

让你的抖音，“抖”起来！

从零开始做抖音

策划、制作、运营、涨粉基础教程

程然 Henry © 著

中国营销研究院院长50人论坛专家之一

方楠、张劲 作序推荐 | 方立军、星亮、帅玉环、高广英联袂推荐

全面分析成功要素·系统梳理实战方法



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

从零开始做抖音

策划、制作、运营、涨粉基础教程

程然 Henry © 著

中国营销研究院院长50人论坛专家之一



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

这是一本教你从零基础运营抖音号的实操教程书。做个抖音号很容易，难的是做到人气旺、粉丝多。做抖音需要哪些知识、需要准备什么？拍摄器材与剪辑软件如何选取与操作？抖音号与公众号在推广策略上有哪些不同？怎样快速进阶……类似于这些读者关心与困惑的问题，书中都有可行的解决思路与操作方法。

本书深入地剖析了抖音的特征以及做好抖音的内在诀窍，详细介绍了快速上手、定位、账号运营、拍摄制作、高效涨粉、搭建传播矩阵、变现、打造企业蓝V等方法。本书在每章的开篇设计了阅读重点提示，在每章的结尾设计了抖音行动清单，便于读者了解做抖音的重点、难点，以及自己在实践时该如何行动，可作为个人或企业进行抖音内容创作和运营的战术指南。

图书在版编目（CIP）数据

从零开始做抖音：策划、制作、运营、涨粉基础教程 / 程然 Henry 著. —北京：机械工业出版社，2019.3
ISBN 978-7-111-62376-2

I . ①从… II . ①程… III . ①网络营销 - 教材 IV . ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 058209 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：刘 洁 责任编辑：戴思杨

责任校对：李 伟 责任印制：孙 炜

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2019 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 14 印张 · 1 插页 · 173 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-62376-2

定价：59.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：010-88361066 机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：010-68326294 机工官博：weibo.com/cmp1952

金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版

教育服务网：www.cmpedu.com

短视频营销学习指南

- ✓ 循序渐进,掌握短视频运营的实操步骤!
- ✓ 每章都有重点提示、案例剖析和行动清单,即学即用!
- ✓ 从新手建号到账号变现,从个人运营到企业蓝V,快速登上成长阶梯!

学完本书,你的抖音号也能真正“抖”起来~



程然Henry

智慧未来·创新工作室 创始人

和君咨询 资深咨询师

前梅花网研究院 执行院长

前百度营销大学 市场总监

《聚变式创新：打造爆款的产品创新策略》作者

微信号：13910187303

为中华崛起传播智慧

封面无防伪标均为盗版



策划编辑◎刘洁（扫码联系编辑）

特约编辑◎沈超

出版咨询◎florence530@163.com

试读结束：需要全本请在线购买：

www.ertongbook.com

推荐序一

产生积极价值观，少走弯路

2016年字节跳动公司的产品——抖音上线，抖音由最初定位于时尚、潮流和明星，主打“让崇拜从这里开始”，到将slogan改为“记录美好生活”，这不到3年的转变，让我们广大用户看到了他们从企业的主体责任出发，在打造正能量短视频方面做的调整，在反映百姓的美好生活、幸福生活方面做的努力。

在他们转变的过程中，我也很欣喜地看到，抖音上的优质内容越来越多，调整不仅提升了平台中内容的品位和质量，也提升了其用户的黏性，促使抖音快速成长。基于此事，我对字节跳动公司产生了全新的认识，而我对其最开始的直观认识只是“用算法为用户提供兴趣推荐，成为移动互联网的一把钥匙”；同时我还对他们的理解力和行动力深表佩服，他们对用户、文化和社会的理解竟然如此到位，着实有些出乎我的意料。

国内的互联网行业要想不走弯路，在为用户提供优质内容的同时，一定要能产生正向的积极的价值观。一切迹象表明，字节跳动公司正在蓬勃发展，我对他们向有社会责任感的科技巨头挺进，十分期待，且抱有信心。

因此，当沈超请我为这本关于抖音的书作序时，我觉得有必要且是时候说两句。作为中国互联网发展的见证者和参与者，我希望和更多的人交流互联网创业的发展规律，也分享一些他们的成功经验和失败教训。这对烈火烹油的互联网行业来说，应当有一定的益处。

从零开始做抖音：策划、制作、运营、涨粉基础教程

我和沈超相识已久，彼此间经常进行一些关于互联网行业的交流和探讨，颇有些惺惺相惜的味道。诚实地说，基于时间的关系，他之前写的书我看过的很少，有些只听过名字。但在我看来，行业需要这样的旁观者、记录者和讲述者，而不是只顾埋头拉车、野蛮生长。

