# 游戏推广视频脚本范文大全(6篇)

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-04-25

*游戏推广视频脚本范文大全 第一篇基于优化师从业过程中的案例积累和投放实操经验，下文简单的总结了一些>热门休闲游戏脚本套路。工欲善其事，必先利其器，在研究的过程中，离不开一个重要的辅助——SPY工具。SPY工具的存在帮助许多广告主解决了素材创...*

**游戏推广视频脚本范文大全 第一篇**

基于优化师从业过程中的案例积累和投放实操经验，下文简单的总结了一些>热门休闲游戏脚本套路。

工欲善其事，必先利其器，在研究的过程中，离不开一个重要的辅助——SPY工具。SPY工具的存在帮助许多广告主解决了素材创意的问题，特别是对于行业新人来说来说，可以帮助他们避开了很多坑，少走了很多弯路。在后续的文章中也会为大家详细介绍该工具的使用方法和场景。

消除类休闲游戏

放置类休闲游戏

益智类休闲游戏

模拟经营类休闲游戏

策略-卡牌、塔防类休闲游戏

街机类休闲游戏

注释：以上案例、视频链接可在 OPMETA优化研习社 公众号后台回复“脚本套路”进行查看。

>三、素材脚本的避坑指南

>1.本地化处理

本地化是游戏出海必须考虑的范围，广告素材也不例外。试想一款打算出海巴西的游戏，即便是游戏内、应用商店页已经做好了本地化翻译，但如果广告素材继续使用中文，人们可能会判断游戏文本也是中文，势必让广告投放效果不尽如人意。本地化对于广告素材的意义，毋庸置疑。

>2.结果前置

在叙事写作手法中，“倒叙”是一种将后发生的事情放于前文的方式，可称之为结果前置。素材脚本的本质是讲故事，因此倒叙（结果前置）亦可用于其中。

**游戏推广视频脚本范文大全 第二篇**

按照正常的叙事线路，升级都是从低level战斗走向高level战斗，而从下图数据中，我们能够看出：

【升级前慢】的重要指标>CTR、CVR、3s播放率、平均播放时长表现稍逊于【升级前快】的表现，说明用户对于低level到高level循序渐进的视频逻辑体现，并不感兴趣。相反，【升级前快】的CTR以及3s播放率都远高于【升级前慢】，说明用户对于前3s是否展示了游戏高配置武器爽感的内容，有明显感知。

>3.内容关联性

「分屏」是（超）休闲游戏常见视频形式之一，它可以>将游戏中不同内容进行展示，做游戏之间的对比，以突出自身游戏的有趣优势。

一是>分屏适用的游戏类型，通常不需要用户额外理解，比如文字游戏就不适合分屏，而街机、放置就可以采用分屏。二是，内容的叠加并不是单纯的堆叠，而是>通过内容的关联性来降低用户理解成本，沿用认知闭合，例如字幕Noob VS Pro，就有效避免了用户看不懂分屏素材所要表达的含义。

**游戏推广视频脚本范文大全 第三篇**

1,发生时间(背景):白天

2、地点:室内

3.人物(造型、性格、穿着) :我和男朋友

4,起因:男朋友喜欢打游戏

5.经过与对话:

【镜头】我下楼扔垃圾的时候着到男朋友还在打游戏，顿时气不打一处来,把钟表的时间调快了三个小时。

【镜头转换]我回来\',故意大声地说: \'你看看你,打游戏打到几点了,还在玩

男朋友：“我去，时间怎么过得这么快？

6,结尾:

男朋友从沙发上跳起来大喊:“你倒垃圾倒了三个小时,说,你到底去哪了?

附录：

要把男朋友贼喊捉贼的表情表现出来

**游戏推广视频脚本范文大全 第四篇**

在下图的素材脚本中，用一句简单的“利用版本一视频”，就可以实现控制视频变量，保证视频主内容不变，仅在结束帧做出改变。在后续投放结果出来后，也能够通过素材脚本，快速找到视频与视频之间的差别在哪里。因此，>充分利用脚本来实现控制变量，是优化师的技巧之一。

>总结

视频素材脚本对于制作视频的作用，就好比一款新产品的草图，它有助于>帮助优化师将脑袋里为游戏构思出来的创意，以文本形式，传达给设计师，提高优化师与设计师之间的沟通效率。不仅如此，它能够帮助优化师做素材测试时，为去控制变量提供依据。甚至当某一个素材成为爆款后。若想继续寻找卖点进行延展，素材脚本将成为一个有力的支撑点。

