

## 101个短视频行业案例-装修设计行业

1. 《甲第花园设计》	01
2. 《拙木景观 (李海军) 》	03
3. 《泉州华浔品味装饰》	05
4. 《尚品宅配官方旗舰店》	07
5. 《金枪客设计》	09
6. 《装修设计师CoCo》	11
7. 《小筑设计》	13
8. 《城外民宿设计》	15

## 101个短视频行业案例-家居建材行业

9. 《永铭静音木门厂》	17
10. 《莫家户外》	19
11. 《云华卫浴旗舰店》	21
12. 《佛山市启衡陶瓷厂家》	23
13. 《云锦家具批发》	25
14. 《木匠小强》	27
15. 《幻潮卫浴HUANCHAO》	29

## 101个短视频行业案例-服装配饰行业

16. 《洪陵官方旗舰店》	31
17. 《王孟杰服装商行》	33
18. 《物空》	35
19. 《Alpha西服定制》	37
20. 《霞湖世家》	39
21. 《白小T》	41
22. 《鸭鸭羽绒服旗舰店》	43

23. 《十三姑》	45
24. 《洛洛子好袜》	47

## 101个短视频行业案例-美食餐饮行业

25. 《西安品诺小吃培训》	49
26. 《福大叔餐饮学堂》	51
27. 《历蜀记调味品旗舰店》	53
28. 《西门吹雪的店》	55
29. 《暖柠总部开店》	57
30. 《源氏Genjifood食品旗舰店》	59
31. 《九度七食品旗舰店》	61
32. 《隐食》	63
33. 《亿佰味》	65
34. 《追亿旧时光》	67
35. 《闫老一水饺》	69

## 101个短视频行业案例-机械设备行业

36. 《包子机饺子机厂家国宇机械》	71
37. 《郑州荣德机械设备有限公司》	73
38. 《永爱适老产品店》	75
39. 《李老板的缝纫机》	77
40. 《邢台友通机械多功能角冲孔剪切一体机》	79
41. 《子路液压升降平台》	81
42. 《上海慷慨叉车》	83
43. 《赛米控SEMIKRON厨具旗舰店》	85
44. 《壹佰刀具五金》	87
45. 《三一重卡》	89

## 101个短视频行业案例-安防环保行业

46、《变彩安防监控》	91
47、《欧米智能全国对讲机》	93
48、《老陈讲金属表面处理》	95

## 101个短视频行业案例-汽车汽配行业

49、《唐山小松汽车》	97
50、《大雄汽车坐垫》	99

## 101个短视频行业案例-数码电子行业

51、《来回科技回收》	101
52、《酒吧设计舞美设计惠森》	103
53、《员明科技》	105
54、《季哥智能锁指纹锁》	107

## 101个短视频行业案例-纺织家纺行业

55、《南通自在家纺》	109
56、《天津壹冠地毯有限公司》	111
57、《绚彩纺织培训》	113
58、《蓝度篷布》	115
59、《翼眠》	117
60、《深素家纺》	119

## 101个短视频行业案例-美妆珠宝行业

61、《赫拉美眉妆中心》	121
62、《QIQI穿戴甲》	123

## 263、《董先生珠宝》

125  
64、《对庄翡翠》

## 101个短视频行业案例-日用百货行业

65、《吉千年茶具》	129
66、《运城陈朝阳玻璃科技股份有限公司》	131
67、《浅仓眼镜人》	133
68、《三年二班文具》	135
69、《伊买家居生活》	137
70、《林序被子厂》	139
71、《中顺洁柔官方旗舰店》	141
72、《桔子姑娘纸业》	143
73、《左小棠》	145

## 101个短视频行业案例-广告服务行业

74、《星道-二极管广告字光学》	147
75、《双马软包装数字印刷》	149
76、《水晶标》	151

## 101个短视频行业案例-教育培训行业

77、《大班家政服务》	153
78、《杭州贝加美月子中心》	155
79、《单色舞蹈》	157
80、《广州黄埔军事夏令营》	159
81、《一横亲子教育》	161
82、《东莞逐梦》	163
83、《联拓房车旅行-勇哥》	165
84、《威尔仕健身》	167

**101个短视频行业案例-咨询服务行业**

85、《京平拆迁律师》	169
86、《安联人力深圳总部》	171

**101个短视频行业案例-三农产品行业**

87、《绿陇农资旗舰店》	173
88、《四方家禽养殖》	175
89、《农派三叔旗舰店》	177

**101个短视频行业案例-物流服务行业**

90、《浩海物流》	179
-----------	-----

**101个短视频行业案例-摄影定制行业**

91、《盘子女人坊》	181
------------	-----

**101个短视频行业案例-美容美体行业**

92、《深圳纤黛美容》	183
-------------	-----

**101个短视频行业案例-美妆假发行业**

93、《十一假发》	185
-----------	-----

**101个短视频行业案例-茶叶行业**

94、《老九好茶》	187
-----------	-----

**101个短视频行业案例-母婴制品行业**

95、《秋田满满》	189
96、《润本》	191

**101个短视频行业案例-箱包制品行业**

97、《塞飞洛》	193
98、《卡拉羊总裁华姐》	195
99、《北京箱姐》	197

**101个短视频行业案例-酒水行业**

100、《醉鹅娘》	199
101、《黔国酒业》	201

备注：资料中的爆款作品可通过在抖音搜索文案部分的“标题”文字快速找到。

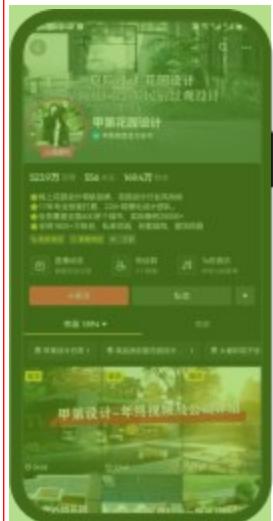
装修设计行业



## 商业定位分析

所属行业：装修设计  
经营模式：品牌直营  
目标客户：房屋业主

定位分析：《甲第花园设计》是以产品展示类矩阵打法，总粉丝接近300万，用动画效果和真实案例展示庭院建设的前后对比效果，吸引客户的关注，通过短视频及直播获取预约表单。



### 变现方式

企业蓝V账号，利用营销组件，主页联系我们、私信，短视频挂预约，直播挂小风车收集精准用户电话，再分配给线下业务员沟通成交，完成商业变现。

### 视频呈现

该账号的呈现方式为视频+配音，大量真实案例，以拍摄唯美的庭院图展示为主，部分内容以3D方式呈现设计过程到成品的效果。  
账号调性：小资情调、惬意生活。

### 拍摄剪辑

视频内容分为2种呈现方式，一种为实景拍摄，拍摄花园成品的全貌。另一种是3D重现设计全过程。

### 选题文案

选题方向：各种户型如何做庭院设计。  
文案套路：使用场景+痛点+解决方案。  
文案结构：清单式结构，提出一个问题场景，给出3个解决方案。



## 爆款案例拆解



### 爆款：屋顶改造

#### 开头：

你家屋顶是块宝，这样改造真够妙！

#### 内容：

- 四季花草往边靠，围起篝火真热闹；
- 绿色蔬菜4个角，玻璃台阶采光好；
- 室内面积你嫌小，阳光房里哈哈笑。

#### 画面：

跟着文案内容对应相应的画面展示，最后呈现出一个完美的庭院。

#### 爆点分析：

3D动态效果让视觉美轮美奂，顺口溜配音实用又朗朗上口。

## 营销锦囊

## 爆款文案写作方法论---清单式文案

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法，多用于干货分享，像购物清单式罗列知识，提高读者的获得感。



### 举例：开头：庭院设计4点不宜做？

- ①院门不宜针对入户门，需要设计屏风墙遮挡
- ②水池不宜靠近建筑，湿气太重
- ③窗前不宜栽植大树，影响室内采光
- ④花园灯具不宜太亮，刺眼又缺失氛围感

## 1 商业定位分析

**所属行业:** 装修设计  
**经营模式:** 品牌直营  
**目标客户:** 企业主

定位分析: 《拙木景观(李海军)》是以真人出镜轻人设的形式口播施工场景, 通过塑石假山绿化及洞穴风工地现场, 吸引客户的关注, 通过短视频评论私信主页联系电话转化。



**变现方式:**

蓝V账号, 高价定制产品, 为过滤无效询盘, 主要引导电话成交(诚心合作请先打电话, 不然加v不通过); 私信自动回复要求询盘必须填写的信息: 产品+工程所在城市+工程量。

**视频呈现:**

工人做室外景观的制作过程视频+背景音乐。  
**视频调性:** 热火朝天的工程场面。

**拍摄剪辑:**

竖屏拍摄, 灵活运镜“推、拉、摇、移”表现景观制作的全景、局部与工艺细节; 场景混剪。

**选题文案:**

配合施工场景, 一类是老板做工程的感悟, 一类是对用户讲述该工程情况。

## 2 爆款案例拆解

**爆款:** 景观石制作流程工艺

**文案:**  
(标题)塑石假山制作流程工艺, 你所看到的很多石头可能都不是真的石头哦#仿石头#拙木景观#塑石假山假树#景观石

**画面:**  
工人室外用水泥做假山的全过程混剪, 从拉网、造型过程到漂亮成果。

**爆点分析:**  
新奇特元素, 看到最后才能出结果; 神评论爆: “我们有合作的空间, 我是造雾的”, 后面跟评五花八门开脑洞: 我是观赏的、我是拍照的、我卖水泥的、我是乱涂乱画的、我会演孙悟空、我收门票的.....

**营销锦囊**

“神评论”补刀3大心法

★看作品1分钟, 看评论5分钟! 所谓“神评论”, 是评论区出现的犀利、精彩或出人意料的高赞用户评论。神评论对短视频带来极大好处: 1、丰富内容, 增加停留; 2、引出更多互动; 3、提升视频完播率。鉴于神评论的巨大作用, 短视频运营者有必要发布作品后主动在评论区通过发布神评论带节奏。



## 商业定位分析

**所属行业:** 装修设计  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 新房业主

定位分析: 《泉州华浔品味装饰》视频以装修完工之后效果场景为主, 门店矩阵打法, 通过真实案例展示装修风格及效果, 吸引客户的关注, 通过短视频获取预约表单。



### 变现方式

门店POI为店铺引流利用蓝V组件搭建商家主页, 引导免费咨询。

### 视频呈现

呈现方式: 一镜到底, 运镜方式推、平移, 访客视角从开门入户到客厅再到卧室, 环绕展示。

### 选题文案

文案特点: 模仿业主装修后的感受和心情, 将用户带入喜悦和温暖的情景。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 现代风案例

#### 文案:

140平现代风完工, 问的最多的就是花了多少钱, 硬装软装共40W, 带你们看看效果。

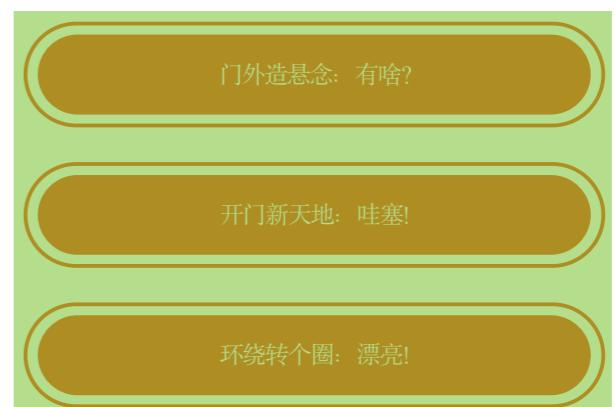
#### 爆点分析:

开门带入精美装修场景, 带你看完房间各个场景, 完播高; 2大槽点引起评论争议, 一是文案中的40万装修费, 二是对这个装修的喜爱吐槽, 均带来高互动。

## 营销锦囊

## 室内环境拍摄三句诀

★ 展示室内环境时, 可以采用第一视角, 跟随用户的脚步逐一展示细节。



## 商业定位分析

所属行业：装修设计  
经营模式：定制(TOC)  
目标客户：大众家庭

定位分析：《尚品宅配官方旗舰店》账号是产品展示类品牌矩阵打法，通过真人口播装修风格及效果呈现，吸引用户关注留资。



### 变现方式

企业蓝V账号，利用营销组件，主页联系我们，私信，粉丝群，短视频挂预约，每天8点开始直播到晚上24点挂小风车，获取精准用户电话，转移线下实现收益。

### 视频呈现

提出装修问题，针对装修问题进行解决思路讲解，将问题未解决前场景和解决后场景作为对比。

### 拍摄剪辑

家庭装修场景混剪。

### 选题文案

选题方向：新人装修常见问题以及解决方案。  
文案套路：使用场景+痛点+解决方案。  
文案结构：提出一个问题场景，给出解决方案。



## 爆款案例拆解

### 爆款：黄金尺寸

#### 文案：

记住这些黄金尺寸，二十年不用换。



#### 画面：

真人混剪，装修设计常见问题的解决方案。

#### 爆点分析：

跟着文案内容对应相应的画面展示，最后呈现出一个完美的解决方案。

### 营销锦囊

### 易爆音乐的3个要素

★ 音乐是视频的灵魂，很多视频本身亮点不大，但是因为音乐的节奏感和带入感强，引发了用户完播、点赞，从而引爆了视频。



## 1 商业定位分析

**所属行业:** 装修设计  
**经营模式:** 品牌直营  
**目标客户:** 工程项目方

定位分析: 《金枪客设计》是以产品展示类品牌打法,用3D人物动画及使用场景真实展示全屋设计理念及效果,吸引客户的关注转化。

**变现方式**

企业蓝V号,利用营销组件,互动粉丝群,私信,私域转化。

**视频呈现**

呈现方式为3D动画人物加场景效果为主,呈现全屋的设计理念和方案效果。让用户直观明确地知道自己的期待。

**拍摄剪辑**

视频主要是3D动画,编导思路,通过动画场景重现,凸显设计理念及效果呈现。

**选题文案**

各种使用场景的痛点问题,需求引导,抛出一个吸引用户期待的点,以3D人物及场景效果来呈现设计理念,配合文案引导,让用户无限想象。

## 2 爆款案例拆解

**爆款:** 厨房十五不装

**开头:**  
老婆一个不小心生了八胞胎!

**内容:**  
1、老妈和丈母娘同时来照顾;  
2、因为地方不够大打出手;  
3、重新设计即可解决问题。

**画面:**  
跟着文案内容对应相应的画面展示,最后呈现出一个完美的解决方案。

**爆点分析:**  
3D动态效果让场景重现,引发情感共鸣,持续引导。

### 营销锦囊

### 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节,是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演,拍摄和制作难度很高;轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点,一方面尽量减少人物和简化情节,达到快速量产的效果。

## 商业定位分析

所属行业：装修设计  
经营模式：厂家直营  
目标客户：新房业主

定位分析：《装修设计师CoCo》产品展示类，用图文形式场景真实展示全屋设计理念及效果，吸引客户的关注转化。



### 变现方式

利用粉丝群互动精准用户，私信，短视频挂预约，获取精准粉丝转化。

### 视频呈现

用图文呈现设计场景为主，配合热点音乐，简洁清晰看到设计效果。

### 选题文案

文案特点：实用型清单式文案，分享一个\*\*\*的解决方案+具体知识点罗列。



## 爆款案例拆解

### 爆款：悬空浴室柜

#### 文案：

这样的悬空浴室柜也太好看了吧，可称得上是卫生间装修的颜值担当  
#浴室设计#卫生间装修#卫生间设计#浴室柜



#### 爆点分析：

精致大气的呈现形式，四张不一样的设计风格引导出粉丝对比评论。配合热点背景音乐，时间控制在7秒左右，让完播率更容易达成。

### 营销锦囊

### 爆款文案写作方法论---清单式文案

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法，多用于干货分享，像购物清单式罗列知识，提高读者的获得感。



#### 举例：鞋柜这样做，实用颜值都在线

- ①高度40公分，拿放更方便
- ②入户做鞋凳，60公分换鞋最舒适
- ③两边做抽屉，钥匙随手放
- ④上门做储物，空间利用高
- ⑤中间做灯带，温馨有品位

## 商业定位分析

所属行业：装修设计  
经营模式：直营  
目标客户：农村想盖房的、外出想给爸妈盖房人群

定位分析：《小筑设计》产品展示类，通过设计前后的改造效果呈现，吸引客户的关注转化。



### 变现方式

蓝V组件展示联系电话。  
通过私信引导用户留下联系方式，线上咨询+线下成交。

### 视频呈现

呈现方式：视频+配音。

### 拍摄剪辑

拍摄剪辑：远景拍摄建房过程和完工后效果做对比，拍摄剪辑简单。

### 选题文案

选题方向：客户案例；  
文案亮点：客户案例突出情感和金额，精准锁定目标用户，管理客户预期。



## 爆款案例拆解

### 爆款：屋顶飘起来的茶室

#### 开头：

屋顶飘起来的茶室你见过吗！



#### 内容：

- 1、展示废弃农舍；
- 2、讲述设计改造理念；
- 3、呈现改造后效果。

#### 画面：

跟着文案内容对应相应的画面展示，最后呈现出一个完美的茶室。

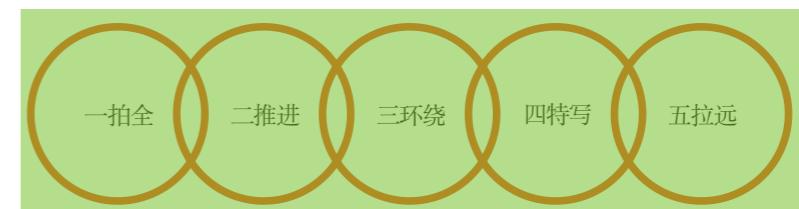
#### 爆点分析：

轻松愉悦的背景音乐，配合开头好奇吸引，让粉丝一直期待改造后飘起来的茶室到底是什么样的，同时引发评论互动。

## 营销锦囊

### 大型产品拍摄5连环

★大型产品进行拍摄的时候，可以运用拍摄五连环方法，通过拉、推、环绕、特写，对产品的全貌、主体、四周、局部进行拍摄，呈现出气势磅礴感。



## 商业定位分析

所属行业：装修设计  
经营模式：商业服务  
目标客户：民宿、乡村别墅等

定位分析：《城外民宿设计》产品展示类，通过民宿旧改设计前后的效果呈现，吸引客户的关注转化。



### 变现方式

企业蓝V账号，利用营销组件，主页联系我们、私信，短视频挂预约收集精准用户电话转化成交，完成商业变现。

### 视频呈现

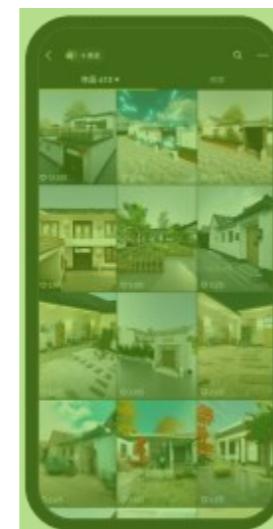
用图文呈现改造前场景，配合热点音乐，简洁清晰看到改造后效果。

### 拍摄剪辑

综合运用高清摄影及美图进行场景混剪；拍摄多采用“摇”、“移”等手法进行室内外建筑环境巡视。

### 选题文案

不同场景和地点的民宿改造效果，配合热点音乐、卡点音乐直观展现。



## 爆款案例拆解



### 爆款：乡村民宿设计，成功改造前后对比

#### 文案：

到不了的地方都叫远方，日日夜夜想要回去的地方是家乡#旧房改造#向往的生活#民宿

#### 画面：

通过改造前和改造后极具反差的对比，呈现出对生活的美好憧憬。

#### 爆点分析：

封面美图吸引一探究竟，全程精美图片，场景令人向往，引发点赞评论。

## 营销锦囊

## 产品种草之“PK大法”

★产品展示有很多方法和技巧，其中PK法的采用，即自身产品与其他产品作对比，或产品使用前与使用后对比，能让你的产品瞬间被用户记住，极易种草成功。



家居建材行业



## 商业定位分析

所属行业：家居建材  
经营模式：厂家批发  
目标客户：批量采购木门的商家

定位分析：《永铭静音木门厂》是厂家批发木门的工厂账号，每天更新工厂木门新产品，并传播木门行业流行趋势和应用的实用知识，吸粉转化。



### 变现方式

蓝V账号，利用蓝V组件主页联系我们，短视频挂预约，私信留资转化。

### 视频呈现

在木门工厂车间展示新产品+配音解说。  
视频调性：工厂直销感。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄，多近景展示，无人出镜，聚焦木门。



### 选题文案

配合新产品完工场景，讲解该木门符合当下流行的款式和应用方面的知识。

## 爆款案例拆解

### 爆款：当下木门流行什么颜色？

#### 文案：

我不知道今年会流行什么颜色，但是我知道这两三年一直在流行这种整张实木板填充、一点空隙都没有的扣线木门，零度润滑黑胡桃颜色就是其中之一。



#### 画面：

木门新产品完工展示+配音解说。

#### 爆点分析：

当下流行内容更容易吸睛，引起好奇。

## 营销锦囊

## 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

所属行业：家居/户外  
经营模式：厂家直营  
目标客户：庭院、景区、商业广场等

定位分析：《莫家户外》从事户外遮阳伞设计生产，账号主要通过短视频展示产品在各种室外场景下的应用，进行测评、种草、销售。



### 变现方式

蓝V账号，每天直播带货；商品橱窗及作品挂小黄车成交；联系电话及私信自动回复引导转化。

### 视频呈现

多人户外场景演示+卡点音乐或口播介绍。  
视频调性：轻松、快乐。

### 拍摄剪辑

室外阳光灿烂的背景下，竖屏高清拍摄+混剪。

### 选题文案

围绕不同类型产品，介绍产品在该场景下的核心使用优点。



## 爆款案例拆解



### 爆款：一篷多用的月光篷场景演示

#### 文案：

(标题)一篷多用，院里装一套月光篷，庭院景观瞬间提高。#凉亭#户外凉亭#铝合金凉亭#电动凉亭#生产厂家

#### 画面：

一群快乐年轻人出镜，多场景演示混剪。

#### 爆点分析：

产品的新奇特元素吸睛；开场一群人坐凉亭秒留人；音乐与画面全程卡点到位。

### 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代，人们对常见的信息已经不感冒了，如果你要打造爆款，必须找到你画面中的新、奇、特。



## 商业定位分析

所属行业：家居/五金  
经营模式：厂家直营  
目标客户：家庭及商家

定位分析：《云华卫浴官方旗舰店》产品展示类，品牌直营，短视频展示产品在痛点场景下的应用，进行测评、种草、挂车，同时直播带货！



### 变现方式

企业蓝V账号，主要变现方式为每周二到周日直播，时长从中午12点至凌晨24点，作品重点往直播间引导，外加橱窗及作品挂小黄车销售，以及联系电话沟通成交。

### 视频呈现

真人出镜讲解+洗漱场景演示，突出典型场景下用户使用痛点，以及产品安装后轻松解决痛点的画面。

视频调性：生活化、轻快简洁。

### 拍摄剪辑

高清近景，场景混剪，重点镜头特写，安装过程倍速快进。

### 选题文案

选题聚焦洗漱时水龙头的使用痛点展开，文案套路：场景+痛点+解决方案+行动号召。



## 爆款案例拆解

### 爆款：水槽漏评测

#### 开头：

这是一杯绿豆，注意看我们把它倒进水槽里。



#### 内容：

- 1、一般水槽被堵水上涨；
- 2、测评新水槽产品；
- 3、原理拆解区别。

#### 画面：

跟着文案内容对应相应的画面展示，最后推荐评测产品。

#### 爆点分析：

“神器”具备的新奇特元素；超级实用场景打动用户；画面快速变化的动感元素。

## 营销锦囊

### 短视频必爆杀手锏 “新奇特”

★ “新奇特”元素是短视频打爆的重要因素。文案要达到新奇特难度很高，但画面达到新奇特却很容易，只要是大众很少见过的事物，都能击中新奇特亮点而成为爆款短视频，快来挖掘你产品中的新奇特元素吧！下面以挖掘机为例：



