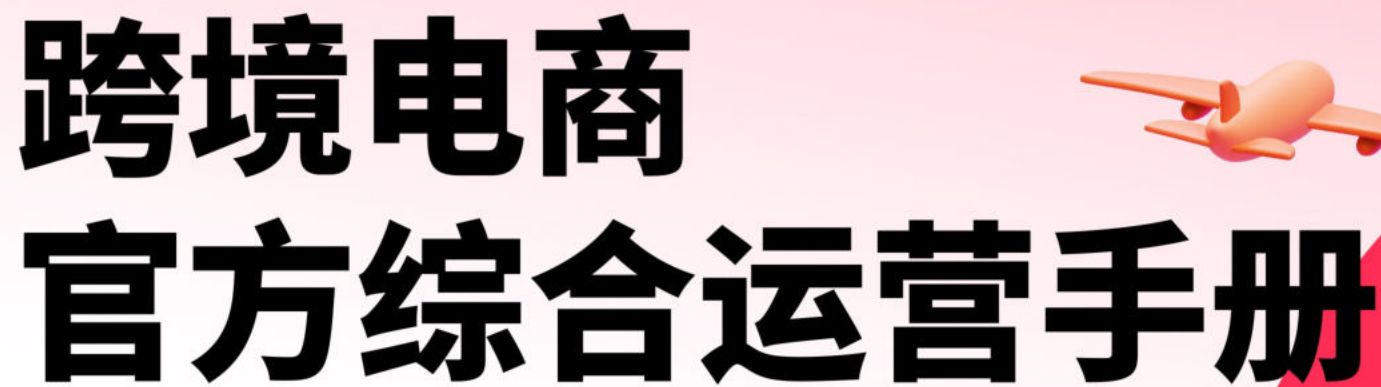


The logo for TikTok Shop, featuring the TikTok icon (a stylized musical note) followed by the text "TikTok Shop" in a white, sans-serif font, all contained within a black rounded rectangular background.

TikTok Shop

跨境电商 官方综合运营手册

The title is centered on the page. To its left, there are several light pink shopping bags of different sizes. To its right, there are various 3D icons: a shopping cart, a yellow shopping bag, a yellow cardboard box, a red location pin on a map, and two wrapped gifts. The background is a gradient of pink and red with large, abstract shapes.

直播篇

Contents

Contents

目录



TikTok Shop跨境电商官方成交公式



TikTok shop跨境电商官方直播运营全攻略



TikTok Shop跨境电商官方资料大全



1

TikTok Shop 跨境电商官方成交公式

一道公式带您了解

TikTok Shop跨境电商多元成交新模式

基础逻辑

通过足够多的内容
获取流量、转化成交

成交

=

内容供给

×

流量效率

×

转化效率

成交公式

两个核心要素

- 1、PV：流量/曝光
- 2、GPM：每千次曝光产生的销售额

GMV

=

PV

×

GPM

公式拆解

- 1、不同成交体裁分层
- 2、主要流量来源渠道
- 3、影响GPM的核心因素

3类运营体裁

直播GMV
短视频GMV
橱窗GMV

3类流量来源

推荐流量（自然流量）
付费流量（广告投流）
私域流量（粉丝沉淀）

3个驱动因子

CTR（点击率）
C_O（转化率）
AOV 客单价

经营根本

公式里看不见但同样重要的关注点

优质商品

经营合规

按时履约

服务体验



2



TikTok Shop 跨境电商官方 直播运营全攻略

如何从0-1搭建一个优质的直播间

直播作为TikTok Shop跨境电商3类运营体裁中的一种，是内容电商的重要战场；本期将重点围绕如何玩转TikTok Shop跨境电商，与您分享如何从0到1搭建一个优质的直播间

