商品短视频 · 达人运营 · 内容复盘

作品集

观看视频作品

刘俊妍 / JUNYAN LIU

湖南师范大学 · 广播电视编导 · 2027 届本科

商品短视频与影像作品 02–05

品牌内容、达人合作与投放 06–07

AI 技能与工作流 08

账号运营案例 09

点击「观看视频作品」在线查看 9 条视频







波士茶，同一款茶的两种开场

茜长码头品牌孵化项目 · 我的参与 | 品牌内容策划、产品短视频策划与剪辑





卖点版 / 视频 01 · 28 秒

开场用双盒包装和品名建立识别，再切茶包、茶汤与倒茶，让用户看清产品形态和冲泡过程。





场景版 / 视频 02 · 18 秒

用甜点、茶杯与阅读搭出下午茶场景，让用户知道这杯茶可以在什么时候喝。

素材供给

项目组为果味茶、酒类、小绿膏与芦荟胶各规划两条主片。

同品保留包装与使用镜头，通过重排开场和字幕，切换内容重点。

用户调研　项目组对咖啡、果味茶及酒类做消费调研，并在宿舍、商圈和办公区收集试饮反馈。

资料依据 / 大创中期检查书、品牌运营经历及两条成片

永兴砂糖橘，让风味有画面

《家乡有好物》广告片 · 横版 16:9 · 视频 03 · 58 秒



人物试吃 / 约 00:19

从主持人试吃带出味觉期待，让观众先跟着人物进入情境。



果实特写 / 约 00:28

用果实近景呈现色泽与表皮纹理，同时用字幕补充种植信息。



果农出镜 / 约 00:47

把镜头从餐桌转向产地人物，再用系列片尾收束内容。

可延展的竖版切条

切成 15 秒的试吃版与产地版。试吃版先上果肉或咬下第一口，再带出品名。产地版从果农出镜切入，两版都保留同一商品收尾，方便比较开场表现。

案例分析基于原片 / 竖版切条为改编构想

从看见产品，到想象怎么用

酋长码头系列短视频 · 9:16 竖版



葡萄酒 · 氛围版

视频 04 · 23 秒

用酒吧空间、暖光与举杯建立微醺场景，让商品自然出现在环境里。



葡萄酒 · 口味版

视频 05 · 22 秒

暖灯下的人物试饮配合风味字幕，用芒果与太妃糖的味觉联想来讲甜白。



芦荟胶 · 用法演示

视频 06 · 43 秒

先用上脸、手臂涂抹演示日常用法，再切回梳妆台上的两支产品，收束商品记忆。

用镜头刻画人物与物件

从模特与包的造型关系，到用具象物件表达心理负重



《林间，人与包》

视频 07 · 31 秒 · 时尚短片

从树下仰拍，让模特的身形、穿搭与手提包完整入镜。包垂在身侧，交代手提状态下的大小和比例。再切回枝干上的包体特写，让包型与五金从整体造型中单独显出来。



《克重》 意识流情绪短片

视频 08 · 2 分 36 秒 · 执行导演、剪辑

把面料的“克重”借来讲心理负重。衬衫、领带与外套层层上身，像一层层社会身份。悬空的乌龟背着壳却无处落脚，映照人物进退两难的处境。蓝色薄膜把无形压力变成可见的阻隔，气球升空回应“卸下重量”的愿望。

《克重》获未来设计师大赛国家级二等奖。作品解读参照《克重修改总结》及成片。

脚本怎么落地，素材怎么迭代

引力传媒 · 无忧传媒 · 交个朋友

引力传媒

品牌内容制作

把“墨脱温差”写进人物对话，通过拿出产品、开封、挤出质地、上脸的动作接住产品卖点。

《种地吧 4》× 润百颜提案有 7 项必拍镜头。可按包装、使用动作与同框露出逐项核对。

无忧传媒

达人筛选与跟进

通过抖音、小红书的站内搜索、平台榜单和竞品评论区拓展候选，按粉丝画像、数据、内容与商业潜力分层。

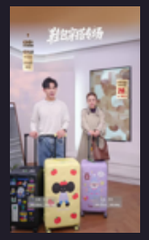
用台账跟进建联进度、合作意向与下一步动作，沉淀 200+ 位意向达人，持续维护资源池。

