

抖音电商防晒品类店铺商家直播培训教程

- 如何引爆防晒品类店铺流量 -

策划：小熊运营

日期： 2026

目录

CONTNENTS

01 防晒品类店播提效核心逻辑

02 防晒品类直播七大要素

03 不同人群防晒产品店播策略

04 直播目标拆解精细执行



PART 01

防晒品类店播提效核心逻辑

优质内容是流量和生意的根本

自播，要做内容创新，做高自然流量

自然流量

内容池

兴趣广泛，流量天花板高

流量池

分发精准，电商转化好

分发



分发

广告流量

广告池

广告分发，精准转化

店铺流量提升有哪些瓶颈



自然流量较低

可以通过提升内容质量、直播频次、 SEO 优化等来提升自然流量



广告流量放量困难

投放是否精准，预算是否充足，店铺装修产品是否符合用户预期



增长路径不明晰

对店铺运营要有长远规划，阶段性目标清晰，经营才会越从容



任务执行无标准

店铺运营直播是否专业，复盘优化有无逻辑

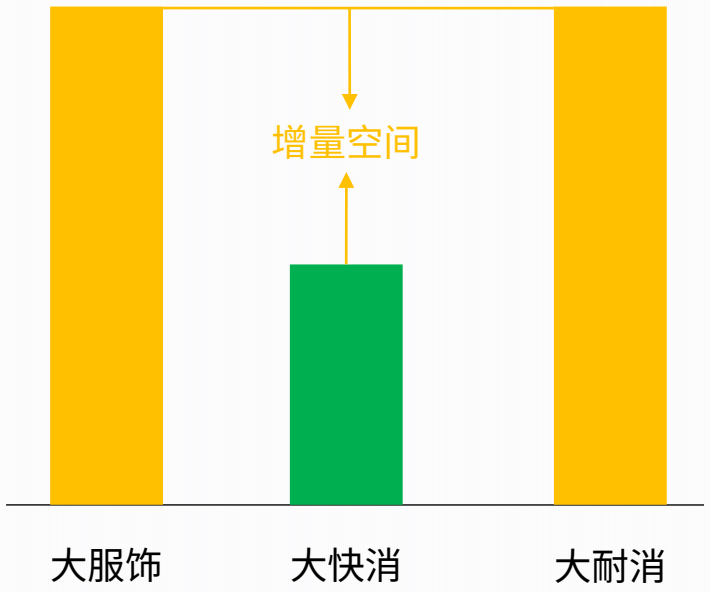
直播流量分发机制

先了解直播推荐流量机制变化，不同流量池分发机制不同

	自然流量		广告流量
	内容池	交易池	广告池
核心指标	停留时长，互动率，用户喜爱度	GMV ，开播勤奋度	ECPM
运营机会点	流量天花板高 增长空间大	人群转化能力强	人群精准
竞争对手	抖音全量内容	电商、生活服务等业务体裁	广告素材
核心策略	优质内容	好货，性价比	精准投放，优质素材

