

第3章

打造淘宝主播人设

【学习目标】

- 了解四大主要淘系直播形式。
- 掌握主播开通开播账号的方法。
- 了解主播成长体系。
- 了解淘宝直播中控台各功能。
- 了解直播页面功能和使用方法。
- 了解直播常见问题及解决措施。
- 掌握打造淘宝主播人设的方式、技巧。

主播，是电商直播的灵魂人物。电商直播行业里的一句话是，优秀的主播自带流量。优秀的主播往往具备自己鲜明的人设特色，打造主播人设是为了让观众对主播更有记忆点，更有话题性。

3.1 淘宝直播平台概述

淘宝直播是阿里巴巴推出的直播平台，定位于“消费类直播”，用户可以边看边买，平台涵盖的范畴包括母婴、美妆、服装等。

3.1.1 淘宝直播主要产品分类

淘宝直播涵盖的内容范围广泛，并且仍在不断拓展，目前其主要产品分类如下。

- (1) 潮搭美妆。
- (2) 珠宝饰品。



- (3) 美食生鲜。
- (4) 运动健身。
- (5) 母婴育儿。
- (6) 生活家居。
- (7) 健康咨询。
- (8) 在线教育。
- (9) 音乐旅行。

3.1.2 淘系直播主要形式

淘宝直播相对于其他平台来说，它属于消费类直播。消费类直播指通过产品的展示和推销，使有意向购买的人群可以直接直观地感受产品，从而进行购买。淘系直播主要形式如图 3-1 所示。



图 3-1 淘系直播主要形式

1. 店铺直播

店铺直播是淘宝直播最常见的形式之一，这种形式比较适合一些中小卖家，而且需要符合一定的要求才能够开通直播店铺。具体要求如下。

- (1) 店铺的等级要达到一钻。
- (2) 有一定数量的微淘粉丝。
- (3) 主营的类目中的商品有一定的数量。
- (4) 商品有一定的销量。
- (5) 对于老客户的运营有一定的实力。

店铺符合以上五项要求，直播成功率就会更高，可持续性也会更强。

2. 达人直播

淘宝达人往往在某个行业中积累了较多的人气，商家可以直接通过达人的招商链接去寻求合作，再给予一定的费用。达人所擅长的领域通常和产品的行业相关。达人直播是一种内容运营方式，进行达人直播需要具备以下四项基本要求。

- (1) 绑定支付宝实名认证了的账号。
- (2) 注册成为达人。
- (3) 达人的等级需要在第二级别以上。
- (4) 善于控场及互动，并且口齿伶俐。

3. 全球买手直播

全球买手是活跃在世界各地不同城市、不同商场的买手们。买手做直播有很多优势，



主要有以下三项。

(1) 可以直接在商场店铺中进行直播。

(2) 在店铺中可以根据观看用户的需求来选择直播款式，引导用户下单。

(3) 下单完成，可以现场直接贴单发货。这不仅能提升用户网上购物的体验，而且可以增加用户购物的信任感。

若想进行全球买手直播，则要成为一个合格的全球买手。一个合格的全球买手需要具备以下基本要求。

(1) 没有严重的违规行为。

(2) 没有虚假的交易。

(3) 店铺的经营状态正常。

(4) 拥有较为稳定的综合运营能力。

4. 天猫直播

如果商家微淘粉丝数量很高，则可以申请天猫直播。天猫直播是自带浮现权的，不需要通过官方考核途径来获取浮现权。这类直播比较适合一些大品牌商家。相对于其他类型的淘系直播形式，天猫直播对运营团队会有比较强的一个要求：需要有强大的运营团队来支撑天猫直播活动的进行。

3.2 淘宝主播认知

淘宝主播是一场直播活动的灵魂人物。如何成为一名淘宝主播？下面具体介绍如何成为淘宝主播且获得开播账号。



如何成为淘宝主播
获得开播账号

3.2.1 如何成为淘宝主播

成为一名淘宝主播主要有如图 3-2 所示的三个步骤。

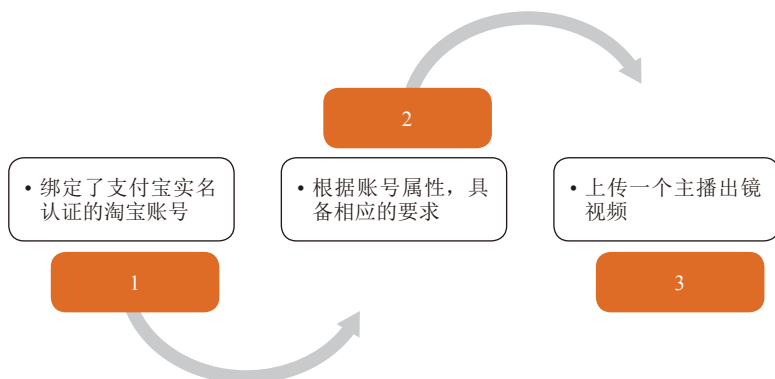


图 3-2 成为一名淘宝主播的三个步骤

(1) 绑定了支付宝实名认证的淘宝账号。

要想成为一名淘宝主播，必须先有一个绑定了支付宝实名认证的淘宝账号。

(2) 根据账号属性，具备相应的要求。

根据不同的账号属性，会有不同的具体的要求。账号属性要求如表 3-1 所示。

表 3-1 账号属性要求

账号属性	具体要求
普通会员	微博粉丝数要大于 5 万（含 5 万）人，最近 7 天内至少有一条微博的点赞数和评论数过百（有明显的僵尸粉或和转发、评论水军的情况将被取消申请资格）
非商家身份	在其他社交平台的粉丝数大于 5 万（含 5 万）人，粉丝互动率高
淘宝达人	淘宝达人（不含有商家身份）粉丝数要大于 1 万（含 1 万）人，最近 7 天内至少发布过一篇图文帖子
淘宝卖家	微淘粉丝数大于 4 万（含 4 万）人 注：因为各个行业有所不同，所以对于主播的要求也会有所不同，这一部分以每个行业的要求为准，这里不做强制要求

