

淘宝直播数据FAQ整理；淘宝直播常见数据问题解答|鸿石传媒

产品名称	淘宝直播数据FAQ整理；淘宝直播常见数据问题解答 鸿石传媒
公司名称	杭州鸿石文化创意有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘区8号大街1号3幢（东楼）一层102室（注册地址）
联系电话	13073622632 13073622632

产品详情

新版中控台数据维度可以总计7、15、30天的，zui长周期维度是zui新日期往前推3个月，3个月之前的数据不支持查询

1、在直播直播间拍下购物金进行充值会计入直播成交吗？如果在直播间用购物金消费购买宝贝，会计入直播成交吗？

答：

1) 拍下在宝贝口袋的购物金+通过右上角浮窗（购物金ICON）进行充值，充值金额会计入直播引导成交（实时数据）；

2) 如果在直播间用购物金消费购买宝贝，会按照实际支付金额（含购物金支付）计入直播引导成交（实时数据）；

2、淘宝直播成交数据在哪查看？

答：亲，直播成交的数据分为 [实时开播场次成交数据] 和 [直播结束后成交数据]；

实时开播场次的成交数据查看路径：直播首页或直播管理点击“直播详情”，点击

[折叠商品组件查看实时表现图表]，可查看本场直播的实时成交数据；

直播结束后的直播成交数据查看路径：通过直播中控台-数据-直播业绩-

直播间业绩表现，按订单支付时间查看直播成交数据；通过直播中控台-数据-直播业绩-我的直播列表

，按场次开播时间查看直播成交数据；实时下播数据指标解释：已结束的直播，展示整场直播实时成交

累计数据（不含后续回放种草引导成交的数据）；未结束直播场次为当前实时数据；含回放累计数据指

标解释：次日12点前更新前一日开播场次数据，持续追踪开播后15日内引导成交数据；注：具体查看入

口图，请查看FAQ帖第6条(点此查看)；

实时开播场次的成交数据查看路径：

直播结束后的直播成交数据查看路径：通过直播中控台-数据-直播业绩-直播间业绩表现-直播间大盘，按订单支付时间查看直播引导成交数据

通过直播中控台-数据-直播业绩-我的直播列表，按场次开播时间查看当场直播成交数据 实时下播数据：已结束的直播，展示整场直播实时成交累计数据（不含后续回放种草引导成交的数据）；未结束直播场次为当前实时数据

含回放累计数据：次日12点前更新前一日开播场次数据，持续追踪开播后15日内引导成交数据

3、直播中控台数据和生意参谋的数据有差异是什么原因？

答：亲，2022年双十一期间，淘宝直播将会联合商家生意参谋升级直播官方数据分析能力；升级后

生意参谋-直播-直播间业绩 和本店商品成交和货品分析 和 生意参谋-作战室-活动分析 中的直播预售数据将与直播中控台的数据保持一致；

注：生意参谋后台非直播模块下的数据问题，辛苦您联系生意参谋客服核实；

4、直播中控台数据和阿里妈妈的成交数据差异是什么原因？

答：主要会涉及以下几个原因：1) 直播中控台成交数据指统计了直播间点击宝贝的成交效果，阿里妈妈的淘客数据会统计淘客引入流量的全店成交，2) 同时如果一个商品成交前有多个淘客和返利网站引导，则按照就近原则进行成交归属，3) 如果用户使用了大促期间发放的超级红包，按联盟规则订单优先结算给了红方发放方，所以和直播中控台成交有一定的差异；

5、直播场次中某个时间段数据在哪查看？

答：若使用代播打卡功能可在中控台-数据-代播分析中查看；若没有使用代播打卡功能可在中控台-直播管理-找到结束的直播场次点击“数据详情”页面右边“实时成交趋势”查看具体时段的数据自行累加（因为实时成交金额趋势是每5分钟更新）

