

第 1 章

短视频概述

短视频作为一种新兴的互联网内容传播方式，以其独特的特点和优势在数字媒体领域取得了显著发展。随着技术的不断进步和市场的不断扩大，短视频行业将继续保持强劲的发展势头。

本章将向大家介绍短视频的相关基础知识，包括短视频简介、短视频的信息传播优势、优质短视频创作技巧、短视频创作趋势、短视频创作流程及短视频的未来发展等内容，使大家对短视频这种内容形态有更多的了解和认识。

学习目标

1. 知识目标

- 理解什么是短视频及短视频的主要特点。
- 了解主流短视频平台。
- 了解短视频营销。
- 理解短视频的信息传播优势主要表现在哪些方面。
- 了解短视频创作趋势。
- 了解短视频的未来发展。

2. 能力目标

- 理解短视频创作的 3 种方式。
- 理解优质短视频创作技巧。
- 理解并掌握短视频创作流程。

3. 素质目标

- 具备良好的职业道德意识，遵守职业规范，具备高度的责任感和敬业精神。
- 具备继续学习和适应职业变化的能力，以应对不断变化的行业需求和技术革新。

1.1 了解短视频

5G 时代已经到来，短视频作为内容传播的形式之一，将成为 5G 时代下的重要社交语言。同时，短视频与长视频的交融共生将成为视频行业的发展趋势。

1.1.1 短视频简介

短视频是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看

的、高频推送的视频内容，时长通常从几秒到几分钟不等。这种视频形式具有生产流程简单、制作门槛低、参与性强等特点。

短视频的特点主要表现在以下几个方面。

1. 简洁明了

短视频的最大特点是时间短，必须尽快吸引观众的注意力并传递信息。它通过迅速展示核心信息，省去冗长的叙述，以最简单的方式传达主要内容。

2. 内容精确

由于时间限制，短视频要尽量集中精华，不容有丝毫浪费。通过深思熟虑，将回答问题的步骤、展示产品的特点、传达信息的关键点等进行精心策划和整合，让观众在短时间内获得最大的信息价值。

3. 视频形式多样

短视频不仅仅是简单地把视频片段拼接起来展示，还可以使用多样的表现形式，如动画、特效、快速剪辑、跳跃式剪辑等，增加视频的趣味性。

4. 追求美感

短视频非常注重画面的美感和观赏性。借助摄影、剪辑、配乐、调色等手法，短视频能够营造出独特的视觉体验，给观众留下深刻印象。

5. 创意突破

短视频中的创意是吸引观众的关键。通过独特的故事情节、有趣的角色、搞笑元素、情感表达等，短视频能够创造出新奇、有趣的视觉体验，激发观众的分享欲望。

6. 轻松和娱乐性

短视频一般以轻松、愉悦的主题为主，旨在给观众带来欢笑和放松。无论是搞笑视频、萌宠视频还是音乐舞蹈视频，都追求娱乐性。

7. 社交属性强

短视频具备方便快捷的社交分享功能，观众可以将自己喜欢的短视频分享到社交媒体平台上，与朋友互动、讨论或产生共鸣。

8. 移动终端优势

由于短视频在移动终端上的播放优势，更容易吸引用户。观众可以在任何时间、任何地点通过手机或平板电脑观看短视频。

图 1-1 所示为精美的短视频效果。

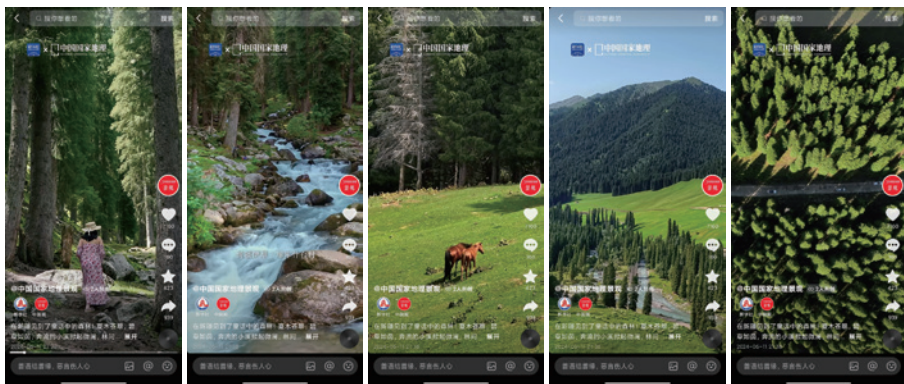


图 1-1 精美的短视频效果

提示

2019年1月9日，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》。

1.1.2 主流的短视频平台

在移动互联网的浪潮中，短视频领域已跃升为各大企业竞相争夺的盈利新高地。短视频背后所蕴含的庞大商业价值如同肥沃的土壤，催生了网络短视频的蓬勃发展，使其如绚丽的花朵般遍地绽放。如今，短视频平台如雨后春笋般不断涌现，以多样化的内容和创新的形式呈现在大众眼前，为人们带来了前所未有的视听盛宴。

1. 抖音

抖音作为一款领先的短视频平台，以其独特的竖屏小视频形式脱颖而出。抖音以其年轻、时尚、高颜值的关键词吸引了大量用户，成为当下年轻人展示自我、追求潮流的重要平台。作为短视频领域的超级 App，抖音不仅在用户量级上占据显著优势，更在相关后端服务上展现出强大的实力。无论是内容推荐算法的精准度，还是视频处理技术的优化，抖音都为用户提供了流畅、高效的短视频体验。这使得抖音在竞争激烈的短视频市场中独树一帜，成为众多用户的首选平台。

图 1-2 所示为抖音图标与 PC 端首页。



图 1-2 抖音 App 图标与 PC 端首页

2. 快手

快手同样是一个备受欢迎的短视频平台，其以竖屏小视频为主打形式，在短视频领域中稳居第二的位置，成为了一个极具影响力的平台。对于那些热爱生活、乐于分享的博主来说，快手无疑是一个值得尝试的舞台。平台对于创作者的支持力度十分显著，不仅提供了丰富的创作工具和功能，还通过多种方式为优秀的内容创作者提供曝光机会，助力他们实现梦想。因此，如果你是一位热爱生活、富有创造力的博主，不妨尝试一下快手，让你的才华在这里得到更好的展现。

图 1-3 所示为快手图标与 PC 端首页。



图 1-3 快手 App 图标与 PC 端首页

3. 西瓜视频

西瓜视频作为短视频领域的佼佼者，正逐渐展现出向长视频领域拓展的雄心壮志。其用户群体以“80 后”和“90 后”为主力军，他们追求高品质、多元化的视听体验。西瓜视频的内容频道异常丰富，涵盖了影视、游戏、音乐、美食、综艺等五大主流领域，这些频道占据了平台半数以上的视频量。无论是热门的电影电视剧集，还是热门游戏的精彩解说，抑或是动人的音乐 MV 和美食教程，甚至是综艺节目中的精彩片段，用户都能在西瓜视频上找到满足自己需求的优质内容。这种多元化的内容布局，使得西瓜视频在短视频领域独树一帜，吸引了大量用户的关注和喜爱。

图 1-4 所示为西瓜视频图标与 PC 端首页。



图 1-4 西瓜视频 App 图标与 PC 端首页

4. 哔哩哔哩

哔哩哔哩简称 B 站，是一个独具特色的垂直领域视频网站，专注于深耕二次元文化，为热爱这一领域的用户提供了丰富的精神食粮。其主要视频呈现方式为横屏与短视频，满足了用户在不同场景下的观看需求。B 站的用户黏性极高，主要聚集着“90 后”和“00 后”这两代深受二次元文化影响的年轻人。他们热爱动漫、游戏、音乐等多元文化，对 B 站上的内容保持着极高的热情与参与度。

图 1-5 所示为哔哩哔哩图标与 PC 端首页。



图 1-5 哔哩哔哩 App 图标与 PC 端首页

5. 微视

微视，作为腾讯旗下的短视频翘楚，专注于竖屏小视频的创作与分享。微视以其简洁直观的界面和流畅的操作体验，让用户在短时间内就能轻松上手，无论是创作还是浏览，都能让用户感受到前所未有的便捷与愉悦。

对于那些希望在短视频领域寻求更多发展机会的用户来说，微视无疑是一个值得尝试的辅助平台。它不仅能够为用户提供丰富的创作工具和资源，还能够通过智能推荐算法，将优质内容精准推送给目标受众，帮助用户快速积累粉丝和影响力。

图 1-6 所示为微视图标与 PC 端首页。

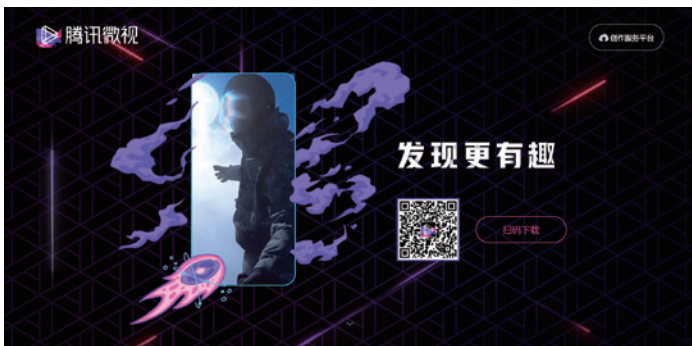


图 1-6 微视 App 图标与 PC 端首页

1.1.3 短视频的创作方式

短视频的创作方式可以精妙地划分为三大类别：首先是用户生成内容（User Generated Content, UGC），这一类别源于广大普通用户的创意与热情，他们通过个人视角，捕捉并分享生活中的点滴精彩；其次是专业用户生成内容（Professional User Generated Content, PUGC），这一领域汇聚了具备专业技能和独到见解的用户，他们运用专业知识和技能，创作出高质量、有深度的短视频作品；最后是专业生产内容（Professional Generated Content, PGC），这一板块则是由专业的影视制作团队或机构精心打造，凭借丰富的资源和专业的技术，呈现出更为精致、专业的短视频内容。这 3 种模式共同构成了短视频创作的多元生态，满足了不同观众群体的需求。

3 种短视频创作方式的特点如表 1-1 所示。

表 1-1 3 种短视频创作方式的特点

UGC	PUGC	PGC
• 成本低，制作简单； • 商业价值低； • 具有很强的社交属性	• 成本较低，有编排，有人气基础； • 商业价值高，主要靠流量盈利； • 具有社交属性和媒体属性	• 成本较高，专业和技术要求较高； • 商业价值高，主要靠内容盈利； • 具有很强的媒体属性

UGC：短视频平台的普通用户自主创作并上传内容，普通用户是指非专业个人生产者。

PUGC：短视频平台的专业用户创作并上传内容，专业用户是指拥有粉丝基础的“网红”，或者拥有某一领域专业知识的关键意见领袖。

PGC：专业机构创作并上传内容。

1.1.4 短视频营销

从本质和效果上讲，长视频与短视频在核心功能上并无显著区别，相较于其他传播媒介，它们均具备无可比拟的吸引力，能够迅速凝聚大批粉丝群体。因此，视频迅速崛起，成为企业、网络红人及自媒体运营者争相采纳的主要宣传媒介。实际上，短视频只是视频营销这一庞大领域中的一个细分类型，在深入探索短视频营销之前，首先来了解一下视频营销。

视频营销，即广告主将精心制作的各类视频投放到互联网各大播放平台上，以实现特定的宣传目标。这种营销手段形式多样，包括电视广告、网络视频、宣传片、微电影等多种方式，而近年来，直播更是成为视频营销中的一股新势力。

视频直播的兴起不仅催生了一批备受瞩目的“达人”，更为众多企业带来了“网红”般的影响力，使其在竞争激烈的市场中脱颖而出。

小米品牌每次推出新的产品都会在线上进行新品发布直播，并且雷军会亲自进行新品的发布直播，实为增强与粉丝的互动。图 1-7 所示为小米抖音官方旗舰店，主要是对小米品牌的产品进行介绍和直播带货。



图 1-7 小米在抖音平台的短视频和官方直播间

随着短视频社区和平台的井喷式增长，越来越多的企业开始尝试利用短视频这一新兴媒介来塑造品牌形象、推广产品，并吸引更多潜在客户的目光。在视频营销领域，互联网企业无疑是先行者。腾讯、京东、淘宝等巨头纷纷开通自己的直播平台或借助第三

方平台开展视频直播,通过实时互动和精彩内容吸引用户,进而促进消费增长。

与此同时,众多传统企业也紧跟潮流,积极布局短视频领域。这些企业通过开设短视频官方账号,每日推送高质量的内容,不仅成功吸引了大量粉丝的关注和喜爱,还在此基础上对品牌、商品资源进行了巧妙的整合和包装,进一步提升了传播效果。如今,通过短视频官方账号提供优质内容,进而整合、包装品牌、商品资源并进行传播,已成为众多企业运用短视频营销的重要策略之一。

海底捞结合时下最热的短视频,直接进行产品和服务营销,通过短视频的方式向用户介绍海底捞的各种产品、活动、服务,以及一些创意吃法,让顾客在家也能学会多种吃法,享受多种美味。图1-8所示为海底捞在抖音平台的官方账号。