(3) 上传一个主播出镜视频。

需要上传一个主播出镜的视频，充分、全面地展现自己。视频的大小不要超过 3MB，目前系统只支持 1 分钟左右。

3.2.2 如何获得开播账号

账号的开通分为两个板块：一个是淘宝商家号，另一个是达人号。不管是淘宝商家号还是达人号，都会涉及直播权限和直播浮现权。

(1) 直播权限。

直播权限是发布直播的权限，店铺和达人要达到一定的程度才会有。

(2) 直播浮现权。

直播浮现权是发布的直播在公域板块上浮现的权限，达人需要绑定机构才会有，店铺直播要通过淘宝小二审核才会有。

1. 淘宝商家获得开播账号

淘宝商家获得开播账号有以下三个步骤。

(1) 如果你是淘宝商家，则需要进入微淘公众平台，也就是阿里创作平台。

(2) 登录自己的淘宝账号，进入之后选择开通的微淘号类型为淘宝商家号，提交资料即可。

(3) 对注册微淘的淘宝商家，开通直播并获得店铺直播权限、店铺直播浮现权限，对店铺还有一定的要求。具体要求如表 3-2 所示。



表 3-2 开通直播并获得店铺直播权限、店铺直播浮现权的具体要求

店铺权限	具体要求
店铺直播权限	<ul style="list-style-type: none"> ● 店铺信用等级必须为一钻及以上。 ● 主营类目在线商品数≥ 5件，且近 30 天店铺商品销量≥ 3件，且近 90 天店铺商品成交金额≥ 1000元。 ● 卖家必须符合《淘宝网营销活动规则》。 ● 本自然年度内不存在出售假冒商品的违规行为。 ● 本自然年度内未因发布违禁信息或者假冒材质成分的严重违规行为扣分满 6 分及以上。 ● 卖家具有一定的微淘粉丝量、客户运营能力及主播素质
店铺直播浮现权限	<ul style="list-style-type: none"> ● 坚持每天直播 5~8 小时，坚持半个月以上。 ● 多叫朋友过来看直播且进行互动，尽量让朋友多在直播间停留，拉高在线时长。 ● 尽量让来看直播的朋友多下单，成交金额越高，开通浮现权的概率越高。 ● 直播时让直播间保持干净整洁，不要让观者觉得不修边幅、邋里邋遢。 ● 直播间不能出现任何违规行为。 ● 浮现权每月 28 日由淘宝小二审核后发放

2. 达人获得开播账号

达人号是非淘宝商家开通的账号，达人获得开播账号有以下两个步骤。

(1) 注册淘宝账号之后选择在微淘公众平台登录，选择达人号类型。

(2) 达人号注册微淘之后，需要与淘宝 MCN 机构签约。如果没有与该机构签约，则需要证明在其他平台有直播经验；与 MCN 机构签约，该机构才会给达人浮现权。

3.2.3 淘宝主播成长体系

1. 淘宝主播成长体系定义

淘宝主播成长体系用于量化展示主播处于淘宝直播平台所有主播中的一个层级，以及层级对应的权益。主播层级分为 5 个等级（分别为 1 级、2 级、3 级、4 级、5 级）及 16 个专业领域，主播专业领域细分如图 3-3 所示。直播间的品质分，是描述直播间货品质量与服务质量的数据体系，品质分也关乎淘宝主播的成长。

2. 淘宝主播如何成长升级

淘宝主播成长升级如表 3-3 所示。影响主播等级的因素分别为经验值、专业分、升级任务。1 级主播只有经验值，2 级及以上的主播才有专业分，3 级及以上的主播可以设置多个专业。需要注意的是，专业设置后无法修改，要谨慎选择。多个专业情况下您的专业分会被平均处理。只有在满足对应等级要求后，主播才可以晋升到下一个等级。

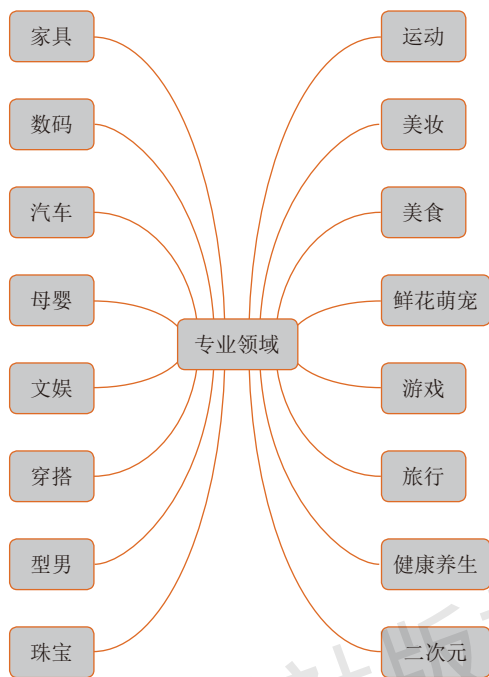


图 3-3 主播专业领域细分

表 3-3 淘宝主播成长升级

等级	经验值	专业分	升级任务	等级权益
1 级	—	—	(1) 冻结足额保证金。 (2) 优品率达到对应指标。 ① 1 级升 2 级：99.0%。 ② 2 级升 3 级：99.5%。 ③ 3 级升 4 级：99.7%。 (3) 通过主播入驻时的考试	暂无
2 级	3000	—		
3 级	7500	7500		
4 级	15000	15000		
5 级	月排在前 1% 的主播可以晋升至 5 级			

淘宝主播如何获得经验值与专业分呢？

(1) 经验值。

经验值是由主播直播时长、直播间互动类数据构成的，它包括两个板块：基础经验值任务和附加经验值任务。

① 基础经验值任务：每开播 1 分钟即可获得 1 点经验值，每天最多可以获得 200 点，超过不再累加。

② 附加经验值任务：直播间观众产生点赞、评论、关注、分享等互动行为后，平台会给予额外经验值奖励，按日结算，每日最多获得 100 点，超过不再累加。

(2) 专业分。

专业分受添加本专业下的宝贝、用户进店购买等数据影响，它包括两个板块：基础专



业任务和附加专业任务。

① 基础专业任务：每添加 1 个宝贝到直播间即可获得 2 点专业分，每日最多获得 200 点，超过不再累加。

② 附加专业任务：直播间观众通过宝贝口袋进入店铺浏览商品或者产生购买行为后，平台会给予额外的专业分奖励。按日结算，每日最多获得 100 点，超过不再累加。

需要注意的是，例如在出现违规行为、优品率过低等情况下，经验值和专业分会减少。

3. 直播间品质分

直播间品质分关乎淘宝主播的成长，品质分包括优品率、准时揽收率、完成退款时长、退货退款时长、纠纷退款量。

(1) 优品率。

优品率 = 1 - 品质退款率，品质退款率 = 近 30 天直播间因品质问题发生的退款订单笔数 / 近 30 天成交订单笔数。优品率越高，表示商品越受用户喜爱，相反，优品率越低，商品越不受用户喜爱。

