

# 设计直播方案 打磨直播脚本

让商品依据变成团队能执行的内容。

---

研判依据 · 完成任务 · 留存证据

## 任务

明确要解决的问题

## 行动

按步骤完成岗位操作

## 证据

用记录解释判断

## 交接

使下一环节接得住

# 从产品认识走向执行

先说明为什么讲，再说明怎样配合。

## 输入

核对商品编号、受众和包装展示点。

## 输出

把内容、动作、提示与责任人连起来。

### 从产品认识到执行脚本

① 受众与包装  
接收前序成果

② 整场方案  
安排主题和节奏

④ 审核交接  
确认可用版本

③ 卖点与脚本  
落实事实和动作

价格、库存与服务未确认时标记待核。

从产品认识到执行脚本的任务关系

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，完成整场直播方案和商品卖点证据卡。

# 本课学习路线

核验、编撰、联读、审核依次推进。

## 01 内容线

主题受众→商品事实→证据化卖点。

结合本课继续核对：能否说出提示对象及未核信息的处理办法？；能否分清事实、利益、证据与动作？。

## 02 执行线

时间轴→岗位脚本→预热与场景交接。

结合本课继续核对：核对商品编号、受众和包装展示点；把内容、动作、提示与责任人连起来。

## 进一步解释

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，完成整场直播方案和商品卖点证据卡。

# 四项交付各管什么

每份材料解决不同的团队问题。

| 成果   | 回答的问题     |
|------|-----------|
| 整场方案 | 讲什么、按什么顺序 |
| 卖点卡  | 凭什么这样讲    |
| 执行脚本 | 谁说、谁做、谁接  |
| 审核交接 | 可用状态与后续条件 |

**进一步解释**

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗

# 前序资料接收清单

接收资料时同时检查对象与版本。

## 01 对象

受众结论、商品编号、包装展示点对应同一商品。

结合本课继续核对：能否说出提示对象及未核信息的处理办法？。

## 02 状态

区分企业已确认事项与待核问题。

具体核对：学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，

### 进一步解释

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，完成整场直播方案和商品卖点证据卡。

# 看实物，再看旧稿

商品变化时，旧结论需要重新核对。

## 观察

核对实物特征、包装信息与展示方式。

## 记录

将不一致位置交给商品核验岗位。



商品观察材料

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，完成整场直播方案和商品卖点证据卡。

# 岗位分工怎样留痕

策划、核验、脚本、衔接和记录都有责任人。

| 岗位    | 责任       |
|-------|----------|
| 策划    | 整场结构     |
| 核验    | 事实和条件    |
| 脚本    | 话术与动作    |
| 衔接/记录 | 接令、版本和贡献 |

