

1

行业趋势

- 平台概述
- 未来趋势
- 网红案例

短视频和微信公众号的发展时间轴对比





抓住红利

- 个人IP
- 品牌IP
- 运营岗位
- 运营岗位

打造IP

个人IP

内容 价值 特长

通过展现自身的某个特长或者对事物的观点和情感来获取他人的认同，给粉丝带来多彩的内容，有提升的价值观和有趣的特长来形成一个独特的个人文化符号

品牌IP

品牌 产品 人群

以一个品牌或者一款产品为基础，充分挖掘这个产品的相关调性及卖点和受众人群，通过专业或者拟人化的展现来形成特定的品牌IP

短视频生态衍生出的岗位

围绕着主播及IP的账号运营
协助主播内容产出的内容运营
帮助主播在直播间的场控等等

运营

负责选品和供应链体系的维护

产品供应链

主播

个人IP主播
品牌营销主播
带货主播 秀场主播

拍摄剪辑

主播及运营的技术支持

商务

帮助主播寻找品牌方
和广告主变现

供应短视频后端

基础体系

电商直播产业园、直播基础设备、
主播培训、主播管理



电商体系



变现体系

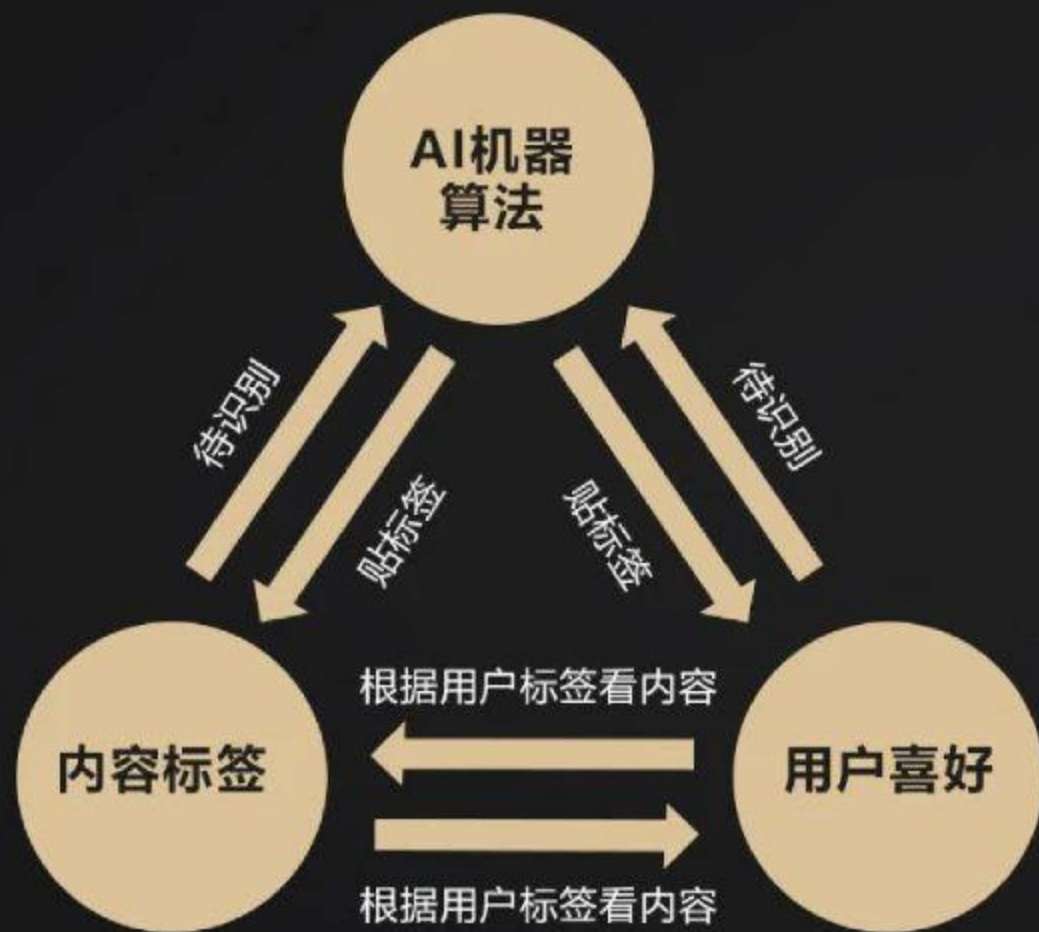
对接广告主、品牌方，为短视频公司和个人提供变现渠道支持



平台算法

- 算法机制
- 用户标签
- 内容标签
- 流量池

什么是算法



算法就是一套评判机制

无论是内容生产者或者是内容消费者都有效

整个流程总共分三部分:

1.给内容贴标签

2,给用户贴标签

3,按照标签智能个性化推送,
根据用户标签推送

内容标签形成



推送给可能喜欢的用户

画面内容、文案、音乐

话题、地域、历史

AI智能分析

互动用户标签

内容标签

用户标签的形成

用户喜好

根据对推荐给你的视频数据打标签
有没有看完/点赞/评论/关注等等

注册

热门推荐

细分领域

多重推荐

流量池



- **初始流量池** 500左右播放
每个正常的账号都会有一定的播放量
- **一级流量池** 300左右播放
根据视频的整体数据(完播率权重更高)
- **二级流量池** 1万左右播放
在这里停住的有可能是推送不精准
- **三级流量池** 5万左右播放
在这里停住就要优化内容结构和内容主题
- **四级流量池** 15万左右播放
进入人工审核, 进入标签池推送
- **五级流量池** 50万左右播放
互动率很重要

