

# 短视频大爆发，谁正在风口？

垂直短视频app行业报告

1 行业趋势

2 竞品分析

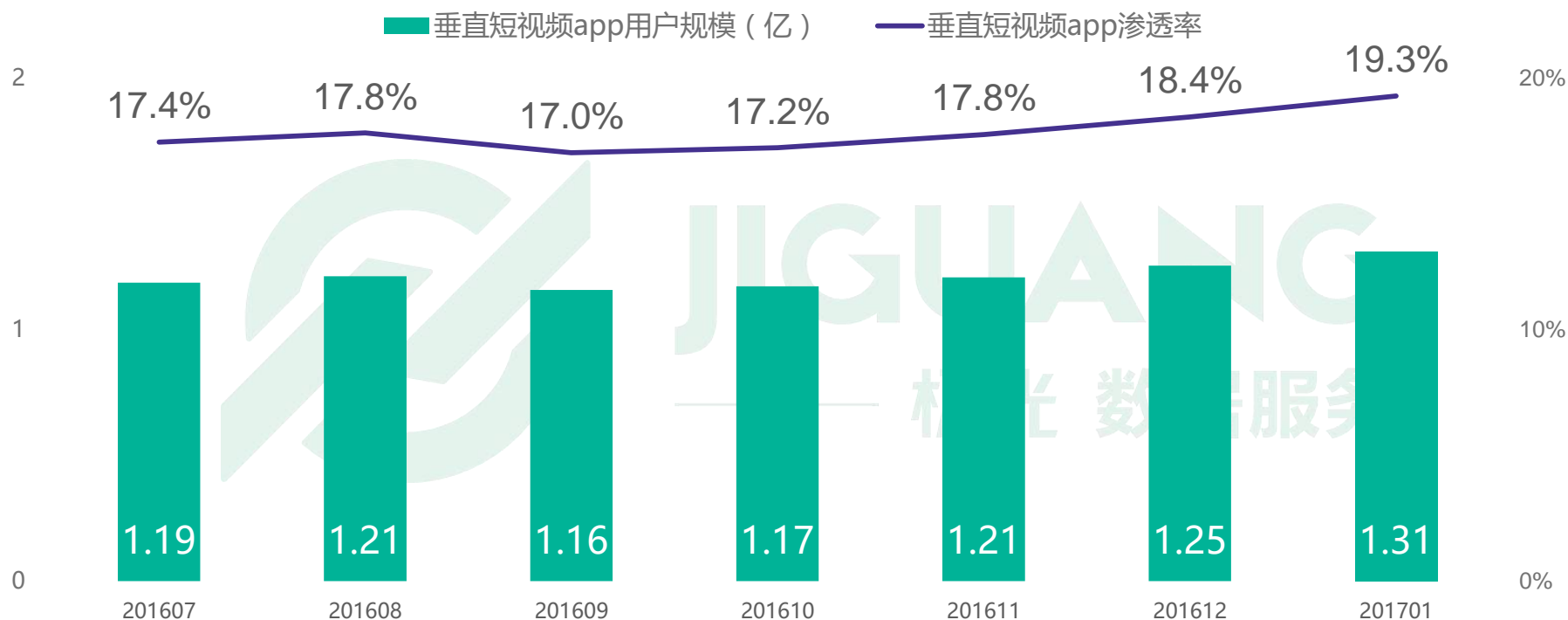
3 用户画像

# 垂直短视频app用户规模及渗透率变化

截至2017年1月最后一周，垂直短视频app渗透率为19.3%，用户规模达1.31亿人

- 极光大数据显示，垂直短视频app行业渗透率在过去两个季度稳中有升，行业整体渗透率维持在17%以上
- 截至2017年1月最后一周，行业渗透率已升至19.3%，平均每五个移动网民中就有接近一个是短视频app的用户

