

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

从 0 到 1 成为新媒体内容创作与运营

第 6 章 短视频与直播内容创作

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 6.1 短视频创作全流程
- 6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计
- 6.3 拍摄技巧与设备选择
- 6.4 剪辑工具与后期制作
- 6.5 直播内容策划与执行
- 6.6 AI 辅助视频创作工作流

- 掌握 6.1 短视频创作全流程的核心概念与方法
- 掌握 6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计的核心概念与方法
- 掌握 6.3 拍摄技巧与设备选择的核心概念与方法
- 掌握 6.4 剪辑工具与后期制作的核心概念与方法
- 能够结合文旅实际案例分析本章知识的应用场景

01

6.1 短视频创作全流程

6.1 短视频创作全流程

- 短视频已成为新媒体内容消费的绝对主流形态。从创作流程来看，一条优质短视频的诞生需要经过策划、拍摄、剪辑、发布四个核心环节，每个环节都有其专业方法论。
- 策划环节是短视频创作的 " 设计阶段 "，产出物是一条完整的脚本。策划需要明确五个要素：选题方向（讲什么）、目标受众（给谁看）、核心信息（传递什么价值）、叙事结构（怎么讲）、视觉风格（怎么呈现）。

6.1 短视频创作全流程

- 策划阶段的质量直接决定了后续环节的效率——没有清晰脚本的拍摄往往事倍功半 [1] 。
- 拍摄环节是将脚本转化为视觉素材的过程。拍摄前需要准备拍摄清单（ Shot List ）——列出所有需要拍摄的镜头及其顺序，确保拍摄过程高效有序。

6.1 短视频创作全流程

- 拍摄时应遵循 " 多拍少选 " 原则——每个场景从不同角度、不同景别多拍几条，为后期剪辑提供充足的素材选择。
- 剪辑环节是短视频创作的 " 二次创作 " 阶段。剪辑不仅仅是拼接素材，更是在原始素材基础上进行叙事节奏、情感张力和视觉效果的再创造。

6.1 短视频创作全流程

- 剪辑的核心原则是 " 节奏紧凑 "—— 短视频的黄金法则是 " 每 3 秒一个信息点或视觉变化 "，避免出现冗长无变化的画面 [2]。
- 发布环节包括封面选择、标题撰写、话题标签添加、发布时间选择等。这些看似简单的操作实际上直接影响内容的初始推荐效果。

02

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

- 短视频脚本是创作流程中最关键的文档。本书总结的短视频脚本标准结构为 "3 秒 Hook + 15 秒 Story + 5 秒 Action" 模型，适用于 30 秒以内的短视频。
- 3 秒 Hook（钩子）：视频的前 3 秒是决定用户是否继续观看的关键窗口。

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

- 有效的 Hook 设计包括：视觉冲击型（突然出现的画面、强烈的色彩对比）、悬念型（"你绝对想不到..."）、利益型（"这个方法帮你省下..."）、冲突型（"所有人都说 XX，但我想说..."）和情感型（直接展示一个引发强烈情感反应的画面） [3]。

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

- 15 秒 Story（故事）：在 Hook 之后，用 15-20 秒的时间展开核心内容。这一部分需要遵循 " 一个视频一个核心信息 " 的原则——不要试图在一条短视频中塞入多个要点。
- Story 部分的叙事应紧凑有力，每 3-5 秒推进一个信息层次。

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

- 5 秒 Action（行动）：视频结尾的 5 秒用于引导用户行动。行动号召可以是 " 点赞收藏 "" 关注看下集 "" 评论区告诉我你的看法 " 等。
- 明确的行动号召能显著提升视频的互动率，而互动率是算法推荐的核心指标之一。

6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计

- 对于 30 秒以上的中长短视频，可以采用 "Hook— 问题—方案—案例—总结— Action" 的扩展结构，在每个环节之间设置 " 小 Hook" 以维持用户的观看兴趣。

03

6.3 拍摄技巧与设备选择

6.3 拍摄技巧与设备选择

- 短视频拍摄不等于 " 专业影视制作 "。在手机拍摄性能大幅提升的当下，创作者用一部智能手机就能产出高质量的视频内容。关键在于掌握基本的拍摄技巧。
- 构图技巧：运用三分法构图（将画面分为九宫格，主体放在交叉点上）、引导线构图（利用画面中的线条引导视线）和对称构图（适用于建筑、美食等题材）。