**进一步解释**

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗

# 课前诊断：内容与执行

用问题发现准备不足的环节。

## 01 内容

能否分清事实、利益、证据与动作？

结合本课继续核对：主题受众→商品事实→证据化卖点；把内容、动作、提示与责任人连起来。

## 02 执行

能否说出提示对象及未核信息的处理办法？

具体核对：核对商品编号、受众和包装展示点；把内容、动作、提示与责任人连起来。

### 进一步解释

学生将商品事实转化为面向目标受众的讲解内容，明确主题、商品顺序、岗位职责与时间安排，完成整场直播方案和商品卖点证据卡。

# 先提交一个真实疑问 / 进入策划的共同边界

问题要能指向具体商品和具体字段；所有小组使用同一场次任务口径。

## 01 有效问题

这款商品的现行服务说明由谁确认？

## 02 无效问题

只写“不太清楚”而不标明位置。

## 03 可以使用

经核对的商品事实和已确认条件。

## 04 需要送审

价格、库存、服务及素材范围的疑点。

# 主题先回答受众问题

主题不是孤立的口号。

## 01 受众

谁为什么会对这场商品感兴趣？

结合本课继续核对：把任务1的需要对应到本场商品；不把个人喜好写成所有消费者的偏好。

## 02 主题

用一个清楚方向统领商品与内容安排。

具体核对：桌面文创主题应能对应具体使用场景；删去与商品和受众需求无关的热闹内容。

### 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 主题与商品是否相符

把主题落到可讲、可看的实物细节。

## 01 匹配

桌面文创主题应能对应具体使用场景。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 02 检查

删去与商品和受众需求无关的热闹内容。

结合本课继续核对：检查空段、重叠及商品切换动作；各段时长应等于企业核定场次总时长。

## 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 目标要能指导安排

不同目标会影响讲解重点。

01

## 认识目标

帮助观众理解商品及使用条件。

具体核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

02

## 执行目标

每个段落明确内容和接收岗位。

具体核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 从受众证据选择内容

先解决买家关心的问题，再安排表达。

## 01 回查

把任务1的需要对应到本场商品。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 02 筛选

不把个人喜好写成所有消费者的偏好。

具体核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

### 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 商品顺序有何依据

每次切换都要能解释安排理由。

## 01 关联

相近场景或展示动作便于自然衔接。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 02 约束

兼顾企业安排、实物可用及岗位准备。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

### 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 整场结构的四个位置

开场、讲解、互动与收尾构成可执行流程。

## 前段

明确主题、对象与商品顺序。

## 后段

回应疑问并完成信息与岗位交接。

### 整场方案的时间轴



整场方案结构

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 整场时间轴怎样检查

保留直播业务时段，核对实际可执行性。

| 检查项 | 判断      |
|-----|---------|
| 总时长 | 与企业核定一致 |
| 相邻段 | 无空段或重叠  |
| 切换  | 有动作与接收人 |

## 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 教学设例：找到时间冲突

以下数字只用于练习业务时间轴。

## 01 设例

商品甲20:05—20:12，商品乙20:10—20:18。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 02 判断

两段重叠，应核对展示与接收岗位后重排。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 切换商品需要哪些动作 / 每段都能找到负责人

过渡不能只写一句“下面来看”；岗位名与人名需要明确对应。

## 01 物品

收回上一件、取出下一件并核对编号。

## 02 提示

说明接收人、触发条件及准备完成反馈。

## 03 写法

用成员编号标明主责和协作对象。

## 04 检查

不要把全部责任写成“全体负责”。

# 整场与本组讲解段

分段编写仍要服从整场结构。

## 01 定位

标出本组段号及前后相邻商品。

结合本课继续核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

## 02 核对

讲解目的与整场主题保持一致。

结合本课继续核对：收回上一件、取出下一件并核对编号；两段重叠，应核对展示与接收岗位后重排。

## 进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 方案架构互查

从内容与执行两方面检查方案初稿。

01

查内容

主题受众、商品顺序是否能互相解释？

具体核对：把任务1的需要对应到本场商品；不把个人喜好写成所有消费者的偏好。

02

查执行

时长、责任岗及交接动作是否齐全？

具体核对：把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

进一步解释

把开场、商品讲解、互动与收尾放入整场时间轴。

# 商品事实从哪里来

先辨认可观察、可回查的内容。

## 实物

查看外观、结构与包装信息。

## 资料

核对企业当期说明及适用时间。

### 可写入脚本的商品事实

查实物与包装

观察可验证特征

查企业资料

保留来源和适用时间

分开事实与推断

无依据内容先标记

确认使用范围

价格、规格及服务

没有来源、过期或冲突的信息先核实。

商品事实核验要点

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 把事实与推断分开

观察到什么与认为有什么用不能混写。

| 类别   | 教学设例     |
|------|----------|
| 事实   | 样品附独立收纳袋 |
| 利益推断 | 方便分类携带   |
| 待证   | 具体使用限制   |

