

# 短视频创业风险 分析报告



成员： 殷海燕

成员： 李佳音

成员： 杨敏

成员： 熊倩瑶

成员： 肖艺杰

# 目 录

<b>一、痛点分析</b>	<b>3</b>
(一) 供需驱动分析	错误! 未定义书签。
(二) 效率与质量驱动分析	错误! 未定义书签。
(三) 总结	错误! 未定义书签。
<b>二、产品介绍</b>	<b>3</b>
(一) 项目背景	错误! 未定义书签。
(二) 项目概述	错误! 未定义书签。
(三) 项目目标	错误! 未定义书签。
<b>三、资源分析</b>	<b>10</b>
(一) 创业比赛资源	错误! 未定义书签。
(二) 账号资源	11
(三) 校友导师资源	11
(四) 项目组织资源	11
(五) 资金资源	13
(六) 营销资源	15
(七) 团队资源	17
<b>四、运营状况数据</b>	<b>19</b>
(一) 项目概况	19
(二) 视频数据分析	20
(三) 平台数据分析	22
<b>五、团队成员分工</b>	<b>3</b>
<b>六、创业风险分析</b>	<b>23</b>
(一) 作品风险与防范	23
(二) 财务风险与防范	24
(三) 营销风险与防范	24
(四) 团队风险与防范	25
<b>七、创业收获</b>	<b>28</b>
(一) 殷海燕创业心得	28
(二) 杨敏创业心得	30
(三) 李佳音创业心得	32
(四) 熊倩瑶创业心得	32
(五) 肖艺杰创业心得	34

# 一、项目介绍

## (一) 产品介绍

### 1. 项目背景

当今社会，法律在人们的日常生活中起着重要的作用，涉及到各个方面，包括但不限于消费者权益保护、劳动合同纠纷、租房问题、婚姻家庭纠纷等。然而，由于法律知识的普及不足和复杂性，很多人对于法律的理解和运用仍然存在一定的困惑和障碍。

**(1) 法律知识普及的重要性:**法律作为一种规范行为的工具，对于社会的正常运行和个人的权益保护起着至关重要的作用。然而，许多人对于法律的了解和掌握程度仍然较低，缺乏基本的法律知识。这导致了很多人在面临法律问题时不知所措，无法有效维护自己的权益。因此，普法视频项目的出现是为了提高公众对法律知识的普及度，让更多人了解并正确运用法律。

**(2) 视频传播的广泛性和易于接受性:**视频作为一种流行的媒介形式，具有传播范围广、信息传递速度快、内容易于理解等特点。通过制作普法视频，可以将法律知识以生动形象的方式展示给观众，提高知识的吸收度和理解度。视频可以通过互联网平台、社交媒体等渠道进行传播，覆盖范围较广，观众可以随时随地通过手机、平板电脑等设备观看。

**(3) 法律知识普及的不足:**尽管法律对于社会的正常运行至关重要，但普通民众对于法律的了解和掌握程度仍然有待提高。部分原因

是法律知识复杂且晦涩难懂，很多人对于法律术语和法律程序不熟悉。普法视频项目可以通过简明易懂的语言和图像，将复杂的法律知识转化为易于理解的内容，帮助观众更好地掌握法律知识。

**(4) 移动互联网的普及:**随着移动互联网的普及和智能手机的普遍使用，人们越来越习惯通过视频来获取信息和娱乐。普法视频项目可以充分利用移动互联网的渠道，将法律知识传递给更多人。观众可以根据自己的时间和地点的限制，随时随地通过手机观看普法视频，提高法律知识的获取效率和便捷性。

## **2. 项目概述**

### **(1) 产品介绍：普法类短视频**

本项目名为“生活中的那些法事儿”，旨在以近期社会热点话题或生活中常见的纠纷焦点为主题，通过深入浅出的方式，以相关法律基础知识为支撑，结合亲身经历与深刻理解，为大众提供事件的分析与解读。我们的目标是让广大人民群众更加深入了解法律，并能够运用法律维护自身合法权益。使法律观念真正接地气、深入人心，同时希望让每个人都能够成为法律的有力守护者，让法律的普及和运用成为社会的共识。

### **(2) 项目基本内容：**

**制作短视频：**通过精心策划和制作短视频，以生动形象的方式解释和解读法律知识。视频内容可以包括法律概念、法律程序、法律权益保护、法律案例等，覆盖面广泛，内容丰富。

**多样化的主题：**针对不同的法律问题和社会热点事件，制作相应

的短视频，以案例分析和解读的方式向公众传递法律知识。主题可以涉及消费者权益保护、劳动合同纠纷、租房问题、婚姻家庭纠纷等。

**平台传播：**通过各种互联网平台，如视频网站、社交媒体等，将制作的普法短视频进行传播，覆盖范围广，观众可以随时随地通过手机、平板电脑等设备观看。

**互动交流：**为了增加观众的参与度和互动性，可以设置评论区、在线问答等互动功能，让观众可以提出问题、分享经验，与其他观众和专业人士进行交流和讨论。

### **（3）项目优势：**

**实用性：**项目以近期社会热点话题或生活中常见的纠纷焦点为主题，这些话题和纠纷往往是人们关注和面临的实际问题。通过分析和解读，帮助大众了解相关法律知识并提供解决方案，具有很强的实用性。

**亲身经历与深刻理解：**项目结合亲身经历与深刻理解，这种方式能够使法律知识更加贴近生活，更容易被人们接受和理解。通过分享亲身经历，项目能够给人们带来更强的共鸣和启发。

**深入浅出的方式：**项目采用深入浅出的方式向大众传达法律知识，避免使用过多专业术语和复杂的法律概念，使法律知识更易于理解和掌握。这样能够让更多的人受益并参与到法律的普及和运用中来。

**社会影响力：**通过提供事件的分析与解读，项目能够帮助大众更好地了解法律并维护自身权益。这不仅有助于提高个人法律意识，也能够对整个社会的法治意识产生积极的影响，促进公平正义的实现。

#### （4）项目目标：

**提高公众的法律意识：**通过制作短视频，向大众传递法律知识，帮助他们了解法律的基本概念、原则和适用范围，以及法律对个人和社会的重要性。

**普及法律知识：**通过简明易懂的方式解释和解读法律条文和法律案例，帮助大众理解法律的具体应用和实践，提高他们的法律素养和应对法律问题的能力。

**强化法治观念：**通过展示法律在社会生活中的重要作用和影响，加强公众对于法治观念的认同和支持，提倡守法守规、公正公平的行为准则。

**促进社会公平正义：**通过普法短视频的传播，引导公众了解和关注社会热点事件中的法律问题，推动公众参与到法律问题的讨论和解决过程中，维护自身权益，促进社会的公平正义。

## （二）痛点分析

### 1. 供需驱动分析

#### （1）法律类短视频存在市场红利期

法律类短视频市场尚未达到饱和，目前还处于持续发展阶段，存在一定的市场红利期。引入产品生命周期的概念，如果将法律类短视频的发展阶段分阶段描述，如图 1 所示，分别是引入期，成长期。成熟期，衰退期。导入期是法律类短视频市场上还未存在这一类的视频，有商家将该类短视频做出来投放到市场上，该类短视频对于用户来说

