



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



2.3 老师是对手-竞品分析、对标复制

一、教学目标

知识目标：

- 1) 学生能够清晰阐述竞品分析的概念、目的与重要性，理解其在商业决策、产品优化、市场拓展等领域的关键作用。
- 2) 熟知常见的竞品分析方法与工具，包括但不限于 SWOT 分析法、波特五力模型、专业数据分析软件（如艾瑞咨询、QuestMobile 等）的基本应用，掌握数据收集与整理的有效途径。
- 3) 领会对标复制的内涵与原则，明确并非简单抄袭，而是在借鉴基础上结合自身特色创新，了解可对标复制的关键要素，如内容策略、运营模式、用户体验等。

技能目标：

- 1) 能运用所学方法与工具，针对特定行业或领域，精准筛选出具有代表性的竞品，独立开展深入的竞品分析，撰写详细、条理清晰的竞品分析报告，涵盖竞品优势、劣势、机会、威胁等方面。
- 2) 依据竞品分析结果，精准提取可借鉴之处，结合自身资源与目标受众，巧妙运用对标复制策略，优化现有产品、服务或项目方案，提升竞争力。
- 3) 掌握持续跟踪竞品动态的技巧，建立竞品监测体系，能够及时洞察竞品变化，快速调整自身策略，保持市场敏锐度。

素质目标：

- 1) 培养学生的批判性思维与学习能力，使其在面对竞品时，既能虚心学习优点，又能理性审视不足，不断自我提升。
- 2) 提升学生的创新与差异化竞争意识，鼓励学生在对标复制过程中融入独特创意，避免同质化，打造个性化品牌形象。
- 3) 强化学生的团队协作精神，通过小组合作完成竞品分析与策略制定任务，让学生学会沟通交流、分工协作，共同攻克难题。

二、课程思政

在讲解竞品分析的意义时，引入中国企业在国际市场上通过学习竞争对手、自主创新实现弯道超车的案例，如华为、大疆等，激发学生的民族自豪感与爱国情怀，培养学生追求卓越、为国争光的精神。

强调在对标复制过程中，要遵守商业道德与法律法规，杜绝不正当竞争行为，引导学生树立诚信经营、公平竞争价值观，以正直的态度参与市场竞争。

通过小组讨论与合作实践，教导学生尊重他人劳动成果，学会分享知识与经验，培养良好的团队合作品质与人际交往能力。

三、教学重点

竞品分析方法与工具的深度讲解与实战应用，让学生熟练掌握多种分析手段，能够精准洞察竞品优劣，为决策提供有力依据。

对标复制的策略与技巧传授，聚焦如何从竞品中汲取精华、合理转化，助力学生打造具有竞争力的产品或服务，实现差异化发展。

建立持续的竞品监测机制，使学生明白跟踪竞品动态的重要性，掌握动态调整自身策略的方法，确保在市场竞争中始终保持领先地位。

四、教学难点

如何引导学生在海量信息中筛选出有价值的竞品数据，避免陷入数据过载的困境，同时确保数据的准确性、及时性与相关性，为精准分析提供保障。

帮助学生理解对标复制的“度”，既不过于保守，错失借鉴良机，又不过度模仿，丧失自身特色，实现创新性借鉴与差异化发展的平衡。

让学生将竞品分析与对标复制的理论知识有效转化为实际操作能力，在真实商业场景或项目实践中灵活运用，取得切实可行的优化效果。

五、教学重点及难点解决方法

（一）教学重点解决方法

针对“竞品分析方法与工具的实战应用”：采用“工具简化 + 案例实操”教学法。将复杂工具（如 SWOT、波特五力模型）转化为高职学生易操作的“模板化工具”，发放《SWOT 分析简易模板》《波特五力模型应用清单》，用“健身类短视频账号”案例演示填写方法；设置“工具实操任务”，让学生分组选择 1 个分析工具，针对“校园美食短视频”领域的 3 个竞品（如“校园干饭日记”“高职美食探店”），完成数据收集与分析表格填写，教师用“工具应用准确性评分表”进行针对性点评，确保方法落地。