**进一步解释**

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 商品编号是核验起点 / 适用时间为什么要写

相似外观不意味着同一规格；业务说明可能随场次发生变化。

## 01 对应

实物、卖点卡和脚本使用相同编号。

## 02 回查

发现规格差异先定位批次或版本。

## 03 当前

核对价格、库存和服务的使用条件。

## 04 历史

旧截图只能说明当时信息，不能直接沿用。

# 价格与服务的待核状态

没有确认的承诺不能用语气补全。

## 01 标记

待核内容、问题位置和接收岗位。

结合本课继续核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

## 02 处理

企业确认后再更新表达与版本。

结合本课继续核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

## 进一步解释

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

## 真实案例：IKEA：回放中的优惠还能使用吗

先读清事件与证据，再讨论可迁移的方法。

宜家瑞典的直播购物说明把活动定位为家居建议的呈现空间：室内设计师或相关专家在镜头前围绕一个主题介绍搭配与使用思路。活动不固定在单一场地，不同场次会更换地点和主题，因此观众进入直播间时需要先知道本场解决什么家居问题。

错过直播的人还能在网站观看录制内容，但官方明确提示，直播中分享的折扣码在直播结束后即不再有效。也就是说，讲解内容可以留存，限时优惠的使用条件却不能随回放无限延长。若把两者写在同一段脚本里而不标明时效，回放观众容易误解。

资料来源：宜家瑞典：直播购物说明

# 案例分析：IKEA：回放中的优惠还能使用吗

把报道中的事实与本课岗位动作对应起来。

## 报道能够证实什么

- 专业内容宜家说明直播分享室内设计师、专家及合作伙伴的家居建议。
- 主题变化活动在不同地点录制，每次围绕新主题。
- 可看回放错过直播的人可在网站观看录制内容。
- 优惠有边界该页面明确说明直播分享的折扣码在直播之后不再有效。

## 转化为本课判断

在本课设计直播方案时，可把“主题—专家说明—产品演示—即时问答—优惠说明—回放提示”排成可执行顺序，并为限时信息准备准确口径。这个案例提供的是宜家页面公开的活动做法，不代表所有直播活动都必须采用同样的促销机制。

资料来源：宜家瑞典：直播购物说明

# 核验记录的四个字段

另一位成员应该能找到同一依据。

| 字段    | 用途      |
|-------|---------|
| 商品编号  | 确定对象    |
| 事实来源  | 定位原始依据  |
| 适用时间  | 防止旧信息误用 |
| 可观察特征 | 支撑具体表达  |

进一步解释

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 哪些信息暂不进入脚本

没有来源或相互冲突的信息先隔离。

## 01 发现

实物包装与旧资料规格不一致。

结合本课继续核对：发现规格差异先定位批次或版本。

## 02 动作

记录差异，回查企业说明，等待复核。

具体核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

### 进一步解释

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 两人核查的配合方法

一人观察，一人回查，交换结果。

## 01 观察岗

指出商品具体部位与原始文字。

结合本课继续核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

## 02 核验岗

复述依据及可以使用的表达范围。

结合本课继续核对：资料位置、证据编号与适用时间；标明已确认事实与使用条件。

### 进一步解释

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 教学设例：拒绝无据承诺

把形容词变成可核对的说明。

01

待改

“绝不会损坏” 没有试验或服务支持。

具体核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

02

可写

只讲已核实结构，未确认性能保留待核。

具体核对：填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

进一步解释

填写商品编号、事实来源、适用时间和可观察特征。

# 把核验结果交给脚本岗 / 核验练习：找到资料缺口

交接要区分不同信息状态；取本组真实商品完成至少两条事实记录。

## 01 可用

标明已确认事实与使用条件。

## 02 待核

保留问题、责任人及补证路径。

## 03 记录

每条写出具体内容、位置及适用时间。

## 04 互查

同伴能否按记录复现核验过程？

# 卖点不是优美形容词

卖点要回答具体受众的实际问题。

## 起点

已确认的商品事实。

## 终点

在特定场景中对买家的意义。

### 多岗位执行脚本

同一时间轴连接主播场控与运营

- 1 明确段落时间 记录讲解段起止位置及前后商品衔接
- 2 写清话术动作 让主播表达与商品展示顺序逐项对应
- 3 设置岗位提示 标明触发条件接收对象和完成确认方式
- 4 联读检查断点 同步计时核验并记录信息与协作缺口
- 5 修订统一版本 同步更新时间轴脚本及对应场景需求