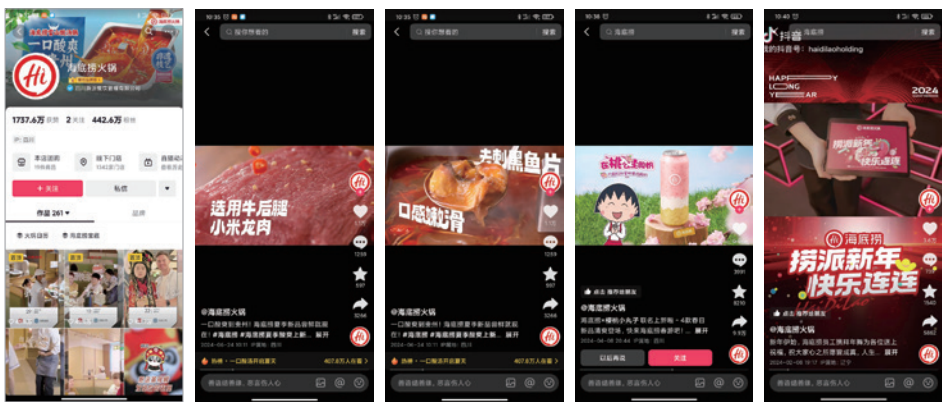


图 1-8 海底捞在抖音平台的官方账号

短视频凭借其短小精悍、互动性强及灵活多变的特点,正逐步崛起为企业自我宣传的利器。消费者则因其便捷性和趣味性,对这种互动方式情有独钟。因此,短视频营销无疑将在未来成为营销领域的主流与趋势。从小米、淘宝等创新型企业,到海底捞等传统企业,它们都已经通过一系列成功的案例,完美诠释了营销界的新观点:“在社交媒体多元化的大潮中,品牌的商业化信息推广与用户对于社交平台所需的信息并非相互排斥,而是可以和谐共存的。”这些案例不仅展现了短视频营销的巨大潜力,也预示着短视频将成为品牌与用户之间沟通的重要桥梁。

有些企业也开始与短视频达人进行合作,通过他们的短视频进行品牌的深度植入,通过其高人气和影响力传递出品牌的核心信息。最重要的是,这些达人经过优质视频内容的长期输出,让用户养成“追剧”习惯的同时,也形成了更强烈的感性互动,他们与客户更像是明星与粉丝的关系,在亲和力上使他们对粉丝的影响力和渗透力都相比“大V”有过之而无不及。可见,目前已经有很多企业开始步入短视频营销,并取得了不凡的成果。那么,短视频对企业营销的推动作用有哪些呢?具体来说,表现在以下3个方面。

1. 时效性强

短视频的一大显著优势在于其信息的即时发布特性。一旦一条充满创意的短视频问世,其影响力能在极短的时间内迅速扩散,犹如涟漪般波及互联网的每个角落,被无数用户争相转发。正是基于这种无与伦比的实时性,众多企业在品牌传播与推广时,纷纷选择将当前企业与消费者之间发生的精彩瞬间、消费者亲身参与的互动(如企业线下活动盛况),以及那些能够深刻体现企业经营文化、品牌核心理念的故事,通过短视频这一

媒介进行快速而精准的传递。这不仅有效激发了消费者的共鸣，更引发了他们热烈的评论与互动，从而进一步加深了品牌与消费者之间的情感连接。图 1-9 所示为极氪汽车的短视频营销广告。



图 1-9 极氪汽车在抖音平台发布的短视频营销广告

2. 传播范围广

企业短视频仅凭自己的力量难以实现信息的快速扩散，即使拥有众多关注者，其影响范围可能也比较有限。因此，必须由关注者对信息进行转发或再次传播，传播的级数越多，产生的影响力就越大，这就是企业短视频营销点对面模式的效果。而企业短视频营销点对点模式是：企业可以通过短视频跟自己的任何一位粉丝进行交流，并对其提出的问题通过沟通得到解决。图 1-10 所示为短视频下的评论留言。



图 1-10 短视频下的评论留言

3. 易接受性

借助短视频这一媒介，企业能够实现与消费者的“面对面”深度交流与沟通。在品牌营销的征程中，企业巧妙地运用短视频，通过精心策划的互动话题或活动，以碎片化

的形式深入渗透到消费者的日常生活中。这种短视频营销方式巧妙地弱化了企业的商业色彩,使企业以倾听者的姿态,更加贴近消费者的内心世界,从而在互动与沟通中建立起一种坚实且可信赖的关系。

1.2 短视频的信息传播优势

短视频以其独树一帜的呈现形式,不仅传播迅速,更以高曝光度瞩目于众。相较于其他媒体形态,其低成本运营的特性更是独树一帜。这一系列优势,使得短视频在构建企业营销渠道、开拓更广阔的市场,以及深化客户黏性方面,都展现出了巨大的推动作用。短视频不仅为企业营销注入了新的活力,更为其市场拓展提供了强有力的支撑,使得企业在竞争激烈的市场环境中脱颖而出。

1.2.1 信息传播更高效

内容的呈现形式繁多,涵盖了文字、图片、声音等多种元素,然而传统的呈现方式往往局限于单一的形式。随着人们阅读习惯的转变和阅读时间的碎片化,单一的文字、图片或声音信息已难以满足现代人的阅读需求。相反,综合性内容因其丰富性和多样性,正逐渐受到大众的青睐。

从信息传播的角度来看,文字可以组合、图片可以修改、声音可以配音,但短视频以其真实场景和时效性为基础,展现了独特的传播价值。尤其是直播这一形式,使得观众与观众之间、主播与观众之间能够进行实时的互动交流,这种真实、直接的体验是其他媒介所无法比拟的。

从市场供求的角度来看,短视频的优势也恰恰迎合了现代人的阅读心理。它充分利用了人们的碎片化时间,让人们在忙碌的生活中也能轻松获取信息,享受阅读的乐趣。因此,短视频迅速融入人们的生活、工作和学习中,成为了年轻人追捧的新宠。

短视频是互联网时代、移动互联网时代信息传播的重要形式,是伴随着数字视频技术不断完善而发展起来的。传统的传播方式大都是一看即过,很难给人留下深刻的印象,但短视频彻底颠覆了这一点。尽管只有很短的几分钟,甚至是几十秒、几秒,但由于其独特的呈现形式,往往会让人印象深刻。那么,短视频是以什么形式来向大众传播信息的呢?经总结有以下5种。

1. 以“说”为主

“说”是信息传播最主要的一种形式,在短视频中因能说、会说、巧说而被大众熟知的人非常多。提到“说”,就不得不提到自媒体视频脱口秀《罗辑思维》的主讲人罗振宇,他是因能说、会说而成名的代表。他表现自己“说”的能力的主战场就是一些自媒体平台,如公众号、抖音等。图1-11所示为罗振宇在抖音平台的账号及发布的相关短视频。

靠“说”成名靠的就是语言,就像靠写作成名一样,只不过一个是文字,一个是语言。相对而言,语言在情感表达方面更丰满,再适当地添加一些音效、配乐,更容易打动人。与写作相比,说更生动、更随性,不像文字那么刻板 and 严谨。对于想靠说成名的人来说,最难的地方莫过于说什么、怎么说?所以,在开始阶段,可以从说大家已乐于

接受的现成内容开始,比如将网上流传的或最新的段子、最新的新闻、最新的评论说出来。如果想形成自己“说”的风格,就需要在说的过程中适当加上自己的观点,久而久之,慢慢地就会形成自己的风格。



图 1-11 罗振宇的抖音账号及发布的短视频

提示

现在与“说”有关的短视频还有一个专业名词,称为音频媒体,很多人开始通过音频媒体表现自己“说”的能力。

2. 以“画”为主

在短视频中,以“画”来传递信息的案例非常多,形式上丰富多样,如动画、漫画、沙画、简笔画、映画等。较之于“说”需要一定的学识来做即兴表现,“画”需要的是文化的积累和技术的铺垫。当然,靠画出名并不是单纯地展示画技,而是要有一点噱头,以幽默、搞笑为主。所以,想走这条路的人一定要在这方面多思考、多下功夫。例如,知名绘画自媒体“潮绘师王大”,通过在各种物体上完成潮流绘画作品,精美的潮流绘画作品与搞笑的绘画过程相结合,深受粉丝欢迎。图 1-12 所示为“潮绘师王大”在抖音平台的账号及发布的相关短视频。

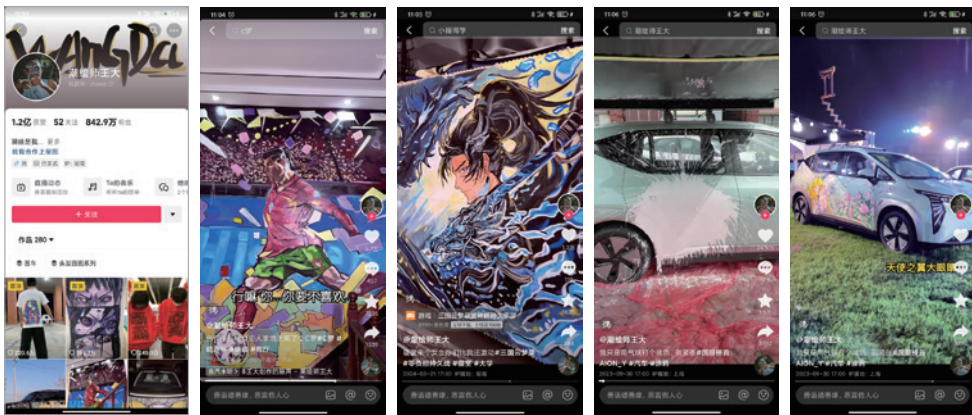


图 1-12 “潮绘师王大”的抖音账号及发布的短视频

3. 以“技”为主

通过短视频来展现自己的才艺,如唱歌、跳舞、厨艺等,因短视频给人的视觉效果更直观,可让你的一技之长得以全方位地呈现在观众面前,让内容得到淋漓尽致的体现。例如,“喊菜哥教做菜”,现在的粉丝数高达400多万,每条短视频平均都有近10万的播放量,由此可见用户对他的喜欢程度。在录制做菜视频时,他带有明显的湖南口音,加上说话快、大声,备受网友喜爱。在短短几十秒的视频中,他用这种奇特的风格让大家很容易就记住了做菜的关键步骤。所以,想展示自己才艺的朋友,可以依靠短视频这个平台迅速圈粉,并且找到一大批与自己有共同兴趣爱好的人。图1-13所示为“喊菜哥教做菜”在抖音平台的账号及发布的相关短视频。

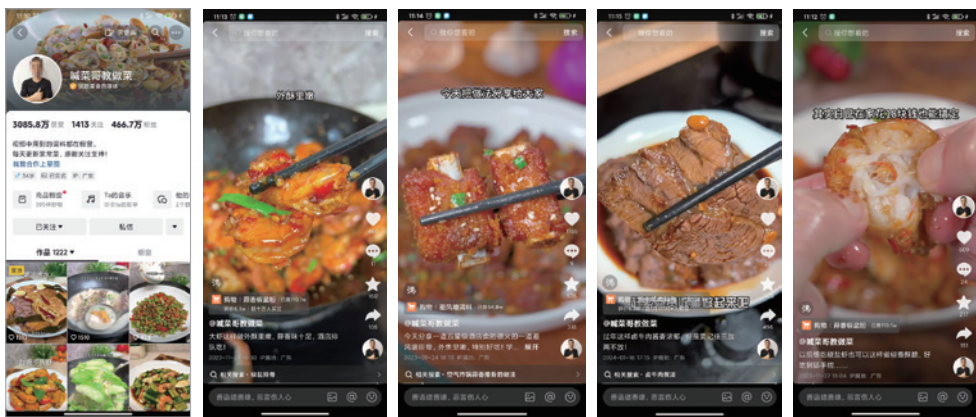


图 1-13 “喊菜哥教做菜”的抖音账号及短视频

4. 以“我”为主

自媒体的兴起给了普通人更多展示自我的机会,如模仿、恶搞等。通过自媒体平台,任何人都可以以任何方式去展现自我。短视频作为自媒体的一种主要工具,自然也成为很多人的首选。

展现自我,看似比较简单,实则很难;虽然门槛较低,但想要粉丝有持续的关注并不容易。展现自我需要有展示的东西,如短视频上有很多美女、靓男等,展示的是各自的长相,但因为内容单一,很容易造成用户的审美疲劳。

媒体平台的平民化和操作的便捷性,使得网络上各类“网红”越来越多,但随之而来的是网民的欣赏眼光也越来越高。现在不但要长得漂亮,还需要贴上与众不同的故事等一系列标签去感动大众,激励大众,让大众产生共鸣。从专业角度来说,他们可能并不是最优秀的,之所以出名是因为他们背后的故事所折射出来的精神。所以,他们一出现就迅速引起了大家的共鸣,大家在他们身上看到了自己的影子,看到了自己的过去、现在,看到了自己的梦想。

图1-14所示为以吉他弹唱展示为主的短视频,结合吉他教学,能够很好地吸引对吉他感兴趣的用户的关注。



图 1-14 展示吉他弹唱的短视频

5. 以“测”为主

随着短视频行业的不断发展，短视频的种类不断丰富，各类测评类短视频也层出不穷，同样一款产品，你是愿意看详情购买下单，还是愿意看到测评结果下单，相信很多人都是会选择后者，这也是为什么测评类短视频这么火的原因。测评类短视频可以分为零食测评、电影测评、数码测评和美妆测评等。

所有的商品都有优点和不足，所谓评测，就是能够从该产品的外观、功能、使用体验等各个方面客观公正地描述自己的感受。一味地诉说它的优点而忽略它的缺点会显得不客观、不真实；一味地阐述它的缺点而不提起它的优点，则会让人觉得虚伪，别有用心。