内容池才是商家提升流量的核心关键

内容池流量提升空间大



大量快消商家已拿到生意结果

活力 28

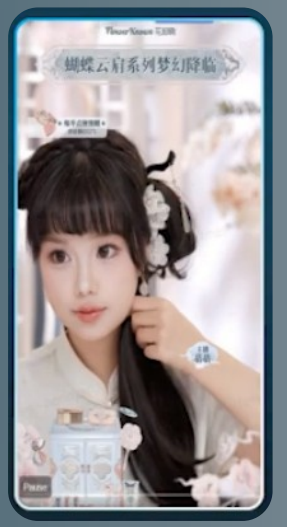


内容池

40+%
流量占比

30+%
GMV 占比

花知晓



内容池

50+%
流量占比

30+%
GMV 占比

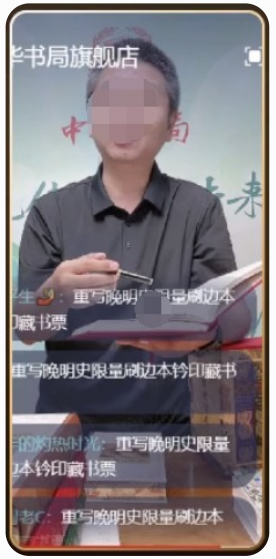
何为优质内容

获取内容池流量的核心：优质内容

抖音平台定义：给用户带来长久美好感受的好内容

获得感

趣味和专业的知识经验或见解



选购指南

惊喜感

眼前一亮的选题立意、表现方式



吸睛主题

表达力

清晰和生动的内容传达



现场实测

感染力

触动人心的真实体验和感受



引起共鸣

优质内容的衡量指标本质是用户路径

优质内容可以通过核心指标来衡量，本质还是用户路径



防晒产品直播七大关键要素

从用户路径出发，「内容流量」提升有七大关键要素

在哪播



“场景”够丰富

- 户外播
- 溯源播
- 工厂播
- 展会播
- 秀场播

播什么



“主题”有热度

- 综艺影视主题
- 圈层兴趣主题
- 热点主题
- 运动赛事
- 节庆主题

怎么播



“形式”做创新

- 现场连麦
- 才艺表演
- 硬核测试
- 脱口秀 / 访谈
- 惊喜盲盒

谁来播



“人设”要鲜明

- 创二代
- 总裁高管
- 明星达人
- 跨界专家
- 专业柜姐
- 宠物助播

推什么



“商品”买点足

- 联名款
- 明星同款
- 纪念限定款
- 定制款
- 网红款

怎么说



“话术”打动人

- 有人感
