



学校代码: 11068

学号: 202155190123

密级: 公开

郑州工程技术学院

(2025) 届毕业设计作品

医学科普类短视频多平台运营实践

作者姓名: 李幸慧

导师姓名: 陈春梅

学科门类: 文学

专业名称: 网络与新媒体

培养学院: 传媒学院

完成时间: 2025 年 5 月

I 目录

CONTENTS

01

前期策划

GRADUATION MESSAGE

05

运营实践

PRESIDENT'S SPEECH

08

运营效果

SCHOOL PROFILE

13

策略优化

DEPARTMENTAL CLASS



前期策划

整体设计思路

本毕业设计通过分析现有的医学科普类短视频账号，对比其视频内容的优缺点以及短视频在多个平台上的传播特点，探索多平台相互融合、联合发布的方式对传播效果的影响。并针对目前健康科普类短视频受众需求和反馈，制作出更加贴近受众喜好、具有传播意义的短视频。

在对选题背景和现状梳理的基础上，首先，分析目前医学科普类短视频的内容和受众，明确账号定位。其次，分析“神外小学生”该账号目前现有的条件，能够达到的水平，制定相应的内容创作策略。再次，根据前期策划进行视频的拍摄和剪辑，规定视频内容、长度等，再根据发表的视频传播效果对之后的视频进行优化。最后，选择抖音号、哔哩哔哩、小红书以及微信公众号多平台融合发布内容，以抖音、哔哩哔哩、小红书为主，微信公众号推文为辅，打造多平台传播矩阵，并持续对评论区进行维护，建立专属于该账号的社群。并对相关数据不断进行回顾反思，持续优化。



前期策划

短视频设计思路

封面设计

封面背景选用每期视频中的截图，封面标题分为上下两部分，字体均为新青年体，字体大小根据标题作相应调整，居中对齐，色彩模式为hex。上标题字体颜色为：#C40600，描边颜色为#EED3AC；下标题字体颜色为：#FFFFFF，描边颜色为：#B71D1D。视频剪辑时设置封面导出默认的封面，如图左上，封面尺寸、比例根据各平台的特性设置，右上为小红书封面示例、右下为B站封面示例、最下面为抖音封面示例。



内容设计

标题字体均为系统字体，字号根据标题长短适当调整，一般为11号字，居中对齐，上标题字体颜色为#FFFEE，描边颜色为#E34430；下标题字体颜色为#E73C25，描边颜色为#FFFFFF，背景颜色为#FFF5A5。

人物介绍栏选用剪映中的模板，位置不固定，通常为画面中间左右两侧；字体颜色均为黑色#000000，“神外小学生孙逸杰”字体为三级湘乡体，字号为9号，行间距为2，“郑大一附院”字体为点宋体，字号为9号。

画面贴纸、表情包、视频素材、图片根据视频内容进行匹配，同时伴有音效。



前期策划

短视频设计思路



字幕分为划重点字幕和常规字幕，字体均为宋黑体；字幕颜色不统一，但均为黄色，划重点字母颜色稍浅，更加突出。划重点字幕字号为12号，设置阴影，常规字幕为11号字，黑色描边。

