

国家级电子商务进农村综合示范项目

《罗田县电子商务进农村综合示范课程培训》

教材汇编

国家级电子商务进农村综合示范项目



主办单位：罗田县电子商务公共服务中心
承办单位：湖北农夫电子商务股份有限公司

目录

初级电商培训体系

企业简介	01-02
导师简介	03
课程体系	04-05
微信视频号基础	06-14
微信小商店运营	15-19
短视频直播运营	20-34

中级电商培训体系

公司简介	35-37
导师简介	38-40
短视频与直播	41-43
短视频运营详解	44-45
直播运营详解	46-51
主播职业能力培养与提升	52-53
直播间打造	54-57
短视频剪辑技巧	58-72

高级电商培训体系

课程大纲与纪律规定	73-74
导师简介	75-76
账号搭建定位内容策划	77-80
短视频策划拍摄技巧	81-82
直播带货技巧	83-90
直播脚本话术	91-100
精品网货打造	101-108
实操演练	109-112

国家级电子商务进农村综合示范项目

初级电商培训体系



公司简介

罗田县域电子商务公共服务中心以“政府推动、企业运营、公益为主、合作共赢”为原则，通过政府委托专业服务商运营，采购公共服务，共同搭建综合型的县域电子商务公共服务体系以促进电子商务快速有效发展。

罗田县电子商务公共服务中心是由县政府批准设立的电子商务专业服务机构，由湖北农夫电子商务公司（淘宝黄冈馆、京东黄冈馆、1号店黄冈馆运营商）与县政府签订战略合作协议，由其设立的子公司罗田赶街电子商务有限公司负责运营。以服务中心为平台和依托，协调各方资源、培养电商人才、扶持电商创业、营造电商氛围，协助推进县域电子商务服务体系、营销体系、培训体系、品控体系建设。



学员签到现场



学员课堂互动



培训课堂现场



学员现场直播



部分导师阵容介绍

讲师简介



吕凯

湖北农大电子商务股份有限公司培训部主任
中国电子商务协会讲师团队认证讲师
黄冈市电子商务协会运营管理部
湖北省电子商务管理师
黄冈师范学院客座讲师

《微信社群电商系列》、《短视频直播运营系列》、《新媒体运营系列》、《新零售时代新零售营销案例》、《电商法及工商企业法律系列》、《电商扶贫》、《县域公共服务中心的运营体系建议》、《农产品电商》、《体系的建议》、《品牌营销定位》等。

讲师简介



王鑫

湖北大别山商学院客座讲师
湖北省电子商务协会特聘讲师
黄冈市电子商务协会和罗田县分社特聘讲师
营销讲师之一级证书
企业私域与流量管理课程讲师

《电子商务运营系列》、《短视频直播运营技巧》、《微信社群运营及小单快开单》、《直播技巧》、《短视频技巧》、《商务礼仪》、《主持人技巧》等。

讲师简介



范彬彬

湖北电子商务协会特聘讲师
湖北农大黄冈师范学院 金牌导师
湖北省电子商务协会创业导师
湖北省农业广播电视学校特聘讲师
2015年从事电商运营与知识产权规划

《微信运营与推广》、《抖音平台运营》、《短视频内容策划》、《短视频的运营与推广系列》、《电商法律课程》、《工商》、《知识产权保护》等。

讲师简介



李旭

阿里巴巴电商认证讲师
湖北省电子商务协会特聘讲师
大别山商学院客座讲师
2010年从事电商运营与品牌运营规划
擅长运营多家实体店与电商运营行商

《拼多多开店系列》、《淘宝开店系列》、《微信运营与营销体系》、《抖音直播运营》等。

讲师简介



陈芳

2010年加入淘宝团队
2020年加入阿里巴巴实地培训师
淘宝特价版安全讲师课程
10年电商运营经验，曾任多家淘宝店铺运营店长
擅长数据分析，已帮助数千名店主成功转型

《淘宝特价版运营课程分享》、《淘宝在电商体系运营》、《平台运营及管理》、《拼多多爆款打造》等。

讲师简介



李文龙

湖北大别山商学院特聘讲师
湖北省电子商务协会特聘讲师
湖北省黄冈广投特聘讲师
湖北省电商培训师

《电子商务运营系列》、《微信运营与运营基础》、《短视频的运营与推广系列》、《直播运营与推广》、《如何打造热门短视频》、《如何打造热门直播》、《主持人技巧与技巧》、《运营策划与个人IP打造》等。



课程体系

电商发展前言

从电商进农村到乡村振兴

农村电商自2012年起至今，已经成为中国电商巨头必争之地，2020年全国农村电子商务消费市场规模已达34.81万亿元。

2012年

2014年

2016年

2017年

2018年

2019年

2020年

农村电商起步 阿里收购奇虎 中央拨款支持 农村电商三大政策 农商互联新模式 短视频直播兴起 三农主播风口崛起

随着农产品电商的兴起，农村电商起步。

投资100亿元，建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站

中央拨款20亿元专项资金扶持中西部地区，网络设施、村、乡三级物流配送体系

《关于大力发展电商加快培育经济新动能意见》、《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》

农产品、跨境电商、传统商贸、旅游业联动发展，做智慧农业，推动农村经济可持续发展

5G时代即将到来，直播新风口，各类平台直播兴起，娱乐打赏，才艺，带货兴起，形成抖音快手村播带货三业共生，推动网红经济可持续发展。

5G时代日趋成熟，逐步普及，短视频直播形成分水岭，底层县城农村群体无法适应抖音快手村播等，微信视频号的出现，迎门招，聚星，使大众所追捧

从乡村振兴局挂牌成立到乡村振兴法案颁布 县域乡镇村是一片待开发的金矿



不要把电商平台当做消费的场所，
要把他当做赚钱的工具，
选择一个顺手的工具把他用到极致！！

微信小商店 | 视频号



微信视频号直播简介

- 1 微信视频号价值
- 2 微信视频号直播基础功能
- 3 微信视频号直播运营建议
- 4 微信视频号直播拓展功能

视频号 | 视频号的价值

视频号是基于微信生态的一个全新内容创作平台，
入驻创作者将获得三方面的价值：

 <p>行业 社交名片</p> <p>视频号是记录和创作内容平台，创作内容将走出微信好友小圈子，进入更大的舞台，形成扩大社交圈的一张个性名片。</p>	 <p>提升创作质量</p> <p>视频号支持私信、私信、点赞、转发到微信好友朋友圈等场景，传播效率高，在微信生态内获得更好的曝光。</p>	 <p>连接核心微信创作者用户</p> <p>视频号有庞大的微信用户基础，用户便利访问，创作者可通过创造优质内容，持续与用户保持互动。</p>
---	--	---

视频号基础运营

带你走进微信视频号的新世界

视频号 | 一分钟回顾视频号



- 1、2020年1月中旬开始内测
- 2、微信内发布记录和创作新内容平台
- 3、支持1分钟短视频，或9张以内图片
- 4、支持发布长视频
- 5、11月初支持直播，支持微信小商店
- 6、微信8.0版本推出
- 7、视频号直播小店功能不间断升级
- 8、视频号微信小商店不断规范完善中……

视频号 | 视频号的优势



流量	视频号依托微信生态，背靠微信12亿月活用户，流量获取门槛低，传播效率高，裂变能力强。
留存	停留功能永远在线，可边看直播边使用手机（微信内、小程序、安卓手机桌面），用户流失率更低。
转化	视频号直播小店功能，支持微信支付，支持微信支付，支持微信支付，支持微信支付。
私域	开放多种私域引流方式，以及私域沉淀后的运营工具及玩法。

视频号 | 视频号的价值

视频号是基于微信生态的一个全新内容创作平台，入驻创作者将获得三方面的价值：



打造“社交名片”

视频号是记录和创作的内容平台，创作内容将走出微信好友小圈子，进入更大的舞台，形成扩大社交圈的一张个性名片。



提升创作价值

视频号支持关注、私信、点赞、转发到微信朋友圈及聊天场景，传播效率高，在微信生态内获得更好的曝光。



连接超12亿微信月活用户

视频号有庞大的微信用户基础，用户便利访问，创作者可通过创造短视频内容，持续与用户保持互动。



视频号 | 超级连接器 公域大舞台



视频号 | 视频号微信小商店--开启直播新纪元



上传头像
填写名字（不超过10个汉字长度&一年仅两次修改机会）

填写简介（不超过400字，写你吸引人的内容就好）

选择性别、地区

注册完成！



一、视频号起名

1. 不要出现繁体字、特俗符号、字数2-6字
2. 业务相关便于记忆，朗朗上口；

二、视频号写简介

- 第一行、个人介绍：我是XXX
- 第二行、个人经历：XX公司总监
- 第三行、影响力：在XX领域创造过多大的业绩\带领多少人实现月入多少万
- 第四行、立牌坊：励志我要带领我的团队实现月入多少万
- 第五行、目的：我会分享一些赚钱的机会给大家
- 第六行、感谢：感谢你的关注，我会持续为你更新喜欢的内容

三、视频号设计头像

1. 任务生活头像
2. 职业形象照
3. 公司名称
4. 企业商标
5. 卡通
6. 宠物

四、视频号认证

1. 职业认证 黄V
2. 兴趣认证 白V
3. 企业认证 蓝V

视频号 | 视频号主页不可有诱导违规的内容

主页内容违规包括以下四点

1	个人简介	不可有引流到其他平台动作
2	用户名称	不可夸大引起资质质疑
3	用户头像	不可带引流图像
4	主页封面	不可以有引导引流关注动作



视频号 | 案例分享



视频号 | 案例分享



视频号 | 视频号的作品内容打造

如何发布视频号作品

- 点击主页小人图标进入我的视频号，点击发表新动态
- 选择从相册选择图片（9个以内），视频或者直接拍摄
- 配文发送（可带文章链接、话题、地理位置、@好友）

发布内容步骤

视频号提供丰富曲库以及表情包、标题灯可供选择

- ◆ 上传视频时点击编辑
- ◆ 添加音乐（智能匹配、可搜索、移除视频原声）
- ◆ 添加表情贴纸/标题（根据个人喜好添加）
- ◆ 点击完成



视频号 | 视频号的作品内容打造工具

视频号作品剪辑处理工具---秒剪



视频软件很多：剪映、爱剪辑、快剪辑等

视频号 | 作品内容流量机制

- 第一位：评论
- 第二位：点赞
- 第三位：链接微信公众号文章
- 第四位：转发至好友、微信群
- 第五位：分享朋友圈
- 第六位：收藏
- 第七位：不感兴趣
- 第八位：关注
- 第九位：投诉



