒。

### 2023年1-11月食品饮料行业兴趣用户画像



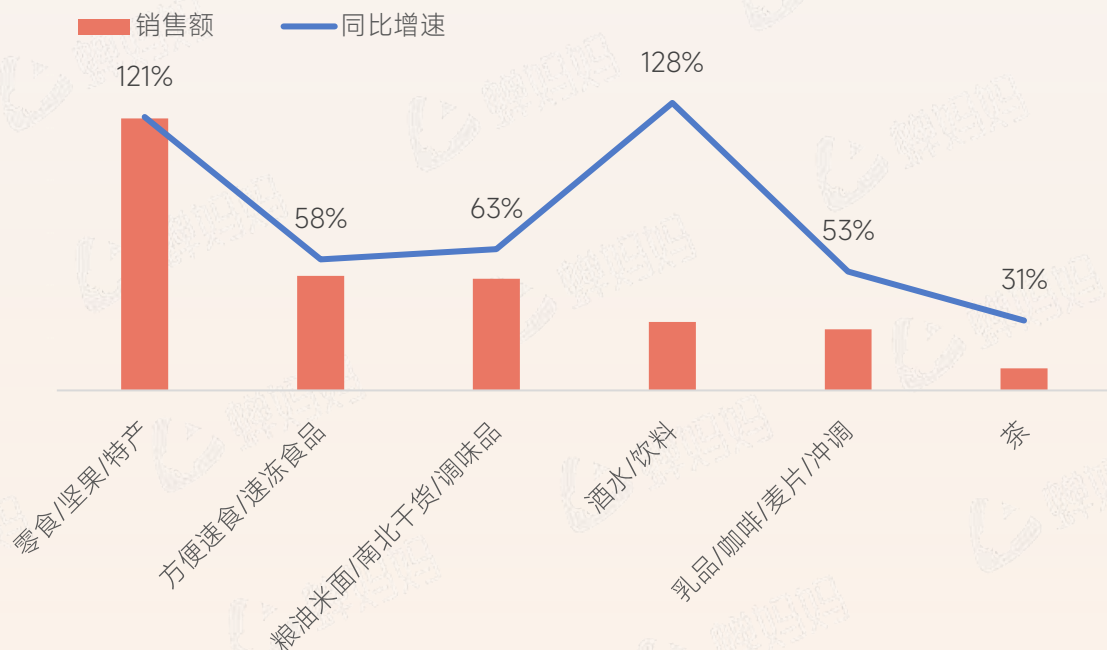
### 2023年1-11月食品饮料行业视频带货商品价格带分布



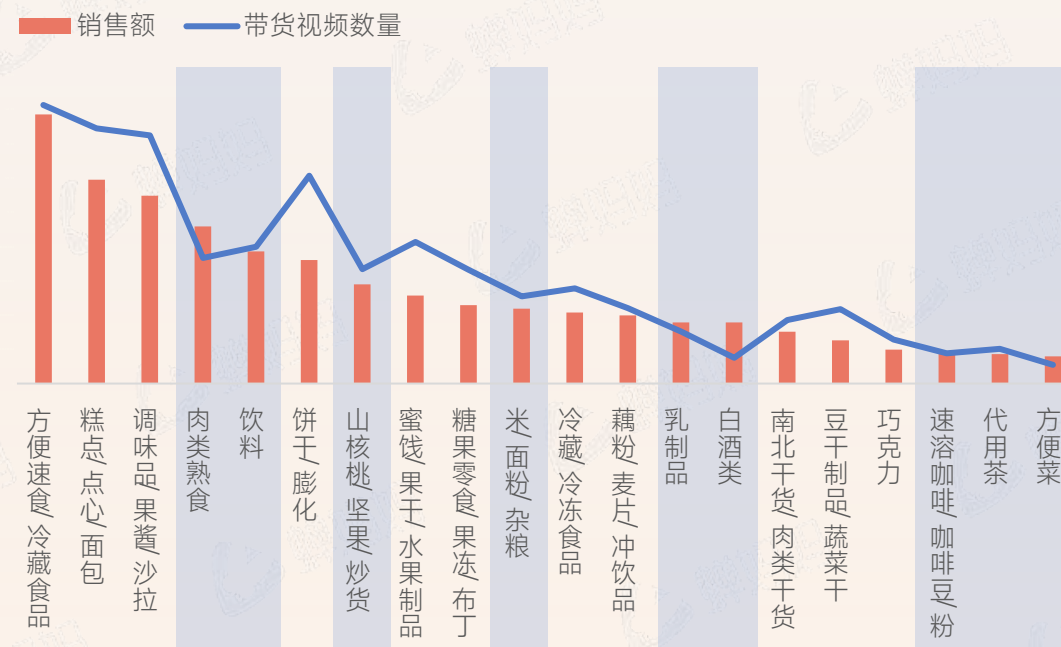
# 零食/坚果/特产遥遥领先

- 一级类目中，视频带货卖的更好的品类是零食/坚果/特产，且增速较高。
- 二级类目中，推荐发展视频带货的品类为肉类熟食、饮料、坚果、五谷杂粮、乳制品、白酒、咖啡粉、代用茶、方便菜等。

2023年1-11月食品饮料行业一级类目视频带货销售额



2023年1-11月食品饮料行业TOP20二级类目视频带货销售额



## 黄金3s常用手段：他人反应侧面描写 / 知识科普 / 限时促销

- 总结食品饮料行业的黄金3s，大体规律如下：1、引起兴趣，通常从侧面描写他人的反应入手，如：朋友吃完都找我要链接，和孩子没忍住偷偷吃完了；2、通过知识科普的方式安利商品；3、直接告诉消费者价格和规格，强调破价、划算。

### 近30天销量TOP带货视频黄金3s榜分类总结

#### 一、侧面描写

台词	点赞	销量
女儿把这个山楂糕分享给幼儿园的小朋友吃，没想到全班的宝妈都私信我要链接了	5.6w	7.5w~10w
本来是给我的老父亲买的，结果被我跟孩子全吃完了	1109	2.5w~5w

#### 二、知识科普

台词	点赞	销量
入冬了，不要再往小朋友的杯子里装白开水了，换季忽冷忽热，赶紧给娃备点梨水吧	14.5w	10w~25w
