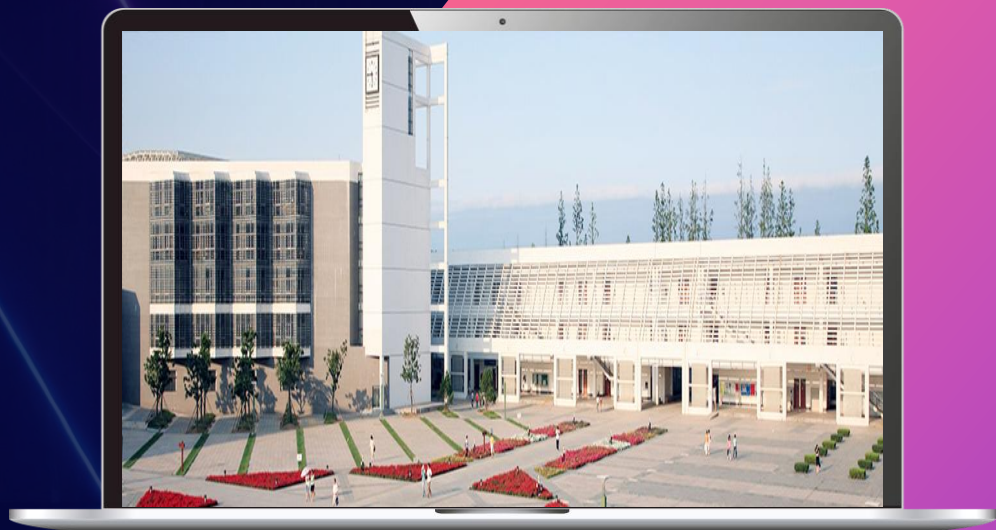


短视频制作实战技能

最好的老师 是对手

汇报人：王翠平



学习导入

2019年以来，短视频行业相比以往更加火爆，因为短视频的娱乐性和快速性，用户对它的喜爱程度和依赖程度日渐增长，各短视频平台竞争相当激烈，就目前的互联网行业而言，短视频的使用人数已超过长视频，成为了“行业鲶鱼，业界黑马”。

