

# 你要被抛弃了！「巨量千川」问世，鲁班、feed和抖+成历史了

产品名称	你要被抛弃了！「巨量千川」问世，鲁班、feed和抖+成历史了
公司名称	杭州星抖云文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	西湖广告大厦3F
联系电话	15824487015 13605817015

## 产品详情

在去年12月底的引擎大会2021上，巨量引擎就发布了一个全新的电商广告品牌——巨量千川，取意“千川江海阔，风好正扬帆”，并将在春节前后正式推出。

其实，巨量千川就是字节的一体化电商广告平台，它整合了DOU+、鲁班、电商广告等多种电商广告能力，既能站外引流，又能做内部导流。

### 为什么要推出巨量千川？

近年来，信息流发展是相当的迅速，并且衍生出了很多分支玩法，像二类电商、直播间feed，包括很多人玩的引流电商，都是最近几年兴起的。直播间feed的roi可以达到20多甚至上百，二类电商也时不时消费个上百万。

根据巨量引擎官方数据，截至2020年11月底，抖音电商整体GMV增长了11倍，小店商家的GMV增长了44.9倍，在平台开店的商家数量增长了17.3倍。

因此，字节跳动必定将重视电商的价值。张一鸣也明确表明要做支付和电商，要将抖音电商提升到公司级战略高度。

### 巨量千川可以做什么？

关于巨量千川的具体功能，我们可以直接看官方给出的资料。

01. 流量提效：短视频和商家直播是两大电商流量抓手，巨量千川应需迭代，整合了DOU+、巨量鲁班及广告平台的电商广告能力，以商家核心诉求为基础，提供清晰明确的广告产品，满足直播带货、短视频带货及品牌曝光的诉求。同时，巨量千川推出极速版与专业版，让具备不同投放能力的商家，都能轻松上手。

02. 场景协同：巨量千川与抖音小店深度耦合，解决新品发布、节点大促、爆款发掘、新店冷启等多场景营销需求，建立更适配电商场景的投放能力。

03. 数据支持：投前，巨量千川提供提供店铺经营所需的人货场营销洞察，支持选品、圈人、制定场景投放策略，同时会基于行业沉淀提供短视频、直播内容指导，辅助商家决策。投中，提供实时的投放洞察、效果反馈和内容诊断，帮助客户即时调整营销策略；投后，支持系统的度量产品，帮助商家科学评估渠道效果、粉丝价值，为店铺长期经营提供可靠依据。

04. 开放生态：巨量千川将开放自身营销能力，打造开放的服务市场。它将提供广告投放能力、数据投放能力、数据分析服务、托管投放服务、创意工具能力等，服务电商商家及创作者，构建稳定、共赢的电商广告合作生态。

如何看待巨量千川？

简单点理解，巨量引擎是整合了字节旗下带货方式和推广平台的一个新平台。

之前商家可以通过直播卖货、短视频卖货（视频中带链接或商品橱窗），推广的平台有dou+推广和信息流推广（巨量引擎后台投放），信息流推广又有商品推广和抖音号推广，而且在巨量引擎后台还可以同时投放线索收集、应用推广、门店推广、电商店铺等等很多种投放类型。

后台冗杂不说，商家在投放的时候学习难度也高，还要针对不同的用户开不同的权限。现在电商带货和其他推广方式彻底分开，整合到了巨量千川平台，而且把dou+也加进来，汇集了投放手段和带货方式，让人觉得更像是淘宝的直通车。

我之前一直说，字节的胃口是很大的，是要做国内第四大电商平台的，但现在看来，它走了和其他平台相反的路子，京东、阿里、拼多多是先建了房子，然后吸引人来住，而字节是圈了一波人，为了满足这些人的需求，再去建房子，一个是从上而下，一个是从下而上。境界就差很多了。

所以说，巨量千川的推出，就是为了满足日益增加的电商类客户需求，把短视频带货和直播带货的推广方式整合到一起的一个电商推广后台。

对于我们这些信息流从业者而言，要不断学习，更快地适应更多玩法节奏，保持对行业市场的敏锐度，才会有更多清晰的解决问题思路和战略高度。