

MiaoZhen / Aug 2018

2018 • 抖音研究报告

MiaoZhen
Systems



海马云大数据

抖音

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

■

研究说明

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

- ▶ 平台整体概览
- 平台口碑及竞品分析

2

抖音平台用户研究

- 平台整体用户演化
- 头部内容生产者研究
- 纯素人类头部内容生产者研究
- 跨平台头部内容生产者研究

3

抖音平台内容研究

- UGC热门内容
- PGC热门内容

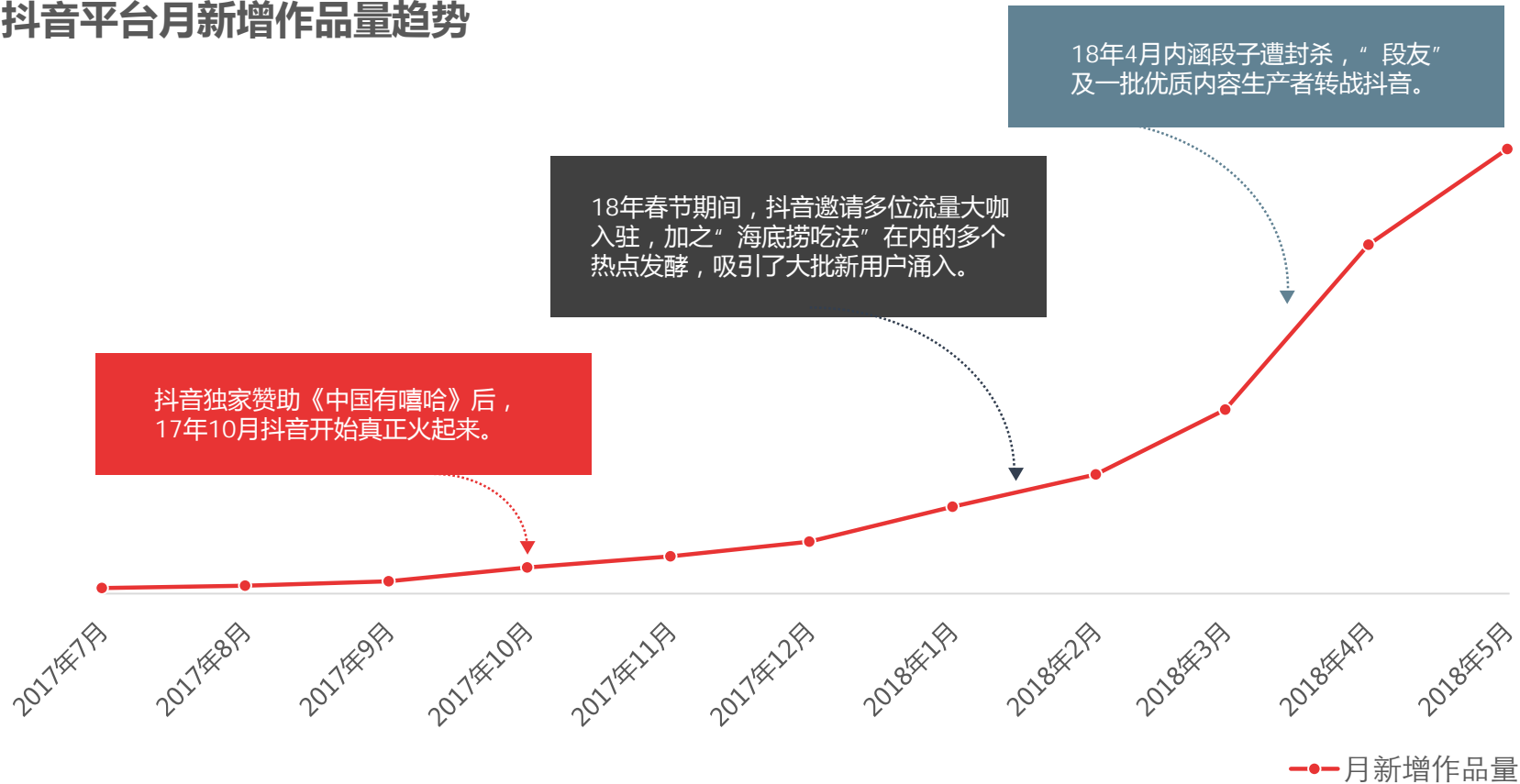
■

研究说明



- 用户可以通过视频拍摄的快慢，以及原创特效、滤镜、场景切换等技术让视频更具**创造性**，一秒变大片。由于配乐以电音、舞曲为主，所以形成的大多数作品节奏感很强，给人较强的**酷炫感、潮流感**。
- 抖音现已成为日活1.5亿、月活超3亿，现下最火爆的短视频平台之一。

抖音平台月新增作品量趋势



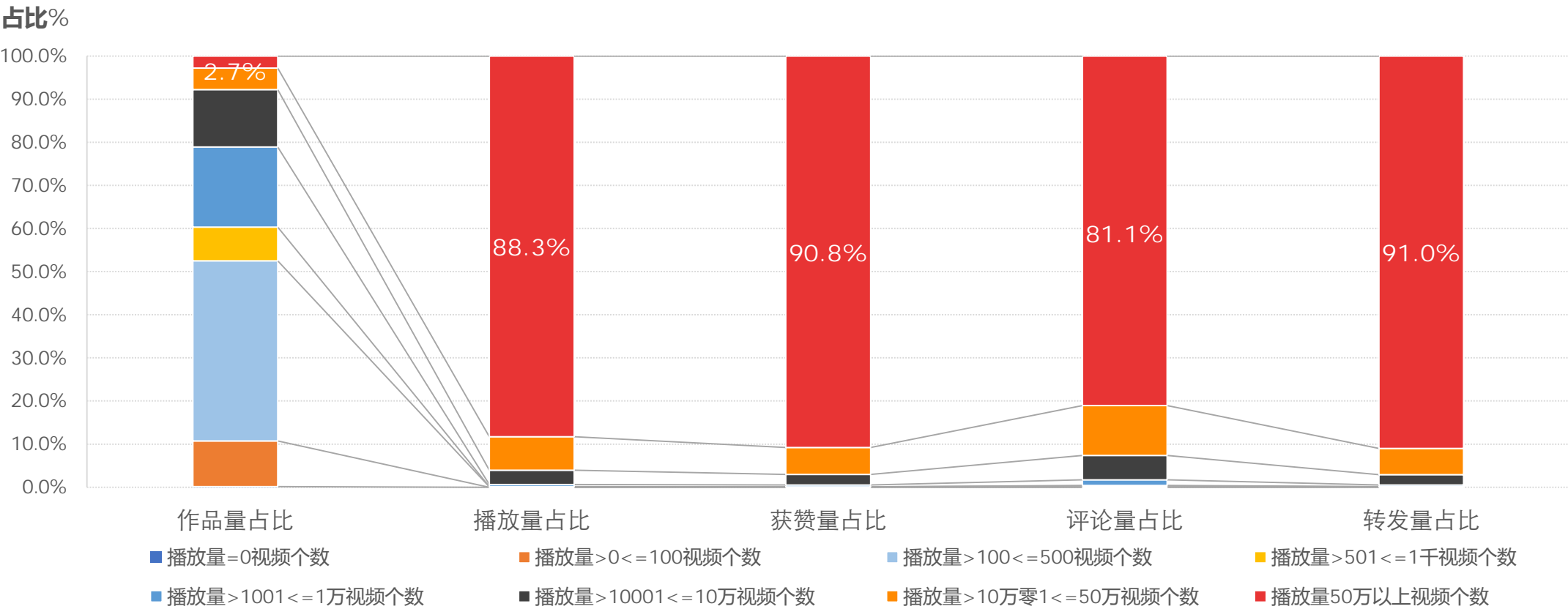
数据来源：本页数据由海马云大数据提供 数据截止：2018年5月22日



优质内容辐射范围极广：占比2.7%的头部视频，攫取了80%+的平台用户关注和参与



不同量级播放量视频平台各指标表现



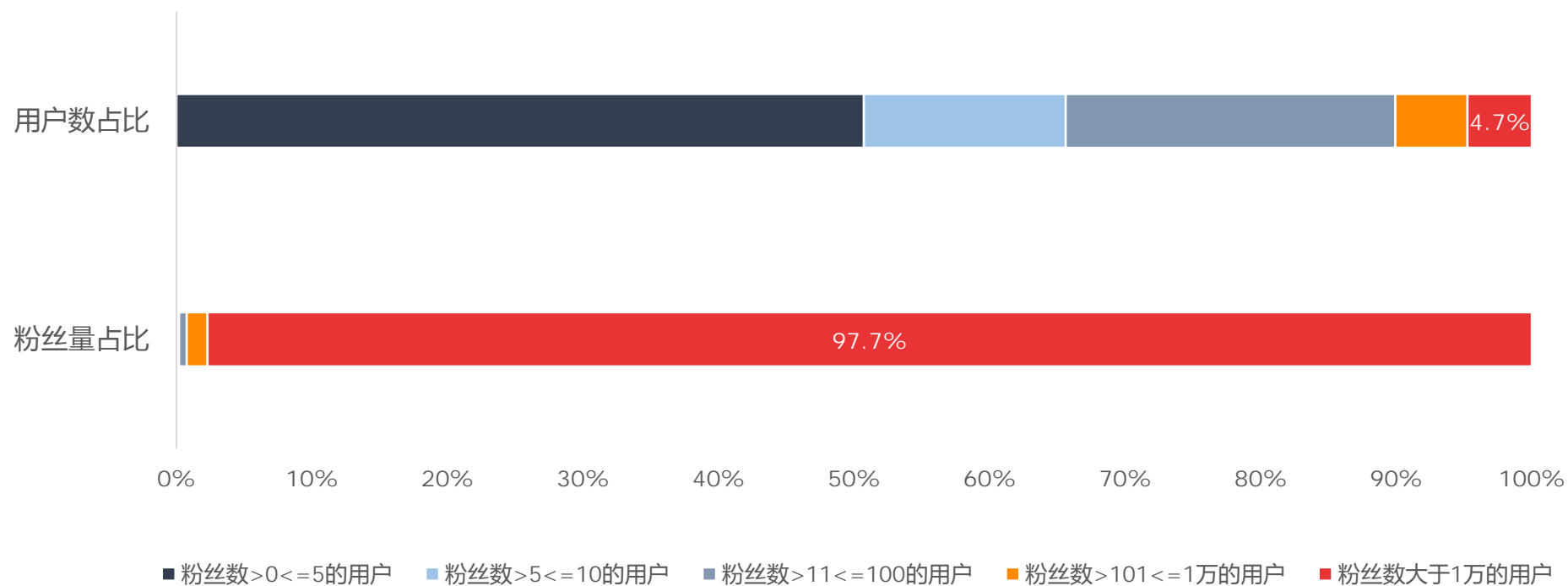
数据来源：本页数据由海马云大数据提供 数据截止：2018年5月22日



头部内容生产者触达面可观：占比4.7%的头部用户，覆盖了平台粉丝总量的97.7%



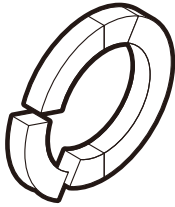
不同粉丝量级用户数分布表现



数据来源：本页数据由海马云大数据提供 数据截止：2018年5月22日

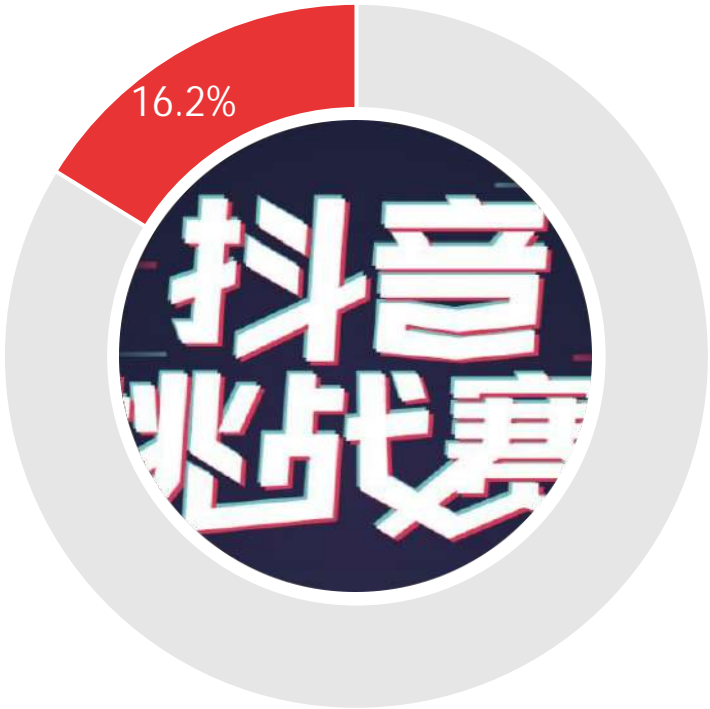


挑战赛激发网民的参与热情：16%的作品出自用户参与抖音花样百出的挑战话题



“溜溜梅扛酸全民挑战” “别眨眼，我要‘变身’了” “你真是每个动作都是戏” “嘿，一起去旅行吧！” “你笑起来真好看”等众多挑战引发抖友创作欲望，得到用户的积极参与

