

编辑导读：现在大部分的视频软件都由两个“美”占据主导，美食和美妆。而在竞争激烈的美食视频领域，要如何脱颖而出呢？本文作者以“川味盐太婆”这个账号为例，分析其实如何进行运营的，希望对你有帮助。



账号通过橱窗售卖“川味盐太婆”的特产以及热门商品分销进行变现。我看了一下

销量，目前累计22个商品数，销售额达到了47.52w，爆款产品是萝卜干，约占销售额50%。



盐太婆账号的用户女性占比81%，其中31-40岁的用户居多。于此同时南瓜还分析了其他几个账号的用户画像，发现主力用户相同，说明目前乡土类账号的用户群基本在31-40岁这个阶段。

如果你的目标用户正好符合，可以考虑定位乡土生活风哦~



从选题上，除了麻辣小龙虾稍微应季以外，其他三个的选题都比较寻常。但为什么能获得那么好的数据反馈呢？南瓜根据内容结构的四个维度拆解一下。

川味盐太婆水煮肉片爆款视频拆解					
视频关键词	规格	出镜人物	乡村属性	道具	创意型
水煮肉片	1080*1920 MP4 / 50M / 30s	爷爷奶奶	室内	厨具、食材	这男粘粘到底第二世阿
特别注意					
脚本概要					
视频阶段	台词	表情、动作、画面描述	备注（配乐、音效等）		
开场期	爷爷：老太婆，水煮肉片你肯定做不来嘛 奶奶：那个做不来嘛，抄些水，肉片放进去，就好了嘛	画面是水煮肉片，看着很吸引人	温馨的音乐		
印象期	这个部分的台词大多是爷爷奶奶的斗嘴，期间透露着关心和调皮	期间有互动、打趣、卖萌	温馨的音乐		
共情期	这个部分是做菜和两人间的互动结合	以做菜视频为主	温馨的音乐		
互动期	最后爷爷奶奶一起吃饭，埋了一个互动，问大家明天想吃什么样的菜，让奶奶做	两人一起吃饭，奶奶笑容真的超喜人，俩人的打趣也是特别有设计	温馨的音乐		

其中需要着重分析的是两个方面：

- 账号的变现方式。这个关系到我们做这件事的利益。目前常见的几种方式

- 有：橱窗带货、线索导流、广告变现。
- 内容结构。内容是账号的灵魂，如果想出爆款，那么需要先清楚爆款是怎样的。

### 三、最后的话

拆解这件事，从操作上来说，难度不大。但也不是毫无原则地瞎拆乱拆，必须做到全面完整。而且拆解的过程中，还需要不断地实践、反思、调整、优化，这个过程可能需要持续很长时间。

所以，耐心是标配，其次是输入量。

人人都知道，模仿是最好的老师，但模仿也是有门槛的。

只有足够的信息输入后，看问题的视角才能更加多元，分析问题也会更有深度，也就是具备了洞察力，人与人认知上最大的竞争，其实就是信息输入量的竞争。

本文由 @GET-扁南瓜 原创发布于人人都是产品经理，未经许可，禁止转载

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议