

## 短视频分析

### 1、核心技术是什么？

#### ✓ 网络环境建设。

**其一，3G/4G 推广带来的发展机遇。**随着中国基础网络环境的发展，一方面移动终端用户数量呈现井喷式增长；另一方面，越来越多的 2G 移动网民开始转向 3G/4G 网络。根据 CNNIC 的数据，截至 2015 年 6 月，我国网民规模达 6.68 亿，其中手机网民 5.94 亿，手机正在成为收看网络视频节目的第一终端。新一代网络技术的发展也提供了更好的上传下载带宽和更稳定的体验，目前 3G/4G 的移动用户占有所有移动用户的比例大概在 85%以上。

**其二，流量、带宽费用降低。**目前，中国手机用户每月平均移动数据流量达到了 360M，甚至不少部分是 GB 甚至几十 GB 的级别的流量，所以就一个普通的 10s 视频而言大概不到 1-2M 甚至几百 K，带宽流量的提升无疑会逐步降低用户使用的门槛。

#### ✓ 自身产品（app 平台自身）优化。

**其一，移动硬件设备的改进。**随着手机摄像头照相性能的大幅提高、其他硬件配置 CPU、GPU、内存等的升级，手机得以捕获更丰富的视觉元素，对高清晰度视频的处理更加快速，这能为手机视频的创作带来更多的创意空间。

**其二，视频编解码技术的进步。**H. 261 标准向 H. 265 标准的发展带来了更高清晰度和流畅度的视频解码可能。前者定位在 CIF（352\*288）级别视频，后者则定位在超高清（3840\*2016）级别视频。新的标准更提供了更高的压缩性能，让视频存储更加简便。

**其三，简单易上手的操作性能。**以往视频拍摄需要专业的摄影器材和长期的拍摄构思，而移动短视频的拍摄只需要一部手机或者一个平板电脑就能完成。随着滤镜、特效等后期制作功能的完善，只要一键选择某个模板，就能达到专业视听效果。“MV 特效”“多格效果”“动感影集”等这些迄今仍是高大上的影视特效，开始走入了“寻常百姓”家，极大增加着用户体验的乐趣和自豪感，个体创造力也随之得到更大激发。

### 2、基于核心技术主要的传播特点是什么？

#### ✓ 传播速度加快

**其一**，网络环境建设发展使移动客户端成为视频传播的主要途径。用户只需几分钟的时间，就可以拍摄一段短视频，添加特效并发布；**其二**，移动硬件设备的改进使即拍即传成为可能，使短视频的产生更为便捷；**其三**，移动硬件设备的改进使即时观看成为可能，使短视频的播放更加便捷；**其四**，短视频本身耗流量少，便于在移动端读取，满足了如今大众轻量化、快餐化信息消费的需求，使受众打开播放短视频的意愿提升；**其五**，宏观来看得益于技术上外部传播渠道拓展。

#### ✓ 时效性提升

**其一**，各大平台上短视频的制作十分便利，有利于事件发生后或发生时传者以“即拍即传”的模式将内容打包通过各个渠道发布；**其二**，由于短视频的传播兼具大众传播和人际传播的特点，广大的个体也成为了短视频发布的重要主体，在职业记者人数有限无法第一时间赶到事件现场的情况下，庞大的网友群体也能成为第一手视频资料的发布者。

#### ✓ 内容更多元

**其一**，智能手机像素不断提高，自己拍摄一段高质量的短视频的门槛也随之变低，

致使广大用户群体能通过短视频将各类的信息投放在传播平台上；其二，各大 app 平台为吸引用户不断开发新功能，为用户提供各种滤镜、配乐、水印、贴纸等多样的特效选项，使得用户能充分地发挥创意，彰显自己的个性。

### ✓ 社交性增强

其一，短视频的画面感强，即时性强，因此给人的印象更真实更可信，用户与短视频发布者的互动可能性也随之提升；其二，自身产品的优化导致短视频更个性化且具有亲和力，比如：美拍提供了 MV 特效等，来提升了制作视频的趣味性的同时，降低使用的门槛，同时产品的多样化，也满足了各种用户的差异化需求，激发用户自传播；其三，自身产品的优化使得短视频形式有更为丰富的表达，较之传统的文字和图片，短视频将信息动态化，给传者受者双方带来了足够大的表现与想象空间；其四，外部传播渠道拓展，导致各大社交平台能够实时分享，满足大众的心理需求。