6.3 拍摄技巧与设备选择

- 横屏拍摄时注意 16:9 画幅，竖屏拍摄时注意 9:16 画幅，确保画面填满平台展示区域 [4]。
- Guo 等学者对抖音美食博主的研究发现，视频画面的视觉呈现方式直接影响观众的兴趣激发和转化效果，俯拍、特写等构图技巧能显著提升内容的吸引力 [13]。

6.3 拍摄技巧与设备选择

- 光线技巧：光线是视频画面的 " 第一生产力 " 。自然光是最经济的选择——朝南的窗户旁在上午 10 点和下午 3 点左右能提供柔和的侧光。室内拍摄建议使用环形灯（直播和口播）或柔光箱（产品拍摄）。
- 避免在正午强光下户外拍摄，会产生过强的阴影。

6.3 拍摄技巧与设备选择

- 收音技巧：音质对短视频观感的影响不亚于画质。手机内置麦克风在安静环境下可以满足基本需求，但在嘈杂环境或需要高质量音效时，建议使用领夹麦克风或指向性麦克风。
- 创作者应养成 " 拍摄前测试收音 " 的习惯 [5] 。

04

6.4 剪辑工具与后期制作

6.4 剪辑工具与后期制作

- 短视频剪辑工具经历了从专业软件到移动应用的 " 降维普及 " 过程。当前主流的剪辑工具可分为三档：
- 移动端剪辑：剪映（CapCut）是当前最流行的移动剪辑应用，由字节跳动开发，与抖音深度集成。剪映的优势在于操作简单、模板丰富、一键生成字幕，适合快速产出短视频内容。

6.4 剪辑工具与后期制作

- 快影（快手旗下）和小影也是可选的移动剪辑工具 [6]。
- 桌面端剪辑：剪映专业版提供了更强大的剪辑功能，适合需要精细剪辑的创作者。Adobe Premiere Pro 是行业标杆级剪辑软件，功能强大但学习曲线陡峭。

6.4 剪辑工具与后期制作

- DaVinci Resolve 以强大的调色功能著称，且基础版免费，是性价比极高的选择。
- AI 辅助剪辑：近年来，AI 技术正在改变视频剪辑的工作流。剪映的 " 自动剪辑 " 功能可以根据音乐节奏自动卡点，Adobe Sensei 可以自动生成字幕和场景检测。

6.4 剪辑工具与后期制作

- 创作者应积极拥抱 AI 辅助工具，将重复性劳动交给 AI，将创造力集中于叙事和创意 [7]。
- 后期制作的核心任务包括：节奏控制——通过镜头切换的频率控制视频节奏，快节奏适合搞笑和热血内容，慢节奏适合治愈和知识内容；

6.4 剪辑工具与后期制作

- 音乐选择——背景音乐的情绪基调需要与内容主题一致，注意版权问题（推荐使用平台提供的版权音乐库）；
- 字幕处理——字幕是短视频的 " 标配 " ，很多用户在静音状态下观看视频，字幕的存在能显著提升完播率；
- 特效运用——适度使用转场特效和文字动画，但切忌过度——过多的特效会分散用户对内容本身的注意力。

05

6.5 直播内容策划与执行

6.5 直播内容策划与执行

- 直播是新媒体内容创作中实时性最强、互动性最高的形态。与短视频的 " 精心制作 " 不同，直播的魅力在于 " 即时互动 " 和 " 真实感 "。直播内容策划需要解决三个核心问题：播什么、怎么播、怎么留人。
- 播什么——直播内容类型选择。

6.5 直播内容策划与执行

- 当前主流的直播内容类型包括：电商带货直播（以销售商品为核心）、知识分享直播（以专业内容为核心）、互动娱乐直播（以才艺展示和互动为核心）和生活陪伴直播（以日常分享和情感陪伴为核心）。
- 创作者应根据自身定位和变现目标选择直播类型 [8]。Wang 等学者的研究表明，直播电商中短视频创作的艺术性对销售效果具有显著影响，精心设计的短视频引流内容能大幅提升直播间的转化率 [12]。

6.5 直播内容策划与执行

- 怎么播——直播脚本与流程设计。即使是看似随性的直播，也需要有脚本框架。
- 一份标准的直播脚本应包括：开场预热（5-10 分钟，与已进入直播间的用户互动，等待更多观众进入）、核心内容（30-60 分钟，按计划展开主要内容）、互动环节（穿插在核心内容中，回答观众提问、

6.5 直播内容策划与执行

- 进行互动游戏)、结尾引导（5-10 分钟，总结要点，引导关注和下次直播预约）。
- 怎么留人——直播间留存策略。直播间的用户停留时长是平台推荐直播间的核心指标。