在家蒸馒头啊不要再用酵母跟泡打粉了，不仅不健康，还有一股酵母味	6.8w	5w~7.5w

#### 三、限时促销

台词	点赞	销量
9块9我忍了，8块9我也忍了，3块9毛9发48片的臭干子，我直接破防了	10.9w	10w~25w
我应该是第一个发现黑猪午餐肉破价的吧，前两天还是九块九发十包的，现在同样的品质直接干到五块九	5w	10w~25w
疯了疯了都抢疯了，30包的水晶紫薯仔，今天下单呀不要你19块9，也不要你9块9，今天呀30包的水晶紫薯仔只要5块9毛钱	10.8w	10w~25w
家人们赶紧来抢这个红薯宽粉，今天厂家来大福利了，9块9发9袋划不划算您说了算	1.3w	10w~25w
50包的时候还能忍，一忍70包的时候直接破防了，而且还是三只松鼠的	5w	5w~7.5w

## 内容结构：强调分量 + 拆袋试吃 + 口感味道

- 爆款带货视频通常在文案上强调商品口味、特点，表达超级好吃；时间上控制在30-40s；内容上，首先强调分量，如9.9三十七颗核桃，或者9.9五十包夹心饼干等，后开始拆袋进行商品展示，达人品尝，同时描述食物口感、味道等，吸引消费者下单。



### · 文案

皮薄肉厚，酥酥脆脆草本风味的新疆烤核桃，容易剥壳太好吃了

### · 视频画面

达人商品讲解视频；44s

### · 内容结构

不是纸皮核桃，是吴京老师代言的新疆烤核桃 - 这么大袋有三十七八颗才九块九 - 轻轻一捏就开了，果肉又大又干净... (口感、服务)

