

呼玛县就业服务中心

# 呼玛县短视频技能实操培训

哈尔滨工程大学 王天东

# 目录

1 拍摄资源分析

2 培训目标

3 基础知识

4 内容策划

5 实战拍摄

6 视频剪辑

7 AI工具介绍

8 AI视频文案撰写

9 AI辅助短视频创作

# PART 01

## 一、拍摄资源分析



PowerPoint Design



# 〔（一）呼玛县特色资源分析



## 生态资源

呼玛县森林覆盖率高，黑龙江穿境而过，四季景色各异，夏季绿荫花香，秋季红叶斑斓，冬季银装素裹，是天然的旅游胜地。原始森林为野生动植物提供栖息地，江畔湿地芦苇摇曳，吸引众多游客与摄影爱好者，生态旅游资源丰富。

## 农产品资源

呼玛县特产丰富多样，蓝莓果实饱满、甜酸可口，富含花青素；蘑菇种类繁多，如榛蘑、黄花蘑等，肉质鲜嫩；冷水鱼适应低温水域环境，肉质紧实鲜美。特色农产品具备强大的市场吸引力，通过短视频展示其种植、采摘、加工全过程，可直接刺激购买欲望，拓展销售渠道。

## 文旅资源

鄂伦春族民俗文化独具特色，包括独特的语言、绚丽的服饰、神秘的萨满仪式以及狩猎文化等，为旅游业注入深厚文化底蕴。呼玛县地处边疆，与俄罗斯接壤，异国风情浓郁，冬季冰雪资源丰富，冰雕、雪雕作品晶莹剔透，冰雪运动激情四溢，文旅资源极具吸引力。

## （二）短视频创造价值



### 产品直销渠道拓展

短视频展示农产品种植、采摘、加工全过程，让观众直观感受品质，突破传统销售地域限制，将产品推向全国乃至全球市场



### 文旅形象立体传播

利用短视频多角度呈现呼玛县美景、美食、民俗，打造全方位、动态化的旅游名片，吸引更多游客前来打卡，提升知名度与美誉度。短视频的传播速度快、范围广，能够快速提升呼玛县的文旅形象，吸引更多游客前来体验，促进当地旅游业的发展。



### 个人 / 机构品牌建设

通过短视频平台，呼玛县的个人和机构可以展示自己的专业能力和独特魅力，吸引更多的关注和合作，提升品牌价值。



### 县域经济数字化转型

短视频有助于呼玛县各产业的数字化转型，推动产业升级和创新发展，为县域经济的可持续发展提供有力支撑。

# PART 02

## 二、培训目标



PowerPoint Design



# 培训目标

让呼玛县基层学员基本掌握短视频技能，能运用短视频平台进行内容创作与推广，提升本地产品与文旅资源的曝光度。

01

塑造良好的个人及县域品牌形象，为呼玛县数字化转型筑牢基础

02

# PART 03

## 三、基础认知模块



PowerPoint Design



# （一）短视频平台特性对比

01

抖音

抖音以算法推荐为核心，注重视频的创意性与视觉冲击力，用户群体广泛，涵盖各年龄段、职业，偏好娱乐、生活、知识科普等多元化内容。其强大的社交互动功能助力内容快速传播，呼玛县的特色内容可以通过抖音快速传播，吸引更多关注和流量。

02

快手

快手以“记录世界，记录你”为理念，更具生活气息与烟火气，用户多来自二三线城市及农村地区，对真实、接地气的内容情有独钟。社区氛围浓厚，粉丝与创作者粘性高，呼玛县的基层创作者可以通过快手展示真实的生活和文化，积累忠实粉丝。

03

视频号

视频号依托微信生态，强调社交推荐与私域流量，用户多为微信用户，年龄层相对成熟，偏好深度、有价值的内容。易于实现内容传播与社交转化，呼玛县的政务、文旅等内容可以通过视频号精准触达目标受众，提升传播效果。

04

小红书

小红书聚焦生活方式分享，用户以年轻女性居多，追求时尚、美妆、旅游、美食等领域精致内容，平台风格清新美观。种草属性强，消费转化率高，呼玛县的特色农产品和文旅资源可以通过小红书进行种草推广，吸引更多年轻消费者。



## **(二) 选择拍摄器材和道具**

01

相机的选择



# 相机的选择——0元预算

普通人来说，已有手机已经够用。我们推荐使用华为、vivo、大疆运动相机等的高端机型已经具备非常强大的拍摄功能，可以满足剪辑、拍摄、发布的要求。

# 相机的选择——单反

当短视频团队发展到稳定阶段，要面向广大的用户，甚至可能接电商短视频广告时，对画质和后期的要求越来越高，就需要考虑更专业的单反相机了。

02

灯光设备



# 灯光设备——主灯

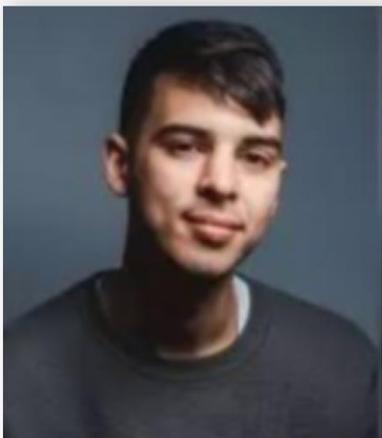
主灯作为主光，通常用柔光灯箱，是一个场景中最基本的光源，能够将主体最亮的部位或轮廓打亮。主光通常放在主体的侧前方，在主体与摄像机之间 $45^{\circ}$  ~  $90^{\circ}$ 范围。

# 灯光设备——辅灯

辅灯作为补光，亮度比主光小，通常放在主光相反的地方，可以对未被主光覆盖的主体暗部进行补光提亮。这里要提到一个重要概念——光比。光比可以被理解为光照强度的比例。主灯和辅灯的光比没有严格要求，常见的是2 : 1 或4 : 1。

# 灯光设备——轮廓光

轮廓光也称为发光，本质就是修饰，用于打亮人体的头发和肩膀等轮廓，增强画面的层次感和纵深感。轮廓光的位置大致在拍摄主体后侧，和主光相对的地方。大家可以通过图所示的灯光对比图示来感受一下不同灯光的效果。左图是主光效果；中间图是主光+轮廓光；右图是主灯+轮廓光+补光的效果，大家能够通过对比直观地感受到不同灯光带来的视觉差异。



**主光**



**主光+轮廓光**



**主光+轮廓光+补光**

03

辅助器材



# 辅助器材——三脚架

三脚架的最大作用就是保持摄像机的稳定，保证画面的稳定输出。选购三脚架有下面几个要点

稳定性

稳定性是首选因素，通常来说，三脚架越重，稳定性越好。

便携性

可多角度流畅旋转的三脚架能省去手动调整的时间。带轮子的三脚架是首选，可以平滑运镜，避免移动时晃动镜头。



智云稳定器

# 辅助器材——静物台

使用静物台更有利于打光。很多时候，静物台可以用桌子、椅子、凳子、茶几、纸箱等替代。



# 辅助器材——话筒

拍摄短视频时声音的清晰度很重要，因此配置话筒很重要。推荐一款非常经济的话筒——**Rode VideoMicro**。它有很多优点，如音质好，有很强的适配性，可以安插在任何一个摄像机上。除此以外，多人录制或者外景录制时，只要准备好吊杆，一个Rode 就可以搞定。



# PART 04

## 四、内容策划



PowerPoint Design



# （一）本地化选材

01

农产品类

**采摘纪实**可展现蓝莓、蘑菇等生长环境与采摘乐趣，让观众感受原生态魅力；制作过程记录传统与现代加工方式，如蓝莓果酱熬制、蘑菇干制，勾起美食诱惑。

**食用场景**分享创意吃法，如冷水鱼刺身、菌菇炖鸡，刺激观众味蕾，通过短视频展示农产品的多种用途和食用方式，提升产品的吸引力和市场价值。

02

文旅类

**四季景观**延时浓缩自然之美，春花秋月、夏木冬雪尽收眼底；

**民俗活动**记录鄂伦春族节日庆典、传统婚礼，传承文化基因。

**边境生活 Vlog**带观众体验异国风情购物、跨国交流，满足探索欲，通过短视频展示呼玛县独特的文旅资源，吸引更多游客前来体验。

03

服务类

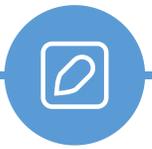
**政务便民指南**以动画、实景演示等形式，清晰解读办事流程，如营业执照办理、社保缴纳；商户特色展示助力本地店铺推广，突出菜品、手工艺品独特卖点，拉动消费。

通过**短视频展示呼玛县的政务服务和商户特色**，可以提升政府服务效率和商家的经营效益，促进当地经济的发展。

# （一）本地化选材



# （二）脚本创作模板



## 黄金 3 秒开场设计

**疑问式开场抛出问题**，如“你知道蓝莓的‘秘密武器’吗？”瞬间抓住观众好奇心；

**冲突式制造矛盾点**，“传统与现代碰撞下的冷水鱼烹饪，究竟谁更胜一筹？”激发探究欲。

**美景冲击**直接呈现呼玛县绝美风光，震撼视觉，留住观众，通过精心设计的开场可以快速吸引观众的注意力，提高视频的吸引力和传播效果。



## AIDA 结构应用案例

**Attention（注意）** 环节用鄂伦春族同胞身着绚丽服饰载歌载舞开场，吸引眼球；

**Interest（兴趣）** 部分深入揭秘非遗桦皮舟制作技艺，一针一线、一锤一敲都饱含匠心。

**Desire（欲望）** 环节展示山珍野味烹饪过程，从选材、切配到下锅翻炒，色香味俱全，勾起食欲；

**Action（行动）** 明确引导，屏幕上跳出购买链接、导航位置，方便观众即刻下单或规划行程。

**AIDA 结构可以帮助创作者更好地组织脚本内容，提升视频的吸引力和转化率，实现视频的商业价值和社会价值。**

## （三）场景化内容设计

### 生产场景

蓝莓种植基地第一视角，观众随镜头穿梭田垄，见证果实从开花到结果，了解种植艰辛与喜悦，拉近与产地距离。  
通过生产场景的展示，可以让观众深入了解呼玛县特色产品的生产过程，增强观众对产品的信任和认同感。

### 体验场景

界江冬捕沉浸式记录，从镗冰、下网到出鱼，全方位展现古老渔猎文化，让观众感受寒冷中的热血收获。  
体验场景的展示可以让观众身临其境地感受呼玛县的独特文化和活动，增强观众的参与感和代入感，提升视频的吸引力和传播效果。

### 对比场景

产品加工前后视觉对比，如原木般的蘑菇与精致的干货礼盒，直观呈现附加值提升，彰显产业魅力。  
对比场景的展示可以直观地展示呼玛县特色产品的变化和提升，增强观众对产品的认知和理解，提升产品的市场竞争力。

# PART 05

## 五、实战拍摄技巧



PowerPoint Design





抖音

抖音号: mlxgt

# 营商环境·小剧场

全程服务 帮办代办





运用不同的**景别**拍出  
有**层次感**的视频



## 手机拍摄景别

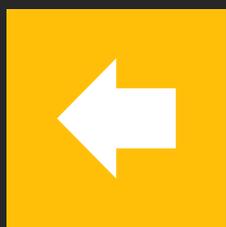
**景别** 是指由于摄影机与被摄体的距离不同，造成**被摄物体在画面中所呈现出的范围大小的区别**。景别的划分，一般可分为五种，分别为远景（被摄体所处环境）、全景（人体的全部和周围背景）、中景（指人体膝部以上）、近景（指人体胸部以上）特写（指人体肩部以上）。

全景 近景 特写 是使用最多的景别

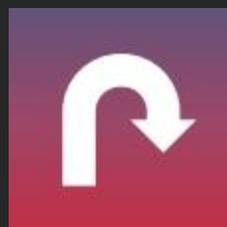
交替地使用各种不同的景别，可以使影片剧情的叙述、人物思想感情的表达、人物关系的处理更具有表现力



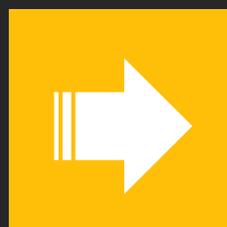
远



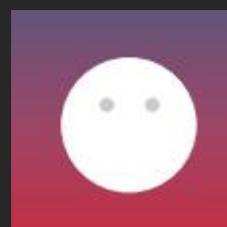
全



中



近



特

## 远景镜头

远景具有**广阔的视野**，**包容的景物多**，常用来展示事件发生的**时间地点环境规模**和**气氛**，抒发情感。在拍摄外景时常常使用这样的镜头可以有效的描绘**雄伟的峡谷**、**豪华的庄园**、**荒野的丛林**，也可以描绘现代化的工业区或阴沉的贫民区。



## 全景镜头

全景画面比远景更能够全面阐释人物与环境之间的密切关系，体型、衣着打扮、身份交代的比较清楚，环境、道具看的明白，可以通过特定环境来表现特定人物，而对比远景画面，全景更能够展示出人物的行为动作。



## ▶ 中景镜头

**中景是叙事功能最强的一种景别。**在包含对话、动作和情绪交流的场景中，利用中景景别可以最有利最兼顾地表现人物之间、人物与周围环境之间的关系。中景的特点决定了它可以更好地表现人物的身份、动作以及动作的目的。**表现多人时，可以清晰地表现人物之间的相互关系。**



## ▶ 近景镜头

拍到人物胸部以上，或物体的局部称为近景。近景的屏幕形象是近距离观察人物的体现，所以近景能清楚地看清人物物体的细微动作。也是人物之间进行感情交流的景别。近景着重表现人物的面部表情，传达人物的内心世界。是刻画人物性格最有力的景别



## ▶ 特写镜头

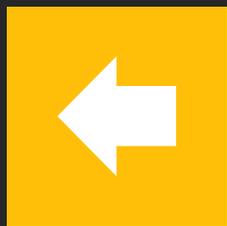
画面的下边框在成人肩部以上的头像，或其他被摄对象的局部称为特写镜头。特写镜头比近景更加接近观众，能细微地表现人物面部表情，刻画人物，表现复杂的人物关系，它具有生活中不常见的特殊的视觉感受。主要用来描绘人物的内心活动，背景处于次要地位，



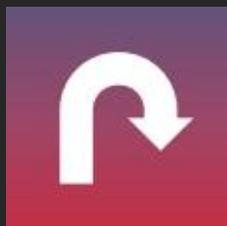
## 景别回顾



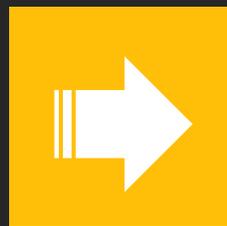
远



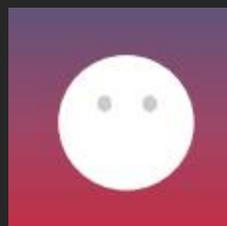
全



中



近



特

**交替地使用各种不同的景别**，可以使短视频的叙述、人物思想感情的表达、人物关系的处理更具有表现力

景别越大，环境因素越多。景别越小，强调因素越多。



抖音号: 38104332525

# 远景





**构图**让视频画面更富有表现力  
和艺术感染力。



# 什么是构图

构图又称为布局 即画面元素的关系和组织  
构图的目的，**突出画面主体**，增强画面艺术感染力



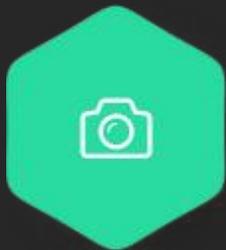
# 简单的新手构图方法



点线结合的三分法构图



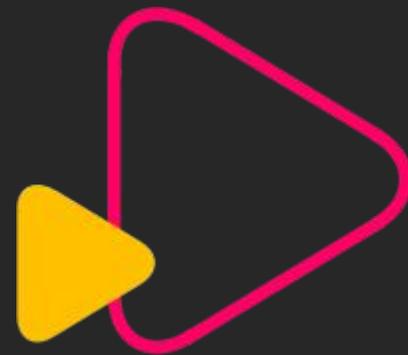
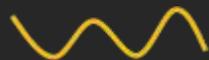
中心点构图



对称构图



引导线构图





## 三分构图法



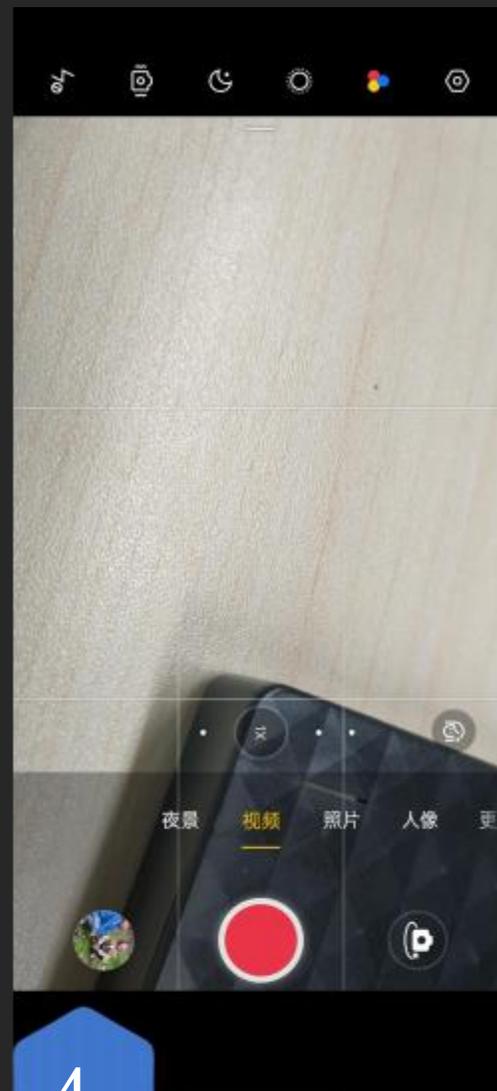
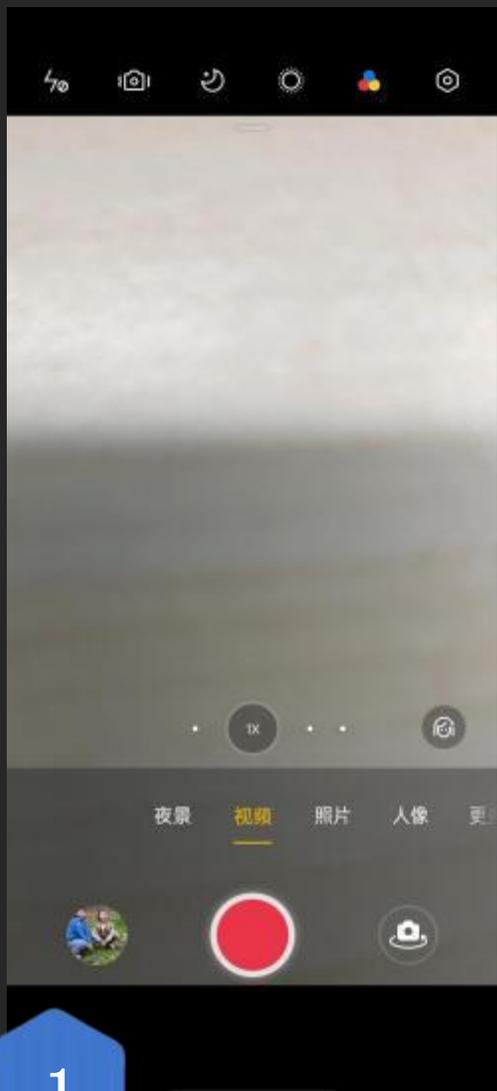
### 三分构图法

拍摄时，将画面的横向和纵向平均分成三份，**线条交叉处叫做区位中心**

拍摄时尽量把主体安排在区位中心附近，因为区位中心是优先吸引用户目光的位置。这样会让画面看起来比较协调



# 三分构图法



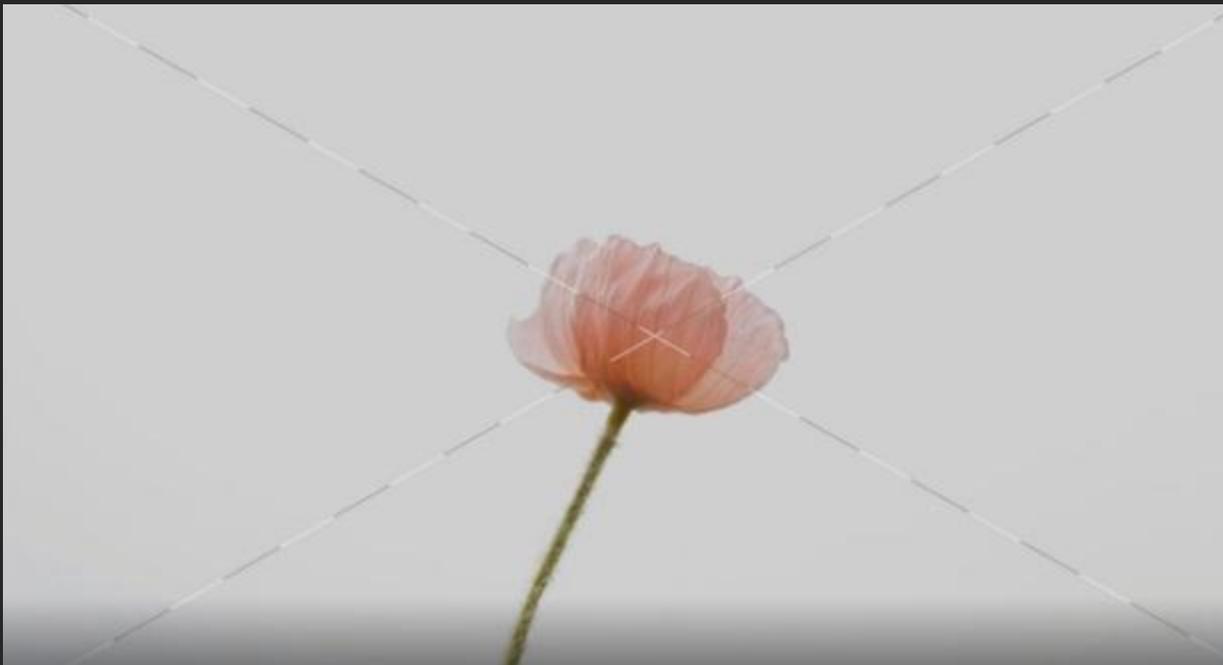


# 三分构图效果





# 中心构图法



## 中心构图法

中心构图是将主体放置在画面中心进行构图。这种构图方式的最大优点就在于主体突出、明确，而且画面容易取得左右平衡的效果。这对于严谨、庄严和富于装饰性的摄影作品尤为有效。

# ▶ 中心构图法





## 对称性 构图



### 对称构图

可以使用左右或者上下对称

这种构图会给人一种平衡稳定规整的感觉

一般用于有水或者山的景色中



# 对称性构图





## 引导线构图



### 引导线构图

利用画面中的线条去引导观者的目光让照片形成由近及远的纵深感或透视感使场景更真实，更有立体感

突出主体，处于中心点或者是三分点上看起来会更好一点。



# 引导线构图





**运镜**让视频起来充满**质感**让视  
频看起来更有**吸引力**。

## 手机拍摄运镜

推

推镜头，被摄体不动，由拍摄机器作向前的运动拍摄，拍摄物体由小变大 画面戏剧张力强



拉

被摄体不动，由拍摄机器作向后的拉摄运动，拍摄物体由大变小



# ▶ 拍摄手法

## 摇

垂直摇摄 镜头由下到上 或者由上到下围轴心来转



## 移

升降移动拍摄 镜头整由上到下 由下到上跟随主角运动的一个移动拍摄



## 二、构图具体应用

### 1. 三分法构图：自然与人文的平衡之美

核心：将画面分为九宫格（横竖各两条线），主体放在交叉点或线条上。

呼玛县适用场景：

**自然风光：**拍摄黑龙江畔日出时，将地平线放在上1/3线，水面占2/3，体现辽阔感；白桦林的树冠顶点置于右上交叉点，突出秋日色彩。

**人文抓拍：**拍摄鄂伦春族手工艺人制作桦树皮画时，让人物眼睛位于左上交叉点，保留右侧工作台空间，增强故事感。

**动态镜头：**拍摄冬捕场景时，将渔网抛出的动作轨迹终点置于右下交叉点，强化动势。

**操作技巧：**

手机设置中打开网格线辅助构图

人物侧脸或运动方向留出2/3空白，避免画面"堵死"

## 二、构图具体应用

2. **中心点构图**：突出呼玛特色的视觉焦点。核心：主体居中，形成强烈视觉冲击。

呼玛县适用场景：

**民俗特写**：鄂伦春族传统服饰的刺绣图案居中拍摄，配合暗色背景突出细节

**美食记录**：将呼玛蓝莓酱、冷水鱼等特色美食置于画面中心，用俯拍展现摆盘

**建筑标志**：拍摄中俄边境瞭望塔时对称居中，突出庄严感

**人物情绪**：采访当地老人时面部居中，配合眼神光强化情感传递

**操作技巧**：

背景需简洁干净（如白墙/天空）

使用浅景深虚化背景（手机人像模式）

## 二、构图具体应用

### 3. 对称构图：展现北国风光的秩序之美

呼玛县适用场景：

**自然倒影：**拍摄河边晨雾时捕捉水面倒影，后期垂直翻转增强超现实感

**特色建筑：**冬季拍摄俄罗斯风格木刻楞房屋，利用屋檐积雪形成上下对称

**道路延伸：**秋季白桦林公路居中拍摄，形成隧道式纵深对称

**人文场景：**节庆时拍摄篝火晚会人群围圈跳舞的俯视对称构图

操作技巧：

使用三脚架确保水平线绝对居中

雨雪天气可利用水洼拍倒影

后期适当增强对比度强化对称线条

## 二、构图具体应用

### 4. 运镜

- **推镜头**：走近鄂伦春手艺人工作台（展现细节）
- **甩镜头**：从界碑快速甩向江面（转场衔接）
- **低角度跟拍**：贴地拍摄马拉爬犁雪雾飞溅（强化动感）

### 5. 光线掌控

#### 政务室内：

- **顺光拍摄**：人脸正对窗户（避免阴阳脸）
- **补光方案**：环形灯放手机上方**30cm**（消除法令纹阴影）

#### 户外文旅：

- **黄金时段**：日出后**1小时**/日落前**2小时**（拍江面粼光）
- **阴天补救**：用反光板给人物补光（可用汽车遮阳板替代）

建议带上三脚架在呼玛江畔、白桦林、古驿道等标志性地点进行构图专项练习，不同时段光影变化会带来全新效果。记得结合当地故事做内容设计，好的构图+人文内核才能让短视频更有传播力！

### 三、几个本地场景实战

#### 1. 政务类拍摄

镜头1：群众皱眉看表格（痛点）→镜头2：工作人员递出流程图（方案）→镜头3：扫码动作+手机弹出动画指引（行动）

#### 2. 文旅类拍摄

自然风光：

- 延时摄影：云层移动+江水流速对比（手机支架固定拍摄）
- 动态元素：抛撒雪粉/落叶制造画面动感（冬夏皆可用）

人文纪实：

- 特写必拍：鄂伦春老人布满皱纹的手制作桦树皮（引发共情）
- 跟拍技巧：保持与被摄者45度角，距离1.5米（自然不突兀）

#### 3. 季节限定

冬季雾凇：

- 对焦技巧：点击树枝锁定曝光，避免过曝丢失冰晶细节
- 人物互动：让工作人员哈出白气时抓拍（增强寒冷体感）

秋季丰收：

- 俯拍技巧：手机倒置贴近玉米堆（凸显数量冲击）
- 色彩强化：后期增加黄色饱和度至+15（更显丰收氛围）

# PART 06

## 六、视频剪辑-剪映



PowerPoint Design

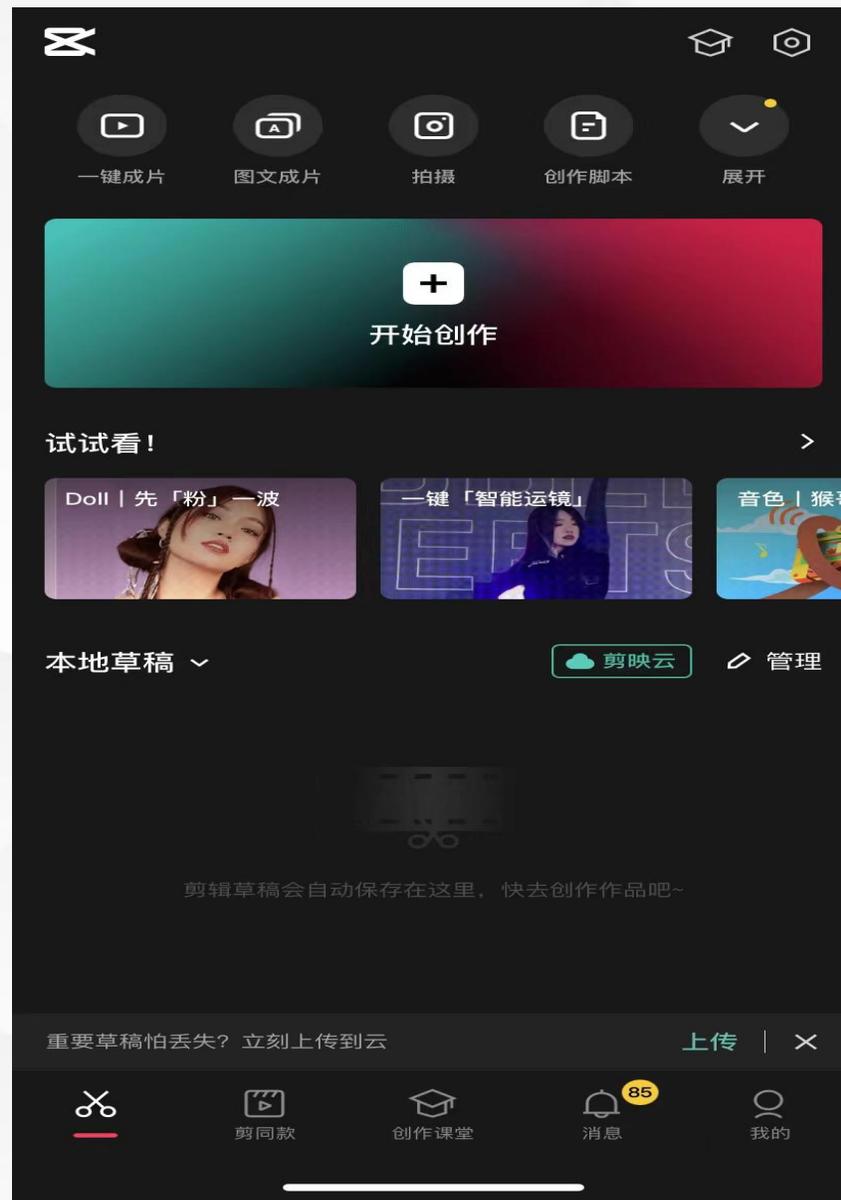
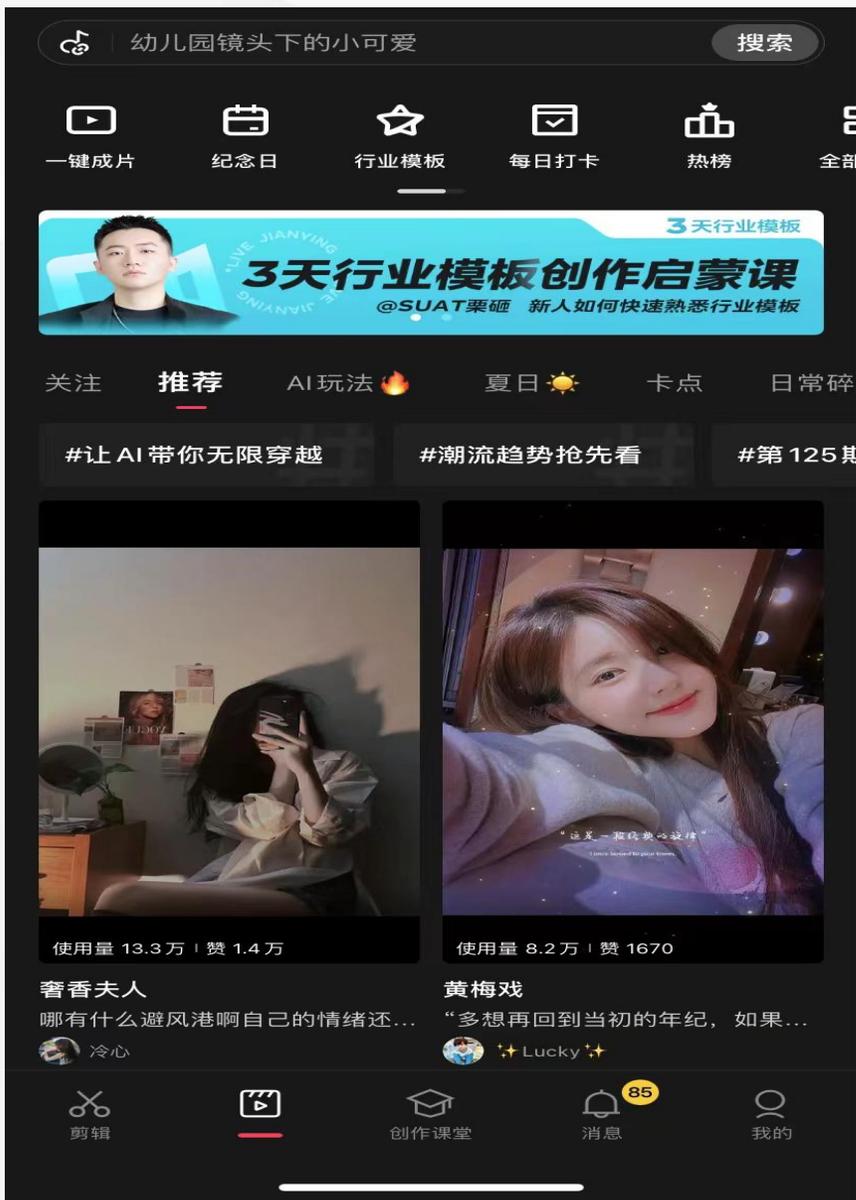


