

“雕花蜜饯”短视频需求文档

版本号 V1.0



2026. 6. 24

目录

一、视频背景	3
二、项目目标	3
三、受众人群	3
四、分平台精准定位	4
(1) 抖音方向	4
(2) 小红书方向	5
(3) 快手方向	6
五、总结	7

一、视频背景

千年柚皮藏匠心，一刀一刻传非遗。靖州雕花蜜饯作为苗侗特色非遗技艺，依托天然果蔬与古法糖艺，以精细浮雕、镂空雕刻承载民间吉祥文化。传统手工流程繁琐复杂，纹样蕴含乡土美好祝愿，却渐渐淡出大众视野。本视频聚焦雕花蜜饯工艺细节、传世作品与传承匠人，用简约国风画面轻量化科普非遗知识，打破传统文化沉闷刻板印象，吸引年轻受众关注传统手工，助力非遗文化年轻化传播。

二、项目目标

1. 打造适配 18-30 岁青年群体、贴合四大平台差异化调性的雕花蜜饯轻量化、深度化分层科普内容；
2. 搭建零成本、纯线上素材二次创作标准化流程，统一全平台脚本撰写、视频剪辑；
3. 产出完整成套的课程实践作品集，验证线上素材二次创作模式传播雕花蜜饯的可行性与传播效果

三、受众人群

核心受众聚焦 18-30 岁群体，包含在校大学生、非遗爱好者、

新中式美学追随者、手工文化科普受众，主打年轻化、审美化、知识化内容需求。

四、分平台精准定位

（1）抖音方向

1. 内容定位

刀尖上的非遗艺术，主打视觉震撼和知识科普

2. 视频时长

15-30 秒为主，核心信息不超过 20 秒

3. 画面风格

高对比度，高饱和度，突出青柚的翠绿和糖渍后的晶莹

多用特写，微距镜头，雕刻细节拉满

逆光拍摄成品透光效果，营造"琉璃质感"

4. 剪辑节奏

成品震撼特写+吸引文案

（1）雕刻关键步骤快剪，卡点民俗 BGM

（2）成品展示+多种吃法快速切换

（3）非遗文化点题+互动引导

4. 爆款选题方向

《挑战！用柚子皮雕出一整条龙》——技艺挑战类

《这居然能吃？湖南人的待客最高礼仪》——认知反差类

《一片蜜饯 10 道工序，老祖宗的智慧太绝了》——工艺科普类

《当非遗蜜饯遇上现代下午茶》——场景创新类

6. 文案与标签

标题多用感叹号、疑问号，制造情绪张力

标签：**#雕花蜜饯#非遗美食#湖南特产#万花茶#舌尖上的艺术品**

(2) 小红书方向

1.内容定位

小众高颜值非遗伴手礼，主打送礼、下午茶、文旅种草

2. 视频时长

30-60 秒，信息密度适中，方便用户收藏

3. 内容结构

封面：成品绝美特写+核心关键词（如 "湖南伴手礼天花板"）

开头：场景引入（"今天给大家挖到一款颜值超高的非遗茶点"）

中间：产品展示+口感测评+多种吃法演示

结尾：购买建议+适合人群+收藏引导

4.画面风格

暖调柔光，国风氛围感拉满

茶席摆盘、礼盒开箱、下午茶场景为主

画面干净整洁，背景简约不杂乱

5.爆款选题方向

《被问爆的湖南伴手礼！好看又有面儿》——送礼攻略类

《办公室下午茶新宠，同事都来问链接》——生活方式类

《雕花蜜饯的 3 种神仙吃法，最后一种绝了》——干货教程类

《去靖州旅游必带的特产，真的舍不得吃》——文旅种草类

文案关键词布局：非遗伴手礼、湖南特产、靖州旅游、下午茶茶点、高颜值零食、送礼不撞款、长辈礼物、国风茶点

（3）快手方向

1. 内容定位

苗乡手艺人的日常，主打真实技艺展示和乡土情怀

5. 视频时长

1-3 分钟，叙事完整，情感浓度高

6. 画面风格

真实自然光，农家院落、苗寨场景

7. 内容结构：

开头：作者打招呼，直接展示手上的内容

中间：边做边讲，介绍内容的历史、难度、传承故事

结尾：展示成品

5.爆款选题方向：

《山里的阿姐靠这双手，把柚子皮变成了艺术品》——人物故事类

《传承了上千年的手艺，现在年轻人都不愿学了》——传承情怀类

《从摘柚子到成品，带你完整看一遍雕花蜜饯怎么做》——全程记录类

《客人来了泡一杯，这是我们苗家最高的待客礼》——民俗文化类

五、总结

全部平台标题得吸引本平台的用户群体，内容得符合各平台的人群喜好抖音（快节奏，ai，沉浸式）。快手（乡村风格，人物得真实，偏搞笑风格）小红书（平台主要为年轻女性，得抓住女性的爱好兴趣来做，比如，打卡/变美/测评），各平台 bgm 也

得适用各平台用户习惯。