

快手电商手册



快手，看见每一种生活

快手卖货指南



快手，看见每一种生活

目录

电商布局

人-货-场
带货模式

账号运营

运营思路
账号冷启动
短视频攻略
优秀主播分享
推广购买技巧
涨粉技巧
店铺运营

直播卖货

直播间流量来源
设备条件
人设定位
选品技巧
直播指南
达人案例分享

1. 电商布局

电商布局



人

引入优质玩家

- 优质品牌
- 优质主播
- 优质机构
- 优质产业带



货

强化供应链能力

- 品牌直供
- 工厂直供
- 农场直供
- 达人直供



场

打造销售闭环

- 功能侧升级
- 公域流量扶持
- 成长路径明晰
- 营销活动助推

带货模式

红人带货主要模式

- **红人直卖**：官方/品牌联系红人，确定返点/佣金，红人售卖
- **挂榜涨粉**：为达人刷礼物，实现曝光涨粉（成本与风险较高）
- **官方活动**：官方辅助匹配红人，连麦/红人/品牌直卖均可
- **分销库**：全网主播共同售卖，可分红人等级定商品价格

红人
带货

高投入高收益高
风险

分销库

成本较低，对价格库
存有要求

商家
直营

总部直营/线下门店
批量入驻
长线经营稳定有保障

2. 账号运营

运营思路



账号冷启动

1.先涨粉再卖货

建议早期不急于卖货，先通过短视频作品积累粉丝。

2.营造统一的人设

头像、背景图、简介、短视频的风格均要保持一致，加深用户认知。

3.稳定发布作品

短视频的主题、形式、视觉等均需保持稳定，每月/周/日固定时间点发布作品。一般来说，中午12:00和晚上10:00的粉丝活跃度较高。

4.提升内容趣味性

短视频不宜使用过硬的广告宣传，可通过教程、情景剧、才艺展示等形式提升趣味性。

5.直播提升粉丝粘性

早期直播可先不卖货，多与粉丝互动来强化账号人设，提升粉丝粘性。

6.适当购买推广

发布短视频或直播时，可适当购买推广，还可选择特定的性别、年龄、地域来缩小目标范围。

短视频攻略

功能及机型

以高像素、具防抖功能的设备为优，如苹果产品、华为p30、oppo reno 2等等（如果没有防抖功能的手机，建议使用三脚架来辅助）

手机拍摄设置

苹果手机的“录制视频”选项建议选择1080p 60fps，华为手机“分辨率”选项建议选择（16：9）4k

软件

剪辑调色app推荐：快影、一甜相机、vue、foodie、Promovie、inshot（务必在此类APP的设置中关闭水印功能）

P图做封面app推荐：美图秀秀、snapseed、九格切图、voun、简拼、piczoo等

苹果

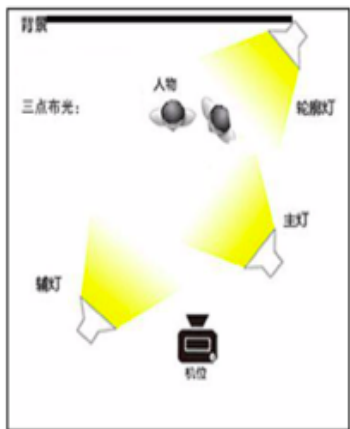


华为



短视频攻略

灯光-三点布光



构图技巧



网格线构图



三分法构图



对角线构图



对称构图



前景框构图



引导线构图

运镜



在由远及近的场景表达中，建议使用“推镜”拍摄手法，尽量不要突兀的直接切换画面或者产生明显镜头晃动

短视频攻略

视频首帧制作技巧

保证图像清晰度

清晰的画面是封面制作的最基本要求。否则会影响作品的吸引力，让人失去点击观看的欲望。

合理配色与排版

封面背景可选择鲜艳的色彩，或与标题有较大对比度。画面主体与标题需突出，将最吸引人的商品、主播放在封面中心，并适当放大标题。