- 够专业
- 有共鸣
- 不叫卖
- 幽默感

怎么互动



“工具”多应用

- 超级福袋
- 倒计时红包
- 福利任务
- 优惠券
- 抽免单



PART 02

防晒品类直播七大要素

要素一推什么产品

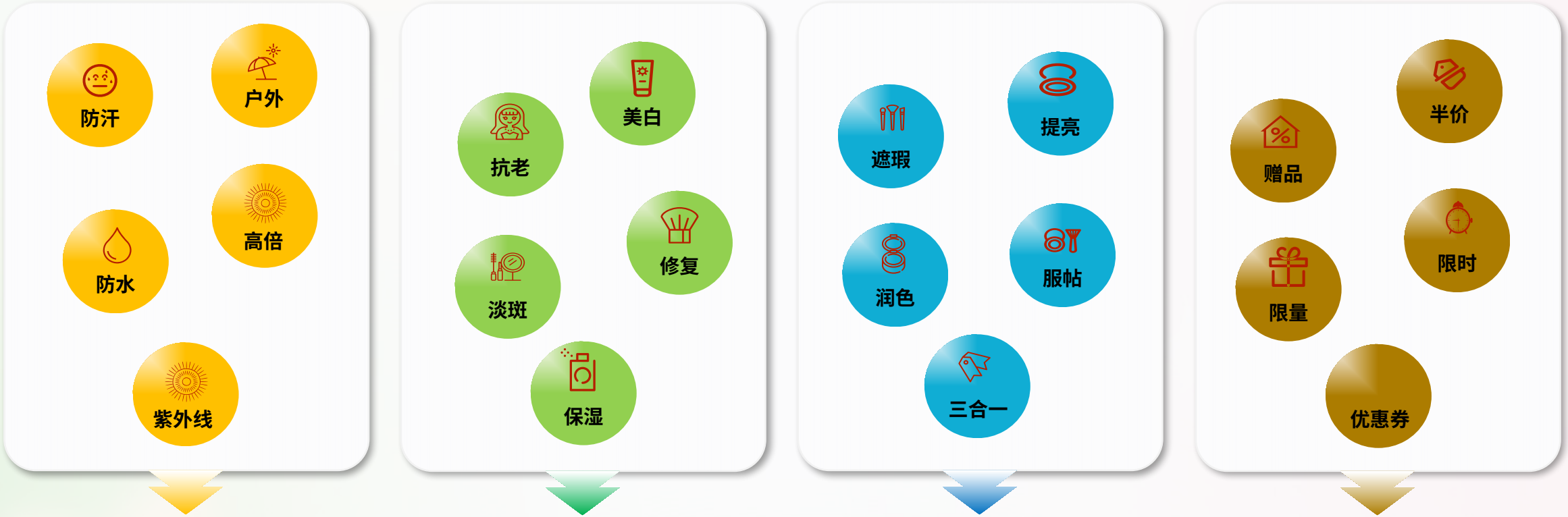
给顾客一个购买理由：从卖点到买点





要素一推什么产品

防晒产品主流卖点梳理



专业防晒　养肤型防晒　彩妆 + 防晒　促销活动

要素一推什么产品

卖点找人群，人群定买点

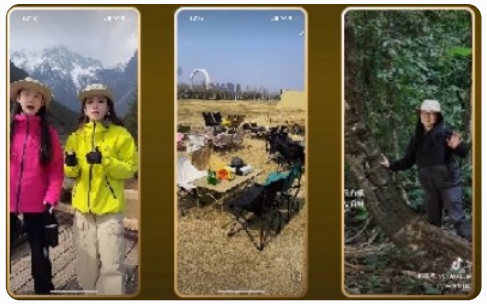
卖点	人群	买点
专业型防晒	户外刚需人群	防晒力升级
		解场景痛点
专业型防晒	功效务实人群	防晒还养肤
彩妆 + 防晒	先锋悦己人群	省事
		省事
		提效
促销活动	价格敏感人群	现状买真划算

要素二——在哪播

防晒类直播间四类场景

专业防晒

户外



养肤型防晒

成份 / 配方 / 工艺



彩妆 + 防晒

妆容造型



促销活动

优惠价格



要素二——在哪播

专业型防晒，融入真实户外场景，效果加成超吸睛

山川主题



名山固定场景



边爬山边播

露营主题



营地



溯溪

海边主题



沙滩



海景房

热门主题



热门汽车

要素二——在哪播

打造直播沉浸感：用“场景”传递“好内容”



登山



轻露营



登山



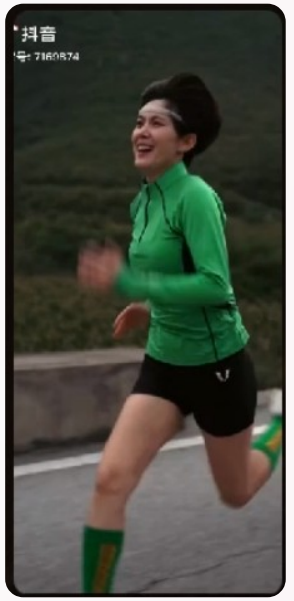
驾车



骑行



徒步



跑步



钓鱼

要素二——在哪播

打造直播沉浸感：用“场景”传递“好内容”

