

第七章

短视频平台的算法机制

学习导入

2020年最火的APP，抖音算是其中之一了，相信不少人手机中都安装了这款APP。抖音的走红速度非常快，尤其是在2020年，新冠肺炎疫情之下，很多MCN机构和自媒体运营者投身抖音平台，开启了带货模式，抖音也逐渐成为新的流量池和新的价值观获取地，与微博、微信并称为“双微一抖”，那么这款能与微博、微信并驾齐驱的App究竟有什么魅力，让众人趋之若鹜。

学习目标

知识目标：

- ✓ 掌握抖音的算法机制。
- ✓ 抖音平台分配流量受哪些因素影响。
- ✓ 了解抖音平台最不喜欢哪些类型的作品。
- ✓ 掌握账号权重及账号被限流时的最佳措施。

技能目标：

- ✓ 掌握运用抖音的算法机制，学会运营抖音短视频（包括视频制作、发布等），结合影响短视频流量的因素——转发量、评论量、评论量、完播率，提升视频质量。规避抖音平台不推荐的视频风格。
- ✓ 掌握短视频权重下降时，对抖音账号进行补救措施。
- ✓ 掌握DOU+正确投放方式。

不管在微信公众号还是在微博，如果没有足够的粉丝，很难获得流量。但是在抖音平台，哪怕没有一个粉丝，完全零流量，视频也可以获得10W+点赞。为什么有的人在没什么粉丝的情况下玩抖音，能轻松获得10W+的点赞，而有的人粉丝上千万视频却没什么流量呢？

这就必须了解抖音算法背后的逻辑：流量池。

抖音里每一个视频诞生的初期都在一个初级流量池里，视频会推荐给那些最有可能对视频内容感兴趣的用戶。然后，根据第一批用户对视频内容的反馈，系统自动生成对视频质量的评价，从而决定视频能否进入下一个流量池获得更大的流量。这种算法机制，让每个优质视频的抖音创作者获得了与千万粉丝大号公平竞争的机会。即使不是大号，只要你有能力产生优质内容，就可以获得高流量。

当然，相对应的，如果视频在初级流量池中用户反馈不好、各项数据不佳，抖音系统会自动减少推荐，无法进入下一个流量池之中，最终的数据也不会太理想。

在2020年，疯产姐妹抖音主播迅速走红，只用了5个月，粉丝量达到2419万，点赞2.5亿，其走红的视频《电驴小旋风》、《如何帮闺蜜拍出大片》等，凭借内容真实接地气吸粉无数，让其有了与摩登兄弟、陈赫等抖音大咖公平竞争的机会。



图7-20流量池推荐机制

2.1

我们为什么需要抖音**推荐算法**呢?

抖音官方说法:因为抖音是一个拥有大量用户和创作者的平台,每分钟有上千个视频被上传到抖音上。用户不可能观看完每一个抖音视频,所以抖音需要一个复杂的推荐算法,让用户能从海量的内容当中挑选出他/她最喜欢的视频。简单来说这个算法会从抖音的所有视频当中挑选出用户可能最喜欢的那一个。总之,推荐算法会为我们匹配到我们想要的东西,为内容生产者匹配到精准的用户,为内容消费者匹配到感兴趣的内容。

那么算法是如何知道每个人的喜好呢?

利用数据。抖音会用尽可能多地用数据来发现用户喜欢什么样的视频,比如视频本身的信息,例如标题、内容等,还有视频发布之后其他用户与这个视频的互动,比如点赞、评论、转发等,还有观看时长等等,除此之外也会参考用户历史上看得多的视频信息,用户与看过视频之间的互动,比如是否有点赞、评论或分享等行为。

7.2.1 我们为什么需要抖音推荐算法呢?

这里不得不提到一个概念：用户画像。用户画像就将用户的每个具体信息抽象成标签，利用这些标签将用户形象具体化，从而为用户提供有针对性地服务。抖音通过用户在使用抖音时留下的种种痕迹来给用户贴上标签，如性别、年龄、居住地、爱好等，继而给你推荐的视频就是你可能喜欢的视频了。随着你使用抖音的时间越来越长，你的用户画像也会越来越丰富，算法推荐的准确性也就会越来越高，从而增加用户的黏着性。



图7-8用户画像



7.2.2 抖音的算法机制



数据加权——利用好流量池



叠加推荐



热度加权



原创性



延后“引爆”