多岗位执行脚本的编写方法

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 事实、利益、证据、动作

四栏共同构成一条可讲的卖点。

## 01 表达

说明商品特点如何回应使用需要。

结合本课继续核对：不把个别体验升级成普遍功效保证；用清楚语言说明特点、用途与条件。

## 02 支撑

用证据定位，并安排能完成的展示。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节

### 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 教学设例：独立收纳袋

把同一事实转成有条件的使用利益。

## 01 事实利益

样品带收纳袋，出行时可分开放置。

结合本课继续核对：不少于两条，且事实利益关系清楚；说明商品特点如何回应使用需要。

## 02 展示依据

出示袋体和放取动作，规格仍据实核对。

结合本课继续核对：说明需要的道具、机位和空余空间；指向部位、转向镜头、打开或收回。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 同一事实面对不同场景

利益点取决于真实使用问题。

01

## 自用场景

关注取用、整理或展示。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

02

## 赠送场景

关注礼品呈现与信息可读性。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看

# 展示动作要让镜头看到

把“展示一下”改成具体动作。

## 01 动作

指向部位、转向镜头、打开或收回。

结合本课继续核对：说明商品特点如何回应使用需要；用证据定位，并安排能完成的展示。

## 02 条件

说明需要的道具、机位和空余空间。

具体核对：对应哪种商品、规格或使用条件；不把个别体验升级成普遍功效保证。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 一句话讲清适用条件

边界说清楚能减少误解。

## 01 限定

对应哪种商品、规格或使用条件。

结合本课继续核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

## 02 表达

不把个别体验升级成普遍功效保证。

结合本课继续核对：用清楚语言说明特点、用途与条件；说明商品特点如何回应使用需要。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 至少两条卖点怎样区分

两条内容应分别回应实际需要。

01

## 避免重复

把“好看”换成“漂亮”仍是同一判断。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

02

## 补全维度

可从文化识别与使用方式分别寻找依据。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看

# 异组互评卖点卡 / 从卖点卡到脚本段

意见要定位到四栏中的缺口；保留依据，改变表达顺序。

## 01 有效意见

第二条利益缺少适用场景。

## 02 修订行动

补场景或收窄表达，复查支持证据。

## 03 内部字段

证据编号留给运营核验。

## 04 观众表达

用清楚语言说明特点、用途与条件。

# 镜头需求提前写出来

可见的卖点需要匹配现场条件。

01

## 细节需求

指定镜头需看清的包装或结构部位。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

02

## 交接需求

把道具、背景及声音要求关联段号。

具体核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

## 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看

# 卖点成果检查

先确认内容可靠，再进入编撰。

## 01 数量质量

不少于两条，且事实利益关系清楚。

结合本课继续核对：填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

## 02 执行条件

每条配展示动作和待核信息说明。

具体核对：对应哪种商品、规格或使用条件；不把个别体验升级成普遍功效保证。

### 进一步解释

填写不少于两条卖点的事实、利益、证据编号和展示动作，说明镜头需要看到的部位或包装细节。

# 脚本为什么不能只有话术

一段直播同时需要多个岗位协作。

## 主播

面向观众说什么、展示什么。

## 场控运营

何时提示、核对什么、怎样确认。

### 脚本为什么不能只有话术

| 核对维度 | 观察或记录要点      |
|------|--------------|
| 时间点  | 定位衔接位置       |
| 主播话术 | 面向观众表达       |
| 展示动作 | 对应商品细节       |
| 场控提示 | 触发 / 接收 / 确认 |
| 运营核验 | 事实来源与状态      |

对外表达和内部指令分别写清楚。

脚本字段核对

说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

# 脚本字段各有用途

把观众表达与内部指令分开。

| 字段   | 服务岗位  |
|------|-------|
| 话术动作 | 主播与展示 |
| 时间点  | 全组协调  |
| 场控提示 | 提示接收者 |
| 运营核验 | 查证责任者 |