视频号 | 内容需要注意的雷区

1	视频水印、搬运、未经授权的正版内容片段
2	视频中不能有饮酒、吸烟、危险行为、血腥恐怖、色情低俗等引人不适内容
3	标题不能出现敏感信息、电话、微信、公众号、网站链接等个人信息
4	封面不能出现商标、明显广告用语等敏感信息
5	内容不能出现商标 LOGO、二维码、电话、网站链接等诱导信息
6	背景装饰不能出现国家机关标识和门牌、公务人员制服、国旗、国徽等
7	不能出现少数民族、宗教、政治、黄赌毒等敏感信息



视频号 | 视频号的电脑后台数据统计

后台网址: <https://channels.weixin.qq.com/>



视频号微信小商店

零元开店、直播带货开启你的财富之路

视频号 | 视频号微信小商店



视频号 | 视频号连接交易：
打通直播、小商店和小程序，承接交易和服务

+小商店，一键开店，轻松带货变现



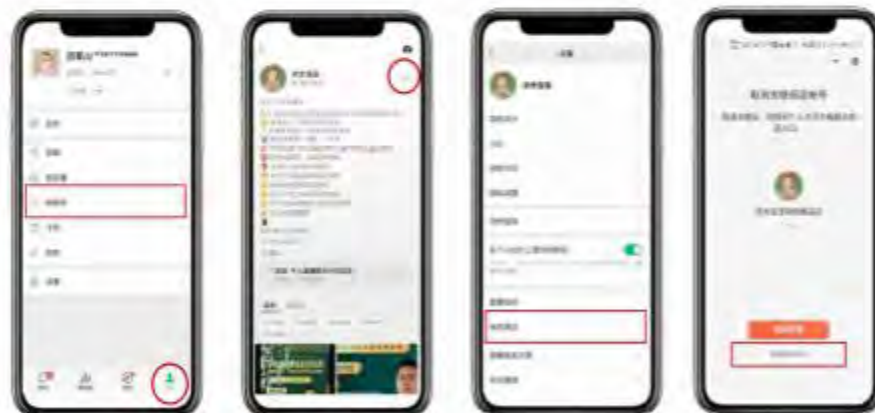
开通微信小商店

讲解当前商品卖点，引导购买
• 下方展现下单链接，直接下单

可边浮窗看视频边购买

可配置多个商品

视频号 | 视频号微信小商店--带别人的货



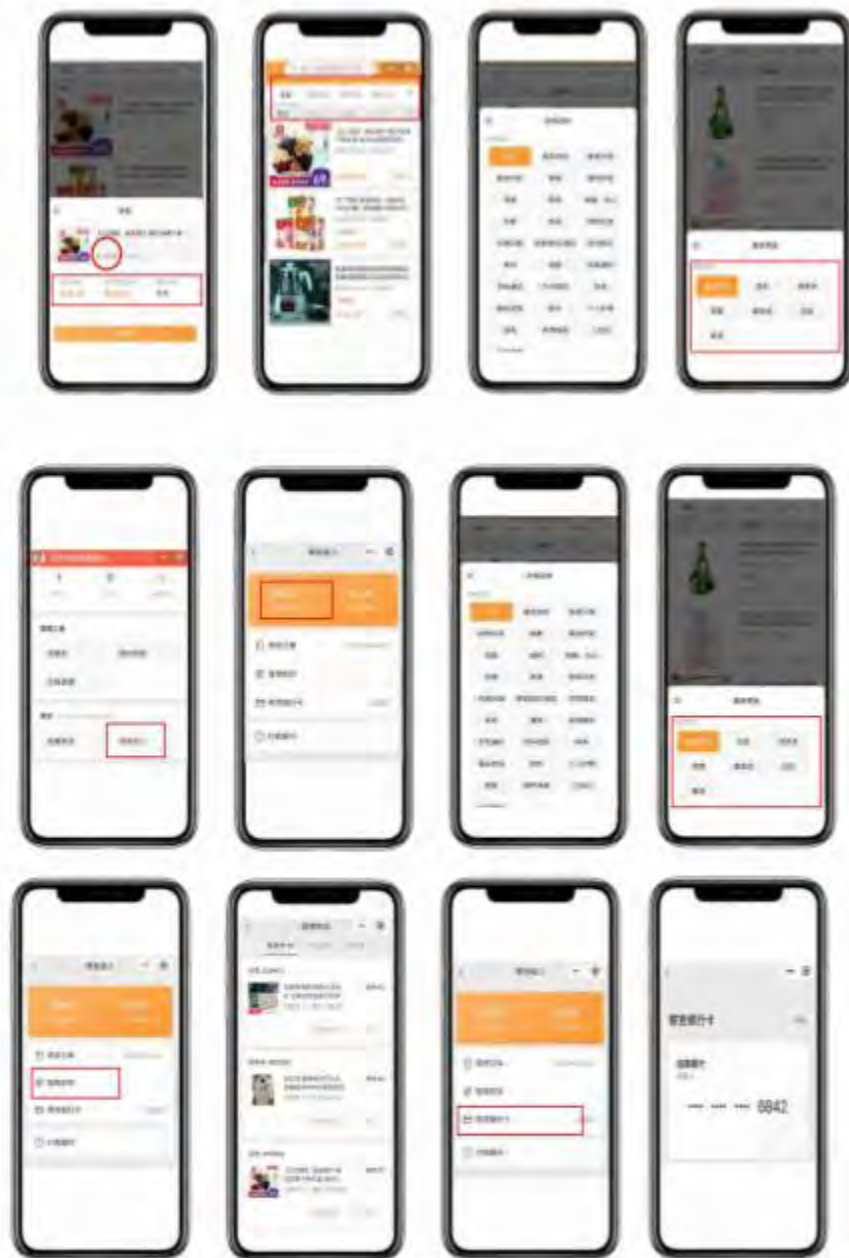
视频号 | 视频号的电脑后台数据统计

>>>

... 开店流程 ...



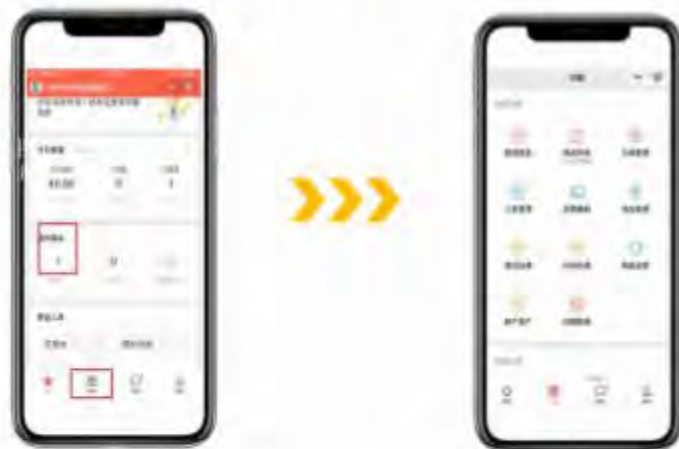
上传身份证正反面照片



视频号 | 发布自己的产品



视频号 | 微信小商店上个人商品



视频号 | 审核发布自己的产品



视频号 | 视频号微信小商店（升级内容）

- | | | | |
|----|-------------|----|-----------|
| 01 | 微信小商店群功能 | 02 | 微信小商店分类管理 |
| 03 | 微信小商店优惠券 | 04 | 微信小商店限时抢购 |
| 05 | 微信小商店拼手气礼卷 | 06 | 微信小商店直播功能 |
| 07 | 微信小商店运费险 | 08 | 微信小商店服务市场 |
| 09 | 微信小商店店铺信息设置 | 10 | 微信小商店商品优化 |

视频号直播运营

直播风口，手机当做新农具，直播作为新农活

视频号|视频号直播--开启直播新纪元（带你走进直播世界）



打开微信新视界—微信视频号 “一只煽动翅膀的蝴蝶”



视频号|视频号直播--开启直播新纪元（直播前世今生）



视频号|短视频直播风口人人都是带货达人



刘县长直播带货1小时，连线5个黄梅商会，带动商会基层会员13000余人助力家乡，线上线下销售额达618万元，中央电视台新闻联播黄金时间报道带货新闻

视频号|县长走进直播间



直播案例：县长大联播助力农产品销售

视频号|直播--5G风口短视频直电商风口浪尖



前段时间农阿姐，发布一条关于柑橘滞销的短视频，148万点赞，5.4万个订单，销售额破百万。这是农产品结合短视频的一个经典案例。



石榴哥：19000份，大概五十吨，一场直播带来的销量，你算算多少钱？

视频号|直播--5G风口短视频直电开启直播新纪元



视频号|直播--流量入口



关注feed流



好友在看的直播



直播和附近 (同城内容)