突出亮点

可专门设计封面，用将主播本人或最有吸引力的画面作为主体，力争用最少字数说清视频内容

封面与视频一致

拒绝标题党，封面内容要与视频的真实内容保持一致，可从视频中精选最佳画面，也可以设计专门的封面。



短视频攻略

短视频推广产品内容建议

直接展示产品

如果你的产品本来就很有创意或者说功能新颖实用，那没必要绕弯子，可以直接用短视频展示产品。比如说懒人洗碗器，“实用、快捷、便利”，贴合现在社会中的“偷懒”想法。

突出产品优势

对于功能没有太多亮点的产品。可以突出最大优势，便于受众记忆。例如，为了突出妈咪包很能装东西，可以展示妈咪包装下了婴儿所有的奶瓶，湿巾，纸尿裤等用品。

场景植入

将自己的品牌或商品通过间接的方式展示给用户。如主播将商品植入情景剧作品，形成了不错的品牌效果。

实地体验

发布实地体验、网红体验等考察测评推荐，将店铺或商品的质量、细节更直观地表现给了用户，更好地达到了吸引粉丝、促进订单等更好的宣传效果。

记录日常

将店铺内部信息，如商品制作过程、工厂车间信息、产地现状、打包过程等等展示给粉丝，与用户信任的建立，也有助于形成自己的店铺文化。

短视频攻略-发布技巧

1.开头即亮点

使用大屏模式的老铁增多，视频没有封面，直接播放视频。因此，视频开头无需做过多铺垫，可直接将作品的亮点呈现出来。

2.带热门话题

针对品类/人群定位，发布短视频添加热门或官方活动话题，如#小个子穿出大长腿# #快手卖货节#。

3.协调画面、音乐、节奏

根据不同商品风格选用不同的音乐、节奏、视频内容，如甜美清新的服装可以选择柔和的背景音乐；潮服可选择节奏感强，动感的音乐。

4.关注评论点赞量

发布短视频后，观察点赞评论，总结优秀作品的亮点，今后继续延续。同时，可为表现优秀的视频适当投放粉丝头条，给作品增加曝光和热度。

5.严守快手规则

关注快手小店消息中心，了解快手电商最新规则。

短视频攻略

打造独特的作品风格

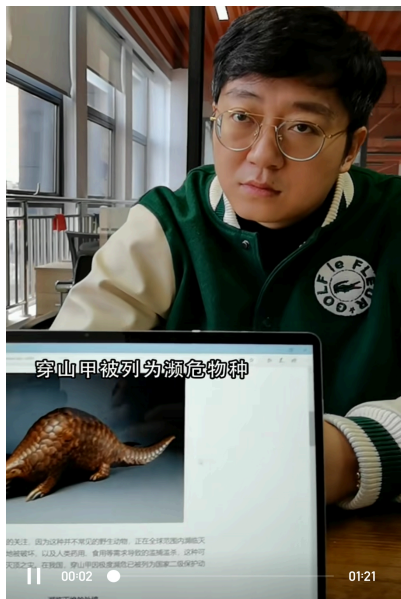
- 封面、标题
- 拍摄风格、镜头语言、配乐
- 妆容穿着打扮
- 人物特有的表情、动作特征
- 惯用语、开场、结尾的话术



寻找特点：不露脸的美妆博主

@贫民窟女孩媛媛姐丫

内八字、劳力士、总裁、耳光



@朱一旦的枯燥生活

统一的拍摄方式



开头：俯拍本次视频穿搭所有单品的展示



中间：特写服饰面料、质量等细节



结尾：平拍展示穿搭整体效果

@抹茶Sweet

封面设计



@认真少女__颜九

开头结尾话术



@牛嫂（电商达人）

短视频攻略

服饰类

【商家直播间展示型】

参考主播

- ✓ 牟姐在广州开服装厂
- ✓ 真姐教穿搭
- ✓ 啦啦家教搭配

制作成本：🌟（适合所有商家）

内容方向：可直接在直播过程设置好脚本，截取直播片段发布短视频即可；重点介绍面料，穿搭方法，尺码等内容，展示衣服细节；通过询问商品的方式，增加互动性



短视频攻略

【素人改造型】

参考主播

✓ 牛嫂🐮（电商达人）

制作成本：☆☆☆（成本相对高些）

内容方向：需要有视频脚本进行拍摄，视频内容 有故事性会更加吸引粉丝，结合穿搭展示变身会提高种草性

牛嫂家🏠 专注服装十二年（对于服装我们是专业的 本期分享：流行的不一定是适合自己的！#每日穿搭 #每日穿搭...



