第 1 章

没有粉丝？从 0 开始打造爆款视频引流

学前提示

抖音用户喜欢刷推荐页的内容，在刷到有趣的视频之后，可能会点击关注，他们会关注很多人，但很少会专门去看这些抖音号的新视频。只有打造爆款短视频，让短视频上热门，才有可能被更多人看到。

那么，没有粉丝，或者粉丝量比较少的抖音号要如何打造爆款视频，进行引流呢？本章将从 4 个方面具体进行说明。

要点展示

- 根据抖音算法打造爆款视频
- 了解上热门的原则以加热视频
- 通过热门内容打造爆款视频
- 借助实用技巧引爆视频流量

1.1 根据抖音算法打造爆款视频

抖音沿袭了今日头条的算法推荐模型——根据用户口味推荐，从而保证了视频的分发效率及用户体验。了解抖音的推荐算法机制，能相应地获取更多的推荐，从而快速打造出爆款短视频。

1.1.1 抖音的算法及推荐机制

抖音平台会根据抖音视频的推荐基数（根据浏览人数、点赞和评论比例等数据设置的一个基础值）、视频播放量、点赞量、评论量、转发量、账号的资料完整度和认证情况等进行计算，然后按照得分，决定审核的顺序。视频审核之后，会根据审核结果决定视频的推荐量。

抖音有着自己的推荐算法机制，如图 1-1 所示。如果抖音运营者想在一个平台上成功吸粉，首先就要了解这个平台的喜好，知道它喜欢什么样的内容，排斥什么内容。抖音运营者在抖音发布作品后，抖音平台对于作品会有一个审核过程，抖音运营者发布的每一条内容，抖音审核员都可以看到。其目的就是筛选优质内容进行推荐，同时杜绝垃圾内容的展示。

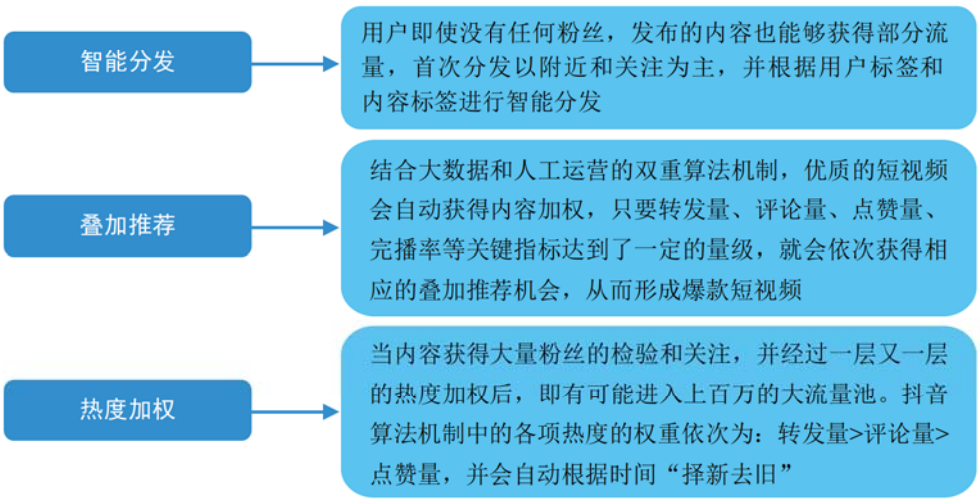

图 1-1 抖音的推荐算法机制

1.1.2 抖音算法的关键要素

抖音的账号权重主要包括如下几个关键要素。

(1) 粉丝数。粉丝数是最直观的隐性账号权重，粉丝的数量和增长速度，也同时在反映抖音账号被认可的程度。

(2) 完播率。简单来说就是针对发布的视频，有多少比例的用户是完全看完的，有多少用户是在刚打开三五秒的时候就直接跳出的。这个比率跟传统 Web 时代网站的跳出率类似，可以看到用户是在什么位置流失，有多少用户是全部看完的。完播率也是一个衡量短视频质量的指标，毕竟没有人对于不好看的内容，还会坚持看完。

(3) 传统的转发率、点赞率等基础数据。因为抖音跟今日头条的推荐机制是一脉相承的，会根据用户的过往使用习惯，相对精准地把新内容推送到用户面前。所以，那些优秀的短视频内容，通常都会获得比较高的转发率和点赞率。

(4) 活跃度。抖音的活跃度主要指用户在线时长以及内容发布频次。例如，某个漂亮的女性用户，苦练了几个抖音上热门的手势舞，技巧和相貌都相当出众，但是她的视频点赞量却只有寥寥几个。原因很简单，在第一次没有被抖音小助手推荐后，她已经错失了最初获得流量的机会。同时，她以每周更新一个短视频的频次进行创作，这种更新频次显然会影响权重。