数据指标占比

观看完播率

合格线 上线后，视频质量要好

观看完播率

视频内容要有槽点 让粉丝有点赞或在评论区吐槽的欲望

评论率

叠加推荐 做好引导性标题 引导粉丝去评论和互动

转发率

做好点赞+评论+转发 完成抖音叠加推荐的基本条件

关注化

优品推荐，第一层推荐 要求点赞率在1-2%以上

4

热门技巧

- 内容审核
- 爆款特征
- 四大要素
- 热门技巧

爆款视频的特征



热门作品四大要素

标题

长度、吸引力、完整度、是否标题党、标题真实性

画质

清晰度、有无马赛克、有无黑边、画布大小、画幅完整度、有无广告、有无水印、画面整洁度、流畅度

封面

封面清晰度、美观度、截图完整度、封面与主题呼应程度、封面人物

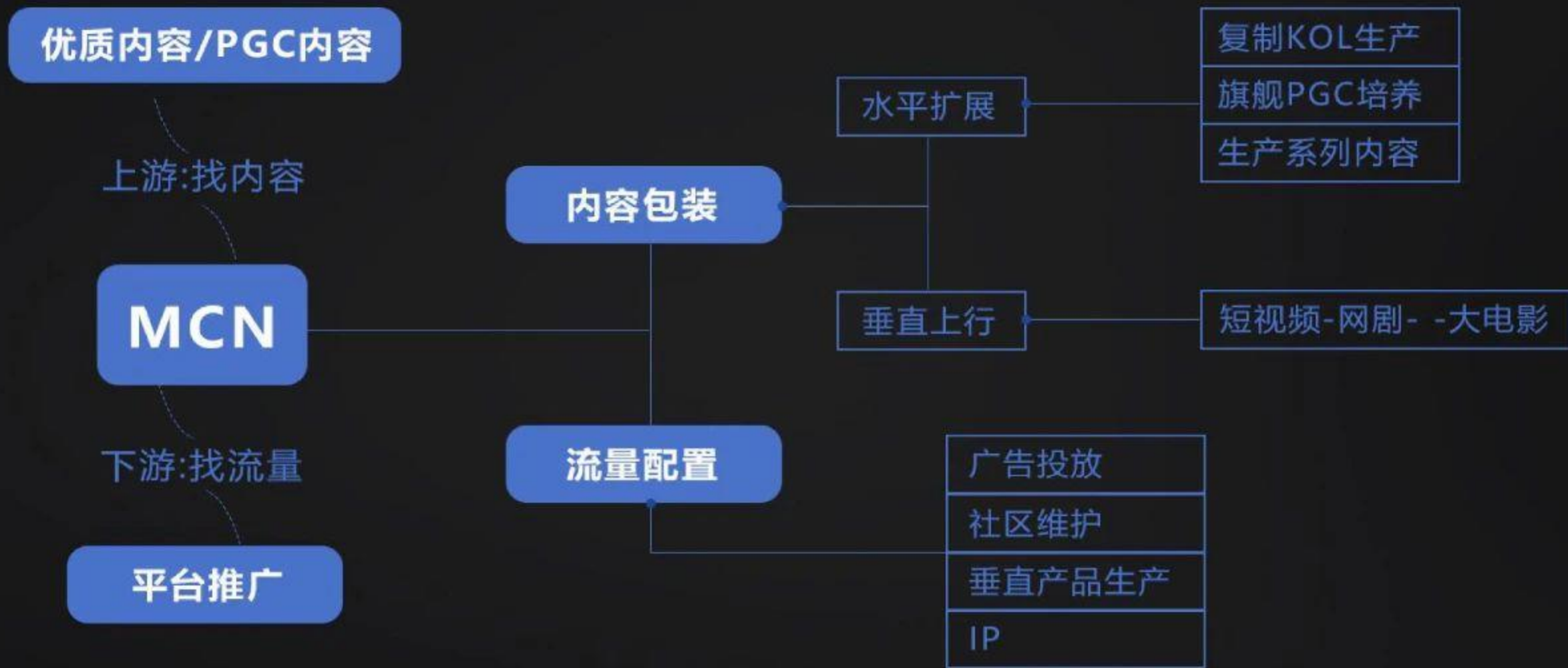
内容
主题

热度:主题热度、人物热度、话题热度、新鲜度
事件新鲜:时新内容、当下事件
手法新鲜:拍摄手法、叙事手法、剪辑技巧
观赏度:色彩度、美观度、情节流畅度
稀缺度:内容稀缺度、版权稀缺度、素材稀缺度
精彩度:有无亮点、有无意义、精彩分布区间是否合理、