短视频攻略

【工厂/档口实拍型】

参考主播

✓ 娃娃

制作成本：☆☆☆（适合有工厂/档口的商家）

内容方向：创业故事、工厂实拍、拿货打版展示，通过真实的励志故事打造人设和粉丝对源头货的认知

永远善良热忱，永远满怀感恩……拍的有点长，不知道有多少真爱能看到最后，总之我只想说：“谢谢你们”#作品推…



短视频攻略

美妆类

【单品试色型】

参考主播

✓ 贫民窟女孩媛媛姐丫

制作成本：★

内容方向：彩妆、护肤单品试色展示；

配音讲解功效



短视频攻略

【商家种草型】

参考主播

✓ 阿聪【教化妆】

制作成本：☆☆

内容方向：需要商家可出镜，
对商品进行包装，功效进行讲解



短视频攻略

【美妆测评型】

参考主播

✓ 韩承浩LeoBeauty

✓ 别问王爹

制作成本：★★★★

内容方向：化妆技巧科普、化妆护肤教程、好物种草、开箱测评；需要具备专业的美妆知识



短视频攻略

【剧情软广型】

参考主播

✓ 95后一场梦

✓ 牛城帅波

制作成本：★★★★★

内容方向：将推广的商品植入到剧情中，做到剧情和商品高度融合，提高销量



短视频攻略

美食类

【食品测评/种草/拔草型】

参考主播

✓ 吃货倩倩

制作成本：☆☆

内容方向：主播出镜对商品的包装味道体验等进行讲解。



短视频攻略

【吃播型】

参考主播

✓ 爱美食的猫妹妹

制作成本：💰

内容方向：不暴饮暴食，吃播速度适中，展示介绍食物的细节味道。



短视频攻略

【厨艺教程型】

参考主播

✓ 是花小影

制作成本：☆☆

内容方向：需要有视频脚本进行拍摄，视频有故事性会更加吸引粉丝；整个教程步骤清晰，介绍所售卖的商品，需要具备较为专业的厨艺知识。



短视频攻略

新奇特百货类

【搭配教学型】

参考主播

✓ 宋花道

制作成本：☆☆

内容方向：建立自己在行业的达人人设，然后亲自出镜，分步走演示、教授商品的搭配技巧



短视频攻略

【场景展示型】

参考主播

✓ 嫣生活

制作成本：☆☆

内容方向：拍摄商品的生产、使用、售卖等场景，提现商品的源头性、专业性



短视频攻略

短视频注意事项

封面不可直接写价格

可介绍商品的面料、功能、使用效果，封面不出现商品价格。

要说小黄车下单

介绍商品后，可告知老铁通过小黄车下单，避免私下交易。

