

# 高校官方视频号的内容生产与传播创新研究

李格非

泰国格乐大学 曼谷市邦肯区 10220

**【摘要】**本文的核心议题聚焦于“探索高校官方视频号内容创新与传播模式的新纪元”，置于数字媒体蓬勃发展的宏观背景之下，深入剖析高等教育机构如何精妙地驾驭官方视频号这一新兴传播平台，革新内容构思框架与传播手法，旨在强化品牌辨识度，并深化师生社群乃至广大社会公众之间的情感纽带与共鸣深度。研究初始，全面回溯并细致审视了高校官方视频号的历史演进轨迹与当前发展态势，随后深入剖析其在高等教育信息流通生态中的独特定位及其所激发的深远影响。此番深入剖析，旨在凸显其在促进教育资讯高效流通、深化社会互动层次方面所展现的无可替代的价值。

**【关键词】**高校；官方视频号；内容生产；传播创新

Research on content production and communication innovation of university official video number

Li Gefei

Glak University, Thailand, Bangkan District, Bangkok 10220

**【Abstract】**The core topic of this paper focuses on "Exploring a new era of content innovation and communication mode of university official video number". Under the macro background of the vigorous development of digital media, this paper makes an in-depth analysis of how higher education institutions skillfully control the emerging communication platform of official video number, innovate the framework of content conception and communication methods, and aim to strengthen brand identification. And deepen the emotional bond and resonance between the teachers and students community and even the general public. At the beginning of the study, the paper comprehensively reviewed and carefully examined the historical evolution track and current development trend of the university official video number, and then deeply analyzed its unique positioning in the ecology of higher education information circulation and its far-reaching impact. This in-depth analysis aims to highlight its irreplaceable value in promoting the efficient flow of educational information and deepening the level of social interaction.

**【Key words】**universities; Official video number; Content production; Communication innovation

## 1 当前高校视频号内容生产与传播创新的现状

### 1.1 内容生产现状

在高等教育的广阔疆域内，高校视频平台已显著超越传统宣传的框架，不再囿于校园风貌、教学硬件及师资力量的常规展示，而是开辟了一个内容多元、异彩纷呈的新纪元。它们独具匠心地编织了一个既广阔又深邃的内容生态网络，该网络广泛涵盖了教育实践的成功案例、科研成果的璀璨展示、校园文化的深度挖掘、学生社团的蓬勃朝气，以及学生日常生活的斑斓画卷，力求全方位覆盖并精准匹配各类观众群体的多元化观赏偏好。

鉴于高等教育机构对视频平台战略重要性的重新认识与加强，视频创作团队经历了显著的扩容与革新，不仅汇聚了具备专业技能的创作人才，还融入了尖端的技术设备。这一变革直接引领了视频内容品质的飞跃式提升，画面设计愈发精致细腻，剪辑手法既流畅又富含创意，加之音效处理的精妙绝伦与音乐配乐的匠心独运，共同呈现了一场专业水准

的视听享受，极大地加深了观众的沉浸式观赏感受。

为激发原创内容的蓬勃活力，各大高校视频平台积极构建了一套完善的激励体系，包括设立专项创作资助基金、实施创意贡献奖励计划等举措，以此点燃广大学生的创作激情与灵感火花。这一系列策略不仅极大地丰富了视频平台的内容资源库，为观众提供了更加多元化的观看选择，更在潜移默化中锻炼了学生的实践能力与创造性思维，为其全面发展铺设了坚实的基石。

### 1.2 传播创新现状

在社交媒体环境中构筑战略协同合作体系，利用跨平台的整合策略，视频内容的传播领域被显著拓宽，其内涵与深度亦随之丰富，极大地促进了内容曝光率的飙升及社会影响力的广泛与深化，最终汇聚了更为庞大的潜在观众群体，巩固了高等教育机构品牌识别的基石，并有效扩张了其影响力范围。

细致剖析高等教育内容传播的核心场域，众多视频媒介平台积极与微博、抖音、B站等热门社交平台合作，开展多

元化的合作模式探索。在此合作框架下，视频创作者尤为重视构建与观众之间深层次的互动连接，采用设计启发性议题讨论、激活互动投票功能、策划特色线上活动等多元化策略，旨在激发观众的参与兴趣与持续关注。同时，建立了一套实时、高效的反馈与回应机制，确保每一条来自观众的反馈与建议都能获得快速且个性化的处理，从而营造一个积极向上、互动频繁的社群氛围。

此外，高等教育视频频道还精妙融合大数据分析与人人工智能技术，对受众群体进行精确的用户画像描绘与兴趣偏好分析，实现了视频内容的个性化定制与精准分发。这一创新实践不仅极大提升了内容推送的准确性和效率，还显著提高了观众的满意度与黏性，为高校品牌形象的构建与传播开辟了一条新颖而高效的道路，充分彰显了新媒体时代下品牌传播的新动向与新面貌。