参与抖音#挑战#的作品比例

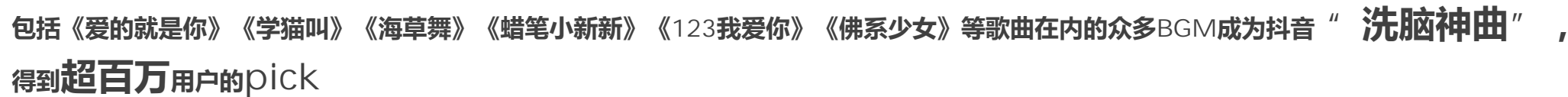


抖音热门挑战词云图



数据来源：本页数据由海马云大数据提供 数据截止：2018年5月22日





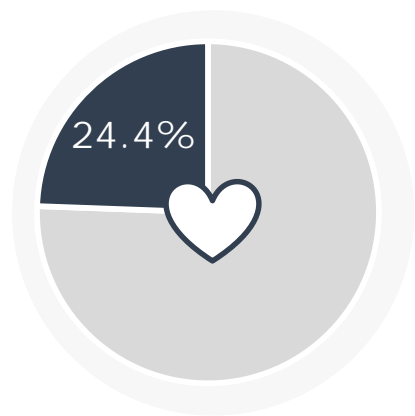
抖音热门音乐词云图



MIAOZHEN.COM / 抖音研究报告 / 2018



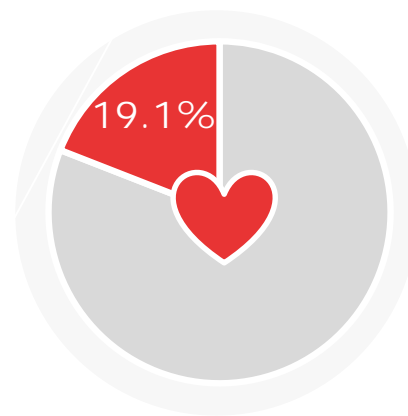
只看不赞星人



点赞量为0

好看与否没关系，我就看看不点赞

点赞狂魔



点赞量 > 1001

不点赞不舒服，不点赞不幸福

数据来源：本页数据由海马云大数据提供 数据截止：2018年5月22日

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览

▶ 平台口碑及竞品分析

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化

头部内容生产者研究

纯素人类头部内容生产者研究

跨平台头部内容生产者研究

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容

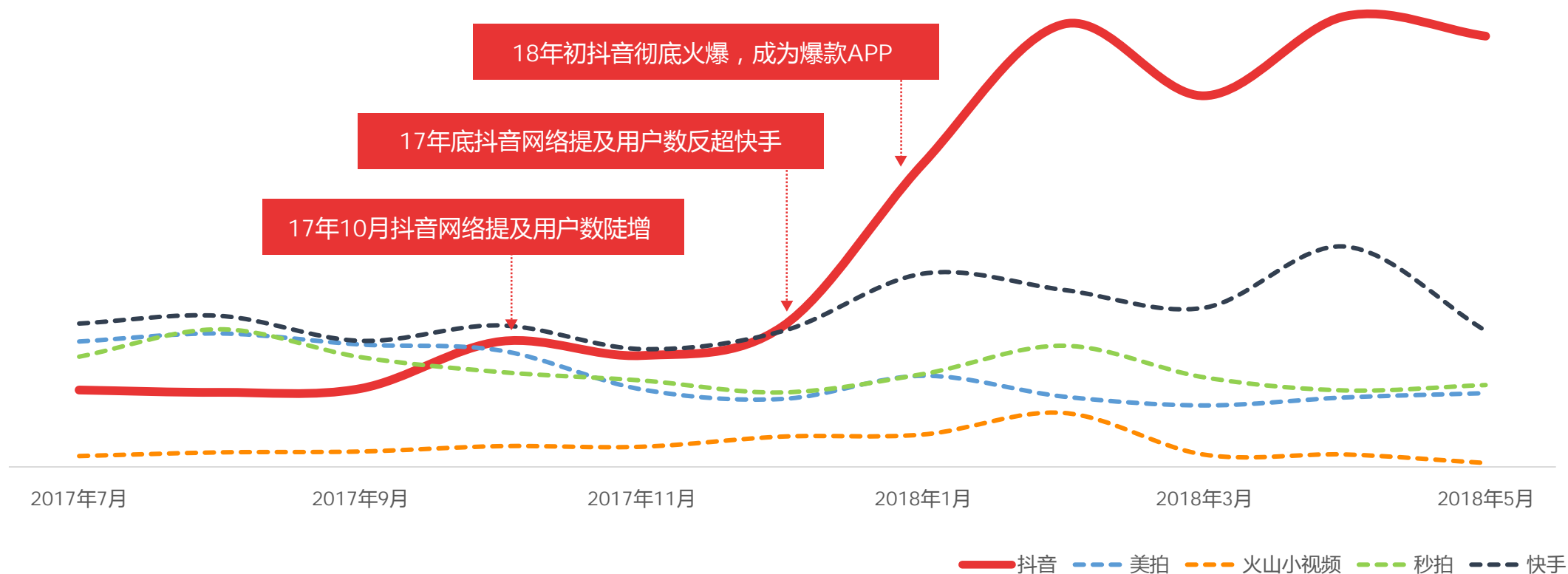
PGC热门内容

■

研究说明

17年10月抖音讨论热度开始飙升，至18年初超过快手，开启爆款APP之路

5大短视频 APP 月度网络提及用户数

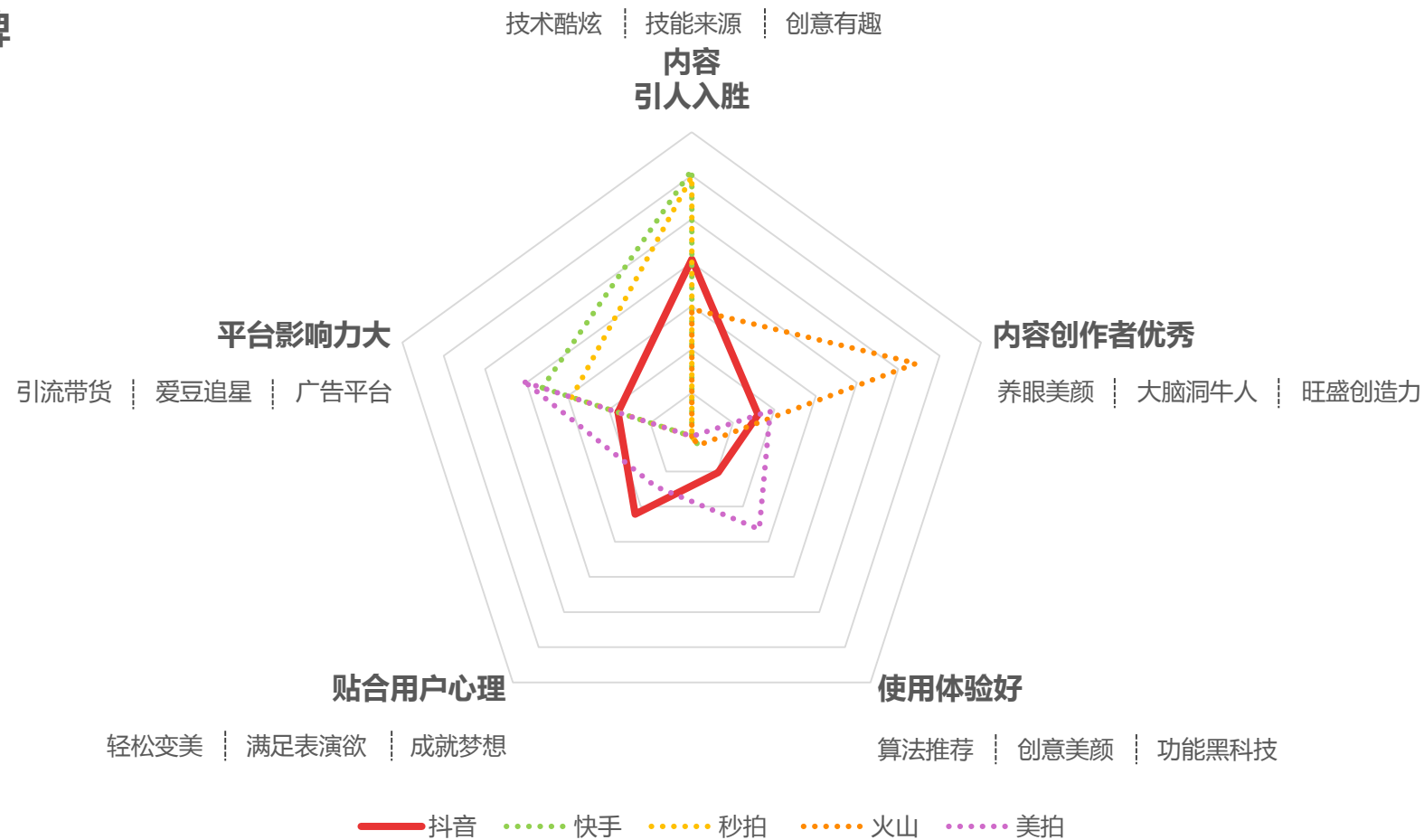


数据来源：秒针socialpanel 数据时间：2017年7月1日-2018年5月31日

总体来看，无明显短板，胜在对用户的理解和内容创意



正面口碑



数据来源：秒针socialpanel 数据时间：2017年7月1日-2018年5月31日



CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

2

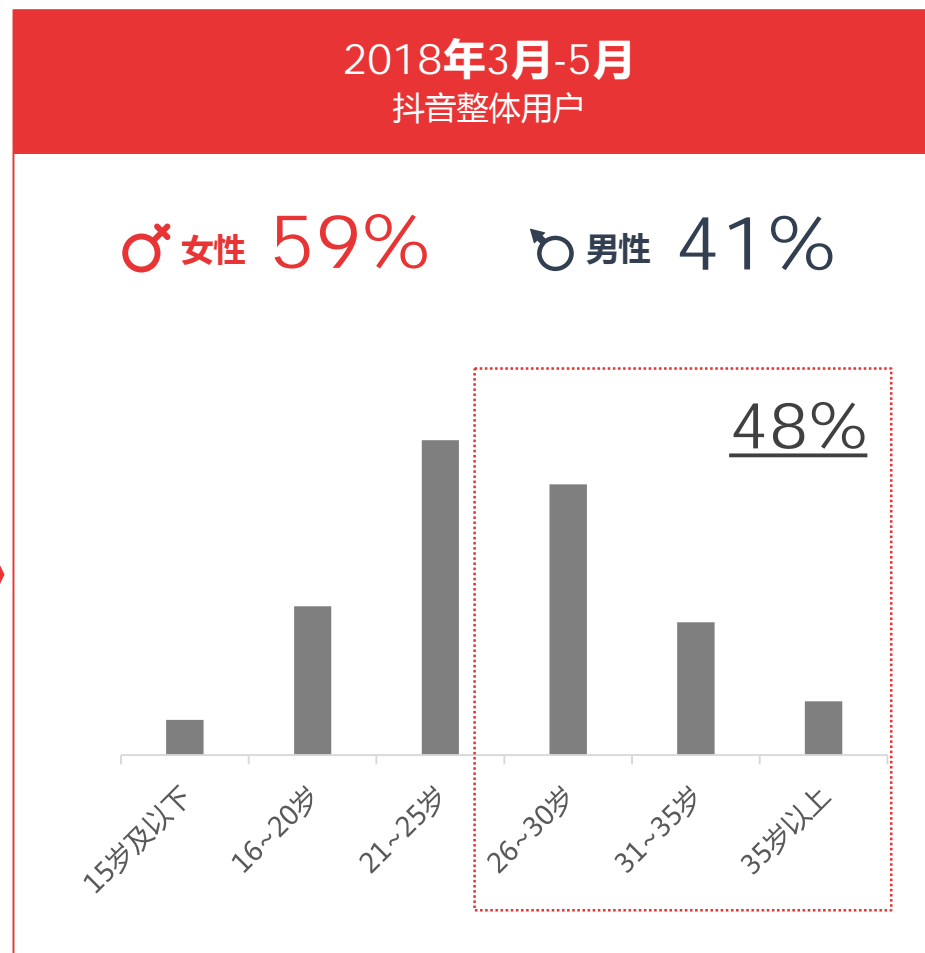
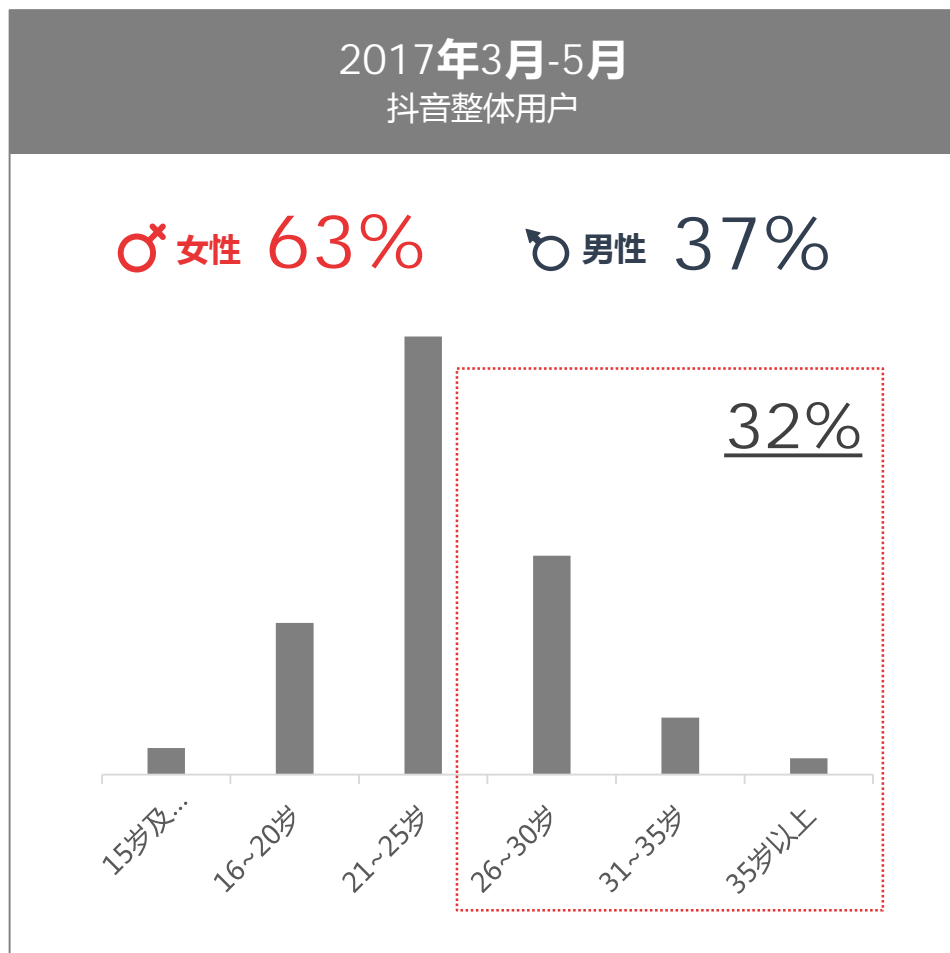
抖音平台用户研究