备注：以上三个角度挖掘新奇特元素，最易至爆的可能是应用场景，也可将三种场景进行混剪组合。

## 商业定位分析

所属行业：家居建材  
经营模式：厂家直销  
目标客户：装修家庭、工程方

定位分析：《佛山市启衡陶瓷厂家》是厂家直营瓷砖的账号，通过介绍瓷砖选择知识、揭示行业内幕，带用户了解装修瓷砖知识，避坑指南，打造“没有中间商赚差价”的平价、专业和诚信形象。



### 变现方式

蓝V组件利用：电话及门店地址；私信自动回复引导询盘、商品橱窗上架产品；评论区置顶在线预约表单预约全屋定制。

### 视频呈现

多元呈现方式，包括员工表演轻剧情、流水线实拍+字幕；单人口播讲解；暴力测评等，灵活多变。  
视频调性：工厂接地气的风格。

### 拍摄剪辑

工作场景实拍。

### 选题文案

选题集中在“瓷砖避坑指南”和“瓷砖搭配方案”两大合集中，均为实用性极强的主题。



## 爆款案例拆解

### 爆款：瓷砖=暴利，你被坑了吗？

#### 文案：

(标题)一片20多的瓷砖，建材市场到消费者手中却要80多，多一个环节翻了好几翻。



#### 画面：

工人在瓷砖流水线工作的生产场面，选题“瓷砖=暴利，你被坑了吗？”用超大醒目黄色字体。

#### 爆点分析：

选题触目惊心，恐吓元素引起悬念；争议话题导致评论区经销商同行纷纷指责、不服，导致互动高。

## 营销锦囊

## 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

所属行业：家具行业  
经营模式：直供(TOC)  
目标客户：装修需求消费者

定位分析：《云锦家具批发》，定位传统家具市场通过认证企业蓝V，获得带货权。采用美女当主播，1个摄像，视频以仓库为背景，突出工厂直邮的观点，抓住用户心理，营造超值感！



### 变现方式

视频产品介绍并加上同款产品小黄车，在主页挂上店址、电话。主页挂橱窗引导购买。

### 视频呈现

产品出镜，两人以价格为话题讨论。最终以让人心动的价格停下，并引导观众进入直播间了解更多详情。

### 拍摄剪辑

手机直拍，画面以人为中心，但是主要还是会围绕在产品展示上面，搭配动感音乐。

### 选题文案

价格讨论，采用三阶段：第一个价格以市场价为主；第二个价格以打折款为主，第三个价格为最后价格，通过价格阶梯来让消费者对价格优惠有实际感受。



## 爆款案例拆解



### 爆款：俏皮对话，来说明价格和本店最优惠的感觉

#### 画面：

画面中间展示产品，老板娘出镜，场外音和其配合，将价格优惠和赠送赠品的信息通过对话的方式传递，最后引导消费者去点击视频中同款小黄车进行购买。

#### 爆点分析：

对话简单风趣，幽默。画面主要以展示商品为主，对话以传递商品优惠信息和引导购买为主。让人开心一笑的同时，也对传递的信息铭记于心。

## 营销锦囊

### “神评论”补刀3大心法

★看作品1分钟，看评论5分钟！所谓“神评论”，是评论区出现的犀利、精彩或出人意料的高赞用户评论。神评论对短视频带来极大好处：1、丰富内容，增加停留；2、引出更多互动；3、提升视频完播率。鉴于神评论的巨大作用，短视频运营者有必要发布作品后主动在评论区通过发布神评论带节奏。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 家装行业  
**经营模式:** 定制 (TOC)  
**目标客户:** 家庭以及商家

定位分析: 《木匠小强》实景展示+家装知识分享+固定内容模板, 尤其适用于装修行业。

**变现方式**

评论区私信线索转化和挂链接收集线下转化客户。

**视频呈现**

实体装修案例展示+真人出镜+配音解说。

**拍摄剪辑**

竖屏聚焦室内装修设计画面, 近景展示, 整体视觉温馨。

**选题文案**

做家具知识分享, 他开头用提问留人: 这样的木制家具见过吗? 儿童房衣柜还分上下铺? 中间做解说, 用实景产品展示做家具的知识分享。

## 3 爆款案例拆解

**爆款:** 爆火的儿童房是如何设计装修的?

**文案:** 介绍儿童房的结构设计。

**画面:** 男生介绍儿童房结构和功能+画外音配合。

**爆点分析:** 选题是热点元素, 略带夸张的文案抓人, 简短时长完播高。

**营销锦囊**

短视频循环播放3锦囊

★ 短视频推流算法有一条重要的指标: 完播率, 即用户看完整个视频的占比。完播率越高, 对推流越有利。有几个办法可以让视频不仅完播, 而且反复循环播。

截图文字较多, 还没看完就结束了, 于是反复看

用户点进评论区后, 视频会一直处于播放状态

1 | 让企业生意更轻松

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 卫浴行业  
**经营模式:** 定制/零售  
**目标客户:** 家庭消费者

定位分析: 《幻潮卫浴HUANCHAO》简单的拍摄手法, 以卫生间为背景, 从花洒安装效果到性能展示, 突出产品, 好看又好用的卖点, 再细分场景, 吸引不同目标群体。

**变现方式**

展示店铺营业信息, 店铺橱窗, 定期直播, 建立粉丝群将线上流量转移到线下。

**视频呈现**

针对家庭装修需求来细分场景, 如厨房专用、洗头专用等, 在不同的场景下去介绍产品特色, 利用不同产品功能去吸引不同目标群体。

**拍摄剪辑**

视频以卫生间为背景, 从花洒安装效果到性能展示, 简单的拍摄手法, 却明显突出产品, 好看又好用的卖点。

**选题文案**

通过细化场景, 针对用户日常常见的卫浴问题提出本产品的解决方案。




## 3 爆款案例拆解

**爆款: 钢琴按键航母恒温**

**文案:**  
颜值不能丢, 功能不能少, 钢琴按键航母外观再加恒温调节液态硅胶出水更有力。

**画面:**  
以真实卫生间为背景, 无真人出镜, 第一视角拍摄, 展示产品功能和使用方法, 呈现产品外观设计。

**爆点分析:**  
抓住了大众对卫浴产品的期望和需求, 通过巧妙设计解决洗浴难题, 简单快捷的使用方法和讲解方式来让顾客更容易理解, 从而产生购买欲望。

**营销锦囊**

**室内环境拍摄三句诀**

★ 展示室内环境时, 可以采用第一视角, 跟随用户的脚步逐一展示细节。

- 门外造悬念: 有啥?
- 开门新天地: 哇塞!
- 环绕转个圈: 漂亮!

# 服装配饰行业



## 1 商业定位分析

**所属行业:** 服装行业  
**经营模式:** 品牌直营  
**目标客户:** 中高端女性消费者

定位分析: 《洪陵官方旗舰店》前期以分享羊绒知识为主，后期以羊绒产品展示为主，5个人的制作团队，到40个人的团队，每条评论都会回复，用心经营客户，达到小店最高口碑评分-5分。

**变现方式**

社群、私信粉丝互动、知识分享培养高粘度的粉丝群体，再通过蓝V认证后做日不落直播，早7点到晚7点，直播带货转化。

**视频呈现**

账号前期走IP精品路线，高清拍摄创始人讲解+演示羊毛衫知识为主，打造人设吸引精准粉丝。  
账号后期走直播切片以量取胜，截取直播过程中的精彩片段，重点关注粉丝变现。

**拍摄剪辑**

第一阶段：高清真实场景真人IP拍摄，投入设备、人力、精力。  
第二阶段：录播下载，批量剪辑。

**选题文案**

选题方向：羊绒选购知识、羊绒衫保养、选购实用方法。  
文案套路：提出使用场景中的典型问题+解决方案。




## 2 爆款案例拆解

**爆款: 改变衣服穿法(实用方法)**

**开头:**  
用一根皮筋改变一件衣服的穿法，现在演示给你看！

**内容:**  
创始人讲解+模特演示，近景创始人出镜提出问题，然后特写聚焦于模特身上的服装，演示改变全过程。

**音乐:**  
土味洗脑神曲。

**爆点分析:**  
新奇特元素吸睛；评论区高赞神评论“皮筋我是有的，就是没这个腰”。

**营销锦囊**

**产品拍摄5步法**

★ 产品拍摄要展示产品主体，同时要展示产品与环境、人物的关系，我们可以参照以下5个步骤进行拍摄。



## 1 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：品牌直营  
目标客户：零售个体

定位分析：《王孟杰服饰商行》产品展示类账号，通过模特试穿和效果呈现，展示服装的上身效果，吸引客户的关注。



### 变现方式

企业蓝V账号，利用企业号转化工具，商品分享橱窗和小店直接挂链接，无缝衔接，让用户看完视频就直接一键购买，或者在小店完成交易。以量取胜，每天坚持最少10条短视频发布。线上做引流销售，线下统一发货，完成商业变现。

### 视频呈现

呈现方式：该账号的呈现方式为视频+配音/音乐，擅长将线下实体售卖经验转到线上，以实拍模特试穿展示效果为主，注重服装细节展示。

账号调性：真实接地气。

### 拍摄剪辑

高清拍摄，服装店实景拍摄，单一镜头展示，倍速剪辑。

### 选题文案

选题以服装效果展示为主，文案主打客户痛点，比如：背带裤+衣，两件太便宜了；假两件连衣裙，显瘦洋气。



## 2 爆款案例拆解



爆款：来了一个超爽快的美女，试了直接穿走，78成交！  
我家衣服就是好看又便宜。

### 文案：

利用主客对话凸显服装的优势：“老板娘，我身上裙子多少钱？”  
“78的” “这裙子显瘦，好显瘦，你帮我包起来，我直接穿走。”

### 画面：

模拟真实主客对话销售场景，利用偷拍视角，拍摄“顾客”真实反馈。

### 爆点分析：

真实场景接地气；偷拍的视觉；有价格槽点，触发大家对这件衣服的价格讨论，高互动。

## 营销锦囊

## 促销式文案写作公式

★当我们进行产品销售，或者导流进入直播间的时候，最有效的话术就是促销话术，让用户直接带着购买目标看短视频，提升点击小黄车和直播间的购买率。



## 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：品牌直营  
目标客户：年轻男生

定位分析：《物空》账号定位：产品展示，品牌自营，打造懂穿搭的人设IP，分享好物及穿搭技巧，换装展示产品应用场景，一边种草一边拔草，变现能力强。



### 变现方式

短视频吸引粉丝，直播带货。

### 视频呈现

呈现方式：场景混剪模特试穿展示效果为主，注重服装细节展示。以IP人物穿着呈现场景混剪换装为主，展示各种服装的穿搭效果，内容穿插一些轻剧情，但都没有离开产品展示范畴。

### 选题文案

围绕好物种草展开选题。  
你们要的\*\*\*来了！  
夏天最适合的\*\*穿搭。



## 爆款案例拆解

### 爆款：百搭裤子

#### 文案：

裤子百搭，所有上衣都能搭。

#### 画面：

人走在跑步机上，不停地换上衣，体现裤子的百搭性。



#### 音乐：

卡点，每次变装都卡到位，视觉冲击力强。

#### 爆点分析：

百变换装+卡点音乐剪辑爆。

## 营销锦囊

## 种草式文案写作公式

★ 种草视频的文案写作，重点在于找到用户的使用场景后罗列痛点再给解决方案，最后引导购买，你可以试试以下方法：



## 1 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：定制  
目标客户：讲究着装的商务男士

定位分析：《Alpha西服定制》是轻奢男装定制品牌，在全国多个城市有分店，账号聚焦中高端男士西服着装知识介绍、西服定制案例讲述等，展现定制西服的工艺和魅力，实现吸粉转化。



### 变现方式

蓝V账号，主要引导电话和私信咨询。

### 视频呈现

工作场景和西服展示混剪+低沉男声配音。  
视频调性：老上海古典、讲究的绅士风。

### 拍摄剪辑

竖屏高清混剪，拍摄环境和灯光营造出古典怀旧绅士风格；善用特写表现西服定制的工艺细节；配音低沉娓娓道来，拍出了高品质感。

### 选题文案

两大类文案为主：  
1、西服穿搭实用指南；  
2、顾客案例讲述，带出手工定制的特色和卖点。



## 2 爆款案例拆解



### 爆款：定制手工西服真的有必要吗？

#### 文案：

定制手工西服真的有必要吗？优雅在细节，这就是手工西服的魅力，一件全定制西服一定是你和裁缝师傅共同合作的作品，这毫不夸张，交流一下爱好，穿着习惯，观察对方的微表情和身体特征，再适当给出意见，你可以采纳，也可以完全不听，大脑都很有自己的主见，好，面料就敲定了。沟通，就是互相说服罢了，这次做一件休闲西服上衣，量体就很简单，追求宽松舒适为主，细节放量也都严肃。这块很漂亮的墨绿色人字纹面料，因零剪会慢一点，大概在三周，心里有谱了就直接动手吧，大致的制作过程就是量体、打版、裁剪、打线钉、熨烫.....当中还有很多细节，工艺各有讲究，就边录边说吧。

#### 画面：

顾客与定制师傅在衣服间内一对一交流定制的工作场景+娓娓道来的配音讲述。

#### 爆点分析：

拍摄画面有看老电影的视觉效果；标题提示“好奇手工的要看到最后哦”！

### 营销锦囊

### 过程演示短视频配音“三宝”

★ 过程演示短视频如果只有画面，用户容易视觉疲劳而离场，故增加音乐或配音来提升内容的信息量，达到画面不爆，则配音补刀的效果。



## 1 商业定位分析

**所属行业:** 服装行业  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 追求性价比的消费者

定位分析: 《霞湖世家》，定位中低端服装市场，通过分享创业经验。让员工跟拍自己的工作日常和工厂趣事，每天都有视频素材。穿着自家品牌服装出境，来增加产品曝光，慢慢积累粉丝基础，之后开展直播带货。

### 变现方式



企业在拍摄日常视频里面主要都是穿着自己的服装来展示产品，每个视频都挂上同款小黄车来引导顾客购买，采用日不落直播。

### 视频呈现



竖屏拍摄；员工和老板的对话，展示员工和老板的良好互动，传递公司价值观，他们在视频中也穿着公司产品。

### 拍摄剪辑

主要通过镜头去记录日常生活，凸显真实记录。产品视频更多展示产品细节，凸显做工和用料，搭配暖心纯音乐。

### 选题文案

选题一：时常关心员工和员工现状，扶持年轻人去发展。  
选题二：介绍自家产品，自己穿自家产品，也会通过朋友对自家产品的评价来宣传，最常说的slogan：好而不贵，帮你省钱。

## 2 爆款案例拆解

### 爆款：郭总的创业历程



**文案：**  
赛翁失马焉知非福，有的时候到了谷底才能奋起拼搏。从全部身家被偷到年赚百万，你最好奇哪一段？霞湖世家的郭总发家史。

**画面：**  
手机竖屏拍摄，真实+动画场景，在场景中诉说过往。

**爆点分析：**  
从发家历程中，引起情感共鸣，这个是抖音不变的爆款秘籍。

### 营销锦囊

### 人物故事vlog：打动人心三段论

★ 人物故事vlog通过讲述人物经历，达到打动用户，让用户产生好感和信任的作用。常见于成功案例、创业故事、经营故事、品牌故事等营销手法中采用。

第一段：3秒留人	第二段：过程感人	第三段：结果动人
<b>强冲突</b> 放弃稳定工作做轻食	<b>坎坷经历</b> 被人嘲笑书白读了 (但依然坚持)	<b>逆袭成功</b> 如今徒弟一千多 卡里存款7位数

## 1 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：年轻消费者

定位分析：《白小T》，选定年轻群体作为目标客户，宣传并强调自己是大牌服装的代工厂，拍摄生产实况，把车间生产流水、各种上身产品卖点做成短视频，用来广告投放，打造账号矩阵，每天日不落直播，成功打造出白小T这一爆款单品。



### 变现方式

主页挂官方网址和电话，邀请观众进入粉丝群，采用日不落直播方式。

### 视频呈现

分享时尚日常搭配。主要以模特动态的展示，在动态场景下呈现产品，后半部分再加上搭配的造型展示。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄加柔光滤镜，动态展示、卡点音乐和静态照片展示。

### 选题文案

选题：年轻人日常穿搭，对产品卖点的详细介绍。卖点展示+引导购买。



## 2 爆款案例拆解



### 爆款：拒绝老头衫

#### 文案：

想要拒绝老头衫这件POLO你可以试试。

#### 画面：

以奢侈品代工厂为背景，由创始人现场讲解白小T的优势之处。

#### 爆点分析：

在真实具体场景下去展示产品性能，通过模特亲身体验来向消费者说明产品特性。

### 营销锦囊

### 产品种草之“PK大法”

★产品展示有很多方法和技巧，其中PK法的采用，即自身产品与其他产品作对比，或产品使用前与使用后对比，能让你的产品瞬间被用户记住，极易种草成功。



## 1 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：年轻消费者

定位分析：《鸭鸭羽绒服旗舰店》，主要聚焦羽绒产品，展示产品细节，穿搭推荐。带货场景把氛围拉满、出镜人物做反差人设、内容情节走爽文套路。

### 变现方式

企业蓝V账号，店铺橱窗，建立粉丝群，私信接入客服系统，页面增加商品分类，每日直播。

### 视频呈现

产品穿搭出境，搭配网红化背景突出产品特性。产品的不同搭配方式和产品介绍。

### 拍摄剪辑

全景产品展示，加上细节特写，产品使用场景。

### 选题文案

选题一：产品完整细节介绍和材料以及做工展示；  
选题二：产品穿搭以及穿搭展示；  
选题三：人员对产品的制作工艺介绍和产品的上身效果展示。



## 2 爆款案例拆解

### 爆款：产品穿搭介绍

文案：  
百搭不挑人，怎么穿都好看。

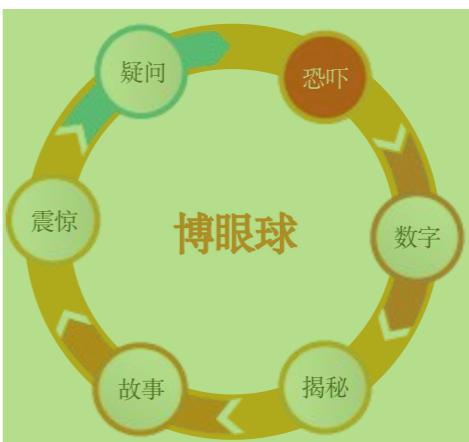
画面：  
截取直播画面配上温馨配乐，产品的模特上身效果展示和音乐卡点。

爆点分析：  
利用优势产品搭配来让顾客对产品有了好的印象，模特穿搭又可以让顾客做一个日常穿搭的思考和建议。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：年轻女性消费者

定位分析：《十三姑》，休闲年轻女性服装，专注年轻时尚女性穿搭，通过本人穿搭出镜，用提问的方式引发用户好奇观看；中间产品种草，结合提问给出产品，真人试穿讲解。产品优势：结尾给承诺：保障产品质量以及售后，引发用户信任购买。吸引精准粉丝再用直播批量成交。



### 变现方式

企业蓝V账号，店铺橱窗链接，主页面提示直播预告，定期直播。

### 视频呈现

个人穿搭直拍呈现，加上舞蹈和配乐。

### 拍摄剪辑

竖拍，加上滤镜和视频特效。

### 选题文案

选题一：个人穿搭展示；  
选题二：网图拍摄技巧；  
选题三：产品细节介绍和搭配推荐。



## 爆款案例拆解



### 爆款：丽莎衬衫讲解

#### 文案：

该款热门产品的设计介绍和日常穿搭建议，风格讲解并给予日常穿搭建议，同时也介绍产品做工与用料。

#### 画面：

个人直拍，加上优雅背景，一句话就切换远近景，讲解重点用黄色动态字体去强调，在给予意见时加上音效配合，用各种视频贴图丰富画面。

#### 爆点分析：

独特的穿搭建议，分析产品使用场景给予用户具体化想象空间，深有同感，结合季节特性和产品特点结合，进行穿搭推荐。

## 营销锦囊

## 促销式文案写作公式

★当我们进行产品销售，或者导流进入直播间的时候，最有效的话术就是促销话术，让用户直接带着购买目标看短视频，提升点击小黄车和直播间的购买率。



## 商业定位分析

所属行业：服装行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：普通消费群体

定位分析：《洛洛子好袜》：1、开头给痛点、精准收获目标群体；2、产品试穿的同时讲解优势；3、用利益引导，薄利多销。通过直播带货实现利益转换。



### 变现方式

直播，店铺橱窗链接，视频和评论区挂小黄车。

### 视频呈现

个人讲解和强推销方式。

### 拍摄剪辑

直接对脸直拍，将产品置于前面。

### 选题文案

产品介绍文案，和产品特色讲解以及使用场景和搭配建议。



## 爆款案例拆解



### 爆款：儿童袜子介绍

#### 文案：

介绍儿童袜子的设计和用料，并且对做工工艺进行讲解。

#### 画面：

以强销售模式，前面展示产品，个人在后面对产品进行讲解，画面简单干净。

#### 爆点分析：

在消费者对于鞋袜需求有足够把握的前提下，在讲解卖点时能够抓住消费者最关注的点并进行详细讲解，从而获得信任。

## 营销锦囊

### 6大“暴力”骚操作，作品不爆来找我

★ “暴力”画面是吸引用户观看并留下深刻印象的重要因素，常用于产品暴力测评以突出优良品质。如果视频画面和文案实在没有任何爆点，不妨制造一些“假暴力”元素以达到短视频留人的目的。



美食餐饮行业



## 1 商业定位分析

**所属行业:** 餐饮行业  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 创业人群

定位分析: 《西安品诺小吃培训》有2个蓝V账号, 粉丝量600万以上, 内容垂直聚焦, 围绕着餐饮创业人群的实用性知识, 账号语言钉: 干货全拿走, 开店就赚钱。一句话锁定目标人群和用户价值, 主打0基础学得会。