风险规避标语：毛笔行楷，7号字，字体颜色为白色#FFFFFF，黑色描边，设置阴影。

结尾设计

视频形式呈现，加入黑色幕布素材，插入白色圆形：插入头像图片，设置圆形蒙版，将头像调整为合适的位置，加入动态关注素材，配上字体模板：“关注我 更多医学冷知识”。





前期策划

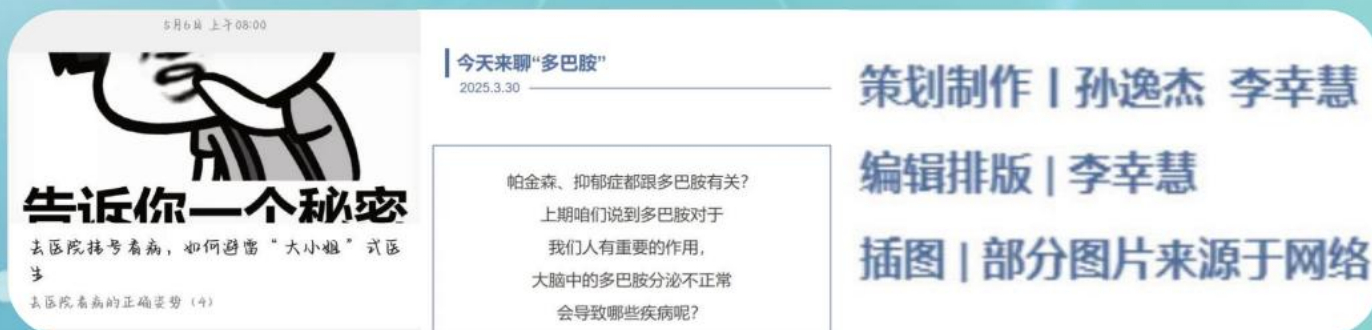
微信图文设计思路

常规图文

封面设计：默认尺寸，图片均为微信公众号文章内插图，图片来源于视频内截图、网络图片以及拍摄照片。

文中内容为统一模板，颜色为冷色调，符合医学科学严谨的特性。字体为默认字体，字号为16号，1.5倍行间距，居中对齐。

结尾部分：编辑排版标注，2.0倍行间距，左对齐，字体加粗，其余设置与文章正文部分相统一。



采访图文

开头：人物访谈条 蓝色调，包括该期内容标题，紧接着插入视频。

正文部分包括采访问题以及医生的回答，内容相关的图片，蓝色底板。

字体为默认字体，字号为16号，1.5倍行间距，左对齐。

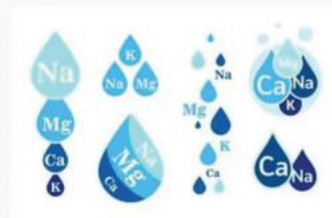
医生一定得是学医的吗？你敢赌那1%吗？

原创 孙逸杰 脑外小医生 2025年05月07日 08:00
河南 听全文



最近董小姐的事情很火啊，都说她是先天医学圣体，从医9年就能开刀，而且好像也没出太大问题，医生一定得是学医的吗？

其实也不是不能干，就是会有那么一点差距。
咱拿外科举个例子，外科医生最最基础的基本功是什么？不是缝合打结这种手术操作，是维持病人水、电解质平衡。



外科一碰手术比较多，术前病人要出血，要禁食禁水，体内的水分会大量流失，围手术期又完全依赖医生调节输液的量和液



运营实践

运营筹备



医生简介

孙逸杰，男，34岁，博士毕业于郑州大学，目前在郑州大学第一附属医院神经外科任职，主攻颅脑损伤、运动康复、颅内肿瘤、神经内镜等。

平台选择

本选题选取抖音、B站、小红书以及微信公众号四个平台进行内容推送与运营。

账号搭建

账号名称：神外小学生（以抖音为例）

头像：根据医生原照片AI生成，如图：

资质认证：郑州大学第一附属医院神经外科主治医师孙逸杰

账号简介栏：如下图：



郑州大学第一附属医院神经外科

医学博士

主攻颅脑损伤、运动康复、颅内肿瘤、神经内镜
打破医学神秘感，每期一个医学小知识~

关键风险应对

医学科普短视频在传播健康知识的同时，也面临内容准确性、法律合规性、伦理风险等挑战。要严格内容审核、合规化表达、注意隐私保护以及进行舆情监测。通过规范流程，既能降低法律风险，又能提升内容的公信力与用户信任。



运营实践

内容运营

选题机制

基础选题层：（保障日常流量）选题主要以医生专业的神经外科知识以及生活场景刚需为主，神经外科知识如：大脑中的神经递质——多巴胺、内啡肽等；生活场景刚需如：去医院看病的正确姿势系列。

热点响应层：（紧抓流量，作为产生爆款视频的储备）选题参考各平台热点医疗话题和推荐，如：花粉季过敏性鼻炎和结膜炎的防治。

深度价值层：（作为“神外小学生”IP建设的重点）一是系统的知识解读二是前沿医疗解读，选取当下前沿的医疗知识进行科普。

脚本创作

脚本公式：

开头3秒钩子：

痛点提问（别人在春光里「啊~多么清新的空气」，你在春风中「啊~阿嚏！阿嚏！阿嚏！」这说的不是你？）

反常识结论（如“运动康复=按摩？”）

主要内容论述（如“去医院看病的正确姿势——我现在来医院看病了，那我到底应该去哪个科呢”）

穿插自我介绍：大家好，我是神外小学生。

中间1~2min：核心知识，主要内容（医生讲解），语言有亲和力，通俗易懂，便于理解，同时不失幽默，在严肃的医学知识融入一些幽默成分，形成视频的独特风格，促进传播。