是陌生的，而实际用户又存在该类视频需求，用户处于慢慢接触该类视频，对于视频创作者而言，也是处于慢慢与用户接触阶段。生活化法律科普在该阶段市场供给少，用户需求量大，供需存在差距，即使在这种情况下短视频风格相对没有那么稳定完善，但用户因为没有选择，就会去慢慢接触这些短视频，也留给我们一定时间去打磨完善视频，抓住市场红利。成长期时，市场上受众接受程度较高，并且用户对视频的具体风格和内容有一定的想法，对视频提供什么样的内容存在一定的认识，用户会希望视频去进行一个主动的改进。作为视频创作者，也要根据用户需求去慢慢改进，增加视频种类，迎合用户需求。同时在此阶段，其他竞争者也看到了初期的部分视频内容得到一定的市场红利，也慢慢进入该类市场。

目前生活化法律科普视频正处于引入期向成长期过度阶段，抓住市场红利，积极合法进入市场，抓住潜在用户，能为我们带来巨大的市场红利。

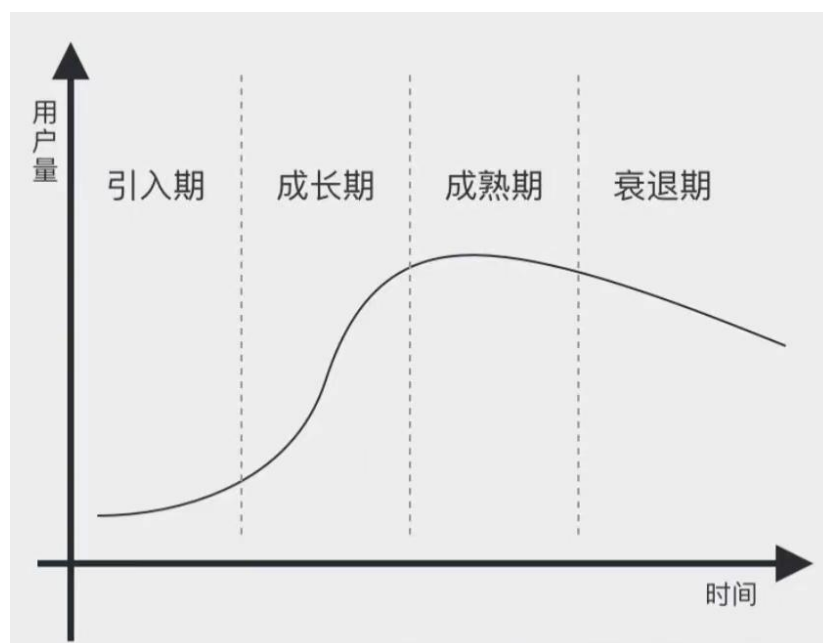


图 1 产品生命周期图

## **(2) 生活化法律科普视频较少，存在供给优势**

目前生活化科普法律类的短视频较少，视频用户处于发掘状态，平台目前对这一类视频存在一定空缺，用户存在对该类短视频的市场需求，在该阶段如果积极把握市场，挖掘用户画像，提升视频质量，持续输出相对流量大且风格稳定的视频，能对提升用户粘性，吸引用户关注和增加浏览量，有一定帮助。且由于目前短视频市场存在对该类短视频的市场空缺，出于希望为各领域快速树立头部博主的需求，会积极增加流量去倾斜推荐我们的视频。因此，在平台和用户需求共同的作用下，能为我们在初期较快吸引流量，加强我们的账号权重和用户基数。

## **(3) 生活化法律科普视频用户需求高**

用户目前处于已经知道各平台法律视频的存在，关注一些视频质量高，风格独特的法律类视频博主。在碰到与法律相关的问题，也会主动在各个平台进行检索。视频创作者也会在创作视频过程中收到用户对视频的反馈，以及提供视频思路。用户提供的视频思路如果是属于一个较大的板块，那么可以反映出用户在对视频检索的过程中尚未得到一个满意的结果。所以用户的实际需求和市场上法律视频的数量和种类，存在一定落差。

# **2. 效率与质量驱动分析**

## **(1) 视频质量较低**

通过观察近几年的法律视频，部分法律类短视频博主积极模仿其他法律类短视频博主的成功经验，推出的视频内容风格重复性较高，



难以达到预期效果，整体视频质量相对其他领域其他平类的视频较差。引入美食类短视频举例子，美食类短视频出现超能力作美食的创新，数码测评上出现高科技，与这些视频作对比，法律类短视频和其他平类相比有一定的创新空间

## **（2）视频形式和输出存在提升空间**

目前的法律类视频的主要内容大致可以分为两个部分，一个是短知识类型的内容（如 1-2 分钟内回答一个问题），另一个与时事热点相关的一个内容，这两类内容大部分采用口播的形式，即人对镜头输出内容，或者是播放视频，博主读稿配音。法律类短视频的展示形式提升空间较大。

## **（3）视频内容难以普及**

短知识类短视频受市场限制，没有办法在短时间内去讲清楚一个问题，难以在实际生活中较好的帮助用户。并且在这个过程中，法律类博主或许处于流量的需要，或许处于博取用户关注的需要，往往会输出一些误导性或者打擦边球的视频内容。同时用户由于没有辨别能力，长此以往，可能会对整体视频存在不信任感

时事热点部分的法律科普视频，存在一定流量，该类短视频的用户实际诉求可能大部分集中于新闻本身，这可能导致法律人主要输出的法律推导以及法律知识部分关注低。且该类视频时效性强，在事件结束后，播放量存在一个断崖式下跌的可能，在之后一段时间视频的实际效用较少。

而对于真正需求法律类科普视频的部分用户来说，目前法律视频

市场缺乏较好的视频内容。

### **3. 总结**

通过对现阶段国内法律类科普市场分析可知，生活化法律科普视频具有一定的市场容积。随着人民生活水平的提高，会产生更多的法律需求，在日常生活中也会遇到各种各样与法律相关的事情。但同时，法律科普视频市场也存在视频质量参差不齐、展示形式单一、监管难度大、视频内容风格容易模仿等问题，成为其可持续发展过程中需要面临的问题。因此，我们应该在视频质量、视频风格及视频种类等方面进行优化，意图提高生活化法律科普视频的市场红利。

## **（三）资源分析**

### **1. 创业比赛资源**

学校积极为我们提供各种的创业比赛，如创青春，互联网+等，为我们短视频创业的进一步的发展和内容风格得进一步调整有很大的助益。积极参加创业比赛，可以获得相应的赛事奖金，为我们短视频创业得进一步发展提供资金支持。由于许多评委是投资人，获奖企业和团队不仅能得到政府扶持，还有希望被资本市场相中获得项目融资。并且评委在评审项目时，会提出许多刁钻的问题，为我们提供思考解决办法，这对我们创业团队的成长重要意义。加强媒体曝光，在创业环境来讲，我们短视频创业需要一个市场前景，需要更多的曝光量提升产品的知名度。并且创业比赛一般都会和一些银行达成合作，积极参加创业比赛能为我们提供最优惠的银行贷款支持。