6、实时数据看板分享回流如何定义？

答：分享回流是指来自于直播间分享功能引入的直播间观看次数，包含日常分享、守护主播玩法、和裂变券的分享引入的流量

7、通过超级推荐进入直播或其他阿里妈妈推广进入直播的观看pv在来源分布会记入哪个类型？

答：广告

8、在一场直播中，访客转化成粉丝后，数据会记入访客还是粉丝？

答：访客转化成粉丝后，在当场直播，仍然会记入访客数据，但是在第二天的直播中，就会记入粉丝数据；

9、中控台流量来源渠道分布的口径？

答：数据-流量分析-用户来源分析中查看，流量渠道：（基于直播间用户(UV)首次访问渠道归类）直播-关注：通过直播关注频道关注进入直播间；推荐：包括直播频道、首页猜你喜欢直播TAB、直播间切换等场景的直播推荐流量；广告：包括超级推荐、超级直播、超级互动等淘内商业推广渠道的流量（数据仅供参考，精准流量请以广告投放后台为准）；店铺：通过店铺页的直播入口展现进入直播间；宝贝详情页：通过商品详情页、商品微详情页的直播入口展现进入直播间；活动奖励：淘宝直播官方平台活动奖励进入到直播间的流量；订阅：通过淘宝订阅进入直播间；主播主页：通过主播个人主页入口展现进入直播间；淘金币：通过开通淘金币抵扣工具，从金币庄园进入到直播间的奖励流量（不含付费广告推广流量）；搜索：通过搜索结果页进入直播间；分享回流：通过直播间分享链路进入直播间；视频：通过淘内短视频引导进入直播间；群：通过群聊对话引导进入直播间；其他：未归属上述渠道的其他来源；封面图点击率：本场直播在直播频道页的曝光点击率（无浮现权或未曝光时该指标为0）

10、如果直播间一个人至少产生1次观看，为什么我会看到实时观看次数是低于在线人数的？

答：亲出现该情况可能是实时数据延迟导致的，建议手动刷新实时数据；

11、跨0点的直播数据将会如何统计？

答：跨0点的直播在实时数据里会被统计在一场。

12、流量渠道分析数据哪里下载？/访客数据哪里下载？

答：中控台-数据-流量分析-近30日访问趋势趋势图，选择时间后右上角点击“下载”，下载的数据维度是选择时间往前推30天的日度明细数据

13、如何统计主播的业绩？

场景一：如果您直播间有多个主播开播，并且使用了代播打卡的功能，可以按照以下的方法统计单个主播的直播数据。注意：淘宝直播主播打卡功能目前只能统计主播打卡的时间段当场的直播数据，主播打卡下班后数据不在统计范围内。数据查看入口：直播中控台-数据-代播分析-成交转化数据 找到对应主播查看，选择日期查看；举例：主播A10.1日早上8:00-当天下午15:00进行了上下班打卡，该时间段主播当时的成交数据通过上方的查询入口，日期选择10月1日(近1天) 进行查看即可（温馨提醒：该数据只统计10.1日早8:00-下午15:00的当场的的数据，之后的种草成交不在统计范围内）

场景二：直播间只有一个主播在开播，可以按照以下方法统计主播的直播数据。

1、需要查看主播当场的直播预计，【第二天中午12点之后】去直播业绩-我的直播列表-含回放累计数据查看前1天直播场次的数据；

2、或通过【直播业绩-直播间业绩表现-直播订单明细】按照开播的场次里查看订单明细；

特别注意：由于预售订单，支付尾款的时候才会把定金+尾款计入直播种草成交，如果如果有预售宝贝，请在尾款期后来统计直播数据（会统计到付定金那个直播场次的数据中）；

14、直播间订单明细数据在哪下载？

答：您可以通过【数据-直播业绩-直播间业绩表现-直播订单明细】查询下载，选择时间范围是订单支付时间哦，选择时间范围内在当天点击直播间的宝贝并支付成功的金额，和往前推15天点击过直播间任意宝贝后在当天支付成功的金额哦

15、直播间成交退款如何查看？

答：亲，目前直播间暂无明细的退款数据可查看，目前只有在直播中控台-数据-直播业绩-直播间业绩表现；查看当日的退款金额（是指所选时间范围内，直播间成交订单对应的实际退款金额（按退款成功时间统计））；