交个朋友

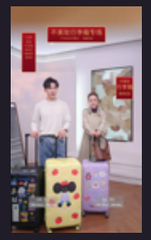
投放与素材复盘

用商品 ID、素材类型、尺寸和版本统一命名，按同品拆看各版本表现。

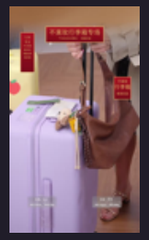
结合花费、加购成本和直接 ROI 判断下一轮保留、改剪或增投的版本。



原版



贴片终版



高光合集

同一款行李箱，三种直播讲解素材

原版保留约 9 分 36 秒完整讲解。贴片终版保留原时长，更新画面上的商品信息。高光合集压到约 3 分钟，集中呈现款式亮相与箱体演示。

交个朋友团队素材示例 / 用商品、版式和版本字段关联投放表现

资料依据 / 植入脚本、达人运营资料、投放工作台与直播讲解素材

品牌内容怎么进入节目

我的参与 | 拆解品牌露出方式，结合节目热度、话题与受众画像做上线复盘



蚂蚁保 · 创意中插

《无限超越班 4》EP03 · 成片截图

用医疗场景搭起独立剧情，由人物对话引出保障话题，把品牌信息放进具体情境。



蚂蚁保 · 花式口播

《无限超越班 4》EP03 · 成片截图

由演员从《我不是药神》的角色经历聊到医疗话题，再接入品牌口播。



噜咔博士 · 场景互动

《爸爸当家》EP02 · 视频 09 · 30 秒

用孩子拍花、识花的动作带出户外探索，手部与屏幕特写让观众看清互动过程。

内容复盘

我参与《爸爸当家》EP01–EP04 的上线复盘，梳理场景互动、口播和花字各自怎么承接品牌信息，并结合正片播放、微博话题与观众画像，回看内容触达的人群与场景。

素材来自两档节目上线报告。画面与视频为项目团队成片，蚂蚁保以报告中的截图呈现。

AI 辅助内容制作与运营

两个实务工作流与一个多平台内容改编示范

直播贴片替换与高光剪辑

Whisper 转写 · OCR 识别 · FFmpeg 合成

从主播原话提炼稳定卖点，核对所指商品及出处时间点。替换旧贴片后抽帧复查，用音频能量筛选高光候选。产出全片贴片终版和高光合集，第 6 页有成片对照。

次日直播货盘整理

结构化取数 · Node.js 排序 · Excel 导出

统一佣金口径，用「近 15 天场均支付 × 总佣金率」排序。输出货盘总表、重点商品 Top 50 和无历史高佣金品，分别供查阅、优先跟进和试投判断。

AI 辅助多平台内容改编

作品集示范 · 波士茶跨平台样稿

抖音 · 15 秒短视频

「路易波士茶泡开，到底是什么颜色？」茶汤先出镜，再切茶包与冲泡，最后落到包装和品名。

小红书 · 图文笔记

「下午茶给自己留 10 分钟」分享一杯茶配一口甜点。配图依次用茶点同框、倒茶与包装。

直播间 · 商品讲解

「大家先认一下包装。里面什么样？我们拆开给你看。」用透明杯现场冲泡，展示茶包和茶汤。

前两项有 Skill、脚本与交付物可查。跨平台样稿基于波士茶现有成片。

校园节点与商品场景

湖南师范大学团委 × 酋长码头 | 两个账号的选题逻辑、运营动作与阶段结果

湖南师范大学团委

校园传播 · 青年传媒中心账号运营负责人

110 万+

选题覆盖高考加油系列、校园创意短视频等

累计播放为「高考加油」系列 · 学校官网历史数据

内容分析

用高考等共同时间节点聚合话题，再用连续短片加深印象。“团团带你逛师大”延伸到直播，让有兴趣的观众进一步了解校园。

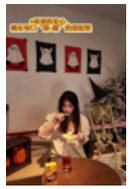
我的运营动作

统筹选题、制作和发布排期，按周跟踪浏览、互动与涨粉。据个人简历，运营期间抖音粉丝约由 8,000 增至 3.5 万。

酋长码头

南非进口商品品牌 · 内容策划与多平台分发







80 万+

抖音、小红书累计曝光 · 本人提供

内容策略

从咖啡、果味茶、葡萄酒调研与线下试饮出发，按风味偏好和价格接受度定选题。用南非产地文化建立品牌识别，再把商品放进暖饮、聚会与日常护理场景。

内容供给与分发

统筹抖音、小红书的短视频和图文，按周发布。团队为 800 余款商品制作详情页与视频物料，并通过论坛直播、城市活动和门店试饮，把线上内容延伸到线下体验。

资料来源 / 湖南师范大学新闻网、最新版市场品牌营销简历、大创中期检查书与成片