

抖音用户分群地图之 小镇90后女吃货

巨量引擎商业算数中心出品

2019年7月



数据

说明

时间周期

本报告数据均采集于2019年4月（除特别说明外）

研究方法

- 1、本报告分析人群均采用抽样样本，抽样总体近2000万，抽样样本来自于2019年4月登录过抖音的人群，按照总体同期登录过的人群分布精细分层抽样。
- 2、本报告针对抽样总体建立用户分层模型，根据用户的播放、登录、互动等行为进行加权评分，以评分结果将样本分为VIP\高活跃\中活跃\低活跃4类。
【VIP】指播放高+登录高+互动高；【高活跃】指播放高+登录高+互动中高；
【中活跃】指播放中+登录中+互动中；【低活跃】指播放低+登录中低+互动中低
- 3、报告中所分析人群均为18岁以上成年人

数据来源

- 1、内容播放量、评论量、点赞量等数据由巨量引擎商业算数中心基于内部数据计算得出
- 2、人群APP分时段活跃度、人群对分类达人的关注度等数据取数自“云图”

名词解释

- 1、TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群的某一特征更明显， $TGI = \frac{\text{【目标群体】的某个特征值}}{\text{【抽样总体】的某个特征值}} \times 100$
- 2、人群兴趣：用户点赞过的具有该兴趣标签的视频，本报告美食兴趣用户即指点赞过具有“美食”标签的视频的人群
- 3、POI：Point of interest，视频兴趣定位点



小镇90后女吃货人群解锁

人群渗透

- 小镇90后女性是抖音人群渗透率最高的分群之一
- 抖音小镇90后女性中美食爱好者高达八成

平台使用情况

- 基础使用情况：在抖音平台上的观看时长、登录频次、互动行为高于整体水平
- 活跃时间分布：每天从八点开始就持续活跃到凌晨
- 互动情况：乐于转评赞，转发率高达56%，日均转发量是整体的1.4倍
- 达人关注：人均关注用户量达180个，美食、母婴、美妆达人最受欢迎
- 参与情况：近七成用户是抖音视频创作者，人均每4天发布一个视频
- 挑战赛：34%参加过挑战赛，人均每月至少参加一个挑战赛
- 活跃度：人群中有44%的高度活跃用户，是抖音社区的引领者
- POI打卡：POI使用率平均达到47%

