

抖音 × 抖音精选

2024抖音
精选创作

趋势
洞察



目录 CONTENTS

PART 01

人文社科

爆肝创作, 深度解读

P03 — 05

PART 02

科普科技

小题大做, 趣味科普

P07 — 08

PART 03

财经

实用有料, 拒绝无聊

P10 — 11

PART 04

美食

市井烟火, 本地滋味

P13 — 15

PART 05

旅行

镜头向深, 旅行向善

P17 — 19

PART 06

时尚

场景穿搭, 生活秀场

P21 — 22

PART 07

潮流运动

运动搭子, 共享松弛

P24 — 26

PART 08

传统文化

传统焕新, 创意复刻

P28 — 30

PART 09

音乐

鬼才创编, 热梗演绎

P32 — 33

PART 10

艺术

艺术降格, 创意生长

P35 — 37

PART 11

二次元

脑洞不停, 次元焕新

P39 — 41

PART 12

体育

奥运之光, 全民逐浪

P43 — 45

PART 13

生活记录

千面人生, 人间观察

P47 — 49

PART 14

娱乐

剪拾光影, 点亮人间

P51 — 53

PART 15

游戏

花样整活, 技术硬核

P55 — 56



人文社科

爆肝创作，深度解读

爆肝创作，深度解读

450分钟解读《红楼梦》、240分钟解读《白鹿原》……抖音上掀起了以长视频深度解读文学经典的创作浪潮，并且蔓延至历史、哲学等多个领域。用户观看热情也被点燃，对比4-5月均值，6月的30分钟以上视频条均播放量增长超过27倍！7月19日，#抖音超长解读视频到底谁在看 登上抖音热榜TOP1；用户直呼“在线求监督，我要一口气看完”！

450分钟解读 《红楼梦》



播放量 **3.3** 亿+

点赞量 **1255** 万+

240分钟解读 《白鹿原》



播放量 **5900** 万+

点赞量 **110** 万+

24小时探究 30个人生底层问题



播放量 **1.1** 亿+

点赞量 **408** 万+

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表 @一只萧包子

“在我看来，文学并不是高高在上的。大家透过名著，其实是在感受不同的人生，体验自己人生中的另外一种活法。这些文学作品是和我们息息相关的，我们不是名著的旁观者，而是跨越时间和空间的当事人。于是我决定要以一个忠实读者的身份，做细致的名著解读，去还原它的本貌，向大家完整地呈现一本书的力量。”

我把自己的视频总结为‘火车型结构’，开头让观众产生看的兴趣，整体保持一个明朗的节奏状态，每节‘车厢’都要设置惊喜，让大家持续看下去。沉浸感也是这辆‘火车’不可缺少的要素，可以通过道具布置、剧情演绎等方式让观众真正地代入和共鸣。”

一只萧包子	米三汉	东兴苟十三	大问题 Dialectic	杨利辉	木鱼水心	文化遗产 搬运委员会
“结尾真的封神”	“一个开头多了一百万收藏”	“还是有点超前了”	“先收藏好，给我未来的儿子看”	“他下一个视频已经做了大半年了”	“我的抖音都是细糠”	“写小说的素材有了”
						

随时随地存档观看，经典解读是随身“文学电台”

即使无法一口气看完，睡前看、通勤看、做饭看、打游戏听……任何时间碎片都可以利用起来和文学链接！用户纷纷在评论区存档时间轴制作神秘“电子书签”。

收藏了，等打游戏再听，昨天刚听完3个小时的外国和少数民族神话

明天吃午饭看

听完了，每天开车听一点

打开这个视频听解说刷鞋子

这次看了24分钟，下次继续

我是跑步时候听的小说，每次都感觉特别宏大，奇妙，壮丽。这个也听完了，总结得很棒

9月1日17:52开始观看，打卡

先存档，后面两天要坐十多个小时火车

6月 vs 4-5月均值
抖音30分钟以上视频条均收藏增长 **60倍**

捡起曾经的“半途而废”，再次发现经典的价值

很多用户在评论区表示，“很多书读到一半因为看不懂选择放弃，但看完解读之后决定静下心来再次观看”。创作者的深度解读在读者和作者之间架起了沟通的桥梁，《红楼梦》《百年孤独》《三体》等诸多经典再次走进大众的视野。

10万赞爆款内容主要集中在大众知名经典IP解读：

经典文学名著解读

如：
《红楼梦》《聊斋》
《白鹿原》

断代史大事件盘点

如：
唐朝灭亡始末

神话类型专题

如：
中国神话、全球神话体系

畅销小说梗概

如：
《三体》《盗墓笔记》

哲学家盘点

如：
12位顶级哲学家

往往第一遍看书只会走马观花看个情节，而现在有了这类型的讲解视频，在看书时就会有更多的感悟和理解，更能品味作者的文笔等，同时还能了解作者的创作背景，太好了

22年考生复习《红楼梦》了

看完了，有空看看原著

《道德经》已经完整听了两遍，开拓思想！庄子马上听完

创作方法

标题时长

- 客观呈现，不过度夸大：标题引子和实际内容对应，表述真实

开头

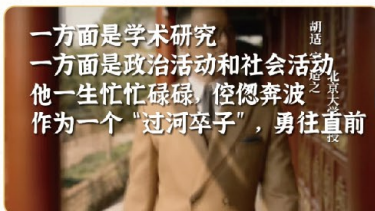
- 超高价值与大众吸引力强的IP：1.独家内容，全网稀有；2.内容专业，信息量大；3.强调IP的高内容价值
- 小众IP：设问、看点类片头

文本

- 结构清晰：条理清晰，解读有深度，价值高
450分钟解读《红楼梦》：体系化梳理原著情节、持续结合个人观点品评故事和人物
- 专业过硬，观点深度：材料扎实，解读专业，旁征博引，有延伸观点解读，讲故事的同时也能结合历史文化背景进行跨领域输出，信息量较大
55分钟深度解读《百年孤独》：魔幻拉美 - 作家童年 - 作品背景 - 人名解析 - 作品解读
- 情感充沛：结合个人经历，有温度，有共鸣

画面及配音

- 引用素材高清、画面与内容极致对应
- 有一定原创性加工，信息增量丰富

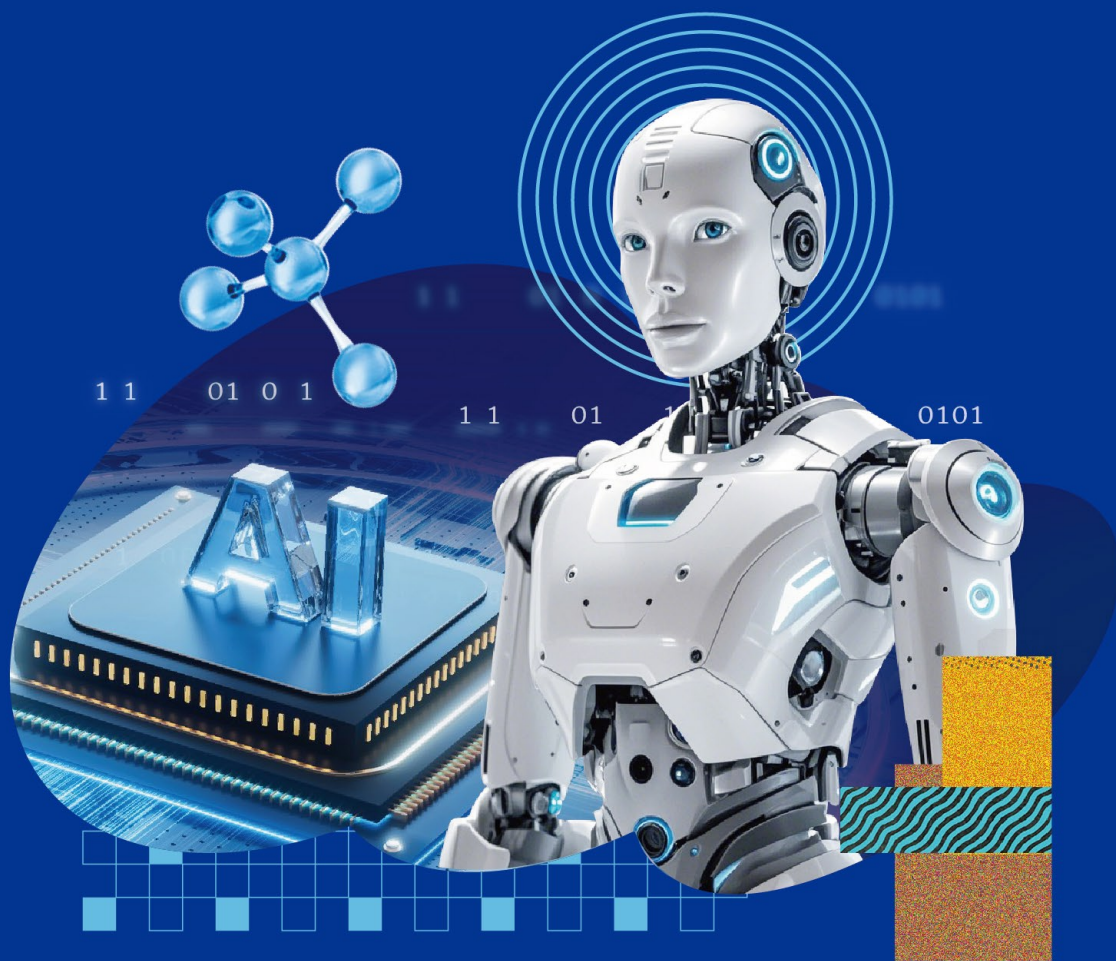


- 真人出镜的布景美观大方，高质量画风



- 作者本人人口播配音，声音清晰入耳，讲述舒适生动，情感充沛，体现人格化





科普科技

小题大做，趣味科普

小题大做，趣味科普

“蓝莓是唯一的蓝色水果”“用魔法棒关灯”“以侦探故事讲述牛顿”……许多很少被思考的现象、曾被认为需要魔法才能解决的问题、不曾深入了解的科学巨匠……在列公式、讲理论、做道具、说故事等多样的内容之下，以严谨的论证和轻松有趣的方式被呈现。用户在评论区纷纷艾特好友来学习，直呼“魔法的尽头居然是科学”！



播放量 **1400**万+
点赞量 **52**万+



播放量 **8400**万+
点赞量 **416**万+



播放量 **5500**万+
点赞量 **300**万+

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表 @毕导

“我希望通过我的视频告诉大家，书本上的公式原理，就鲜活地躺在你的生活中。所以我的选题，都来自于生活中的某个小现象。比如，蓝莓为什么是蓝色？冷水和热水为什么听起来不一样？石头剪刀布怎么能赢？……我的很多选题灵感，是刷抖音刷出来的。”

切入点可以脑洞大开，但科学本身是严肃和严谨的事情。做科普视频，言之有物很重要。所以在内容制作过程中，我会为了找到理论支撑，去翻阅各种国内外文献和最新研究趋势，还会穿上白大褂，走进实验室，通过各种生动的实验带用户一探究竟。”

毕导	小狮日记	迷因水母	这不科学啊	科学认识论	热爱干饭饭饭
“你们整天就钻研这些好玩的东西吗”	“这该死的理科男的浪漫”	“不敢想象拍成电影票房有多高”	“深藏不露啊，实力这么强吗？”	“真的知识量太多了”	“地理是什么神秘学分支吗”

越来越关注“放在桌角边的科学”

“1除以0等于多少”“雨天如何不湿鞋”“如何煮饺子秀翻全家”……这些日常生活中的稀有现象、小难题、小挫折，打开了用户对生活进行重新观察的视角，也让用户更理解了“科学不在别处，科学就在身边”。