图 1-15 所示为“老爸评测”在抖音平台的账号及发布的相关短视频，其账号在《抖音》平台的粉丝数量高达 2000 多万，可见其人气之高。在其发布的评测短视频中，通常会对日常生活中大家比较关心的产品进行评测，评测过程中通过试验、列举专业机构数据、展示专业媒体报道等多种形式，客观、公正地展现评测产品的功能、用途及优缺点等各个方面，深受粉丝欢迎。



图 1-15 “老爸评测”的抖音账号及发布的短视频

1.2.2 互动更便捷

短视频之所以能火爆荧屏，主要原因在于它所承载的平台是一个开放式的平台，包括上传、互动、分享等，从而在视频上传者与观看者、分享者之间形成了一个完美的闭环。短视频闭环模式如图 1-16 所示。

1. 上传者——上传

短视频平台的智能化使每一个人都有机会成为创作者与分享者，从被动接纳的角色转变成主人公。在这场转变的过程中，作为上传者，无论是企业还是个人，都可以在短视频社区或平台上自主地上传短视频文件，供用户在线观看或下载。当然，用户也可以根据自己所需自主选择是否观看或分享讨论。

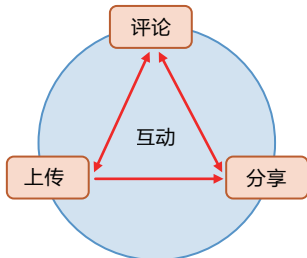


图 1-16 短视频闭环模式示意

2. 观看者——评论

用户可以对看过的短视频发表自己的观点、看法或评论，与视频上传者或其他受众进行互动。随着弹幕技术的普及，短视频爱好者可以随时评论自己喜欢的视频，或者与视频上传者或其他网友展开互动。图 1-17 所示为旅拍 Vlog 短视频中的弹幕评论。



图 1-17 旅拍 Vlog 短视频中的弹幕评论

3. 分享者——分享、收藏

短视频社区或平台的开放性特征，让社交平台脱离“二元”，实现“多元”式发展，使自己融入整个互联网的生态系统中。短视频社区或平台的开放性决定了其必定是一个合格的营销工具，短视频的上传者只要有好的创意、好的产品、好的服务，就能够在这个大舞台上出色地“演出”，促使企业营销生态圈更加和谐地发展。

观看者在观看完视频之后，可以将自己感兴趣的，或者认为对自己以后有用的信息分享，分享到自己的短视频账号或转发给第三方。某些短视频由于受到粉丝的追捧，往



图 1-18 不同短视频平台的分享功能

能够触及人心，便能够拥有广泛传播的力量。对于企业而言，在营销过程中，要想让品牌信息触及更广泛的受众，就必须在内容创作上狠下功夫。只有当你的内容能够触动人心，能够引发共鸣，人们才会愿意成为你的传播者，将你的信息传播到更远的地方。因此，短视频时代，内容为王，只有优质的内容才能赢得市场的青睐。

1.2.3 信息扩展范围更广

短视频在传播速度上具有其他自媒体共有的特性，但范围更大、更快、更迅速。裂变式的传播其实是社交媒体的共性，微博、微信皆是如此，一条有价值的信息一经发布就有可能传播开来。到了短视频时代，它的传播力度更大。

短视频为什么会有如此大的传播力？这是由于其内容观赏性更佳，适用人群更广，老少皆可接受，比起微博、微信更易传播开来。此外，还在于其内部传播模式的不同。传统媒体的传播模式是点对面式的传播，而短视频则是点对点、点对面的双重传播模式。每一个短视频都不是单独存在的，而是依托于某个平台，在这个平台上聚集着大量的用户。如果把每个用户看成一个点，整个短视频平台就是将众多用户连接在一起的面，其中的任何两个用户都可以相互关注，这就是所谓的 N 对 N 传播模式。

在实际操作中，还应该把握一些技巧，主要是内容层面的，即发布的短视频本身要具有传播性。让短视频的内容具有传播性的技巧有以下两个方面。

1. 善于制造话题

交流的基础是制造话题，话题可以引起共鸣并促进人们之间更深层次的交流。例如，有人发布一条描述产品使用感受的短视频后，你可以进行转发，顺便发问“还记得自己第一次使用的感受吗？一起来说说吧！”总之，让别人看了你的短视频，无须经过太多思考就可以引起话题，越随意、越接地气的话题越好，因为有时候越随意越能拉近距离。

打造与普通人的生活贴近的草根故事，有利于短视频舆论话题引导的有效进行。因为新媒体时代的舆论话题引导已经告别了自上而下的单向传播，而互动传播的本质即视角的平等。

图 1-19 所示为根据家庭生活琐事制作的短视频，诙谐幽默的对话和贴近生活的内容，能够很好地引起观众的共鸣。

往会被很多人转发。目前，大多数短视频社区或平台开放路径已经逐渐清晰，基本上都具有分享到 QQ、微信好友、微信朋友圈、新浪微博的功能。图 1-18 所示为不同短视频平台的分享功能。

在这个人人皆可成为自媒体的时代，潮流已势不可挡，短视频时代的来临更是将这一趋势推向了新的高度。只要你传递的信息真实可靠，只要你创作的内容



图 1-19 贴近日常生活的幽默短视频

2. 善于激发粉丝的情绪

从视频制作到视频平台发布，短视频拉近了受众与发布者之间的距离，但是面对数以万计的粉丝，如何才能更好地引起粉丝的共鸣。粉丝不是一个具体的产品或品牌，而是一个有温度、有情绪的“人”，将粉丝的理性消费转化为感性消费，化心动为行动，从而支持发布者，产生视频归属感，并转化为点击或购买行为。一般来讲，喜悦、愤怒、焦虑的情绪更容易被传播，多数网络流行语都有这个特征，所以编辑短视频内容时要尽量符合这些特征。网红经济正在不断往内容方向偏移，网红们只有不断提供优质内容，才能提升自身流量和持续变现的能力。网红经济呈现出与内容经济相结合的趋势。如今，“产品需求”已不再是影响消费者决策的唯一因素。网红的兴起和发展，影响了一大部分消费者的决策。前期，颜值型和个性奇葩型网红风靡一时，并创造了颇为可观的价值。但随着红人经济的逐渐成熟和内容经济的兴起，纯靠高颜值和惊奇性将难以为继。

图 1-20 所示为果汁产品的宣传短视频，在短视频中不仅对产品的外包装进行了展示，还对果汁饮品的原材料进行了展示，体现出产品的新鲜与健康品质，吸引消费者的关注。

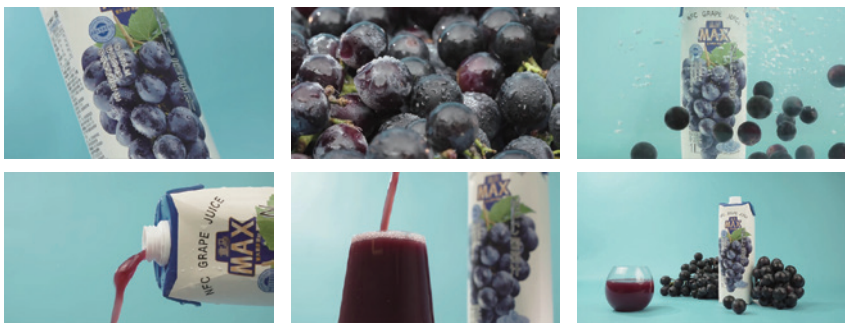


图 1-20 果汁产品的宣传短视频

1.2.4 人气聚集更快

与其他自媒体不同，短视频有着天然的强曝光度，这是因为短视频展示的内容以游戏、真人秀、搞笑为主；同时，用户以年轻的“80后”“90后”“00后”为主，这些用户占比达到80%以上。

正是有了这一人群的关注，短视频社区或平台才得以有如此大的影响力、曝光度。那么，为什么说只有这一群体才能带动短视频社区或平台的人气呢？这是由这一代人固有的群体特征决定的，具体表现在以下 4 个方面。

1. 年轻粉丝活跃度更高

从垂直角度来看，由短视频 UGC 社交积累起来的粉丝群体，以“90 后”“00 后”最为活跃，并且多是明星粉丝群体。不同类型短视频社区或平台的用户构成会因侧重点不同的直播内容，而吸引不同年龄、性别用户。

2. 具有内容专业领域垂直粉丝

短视频内容与其他传播渠道相比，更多的是偏向某专业的垂直领域，如舞蹈、音乐、美妆、美食、精彩生活、时事热点等，各种各样的垂直领域催生了不同的粉丝。通过不同主题的直播，满足人们不同的需求。短视频平台上，从健身到美食、扎头发、手工艺、情感分析、星座、养生等 PGC 内容，应有尽有。而且，很多都有专业团队制作，已经进入到一个非常专业化、规范化的运作阶段。

在《西瓜视频》短视频平台上，划分了多种类型的垂直频道，各频道中只显示该类型的相关短视频内容，方便观众有选择地浏览，如图 1-21 所示。

3. 热爱新鲜事物，富有创造力

垂直类型的特点是深入探寻，平行类型的特点是多样化，而多样化的类型可以满足不同粉丝群体的需要，年龄的分化使得粉丝群的兴趣更加广泛，创造力也更加丰富，因此需要探索出更多的直播模式和创作内容。例如，原本非专业化且让人难以理解的演出方式，经过大众传播后变成了新的搞笑娱乐玩法，可以说互联网的节目和形式完全不受传统的拘束。

在《微视》短视频平台中专门设置了“短剧”频道，该频道中发布了多种不同类型的短剧，为用户带来不同类型的选择，如图 1-22 所示。



图 1-21 《西瓜视频》中划分了多个垂直频道



图 1-22 《微视》平台中设置的“短剧”频道

4. 喜欢社交，乐于分享

社交群体中需要一支中坚力量去带动社交群体的活跃性，这个群体非常喜欢社交，乐于分享，无论认识的还是不认识的，无论线上的还是线下的，都会主动去交往。即使是生活中一个小细节，“90 后”“00 后”也乐于与大家分享，如展示自己穿的服饰、戴的装饰、做的美食，以及自己的生活。“90 后”“00 后”新一代活得就是这么自由、随性、有个性，他们敢于表达自己的思想，释放自己的情感，也许这正是未来市场的发展趋势。

1.2.5 降低企业管理成本

在如今的互联网时代,时间成本成为了最为珍贵的资源,而金钱成本相对而言变得次要了许多。短视频营销正是这一时代背景下的明智之选,它极大地降低了营销成本,对卖方和买方而言都是一笔划算的投资。

对于卖方而言,短视频营销相较于传统广告制作与宣传方式,在成本上具有显著优势。特别是在电商时代,随着市场需求向线上转移,时效性变得尤为重要。一旦错过了最佳的营销时机,即便投入再多的努力也难以挽回。与微博、微信等社交平台相比,短视频时代正崭露头角,但在这个瞬息万变的时代,每一个机会都如同流星般短暂。微博的影响力已经逐渐衰退,而微信的红利期也已成为过去。因此,短视频时代无疑是企业布局市场、抢占先机的最佳时机。

值得一提的是,大多数短视频社区或平台都采取免费策略,这意味着企业在平台上发布内容无须支付任何费用。这样的模式使得通过短视频开展营销活动的成本变得更加低廉,为企业节省了大量资金。

1.3 优质短视频创作技巧

为了精心打造一部引人入胜的优质短视频,首要任务在于深入理解构成其精髓的核心元素。当洞悉了这些元素的精髓之后,便能够针对性地优化它们,从而匠心独具地创作出质量上乘的佳作。

1.3.1 短视频标题要能够吸引眼球

短视频标题如同个人的名片,它独一无二且富有代表性,是观众迅速洞察短视频内涵、形成记忆与联想的关键桥梁。

从运营策略的视角来看,尽管现代机器算法对图像信息的解析能力已不容小觑,但在精准度上,文字依然占据优势。当短视频平台对内容进行智能推荐时,标题中的分类关键词发挥着至关重要的作用。而短视频的播放量、评论互动和用户停留时长等综合指标,则成为衡量其是否值得继续推广的重要依据。

从用户体验的角度出发,标题更是短视频内容的直观展示,是吸引观众驻足观看的着力点。在决定是否点击观看之前,用户更倾向于浏览标题而非深入查看详情、标签或评论。因此,创作者在拟定标题时,应优先考虑视频内容能为观众带来的价值或乐趣,确保标题能精准地传达出视频的核心魅力。

图 1-23 所示为简洁、直观的短视频标题。

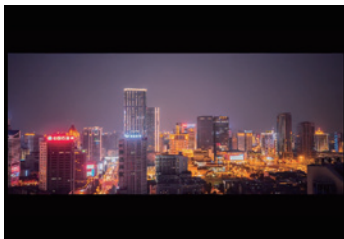


图 1-23 简洁、直观的短视频标题

1.3.2 短视频画面要清晰

短视频的画质清晰度无疑是影响用户观看体验的核心要素。一旦画质模糊，便如同在精美的画作上蒙上了一层薄雾，让人瞬间失去兴趣，甚至可能在初见的刹那便选择略过。在这种情境下，即便短视频的内容再精彩绝伦，也难以赢得用户的青睐与关注。

细心观察不难发现，那些备受欢迎的短视频作品，其画质宛如电影“大片”般震撼人心，画面清晰细腻，色彩鲜艳夺目。这背后既得益于精良的拍摄硬件设备，也离不开专业的后期制作技术。如今，市面上涌现出众多短视频拍摄与制作软件，它们功能强大



