



短视频KOL红人 季度深度分析

——2019年Q1



卡思数据核心观点

- 2019年Q1，全网红人总量和活跃红人数量同步增长 13%，活跃度继续超过 8成。
- 总体来看，红人的粉丝质量变化不大，除B站、西瓜外，其他平台仍无法抑制持续小幅下滑的态势。另外，B站、西瓜、火山互动数据表现更好。
- 搞笑、小哥哥类领先优势逐步扩大，继小姐姐类增长乏力后，音乐类也显疲态。游戏、美食连续几季增长上升势头较强，尤其前者不排除会在暑期的加持下超越小姐姐类。



抖音

- 受益于春节期间头条系的推广，多数类别都在上升，其中 13个分类都是连续两个季度持续上涨。
- 4个类别在全行业非常强势，其中高颜值类优势最大。
- 美食、游戏、美妆三类不但平台内增长最快，卡思指数的提升量在全网所有分类中也为最高。



快手

- 本季整体增速变缓，但除舞蹈以外的所有类别，红人的活跃度都有所增加。
- 5个类别在全行业非常强势，其中段子类优势最大。
- 小哥哥类趁着搞笑、段子的下滑，一跃成为这个平台的领头羊。

卡思数据核心观点



B站

- B站整体向上的趋势十分明显，几乎所有的分类都处于连续上升的态势，发展状态非常良性且多元。
- 3个类别在全行业非常强势，其中游戏、影视两类优势最大。
- 有超过一半的分类卡思指数的增速都超过 2 位数，其中美食类提升 27%，为所有平台的所有类别中的最高。



美拍

- 本季，美拍虽个别分类相对平稳，但整体趋势向下，且所有类别在全行业中依然没有明显优势。
- 搞笑和段子类在平台内，降幅、减量都是最多的，降幅均超过 20%，其中前者更是丢失平台榜首之位。



秒拍

- 与上季相比，秒拍多数分类都在回调，但变动并不太大，在平台内仍处于高位水平。
- 因影视剧热度走低，上季影剧评类跌入蓝海区域后，秒拍平台已连续两个季度在全行业中没有明显优势的类别。

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

KOL红人总体概况



寒假叠加春节的Q1，红人在保持高活跃度的情况下，总量再增 13%

寒假叠加春节的2019年Q1，全网红人数量继续处于上升通道。其中红人总量及活跃数量同步增长 13%，活跃度继续超过 8成，和上季完全持平。

红人数量*变动趋势

本季变动： **+13%**



2018.Q2

2018.Q3

2018.Q4

2019.Q1

活跃红人*数量变动趋势

本季变动： **+13%**



2018.Q2

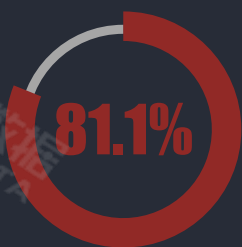
2018.Q3

2018.Q4

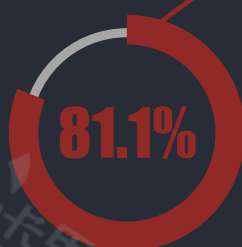
2019.Q1

活跃度变动趋势

本季变动：
持平



2018.Q4



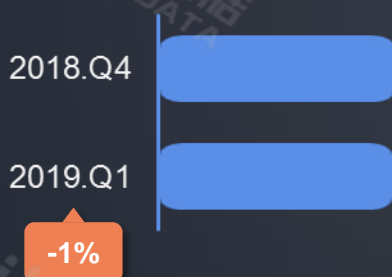
2019.Q1

注：1、红人数量：卡思数据经过全面客观的价值评估得出，粉丝量在 10W 以上的KOL红人更具商业价值，因此此报告中红人数量的核算口径均为粉丝超过 10w的红人；2、活跃红人：最近90天至少发布过 1只新视频。

B站粉丝质量、点赞数据增幅最多，头条春节的强大攻势推高西瓜、火山

- 粉丝质量：和上季相比小降 1%。其中除领头羊B站增长 2%，西瓜增长 1%之外，其他平台仍都无法抑制持续小幅下滑的态势。
- 集均评论：整体数据和上季基本持平。其中春节期间和其他两月相比略微偏高，但幅度仅在 5%以内，并不明显。火山环比增长接近 2位数，表现最佳。
- 集均点赞：和上季相比提升 9%。其中B站增幅 51%，这个平台用户的忠诚度使他们在假期贡献颇多。另外，西瓜和火山平台借助头条春节期间的强大攻势，增长也十分明显。