**变现方式**



蓝V商家主页, 突出机构特点:  
0基础、2人可学、学会为止。  
线上免费沟通、预约咨询, 销售跟进追销, 本地培训。

**视频呈现**



场景混剪+真人配音, 视频拍摄老师讲解培训的过程, 后期加文案和配音。  
素材采集难度低, 剪辑难度低, 很容易实现量产。

**拍摄剪辑**

近景现场实拍教学场景, 制作过程近景+中景拍摄, 食物特写提升视觉冲击力。

**选题文案**

选题1: 各种小吃的制作方法。  
选题2: slogan+带你学+文末给配方。

## 2 爆款案例拆解

**爆款: 肉夹馍卤汤的做法**

**开头:**  
今天带学员现场制作陕西肉夹馍卤汤。

**钩子:**  
详细配方比例一个一个来。

**拍摄:**  
画外配音+场景混剪教学场景+制作场景+食物呈现。

**文末:**  
详细比例, 我放到这里, 希望对大家有帮助。

**爆点分析:**  
一开始提示最后有配方吸引看完; 凉皮现场制作过程吸睛。

### 营销锦囊

### 提升视频完播率的钩子法则

★ 用户只会给你一秒的时间, 因此你必须要学会博眼球, 以下3种标题写作方法, 能让你的爆款率提高80%。



获得感  
举例: 我给你准备好了详细步骤, 放在最后

钩子  
紧迫感: 点赞收藏, 这条恐怕很快会删除  
稀缺感  
重要性  
稀缺: 我给你总结了3点, 最后一条最重要。

## 商业定位分析

所属行业：餐饮/培训  
经营模式：招商加盟  
目标客户：个体经营者、找生意人群

定位分析：《福大叔餐饮学堂》通过拍摄麻辣烫制作场景和分享麻辣烫小店经营秘诀，吸引个人餐饮创业人群关注加入。



### 变现方式

围绕麻辣烫后厨及小店的经营场景，老板真人出镜讲解麻辣烫经营的方方面面。视频调性：通俗化，接地气。

### 视频呈现

场景混剪+真人配音，视频拍摄老师讲解培训的过程，后期加文案和配音。  
素材采集难度低，剪辑难度低，很容易实现量产。

### 拍摄剪辑

麻辣烫店实景拍摄混剪加老板配音讲述。很多讲述场景是老板单手持手机竖屏自拍完成。

### 选题文案

采集麻辣烫经营者和加盟者关心的日常经营话题和场景，善于将评论区的粉丝留言问题拿来做素材。



## 爆款案例拆解

### 爆款：麻辣烫高汤配方公开

#### 文案：

这是早上我带客户炒的麻辣烫底料，这一大锅汤是200多斤，就是底料做出来的，我把配方分享出来，你能不能给个小心呢？



#### 画面：

重点特写一大锅麻辣烫底料及做出来的高汤，最后半秒显示配方文字截图。

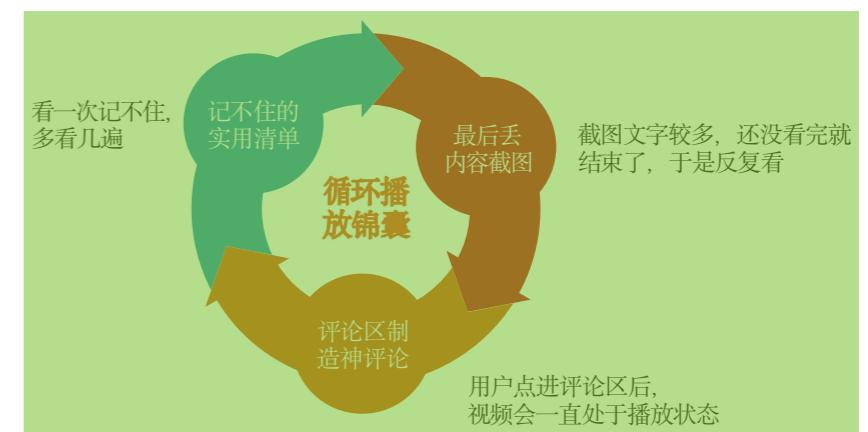
#### 爆点分析：

开篇特写大勺底料的视觉诱惑留人；最后配方文字截图转瞬即逝，吸引反复完播；配音号召点赞；作品仅10秒，简短利落。

## 营销锦囊

### 短视频循环播放3锦囊

★ 短视频推流算法有一条重要的指标：完播率，即用户看完整个视频的占比。完播率越高，对推流越有利。有几个办法可以让视频不仅完播，而且反复循环播。



## 商业定位分析

所属行业：餐饮  
经营模式：直营门店  
目标客户：吃货

定位分析：《厉蜀记调味品旗舰店》蓝V账号，粉丝量378.7万，账号定位为：生产过程展示，视频大多拍摄后厨炒料过程、服务员炒料过程为主，带用户看平时看不到的火锅生产过程。



### 变现方式

店铺POI为线下门店导流。  
直播/小黄车销售门店同款火锅底料。

### 视频呈现

呈现方式：工作过程的场景混剪。  
视频调性：后厨原生态。

### 选题文案

选题方向：新、奇、特为主。  
比如：一锅成本上万；  
比如：用龙虾炒龙虾给孩子吃；  
比如：偷拍妹子下火锅底料；  
文案简单，重点在画面呈现做文章。



## 爆款案例拆解

### 爆款：一锅成本上万的火锅

#### 画面文案：

一锅成本上万牛油下锅600斤搅拌均匀，倒入3000元花椒.....

#### 画面：

大型的锅、海量的食材、大型的制作设备和锅底制作过程的展现，BGM磅礴、宏伟，把新奇特的过程展现得淋漓尽致。

#### 爆点分析：

大开眼界的新奇特致爆。



### 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代，人们对常见的信息已经不感冒了，如果你要打造爆款，必须找到你画面中的新、奇、特。



## 商业定位分析

所属行业：餐饮  
经营模式：本地服务  
目标客户：点外卖的本地吃货

定位分析：《西门吹雪的店》专门拍摄外卖单上用户的奇葩备注，引发趣味情节，打造店老板幽默搞怪又帅气的人设形象聚拢人气，为门店引流。



### 变现方式

挂联系电话和门店定位地图；作品及评论区置顶定位门店地址。

### 视频呈现

轻剧情+背景音乐，无配音讲解。  
视频调性：幽默风趣，无厘头搞怪。

### 拍摄剪辑

用特写展示外卖单备注文字，整蛊过程用倍速混剪实现剧情快节奏推进。

### 选题文案

聚焦外卖单上用户的各种奇葩要求，老板如何机智、幽默应对。



## 爆款案例拆解

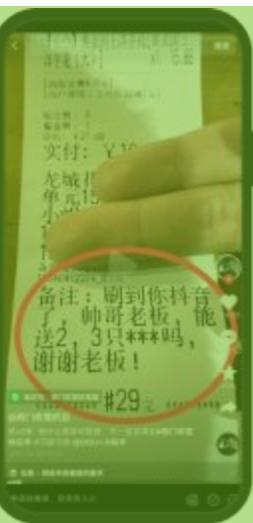
### 爆款：老板机智应对外卖单奇葩备注

#### 文案：

搞笑剧情演绎(老板装傻会错意)，无配音文案。

#### 画面：

特写镜头对准外卖单上的文字，然后快节奏推进过程画面。



#### 爆点分析：

搞笑轻剧情，悬念开头，搞笑情节，不到10秒，高完播，高互动。

## 营销锦囊

### 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节，是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演，拍摄和制作难度很高；轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点，一方面尽量减少人物和简化情节，达到快速量产的效果。



## 商业定位分析

所属行业：餐饮  
经营模式：招商加盟  
目标客户：个体创业者，找加盟项目的人

定位分析：《暖柠总部(开店)》是轻食餐饮连锁加盟品牌，面向全国城市招加盟商开店，账号作品以展示产品受欢迎，小店生意火爆为目的吸引加盟咨询。



### 变现方式

蓝V账号，引导私信询盘，私信自动回复询问对方想在哪个城市开店；挂联系电话及总部地址；不定期直播。

### 视频呈现

主要拍摄轻食店经营画面或教学场景+卡点音乐；漂亮小姐姐为出境主角。  
视频调性：轻、快、短。

### 拍摄剪辑

轻食店场景混剪，特写聚焦五颜六色的轻餐盒，配快节奏卡点音乐。

### 选题文案

轻食店为顾客配餐的日常，以及客户经营案例；文案都集中在标题部分，很少配音讲述，靠画面取胜。可快速量产作品。



## 爆款案例拆解



### 爆款：我必须成为爸妈的依靠

#### 文案：

95年安徽人，4年前辞去教师一职选择做#轻食，每天能挣三四千，从不乱花一分钱。

#### 画面：

学习轻食制作+五颜六色的轻食+轻食店外卖小哥拥挤取餐的火爆场面混剪。

#### 爆点分析：

以第一视角来讲述自己的努力，只为成为爸妈的依靠。结果引导评论咨询，情感引发共鸣！

## 营销锦囊

### 人物故事vlog：打动人心三段论

★ 人物故事vlog通过讲述人物经历，达到打动用户，让用户产生好感和信任的作用。经常在成功案例、创业故事、经营故事、品牌故事等营销手法中采用。

第一段：3秒留人

强冲突

放弃稳定工作做轻食

第二段：过程感人

坎坷经历

被人嘲笑书白读了  
(但依然坚持)

第三段：结果动人

逆袭成功

如今徒弟一千多  
卡里存款7位数

## 1 商业定位分析

所属行业：美食  
经营模式：厂家直销  
目标客户：小学生家长及小孩

定位分析：《源氏Genjifood食品旗舰店》以第三视角带用户了解辣条产品和生产，已经解答用户的常见问题，让用户近距离了解辣条生产环境和制作流程，建立信任吸引关注购买。



### 变现方式

短视频挂车，直播带货，小店商城。

### 视频呈现

多元呈现方式，包括对话轻剧情，流水线实拍、口播讲解、试吃测评、灵活多变。

### 拍摄剪辑

人物及工作场景实拍混剪，常采用高清特写突出辣条勾人食欲的效果。

### 选题文案

选题集中在妈妈普遍关心的吃辣条的常见问题，如添加成分，卫生安全，营养成分等，善于从评论区获取用户问题做拍摄素材。



## 2 爆款案例拆解



### 爆款：大刀肉做这么小

#### 文案：

你是是不是瞧不起我，大刀肉做这么小，还不够牙缝。

#### 画面：

一问一答，在工厂背景，解析大刀肉为什么做这么小。

#### 爆点分析：

利用粉丝问题，做产品优势塑造，时间也控制在15秒，既解决了客户问题，又引导了评论互动。

## 营销锦囊

单人口播太单调？四招化解！

★ 单人出镜口播短视频如果一直是人物画面，用户容易视觉疲劳而离场，尤其人物形象无亮点的时候更是如此。故增加其他画面进行混剪，达到视觉不单调、信息更丰富的效果，增加致爆因素。



## 商业定位分析

所属行业：食品行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：中老年妇女

定位分析：《九度七食品旗舰店》，主打绿豆饼，统一内容模板，以产品卖点为主演绎，打开用户味蕾，吸引用户购买。



### 变现方式

小店商城，短视频挂车，直播带货。

### 视频呈现

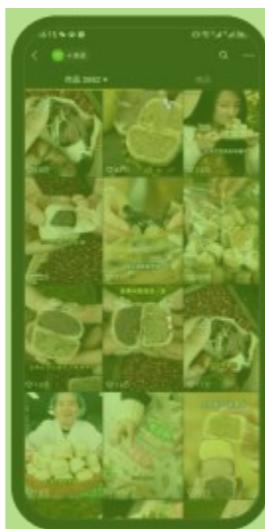
- 1、产品溯源产地工厂制作及吃货场景；
- 2、产品推荐引流直播间。

### 拍摄剪辑

产品溯源多场景混剪，呈现产品卖点及为直播间导流。

### 选题文案

产品多视角选题，工厂、源头、制作、吃货场景、直播切片。



## 爆款案例拆解



### 爆款：好吃是好吃，缺点多

#### 文案：

不瞒大家说，我们家绿豆饼好吃是好吃，但是它有很多缺点。

#### 画面：

用缺点来塑造产品卖点。

#### 爆点分析：

反向塑品，用一般产品有的缺点说成优点，把自家产品有的卖点说成缺点，引出反差引导评论互动。

## 营销锦囊

### 爆款文案写作方法论---清单式文案

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法，多用于干货分享，像购物清单式罗列知识，提高读者的获得感。



### 举例：鞋柜这样做，实用颜值都在线

- ①高度40公分，拿放更方便
- ②入户做鞋凳，60公分换鞋最舒适
- ③两边做抽屉，钥匙随手放
- ④上门做储物，空间利用高
- ⑤中间做灯带，温馨有品位

## 商业定位分析

所属行业：食品行业  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：大众消费者

定位分析：《隐食》：1、立专业人设。卖米面粮食的请来农科院专业人士，从大米比较，到数据分析。客户信任蹭蹭往上涨。1斤米15块，卖出230万；2、抓用户痛点。比如可怕的添加剂、让人变胖的高糖分，再对比自家食品的优势；3、强调卖点。比如哪些适合孩子，对大脑发育好；哪些适合女性，对护肤有益；4、设槽点。让人看了想吐槽、或是爽文剧情。



### 变现方式

主页店铺橱窗，建立粉丝群，定期直播方式。

### 视频呈现

场景以科研场所为主，以科研专业形象出镜，讲解食品生物科技，展示食物科技成品和科研技术。

### 拍摄剪辑

人物讲解和加上镜头特写，视频上方加视频文字补充。在视频内加上对话字幕，也会在重点处加以文字特效和声音效果。

### 选题文案

- 1、展示产品特色、包含的科学和生物技术，以及该产品在国家级和省级的奖项；
- 2、幽默文案和音效来多元展示产品，加上对产品原料的介绍和鬼畜剪辑。



## 爆款案例拆解

### 爆款：科研沙雕

#### 文案：

科研沙雕：不能让老公知道的好东西.....

#### 画面：



#### 爆点分析：

以符合年轻人鬼畜剪辑的习惯，配合夸张有趣的文案，让人有继续看下去的欲望。轻松有趣，在文案中有对产品进行详细介绍，并融合风趣对话，更让观众愿意接受这样的信息传递方式。

## 营销锦囊

### 短视频必爆杀手锏“新奇特”

★ “新奇特”元素是短视频打爆的重要因素。文案要达到新奇特难度很高，但画面达到新奇特却很容易，只要是大众很少见过的事物，都能击中新奇特亮点而成为爆款短视频，快来挖掘你产品中的新奇特元素吧！下面以挖掘机为例：



备注：以上三个角度挖掘新奇特元素，最易至爆的可能是应用场景，也可将三种场景进行混剪组合。

## 商业定位分析

所属行业：零食/食品  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：普通消费群体

定位分析：《亿佰味》，微剧情引流，通过制造争议话题来增加粉丝互动，提升视频互动量，并在视频中结合剧情介绍产品，实现粉丝流量转化。



### 变现方式

视频挂小黄车，视频爆流开播，主页店铺橱窗。

### 视频呈现

真人出镜做剧情，结合生活中常见的热点话题：如和睦的夫妻关系、温馨的职场关怀等，轻松引起用户情感共鸣！

### 拍摄剪辑

设计自己的剧情玩法，剧情账号三要素：应用场景+人设塑造+情节冲突。

### 选题文案

视频短剧为主，通过利用社会主要争议话题引发关注和讨论，通过设计正能量结局满足观众爽点，在剧情中接上产品介绍。



## 爆款案例拆解

### 爆款：剧情短剧

#### 文案：

结局意想不到，这个男生值得好好珍惜。



#### 封面字幕：

根据剧情转换镜头，主要是通过台词塑造故事背景和故事主线。

#### 爆点分析：

通过反差剧情来引发观众讨论。

## 营销锦囊

### 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节，是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演，拍摄和制作难度很高；轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点，一方面尽量减少人物和简化情节，达到快速量产的效果。



## 商业定位分析

所属行业：零食/食品  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：年轻消费群体

定位分析：《追亿旧时光》，内容上打感情牌，一个小卖部老板，通过剧情真实还原童年场景，最后将用户引导橱窗成交。



### 变现方式

主页店铺橱窗，建立粉丝群，每日直播。

### 视频呈现

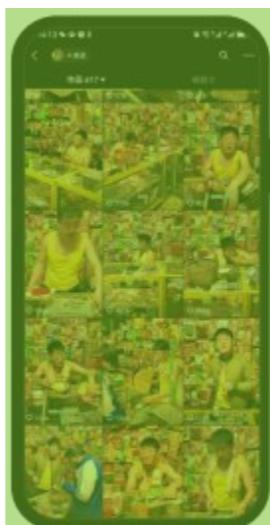
固定背景，所有视频都在一个小卖部完成，拍摄制作简单！只需更换不同零食。

### 拍摄剪辑

叙述性镜头语言，采用橘黄色滤镜来营造回忆氛围感，通过人物对话来切换镜头，同时对产品也进行近景镜头特写。

### 选题文案

主要是通过怀旧小卖部日常剧情来引起观众共情。日常对话剧情也是复原童年时光。



## 爆款案例拆解



### 爆款：吃过八种以上的都结婚了吧

#### 文案：

这些零食吃过的都应该结婚了吧。

#### 画面：

以第一和第三人物视角交换，并通过对各种童年经典的零食进行特写，同时配合童年歌曲，来勾起回忆，引发共情。

#### 爆点分析：

利用怀旧情怀作为卖点，通过经典儿歌让观众回忆童年。

### 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代，人们对常见的信息已经不感冒了，如果你要打造爆款，必须找到你画面中的新、奇、特。



## 商业定位分析

所属行业：餐饮加盟  
经营模式：加盟/培训  
目标客户：餐饮商家

定位分析：《闫老一水饺》，凭借每日更新，一是通过视频小黄车带货，二是直播卖水饺。将粉丝引流线下做水饺培训。



### 变现方式

定期直播，企业蓝V账号，将企业电话，门店信息放置主页，建立粉丝群来将在线流量转移到线下。

### 视频呈现

真人出镜分享包饺子知识。

### 拍摄剪辑

拍摄制作过程，通过画外音方式去讲解步骤和技巧。

### 选题文案

主要教授面食制作方法。如教人和面就带货和面袋儿；教人做饺子馅儿就带货调料包。



## 爆款案例拆解



### 爆款：猪肉芹菜水饺的做法

#### 文案：

我今天教大家猪肉芹菜水饺的做法。

#### 封面字幕：

单人出镜教学，镜头根据讲解内容做全镜和细节特写切换，展示制作细节。

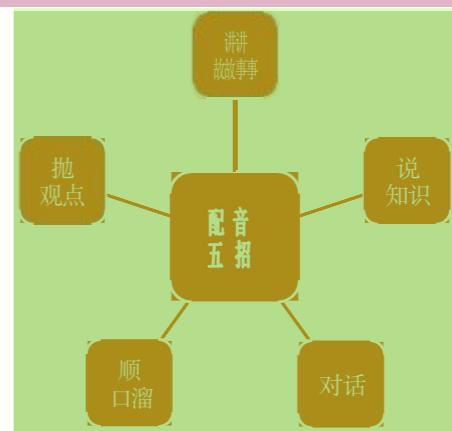
#### 爆点分析：

猪肉芹菜水饺南北通吃的一道水饺，通过讲解引导评论同时吸引转发。

## 营销锦囊

### 五招让配音更生动

★ 短视频内容由画面+音频+文案的多元要素构成，是最复杂的内容形态，好处是任何一个要素出彩，都可能导致短视频打爆。其中音频部分的配音，就是重要的致爆因素之一，试着为你的画面增加以下配音。



# 机械设备行业



## 1 商业定位分析

**所属行业:** 机械设备  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 餐厅经营者

定位分析: 《包子机饺子机厂家国字机械》是一家商用餐饮设备供应商, 销售产品为中高客单价产品, 账号定位为: 产品展示、产品的使用过程。

**变现方式**  
蓝V组件展示联系电话, 通过私信引导用户留下联系方式, 线上咨询+线下成交。

**视频呈现**  
呈现方式: 视频+配音。



**拍摄剪辑**  
拍摄机器的使用场景, 用抖音较热的音效做配音, 引导用户点赞, 视频拍摄简单, 容易高产。

**选题文案**  
选题方向: 使用场景拍摄  
文案亮点: 文案主打共情, 励志, 讲述人物故事同时加产品特点介绍, 引发人们的共鸣。



## 2 爆款案例拆解

**爆款:** 饺子皮机器展示

**文案:**  
80后小伙发明的饺子皮机, 解决了饺子店用人难的问题, 能换模具做饺子皮、馄饨皮、面条, 每分钟50片成品。

**标签:**  
标签#饺子皮机

**爆点分析:**  
饺子皮从机器自动吐出来的新奇特吸睛; 简短时长完播高。

**营销锦囊**

短视频必爆杀手锏 “新奇特”

★ “新奇特”元素是短视频打爆的重要因素。文案要达到新奇特难度很高, 但画面达到新奇特却很容易, 只要是大众很少见过的事物, 都能击中新奇特亮点而成为爆款短视频, 快来挖掘你产品中的新奇特元素吧!下面以挖掘机为例:



备注: 以上三个角度挖掘新奇特元素, 最易至爆的可能是应用场景, 也可将三种场景进行混剪组合。

## 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：厂家直销  
目标客户：工地、工程项目方

定位分析：《郑州荣德机械设备有限公司》是环保垃圾分选设备，建筑垃圾破碎设备，矿山破碎设备等制造厂商，通过拍摄各类机械工作实景和知识分享获取客户线索转化。



### 变现方式

蓝V账号，上万高客单价产品，做商家页带预约表单获取潜在客户电话；挂电话及私信自动回复引导询盘。

### 视频呈现

实拍机械在工地工作场景+机器人配音讲应用知识。  
视频调性：工地劳动风。

### 拍摄剪辑

竖屏聚焦设备工作画面，场景混剪；画面充满变化，避免视觉单调；常用中远景体现大场面。



### 选题文案

选题集中在各种工地设备选择与实际应用的常见问题解答方面，主打实用性，接地气。

## 爆款案例拆解



### 爆款：砌筑一平米砖墙需要多少砂浆？

#### 文案：

问：砌筑一平米砖墙需要多少砂浆？  
答：一平米12墙要沙子30公斤，水泥8公斤；24墙需要15.7公斤水泥，84公斤沙子；37墙需要22公斤水泥，139公斤沙子；50墙需要28公斤水泥，216公斤沙子。

