

# 基于抖音平台的自媒体营销策略研究

张丽丽

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年2月29日; 录用日期: 2024年3月25日; 发布日期: 2024年5月11日

## 摘要

随着社交媒体的快速发展, 自媒体营销成为企业推广产品和服务的重要手段之一。本研究以抖音为例, 深入探讨了在该平台上的自媒体营销策略。通过对抖音上成功自媒体账号的案例分析, 本文从内容创作、互动性、粉丝管理等方面进行了深入剖析。首先, 研究揭示了成功抖音自媒体账号的内容创作关键因素, 包括内容创意、时效性和用户体验。其次, 对互动性进行研究发现, 有效的互动可以促进粉丝黏性和社群建设。最后, 本文还探讨了粉丝管理的重要性, 包括粉丝增长、维护和转化等方面的策略。通过对抖音自媒体营销的深入分析, 本研究旨在为企业在社交媒体平台上制定有效自媒体营销策略提供参考, 促进品牌推广和市场拓展的成功实践。

## 关键词

自媒体, 抖音, 营销策略

# Research on Self-Media Marketing Strategy Based on Tiktok Platform

Lili Zhang

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Feb. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 25<sup>th</sup>, 2024; published: May 11<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of social media, we-media marketing has become one of the important means for enterprises to promote products and services. This study takes Tiktok as an example to deeply explore the we-media marketing strategy on the platform. Through the case analysis of successful self-media accounts on Tiktok, this paper makes an in-depth analysis from the aspects of content creation, interaction, fan management and so on. First of all, the research reveals

the key factors of successful content creation of Tiktok self-media accounts, including content creativity, timeliness and user experience. Secondly, the study on interactivity found that effective interaction can promote fan engagement and community building. Finally, this paper also discusses the importance of fan management, including the strategy of fan growth, maintenance and conversion. Through in-depth analysis of Tiktok's "we-media" marketing, this study aims to provide references for enterprises to formulate effective "we-media" marketing strategies on social media platforms, and promote successful practices of brand promotion and market expansion.

## Keywords

Self-Media, Tiktok, Marketing Strategy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 研究背景

在当今数字化时代，自媒体，又称为“公民媒体”或“个人媒体”，已成为传播规范性和非规范性信息的一种现代化、电子化手段。自媒体的特点在于私人化、平民化、自主化的传播者，通过成本低、传播广、互动强等优势，向广泛或特定的受众传递信息[1]。这一趋势也引发了许多企业利用自媒体进行产品和品牌推广的浪潮。

特别值得关注的是，自媒体中的短视频营销逐渐崭露头角。短视频营销以其较高的投资回报率吸引了众多企业，甚至老牌品牌如麦当劳也勇敢尝试这一营销手段。许多一线企业和名人也将短视频纳入其营销策略中。抖音，作为一款专注于年轻人的音乐短视频社区平台，自2016年9月上线以来，以其用户生产内容的UGC模式，通过用户之间的关注、点赞、评论等互动机制，迅速赢得了广大用户的喜爱，尤其是年轻用户。

抖音的成功也在数据上得到了体现，2018年2月，其用户增长率以76%超过了老牌短视频APP快手的10%。在2020年1月，抖音日活跃用户数更是突破了4亿。这一背景下，本研究旨在深入分析抖音自媒体营销策略，揭示其成功的关键因素，为企业在这一新媒体时代制定有效的营销策略提供有益的启示[2]。

## 2. 抖音自媒体营销现状分析

### 2.1. 平台发展和用户基础

依据DoNews的2023年12月19日资讯，2023年连续复苏，中国网民活跃数量达12.24亿，全网月人均时长靠近160小时，其中腾讯、阿里巴巴、百度、抖音、蚂蚁、拼多多、美团等7大玩家去重用户超过7亿，庞大移动互联网用户群体是短视频蓬勃发展流量源头和受众基础。由图1的QuestMobile数据显示，2023年9月短视频媒介广告收入占比45.2%，排名第一。从图2的具体媒介来看，抖音广告收入占比29.1%，夺得头把交椅。