## 3、 在此基础上列出三个有意义的研究题目

### ✓ 短视频的审核

由于短视频视频内容本身任意多样，因而容易为涉黄涉恐等提供温床。针对这个问题，未来在短视频审核发面可以做的值得我们思考。

目前审核的问题主要在于：视频时长过长，带来人力审核成本的提升。比如 100 万个视频，每个平均是 30s 的话，那么就 3000W 秒，大概需要 347 人日。

目前可预想的办法有：通过技术手段可以做一些工作，比如：接入一些比较好的第三方的视频识别模块，如果能够过滤掉 85% 保证没有问题的视频的话，那么工作量会缩减到 15%。不过之前在接入使用的时候，发现效果没有达到预期，目前也在逐步尝试些其他方案：通过抽帧的方式，比如只抽取某几帧的方式进行检查；通过转码的方式，比如一个 60s 的美拍视频，通过 2 倍速的方式，无声，140 \* 140 的分辨率转换，大概大小能够在 650kB 左右，这样加速了播放的过程的同时，还能够减少审核带宽的消耗，减少了下载过程；基于大数据分析，分析一些高危地带、用户画像等，然后通过一些黑名单进行一些处理，或者对于某些潜在高危用户进行完整视频的审核，而对于低危用户进行抽帧的方式等等。

### ✓ 短视频的影响力有限

现在热门内容的产生主要集中大 V、明星、网红。广大普通网民由于拍摄技术、分发渠道等的限制，短视频影响力较低。虽然出现美拍、秒拍这种平民化的短视频制作 app，但是传播范围较广的、内容较丰富的短视频更多还是来自于微博大 V、明星们。剪辑、配字幕、变声等功能对于手机端的短视频制作 app 来说，还不是十分完善，用户使用起来还不是十分便捷。比如 papi 的短视频就要求大量的剪辑工作，这对缺乏剪辑技术的普通用户来说十分困难。个人的短视频似乎只存在于个人交友圈中进行人际传播的信息传播，使得社会影响力较小。

并且多个平台的竞争中也出现非良性竞争的现象，对短视频的影响力造成了一定的影响。比如，新浪微博作为短视频分享与传播的第三方平台，由于要推广自己的秒拍 app，在新浪微博的分享上“封杀”了美拍。这无疑是对国内短视频传播的一次打击。

### ✓ 短视频平台与内容的同质化

我国移动短视频应用工具较多，有美拍、秒拍、快手、小咖秀等，但大多都面向年轻的女性或明星，内容多为搞笑、小片段、模仿等为主，并能够提供给用户一定的美化、直播功

能，这很难形成明确的产品定位，导致用户在使用移动短视频应用工具时没有明确的选择，用户粘性较低。并且各种 app 相互借鉴对方的特点进行更新，使得短视频平台同质化现象更为明显。

从短视频的内容上来看，大多数依靠短视频红起来的网红所制作的短视频内容也难有创新，很多短视频出现了内容上的重叠、内容上的匮乏。在未来，优质的内容依旧是短视频发展的重要手段和众多内容创业者的核心竞争力。从目前成功的短视频项目来看，优质的内容都是其收获关注和利益的基本要求。但是现在市场内几乎所有的短视频制作者都是搞笑视频，虽然这种方式最为“简单粗暴”，在受众面前十分讨巧，但是随着短视频市场的持续扩大，市场成熟后同质化内容将成为最先被淘汰，最没有竞争力的内容。以 papi 酱为例，虽然其使用了变声器，动作夸张，语气浮夸，但是她每期节目几乎都是针对社会热点现象发表自己的看法，力图寻找观众的共鸣获得认同，搞笑只是其表现形式而已，内容最具有价值的还是思想。内容创业中内容依旧是第一位的，不管是短视频制作者还是平台均要产出优质的内容才能在快速发展的领域中脱颖而出。