不能是纯广告

避免过硬的广告宣传，可通过教程、测评、情景剧等方式增强内容的趣味性。

不可号召好评返现、刷单

视频中不可索要好评，用金钱、礼品来诱导消费者给予好评。

不可乱介绍功效

介绍产品时，不能给产品安上子虚乌有的功效，如穿XX衣服能减肥。



小黄车下单

短视频攻略

不可贬低其他产品

不能对其他同类产品进行恶意贬低，如XX品牌比我们差得多。

不能使用绝对化、夸张化词语

产品介绍需实事求是，不能夸大效果、地位、成绩，如全国第一、纯天然。

不能含有淫秽、暴力、迷信、恐怖、丑恶的内容

内容需阳光正能量，避免令人不适的画面，如穿着暴露，画面血腥。

不可引导粉丝私下联系

个人主页一律不允许挂有私下联系方式及微信简介、用户名、头像、背景等。视频作品宣传商品或服务时，不允许引导其他方式联系，如看主页、加我v、私信我

注重版权，避免重复

不能带任何水印（包括kuaishou），背景音乐需使用app自带音乐，短视频不要重复上传，一次性确认后发布，视频封面不能重复使用。



主页不允许出现联系方式

作品推广购买技巧

1.作品推广的作用

购买作品推广可以使作品曝光给更多的用户，来增加粉丝和互动。

2.投放作品选择

可以对比自然流量下作品数据的变化，优先投放自然状态下播放量较高的作品，降低成本。

3.购买的策略

购买建议是少量多单，可以先购买1-2 万曝光，设定24 小时投放，系统有更大的空间去寻找潜在的粉丝和观看者。初期建议先用通投的方式进行投放，当有了稳定的粉丝画像之后可尝试人群定向。

4.追投的方法

根据涨粉成本（ $\text{涨粉成本} = \text{投放金额} / \text{粉丝数}$ ）和封面点击率（ $\text{播放量} / \text{曝光量}$ ）选出优质的作品。再对效果好的作品进行反复追投，扩大效果，可以随时购买额外曝光，即使当前订单未结束。

5.方法总结

总结来说，小成本试错，多个视频测试，效果较好的进行追投。如果是带小黄车的作品则需要购买“小店作品推广”。

涨粉技巧

参与官方活动，作品带热门标签“蹭”流量

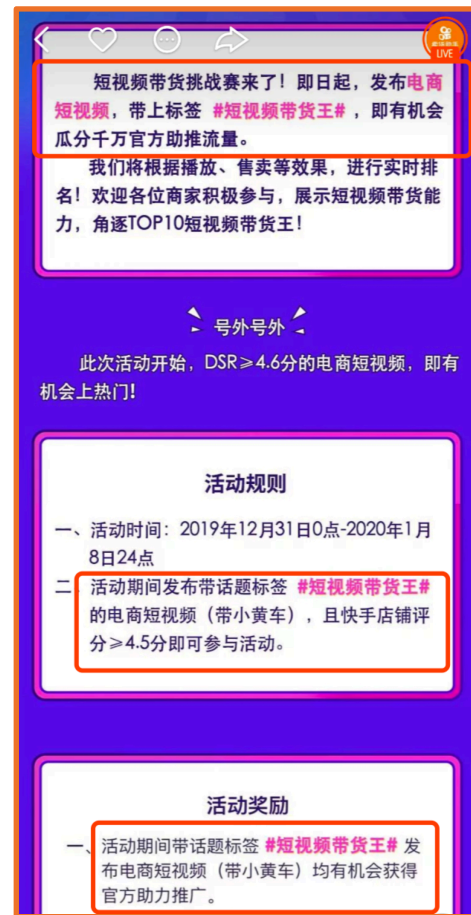
官方在举办活动，或者官方热推的标签都是自带流量的，我们在发布视频时可以带同我们作品相关的标签话题，可以增加作品的曝光