红人平均粉丝质量



其中：

排名	平台	增幅(%)
TOP1		2%
TOP2		1%
TOP3	-	-

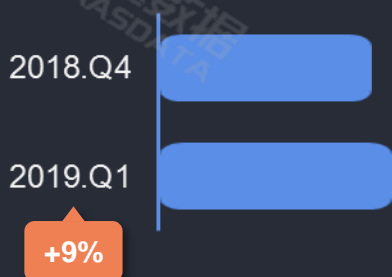
红人集均评论



其中：

排名	平台	增幅(%)
TOP1		9%
TOP2		2%
TOP3		1%

红人集均点赞



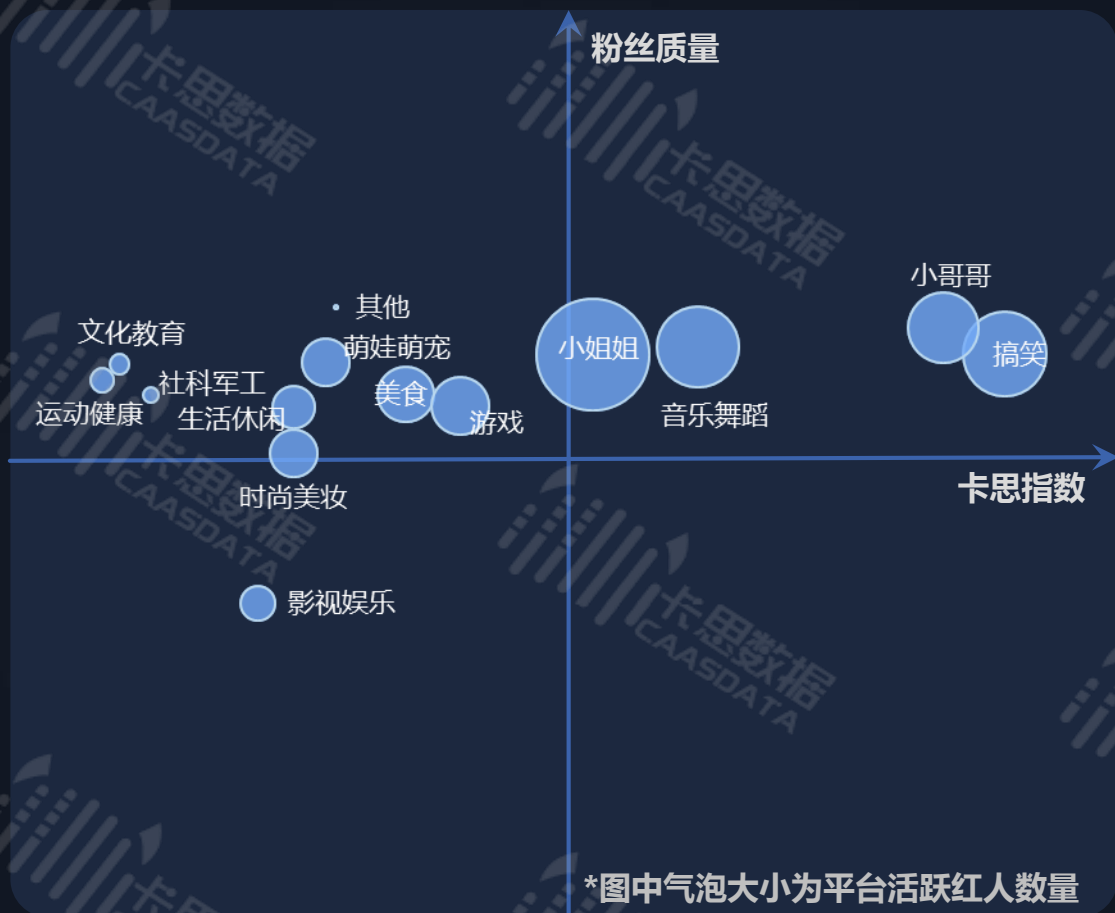
其中：

排名	平台	增幅(%)
TOP1		51%
TOP2		17%
TOP3		9%

KOL红人分类现状



2019年Q1，多数类别的卡思指数相比上季都保持平稳



搞笑、游戏、其他、小哥哥



音乐舞蹈、小姐姐、萌娃萌宠



运动健康、影视娱乐、文化教育、
时尚美妆、生活休闲、社科军工、美食

***和上月相比，指数变动在 0.2 以内的类别，认为基本持平。**



注：1、卡思数据的红人卡思指数，是表征不同类别的红人当前时期市场热度的综合指数。涵盖了红人的数量、活跃度、优质红人规模、粉丝质量、粉丝活跃度等多个维度。其卡思指数越高，代表这个时期这个类别的红人受到的综合关注度越高，商业化潜力更大。

2、红人类别已根据不同平台的分类规则进行了聚合。如“搞笑”，已经聚合了不同平台中“搞笑”、“段子”等。

搞笑类霸主地位不可撼动，观众需求高，但持续更新难度很大

- 2019年Q1，多数类别的卡思指数都和上季基本持平。14个细分类中，搞笑等 4个类别环比上升，音乐舞蹈等 3个类别下降，其他 7个类别则相对平稳。
- 经过一年的发展，整行业目前明显分化成以搞笑、小哥哥为首的四个领头类别，游戏、美食为首的五六个中型类别，以及其他几个小类别。目前行业的暴利增长阶段虽然已经停止，但各个行业精耕细作仍存在很多机会。
- **领头类别**：搞笑、小哥哥等 4个分类，卡思指数始终以非常大的优势领先其他行业，是行业的红海区域。但本季音乐舞蹈和小姐姐两个类别的指数，有一定的下滑趋势——

领头类别	卡思指数	红人数量	粉丝质量	活跃度	互动度
搞笑					
小哥哥					
音乐舞蹈					
小姐姐					

- **搞笑类**：卡思指数始终以一定的优势排名行业第一，多数指标都居行业前三，综合实力不容撼动。和上季相比，搞笑类的卡思指数再有 6%的提升，优秀红人规模和互动指数也都有提高，但其粉丝质量稍有下滑，一定程度上反映着这个类别内容的饱和程度，以及观众一定的疲累感。



领头分类：红人卡思指数高，粉丝质量高，且红人数量较多的分类。即，在行业内规模大、观众热情高的类别。

音乐舞蹈、小姐姐类虽在行业红海，但内容已显疲态

- **小哥哥类**：卡思指数持续排名行业第二，且所有的指标都能进入前三，从数据稳定性的角度上来讲，要比搞笑类表现更好。小哥哥类相比上季卡思指数提升 5%，互动指数、优秀红人规模以及红人活跃度指标都有提高。但和搞笑类相同，小哥哥类的粉丝质量也跟随全行业有小幅下滑。
- **音乐舞蹈类**：Q1的卡思指数虽环比下降 8%，但主要的问题在于2018年Q4数据有一定提升，本季回调到之前的水平。音乐舞蹈类之前一直排名行业第二位，但从上季开始已经被小哥哥类超越，并且差距已经越拉越大。尤其本季在优秀红人的规模和头部红人的竞争力两项指标上，这个类的数据都有下滑，侧面反应观众对于内容的兴趣也在减弱，整类已显一定疲态。
- **小姐姐类**：小姐姐类的疲态呈现的要比音乐舞蹈类更早。这个类别的卡思指数虽排名行业第四，但数据持续下滑，和前三类已经越差越远。本季下降 7%之后，指数数据已经处在红海的边缘位置。和上季相比，此类除了红人活跃指数稍有提高，互动指数基本平稳外，其他的指标数值都在小幅下跌中，内容的吸引力已经有些不足，多元化可能是众多单一依靠颜值的红人必须去选择迭代的方向。



领头分类：红人卡思指数高，粉丝质量高，且红人数量较多的分类。即，在行业内规模大、观众热情高的类别。

游戏、美食两类，不但本季卡思指数提升较多，持续上升的势头也较足

潜力类别	卡思指数	红人数量	粉丝质量	活跃度	互动度
游戏					
美食					

- 游戏类**：游戏类自从去年暑期“爆发”后表现一直不错，卡思指数仅次于四强类别持续处于行业第五，虽然上季因为年底人群十分忙碌指数稍有下滑，不过本季增长 13%，反弹势头强劲。和Q4相比，游戏类除了粉丝质量外的所有分项指标都略有提升，其中头部红人得分整体攀升，竞争力上升最快。值得注意的是，小姐姐类持续下滑的态势目前来看可能无法避免，游戏类的流量如果能够更多的向短视频平台转移，2019年暑期不排除会超越前者，进入红海区域。
- 美食类**：美食类目前仅落后于红海四强以及游戏，排名第六位。但这个类和“小哥哥”、“社科军工”两个类相同，都连续几个季度处于较明显的上升通道，提升势头很足，已经渐渐从第二集团中脱颖而出。目前美食类的各项指标几乎都在中上游，但是优秀红人的规模以及粉丝的互动指数略显偏低，即这个类仍需要涌现更多一些的优质红人来形成更大的头部规模效应。



潜力类别：红人数、粉丝质量均较多，卡思指数有一定的发展空间类别。

影视娱乐类受困于部分平台互动性不足，发展受限

其他类别	卡思指数	红人数量	粉丝质量	活跃度	互动度
萌娃萌宠					
生活休闲					
影视娱乐					
时尚美妆					
社科军工					
其他					
文化教育					
运动健康					

- **影视娱乐类**：本季卡思指数虽提高 8%，但这个类起伏较大，稳定性不好，一直仅在第二集团末尾徘徊。这个类最大的问题在于部分平台观众的互动性严重不足，拖累整类的互动表现，指数数据全行业最低。
- **社科军工类**：连续几个季度都在趋势向上，但整个类别仍然太小，发展性不足，卡思指数处于第三集团。
- **其他 6个类别**：指数大多表现平庸，且没有太多向上的发展态势。

游戏类卡思指数涨幅最大，但平均粉丝质量下跌最多

总跃升榜——

- 本季游戏、影视娱乐、社科军工的卡思指数环比增长率最高。
- 其中，游戏的提升虽然更多的在于上季数据下降，本季依靠寒假春节的叠加效应，但最近半年多来这个类别的向上趋势始终明显。
- 影视娱乐、社科军工两类，虽然从提升的幅度来讲稍显领先，但这两个类卡思指数都较低，高增长率下的数据实际提升程度其实比较有限，排名仍比较落后。

类型	排名	分类	变动率(%)
 总跃升		游戏	13%
		影视娱乐	8%
		社科军工	7%

高粉丝质量榜——

- 和上季相比，所有类别的粉丝质量均在下跌中，多数类别均下降 2-3分。
- 其中数据已经很低的影视娱乐下降 0.4分相对最少，而游戏下跌将近 3分，降幅 5%表现相对最差。

