

CHAPTER 01

短视频与直播：内容创业新风口

2016 年既是短视频元年，也是直播元年，这两种媒介形式都在之后的几年内获得了突飞猛进的发展，同时也创造了内容创业的新风口。如今，短视频与直播相互融合的趋势不断深化，要想在这一行业成功扎根，首先要了解这两种媒介形式各自的特征，然后找到适合自己的“路子”。本章将引领读者一起认识短视频与直播。



学习目标

- ✓ 了解短视频的特点与类型。
- ✓ 了解短视频的产业链条。
- ✓ 了解短视频与长视频的区别。
- ✓ 了解主流短视频平台。
- ✓ 了解直播与短视频的区别和融合特征。
- ✓ 了解直播风险及其防范措施。

1.1 究竟什么是短视频

短视频是一种视频长度以“秒”计数，主要依托于移动智能终端实现快速拍摄和编辑，可以在社交媒体平台实时分享与无缝对接的一种新型视频形式。

1.1.1 短视频的特点



生产流程简单化，制作门槛低



快餐化和碎片化



内容个性化和多元化



社交属性强

1.1.2 短视频的类型



搞笑类

- ◆ 情景剧
- ◆ 脱口秀

1.1.2 短视频的类型



搞笑类



文艺清新类



访谈类



才艺展示类



电影解说类



实用技能类



时尚美妆类

- ◆ PPT类短视频
- ◆ 讲解类短视频
- ◆ 动作演示类短视频
- ◆ 动画类短视频

1.1.2 短视频的类型



搞笑类



文艺清新类



访谈类



才艺展示类



电影解说类



实用技能类



时尚美妆类



正能量类

1.1.3 短视频的产业链条



内容生产端

- ◆ 用户原创内容 (User Generated Content, UGC)
- ◆ 专业生产内容 (Professional Generated Content, PGC)
- ◆ 专业用户生产内容 (Professional User Generated Content, PUGC)



内容分发端

内容分发端各类型平台的代表应用与特征

平台类型	代表应用	特 征
内嵌短视频的综合平台	微信、微博、百度和今日头条	主要是社交平台或资讯平台，自身用户体量巨大
垂直短视频平台	抖音、快手、美拍、西瓜视频	内容丰富多样，侧重算法推荐
传统视频平台	爱奇艺、腾讯视频和优酷视频	已有大量的视频用户，起点高

1.1.3 短视频的产业链条

短视频行业的产业链 **特征** 如下：

01

短视频行业主体呈“金字塔”形态。

02

MCN 商业模式的崛起，帮助各创作主体实现高效沟通。

03

短视频平台发展细分化和专业化。

1.1.4 短视频与长视频的区别



内容生产

- 与长视频相比，短视频的生产成本、生产人群、生产工具、产出的丰富性都要远远优于长视频



内容消费

- 用户观看短视频的场景变得十分丰富
- 用户观看视频的思维方式也在悄然地发生变化



内容分发

- 短视频通过关系分发、算法分发的效率会高于长视频的中心化分发的效率



内容感染度

- 在内容感染度方面，短视频与长视频相比要逊色得多，因为长视频重在“营造世界”，而短视频重在“记录当下”