18.8亿次

#生活小知识 播放量

1.6亿次

#分享生活小知识 播放量

5.2亿次

#百姓生活小知识 播放量

6.4亿次

#生活科普 播放量

4.5亿次

#生活中的科学 播放量

你喜欢的蓝莓，其实也可以做成酸碱指示剂

在抖音，你甚至可以学拉完美便便

原来这就是知识的力量

第一次感受到理科生的知识在生活中运用的这么炸裂

没想到这玩意儿还能发paper

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

结伴式学习，知识是会传染的

在科普科技知识评论区，两种现象尤其明显，一是艾特好友来一起学习知识点，二是一个问题科普激发N个提问和N次方个互助式回答。不仅可以无痛记住知识点，学习的快乐还出现人传人现象！

95.2亿次

#一起学习一起进步 播放量

82.2亿次

#一起学习 播放量

29.7亿次

#一起涨知识 播放量

7.0亿次

#一起学习一起成长 播放量

4.8亿次

#一起长知识 播放量

1.3亿次

#学习搭子 播放量

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

大学学什么专业能学到这些好有意思

我有问题问 为什么在屋外太阳晒久了进屋里会变黑

这是透明水瓶底的影子，是焦散吗

小姨妈，快看过年我就表演这个

打羽毛球的时候，羽毛球是怎么……掉头的？

创作方法

科研式

• 论文体 (重表达风格)

运用学术论文的语言风格来表述生活化的主题和内容，给常见词汇赋予浓郁的科研风格：包括论文风的主题、封面、中英文文献截图、文献综述等。

• 图表体 (重表达形式)

通过科研风的视觉，强化科研画风与生活化选题的割裂和反差感：包括曲线图、柱状图、饼状图、中英文字幕、参考文献等研究分析的形式。

• 科研场景体 (重临场氛围感)

常见科研场景下塑造科研式的人物特色，风格鲜明：例如大学实验室、田野调查等场景，以及白大褂等典型服饰。

趣讲

• 辩论型 (重文本思辨与互动)

运用观点相反的文献，通过文本辩论的形式，左右互搏，层层递进，引导用户的思辨与互相交流。

• 剧情型 (重在情绪感染力)

不论是真实记录，还是剧情演绎，重点均在情绪感染力。在真实记录中强化热血与热爱，在剧情演绎中强化理工人眼中的世界。

• 动画型 (重在情绪具像化)

用动画的形式消解科学知识的枯燥乏味感，赋予研究主体更拟人化的情绪。用简易动画可以避免真人表达的尴尬，更好地呈现有趣的情绪。

日常生活现象

典型选题一：司空见惯→大有学问 (惊喜感)

司空见惯——普适性：

选取涉及泛人群，与用户息息相关，有强烈表达欲和求知欲的选题。

大有学问——独特性：

有知识，并且与认知有强烈反差感、疑惑感的选题。

反差感体现在知识真相与用户认知的层面。

典型选题二：不明觉厉→原来如此 (收获感)

不明觉厉的内容往往具备怪异属性，因此更容易引起用户求知欲，也更容易带动热度增长。

其反差感体现在生活现象本身的反常识。



财经

实用有料，拒绝无聊

实用有料，拒绝无聊

“汇率波动的底层逻辑”“韩国背后的三星财阀”“养猪企业集体翻车”“非法集资”……看似离我们很远，但又与我们息息相关的财经知识，被深入浅出地生动呈现，“无痛学习”达成了；用户直呼“每一集都很有含金量”！

韩国背后的三星财阀



播放量 **3390**万+
点赞量 **72**万+

养猪企业为何集体翻车



播放量 **720**万+
点赞量 **8.4**万+

非法集资，如何避坑？



播放量 **110**万+
点赞量 **12**万+

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表 @小Lin说

“了解商业对于我们了解社会很关键，经济学也是一面看世界的镜子。而且商业和我们的日常生活息息相关，比如国家政策、投资理财、贷款利率等等，每一项都关系到我们每个人的口袋。”

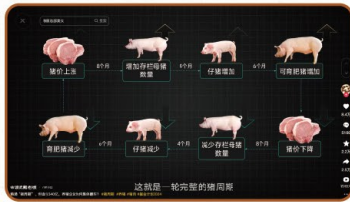
但是多数财经新闻虽然有用，却很难懂。所以如何把有用和有趣结合，是我做视频时会考虑的关键点，我想做的是让‘商业财经不无聊’。

我希望继续在抖音，把自己所了解的经济学背后的底层逻辑分享给大家，用通俗易懂的语言让非金融、非财经专业的人们更好地了解相关知识，更好地理解日常发生在我们身边的经济大小事，突破自己的信息茧房和认知边界，带着财经的视角不断了解和探索世界。”

小Lin说	硬核的半佛仙人	饭统戴老板	硅谷101陈茜	小A学财经
“每一集都很有含金量”	“半佛老师，人间清醒大明白啊！”	“你这要是做成PPT真的好牛，能不能付费下载”	“硅谷101出品必是精品”	“没有难赚的钱，只有思想和眼界的高低”

深入浅出，专业知识变得更容易理解

不局限于输出理论知识，许多优质财经内容以“讲清底层逻辑和前因后果、加案例、讲故事、画图谱、玩梗”等形式打破术语晦涩难懂的专业门槛，把干货揉碎，以有趣的呈现形式和风趣的语言表达把知识分享出来。这届观众的精神食粮属实是“吃得太好了”！用户不仅纷纷评论内容有趣、有用，还要以财经长视频“下饭”。



看你的视频，比看电影有趣多了

头好痒！感觉在长脑子啦！

看的我想做笔记

长视频太爽啦

先收藏，吃饭的时候看

越来越多专家下场，分享简单但有用的专业知识

经济学家、智库专家、知名院校教授……截止2024年8月已有数十位权威专家纷纷在抖音“触电”，观众评论区积极向“老师”学习知识点！

代表作者

姚洋
北大国发院经济学教授

靳卫萍老师
清华大学社科学院经济所副教授

文森教授
中国人民大学财政金融学院教授



创作方法

当节奏大师，让内容更有趣 代表作者：半佛

三个规则：

- 东西要有趣
- 内容逻辑要简单清晰
- 要给出明确的观点，不要做新闻和热点的复读机

两个问题：

- 第一，你的核心逻辑是什么？如何用一句话来讲透你的视频？
- 第二，这期视频，你打算选择一种什么样的情绪？要定情绪基调

三段一梗，循环递进，把之前铺垫的逻辑和情绪引爆

- 每三段话一个段子、一个反转，或一个夸张的比喻
- 3-4个段子后，第五个段子callback，勾起来一个整段子

段子，也可以是悲伤的话语、有冲击性的金句，甚至毒舌的评价，对应“喜、怒、忧、思、悲、恐、惊”七种情绪

找硬核素材，让内容更深度 代表作者：饭统戴老板

“3-3分类”理解内容框架

- 三大类选题：宏观经济、中观产业、微观企业/人物

- 三条线：时间线、特征线、逻辑线

时间线：梳理发展脉络

特征线：依据不同对象的不同特征做分类

如宏观指标中CPI、PPI的核心权重构成是什么、科技行业中EUV和DUV光刻技术的原理区别、生猪养殖龙头牧原股份成本端核心跟踪指标等

逻辑线：做变化归因的梳理

如阶段趋势、矛盾冲突、数据突变的原因

6大素材搜集方法

六大类素材：数据、研报、财报、论文、书籍、深度报道

- 数据：wind、choice等金融终端
- 研报：统计局或者相关部门官网、券商研究所公众号
- 论文：知网，通过文献综述“顺藤摸瓜”找到更丰富的素材
- 书籍：借助目录、电子书可以检索关键词



美食

市井烟火，本地滋味

市井烟火，本地滋味

从淄博烧烤到天水麻辣烫再到云南见手青，越来越独特的城市本土风味被挖掘。跟着乌啦啦全国乱窜，众多本地馆子被挖掘；外国友人老王与基本佑利打卡路边小摊，也表明着中国胃觉醒；电子榨菜、美食搭子也持续着陪伴大家，有高文麒跟大家聊聊美食背后特有的故事渊源，透过美食感受城市的市井烟火。



播放量 **120万+**
点赞量 **2.5万+**



播放量 **1000万+**
点赞量 **29.3万+**



播放量 **1600万+**
点赞量 **22万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说 @高文麒（跟着老高吃东西）

“一开始做视频的时候，我其实不太相信有人会喜欢看一个60岁老头吃饭，后来发现，他们不是单纯喜欢看老高吃饭，是喜欢听老高跟他们唠嗑。唠嗑我为了文化丛书编撰，全国四处采风吃喝的经历，还有一些从饮食延展开来的历史和人文，所以才会有这么多观众把老高的视频当作电子榨菜，拿来下饭。”

我是一个典型水瓶座，一生兴之所至爱自由，只要是我觉得有意思、没做过、想去做的事都会去尝试一下。这些年，我一直过着走南闯北的生活。一开始，是因为从斯坦福毕业之后在企业里上班太无聊了，那时候就喜欢周末买张机票飞去长沙、西安等城市过个周末再回来上班，非常有趣。后来我开始写《文化中国》、《魅力城市》这些系列书籍，为了收集资料，我就从南到北、从东到西，在全国各地跑。兜了一圈下来，亲身积累了很多见闻，尤其是关于吃的。”

作者代表

跟着老高吃东西	乌啦啦	真探唐仁杰	老王在中国	安秋金	小白小磊小天才	壹东古董食堂	农漂女青年
“跟着老高吃吃吃”	“天呐!!!乌啦啦好会找!!!这家包子真的很好吃!!!从小吃到大!!!”	“确实好吃,终于探到鸡火丝了”	“好饿,看着你吃我都饿”	“我想坐在你边上吃刚出锅的!带气的!”	“这是艺术,不是马卡龙”	“看到这个视频就想到小时候看的西游记,特别的上瘾”	“我就喜欢这种像动画片一样的视频”

吃货眼里的本地“滋味”

民以食为天,美食是每个人每天的课题,不同地方的美食承载不同的文化,也承载了人们对故乡深切的思念。用朴实且真挚的描述:“省饭就是每一个回到故乡的人第一口最想吃的东西”。#我为家乡美食扛大旗 话题播放量超**9.6亿次**(截止2024年8月),各地文旅纷纷上分美食,淄博、天水纷纷出击,开启美食争霸赛,举手争当#省饭课代表。

【抖音】部分省份“省饭”食物代表

省/直辖市	广东省	浙江省	山东省	江苏省	河南省	四川省	河北省	山西省	福建省	湖北省
“省饭”食物	江门冬瓜盅	新昌锅拉头	壮馍	高邮馄饨	凉粉	四川火锅	鸡蛋布袋	炒饺子	酒香插蛭	安陆鳝鱼粉

此外,运河边的“水系”美食,传承地道。今年6月,高邮咸鸭蛋播放量环比增长**148%**,淮南牛肉汤播放量超**5100万**,沧州火锅鸡播放量超**690万**。大运河“水系”美食给抖音美食创作者带来了灵感,沿着运河“水系”美食的创作也在平台发生:

创作灵感趋势1

探寻地道,像本地人一样“沿河而居”去创作

@蒜汉三 打卡了“宿州”这座因运河而兴的城市,他像当地人一样品尝了宿州当地的地道美食,感受真实人间烟火气和饭张力。



创作灵感趋势2

“爆改”老菜,食材也有OOTD

@马壮实 将湖州的传统美食生炝进行了颠覆性的创新。



中国胃觉醒，开启中外美食大交流

近期，来华老外举着奶茶笑称“City不City~”，从此“City不City~”梗火遍全网，老外打卡好吃又便宜的中国美食爆款内容频出，甚至有融入川渝的老外吃得比中国人还地道。

除此之外，留学生们也把中国味道分享给大家，冰糖葫芦、锅包肉、粽子受到大家喜爱。中国餐饮品牌（海底捞/霸王茶姬/杨国福）也展露国外美食街头，也出现一批专门带老外打卡中国美食的海外华人博主。