## **2.账号资源**

目前我们所掌握的账号在前期积累阶段，在增加一定的阅读量与粉丝量的基础上，持续输出新的高质量内容，摸索适合媒体发展和符合网络发展的视频风格，为后续短视频的长远发展作准备。我们的账号将会积极根据评论区和私信里粉丝的反应，做出进一步的视频风格 and 内容的进步。

## **3.校友导师资源**

校友资源是我们的宝贵资源，积极开发校友资源对我们来说是一件双赢的事情。充分发挥校友资源的作用，对我们短视频创业的建设 and 发展具有重要意义。我们要积极加强与校友导师的沟通

## **4.项目组织资源**

### **(1) 人员培训**

在培训开始前，首先需要做培训需求分析，以此找出企业希望员工达到的技能或素质、水平或状态与员工现有的技能或素质、水平或状态存在差距。通过培训需求分析，我们确定开展岗前培训的必要性和重要性，继而确定培训目标，培训目标一般分为知识层面，技能层面，态度层面。培训的内容也主要分为知识类、技能类、态度类。在培训方法上，对于知识类的培训，可以采用传统的培训方法，例如授课法、讲座法、视听法等，或者自学；对于技能类的培训，可以通过案例讨论、技能比赛等；对于态度类的培训，可以通过游戏、冒险性学习，拓展训练等。在培训师的选择上，由于目前本企业处于初创阶段，主要采用聘请外部培训师，同时也要注意培训师的激励。另外，

在培训场地、培训时间、培训费用上也要根据实际情况进行安排。最后，在培训工作结束后，最重要的一点就是进行培训效果评估。

## （2）激励机制

激励机制在企业管理中发挥着重要作用。企业的发展依靠员工的共同努力，企业管理中激励机制是对员工的内在动力和外在动力的良好驱动，良好激励机制的开展对项目的整体发展有着巨大的作用。随着经济社会的不断发展，企业竞争日益激烈，人员流动性增强，人力资源已成为企业内部最重要的资源。企业只有重视员工激励，才能激发员工工作的积极性，提升员工归属感，降低员工流失率。虽然本项目出于初创阶段，将人力资源管理部与行政部合为一体，但我们仍对企业的人力资源足够重视，尤其是重视对员工的激励。本项目构建了长期的多元化激励机制，弹性的薪酬福利体系，完善科学的绩效体系，并为员工规划合理的晋升通道，

激励机制包括物质激励和精神激励两个方面。

在**物质激励**方面，本项目通过货币、福利、股权等各种形式，建立弹性的薪酬激励体系和绩效激励体系。主要包括：

**个体利益驱动机制：**采用“底薪+提成”“固定月薪+考核年薪”“固定工资+各种奖励”的薪酬模式，给予员工及时的激励和持续的驱动。

**共同利益趋同机制：**完善共同利益机制，采用“项目利益共同体”、“部门利益共同体”、“项目利益共同体”的激励模式，使团队目标一致、行动一致。

在**精神激励**方面，建立良好的晋升通道；给予员工良好的工作环

境；完善企业文化，增强员工的身份认同感；树立标杆榜样，例如在大会上，积极公开表扬近期优秀员工等等。根据马斯洛需要层次理论，员工的需要分为生理的需要、安全的需要、归属和爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要，员工的需要在不同时期是不断变化的，因此我们也应通过实地调查的形式了解每位员工的真实需求，因地制宜的采取相应的激励制度。主要包括：

**目标激励机制：**鼓励项目员工制定战略目标、经营目标、岗位目标；短期目标、中长期目标；个人目标、团队目标；基础目标、激励目标、挑战目标；年目标、季目标、月目标、周目标、日目标。目标会使员工产生压力，从而激励他们更加努力工作。另外，对完成既定目标的员工进行奖励，以强化其进步行为。

**文化驱动机制：**项目致力于为国人提供一体化的医疗服务平台，与国内的医药卫生各界人士真诚合作，共同推动拯救人类生命、提高生命质量的崇高事业。由此形成本项目独特的企业文化，依靠企业文化营建积极的团队氛围，培养高效的工作习惯，发展正确的思维方式，让优秀的人、积极的人形成一个强大的企业磁场，共同促进项目的成长。

**人才发展机制：**知识经济的发展要求企业员工具有灵活性，创造性，积极性。着力在全项目范围内树立“以人为本”和“人高于一切”的价值观。尊重员工、信赖员工，让员工参与与工作有关的决策，促使员工不断成长，实现其最大潜力。

## **5.资金资源**

### （1）创业资金来源

目前本项目运营资金来源方式主要有：团队内部出资、吸引风险投资、贷款、回报众筹。

项目成立初期注册资本10万，包括：

创业团队自筹资金6万元，股权占比80%。

吸引风险投资商出资，并最终积极促成风险投资的退出机制。拟第一轮吸引风险投资2万元，股权占比20%。

在银行等金融机构申请获得1万元的创业贷款。

在众筹网等知名平台上面向社会进行回报众筹，申请筹资1万元，并在规定时间内向投资人回报以与投资金额价值相对应的实物视频或虚拟服务。

### （2）资金使用分析

项目进行融资计划后，将筹集到的资金以及经营过程中的收入按照项目计划合理应用到项目各项业务中，主要包括技术开发、平台维护、市场推广、人力资源、办公管理及周转资金等方面的支出，具体情况如表1：

研发、改进新技术，维护平台日常运营；

市场开拓，包括线上线下的宣传推广等；

办公管理，包括办公场所租用、办公用品的购买等；

人员工资；

流动资金。

表 1 资金预算表

项目	用途	资金预算（万元）
研发费用	软件开发、技术更新	1
宣传推广	线下推广	1
	线上推广	2
管理费用	维护费、员工工资	1
财务费用	利息支出	2
固定资产	办公设备购置	1
流动资金	流动资金	2
总计	-	10

## 6. 营销资源

### （1）营销资源分析

首先，视频质量要高。本项目名为“生活中的那些法事儿”，以近期社会热点话题或生活中常见的纠纷焦点为主题，以相关法律基础知识为支撑，结合自身经历与理解，用较为通俗易懂的形式进行事件的分析与解读，从而达到使大众更了解法律、会运用法律维护自身合法权益的目的，使法律观念接地气、入人心。对于目前视频市场来说，由于获取法律信息渠道相对较少、分享渠道受限于个人社交过于单一等等因素，使受众观看体验并不理想。在此环境下，客户更期待在网络上更直观地了解到如何运用法律维护自身合法权益，以使在自己能

获得准确的判断。与此同时，由于行业鱼龙混杂，网络上的广告与视频的普及难，且行业的具体知识受众广泛，与日俱增的法律知识需求与乏善可陈的用户体验形成强烈对比，为我们给予了市场机会。