(5) 评论量。评论短视频的用户越多，说明该视频的内容越好，话题性越强，可以激起用户想要发表看法的欲望。

如果一个视频，上述几个指标都很高，系统就会把视频推给更多的人看。在实际运营抖音的时候，用户还可以通过一些技巧来提高这些关键指标的权重，具体方法如图 1-2 所示。

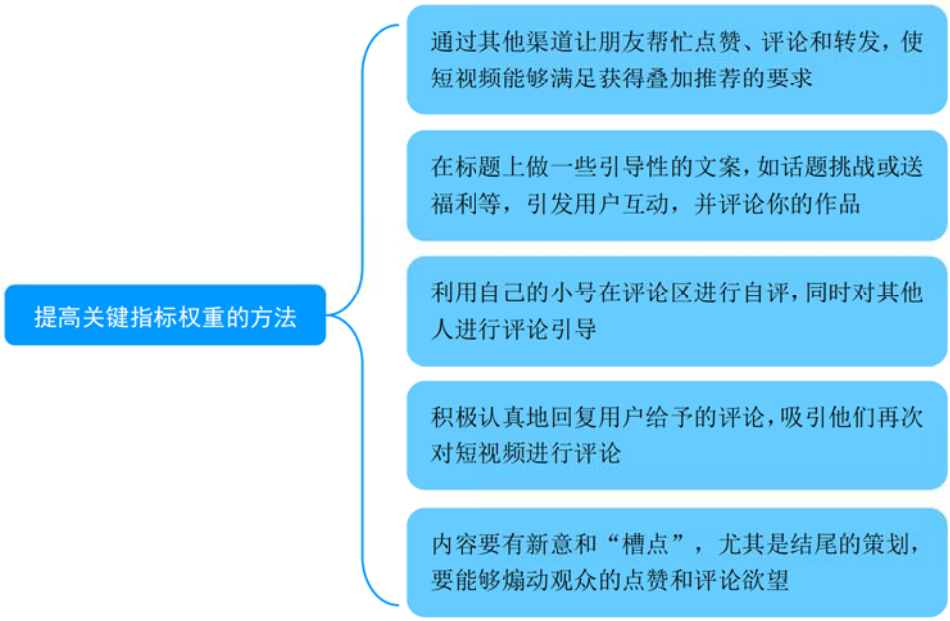

图 1-2　提高关键指标权重的方法

当然，除了上面的 5 个核心参数会影响抖音账号权重外，用户还可以从内容方面来增加作品的隐性权重，如图 1-3 所示。当然，算法机制只是为爆款指明了方向，内容才是通向成功的大道，好的内容才能带来更多的流量。

图 1-3　增加作品隐性权重的方法

1.2　了解上热门的原则以加热视频

对于上热门，抖音官方做了一些基本要求，这些是大家做好抖音必须要知道的基本原则。

1.2.1　内容原创

抖音上热门的第一个要求就是：视频必须为个人原创。很多人开始做抖音原创之后，不知道拍摄什么内容，其实内容的选择没那么难，这可以从以下几方面入手。

- 记录生活中的趣事。
- 学习热门的舞蹈、手势舞等。
- 配表情系列，利用丰富的表情和肢体语言。
- 旅行记录，将所看到的美景通过视频展现出来。

另外，可以换位思考下，如果自己是粉丝，希望看什么内容？即使不换位思考，也可以回顾一下，我们爱看什么内容的抖音？搞笑的内容肯定是爱看的，如果一个人拍的内容特别有意思，用户绝对会点赞和转发，还有情感的、励志的、“鸡汤”的内容等，只要能够引起用户的共鸣，就会有用户愿意关注。

上面的这些内容属于广泛关注的，还有细分的内容。例如，某个用户正好需

要买车，那么关于鉴别车辆好坏的视频就成为他（她）关注的内容了；再例如，某人比较胖，想减肥，那么减肥类的内容他（她）也会特别关注。所以，这就是要关注的内容，同样也是创作者应该把握的原创方向。看自己选择什么领域，那么就做这个领域人群关注的内容。

1.2.2 视频完整

短视频虽然时间短，但也一定要保证视频时长和内容完整性，视频短于 7 秒是很难被推荐的。保证视频时长才能保证视频的基本可看性，内容演绎得完整才有机会上推荐。如果视频内容卡在一半就结束了，就会影响用户的观看心理。

为了保证发布的内容是完整的，抖音运营者（下文称：抖音电商运营者）可以重点做好两个方面的工作。一是通过前期策划，对需要拍摄的内容进行合理的规划；二是同样的内容，有条件的话，可以多拍几条，从中选择相对完整的。

