



2017年哔哩哔哩 数据研究报告

极光大数据

2017.09

本报告数据仅限app端，不包含PC端

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved.

关键发现



7月份哔哩哔哩app用户规模为6436万，渗透率相比2月份提升1.2%



7月份哔哩哔哩app端MAU为5843万，相比2月份增长40.1%



过去半年，哔哩哔哩app日新增用户量均值为45.7万



过去半年，哔哩哔哩app 30日留存率均值为59.9%



哔哩哔哩app 20-24岁用户占比为53.6%



江苏省网民对于哔哩哔哩app偏好度最高，上海、成都、广州对于哔哩哔哩app的偏好度居于全国城市top3

本报告数据仅限app端，不包含PC端

CHAPTER 01

定性分析

哔哩哔哩app概况

基于弹幕视频分享的互联网社区

作为基于弹幕视频分享的互联网社区，弹幕功能是哔哩哔哩的特色；在发展过程中，其视频类型也逐渐从ACG拓展到电影、国创、鬼畜等多种类型，并逐渐形成围绕“二次元”的一系列线上线下活动

基本概况

产品定位

基于弹幕视频分享的互联网社区

弹幕功能

视频播放时画面上飘过的即时评论

弹幕视频系统源自日本弹幕视频分享网站

app功能架构

首页

分为直播、推荐、追番；以视频内容推荐为主，另有活动、游戏等推荐；推荐页采用个性化推荐方式

发现功能可查询漫展等活动；搜索功能可搜索视频、UP主外，还可查看排行榜、话题中心、周边商城等

分区

早期以ACG内容为主，目前已包含动画、番剧、国创、音乐、舞蹈、游戏、科技、鬼畜等几乎所有视频类型

动态、消息、我的

关注人、关注专栏最新动态；回复、赞等信息管理；历史记录、我的收藏等个人动作记录，大会员和游戏中心等服务

数据来源：公开资料整理

本内容仅为app端，不包含PC端和H5

哔哩哔哩发展历程

哔哩哔哩发展基本围绕三个方面：社区建设、扩大影响、商业化探索

哔哩哔哩通过拜年祭、MAD大赛等活动在吸引用户参与同时，也进一步提升用户社区认同感；通过与多品牌合作等方式，提升哔哩哔哩知名度与影响力；商业化方面，哔哩哔哩也围绕自身特色在游戏业务等方面展开探索

社区建设：线上线下活动

2009年6月，哔哩哔哩正式成立；2010年8月，经用户投票，22娘和33娘成为B站站娘

拜年祭：2010年2月，第一个春节拜年视频出现（拜年祭前身）；2011年2月，哔哩哔哩拜年祭上线，并作为传统延续至今

BDF（Bilibili Dancing Festival）：2015年举办第一届；每年夏季举办、每次持续数月

BML（Bilibili Macro Link）：2013年举办第一届，此后每年举办，节目质量、参与人数等逐步提升

萌战（动画人气大赏）：2015年举办第一届，目前已举办三届；分国产动画场和日本动画场

扩大影响：品牌合作

2015至今，哔哩哔哩先后与知乎、上海电影节、虎嗅、小米、新浪微博、天猫、万达等进行合作

商业探索：多样化尝试

2014年10月，哔哩哔哩上线“新番承包计划”

周边售卖：2014年12月，哔哩哔哩官方淘宝店开放销售官方周边产品

会员制度：2016年10月，哔哩哔哩推出旗下会员制度，名为“大会员”