人群兴趣

- 美食偏好：喜欢在餐饮场景打卡，偏好传统中餐厅，尤其是火锅
- 其他偏好：各类兴趣突出，尤其关注美妆、穿搭、母婴、旅行、娱乐等领域相关的视频和达人





“吃货”意味着主流消费人群，抖音小镇90后女性中美食爱好者高达八成

4

“吃货”不再是简单的需求定义
它已成为当下主流的社交标签，更是生活方式和身份的象征



美食爱好者 TGI

80% 106

人群渗透率最高的分群之一
小镇90后女性



小镇90后女吃货



女性



90后



三四五线及以下城市



视频兴趣：美食

说明：本报告美食爱好者或美食兴趣用户指点赞过具有“美食”标签的视频的人群

数据来源：商业算数中心，2019.4



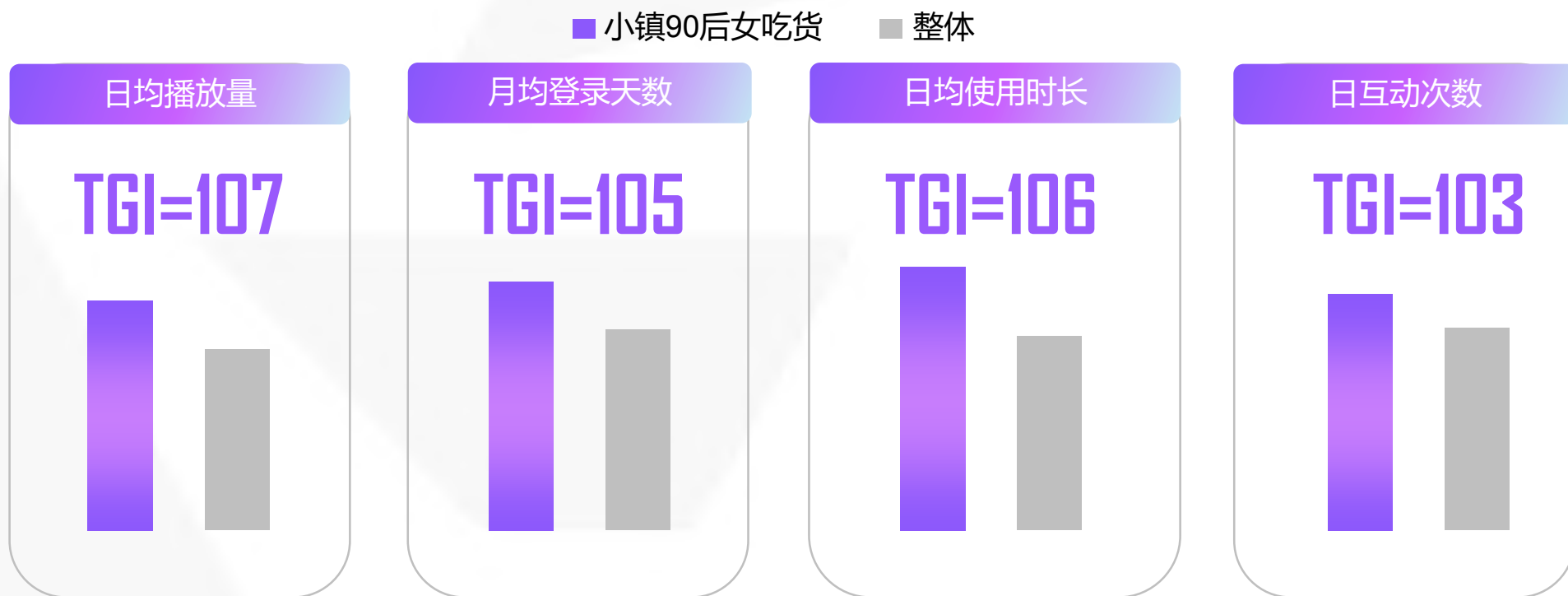
Ocean Insights

巨量算数

她们每天刷抖音、点赞互动和使用时长等行为都高于平均水平

5

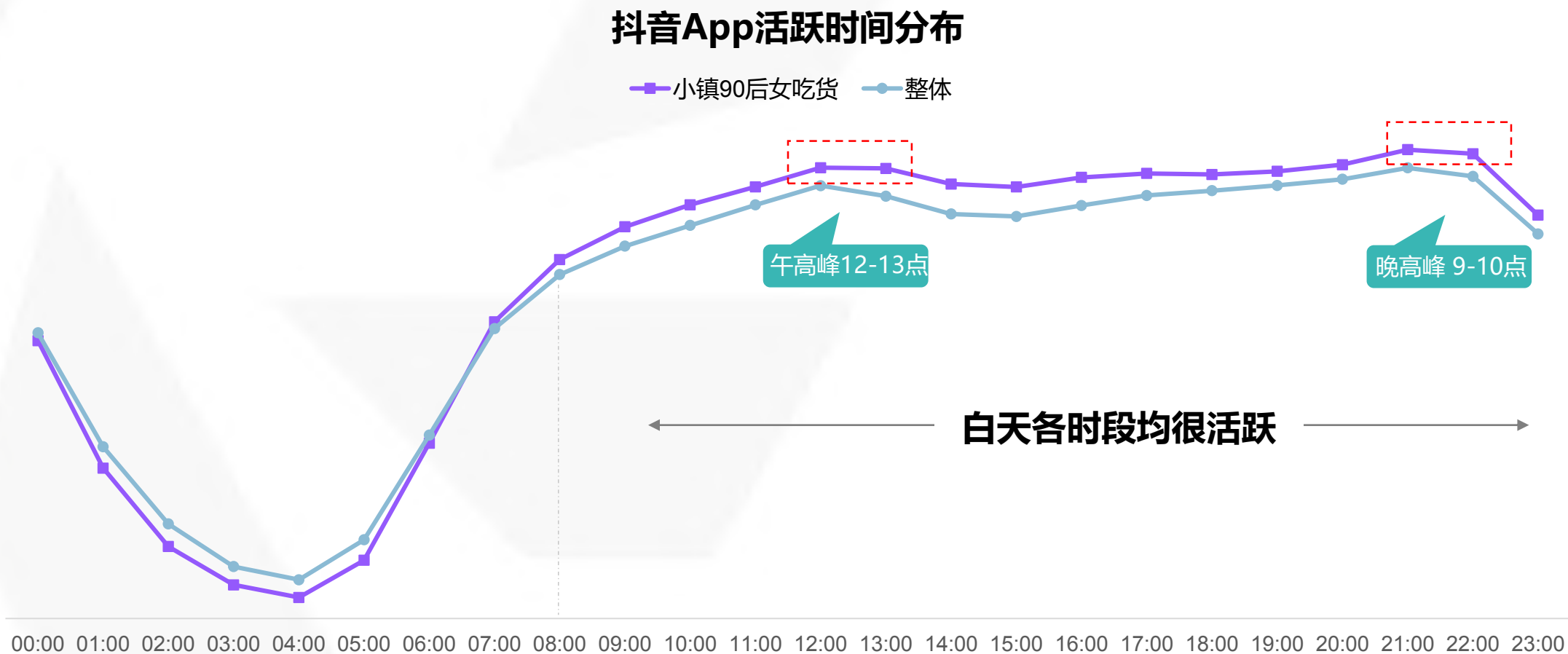
【小镇90后女吃货】抖音使用行为



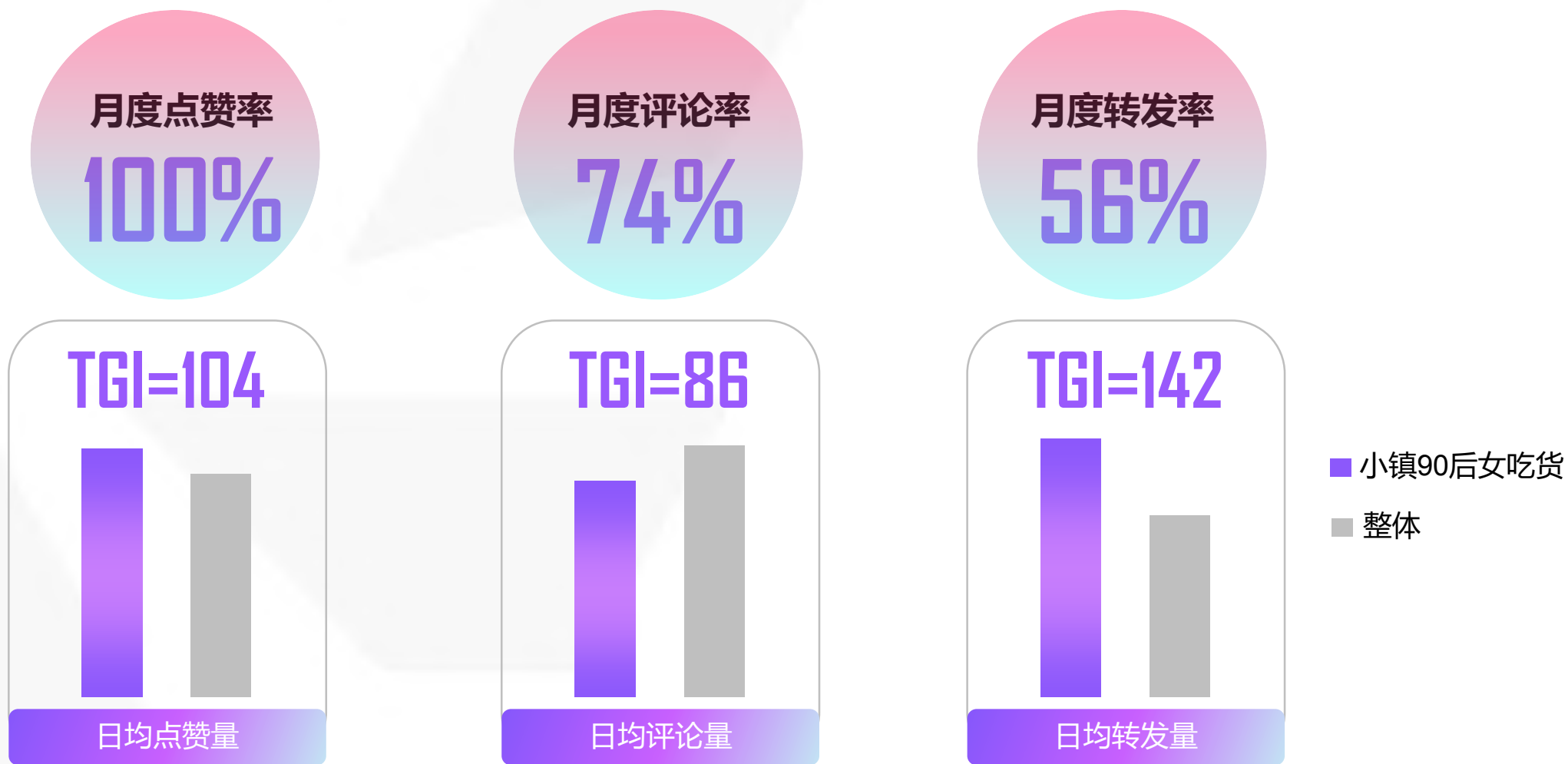
数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。
TGI=【小镇90后女吃货】的某个特征值/【抽样总体】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抽样整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，2019.4

她们每天从八点开始就持续活跃到凌晨



她们乐于互动，转发率高达56%，日均转发量是整体的1.4倍



数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。
TGI=【小镇90后女吃货】的某个特征值/【抽样总体】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抽样整体人群越明显。
月度点赞率指月度至少点赞过1次的人数/总人数，评论率和转发率同理。

数据来源：商业算数中心，2019.4

每日报告

不要错过**让你洞察**整个商业世界的每日报告

每日精选资料给您

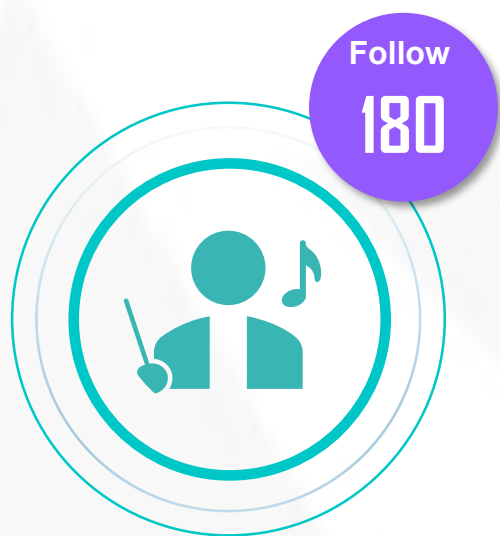
不定期分享顶级外文期刊

扫码加好友后回复“入群”免费入群

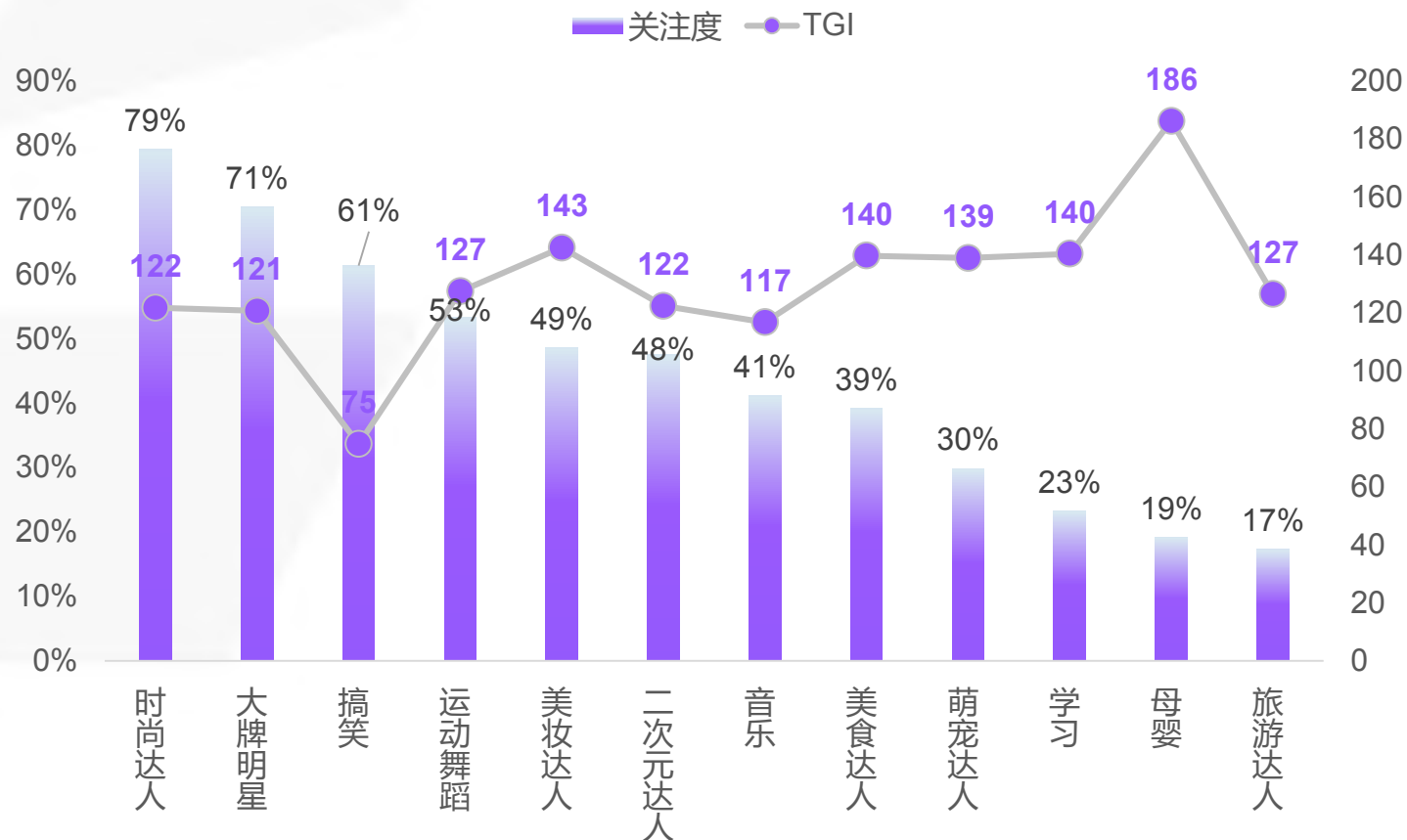


她们关注各类达人/素人，人均关注用户量达180个

人均关注的用户数



小镇90后女吃货关注的达人分类



数据来源：商业算数中心，云图，2019.4

她们近七成用户是抖音视频创作者，人均每4天发布一个视频



平均大约每 4 天发布一个视频

■ 小镇90后女吃货 ■ 整体



TGI
132

日均发布视频数

数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。
TGI=【小镇90后女吃货】的某个特征值/【抽样总体】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抽样整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，2019.4

