

短视频视域下存在的问题、发展路径及趋势

赵树龙

云南省弥勒市融媒体中心，云南省弥勒市，652399；

摘要：当下，短视频行业总体呈现出个性化的内容创作、广泛的传播范围、丰富的互动形式等特点，但也存在着内容同质化、泛娱乐化、缺乏创新、监管力度弱和传播渠道窄等问题。短视频行业需从队伍建设、精准融达、优化流程、创意内容等方面发力，推动短视频行业的高质量发展。

关键词：短视频；发展趋势；时代发展

DOI：10.69979/3029-2700.25.02.046

1 目前的短视频现状

短视频作为一种新兴传播方式，凭借着传播速度快、受众面广、用户互动性强等特点被大众接受。2024年8月29日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在2024中国国际大数据产业博览会“智能经济创新发展”交流活动上发布第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2024年6月，我国网民规模10.9967亿人，短视频行业持续繁荣。随着短视频平台用户黏性不断提升，短视频业务稳步发展，商业化变现效率持续提高。截至6月，短视频用户占网民整体的95.5%。

随着互联网技术的飞速发展，短视频作为一种新兴的媒体形式，已经深刻地改变了人们的娱乐方式、信息传播和消费习惯。从最初的简单拍摄分享，到如今的专业制作、内容多样化，短视频的发展历程充满了创新与变革。目前，全国绝大多数融媒体中心在做好广播电视以及新媒体内容的同时，都开设了视频号，逐渐扩大传播载体，顺应受众对视频化叙事供给的需求。

短视频内容类型丰富多样，涵盖了娱乐、教育、美食、旅游、科技、体育等多个领域。这些内容不仅满足了用户的精神需求，还提供了丰富的知识信息和实用技能。我国短视频平台格局呈现出多元化竞争的特点。目前，市场上已涌现出了一批以抖音、快手为代表的头部平台，以及众多以垂直领域为切入点的中小平台。这些平台在内容定位、用户群体、运营模式等方面各有特色，形成了差异化竞争的局面。

此外，随着短视频市场的不断成熟和竞争的加剧，平台之间的合作与并购也成为了一种趋势。一些中小平台为了寻求更广阔的发展空间和资源支持，会选择与头部平台进行合作或并购。这种合作与并购不仅有助于提

升整个行业的竞争力，还促进了资源的优化配置和产业的协同发展。

2 短视频视域下的问题

2.1 内容同质化

由于受到创作经验相对匮乏等因素的限制，多数短视频存在创意不足且内容同质化的现象。创作者过于依赖创作模板或模仿热门视频创意，比如抖音短视频点赞较多的或热门视频大多偏向于同一类型的，包括表现形式、剪辑手法、动作及配乐等，这不仅容易造成用户的审美疲劳，同时容易缺失真正能够推动文化发展或是与社会现实议题相关讨论和参与的内容，局限于视觉或情感上的刺激性，影响短视频传播效果。

2.2 娱乐化倾向

泛娱乐化短视频内容有娱乐化倾向，易在网络空间引发大规模效仿和跟风，在短时间内吸引大量关注，但热潮退去之后影响其长久发展。一方面，受到资本及商业化的影响，其借助平台发布有利于自身的内容一定程度上影响受众的认知；另一方面，短视频传递娱乐性内容，容易对青少年带来不利影响。

2.3 缺乏新技术加持

随着AR、VR、AI等科技的出现及广泛应用，短视频在内容创作上缺乏新技术加持，内容和表现形式上缺乏创新性。随着AI智能科技不断普及，越来越多的行业在本领域创作上都已运用AI一键合成，这对于短视频行业是一种挑战。相较于人工剪辑来说，AI视频节约了很多时间，所达到的效果大同小异。

2.4 监管力度弱

在整个人人都可以成为内容创作者、发布者、评论者的时代，个人的表达权和知情权也得到满足，但是个人通过自媒体平台发布不实言论，以及网络暴力、欺诈勒索等现象层出不穷，媒体行业的传播失范现象越来越严重。“标题党”的泛滥正是利用了人们的好奇心，通过不正当手段来谋求利益。网络暴力的涌现，也侧面反映短视频平台的审核不够严谨。