游戏业务：哔哩哔哩的游戏业务包括游戏代理、游戏联运和自主开发

数据来源：公开资料整理

本内容仅为app端，不包含PC端和H5

CHAPTER 02

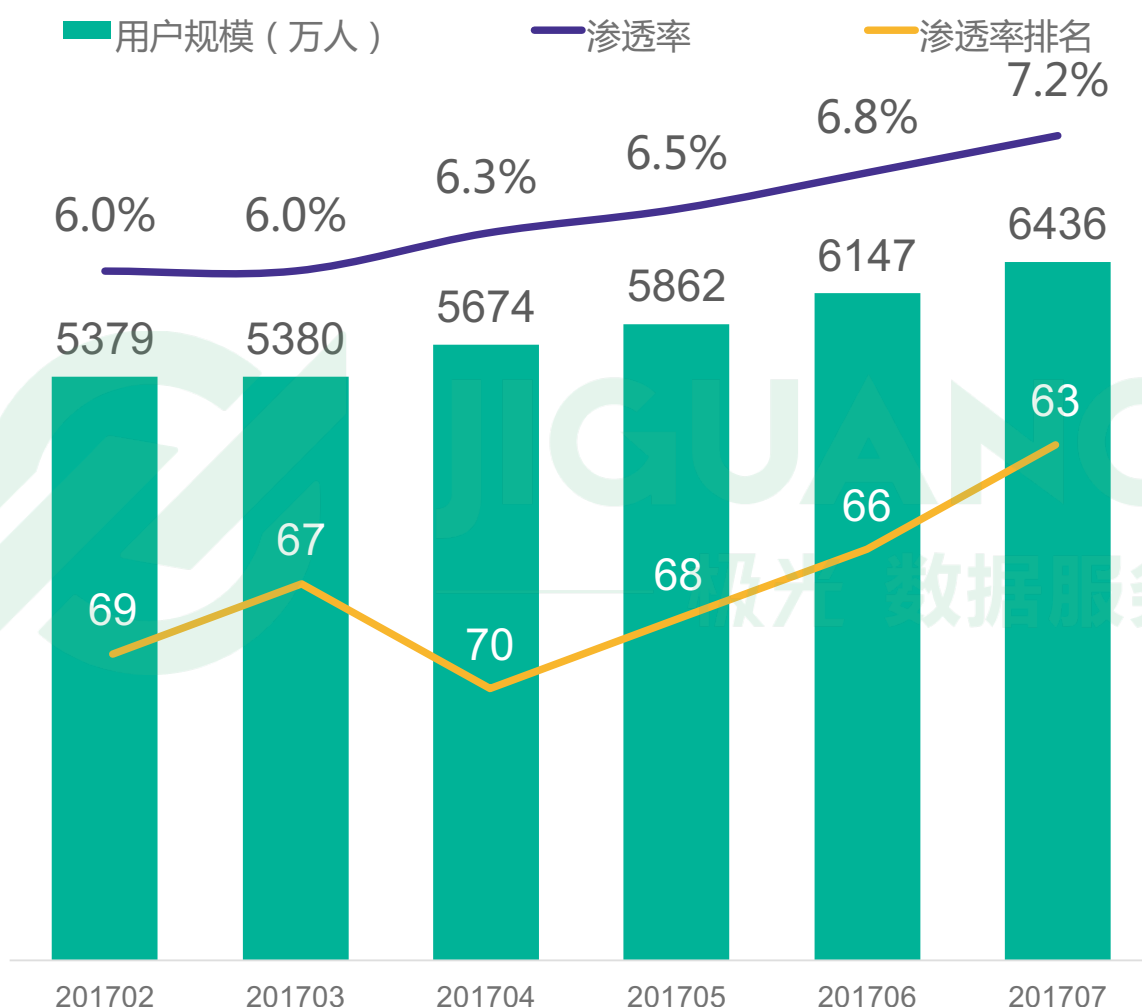
运营数据

哔哩哔哩app渗透率及用户规模变化

截至2017年7月，哔哩哔哩app市场渗透率达7.2%，用户规模为6436万

- 极光大数据显示，近半年哔哩哔哩app用户规模呈稳定增长态势，截至2017年7月最后一周，哔哩哔哩app渗透率达到7.2%，用户规模达到6436万人,在全网app中排名第63位
- 相比2017年2月，渗透率提升1.2%，相比2016年7月，渗透率增长2.9%

哔哩哔哩app用户规模及渗透率变化



app渗透率 = 当期安装有目标app的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

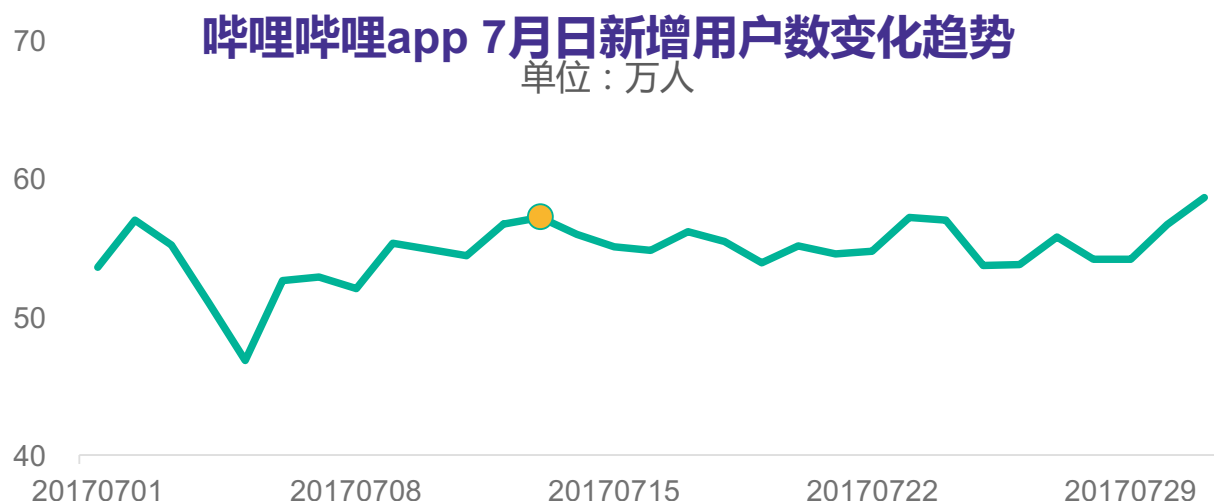
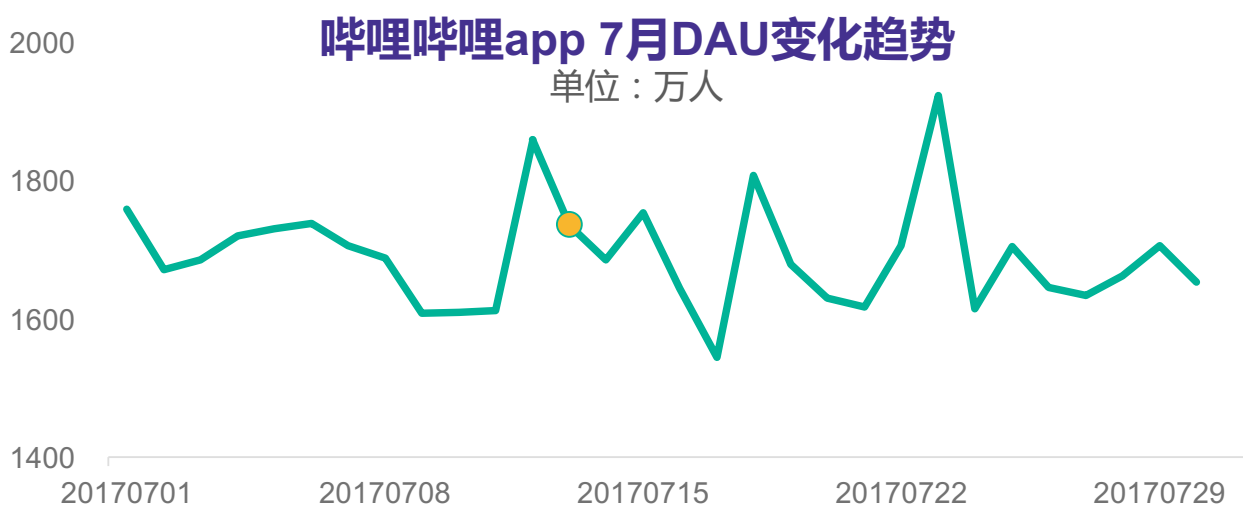
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.2-2017.07

哔哩哔哩app 7月DAU及日新增用户数

7月13日前后，哔哩哔哩app日新增用户数保持平稳

- 2017年7月13日，哔哩哔哩对网站内影视剧内容进行自我审查
- 极光大数据显示，哔哩哔哩app DAU数据在13日前后仍保持较为稳定状态
- 7月1日至7月12日，哔哩哔哩app日新增用户均值为53.5万，7月14日至7月31日，哔哩哔哩app日新增用户均值为55.3万，日新增用户数有所增长