她们乐于参加挑战赛，人均每月至少参加一个挑战赛

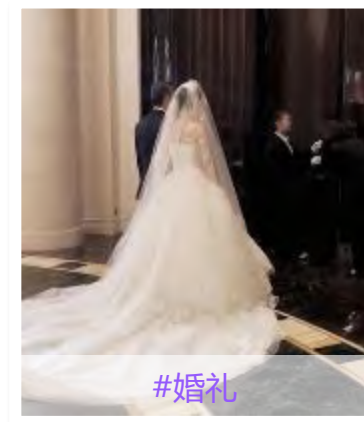
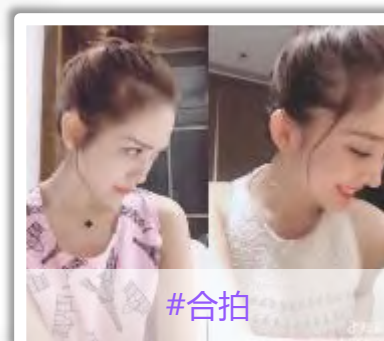


数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。
TGI=【小镇90后女吃货】的某个特征值/【抽样总体】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抽样整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，2019.4

她们喜欢能够与他人互动、分享生活和好物的挑战赛

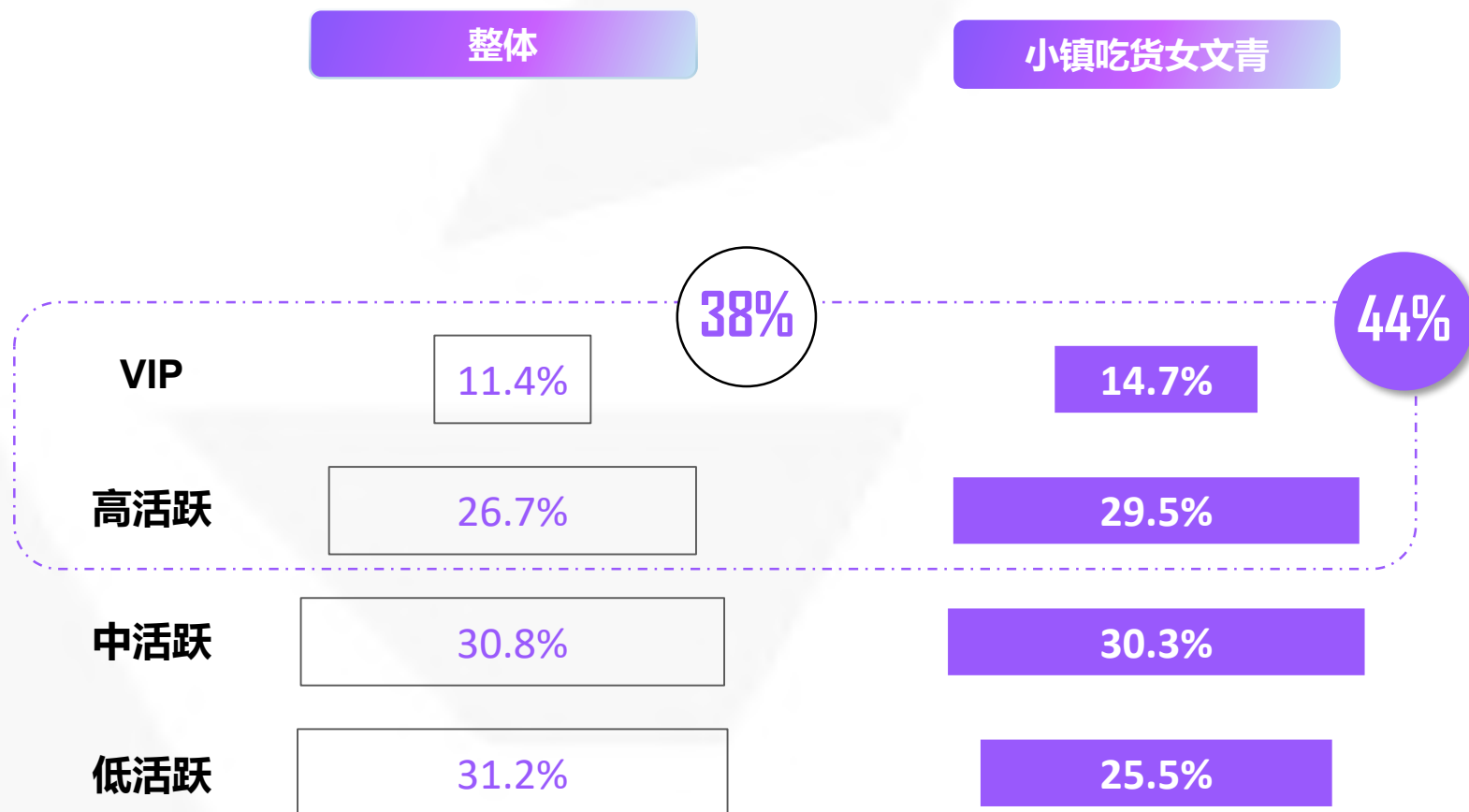
【小镇90后女吃货】参加的TOP15挑战赛--播放量排名



数据说明：排名为用户发布的挑战赛视频的播放量排名

数据来源：商业算数中心，2019.4

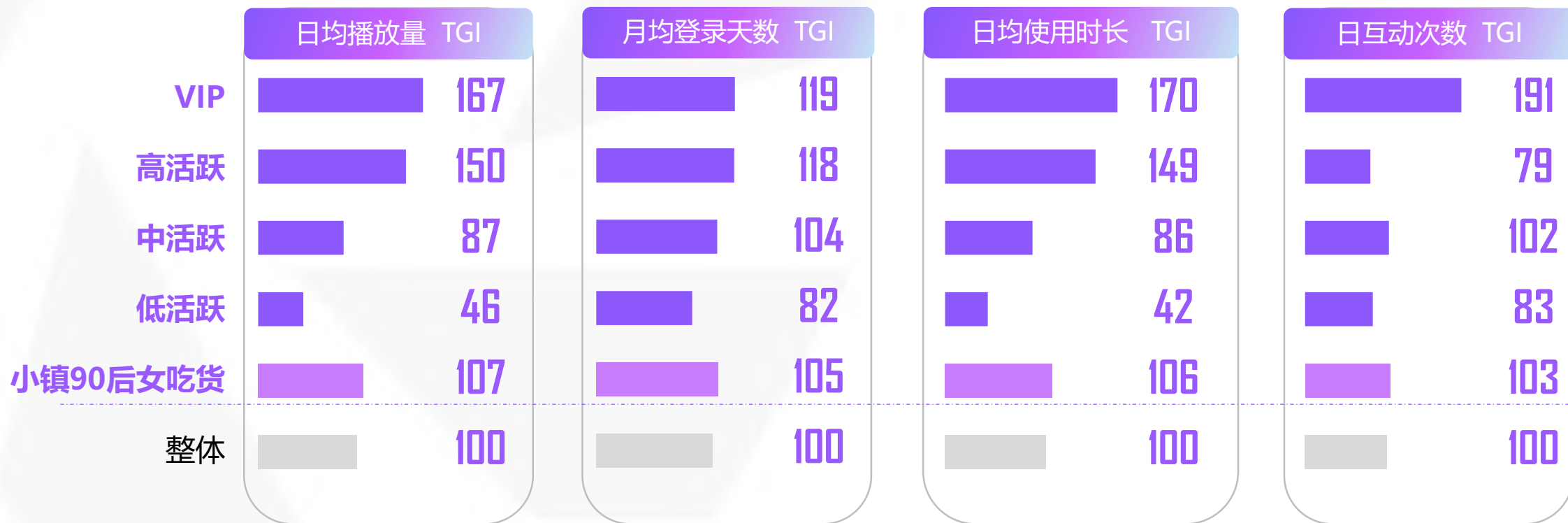
她们中还有44%的高度活跃用户，是抖音社区的引领者



数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。

数据来源：商业算数中心，2019.4

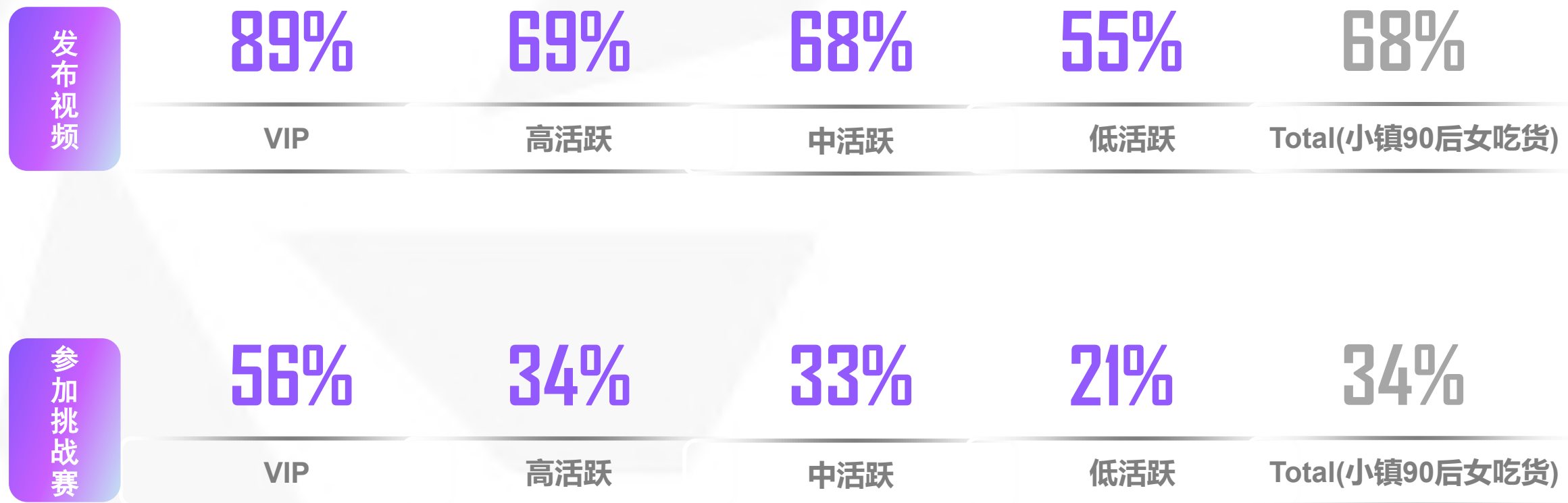
这些高度活跃的用户日均播放量和时长是整体的1.5倍



数据说明：本报告中“整体”指抽样总体，“小镇90后女吃货”指抽样总体中符合“女性+90后+三四五线及以下城市+美食兴趣”4个特征的人群。VIP/高活跃/中活跃/低活跃的用户为针对抽样用户进行分层后的分类，具体定义见报告开篇定义。

