



化妆品领域网红“乐乐团长” 抖音短视频创意方式研究



➤ 绪论

➤ “乐乐团长” 抖音短视频创意方式的种类情况



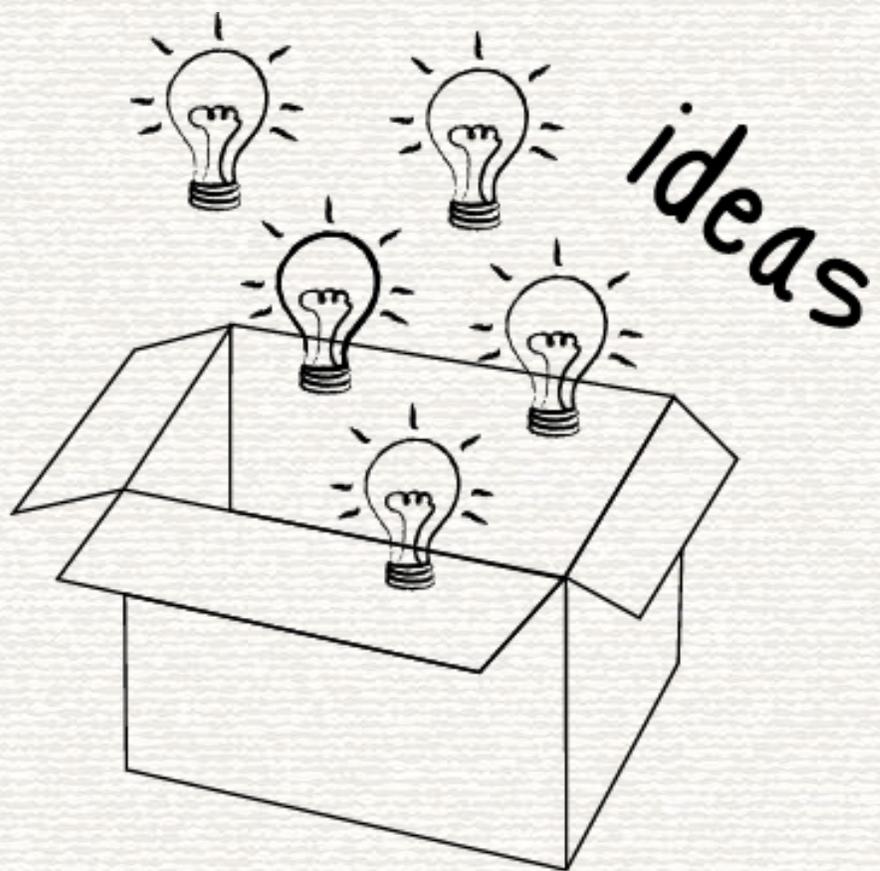
➤ “乐乐团长” 抖音短视频创意方式的常见组合状态

➤ “乐乐团长” 抖音短视频创意方式应用的相关考量



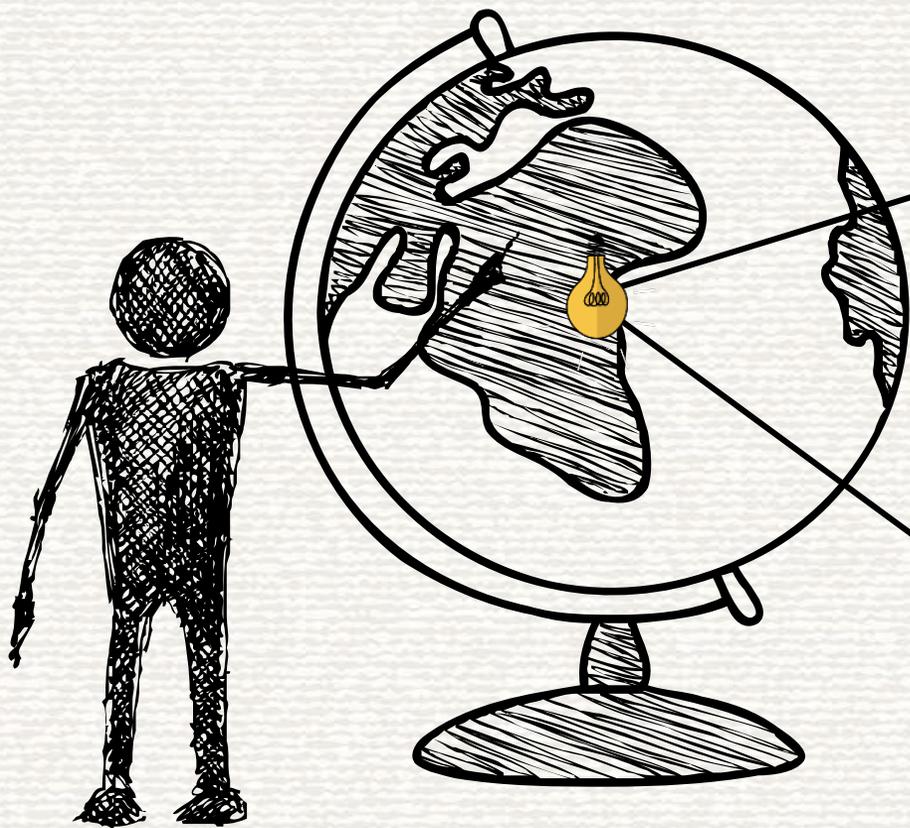
➤ 结语





绪论

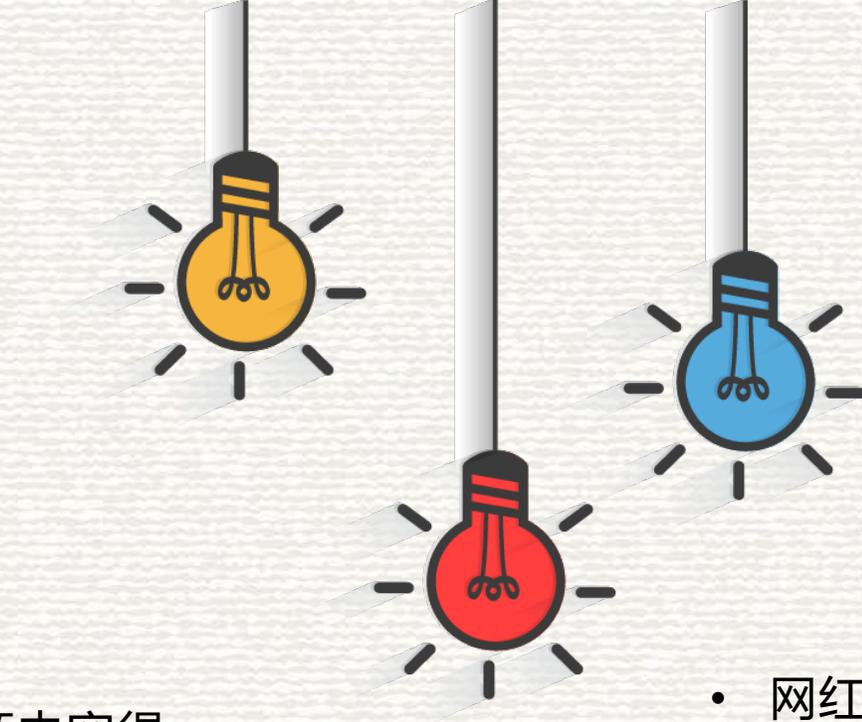
研究背景和研究问题



1. 短视频时代下内容井喷
2. 化妆品成为当代审美消费的重要组成部分
3. 网红短视频发展机遇与危机并存

1. “乐乐团长”抖音短视频共包含了哪些创意方式？每种创意方式的使用情形是怎样的？
2. “乐乐团长”单条抖音短视频中存在哪些创意方式的常见组合样式？这些常见组合样式的使用情形是怎样的？
3. “乐乐团长”抖音短视频创作团队在应用创意方式时有哪些考量因素？