@哆哆吖  
头部达人  
销量：  
10w~25w



### · 文案

酥酥脆脆，奶香味混合着酸酸甜甜的果香，超级好吃！50包才这个价，妥妥的大羊毛赶紧薅！

### · 视频画面

达人手拿商品讲解；35s

### · 内容结构

9.9五十包夹心饼干，四种口味 - 酥脆，浓郁奶香果香 - 嘴馋/肚子饿来两个 - 趁链接还在赶紧薅

@小璐零食  
小达人  
销量：  
5w ~ 7.5w



### · 文案

一张嘴巴香香的细节很加分，吃完葱姜蒜来一颗满嘴蜜桃乌龙茶香

### · 视频画面

达人商品讲解视频；36s

### · 内容结构

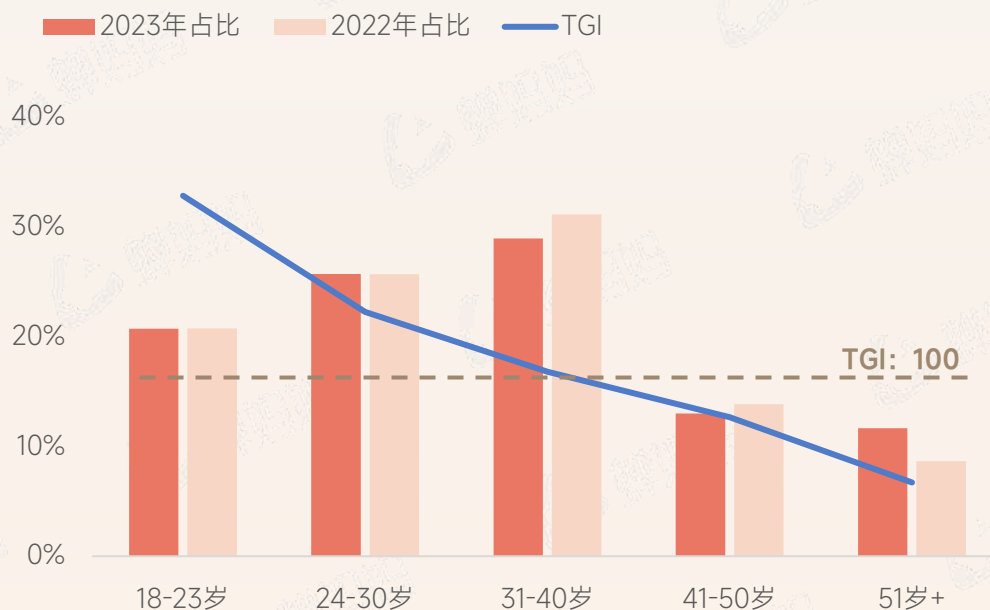
有了这个放心大胆亲 - 闻不到异味 - 浙江大学研发 - 浓郁蜜桃+茶味 - 茶多酚功效，配料表 - 便于携带

