



# 2023抖音短视频的底层逻辑 文案编辑

一站式短视频直播服务平台



# 课程目录

1

抖音的底层逻辑

2

短视频如何上热门

3

短视频的文案编辑

4

短视频的文案实操





# 抖音的底层逻辑

## 规律

1. 习惯
2. 变现

## 算法

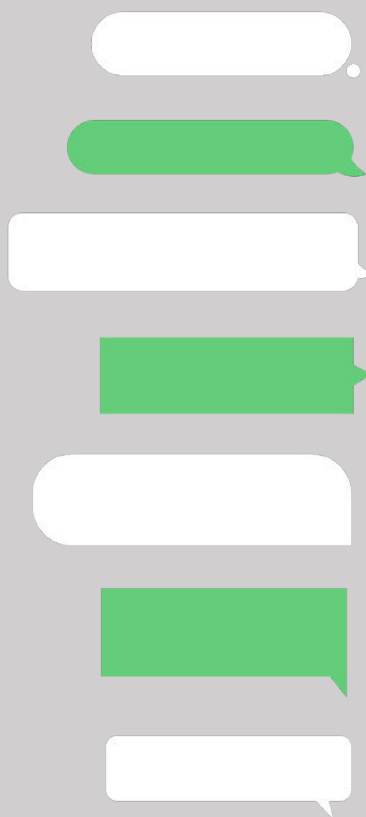
1. 赛马机制
2. 去中心化

## 内容

1. 商业定位
2. 内容创作



# 抖音的规律

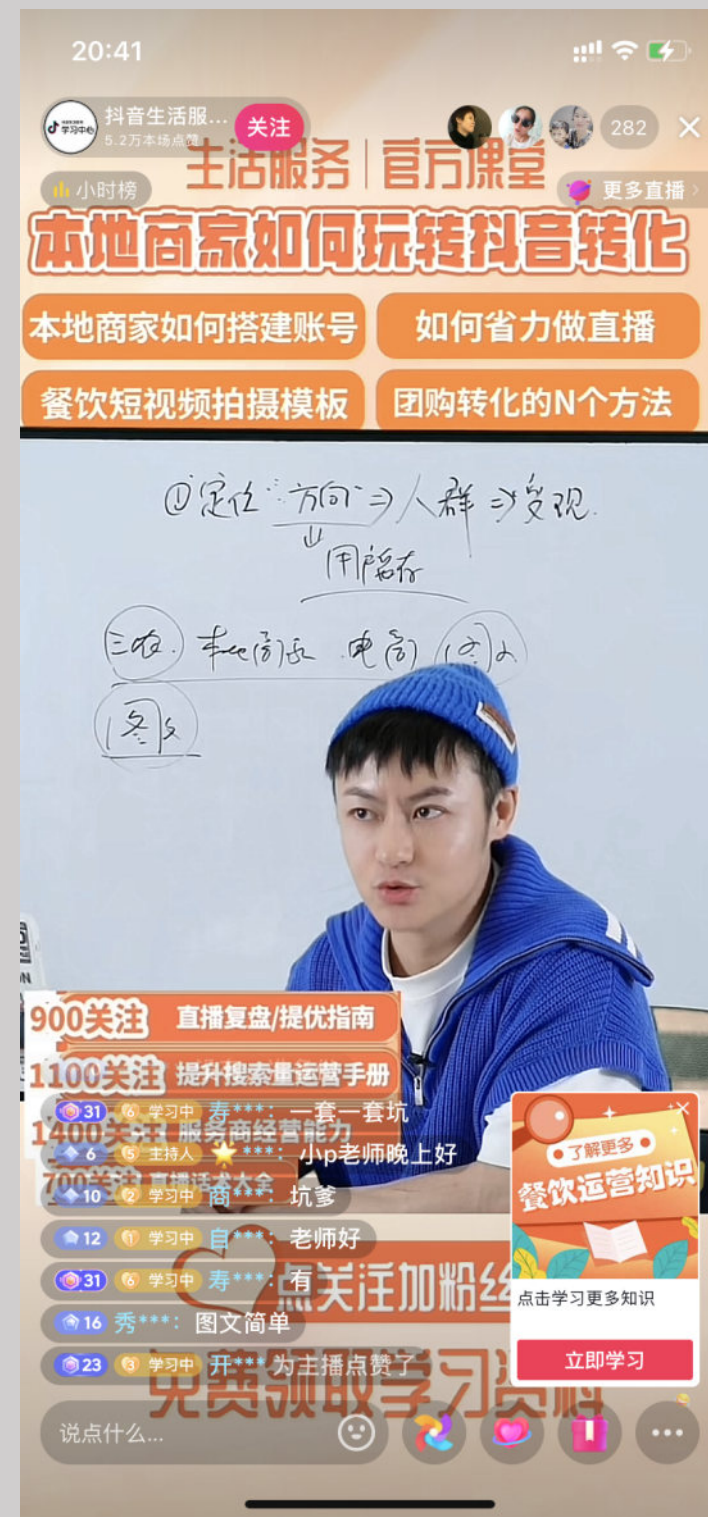


抖音每天的日活量超**8亿**





# 抖音的变现方式







# 抖音的算法机制

## 赛马机制

7-15秒作品		15-25秒作品	
完播率	65% (视频5秒完播率)	完播率	50% (视频5秒完播率)
点赞率	6% (点赞量 ÷ 播放量)	点赞率	5% (点赞量 ÷ 播放量)
赞评率	3% (评论量 ÷ 点赞量)	赞评率	2% (评论量 ÷ 点赞量)
转发率	2% (转发量 ÷ 播放量)	转发率	1% (转发量 ÷ 播放量)
关注率	2% (关注量 ÷ 播放量)	关注率	2% (关注量 ÷ 播放量)
25-40秒作品		40-60秒作品	
完播率	40% (视频5秒完播率)	完播率	35% (视频5秒完播率)
点赞率	5% (点赞量 ÷ 播放量)	点赞率	4% (点赞量 ÷ 播放量)
赞评率	2% (评论量 ÷ 点赞量)	赞评率	2% (评论量 ÷ 点赞量)