接下来您可以带着以下几个问题，阅读本攻略

直播前

- 1 直播前需要了解哪些基础信息？
- 2 怎么做好直播前的准备？

直播中

直播过程中需要那些技巧？

直播后

直播后需要做好哪几件事情？

2.1

直播前基础须知

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

可自动获取的权限

电商权限

店铺开通后，可自动获取电商权限

直播权限

店铺开通 ▶ 绑定账号获取权限



需手动申请的权限 OBS(电脑开播)权限

OBS是什么

- OBS的全称是Open Broadcaster Software，过来也就是开源播放软件，它最主要的作用便是可以将电脑中的视频内容推送到直播平台，在直播平台中显示

OBS直播的好处

- 可以实现多场景的设置，例如图像、文本、浏览器窗口、网络摄像头等等，通过自定义实现场景之间的无缝切
- 下无需额外安装直播软件，只需要通过OBS便可以直接分享电脑桌面，或者是接入摄像头进行直播，提高直播的画质和效果

使用OBS的步骤

- 下载并安装OBS
<https://obsproject.com/>
- 下开播选择“Cast on PC/Mac”，复制服务器URL和直播密钥（Stream Key）
- 设置推流地址。服务选择自定义/Service: Choose "Custom"; 填写刚才复制的服务器URL和直播密钥
- 选择推流资源（本地视频、图片、屏幕、浏览器等等）然后开始推流
- 常见问题：未能解析密钥->重试

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

手机直播更灵活

适合户外等无限网络空间的主播，可移动以及应用手机直播特有玩法；
但画面清晰度难保障

设备参考如下

设备名称	设备用途	设备价格	图片
桌椅	展示样品，主播休息	¥ 100-1000	
美颜灯	补充光线， 让直播间更明亮自然	¥ 100-3000	
手机支架	固定手机，避免晃动	¥ 20-100	

以上设备信息仅供参考

电脑直播更高清 OBS(电脑开播) 权限

适合有高速宽带网络（尽量选择200m以上宽带产品，保障直播清晰流畅），能带来更高清有质感的画面，同时可支持丰富的直播间玩法（贴图、切片等）。使用OBS更可实现多场景设置，例如图像、文本、视频等，提升直播间氛围以及画质、互动效果

设备参考如下

设备名称	设备用途	设备价格	图片
桌椅	展示样品，主播休息	¥ 100-1000	
美颜灯	补充光线， 让直播间更明亮自然	¥ 100-3000	
高配电脑	直播间推流	¥ 5000-10000	
摄像头	直播间画面采集	500-2000	
球形灯/日光灯	补充光线， 让直播间更明亮自然	1500-5000	
摄像头支架	固定摄像头，避免晃动	20-100	

以上设备信息仅供参考

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

● 预告推广

LIVE Event 直播活动

- ◆ 帮助主播提前设置、管理和推广分享直播间
- ◆ 帮助主播给粉丝提前预告，观众可提前关注并且订阅你的直播间。联系客服经理开通权限



扫码查看更多

LIVE Countdown Sticker 直播倒计时贴纸

- ◆ 主播录制一个TikTok短视频，添加上直播倒计时贴纸，输入直播预告详情。观看视频的用户可选择是否在开播前接受提醒



扫码查看视频

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能



封面

标题/主要类目/简介

- ◉ 设置流行或者关键词Hashtag
- ◉ 标题和封面和直播内容相关：如果您的直播卖美妆但是标题却是3C产品。这种不相关的、具有欺骗性的标题，会引起用户的反感，不利于提升直播间人气
- ◉ 可以使用表情符号、标点符号（感叹号等）
- ◉ 突出直播特征，比如名人、美妆博主等
- ◉ 建立群体标签，用一些关键词与特定的群体联系起来，比如男装专场等
- ◉ 巧用营销词汇：专场、盛宴、福利、折扣、豪礼、狂欢、限量、限时、超强\值\低\划算

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

评论和分享

- 主播可以在评论区与用户进行互动和反馈。同时为了维护更健康的评论区氛围，选择关闭或者在关键字过滤器中添加最多200个字来过滤一些不当评论
- 可鼓励用户分享直播间给他们的朋友，一键转发至其他社交媒体平台