养肤防晒型

成份 / 配方 / 工艺



实验室溯源



工厂溯源



原材料产地溯源

彩妆 + 防晒

妆容造型



高级化妆间



主题化妆间

促销活动

优惠



总部大楼



仓库

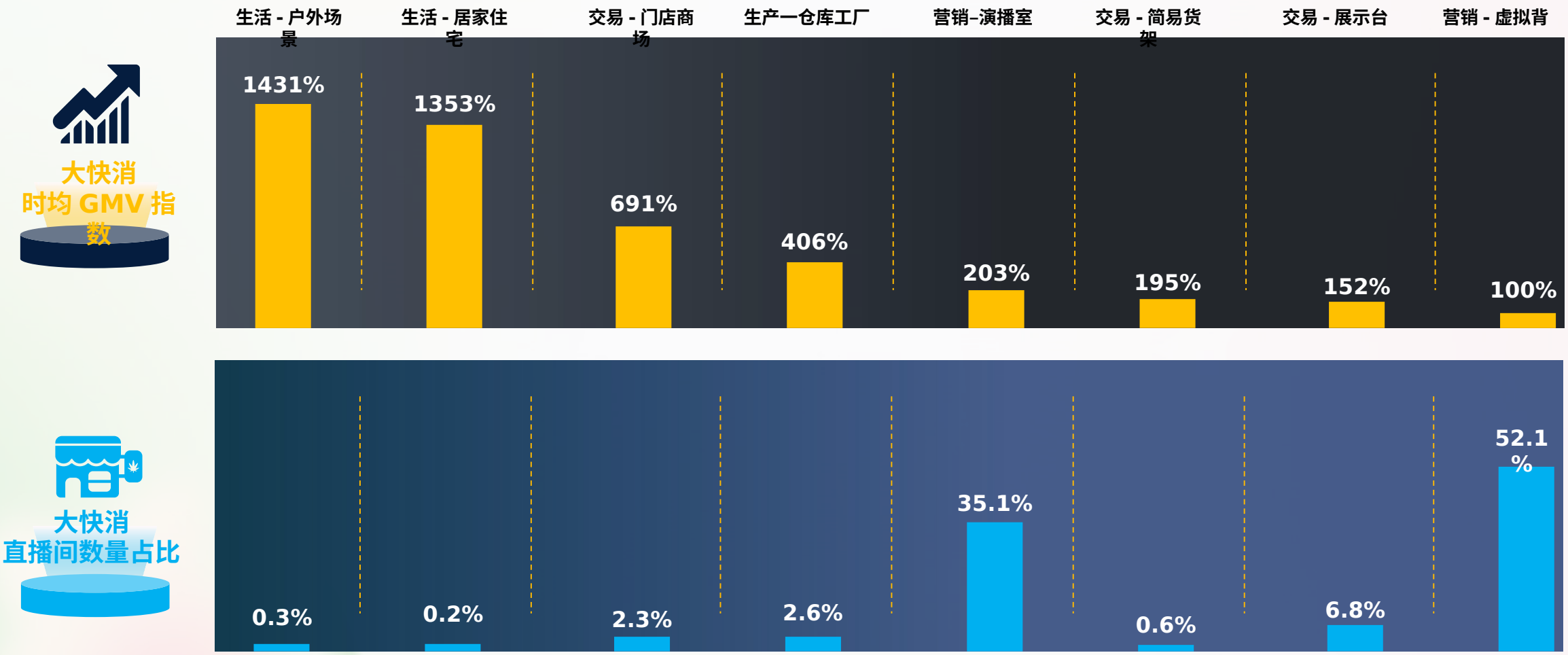


赠品堆头

大快消品类直播场景 GMV 指数及直播间数量分布

虽然每个场景都有非常优秀的直播间

但整体大快消用户更喜欢户外 / 居家 / 门店 / 仓库工厂场景



要素三——播什么

不同类型的防晒直播，如何玩出花样

专业级防晒



围绕“真 + 敢”挑战

养肤型防晒



实验室过程

测试



生产过程

萃取

围绕“真 + 敢”挑战

彩妆 + 防晒



结合兴趣妆容

促销活动



自造节

给一个送福利的恰当理由

要素四——怎么播

巧用趣味内容装点直播间，多维打造超强吸引力

专业级防晒

围绕挑战设置阶段，进行效果展示



人肉硬核测试



有趣替代测试

养肤型防晒



可视化做实验



讲故事引共鸣

彩妆 + 防晒



差异肤色闺蜜挑战

促销活动

定时机制 / 积累机制



赠品升级 / 大额福袋

要素五——谁来播

邀请权威身份发声，影显产品价值

专业级防晒