进一步解释

说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

# 用时间点定位脚本节点 / 缺少动作会发生什么

业务时间用于定位脚本执行位置；知道要讲什么，不等于知道怎样展示。

## 01 写法

直播时段或段号，应能接回整场时间轴。

## 02 核查

实际联读用时与计划段落对照。

## 03 断点

道具未取到、细节没有朝向镜头。

## 04 补写

具体部位、方向、动作顺序及责任岗。

# 提示的三要素

让接收岗位知道何时做、做完怎样说。

| 要素   | 需要回答 |
|------|------|
| 触发条件 | 何时开始 |
| 接收岗位 | 由谁响应 |
| 完成确认 | 如何反馈 |

**进一步解释**      说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

# 教学设例：提示改写

把“配合一下”改成可执行指令。

## 01 原句

“这里展示，大家配合。”

结合本课继续核对：说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

## 02 改写

“袋体打开后，场控提示摄像对准开口；摄像确认清晰。”

具体核对：说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

### 进一步解释

说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

# 编写前先划定负责段

分工写作需要共同的前后边界。

## 01 入口

上段结束状态和本段所需物品。

结合本课继续核对：说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

## 02 出口

下一段接收岗位及商品准备状态。

结合本课继续核对：说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

## 进一步解释

说明时间点、主播话术、展示动作、场控提示和运营核验各自服务的岗位。

# 一段讲解的基本顺序

从需求进入，再让事实与动作对应。

| 顺序   | 任务    |
|------|-------|
| 需求引入 | 说明问题  |
| 事实展示 | 讲清并看见 |
| 疑问回应 | 核对条件  |
| 自然过渡 | 接到下段  |

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 需求引入要贴近实际

用具体问题让受众理解讲解目的。

## 01 教学设例

“外出时怎样把小物分开放？”

结合本课继续核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 02 注意

不能擅自声称所有消费者都有同一烦恼。

具体核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 真实案例：LEGO：把直播主题做成可找到的内容入口

先读清事件与证据，再讨论可迁移的方法。

乐高的官方直播入口既承载即将播出的活动，也保存往期内容。页面所呈现的形式包括围绕新品的展示、设计师交流与问答；往期活动目录还可见植物主题及赛车主题等不同场景。观众不必靠单个促销口号来理解一场直播，而是可以根据主题选择感兴趣的内容。

这个页面也提醒脚本编写者，直播不是只有“现在买”这一条线索。产品展示可以与创作背景、设计思路、观众提问相互穿插；直播结束后，仍可以通过回看入口让尚未到场的人补上知识内容。由于活动列表会更新，具体场次应以页面当时显示为准。

资料来源：乐高：官方直播活动页面

# 案例分析：LEGO：把直播主题做成可找到的内容入口

把报道中的事实与本课岗位动作对应起来。

## 报道能够证实什么

- 演示与问答核验时页面顶部介绍新套装演示和设计师问答。
- 过往集合页面设置过往直播集合，供读者选择回看。
- 主题对应过往入口包括植物园主题直播。
- 活动入口过往入口也包括F1发布活动。

