

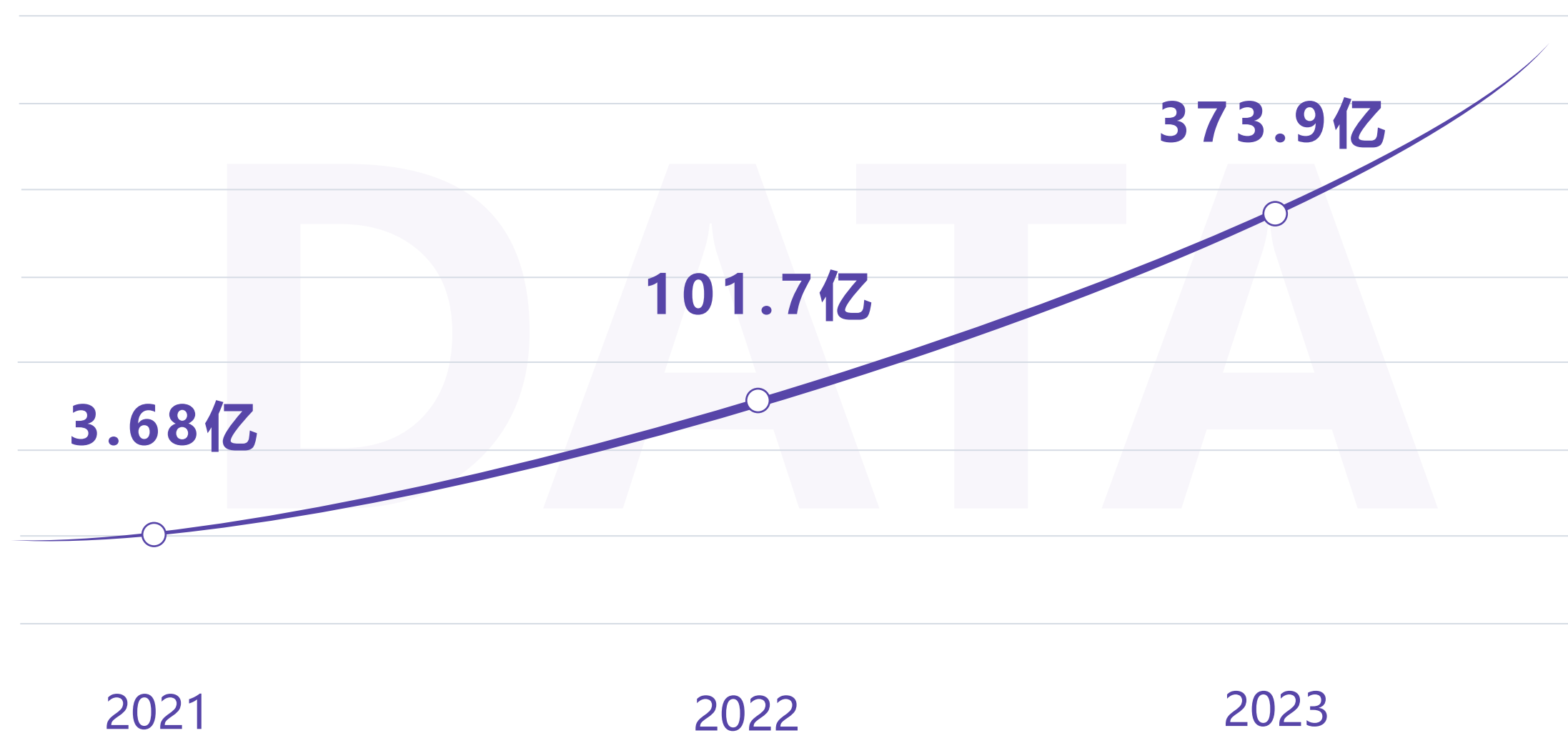
短剧破圈，解锁跻身“爆款”的精品化路径

- **品牌名称：**和光雨露
- **所属行业：**小说短剧
- **执行时间：**2023.07.01-08.31
- **参选类别：**效果营销类

行业分析

Platform Data

短剧市场规模 (亿元)