“抖音”短视频作为一款北京微播视界科技有限公司开发的一款音乐创意短视频软件，自2016年9月上线以来一直保持飞速增长，成为移动互联网最热门应用之一。5月1日，应用市场研究公司SensorTower发布2018年第一季度手机应用市场报告。数据显示，“抖音”及“抖音”国际版“TikTok”

下载量达 4580 万次，超越 Facebook、YouTube、Instagram 等成为全球苹果商店下载量最高的应用。根据抖音官方公布的数据，截至 2023 年 6 月，抖音的全球用户数量已经突破了 10 亿，这一数字非常惊人，说明抖音已经成为全球最受欢迎的短视频平台之一。

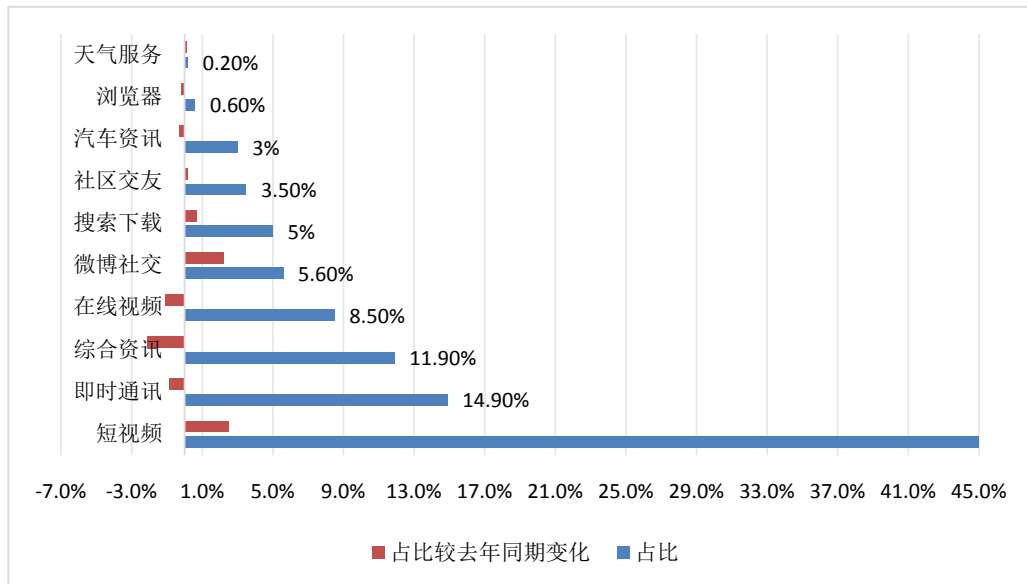


Figure 1. China's TOP 10 media industries in terms of Internet advertising revenue in September 2023

