短视频APP的营销特点。

（1）碎片化的内容与精准的产品定位。短视频营销推广时多以简单易懂为主要特点，实质上将拍摄内容进行了碎片化和简便化处理，常见的三种拍摄类型依次分为：7秒、30秒、57秒，短视频的特点不断地限制和促使短视频必须将内容碎片化，视频逐渐简短精悍，能够在有限的时间传输快乐喜悦。短视频公布的用户信息显示大多数用户都是“90后”“00后”，这和前期的目标人群是相吻合的。同时有趣好听的背景音乐、慢快拍以及各种“鬼畜”的特效、各种滤镜的添加、15秒的拍摄都是年轻群体喜欢的元素，也更加符合年轻群体喜欢追求新鲜刺激和个性化的特质。在如此庞大的受众面前，“90后”“00后”是未来发展的主力军，将目光锁定在这个群体，为它未来的发展奠定了庞大的用户基石。

（2）个性化的表达与社交化的传播方式。短视频APP与传统短视频APP相比较，除了在时长上有差距外，在阐述方式上也有明显区分。短视频APP作为社交软件的一种，内容力求个性化、娱乐化，与此同时，还需强调传播性和社交化。短视频在APP营销推广时，针对拍摄水平参差不齐的特点，通过后期技术完善弥补视频不足，促使短视频更具个性化，满足用户的口碑，降低用户的拍摄门槛，以趣味性和社交性扩大用户规模，创造用户真实性体验、人性化至上的视频内容。

（3）低制作门槛与简易快捷的发布操作。短视频APP营销过程中利用互联网技术与智能手机终端功能，突破了时间和地点制约，将摄影权给予广大用户，使得广大用户简便快速地发表短视频。针对达人用户群体，提供优质的舞蹈或者歌曲模板，让这些群体模仿、再创作之后进行传播。针对没有特殊技能的普通用户，为了能够留住这部分用户，专门有一些不需要专业技能的对口型式模仿短视频。这种类型的短视频对用户没有很高的要求，用户只需通过挑选好背景音乐之后，简单地对口型就可以完成自己的创作。这种低门槛化会大大扩大用户的规模，为的成功提供了巨大的用户保障。