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

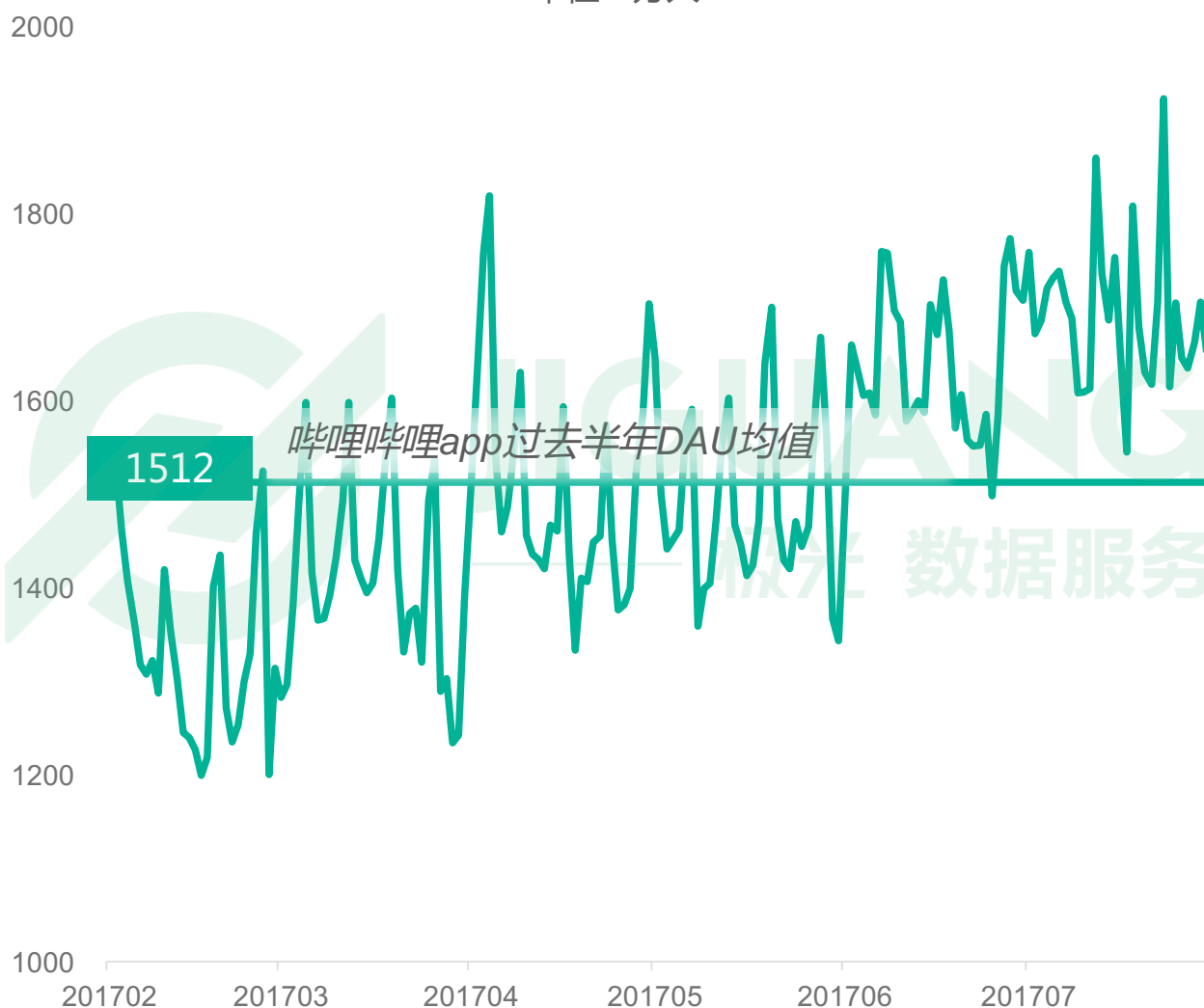
哔哩哔哩app日活跃用户

过去半年，哔哩哔哩app DAU均值为1512万

- 极光大数据显示，哔哩哔哩app过去半年DAU呈增长态势，均值为1512万；2017年7月，哔哩哔哩app DAU均值为1691万

哔哩哔哩app过去半年DAU变化趋势

单位：万人



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.02-2017.07

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

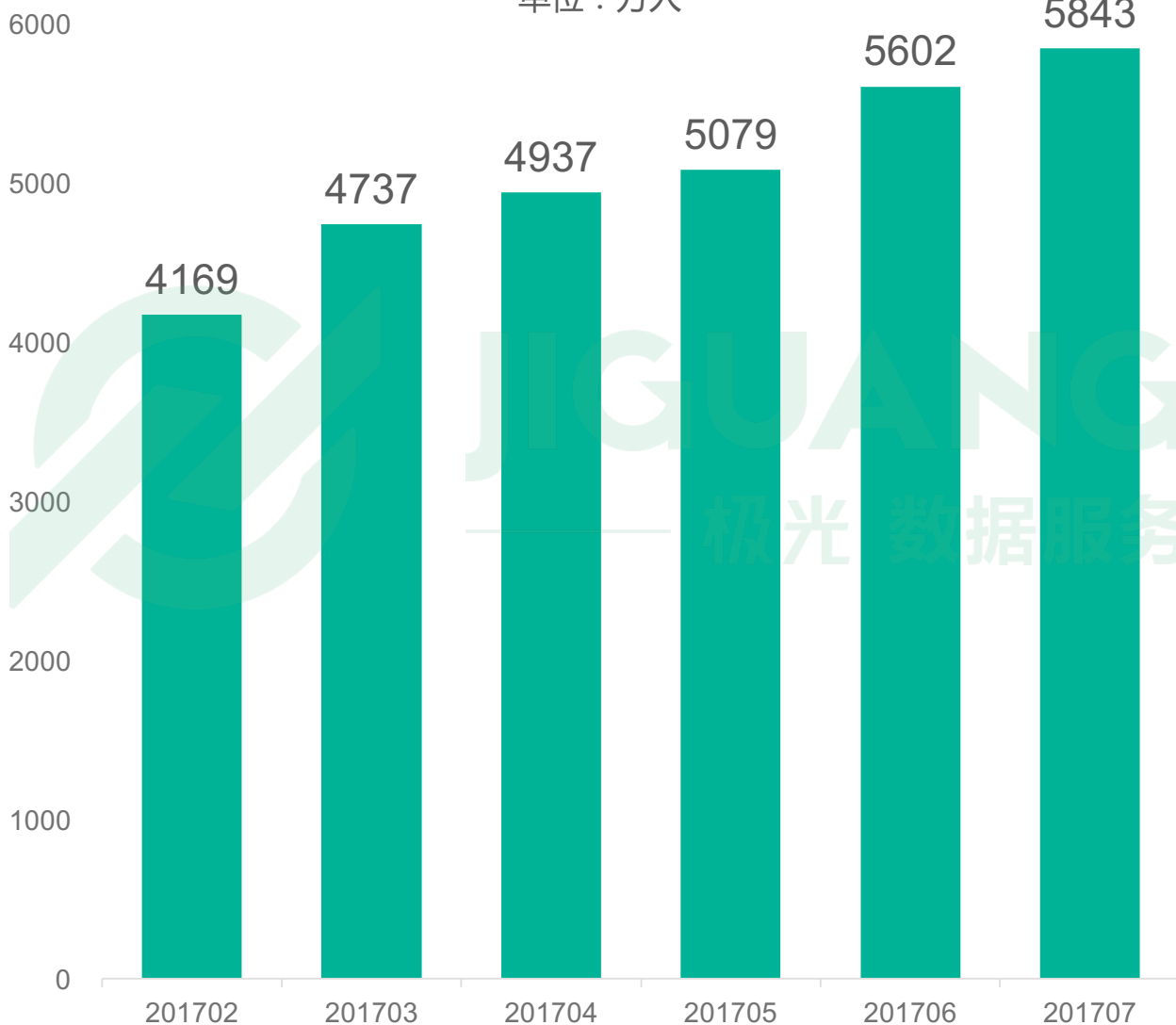
哔哩哔哩app月活跃用户