获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

直播管理员/场控

- 主播可以通过设置互粉的好友和观众作为管理员来禁言和拉黑，最多支持设置20个moderators（数值可配置），维护直播间氛围
- 与主播互相关注的朋友或直播间用户可成为管理员
- 管理员可以管理评论设置和需要被屏蔽闭麦的用户列表，针对某个用户进行拉黑/禁言，需要去隐私设置中操作把拉黑用户释放出来

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

添加商品到直播间

建议直播前将产品添加至直播间
然后调整产品顺序

APP和电脑端都可添加商品
电脑端支持批量上移、pin、添加和删除等
直播操作，比起APP端更便捷和稳定



主播通过主播工作台，使用有电商权限的
TikTok账号即可一键登录
<https://shop.tiktok.com/streamer/welcome>

支持多种渠道添加商品。APP和电脑端都可以
从橱窗、直接邀请、商家自己的店铺中
(仅限商家可用) 直接添加商品至直播间
商品URL添加仅支持电脑端，而从联盟选品
广场添加商品仅支持在APP端操作

添加商品到直播间

添加商品到橱窗

- APP端，可通过URL、直接邀请、商家自己的店铺以及联盟选品广场添加
- 电脑端，可通过URL、直接邀请、商家自己的店铺（仅限商家可用）添加
- 橱窗商品，APP和电脑端都有编辑封面的功能，同时可以隐藏或删除

直播商品组合

- 可提前设置商品组合，在直播中一键添品到直播间，提升添品效率
- APP端目前仅商家自卖号和渠道号可以使用
- 电脑端，所有主播都可使用该功能

管理直播商品

- 商品排序：APP端，新添加的商品会位于顶部，其他商品只可做上移操作；电脑端，支持在商品列表的顶部或者底部添加新商品
- Pin/Unpin: 主播需要通过固定商品让观众了解直播中的商品。主播介绍到每个产品时，需要及时Pin该产品以吸引点击，每pin一次商品卡片可持续30s
- 目前仅电脑端可编辑选择商品封面
- APP和电脑端都支持删除商品

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

直播互动Q&A功能



找到Q&A按钮选择一个你愿意回答的问题开始互动
随时选择完全停止整个问答互动



回到Q&A界面可选择开启新问题

结束问题，可点击“关闭”“停止回答”



如遇不恰当问题时，可选择“举报/删除问题”
或者“闭麦/屏蔽用户”



获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

暂停和重播

主播在直播中主动暂停3次，
每次仅5分钟



获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

● 特殊效果功能 (主要针对手机直播)



镜头翻转和镜像



特效 (绿幕和贴纸)