## 垂直短视频app用户规模及渗透率变化



数据来源：极光大数据  
取数周期：2016.07-2017.01

# 垂直短视频app类别

目前国内的垂直短视频app主要有三类：摄影工具型、社交平台型、内容发布型



## 摄影工具型 短视频app

具有拍摄、美化短视频的功能，需要借助内容发布平台传播短视频

代表平台：VUE、逗拍  



## 社交平台型 短视频app

除了拍摄和美化短视频的功能外，还自带强调社交功能的内容发布平台，用户可在app内浏览其他用户发出的短视频并进行互动

代表平台：快手、美拍  



## 内容发布型 短视频app

短视频内容发布平台，不具备拍摄、美化视频和社交功能

代表平台：火山小视频、有料  

数据来源：公开资料整理

极光 数据服务

# 短视频的新战场——新闻资讯平台

除了垂直短视频平台，目前主流资讯平台都已开通短视频频道入口，  
从图文竞争过渡到短视频竞争

## 部分主流新闻资讯app短视频频道示例



今日头条



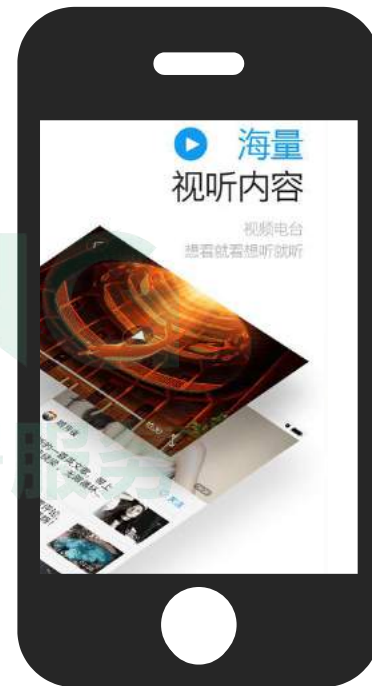
网易新闻



腾讯新闻



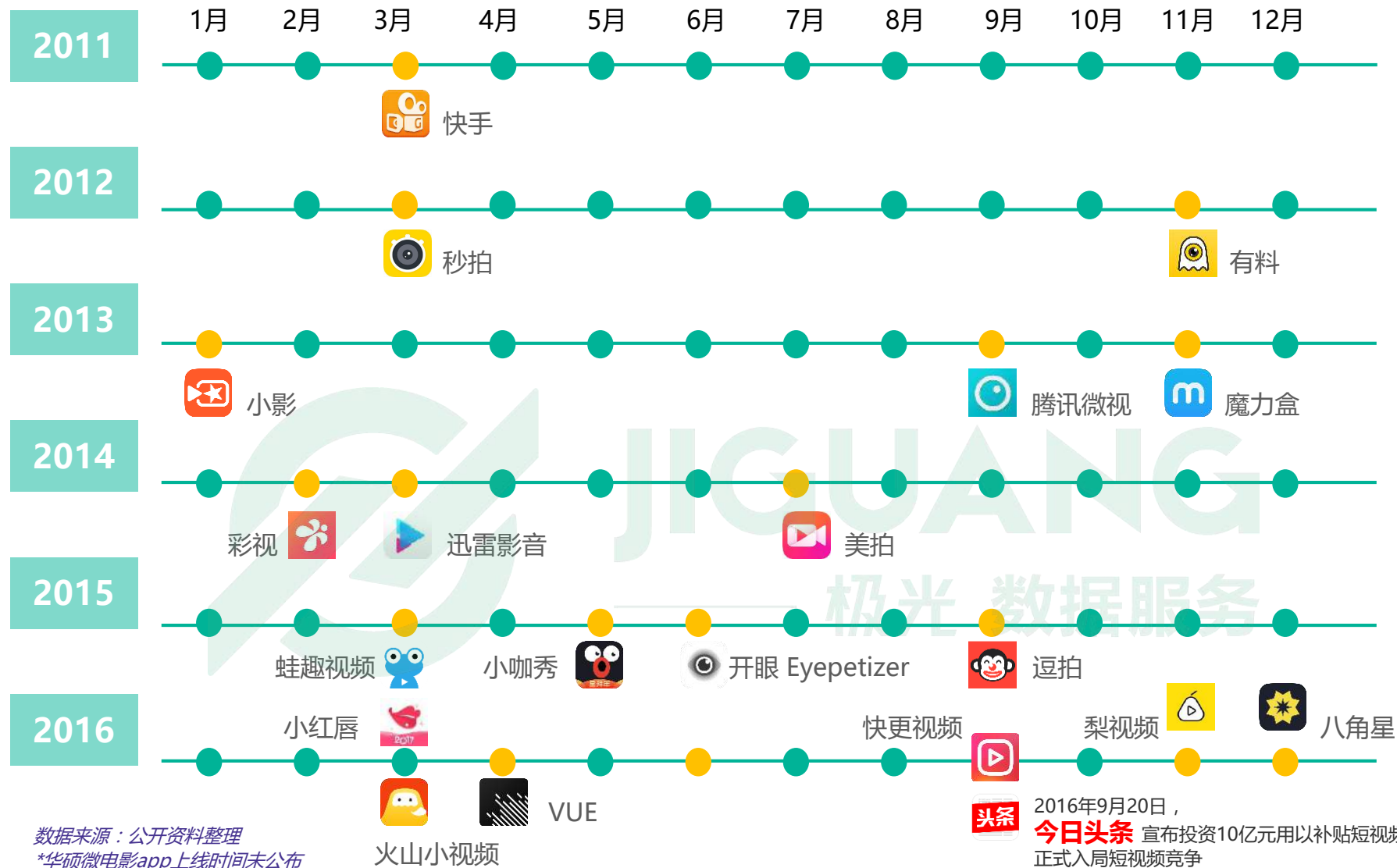
一点资讯



数据来源：公开资料整理

# 主流垂直短视频app上线时间轴

随着智能移动设备的升级和普及，短视频app逐年增加



# 短视频app产业链

短视频app流量价值目前主要体现在广告植入、视频付费、IP变现

## 目前短视频app普遍的盈利模式



11月3日，  
秒拍宣布计划上线  
**付费观看**功能

隐形  
价值

优秀的短视频作者IP  
一众网红

外部内容发布平台



短视频

自有内容发布平台



目标受众



数据来源：公开资料整理

# 垂直短视频app母公司融资情况

主流垂直短视频app方兴未艾，资金来源多为风投机构

- 截至2017年2月，主流短视频app的母公司的融资状态处于C轮(包括C轮)以下的有11家，其中8家处于C轮以下，在行业内拥有一定地位和口碑，可能依旧处于亏损状态，资金来源多为风投机构