- ▶ 平台整体用户演化
 - 头部内容生产者研究
 - 纯素人类头部内容生产者研究
 - 跨平台头部内容生产者研究

■

研究说明

与去年同期对比，男性用户占比增加，且向26岁以上人群下沉

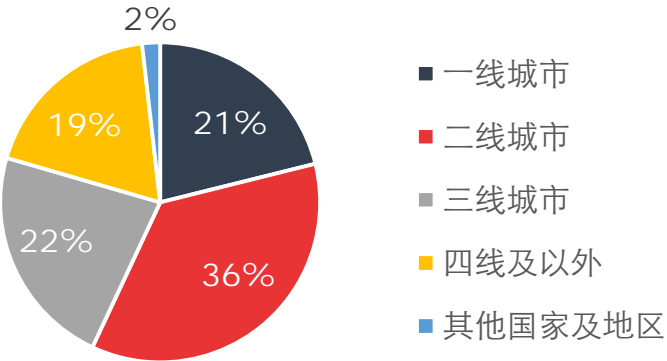


数据来源: 本页数据由海马云大数据提供

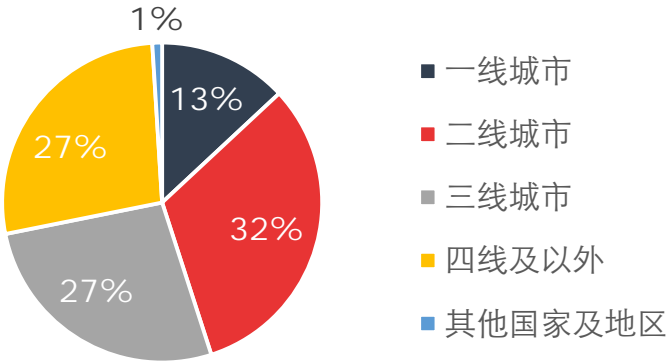
用户城市分布下沉，下线城市人群成为增长生力军



2017年3月-5月



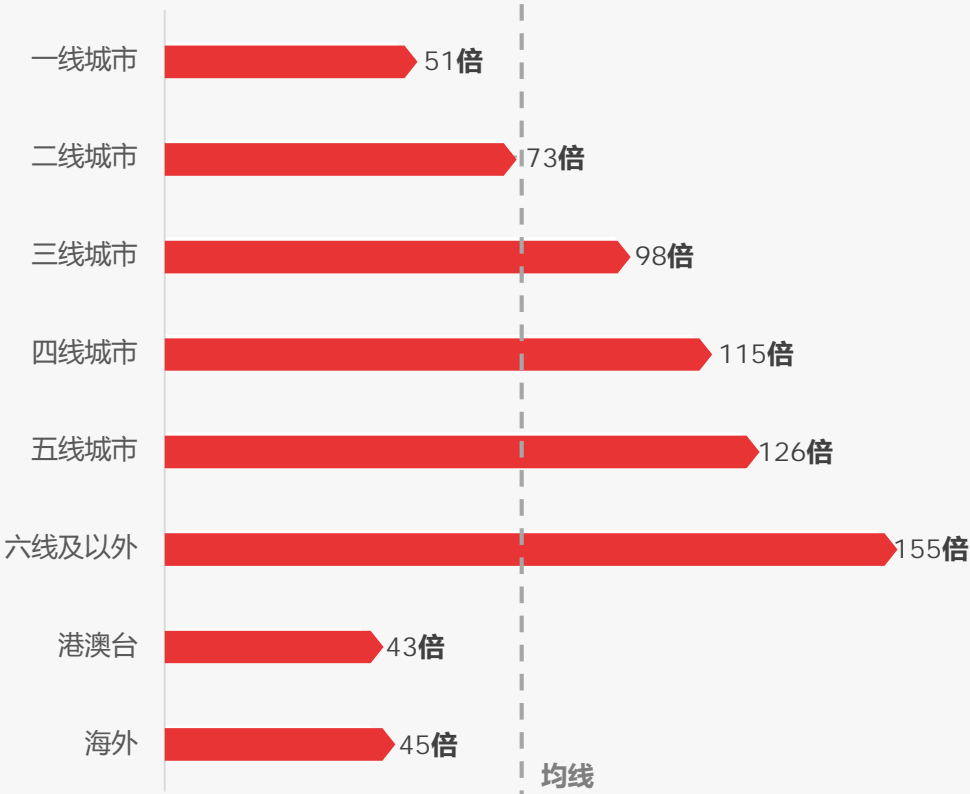
2018年3月-5月



数据来源: 本页数据由海马云大数据提供

人群增长倍数

2018.03-05 vs. 2017.03-05



CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
▶ 头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

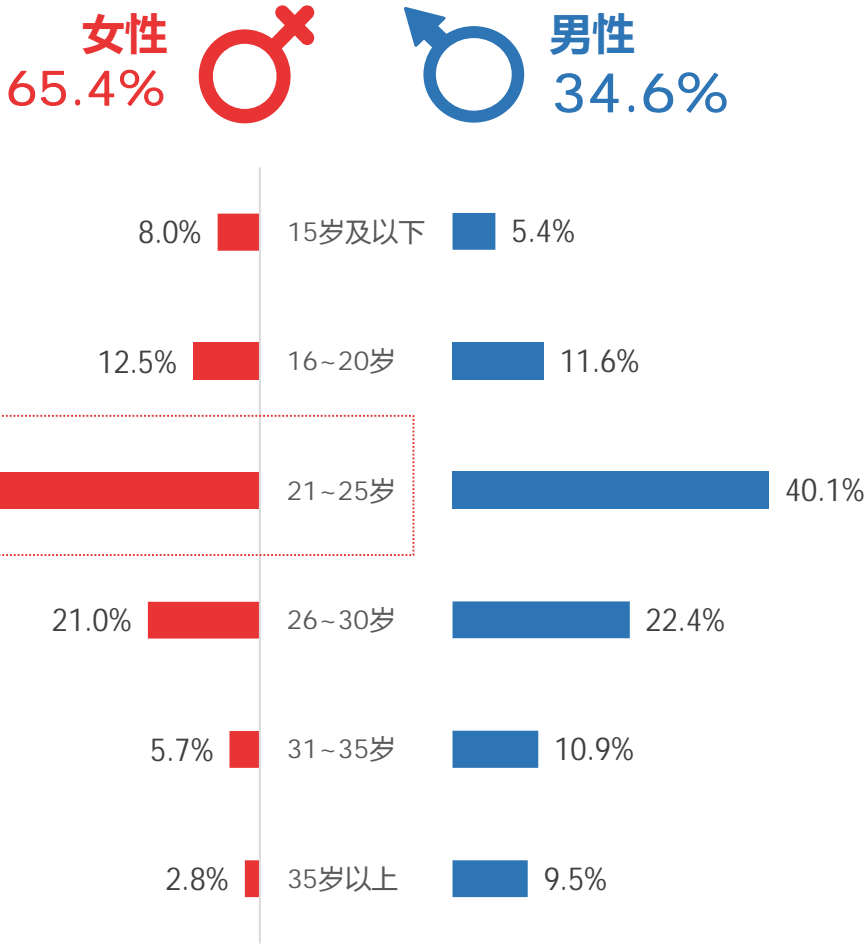
■

研究说明

21-25岁小姐姐倾情主演，北京人民最爱“抖”

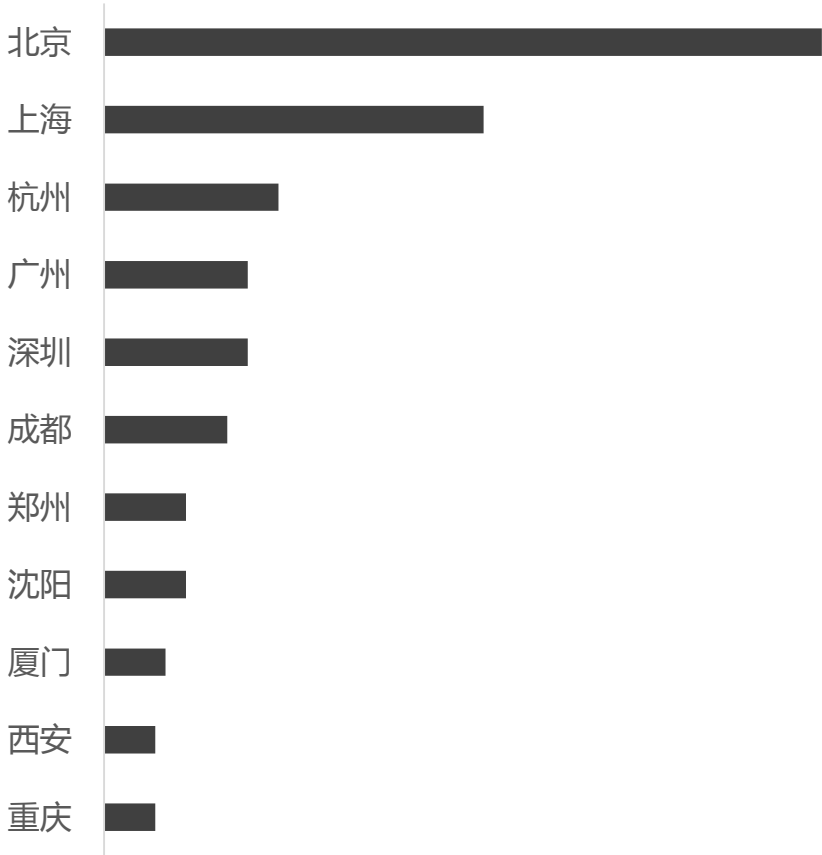


头部内容发布者性别年龄分布



数据来源: 秒针Social Panel

头部内容发布者城市分布



头部内容发布者星座分布

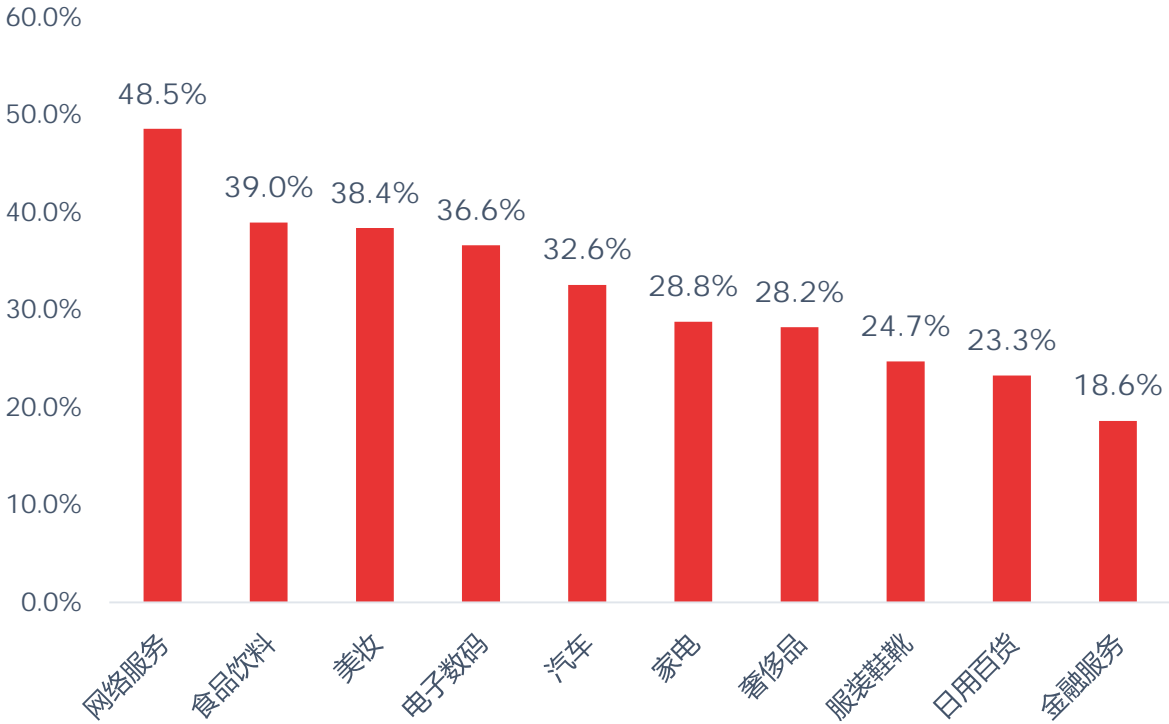


数据来源: 秒针Social Panel兴趣标签+用户微博标签

头部内容发布者兴趣标签



头部内容发布者品牌类型偏好

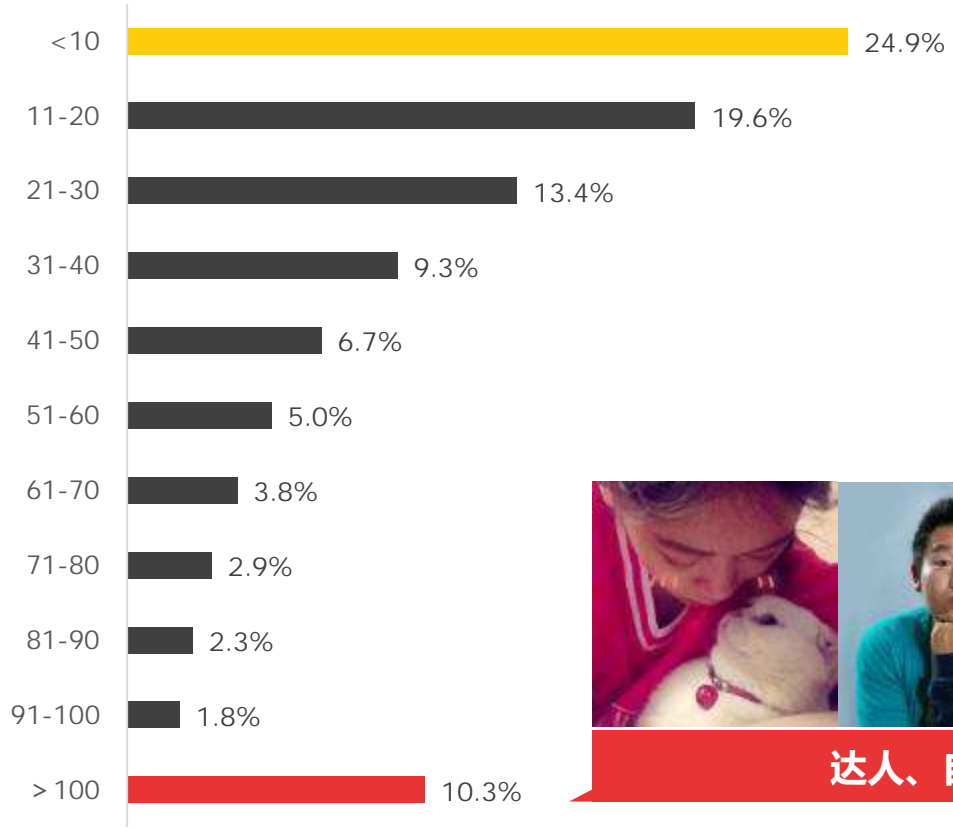


数据来源: 秒针Social Panel兴趣标签+用户微博标签

头部内容发布者品牌偏好标签



头部内容发布者视频发布数量



名人明星集中带：用发帖证明四两拨‘千金’

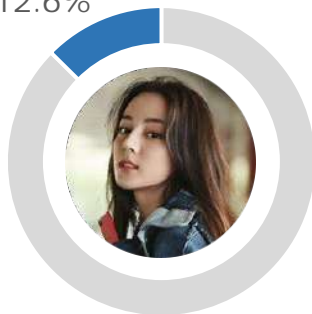


达人、自媒体扛大旗：以量取胜

数据来源: 本页数据由海马云大数据提供数据 截止日期：2018年5月22日

名人明星类

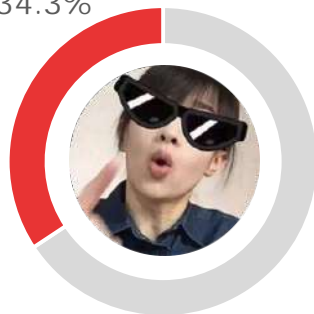
12.6%



- 演员
- 歌手
- 偶像
- 主持人
- 综艺选手
- ...

网红、成熟KOL

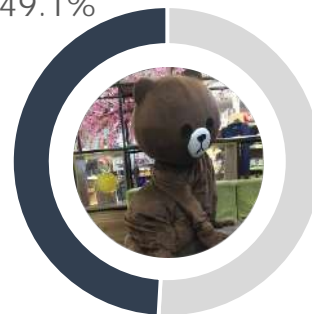
34.3%



- 网络红人
- coser
- 主播
- 自媒体
- ...