1.2.3 没有水印

抖音中的热门视频不能带有其他 App 水印，而且使用不属于抖音的贴纸和特效，这样的视频可以发布，但不会被平台推荐。除此之外，将其他账号已经发布的抖音短视频直接复制并进行发布，视频画面中左上角或右下角会出现原账号的相关信息，如图 1-4 所示。这一类短视频因为是直接搬运，所以通常也不会被平台推荐。

图 1-4 短视频中出现其他抖音号水印

抖音运营者在上传短视频的过程中，一定要先检查内容，如果发现有水印，可以通过相关软件去除水印之后再上传短视频。

1.2.4 内容质量高

即使是抖音这种追求颜值和拍摄质量的平台，内容也永远是最重要的，因为只有吸引人的高质量内容，才能让人有观看、点赞和评论的欲望。爆款视频，肯定是由好的作品质量来做支撑的。

抖音短视频吸引粉丝是个漫长的过程，所以抖音运营者要循序渐进地推出一些高质量的视频，学会维持和粉丝的亲密度。多学习一些比较火的视频拍摄手法及选材，相信通过个人的努力，也能拍摄出火爆的抖音视频。

1.3 通过热门内容打造爆款视频

不管是做电商营销、自媒体，还是做“抖商”，对于那些爆款产品一定要时刻保持敏锐的嗅觉，及时地去研究、分析、总结他们背后成功的原因。不要一味地认为那些成功的人都是运气好，而要思考和总结他们是如何成功的，多积累成功的经验，站在“巨人的肩膀”上，才能看得更高、更远，才更容易超越他们。下面总结了抖音短视频的 8 大热门内容类型，提供给大家作为参考。

1.3.1 高颜值

为什么把“高颜值”的帅哥美女摆在第一位，原因很简单，就是通过抖音的粉丝作为依据，这也是最有力的依据了。根据 2019 年 10 月 9 日的数据显示，抖音粉丝排行第一名是“陈赫”，第二名是“Dear- 迪丽热巴”，他们的粉丝数量都超过了 5000 万，如图 1-5 所示。不可否认的是，这两人的颜值都比较高，而且他们获得的点赞数据都超过了 1 亿，这说明粉丝的黏性非常强，也非常活跃。

抖音粉丝数前十的还包括 Angelababy、郭聪明等。也就是说，抖音粉丝前十的账号，“高颜值”类的就占据了半壁江山。

由此可见，在抖音平台上，美是第一生产力，爱美之心，人皆有之，“颜值”就是抖音最好的营销利器。抖音的主要用户以 24 岁以下的年轻女性为主，这些小女生喜欢长得好看的“小哥哥和小姐姐”。

抖音上最火的一类视频就是那些长得漂亮的帅哥、美女唱唱跳跳的视频，那些帅哥、美女，无论拍什么都有一堆人看。当然，不仅仅是美女和帅哥，只要是看起来很美的东西，都可以拍摄下来，自己爱看的肯定其他人也愿意看。

图 1-5 “高颜值”的主播非常容易吸粉

1.3.2 炫技能

在打造抖音内容时，只要专注于一件事，然后把这件事做到极致，就能带来口碑，口碑在如今这个互联网时代能快速扩散，形成广泛影响力。技能表现在抖音和电视综艺节目上就是展现各种绝活、技巧，图 1-6 所示为一则关于剥虾技能的短视频。当然，很多技能绝活都是用户在工作和生活中，经过长期训练才能做到的，普通用户切不可轻易模仿。

图 1-6 通过短视频炫技能吸引众人关注

下面收集了一些爆红抖音的整理技能，如图 1-7 所示，对大家肯定会有所启发。有一句俗话“一招鲜，吃遍天”，欧阳修的《卖油翁》也说了“无他，但手熟尔”，因此只要你能把一件事做到极致，就会被他人关注到，并传播出去。炫技能的短视频内容，无论是在抖音，还是在西瓜视频，或者在其他的视频平台，都会有很好的播放量。

图 1-7　爆红抖音的整理技能示例

1.3.3　才艺展示

才艺可不仅仅是唱歌跳舞，只要是自己会的，但很多人不会的技能，都可以叫作才艺，如美妆、乐器演奏、相声、脱口秀、口技、书法、绘画、驯兽、手工、射击、杂技、魔术以及即兴表演等。秀出自己的独特才艺，秀出与众不同的想法，都是快速上热门推荐的方法。下面分析和总结了一些抖音“大 V”们的不同类型的才艺内容，看看他们是如何成功的。

1. 演唱才艺

冯提莫不仅拥有较高的颜值，而且唱歌非常好听，还曾在各种歌唱节目中现身，可见实力非凡。她凭借独特的街头直播形式和动听歌声，吸引了很多粉丝的关注。这也让她从默默无闻到拥有了超过 3000 万抖音粉丝，如图 1-8 所示为冯提莫的抖音个人主页。