图 1. 2023 年 9 月中国互联网广告收入占比 TOP10 媒介行业

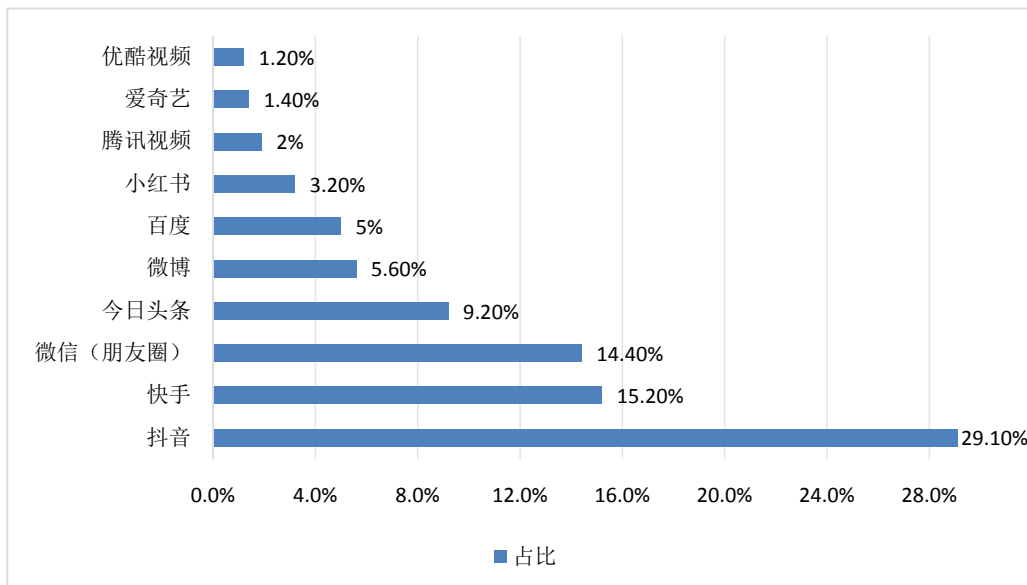


Figure 2. TOP 10 media in China's Internet advertising revenue in September 2023

图 2. 2023 年 9 月中国互联网广告收入占比 TOP10 媒介

## 2.2. 抖音营销模式与运营机制

随着数字社交时代的来临，抖音作为一款备受欢迎的短视频社交平台，为自媒体和品牌提供了广阔的推广舞台。在这个充满创意和互动的平台上，自媒体营销策略变得愈发重要，而抖音的独特模式和运

营机制为品牌带来了丰富的营销机遇[3]。在接下来的探讨中，我们将深入剖析抖音的营销模式与运营机制，关注内容创作、品牌合作、数据分析、社群建设等方面，旨在为广大企业提供在抖音平台上制定有效自媒体营销策略的实用指南。

### 2.2.1. 品牌合作和广告推广

抖音平台上涌现出许多具有大量粉丝的网红，他们成为品牌合作的重要对象。通过与这些网红合作，品牌能够借助其影响力快速传播产品或服务信息[4]。此外抖音提供原生广告形式，允许品牌在用户流畅浏览短视频的过程中进行广告展示。这种广告形式更容易融入用户的内容消费流程，提高广告的曝光度。

### 2.2.2. 数据分析和粉丝管理

通过数据分析，可以更精准地制定营销策略。其中建立和维护粉丝关系是抖音自媒体运营的关键。通过定期与粉丝互动、提供有价值的内容，加强品牌与用户的连接，提高用户忠诚度。

### 2.2.3. 挑战和活动营销

用户通过参与挑战活动，制作创意视频并分享。品牌可以借助这些挑战活动提高曝光度和参与度。运用线上挑战活动结合线下实体活动，促使用户在不同场景下参与互动，增强品牌在用户心中的印象。

## 3. 基于抖音平台的自媒体营销策略分析

抖音作为自媒体营销的热门平台，表1的SWOT分析揭示了在这个充满机遇和挑战的数字舞台上制定有效策略的关键因素。深入剖析自媒体在抖音平台上的优势，如广泛的用户基础和创意性的内容形式，同时也要正视潜在的挑战，例如激烈的竞争和算法变化的不确定性。通过抓住机遇，如品牌合作和广告投放，以及有效应对威胁，包括政策风险和用户流失，自媒体账号能够更有针对性地规划营销战略，以在抖音这个充满活力和潜力的平台上取得更好的成果。在这个数字社交时代，深入理解SWOT分析将成为制定战略的关键步骤，为自媒体在抖音平台上取得成功提供有力支持。

Table 1. SWOT analysis

表 1. SWOT 分析

SWOT 分析	S-优势	W-劣势
O-机会	SO 策略： 创意内容优势 社交互动最大化 品牌合作和广告投放 数据驱动决策 持续创新和跟踪趋势 用户体验提升	WO 策略： 提升内容创作水平 建立强大的社群互动 多样化内容类型 建立合作伙伴关系 迅速适应算法变化
T-威胁	ST 策略： 提升内容质量 建立强大的品牌认知度 建立多平台 优化广告投放 建立合作伙伴关系	WT 策略： 建立合作联盟 提高用户黏性 提升内容质量 多元化收入来源

### 3.1. SO 策略

在抖音这个充满机遇和创新的短视频社交平台上，自媒体账号可以通过充分发挥平台的优势和抓住

潜在的机会,实现更为卓越的自我营销。首先,借助广泛的用户基础和创意性的平台特性,自媒体可以通过制作引人入胜的短视频内容来吸引更多关注。这种创意性的内容创作可以进一步加强品牌形象,建立品牌认知度,从而提升用户粘性。此外,抖音平台上网红效应显著[5],自媒体可以主动寻求与具有广泛粉丝基础的网红进行合作,借助其影响力推动自身内容的传播。这样的品牌合作不仅有助于提高曝光度,还能够与用户建立更加深层次的连接。