抖音的算法机制

2.2

抖音和头条一样，同属于字节跳动旗下产品，抖音的推荐算法逻辑可以分为以下三部分。

1.数据加权——利用好流量池

抖音与其他互联网产品的中心化流量不同，它是去中心化流量分配机制，比如微信公众号是中心化流量分配，刚开通的账号没有粉丝和阅读量。但是，抖音打破了这种分配模式，在抖音平台，即使是0粉丝，发布的视频也会分配到几十次甚至几百次的播放量，也就是我们上文所说的流量池，然后根据你在这个流量池中用户的反馈，系统决定会不会推荐给更多的用户。所以，不管你是不是“大号”，你都有机会爆红。



图7-9 点赞量



7.2.2 抖音的算法机制

那么，用户反馈的哪些数据会影响到系统识别视频优劣呢？主要是点赞量、播放量、评论量、转发量和互粉率（见图7-10）。下面为大家详细介绍一下。

(1) 点赞量。往往点赞量越高，视频播放量也就越高，系统会推荐给更多用户。这是衡量视频优劣最基础的指标。

(2) 评论量。评论区的互动性，是系统识别视频质量优劣的关键。视频的评论数越多，就代表着该视频的话题性越强，用户的互动热情越大。并且很多作品会出现“神评论”，在引发网友的围观后，系统会判定作品的互动度足够高，同样能获得推荐。抖音非常喜欢用户的参与和互动，因为这样可以大大地提高平台对用户的黏性。视频评论的人越多，就证明视频的内容越好。

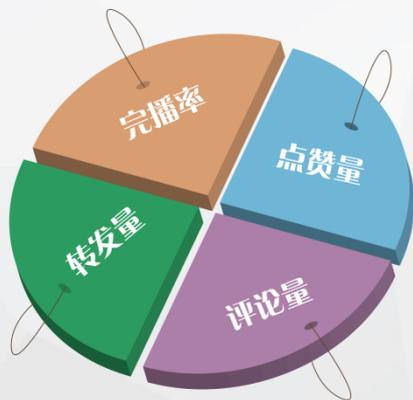


图7-10 数据加权

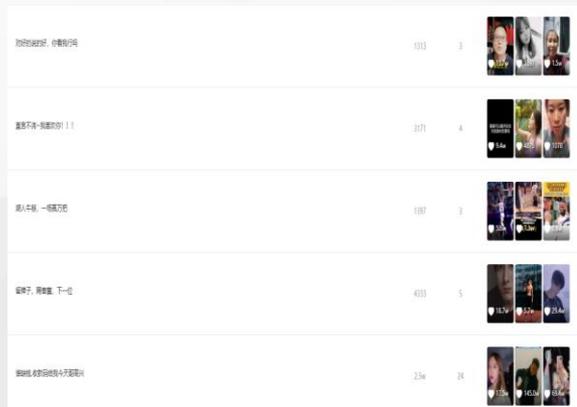


图7-24 抖音热门评论



7.2.2 抖音的算法机制

(3) 转发量；转发能够提升视频的活跃度，转发量越大，内容就会被更广泛地传播，推送的概率也会递增。用户通常只会转发自己觉得非常好的视频或者非常有价值的视频，所以抖音非常鼓励转发。转发也是抖音获得更多关注更大影响力的有效方法。用户转发无疑是基于以下两点：

①寻求共鸣；

②分享知识。

所以我们在制作视频的时候需要思考：

①你的视频能让用户产生共鸣吗？

②你的视频对用户有用吗？

③你的视频用户感兴趣吗？



图7-25慧慧周作品



7.2.2 抖音的算法机制

(4) 完播率。这是视频的一个合格线，指的是视频的完整播放量，只有视频播放完才能证明这个视频有吸引力。视频播放完成率越高，播放总量可能就越高，就会进入下一个流量推荐池。如果你的视频很长，内容啰唆，那么没有人会耐心地看完，会导致完播率差，平台就不会推荐。如果说你想要快速涨粉，那么你的前几个视频一定要控制在7~15秒，增加视频的完播率，千万不要一上来就发长视频。如果我们想让自己的视频火起来，那么就应该提高完播率、点赞率、评论率、转发率。珍惜基础推荐流量池，提高以上四个数据，争取进入叠加推荐。

抖音的算法机制

2.2

2.叠加推荐

叠加推荐是指抖音会给新视频分发几百播放量后，当转发量达到一定的数量，抖音系统算法就会将其识别为受欢迎内容，自动为内容加权，比如转发量超过10次，抖音就会叠加推荐1000次，持续叠加推荐到10000次，以此类推。