2. 舞蹈才艺

代古拉 k 给抖音用户留下深刻记忆的除了她动感的舞蹈，还有单纯美好的甜美笑容。代古拉 k 的真名叫代佳莉，是一名职业舞者，她拍的舞蹈视频很有青春活力，给人朝气蓬勃、活力四射的感觉，因此在抖音上迅速走红，如图 1-9 所示为代古拉 k 的相关短视频。

代古拉 k 在成名前，除了短视频平台之外，从未参加过任何综艺节目，如今也踏上了《快乐大本营》的舞台，前途不可限量。要知道“网红”能登上电视，

这就是对她本身的一种肯定，对自身的知名度也有一定的影响。

图 1-8 冯提莫的抖音个人主页

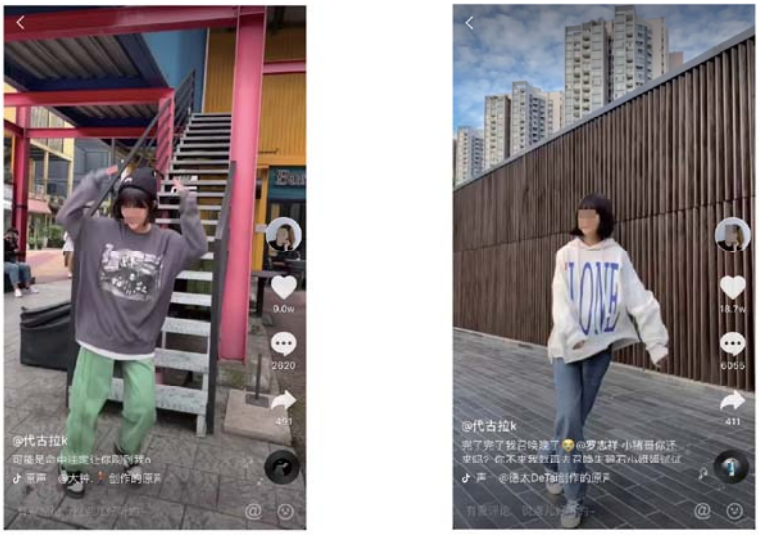

图 1-9 代古拉 k 的相关短视频

抖音的短视频信息传播方式，可以帮助打造 IP（即塑造品牌、树立标签）吸引相同价值观的粉丝，实现大范围的精准营销变现。随着泛娱乐时代的到来，IP 全产业链价值正在被深度挖掘，那些成名的抖音达人变现的机会也会越来越多。

1.3.4 美景美食

关于“美”的话题，从古至今，有众多与之相关的，如沉鱼落雁、闭月羞花、

倾国倾城等，除了表示其漂亮外，还附加了一些漂亮所引发的效果在内。可见，颜值高，还是有着一定影响力的，有时甚至会起决定作用。

这一现象同样适用于抖音引流。当然，这里的“美”并不仅仅是指人，它还包括美景、美食等。抖音电商运营者可以通过在短视频中将美景和美食进行展示，让抖音用户共同欣赏。

从人的方面来说，除了先天条件外，想要变美，有必要在自己所展现出来的形象和妆容上下功夫：让自己看起来显得精神，有神采，而不是一副颓废的样子，这样也能明显提升颜值。

从景物、食物等方面来说，是完全可以通过其本身的美再加上高深的摄影技术来实现的，如精妙的画面布局、构图和特效等，就可以打造一个高推荐量和高播放量的短视频文案。图 1-10 所示为有着高颜值的美食、美景短视频内容。

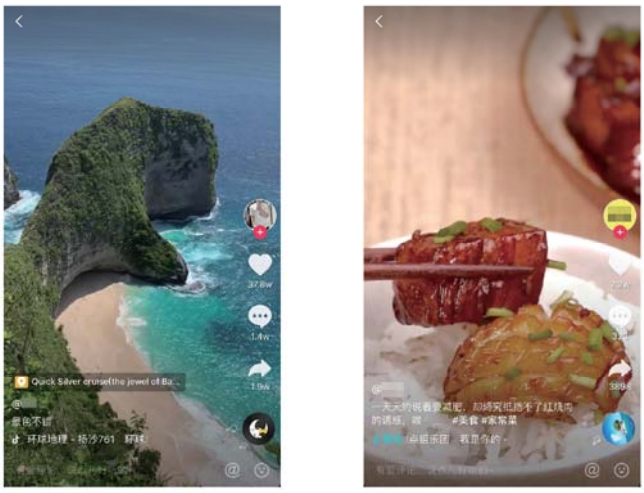

图 1-10　关于美食、美景的短视频

随着抖音的火爆，很多“网红”景点顺势打造爆款 IP。例如，赵雷的《成都》这首歌里唱的“玉林路”和“小酒馆”等地点，让不少年轻人慕名前往。这样的例子数不胜数，如“《西安人的歌》+ 摔碗酒”成就了西安旅行大 IP，“穿楼而过的轻轨 +8D 魔幻建筑落差”让重庆瞬间升级为超级“网红”城市，“土耳其冰淇淋”让本就红火的厦门鼓浪屿吸引了更多慕名而来的游客。“网红”经济时代的到来，城市地标不再只是琼楼玉宇，它还可以是一面墙、一首歌、一座码头。

