

实战名师手把手教学
Pr、Ae从入门到精通
视频处理、视觉营销从此不再难！



淘宝天猫 视频制作实战宝典

Premiere + After Effects

方国平 编著



淘宝·天猫 视频制作实战宝典

Premiere + After Effects

方国平 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书由经验丰富的设计师编写,详细介绍了淘宝、天猫视频制作的实战方法和技巧,并以循序渐进的讲解方式,带领读者快速掌握淘宝、天猫视频制作的精髓。

全书共7章,第1章讲解了认识短视频,淘宝、天猫短视频的用途;第2章讲解了拍摄短视频前的准备工作,如器材的选择、视频的构图和拍摄的流程;第3章讲解了剪辑软件Premiere的使用方法,以及电水壶短视频的制作;第4章讲解了合成软件After Effects的使用方法,并讲解了钱包短视频的制作流程和LOGO片头的制作方法;第5章讲解了手表短视频的制作,抠像技巧,人像磨皮技巧和钱包短视频的制作;第6章讲解了Premiere和After Effects软件结合的使用方法,以及凉拖鞋短视频的制作;第7章讲解了视频的上传方法,如何发布视频到店铺首页、淘宝主图视频、详情页和微淘。

本书结构清晰、讲解流畅、实例丰富精美,适合淘宝店主、电商视觉设计师使用,也可作为相关院校的电子商务、设计专业等培训的教材使用。

本书下载资源提供同步多媒体教学视频,以及书中的实例及和素材,读者可以借助教学视频更好、更快地学习淘宝、天猫短视频的制作。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝天猫视频制作实战宝典: Premiere+After Effects / 方国平编著. —北京: 电子工业出版社, 2018.3
ISBN 978-7-121-33580-8

I. ①淘… II. ①方… III. ①视频编辑软件 ②图象处理软件 IV. ① TN94 ② TP391.413

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 019879 号

策划编辑: 孔祥飞

责任编辑: 徐津平

印 刷: 天津千鹤文化传播有限公司

装 订: 天津千鹤文化传播有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×980 1/16 印张: 13 字数: 254 千字

版 次: 2018 年 3 月第 1 版

印 次: 2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 69.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: (010) 51260888-819, faq@phei.com.cn。

前言

本书汇集了作者多年在教学和实践中汲取的宝贵经验，从实战角度出发，全面、系统地讲解了淘宝、天猫短视频的制作。全书以After Effects CC 2018和Premiere Pro CC 2018中文版为操作软件，采用商业案例与视频制作方法相结合的方式进行编写。在介绍软件功能的同时，还安排了具有针对性的实例，并配以精美的步骤讲解详图，层层深入地讲解案例制作，帮助读者轻松掌握软件的功能和应用，做到学用结合。

本书适用于初学者快速自学淘宝、天猫视频的制作，还配有教学视频，生动地演示了案例的制作过程并起到抛砖引玉的作用。愿本书能为广大淘宝、天猫美工开启一扇通往成功的胜利之门。

本书特点

1. 零起点、入门快

本书以初学者为主要读者对象，通过对基础知识的介绍，辅以步骤详图，结合案例对淘宝主图视频、视频LOGO片头、详情页短视频、手机店铺首页短视频等做了详细讲解，同时给出了技巧提示，确保零起点读者能够轻松、快速入门。

2. 内容细致全面

本书涵盖了淘宝、天猫视频制作各方面的内容，可以说是网店视频制作入门类的

优秀教程。

3. 案例精美实用

本书的案例经过精心挑选，在实用的基础上保证精美、漂亮，一方面熏陶读者朋友的审美，另一方面让读者在学习体会到美的享受。

4. 编写思路符合学习规律

本书在讲解过程中采用了知识点和综合案例相结合，符合广大初学者“轻松易学”的学习要求。

5. 附带高价值教学视频

本书附带一套教学视频，包括5个案例的全程制作细节与注意事项的视频讲解，将重点知识与商业案例完美结合，并提供全书所有案例的配套素材与源文件。读者可以方便地看视频、使用素材，对照书中的步骤进行操作，循序渐进，点滴积累，快速进步。

读者按照本书的章节顺序进行学习，并加以练习，很快就能学会After Effects和Premiere Pro软件的使用方法和技巧，并能够独立制作短视频，从而胜任网店美工的工作。

