



- 美国联邦政府甜蜜之家指导员
- MD/VA/DC 持证调解员
- VA 最高法院 共同抚养 教育者
- Gottman 夫妇治疗师 二级
- 中国婚姻家庭咨询师
- 2017 杰出华人优秀教师

提供中英文服务

免费热线:

(240)716-1000

黄稚云  
Huang Zhiyun

### 家事法调解

6周快速无争议离婚

最保密 最省钱  
最省时

双赢调解事务所 华府唯一

symediation.com

### 最有尊严的争议解决

联合退休法官律师调解员 一站式解决

- ✓ 争议调解, 善办难案
- ✓ 达成分居协议, 离婚协议, 文件准备
- ✓ 孩子抚养权, 抚养费, 探视权
- ✓ 配偶赡养费, 财产分配
- ✓ 亲密关系重建

4-092

zhiyunmediator@gmail.com

## 大专联“生活更加美好”系列公益讲座 韩维博士:手把手教小白制作视频



随着疫情期间居家工作的普及,云端视频的运用已成为眼下趋势,因此学会制作发布视频也变成新的必备技能。为此华府地区大专院校校友会联合会(大专联)特邀请在此方面颇有经验的韩维博士,通过网络直播的形式,线上分享电脑视频制作经验,精彩的讲解和实用的内容受到观众的广泛好评。

2021年4月9日晚,大专联生活更加美好系列公益讲座第1期——“韩维博士:手把手教小白制作视频”在线上成功举办,讲座嘉宾韩维博士在Zoom与Youtube等平台上直播教授了用电脑视频制作方法,吸引了百余名观众同时在线参加观看。

讲座由大专联科技部与文艺部联合推出,大专联副会长韩军主持讲座并宣读免责声明。讲座开始前,上海大学美国华府校友会会长沈家宁介绍了韩维博士在其专业工作、以及音乐艺术和视频制作方面的建树。

主讲人韩维博士毕业于中国北京大学,来美后获得大气科学博士学位,毕业后曾在

美国海军实验室工作,之后转入IT行业并在Lockheed Martin工作,现任美国化学学会的高级软件工程师。韩维在工作之余师从声乐教授陈淑琬学习美声唱法,多年来得到许多华府声乐名师的指导,成为了一名出色的抒情女高音,多次在大华府地区重要音乐会上担任独唱、领唱和二重唱,参加并成功策划了多场音乐会。疫情期间,韩维致力于云端音乐会的创作,先后策划并制作了“北维州华人放歌《心连心》”云端音乐会和2021牛年春节云端文艺晚会《春光好》,在网络平台播出后收到好评如潮。她的云端音乐会视频创作突破了传统云音乐会的限制,采用了绿幕技术,并制作了精美的虚拟舞台,给观众带来欣赏现场音乐会的感受,体验到高清唯美画面及令人眼花缭乱的舞台特技效果,在云端晚会的视频播放制作方面,韩维博士可谓经验丰富。

在本次讲座中,韩维博士在多年的经验上提炼总结,分享了两款视频制作软件Windows Movie Maker 和 Wondershare Filmora 9的操作应用,并且着重讲解了音频

录制的设备和方法,以及如何在各大平台上传播视频。

首先,韩维博士概括性地介绍了视频制作的常见用途和上传播放平台,并针对视频播放功能的特点,介绍了高清网络对视频精度的要求,因此我们制作视频时需要清晰了解视频用途和播放渠道,并对此设置相应合适的视频精度。

其次,韩维博士介绍了视频制作的常用软件,并着重讲解了其中两款软件 Windows Movie Maker 和 Wondershare Filmora 9 的操作应用。她以樱花照片展和武汉抗疫视频为例,现场演示了如何用 Windows Movie Maker 导入图片、编辑文字和加入音频等功能。相比之下 Wondershare Filmora 9 软件可制作叠加的复杂视频,对电脑设置也有一定要求,因此她建议大家可以先试再买。韩维博士详细地演示了如何使用 Wondershare Filmora 9 导入图片文字和音频,并着重介绍了如何使用绿幕技术置换背景,还有视频的重叠,通过制作技术让视频效果更加美轮美奂。