截至2017年7月，哔哩哔哩app MAU为5843万

- 极光大数据显示，2017年7月，哔哩哔哩app MAU为5843万，相比2017年2月，MAU增长40.1%，相比2016年7月，MAU增长63.2%

哔哩哔哩app MAU

单位：万人



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.02-2017.07

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

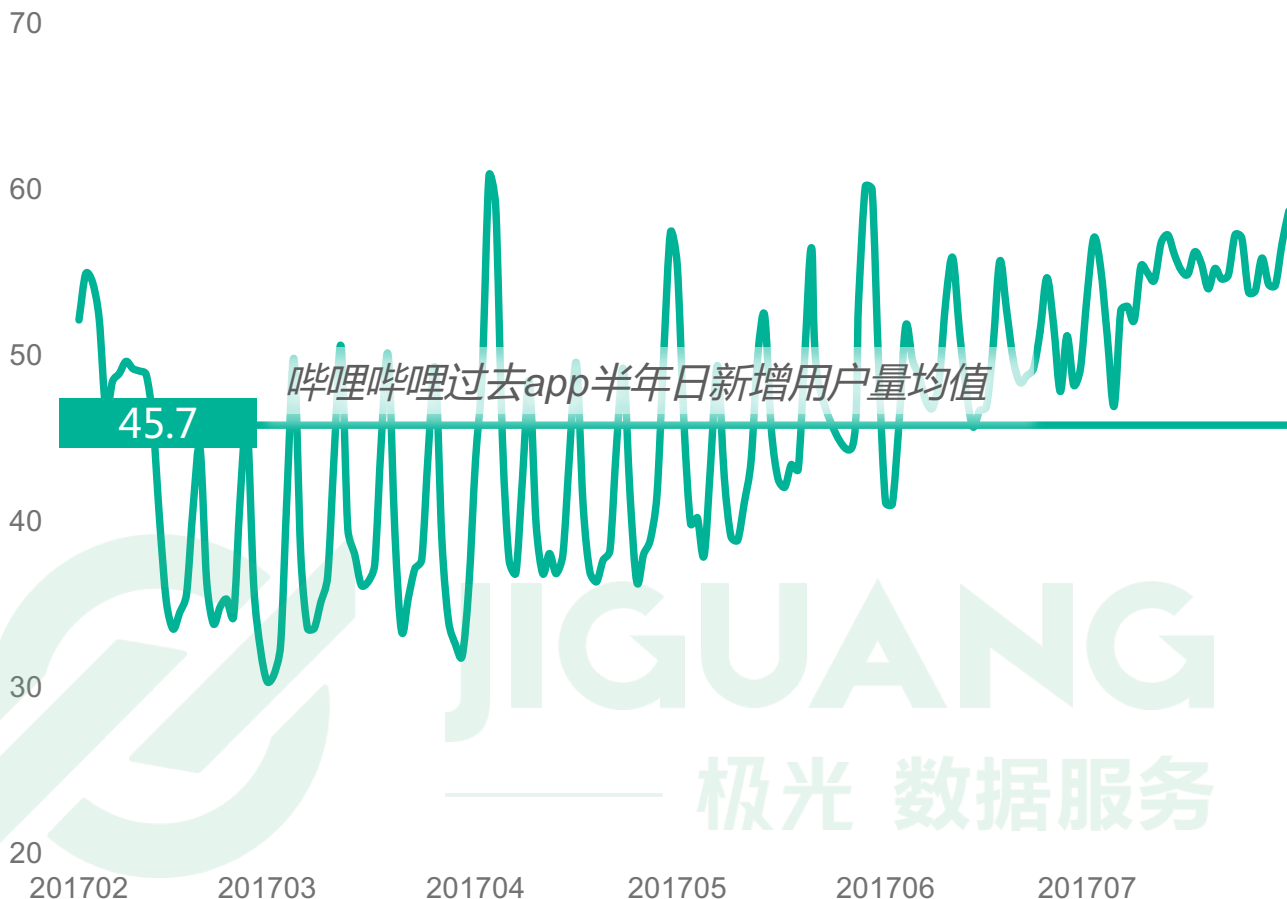
哔哩哔哩app日新增用户量

哔哩哔哩app过去半年日新增用户量均值为45.7万

- 2017年2月至2017年7月，哔哩哔哩app日新增用户量均值为45.7万
- 日新增用户数量在每个周末出现高峰
- 清明、五一、暑期等节假日期间，日新增用户量明显提升