16、直播中控台是否包含退款？

答：亲直播中控台数据均未剔除退款；

17、生意参谋-手淘淘宝直播 是什么意思？

答：这里只显示达人主播带货的数据，如果您没有找主播带货，说明是其他达人主播自行在达人直播间挂了您的品卖货。（直播间也是淘客推广的一种形式）

18、直播中控台如何查看其他主播给本店带货的数据？

答：您可以在本店成交-合作直播间查看达人主播给本店商品带货的数据；选择时间维度是订单支付时间，包含通过合作主播的回放中点击商品后在15天内支付成功的引导成交金额。

19、直播间引导（种草）成交金额是指什么？

答：亲，直播间引导成交金额是指所选时间范围内，通过点击过直播间商品后15天（15*24小时）内引导支付成功的总金额；通过直播回放讲解点击商品并在点击后15天内支付成功的金额会计入到直播种草成交。

补充：只要在直播间左下角的购物袋或直播间气泡弹出的宝贝，点击进入过详情页，不论是否以其他形式查看/加购/收藏/店铺点击等操作，只要在15天内付款均计入直播成交；

目前已经没有种草成交金额，均统一为直播成交金额

20、大促的预售期付了定金，尾款期间支付了尾款，计入哪场直播？答：亲看直播间用户点击的商品的时间，所有成交归因看最后一次在直播间点击商品发生的时间；如果用户最后一次是在10.20日通过您的直播间点击商品付的预售定金，那么会计入预售定金那个直播场次；

21、每日新增粉丝可以查到具体关注主播的时间嘛？

答：亲，抱歉目前暂无新增粉丝具体的关注时间；

22、直播引导成交金额，是否包含在直播间直接成交金额？答：包含；

23、直播间大盘成交金额和含回放累计数据成交金额为什么不一样？

答：【直播业绩-直播间业绩表现-直播间大盘】统计的是支付时间（天）维度的数据；

【直播业绩-我的直播列表-含回放累计数据-成交金额】统计的是场次维度的数据；

故两边数据不一致是正常的；

24、直播间业绩-直播间大盘数据口径？

答：选择的时间维度是订单支付成功的时间，举例：直播间业绩-直播间大盘选择11.18，当日成交总金额=11.18当天在直播间支付成功的金额+11.4~11.18通过点击过直播间的商品并在11.18支付成功的金额

25、我的直播列表-含回放累计数据数据口径？

答：选择的时间维度是开播的时间，举例：直播我的直播列表-含回放累计数据选择11.18，当日成交总金额=11.18开播的所有场次当场在直播间支付成功的金额+点击了当天直播场次里挂的商品后15天内支付成功的金额

26、我的直播列表-实时下播数据数据口径？

举例：我的直播列表-实时下播数据选择11.18，当日成交总金额=11.18开播的场次下播前在直播间支付成功的金额（即使跨天，支付时间在下播时间之前也计算在内）

27、货品分析页面的数据口径？

答：货品分析页面数据口径均为月度累计

举例：数据选择11月，查看当天是11.20日，直播种草成交额=11.1~11.19开播的所有场次当天在直播间支付成功的金额+点击11.1~11.19期间开播的场次的商品后15天内支付成功的金额。

直播发布商品数=当月开播场次累计的直播间宝贝口袋内的商品数（如果一个宝贝多场都播，会每场都算不去重）。

动销率=当月开播的场次每场有动销的商品累计/当月开播的场次每场挂品的链接数累计（同一个商品挂多场不去重）。

直播商品榜单：以选择当月月度数据累计的维度排名商品红黑榜。

28、数据大屏的直播成交金额和实时成交趋势的金额为什么不一致？

答：亲，直播实时数据会存在延迟的情况，建议您尝试手动刷新当前数据；若仍不一致，建议第二天中午12点之后去直播业绩-我的直播列表-含回放累计数据查看前1天直播场次的数据。z准确是建议第二天中午12点之后【直播业绩-直播间业绩表现-直播订单明细】按照开播的场次里查看订单明细。