KOL　KOC　产品经理　户外工作者

养肤型防晒



明星　总裁　专家

彩妆 + 防晒



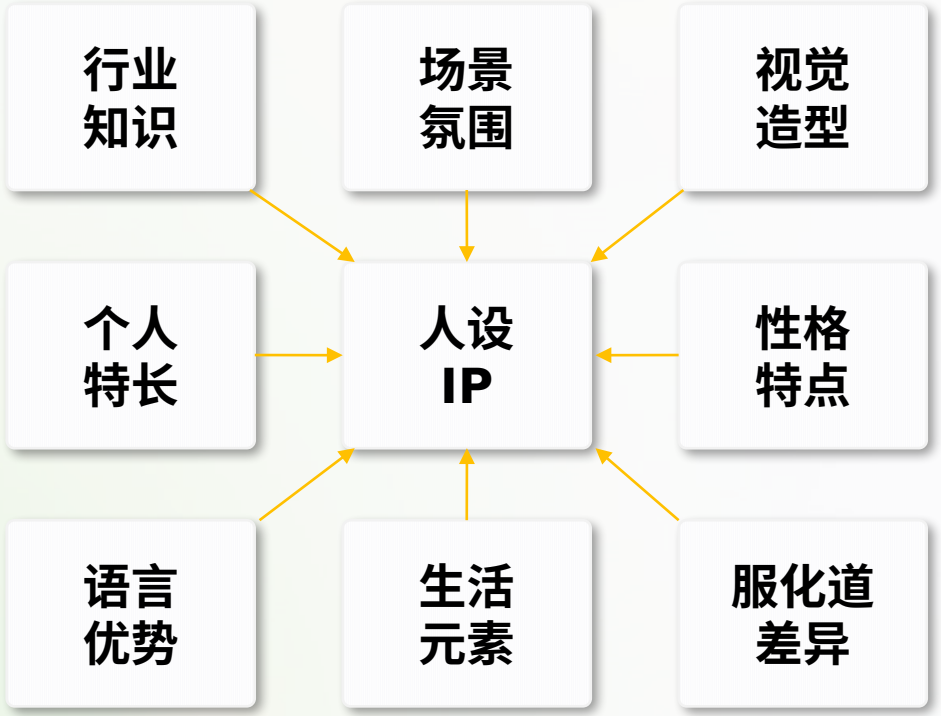
化妆师　化妆达人

促销活动



老板 / 店长

通过短视频助力打造人设



你是谁？

你来自什么领域？

你要做什么内容？

你要提供什么核心价值？



要素六——怎么说

从沟通到转化，好的主播话术应该怎么说？

专业级防晒	养肤型防晒	彩妆 + 防晒	促销活动
			
+ 专业	+ 幽默	+ 互动	+ 氛围

要素六——怎么说

根据数据判断自己怎么说

自然流量		广告流量
内容池	**交易池**	**广告池**
进入直播间	**产生意愿**	**视频广告**
曝光-观看率 实时在线人数 累计观看人数	商品曝光次数 商品点击人数	引流直播间次数 渠道干次观看成交 干次观看成交转化率
直播间停留	**商品购买**	**直播间画面广告**
人均观看时长 观看 - 互动率 观看 - 关注率 观看 - 加直播团家	商品点击 - 成交率 干次观看成交金额	引流直播间次数 渠道干次观看成交 千次观看成交转化率

要素六——怎么说

毛呢大衣直播间脚本节奏参考

- **13min 卖货节奏**



要素六——怎么说

好话术要让用户听的到，更要让产品价值“看得见”

