

综合题 1：题目：某账号计划做“职场穿搭”短视频，目标用户是 25-35 岁的都市白领。请设计 3 个短视频选题，并说明如何通过剪辑风格吸引目标用户。

答案：

选题示例：

《3 套通勤穿搭，5 分钟搞定上班造型》

《年薪 50 万的女高管都穿什么？》

《面试穿搭避雷！HR 最反感的 3 种搭配》

剪辑风格：

节奏快：每个穿搭展示不超过 10 秒，搭配快节奏 BGM。

专业感：使用简洁字幕（如品牌、价格标签），画面调色偏冷色调。

互动引导：结尾提问“你最喜欢哪一套？评论区告诉我！”

综合题 2：一条“10 分钟瘦手臂教程”短视频发布后，数据显示：

播放量 5000，点赞 200，完播率 15%，评论 10 条。

请分析问题，并提出优化方案。

答案：

问题分析：

完播率低：内容可能冗长或开头吸引力不足。

互动率低：缺乏引导互动的話术或争议点。

优化方案：

剪辑优化：

前 3 秒直接展示瘦身效果对比（如“7 天手臂围度-3cm”）。

缩短至 5 分钟内，删除冗余讲解。

互动提升：

添加字幕引导：“跟练的姐妹打卡第 X 天！”

评论区置顶：“瘦了 0.5cm 以上的扣 1！”

综合题 3：同一条“露营美食制作”短视频，如何差异化适配抖音、小红书、微信视频号？

答案：

平台 适配策略

抖音 - 竖屏 9:16，前 3 秒突出美食成品（如芝士拉丝）

- 标题：“露营必做！1 口爆浆的 XXX”

小红书 - 封面加文字标签（如“超详细食谱”）

- 评论区置顶食材购买链接

视频号 - 横屏 16:9，适合长教程

- 结尾引导关注公众号获取完整食谱

综合题 4：为某蓝牙耳机品牌制作一条 15 秒的带货短视频，预算有限。请写出分镜脚本，并说明剪辑要点。

答案：

分镜脚本：

时长 画面 字幕/配音

0-3s 地铁上人群嘈杂，主角皱眉 “通勤听歌总被噪音干扰？”

3-8s 戴上耳机后微笑，背景音瞬间安静 “XX 耳机，主动降噪，沉浸式听歌！”

8-12s 耳机特写+价格标签 “限时 99 元，点击下方购买！”

12-15s 主播手指屏幕引导点击 “库存有限，速抢！”

剪辑要点：

使用对比音效（嘈杂→安静）强化卖点。

价格标签动态放大，增强紧迫感。

综合题 5：剪辑一条“经典电影台词混剪”短视频时，如何避免侵权？需做哪些处理？

答案：

版权规避：

单片段<10 秒，总时长<1 分钟。

添加原创解说或字幕分析（如“这句台词为何封神？”）。

声明与标注：

片头注明“素材来源于网络，仅供学习交流”。

避免商用，不挂载商品链接。

综合题 6：如何利用 AI 工具（如剪映/ChatGPT）提升短视频制作效率？
列举 3 个具体场景。

答案：

脚本生成：

用 ChatGPT 输入“生成 1 分钟美妆教程脚本”，快速获得结构化文案。

自动剪辑：

剪映“一键成片”功能，导入素材自动匹配音乐和转场。

智能配音：

使用 AI 配音工具（如微软 Azure），生成多语种旁白。

7、某短视频平台上，一个专注于美食制作的短视频账号发布了一条关于“家庭简易披萨制作”的短视频。视频展示了从准备材料到成品的全过程，风格亲切自然，操作简便易懂。视频发布后，获得了极高的点赞和分享量，并且吸引了大量新粉丝关注。（15 分）

问题：

请分析该短视频成功的关键因素，并提出如何进一步提升该账号影响力的建议。

参考答案：

关键因素分析：视频内容贴近日常生活，易于模仿；操作步骤简单，降低观众参与门槛；风格亲切，增强观众的信任感和归属感。提升影响力的建议：定期发布系列美食制作视频，形成品牌效应；开展互动活动，如观众投稿、线

上竞赛等，增加粉丝粘性；考虑与其他美食博主或品牌合作，拓宽宣传渠道。

8、以下是某短视频平台一周内的用户行为数据，包括用户登录次数、平均观看时长、点赞数、分享数和评论数。

用户 ID	登录次数	平均观看时长（分钟）	点赞数	分享数	评论数
001	7	15	120	30	50
002	5	10	90	20	40
...	...	...	...	...	...