29、直播实时数据各模块的数据为什么会不一致？答：亲，直播实时数据的各模块对比出现数据不一致时，原因是实时数据会存在延迟的情况，建议您尝试手动刷新当前数据；若仍不一致，建议第二天中午12点之后去直播业绩-我的直播列表-含回放累计数据查看前1天直播场次的数据。z准确是建议第二天中午12点之后【直播业绩-直播间业绩表现-直播订单明细】按照开播的场次里查看订单明细。

30、数据大屏中新增粉丝和直播间大盘中新增粉丝数据为什么不一致？

答：实时直播数据是场次维度，日维度直播间新增粉丝量数据可以通过直播间业绩数据中的新增粉丝（中控台的每日新增粉丝数目前只包含直播间左上角“关注”按钮用户点击产生的增粉数量）或粉丝数据中的累计粉丝数折线图的绿色折线查看。主播APP端显示新增粉丝量是不准确的无需参考~

31、粉丝数据中的累计粉丝数和主播主页显示的粉丝数为什么会不一致？

答：中控台粉丝数据中的累计粉丝数，由订阅和关注后的用户数去重统计。完整的累计粉丝数量请查看主播主页粉丝数是z全的，包括直播间关注粉丝数+逛逛关注粉丝数+店铺订阅粉丝数的总和。主播APP端显示新增粉丝量是不准确的无需参考~

32、直播间业绩场次含回访累计数据和实时下播数据不一样？

答：含回访累计数据的统计方式只计算00:00:00~00:00:00自然日1天中开播场次的数据，如果直播场次跨天，那么需要等到(T+2)天才能在含回访累计数据模块看到该场次实际的成交，(T+1)天可能是不完整的。

若直播没有跨天，实时数据数据计算准确性不高，会有大额成交金额过滤、离线数据风控、非直播间订单合并付款计入的问题，因实时数据是流的形式无法查询到具体哪些订单计入，z终建议以含累计回访数据为准，或在直播业绩-直播间大盘下载订单明细，选择那个直播场次那天，限制订单下单时间在开播时间内的订单金额累加是不是对的上

33、直播业绩-直播间大盘成交金额和实时下播数据对不上？

答：大盘统计当天(00:00:00~00:00:00)实际直播间商品点击后支付成功的、来自之前点击过该直播间的商品并在大盘统计当天支付成功的金额；实时下播统计开播场次的成交数据

34、数据大屏-实时数据和业绩-

下播定格数据不一致/数据大屏的实时下播数据大于直播间大盘当日成交金额？

答：成交金额归因更正，以含回放累计成交数据为准

35、直播粉丝数据在哪下载？

答：中控台-粉丝-粉丝数据-

累计粉丝数趋势图看板右侧，点击“下载”按钮，统计时间可选近30天、90天、180天

36、阿里妈妈后台的超级直播付费推广和观看次数和中控台广告数据为什么会不一致？

答：数据口径的原因。超级直播的部分资源位，比如直播间上下切，是用户浏览5s之后才开始计费，也就是进去停留1-4s的部分是不计费的，但在直播中控台里会被算作1个流量，在超级直播后台不计入。

37、为什么直播间的宝贝订单没有计入直播间业绩订单明细中？

答：少部分用户会不点直播间宝贝，通过分享的途径或者其他站外渠道来购，直播间业绩必须消费者在宝贝口袋有点击行为后，15天内下单才会计入订单明细

38、粉丝回访率数据在哪查看？

答：数据-直播业绩-直播间大盘中，可点击右边>拉取查看，粉丝回访率口径是所选时间范围内，直播间访问粉丝数/前一日累计粉丝数

39、直播间订单中哪些是粉丝下单在哪查看？

答：数据-直播业绩-直播订单明细，点击下载后，有直播间粉丝层级字段哦

40、累计观看次数、观看人数口径

答：实时数据大屏左侧的流量数据中，观看次数口径：本场直播累计观看次数（用户多次进出算多次）；非粉丝观看占比口径：非粉丝观众累计观看次数/总观看次数；观看人数：本场直播累计观看人数（去重）