此外,抖音平台支持原生广告形式,自媒体账号可以充分利用这一机会通过巧妙的广告投放策略,将品牌信息巧妙融入用户日常的内容浏览过程中,提升品牌曝光率。在这个数字社交时代,通过将优势与机会相结合,自媒体账号将能够在抖音平台上取得更为显著的市场份额,推动品牌的持续发展。

### 3.2. WO 策略

面对抖音平台上竞争激烈和内容制作压力的劣势,自媒体账号可以通过采用一系列创新手段和策略,克服这些难题并最大程度地利用平台的机会。首先,可以通过不断学习和采纳新的内容制作技巧,保持对潮流的敏感性,以更好地满足用户日益变化的需求。借助抖音平台上的创意工具和编辑功能,自媒体可以提升内容的质量和趣味性,从而在激烈的竞争中脱颖而出。

此外,抖音作为一个广告和品牌合作的重要平台,自媒体可以通过主动寻求品牌合作来弥补自身的劣势。这种合作关系不仅有助于提高自媒体账号的知名度和影响力,还可以降低运营成本,增加内容的多样性。

### 3.3. ST 策略

在抖音这一竞争激烈的自媒体领域,自媒体账号需要在充分发挥平台优势的同时,有效规避可能的威胁。首先,通过借助抖音广泛的用户基础和独特的创意性平台特性,自媒体可以在内容制作上投入更多精力,提高创意水平以吸引更多关注。通过定期分析用户反馈和数据,及时调整内容策略以适应市场趋势,降低由于竞争激烈带来的流失风险。

同时,挖掘用户数据有助于更精细地制定广告投放策略,提高广告的有效触达率,规避由于政策风险和用户流失可能带来的曝光下降。建立与广告商和品牌的紧密合作关系,通过互利共赢的合作方式,降低可能的政策风险,为自媒体账号的长期发展创造有利条件。

此外,自媒体账号应不断跟踪抖音平台的算法变化,以便及时调整自身的运营策略。通过与其他自媒体和行业相关人士的合作,建立更强大的社群网络,共同应对外部威胁,实现自媒体账号的持续成长和成功运营。在这个数字社交时代,充分发挥内在优势,巧妙应对潜在威胁,将成为在抖音平台上取得成功的关键战略之一。

### 3.4. WT 策略

在抖音这个充满潜在威胁的竞争环境中,自媒体账号需要通过明智的战略调整来克服内部劣势,并有效规避外部威胁。首先,自媒体可以通过加强与其他自媒体的合作,建立紧密的联盟关系,共同应对可能的政策风险。通过分享经验、互相支持,自媒体账号可以更好地规避政策调整可能带来的曝光和推广受阻。

同时,自媒体应关注用户流失风险,积极采取措施来提高用户黏性。通过开展定期的用户调查、举办有趣的互动活动,自媒体可以更深入地了解用户需求,提升用户满意度,减轻由于竞争激烈可能带来的粉丝流失。

另一方面,自媒体账号可以通过投入更多资源,提升内容质量,以规避因为内容制作水平不足而可

能带来的竞争劣势。持续学习和创新，关注平台上流行的趋势，不断改进内容创作方式，使自身在抖音平台上更具吸引力和独特性。

最后，自媒体还可以通过多样化的收入来源来规避财务上的威胁。除了依赖广告收入，自媒体可以探索其他可能的盈利途径，例如付费内容、线下活动等，以降低对广告变化的敏感度，提高自身盈利的多样性。

## 4. 基于抖音平台的自媒体营销策略建议

通过前面的 SWOT 分析，我们深入了解了在抖音平台上自媒体营销的内部优势和劣势，以及外部的机会和威胁。这些分析为我们提供了关键的洞察，使我们更好地理解抖音自媒体领域的挑战和机遇。基于这些认识，下面将提出一系列针对 SWOT 分析中所揭示出的关键点的具体自媒体营销策略，以助力自媒体账号在抖音平台上取得更为显著的市场竞争力。