短剧市场规模在短短几年内迅速扩大，据预测：

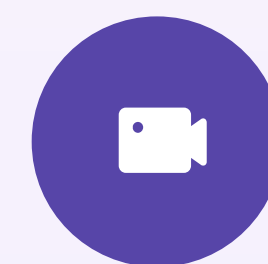
到2025年，短剧市场规模有望突破千亿级别

主要平台及其市场份额



30%—50%

短视频平台如抖音、快手等



20%—30%

长视频平台如腾讯视频、优酷、爱奇艺等



市场份额相对较小

其他内容制作公司

行业发展的关键词：精品化、题材多样化、品牌合作与跨界合作、短视频平台高曝光度、政策支持与规范化

市场前景

Expectation

更快输送

5G技术

提升内容质量和用户体验

多元发展

AI剪辑

提升短剧的创新性

精准营销

AI技术

提高用户粘性和付费意愿

规范秩序

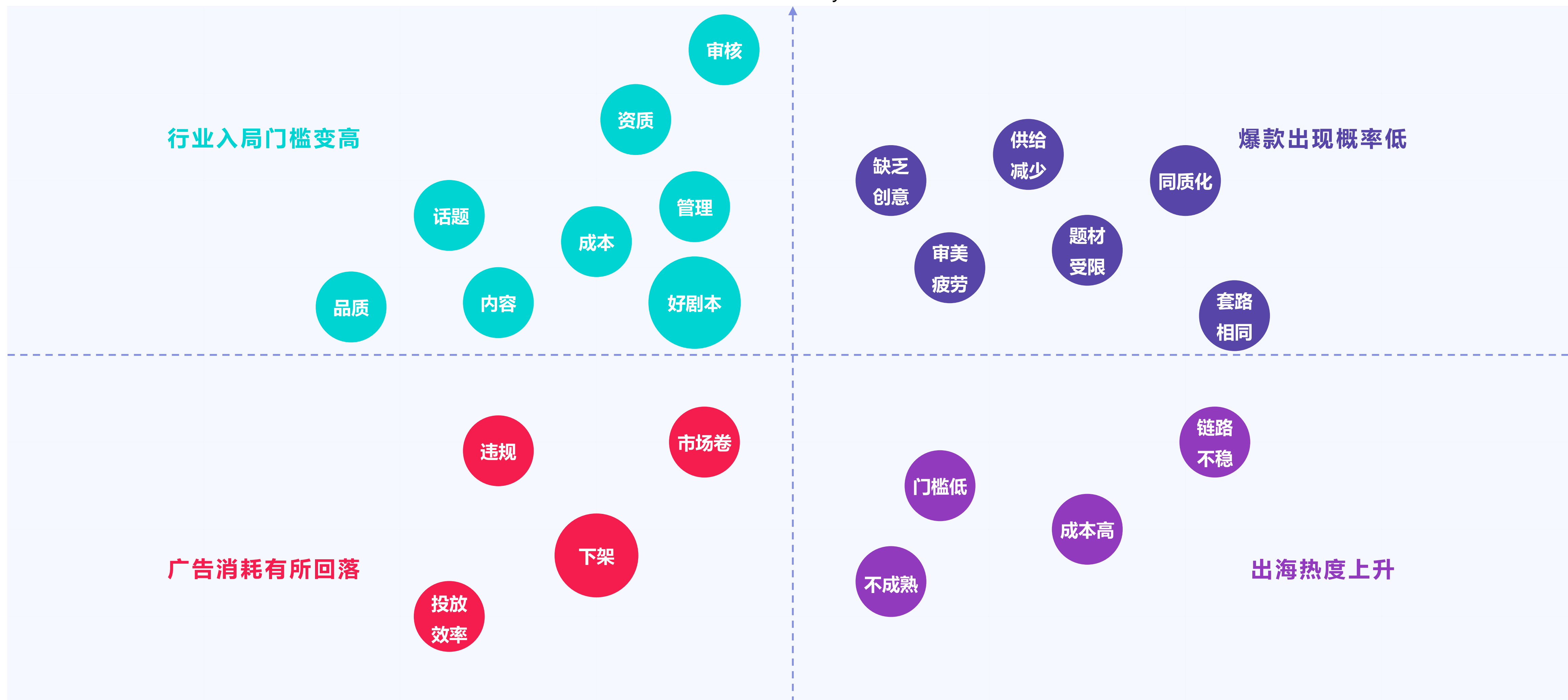