最初看到这本书时，我以为只是一本蹭热点的书，但细看后发觉并非如此，这是对抖音这样一个成功产品的全面分析。现在市面上比较鲜见关于抖音的系统梳理，这本书的出版恰逢其时地弥补了这个空白。能够用书的形式，用纸张的载体，将这些记录下来，或许对世人算是一个善举。

以上，是为序。

方楠

2019年4月3日写于北京家中

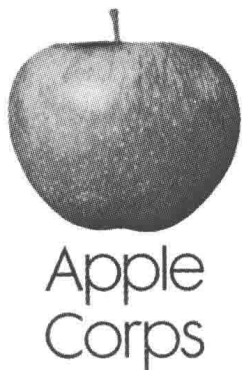
推荐序二

苹果公司未完成的使命

缘起：甲壳虫乐队的苹果公司

作为一本专门介绍抖音的书，首先要能够解释清楚抖音为什么这么火。常规上，对一个移动互联网产品，会从产品视角进行对比分析；或是从另一个角度，即从传播特性、营销特征等维度进行解读。但在这里，我要先带各位读者换一个视角，从文化接续、商业进阶的角度，谈谈抖音承接的商业使命。

本文标题中提到的苹果公司，并不是大家熟知的史蒂夫·乔布斯的苹果公司（起初公司名称是 Apple Computer，现在叫 Apple Inc.），而是音乐史上伟大的甲壳虫乐队（The Beatles）在 1967 年成立的苹果公司（Apple Corps）。



甲壳虫乐队的苹果公司
(1967 年成立)



乔布斯的苹果公司 (1976 年成立)

大家都知道，甲壳虫乐队在西方现代文化中的地位和作用，却很少有人知

从零开始做抖音：策划、制作、运营、涨粉基础教程

道，甲壳虫乐队在 1967 年成立的苹果公司。这家公司开设了苹果商店（Apple Store）销售服装和饰品，但是很快苹果商店就因为经营不善而倒闭了。最终这家苹果公司所拥有的资产只是甲壳虫乐队几百首歌的音乐版权。

之后，甲壳虫乐队的苹果公司因为商标和版权的问题，与乔布斯的苹果公司先后打了近 30 年的官司（这个话题不是本文的重点，这里不再详述，有兴趣的读者朋友可以在网络上搜索了解更多情况）。

真正重要的是，甲壳虫乐队的约翰·列侬（甲壳虫乐队的精神领袖和主唱歌手）为其苹果公司制定了一个伟大的使命——让每个人都可以自由、便捷地拍摄电影，记录生活中的每个细节以及与众不同的梦想。但限于 20 世纪 60 年代的技术条件，这个使命在当时是不可能完成的。然而，这个没能完成的使命，并没有被商业创新者忘记。

继承：乔布斯的苹果公司

某种意义上，这个使命的继承者就是乔布斯。虽然乔布斯在后期很少提及对他影响巨大的甲壳虫乐队（在早期的第三方传记《苹果公司兴衰内幕》里有清晰的记录。乔布斯很喜欢甲壳虫乐队，因而给自己的公司起名为苹果公司），但是这其中的文化接续是显而易见的。在欧美，音乐的重要性，就像茶对我们中国人的影响。另外，在乔布斯的每个产品中，音乐都是最关键的组成部分，比如 iPod、iTunes 等。

举个小例子，大家就能理解乔布斯对于甲壳虫乐队的重视。2010 年 11 月 15 日，苹果官方网站上出现这样一张图片，大意是：



注：图中英文的含义是“明天，将是你永远无法忘记的日子。”

这是什么重要的日子呢？答案是经过 30 年的法律纷争，苹果公司终于获得授权，可以在 iTunes 上销售甲壳虫乐队的歌曲了！可能有人不太理解，只是一个乐队而已，需要被如此重视吗？但显然乔布斯不是这么想的。他不仅在首页上连续做了两天广告，还在官网上开通了甲壳虫乐队的专栏，拍摄了 5 条电视广告并在全美各大电视台播放。

通过我前面的介绍，大家就会明白，这并非仅仅为了表明一个著名乐队歌曲的销售价值。而是某种意义上，乔布斯在向世人宣布，他“正式”继承了甲壳虫乐队，具体来说就是约翰·列侬的精神衣钵。