效果看得见



成分看得见



变化看得见



优惠看得见



要素六——怎么说

从沟通到转化，好的主播话术应该怎么说？

能打动人心的话术，才是好话术

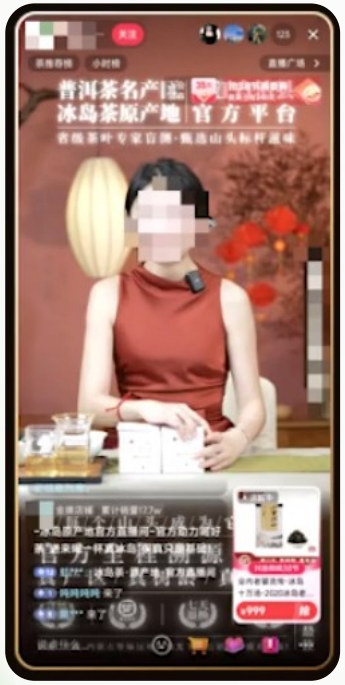
够专业

讲产品信息直白不绕弯子
用数据说话，描述一致不夸大



有人感

“重交流”而不是“重输出”
不做复读机，跟用户互动



有共鸣

真诚互动，不一味鼓动下单利
他性话术，协助用户做选择



不叫卖

讲产品信息直白不绕弯子
用数据说话，描述一致不夸大



幽默感

不做 AI 播音员
用节目相声节奏，适度的游戏活跃氛围



要素六——怎么说

好话术要让用户听的到，更能看得到

话术可视化指南

讲品信息

讲清，讲全，不死板



货组够显现



功效总结要突出



数据要高光



明星同款要亮眼

互动引导、拉升停留

回复，直接 cue ，引导，福利预告



评论回复要及时



手把手教下单



售后指引保安心

要素七——怎么互动

直播间怎么互动，既能拉停留互动，又能提转化？

擅用直播间营销工具，给到用户福利惊喜

拉停留互动



超级福袋

实物福袋



福利任务

买指定链接送礼品

提转化



关注红包

实物福袋



抽免单

年卡免单准点抽



优惠券

会员专享券

要素七——怎么互动

超级福袋 + 入会领券 + 商城券

工具组合拳显著提升自然流量

超级福袋拉停留

抽实物奖品



入会引导互动

入会下单立减 80



领券再下单

领券下单更优惠





PART 03

不同人群防晒产品店播策略

针对户外刚需人群的店播策略

专业型防晒：看“真硬核”防晒力



专业型防晒

户外刚需人群

买点	防晒力升级	解场景痛点
在哪播	真实户外场景（登山、军训、驾车、钓鱼、海边）	
播什么	围绕“真 + 敢”挑战	
怎么播	围绕挑战设置阶段进行效果展示（人肉硬核测试、有趣替代测试）	
谁来播	KOL 、 KOC 、产品经理、户外工作者	
怎么说	增加专业话术	
怎么互动	高价值福袋 + 一切优惠给会员 + 揪锦鲤	

针对功效务实人群的店播策略

养肤型防晒：边防晒边修护



养肤型防晒

功效务实人群

买点	防晒还养肤
在哪播	成份 / 配方 / 工艺（实验室、工厂、原料产地溯源）
播什么	实验室过程测试、生产过程萃取
怎么播	可视化做实验、讲故事引共鸣
谁来播	明星、总裁、专家
怎么说	增加专业话术
怎么互动	高价值福袋 + 一切优惠给会员 + 揪锦鲤

针对先锋悦己人群的店播策略

彩妆 + 防晒：“十分钟精致法则”



养肤型防晒

先锋悦己人群

买点	省事	省时	提效
在哪播	妆容妆造（高级化妆间、主题化妆间）		
播什么	结合兴趣妆容		
怎么播	差异肤色闺蜜挑战		
谁来播	化妆师、化妆达人		
怎么说	增加专业话术		
怎么互动	高价值福袋 ＋ 一切优惠给会员 ＋ 揪锦鲤		