2.5 传播渠道窄

就目前来看，短视频进行信息传播和推广的手段大部分是通过平台自身，同时有部分媒体人仅是从音乐和内容的搭配角度制作简单的短视频，容易出现传播渠道单一且造成内容复制性高的结果，也会导致其传播途径受限。

3 短视频视域下的发展路径

在信息全面赋能的背景下，短视频凭借门槛低、操作流程简单等优势逐步走入寻常百姓家，全面嵌入生活化场景，在媒介生态中的地位快速提升。但要实现高质量发展，必须加强专业化队伍建设，优化制作流程，以一流的内容精准服务用户。

3.1 多方发力，为生产优质短视频提供保障

在队伍建设上，要追求“专业化”。主流媒体要根据自身发展来优化现有的队伍结构，对本单位具有制作短视频经验、特长的年轻记者编辑，可以考虑设置短视频制作机构，招录专业人才，组建专业团队，让他们心无旁骛生产短视频；也可以探索打破部门界限，让年轻人跨部门牵手合作，通过强强联手提升短视频质效，为生产具有时代特征的短视频提供组织保障。

3.2 垂直深耕，实现短视频“产销”精准触达

“内容为王”始终是新媒体时代的核心要求。无论是记者还是编辑，在生产短视频时都要用心思考，要追求选题角度新颖、有共情力和新意的画面表达等，垂直化深耕内容和表现形式，力争生产出多个破圈的爆款产品，真正实现短视频“产销”精准触达。

短视频要讲好故事，不能平铺直叙，既要有新闻要素，但又不能是“新闻五要素”的罗列。因此，编辑记者在生产短视频时，要认真策划，找到有思想、有观点、有价值、有干货、能共情的素材，制作出高质量的短视频产品，才能有效触达用户，精准服务用户。

3.3 技术赋能，着力优化短视频生产流程

互联网时代，只有准确把握新闻报道的时效性，才能赢得公众的关注和信任，有效引导舆论走向，为社会的和谐稳定和发展做出积极贡献。短视频的生产和传播，要迅速、准确，把握好新闻报道的“第一时间”和“第一落点”，及时回应社会关切。

实现这一目标，主流媒体的记者必须彻底告别“当天的采访、明天发布”的旧模式，要借力智能技术补齐短板。记者编辑要积极主动提升相关专业水平，加强视频拍摄、剪辑以及后期处理等技术的学习。融媒体记者在现场第一时间拍下新闻现场后，可通过手机对内容进行实时编辑剪辑，在节约制作时间和成本的同时，向“首发”目标迈进。对一些重大活动或者重要新闻，要实行团队作战，借助现代技术设备，前后方无缝对接，争分夺秒抢推产品。

3.4 制作带有新媒体基因的短视频

在当今这个信息爆炸、视觉盛宴层出不穷的时代，短视频已成为了一种不可或缺的传播方式。它不仅要求内容精炼、形式新颖，还要能够迅速吸引目标受众的注意力，并有效传达信息或情感。这就要求各主流媒体在制作时，除采用新技术确保情节紧凑、逻辑清晰，能够引导观众情绪，产生共鸣外，更要加强内容打磨，注重语言的精炼和画面的表现力。短视频的时间有限，每一秒都需精打细算，文字要简洁有力，避免冗长；画面则要追求视觉冲击力，通过色彩、构图、镜头切换等手法增强观赏体验。同时，创作者可以通过回复评论、点赞观众的分享、参与话题讨论等方式，与观众建立联系并保持互动，从而增加观众的黏性，提高作品的传播效果。

3.5 做好故事情节的创新设计

创新故事情节是短视频创作中的核心竞争力之一。通过挖掘生活细节、运用反转与意外、结合时事热点、跨界融合、注重人物塑造以及鼓励用户参与等多种手段，创作者可以不断突破传统框架，创造出既有深度又具吸引力的短视频作品，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3.6 以正能量引领大流量