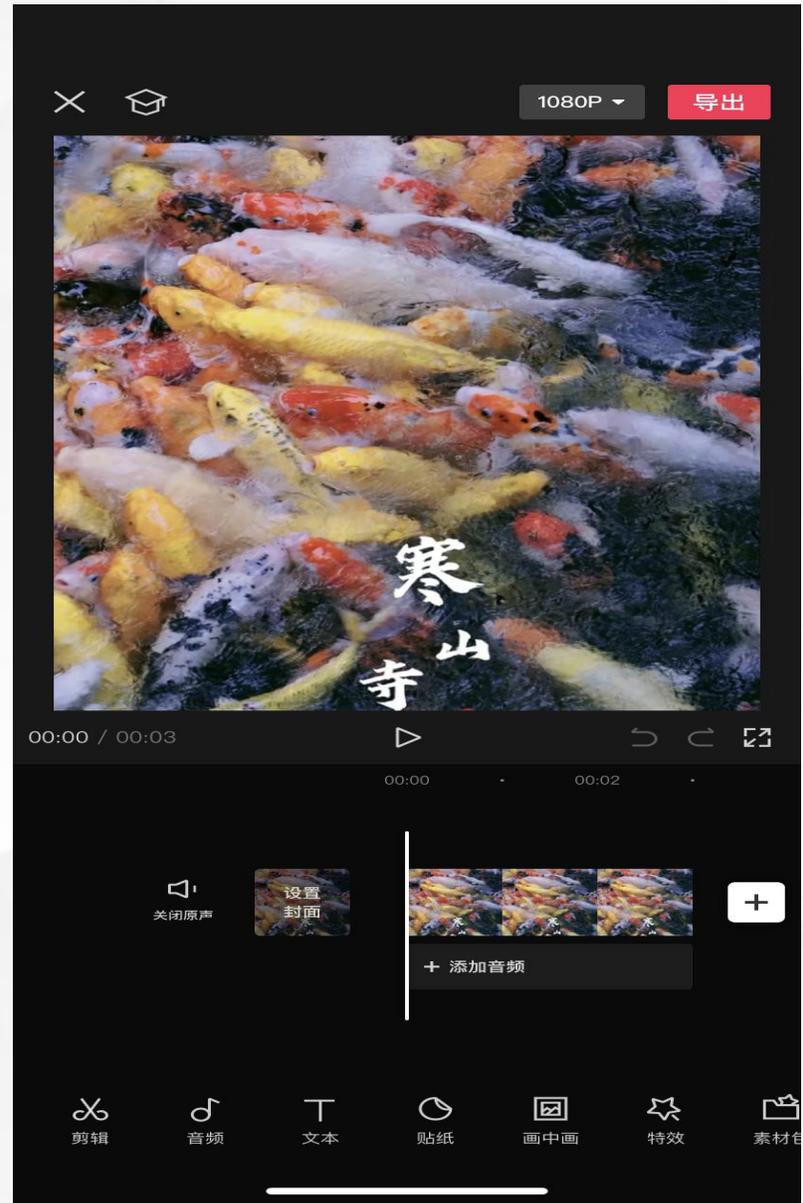
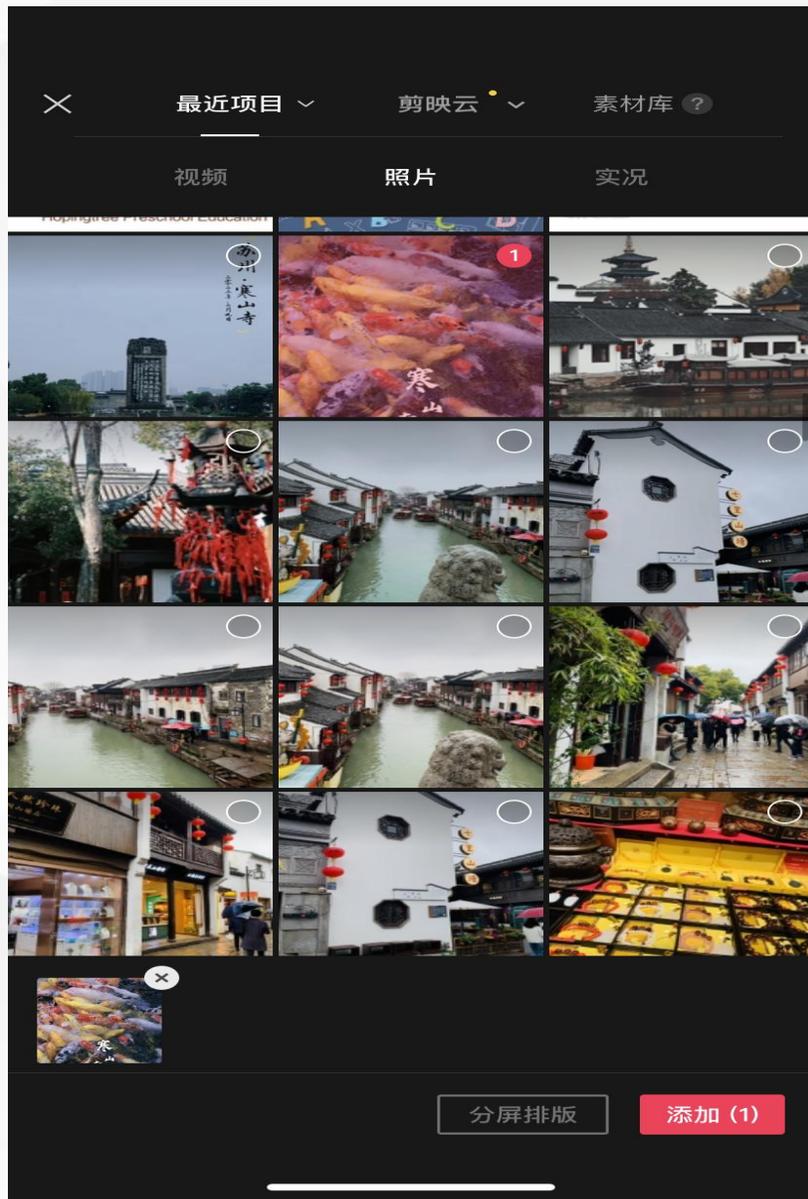
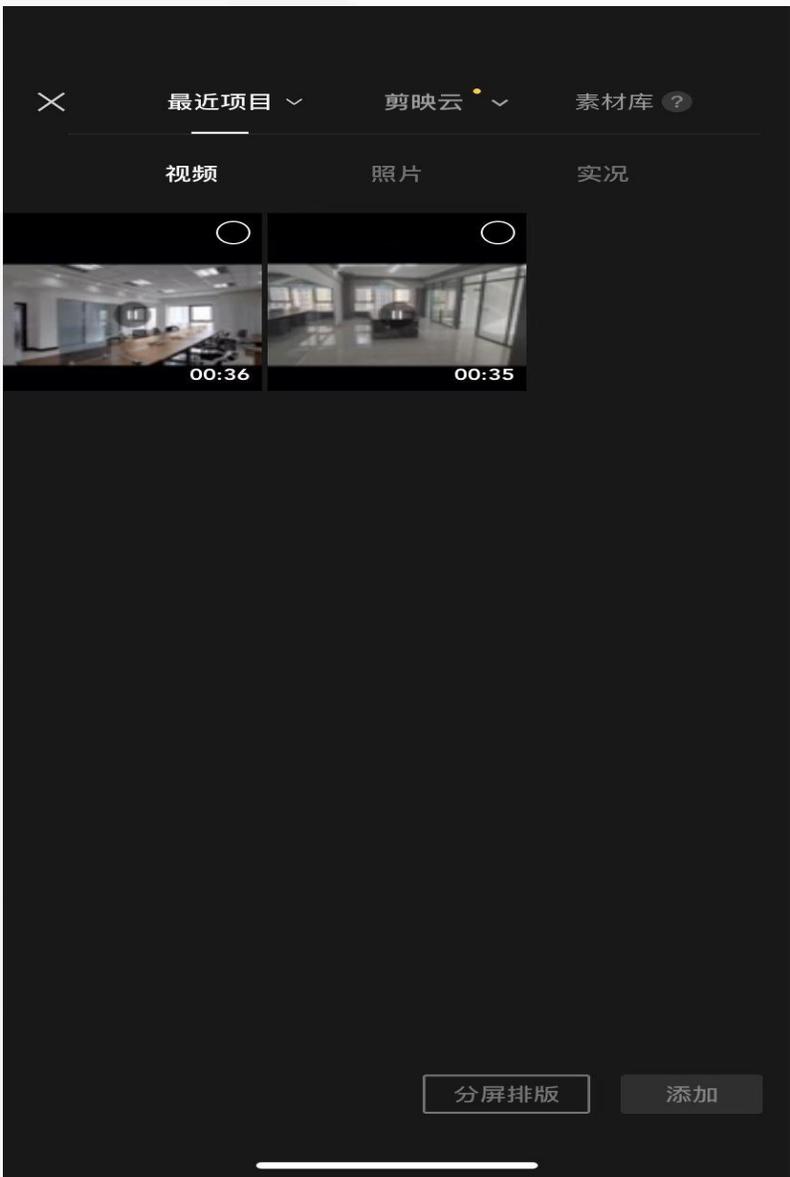
# 第1节

- 1、导入素材
- 2、调整素材时长
- 3、如何分割素材
- 4、剪辑轨道逻辑介绍

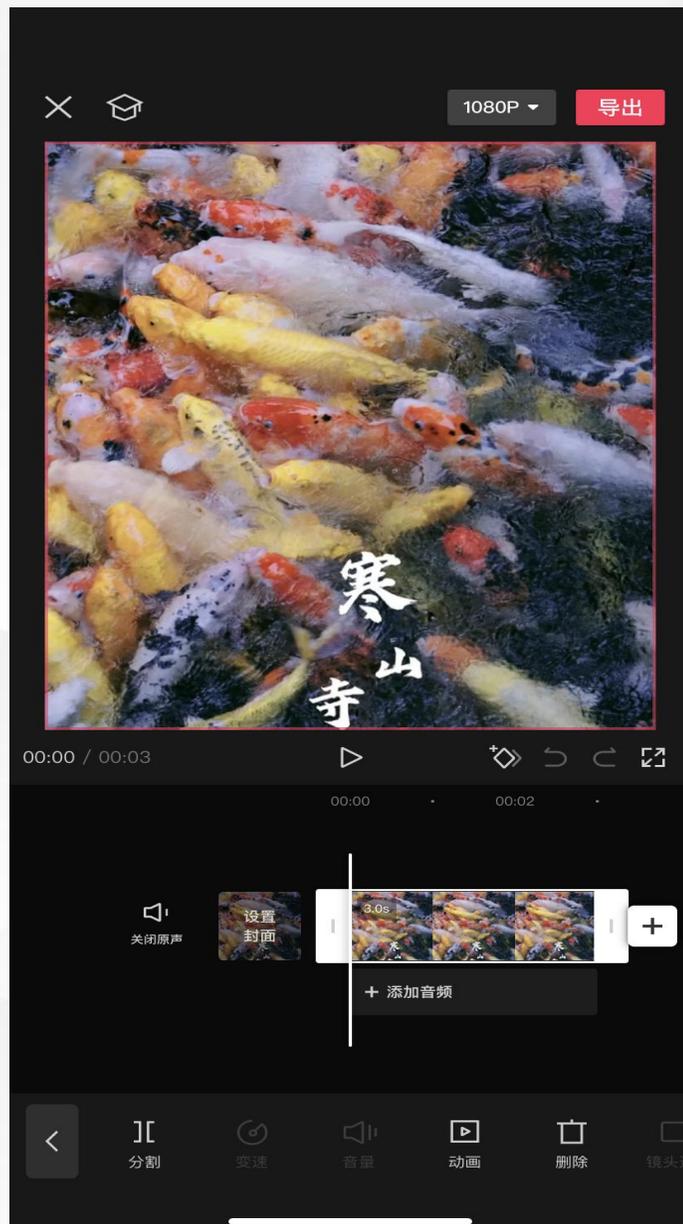
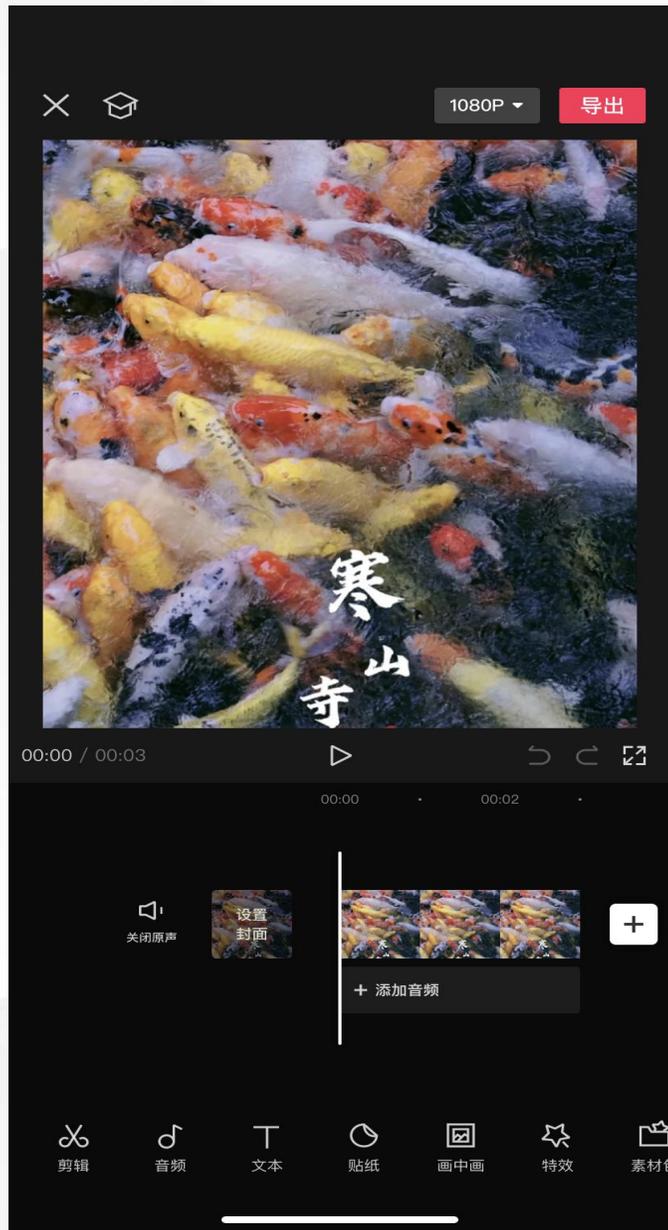


# 01 导入素材





## 02 调整素材时长





1080P

导出



00:02 / 00:15



00:00 00:02 00:04 00:06 00:08 00:10 00:12 00:14 00:15



14.4s

+ 添加音频



分割



变速



音量



动画



删除



镜头追



1080P

导出



00:02 / 00:15



00:05 / 00:12



00:00 00:02 00:04 00:06 00:08 00:10 00:12 00:14 00:15 00:16 00:18 00:20 00:22 00:24 00:26 00:28 00:30 00:32 00:34 00:36 00:38 00:40 00:42 00:44 00:46 00:48 00:50 00:52 00:54 00:56 00:58 01:00



7.1s

+ 添加音频



添加音频

时长14.4s → 11.1s

智能补帧

声音变调



0.1x

1x

2x

5x

10x

100x

重置

变速

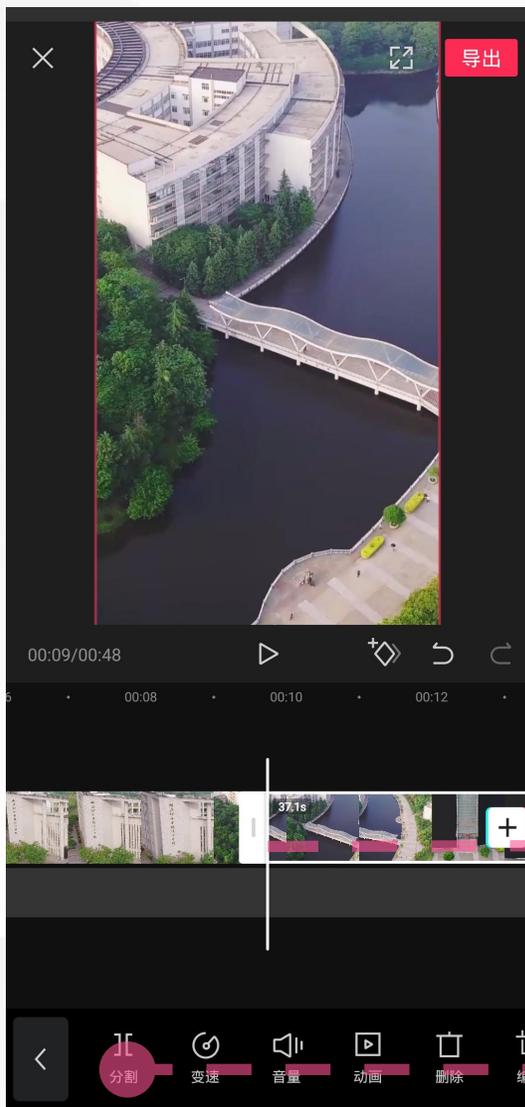


常规变速



曲线变速

## 03如何分割素材、分割工具



把一整段完整的视频或音频分割成若干小段视频或音频，分割后的每一段音频或者视频，都称作一个片段。针对每一片段，可以独立进行操作，其它片段不受影响

分割工具可以用于视频轨道、画中画、音频轨道、贴纸轨道、文字轨道、特效轨道、滤镜轨道的分割



选中视频或视频片段，左右滑动视频轨道到白线处，选择分割的位置



点击分割工具

## 03 识别字幕工具



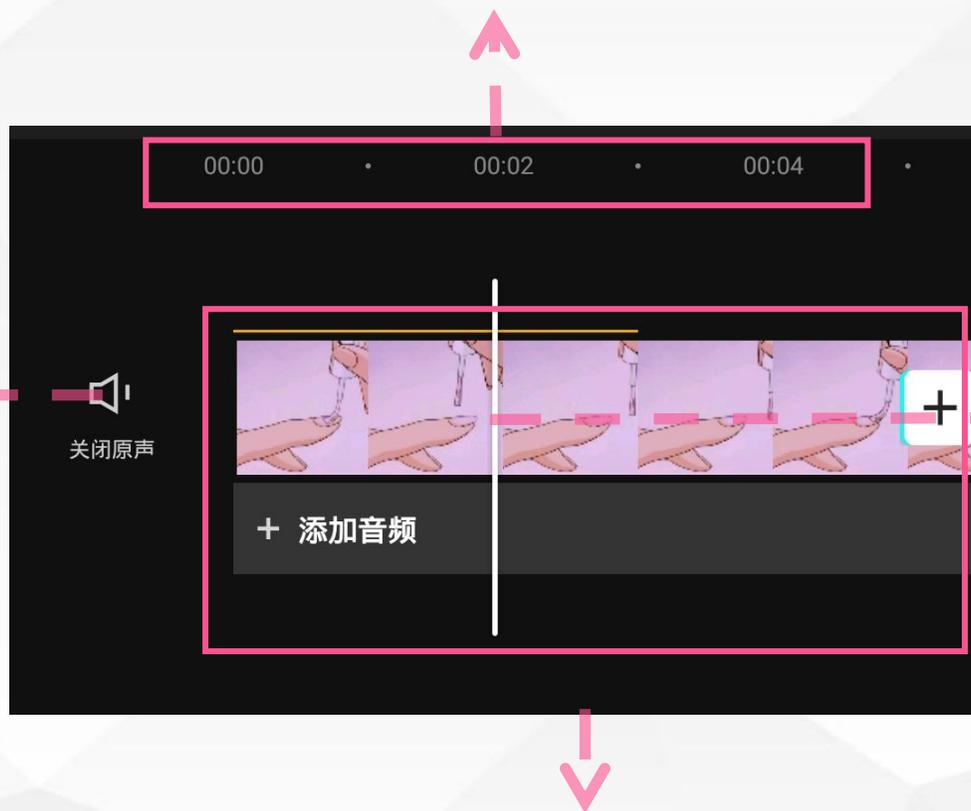
选择是否清空已有字幕

点击开始识别

## 04 轨道区域详解

时间轴：显示当前视频画面所在位置

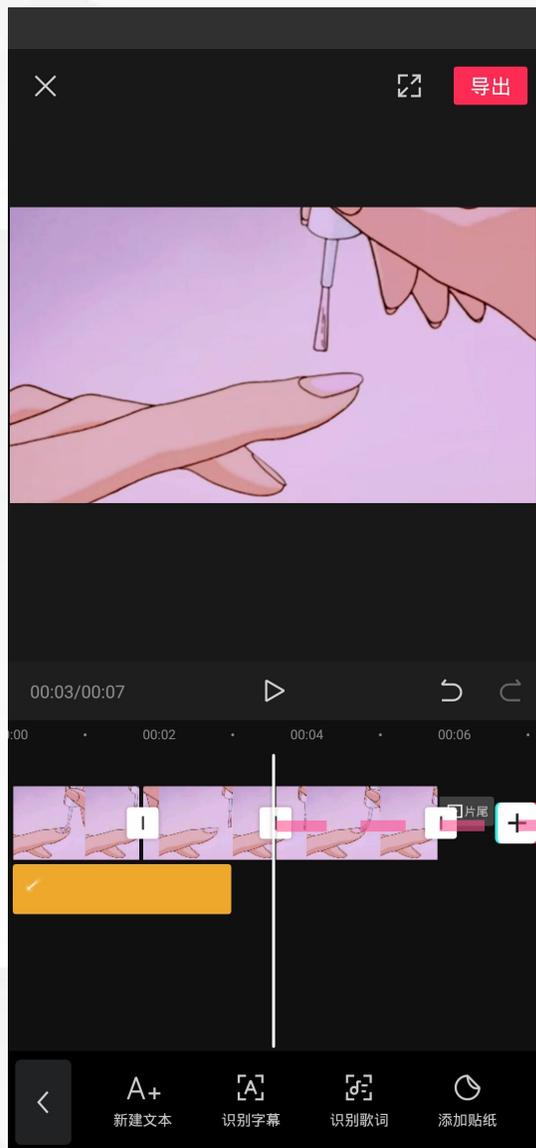
关闭原声按钮：选择是否关闭主视频轨道的视频自带的声音，默认不关闭



白线：指示当前视频所在的播放位置，当一段完整的视频被分割工具分成多段时，我们把每一个分割的视频或素材称作一个片段，片段可以独立编辑

轨道区域：目前有主视频轨道，画中画轨道，文本轨道，贴纸轨道，特效轨道，滤镜轨道，调节轨道。除了主视频轨道外，其他类型轨道都可以添加多个。同一类型轨道内的不同轨道间的片段可以上下移动，不同类型轨道也用不同颜色表示。返回主菜单时，当前的轨道会被折叠，因为手机的界面比较小，为了方便编辑，各种轨道都会被折叠。想要打开这些轨道，再次点击对应功能菜单即可

## 04 轨道区域详解



片段和片段之间用减白色方形图标表示，  
点击图标可添加转场

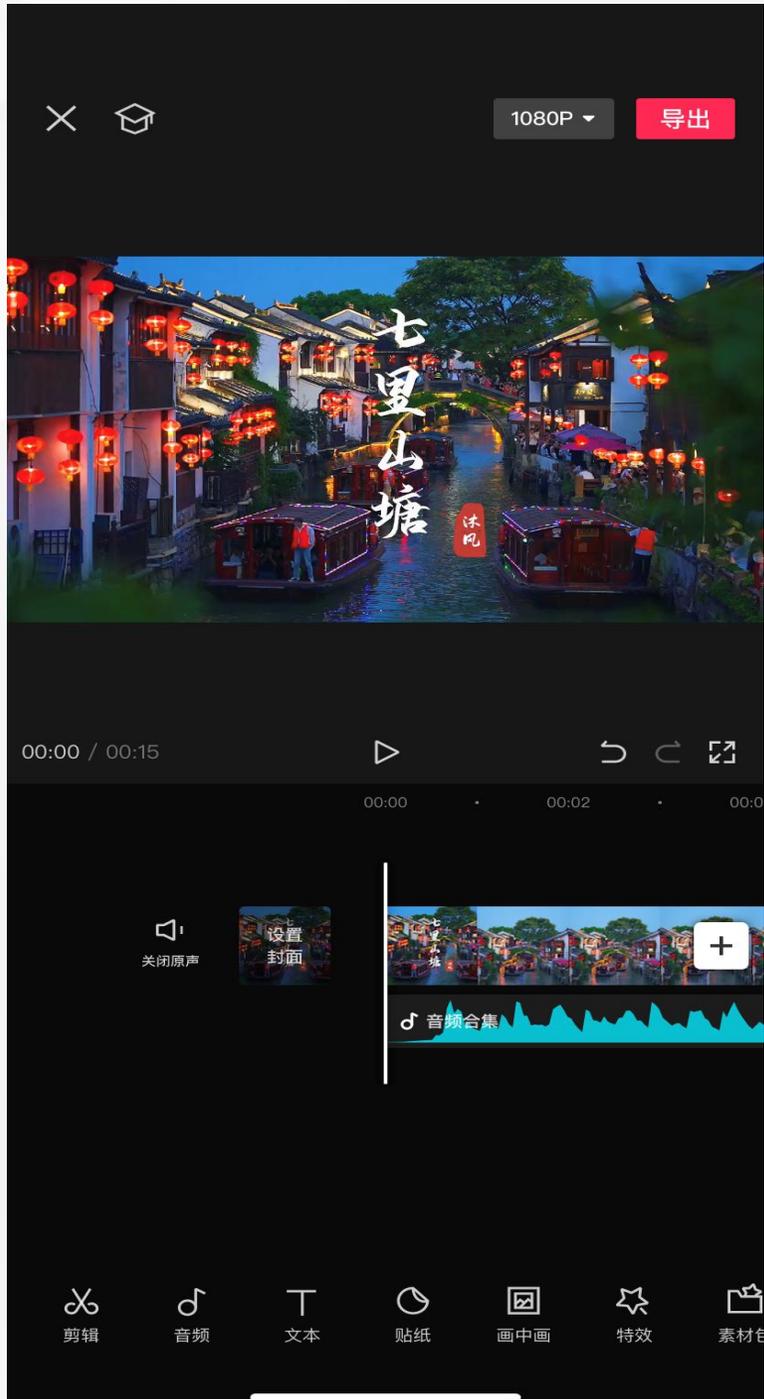
## 04 轨道区域详解



点击图标，选择片段间的转场效果

# 04 剪辑轨道逻辑介绍

The screenshot displays a video editing software interface with three tracks. Each track shows a video clip of a traditional Chinese street scene at night, with the text '七里山塘' (Qilishan Tang) overlaid. The interface includes a top navigation bar with '1080P' resolution settings and '导出' (Export) buttons. Below the video preview, there are three playback controls with time markers (00:00 / 00:15, 00:00 / 00:15, 00:00 / 00:49). The bottom track shows an audio waveform for the clip '繁华的寂静 (剪辑版)'. The bottom navigation bar contains various editing tools: 分割 (Split), 变速 (Speed), 音量 (Volume), 动画 (Animation), 删除 (Delete), 镜头 (Lens), 剪辑 (Edit), 音频 (Audio), 文本 (Text), 贴纸 (Sticker), 画中画 (Picture-in-Picture), 特效 (Effects), 素材 (Assets), 音量 (Volume), 淡化 (Fade), 分割 (Split), 变声 (Voice), 删除 (Delete), and 节拍 (Beat).





1080P

导出



00:00 / 00:15



00:00 00:02 00:03



关闭原声



设置封面

打卡苏州山塘街·七里山塘



分割

复制

编辑

层级

文本朗读

删除



1080P

导出



00:00 / 00:15



00:00 00:02 00:03



关闭原声



设置封面

音频合集

剪辑

音频

文本

贴纸

画中画

特效

素材包



1080P

导出



00:00 / 00:15



大家都在搜「马赛克」



商店



收藏

表情

热门

VIP

爱心

夏日

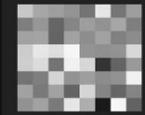
旅行

NIP

Barbie



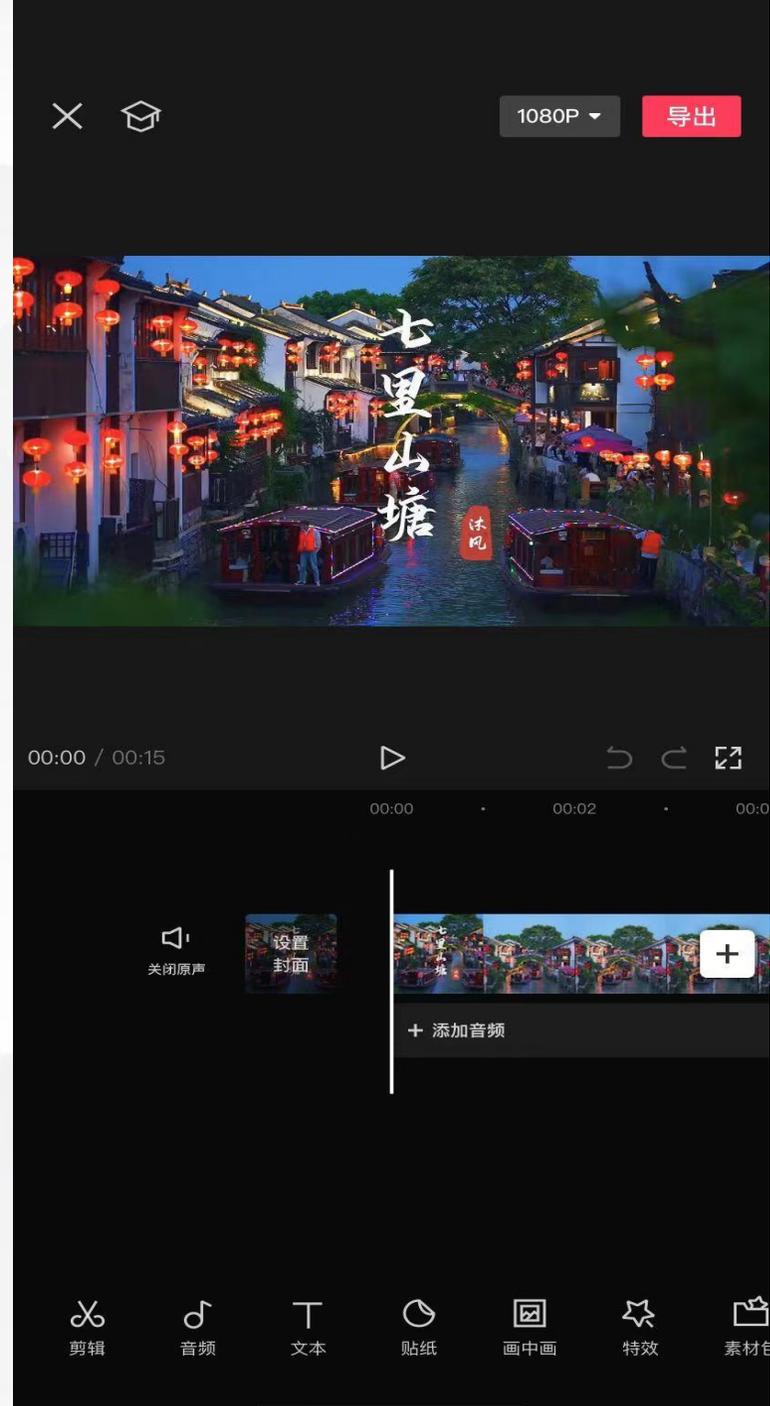
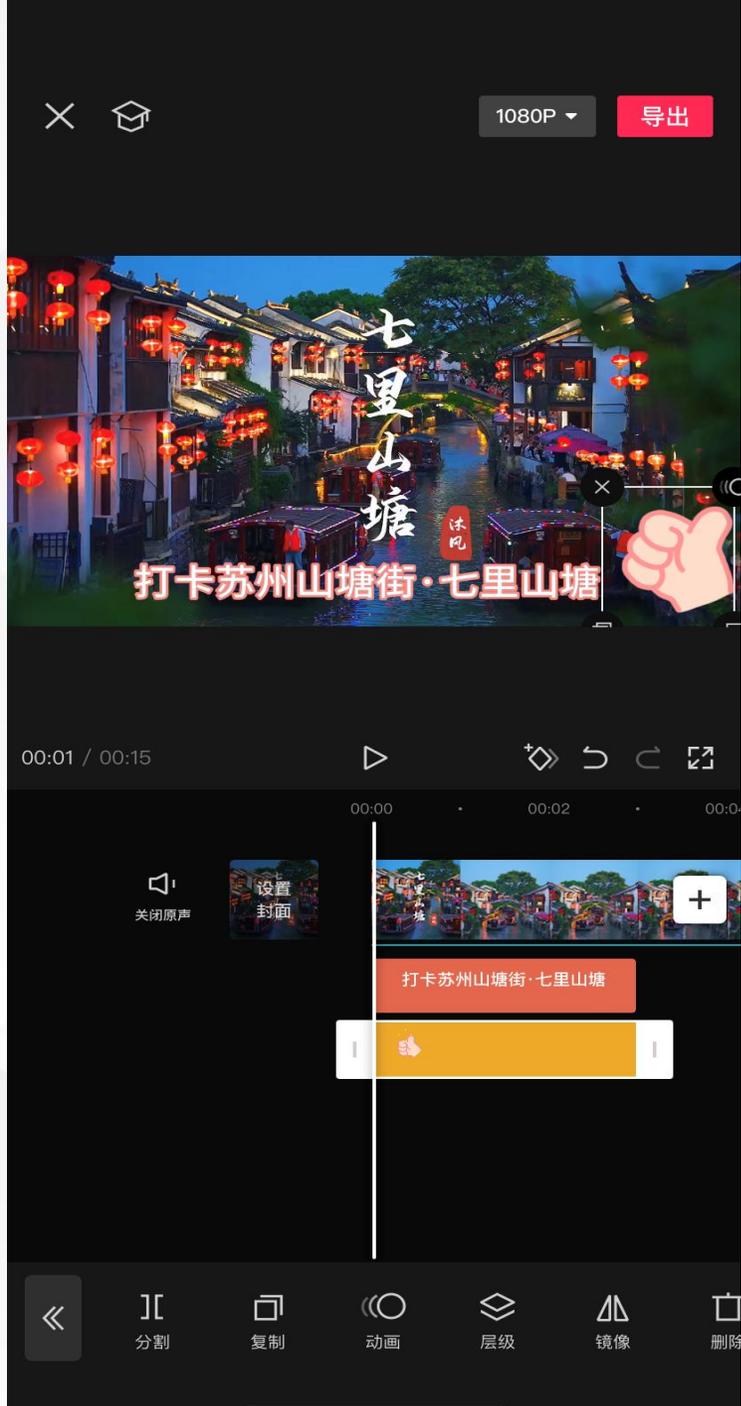
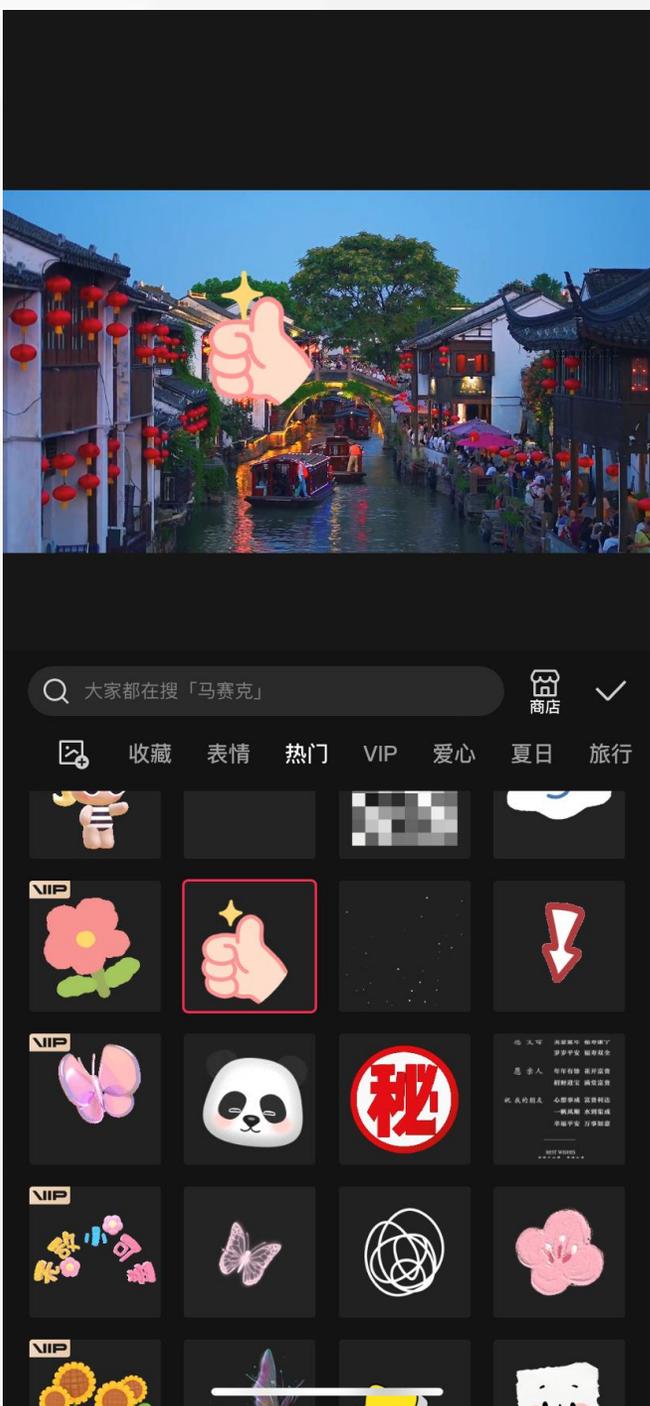
NIP