接着,韩维博士手把手地教授大家如何将视频上传至 Youtube、哔哩哔哩等网络平台,从创建账户到编辑发布,考虑到视频播出的方方面面。为了方便大家学习应用,韩维博士还分享了许多视频素材图片的获取方式,这都是基于多年视频制作的宝贵经验总结。

此外,韩维博士还特别讲解了音频的制作,包括录制音频时如何避免噪音、后期如何美化声音,并分享了 Audacity 等音频制作软件的应用。她以 Audacity 为例,一步步展示如何用 Audacity 录音,加入伴奏,还有降噪加混响等后期处理。

热情的观众们在观看后提出了许多颇具专业性的问题,韩维博士对此进行一一解

答,最后她总结道,精美视频的制作需要大家熟练使用视频和音频的制作软件,也需要平时多储备高质量的素材,通过丰富的艺术想象力制作出满意的视频。

讲座最后,大专联会长李民对讲座进行总结,他感谢了韩维博士的精彩分享,并感谢大专联云讲座所有工作人员的努力付出。

大专联汇聚了各校友会的人才优势,我们将通过校友平台,定期举办各项线上讲座论坛,帮助各校友会服务校友,为大家提供优质的话题内容和前沿的信息分享。

了解讲座更多详细内容,可点击以下网址观看完整视频: <https://youtu.be/1sAcwGuoIE> <http://Youtube.com/c/caagw>

在此之后,大专联生活更加美好系列公益讲座还将继续推出更多大家感兴趣的话题,精彩内容,不可错过,欢迎订阅我们的公众号(华府大专联),并在 Youtube 等平台关注我们(CAAGW ORG),收听更多精彩讲座!

### 视频制作软件简介

- Windows Movie Maker (free, PC only)
- Apple iMovie (free, Mac only)
- PowerDirector 365
- Adobe Premiere Pro
- Wondershare Filmora9 (容易学)
- DaVinci Resolve (free)
- Hitfilm Express (free)
- Adobe Premiere Elements

### 如何在电脑上制作视频

韩维 April 9, 2021

[weihan22315@yahoo.com](mailto:weihan22315@yahoo.com)

## 辛巴不会“退”

“GIAO哥”直播间里经常出现的“退网”梗,也被快手一哥“辛巴”用了几次。当然,二者的目的不同:GIAO哥是想让观众们给自己多刷点礼物,而辛巴含泪喊出的“臣退了”,则被辛选官方回应为“退网不属实”,其也随后表示是当时是喝了点儿酒。

### 退网:老铁网红的常规梗

4月9日,辛巴的徒弟蛋蛋在带货直播接近尾声时与自己的师傅进行了连麦。连麦中,辛巴提到自己将退出直播界并转向幕后工作,至于原因是自己被资本打败了,并暗示有资本力量操控。整个过程辛巴双眼饱含眼泪,一如既往的动容。

作为拥有七千万粉丝的“快手一哥”,辛巴退网的消息随后冲上了微博热搜第四位。这距离辛巴3月27日全网造势宣布复出,仅仅过去了12天。

当然,就和GIAO哥收到足够礼物后会退网的话抛之脑后一样,第二天辛巴就出现在自己的小号直播间,并且是对于前一天“退网”的说法只字不提。随后辛选(辛巴官方公司)回应称:退网不属实。

### 正所谓,人越退粉儿越火!

和去年6月短暂退网后又回归复播时的造势浪潮一样(直播时抽取30台宝马汽车),上个月辛巴的回归动作同样是豪掷重金。或许是因为“假燕窝事件”影响太大,其在送礼之外的宣传短片、微博开屏、单膝下跪表态等一系列组合宣传方式,更是五花八门。当然,两次回归的口号都是一样——

“接你回家”,这也很好地体现了辛巴或者整个快手主播和粉丝之间的关系。

去年6月,回归之后的辛巴直播首秀销售额为12亿,创下了自己的记录,而今年3月回归首秀的销售额,更是达到20亿元,又一次创新销售纪录,同时其也成为快手平台上单场销售的冠军。

这些套路多次回放后,是不是有了一种熟悉的味道?