## 转化为本课判断

将其迁移到文创直播，可先确定本场主线，再安排看点展示、来源解读和提问节点；商品链接和购买提示服务于内容，不替代对产品真实属性的说明。

资料来源：乐高：官方直播活动页面

# 事实说明避免信息堆积

只选择支持当前卖点的确认信息。

## 01 保留

商品属性、使用条件与关键限制。

结合本课继续核对：说明改动、理由、责任岗与复核状态；  
标出具体段号与断点。

## 02 调整

把与本段无关的信息移到合适位置。

结合本课继续核对：调整展示顺序或道具需求，再次联读。

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 商品展示与口述同步

讲到哪个细节，动作就让观众看到哪里。

01

同步

展示所指对象要与口述一致。

具体核对：口述、接令、查证和同步修改。

02

检查

没有准备好的道具不写成已就位。

具体核对：相同段落再次联读，检查衔接。

进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 疑问回应先核验再表达

不确定时提供确认路径。

## 01 可答

回查已确认的商品资料。

结合本课继续核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 02 待答

记录疑问与责任岗，不能即兴新增承诺。

具体核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 过渡连接前后商品 / 运营核验栏写什么

用场景联系解释下一段为什么出现；内部依据帮助现场查证。

## 01 内容联系

由一个使用问题转到相邻问题。

## 02 岗位联系

确认下一件商品及展示位置已准备。

## 03 标注

商品编号、证据位置与审核状态。

## 04 提醒

记录需复核的价格、库存及服务事项。

# 从口头表达到执行脚本

一段话同时检查动作和指令。

## 主播联读

按拟用语气完整口述。

## 协作接令

场控复述触发条件，运营指出证据。

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

### 讲解段的编撰顺序



计时联读后同步修订话术、时间与道具需求。

讲解段编撰顺序

# 计时联读记录什么

记录真实用时和发生断点的位置。

| 记录   | 定位方法    |
|------|---------|
| 实际用时 | 按段号对照计划 |
| 动作断点 | 记发生位置   |
| 修订理由 | 说明改动依据  |

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 超时怎样定位原因

先找具体环节，再决定删改。

01

## 内容问题

重复解释可精简，关键条件不能删。

具体核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

02

## 动作问题

调整展示顺序或道具需求，再次联读。

具体核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 联读不是全流程彩排

本课检验文字方案与岗位衔接。

## 01 本课任务

口述、接令、查证和同步修改。

结合本课继续核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

## 02 后续任务

正式场景搭建及全流程彩排另行实施。

具体核对：要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

### 进一步解释

要求场控提示写清触发条件、接收岗位及完成确认方式。

# 保留修改前后差异 / 再读一遍验证修订

让复核者知道问题如何被解决；修改完成还需要接收岗位确认。

## 01 原稿

标出具体段号与断点。

## 02 修订稿

说明改动、理由、责任岗与复核状态。

## 03 验证

相同段落再次联读，检查衔接。

## 04 记录

未解决问题继续列入待办。

# 纠偏从一处具体问题开始

无依据承诺与字段缺项应分别处理。

## 事实问题

回查证据，收窄或删除不支持表达。

## 执行问题

补动作、提示对象和触发条件。

### 脚本纠偏的示范路径

#### 1 定位问题

承诺无依据或字段缺失

#### 2 回查来源

确认商品真实信息

#### 3 联动修改

话术、动作与提示

#### 4 填写审核

位置、要求与状态

修改应帮助消费者准确理解商品。

脚本纠偏路径

确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

# 教学设例：版本冲突

一处改动需要同步多个材料。

## 01 情境

脚本换成新包装，时间轴仍写旧商品。

结合本课继续核对：确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

## 02 处理

对齐商品编号、段号、道具需求与审核记录。

结合本课继续核对：确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

## 进一步解释

确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

# 一条修改影响哪些字段

用关联检查防止局部正确、整体冲突。

| 材料   | 同步检查   |
|------|--------|
| 卖点卡  | 事实与利益  |
| 脚本   | 动作和提示  |
| 时间轴  | 时段与商品  |
| 场景需求 | 物料机位收音 |