政策环境

正向创作、鼓励文化出口

「 相关法规及政策可以促进短剧市场的扩大，增加短剧的受众群体和市场份额 」

目前难点

Difficulty



需求目标

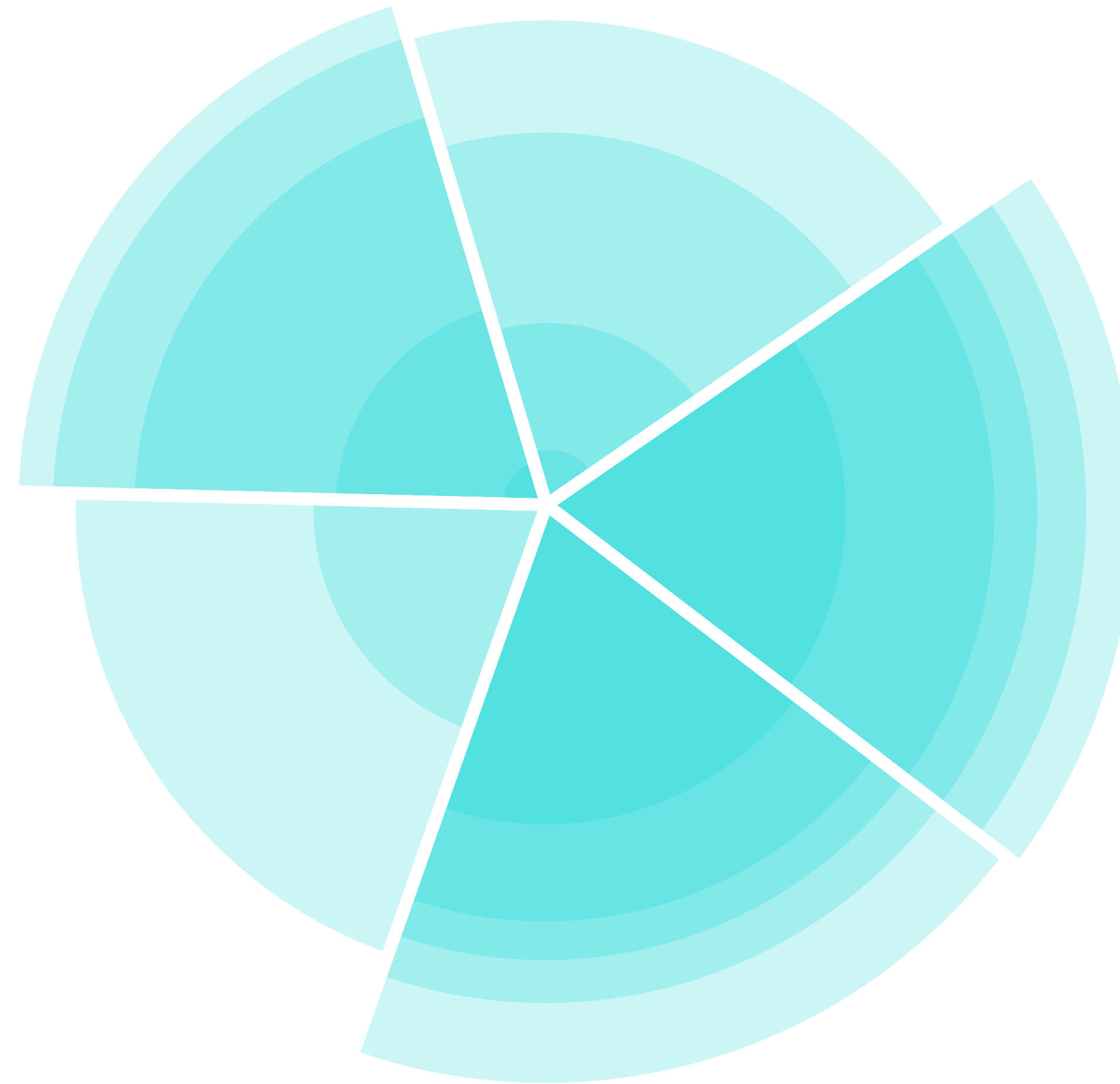
Goal

110%
整体ROI

200w
整体消耗

↓ 10%
转化成本

+15%
充值率



剧情好看

Story

弃婚之龙帅逆袭

剧本特点

节奏

开局3集讲人物关系清晰呈现

卡点

男主婚事→女配增加嫁妆→男主受羞辱→男主妈妈昏倒→男主被质疑→小反派挑衅男主→仇家拿权势压迫男主→男主和反派对峙→女主遇袭→幕后反派现场密谋→女主叶家被打压→叶家打压→女主遭遇危机→幕后BOSS现身→宴会男主对峙反派