关于MCN

- 什么是MCN
- 发展历程
- 多元化
- 公司职能

什么是MCN

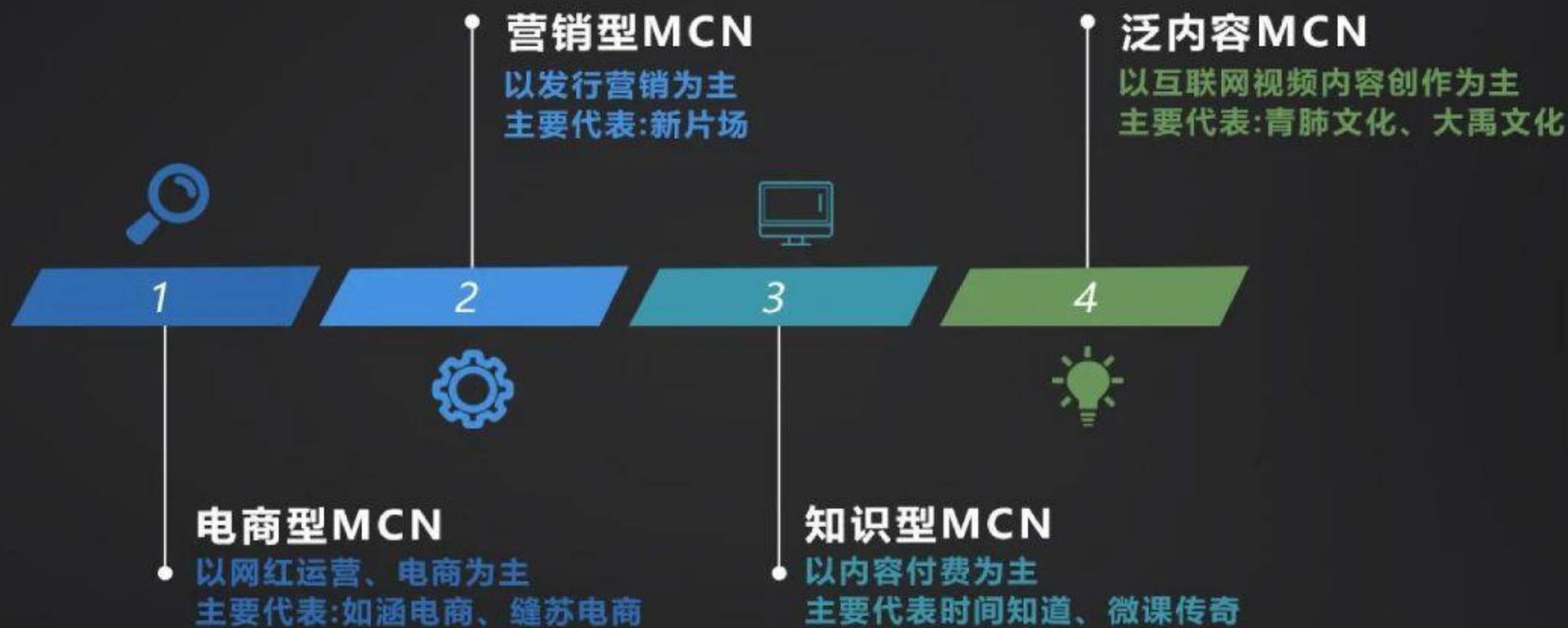


MCN机构发展历程

发展迅猛，参差不齐



MCN的四种类型



MCN公司职能



MCN公司短视频创作团队流程



MCN机构孵化流程



目前90%以上的头部网红都已签约MCN机构，未来，MCN将成为网红不可或缺的合作伙伴。

短视频教程—账号运营

—— 实践 / 严谨 / 执行 ——

目录

G O N T E N T

01

账号运营

02

粉丝运营

03

数据分析

04

矩阵玩法

1

账号运营

- 竞品分析
- 账号定位
- 账号启动
- 账号规范

你是不是遇到这些问题

播放量长期在1000以内

找到定位

明确主题

内容结构

建立标签

有点赞没有粉丝

提供价值

内容垂直

预埋爆点

内容预期

拍视频没思路，内容创作遇瓶颈

建立素材库

用户思维

市场需求

内容组合

没有资源，不知道怎么变现？

资源对接

变现方式

变现渠道

变现路径

账号启动流程

选择赛道 领域细分 竞品分析 账号定位 人设内容 内容形式 账号搭建 内容输出 粉丝运营 数据分析 调整优化 执行反馈

市场调研



账号定位



内容定位



账号启动



竞品选择



一般竞品

五个

用户群体重合
账号定位相近



核心竞品

两个(案例:欢哥来了)

用户群体重合
账号定位相近
内容风格相似



潜在竞品

十个

用户群体重合

数据分析平台

新抖

飞瓜

蝉妈妈

抖抖侠

星图

账号分析



亮点一

内容垂直 风格统一

以一个人演绎加画外音的形式生动的
阐述生活中一些心理学知识和技巧风
格基本统一, BGM选的恰到好处

账号分析

亮点一

内容垂直 风格统一

以一个人演绎加画外音的形式生动的
阐述生活中一些心理学知识和技巧风
格基本统一, BGM选的恰到好处

亮点二

内容节奏 预埋评论

画外音和视频内容高度匹配, 降低用户
阅读难度

如果视频理解难度较高就会选择预埋评论

内容分析

内容选题

说的内容比较贴近生活，都是我们生活中经常遇到或者都知道的事情，这样粉丝的接受程度比较高

内容节奏

都把问题在视频的开头抛出来，然后再用专业的角度去分析和阐述，引起用户原来是这样，之前都没有发现等热评论

话题引导

基本上都做了一件事情就是在视频内容理解难度较高的时候都采用了在评论区发表些普通用户能够理解的解释在里面

账号定位

账号定位

占位 转化

什么是定位
选择定位
账号类型

账号资料

主题 封面

基础资料的建设
封面的几种样式

内容定位

预期 标签

情绪价值
认知价值
内容定位
展现形式

人设定位

感性 理性

内容价值、风格、
形式/人物性格、
观点、情感

账号分析



亮点一

内容垂直 风格统一

以一个人演绎加画外音的形式生动的
阐述生活中一些心理学知识和技巧风格
基本统一, BGM选的恰到好处

做号之前的四个问题

你的用户是谁

他们是谁，所在的行业，潜在的心理需求，粗略的去描绘一下你的用户所具备的特征

用什么方式

内容形式:口播?情景剧?直播?演绎?
内容风格是怎么样的，时长控制在什么



提供什么价值

你给用户提供了什么价值，情绪上的还是认知上的，短期价值还是长期价值

怎么变现

广告?带货?音浪?引流?知识付费?

账号定位概念

你的内容给谁看

用什么样的风格形式展示的

给用户带来什么价值，以及产生的印象



定位—案例（易厨易店餐饮）



资料

清晰明了，一看就知道他干什么的

封面

主题明确，可以很快找到对应内容

定位

定位清晰，能快速吸引精准用户

内容

简单易懂，易上手学习怎么做菜技术

人群

受众群广，输出价值同时最大化

基础资料—主页资料



头像:符合定位, 尽量真人

昵称:
有温度一目的

女博士一身份

秀背书(取得的成就)

讲立场(你的观点和想法)

说目的(你要做什么)

利他性(我能给你带来什么)

强转化(引导关注和私域)

视频封面讲明主题



基础资料—主页资料

杂乱无章



主题明确



视频封面主题明确的重要性

想象一下你是用户进入你的主页
一个杂乱无章
一个主题明确，把每个视频的概要都展现出来了
除去内容不说
这两个主页，那个让你的关注几率大些
粉丝转化车(粉赞比)

账号定位—展现形式



VLOG

真人口述

情景剧

文字跳动

图片轮播

第三人称对话

视频配音

演出真人秀

账号定位—横屏、竖屏

竖屏



画面丰富

真实记录

无距离感

平台鼓励

横屏



方便字幕

沉浸感强

视觉集中

知识输出

账号定位—视频长短

短视频(15秒以下)

长视频(61秒-120秒)

短视频(15秒-37秒)

长视频(121秒-240秒)

短视频(37秒-60秒)

长视频(240秒-480秒)