数据来源：商业算数中心，2019.4


尤其是VIP用户，创作者浓度极高，近六成参加过挑战赛



数据说明：VIP/高活跃/中活跃/低活跃的用户为针对小镇90后女吃货进行分层后的分类，具体定义见报告开篇定义。

数据来源：商业算数中心，2019.4

她们还非常喜欢打卡，POI使用率平均达到47%

POI使用率		
	VIP	61%
	高活跃	49%
	中活跃	46%
	低活跃	37%
	Total 小镇90后女吃货	47%



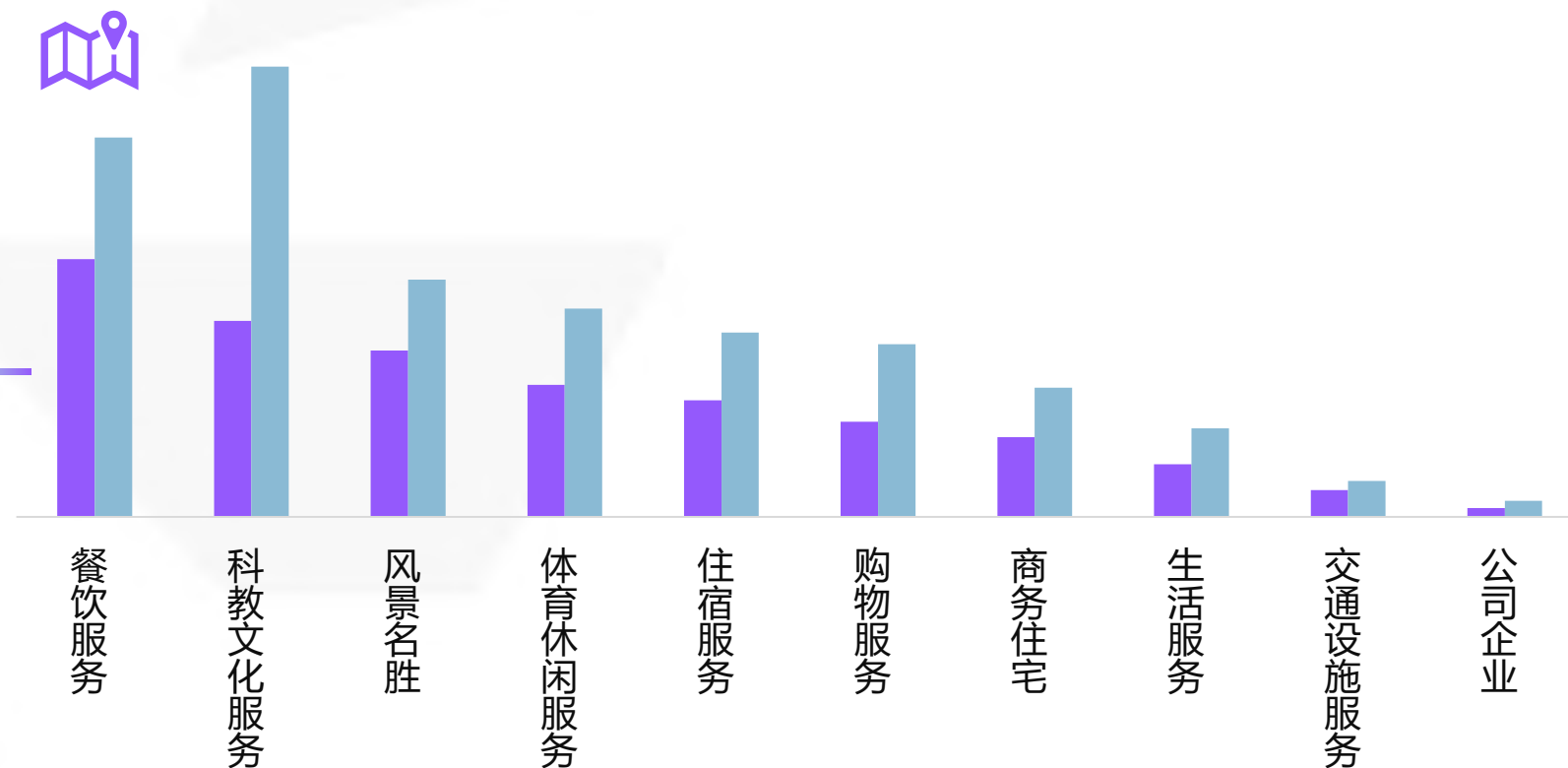
数据说明：VIP/高活跃/中活跃/低活跃的用户为针对小镇90后女吃货进行分层后的分类，具体定义见报告开篇定义。