#### 画面：

工人工地调砂浆、砌砖墙工作的画面混剪+女声机器人配音。

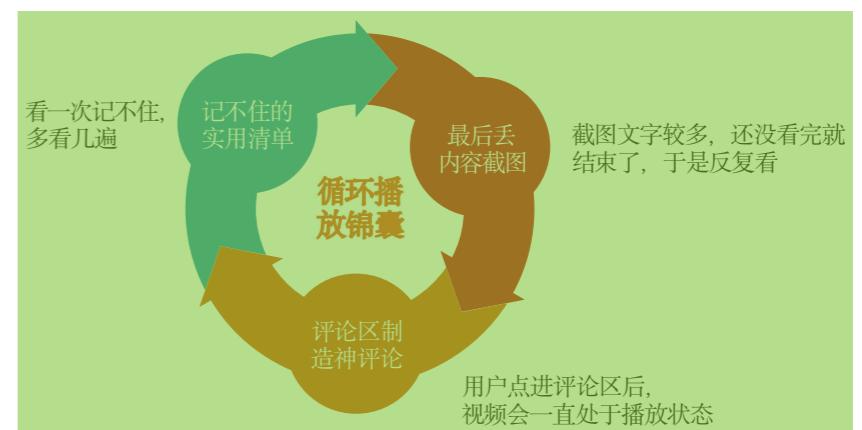
#### 爆点分析：

选题是客户刚需；清单文案简单实用，但记不住数据，导致评论区大量转发收藏，或反复听导致完播高；工人动作娴熟快速砌砖墙的画面很吸睛。

## 营销锦囊

### 短视频循环播放3锦囊

★ 短视频推流算法有一条重要的指标：完播率，即用户看完整个视频的占比。完播率越高，对推流越有利。有几个办法可以让视频不仅完播，而且反复循环播。



## 商业定位分析

所属行业: 大健康/设备  
经营模式: 批发零售+招商  
目标客户: 有卧床人员的家庭、医疗机构和代理商

定位分析: 《永爱适老产品店》专为老人推荐智能护理, 通过真人模拟, 演示设备使用方式, 吸引目标人群关注购买。



### 变现方式

通过视频推荐, 引导小店橱窗下单购买。

### 视频呈现

单人或多工作人员出镜, 模拟老年人在各种生活场景下使用产品的情况, 场景混剪+背景音乐为主, 部分带机器人配音解说。

视频调性: 科技感。

### 拍摄剪辑

智能设备自动工作的多场景、多角度拍摄混剪, 使用过程倍速剪辑, 让节奏明快。竖屏为主, 少量横屏拍摄。



### 选题文案

针对卧床老人各种行动不便和照顾麻烦为痛点切入, 进行产品优势特点解说。

## 爆款案例拆解

### 爆款: 晚年被迫卧床不便, 这是卧床者向往的生活对吗?

#### 文案:

(标题)打破老年人被迫卧床窘态, 轻松几秒搞定下床, 维护老人晚年尊严。



#### 画面:

一男一女分别模拟卧床老人和护理人员, 演示产品在典型生活场景下的多功能应用。

#### 爆点分析:

自动化产品的新奇特元素, 不断变换的场景和快节奏的混剪; 产品场景引发大家对老年生活的大量吐槽评论。

## 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代, 人们对常见的信息已经不感冒了, 如果你要打造爆款, 必须找到你画面中的新、奇、特。



## 1 商业定位分析

所属行业：纺织/机械  
经营模式：批发零售  
目标客户：服装厂货做服装的商家

定位分析：《李老板的缝纫机》账号主营智能化缝纫设备，以及能够提高生产效率的相关工具和辅助配件，账号以演示新产品使用为用户种草，吸粉转化。



### 变现方式

蓝V账号，主要以商品橱窗及作品带小黄车销售；不定期直播；挂联系电话及私信引导转化。

### 视频呈现

产品演示实拍+卡点音乐，或配音。  
视频调性：新奇特、科技感。

### 拍摄剪辑

竖屏高清聚焦产品工作场景，多用近景；特写镜头突出产品性能细节；卡点音乐铿锵有力。



### 选题文案

用简短标题或配音介绍每款产品的突出卖点，重在节约人工和效能方面。

## 2 爆款案例拆解



### 爆款：减少人工操作的自动缝纫机

#### 文案：

(标题)做服装实现自动化的第一步：一人多机！减少人工，提高企业竞争力！#自动化缝纫设备#服装厂

#### 画面：

缝纫机自动工作画面+卡点音乐。

#### 爆点分析：

标题中的“减少人工”引发大量制衣工人不满，吐槽机器替代不了人，如高赞评论“撑死卖机器的，饿死开加工厂的”；魔性卡点音乐。

## 营销锦囊

### 易爆音乐的3个要素

★ 音乐是视频的灵魂，很多视频本身亮点不大，但是因为音乐的节奏感和带入感强，引发了用户完播、点赞，从而引爆了视频。



## 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：厂家直营  
目标客户：加工厂

定位分析：《邢台友通机械多功能冲孔剪切一体机》属于厂家直销销售机械设备的账号，通过展示一体机高效工作的情况吸引潜在客户关注及转化。



### 变现方式

蓝V账号，主要挂联系电话及私信自动回复引导转化。

### 视频呈现

机器工作视频+卡点音乐。  
视频调性：乡镇工厂风。

### 拍摄剪辑

工厂环境下，竖屏拍摄，用近景及特写展示设备运作过程与细节；  
善用农村朋友喜闻乐见的卡点音乐做BGM。



### 选题文案

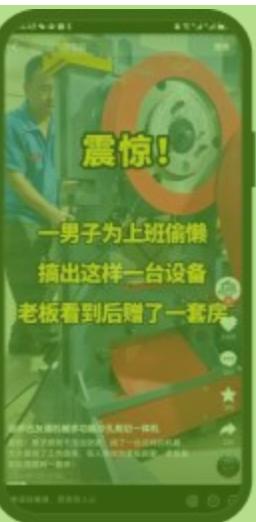
善用江湖八卦式“标题党”做封面吸睛，如“38岁女孩，为了研究它至今未嫁”、“河北一小伙发明的设备代替了百万进口剪角机，厂长跟老板都惊呆了”。

## 爆款案例拆解

### 爆款：震惊体故事！

#### 文案：

标题：震惊！男子感觉干活没效率，搞了一台这样的机器，大大提高了工作效率，有人举报到老板那里，老板看到后竟赠其一套房！



#### 封面字幕：

一男子为上班偷懒，搞出这样一台设备，老板看到后赠了一套房！

#### 爆点分析：

震惊体的封面字幕和标题；10秒简短时长完播高；夸张标题文案导致评论区吐槽互动多。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：厂家直营  
目标客户：工厂、设备租赁公司

定位分析：《子路液压升降平台》是升降设备制造商的账号，有多个上万粉丝账号，形成矩阵。作品通过演示升降平台自动升降过程，实现种草、吸粉、转化。



### 变现方式

蓝V账号，主要引导电话和私信联系转化。

### 视频呈现

升降平台起落过程实拍+卡点音乐。  
视频调性：轻快欢乐。

### 拍摄剪辑

竖屏高清拍摄；拍高梯子，远景居多；画面混剪，用轻快的音乐卡点。

### 选题文案

封面选题和标题聚焦两大类：

- 1、优势卖点，如“可以骑着跑的升降机，再也不用担心路远了”；
- 2、针对想要吸引的目标客户，如“搞租赁的老王，为何一次买3台”。



## 爆款案例拆解

### 爆款：主打价格便宜的卖点

#### 文案：

(标题)单柱铝合金升降机小巧又轻便，一台仅需几千元，傻子才搭梯子呢！#高空作业#室内装修



#### 画面：

升降机起落过程+卡点音乐。

#### 爆点分析：

新奇特画面爆；欢乐的卡点音乐。

### 营销锦囊

### 过程演示短视频配音“三宝”

★ 过程演示短视频如果只有画面，用户容易视觉疲劳而离场，故增加音乐或配音来提升内容的信息量，达到画面不爆，则配音补刀的效果。



## 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：经销商  
目标客户：买卖二手叉车的人

定位分析：《上海慷慨叉车》是从事二手叉车买卖的账户，工地实拍每台叉车工作场景，口述讲解宣传，直接吸引潜在客户的关注及交易。



### 变现方式

通过电话、私信和位置引导交易，同时进行商品橱窗上架产品。

### 视频呈现

工地叉车工作场景+轻柔女声配音，叉车的阳刚和女生的柔美形成对比。

呈现方式：工地风。

### 拍摄剪辑

横屏拍摄，实景+配音；近、中、远景运镜合理，分别表现叉车启动、运行自如的工作场景。

### 选题文案

两类选题：

- 1、每台二手叉车的优势卖点介绍和业务解答，主打实用；
- 2、个人感悟，主打共情。



## 爆款案例拆解

### 爆款：二手叉车怎么买？

#### 文案：

最近经常有客户问我：周周，二手叉车什么价格，看你们那销量挺大的，应该相对比较便宜，告诉一下价格。其实这东西你让我怎么回答呢？我说太多吧，您觉得好像我就想卖车给您，好像就想忽悠您，但是不说吧，好像觉得对您爱答不理的，您想呀，您要先告诉我，您需要什么吨位，需要什么品牌，价格都是不一样的，你想三吨的车跟四轮的车价格一样吗？底价就不一样呀，您的门架是要求标配的呢还是两节四米的三节四米五的呢，这些需求都是要说清楚的……您使用的频率如果很高的话，可以买新车，可以买七八成新的，如果说使用频率不是很高的话，买一个半旧的，五成新的三成新的……



#### 画面：

叉车工作场面+女声画外音。

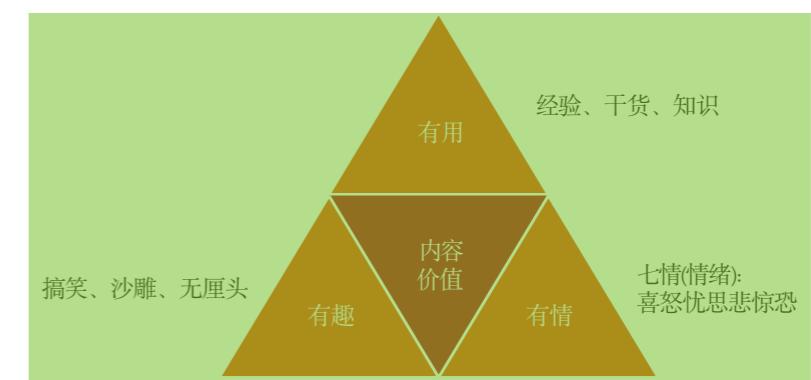
#### 爆点分析：

长视频，但属于报价，是刚需客户关注的有用话题，加上声音好听，耐心听完。

### 营销锦囊

### 爆款文案三大用户核心价值

★所有内容，无论形态是文字、图片还是视频，要想获得用户认同，都绕不过三大核心价值：有用、有趣、有情。对内容生产者来说，最容易达成的价值是对用户“有用”，而有用中，经验>知识。



## 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：品牌直营  
目标客户：大型餐饮店、食堂等机构

定位分析：《赛米控SEMIKRON厨具旗舰店》通过智能炒菜机、智能消毒等新型厨房产品的演示吸引潜在客户关注，为大型机构的食堂提供自动厨房设计解决方案。



### 变现方式

蓝V账号，商品橱窗及作品挂小黄车销售产品；挂联系电话；不定期直播。

### 视频呈现

实拍自动炒菜机的炒菜演示视频+配音。  
视频调性：热气腾腾。

### 拍摄剪辑

拍摄大多采用一镜到底，特写机器自动工作场景；剪辑加快过程动作，确保视觉不疲劳。

### 选题文案

弱文案、重画面、演示自动炒菜机工作过程中仅少量字幕介绍产品核心优点。



## 爆款案例拆解



### 爆款：自动炒菜机卖力炒菜，厨师袖手旁观

#### 文案：

(标题)有点尴尬，没我什么事。

#### 画面：

自动炒菜机自动炒菜+厨师双手叉腰无所事事发呆。

#### 爆点分析：

没见过的新奇特元素；评论区质疑性神评论“这是在跟猪拌食吗”；10秒长度，完播高。

## 营销锦囊

### 短视频必爆杀手锏“新奇特”

★ “新奇特”元素是短视频打爆的重要因素。文案要达到新奇特难度很高，但画面达到新奇特却很容易，只要是大众很少见过的事物，都能击中新奇特亮点而成为爆款短视频，快来挖掘你产品中的新奇特元素吧！下面以挖掘机为例：



备注：以上三个角度挖掘新奇特元素，最易至爆的可能是应用场景，也可将三种场景进行混剪组合。

## 商业定位分析

所属行业：五金  
经营模式：批发零售  
目标客户：需要做金属切割的厂家

定位分析：《壹佰刀具五金》是经营金属切割刀具产品的商家，主要销售锯片和切割机，通过实拍各类钢材的切割测评效果，吸引潜在客户围观、转化。



### 变现方式

蓝V账号，挂电话、私信自动回复引导询盘；商品橱窗上架核心产品；评论区置顶电话；不定期直播成交。

### 视频呈现

锯片切断钢材的完整过程+配音喊话；有时真人出镜演示。  
视频调性：原汁原味、接地气。

### 拍摄剪辑

竖屏高清拍摄，多用特写和一镜到底演示金属切割过程，无背景音乐修饰，只有配音解说。

### 选题文案

应客户要求，对各类金属件进行现场切割，类似客户案例和常见问题解答的效果。



## 爆款案例拆解

### 爆款：张总，切钢板是可以的！

#### 文案：

张总，切钢板是可以的，10公分厚的钢板都可以切，切下来没有毛刺，也不烫手，并且速度很快。我切4个，切下来直接用手拿给你看。你看一下，这个效果是相当的漂亮啊，不烫手，没有毛刺，你看，特别光滑！



#### 画面：

四块钢板被高速转动的锯片生生切断，配音解说说明切割优势卖点。

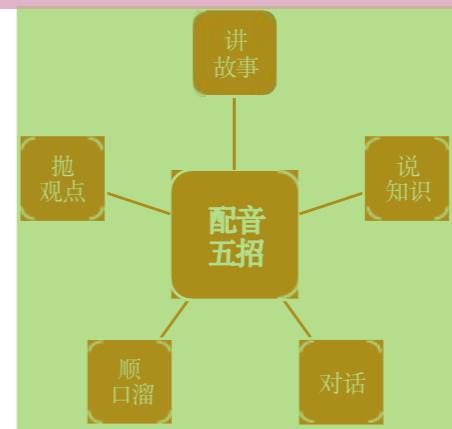
#### 爆点分析：

新奇特元素，过程看着稀罕、过瘾；喊话张总，有看情景剧的效果。

## 营销锦囊

### 五招让配音更生动

★短视频内容由画面+音频+文案的多元要素构成，是最复杂的内容形态，好处是任何一个要素出彩，都可能导致短视频打爆。其中音频部分的配音，就是重要的致爆因素之一，试着为你的画面增加以下配音。



## 1 商业定位分析

所属行业：机械设备  
经营模式：直供(TOC)  
目标客户：生产企业

定位分析：《三一重卡》账号是产品展示类矩阵账号，转型短视频电商！通过短视频+直播打造企业号案例。发动全国代理商打造账号矩阵，统一三一重工做关键字，增强品牌影响力。



### 变现方式

母公司发动代理商打造矩阵账号，狂揽大流量，让销售人员当主播，用工厂生产实况做背景，直播变现。

### 视频呈现

真人出镜展示工厂实力+卡车镜头混剪，展示车辆质量。

### 拍摄剪辑

工厂环境下展示卡车生产细节，远距离镜头展示公司实力和细节。

### 选题文案

突出车辆性能和同类型车辆做对比不花一分钱，在2小时内卖掉186辆重型卡车，成交5000W！



## 2 爆款案例拆解



### 爆款：常见社会矛盾展现

#### 文案：

卡车司机是拉货的，不是卸货的。

#### 封面字幕：

真人出镜，元素画面混剪。

#### 爆点分析：

通过解决社会常见矛盾获得卡车司机认同感。

### 营销锦囊

### 过程演示短视频配音“三宝”

★ 过程演示短视频如果只有画面，用户容易视觉疲劳而离场，故增加音乐或配音来提升内容的信息量，达到画面不爆，则配音补刀的效果。



安防环保行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 安防/电子  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 需室外监控的经营主

定位分析: 《变彩安防监控》账号是AI摄像机生产厂家, 通过展示产品在真实应用场景下的轻剧情, 为经营者提供直观的使用效果进行种草, 打动潜在客户购买。



### 变现方式

企业蓝V账号, 每天晚上8点直播秒杀, 同时挂联系电话和商品橱窗及作品小黄车变现。由于产品属于低频采购类的单一产品, 也会带货其他智能化产品, 增加粉丝变现转化率。

### 视频呈现

单人出镜+场景剧或单人演示+配音讲解方式, 在鱼塘、果园、街区、河岸等室外场景拍摄, 突出典型场景下AI监控产品的真人喊话和特写。

视频调性: 轻松搞笑接地气。

### 拍摄剪辑

高清拍摄, 场景混剪, 视频封面风格统一, 重点突出。

### 选题文案

选题主要围绕公共场所人物偷菜、偷鱼或实施不良社会行为被监控喊话制止的剧情切入, 文案集中在监控喊话部分, 简单有趣, 可快速量产。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 有人违规在河边洗手, 被监控摄下, 发出喊话警示

#### 文案:

监控喊话: 你好, 石滑水深, 请注意安全。哎等等, 请拿上你的手机! 年轻人, 记性这么差!

#### 画面:

一个人蹲在河岸边洗手, 突然旁边监控摄像头里传来提醒注意安全的真人喊话, 洗手人慌慌张张转身就走, 却落下了手机, 监控再次提醒并善意责备, 洗手人又惊又慌又惭愧又佩服。

#### 爆点分析:

监控会说话的新奇特元素; 结构紧凑不到15秒的轻剧情; 故事中途有小转折。

## 营销锦囊

## 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节, 是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演, 拍摄和制作难度很高; 轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点, 一方面尽量减少人物和简化情节, 达到快速量产的效果。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 安防/电子  
**经营模式:** 批发零售  
**目标客户:** 需要对讲机的商家

定位分析：《欧米智能全国对讲机》专营对讲机产品，还有一个6万多粉丝的《欧米智能对讲机》形成双账号矩阵。内容都以对讲机产品测评为主，让用户真实感受产品性能，种草下单。



### 变现方式

引导商品橱窗下单；每周直播；挂联系电话、地址定位。

### 视频呈现

双手演示对讲机使用与通话性能+配音解说。

### 拍摄剪辑

竖屏近景拍摄，镜头聚焦双手一镜到底，测评对讲机通话音质效果。

### 选题文案

测评话术，重点强调产品几大卖点：使用方便，造型精美、远距离信号强、终身无费用，能快速量产作品。



## 3 爆款案例拆解



### 爆款：5000公里远距离对讲机爆款介绍

#### 文案：

全国5000公里对讲机，信号超强，声音洪亮，终身没有费用，重点是终身没有费用，想怎么用就怎么用。现在我们来测试一下：一路顺风！（回应：一路顺风）

#### 画面：

一双手在桌面演示迷你对讲机操作+女生配音解说。

#### 爆点分析：

小巧玲珑的产品外观有新奇特元素(此款多次拍、多次爆)；文案没有废话，快节奏短句罗列卖点，容易听完。

### 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代，人们对常见的信息已经不感冒了，如果你要打造爆款，必须找到你画面中的新、奇、特。



## 商业定位分析

**所属行业:** 化工/环保  
**经营模式:** 工厂直销  
**目标客户:** 需要做金属表面处理的商家

定位分析: 《老陈讲金属表面处理》账号通过老板亲自演示产品处理实验的过程, 增进潜在用户对产品的了解和信任, 建立转化。



### 变现方式

蓝V账号, 利用营销组件, 主页挂联系电话, 店铺商品, 私信, 短视频挂预约等方式获取精准客户私域转化。

### 视频呈现

两大类:  
1、实验室场景下真人出镜演示+解说产品除锈效果;  
2、走访客户现场实拍vlog。  
视频调性: 新奇特、科普性。

### 拍摄剪辑

竖屏高清拍摄+混剪, 过程倍速推进, 用特写放大金属表面处理后的神奇效果。

### 选题文案

选题两大类:  
1、不同类型金属表面处理实验, 如替代电镀; 2、各种应用场景的处理案例, 如造船厂处理轮船表面除锈, 都是刚需应用场景。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 金属表面发黑处理

**文案:**  
铜材抛光到底有多快?

**封面字幕:**  
5秒完成抛光, 光亮环保, 快速节省成本。

**爆点分析:**  
5秒级文案导致评论区吐槽咨询互动多。

### 营销锦囊

### 6大“暴力”骚操作, 作品不爆来找我

★ “暴力”画面是吸引用户观看并留下深刻印象的重要因素, 常用于产品暴力测评以突出优良品质。如果视频画面和文案实在没有任何爆点, 不妨制造一些“假暴力”元素以达到短视频留人的目的。



汽车汽配行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 汽车汽配  
**经营模式:** 本地服务  
**目标客户:** 唐山及周边车主

定位分析: 《唐山小松汽车》作为二手车经营主, 主要拍摄二手车收购及购买过程的客户交易实况, 建立起号主热情好客、专业靠谱的形象, 吸引车主卖车、买家买车。



### 变现方式

蓝V账号, 挂联系电话、门店定位和官网链接; 商家页及自定义菜单挂“购车意向金”落地页表单, 支付2000元团购定金锁定精准客户转化; 评论区置顶“预约试驾”链接, 获取潜在客户手机号码。

### 视频呈现

号主验车, 与车主对话的工作场景; 真人出镜vlog, 大量豪车、名车镜头。

视频调性: vlog纪录片风格, 本地口音尽显地方特色。

### 拍摄剪辑

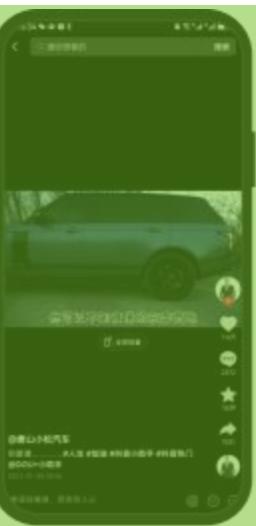
高清横屏拍摄, 交易场景混剪。

### 选题文案

大部分聚焦交易实录, 从热情接待客户到验车、与车主讨价还价的过程vlog记录, 也有号主人生感悟的励志吐槽主题。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 谁为我加油?

#### 文案:

你知道吗? 男人就像一辆车, 他可以不知疲倦地东奔西跑, 可以忍气吞声地负重前行, 也可以送你去想要的诗和远方, 但是你要为他加油啊!