**进一步解释** 确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

# 审核记录如何定位

意见写到字段，修改才有方向。

## 01 定位

段号、字段、原问题与修改要求。

结合本课继续核对：确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

## 02 结果

修订版本、复核人和待复审状态。

具体核对：确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

### 进一步解释

确保整场时间轴、分段脚本与道具需求没有同时保留冲突内容。

# 预热内容服务同一场次

主题、商品与直播时间必须一致。

## 01 内容

说明观众能看到什么和如何参与。

结合本课继续核对：商品编号、素材来源与使用确认。

## 02 核对

不要把旧场次信息拼进新预热内容。

结合本课继续核对：商品编号、时间、素材和审核状态；来源不明或用途未确认的素材暂缓使用。

## 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 渠道选择围绕目标受众

传播形式需要匹配内容与触达对象。

01

## 可选形式

文字、视频或企业确认的其他渠道。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

02

## 计划

写清发布节点、负责人及审核状态。

具体核对：渠道、计划时间、责任岗与审核状态。

## 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 预热安排表怎样填写

把拟发布内容与责任链同时写清。

## 01 内容侧

商品编号、素材来源与使用确认。

结合本课继续核对：说明观众能看到什么和如何参与；不要把旧场次信息拼进新预热内容。

## 02 执行侧

渠道、计划时间、责任岗与审核状态。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

### 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 素材使用范围要核对 / 观众可能误解什么

图片、字体和音乐分别检查；审核时从买家接收信息的角度检查。

## 01 回查

取得材料不等于已获所有用途许可。

## 02 待核

来源不明或用途未确认的素材暂缓使用。

## 03 信息遗漏

价格条件、服务范围或适用对象不完整。

## 04 修订

补充必要条件，避免夸张或模糊承诺。

# 真实案例：东方甄选：山货专场如何连接商品与地域

先读清事件与证据，再讨论可迁移的方法。

新华社报道记录了东方甄选在2022年6月29日晚开展的湖北农产品专场。直播间摆出的并非抽象的“地方好物”：报道点名洪湖莲藕、恩施小土豆等具体农产品，也写到主播围绕产地、地域风物和当地文化介绍商品。选品和叙事都紧扣湖北这一主题。

报道还提到多名主播轮流加入直播。不同主播接续讲解，使单场直播不只是一段连续不断的商品推介，而是按商品和话题变化安排人、货与内容。这里能够据报道确认的是当晚的活动和呈现方式，不能据此推定每件商品的销量或观众转化率。



资料来源：新华社：东方甄选湖北农产品专场报道

# 案例分析：东方甄选：山货专场如何连接商品与地域

把报道中的事实与本课岗位动作对应起来。

## 报道能够证实什么

- 联合专场报道记述抖音电商、字节跳动公益与东方甄选于6月29日晚联合举办山货专场。
- 地方商品湖北泡藕带、恩施小土豆等地方农货进入专场。
- 地域讲解报道记述由恩施小土豆延伸介绍当地土壤、风景与地域文化。
- 主播轮换当天直播中由几位主播轮番参与，结合产品特点组织内容。

## 转化为本课判断

在脚本练习中，可把“产地事实—商品特点—生活用途—主播交接—观众疑问”逐段落地。尤其要分清报道可证明的地方信息、商品说明书才能证明的规格信息，以及直播团队需要现场核对的库存与价格。

资料来源：新华社：东方甄选湖北农产品专场报道

# 组内、教师、企业分级审核

不同审核角色检查互有关联的内容。

| 层级   | 核查重点       |
|------|------------|
| 组内   | 事实字段和素材    |
| 校内教师 | 主题时间与岗位    |
| 企业导师 | 商品、IP和发布条件 |

进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 待审版本怎么处理

未经通过的内容保持真实状态。

## 01 记录

列明待审字段及复审责任。

结合本课继续核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

## 02 发布

没有通过审核，不能标记为可发布。

结合本课继续核对：商品信息、IP素材范围与发布条件；写清发布节点、负责人及审核状态。

## 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 场景需求从脚本提取

下一课依据需求完成真实布设。

01

画面

背景、道具、机位对应具体脚本段。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

02

声音

说明收音对象、必要声音和待确认条件。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 场景交接的四个字段

接收岗位能定位、能落实、能反馈。

| 字段   | 用途   |
|------|------|
| 段号商品 | 对应脚本 |
| 场景需求 | 指导布设 |
| 未决问题 | 接续核实 |
| 版本签认 | 统一接收 |