“抖音同款”为城市找到了新的宣传突破口，通过一个个短视频，城市中每个具有代表性的吃食、建筑和工艺品都被高度地提炼，配以特定的音乐、滤镜和特效，进行重新演绎，呈现出了超越文字和图片的感染力。在过去，人们要描绘“云想衣裳花想容”这样的画面，只有通过繁复的解释和描绘，但现在在抖音上发布

一个汉服古装的挑战，人们就能通过这些不超过 1 分钟的短视频，了解到其内涵。

1.3.5 萌娃萌宠

广告里有一个 3B 法则——Beauty 美女、Beast 野兽、Baby 婴儿，这三者最能吸引人的视觉注意，并且唤起人们强烈的情绪反应。当然，Beast 野兽要区分一下，一类是凶猛且富于攻击性的野兽，一类则是可爱的小动物，比如猫、狗、兔等。在抖音上面，可爱的“萝莉”、小动物和婴儿的视频，也是非常火的一大类。

为什么这些内容会火呢？因为“萌”。最初，“萌”仅用来形容动漫中那些单纯可爱、犹如萌芽般的小萝莉，以表达对二次元美少女角色的类似恋爱的喜爱之情。后来“萌”从虚拟走向现实，又被用来形容真人、小动物和物品等。

1. 萌妹子

“萌”系角色的性格特征，核心是一个“娇”字，关键词包括娇气、撒娇、傲娇、娇蛮、温柔、害羞、“治愈”“天然呆”等。也就是说，它唤起的是人们一种怜爱和保护之情，一种强者对弱者的感情。

抖音上的各种“萝莉”都非常火，如她们不仅有着非常性感迷人的身材，而且风格很二次元，经常穿着“lo 服”，甜美的造型加上萌妹的身材，很受宅男网友的欢迎。例如，“蔡萝莉”凭借着好身材、高颜值以及 COS(Costume 的简略写法，指角色扮演) 各种类型人物，在抖音上受到了极大关注，如图 1-11 所示为“蔡萝莉”的相关短视频。

图 1-11 “蔡萝莉”的相关短视频

2. 萌娃、萌装扮

除了“小萝莉”外，还有“萌娃”自带闪亮光环，不管是年轻人还是老人，可爱的小宝宝都能吸引他们的目光。另外，还有一些可爱的人偶、布娃娃和装饰物等装扮也可以作为“萌”系的内容，会更容易吸引大家的关注。

如“传单熊”就曾在抖音上引起轩然大波，同时引发了大批用户模仿拍摄，如图 1-12 所示。

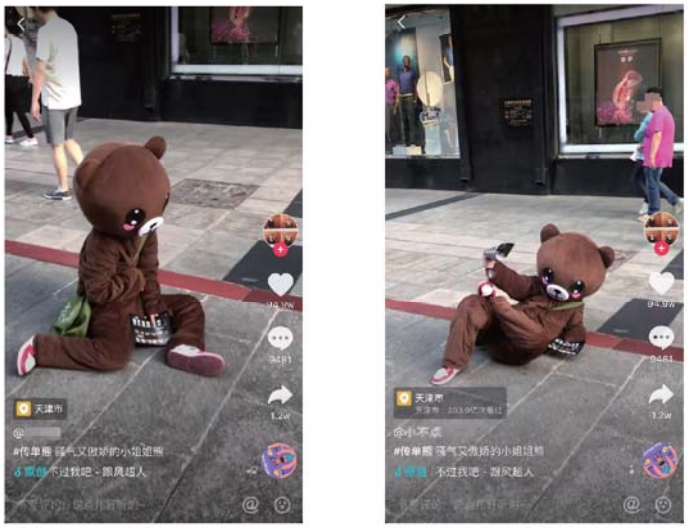

图 1-12 “传单熊”的相关短视频

3. 萌宠

比较可爱的萌宠有小猫咪、小狗和小猴子等，因为宠物本身就是可爱至极，有很多人都愿意养宠物，小萌宠看起来就能让人生起怜爱。如果你也有可爱的小狗或小猫等宠物，不妨拍摄它们生活中可爱好玩的视频。在拍摄时要挖掘宠物搞笑的点，找到可以让人耳目一新的场景。相信萌宠们憨态可掬的样子，肯定会让网友喜欢并忍不住点赞分享。