弥勒市融媒体中心短视频（快手号、抖音号、视频号）顺应时代发展需求，以服务群众、引导群众为己任，始终坚持正确政治方向，牢牢把握正确舆论导向；内容发布聚焦国内、云南省内、红河州内以及本土民生正能

量、感人瞬间、暖心一幕等。目前，粉丝累计 510 万，点赞 2.5 亿，共发布 4 万余条短视频，在云南省县级融媒体同类账号中始终处于第一方阵，多次上榜新华社信息中心发布的全国县融中心优秀案例，快手号入选 2023 年度云南省新闻单位网络账号传播力表现“十佳称号”，入选新华社发布的县级融媒体中心短视频头部账号。

例如，2024 年 11 月 14 日，云南省弥勒市第四中学第五届体育节开幕式上，50 名师生表演的《彝人战舞》通过弥勒市融媒体中心视频号首发后，迅速走红全国各大主流媒体平台，成为社会各界关注的焦点。视频展示了弥勒市浓厚的彝族阿细民族文化和当代青年的阳刚之气。视频发布后，弥勒市融媒体中心各平台全网阅读量超 500 万，并相继被新华社、人民日报、中国日报双语新闻、中国新闻网等全国 30 多家主流媒体转发。

为此，网友纷纷评论留言“阳刚之美，这才是当地青年该有的样子！中国传统文化魅力，阳刚而充满生命力！好，青春和荷尔蒙都溢屏了！等” 600 余条；同时，画面展示了师生们健硕身材、八块腹肌等令网友羡慕，并产生疑问？为此，弥勒融媒再次深入实地采访，引发全网二次关注转发。

3.7 突出内容个性化

随着内容选题和新创意的涌现，短视频通过挖掘各种选题来突出内容的个性化，达到了广泛传播的目的。以抖音、快手为例，视频创作者能在其平台上通过音乐和特效镜头的加持，进行自由创作，在很短的时间内创作出具有创意的作品。比如个人创作类短视频，结合简单的背景音乐，记录生活中的点点滴滴，给人们带来沉浸体验。

3.8 以优质内容扩大传播范围

随着国内外短视频平台的不断上线，短视频凭借优质内容满足不同受众群体的诉求。同时，一些会议也通过短视频平台传播，比如两会期间，很多媒体官方账号通过短视频进行报道，得到了越来越多人的点赞，也为普通民众提供了参与互动的平台，短视频的传播范围越来越广。

3.9 以多样的互动形式提升用户体验

短视频时长短且传播速度快，便于用户利用碎片时间观看并分享，形成快速社交传播。许多品牌逐步借助短视频平台发布内容，以此增强和受众的互动。一些短

视频平台在具有评论、转发等互动功能的基础上，逐步加入了全景互动、H5 等方式来提升交互效果，不断丰富互动形式。比如，抖音将用户互动体验置于优先地位，形成内容链接用户，注重用户的体验感。再比如，为了提供多元化服务以及提升运营效率，支付宝的互动从图文升级为具有短视频、图文、直播等多种功能，形式更加丰富多样。

4 短视频视域下的发展趋势

4.1 创作垂直化内容成为短视频行业未来发展的新方向

在媒体深度融合背景下，短视频平台拥有受众资源，各大主流媒体纷纷探索短视频领域。短视频行业之所以发展迅速，是因为其抓住了受众的心理：产品推荐类短视频可满足大众消费者，情感类短视频可给予受众心理和精神上的慰藉，美食类短视频可起到宣传、推广、增加客流量的作用，搞笑类短视频可为受众提供乐趣等，无时无刻不在填补、迎合每个人的生活，因此短视频能够抢占市场并站稳脚跟。由此可见，创作并细化垂直领域的内容是短视频行业迅猛发展的原因之一，垂直化的内容更容易让用户记住且能打造独特的 IP，并能够成为支撑短视频行业发展的新方向。