美颜和滤镜



声音特效

获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

● 主播多麦&多人聊天

- Co-Host 主播连麦，可邀请其他主播一起来连麦直播
- Muti-LIVE 多人聊天，目前可邀请最多3位嘉宾进入直播间聊天



获取权限和挑选设备

了解直播间产品功能

● 宝盒 打赏、送礼物

在直播中，通过更多 ▶ 工具 ▶ 宝盒
可设置金币数量，可参与领取用户数、
倒计时期限

2.2

直播前准备指南

团队搭建及内容设计

直播间组货排品

账号定位及场景布置

开播前预热

团队搭建及内容设计

直播间组货排品

账号定位及场景布置

开播前预热

基础配置

2人团队，主播+运营/主播+场控

进阶配置

4人团队，主播+助理+场控+运营

高阶配置

6人以上

高阶配置参考

熟悉介绍展示产品，了解活动信息，带节奏，控场，复盘优化……

主播

协助展示解答产品，报价格库存，引导关注，加粉丝团，配合主播控场，拍摄直播切片

副播

配合直播间内各种琐事，传递商品，直播工具

助理

负责玩法设计，产品组合，排款，脚本设计及策略等统筹工作

直播运营

中控运营

商品库存，后台操作，上下架，改价，优惠券发放

数据运营

短视频制作，账号定位，视频策划，脚本，拍剪，引流

数据运营

直播数据采集，商业投放，分析数据，给出优化建议

如何挑选合适的主播

形象气质符合直播间和产品定位

有较强学习能力和学习意愿，了解目标市场的用户喜好和文化习惯



有较强的表现力、互动力、销售力
针对特定类目需要有对产品专业的讲解能力

语言使用流畅，语速和语气，有令人舒适的节奏感，感染力和信服力

如何找到合适的主播

与服务商合作，由服务商
引荐英语能力强的主播

自行寻找主播，如找海外留学生、
英语外教、外模公司模特等

向客户经理咨询TikTok Shop的
主播库，寻找符合定位的主播



直播脚本、流程

直播主题

“做有灵魂的直播”

仓库清仓，工厂直销，
老板娘档口，达人推荐等等

直播目标

“每一场直播都目标明确”

人气目标、
销售目标、整体或单品目标

开播时间

“选对时间事半功倍，固定开播养成心智”

粉丝活跃时间段；
固定开播时间让粉丝掌握规律

开播时长

“保证时长和勤奋度是最简单的运营技巧”

建议每场3-4小时

活动策略

“巧用营销工具，提升直播间核心数据”