哔哩哔哩app过去半年日新增用户量变化趋势

单位：万人



日新增用户：某日第一次安装目标app的用户数

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.02-2017.07

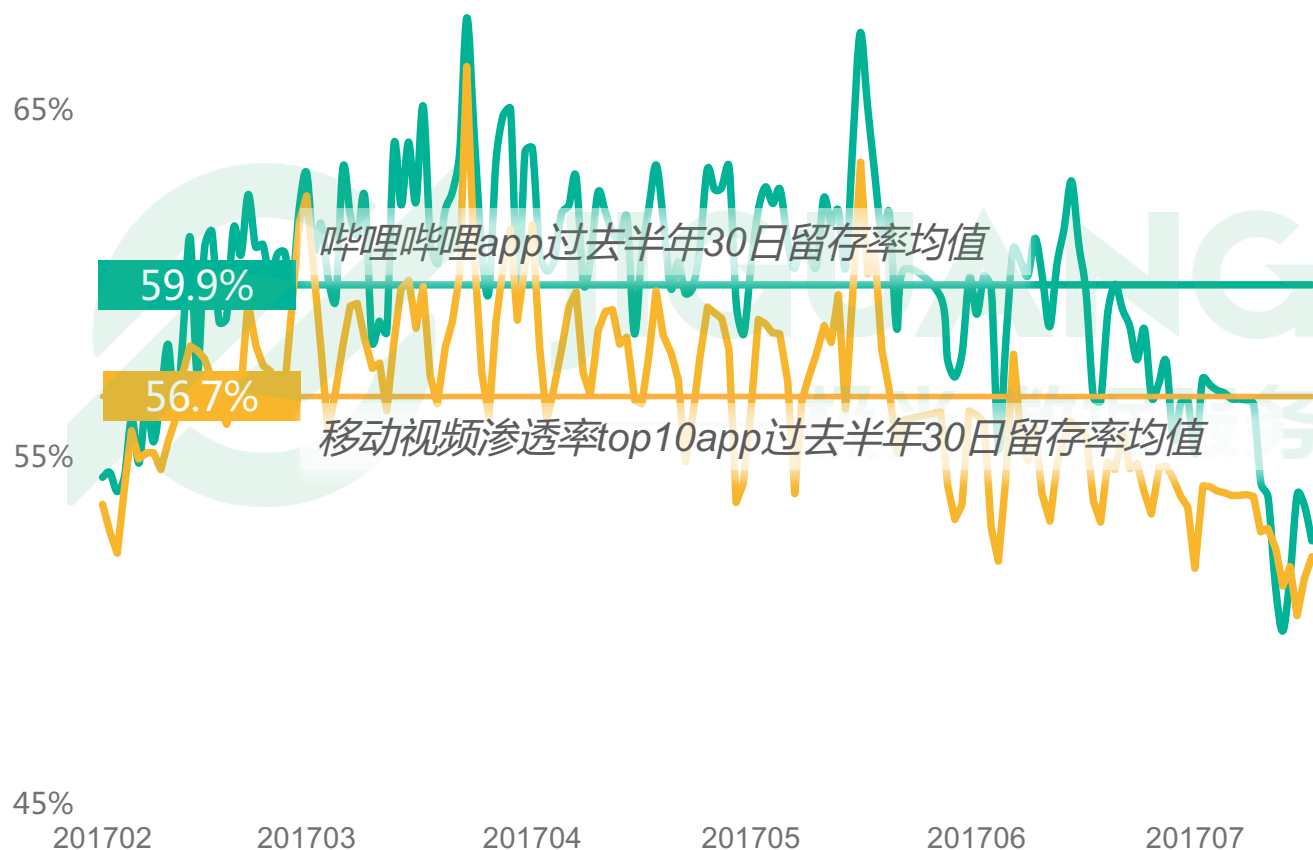
本数据仅为app端，不包含PC端和H5

哔哩哔哩app 30天留存率

哔哩哔哩app 30天留存率均值为59.9%

- 极光大数据显示，哔哩哔哩app 30天留存率均值为59.9%；移动视频渗透率top10 app过去半年30日留存率均值为56.7%
- 节假日期间的新增用户的留存率比较低，可能是由于这段时间有大量非目标用户下载试用

哔哩哔哩app过去半年30日留存率变化趋势



留存率：某日新增安装用户在指定周期之后未卸载的比例

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.02-2017.07

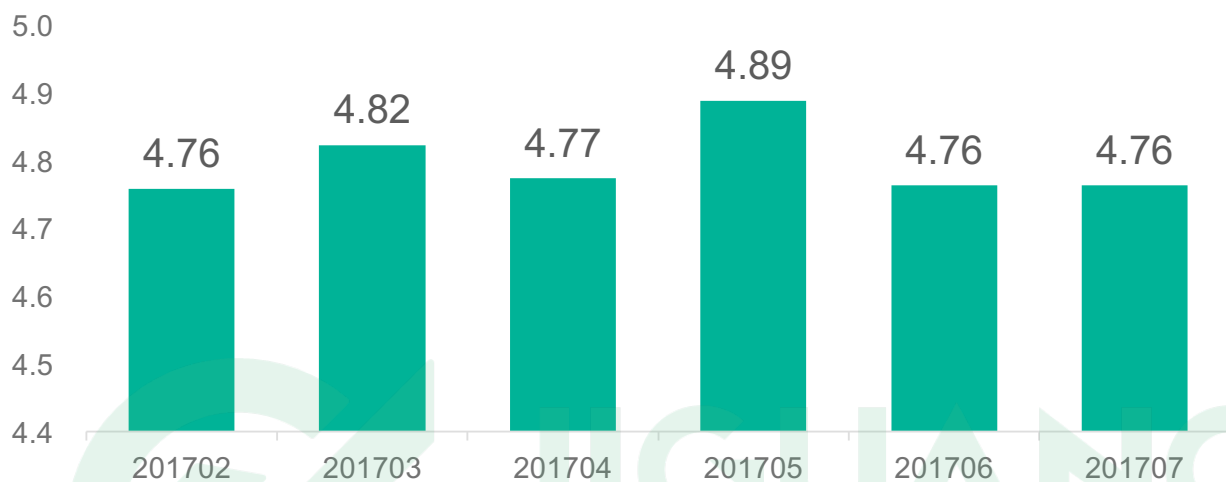
本数据仅为app端，不包含PC端和H5

哔哩哔哩app(用户使用习惯)

2017年7月，哔哩哔哩app用户日均使用次数为4.76次

- 极光大数据显示，2017年7月，哔哩哔哩app用户日均使用次数为4.76次
- 2017年2月至2017年7月，哔哩哔哩app用户日均使用时长均值为62.8分钟