数据来源：商业算数中心，2019.4

作为吃货一族，美食打卡必不可少

【小镇90后女吃货】的Top10POI分布

■ POI数量 ■ 视频数量



餐饮POI使用率

25%

数据说明：POI使用率指在2019年4月小镇90后女吃货中使用过餐饮POI（在餐饮场所位置打卡）的人数占小镇90后女吃货的比例

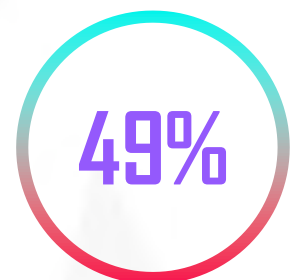
数据来源：商业算数中心，2019.4



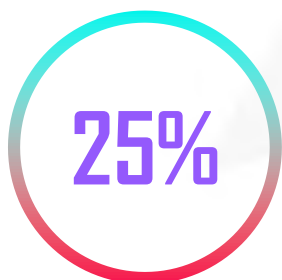
传统中餐厅更懂小镇吃货女青年的胃

美食兴趣

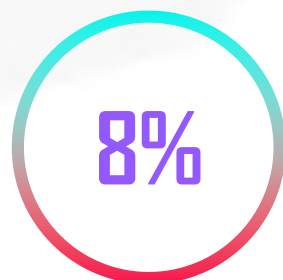
【小镇90后女吃货】的美食打卡的视频数量份额



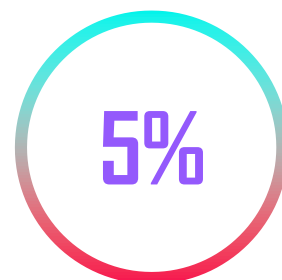
中餐厅



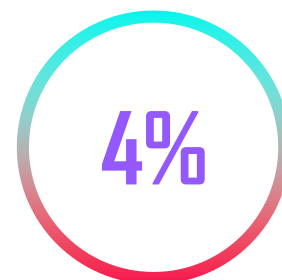
餐饮相关场所



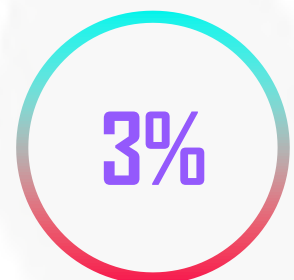
快餐厅



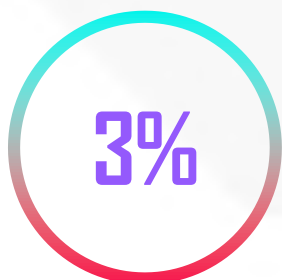
咖啡厅



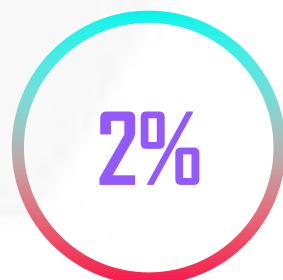
糕饼店



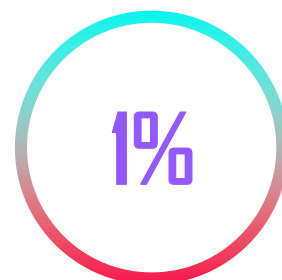
冷饮店



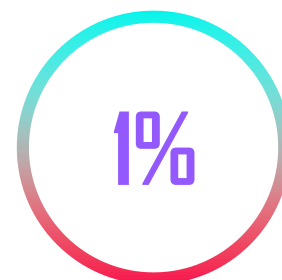
外国餐厅



茶艺馆



休闲餐饮场所

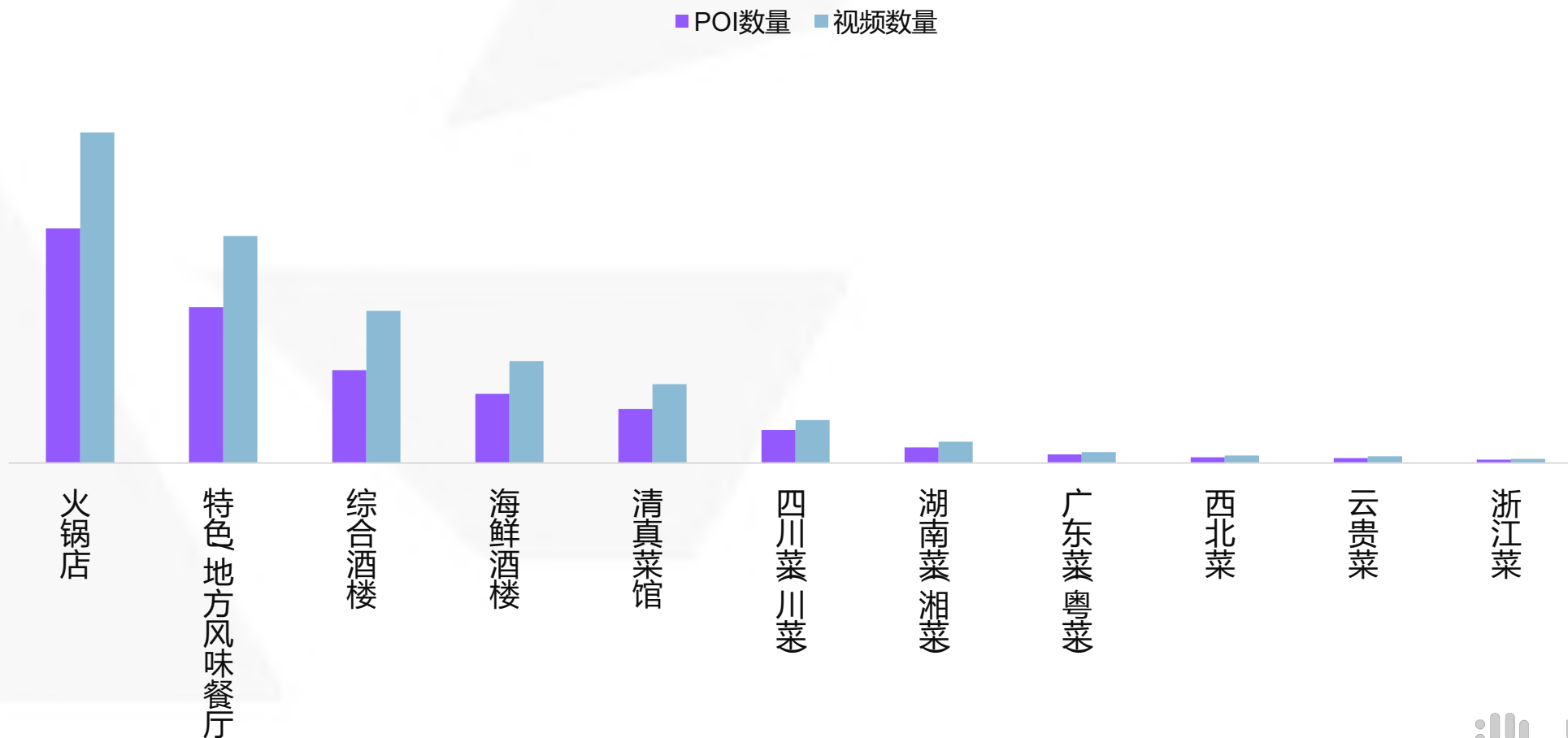


甜品店

火锅是她们会友聚餐、打卡分享的首选

美食兴趣









【小镇90后女吃货】的Top10中餐厅POI分布



数据来源：商业算数中心，2019.4

她们关注的美食达人多为接地气儿的素人博主

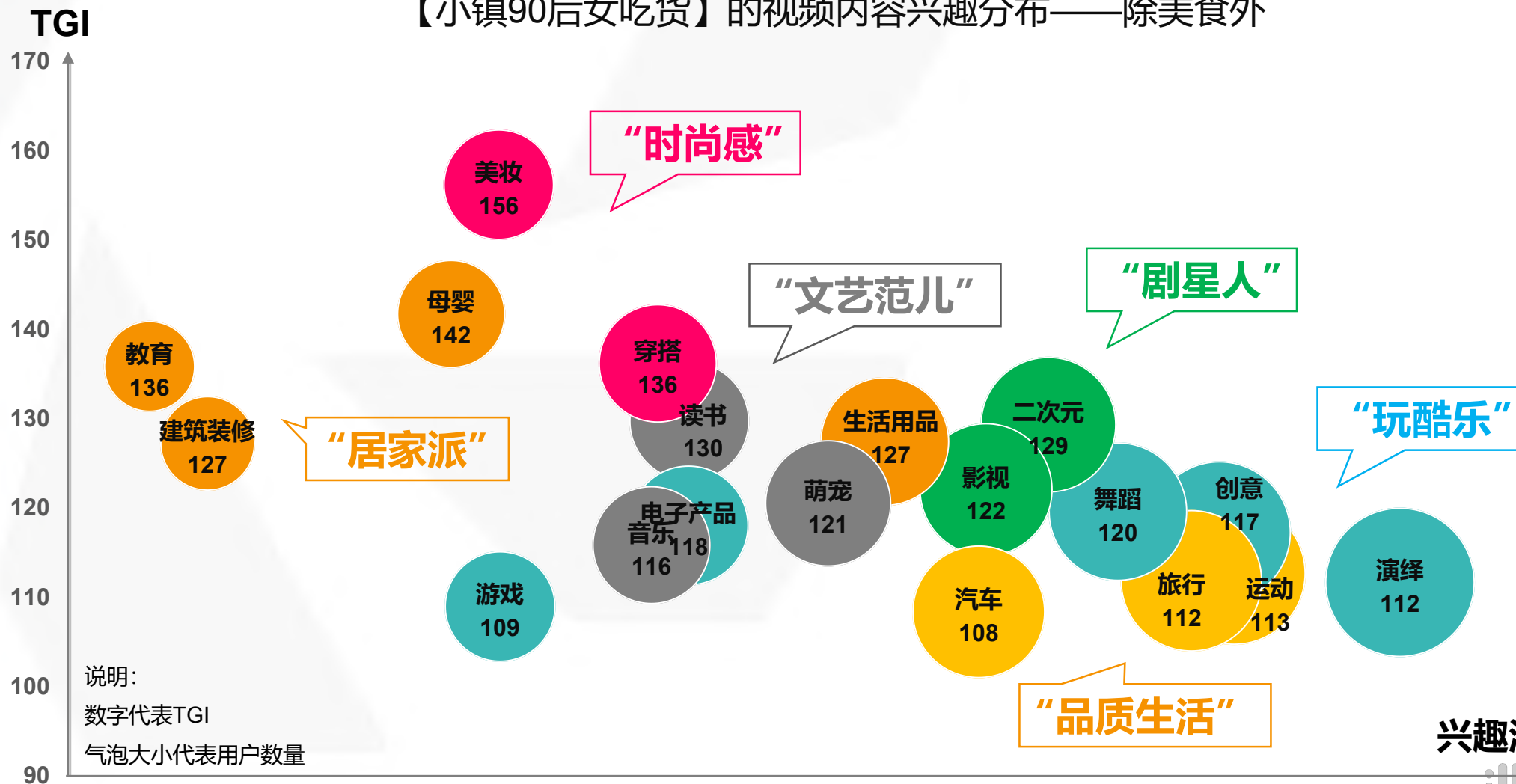
【小镇90后女吃货】关注的美食达人TOP10

Top10	美食达人	群体粉丝量	总粉丝量/万
1	食堂夜话		1600+
2	家常美食教程		760+
3	不帅的哥家的生活		940+
4	蔡昀恩		330+
5	夏妈厨房		430+
6	杰儿美食		300+
7	翔翔大作战		730+
8	One?美食		250+
9	猫宁逆袭记		180+
10	馋哭姐家常菜		250+

除了美食，她们兴趣突出，偏好时尚、母婴、娱乐和文艺爱好

兴趣分布

【小镇90后女吃货】的视频内容兴趣分布——除美食外



说明：本报告兴趣用户指点赞过视频内容具有该兴趣标签的人群

数据来源：商业算数中心，2019.4



她们是爱美的典范，美妆、穿搭从不落后，欧美品牌更受青睐

美妆兴趣

美妆兴趣渗透率

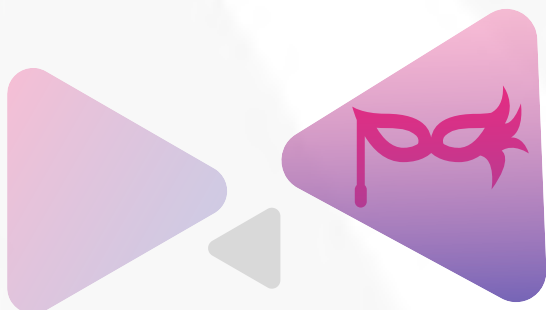
TGI

45%+ 156

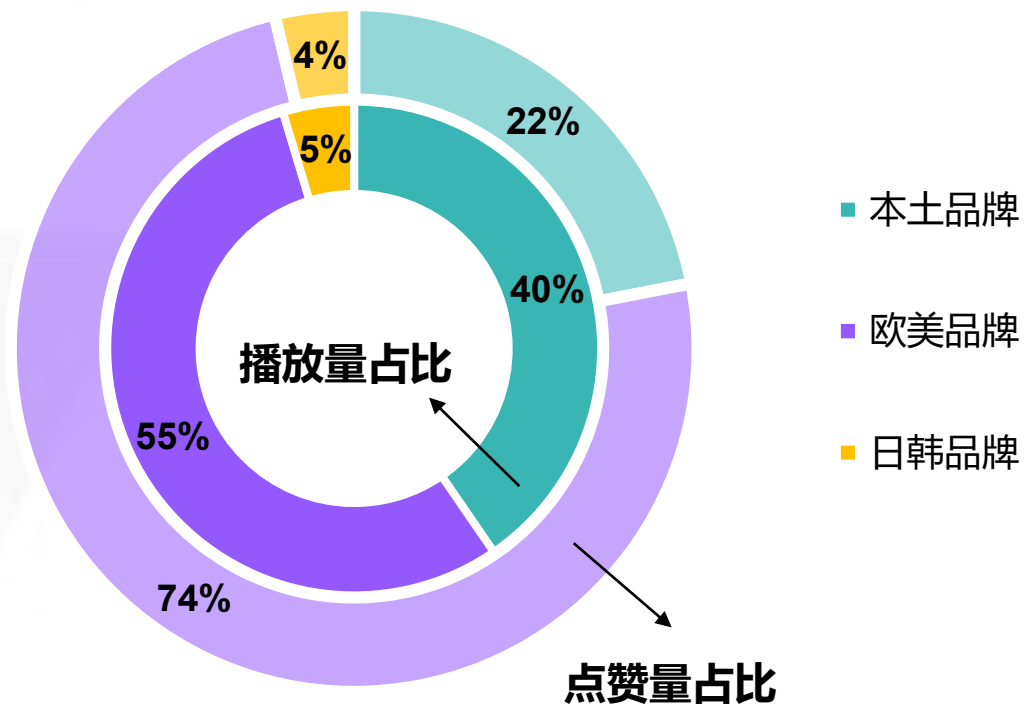
穿搭兴趣渗透率

TGI

55%+ 136



小镇90后女吃货的【美妆】品牌关注度——按区域分



数据来源：商业算数中心，2019.4



她们关注的不同产地的美妆品牌排名

美妆兴趣

本土品牌

播放量TOP10	点赞量TOP10
完美日记	完美日记
HomeFacialPro	自然堂
自然堂	卡姿兰
高姿	膜法世家
韩后	欧诗漫
膜法世家	高夫
冰希黎	HomeFacialPro
高夫	麦吉丽
卡姿兰	高姿
稚优泉	稚优泉