NIP



NIP

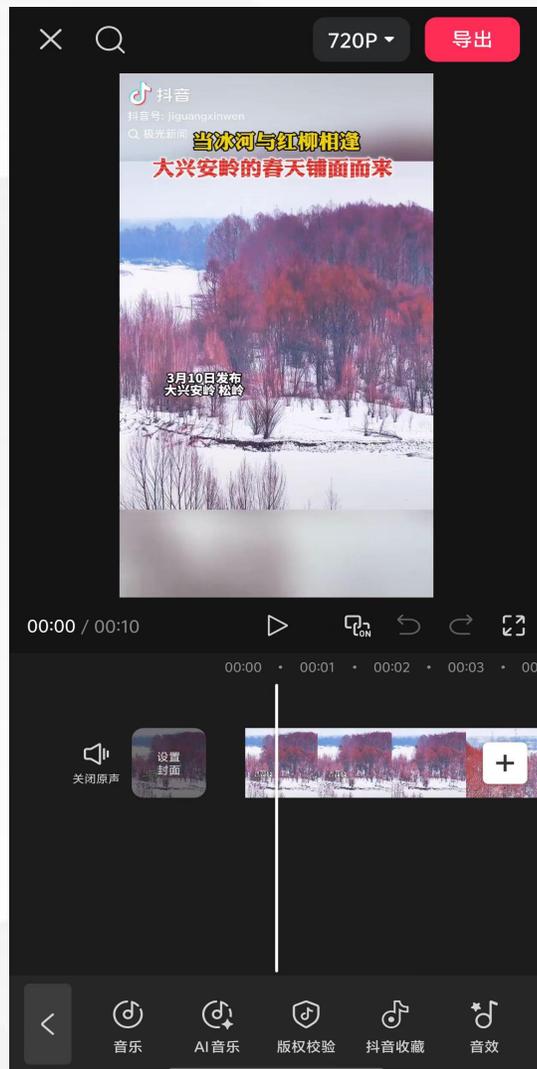


# 第2节

- 1、音乐页面介绍
- 2、音效页面介绍
- 3、如何插入音乐
- 4、音乐踩点



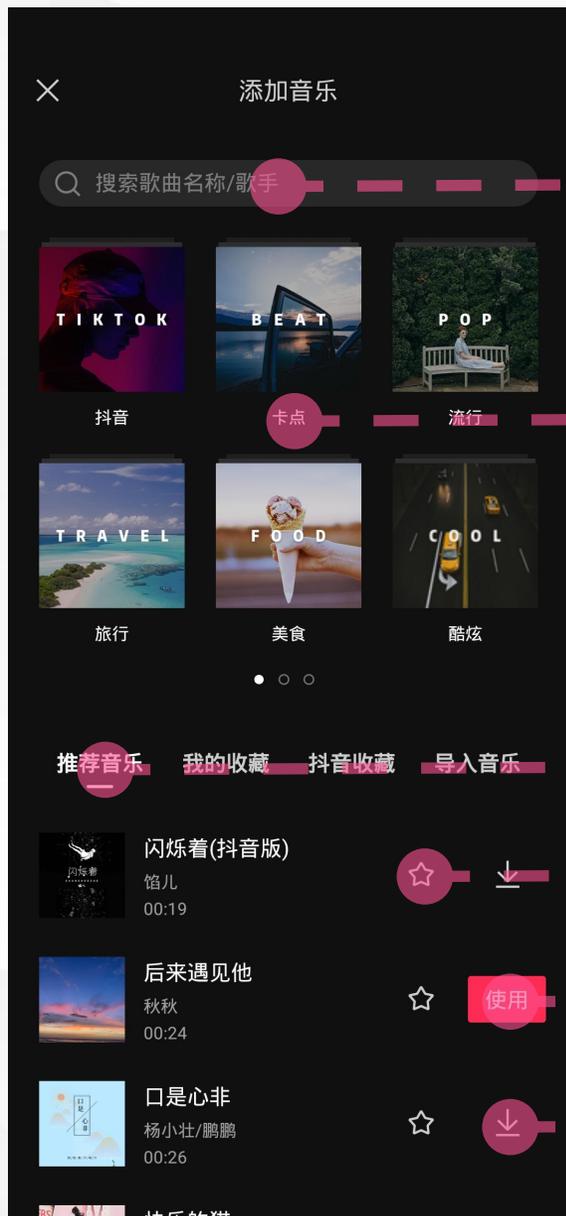
# 01 音乐工具及介绍



音乐工具可以给我们视频添加音乐，会单独生成一条音频轨道。点开音乐工具，我们可以选择推荐音乐，收藏音乐和导入音乐，推荐音乐剪在映当前版本中可以使用搜索框进行搜索

—— — — — — ➔ 点击音频工具，再点击这里的音乐工具

# 01 音乐工具及介绍



可以在搜索框搜索音乐

可以选择分类好的音乐类型

① 点击推荐音乐

点击可收藏这个音乐

点击即可使用音乐

点击即可下载

# 01 音乐工具及介绍

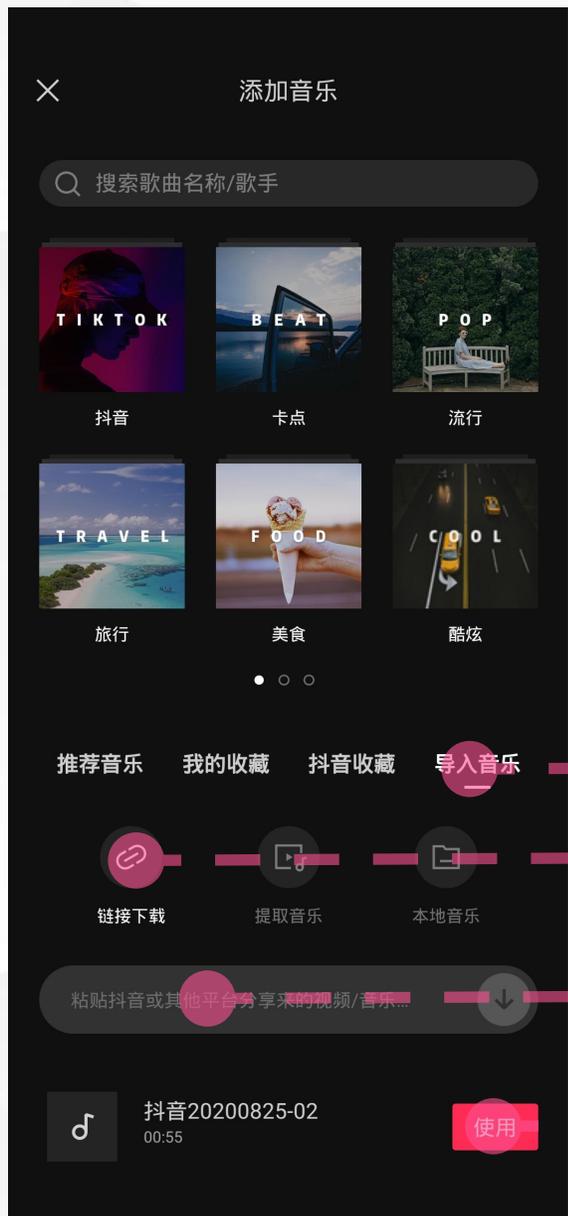


① 点击我的收藏

点击可使用这个音乐

再次点击黄色五角星可取消收藏

# 01 音乐工具及介绍



提取音乐可以提取手机视频里的音乐

本地音乐可以使用手机本地音乐

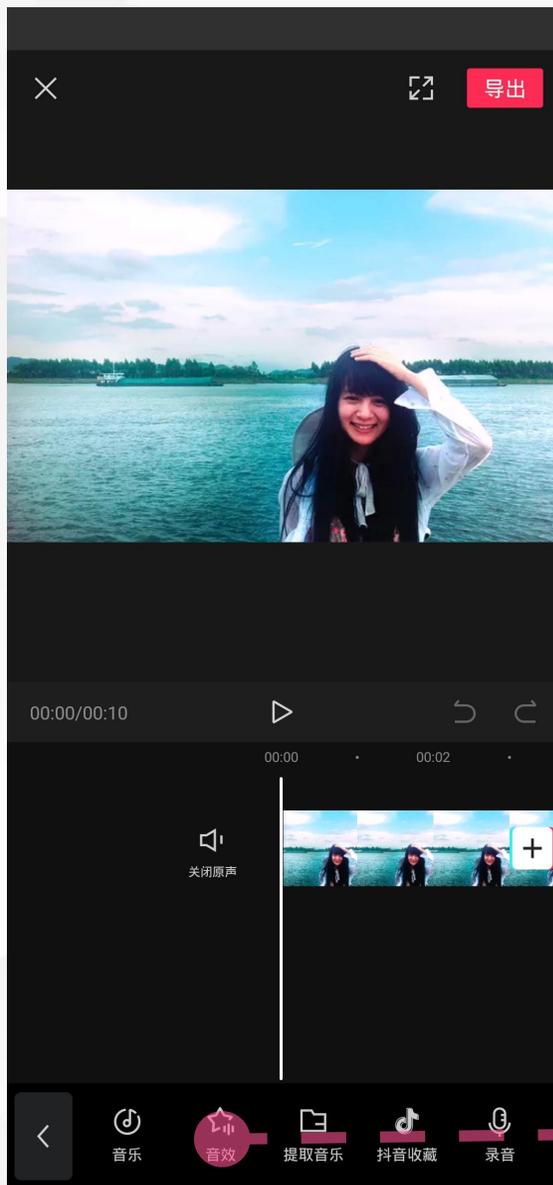
① 点击导入音乐

点击链接下载

复制粘贴抖音链接到搜索框，点击搜索框右侧下载

点击使用，即可使用抖音同款音乐

## 02音效页面工具及介绍



可以给视频添加一些音效，音效工具也会生成一条音频轨道

➔ 点击音频工具，再点击这里的音效工具

## 02音效页面工具及介绍



点这里可以找到收藏的音效

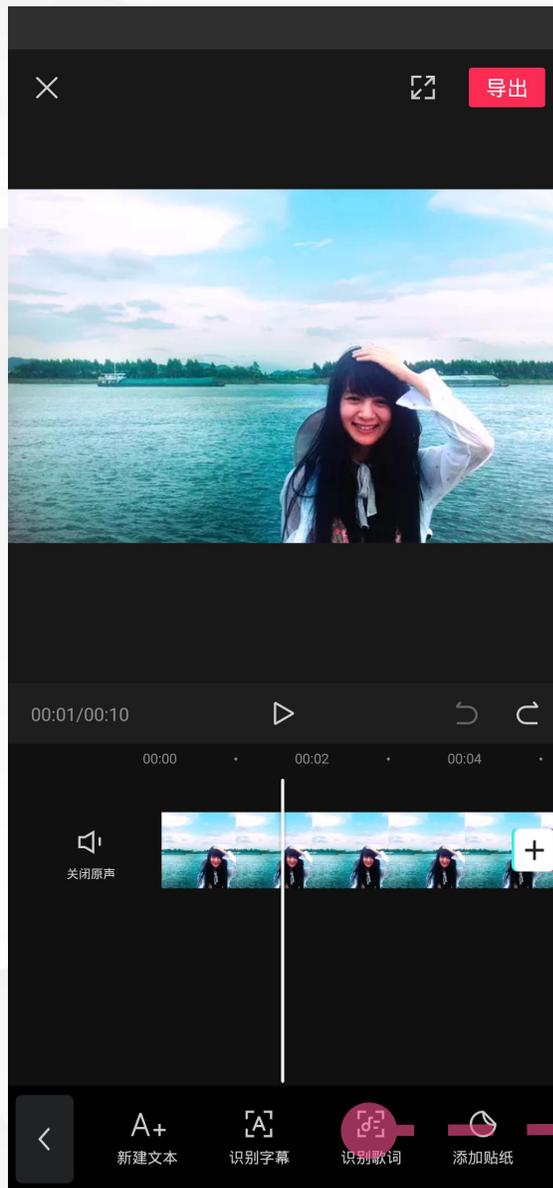
左右滑动按分类查找音效

点击可收藏这个音效

点击即可使用音效

点击即可下载

## 02 识别歌词工具

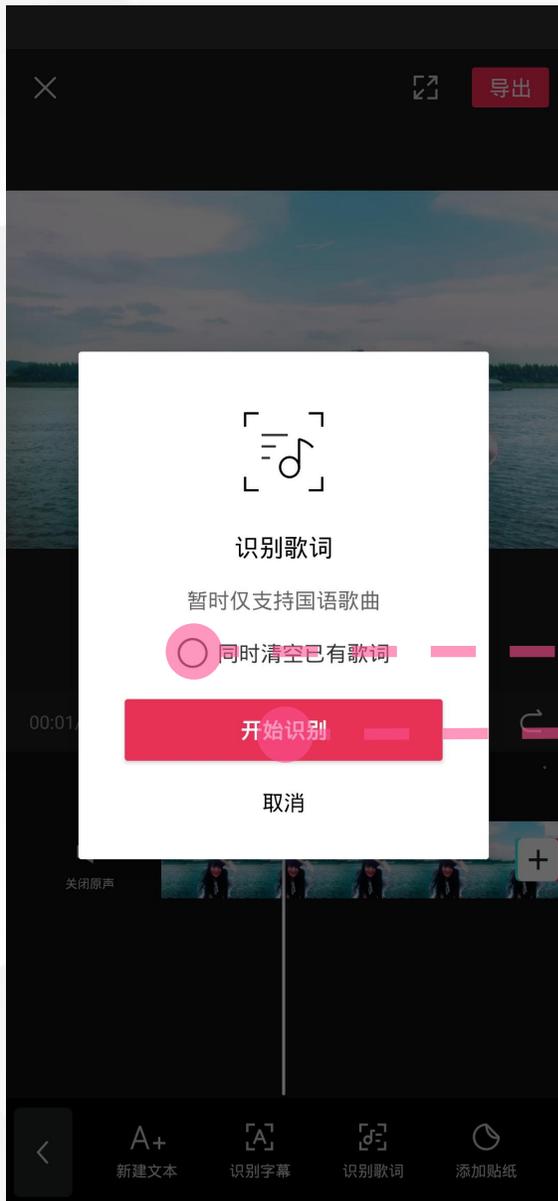


识别歌词工具和识别字幕工具相同，可以识别音频里的歌词，自动生成字幕。如果音频是由歌曲组成的，可以用识别歌词工具，识别更准确速度更快。目前只支持国产歌曲的识别。

使用前需要先添加一段音频

→ 点击文本工具，再点击这里的识别歌词工具

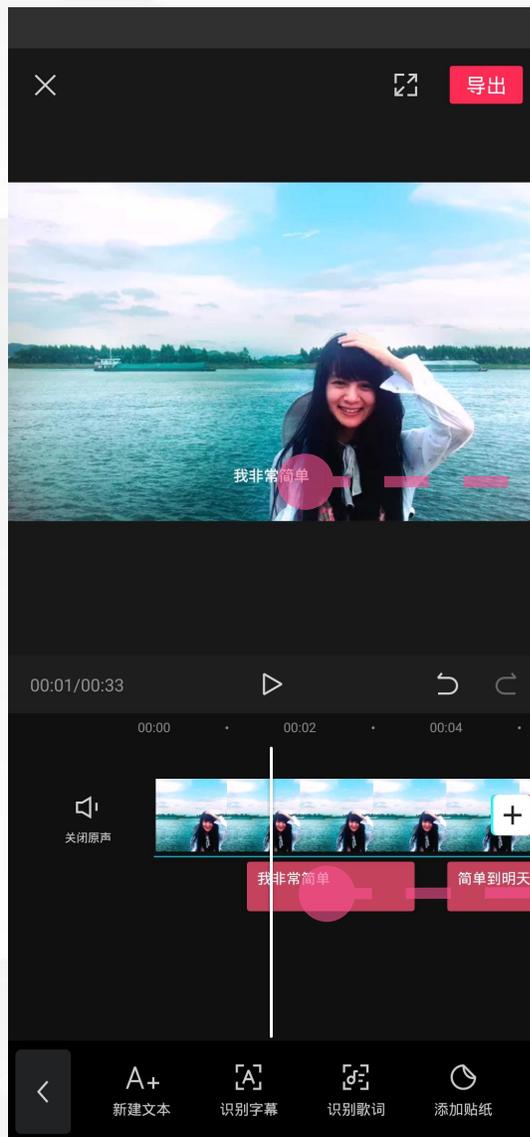
## 02 识别歌词工具



选择是否清空已有的歌词

点击开始识别

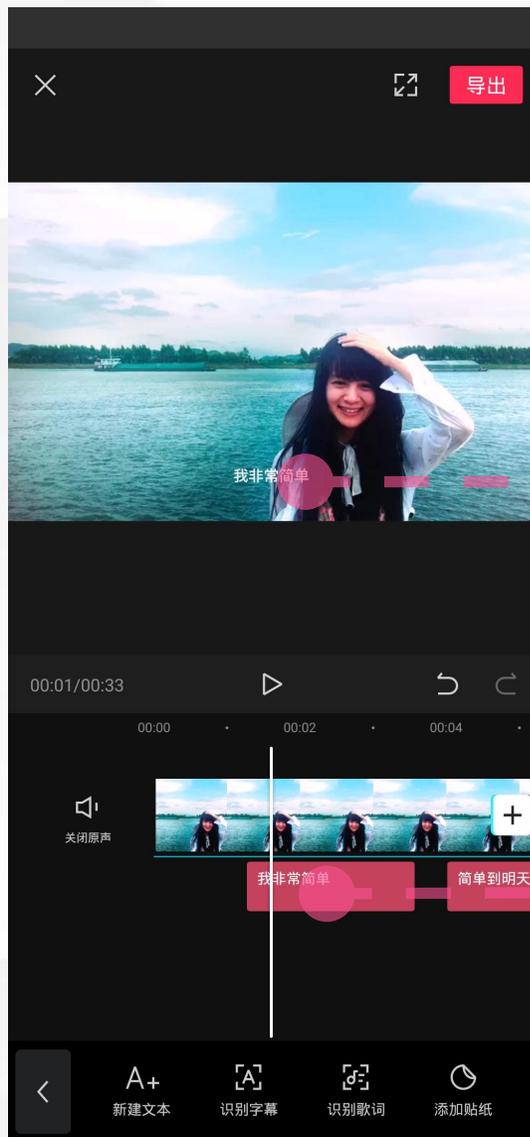
## 02 识别歌词工具



在视频预览界面，我们可以对歌词字幕进行编辑，复制，删除，改变字幕样式和大小位置及角度等操作

生成的歌词字幕，可以对每一个字幕片段进行单独编辑

## 02 识别字幕工具



在视频预览界面，我们可以对歌词字幕进行编辑，复制，删除，改变字幕样式和大小位置及角度等操作

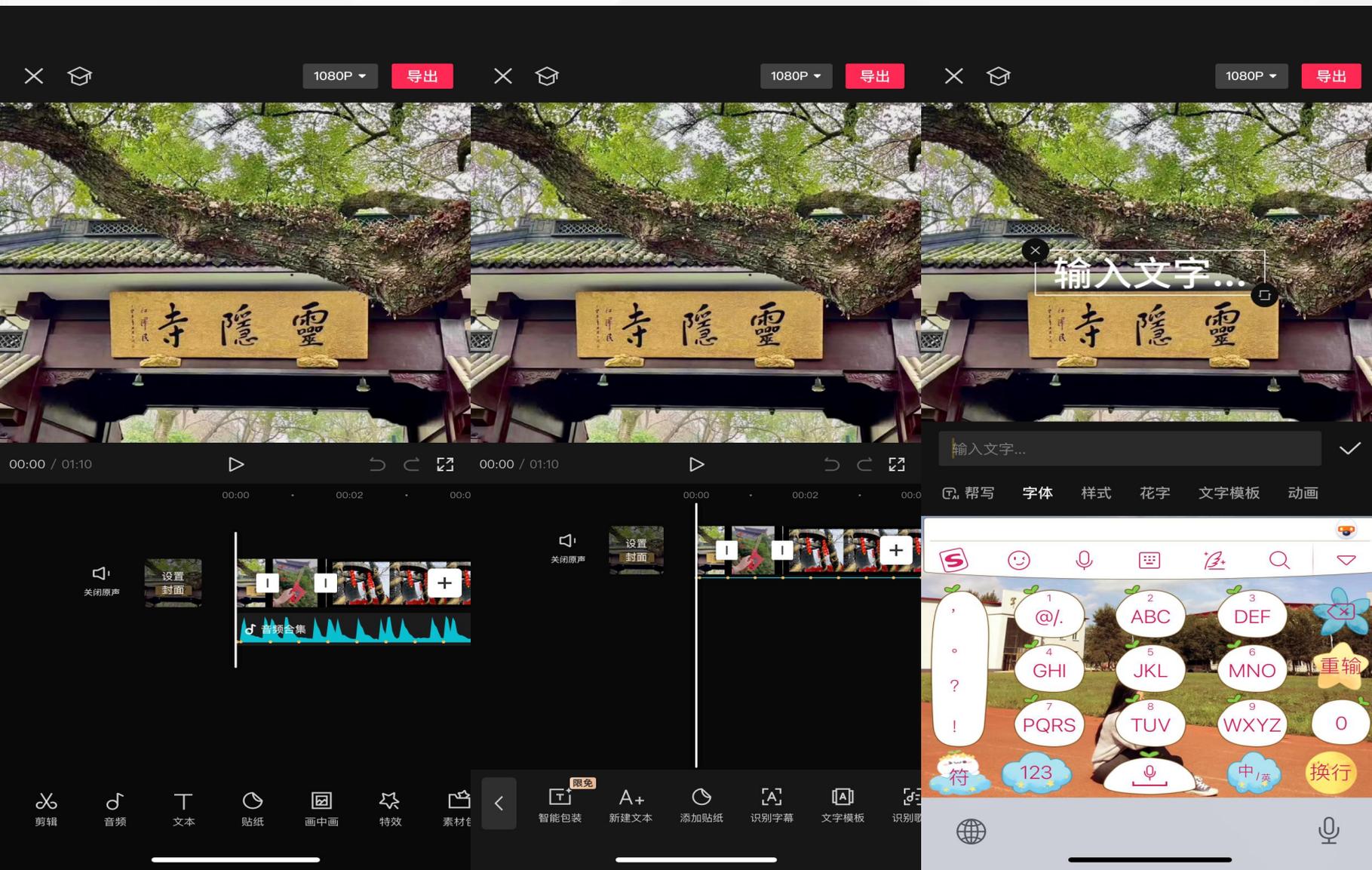
生成字幕，可以对每一个字幕片段进行单独编辑

# 第3节

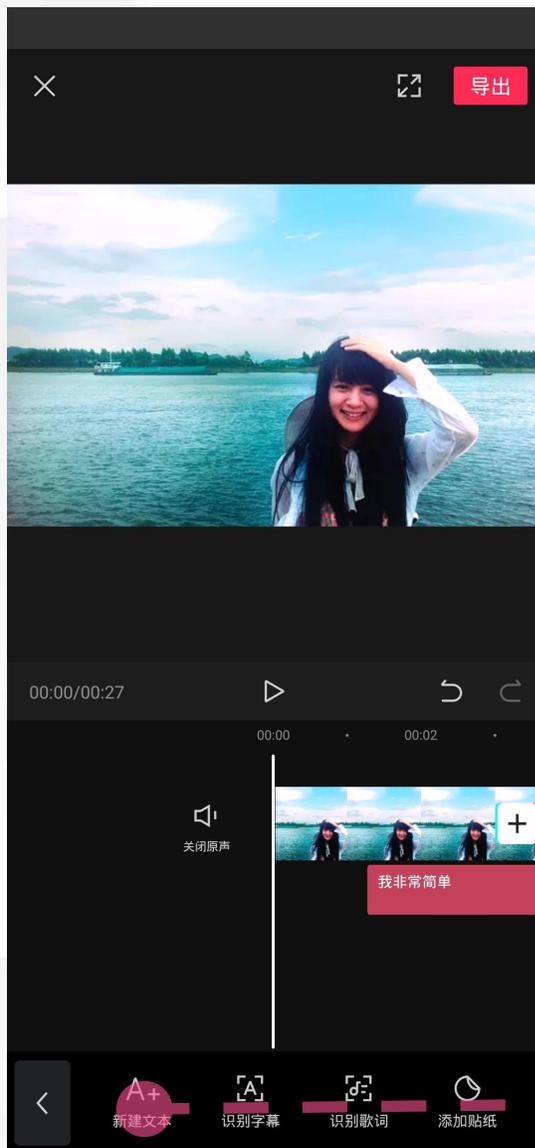
- 1、文本界面介绍
- 2、如何插入文本
- 3、如何修改字体颜色
- 4、花字、艺术字、文字动画
- 5、添加字幕、朗读



# 01 文本页面介绍



## 02 如何插入文本



使用文本工具，我们可以添加文本，会生成一条字幕轨道，可以对文字的样式，大小，位置，动画等进行设置。

→ 点击文字工具，再点击这里的新建文本

## 03 如何修改字体颜色



点击样式

左右滑动选择字体

选择描边效果

可以对字体的颜色、透明度、描边、标签、阴影、字间距、对齐方式进行设置

# 04

# 花字



花字是系统自带的文本模板，如果我们自己不会调整自己样式，也可以套用花字里的模板。套用花字里的模板之后，我们还可以返回样式界面，自己调整效果。

→ 点击花字

→ 点击这里可取消花字效果

→ 选择花字效果

## 05 气泡艺术字



气泡相当于给文字加一个背景，目前提供了非常多的模板可供选择

➔ 点击气泡

➔ 点击这里可取消气泡效果

➔ 选择气泡效果

# 06

## 文字动画



在视频预览界面，双手缩放、旋转调整字幕的大小、角度；拖动文本框，调整字幕位置。点击左上角×，可以删除字幕；点击复制可以复制字幕，字幕所有效果都会复制；点击编辑可以重新编辑字幕及样式。

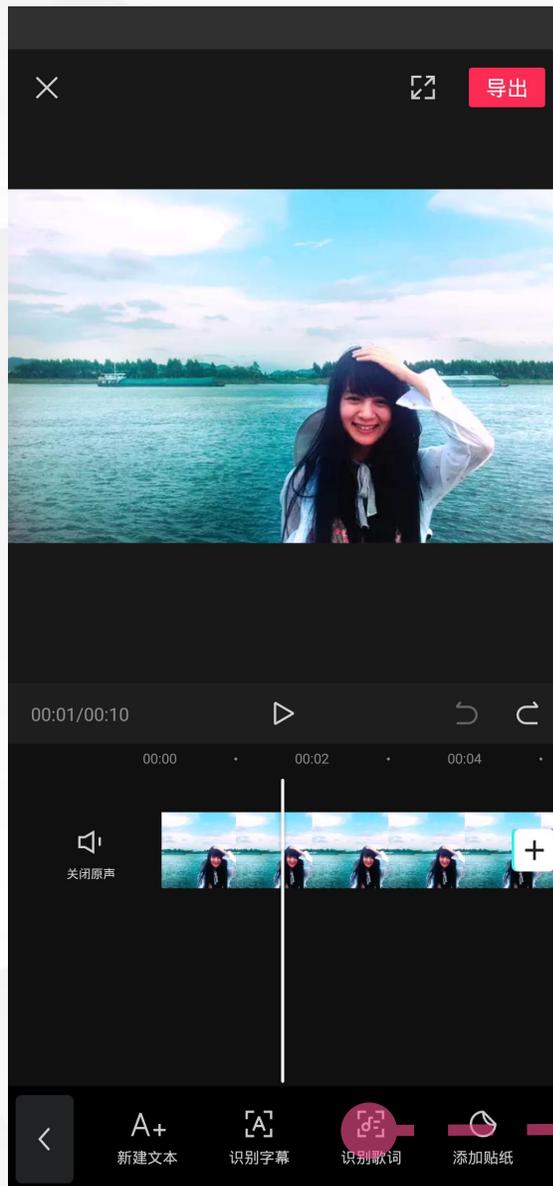
➔ 点击气泡

➔ 点击设置入场动画、出场动画、循环动画

入场动画定义文字出现时的效果，出场动画定义文字消失时的效果，循环动画定义文字显示过程中的效果

动画效果最长持续时间为3秒

## 05 添加字幕、朗读



可以识别主视频轨道里的人声音频或者音频轨道里的人声音频，自动生成字幕轨道，一条字幕轨道里会出现多个字幕片段，默认是和音频同步的

使用前需要先添加一段音频

→ 点击文本工具，再点击这里的识别字幕词工具

# 05 添加字幕、朗读

The screenshot displays a video editing application interface with a dark theme. At the top, the time is 11:06, and there are icons for signal strength, Wi-Fi, and battery. Below this is a navigation bar with icons for home, search, and other functions. The main workspace is divided into three panels, each showing a video clip of a traditional Chinese courtyard with a large tree. The text '乌镇·小院的一棵树' is overlaid on the clips. The left panel shows the video with a play button and a progress bar. The middle panel shows a keyboard overlay with various characters and symbols, including a microphone icon for voice recording. The right panel shows a settings menu for the text, with options for '入场' (Entry), '出场' (Exit), and '循环' (Repeat). The bottom of the screen features a dock with icons for '剪同款' (Copy style), '创作课堂' (Creative class), '消息' (Messages), '我的' (My), '剪辑' (Editing), '音频' (Audio), '文本' (Text), '贴纸' (Stickers), '画中画' (Picture-in-picture), '特效' (Effects), and '素材' (Assets).

11:06

1080P 导出 1080P 导出 1080P 导出

一键成片 图文成片 拍摄 创作脚本 展开

开始创作

试试看!

Doll | 先「粉」一波 一键「智能运镜」 音色 | 猴哥

本地草稿

剪映云 管理

0808 0807-02 0807-01

3M | 00:03 23M | 01:10 10M | 00:24

重要草稿怕丢失? 立刻上传到云 上传 | X

乌镇·小院的一棵树

乌镇·小院的一棵树

乌镇·小院的一棵树

乌镇·小院的一棵树

00:00 / 00:03 00:00 / 00:02 00:01 / 00:03

帮写 字体 样式 花字 文字模板 动画

乌镇·小院的一棵树

入场 出场 循环

无 激光雕刻 甩出 向上翻转 打字机IV

环绕滑入 向右模糊 II 向上露出 向下溶解 向下露出

编辑 层级 文本朗读 删除 多选 跟踪

剪同款 创作课堂 消息 我的 剪辑 音频 文本 贴纸 画中画 特效 素材



1080P

导出



1080P

导出



乌镇·小院的一棵树

乌镇·小院的一棵树

00:01 / 00:03



00:01 / 00:03



应用 to 全部文本

音色选择

商用 收藏 热门 特色方言 萌趣动漫 女声

- TVB女声
- 猴哥
- 译制片男
- 古风男主
- 熊二
- 京腔
- 舌尖解说
- 少儿故事
- 四郎
- 动漫海绵
- 小青
- 网文解说
- 顾姐
- 台湾男生
- 解说小帅
- 黛玉
- 单口相声
- 东北老铁
- 广西表哥
- 纪录片解说



00:00 00:02



乌镇·小院的一



智能包装

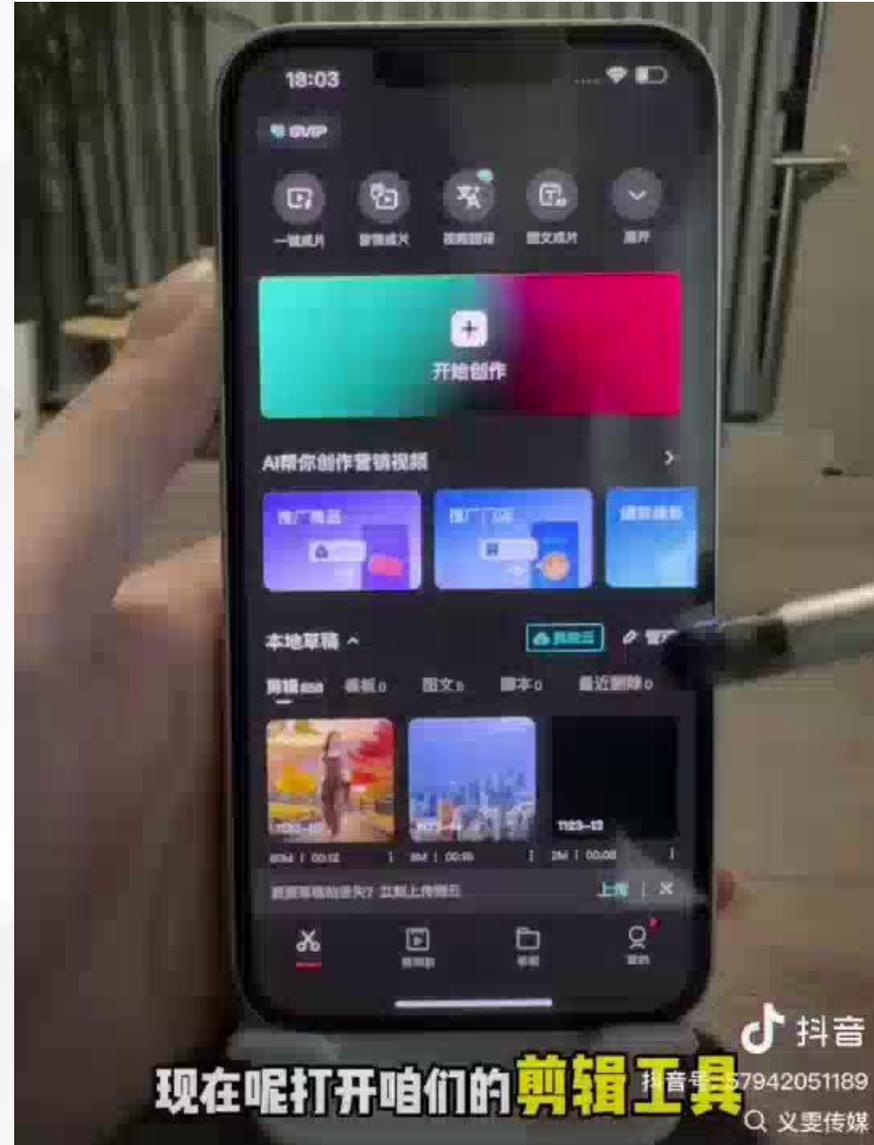
新建文本

添加贴纸

识别字幕

文字模板

识别歌



现在呢打开咱们的**剪辑工具**

抖音  
抖音号: 57942051189  
Q: 义雯传媒

# 第3节

- 1、转场用途
- 2、转场介绍
- 3、添加转场



# 01 转场的用途

## 什么是转场？

影视剪辑是一门拼接艺术，两个画面之间的过渡和转换，这就叫做转场。

### 视频转场8大种类

空镜头转场

逻辑转场

无缝转场

相似感转场

动势转场

跳跃转场

光影转场

心理转场

## 02 转场介绍

**空镜头转场：**也称景物镜头，镜头中不包括人物，表现时间、地点、季节变化等。

**逻辑转场：**前后镜头有因果呼应、并列、递进、转折的逻辑关系。

**无缝转场：**前后镜头看不出衔接点，和前期拍摄规划及运镜手法相关。

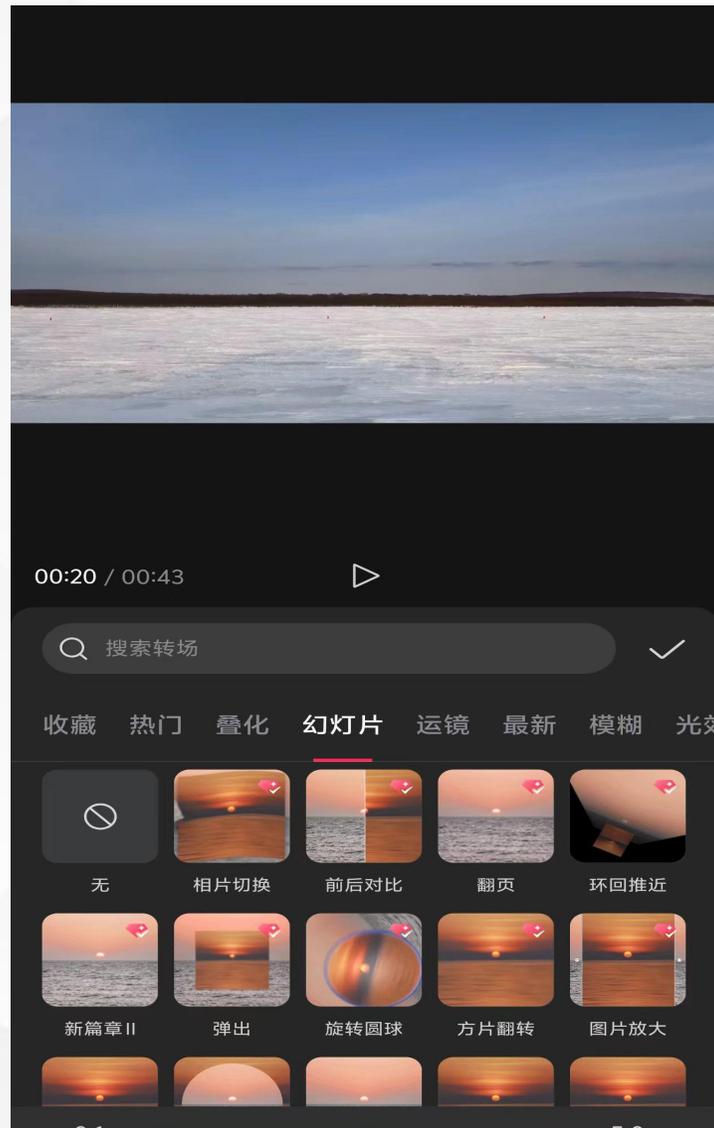
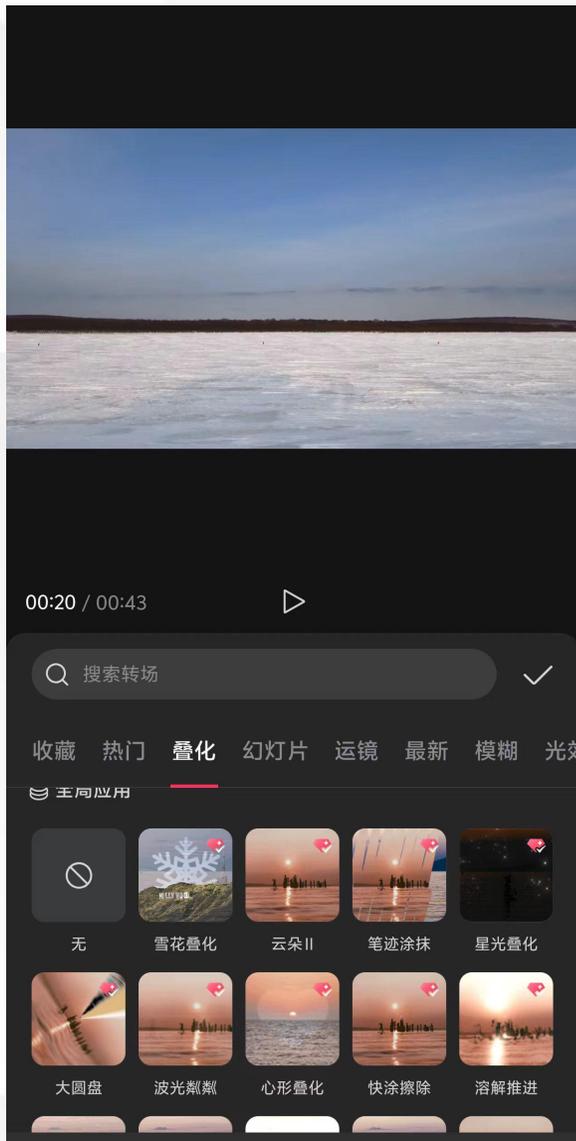
**相似感转场：**上下镜头具有相同或相似的主体形象，相似道具、相似形状、位置重合、色彩相似、运动方向、运动速度、动作方面相似。

**动势转场：**摄像机的运动方向相似，动势可衔接。

**跳跃转场：**意想不到、突然之间的转场、需和声音转场密切相配。

**光影转场：**和光相关的转场，例如：开灯、自然光影、烛火烟花等。

**心理转场：**角色心理相关的转场，梦想、梦境、潜意识、回忆等。





抖音

抖音号: AChu\_clip

Q 阿初教剪辑

## 剪辑必学三种转场



## 视频丝滑转场

# 03

# 添加转场

The screenshot displays a video editing application interface. At the top, there are three preview windows, each with a resolution dropdown set to '1080P' and a red '导出' (Export) button. The main preview window shows a video of a traditional Chinese water town at night, featuring a canal with boats and buildings adorned with red lanterns. The text '七里山塘' (Qilishan Tang) is overlaid on the video. Below the preview windows is a timeline with a playhead and various editing tools. The bottom toolbar contains icons for audio, text, stickers, picture-in-picture, effects, material packs, filters, split, speed, volume, mix mode, animation, delete, split, speed, volume, mix mode, animation, delete, mask, anti-shake, opacity, audio, noise reduction, and copy.