转发率	1% (转发量 ÷ 播放量)	转发率	1% (转发量 ÷ 播放量)
关注率	2% (关注量 ÷ 播放量)	关注率	1.5% (关注量 ÷ 播放量)



# 抖音的算法机制



中心化

去中心化



# 抖音的算法机制







# 抖音的内容创作

1、了解平台

2、确定变现方式

3、确定风格<sup>e</sup>.

1、常规选题

2、热点选题

3、系列选题

1、了解规则

2、了解玩法

3、玩转抖音<sup>e</sup>.

商业定位

账号搭建

确定选题

视频制作

清楚算法

坚持输出

1、对标账号

2、账号搭建四件套

写、拍、剪、导、演

至少做到日更



## 选择人设定位

准确的人设定位吸引精准粉丝群体



# 商业定位

## 确定选题

选题、话题、标题

## 内容定位

专业内容	50%	(垂直领域)
泛流量	30%	(反差、热点)
人设类	20%	(创业故事、商业思维、工作日常)





# 商业定位

选题

中心思想

话题

热点信息

标题

选题+标题=总结



## 选题举例

产品	选题	话题	标题
蚊香	无毒无害	明星都爱用的国货蚊香	明星都在用的国货蚊香推荐-华力蚊香



# 账号搭建

## 账号装修

- 头像 → 真人头像、企业LOGO、企业简称等
- 名称 → 突出领域：XXX生活馆、XXX旗舰店
- 头图 → 关键信息、品牌slogan、广告语等
- 简介 → 用户产生兴趣、获得什么?、关注