叠加推荐是以内容的综合权重作为评估标准，综合权重也就是我们上文提到的完播率、评论量、点赞量和转发量。为了提高这四个数据，我们可以从以下几个方面入手。

- (1) 视频发布后，可以找朋友点赞、评论、转发，完成抖音最初的叠加推荐要求。
- (2) 可以设置引导性标题，引导粉丝互动评论。
- (3) 视频内容生动有趣或者有槽点。一般而言，有趣或者槽点的视频可以激发用户评论。
- (4) 当然账号初始权重对初始流量池大小的影响也是十分巨大的。

抖音的算法机制

2.2

3.热度加权

只有经过大量粉丝的考验，被层层热度加权之后才会进入抖音的推荐内容池，接受几十次甚至上百万次的大流量洗礼，其热度的评判标准包括两个方面：热度加权的参考次序：转发量>评论>点赞量；根据时间择新去旧，除非有大量粉丝模仿及跟拍，一条火爆视频的热度最多维持一周，所以还需要稳定的内容更新机制和持续输出爆款的能力。

算法只指明了路径，而内容才是启动人性的金钥匙，视频的播放量、点赞量、关注量是评判内容好坏的金钥匙（见图7-11）。



图7-11 播放量的影响因素

抖音的算法机制

2.2

4.原创性

原创性，顾名思义是指视频是不是原创的，是否第一次在互联网发布。抖音喜欢和鼓励原创视频，打击和禁止作品抄袭。原创性是视频获得推荐的必要条件。只有原创视频在抖音上才能获得推荐流量，任何已经在网上（不仅仅是抖音平台）发布过的视频都不属于原创。当用户发布一个视频时，抖音会第一时间将该视频和自己数据库里的所有视频进行匹配，如果相似度过高，则判定该视频为抄袭，直接0推荐。所以当你的视频播放量很低时，请查看一下是否为原创。

抖音的算法机制

2.2

5.延后“引爆”

不少抖音运营者会发现，有些内容发布的当天、一周甚至一个月内都数据平平，但突然有一天就火了，为什么？一般来说，有以下两种原因。

第一种，被戏称为“挖坟”。它是指抖音会重新挖掘数据库里的“优质老内容”，并给它更多的曝光。这些老作品之所以能被“引爆”，首先是它的内容够好；其次，是你的账号已经发布了很多足够垂直的内容标签变得更清晰，系统能够给你匹配更精准的用户。优质内容+精准用户，老作品重新火爆起来就不意外了。

第二种，我们可以称之为“爆款效应”。它是指，你的某一个作品在获得大量曝光（几百万，甚至千万级）时，会带来巨量用户进入你的个人主页，去翻看你之前的作品。如果你的某一个作品，能够获得足够多的关注（转评赞），系统将会把这些视频重新放入推荐池。很多垂直内容的创作者，往往都是因为某一个视频的“火爆”，直接把其他几个优质视频“点燃”，形成多点开花、全盘爆炸引流的盛况。



7.2.3 抖音的算法机制的好处



去中心化



马太效应



投其所好



内容为王



7.2.3 抖音的算法机制的好处

1.去中心化

对于用户而言不仅可以看见“大号”创作的视频，同时也能看到众多普通小号发布的新奇内容，也不仅仅只会刷到用户关注的作者。对于创作者而言，去中心化无疑给其作品增加了流量。

2.马太效应

即使是粉丝众多的“大号”，当他发布一个用户不感兴趣的作品时也不会有过多的流量；即使是没有粉丝的新号，当他发布一个好的作品时也不会被掩盖。在这里流量与粉丝基础无关，只与作品质量有关，好的越好，差的越差。这种制度会激励创作者创作新的优质作品。

3.投其所好

大家刷淘宝刷抖音或者刷头条刷多了，下次再打开App时是否觉得很多推荐的内容都是自己比较喜欢、比较有兴趣的？其实平台为了提升用户体验、为了留住你，它会根据你的行为来分析你的兴趣，然后给你打上一个标签，再将同类标签的内容生产者的内容推荐给你，你便是一个池子里的人。



7.2.3 抖音的算法机制的好处

4.内容为王

抖音的推荐算法机制是著名的信息流漏斗算法。通过审核后，第一步：冷启动流量池曝光，比如你今天上传一个视频，通过双重审核的作品，系统将会分配给你一个初始流量池：会获得几百到一千次的点击播放量。不论你是不是“大号”，只要你有能力产出优质内容，就有机会跟“大号”竞争。