1.1.5 短视频平台



抖音



快手



西瓜视频



微信视频号

1.1.5 短视频平台



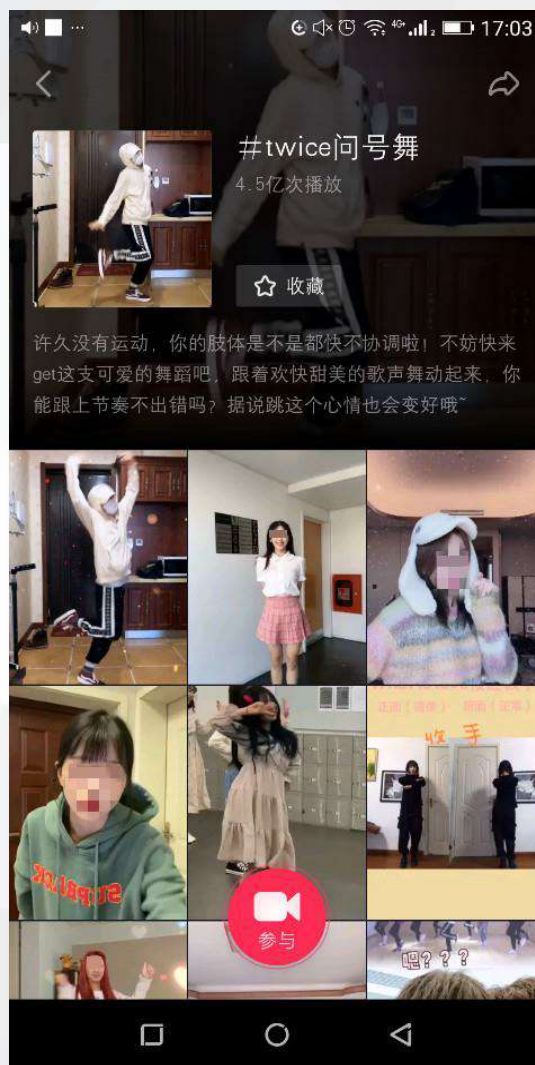
抖音

抖音隶属于北京字节跳动科技有限公司，最开始是一款音乐创意短视频社交软件，上线于2016年9月，其主要用户群体为年轻人群。用户可以通过该平台选择歌曲，拍摄音乐短视频。2017年3月13日，某相声演员在微博上转发了一条其模仿者的短视频，短视频上有抖音Logo，第二天抖音的“百度指数”就上升了2000多。截至2020年1月5日，抖音日活跃用户数已经突破4亿，成为中国最大的短视频平台。

三类用户的特点和目标

用户类型	特 点	目 标
内容生产者	专业度高，花精力运营粉丝和社群	打造个人品牌和商业矩阵
内容次生产者	喜欢模仿，渴望表达	满足表达欲，增加知名度
内容消费者	表达意愿低	在碎片化时间娱乐消遣

1.1.5 短视频平台



抖音视频标签

1.1.5 短视频平台



快手

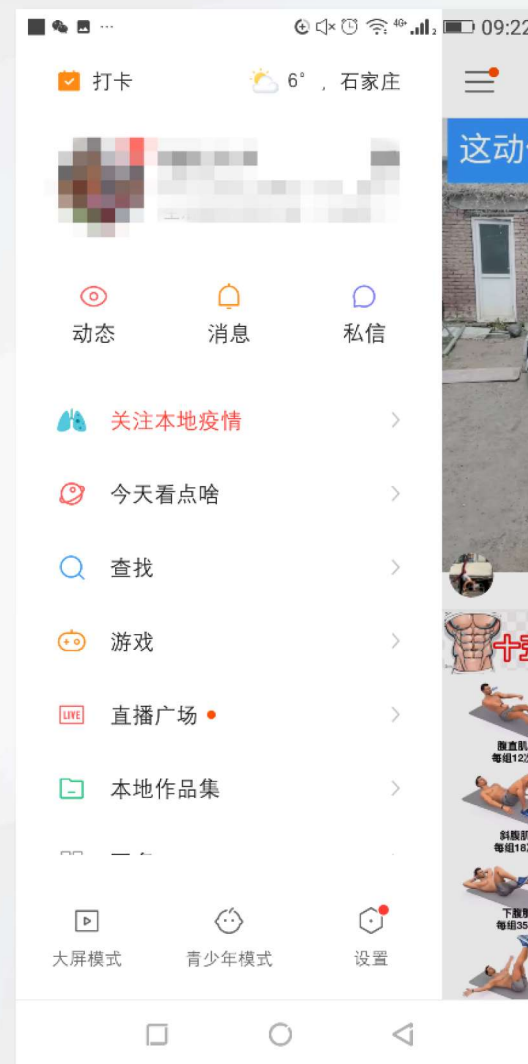
快手是北京快手科技有限公司旗下的短视频软件，其前身是GIF快手，创建于2011年3月，是用于制作和分享GIF图片的一款手机应用。2012年11月，快手从纯粹的工具应用转型为短视频社区，定位是记录和分享用户生活的平台；2014年11月，正式更名为快手。截至2020年年初，快手日活跃用户数突破3亿。

快手主要面向三四线城市以及广大农村用户群体，为这些“草根”群体提供了一个直接展示自我的平台，因此在快手上占据主导地位的不是明星和KOL，也不是影响力巨大的“网红”，而是普通的“草根”。