本书同样适用于天猫、京东和当当等电商平台美工设计师学习和参考。

本书服务

1. 交流答疑QQ群

为了方便读者提问和交流，我们特意建立了淘宝、天猫视频交流QQ群：156950648（如果群满，我们将会创建其他群，请留意加群时的提示）。

2. 微信公众号交流

为了方便读者提问和交流，我们特意建立了微信公众号，打开微信添加公众号“苏漫网校”，点击菜单“用户服务”，可以进入“学习问题”，一起交流淘宝视频制作的问题。

3. 淘宝教育直播教学

为了方便读者学习，大家可以关注我们的淘宝教育“苏漫网校”直播教学，店铺网址：<http://cgfang.taobao.com>（淘宝网搜索“苏漫网校”或者“776598”）。

4. 留言和关注最新动态

为了方便与读者沟通、交流，我们会及时发布与本书有关的信息，包括读者答疑、勘误信息等。读者可以关注微信公众号“苏漫网校”与我们交流。

致谢

在编写本书的时候，笔者得到了很多人的帮助，在此表示感谢。感谢海兰对图书编写的悉心指导，感谢淘宝教育对苏漫网校课程的支持，感谢苏漫网校全体成员的支持，感谢柳华、成洋的帮助，感谢电子工业出版社孔祥飞编辑的大力支持，感谢我的爱人和儿子的理解支持。衷心感谢所有支持和帮助我的人。

由于作者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，恳请广大读者批评、指正。读者在学习过程中如果发现问题或有更好的建议，欢迎通过微信公众号“苏漫网校”或邮箱 sumanwangxiao@qq.com 与我们联系。

方国平

2017年12月18日于南京

轻松注册成为博文视点社区用户（www.broadview.com.cn），扫码直达本书页面。

- **下载资源：**本书提供配套资源文件，可在 [下载资源](#) 处下载。
- **提交勘误：**您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动：**在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/33580>



目 录

第1章 认识短视频.....	1
1.1 淘宝短视频介绍.....	1
1.2 短视频用途.....	2
1.3 视频制作概念.....	8
1.4 视频制作软件及硬件要求.....	9
第2章 拍摄前准备工作.....	12
2.1 器材的选择.....	12
2.2 灯光和布光手法.....	19
2.3 视频构图.....	20
2.4 拍摄角度与景别.....	23
2.5 淘宝视频制作流程.....	29
第3章 视频剪辑.....	32
3.1 Premiere Pro CC 2018软件介绍.....	32
3.2 Premiere工作区概述.....	33
3.3 视频剪辑基础.....	39



3.3.1 视频剪辑工具	40
3.3.2 视频加速	44
3.3.3 视频剪辑	47
3.3.4 关键帧动画	51
3.3.5 视频合成和音频剪辑	61
3.4 导出视频	65

第4章 视频合成 67

4.1 After Effects CC 2018软件介绍	67
4.1.1 认识工具箱	69
4.1.2 菜单栏和项目面板	70
4.1.3 合成面板	73
4.1.4 时间轴面板	76
4.1.5 预览面板和效果面板	77
4.2 主图视频（钱包动画）	79
4.2.1 图片动画	80
4.2.2 关键帧动画	84
4.2.3 文字动画	90
4.2.4 图片动画制作	98
4.2.5 视频动画处理	101
4.3 镜头合成	106
4.4 渲染视频	109
4.5 压缩视频	111
4.6 短视频片头	114
4.6.1 制作LOGO动画	115
4.6.2 制作背景和整体调色	123
4.6.3 输出视频	126

第5章 手表短视频制作 129

5.1 抠像基础	130
5.2 人像磨皮	134
5.3 视频抠像	136

5.4	手表短视频合成.....	141
第6章	凉鞋短视频制作.....	151
6.1	Premiere与After Effects软件的结合.....	152
6.2	视频剪辑.....	161
6.3	关键帧动画.....	163
6.4	图片制作动画.....	167
6.5	视频剪辑镜头.....	170
6.6	项目合成.....	172
第7章	视频上传.....	181
7.1	手机店铺短视频上传.....	181
7.2	主图视频发布.....	186
7.3	详情页短视频上传.....	191
7.4	微淘短视频发布.....	195