(2) 准时揽收率。

准时揽收率 = 近 30 天物流准时揽收的订单笔数 / 近 30 天发货的订单笔数

(3) 完成退款时长。

完成退款时长为近 30 天用户发起退款申请到退款结束的平均时长。

(4) 退货退款时长。

退货退款时长为近 30 天用户发起退货退款申请到退货退款结束的平均时长。

(5) 纠纷退款量。

纠纷退款量为近 30 天判定为卖家责任且生效的退款笔数。

3.3 熟练操作淘宝直播中控台

淘宝直播中控台（简称中控台）由电脑登录，是查看直播数据、分享宝贝、分享优惠券、发红包互动和直播抽奖的平台。该平台是淘宝直播活动的重要操作平台。本节详细介绍淘宝直播中控台的功能、互动面板、直播页面的功能说明与使用、直播中常用的问题及解决措施、中控台慎用的几个功能。



淘宝直播中控台功能解说

3.3.1 淘宝直播中控台的功能

进入淘宝直播中控台的步骤：输入网址 we.taobao.com，进入“阿里·创作平台”页面；输入直播账号；在左侧边栏直播位置有一个“直播”按钮，单击后出现中控台页面。中控台的功能有预告发布、插件安装、宝贝上架、功能用途、数据查看，如图 3-4 所示。

1) 预告发布

预告发布包含基本信息和标签选择。

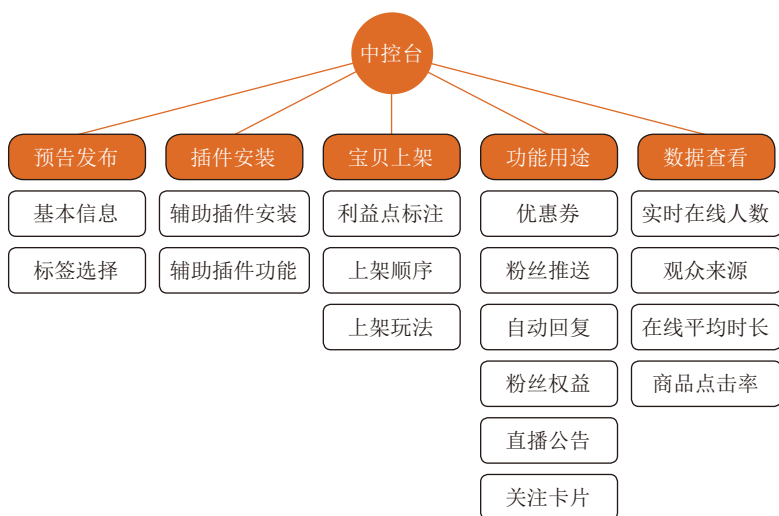


图 3-4 中控台的功能

(1) 基本信息：标题、封面、时间、地址。

(2) 标签选择：例如 2020 年“双 11”，在标签出来之后，就要选择相对应的标签去进行直播，否则之前创建的预告就没有用了。

2) 插件安装

目前常用的插件有萤火虫插件和大紫插件。

(1) 萤火虫插件：包含宝贝管理、宝贝库、场次管理、发优惠券、关注卡片、公告发送、自动回复及小黑屋等功能。

(2) 大紫达人插件：大紫达人插件展示直播实时数据，可以看到直播在线人数和数据详情，包含整体数据、流量来源、掌控统计、商品数据。大紫达人的功能包含宝贝管理、发优惠券、关注卡片、公告发送、自动回复、禁闭室，与直播中控台的功能类似。

两个插件的区别不是很大，但萤火虫插件的数据比大紫插件的数据更详细一些。

3) 宝贝上架

宝贝上架就是上架链接。

(1) 由于每个商品都有其特点，所以在上架时可以将其特点作为商品的亮点，也就是利益点标注，吸引观众的眼球，从而推动购买。

(2) 上架顺序：商品的放置位置不是随意放置的，有一定的规则。

(3) 一般 1 号链接的产品会被顶到最热门，成为主推款。

需要注意的是，在使用宝贝上架功能时，宝贝显示绿色表示待上架，在这种情况下可以上架、移动、删除、编辑（选中后，在“搜索”框中重新输入链接，单击“搜索”按钮即可生效）。宝贝显示红色表示已经上架，不可删除，不可移动位置。

4) 功能用途

功能用途包含优惠券、粉丝推送、自动回复、粉丝权益、直播公告、关注卡片等。

5) 数据查看

数据查看可以查看直播过程中的实时在线人数、在线平均时长、商品点击率等。直播



完全结束之后，在中控台可以查看整个后台数据。

3.3.2 互动面板

淘宝平台自带互动面板。互动面板主要包括 14 个功能：宝贝、优惠券、抽奖、投票、店铺小卡、关注卡片、公告、专享价宝贝、权益投放、粉丝推送、跨店满减券、裂变优惠券、切红包、拼团宝贝，如图 3-5 所示。



图 3-5 互动面板的主要功能

(1) 宝贝。

宝贝是产品链接，可以实时观看到宝贝。

(2) 优惠券。

可以设置各类优惠活动。

(3) 抽奖。

可以设置抽奖活动。

(4) 投票。

单击“投票”按钮，填写好信息和时间，再单击“开始投票”按钮即可。

(5) 店铺小卡和关注卡片。

店铺小卡和关注卡片是一样的，点击后输入“××× 店铺”，跳到直播间之后，会引导粉丝去点击、关注。

(6) 公告。

可以发布各类公告，如满减最划算。输入公告内容之后，会跳到直播页面的最上方位置。从最上方位置跳出来之后，当消费者通过直播间向左滑动屏幕时，该公告会显示在直播印记中，直播印记就是中控台设置的公告。