纯素人类

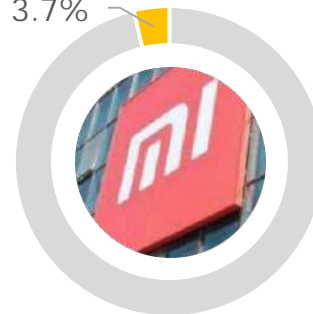
49.1%



- 萌宠类纯素人
- 高颜值类纯素人
- 技术类纯素人
- 萌娃类纯素人
- 音乐类纯素人
- ...

品牌机构类

3.7%

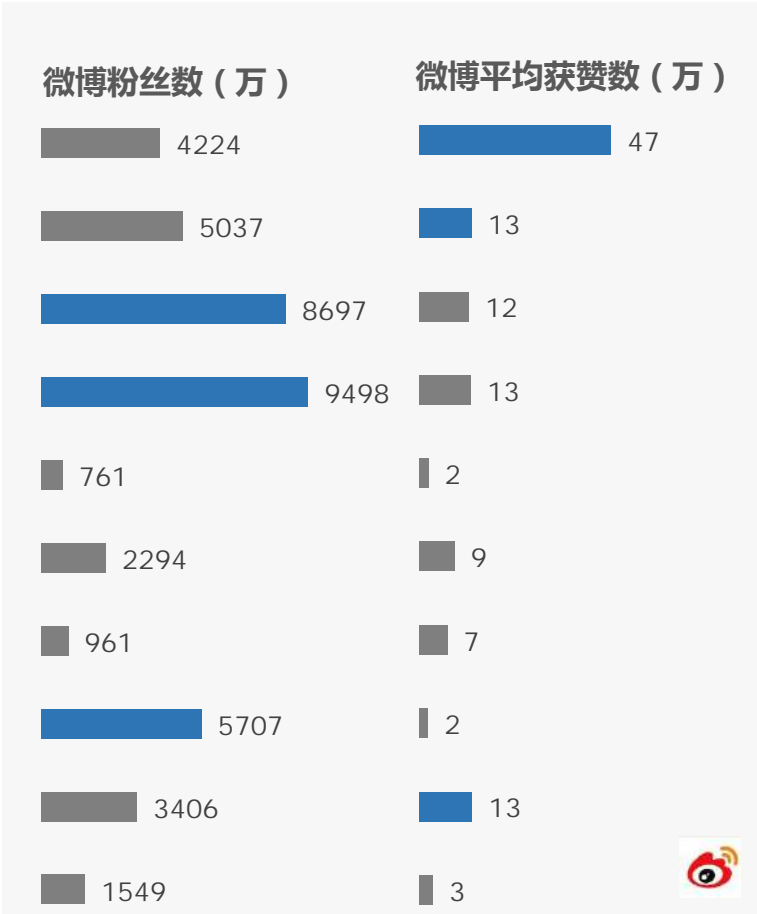
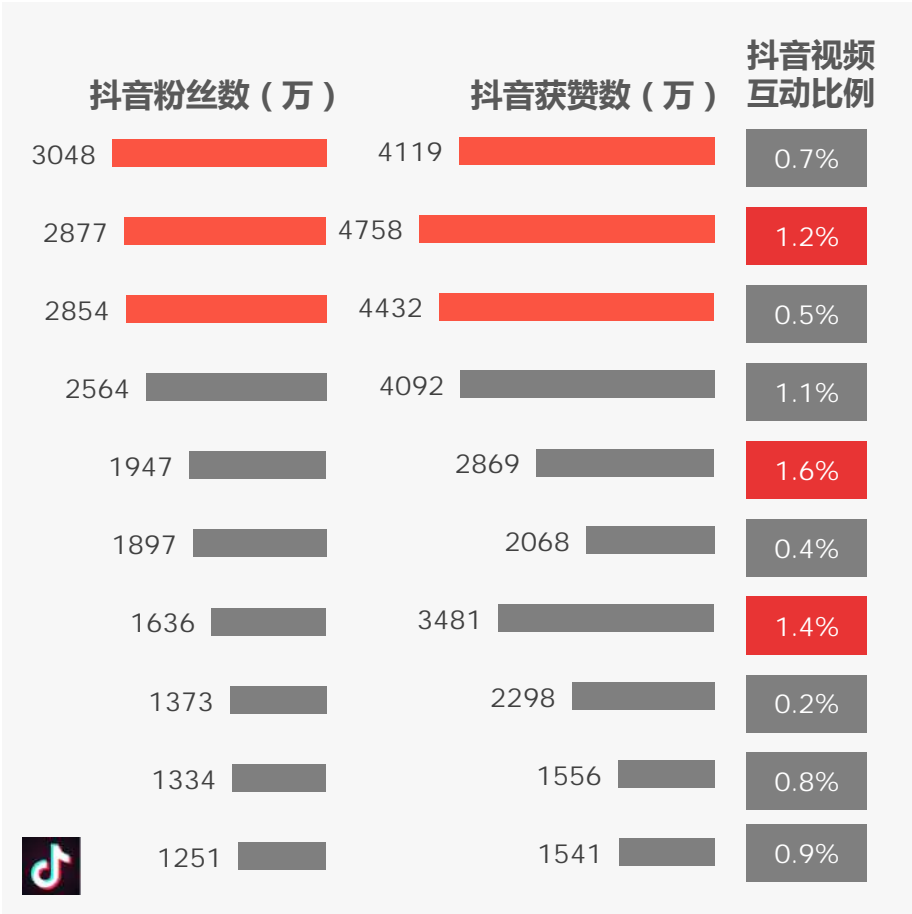


- 企业品牌
- 小微商家
- 工作室
- 政务机构
- 民间组织
- 后援会
- ...

网红：在抖音兴起之前就在网络上有一定知名度和过万粉丝基础的网络红人；
纯素人：完全依靠抖音平台从而在网络上累积起粉丝和知名度的普通人。



冯提莫、熊梓淇、陈赫微博粉丝量和互动量都不突出，但在抖音上的视频互动比例大大高于其他顶级流量明星



数据来源: 抖音平台数据、秒针social panel 数据截止日期: 2018年5月22日



以内容起家的刘二豆和Papi酱，一转眼火到了抖音



萌宠博主♥会说话的刘二豆♥和段子手自媒体 Papi酱总体表现十分突出；
网红Eh-Bee-Family在获赞与粉丝比例上走位妖娆。

网红、成熟KOL类 TOP10排行榜

	♥会说话的刘二豆♥	萌宠
	陈翔六点半	导演
	papi酱	搞笑
	裴佳欣	萌娃
	办公室小野	美食
	Eh-Bee-Family	网红
	李子柒	美食
	小球球吖	网红
	杨公子要上进	搞笑
	张凯毅Kevin	美妆

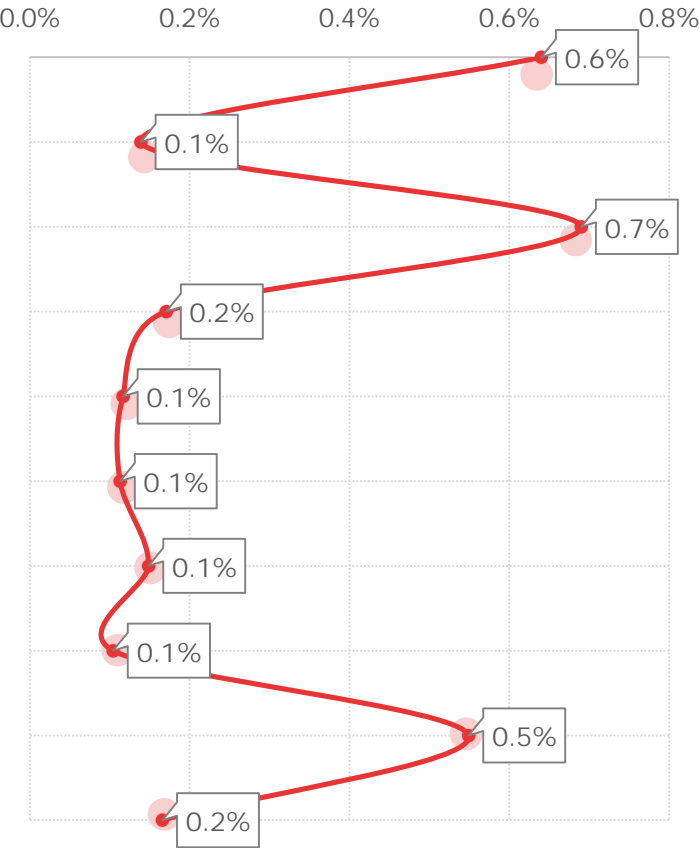
粉丝数（万）

	2,907
	1,288
	1,247
	709
	626
	618
	611
	609
	603
	573

获赞数（万）

	230,000
	4,265
	2,134
	1,625
	1,540
	4,178
	1,258
	1,495
	1,742
	1,578

视频互动比例



数据来源: 本页数据由海马云大数据提供 数据截止日期: 2018年5月22日



CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

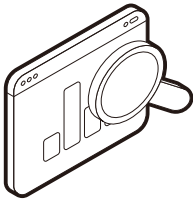
2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
▶ 纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

■

研究说明

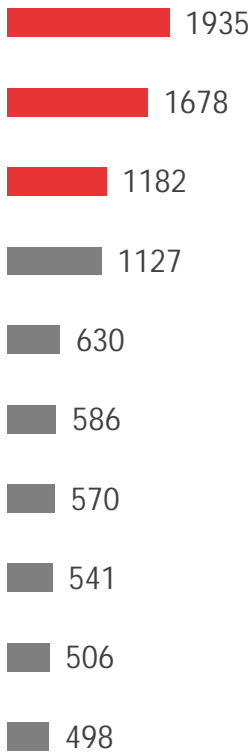


技术流大佬**黑脸V**凭借其科幻创意视频获得**超高点赞**；
小奶狗**费启鸣**撩粉技能炉火纯青，赢得粉丝**积极互动**。

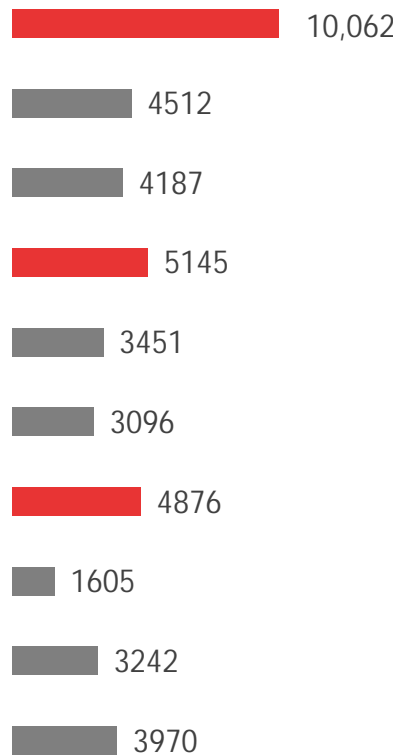
纯素人类TOP10排行榜

	黑脸V	创意
	费启鸣	颜值
	代古拉K	才艺
	高火火♥	才艺
	刘宇	颜值
	吴佳煜	搞怪
	斯外戈	搞怪
	Fox严谨	颜值
	彭十六elf	颜值
	狗达	搞怪

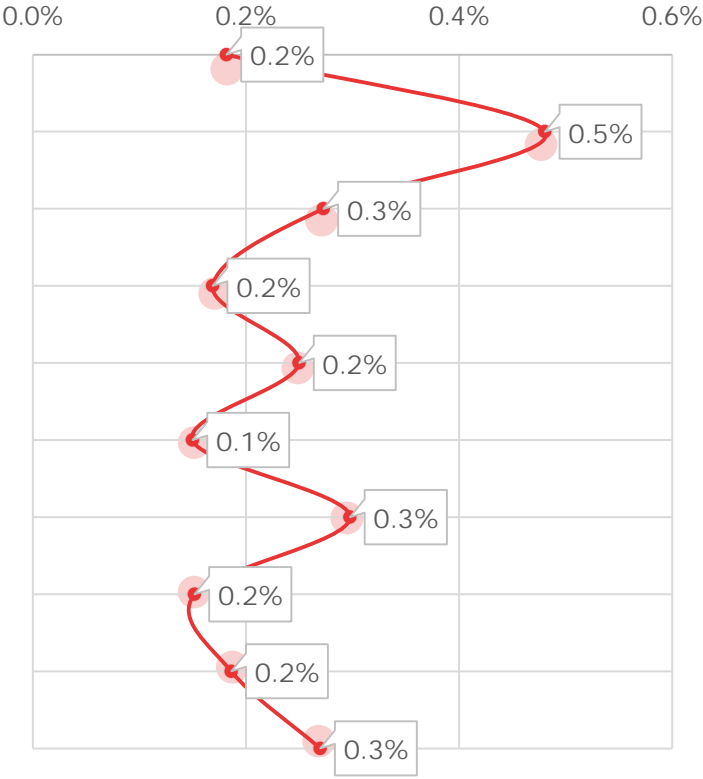
粉丝数（万）



获赞数（万）

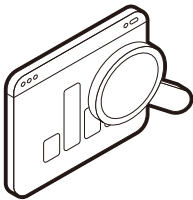


视频互动比例



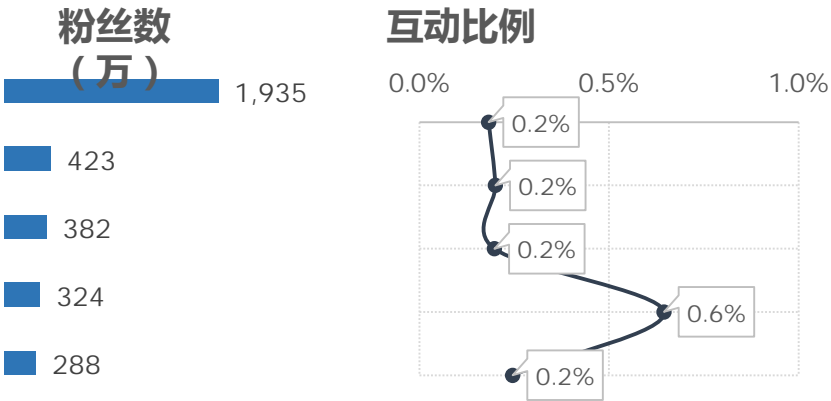
数据来源: 本页数据由海马云大数据提供 数据截止日期: 2018年5月22日





创意类中**黑脸V**粉丝数最多，而**虞乐Joshua**的互动比例最高；
颜值类**费启鸣**独占粉丝数及互动比例鳌头。

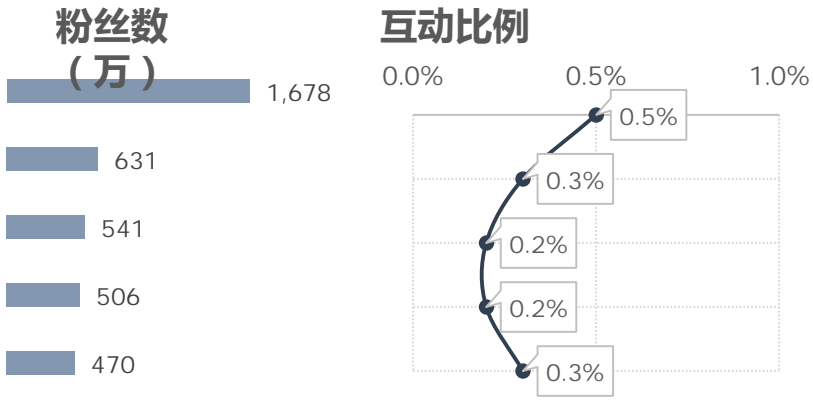
创意类	
	黑脸V
	栋琦prince
	ItzGennyB
	虞乐Joshua
	Rita姐_白彦翊



