

WIDE SHORT VIDEO

人人皆可是**自媒体**,但并非谁都能打造爆款!

白雪
著

爆款 短 视频

在短视频红海中杀出重围
打造流量时代
“低成本、高销量
强链接”的爆款

7天打造你的百万粉丝

8大关键点
10大运营误区
手把手教你从零打造
爆款的108招

匡洪生

CCTV“大国品牌”运营总经理

帅建翔

畅销书《财务自由第一课》作者

狐手八云

“映天下”流量学院首席内容官

姜艺潇 温碧霞 李菁

演员

联袂推荐

图书在版编目 (CIP) 数据

爆款短视频: 7天打造你的百万粉丝 / 白雪著. —北京: 中华工商联合出版社, 2021. 6
ISBN 978-7-5158-2674-5

I. ①爆… II. ①白… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2021) 第 060038 号

爆款短视频: 7天打造你的百万粉丝

作 者 白 雪
出 品 人 李 梁
责任编辑 吴建新 林 立
装帧设计 夏海波
责任审读 李 征
责任印制 迈致红
出版发行 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷 河北雪迎世纪印刷有限公司
版 次 2021年6月第1版
印 次 2021年6月第1次印刷
开 本 880毫米×1230毫米 1/32
字 数 165千字
印 张 8.25
书 号 ISBN 978-7-5158-2674-5
定 价 49.80元

服务热线: 010-58301130-0 (前台)

销售热线: 010-58302977 (网店部)

010-58302166 (门店部)

010-58302837 (馆配部、新媒体部)

010-58302813 (团购部)

地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

投稿热线: 010-58302907 (总编室)

投稿邮箱: 1621239583@qq.com

工商联版图书

版权所有 盗版必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915

前言

这个时代， 完成“人生升级”的时间用不了5年

5G时代的慢慢到来，让人们的整块时间愈发不可控，在阅读碎片化的时代里，新媒体已经成为纸媒后人们保持对新闻触觉的强阵地。随着移动端的改变，人们的生活方式和认知方式也在悄然发生着变化。

现在，人们可以用手机做什么呢？工作、社交、看新闻、看电影、扩学识、学手艺，以及点餐、购物。

这个时代，给了普通人太多的可能性。普通人成为艺人的标准和进入新媒体行业的标准在不断放宽，只要想发声，每个人都可以成为新媒体。这是最好的时代，它给了人们更多展示自我的机会，酒香再也不怕巷子深；这也是信息爆炸的时代，大众的注意力不断地被分散、稀释，想从中脱颖而出变得更加困难。

即便如此，还是有越来越多的人，通过新媒体领域完成了“人生升级”。他们用几年的时间，飞速地改变了自己的人生轨迹：接广告，接代言，接商演，做电

商……流量变现后的他们，收入水平甚至远超于二三线明星艺人。作为“素人”的你，是否也在羡慕他们的成功？

从几年前大热的公众号，到各路明星都纷纷入驻、强烈“种草”的小红书；从搞怪对口型的“小咖秀”，到短视频平台，有越来越多的人，在这场互娱红利中名利双收。

如果是2015年，我会建议你申请一个微信公众号，坚持认真地写文章；如果是2017年，我会告诉你入驻小红书，像发朋友圈一样日常打卡。而如今，潮水纷纷退去，市场也变得更加成熟，大浪淘沙下，新媒体行业的入门门槛也逐渐抬高。操作规范化，内容系统化，思路体系化，成了新媒体运营的重中之重。

以前，人们习惯于通过报纸、杂志来获取信息。后来，传播介质更替，杂志、报纸上的内容通过手机呈现，新媒体长图文应运而生；紧接着，当人们觉得看文字也会使眼睛疲惫后，在线音频、图像分页开始流行；当图像表达效果不够强烈时，人们选择观看视频获取信息。如果你觉得观看视频需要花费很长时间，那么，短视频无疑是你的最佳选择。