视频号|直播--预热造势



视频动态直播预约按钮



个人主页直播预约按钮



公众号插入直播预约



搜一搜 直播预约

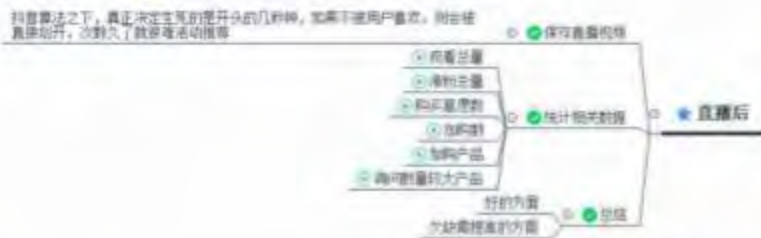
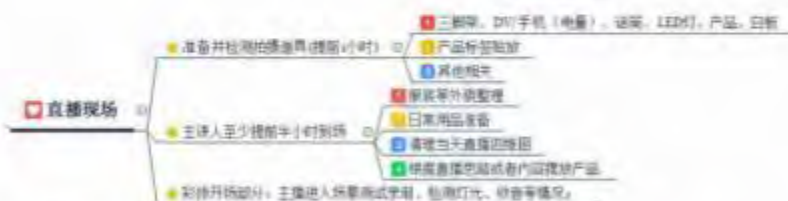
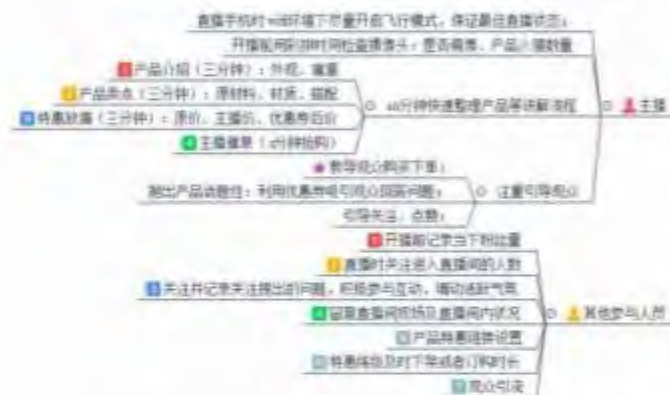
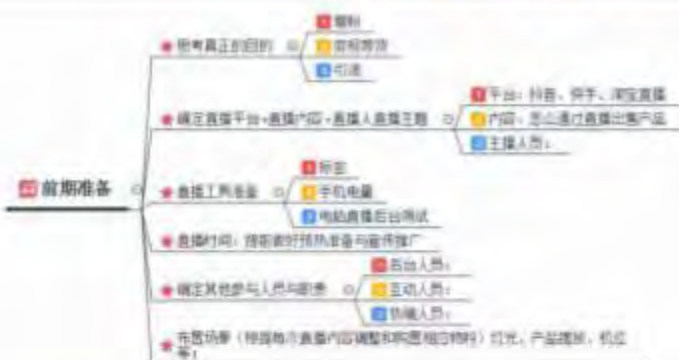
视频号 | 视频号直播--发起直播



- > 进入微信-[发现]界面，并点击[视频号]进入视频号界面
- > 视频号界面后，点击右上角[个人]按钮进入视频号菜单界面
- > 下滑菜单即可看到[发起直播]按钮，点击按钮进入直播界面
- > 点击[直播]即可发起直播



1. 微信“发现”——“视频号”——“右上角小人头”——“发起直播”



微信视频号直播指引

- 01 直播预告
- 07 发起抽奖
- 02 指定观众可看直播
- 08 联系中奖观众
- 03 向指定群组发红包
- 09 连麦
- 04 指定群内用户领取红包
- 10 关联微信小商店
- 05 调整直播画面和效果
- 11 查看直播数据
- 06 分享直播
- 12 提现直播打赏
- 13 直播推流能力

直播变现

如何组织一场视频号带货直播



视频号 | 视频号直播--预热造势

直播打赏



可充值微信豆 赠送礼物打赏

直播抽奖



直播可设置抽奖条件、时长、名额等

直播间发红包



开播前可选择5个微信群，开播后所选5个微信群内的成员可领取红包

视频号 | 直播预告



点击【发起直播】

点击【直播预告】

【创建】直播时间

个人页面
出现【直播预告】

【撤销】预览

视频号 | 指定观众可看直播

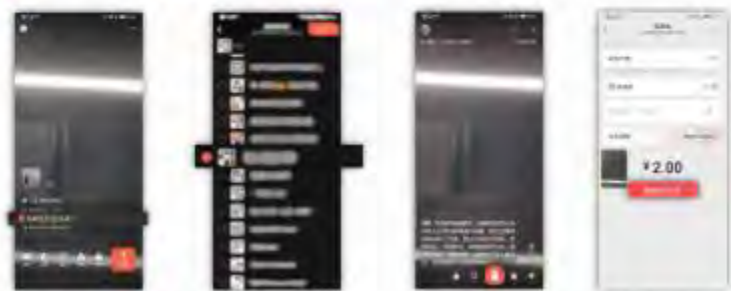


点击【直播】

点击【谁可以看】

选择【公开】或【指定观众】

视频号 | 向指定群组发红包



点击
【选择群发红包】

选择5个以内【微信群】
点击右上角【完成】

自动跳转到直播界
面，点击下方
【发红包图标】

填写【红包金额】

短视频直播变现流程

视频号 | 直播准备-入门必备硬件

简易版：一个手机直播，一个手机支架，一个补光灯，充电设备

专业版：手机及支架，电容麦克风，声卡。

其目的是为房间的用户营造一个良好的视听环境，
所谓，工欲善其事，必先利其器。



注意：网络环境



视频号 | 直播准备-整理直播环境

①直播环境

镜头前的直播环境需要整洁清晰明了，最好是单独的直播工作室，会更好

②直播灯光

调整一个合适的灯光，最大程度上避免色差，以免因色差原因引起交易纠纷

③直播背景

红豆角平台推出直播专属海报，如果有需要海报素材可以和工作人员进行联系



④直播桌布

能协助烘托氛围
建议选择素雅
简洁风格桌布



视频号 | 直播准备-主播的形象和直播时间

① 主播形象

人靠衣装，好的装饰能给用户带来更好的体验。

直播时候搭配什么样的服装，是否需要发型稍微整理，女性是否需要化妆，以什么样的风格出现在观众的视野，这都需要主播提前做好准备。

② 直播时间

如果是新会员的话建议错峰直播，晚上8点到10点之间是大主播开播比较密集的时间，流量比较集中于大主播直播间，可错峰直播。

大部分主播都需要确定一个自己的直播时间段，便于粉丝的订阅和习惯养成。一般直播时间为两个小时最佳，根据需要也可以适当延长。

视频号 | 直播准备-直播内容准备

① 封面图片

提前准备好直播的封面图，最佳直播封面尺寸是342*456。

要求

清晰美观且不带有文字的主播自拍照、产品图、模特图

② 直播标题

直播的标题比较简单，只需要说明直播的主题即可，也可插入相关的话题，类似微博的写法，但同样也要注意不要违反红豆角的相关规则。

③ 直播主题和互动

提前准备好本次直播的主题框架和具体内容，流程穿插和粉丝互动环节，并做好直播宣传和预告。



视频号 | 直播准备-直播人员分工

直播负责人

•明确直播项目负责人，并以周为维度制定直播计划，对直播所有事项负责。

直播主播

•建议一场直播配2个主播，一男一女搭配或者2个女主播；
•主播需要选择形象好，能聊天，在镜头前表现自然，不怯场；
•主播需懂产品，专业，有影响力，会带节奏

运营

•设计直播脚本，制定直播目标、选品、申请商品折扣等；
•负责直播宣传预热，直播数据监测与总结等；

直播助理

•需要提前对灯光、镜头进行调试；
•在直播过程当中承担管理角色，与粉丝进行互动。
•直播过程中协助主播

直播四类人：直播负责人+主播+直播助理+运营人员

视频号 | 直播准备-直播产品福利准备

XXX旗舰店直播间			
时间	基础活动	活动说明	通用活动
星期一 18点 20点 21点	满199减100 抽奖	全场满减200 20优惠券	关注有礼..... 抽奖..... 互动..... 说明..... 等等
星期二	买二送一	活动说明.....	
星期三	
星期四	
星期五	
星期六	
星期日	

首先要做好必要的准备工作，无论直播的目标是卖货还是纯粹表演，直播的策划都需要提前准备，舒缓紧凑有秩序的直播脚本。



随时更换的上架商品和经验丰富的直播助理，都是一场直播活动是否精彩的重要组成部分。

视频号|短视频直播变现流程--内容&技巧

互动小技巧

猜字谜、抽奖项、猜价格、真心话大冒险、有奖问答等。



做好生活琐事，分享生活点滴。

比如你最近想买什么东西，想去哪里旅行，最近看到了什么书，还可以做得很有趣。

营销推广策略的套路

(营销文案和标题、内容与视频、如何置顶视频)

- 如你在介绍敷面膜的护肤知识时，骨干可在下面留言提问：“我最怕冬天敷面膜，每次都冷得哆嗦！”
- 你可以回复，冬天敷面膜，可先用温水将面膜浸泡一会后再敷到脸上，温度更适宜，也能促进吸收哦！
- 增强互动，也会显得你更专业。

展示才艺



与粉丝粉丝互动游戏

- 多与人连屏PK 特别是遇到大主播、和互动的直播主相关注重与他们连屏pk 这样更容易增长人气，首先自己也要有超前的主播才愿意和你玩。

讲述故事

- 平时可以多积累段子、经典语句、搞笑、励志、寓意故事。直播的时候视情况可以说说观众让大家觉得你是个有趣又内蕴的主播。

和粉丝粉丝聊天互动

- 及时回复粉丝的问题，敬礼礼求助，多谢关注和送礼物的人。



镜头前的展现

- 唱歌可以不好听但是要走心
- 喊麦可以不熟练，但是气势不能丢
- 眼神对着的是你们的摄像头，而不是屏幕。

2021乡村直播

到村里来！

轻松、诙谐提倡健康自然的乐活理念！

既要看得开心，还要买得放心！既是城市与乡村的互动平台，也是人与人之间的情感纽带



不仅仅是推介特产、美食，也将一种绿色的观念、想法带给观众。

强调土特产的意义不仅仅在于食物，还是一种生活方式，人与自然、人与乡情之间的情感交流。

国家级电子商务进农村综合示范项目

中级电商培训体系

Company profile 公司简介

农夫电商是国内较早从事农村电商运营的领先服务企业之一，公司注册地位于黄冈市，运营分部位于武汉市，公司运营团队100多人。公司于2012年创建地方电商行业协会，2013年申办淘宝特色中国地方馆，2014年开始参与县域农村电商运营，专注农村电商服务八年。先后服务运营有黄州、罗田、英山、黄梅、蕲春、阳新、孝昌、云梦、钟祥、沙洋、当阳、枝江以及安徽、湖南、云南、贵州、辽宁等省外二十多个国家级和省级电商进农村综合示范县项目，取得了优异的绩效考核成绩和农村电商发展成效。