## 2 当前高校视频号内容生产与传播创新存在的问题

### 2.1 内容生产方面的问题

在当前高等教育界的广阔天地里，众多高等教育机构积极探索短视频这一新兴媒介的潜力，以期通过视觉化的方式展现校园风采，然而，其实践路径却普遍陷入了一种模式化的困境。这些机构大多倾向于将镜头对准校园生活的琐碎日常，如食堂排队、图书馆自习、课间嬉戏等场景，虽贴近学生生活，却也不免让人感受到一种形式上的单调与内容的重复，这种“日常流水账”式的记录方式，深刻揭示了高等教育机构在短视频创作领域的创新乏力与文化深度的欠缺。

这一现象的根源，或许可以追溯至内容创作的视角局限与题材挖掘的浅尝辄止。创作者们往往过于依赖学生群体作为主角与素材来源，而未能跳出这一框架，深入挖掘并展现各高等学府独特的教育哲学、前沿科研成果以及积淀深厚的文化底蕴。这种“小圈子”内的循环创作，不仅限制了题材的多样性，也使得视频内容逐渐趋同，缺乏辨识度，难以在海量信息中脱颖而出，持续吸引并保持广大观众的兴趣与关注。

进一步地，当前高等教育机构的短视频创作体系尚处在初步构建阶段，缺乏一个系统化、科学化的整合与规划蓝图。与校园广播、校报、官网等传统宣传媒介以及各二级学院、研究所等教学科研单位的联动不足，导致视频素材的获取渠道单一，创作灵感受限，同时，也限制了视频作品的传播范围与影响力。此外，创作流程中的跨部门协作机制尚不健全，资源调配不够灵活高效，难以形成合力，共同推动短视频创作向更高质量、更宽领域发展。

再者，从管理层面来看，高校对于短视频这一新兴宣传阵地的治理策略尚显粗放，多由新媒体中心或学生社团的师生兼职负责，缺乏专业的团队支撑与系统的培训体系。这导致在创作过程中，教师团队可能因专业背景差异而难以深入指导，而学生团队则可能因经验不足而难以驾驭复杂项目，

双方在执行能力与创意构思上均面临挑战。同时，技术设备的落后与资源投入的不足，也进一步制约了短视频制作的精细化与专业化水平，难以满足观众日益提升的审美与品质需求。

综上所述，高等教育机构在短视频创作领域的探索虽已取得一定成效，但仍面临诸多挑战与瓶颈。未来，需从拓宽创作视野、深化内容挖掘、加强资源整合、完善管理机制、提升技术支撑等多方面入手，共同构建一个既具创新性又富含文化底蕴，既能吸引眼球又能触动心灵的短视频创作生态系统，以更好地展现高等教育机构的独特魅力与深厚底蕴。

### 2.2 传播创新方面的问题

在深入探索高等教育机构视频号传播策略的优化路径时，其传播框架显著侧重于微信等社交平台，却对探索多元化的传播渠道与策略展现出不足，此偏向明显制约了其传播影响力的广泛拓展，难以触及理想的传播深度与广度。同时，在推动跨平台协作与实现协同效应的进程中，这些视频号显现出一定的局限，未能充分挖掘并整合其他媒体平台的独特优势与价值，进而阻碍了其传播效能的全面释放。

深入剖析内容传播策略，当前高校视频号在构建与受众间的双向交流机制及反馈系统上普遍存在不足，这一现状直接削弱了受众的参与积极性与忠诚度，难以培育出稳固且活跃的受众群体。更进一步言之，在内容规划与创作流程中，对目标受众需求的精准把握与兴趣偏好的深入分析尚显不足，导致产出的内容难以精准对接用户期待，形成明显差距，难以激发用户的情感共鸣与持续关注度。

此外，在品牌塑造与市场拓展的战略维度上，高校视频号面临品牌定位模糊、形象塑造缺乏鲜明个性，以及营销策略同质化严重、创新推广方式与渠道稀缺的双重挑战。这些限制因素共同阻碍了其在市场竞争中的脱颖而出，难以构建独特的品牌形象并增强市场渗透力。

鉴于此，高等教育机构视频号亟需从多维度实施综合性的优化策略：首要任务是拓宽传播路径，实现传播渠道的多元化布局；其次，需深化内容互动，强化用户的参与体验与粘性；再者，实施差异化品牌建设，塑造独具魅力的品牌形象；最后，创新营销策略，开辟新颖且高效的推广渠道。通过这一系列全面而深入的优化措施，旨在显著提升其整体传播效能与市场竞争力。

## 3 高校官方视频号的内容生产与传播创新提升策略

### 3.1 加强内容创新

本文深度挖掘高等教育领域的独特教育景观、卓越科研贡献及文化底蕴之深厚，旨在拓宽短视频创作素材的边界与丰富其表达手法的多元性。通过整合专业团队的高超技艺与尖端技术设施的深度融合，我们旨在提升短视频作品制作的精细度与创意展现力，确保每一帧都充满新意与深度。

为强化校际间的宣传联动与校内二级学院间的紧密合作机制，我们致力于构建一个无缝连接、深度融合的交互平台。通过资源的精准配置与协同效应的最大化挖掘，我们不仅提升了短视频内容的生产效率，更确保了内容质量的飞跃，实现了效率与质量的双重飞跃。

