



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



1.3 热门短视频解析

教学要求	【知识目标】 1. 了解并分析目前典型的四种短视频类型 【技能目标】 1. 通过学习本节中短视频的四类典型案例分析，能分析、理解不同类型短视频的运营方式以及商业实现价值 【素质目标】 1. 帮助学生树立正确的价值观导向，坚守法律和道德底线，传播正能量，弘扬主旋律
教学重点	1. 分析不同类型短视频
教学难点	1. 学习不同短视频的可取之处
教学方法	讲授法、案例法
课时数	2 课时

教学内容

热门短视频类型解析

一、商品导购类——薇娅 viya、李佳琦 Austin

商品导购类短视频：也称为商品带货类视频，是更纯粹的商品推广视频。内容可以是商品本身，专注于商品的亮点，把有限的时长用在功能、特点、效果展示上；或者是现在流行的主播直播带货，凭借主播一张巧嘴，以及提前设计好的台词和产品展示，就能将流量迅速导向自己的店铺、品牌，从而实现成交，并依靠直播主播个人 ip 的影响力简单粗暴地实现卖货变现。最典型的商品导购类案例就是现在的直播红人——薇娅 viya 和李佳琦 Austin。

【典型案例】

薇娅 Viya——直播带货女王

薇娅，毫无疑问，淘宝第一美女主播，真的是一个让人惊掉下巴的销售神话！全球好物推荐官、淘宝第一主播、2018 雅加达亚运会火炬手、阿里巴巴 2019 脱贫攻坚公益主播、淘宝十大公益扶贫主播……而这些，都是真真实实存在的，

不是谁做主播都能达到这个水平的。

新的购物需求，带来了新的商机，电商直播成为了连接商家与消费者的新窗口。相比图文介绍，电商直播这种销售方式，更为直观和直接，有利于消费者和商家直接沟通，很快就在各大电商平台流行起来。在电商薇娅在直播行业里，最知名的带货主播，无疑非薇娅莫属了。分析薇娅直播成功的原因，无非在于以下几点：

- （一）首先是对行业风向的准确把握。
- （二）要相信自己的判断，并能够坚持到底。
- （三）要找准自己在电商直播行业的定位。
- （四）就是要做好准备工作。
- （五）要拥有自己的团队。
- （六）了解粉丝或用户需求。

【典型案例】

李佳琦 Austin——“口红一哥”

李佳琦，知名美妆博主、时尚美妆自媒体。李佳琦曾于 2018 年 9 月成功挑战“30 秒涂口红最多人数”的吉尼斯世界纪录，成为涂口红的世界纪录保持者，自此被誉为“口红一哥”。李佳琦目前是一位网红主播，在淘宝、抖音、微博、美拍等各大平台圈粉无数，成为众人眼中的“网红主播”。

李佳琦曾经创下多项带货纪录：1 秒钟卖光 8000 套产品；6 秒钟抢完 25.5 万张电影票；1 分钟售罄 14000 支口红……

李佳琦为什么会如此成功，其实是他的团队做到了以下五点。

- （一）直播内容精编，做趣味短视频
- （二）单品类突破，内容格式化
- （三）熟悉内容，创造陌生感
- （四）样本亲自示范
- （五）促销能力

二、知识传播类——秋叶 PPT、李子柒

知识传播类短视频：主要以传授技巧方法知识为主，为解决生活中的困惑而产生的；或者以展示问题、解决问题为主，展示生活中常见的问题、新出现

的现象等，以引起观众的同感和共鸣；或者是重在教人们解决问题，通过实际操作展示清明明了的操作过程，还要让观看者有良好的视觉感受。此类视频可以涉及到内容有：软件、美食、家电、3C 数码产品、宠物、绿植养护、兴趣爱好、健身、美妆护肤、时尚搭配、新的生活方式等都可以。知识传播类短视频把各类知识用更加显像化的形式传递给受众，一改知识艰深枯燥的外貌，拉近了大众与文化知识之间的距离。以短视频为纽带的知识分享和链接，在拓宽知识边界的同时，也让知识普惠接近现实。

【典型案例】

秋叶 PPT——进阶知识大放送

“秋叶 PPT”是将短视频+教育结合的非常完美的平台，目前已聚集将近 300 万粉丝，秋叶在抖音上的营销可谓全面开花，秋叶大叔、秋叶 excel、秋叶 word……全方位的抖音营销矩阵，专注于软件办公系列，聚集上班人群。

利用短视频进行知识点的传播的侧重点在于教学，向用户传授某种技能，如教用户制作 PPT、教授摄影摄像技巧、介绍学习英语的方法等。总之，短视频的分享就是让用户看了这些短视频后，能修在某个方面获得知识或技能上的提升。“秋叶 PPT”就是一个专注于系列办公软件教学的矩阵号。“秋叶 PPT”之所以能够成功，就是要想让自己的短视频账号对用户保持持久的吸引力，自己生产内容才是王道。

- （一）定位精准，内容是受众刚需
- （二）精心设计内容
- （三）讲解知识的方式多样，生动有趣
- （四）用幽默、调侃做点缀，风趣而不枯燥
- （五）注重与用户互动

【典型案例】

李子柒——古风色彩的生活方式

李子柒，微博知名美食视频博主，微博签约自媒体人，被誉为东方美食生活家。2015 年，李子柒开始自拍自导古风美食短视频，2018 年，李子柒的原创短视频在海外运营 3 个月后获得 YouTube 银牌奖，粉丝数破 100 万，被国外网友称为“来自东方的神秘力量”。《汉妆》、《面包窑》、《芋头饭》等作