数据来源：公开资料整理

\*彩视app母公司迅捷联动（北京）科技有限公司获投状态不明确



1 行业趋势

2 竞品分析

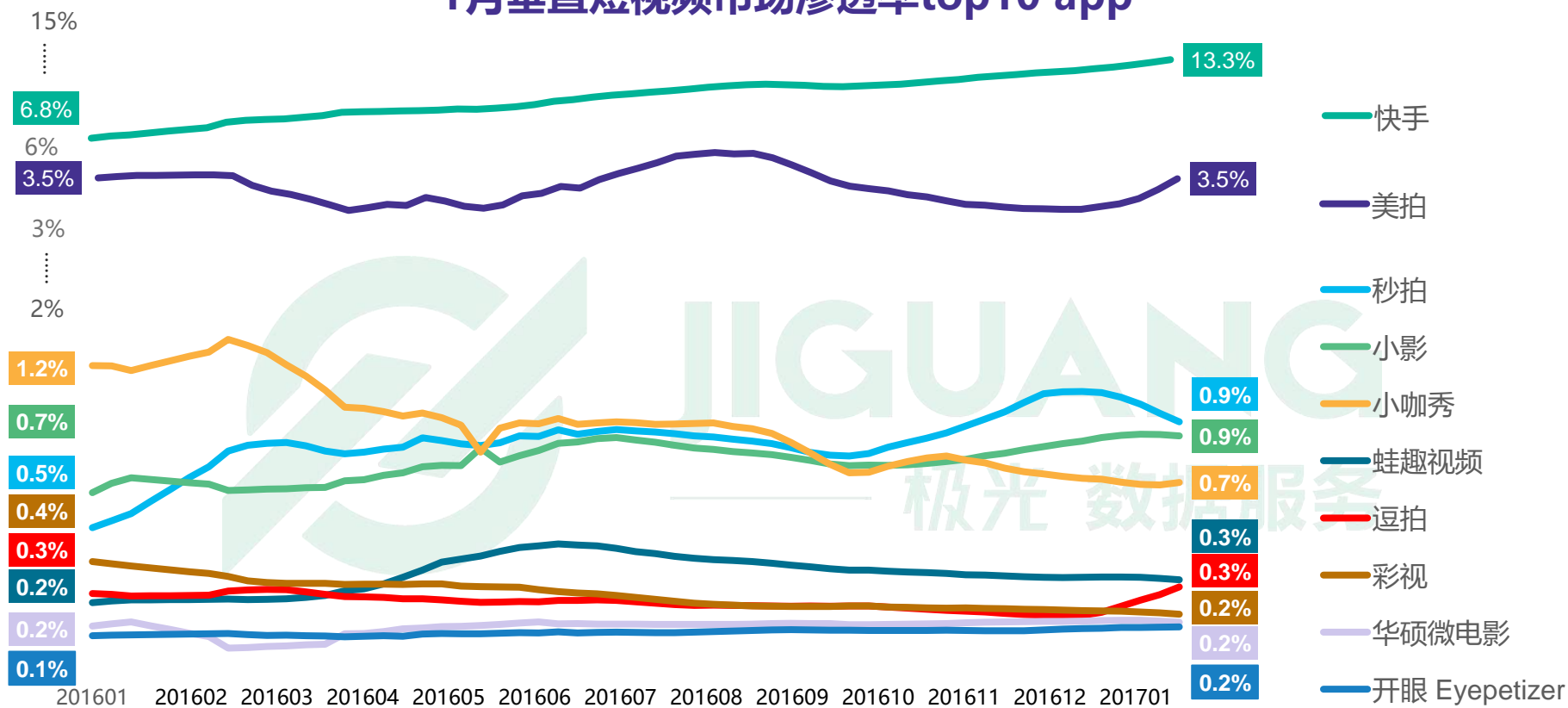
3 用户画像

# 2017年1月垂直短视频app市场渗透率top10 app

快手：市场渗透率一马当先，称霸垂直短视频领域

- 极光大数据显示，从2016年第一周至2017年1月最后一周，2011年就开始经营短视频业务的快手始终处于市场渗透率业内第一的位置，与此同时，其市场渗透率从去年年初的6.8%上升至13.3%，增幅高达6.5%