### 4.1. 深入了解目标受众

深入了解抖音平台上的目标受众是自媒体成功的基石。通过详尽的人口统计分析，自媒体可以了解主要受众的年龄、性别和地理位置等基本信息，为定位推广内容提供指导。深挖受众的兴趣和喜好，使自媒体能够创作更符合用户口味的短视频，增加内容的吸引力[6]。同时，通过数据分析和用户行为追踪，自媒体可以洞察用户的浏览习惯，优化发布时机和互动策略。积极参与社群，通过评论、点赞等方式建立直接联系，获取用户实时反馈，从而调整和优化创作方向。

竞争对手分析为自媒体提供了借鉴他人成功经验的机会，找到自身创新点。通过社群调查，直接与受众互动，了解他们的需求和期望，建立更紧密的联系。这一深入了解目标受众的过程不仅使自媒体更好地把握用户心理，提高内容的吸引力和粘性，也为制定更具针对性的自媒体营销策略奠定了基础。因此，了解受众是自媒体成功的关键一步，将使账号更好地在抖音平台上脱颖而出，实现更广泛的传播和更高效的推广。

### 4.2. 巧妙利用平台特性

在抖音这个以短视频为主的平台上，成功自媒体需要巧妙运用其独特特性。通过短视频形式，注重简洁明了的信息传递，迅速吸引受众视线。积极参与和引领热门挑战，创作潮流内容，提升账号曝光度。充分利用平台的音乐和特效功能，丰富创意元素，使视频更具吸引力。同时，实时互动性是关键，通过直播功能建立直接联系，回应评论，提高用户黏性。总体而言，通过巧妙利用抖音平台独特的特性，自媒体能够创作出更富创意、引人入胜的内容，吸引更多用户关注和互动。

### 4.3. 建立品牌独特性

明确定义独特品牌形象，通过独特创意、声音和故事，使品牌在内容海洋中独树一帜。保持一致性是关键，自媒体应保持一贯的内容和视觉风格，形成独特的品牌语言和识别。积极参与热门挑战，以独特方式融入品牌元素，提高用户的品牌记忆度[7]。不断创新是关键要素，关注平台潮流并灵活应用，展示时尚前沿和创新精神。通过这些步骤，自媒体账号能够在抖音平台上建立独特且有吸引力的品牌形象，吸引更多粉丝，提升品牌影响力。

### 4.4. 社群建设和互动

通过积极参与热门挑战、回应评论以及与粉丝互动，自媒体账号能够加强与受众的紧密联系，提高社群黏性。同时，建立专属或加入相关社群，直接获取用户需求，通过直播互动拉近与粉丝的距离，有

助于提高用户忠诚度。持续分享有价值的内容和幕后故事，让粉丝更深入了解自媒体账号，为建立更亲密的关系打下基础。通过这一系列社群策略，自媒体账号能够在抖音平台上构建强大的社群网络，有效提高用户互动率，实现更广泛的内容传播和品牌推广。

#### 4.5. 品牌合作和网红效应

主动寻求品牌合作机会，通过与知名品牌联动，提高曝光度和信任度。与其他知名自媒体或明星进行合作，创作共同内容，以吸引更多粉丝关注，提高自身知名度。保持合作内容与品牌形象一致，加强与合作品牌的互动，建立长期稳定的合作关系。通过这些策略，自媒体账号能够在抖音平台上实现知名度的迅速提升，吸引更多广泛的受众，推动品牌的更好推广和发展。

#### 4.6. 定期数据分析与优化

通过深入分析用户反馈、互动情况以及平台提供的数据，自媒体账号能够精准了解受众需求和行为模式。基于这些洞察，及时调整内容创作和推广策略，不断优化运营效果。定期的数据分析不仅有助于追踪账号表现，还为自媒体提供了在激烈竞争中保持竞争力的战略方向，确保内容持续吸引目标受众。通过持续的优化，自媒体账号能够更有效地提高曝光度、用户互动率，实现在抖音平台上的长期稳健发展。