品在 Facebook 也获得了数百万的播放量。李子柒通过她的视频在重新向全世界介绍那些被我们忘记的中国文化、艺术和智慧。

李子柒的短视频主题是中国人古朴的传统生活，以中华民族引以为傲的美食文化为主线，围绕衣食住行展开。如今，她的全网粉丝数量超过 4000 万，累计播放数量超过 30 亿。李子柒凭借着极具古风色彩的短视频作品成功突围，成为短视频领域的一流 IP。

（一）内容定位精准，充满个性

（二）个人形象鲜明

（三）短视频内容体现时效性

（四）短视频画面意境唯美

（五）矩阵式运营

（六）创建品牌实现商业变现

三、娱乐搞笑类——祝晓晗、陈翔六点半

娱乐搞笑类视频：多以搞笑创意为主，在互联网上有非常广泛的传播。其目的是为了给用户解压，偏娱乐性。此类视频不宜过长，毕竟内容在精不在长，多些亮点更可取。视频内容要贴近实际，最好从生活中取材，更容易让客户产生亲近感。即便是搞笑的视频也要有一个正能量的导向，应该弘扬一些积极向上的价值观。

【典型案例】

祝晓晗：诙谐亲情

主要拍摄吐槽父女关系的视频，讲述的是父女之间的故事，凭借碎片化的叙事特征以及亲切感，受到众多网友的关注。视频中父女之间的互动非常诙谐幽默，家庭关系和睦，受到了很多网友的喜爱。“祝晓晗”在抖音拥有超过 4000 万粉丝，是搞笑短剧领域的绝对“红人”。

具体分析其原因，有以下几个方面。

（一）内容垂直化

（二）鲜明的人设形象

（三）反转型叙事结构

（四）自然的演技

（五）活跃的粉丝互动

（六）矩阵增强内容竞争力

【典型案例】

陈翔六点半：爆笑视频

“陈翔六点半”作为一档以搞笑为主的短视频，现已成了一个知名 IP。“陈翔六点半”系列的短视频，很多人应该在日常生活中看到过，它也成了原创搞笑短视频的自媒体中的一匹黑马。视频中的演员的演技都是一流的，他们也成了“陈翔六点半”的重要标志。

“陈翔六点半”在短视频的制作方面也是非常用心的，所以它的大火也并非偶然，“陈翔六点半”的单个视频播放量轻轻松松上万、十万人次，有的甚至上百万人次。

“陈翔六点半”属于那种有灵活的场景和固定时长的轻喜剧短视频，也没有固定的演员和特别鲜明的网络特点，时长大概 1-5 分钟，这个短视频的主要目的，就是让现在每天都在忙工作的人们在闲暇时间里可以获得轻松、快乐，人物性格的表现形式是以一种自嘲的形式呈现给大众的。

四、娱记录生活类——会说话的刘二豆、燃烧的陀螺仪

记录生活类短视频：通过视频的方式记录日常生活。通常一个视频的长度在 1-5 分钟之间，最长不超过 10 分钟，内容多为碎片化的日常记录，没有刻意故事设计，强调去表演化、真实日常和鲜明的个性，在内容的打磨上会更注重画面的协调性、拍摄的审美格调以及高水平的剪辑技巧。

【典型案例】

会说话的刘二豆：观察生活 特色拍摄

“会说话的刘二豆”也是一档以搞笑为主的短视频，坐拥四千多万粉丝。“会说话的刘二豆”视频的主人公是一只折耳猫（公猫），它的黄金搭档瓜子是一只英国短毛猫（母猫），这两只猫着是网红猫中的战斗猫，一度成为抖音平台最成功、最火的短视频自媒体。

作为萌宠短视频会说话的刘二豆不仅内容经典搞笑，时长能触发观众同感，更重要的是都是自己创新视频，并没有套用模仿别人，坚持自己的一贯作风，难得一见的良心短视频作品，分析其视频的拍摄特色：

（一）这个抖音号发布的视频，都是以这只白色的网红猫为出镜角色，通过配音和画面配合，让这只猫显得会说话，有情绪，更有自己的所思所想，这完全就是一个人格化的猫咪，仿佛一个孩子一样，立刻打动观众，进而大量吸纳粉丝。

（二）猫腻人格化的配音非常具有感染力和亲和力，很符合猫咪那种呆萌、可爱的性格，观众听到这个配音，也很容易就喜欢上这只猫咪了。

（三）视频中的搞怪背景音乐，与这只猫咪呆萌可爱的人设形象十分匹配，背景音乐十分欢快，动感十足，充分体现猫咪呆萌气质，有很好辅助效果。

【典型案例】

燃烧的陀螺仪：记录生活 技术流派

燃烧的陀螺仪是抖音上无人不知的 vlogger，因其中国南方航空飞行员的身份，在抖音上被人称之为“机长”。

“燃烧的陀螺仪”所发布的视频皆因为技术流视频走红。在 2019 年猪年春晚，燃烧的陀螺仪的贴春联视频更是登上了春晚舞台，其实他的作品就是日常分享，除了偶尔晒出工作日常之外，还有不少居家下厨视频。拍摄的视频也是原创度极高，机具个人风格，不可复制。从作品方向，我们来看看到底有哪些值得我们借鉴和学习的呢？大体从两个方向来看，一是内容，二是拍摄。

（一）内容

1. 燃烧的陀螺仪本人职业=机长
2. 机长工作之外
3. 内容的整体风格把控

（二）拍摄和剪辑

1. 律动感
2. 色调
3. 是静还是动？
4. 配合音乐卡点

归纳与 提高	通过本章的学习，我们认识了短视频的定义，了解了短视频的特征和优势，了解了热门短视频类型解析，以及短视频的商业变现方式。通过本章的学习，能够了解到短视频的不同类型以及各类短视频的盈利方式，在今后制作短视频的过程中能够综合运用所学知识。
-------------------	---