## 1月垂直短视频市场渗透率top10 app



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.01-2017.01，仅含国内用户部分

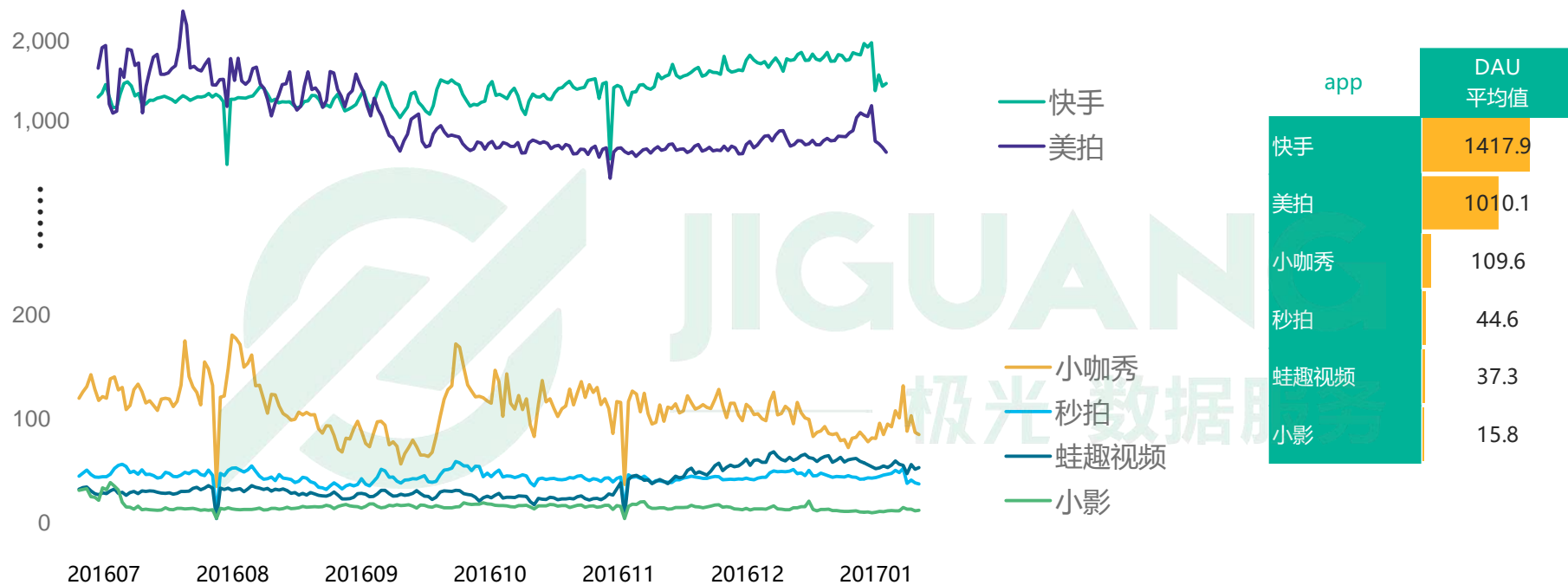
# 垂直短视频app市场渗透率top10 app ( DAU )

两款垂直短视频app DAU超过千万量级：快手、美拍

- 根据极光大数据统计，DAU top3短视频app为快手、美拍和小咖秀，其过去半年的DAU平均值依次为1417.9万人、1010.1万人和109.6万人，和小咖秀同为一下科技旗下产品的秒拍以44.6万人的DAU平均值名列第四

