链滴

一周视频制作实录与总结

作者：huayonglun
原文链接：https://ld246.com/article/1584106116177
来源网站：链滴
许可协议：署名-相同方式共享 4.0 国际 (CC BY-SA 4.0)

上周六开始投入精力做视频。明确了**内容定位，创作工具，视频风格，投放平台，之后开始撰写文案录制音频，收集素材，剪辑视频，配置字幕**，最后在这周六发布视频。

上周六一天是在构思内容的定位，寻找创作的工具，思考视频的风格以及确定投放的平台。

内容定位方面，确定走互联网科普方向，做知识类分享，提升大众对互联网的认知。昵称也启用个性标识和具有行业语义的混合词，叫做蜗牛互联网。logo 采用蜗牛的图。

创作工具方面，考虑到使用体验，经济成本和版权纠纷，我选择的标准是好使、免费可商用。

视频编辑 PC 版选择 shotcut，它是免费开源的一款视频剪辑工具，上手容易，基本功能都具备，可覆盖大多数场景，缺点是过于高级的功能相对匮乏，使用起来经常会崩溃。

视频编辑移动版选择剪映，使用便捷，功能强大，只是未解决所有移动端的一个通病，就是手机相对小，通过手指调节的方式带来的准确度问题。

字幕制作工具选择 arctime，它可以基于音频或视频文件制作字幕。操作简单快捷，可导出字幕文件者带有字幕的音视频文件。PC 版视频是强需求，移动端必要性不大，一是时间短，文案少，以文本式作为视频剪辑元素填充即可，二是短视频发布平台支持根据视频语音自动识别并且添加字幕，效果好，这种自动化的操作，很能减少工作量。

图片编辑选择 fotor 搭配美图秀秀，均使用在线版。前者功能强大，适合对图片做二次加工，支持导和云存储，免费功能已经比较够用。后者是对前者的补充，我的使用场景是做透明图。

素材工具选择众多免费可商用的网站，覆盖图片，音频和视频。比如 Pexels，爱给网，videezy，ben ound 等等。

视频风格构思公共的视频元素以及常用的视频效果。

视频元素分为公共元素和个性化元素。个性化元素因视频而异，重点讲讲公共元素，公共元素可分为态元素和动态元素。

静态元素指每个视频都会有，并且内容不会变化。比如固定位置的品牌标识（体现昵称或 logo），定的结束语（比如：万物互联，永远向前。下期见），固定的片尾（用来引流的联系信息）。

动态元素指每个视频都会有，但内容会随主题发生变化。比如封面展示视频标题（凸显内容主题，视冲击力大），背景音乐（契合主题氛围），字幕（切换和音频同步）。

视频效果最重要的技能是转场，这涉及到众多素材能否很好的衔接起来，给人以流畅的观感，而不觉突兀。其次是滤镜等特效的加持，这也就是锦上添花的事情。

投放平台选择流量大的，毕竟创作是为了让更多需要的人看到。但同一个视频并不适合每个平台都投也不是每个平台都能投。竖屏风格的短视频适合抖音，快手和视频号，横屏风格的长视频适合 B 站，博，公众号和知乎。