针对“对标复制的策略与技巧”：构建“策略拆解 + 模仿创新”训练体系。将对标策略拆解为“内容对标”“运营对标”“用户体验对标”3个模块，每个模块匹配2个高职学生易借鉴的案例（如内容对标类“学习竞品选题方向 + 创新表现形式”、运营对标类“借鉴竞品粉丝互动方式 + 优化福利机制”）；设置“策略落地任务”，让学生分组选择1个策略模块，结合竞品分析结果，为自己的“校园短视频账号”策划1条对标创新方案，明确“借鉴点 + 创新点”，教师重点点评创新可行性，避免简单抄袭。

针对“持续的竞品监测机制建立”：采用“监测清单 + 模拟实操”双轨模式。设计《竞品监测简易清单》，明确监测指标（如短视频播放量、更新频率、热门内容类型）、监测渠道（如抖音搜索、竞品账号主页、行业社群）、监测频率（每日 / 每周）；选取1个校园类竞品账号，让学生分组开展“1周模拟监测”，记录监测数据并形成《监测简报》；开展“监测成果分享会”，每组展示监测发现与策略调整建议，强化机制应用。

（二）教学难点解决方法

针对“筛选有价值竞品数据”：引入“数据筛选三步法”。第一步“明确目标”，让学生根据分析主题（如“短视频内容优化”）确定核心数据维度（如选题、播放量、评论关键词），避免无目的收集；第二步“渠道聚焦”，推荐3个适合高职学生的简易数据渠道（竞品账号主页、抖音创作者服务平台基础版、行业简单报告），发放《数据收集渠道使用指南》；第三步“数据过滤”，提供《有效

数据筛选 checklist》（如“是否与分析主题相关”“是否为近 3 个月数据”“是否来自权威渠道”），帮助学生规避数据过载与无效数据；开展“数据筛选实战”，让学生分组针对 1 个竞品，完成“原始数据→筛选后数据→分析结论”的完整流程，教师全程指导。

针对“对标复制的‘度’的把握”：采用“借鉴 - 创新”平衡工具。设计《对标创新矩阵表》，横向列示“借鉴点”（如竞品的选题方向、剪辑手法），纵向列示“创新点”（如结合自身人设、加入校园特色元素），让学生在矩阵中明确标注“借鉴什么 + 创新什么”；设置“创新限制任务”，给定竞品借鉴点（如“借鉴竞品‘美食测评’形式”）与创新边界（如“必须融入高职专业特色”），迫使学生在限制中寻找平衡；开展“对标方案互评会”，从“借鉴合理性”“创新独特性”两个维度打分，教师总结平衡技巧（如“核心逻辑借鉴 + 形式 / 细节创新”）。

针对“理论知识转化为实际操作能力”：采用“任务阶梯 + 成果落地”模式。设计 3 个梯度任务（基础任务：完成 1 份简易竞品分析报告；进阶任务：为模拟账号策划 1 条对标创新短视频脚本；综合任务：制定 1 份完整的竞品监测与策略调整方案），每个任务设置明确产出物与评分标准；选取真实校园场景（如“校园二手交易短视频账号优化”）作为实践载体，让学生分组完成从分析到优化的完整流程；引入“成果落地验证”，将学生的优化方案分享给校园相关账号运营者，收集反馈意见，让学生直观感受实践效果，提升转化能力。

六、教学方法和手段

（一）教学方法

案例教学法：选取高职学生熟悉的校园类、生活类短视频案例（如“校园美食短视频”“高职技能分享账号”），通过案例展示、拆解、复盘，将抽象策略具象化，契合高职学生具象思维特点。

任务驱动教学法：以“完成‘校园短视频账号’竞品分析 + 对标创新 + 监测优化”为总任务，拆解为“分析任务→对标任务→监测任务”，每个任务设置明确产出物（如分析报告、对标方案、监测简报），驱动学生主动实践。

小组合作学习法：将学生分为 4-5 人小组，明确“数据收集员”“分析员”“策划师”“发言人”等角色，在分析、对标、监测环节分工协作，培养团队意识与沟通能力，适配高职技能型人才培养需求。