(7) 专享价宝贝。

有专享价格的产品。

(8) 权益投放。

权益投放一般指商家建立奖池或者达人建立奖池后，将权益投放到直播间。权益投放可以设置条件，不同的粉丝根据不同的条件领取优惠券或者红包。

(9) 粉丝推送。

粉丝推送指通知已经关注了店铺的粉丝来观看，提醒粉丝参加该店铺的直播活动。粉

丝推送时间是 8:00 ~ 23:00，一天只能推送一次，每个粉丝只能接收最多两条与他最相关的推送信息。

(10) 跨店满减券。

例如，2019 年“双 11”的“满 400 减 50”。跨店满减券有时可在主会场领取，有时可在店铺首页领取。跨店满减券能够直接投放在直播间，观看直播的用户可以直接点击领取，不需要退出直播间重新领取，从而提高粉丝的购买率。

(11) 裂变优惠券。

裂变优惠券指用户分享直播给几个好友后领取的优惠券。裂变优惠券能够直接投放在直播间，用户可以直接点击分享给好友。这也是增强直播间黏性、粉丝黏性的方法。

(12) 切红包。

一般情况下，商家参加活动之后才可以申请切红包。

(13) 拼团宝贝。

一般情况下，商家参加活动之后才可以申请拼团宝贝。

3.3.3 直播页面的功能说明与使用

直播页面分为观众页面和主播页面。

1. 观众页面

观众页面是粉丝在观看直播时看到的页面。直播时，观众能够看到的信息有：① 店铺信息；② 粉丝分层亲密度任务；③ 公共弹幕区；④ 购物袋；⑤ 评论区；⑥ 直播间公告；⑦ 主播信息；⑧ 直播间活动信息卡；⑨ 拓展功能；⑩ 点赞，如图 3-6 所示。



图 3-6 观众页面

购物袋显示的是商品链接的序号。

(5) 评论区。

评论区是粉丝在观看直播时发布留言的区域。要注意的是，对发布留言中的一些敏感



词汇,淘宝会自动屏蔽,只有你自己可以看到发出的这些词汇,主播与其他粉丝是看不到的。

(6) 直播间公告。

直播间公告又称直播印记,会在直播界面顶端红条中弹出来,在直播间右滑可以看到具体内容。例如,若有的直播间欢迎某个专家,则会发在直播间公告里。

(7) 主播信息。

主播信息包含头像、姓名及主播个人定位,有的还会包含身高和体重。

(8) 直播间活动信息卡。

直播间活动信息卡会展示该直播间的今日活动。有时,直播活动会持续比较长的一段时间;有时,直播活动会频繁更换。

(9) 拓展功能。

拓展功能包括打赏和举报。打赏是淘宝在近期新推出的一个板块,用户觉得主播讲得比较好,可以进行打赏;用户觉得主播有违规行为,可以进行举报。

(10) 点赞。

有的直播间会有点赞戳红包活动,之后根据点赞量来判断是否进行抽奖。例如,李佳琪、薇娅的点赞量一般都是几百万次。

2. 主播页面

主播页面是主播在进行直播时所接触的页面,主播页面的信息有:①摄像头;②“推流”按钮;③美颜;④主播信息;⑤直播间活动信息卡;⑥公共弹幕区,如图3-7所示。



图 3-7 主播页面

(1) 摄像头。

直播时,主播可以根据需要进行调整。

(2) “推流”按钮。

开始推流就会有图3-7中“②”的显示,否则画面是不会显示出来的。

(3) 美颜。

主播可以根据自身肤色及现场环境来调节直播间的整体光线。

(4) 主播信息。

主播信息与观众页面是一样的，包含头像、姓名及主播个人定位，有的还会包含身高和体重。

(5) 直播间活动信息卡。

直播间活动信息卡和粉丝用户在观众页面中看到的是一样的，但这些信息需要主播自己放上去。

(6) 公共弹幕区。

公共弹幕区会显示粉丝的淘宝 ID。如果在后期遇到售后问题，则去后台查看用户订单，都是根据淘宝 ID 进行查阅。



3.3.4 直播中常见的问题及解决措施

在直播间遇到停电断网、黑粉、售后这三个直播常见问题时，该如何通过中控台来解决呢？

1. 停电断网

停电断网是比较常见的问题。有的时候，不小心碰到电闸或者踢到网线，就会出现停电断网的现象。这时，主播可以采取以下措施。

(1) 主播在公共评论区用自己的淘宝账号对粉丝进行安抚，说明停电断网的情况，并且告知他们“直播稍后继续”“敬请稍等”。

(2) 主播用手机进行直播，打开淘宝主播 App，开始直播，单击“我要高清”选项就可以继续进行直播了。

(3) 来电或者通网后，打开电脑端的淘宝直播和中控台，手机退出页面（但不要单击“结束直播”按钮），电脑端开始推流，之后继续进行直播。

2. 黑粉

几乎每个直播间都会有黑粉。遇到黑粉时，主播要以平常心对待。主播可以采用以下措施。

(1) 首先要和粉丝进行沟通，了解粉丝出于什么原因在直播间使用不文明用语，是否因为商品存在问题等。

(2) 如果和粉丝沟通无效，仍然存在辱骂等不文明语言，可以使用中控台以下两个操作来应对。

① 禁言。粉丝在发表评论之后，会出现“回复”和“禁言”，选择“禁言”。在禁言用户的位置，同样可以对禁言用户解除禁言。

② 小黑屋。在小黑屋输入需要屏蔽的关键词，输入关键词后，在直播间进行投放。只要粉丝发出的评论包含输入的关键词，该词就会被自动屏蔽。如果是多个关键词，则要用英文逗号隔开，比如在“领取优惠券”与“关注 ×× 主播”这两个关键词之间要用英文逗号隔开，否则就无效了。



3. 售后

常见的售后问题有以下三个。

- (1) 快递问题（这是在每个直播间问的最多的问题）。
- (2) 货品破损、少件。
- (3) 客服不理人。

在中控台页面，利用“回复”功能可以回复粉丝问题。有的时候，问题比较多，主播不能同时回复每个人的问题，后台人员可以在“回复”的位置对粉丝进行回复。“回复”会在观众页面的左下角弹出来，提醒粉丝进行留意。