上周日开始撰写文案，录制音频，收集素材以及视频粗剪。

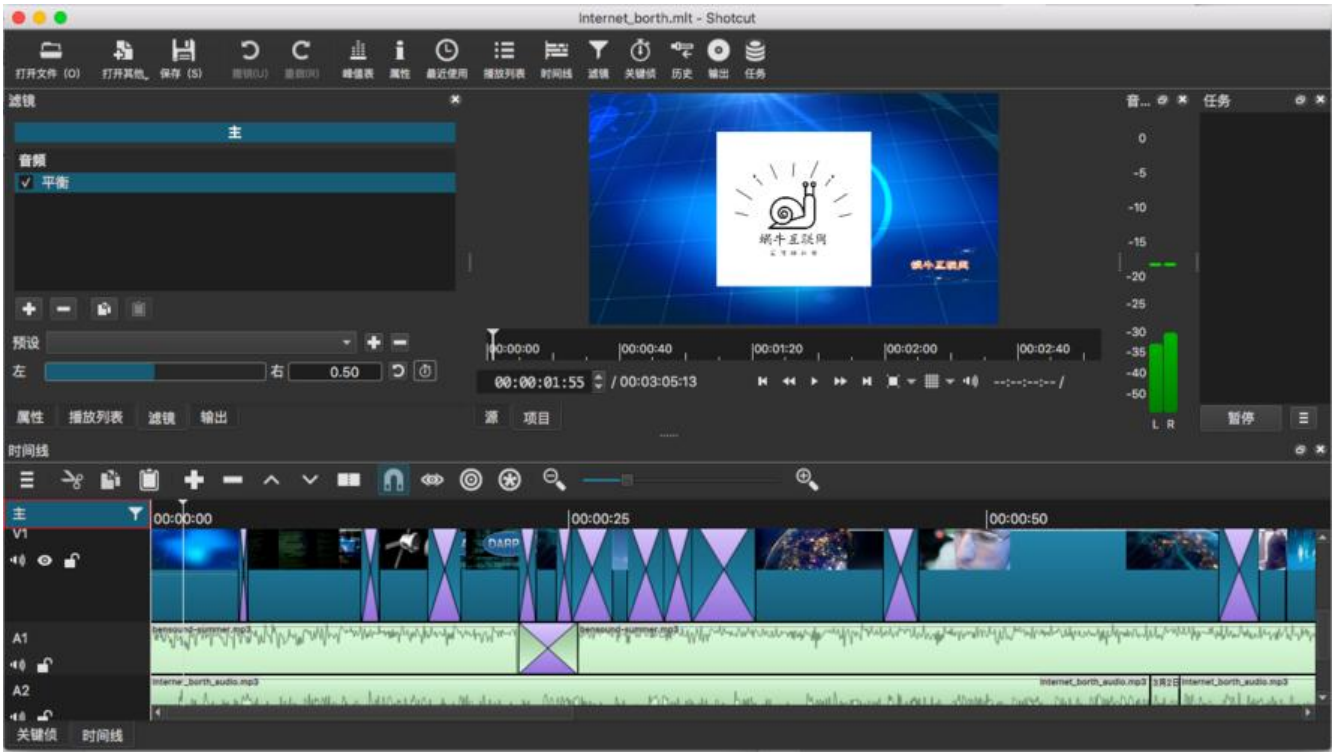
视频文案区别于文本文字，可以少一些严肃，多一点互动，营造出面对面交流的环境。

录制音频注重音调和音质，一个完整的音频可作为填充视频元素的基线。

收集素材从相关性出发做汇总，安排在视频时间线相应的节点上。

视频粗剪是为了构建大的框架，后续的调整都是基于这个框架去添加细节。

周一到周五剪辑音频和视频。音频和视频工具不熟，慢慢摸索，也会借助搜索工具，边学边用。



视频剪辑界面

工作日每天晚上正常十一二点下班，半夜会花两个小时，对音视频进行细剪，经历六个版本后，周五上字幕，周六发布到各个平台。

整个视频制作过程给我的感受是并不容易，开始难，中间难，最后也难。开始难是因为难以形成开始视频的决心，把想法变成行动，好在最终还是迈出了第一步。中间难是因为执行的过程中，会遇到很实际的问题，比如工具需要学习，素材不太好找，音频质量不佳，好在摸索中得到了解决。最后难是

为视频发布后不容易推广到更多的人，这当然和自己的流量少有莫大的关系，只能依靠自然增长。

就视频内容而言，整体完成度还是不错的。缺陷是音频质量低以及视频素材和主题内容匹配度差。前受限于自身条件，虽然已经是录制多次，剪辑相对较好的片段进行拼接，但后续还是需要提升音质，供完整的衔接性好的音频片段。后者需要提升文字可视化能力以及去寻找和接触更多的素材。

视频制作是一个工程性的活动。首先要**有想法，有设计，有可落地的步骤**。其次是**把依赖的资源准备位**。然后**进入生产阶段**。交付之后还要**反复测试，发现未曾注意的问题**。符合预期才能发布到市场上这是一个把虚拟想法做成现实产品的过程。

以上就是我用一周时间做视频的经历和感受。大家可以点击下面链接或者 B 站关注【蜗牛互联网】，下视频成果。

互联网是怎么来的

写于 20200308。