欧美品牌

播放量TOP10	点赞量TOP10
迪奥	香奈儿
纪梵希	纪梵希
香奈儿	兰蔻
兰蔻	迪奥
欧莱雅	欧莱雅
圣罗兰	圣罗兰
美宝莲	娇兰
娇兰	美宝莲
玉兰油	魅可
WIS	雅诗兰黛

日韩品牌

播放量TOP10	点赞量TOP10
肌研	悦诗风吟
资生堂	雪花秀
悦诗风吟	资生堂
雪花秀	肌研
WHOO后	伊蒂之屋
黛珂	兰芝
伊蒂之屋	菲诗小铺
兰芝	WHOO后
菲诗小铺	雪肌精
欧蕙	黛珂

数据来源：商业算数中心，2019.4

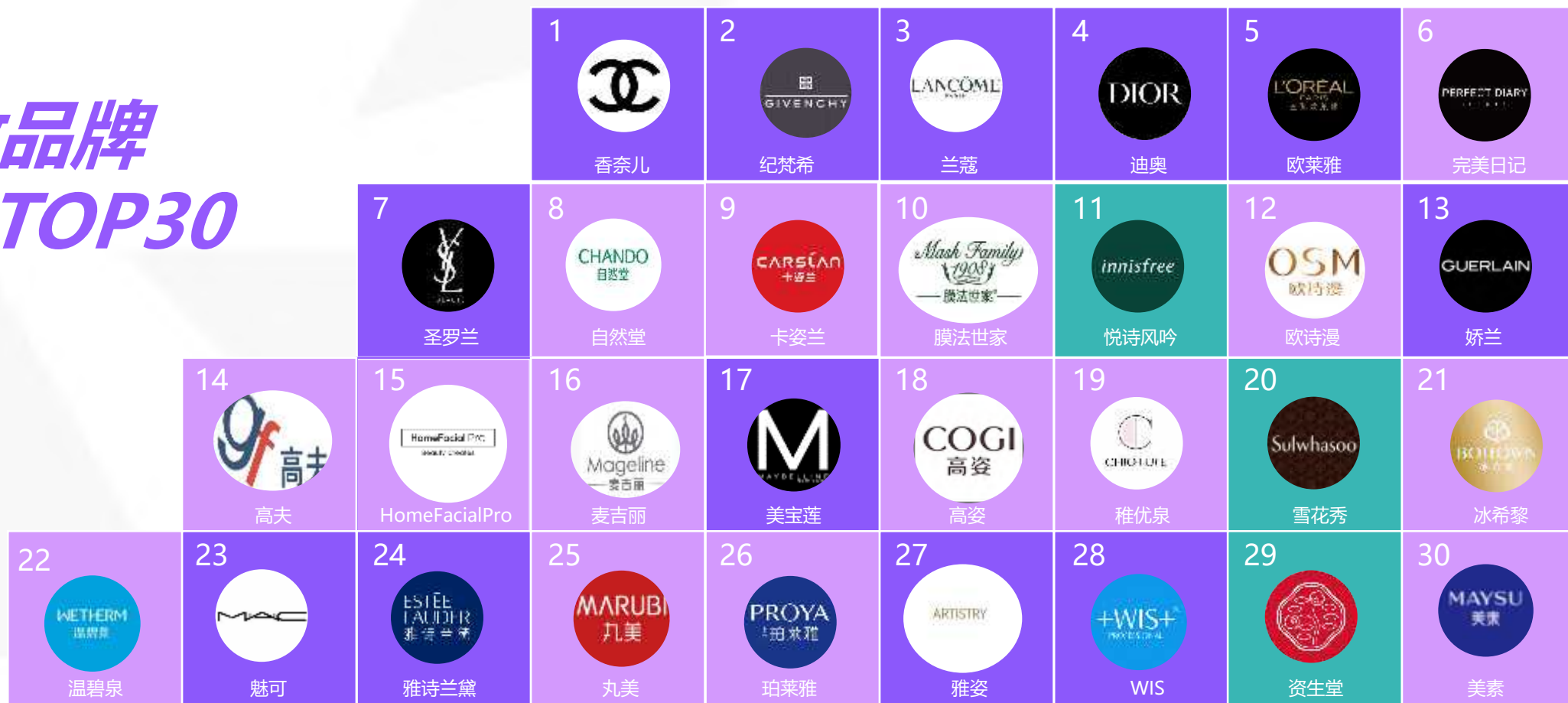
她们喜爱的TOP30美妆品牌中，本土品牌数量占一半

美妆兴趣

小镇90后女吃货喜爱的美妆品牌

美妆品牌 点赞量TOP30

- 欧美品牌 (12个)
- 本土品牌 (15个)
- 日韩品牌 (3个)



数据来源：商业算数中心，2019.4

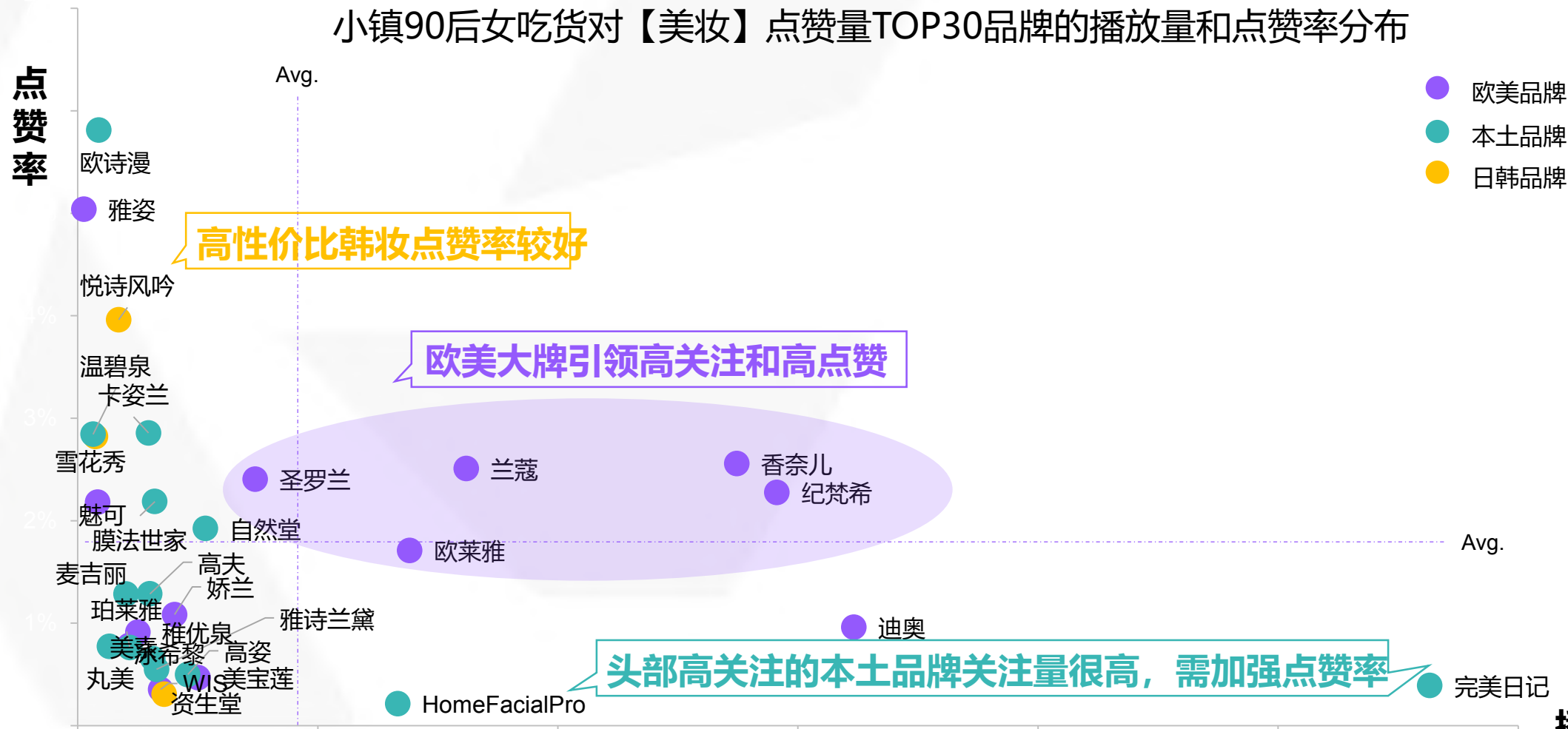
商业算数



她们对欧美大牌的关注度和点赞率双高，本土头部品牌明显关注高

美妆兴趣

小镇90后女吃货对【美妆】点赞量TOP30品牌的播放量和点赞率分布





她们紧跟热门的美妆内容，关注的美妆达人均是高粉作者

美妆兴趣

【小镇90后女吃货】关注的美妆达人TOP10

Top10	美妆达人	小镇90后女吃货群体的粉丝量	总粉丝量/万
1	李佳琦Austin	<div></div>	2600+
2	张凯毅Kevin	<div></div>	580+
3	认真少女_颜九	<div></div>	760+
4	Pony朴惠敏	<div></div>	490+
5	锰宝	<div></div>	400+
6	柚子cici酱	<div></div>	1000+
7	叶公子	<div></div>	720+
8	小蝌蚪妈妈	<div></div>	500+
9	化妆师繁子	<div></div>	460+
10	李同学	<div></div>	280+