## 1月垂直短视频app市场渗透率top10 app - DAU

单位：万人



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.07.01-2017.01.31，仅含国内用户部分

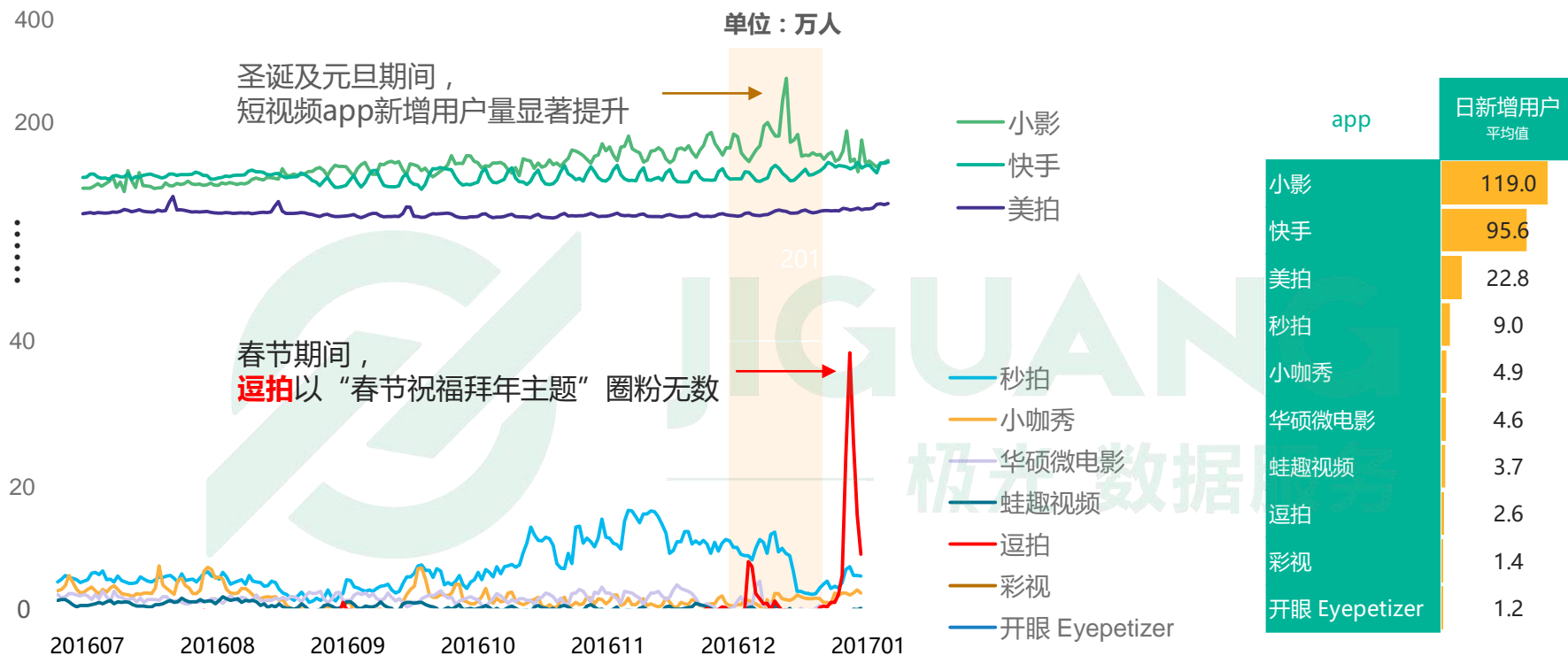
\*逗拍、彩视、华硕微电影和开眼 Eyepetizer 因DAU量级较小未加入统计

# 垂直短视频app市场渗透率top10 app（日新增用户数量）

## 短视频app在节假日期间借势营销，圈粉力MAX

- 极光大数据显示，市场渗透率top10短视频app在圣诞及元旦期间的新增用户量普遍达到过去半年的峰值，“逗拍”在春节期间以应节的主题圈粉无数，节假日是短视频app品牌主获新客的重要时机