不同的视频长度对应不同的赛道竞争
视频越长，完播率权重越低，用户沉浸更强

短视频利于传播，不利于传递内容

长视频利于传递内容，不利于快速传播

内容连贯性是前提

账号定位—内容定位



真人

读书

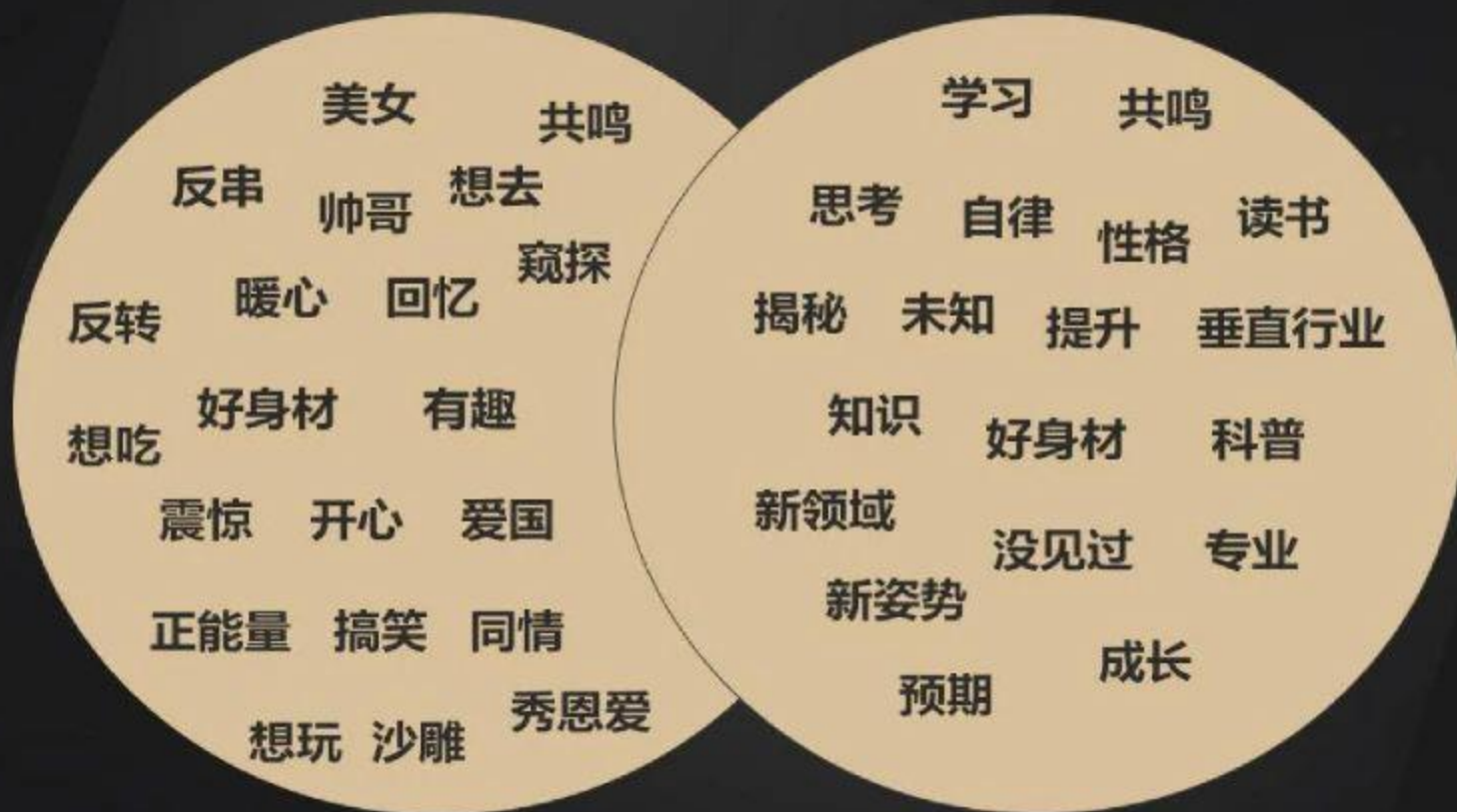
分享

书录

观点

成长

账号定位—内容价值



IP定位是什么

IP是怎么形成的

IP就是一个品牌
一个短视频IP由人设和
内容构建而成，人设和
内容的强度决定了IP的
强度

内核

人设定位

人设就是用户对你这
个人或者账号的印象
相当于你的名片

感性人设(性格)

理性人设(专业)

内容定位

你拍摄的视频能给粉
丝带来什么价值，怎么
带给他

展现形式

内容风格

内容价值

人设一定是立体的

身份

你是谁（认识）

行为

你在做什么（认知）

观点

为什么要这样做（认同）

价值

提供什么价值（利益）



人设定位

感性人设

情绪价值 情感共鸣

通过外在性格鲜明和特定的表现形式在用户心中植入人设内容

理性人设

认知价值 自我提升

画外音和视频内容高度匹配，降低用户阅读难度

如果视频理解难度较高就会选择预埋评论

人设万能公式——SRIR分析

S 优势分析

硬件优势:身高、颜值等
软件优势(可以通过学习、努力获得的)
其挑一个完美的人,不如在一个人身上找到她的优点

R 风险分析

人设在未来会不会惹麻烦
主要考量四个维度:法律、道德观、价值观与隐藏的黑料
价值观要特别注意,捧个价值观跟你不同的网红,结局很可能是互相“撕逼”

I 辨识度

人设是否足够特别,能不能让人一下子记住
包括横向分析(与其他达人区别)与纵向分析(同赛道达人区别)
比如你发现搞笑领域的某个点特别棒,你就把这个点移植到另外一个领域上去