#### 画面:

傍晚独自驾车在无人郊外沉思的孤独场景, 配画外音文案。

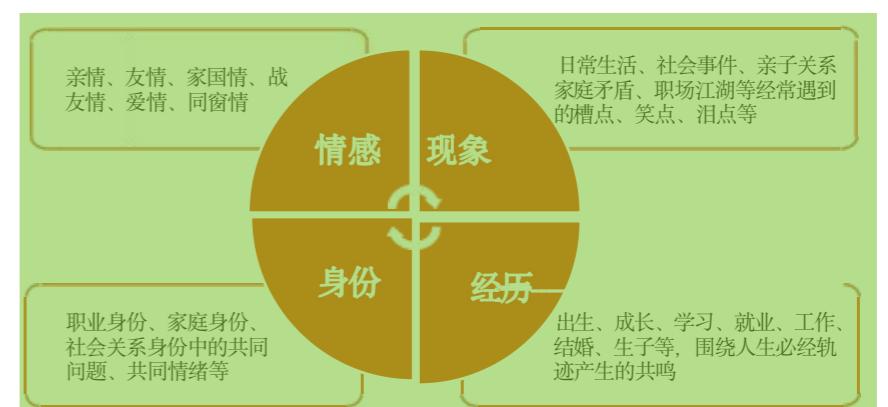
#### 爆点分析:

把男人巧妙比作需要“加油”的汽车, 配孤独画面触发用户情绪共鸣; 10几秒简短时长易完播。

## 营销锦囊

## 共情视频4大维度

★如果你要做大爆款视频, 那一定要会调用用户情绪, 情感、现象、身份、经历往往会让用户把视频中发生的故事套在自己身上, 一旦发生了共鸣, 点赞、转发、评论会一路飙升!



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 汽车汽配  
**经营模式:** 批发零售  
**目标客户:** 车主  
”

**定位分析:** 《大雄汽车坐垫》是通过拍摄各种坐垫在车内的快速安装方法和安装后漂亮的效果视频，吸引用户关注并在线购买。



### 变现方式

蓝V账号，每天直播；商品橱窗、作品及评论区带小黄车；咨询引导电话联系。

### 视频呈现

车内快速安装汽车坐垫过程的混剪视频+背景音乐。  
视频调性：轻快、现代感。

### 拍摄剪辑

竖屏高清近景拍摄；剪辑善用倍速和剪切技巧制造快节奏的坐垫安装过程，剪掉冗余环节，迅速呈现最终效果。

### 选题文案

无刻意编排文案，全部是不同材质和花样的坐垫产品安装过程，靠巧妙的剪辑达到舒适的视觉效果，可快速量产作品。



## 爆款案例拆解



### 爆款：车坐垫安装过程及效果展示

#### 文案：

无。

#### 画面：

安装全过程视频+背景音乐。

#### 爆点分析：

剪辑爆点，画面令人耳目一新。

## 营销锦囊

### 复刻爆款3流程

★ 短视频运营中，一旦某个作品打爆，立即分析复盘，找到作品致爆因素，然后基于该因素继续拍类似作品，达到持续爆的效果，最终形成自己的爆款方法论。

分析爆款元素



延伸爆款元素



每次只更改一个  
变量测试

数码电子行业



## 2 商业定位分析

所属行业：数码电子  
经营模式：零售  
目标客户：爱玩游戏的人士及男学生党

定位分析：《来回科技回收》账号定位回收及销售游戏手机，通过华强北档口实拍和解答手机应用问题，打造专业及正能量人设的手机达人形象，为自家数码店引流并广告带货。



### 3 拍摄剪辑

单人口播+实拍场景混剪。

### 4 选题文案

主要讲述华强北档口选机经历和解答用户手机使用的常见问题。



## 3 爆款案例拆解



### 爆点：原装电池？

#### 文案：

华强北苹果原装电池？假的！

#### 画面：

- 1、换原装电池微剧情；
- 2、大家对原装电池的误解。

#### 爆点分析：

行业内幕，什么才是原装电池引发评论。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 家装/电子  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 酒吧、慢摇吧  
”

定位分析: 《酒吧设计舞美设计惠森》账号定位酒吧KTV影院等专业音响灯光商家, 拍摄展示酒吧KTV绚丽电音灯光效果, 吸引用户关注转化。



### 变现方式

蓝V账号, 高单价产品, 主要挂联系电话及引导门店地址转化。

### 视频呈现

实拍夜场灯光闪烁的酒吧+电音BGM。  
视频调性: 炫酷、欢乐、high。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄, 镜头摇、移, 展示夜场酒吧灯光闪烁的迷离欢乐场景和氛围。

### 选题文案

主要针对打算开酒吧的经营者的常见问题进行选题, 如“新开一个酒吧需要多少钱”等。



## 爆款案例拆解

### 爆款: 绚丽酒吧

#### 画面:

灯光闪烁的大型酒吧场景+机器人配音。



#### 爆点分析:

绚丽的灯光效果配上极具诱惑的舞蹈, 让大部分男性用户驻足观看, 弊端就是不能真正吸引精准用户, 且互动性差。

### 营销锦囊

### 爆款文案写作方法论——清单式文案

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法, 多用于干货分享, 像购物清单式罗列知识, 提高读者的获得感。

#### 要素式: 并列要素



#### 流程式: 步骤先后



## 商业定位分析

**所属行业:** 数码家电  
**经营模式:** 品牌合作  
**目标客户:** 家电用户

定位分析: 《员明科技》账号是产品使用场景展示账号, 通过用展示电子屏幕使用场景的画面, 结合知识类型的内容既清晰地展示出来产品的特点又吸引了流量, 其他矩阵账号: 简单会议平板。



### 变现方式

企业蓝V账号, 利用蓝V组件, 利用电话、落地页表单收集精准用户的咨询电话。线上做引流咨询, 线索分配给线下业务员沟通成交, 完成商业变现。

### 视频呈现

该账号的呈现方式为产品使用场景展示, 主要拍摄会议平板的使用场景, 结合选题的方向有: 在平板上呈现语文/数学等小知识。

账号调性: 产品展示/知识科普。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄, 拍摄清晰。

### 选题文案

选题以在产品上展示不同种类的趣味性小知识, 如: 古今地名对比等, 清晰展示了会议平板可随时书写的卖点。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 数学速算知识呈现

#### 文案:

基于数学知识, 向用户提问。

#### 画面:

在产品上完整地呈现出趣味性的知识, 精准地呈现出产品的特点。

#### 爆点分析:

在产品上呈现出趣味性的知识点生产大众都能产生讨论的话题, 提升完播率和互动率, 获得高流量。

### 营销锦囊

### 选题策划9宫格

★ 展示商品卖点, 最重要的是找到用户的使用场景, 根据典型客户可能会使用产品的场景, 利用九宫格罗列出典型用户和典型场景, 找到拍摄思路。

年龄30+	见客户	约会	开会	见客户	约会
二胎妈妈	<b>用户人群</b>	面试	见未来婆婆	<b>使用场景</b>	面试
人事行政	有男朋友	单身	参加婚礼	见前男友	出席商务活动

1 | 让企业生意更轻松

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 家装电子  
**经营模式:** 厂家直销  
**目标客户:** 买锁、换锁家庭

定位分析: 《季哥智能锁指纹锁》是智能锁厂家直营的账号，老板娘出镜演示产品使用方法实现种草，成功推销产品。

**变现方式**

蓝V账号，每天8点到22点直播零售；作品及评论区置顶挂小黄车卖视频同款；商品橱窗已售7万件产品(单价几百到2千多)。

**视频呈现**

1、老板娘在高级防盗门边或货场演示产品+口播；  
2、问答轻剧情。  
视频调性：强销售。

**拍摄剪辑**

竖屏高清近景拍摄，拍出了产品的高品质感。

**选题文案**

两类文案：

1、一边演示智能锁开关，一边解说使用方法，突出方便、简单的卖点；  
2、模拟买家询盘，回答中带出产品极低价格和服务优惠打动客户。

3 爆款案例拆解

**爆款：老板，这个锁怎么卖？**

**文案：**  
顾客：老板，这个锁怎么卖的？老板：548，还给你包安装；  
顾客：我自己装，我会装。老板：自己装给你398！

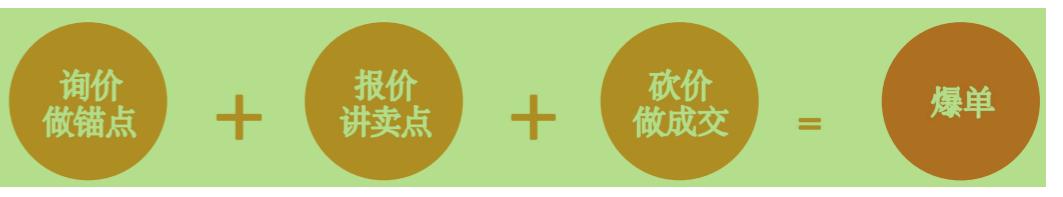
**画面：**  
室外货场老板娘一边咔咔演示智能锁用法，一边回答顾客询价的场景。

**爆点分析：**  
智能锁演示有新奇特元素吸睛；极低价格还包安装，导致评论区纷纷问自己的城市是否可以安装，比如神评论“西藏过来安装吗？”产生高互动；8秒极短时长完播高；老板娘动作、说话风格干净利落吸睛。

**营销锦囊**

**促销式文案写作公式**

★ 当我们进行产品销售，或者导流进入直播间的时候，最有效的话术就是促销话术，让用户直接带着购买目标看短视频，提升点击小黄车和直播间的购买率。



询价做锚点 + 报价讲卖点 + 砍价做成交 = 爆单

# 纺织家纺行业



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 纺织  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 普通消费者

定位分析: 《南通自在家纺》账号定位: 产品展示, 定位清晰、内容简单, 复制能力和变现能力都很强, 所有视频从细节到产品全貌展示, 配音全部走共情和煽情路线。



### 变现方式

直播带货+视频带货。

### 视频呈现

呈现方式: 一镜到底。  
镜头推进先拍床品的刺绣细节, 给特写, 再拉远镜头再拍整体的展示效果。

配乐出彩: 文案和音乐匹配, 多选两性、情感类流行乐, 引发共鸣。



### 选题文案

根据产品的花色做选题, 文案带入情感, 讲述一个小故事, 引发共鸣。

## 3 爆款案例拆解



### 爆款: 儿童节, 给孩子的床品展示

#### 文案:

多幸运遇见你, 宝贝六一快乐哦!  
看到别人的爸爸妈妈都能陪伴在身边, 心里真的很难受, 女人孩子和生活真的两难。

#### 配音:

多幸运遇见你。

#### 爆点分析:

6月1日发布和文案六一卡准了热点; 产品画面漂亮吸睛。

### 营销锦囊

### 易爆音乐的3个要素

★ 音乐是视频的灵魂, 很多视频本身亮点不大, 但是因为音乐的节奏感和带入感强, 引发了用户完播、点赞, 从而引爆了视频。



1 | 让企业生意更轻松

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 家纺  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 家庭用户

定位分析: 《天津壹冠地毯有限公司》是厂家直营账号，主要以工厂环境下展示每款产品的优势亮点为核心，吸引用户在短视频在橱窗购买。

**变现方式**

短视频挂车直播推荐小黄车购买，橱窗小店引导购买。

**拍摄剪辑**

竖屏拍摄展现地毯纵向甩开的长度；一镜到底展示每款产品的整体画面。

**选题文案**

模拟直播间主播话术或与小助理对话，介绍产品的极大优惠力度。  
典型文案套路：  
产品卖点清单罗列+极低报价+我再送xxx+我再送xxx+再加一个xxx+还包邮到家，喜欢的赶紧xxx(行动号召)

2 | 让企业生意更轻松

## 3 爆款案例拆解

**爆款:** 你敢信9.9就带走

**画面:**  
高大的车间背景下，主播抖开大地毯解说，与画外音展开对话。

**爆点分析:**  
地毯抖开的美观画面瞬间吸睛，加上开头文案制造的悬念留人；主播“连环送”促销套路；最后煽动性的行动号召。

**营销锦囊**

把产品卖爆之“连环送”促销法

★当我们进行产品销售，或者导流进入直播间的时候，最有效的话术就是促销话术，让用户直接带着购买目标看短视频，提升点击小黄车和直播间的购买率。

## 商业定位分析

**所属行业:** 纺织/培训  
**经营模式:** 商业服务  
**目标客户:** 纺织公司及面料从业人员

定位分析: 《绚彩纺织培训》账号定位于纺织培训公司, 通过输出纺织面料的专业知识, 吸引纺织从业人员参加线下培训课程, 同时打造行业媒体吸引行业广告。



### 变现方式

线下课程培训变现。通过蓝V账号挂联系电话及私信自动回复, 吸引用户询盘; 制作商家页做免费试听课, 引导变现; 商品橱窗卖纺织专业书籍。通过探店推荐面料店也是盈利来源。

### 视频呈现

采用视频+配音解说, 场景素材+面料特写的呈现方式。  
 视频调性: 偏百科、教材、媒体类。

### 拍摄剪辑

与文案内容匹配的素材混剪, 场景视频+面料图片特写, 配背景音乐和讲解。

### 选题文案

讲解每种纺织面料的what类知识(什么是…), 选题注重当下热点面料, 比如夏季讲冰丝面料, 冬季讲羽绒知识。



## 爆款案例拆解



**爆款:** 5月底发布的作品, 介绍夏季大量使用的天丝面料硬知识

### 文案:

今天讲一下夏季很火的天丝面料, 天丝是以可持续发展的木材为原料, 经过溶解、喷丝、纺纱、织布等工艺制作而成的纺织面料, 天丝是再生纤维素纤维, 他还有另一个名字叫莱赛尔纤维, 它的公定回潮率是10%, 有着绝佳的吸湿透气性, 做成衣服穿在身上特别舒适, 手感好, 易染色, 而且天丝非常环保, 被称为21世纪绿色纤维, 另外天丝也可纯纺, 也可与其他纤维混纺交织。

### 画面:

商场橱窗服装展示+模特穿着效果图+面料特写图片, 三种元素混剪。

### 爆点分析:

旺季流行的面料选题; 标题的“爆火”和文案“很火”都在强调面料的热度, 引人一探究竟。

## 营销锦囊

## 媒体思维选题三要素

★ 讲专业知识的短视频最容易陷入枯燥无味的情况, 导致用户划走或不看完。为了减少这种情况的发生, 选题上采用媒体人思维而非专家思维, 可以极大提升用户兴趣。

**追热点**

社会热点  
行业热点  
名人名事名企

**打奇点**

疑问  
恐吓  
数字  
揭秘  
故事

**找共鸣**

情感  
现象  
身份  
经历

## 商业定位分析

**所属行业:** 纺织  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 篷布使用商家

定位分析: 《蓝度篷布》账号定位厂家直营篷布产品, 在工厂车间及货仓现场展示产品、配音讲解产品优势卖点, 引导潜在客户购买。



### 变现方式

企业蓝V账号, 日更作品挂小黄车, 视频同款到抖店购买。链接蓝V电话号码和本地地图转化功能。

### 视频呈现

生产车间及货仓场景下, 多人出镜演示产品, 配音讲解产品优势卖点。

视频调性: 热火朝天的工厂场景。

### 拍摄剪辑

因产品面积大, 多采用中远景突出大场面和高堆头, 并结合特写近景强调工艺细节。场景混剪, 倍速播放, 高清画质。

### 选题文案

以买到质量不好的篷布为痛点切入, 引入自家产品的优势卖点介绍。

文案套路: 痛点+解决方案。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 难怪这款篷布销量好

#### 文案:

开头: 难怪这款篷布销量好;  
 中间: 聚乙烯原料双面银色, 撕不烂, 磨不坏;  
 最后: 源头工厂, 一件也是出厂价!

#### 画面:

真人讲解引入, 随后多角度场景展示篷布的展开、生产、堆叠等镜头, 画面不停切换。

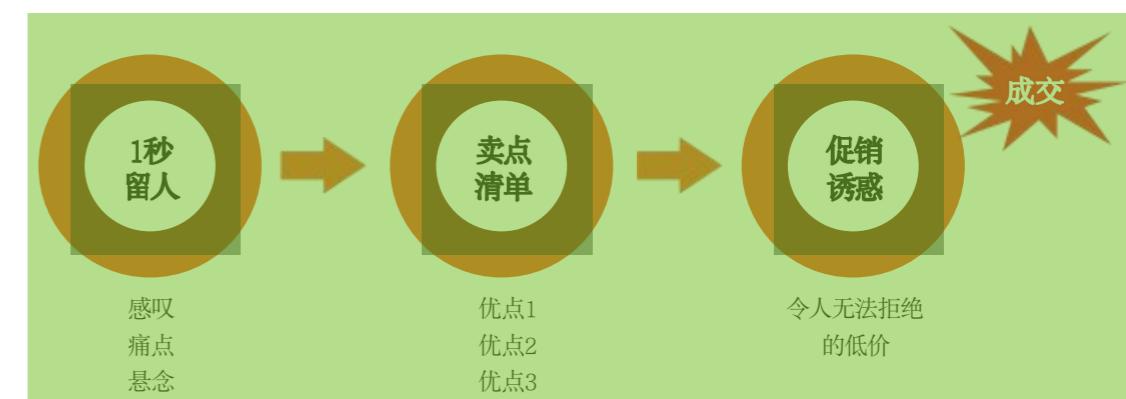
#### 爆点分析:

第一句感叹+痛点文案1秒留人, 中间画面快速变化, 视觉保持跌宕起伏不单调, 清单文案, 完播率高。

### 营销锦囊

### 带货短视频文案三连

★ 带货短视频不同于流量短视频或软植入广告短视频, 带货短视频直接介绍产品优势卖点进行种草转化, 适合挂小黄车及投放短视频信息流广告时采用。



## 商业定位分析

**所属行业:** 家纺  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 大众消费者

定位分析:《翼眠》，先是让人将以前线下广告、宣传的视频批量剪辑，每条时长20s-1分钟不等，有真人口播、剧情，也有宣传产品的。然后打造账号矩阵，一个门店一个账号，批量发布短视频。



### 变现方式

直播带货+视频带货+账号矩阵。

### 视频呈现

单人出镜讲解睡眠问题+配乐。

### 拍摄剪辑

与文案内容匹配的素材混剪，场景视频+人物出镜讲解，配背景音乐。

### 选题文案

讲解各种睡眠问题以及因睡眠不好产生的不良后果，引起共鸣。



## 爆款案例拆解



### 爆款：上门服务用户的真实体验

#### 文案开头:

我有病吗？这是我要提意见的。

#### 画面:

让用户讲述自己的感受，实时直拍，让更多客户体验到好产品凸显产品优势。

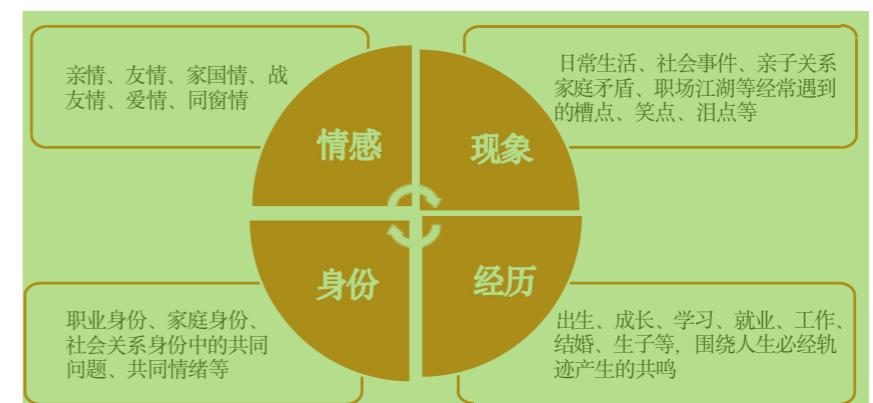
#### 爆点分析:

以用户的视角记录购买经历，上门服务用户的真实感受引发客户共鸣，吸引用户看完。

## 营销锦囊

## 共情视频4大维度

★如果你要做大爆款视频，那一定要会调用用户情绪，情感、现象、身份、经历往往会让用户把视频中发生的故事套在自己身上，一旦发生了共鸣，点赞、转发、评论会一路飙升！



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 家纺  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 大众消费者  
”

定位分析: 《深素家纺》, 所有视频统一模板, 上手简单容易拍摄, 短视频挂车变现。



### 变现方式

蓝V账号, 通过短视频挂车变现。

### 视频呈现

视频以铺床为拍摄背景, 真实还原产品使用场景。然后重点来了, 配音代入冬天怕冷的一对夫妻, 买了产品后就舒服得不想起来了, 音乐跟画面的强关联性, 精准收获目标人群。



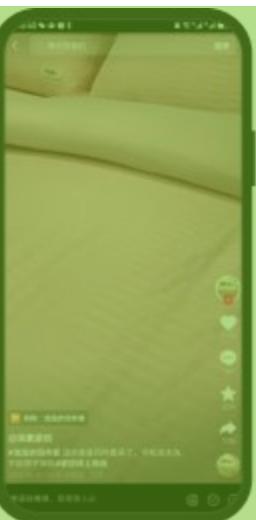
### 拍摄剪辑

竖屏室内高清拍摄。

### 选题文案

突出产品优势统一形式的文案。

## 爆款案例拆解



### 爆款: 铺床视频

#### 文案:

轻奢纯色, 高级感满满的家纺老板都爱睡。

#### 画面:

铺床画面搭配易爆音乐。

#### 爆点分析:

节奏感音乐配合铺床画面和化外音, 节奏欢快, 不知不觉看完提高了完播率。

### 营销锦囊

### 易爆音乐的3个要素

★ 音乐是视频的灵魂, 很多视频本身亮点不大, 但是因为音乐的节奏感和带入感强, 引发了用户完播、点赞, 从而引爆了视频。



美妆珠宝行业



## 商业定位分析

“  
**所属行业：美妆**  
**经营模式：品牌合作**  
**目标客户：家电用户**  
”

定位分析：《赫拉美眉妆中心》账号定位：知识分享，通过视频真人模特+画外音教学分享眉妆知识，是细分领域内的优质账号。



### 变现方式

短视频吸引粉丝，直播带货、橱窗商品秒杀。

### 视频呈现

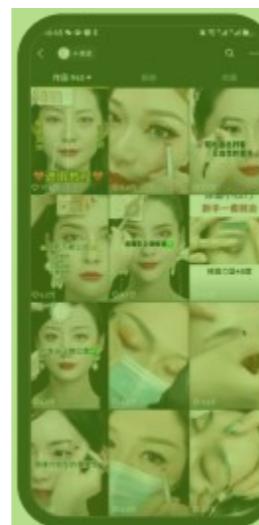
视频调性：视频+配音。

### 拍摄剪辑

高清特写拍摄模特面部，突出用户痛点，再通过知识讲解+实操演示达到改善的效果，视觉冲击强、对比效果明显。

### 选题文案

女性关注的痛点和知识分享为主：  
 比如：最让你显老的法令纹如何解决；  
 比如：不同脸型的眉毛如何画？



## 爆款案例拆解



### 爆款：轻松遮住法令纹和泪沟，这个教程很干货

#### 文案：

开头：最让你显老的就是法令纹和泪沟，很多人为了遮住法令纹和泪沟会直接涂上一层厚厚的粉，这样会假白还会卡粉。

内容主题：蘸取遮瑕，在你眼袋边缘进行层次过渡，让泪沟膨胀起来；接下来是法令纹，用刷子蘸取遮瑕沿着线画上去，从视觉上弱化凹陷的程度。

结尾：我们看一下前后对比效果！

#### 爆点分析：

超实用干货；前后效果对比吸睛。

## 营销锦囊

## 知识分享选题策划9宫格

★ 知识分享类账号选题，可以用3个9宫格做选题，典型用户典型场景+知识分享。

年龄30+	见客户	约会	开会	见客户	约会	色彩搭配	面料选择	不同场合搭配
二胎妈妈	<b>用户人群</b>	面试	见未来婆婆	<b>使用场景</b>	面试	不同身材搭配	<b>知识卖点</b>	国外明星搭配
人事行政	有男朋友	单身	参加婚礼	见前男友	出席商务活动	年度流行	穿搭禁忌	节日穿搭

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 美妆  
**经营模式:** 厂家直销  
**目标客户:** 美甲店、个人消费者

定位分析: 《QIQI穿戴甲》视频演示介绍美甲新品应用, 美甲上甲的效果吸引粉丝关注购买。



### 变现方式

蓝V账号, 直播带货; 商品橱窗销售10万+; 短视频作品及评论区置顶挂小黄车; 挂联系电话。

### 视频呈现

无人脸出镜, 仅双手演示美甲产品+小姐姐变声配音解说。  
视频调性: 时尚风。

### 拍摄剪辑

竖屏近景拍摄, 清晰展示美甲的炫彩效果。

### 选题文案

选取当下流行款美甲, 介绍美甲选择和使用方法。



## 3 爆款案例拆解



### 爆款: 穿戴的脚指甲

#### 文案:

镜面脚指甲姐妹们喜欢吗?