在抖音的推荐机制的刺激下，无论你是拥有千万粉丝的老人，还是从零开始的新人；无论是已经创作出众多优质内容的创作者，还是迟迟未火的创作者，都会不断地思考、创新出新的优质作品，保持账号的生命力。

视频播放量为什么低

2.4

1、平台不喜欢的内容不要发

(1) 违法违规的内容，审核时会被直接禁止。抖音倡导真实、正能量的内容，如果发布散播虚假负面不真实的消息被平台注意到会打上标签，频繁传播负能量的账号甚至可能会被关小黑屋。

(2) 内容低俗含有色情或者内容引人不适、不符合平台规定、价值观扭曲等。

(3) 影响用户观看体验的情况，比如：视频不完整、网络图片的拼接、文字的堆砌、画面模糊、视觉效果粗制滥造，其他平台的水印等。



7.2.4 视频播放量为什么低

(4) 直接“搬运”他处视频到自己账户，系统自动识别为搬运或者出现其他平台水印等视频。很多人喜好走捷径，直接搬运电影、综艺的片段，或者直接搬运他人的作品，这是抖音严厉打压的行为。复制作品也是不被抖音认可的，如果一个作品在一个账号上发布后，其他账号同步发，这样是不会获得更多流量的。从第二个、第三个同步发出的作品开始就不会有太多流量了，因为抖音鼓励原创，不支持复制。要想不被限流，就要坚持原创。

(5) 垃圾广告。抖音橱窗的商品分享有规则要遵守。如果频繁分享平台禁售商品会被警告，即使你不挂商品链接，但是内容中含有虚假、诱导等广告信息，也会被平台检测到减少推荐。想要视频获得推荐要以内容为主，进行内容创作时一定要做好广告与内容的平衡。

如果你的视频没有上面的问题但播放还是很低，那你就要注意是否进了以下这些误区了！



7.2.4 视频播放量为什么低

2、抖音的五个误区

(1) 没有主题

要把每一个视频当成一个作品，制定一个主题。要清楚表达出视频在说什么，而且要迅速进入高潮。在短时间内告诉观众你的内容主旨，这样感兴趣的观众才能迅速识别有效信息把视频看完，从而达成完播率，提高视频的推荐指数。

(2) 没有吸引力

让用户看完视频并产生互动，吸引力是关键。如果视频质量差节奏慢，观众看了5秒还没看懂你的意思，也没有个人特色，那观众就不会喜欢。

如何才能产生吸引力呢？

- * 遵守5秒法则
- * 写一个有趣的文案
- * 发布原创内容



7.2.4 视频播放量为什么低

(3) 没有风格

如果你想提高粉丝的粘合度，一定要有自己的特别之处。对于短视频来说，“有关、有趣、有用”这三个关键词很重要，做到这三点才能让观众产生共鸣和回应。多人出镜必须有剧情设计，如果单人讲一定要有干货内容，观众才能在你这里找到他想要的东西，比如乐趣、知识、见解等。

(4) 没有音乐搭配

抖音没有音乐可不行，抖音被称为国内最大的音乐供应商并非空穴来风。声音是视频的点睛之笔，音画同步非常的重要。声音和画风不符，或者声音和节拍对不上的话，那体验会非常差。所以，声音方面要做到两件事：

- ✱ 节奏要匹配。卡点的音乐会比不卡点的音乐视频更招人，因为会给人更好的感官效果。
- ✱ 画风要相符，注意情绪和含义。这样用户才能看懂你到底想表达什么，否则也会直接划走。

(5) 没有字幕

中国方言千千万，不是所有抖音用户全都能听得懂。如果没有字幕的视频，很容易让用户不知所云。一些有特色的方言播主会利用字幕降低观众的阅读压力，而且非常强调视频内容。



2.5 怎样做才能获得更多的推荐

官方给出的建议如下：

01

创意好；这指的是“内容为王”，只要内容够新颖、有创意或者剧情新奇、剪辑手法独特就不怕限流。

02

才艺牛（舞蹈、音乐、特效等）；

03

场景丰富（场景精致、人多、户外等）；

04

积极参与官方挑战，多@抖音小助手。



7.2.6 关于账号权重

1. 权重标准

运营过抖音的人就会知道，一开始视频流量一直很高，但是忽然不知道什么原因就没有流量了，无论发什么内容，视频播放量一直上不去，百思不得其解。遇到这种情况，基本可以断定——自己运营的账号被降权处置了。下面我们为大家介绍一下不同账号标椎和权重区间。

(1) 僵尸号：如果是持续一个星期新发布作品在播放量100次以下，视为僵尸号，几乎等于废号，建议重新注册抖音号。僵尸号就是说就算是抖音好友也不会给其推荐，相当于你发朋友圈别人也看不到。