@陈墨涵CECILIA  
小达人  
销量：  
5w~7.5w

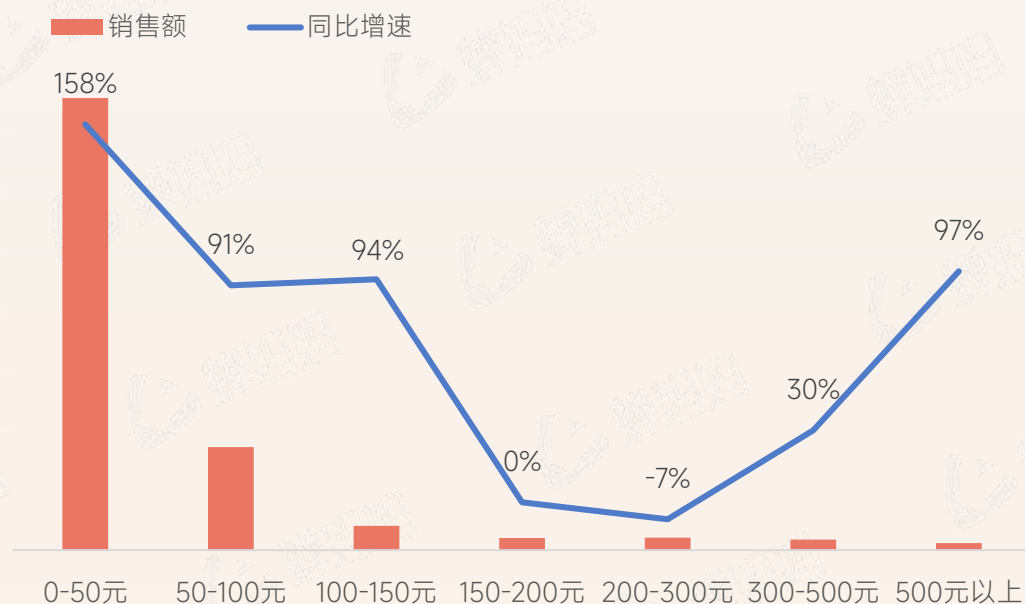
# 宠物用品：0-50元价格带商品销售额高、增速快

- 31-40岁人群为抖音电商宠物用品行业的核心消费者，但占比下降，且TGI指数较低。18-30岁的人群TGI较高，是未来宠物市场的主力消费人群。
- 视频带货的畅销商品价格段集中在0-100元。其中，0-50元商品占比最高，增速最快。价格带内销售额TOP商品主要为宠物营养补充剂、猫砂等。