在播放量高的同类型作品下评论

如果你的评论足够风趣吸引人，就会有用户赞同你的观点，评论会置顶在视频下方，当有新用户看到评论时，就会选择点开头像，发现你的作品也很棒，就会选择关注你



粉丝评论，积极回复



官方活动，带标签赢流量

涨粉技巧

短视频/直播中引导关注，加粉丝团

在短视频结尾或直播过程中，提示粉丝关注账号或加入粉丝团，告知粉丝会有相应的专属福利。

将作品推广给同类型主播的粉丝

购买作品推广时，将短视频推广给同类型主播的粉丝，吸引更多精准目标受众。

同类型主播互动

和同类型主播合拍视频或直播连麦，吸引对方的粉丝成为你的粉丝。



引导加入粉丝团



将作品推广给同类主播的粉丝

粉丝运营

如何增加粉丝粘性

多发粉丝相关的动态

通过发短视频或说说来分享自己的动态，文案要能够调动粉丝参与度，比如采取问答的形式询问大家喜欢的零食，自己要多回复粉丝评论。

专门开直播与粉丝沟通

直播过程中不卖货，可以讲述自己的经历，让粉丝了解自己，信任自己，及时回答粉丝问题。



粉丝运营

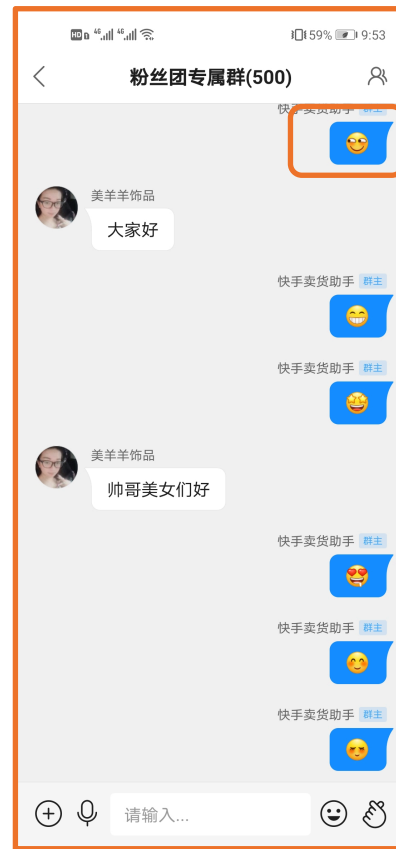
如何增加粉丝粘性

打造给粉丝的专属福利

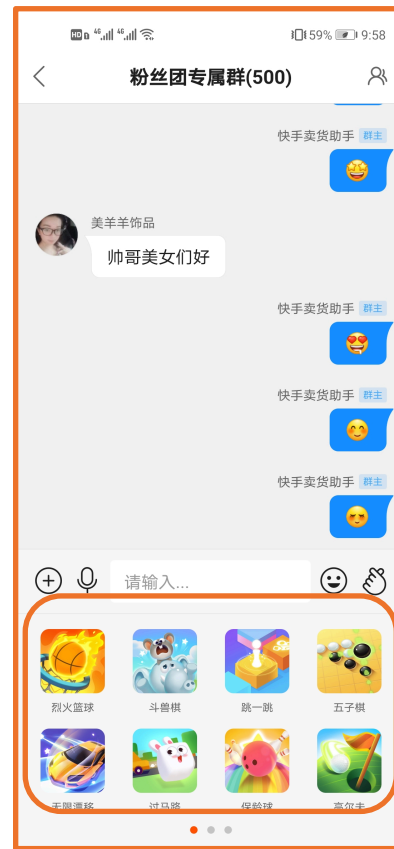
为粉丝打造专属商品折扣，发放优惠券、秒杀商品、专属礼物等，提升粉丝对主播的认同感。

