https://www.douyin.com/video/7330196186416123186

# 点赞数：11.4万

# 标题:短视频的九大禁区  
## 关键字: 短视频 #短视频创业 #短视频运营 #新媒体运营  
## 作者: 鹤老师  
短视频不要垂直，不要养号，不要横屏，不要选时间，不要讲干货，不要看完播率，不要去投抖加。你说怎么跟我学的不一样呢？因为你学的是错的，否则你怎么会没粉丝呢？记好了，这是我花了四年时间，用六百条作品，一千四百万粉丝和二十五亿次播放换来的，只讲一遍：  
  
一、不要垂直。垂直等于没播放。短视频想爆款，最重要的是受众范围，受众越多，播放就越大。经济半小时再怎么提升收视率，都干不过《星光大道》。你在选题的一瞬间，受众大小就定了，播放上限就卡死了。讲英语翻译没人听，因为受众太垂直；但是讲王菲的英文歌准不准，讲兰博基尼、布加迪该怎么读，讲红警里面的 "agent ready" 是什么意思，受众就会多一万倍。凡事都讲究性价比，我想要播放多十倍，但是把能力提升十倍更容易，还是找人多十倍的话题更抖音呢？你自己说嘛。  
  
二、不要养号。养号的本质是诈骗，是低成本筛选出没有判断力的“韭菜”啊。不是多给同类视频点赞、互动，你的作品就会有流量。任何账号都是两个身份，一个是创作者，一个是观看者，这两个身份是绝缘的。就好像你在生活当中，既是经营者也是消费者一样。你是个卖衣服的，你担心刚开张没客户，于是有大神告诉你：多去逛街，多去买别人的衣服。你买的衣服多了，你的生意就可以变好，这怎么可能呢？你只会让对手的生意好起来。短视频不也是一样吗？拼命做数据是你免费充当消费者，免费给别人带流量，多低级的谎言，怎么换个场点就有人信呢？  
  
三、不要横平，能竖平就不要横平。不要相信什么横看景、竖看人，横和竖的本质区别并不是长宽比，而是信息的流动方式。横屏是单向传出，竖屏是双向传出。横屏是观看优先，竖屏是操作优先。横屏是上一个时代的方式，竖屏才是新媒体的方式。为什么横屏？因为眼睛是横着长的，所以上一代的方式都是视觉优先。电影是横屏，电视是横屏，你坐着听就好了，不需要动手。那为什么竖屏呢？因为大拇指是上下动的，所以这一代的方式都是操作优先，上滑、下滑、点赞、评论，手的重要性变成第一位。所以一切要为操作让路。不要说什么横屏有利于视觉之类的，既然旋转九十度就可以全屏观看，用户为什么懒得转？少说理论，多看行为。  
  
四、不要选时间。不要纠结几点发容易火，真正的问题是权重。打个比方，明天我要取一百万，应该去哪个网点？工行、建行、浦发，还是民生？这个时候你要考虑网点的大小，考虑能不能预约那么多。但你说我明天就取一百块，还需要选吗？权重太小了。任何一个网点都有足够的钱。流量不也是一样吗？几点发作品最容易火，谁会问这个问题？只有刚做短视频的新手才会问。可既然是新手，那就意味着任何时候都有几万、几十万的流量给你，永远不需要考虑用户不足。你就取一百块钱，你纠结网点干什么呢？你要是真能做到几千万的播放，就压根不会问这个问题，因为你所有的精力都在找选题、写文案、改脚本、设钩子，任何一个都比发布时间重要一万倍。  
  
五、不要挑时长。不要去想几分钟最合适。短视频为什么叫短视频？不是三分钟叫短，也不是一分钟叫短，而是原本三小时的内容浓缩到三分钟叫短，原本十分钟的废话砍到还剩一分钟叫短。短视频的核心并不是时间长度，而是信息密度。信息爆棚、节奏紧凑、没有废话、连环刺激，用户才愿意看下去。为什么不去电影院，为什么非要看毒蛇电影？因为十分钟等于三个小时，同样内容的前提下，时间永远越短越好。人性自私，我们每一次的交换都要占便宜。你得提供远超两分钟的内容，他才愿意花两分钟给到你。  
  
讨论时长之前，先检查信息密度够不够，不够就删废话，还不够就继续删。至于为什么短视频都是两分钟，因为创作能力、大部分的知识储备只能支撑到两分钟。  
  
六、不要讲干货。为什么越专业的人就越没有播放？因为专业的诅咒。你一旦学会了骑自行车，就再也回不到不会骑的状态。你越是讲专业，能听懂的人就越少，播放量就越容易卡死。刷手机是为了找乐子，不是为了来听天书的。论文才比拼专业度，短视频拼的是向下兼容，是找到比你弱的人，然后哄她开心。大学生可以哄高中生，高中生可以哄小学生。把干货普及化、趣味化，才是爆款的核心点。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)