爽点

男主签退婚书→女求婚男主→女主拯救男主男主赢了张少→→男主拯救女主→打脸势力的沈家周家→战神身份暴露→解决幕后反派

打压点

男主被质疑、被反派挑衅、女主被欺辱危机

话题和争议点

婚约、拜金岳母、底层人士和上流阶层的冲突

人设

有创新、区别于脸谱化反派、配角人设立体真实

台词

①直击痛点，情绪拉满；②立体真实，有代入感；③霸道总裁，保护欲，引起共鸣

细节好看

Detail

把握内核

矛盾冲突推动情节进展，拉起观众情绪

快节奏的同时兼顾叙事，把情节交代清楚

运镜有创意，画面精致，吸引人，减少穿帮

演员，颜值要高，演技精湛，表演自然，让观众快速代入

抓人眼球的开头，反转逻辑要严谨，提前规避不合理戏份

人设更立体，拒绝无脑打压

格局打开

扬长避短，一切为效果服务

男频剧也要兼顾女观众



IP改编

战神

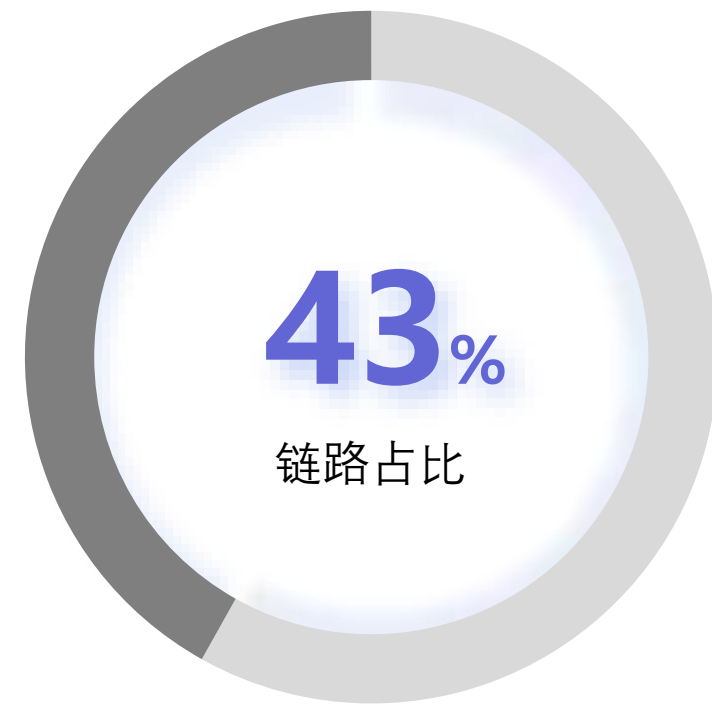
逆袭

都市

爽剧

链路选择

Link

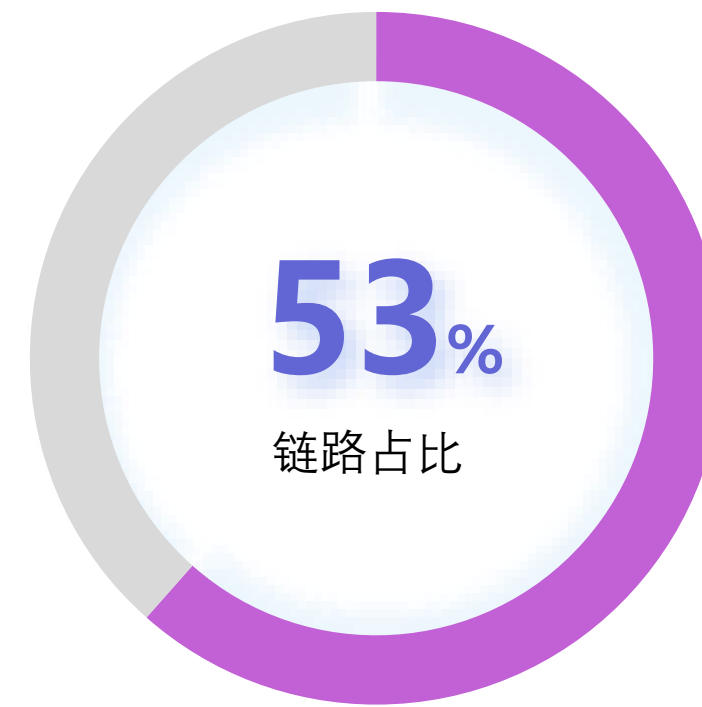


字节（抖音）小程序

- 站内闭环，链路短，成本低
- 对成本和roi的把控要求较高
- 长期规划打通复访，挂载等能力
- 帮助广告主提升后链路收益

● 链路现状 ● 链路潜力

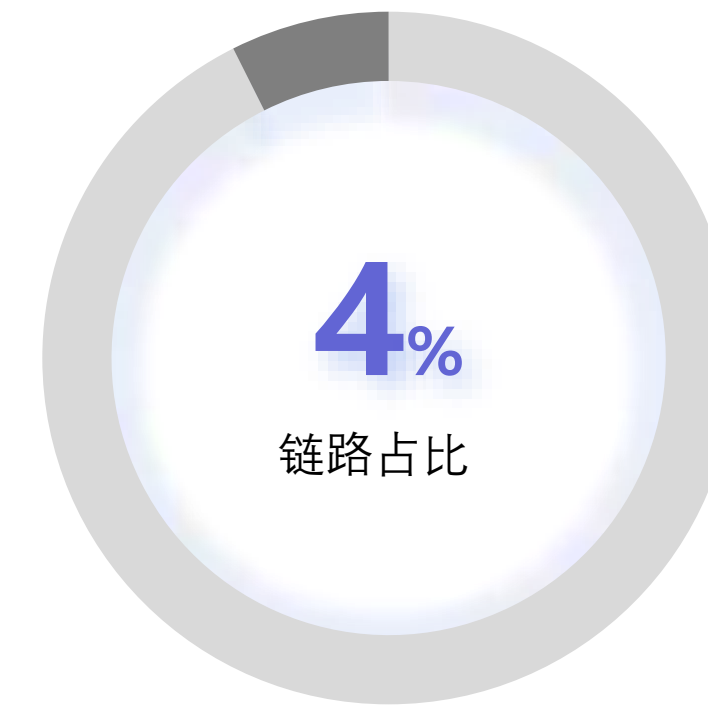
VS



微信小程序

- 链路成熟，二次触达高