类型	排名	分类	变动率(%)
 粉丝质量		-	-
		-	-
		-	-



“其他”类别整体较小，且内容庞杂，故在各种跃升榜中暂不计入核算。

时尚美妆、美食、小哥哥三类，本季互动整体表现非常强势

高集均评论榜——

- 时尚美妆、美食、小哥哥三类在集均评论上的提升幅度最大，均超过了 10%。但是这三类的高增长，更大的原因在于去年 Q4 他们的表现都比较弱势，下降较多，本季强力反弹所致。
- 生活休闲、社科军工两类，连续几季均保持持续上涨的态势，上升的势头较强。

类型	排名	分类	变动率(%)
 集均评论		时尚美妆	24%
		美食	14%
		小哥哥	13%

高集均点赞榜——

- 同集均评论数据，美食、时尚美妆、小哥哥三类本季在集均点赞上，环比增长也排在前三。和评论相同的是它们的增长也大都来源于上一季的数据回调，但稍有不同的是，美食和时尚美妆类本季的反弹非常强烈，数据已经超出之前的水平。

类型	排名	分类	变动率(%)
 集均点赞		美食	35%
		时尚美妆	34%
		小哥哥	30%



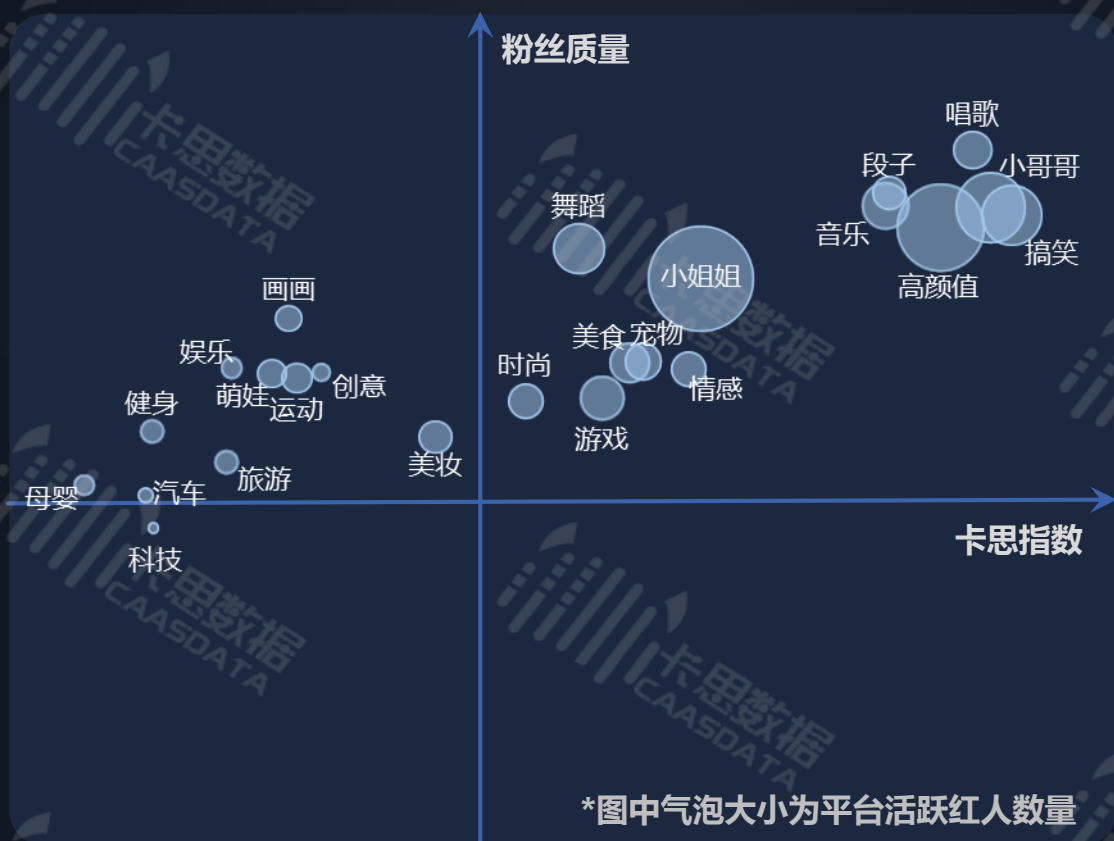
“其他”类别整体较小，且内容庞杂，故在各种跃升榜中暂不计入核算。

平台发展轨迹 ——抖音



抖音受头条春节推广带动，多数类别均在提升之中

- 春节期间，头条系整体推广效果很好。受此带动，分类变化中抖音本季涨多跌少，整个平台趋势向上——
- ✓ 抖音的 24 个分类中有 13 个连续两个季度卡思指数都在提升，整个平台提升的态势仍比较明显。
- ✓ Q1 抖音的旅游、母婴、科技等小类下降较多，中游以上类别基本都处在增长之中，其中美食、游戏、美妆类表现最佳。



 注：不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。

	跃升类别	变动率(%)
	美食	24%
	游戏	19%
	美妆	19%

抖音平台强势分类季度发展轨迹

强势分类：



搞笑



高颜值

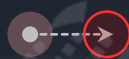


音乐



小姐姐

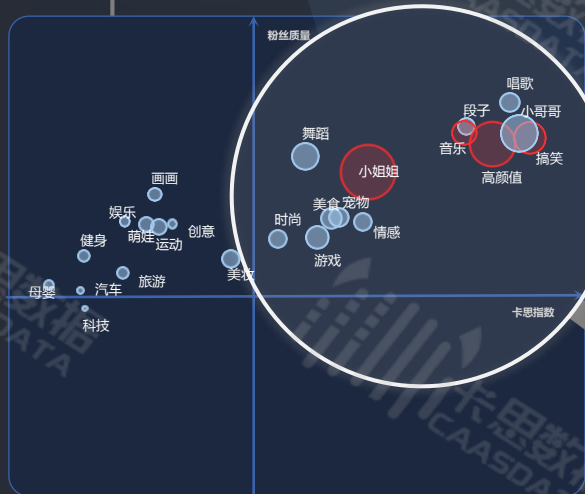
- 本季抖音平台有 4 个类别在全行业非常强势。
- 其中高颜值类，全行业优势最大。四个类别中除音乐卡思指数小降外，其他三类环比上季都略有提升。



上季到本季度分类指数变动轨迹

粉丝质量

卡思指数



*图中气泡大小为平台活跃红人数量



强势分类： 此平台的此分类在全行业中处于领先位置，优势明显。后同。

I 抖音平台强势分类详解



搞笑

- 和上季相比卡思指数基本持平，优秀红人的规模略有增加，但红人的活跃度在本已不高的情况下再度走低。抖音的搞笑类，持续的在红人的数量、头部竞争力、互动性上表现强势，和上季相同，仍需在粉丝质量方面进行提升。



高颜值

- 和上季相比卡思指数提升 5%，其中优秀红人规模和互动指数两项均有增加。抖音的高颜值类，在红人数量、活跃度上、头部红人竞争力等指标上表现都较强势，但整个类别目前内容的质量参差不齐，分化严重，粉丝质量也有待提升。



音乐

- 和上季相比卡思指数小降 1%，虽在行业同类内容的横向对比中仍然强势，但本季在红人活跃度和粉丝质量两方面的下降仍需要一定的关注。除以上两指标外，音乐类的内容本身较多，但优秀的红人规模仍需较大的提升，头部红人的竞争力方面其实也有一定的进步空间。



小姐姐

- 全行业的小姐姐类虽然数据在下降，但抖音这个类别的卡思指数却逆势增长 4%，头部红人竞争力略有提升、用户的互动性增强是最主要的原因。小姐姐类的内容目前在除了红人数量以外的各项指标中，表现的都不够强势，这个类别的内容明显处于饱和状态，行业早已呼唤单一依靠颜值的红人们拥抱“多元”。