当主播能自己解决售后问题时，可在直播间直接解决，每个店铺都有相对应的售后话术；当主播自己解决不了相关售后问题时，可以引导粉丝咨询人工客服。应注意的是，当粉丝遇到问题时，主播切记不可在直播间与粉丝争吵，争吵行为会对主播和直播活动带来负面影响。

3.3.5 中控台慎用的几个功能

中控台慎用的功能有小黑屋、禁言用户和宝贝管理。

1. 小黑屋

小黑屋可设置敏感词。当用户发表评论出现该敏感词时，将被自动禁言（第一次还会发送成功，淘宝规则所限）。“启用”状态无法编辑文字，“停用”状态才能编辑，为防止误伤，请谨慎填写敏感词。小黑屋功能如图 3-8 所示。



图 3-8 小黑屋功能

2. 禁言用户

中控人员可在粉丝评论区的“禁言”处进行禁言，只对打广告和辱骂等不文明情况进行禁言，在禁言用户的位置可以看到禁言人员，也可以解除禁言。

3. 宝贝管理

宝贝显示为绿色表示待上架，可以上架、移动、删除、编辑，选中后，在搜索框中重新输入链接，单击“搜索”按钮后立刻生效。红色表示已上架，不可删除、不可移动位置。宝贝管理功能如图 3-9 所示。



图 3-9 宝贝管理功能

3.4 全方位包装淘宝主播人设

主播是直播的灵魂人物，塑造符合自身的主播人设对主播有着至关重要的作用。正确的人设可以让主播自身的定位更加鲜明、更加立体，可以让粉丝通过一个关键词或者一句话就记住主播。每当粉丝或者用户听到该主播的这一句话的时，脑海中就能浮现其直播卖货的场景，这就是主播人所带来的好处。

3.4.1 主播人设的重要性

人设就是人物设定的简称。主播人设主要由五个方面组成，分别是身材颜值、搭配风格、语言风格、性格气质、专业技能。人设的基本目的是提升关注。如果粉丝们喜欢呆萌，那么某些女明星就会纷纷表现出自己可爱呆萌的一面，这样可以迎合粉丝的喜好，得到更多的关注。但是，明星人设和主播人设是有差异的。因为明星与粉丝的距离比较远，不会天天在镜头面前和粉丝沟通，所以明星人设可以和本人有很大的差距。而主播人设要和自身性格比较接近，因为主播直播的互动频次和互动深度都特别高，所以主播与粉丝的距离也很近，很难像明星一样去伪装自己，大部分主播在更多的时候都是本色出演。



主播人设的重要性



塑造合适的主播人设主要有以下六大优势。

- (1) 吸引精准粉丝：主播是什么样的人，就会吸引到什么样的粉丝。如果让一个青春靓丽的女生作为母婴类目的店铺主播，就会明显不合适，也不会从直播中得到粉丝的认同感。
- (2) 提升关注度：人设越强，就越吸引人。
- (3) 提升直播间的互动。
- (4) 提升粉丝在直播间停留的时间。
- (5) 提升转粉量和流量。
- (6) 人设品牌先天具有推广优势。

3.4.2 新人主播必备的人设三件套

新人主播必备的人设三件套包含个人定位、自我介绍、直播间介绍/欢迎语。

1) 个人定位

个人定位包括主播定位、直播间命名、粉丝/粉丝团昵称。

(1) 主播定位：主播可以发掘自己身上的闪光点，把被粉丝喜欢的点当作优势或者定位。例如，薇娅给自身的定位是大姐大，李佳琦给自身的定位是比女生还会化妆的男生。主播定位可以让粉丝很直观地了解主播。

(2) 直播间命名：直播间命名是为了让观众知道你是谁，你要做什么。建议直播间命名可以采用主播自身的特质+定语+产品特性。

(3) 粉丝/粉丝团昵称：粉丝/粉丝团昵称可以拉近与粉丝之间的距离，让粉丝有归属感。

2) 自我介绍

自我介绍包括基本信息和背景信息。

(1) 基本信息：基本信息主要是主播姓名、主播昵称和主播年龄。

(2) 背景信息：背景信息包含主播擅长的领域和主播职业设定。主播擅长的领域设定包含母婴产品类主播等；职业设定通常是好物推荐官、母婴专家及潮品宝妈等，职业设定可以使产品的受众群体与主播之间有一个初步的信任连接。

3) 直播间介绍/欢迎语

直播间介绍/欢迎语应该包括以下内容。

- (1) 直播间特色。
- (2) 频道栏目。
- (3) 播出时段。
- (4) 直播主要内容。
- (5) 预告内容。

3.4.3 主播如何给自己取“网红名”

主播为什么要给自己取一个“网红名”？作为主播，大部分人都会认真研究直播技巧、

直播销售知识,努力提高自己的直播能力等。但是,一个虽然非常小但非常重要的事情常常被主播忽略,即给自己取一个好的“网红名”。若想构建更加强大的个人品牌,增加曝光率,让别人一下子记住你,则一定要有一个亮眼的名字。

什么样的名字才是好的“网红名”呢?主要有以下两点。

(1) 主播名字里不要带有符号和字母:带符号字母的名字很难被检索出来,而且粉丝一般第一眼只看文字。若想让别人第一眼记住你的名字,最好不要带符号或字母。

(2) 辨识度极高:像快手的知名头部主播,名字都很有辨识度。例如,“散打哥”“白小白”“张二嫂”等,主播名字不仅简单且方便传播。特别要注意的是,千万不能把名字取得非常复杂,非常复杂的名字往往导致只有主播自己能记住,不利于传播。

给自己取一个好的“网红名”,有以下三点建议。

(1) 名字最好与直播风格一致:名字首先要适合自己直播的风格,让粉丝看到昵称就能大概知道主播本人有着怎样的性格,是可爱的,还是开朗大方的,或是知性成熟的。

(2) 朗朗上口,简单好记:不要选择太过生僻或者拗口的字,要选择让人能顺畅读出的字,这样才方便让粉丝记住。同时,名字尽量为2~4个字,让粉丝读起来没那么累,可以降低粉丝记忆成本。

(3) 容易看懂:好名字要能让人看懂,有的名字不容易被大众识别。很多人以为用了生僻字就是“创意”,别人看不懂的就是“差异化”。实际上,这样的名字不但让粉丝看不懂,还增加了转述成本,让人很难一下子说清楚。因此,尽量不要用生僻、歧义或中英文混杂的词作为名字。