其次，要成为权威专家。受众在进行视频选择时，并非看重视频对自身的自卖自夸，而是在意那些能真正从受众角度出发详析的实用信息。打造自家社交平台内容运营矩阵：小红书、微博、B站、抖音内容创作协助品牌推广，在微信小程序和抖音官方商城也上架相应视频辅助推广。借助这些高质量平台来撰写实用的科普文章，普及大众认知，提升视频的推广水平，以此构筑其权威形象。

最后，成为生活方式。在内容营销与视频设计的边界愈渐模糊的时代，成为受众心中的生活方式不能仅仅依赖于大规模的广告投放，而是需要通过有启发的信息来影响受众生活，使受众愿意主动为视频宣传。

交换链接，交换广告，内容合作，用户资源合作等方式，在具有类似目标网站之间实现互相推广的目的，其中最常见的资源合作方式为网站链接策略，利用合作伙伴之间的网站访问量，进行网络媒体广告投放，引起社会关注，增加视频曝光量，通过使用搜索引擎优化技巧，增加视频搜索量，链接第三方登陆账号，和第三方内容共享。

## **（2）推广策略**

人员促销，专业人群带动普通人群，形成快速引流，为视频引入更多观众；通过建立同需求社区来激活和引流更多的用户，帮助新用户了解视频；结合业务流程的各个环节开展有效的视频营销活动，从



单一风格视频转向整合营销传播。

老用户带动新用户，通过已注册的用户，为其提供福利活动，鼓励其推广给新用户。充分利用视频高质量内容和独特风格，积累用户量。

## 7. 团队资源

我们的创业团队是一个充满激情、才华横溢、不断创新的团队。我们共同追求同一个目标，努力寻找属于我们的短视频创业方向，为观众提供高质量法律知识的视频，努力成为此领域的领头羊。

我们团队成员背景丰富，都拥有专业的知识技能，丰富的实战经验与技术能力，我们相信这些经验和技能将为我们团队创造更多价值。

我们有专业的短视频创业项目的负责人，拥有丰富的实战经验和卓越的技术能力，能为我们统筹规划统领项目全局，带领我们走向新的高度。团队成员思维敏捷，才华横溢。能积极通过对数据分析和用户调研，提出一个又一个新颖的项目想法，推动项目进步。还有成员拥有良好的口才与市场预测观，提前抓住市场顾客所需，推动项目视频销售。部分成员个人能力突出，专业技能水平高，解决各种技术难题。

我们的团队理念包括信任、沟通、合作、创新、共享，我们会始终坚持贯彻此理念，通过团结协作、持续创新和不断努力，取得更加显著的成果。

## 二、成员分工

我们的团队是一个充满激情、才华横溢、不断创新的团队。我们共同追求同一个目标，努力打造属于我们的品牌，根据时事制作视频宣传法律知识，在获得利益的同时，加强人们对法律的认识与理解。

我们团队成员是一个充满激情、才华横溢、不断创新的团队。我们共同追求同一个目标，努力打造属于我们的“生活中的那些法事儿”普法短视频，为大众普及生活中常见纠纷问题的维权手段与方式，提升人民群众的法律意识，使法治观念真正接地气、入人心，力求成为该领域的领头羊。团队成员背景丰富，都拥有专业的知识技能，才思敏捷，虽然经验有限，但我们会奉献各自才能，为团队创造更多价值。

殷海燕，公司的董事长兼会计，统筹协调项目组各项工作。围绕短视频制作及运营全过程工作，审核把控短视频主要风格、内容方向、剪辑效果等，领导团队进行阶段性的总结与反思；同时对接外部宣发、平台赞助等，保证项目全方位顺利推进。且拥有丰富的实战经验和卓越的技术能力，能够统领公司全局，带领我们走向新的高度。

杨敏，公司项目总监，思维敏捷，才华横溢，负责视频创意策划。确定项目视频更新周期；捕捉收集近期网络热点话题、事件等，了解并创作项目系列视频主题内容，完成每期视频的选题与脚本策划。通过对时事的抓捕、数据分析和用户调研，提出一个又一个新颖的项目想法，推动公司进步。

李佳音，公司销售总监。负责市场调研及实时分析视频运营数据。

深入了解各个平台的运营推广规则，及时掌握视频发行渠道、用户数据反馈等，利用标题文案、发布时间等工具使项目视频获得最大的内容和栏目曝光。她拥有良好的口才与市场预测观，能提前抓住市场顾客所需，提高公司产品口碑。

熊倩瑶，公司技术总监。个人能力突出，专业技能水平高，制作公司内部的 APP，解决各种技术难题。主要负责视频后期剪辑、项目各平台宣发美工等。熟悉各类剪辑软件、音乐节奏等的使用，负责短视频后期包装与最终成型；同时对视频投放平台的账号主页进行一定的宣传与维护，优化账号主页页面，必要时推出周边美工产品。

肖艺杰，公司法律顾问，主要负责场景选点，视频拍摄和法律服务。拍摄内容涵盖短视频拍摄之前的地点场景选取、道具等前期准备与视频拍摄工作，熟悉各类视频构图、拍摄器材等专业知识，设定短视频主要风格及走向。拥有强大的专业技能与高效的沟通能力，为公司提供优质的法律服务，帮助解决问题。

我们的团队理念包括信任、沟通、合作、创新、共享，我们会始终坚持贯彻此理念，通过团结协作、持续创新和不断努力，取得更加显著的成绩。

## 三、数据分析

### （一）项目概况

本项目共计发表两个案件相关视频。第一个案件本项目组选取

“新闻报道+图文解说”的形式进行视频介绍。其观看数据表明，大多数观众往往在新闻事件播放结束后便选择退出观看，未对后半段核心内容进行了解，没有达到团队想要普及法律知识的效果。因此，在第二个案例的呈现上，团队重新选取上下篇展开的形式，上篇以玩梗形式引入热点事件，下篇出境进行分析解说。

（二）视频数据分析

视频2《餐饮前规则篇|上》三个平台浏览量共计达到4767人次，点赞数共达184人次。与所发布的第一个视频《网络暴力篇》相比，如图3，浏览量增长106%，如图2，点赞数增长10.1%。