第1章

认识短视频

随着移动互联网的普及，人们的时间被大量碎片化了。在碎片化的时间中消费，传统的图文导购模式是产品图片与文字的展现，图文所展示的视觉信息较为平面，而短视频能够将很多内容用更有表现力的影像来表现。2017年淘宝推出的直播和短视频，是未来淘宝内容营销的主要方向，优质的大咖直播、精美的短视频都将得到很好的展现。淘宝平台鼓励达人与商家进行对应商品的直播与短视频创作，同时会针对性地对优质的直播与短视频内容来大力地推广和扶持。

1.1 淘宝短视频介绍

淘宝要由传统的电商平台转变为新型的购物内容媒体平台，顾客的购物将会被达人和商家的优质媒体内容促进和转化。淘宝鼓励达人们做出优质并且符合平台调性的内容，内容的创作要围绕商家与产品进行，将传统渠道努力转型并升级为内容营销渠道。

淘宝内容营销渠道包括有好货、每日好店、头条等，鼓励优质短视频的创作，优质的短视频会统一打标并分发到各视频渠道。商家短视频的应用方向包括：60秒的主图头图视频展示，2~3分钟的内容详情页视频，未来代替图文形式的多屏详情页，用户评价中也可以添加用户自己录制的产品体验小视频。

在2017年淘宝造物节的介绍中，淘宝平台鼓励有趣、好玩的产品和店铺推广，个性化、新奇、小众的产品将会得到更好的展现与扶持。淘宝平台在积极地转型为新媒体平台，让更多优质的内容呈现在上面，用户可以花更多的时间在平台内，而不再是单纯地搜索-购买-退出的过程。淘宝不再单纯地把自己定位为一个购买商品的购物应用，而是一个可以一直发现新奇、好玩事物的购物引导媒体，使用户在浏览感兴趣内容的同时衍生出购物的需求。虽然转化购物是主要目的，但是要以优质、精准的内容为主体。

短视频制作大多数都为团队操作，因为涉及创意故事、拍摄分镜脚本、商品拍摄、模特、内景外景、自然景、商品转盘、剪辑、特效、字幕、背景音乐、音效等一系列程序，但是随着各种工具和硬件设备的齐全，对于商家来讲，个人也是完全可以制作短视频的。

我们可以制作有主题、有调性或有情怀的能突出与淘宝费场景相关的短视频内容，也可以展示产品的外观和功能等，并非简单地直播或录制视频。

淘宝短视频表现形式有以下2种。

1. 60秒创意产品展示

用视频展示产品外观、功能、卖点等。通过强化产品外观，模特展示产品，加特效，加配音，生动地展示出产品的外观、材质、功效和服务等，可以用在主图视频，也可用在详情页视频。

2. 90秒品牌故事视频

强化产品外观与品牌，以故事情景展示产品，让产品有感染力，让顾客有情感，传播性强，可以投放在手机淘宝和PC端淘宝“每日好店”等位置。

提示：

视频制作要求：

1. 视频拍摄画质和视频构图需达到专业水平。
2. 每个视频时长控制在3分钟以内。
3. 画面尺寸要求1920像素×1080像素，比例为16:9，横版拍摄（主图视频尺寸要求800像素×800像素，比例为1:1）。
4. 画质高清，例如MP4格式的平均码率>0.56Mbps。
5. 视频大小小于120MB。
6. 视频格式要求：MP4、MOV、F1V、F4V。

1.2 短视频用途

大多数打开手机淘宝的用户，目的性相对明确，就是“买买买”，这种用户的潜在购买需求强于其他非电商属性平台。因此，围绕其下单之前对商品进行了解的阶段，定义不同渠道的视频内容就清晰起来了。根据渠道针对性地做视频内容来适应电商平台的个性

化需求,以期达到事半功倍的效果。

其实从流量红利这点来看,视频形式已经比图文形式占了优势,而视频创造者账号的加权也让视频形式能获得更多的展示机会,如果内容形式和商品结合得好,其爆发性可能更大些。所有的视频渠道合并为一个淘宝短视频渠道,如图1-1所示,并且明确将视频类型分成横版和竖版。视频投稿如图1-2所示。