且丰富多样，如滤镜、分屏、特效等一应俱全，为大众提供了广阔的创作空间与可能。

图 1-24 所示为清晰画质的短视频。

图 1-24 清晰画质的短视频

提示

播放媒介不同，其对短视频的画质和尺寸要求也不同，通常短视频是在手机终端进行播放的，所以短视频如何更好地适应手机屏幕是关键问题之一。

1.3.3 短视频内容能够提供价值或趣味

短视频能够吸引用户驻足观赏，其核心魅力源于两大要素：其一，用户能够从中汲取到实用且有价值的内容；其二，视频所传递的情感或观点能够触动用户，引发强烈的共鸣。因此，在创作短视频时，必须确保作品能够为用户提供实质性的价值或带来愉悦的趣味体验，至少满足其中之一，从而避免让用户在观看后感到乏味、迷茫，甚至不知所云。

图 1-25 所示为一个搞笑短视频，其具有较强的趣味性。

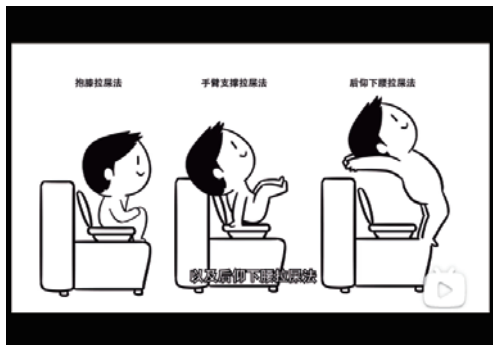


图 1-25 具有趣味性的搞笑短视频

提示

有价值或有趣味的短视频还有一个特征——真实，即真实的人物、故事和情感。真实使短视频更贴近生活，更易引起大家的共鸣。

1.3.4 音乐与短视频内容相匹配

如果说标题是短视频吸引观众眼球的敲门砖，那么音乐则是塑造其整体氛围与基调的灵魂。在为短视频挑选和编辑音乐时，创作者需要特别注意以下两大要点。

(1) 在短视频的高潮段落或关键信息呈现之际，务必精准地把握音乐的节奏，这不仅有助于突出视频的焦点内容，更能确保音乐与画面之间的和谐统一，带给观众更为流畅的视听体验。

(2) 音乐的风格与短视频内容的调性必须保持高度一致。例如，搞笑类的短视频应避免搭配抒情的背景音乐，而严肃、庄重的视频同样不适宜采用过于轻佻或滑稽的音乐。这种一致的调性能够增强视频的感染力，使观众更易于沉浸其中。

1.3.5 注重短视频细节处理

优质的短视频往往历经了多维度的精心雕琢和无数次的打磨，才最终呈现在公众眼前。这背后离不开一个强大的短视频制作团队的辛勤付出，他们在编剧、表演、拍摄及后期制作等各个环节上，都倾注了无尽的心血和创意，不断推敲、优化，直至每一处细节都臻于完美。正是这样的匠心独具和精益求精，才使得这些短视频在视觉上更加引人入胜，在内容上更加富有创意，从而成功打造出一部部令人赞叹的优质作品。

1.4 短视频创作趋势

提供卓越质量的视频内容是网络短视频生态产业链中各个环节赖以生存的根本基石，它不仅关系着各参与者的生存与发展，更是整个生态系统繁荣的源泉。同时，短视频内容的丰富多样性，如同一把锋利的剑，帮助人们有效地斩断同质化的枷锁，让每个作品都能展现出独特的魅力和价值，从而推动整个生态系统向更高层次迈进。

1.4.1 原创短视频

在宽带技术日益成熟、移动设备端口广泛普及，以及原创版权保护制度日益完善的背景下，很多用户积极投身于原创视频的开发，力求掀起一股全新的用户生成内容（UGC）热潮。原创 UGC 视频不仅具备低廉的版权成本，更以其广泛的参与性和社交性深受大众喜爱。这类视频大多以短视频形式呈现，完美契合了现代人在移动终端上观看的习惯。

UGC 视频的核心在于其个性化特色，它鼓励用户从传统的下载者转变为积极的上传者，极大地激发了网络用户的创作热情。通过这种方式，用户不仅成为视频的观看者，更是互联网中视频内容的创造者和传播者，推动了视频内容生态的多元化和繁荣。

提示

采用 UGC 模式，可以满足网络用户想要创作出自己的视频产品的需求。这类 UGC 视频由于来源于网络用户，因此更能吸引其他用户观看。短视频平台也鼓励精品 UGC 视频的出现，扶持有大批忠实粉丝的草根红人及原创作者从 UGC 走向 PGC 的生产之路。

图 1-26 所示为“一禅小和尚”制作的原创短视频，通过憨态可掬的卡通小和尚的形

象，在每一个短视频作品中讲述一个易懂的小哲理，非常可爱又富有创意。

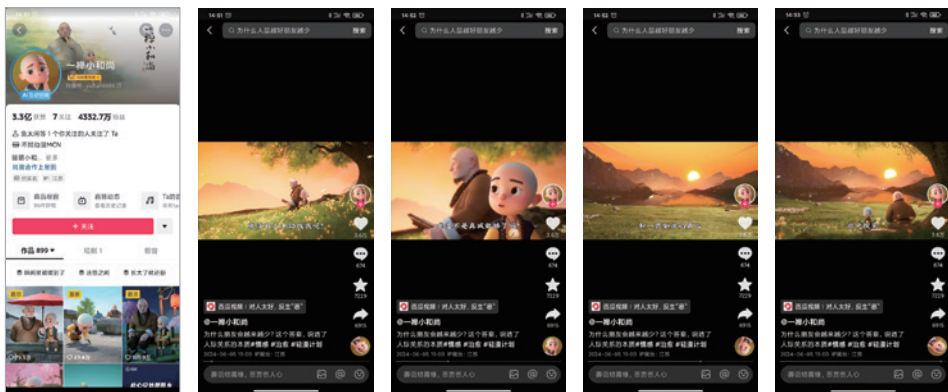


图 1-26 “一禅小和尚”的原创短视频

1.4.2 内容差异化

随着计算机技术的突飞猛进和互联网络应用水平的日益提升，如今的时代已步入信息爆炸的洪流之中。在这个信息触手可及的时代，人们已不再满足于泛泛的信息获取，而是将焦点转向了更为专业、更为精准的信息挖掘。在这样的时代背景下，单纯模仿其他短视频内容已不再是可持续的发展之道。

业界已达成共识，“内容为王”的理念正引领着网络短视频内容向差异化、个性化的方向演进。以往那种依赖版权分销的模式，虽然在某种程度上降低了成本，但同时也导致了用户群体的分散、企业之间的同质化竞争，以及用户对平台忠诚度的降低。

唯有在内容和功能上下足功夫，短视频平台才能构建起独特的品牌魅力，实现真正的独立性和不可替代性。在内容的深度和广度上不断创新，为用户提供更加专业、精准、有趣的视频体验，将成为短视频平台在激烈竞争中脱颖而出的关键。

“叮叮冷知识”专注于知识分享，如图 1-27 所示，通过简单的卡通形象配合相应的视频、图片或表情包向观众讲解冷知识，幽默风趣的解说配合搞笑的视频内容，这种讲解方式比传统的长篇大论更容易被观众所接受。



图 1-27 “叮叮冷知识”的原创短视频

1.4.3 定制化短视频

定制化服务,顾名思义,即依据消费者的个性化需求,精心打造与其需求相契合且令消费者满意的服务体验。这一服务层次不仅要求“服务者”具备卓越的素质,还需要拥有深厚的专业知识储备和积极的工作态度。正因如此,定制化服务相较于其他有形的生产或无形的服务,能够创造出更为显著且深远的价值。

在消费者主导的时代背景下,定制化视频成为一大亮点。视频企业不再仅仅扮演内容平台或内容采购者的角色,而是摇身一变,成为内容制作的领航者。它们针对不同年龄层、兴趣点及审美偏好的消费者,量身定制视频内容,确保每一部作品都能精准触达目标受众的心灵。同时,通过自制内容,这些企业成功构建了差异化的内容平台,不仅改变了视频行业的竞争格局,更赢得了广告商的广泛认可与青睐。

图 1-28 所示为“小米手机”的抖音账号和短视频,通过短视频平台可以发布新产品预告、产品宣传广告、产品功能讲解、互动活动等短视频内容,不仅宣传了企业产品,也更好地拉近了与消费者之间的距离。



图 1-28 “小米手机”的抖音账号和短视频

1.4.4 社交化短视频

社交与视频的深度融合已逐渐崭露头角,成为未来发展的主流趋势。这种融合不仅极大地丰富了用户的视频分享体验,还衍生出线上线下的多元互动,让观众能够更直接地参与到节目的发展之中。

随着在线视频崛起为互联网应用的新星,其与“社交”这一火爆概念的结合日益紧密,产生了众多创新的“交集”。无论是国外还是国内,互联网用户都已经习惯将大量时间投入到社交网站中,交友、游戏、新闻浏览、视频观看与分享等一应俱全。众多行业,包括传统媒体、电子商务和视频网站,都敏锐地意识到,与社交网站的深度融合将是未来生存的关键。

对于在线视频平台而言,流量是其赖以生存和发展的“命脉”。正是因为流量,才使丰富的视频内容得以转化为商业价值。而社交所带来的庞大流量,无疑为视频网站提供了巨大的吸引力。

视频社交化不仅满足了视频平台对流量的渴求,也满足了社交网站对用户黏性的追

求。更重要的是，它真正挖掘了短视频的潜在价值，为双方带来了共赢的局面。

1.5 短视频创作流程

短视频的制作流程与传统影片的制作流程相比简化了很多，但是要输出优质的短视频，创作者还是要遵循标准的制作流程。

1.5.1 项目定位

项目定位的目的就是让创作者有一个清晰的目标，并且一直朝着正确的方向努力。不过创作者需要注意的是，创作的内容要对人们有价值，根据人们的需求创作相应内容。比如创作者的客户是高端人群，那么创作者就要创作出专业的内容。同时，内容的选题要贴近生活，接地气的内容能让人更有亲近感。

小贴士

短视频应该具有明确的主题，需要传达出短视频内容的主旨。在短视频创作的初期，创作者大多不知道如何明确主题，此时可以参考其他优秀案例，多搜集、多参考，再发散思维。

1.5.2 剧本编写

创作初期，非专业出身的人不一定能写出很专业的剧本，但也不能盲目拍摄。无论是室内拍摄还是室外拍摄，创作者都必须在纸上、手机上或者计算机上列出一个清晰的框架，想清楚自己的短视频要表达什么主题、在哪里拍、需要配合哪些方面，然后再谈剧情。

创作者一般会寻找多个点线索，然后串成一条故事线，这样可以有效地讲故事。当然这不是唯一的方式，但是短视频的时长较短，短暂的展示时间内没有多少机会让创作者讲很酷炫的故事，只有线性讲述才能让观众减少理解压力。当然如此一来，也难免让观众觉得乏味，但创作者可以通过一些后期手段进行弥补，以使故事更完整清晰，结构更完整紧密。

1.5.3 前期拍摄

在短视频拍摄过程中，创作者要防止出现画面混乱、拍摄对象不突出的情况。成功的构图应该是作品主体突出，主次分明，画面简洁、明晰，让人有赏心悦目之感。

如何才能有效防止出现短视频拍摄画面抖动的情况呢？以下两点建议可供参考。

1. 借助防抖器材

现在网上有很多防抖器材，如三脚架、独脚架、防抖稳定器等，创作者可以根据所使用的短视频拍摄器材配备一两个。

2. 注意拍摄的动作和姿势，避免大幅度动作

创作者在拍摄移动镜头时，上身动作要少，下身小碎步移动；走路时上身不动下身动；镜头需要旋转时，要以整个上身为轴心，尽量不要移动双手关节来拍摄。

创作者在拍摄时注意画面要有一定的变化，不要一个焦距、一个姿势拍全程，要通过推镜头、拉镜头、跟镜头、摇镜头等来使画面富有变化。例如进行定点人物拍摄时，创作者要注意通过推镜头进行全景、中景、近景、特写的拍摄，以实现画面的切换，否则画面会显得很乏味。

1.5.4 后期制作

短视频素材的整理工作也是非常有必要的，创作者要把短视频资源有效地进行分类，这样找起来效率会很高，创作者的思路也会很清晰。在剪辑环节，主题、风格、背景音乐、大体的画面衔接过程等，创作者都需要在正式剪辑前进行构思，也就是说，创作者要在脑子里想象短视频最终的效果，这样剪辑时才会更加得心应手。

短视频拍好后，创作者还要进行后期剪辑制作，例如画面切换的实现、字幕的添加、背景音乐的设置、特效的制作等。剪辑时，创作者要注意按照自己的创作主题、思路 and 脚本进行操作；在编辑过程中，创作者可加入转场特技、蒙太奇效果、多画面效果、画中画效果并进行画面调色等，但需要注意特效不要过度，合理的特效可提高视频的档次，但特效过多会给人眼花缭乱的感觉。

纯动画形式的短视频，创作者在制作过程中一定要注意动态元素的自然流畅，要遵循真实规律。

自然流畅：强化动画设计中的运动弧线，可以使动作更加自然流畅。自然界的运动都遵循弧线运动的规则。

遵循真实规律：遵循物体本身的真实运动规律。创作者可通过表现物体运动的节奏快慢和曲线，使之更接近真实。不同的物体运动有不同的节奏。

1.5.5 发布与运营

短视频制作完成后，就要进行发布。在发布阶段，创作者要做的工作主要包括选择合适的发布渠道、渠道短视频数据监控和渠道发布优化。只有做好这些工作，短视频才能够在最短的时间内打入新媒体营销市场，迅速吸引用户，进而获得知名度。