4.2 “短视频+”成为短视频行业未来发展的新模式

短视频正在不断深入大众的生活，对于短视频的革新不仅是内容的革新，还要将内容和技术不断融合再进行创新，将创作者、技术、浏览者、平台等多方连接到一起，达到宣传推广和流量变现的效果。未来，随着“短视频+”进一步渗透大众社会生活，互联网及自媒体行业将会发生更深刻的变化。短视频+文旅、教育、商业、慈善等多种模式将成为未来助力推动行业发展的新模式。除此之外，短视频+AI、线上辅导、远程医疗等也将成为另一个发展方向。如传统文化+数字化的创新模式，“云游文化”的不断渗透，轻松地让受众实现了“云游”博物馆、科技馆等，同时又能实现受众沉浸式交互体验。

4.3 挖掘受众诉求成为短视频行业发展的新动力

在媒体不断发展的当下，短视频行业从业者们正在通过不断提高自身产出的内容质量，来推动短视频行业

的健康可持续发展。若要为用户提供更多的体验感，就必须深入挖掘用户诉求。当用户出现内容审美疲劳时，那么专业、精良的专业生产内容就会成为新热潮。只有通过挖掘受众不同的诉求，来创作并投放具有针对性的短视频，带给用户身临其境的感受，才能获得更多的用户及流量，这将对短视频行业的发展起到巨大推动作用。

4. 4 搭建多样化渠道成为短视频行业未来发展的新业态

短视频已逐渐成为社会化传播和互联网环境下新营销的有效载体，其传播的手段不受时间、空间限制，线上同步直播、线下互动模式能够同时满足线上和线下的用户体验，增强受众的体验感。未来，通过新技术对短视频平台功能进行革新，将能满足绝大多数受众的不同需求，通过搭建多样化的传播渠道和传播形式，提高平台自身的服务质量，达到全平台协同、全流域变现的目标，打造满足受众更多需求和期待的新平台。

5 结语

5. 1 发挥短视频在媒体行业中的纽带作用

短视频行业作为新赛道，其存在不仅仅为产品销售、品牌打造、媒体拓展提供了展示机会，同时也为普通网民提供了分享生活的平台，短视频平台凝聚着媒体创作人的力量，并且在媒体行业中发挥着纽带作用，是信息传播的有效载体。随着 5G 的普及应用，人们不再受限于时间、空间等因素，便捷的生活为未来提供了更多可能。

5. 2 发挥短视频在媒体行业中的桥梁作用

短视频行业作为新兴行业，在传统媒体与新媒体之间起着承上启下的桥梁作用，它既解决了传统媒体存在的传播范围小、传播速度慢等问题，又为新媒体开启了一段新旅程。

5. 3 增加短视频的受众需求内容

短视频行业也为推动未来科技发展和社会高质量发展而作出一定的贡献，短视频不仅仅局限于“视频”这一词条，在固守本真的基础上，须增加趣味性、时效性、科普性的内容，关注受众信息需求、突出个性化需求，为受众提供更好的服务。

5. 4 以优秀的短视频引领时代发展

优秀的短视频，不仅能提高一个地方的知名度，还能提升发布平台的影响力而产生“蝴蝶效应”，促进地区经济社会的可持续发展。因此，各地主流媒体正进一步注重短视频平台建设、队伍建设、内容建设等，在守正创新中跟上时代的脚步，引领时代的发展，做时代的瞭望者，让短视频迸发出强大的生命力。

参考文献

- [1] 李晶, 曹然. 技术哲学视域下网络短视频的现状与发展趋势 [J]. 中国编辑, 2020(10):6.
- [2] 杨畅. 长尾理论视域下乡村短视频可持续发展策略探究 [J]. 新媒体研究, 2022, 8(19):92-94.
- [3] 陈玉明. "短视频视域下视觉文化的转向与隐忧." 新闻研究导刊 13(2018):2.