### 2023年1-11月宠物用品行业兴趣用户画像



### 2023年1-11月宠物用品行业视频带货商品价格带分布

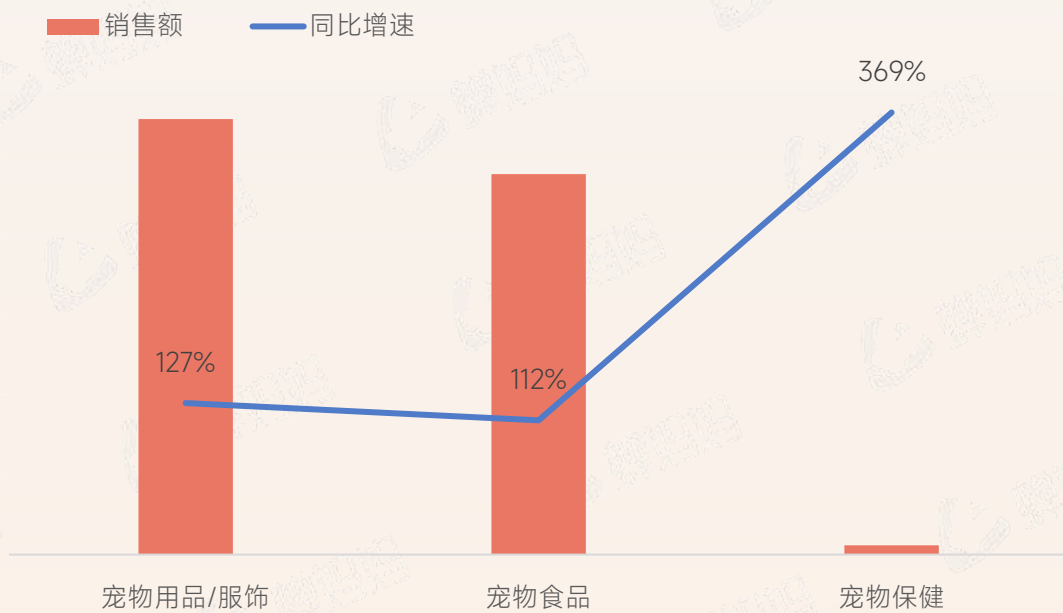




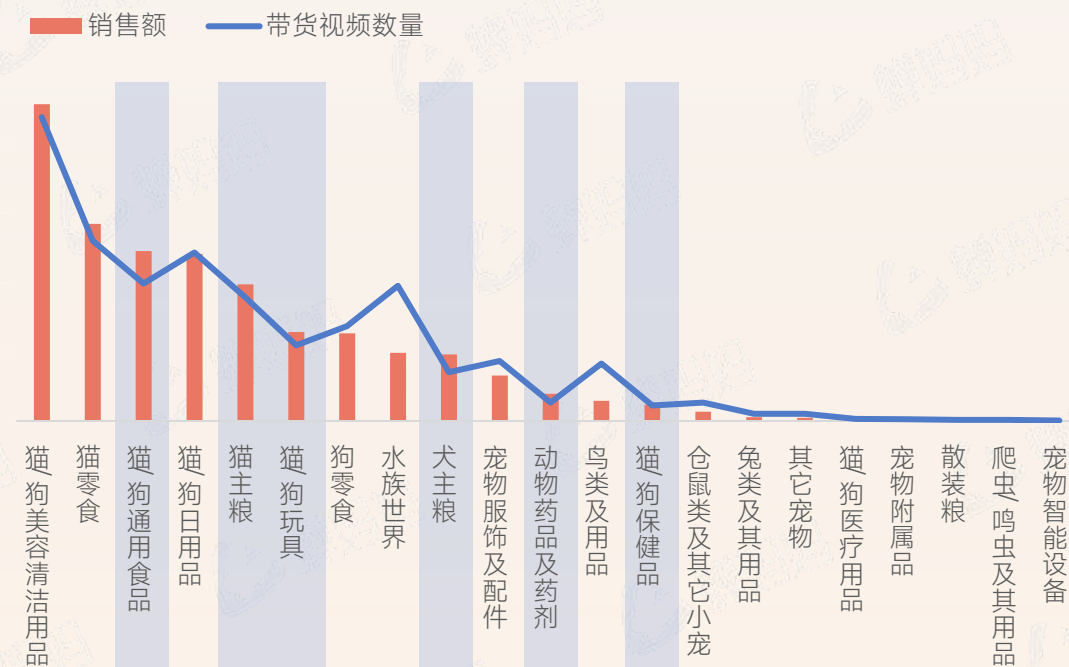
# 宠物保健意识增加带动品类视频带货销售额增长

- 一级类目中，视频带货卖的更好的品类是宠物用品与宠物食品，但今年消费者大大提升了宠物保健意识，宠物保健品类同比增速高达369%。
- 二级类目中，推荐发展视频带货的品类为猫狗通用食品、猫犬主粮、宠物玩具、动物药品及药剂、猫狗保健品等。

### 2023年1-11月宠物用品行业一级类目视频带货销售额



### 2023年1-11月宠物用品行业TOP20二级类目视频带货销售额



## 黄金3s常用手段：知识科普类推荐 / 羊毛价刺激消费

- 总结宠物用品行业的黄金3s，大体规律如下：1、知识科普类：科普宠物冷知识，吸引主人往下看，再推荐商品；2、刺激消费类：直接告诉消费者价格和规格，强调划算。

### 近30天销量TOP带货视频黄金3s榜分类总结

#### 一、知识科普

台词	点赞	销量
猫咪遇水就不会掉毛，那就往梳子里面灌水，打开开关，细腻的喷雾均匀的喷在猫咪身上	6.5w	2.5w~5w
关于养猫的三大错觉，猫只吃猫粮就可以了	5.6w	1w~2.5w
猫咪是需要经常排毛的，你不安排他排毛，胃里堆满了毛球就会呕吐，精神萎靡	8763	1w~2.5w
每天爱上床的猫咪脚有多脏，又不能频繁给他洗澡，所以我每天都会用这个9块9的宠物湿巾给他搓一搓	2871	7500~1w
这就是没有及时帮猫咪排毛的后果	5980	5000~7500
以下这种情况是猫咪向你发出的求救信号，铲屎官一定要引起重视	5772	5000~7500