自从抖音转型“记录美好生活”后，便与宠物有着“难解难分”的缘分，并诞生了一大批萌萌的可爱“网红”。例如，“金毛蛋黄”粉丝数超过了 2000 万，内容主要记录“金毛蛋黄”生活中遇到的趣事，视频中经常出现抖音上的“热梗”，配以“戏精”主人的表演，给人以轻松愉悦之感，如图 1-13 所示。

要想成为一名出色的萌宠类播主，就得重点掌握一些内容策划的技巧。同样的内容，通过以下技巧方式的加工，效果自然提升。

(1) 将宠物拟人化。拟人化的宠物，在内容创作上有很大的联想空间，宠物

本身的萌属性也会为各种剧情设计增色。同时，给拟人化的宠物撰写搞笑生动的对白会增加视频的趣味性。

图 1-13 “金毛蛋黄”的相关短视频

(2) 让宠物拥有“一技之长”。例如，“东门魏官人”家的猫咪，最初就是在主人的引领下跳“海草舞”，成为抖音上实至名归的“喵界舞王”，让猫咪跳舞成为 IP 特色。

(3) 宠物特色不够，主人来凑。如果你有高颜值或者迷人的好声音，宠物同样可以在萌系属性的加持下获得人气，“安生的爸爸”“粽子他爹哦～”以及“拎壶冲”都是很好的例子。

(4) 给宠物加戏。这种类型比较有代表性的播主就是“蛋不安静”了，拥有前后反差的萌猫咪戏剧性十足，能够形成期待感，吸引大家关注。

1.3.6 幽默搞笑

幽默搞笑类的内容一直都不缺观众。许多用户之所以经常刷抖音，主要就是因为抖音中有很多短视频内容能够逗人一笑。所以，那些笑点十足的短视频内容，很容易在抖音中被引爆。

如图 1-14 所示为短视频中，用龙虾壳组成了一个形象，并且用文字进行了相关的说明。抖音用户看到该短视频之后不禁莞尔一笑，甚至有的抖音用户直接进行了转发，而该短视频也在抖音中快速走红。

图 1-14　幽默搞笑型短视频

1.3.7　知识输出

如果抖音用户在看完短视频之后，能够获得一些知识，那么，抖音用户自然会对发布的短视频感兴趣。

许多人觉得化学这门学科学习起来比较难，也很难对它提起兴趣。而“向波老师”便结合世间万物将化学知识进行输出，让原本枯燥的课程变得具有趣味性。所以，其发布的短视频很容易就吸引了大量抖音用户。如图 1-15 所示为“向波老师”发布的相关短视频。

图 1-15　“向波老师”发布的相关短视频

1.3.8 普及推广

有时候专门拍摄短视频内容比较麻烦，如果抖音电商运营者能够结合自己的兴趣爱好和专业打造短视频内容，就大众比较关注的一些方面进行有针对性的普及，那么，短视频的制作就会变得容易。而且如果抖音用户觉得抖音电商运营者普及的内容具有收藏价值，他们不仅会乐意给短视频点赞，而且也会主动转发推广。

例如，“酷狗音乐”主要是对音乐进行普及，“手机摄影构图大全”主要是对摄影技巧进行普及。因为音乐和摄影都有广泛的受众，而且其分享的内容对于抖音用户也比较有价值，所以，这两个抖音号发布的短视频内容都得到了不少抖音用户的支持。如图 1-16 所示为这两个抖音号发布的短视频。

图 1-16 普及推广型短视频

1.4 借助实用技巧引爆视频流量

从 2017 年下半年到 2019 年上半年，在不到两年的时间里，抖音完成了自己的进化，从最初以运镜、舞蹈为主的短视频内容，到如今的旅行、美食、正能量、萌宠、搞笑以及创意等多元化的短视频内容。

虽然每天都有成千上万的“豆芽”（指抖音的用户）将自己精心制作的视频上传到抖音平台上，但被标记为精选和上了热门的视频却寥寥无几，到底怎样引爆视频流量，让视频被抖音平台推荐呢？本节将介绍相关的实用技巧。

1.4.1 传递正能量

什么是正能量？百度百科给出的解释是：“正能量指的是一种健康乐观、积极向上的动力和情感，是社会生活中积极向上的行为。”接下来，将从 3 个方面结合具体案例进行解读，让大家了解什么样的内容才是正能量的内容。