「外国食物本土化玩梗」也成为趋势。随着外来食物融入及本土口味崛起，用户自发流行起外国食物替代玩梗，例如#中国人有自己的沙拉、#化州牛杂是广东人自己的omakase、#酸梅汤是中国人的冰美式 刷屏抖音热榜。

#咱中国人有自己的沙拉

话题播放量 **1.4** 亿次

#化州牛杂是广东人自己的omakase

话题播放量 **81.2** 万次

#酸梅汤是中国人的冰美式

话题播放量 **9780** 万次

创作方法

类别	标杆作者	流派描述	创作方法
微缩龙吟料理 “成年人的迷你厨房”	@朱较瘦	“小饭大做”，兼具脑洞与技术，闯出美食制作的独特赛道	<ul style="list-style-type: none"> 账号定位独到，创作内容切题，全方位形塑个人特色 选题脑洞大开，看见美食中的不一样 内容创作中设置记忆锚点，塑造全面的个人特质
舌尖上的艺术雕塑 “美食大厨闯进艺术赛道”	@小白小磊小天才	把食物玩成一件艺术品，将艺术与烟火气美食结合	<ul style="list-style-type: none"> 万物皆可IP化，选题融合视觉审美与技术实力 将艺术融入到美食制作，充分展现技术实力，在美食中审美 视觉呈现干净整洁，营造生活感
定格动画美食大片 “厨房里发生的魔法”	@农漂女青年	巧妙运用定格动画，呈现食材自己变成美食的神奇魔法	<ul style="list-style-type: none"> 融合动画等创新制作方式，打造账号记忆点 内容富有故事性与观赏性 在美食媒介中创新引入影视风格，开拓美食制作的不同呈现方式
跨文化美食交流 “无国界的美食语言”	@老王在中国	跨文化视角下的全球美食探险，在中西方美食的交流中碰撞火花	<ul style="list-style-type: none"> 账号定位清晰，放大创作者跨文化身份的个人特色 外国人深入中国烟火气小摊，穿街走巷，寻味中国地道美食 跨文化视角挖掘在地文化，借外国友人的眼睛，以陌生化的视角再看中国
历史文化美食 “人人都是知‘食’分子”	高文麒 (@跟着老高吃东西)	品尝舌尖盛宴更是在品味文化意蕴	<ul style="list-style-type: none"> 账号定位明确，找准方向深挖创作内容，加深观众记忆点 巧妙破题，「起承转合」层层递进，塑造内容的连贯性 视觉强化，打造融合美感和吸引力的高颜值高食欲封面 增加美食知识储备，磨炼语言文字功底，好的文字表达能直戳人心



旅行

镜头向深，旅行向善

镜头向深，旅行向善

人们跟随灵魂旅人出发，探寻另一片空间的自由与美好，也不遗余力的寻找烟火气息更浓的小城。@北海漂流记 让大家看到动人的旅居故事，纸巾爷爷一句“我们必须得好好利用这一生”让亿万网友泪目，与@皮皮在蓝色星球 一起，“想做就去做”，与世界分享明媚与自由。

下一个宝藏小城在抖音爆火，打开不走寻常路的旅行目的地：今年8月，小城市在抖音的搜索指数同比增长87.18%、#为中国小城市上分 播放量超13.3亿次（截止2024.08.31）。@羊毛月 小城市机票盲盒系列内容引发各大文旅现身上分，用户表示“我家这么冷门的小城市，居然都被你发现了”。

北海在大马士革
记录生活瞬间



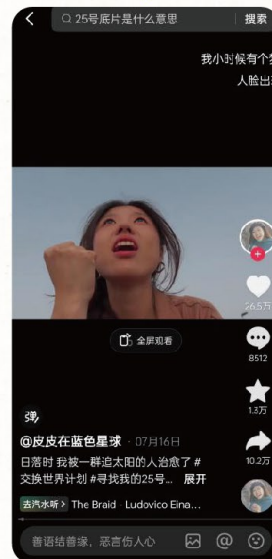
播放量 **1.5亿+**
点赞量 **310万+**

阿园去武当山
体验修仙



播放量 **610万+**
点赞量 **20万+**

皮皮在蓝色星球
种太阳



播放量 **420万+**
点赞量 **26万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说：@北海流浪记

“于我而言，旅行是一件美好的事情，旅行也是一种冒险。我相信只要真诚用心地去感受旅行中的所见所闻，对事物保持好奇，用心去记录，同时还保有自己的特色和风格，一定会有收获！”

“不会刻意拍摄苦难，用心用爱去记录生活瞬间，将治愈能量传递给观众，愿我们都能“好好的利用这一生”

作者代表

北海流浪记	韩船长漂流记	阿园的逃跑计划	羊毛月	皮皮在蓝色星球	野生鱼儿
“最让我感动的是，每一期的最后一个镜头都是仰望天空，和平鸽飞过！北海的内心太善良，太温柔了~愿世界永远和平，大马士革的玫瑰快些绽放！”	“不得不说船长是真猛啊”	“这就是最平凡的中国人民，朴素大方”	“感谢你用这么细腻的文字来描绘青海的土地”	“好美像电影的画面，艺术来源于生活，这就是发现美的感觉”	“阿拉尔这么小众的地方你都去了，我承认你是真的很牛”
					

人潮涌进市井深处

“我理想的旅行体验是骑个自行车在城市里漫游。”

从在景区人挤人到真正走进目的地、细看不同文化的市井人文。越来越小众的城市生活方式被挖掘，吃本地美食、体验本地人的放松生活，甚至是去小城非遗博物馆看历史，人们在评论区中种草吃喝玩乐攻略，寻找市井烟火气。抖音旅行创作者们作为旅行目的地种草人，也将发掘的宝藏小城分享给大家。

去大凉山，感受火壶和打铁花的震撼



播放量 **2200万+**

点赞量 **157万+**

去威海，感受极致的浪漫



播放量 **1500万+**

点赞量 **85万+**

去大同，体验黑神话悟空的震撼



播放量 **49万+**

点赞量 **3.0万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

跟随人生玩家，开启自己的任意门

跟随旅行的人生玩家们，开启#交换世界计划~ 追随@野生鱼儿的步伐，我们看她用真诚的镜头语言记录她与世界过招，看她背包独行17国，带着镜头走遍世界。看@皮皮在蓝色星球 种太阳，为世界添一份明媚，看她在旅途当地人相处的画面，与当地人聊天，共鸣新西兰的波澜不惊，为巴黎的浪漫爱情触动，在冰岛寻找到孤独与自我.....也追随@北海流浪记 与@韩船长漂流记 的记录，打开探索世界的多种视角。

#交换世界计划 话题播放量 **15.4**亿次

#别浪费了人生这张门票 话题播放量 **533.9**亿次



创作方法：

@北海流浪记

类型 | 灵魂旅人

- 做视频首先要真诚，以高度敏感的心理去共情人和事，时刻保有好奇心
- 我奉行“像当地人一样生活”的旅行方式，到一个地方之后交一些当地朋友，和他们有更多交流，所有拍摄的人物都是偶然遇到的
- 不会刻意拍摄苦难，用心用爱去记录生活瞬间，将治愈能量传递给观众

@曹九_Akira

类型 | 指路人

- 啊一秒60帧的拍摄手法，带给观众更流畅的视觉体验
 - 利用逆光镜头捕捉烟火气场景，带给观众临场氛围感。
- @白菜根难吃
- 整理当地人和游客提供的信息，结合自己的实际旅行经验，丰富“地图”内容
 - 地图搭配景点图片，配合动态的展开方式，打造特色的旅行路书版city guide

@ahua

类型 | 旅行导演

- 巧用物品翻转作为转场衔接，配合画面快切，带起旅行出发的情绪
- 利用画面与bgm的卡点衔接，挑动用户向往开启旅行的期待情绪，让视频成为用户内心期盼的承载与共鸣

@野生鱼儿

类型 | 人生玩家

- 告别完美叙事，记录真实与自然
- 用阳光晚霞作拍摄的滤镜，直面镜头表达真实的情绪。
- 用音乐传递感受，让旋律带动情绪
- 摇滚、民谣、流行、小众，用不拘一格的BGM讲述旅途心情。
- 镜头里鲜活的自己，屏幕前真诚的表达
- 开怀大笑与怼脸碎碎念，朋友式分享让真诚透过镜头传递。

@酒仙夫妇Jack&Paige

类型 | 外国旅者

- 具有真实感的旅行vlog，用最直观的视角表达作者的真实感受
- 外国人游中国vlog，不断突破自己脑海里的中国刻板印象，发出真香言论
- 结合144等时下热门趋势，选题上更贴合「外国人的中国初体验」





时尚

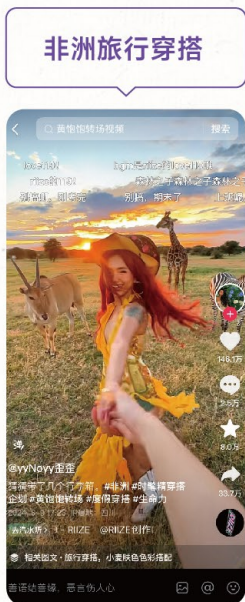
场景穿搭，生活秀场

场景穿搭，生活秀场

时尚越来越贴近生活。职场通勤、日常出街、旅行、运动、聚会，甚至买手店穿搭、不同MBTI穿搭.....生活中的任何场景都可以成为时尚的舞台。充满生活场景感的优质时尚内容一直受到用户喜爱，如今更成为潮流。每一次盛装，都是对当下场景的美好回应，用户直呼“真的好有生命力”！



播放量 **4900万+**
点赞量 **116万+**



播放量 **2600万+**
点赞量 **146万+**



播放量 **40万+**
点赞量 **2.4万+**

数据来源: 抖音, 截止2024年8月31日

作者代表 @余三火

“我认为‘时尚不是遥不可及的高奢限定，而是你触手可及的身体表达’。于是我开始了自己的时尚分享，用简单的单品复刻杂志封面、解构奢侈品大片、提供穿搭灵感，把融入生活的时尚展现给大家。

有时候，我的视频也不彰显单品，而是用联想的方式让大家看到穿搭氛围，通过氛围感的营造，让大家沉浸到穿搭所延伸的‘生活方式’里。

时尚从来不是少数人的舞台，而是让大家更舒适自信的自我表达。”

余三火	yyNoyy歪歪	阿蛋黄婧	原生高钙
“我想知道视频里的每一套穿搭”	“好喜欢这个场景！真的好有生命力！好治愈”	“感觉我要见证一个超模诞生了”	“满屏的生命力和张力”

多样场景，多元审美，多种时尚表达

穿搭是自我表达的艺术，而风格则是无需言语的表达方式。多样化的场景，有多元的风格演绎；而即使是相同的场景，不同的审美也造就诸多个性化的时尚表达。薄荷曼波穿搭、丁达尔穿搭、莫奈花园穿搭、格里克复古穿搭……用户对多元审美和不同时尚风格的接受度越来越高！

#健身穿搭 播放量 **223.0** 亿次

#街拍穿搭 播放量 **105.9** 亿次

#日常穿搭 播放量 **84.5** 亿次

#约会穿搭 播放量 **82.4** 亿次

#户外穿搭 播放量 **82.0** 亿次

#出游穿搭 播放量 **75.6** 亿次

#用莫奈花园诠释夏天 播放量 **7.1** 亿次

#莫奈花园风夏日穿搭 播放量 **6.8** 亿次

#格里克复古运动风 播放量 **2.2** 亿次

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

懂得在什么场合穿什么样的衣服，这不仅是在衣品的体现，是对人对事基本的态度，是一个“品格”的输出。

要拒绝一味的幼态审美，支持审美多元化

我天呢真的都各有各的美
完全不会审美疲劳

你可以选择成为你想要的样子



生活里的时尚，人人都可以追求时尚

场景穿搭让时尚更加触手可及；基于场景穿搭，叠加个人特质和风格，只需要运用时尚穿搭基础法则，人人都可以成为日常时髦精。数千万用户在抖音分享自己的OOTD，也分享五光十色的生活。