但是，甲壳虫乐队的未完成的使命——让每个人都可以自由、便捷地拍摄电影，在乔布斯时代的苹果公司，也并没能真正实现。虽然乔布斯的苹果公司用苹果手机开启了移动互联网时代，并有许多非常出色的视频工具类产品，如 iMovie。但是受当时网络技术和应用条件的限制，这个梦想的实现还需要等待一段时间。

接续：以抖音为代表的短视频应用

这段等待的时间并不是太长，如果以第一代 iPhone 手机（2007 年 1 月 9 日发布）作为移动互联网的开始，在其发展了 10 年之后，当每个人都拥有一部手机、当网络速度得到了极大提升、当手机使用者不再担心视频流量产生的费用问题后，那个让每个人都可以自由、便捷地拍摄电影的商业使命就展现在商业创新者的面前。

虽然移动互联网的视频录制 App 最开始还是来自欧美公司。但是，由于中国手机用户的数量多于欧美国家，就使得这类产品真正蓬勃发展的创新机会，更多地出现在中国的土地上。

于是，拍摄视频的移动互联网 App，与抖音相同或相似的视频应用，就出现在了我们的面前。有意思的是，抖音给自己最初的定位是：

“抖音，是一款可以拍短视频的音乐创意短视频社交软件。用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄音乐短视频，形成自己的作品。”

通过上面的定位描述，大家就更能理解，这款视频产品与音乐密不可分的渊源，以及承接帮助每个人自由拍摄视频（电影）的商业使命。

抖音的本质是什么

简单地讲，抖音，就是每个人拍摄、发布视频的工具；同时，抖音也是每个人观赏别人世界的视频应用。



使用抖音，每个人既可以制作短视频（其实就是极简版的电影），又可以看到精彩纷呈的世间万象。当然，现在短视频的制作和内容水平还是参差不齐的；但是，这并不妨碍用户的热情关注和热心参与。

每个人自主拍摄的控制欲和偷窥别人世界的好奇心，在抖音这类产品中，得到了最好的释放。这就是抖音这类产品如此火爆的真正原因。

互联网时代在不断发展当中，而移动互联网产品也在不断地迭代、重构、升维当中，就如同微信一样，开始只是一款即时通信产品，而在不断地发展之后，现在已经成为我们不能离开的生活工具。所以，如果只是以现在的功能来理解抖音，是缺乏深度和预见性的。

对比文字的表现形式和感染力，视频可以说更胜一筹。虽然一定会有码字工作者（也包括我在内）、文艺怀旧者指出文字更有深度和张力，但是历史的进步不会停止。视频主导传播并成为媒介主流的时代，很快就会到来。特别是当我们进入 5G（第五代移动通信网络）时代后，短视频的这个“短”字，就会被去掉，因为制约视频发展的流量和速度问题，会被彻底解决。

回想前面提到的两个苹果公司都未能完成的商业使命“让每个人都可以自由、便捷地拍摄电影”，就不难得出以下结论：

抖音的本质，就是每个人的好莱坞！

张劲

其时互联公司 CEO、原百度营销大学执行校长

2018 年 12 月 1 日

写于北京

前言

做好准备，视频营销时代即将开幕

过往，只是企业营销的“默片”时代

我亲身经历了近 20 年的营销时代的变迁，从 2006 年在新东方开始的论坛、博客时代，到 2009 年的电视、广播、报纸、路牌广告时代，到 2010 年在创新工场的移动社交媒体时代，再到 2013 年在百度营销大学的搜索阶段，最后，2014 年在梅花网研究院研究社群和微信。

如果将以前这些营销时代汇总在一起，可以称为企业营销的“默片”时代。因为，无论用多么高大上的词语包装，都无法掩盖一个事实：就是在这些营销时代中，品牌都是平面的、静态的、单向的。虽然效益好的企业可以制作视频广告，但也都是刻板的广告模式。

而以抖音为代表的短视频媒体，即将开启企业营销的“好莱坞”时代。企业的产品、服务和品牌，可以通过短视频、直播以及未来的短剧形态，鲜活、立体、交互地即时展现在消费者面前。

本书就是企业视频营销的预备课程。随着 2020 年 5G 技术的逐渐普及，视频营销将成为企业营销的主流形态。要想成为未来的品牌胜利者，企业现在就要开始行动！



有趣的生活，从创作抖音视频开始

互联网带来了丰富的信息和娱乐内容，有趣的内容不断呈现在人们面前。但是，真正有趣的生活，不是静静地坐着旁观，而是投入其中，参与有趣生活的建设。

抖音所代表的短视频方向，已经成为社会和商业的热潮，并且随着 5G 时代的到来，更将成为未来的主流媒体形态。值得个人、自媒体和企业投入时间和精力，去学习、实践，成为拥有百万、千万级粉丝的网红或受欢迎的品牌。