活动：开场满送、整天抽奖、
限量秒杀、入团福利、神秘福袋

● 产品话术结构

放大痛点

产品特质

打造案例

价格锚点

营造稀缺

挖掘需求

突出卖点

展示效果

优势价格

限量抢购

话术种类包含：

留人话术、互动话术、产品话术、成交话术、催单话术和结束话术

货即场，货带人

海外直播属于探索，不要将逻辑复杂化，保持单一主线，沉淀精准用户和粉丝，形成从流量到成交的正向循环

商品数量：非标类建议商家总数大于30款左右，标品建议商家总数不低于10款，结合直播时长确定选品数量，单品讲解时长控制在5-10mins



● 放大爆品效率

在直播过程中，不断测试找到爆品，并快速做好爆品转化。找到爆品，有活动有成交，能够带动直播间数据不断优化



● 货品结构要讲究

引流款：

折扣价，中低客单保障流量留存，商家占比不超过10%

动销款：

低毛利，高热度，商品普适性强。确保流量有效引入后拉升转化占比不超过30%

利润款：

毛利适中，新品或者特色战术商品，确保流量GPM放大，占比40%--50%

特色款：

探索性类目和商品，为直播间长期粉丝留存提供可能性商品，占比10%以内



排品和讲解把握好节奏

上架产品类型顺序

引流款-动销款-利润款-动销款-
特色款-引流款依次循环

上架产品价格顺序

低-中-高-中-低-中-高依次循环



账号定位和设置

打造有识别度的账号，增加账号的关注率，吸引精准用户

头像和用户名

能体现所售类目和产品的特点和心智

个人介绍

可传递品牌价值、产品特点、
售卖区域、店铺优惠、直播预告



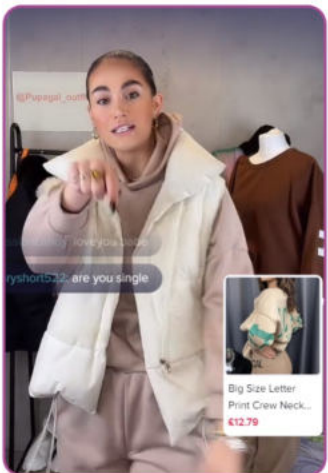
团队搭建及内容设计

直播间组货排品

账号定位及场景布置

开播前预热

直播形式



站播

适合服装、
家纺、家居箱包

注意点

头顶1/3留白，
全身入镜，纵深感



坐播

适合美食、美妆、
珠宝、玩具、饰品

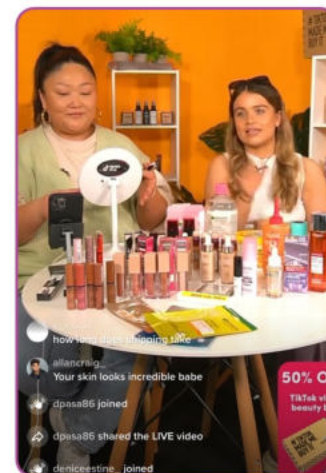
注意点

人脸离镜头距离适中



手播

半无人，适合珠宝首饰类



“121”竖屏构图特点

上部：1/4留白放置品牌logo或
slogan产品贴图

中部：主播半身出镜，占屏幕1/2，
保持眼睛对视镜头

下部：前景操作台占1/4放置主要产品

● 灯光建议

暖白光照人，正白光照物

暖白光

适用家居和美食等
打造氛围感和场景代入感

正白光

适用服饰和美妆等
接近自然光，减少色差

主灯

(偏主播位置上方)

补光灯

(放于两边不要出镜)

辅助背景灯

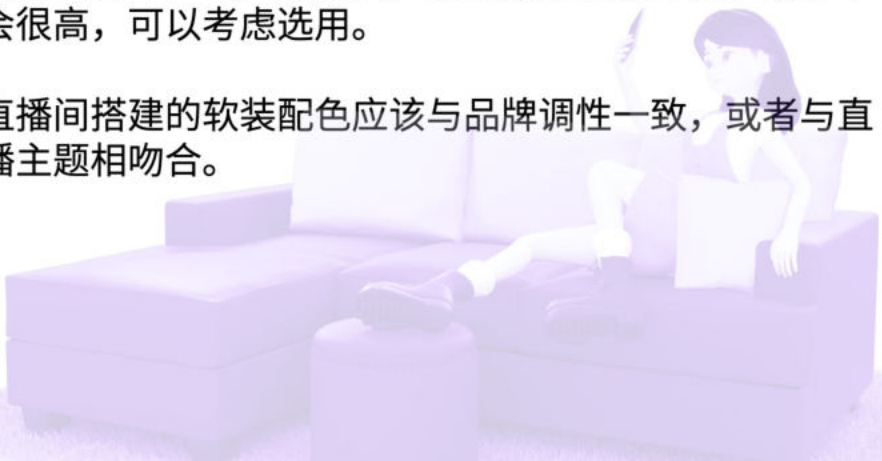
(视情况及场地定，可不用)