## 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 同一版本怎样核对

方案、脚本、预热和交接同步更新。

## 01 核对字段

商品编号、时间、素材和审核状态。

结合本课继续核对：说明字段位置、问题与可操作建议；脚本段号与商品编号。

## 02 操作

保留差异说明，确认全组读取定稿。

结合本课继续核对：说明字段位置、问题与可操作建议。

**进一步解释** 未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 异组核对的具体方法

用表间对应关系检验执行性。

01

## 抽查一段

从商品证据追到话术和展示动作。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

02

## 反馈一处

说明字段位置、问题与可操作建议。

具体核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

## 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 送审包完整性检查

四项成果与修改记录一起提交。

## 01 成果

方案、卖点、脚本、审核交接包。

结合本课继续核对：未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

## 02 说明

待核问题、企业意见及复审责任齐全。

具体核对：说明字段位置、问题与可操作建议；保留差异说明，确认全组读取定稿。

### 进一步解释

未通过的内容保持待审，不作为可发布版本。

# 回看完整交付链

每一条重要表达都能找到支撑。

## 内容追溯

事实→利益→话术→展示动作。

## 岗位追溯

编写→核验→修改→接收。

## 策划质量的三项核查

- ☐ 信息准确 每条事实有可查来源
- ☐ 提示清楚 说明接收岗位和触发条件
- ☐ 版本一致 方案、脚本与道具表对应

评价依据核验、编辑与修订的实际工作。

策划质量检查

各主体过程60分 + 成果40分 = 100分；总评 = 自评×10% + 小组互评×10% + 校内教师×40% + 企业导师×40%。不再次乘60%或

# 过程评价关注实际工作 / 成果评价关注可执行性

记录比口头“我参与了”更有依据；四项成果按同一量规核对。

## 01 过程60分

准备核验、架构卖点、脚本协作、审核交接。

## 02 个人贡献

以成员编号关联具体记录与修改。

## 03 成果40分

方案、卖点、脚本、预热交接各10分。

## 04 质量判断

内容准确、动作可做、版本一致。

# 四主体怎样形成总评

先各自自评100分，再计算主体加权。

| 主体   | 权重  |
|------|-----|
| 学生自评 | 10% |
| 小组互评 | 10% |
| 校内教师 | 40% |
| 企业导师 | 40% |

进一步解释

各主体过程60分 + 成果40分 = 100分；总评 = 自评×10% + 小组互

# 提出下一次改进方向

问题要能对应一个后续行动。

01

## 内容问题

补证或调整表达，明确接收岗位。

具体核对：各主体过程60分 + 成果40分 = 100分；总评 = 自评×10% + 小组互评×10% + 校内教师×40% + 企业导师×40%。

02

## 现场问题

带入布景与彩排验证，不提前写成已通过。

具体核对：各主体过程60分 + 成果40分 = 100分；总评 = 自评×10% + 小组互评×10% + 校内教师×40% + 企业导师×40%。

## 进一步解释

各主体过程60分 + 成果40分 = 100分；总评 = 自评×10% + 小组互

# 归档时保留哪些材料

定稿、证据和修订记录共同保存。

## 命名

按组号与版本号提交四项成果。

## 留痕

保留原稿、修改理由和待核清单。

### 课后归档与复审顺序

#### 1 核对四项成果

方案、卖点、脚本、交接

#### 2 保存修订记录

对照修改前后

#### 3 提交待核问题

不以推测补资料

#### 4 企业复审

确认后再更新

直播切片属于核心16学时之外的拓展。

归档与复审顺序

对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

# 课后补证更新顺序

先取得确认，再同步修改相关内容。

## 01 补证

联系责任岗位取得适用资料。

结合本课继续核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

## 02 更新

修改脚本、预热和交接状态后复核。

结合本课继续核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

## 进一步解释

对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

# 预热拓展的使用条件

完善文案仍需按企业要求审核。

01

条件

发布范围与素材用途已经确认。

具体核对：可用商品、背景与道具以及未决条件。

02

边界

直播切片属于课外拓展，不能替代策划交付。

具体核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

进一步解释

对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资

# 下一课接收什么

把纸面方案交给场景布设岗位。

## 01 资料

统一版本的脚本和场景需求。

结合本课继续核对：联系责任岗位取得适用资料。

## 02 物料

可用商品、背景与道具以及未决条件。

具体核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教

### 进一步解释

对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

# 能讲、能接、能查

用三个动作检验本课学习结果。

## 01 能讲

事实准确，利益与场景有联系。

结合本课继续核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

## 02 能接能查

提示清楚、依据可找、版本一致。

结合本课继续核对：对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。

## 进一步解释

对尚未确认的字段只提交待核状态和问题清单，提醒学生不要用推测补齐资料，也不提前填写教学实施结果。