L 变现能力

判断IP形象是否适合商务合作,锁定人群是否具有购买力等,通俗点说就是做起来了
能不能赚钱通过流量赚钱还是精准粉丝赚钱
不要什么都想要,什么都想要就什么都得不到

账号冷启动

内容垂直

内容 人群

内容垂直
人群垂直
风格垂直
形式垂直

账号资料

定向 同行

抖+是什么
抖+的玩法

内容定位

评论 话题

神评论
精准话题
音乐同款

人设定位

分发 精准

什么是标签
怎么打标签

垂直度—内容、人群



你不能今天发读书的，明天发汽车评测的
一定要考虑你的关联性，不然就等着掉粉吧

垂直度—风格、形式



内容风格

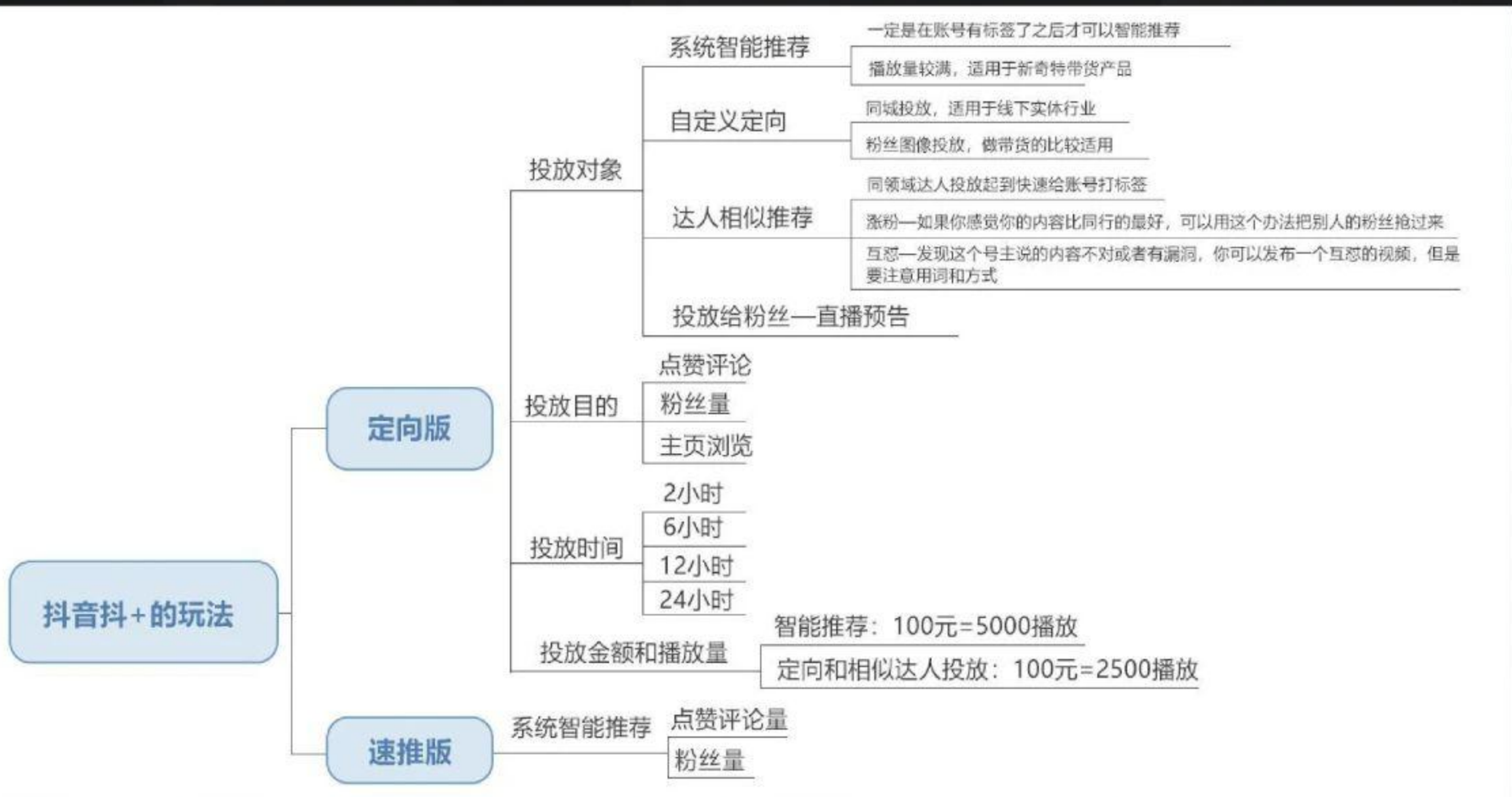
相近的讲述方式，或者固定的开场方式
多次重复达到加深印象的效果

重复的力量

尽量不要随便转变视频的展现形式
不利于用户习惯养成

固定重复的形式传达精准信息

抖+的玩法



抖+的投法

<

速推版

定向版

👤

期望提升? 点赞评论量 > 投放时长? 24小时 >

把视频推荐给潜在兴趣用户?

☒ 系统智能推荐

☐ 自定义定向推荐

☐ 达人相似粉丝推荐

预计播放量提升?

25900+ 超650+

投放金额(👉DOU+币)

新用户专享

50

98

198

298

518

自定义

常见问题

👤

第一次投，选什么目标好啊？哪个大神给指点一下

👉 518

实付：¥518

支付

账号打标签

内容测试

有产出的投放

互动引流—话题



话题是系统判断初始流量的重要指标

添加话题-定要精准结合内容

建立属于你自己的话题

互动引流—评论



自己的视频

预埋神评论，引导他人回复评论可以自己
去评论或者找个号去评论

同领域的视频

一定是具有关联性或者同领域的号其他类
型的视频再多点赞也带不了多带来的也不
是精准粉丝

账号标签是什么

你的账号类型(标签)

游戏

教育培训

科技数码

美妆

美食

评测

传统制造

旅游

家居家装

运动健身

算法匹配

用户喜欢的类型

游戏

教育培训

科技数码

美妆

美食

评测

传统制造

旅游

家居家装

运动健身

标签是怎么形成的

机器识别你的内容

视频文案

视频画面

精准话题

描述文案

用户识别

喜欢某个领域的用户在你视频、账号的互动

关注

点赞

评论

完播

怎么给账号打标签

内容是基础

人群
垂直

内容
垂直

精准
话题

统一
风格

抖+是辅助

定向
投放

相似
达人

标签让你的推送更精准



账号运营规范

账号规范

资料 互动

账号资料
私信规范

内容雷区

敏感词 导向

内容敏感词
内容价值导向

直播规范

内容 话术

直播内容
直播话术

违规处理

自律 申诉

基础违规
红线违规

账号运营规范

私信回复不要留微信

不要发布辱骂信息

账号信息避免敏感词

私信回复不要留微信

隐藏和删除视频没有影响

遵守社区规范

内容雷区

抄袭、搬运

价值观导向正确

不要出现政治人物

内容避免敏感词

过度营销(出现品牌)