概念界定



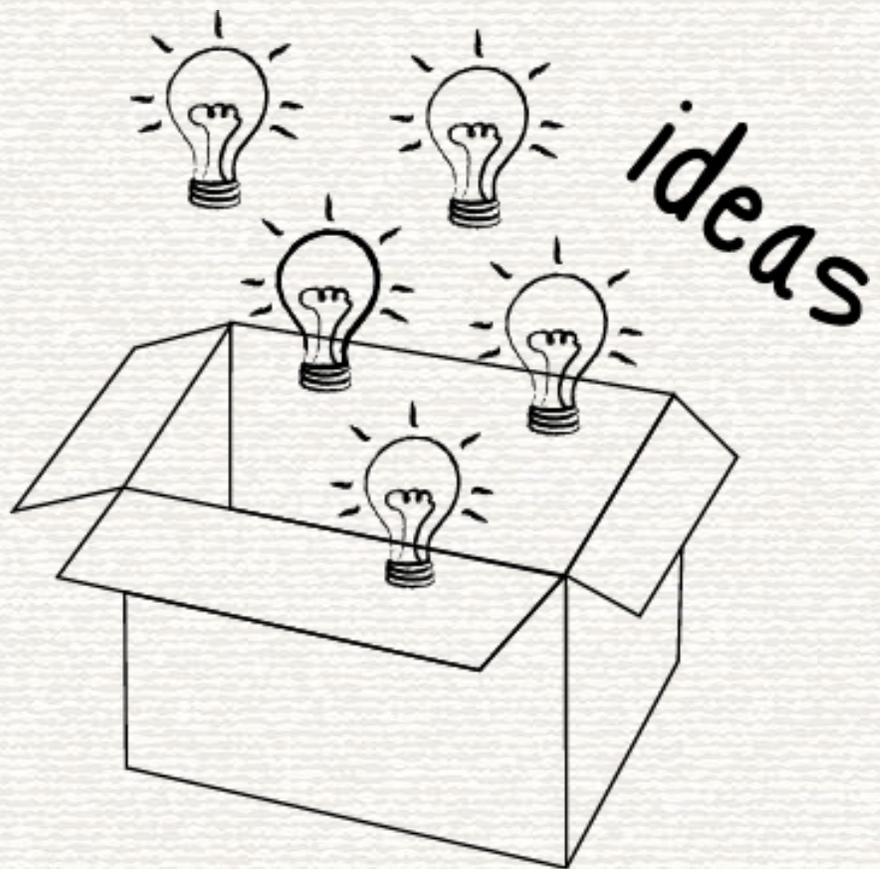
- 创意方式：指短视频内容得以选择并得到有意识组织的经验性的基本模式，以此建构短视频吸引力。

- 网红短视频：指在网络上依靠生产优质的短视频内容而获得一定传播力和影响力的群体所持续生产的短视频，这些短视频有着一定的粉丝群体，能够吸引一定的网络流量，有着一定的商业变现潜力。

研究总体设计

本研究的总体思路设计分为四步：第一步，在绪论部分提出研究问题，通过综述相关理论作为后续研究的理论基础，确定了个案研究的路径并详细阐述了质化内容分析法和深度访谈法的实施过程；第二步，在第一章和第二章对“乐乐团长”在抖音发布的短视频进行抽样以及质化内容分析，对其创意方式的种类情况和常见组合状态进行梳理总结；第三步，在第三章对“乐乐团长”抖音短视频创作团队进行了深度访谈，深入探索“乐乐团长”短视频创意方式应用背后的相关考量；第四步，在结语部分得出研究结论，提出相关建议，指出研究不足与展望。