短视频的运营工作同样非常重要，良好的运营可以使用户时刻保持新鲜感。下面介绍3个短视频运营的小技巧。

1. 固定时间更新

创作者要尽量稳定自己的更新频率，固定更新时间，这样不仅能让自己的账号活跃度更好，同时也能够培养用户的阅读习惯，从而有效提高用户的留存率与黏性。

2. 多与用户互动

用户可以说是短视频创作者的“衣食父母”，如果没有他们的流量，那么短视频创作者很难“火”起来，所以短视频内容发表之后，创作者要记得与用户进行互动。很多创作者发布短视频之后什么也不做，这样就会白白损失一批用户。为了更好地留住用户，创作者需要提高用户的黏性。

3. 多发布热点内容

短视频内容也是可以蹭热点的，但是创作者需要注意热点的安全性，不要侵权，要按照平台要求去追热点。总的来说，就是创作者要做好内容质量。

1.6 短视频的未来发展

随着移动短视频 App 和直播产业的发展，短视频用户规模将成倍增长，逐渐成为移动互联网发展不可或缺的一部分。短视频的未来发展趋势体现在以下几个方面。

1. 市场规模持续扩大

短视频行业在过去几年已经呈现出快速增长的态势，预计未来这一趋势将继续保持。根据中商产业研究院发布的报告预测，2024 年我国短视频市场规模有望达 4200 亿元。随着 5G 技术的商用和普及，以及人工智能、大数据等技术的进一步发展，短视频市场的规模有望进一步扩大。

2. 内容多元化与专业化

随着市场的成熟和竞争的加剧，短视频内容将趋于多元化和专业化。用户不再满足于简单的娱乐消遣，而是对内容的质量和深度提出了更高要求。因此，短视频平台需要不断拓宽内容领域，涵盖教育、科技、艺术、旅游等多个方面，以满足不同用户的需求。同时，专业的内容创作者和机构也将逐渐崭露头角，为市场提供更为精致和高质量的内容。

3. 技术创新与升级

技术创新是推动短视频发展的重要力量。未来，短视频平台将继续在视频编解码、云计算、大数据等技术领域深耕，以提高视频的清晰度和流畅度，优化用户体验。随着 5G、AI 等技术的普及，短视频将有望实现更为丰富的交互功能，如虚拟现实、增强现实等，为用户提供更加沉浸式的观看体验。

4. 社交属性强化

短视频作为一种社交媒介，其社交属性将得到进一步强化。未来，短视频平台将更加注重用户之间的互动和交流，通过推出更多有趣、有奖、有互动的功能，如挑战赛、话题讨论、直播互动等，吸引用户积极参与并分享自己的创作。同时，短视频平台也将与其他社交平台进行深度融合，形成更为紧密的社交生态圈。

5. 商业化变现模式多样化

随着短视频用户规模的扩大和内容的丰富，其商业化变现模式也将更加多样化。除了传统的广告植入、品牌合作等方式，短视频平台还将探索更多创新的变现模式，如付费观看、虚拟礼物、会员制度等。这些模式将为内容创作者和平台带来更多的收益渠道，推动整个行业的可持续发展。

6. 跨界合作与产业融合

短视频作为一种新兴的媒体形态，将与更多产业进行跨界合作与融合。例如，短视频可以与电商、旅游、教育等产业进行深度合作，为用户提供更加丰富和便捷的服务体验。同时，随着短视频行业的不断发展壮大，其产业链也将进一步完善和成熟，为整个行业的可持续发展提供有力支撑。

总之，短视频行业在未来将继续保持强劲的发展势头，市场规模将持续扩大，内容将趋于多元化和专业化，技术创新将不断推动行业发展，社交属性将得到进一步强化，商业化变现模式将更加多样化，跨界合作与产业融合将成为行业发展的重要趋势。

1.7 本章小结

短视频是新媒体时代最具有发展前景的传播媒介，与传统的传播媒介相比，短视频的表现方式具有更多样化、更富个性的特点。通过本章内容的学习，读者需要能够理解短视频这种全新的内容表现形式，以及有关短视频内容创作的相关基础知识。

1.8 课后练习

完成本章内容的学习后，接下来通过课后练习，检测一下读者对本章内容的学习效果，同时加深读者对所学知识的理解。

一、选择题

1. 以下关于短视频特点，说法错误的是？（ ）
A. 简洁明了 B. 内容精确 C. 轻松和娱乐性 D. 视频形式单一
2. 专业机构创作并上传内容，这种短视频生产方式简称（ ）。
A. UGC B. PUGC C. PGC D. PUC
3. 平台普通用户自主创作并上传内容，普通用户指非专业个人生产者，这种短视频生产方式简称（ ）。
A. UGC B. PUGC C. PGC D. PUC
4. 短视频平台的专业用户创作并上传内容，专业用户指拥有粉丝基础的“网红”，或者拥有某一领域专业知识的关键意见领袖，这种短视频生产方式简称（ ）。
A. UGC B. PUGC C. PGC D. PUC
5. 以下关于短视频对企业营销的推动作用，描述错误的是？（ ）。
A. 时效性强 B. 传播范围广 C. 时效性强 D. 增加营销投入

二、判断题

1. 短视频是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容，时长通常只有几秒钟。（ ）
2. 抖音专注于深耕二次元文化，为热爱这一领域的用户提供了丰富的精神食粮。（ ）
3. 短视频的画质清晰度无疑是影响用户观看体验的核心要素。（ ）
4. 短视频应该具有明确的主题，需要传达出短视频内容的主旨。在短视频创作的初期，创作者大多不知道如何明确主题，此时可以参考其他优秀案例，多搜集、多参考，再发散思维。（ ）
5. 搞笑类的短视频可以搭配抒情的背景音乐。（ ）

三、操作题

浏览不同平台的短视频，并分析不同平台短视频的特点，理解优质短视频的特点。

第 2 章

短视频拍摄设备与构图

短视频素材的拍摄，既是一门精湛的技术实践，也是一场富有灵感的艺术创造。构图作为连接内容与形式的桥梁，是实现视觉和谐与情感传达的关键。在短视频素材的拍摄过程中，不仅需要具备对美的敏锐洞察力，还需掌握如何将纷繁复杂的元素进行巧妙安排，以构建出既符合视觉美学规律，又能深刻表达主题思想的画面结构。

本章将向大家介绍短视频素材拍摄设备与构图的相关基础知识，包括素材拍摄的相关设备、短视频拍摄的原则与要点、画面的构图方法、画面的构图形式及拍摄画面的景别等内容，使大家对短视频素材拍摄的设备 and 画面构图有所了解。

学习目标

1. 知识目标

- 认识并了解短视频素材拍摄的相关设备。
- 理解短视频拍摄的原则与要点。
- 理解常用的画面构图方法。
- 理解拍摄画面的构图形式。
- 了解拍摄画面的景别。

2. 能力目标

- 能够在素材拍摄中合理应用构图。
- 能够在素材拍摄中选择合适的画面景别。

3. 素质目标

- 具备职业生涯规划能力，明确个人职业目标和发展方向。
- 培养审美情趣和创造力，提升个人综合素质和修养。

2.1 素材拍摄的相关设备

拍摄高质量的短视频素材，无疑是一门蕴含深厚专业技巧的艺术，尤其是在面对那些几十秒转瞬即逝的珍贵画面时，每一帧的构思与捕捉都需要经过深思熟虑。为了捕捉到能够触动人心的、引人入胜的瞬间，某些特定题材的视频甚至要求配备专业的拍摄装备，以确保画面的独特性与表现力。因此，对于短视频创作者而言，精心挑选并熟练掌握适合的拍摄设备，成为了直接影响作品品质与观众体验的关键因素。

2.1.1 拍摄设备

当前，短视频创作领域广泛采用的设备种类繁多，从普及度极高的智能手机，到专业摄影师青睐的单反相机，再到家庭用户友好的家用 DV 摄像机，乃至电影制作级别的专业级摄像机，每一类设备都各有千秋，满足了不同创作者的需求与风格偏好。这些设备的存在不仅丰富了短视频创作的可能性，也为观众带来了更加多元、高质量的视觉享受。

1. 手机

手机的最大特点就是方便携带，使人们能够跨越时空界限，随时随地捕捉生活中的每一个精彩瞬间，并将其永恒定格。手持拍摄时难免会有轻微颤抖，在手机这样的小型设备上尤为明显，这往往会导致视频画面出现不必要的晃动，不仅影响观感，还在后期制作中增加了画面衔接的“卡顿”风险，降低了整体的流畅度与专业性。

为了克服这些挑战，市面上涌现出了一系列专为手机拍摄而设计的“神器”，旨在提升手机拍摄的表现力。从稳定器到外接镜头，从补光灯到专业 App，这些工具与软件的应用，不仅能够有效减少画面抖动，提升拍摄稳定性，还能通过增强光线控制、优化色彩管理等手段，显著提升手机拍摄的画质与艺术性，让每一位手机摄影师都能轻松驾驭，创作出媲美专业水准的短视频作品。

(1) 手持云台。在运用手机进行视频拍摄时，为了彻底消除因手持不稳而产生的画面晃动这一常见问题，专业级的手持云台无疑是不可或缺的得力装备。手持云台以其卓越的稳定性，能够有效隔离手部细微抖动，确保拍摄出的视频画面平滑流畅。即便是对于追求极致拍摄效果的资深用户而言，手持云台也是提升作品质量的理想选择。图 2-1 所示为手持云台设备。

(2) 自拍杆。自拍杆这一风靡全球的自拍“神器”，以其独特的魅力成为了短视频创作领域中的主力军。它巧妙地融合了便捷性与多功能性，通过内置的遥控器，让用户能够轻松实现多角度、自由灵活的拍摄动作，彻底解锁了自拍与短视频制作的全新可能。对于热衷于外出旅行、记录生活点滴的短视频创作者而言，自拍杆无疑是不可或缺的伴侣。它不仅极大地拓宽了拍摄视野，让每一帧画面都能捕捉到最动人的风景与最自然的自己，更在无形中提升了作品的专业度与观赏性，让每一次旅行都成为一场视觉盛宴的记录之旅。图 2-2 所示为自拍杆设备。



图 2-1 手持云台设备



图 2-2 自拍杆设备

(3) 手机支架。手机支架这一贴心设计的辅助工具，巧妙地解放了拍摄者的双手，让创作更加自由无拘。其稳固的支撑结构，无论是置于桌面还是其他平稳表面，都能有效防止手机滑落与意外碰撞，为拍摄过程增添了一份安心与保障。图 2-3 所示为手机支架设备。

(4) 手机外置摄像镜头。手机外置摄像镜头作为提升拍摄品质的秘密武器，能够赋予视频画面前所未有的清晰度与细腻感，让每一个细节都跃然屏上，人物的形态也因此而显得更加生动鲜活、自然流畅。这一创新配件不仅适用于追求短视频拍摄极致效果的创作者，更是每一位热爱记录生活、享受短视频创作乐趣的朋友们的理想选择。其操作简便快捷，无须复杂的设置与调整，即便是摄影新手也能轻松上手，快速掌握。同时，相较于专业摄像设备，手机外置摄像镜头的价格相对亲民，让高质量的短视频创作不再是遥不可及的梦想，而是触手可及的现实。图 2-4 所示为手机外置摄像镜头设备。

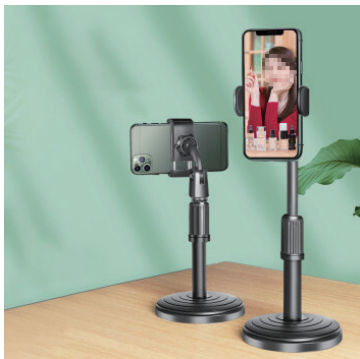


图 2-3 手持支架设备



图 2-4 手机外置摄像镜头设备

2. 单反相机

单反相机是一种中高端摄像设备，其拍摄的视频画质远超过市面上的大多数手机，呈现出令人叹为观止的细腻与真实感。

单反相机的核心魅力，在于其无与伦比的取景精度。通过精密的光学系统与直观的取景器，摄影师能够精确捕捉眼前世界的每一个微妙细节，确保拍摄画面与肉眼所见相一致，这种“所见即所得”的体验是单反相机独有的魅力所在。此外，单反相机赋予了摄影师前所未有的手控自由。无论是调整光圈以控制景深，还是微调曝光度以平衡明暗，抑或是设定快门速度以捕捉动态瞬间，单反相机都能让摄影师随心所欲地调整，创造出独一无二的拍摄效果。

单反相机虽然拥有卓越性能，却也伴随着一些不容忽视的局限性。其价格往往较为高昂，成为不少摄影爱好者踏入高阶领域的门槛之一。在操作性方面，单反相机以其复杂的功能与设置著称，这对初学者而言可能需要付出一定的学习成本。掌握其拍摄技巧需要耗费一定的时间与精力，对于初次接触的用户来说，可能会感到上手不易。图 2-5 所示为单反相机。

3. 家用 DV 摄像机

家用 DV 摄像机以其精巧便携的设计，成为了家庭旅游与日常活动记录的得力助手。它不仅在清晰度与稳定性上表现出色，能够精准捕捉生活中的每一个温馨瞬间，让回忆更加鲜活生动，更以其简便易用的操作特性，深受非专业摄影爱好者的青睐。即便是摄影新手，也能轻松上手，快速掌握拍摄技巧，享受创作的乐趣。图 2-6 所示为家用 DV 摄像机。