实操演练法：核心教学方法，在工具使用、数据收集、方案策划、监测实操等环节，均设置 15-20 分钟实操时间，教师巡回指导，及时纠正操作误区，强化技能掌握。

评价反馈法：采用“三维评价体系”，包括学生自评（技能掌握度）、小组互评（协作表现、成果质量）、教师点评（知识应用、创新逻辑），侧重过程性评价，贴合高职教学注重实操的特点。

（二）教学手段

多媒体教学手段：利用 PPT 展示理论知识、案例截图、工具操作步骤；播放短视频案例、工具实操录屏、学生成果范例，增强视觉冲击，提升学习兴趣。

实操工具辅助：引入抖音创作者服务平台（基础版）、Excel（数据整理）、剪映（视频优化）、微信文档（团队协作）等简易工具，提供工具操作手册、线上教程二维码，方便学生课上练习、课后巩固。

场景化教学手段：设置“校园商业场景模拟”环节，如模拟“校园短视频账号运营”，让学生在熟悉场景中开展竞品分析、对标创新，降低学习难度。

互动教学工具：采用课堂提问、小组讨论、成果展示、互评点评等互动形式，结合学习通发布任务、收集作业、开展投票，提升课堂参与度；引入“实时答疑”环节，收集学生实操中的问题，及时集中解答。

七、教学设计

导入环节（10 分钟）：

展示两组同类型但市场表现截然不同的短视频账号（或其他产品、项目案例），引导学生观察并思考造成差异的原因，提问学生是否了解竞争对手对自身发展的影响，引出本节课主题——最好的老师是对手：竞品分析、对标复制。

知识讲解环节（30 分钟）：

竞品分析基础：利用 PPT 结合实际案例讲解竞品分析的定义、目的，如为新创短视频账号制定内容方向时，需分析同领域热门账号

的风格、受众喜好；介绍常见方法，以 SWOT 分析法剖析某电商平台竞品的优势（如供应链强大）、劣势（如界面不够友好）、机会（如新兴市场需求）、威胁（如政策变化），展示如何运用专业工具收集数据，如利用艾瑞咨询查看行业报告了解市场规模与竞品份额。

对标复制要点：讲解对标复制不是全盘照搬，而是有选择地借鉴，如短视频创作可对标爆款视频的选题思路、剪辑手法，但要结合自身人设创新；强调要从内容、运营、用户体验等多维度对标，以知识付费课程为例，学习竞品的课程设置、推广渠道、学员互动方式，同时融入自身特色打造差异化。

持续监测策略：阐述建立竞品监测体系的必要性，介绍定期浏览竞品官网、关注社交媒体动态、加入竞品用户群等监测方法，教导学生如何根据监测结果及时调整自身策略，如发现竞品推出新功能，自身迅速评估跟进可行性。

实践操作环节（30 分钟）：

将学生分成小组，给定某一具体行业或领域（如健身类短视频、美食外卖 APP 等），要求小组合作筛选出 3 - 5 个竞品，运用所学方法进行分析，撰写竞品分析报告，并基于报告提出对标复制策略，制定初步优化方案。教师巡视指导，重点关注分析方法运用与策略合理性。

总结评价环节（20 分钟）：

各小组展示竞品分析报告与优化方案，其他小组进行评价，教师从分析深度、策略可行性、团队协作等多方面综合点评，总结本节课

重点知识，强调持续学习竞品、优化自身的重要性，鼓励学生课后将方案应用于实际项目或模拟实践。

八、教学内容

竞品分析概述：

概念与目的：阐述竞品分析是对竞争对手的产品、服务、营销策略等进行系统研究，旨在了解市场格局、发现自身优势与不足，为战略决策提供依据，助力企业或项目在竞争中脱颖而出。