- 复访能力强
- 综合roi能力强
- 短期重点增量链路

VS



快应用

- 兼顾抖音、微信链路优势
- 目前有快应用能力的客户较少
- 暂无分销，因为量级不大
- 具有明显跑量&成本优势
- 是版权方重点发力拓量方向

最终确定链路：微信小程序

· 广告点击→落地页→微信小程序→付费剧集

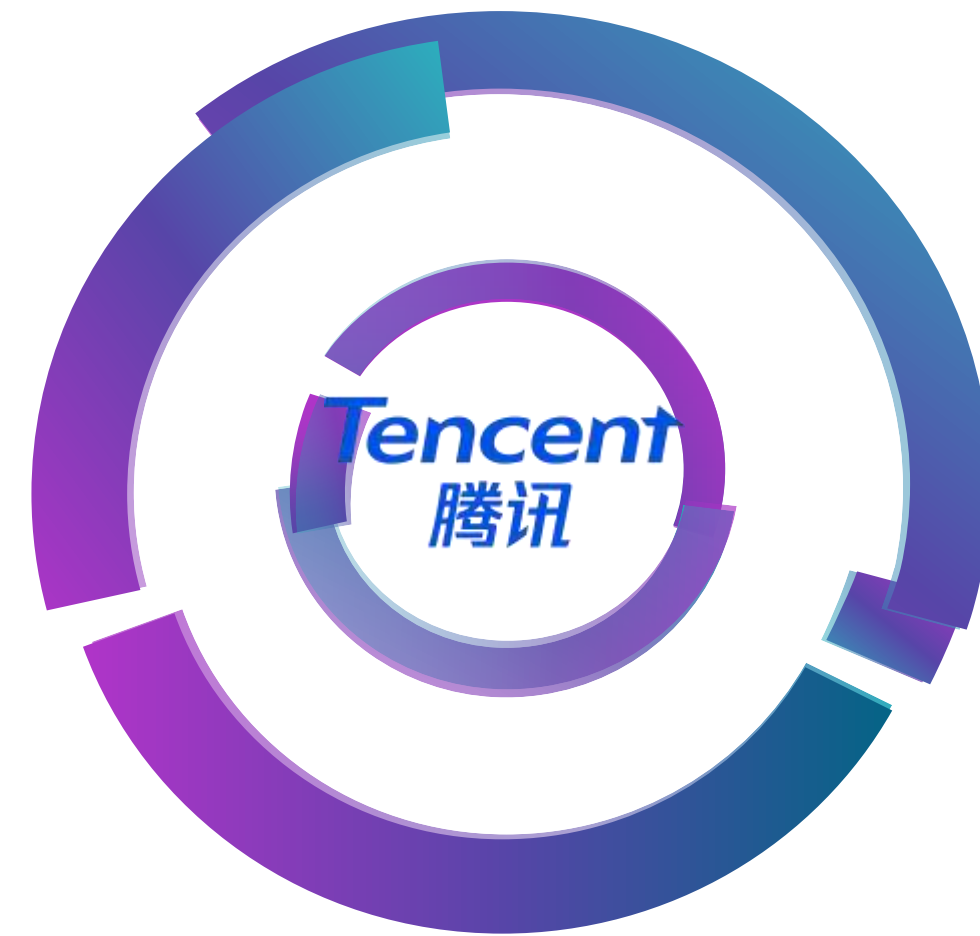
渠道选择

Channel



6000w+

抖音短剧大盘日耗



1000w+

腾讯短剧大盘日耗



300w+

腾讯短剧大盘日耗



300w+

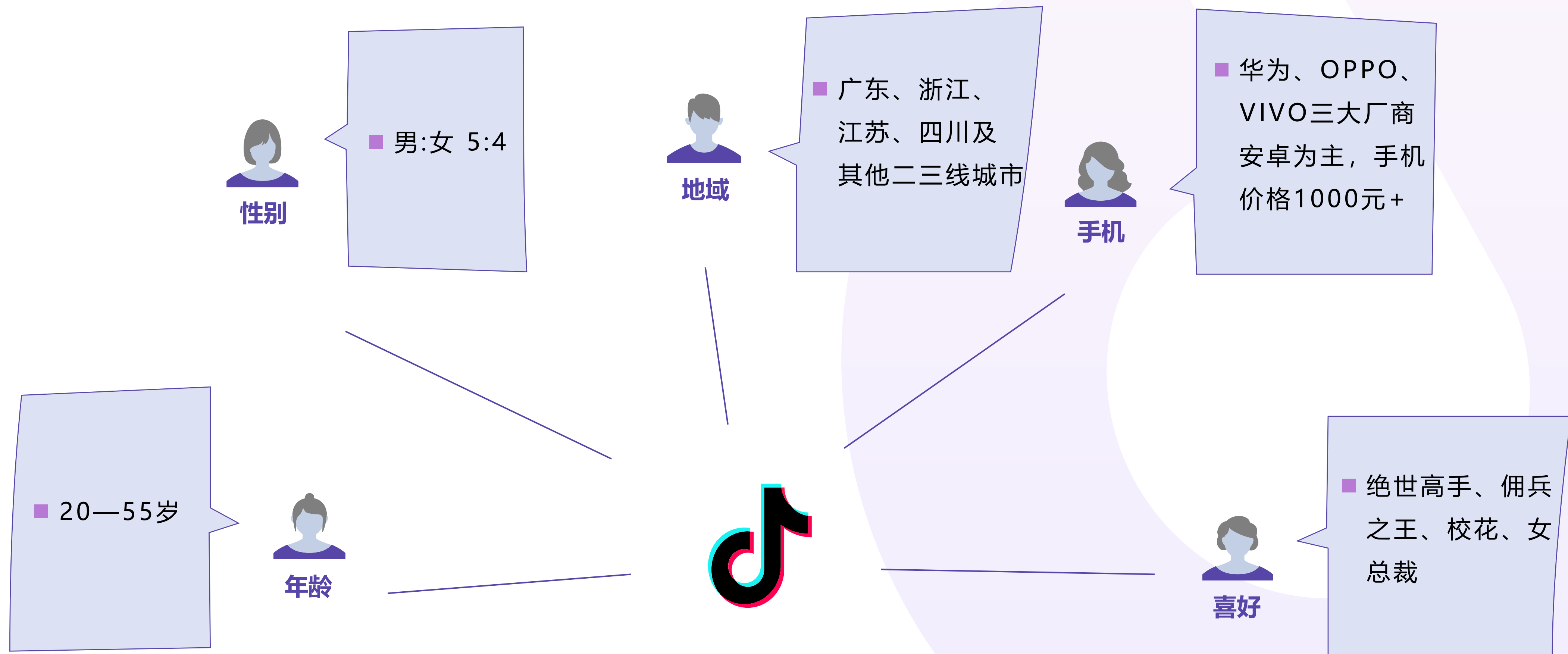
腾讯短剧大盘日耗



综合首选，抖音投放

用户画像

User Portrait



精彩布局

Layout

免费流量，内有乾坤

①官方布局——每日更新剧透；②流量运营——新剧宣发预热



付费流量，生死之战



定向前期较窄，跑出转化后逐步放开人群扩大量级

快速切入起量点，多户多充值模板分主体测试，覆盖人群更广，起量更快

投放初期使用最大转化模式，快速筛选出优质素材转入常规投放

账户起量+一键起量工具，加速常规广告探索；广告出现衰退迹象通过一键起量刺激，延续广告生命周期



结合注册成本、人均产出、转化率等数据，制定合理出价范围
结合转化成本及回收，比对用户付费情况及前端转化成本，通过卡、漏等回传策略，拉高账户出价空间，提升计划竞争力