哔哩哔哩app用户日均使用次数



哔哩哔哩app用户日均使用时长



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.02-2017.07

每半小时内的所有使用次数均统计为一次

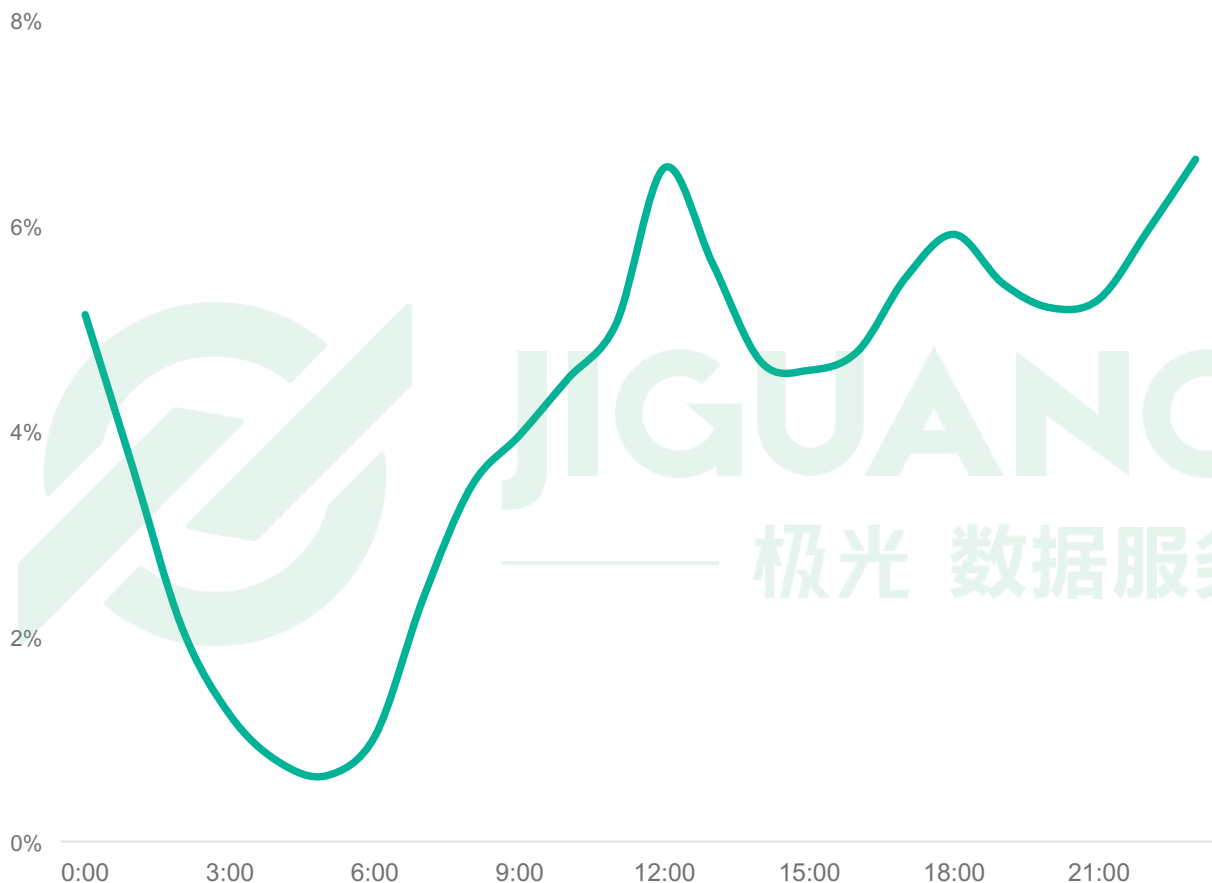
本数据仅为app端，不包含PC端和H5

哔哩哔哩app(用户使用习惯)

中午和夜晚为哔哩哔哩app用户视频观看高峰时段

- 极光大数据显示，哔哩哔哩app用户白天观看视频高峰时段为12:00-13:00，占比为6.56%；晚间高峰为23:00-24:00，共占比6.65%
- 18:00-19:00的通勤时间也是哔哩哔哩app用户使用的一个小高峰，占比5.91%

哔哩哔哩app用户使用时段占比分布



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

CHAPTER 03

用户画像

哔哩哔哩app用户画像

哔哩哔哩app用户：男女比例约为1.3：1，20-24岁用户占比过半

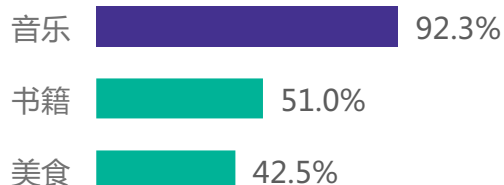
- 哔哩哔哩app用户中大学学历人群占比为54.5%；用户对音乐、书籍和美食较感兴趣，最关注的话题分别为二次元、校园社区和知识青年