这些达人均是在美妆或护肤技巧、产品评测等内容上具备专长

美妆兴趣

美妆技巧



产品评测

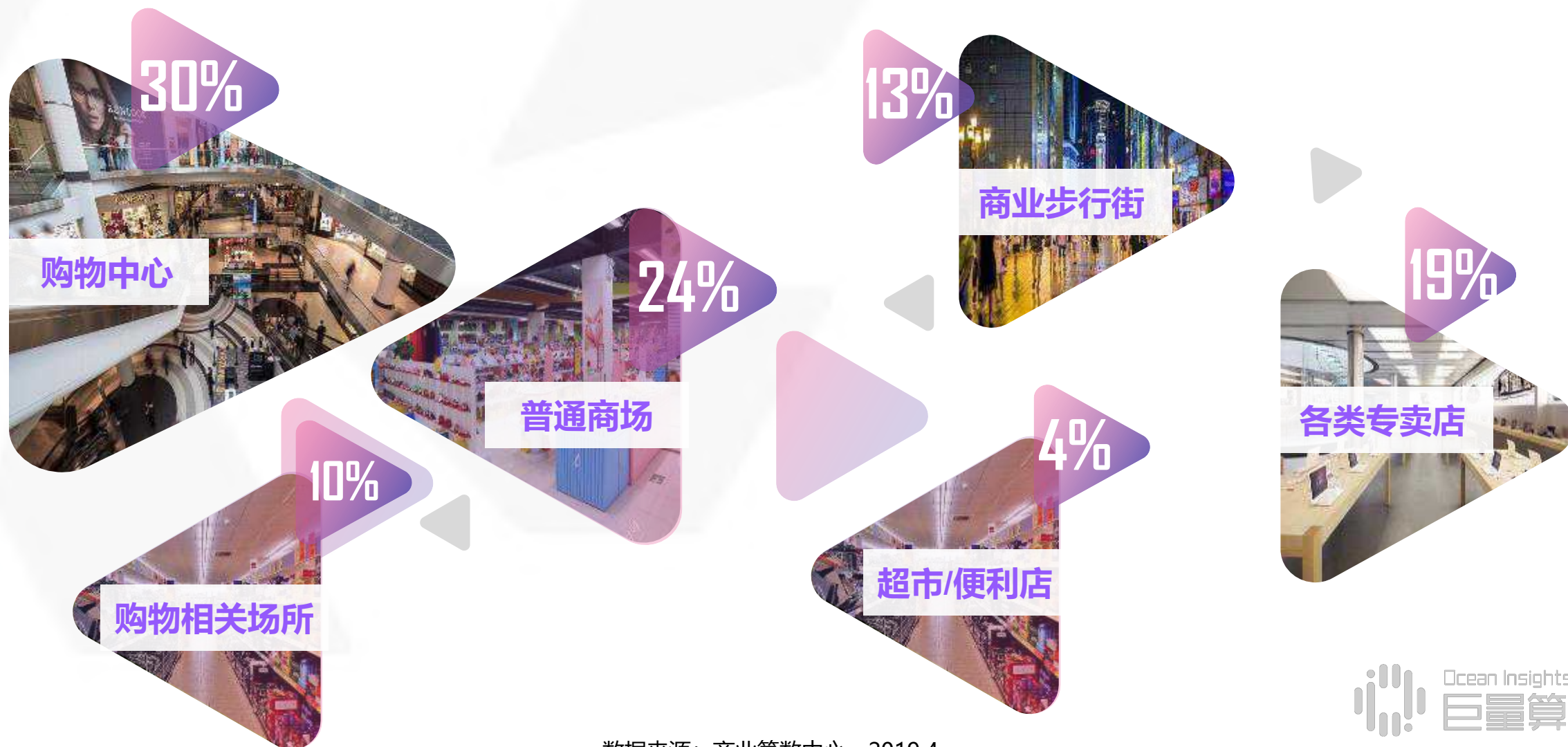


护肤技巧



她们逛街偏爱购物中心、商场和步行街

【小镇90后女吃货】购物场景下不同地点的POI视频数量份额



数据来源：商业算数中心，2019.4



她们正值婚育当口，对母婴、建筑装修、教育的兴趣很高

母婴兴趣

母婴兴趣渗透率

TGI

45%+ 142

建筑装修兴趣渗透率

TGI

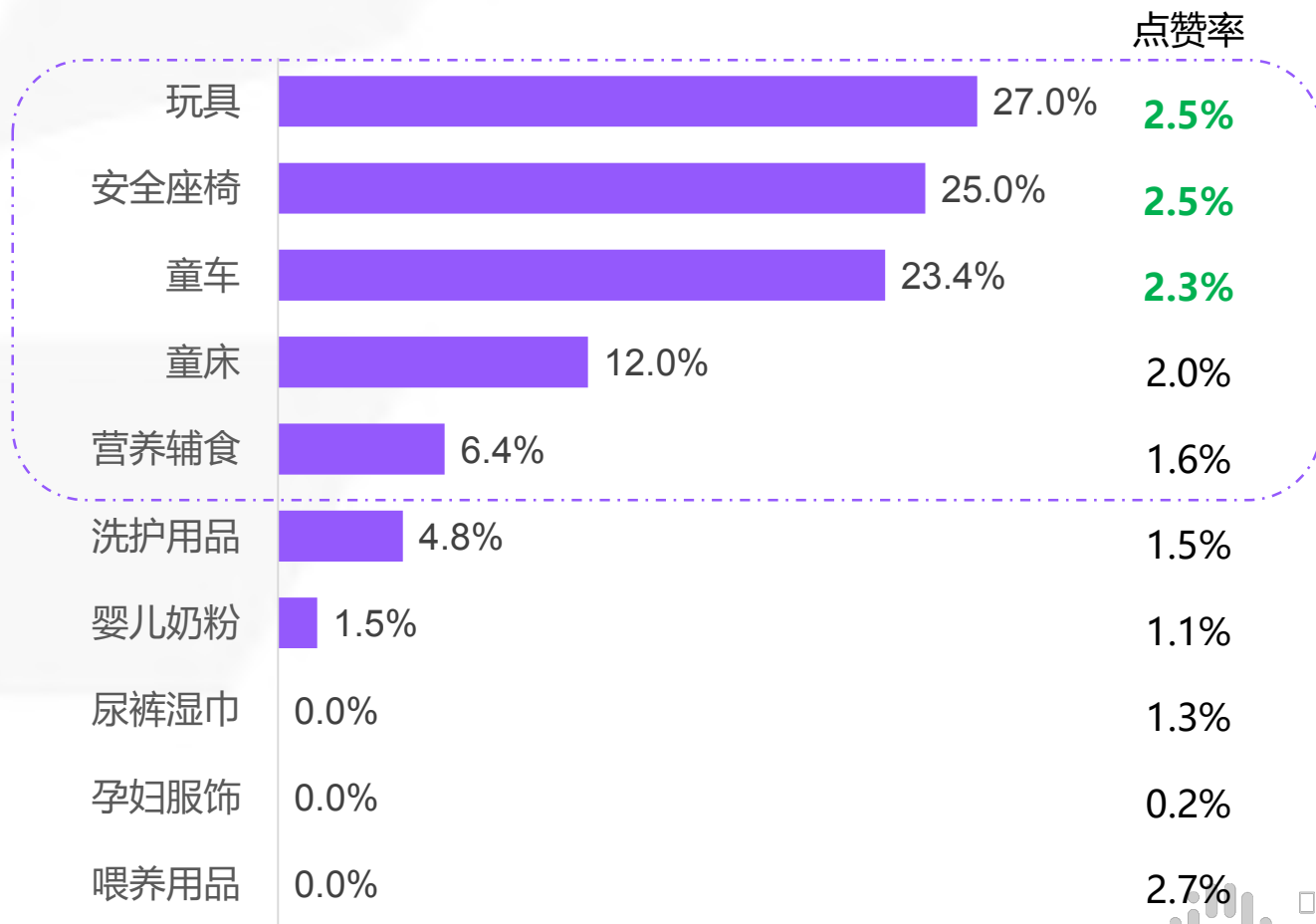
35%+ 127

教育兴趣渗透率

TGI

30%+ 136

小镇90后女吃货对【母婴】品类关注度——播放量份额



数据来源：商业算数中心，2019.4



Ocean Insights
巨量算数

她们是不少母婴达人的粉丝，日常学习各类育儿技巧

【小镇90后女吃货】关注的母婴达人TOP10

Top10	母婴达人	群体粉丝量	总粉丝量/万
1	年糕妈妈	<div></div>	380+
2	育儿女神蜜丝懂	<div></div>	260+
3	芒果主播雪儿妈	<div></div>	300+
4	蓝小爸	<div></div>	160+
5	胜美易宝	<div></div>	180+
6	招财童子	<div></div>	170+
7	九耳猫的美术课	<div></div>	220+
8	小豆芽妈妈	<div></div>	130+
9	ivanmami	<div></div>	50+
10	艺术鱼芳芳老师	<div></div>	130+