最后2秒：行动呼吁，视频形式体现“加关注”，引导受众关注。

过敏性鼻炎的症状

别人在春光里「啊~多么清新的空气」，你在春风中「啊~阿嚏！阿嚏！阿嚏！」这说的是不是你？

大家好，我是神外小学生。

四、五月份，温度正好，正是出门踏青，赏花园的好时候，但是对于过敏性鼻炎患者来说，不太友好。

怎么判断自己是不是过敏性鼻炎呢，那就看看你是不是对号入座。

首先，鼻腔内明显的瘙痒感，里边跟有蚂蚁在爬一样，患者常忍不住揉搓鼻子，小朋友甚至会不自觉地做出反复向上搓鼻的“过敏性敬礼”动作。

紧接着是阵发性的连续喷嚏，尤其在早晨起床或接触花粉、尘螨等过敏原后更为频繁。鼻腔会分泌大量清水样的稀薄鼻涕，清水鼻涕流个不停，纸巾消耗速度比不上圆珠笔的速度，有时多到可能倒流至咽喉，引发喉咙发痒或咳嗽。

同时，患者还会出现鼻塞症状，你会发现睡觉的时候，左侧胳膊朝下侧躺，右边的鼻腔是通的，右侧胳膊朝下侧躺，左边的鼻腔是通的。这时候有人就说了，那我平躺，恭喜你，两边都堵，水泥封鼻，只能张着嘴睡。有时候再加上过敏性鼻炎，那简直是一种折磨，睡都睡不着。

长期鼻塞还可能导致嗅觉减退，使患者对气味变得不敏感。这些症状在过敏原暴露后迅速出现，并可能持续整个花粉季节或特定过敏原高发期。

拍摄剪辑



拍摄前：与医生沟通拍摄内容，确定脚本，协调医生时间

拍摄时：做好拍摄准备工作、确保拍摄效果

拍摄后：讨论视频拍摄的问题和经验，确定下个系列视频的选题

本选题类视频内容具有可复制性，只要确定了剪辑内容的模板以及框架，后续的视频便可以直接套用模板。固定模板包括封面字体、视频中的标题、医生介绍栏、字幕、风险规避提示以及结尾。

多平台协同

参与活动
↓
视频添加标签
↓
获得激励

抖音 >>> DOU+



B站 >>> 变现



小红书 >>> 奖品



多平台运营模式，以抖音、B站、小红书作为短视频内容的主阵地，根据不同平台的特点制作差异化内容。微信公众号作为核心枢纽，在文章中整合三个平台的视频链接和账号入口，既保留各平台内容的原生调性，又通过公众号集中引导用户跨平台跳转。这种设计既能发挥不同渠道的传播优势，又能将分散的粉丝流量串联互通，最终实现“多平台创作、公众号整合、全渠道共享用户”的循环。

微信公众号是三个视频平台相互连接的纽带，通过图文结尾插入每期视频链接、在图片中插入三个平台账号二维码实现多平台连接。





运营效果

短视频+微信公众号

运营总数据

本设计截止至5月7日，抖音、小红书各发布26条视频和笔记，B站发布23条视频，微信公众号发文23篇，由于平台性质不同，数据表现存在较大差异。

抖音运营数据

“神外小学生”抖音账号自运营以来，粉丝增长321，粉丝增长速度较快，26个作品获赞量增长2451。单条视频浏览量最高达到4万以上，点赞量1400+，视频浏览量处于较高水平，其中实用性内容、热点内容浏览量较高，整体运营效果较好。