适用场景：举例说明在新产品研发、品牌推广、业务拓展等不同阶段，竞品分析如何发挥关键作用，如创业初期通过分析竞品确定细分市场定位，发展期借助竞品分析优化产品功能。

竞品分析方法与工具：

常用方法：详细讲解 SWOT 分析法，指导学生从自身与竞品的优势、劣势、机会、威胁四个维度构建分析矩阵；介绍波特五力模型在评估行业竞争态势方面的应用，分析供应商议价能力、购买者议价能力、潜在竞争者进入能力、替代品威胁、同行业竞争者竞争能力对竞品的影响；讲解如何运用 PEST 分析法从政治、经济、社会、技术宏观环境洞察竞品发展背景。

专业工具：展示艾瑞咨询、QuestMobile 等数据分析平台的基本功能与使用方法，如查询行业趋势报告、竞品用户画像、流量来源等数据；介绍社交媒体监测工具（如 Socialbakers）如何追踪竞品在社交平台的活跃度、粉丝互动情况；讲解网站分析工具（如 Google Analytics）对竞品网站流量、用户行为的监测原理。

对标复制策略：

内涵理解：强调对标复制是一种学习借鉴策略，旨在汲取竞品长处，结合自身资源、目标受众与品牌定位，进行优化创新，而非简单模仿，避免侵权与同质化竞争。

关键要素对标：从内容创作角度，分析爆款作品的选题、文案、画面呈现等可借鉴之处，如美食短视频学习竞品独特的拍摄角度与食材展示方式；从运营模式出发，探讨竞品的推广渠道、粉丝运营、盈利模式等，如电商 APP 借鉴竞品的直播带货策略；从用户体验层面，研究竞品的界面设计、交互流程、客服响应等，如在线教育平台优化竞品反馈慢的问题。

竞品监测与策略调整：

监测体系建立：教导学生如何确定监测指标，如短视频的播放量、点赞数、评论数，产品的销量、市场占有率等；介绍监测频率设定依据，如热门行业高频监测，相对稳定行业低频监测；讲解监测渠道选择，包括线上线下多种途径，如关注行业展会、竞品发布会等。

策略动态调整：根据监测结果分析竞品策略变化，如新品推出、价格调整、营销活动等，指导学生结合自身情况评估影响，迅速制定应对策略，如调整价格、优化产品功能、改变推广重点等，确保自身竞争力。

九、教学资源

（一）教材与讲义

核心教材：《短视频创作与运营实务》（高职高专版）、《商业竞品分析基础》。

配套讲义：本节课 PPT 课件。

（二）案例资源

校园类案例库：整理 “校园美食探店” “高职技能分享” “校园生活 vlog” 等领域的竞品分析案例，包含竞品账号链接、分析报告、对标创新方案，按 “内容类” “运营类” “用户体验类” 分类。

对比案例集：收集 “成功对标创新” 与 “失败抄袭” 的短视频案例，附 “对标合理性” “创新独特性” 分析表，强化学生对 “度” 的把握。

（三）工具资源

分析工具：抖音创作者服务平台（免费版）、Excel（数据整理）、微信文档（团队协作）。

创作工具：剪映（手机版 + 电脑版）、无版权素材平台（Pexels 视频、Pixabay 图片）、抖音官方音乐库。

辅助工具：思维导图工具（XMind 简易版）、竞品分析报告模板（Word 格式）。

（四）线上资源

学习平台：抖音创作者学院（竞品分析基础教程）、快手大学（对标创新技巧）、B 站 “高职短视频运营” 合集。

数据资源：抖音校园类账号粉丝画像案例、《高职生短视频用户行为简易报告》。

合规资源：《短视频内容创作合规指南（简易版）》，明确对标复制中的版权保护、原创性要求。

十、学习指导

（一）课前预习指导

工具预习：提前下载抖音创作者服务平台（手机版 / 电脑版）、剪映、Excel，观看 1 个基础操作教程（如抖音创作者服务平台数据查询、Excel 简单数据整理），熟悉核心功能，为课堂实操做准备。

案例观察：刷抖音、快手的校园类短视频账号，收集 3 个同类型竞品账号（如 “校园干饭日记” “高职美食探店”），记录账号的内容特点、运营方式、粉丝互动情况，带着观察结果参与课堂讨论。