#### 二、刺激消费

台词	点赞	销量
5块多买的激光笔难道不比你们的逗猫棒香吗	1.3w	1w~2.5w
是小猫咪每天吃一斤铲屎官都不会心疼钱包的猫粮	4513	1w~2.5w
三块多的猫草棒都不舍得买，非要等毛球堵塞上，到医院才后悔	6642	1w~2.5w
我如何一分钟洗一只小臭狗，就用这个9块9的宠物湿巾	5321	1w~2.5w
温水烫一下，猫咪会更爱喝，就是这个9块9五罐的浓汤	3901	7500~1w
9块9麦富迪大羊毛，我看谁家小猫还没吃到一袋羊奶肉包	2139	5000~7500

## 内容结构：促销力度 + 商品品质 + 引导下单

❑ 爆款带货视频通常由猫猫狗狗等宠物出镜，食品商品推荐为食用画面，用品商品推荐为使用画面。头肩部达人的视频通常较长，通常为宠物日常向视频中间穿插广告。



@哈哈的蛋黄  
小达人  
销量：  
2.5w ~ 5w

### · 文案

天气越来越冷了！这个**6块9**的猫窝赶紧囤，北极绒**面料柔软舒适**，**猫咪很喜欢**在上面踩奶，关键价格还**便宜**

### · 视频画面

小猫出镜；19s

### · 内容结构

猫猫在猫窝里睡觉视频 - 猫窝面料介绍、防水防潮、保暖耐用 - 趁没涨价赶紧备一个



@圆宝老板在办公室  
小达人  
销量：  
2.5w ~ 5w

### · 文案

有个圈家的**品质**就不用多说了，碰到这样的**试吃羊毛**赶快薅！

### · 视频画面

拆袋展示+猫咪进食视频；18s

### · 内容结构

每一颗都裹鸡肉冻干 - **猫咪进食**视频 - 15包一人仅能拍一份



@田园宝贝儿  
头部达人  
销量：  
1w ~ 2.5w

### · 文案

又背着**我**偷摸生崽子 于是狗子的**产后**护理开始了.....

### · 视频画面

小狗出镜；117s

### · 内容结构

小狗生宝宝 - **做月子餐** - 加入**鸡肝** (**推荐产品**) -- 便宜、营养、猫狗爱吃 - 狗吃光光

## 章节小结

### 图书教育

#### 选品

- 年轻消费者偏好更高
- 畅销价格段集中在0-100元
- 推荐带货品类：教材教辅、儿童读物、自我实现书籍

#### 内容

- 黄金3s规律：疑问句引起好奇/利用消费者身份促单
- 常规视频内容：商品特点展示/书本内容展示/达人讲解内容

#### 拍摄

- 文案：直接点名商品特点/图书内容
- 时间：视内容丰富程度而定
- 出镜：爆单带货视频多老人/小孩出镜

### 日用百货

#### 选品

- 核心消费者为31-40岁人群
- 畅销价格段集中在0-100元，高价格段增速较快，假发产品受欢迎
- 推荐带货品类：衣物清洁剂、身体护理、洗发护发、卫生巾/私处护理、室内香薰、身体清洁、毛巾、头发造型

#### 内容

- 黄金3s规律：制造反转/限时折扣促单/制造兴趣/日常小事引起共鸣
- 常规视频内容：先阐述价格与规格，后展示商品特点，最后强调现在下单的福利

#### 拍摄

- 文案：直接点名商品
- 时间：视商品特点而定
- 出镜：商品使用展示/达人讲解演示

### 食品饮料

#### 选品

- 核心消费者为31-40岁人群，年轻消费者偏好更高
- 畅销价格段集中在0-100元，200-500元增速较快，酒类产品受欢迎
- 推荐带货品类：肉类熟食、饮料、坚果、五谷杂粮、乳制品、白酒、咖啡粉、代用茶、方便菜