抖音平台优质分类季度发展轨迹

优质分类：



搞笑



小哥哥



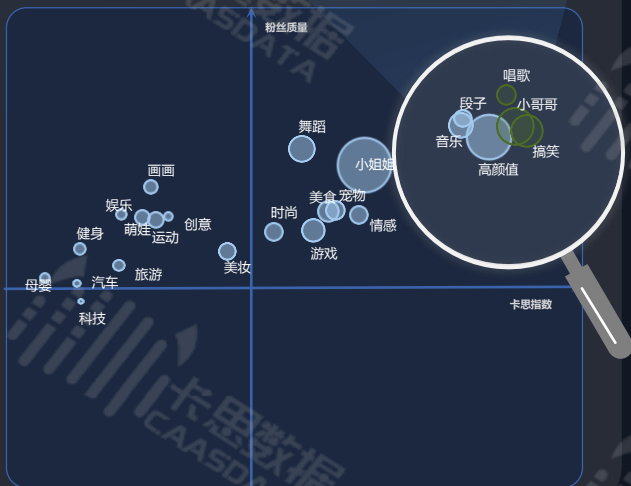
唱歌

- 本季抖音平台内的卡思指数和上季完全相同，也是搞笑、小哥哥、唱歌三个类排名前三。

上季到本季度分类指数变动轨迹

粉丝质量

卡思指数



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

优质分类： 此分类在此平台中处于领先地位。后同。

I 抖音平台优质分类详解



小哥哥

- 和上季相比卡思指数提升 3%，其中优秀红人规模指数相比略有提高。抖音的小哥哥类连续几个季度都在持续上升，目前和平台的领头羊搞笑类相比已经差距很小。“小哥哥”们明显比“小姐姐”们更早也更积极地进行着内容的多元化，加上女性粉丝更加忠诚而稳定，这个类目前的发展态势相对不错。仅需提醒的是，在优秀红人的规模和粉丝质量上有较大的优化空间。



唱歌

- 和上季相比卡思指数提升 3%，数据一直紧追小哥哥类，稳居平台第三名。“唱歌”和“音乐”类的红人重合度较大，数据表现有一定的相关性，唱歌类的红人在活跃度和优秀红人规模上比音乐类的表现更好，但这也是这两个分类都需要加强的地方。

抖音平台加速分类季度发展轨迹

加速分类：



美食



游戏



美妆

- 本季抖音平台内，美食、游戏、美妆增长最快，三个类别的环比增长率都基本在 20% 以上，同时这三个类也是全网所有平台中系数数值提升最多的类别。
- 目前美食、游戏两类在抖音内的竞争力已经跃升到平台的红海区域。



上季到本季度分类指数变动轨迹



*图中气泡大小为平台活跃红人数量



加速分类： 此分类在本季提升幅度较大。后同。

I 抖音平台加速分类详解



美食

- 和上季相比卡思指数提升 24%，增长量更是排名全行业所有平台所有类别的榜首，其中头部红人的竞争力和互动数据的大幅提升是这个类大涨的最主要原因。抖音的美食类目前还处在第二集团，除红人数量以外的其他指标都在行业的中游水平，都有提升的空间，尤其是粉丝质量和红人的活跃度，急需加强。



游戏

- 和上季相比卡思指数提升 19%，增长量仅次于抖音的美食分类排名全行业第二。游戏类和美食类相似性很大，都是头部红人的竞争力和互动数据的走强带动指数大涨，除了红人数量以外的其他指标也都有提升的空间。稍有不同的是，游戏类在头部红人的竞争力、优秀红人的规模以及粉丝质量上，都需着重加强。



美妆

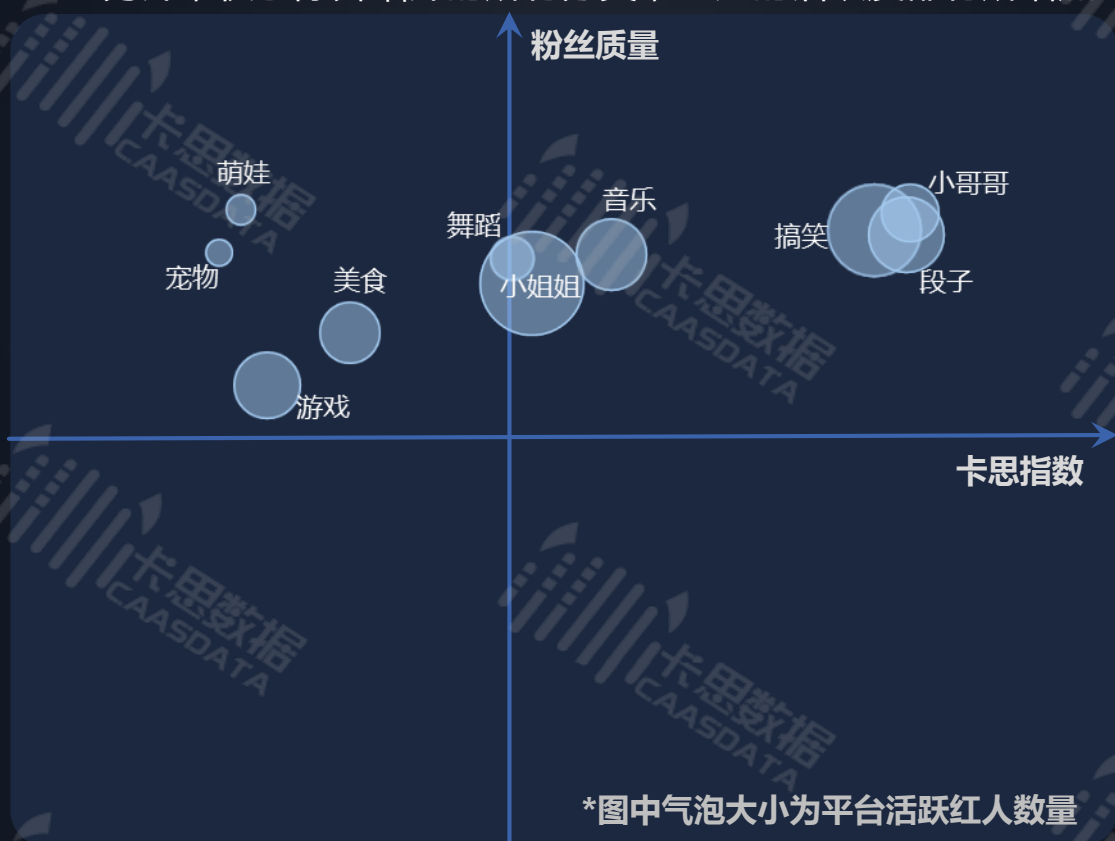
- 和上季相比卡思指数提升 19%，增长量仅次于抖音的美食、游戏分类排名全行业第三。美妆类也和前两类相同，数据大幅提升都是受益于头部红人的竞争力和互动数据的提高。而美妆分类目前综合竞争力仍不太足，各项指标都有非常大的优化提升空间。

平台发展轨迹 ——快手





快手多数分类增速变缓，小哥哥类超越搞笑、段子首次成为平台榜首

- 分类变化中快手本季相对跌多涨少，即增速变缓——
 - ✓ 快手平台内美食和小哥哥两类，跟随全行业趋势，连续几季持续上涨，表现最好。
 - ✓ 小哥哥类趁着本季搞笑、段子两类的低迷表现，一举超越它们成为快手平台内最强势的分类。
 - ✓ 另外，快手除舞蹈外的所有分类，红人的活跃度都有所增加。



