



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

一、教学目标

知识目标：

- 1) 学生能够清晰阐述短视频的多种常见类型，包括但不限于搞笑娱乐、生活记录、知识科普、技能教学、电商带货、美食分享、旅游出行、文化艺术、时事新闻、美妆时尚等，理解各类型的定义与特点。
- 2) 熟知不同类型短视频的目标受众群体，分析其年龄、性别、兴趣爱好、消费需求等特征，掌握受众定位的方法与技巧。
- 3) 了解各类型短视频在内容创作、表现形式、传播渠道等方面的差异，明白如何根据短视频类型选择合适的制作策略与推广途径。

技能目标：

- 1) 能依据所学知识，对给定的大量短视频样本进行快速、准确的类型判断与归类，总结归纳出各类短视频的典型特征标签，提高信息识别与整理能力。
- 2) 学会根据特定的主题或目标受众需求，灵活选择合适的短视频类型进行创作策划，初步制定包含内容框架、拍摄手法、后期剪辑风格等要素的创作方案。
- 3) 掌握针对不同类型短视频的数据分析方法，能够解读关键数据指标（如播放量、点赞数、评论数、转发率、转化率等）背后的含义，依据数据反馈优化后续创作与推广策略。

素质目标：

- 1) 培养学生的审美鉴赏能力，在观看各类短视频过程中，引导学生欣赏不同类型作品的艺术魅力、创意亮点，提升对美的感知与评判水平。
- 2) 提升学生的创新思维与实践动手能力，鼓励学生突破传统类型束缚，尝试融合多种元素进行创新性短视频创作，在实践中积累经验，提高解决实际问题的能力。
- 3) 强化学生的社会观察力与文化感知力，通过分析不同类型短视频所反映的社会现象、文化内涵，使学生更加关注社会热点、传承优秀文化，增强社会责任感。

二、课程思政

在讲解知识科普、文化艺术等类型短视频时，引入我国在科技创新、传统文化传承等方面取得的伟大成就案例，激发学生的民族自豪感与爱国情怀，鼓励学生通过短视频创作弘扬正能量，传播中国声音。

分析时事新闻类短视频时，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养学生关注国家大事、社会民生的意识，教导学生理性看待新闻事件，不信谣、不传谣，做有担当的新时代青年。

通过小组合作完成短视频创作项目，培养学生的团队协作精神，让学生学会尊重他人意见、发挥各自优势、共同攻克难题，塑造良好的人际交往品质。

三、教学重点

短视频常见类型及其特点的深度剖析,让学生全面掌握各类短视频的独特标识,能够精准区分不同类型,为后续创作与分析奠定基础。

不同类型短视频目标受众的精准定位,帮助学生理解受众需求对短视频类型选择与内容策划的决定性作用,掌握以受众为中心的创作理念。

针对各类型短视频的创作策略与数据分析方法讲解,使学生具备根据短视频类型制定有效创作计划、依据数据优化作品的实战能力。

四、教学难点

如何引导学生透过短视频的表面形式,深入挖掘其内在类型特征,避免因形式相似而误判类型,培养学生敏锐的类型识别洞察力。

帮助学生在面对复杂多变的市场需求与受众喜好时,灵活调整短视频类型选择与创作策略,实现精准触达目标受众,提高作品传播效果。

让学生理解并运用数据分析驱动短视频创作与优化的逻辑,将抽象的数据指标转化为具体的创作改进措施,提升作品质量与商业价值。

五、教学重点及难点解决方法

（一）教学重点解决方法

针对“短视频常见类型及其特点”：采用“特征标签化 + 案例对比”教学法。为每种类型提炼 3-5 个核心特征标签（如搞笑娱乐类“笑点密集、剧情夸张、特效丰富”），制作《类型特征标签表》；选取 10 条不同类型短视频案例，让学生分组为案例贴标签，对照标签表验证准确性；开展“类型盲测”活动，播放短视频片段

（无账号信息），让学生仅凭特征判断类型，教师用“特征匹配度评分表”点评，强化类型识别能力。

针对“不同类型短视频目标受众定位”：构建“受众 - 类型”匹配训练体系。制作《受众 - 类型匹配矩阵》，横向列示常见受众群体（如“高职大一学生”“年轻宝妈”“职场新人”），纵向列示短视频类型，让学生在矩阵中填写匹配关系；设置“受众定位任务”，给定受众（如“高职大一学生”），让学生分组分析其兴趣需求，推荐 3 种适配的短视频类型并说明理由，教师结合《受众需求分析清单》点评，确保定位精准。