1. 好人好事

好人好事包含的范围很广，它既可以是见义勇为，为他人伸张正义；也可以是拾金不昧，主动将财物交还给失主；还可以是看望孤寡老人，关爱弱势群体，如图 1-17 所示。

图 1-17 弘扬正能量的短视频

抖音用户在看到这类视频时，会从那些做好人好事的人身上看到善意，感觉到这个社会的温度。同时，这类视频很容易触及抖音用户柔软的内心，让抖音用户看后忍不住想要点赞。

2. 文化内容

文化内容包含了书法、乐趣和武术等。这类内容在抖音上具有较强的号召力。如果抖音电商运营者有文化内容方面的特长，可以用抖音短视频的方式展示给抖音用户，让抖音用户感受到文化的魅力。如图 1-18 所示的抖音短视频中，便是通过展示文化内容来让抖音用户感受文化魅力的。

3. 努力拼搏

当抖音用户看到短视频中那些努力拼搏的身影时，会感受到满满的正能量，这会让抖音用户在深受感染之余，从内心产生一种认同感。而在抖音中表达认同最直接的一种方式就是点赞，因此，那些传达努力拼搏精神的短视频，通常比较容易获得较高的点赞量。

图 1-18　展示文化内容的短视频

1.4.2　展示美好生活

生活中处处充满美好，缺少的只是发现美的眼睛。用心记录生活，生活也会时时回馈给我们惊喜。下面来看看这些抖音上的达人是如何拍摄平凡的生活片段，来吸引大量粉丝关注的。

有时候，在不经意之间会发现一些平时看不到的东西，此时这些新奇的事物便有可能带给我们美的享受。例如，一位摄影师看到了一种绚烂整个天空的烟花，便将其拍了下来。当抖音用户对烟花绽放的美好画面赞叹不已时，就会纷纷点赞、转发，如图 1-19 所示。

生活当中的美好涵盖的面非常广，一些生活中的真善美也属于此类。例如，一个老板看到有位男士生活比较艰难，鞋子都穿不上了。于是这位老板回家拿了一双鞋子送给这位男士。抖音用户在看到该老板的做法之后，纷纷为其善心点赞，如图 1-20 所示。

图 1-19　关于绚烂烟花的短视频

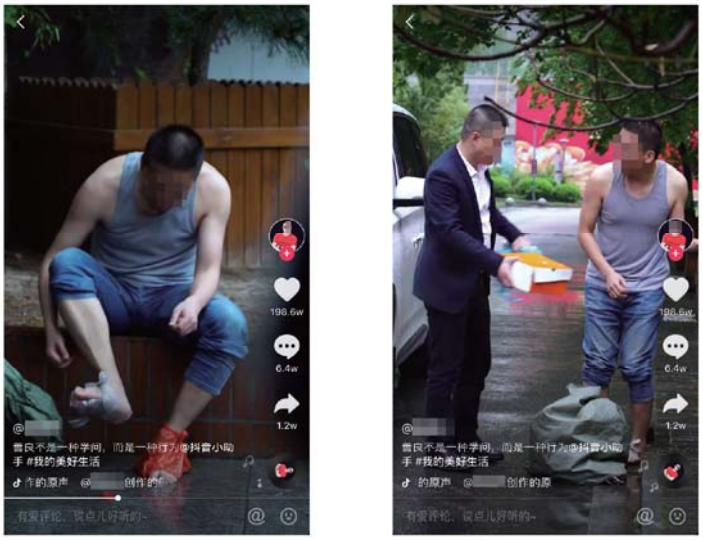

图 1-20　传达善心的短视频

1.4.3　融入独特创意

俗话说“台上十分钟，台下十年功”，抖音上有创意和脚踏实地的短视频内容从不缺少粉丝的点赞和喜爱。

例如，一位抖音用户用南瓜给小狗造了一个特色的窝，抖音用户看到之后，

纷纷为其创意点赞，如图 1-21 所示。

图 1-21　展示创意狗窝的短视频

抖音电商运营者也可以结合自身优势，打造出创意视频。例如，一名擅长做雕塑的运营者，拍摄了一条展示雕塑作品的短视频。抖音用户在看到该短视频之后，因其独特的创意和高超的技艺而纷纷点赞，如图 1-22 所示。