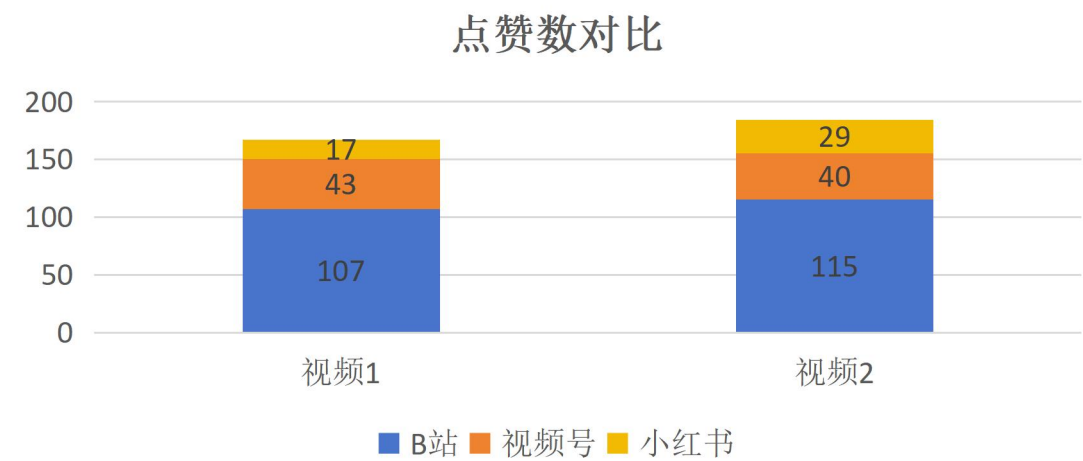


图 2不同视频点赞数对比

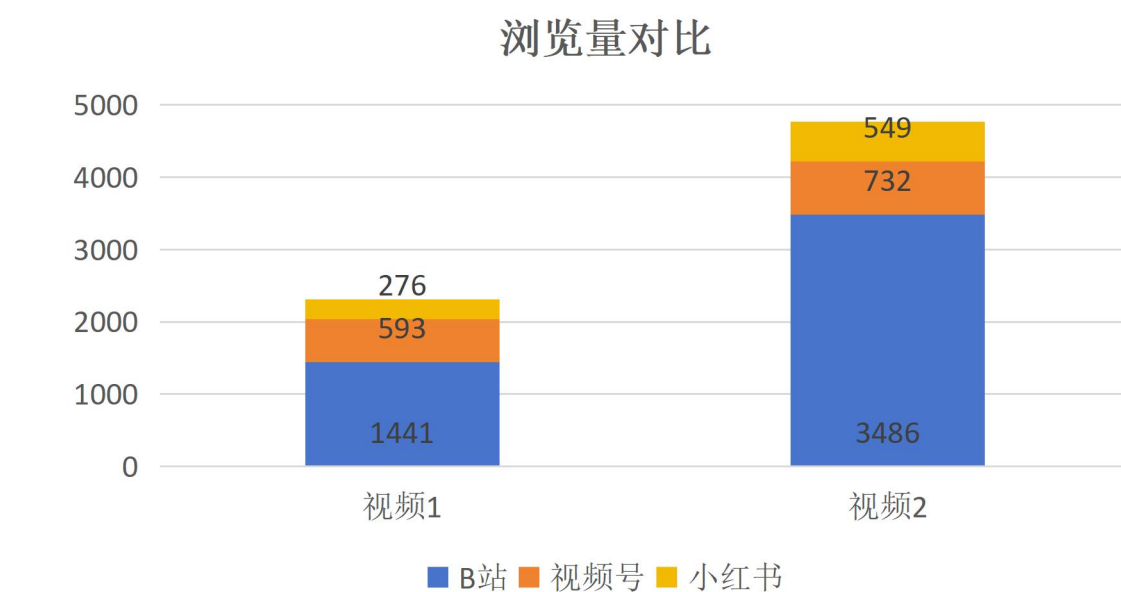


图 3 不同视频浏览量对比

就各视频播放完成率来看，如图4，视频1《网络暴力篇》，时长为2分53秒，播放完成率仅有4.8%，且大多数观众在1分10秒-30秒的区间离开观看；视频2《餐饮前规则篇|上》时长为1分10秒，播放完成率达到44.7%。

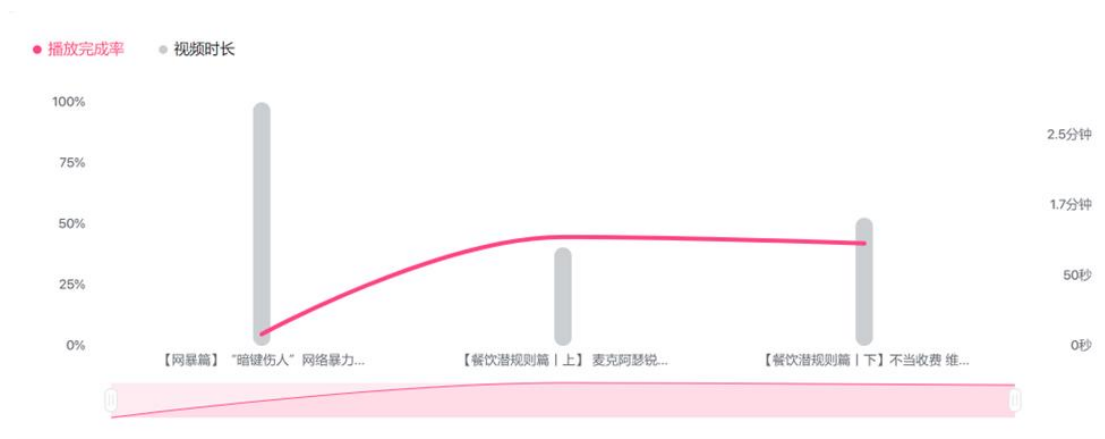


图 4B站平台播放完成率对比图

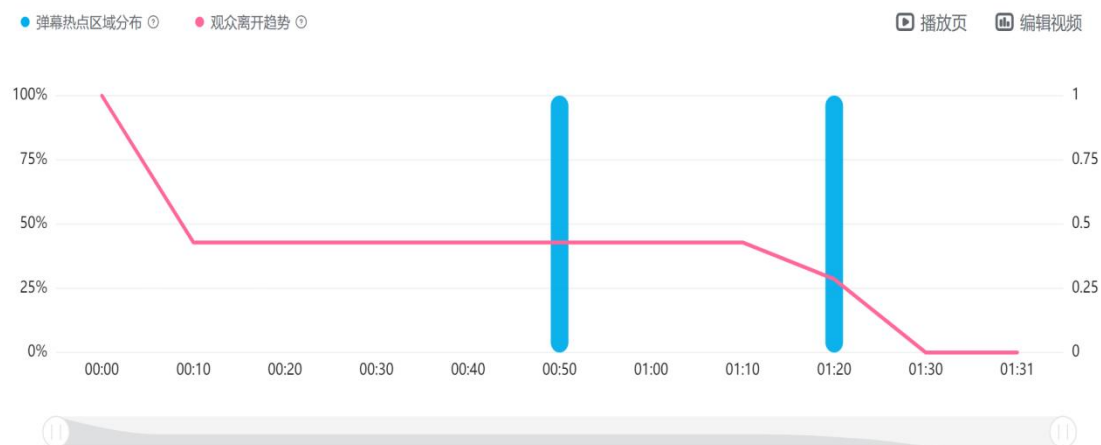


图 5 视频 1《网络暴力篇》弹幕集中区域及观众离开趋势图

由此团队得出结论，短视频内容主题最好选取近期发生的热点事件，更能引起大家的关注和共鸣；且时长最好控制在2分钟以内，以提升观众观感；同时，事件的引入可选取大家所喜闻乐见的热梗形式，从而更好地打破法律与大众的次元壁，提升普法效果。