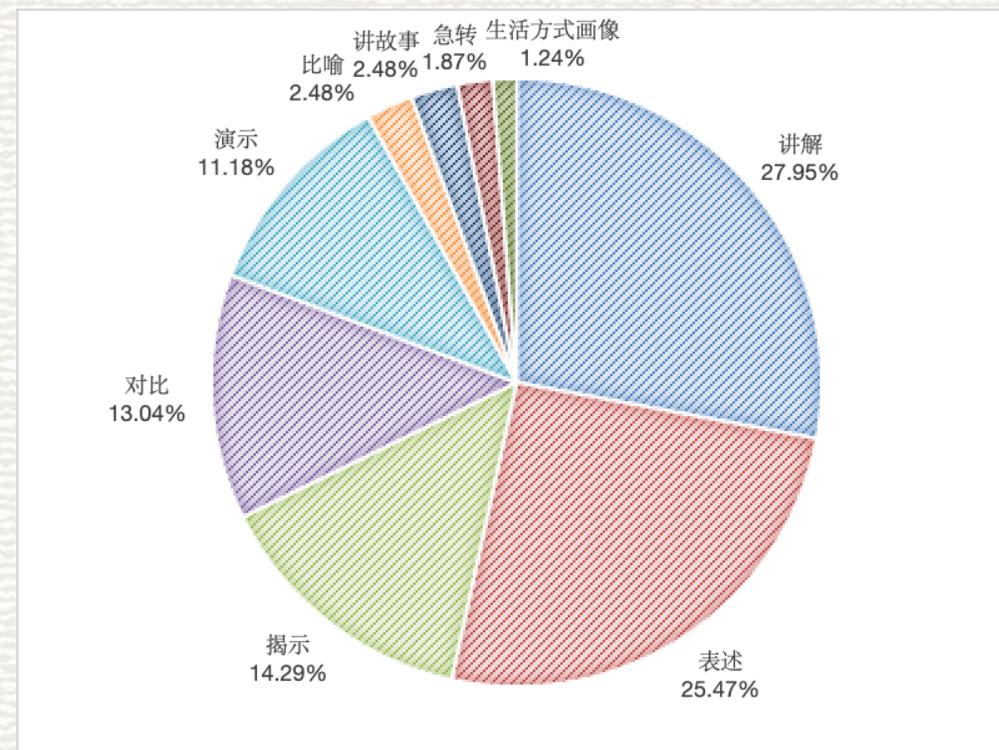




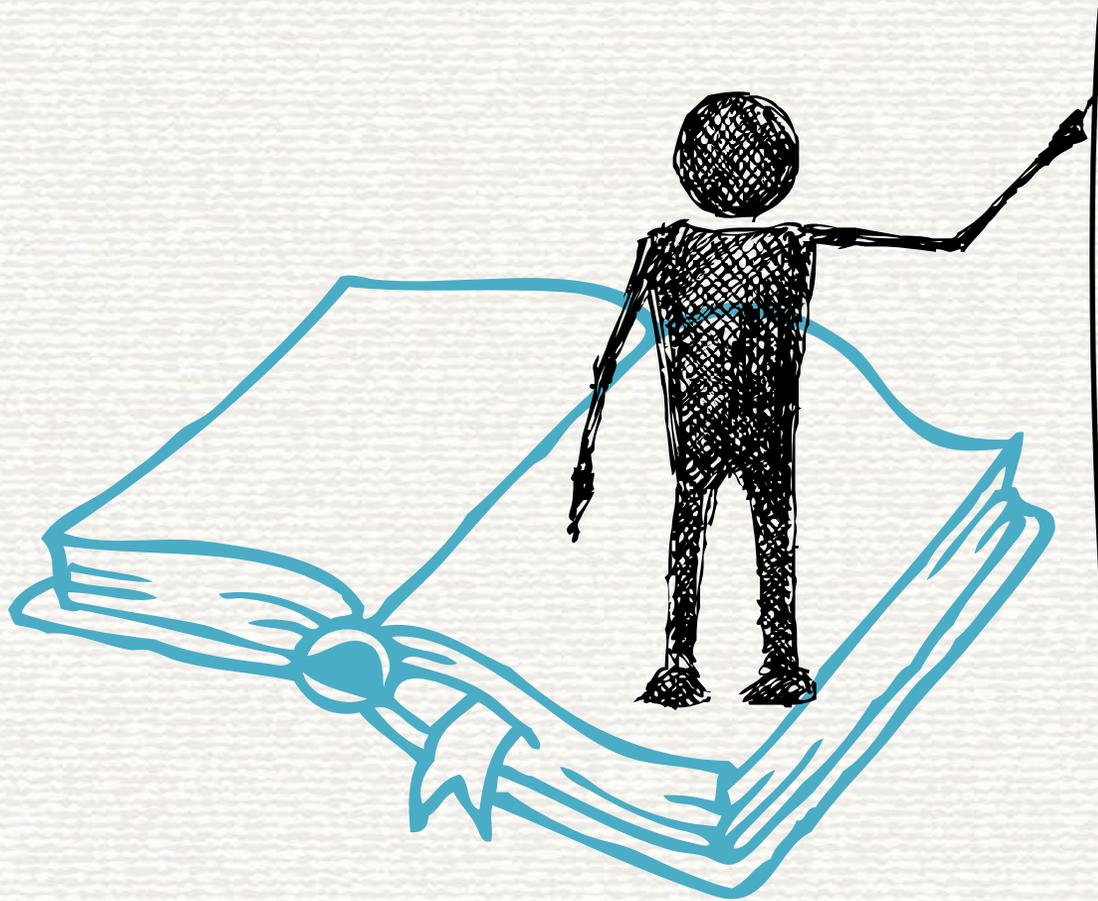
“乐乐团长” 抖音短视频 创意方式的种类情况

“乐乐团长” 抖音短视频创意方式种类基本框架

创意方式	基本界定
讲解	由特定人物对特定对象的某方面进行介绍说明。
演示	直接展示特定对象的实际使用情况。
揭示	展现正常情况下难以简单看到或无法看到的特定对象。
对比	对不同对象（两种或以上）或同一对象的不同状态（两种或以上）进行比较。
表述	由特定人物表达自身的态度、观念或情感。
生活方式画像	展现特定人物的生活状态或行为方式。
比喻	将某特定对象（本体）比作另外的特定对象（喻体）。
急转	前后内容发生急剧转变。
讲故事	讲述事物的发展过程。



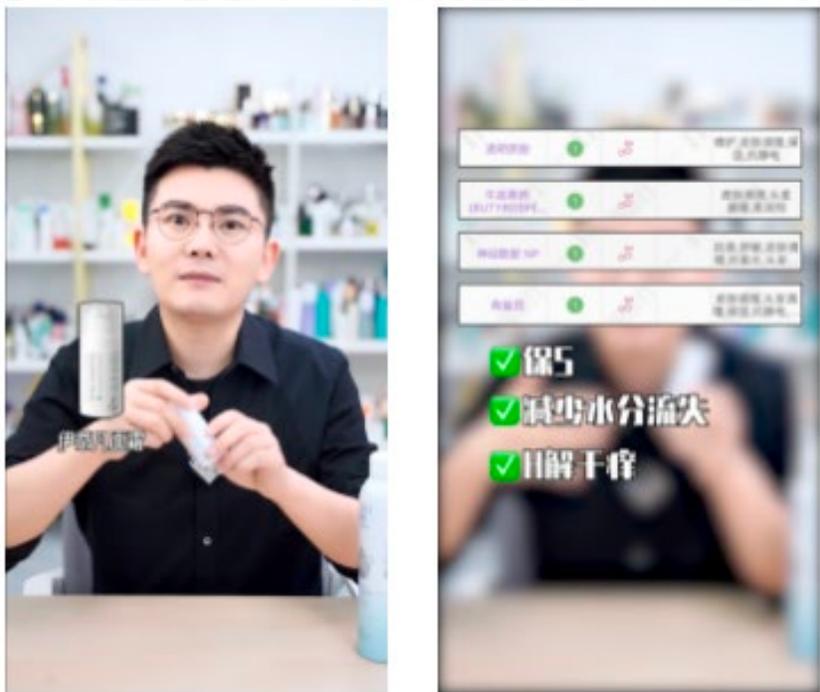
“乐乐团长” 抖音短视频创意方式总体使用情况



在创意方式种类情况上，本研究总结出“乐乐团长”抖音短视频所使用的9种创意方式，分别为：“讲解”方式、“演示”方式、“揭示”方式、“对比”方式、“表述”方式、“生活方式画像”方式、“比喻”方式、“急转”方式、“讲故事”方式。各创意方式之间使用次数的差距较大，其中，“讲解”方式和“表述”方式的使用最为频繁；“揭示”方式、“对比”方式以及“演示”方式的使用频率也较高；“讲故事”方式、“比喻”方式、“急转”方式以及“生活方式画像”方式的使用频率则处于较低水平。