针对“创作策略与数据分析方法”：采用“策略模板 + 数据简化”双轨模式。为每种核心类型设计《创作策略简易模板》（如技能教学类“核心步骤 + 关键镜头 + 解说要点”），让学生直接套用模板策划方案；选取 3 条不同类型短视频的基础数据（播放量、点赞数、评论关键词），用通俗语言解读（如“美食类高点赞 = 画面诱人 + 教程简单”），发放《数据解读工作表》，引导学生提炼 1-2 条优化建议，降低应用门槛。

（二）教学难点解决方法

针对“精准挖掘内在类型特征”：引入“特征分层法”。将类型特征分为“核心特征”（决定类型属性，如知识科普类“信息传递准确”）与“表层特征”（形式表现，如动画 / 真人出镜）；选取 2 条形式相似但类型不同的短视频（如“动画形式的知识科普”与“动画形式的搞笑娱乐”），引导学生对比分析核心特征差异；

提供《类型甄别 checklist》(如“核心目的是传递知识还是娱乐?”),帮助学生透过形式抓本质,避免误判。

针对“灵活调整类型选择与创作策略”:采用“需求-类型”动态匹配训练。设计“市场需求变化”模拟场景(如“高职生期末季需求从‘娱乐’转向‘学习’”),让学生分组快速调整推荐类型与创作重点;设置“策略迭代任务”,给定初始创作方案,模拟受众反馈(如“评论反映‘教程太复杂’”),让学生调整策略(如简化步骤、增加特写镜头);开展“策略应变分享会”,每组展示调整思路,教师总结“需求洞察-策略适配”技巧。

针对“数据分析逻辑与转化”:采用“数据-行动”直通车教学。筛选适合高职学生的3个核心数据指标(播放量、评论关键词、完播率),制作《数据-行动对应表》(如“完播率低→开头10秒加亮点”);选取学生创作的短视频案例,展示其数据与评论,让学生直接对照表格提出改进措施;设置“数据优化小任务”,给定1条短视频数据(如“美食类评论多‘想做但材料不够’”),让学生快速给出2条创作调整建议(如“推荐校园易获取食材替代”),强化转化能力。

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“高职技能分享”“校园美食探店”),通过案例展示、标签匹配、盲测判断,将抽象类型特征具象化,契合高职学生具象思维特点。

任务驱动教学法：以 “完成短视频类型分类 + 创作策划 + 数据优化” 为总任务，拆解为 “分类任务→策划任务→优化任务”，每个任务设置明确产出物（如分类清单、策划方案、优化建议），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 “分类员” “分析员” “策划师” 等角色，在分类、策划、优化环节分工协作，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，在类型分类、模板套用、数据解读等环节，均设置 15-20 分钟实操时间，教师巡回指导，及时纠正误区，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、逻辑清晰度），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 展示类型特征标签、案例截图、数据表格；播放短视频案例、类型对比片段、学生作品范例，增强视觉冲击，提升学习兴趣。

实操工具辅助：引入剪映（基础版）、Excel（简易数据整理）、微信文档（团队协作）等工具，提供工具操作极简手册（如剪映 “剪辑 + 字幕” 3 步操作），方便学生课上练习、课后巩固。

场景化教学手段：设置“校园短视频运营”模拟场景，如“为校园账号推荐适配类型”“根据学生反馈优化内容”，让学生在熟悉场景中开展实践，降低学习难度。

互动教学工具：采用课堂提问、小组讨论、类型盲测、成果展示等互动形式，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“实时抢答”环节，巩固类型特征记忆。

七、教学设计

导入环节（10 分钟）：

播放一段涵盖多种短视频类型的混剪视频，涵盖搞笑、知识、电商等不同领域，引导学生观察并分享观看感受，提问学生能否识别出其中不同风格的短视频，引出本节课主题——短视频类型分类。

知识讲解环节（30 分钟）：

短视频类型概述：利用 PPT 展示常见的短视频类型目录，结合实例逐一讲解各类型定义，如搞笑娱乐类通过幽默风趣的表演、段子逗乐观众；生活记录类以 vlog 形式真实呈现个人日常。分析特点时，对比不同类型在时长、画面风格、语言表达等方面的差异，如知识科普类注重简洁明了、严谨准确，美妆时尚类追求美观精致、潮流前沿。