(2) 低权重号：如果持续7天新发布作品，播放量在100~200徘徊，就是低权重号。这类账号只会被推荐到低级流量池，如果持续半个月到一个月没有突破的话会被降为僵尸号。

(3) 中途降权：还有一种特殊情况就是中途降权的。比如说你之前的播放量是在几千或者几万的，但是有一天你不知道发布了一条广告，或者说你带着产品拍了一条视频。这个时候系统识别到你打广告了，就会直接给你降权。还有如频繁修改签名或资料等行为同样如此，可能直接把你这个账号降为低权重号或者僵尸号，这也是有些人不知道为什么账号本来还挺好的突然就没有播放量的原因。

另外还有一种情况就是搬运、复制其他平台的视频没有经过二次创作，或者说这个视频被多人搬运，这个时候被平台识别到，它也会给你降权的。



7.2.6 关于账号权重

(4) 待推荐账号：如果视频播放量在1000~3000，为待推荐账户。这个阶段的人应抓紧创作高质量作品，或者通过其他方法提高播放量和点赞数，让系统推荐到更大流量池，你的视频有可能成为“爆款”。

(5) 待上热门账号：视频播放量持续在1万以上的账号，给待上热门账号，官方会主动把视频推送给更多的人。这种账号距离爆款只差一步之遥，所以此时的账号运营者一定要趁热打铁，主动去参与各种官方的最新话题、挑战等，积极使用平台上最新发布音乐作为BGM，使用最新的拍摄功能及特效，争取视频被推荐到更大的流量池中。

此外，抖音上面的热门视频“保质期”特别短，所以我们在发视频的时候，一定要找最热门的，并且找参与人数最多的话题。



7.2.6 关于账号权重

2.如何提高账号权重

抖音在分配流量时会参考账号的权重，所以创作者不应忽视个人信息的搭建工作，要从官方认证、账号名、简介、头像、背景几方面进行完善。

(1) 抖音官方认证

抖音官方认证是平台对用户身份真实性的确认，进行身份认证有利于为视频争取更多流量。抖音官方认证分为个人认证、企业认证和机构认证三种。

用户点击设置→账号与安全→申请官方认证，进入申请页面，按要求进行申请即可。个人认证需同时满足以下条件：发布视频数量大于1，粉丝数大于1万，绑定手机号，并且账号无违规记录。

(2) 完善个人信息

账号应该具有鲜明的个人风格，账号名应简洁且与账号的整体调性相符。个人简介可以用来描述账号定位并引导用户关注；背景图的设置与账号整体风格相呼应，再加以文字标识引导关注。视频创作者要精心设计任何一个可以自定义的板块，为自己的账号寻找机会。



7.2.6 关于账号权重

(3) 评论维护

①维护自己的评论

自己发有参与性的评论。比如“我觉得.....同意我的给我点个赞吧”，引发大家在评论区进行评论；让用户参与评论。如果刚开始参与的人少，可以用一些方式，比如，提前准备神评论，视频发出后，让好友写在评论区，引导用户围绕这个话题展开更多互动，引导评论方向。大家可能都有这样的经历，看视频的时候觉得某个点很有趣，想看看大家的看法，如果评论很精彩，或者有争议，就会多看一会儿评论或者主动评论，这时候视频可能不经意间已经播放了好几遍，这就可以提升视频的完播率。

除此以外，自己要和用户有互动。运营者在初期的时候一定要去回复大家的评论内容，这也是算在互动指数中的。

②评论别人的作品引流

评论别人的作品引流有两种玩法：第一种是专门去评论热门的作品，此时流量大但宽泛；第二种是专门去评论与自己账号相关的大号的作品，比如你是卖麦片的，你可以搜索早餐之类的关键词就可以找到很多竞争对手，此时流量小但精准。

评论引流的技巧有两个：第一，注意频率。如果频率过快，容易被封号。所以切记不要一分钟评论几个。第二，评论内容要更换。而且千万不要带敏感词广告，正常评论即可。



7.2.6 关于账号权重

3. 参与挑战主题

抖音官方每天都会有数个挑战主题，你的视频如果选题主动迎合这些挑战，那么被推荐的概率就大很多，如果还有其它的创意加持，那就可能会火。



图7-29 抖音官方邀请



7.2.7 被降权了应该怎么做

(一) 检查自己账号是否带有广告

类似xx产品代理，或者“要xxx加xx”等带有广告营销的词汇。

解决办法：先修改成正常网名头像，正常发视频。

(二) 检查自己是否有违规操作

比如大量刷赞、买粉、互赞，搬运其他人创作的视频，一部手机连续切换几个抖音账号，这些都是违规行为。抖音系统是能检测出出来的，如果被检测出来，账号被限流那是再正常不过了。