#### 画面:

镜面脚指甲上甲演示。

#### 爆点分析:

抓住人群需求, 以直观的方式呈现我们的脚指甲也可以很美。

## 营销锦囊

### 短视频哪类“干货”最易爆?

★ 知识类短视频主打“有用”价值点, 是广受欢迎的基础内容选题, 也是各行各业最容易操作的内容方向。但是并不是所有知识都受欢迎, 下面将知识类型按易爆度进行排序:



## 商业定位分析

**所属行业:** 珠宝行业  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 情侣、珠宝投资者

定位分析：早期《董先生珠宝》蓝V账号，企业自播，账号定位：专家IP，打造专业的钻石王老五人设，普及钻石避坑指南、选购等知识。到近期账号更名“董先生”去掉珠宝二字，开启全品类带货。



### 变现方式

个人IP直播带货。

### 视频呈现

呈现方式：知识讲解+Vlog。

### 拍摄剪辑

商城走拍、柜台实拍为主，营造出实地货场的真实感。

### 选题文案

选题方向：避坑指南、知识普及。

文案亮点：提出一个定义/问题+给出危害/好处+带你看解决方案。



## 爆款案例拆解



### 爆款：买钻戒时学会这句话，老板都不敢忽悠你！

#### 文案：

去商城买钻戒时，这句话千万不要说，否则坑你没商量！走，我带你去演示一下！（错误示范+解释原因）  
走，我教给大家怎么用专业的眼光选。（正确示范）

#### 爆点分析：

开头恐吓式文案留人、中间超实用演示看完。

## 营销锦囊

## 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 珠宝行业  
**经营模式:** 定制  
**目标客户:** 翡翠爱好者  
”

**定位分析:** 《对庄翡翠》是翡翠行业定制化定制的企业号，通过在账号上分享选料和制作流程以及对翡翠质量的鉴定，讲解翡翠专业知识，引导粉丝进入直播间，通过在线咨询和线下客制定制的方式实现获利。



### 变现方式

直播，在线进行品牌介绍，引导顾客定制手镯。企业蓝V账号，短视频宣传品牌，引导电话或在线预约定制。

### 视频呈现

单人出镜，讲解翡翠相关知识。

### 拍摄剪辑

单人讲解知识点，配合讲解内容加上图片和产品特写，利用特效对重点进行标记。

### 选题文案

选题一：翡翠的相关知识科普和介绍；  
 选题二：翡翠的日常搭配推荐；  
 选题三：在购买翡翠时应注意的事项。



## 爆款案例拆解



### 爆款：赌王接班人沉迷满绿翡翠

#### 文案：

赌王千金何超琼，戴的翡翠件件过亿，直言爱翡翠胜过男人。

#### 画面：

用网上的图片和视频素材混剪。

#### 爆点分析：

以讲故事的形式，让用户感受到翡翠的价值观和身份感，同时引起大众八卦之心。

## 营销锦囊

### 短视频必爆杀手锏 “新奇特”

★ “新奇特”元素是短视频打爆的重要因素。文案要达到新奇特难度很高，但画面达到新奇特却很容易，只要是大众很少见过的事物，都能击中新奇特亮点而成为爆款短视频，快来挖掘你产品中的新奇特元素吧！下面以挖掘机为例：



备注：以上三个角度挖掘新奇特元素，最易至爆的可能是应用场景，也可将三种场景进行混剪组合。

日用百货行业



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 日用百货  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 家庭、公司  
”

定位分析: 《吉千年茶具》陶瓷茶具工厂通过视频展示茶具生产的关键工艺制作过程, 吸粉转化。



### 变现方式

蓝V账号, 主要引导商品橱窗转化; 作品及评论区置顶挂小黄车购买视频同款; 不定期直播。

### 视频呈现

茶具制作过程实拍+背景音乐。  
视频调性: 民俗文化风。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄, 画面混剪, 特写展现关键工艺细节。

### 选题文案

抓住茶杯制作流程中最让人大开眼界的环节如开窑、杯底见花等, 不厌其烦地拍。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 茶杯底热水开花的工艺制作过程

#### 文案:

(标题)开窑了! 每一只盏都是独一无二的存在, 真是太美太震撼了!

#### 画面:

实拍茶杯压花烧制过程+背景音乐。

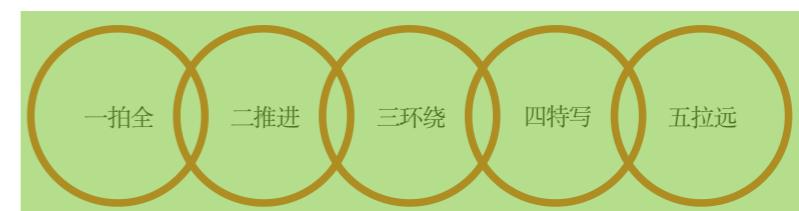
#### 爆点分析:

新奇特画面爆, 整个过程都是亮点; 感叹式标题让情绪更燃。

### 营销锦囊

### 大型产品拍摄5连环

★ 大型产品进行拍摄的时候, 可以运用拍摄五连环方法, 通过拉、推、环绕、特写, 对产品的全貌、主体、四周、局部进行拍摄, 呈现出气势磅礴感。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 日用百货  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 家庭及商家  
”

定位分析: 《运城陈朝阳玻璃科技股份有限公司》玻璃杯厂家, 拍摄摔杯子的暴力测评视频及流水线工艺视频吸引关注购买。



### 变现方式

蓝V账号, 商品橱窗、作品及评论区挂小黄车销售; 挂电话和私信自动回复联系; 不定期直播。

### 视频呈现

各种摔杯子的暴力测评场景+配音。  
视频调性: 源头工厂风。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄测评过程, 一镜到底, 原汁原味, 不加背景音乐, 以突出杯子撞击发出的清脆音。

### 选题文案

凸显工厂特色的吐槽文案, 比如配合测评摔杯子过程, 满不在乎地说“在流水线上, 这东西一文不值, 就像你煮白米粥一样廉价”。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 摔杯子

#### 文案:

这个杯子啊, 你难道非让我用个十年八载再传给我儿子吗?

#### 画面:

密密麻麻一桌杯子+倒空杯子+扔杯子+杯子地上一路弹跳发出清脆碰撞声+居然没碎。

#### 爆点分析:

暴力测评, 用户好奇看结果; 简短时长, 完播高。

### 营销锦囊

### 6大“暴力”骚操作, 作品不爆来找我

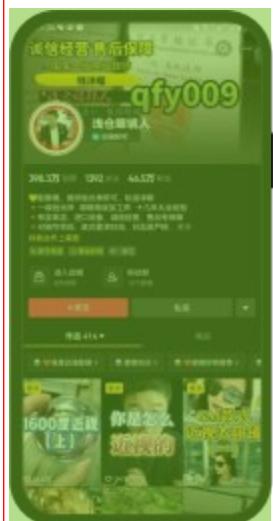
★ “暴力”画面是吸引用户观看并留下深刻印象的重要因素, 常用于产品暴力测评以突出优良品质。如果视频画面和文案实在没有任何爆点, 不妨制造一些“假暴力”元素以达到短视频留人的目的。



## 商业定位分析

**所属行业:** 文教  
**经营模式:** 服务行业  
**目标客户:** 本地及全国配镜用户

定位分析: 《浅仓眼镜人》是湖州某眼镜店的IP账号, 重点展现高度近视的镜片加工过程和人物生动的讲解, 打造专业、有趣、靠谱的IP人设, 吸引用户信任和配镜。



### 变现方式

通过蓝V账号挂联系电话; 私信自动回复引导咨询; 作品定位本地店铺地址; 商品橱窗上架通用型号眼镜销售。

### 视频呈现

高档眼镜店场景, 真人出镜演示镜片加工过程及知识口播。  
 视频调性: 轻松风趣、专业可信。

### 拍摄剪辑

高清实景竖屏拍摄; 封面主题用加粗大字体突出高度近视数字; 表演和剪辑适度夸张渲染情绪。

### 选题文案

聚焦1000度以上的高度近视者的镜片加工案例讲述, 挖掘戴镜者配镜背后的痛点故事发表体会感悟, 打共情情绪。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 父亲为适龄结婚的孩子配高度近视眼镜, 提炼父爱如山的主题

#### 文案:

哎呀, 这位小哥度数也太高了吧!1500度近视, 哇噻...他是我的老粉丝...这么厚的镜片戴在脸上又厚又重, 说实话1500度, 是个非常艰巨的任务, 但是再难我们也要盘他...这位粉丝的父亲对我的期望也非常大, 跟我说他的小孩到了快找对象的年纪, 镜片如果太厚不美观, 希望能把镜片做得薄一点, 我听了以后觉得哇, 父爱如山啊! 也让我想起了我十八九岁情窦初开的年纪, 买了一台二手手机悄悄跟爱慕的女生发短信, 结果被我父亲发现, 父亲当着我的面把那台手机砸得稀碎...好啦, 终于把这付1500度的眼镜做好了, 我们看一下侧面的厚度一定很期待...

#### 画面:

加工镜片的关键过程演示, 配音用主角与观众“唠嗑”的方式讲述事件和发表个人感受。

#### 爆点分析:

第一句“哎呀”感叹留人; 超厚镜片特写, 突显任务艰巨来吸引用户看最终结果; 较长的配镜过程用生动的人物故事讲述避免用户中途离场。

## 营销锦囊

## 过程演示短视频配音“三宝”

★ 过程演示短视频如果只有画面, 用户容易视觉疲劳而离场, 故增加音乐或配音来提升内容的信息量, 达到画面不爆, 则配音补刀的效果。



## 2 商业定位分析

所属行业：文具用品  
经营模式：零售  
目标客户：学生、学生家长

定位分析：《三年二班》有2个蓝V账号，大号190万粉丝，小号5000粉。账号定位产品展示种草，分享各种高颜值实用的文具。条条内容都能带货，粉丝立即转化。



### 变现方式

视频种草挂小黄车晚上6点直播带货。

### 视频呈现

呈现方式：真人+使用场景混剪。

### 拍摄剪辑

时而真人出镜、时而画外配音近景+特写，混剪产品的各种使用场景和文案匹配。

### 选题文案

选题方向：产品使用场景带入中的痛点；  
文案结构：场景痛点+卖点展示+引导购买；  
人设定位：小学班长。



3

## 爆款案例拆解



### 爆款：我的试卷有救了

#### 文案：

场景痛点：学生党每天试卷太多？上课找试卷怎么找都找不到！看看这个吧！

#### 卖点展示：

试卷收纳神器，40张收纳内页、插页袋设计，试卷再也不怕折了、附有挡板，随意晃也不掉、高清透明内页，边看边复习，老师讲哪里翻哪里。

#### 购买引导：

赠送学科贴纸，各科分类更轻松，学校门口随便一个都要20元，班班家的只要XX(引导小黄车)。

#### 爆点分析：

痛点够痛；产品实用。

## 营销锦囊

## 带货文案的写作模型

★ 种草视频的文案写作，重点在于找到用户的使用场景后罗列痛点再给解决方案，最后引导购买，你可以试试以下方法：



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 日用百货  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 大众消费者  
”

**定位分析:** 《伊买家居生活》，精准吸引目标群体。同样的带货视频，给视频打造了有趣的记忆点！



### 变现方式

蓝V账号，通过视频下方小黄车和引导直播间变现。

### 视频呈现

产品的使用场景。

### 拍摄剪辑

聚焦产品使用场景，内景外景拍摄。

### 选题文案

产品使用说明介绍和场景展示。



## 爆款案例拆解



### 爆款：马桶垫的正确使用方式

#### 文案：

冬天快来了，你家马桶垫有了吗？不会套的宝宝看一下正确套法。

#### 画面：

美女在卫生间套马桶垫过程配合画外音对话。

#### 爆点分析：

好奇元素，马桶垫的正确套法。

## 营销锦囊

## 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节，是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演，拍摄和制作难度很高；轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点，一方面尽量减少人物和简化情节，达到快速量产的效果。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 日用百货  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 家庭用户  
”

**定位分析:** 《林序被子厂》，一是真诚的老板人设，老板亲自上阵，从工厂生产实况到棉被的制作细节，靠着这类视频迅速打造出真诚、可信赖的老板人设，粉丝相信你，自然愿意买单！二是过硬的产品质量，除了视频拍摄的生产环节，还有老板承诺的质量和售后，用户信任度飙升！



### 变现方式

蓝V账号，视频积累人气靠直播变现，2个月的新号狂赚950w！

### 视频呈现

美女真人出镜展示工厂生产细节。

### 拍摄剪辑

工厂生产情况混剪。

### 选题文案

聚焦消费者最关心的服务和质量问题。



## 爆款案例拆解



### 爆款：卷被机打包被子的过程

#### 文案：

姐姐们这个是卷被机，后面就是打包发货了哦。

#### 画面：

拍摄生产细节，各种机器运作场景+轻松欢快的音乐。

#### 爆点分析：

接地气，视频不到15s，节奏轻松欢快，展示消费者关注的质量问题。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 日用百货  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 普通消费者  
”

**定位分析:** 《中顺洁柔官方旗舰店》账号是工厂生产展示类矩阵账号，3人小团队，1个女员工，1个拍摄，1个剪辑。通过拍摄工厂生产流水以及产品展示视频，短短一个月获得千万曝光！销量直接翻几番！一条爆款视频更是直接带货4900万！



### 变现方式

企业蓝V账号，矩阵账号，每天直播带货，引导客户转化。

### 视频呈现

凭借短视频三要素，工作场景，人物塑造，模拟真实情节展示。

### 拍摄剪辑

实拍工厂生产视频后混剪视频+配乐。

### 选题文案

用简短标题或配音介绍产品特点，突出产品质量和安全性。



## 爆款案例拆解



### 爆款：工厂实拍

#### 文案：

外在粉色清新包装，内在无香纯真，内外兼修。

#### 封面字幕：

工厂实拍混剪外加配乐。

#### 爆点分析：

视频简短音乐轻松愉快，拍摄工厂生产容易提升完播率，获得高流量。

## 营销锦囊

### 6大“暴力”骚操作，作品不爆来找我

★ “暴力”画面是吸引用户观看并留下深刻印象的重要因素，常用于产品暴力测评以突出优良品质。如果视频画面和文案实在没有任何爆点，不妨制造一些“假暴力”元素以达到短视频留人的目的。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 纸业  
**经营模式:** 批发(TOC)  
**目标客户:** 家庭消费者  
”

定位分析: 《桔子姑娘纸业》, 所有视频都是生产流程! 一人一个手机就搞定拍摄! 最后通过直播带货!



### 变现方式

蓝V认证账号, 视频和评论区挂产品同款小黄车, 定期直播。

### 视频呈现

日常工厂流水线作业。

### 拍摄剪辑

轻快节奏音乐背景, 手机以vlog形式记录真实工厂流水线。

### 选题文案

主要展示自己纸品的质量优越, 适用于各类族群。



## 爆款案例拆解



■ **爆款:** 美女老板出镜, 打包出货产品, 展示真实货品状态。

### 文案:

文案主要以宣传产品质量和销量领先优势。

### 画面:

简单画面直拍, 手机镜头记录。

### 爆点分析:

抓住用户对纸张质量的要求和对纸制品的需要进行针对性宣传, 同时结合真实工厂环境让观众信任厂家。

### 营销锦囊

### 提升视频完播率的钩子法则

★ 用户只会给你一秒的时间, 因此你必须要学会博眼球, 以下3种标题写作方法, 能让你的爆款率提高80%。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 日常杂货  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 年轻消费群体

定位分析: 《左小棠》具体提出消费者在日常生活中可能会涉及到的问题，并且为他们推荐使用方案，解决方案融合自家产品并且将实现成果展示。



### 变现方式

视频和评论区挂视频同款小黄车，直播，店铺橱窗。

### 视频呈现

开头突出产品卖点；中间带入产品并给出使用方案；最后用产品成果展示。

### 拍摄剪辑

女声讲解式介绍产品，根据讲解内容切换镜头特写，展示产品细节和功用。

### 选题文案

选题主要为带货产品的介绍和功用展示，通过各种生活化场景增加观众认同感。



## 3 爆款案例拆解



### 爆款：洗衣凝珠

#### 文案：

讲述婆婆不了解产品用量导致的小笑话，来引起观众的同感，之后以解答方式说明产品用量和效果，并同时介绍现在活动优惠信息。

#### 画面：

生活洗衣场景加上，产品的近景特写，并对使用后产品的效果进行特写，展示产品效力。

#### 爆点分析：

抓住了日常对于该产品的常见问题和疑虑，通过解答的方式去介绍了产品的特点和功用，同时也展示了产品的特色。

### 营销锦囊

### 过程演示短视频配音“三宝”

★ 过程演示短视频如果只有画面，用户容易视觉疲劳而离场，故增加音乐或配音来提升内容的信息量，达到画面不爆，则配音补刀的效果。



广告服务行业



## 2 商业定位分析

所属行业：电子/广告  
经营模式：生产制造+商业服务  
目标客户：广告公司、商户

定位分析：《星道-二极管广告字光学》是二极管发光字生产及培训厂家，通过发光字制作过程及作品展示，吸引广告公司及商户关注。还有多个同品牌、上万粉丝的账号矩阵。



### 3 拍摄剪辑

与文案内容匹配的现场实景拍摄，大量使用近景、特写展示制作细节及灯光特效。

### 4 选题文案

低成本的发光字制作成本，与炫酷的发光字效果形成极大反差。强调广告行业暴利，从业者有利可图。



## 3 爆款案例拆解



### ■ 爆款：低成本、高技术含量的灯箱展示

#### 文案：

哦哟！这个就是一个成本不到63块二毛八的灯箱，这种灯箱一天做4000多个。

#### 画面：

灯箱成品揭膜的高清特写，仅两个画面切换。

#### 爆点分析：

第一句“哦哟”感叹，吸引停留；8秒的简短长度，完播率高；满屏高清特写产生强视觉冲击；63.28元的夸张话术，吸引评论区纷纷留言想买。

## 营销锦囊

### 一用就爆的花式感叹6式

★短视频开头讲究1-3秒留人，否则用户就会滑走。1秒留人有很多技法，其中感叹带入是最简单、最容易吸引停留的手段之一，来试试给你的文案开头加一句劲爆感叹吧！



## 商业定位分析

**所属行业:** 广告包装  
**经营模式:** 定制生产  
**目标客户:** 要快印、急印的商家

定位分析: 《双马软包装数字印刷》以创始人出镜讲述自家快印业务区别于传统印务的优势, 塑造鲜明的差异化形象, 吸引需要做快印、急单印刷的商家。



### 变现方式

蓝V账号挂联系电话和公司地图; 私信自动回复引导潜在客户咨询; 制作商家页, 以及评论区置顶挂落地页定制表单获取客户联系电话。

### 视频呈现

老板出镜口播+印刷流水线场景混剪。  
视频调性: 商务对话交流风格。

### 拍摄剪辑

老板侧对镜头, 以交谈方式侃侃而谈; 大量捕捉印刷品在流水线上产出的快印过程; 视频模板统一画面风格。

### 选题文案

针对传统印刷无法解决小单、急单的痛点, 宣讲快印的优势, 偏硬广。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 数字印刷机的好处

#### 文案:

大家看到这些包装袋都是通过我们数字印刷机做出来的, 可以百袋起印, 两天发货。

#### 画面:

老板出镜讲述+场景混剪。

#### 爆点分析:

选题以传统印刷的弊端切入, 痛点切得准, 量少可以起印, 关键发货快引导评论咨询。

## 营销锦囊

单人口播太单调? 四招化解!

★ 单人出镜口播短视频如果一直是人物画面, 用户容易视觉疲劳而离场, 尤其人物形象无亮点的时候更是如此。故增加其他画面进行混剪, 达到视觉不单调、信息更丰富的效果, 增加致爆因素。



1 | 让企业生意更轻松

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 广告包装  
**经营模式:** 生产制造  
**目标客户:** 需要在小批产品上印制商标的公司

定位分析: 《水晶标》是工厂直销官方账号, 视频作品演示水晶标贴在各种材质产品上的方便、美观、牢固的案例效果, 获取潜在客户的关注与咨询。

**变现方式**  
蓝V账号, 挂联系电话, 私信自动回复引导询盘。

**视频呈现**  
一双手在各种材质的物体上进行贴标、撕标、刮擦标演示, 女声配音解说。  
视频调性: 轻、快、短。

**拍摄剪辑**  
横屏拍摄, 一镜到底, 特写镜头始终对准贴标操作, 统一模板和封面。

**选题文案**  
取材客户案例, 演示介绍水晶标适应各种材质和产品界面的性能优势和卖点。常利用热门产品如口罩、分类垃圾桶等做例子, 可快速量产作品。

2 | 让企业生意更轻松

## 3 爆款案例拆解

**爆款:** 以酒品牌贴标为例, 讲述水晶标优点

**文案:**  
水晶标完美地解决了小批量定制的问题, 几十个起做、操作方便、即贴即撕、附着力超强、不会脱落。

**画面:**  
一双手在纸质物体上贴标、撕标、刮标, 一气呵成, 配合画外音讲述产品优点; 该账号所有作品都是这个套路。

**爆点分析:**  
新奇特元素; 没有半句废话和干扰背景, 清单式简短话术, 简单明了; 标志字大吸睛; 不足10秒, 完播率高。

**营销锦囊**

**复刻爆款3流程**

★ 短视频运营中, 一旦某个作品打爆, 立即分析复盘, 找到作品致爆因素, 然后基于该因素继续拍类似作品, 达到持续爆的效果, 最终形成自己的爆款方法论。

**分析爆款元素**

**延伸爆款元素**

**每次只更改一个变量测试**

教育培训行业



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 家政/培训  
**经营模式:** 服务行业  
**目标客户:** 北京找工作的农村妇女; 找保姆和月嫂的家庭

定位分析: 《大班家政服务》账号定位家政服务公司, 核心业务是月嫂和保姆培训, 同时为家庭输出家政人员, 账号主要针对想找工作的育儿嫂和保姆, 通过家政员工亲述个人经历, 打动想要从事该行业的人。



### 3 拍摄剪辑

横屏拍摄, 拍摄vlog片段混剪。

### 4 选题文案

利用每个员工的真实经历, 讲述家政人员艰辛不易的劳动换来丰厚回报的过程, 引发大家的同情和激励, 走共情路线, 打动找工作的人员和找月嫂的家庭。



## 3 爆款案例拆解

**爆点:** 一个为了还债来京做月嫂的北漂阿姨经历, 讲述从落魄到光鲜的翻盘经历。



### 文案:

爆点开头: 在北京做了13年月嫂, 赚了150万, 成了我们村的首富!  
曲折经历: 98年的一场大火, 烧光了五万只鸡和家里所有的财产, 村里人为了要债把我家堵得水泄不通, 我和老公就来到北京踏上还债之路, 我一个农村妇女又没什么文化, 只能去给有钱人家做月嫂, 老公去医院做雇工, 三年时间就把欠的20万全部还完了, 随着经验越来越丰富, 技能也越来越好, 工资也就越来越高, 我从开始的新手月嫂, 逐渐做到了金牌月嫂, 工资也从2000逐渐涨到了2万, 技能好预约的人就多, 现在已经预约到2022年啦!