1080P

导出



1080P

导出



1080P

导出



1080P

导出



00:02 / 00:24



00:00 00:02 00:04



00:04 / 00:24



00:00 00:02 00:04 00:06



00:04 / 00:24



00:00 00:02 00:04 00:06



00:04 / 00:24



00:00 00:02 00:04 00:06



关闭原声

设置封面



0 100

0 100

0 100

3.0s

不透明度



不透明度



不透明度



分割



变速



音量



混合模式



动画



删除



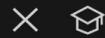
1080P

导出



1080P

导出



1080P

导出



00:04 / 00:24



00:04 / 00:24



00:06 / 00:24



00:00 00:02 00:04 00:06



00:00 00:02 00:04 00:06 00:02 00:04 00:06 00:08



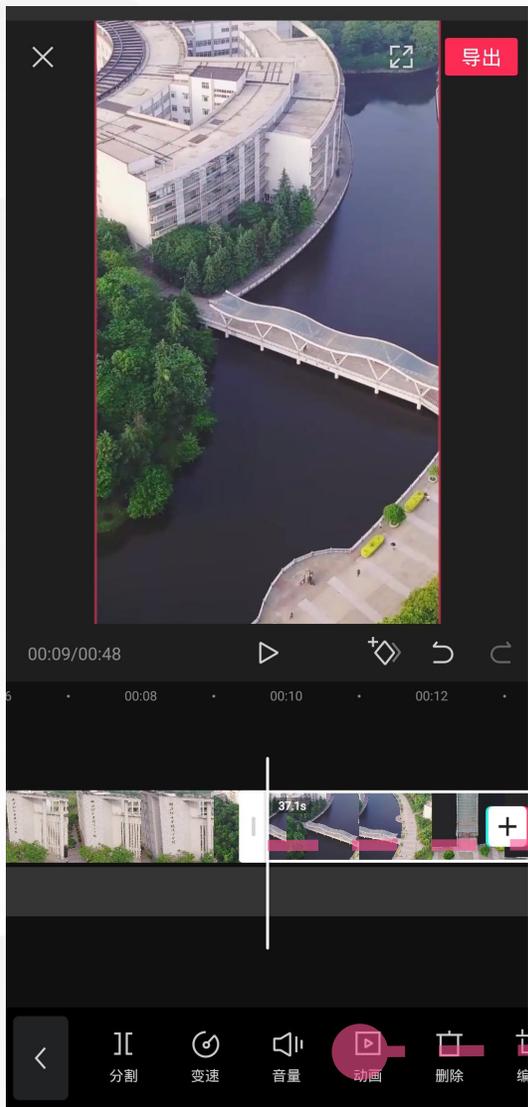
不透明度



不透明度



## 03 转场动画工具



动画工具可以给视频片段添加一些动画效果

① 选中一段视频素材或视频片段

② 左右滑动找到动画工具

## 03 转场动画工具



有入场，出场和循环（或组合）三种动画，入场定义片段出现时的效果，出场定义片段消失时的效果，循环（组合）定义片段显示过程中的效果；在同一个片段上，入场，出场，组合动画只能应用一个

选择动画效果类型

调整动画时长

选择动画效果

## 03 转场动画工具



蒙版是什么呢？

就好比一块透明玻璃，玻璃上半部分没有被遮住，玻璃下半部分被黑色布快遮住，我们把这块透明玻璃放到一个完整物体上，透过玻璃只能看到物体的上半部分，物体下班部分被遮住我们看不到，这就是蒙版，我们只能看到一部分内容，另外一部分内容被遮住

① 选中一段视频素材

② 左右滑动找到蒙版工具，点击

## 03 转场动画工具



有六种预设蒙版，其中蒙版类型上灰色部分表示可见，黑色部分表示不可见。

➔ 拖动或者双指缩放可以改变蒙版应用范围

➔ 上下拖动选择蒙版平滑过渡程度

➔ 选择蒙版类型

➔ 可以反向蒙版，之前可见现在为不可见，之前不可见现在为可见

## 03 转场动画工具



一部分内容被遮住

# 第4节

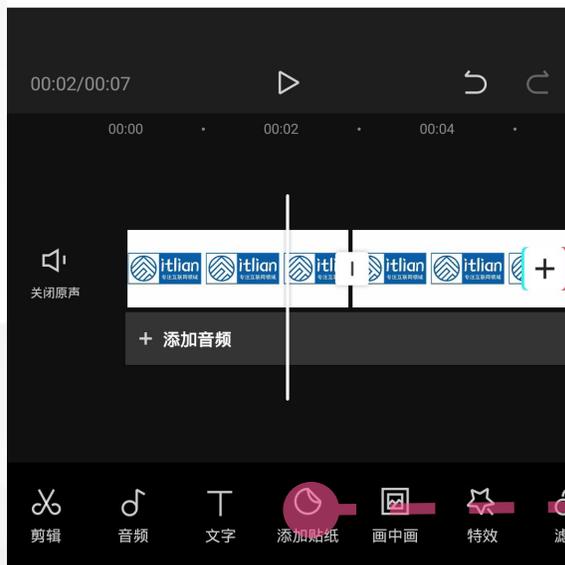
1、贴纸介绍

2、贴纸页面展示

3、用途



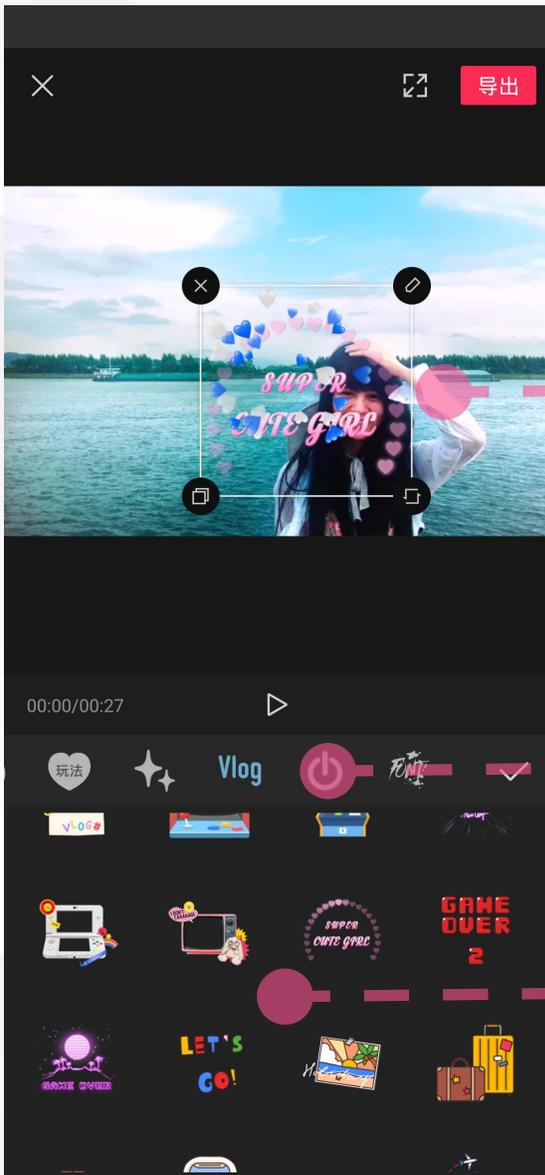
# 01 贴纸介绍



使用贴纸工具可以添加动效贴纸，会生成一条贴纸轨道，贴纸轨道可以有几条，效果也可以叠加

———> 点击添加贴纸工具，或点击文字—添加贴纸

# 01 贴纸展示页



预览界面，可以双手缩放、旋转调整贴纸的大小和角度，拖动方框调整贴纸位置

点击方框左上角×，可以删除贴纸；点击方框左下角复制可以复制贴纸，贴纸所有效果都会复制；点击方框右上角画笔可以重新编辑贴纸的出场动画，点击右下角图标可以移动贴纸

左右滑动选择分类贴纸

选择贴纸

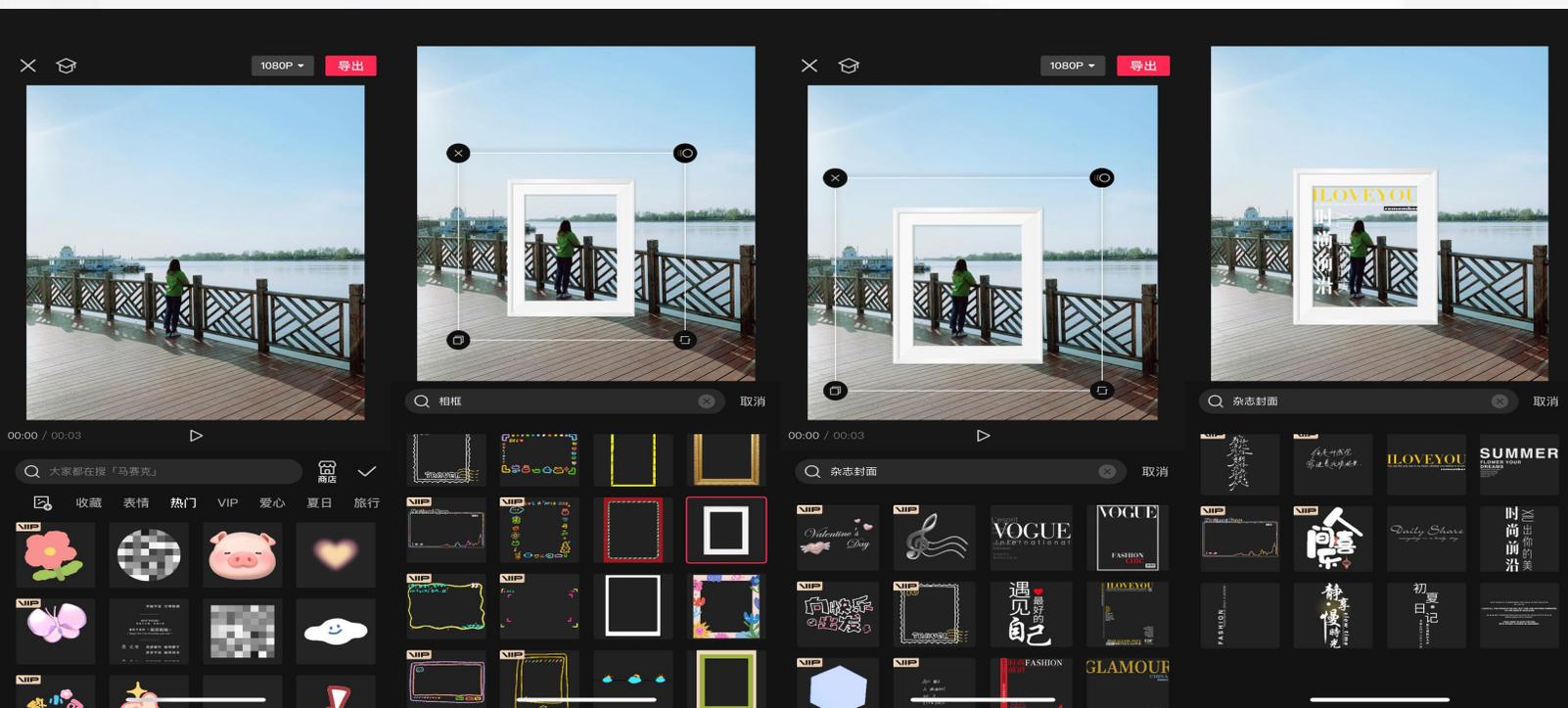
# 01 贴纸用途

贴纸是剪辑工具的第二大素材库，他的作用类似于文字，可以增加素材内容的趣味性和可读性，让作品更加丰富多彩。

开始创作

点击：贴纸

搜索栏找到自己想要的素材：例 相框，到图片上去设置大小（X表示取消与选择，O表示贴纸动画、□表示复制贴纸      表示方法缩小旋转）

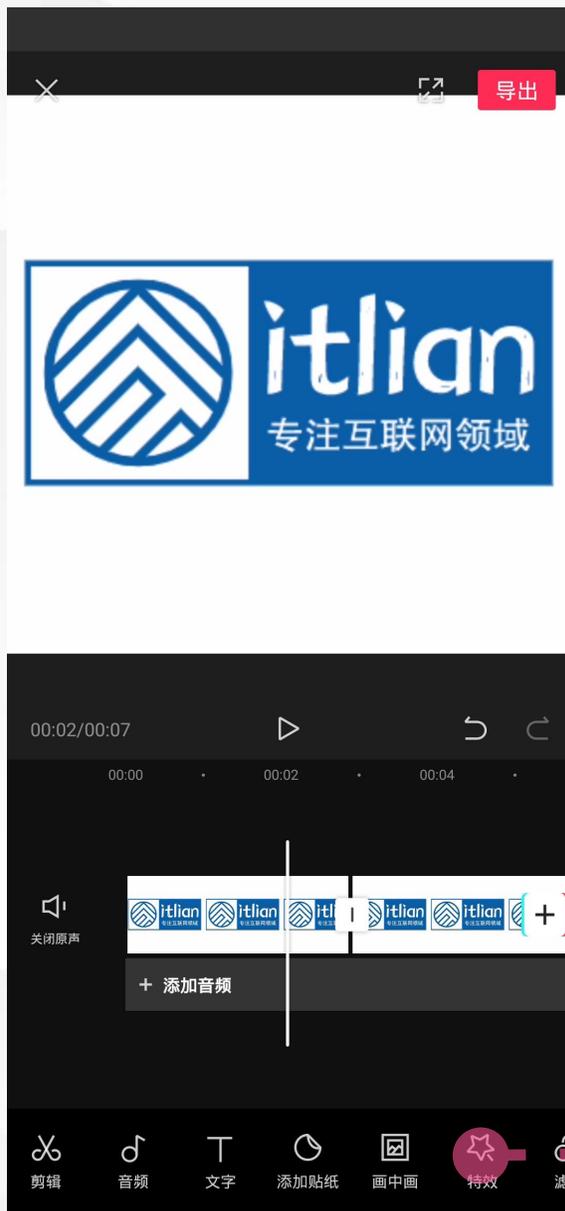


# 第5节

- 1、特效功能介绍
- 2、特效页面介绍



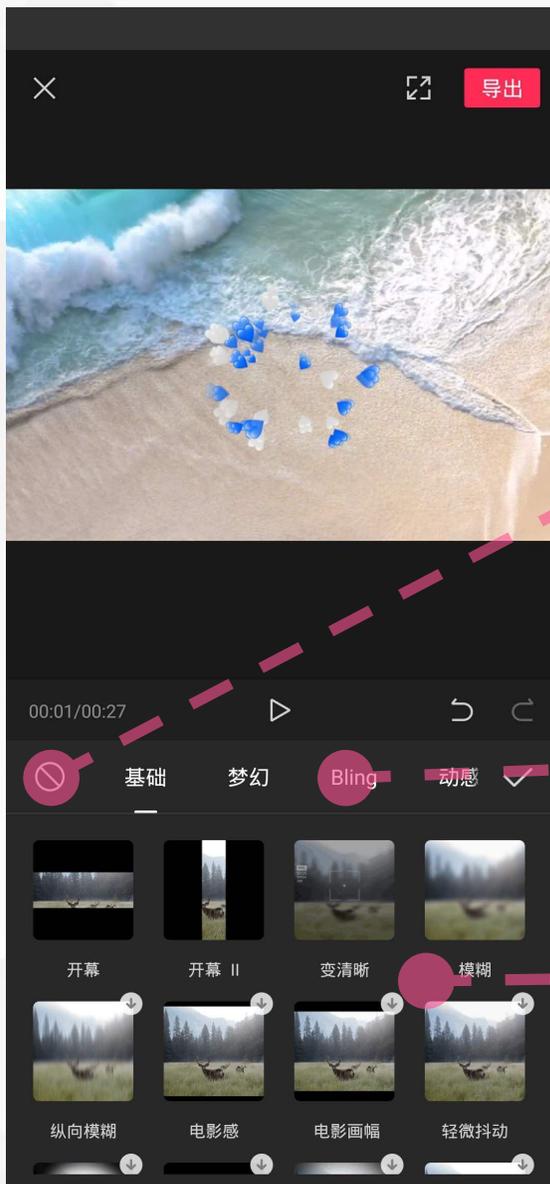
# 01 特效工能介绍



特效工具用来给视频添加很多炫酷的特效，可以添加多条特效轨道，不同特效轨道的效果也可以叠加；每一个特效片段都可以在轨道间上下互相移动，在特效轨道中，可以调整特效的出现位置和时长

点击特效工具

## 02特效页面介绍

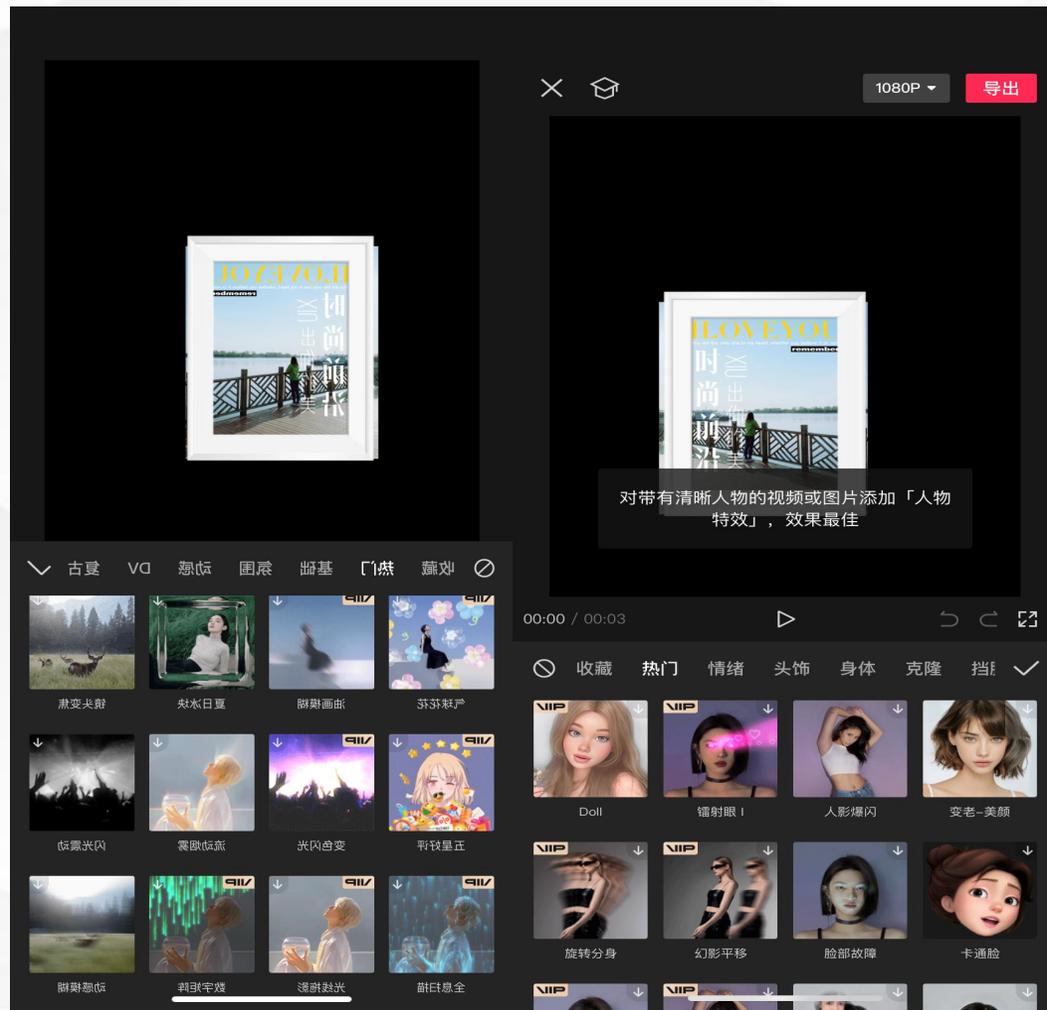


点击轨道空白处，可以新增特效

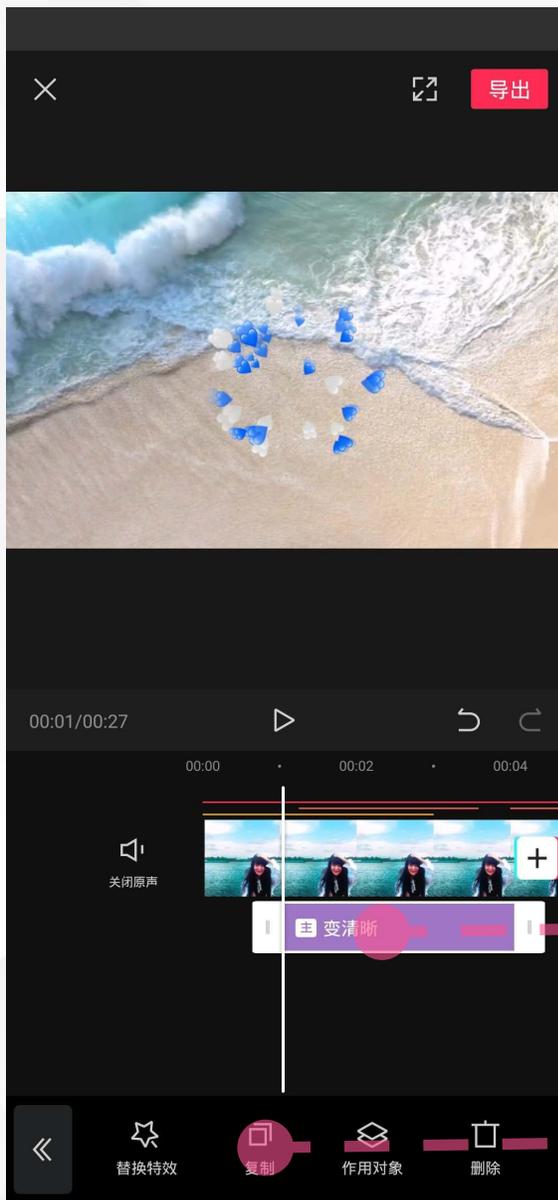
取消特效应用

左右滑动选择特效类型

选择特效



对带有清晰人物的视频或图片添加「人物特效」，效果最佳



可以移动特效位置，选择特效持续时间

可以复制、删除、替换特效



抖音

抖音号: 2192386828

抖音

**家常饭试试这样拍  
5个镜头拍出大片感**



# 7. AI工具简介



### 1. 什么是豆包、 Deepseek?

是一款国产 AI 工具，不仅能够帮助我们解决日常问题，还能在工作和学习中提供极大的帮助，相比其他同类工具，无论推理能力、文字处理能力、思考能力、还是框架构建能力都更强大，重点是，免费

### 2. Deepseek 如何下载和注册?

记住：要么去官网下载，要么在应用市场里面，要认证请是官方的那个版本。

### 3.





模型	指标说明	提示词
<b>我是谁</b>	背景分析，方便AI了解你。我自己的背景有哪些？我想让AI从什么角色来进行分析？	我们是双职工家庭，家里有一个老人和一个5岁小孩
<b>我要干什么</b>	我的目标是啥？写文案？做图片？写诗？写减肥计划？	制定一份家庭健身计划
<b>我有什么要求</b>	你要做的这件事情，具体有哪些要求，可以详细告诉AI	工作日仅有早晨30分钟和晚间1小时空闲，需兼顾5岁儿童

## 4.具体应用:

1.政策解读: 将《乡村振兴促进法》条文输入, 要求“转化为村民易懂的问答手册”。

DeepSeek可生成条目式问答, 如“问: 土地流转收益如何分配? 答: 按合同约定, 村集体提留不超过20%, 剩余归承包户所有”, 并附案例说明。

进阶应用: 结合本地数据(如某村人口、产业现状), 生成针对性实施方案, 例如“基于本村土豆种植优势, 建议申请省级农业产业园项目, 需提交材料清单如下……”。

2.通知与公告起草: 输入“起草关于防汛应急演练的通知, 需包含时间、地点、参与单位、物资准备要求”, DeepSeek可生成包含政策依据(如《防汛应急预案》条款)和具体安排的文本, 并建议添加“各村需于3日内反馈参演人员名单”等细节。

# 8. AI视频文案撰写



## 智能文案生成

生成式AI通过自然语言处理（NLP）技术，输入关键词即可快速生成多风格文案。例如：我是呼玛县一名短视频创作者，我想创作一个关于野生蓝莓的短视频，请给我生成一份脚本：包含“呼玛县野生蓝莓花青素”等关键词，自动生成涵盖产品卖点、场景联想等维度的文案，如“北纬52°寒地蓝莓，天然护眼黄金”等。风格适配：支持幽默、激情、科普等多种风格选择，满足不同受众需求。

### 幽默风格——“蓝莓侠：北纬52°的护眼超人”

场景：创作者扮演“蓝莓侠”，身穿蓝色披风，手捧野生蓝莓果篮，背景为呼玛县森林。

文案：“嘿！我是来自呼玛县原始森林的‘蓝莓侠’！别看我这果子小，花青素含量可是打败了99%的水果！[举放大镜对准蓝莓果皮]瞧，这层白霜就是天然抗氧化战甲！熬夜刷手机？眼睛干涩？[戴墨镜摆酷]每天10颗蓝莓，护眼效果堪比‘人肉防蓝光膜’！[掏出一瓶蓝莓汁]浓缩版花青素，一杯顶十斤！大兴安岭的‘护眼黄金’，专治各种不服！”卖点：花青素含量高、护眼功效、天然抗氧化。

### 激情风格——“北纬52°的蓝冰奇迹”

场景：航拍呼玛县雪原与森林，镜头切换至蓝莓采摘、工厂加工花青素产品。

文案（配激昂背景音乐）：“这里是北纬52°的呼玛县！零下50°C的极寒，锻造出野生蓝莓的‘生命奇迹’！[镜头：冰冻蓝莓特写]每一颗果实，蕴藏16种活性花青素！[切换实验室场景]科学家证实：它的抗氧化力，碾压人工蓝莓！[举起蓝莓胶囊]从原始森林到你的掌心，呼玛蓝莓花青素——抗衰老、护血管、防癌变的天然堡垒！[最后画面：蓝莓酒倒入酒杯]这抹深蓝，是大自然馈赠的健康密码！”

卖点：极寒环境、活性花青素、全产业链加工。

# 爆款脚本指令

示例1使用悬念：从140到90斤，她到底经历了什么？

示例2反差性提问：每次安检都会被拦，妆前妆后的差别真的那么大吗？

示例3使用数字和数据：摄影师必看的10部电影，构图绝美！

示例4使用情感词汇：40W，确让我的小家在县城显得“格格不入” 示例

示例5促发恐惧或希望：被内卷的95后，出路在哪里？

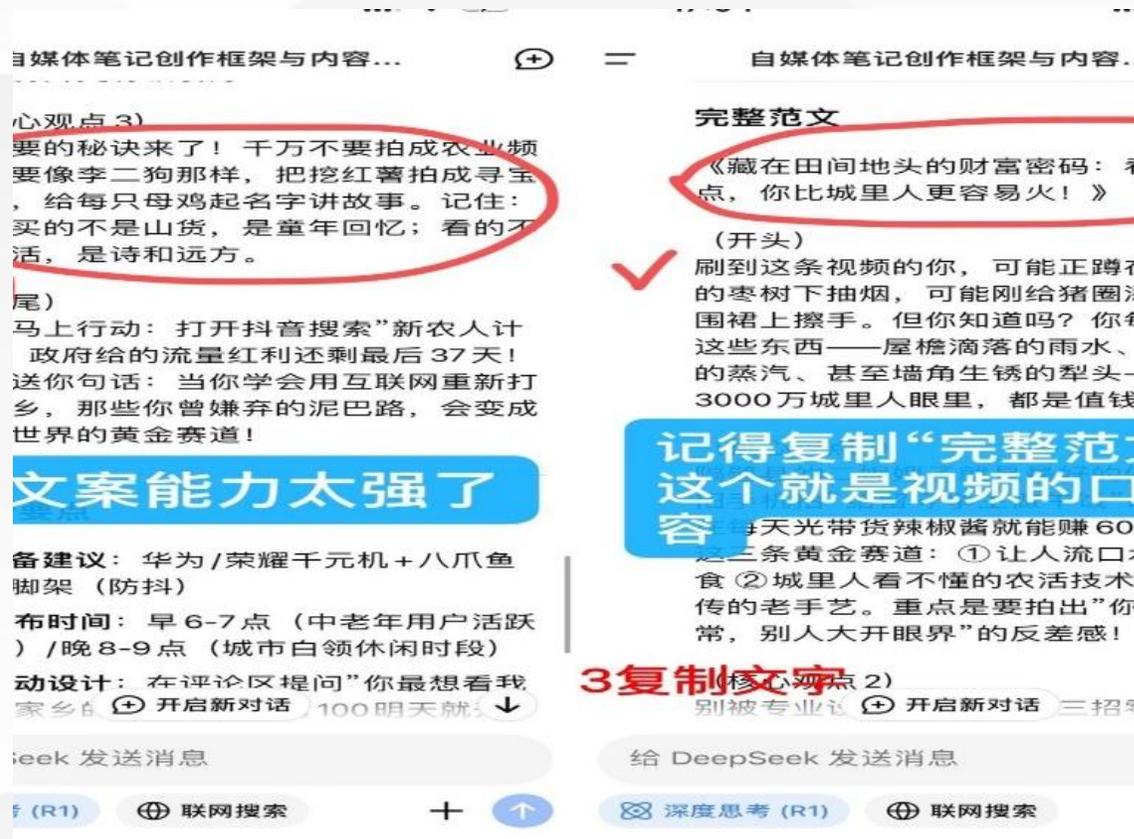
## 利用DeepSeek生成创意与脚本

- 1.明确需求：向DeepSeek提出具体需求，包括视频背景、目标受众、风格定位等。
- 2.细化要求：进一步描述视频所需包含的元素，如场景、产品特写、人物互动等。
- 3.生成脚本：DeepSeek将根据需求生成脚本框架，包括开场、环境展示、产品特写、人物互动及结尾等部分。
- 4.文生图：将DeepSeek提供的提示词输入AI绘图工具，生成符合需求的场景图。
- 5.一定要给AI设定明确的角色（如专家、博主、用户），限制条件越具体，生成的内容越精准。

# 8. AI辅助短视频创作



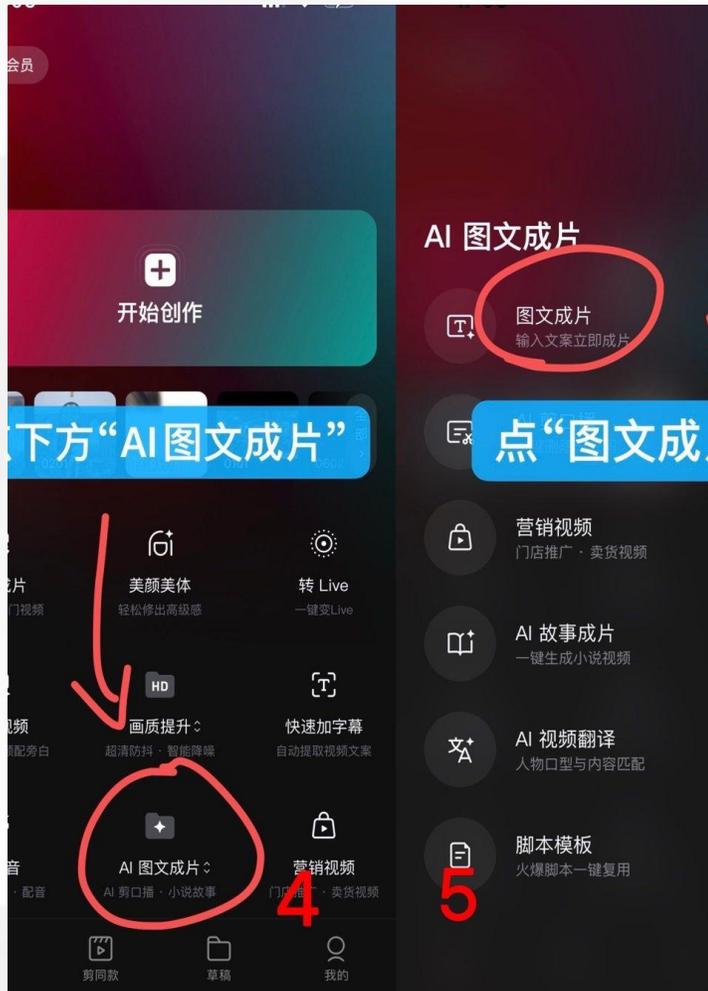
1.打开deepseek，选择“深度思考”，输入告诉它你要的视频方向，文字格式参考我的。



2、deepseek就会根据要求生成一段文字，这就是短视频的口播，按住这段文字点“复制”文本后选取你要的内容，通常是“完整范文”



3、打开剪映APP，找到“AI图文成片”——点击“自由编辑文案”——对话框中粘贴刚复制的“完整范文”——点“应用”——选择“职能匹配素材”{粘贴的口播文本可根据需求删改}



别被专业设备吓住！教你三招零成本起号：①早上5点跟拍父亲去稻田，录下踩露水的脚步声 ②特写母亲布满老茧的手剥玉米粒 ③用方言讲“为什么土鸡晚上要上树睡觉”。这些真实细节，比城里网红跳扭胯舞更有吸引力！

(核心观点3)

最点“智能匹配素材”要像李二狗那样，把挖红薯当成寻宝游戏，给每只母鸡起名字讲故事。记住：人们买的不是山货，是童年回忆；看的不是农活，是诗和远方。

请选择成片方式

8

×

智能匹配素材  
智能根据文案匹配视频、图片素材

使用本地素材

## 图文成片

自由编辑文案

生成视频，花费几秒钟

智能写文案

Beta

情感关系

视频生成中 3%

生成时间可能较长，请耐心等待

美食教程

取消

美食推荐

9

4、几秒后生成视频——点右上角“导出”——导出视频保存到相册。也可剪辑，点右上角“导入剪辑”——剪辑完点“导出”。

新版剪映以及剪映VIP会员自带部分AI生成视频以及剪辑功能！可以辅助创作，感兴趣的学员可以尝试！



# 5.短视频发布

## 一、发布前的准备

### (1) 内容合规性检查

确保视频无低俗、敏感或侵权内容（如未经授权的音乐或素材），避免被平台限流。

呼玛县特色融入：突出地域关键词（如“北纬52°野生蓝莓”“呼玛寒地”），增强辨识度。

### (2) 标题与封面设计

标题：控制在20字以内，结合痛点与卖点（如“呼玛蓝莓护眼黄金！熬夜党必囤的花青素之王”）。

封面：选用高清晰度的蓝莓特写或呼玛自然风光，添加文字标签（如“天然花青素462mg/100g”）。

### (3) 标签与话题选择

垂直领域：#护眼好物、#健康养生；地域热点：#大兴安岭特产、#呼玛县野生蓝莓；

平台热门：#熬夜党必备、#花青素挑战。参与官方活动（如抖音“健康生活挑战”），提升曝光权重

## 二、发布时的关键操作

### （1）精准选择发布时间

最佳时段：根据目标受众活跃时间调整：上班族：早7-9点、午休12-13点、晚18-22点；学生群体：放学后17-19点、周末全天。

### （2）多平台差异化发布

抖音：强调前3秒吸引力，节奏紧凑；

快手：加入方言旁白（如东北话），突出“野生”“手工采摘”的真实感。

同步平台：微信视频号可关联公众号，引流私域流量。

### （3）利用平台工具加速冷启动

付费推广：抖音DOU+定向投放“健康食品爱好者”，快手快推选择“地域+兴趣”标签。

AI辅助：使用抖音豆包AI生成创意标题或优化描述。

### 三、发布后的曝光提升策略

#### (1) 引导用户互动

在视频结尾添加引导语（如“你觉得哪种蓝莓产品最实用？评论区告诉我！”），鼓励点赞、评论与转发。

回复热门评论，增加用户粘性，触发平台推荐机制。

#### (2) 借势平台算法规则

抖音算法优先推荐“完播率高、互动率高”的视频。可通过以下方式优化：

**前3秒设计：**用悬念、冲突或视觉冲击留住观众（如“这颗蓝莓的抗氧化力，打败了99%的水果！”）。

**视频时长：**控制在15-30秒内，避免拖沓。

「谢谢，  
观看」

YOUTH  
GRADUATION

JAPANESE PURE  
AND FRESH



# 从 0 开始运营抖音号 sop 文档

一、抖音养号	5
1 基本操作	5
2 熟悉抖音	5
3 抖音养号	5
4 抖音认证	7
二、账号运营	7
1 账号注册	7
2 账号设置	7
3 账号定位	8
4 垂直定位	10
5 账号布局	10
6 抖音运营	10
三、关注同行	11
1 关注前辈	11
2 挖掘同行	11
四、抖音算法	12
1 算法原理	12
2 优质视频	13
3 互动数据	13
4 降权限流	14
5 热门参考	14
6 热门技巧	14

五、疯狂涨粉.....	15
1 从涨粉到变现.....	15
2 如何涨粉.....	16
六、精准引流.....	16
1 视频引流.....	16
2 签名引流.....	16
3 账号引流.....	16
4 评论引流.....	16
5 私信引流.....	16
6 引流微信.....	16
七、抖音变现.....	17
1 如何变现.....	17
八、内容运营.....	18
1 内容布局.....	18
2 布局标准.....	18
3 原创视频.....	19
4 内容定位.....	19
5 内容类型.....	19
6 素材收集.....	19
7 15 秒视频.....	20
8 拍摄视频.....	20
9 视频制作.....	21
10 抖音工具.....	21
11 倒计时.....	21

九、发布技巧.....	21
1 上传技巧.....	22
2 发布频率.....	22
十、粉丝运营.....	23
1 粉丝互动.....	23
2 裂变玩法.....	24
3 粉丝分析.....	24
十一、数据分析.....	24
1 搜索数据.....	24
2 账号分析.....	24
3 视频数据.....	24
4 同行数据.....	24
5 粉丝运营.....	25
6 热门视频.....	25
十二、账号违规.....	25
1 账号违规.....	25
2 资料违规.....	25
3 作品违规.....	25
4 评论违规.....	25
5 版权违规.....	26
6 操作违规.....	26
7 关键词违规.....	26
十二、关于抖音的 Q&A.....	26
1 爆款短视频核心方法论是? .....	26

2 企业该如何做好抖音? .....	26
3 抖音个人玩家须知哪九点细则? .....	27
4 视频不见了和视频在审核是什么意思? .....	28
5 我的账户被盗了怎么办? .....	29
6 别人盗用我的视频怎么办? .....	29
十三、附件资料.....	29