经常在粉丝团与粉丝互动

与粉丝团中的粉丝实时互动，解答问题，聊天互动，增强与粉丝的联系。



粉丝团积极互动



经常送福利、玩游戏

店铺运营

店铺活动

把握时机，积极参与平台活动

及时关注并参与平台举办的各类活动，在浓烈的购物氛围中，买家更容易下单

合理利用快手小店特色功能

灵活使用闪电购/秒杀/优惠券等特色功能

推出自己的特色活动，做好活动预案

不定期回馈顾客，通过直播抽奖/举办店铺活动等方式给予顾客优惠，跟粉丝约好卖货时间。举办活动前要检查货物库存和质量，确认流程，以免造成不必要麻烦，降低顾客体验。



快手，看见每一种生活

店铺运营

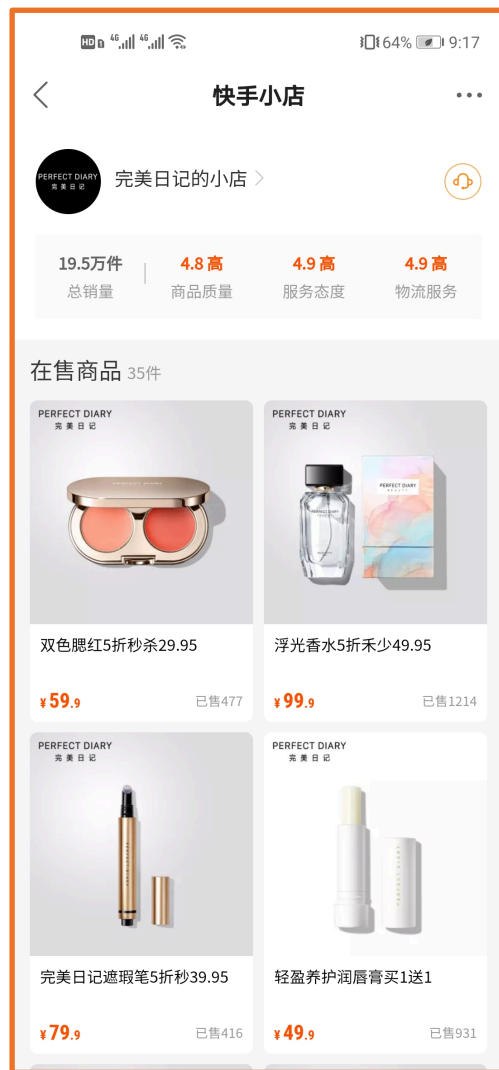
店铺装修

明确装修目的，突出店铺风格

根据所售卖的产品种类来上传合适风格的商品图片，图片清晰，配色合理，可以吸引买家的目光，也能更好的宣传店铺。比如花店多以淡雅花束照片为主，美食店铺多以食物特写为主，体现其诱人风味。