如何把短视频玩得得心应手、创作出优质的短视频内容，是我们每个人都非常好奇的，也是短视频制作中极其重要的一个环节。

学习目标

知识目标：

了解短视频的特点与类型。

- ✓ 掌握较常见的制作优质抖音内容的基本模式。
- ✓ 了解如何满足粉丝和用户喜好。

技能目标：

- ✓ 能够根据常见的几种方法制作抖音优质内容。

2.3

最好的老师是**对手**

短视频拍摄制作成本低、内容短便于随时观看，在这个快节奏的时代能为用户提供一种消耗碎片化时间的娱乐方式，那么当前快手和抖音之间有什么联系和区别吗？



2.3 最好的老师是对手

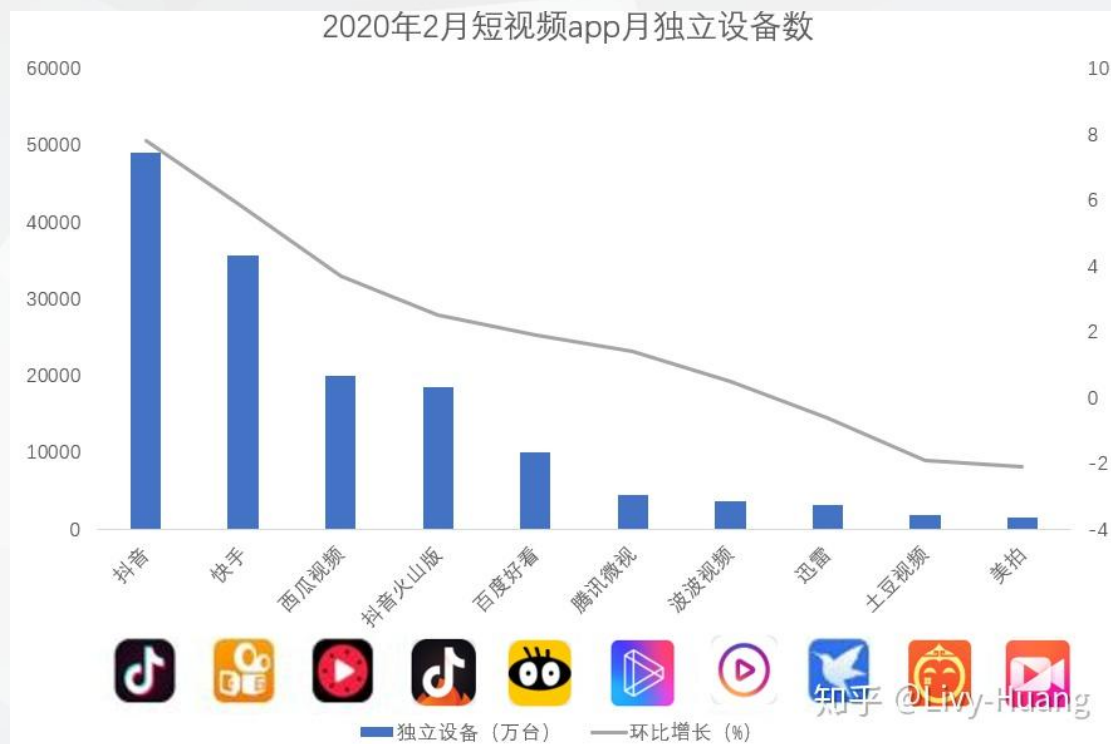


图2-4 2020年2月短视频app月独立设备数



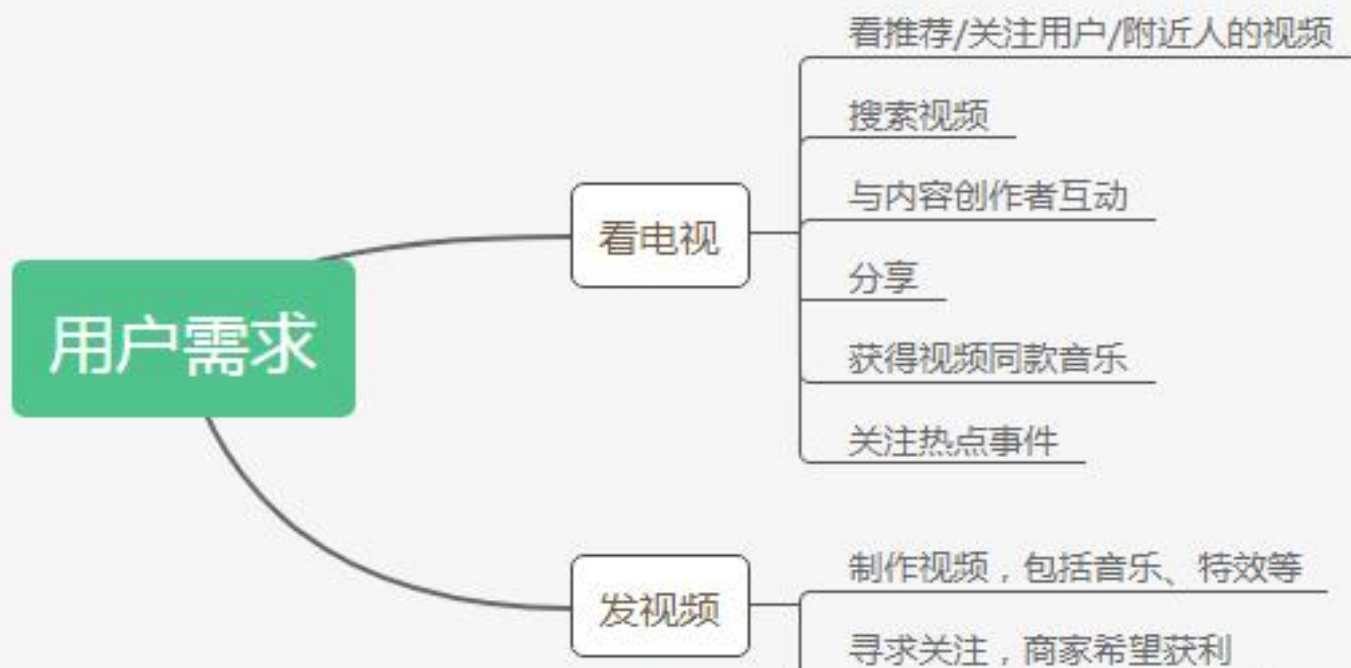
2.3.1 抖音和快手基本信息对比

	抖音	快手
logo		
slogan	记录美好生活	看见每一种生活
产品定位	专注年轻人的音乐短视频社区	记录和分享生活的短视频平台
用户规模	App日活超过4亿	App日活超过3亿
上线时间	2016.9	2012.12
体验版本	10.2.0	7.2.1.12919
界面设计	黑底白字，炫酷风格，单页展示内容，滑动切换视频页面	白底灰字，视频背景，清新风格，图片形式展示视频，点击播放
体验时间	2020.3.16-2020.3.22	

图2-5 抖音与快手基本信息对比



2.3.2 核心功能对比





2.3.3 抖音快手看视频体验对比

	抖音	快手
页面展示	沉浸式（直接播放）	瀑布式（手动切换、点击）
优点	用户直接获得内容，用户容易被吸引、洗脑	用户可以自主筛选喜欢的内容，留存容错率高
缺点	对内容质量要求高，对推荐算法要求高，过多的相似内容易使用户产生疲倦	手动切换增加用户使用成本，用户不易沉浸其中