解决办法：

- 1.互关互赞要立马停止，我们应该把精力花在作品上面，做优质的内容，那样点赞、粉丝才会上涨。
- 2.搬运被人的作品对于抖音并没有任何的好处，丰富不了抖音的内容库，我们应着力打造原创账号。
- 3.账号应尽量做到一机一号，正常的人没有那么多账号来回切换，只有营销号才会。

(三) 检查自己视频的垂直度

垂直度指的就是运营单一的领域内容，比如育儿、国学就专做发布这一类型的内容，这样抖音会给你的内容打赏“标签”，这样抖音就会精准的推荐给用户，因为假如你不专注于一个领域，内容杂乱无章，算法机制就无法给你精准的推荐用户，这样你的作品完播率、点赞、评论自然上不去，抖音也就不会给你进行更大的推荐量。

解决办法：在开始打算做抖音运营的时候，你就要对自己的账号做好定位，只专注一个领域类型的内容，这样抖音就逐步的增加推荐量，那样你的播放量等等自然就上去啦。或者参考同类型的大号，看他们是在怎么做的，自己加以模仿，流量也会慢慢上涨。

7.2.7 被降权了应该怎么做

（四）检查是否发布违规视频

有些人会发现，播放量还不错的前提下，突然被限流，长时间的在线审核，视频只有自己能看。

解决办法：例如视频是否涉及敏感，衣着是否暴露，是否说脏话，是否有不良引导，是否包含争议话题，画面是否过于血腥真实，商标是否过于明显。如果有以上这些，记得把视频删除。

如何检测：含有敏感词的视频不能用dou+进行推广，因此可以使用dou+测试视频中是否含有敏感词。进入视频点击分享——帮上热门。首先，看能否投放。如果不能投，那一定存在问题；然后，如果能投，看是否审核通过。审核不通过，看官方给出的违规原因。

总而言之，发现自己被限流了，不要慌张焦虑，首先明确自己被限流的原因，其次，马上停止违规行为，只要不被平台封号都有拯救回来的可能。具体措施可以参考以上四种。



图7-30 dou+



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

(一) 什么是DOU+

在全民抖音的大势下，除了网络达人和MCN机构，企业也开始跟随趋势纷纷入驻。但由于缺少对抖音玩法的了解，部分企业面对流量显得甚为被动。

驾驭流量，有什么“速成”的方法？

当然有，2018年6月，抖音上线营销神器——“DOU+”功能，可以对视频进行流量赋能。简单来说，它就是一个内容营销工具，只要你消耗一定数额的人民币，就能把你的视频推荐给更精准的人群，提高视频播放量。目前DOU+已经全面开放。

(二) “DOU+”功能怎么用

点击想要流量赋能的视频，在更多选项中就能找到DOU+功能。点开后即进入“生成订单”界面，可对想要“加热”的视频进行不同金额的投放。



图7-31 DOU+订单生成图解



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

在主页上点击更多功能，还可以在“DOU+订单管理”中查看历史投放记录。这一整套的操作使用手机就能完成，十分便捷。总体来看，DOU+是一款抖音内容加热工具，可以高效提升视频播放量和用户互动量，具备不含广告标签、样式原生、无缝融入抖音信息流等特点。

支持点击关注、点赞、评论、分享、右滑、点击昵称及头像进主页等常规交互方式，还支持挑战赛绑定和地点绑定（需要点击才能）。需要注意的是，DOU+“刷量”并不保证位置，都是随机展现的，而且每条视频主要分为自然流量和推广流量，只对同一个用户展示一次。

数据披露方面，展现量、视频播放量、互动数据（点赞、评论、分享、新增关注数、购物车点击、进入主页pv）等都可以查到。

素材方面也有一定要求，经过内容审核+广告审核的素材才可以合作DOU+，明显的广告营销类硬广无法合作。在2018年9月之前，DOU+主要面向抖音企业号、电商达人及白名单用户，支持自投和代投两种方式，会在抖音推荐信息流位置展示。其中，自投指的是投放自己发布的视频，代投则是投放他人发布的视频。