逆袭收尾: 来北京这13年一共赚了150万, 加上老公的收入, 这13年我俩一共赚了300多万, 现在成了我们村的首富, 人如果有钱了, 村里的人看你的眼光都变了, 每次过年回家, 村里人对我都客客气气。感谢98年的大火, 如果没有那场大火, 我也不会迈出第一步。

### 画面:

重点聚焦家政工作场景和体现个人状态的vlog生活画面。

### 爆点分析:

首句文案“13年赚150万”1秒留人, 中间经历跌宕起伏, 强冲突剧情吸引看完并互动。

## 营销锦囊

### 人物故事vlog: 打动人心三段论

★ 人物故事vlog通过讲述人物经历, 达到打动用户, 让用户产生好感和信任的作用。常见于成功案例、创业故事、经营故事、品牌故事等营销手法中采用。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 家政  
**经营模式:** 本地服务  
**目标客户:** 初生儿家庭

定位分析: 《杭州贝加美月子中心》定位本地月子中心的内容账号, 实拍婴儿护理场景, 为月子妈妈和家庭提供婴儿护理的实用操作方法, 塑造专业与爱心形象, 获得用户信赖与好感。

**变现方式**

蓝V账号, 挂联系电话; 作品及评论区置顶定位地址, 引导本地用户转化。

**视频呈现**

以环境干净温馨的月子中心房间为背景, 实拍年轻女护理人员护理婴儿场景+配音解说。  
视频调性: 生活化、温馨感。

**拍摄剪辑**

竖屏近景拍摄, 清晰展示宝宝护理过程与手法。

**选题文案**

以新生儿妈妈普遍关注的痛点问题入手, 进行常见问题解答。

## 3 爆款案例拆解

**爆款:** 如何给宝宝拍嗝?

**文案:**

- 1、宝宝刚刚吃完奶, 现在我们要给我们的宝宝拍嗝;
- 2、首先我们要拿一双口水巾, 放在我们的肩头上;
- 3、再把宝宝轻轻地放在肩头;
- 4、然后从下往上拍: 轻、重、轻; 轻、重、轻, 要反复地拍。

**画面:**

戴口罩的护理人员坐床边, 用轻柔手法抱、放、拍婴儿的画面+口播。

**爆点分析:**

选题是新生儿妈妈每天面临的痛点, 刚需足; 流程式清单文案简单易学: 首先+再+然后; 20多秒, 简短时长。

**营销锦囊**

**爆款文案写作方法论——清单式文案**

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法, 多用于干货分享, 像购物清单式罗列知识, 提高读者的获得感。

**要素式: 并列要素**

— + 第二 + 第三

**流程式: 步骤先后**

首先 ————— 然后 ————— 最后

## 商业定位分析

**所属行业:** 教育培训  
**经营模式:** 连锁经营  
**目标客户:** 舞蹈兴趣爱好者、学生父母

**定位分析:** 《单色舞蹈》是一家连锁经营的舞蹈培训机构，产品分为线上网课+线下教育，多账号矩阵运营，用个人账号验证内容，成熟企业账号运营。矩阵账号按照产品类别进行分类，比如：流行舞、拉丁舞、中国舞、少儿舞。主打0基础教学，是垂直领域下综合第一的企业账号。



### 变现方式

店铺POI为线下导流，商家主页设置活动：在线预约免费领取价值99元的体验课，客户填写联系方式后，再由销售跟进推荐相应正式课程。

### 视频呈现

账号前期走IP精品路线，高清拍摄创始人讲解+老师现场讲课实录，打造人设吸引精准粉丝。

账号后期走直播切片以量取胜，截取直播过程中的精彩片段，重点关注粉丝变现。

### 拍摄剪辑

**课堂展示:** 老师现场讲讲实录，高清拍摄，近景展示老师演讲和动作演示。

**作品展示:** MV式的成熟作品展示，运镜、拍摄专业度高。

### 选题文案

**选题1:** 舞蹈中常见的误区和难点解答，展示老师的專業性；  
**选题2:** 紧跟当下热点选题，展示最新的舞蹈作品。



## 爆款案例拆解



### 爆款：跳舞框架不够大

#### 拍摄：

课程现场高清实录，剪辑人员减掉老师的所有气口、减掉中间口语化和不重要的信息，只选取最重要的步骤和解释。

#### 画面：

拍摄以老师全身近景跟拍，用户亲密感足，带入感强。

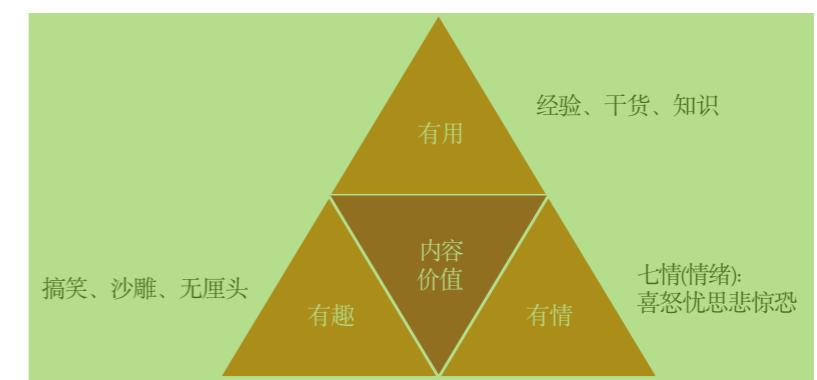
#### 爆点分析：

现场教学实拍，可以跟学的实用性。

### 营销锦囊

### 爆款文案三大用户核心价值

★所有内容，无论形态是文字、图片还是视频，要想获得用户认同，都绕不过三大核心价值：有用、有趣、有情。对内容生产者来说，最容易达成的价值是对用户“有用”，而有用中，经验>知识。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 儿童/教育培训  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 6-15岁青少年  
”

**定位分析:** 《广州黄埔军事夏令营》账号定位：知识分享，通过分享育儿警句，击中父母心中育儿的痛点，近期视频以夏令营训练场景为引导到团购。



### 变现方式

门店POI为店铺引流，商家主页申请预约获取用户咨询电话为主，再由销售沟通成交，同时开通本地生活团购导流。

### 视频呈现

呈现方式：场景混剪+配音。

### 拍摄剪辑

镜头近景拍摄训练营中孩子们流泪、痛哭的镜头，再配上教官训话的画外音、积极斗志昂扬的音乐，瞬间击中家长的痛点。

### 选题文案

大量警句、定义式选题，直击青少年问题。选词常用绝对性用词：只有、才、最、绝不是。



## 爆款案例拆解



### 爆款：嫌弃妈妈就是没良心的人

#### 文案：

孩子们，你是妈妈的所有，嫌弃谁都不能嫌弃最爱你的妈妈！

#### 画面：

军训场面+人物面部特写，突出人物情绪。

#### 爆点分析：

犀利的观点和孩子哭泣的表情一秒就戳中泪点引爆情绪共鸣。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 儿童/教育培训  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 精致妈妈

定位分析: 《一横亲子教育》账号定位: 陪伴家长一起助力孩子成长, 通过分享如何维系亲子关系, 击中父母心中育儿的痛点, 吸引关注转化。



### 变现方式

短视频挂车, 直播带课。

### 视频呈现

真人口播的形式, 分享育儿经验, 亲子关系维系。

### 选题文案

选取父母比较关注的亲子问题为内容主题和文案, 抛出痛点问题再给出处理方案。



## 3 爆款案例拆解



### 爆款: 没良心的孩子是这样培养的

#### 文案:

没良心的孩子是这样培养的!

#### 画面:

以讲故事的方式让父母了解到没良心的孩子是怎么养成的。

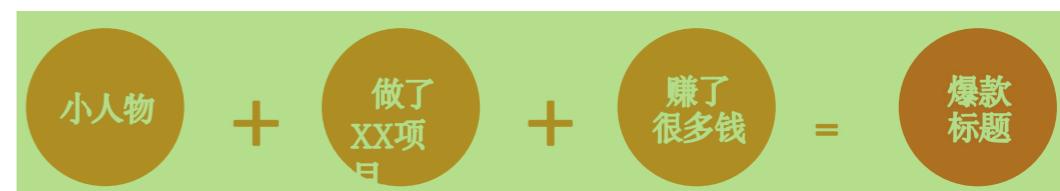
#### 爆点分析:

与父母教育的共情, 引起父母们不断地评论转发!

## 营销锦囊

## 招商类文案标题写作公式

★ 招商类的内容针对人群大多数是想要创业、赚钱, 最吸引他们的就是小投资大收益, 参考以下的公式就能够套出爆款标题。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 教育培训  
**经营模式:** 直营  
**目标客户:** 减肥人群  
”

定位分析：《东莞逐梦》矩阵打法，通过分享学员减肥前后效果对比，击中肥胖男女的痛点，吸引关注转化。



### 变现方式

门店POI为店铺引流，商家主页申请预约获取用户咨询电话为主，再由销售沟通成交。

### 视频呈现

呈现方式：前后对比、现场直播。  
 内容调性：励志、共情。

### 拍摄剪辑

聚焦热火朝天的多人健身场景和学员健身vlog；竖屏、横屏都有。

### 选题文案

选题方向：学员减肥日记；  
 内容特点：通过客户前后体重对比，来突出减肥效果。



## 爆款案例拆解



### 爆款：参加训练营前后对比

#### 内容策划：

- 1、先展示学员学习前的视频；
- 2、再采访学习后的体验；
- 3、前后对比呈现效果；
- 4、煽情的音乐，体现出实现梦想的喜悦。

#### 文案：

刚来的时候整个人都不开心！我还以为她有30岁了，昨天来找我的时候我看到她吓一跳，瘦了62斤，成了20岁的小妹妹！

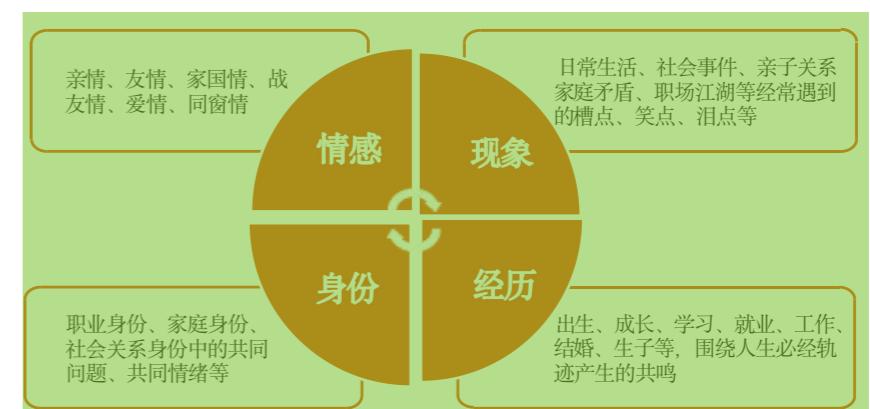
#### 爆点分析：

一开始就是巨胖画面吸睛，前后对比惊人。

### 营销锦囊

### 共情视频4大维度

★如果你要做大爆款视频，那一定要会调用用户情绪，情感、现象、身份、经历往往会让用户把视频中发生的故事套在自己身上，一旦发生了共鸣，点赞、转发、评论会一路飙升！



## 商业定位分析

**所属行业:** 运动户外  
**经营模式:** 商务服务  
**目标客户:** 需要搞团建、活动的公司

定位分析: 《联拓房车旅行-勇哥》账号通过房车旅行开营, 分享各种拓展培训、团建活动、趣味运动会玩法, 打造经验丰富的团建机构专业形象, 引导咨询团建业务。



### 变现方式

联系电话, 咨询成交。

### 视频呈现

实拍室外多人团建活动+配音解说。  
内容调性: 动感、热闹、欢乐。



### 拍摄剪辑

横屏拍摄大场景, 剪辑加快过程动作, 倍速配音, 拉快节奏。

### 选题文案

介绍1000个团建游戏的玩法, 主打实用性和趣味性。

## 爆款案例拆解



### 爆款: 什么游戏可以在三分钟内让每个人都high起来?

#### 文案:

什么游戏可以在三分钟内让每个人都high起来? 来看看这个武林争霸迷你版。开始游戏时每两人一组对战, 先互相行拱手礼“承让”, 然后剪刀石头布一决高下, 赢的人成为帮主, 输的人成为弟子, 然后继续找同级别的帮派决斗……

#### 画面:

实拍团队游戏过程, 倍速剪辑。

#### 爆点分析:

开场文案引发好奇悬念, 游戏场景富有趣味性。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间, 因此你必须要学会博眼球, 以下5种标题写作方法, 能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 运动健身  
**经营模式:** 门店连锁  
**目标客户:** 健身爱好者  
”

**定位分析:** 《威尔仕健身》账号定位：产品展示，账号前期定位知识分享，分享健身相关的知识，流量并不是很高，后期开始改变定位，开始以第一视角带观众探店，展示各大门店的健身环境，流量开始快速提升。



### 变现方式

门店POI为各地店铺引流，领取周末体验券，团购，吸引到店消费。

### 视频呈现

**呈现方式:** 场景视频+画外配音。  
**镜头1:** 远景拍摄门店外场景；  
**镜头2:** 跟随拍摄前台帅气的男生/女生打卡；  
**镜头3:** 远景环绕拍摄店内场景；  
**镜头4:** 近景拍摄人物运动场景。

### 选题文案

**文案结构:**  
**开头:** 来\*\*\*的健身房是种什么体验？今天带你来看看！  
**内容:** 罗列店内大环境特点。



## 爆款案例拆解



### 爆款：健身给生活带来态度是什么？

#### 文案：

健身给生活带来态度是什么？

#### 画面：

实拍真人健身的各种场景，呈现完美气质。

#### 爆点分析：

画面配合卡点音乐，用身材超棒的网红吸引大众眼球拉起互动。

### 营销锦囊

### “三拍”玩转探店短视频

★ 探店短视频是通过vlog记录的方式，实地考察某个门店商家，拍摄商家店面位置，产品、店内环境等信息，发掘商家的特色与亮点进行介绍、体验和点评。常见的探店拍餐饮等吃喝玩乐的商家。



咨询服务行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 咨询服务  
**经营模式:** 本地服务  
**目标客户:** 拆迁农户

定位分析: 《京平拆迁律师》定位于农村征地拆迁诉讼律所! 通过律师解答常见拆迁纠纷的处理办法, 解读国家政策, 塑造专业形象, 为被拆迁户维权, 获取用户信任。



### 变现方式

蓝V账号, 不定期直播; 商家页进行在线咨询并挂表单获取用户咨询电话; 挂联系电话及私信引导转化。

### 视频呈现

律师讲座式口播, 每个律师轮流出镜体现强大律所阵容而非单一角色。

视频调性: 专家、严肃、严谨。

### 拍摄剪辑

竖屏近景拍摄, 背景和律师服装均采用深色, 带来资深、理性和沉稳感。

### 选题文案

选题聚焦两大类:

- 1、农村拆迁常见冲突问题解答;
- 2、国家出台的相关政策解读。均明确站农民立场。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 想拆我们大棚, 没门!

#### 文案:

有人想把我们的大棚养殖场当违建拆除, 你告诉他, 没门儿! 根据自然资源部, 农业农村部联合颁布的关于实施农业用地管理有关问题的通知表明……(政策说明) 农民朋友们看看自己属于哪种情况, 做到心里有数, 这样以后不管谁再说我们的大棚养殖场建在耕地就是违建, 我们都能据理抗争!

#### 画面:

律师坐播讲法。

#### 爆点分析:

开头即强冲突事件1秒留人; 中间律师带有情绪化的阐述吸引用户听完; 最后强煽动性言论调动用户情绪; 评论区有神评论, 类似讽刺意味的“关键是你说了不算”、“哈哈早拆完了”获得高赞互动。

## 营销锦囊

单人口播太单调? 四招化解!

★ 单人出镜口播短视频如果一直是人物画面, 用户容易视觉疲劳而离场, 尤其人物形象无亮点的时候更是如此。故增加其他画面进行混剪, 达到视觉不单调、信息更丰富的效果, 增加致爆因素。



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 人力资源  
**经营模式:** 本地服务  
**目标客户:** 劳务工、短期工

**定位分析:** 《安联人力深圳总部》是为劳务工介绍工作的公司账号，通过轻剧情打造人物IP“泡泡”，为找工作的劳务人员提供工厂用工知识和经验、防坑指南等，吸粉转化。



### 变现方式

蓝V账号，每周直播；挂联系电话、手机官网及私信自动回复引导转化；商家页进行在线咨询并获取用户预约、电话。

### 视频呈现

两人演绎工厂招工和用工小剧情；典型角色：漂亮小姐姐女一号+小哥哥配角。  
视频调性：职场、趣味。

### 拍摄剪辑

竖屏高清拍摄，剧情故事+知识点文案。

### 选题文案

聚焦进厂的打工仔面临的常见问题，通过女主角对话进行解答与提示”比如“我出来打工就是为了挣钱，但是我现在就没钱怎么办？”



## 3 爆款案例拆解



### 爆款：打工人进厂须知

#### 文案：

打工妹：(对旁边一人说)那就进这个厂吧，我跟你去！泡泡：你怎么进厂前什么都不问啊？包吃住是免费提供工作餐还是在工资里扣？包住离厂区有多远？要走多久？交不交社保？每个月要扣多少？小时工的工期是多久？什么时候补差价？工资是工厂发还是劳务派遣发…

打工妹：(对旁边那人)你你你，你这个骗子！

#### 画面：

打工妹刚要跟人进厂，被女主背后冲上来一把拦住，劈头盖脑一阵问。

#### 爆点分析：

开头即强冲突事件1秒留人；中间女主的快速质问类似实用清单，用户记不住，要反复听，完播高；美女IP吸睛；评论区有神评论“工厂还有社保，开什么国际玩笑”获得高赞互动。

### 营销锦囊

### 轻剧情短视频三要素

★剧情因为有故事情节，是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演，拍摄和制作难度很高；轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点，一方面尽量减少人物和简化情节，达到快速量产的效果。



# 三农产品行业



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 三农  
**经营模式:** 厂家直销  
**目标客户:** 农业种植户  
”

**定位分析:** 《绿陇农资旗舰店》是绿陇生物科技公司的分公司账号，绿陇公司有多个员工账号，合计粉丝接近300万，形成有效的全员矩阵。主营农用微生物菌剂、饲料添加剂等农产品，账号通过传播农业种植知识，建立客户信任，引导销售。



### 变现方式

蓝V账号，商品橱窗上架产品，评分高达4.99；每天直播；作品及评论区置顶小黄车购买视频同款；电话及私信自动回复引导询盘。

### 视频呈现

农林场景拍摄美女口播讲实用知识。  
视频调性：农业风。



### 拍摄剪辑

竖屏高清近景拍摄；封面字体五颜六色，营造热闹欢腾的农业风。

### 选题文案

选题集中各种作物需要的化肥产品应用介绍和选择。

## 爆款案例拆解



### 爆款：农业技术员绝对不会告诉你的施肥秘密

#### 文案：

农业技术员绝对不会告诉你的施肥秘密，告诉你他就没饭吃，大家一定要记住：无氧不生根，无氮不长枝，无磷难成花，无钾难上色，无硼难坐果，缺铁新叶黄，缺镁下夜黄，缺钙黑点多，学会的农友们点一下关注。

#### 画面：

美女口播顺口溜。

#### 爆点分析：

选题打行业揭秘；顺口溜文案超级实用接地气；信息密度大，导致用户反复播放，并且评论区大量转发行为做收藏之用；美女元素；最后一句行动号召有效增粉。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



## 商业定位分析

所属行业：三农  
经营模式：直销  
目标客户：养鸡户、养殖场

定位分析：《四方家禽养殖》是销售蛋鸡饲养药物和鸡苗的公司账号。账号为养鸡人提供养鸡技巧，帮助养殖户解决养鸡难题，获得潜在客户的高度信赖，形成高转化。



### 变现方式

粉丝群互动，视频评论及私信自动回复引导咨询转化。

### 视频呈现

农村养鸡场群鸡喂养场景+字幕显示实用知识。  
视频调性：原汁原味农村养殖风。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄室外群鸡，大字体字幕+背景音乐。

### 选题文案

选题集中在各种养鸡技能方法，如“养鸡喂食醋，再也不迷糊”、“冬季土鸡这样喂”等实用知识，常用顺口溜让内容朗朗上口。



## 爆款案例拆解



### 爆款：养鸡喂水有讲究

#### 文案：

春喂醋水，一两醋七斤水；夏喂蒜水，五瓣蒜一斤水；  
秋喂正气水，一瓶兑十斤水；冬喂温盐水，一两盐十斤水。

#### 画面：

群鸡散养场景+顺口溜大字幕+山歌BGM。

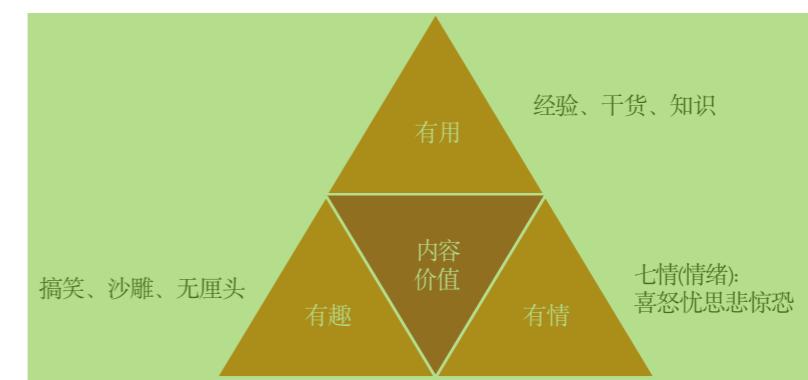
#### 爆点分析：

超实用经验干货；较长清单文案，需要回放，完播高。

### 营销锦囊

### 爆款文案三大用户核心价值

★所有内容，无论形态是文字、图片还是视频，要想获得用户认同，都绕不过三大核心价值：有用、有趣、有情。对内容生产者来说，最容易达成的价值是对用户“有用”，而有用中，经验>知识。



## 商业定位分析

**所属行业:** 水果行业  
**经营模式:** 批发(TOC)  
**目标客户:** 大众消费者

定位分析: 《农派三叔旗舰店》，生鲜特产行业，享受平台重点扶持! 侧重原生态产地的拍摄，打造“一手货源”标签，通过橱窗出售具有天然优势。



### 变现方式

企业蓝V账号，店铺橱窗，建立粉丝群，私信接入客服系统；每日直播带货，每个视频挂上同款小黄车。

### 视频呈现

农场现场直拍，通过言语介绍产品特质，搭配轻松温馨音乐。

### 拍摄剪辑

手机直拍，背景多为农场现场直拍，镜头慢慢推进，最后固定人脸特写。

### 选题文案

农场拍摄和介绍水果的挑选标准，强调自身农民身份和质优价廉，并加上诚恳语气来和观众对话。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 土里的小黄姜

#### 文案:

真是吓到我了!