哔哩哔哩app用户画像

年龄



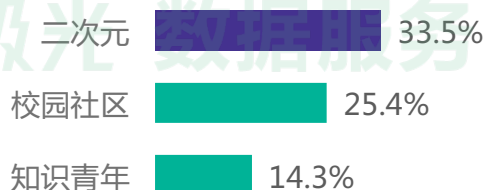
兴趣爱好



性别



社交风格



学历



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

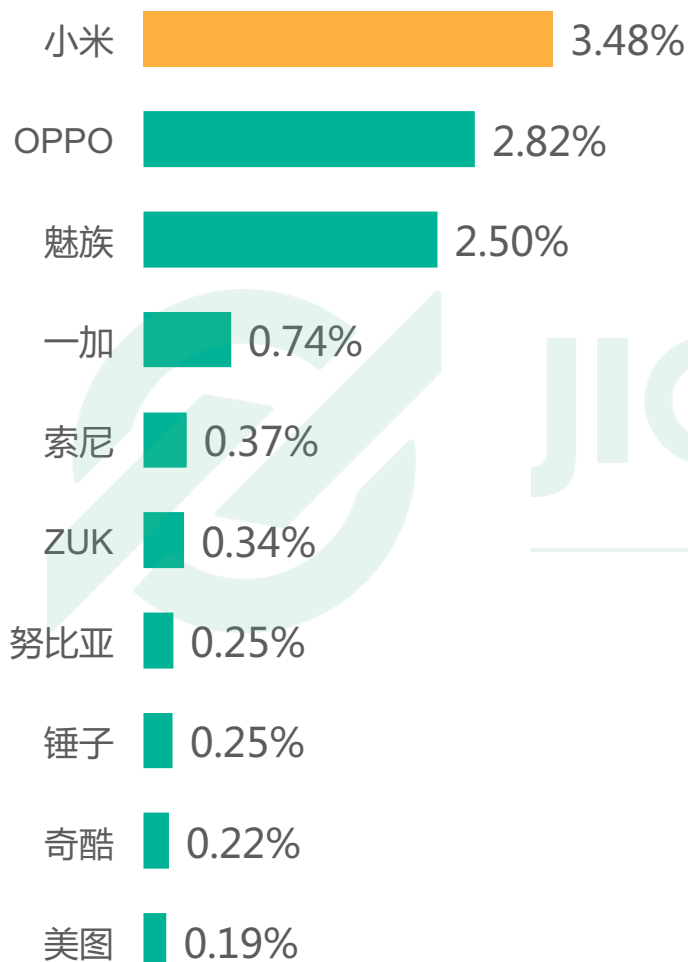
哔哩哔哩app用户画像

哔哩哔哩app用户安卓手机偏好：青睐小米旗下机型

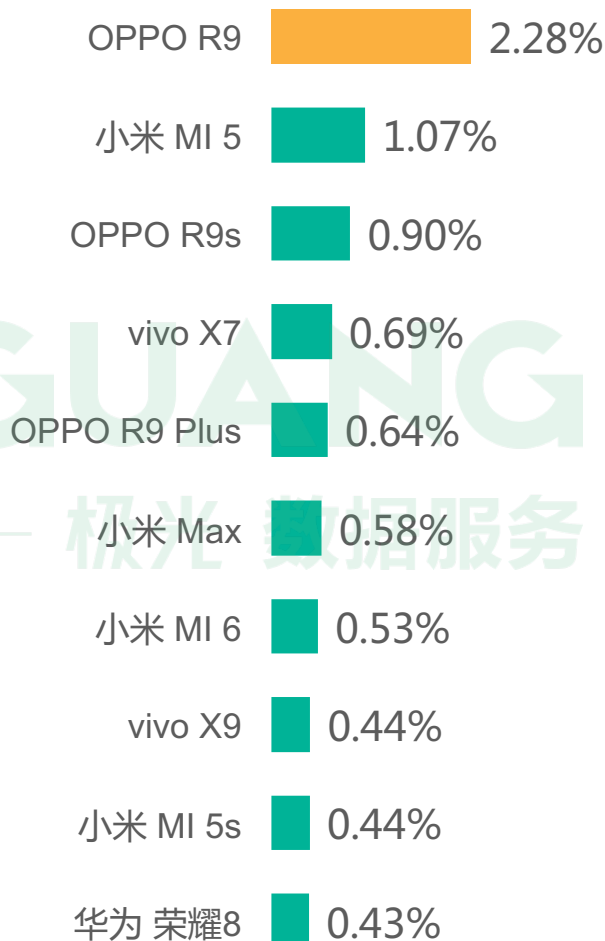
- 极光大数据显示，哔哩哔哩app用户最为偏好安卓手机品牌为小米，偏好度为3.48%
- 哔哩哔哩app用户最为偏好安卓机型为OPPO R9，偏好度为2.28%

哔哩哔哩app用户安卓手机偏好分析

安卓品牌偏好度



安卓机型偏好度



偏好度取数范围：渗透率top1000的安卓机型

品牌偏好度=单个品牌在哔哩哔哩用户群体中的使用占比-单个品牌在整体网民中的使用占比

机型偏好度=单个机型在哔哩哔哩用户群体中的使用占比-单个机型在整体网民中的使用占比

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

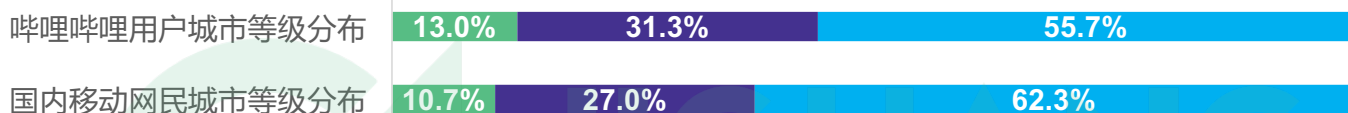
哔哩哔哩app用户画像

超三成哔哩哔哩app用户来自二线城市

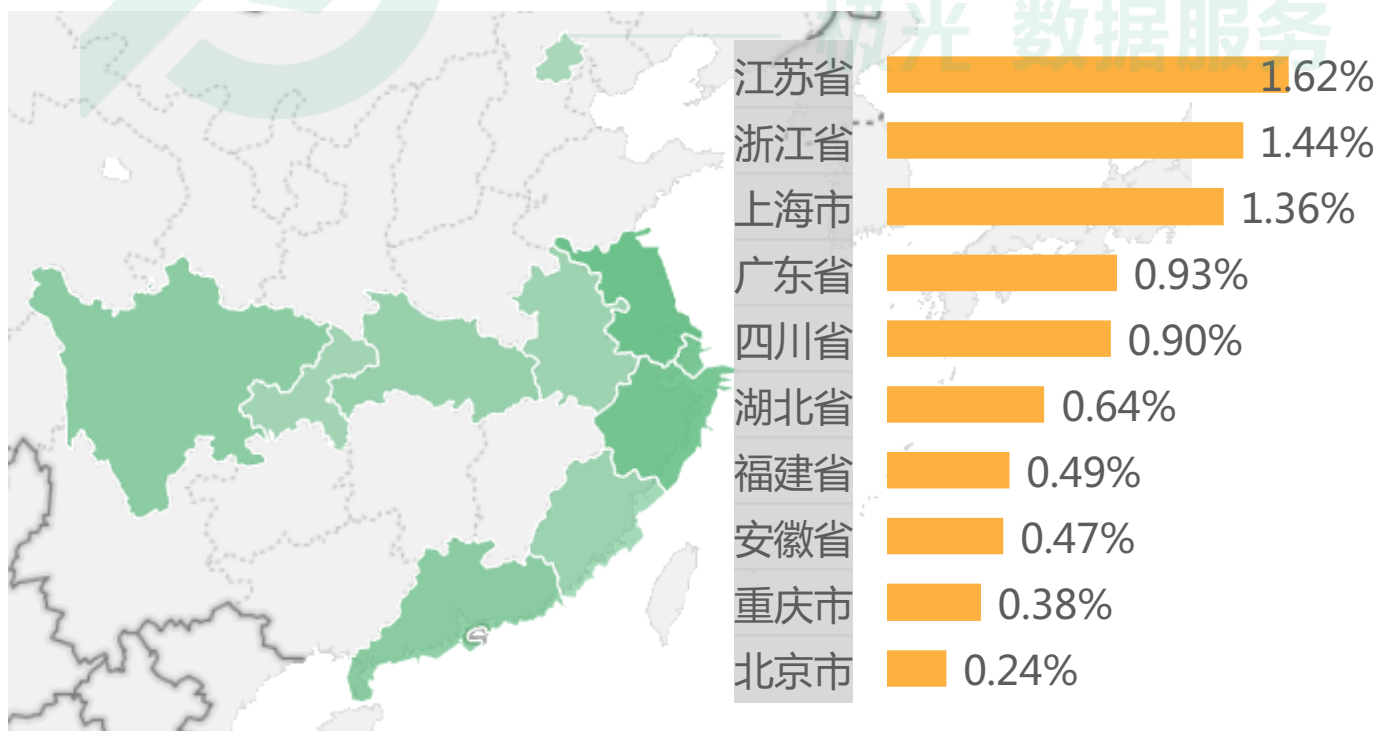
- 根据极光大数据统计，哔哩哔哩app用户分布相比全国网民分布更偏向一二线城市
- 江苏省用户对于哔哩哔哩app偏好度最高，偏好度为1.62%