抖音快手看视频体验对比



2.3.4 抖音快手发布视频体验对比

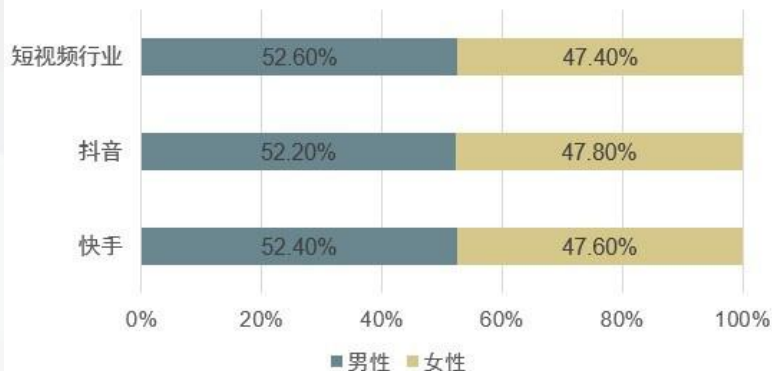
	抖音	快手
入口	点击首页中心“+”	
分类	拍照、60s、15s、特效影集、直播	
音乐	站内曲库或上传无版权争议音乐	
调速	√	√
拍摄暂停	√	√
滤镜、道具	√	√
拍摄比例调整	×	√
视频广角、防抖	√	×

抖音快手发布视频体验对比



2.3.5 短视频app用户分析报告

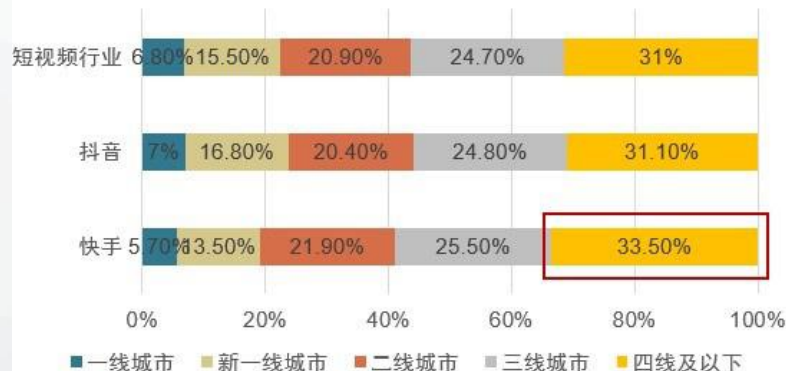
用户性别分布



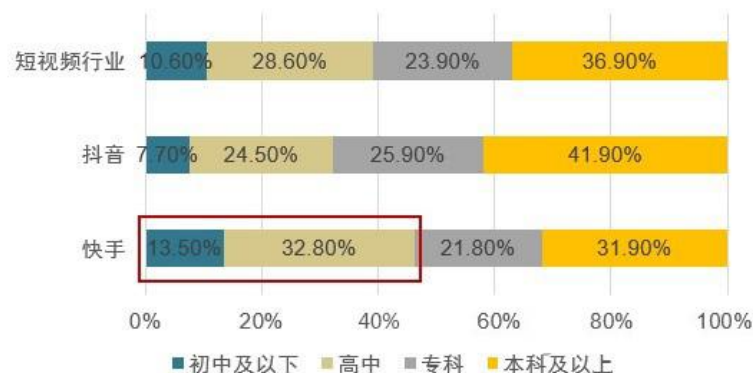
用户年龄分布



用户地域分布



用户学历分布



短视频app用户分析报告



2.3.6 流量机制

抖音的流量分发具有“**中心化**”的特点，媒体属性强。





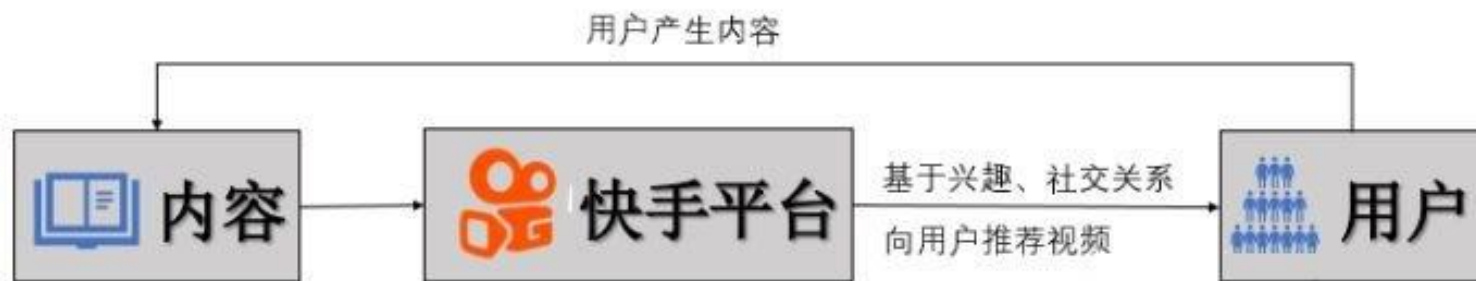
2.3.6 流量机制

快手的流量分发表现为“**去中心化**”的特点。

快手推荐核心是基于AI的个性化推荐：

一是根据用户原始数据，洞察用户画像，分析用户内容偏好；

二是根据用户与内容的交互行为，提升算法推荐精准度。





2.3.7 商业化方式

抖音和快手的内容生产机制都是**UGC**模式，
这样的模式往往商业价值低，好处是社交属性强。



课后习题



1. 较为常见的制作优质内容的基本模式



2. 简述短视频广告变现的三种形式。

