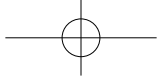


第 1 章

Chapter One

快速入门

了解中视频的基础知识



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

学前提示

可能大部分人对中视频的了解较为有限。什么是中视频？它与短视频有何区别？中视频是否有运营价值？本章，笔者就来带大家快速认识中视频，让大家找到上述问题的答案。

要点展示

- / 中视频的基础知识简介
- / 中视频与短视频的区别
- / 了解中视频的发展现状

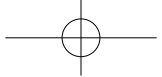
/ 1.1 中视频的基础知识简介

在运营中视频之前，我们需要对中视频的概况进行全面了解。本节笔者就来对中视频的一些基础知识进行讲解，让大家快速认识中视频。

1.1.1 了解概念：什么是中视频

中视频的概念有广义和狭义之分。广义的中视频是指中等时长（通常是 1min ~ 30min）的视频。狭义的中视频概念由西瓜视频总裁任利锋提出。他认为中视频应该包含以下 3 个特点。

- （1）时间长度：1min ~ 30min。
- （2）展现形式：以横屏为主，竖屏为辅。



(3) 视频内容：生产的专业内容占比高。

1.1.2 发展原因：多角度全面分析

当下，短视频的发展如火如荼，为什么中视频能够发展起来呢？笔者认为主要有以下3方面原因。

1. 短视频时长的限制

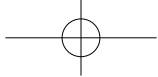
许多短视频平台将视频的时长限制在60s以内，但是很多时候在这么短的时间内很难把内容表达清楚，于是许多运营者为了详尽地呈现视频内容，就会选择倾力打造中视频。

2. 短视频领域日渐饱和

虽然目前抖音、快手等短视频发展得异常火爆，但因为短视频领域日渐饱和，一个新的运营者进入短视频领域之后，很难快速脱颖而出。而其他平台，如西瓜视频、B站等，也难以从短视频领域中分得一杯羹。因此，无论是新的运营者，还是西瓜视频、B站等平台负责人，都希望从中视频领域获得突破。

3. 平台的大力支持

2020年10月20日，西瓜视频总裁宣布，未来一年将拿出至少20亿元补贴中视频创作者，其他平台看到该消息之后，也纷纷推出了扶持中视频运营者的计划。许多自媒体运营者（包括原来的短视频运营者）看到这些扶持计划之后，也纷纷进入中视频领域大展宏图。在这种形势下，中视频领域快速获得了大量运营者的入驻。



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

1.1.3 前世今生：多年积累待爆发

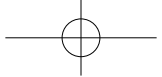
中视频其实并不是一个全新的概念，因为在短视频崛起之前，网络上就已经出现了一些爆款中视频。例如，风靡一时的《万万没想到》系列喜剧短片，就是中视频的典型代表作品。只是因为中视频内容的打造难度相对较大，运营者及其团队难以坚持创作，所以中视频难以像短视频一样获得快速发展，以至于许多原来做中视频的运营者后来都转战到了短视频领域。

而随着西瓜视频、B 站等平台大力扶持中视频运营者，中视频再次成为焦点。对于原创能力较强的运营者及其团队来说，此时无疑是一个绝佳的人场时机。那么，随着越来越多运营者的人驻，中视频能否在积累了多年之后迎来一次大爆发呢？我们怀揣希望拭目以待。

/ 1.2 中视频与短视频的区别

近两年，短视频蓬勃发展，以快手、抖音为首的视频平台将短视频产业推向了高潮。虽然短视频已成为一种营销的重要途径，但一部分运营者却发现短视频越来越不能满足其自身的营销需求。此时，这群人正好看到平台在扶持中视频，于是许多运营者便开始做起了中视频。

那么，中视频与短视频的区别在哪里？中视频又有哪些亮点呢？本节笔者就来重点回答这两个问题。



1.2.1 双方区别：中视频与短视频异同

虽然中视频和短视频仅一字之差，但二者之间还是存在明显区别的。具体来说，其区别主要体现在以下5个方面，如图1-1所示。



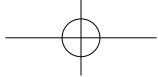
图 1-1 中视频与短视频的区别

1. 时间长度及节奏

从时间长度来看，短视频的时间长度相对较短，大部分短视频平台的时长要求是60s以内，有的短视频平台甚至将时间长度限制在15s以内；而中视频的时间长度则在1min~30min。很显然，中视频的时间相对来说要长一些，其可以传达的信息量也更多一些。从视频的节奏来看，短视频的节奏比较快，有的短视频用户看完之后也不明白内容讲的是是什么；而中视频的节奏则相对较缓，能够将生产者和运营者的意图更精准地展现出来。

2. 展现形式

在许多平台中，短视频主要以竖屏形式进行展示，只有少数短视频会用横屏；而中视频则正好相反，它的展现形式以横屏为主，竖屏为辅。相比之下，中视频的横屏展现形式更容易让观看视频的