6.5 直播内容策划与执行

- 提升留存的方法包括：设置悬念（"等下我会公布一个惊喜..."）、定时福利（"整点抽送礼物"）、内容节奏（每 10-15 分钟有一个小高潮）、互动参与（点名欢迎新观众、回答问题）。
- 案例：一位知识领域创作者在 B 站进行 "每周三晚 8 点读书分享" 直播。

6.5 直播内容策划与执行

- 他的直播脚本结构为：开场 5 分钟（本周阅读概览 + 互动暖场）→ 30 分钟核心分享（3 个关键观点 + 案例）→ 15 分钟互动问答→ 10 分钟下周预告 + 引导关注。
- 通过固定时间、固定结构和稳定质量，直播场均观看人数从初期的 200 人增长至稳定期的 5000 人。

6.5 直播内容策划与执行

- Ma 和 Gao 的研究进一步表明，短视频的互动行为不仅限于年轻用户，老年用户群体也展现出独特的参与模式，创作者在内容设计时应考虑不同年龄层用户的互动偏好 [14]。

06

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- AIGC 技术正在深刻改变视频创作的工作流。从选题策划到最终发布，AI 工具已经渗透到视频创作的每一个环节 [9]。
- 选题阶段：使用 ChatGPT、文心一言等大语言模型进行选题头脑风暴。输入创作领域和目标受众，让 AI 生成 20-30 个选题方向，创作者从中筛选和优化。

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- AI 生成的选题可以作为灵感参考，但最终选题仍需创作者基于专业判断和市场感觉做出决策 [10]。
- 脚本阶段： AI 可以辅助生成视频脚本的初稿。创作者提供选题方向和核心信息后， AI 能够按照 "Hook-Story-Action" 等结构生成脚本框架。

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- 但 AI 生成的脚本通常需要人工大幅修改——添加个人风格、补充专业细节、调整语言节奏。
- 拍摄阶段： AI 尚无法替代拍摄本身，但可以辅助拍摄规划。例如，使用 AI 生成故事板（Storyboard），将脚本转化为分镜画面参考。

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- 剪辑阶段：这是 AI 辅助程度最高的环节。剪映的 " 一键成片 " 功能可以根据素材自动生成视频； Adobe Premiere 的 Sensei AI 可以自动检测场景、生成字幕、进行智能调色；
- Runway ML 可以实现 AI 视频生成和视频特效。

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- 发布阶段： AI 可以辅助生成视频标题、描述文案和话题标签。创作者可以输入视频的核心内容，让 AI 生成多个标题备选方案，再进行 A/B 测试。
- 需要强调的是， AI 辅助创作不等于 "AI 替代创作 "。 Wu 等学者在 AIGC 综述研究中指出， AI 生成内容虽然在效率上具有显著优势，但在原创性、情感深度和文化洞察方面仍无法替代人类创作者 [11] 。

6.6 AI 辅助视频创作 workflow

- 创作者应将 AI 视为 " 效率工具 " 而非 " 创意替代品 " ，将 AI 节省的时间用于更有价值的创意思考和策略优化。

- ◆ 6.1 短视频创作全流程
- ◆ 6.2 短视频脚本结构与 Hook 设计
- ◆ 6.3 拍摄技巧与设备选择
- ◆ 6.4 剪辑工具与后期制作
- ◆ 6.5 直播内容策划与执行

- 1. 简述 6.1 短视频创作全流程的核心内容。
- 2. 结合贵州 / 安顺文旅实际，举例说明本章知识的应用。
- 3. 小组讨论：本章内容对旅游管理专业学习的启示。

- [1] 孙丽芳. 湖南省地市级党报短视频运营现状与策略研究 [J]. 新闻传播, 2022(4): 45-49.
- [2] Liu H. The Marketing Strategy of Popular Short Video Application—Taking TikT
- [3] 汪瑜. 基于 AISAS 模型的 "短视频 + 双 KOL" 广告营销模式研究——以 "深夜徐老师" 探访易梦玲家为例 [J]. 传媒观察, 2023(7): 66-72.
- [4] 董毅. 科技场馆抖音短视频内容创作的现状及改进策略 [J]. 新媒体研究, 2019, 5(12): 60-63.
- [5] 张雨思, 梁梁. 短视频时代广西壮锦织造工艺传播研究 [J]. 传媒观察, 2025(2): 78-84.
- [6] 冯秀彬, 吴向阳. 数智时代海昏侯文化的保护与发展策略研究 [J]. 文化产业研究, 2024(1): 55-62.

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材