12 个维度大纲教你零基础运营抖音，实现引流，涨粉，赚钱，一整套抖音系统运营方法论。

## 一、抖音养号

玩抖音，最重要的一招就是“养”。会养号，不管玩什么领域的抖音号，都很容易做到一个几十万粉丝的抖音账号。

### 1 基本操作

<https://mp.weixin.qq.com/s/z2Sv7FdZvsNAGEGIEguMrg>

<https://mp.weixin.qq.com/s/8hVIMZtVH2JJQ-rU670ydg>

### 2 熟悉抖音

自己操作的过程中，便会逐渐熟悉抖音各项功能和玩法。

### 3 抖音养号

#### 01 养号步骤

注册一机一卡一号，在 3-5 天只看视频不发视频，时长为 30-40 分钟。

观看过程中正常评论点赞互动，关注 5-10 个头部大号。

看十几分钟直播，买 60 抖币随机打赏并随机关注几个热门视频博主。

关注 20 个二三十万至百万的竞品账号，粉丝低于 1W 的账号下不要留个人微信号。

养号完成再修改个人资料和整体介绍部分。

#### 02 养号细节

第一、前五个视频没起来基本就会沦为僵尸号，也就是后面发出的视频得不到什么推荐量，即使有爆款视频出现也是偶尔走运，大部分视频的 4 项指标都低的可怜。

第二、别刷粉、别刷赞、别刷任何量，千万别刷！

第三、搬运视频是一个捷径，但是有的时候捷径并不适合所有人走，有些人能火是有

很多运气成分在里面，短期可以玩玩，对于长期做号是很危险的。最保险的生产方式还是踏踏实实做原创。

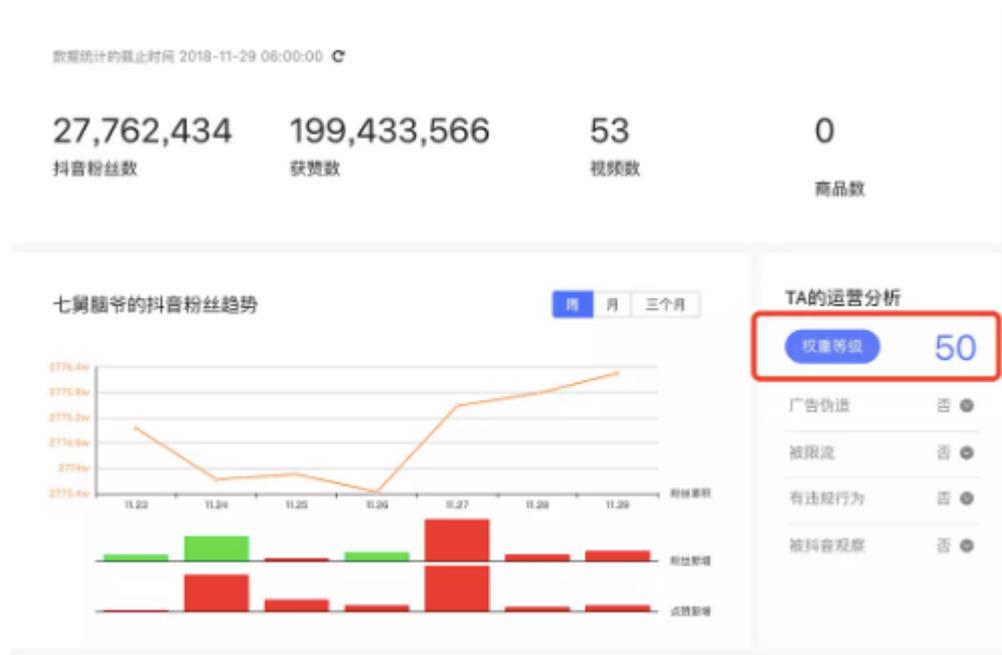
### 03 养号权重

权重是一个内在的数值，查看方式是看你的作品的播放、点赞、评论、转发等数据，数据越高证明权重越高，相应的曝光度就越高，越能火起来。

#### ● 抖音权重怎么查？

在抖大大的达人搜索页，输入「抖音昵称」或者「抖音号」，找到自己的账号，点击进入后可以查看到。

比如@七舅脑爷的：



#### ● 如何提高抖音权重？

- ① 完善你的账户资料，越详细越好，且不要打广告。
- ② 作品必须原创
- ③ 搬运的视频去水印，做伪原创
- ④ 保证时长，低于 7s“很难”被推荐
- ⑤ 多多参与线上挑战
- ⑥ 危险信息不要碰，包括抽烟、喝酒、烫头、辱骂、裸露、危险器械（仿真枪炮也不行）、黄赌毒暴力、抄袭、攻击羞辱诋毁、营销广告（请走官方通道）、冒充官方

(乱起名也不行的)。持续更新，保持活跃度。

## 4 抖音认证

### 01 认证方法

- 个人号加 v 认证

个人号加 v 链接: <https://jingyan.baidu.com/article/ac6a9a5e2f217a2b653eac08.html>

- 企业号加 v 认证

抖音企业号百科大全链接: <https://www.toutiao.com/i6591308376175542788/>

企业认证流程链接: <https://www.toutiao.com/i6538278409796059655/>

企业认证出现问题, 将抖音号、截图、问题等信息发送至邮箱 [renzheng@douyin.com](mailto:renzheng@douyin.com), 邮箱会在两个工作日内回复。

## 二、账号运营

账号运营最核心的就是:精准定位(垂直领域), 一个账号只定位一个领域。因为抖音垂直类账号, 技术门槛很低, 稍微用点心很容易做到几十万的粉丝。

账号定位直接决定了:人群精准度, 涨粉的速度, 引流的效果, 变现的能力。

### 1 账号注册

#### 01 个人号注册

<https://jingyan.baidu.com/article/5553fa82900a9465a3393410.html>

#### 02 企业号注册

<https://jingyan.baidu.com/article/414eccf6b46a6b6b431f0a00.html>

### 2 账号设置

#### 01 账号名字

改昵称一定要简单, 让别人一眼就能看得懂你是干啥的号, 这样大家才会更容易关注

你。比如说：销售高手、护肤小妙招、星座大师。

## 02 账号头像

如何改头像？如果不是打造个人品牌或者有很强的个性内容，建议用文字头像。这样更直接干脆，观众看了之后不用费脑筋去理解。毕竟玩抖音都是刷来刷去，观看你视频的人可能只停留了几秒钟，如果他一看到你账号的名字非常显眼，又是自己感兴趣的内容，很自然就会点击关注了，否则他可能一闪而过，关注率就会大大降低。

## 03 个性签名

我们的签名栏就是我们昵称的延伸，昵称没有讲清的价值，可以在签名栏说清楚。

## 04 视频作品

# 3 账号定位

## 01 个人号定位

个人号定位应该清晰明确，让人一眼能记住。如果往个人 IP 方向发展，最好介绍自己的一句标志性品牌 slogan。举例 papi 酱：一个集才华与美貌于一身的女子。



## 02 企业号定位

企业账号正确的定位原则应该是：长线营销思维、贯穿品牌理念、内容风格统一。

具体来说，抖音企业号定位有五要素：品牌理念、受众分析、账号人格、内容规划、运营团队。



品牌理念贯穿品牌主页所有规划与执行；

受众分析需要你了解品牌受众，明确用户需求；

账号人格则是品牌主结合品牌理念、用户画像和平台特点，打造的账号人设；

内容规划上，应根据用户需求，定期做具体制作规划（建议每个月要做一次）；

运营团队也需根据内容规划来匹配，因为运营团队的风格直接影响账号人格形象。

## 4 垂直定位

### 01 人群定位

### 02 行业定位

### 03 内容定位

### 04 产品定位

### 05 变现定位

## 5 账号布局

### 01 行业号布局

### 02 专家号布局

### 03 企业号布局

### 04 矩阵号布局

## 6 抖音运营

### 01 视频标题

### 02 视频提示

### 03 视频介绍

### 04 15 秒视频

## 三、关注同行

关注同行是我们的秘密武器，因为同行就是我们的前辈。

他们吃过的盐比我们吃过的饭还多，所以，我们时刻死盯同行。

因为我们所有赚钱的秘密都在同行这里，知彼知己，百战不殆。

我们知道同行干什么，才知道自己干什么！

### 1 关注前辈

同行是我们的导师，也是我们的战略指引。

### 2 挖掘同行

#### 01 直接挖掘

其实能够直接挖掘出来的同行都不是啥事。你知道方法，你的同行也知道方法，关键要把大家都不知道的挖掘出来。

## 02 裂变挖掘

这是挖掘高手同行最厉害的一招，以一敌百，非常轻松。

## 03 专挖高手

很多牛逼的同行高手隐藏的很深，这些才是我们重点要研究的对象。

## 04 研究对手

- 比同行还要了解同行
- 比同行执行力还要狠
- 比同行忠实粉丝还多
- 比同行变现能力还强
- 比同行后端盈利还牛

一个同行不行，不代表其他同行也不行。而且每个同行都有自己的牛逼之处，这一处是值得学习的。

# 四、抖音算法

掌握了抖音算法，也就掌控了精准流量的入口。让我们不再缺少精准客户，这套算法最大的好处。

## 1 算法原理

抖音的算法，其实是一个漏斗机制，跟今日头条的去中心化的推荐算法原理基本一致。

### 01 算法步骤：

- 冷启动流量池曝光

假设每天在抖音上有 100 万人上传短视频，抖音会随机给每个短视频分配一个平均曝光量的冷启动流量池。比如，每个短视频通过审核发出后，平均有 1000 次曝光；

- 数据挑选

抖音会从这 100 万个短视频的 1000 次曝光，分析点赞、关注、评论、转发等各个维度的数据，从中再挑出各项指标超过 10% 的视频，每条再平均分配 10 万次曝光。然后再去看哪些是点赞、关注、转发、评论是超过 10% 的，再滚进下一轮更大的流量池进行推荐。

- 精品推荐池

通过一轮又一轮验证，筛选出来点赞率、播放完成率、评论互动率等指标都极高的短视频才有机会进入精品推荐池，用户打开时，看到的那些动辄几十上百万点赞量的视频就是这么来的。

## 2 优质视频

### 01 优质视频的内核 10 个要素

- 引起共鸣和认同：观念、遭遇、经历和经历；
- 引起好奇：为什么、什么、何时、惊喜；
- 利益相关：身边息息相关、群体利益、地域利益；
- 引起思考：人生哲理、生活感悟；
- 引发欲望：食欲、爱欲、追求美好的过程；
- 探求未知：新奇的事物、新鲜的景色、人新鲜的一面、新奇的生活；
- 满足幻想：爱情幻想、生活憧憬、别人家的男朋友、别人家的老婆、别人家的宠物猫狗、那些你无数次幻想却不敢做的事情，别人活生生的来帮你实现；
- 感官刺激：听觉刺激、视觉刺激；
- 获取价值：有用的信息、有价值的知识、有帮助的常识；
- 强烈冲突：角色身份的冲突、常识认知的冲突、剧情反转的冲突、强烈反差造成的

戏剧性和趣味性、和日常经历不一样带来的冲突。

### 3 互动数据

影响内容进入流量池的 4 个关键数据因素：

- 完播率和复播率，一条内容被用户看到什么程度？看到 60%就划分为不及格，100%看完仅仅是及格，让用户反复观看，才是追求。40 秒的视频完播率，要比 50 秒几率大。
- 分享率，一条视频，被用户分享得越多，越容易进入抖音的流量池。
- 评论率，一条视频，用户评论越多，越容易得到推荐。
- 点赞率，点赞率越高，爆款的几率越大。

### 4 降权限流

### 5 热门参考

如果发布的视频，能在 1 小时之内，播放量突破 5000，而点赞量能大于 100，那么，得到系统推荐的机率就大很多了，基本上离热门也不远了。

视频时长一般是控制在 7—20 秒之间，可以得到一个比较好的视频完播率，超过 20 秒以上，如果你的内容不是太出彩就很可能刷过去了。

### 6 热门技巧

#### 01 调整发布时间

有统计显示，有 62%的用户，会在饭前和睡前刷抖音，而在公司路上、上厕所等碎片化时间刷抖音的仅有 10.9%。最好的发布时间点没有统一的标准，所谓的工作日中午 12 点，下午 18 点以及晚上 21 点-22 点，或者周五的晚上以及周末等，统统只是大家可能比较闲的时间段罢了，最多作为参考。

真正科学的发布时间调整是要想象一下，当你发完后，你的精准用户们，在当时那个时间点下，是否是看这个视频的最恰当状态？举个栗子，鸡汤类、情感类在晚上 21 点-

23点发是很适合的，因为这会大部分男男女女都是空虚寂寞冷的黄金高发期，正好迎合；而励志类、职场类的，早上8点—9点和中午11点半—12点半则是属于他们的黄金时间段了。关于发布时间，结合定位人群刷抖音的习惯和当时的状态，没有最好，只是最适合。

## 02 提升 4 个指标

抖音评价你在冷启动环节中的表现，主要看点赞量、评论量、转发量、完播率这 4 个指标。

因此，想获得推荐你就必须在视频发出之后，发动所有资源去提升这 4 个指标：

- 在视频描述里，引导用户完成点赞、评论、转发或看完视频的动作。

很多短视频会在视频描述和视频开头、结尾写到“一定要看到最后”、“心疼小姐姐的快点赞吧”，就是为了提升完播率。

- 在视频描述里，设置一些互动问题，引导用户留言评论，提升评论量。
- 通过回复用户评论，提炼视频核心观点，引导更多用户参与到话题讨论中来，进一步提升评论量。
- 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，以达到提升这 4 个指标。

## 03 积极参与挑战

上热门的方式有很多，但最简单、效果又最好的方式，就是利用抖音的“热门挑战”功能了。

在抖音上，每天都会有不同的挑战，你可以根据综合的对比来判断话题火爆的潜力，然后选出你认为最可能会火的话题进行模仿，这样可以提高上推荐的几率。

## 04 持续维护

抖音的推荐算法有时候会“挖坟”，从而带火一些优质的老视频。所以，对于比较优质的视频，你要持续做点赞、评论、转发，不断运营，也许过段时间这个视频就会被推荐了。

# 五、疯狂涨粉

抖音，是中国涨粉最快的神器，在抖音平台，作品为王。哪怕你没有名气，没有一个粉丝，完全零流量，一天涨个十万八万粉丝很正常。

在抖音，内容是涨粉最快的方式，内容要上热门，想拦都拦不住。

只要你生产了优质的原创视频，任何人都有机会在短时间内从 0 涨到 100 万粉丝。

## 1 从涨粉到变现

01 先涨粉(养自己的流量池)。

02 后引流(流量池过滤塞选)。

03 再变现(从陌生到超信任)。

## 2 如何涨粉

01 内容涨粉

02 话术涨粉

03 挑战涨粉

04 评论涨粉

积极回复评论、私信，被翻盘的粉丝可以成为忠实粉。

05 私信涨粉

06 互动涨粉

## 六、精准引流

流量不值钱，精准流量才值钱。真正的成交，无需任何的沟通。是客户想要，不是我们硬要卖。那要怎么做，核心是精准流量。原来引流一步走，现在要分两步。很多会员无法引流，那正确的引流方式是什么？下面的引流方法为你揭秘如何引流。

### 1 视频引流

2 签名引流

3 账号引流

4 评论引流

5 私信引流

6 引流微信

关键是什么时机引流最好，这个度其实是很难把控的。

## 七、抖音变现

热门重要、涨粉重要、引流更重要。但比这三个更加重要的就是变现，如果变不成钱，这些粉丝都是数据。赚钱简单，难在持续赚钱。如何持续，就是要有后端。因为，我们90%的利润都在后端。我们真正要挖掘的金矿是后端。

下面这些变现方式最常见，大同小异，重点是怎么玩，怎么能够真正赚钱，这才是你真正要学习的。

1 如何变现

01 线下引流

02 同城变现

03 销售广告

04 销售产品

05 服务变现

06 引流卖货

07 商品功能

开通电商橱窗功能需要同时满足这三个条件： $\geq 3000$  粉丝+ $\geq 10$  个视频作品+实名认证

08 知识付费

09 社群变现

10 抖音培训

11 企业运营

12 位置变现

13 变现绝招

14 后端变现

只要有精准粉丝，赚钱方式无穷，以上只是简单的列举了几个。而真正的赚钱方式是没有限定的，这是保证持续赚钱的精髓。

## 八、内容运营

变现的核心是精准流量。精准流量怎么来的，全靠内容吸引来的。内容是获得精准流量最快的方式，也是建立信任最快的方式，更是赚钱最快的方式。成交的最高境界，无需说服，而是客户自我说服，我们可能就是收个款就行了。这个是怎么做到的，还是靠内容。内容本身就自带流量、自带信任、自带欲望、自带成交要素。什么样的内容，吸引什么样的粉丝。你要什么样的客户，就要做什么样的内容。

### 1 内容布局

01 账号视频布局

02 单个视频布局

03 系列视频布局

### 2 布局标准

01 人群基数要大

02 涨粉速度要快

03 变现能力要强

3 原创视频

4 内容定位

5 内容类型

6 素材收集

01 采集平台

02 搜索挖掘

抖音短视频创作如何发散思维、利用搜索挖掘的素材持续产生选题呢？

- 热点结合

做抖音学会追热点、蹭热点已经是短视频运营人必备的一项特殊技能了。如今的互联网时代，热点几乎天天有，尤其是影视娱乐类热点经常成为爆点，如《人民的名义》大火时，除了是大湿兄 DSX、戏说热剧等 IP 的常规选题外，还被汽车娱乐星球从剧中人物的座驾入手蹭了一波热度，在天天快报上的播放量达到 320 万。除了从电视剧出发找切入点，还可以从网络流行元素的角度切入，比如表情包、测试等内容形式都自带流量，极易传播。

- 粉丝和用户中产生

我们不是用户，没有实际的体验，有时很难真正了解用户的需求。没关系，许多渠道可以帮助我们解决这个问题，如一些问答社区如知乎、悟空问答等，我们可以在上面发现用户的问题，把问题作为内容的选题储备，然后制作内容输出，可以说是直击用户痛点。

- **行业资讯/大咖**

某些特定的垂直领域，最新的行业资讯或者大咖观点可能比常规的知识类内容更加重要，尤其是涉及到最新政策类的内容，如查阅社保，最新的社保政策是一定要即时告诉到用户的。还有如考试类的自媒体，除了最新考试政策，一些较权威的名师观点的传达也是要即时的。

- **建立选题库（日常积累）**

做抖音切忌缺乏章法。一定要建立一个选题库，平时看到各种好的选题，就直接丢进去。选题库每周末整理一次，建立一个标准的工作流程，这样效率就会高很多，不会再出现今天到底发什么的绝望。

### 03 搬运原创

### 04 提炼总结

## 7 15 秒视频

### 01 开头设计

### 02 结尾设计

### 03 内容设计

### 04 介绍写法

## 8 拍摄视频

### 01 拍摄形式

- **真人出境拍摄**

学会运镜技巧

学会一人拍摄

学会精准借力

## ● 借力场景拍摄

属于非真人视频拍摄，方法和形式都非常多。可以结合自身情况选择最适合自己的拍摄形式。真人视频倒是简单，我们重点讲解非真人视频。

适合哪种就用哪种，都一样疯狂涨粉、疯狂引流，持续变现，不一定非得是真人视频拍摄。最厉害的就是非真人出境，这样可以批量操作，没任何限制，缩短工期。

## 9 视频制作

### 01 竖屏视频制作

横屏的是 16:9，竖屏的是 9:16

### 02 图文视频制作

### 03 手机视频制作

## 10 抖音工具

### 01 道具

优质视频采集工具：需要淘宝购买

链接地址：<https://item.taobao.com/item.htm?spm=a1z10.5-c.w4002-21272524651.15.265e50553m8O22&id=586312884156>

### 02 特效

### 03 音乐

抖音找热门且适合的 BGM 流程小技巧：先刷抖音，半小时找到了 3 首可以用的

觉得太慢，然后打开了飞瓜数据，5 分钟找了 5 首，还是太慢。再次打开抖音，找到音乐榜相关的账号，快速浏览，直接可以看原唱出处，5 分钟找了 20 首，这就很 nice。

## 11 倒计时

01 预览检查

02 内容模板

## 九、发布技巧

如果说抖音 15 秒内容运营铺垫，那么发布视频就是临一脚，关键看这一脚怎么踢比较好。上传设置没几个位置，关键还是在于细节，尤其是“挑战”“位置”“说点什么”更要注重细节。

### 1 上传技巧

01 封面玩法

02 标题设计

03 说点什么

在视频描述里，引导用户完成点赞、评论、转发或看完视频的动作。

很多短视频会在视频描述和视频开头、结尾写到“一定要看到最后”、“心疼小姐姐的快点赞吧”，就是为了提升完播率。

在视频描述里，设置一些互动问题，引导用户留言评论，提升评论量。

通过回复用户评论，提炼视频核心观点，引导更多用户参与到话题讨论中来，进一步提升评论量。

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，以达到提升这 4 个指标。

04 位置玩法

05 挑战玩法

06 草稿箱

## 2 发布频率

### 01 发布顺序

### 02 发布时间

有统计显示，有 62% 的用户，会在饭前和睡前刷抖音，而在公司路上、上厕所等碎片化时间刷抖音的仅有 10.9%。

最好的发布时间点没有统一的标准，所谓的工作日中午 12 点，下午 18 点以及晚上 21 点-22 点，或者周五的晚上以及周末等，统统只是大家可能比较闲的时间段罢了，最多作为参考。

举个栗子，鸡汤类、情感类在晚上 21 点-23 点发是很适合的，因为这会大部分男男女女都是空虚寂寞冷的黄金高发期，正好迎合；而励志类、职场类的，早上 8 点—9 点和中午 11 点半—12 点半则是属于他们的黄金时间段了。

### 03 更新频率

粉丝的多少，与作品的多少没有直接关系，有时发太多还会起到反作用，形成的刷屏让粉丝形成审美疲劳。所以，宁愿花一周打磨好一个作品，而不是 7 天做 21 个作品。

## 十、粉丝运营

维护粉丝，最终的目的把陌生粉丝变成忠实粉丝。这样忠实粉丝才会越涨越多，后续持续引流、持续变现才会更容易。我们和竞争对手最终较量的是谁的忠实粉丝多，忠实粉丝越多，变现能力就会越强。

### 1 粉丝互动

#### 01 内容互动

#### 02 私信互动

#### 03 评论互动

我们应该如何激发用户去评论呢？

一般情况下，我们会在视频的结尾或者标题里抛出一个问题性的句子，引发用户对视频的内容进行一个评论或者回答作者的问题。明星类视频就比较容易引发用户评论，不同明星的粉丝之间会互相吐槽，粉丝为了维护自己的爱豆详细，就回应或者攻击对方。另外，巧妙的制造冲突、留悬念等等，都可以有效的提高视频的爆款几率，技巧、知识都存在争议，有争议的时候，就会有评论了。还有就是留出悬念（有一些号会在视频的结尾不告诉你结果和答案，会在视频结束时告诉你，结果请看下一期），这个时候如果用户感兴趣就会去你的主页找啦。

#### 04 签名互动

#### 05 话术运营

### 2 裂变玩法

#### 01 关注裂变玩法

#### 02 喜欢裂变玩法

#### 03 转发裂变玩法

#### 04 保存裂变玩法

### 3 粉丝分析

## 十一、数据分析

玩抖音除了内容，最重要的就是数据分析。我们刚开始玩抖音号的时候可能用不到，随着我们的视频越做越多。越做越火，数据分析就显得尤为重要。因为数据运营直接决定了我们的产品方案、引流方案、变现方案、账号布局、内容布局、粉丝布局。

关于数据分析主要从有六个方面：

#### 1 搜索数据

## 2 账号分析

## 3 视频数据

## 4 同行数据

## 5 粉丝运营

## 6 热门视频

作为抖音运营者，数据粉丝是每个运营达人的基本功。必须学会数据分析，并制定出相应的执行方案，测试。尤其做了一段时间，播放量不高，需要用到数据分析。播放量高，涨粉量不高、引流效果，也需要数据分析。后续的操作，全屏数据指引方向，全屏同行指引方向。

## 十二、账号违规

在抖音只要你不违规，一旦获得平台的推荐，那流量真的就不是流量，可以用洪水来形容，非常凶猛，想停都停不下来。

违规前言:主要给大家讲一些关于抖音违规方面的内容，重点还是细节上的违规。因为一旦违规:限制流量，屏蔽热门；屏蔽功能，限制使用；删除视频，封号数日。

其实我认为限流是最严重的惩罚，各位会员必须重视抖音的任何一个细节。一旦被限流，明明可能 100 万播放量的大热门，最终可能只有几万到几十万，得不偿失。

在抖音，内容为王，投机取巧先放一放。快，就是慢！慢，就是快！

主要从以下方面讲解：

### 1 账号违规

### 2 资料违规

### 3 作品违规

内容行为不雅观、大面积纹身裸露、未成年人模仿会对其不利内容（枪支、抽烟、舞刀、暴力、危险恶作剧等）、虐待、违法等不良行为过程。灵异事件、恐怖镜头让人感到不适，如蛇、特效制造出惊悚，吓人视频。

#### 4 评论违规

#### 5 版权违规

#### 6 操作违规

#### 7 关键词违规

## 十二、关于抖音的 Q&A

### 1 爆款短视频核心方法论是？

核心方法论第一条：找到账号定位，搭建普世、又有鲜明特色的“人设”。

核心方法论第二条：统一视频风格、内容调性，结合巧妙的编排，让用户印象深刻。

核心方法论第三条：合理新增角色，不断丰富的剧情，更多反转的套路，结合更多话题点。

核心方法论第四条：定制化内容。

举例：比如双 11、情人节、春节这些节日都需要提前策划内容选题，推出定制化内容。

### 2 企业该如何做好抖音？

企业切入抖音有多种形式：

可以自己搭建团队，自建 IP 制作视频；

可以找合作公司合作代运营抖音；

也可以与营销公司合作，通过短视频平台来进行营销。

专业制作抖音短视频的流程是怎样的？

## 01 拍摄第一步——确定选题和剧本

定位是什么，是要实用？要搞笑？要走心？还是要猎奇？

剧本是什么，就是拍摄的流程和整体方案；

## 02 拍摄第二步——拍摄思路与形式

画面如何吸引人？帅哥美女出境，利用滤镜、美颜、特效功能，画面要够美

如何让观看者停留时间更长？

实用类：快速说明主题，封面配文案；

娱乐类：搭配有吸引力的音乐；

结合真人出镜效果更佳；

## 03 拍摄第三步——拍摄工具&规则

结合可以帮助拍摄的工具：拍摄支架、打光灯等

准备好服化道：服装、化妆、道具等

充分利用内置相机的自带功能运镜：速度、倒计时、慢动作等

需原创、无水印：主要指本地上传的视频

## 04 拍摄完成——编辑视频

背景音乐：利用不同风格音乐打造视频风格，安卓版抖音可本地上传音乐。

特效利用：（主要针对本地上传的视频），充分利用动作、倒流、反复等效果

封面选择：选择视频里比较精彩的为封面

打上标题，让精准受众一看就知道你要表达的主题是什么，更利于精准引流；

一旦陌生抖友因为你的一条抖音成为你的粉丝，那么，统一的封面风格，会让属于你

这个垂直领域的新粉丝迅速成为你的精准粉，有利于高质量粉丝的沉淀和粘性的培养。

### 3 抖音个人玩家须知哪九点细则？

第一：定位——做任何事都不能盲目，不能看别人怎么做好，你就一味去模仿，今天模仿这个，明天模仿那个，没有什么意义，相反，还会让平台认为你的稳定性差，不利于推荐。做好清晰的定位，然后深根挖掘，坚持做下去，打造个人 IP 或者品牌 IP！

第二：坚持——做任何事情一定要坚持，如果今天发一个，后天发一个，想起来就发一个，不能做到每天都发的话，那还不如不做！

第三：模式——如果你是为了变现，那肯定会有部分广告因素存在，所以，不要想一个号做到 100 万粉丝，可以做 5 个 10 万个号，每个号 10—20 万粉丝，鸡蛋不要放在一个篮子内！

第四：规则——一定要遵守平台规则，不要挑战概率！

第五：积累——秋天的收获一定是经历了春天的播种、夏天的成长，没有积累，何来成果，不要想一个视频就会有几十上百万粉丝！

第六：心态——先完成粉丝积累，再进行转化，如果因为一两个粉丝而损失几十万上百万的账号，自己算是否划算！

第七：专业——术业有专攻，听从专业的建议！

第八：方法——如果你现在还不知道怎么玩抖音引流，可以多在抖音上看看同行是怎么玩的，找 20 个同行，去摸着石头过河，一定也可以！

第九：如果你家有矿，直接去收购几家网红公司，请忽视上面 8 条！

上热门的方式有很多，但最简单、效果又最好的方式，就是利用抖音的“热门挑战”功能了。

在抖音上，每天都会有不同的挑战，你可以根据综合的对比来判断话题火爆的潜力，然后选出你认为最可能会火的话题进行模仿，这样可以提高上推荐的几率。

### 4 视频不见了和视频在审核是什么意思？

视频不见了=内容违规被平台审核下架

视频在审核=视频正常进入抖音平台审核流程，耐心等待即可。

一般情况下，审核会在几分钟内完成；随当日机器人和人工状态的不同，部分作品审核时间可能会延长。

## 5 我的账户被盗了怎么办？

万事冷静，我们有账户追回的处理方案。按如下处理即可，同时提醒大家官方不会向大家索要验证码。先找到运营同学，说明被盗详情，将账户封禁及时止损。

请按照以下指示准备相应材料，并发送邮件至 [feedback@douyin.com](mailto:feedback@douyin.com) 请将邮件主题命名为【申诉资料+抖音昵称】。

需要准备的材料如下：下载并填写《账号申诉申请书》，打印纸质版并签字，上传电子版（命名为昵称+抖音 ID+申请书）以及附有签名的纸质版照片。

本人手持身份证和写有“仅用于抖音盗号找回”纸张的照片。要求本人、身份证和纸张在同一照片中，且字迹清晰可辨。

本人被盗经过的详细阐述，可附上诈骗方账号信息，以及所有截图证据（请将图片证据汇总至同一 Word 文件中，命名为昵称+抖音 ID+阐述）。

## 6 别人盗用我的视频怎么办？

请自行填写抖音侵权投诉链接：<https://douyin.jinshuju.com/f/1eYIFN>，有专人每天查看处理，按现有侵权处理标准进行操作；

## 十三、附件资料

2018 抖音大数据报告（完整版）

[https://mp.weixin.qq.com/s/iGNSmgb\\_4Ou\\_xVqHH6nREw](https://mp.weixin.qq.com/s/iGNSmgb_4Ou_xVqHH6nREw)

6000 字思维导图告诉你什么是真正落地的业务数据分析

[https://www.jianshu.com/p/c0bda601ea7b?utm\\_campaign=haruki&utm\\_content=note&utm\\_medium=reader\\_share&utm\\_source=weixin\\_timeline&from=groupmessage&isappinstalled=0](https://www.jianshu.com/p/c0bda601ea7b?utm_campaign=haruki&utm_content=note&utm_medium=reader_share&utm_source=weixin_timeline&from=groupmessage&isappinstalled=0)



# 营销策略分析与案例



The footer features a blue-to-green gradient background with a repeating pattern of educational icons such as books, pencils, and film reels. A horizontal bar with segments of purple, orange, green, and pink is positioned above the gradient. A white circle is located on the right side of the footer.



- 一. 借力营销
- 二. 借势营销
- 三. 路透营销
- 四. 跨界联名
- 五. 病毒式营销
- 六. 错位营销
- 七. 盲盒营销

# 借力营销

01



# 定义与背景

## 定义

借力营销指借助于外力或别人的优势资源达到实现自己制定的营销目标或是营销效果。

## 背景

在市场竞争日益激烈的环境下，企业难以单凭自身力量实现快速扩张和市场份额的抢占。借力营销成为企业突破营销瓶颈、提升品牌知名度的重要手段。



# 小米案例介绍

## 案例背景

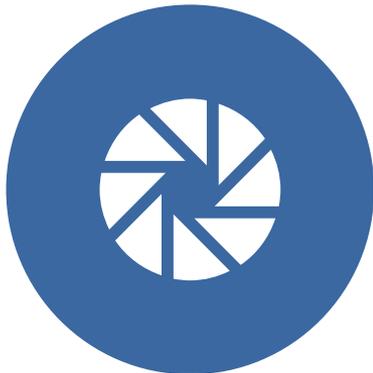
小米科技有限责任公司成立于2010年，初期专注于智能手机研发和生产，通过高性价比和快速迭代产品获得市场认可。随着公司规模逐渐扩大，小米开始涉足其他智能硬件领域。

## 借力营销实践

小米通过饥饿营销、线上营销、线下活动营销及跨界合作营销等多种方式，巧妙借助外力实现品牌知名度和市场份额的快速提升。

## 饥饿营销

通过限量销售、预约购买等方式，激发消费者的购买欲望和品牌忠诚度。



## 线上营销

通过官方网站、电商平台等渠道进行销售，同时利用社交媒体平台进行宣传和推广，提高品牌知名度和用户黏性。

## 线下活动营销

通过新品发布会、体验会、路演等线下活动，让消费者更直观地了解小米产品的特点，提升品牌形象和市场地位。

## 跨界合作营销

与不同领域的品牌联合推出创新的产品和服务，扩大品牌影响力。

# 应用前后对比

## 应用前

小米在智能手机市场竞争激烈的环境下，面临品牌知名度不高、市场份额有限等挑战。

## 应用后

通过借力营销策略的实施，小米成功提升品牌知名度，扩大市场份额，成为全球领先的智能手机制造商之一。同时，在智能硬件、物联网、人工智能等领域也取得了显著进展。



# 优缺点分析



优点：

低成本高效益：借力营销能够利用外部资源实现营销目标，降低企业自身的营销成本。



快速提升品牌知名度：通过与热门事件、明星等关联，借力营销能够迅速吸引公众关注，提升品牌知名度。

# 优缺点分析

## 增强市场竞争力

借力营销有助于企业拓展新的市场领域，增强市场竞争力。

# 优缺点分析



## 缺点:

依赖外部因素：借力营销的成功往往依赖于外部因素的发展，企业难以掌控这些因素的变化。

**潜在的法律风险：**在借力营销过程中，企业可能面临知识产权、隐私权等方面的法律纠纷。

消费者疲劳和抵触心理：频繁的借力营销可能引起消费者的反感，导致消费者疲劳和抵触心理。

# 借势营销

02



# 案例背景



## 热点事件关联



某运动品牌成功借助国际体育赛事热度，推出限量版运动鞋，迅速吸引市场关注。



## 明星效应利用



某化妆品品牌邀请当红明星作为代言人，通过明星的社交媒体影响力，提升品牌曝光度。



## 节假日氛围营造



某电商平台在春节期间推出年货节活动，结合节日氛围，推出特色商品和服务，促进消费增长。

# 具体措施与策略

精准定位：根据热点事件或趋势，精准定位目标受众，制定针对性的营销策略。



内容创新：结合热点或趋势，创新营销内容，以新颖、有趣的方式吸引用户注意。

多渠道传播：利用社交媒体、短视频平台、直播等多种渠道，扩大营销信息的传播范围。

互动营销：通过抽奖、问答、挑战赛等互动形式，增强用户参与感，提升品牌忠诚度。

# 成效评估与反馈



## 品牌曝光度

监测活动期间的品牌搜索量、媒体报道量等，评估品牌知名度的提升程度。

## 销量增长

通过对比活动前后的销量数据，评估营销活动的直接销售效果。



## 用户反馈

收集用户评价、社交媒体讨论等，了解用户对活动的满意度和改进建议。

# 风险考量因素



**热点时效性：**借势营销的热点事件或趋势往往具有时效性，需快速响应并灵活调整策略。

**热点关联性：**确保所选热点与品牌形象、产品定位高度相关，避免强行关联带来的负面影响。

**舆论风险：**关注舆论动态，及时应对负面言论，维护品牌形象。

**竞争压力：**在热点事件或趋势中，竞争对手也可能采取类似营销策略，需保持创新性和差异化。

# 路透营销

03



# 背景信息与实施细节



## 定义与起源

路透营销是指通过非官方渠道提前曝光产品、服务或明星动态等内容，以制造话题、吸引关注并促进销售的营销策略。该策略起源于影视宣传领域，现已广泛应用于各类营销活动。

## 实施主体

路透营销的实施主体多样，包括但不限于品牌方、媒体、粉丝、代拍等。品牌方通过精心策划的路透内容，引导公众关注；媒体和粉丝则可能基于兴趣或利益驱动，自发传播路透信息。

## 实施方式

路透营销的方式包括但不限于图片、视频、文字描述等。这些内容通常包含产品细节、明星动态、拍摄现场花絮等，旨在激发公众的好奇心和购买欲。

# 制造悬念与舆论引导



## 悬念设置

路透营销通过提前曝光部分信息，制造悬念感，引发公众猜测和讨论。例如，在电影上映前曝光部分剧情片段，或在新品发布前泄露部分设计细节。



## 舆论引导

品牌方通过精心策划的路透内容，引导公众舆论向有利于自身品牌的方向发展。例如，通过正面评价的路透内容，提升品牌形象和口碑。



## 互动参与

路透营销还鼓励公众互动参与，如投票选择最喜欢的路透内容、参与话题讨论等。这有助于增强公众对品牌的归属感和认同感。

# 结果讨论与影响分析

## 正面效果

路透营销能够快速提升品牌曝光度、吸引关注并促进销售。同时，通过制造悬念和舆论引导，有助于增强公众对品牌的记忆度和好感度。

## 潜在风险

然而，路透营销也存在一定风险。过度路透可能导致正式内容失去新鲜感，影响观众体验。此外，不实或负面的路透内容还可能损害品牌形象。

## 案例分析

通过分析具体案例，如某品牌新品上市前的路透营销效果，可以深入探讨路透营销的优缺点及适用场景。

# 注意事项及改进方向

**保护知识产权：**路透营销中涉及的知识产权问题应引起高度重视。品牌方应确保路透内容不侵犯他人权益，并妥善处理相关授权事宜。

**平衡信息泄露与保护：**在制造悬念的同时，品牌方应平衡信息泄露与保护的关系，避免过度路透影响正式内容的吸引力。

**加强监管与引导：**媒体和社交平台应加强对路透内容的监管与引导，防止不实或负面信息的传播对公众造成误导。同时，鼓励正面、积极的路透内容传播，营造良好的营销氛围。

**创新营销策略：**随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化，品牌方应不断创新路透营销策略，以更好地满足市场需求和提升品牌形象。例如，结合社交媒体互动、线上线下联动等方式，打造更具吸引力和传播力的路透营销活动。