### 请继续表演:快手不语

和辛巴团队27日回归时的全网造势截然相反,作为平台方的快手显得格外低调,并没有为这个自家平台上的第一大主播做任何的预热,一切都是“这里的黎明静悄悄”。

此前“假燕窝事件”爆发时,辛巴几乎24小时霸占着微博热搜的榜单。作为承载他演艺生涯的平台,快手的态度也成为外界关注的重点。彼时,有不少人认为快手会壮士断腕彻底封禁辛巴,但最终并非如此,平台只是给出了封禁4个月的处罚。

随着辛巴的再次复出,不知道从什么时候开始,外界陆续有了快手离不开辛巴的声音。当然,这种说法也不是完全没有依据。在快手商业化早期阶段,辛巴这样的头部主播(家族)确实支撑起了快手绝大部分收入。举个例子,2019年辛巴团队全年电商直播的GMV为133亿元,大概占到当年快手全平台的三分之一。

这样的高占比,也是辛巴曾经一度敢于暗中与快手叫板的底气所在。

同时,快手头部主播承继当初YY的那套家族式运营模式,也让他们在平台本身的巨大流量基础上,得以疯狂扩充自己的私域流量。伴随着快手将电商业务作为重点并着力打造,踩着直播带货风口的几大头部家族GMV也在不断上涨。

略显巧合的是,就在辛巴复播的前一天,3月26日快手的首届“电商引力大会”在杭州举办。相较于其他平台会着重以自己的头部主播作为标杆的不同之处,快手对自己平台上那些头部的家族几乎是只字未提,更多的是在描述那些从传统商家转型而来的新型直播带货电商。

一系列动作之后,快手也收获了一定成果。早前在上市路演时,快手高层曾透露辛巴家族的全年累计GMV约为整个快手电商销售额的10%左右。而在上个月的电商引力大会采访中,相关负责人再次透露,第一家家族的GMV在去年仅占全平台GMV的6%。或许,摆脱被“大家族”的钳制是快手正在进行的重要功课。

### 可控:永远是运营第一要素

过去的辛巴有着疯狂的商业版图,在他的规划中自己和辛选不仅仅是依附于快手的一个电商家族,他希望从电商直播供应链入手,未来自己和辛选将会成为快手的“兄弟”公司。

和互联网巨头平起平坐,是辛选平台未来的构想。

据此前《人物》相关报道显示,辛巴曾有带着粉丝出走的想法,彼时他的目标是淘

宝。他表示,如果他去(淘宝),可以在一个月之内把自己干到头部主播位置。当然,方式和其在快手崛起的过程一样就是撒钱。据称辛巴表示可以拿一个亿出来,每场直播发两千万红包,连发5场。但最终,这些提议被淘宝拒绝,双方也不欢而散。

淘宝拒绝辛巴的背后,一个很重要的原因是其希望任何流量都是可控的,而辛巴这种家族式的经营以及辛选团队所携带的江湖气息,背后有着太多不可控的因素。

2020年快手电商的GMV超过了3000亿元,在基本盘迅猛增长的大背景下,单纯从财务上考虑,失去辛巴家族对于快手而言似乎也不是完全不可接受的事情。毕竟,相较于其提供的GMV,这样的存在让快手在舆论上经常会处在非常尴尬的位置。

27日复播之前,辛巴曾接受过一次亿邦动力网的专访,在专访中他着重强调了“去辛巴化”将是辛选今年的重要任务。不过他可能没注意到,这或许对于快手而言同样是一个“重要任务”。

前不久,快手电商营销中心负责人张一鹏在接受《晚点LatePost》采访时直言:“我们可能一个中腰部主播卖不过辛巴,李佳琦和薇娅,但是我10个主播一起来带,量肯定会比过去大。”可预见的未来,在快手官方的推动下,平台上的中腰部带货主播的崛起将会进一步降低辛巴以及六大家族在快手电商GMV中的占比。快手要拿捏的是,这六大家族背后的数亿粉丝不能流失。