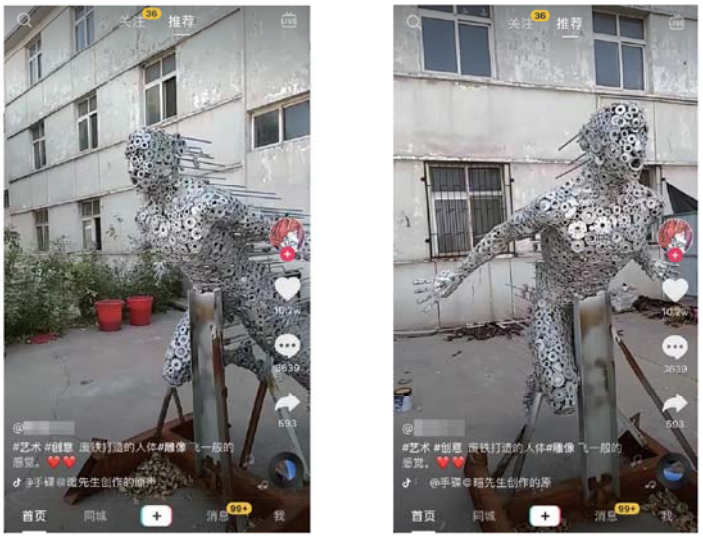

图 1-22　展示雕塑作品的短视频

除了展示各种技艺之外，抖音电商运营者还可以通过一些奇思妙想，打造生

活小妙招。例如，一位抖音电商运营者通过展示捡来的石头的多种妙用，获得了超过 43 万的点赞，如图 1-23 所示。

图 1-23　展示捡来的石头的妙用短视频

创意类内容包含一些“脑洞”大开的段子、恶搞视频、日常生活中的创意等，出其不意的反转格外吸睛，即使是相似的内容也能找到不同的笑点。

用户产生点赞的行为通常有两个出发点，一种是对视频内容的高度认可和喜欢，另外一种是害怕以后再也刷不到这条视频，所以要进行收藏。搞笑视频则更偏向于前者，分享门槛低，可以说是最容易激起转发欲望的一种视频类型了。

1.4.4　设计反转剧情

拍摄抖音视频时，出人意料的结局反转，往往能让人眼前一亮。在拍摄时要打破常规惯性思维，使用户在看开头时猜不透结局的动向。当看到最终结果时，便会豁然开朗，忍不住为其点赞。

有的销售员喜欢以貌取人，于是部分抖音视频用户据此拍摄了相关的短视频。例如，一位老人到某车行买车，但是，销售员在看到老人的穿着之后，认为老人买不起，便对老人言语不善。结果老人的儿子来了之后，销售员才知道，整间车行都是老人儿子的，如图 1-24 所示。

很多爆款视频如果仔细研究下，可以看到开头前 3 秒的内容基本都是经过精心设计的。比如，在抖音上疯狂吸粉的“七舅脑爷”，在最后 5 秒之内一定有反转的剧情。

图 1-24 老人买车的反转短视频

1.4.5 紧跟热门话题

很多用户参加了抖音上的挑战赛，“热梗”也玩了不少，视频都是原创，制作还很用心，但为什么就是得不到系统推荐，点赞数也特别少呢？

一条视频想要在抖音上火起来，除“天时、地利、人和”以外，还有两条最重要的“秘籍”，一是要有足够吸引人的全新创意，二是内容的丰富性。要做到这两点，最简单的方法就是紧抓官方热点话题，这里不仅有丰富的内容形式，而且还有大量的新创意玩法。

抖音上每天都会有不同的挑战，用户发布视频的时候可以添加一个挑战话题，优秀视频会被推荐到首页，会让你的视频曝光率更高，也会引来相同爱好者的更多点赞与关注。

那么，抖音电商运营者要如何紧跟官方的热门话题发布相关的短视频呢？接下来讲解具体的操作步骤。

步骤 01 登录抖音短视频 App，点击播放界面中的按钮，如图 1-25 所示。

步骤 02 进入抖音发现界面，向上滑动界面之后可以看到“发现精彩”版块，该版块中会向抖音用户展示一些热门话题，如图 1-26 所示。

步骤 03 选择一个热门话题，点击进入，便可查看该话题的相关视频。如图 1-27 所示为“#别肝了都听我的”话题的相关界面。

步骤 04 如果抖音用户要拍摄与该话题相关的短视频，只需点击话题界面的“参与”按钮，并拍摄视频，发布短视频时系统便会自动显示话题的名称，如

图 1-28 所示。

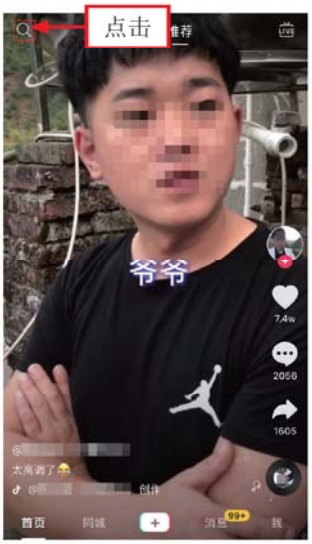

图 1-25　点击🔍按钮

图 1-26　“发现精彩”版块

图 1-27　“#别肝了都听我的”话题的相关界面

图 1-28　自动显示话题的名称

步骤 05　视频发布完成之后，在个人主页的作品一栏中，将出现短视频的相关信息，如图 1-29 所示。

步骤 06　点击刚刚发布的短视频，如果界面中显示了话题名称，就说明结合

热门话题的短视频发布成功了，如图 1-30 所示。

图 1-29　个人主页出现发布的作品

图 1-30　视频中显示话题名称