#### 内容

- 黄金3s规律：侧面描写他人反应引起兴趣/借知识科普安利/强调破价、划算
- 常规视频内容：强调分量/拆袋展示商品，达人品尝，描述口感、味道

#### 拍摄

- 文案：强调口味、特点，表达超级好吃
- 时间：30-40s
- 出镜：达人商品讲解拆袋品尝

### 宠物用品

#### 选品

- 年轻消费者偏好更高
- 畅销价格段集中在0-100元
- 推荐带货品类：猫狗通用食品、猫犬主粮、宠物玩具、动物药品及药剂、猫狗保健品

#### 内容

- 黄金3s规律：宠物冷知识科普/强调破价、划算
- 常规视频内容：商品使用画面/宠物日常向视频中间穿插广告

#### 拍摄

- 文案：直接点名商品价格、品质，表明宠物喜欢
- 时间：头肩部宠物达人视频较长
- 出镜：猫猫狗狗等宠物出镜

# 短视频带货黄金3s话术小结

## 疑问悬念

### 目的

激起用户好奇心，往下观看

### 常用行业

图书教育、日用百货  
食品饮料、医药保健

- 什么事都要靠催的孩子，家长该怎么引导呢？
- 三年级要开始写英语作文了，孩子不会写怎么办呢？
- 你们是不是这样套垃圾袋的？其实你一直都套错了啊
- 为什么起床要空腹喝一碗玉米羹呢？
- 为什么不能随便吃xxx？一旦吃了你的眼睛会大不一样
- 男人吃什么越吃越白呢？ / 女人吃什么头发会越吃越多呢？

## 主播推荐

### 目的

旁白介绍+直播切片

### 常用行业

美妆护肤

- 小杨哥做梦也没想到，当粉丝留言，冬季嘴唇容易干燥起皮，想要一款好用的唇蜜时，爱徒七老板直接拿出了自己的秘密武器
- 小杨哥的徒弟卓仕琳带货，艾贝拉睫毛夹只是简单介绍一下，就直接上车，报出价格后网友们瞬间坐不住了
- 近期有很多粉丝要七老板推荐一款性价比高的眼霜，没想到七老板一出手就是王炸

## 吸引兴趣

### 目的

留住用户

### 常用行业

通用

- 我女儿把这个饼干分享给幼儿园小朋友吃，没想到全班的宝妈都私信给我，要这个链接
- 我自己都想不到这么热的天，我们卖了十万双棉鞋
- 出门不要披头散发了，怕扎发型麻烦，头发这样盘显得优雅又漂亮
- 让我看看是谁来大姨妈还在穿安睡裤，现在人家babysheep都出了这种面膜裤
- 每天晚上喝一个这个不吃任何东西去睡觉，等于你慢跑了两个小时

## 身份认同

### 目的

引起共鸣，促进转化

### 常用行业

通用

- 姐妹们，你们赶紧放下手机，把你们老公的内裤呀，都给扔了吧
- 冬天到了，你的脚是不是穿普通的袜子，总是冰冰凉凉
- 我才不想听婆婆说，只有穿的里三层外三层的才暖和
- 不要一做饭就给孩子玩手机了，快给他安排一套xxx
- xxx一定要给孩子安排，在二年级时就要给孩子养成xxx的好习惯
- 妈妈们，秋冬天气宝宝皮肤容易干燥起皮，别忘了准备xxx
- 妈妈可以什么都不给孩子买，但一定要买几瓶这款xxx

## 促销刺激

### 目的

价格+规格，刺激消费

### 常用行业

通用

- 家人们就这个12块8毛钱的保温杯，你们赶快都去抢一个
- 疯了疯了都抢疯了，30包的水晶紫薯仔，今天下单呀不要你19块9，也不要你9块9，今天呀30包的水晶紫薯仔只要5块9毛钱
- 我要是不把这个xxx卖爆是真对不起商家给我这个力度
- 前两天买这个xxx的家人们，你们赶紧去看看发货没有，如果还没有发货赶紧去退了啊来拍今天这个链接
- 球球这个商家千万别倒闭。昨天还是29块9发8包的xxx，今天商家做活动，直接19块9就给他发这8大包