我们可以明显地发现，地铁站中的广告不再是图文结合的海报，取而代之的是几分钟的短视频；网购中产品的详细介绍也被短视频代替。可以说，短视频逐渐渗透到了人们生活中的各个方面。

早在2015年，国内4G网络普及后，短视频就刮起了一阵旋风。而之后爆红的papi酱、“口红一哥”李

佳琦、带货达人薇娅、“人间仙女”李子柒等网络红人，将短视频一步一步推向风口。

值得一提的是，虽然短视频被公认为是目前最具有发展前景的行业，但是深入该领域就可以发现，该行业更新速度极快，内部市场每天都暗潮涌动。“一招鲜，吃遍天”的时代已经过去，不断提高内容品质才是当下入场短视频的关键。纵观短视频行业的发展历程，我们有理由对短视频行业未来的发展趋势进行预测。

1. 内容为王仍是核心

优质的内容将成为短视频未来发展最核心的竞争力，企业只有通过获得优质的内容才能在短视频行业中崭露头角，从而打动粉丝用户和市场。

可以预见的是，内容将成为未来很多栏目甚至是平台之间竞争的根源，特别是对很多基于UGC（User Generated Content，用户原创内容）和PGC（Professionally Generated Content，专业生产内容）形成的短视频平台而言，只有不断地产出优质的内容，才能在行业竞争中获得有利地位。

2020年疫情期间，在公众号阅读量全面持续下滑的情况下，我在仅有2800个粉丝的微信账号“北方有佳人白朵朵”上，发表了一篇名为《额温枪“黑市”24小时》的文章。该文章的全网阅读量超1700万次，有超180万人次转发，成为疫情期间第一篇爆款刷屏文章。借此，我的公众号涨粉10余万，通过纯内容再次完成了账号的冷启动。

由此可见，不管是什么平台，好的内容才是具有竞争力的关键和核心。

2.直播更加普遍化

短视频未来的销售市场规模会不断地扩大，短视频营销在所有营销方式中将会逐渐成为主流，直播会更加普遍化。

相信以后会逐步形成这种局面：公众号，相当于传统的报纸；机场大屏，作为广而告之的信息发布方式；短视频，相当于标准化的营销方法，再也不会是“新颖”的推广模式，直播将会变得更加普遍化。

而“新媒体+电商”这套打法，将会成为大众习惯的购物方式，新媒体在营销市场中的作用，也会越来越重要，时代的变迁，营销方向的转变，新媒体时代由此全面开启。

3.入局人数会不断增加

随着内容创业的越来越火、传统营销模式的逐步衰退和新媒体行业的普遍流行，一定会有越来越多的企业、团队和个人投入这场激烈的竞争中。他们中的一些人，有的以赚钱的心态来经营，有的作为副业来关注，甚至还会有一些人，将新媒体作为他们自我表达的首选武器。新媒体入局者的增多，入局身份的转变，一定也会带来百花齐放式的内容多维度创新。我曾经做过制片人，以影视公司为例，疫情影响下的2020年，无疑给影视行业带来巨大的创伤：春节档电影集体垮掉，电

影、电视剧市场整体形势严峻。传统的影视公司需要拓宽业务范围，从院线转向小屏幕，短视频无疑是一个很好的切入口。

而很多传统的长视频网站，也在尝试向视频短化、轻化的方向发展。短视频看剧、3分钟看完电影等，相信大家各个平台都有看到。短视频看电影，已经成为当下短、平、快的观影方式。与此同时，很多厂家、批发商店、果农菜农也在线上做起了自己的“云端生意”，以获得更多的垂直客源和更为可观的出货量。

4. 短视频IP化越发明显

顺应行业的发展打造鲜明的IP，也是短视频发展必不可少的环节。当你的短视频有了明显的个人风格，培养出强烈的用户信任后，你就有了自己独特的IP。IP是区别你和其他人的重要标签，在遍地开花的背景下，成为一朵“名花”才是保证有持续收益的前提。因此，IP化是扩大经营范围的必经之路。