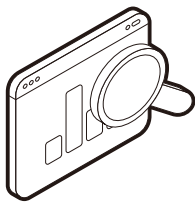
数据来源: 本页数据由海马云大数据提供

数据截止日期: 2018年5月22日

有颜任性类	
	费启鸣
	刘宇
	fox严谨
	彭十六elf
	大川

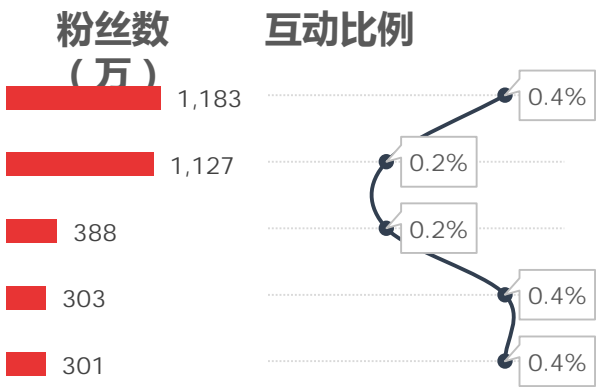


才艺、搞怪和萌物类纯素人Top5

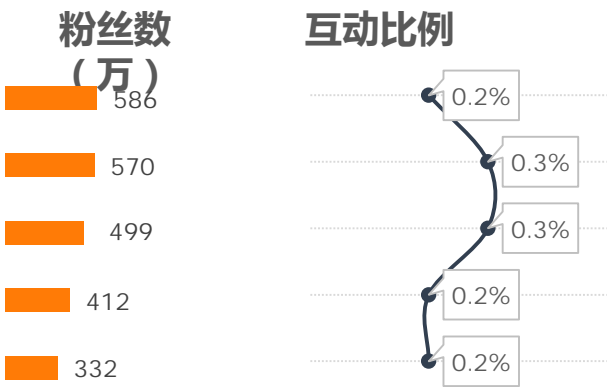


才艺类中**代古拉K**以高粉丝数及互动比例取胜；搞怪类**斯外戈**凭借搞笑的个人标志性动作获得**最高互动**；而萌物类相对于其他纯素人类型总体**互动比例偏低**。

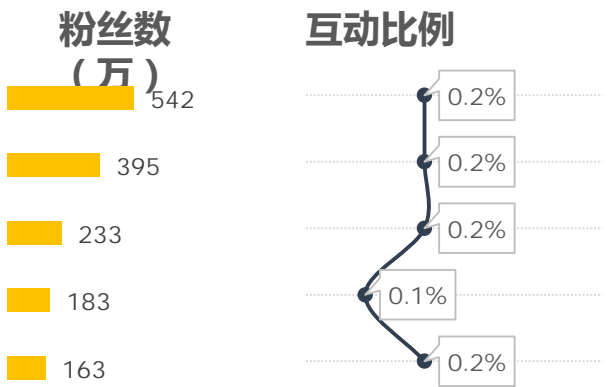
才艺类	
	代古拉k
	高火火♥
	宸尊樱桃
	暂未成功人士
	李旭



搞怪类	
	吴佳煜
	斯外戈
	狗达
	羊羊羊
	忠哥



萌物类	
金毛蛋黄	
丁丁当当小宝贝	
👤沈佳昕baby📷	
开挂的猫二歪	
三胞胎天之文	



数据来源: 本页数据由海马云大数据提供 数据截止日期: 2018年5月22日





@黑脸V

(抖音ID:145651081)



才华炉火纯青的神秘男子

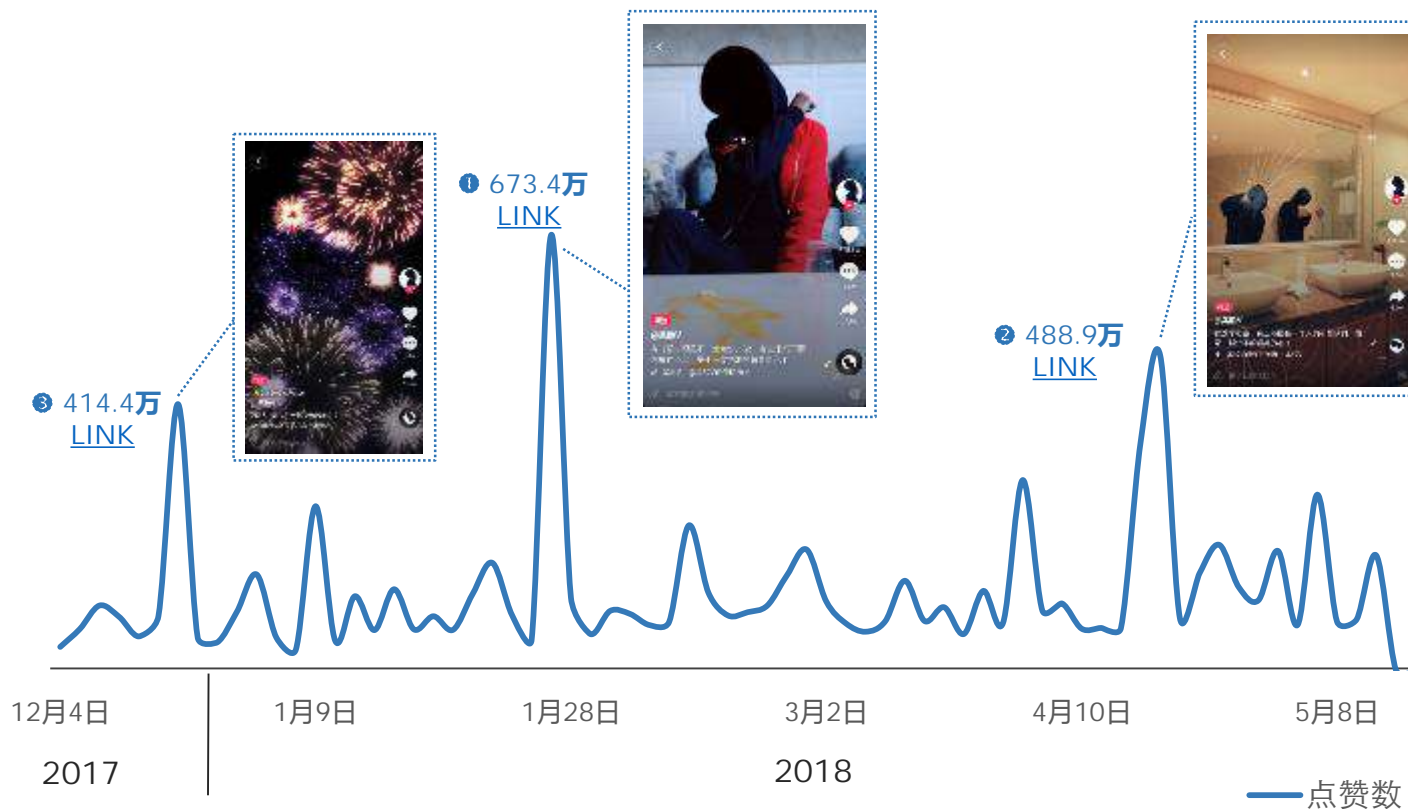
📺 月均发布数：12条

📺 视频平均获赞数：136万

👤 粉丝数：1935万

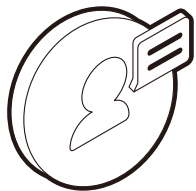
📶 平台影响力：7.4%

🔑 热门视频关键词：创意、炫酷、正能量

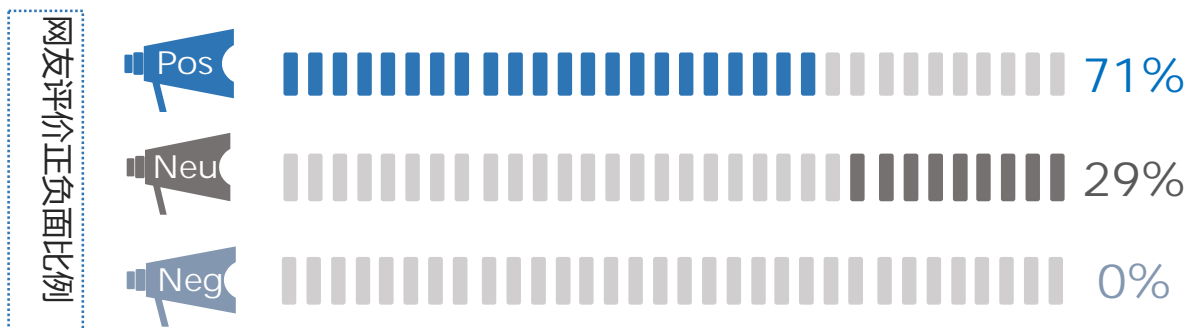


平台影响力：通过抖音账号粉丝数、抖音平台月活用户数拟合。

数据截止日期：2018年5月22日



确认过眼神，是可以成为铁粉的人——网友**正面评价比例高，无负面，吸粉能力强、粘性高**；
不始于颜值，却陷于魅力，更忠于才华——**神秘、温暖，有才华**是黑脸V的形象价值点。



黑脸V形象价值点：

- **温暖正能量**
 - “ 只要你不变的正能量一直在，你就一直是我的特别关注” [LINK](#)
 - “ 毕竟没有谁能像你一样，给我比太阳还温暖的直觉。[爱你]” [LINK](#)
- **神秘感**
 - “ 这是唯一不露脸，而让我觉得帅的人” [LINK](#)
 - “ 安利这个贼神秘超酷有才华的人” [LINK](#)
- **不靠颜值靠才华**
 - “ 最近喜欢上一个不露脸的人他叫黑脸，不靠颜值的技术流” [LINK](#)
 - “ 因为他的才华和技术才粉他” [LINK](#)

数据来源：微博 数据时间：2018年12月1日-2018年5月22日 数据获取关键字：黑脸V



@费启鸣
(抖音ID:40103580)



叮！您的小奶狗外卖到了！

📺 月均发布数：3条

📺 视频平均获赞数：188万

👤 粉丝数：1678万

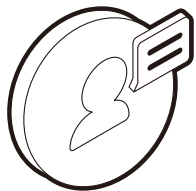
📶 平台影响力：5.9%

🔑 热门视频关键词：颜值、软萌、撩人



平台影响力：通过抖音账号粉丝数、抖音平台月活用户数拟合。

数据截止日期：2018年5月22日



宛如初恋的干净大男孩，瞬间击中本命——**可爱帅气、温柔治愈、会撩**是费启鸣的形象价值点；



形象评价词云图



- 可爱帅气

——“费启鸣真的是理想中初恋的样子啊，怎么可以有这么可爱的男孩子” [LINK](#)——“很帅很可爱 笑起来迷倒九亿少女了” [LINK](#)

● 溫柔治愈

——“他的笑容是温柔的风他的眼里有漫天星辰他，就是@费启鸣” [LINK](#)

——“费启鸣也太他喵的帅气了吧笑起来的时候贼jier温柔心动” [LINK](#)

- 撩出少女心

——“这世界上怎么会有这么会撩人的男孩子，心脏病复发” [LINK](#)

——“为何你的笑容如此甜[心] 强行被撩” [LINK](#)

数据获取关键字：费启鸣



@代古拉k
(抖音ID:286133030)