 注：不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。

跃升类别		变动率(%)
	游戏	4%
	美食	2%
	小哥哥	1%

快手平台强势、优质分类季度发展轨迹

强势分类：



段子



搞笑



小哥哥



音乐



小姐姐

优质分类：



小哥哥



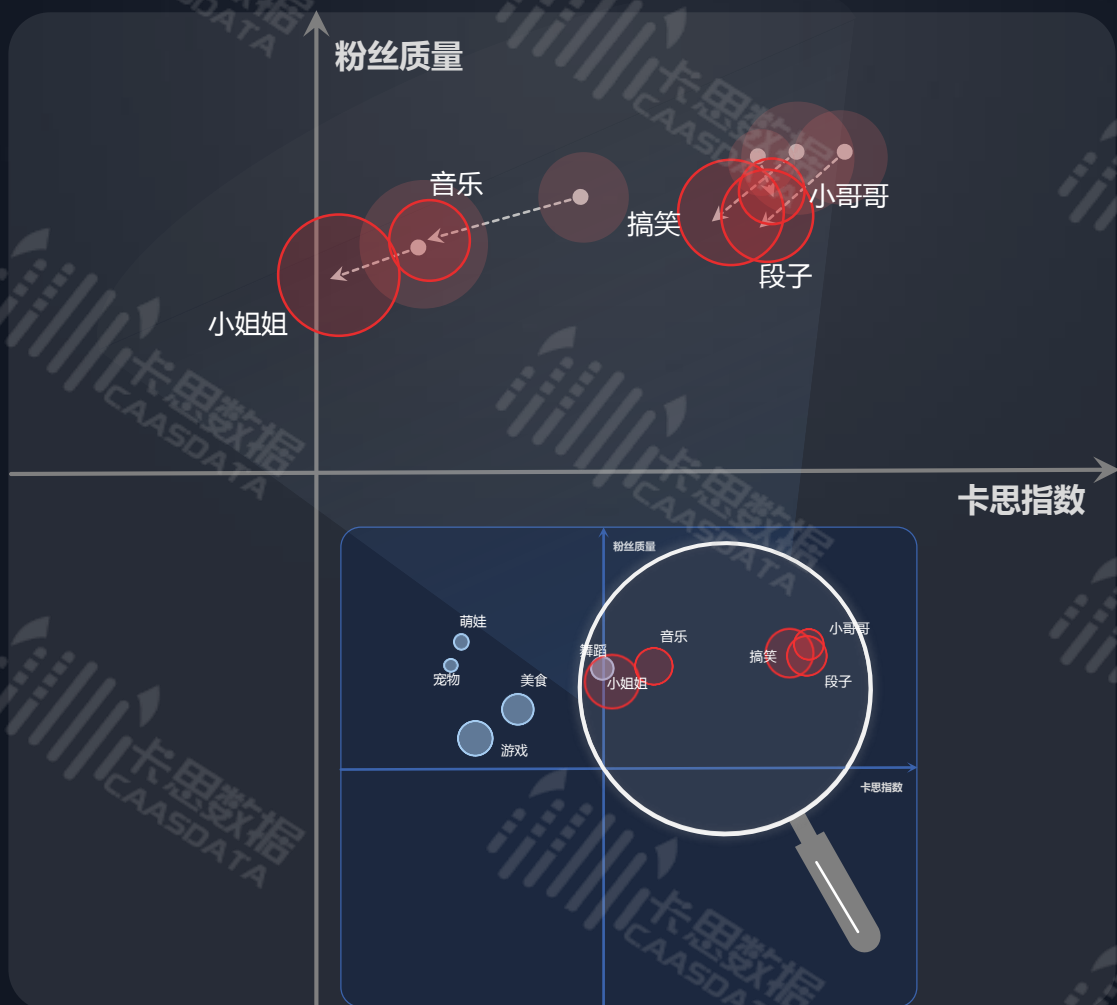
段子



搞笑

- 本季快手平台有 5 个类别在全行业非常强势。
- 其中段子类，在全行业优势较大。

上季到本季度分类指数变动轨迹



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

I 快手平台强势、优质分类详解



段子

- 和上季相比卡思指数下降 5%，其中互动指数的下跌最为明显。快手的段子类本季虽在下跌，但在全行业中仍处于最强势的领先集团，除了优质红人规模排名中游有较大的提升空间，互动指数需要反弹回之前的水平外，其他指标的表现均很强势。



搞笑

- 搞笑和段子类有较大的相似性，本季卡思指数也下降 5%，主因也是互动数据的下滑。并且和段子类完全相同的是，搞笑在全行业中也是最强势的存在，也仅在优质红人规模上有大幅优化提升的空间，同时互动指数也需要反弹。



小哥哥

- 快手的小哥哥类相比上季卡思指数仅提升 1%，但因排名前两位的搞笑、段子双双下滑，此类首次登上快手领头羊位置。小哥哥类本季各项指标变化不大，因为在全行业也很强势，多数指标均表现良好，也仅在优秀红人规模上有较大的提升空间。

I 快手平台强势、优质分类详解



音乐

- 快手的音乐类在全行业同类内容中仍很强势，但这个分类本季分项指标中除红人活跃度外，其他指标都有一定的下滑，直接导致卡思指数大幅下跌 14%。音乐类内容总体来讲过度饱和，已显疲态，快手内的这类内容，在优秀红人规模、粉丝质量、互动数据上都有比较大的优化空间。



小姐姐

- 和上季相比卡思指数下降 9%，和音乐类相同，也是除红人活跃度外，其他指标全线走低。小姐姐类的疲态从去年Q3已经非常明显，快手这个类内容的下滑也在全行业的趋势内，优秀红人规模和互动数据是最可优化的方向。