从新媒体账号到品牌IP，大致会经过4个阶段：平台普通IP，平台头部IP，各平台流量IP，全网IP。

我们所熟知的李子柒、黎贝卡、李佳琦都是典型的“个人IP”，形成IP后的他们，经营的种类也更多样化，因为他们代表的意义逐渐从个人变成一个品类的标志。比如，主打原味农产品的李子柒已经有了自己的店铺，售卖各种肉干果铺。经营范围的扩大也意味着覆盖人员的扩大和收入的扩大。

回观历史，几千年来，信息传播的方式在不断地演

变，从文字的一维传播（竹简到线装书、报纸），到读图时代的二维传播，再进化到以电视、电影为主的三维传播。这个进化路径在新媒体领域也是一致的，只是进程更加快速，被压缩到短短几年，其内容表现形式从文字到图文再到视频，谁顺应了大势，谁就能享受更多的红利。

本书共有 10 个章节。第 1 章主要是从社交媒体的更替来回顾整个新媒体的产生和发展，介绍 KOL（Key Opinion Leader，关键意见领袖）、MCN（Multi Channel Network，多频道网络）和平台之间环环相扣的关系，从关键环节的形成，系统化地介绍目前短视频的行业生态和盈利模式。

第 2-6 章则为短视频内容的创作和栏目的发展提供方法和技巧，从账号定位到内容选题，从封面、文案、音乐的选择，到拍摄环境、拍摄器材，详细地为对短视频行业感兴趣的企业和个人提供可直接复制使用的具体技巧。

第 7-8 章则是引导企业和个人在已有内容的基础上进行账号数据的综合提高，明确关键指标数据，提升营销方式，使好的内容坐上加速器，完成优质内容的提升、放大。

第 9 章着重介绍短视频发展最重要的环节——变现，短视频不是做公益，保持平稳的生命线才是营收的根本。有观点、有方法、有操作细节与注意事项，希望可以帮助从业者快速平稳变现。

第 10 章介绍了当下最火的直播玩法。直播电商究

竟是一时的风口，还是一个持续的模式？直播电商的前世今生是怎么样的？直播真的能赚钱吗？现在布局做电商来得及吗？该从哪儿入手呢？面对各种困惑，本书将带你高视角、全方位解读直播电商的生态江湖。

虽然短视频行业火爆，直播风潮正兴。但关于这方面简单易懂、可实操落地的相关书籍并不多，希望这本书的出版能为想要涉足短视频领域、想要直播带货，或者已经踏入该领域但仍不知所措的新媒体人，提供一些实质性的启发和帮助。

只有真正了解规则，熟悉规则，才能在这场激烈的竞争中存活下来，而只有在大浪淘沙中留下来的人，才可能是这场浩大红利中真正的赢家。

在本书中，我将从不同角度讲述每个环节的关键点，把这些年来自己总结下来的经验，还有一次次实践中获得的收获，分享给大家，帮助大家及时反省，也帮助更多的新媒体从业者完成行业的升级。希望大家和我一样，快速打造出15秒经济下，属于自己的超级IP。

同时，我想和大家一起勉励，新媒体行业确实早已经成了一片红海，但是在我看来，短视频这个领域，至少还可以再发展5年。

最后，我还要特别感谢吕日阳和汪海淳。

感谢这两位多年的老朋友为这本书贡献了大量内容，如果只凭我一个人的力量，是无法高质量地将这本书创作完成的。在创作书中有关实战部分的内容时，我也请教了他们很多问题。最初，本来想我们三人一起出