3.4.4 一句话简介

作为主播,应该如何吸引粉丝们走进直播间呢?最直接的方法就是做好直播简介,利用首页图、新颖的标题与言简意赅的简介来吸引粉丝。在直播中,一段简介就像电视剧的预告片,能够提前预热,并且将“看点”展示出来,吸引更多的粉丝。

若想写好一句好的简介,则要锁定目标群体,根据目标群体提出问题,并且给出相应的解决方案。在简介中,通过借助人性的方法宣传,帮助目标群体找到问题的根源,并且及时解决。例如,卖枕头的直播,可以将目标群体锁定在办公室人群,在写简介的时候明确表示办公室人群患有颈椎病、腰椎病等“职业病”,十分痛苦;睡一睡天然健康的枕头,可以缓解腰椎颈椎的压力,第二天变得神采奕奕。这样的简介就会吸引有着相同问题的粉丝进入直播间。

写简介的时候,在直播时段中要提到“结果”。很多用户的注意力并不是特别集中,更不喜欢将时间浪费在观看直播上,因此简介中不需要介绍过程多么精彩,只需要说出粉丝在直播间观看直播会得到什么即可。同时,简介要尊重目标群体,加上独家信息。将这一份内容写得有趣一些,会特别吸引人。

在设置标题的时候,使用一些吸引眼球的词汇,如秘密、震撼等。当粉丝对这样的内容有兴趣的时候,出于好奇自然会进入。要严格限制标题的字数,必须在12个字以内。在简短的12个字里,将主播自己的风格及亮点展现出来。简介的内容不宜太长,用



18 ~ 26 个字去解释标题的意思即可。

在写直播简介时，要注意以下三点。

(1) 做直播时，主播不能将自己的联系信息添加到简介中，联系信息会被直播平台自动屏蔽。

(2) 不允许将平台之外的账户信息传播出去，在简介中或者直播中都不能出现这样的行为。

(3) 一切违法乱纪的内容都不能出现在简介中，一旦被发现，主播会被取消直播账号，并且接受相关的处罚。

3.4.5 主播视觉画风设计

1. 如何让粉丝在茫茫主播中一眼锁定你

主播可以通过内容、互动及粉丝维护三个方面让粉丝在茫茫主播中一眼锁定你。

1) 内容为王

在内容上，主播要推陈出新，稳定输出。提升已有内容的质量，无非就是巩固基础，但是如果止步于以前的内容，就无法保持长期的稳定。因此，主播在保持原有内容和特色的同时，应该增添一些新颖的内容。如果一个主播的维度只有一个，那么他能覆盖的粉丝维度也仅仅只有一个；如果这个主播能够把直播内容从一个维度扩散到多个维度，那么他能覆盖的粉丝群体就会翻倍。

个性标签，过目不忘。“文士看山不喜平”，看直播也是一样的，如果平淡无奇、中规中矩，则无法赢得粉丝的喜爱。如果能够打上主播自己的烙印，让粉丝在茫茫人海中一眼看到主播的界面就知道是哪个主播，那么就真的树立了“人无我有，人有我优”的标签。如何打造主播自己的标签呢？可以从主播的声音入手，通过主播的开场白、结束语，甚至是播放的直播间歌曲来树立自己的标签，并且不断强化自己的特点。

2) 加强互动

直播之所以会如此火爆，是因为它能够给人提供一种现场感和陪伴感。在现在社会压力越来越大的情况下，直播是一种良好的解压和娱乐方式。而主播与粉丝的互动是一种相互作用而彼此发生积极改变的过程。相互作用，是指主播和粉丝必须互相给予信息内容，而另一方再进行反馈。例如粉丝进入直播间，主播会欢迎这名粉丝，就像欢迎朋友到自己家里来一样。因此，主播必须重视互动，并且想一些有创意的互动方式。

随着粉丝对直播内容和专业度的要求越来越高，越来越多的粉丝会选择性地无视“看起来很一般”的直播间。如果主播会利用工具和各种设计打造自己的直播间，则在起步的时候就领先了一步。当然，工具不仅仅起到美化直播间的功能，最重要的功能是能增加直播间的互动多样性。

3) 维护粉丝

在现实生活中，若朋友之间经常不联络，则往往关系就会变淡，更何况是主播和粉丝之间的关系。因此，在通过优质的内容和良好的互动吸纳了一批粉丝之后，更重要的是搭建在直播外的主播和粉丝间互动的渠道，包括建立粉丝群、开通主播的个人微博或其他社

交平台账号等。同时，主播应该经常关心自己的粉丝，尤其是在特别的节日送上祝福，让粉丝们觉得在主播的心中是有他们的。这样不仅能提升现有粉丝的依附感，还能帮助主播建立起一个良好的人设和口碑。

2. 主播视觉画风打造技巧

打造良好的主播视觉画风主要包括选对背景音乐、直播声音环境、选好直播角度、镜头的稳定性、调整直播光线、主播形象打造六个方面，如图 3-10 所示。

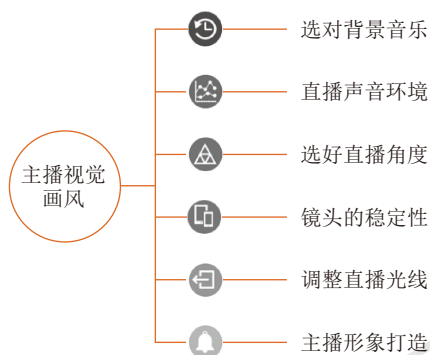


图 3-10 主播视觉画风打造技巧

1) 选对背景音乐

自电影声化以来，音乐占据了电影的重要部分，这一发展自然是有一定道理的。同样，在直播中，背景音乐（Background Music, BGM）并非不是轻重的陪衬，而是直播气氛的关键燃点。不同的音乐可以烘托出不同的直播氛围。直播背景音乐可以“荤素”搭配，通过切换音乐带动直播氛围的转换，加强直播节目的现场感。另外，背景音乐也可以为主播贴上一个独特的标签。

2) 直播声音环境

直播要切记避免“噪声污染”，噪声会使粉丝的听觉享受大打折扣。直播需要一个安静的场景，应远离噪声源。一旦在直播时遇到“噪声污染”的突发情况，要随机应变，选择合适的背景音乐掩盖噪声。