2024年1-8月，OOTD相关话题 投稿人数 **1200** 万+，播放量 **~1500** 亿

#男生穿搭 播放量 **866.4** 亿次

#情侣穿搭 播放量 **139.7** 亿次

#潮童穿搭 播放量 **133.1** 亿次

#小个子穿搭 播放量 **923.8** 亿次

#微胖穿搭 播放量 **586.9** 亿次

#孕期穿搭 播放量 **124.4** 亿次

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作方法 —— 主题性穿搭展示

爆款内容形式

每期视频提炼出一个具体的主题，服装围绕同一主题做上身展示。

爆款公式：主题提炼+有记忆点的BGM+流行选品+独特展现形式

- 主题上，符合场景感（如通勤穿搭）、话题度（如知名IP）、风格性（如城市流浪风）、流行趋势（如球衣）、反常规（如反季节）等其中一项。如：盒子耶的反季节穿搭（主题反常规）、Acdemand的大女主穿搭（流行趋势）

- 展示方式上，展示形式另类或有创新。如：奥黛丽好笨的高跟鞋穿搭（另类展示方式）、一条辣cc的职场穿搭（穿搭展示加入舞蹈）

放大效果手段

展示、测评、趋势、观点等作为穿搭的基础内容方向，每年爆款逻辑都类似，只是迭代新趋势、增加新形式，即：**穿搭基础内容+新时尚趋势+X**（X可以是新的展示方式/BGM/观点/选品/话术等增加视频噱头和看点的形式）

因此，除流行趋势的挖掘外，还可扩充对站内外热梗、BGM、热点、用户消费习惯等方向的挖掘，创新内容形式。



潮流运动

运动搭子，共享松弛

运动搭子，共享松弛

如今，运动的意义远不止强身健体。分泌多巴胺的快乐一刻、忙碌生活中的短暂逃离、和志同道合的朋友一起运动的燃情瞬间……越来越多自由松弛的户外运动被大众喜爱。跑步、骑行、滑板……抖音上有亿用户在分享自己的运动日常。在用户眼里，“忙碌的生活中，沉浸户外和运动不是消耗，而是快速充电。”

骑行的乐趣



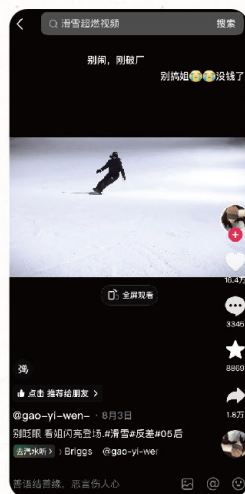
播放量 **2100万+**
点赞量 **24万+**

跑步的治愈



播放量 **110万+**
点赞量 **1.3万+**

滑雪的炫酷



播放量 **210万+**
点赞量 **16万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表

@张京坤

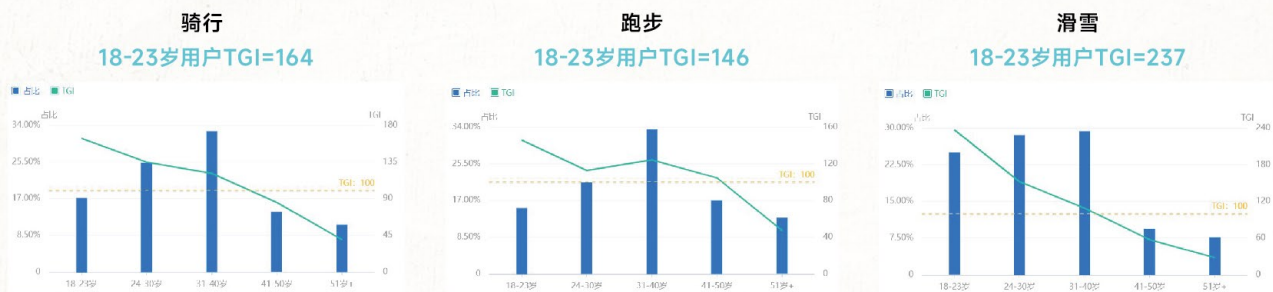
“骑行中很多对生活的体会，对于骑行这个运动的一些收获，我会把它变成一些励志的故事和一些值得分享的东西给分享出去。整体是围绕自我成长的视角，带着用户一起成长。”

骑自行车的小伙伴们都是热情的、阳光的、乐于分享的。希望大家能够把自己骑行的瞬间分享给更多人，希望有更多人通过你的分享加入到自行车运动中来。我相信，当你分享出来，一定会收获更多的认同感。”

张京坤	蜗牛PXJ	比利白	爱跑步的李老师	游不动的小明
“哥 你为啥可以骑得这么丝滑”	“蜗牛=哇 牛啊！”	“受益匪浅 更激励自己要stick in这项运动 投入百分百热爱”	“你让我知道跑步不是拼鞋子，而是拼自己”	“由内而外的自信和生气让他闪闪发光”

在运动中享受阳光、激情、年轻

奔跑、跳跃、挥洒汗水……每一个动作都满是运动者的热爱。潮流运动内容评论区，也常看到用户被内容中所呈现的阳光和激情感染。而运动中所展现的年轻姿态，也同样吸引了大批年轻用户的注意力，无论是骑行、跑步还是滑雪，年轻用户都呈现出更明显的偏好。



数据来源：巨量算数-算数指数，2024年8月

数据说明：TGI=该运动用户占比/抖音整体用户占比*100，基准值100，数值越大说明较整体人群特征更明显

短短的20秒 比我一生都要精彩

这才是热烈的青春啊

像风一样自由

我的梦中搭子——一起健身、游泳、跑步、骑行

有人知道这是哪个博主吗，太燃了

给我一辆自行车，我现在强的可怕

阳光 奔放 自信 美丽

又想去跑步去了

运动社交化，独乐乐不如众乐乐

一群人能走得更远。找到志同道合的伙伴，一起勇往直前，一起分享运动的快乐。

跑团、骑行俱乐部……越来越多运动俱乐部在抖音进行经营。

200+个跑团在抖音

「抖音开跑计划」线下跑步活动

1500+场

140+个骑行俱乐部在抖音

「抖音骑遇季」线下骑行活动

1100+场



数据来源：抖音，截止2024年8月

霍营精英跑团

马上跑

南京花少跑团

晓跑团

WeExplore跑团

SuperPace Runners

北京奥森跑团

龙缘铁人

熊猫跑团

DarkRunners跑团

北京滨水爱跑俱乐部

北京和谐跑团

北京希跑团

卢湾跑团

酷跑团

厦门阳光跑团

上海up跑团

武汉第一跑团

武汉星辰100跑团

无锡九里河乐跑团

南京疯跑团

北京蜗牛车队

成都B&C车队

天津KOM骑行俱乐部

北京佛系折叠车队

北京灵魂骑行Soul Ride Club

北京慢慢骑小队

东莞非机动车休闲运动小队

北京骑行上班俱乐部

温州星辰骑行俱乐部

温州斯塔骑行俱乐部

北京久赋子俱乐部

北京花young俱乐部

成都自由风俱乐部

哈尔滨小白菜骑行俱乐部

南昌小白群

天津筷子车队

大湾区骑行俱乐部

北京骑麟Club

杭州入梦骑行咖

酒嘉双轮驱动战队

天津骠骑营

成都蜀道山俱乐部

007上海骑行

ACC凯旋门骑行小粉队

河北追风俱乐部

北京骑早贪黑俱乐部

南京江北NJC骑行俱乐部

创作方法

日常记录 创作公式: 好看的画面 + 适配的BGM + 亮点 (正面积极的文案 / 有趣的故事 / 有吸引力的人设)

运动 × “鸡汤”文案

通过挖掘现代年轻女性对生活的痛点进行放大, 比如向往自由、财富自由、松弛感、自信、爱生活、健康积极生活状态、配合积极向上的文案, 激发用户对内容互动消费

反差感人设

通过对个人形象、性格进行特点放大, 比如: 爱冒险的时尚运动宝妈、爱运动的可爱无厘头酷girl, 通过人物反差感, 调动用户对作者人设的好奇心, 吸引潜在用户转粉持续关注

讲故事 + 系列感

用vlog的视角讲故事, 多赛道内容主题组合 (旅行+运动、女性力量、户外运动、装备分享)

经验分享 内容方向参考: 赛事分享、干货知识科普、装备测评&tips、路线分享

知识

- 预告价值: 开头快速提供内容价值点
- 信息罗列: 1、通过实际操作+重点干货信息节点展示; 2、分步骤讲解
- 总结要点: 结尾加深信息点的刻画, 增加用户的记忆点

攻略 - 装备购买

- 重点: 开头有痛点, 人群要细分
- 公式: 痛点+对应人群+几步法 (步骤分解实操)





传统文化

传统焕新，创意复刻

传统焕新，创意复刻

传统文化不仅仅是传承人之间心口相传的珍宝：过去一年，抖音上也涌现了越来越多的传统文化创作者，他们用炫目特效展示国粹，以精美复刻传递传统文化的魅力，亲自探访、记录非遗传承人背后的故事，拿老手艺创造新的工艺品等等。这些多元的传播方式，加上传统文化本身绚烂的魅力和厚重的故事，传统文化在抖音正在迎来崭新的一页，有了更多出圈的可能性，愈发焕发光彩。

60秒了解
北京中轴线



播放量 **1100万+**
点赞量 **40万+**

5分钟感受
民间绝技“火壶”



播放量 **1.3亿+**
点赞量 **644万+**

8分钟挑战
吉尼斯世界纪录



播放量 **4200万+**
点赞量 **174万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说：@国翠儿

“「国翠儿」创立的初衷是，把深奥的、晦涩难懂的传统文化，以简单有趣的方式科普出去。让大家愿意去了解传统文化，然后真正地爱上传统文化。

...

我始终想强调，文化才是我们的根。

作者代表：

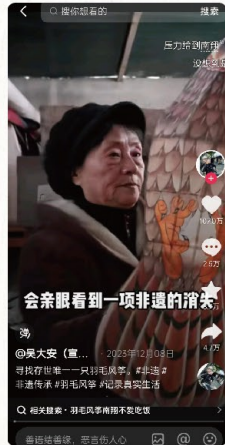
国翠儿	江寻千	南翔不爱吃饭
"朋友，你连细糠都慢我一步"	"这就是民间法师，冰火两重天"	"现在，见证历史性的一刻"

传统文化“YOUNG”起来

众多“年轻、新潮、多样、创意”的传统文化走入大众视野，传统文化在抖音“YOUNG”起来：

那些你没见过的非遗

@吴大安
寻找存世唯一一只羽毛风筝



@南翔
盒子灯装下五千年的画卷



传统文化还能这么潮

@一步·知窠
二溜子泡茶法



@小明
属于我们中国人自己的高定

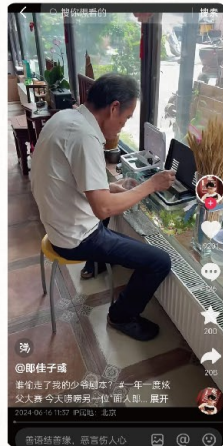


年轻人扛起传承重任

@汪氏皮影
皮影版loopy去参加奥运会



@郎佳子彧
这就是传承

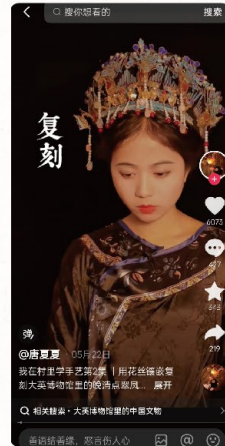


文化自信如此坚定

@李意纯
复原圆明园十二生肖首

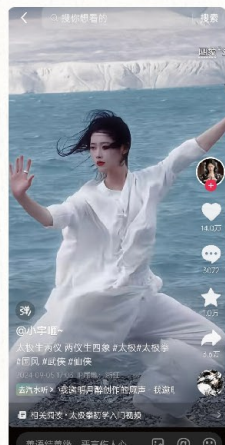


@唐夏夏
复刻大英博物馆点翠凤钗

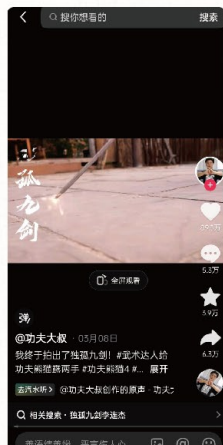


中国人多少有点功夫在身上

@小宇哏
体会到了传武的魅力



@功夫大叔
我终于拍出了独孤九剑!