示例：讲解



《晒后修护3部曲》相关截图

2022年5月7日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《晒后修护3部曲》的短视频。其中，在谈到晒后皮肤敏感可以使用依蒂凡面霜时，“乐乐团长”对依蒂凡面霜的成分、功效进行了详细讲解。



示例：演示

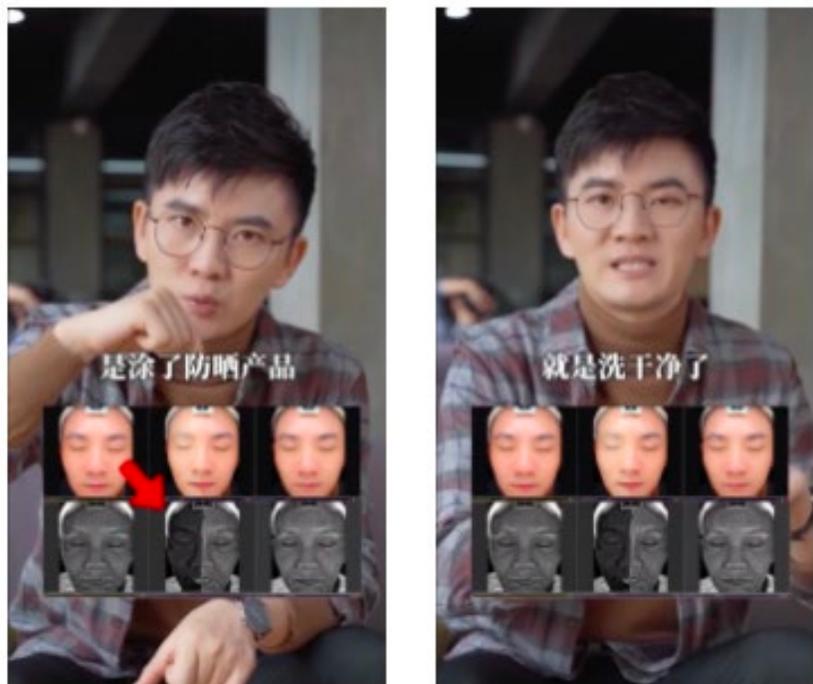
2021年2月4日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《售后乐乐上线》的短视频。在“乐乐团长”的这则短视频中，使用了特写镜头直接展现红之小亲净洗面奶的自然珠光。此外，在讲到红之小亲净洗面奶泡沫丰富的时候，短视频直接展示其在起泡网下的绵密泡沫状况，令观看者真实直观地感受到产品的特性。



《售后乐乐上线》相关截图



示例：揭示



《防晒霜能用洗面奶洗掉吗》相关截图

2019年4月18日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《防晒霜能用洗面奶洗掉吗》的短视频。在使用洗面奶之后，防晒霜的残余状态是难以简单观察到的。对此，这则短视频展示了实验室紫外灯下的照片，从而将这种隐晦状态直观化显示出来。照片中颜色较深的部分是涂了防晒产品的状态，而颜色较浅的部分则洗干净的状态。可以看到，这一部分同时组合使用了“对比”方式，在颜色深浅的不同状态间建构明显对比。



示例：对比

2020年5月21日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《近100款防晒测评》的短视频。这则短视频使用了“对比”方式，在不同品牌的防晒产品之间建构起“竞争对抗”的关系。视频邀请5位模特，在他们的背上隔出4*5共20个格子，通过晒后肤色对比来显示防晒产品的功效如何。不同防晒产品的防晒功能是观看者所好奇的，而通过真实演示与划分格子来进行对比的方式也具有吸引力。



《近100款防晒测评》相关截图



示例：表述



《一句话总结50款防晒霜》相关截图

2022年4月19日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《一句话总结50款防晒霜》的短视频。在这则短视频中，“乐乐团长”本人对不同的防晒产品进行了“犀利点评”：“美肤宝，绿的！上脸直接能把人送走的感觉。”“美康粉黛，他们家啥都做，啥都做得不咋地。”“不管什么牌子的防晒棒我都不建议买，就俩字：鸡肋。”在形式上，“乐乐团长”采用直视+中景的组合，配合适度的手部强调性动作，强化了互动的显著度。



示例：生活方式画像

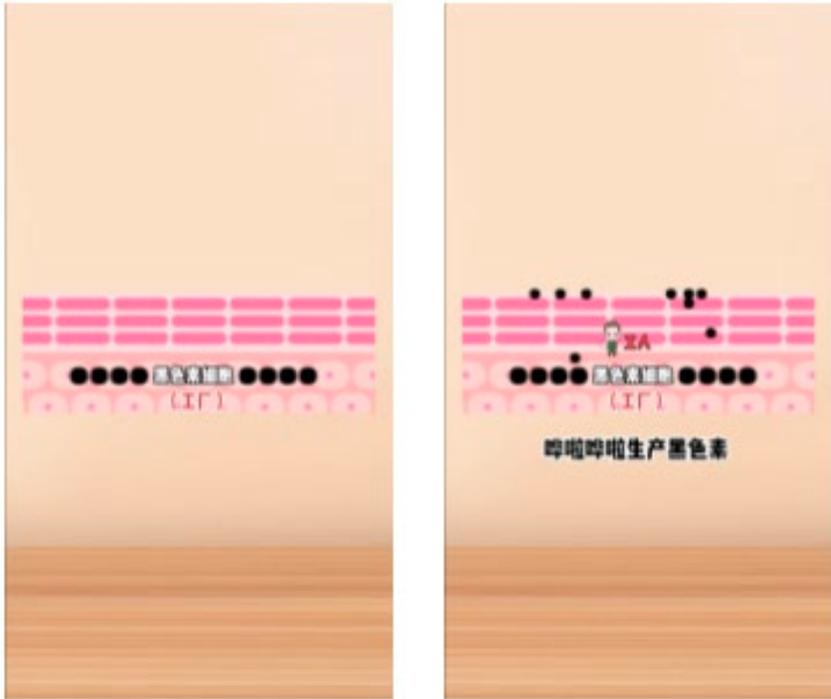
2023年7月19日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《新加坡VLOG》的短视频。这条视频用vlog（video blog，视频记录）的形式展现了“乐乐团长”在新加坡的生活：居住在5000多人民币一晚的酒店，参加第25届世界皮肤病学大会（WCD 2023），与不同专家沟通交流，参观宝洁在新加坡的研发中心，探访OLAY实验室……在视频中，“乐乐团长”展示出在化妆品领域“专注”“专业”的生活方式，这种生活状态具有令人向往的“理想”色彩，进一步丰满“乐乐团长”的人物形象。