公式：我是谁+我的产品/服务+品牌背书+直播时间







## 短视频怎么上热门



# 短视频怎么上热门

了解平台想要什么（用户的时间）

短视频的核心本质：利他

用户决定你的视频是否上热门

人工审核决定你的视频是否能上热门

带着问题去看视频

短视频三要素（画面、文案、音乐）



# 短视频怎么上热门

## 视频上热门的核心指标

点赞（认同、实用价值、情感共鸣）

评论（悬念、争议、喷子、发自内心的想法）

转发（塑造自我形象、收藏有价值的内容、转发给身边的人）

完播率（不断吸引用户看完你的视频、好奇心、共情）

关注（持续获得价值）





什么是优质短视频文案

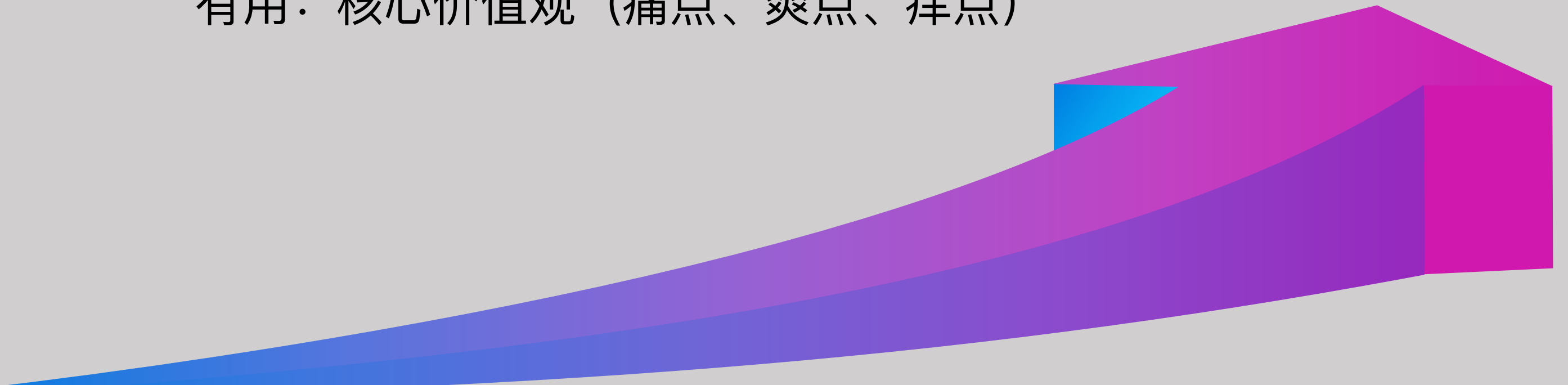


# 什么是优质文案

共鸣：选题（用户按兴趣的内容）  
信息（案例、观点、情绪、价值观）

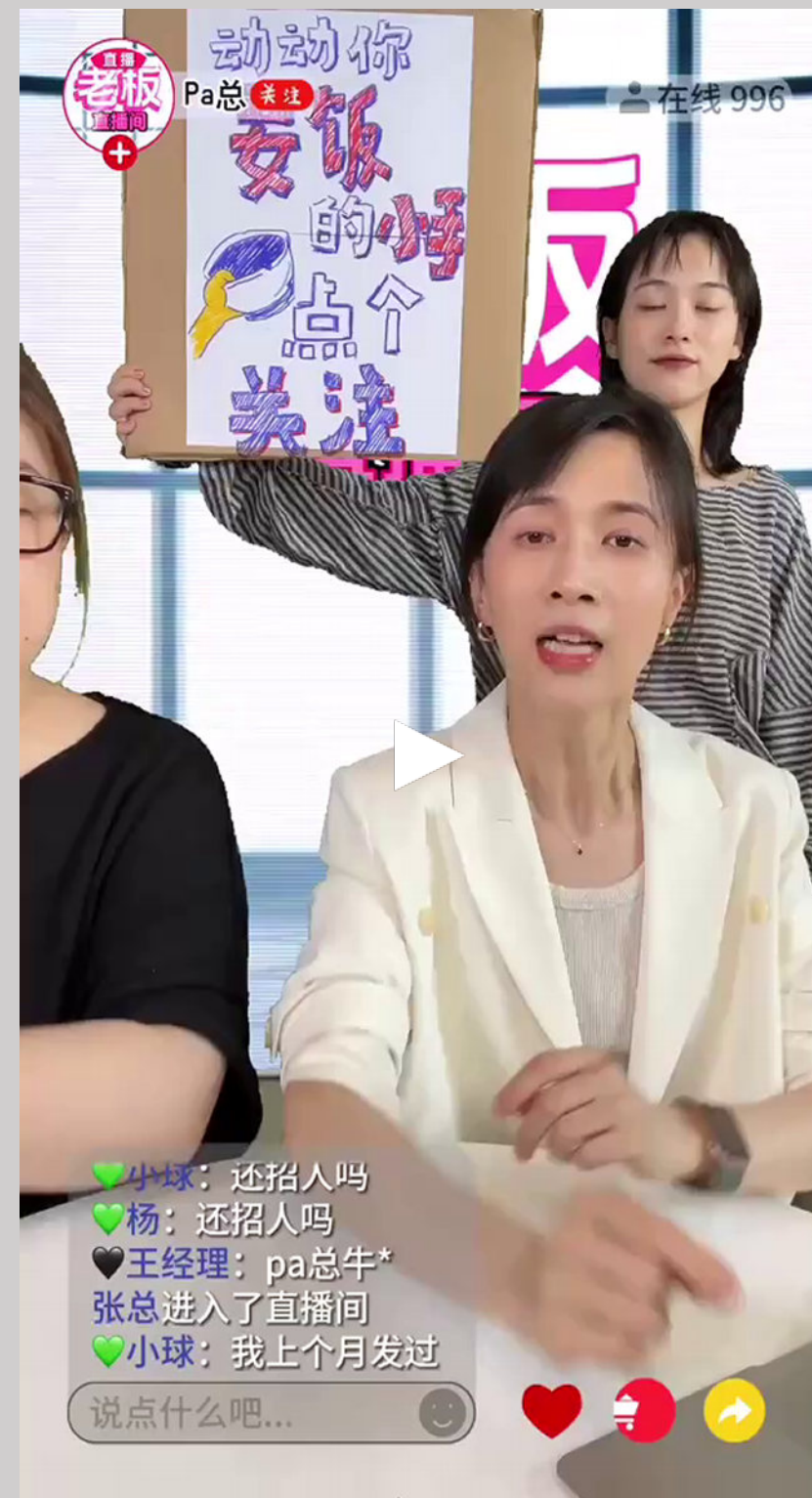
有趣：文案、结构、呈现

有用：核心价值观（痛点、爽点、痒点）





# 优势文案视频案例







# 认识文案的类型

标题文案

简单概述整篇视频的核心价值

封面文案

视频关键词，精简概要  
吸引浏览者的眼球

视频文案

时间、地点、场景、人物  