# 跨界联名合作模式

04



# 合作模式探索及案例介绍



## 品牌+IP

品牌与热门IP合作，利用IP的影响力扩大品牌曝光度，如喜茶与知名潮玩品牌BEARBRICK联名，推出特调饮品和联名公仔，吸引年轻消费者。

## 品牌+品牌

不同领域的品牌通过联名合作，共享品牌资源，如Nike与Apple推出Nike+ iPod Sport Kit，将运动与音乐结合，提升双方品牌吸引力。



## 品牌+文化

品牌与特定文化元素结合，传递品牌的文化内涵，如TEAM CHINA中国国家队与国民IP“大闹天宫”联名，推出“天宫助威团”主题产品，融合体育与中华文化。

# 影响力扩散途径分析

01

## 社交媒体营销

利用微博、微信、抖音等社交媒体平台，发布联名产品相关信息，引发用户关注和讨论，如瑞幸咖啡与茅台的联名“酱香拿铁”在社交媒体上广泛传播。

02

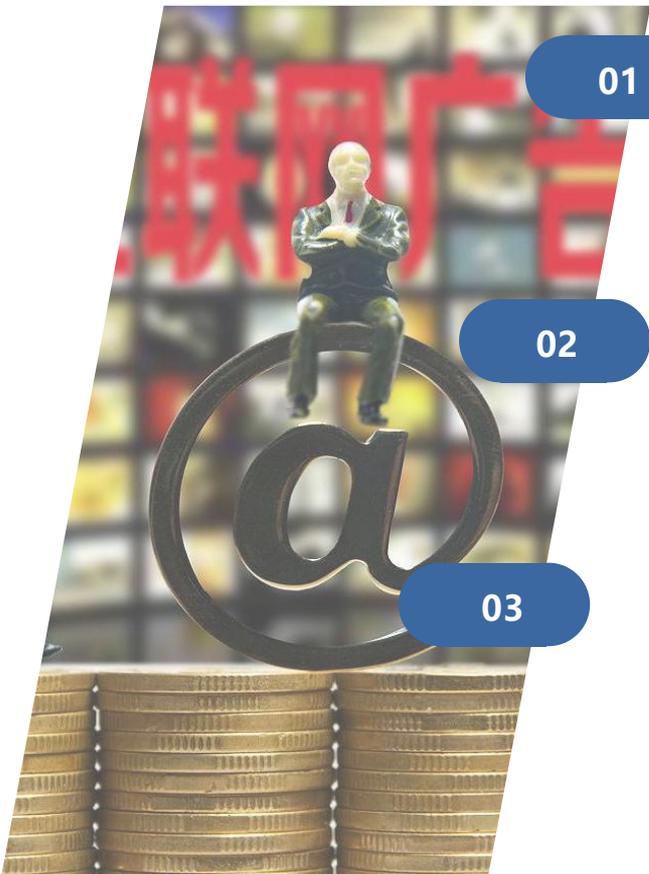
## KOL/网红推广

与知名KOL或网红合作，通过他们的推荐和评测，提升联名产品的知名度和信任度。

03

## 线下活动体验

举办线下联名快闪店、新品发布会等活动，让消费者亲身体验联名产品，增强品牌互动性和记忆点。



# 合作挑战与解决方案



## 品牌调性不一致



在合作前进行深入的品牌调性评估，确保双方品牌调性相符或能够形成互补，避免产生负面效果。



## 产品质量控制



加强联名产品的质量控制，确保产品符合双方品牌标准，避免因产品质量问题损害品牌形象。



## 利益分配不均



在合作前明确利益分配机制，确保双方利益得到合理分配，避免产生纠纷影响合作效果。

# 未来发展趋势预测



## 跨界联名将更加普遍

随着市场竞争的加剧和消费者需求的多元化，跨界联名将成为品牌营销的常态。

## 合作形式更加多样化

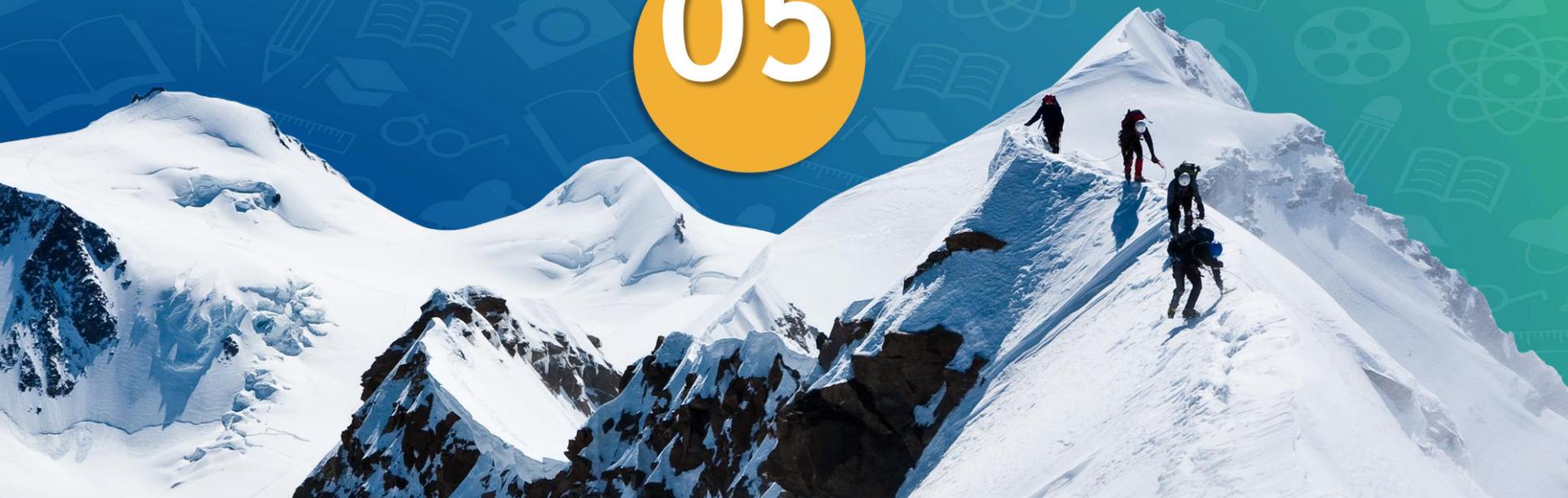
除了传统的联名产品外，未来还将出现更多形式的跨界合作，如联名周边、联名店铺等。

## 数字化营销将更加重要

随着数字技术的不断发展，数字化营销将成为跨界联名合作中不可或缺的一环，通过数据分析、精准营销等手段提升合作效果。

# 病毒式营销策略

05



# 创意内容创作及传播路径



**独特创意内容：**创作具有独特性和吸引力的内容，如幽默视频、感人故事、创意海报等，以激发用户的兴趣和分享欲望。

**多渠道传播：**利用社交媒体平台（如微信、微博、抖音等）、电子邮件、网络广告等多种渠道进行内容传播，确保信息的广泛覆盖。

**KOL合作：**与行业内意见领袖合作，通过他们的推荐和分享，快速扩大品牌影响力和传播范围。

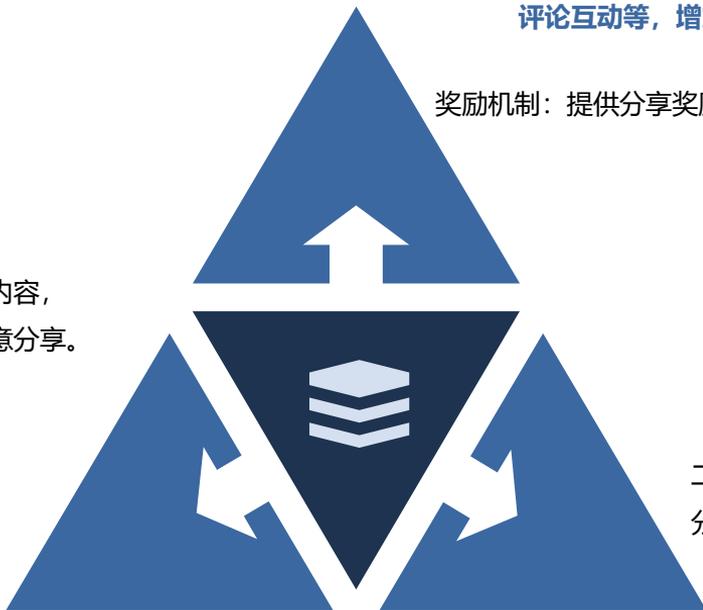
**用户生成内容（UGC）：**鼓励用户参与内容创作和分享，利用用户的力量进行病毒式传播。

# 情感共鸣与二次传播机制

**互动环节设计：**设置互动环节，如抽奖、答题、评论互动等，增加用户参与感和分享欲望。

**奖励机制：**提供分享奖励，如优惠券、礼品等，激励用户主动分享和传播内容。

**引发情感共鸣：**创造能够触动用户内心情感的内容，如亲情、友情、爱情等，使用户产生共鸣并愿意分享。



**二次传播引导：**在内容中加入易于分享的元素，如二维码、分享按钮等，简化分享流程，促进二次传播。

# 效果衡量标准及优化建议



**传播范围与速度：**通过社交媒体分析工具监测内容的传播范围和传播速度，评估病毒式营销的效果。

**转化率与参与度：**跟踪用户从接触内容到实际购买或参与活动的转化率，以及用户参与互动的程度。

**品牌认知度提升：**通过问卷调查、品牌搜索量等方式衡量病毒式营销对品牌认知度的影响。

**持续优化：**根据效果评估结果，不断调整和优化创意内容、传播渠道和互动环节，提高病毒式营销的效率和效果。

# 法律法规遵守要求

**内容真实性：**确保传播内容真实可信，避免虚假宣传和误导消费者。

●  
版权与隐私保护：尊重原创版权，不侵犯他人隐私和肖像权，确保内容合法合规。

**广告法遵循：**在广告内容中遵循广告法相关规定，如明确标注广告性质、不夸大产品效果等。

●  
合规审查：在内容发布前进行合规审查，确保所有内容符合相关法律法规的要求。

# 错位营销理论基 础与实践

06



# 错位营销理论阐述



## 错位营销定义

避开趋同性的竞争手段，追求独树一帜、别具一格的竞争理念和策略，以拓宽市场空间。



## 核心理念

通过差异化竞争，树立自我特色和自我风格，激活竞争氛围，拓宽消费层面。



## 理论基础

基于迈克尔·波特的差异化战略，强调标新立异，形成独特的市场竞争优势。

# 典型案例解析与启示

## 金六福星级概念

首创星级白酒概念，迅速覆盖市场，节省宣传成本，体现错位营销的独特性优势。

## 美特斯邦威品牌升级

从活力时尚青年品牌转向多元化轻时尚品牌，对标国际快时尚品牌，实现品牌升级和错位营销。

## 启示

错位营销需结合市场需求，不断创新，形成独特的市场定位和产品特色。

# 适应范围探讨及挑战

## 适用范围

错位营销适用于各行各业，尤其适用于同质化竞争严重的市场。

## 面临的挑战

包括市场变化快速、消费者需求多样化、竞争对手模仿等，需保持敏锐的市场洞察力和创新能力。



# 长期发展策略制定



**持续关注市场需求：**根据市场变化，不断调整和优化错位营销策略。

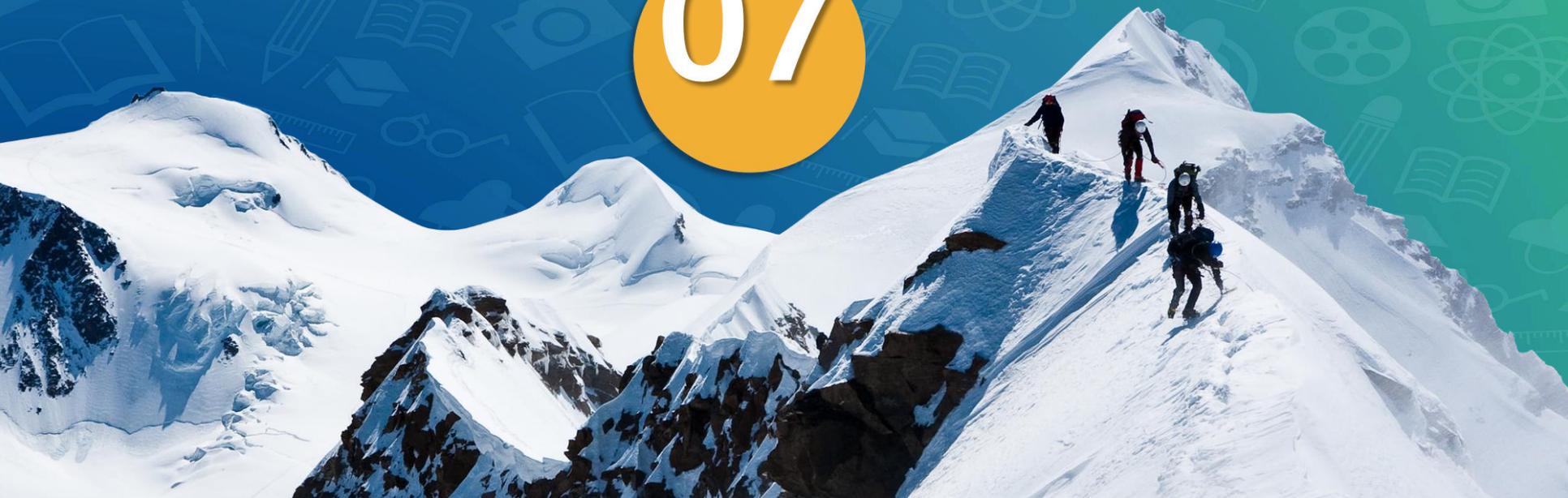
**不断创新与差异化：**保持产品和服务的独特性，避免被竞争对手模仿。

**整合运用错位营销：**将错位营销理念贯穿于企业运营的各个环节，形成整体竞争优势。

**建立品牌形象与忠诚度：**通过错位营销，树立独特的品牌形象，提高消费者忠诚度。

# 盲盒营销商业逻辑剖析

07



# 盲盒营销起源与特点

起源：盲盒营销起源于日本，最初是为了推广动漫角色而设计的一种销售方式，通过随机放置不同的玩偶，激发消费者的购买欲望。



特点：盲盒营销的核心在于未知性和惊喜感，消费者在购买前无法得知具体商品，这种不确定性大大增强了购买体验的乐趣。

吸引力：盲盒中的商品往往设计精美、款式独特，具有较高的收藏价值，满足了消费者对于个性化和独特性的追求。

社交属性：盲盒营销还具有一定的社交属性，消费者在购买和交换盲盒的过程中，可以分享心得、交流经验，增强社交互动。

# 行业领导者案例分析



## 营销策略

泡泡玛特通过线上线下多渠道营销、跨界合作、举办主题展览等方式，不断提升品牌知名度和影响力，同时加强用户粘性和复购率。

## 泡泡玛特

作为国内盲盒营销领域的领导者，泡泡玛特通过精准定位年轻消费群体、打造独特IP形象、创新营销策略等方式，成功实现了品牌的快速崛起。



## 成功经验

泡泡玛特的成功在于对消费者心理的深刻洞察和精准把握，以及对市场趋势的敏锐捕捉和快速响应。

# 可持续性担忧及解决方案

**产品质量问题：**盲盒营销过程中存在产品质量参差不齐的问题，部分商家为了追求利润而降低产品质量，损害了消费者权益。

●  
解决方案：加强监管力度，制定相关标准和规范，确保盲盒商品的质量和安​​全；同时加强消费者教育，提高消费者的维权意识和自我保护能力。

**过度消费问题：**盲盒营销容易引发过度消费和冲动购买行为，对消费者造成经济负担和心理压力。

●  
解决方案：倡导理性消费观念，加强消费者教育引导；同时商家也应承担社会责任，制定合理的价格策略和限购措施。

# 未来发展趋势预测



**多元化发展：**盲盒营销未来将向更多领域拓展，如图书、美妆、文创等，满足消费者日益多元化的需求。

**科技融合：**随着科技的发展和不断创新设计的不断涌现，盲盒营销将更多地融入数字化和智能化元素，创造全新的消费体验。

**规范化监管：**随着市场的成熟和消费者维权意识的提高，盲盒营销将面临更加严格的监管和规范要求，促进行业的健康可持续发展。

**社会责任与可持续发展：**盲盒营销企业将更加重视社会责任和可持续发展，通过绿色生产、公益活动等方式回馈社会，提升品牌形象和社会影响力。



感谢聆听



# 教 学 目 录

01 直播脚本的作用

02 直播前准备工作

03 整场直播活动脚本设计



# 直播活动 **脚本策划**

---

一场直播成功与否，决定性因素是主播的内容输出。只要直播的内容有特色，就很容易吸引人。那么，**如何打造一场成功的直播呢？撰写优质的直播脚本是关键因素之一。**

## ➤ 任务情境

我校校企合作企业（深圳优致健康医药有限公司）近期需要进行直播，推广销售新上架的珍视明滴眼液、钙尔奇钙片、广东凉茶颗粒等产品，请你帮忙做好直播前的准备工作，并撰写直播脚本。

## 一、直播脚本的作用

**先想一想，为什么要设计直播脚本，  
有什么作用？**

## 一、直播脚本的作用

- 01 提高直播筹备工作的效率
- 02 帮助主播梳理直播流程
- 03 控制直播预算

## 二、直播前准备工作

### 直播前准备工作

时间	工作内容	具体说明
直播前 15~20天	选品	选择要上直播的商品，并提交直播商品链接、直播商品的折扣价
	确定主播人选	确定是由品牌方自己提供主播，还是由直播运营团队提供主播
	确定直播方式	确定是用手机进行直播，还是用电脑进行直播
直播前 7~15天	确定直播间活动	确定直播间的互动活动类型和实施方案
直播前 7天	寄样品	如果是品牌方自己提供主播、自己做直播，则无须寄送样品； 如果是品牌方请达人主播或专业的MCN机构做直播，则品牌方需要向达人主播和MCN机构寄送样品
直播前 5天	准备创建直播间所需的相关材料	①准备直播间封面图：封面图要符合淘宝直播的相关要求； ②准备直播标题：标题不要过长，要具有吸引力； ③准备直播内容简介：用1~2段文字简要概括本场直播的主要内容，要重点突出直播中的利益点，如抽奖、直播专享优惠等； ④准备直播间商品链接：直播时要不断地在直播间发布商品链接，让用户点击链接购买商品，所以要在直播开始前准备好直播商品链接
直播前 1~5天	直播宣传预热	采取多种方式，通过微淘、微博、微信等渠道对直播进行充分的宣传



## 三、整场直播活动脚本设计

### 整场直播活动脚本的要点

要点	内容说明
直播时间	明确直播开始到结束的时间
直播地点	明确直播地点
直播主题	明确直播主题，使用户了解直播信息，如“××品牌秋装新品上市特卖汇”“××文具旗舰店开学大乐购”
直播目标	明确直播目标，是以积累粉丝为主，还是以提高销售额为主等。注意要将直播目标设定为可量化的指标，以便衡量直播效果
商品数量	注明商品的数量
主播介绍	介绍主播的名字、身份等
人员分工	明确直播参与人员的职责，如主播负责讲解商品、演示商品功能、引导用户关注、下单等；助理负责协助主播与用户互动、回复用户问题等；场控/客服负责商品上下架、修改商品价格、发货与售后等
注意事项	说明直播的注意事项
直播流程	直播流程应规划详细的时间节点，并说明开场预热、商品讲解、用户互动、结束预告等时间节点的具体内容

## 三、整场直播活动脚本设计

### 直播活动脚本

#### ××直播概述

直播时间	2022年1月1日（元旦），20:00~22:00
直播地点	××直播室
直播主题	××品牌女装上新促销
直播目标	吸引1万人进入直播间，涨粉1000人
商品数量	10个
主播介绍	××，品牌主理人
注意事项	①丰富互动玩法，提高用户活跃度，提升粉丝数量 ②直播讲解节奏：单品讲解+回复用户问题+互动；直播讲解占比：商品讲解60%+回复用户问题30%+互动10% ③不同商品契合不同的应用场景 ④多讲解××系列新品

#### 直播流程

时间段	流程规划	人员分工		
		主播	助理	场控/客服
20:00~20:10	开场预热	自我介绍，与进入直播间的用户问好，介绍开场直播截屏抽奖规则，强调开播时间，简单介绍今日主推款商品，引导进入直播间的用户关注直播间	演示直播截屏抽奖的方法，回答用户的问题	向各平台分享开播链接，收集中奖信息
20:10~20:20	活动剧透	简单介绍本场直播的所有商品，说明直播间的优惠情况	商品配套展示，补充主播遗漏的内容	向各平台推送直播活动信息

## 三、整场直播活动脚本设计

### 直播活动脚本

#### 直播流程

时间段	流程规划	人员分工		
		主播	助理	场控/客服
21:20~21:25	商品推荐	讲解、试穿第八款商品	与主播完成“画外音”互动，协助主播回复用户问题	发布商品链接，回复用户的订单咨询，收集在线人数和转化数据
21:25~21:30	商品推荐	讲解、试穿第九款商品	与主播完成“画外音”互动，协助主播回复用户问题	发布商品链接，回复用户的订单咨询，收集在线人数和转化数据
21:30~21:35	商品推荐	讲解、试穿第十款商品	与主播完成“画外音”互动，协助主播回复用户问题	发布商品链接，回复用户的订单咨询，收集在线人数和转化数据
21:35~21:40	红包活动	与用户互动，发送红包	提示发送红包的时间节点，介绍红包活动规则	发送红包，收集互动信息
21:40~21:50	商品返场	对销售情况较好的商品进行返场讲解	协助场控向主播提示返场商品，协助主播回复用户问题	收集、分析每款商品的在线人数和点击转化数据，向助理与主播提示返场商品，回复用户的订单咨询
21:50~22:00	直播预告	简单介绍下次直播的商品，引导用户关注直播间，强调直播开播时间和福利	协助主播引导用户关注直播间	回复用户订单咨询

## ➤ 实训任务

根据直播脚本模板，请你为百色农产品编写整场直播脚本。

# 直播活动脚本

## ××直播概述

直播时间	
直播地点	
直播主题	
直播目标	
商品数量	
主播介绍	
注意事项	

## 直播流程

时间段	流程规划	人员分工			
		主播	助理	场控/客服	话术

# 课堂总结

1. 直播脚本的作用
2. 直播前准备工作
3. 整场直播活动脚本设计



# 直播流程方案

---





# 目录

contents

-  **01** 直播前准备
-  **02** 直播内容
-  **03** 直播核心价值
-  **04** 注意事项和建议



# PART 01

## 个人的账号

---

取一个好听的名字，不要有表情，英文，韩语，日语

有个漂亮的头像

直播封面也要比较漂亮一点

个人的介绍  
最好是让人一眼难忘的

比如说xx第一浪



检查直播的环境和设备  
Wifi的连接情况  
在安静的环境之下  
手机或平板一定要有电  
耳机话筒正常  
直播配套用品正常

形象管理  
直播要化妆  
灯光，房间布置

直播之前动作  
告知粉丝直播时间  
在直播平台发动态

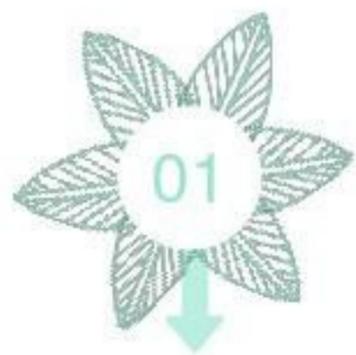


# PART 02

## 直播内容建设

---

- 展示才艺,
- 与好玩的人连麦互动游戏
- 笑话故事段子
- 和粉丝游客聊天互动

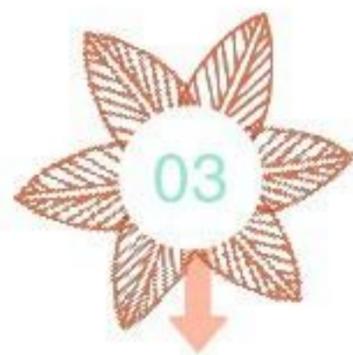


### 展示才艺

展示自身特长才艺，如唱歌跳舞等，没有才艺的也可以学些简单易学的小才艺，不要害怕展示，哪怕你表演的不好，也可以调侃自己达到娱乐效果。

### 笑话故事

平时可以多积累段子，经典语句，搞笑、励志、寓意故事。直播的时候视情况可以说观众听让大家觉得你是个有趣又内涵的主播。



### 连麦PK

多与人连屏PK,特别是遇到大主播，和好玩的主播互相关注多与他们连屏pk,这样更容易增长人气，首先自己也要有趣别的主播才愿意和你玩。

### 和粉丝互动聊天

及时回复粉丝的问题，要礼貌用语，多感谢关注和送礼物的人。



## 才艺

掌握不算很高超的才艺。很多主播嗤之以鼻。才艺其实在我的公会里，也不是特别重视的一个条件。很多时候通过其他技巧进行弥补了。但是，才艺真的是一个吸粉的敲门砖、一个调节气氛的润滑剂。才艺不要很高超，但是一定要有。如果加以优秀的直播展示技巧，再烂的才艺，也能达到鬼斧神工的地步，让直播节目精彩连连。但是，没有最基本的才艺，全靠尬聊段子，无论谁谁，都会疲劳。

才艺无需高超，但多多少少一定要有。记住，才艺不是最重要的，掌握才艺展示的技巧，才是四两拨千斤的王道。



## 交流

如果你缺乏有积淀有深度的互动交流，那就会让粉丝觉得你的直播日渐乏味，每天都是千篇一律的歌舞和鸡毛蒜皮的耍嘴皮子，主播和粉丝的关系和情感永远停留在一个浅层次交流的水平，慢慢失去粉丝和守护大哥，也是早晚的事了。

要捕捉大哥真实的想法，投其所好和粉丝的互动，营造直播环节氛围

俗话说，好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一。美貌与才艺决定你走多快，有内涵有底蕴有价值的交流互动注定你多远。

记住，直播互动交流一定要有内涵有价值。如果你还不具备这个能力，那大主播的直播现场与粉丝互动你也看不懂，所以要多去积累。



## 连麦和不连麦主播的 区别



喜欢连麦的主播，一方面提高了自己的知名度，让更多的粉丝认识了自己，给自己提供了一个更大的舞台。另一方面有机会向大主播学习更多的吸引粉丝消费和如何带动直播氛围等实用技巧。还可以进行适当的刺激消费，玩礼物PK游戏。



不喜欢连麦的主播，整天待在自己的小房间，像农夫一样守株待兔，等待客户自己跑过来刷礼物。其实只要我们认真想一想，这绝对是吃力不讨好的事情。所以，各位主播们，不管怎样要勇敢积极的走出去。

## 连麦技巧



往往看到一些新手主播在连麦的过程中过度紧张，说不出一句话来。或者是受不了和大主播之间的落差，连麦时情绪低落，无精打采。个人建议小主播连麦最开始以一种学习的心态去连麦，多想一想相比之前，连麦为自己获得更多的人气，可以学习更多的知识，而不是去抱怨自身的不足。

准备常用的游戏道具，走心的道具准备能够为连麦加分

- 1、喧宾夺主，不知主次。
- 2、连麦后立即去拉关注，抢人气。
- 3、扭扭捏捏，放不开。
- 4、不懂得尊重主播，随意卡麦等。
- 5、尊重和你连麦主播的观众。
- 6、熟悉和准备连麦惩罚内容



PART

03

### 核心价值

---

- 保证直播时间
- 寻找场控和管理
- 利用业余时间与大主播学习
- 坚持和信心

## 保证直播时间

Please click here to add the required titles



### 时长

播出的时长和你获得的礼物数成正比，保证每天最低标准的时长



### 稳定开播时间

稳定自己开播的时间，让自己的粉丝习惯你的时间，到你开播的时间如果你没播会流失自己的粉丝。



### 提前预告通知时间

如果开播时间变动，或者有事不播，提前告知自己的粉丝变更的时间。有事不播提前请假，说好什么时候回来开播



### 坚持每天开播

你还是小主播阶段一点要坚持每天开播，不要间隔太多天不播，时间长了你之前建立的粉丝就会流失，等于重头再来。大主播都这么努力你有什么理由不努力呢

## 利用业余时间与大主播学习

01

1.与大主播连麦，  
请教学习。

02

2.挖大主播的粉丝，  
发私信，头部粉丝  
少去挖

03

3.观看大主播的直  
播学习优点

Please click here to add the required titles

01

## 可寻找3—5个场控

场控职责：为主播飘屏，呐喊，不断热场，要礼物，场控来源：  
朋友，恋人

直播间里的铁粉

02

## 官埋

给自己的铁粉上管理权限，显得对他的认同，他能帮你带动其他  
粉丝，帮你清理黑粉，也起到场控的作用。

03

## 建立粉丝群

增加粉丝粘性，让管理和粉丝交流促进粉丝和粉丝之间的交流，



# 坚持 INSIST

坚持，是一个过程，一个持续的过程。想成一事，必从小事开始，积少成多，正所谓：不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。想要实现自己的梦想，就要坚持就要努力，这样才可以成就梦想，成功贵在坚持。



## 坚持!坚持!坚持!

对于新主播来说前期就是积累学习阶段，人气和礼物不多，比较难熬，不要灰心，只要坚持努力学习，对自己有信心，放平心态，你会成功的。

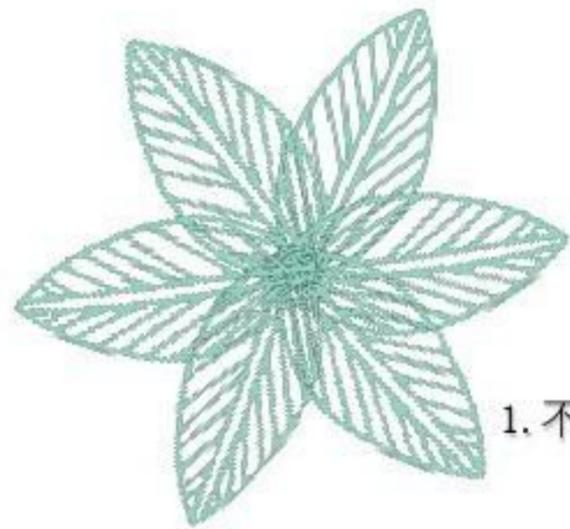


**PART**  
**04**

注意事项和建议

---

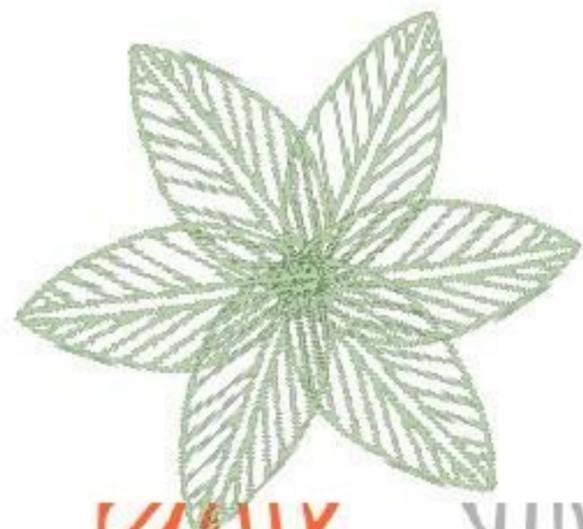
## 直播注意事项



1. 不必担心粉丝过度骚扰，这是一种魅力的表现
2. 不必依赖1-2个大粉丝，要不断拓展自己的粉丝数量
3. 直播时不能谈论政治，不能穿着过度暴露（容易封号）
4. 不能随便和人连麦
5. 不能轻易拉粉丝入群（设门槛比，如刷够多少礼物入群）



6. 遭到警告，放平心态，找出问题改正，
7. 遇到事情不能开播，需提前告知
8. 不要轻易把微信号，手机号，住址等私人信息给粉丝
9. 不要与粉丝发生除了直播平台以外的金钱来往



## 如何让观众刷礼物

先和新进来的观众互动一段时间，建立基本信任关系，让观众愿意停留在你的直播间看你直播，适时有技巧地提出不露骨的要礼物的要求。

比如有个礼物几乎所有平台都有的，名称叫“巴掌”，你就可以在适当的时机，比如讲了一个段子或进行了一段精彩的表演后，就问观众们刚才的表演好不好玩，有没有观众朋友为我鼓鼓掌。

再比如有个礼物“咖啡”，在你说了一大段话或者唱了一首歌之后，可以问观众朋友们有没有想请你喝咖啡的。本方法常见于直播1-3个月，对直播有一定了解的主播。

开播前取得某些潜在大粉丝的联系方式，和他们有初步沟通，与观众已建立良好信任关系，了解他们的基本个人情况信息，谈谈天说说地。然后开播时，告诉他们你开始直播了，邀请他们来看，此时他们来到直播间一般不会空手而来。

**【观众通常会什么时候产生刷礼物的意图】**  
看到主播表演后了解到主播，被主播的才艺或者情景感染，想与主播交流。

**【如何识别出观众的刷礼物意图】**  
观众给主播刷礼物一般有这样几点意图：聊天、提问、试探的刷礼物、表示肯定，具体原因，需要主播自己去观察。例如有的刷礼物是想问主播问题，一般打赏后，就会问：主播哪里的、主播什么类型的主播、点歌、上车多少钱、主播几点播等之类的问题。如果打赏之后，观众还发来赞美的话，比如好听，或者666，这些都是观众对你的认可。

新主播要时刻注意直播间氛围，避免错过礼物。毕竟比起“要打赏”和推波助澜让粉丝打赏要容易多了。那我们现在聊聊如何避免错过在直播环节刷礼物的信号。

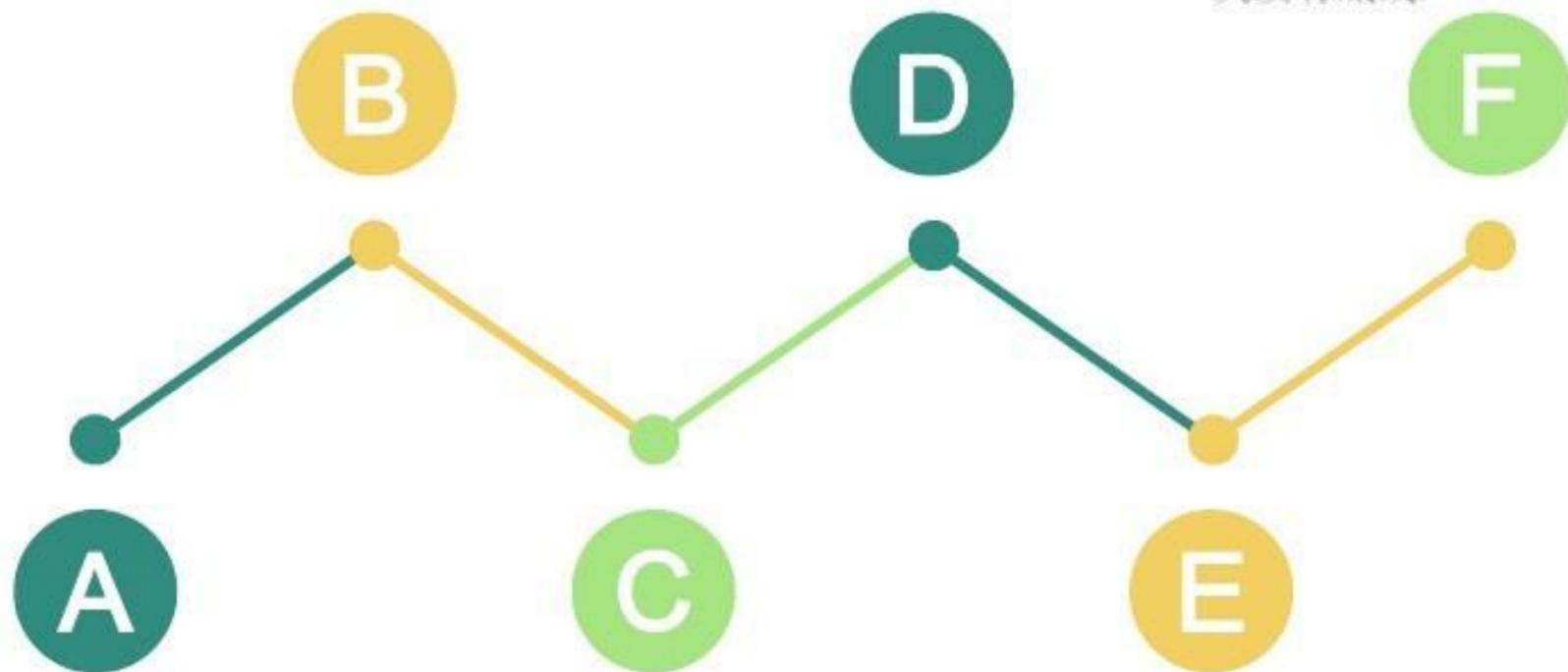
当弹幕上出现以下类型的问题时，表示观众对你的直播很有兴趣，愿意为你付费，你就可以推波助澜让观众打赏了。

- 1、问你的直播时间。
- 2、主播能唱一首XX歌曲吗？
- 3、卡房管、钻粉多少钱。
- 4、主播你适合什么风格替你着想给你建议。
- 5、开始讨价还价问可不可以便宜。
- 6、夸你或者文明的埋汰你等等。
- 7、用假定的语气口吻谈及欠款。
- 8、提及所有权-我们可以开资的时候给你补，下礼拜我会找你等等。

切记不可催促粉丝为你刷礼物，物极必反的道理大家都明白。人与人之间都是相互的，你的付出粉丝感应到，必然会给你相应的回报。既然选择了当主播，就不要随随便便去对待，大家都应该朝着自己最想要的结果不断努力，没有解决不了的问题，总有一天观众会认可你的表演。

支持你的粉丝自己千万不能忘，真诚待人，与粉丝们多交流，偶尔还可以跟粉丝互动做做小游戏，增加亲密度。让他们看到你的努力，在他们心里建立好形象，谦虚一点，努力一点，多交朋友，多学习。

观众都喜欢搞笑的聊天方式，这样不仅可以带动气氛而且不会让观众失去新鲜劲儿，反而越听越精神，时不时还开上两句玩笑，但绿色平台直播开玩笑要有底线。



多微笑，传递正能量，多用礼貌用语。不要把负面情绪带到直播间，你的负面情绪会让观众不想看，从而流失粉丝。微笑面对粉丝。  
0(∩\_∩)0~



# 结语

直播最重要的一点不是你长得很好看，而是你有信心！

---

外表才艺不是唯一，发挥自己身上最好的优势  
是个人都会更喜欢阳光向上，努力奋进的人。

成功的主播是积极、努力、向上、配合的！主播的收益是靠自觉自律自燃，优秀的主播从来都是不盯不管而自奋起！  
很多机会不是不给你，而是你根本不知道什么是真正的主播，还没领悟到直播二字的真正含义。  
做主播，既然是和人打交道，即是做人。  
致敬优秀主播，值得尊敬的行业先驱者！  
只为更好的你。  
发挥自己身上最好的优势。

# 抖音短视频脚本创作

主讲人：由泉

时间：2024年



# 目录

C O N T E N T S

- 01 一、抖音短视频脚本创作的重要性
- 02 二、抖音短视频脚本创作基础
- 03 三、抖音短视频脚本创作实战
- 04 四、抖音短视频脚本优化技巧
- 05 五、总结与答疑
- 06 六、课后作业