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

用户沉浸其中。

3. 视频内容类型

从视频内容的类型来看，短视频主要是娱乐和生活类的内容，而中视频则更多是科普和知识讲解类的内容。

4. 生产及运营者

短视频采用的基本都是用户原创视频（User Generated Content，UGC）模式，平台用户就是账号内容的生产者和运营者。因此，其生产和运营者的专业性水平参差不齐，很多人甚至只是将偶然发生的事拍摄下来进行发布，并且很久也不会更新视频。

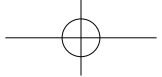
中视频采用的是专业生产内容（Professional Generated Content，PGC）模式，其账号内容的生产和运营者具有一定的专业性，并且会专注于某方面内容的生产，因此，生产出的中视频质量相对较高，而且还会以相对固定的频率进行更新。

5. 视频用户

许多用户都会利用碎片化时间观看短视频，这些用户观看短视频仅仅是为了获得心理上的愉悦，对看过的内容一般不会有特别的记忆。中视频的内容具有一定的专业性，用户通常能从中获得某些知识或信息，对于有价值的中视频，他们可能还会进行收藏。

1.2.2 亮点解析：中视频在各环节优势

为什么要花费心力来制作中视频、运营中视频账号呢？主要是



因为中视频在各环节中都具有一定的优势，如图 1-2 所示。

1. 策划

中视频的时间长度要比短视频长，所以运营者在策划内容时，可以将相关内容进行全盘考虑，通过脚本一一呈现出来。这样策划出来的内容不仅更加全面，而且还能通过内容的筛选，选择性地呈现更有价值的内容。

中视频
各环节
的优势

策划内容更加全面且更有价值

拍摄效率和视频质量较高

剪辑工作量较小

运营者专业性突出

引流具有渠道和用户优势

带货效果比较好

图 1-2 中视频各环节的优势

2. 拍摄

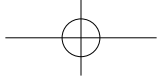
因为中视频的生产者（包括拍摄者和出镜人员等）都有一定的专业性，而且在拍摄之前通常都会进行内容策划。所以，相关人员只要根据策划方案做好自己的工作，就能快速完成视频拍摄，并且拍摄的视频质量也比较高。

3. 剪辑

正是因为拍摄的视频质量比较高，所以中视频剪辑的工作量比较小，剪辑人员可以用更多的时间来进行视频的打磨，提高成品的质量。

4. 运营

中视频的运营者通常都对某方面的内容具有专业的认知，因此在进行账号运营时，只需围绕该方面的内容塑造出专业形象，便可



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

精准地获得目标用户的信任。

5. 引流

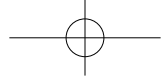
中视频在引流方面有两个优势，一是渠道优势，二是用户优势，渠道优势体现在许多短视频平台中可以上传的视频长度不断增加，中视频内容可以上传至绝大部分短视频平台中，而且作为一种视频形式，中视频也可以上传到腾讯视频、爱奇艺和优酷等传统视频平台，所以，中视频的上传渠道是比较多的，相应的其可以获得的流量自然也会更多；用户优势体现在中视频账号中发布的通常都是某方面的专业内容，因此关注账号的都是对该方面内容感兴趣的人群，这样一来，中视频内容触达的流量自然就会更加精准。

6. 带货

与短视频相比，中视频的时间长度相对较长，因此中视频运营者可以对产品进行全面的展示，让用户看清产品的优势，从而更愿意购买中视频中推荐的产品。而且中视频内容的专业性又令其吸引的都是对该方面内容感兴趣的人群，这些人群对于相关产品的需求也会强于普通用户。所以，中视频账号运营一段时间并积累一定粉丝之后，带货效果通常都会比较好。

/ 1.3 了解中视频的发展现状

我们在进入某个行业之前，应该要先了解这个行业的发展现状，并在此基础上判断该行业的发展前景。那么，中视频行业的发展现状如何？我们是否值得花费大量时间和精力运营中视频账号呢？本



节笔者就来重点回答这两个问题。

1.3.1 多方较量：巨头纷纷入局中视频

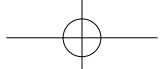
如果大家仔细观察，就会发现有越来越多巨头开始入局中视频。无论是西瓜视频、B站，还是微信视频号、抖音和快手，都或多或少地提供了与中视频相关的服务。

我们在西瓜视频的“推荐”界面中，就可以看到许多时长在1min ~ 30min的中视频，如图1-3所示。



图 1-3 西瓜视频“推荐”界面中的中视频

我们在B站“热门”界面中点击一个视频，就可能会在播放界面中看到该视频的时长是超过1min的，如图1-4所示。也就是说，B站“热门”界面中随意点击的视频，很大概率都会是中视频。



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货



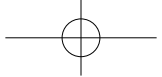
图 1-4 B 站“热门”界面中的中视频

在微信视频号中，当一条视频播放了 1min 左右时，该视频的文字说明中就可能会出现“观看完整视频”的提示，而该提示后方显示的时间都是超过 1min 的，如图 1-5 所示。也就是说，只要一条微信视频号视频播放过程中，其文字说明中出现了“观看完整视频”的提示，那么该视频就是中视频。