对白、动作、情绪

## 短视频的基础构成

标题文案



视频文案

- 1、睡再多还是觉得累
- 2、稍微动一动满头虚汗
- 3、易燥易怒脾气差
- 4、总是力不从心，精力不足

封面文案





# 短视频文案编写技巧

口播文案：钩子、问句、槽点开头

200字的共情叙述

30字的结尾总结

用最少的字说清楚需要表达的内容







# 短视频文案编写技巧

宣传文案：视频画面搭配讲解

突出表达重点、产品特点

注意：规避违禁词





# 短视频文案编写技巧

对话文案：匹配人物、场景、主题编写对话

要求：有槽点、爆点、共情点等





# 短视频的作用是什么？

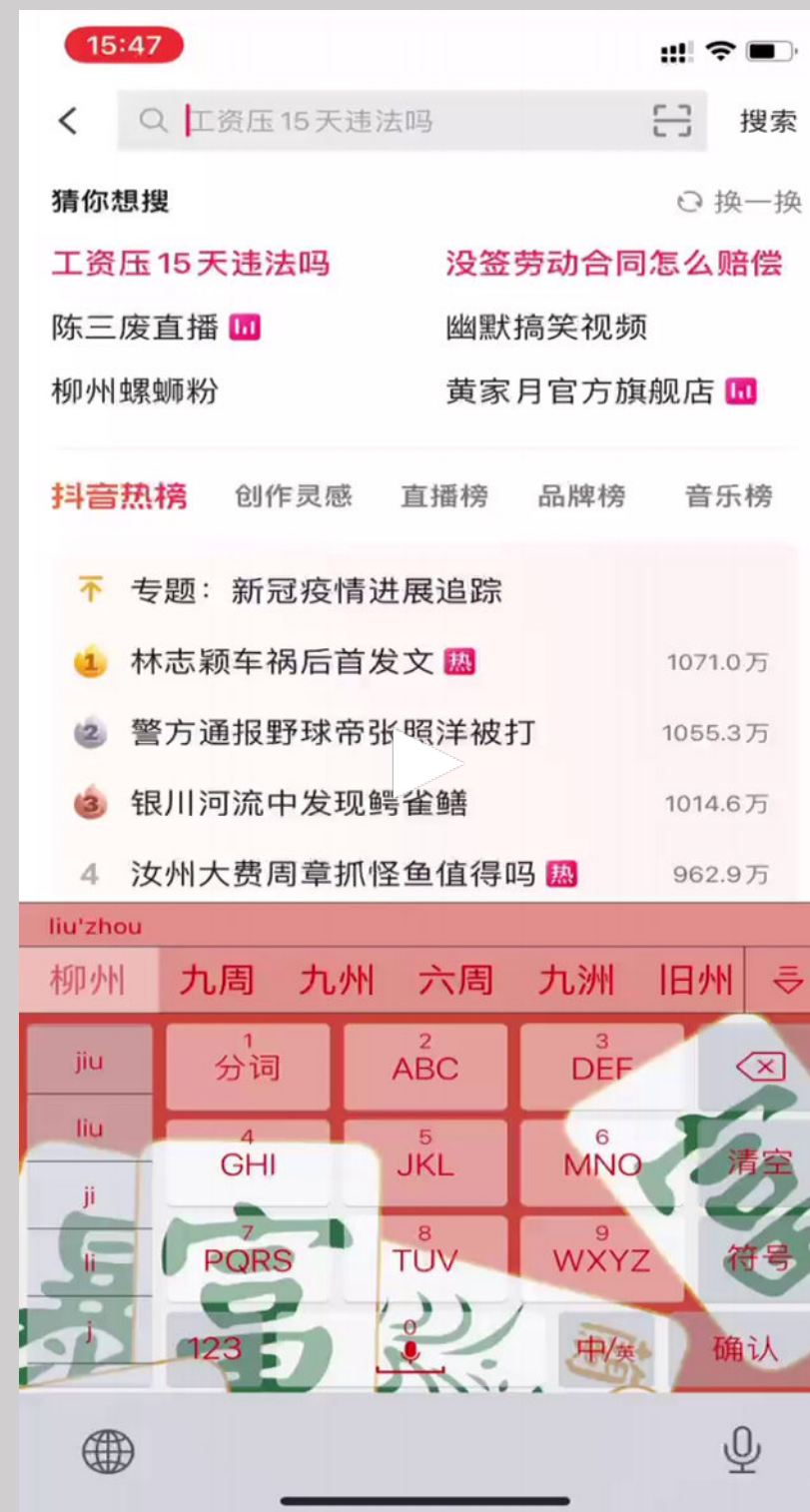
- 一 如果以带货为目的，短视频则为直播服务
- 二 如果以流量为目的，短视频则以思想表现为核心



# 对标账号学习

## 怎么找对标账号？

- 第一步 确定账号定位的关键词**  
美食推荐 (柳州美食 柳州景点 柳州吃喝玩乐等)
- 第二步 在搜索框输入城市+关键词**  
柳州特产 柳州风景 柳州XXX
- 第三步 点击视频标签**  
(一周内 点赞最多)
- 第四步 找到和自己账号定位一致，产品和内容相符**  
粉丝数少，但播放量高