#### 4.7. 多渠道推广

除了依赖抖音平台本身，自媒体账号还应考虑在其他社交媒体平台进行内容推广，拓展受众触达点。通过在不同平台上的有针对性的宣传，自媒体能够吸引更多用户的关注，提高品牌知名度。同时，适应各平台的特性，巧妙调整内容以适应不同受众的喜好，进一步扩大影响力[8]。通过多渠道推广，自媒体账号能够更全面、广泛地覆盖潜在受众，实现更好的内容传播和品牌推广效果。

#### 4.8. 跟踪平台算法变化

抖音不断优化其算法以适应用户需求和市场趋势，因此自媒体账号需要及时了解这些变化，调整内容发布策略，以确保在新的算法环境下保持曝光和流行度。通过跟踪平台算法变化，自媒体账号能够更灵活地应对潜在的推广挑战，提高内容在抖音平台上的可见性，保持竞争力，实现更稳健的发展。

#### 4.9. 创新广告投放策略

在抖音自媒体营销中，创新广告投放策略是取得成功的重要手段。自媒体账号应充分利用抖音提供的广告形式，创造引人入胜、与用户内容浏览体验相融合的广告。借助平台的创意工具，制作独特、有趣的广告内容，引发用户关注。同时，关注广告效果数据，根据用户反馈和互动情况及时调整广告投放策略，确保投放效果最优。通过不断创新广告投放方式，自媒体账号能够更好地吸引广告主，提高广告曝光和点击率，实现更稳健的盈利和品牌推广。

#### 4.10. 建立多元化的收入来源

除了广告合作，自媒体账号应考虑开发付费内容、联合推广、线下活动等多种收入渠道。通过提供独特的会员服务或专属内容，吸引粉丝付费订阅，实现内容变现。同时，联合推广与其他自媒体或品牌进行合作，扩大盈利渠道。参与线下活动，如线下演出、粉丝见面会，不仅提高知名度，还为账号带来实质性的经济收益。通过建立多元化的收入来源，自媒体账号能够降低盈利风险，增加经济稳定性，实现更全面的自媒体事业发展。

## 5. 结论

通过对抖音平台上自媒体营销策略的深入分析,本研究得出了一些关键结论。成功的抖音自媒体账号在内容创作方面表现出色,具备独特的创意、时效性强以及注重用户体验。在制定自媒体策略时,创新内容和提高盈利也至关重要,需要及时捕捉用户兴趣点,以提升内容的传播效果。

同时粉丝管理被证明是自媒体营销中的关键环节,包括粉丝增长、维护和转化等方面的策略。提高账号的曝光率的同时还能将潜在用户转化为忠实粉丝,为品牌建立可持续的影响力。

综合而言,抖音自媒体营销的成功需要综合考虑内容创作、互动性和粉丝管理等方面的因素。在数字化时代,深入理解并灵活运用这些策略将有助于企业在社交媒体平台上取得更为显著的成功。未来的研究可以进一步探索不同行业在抖音自媒体营销中的特殊策略,并深入分析社交媒体对消费者行为和市场趋势的影响。

## 参考文献

- [1] 薛芳, 蒋丽萍. 大数据时代企业自媒体营销对品牌忠诚度的影响[J]. 时代经贸, 2023, 20(9): 115-118.
- [2] 薛芳. 大数据时代下企业自媒体营销策略研究[J]. 北方经贸, 2023(7): 141-143.
- [3] 范俪琼. 企业自媒体品牌营销传播策略探析[J]. 营销界, 2023(20): 20-22.
- [4] 邓春丽. 自媒体背景下网红经济营销模式研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2023(7): 32-34.
- [5] 宋灵犀. 自媒体广告营销策略——以抖音为例[J]. 新媒体研究, 2019, 5(9): 78-79.
- [6] 王新刚, 李祖兰. 自媒体环境下的营销创新: 弱者伤害强者后, 强者该如何应对[J]. 清华管理评论, 2023(9): 38-45.
- [7] 刘佳. 自媒体行业营销模式统计分析——以抖音短视频为例[J]. 老字号品牌营销, 2022(21): 24-26.
- [8] 王时敏. KG 抖音旅游自媒体的网络营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南大学, 2021.