基建策略

capital Construction

计划上新

时段选择

及时调整计划

素材上新

新账户冷启动

同一批素材3-5条计划
阶梯出价
同时开启测试

老账户维稳增长

每日计划上新3-5条
关注计划跑量情况
及时更替补充



流量高点提升计划起量概率
午间12—14点
晚间19—22点

电商大促期间
减少在投计划数量
抓住节假日
流量高峰期投放机会

- a. 相同计划开启测试3-4小时，无明显起量趋势关停，新建补充
- b. 部分计划起量，量级较低计划进行关停/删除
- c. 头部计划消耗放缓：通过ad后台计划诊断观测计划状态，适当提升出价5%/开启一键起量，延缓计划衰退
- d. 计划补充：3-5条批量开启上新，多元化搭建新计划

素材品质把控

素材时长3min左右
开头黄金3秒
故事转折冲突
结尾处留有悬念
单账户保持日更10-15条新素材

增量策略

increment

调整测试预算

首测预算**2000**

付费率约**7%**左右



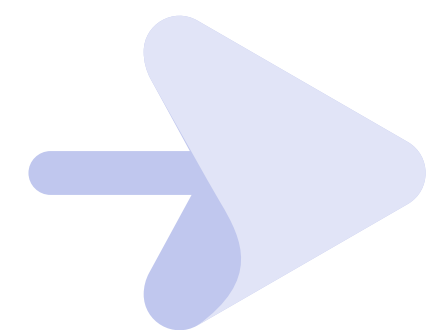
测试预算**3000**

付费率提升到**19%**

ROI为**85%**

ROI达到**95%**

ROI提升到**126%**

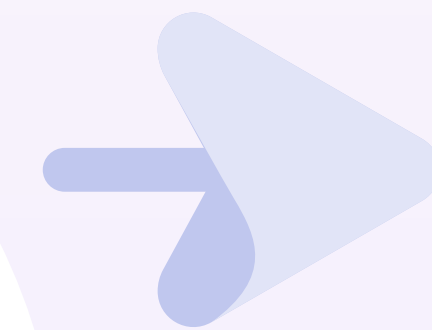


.....

.....

.....

.....