公司自从事电商发展之后，明确定位于重点推动农产品电商发展。公司于2013年就创办了黄冈首家农特产品电商平台，作为自建平台的探索。后来，公司积极主动对接各大电商平台，在全省率先对接申请淘宝网特色中国地方馆。经过近一年的申办，终于得到了淘宝官方的认可。2014年3月28日，“淘宝特色中国·黄冈馆”正式上线了。它是全国第30家、地市第9家地方特色馆。公司经过淘宝和政府主管部门多重考核，成为淘宝黄冈馆指定运营商。黄冈馆自上线以来，先后入驻了420多家淘宝、天猫、生态农业店铺，汇聚了430多个品类1100多个品种的特色产品。集合了全黄冈绝大部分经营农副产品的优质店铺和网商，集中了黄冈绝大部分优质特色农产品，引导黄冈农副产品网络销售总额突破8亿多元；同比往期，网络销售额提高了35%以上。

之后，公司又成功申办了1号店黄冈馆、京东黄冈馆、苏宁黄冈馆，率先建立起与各大电商平台全面合作关系，为促进黄冈农产品上行做出了重要推动工作。

致力三农电商服务，助力乡村振兴发展，农夫电商一直在路上。



Office environment 办公环境



风格各异的直播间



部分导师阵容介绍

讲师简介



吕凯

中国电子商务协会 讲师团 认证讲师
湖北省农业广播电视学校 特聘专家讲师
黄冈市电子商务协会 电商运营讲师
黄冈市电商发展协会 秘书长 网络讲师
黄冈职业技术学院 电子商务专业讲师

《农产品网络营销及全网营销系列课程》
《短视频营销“乡村网红”打造系列课程》
《电商营销新媒体系列课程》、《电商美工
视觉设计系列》、《品牌营销定位系列》
《基础公共服务中心的培训体系建设》、《农
产品电商运营系列课程》

讲师简介



王睿

湖北省电子商务协会特聘讲师
湖北省农业广播电视学校 电子商务讲师
普通图书一级乙等
专业论文与商家管理讲师

《电子商务运营》、《网络推广策略与执行》、《直播运营策略与执行》、《短视频运营与推广》、《品牌营销》、《商务礼仪》、《主持人礼仪》等

讲师简介



范彬彬

湖北省农业广播电视学校特聘讲师
2019年从事电商行业指导知识产权知识
湖北省黄冈电子商务协会创业导师
湖北大学计算机学院网络教学平台课程讲师

《电商品牌运营》、《抖音平台运营》、
《短视频内容策划》、《短视频拍摄与剪辑手
册》、《创业就业指导》、《电商运营》、《知识产权
保护》等。

讲师简介



李旭

阿里巴巴电商运营讲师
2016年从事电商网络运营运营运营
擅长拼多多淘宝网店运营课程讲授

《拼多多运营策略》、《淘宝开店系列》、
《微信社群运营体系》、《抖音直播运营策
略》等。

讲师简介



陈芳

2010年加入淘宝团队
2009年成为阿里巴巴淘宝特聘讲师
淘宝特价商品金牌讲师
10年电商运营经验，曾任淘宝商家运营团队组长
擅长数据挖掘分析，已帮助数千商家完成转型升级

《淘宝特价商品运营课程分享》、《商家电商体
系运营》、《平台运营及管理》、《拼多多播
放运营》等。

讲师简介



李文龙

中国电子商务协会特聘讲师
湖北省农业广播电视学校
湖北省电商讲师

《电子商务运营》、《微信视频号运营策略》
《短视频运营策略与执行》、《直播运营策略与执行》、《如何打造热门短视频》、
《如何打造热门直播》、《主持人直播技巧》
《商家直播及个人IP打造》等。

公司部分网红展示：



短视频与直播：内容创业新风口



学习目标

- ① 了解短视频的特点与类型。
- ② 了解短视频的产业链条。
- ③ 了解短视频与长视频的区别。
- ④ 了解主流短视频平台。
- ⑤ 了解直播与短视频的区别和融合特征。
- ⑥ 了解直播风险及其防范措施。

1.1 究竟什么是短视频

短视频是一种视频长度以“秒”计数，主要依托于移动智能终端实现快速拍摄和编辑，可以在社交媒体平台实时分享与无缝对接的一种新型视频形式。

1.1.1 短视频的特点

- ① 生产流程简单化，制作门槛低
- ② 内容个性化和多元化
- ③ 快餐化和碎片化
- ④ 社交属性强

1.1.2 短视频的类型

- ① 搞笑类
- ② 文艺清新类
- ③ 访谈类
- ④ 才艺展示类
- ⑤ 电影解说类
- ⑥ 实用技能类
- ⑦ 时尚美妆类
- ⑧ 正能量类

1.1.3 短视频的产业链条

内容生产端

- ① 用户原创内容 (User Generated Content, UGC)
- ② 专业生产内容 (Professional Generated Content, PGC)
- ③ 专业用户生产内容 (Professional User Generated Content, PUGC)

内容分发端

内容分发端各类型平台的代表应用与特征

平台类别	代表应用	特征
内嵌短视频的综合平台	微信、微博、百度和今日头条	主要是社交平台或资讯平台，自身用户体量巨大
垂直短视频平台	抖音、快手、美拍、西瓜视频	内容丰富多样，侧重算法推荐
传统视频平台	爱奇艺、腾讯视频和优酷视频	已有大量的视频用户，起点高

1.1.3 短视频的产业链条

短视频行业的产业链特征如下:

- 01 短视频行业主体呈“金字塔”形态。
- 02 MCN 商业模式的崛起,帮助各创作主体实现高效沟通。
- 03 短视频平台发展细分化和专业化。

1.1.4 短视频与长视频的区别

- 内容生产**
 - 与长视频相比,短视频的生产成本、生产人群、生产工具、产出的丰富性都要远远优于长视频
- 内容消费**
 - 用户观看短视频的场景变得十分丰富
 - 用户观看视频的思维方式也在悄然地发生变化
- 内容分发**
 - 短视频通过关系分发,算法分发的效率会高于长视频的中心化分发的效率
- 内容感染力**
 - 在内容感染力方面,短视频与长视频相比要逊色得多,因为长视频重在“营造世界”,而短视频重在“记录当下”

1.1.5 短视频平台



抖音



快手



西瓜视频



微信视频号

1.2 如此火爆的直播是什么

“直播”一词由来已久,在传统媒体平台就已经出现了基于电视或广播的现场直播形式,如晚会直播、体育比赛直播、新闻直播等。而随着互联网的发展,尤其是智能手机的普及和 4G/5G 网络的发展,直播的概念已经有了新的延伸,越来越多的基于互联网的直播形式开始出现。

网络直播是指用户在手机或计算机上安装直播软件,利用摄像头进行实时拍摄和呈现,其他用户可以在相应的直播平台直接观看和互动。

1.2.1 直播的特点



内容维度

- ⊙ 娱乐化
- ⊙ 多样化
- ⊙ 主播明星化
- ⊙ 商业化
- ⊙ 发展“直播+”模式



传播维度

- ⊙ 时间碎片化
- ⊙ 持续性
- ⊙ 即时互动性
- ⊙ 形成了弹幕文化
- ⊙ 分享便捷
- ⊙ 马太效应

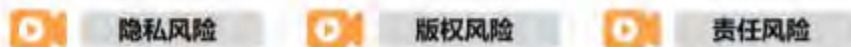
1.2.3 直播与短视频

两者的融合也形成了两种模式,即“短视频+直播”和“直播+短视频”,其区别体现在以下几个方面:

- 01 核心业务不同
- 02 应用设计不同
- 03 盈利方式不同

1.2.4 直播面临的风险及防范

直播面临的**风险**主要有以下几类：



1.2.4 直播面临的风险及防范

若要**防范网络直播风险**，可以从以下三个方面来入手：

- 01 直播平台 02 网络主播 03 直播观众

课后习题

1. 简述短视频的特点。
2. 简述短视频内容生产方式。
3. 论述短视频与长视频的区别。
4. 论述短视频与直播的融合优势。



CHAPTER 07

直播内容策划：用创意内容提高观众黏性

7.1 评价直播内容质量的标准

7.1.1 内容的精彩程度



7.1.2 内容的表现形式

- 1 娱乐幽默式直播
- 2 表演式直播
- 3 教学培训式直播
- 4 卖货式直播



7.2 增强直播内容的**创意性**

有创意的直播内容是直播视频形成有效流量的关键

通过增强直播内容的创意性，可以让直播内容变得更有新鲜感和吸引力。

7.2.1 从自己擅长的领域入手



美食制作直播

7.2.2 挖掘直播观众需求痛点

挖掘直播观众需求痛点时，首先，主播要对自身的能力与优势有充分的了解，并对竞争对手的直播内容和特点进行深入分析，以开展差异化的内容定位，通过细分内容来寻找观众的需求痛点；其次，主播要对观众心理进行深入的分析，只有对观众有了充分的了解，才能更精准地挖掘观众的需求，从而打造符合其需求的直播内容。

在挖掘观众需求痛点时，主播可以尝试以下几种方法：

- 1 与观众建立情感连接，激发观众产生共鸣
- 2 为观众创造超越心理预期的内容
- 3 运用同理心，站在观众的角度进行思考

7.2.3 挖掘垂直度高的内容

垂直性策略，就是针对某个特定领域、特定人群或者某些特定需求来提供信息或服务。



以种花、养花为内容的直播

7.2.3 挖掘垂直度高的内容

品牌或企业在打造具有高度垂直型的直播内容时，除了在直播中展示自己的商品外，还可以从以下**两个角度**入手：

- 1 以商品或服务为中心进行知识延伸
- 2 展示品牌或企业文化

7.2.4 提升直播内容的专业性



数学教学直播视频

7.2.5 借助热点制造话题

热点是指比较受广大群众关注或欢迎的新闻或信息，也指某个时期引人注目的地方或问题。

热点的类型及其特点

热点类型	特点	特点
可预见性热点	大众熟知的一些信息，如国家法定节假日、大型赛事活动等	① 备受大众关注； ② 发生的时间、持续的时长相对稳定； ③ 主播可以提前做好准备，减轻创作压力； ④ 同质化内容较多，考验主播的创新能力
突发性热点	不可预见的、突然发生的事件或活动	① 突然爆发，留给主播反应、准备的时间极短，非常考验主播的即时反应能力和快速创作能力； ② 流量极大