### （三）平台数据分析

在视频投放的平台选取上，团队选取了B站，微信视频号，小红书三个平台进行试点投放。团队选取这三个平台的原因如下：B站的知识普及性质与团队短视频内容主题相契合，同时B站拥有较为成熟的平台运营方式和推送机制；微信视频号是基于其推送涉及群体的好友性和广泛性，可以为项目初期开展积累流量和知名度；小红书则是因为团队成员中有一人具有一定量的粉丝基础，在一定程度上便于扩大项目推广面。

如图所示，B站总浏览量高达近五千次，点赞数也远高于其他两个平台。最终，团队将B站定为后期项目主要展开平台，其他两个平台作为宣传手段对B站账号进行引流。

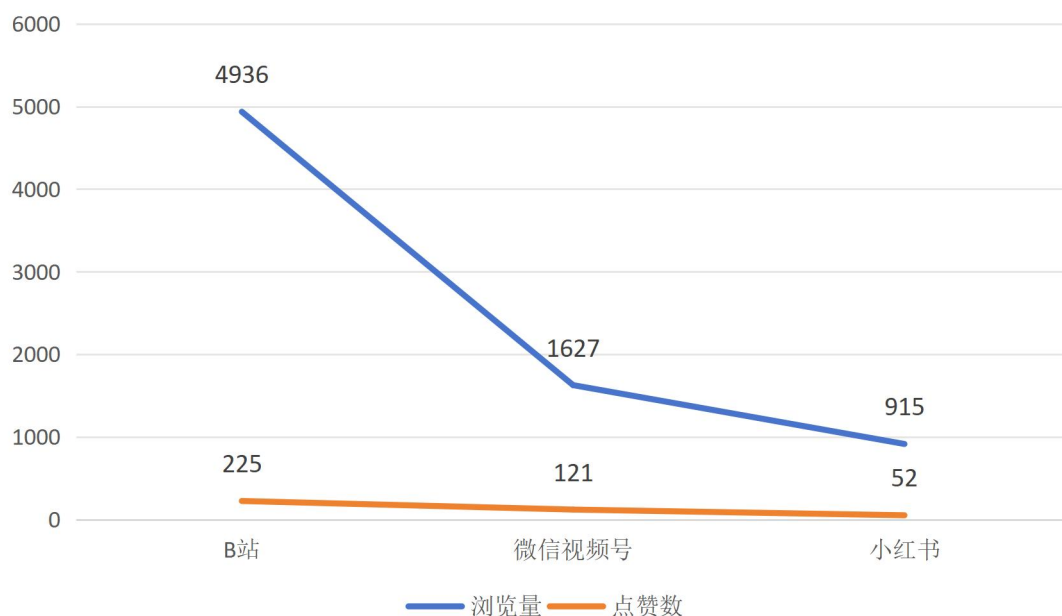


图 6不同平台视频播放点赞数及浏览量对比

## 四、创业风险类别

### （一）作品风险

视频内容风险，我们选择的主要内容是以近期社会热点话题或生活中常见的纠纷焦点为主题，进行法律宣传相关的视频创作，若我们无法深入实际，视频素材的发现便具有重大危机，且若视频内容将素材热点断章取义，可能会造成错误引导、不良舆论和社会影响；视频质量风险，对于视频的质量也需要我们十分关注，不仅是要关注视频的画质、音质，更需要关注内容质量，否则无法吸引网友进行观看，同时也无法将我们的核心价值传递；版权归属风险，创作的视频可能会有意外侵权行为产生，若抄袭他人，会导致观众的唾弃，同时会面临原创作者的举报与维权，导致公司无法持续发展。所做的视频发布后可能也存在他人侵权转载、恶意修改等情况。

## （二）财务风险

资金不足风险，投资成本高，制作结合时事进行法律宣传视频可能需要投入大量的资金投入，包括设备、场地、拍摄、后期制作、素材寻找、演员薪酬等。对于大学生创业而言，资金的来源有限，如果资金不足，可能会导致视频质量下降，甚至无法完成；市场利润风险，一开始没有宣传量以及口碑的情况下，可能会造成投资高回报率低，短期效益可能会很少。我们的视频是以普及法律知识为重要目的，但其可能难以变现，若只重视收益，肯定会导致视频质量下降，本末倒置，所以要平衡好二者。

## （三）营销风险

同类产品竞争风险，当前短视频创业市场饱和度较大，法律宣传视频领域也存在着许多同类产品内容，可能市场竞争会不断加剧，进而影响到视频宣传效果和收益；广告发布风险，短视频创业后期，为扩大收益，会进行一定的广告植入。但选择的广告产品可能口碑差或有一定的危害，导致自己受到牵连；产品周期短风险，与时事相结合的法律宣传视频生命周期较短，通常有重大事件发生才可能创造出更为优质的视频并获得更高的关注，同时也会遇到视频创造瓶颈，若不能在产品周期内有效吸引观众并保持关注度，可能会影响到视频的收益和品牌形象。



## （四）团队风险

人才技术风险，当前团队成员相关专业技能、技术水平较低，且无动画、新媒体专业技术人员，所制作的视频质量、平台发布效果等均有待提高；成员合作风险，在创作周期团队成员可能对时事有不同的看法与理解，或者对法律宣传策略有不同意见，可能会导致团队成员关系紧张，影响团队合作；利润分配风险，视频制作是以盈利为目的，利润分配十分重要，分配不均可能会导致团队成员的不满和利益冲突；且视频主要内容是法律宣传，所以团队在制作中若没有准确引入和解释法律条文或事实，或对于解读法律问题存在误导或误解时，可能面临法律风险。

## 五、创业风险规避

### （一）作品风险应对措施

对信息进行充分核实，制作团队应当时刻关注时事，了解发生事件的前后因果，尽可能的从权威、官方渠道获取信息，并对素材信息进行充分的核实与查证，确保信息的准确性和最新性。如果有任何不确定或存在争议的内容，应当尽量避免或进行适当解释和说明。

制作团队应当注意语言的选择和使用，对于一些法律具体内容等不能有任何错误，不断革新自我技术提高视频的画质、音质，从而制作出高质量视频。同时，要采取大众喜闻乐见的方式对内容进行创新，吸引更多观众，制作出优良作品。

要坚持原创为主，所做的视频内容应当体现自我核心价值。在制作视频选择素材、音频时可能会引用他人版权，应当对其进行解释并自我创新，虽然借鉴他人素材内容，但主要还是以自我创新为主。同时要对制作的视频有自己独特标识以防他人侵权转载、恶意修改。

## **（二）财务风险应对措施**

制定详细的预算计划，包括场地租赁、设备租赁、拍摄制作、素材寻找、演员薪资等方面的费用，严格按照预算计划执行，防止超过预算，导致相关的场地、设备等东西无法正常使用。