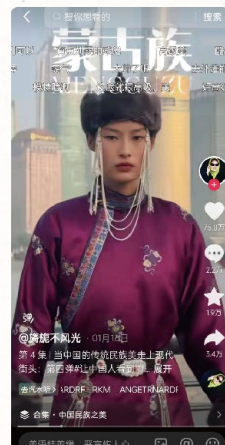


加点视觉更容易理解

@国翠儿
神之一手：40秒学会围棋



@旖旎不风光
让中国人看到中国的美

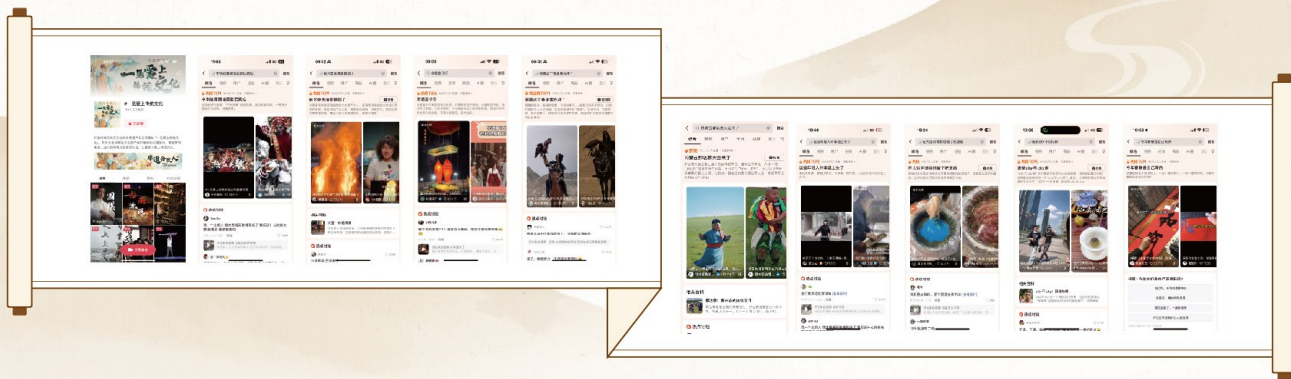


非遗+X 的双向奔赴，让文化真正拥抱生活

抖音传统文化愿景是“让大众低门槛入圈，一见爱上传统文化”。ta是花73天复刻出一副溥仪用过的五彩螺钿麻将的非遗纪实者，ta是用皮影创新演绎威震天和擎天柱对决的00后非遗传承人，ta是从传统服饰“入坑”不断挖掘非遗魅力和故事的非遗探访者。抖音传统文化创作者们，也在抖音平台将非遗生活化，拉近与屏幕另一端的观众的距离。

#一见爱上传统文化 8个月达到**194**亿次播放

- 让小众非遗被看到和认识：火壶、盒子灯、羽毛风筝、仙鹤舞……
- 让传统成为一种流行：茶溜子、书法挑战、DIY漆扇、玩转皮影、雕个僵尸……
- 让民俗活动潮出圈：英歌舞、那达慕、阿合奇猎鹰、花灯、风筝节……



创作方法

@江寻千 (九月)

类型 | 传统文化

- 抓住好选题：始于热爱，“小众”是加分项
各种文化项目都能产生好内容，选择自己热爱的，建立自己的选题库；放大选题价值，带动社会关注及文旅发展；评论区是宝藏，做网友点赞的内容。
- 如何打造有人设的IP，用好故事的打动用户
通过一个生动的故事，让大家跟着镜头走，带用户深入创作过程，镜头语言、情节起伏、有力量的文字都是打动用户的要素。

@江南寻

类型 | 非遗

- 在非遗创作视频上，我们不要急功近利，用心学，真实的展现

@神鸟

类型 | 非遗

- 好内容首先是能引起感同身受的，其次是真实的，有意思的

@吴大安

类型 | 非遗

- 内容是需要真实的，镜头是要有温度的

@汪氏皮影·确实牛皮

类型 | 非遗

- 有趣的跨界和融合，前提是守正
- 想让年轻人喜欢非遗，就是让非遗变“酷”



音乐

鬼才创编，热梗演绎

鬼才创编，热梗演绎

从“我有一个帽衫”到“小小金牌轻松拿捏”，以时事热点为基础改编的歌曲越来越多，他们用欢乐打开生活，谱奏生活的乐章。趣味念白改编是@音乐人王搏 的创作风格，打造现象级爆款《我有一个帽衫》；@上上 打造《打工人舞曲美声版》，特色翻唱吸粉无数，@卢柔伊 用一架古筝演绎多种曲风。

“小小金牌轻松拿捏”



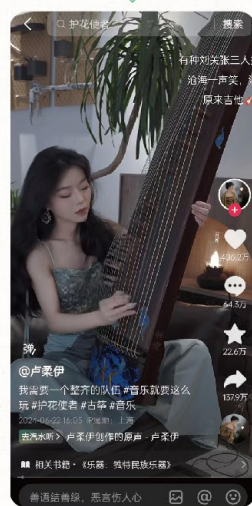
播放量 **3100万+**
点赞量 **112万+**

“你好，我有一个帽衫”



播放量 **2.1亿+**
点赞量 **270万+**

古筝弹奏护花使者



播放量 **1.2亿+**
点赞量 **406万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说 @上上

“每个人都在自己的一个很独特的方向上各表一枝，总结一下共性的话，我会说这是发现自己最擅长做什么，然后做好它。唱歌并不是我远超过其他人的特质，**我真正擅长的事情是：用我自己的声音来整活儿。**”

大家如果仔细看我这两年来发的作品就会发现，我的所有视频都是根据这个脉络来进行创作的。对于《恐龙抗狼》，我用交响乐和最雄壮的美声做出了独特的版本；对于《知否知否》，我用一秒8个字的韩语同时震惊了中国人和韩国人；对于庆祝奥运健儿夺冠这件事情，我选择用把他们的名字编成歌的方式，让他们感受了一把在抖音上被整活的感受……”

作者代表

上上	音乐人王搏	卢柔伊	桂梓中阮	某地市民潘先生
“男的声音是带编制的”	“哥，你干啥啊！大早上的吃饭听哭了我今天过生日”	“林黛玉倒拔垂杨柳”	“老祖宗：算了，好歹传下来了”	“有点东西唱的古今中外的”

联动超级IP，共创爆款内容

用户对超级IP的二创关注度上升。音乐类作者对IP延伸出来的深度解读、二次编创等内容的需求越来越大。作者通过特色演奏、脑洞整活、特色翻唱、词曲编创、深度乐评等多角度二创超级IP，收获粉丝们的喜爱。比如，我们看到了“巴黎奥运会”、“黑神话悟空”热点IP的音乐创作内容，收获用户喜爱。@翁家梁Richard用金箍棒演奏《云宫迅音》；@钢琴家阮扬扬 特色演奏音乐一响猴哥登场，@碰碰彭碰彭也用音乐形式演奏黑神话经典曲目。

#黑神话悟空音乐创作 相关话题 播放量 **60.5**亿次

紧跟热梗，创意歌曲改编成为趋势

@上上 紧跟巴黎奥运热点，创作的“小小金牌，轻松拿捏”系列热门内容，为全红婵、郑钦文、潘展乐等奥运健儿加油助威，男高音与奥运热梗结合，展现音乐无国界。

#音乐就要这么玩 播放量 **47.9**亿次

#古筝 播放量 **201.5**亿次

#小小巴黎拿捏 播放量 **9348.8**万次

数据来源：抖音，截止2024年8月31日



创作方法

趣味念白改编

结合站内热点/热梗，将好玩的念白或事件搭配朗朗上口的旋律，创意改编成歌。

案例示意：

《你好，我有一个帽衫》
《首块金牌，落入口袋》

重要节点策划

借助重要节日节点，提前准备相对应的音乐内容，如奥运会-为奥运健儿加油；中秋节-和亲人团圆

案例示意：

在巴黎街头演奏古筝版《护花使者》

音乐炫技挑战

发起挑战是音乐垂类常见的玩法，可以结合时下热点歌曲和有难度的专业内容发起挑战，引流潮流趋势。

案例示意：

《If I aint got you》的转音挑战
《12345678节奏律动挑战》

反差惊喜升级

作者基于自身特色，持续升级内容反差感，给用户持续不断地惊喜

案例示意：

在“打铁花”背景下演奏三弦版《beat it》





艺术

艺术降格，创意生长

艺术降格，创意生长

“还原神和人的手即将触碰的瞬间”、“为清明上河图的小人物脑洞一个虚拟人生”、“把植物拼成黑神话悟空”……艺术创作者们通过有趣的呈现、深入浅出的讲解，让更多人可以通过抖音接触艺术、了解艺术、爱上艺术，从而在生活中发现艺术，在艺术中感受生活。用户直呼“瞬间看懂了，吃到了细糠”！







数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表 @何老师在发呆

“以前呢，我们只演艺术家和模特本人。但慢慢的，我是去演一个过程，去用和古人一样的方法，把古人的艺术手法推导出来，在艺术和生活中建立一个链接。

艺术类的视频不是线上的书本，而是像种子一样，让某些全新的艺术审美观念生根。就是：艺术是一个有意思的东西，不是高高在上锁在书柜里的东西。不管我们以后没有时间专门研究，我们都可以去耐心地观察一下生活里的细节：**审美就是仔细看看自己的生活。**”

何老师在发呆	UFO	邹雅琪	牛一飞
“若干年之后，作者的视频风格也会成为一种艺术”	“高级到我以为在搞抽象”	“哇这个创意也太棒了，第一次被震撼到灵魂”	“好喜欢可以拿来当屏保吗”
			

美院毕业展聚焦关注

不是只有在各类展馆才能观赏艺术，互联网也能成为艺术传播和发展的根据地。「抖音美院毕业季」拉近了艺术和公众的距离，让观众见识了艺术热爱的无限力量；也为艺术行业输送了更多有才华的青年艺术家。

#抖音美院毕业季 **11**所美术高等院校，**2万+**艺术毕业生群体

活动投稿量 **2万+**

相关热点 **20**个+

相关话题播放量 **60**亿+

#川美毕业展 全国榜TOP1 同城榜TOP1

千万播放爆款视频 **50+**

#天津美院毕业展 全国榜TOP1 同城榜TOP1



10+位作者冷启动，**20+**位作者快速成长



@陈汉煜

涨粉 **30**万+

活动约稿作品

播放量 **1100**万+



@夏弃疾

涨粉 **24**万+

活动约稿作品

播放量 **3000**万+



@美院安迪看艺术

涨粉 **7**万+

活动约稿作品

播放量 **500**万+



@不知名鸽子

涨粉 **4.5**万+

活动约稿作品

播放量 **370**万+

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

更多艺术新生代被看见

越来越多青年艺术家的艺术创作在抖音收获大家的感同身受，他们渐渐成长为新生代的艺术之声。「抖音青年艺术家计划」让更多年轻的艺术创作者被看见。同时，越来越多年轻人在抖音了解艺术、爱上艺术。