我们推行了一套系统化的专业技能培养框架，为团队成员量身定制了周期性且全面的能力提升蓝图，覆盖从视频拍摄技巧到后期制作美学，再到内容创新策略及新媒体平台运营策略的全链条。为此，我们特邀行业内的资深专家与领军人物亲临现场，为团队成员提供专业指导，全方位提升其专业技能与市场适应力。

在人才引进方面，我们优化了策略，积极吸引那些在短视频创作、新媒体运营等领域既拥有扎实理论基础又具备丰富实战经验的专业人才。这些新鲜血液的加入，不仅为团队注入了新的活力与创意视角，更进一步巩固并提升了团队的专业竞争实力与市场拓展潜力，确保我们在未来的发展中保持领先地位。

### 3.2 拓展传播渠道

在深入剖析多元化传播路径与策略实施框架的广阔领域内，我们应当保持高度的敏锐性，时刻捕捉跨媒体协作所带来的无限可能。这种协作不仅仅是形式上的联合，更是内容、渠道与受众之间深度融合的契机。我们需要精妙地将线上活动的创意元素与线下体验的沉浸特质相结合，创造出既富有互动性又具备深度参与感的传播体验。通过这种创新融合，我们能够有效地拓宽传播的边界，打破传统媒介的限制，从而优化传播效果，使信息以更加生动、直观的方式触达目标受众。

为了奠定坚实的用户参与基础，我们必须匠心独运地设计用户互动与反馈机制。这要求我们不仅要关注用户的需求与兴趣，更要激发他们的创造力和分享欲。通过精心策划一系列循环往复、层层递进的互动环节，如线上问答、投票、挑战赛等，我们可以有效吸引用户的注意力并促使他们积极参与其中。同时，巧妙地将当下热门议题讨论融入其中，不仅能够增强内容的时效性和吸引力，还能进一步巩固用户的忠诚度，使他们在享受参与乐趣的同时，也对平台产生更深的情感连接。

基于对高校视频平台品牌定位与形象构建的清晰认知，我们应量身定制一套系统化的营销策略与工具矩阵。这套策

略应涵盖内容创作、渠道选择、广告投放、数据分析等多个方面，确保每一步都精准高效。通过运用大数据和人工智能技术，我们可以对目标受众进行精准画像，从而制定出更加符合他们需求和喜好的推广方案。同时，我们还需要不断优化和升级营销工具，如社交媒体管理、短视频制作、直播互动等，以更好地展现视频号独特的魅力所在。

这一过程，实质上是品牌塑造与市场推广的无缝衔接。通过持续的努力和创新，我们可以使高校视频平台在公众视野中的认知度与好感度实现质的飞跃。当越来越多的用户被我们的内容所吸引，被我们的品牌所打动时，我们的影响力也将随之不断扩大，为高校文化的传播和教育事业的发展贡献更大的力量。

## 4 结语

在当前信息洪流汹涌的时代语境下，作为校园文化弘扬、知识交流与形象构建的核心阵地，高校视频平台的内容创作与传播模式的革新显得尤为迫切与重要。细致剖析当前高校视频平台在内容创造与传播领域的现状，虽已取得显著成就，但仍需直面内容同质化严重、用户互动力度不足及传播效力受限等严峻考验。

为破解这些难题，高校需积极探索并实践内容创作与传播策略的创新之道。首要之举是明确内容定位，实施精准化内容策划，力求增强内容的原创性和思想性，构建起独具个性与深度的内容生态体系。同时，还需优化平台用户交互体验，运用多样化的方法与策略点燃用户参与热情，加强用户间的情感纽带，从而营造一个生机勃勃、持续发展的内容互动生态。此外，跨平台协作与资源优化配置亦至关重要，通过拓宽传播渠道，有效提升高校视频平台的品牌辨识度与社会辐射力。

展望未来，高校视频平台在内容创新与传播实践的道路上，既有机遇也伴随着挑战。我们有理由相信，在高等教育体系的引领下，学生群体的广泛参与以及社会各界资源的鼎力支持下，高校视频平台将日益成为连接校园与社会的坚固桥梁，更加主动地融入文化传承的广阔舞台、智慧启迪的前沿阵地以及风尚引领的时代洪流。我们需齐心协力，共同描绘高校视频平台内容创作与传播的新时代壮丽图景。

## 参考文献

- [1]王超.高校官方微信视频号思政育人成效提升的实践探索[J].传播与版权, 2023, (20): 107-109.
- [2]王云子.微信视频号在高校图书馆阅读推广应用中的现状及改善策略[J].现代商贸工业, 2024, 45(17): 84-86.
- [3]杨心怡.新媒体时代高校图书馆微信视频号的应用研究[J].江苏科技信息, 2024, 41(14): 108-112.
- [4]陈柳青.高校图书馆微信视频号运营现状分析与对策[J].文化学刊, 2024, (05): 165-168.
- [5]沈莹.新媒体环境下高校图书馆微信视频号运营策略分析[J].新闻传播, 2024, (10): 37-39.