快手平台加速分类季度发展轨迹

加速分类：



游戏

- 本季快手平台内，多数分类下降的趋势更足，仅游戏增幅 4%，相对最为明显。

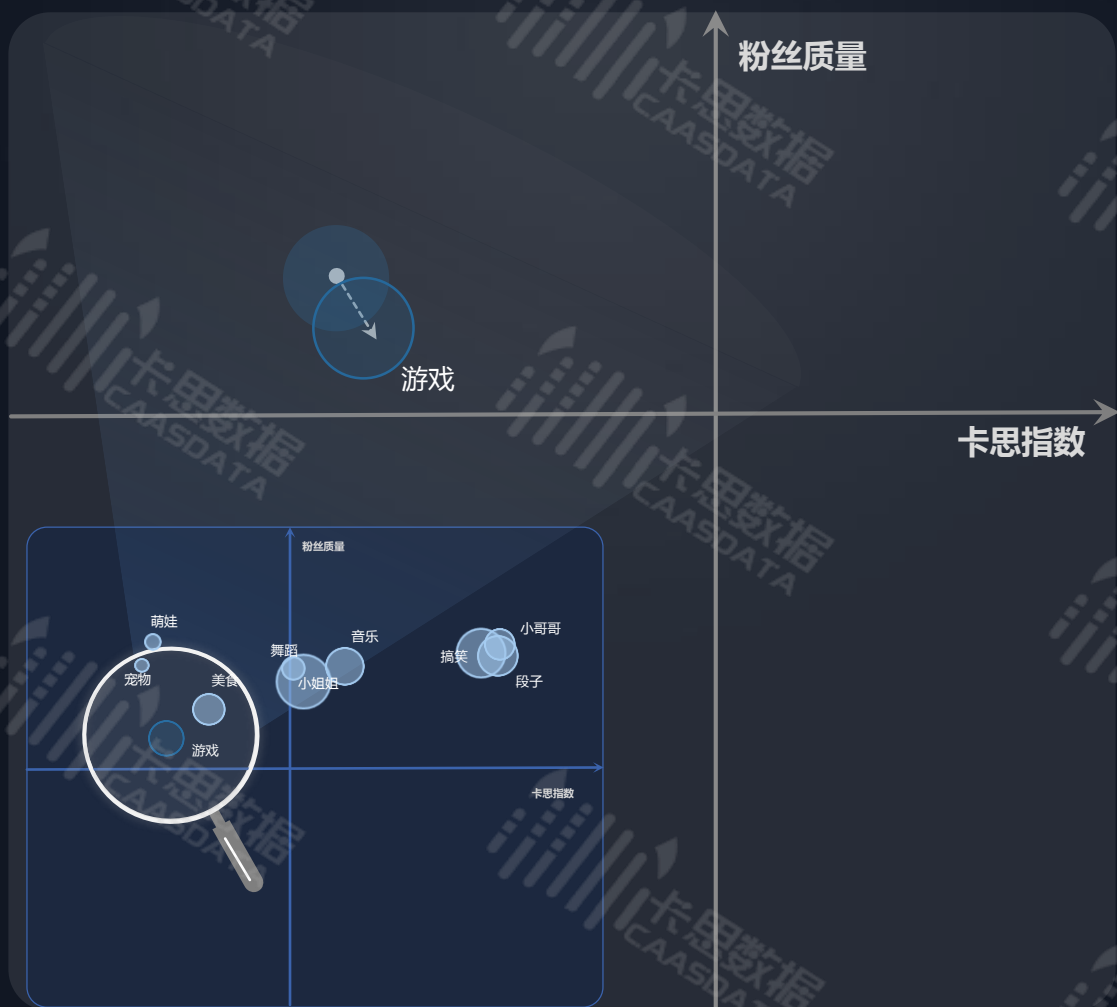


游戏类

快手的游戏类跟随全行业的大趋势上涨，但涨幅极为有限。这个平台的这个类，在全行业中综合排名中游偏上，但优质红人规模和粉丝质量两项指标处于行业下游，急需改善。



上季到本季度分类指数变动轨迹



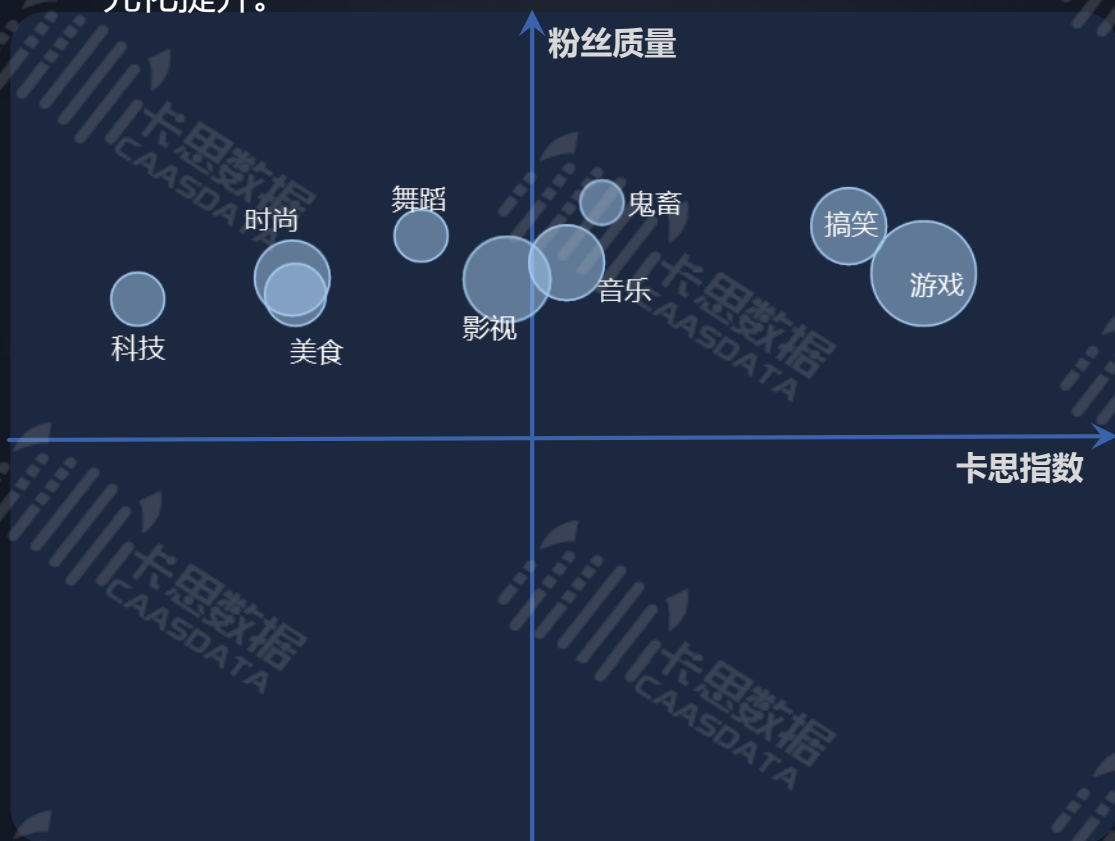
*图中气泡大小为平台活跃红人数量

平台发展轨迹 ——B站



B站整体向上趋势十分明显，发展状态非常良性且多元

- B站整个平台向上的趋势十分明显，几乎所有分类都处于连续上升的态势——
- ✓ B站的十个分类中，除了鬼畜外，其他类别均处于连续几季持续上升的态势，增速最少的音乐类也达到了 6%。
- ✓ B站最近两季的发展非常良性，往往是上个季度4、5个类别快速增长，其他类别小幅提升，而下个季度互相交换，这种交替的爆发使得整个平台的所有内容都欣欣向荣，正向且多元化提升。



 注：不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。

跃升类别		变动率(%)
	美食	27%
	时尚	20%
	科技	19%

B站平台强势分类季度发展轨迹

强势分类：



游戏

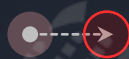


鬼畜



影视

- 本季B站有 3个类别在全行业非常强势。
- 其中游戏和影视两类在全行业中优势最大，而前者是全网目前发展最强劲的分类之一。



上季到本季度分类指数变动轨迹

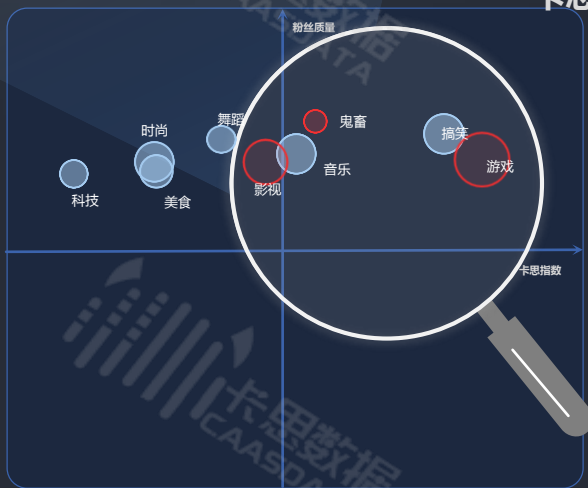
粉丝质量

鬼畜

游戏

影视

卡思指数



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

I B站平台强势分类详解



游戏

- 游戏类始终是B站最强的分类，本季卡思指数再增 14%以后，和第二名鬼畜的差距已经比较明显。B站的游戏类在全行业排名中等偏上，但粉丝质量、头部红人竞争力以及从本平台红人总量来衡量的优秀内容规模上的表现都为顶级，但B站的红人数量仍然相对偏少，且这个类红人的活跃度以及互动指数虽在中上，但也有提升的空间。



鬼畜

- 鬼畜类一直是B站最独有也最独特的分类。此类和上季相比卡思指数下跌 11%，但仍高于去年Q3的水平。这个类本季的下落主要在于红人的活跃度降低、头部竞争力减少，但因为本身自成一派比较小众，因此在除了粉丝质量和互动数据外，其他类别仍都有提升的余地，尤其是活跃度。