灯光的合理使用可以增强直播间清晰度，营造出更高端大气的感觉

色彩建议

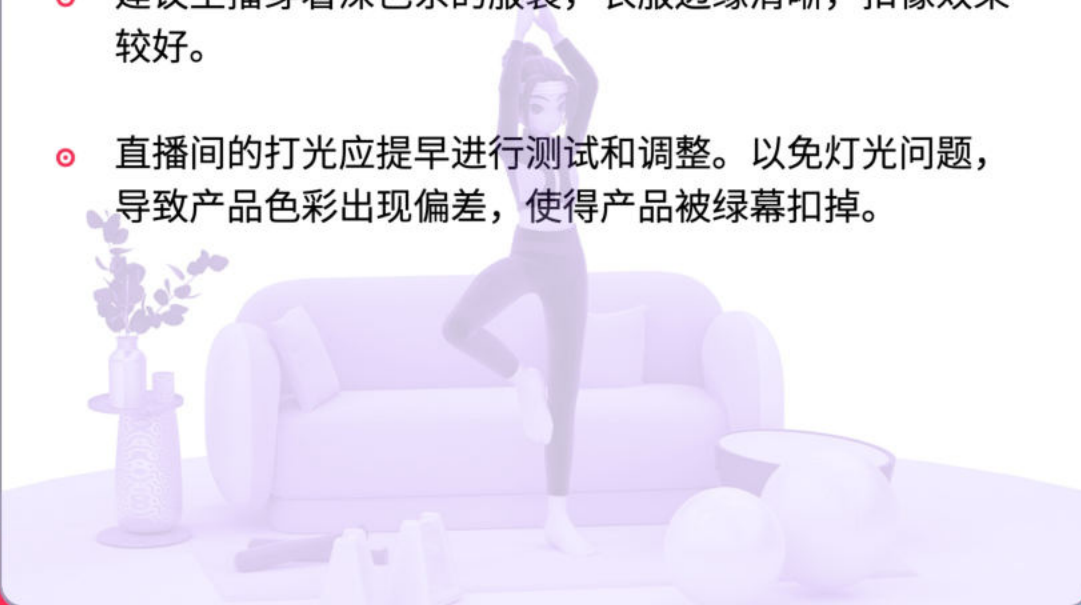
实景直播间

- 建议以实木/深色/莫兰迪色等低饱和度的颜色，墙上装饰品牌logo，强化客户心智。
- 使用背景布，以任意更换，给买家带来新鲜感，成本不会很高，可以考虑选用。
- 直播间搭建的软装配色应该与品牌调性一致，或者与直播主题相吻合。



虚拟直播间

- 建议主播穿着深色系的服装，衣服边缘清晰，扣像效果较好。
- 直播间的打光应提早进行测试和调整。以免灯光问题，导致产品色彩出现偏差，使得产品被绿幕扣掉。



团队搭建及内容设计

直播间组货排品

账号定位及场景布置

开播前预热

Before



灯光太暗

做什么行业/卖什么产品/
用户还想是什么/对标账号是什么

背景不搭

是否有已有场景可用?
(店面、工厂、实验室、办公室、仓库等等)

声音太小

站播 (适合服装、家纺、家居、箱包)
注意点: 头顶1/3留白, 全身入镜, 纵深感

画质模糊

坐播 (适合美食、美妆、珠宝、玩具、饰品)
注意点: 人脸离镜头足够近, 清晰

● 引流—开播前预热短视频的拍摄和加热

- 学习同款商品的爆款视频并进行模仿制作
- 制作短视频脚本：突出直播间时间、产品、优惠、结尾提醒关注转发
- 利用开播预告小工具，便于用户设置开播提醒并在开播前收到通知
- 视频内容中可添加小箭头指向头像，引导用户关注
- 发完视频后，给自己评论，评论里再次说清直播时间和直播产品优惠等重要信息
- 关注发完视频后，给自己评论，评论里再次说清直播时间和直播产品优惠等重要信息
- 使用Promote，为预热短视频加热，支持按性别、年龄、兴趣设置视频推送的用户群体
- 直播期间可以使用录屏切片发短视频，持续吸引用户观看