图 1-5 微信视频号中的中视频

而抖音和快手等平台虽然以短视频内容为主，但也不乏一些中视频内容。例如，播放抖音视频时，如果我们向右滑动界面，界面



中显示了视频的时长，那么就会发现这些视频都是时长超过 1min 的中视频，如图 1-6 所示。

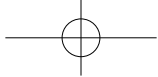


图 1-6 抖音短视频中的中视频

由此不难看出，许多视频巨头都已入局中视频。这对于想要进行中视频运营的运营者来说无疑是一个好消息，因为运营者不仅可以同时在多个平台运营中视频账号，以增强自身账号的影响力，而且还能在账号运营一段时间之后，通过账号的粉丝数和账号的变现情况，来决定重点运营哪些平台的账号。

1.3.2 内容需求：有趣、有用且有深度

虽然短视频和中视频都有大量受众，但用户在短视频和中视频中需求较大的内容方面却存在着一些差异。这一点很好理解，如果



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

中视频内容在短视频中都可以看到，那么许多用户会选择直接观看短视频，而不会特意去中视频平台中查看内容。具体来说，在中视频平台中，用户需求比较大的内容主要可以分为以下3类。

(1) 有趣。有趣的内容，男女老少皆宜，受众群体非常庞大，而且许多人之所以刷视频，就是希望能够借此获得心情的愉悦。因此，那些比较有趣的中视频发布出来之后，往往很快就会获得许多用户的围观。

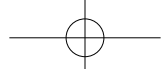
(2) 有用。视频的趣味性固然重要，但部分用户可能并不是抱着获得愉悦心情的目的去刷中视频的。对于这部分用户来说，可能视频对于自己是否有用处则显得更加重要。对此，运营者在制作中视频时，就应该多思考视频对于用户的实用价值。

(3) 有深度。部分用户希望自己看完中视频之后能够有所得。这个“得”，既可以是收获对自己有实用价值的内容，也可以是从中视频中获得一些有一定深度的观点、知识和技巧。

1.3.3 强者出现：平台优势得以凸显

如果说抖音和快手是短视频领域的霸主，那么西瓜视频和B站就是中视频领域的强者。在抖音和快手上超过1000万粉丝的账号，毫无疑问便属于“大V”账号，而在西瓜视频和B站上，也有许多通过发布中视频获得超过1000万粉丝的账号。

图1-7和图1-8为某西瓜视频和某B站账号的介绍界面。可以看到，这两个账号的粉丝都超过了1000万，而且这两个界面中的视频时长都在1min ~ 30min。



第1章 / 快速入门——了解中视频的基础知识



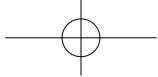
图 1-7 某西瓜视频账号的介绍界面 图 1-8 某 B 站账号的介绍界面

对于这两个平台能够在中视频领域确立强者地位的原因，其实是很好理解的。西瓜视频中有许多中视频内容，再加上平台对运营者的扶持力度很大，所以吸引了众多运营者的人驻，而这些运营者本身也是平台的用户。因此，西瓜视频平台能够很快积累起大量用户。

而 B 站则可以是一个老牌的中视频平台，许多用户甚至都将该平台作为观看视频内容的重要选择之一。该平台上的内容具有趣味性、年轻化的特点，很容易吸引大量用户，特别是年轻的“90后”和“00后”用户的关注，再加上出台了一些扶持运营者的政策，所以该平台也聚集了众多用户。

1.3.4 互挖墙脚：各平台间的互相角力

在看到中视频的广阔发展前景之后，部分中视频平台开始进行



中视频完全攻略：

策划 + 拍摄 + 剪辑 + 运营 + 引流 + 带货

互相角力，有的平台甚至不惜花费重金将其他平台上的“大V”账号挖过来，用以增强自身在中视频领域的影响力。

其中比较具有代表性的平台是西瓜视频和B站视频，这两个平台都曾花重金签约对方平台上的“大V”。这一点也很好理解，毕竟西瓜视频和B站视频当前都在中视频领域确立了强者地位，但是这两个平台都希望自己能够成为中视频领域的霸主，所以都不惜花费重金挖对方的墙角。

1.3.5 新的机遇：运营者迎来黄金时代

对于许多运营者来说，中视频领域的发展无疑给他们带来了新的机遇，甚至接下来的一段时间会迎来中视频运营者的黄金时代。具体来说，中视频领域的发展可以为运营者带来以下3个方面的新机遇。

（1）新的推广渠道。随着中视频领域的发展，越来越多的平台开始推出中视频版块，而对于运营者来说，所创作的中视频内容也就有了许多新的推广渠道。

（2）新的吸粉渠道。中视频平台越多，运营者吸引粉丝，增强自身影响力的平台也就越多。另外，运营者将粉丝量作为依据选择重点运营的平台时，也会有更多的可选项。

（3）新的销售渠道。部分运营者需要通过中视频平台销售产品，而随着中视频平台的增多，这些运营者的销售渠道也随之增加，运营者在同一时间内可以获得的收益也就会相应增加。