《新加坡VLOG》相关截图



示例：比喻



《我们的皮肤为什么会变黑呢》相关截图

2020年2月10日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《我们的皮肤为什么会变黑呢》的短视频。其中片段将黑色素细胞比作工厂，将黑色素比作工人。通过比喻，短视频能够更生动地表明皮肤变黑的机理与解决措施。



示例：急转

2021年7月31日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《3步去黑头》的短视频。这则短视频聚焦去黑头的方法，“乐乐团长”针对去黑头的问题进行回答。然而在视频接近尾声时，问题突然变成：“东奥里你印象最深的是什么？”“乐乐队长”非直视镜头，似乎漫不经心地脱口而出：“双目失明了也能做裁判。”一方面，该问题贴合了东京奥林匹克运动会这一热点事件。另一方面，犀利观点又与视频前面的科学内容形成强烈反差，进一步强化了吸引力。



《3步去黑头》相关截图

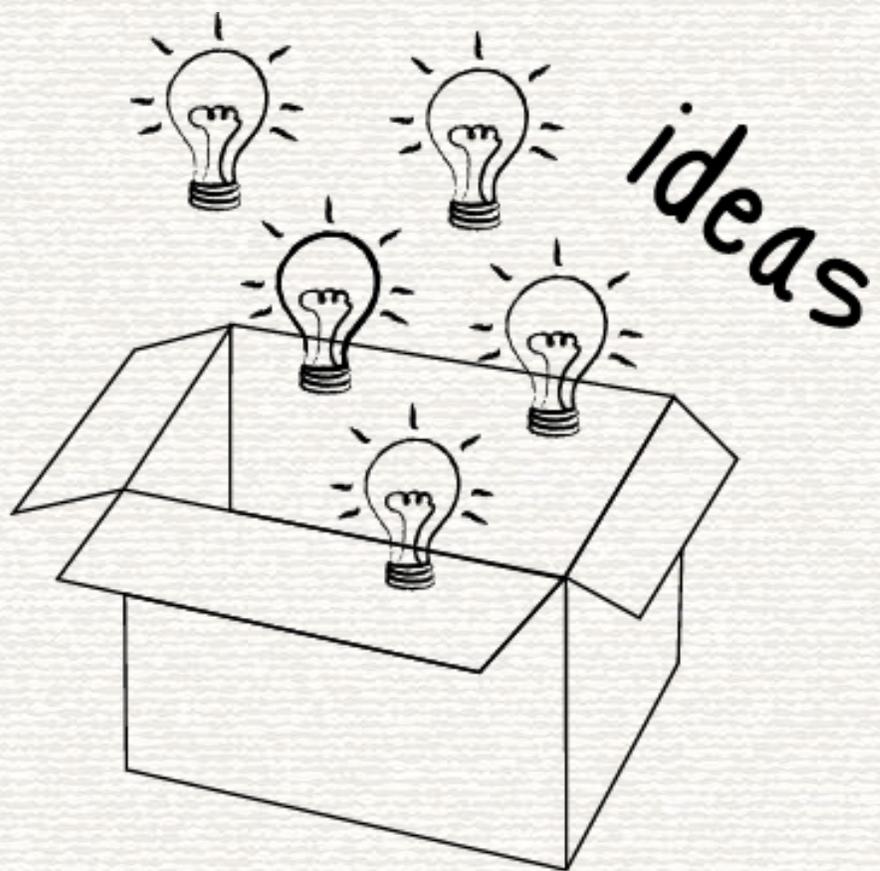


示例：讲故事



2023年12月16日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《老国货，新路子》的短视频。短视频开始“乐乐团长”便反问观看者：“你们知道90年代的化妆品行业有多么的乱且野蛮？”随后，“乐乐团长”讲述了一个故事：宝洁公司彼时刚进入中国，国内的某工厂则生产假冒的袋装飘柔，赚得盆满钵满，如今还成为较有名气的品牌。