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

值得一提的是，DOU+和信息流广告还是有一些区别的，主要表现在以下四个方面：

- (1) 广告标签：信息流广告含有广告标签，DOU+不含广告标签。
- (2) 内容要求：信息流广告投放需经过广告审核；DOU+需通过内容审核+广告审核，明显的广告营销类视频无法采买DOU+。
- (3) 外链跳转：信息流广告支持纯展示或外链跳转；DOU+仅支持视频纯展示，不支持外链跳转。
- (4) 广告特殊样式：信息流广告样式优化仅对广告产品生效，DOU+不支持。

7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

(三) 播放量与投放金额成正比

DOU+支持三种投放模式，分别是速推版和定向版。速推版只需选择“你希望智能推荐给多少人”和“你希望提升哪一项”即可。

定向版分别是“系统智能投放”和“自定义定向投放”前者由系统主导，会智能选择可能对投放视频感兴趣的潜在用户或潜在粉丝进行展示；后者则由用户自主选择，比较考验判断力。

“自定义定向投放”提供了性别、年龄以及地域三个选项，其中年龄覆盖了18~23岁、24~40岁、40岁+三个阶段，支持多选；地域有全国、省市、县区、商圈、附近五个层级，仅支持单选。若这两种投放方式都不满意，还可以选择“达人相似粉丝推荐”，他会推荐给所添加达人账号粉丝特征相似的用户，简单明了只需选择和你账号定位类似的达人账号即可。

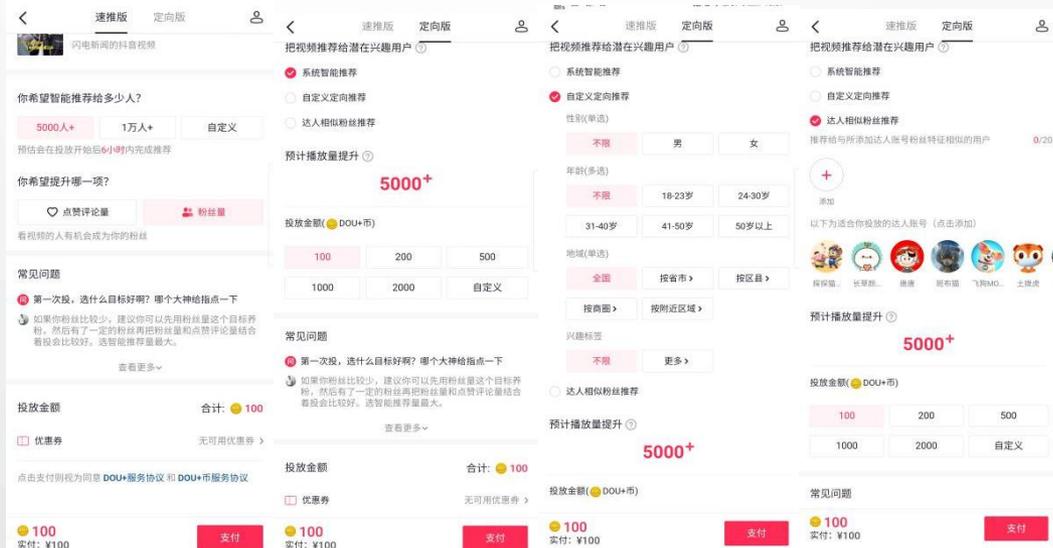


图7-32 DOU+订单付款界面显示



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

（投放金额有100元、200元、500元、1000元、2000元五个选项，用户还可以自定义金额（金额在100~100000元之间，且为10的倍数），支持多次投放。初步来看“预计播放量提升”与投放金额成正比，比如投放100元预计能提升5000以上播放量，多投多得。

测试显示，在DOU+数据方面，推荐量的增加，可以让更多用户看到；点赞量等其他数据的提升幅度，就要看视频质量了。

能达到多少播放量，要看实际数据，充值时仅提供一个预估值，比如充值200元，预计提升播放量2万，实际提升2.7万；充值500元，预计提升播放量4万，实际提升4.6万。总体来看，实际提升量可能会比预估量略高一些。

在视频发布的过程中，抖音会根据内容、文案、话题、地点（定位）、粉丝数、过往发布内容历史等数据，推荐给首批用户。获得首次播放完成度、点赞、评论及分享数据后，再根据效果，进行多次持续推荐。