问题：
根据上述数据，分析用户行为特征，（10 分）并提出相应的内容运营策略。（10 分）

参考答案：
用户行为分析：数据显示用户 001 的登录次数和平均观看时长均较高，表明其对平台内容有较高的兴趣和粘性；用户 002 虽然登录次数较少，但点赞、分享和评论数也较为活跃。
内容运营策略：针对高粘性用户，可以推送个性化推荐内容，增加用户满意度；对于活跃用户，可以通过举办互动活动提高其参与度；同时，根据用户观看时长调整内容发布频率和时长，优化用户体验。

9. 某短视频平台上，一位旅行博主发布了一条关于“背包客的西藏之旅”的短视频。视频中展示了西藏的自然风光、当地文化和旅行者的真实体验。尽管视频制作精良，但用户反馈显示，部分观众对视频中某些文化元素的理解存在偏差。

题目：分析视频中可能存在的文化传达问题，（10 分）并提出改进建议。（10 分）

参考答案：可能存在的文化传达问题包括对当地文化的片面展示或误解。改进建议包括：在视频中加入更多元的文化视角，展现当地文化的深层意义；提供准确的文化背景信息，帮助观众全面理解；邀请当地文化专家或居民参与视频制作，确保文化传达的准确性和敏感性。

10. 某短视频平台上，一位专注于生活小窍门的创作者发布了一条关于“如何快速整理衣物”的短视频。视频内容实用，步骤清晰，但发布一周后，观看量和互动率低于预期。

题目：分析可能导致观看量和互动率低的原因（10分），并提出改善建议。（15分）

参考答案：

可能原因包括内容发布时间不佳、缺乏吸引力的标题和封面、内容推广不足等。改善建议包括选择用户活跃时间发布、优化标题和封面以吸引点击、在其他社交平台分享视频链接增加曝光、鼓励观众互动并及时回应。

11. 某短视频平台上，一位美妆博主发布了一条“节日妆容教程”的短视频。视频在节日前一周发布，内容详尽，但观众反馈表示视频节奏过慢，信息量大，难以一次性吸收。

题目：分析视频节奏对用户体验的影响，并提出改进措施。（10分）

参考答案：

视频节奏过慢可能导致用户注意力分散，信息量大则增加了认知负担。改进措施包括缩短视频时长，突出关键步骤，提供简洁明了的解说，以及考虑制作系列视频，分步骤详细介绍。

12. 公益主题短视频脚本创作

背景要求：

某公益组织计划推广“节约用水”主题宣传，需制作一则时长 1 分钟以内的竖版短视频（9:16 比例），面向抖音/快手平台传播。

任务内容：

撰写完整拍摄脚本（包含以下要素）：

视频主题与核心传播点（10 字以内标语）

分镜头脚本（表格形式，需包括镜头号、景别、画面内容、台词/字幕、音效/BGM、时长）

脚本要求：

至少包含 8 个分镜头，其中必须使用 1 处特效（如文字动画、画面过渡等）

需设计 1 处“反差对比”镜头（如浪费水与缺水场景对比）

音乐风格需符合公益传播调性

示例片段参考：

镜头号	景别	画面内容	字幕/台词	音效	时长
-----	----	------	-------	----	----

1	特写	水龙头持续滴水，水滴慢动作特写	字幕：“你忽视的，是他们渴望的”	水滴声+悬疑音效	3s
---	----	-----------------	------------------	----------	----

13. 电商产品短视频脚本策划

背景要求：

为某品牌“便携式榨汁杯”（售价 99 元）设计一则 15 秒的电商广告短视频（横版 16:9），需突出产品“便携、快速榨汁、易清洗”三大卖点，目标用户为 20-35 岁上班族。

任务内容：

撰写产品广告脚本（包含以下要素）：

产品核心卖点优先级排序

分镜头脚本（表格形式，需包含镜头运动、道具/场景、演员动作、配音文案等，可根据需要更改）

转化引导设计（如如何引导用户点击购买链接）

脚本要求：

必须包含 3 种以上景别切换（如全景展示使用场景+特写产品细节）

使用“痛点解决”叙事结构（如早晨匆忙场景→快速榨汁解决方案）

添加 1 处动态文字标注价格/促销信息

示例片段参考：

镜头号	镜头运动	场景/道具	演员动作	配音文案
-----	------	-------	------	------

3	推镜头	办公室桌面	演员放入切好的水果并按下开关	“30 秒，搞定一杯新鲜果泥！”
---	-----	-------	----------------	------------------

评分标准参考：

脚本完整性（要素齐全，格式规范）30%

创意性（叙事逻辑、镜头设计新颖）30%

可执行性（场景、时长、成本合理）20%

传播适配性（符合平台调性与目标用户需求）20%