- 第五步 点击账号主页，浏览账号基础信息，拆解分析对标账号**





# 文案编辑

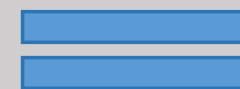
A	B	C
D	E 用户标签	F
G	H	I

1	2	3
4	5 产品特点	6
7	8	9

用户标签



产品特点



可创作的选题





# 文案编辑

A居家	B偶像	C美食
D育婴	E <b>用户标签</b>	F星座
G鸡汤	H户外	I明星

1无味无毒	2老品牌	3 <b>安全有效</b>
4实力派	5 <b>产品特点</b>	6微烟不呛
7整夜安睡	8严格控品	9居家守护

## 组合1:

A+3=居家+安全有效: 居家蚊香推荐, 超市同款, 安全有效



# 文案实操

A吃货	B孕妇	C旅游
D白领	E <b>用户标签</b>	F学校
G露营	H聚会	I烧烤

1脆	2爽口	3辣
4特产	5 <b>产品特点</b>	6口感
7解腻	8开胃	9提神

用户标签



产品特点



可创作的选题



## 剪辑的步骤

- 1、选择素材
- 2、分割废片段
- 3、加速
- 4、转场
- 5、调节、滤镜、美颜
- 6、比例、背景
- 7、特效、贴纸
- 8、音乐、音效
- 9、文本
- 10、导出 (1080P 60帧)



感谢聆听!