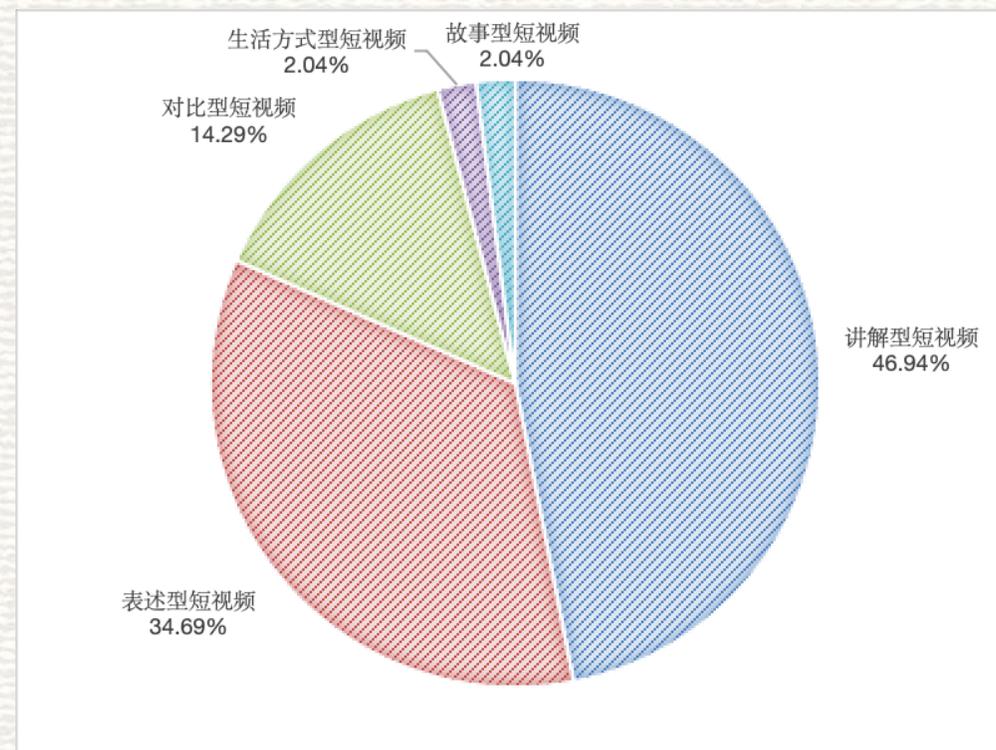
《老国货，新路子》相关截图



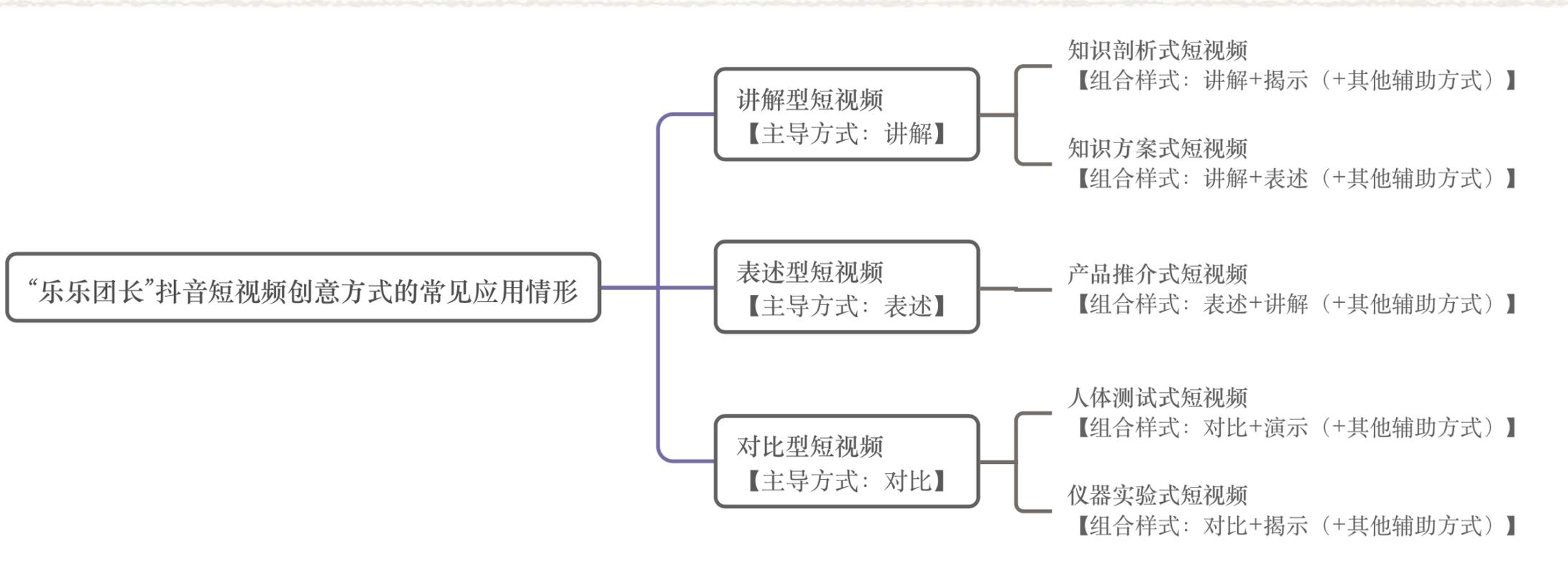
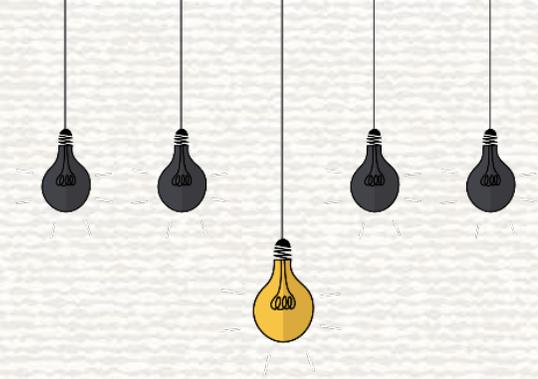
“乐乐团长” 抖音短视频
创意方式的常见组合状态

“乐乐团长” 抖音短视频类型

短视频类型	基本界定
讲解型短视频	以讲解方式为主导方式，可能辅助使用其他创意方式。
表述型短视频	以表述方式为主导方式，可能辅助使用其他创意方式。
对比型短视频	以对比方式为主导方式，可能辅助使用其他创意方式。
生活方式型短视频	以生活方式画像方式为主导方式，可能辅助使用其他创意方式。
故事型短视频	以讲故事方式为主导方式，可能辅助使用其他创意方式。



“乐乐团长” 抖音短视频类型分布情况



“乐乐团长” 抖音短视频创意方式的常见应用情形



在创意方式常见组合状态上，本研究发现“乐乐团长”单条抖音短视频中综合使用了不同的创意方式，短视频主要分为讲解型短视频、表述型短视频、对比型短视频三类。讲解型短视频下主要有知识剖析式和知识方案式两种组合样式；表述型短视频下主要有产品推介式一种组合样式；对比型短视频下主要有人体测试式和仪器实验式两种组合样式。





示例：知识剖析式短视频

《螨虫脸！每个人脸上都有虫？》创意方式组合情况

创意方式类型	创意方式	相关截图	
主导方式	讲解		
主导辅助方式	揭示		
其他辅助方式	对比		

2021年6月30日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《螨虫脸！每个人脸上都有虫？》的短视频。短视频开头，“乐乐团长”拜访冰寒老师，请其使用实验仪器揭示皮肤螨虫状态，并与用药膏之前的皮肤状态进行对比。随后，“乐乐团长”就螨虫话题接连向冰寒老师发问，冰寒老师对问题逐一进行讲解。

因此，这条短视频是以“讲解”方式作为主导方式，以“揭示”方式作为主导辅助方式，以“对比”方式作为其他辅助方式。对皮肤螨虫状态的揭示与对比，是为了引出后续皮肤螨虫的讲解话题。

这条短视频的吸引力主要来自三个方面：第一，讲解者的吸引力。短视频邀请资深护肤专家进行讲解；第二，讲解内容本身。螨虫问题是许多观看者的日常困扰，相关知识是观看者想要知晓的；第三，短视频中“揭示”方式和“对比”方式的恰当应用。



示例：知识方案式短视频

《各个年龄段抗老攻略》创意方式组合情况

创意方式类型	创意方式	相关截图	
主导方式	讲解		
主导辅助方式	表述		

2019年12月12日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《各个年龄段抗老攻略》的短视频。这条短视频中，“乐乐团长”本人对不同年龄段的保养方式进行了讲解说明，例如10岁-20岁要关注保湿防晒，21岁-25岁则要增加抗氧化美白……在每个年龄阶段的讲解末尾，“乐乐团长”都会用“草单”形式推荐相关产品。