#### 画面:

- 1、吐槽城市生姜贵；
- 2、引导出农村生姜的好而美。

#### 爆点分析:

真实场景增加真实性获取观众信任度，产品展示来说明质量优良。诚恳的语气让人更加亲切，背景音乐的搭配也十分恰当，广告宣传语也是动人心弦。

## 营销锦囊

## 产品拍摄5步法

★ 产品拍摄要展示产品主体，同时要展示产品与环境、人物的关系，我们可以参照以下5个步骤进行拍摄。



# 物流服务行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 物流运输  
**经营模式:** 商业服务  
**目标客户:** 需要运货的公司和货车司机

定位分析: 《浩海物流》是一家国内货运物流公司, 通过拍摄货运司机与物流公司之间发生的日常真实故事, 打造物流老板人善、靠谱、正能量的人设形象, 圈粉转化。



### 变现方式

粉丝群互动, 短视频评论, 私信转化。

### 视频呈现

对话剧情, 一个为司机考虑的物流公司老板。  
 视频调性: 生活化、接地气。

### 拍摄剪辑

竖屏拍摄, 生活化对话场景一镜到底。

### 选题文案

剧情选题取材物流公司日常事件, 典型人物分别是: 体恤司机的正能量老板、辛苦劳累的货车司机、选题主打共情。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 回单收到3-5天才付运费!

#### 文案:

路上一定要注意安全, 吃好睡好!

#### 画面:

两个人在装好货的大货车旁边对话。

#### 爆点分析:

现实情况, 打中了司机痛点; 共情元素极易引发点赞互动, 评论。

## 营销锦囊

## 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节, 是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演, 拍摄和制作难度很高; 轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点, 一方面尽量减少人物和简化情节, 达到快速量产的效果。



摄影定制行业



## 2 商业定位分析

**所属行业:** 个人订制摄影  
**经营模式:** 定制 (TOC)  
**目标客户:** 汉服爱好者

定位分析: 《盘子女人坊》，瞄准年轻多元文化爱好者，在个人摄影市场通过汉服元素做市场区隔，靠着更新“女人从现代变身古装”的视频，吸粉数十万！通过企业号私信自动回复功能推送“新品”和“福利”，自动跳转产品页，高效转化！打造账号矩阵，一门店一账号，上百个账号狂揽大流量！

**变现方式**

企业蓝V账号，首页挂官网地址和联系电话，利用短视频账号吸引潜在用户，将在线用户转移到线下，在线咨询+线下成交。

**视频呈现**

模拟客户真实拍摄场景，通过介绍造型设计思路和呈现颇具渲染感的成片，展示优秀作品吸引观众咨询。

**拍摄剪辑**

前半部分主要模拟客户在咨询阶段的场景，也在此阶段用户提出需求，中间阶段介绍造型设计思路，后半部分主要呈现拍摄结果选题文案。

**选题文案**

文案主要模拟真实场景下用户的咨询内容，每个视频都提出不同的客户对于服装造型或拍摄目的需求，通过这样的方式让有相同想法的用户产生共鸣，达到共情，刺激转化。




## 3 爆款案例拆解

**爆款:** 时兴古装剧相关主题的造型拍摄

**文案:**  
主要以古装剧或时兴流行语为主要文案。

**画面:**  
由模拟客户真实场景加上特写镜头，成片展示阶段则是通过优质成片搭配古风音乐。

**爆点分析:**  
迎合时兴古装经典造型和搭配，让该群体粉丝产生共鸣，通过改造前和改造后的造型做对比来让观众产生“我也想要”的感觉。

**营销锦囊**

**爆款文案写作方法论---清单式文案**

★ 清单式文案是一种信息罗列式的写作方法，多用于干货分享，像购物清单式罗列知识，提高读者的获得感。

**举例: 开头: 庭院设计4点不宜做?**

- ①院门不宜针对入户门，需要设计屏风墙遮挡
- ②水池不宜靠近建筑，湿气太重
- ③窗前不宜栽植大树，影响室内采光
- ④花园灯具不宜太亮，刺眼又缺失氛围感



美容美体行业



## 商业定位分析

“  
**所属行业:** 美容美体  
**经营模式:** 连锁门店  
**目标客户:** 精致女性  
”

定位分析: 《深圳纤黛美容》品牌连锁美容门店, 以舒适感极高的短视频内容进行团购转化。



### 变现方式

短视频挂团购, 达人矩阵团购。

### 视频呈现

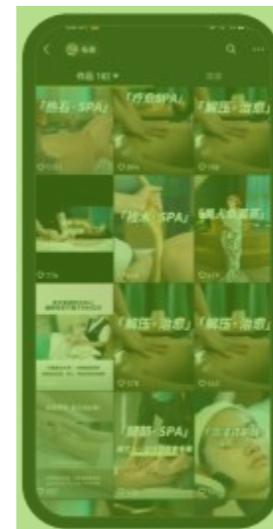
舒适的服务体验画面。

### 拍摄剪辑

真人出镜, 日常镜头语言, 手机直摄。

### 选题文案

文案以女性痛点需求出发, 以服务场景来呈现。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 沉浸式SPA

#### 文案:

疲惫的时候, 浅浅地给自己安排一次SPA。

#### 画面:

采用日常生活化vlog方式记录, 在视频中呈现被服务的那种舒适感。

#### 爆点分析:

暖色调画面让人舒适, 细节的服务操作, 让用户不自觉沉浸其中, 同时引导评论互动。

## 营销锦囊

## 轻剧情短视频三要素

★ 剧情因为有故事情节, 是吸引用户观看的重要短视频内容形式。但是剧情涉及情节策划和人物表演, 拍摄和制作难度很高; 轻剧情则一方面采用剧情讲故事的优点, 一方面尽量减少人物和简化情节, 达到快速量产的效果。



# 美妆假发行业



## 商业定位分析

所属行业：假发  
经营模式：零售(TOC)  
目标客户：年轻女性用户

定位分析：《十一假发》，产品展示，产品日常使用场景，通过一问一答挖痛点的形式吸引用户，引导用户橱窗及直播购买。



### 变现方式

企业蓝V账号，主页橱窗，每日直播。

### 视频呈现

展示日常生活下假发可以使用的场景和搭配方式，或者是展示假发制作流程和工艺。

### 拍摄剪辑

直摄方式拍摄加上滤镜来渲染氛围。通过音乐变化来转换场景和卡点音乐来展示产品并搭配视频效果。

### 选题文案

通常是说明假发穿戴之前与之后的效果比较，以揭示“美女”“真实面目”的方式说明穿戴假发的显著效果。



## 爆款案例拆解



### 爆款：烫的头发真好看

#### 文案：

美女美女，你的头发哪烫的，真好看！

#### 画面：

- 1、一问一答先问哪里烫；
- 2、再推荐是假发；
- 3、最后引导。

#### 爆点分析：

原来假发也可以和烫的一样好看还很透气，切中短发及发质不好又追求美的女性，引发互动评论点赞。

### 营销锦囊

### 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。



茶叶行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 茶业  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 老板、高管、资深中产

定位分析: 《老九好茶》反人设定位一个买茶奸商, 自嘲式揭露茶叶内幕同时告诉用户我就是这样赚你钱的, 以此破圈, 月吸粉百万, 卖茶上千万。



### 变现方式

直播带货。

### 视频呈现

用一个奸商的形象以段子手的形式揭露茶业内幕。

### 拍摄剪辑

用朋友对话聊天的视角拍摄出片, 真实接地气。

### 选题文案

抓住用户痛点问题, 段子手式的自嘲方式。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 我是臭卖茶的

#### 文案:

是, 我是臭卖茶的, 但我没有拿茶当幌子圈钱呢。

#### 画面:

以第一视角自嘲, 自己为什么卖茶。

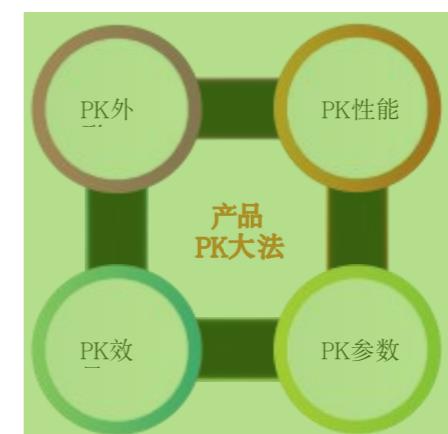
#### 爆点分析:

追赶现在流行的词梗, 段子手自嘲取悦了现在观众对于这种反差感的喜爱, 而且埋下槽点引发吐槽评论。

### 营销锦囊

### 产品种草之“PK大法”

★产品展示有很多方法和技巧, 其中PK法的采用, 即自身产品与其他产品作对比, 或产品使用前与使用后对比, 能让你的产品瞬间被用户记住, 极易种草成功。



母婴制品行业



1 | 让企业生意更轻松

## 2 商业定位分析

**所属行业:** 婴幼儿食品行业  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 婴幼儿父母

定位分析: 《秋田满满》，说明现在婴幼儿食品安全存在问题，并且提醒家长可能这样 的问题所提及风险，从科学专业的角度阐述原因，最后为他们提供解决方法。

**变现方式**

企业蓝V账号，店铺橱窗链接，建立企业粉丝群，直播，在主页提示直播预告。视频挂同款链接小黄车。

**视频呈现**

宝宝餐点制作食谱介绍，结合自家产品和餐点，针对宝宝群体推出特色餐点，展现产品特色。

**拍摄剪辑**

无真人出镜，双手制作餐点，根据制作流程切换镜头，运用近景镜头去高清拍摄，轻松、童趣的配乐和旁白讲解。

**选题文案**

选题1: 爆款产品/新品推荐;  
选题2: 日常产品婴幼儿餐点制作介绍。

3 爆款案例拆解

**爆款: 山药时蔬小饼**

**文案:**  
特别软特别好嚼的山药时蔬小饼推荐给大家，我家宝宝一口气吃了六个做法分享给大家，软糯大人小孩都爱吃。

**画面:**  
成品展示，明亮的背景，新鲜干净的食材特写和详细的制作流程，将重点以黄色加粗字体显示在视频三分之二处，加以提醒。

**爆点分析:**  
以明亮和柔和的调光，加以新鲜食材给予家长一直绿色安全的视觉效果，让观众对产品产生信赖，多样化的食品制作巧思征服顾客。

**营销锦囊**

**种草式文案写作公式**

★ 种草视频的文案写作，重点在于找到用户的使用场景后罗列痛点再给解决方案，最后引导购买，你可以试试以下方法：

举例：家里有小孩的注意了！

举例：暑假千万别再给他们玩这些玩具了！

举例：随便上一个上百块，还说材质有多差，重要的是就这功能玩了个寂寞，一个暑假就拜拜浪费了！

自从我家小姨给我儿子送了这套逻辑思维桌游，那些塑料玩具他再也没碰过，提示记忆力、逻辑思维能力，随便一个小关卡还悄悄包含了数学思维，一个假期结束，开学就变学霸！重要的是还不贵，赶紧点击购物车看看吧！

## 商业定位分析

所属行业: 母婴  
经营模式: 零售(TOC)  
目标客户: 宝妈

定位分析: 《润本》, 找网红合作, 打造达人矩阵, 每天发布几十上百条视频, 广撒网! 然后打造品牌矩阵, 一个产品品类一个账号, 如工厂直销账号、婴童用品账号、旗舰店账号等。



### 变现方式

蓝V账号, 靠直播变现。

### 视频呈现

产品配产品说明搭配轻柔音乐。



### 拍摄剪辑

室内产品混剪。

### 选题文案

产品使用说明介绍, 直击客户痛点。

## 爆款案例拆解



### 爆款: 驱蚊液

#### 文案:

夏天没有比蚊子更讨厌的了。

#### 画面:

产品视角加上使用及卖点解说。

#### 爆点分析:

直击客户痛点讲解产品优势。

### 营销锦囊

### 爆款视频拍摄3字经

★信息爆炸的年代, 人们对常见的信息已经不感冒了, 如果你要打造爆款, 必须找到你画面中的新、奇、特。



# 箱包制品行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 轻奢包包  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 年轻女性

定位分析:《塞飞洛》,主账号做起来之后,打造账号矩阵,一种产品品类一个账号,如轻奢包包账号、皮具账号等,精准收获细分群体。



### 变现方式

企业蓝V账号,主页店铺购物橱窗,直播。

### 视频呈现

真人出境分享,宣传品质能与品牌专柜一样,获取用户信任。每条视频宣传不同产品,用源头工厂的低价做诱饵,引导观众进入直播间查看真实价格。

### 拍摄剪辑

直播片段剪辑,对大类产品进行讲解和限时优惠信息,引导用户进入直播间。

### 选题文案

强调自家产品与大牌为同一家工厂出货。通过直播式讲解简单粗暴的介绍产品和大声量叫卖来营造优惠和产品稍纵即逝的感觉,刺激消费者购买。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 塞飞洛创业之路

#### 文案:

塞飞洛是97年成立的,一路从北京做到广州。

#### 画面:

记录塞飞洛的成长,从实体门店的转型到线上的期望。

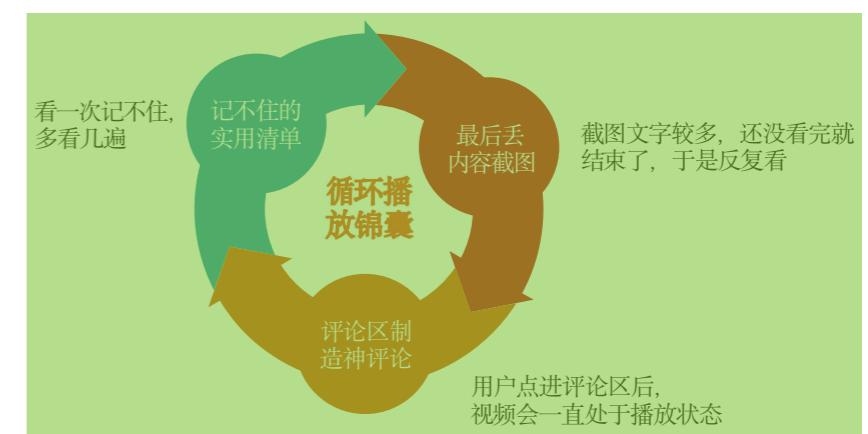
#### 爆点分析:

通过成长的记录,激发用户对品牌的信任度,同时引起用户的评论点赞。

### 营销锦囊

### 短视频循环播放3锦囊

★ 短视频推流算法有一条重要的指标:完播率,即用户看完整个视频的占比。完播率越高,对推流越有利。有几个办法可以让视频不仅完播,而且反复循环播。



## 商业定位分析

**所属行业:** 箱包  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 有小学生和中学生的家庭

定位分析: 《卡拉羊总裁华姐》主打多年扎根箱包制造的箱包厂女老板的个人IP, 通过宣传自家产品区别于普通书包的优势卖点, 直播带货自家高端书包, 同时运用矩阵打法, 日不落直播拉升销量。



### 变现方式

矩阵直播带货; 商品橱窗上架产品; 达人精选联盟。

### 视频呈现

主要两大类型:

- 1、华姐直播精彩切片;
- 2、学生室外背书包实景演示及对比。

视频调性: 生活化。

### 拍摄剪辑

直播切片+混剪, 突出主播对产品优势的介绍和演示部分。



### 选题文案

聚焦普通书包的不合理之处, 以及自家产品的优势卖点, 强调对孩子健康的影响。(注: 该选题主打PK, 可能导致同行反感)。

## 爆款案例拆解



### 爆款: 看看横版书包和普通书包有什么不同?

#### 文案:

横版书包是这样的...; 普通书包是这样的...

#### 画面:

两组画面, 一组是被普通竖版书包压得歪歪垮垮的小学生背影; 一组是两个双胞胎小姐妹背着漂亮横版书包可爱轻松的背影。

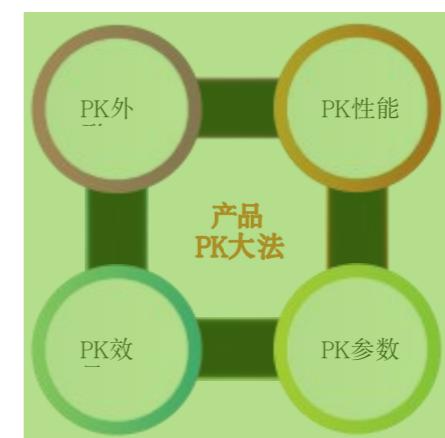
#### 爆点分析:

趣味场景对比完播率高; 评论区大量质疑导致互动多。

### 营销锦囊

### 产品种草之“PK大法”

★产品展示有很多方法和技巧, 其中PK法的采用, 即自身产品与其他产品作对比, 或产品使用前与使用后对比, 能让你的产品瞬间被用户记住, 极易种草成功。



## 商业定位分析

**所属行业:** 箱包  
**经营模式:** 厂家直销  
**目标客户:** 需要拉杆箱的用户

定位分析: 《北京箱姐》是旅行箱品牌厂家, 通过发布拉杆箱暴力测评视频、口播视频吸引用户信赖与关注, 种草下单。



### 变现方式

每天直播带货; 视频挂车。

### 视频呈现

测试拉杆箱的场景混剪+口播推荐。  
视频调性: 时尚, 动感活力。

### 拍摄剪辑

拍摄重点聚焦产品的动态镜头: 由远及近的快速滑跑、极速旋转及从阶梯翻滚而下的暴力测评。加上特效和卡点音乐, 营造酷炫效果。第二种方式以口播推荐为主, 直观明了。

### 选题文案

选题集中三类:

1. 主打卖点, 如防水耐磨;
2. 主打热销, 如网红爆款;
3. 主打知识, 如教你怎么选拉杆箱。



## 爆款案例拆解



### 爆款: 拉杆箱暴力测评

#### 文案:

经常出差的看过来, 有没有用过这样的箱子。

#### 画面:

举过头顶狠狠砸到地面, 完好无损引出产品推荐。

#### 爆点分析:

画面吸睛: 一开始小姐姐把箱子猛砸地面产生强视觉冲击, 通过暴力测试吸引用户持续看完产品同时引发评论。

### 营销锦囊

### 6大“暴力”骚操作, 作品不爆来找我

★ “暴力”画面是吸引用户观看并留下深刻印象的重要因素, 常用于产品暴力测评以突出优良品质。如果视频画面和文案实在没有任何爆点, 不妨制造一些“假暴力”元素以达到短视频留人的目的。



酒水行业



## 商业定位分析

**所属行业:** 酒水  
**经营模式:** 零售(TOC)  
**目标客户:** 酒类爱好者、酒席

定位分析:《醉鹅娘》，先建立企业号，在抖音分享酒类知识，吸引酒爱好者随后批量打造销售员账号矩阵，一套素材多账号共享！将流量引到主账号！



### 变现方式

通过私信和主页链接将粉丝导进私域，一对一成交转化！

### 视频呈现

真人出镜讲解酒类知识。



### 拍摄剪辑

室内竖屏拍摄。

### 选题文案

酒类知识以及酒类调配知识。

## 爆款案例拆解



### 爆款：介绍一款酒的味道

#### 文案：

聚会必备的两款酒，你不会到现在还没准备好吧？

#### 画面：

真人出镜口播无配乐。

#### 爆点分析：

美女出镜，产品画面精美。

### 营销锦囊

单人口播太单调？四招化解！

★ 单人出镜口播短视频如果一直是人物画面，用户容易视觉疲劳而离场，尤其人物形象无亮点的时候更是如此。故增加其他画面进行混剪，达到视觉不单调、信息更丰富的效果，增加致爆因素。



## 商业定位分析

**所属行业:** 饮料  
**经营模式:** 厂家直营  
**目标客户:** 喝酒人、送酒人、酒席

定位分析：《黔国酒业》是茅台镇做酱香型原酒生产和销售的酿酒企业账号，通过打造IP，讲述茅台镇白酒行业和与饮酒有关的生活常识，引导用户在线成交及微信私域留存。



### 变现方式

蓝V账号，置顶作品三联封面分别写“添加、微信、微信号”巧妙引导用户加微信；每天晚上8点直播，直播间1元秒杀；商品橱窗及作品挂小黄车成交；挂联系电话及私信自动回复引导转化。

### 视频呈现

单人办公室坐播为主，侧对镜头以对话形式讲述，无背景音乐。  
视频调性：侃大山、亲和力。

### 拍摄剪辑

室内及酒厂环境竖屏拍摄。

### 选题文案

选题聚焦两大类：

- 1、酿酒行业知识，帮用户了解茅台镇白酒，打揭秘主题；
- 2、饮酒生活知识，饮酒人生，打实用、共情主题。



## 爆款案例拆解



### 爆款：片仔癀你听说过没？什么才是最奢侈的招待？

#### 文案：

什么才是最奢侈的招待？如果说在你的印象里，酒桌上拿飞天、华子配依云算是最奢侈的招待的话，那你可以出去转转！在福建，20个人吃饭，拿茅台华子不算什么，每个人身边的矿泉水里放一片片仔癀，这才是最奢侈的，还有比这更奢侈的吗？

#### 画面：

在红木雕花椅坐播，以聊天形式，无背景音乐。

#### 爆点分析：

选题是热点元素，夸张疑问开头设置悬念1秒留人；答案在最后出现，完播高；选题和文案槽点多，导致评论区高互动并出现高赞神评论。

## 营销锦囊

## 爆款文案标题6大技巧

★ 用户只会给你一秒的时间，因此你必须要学会博眼球，以下5种标题写作方法，能让你的爆款率提高80%。