 她们的旅游意愿很高，是全网的两倍

旅行兴趣

旅游兴趣渗透率

TGI

80%+ 112

风景名胜POI使用率



17%



数据说明：POI使用率指在2019年4月使用过风景名胜POI（在风景名胜打卡）的人数占小镇90后女吃货的占比

数据来源：商业算数中心，2019.4





她们热衷旅游目的地打卡，火车站和机场都是彰显即刻状态的场所

旅行兴趣

POI定位地点—视频数量份额



#火车站

60%



#机场

26%



#地铁

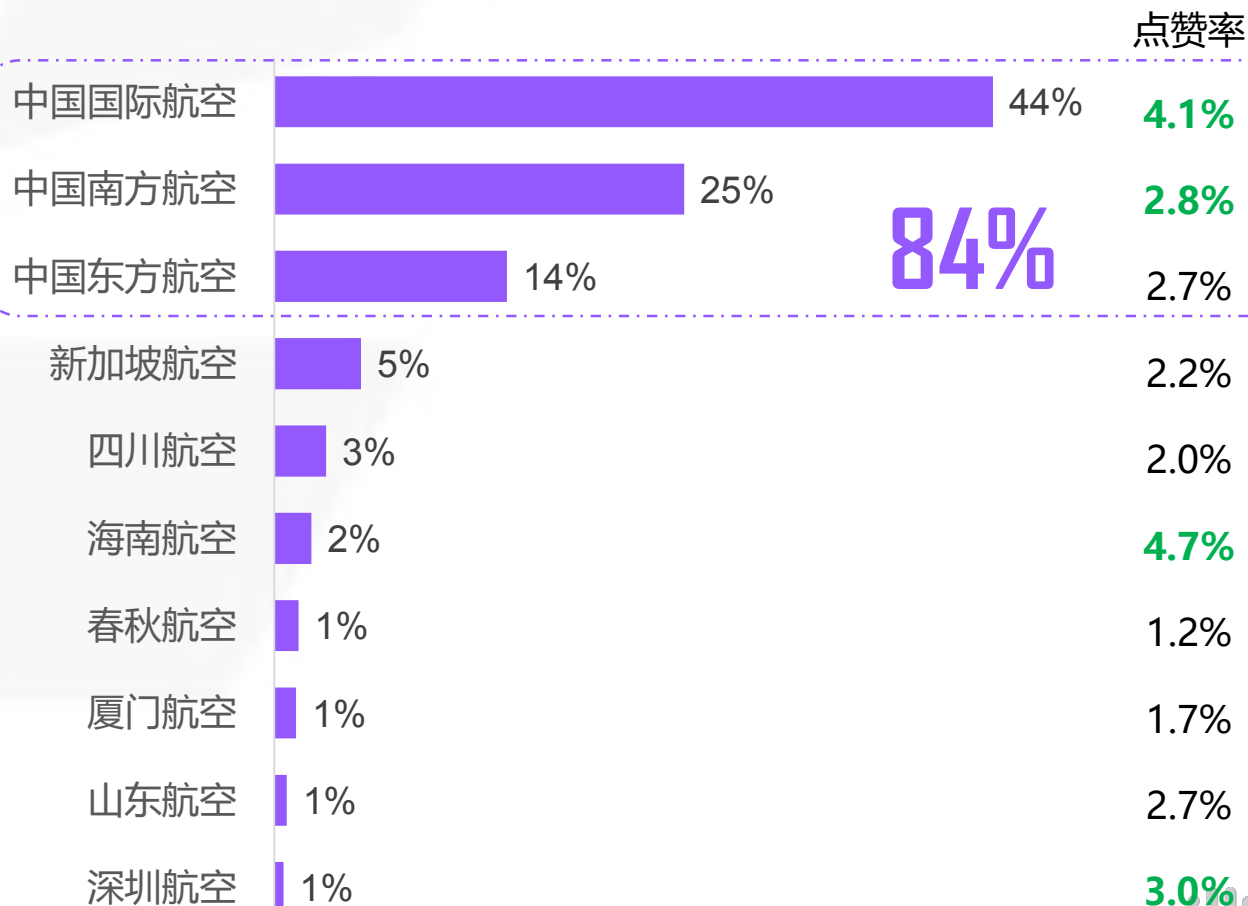
5%



#港口码头

5%

小镇90后女吃货对【航空公司】品牌关注度——播放量份额



她们喜欢旅行vlog，也关注旅行趣闻和旅途技巧

旅行兴趣

【小镇90后女吃货】关注的旅游达人TOP20

Top10	旅游达人	群体粉丝量	总粉丝量/万
1	itsRae	<div></div>	940+
2	汪梦云	<div></div>	500+
3	小小莎老师	<div></div>	440+
4	花一村	<div></div>	1000+
5	男神拍照教学	<div></div>	380+
6	精彩旅游	<div></div>	60+
7	腾宇瑶瑶	<div></div>	350+
8	幻想家japaul	<div></div>	270+
9	懒游	<div></div>	160+
10	旅行达人华仔	<div></div>	190+

数据来源：商业算数中心，2019.6



她们爱玩会玩，并且愿意在各种娱乐场景下打卡分享

娱乐兴趣

二次元兴趣渗透率

TGI

70%+

129

影视兴趣渗透率

TGI

70%+

122

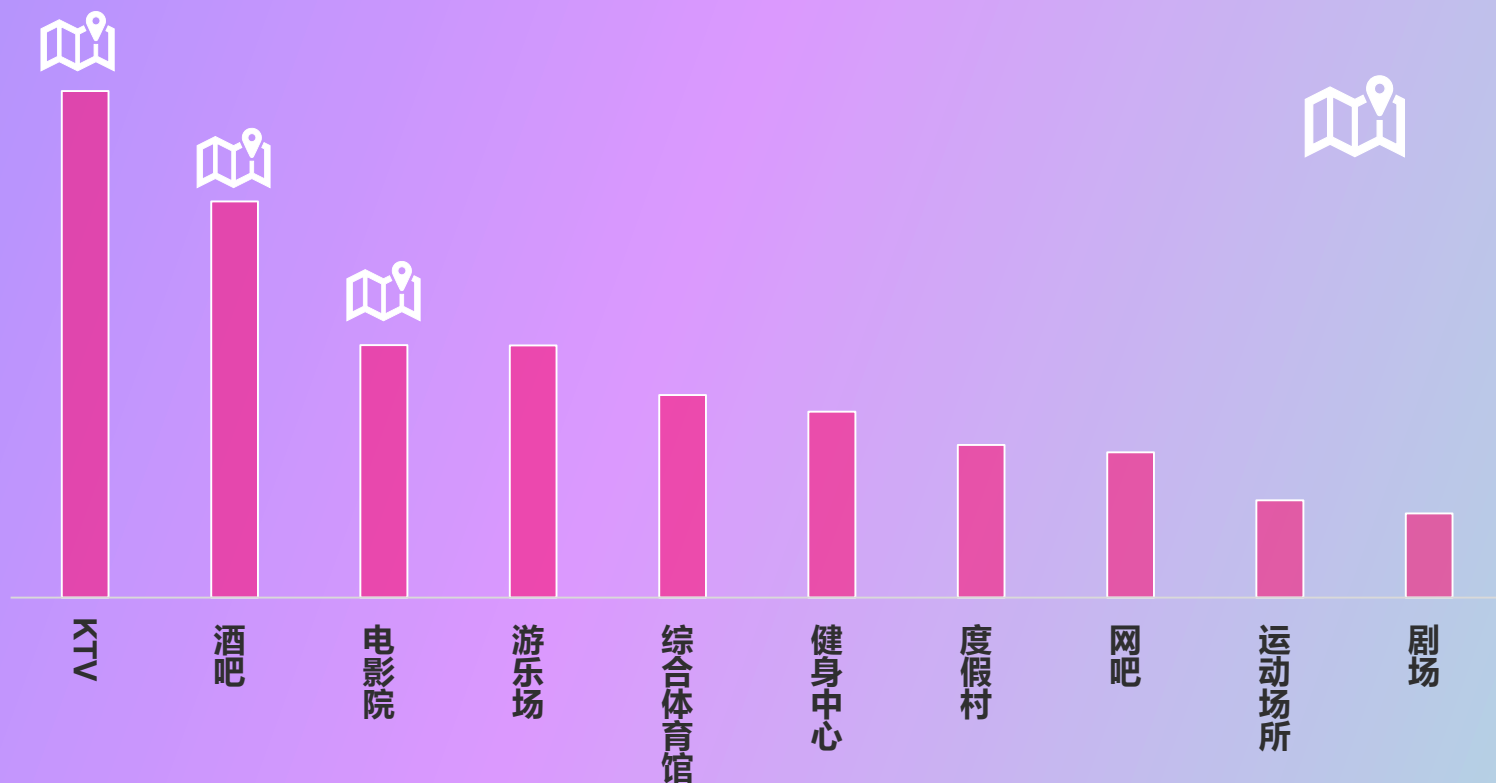
音乐兴趣渗透率

TGI

55%+

116

小镇90后女吃货娱乐场所POI TOP10——POI视频数量排名





她们关注的二次元达人小众且分散，10-100W粉丝的达人最受关注

娱乐兴趣

【小镇90后女吃货】关注的二次元达人TOP20

Top10	二次元达人	群体粉丝量	总粉丝量/万
1	二次元fans鹿鹿	<div></div>	70+
2	Pure (饿势力-张锴予)	<div></div>	90+
3	Niji互动小说	<div></div>	40+
4	大胃王虾饺吃广州	<div></div>	30+
5	欧阳暖暖	<div></div>	30+
6	次元壁纸	<div></div>	30+
7	李淑洁	<div></div>	80+
8	300英雄	<div></div>	10+
9	悠窝窝UWOWO	<div></div>	20+
10	Kaho阿姨	<div></div>	20+

数据来源：商业算数中心，2019.6



Ocean Insights

巨星算数

THANKS



声 明

本报告由巨量引擎商业算数中心制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

巨量引擎商业算数中心对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

巨量引擎商业算数中心依托巨量引擎的庞大数据基础，致力于用数据、洞察和量化指标构建更强大的营销策略，提供权威的用户/行业/媒体/内容/广告洞察，强化数据服务能力，用数据驱动营销价值，提升商业影响力。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量引擎商业算数中心】。