



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《短视频剪辑与制作》教案

商学系

王翠平



2.4 短视频类型分类

教学要求	<p>【知识目标】</p> <p>1. 了解搞笑类短视频、知识类短视频、商业类短视频的特点</p> <p>【技能目标】</p> <p>1. 学会分析不同类型短视频平台的盈利模式</p> <p>【素质目标】</p> <p>1. 培养学生的创新精神和服务地方经济发展的担当意识,在作品创作过程中追求卓越,以“工匠精神”严格要求自己。</p>
教学重点	1. 了解搞笑类短视频、知识类短视频、商业类短视频的特点
教学难点	1. 能够根据常见的几种方法制作短视频优质内容 2. 掌握如何戳中用户痛点 3. 学会分析不同类型短视频平台的盈利模式
教学方法	讲授法、案例法
课时数	2 课时

教学内容

- 一、搞笑类短视频
 - (一) 爆款内容来自平凡生活
 - (二) 反转搞笑+塑造冲突实现内容创新
- 二、知识分享类短视频
 - (一) 知识类短视频类型
 - (二) 盈利模式分析
 - (三) 怎样打造知识类短视频
- 三、商业类短视频
 - (一) 短视频的商业模式
 - (二) 短视频电商
 - (三) 短视频自建商城模式
 - (四) 内容付费
- 四、短视频常见类型及特点:

搞笑娱乐类：以幽默短剧、搞笑段子、趣味模仿等形式为主，特点是剧情夸张、笑点密集，语言风趣幽默，能快速缓解观众压力，带来欢乐情绪，时长通常较短，在几十秒到几分钟不等，画面风格活泼多变，多运用特效、音效增强喜剧效果。

生活记录类：常见形式为 vlog，真实记录个人生活点滴，包括日常出行、美食体验、旅行见闻等，具有真实感、亲近感，让观众产生情感共鸣，画面自然质朴，语言平实易懂，时长较为灵活，依据记录内容而定，传播渠道多依托社交媒体平台，便于分享生活感悟。

知识科普类：涵盖各学科知识、生活常识、职场技能等领域，通过动画演示、实验操作、专家讲解等方式，将复杂知识简单化、可视化，特点是内容严谨、逻辑清晰，注重信息传递准确性，画面简洁明了，辅助以图表、字幕等元素，满足观众求知欲，时长根据知识深度可长可短。

技能教学类：聚焦于各类实用技能传授，如美妆技巧、摄影教程、健身动作指导等，以实操演示为主，步骤详细，要点突出，搭配清晰解说，方便观众学习模仿，画面重点展示操作过程，剪辑节奏适中，利于观众跟上教学节奏，通常会在结尾引导观众实践并反馈。

电商带货类：主播借助短视频展示商品外观、性能、使用方法等，结合优惠活动、促销话术，激发观众购买欲望，特点是产品展示直观，营销性强，画面注重突出产品亮点，文案强调卖点提炼与购买引导，常与电商平台链接紧密结合，实现流量转化。

美食分享类：展示美食制作过程、探店品尝经历等，画面精美诱人，色彩丰富，解说词生动形象，能勾起观众食欲，同时分享美食背后的文化、故事，增加内容深度，时长依据制作复杂程度和探店流程而定，传播过程中易引发观众互动，交流美食心得。

旅游出行类：呈现各地旅游风光、旅行攻略、交通住宿建议等，以美景拍摄、人文风情介绍为核心，让观众足不出户领略世界，画面宏大壮观或细腻温馨，文案富有感染力，激发观众出游意愿，常搭配地图、路线标注等元素，方便观众规划行程。

文化艺术类：包括音乐演奏、舞蹈表演、绘画创作、书法展示等领域，展

现艺术魅力，传播文化精髓，特点是艺术表现力强，注重审美营造，画面、声音质量要求高，通过精湛技艺吸引观众，激发对文化艺术的热爱，时长因艺术形式而异。

时事新闻类：及时报道国内外最新事件，涵盖政治、经济、社会、体育等各个领域，具有时效性强、内容客观准确的特点，画面多为现场拍摄或资料剪辑，解说严肃专业，帮助观众了解天下大事，紧跟时代步伐。

美妆时尚类：聚焦化妆品使用、穿搭搭配、发型设计等时尚领域，以潮流趋势引领、个人风格塑造为目标，画面精致时尚，模特展示效果突出，文案传递时尚理念与搭配技巧，满足观众对美的追求，吸引时尚爱好者关注。

不同类型短视频的目标受众：

搞笑娱乐类：受众广泛，尤其吸引年轻群体，他们在繁忙学习、工作之余寻求放松娱乐，对新奇、有趣的内容充满兴趣，具有较强的分享欲望，能促使作品快速传播。

生活记录类：受各年龄段人群喜爱，年轻人借此展示个性、分享生活，与同龄人交流互动；中年人通过观看他人生活感悟人生；老年人关注温馨日常，回忆往昔，不同年龄段受众对生活记录的关注点有所差异。

知识科普类：吸引学生群体、职场人士以及对知识有持续追求的人群，他们渴望提升自我，解决生活、学习、工作中的问题，注重知识的实用性和权威性，会因知识获取需求关注相关账号。

技能教学类：主要面向有学习特定技能需求的人群，如美妆爱好者、摄影初学者、健身塑形人群等，他们目标明确，希望通过短视频快速掌握实用技能，对教学内容的专业性和可操作性要求较高。

电商带货类：针对有消费需求的人群，根据商品品类细分受众，如母婴产品带货面向新手爸妈，数码产品带货吸引科技爱好者，受众关注产品性价比、品质以及主播可信度，购买决策受多种因素影响。

美食分享类：美食爱好者是核心受众，包括喜欢烹饪的家庭主妇、美食探店的年轻人以及对各地特色美食感兴趣的人群，他们热衷于交流美食经验，对美食的视觉呈现和口味描述较为敏感。

旅游出行类：吸引旅游爱好者、计划出游人群，他们关注旅游目的地信息、

攻略实用性以及风景独特性，希望通过短视频获取灵感，规划完美行程，同时分享自己的旅行故事。

文化艺术类：受众为对文化艺术有浓厚兴趣、有一定艺术修养的人群，他们欣赏艺术作品，追求精神层面的满足，关注艺术家动态、文化活动资讯，愿意为优质艺术内容停留。

时事新闻类：受众广泛，涵盖关心国家发展、社会动态的各界人士，不同职业、年龄群体关注不同领域新闻，如股民关注财经新闻，体育迷关注赛事新闻，他们期望获取权威、及时的信息。

美妆时尚类：主要面向年轻女性群体，她们追求时尚潮流，注重个人形象塑造，对美妆新品、穿搭潮流敏感度高，乐于尝试新风格，消费意愿受时尚趋势影响较大。

归纳与
提高

通过本节的学习，我们认识了优质内容的基本模式，如何寻找用户痛点，短视频平台竞争分析，短视频类型分析。

目前，要想在这短视频一行业成功扎根，应结合所得到的数据优化自己的视频，总结选题拍摄经验，争取让自己的每一个视频都能成为爆款。