其他平台水印

直播雷区

未成年直播

无人直播

讨论政治、敏感话题

色情低俗

过度营销(出现品牌)

其他平台水印

直播间憋单怎么做

玩法：憋单

款式：A链接主推爆款，B链接引流憋单款，C链接利润款

过款顺序：A-B-C，A款先做转化，B款憋单3-7分钟拉人，把人数去顶C款，C款讲解人掉的厉害马上过款上A做转化，如果不能稳住人上B款拉人。

话术：A款主打性价比和款式，B款主打价格和限量，C款 高端设计（品牌联名款），款式承接过渡可以用评论区引号+ E播过款。

违规处理

申诉

违规后会有申诉入口

联系客服

登录这个网站可以联系客服

重新起号

建议有一定的粉丝量后都备一个小号



搞笑剧情段子号启动思路 服装行业实操讲解

- 美食类实操讲解
- 美妆类实操讲解
- 情感类实操讲解

多平台分发

快手

微视

视频号

看点

微博

知乎

B站

好看

只同步分发
前期不做精细化运营

2

粉丝运营

· 精准粉丝 · 粉丝运营

用内容去吸引精准粉丝



什么内容吸引粉丝

内容要高度垂直

精准粉丝为商业赋能

粉丝运营

直播间引流

问题反馈

个性签名引流

增加粘性

多渠道互动

内容、直播预告



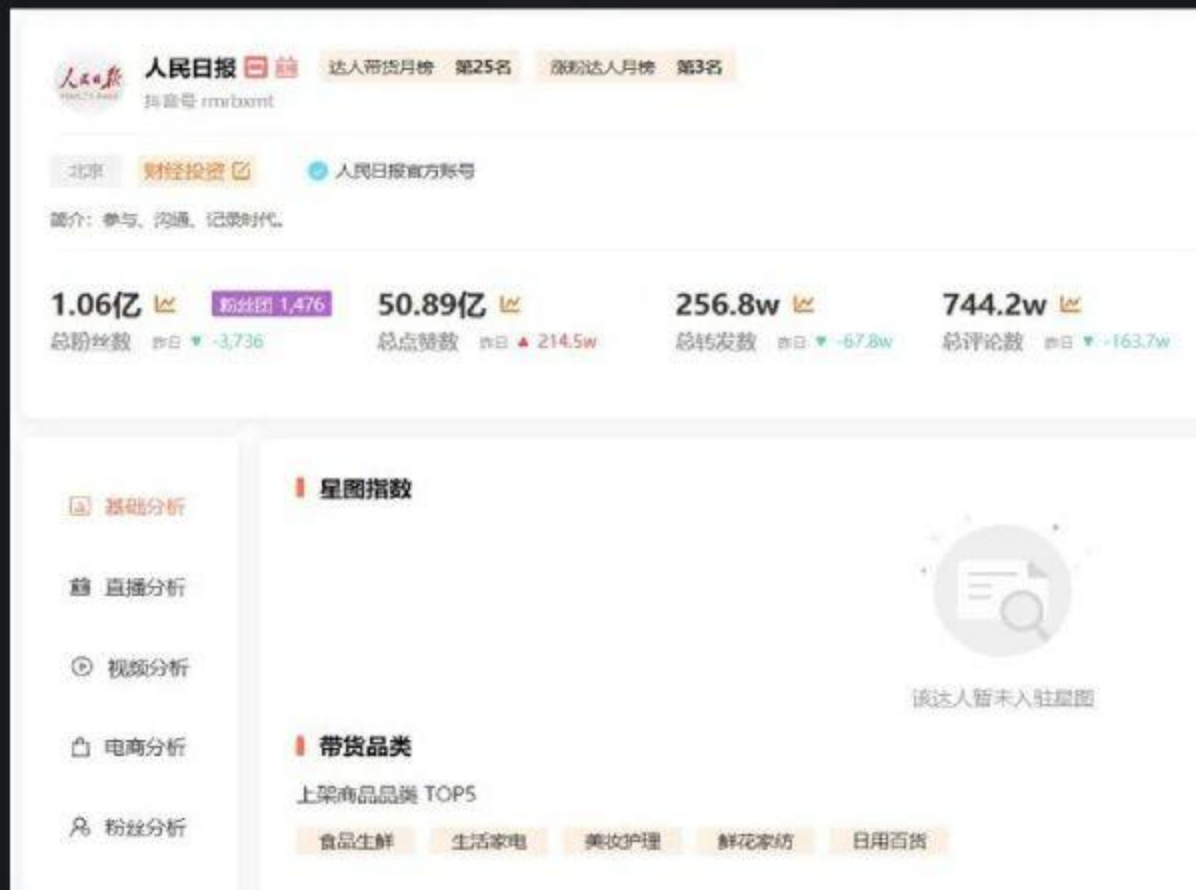
数据分析

• 粉丝数据 • 视频数据

用户数据分析



视频数据分析



完播率

控制时长，优化结构

分享量

增加价值，社交货币

点赞率

情绪、观点认同

评论量

槽点、预埋神评论

关注率

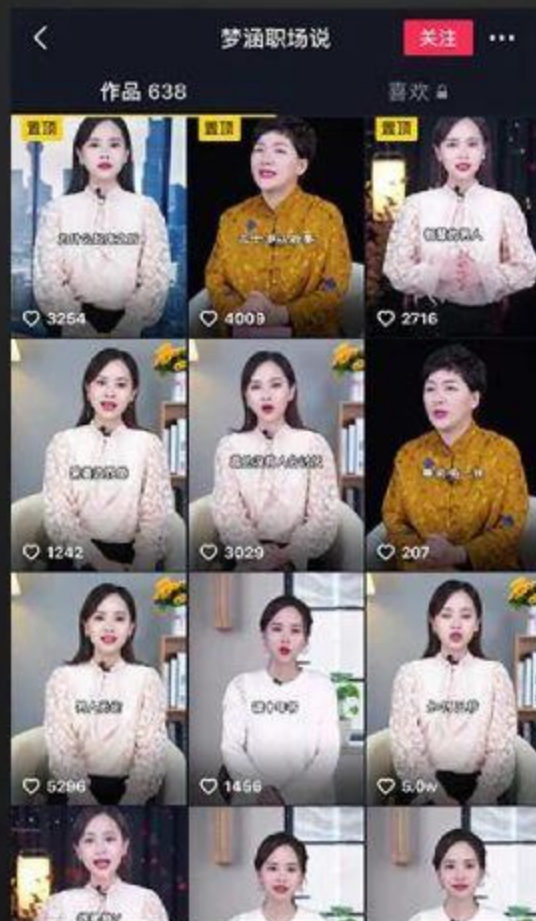
引导、提升预期

4

矩阵玩法

- 内容矩阵
- IP矩阵
- 品牌矩阵
- 多平台分发

内容矩阵



相同的内容领域
多账号内容覆盖

快速跑马圈地
建立内容护城河

IP矩阵



相同的内容领域
多账号内容覆盖

快速跑马圈地
建立内容护城河

品牌矩阵

Q 华为	取消	综合	视频	用户	商品	直播	音
		华为	粉丝: 823.5w	华为官方账号		关注	
		华为终端	粉丝: 518.0w	华为终端官方账号		关注	
		华为商城	粉丝: 35.3w	华为终端有限公司		关注	
		华为5G	粉丝: 163.1w	华为技术有限公司		关注	
		华为玩机技巧	粉丝: 335.3w	抖音号: HuaweiShoujiTV		关注	
		华为企业业务	粉丝: 43.3w	华为企业业务官方账号		关注	
		华为情报局	粉丝: 45.5w	抖音号: 13450HW		关注	
		华为智能馆					

Q 华为	取消	综合	视频	用户	商品	直播	音
		华为计算	粉丝: 36.0w	抖音号: zhinengjisuan		关注	
		华为云	粉丝: 24.8w	华为技术有限公司		关注	
		华为终端云服务	粉丝: 37.6w	抖音号: 1006685151		关注	
		华为玩机达人	粉丝: 14.6w	抖音号: Huawei_xf		关注	
		华为硬核玩家	粉丝: 16.3w	抖音号: huaweihetou		关注	
		华为云与计算	粉丝: 17.7w	华为云与计算官方账号		关注	