# 01

---

## 一、抖音短视频脚本创作的重要性

---



# 抖音平台现状及趋势



## 用户规模与增长趋势

抖音全球月活用户已超15亿，国内超8亿，用户规模庞大且持续增长，覆盖各年龄段。

近三年，抖音日均活跃用户数年增长率达15%，短视频行业处于快速发展期。

## 内容生态多元化发展

抖音涵盖生活记录、知识科普、娱乐搞笑、美食旅行等超100种内容类型，满足多样化需求。

每月新增超10亿条短视频，涵盖美食、旅行、知识科普等，内容生态丰富多元。

## 商业价值与变现潜力

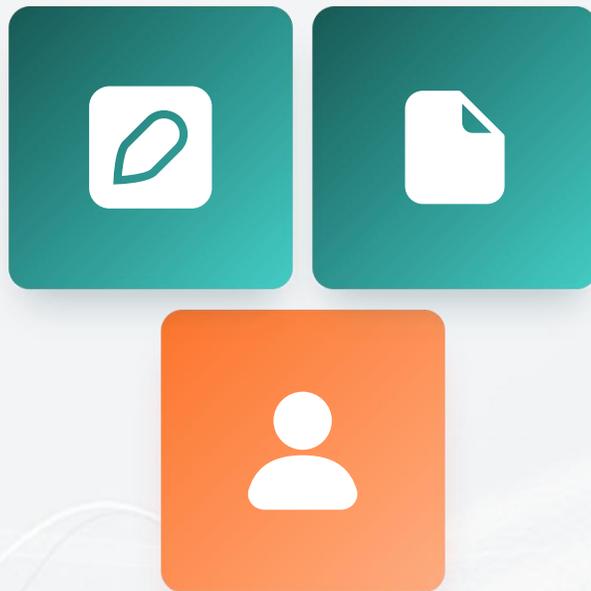
抖音为创作者提供广告合作、电商带货、直播打赏等变现途径，助力商业价值提升。

2024年抖音创作者通过平台变现超1000亿元，其中电商带货占比达40%，变现潜力巨大。

# 优质短视频脚本的价值

## 提升视频质量，吸引用户关注

优质脚本使视频内容逻辑清晰、情节紧凑，吸引用户停留观看，提升视频吸引力。



## 提高视频完播率，增加互动

脚本设计悬念、反转等元素，激发用户好奇心，促使观看完整视频，提高完播率。

优质脚本通过设置互动环节，如提问、投票，引导用户评论、点赞、分享，提升互动性。

## 助力账号涨粉，实现商业变现

优质脚本打造爆款视频，吸引大量粉丝关注，为账号积累流量，助力商业变现。

# 本课程目标及内容概述



## 课程目标明确

学员掌握抖音短视频脚本创作核心技巧，能独立创作吸引用户的优质脚本。

帮助学员提升账号运营能力，通过优质脚本实现账号增长与商业变现。



## 课程内容丰富

涵盖抖音平台算法、用户画像、脚本结构技巧、实战创作、优化等全方位内容。

结合案例分析、实战演练、互动答疑，让学员在实践中掌握脚本创作精髓。



## 学习成果可期

学员完成课程后，能创作出符合抖音平台特点、吸引用户的短视频脚本。

通过课后作业实践，学员可将所学应用于实际创作，提升账号运营效果。

× × × ×

02

---

## 二、抖音短视频脚本创作基础

---



# 抖音平台算法机制及推荐逻辑



## 流量池机制详解

抖音视频发布后进入基础流量池，根据完播、点赞、评论等数据决定是否进入更高流量池。

视频在基础流量池表现好，如完播率超50%、点赞率超10%，可进入更大流量池。



## 关键指标对推荐的影响

完播率、点赞率、评论率、分享率等指标越高，视频推荐量越大，曝光机会越多。

数据显示，完播率每提升10%，视频推荐量可增加20%；点赞率超20%的视频，推荐量是普通视频的3倍。



## 如何优化视频数据以获得推荐

创作高质量脚本，设计吸引人的开头和互动环节，提高完播率和互动率。

利用热门话题、标签，增加视频曝光机会，吸引更多用户观看，提升数据。

# 抖音用户画像及内容偏好



18-24岁用户偏娱乐搞笑、时尚潮流；25-34岁用户喜知识科普、职场技巧；35岁以上用户爱生活记录、健康养生。

数据显示，娱乐搞笑类视频在18-24岁用户中播放量占比达40%，知识科普类在25-34岁用户中占比30%。

不同年龄段用户喜好



知识科普、美食制作、旅行分享、健身教程等类型视频因实用性和趣味性受用户喜爱。

知识科普类视频月均播放量超100亿次，美食制作类视频月均点赞量超5000万次。

热门内容类型分析



分析目标受众喜好，结合热门内容类型，创作符合用户兴趣的脚本。

例如，针对年轻用户创作娱乐搞笑脚本，加入流行元素和幽默情节，吸引关注。

如何根据用户偏好创作脚本

# 抖音短视频脚本的基本结构

01

## 黄金三秒法则

视频前三秒要吸引用户注意力，通过精彩画面、独特声音或有趣情节抓住眼球。例如，用悬念开头“你知道吗？这个秘密只有1%的人知道”，激发用户好奇心。

02

## 开头、发展、高潮、结尾的构建

开头引人入胜，发展铺垫情节，高潮制造冲突，结尾总结升华，形成完整故事。以“职场逆袭”脚本为例，开头展现困境，发展描绘努力，高潮实现突破，结尾分享感悟。

03

## 如何使结构紧凑且富有吸引力

合理安排情节节奏，避免冗长拖沓，突出重点，保持观众兴趣。每个环节控制时长，开头10秒，发展30秒，高潮20秒，结尾10秒，使结构紧凑。

# 抖音短视频脚本的常用技巧



## 悬念设置

在视频开头或情节中设置悬念，激发观众好奇心，吸引观看。

例如，“这个宝藏地点，我只告诉你”，让观众产生强烈探索欲望。



## 情感共鸣

通过真实故事、感人情节引发观众情感共鸣，增强视频感染力。

例如，亲情、友情、爱情。



## 反转剧情

设计出人意料的反转，打破观众预期，增加视频趣味性和吸引力。

某剧情类视频，前半段展现失败，结尾反转成功，让观众眼前一亮。



## 热点结合

将脚本内容与当下热点话题结合，提高视频关注度和传播力。

例如，结合“环保”热点，创作“垃圾分类小妙招”脚本，吸引观众关注。





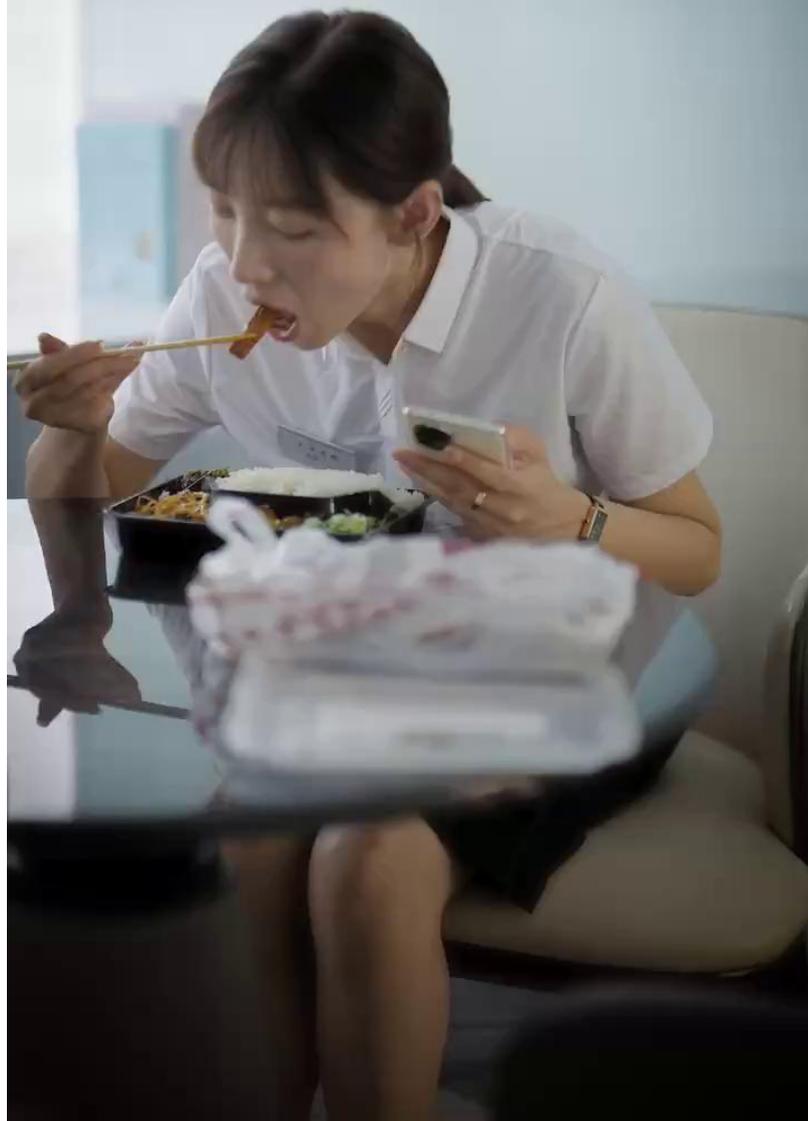
抖音

抖音号: XIACIJIAN668



抖音

抖音号: genhaosan01



抖音

抖音号: SJKG6789



× × × ×

03

---

## 三、抖音短视频脚本创作实战

---



# 确定视频主题及目标受众

## 如何挖掘用户痛点

通过用户调研、数据分析、评论区反馈等方式，了解用户需求和痛点。

例如，电商类账号通过用户评价发现“退换货难”痛点，创作相关脚本。

## 如何进行内容定位

根据账号定位和用户需求，确定脚本主题方向，确保内容与账号风格一致。

例如，美食账号定位“家常菜制作”，围绕此主题创作简单易学的菜谱脚本。

## 主题与受众的匹配度

确保主题符合目标受众兴趣和需求，提高视频吸引力和传播效果。

例如，针对宝妈受众创作“儿童教育”主题脚本，匹配度高，关注度高。

# 撰写吸引人的标题和封面



## 标题技巧：数字法、悬念法、提问法等

数字法：“3个技巧让你轻松减肥”；悬念法：

“这个秘密，你知道吗？”；提问法：“你还在为……烦恼吗？”

这些技巧能吸引用户点击，提高视频点击率。



## 封面设计：简洁明了、突出重点

封面选择精彩画面，搭配简洁文字，突出视频主题和亮点。

例如，美食视频封面选择诱人菜品图，搭配“家常菜新做法”文字，吸引用户。



## 标题与封面的协同作用

标题和封面相互呼应，共同吸引用户点击，提升视频曝光率。

例如，标题“10分钟学会一道大菜”，封面展示成品图，协同吸引用户。

# 设计引人入胜的开头

01

## 抛出问题，引发思考

开头提出与主题相关的问题，激发观众思考，吸引观看。

例如，“你还在为减肥烦恼吗？”引发观众思考，吸引继续观看。

02

## 制造悬念，吸引注意

设置悬念，让观众产生好奇心，迫不及待想了解后续内容。

例如，“这个秘密，只有1%的人知道”，制造悬念，吸引观众。

03

## 直击痛点，引发共鸣

直接点出观众痛点，引发情感共鸣，让观众产生认同感。

例如，“工作压力大，你是不是也经常失眠？”直击痛点，引发共鸣。

# 构建逻辑清晰的内容框架

## 时间顺序

按时间先后顺序展开情节，使故事条理清晰，易于理解。例如，“从新手到专家的10天成长之路”，按时间顺序展现成长过程。

01

## 空间顺序

按空间位置顺序组织内容，展现不同场景或地点的事件。例如，“一日游：从城市到乡村”，按空间顺序展示不同地方风景。

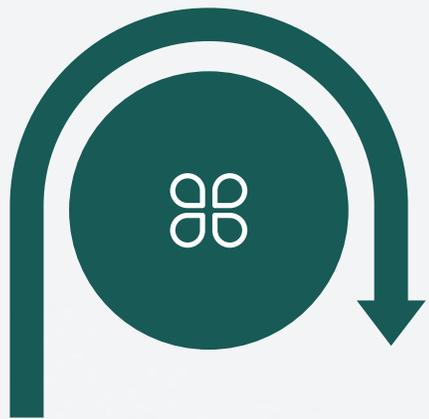
02

## 逻辑顺序

按事物内在逻辑关系展开，使内容层次分明，逻辑严谨。例如，“如何打造完美简历”，按逻辑顺序讲解各部分要点。

03

## 运用合适的语言和表达方式



### 口语化表达，贴近用户

使用口语化语言，让观众感觉亲切自然，增强亲近感。

例如，“大家好，今天我来给大家讲讲……”，口语化表达拉近与观众距离。



### 幽默风趣，增加趣味性

适当运用幽默元素，让视频轻松有趣，吸引观众观看。

例如，“这个方法太简单了，连我奶奶都会”，幽默风趣增加趣味性。



### 情感真挚，引发共鸣

用真挚情感讲述故事，引发观众情感共鸣，增强感染力。

例如，“感谢那些在我困难时帮助我的人”，情感真挚引发共鸣。

# 设计互动环节，引导用户参与

## 提问互动

在视频中提出问题，引导观众在评论区发表看法，增加互动性。

例如，“你觉得哪种方法最好用？在评论区告诉我”，引导观众参与。

01

## 挑战互动

发起挑战活动，鼓励观众参与创作和分享，扩大视频影响力。

例如，“挑战10天养成一个好习惯，一起加油”，引导观众参与挑战。

03

02

## 投票互动

设计投票环节，让观众参与选择，提升参与感和粘性。

例如，“你更喜欢哪种风格？A或B，投票告诉我”，引导观众投票。

# 案例分析与实战演练

01

## 优秀案例解析

分析优秀脚本案例，学习其创作技巧和亮点，为实战提供借鉴。

02

## 分组讨论，头脑风暴

学员分组讨论脚本创作思路，激发创意，提升团队协作能力。

03

## 现场创作，老师点评

学员现场创作脚本，老师即时点评指导，提升创作能力。

× × × ×

04

---

## 四、抖音短视频脚本优化技巧

---



# 数据分析，优化脚本



## 利用抖音数据分析工具

使用抖音数据分析工具，查看视频播放量、点赞量、评论量等数据。例如，通过抖音创作服务平台查看视频数据，了解观众反馈。



## 根据数据反馈调整脚本

根据数据表现，分析脚本优缺点，调整内容和创作方向。例如，某视频点赞率低，分析脚本后调整语言表达和互动环节。



## 通过数据洞察用户需求

从数据中发现用户喜好和需求，为后续脚本创作提供方向。例如，发现用户对“健康饮食”类视频点赞多，后续创作更多此类脚本。

# 持续学习，提升创作能力

## 关注行业动态，学习优秀案例

关注抖音平台动态和行业趋势，学习优秀创作者的脚本和创作思路。例如，关注“抖音创作者大会”，学习优秀创作者分享的创作经验。

## 不断实践，积累经验

多创作、多尝试，通过实践积累经验，提升脚本创作水平。例如，定期创作不同类型的脚本，不断总结经验，提升创作能力。

## 参加培训和交流活动

参加脚本创作培训课程和行业交流活动，拓宽视野，提升创作能力。例如，参加“抖音脚本创作训练营”，与其他创作者交流学习。



× × × ×

05

# 五、总结与答疑



# 课程内容回顾

## 01

### 重点知识梳理

回顾抖音平台算法、用户画像、脚本结构、创作技巧等重点知识。强调黄金三秒法则、悬念设置、情感共鸣等技巧的重要性。

## 02

### 实战经验总结

总结案例分析、实战演练中的经验教训，帮助学员巩固知识。分享优秀学员脚本创作案例，分析成功经验和可改进之处。

## 03

### 课程目标达成情况

检查学员是否掌握课程目标所要求的知识和技能，确保学习效果。

# 学员提问及解答



× × × ×

06

# 六、课后作业



# 创作脚本并拍摄视频

## 作业要求明确

要求学员根据所学内容，创作一个完整的抖音短视频脚本，并拍摄成视频。脚本需包含明确的主题、吸引人的开头、清晰的内容框架和互动环节。

## 创作主题自选

学员可根据自身兴趣和账号定位，自选脚本创作主题。例如，可选择美食、旅行、知识科普、娱乐搞笑等主题进行创作。

## 提交与反馈

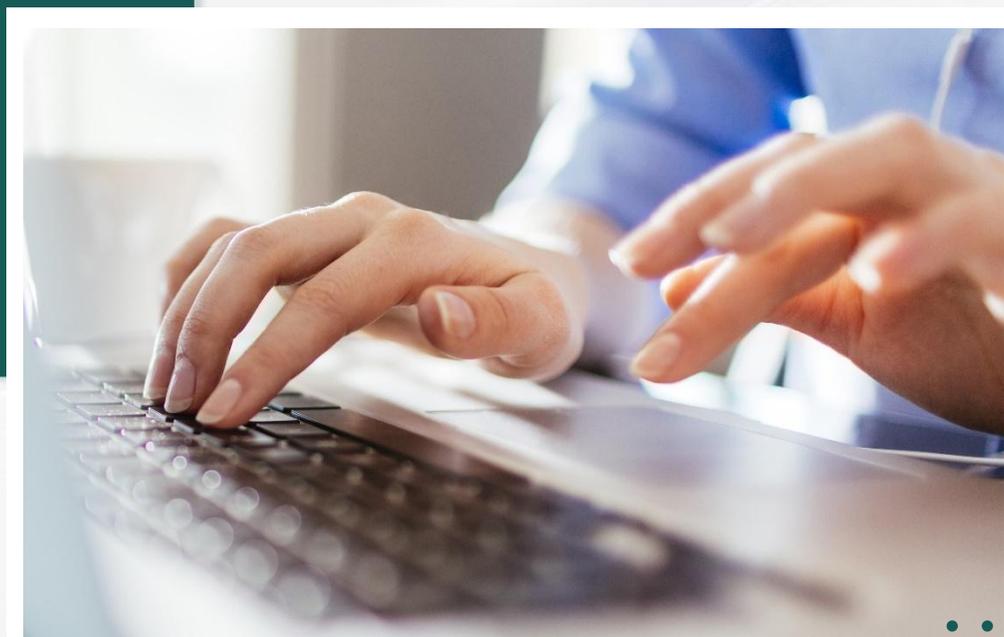
学员完成作业后提交脚本和视频，老师进行点评反馈。优秀作业可在班级群或平台上展示，激励学员创作。



# 谢谢大家

主讲人：由泉

时间：2024年



# 短视频宣传 与运营全攻略



汇报人：由泉



时间：2024

01

基层公务人员的短视频宣传使命

04

短视频平台账号运营

02

从0到1制作短视频

05

短视频平台及电商平台推介家乡及家乡产品

03

摄影拍摄实用技术

06

进阶实操-基于目前账号基础，如何进一步将账号增效提质

# PART 01

## 基层公务人员的短视频宣传



# 短视频宣传呼玛的价值



## 提升呼玛知名度

短视频传播速度快、范围广，短视频成为地方宣传的有力武器。

## 助力呼玛经济发展

通过短视频宣传呼玛的特色农产品、手工艺品、文旅产品等，可拓宽销售渠道，推动地方经济繁荣。

## 塑造呼玛良好形象

基层公务人员以真实、客观的视角展示呼玛，有助于增加真实感，树立呼玛积极向上、充满活力的形象。

# 基层公务人员的优势与挑战

## 优势

深入了解呼玛本地情况，包括风土人情、特色资源等，能挖掘出更具吸引力和代表性的内容。

## 挑战

可能缺乏专业的短视频制作和运营知识，需要不断学习和积累经验。  
时间和精力有限，需要在繁忙的工作中合理安排短视频宣传工作。

# PART 02

## 从0到1制作短视频



# 明确宣传目标与内容方向



## ◆ 宣传目标设定

设定具体的宣传目标，如提升旅游知名度、推广特色农产品等。

## ◆ 内容方向选择

选择具有吸引力和传播力的内容方向，如自然风光、历史文化、民俗风情、特色美食等。

## ◆ 受众定位

分析目标受众的特点和需求，以便制作出更符合受众口味的短视频。

# 短视频脚本撰写

## 脚本结构规划

确定短视频的开头、中间和结尾结构，开头要吸引眼球，中间展开内容，结尾呼应主题或引导观众行动。

## 内容撰写要点

语言简洁明了，避免冗长复杂的句子，同时要富有感染力和吸引力。

## 镜头设计

根据脚本内容设计合适的镜头，包括景别、角度、运动方式等，以增强画面的表现力和视觉冲击力。

# 短视频拍摄与剪辑

## 拍摄设备选择

手机拍摄方便快捷，适合基层公务人员随时随地记录；相机拍摄效果更专业，可提升视频品质。

## 拍摄技巧

掌握基本的拍摄技巧，如稳定拍摄、构图原则、光线运用等，确保画面质量。

## 剪辑软件与技巧

学习剪映基本的剪辑功能，如剪辑、拼接、添加字幕、特效等。



# 全场景+原创文案



98.6万 获赞 487 关注 8.2万 粉丝

51岁 IP: 陕西

- 商品橱窗 11件好物
- 公开群 秦书记的粉丝群

+ 关注

作品 55

橱窗



抖音  
抖音号: cunzhishuqin  
村书记-秦红梅

# 产品特写+民俗故事



653.4万 获赞 830 关注 178.7万 粉丝

全国十大诚信之星，全国助残新闻人物，抖音电商“守规立信助益社会卓越个人”，荆楚楷模、首届湖北改革奖（个人奖）获得者，湖北省黄冈市罗田县骆驼坳镇燕窝湾村第一书记，燕儿谷联合党委书记，燕儿谷创始人、湖北省总商会副会长、湖北省残联主席团副主席、武汉大学法学院硕士生导师。律师执业30年，北京深圳工作生活20余年，2011年回到大别山老家，带领父老乡亲脱贫致富奔小康。以身许乡村，以身许故里。

♂ 55岁 IP: 湖北 中南财经政法大学

商品橱窗 119件好物 公开群 20个群聊

+ 关注

作品 645 ▾

橱窗





# 全视角+新奇演义



331.6万 获赞 203 关注 13.9万 粉丝

人民幸福城，我的沈阳美  
沈水之阳 我心向往  
投稿邮箱:shenyangwenlv024@163.com

公开群  
2个群聊

+ 关注 发私信 ...

作品 1497



抖音  
CCTV  
文旅  
抖音号: 44931143492  
Q CCTV远方的家



PART 03

摄影拍摄实用技术



## 运镜技巧

推拉摇移

## 构图技巧

**九宫格构图：** 1、风景拍摄，横平竖直，突出景物；  
2、人物拍摄，四个交叉点，突出人物。

**对称式构图：** 水平对称（如江面）或垂对称（如墙面）

**引导线构图：** 单一引导线（如栏杆、楼梯）



## 推拉摇移

- 推：镜头慢慢向前推，画面由远及近，慢慢突出主体
- 拉：镜头向后退，先展示主体，再交代周边环境。
- 摇：上下摇让主体高大，左右摇展示环境
- 移：镜头横向移动，展示空间

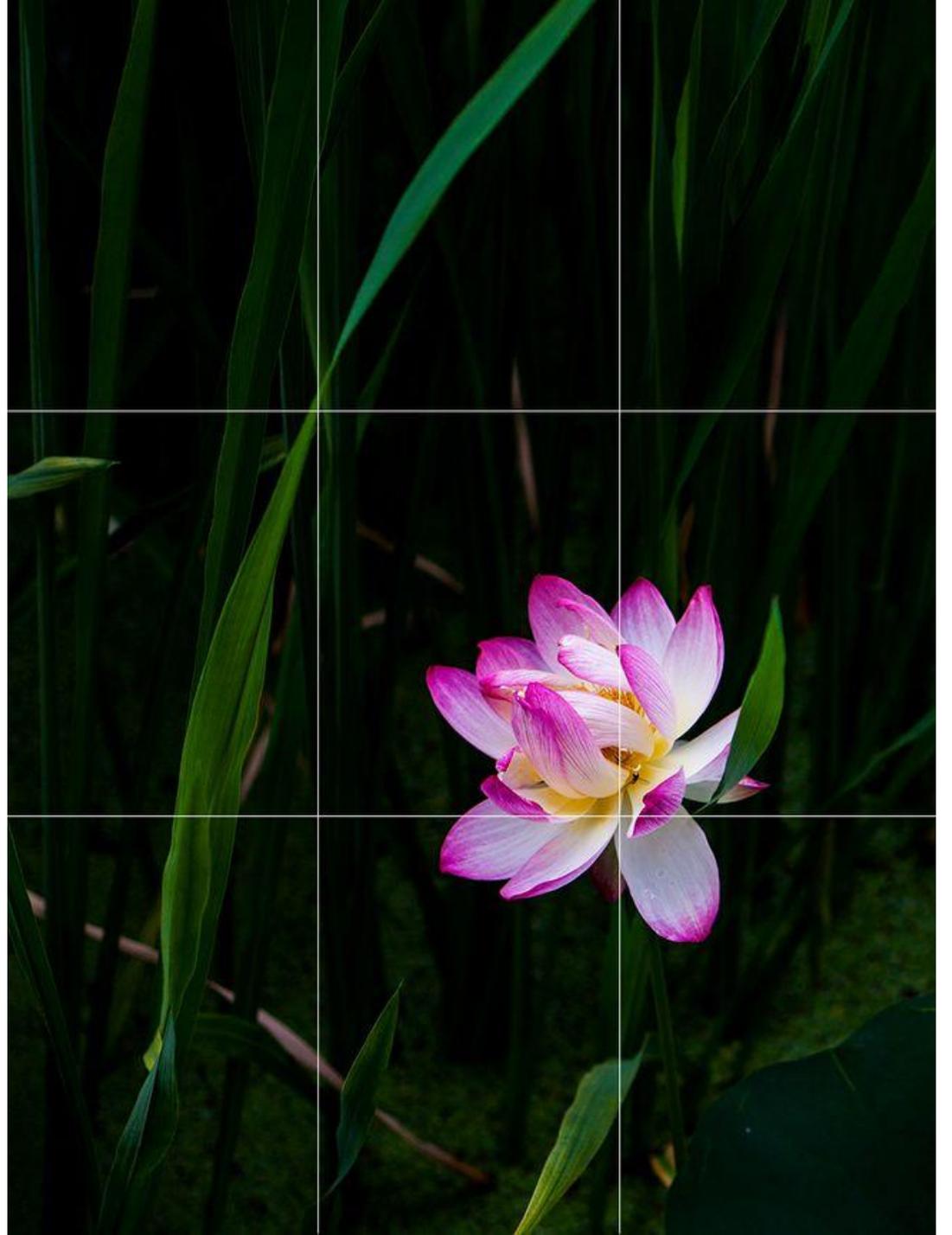
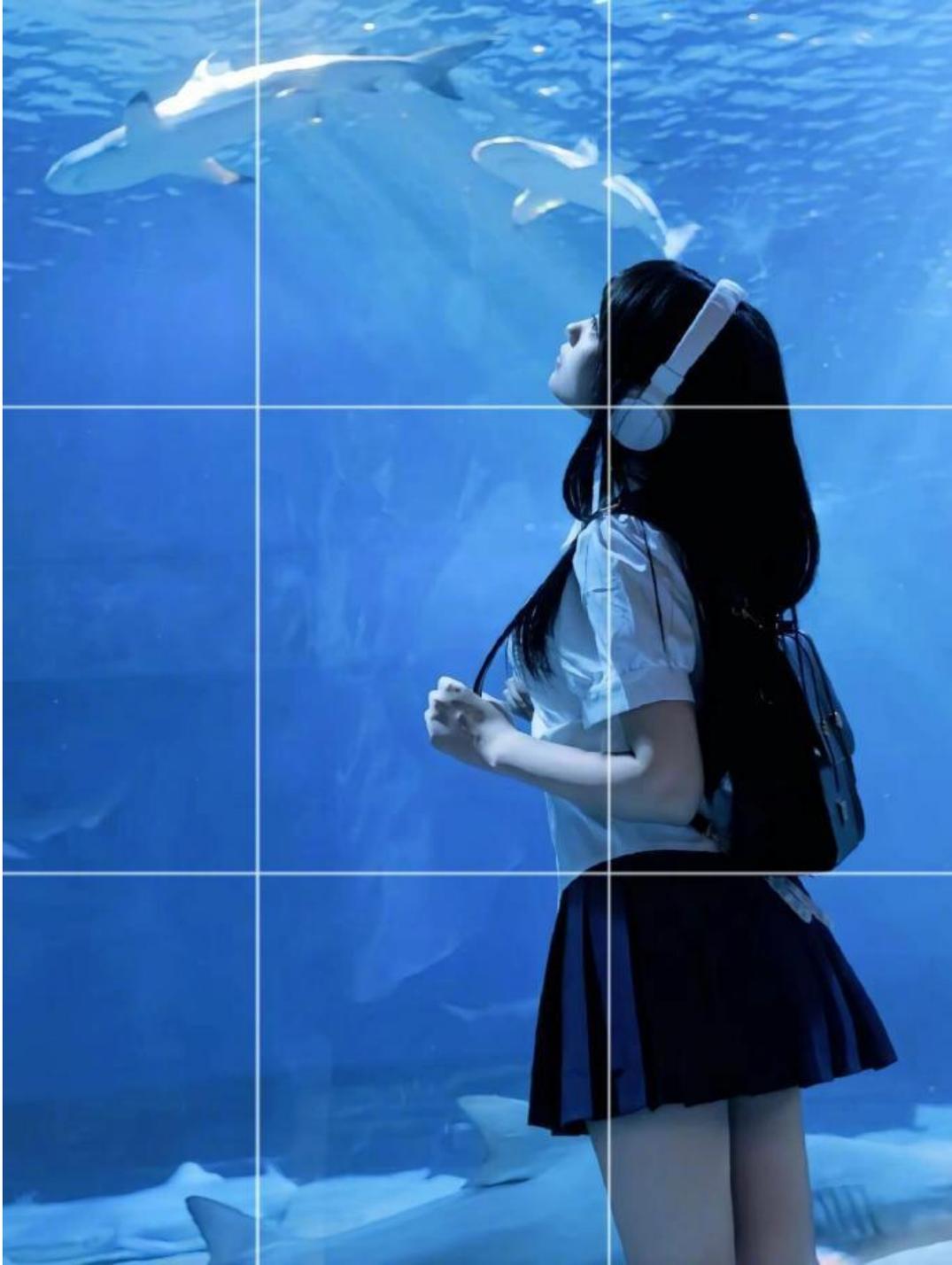
## 成片展示

拍摄技巧：**推镜头+一镜到底**



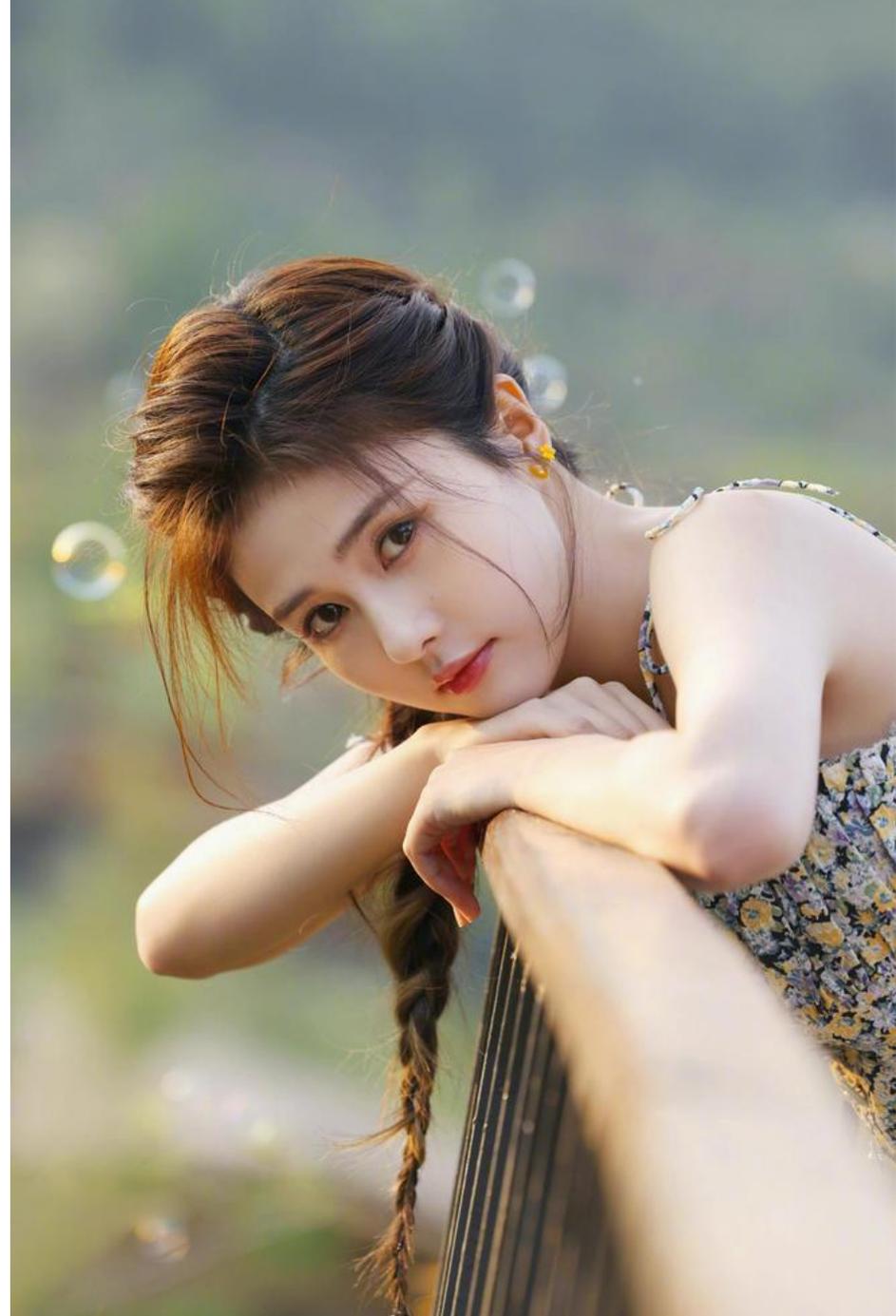
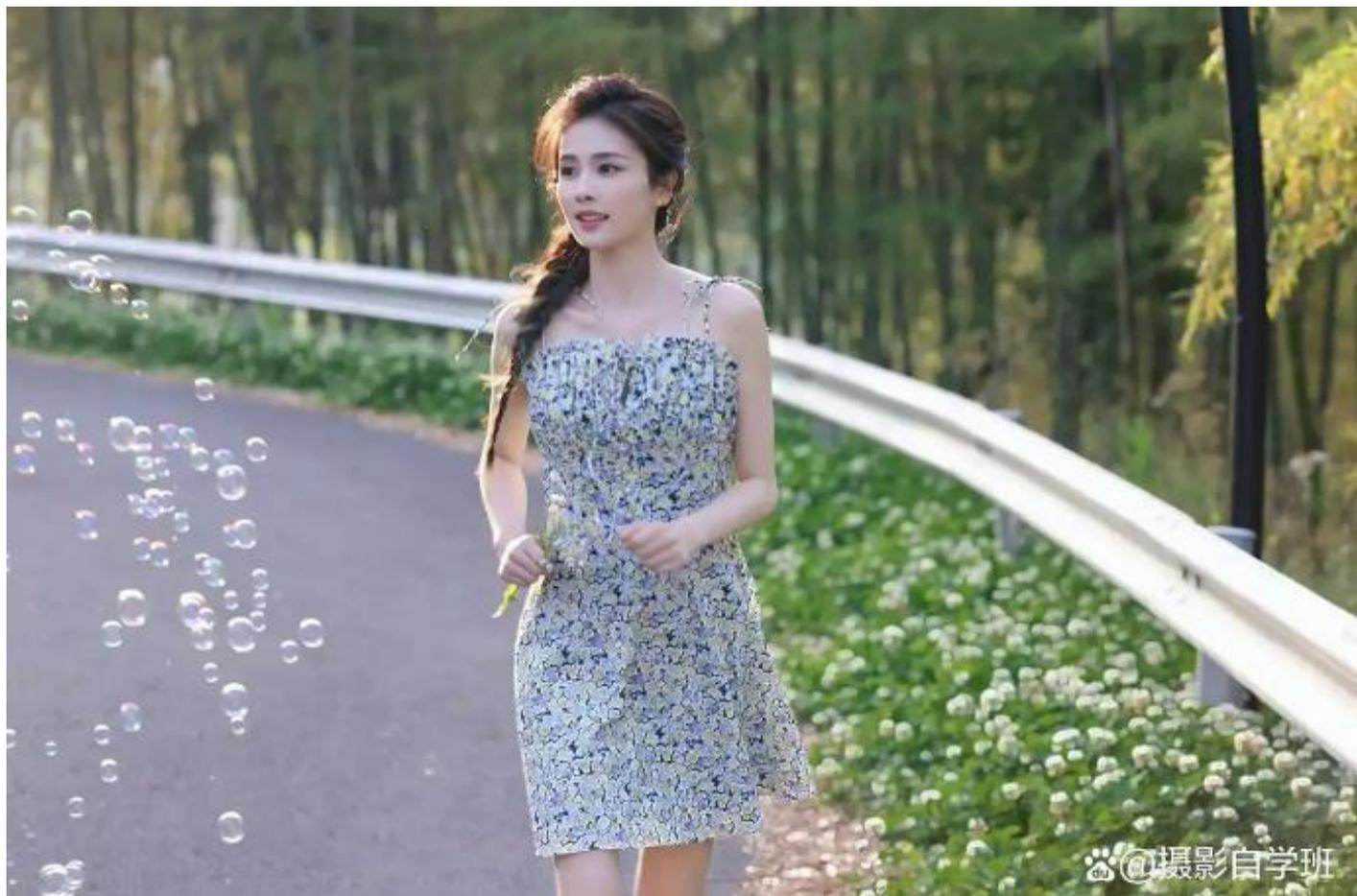
抖音号: 65947820575