3) 选好直播角度

在直播中，若想拥有深刻的画面感，则必须灵活地运用直播拍摄角度技巧。直播拍摄角度技巧包括拍摄高度、拍摄方向、拍摄距离三个方面。一般完美的摄像头放置角度应该是在主播位置的正上方，角度略有一点倾斜，从而把主播打造得更加立体。在直播中偶尔也要转换一下镜头，转换角度，缓解粉丝的视觉疲劳。

4) 镜头的稳定性

一场镜头不稳定的直播活动会给粉丝带来不愉悦的体验，镜头的不稳定会转化为粉丝观看直播时的心理不适，因此，直播应该尽量避免跌宕起伏的画面。如果是户外直播，为了镜头的稳定性，可以使用稳定器或者自拍杆，从而有效地解决直播画面抖动的问题。

5) 调整直播光线

在日常生活中，阳光明媚和乌云密布的天气都会直接影响我们的心情，更何况是看一



场直播。在直播中，人们所获得的 80% 的信息都来自视觉，因此直播光线显得尤为重要。直播要将画面的色彩和亮度调整为适合粉丝观看的效果，一般应以暖色调为主，柔和的光线往往会给粉丝带来温馨的感觉。

6) 主播形象打造

男主播要衣着得体，给别人一种很干净的感觉；女主播可以提前为自己化一个合适的妆容。在自己风格定位的前提下，主播的形象要与直播领域和直播场景设置一致。

3.4.6 主播直播解说能力

主播直播解说能力主要包括产品展示技巧、产品介绍技巧、产品销售技巧。

1) 产品展示技巧

(1) 美妆类/美食类：这类产品展示的主播通常采取坐姿，一般产品出镜，产品离镜头要近一些。在直播时要更注重过程的分享，注重试用或者试吃环节，体验带入式直播。

(2) 珠宝类：这类产品展示对主播没有硬性的出境要求，产品的陈列摆设尤为重要，直播镜头要高清，能够看清楚珠宝的关键性细节。

(3) 服装类：这类产品展示的主播通常采取站姿，全身出镜。因此，主播站的位置需要考虑到直播画面设计，不要被直播间的文字和标题覆盖。服装展示时有两个注意点：服装要穿在身上展示衣服整体的穿搭效果，前后侧面都要兼顾到；服装的细节，例如设计与众不同的地方，展示面料、领口、袖口、车缝线、纽扣、内里等。

2) 产品介绍技巧

主播在介绍产品时，要将画面感具体为一种感受到的体验，用语言生动形象地表达出来，并且可以适当地带入一些情感和场景做具体表达。

(1) 材质：把材质的触感用语言表现出来，比如柔软、光滑、坚硬等。

(2) 颜色：把看到的颜色用一种感受表现出来，可以参考每种颜色的色彩性格，比如甜甜的颜色、开心的颜色、恋爱的颜色等。

(3) 元素：对元素设计理念进行阐述，体现产品元素的风格。

(4) 功能：对产品的功能除解说说明书以外，还可以对这种产品的具体能效性、使用效果、它的某种文化个性功能进行详细的阐述。

(5) 尺寸：清晰地展示产品尺寸，可以用准确的数字，比如现场用卷尺、卡尺进行测量，也可以用对比法，让粉丝有具体大小空间的感受。

(6) 价格：在介绍产品价格时，可以先用对比法对同类产品商场或者实体店的售价进行说明，然后说出直播间的价格，在有优惠的情况下，最后说明使用优惠券之后的最终价格。

3) 产品销售技巧

产品销售技巧主要有成本法和对比法。

(1) 成本法：在介绍产品时，可以先说明产品的构成材料多么昂贵、用料多么好、设计和工艺多么用心，让人觉得产品的成本非常高；然后说明直播间产品价格低于成本，从而让粉丝有惊喜的感觉，促成下单。例如在介绍珍珠产品的时候，可以先说明珍珠是

海水的还是淡水的，珍珠的光泽及大小；然后说明每粒珍珠的市场价格、连接珍珠的配件价格，这些价格加在一起的成本价格；最后说出现在只卖一个惊喜的价格，从而促成粉丝下单。

(2) 对比法：在介绍产品时，可以先说出同类同款产品在专柜、商场、实体店等的价格；然后说明直播间中非常惊喜的优惠价，从而促成交易。

3.4.7 主播直播演示能力

直播不仅要会说话，而且还要会演示。主播如何更好地演示且讲解直播产品？可以从以下七个方面入手。

1) 品牌故事介绍

品牌故事介绍包括品牌创立和发展过程中有意义的新闻事件，既可以是关于品牌创始人的，也可以是发展过程中的重大事件。品牌故事介绍既能体现出产品品牌的概念，加强粉丝对品牌的认知，增强品牌的吸引力；也能让粉丝对产品的背景有所了解，粉丝购买起来也会更加安心和放心。

2) 产品成分

越来越多的用户开始关心产品的有效成分有哪些，粉丝常常愿意为含有某种有效成分的产品而买单。例如，含有氨基酸的洗面奶，含有神经酰胺、维生素 B 的舒缓修复乳液，含有胜肽、维生素 C、A 醇抗氧化、抗老的精华或者面霜。直播的时候，主播可以依照产品的成分表，对产品成分做好充足的功课，以便在直播间内展开详细的介绍。

3) 产品功效

很多主播都会将大部分的时间放在介绍产品功效上，这些方面通常也是粉丝非常关注的。在产品功效展示讲解时，切记不能夸大、虚假宣传，建议以客观公正的口吻进行讲解。

4) 产品展示

产品展示包含产品使用方法、产品外观设计，产品质地、使用效果展示，以及使用技巧分享等。

(1) 产品使用方法：产品使用方法可以是使用后上妆效果的展示，也可以是外观特色的讲解等。

(2) 产品外观设计：产品外观设计可以是产品外在颜值，也可以是这样的设计能够让使用更加方便等。

(3) 产品质地：产品质地可以展示产品的水润、吸收程度、延展性等。

(4) 使用效果展示：使用效果展示比较适用于明显的彩妆、洁面、卸妆等，例如粉底、眼影可以直接展示上妆效果。

(5) 使用技巧分享：主播可以对使用技巧进行分享，边化妆边展示。对于美妆类产品，主播可以一边展示化妆步骤，一边植入产品广告，让粉丝更加直观地看到产品的使用效果。

5) 使用感受

主播可以在直播间内直接试用产品，并且把真实的使用感受及时反馈给直播间的粉丝。



6) 对比同类产品

主播可以选择市场其他同类型的产品，在直播时分析对比其不同，从而凸显直播间产品的优势。

7) 突出核心优势

产品直播间活动价格、安全有效成分、使用效果等都可以是产品核心优势。由于直播间粉丝流动性比较大，主播可以尽可能反复多讲几次以上这些产品的核心优势，以便照顾新进直播间观看的粉丝。