		金会长【5.20下午4点半100...	粉丝: 16.8w	抖音号: 272781691		关注	
		华为小姐姐	粉丝: 7.5w			关注	

Q 华为	取消	综合	视频	用户	商品	直播	音
		华为 (杭州) 培训中心有限公司				关注	
		极客华为之家	粉丝: 9.8w	抖音号: A1764422		关注	
		华为超级玩家	粉丝: 10.7w	抖音号: HWCJWJ		关注	
		华为科技达人	粉丝: 7.5w	抖音号: A1831202		关注	
		聊华为	粉丝: 6.1w	抖音号: dythbnwubzu8		关注	
		华为花粉世界	粉丝: 2.6w	抖音号: hwsj999		关注	
		华为手机搬用工	粉丝: 1.8w	抖音号: 129040146		关注	
		华为科技	粉丝: 2.4w	抖音号: A1850206		关注	

以品牌下的产品为内容
多账号发布营销

多维度的展示品牌
增强用户粘性

剧情账号



多演员
推动剧情



用旁白
推动剧情



一个人
演绎剧情

剧情号拍摄模式

项目	第三视角拍摄模式	第二视角拍摄模式	第一视角拍摄模式
表现形式	两个或者两个以上的演员表演，剧情跌宕起伏	一对男女演员演绎剧情，男主或者女主用配音去讲述故事	仅靠着一位演员主观的表演，演绎多个角色
制作团队人员	导演、摄影、编剧、后期制作、商务等多人	导演、摄影、编剧、后期制作、商务等多人	演员，编导、拍摄、剪辑、项目负责人共计5人左右
优点	制作精良 剧情饱满	制作精良 剧情饱满	制作团队规模小 场景固定拍摄难度低 制作周期短，更新快
缺点	制作团队规模大 制作周期长	制作团队规模大 制作周期长	对演员的体力以及演技要求较高

剧情类容类型

逆袭类

搞笑类

悬疑类

情怀类

剧集类

搞笑段子的创作思路

违背预期

出乎意料

铺垫

包袱

引导观众接受和默认第一思路所产生的相关逻辑

了解事物两面性
反逻辑，经常使用逆向思维

剧本

场景

腔调

表情

服装号运营

做好内容定位

变装教程、街拍和穿搭教学或
红人植入等

选择卖品

- 1.选择有依据
- 2.产品有后劲
- 3.价格有优势

拍摄

借助一些工具
比如:支架, 灯光
这些可以帮助我们提升画质

服装爆款视频类型



干货知识类



技术换装类



卡点走位类

服装爆款视频类型



户外美景类



换装对比类



素人改造类

服装号运营小技巧

帮助视频上热门的小技巧

热门音乐

热门挑战

黄金时刻

投DOU+

视频重点须知

挑选上镜人物

爆款视频不会一直成为爆款

文案很重要

抓住注意力，提高播放数。

优秀服装号文案的作用

激发兴趣，使人看完，提高完播数。

激发互动，引发点赞和评论，提高点赞转发数。

如何创作服装号文案

遵循7个法则

1、抓住注意力，让人开始看

目标人群

提问法

制造反常

激发好奇

用高情绪
唤醒词

抓痛点

情感鸡汤类

如何创作服装号文案

2.激发兴趣，让人看完。

留下悬念

“一定要看到最后1件，
真的美翻了r

“终于知道为什么”

制造悬念

疑问、语气词

“如何、怎么样、什么、
为什么。难道”