热点是指比较受广大群众关注或欢迎的新闻或信息，也指某个时期引人注目的地方或问题。

- 1 热点的类型
 - ① 热点的来龙去脉
- 2 热点的搜集
 - ② 热点所处的传播阶段
 - ③ 热点的话题性
 - ④ 热点的观众范围
- 3 对热点进行分析
 - ⑤ 热点的相关度
 - ⑥ 热点的风险性
- 4 根据热点策划直播内容
 - ⑦ 找准热点的切入角度
 - ⑧ 对直播内容进行整体规划
 - ⑨ 找准发布直播视频的时间点

7.2.6 让观众参与直播内容生产

- 1 情绪化渲染
- 2 在评论区征集观众建议
- 3 向观众请教问题

7.3 提升直播内容的吸引力

直播是一种内容呈现方式，要想吸引观众、聚拢人气，最重要的是提升直播内容对观众的吸引力。在提升直播内容吸引力的策略上，主播可以从三个方面入手：一是**坚持直播内容的原创性**，二是**注重直播内容的真实性**，三是**提升直播内容的文化内涵**。

7.3.1 坚持直播内容的原创性

- 1 遵守直播的基本原则
 - ① 趣味性
 - ② 实用性
 - ③ 独特性

7.3.1 坚持直播内容的原创性

- 1 遵守直播的基本原则
- 2 做好直播内容规划

直播推广连衣裙的内容规划

内容规划	直播内容
商品介绍	介绍连衣裙的款式、用料、设计亮点等，让观众对商品形成直观的认识
知识介绍	根据连衣裙的款式、设计亮点，介绍与服装搭配、服装选择相关的知识，既能加深观众对商品的了解，又能体现自己的专业性
销售或促销活动介绍	简单介绍商品的价格、购买商品的方法，以及购买优惠等信息
穿搭体验	邀请购买过该商品的观众在直播间发表自己对商品的评价，这样能够有效地增加其他观众对商品的信任度

7.3.2 注重直播内容的真实性

虽然主播策划直播内容时可以充分发挥自己的创意，但直播的内容最好能够与观众产生联系。也就是说，**主播要用真实的信息、真实的情感来打动观众**，而不是策划一些无中生有的内容，或者虚情假意地表达自己对某些事物的看法。

例如，作为户外徒步旅行直播，可以在直播中呈现自己出发前的各种准备工作和即将目的地的风景、人文特色，还可以在直播中讲述自己在旅途中的所见所感，为观众创造身临其境的观看体验，体现出直播内容的真实性。

7.3.3 提升直播内容的文化内涵

随着直播行业内容运营的不断细化，观众对直播内容质量的要求也在不断提高。当前，直播行业已经不再是单纯拼颜值的时代了，高质量、有内涵的直播内容更受观众的青睐。因此，**主播要精心创作具有深刻文化内涵、具有艺术审美性的、积极健康的直播内容**，让观众能够通过观看直播得到艺术的熏陶和精神上的升华。**尤其是对于通过直播开展营销活动的企业来说，其更需要在提升直播内容的文化内涵上下一番功夫。**

课后习题

1. 简述评价直播内容质量的标准。
2. 简述增强直播内容创意性的方法。
3. 简述提升直播内容吸引力的方法。

CHAPTER 08

直播技能：主播职业能力的培养与提升

网络直播的迅速发展催生了一大批直播主播的诞生，作为一种新兴职业，直播主播受到了很多人的追捧，但要成为一个真正受观众欢迎的主播并不是一件简单的事情，更没有什么捷径。无论从事何种职业，成功的必要条件都是过硬的职业技能和坚持不懈的努力，直播主播也不例外，本章将介绍使直播主播职业能力向专业化方向提升的方法与技巧。



学习目标

- ① 了解直播需要配置的设备。
- ② 掌握直播环境、灯光的布置方法，以及直播新媒体的色彩技巧。
- ③ 掌握直播主播自身形象塑造、直播规则、话术的技巧。
- ④ 了解直播主播需要必备的心理素质。
- ⑤ 掌握打造主播个人IP的方法。
- ⑥ 掌握直播完好的完结仪式及操作要点。

8.1 配置专业的直播设备

“工欲善其事，必先利其器”，优质的直播效果离不开专业软硬件设备的支持。在直播之前，我们需要优选直播设备，并将其调试至最佳状态。根据直播环境的不同，将直播分为室内直播和户外直播两种，这两种直播所需的设备有所区别。

8.1.1 室内直播的设备选择

单独的房間



带有固定支架的摄像头



软管式摄像头



可拆卸式摄像头

视频摄像头

8.1.1 室内直播的设备选择

耳机



入耳式耳机



头戴式耳机

话筒



动圈话筒



电容话筒

8.1.1 室内直播的设备选择

声卡



外置声卡

伴奏用手机或Pad, 无要求

直播用手机, 摄像功能要好

电容话筒

声卡

主播用耳机

8.1.1 室内直播的设备选择

灯光设备



环形补光灯



八角补光灯

8.1.1 室内直播的设备选择

计算机和手机



OBS视频录制直播软件工作界面

支架



摄像头三脚支架



手机支架



话筒支架

8.1.2 户外直播的设备选择

手机

自拍杆

上网流量卡

运动相机

手持稳定器



8.2 直播间的布置

对于室内直播来说，直播间的环境布置是非常重要的，毕竟这是“粉丝”进入直播间后的第一视觉感受，会直接影响“粉丝”的观看体验。一个令人赏心悦目的直播间，往往能够快速吸引“粉丝”们的观看兴趣。

8.2.1 直播间的环境布置

- 直播间要干净、整洁
- 根据直播内容定位直播间的整体风格
- 直播间的环境布置要与主播格调一致
- 利用配饰做适当的点缀
- 背景布放置的距离要合适



8.2.2 直播间的灯光布置



主光



辅助光



顶光



轮廓光



背景光

8.3 直播拍摄角度的选择

在直播过程中，主播能否找到合适的拍摄角度，使自己更上镜，也是影响直播画面效果的重要因素之一。拍摄角度是指摄像机镜头与被拍摄物体水平之间形成的夹角。拍摄角度包括拍摄高度、拍摄方向和拍摄距离。对于网络直播来说，所用到的拍摄角度主要有拍摄高度和拍摄方向，下面将分别对其进行介绍。



拍摄高度



拍摄方向

8.4 主播专业直播能力的提升

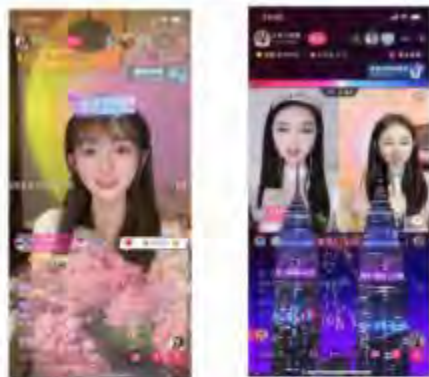
在竞争日益激烈的直播行业，直播主播只有不断提高自身才艺水平或专业能力，才能在这个行业有立足之地，否则只会被市场淘汰。

8.4.1 直播主播自身形象的塑造

- 直播主播的着装
- 直播主播的妆容
- 直播主播说话的基本原则
- 寻找有趣的沟通话题
- 直播主播常用话术

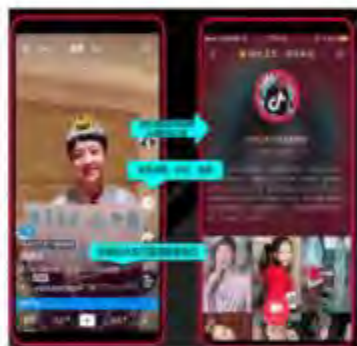
8.7.3 观众打赏变现

打赏就是指观众在直播平台上付费充值，购买虚拟道具送给自己喜欢的主播，直播平台再将该名主播收到的道具礼物折换成现金，由直播平台和主播按照一定的比例进行分成。



8.7.4 广告变现

- 1 广告植入
- 2 为品牌或企业做代言



8.7.5 签约MCN机构，为主播提供增值服务；

在直播行业中，**MCN机构**是提供一站式服务的网红孵化公司。主播与MCN机构签订合同后，就能享受MCN机构为其提供的专业培训、直播资源、直播场地等一系列服务。

主播在选择MCN机构时，需要考虑以下事项：

- 01 试用期
- 02 限制性条件
- 03 分成比例和业绩目标的制定



抖音短视频 剪辑技巧实操

短视频小白神器

关联抖音主页+优质内容借鉴+一键剪同款



⇒ 剪映4.3.0—抖音官方剪辑工具，当前最新版本，不是市面上功能最强的，但却是最好用的一款，而且目前还在不断升级。安卓、苹果都可以使用

今天，我们介绍的就是剪映，拭目以待。

目录

- 01 | 功能面板详解
- 02 | 编辑界面及剪辑流程
- 03 | 基础设置与实操
- 04 | 案例分析

3.4 颜色设置—添加滤镜、美颜、调节



高清视频快速调节：

一：对比度 (0-10)、饱和度 (15-30)、锐化 (10-20)

色温 (冷色系、暖色系的区分，)

二：美颜、滤镜是内置设置，无法改变参数

每导入导出一次，视频都会被压缩，清晰度会被降低

3.5 添加音乐、音效、录音、读取歌词、出场淡化、变速等

工具栏添加



3.6 添加音乐、音效、录音、读取歌词、出场淡化、变速等

工具栏添加



3.7 添加贴纸、动画

工具栏添加



2.2 导出



全屏预览



新建—素材—编辑素材—预览效果—导出



导出

2.3 素材导入的方式

敲黑板、划重点啦!