神外小学生

郑州大学第一附属医院神经外科主治医师 孙逸杰

抖音号: 44491570425

4261 20 26 1530
获赞 互关 关注 粉丝

编辑主页

郑州大学第一附属医院神经外科
医学博士
主攻颅脑损伤，运动康复，颅内肿瘤 神经内镜
打破医学神秘感，每期一个医学小知识~

神外小学生

郑州大学第一附属医院神经外科主治医师 孙逸杰

抖音号: 44491570425

6812 20 26 1851
获赞 互关 关注 粉丝

编辑主页

郑州大学第一附属医院神经外科
医学博士
主攻颅脑损伤，运动康复，颅内肿瘤 神经内镜
打破医学神秘感，每期一个医学小知识~

抖音原始数据



详细数据

运营后数据

去医院看病怎么对号进科室呢？ 2025-02-13 16:24 发布 播放 1.1万 平均播放时长 15秒 封面点击率 19.18% 点赞 41 该作品已被标记为精选内容，额外获得8458流量扶持	过敏性鼻窦炎和感冒怎么区分？#医药健康创作训练营 #存科者pick... 2025-04-09 12:30 发布 播放 1.1万 点赞 19 评论 0 分享 2 该作品已被标记为精选内容，额外获得0.01元现金激励
首先，医生一定是学医的！#医学生懂医学生 2025-05-04 20:15 发布 播放 4799 平均播放时长 16秒 封面点击率 19.05% 点赞 87 该作品已被标记为精选内容，额外获得0.16元现金激励	“急救星人”三步自救指南！金屋于货！#医药健康创作训练营 #存科者pick... 2025-04-12 17:41 发布 播放 7348 点赞 62 评论 1 分享 26 该作品已被标记为精选内容，额外获得0.06元现金激励

精选内容

近一周以来（5月1日—7日），视频播放量达到4.8万以上，超过99%的同类作者，投稿量高于同类作者，粉丝净增98个，远高于同类作者，但视频的互动率、完播率与同类作者仍有差距。近一个月以来（4月7日—5月7日），投稿数9个，播放量7.5万，完播率相较于同类作者较低，还有待提高，作品相关搜索达到3.1万，粉丝净增117个，互动指数、视频点赞等数据表现良好。封面点击7.76%，封面设置高达93.33%，封面设计规范。

从作品内容来看，去医院看病的正确姿势系列中两个作品被平台标记为精选内容并分别额外获得8000多和6000多的流量扶持；过敏性鼻炎和结膜炎系列中的“过敏性鼻炎和感冒怎么区分”“春敏星人三步自救指南！”以及热点内容“首先，医生一定得是学医的！”被平台标记为精选内容并获得额外的现金激励，实现了流量变现。这说明内容实用，符合受众需求，紧跟热点直击用户痛点，流量就高。

用户画像

性别、年龄和地区分布是用户画像的核心维度。“神外小学生”抖音用户41-50年龄段占比最高，41-50年龄段偏好度（TGI指数）最高；男性占比最高，女性偏好度（TGI指数）最高；河南占比最高，河南偏好度（TGI指数）最高，其中城市中郑州占比最高。



性别分布

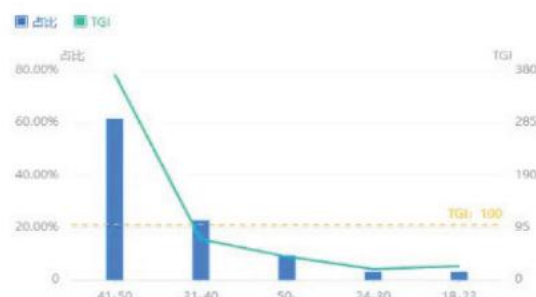
男性占比最高，女性偏好度（TGI指数）最高



性别分布

年龄分布

41-50年龄段占比最高，41-50年龄段偏好度（TGI指数）最高



年龄分布

爆款视频

2025年5月1日发布的视频——去医院看病怎么规避“董小姐”式医生整体流量上涨较多。视频播放量4万+，点赞量1400+，评论250+，分享和收藏量均达到了100+，5s完播率数据表现较好，单条视频涨粉达到59个，观众热门评论词为“医生”“靠谱”“副主任”等，与视频讨论内容高度相关。



去医院看病挂号，怎么规避“董小姐”式医...