文案要点

建议15-20字，不超过50字，
太长阅读费时，也不好看

标题切忌过长

艾特官方助手，也有助于
被推荐。

加热门标签

要口语化。词语不能太专业，
避免缩写词汇，因为这样点击量
少，也会被机器人降低推荐。

文案不能太官方

多去搜索、积累服装相关的关键词
让系统知道你是垂直于做服装
行业的，才会推荐给更多的精准用户

做好关键词布局

美食号常见视频类型



教程类



田园生活类



探店类



美食测评类



创意美食类

美食号运营小技巧

内容升级方向

- 1.教程类增加孩童或老人专属美食等模块
- 2.探店类、测评类增加不值得去的店，哪些美食踩雷等内容。

变现方式

- 1.教程类带货食品、厨房用品和厨房电器。
- 2.田园类可以是农产品。
- 3.创意类带货食材类、调料类和零食。
- 4.带货方向最窄的就是探店和测评类了。

找准定位

如果机构，那田园类是不错的选择。如果一个人，就做教程类可选择的变现商品种类多。

注意事项

- 1、遵守广告法
- 2、不要单纯拍吃东西的画面
- 3、广告最好不要太明显和频繁
- 4.探店和测评类要维持好口碑和人设

探店类账号分析

如何变现的？

商家付费。达人在发视频的时候带上商家的定位，视频可以给商家带来大量的顾客。

运营初期

寻找那些好评的餐饮店铺，平均消费不宜过高，考虑粉丝群体消费层次是否匹配，尽量选择些有拍摄噱头的店。

探店号的含义

以个人视角点评本地美食的短视频账号，不同于传统的吃播，是种更接近于大众点评的本地美食点评账号。

运营中后期

可以尝试寻找一些合适的店铺尝试免费合作，不一定成功但可以很大程度降低成本。

美妆号运营

找准细分垂直领域

比如说干货类、种草类、拔草类、折扣分享等等。

如何选品

选择高性价比的，也要选择个自己擅长的

打造人设

人设，也就是要使用的个人品牌。

选题素材

要持续更新你领域的知识或者内容

直播带货

直播是一个带货的非常好的渠道。

美妆号常见视频类型



成分分析类



种草拔草测评类



妆容知识技能类



复合类

美妆账号分析

快速涨粉账号的共性

人设形象鲜明

视频形式有特点

场景化+反转逻辑

美妆达人如何变现

接广告变现

开自营店引流网店变现

内容电商变现

线下出场费

直播变现

代言

情感类账号分析

情感号的内容创作要求较高

需要细腻的心思

不同年代的人关注的内容
话题和领域不一样

对语言文字要求高

引发人的内心触动

但是不管哪个年龄段

都会多少遇到点情感的
烦恼

粉丝粘性高

难以变现

需要专业的情感导师来
引路

情感号口播类创作思路



情感故事



情感专家

出镜人物

一定要事先化好妆
保持真人的颜值和整体形象

台词

事先备好文案
而且故事要打动人心

声音

要用声音来表达你的情绪

音乐

字幕

情感号剧情类创作思路



拍摄手法

一定要具有细腻拍摄手法
做得好的情感类型账号必须是采用真人出境

演技

主角的演技要是至关重要的

形象

男女形象都要好
要让观众认为真的是情侣的错觉

时长

60s之间

封面

以主角的
单人画面为主

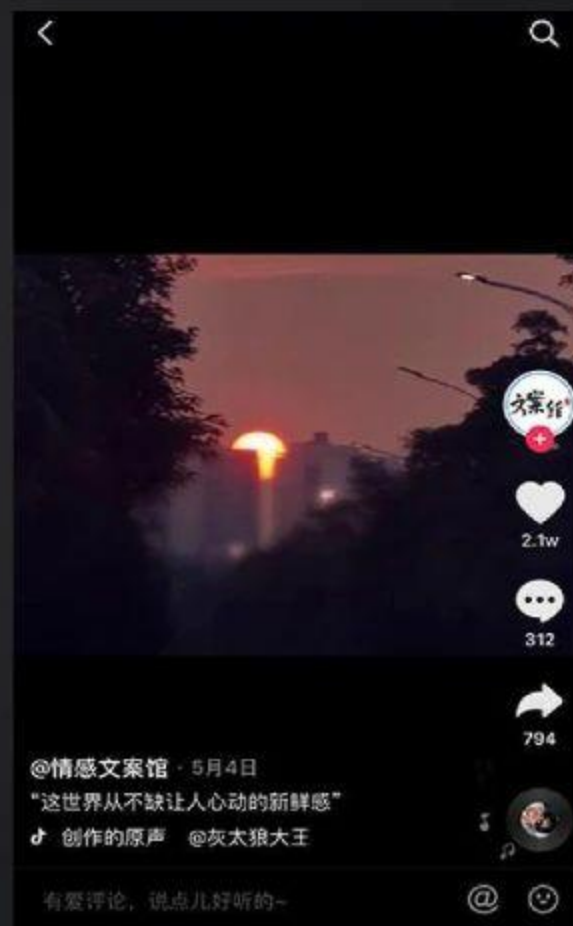
脚本

300字左右

字幕

位置在画面中下方

情感号文案类创作思路



励志型

扎心型

鸡血型

情感号文案类创作思路

准备素材视频及图片

不用特别复杂
可以自己拍摄
或者去网站找资源

准备配音素材

- ①同类型账号搬运
- ②网络收集
- ③原创，自己写
- ④找到素材进行二次加工

视频制作

- 1、导入视频素材
- 2、对素材进行剪辑处理
- 3、导入音频素材

制作字幕

可以选择多种样式，改变
大小、位置，

导出

导出的时候先把水印功能
关闭，然后选择原画质导
出即可。

视频上传

- 1.标题要用心填写
- 2、适当参与相关话题
- 3、音乐选择时下热门的

IP定位是什么

这类视频往往通过
输出对用户有价值的内容

能够获得稳定
而持久的流量。

用户需求

用户基数增大
视频的需求不同

碎片化学习的普及

平台扶持

#DOU知计划

#DOU知计划2.0

#轻知识计划

用户偏好怎样的内容？

如果你是想做知识技能类的视频那么建议你主攻的方向一定是打造自己的专业度

知识号的传作思路

内容的结构最好是：
抛出观点-解释观点-给出解决方案

内容的来源：-定要有一定的专业度

明确的主题有利于迅速抓住痛点

强化IP定位培养用户的观看习惯

内容属性：要么有用，要么有趣

追热点需谨慎，官方挑战常参与

知识号常见视频类型



动画+配乐+讲解



剧情+强人设输出



口播+影像资料+图文
注解+讲解