书，后来由于时间、精力、表达能力等种种原因，确定为我自己独立出版。

但吃水不忘挖井人，感谢两位行业“老炮儿”给我提供的珍贵建议和有益经验。

白雪



短视频运营的 10 大误区

1. 不清楚平台的规则，不做规划

无论什么平台，都有它自身的规则。很多新手在操作之前根本就没有了解过平台的规则，直接开始操作，导致的结果只能是限流、重置、删视频，更严重的甚至是封号。

对于运营者来说，一定要先做好规划，比如你要更新什么内容的视频、打算制作什么类型的视频、最后怎么变现，这样才能知道你在做什么、要怎么做，千万不可盲目为之。

2. 不养号，不活跃，刷粉丝

常常会有人问我，“为什么我的账号没有推荐量，播放量那么少，都做了那么久了粉丝数量怎么还上不去”？原因就是你没有把号“养”起来，急于求成或听别人说的去刷数据，那么结果只有一个：钱花了不少，号却被封了。

3. 移花接木，照搬发布

有很多人自作聪明，很会“移花接木”。具体的做法就是，看到某个平台上的一条视频很火，于是把它下载下来上传到另一个视频平台，以为这样就能火起来，自己千方百计捣鼓之后，才发现只是白费心机。

因为现在大多数短视频平台，后台都有去重机制，机器会自动判断你的视频重复率，达到一定的比例就会视为重复，就不会推荐。

例如，某短视频平台的审核方式是“人工审核+机器审核”。你的作品发布后，先会由官方的机器审核，审核作品是否为“搬运”，如果被识别出是，那么被推荐的可能性会降低很多。

4. 多拍多发，赌概率，碰运气

很多人认为，短视频只要多拍多发就可以，按照概率计算，总有一个视频能火。然后就开始每周拍，每周发；每天拍，每天发。兢兢业业拍了很多，也发了很多，结果发现自己的账号毫无起色。

我们一定不要错误地认为，只要多拍多发就可以火。我们需要强化的是人设标签，绝对不是依靠数量来弥补战略上的错误，总发布无价值视频还会影响你的账号评级，被系统默认为“垃圾”账号。

5. 一心上热门，为上热门而发

有些人什么火了就去模仿什么，今天模仿“嘴巴嘟

啾”的短视频，明天模仿网上搞怪的段子，后天做凉皮，大后天做蛋糕。

他们总想着发布一个作品就上热门推荐，不去考虑内容本身会不会有包袱，会不会达到完播率，能不能达到转发量、点赞量、评论量，一味盲目模仿，盲目跟风。

频繁更换内容方向会导致用户不清楚你到底在做哪个领域，没有关注你的理由。用户不关注你，你的粉丝数量自然就上不去，慢慢地，你的账号就会“死掉”。

6. 过分以自我为中心，不站在用户角度

有些人过分以自我为中心，申请了一个账号，自己想发什么就发什么，也不关心大家喜不喜欢看，加了很多高规格的特效和很多自认为有趣的贴纸，花了很大力气，却依然没有播放量。

做短视频运营一定要有用户思维，站在用户的角度考虑，要了解发什么样的作品他们才愿意看。用户思维越清晰，粉丝越忠诚，转化率和关注率也越高。

7. 爱发长视频

长视频，是新手不懂运营规则的一个坑。例如，某短视频平台的算法里很关键的一环就是完播率，而不是视频的长短。

8. 不会脚本剪辑，花大价钱雇人买设备

很多人都会觉得做视频就需要高级的设备，因此花了很多钱去买它，结果设备买回来不会用，导致钱白

花，心理压力大。

其实，短视频重运营、轻设备，正常情况下，一台手机就完全可以了，包括后期剪辑，也完全能在手机上完成。

9. 刷播放量，买粉丝，买赞和转评

很多人以为只要各种数据上去了，就可以上热门，可以增加很多粉丝，完成账号的初始积累。因此花了很多钱去刷粉丝，刷点赞，刷转发。结果，账号直接废掉了，完全没有播放量和点赞量了。

事实上，刷粉丝是没有任何意义或价值的。刷播放量基本是机器人操作，每个平台都有反作弊系统，会检测账号，轻则限流，重则直接封号，买播放量纯属骗自己开心。

10. 不学习，凭感觉

很多时候，你的感觉只限于感觉，并没有实际的道理或依据，白白浪费了很多时间，在一次次失败中消耗了自己所有对短视频创业的热情和精力。没有专业知识支撑，上手入门会很麻烦。