图 2-5 单反相机



图 2-6 家用 DV 摄像机

4. 专业级摄像机

专业级摄像机作为新闻采访与高端会议活动的首选工具，其显著优势在于强大的续航能力，得益于大容量电池设计，确保长时间拍摄无忧。在功能配置上，专业级摄像机赋予了用户极高的自由度，通过独立调节光圈、快门速度及白平衡等核心参数，能够轻松应对各种复杂光线与拍摄需求，实现专业级别的画面控制。

值得注意的是，专业级摄像机的体型设计往往较为庞大，长时间手持或肩扛拍摄，无疑是一项考验耐力的任务。此外，其高昂的价格门槛也是不可忽视的因素之一，即便是入门级的专业级摄像机，其价格也可能达到或超过 2 万元人民币，这对于一般用户而言，无疑是一笔不小的投资。图 2-7 所示为专业级摄像机。

提示

无论使用哪种短视频拍摄设备，都是为了帮助创作者完成短视频的录制。选择哪种拍摄设备主要取决于创作者的具体需求和预算，要根据具体情况而定。



图 2-7 专业级摄像机

2.1.2 稳定设备

在短视频制作中，确保拍摄设备的稳定性是提升作品质量的关键因素之一。为此，创作者们常常借助一系列专业辅助工具来达成这一目标，其中独脚架、三脚架及稳定器是不可或缺的得力助手。

独脚架以其轻便灵活的特性，既能为相机提供一定的支撑，又便于快速移动和调整拍摄角度，是户外拍摄或需要灵活变换场景时的理想选择。而三脚架则以其稳固的三角支撑结构，为相机提供了最为坚实的支撑平台，无论是静态场景的长时间曝光，还是精细入微的微距拍摄，都能轻松应对，确保画面清晰无抖动。图 2-8 所示为独脚架和三脚架设备。

稳定器作为现代短视频拍摄中的黑科技，更是将防抖技术推向了新的高度。通过内置的陀螺仪等精密传感器，稳定器能够实时感知并补偿拍摄过程中的微小震动，使画面始终保持平稳流畅，即便是步行、奔跑甚至骑行等动态拍摄环境下，也能轻松拍出专业级别的稳定效果，为短视频作品增添了更多动态魅力与视觉冲击力。



图 2-8 独角架和三脚架设备

当前市场上，稳定器的种类繁多，充分满足了不同摄影爱好者的需求。其中，最为常见且广受欢迎的几大类稳定器分别是专为智能手机设计的手机稳定器、适配微单相机的微单稳定器，以及专为承载单反相机乃至更重型设备而设计的大承重单反稳定器。图 2-9 所示为适用于不同设备的稳定器。



图 2-9 适用于不同设备的稳定器

在选择稳定器时，需要审慎考虑两大关键因素，以确保拍摄过程的顺畅与高效。首要考虑的是稳定器与所使用相机型号的兼容性，特别是关于机身电子跟焦功能的支持情况。若稳定器与相机无法直接实现电子跟焦，那么添置一台跟焦器便成为了必要的补充，以确保在拍摄过程中能够精准、流畅地调整焦点，捕捉每一个细腻瞬间。

其次，稳定器的调平工作至关重要，它直接关系到拍摄的稳定性与操作的便捷性。虽然市面上的部分稳定器提供了模糊调平的功能，作为快速上手的权宜之计，但为了追求更高的拍摄效率与画面质量，这里强烈推荐进行严格的调平操作。通过精细调整，确保稳定器与相机组合达到最佳平衡状态，不仅能够减少不必要的震动，还能显著提升稳定器的响应速度与操控性能，让创作之旅变得更加得心应手。

提示

在选择稳定器时，首先要考虑稳定器的承载能力，如果使用的是小型微单相机，选择微单稳定器即可；如果使用的拍摄设备质量较大，建议选择更大型的单反稳定器。

2.1.3 收声设备

收声设备是一种容易被忽略的短视频设备，短视频主要由图像和声音构成，因此收声设备非常重要。

仅仅依赖相机或手机内置的麦克风来捕捉声音，往往难以满足专业级的要求，其局

限性显而易见。为了突破这一瓶颈，外置话筒的引入成为提升音频质量的必然选择。在外置话筒的广阔领域中，无线话筒（常被誉为“小蜜蜂”）以其便捷的操作性和无拘无束的灵活性，深受众多创作者的喜爱。另一款备受青睐的则是指向性话筒，也被形象地称为“机顶话筒”。这类话筒以其精准的收音能力著称，能够有效地减少环境噪声的干扰，专注于前方特定区域的声音收集，为视频增添更为清晰、纯净的音频背景。

话筒的种类非常多，不同话筒适用于不同的拍摄场景。无线话筒一般更适合现场采访、在线授课、视频直播等环境，如图 2-10 所示。而机顶话筒更适合现场收音的环境，如微电影录制、多人采访等，如图 2-11 所示。



图 2-10 无线话筒



图 2-11 机顶话筒

提示

通常，为了更好地保证收声效果，如果相机具备耳机接口，尽可能使用监听耳机进行监听。另外，在室外拍摄时，风声是对收声最大的挑战，一定要用防风罩降低风噪。

2.1.4 灯光设备

灯光设备在短视频拍摄的艺术创造中占据着举足轻重的地位，其重要性往往超越了直观感知。尽管在许多即兴或日常拍摄场景中，灯光设备可能并非即刻必需的装备，但如果想要追求视频画质的卓越与氛围的精准营造，它便成为了不可或缺的设备。

好的灯光设备对于提升短视频质量非常重要。在日常的短视频拍摄场景中，追求专业级的大型灯光设备并非必要之举，相反，小巧便捷的 LED 补光灯与功能明确的射灯，足以满足大多数需求。LED 补光灯作为录像与直播的得力助手，以其高效节能、色温可调的特性，为拍摄主体提供柔和而均匀的光线，能够有效提升画面亮度与色彩还原度。而射灯则更擅长于静物拍摄的精细照明，通过聚焦光线，精准勾勒出物体的轮廓与细节，让静物更显生动与质感。图 2-12 所示小型的 LED 补光灯和射灯。



图 2-12 LED 补光灯和射灯

在室内拍摄商品视频时，常常需要用到柔光箱，一般需要配备 3 盏灯。比较通用的布光方法是三点布光，主灯用来照亮被拍摄主体，辅灯用来对暗部进行补光。图 2-13 所示为常见的三点布光法。



图 2-13 常见的三点布光法

除了三点布光法，在商品视频拍摄中还会用到其他布光方式，常用的有以下 5 种。

(1) 正面两侧布光：将柔光箱放在商品的正向两侧。这样的布光方法拍摄出来的商品视频不会有暗角，商品的整体也会得到很好的表现。图 2-14 所示为正面两侧布光示意图。

(2) 两侧 45° 布光：将柔光箱放在商品的左右两侧，倾斜 45°，对称布光，打亮商品的顶部。拍摄扁平的小件商品时比较适合这种布光方式，如饰品等。图 2-15 所示为两侧 45° 布光示意图。

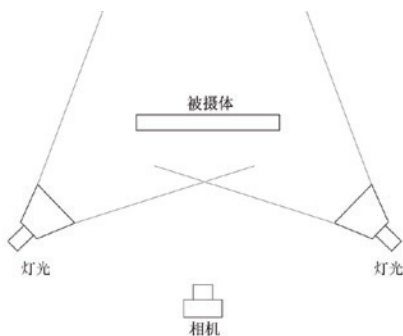


图 2-14 正面两侧布光示意图

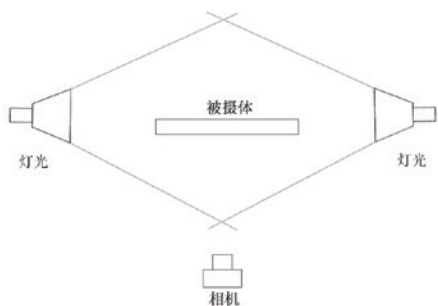


图 2-15 两侧 45° 布光示意图

(3) 背后两侧布光：将柔光箱放在商品的侧后方进行打光，拍摄透明、镂空类的商品时常用这种布光方法。图 2-16 所示为背后两侧布光示意图。



图 2-16 背后两侧布光示意图

(4) 倾斜交叉布光：将一盏柔光箱放在商品的前侧，将另一盏柔光箱放在商品的后侧，两者呈对角线。这种布光方式可以很好地呈现商品的层次和细节。图 2-17 所示为倾斜交叉布光示意图。

(5) 倾斜交错布光：将一盏柔光箱放在商品的前侧，将另一盏柔光箱放在商品的一侧，两者不交叉对称，这种布光方式可以很好地体现商品的质感。图 2-18 所示为倾斜交错布光示意图。

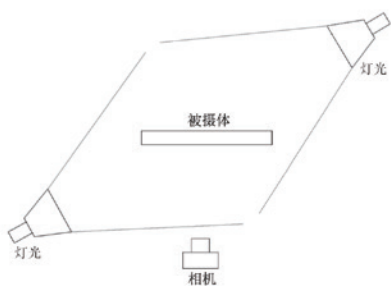


图 2-17 倾斜交叉布光示意图

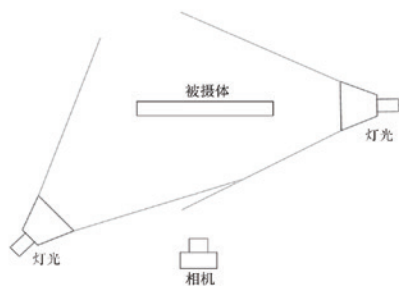


图 2-18 倾斜交错布光示意图

提示

如果拍摄的短视频大多是达人解说式的自拍类短视频，那么准备一个美颜补光灯就很有必要。美颜补光灯可以让人物脸部显得更小，肤色显得更亮，适合用于化妆技巧拍摄、纹绣美甲拍摄等。

2.1.5 其他辅助设备

为了更好地进行日常的短视频拍摄，一般还需要一些辅助设备。常见的辅助设备有反光板、幕布等。

(1) 反光板。在光线直接照射到画面时，如果想要获得更好的曝光效果，可以尝试使用反光板。图 2-19 所示为不同形状的反光板。



图 2-19 不同形状的反光板

(2) 静物台。静物台多用于拍摄小型静物商品，在电商平台上，经常看到的很多白底商品视频就是利用静物台来拍摄的。从控制成本的角度出发，也可以利用背景布、纸板或板凳等工具，搭建一个简易的静物台来进行拍摄。图 2-20 所示为静物台设备。



图 2-20 静物台

(3) 滑轨。借助滑轨可以将一些静态场景拍出动态效果，如左右平移、前后平移、旋转滑动的动态画面效果等。图 2-21 所示为滑轨设备。



图 2-21 摄影滑轨

(4) 幕布。在很多真人出镜的视频中,若背景过于杂乱会直接影响观众的观看体验,此时可以尝试使用幕布,纯色、定制色、不同图案背景的幕布都能购买到。使用无痕灯固定幕布,能达到无痕的效果。图 2-22 所示为使用不同颜色幕布作为拍摄背景。



图 2-22 使用不同颜色幕布作为拍摄背景

2.2 短视频拍摄的原则与要点

在短视频素材的拍摄过程中,为了确保获得优质的照片与视频画面,创作者必须遵循以下几点拍摄原则和要点。

1. 画面要平

确保画面维持水平状态,这是构成理想视觉体验的基础准则。一旦画面失衡,其中的元素将呈现倾斜状态,这样的视觉呈现不仅容易误导观众的感知,还可能显著削弱整体的观赏感受,令人产生不必要的视觉困扰,从而影响内容的完整传达与沉浸式的观看享受。

保证画面水平的要点如下。

(1) 借助配备有精准水平仪的三脚架进行拍摄,能够极大地提升画面稳定性的同时,确保取景的精确水平。通过细致地调整三脚架的三个支撑脚位置,或者微调云台的倾斜角度,直至观察到水平仪内的水银泡居于中心标记上,则标志着画面已调整至水平状态。

(2) 在追求画面水平的过程中,巧妙地利用自然界或人造环境中与地面严格垂直的物体作为参照,如挺拔建筑物的笔直轮廓线、挺拔树木的垂直主干或者门框的直立边缘等,是极为有效的策略。通过将这些参照物的垂直线条与画面的纵向边缘精准对齐,使之相互平行,不仅能够直观验证并调整画面的水平状态,还能赋予整个画面以稳固的视觉平衡感,进一步提升作品的审美价值。

2. 画面要稳

镜头的轻微晃动或画面的不稳定性往往会在无形中触动观众内心的不安情绪,这种不稳定的视觉体验还极易加剧观众的视觉疲劳感,削弱他们对内容的持续关注与享受。鉴于此,在拍摄过程中,极力追求并保持镜头的稳定性,成为至关重要的原则。