学到知识，即刻动手实践

我在培训行业的工作经验（北京新东方学校和百度营销大学），使我深知对于学习者而言，再有价值的知识，也需要老师的关键指导。因此，我在书中设计了两个特别环节：

☑ 每章开始：“阅读重点提示”——提示学习的重点和难点

☑ 每章结尾：“抖音行动清单”——给出实践的行动指导

本书的文字不求华丽，只是希望能用简单、平实的语言，让想做好抖音的读者，能够看得懂、学得会。

你的“抖音知识指南和战术指导”

读者可以将本书当作了解抖音的基础读物，但我更希望读者能够把本书作为自己或企业进行抖音内容创作和运营的战术指南。

从零开始做抖音：策划、制作、运营、涨粉基础教程

书中不仅介绍了抖音的基本情况，还深入地剖析了抖音的特征以及做好抖音的内在诀窍，包括以下两大维度：

1. 隐秘规则

- (1) 抖音崛起的六大秘诀；
- (2) 抖音成瘾的五大心理机制；
- (3) 抖音的核心“选秀”原理。

2. 知识体系和战术指导

(1) 新手玩法；(2) 播主定位；(3) 账号运营；(4) 拍摄制作；(5) 高效涨粉；(6) 传播矩阵；(7) 变现通道；(8) 企业蓝 V。

你的“抖音行动手册”

学以致用，是本书的关键目的。因此，在每章结尾，都设置有“抖音行动清单”，请在读完每章之后，根据行动清单中的要求，写下你的思考和行动方案。

最终，在读完本书后，读者可以将每一章的“抖音行动清单”汇合在一起，形成属于自己的“抖音行动手册”，这将是阅读本书最好的收获。

现在，请准备好笔和手机，我们开始上课！

程然（Henry）

2018年10月10日

写于陕西黄龙

目 录

CONTENTS

推荐序一 产生积极价值观，少走弯路

推荐序二 苹果公司未完成的使命

前言 做好准备，视频营销时代即将开幕

第1章 飞驰而来的抖音时代 // 001

Chapter

- ◎ 阅读重点提示 // 002
- ◎ 1.1 抖音短视频，引领新时代的潮流 // 002
- ◎ 1.2 抖音的魔性增长轨迹 // 005
- ◎ 1.3 抖音崛起的六大秘诀 // 007
- ◎ 1.4 “抖音热”形成的五大心理学原理 // 012
- ◎ 【案例】“老王欧巴”：抓住了抖音增长红利的网红 // 016
- ◎ 抖音行动清单 // 019

第2章 新手玩法：从零开始玩转抖音 // 021

Chapter

- ◎ 阅读重点提示 // 022
- ◎ 2.1 做好抖音播主的前期准备 // 022
- ◎ 2.2 新手玩抖音的几个步骤 // 028
- ◎ 2.3 如何高效组建抖音视频团队 // 030
- ◎ 2.4 抖音播主需要迈过的5个“坑” // 033
- ◎ 【案例】“洋葱”：摸着石头找规律，成就单月10亿播放量 // 036
- ◎ 抖音行动清单 // 038

第3章 播主定位：什么内容更容易引发用户兴趣 // 041

Chapter

- ◎ 阅读重点提示 // 042
- ◎ 3.1 做好抖音短视频内容规划的四个重要因素 // 042
- ◎ 3.2 受欢迎的六种抖音视频类型 // 046
- ◎ 3.3 确定抖音选题时应该注意的四个细节 // 050
- ◎ 3.4 抖音视频内容优化的三个步骤 // 052
- ◎ 【案例】“会说话的刘二豆”：凭猫走红的抖音萌宠短视频达人 // 055
- ◎ 抖音行动清单 // 057

第4章 账号运营：从冷启动到粉丝快速增长 // 061

Chapter

- ◎ 阅读重点提示 // 062
- ◎ 4.1 播主如何做人格化定位 // 062
- ◎ 4.2 打造热门视频标题的三个技巧 // 065
- ◎ 4.3 如何设置一个高打开率的视频封面 // 068
- ◎ 4.4 怎样提升观看体验 // 071
- ◎ 4.5 如何利用数据来指导抖音视频运营 // 074
- ◎ 4.6 如何让粉丝主动参与内容生产 // 077
- ◎ 4.7 抖音运营如何复盘 // 080
- ◎ 【案例】“躺倒鸭”：如何快速成为百万级自媒体大号 // 083
- ◎ 抖音行动清单 // 086