也就是说，并不是金额越高，实际播放量提升效果就越好。影响投放效果的因素很多。如果视频被多次举报或出现被平台用户表达为不喜欢时等行为，可能会停止加热。



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

(四) DOU+内容要求

(1) 必须是原创视频，非原创视频被用户举报后会重新触发审核执行下线。

(2) 视频内容完整度好，视频时长短于7秒很难被推荐。

(3) 视频内容本身不能含有其他App水印，使用非抖音站内贴纸或特效拍摄的视频，也将被做不推荐处理。例如在其他视频平台使用其他平台站内贴纸特效拍摄视频后，后期加工去掉水印后再拿到抖音上传也不会被推荐。

(4) 内容优质有趣，多参与挑战，多使用热门背景乐。

(5) 视频符合抖音内容审核标准。

(五) 什么样的视频不符合要求

除视频质量差、搬运视频、调性不推荐、隐性风险类内容外，不符合DOU+内容要求的还有明显的营销、广告类信息、视频，如视频内容中含有明显的品牌定帧、品牌词字幕、品牌水印、口播，视频背景中含有明显的品牌词、商业元素（使用抖音站内库中品牌音乐/贴纸拍摄的视频，正常审核不受影响）



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

(六) DOU+审核要求

(1)有明显的品牌推广、产品推广、商品销售意图的视频营销内容，无法投放DOU+。

(2)视频标题和视频描述包含以下元素，无法投放DOU+：

联系方式：电话、微信号、QQ号、二维码、微信公众号、地址。

招揽信息：标题招揽、视频口播招揽、视频海报或传单招揽、价格信息、标题产品功效介绍。

曝光商标：品牌定帧、商业字幕、非官方人库商业音乐、非官方入库商业贴纸；指向性的企业店铺名称。

(3) 视频内容中含有已商业入库的贴纸、音乐，在视频内容合规的前提下可以投放DOU+，抖音商业贴纸、音乐人入库凭证以BPM采买录入和上线邮件为准。

(4) 视频内容中有口播讲解某一品牌产品的视频营销内容，无法投放DOU+。

(5) 内容不符合抖音站内公约的视频。无法投放DOU+



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

(七) 常见问题Q&A (来源: 企业认证助手)

Q: DOU+什么时候用?

A: 想把视频展示给更多人的时候! 精心拍摄的视频可以通过DOU+展示给更多人, 吸引粉丝, 增加互动。

Q: 使用了DOU+的视频会展现在哪儿?

A: 使用DOU+的视频会出现在抖音首页推荐流里, 根据抖音的高效能推荐算法, 视频会展现在对该视频可能感兴趣的用户或潜在粉丝。

Q: 使用了DOU+的视频会投放给谁?

A: 目前支持两种定向模式:

模式1: 系统智能投放, 系统会智能选择可能对该视频感兴趣的用户或潜在粉丝, 对其进行视频展现。

模式2: 客户自主选择投放的用户类型。

Q: 使用了DOU+的视频, 加热会持续多久?

A: 最长不超过48小时。以下情况可能会停止加热;

可能性1: 视频在加热过程中出现被多次举报, 或被其他用户表达为不喜欢的行为。

可能性2: 视频内容的“权限设置”修改为私密或者删除了视频。

可能性3: 超过48小时。



7.2.8 DOU+——“官方认可的刷量工具”

Q: 为什么会无法使用DOU+?

A: 平台希望优质内容能够获得更多展示机会, 但出现以下几种情况无法使用DOU+

情况1: 视频具有较强的推广信息。

情况2: 平台中多个用户对视频进行了举报或进行了其他表达不喜欢的行为。

情况3: 其他不符合《抖音社区公约》《DOU+服务协议》的情形。

Q: DOU+的投放是否包含自然量的统计?

A: 不包含。DOU+订单数据仅为投放DOU+带来的展现量、播放量及互动量。

Q: 展现量和播放量的区别是?

A: 展现量为视频展现的次数, 即视频被用户看到的次数; 播放量为视频播放次数, 包含了重复播放量。

Q: 订单的消耗如何计算?

A: 视频每展示给一位用户, 系统会自动扣除一部分金额, 直到扣减到购买金额或订单投放终止。

Q: 审核被拒绝后, 钱会被退到哪里?

A: 预计3~48个小时内会退还到DOU+账户中。

Q: DOU+可以开具发票吗?

A: 可以, 普通号开票抬头统一为“个人”, 企业号开票抬头为认证主题名称, 开票金额要求累计开票金额≤充值金额。如有发票需求, 可邮件至doujia@bytedance.com。

课后习题



1. 抖音的推荐算法逻辑由哪三部分组成?



2. 哪些视频类型会被抖音平台限流?



3. 如果发现你的视频播放量不高, 可能是哪些方面的原因?



4. DOU+最佳投放时间是什么时候?