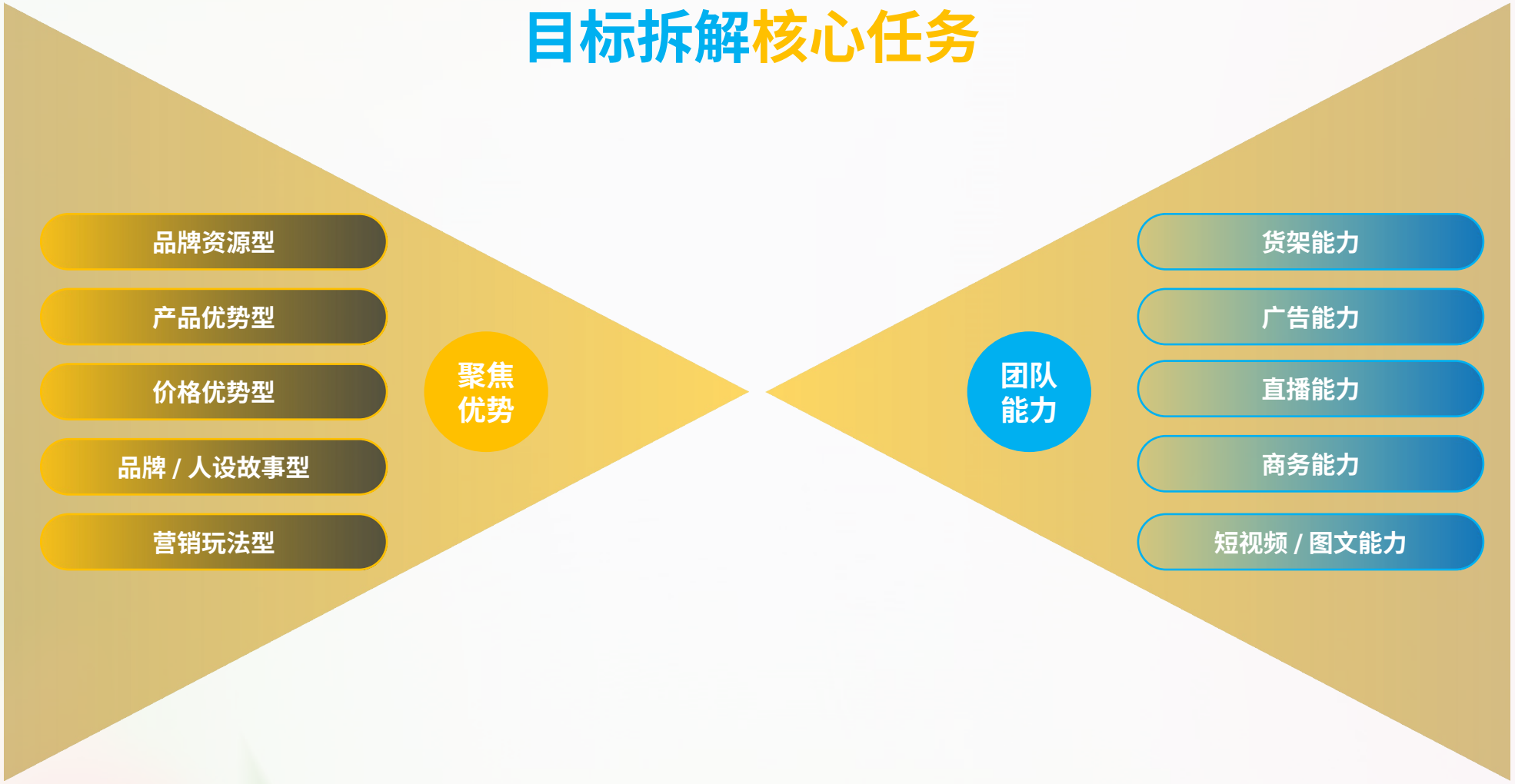
PART 04

直播目标拆解精细执行

周 / 月度 / 季度目标设定



目标拆解核心任务


目标拆解核心任务
品牌资源型
产品优势型
价格优势型
品牌 / 人设故事型
营销玩法型
聚焦优势
团队能力
货架能力
广告能力
直播能力
商务能力
短视频 / 图文能力

电商 + 营销策略协同

EC （电商） +MKT （市场营销）协同，把秘籍 7 件事做到极致

	基础一定要做好	联动 MKT 团队，做的更出彩
在哪播	使用场景 / 营销场景播，演释好**促销氛围**	**创意场景（**生产 / 营销 / 交易 / 使用）传递品牌理念 / 产品卖点，要有沉浸感、临场感
播什么	主动蹭**有热度**的主题，获取更多流量	**创意主题**，传递品牌理念 / 卖点，长期做
怎么播	不比价，比谁更**有梗，更热闹**	**形式创新**，给用户**信任感、趣味感**
谁来播	人设要**鲜明**，塑造观众心中的形象	嘉宾要有人设，**更有趣、更少见**
卖什么	有**好价**，更要有好的故事	限定款、明星同款、联名款，**自带流量**
怎么说	**够专业、有共鸣**、不叫卖、幽默感	**卖点可视化**，更丰富的桌陈 / 道具
怎么互动	工具全量应用，重点提升**用户转粉 / 粘性**	福利加码，**大额免单 / 稀缺福袋，**提升留人 / 互动
	EC	**EC+MKT**

团队分工相互协作

明确责任人 | **明确完成时间** | **确定量化指标** | **遇见困难** | **风险把控判断**



感谢观看

- 防晒品类如何引爆店铺流量 -

策划：小熊运营

日期： 2026