调整付费集数

客户默认初始付费
集数第**9**集



首次付费
集数第**12**集

调整赠送金方式

让用户可以顺利看到预设的爆点
首充和复充率都得到大幅度提升

调整首充金额

原首充**39.9**元
调整为**29.9**元

付费率提升到**30%**左右

调整出价

原出价**85**元→调整为**102**元
大幅度提高消耗
时段最高消耗达到**23w/h**

爆款素材结构A：冲突1-冲突2-反转

Material

视频时长：40s左右

冲突1

冲突2

反转
迎来高潮

- a. 故事结构简单，设置多次冲突，为最后的一次大反转做铺垫
- b. 前期对话主要以情绪渲染为目的，方便引导观众带入

开头 (1-7s)
冲突1-被奚落嘲讽而止

1/3 (20-30s)
冲突2-男配登场继续雪上加霜

2/3 (17-30s)
待反转-身份揭露前夏然



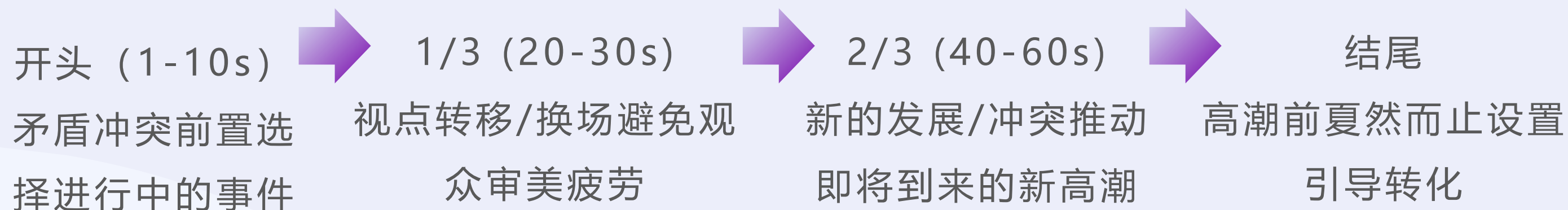
爆款素材结构B：冲突1-反转1-冲突2-反转2

Material

视频时长：1min左右



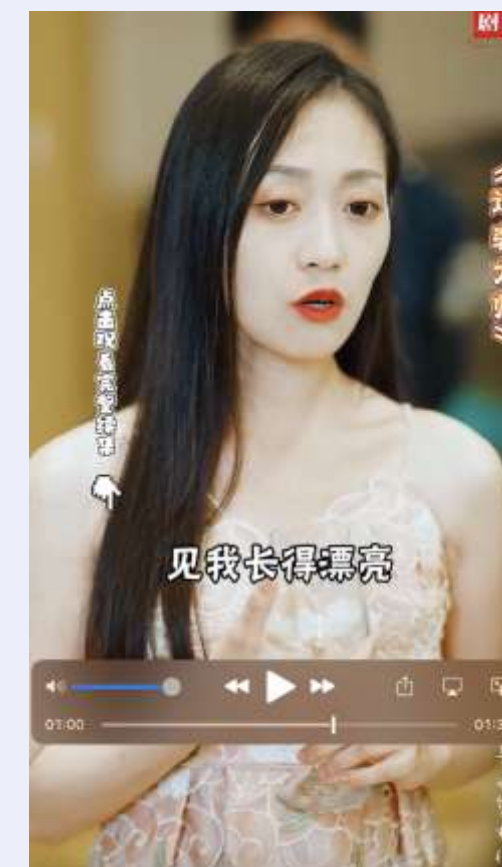
- a. 故事结构相对完整，情节紧凑，设置两次反转，一波三折
- b. 两次反转第一次多为逆向（不利于男主）反转，第二次为正向（利于男主）反转。



女主登场，缓解局势



双方对峙，一触即发



女配挑衅，新的发展

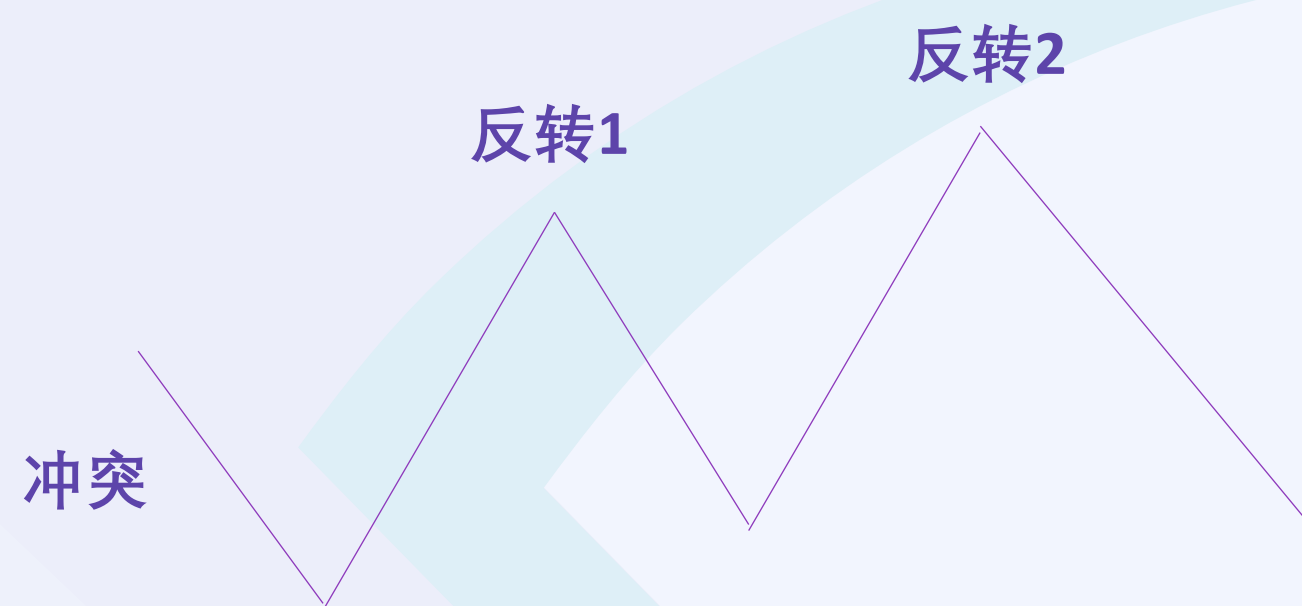


结尾悬念，吸引观看

爆款素材结构C：冲突1-反转1-反转2

Material

视频时长：40s左右



- a. 连续反转，视频节奏快
- b. 多次反转带来更强的情绪冲突

开头 (1-7s)
冲突1-人物对话 (询问)