### 1月垂直短视频app市场渗透率top10 app-日新增用户量



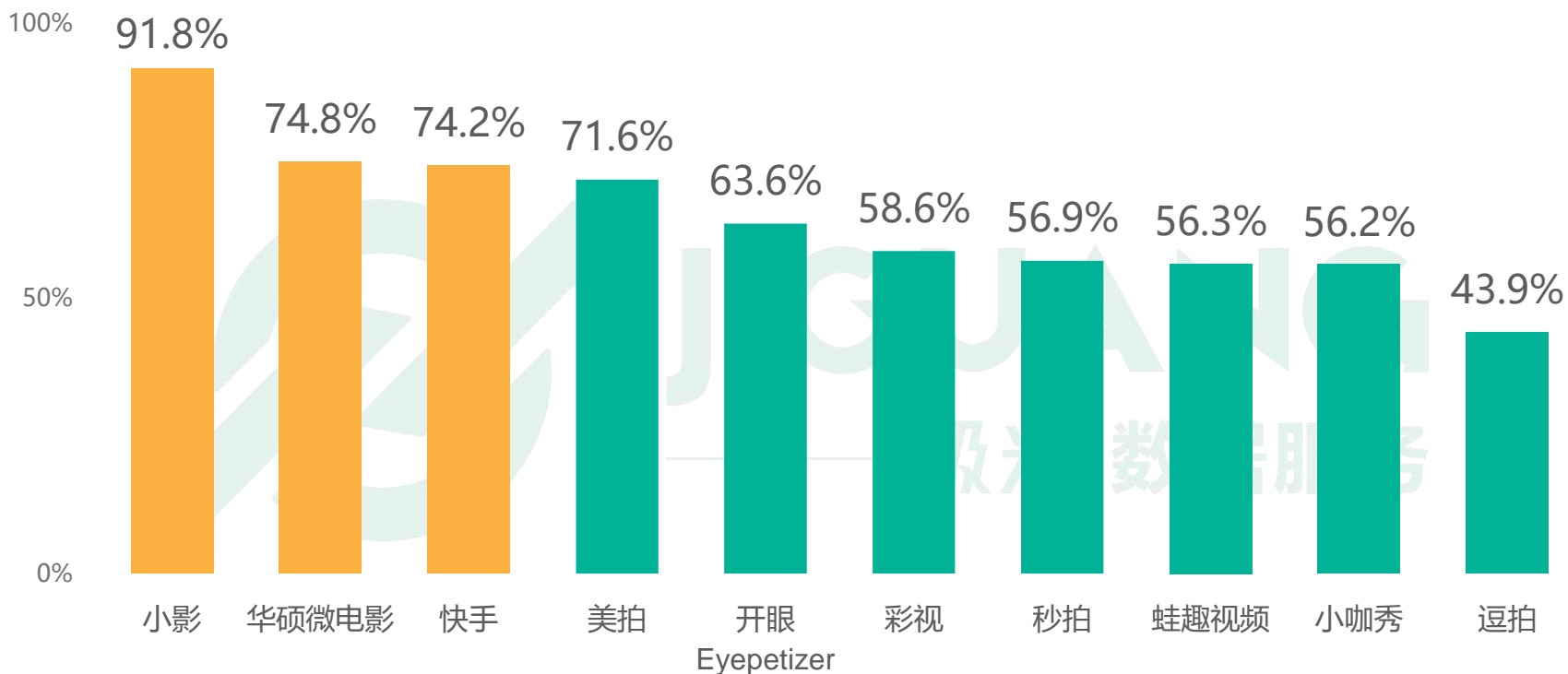
\*日新增用户：某日第一次安装应用的用户数  
取数周期：2016.07.01-2017.01.31，仅含国内用户部分

# 垂直短视频app市场渗透率top10 app ( 30天留存率 )

新用户留存率top3垂直短视频app：小影、华硕微电影、快手

- 极光大数据显示，用户下载小影、华硕微电影、快手后，分别有91.8%、74.8%和74.2%的新用户在一个月后仍保留了上述app，反映这部分新用户对目标app体验满意