治愈系元气少女来袭~

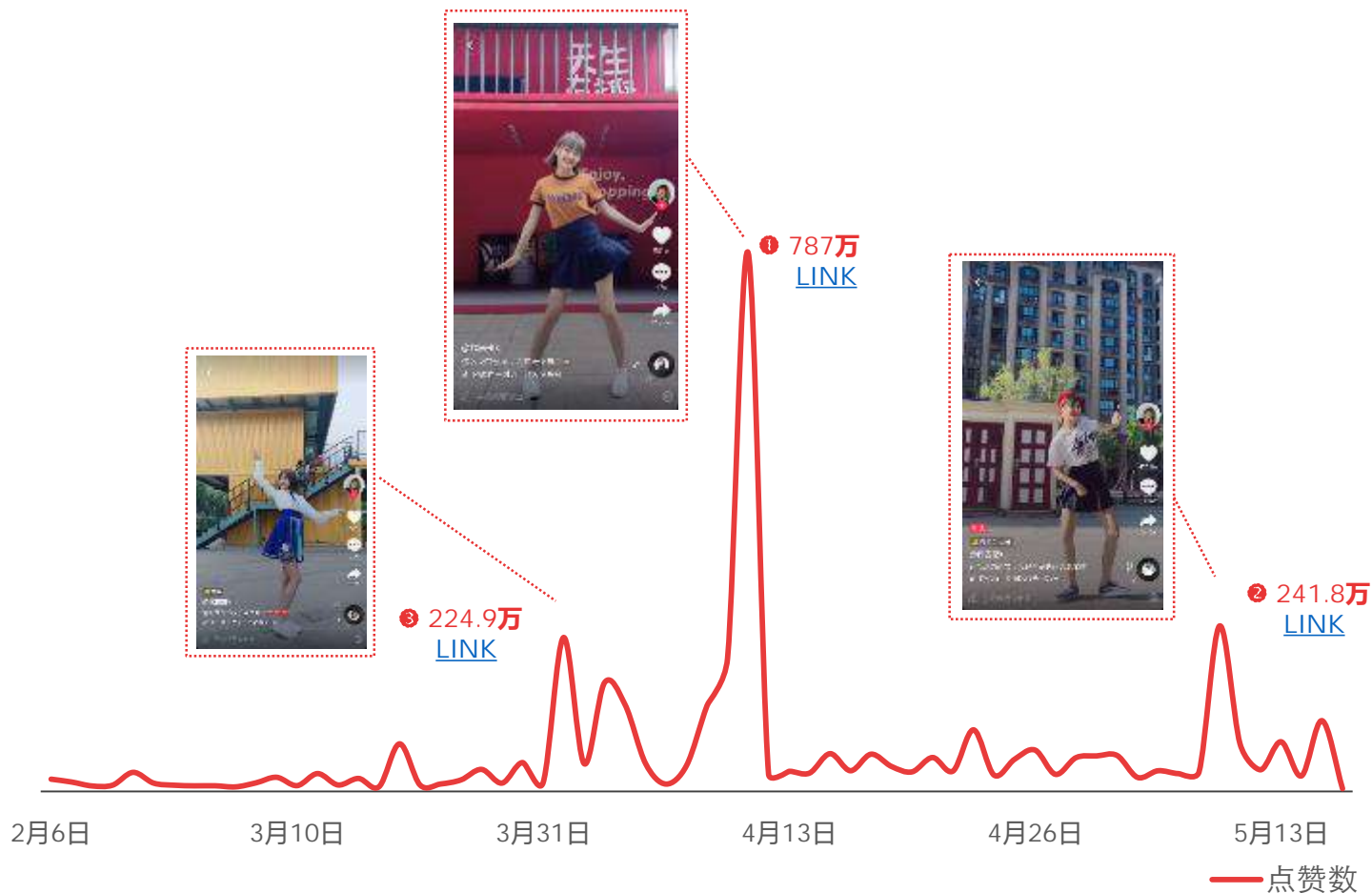
🎬 月均发布数：18条

📺 视频平均获赞数：55万

👤 粉丝数：1182万

📶 平台影响力：5.6%

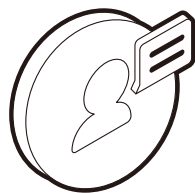
👉 热门视频关键词：颜值、舞蹈、笑容



平台影响力：通过抖音账号粉丝数、抖音平台月活用户数拟合。

数据截止日期：2018年5月22日

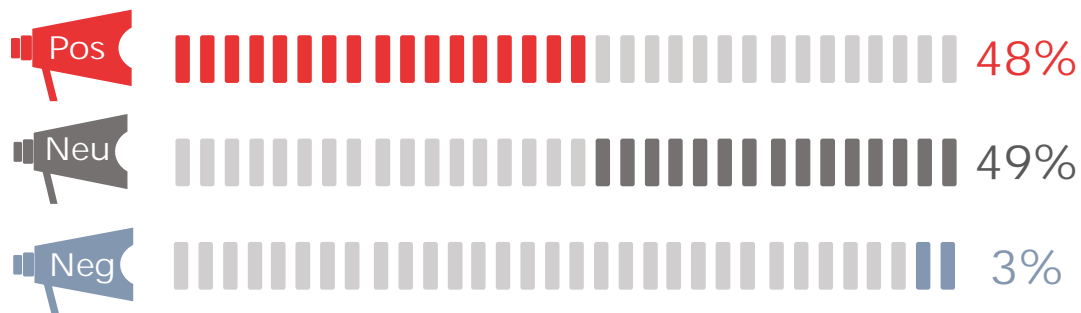




就这样被你征服，为你打Call日夜不输——**正面评价比例较高，吸粉能力较强；**

难以忘怀的是你迷人的笑容，活力少女的跳跃不停歇——**笑容、活力、甜美可爱**是代古拉k的形象价值点；

网友评价正负面比例



形象评价词云图



代古拉k形象价值点：

• 笑容迷人

- “被小姐姐甜美的笑容彻底征服~” [LINK](#)
- “为什么有笑起来这么好看的人，有魔力的笑容” [LINK](#)

• 活力少女

- “@代古拉 非常棒，很有活力” [LINK](#)
- “真有活力，好喜欢” [LINK](#)

• 甜美可爱

- “代古拉k真是可爱到爆” [LINK](#)
- “表白可爱迷人的代代” [LINK](#)

数据来源：微博

数据时间：2018年12月1日-2018年5月22日

数据获取关键字：代古拉k

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
▶ 跨平台头部内容生产者研究

■

研究说明

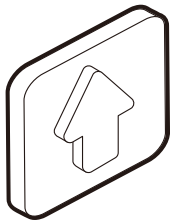
跨平台头部内容发布者参与话题



摄影 | 生活 | 化妆 | 时尚 | 美食 | 电影 | 旅行 | 音乐

注：头部生产者数据中绑定了微博的用户，与秒针social panel库匹配后，得到跨平台头部生产者的相关微博数据及兴趣标签。

相比微博，素人在抖音平台发布内容更积极

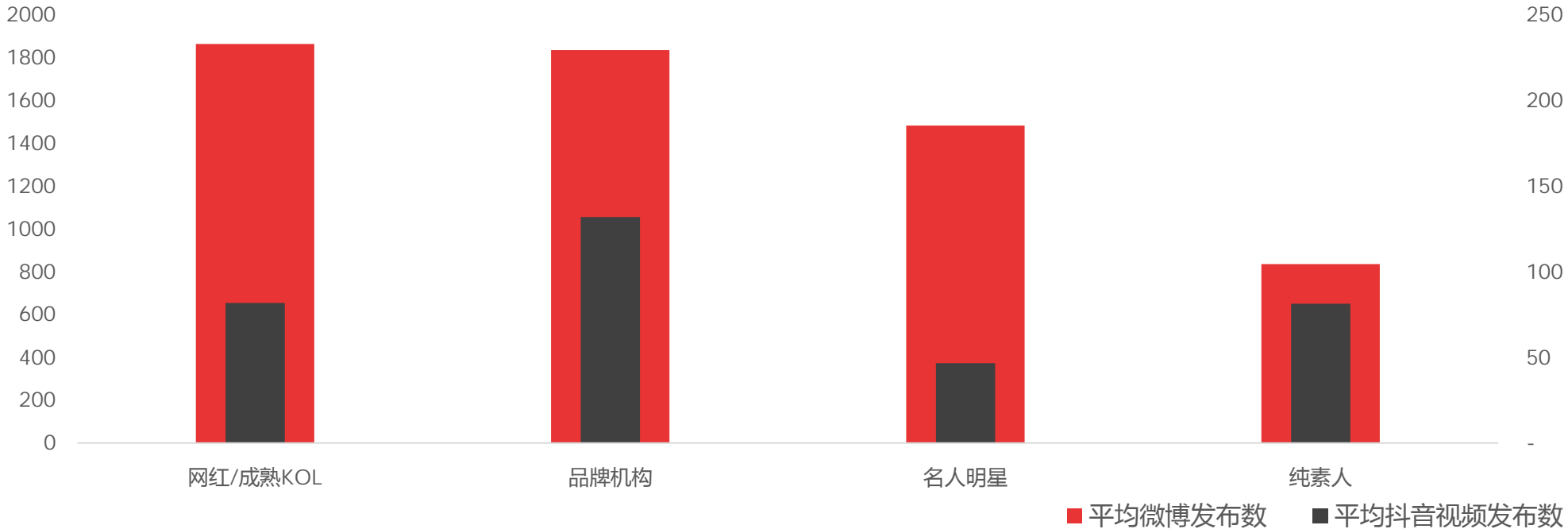


微博平台，网红/成熟KOL和品牌机构平均微博发布数最高；
抖音平台，纯素人和品牌机构平均发布数更高。

跨平台头部内容生产者发布情况

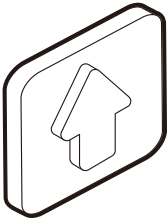
平均微博发布数

平均抖音视频发布数



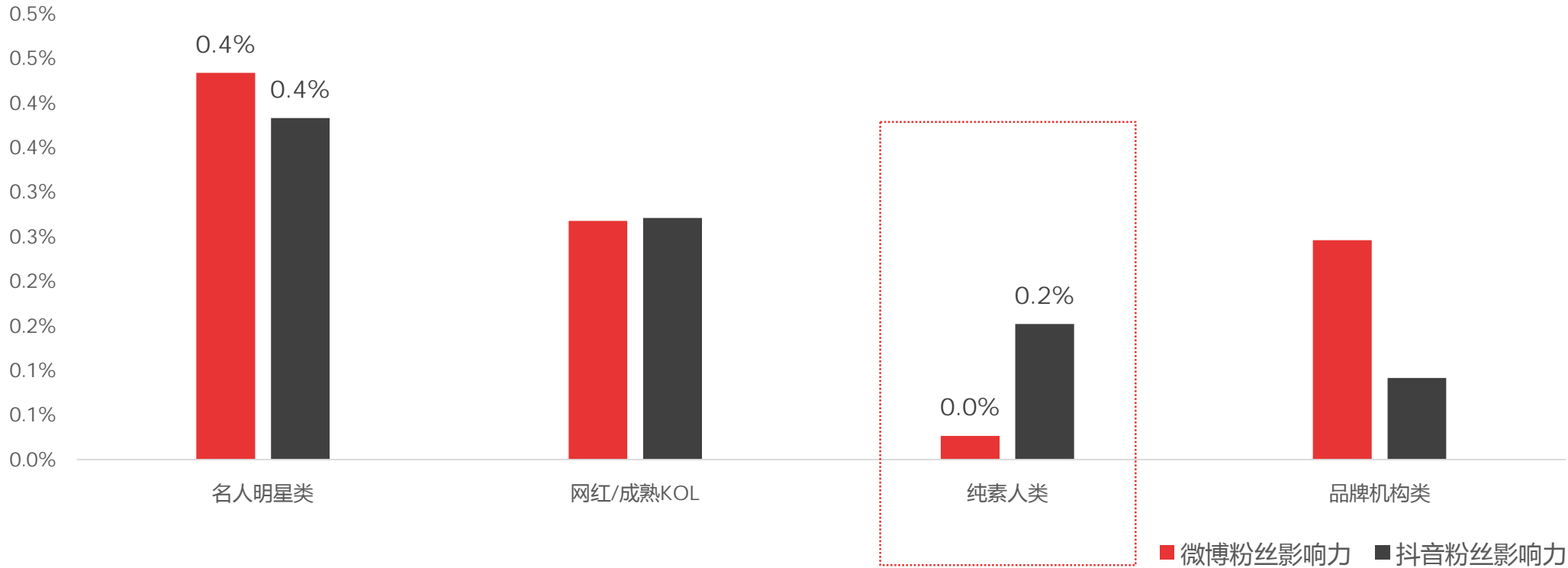
注：头部生产者数据中绑定了微博的用户，与秒针social panel库匹配后，得到跨平台头部生产者的相关微博数据及兴趣标签。





普通用户在抖音平台表现出了同微博相比更大的影响力，并大大缩小了与名人明星间的影响力差距

跨平台头部内容生产者平台粉丝影响力



微博平台粉丝影响力：通过微博账号粉丝数、微博平台月活用户数拟合。
抖音平台粉丝影响力：通过抖音账号粉丝数、抖音平台月活用户数拟合。



因为抖音，围观微博

从抖音追到微博，抖音粉丝回流微博进行围观

双管齐下、引流涨粉

- 纯素人、网红、自媒体等类型，粉丝从抖音追到微博的现象最为明显
- 会经营的博主，会在微博发布与抖音内容类似或相关的微博，留住抖音引流而来的粉丝，最终使得原先默默无闻的微博账号成为微博KOL



自媒体微博

张瑞Abby：我从抖音追过来的，我超喜欢你家两只猫的，本来打算三点左右睡觉的，一直看你在抖音上发的，把之前的都看了，到现在还没睡
4月19日 05:07 回复 91



纯素人微博

南半北的约定：真为抖音喜欢你
4月1日 12:55 回复 赞
HoneyCC：[表情包]
4月1日 13:03 回复 1



网红微博

那44758：从快手到抖音，然后到微博，我要一直在
3月14日 09:09 回复 3
听风念你时：小姐超可爱，哈哈第一次是在抖音上看到你 [表情包]
2月4日 10:57 回复 赞



主播微博

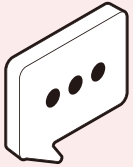
开泰Jerry：能面留下我在抖音再到微博
5月29日 00:47 回复 赞
小暖大蛋：[表情包]
5月29日 01:25 回复 赞



抖音音乐人微博

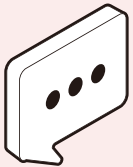
baby妈妈爱你53885：就是因为你在抖音多看了你一眼，...然后就看迷了，开始不知道你是原唱哈，哈.....我还是喜欢酷酷的你，以后多穿黑色酷酷的打扮适合你
6月20日 05:47 回复 赞

纯素人能顶半边天



- 抖音平台头部内容发布者中，**纯素人**占据了总人数的49.1%；
- 最受用户喜爱的纯素人类型，**才华、搞怪或颜值**三类为主；
- 作品影响力并不与其粉丝量成正比，**作品内容质量**才是传播成功的关键；
- 但只要一个视频成为爆款，纯素人就能一夜爆红，**相比微博更易一夜成名**。

即便是流量明星，也需要好内容护航



- 不同于微博，在抖音平台上，**非一线流量明星也能靠好内容爆红**；
- 头部明星没有内容照样没有流量，**内容才是王道**

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

3

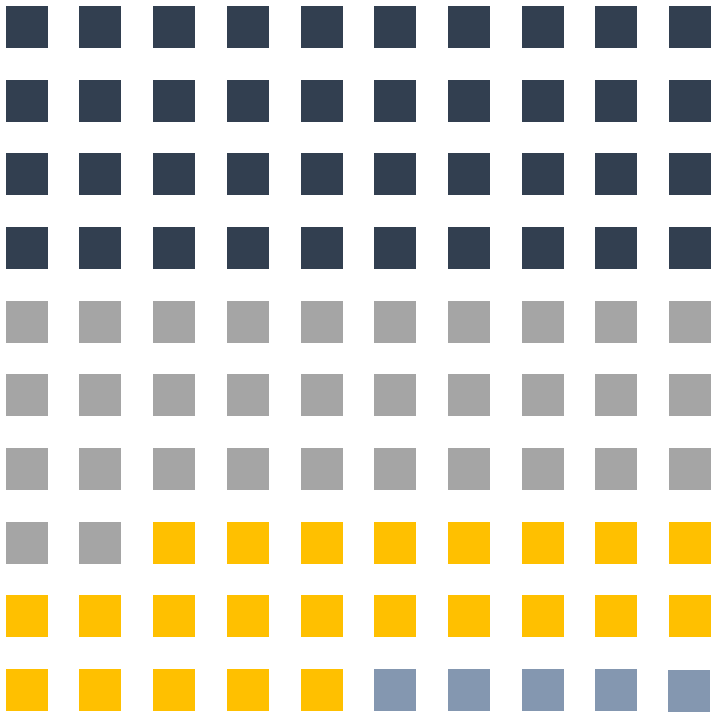
抖音平台内容研究

▶ UGC热门内容
PGC热门内容

■

研究说明

头部视频按点赞数TOP100分类



美好生活类 (40%)

好玩类 (32%)

猎奇类 (23%)

技巧类 (5%)

平均播放量

1.2亿次

1.0亿次

0.6亿次

0.1亿次

平均点赞数

655W+

513W+

349W+

29W+

平均互动数
(评论+转发)