2.3

直播过程实用技巧



直播中的销售玩法



直播中的节奏运营



直播中带着目标设定玩法

玩法列举

多级门槛的优惠券

直播刚开始，迅速拉升成交

秒杀

直播刚开始，迅速拉升成交

单品折扣

提升单个商品的转化效率

包邮

直播间一口价

直播间定向券

提升流量和转化的重要工具

- 针对商品设置满减-提升商品转化
- 设置商品限时限库存的特价-刺激低迷流量
- 看直播满一定时长可领券-拉长观看时间

直播节奏

产品展示

带动氛围

控制
讲解频率

关注
在线人气

带动
互动率

促进
商品转化

调动
粉丝情绪

主播话术和
销售能力

实时
数据诊断

目标设定玩法

提升人气

提升互动

提升停留

提升转化

直播前须知

直播前准备

直播中技巧

直播后复盘

2.4

直播后复盘

复盘和持续传播

关注成交驱动和关键指标

获取复盘和持续传播

关注成交驱动和关键指标

播后诊断和复盘

- 手机端可立即查看当场数据表现
- 商家后台的【实时直播】和【直播分析】可查看到直播间实时表现和历史回顾分析
- 对照直播成交公式和直播数据，仔细复盘



持续传播效应



将精彩瞬间截取为短视频发布，
降低自制短视频成本，形成多次宣传

获取复盘和持续传播

关注成交驱动和关键指标

直播GMV= 直播时长×直播流量×直播转化

成交驱动	关键指标
<p>直播时长</p> <p>直播时间和成交一般呈正相关</p>	<p>日均开播时长 开播场次 开播时间段（关注时差；同时在目的市场的黄金时间段开播能够获得更多流量和更高转化）</p>
<p>直播流量</p> <p>推荐流量/自然流量 付费流量/广告投放 私域流量/粉丝直接访问</p>	<p>内容价值：看播时长、关注率、评论率、直播间点击率 转化效率：GPM、看播下单率、商品点击率、点击-支付转化率、购物车点击率 服务体验：好评率、差评率、延迟履约率等 投放能力：广告出价 私域运营：粉丝量、复购率、复访率</p>
<p>直播转化</p> <p>多个指标需要协同调整 保证GPM的全局最优</p>	<p>商品点击率 点击购买率 客单价</p>

3

TikTok Shop

跨境电商官方资料大全

市场百科

跨境超级月报

TikTok Shop跨境电商超级榜单

英国

TikTok Shop跨境电商超级榜单
UK跨境卖家发货指南
UK跨境商家卖家中心操作指导
英国跨境135磅以上卖手册

东南亚

TikTok Shop东南亚跨境上线说明
跨境马来黄金时段开播激励政策
跨境TSP推介会第1期-东南亚市场
TikTok东南亚短视频创作宝典
精准货盘选货指南--风格化女装

规则百科

新人商家须知

关注「店铺诊断」避免违规扣分
了解「违规分」扣分体系
商家大学-规则中心

所有商家必学

「知识产权」侵权是平台红线
「差评率」对经营的影响
关注「24H回复率」提升用户体验

产品工具百科

商业化投流

Promote-轻量级手机端投流
TikTok Shop Ads-多元专业广告投放平台

大促

商品报名
直播间报名

数据

数据罗盘
商家后台-直播实时和复盘
商家后台-视频分析

全球卖

全球卖：跨境商家商品全球售卖

直播

直播运营资源包
电脑直播推流工具OBS
营销工具大全
直播间功能大全
直播产品功能
主播工作台
直播间营销工具



扫描以上二维码填写问卷
提交问卷后即可
获取如图运营资料大全

运营百科

直播

TikTok Shop跨境商家开播指南
TikTok电商直播玩法手册
TikTok Shop跨境商家快速开播指南
TikTok电商直播运营
新商家冷启动直播
商家自行申诉TikTok直播中断/封禁的操作指南
教你打造直播带货“原生感”
TikTok直播间日常氛围素材
直播通用话术公式+英文版案例
Introduction of Countdown Sticker

店铺基础运营

批量上传产品图片
批量上传产品
新入驻商家-如何获取各种ID
商家入驻须知
TikTok入驻流程和对外文档集合
TikTok Shop跨境商家Q&A大全
跨境商家手动添加橱窗指南
TikTok 电商账号定位

大促和营销活动

【夏季大促】优质直播间打造指南

短视频

教你玩转TikTok电商短视频
5分钟入门TikTok爆款短视频打造

全球卖

TikTok Shop跨境东南亚海外仓使用说明
跨境COD（货到付款）GTM
TikTok Shop 英国跨境海外仓使用流程
国际物流海外仓开白申请材料要求
TTS英国跨境物流运费计算器
跨境物流运营流程商家指导手册

流量和商业化

Video Shopping Ads For
TikTok Shop Sellers
TikTok Shop如何获取流量

联盟合作

联盟达人广场使用手册
跨境商家-联盟使用手册一期
GTM-达人侧样品券使用说明