## 1月垂直短视频app市场渗透率top10 app-30天留存率平均值



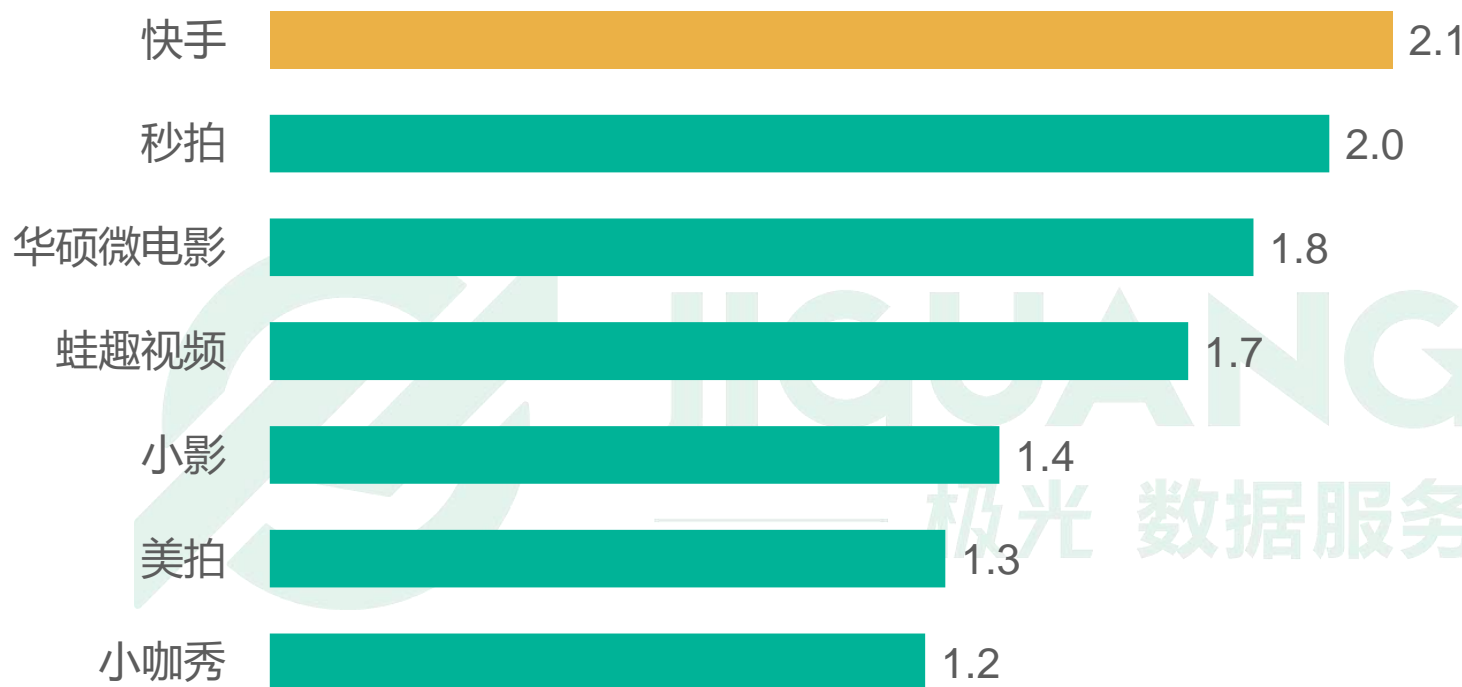
数据来源：极光大数据  
取数周期：2016.07.01-2017.01.31

# 主流垂直短视频app使用频率

日均使用频率最高app：快手

## 主流垂直短视频app每用户日均使用频率

单位：次



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01

\*日均使用频率中，用户每半小时内的所有使用次数均统计为一次

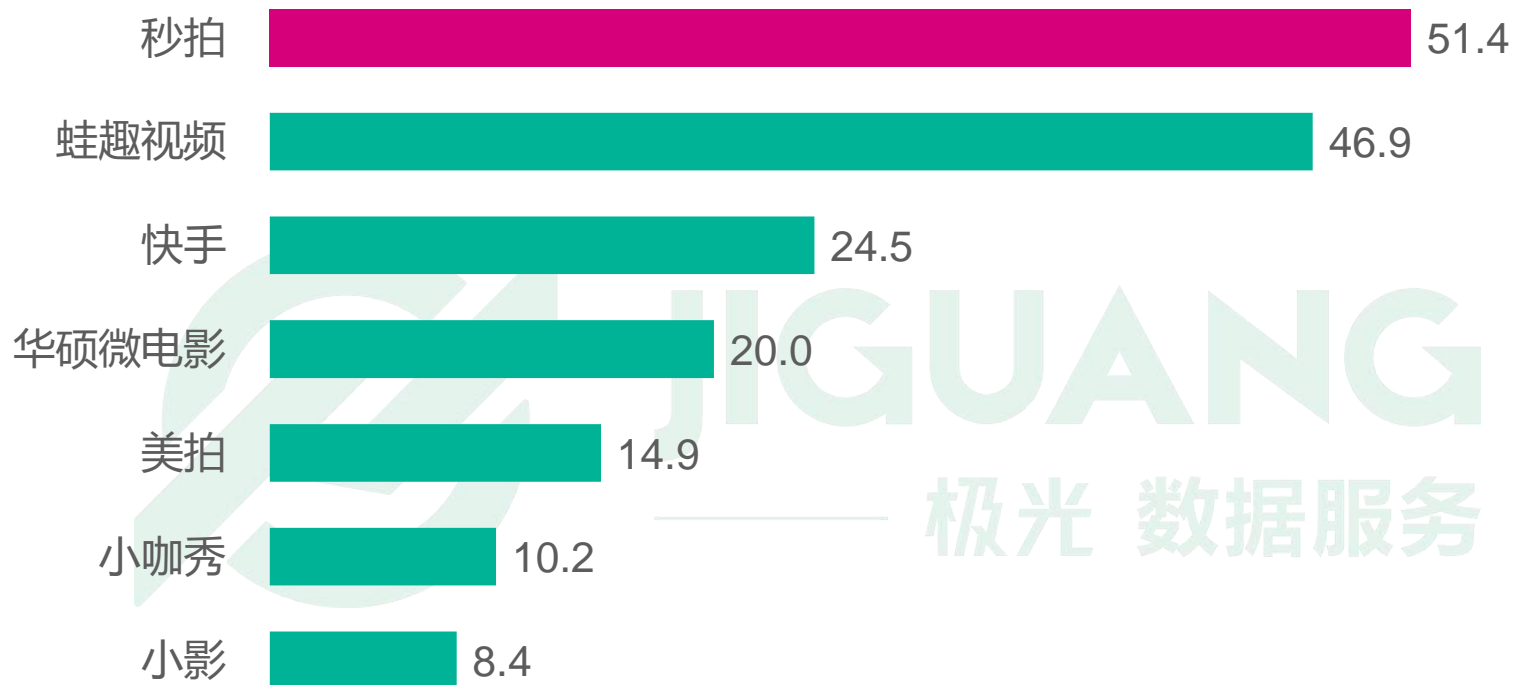
\*逗拍、彩视和开眼 Eyepetizer 因DAU量级较小未加入统计

# 主流垂直短视频app使用时长

秒拍在日均使用次数上和快手旗鼓相当，但使用时长是快手的1倍