- ▶▶主轨道+号添加: 播放顺序
- ▶▶添加画中画: 层级关系
- ▶▶素材库既可以添加到主轨道也可以添加画中画



2.4 导入视频、音乐、添加文字、预览、导出

实操技巧分解

- ▶▶主轨道+添加视频
- ▶▶添加音乐+调整长度
- ▶▶添加字体+更改字体+调整字体方向+添加动画



导出着成品



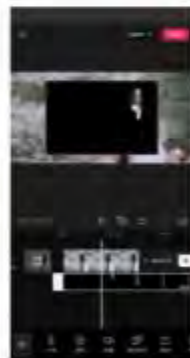
2.5 案例展示区别



2.6 预览、移动、画中画排列

实操技巧分解

- ▶▶主轨道+添加图片
- ▶▶画中画添加+音频
- ▶▶点击画中画视频+预览区域移动视频位置
- ▶▶点击混合模式+调色+拖动图片长度



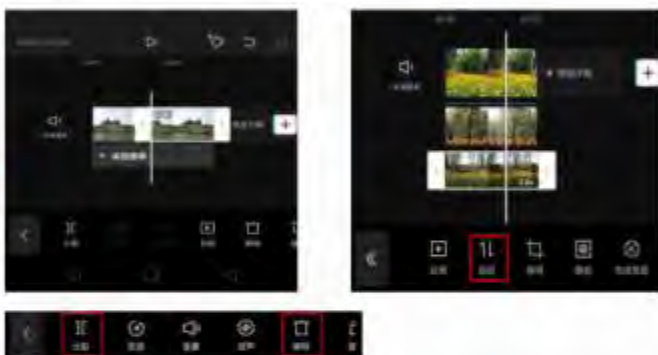
03 基础设置与操作

PART

- 基础设置：比例、特效设置
- 视频剪辑：添加文本、音频、贴纸、识别字幕、裁剪、声音变速等
- 创建视频：画中画、混合模式
- 添加特效：滤镜、动画、美颜、调节等效果

3.1 视频剪辑、分割、拖动、复制、删除、排序

选中谁操作谁的原则



3.2 比例设置及精确剪切

抖音比例—9:16竖屏



视频号比例—1:1竖屏



西瓜视频比例—9:16横屏



3.2 比例设置及精确裁剪

构图时注意连贯以便后期剪辑

VS

横屏

内容效果好,适合风景, vlog; 按视频号尺寸做, 还可以加字幕, 这样大家第一眼就能直观知道你接下来要讲什么。

竖屏

视觉冲击力强, 人物呈现效果好, 适合情景剧, 才艺展示, 如果你的视频内容主要以人物为主, 建议用竖屏。

裁剪技巧分解

- 点击选中视频+点 编辑
- 点 裁剪+调整边框裁剪视频
- 镜像+调整画面左右布局
- 旋转+调整画面整体视角



3.3 添加背景—纯色、画布、模糊

画布技巧分解

- 点击选中视频+回到主菜单栏+点背景
- 选择画布颜色+画布样式+画布模糊程度



3.4 颜色设置—添加滤镜、美颜、调节



高清视频快速调节:

一: 对比度 (0-10)、饱和度 (15-30)、锐化 (10-20)

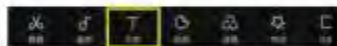
色温 (冷色系、暖色系的区分,)

二: 美颜、滤镜是内置设置, 无法改变参数

每导入导出一次, 视频都会被压缩, 清晰度会被降低

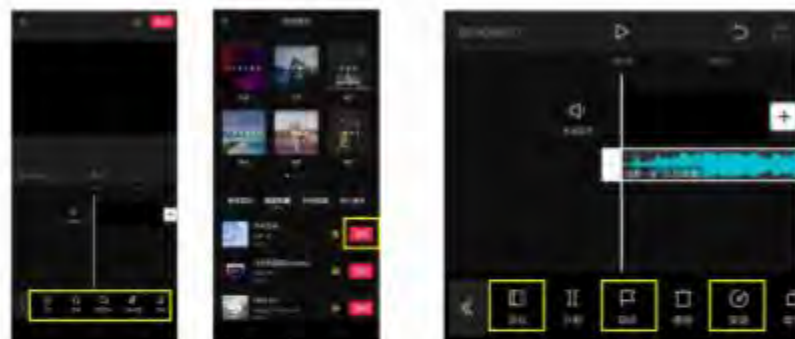
3.5 添加音乐、音效、录音、读取歌词、出场淡化、变速等

工具栏添加



3.6 添加音乐、音效、录音、读取歌词、出场淡化、变速等

工具栏添加



3.7 添加贴纸、动画

工具栏添加



3.8 运镜转场—添加转场

▶▶ 工具栏添加



转场是两段素材之间的切换效果



转场位置

3.9 关键帧

▶▶ 帧的概念：计算机动画术语，帧(fps)

——就是动画中最小单位，相当于电影胶片上的每一格镜头。在动画软件的时间轴上帧表现为一格或一个标记。

——关键帧相当于二维动画中的原画，指角色或者物体运动或变化中的关键动作所处的那一帧。

▶▶ 应用范围及途径：

1. 改变动作轨迹、大小、位置
2. 调节画面的不透明度
3. 蒙版的结合运用



课堂练习



制作要求：

1. 设置视频比例9：16
2. 视频时长设定为15秒
3. 为素材添加背景、文字、音乐、画中画或者贴纸
3. 设置文字、贴纸的动画效果
4. 设置音乐的淡化

04 案例分析

PART

- ① 画中画混合模式运用
- ② 多屏设置
- ③ 色度抠图
- ④ 关键帧
- ⑤ 卡点视频的制作
- ⑥ 蒙版应用
- ⑦ 曲线变速

4.1 画中画混合模式

▶▶ 画中画设置混合模式



4.2 卡点视频制作



混合模式 滤色



4.3 蒙版的运用--线性



4.4 抠图 (绿幕色度抠图、人物、物品抠图、视频抠图)



4.5 特效分屏制作



4.6 干货分享



无缝连接视频拍摄：固定手机锁定曝光，一个机位拍摄到底、分割衔接处不要静止的画面、采用分割功能做出标记、利用蒙版做出空间感

无伤去水印：芒果去水印、西瓜工具、西果工具

找素材：爱给网、厂库、摄图网、微视网、CG猫、图虫、mixkit、考拉新媒体导航

文案网：梅花网、Vlog小站、顶尖文案、广告门、内容神器、文案狗、文案韵脚

国家级电子商务进农村综合示范项目

高级电商培训体系

罗田新媒体短视频直播培训 课程大纲

时间	阶段	课程内容	主题
开班	启动	开班仪式 30 分钟	领导发言, 开班仪式
第一天	会看	新媒体短视频直播, 行业分析, 案例 账号体系搭建、定位、内容策划	《新媒体直播电商新机遇》 《账号体系与内容体系》
	会拍	会拍: 图文短视频策划、拍摄、剪辑、发布 角度、景别、运镜等	《爆款短视频拍摄剪辑发布技巧》
第二天	会播	会播: 直播人货场, 团队搭建、销售技巧 精品网货打造, 产品上架, 互动营销	《高效直播团队搭建与精品网货打造》 《直播人货场与直播间技巧》
	会玩	会玩: 会玩直播, 脚本话术、数据分析 直播流程方案	《精品直播话术脚本打造》 《直播全流程策划与数据分析》
第三天	会练	演练: 实操辅导演练, 数据复盘总结	直播演练与实战辅导
	复盘	演练: 实操辅导演练, 数据复盘总结	直播演练与实战辅导
总结	总结	课程总结, 优秀学员颁奖, 大赛活动	
课程体系		会看, 会拍, 会播, 会玩, 会练, 复盘	

罗田新媒体短视频直播培训 纪律管理规定

为了加强培训班管理, 营造良好的学习氛围和学习环境, 保证培训效果, 特制定本管理规定。

一、学习态度要求

以饱满的热情、严肃认真的态度参加培训学习。

二、课堂纪律要求

1、培训学员要遵守培训作息时间, 不允许迟到、早退、旷课。参训学员进入培训场地后按规定签到, 不得代签。遵守课堂纪律, 不得随意缺席及中途离场, 急需解决的事情需得授课讲师允许方可至课堂外接听办理。

2、培训期间请将手机等通讯工具关闭或调为静音状态, 严谨在上课时接打手机, 严禁大声喧哗, 保证良好课堂秩序。

3、参训学员如对课程安排或授课内容有问题、建议或意见, 可在课间与会务人员或老师进行沟通, 不得随意打断老师授课。

4、爱护培训会议室内的课桌椅、电脑设备、直播设备等教学设施, 未经允许请勿随意移动用教学设备和其他用电设备, 若有损坏, 照价赔偿。

5、严禁在教室内吸烟、吃零食, 自觉维护教室和公共环境的清洁卫生。离开教室要将个人用品收好, 带走垃圾, 把课桌椅复位配列整齐。

三、培训安全规定

1、培训期间请按照会务组规定到指定地点用餐, 禁止携带含酒精类饮品进入住宿场所, 严禁酗酒、赌博, 严禁聚众闹事, 打架斗殴, 若有违反, 按《中华人民共和国治安管理处罚法》追究其相应责任。

2、若学员未遵守上述规定, 或其他由学员本身恶意行为造成负面影响或经济损失的, 违规学员要承担相应责任。

罗田新媒体短视频直播培训 讲师简介



李仲财

- 数字经济与乡村振兴领域专家讲师
- 阿里巴巴数字乡村培训中心专家讲师
- 四川省人社厅就业训促中心特聘研究员
- 四川省人社厅就业训促中心“教飞”训促导师
- 商务部中国国际电子商务中心第二届“中国电商讲师大赛”全国总决赛三等奖

实战经验与课程：

电子商务高级讲师、乡村振兴千人计划成员、短视频直播孵化推广、MCN机构合伙人、国家电子商务进农村示范项目获全省第一和国家级荣誉奖评第一。全国培训三农领域电商专业人才300场以上、累计超3万人次。10年互联网经验，精通淘宝、天猫、1688、抖音、快手、新氧、微店、微信视频号等主流电商平台从0基础到实战营销推广。2022新媒体短视频直播带货课程、运营课程体系、内容体系、运营体系、直播带货全流程打造等。

成功案例和荣誉：

成功策划实施各类电商营销活动案例“党总干部研学游学”“县镇电商乡村振兴高峰论坛”“编年节”“年货节”“电商年货节”“战疫助农消费帮扶”“直播扶贫资源”“芒果扶贫云超市扶贫直播”“数字经济与乡村振兴论坛”等，获得央视财经、湖南卫视、人民日报、新华网、等多家媒体报道。



上官祯婷

- 三瑞尔信息技术有限公司总经理
- 阿里巴巴数字乡村培训中心专家讲师
- 商务部中国国际电子商务中心培训学院特聘讲师
- 工信部认证高级电子商务师
- 广东梅州电商协会特聘讲师
- 湖南省委职业院校特聘讲师
- 湖南省数字经济产业实训基地特聘数字创意导师