图1-1 阿里·创作平台

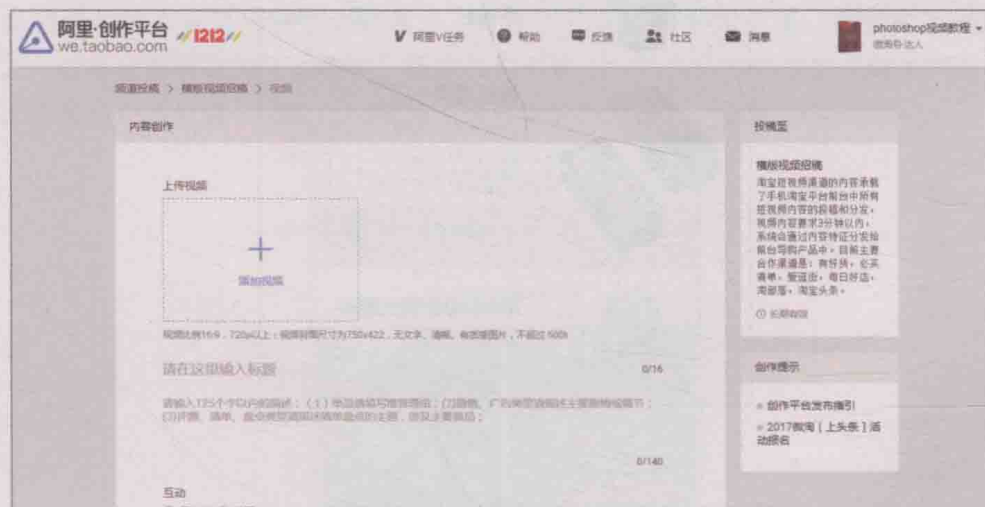


图1-2 视频投稿

淘宝短视频具有鲜明的导购属性,从目前登录每日好店的短视频来看,当短视频在播放过程中出现某个产品时,视频页面会适时地出现同款或相似商品的购物链接,消费者可以直接加购物车,边看边完成购买。

目前手机淘宝首页可以看到的视频其实是通过内容创造平台“淘宝短视频”的入口

进行投放的，投放后会根据视频的属性进入手机淘宝的不同渠道去展现。手机淘宝短视频的投放渠道包括：淘宝头条、淘宝视频、每日好店视频、新单品视频、有好货、必买清单、爱逛街、猜你喜欢、淘部落、大促页面的互动视频、行业渠道等。以上是视频的入口，除了行业频道，其余均为日均千万级UV中心化流量入口。此外，大促页面、手机店铺首页、商品详情页的主图和详情页都可以上传视频。

1. 有好货

有好货是淘宝的精品导购平台，为中高端用户提供高品质、有格调的产品及导购介绍，如图1-3所示。



图1-3 有好货

2. 爱逛街

爱逛街为年轻人提供时髦、流行的品味消费指南，是年轻女性流行的购物社区。用户通过红人买手、校园搭配师、品牌主理人、90后模特、时尚博主的购买经验，可以挑到颜值最高的好货！如图1-4所示。



图1-4 爱逛街

3. 必买清单

必买清单的内容基础调性为有看点、专业、实用、有参考价值，面向中高端的用户群体，一般都是教程类的互动视频。目前必买清单的视频内容方向限制在做菜和美妆这两类，比如教用户如何做一道菜，视频为拍摄具体的制作过程，如图1-5所示。



图1-5 必买清单

4. 每日好店

每日好店的用户以18~26岁的青年人居多，用户分布比较平均，各个层级的消费者都有。商家店铺需要具备鲜明的特色和调性。视频限制为以下5个类型：店主采访视频、店主自述故事；店铺本身的故事（纪实）；店铺创作故事演绎；街访型；动画。常见的为前3类，如图1-6所示。



图1-6 每日好店

5. 商品详情页视频

为什么商品详情要通过短视频来呈现？在商品详情页中，文字再多也不如一张图片整洁清晰，而商品详情页的视频则可以抵过几十张图片所呈现的商品信息和用户体验。

在信息体量上，视频能更好地承载商品详情页的介绍，以及使用教程和一些商品背后的品牌信息等。比起消费者通过滑动屏幕来浏览图文并理解商品是否匹配自己的需求，视频则更具有直观、高效的传播能力，如图1-7所示。