如何正确、高效地玩转短视频？如何快速地完成账号的从0到1？怎样打造属于自己的超级影响力？

往下看，这本书会详细地告诉你答案，简单，易懂，可复制，只要照做就可以。

15秒经济，用20天，打造你的超级个人IP。



目录

前言 这个时代，完成“人生升级”的时间用不了5年 / 1

导言 短视频运营的10大误区 / 9

第1章 新媒体的产生：新媒体成为传媒主流之路 / 003

从文字到视频：“超级红人”的成长变现之路 / 007

社交媒体迭代，

短视频行业业态组成和相关分工 / 018

短视频的前世今生

5G时代到来后再次爆发的短视频红利 / 025

席卷各行业的短视频内容创业浪潮 / 031

第2章 账号定位，选择你要做的内容 / 037

“人设”即标签，寻找自身辨识度 / 042

从0启动，

账号起步的万能公式，对标场景可持续 / 049

账号的0到正无穷

内容定位，垂直领域下打造差异化 / 055

持续性输出，坚持更新时间复利 / 057

- 第3章 选题的注意事项 / 063
- 爆款方法论：
用数据完成精细化运营
- 视频点赞过万的方法和关键 / 067
- 选对背景音乐，轻松上热门 / 072
- 打造优质封面，让用户在2秒内点击 / 078
- 评论区是短视频的二次兴奋点 / 080
- 第4章 启动池：获取属于自己的第一批粉丝 / 085
- 粉丝增长：
0成本涨粉的小妙招
- 明状态：明确账号等级，养号提升权重 / 087
- 攒好感：利用核心用户，完成粉丝暴涨 / 092
- 蹭热度：学会借势，寻找新的曝光点 / 095
- 扩队列：扩内容作品线，获不同阶层人群 / 098
- 第5章 做点小改变，加入一些新鲜感 / 105
- 用内容升级
应对涨粉停滞
- 反思内容，变形式不变核心 / 108
- 新粉增长停滞，注重老粉二次激活 / 110
- 重视数据，让数据反哺内容 / 113
- 明确关键指标，专心提高完播率 / 117
- 第6章 团队搭建：1个人够用，100个人不多 / 127
- 团队打造：
人才的排兵布阵
- 编导：核心内容策划也是好编剧 / 131
- 演员：非专业演员也可以成明星 / 135
- 摄像剪辑：好摄像和好剪辑往往融为一体 / 137
- 运营：打造下一个爆款的关键 / 140

- 第 7 章 视频脚本与拍摄器材
- 脚本编写：细节决定短视频成败 / 145
 - 器材选择：拍短视频不用“长枪短炮” / 152
 - 辅助器材的参考选择 / 157
 - 高端选手：根据预算情况选设备 / 163
 - 一个人做剪辑：剪辑软件推荐 / 165
- 第 8 章 针对专项：快速玩转短视频软件
- 不同短视频软件的用户群体分析 / 171
 - 视频上传后系统的算法分析 / 177
 - 短视频软件运营规则分析 / 186
 - 短视频软件常见问题一览 / 188
 - 想认证企业蓝V，该怎么做？ / 193
- 第 9 章 回归本质：短视频的商业化变现
- 短视频引流，知识付费 / 199
 - 短视频电商与直播电商 / 204
 - 商业植入广告 / 210
 - 渠道分成：创业初期的收益来源 / 213
- 第 10 章 直播电商的生态江湖
- 谁在直播平台上“买买买” / 221
 - 董明珠是怎么做到一天卖 65 亿的 / 225
 - 当下流行的 5 种“直播+电商”模式 / 229
 - “短视频种草+直播电商”打造全链路视频营销 / 233
 - “新人小白”6 步玩转电商直播 / 236
- 后记 祝你早日拥有自己的百万粉丝 / 243