因此，这条短视频是以“讲解”方式作为主导方式，以“表述”方式作为主导辅助方式。对相关产品的表述，是为了提供具体解决方案，使话题讲解更为完整。

这条短视频的吸引力主要来自两个方面：第一，对不同年龄段抗老知识的汇总，使得潜在观看者范围扩大；第二，直接推荐具体的产品作为问题解决方案。



示例：产品推介式短视频

《白白失败真相》创意方式组合情况

创意方式类型	创意方式	相关截图	
主导方式	表述		
主导辅助方式	讲解		
其他辅助方式	演示		

2022年2月22日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《白白失败真相》的短视频。短视频开头，“乐乐团长”首先简要介绍了“美白四方”。随后，“乐乐团长”集中对科颜氏的淡斑精华进行表述。例如：“我通常是早晚各一滴管，质地非常清爽，不用担心后续上妆会卡粉。”在推荐过程中，“乐乐团长”对产品的成分、功效进行详细讲解。短视频结尾还展示了“乐乐团长”本人实际使用产品的画面（演示）。

因此，这条短视频是以“表述”方式作为主导方式，以“讲解”方式作为主导辅助方式，以“演示”方式为其他辅助方式。对产品的讲解与演示，是为了服务于对产品的评价。

这条短视频的吸引力主要来自于“讲解”方式的信息价值。



示例：人体测试式短视频

《95款防晒人体大测评》创意方式组合情况

创意方式类型	创意方式	相关截图																																																													
主导方式	对比																																																														
主导辅助方式	演示																																																														
其他辅助方式	表述	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">红榜</th> <th colspan="4">肤质测评</th> </tr> <tr> <th>产品</th> <th>人体测评图</th> <th>油皮</th> <th>混皮</th> <th>干皮</th> <th>肤质</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>6.8</td> <td>7.8</td> <td>7</td> <td>7.6</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>6.6</td> <td>7.8</td> <td>6.2</td> <td>7.4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>4.4</td> <td>7.4</td> <td>6</td> <td>6.4</td> </tr> </tbody> </table>	红榜		肤质测评				产品	人体测评图	油皮	混皮	干皮	肤质			6.8	7.8	7	7.6			6.6	7.8	6.2	7.4			4.4	7.4	6	6.4	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">黑榜</th> <th colspan="4">肤质测评</th> </tr> <tr> <th>产品</th> <th>人体测评图</th> <th>油皮</th> <th>混皮</th> <th>干皮</th> <th>肤质</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>7.2</td> <td>5.2</td> <td>4.8</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>6.2</td> <td>7.4</td> <td>5.8</td> <td>5.4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>---</td> <td>---</td> <td>---</td> <td>---</td> </tr> </tbody> </table>	黑榜		肤质测评				产品	人体测评图	油皮	混皮	干皮	肤质			6	7.2	5.2	4.8			6.2	7.4	5.8	5.4			---	---	---	---
红榜		肤质测评																																																													
产品	人体测评图	油皮	混皮	干皮	肤质																																																										
		6.8	7.8	7	7.6																																																										
		6.6	7.8	6.2	7.4																																																										
		4.4	7.4	6	6.4																																																										
黑榜		肤质测评																																																													
产品	人体测评图	油皮	混皮	干皮	肤质																																																										
		6	7.2	5.2	4.8																																																										
		6.2	7.4	5.8	5.4																																																										
		---	---	---	---																																																										

2021年4月9日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《95款防晒人体大测评》的短视频。这条视频中对95款防晒进行了对比，并邀请5位模特在海南三亚进行长达5小时的人体测试。根据对比结果，短视频结尾将产品分为“红榜”和“黑榜”两类（表述）。

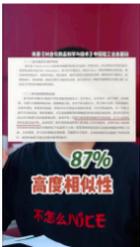
因此，这条短视频是以“对比”方式作为主导方式，以“演示”方式作为主导辅助方式，以“表述”方式为其他辅助方式。“演示”方式和“表述”方式服务于“对比”方式，辅助建构对比关系并强调对比结果。

这条短视频的吸引力主要来自：第一，对比的防晒产品效果优劣是观看者所关心的；第二，通过“演示”方式进行对比，较有意思。



示例：仪器实验式短视频

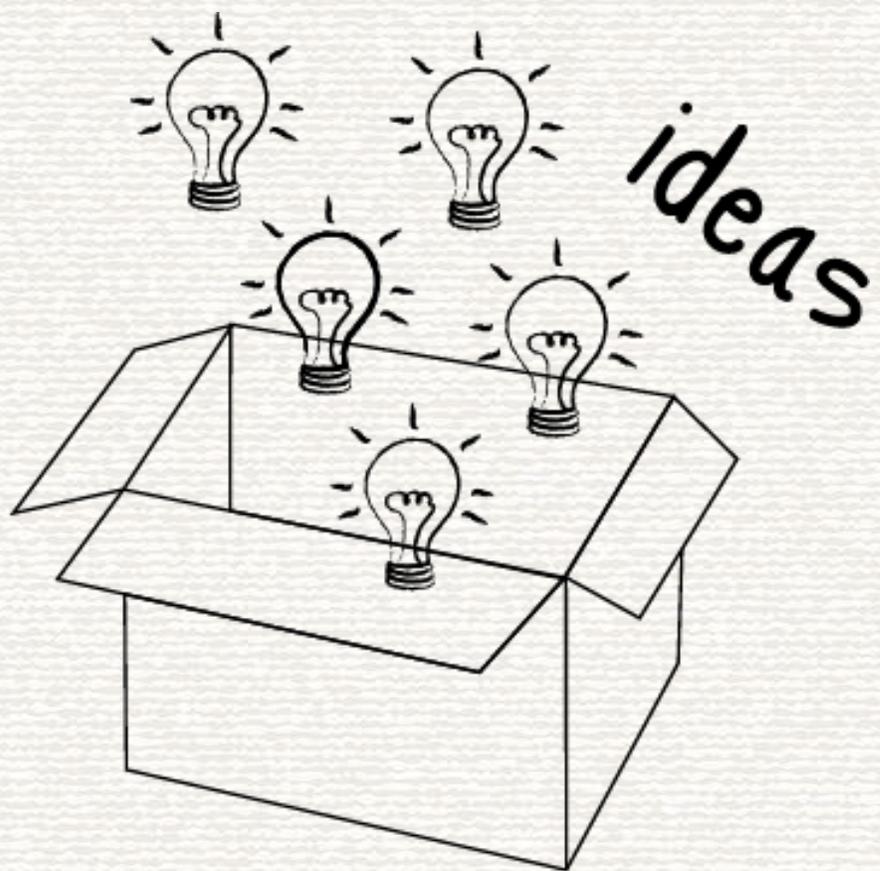
《11款白白产品功效测评》创意方式组合情况

创意方式类型	创意方式	相关截图	
主导方式	对比		
主导辅助方式	揭示		
其他辅助方式	表述		
	讲解		

2021年8月5日，“乐乐团长”在抖音发布了一条名为《11款白白产品功效测评》的短视频。这条短视频在11款美白精华产品之间形成对比，通过斑马鱼胚法进行美白功效测试，并根据结果呈现11款美白产品的推荐等级（表述）。此外，短视频还对斑马鱼胚法的原理与局限展开讲解。