6. 主图视频

主图视频可在手机端和PC端同时展现，在PC端发布主图视频，可同时在手机端主图视频展现，无需分发表布。视频时长 ≤ 60 秒，建议9秒到30秒的视频可优先在猜你喜欢、有好货等推荐频道展现。视频尺寸建议1:1，有利于提高买家在主图位置的视频观看体验。视

频内容突出商品1~2个核心卖点,不建议使用电子相册式的图片翻页视频,如图1-8所示。

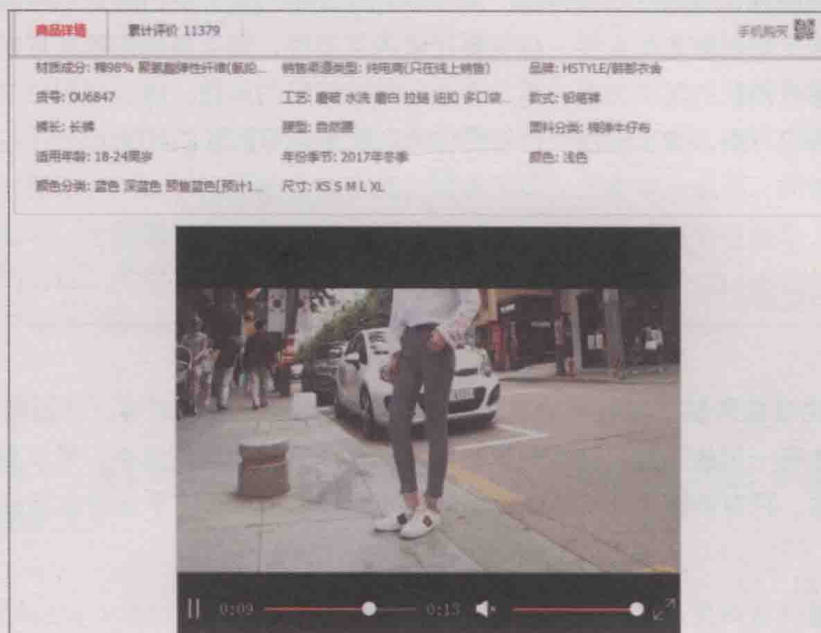


图1-7 详情页视频



图1-8 主图视频

短视频场景化的营销，不但可以引起用户在不同场景状态下的共鸣，而且可以加强粉丝与品牌的联系，提高品牌销售额。淘宝短视频是手机淘宝中为导购场景提供短视频内容的平台，淘宝短视频如同直播一样需要很强的互动性，如女装的短视频可以设计为不同的场景下的穿衣搭配的解决方案，用户会遇到哪些搭配的问题，通过短视频的内容向用户展现完美的解决方案，淘宝短视频也能提供派送优惠券等形式的互动。

1.3 视频制作概念

在开始拍摄前需要了解视频的基本术语，包括像素、分辨率等。下面我们需要对视频的基础概念有一定的了解，这些知识有助于你在今后的剪辑创作中，可以更好地遵循基本的语音语法。只有掌握了扎实的理论基础，才能够更加得心应手地制作视频。

1. 分辨率

分辨率是指单位长度内包含像素点的数量，单位通常为像素/英寸。像素是构成影像的最小单位，分辨率越大，像素就越高。分辨率的大小差别会产生不同的效果，分辨率高，画面清晰度就高，给人的视觉感受更好。

2. 帧速率和场

帧速率是指每秒所显示的图像有多少帧，单位为fps。国内电视使用的帧速率为25fps，电影为24fps。

帧是视频技术常用的最小单位，一帧是指由两次扫描获得的一幅完整图像的模拟信号，视频信号的每次扫描称作为场。

3. 剪辑

剪辑可以说是视频编辑中最常提到的专业术语，一部完整的好电影通常需要经过无数次剪辑操作才可以完成。在剪辑过程中，利用计算机可以在任何时间、地方，插入或者删除任何你想要或者不想要的片段，也就是非线性剪辑。

剪辑，剪而辑之，即蒙太奇。而蒙太奇更多时候是指剪辑中的那些具有特殊效果的手段，我们要了解剪辑中镜头的组接规律。