66W+

26W+

14W+

3W+

备注：小方块共计100个，一种颜色代表一种分类，不同分类的小方块个数代表该类型的分布情况。

记录生活类 9.7	萌娃萌宠类 9.5	高颜值类 9.0	旅行美景类 9.8	美食美景类 9.7
<p>生活如此多娇小视频 让美好触手可及</p>	<p>用萌来拯救25岁独居 中年老人的孤单寂寞冷</p>	<p>好看的皮囊千篇一律每 篇都让我心跳不齐</p>	<p>身体无法时时拥有新鲜 体验但灵魂必须刻 刻追求丰富感知</p>	<p>民以食为本做有美食 小目标的猪猪男孩女孩</p>
<p>——“这年头，没点才 艺都不敢结婚了”</p>	<p>——“每天刷一遍这 个，可爱死了”</p>	<p>——“还是那么微微一 笑很倾城”</p>		<p>——“这个不好吃，刚 才舔了下屏幕没味道”</p>
<p>——“结婚还不忘了录 抖音”</p>	<p>——“好听话好可爱， 又想骗我养狗狗”</p>	<p>——“You make my day!”</p>	<p>——“日本出嫁的仪 式，头顶三文鱼，脚踏 小板凳，手披石棉被”</p>	<p>——“感谢抖音让我发 现了海底捞最好吃的吃 法”</p>

美丽生活类主要包括视频类型：高颜值小姐姐/小哥哥类、美食类、萌物类、旅行美景类、记录生活类等。
受欢迎指数，由视频的受喜爱度及互动度加总得出，通过视频播放量、获赞数、评论数及转发数拟合得到。

搞笑类：

二货戏精集中营—— 9.0

看着你们，
什么**烦恼**都**跑光光**了

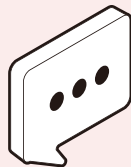


- “两口子肯定是真爱”
- “表演是认真的，戏精”
- “鬼知道我看了多少遍，笑到岔气”

套路类：

总是套路得人心—— 9.1

套路与反套路中的**自我实现**，
人生处处是**意外和惊喜**



- “老夫的少女心”
- “可以说是非常反套路了”
- “惊喜不？意外不？”

好玩类主要包括视频类型：搞笑类、套路类等。

受欢迎指数，由视频的受喜爱度及互动度加总得出，通过视频播放量、获赞数、评论数及转发数拟合得到。

高人炫技类 — 9.1

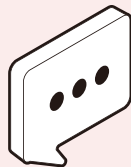
为你**疯狂打call**，
可以说非常想**成为你那样的人了**



- “老当益壮，返老还童，我**真服了**，别说让我下了，我看一下都害怕”
- “等自己能到这岁数还能这样灵活，知足了！”
- “帅死了，**厉害了**”

创意惊奇类 — 8.8

猎奇在于探索
马上到了**见证奇迹的时刻**



- “到底怎么**肥四**？牛顿定力还好不好**管用了**？”
- “原来鱼是胎生的，我一直以为是下的子儿，然后慢慢变成小鱼的！”
- “好神奇哦，感觉！”

猎奇活类主要包括视频类型：炫技类、创意惊奇类等。

受欢迎指数，由视频的受喜爱度及互动度加总得出，通过视频播放量、获赞数、评论数及转发数拟合得到。

时尚美妆类 —7.1



前后反差中的自我暗示，
谁不爱你更自信的样子。

——“ 姐姐真的很**励志**”

——“ 好喜欢你，真希望你把我**变成和你一样美**”

健身类 —8.5



看完后，我就成了你，
给我积极向上的驱动力。

——“ ...不喜欢健身的我现在**开始喜欢**了，每次运动就看你视频**跟着学**”

——“ 健身**找对了方式方法**
一点也不累”

生活技巧类 —8.3



原来还有这种操作，
感觉自己秒变达人。。

——“ 生活**实用攻略+1**”

——“ 你解决了困扰我多年的
难题”

专业教程类 —7.8



学习是我存在的本能，
娱乐从不是进化的目的。

——“ 感觉今天的自己更**厉害**
了”

——“ 抖音是激励人的地方，发现
自己啥都不懂。不得不**学习了**”

技巧类主要包括视频类型：时尚美妆类、健身类、生活技巧类、专业教程类。

受欢迎指数，由视频的受喜爱度及互动度加总得出，通过视频播放量、获赞数、评论数及转发数拟合得到。

No.1 记录美好生活类在头部视频中最受欢迎



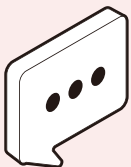
- 受欢迎指数达9.7，**越真实的美好，越有触动人心的力量**
- **日常生活的小确幸、萌娃萌宠、旅游美景、美食佳肴，生活里的美好**更易赢得网民的共鸣和传播扩散。

No.2 有趣的灵魂欢迎度紧跟其后



- 受欢迎指数9.1，**皮这一下**就是很开心
- **搞笑、惊喜、反转、冲突**等元素博人眼球的同时，也抓住了用户的心。

No.3 炫技和创意惊奇类欢迎程度位列第三



- 受欢迎指数9.0，多得是，你不知道的事
- **炫炫技、满足下好奇心**，也是驱动流量的一大窍门。

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

2

抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

3

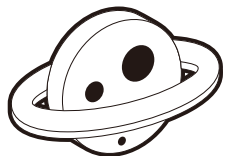
抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

■

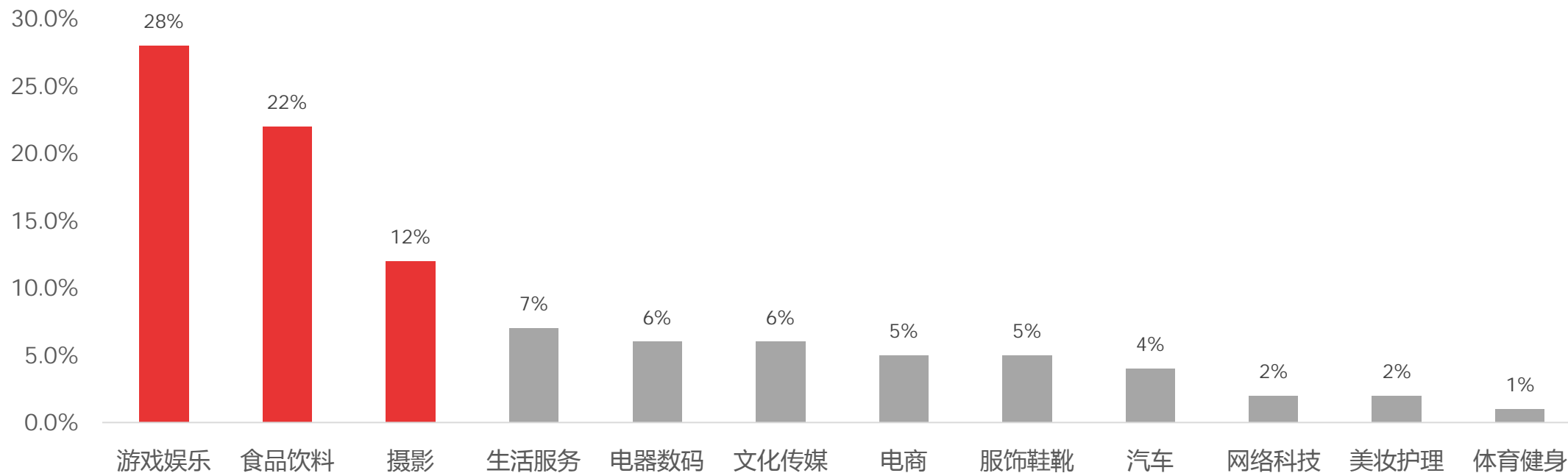
研究说明

TOP100营销类视频作品中，游戏娱乐类品牌占据最多席位



以英雄联盟、剑侠世界2为代表的**游戏娱乐类**品牌发布的视频占据28%；
其次是**食品饮料类**和**摄影类**品牌主发布的视频，分别占据22%、12%。

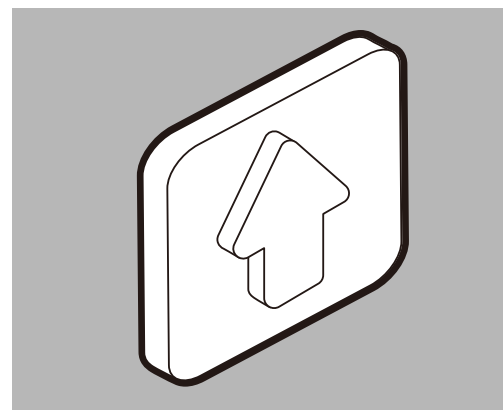
Top100营销类头部视频作品数排名



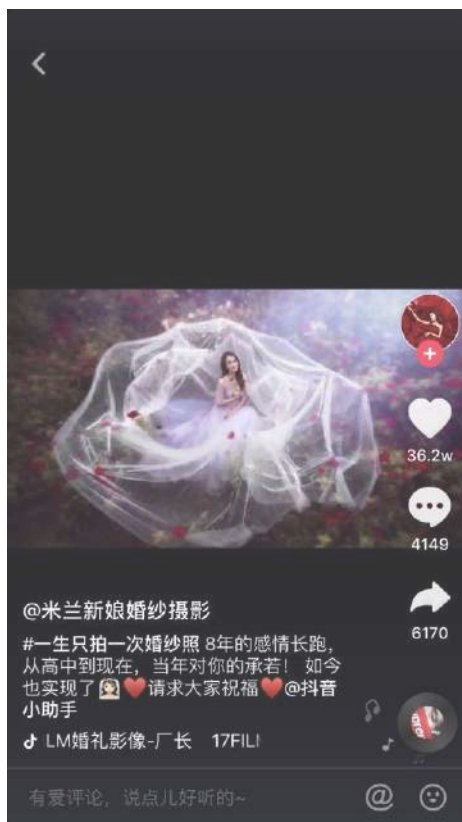
营销类头部视频：头部视频中视频创建者为蓝V认证的品牌主发布的视频。

注：以上基于点赞数选择100视频作品进行分类。

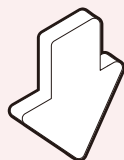
Top100营销类头部视频作品抖音运营指数排名



营销类视频抖音运营指数，通过视频获赞数、评论数及转发数拟合得到。



- 撬动网友的**拍摄意愿**
- 引发对**拍摄价格及地点**的咨询
- 成就**播放与点赞量**的爆炸式增长



- 头部视频
总播放量：745W+
总点赞量：298W+
- 累计收获
粉丝：43W+

记录美好生活，从婚纱照开始

作品要素

- 集中火力发布精选婚纱照，筛选高颜值模特、高质量成片
——好看的照片带来的是**视觉享受**，更是
对自己幸福人生时刻的**期待**

网友回复精选

- 甜蜜透过照片溢出屏幕，见证用镜头定格的幸福也是一种小确幸
——**美好的情感**透过照片传递，快乐的情绪
感同身受

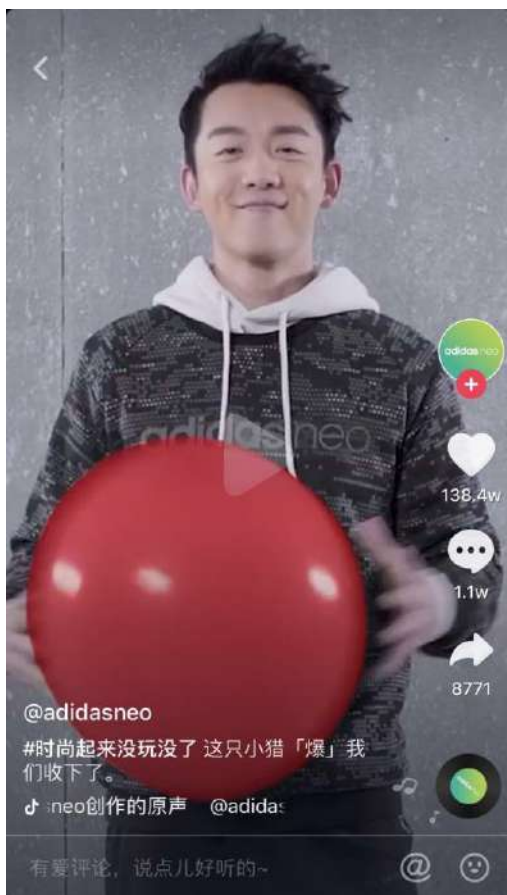
用创意和技能满足你所有的幻想

作品要素

- 足不出户拍山河大川？根本不是一场梦
——**对比拍摄过程与拍摄成果，P图神手**
摄影师用成片让你惊叹**专业的力量**

网友回复精选

- 想与摄影师比**创意**？放马过来试一试
——上天入海，悬浮漂移。只有你想不到，
没有摄影师办不到



1/明星代言，流量跟来



#迪丽热巴#、#易烊千玺#、#郑凯#

- 粉丝基数大
- 代言人风格符合产品调性
- 明星为所有内容的承载者

2/发起挑战，大V助攻



#时尚起来没玩没了#
#我要一个脑洞抱#

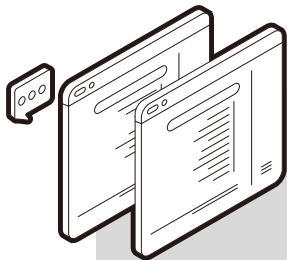
- 粉丝效应
- 互动性强，引发模仿风潮

3/穿搭教学，为内容加分



#时尚集训营#

- 技能Get，变身潮人



- 不想激发普通用户互动积极性和创作激情的挑战赛，不是好挑战赛。
- 营销目标：牵手抖音，使必胜客的品牌印象和更加年轻化和时尚化，注入更多年轻力量；
- 必胜客以“黑”吸引当下个性鲜明的年轻消费者，同抖音的受众契合，年轻又炫酷；
- 营销方式：线上点燃，线下联动，引发二次传播，实现线上线下口碑及数据双赢。

1. 红人领衔带你放飞

活动：#DOU出黑，才够WOW#挑战赛

造势：明星效应+网红推动

效果：参与人达2.6w，收到超2.8w视频投稿



2. 场景特效助你打call

技术：虚拟概念店+表情道具+转场特效

目的：满足用户个性化需求和创意发挥



3. 线下联动二次高潮

活动：“黑DOU必胜之夜”潮人聚会

内容：线下聚会，线上直播

效果：活动当天抖音上获赞破3万，现场创作的挑战赛视频共获得500多万视频播放量



无论UGC还是PGC，以呈现美好为主题的内容更受用户欢迎



- 尤其是日常生活中能找寻到的、接地气的美好事物，更能引起观者共鸣；
- 摄影类、食品饮料类、文化传媒类、旅行家居类、美妆类等品牌有着先天优势，可抓住这一特征产生结合品牌特色和抖音平台调性的视频内容。

娱乐至上的年轻人，新奇和好玩总是更容易吸引他们的目光



- 充满娱乐趣味的视频内容，只要能带来感官的刺激和新奇享受，就能吸引年轻人的目光；
- 尤其是游戏娱乐类、网络科技类、生活服务类、汽车类等品牌可抓住这一调性进行内容生产，某种易参与、低门槛的新奇玩法、魔性挑战、“骚”操作更能引爆传播。