41、为什么实时下播成交金额和实时成交趋势累加金额不一致？

答：亲，实时实时下播成交金额和实时成交趋势可能会有延迟，当场直播实时成交数据请查看直播业绩-我的直播列表-实时下播数据是准确的哦~

42、为什么中控台实时数据大屏上的开播时长和回放时长不一致？

答：亲，是因为没有点击结束直播造成的哦~而且直播时长并非回放时长，可能存在主播中间断流过很多次，视频回放记录的是真正的推流时间，实时数据大屏上的开播时长记录的是从开播到直播结束的时间。

若多个主播使用代播打卡功能，具体直播时长可查看数据-代播分析-开播数据即可哦~

43、直播间活跃度口径，对流量有什么影响？

答：点击实时数据大屏左侧“在线用户”趋势图上的问号，活跃度口径：本场直播当前一分钟内有过点赞、关注、评论、转发四种行为pv/当前一分钟在线观看人数uv，用于提升直播间人气的的作用。直播间推荐流量主要受成交转化率、商品点击率、人均观看时长重要因素影响哦

44、直播讲解-直播场次数据中的引导成交金额口径？

答：所选时间范围内（近7/15/30天）用户在直播讲解点击商品后15天内引导支付成功的总金额，和直播业绩-我的直播列表-含回放累计数据中口径不一致哦

45、中控台中的封面点击率是0%和-是什么意思？

答：是指淘宝频道页精选流的封面点击率，0%是指频道页发生了曝光没点击，出现-是频道页精选流的曝光都为0

46、直播业绩-直播大盘的开播场次口径

答：所选时间范围内，成功开播场次数（若直播跨天，单日维度均计为开播），已删除回放的场次也计入

47、通过直播间宝贝口袋点击商品后，在商品详情选择别的系列商品，为什么不计入直播间订单？

答：点到商品详情页点击别的item，是不同商品的逻辑，并不是SKU/SPU，不计入是正常的

48、为什么没有在直播间宝贝口袋中的商品也计入了实时大屏成交数据中？

答：开通了直播间宝贝口袋-【全部商品】，通过直播间宝贝口袋进入全部商品中下单的宝贝订单，即使该宝贝没有挂在宝贝口袋中，该订单是计入实时大屏中的成交金额

49、直播间有粉丝一直在线，但实时大屏的在线人数一直为0是什么原因？

答：流量一直很低的情况下就会出现此种情况，1月份进行优化迭代，给您带来不便敬请谅解

50、实时数据大屏的实时趋势图如何查看？

1实时指标个性化配置：点击商品明细模块右侧的红色箭头按钮，支持同时选择1~6个指标

2实时趋势双图对比能力：点击右上角查看全部，可查看全场直播的实时趋势（商品点击次数、流量来源、在线人数、进入人数、成交金额5个趋势图，可选择按1分钟或5分钟累计数据查看），为大家提供几种zi深淘宝直播运营小二的分析模版

51、实时数据大屏如何查看粉丝和非粉丝的数据？

答：点击数据大屏右上角会员、观众，可任意切换实时大屏中的数据，可区分不同身份的观看次数、观看人数、成交件数、成交人数、直播成交金额、身份的成交占比、观看时长、商品点击率、成交转化率、活跃度数据

52、实时数据大屏中的商品模块无法排序或不显示什么原因？

答：请关闭三方插件功能，重新登录谷歌浏览器使用

53、购买了直播间宝贝的订单在实时数据大屏没有计入什么原因？

答：首先确认必须在直播间有点击过宝贝行为的才会被计入直播间订单。若点击了直播间宝贝后下单仍没被实时数据大屏计入可能是命中了大额订单逻辑被过滤（即父订单打折前实际价格标价超过9.99w）以离线数据和订单明细为准，建议商家把实际价格降低避免出现此类情况。

关注我了解更多淘宝直播知识