问题收集：思考自身若运营一个校园类短视频账号，会面临哪些竞争问题（如 “如何找到差异化定位” “怎样学习竞品优势”），列出 3-5 个具体问题，便于课堂针对性学习。

（二）课中学习指导

理论学习环节：重点记录竞品分析方法、对标策略的核心要点，结合案例在笔记中标注 “适用场景”（如 “SWOT 分析法适合账号定位阶段”），便于后续应用；避免死记硬背理论，注重理解工具的使用逻辑。

实操环节：严格按照《工具应用模板》完成分析任务，遇到数据收集困难时，先查阅《数据收集渠道使用指南》或与组员讨论，无法解决时及时向教师求助；注重数据真实性与分析逻辑性，避免形式化填写。

小组协作环节：明确自身角色分工（如数据收集员负责查找竞品数据、分析员负责整理分析），主动承担任务，倾听组员意见，在分析、创意环节多分享观察到的竞品特点，在方案策划环节配合完成创新设计，提升协作效率。

（三）课后复习与拓展指导

复习巩固：整理课堂笔记，梳理“竞品分析→对标创新→监测优化”的完整流程，结合课堂作品复盘知识点应用情况；重新分析课前收集的竞品账号，用所学方法完成 1 份简易分析报告，强化理论应用。

技能拓展：利用课后时间完善课堂创作的对标创新方案，尝试运用剪映制作 1 条对标创新的短视频小样；用抖音创作者服务平台查询 1 个校外竞品账号的详细数据，练习数据收集与分析能力。

知识延伸：关注抖音创作者学院的“竞品分析”专栏，学习进阶分析技巧；阅读《高职生创业项目竞品分析案例集》，了解竞品分析在校园创业中的应用；尝试为身边的校园短视频账号、创业项目提供竞品分析建议，拓宽实践场景。

十一、作业及实训项目

（一）课后作业

基础作业：完成一份《校园短视频竞品分析报告》，选择“校园学习类”“校园生活类”“校园美食类”中的 1 个领域，筛选 3 个竞品账号（需注明平台、账号名称、作品链接），运用 SWOT 分析

法完成分析，明确竞品优势、劣势、机会、威胁，字数不少于 800 字，附数据截图与分析表格。

技能作业：基于竞品分析报告，为自己的“校园短视频账号”（可模拟）策划 1 条对标创新短视频，要求明确“借鉴点 + 创新点”，提交 30-60 秒短视频成品、完整脚本、创作思路说明（150 字左右），确保创新点贴合高职生需求。

拓展作业：制定一份《竞品监测简易方案》，针对 1 个核心竞品账号，明确监测指标、监测渠道、监测频率，完成 1 周的模拟监测，记录监测数据并形成《监测简报》（不少于 500 字），附监测记录表。

（二）实训项目

项目主题：“校园短视频账号竞品分析与对标创新实训”。

项目要求：以小组为单位（4-5 人），完成从竞品筛选、分析、对标创新到监测优化的完整流程，周期为 3 周。

准备阶段：确定实训领域（如“高职技能分享短视频”），筛选 5 个核心竞品账号，明确分析目标（如“优化自身账号内容与运营”）。

分析阶段：运用 SWOT 分析法、波特五力模型（简化版）完成竞品分析，撰写《竞品分析完整报告》，明确可借鉴点与自身差距。

创新阶段：基于分析结果，为模拟的“校园短视频账号”策划 3 条对标创新短视频脚本，突出“高职特色 + 创新亮点”，完成视频拍摄与剪辑。

监测阶段：选择 2 个核心竞品账号，开展 2 周模拟监测，记录监测数据，根据监测结果优化其中 1 条短视频作品，形成《监测与优化报告》。

成果提交：提交实训报告（含竞品分析报告、3 条脚本、3 条视频作品、监测与优化报告）、小组分工说明、实训总结（反思分析准确性、创新可行性及改进方向）。

评价方式：采用 “实操成果（50%）+ 分析深度（20%）+ 创新独特性（15%）+ 小组协作（10%）+ 实训总结（5%）” 的综合评价体系，结合教师评分与小组互评得出最终成绩，侧重技能应用与落地效果。