CONTENTS

MIAOZHEN / 抖音研究报告 / 2018

1

抖音平台全局研究

平台整体概览
平台口碑及竞品分析

3

抖音平台内容研究

UGC热门内容
PGC热门内容

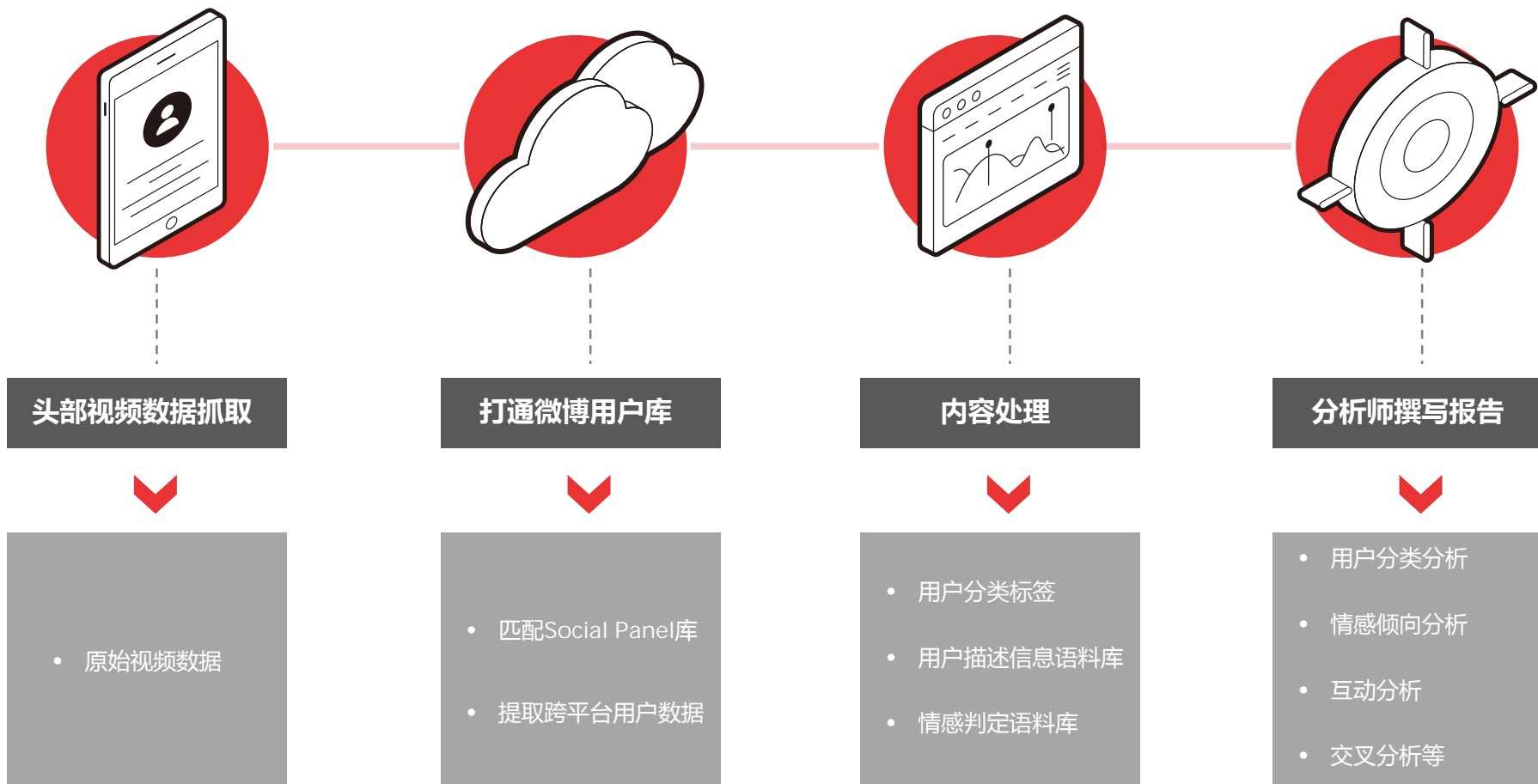
2

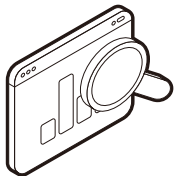
抖音平台用户研究

平台整体用户演化
头部内容生产者研究
纯素人类头部内容生产者研究
跨平台头部内容生产者研究

■

研究说明

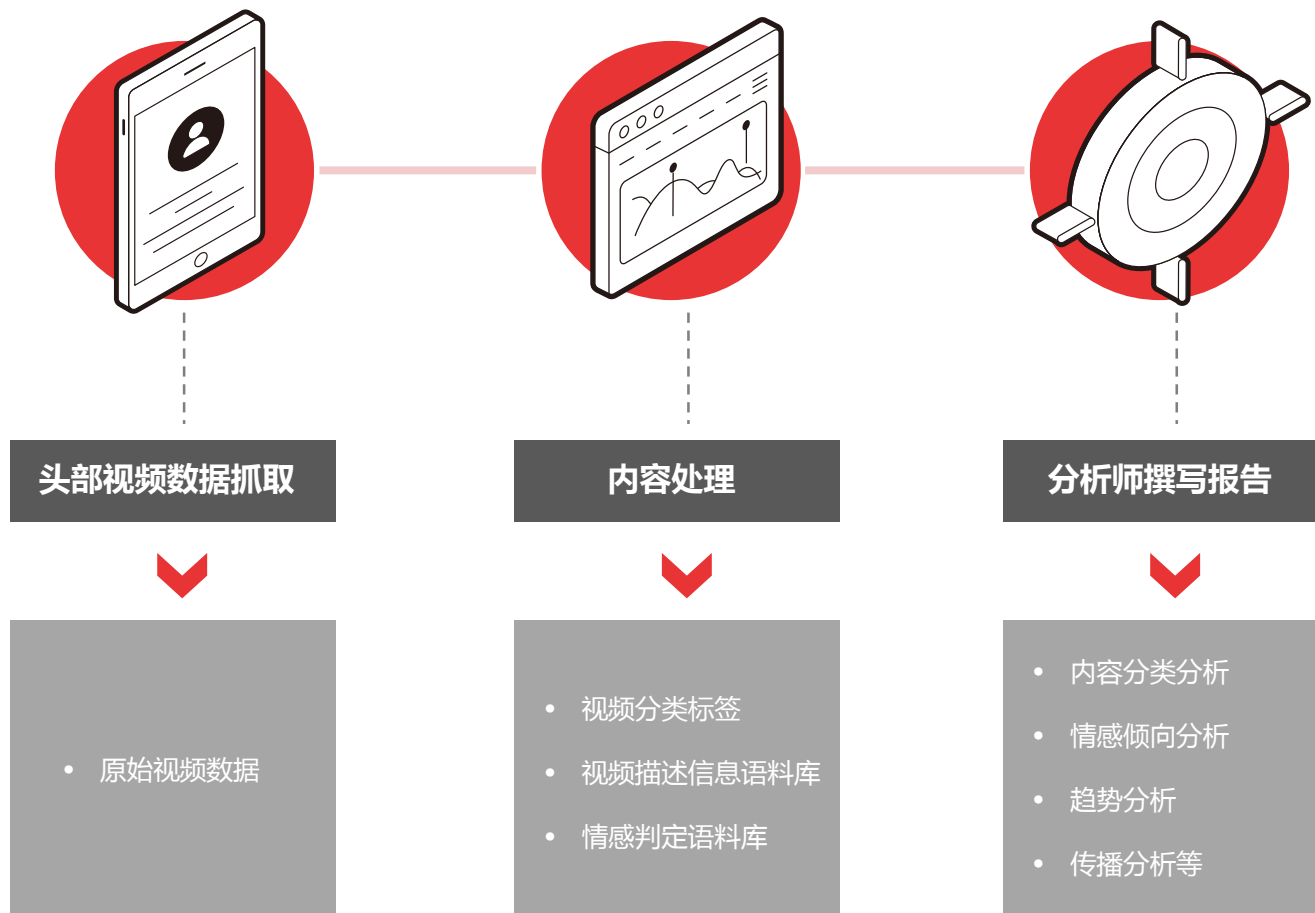


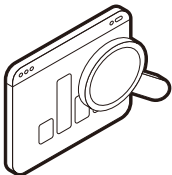


头部用户定义：
均匀提取用户数据中粉丝量1万以上或获赞数1万以上用户，并完整收集对应数据内容进行样本分析。

头部用户指标	指标说明
• 用户视频发布数	• 视频发布者截止数据采集点为止发布的视频条数
• 视频发布时间	• 视频发布者上传视频时的具体时刻
• 用户获赞数	• 截止抓取到该视频时，用户获得的总点赞数量
• 用户粉丝数	• 截止抓取到该用户时，用户获得的总粉丝量
• 视频互动比例	• 截止抓取到该视频时，视频的评论数、转发数之和与播放总量的比值
• 平台（粉丝）影响力	• 通过平台账号粉丝数、平台月活用户数拟合。







头部视频定义：
均匀提取视频内容中播放量50万以上或点赞数1万以上的作品，并完整收集对应数据内容。

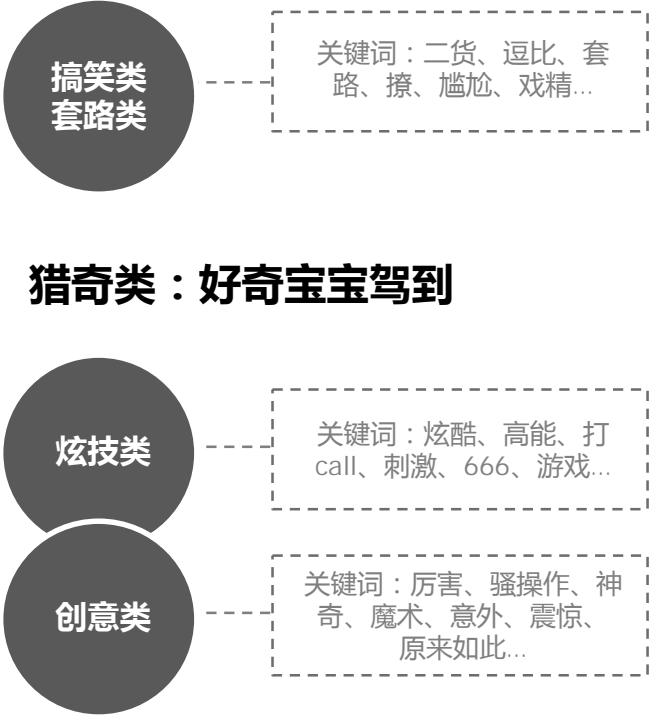
头部视频指标	指标说明
<ul style="list-style-type: none">视频创建时间	<ul style="list-style-type: none">视频发布者上传视频的年月日及具体时刻
<ul style="list-style-type: none">视频描述	<ul style="list-style-type: none">视频发布者上传视频时填写的视频文字说明
<ul style="list-style-type: none">视频播放量	<ul style="list-style-type: none">截止抓取到该视频时，视频被播放的总数量
<ul style="list-style-type: none">视频评论数	<ul style="list-style-type: none">截止抓取到该视频时，视频获得的总评论数量
<ul style="list-style-type: none">视频转发数	<ul style="list-style-type: none">截止抓取到该视频时，视频获得的总转发数量
<ul style="list-style-type: none">视频获赞数	<ul style="list-style-type: none">截止抓取到该视频时，视频获得的总点赞数量
<ul style="list-style-type: none">视频受欢迎指数	<ul style="list-style-type: none">由视频的受喜爱度及互动度加权得出，通过视频播放量、获赞数、评论数及转发数拟合得到。
<ul style="list-style-type: none">营销类视频抖音运营指数	<ul style="list-style-type: none">通过视频获赞数、评论数及转发数拟合得到



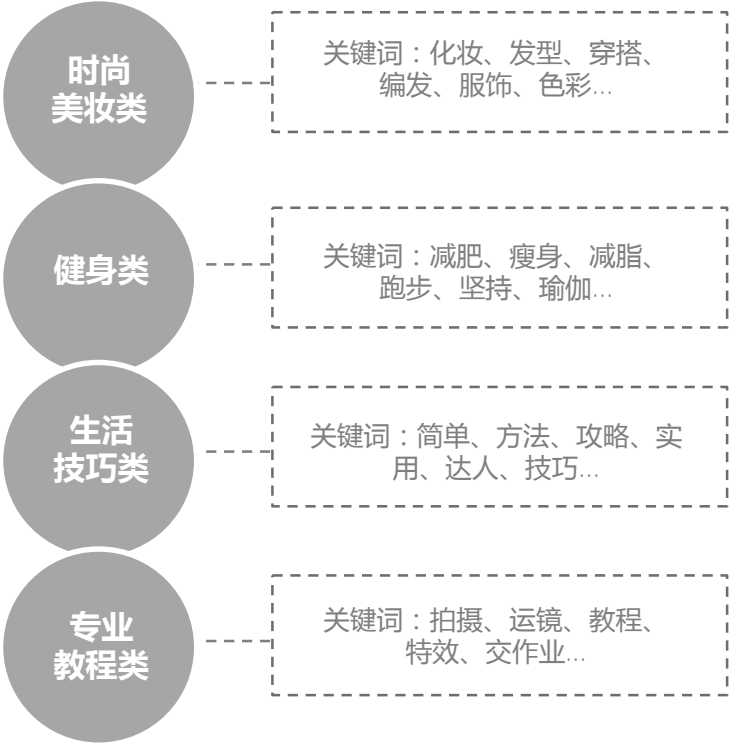
美丽生活类：致我们的小确幸



好玩类：有趣的灵魂



美丽生活类：致我们的小确幸





秒针系统(Miaozhen Systems)，中国领先的智慧商业数据技术服务公司，12年来一直为行业提供独立、公正的第三方数据技术和研究咨询服务。通过帮助企业实现线上线下的多源数据融合、挖掘与分析，赋能企业在多场景、多业态下深度洞察消费者，在多变的商业态势里，提升决策效率与效能，构建数据、人、场景闭环。

客户覆盖快消、日化、餐饮、医药、汽车、能源、电商等行业，超过 2000 个品牌，以绝对领先的市场份额，引领行业持续革新，是中国首批广告国家标准的主要制定者。

在数据驱动的商业新时代，秒针坚定地运用科学方法推动数据技术解决方案的持续迭代，不断创新，赋能企业在营销、IT、消费者洞察及管理决策的各环节实现效能最大化，打造中国智能商业最佳实践。

公司官网：www.miaozhen.com

微信公众号：





海马云(Haima Cloud)，国内领先的移动内容大数据服务商，正在为各行业提供独立、科学的第三方内容大数据服务，合作伙伴和客户覆盖直播、短视频、社交、电商、运营商、市场营销、汽车、影视、金融、政府等。

依靠独特而领先的移动端内容大数据技术，赋能企业在移动营销全链条下，深度洞察互联网平台、内容、内容生产者与消费者，在激烈的市场竞争中，从容洞悉多样复杂数据和关系，构筑决策优势，实现商业价值。

公司官网：www.haimacloud.com

微信公众号：



Miaozhen[®]
Systems

Miaozhen[®]
Systems

Data is wonderful!

MIAOZHEN.COM