Q 民宿摄影课堂









## 实地拍摄练习

组织实地拍摄活动，让基层公务人员在实践中掌握摄影技巧，积累拍摄经验。

## 拍摄主题选择

根据呼玛的宣传需求和季节特点，选择合适的拍摄主题，如春季的冰雪消融、夏季的两岸风光等。

## 拍摄成果分享与交流

定期组织拍摄成果分享会，让大家互相学习、交流经验，共同提高摄影水平。



PART 04

短视频平台账号运营



# 平台选择与账号搭建

## 平台特点分析



抖音用户群体广泛，适合推广呼玛的旅游、文化等内容；  
快手用户更接地气，适合展示呼玛的民俗风情。

## 账号注册与信息完善



完善账号信息，包括头像、简介等，突出呼玛的特色  
和宣传重点。如“呼玛文旅”“呼玛农特产”等。

## 账号定位与规划



根据账号定位制定内容规划和发布策略，保持账号  
风格的一致性。

# 内容发布与优化

## 标题与文案撰写

撰写吸引人的标题和文案，突出视频的重点和亮点，激发观众的兴趣。

标题可以采用问题式、悬念式等，如“呼玛的这片神秘森林，你绝对想不到有多美！”



## 内容发布策略

选择发布视频时段。



## 内容优化与更新

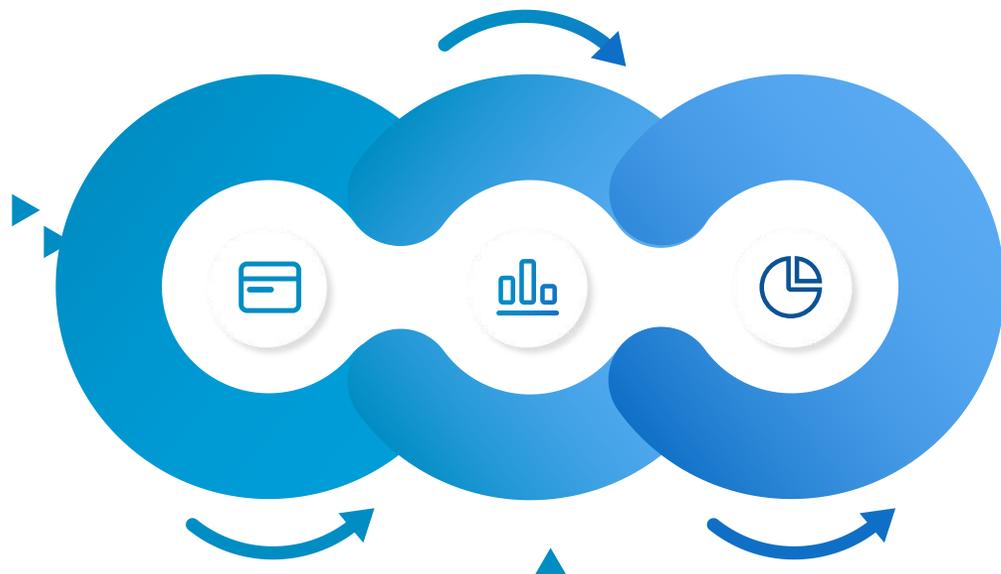
根据观众的反馈和数据分析，不断优化内容，提高视频的质量和吸引力。

定期更新内容，保持账号的活跃度，吸引更多粉丝关注。

# 粉丝互动与增长

## 积极互动回应

及时回复观众的评论和私信，与观众建立良好的互动关系，增强粉丝粘性。对于观众提出的问题和建议，认真对待并给予回应。



## 粉丝增长策略

通过合作、互推、参与话题挑战等方式，吸引更多粉丝关注账号。可以与其他地方的账号合作，互相推荐，扩大影响力。

## 负面评论应对

学会应对负面评论，保持冷静和专业，避免引发更大的争议。对于不实信息及时澄清，对于合理的批评虚心接受并改进。

# PART 05

## 短视频平台及电商平台推介 家乡及家乡产品



# 短视频平台推介家乡

## 旅游景点推广

制作精美的短视频，展示呼玛的旅游景点，吸引游客前来观光。

## 民俗文化展示

通过短视频展示呼玛的民俗文化，如传统节日、民间艺术等，传承和弘扬地方文化。



## 特色活动宣传

及时宣传呼玛的特色活动，如农产品采摘节、文化节等，提升地方知名度和影响力。

抖音

抖音号: 4672592

大鱼海棠

2020.09.17



抖音

抖音号: HeXiangbei

# 法国VLOG

2023.8.20

## 圣米歇尔山



抖音

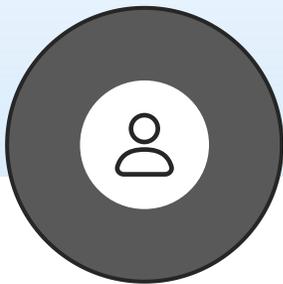
抖音号: rnrbxmt



# 短视频平台推介家乡产品

## 特色农产品推广

利用短视频展示其绿色无污染的种植环境和种植过程，吸引消费者购买。

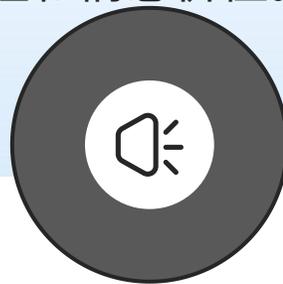


## 手工艺品展示

制作一段呼玛玛瑙制作的视频，展示精湛的技艺和精美的作品，提升手工艺品的知名度。

## 产品故事讲述

讲述家乡产品的背后故事，如种植历史、制作工艺等，增加产品的文化底蕴和情感价值。

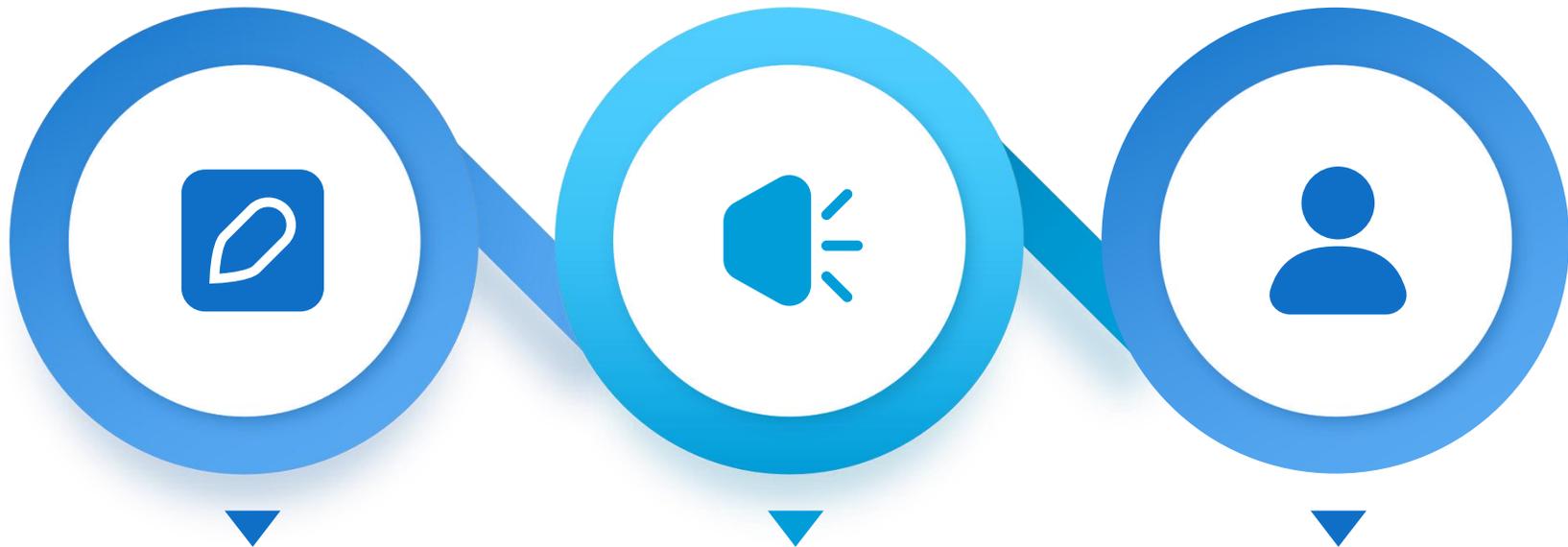


# PART 06

**进阶实操-基于目前账号基础，如何进一步将账号增效提质**



# 账号数据分析与优化



## 数据分析指标

深入了解账号的各项数据分析指标，如粉丝增长趋势、视频播放量、点赞量、评论量等。

## 优化策略制定

根据数据分析结果，制定针对性的优化策略，如调整内容风格、优化发布时间等。

## 效果评估与调整

定期评估优化策略的效果，根据实际情况进行调整，确保账号持续优化。

# 内容创新与提升

## 创新内容形式

尝试创新内容形式，如直播、互动视频等，提升用户的参与感和体验感。

开展呼玛特色农产品的直播带货活动，与观众实时互动，解答疑问，促进销售。

## 优质内容合作

与其他优质账号或创作者进行合作，共同创作优质内容，扩大影响力。

与旅游博主合作，共同推广呼玛的旅游景点和特色活动。

## 深度内容挖掘

深入挖掘呼玛的特色资源和文化内涵，创作更具深度和价值的內容。

制作关于呼玛历史文化深度解读的视频，提升呼玛的文化影响力。

# 品牌建设与推广

01

## 品牌定位与塑造

通过江呼品牌，将呼玛的自然风光、民俗文化等元素融入品牌形象，不断打造品牌知名度。

02

## 品牌推广策略

制定品牌推广策略，如江呼品牌宣传视频，展示呼玛的特色资源和文化魅力，提升品牌影响力。

03

## 品牌合作与拓展

寻找品牌合作机会，与其他地方品牌或企业进行合作，拓展品牌影响力。与旅游企业合作，共同推广呼玛的旅游品牌，吸引更多游客。

# 跨平台运营与合作



## 跨平台运营策略

制定跨平台运营策略，将账号的内容和影响力拓展到多个平台。  
将短视频内容同步到抖音、快手、视频号等多个平台，扩大传播范围。



## 平台合作与联动

与其他平台的账号或创作者进行合作和联动，共同开展活动或推广。  
与抖音上的旅游博主合作，共同推广呼玛的旅游景点和特色活动。



## 跨区域合作与推广

探索跨区域合作机会，与相邻地区的账号合作，共同推广区域旅游线路和特色产品。实现资源共享和优势互补。

# 团队建设与人才培养

01

## 团队组建与分工

根据账号的发展需求，组建包括内容创作、视频拍摄、数据分析、粉丝运营等在内的专业团队，提高账号运营效率。

## 人才培养与提升

定期组织团队成员参加短视频运营、摄影摄像等方面的培训课程，提升团队整体水平。

02

03

## 团队协作与管理

建立良好的团队协作机制，总结经验教训，制定下一步工作计划，确保团队高效运转。

# 谢谢大家



汇报人：由泉



时间：2024

# 短视频宣传 与运营全攻略



汇报人：由泉



时间：2024

01

基层公务人员的短视频宣传使命

04

短视频平台账号运营

02

从0到1制作短视频

05

短视频平台及电商平台推介家乡及家乡产品

03

摄影拍摄实用技术

06

进阶实操-基于目前账号基础，如何进一步将账号增效提质

# PART 01

## 基层公务人员的短视频宣传



# 短视频宣传呼玛的价值



## 提升呼玛知名度

短视频传播速度快、范围广，短视频成为地方宣传的有力武器。

## 助力呼玛经济发展

通过短视频宣传呼玛的特色农产品、手工艺品、文旅产品等，可拓宽销售渠道，推动地方经济繁荣。

## 塑造呼玛良好形象

基层公务人员以真实、客观的视角展示呼玛，有助于增加真实感，树立呼玛积极向上、充满活力的形象。

# 基层公务人员的优势与挑战

## 优势

深入了解呼玛本地情况，包括风土人情、特色资源等，能挖掘出更具吸引力和代表性的内容。

## 挑战

可能缺乏专业的短视频制作和运营知识，需要不断学习和积累经验。  
时间和精力有限，需要在繁忙的工作中合理安排短视频宣传工作。

# PART 02

## 从0到1制作短视频



# 明确宣传目标与内容方向



## ◆ 宣传目标设定

设定具体的宣传目标，如提升旅游知名度、推广特色农产品等。

## ◆ 内容方向选择

选择具有吸引力和传播力的内容方向，如自然风光、历史文化、民俗风情、特色美食等。

## ◆ 受众定位

分析目标受众的特点和需求，以便制作出更符合受众口味的短视频。

# 短视频脚本撰写

## 脚本结构规划

确定短视频的开头、中间和结尾结构，开头要吸引眼球，中间展开内容，结尾呼应主题或引导观众行动。

## 内容撰写要点

语言简洁明了，避免冗长复杂的句子，同时要富有感染力和吸引力。

## 镜头设计

根据脚本内容设计合适的镜头，包括景别、角度、运动方式等，以增强画面的表现力和视觉冲击力。

# 短视频拍摄与剪辑

## 拍摄设备选择

手机拍摄方便快捷，适合基层公务人员随时随地记录；相机拍摄效果更专业，可提升视频品质。

## 拍摄技巧

掌握基本的拍摄技巧，如稳定拍摄、构图原则、光线运用等，确保画面质量。

## 剪辑软件与技巧

学习剪映基本的剪辑功能，如剪辑、拼接、添加字幕、特效等。



# 全场景+原创文案



98.6万 获赞 487 关注 8.2万 粉丝

51岁 IP: 陕西

- 商品橱窗 11件好物
- 公开群 秦书记的粉丝群

+ 关注

作品 55

橱窗



# 产品特写+民俗故事



653.4万 获赞 830 关注 178.7万 粉丝

全国十大诚信之星，全国助残新闻人物，抖音电商“守规立信助益社会卓越个人”，荆楚楷模、首届湖北改革奖（个人奖）获得者，湖北省黄冈市罗田县骆驼坳镇燕窝湾村第一书记，燕儿谷联合党委书记，燕儿谷创始人、湖北省总商会副会长、湖北省残联主席团副主席、武汉大学法学院硕士生导师。律师执业30年，北京深圳工作生活20余年，2011年回到大别山老家，带领父老乡亲脱贫致富奔小康。以身许乡村，以身许故里。

♂ 55岁 IP: 湖北 中南财经政法大学

商品橱窗 119件好物 公开群 20个群聊

+ 关注

作品 645 ▾

橱窗





# 全视角+新奇演义



331.6万 获赞 203 关注 13.9万 粉丝

人民幸福城，我的沈阳美  
沈水之阳 我心向往  
投稿邮箱:shenyangwenlv024@163.com

公开群  
2个群聊

+ 关注 发私信 ...

作品 1497



抖音  
CCTV  
文旅  
抖音号: 44931143492  
Q CCTV远方的家



PART 03

摄影拍摄实用技术



## 运镜技巧

推拉摇移

## 构图技巧

**九宫格构图：** 1、风景拍摄，横平竖直，突出景物；  
2、人物拍摄，四个交叉点，突出人物。

**对称式构图：** 水平对称（如江面）或垂对称（如墙面）

**引导线构图：** 单一引导线（如栏杆、楼梯）



## 推拉摇移

- 推：镜头慢慢向前推，画面由远及近，慢慢突出主体
- 拉：镜头向后退，先展示主体，再交代周边环境。
- 摇：上下摇让主体高大，左右摇展示环境
- 移：镜头横向移动，展示空间

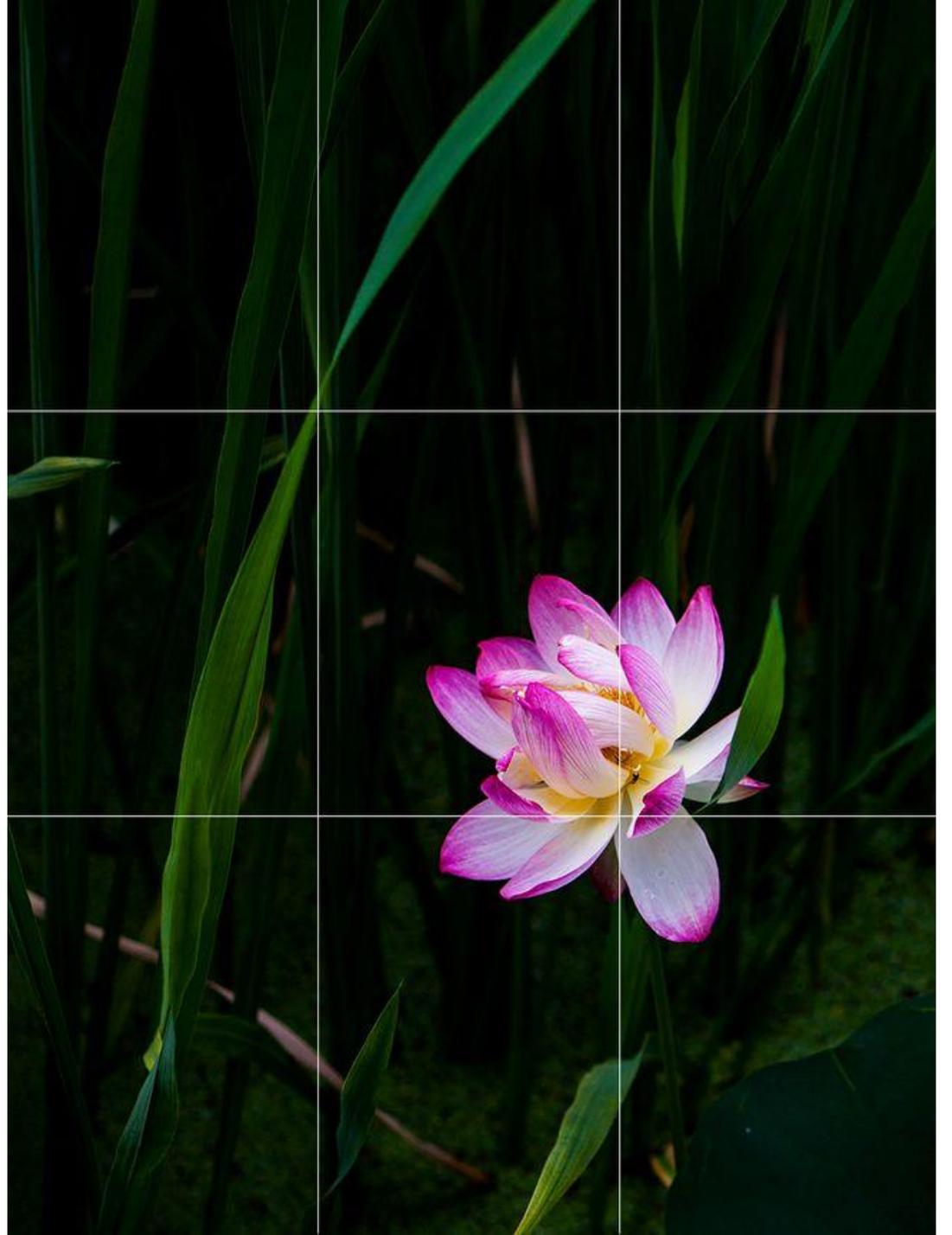
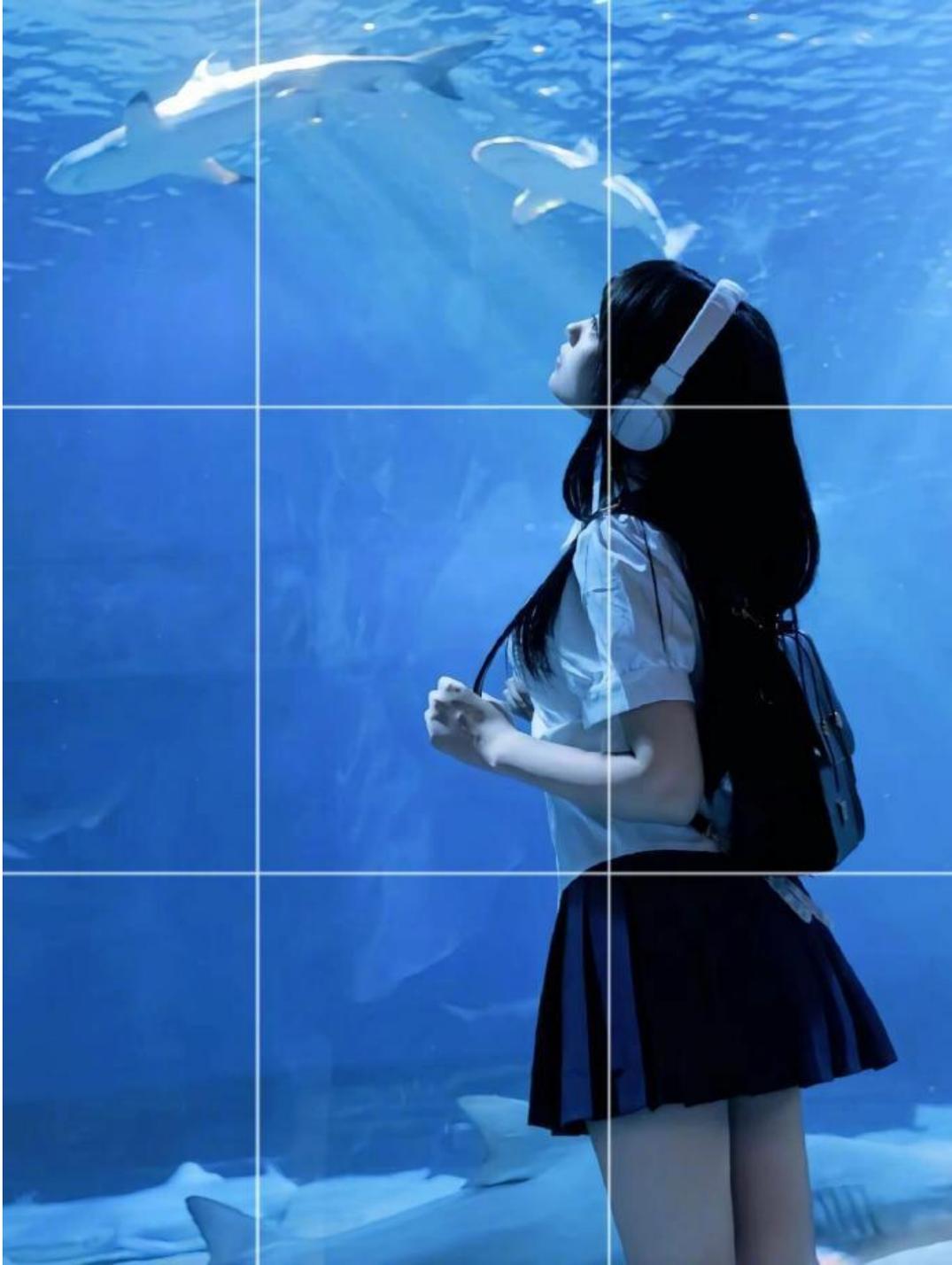
## 成片展示

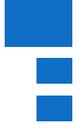
拍摄技巧：**推镜头+一镜到底**



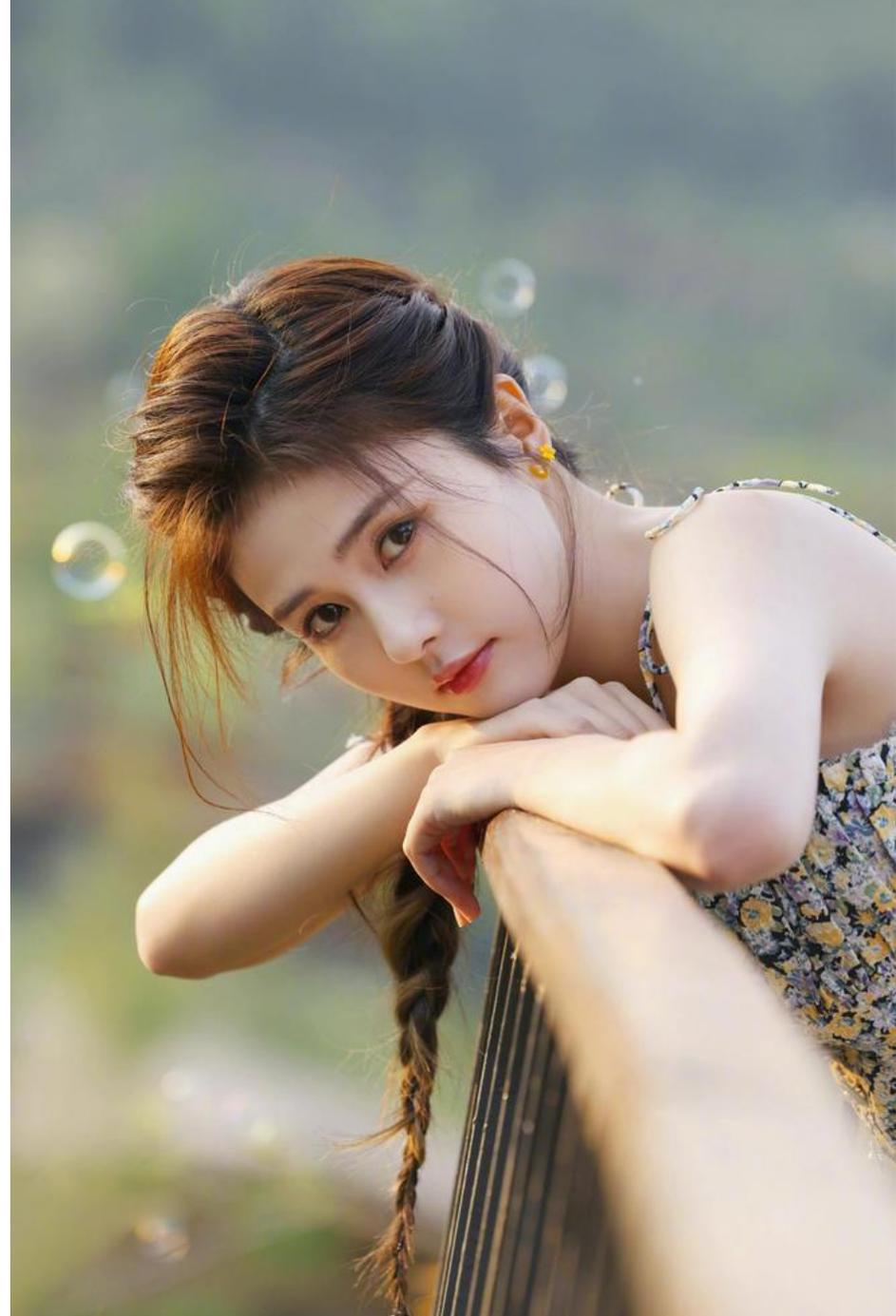
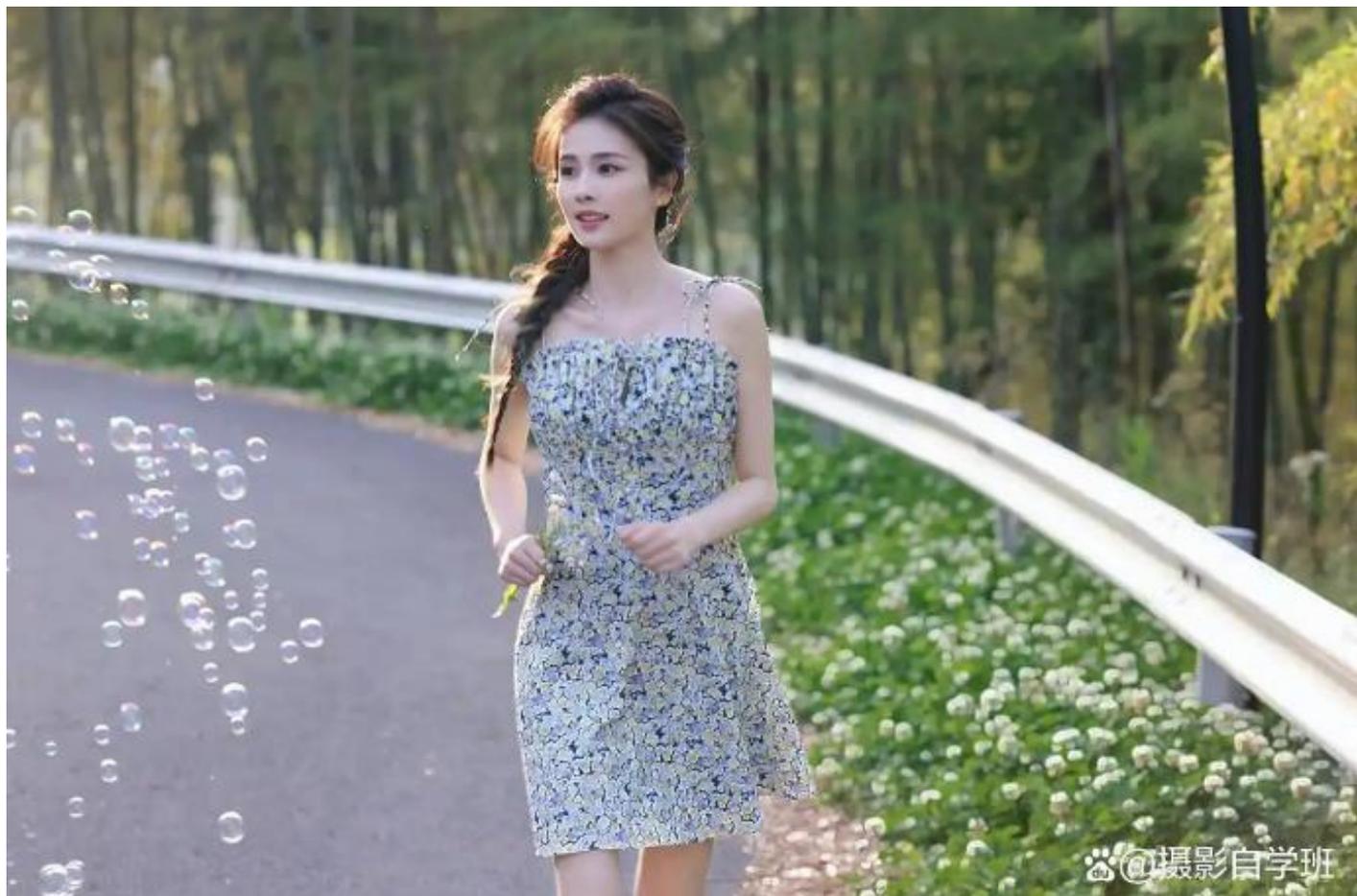
抖音号: 65947820575

Q 民宿摄影课堂









## 实地拍摄练习

组织实地拍摄活动，让基层公务人员在实践中掌握摄影技巧，积累拍摄经验。

## 拍摄主题选择

根据呼玛的宣传需求和季节特点，选择合适的拍摄主题，如春季的冰雪消融、夏季的两岸风光等。

## 拍摄成果分享与交流

定期组织拍摄成果分享会，让大家互相学习、交流经验，共同提高摄影水平。



PART 04

短视频平台账号运营



# 平台选择与账号搭建

## 平台特点分析



抖音用户群体广泛，适合推广呼玛的旅游、文化等内容；  
快手用户更接地气，适合展示呼玛的民俗风情。

## 账号注册与信息完善



完善账号信息，包括头像、简介等，突出呼玛的特色  
和宣传重点。如“呼玛文旅”“呼玛农特产”等。

## 账号定位与规划



根据账号定位制定内容规划和发布策略，保持账号  
风格的一致性。

# 内容发布与优化

## 标题与文案撰写

撰写吸引人的标题和文案，突出视频的重点和亮点，激发观众的兴趣。

标题可以采用问题式、悬念式等，如“呼玛的这片神秘森林，你绝对想不到有多美！”



## 内容发布策略

选择发布视频时段。



## 内容优化与更新

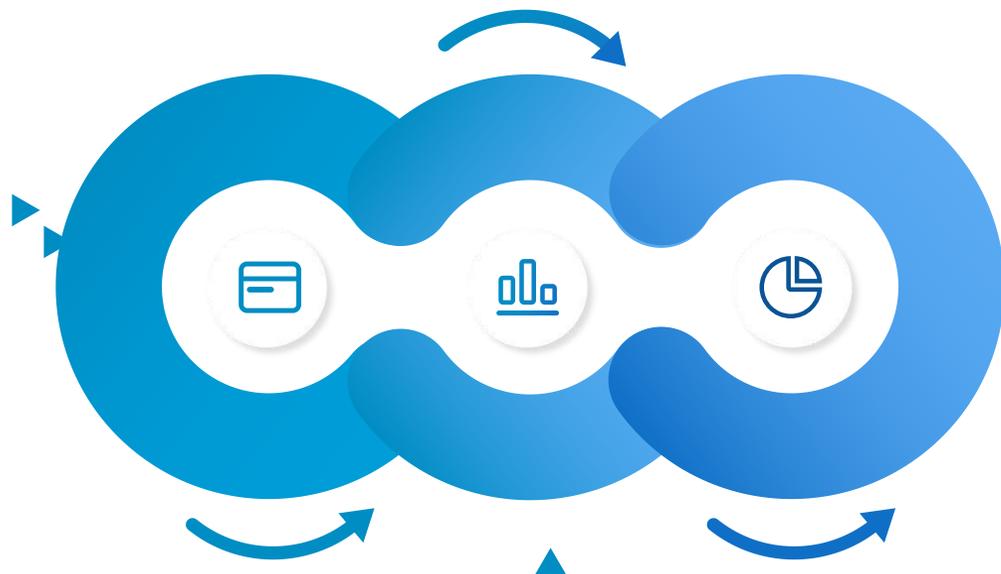
根据观众的反馈和数据分析，不断优化内容，提高视频的质量和吸引力。

定期更新内容，保持账号的活跃度，吸引更多粉丝关注。

# 粉丝互动与增长

## 积极互动回应

及时回复观众的评论和私信，与观众建立良好的互动关系，增强粉丝粘性。对于观众提出的问题和建议，认真对待并给予回应。



## 粉丝增长策略

通过合作、互推、参与话题挑战等方式，吸引更多粉丝关注账号。可以与其他地方的账号合作，互相推荐，扩大影响力。

## 负面评论应对

学会应对负面评论，保持冷静和专业，避免引发更大的争议。对于不实信息及时澄清，对于合理的批评虚心接受并改进。

# PART 05

## 短视频平台及电商平台推介 家乡及家乡产品



# 短视频平台推介家乡

## 旅游景点推广

制作精美的短视频，展示呼玛的旅游景点，吸引游客前来观光。

## 民俗文化展示

通过短视频展示呼玛的民俗文化，如传统节日、民间艺术等，传承和弘扬地方文化。



## 特色活动宣传

及时宣传呼玛的特色活动，如农产品采摘节、文化节等，提升地方知名度和影响力。

抖音

抖音号: 4672592

大鱼海棠

2020.09.17



抖音

抖音号: HeXiangbei

# 法国VLOG

2023.8.20

## 圣米歇尔山



抖音

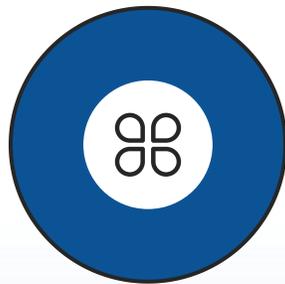
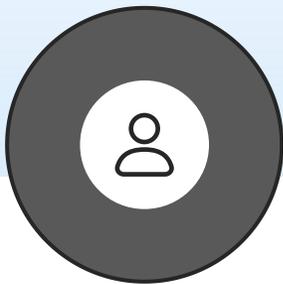
抖音号: rnrbxmt



# 短视频平台推介家乡产品

## 特色农产品推广

利用短视频展示其绿色无污染的种植环境和种植过程，吸引消费者购买。

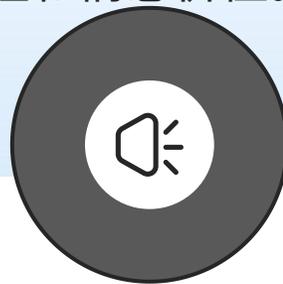


## 手工艺品展示

制作一段呼玛玛瑙制作的视频，展示精湛的技艺和精美的作品，提升手工艺品的知名度。

## 产品故事讲述

讲述家乡产品的背后故事，如种植历史、制作工艺等，增加产品的文化底蕴和情感价值。



# PART 06

**进阶实操-基于目前账号基础，如何进一步将账号增效提质**



# 账号数据分析与优化



## 数据分析指标

深入了解账号的各项数据分析指标，如粉丝增长趋势、视频播放量、点赞量、评论量等。

## 优化策略制定

根据数据分析结果，制定针对性的优化策略，如调整内容风格、优化发布时间等。

## 效果评估与调整

定期评估优化策略的效果，根据实际情况进行调整，确保账号持续优化。

# 内容创新与提升

## 创新内容形式

尝试创新内容形式，如直播、互动视频等，提升用户的参与感和体验感。

开展呼玛特色农产品的直播带货活动，与观众实时互动，解答疑问，促进销售。

## 优质内容合作

与其他优质账号或创作者进行合作，共同创作优质内容，扩大影响力。

与旅游博主合作，共同推广呼玛的旅游景点和特色活动。

## 深度内容挖掘

深入挖掘呼玛的特色资源和文化内涵，创作更具深度和价值的內容。

制作关于呼玛历史文化深度解读的视频，提升呼玛的文化影响力。

# 品牌建设与推广

01

## 品牌定位与塑造

通过江呼品牌，将呼玛的自然风光、民俗文化等元素融入品牌形象，不断打造品牌知名度。

02

## 品牌推广策略

制定品牌推广策略，如江呼品牌宣传视频，展示呼玛的特色资源和文化魅力，提升品牌影响力。

03

## 品牌合作与拓展

寻找品牌合作机会，与其他地方品牌或企业进行合作，拓展品牌影响力。与旅游企业合作，共同推广呼玛的旅游品牌，吸引更多游客。

# 跨平台运营与合作



## 跨平台运营策略

制定跨平台运营策略，将账号的内容和影响力拓展到多个平台。  
将短视频内容同步到抖音、快手、视频号等多个平台，扩大传播范围。



## 平台合作与联动

与其他平台的账号或创作者进行合作和联动，共同开展活动或推广。  
与抖音上的旅游博主合作，共同推广呼玛的旅游景点和特色活动。



## 跨区域合作与推广

探索跨区域合作机会，与相邻地区的账号合作，共同推广区域旅游线路和特色产品。实现资源共享和优势互补。

# 团队建设与人才培养

01

## 团队组建与分工

根据账号的发展需求，组建包括内容创作、视频拍摄、数据分析、粉丝运营等在内的专业团队，提高账号运营效率。

## 人才培养与提升

定期组织团队成员参加短视频运营、摄影摄像等方面的培训课程，提升团队整体水平。

02

03

## 团队协作与管理

建立良好的团队协作机制，总结经验教训，制定下一步工作计划，确保团队高效运转。

# 谢谢大家



汇报人：由泉



时间：2024