截止2024年8月，抖音年轻艺术家近**4万**，其中入选精选计划**300+**

@牛一飞

平台扶持单月内涨粉**20万+**

爆款视频播放量**5000万+**

@PP的冒险手册

入驻1月涨粉**27万+**

爆款视频播放量**1200万+**

@不知名鸽子

扶持6个月涨粉**50万+**

爆款视频播放量**2200万+**

创作方法

三步成为特色艺术家

内容亮点

挖掘自身独特的
艺术创作形式/艺术风格等，
塑造差异化内容定位。

个人IP

打造专属的艺术家人设，
不断强化创作风格，
加强个人记忆点。

平台热点

紧跟官方活动/平台热点/节日等，
找准创作方向，
轻松打造爆款内容。

@牛一飞

STEP1 挖掘自身优势，通过“以草叶沙石作画”的独特创作方式，展现栩栩如生的动物形象。

STEP2 打造**野生创意艺术家人设**，强化个人IP辨识度和影响力。

STEP3 紧跟平台热点话题，结合“高考”热点创作「锦鲤」，抓住时机引爆作品流量。

@不知名鸽子

STEP1 以艺术摄影进行创意表达，用极具冲击力的视觉语言，诠释对于世界的深刻思考。

STEP2 打造**意识流摄影艺术家人设**，强调个性化创作风格，给用户留下深刻记忆点。

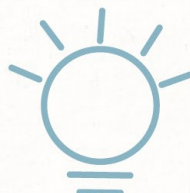
STEP3 借势**春节热点**，围绕童年记忆产出两条视频，引发用户深度共鸣，突破变现瓶颈。

@PP的冒险手册

STEP1 放大手帐作画风格魅力，聚焦异世界主题，创作奇幻冒险故事。

STEP2 树立**绘画冒险家人设**，通过主页、视频风格和评论区互动强化人设的故事性。

STEP3 借势**游戏IP热度**，引起用户情怀共鸣，拉升作品关注度。





二次元

脑洞不停，次元焕新

脑洞不停，次元焕新

“爆肝手绘圆青春遗憾，想看什么自己画！”“第一眼新番？第二眼自制！第三眼大佬！”“万万没想到，甄嬛还能跨次元配谷子！”2024年，动漫创作、杂谈解说、模玩谷子、COS三坑等，打开脑洞的二次元内容在抖音发光，展现新趋势。



播放量 **3300万+**
点赞量 **176万+**



播放量 **7000万+**
点赞量 **550万+**



播放量 **14万+**
点赞量 **1.7万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说 @牙牙的包裹

“我的创作是对原作的延续，也是全新的作品。我经常能在评论区里看到大家说：“你的作品让不再完美的故事有了一个新的结局”、“圆了童年的意难平”、“此刻站在自来也面前的不只是鸣人，也是曾经那个想拯救他的我们”。我看到这些留言以后，很感慨也很感动，原来在抖音也能遇到这么多二次元的同好，也知道这个作品不仅仅是我“白日梦”的实现，更是圆了无数人心中的意难平。”

《火影忍者》中有一句话一直激励着我，“不是成为了火影才会被大家认可，而是被大家认可才能成为火影”——头衔本身并不能带来真正的认可，只有通过自己的实力和作品获得大家的信任和尊重，才有资格担任这个角色。”

作者代表

牙牙的包裹	重型坦克制造机	哎呀老付	旋风博文	水母sama	大嘎子	霜茶
“快更新吧，不够看”	“继夏明星夹子，陆沉气球，箫逸水杯后，又一巨作，查理苏搓衣板”	“涨知识了老付”	“这种画风出国漫我直接疯掉”	“好消息：看一个番推一个坏消息：看一个番推一个”	“主播这么牛，能教我做全息卡吗？”	“子乔，流麻届好像考博了，说不清楚你快来看”

吃谷，年轻人的多巴胺!

当代年轻人有一种独特的社交硬通货，那就是“谷子”！每一个精美的谷子都是大家对热爱的具象，吃谷已经不仅是一种收藏，更是一种情感寄托和一种自我表达。越来越多的用户在抖音发布自己的吃谷日常、创意脑洞、灵魂演绎，收获了满满的成就也成为了更好的自己。

#吃谷日常 话题播放量

16亿次

#抖音吃谷同好会 话题播放量

6.4亿次

#抖音吃谷研究所 话题播放量

1100万次

黑科技自制全息谷

@大嘎子



播放量 106.6万
点赞量 4.1万

创意流麻手作

@霜茶



播放量 96.4万
点赞量 8.1万

谷圈科普&演绎

@水母sama



播放量 91.5万
点赞量 4.2万

轻漫计划，短视频原创动漫IP正在发光!

截止2024年8月，#轻漫计划 话题累计播放4571.6亿，越来越多的作者在短视频赛道发布原创动漫，多元的内核表达斩获不同圈层的粉丝、更高频与其交流，也获得更多变现机会，成为中国原创动漫行业的新力量。

年轻人精神生活状态动画

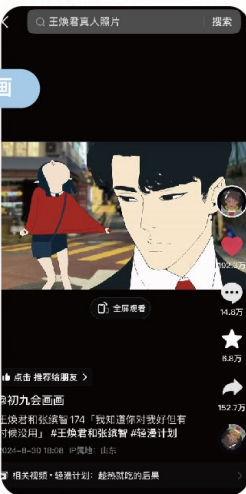
@星有野



播放量 7116.5万+
点赞量 191.5万+

治愈系情感动画

@初九会画画



播放量 5757.2万+
点赞量 192.4万+

二次元风格高燃动画

@light是光华



播放量 750.4万+
点赞量 77.0万+

创作方法

二创

创作秘籍1

创意脑洞型混剪

以创意为核心: 整活、混搭、恶搞、跨次元混剪等等

创作秘籍2

特效技术流混剪

以技术为核心: 建模、特效、贴纸等, 让画面表现力突破想象

创作秘籍3

氛围情绪向混剪

画面与音乐的完美融合, 通过镜头语言一颦一笑间拉近观众与创作者的距离

创作秘籍4

ai改编向混剪

通过ai工具, 让剧情、角色、场景等实现传统混剪无法实现的变化与效果

谷子

创作秘籍1

谷子线下探店VLOG

新鲜快闪/挖宝探店+真实记录+趣味表达/亲友合拍

创作秘籍2

谷圈文化科普&演绎

主题有共鸣+创意表达+信息密度到位

创作秘籍3

创意自制谷/手作

创作脑洞+制作过程剪辑展示+成品谷美拍摄

创作秘籍4

有陪伴感的谷子展示&打包

有展示、有介绍、有观点, 云陪伴谷圈同好

COS三坑

创作秘籍1

出镜造型打磨

高还原度/高精致度/高辨识度/创意脑洞造型

创作秘籍2

结合场景道具、镜头语言等升级氛围

结合内容主题, 通过场景/道具制作, 或是镜头语言脚本文案、配音/音乐/音效等, 提升视频整体氛围质感

创作秘籍3

通过创意剪辑、特效优化节奏和效果

结合BGM、分镜创意剪辑, 或是通过特效后期加强视觉效果, 升级整体内容包装

创作秘籍4

关注创作趋势灵活升级内容

在上升&热门玩法中, 筛选创作灵感, 加入个人风格脑洞创意, 升级内容, 引领趋势

轻漫

创作秘籍1

找准定位、风格

结合自身创作特点+目标受众口味, 打造有辨识度的画面及内容风格。

创作秘籍2

积极尝试, 结合反馈调优

持续产出内容试跑, 从评论区提炼有价值的用户反馈, 结合内容数据分析调优。找到适合的表达方式和节奏。

创作秘籍3

打破瓶颈, 迭代升级

涨粉、流量增长在较长周期内放缓时, 从选题、内容脚本、画风、流畅度、世界观、角色丰富度等多维度探索切入点, 打破瓶颈期。

创作秘籍4

结合站内玩法带动IP消费

结合特效、模板、表情包、挑战赛等多种抖音IP传播玩法, 合理运用抖音生态带动IP影响力提升。



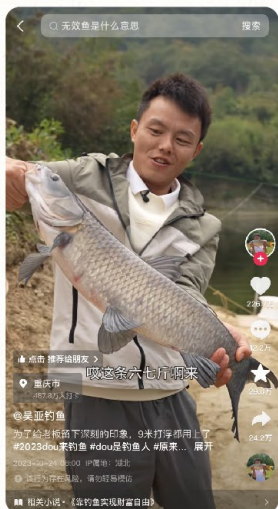
体育

奥运之光，全民逐浪

奥运之光，全民逐浪

大到国际奥运、运动赛事、小到休闲钓鱼，各项运动赛事内容都在抖音平台受到关注。巴黎奥运期间，达人与明星结合美食、旅行共创玩法，展现体育精神。#奥运 话题播放量达到**103.8亿次**，#巴黎奥运会 在8月期间视频量达到**113万条**。奥运健儿在抖音评论区言来语去，畅所欲言，为巴黎奥运赛事增添乐趣。

沉浸式观看
抖音顶流运动



播放量 **3.4亿+**
点赞量 **226万+**

“王妈”去凉山
足球嘉年华当教练



播放量 **5200万+**
点赞量 **134万+**

潘展乐
获世界记录证书



播放量 **680万+**
点赞量 **21万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说 **吴亚钓鱼**

“我的视频从头到尾就贯穿‘快速钓鱼盘老板’这个宗旨，大家都喜欢叫我‘快乐钓鱼哥’。回想起我和钓鱼结下不解之缘的起点，大概是在小学二年级。当时我们家离水库比较近，平时也没什么好玩的，所以我爸钓鱼的时候就会带上我。后来钓着钓着，自己也爱上了这项运动，只要到水边，就想摸鱼竿。”

后来即使在从事其他行业的时候，我也没有放弃过钓鱼，只要有空我就会去渔场，也攒钱参加了不少当地的钓鱼比赛，那时候我就有个外号叫‘打浮小王子’。

这么多年钓下来，我也总结出的一套‘黑坑打浮法’，这套钓法后来也成了我在抖音上分享的主要内容。

有人会问我，一直钓鱼不闷吗？其实钓鱼对我来说，更多是去享受每一次钓技进步所获得的满足与喜悦。”

作者代表

@吴亚钓鱼

“领教过大师的厉害，确实！”

奥运健儿记录vlog, 分享高光时刻

抖音成为奥运运动健儿分享赛事的平台, 夺冠后的高光时刻也随之被记录。

#潘展乐夺冠 话题播放量

2501.8万次

#全红婵巴黎夺冠

话题播放量 **1614.6**万

#陈梦夺冠 话题播放量

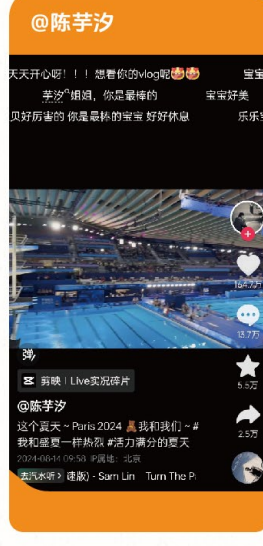
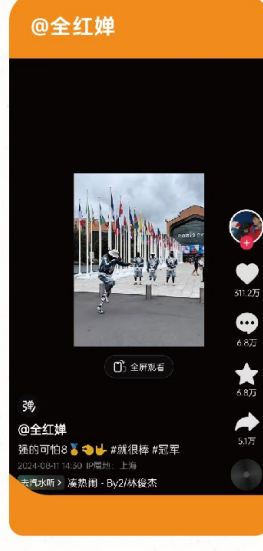
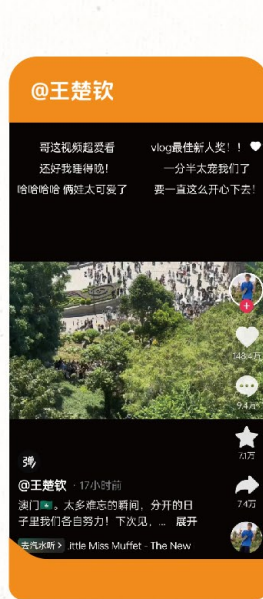
8411.3万次