影视

- 和上季相比卡思指数提升 15%，头部红人的竞争力、粉丝质量，尤其是互动指标的提升是指数大涨的关键。但B站的影视类本身在行业内中游，除了头部红人竞争力及粉丝质量表现较好外，其他指标都有较大的提升空间。

I B站平台优质分类季度发展轨迹

优质分类：🎮 游戏

😄 搞笑

👹 鬼畜

- 本季B站平台内的三强仍为游戏、搞笑和鬼畜分类。但和前几季不同的是，搞笑环比提升 8%后超越下降的鬼畜类跻身第二。

😄 **搞笑类** 和上季相比卡思指数提升 8%，也是全行业搞笑类唯一一个明显增长的平台（抖音也在增长但增幅不大）。B站的搞笑类虽然持续增长，但在全行业和搞笑大类中和领先集团仍有较大的差距，红人的数量和活跃度是最可提升的方向。

●-----> 上季到本季度分类指数变动轨迹



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

B站平台加速分类季度发展轨迹

加速分类：



美食



时尚



科技

- 本季B站几乎所有类别都在提升，其中美食、时尚、科技三类增幅最大，基本都超过 20%。



上季到本季度分类指数变动轨迹



*图中气泡大小为平台活跃红人数量



加速分类： 此分类在本季提升幅度较大。后同。

B站平台加速分类详解



美食

- 和上季相比卡思指数提升 27%，在全行业所有类别中增幅最高。其中优质红人的规模提升极为明显，活跃度和头部竞争力也增长很多。但B站的这个类仍然较小，在全行业排名中下游，除红人活跃度数据很好，粉丝质量尚可外，其他指标均有较大的提升空间。



时尚

- 和上季相比卡思指数提升 20%，其中红人活跃度、头部内容的竞争力以及优秀红人的规模三方面的提升是指数大幅增长的主因。B站的时尚类和美食类卡思指数基本持平，因此也大多数指标也都有提升的空间。



科技

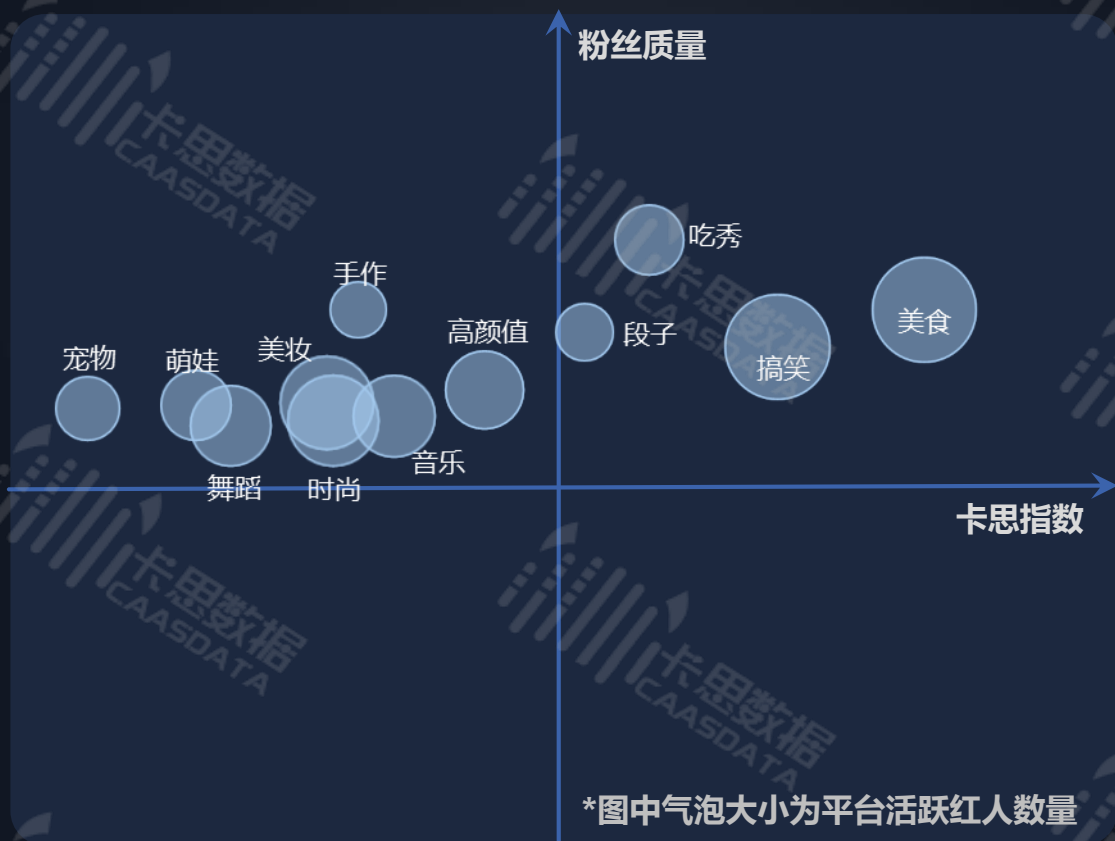
- 和上季相比卡思指数提升 19%，本季除了红人的活跃度外各项指标都有一定的提升。B站的科技类相对美食、时尚更小众一些，各项指标均在行业中下游徘徊。

平台发展轨迹 ——美拍



美拍平台整体趋势向下，美食类超越跌幅更大的搞笑，成为榜首

- 本季虽美拍个别分类表现相对平稳，但平台仍趋势向下——
 - ✓ 和上季相比，搞笑和段子两类的降幅、减量都是平台中最多的，且降幅均超过 20%。其中搞笑类因下跌显著，丢失榜首之位，让位于美食类。
 - ✓ 另外，本季虽多数类别呈下滑趋势，但音乐、舞蹈和美妆 3 个类变动较小，表现相对稳定。



 注：不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。

跃升类别		变动率(%)
	-	-
	-	-
	-	-

美拍平台优质分类季度发展轨迹

优质分类：



美食



搞笑



吃秀

- 本季，美拍的所有类别在全行业中依然没有明显优势。
- 美拍的吃秀类因下降幅度更小，超过段子类，与美食、搞笑一起，排名平台前三位。

●-----> 上季到本季度分类指数变动轨迹

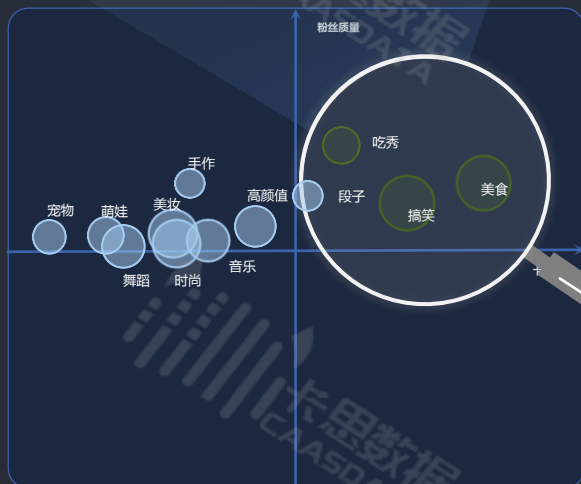
粉丝质量

吃秀

美食

搞笑

卡思指数



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

I 美拍平台优质分类详解



美食

- 和上季相比卡思指数下降 10%，其中优秀红人规模和互动指数两项下滑较为明显，但排名反超降幅更大的搞笑类成为榜首。美拍的美食类粉丝质量已连续三个季度几无变动，保持全行业前列，头部红人竞争力表现也相对稳定，处在行业中上游水平。而其他指标表现平平，和上季相同，都有较大的提升空间。