哔哩哔哩app用户城市等级分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



哔哩哔哩app偏好度top10省级行政区域



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

省级行政区域偏好度=此省级行政区域用户在目标人群中的占比-此省级行政区域网民在整体网民的占比

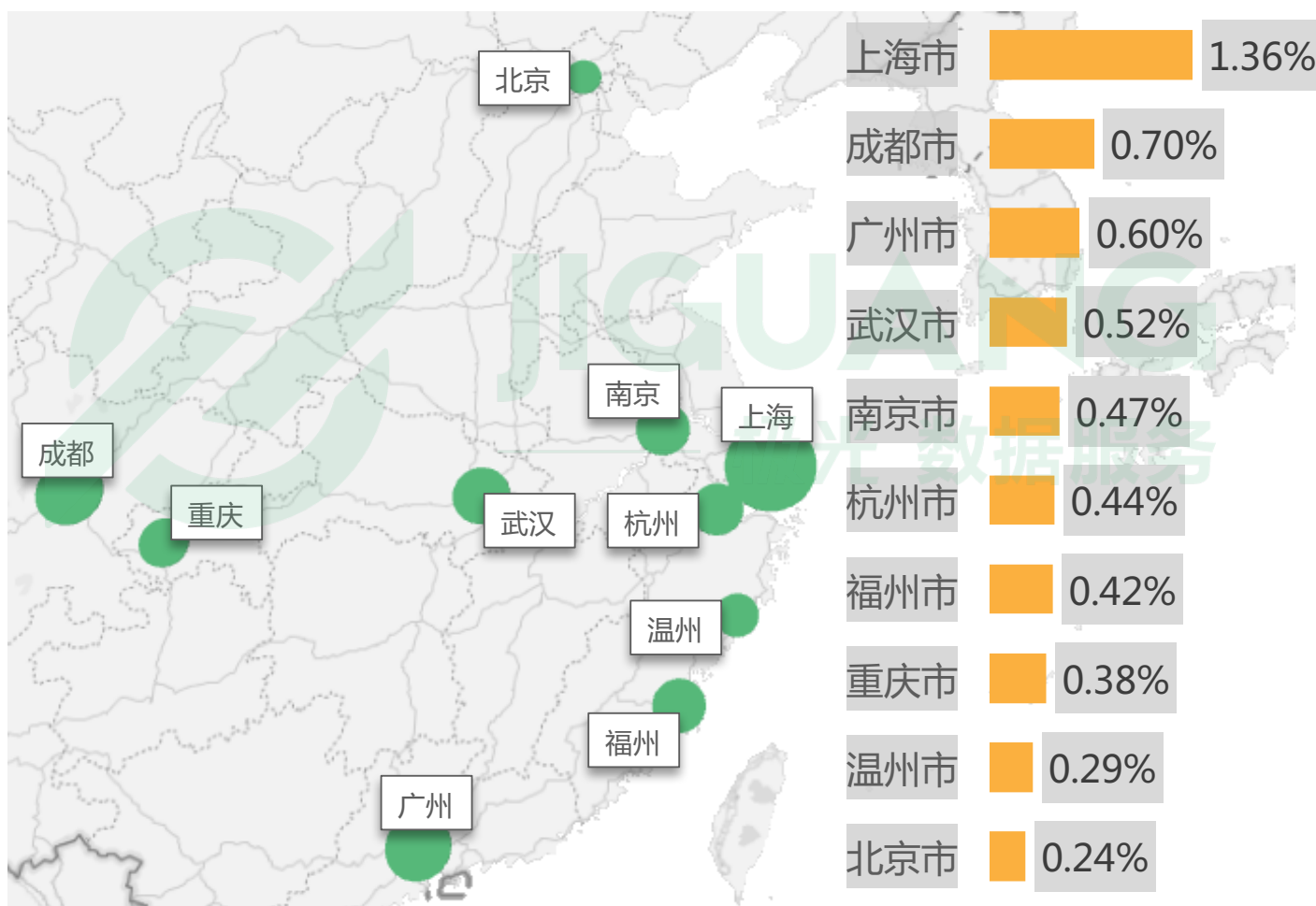
本数据仅为app端，不包含PC端和H5

哔哩哔哩app用户画像

上海市用户对于哔哩哔哩app偏好度最高

- 根据极光大数据统计，上海市移动网民对哔哩哔哩app偏好度最高，偏好度为1.36%，其次为成都和广州

哔哩哔哩app偏好度top10城市



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

城市偏好度=此城市用户在目标人群中的占比-此城市网民在整体网民中的占比

本数据仅为app端，不包含PC端和H5

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据周期

报告整体时间段：2017年2月-2017年7月

具体数据指标请参考各页标注

3. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光 (www.jiguang.cn) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。**至今我们已经服务了超过50万款移动应用，累计覆盖超过90亿个移动终端，月独立活跃设备超过7.5亿，日发送消息30亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。**基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光效果通和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达：15101510721

华东、华南地区数据咨询

江 慧：13922377631