#王楚钦孙颖莎巴黎如愿

话题播放量 **7.4**亿次

#全红婵陈芋汐双人10米台夺冠

话题播放量 **1.2**亿次



民俗活动展现体育精神

乡村足球、民俗文化互相融合，展现特色精神。“抖音足球嘉年华”狂欢赛事，把万众瞩目的乡村足球舞台搬到了广袤凉山，球赛和民俗活动同步上演，让万千球迷一次过「足」瘾！集合乡村足球、民俗文化、特色市集的足球嘉年华盛宴。



钓鱼闯进抖音运动顶流

继赶海、修驴蹄之后，这一届抖音网友爱上了钓鱼，今年上半年，钓鱼在抖音关注度同比上涨**100.72%**，钓鱼相关话题也受到关注。被称为“快乐钓鱼哥”的@吴亚钓鱼 受到关注，他自创的“黑坑打浮法”也为钓鱼爱好者输送快乐。



数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作方法

奥运健儿vlog

vlog创作公式：

奥运健儿出镜+赛场随拍+轻松的音乐+热点时刻；以vlog形式分享赛场高燃时刻

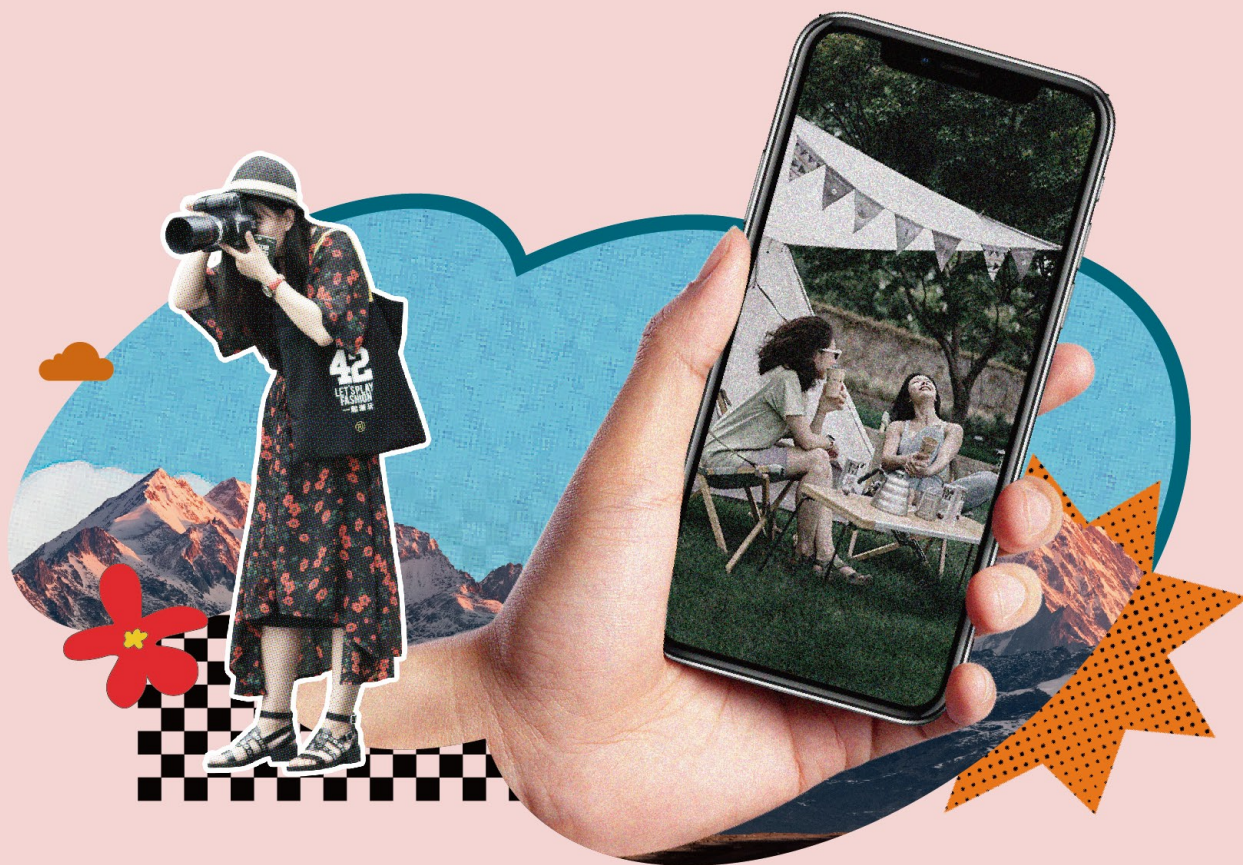
评论区互动：

集体活跃，在评论区高浓互动；

民间体育项目

标杆作者@吴亚钓鱼

- 在试错与成长中，打出我的个人标签
 - 1.重复同一套视频结构，只为通过“题海战术”展示个人特色钓法
 - 2.利用钓场的趣事和实战经验，加强个人标签
- 钓鱼，真实最重要。克服困难给大家展现钓鱼最真实的一面
“平常心”看待钓鱼，真正感受钓鱼的魅力



生活记录

千面人生，人间观察

千面人生，人间观察

“高考分别后的人生轨迹”、“体验100种职业的1天”、“青春洋溢的群演生活”、“质朴的高空塔吊司机”、“世界另一端海外生活”……世界上的多元人生和选择在抖音上被徐徐展开。越来越多年轻人在这些他人的新奇体验和人生档案中寻找能量，也开始用新的方式记录生活。

去幼儿园
做一天小朋友



播放量 **1800**万+
点赞量 **42**万+

看入殓师
是怎么工作的



播放量 **8500**万+
点赞量 **146.7**万+

高考分别后的
人生轨迹



播放量 **2.5**亿+
点赞量 **410**万+

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

创作者说 @池早是我

“我是在抖音辞职体验100种职业的池早。在这一年半内我做过外卖员、保安、寺庙义工、老年腰鼓队队员。还有总裁、男团经纪人，诶对我还混上过编制，作为消防员、移民管理警察跟大家真实工作了一天，处理各种危机情况。

那为什么会想辞职体验一百种职业呢？说真的这是一个，还挺疯狂的决定。

我觉得首先是从小我就是个对世界有着强烈好奇心的人，我喜欢看各种人文、社会类的纪录片，我期待跟世界产生更多的连接。

我想让大家看到人生更多的可能性、想让大家看到每份职业背后的不易，所以我决定辞职去体验不同的职业，如果要给这些职业加上一个期限，我希望是——100份。”

作者代表

池早是我	在下辉子	基本祐利	李娃娃	张易	楼梯战神阿兴	超级无敌炒鸡蛋	汤木檀泽	毒角SHOW
“你见过很多人命运的线，于是你用你的账号织出了一件围巾”	“我太懂了，在优秀的环境自己跟不上那种拧巴。她最后自我和解，好厉害”	“祐利，这是中文小测验哦”	“再小的光也有意义”	“居然看哭了，支教需要什么条件，我也想去”	“平凡不平庸”	“《钢蛋是怎样炼成的》”	“谢谢你让我不那么惧怕死亡和离别”	“角角也是出息了，上央视了”

多样职业引发用户好奇心，真实记录展现平凡伟大

@池早是我

记录了自己辞职体验100种职业，分享美好故事。“有个粉丝和我说她老公看完我的视频之后凌晨4点环湖骑行，因为他觉得被鼓励，想做的事就要即刻出发。”

@池早是我 评论区



作为一名00后入殓师，@汤木檀泽 会不定期分享自己在殡仪馆的工作日常。只不过视频的内容吧，实属有点抽象：

拿自己的照片当遗照，模拟逝者；
敬酒的时候说“一路走好”；
教别人如何化妆——给尸体化妆。

……

可能是因为同类之间的相互吸引，所以评论区的画风，也颇为清奇：

“能不能多出几期美妆穿搭教程。”
“别人是研究生，你是研究死。”

除此以外，以@楼梯战神阿兴 为代表的扛楼天团也在抖音平台持续传递故事，类新闻记录的拍摄手法把搬运工的真实工作场景呈现在用户眼前，得到用户在评论区的鼓励与共鸣。
“兄弟你一天赚两千块钱我用不眼红，加油，不过还是要多休息。”
“敢不敢带我一个 我也想赚一千块钱一天的男人。”
“不说扛东西，在座的各位就上下七楼100遍能走下来的我都算你厉害。”

“人间观察者”，阅览百种人生

我们在别人的经历和分享里被启发，开始积极行动，迈向人生的旷野。@在下辉子 的创意性“高中同学盲盒”也让网友好奇他高中同学十年间的变化，@李娃娃 的人间烟火系列引发我们对生活状态的思考，寻找属于自己的passion人生。

@在下辉子 评论区

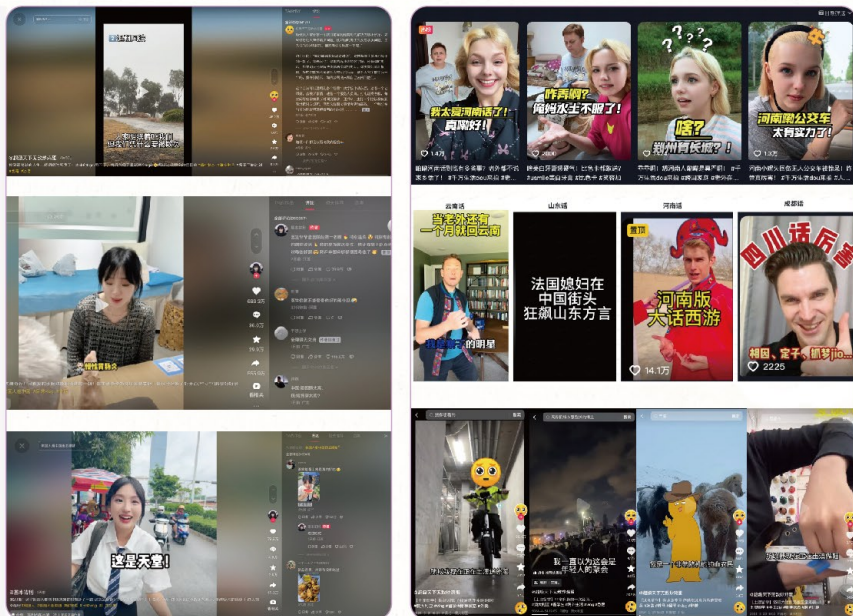


@李娃娃 评论区



卷出新level的海外生活

无论是“已读乱回”的韩国留学生@基本祐利、还是留子博主@超级天下无敌炒鸡蛋，都将“留子精神”贯彻到底~也让用户感受到了异国文化碰撞的奇妙。还有一批中国话满级的外国人卷出新高度，中国方言、普通话随口就来，安利连“我”都不知道的家乡美食。