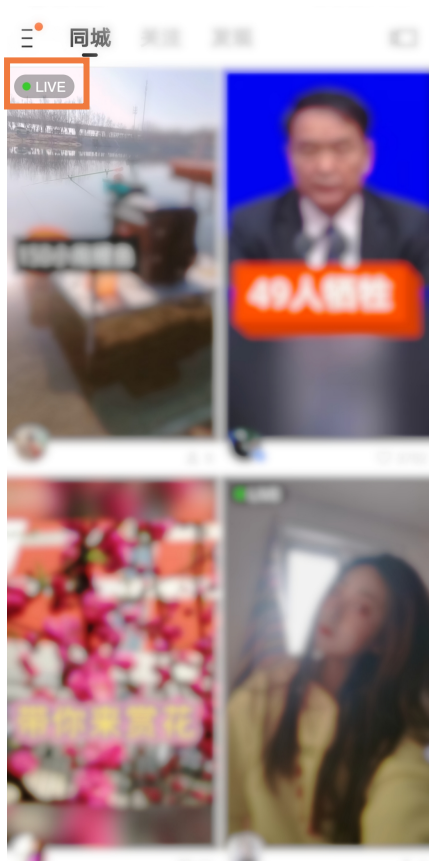
合理布局商品信息和内容

将主打产品或爆款商品放在醒目位置，对同类商品进行陈列，用简明的文字突出商品品类/特点/价位等信息，写法统一。

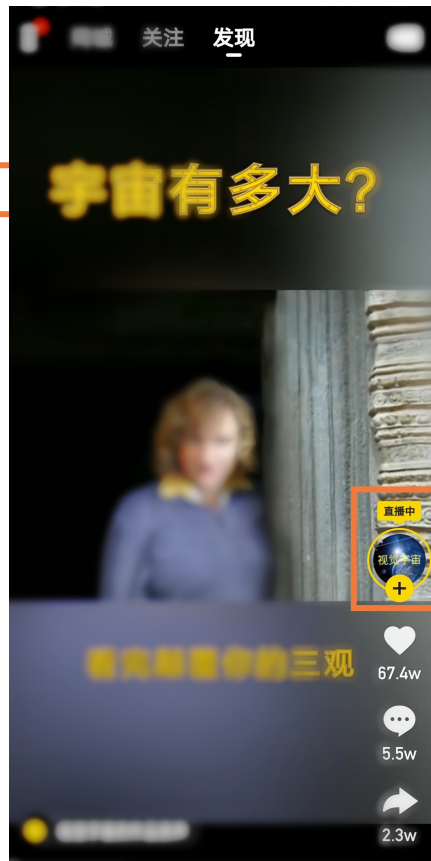


3. 直播卖货

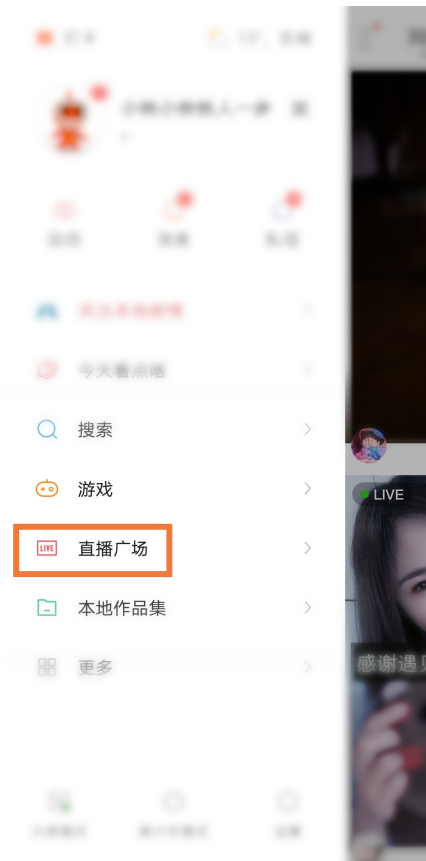
直播间公域流量来源



同城推荐页



发现页短视频推荐



直播广场



官方活动/话题页

直播间私域流量来源



关注推荐页



预告短视频



直播花絮短视频



个人主页

设备条件

- 内容制作团队

稳定、有特色的主播：短视频、直播真人
出镜，长期稳定输出内容
摄影团队、创意人员

- 直播间配置

用于直播的房间、直播设备（手机、
摄像头）、补光灯、展示台、麦克风



人设定位

快手具备的「人+内容」型社交生态，老铁购物很大程度基于人-人的信任关系

一个优秀主播所必须具备的能力有：

个人魅力

主播必须要有鲜明的个人特色，如：风趣幽默、情商高、刀子嘴豆腐心等，只有风格鲜明，才会被人记住。

带货能力

主播的带货能力决定了账号的变现能力，带货的主播需掌握一定的销售、说服技巧，能够很好的展示、诠释产品的优越性。

控场能力

主播的控场能力很重要，控场能力决定了主播是否可以有条不紊的处理直播过程中的突发情况和黑粉带节奏问题。

专业知识

不同类目的主播都硬钢具备对应类目的专业知识，如服饰主播了解服装搭配、衣服材质的优缺点，食品主播了解膳食搭配、食物的功效等。

选品技巧

◆ 根据粉丝画像，找准商品定位

分析自己的粉丝属于什么年龄段，男性或女性居多，从粉丝角度考虑他们大概需要什么种类的产品，价格在什么区间内老铁们愿意去购买。

◆ 选择质量高的，成本低的产品

最好选择自己熟悉的产品种类，最好是自己有产业链的，可以保证产品的质量和最大程度化的降低价格。

◆ 根据自身优势，选择合适的产品种类

依旧自身特点和优势，选择适合的产品售卖，果农就卖水果、服饰产业带就卖衣服、农民可以售卖农副产品等。

◆ 根据季节更替选择商品

比如11月开始入冬，天气慢慢变冷，聪明的商家就会选择在10月底开始售卖冬季的服饰，抓准了冬季人们需要购买冬衣的需求。

直播指南

直播前

准备：准备直播脚本，确定好流程、道具、场景、话术，根据时间、粉丝喜好选品，确保对所有的直播内容心中有数。

测试：提前测试网络环境，大致过一遍直播流程，保证直播需要的功能都已开通。

封面：画面吸引人，标题呈现最大亮点，有助于吸引更多粉丝，比如琳琅满目的商品配上限时秒杀的字样。

时间：提前预告，固定时间，养成习惯，直播时间不宜过短，保持在1小时以上。

预告：个人昵称、简介处添加直播时间预告，开播提前1-2小时发作品预告直播