保证画面稳定的要点如下。

(1) 尽可能地使用三脚架拍摄固定镜头。

(2) 在边走边拍时,为减轻震动,双膝应该略微弯曲,与地面平行移动。

(3) 在手持拍摄时使用广角镜头进行拍摄,可以增强画面的稳定性。

(4) 拍摄推拉镜头与横移镜头时最好借助摇臂、轨道车拍摄。图 2-23 所示为使用轨道车拍摄示意图, 图 2-24 所示为使用摇臂拍摄示意图。



图 2-23 使用轨道车拍摄示意图



图 2-24 使用摇臂拍摄示意图

3. 摄像机的运动速度要匀

摄像机运动的速度要保持均匀, 切忌时快时慢、断断续续, 要保证节奏的连续性。保证摄像机匀速运动的要点如下。

- (1) 在使用三脚架摇拍时, 首先要调整好脚架上的云台阻尼, 使摄像机转动灵活, 然后匀速操作三脚架手柄, 使摄像机均匀地摇动。
- (2) 在进行摄像机变焦操作时, 采用自动变焦比手动变焦更容易实现摄像机的匀速运动。
- (3) 在拍摄推拉镜头与移动镜头时, 要控制移动工具匀速运动。

4. 画面要准

要想通过画面构图准确地向观众表达出创作者想要阐述的内容, 就要求拍摄对象、范围、起幅、落幅、镜头运动、景深运用、色彩呈现、焦点变化等都要准确。

保证画面准确的要点如下。

- (1) 领会编导的创作意图, 明确拍摄内容和拍摄对象。
- (2) 勤练习, 掌握拍摄技巧。例如, 运动镜头中的起幅、落幅要准确, 即镜头运动开始时静止的画面点及结束时静止的画面点要准确, 时间够长, 起幅落幅画面一般要有 5 秒以上, 这样才能方便后期的镜头组接。又如, 对于有前、后景的画面, 有时要把焦点对准前景物体, 有时又要把焦点对准后景物体, 可以利用变焦点来调动观众的视点变化。再如, 可以通过调整白平衡使色彩准确还原。

5. 画面要清

这里的“清”是指拍摄的画面清晰, 主要是保证主体的清晰。模糊不清的画面会影响观众的观看感受。

保证画面清晰的要点如下。

- (1) 拍摄前注意保持拍摄设备的清洁, 在拍摄时要保证聚焦准确。为了获得聚焦准确的画面, 可以采用长焦聚焦法, 即无论主体远近, 都要先把镜头调整到焦距最长的位置, 调整聚焦环使主体清晰, 因为这时的景深小, 易准确调整焦点, 然后再调整到所需的合适焦距进行拍摄。
- (2) 当拍摄物体沿纵深运动时, 为了保证物体始终清晰, 有 3 种方法: 一是随着拍摄物体的移动相应地调整镜头以聚焦; 二是按照加大景深的办法进行调整, 如加大物距、缩短焦距、减小光圈; 三是采用跟拍方式, 始终保持摄像机和拍摄物之间的距离不变。

2.3 画面的构图方法

拍摄视频与照片的艺术创作过程，在本质上是异曲同工的，它们均强调对画面主体的精妙布局与巧妙摆放。这一过程就是构图，它是塑造视觉和谐与舒适感的关键所在。优秀的构图既突出了作品的核心焦点，又确保了整体结构的条理性与层次感，更在不经意间融入了无尽的美感，让人在观赏时心旷神怡，流连忘返。因此，构图不仅是技术层面的精湛展现，更是艺术创作中不可或缺的灵魂所在。

2.3.1 中心构图

中心构图，通过将核心元素精准置于相机或手机屏幕的正中央进行拍摄，不仅简化了构图过程，更实现了对主体对象的鲜明强调。这样的布局策略使得观众在第一时间便能捕捉到画面的核心焦点，其目光自然而然地聚焦于重点对象之上，无须过多寻觅，便能深刻理解并感受到该对象所承载的信息与情感。因此，中心构图不仅是快速吸引观众注意力的有效手段，更是传递创作者意图、强化作品主题的重要艺术语言。



图 2-25 中心构图的视频画面效果

中心构图的精髓，在于其无可比拟的突出性与明确性，它如同一束聚光灯，将观众的视线精确无误地引向画面的核心主体，确保信息传递的直接与高效。同时，这种构图方式天然蕴含着一种均衡之美，通过将主体置于画面中心，自然而然地实现了左右两侧的视觉平衡，营造出一种稳定而和谐的视觉氛围。图 2-25 所示为采用中心构图的视频画面效果。

2.3.2 三分线构图

三分线构图，巧妙地将视频画面横向或纵向划分为 3 个均衡的区间，引导拍摄者将主体巧妙地置于这些黄金分割线的交点或附近，以此构建出既和谐又富含张力的画面布局。这种构图法不仅赋予了拍摄主体以更为显著的视觉焦点地位，更在无形中增强了画面的空间深度与层次感，使观众的目光在画面中自由穿梭，享受一场视觉盛宴。

三分线构图一般将视频拍摄主体巧妙地置于偏离画面中心约六分之一的黄金位置，不仅有效避免了画面可能陷入的枯燥与呆板，更赋予了作品以生动灵动的气息，使拍摄主题得以更加鲜明地凸显，画面因此而紧凑有力，引人入胜。此外，三分线构图还以其独特的平衡美学，确保了画面在左右或上下方向上达到了一种难以言喻的和谐与协调。图 2-26 所示为采用三分线构图的视频画面效果。

提示

画面构图重要的是能够维持画面的横平竖直，找到画面的平衡点。因此，在拍摄时打开手机相机的内置网格作为拍摄参考线就很有必要了。



图 2-26 三分线构图的视频画面效果

2.3.3 九宫格构图

九宫格构图也称为井字形构图，是摄影艺术中一种广泛应用的构图法则。这种构图方法巧妙地将画面视为一个精心设计的边界空间，其中，横向与纵向各两道均衡分布的线条将画面划分为9个等大的区域，从而勾勒出一幅生动的“井”字图案。这4条精心布局的直线，正是画面中的黄金分割线。

这4条黄金分割线在画面中两两交会，形成了4个独特的交点，这些交点便是画面的黄金分割点，也被形象地称为“趣味中心”。因此，当创作者在拍摄视频时，如果能巧妙地将主体置于这些趣味中心上，不仅能够瞬间吸引观众的注意力，更能让作品呈现出一种难以言喻的和谐与美感，使画面更加生动有力，令人过目难忘。

图2-27所示的画面就采用了比较典型的九宫格构图，作为主体的花朵被放在了黄金分割点的位置，整个画面看上去非常有层次感。

此外，使用九宫格构图拍摄视频，视频画面相对均衡，拍摄出来的视频也比较自然和生动。

提示

九宫格构图中共包含4个趣味中心，每一个趣味中心都在偏离画面中心的位置上，这样不仅能优化视频空间感，还能很好地突出视频拍摄主体。因此，九宫格构图是一种十分实用的构图方法。



图 2-27 九宫格构图的视频画面效果

2.3.4 黄金分割构图

黄金分割构图是视频拍摄中一种运用非常广泛的构图方法。当将画面中的主体对象精心布局于黄金分割点或其邻近区域时，整个画面仿佛被赋予了魔力，呈现出一种难以抗拒的和谐美感。

在黄金分割构图中，黄金分割点可以视为对角线与其的某条垂线的交点。可以用线段表现视频画面的黄金比例，对角线与从相对顶点引出的垂线的交点（即垂足）就是黄金分割点，如图2-28所示。

除此之外，黄金分割构图还有一种特殊的表达方

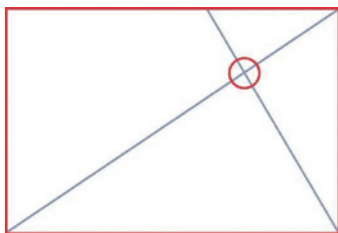


图 2-28 黄金分割点

法，即黄金螺旋线。黄金螺旋线构图极具艺术美感，它是由斐波那契螺旋线构成的，形成一种不断延伸的和谐美，被视为均衡和和谐美的象征，如图 2-29 所示。

黄金分割构图可以在突出视频拍摄主体的同时，使观众在视觉上感到十分舒适，从而产生美的感受。图 2-30 所示为采用黄金分割构图的视频画面效果。

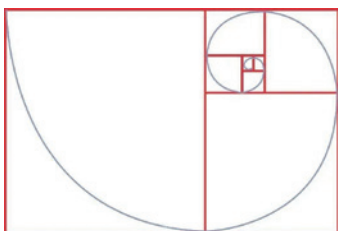


图 2-29 黄金螺旋线



图 2-30 黄金分割构图的视频画面效果

2.3.5 前景构图

前景构图作为短视频创作中一项匠心独运的视觉策略，其核心在于拍摄者巧妙地利用位于拍摄主体与镜头之间的自然或人造景物作为构图元素。这一手法的精妙之处在于，它不仅能够为画面增添一抹独特的层次感，使得视频内容在视觉上更加丰富饱满，更能够以一种引人入胜的方式，巧妙地将观众的视线引导至拍摄主体上，实现了对主体对象的深刻展现与突出。

前景构图分为两种情况：一种是将拍摄主体作为前景进行拍摄，如图 2-31 所示，将拍摄主体——花朵直接作为前景进行拍摄，这不仅使拍摄主体更加清晰醒目，而且使视频画面更有层次感；画面背景则做了虚化处理。另一种是将除视频拍摄主体以外的物体作为前景进行拍摄，如图 2-32 所示，利用红色的花朵作为前景，让观众在视觉上有一种向里的透视感，同时又有一种身临其境的感觉。



图 2-31 将拍摄主体作为前景的视频画面效果



图 2-32 将拍摄主体以外的物体作为前景的视频画面效果

提示

前景构图不仅是对视觉美学的追求，更是对创作意图与情感表达的深刻诠释。它让短视频作品在瞬间抓住观众眼球的同时，更能够持久地留在人们的心中，成为一段段难忘的记忆与情感的共鸣。

2.3.6 框架构图

在取景时，创作者总是带着敏锐的洞察力，有意无意地寻觅那些天然的框架元素，

如窗户、门框、树枝、山洞等。选择好边框元素后，调整拍摄角度和拍摄距离，将主体景物安排在边框之中即可。图 2-33 所示为采用框架构图的视频画面效果。

提示

需要注意的是，在拍摄时，有时框架元素会很明显地出现在创作者的视野中，比如常见的窗户、门框等景物。但有时框架元素并不会很明显地出现，这时创作者应该寻找可以当作框架的景物。比如在拍摄风景时，创作者可以将倾斜的树枝当作框架。

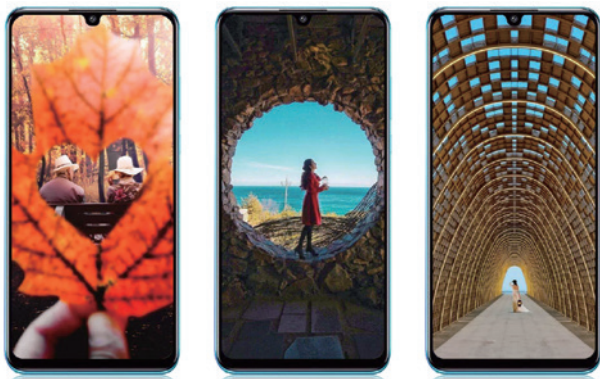


图 2-33 框架构图的视频画面效果

2.3.7 光线构图

在视频创作的广阔天地里，光线无疑是创作者手中最为灵动多变的画笔。其中，顺光、侧光、逆光与顶光，这四大类光线如同 4 种截然不同的色彩与笔触，为视频画面赋予了千变万化的光影艺术效果。利用好光线可以使视频画面呈现出不一样的光影艺术效果。图 2-34 所示为采用光线构图的视频画面效果。



图 2-34 光线构图的视频画面效果

2.3.8 透视构图

透视构图是指利用视频画面中的某一条线或某几条线由近及远形成的延伸感，使观众的视线沿着视频画面中的线条汇聚到一点的构图。

短视频拍摄中的透视构图可大致分为单边透视和双边透视两种。单边透视是指视频画面中，只有一边带有由远及近形成延伸感的线条，如图 2-35 所示；双边透视则是指视频画面两边都带有由近及远形成延伸感的线条，如图 2-36 所示。



图 2-35 单边透视构图的视频画面效果



图 2-36 双边透视构图的视频画面效果

透视构图不仅增强了画面的空间感与立体感，更赋予了视频强烈的视觉引导力。观众的视线随着线条的延伸而流动，仿佛被一股无形的力量牵引，不由自主地深入画面的每一个角落，探索其中隐藏的故事与情感。

2.3.9 景深构图

当某一物体聚焦清晰时,从该物体前面到后面的某一段距离内的所有景物也都是相当清晰的,焦点相当清晰的这段前后的距离称为景深,而其他的地方则是模糊(虚化)的效果。这种构图方法就是景深构图。图 2-37 所示为采用景深构图的视频画面效果。



图 2-37 景深构图的视频画面效果

景深构图不仅仅是技术层面的精准把控,更是艺术创作中情感与意境的深刻表达。它让摄影师或创作者能够根据自己的意图与想象,灵活调整画面的清晰与模糊区域,从而在二维的画面上创造出三维的空间感与深度,引导观者的目光穿梭于虚实之间,感受那份由近及远、由浅入深的视觉盛宴。

2.4 画面的构图形式

短视频画面的构图形式多种多样。每一种形式都承载着独特的视觉语言与情感表达。依据其内在的本质特性与视觉效果差异,可以将这些构图形式精妙地划分为四大类别:静态构图、动态构图、封闭式构图与开放式构图。

2.4.1 静态构图

静态构图是使用固定镜头拍摄静止的被摄对象和处于静止状态的运动对象的一种构图形式。静态构图是短视频画面构图的基础。静态构图追求的是画面内部的平衡与和谐。它侧重于在某一特定瞬间,通过精心安排的元素布局与光影效果,营造出一种稳定而深远的视觉感受。