11年电商从业经验，拥有丰富的农产品运营经验，带领团队销售业绩，累计业绩四个月突破百万元。多地承接国家级电商进农村示范项目，MCN机构合伙人，联手政府部门多次参加参与大型直播营销活动，擅长新媒体营销、直播带货主播孵化培训、直播带货实操、IP打造。目前正打造“直播联盟”，为县镇提供“孵化+人才+配+供应链”全方位服务。

罗田新媒体短视频直播培训

一、线下培训

第一期：2022年1月16日-1月18日 培训规模50人

第二期：2022年2月 培训规模50人

第三期：2022年3月 培训规模50人

二、优秀小组评比

根据课堂积极参与度评分前两名，颁发奖品。

三、短视频直播PK大赛

前20名进入决赛PK，特等奖1名，一等奖2名，二等奖3名，三等奖5名，优秀奖9名，有奖大赛！颁发奖品和证书！



什么是好的 视频内容

- 1 有情
- 2 有趣
- 3 有品
- 4 有用

优选类目-内容建议



食品

美食吃播 美食试吃
美食测评 美食教程
其他



美妆

妆效展示 生活记录
美妆教程 美妆测评
其他



服饰

搭配教学 日常穿搭
跳舞才艺 素人改造
其他



百货

实物展示 使用教程
好物测评 创意段子
其他



宠物

宠物萌宠 日常记录
生活段子
其他



本地

产品展示/场景展示 技能展示
创意段子 游记攻略/风光介绍
其他

2.3 常见内容表现形式



2.8 内容定位方向

讲故事	客户故事	教知识	行业内幕
	从业故事		购买建议
晒过程	人生经历	搞活动	消费建议
	接待过程		促销活动
	沟通过程		满减活动
谈特色	带货过程	聊段子	赠送福利
	服务特色		热点段子
	产品特色		直播技巧
	人物特色		顾客意见



评估指数



短视频内容拆解五大要点



“

短视频素材拍摄选择方向

哪些素材可以拍

- 田间地头
- 生产工艺
- 材料产地
- 田间活动
- 加工现场
- 田间施肥
- 产品测试
- 新品上市
- 粉丝好评
- 评论回复
- 直播花絮
- 田间热点

”

1、淘宝主播

手机淘宝、淘宝直播、淘宝主播



阿里数字乡村
ALIBABA DIGITAL RURAL

直播带货人货场



1. 直播团队前分工
2. 主播把控节奏
3. 懂品，了解行业和产品信息优势，针对用户需求和产品匹配需求
4. 人设，有说服力（身份背景）、亲和力、引导力、接地气、信任感

1. 粉丝群体画像，年轻女性群体
2. 选品精准，精准优质，品牌溢价高，评分高
3. 价格具有竞争力
4. 产品丰富，性价比高，爆款网红款，新品，福利品

1. 明星、名人、领导
2. 原产地
3. 工厂探访
4. 娱乐性
5. 下单氛围
6. 线上晒单
7. 直播即时反馈

阿里数字乡村
ALIBABA DIGITAL RURAL

主播人设团队分工



负责日常直播，商品讲解、模特、销售、品牌形象建立等	负责配合直播间现场所有工作	负责配合直播中控台、红包发放、产品上架、活动报名等	负责主播玩法、玩法设计、脚本策划等	主播在直播间的搭档，主要配合主播，防止冷场、新主播成长等
---------------------------	---------------	---------------------------	-------------------	------------------------------

阿里数字乡村
ALIBABA DIGITAL RURAL

岗位	直播前	直播中	直播后
场控	数据脚本 / 活动策划	场控中控 / 粉丝互动 / 实时反馈	数据复盘
主播	掌握产品信息 / 理解直播节奏 / 收集产品信息	产品介绍 / 答疑互动 / 粉丝互动	直播复盘 / 总结复盘 / 数据复盘
助理	核对直播脚本 / 布置直播间 / 准备直播道具	讲解脚本 / 数据监控 / 产品上架	直播复盘 / 数据复盘
中控	商品上架管理 / 直播间上下架 / 直播中控台	数据监控 / 实时反馈 / 实时互动	数据复盘 / 工作总结
场手	商品上架管理	实时监控数据、实时反馈	数据复盘总结
运营	直播策略制定 / 直播目标、实时反馈、数据复盘、活动策划	直播间内运营 / 直播节奏把控、实时反馈、实时互动数据复盘	

阿里数字乡村
ALIBABA DIGITAL RURAL

◆ 主播人设团队分工



01
主播

02
主播助理

03
场控

04
执行策划

05
副播

负责日常直播，商品讲解，模特、销售、品牌形象建立等

负责配合直播间现场所有工作

负责配合直播中控台、红包发放、产品上架、活动报名等

负责主播玩法、玩法设计、脚本策划等

主播在直播间的播档，主要配合主播，防止冷场、新主播成长等

DC 阿里数字乡村

主播/副播/助理
将产品展示推销给观众

DC 阿里数字乡村

◆ 主播

主播

顾客

团队

主播——顾客

DC 阿里数字乡村

DC 阿里数字乡村

◆ 主播——顾客

- 01 帮助顾客做出正确的选择
- 02 主动向顾客介绍产品卖点
- 03 向顾客说明商品能给带来的利益
- 04 回答顾客与商品有关的问题
- 05 提醒顾客购买商品
- 06 向顾客推荐其他的商品和服务
- 07 让顾客相信购买商品是一个明智的选择
- 08 当顾客犹豫不决时帮助其重新下单

DC 跨境电商学院
DIGITAL CROSS-BORDER E-COMMERCE ACADEMY

主播——团队

DC 跨境电商学院
DIGITAL CROSS-BORDER E-COMMERCE ACADEMY

电商主播五大职责

- 01
品牌传播
让消费者放心地下单
- 02
品牌传播
主播最重要的任务
- 03
产品推广
让观众全方位了解
- 04
收集信息
收集获取反馈信息
- 05
其他任务
团队其他工作任务

DC 跨境电商学院
DIGITAL CROSS-BORDER E-COMMERCE ACADEMY

主播——团队

让顾客放心地下单

- 01
品牌传播
让消费者放心地下单
- ◆ 1. 品牌与口碑可以帮助消费者快速判断一件产品的品质, 节省选择时间
 - ◆ 2. 电商直播环境中, 品牌与口碑的建立需要主播来促成
 - ◆ 3. 电商主播不仅要推销产品, 还要向顾客讲述品牌背后的故事, 向顾客介绍品牌的价值

DC 跨境电商学院
DIGITAL CROSS-BORDER E-COMMERCE ACADEMY

产品销售是电商主播最重要的任务

02

主播最重要的任务

- ◆ 1. 产品销售是电商主播最重要的任务
- ◆ 2. 直播过程中利用各种销售技巧，刺激更多消费者产生购买冲动
- ◆ 3. 提高产品销量

DC 跨境电商学院
Cross-border E-commerce Academy

收集获取反馈信息

04

反馈信息
收集获取反馈信息

1. **直播过程中**，主播和消费者直接沟通，利用这个机会收集获取消费者的反馈信息
2. **首先**，主播要了解顾客对产品的期待，收集顾客对产品的建议，妥善处理顾客异议，及时反馈给团队的其他成员
3. **其次**，主要要及时收集直播平台对直播团队的要求，与直播平台保持良好的关系，获得直播平台的支持
4. **最后**，电商主播要及时了解产品销量及库存情况，让团队成员与供应商及时沟通交流，补充库存

DC 跨境电商学院
Cross-border E-commerce Academy

让观众全方位了解产品

03

让观众全方位了解

- ◆ 1. 直播过程中向观众展示产品
- ◆ 2. 将产品卖点、价值点全面展现出来
- ◆ 3. 让观众对产品全方位了解

DC 跨境电商学院
Cross-border E-commerce Academy

完成团队其他任务

05

其他任务
团队其他工作任务

- ◆ 1. 完成上述任务
- ◆ 2. 完成团队及直播平台安排的其他工作

DC 跨境电商学院
Cross-border E-commerce Academy

运营/场控/策划 制定实施直播卖货方案

DC 阿里巴巴数字乡村

直播目的

14

直播目的



DC 阿里巴巴数字乡村

直播方式内容

15

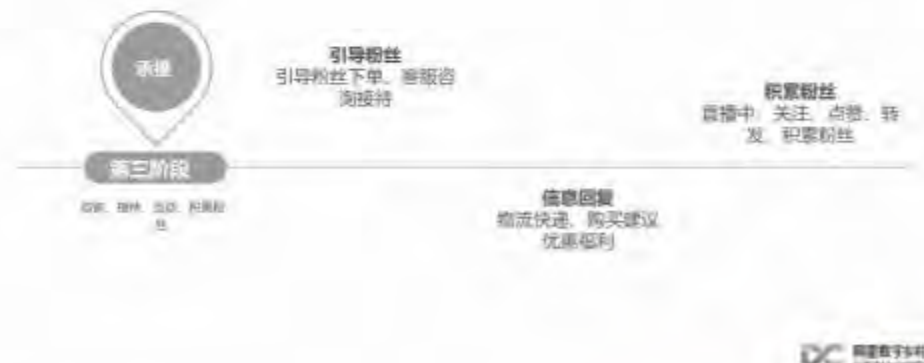
直播方式内容



DC 阿里巴巴数字乡村

直播实施方案四个阶段

DC 阿里巴巴数字乡村



收播

收尾阶段

重复的产品推广与优惠
数据复盘与优化

1. 将产品卖点、优惠力度再介绍一次；如时间充足，主播可以将整场直播中最受欢迎的产品再展示一次
2. 重复品牌故事，让有问题的粉丝抓紧时间联系客服，进一步为店铺导流
3. 重复最后的压轴大奖，吸引更多用户点赞、评论
4. 激发粉丝点赞热情，鼓励粉丝分享直播链接，为互动性最好的粉丝送上福利
5. 总结语，感谢直播间在线的粉丝，预告下一场直播时间、活动、福利等
6. 下播后，数据复盘，总结优化