因此，这条短视频是以“对比”方式作为主导方式，以“揭示”方式作为主导辅助方式，以“表述”方式和“讲解”方式作为其他辅助方式。“揭示”方式、“表述”方式和“讲解”方式服务于“对比”方式，辅助建构对比关系并强调对比结果。

这条短视频的吸引力主要来自：第一，美白产品功效排名是观看者想要知道的；第二，多种辅助方式的恰当配合，使对比更具科学性和信息价值。



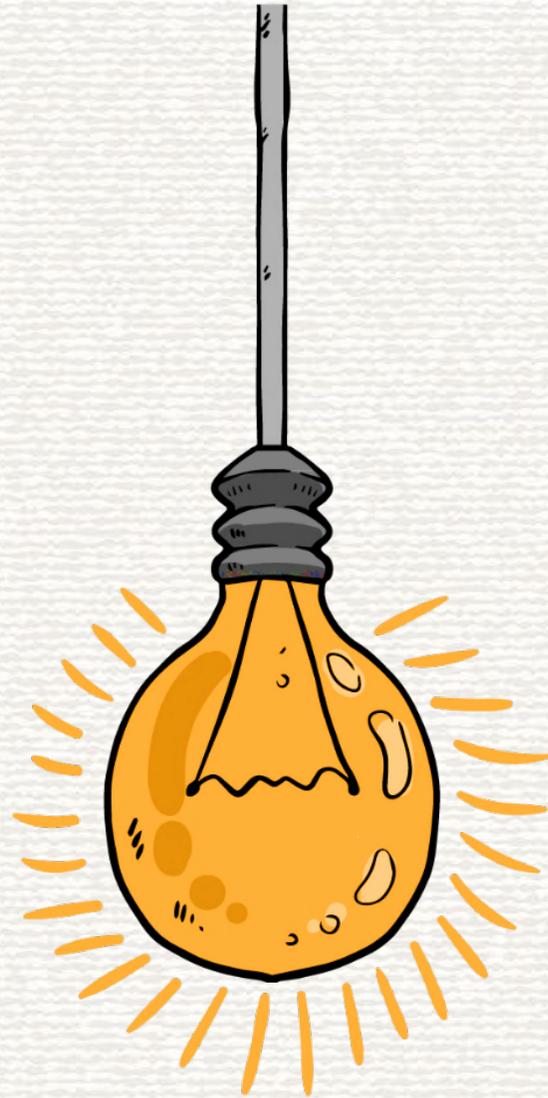
“乐乐团长”抖音短视频 创意方式应用的相关考量

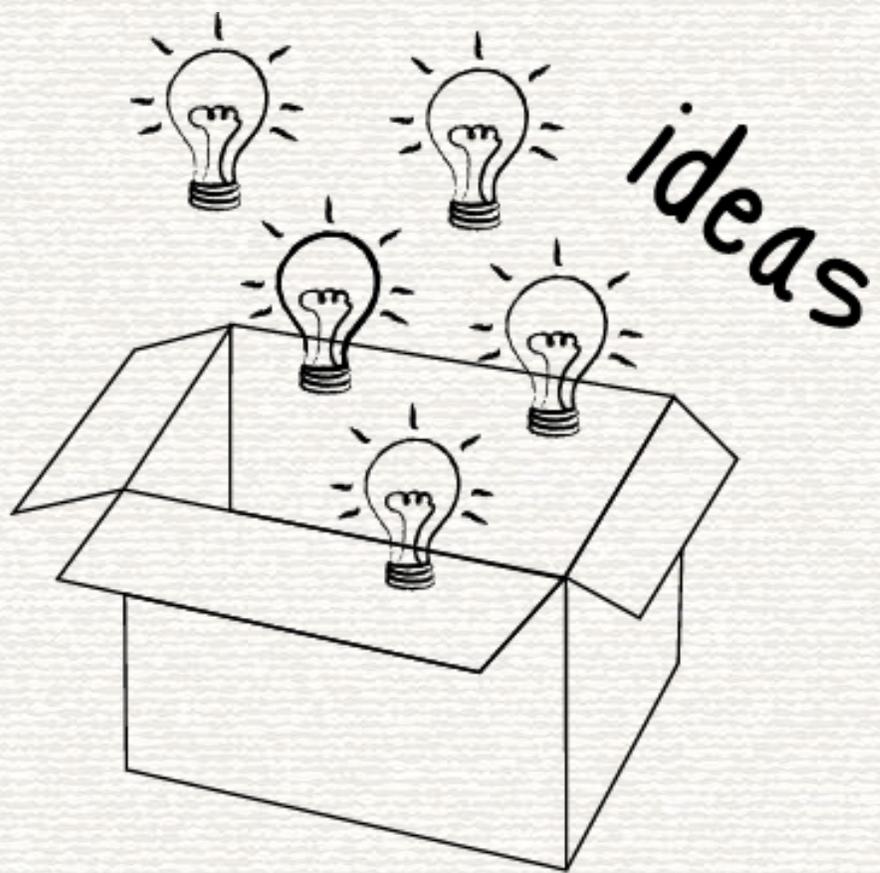
在创意方式应用相关考量上，本研究得出以下洞察：

第一，在创意方式应用总体状态的考量因素方面，账号定位是“乐乐团长”创作团队侧重选择创意方式的决定性因素，不同类型短视频与常见组合样式有其对应的考量因素。具体而言，讲解型短视频有内容选题、视频丰富度、内容稀缺性三类考量因素，知识剖析式短视频和知识方案式短视频的考量因素分别是内容可信度和内容价值度。表述型短视频的考量因素是产品属性，产品推介式短视频的考量因素是产品信息。对比型短视频的考量因素是产品选择，人体测试式短视频和仪器实验式短视频的考量因素均为内容可接受度；

第二，在创意方式应用的发展趋势及考量因素方面，坚守三类短视频的主体地位，细化创意方式及组合样式，内容选题范畴扩大化是抖音“乐乐团长”的三大发展趋势。这三大发展趋势的考量因素分别为保持账号调性，提供信息增量，对接拓新与沉淀需求；

第三，在创意方式与表现方式的关系考量方面，“乐乐团长”创作团队在视觉形式上通过拍摄手法、可视化剪辑、热点素材三类考量因素，以实现聚焦化、通俗化与趣味化的效果。在听觉形式上，“乐乐团长”创作团队则通过背景音乐和音效两类考量因素，以实现情绪补偿与提醒强调的效果。





结语

启发与建议



1. 以账号定位为统领，
选择适配的创意方式。

2. 深挖具体创意方式，组
合使用创意方式。

3. 顺应短视频传播特点，多
维协同创意方式与表现方式。



感谢收看！