搞笑

- 和上季相比卡思指数下降 21%，其中粉丝质量、互动指标下跌最为显著，是分类卡思指数下跌的主因。美拍的搞笑类粉丝质量持续下滑，从行业上游水平跌至中游，需要重点关注。其他指标表现也表现一般，且都呈现不同程度的下滑趋势，都有较大的提升空间。



吃秀

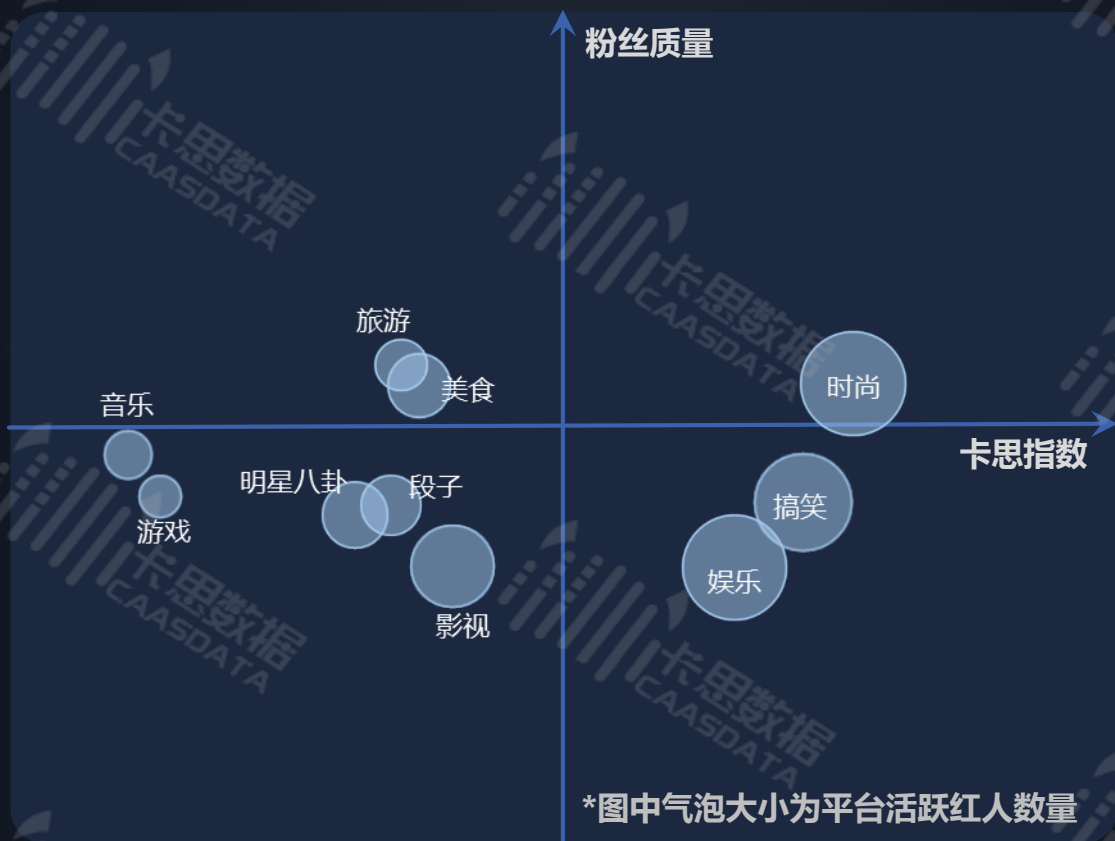
- 和上季相比卡思指数下降 12%，头部红人竞争力、优秀红人规模和互动指数下滑幅度都较为显著，但红人活跃度小幅上涨，是美拍所有类别的分项指标中唯一一个有所提升的。吃秀类的粉丝质量与美食类相同，一直表现很好，处在行业上游，但除此以外的所有指标均表现平平，都有较大的提升空间。

平台发展轨迹 ——一秒拍



秒拍多数分类小幅回调，但在该平台内仍处在高位水平

- 上季秒拍多数类别大幅上涨，本季小幅回调，但在该平台内仍处在高位水平——
- ✓ 和上季相比，多数分类数据在小幅回调，变动并不太大。
- ✓ 影视、旅游是唯二上涨的分类，其中前者上季因影视剧热度下滑而大跌，从去年Q3的榜首跌至第四，进入蓝海区域。



 注：不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。

跃升类别		变动率(%)
	影视	3%
	旅游	2%
	-	-

秒拍平台优质分类季度发展轨迹

优质分类：



时尚



搞笑



娱乐

- 因上季影视类的大跌，近两季，秒拍平台在全行业中已没有明显优势的类别。
- 时尚、搞笑和娱乐三类上季涨幅都超过三成，排名均上升一名，位列榜单前三。本季三个类别虽数据下滑，但实际变动并不大。

●-----> 上季到本季度分类指数变动轨迹

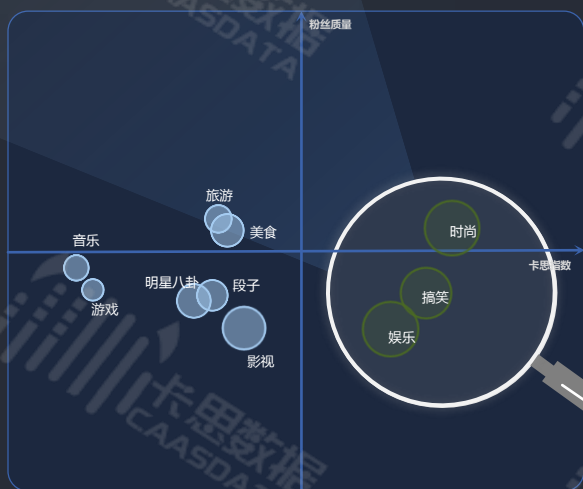
粉丝质量

卡思指数

时尚

搞笑

娱乐



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

秒拍平台优质分类详解



时尚

- 和上季相比卡思指数下降 7%，头部红人竞争力和优秀红人规模均小幅下滑。但两项指标和红人规模体量一样，仍处在行业中部偏上的位置，且秒拍时尚类在高粉丝红人规模处在行业上游，优势显著。而红人的活跃度、粉丝质量和互动指数都表现一般，有很大的提升空间。



搞笑

- 和上季相比卡思指数下降 7%，其中优秀红人规模缩减，其他指标几无变动。秒拍的搞笑类多数指标与时尚类都相差不大，其中头部红人竞争力优势更大，而优秀红人规模不及后者，是分类位居第二的主因。搞笑在红人活跃度、粉丝质量和互动指数上，也需要重点关注，都有很大的提升空间。



娱乐

- 和上季相比卡思指数小降 3%，变动相对较小。秒拍的娱乐类虽在高粉红人规模上有明显优势，但粉丝关注点主要集中在头部的一些红人上，优秀红人规模偏小，有待扩充。同时与时尚、搞笑类有着共同的问题，红人活跃度、粉丝质量和互动指数，都有很大的提升空间。

卡思数据

卡思数据（www.caasdata.com），国内权威的视频全网大数据开放平台。依托专业的数据挖掘与分析能力，构建多种维度的数据算法模型，为视频内容创作者在节目创作和用户运营方面提供数据支持，为广告主的广告投放提供数据参考，为内容投资提供全面客观的价值评估。卡思数据平台囊括了所有知名的内容团队和节目，监测原创节目总量在 2万档以上，KOL红人在 20万以上。

卡思指数是基于卡思数据平台推出的衡量内容创作团队和视频节目商业价值全貌的客观量化指标，旨在引导视频内容商业价值判断，打造视频行业风向标。卡思指数基于内容全网基础数据，通过视频内容商业价值模型计算得出，以数值的方式体现，满分为 1,000分。

了解指数算法或其他更多信息，登录www.caasdata.com，或关注微信公众号“卡思数据”。