1.1.5 短视频平台



快手



快手的页面设计

1.1.5 短视频平台



西瓜视频

西瓜视频是北京字节跳动科技有限公司旗下的个性化推荐短视频平台，由今日头条孵化而来。2016年5月，西瓜视频的前身头条视频正式上线，通过投巨资扶持短视频创作者，经过一年的发展，其用户数量就突破1亿，并在2017年6月8日正式升级为西瓜视频。2018年2月，西瓜视频累计用户数超过3亿，用户日均使用时长超过70分钟，视频日均播放量超过40亿次。

西瓜视频可以说是视频版的今日头条，拥有众多垂直分类，专业程度较高。在西瓜视频上，95%以上的内容属于职业生产内容（Occupationally Generated Content, OGC）和PGC。该平台采用人工智能技术精准匹配内容与用户兴趣，致力于成为“最懂你”的短视频平台。



“推荐”中的视频

1.1.5 短视频平台



西瓜视频

西瓜视频还拥有巨大的影视和综艺短视频资源，这些资源主要分为以下三类。

- ◆ 用户发布的剪辑视频。
- ◆ 西瓜视频自制的影视和综艺节目。



西瓜视频推出的“放映厅”

1.1.5 短视频平台



西瓜视频

西瓜视频还拥有巨大的影视和综艺短视频资源，这些资源主要分为以下三类。

- ◆ 用户发布的剪辑视频。
- ◆ 西瓜视频自制的影视和综艺节目。
- ◆ 第三方影视和综艺作品宣发。

1.1.5 短视频平台



微信视频号

微信视频号是继微信公众号、小程序后又一款微信生态产品。现如今腾讯在短视频越来越受到用户的欢迎的背景下推出微信视频号，就是想要解决腾讯在短视频领域的短板，借助微信生态的巨大力量突围短视频。

在之前的微信生态下，用户也可以在微信朋友圈发布短视频，但仅限于用户的朋友圈好友观看，属于私域流量，而微信视频号则意味着微信平台打通了微信生态的社交公域流量，将短视频的扩散形式改为“朋友圈+微信群+个人微信号”的方式，放开了传播限制，让更多的用户可以看到短视频，形成新的流量传播渠道。

微信视频号虽然在短视频市场中失去了时间上的优势，但依托于微信公众号在内容生态中不可替代的优势，坐拥超过11亿活跃用户的微信，依然是短视频市场的巨大变量。

1.2

如此火爆的直播是什么

“直播”一词由来已久，在传统媒体平台就已经出现了基于电视或广播的现场直播形式，如晚会直播、体育比赛直播、新闻直播等。而随着互联网的发展，尤其是智能手机的普及和4G/5G网络的发展，直播的概念已经有了新的延伸，越来越多的基于互联网的直播形式开始出现。

网络直播是指用户在手机或计算机上安装直播软件，利用摄像头进行实时拍摄和呈现，其他用户可以在相应的直播平台直接观看和互动。

1.2.1 直播的特点



内容维度

- ◆ 娱乐化
- ◆ 多样化
- ◆ 主播明星化
- ◆ 商业化
- ◆ 发展“直播+”模式



传播维度

- ◆ 时间碎片化
- ◆ 持续性
- ◆ 即时互动性
- ◆ 形成了弹幕文化
- ◆ 分享便捷
- ◆ 马太效应

1.2.2 直播平台的常见类型



综合类直播平台



秀场类直播平台



商务类直播平台



教育类直播平台

1.2.3 直播与短视频

如今网络直播行业和短视频行业逐渐形成**相互融合**的趋势
直播与短视频的融合具有以下**优势**:



时间和内容上取长补短



功能上取长补短

1.2.3 直播与短视频

两者的融合也形成了两种模式，即 **“短视频+直播”** 和 **“直播+短视频”**，其区别体现在以下几个方面：

01

核心业务不同

02

应用设计不同

03

盈利方式不同

1.2.4 直播面临的风险及防范

直播面临的**风险**主要有以下几类：



隐私风险



版权风险



责任风险

1.2.4 直播面临的风险及防范

若要**防范网络直播风险**，可以从以下三个方面来入手：

01

直播平台

02

网络主播

03

直播观众

课后习题



1. 简述短视频的特点。



2. 简述短视频内容生产方式。



3. 论述短视频与长视频的区别。



4. 论述短视频与直播的融合优势。