寻求外部赞助和合作，首先制作一些较为低成本的视频，并将其进行宣传，从而去吸引一些外部赞助或合作来分摊成本，减轻财务压力。

对于市场利润以及视频质量，二者应当平衡发展，前期可能会得到的直接收入较低，要坚持不懈，不要被眼前短期利益少而放弃，或降低视频质量。应当不断创新内容，并结合实际与进行实践调研，创造出大众喜欢的内容，从而吸引观众，进而增加收入，二者同步进行。

建立风险应对机制，在制作过程中建立该机制，若遇到不可预测的费用增加或其他财务风险时，能够及时采取措施应对，面对风险时不会慌张应对，增强风险意识，推动企业成功。

## **（三）营销风险应对措施**

创新内容和形式，关注同类产品的竞争情况，通过创新内容和形

式来提高自身竞争力。对于时事的内容可以通过动漫形式、案例讲解、律师在线解答等方式进行解读与法律宣传，来丰富视频内容与形式，提高吸引力。

建立独特的品牌形象，加大宣传，营造良好口碑来增加观众的粘性与关注度。如可以加入普法小贴士、普法顺口溜、动漫小助手等特殊元素，来提高吸引力，使观众对我们的品牌产生记忆和认同。

选取广告时要利用自己的火眼金睛，深入对广告品牌的了解，对其的每一道工序进行实地考察，对于其口碑也要进行人民的检验，然后再将其放入自我视频内，达到共赢。

延长产品周期，通过不断更新内容、增加互动环节、加强社交媒体的推广等方式来延长视频生命周期，同时多看其他视频创作者的思路并进行借鉴，从而不断提高自我视频的质量。

建立用户反馈机制来了解观众的需求和意见，以便更好的对视频内容进行调整和创新。深入观众群体，了解观众喜好，设置相关的留言板、在线调查问卷等互动环节来搜集反馈意见。

#### **（四）团队风险应对措施**

团队招募具有相关技能和经验的人才，确保在制作视频过程中具备足够的专业技能，同时加强团队成员的培训和支 持，帮助提高相对应的技能和知识，并聘请一些专业人才、顾问等，来教授团队内部成员，打铁还需自身硬。

建立良好的沟通机制，团队应定期进行沟通各自发表意见，基于

少数服从多数的原则，对最终方案进行敲定；强调团队合作的重要性，每一位成员都是团队成功的重要因素，每个人都有其价值，团队成员应当相互尊重理解；同时也要设立调解机制，当团队成员发生冲突时，需要调解人在中间调解，从而保证和谐共处。

制定明确的利润分配方案，明确每个成员在不同职务上有不同的权益与责任；坚持透明公开的财务管理，让每一位成员都了解项目盈利情况和分配利润情况；定期进行财务审计，确保利润分配的公正和准确，加强监督，保证公平。

确保内容的准确性与合法性，团队应当尽可能准确地引用和解释法律条文和事实，避免误导或误解，每一位成员也应当在完全理解和学习相关法律后，在进行个人的讲解，确保准确度。

## 六、创业收获

### （一）殷海燕创业心得

通过本学期线上线下课程的学习，我知道了许多，一开始我浅显的以为我又不需要创业，为什么要学习这门课程。现在我认为创业不仅仅传授我们相关专业知识，还培养我们的创新思维团队合作意识，面对风险的决策方法，组织的管理能力，这些是我们之前未接触过的也没有去深究的。这也为我们能实践，活学活用奠定基础。我们小组积极开展创业计划，为创业课程选题的选定积极提出自己的思考。我们分别提出了，打造宠物产业链的宠物经济的选题，发展全年龄段拍摄搭子，从短视频广告加中间商中盈利的选题，从老人安全报警和老

人自己养宠物提供中寻求创业视频思路，打造非遗盲盒平台等等。最终我们确定了从大学生日常生活中可能运用到法律知识视角出发，寻找短视频创业的契机。

确立创业主题后，我们积极制定计划，规划好每一个板块所需时间，根据每位同学的专业和特长，发挥我们团队的凝聚力。计算机专业的同学积极开辟小程序开发，法律专业的同学为思路提供法务方面的思路，财务相关专业的同学积极进行财务资源分析以及短视频运营，更有擅长剪辑和品牌设计的同学，为项目进行美工和形象设计。

随着课堂线上线下内容的不断深入，我也不断感觉到，作为 21 世纪当代大学生，每一位大学生都应该具备有创新精神，创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力，在市场竞争激烈、视频生命周期短、技术突飞猛进的今天，不创新，就会灭亡。创新是企业生存的根本，是发展的动力，是成功的保障。在今天，创新能力已成了国家的核心竞争力，也是企业生存和发展的关键，是企业实现跨越式发展的第一步。同时也让我们在校期间让自己得到了锻炼，为以后自己在就业、创业的路途上铺上了垫脚石。在我看来，大学生创新创业不等同于赚钱，我认为创新创业是一种乐趣，是一种学习的过程，是一个锻炼能力，获取经验的过程。创新并不一定是轰轰烈烈的，有时一个小细节、一个小想法就可以改变一个企业的命运。创业绝不能有自我满足的时候，要时时有危机感，不能有一次失误，创业并不是一帆风顺的，要让别人接受你的视频，靠嘴巴说是没有用的。创业不能盲目，在创业前一定要进行全面细致的市场调查，去实践，不空

想。

在参与课堂任务的过程中我受益匪浅，包括了如何更好地为人处世，更好地处理好创业与学习的道理之外，我最大的感受是想到了以后踏入社会的我们该如何去面对种种的挑战，特别是现在的大学生面临巨大的竞争压力，我们都有创业激情，但我们应该踏实认真的看待这一问题。

## （二）杨敏创业心得

我选择这门通识课的目的，诚然，开始仅停留在学分上，但是通过整个课程，我收获的远不仅如此，从团队项目的确定、团队的沟通合作到最终创业企划书的撰写、创业项目的初具雏形，自己投入其中的那种感觉和第一次体验让人刻骨铭心，也打破了自己的陈旧观念——创业与我压根就是两个世界，永不会相交。

还记得大一下就曾选过创业基础的课程，当时的我面对小组合作、创业立项书和短视频运营等内容选择了逃避，我想这些和我的专业是毫不相关啊，只有新媒体专业的才会选这些课程吧，在上了第一节课后便再也没去过。现在看来，当时的自我暗示其实是在欺骗自己，给自己选择退缩的理由。可能是大学中受他人事迹的熏陶，见识的东西多了，以前遥不可及的事仿佛也没那么咫尺天涯，于是我给了自己再来一次的机会，这次机会也彻底瓦解了内心的壁垒。

整个项目的进行不论自己能力方面的提升，我最想提及的便是心境的变化。在这个内卷的时代，大学生仿佛都偏居一隅，活在那一方小世界中，保研、考研、考公，教资，人生的尽头是体制，为了所谓