3.4.8 主播嗓子保养

作为一名高强度直播的主播，该如何保养嗓子呢？首先，要明白嗓子出现问题的症状；其次，是症状出现的原因；最后，根据症状、原因找到相应保养嗓子的方法。

1. 嗓子出现问题的症状

嗓子出现问题的症状：喉咙干痒、说话疼痛、轻微失声或者严重失声。喉咙干痒是直播过程中最常见的问题。说话疼痛说明嗓子负担过重，已经产生了疼痛感，比较严重的是轻微失声。严重失声时，主播只能暂停直播工作，等声带恢复以后，才能正常地开展直播工作。

2. 症状出现的原因

症状出现的原因有：长时间说话及说话方式不当；饮食习惯不当及作息习惯不良；未注意保养嗓子。

3. 保养嗓子的9种方法

(1) 限制直播之外的说话时间，减少不必要的长时间聊天或打电话。对高强度直播的主播来说，直播已经占据了大量时间，消耗了体能，让声带、喉咙产生了很强的负担。在这样的情况下，直播外的不必要说话对嗓子更不利。

(2) 使用适当的音量说话，善用麦克风增加音量。

(3) 说话音调不宜太低或太高。

(4) 长时间说话时应当多喝温开水，保持咽部的湿润。

(5) 尽量用腹部（丹田）说话，不要用胸部或紧绷脖子肌肉的方式来说话。

(6) 不抽烟喝酒，勿吃辛辣油炸类的食物，例如浓茶、咖啡、辣椒、巧克力及冷饮等。

(7) 避免用力清喉咙、咳嗽等动作。用力清喉咙、咳嗽会进一步加剧喉咙的问题。

(8) 适当运动，保持心情愉快及放松，这样有助于保持健康的体魄。

(9) 多用菊花、金银花、胖大海泡水喝，还可以多吃柚子、雪梨、西瓜等具有润喉作用的水果。

3.4.9 主播决不能说和做的事

1. 电商直播决不能说的话题内容

电商直播决不能说的话题内容包含决不能说的直播话题、决不能说的直播内容、决不

能说的产品内容。

1) 决不能说的直播话题

- (1) 讨论与国家主旋律相悖的政治话题。
- (2) 播放带有色情形式的音乐影视等。
- (3) 播放国家明令禁止的影音或者歌曲。
- (4) 刻意发表低俗涉黄的言论，引导场内低俗的互动。
- (5) 宣传色情低俗内容，带动用户低俗氛围。
- (6) 模仿色情挑逗等声音。
- (7) 地域攻击，诋毁和谩骂攻击他人。
- (8) 骚扰调戏他人。
- (9) 传播给他人造成损害的不实报道。

2) 决不能说的直播内容

- (1) 主播在直播间内进行虚假促销，以次充好，或者直接销售山寨盗版之类的假冒产品。
- (2) 直播期间，主播只展示商品，长时间不说话或者重复用音频进行叫卖。
- (3) 主播在直播过程中附上自己的联系方式，引导粉丝绕开平台进行私下交易，甚至会在直播间标题或者详情页引导粉丝添加自己的联系方式，进行线下交易。

3) 决不能说的产品内容

- (1) 过度承诺。主播对于给粉丝的赠品、优惠券、减免金额、活动力度应讲解清楚，并且履行相应的承诺。主播需在开播前和商家确认相应承诺。
- (2) 夸大优惠力度，例如“已是最低价”“永远不会比这次再便宜”等，这些都属于夸大优惠力度。
- (3) 对于一些保健美容的产品要实事求是宣传，不可以夸大功效及虚假宣传。
- (4) 在推广产品的时候，不要劝粉丝进行分期购买或者筹钱购买等，变相灌输提前消费的理念。

(5) 主播在推广产品时，在脱口而出的文案中一定不要使用“最好、最佳、秒杀、全网”等绝对化词语，实事求是的描述比较稳妥。

2. 电商直播决不能做的行为动作

电商直播时，决不能做以下 7 种行为动作。

- (1) 长时间不看镜头，或者无故离开直播镜头超过 10 秒钟，或者直播间空镜直播。
- (2) 直播时间不固定，随意下播。
- (3) 直播时只与某个或者几个粉丝聊天。
- (4) 私下与粉丝进行交流，并且引导粉丝线下交易。
- (5) 主播穿着过于暴露，例如男性或者小孩半裸；裸露或者穿着暴露；喂奶、抽烟、血腥、暴力等场景也都不能在直播间出现。
- (6) 产品的展示不规范，例如，有些直播内衣的主播直接在镜头前上身展示，因为这是涉及低俗色情的直播内容。
- (7) 主播违规声明不退不换，例如，主播在直播间售卖产品时告诉粉丝直播产品是不退不换的，这违反了平台规则。



如果主播在直播时出现以上7种行为动作，会产生以下5种不良后果。

- (1) 导致粉丝在直播间的停留时间不会很长。
- (2) 已有粉丝易流失。
- (3) 直播间被限流。
- (4) 直播质量下降。

(5) 易产生商品售后问题，例如主播声明不退不换，但当粉丝收到直播产品时发现不满意该产品，这样就容易与主播产生商品纠纷问题。

主播和直播间同样会得到相应的惩罚，惩罚主要有以下5种。

- (1) 直播平台给予警告。
- (2) 直播间直接停播7天。
- (3) 直播间直接停播30天。
- (4) 直播间永久停播（封号）。
- (5) 承担相应的法律后果。

这些惩罚根据直播间的内容严重程度来判断。

【课后习题】

1. 四大淘系直播形式有哪些？
2. 概述淘宝主播人设打造的方法，以及淘宝主播人设定位的方法。