**游戏推广视频脚本范文大全 第五篇**

低角度运镜是通过模拟宠物视角，使镜头以低角度甚至是贴近地面角度进行拍摄，越贴近地面，所呈现的空间感则更强烈。

低角度拍摄也能够更加聚焦于某一部位，最常见的莫过于腿部行走，这类镜头在许多场景下可谓屡试不爽！

其实运镜方法有许多，当你能够熟练的使用稳定器的时候，就可以在基础的运镜动作上加上其它元素，使镜头看起来更加酷炫，更具有动感。

可以选择的道具有非常多种，玩法也非常多，但是需要注意的是，道具起到的画龙点睛的作用，不是画蛇添足。别让它抢了主体的风采。

某些多场景视频还要设计拍摄地址，脚本的范式，大概是这样的：

以上内容都是脚本可以做到的，如果不想事必躬亲，其实可以去一些平台看看，平台写的脚本都是运用到的。有些突出的平台，更会对此给出部分建议和意见。参考如下：

**游戏推广视频脚本范文大全 第六篇**

虽然我们的带货短视频大多都是在15秒左右，最长也不会超过30秒。

但是，如果想要基础流量高，转化率高，必须精雕细琢每一个视频里面出现的细节。包括景别、场景布置，演员服化道准备，台词设计，表情；还有音乐的配合，最后剪辑效果的呈现等等。这些都是需要脚本来呈现的。

1.脚本前期准备

在编写你的短视频拍摄脚本前，你需要确定好你的短视频整体内容思路和流程。主要包括以下几个方面：

在拍摄前期，我们就要定位内容的表达形式，比如你要做短视频，是美食制作、服装穿搭还是小剧情。

主题是赋予内容定义的。比如服装穿搭系列，拍摄一个连衣裙的单色搭配，这就是具体的拍摄主题。

拍摄时间确定下来有两个目的，一是提前和摄影师约定时间，不然会影响拍摄进度，二是确定好拍摄时间，可以做成可落地的拍摄方案；不会产生拖拉的问题。

拍摄地点非常重要。要拍的是室内场景还是室外场景。比如野生美食就要选择在青山绿水的地方，室内场景要选择普通的家庭厨房还是选择开放式的厨房。这些都是需要提前确定好的。

有时候我们想要的拍摄效果和最终出来的效果是存在差异的，我们可以找到同类的样品和摄影师进行沟通，哪些场景和镜头的表达是你想要的；摄影师才能根据你的需求进行内容制作。

BGM是一个短视频拍摄必要的构成部分，配合场景选择合适的音乐非常关键。

拍摄运动风格的视频就要选择节奏鼓点清晰的节奏音乐，拍摄育儿和家庭剧，可以选择轻音乐暖音乐。这方面需要多多积累，学习别人是怎么选择BGM的。2.脚本制作方法

在拍摄脚本里面，我们要对每一个镜头进行细致的设计，我们今天主要从

6个要素进行讲解。

就是拍摄的时候，是要用愿景、全景、中景、近景、特写他们当中的哪一种？

就拿拍摄人物来说，远景就是把整个人和环境拍摄在画面里面，常用来展示事件发生的时间、环境、规模和气氛。比如一些战争的场景。

全景就是比远景更近一点，把人物的身体整个展示在画面里面，用来表现人物的全身动作，或者是人物之间的关系。

中景就是指拍摄任务膝盖至头顶的部分，不仅能够是观众能够看清人物的表情，而且有利于显示人物的形体动作。

近景也就是拍摄人物胸部以上至头部的部位，非常有利于表现人物的面部或者是其他部门的表情、神态。甚至是我们的细微动作。

特写就是对人物的眼睛、鼻子、嘴、手指、脚趾等这样的细节进行拍摄，适合用来表现需要突出的细节。

内容就是把你想要表达的东西通过各种场景方式进行呈现。具体来讲就是拆分剧本，把内容拆分在每一个镜头里面。

台词是为了镜头表达准备的，起到的是画龙点睛的作用，在这个地方，我想告诉大家，60s的短视频，不要让文字超过180个字，不然听起来会特别的累。

时长指的是单个镜头的时长，提前标注清楚，方便我们在剪辑的时候，找到重点，增加剪辑的工作效率。

运镜指的就是镜头的运动方式。从近到远、平移推进、旋转推进都是可以的。下面再给你们详细讲解一下短视频拍摄中经常用到的一些运镜技巧：

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！