的体面，像个机器一样学着不知道所学的知识究竟是为了什么，我不是批判专业学习的必要性，只是给僵化大环境下我们所学是否真的是我们所学打上一个问号。这次课程是释放自己灵感的一次体验，不像专业课上对既有案例的反复分析，也不像博文大创等比赛对着大家的文献进行拜读，这次的经历更多的发挥了创新性，以团队的灵感为出发点，像一个真的要上司的企业一样规划着未来的发展路线，规划着我们的分工定位，在有着具象社会责任感的使命之下为个人利益而奋斗，虽然更多的是自我陶醉，但其中的成就是前所未有的。项目未来是否真的能落地尚不可知，但是创业的想法已然在心中悄然萌芽，而不是以往的平行世界，就像刑司的陈镜荣师兄一样，他的创业之路也是缘于自己一次偶尔的 ppt 制作，不算太成熟的成品为他赚取了一笔不菲的收入，一直对 ppt 的坚持和钻研成了他最终成功的前提，每个人都应保持自己心中的灵感和想象力，除了好好学习应有的专业知识外，应当还有着自己所喜好的，自己所热爱的。创业的思想或许是破除内卷的一条道路，只要我们心中有所求，前方有方向，内卷的障目压不住精神的高度自由。

在此我还要感谢团队的伙伴们，大家合理分工，互帮互助，取长补短，团结一致为了最后的目标，这是我们项目得以推进的基础，也让我看到了在创业路上众多要素中，如灵感的迸发，市场需求痛点的把握，资金的投入，技术的引进等，最关键的当属团队的力量，单打独斗难敌众，一个人的力量不足以支撑庞大体系的建立，一环的空缺也会致使大厦分崩瓦解，只有心往一处使，才能行以致远。

### （三）李佳音创业心得

经过了本学期线上线下学习创业相关课程，以及撰写我们小组的商业创业计划书，我不仅学习到了很多创业基础知识，更深深地感受到了创业过程的艰辛与困难。为了全方位对我们的短视频创业做出规划，我们小组具体了解了如何定位短视频创业目标，如何分析市场和消费者群体，了解如何制定战略计划和规划工作流程。此外，如何筹集和利用资金，如何寻求合作关系，如何规避可能风险等等，均需纳入创业前的考量范围内。通过这一漫长的准备工作，我切身体会到：创业并非想干就干、一时兴起就可以做成的，而是需要有决心、有耐心、有细心。

当今，在国家政策和社会导向的引导下，越来越多的年轻大学生选择自行创业，但据不完全数据统计，2022 年中国大学生创业成功率仅有 2%。由此也可以看出，创业不能只靠一腔热血，而是要有完备的知识储备与市场基础。同时，初次创业，特别是大学生创业，其项目一般具有资金不足、市场竞争力较小的劣势，面对众多可能存在的风险，难以一次性成功。因此，我们在创业时也应做好思想准备，迎难而上，坚持克服困难，才能有所成。

总的来说，此次创业课及创业项目企划不仅培养了我的创业思维，让我学会了如何发现问题、解决问题、寻找商机，更使我认识到了创业中团队合作和坚持不懈的重要性，为我提高自身创业能力提供了一个理论与实践相结合的平台。

### （四）熊倩瑶创业心得



在选课阶段，因为对创新创业项目很感兴趣，想实际参与一次，所以选择了这门课。第一节课便很快布置了期末考核任务，需要组队完成一个创业项目。起初，我感到惶恐，因为没有同伴，组队成了难题，但幸运的是我遇到了四个非常靠谱的队友，我们的项目进展十分顺利，我也在项目完成的过程中收获颇多。

第一次和组员见面讨论，是为了商定项目的选题。我们进行了“头脑风暴”，提出了打造宠物产业链、全年龄段旅游拍摄搭子、老龄化帮扶、打造非遗盲盒平台、普及网络安全等想法。在综合考虑选题是否符合当下市场需求、是否存在市场竞争力和盈利可能性、项目实施难度和风险评估后，我们决定针对大学生日常生活中可能运用到法律知识，来具体设计我们的选题。

我们进行了充分的市场调研和分析后，基于市场需求和趋势，目标客户需求和竞争对手情况，为我们的视频制定的定位和策略。而在此过程中，锻炼了我们的市场调研和分析能力，并提高了我们的商业素养。

团队成员分工合作，设计品牌 LOGO 和视频外观，开发微信小程序，拍摄视频相关视频，并借助微信公众号、抖音、小红书等平台进行推广，取得了不错的成效。这不仅锻炼了我们的视频设计和推广能力，还让我意识到了团队协作的重要性。

在创业项目完成过程中，团队合作的重要性不可忽视。一个优秀的团队可以相互协作、相互支持，共同面对挑战并取得成功。我们通过合理地分工合作，发挥各自的优势，极大提高了工作效率，例如，

有成员擅长使用 PS，便负责短视频美工的制作工作、我是计算机专业，便负责了微信小程序的开发工作、还有的组员擅长视频剪辑，便负责制作视频进行推广工作等等。同时我们在这样有条不紊地分工合作中，实现了相互学习、共同进步。此外，团队讨论可以促进创新和创造力，在讨论中我们会不断迸发出新的想法和解决方案，从而增强我们视频的竞争力。

在这次创业项目中，我们不仅获得了宝贵的实践经验，还培养了团队合作、创新思维和解决问题的能力。我相信，这些经验将对我未来的职业发展产生积极的影响。

### （五）肖艺杰创业心得

每节课都有其独特的知识内容，学习创业风险识别与规避这节课，同时与小组成员一起制作计划书，创造属于我们小组独特的品牌，使我收获颇丰。在创业的道路上，风险是无处不在的。在创业的各个阶段，从初期到成熟期，都存在着各种潜在的风险，准确识别这些风险是规避风险、降低损失的关键。通过网上慕课的学习，我学到了许多识别风险的方法，同时也了解到，要制作成功的品牌既要有自我独特优势，同时要识别风险、规避风险，从而达到成功的目标。

在制定属于我们独特品牌整体计划书过程中，我们小组成员都提出各自的建议与想法，在找到大学生日常生活中可能运用到法律知识这一方向后，大家进行分工，各司其职，一丝不苟的完成自己的任务。在制作我们短视频创业的过程中，我们进行了多次线下讨论，不断的完善计划书内容，创造独特的视频风格，制作宣传视频、线上小程序、

短视频运营等，最终打造出我们的产业品牌。过程是艰辛的，但当最后所有任务完成的那一刻，喜悦感油然而生，我们最后的结果是成功的，这是我们学习这节课的完美答卷。

通过这节课，我学习到创业风险识别的重要性、创业风险的类型与特点、如何制定有效的风险规避策略等内容，对我以后参与工作带来一定的经验与经历。通过这次创作出属于自己的产业品牌，我能够更加直观地看到创业风险的真实情况，也能更好地理解规避策略的实际应用。学习新的知识，掌握一些实用的方法与技巧，我相信这些知识经验将对我未来创业道路产生积极影响。同时，通过这个课程，我还收获了友谊，认识了一群志同道合的朋友，加入了我们短视频创业的团队，大家齐心协力攻克一个又一个困难，创造出属于我们的奇迹。