DC 视觉数字科技
VISUAL DIGITAL TECHNOLOGY

1、直播引导关注技巧

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 1、设计关注话术



引导关注、欢迎话术、互动技巧

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 2、引导关注话术

熟记一些常规引导台词

“关注主播不迷路”。

“刚进来的小伙伴没有关注主播的点上面‘点亮我’点亮关注”等。主播要将这些引导台词随时挂在嘴边，几秒钟说一次。

因为在直播的时候随时都会有人进入直播间，主播不能放弃任何一个让粉丝关注账号的机会。

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 3、直播欢迎，表达感谢

对观看直播的用户表达感谢

在直播开场时，大家首先需要对着自己直播的用户表达感谢，通常可以这样说：

1. 欢迎XX（名字）进入直播间，点关注，不迷路，一言不合刷礼物！么么哒！
2. 欢迎朋友们来到我的直播间，主播是新人，希望朋友们多多支持，多多捧场哦！
3. 欢迎XX来到我的直播间，他们都是因为我的歌声/舞姿/幽默感留下来的，你也是吗？

以上的欢迎话术有助于提升主播亲切感，在观众进入直播间的第一时间感觉亲切舒服。

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 4、直播互动，积极问答

直播互动，积极回答问题

直播互动技巧大家可以从以下几个方面去看：

1. 产品问题要及时回答，如果来不及，截图保存稍后回答；
2. 回答问题要有耐心，不要看不起粉丝，鄙视提问者；
3. 当然对于一些骚扰和流氓问题，可以选择性过滤；

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 5、直播之路贵在坚持

直播——需要更多的是耐心

1. 系统化的直播流程，可以缩短新手上路的时间
2. 直播脚本保证了稳定，方便主播控制节奏
3. 脚本提前准备玩法，可以保证氛围的制造效果

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 6、话术脚本避免翻车

直播是升级版的电视导购

1. 要流程化设计脚本，避免翻车
2. 脚本可以清晰的明确到进度和直播安排

新媒体短视频直播-李伟刚

◆ 7、话术精准提炼

话术，精准提炼、适时表达

- 1、话术其实就是主播要做的关于产品卖点、互动促单带动气氛的口语表达
- 2、主播的口播，是成交转化的关键因素
- 3、活跃氛围、吸引停留观看的关键因素

新媒体短视频直播·李坤财

◆ 8、直播脚本话术模板

单款产品话术模板

单款产品话术流程，每款时间10分钟



◆ 10、标准直播话术公式

专业产品介绍+情绪化的促单销售+肢体化配合



新媒体短视频直播·李坤财

2、直播互动技巧

新媒体短视频直播·李坤财

2、开播前后场景搭建——直播互动玩法

1、开播前

页面布局
摄像头
视频
图片
窗口
音频
美颜
音乐
镜像（翻转）
预告直播红包
绿幕
预览
推流
——直播

2、开播后

福利抽奖
倒计时红包
粉丝推送
直播间公告
关注小卡
(店铺或达人名称)
互动道具
互动游戏
智能场控

新媒体短视频直播-李仲凯

4、直播互动玩法提高转化

达人如何用互动玩法提高转化



新媒体短视频直播-李仲凯

3、直播互动常用——连麦、才艺、PK等

连麦（粉丝连麦、主播连麦）

连麦是直播间互动的有效技巧之一，特别和铁杆粉丝连麦，可以调动粉丝的积极性。粉丝会帮助你塑造权威和专业度，会增加你直播间粉丝的活跃度。另外两个人连麦以后，还可以表演剧本，促进产品销售。

才艺秀（特长）

直播间要想和粉丝互动起来，除了产品，你的才艺也可以感染他们。有些人本身会唱歌，会弹乐器，有的会玩塔罗牌算命，这些都会吸引大家的注意力。

新媒体短视频直播-李仲凯

5、主播与助理人员与观众配合

达人如何用互动玩法提高转化

人员配合：主播与助理



新媒体短视频直播-李仲凯

◆ 6、主播营造氛围

97

营造氛围

主播

1. 利用达人人设制造欢迎语、专属口号
2. 关照老粉丝和粉丝团

- 直播间专属产品
- 直播间专属欢迎语
- 直播间专属福利

如何营造



作用

- 粉丝运营
- 粉丝归属感
- 粉丝间知识分享交流氛围
- 利于引导关注加入粉丝团

新媒体短视频直播-李仲财

◆ 7、直播氛围营造延长停留与促单

98

为什么要营造直播间的氛围?

延长用户停留

良好的直播氛围可以让观众的视频观看体验更好
让用户更有兴趣
有助于增加用户停留时长

1

2

促单

类似于线下市场
通过直播和互动营造直播间的氛围
激发观众的从众心理
从而促进订单成交

新媒体短视频直播-李仲财

◆ 8、直播互动注意事项

99

达人如何用互动玩法提高转化

注意事项



新媒体短视频直播-李仲财

选品和定价——直播选品

100



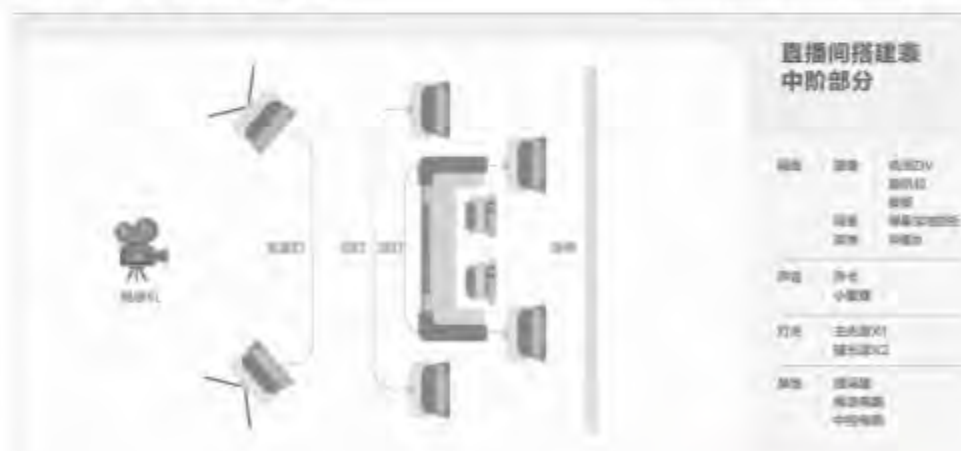
新媒体短视频直播-李仲财



新媒体短视频直播-李坤财

要点	释义
定位	明确消费群体年龄、性别、职业、收入、兴趣爱好
规格	通过竞品分析，确定适合自己发展的产品价格：如3斤装，5斤装，10斤装
价格	直播价、日常销售价、粉丝回馈价、老顾客价、大促活动价、分销价
卖点	功能价值、营养价值、
货源	产品质量、订单处理量、物流响应效率、售后占比等

新媒体短视频直播-李坤财





◆ 1、直播互动技巧——多种方式



新媒体短视频直播-李仲财

◆ 9、直播互动多多政策



直播运营---直播促销

- ✓ 店铺宝-店铺满减
- ✓ 单品宝-限时折扣
- ✓ 优惠券-单品直播券
- ✓ 红包-电脑-手机发起
- ✓ 秒杀

新媒体短视频直播-李仲财

2.4 直播活动流程案例

33

10	14: 25-14: 36	启动仪式	6月7日晚19点-22点, 湖南卫视正式开播, 观众向由天天兄弟的何炅汪涵主持, 并邀请明星嘉宾一起参与直播, 以PK的方式将直播间粉丝农产品, 该直播将当晚为全国首次直播时段的农产品直播, 新化人民团结一致加油助威。	主持人+主播 晚会预热预告
11	14: 38-19: 27	预热期	观众进行预热预热, 主播采访当地村民, 展示当地农产品 (粉丝订单需求, 中农集团物流, 中农金粮给中农人, 中农人收货好存运送) 直播已经购买用户	展示当地农产品 直播预热二轮预热
12	14: 32-14: 38	直播预热	主播采访当地村民 (粉丝订单需求)	
13	14: 38-14: 38	商品预热	产品: 【湖南卫视直播推荐】向东方红瑞午肉蛋120g*2+香酥粉120g*2, 爆炒豆腐, 价格优惠, 新鲜鸡蛋, 翠脆草鸡蛋, 与天天兄弟, 每天直播一款明星同款产品	商品预热, 直播预热
14	14: 39-14: 38	直播预热	直播预热预热, 给2个中奖用户, 获得县长奖品	参与转发抽奖
15	14: 38-14: 38	预热期	场预热, 再次预热直播, 6月7日晚19点-22点, 湖南卫视正式开播, 观众向由天天兄弟的何炅汪涵主持, 并邀请明星嘉宾一起参与直播, 以PK的方式将直播间粉丝农产品, 该直播将当晚为全国首次直播时段的农产品直播, 新化人民团结一致加油助威, 直播预热	观众再次预热, 直播预热
15		基本信息	姓名: _____ 电话: _____ 日期: _____	

新媒体短视频直播-李仲财

小组直播演练准备

- 1、单品直播话术 (一个产品一个话术)
- 2、直播全流程方案 (主题、分工、产品、活动等)
- 3、直播预告 (直播预告建立、产品上架、链接分享)
- 4、直播预热 (图文海报、短视频、分享, 看完后知道什么时候直播、直播主题内容产品是什么)

新媒体短视频直播-李仲财

常见直播核心数据分析

34

- (1) **开播 (开播时长)**: 平台建议开播时间淘宝/抖音30/60分钟以上, 计算有效天数, 平台需要根据基础数据进行推荐排名, 粉丝进直播间需要一定的时间。
- (2) **流量 (观看人数)**: 观看粉丝数量, 是直播间热度人气的一种体现, 粉丝观看
- (3) **停留 (平均停留时间)**: 停留时间越长, 主播的直播吸引力越强, 效果越好
- (4) **转粉 (新增粉丝关注)**: 主播积累粉丝的一种方式, 每场直播新增粉丝越多越受欢迎
- (5) **成交 (直播转化率、引导成交金额、成交订单)**: 直播转化率, 变现的一种体现。
- (6) **封面 (封面点击率)**: 封面主图点击率越高, 封面约受欢迎, 平台推荐以后的容易吸引更多人进入直播间。



李仲财 | 2022新版

新媒体短视频直播电商新机遇

新媒体短视频直播-李仲财