创作方法

类型	多样职业体验者	留子精神	人间观察
标杆作者	@池早是我	@基本祐利	@李娃娃
创作方法	<ul style="list-style-type: none"> • 前期充分背调：通过信息检索/采访相关从业人员，获取核心信息 • 切身实践体验：锁定视频重点及亮点，完整呈现工作内容 • 评论区做补充说明：涉及主观评价的内容在评论区做介绍，防止片面性误导 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立独特的语言风格：文化差异是国外作者的独特优势，“答非所问”寻找属于自己的“语言热梗” • 不设脚本真实体验：不把自己局限在脚本内，用充满未知的真实反应和饱满的情绪感染观众 • “劳模级”粉丝互动：坚持在评论区与粉丝互动，建立属于自己的本土“人缘” 	<ul style="list-style-type: none"> • 普通人的生活百态：把镜头对准生活中的你我他，通过旁观者的观察，深挖【故事背后的社会问题】通过旁观者视角时间，引发出一种“人间有爱”的共鸣感





娱乐

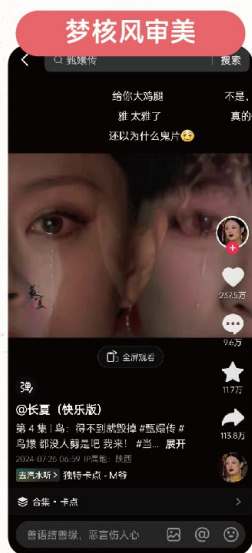
剪拾光影，点亮人间

剪拾光影，点亮人间

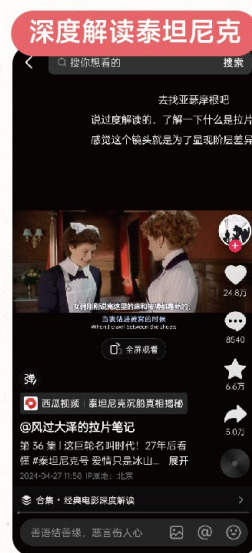
一百个观众有一百个哈姆雷特。在影视综内容里，我们看见故事，也看见画面呈现；听见台词，也听见配乐；感受情绪，也感受人生百态。而内容之下传递出的爱情/亲情/友情等情感和人与人之间的羁绊、自我成长、对梦想的追求等价值，让用户直呼“被狠狠感动了”！



播放量 **4400万+**
点赞量 **138万+**



播放量 **4300万+**
点赞量 **237万+**



播放量 **1080万+**
点赞量 **24万+**

数据来源: 抖音, 截止2024年8月31日

作者代表 @顾我电影

“每一部影片都像一扇窗，让我们得以窥见不同的世界，体验不同的生活，感受不同的情感，每一次观影都是一次生命的延伸。这是电影的魅力，也是我渐渐爱上电影的原因。”

每部电影都是不一样的，如果真诚的讲解和还原，能够让大家更关注电影的故事本身，收获治愈和感动，是不是会更有意义和价值呢？毕竟没有任何解说可以代替原片。

我坚持选择那些温馨治愈、能够引起共鸣、传递正向情绪的影片。我希望无论你在哪里、你在经历什么，这些电影中的角色和情节，或许在某一时刻能够给你慰藉和能量，这样对我来说就是一种满足。”

顾我电影	小鱼拉大片	风过大泽	董电影	柳飘飘了吗	长夏(快乐版)
“很喜欢这种纯粹的解说，不忘初心”	“这个解说就像老师拉着我做阅读理解，好细节啊！”	“难道这就是出门旅游，有无导游讲解的区别吗？”	“你的解说绝对是顶配”	“不是，姐，你的文案写的真硬啊……”	“太会剪了吧好高级”

美学混剪在进化

美学混剪已经细化出了不同的形态。色彩美学堪称七色彩虹混剪大赛；古早影视剧的东方美学怀旧风潮，开设了「梦回19世纪」的专属考古赛道；梦核入侵童年神剧，甄核屠版，懿传/知否/家有儿女/武林外传，通通都能核。观众忍不住评论“你们剪辑圈是在考研吗？”



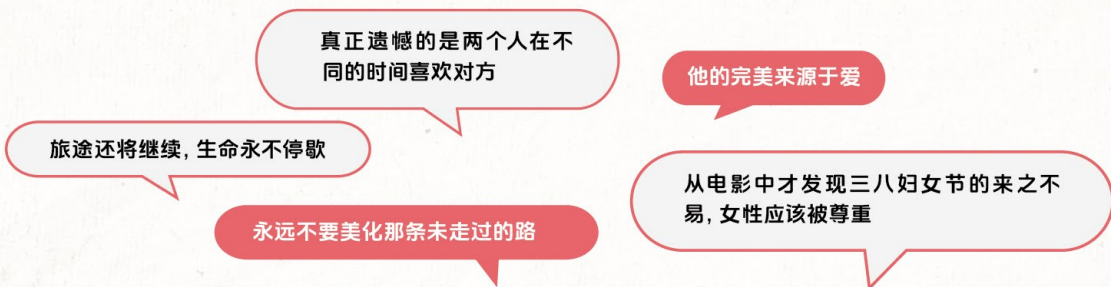
多元视角, 多样内容

对影视综的解读，只有观众想不到，没有抖音创作者做不到——剧情、演员、原著，还能来点时代背景文化……如今又出现了自白体角色志、演绎型科普、综艺人物志等许多新的解读方向。观众忍不住评论“还是太全面了”！



找到人生价值和精神共鸣

价值认知、尊重女性、自我、亲情、爱情……在创作者的解说之下，抖音用户一次又一次被感染、被激励、被治愈，产生共鸣，看见自己，发现闪闪发光的人生！



创作方法

影视杂谈

如何设置黄金开头20秒

- 开头点明影片不同寻常点
- 核心反差点
- 影片背后的数据震撼
- 影片名场面展示
- 关联现实社会热点抛出
- 抛出戳中用户的问题

好的内容应当满足几点?

- **好的制作:**
画面、声音、时长
- **好的内容:**
信息密度、增量 (知识+情感)
- **好的加分点:**
制造场景、情绪价值、有争议、互动

如何做正确的选题策划

- **影视基础选片公式:**
(大众性程度高+故事曲折+内涵丰富) *贴热点
- **视频主题:**
有话题、小技巧
- **影视选题四大原则:**
有热、有用、有关、有趣
- **IP主题:**
新热作品、话题向IP

混剪

主题深度

形成自己的观点, 通过二创剪辑表达出来

- 对某个人物性格或成长历程的深刻理解
- 对CP感情发展推进原因的深挖
- 对导演拍摄手法的细究观察

主题创意性

对原片的脑洞创造

- 对两部不同次元世界的人物进行“拉郎”
- 把原片人物的行为以搞笑方式进行嫁接
- 构建出一个全新的世界和次元, 把喜欢的人物角色放在里面, 并且让他们产生链接

主题有用性

给用户知识、信息、美的享受等

- 把一部剧中不易被发现的细节放大剪辑, 从而让用户更加深对作品的理解
- 盘点某些获奖电影, 让用户获取影片知识
- 收集影视作品中有较高美学价值的镜头, 让用户获得美的体验与享受



游戏

花样整活，技术硬核

花样整活，技术硬核

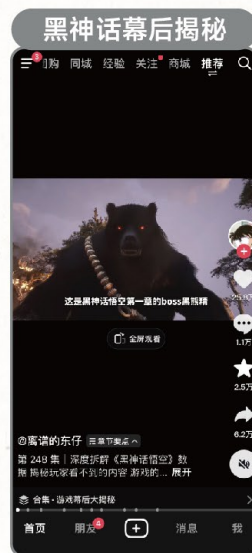
除了打boss上分，游戏还有多少种打开方式？一些抖音游戏创作者开启花样整活之路，游戏玩法、创作手法持续创新，让用户直呼“一个不懂的人都看得非常得劲”！而另一部分抖音游戏创作者精于剖析更深度的东西，更全面细致的攻略甚至是幕后揭秘，让用户直呼“又出新游戏了吗”！



播放量 **1700万+**
点赞量 **46万+**



播放量 **68万+**
点赞量 **3万+**



播放量 **1375万+**
点赞量 **25.8万+**

数据来源：抖音，截止2024年8月31日

作者代表 @肥格Fager

“很多网友说我的视频很‘癫’、很抽象，觉得我是游戏博主里的‘泥石流’。但对我来说，我超爱这种大肆整活，在游戏世界里放飞自我，把赛博幻想一一实现的感觉。”

如果说玩游戏是我自己独有的世界，那视频就是把‘我’、‘游戏’和‘观众’连接在一起的游乐园。

虽然游戏是另一个虚拟的世界，但带给我的视野开阔和松弛快乐却是真实的。我自己玩游戏很开心，也希望能够继续通过游戏，把这份快乐扩散给更多人，帮大家在日常快节奏的生活中，让紧绷的神经放松出走一下。”

肥格Fager	渣泡饭	方块轩	小冉云中君	呼叫网管
“玩都没玩过的我看的津津有味”	“你在拍一个很新的东西”	“该罚，因为梗太多了”	“看得我热血沸腾，赶紧去打一把”	“感谢你为我们带来游戏里的感动和生活中的温暖”

玩法不被定义，创作就要整活

坐在“家里”等敌人上门的守株待兔式游戏玩法，仿妆、玩梗、特效、音乐、电子斗蛐蛐等创作手法，带四大天王环球旅行等脑洞大开的创意……让游戏有了无数新的可能，也让内容的趣味性大大增加！



用嘴吹气
挑战虎先锋



整活煞神



Rap让攻略
不再枯燥乏味

深度剖析攻略，技术是永远的硬道理

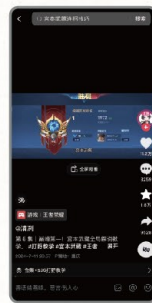
有些创作者的游戏内容已经超越“玩”的范畴，他们在内容中融入自己的深层思考、观点和见解——从厂商的设计出发点解读游戏；以公式的形式整理技术操作攻略，带领观众直接轻松上分……简直是游戏区知识创作者了！



绝区零开服攻略
看这条就够了



地心之战全职业
强度盘点大全



公式化系列：
真心想带我上王者

创作方法

游戏讲解

解读丰富：针对某一游戏资讯或玩法发表详实个人观点或测评分析，表达逻辑清晰，且有充分依据支撑发表的观点

信息详实：能够提供详细的游戏攻略或资讯，能够从多个维度梳理某一游戏知识或资讯，或者能透彻地阐述游戏玩法和机制

风格独特：解说风格独特，包括代入感强的第一人称解说、独树一帜的文案(例如能够紧密地使用特有的词汇、句式或修辞手法)、极具个人特色的语言风格等

内容稀缺：形式具有新意，包括使用音乐、相声、喊麦、自制漫画、演绎等形式呈现游戏相关的主题内容

叙述生动：针对电竞选手的经历、游戏幕后故事以及游戏作品中的关键情节等选题内容，做到事件整合全面具体，或人物科普详实丰富，表达生动形象，富有感染力，情绪充沛饱满

游戏剪辑

制作专业：制作精良，素材衔接流畅，融合程度高，能够运用特色的剪辑手法呈现出专业的剪辑作品，如利用大量的画面构图、色彩搭配等

制作创意：形式稀缺，利用角色联动、剧情新编、mv形式、场景复刻、特效合成等形式，增强画面的视觉冲击力

游戏剧情

角色塑造：通过语言、文字、行为等多个方面塑造角色，能够准确分明表现人物的性格特点/内心情感/人物关系等内容，形象展示丰富流畅、场景切换完整流畅

剧情丰富：剧情复杂完整，有足够的情景设计呈现出一段完整的剧情，完整的剧情通常包括故事开始、情节发展、结局

游戏二创

游戏自制地图：
画面丰富：画面丰富、衔接流畅，无剪辑加工的录屏内容不计入优质

有审美价值：画面精致，搭配具有节奏感和感染力的音乐，使画面具有审美价值

游戏IP二创：
IP原创：基于游戏IP，要求连续创作有辨识度、有核心原创IP角色形象的二维/三维等原创动画，非游戏画面录屏内容

制作精良：要求动画建模和画风有质感，画面转场衔接流畅，声音制作自然和谐