静态构图具有以下 4 个特点。

- (1) 表现静态对象的性质、形态、体积、规模和空间位置。
- (2) 画面结构稳定,在视觉效果上有一种强调意义。特写拍摄人物时能够表现出人物的神态、情绪和内心世界,全景或远景拍摄景物时能够展现出画面的意境。
- (3) 画面给人以稳定、宁静、庄重的感觉,但长时间的静态构图容易使人产生呆板、沉闷的感觉。
- (4) 画面主体与陪体,以及主体、陪体与环境的关系,非常清晰。

2.4.2 动态构图

动态构图是短视频画面中的表现对象和画面结构不断发生变化的一种构图形式。动态构图在各类短视频作品中被广泛运用,它是短视频最常用的构图形式。使用固定镜头拍摄运动的主体,或使用运动镜头拍摄固定的主体,都可以获得动态构图效果。动态构图形式多样,其强调的是构图视觉结构变化和画面形式变化,以便给观众呈现更多的信息量。

动态构图具有以下 4 个特点。

- (1) 可以详细地表现动态人物的表情及对象的运动过程。

- (2) 被摄对象的形象往往是逐次展现,其完整的视觉形象靠视觉积累形成。
- (3) 画面中的所有造型元素,如光色、景别、角度、主体在画面中的位置、环境、空间深度等,都在变化之中。
- (4) 运动速度不同,可以表现不同的情绪和多变的画面节奏。

2.4.3 封闭式构图

封闭式构图像是一个精心设计的舞台,画面中的元素被巧妙地安排在一个有限的空间内,形成一个相对完整的视觉世界。这种构图方式注重画面的内在逻辑与完整性,通过明确的边界与视觉中心,引导观者聚焦于画面内部的故事与情感。在封闭式构图中,观者的想象力被巧妙地引导至画面所呈现的场景之中,与作品产生共鸣。图 2-38 所示为采用封闭式构图的视频画面效果。

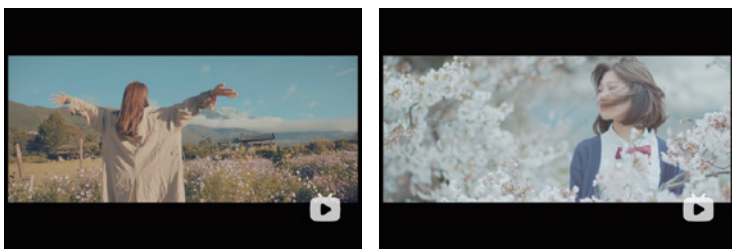


图 2-38 封闭式构图的视频画面效果

封闭式构图具有以下两个特点。

(1) 主体是一个完整体,画面内的主体独立、统一、完整,观众的视觉和心理感觉完全被限定在画框内的主体上。

(2) 注重构图的均衡性,使观众获得视觉上和心理上的稳定感。

封闭式构图适用于拍摄纪实性专题片和抒情风光片。封闭式构图也有助于塑造严肃、庄重、优美、平静、稳健等感觉色彩的人物或生活场面。

2.4.4 开放式构图

开放式构图是 unlimited 主体在画面中所处位置的一种构图形式。开放式构图不强调构图的完整性、均衡性和统一性,而是着重表现画框内的主体与画框外可能存在的人物或景物之间的联系,引导观众对画框外的空间产生联系和想象。在开放式构图中,画面不再是一个封闭的故事,而是一个开放的起点,引导观者走向更加广阔的思考与联想空间。图 2-39 所示为采用开放式构图的视频画面效果。

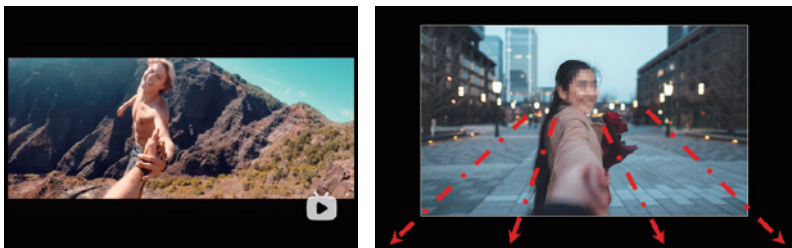


图 2-39 开放式构图的视频画面效果

开放式构图具有以下 3 个特点。

- (1) 主体往往是不完整的，表现出一种视觉独特的构图艺术。
- (2) 构图往往是不均衡的，观众可以通过想象画框外存在与画框内主体相关联的事物，来实现心理上的均衡。
- (3) 表现的重点是主体与画框外空间的联系，引导观众关注画框外的空间，引发观众思考并参与画面意义的构建。

开放式构图适用于展现以动作、情节、生活场景为主题的短视频内容。

2.5 拍摄画面的景别

景别是指在不同的拍摄距离下，被摄物体在视频画面中所占的空间比例或展示范围的不同，从而营造出各具特色的视觉感受与叙事张力。这种差异不仅影响着观众对场景细节的捕捉程度，还深刻作用于情感的传达与故事的叙述节奏，是影视语言中不可或缺的一部分。景别一般分为以下 8 类。图 2-40 所示为不同景别的示意图。



图 2-40 不同景别示意图

1. 远景

远景一般用来表现远离拍摄设备的环境全貌，展示人物及其周围广阔的空间环境。它仿佛引领观众从远方眺望，赋予画面以广阔的视野与深邃的层次，让自然界的壮丽景色或人造环境的宏大布局尽收眼底。在这样的构图下，人物虽以较小比例呈现，却成为了连接广阔背景与细腻情感的纽带，背景则自然而然地占据了画面的主导地位，营造出一种宏大的叙事氛围。

远景镜头不仅赋予画面以强烈的整体感，使观众能够领略到环境的全貌与氛围，同时也巧妙地进行留白，留给观众无限的想象空间。尽管细节之处或许因距离而略显模糊，但正是这种模糊，促使观众更加专注于整体构图的意境与情感的传达。图 2-41 所示为视频中的远景画面效果。

2. 大全景

大全景是指包含整个拍摄主体的全貌与其所处的周边环境，构建出一幅既全面又具深意的画面构图。它常被巧妙地运用于视频作品的开篇或关键转场，作为环境介绍的核心元素，引导观众瞬间穿越至故事发生的广阔舞台。

3. 全景

全景精准地捕捉了场景的全貌与人物全身动作的流畅展现，既避免了远景中因细节模糊而难以深入观察的局限，又克服了中近景视角下难以全面展示人物体态与动作完整性的不足。

在全景画面中，人物的形貌被完整呈现，与环境背景自然融合，形成了视觉上的和谐统一。全景画面不仅使观众能够清晰感知到人物与人物之间、人物与环境之间的微妙关系，更在叙事、抒情，以及深入阐述人物所处环境对其性格、行为影响的层面上，发挥了独一无二的作用。图 2-42 所示为视频中的全景画面效果。



图 2-41 视频中的远景画面效果

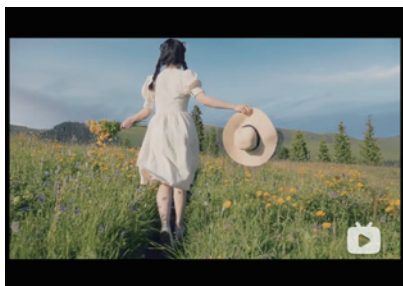


图 2-42 视频中的全景画面效果

4. 中景

当画框的下沿恰好落在拍摄对象的膝盖位置，或者画面构图聚焦于场景的一个特定局部区域时，这样的视觉呈现称为“中景画面”。

中景是叙事功能最强的一种景别。在包含对话、动作和情绪交流的场景中，中景能够游刃有余地展现人物间细腻入微的关系互动，还巧妙地融合了人物与周遭环境的和谐共生。中景的独特魅力在于，它能够深刻揭示人物的内在身份特质，精准捕捉每一个动作的精髓及其背后的动机与目的。在表现多人场景时，中景不仅能够清晰地勾勒出每位人物的神态举止，更能在方寸之间巧妙布局，揭示出人物间错综复杂的关系网络，让观众能深刻理解角色间的互动与冲突。图 2-43 所示为视频中的中景画面效果。

5. 半身

如果希望在画面中深刻挖掘并展现人物的内心世界与丰富情感，半身景别无疑是一个精妙的选择。半身构图经过精心设定，画面底部巧妙延伸至人物的腰部稍上方，同时，头部上方亦留有恰到好处的空间，以营造一种既聚焦又不失呼吸感的视觉体验。半身也可以称为“中近景”。图 2-44 所示为视频中的半身画面效果。



图 2-43 视频中的中景画面效果



图 2-44 视频中的半身画面效果

6. 近景

将镜头聚焦于人物胸部以上的区域，或是物体的某一精选局部，这样的画面构图便构成了近景。近景实现了对人物或物体近距离、高清晰度的审视，使得人物的每一个微妙动作都能被捕捉下来。

在近景镜头下，人物的面部表情成为了叙述故事、传递情感的关键所在。每一丝眼神的流转、每一次唇角的轻扬或紧抿，都被无限放大，成为解读人物内心世界、塑造其鲜明个性的有力工具。图 2-45 所示为视频中的近景画面效果。

7. 特写

当画框的底部精确地对准人物的肩部之上，或是将视角聚焦于被摄对象的某一极具代表性的微小细节，此刻所捕捉的画面便被誉为特写镜头。特写镜头中，被拍摄对象充满画面，比近景更加接近观众。

特写画面视角最小，视距最近，画面细节最突出，所以能够最好地表现对象的线条、质感、色彩等特征。特写画面是对物体的局部放大，并且在画面中只呈现这个单一的物体形态，所以使观众不得不把视觉集中，近距离仔细观察。特写有利于细致地对景物进行表现，也更易于被观众重视和接受。图 2-46 所示为视频中的特定镜头画面效果。



图 2-45 视频中的近景画面效果

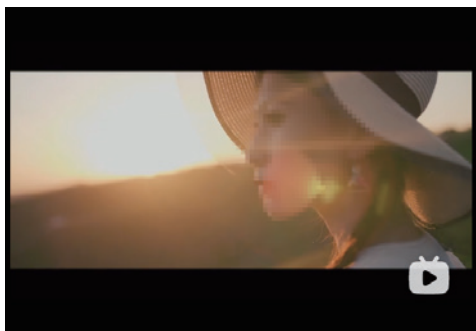


图 2-46 视频中的特写镜头画面效果

8. 大特写

大特写仅仅在画框中包含人物面部的局部，或突出某一拍摄对象的局部。当一个人的头部完全充盈整个屏幕时，称之为特写镜头；而若镜头更进一步，无限地逼近，直至人物的眼眸成为画面的绝对主宰，这样的镜头便升华为大特写镜头。

大特写镜头与特写镜头在功能层面异曲同工，皆用于深刻揭示被摄主体的内在情感与特质，只不过在艺术效果上更加强烈。

2.6 本章小结

完成本章内容的学习后，读者将全面掌握短视频制作领域不可或缺的拍摄设备知识，进而能够根据自身需求与创作风格，精准挑选出最适合自己的拍摄利器。此外，读者还将深刻理解画面的构图方法、构图形式和画面景别的相关理论知识，并在短视频素材的拍摄过程中运用所学习的知识，拍摄出既富有美感又富含深意的精美短视频素材。

2.7 课后练习

完成本章内容的学习后，接下来通过课后练习，检测一下读者对本章内容的学习效果，同时加深读者对所学知识的理解。

一、选择题

1. 用手机拍摄时，可以配备专业的（ ），这样操作时可以避免因为手抖动造成的视频画面晃动等问题，适用于一些对拍摄技巧需求高的用户。

- A. 手持云台 B. 自拍杆 C. 手机支架 D. 手机外置摄像镜头

2. 短视频拍摄对于稳定设备要求非常高，以下哪种设备不属于短视频拍摄中的稳定设备？（ ）

- A. 三脚架 B. 视频云台 C. 自拍杆 D. 稳定器

3. （ ）并不算日常短视频拍摄的必备器材，但是如果想要获得更好的视频画质，是必不可少的。

- A. 拍摄设备 B. 稳定设备 C. 收声设备 D. 灯光设备

4. （ ）拍摄最大的优点在于主体突出、明确，而且画面容易达到左右平衡的效果，并且构图简练，非常适合用来表现物体的对称性。

- A. 九宫格构图 B. 中心构图 C. 三分线构图 D. 前景构图

5. （ ）精准地捕捉了场景的全貌与人物全身动作的流畅展现，避免了远景中因细节模糊而难以深入观察的局限。

- A. 远景 B. 中景 C. 近景 D. 全景

二、判断题

1. 在室内拍摄商品视频时，常常需要用到柔光箱，一般需要配备2盏灯。比较通用的布光方法是两点布光，由主灯来照亮被拍摄主体，辅灯来对暗部进行补光，（ ）

2. 在拍摄过程中，摄像机运动的速度要保持均匀，切忌时快时慢、断断续续，要保证节奏的连续性。（ ）

3. 九宫格构图中只有一个趣味中心，这个趣味中心在画面中心位置上，这样能够很好地突出视频拍摄主体。（ ）

4. 在开放式构图中，主体往往是不完整的，表现出一种视觉独特的构图艺术。（ ）

5. 全景一般用来表现远离拍摄设备的环境全貌，展示人物及其周围广阔的空间环境。（ ）

三、操作题

在短视频平台上浏览拍摄精美的短视频作品，并认真分析在短视频画面中所使用的构图方式和画面表现技巧。