## 知识科普

### 目的

科普知识吸引用户

### 常用行业

食品饮料、美妆护肤  
宠物用品、医药保健

- 在家蒸馒头啊不要再用酵母了，不仅不健康，还有一股酵母味
- 秋过后，不要再往小朋友的杯子里装白开水了，换季忽冷忽热，赶紧给娃备点梨水吧
- 女人不想老得快，每天用两滴油
- 关于养猫的三大错觉，猫只吃猫粮就可以了
- 肝有多干净，脸蛋就有多年纪，肝有多清脑就有多清，25岁以后一定要喝它

# 蝉大师数智营销服务矩阵

## 分析云



**蝉妈妈**

内容营销与电商增长数智决策平台



**蝉魔方**

品牌增长战略决策工具

## 营销云



**蝉管家**

直播运营管理工具



**蝉圈圈**

达人营销智能决策与管理平台

## 服务云



**蝉选**

抖音电商免费选品平台



**蝉妈妈智库**

电商研究咨询平台



**蝉妈妈电商学苑**

直播电商一站式学习成长平台

# 数字营销洞察，找蝉妈妈智库

蝉妈妈智库是蝉妈妈旗下的电商和社媒研究咨询平台，聚集了一批电商、社媒领域的专家和资深数据分析师，致力于为品牌提供全面深入的研究和分析报告，研究范围包括行业及社媒趋势、消费者行为、品牌营销等方面，为企业提供品牌发展战略和解决方案。

本文为公开报告，如引用或转载，请注明来源“蝉妈妈智库”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改，违者将追究其违法责任。

SERVICE

## 行业研报

坚持以客观严谨的理念，及时原创输出电商的发展趋势与商业观点，满足电商从业者数据洞察的需求。

## 咨询服务

专业数据分析师1V1提供针对类目、竞对、品牌营销策略和舆情等多种分析服务，帮助企业快速发现市场机会，设计迭代产品，优化营销效果。

## 专家访谈

拥有强大的电商和社媒领域智囊团，包括具备行业洞察力和实战经验的知名企业中高层管理者，以及引领行业发展的行业协会资深专家，提供前瞻性、针对性意见、经验方法，以降低试错成本。

## 联系我们

蝉妈妈商务合作、营销解决方案咨询  
或是想获取更多直播电商行业报告  
可通过下方二维码/电话联系



**马惠珍**

蝉妈妈数据运营总监

**183 5028 2991**

mahuizhen@limayao.com

# THANK YOU

## 往期内容推荐

更多内容可扫下方二维码获取



**马惠珍**

蝉妈妈数据运营总监

**183 5028 2991**

mahuizhen@limayao.com

《抖音电商滋补品行业报告》

《抖音双十一大促复盘报告》

《抖音电商四大品牌达人营销策略分析》

《抖音电商海鲜水产市场速览》

《抖音电商童鞋行业报告》

《2023年双11备战攻略》

《简练风雅，商机显露—中国雅事》

《食品饮料行业轻健康趋势分析》

《低粉爆款—小红书黑马账号内容分析》

《抖音电商黄金饰品行业洞察报告》

《抖音电商小家电行业洞察报告》

《2023年抖音电商半年报》

《抖音电商保健食品行业洞察报告》

《抖音电商女鞋行业洞察报告》

《抖音电商母婴行业营销白皮书》

《2023年抖音电商618大促复盘》

《小红书BIGDAY彩妆营销笔记》

《抖音电商防晒类目分析》

《破解抖音电商增长—数据化爆品策略》

《抖音电商家具建材行业洞察报告》

…… 70份+免费报告等你领取……