1/3 (5-10s)
反转1-穷小子形成反转
传递大量信息



2/3 (10-20s)
反转2-女总裁欲求婚穷
小子，再次形成反转



剪辑手法

Montage

精简剧情选段

保留原始情节与对话，精简剧情，加快节奏，突出**主要矛盾**

混剪等二次创作

对短剧进行解构与重构，抓取主要矛盾，增加叙事节奏

a. 选择矛盾集中，有反转的情节

b. 选择有美女/帅哥出场的情节



- 类型：新增旁白/解说/说书、
- 多素材混剪
- 特点：节奏感强、故事生动完整

- 类型：原剧精彩对话 + 音乐素材混剪
- 特点：节奏感强，对话增强氛围感，对话信息量大，简洁精炼

审核要素

Examine

违法暴力镜头

血腥镜头模糊处理

脏话要打码或消音

过度裸露和暗示镜头

侮辱性词汇

错别字及敏感信息

审核红线

规避风险

素材剪辑

拒绝擦边

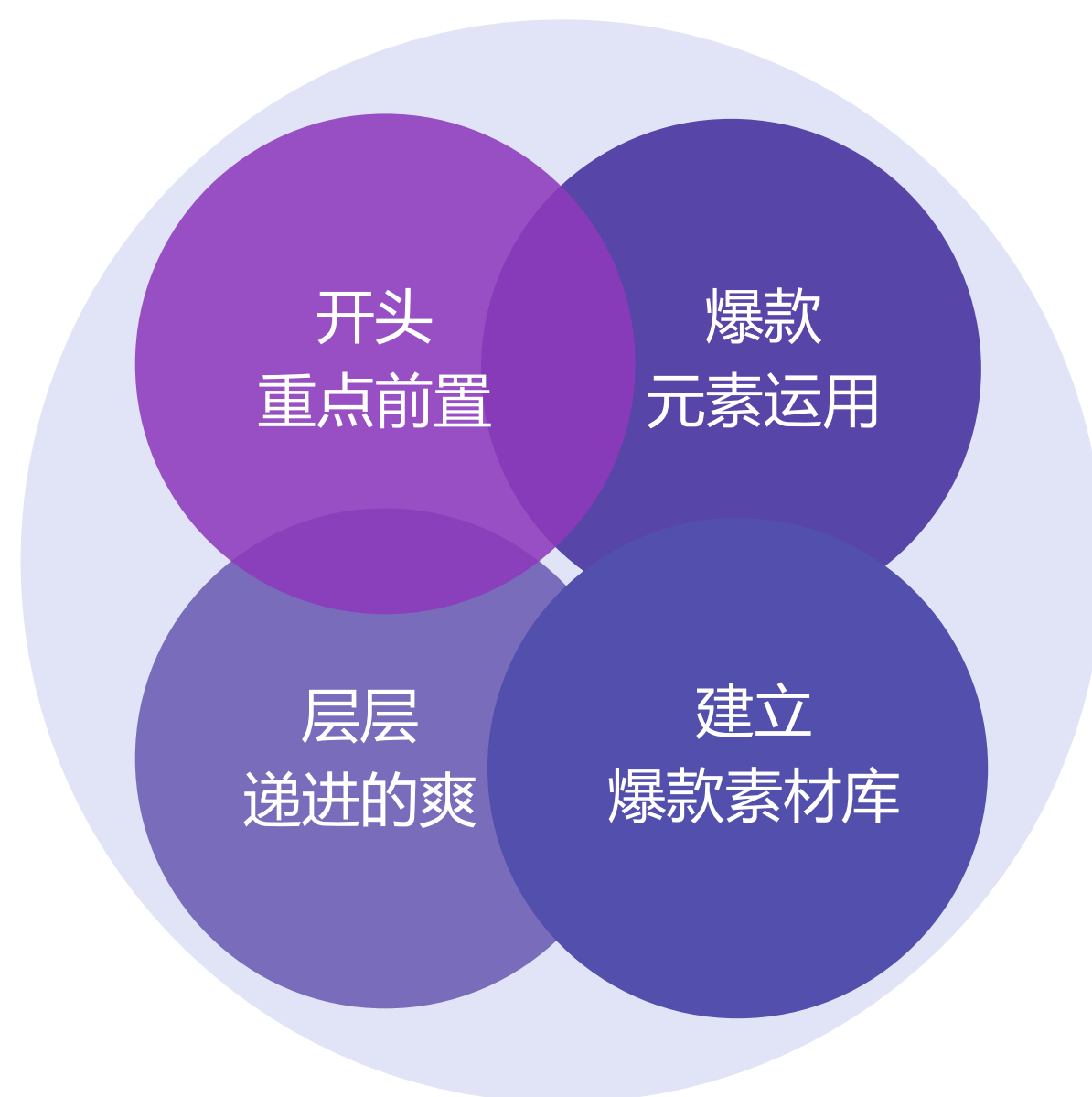
禁

「 让短剧及素材内容健康向上发展，具有更舒适的体验感 」

素材爆量方法论

Methodology

爆款逻辑



爆款形式

采用精华片段混剪和旁白解说的形式

黄金3秒，开局重点前置
用足够的冲击力牢牢抓住观众视线
一般选取冲突事件或危机事件

中间详细展开剧情
剧情/解说片段情绪有足够的爆发力
有虐点、爽点或反转

最后一定要留悬念
用钩子引导观众看全集

效果数据

Data



公域流量

商域流量

外域流量

私域流量