目标受众分析：针对每种短视频类型，详细剖析其典型受众群体，如游戏短视频受众多为年轻男性游戏爱好者，亲子教育类受众主要是家长群体。通过市场调研数据、用户画像案例等介绍受众定位方法，如利用社交媒体平台大数据了解用户兴趣标签。

创作与数据分析策略：讲解不同类型短视频的创作要点，以技能教学类为例，强调步骤拆解清晰、实操演示到位；对于电商带货类，突出产品展示技巧、营销话术运用。同时，引入数据分析案例，如分析美食短视频的高点赞数原因，教导学生如何从数据中找创作灵感与优化方向。

实践操作环节（30 分钟）：

将学生分成小组，给定一批未分类的短视频，要求小组合作进行类型判断、归类，并选取其中一种类型，依据其特点与受众，策划一条短视频创作方案，包括主题、内容梗概、拍摄手法等。教师巡视指导，重点关注类型判断准确性与创作方案合理性。

总结评价环节（20 分钟）：

各小组展示短视频分类结果与创作方案，其他小组进行评价，教师从知识掌握、类型判断精准度、创作思路清晰度、团队协作等多方面综合点评，总结本节课重点知识，强调类型分类对短视频创作与运营的重要性，鼓励学生课后继续观察不同类型短视频，优化创作方案。

八、教学内容

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。

各类型短视频的创作与数据分析策略：

搞笑娱乐类：创作时注重挖掘生活中的幽默素材，构思新颖剧情，演员表演要夸张生动，后期剪辑添加搞笑音效、特效，增强喜剧氛围。数据分析重点关注播放量、点赞数、评论区笑点反馈，根据观众喜好调整剧情走向、笑点设置。

生活记录类：创作保持真实自然，记录细节，运用平实语言讲述故事，拍摄设备保证画面稳定清晰。分析数据时，留意粉丝增长趋势、评论区情感共鸣点，依据观众兴趣拓展记录主题，优化叙事方式。

知识科普类：创作前确保知识准确无误，采用通俗易懂的语言讲解，结合案例、动画等辅助理解。数据分析关注完播率、转发率，了解知识传播效果，根据观众知识掌握程度优化讲解深度、速度。

技能教学类：创作严格按照技能步骤拍摄，特写镜头展示关键操作，解说详细准确。通过数据观察学习完成率、提问反馈，调整教学难度、补充易错点提示，提高教学质量。

电商带货类：创作突出产品卖点，展示使用效果，主播话术富有感染力，搭配限时优惠等促销手段。分析数据聚焦转化率、客单价，根据销售数据调整产品选择、营销方式。

美食分享类：创作精心设计美食拍摄角度，色彩搭配美观，解说词描述食物口感、香气诱人。数据分析看点赞、评论中的美食评价，优化菜品选择、制作流程展示，满足观众味蕾。

旅游出行类：创作拍摄绝美风景，融入当地人文故事，提供实用攻略。分析数据关注收藏数、分享数，依据游客需求细化攻略内容，更新旅游目的地推荐。

文化艺术类：创作展现艺术作品精髓，提供专业赏析，营造高雅艺术氛围。数据分析留意粉丝活跃度、作品影响力，根据观众艺术品味提升创作水准。

时事新闻类：创作遵循新闻真实性、客观性原则，快速报道，深度解读。分析数据看阅读量、转发量，了解公众关注焦点，调整报道角度、深度，满足信息需求。

美妆时尚类：创作紧跟潮流趋势，模特展示效果突出，文案传递时尚理念。数据分析关注点赞、收藏，根据粉丝喜好更新美妆产品、穿搭风格推荐。

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）。

配套讲义：本节课 PPT 课件。

（二）案例资源

校园类案例库：整理 “高职技能分享” “校园美食探店” “校园生活 vlog” 等领域的短视频案例，按类型分类，包含作品链接、核心特征标签、受众分析，方便学生参考。

对比案例集：收集 “类型易混淆” 短视频案例（如动画形式的知识科普与搞笑娱乐）、“数据优化前后” 对比案例，附特征分析与数据解读，强化难点突破。

（三）工具资源

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

辅助工具：Excel（简易数据整理）、微信文档（团队协作）、思维导图工具（XMind 简易版，梳理创作思路）。

模板工具：《短视频创作方案模板》《类型分类清单模板》《数据解读工作表》。

（四）线上资源

学习平台：抖音创作者学院（类型创作基础教程）、快手大学（受众定位技巧）、B 站 “高职短视频分类与策划” 合集。

数据资源：抖音校园类账号基础数据案例、《高职生短视频喜好简易报告》。

合规资源：《短视频内容创作合规指南（简易版）》，明确分类与创作中的版权、内容规范要求。

十、学习指导

（一）课前预习指导

工具预习：提前下载剪映 APP，观看 1 个基础操作教程（如视频剪辑 + 添加字幕），熟悉核心功能，为课堂创作策划做准备。

案例观察：刷抖音、快手的校园类短视频，收集 3 条不同类型的作品（如搞笑娱乐、技能教学、生活记录），记录每条的“核心内容 + 给你的感受”，带着观察结果参与课堂讨论。