直播中

福利：巧用秒杀、优惠券功能，发红包、送赠品等形式，限时限量抢购，营造紧张感，激发粉丝购买欲。

技巧：现场试穿/试吃/试用，突出展示产品特点，实时反馈使用感受，细致讲解，如一个商品有多种尺码，可根据粉丝需求，做针对性推荐。

节奏：持续保持饱满情绪，不能突然安静、冷场。

人物：多人辅助主播，活跃气氛、配合产品演示。

互动：直播风格契合人设，过程中多多关注粉丝的评论，及时解答问题，聊天、才艺表演、连麦PK都是不错的选择；直播中多引导粉丝互动，点赞、评论实时影响直播间人气推荐排名

推广：可在直播初期少量购买推广，再根据投放效果进行追投。

时间：养成固定直播习惯，不随意失约

达人案例分享-罗嘉

达人介绍

- ✓ 昵称：罗嘉
- ✓ 粉丝量：151.7W
- ✓ 人设定位：快手卖【阿玛尼】第一人

视频内容

- ✓ 品牌宣传
- ✓ 直播预告
- ✓ 产品介绍

销售成绩

- ✓ 直播8小时，销售金额破百万，收获21.3万点赞



达人案例分享-罗嘉

直播优势

- ✓ 在阿玛尼店内直播，保证产品质量

销售关键词

- ✓ 限时抢购
- ✓ 店铺直销
- ✓ 优惠力度大

直播方法论

- ✓ 【抽奖】设置定时抽奖、发红包，增加粉丝在直播间的停留时间
- ✓ 【才艺表演】在直播间唱歌、跳舞，展示才艺，可以增加粉丝的粘性
- ✓ 【互动】多看公屏，回答粉丝的问题，多与粉丝互动



达人案例分享-英明巴拉巴拉

达人介绍

- ✓ 英明巴拉巴拉童装
- ✓ 粉丝量：13.1W
- ✓ 人设定位：巴拉巴拉线下店铺店长

视频内容

- ✓ 童装产品介绍
- ✓ 童装搭配

销售成绩

- ✓ 入驻快手一个月，总销售43万
- ✓ 打折促销



达人案例分享-英明巴拉巴拉

直播优势

- ✓ 品牌线下专卖店
- ✓ 货源充足
- ✓ 质量保证

销售关键词

- ✓ 线下门店直销
- ✓ 品牌优势
- ✓ 打折促销

直播方法论

- ✓ 【秒杀】直播间设置秒杀商品，为粉丝送福利，增加直播间人数
- ✓ 【熟悉商品】提前了解产品的材质、尺码等，方便直播中介绍产品，回答粉丝问题



达人案例分享-山野竹夫

达人介绍

- ✓ 山野竹夫
- ✓ 粉丝量：254万
- ✓ 人设定位：大山深处的山货郎
居住在大山里的父子，淳朴乐观

视频内容

- ✓ 拍摄父子平时的生活、做饭场景
- ✓ 视频风格轻松幽默又贴近生活

销售成绩

- ✓ 帮助当地3、400百家农户卖山货
- ✓ 通过快手电商月收入过万



达人案例分享-山野竹夫

直播优势

接地气的乡村人设

产品天然无公害

销售关键词

✓ 农家特产

✓ 当地风味

✓ 价格实惠

直播方法论

✓ 【真实】真实的生活场景更能打动人，增加粉丝的信任

✓ 【话题】准备一些粉丝感兴趣的话题，与之沟通，拉近主播和粉丝之间的距离



谢谢观看