2025-05-01 19:45 发布 | 部分数据次日更新

切换作品

总览

流量分析

观众分析

作品状态正常

流量

播放量较往期 +993.31%

播放量

4万

点赞量

1414

评论量

262

分享量

121

收藏量

166

弹幕量

1

完播率

6.66%

2s跳出率

29.69%

B站运营数据

神外小学生B站账号，总粉丝量250，总播放量7.2万+，弹幕量139，播放量高。近一个月（4月11日-5月12日）以来播放量在5.9万+，播放量超越约90%的同类作品，完播率超越约68%的同类作品，播放完成度较好。净增粉丝189个，粉丝增长速度快，超过95.5%同类UP主。视频点赞量7200+、收藏900+、投币359、评论量331、分享137个，粉丝活跃，互动指数高，运营效果较好。



B站运营详细数据

用户画像

近一个月以来，“神外小学生”B站用户男性居多，占比达到了近七成，年龄主要集中于25到40岁；地域分布集中于广东省，江苏省以及浙江省；新增关注155个，粉丝主要来源于视频转化，消费互动粉丝比例超过了98%的同类UP主，其中点赞粉丝占比达到一半以上，粉丝粘性大。



爆款视频

2025年5月1日发布的视频——去医院看病，如何规避“董小姐”式医生流量表现较突出。单条播放量4.7万+、视频涨粉100个、点赞量6400、弹幕量100+、收藏800+、投币以及评论量均为200+，互动量高。



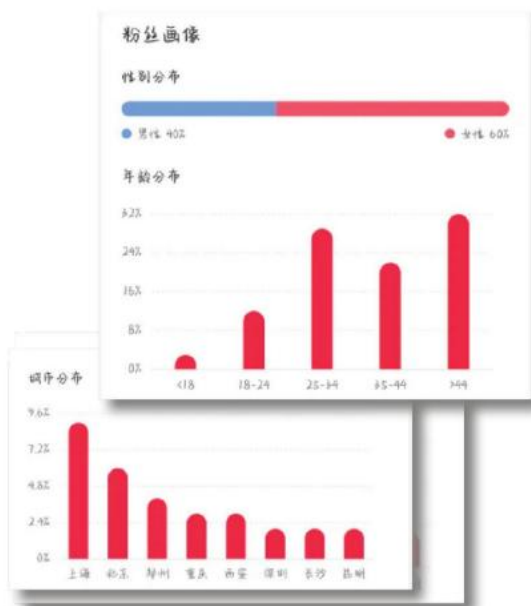
B站爆款视频数据

游客播放和粉丝播放高于过往和同类，得益于封标点击率、互动率表现较好。

小红书运营数据



小红书账号粉丝数149，收藏与浏览量717。近一周（4月29日—5月6日）浏览量、互动量、发文活跃度以及粉丝增长量均超过90%以上的同类创作者，2条视频粉丝增长45个，粉丝增长速度较快。近一个月以来（4月7日—5月6日），浏览量近6000，其中，单条视频最高浏览量1940，最高点赞量142。观众来源首页推荐最高，近七成。女性用户居多，年龄多集中于25到34岁以及44岁以上两个年龄段，运营效果虽不显著，但也在稳步提升。



微信公众号运营数据



微信公众号用户从起始的0个到目前用户16个；作品最高浏览量81，整体数据相比其他3个平台较低，传播效果不明显，流量主要依赖于平台推荐以及朋友圈转发，目前公众号推流有没有起到很好的效果，还有待验证。



策略优化

短视频+微信公众号

在运营的过程中通过分析各平台用户行为特征及内容偏好，发现不同渠道用户对内容形式、主题方向存在明显差异。据此调整运营策略，根据不同的平台调性和用户需求进行差异化内容分发，以提高传播效果，深入探索医学科普类短视频传播策略。

(1) 抖音

根据抖音“短平快”的特性，控制视频的时长。之前视频集中于2~5分钟的时长区间，现在通过调整稿件脚本，将视频控制到90秒以内。

(2) B站

B站健康传播短视频的时长一般在五分钟以内，从数十秒到几分钟的健康短视频较容易登上热门视频榜单。

在剪辑时对短视频同一话题内容进行整合并二次剪辑，增加作品时长，将作品时长控制至3~8分钟；增加相关专业素材，提升作品深度；加强弹幕互动，促进用户“一键三连”，增加流量。

(3) 小红书

结合小红书笔记分享的平台特性，将“短视频+标题+标签”优化为“短视频+标题+内容分享+标签”的形式，注重文案的编写与内容的条理性。

抖音



神外小学生

抖音号: 44491570425

郑州大学第一附属医院神经外科...



神外小学生~

小红书号: 9685675953

小红书

扫描二维码
在小红书找找我





郑州工程技术学院

ZHENGZHOU UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



■ 制作人

2021级网络与新媒体

李幸慧 202155190123