问题收集：思考自己平时喜欢看哪种类型的短视频，为什么喜欢，列出 2-3 个理由，初步感知“类型与受众”的关联。

（二）课中学习指导

理论学习环节：重点记录每种类型的核心特征标签、受众特点，结合案例在笔记中标注“典型场景”（如“技能教学类适合校园实用技巧”），便于后续应用。

实操环节：严格按照模板工具（如《创作策略简易模板》）完成任务，遇到分类困难时，对照《类型特征标签表》逐一核对；创作策划时，优先选择校园易实现的主题（如“宿舍简易美食”“课堂笔记整理技巧”），确保方案落地。

小组协作环节：明确自身角色分工（如分类员负责判断类型、策划师负责填写模板），主动分享观察到的案例特点，倾听组员意见，在分类、策划环节多沟通，确保成果准确。

（三）课后复习与拓展指导

复习巩固：整理课堂笔记，梳理 “类型特征 - 受众需求 - 创作策略 - 数据优化” 的逻辑关系，结合课堂案例再次复盘重点内容；重新分析课前收集的 3 条短视频，用所学标签标注类型，强化记忆。

技能拓展：利用课后时间，套用《创作策略简易模板》，为自己喜欢的类型策划 1 条校园主题短视频方案；尝试用剪映制作 15 秒短视频片段（如技能教学的单个步骤演示），提升实操能力。

知识延伸：关注抖音创作者学院的 “类型创作” 专栏，学习不同类型的进阶技巧；观察身边同学喜欢的短视频类型，分析其受众需求，拓宽对 “类型与受众” 关联的理解。

十一、作业及实训项目

（一）课后作业

基础作业：完成《短视频类型分类清单》，给定 10 条未分类的校园类短视频（教师提供链接），逐一判断类型并标注核心特征标签，提交分类结果与 1 条易混淆案例的分析（如 “为什么判断为 XX 类型而非 XX 类型”），字数不少于 300 字。

技能作业：基于某一类型（自选），策划 1 条校园主题短视频创作方案，直接套用《创作策略简易模板》，明确主题（如 “宿舍 5 分钟早餐教程”）、内容梗概、拍摄手法（如 “特写镜头展示步骤”），提交方案文档 + 1 张分镜构思草图（手绘 / 简单标注均可）。

拓展作业：选取 1 条自己喜欢的短视频（注明平台、链接），分析其类型、核心特征、目标受众，结合基础数据（如播放量、评论关键词），提出 1-2 条简单的优化建议，字数不少于 400 字。

（二）实训项目

项目主题：“校园短视频类型定位与简易创作实训”。

项目要求：以小组为单位（4-5 人），完成从类型选择、受众分析、创作策划到简易制作的完整流程，周期为 2 周。

准备阶段：确定 1 个校园细分主题（如“高职生学习技巧”“校园生活便利指南”），选择适配的短视频类型，分析目标受众（高职大一学生）的核心需求。

策划阶段：套用《创作策略简易模板》，完成 1 条短视频的详细策划方案，包括主题、内容梗概、分镜设计、拍摄计划（校园易实现场景）。

制作阶段：利用剪映完成 30-60 秒短视频制作，要求画面清晰、内容完整，符合所选类型的核心特征，无需复杂特效。

优化阶段：收集 3-5 位同学的反馈意见，结合基础数据（如小组内播放完播率），对视频进行 1 处简单优化（如调整开头亮点、补充字幕）。

成果提交：提交实训报告（含类型选择说明、受众分析、策划方案、短视频成品、优化前后对比）、小组分工说明、实训总结（500 字左右，反思创作过程中的问题与改进方向）。

评价方式：采用“作品完整性（40%）+ 类型适配度（20%）+ 策划合理性（20%）+ 小组协作（10%）+ 实训总结（10%）”的综合评价体系，结合教师评分与小组互评得出最终成绩，侧重实操落地与基础技能应用。