## 主流垂直短视频app每用户日均使用时长

单位：分钟



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01

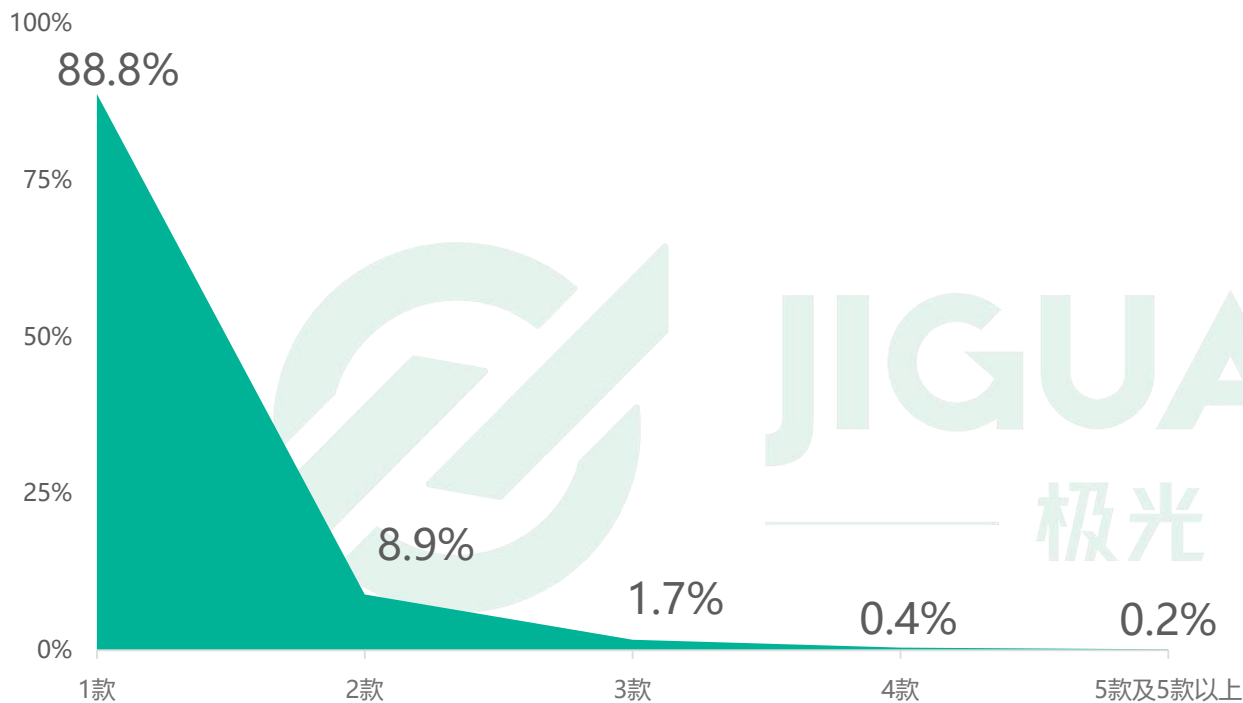
\*逗拍、彩视和开眼 Eyepetizer 因DAU量级较小未加入统计

# 用户安装垂直短视频app数量分布

88.8%的短视频app用户仅安装一个短视频app

- 极光大数据显示，每个短视频app用户平均安装垂直短视频app的数量为1.1款，约10%的用户会安装2款或2款以上短视频app

## 用户安装垂直短视频app数量分布



每个目标用户平均安装垂直短视频app为  
**1.1款**

数据来源：极光大数据  
取数周期：2017.01

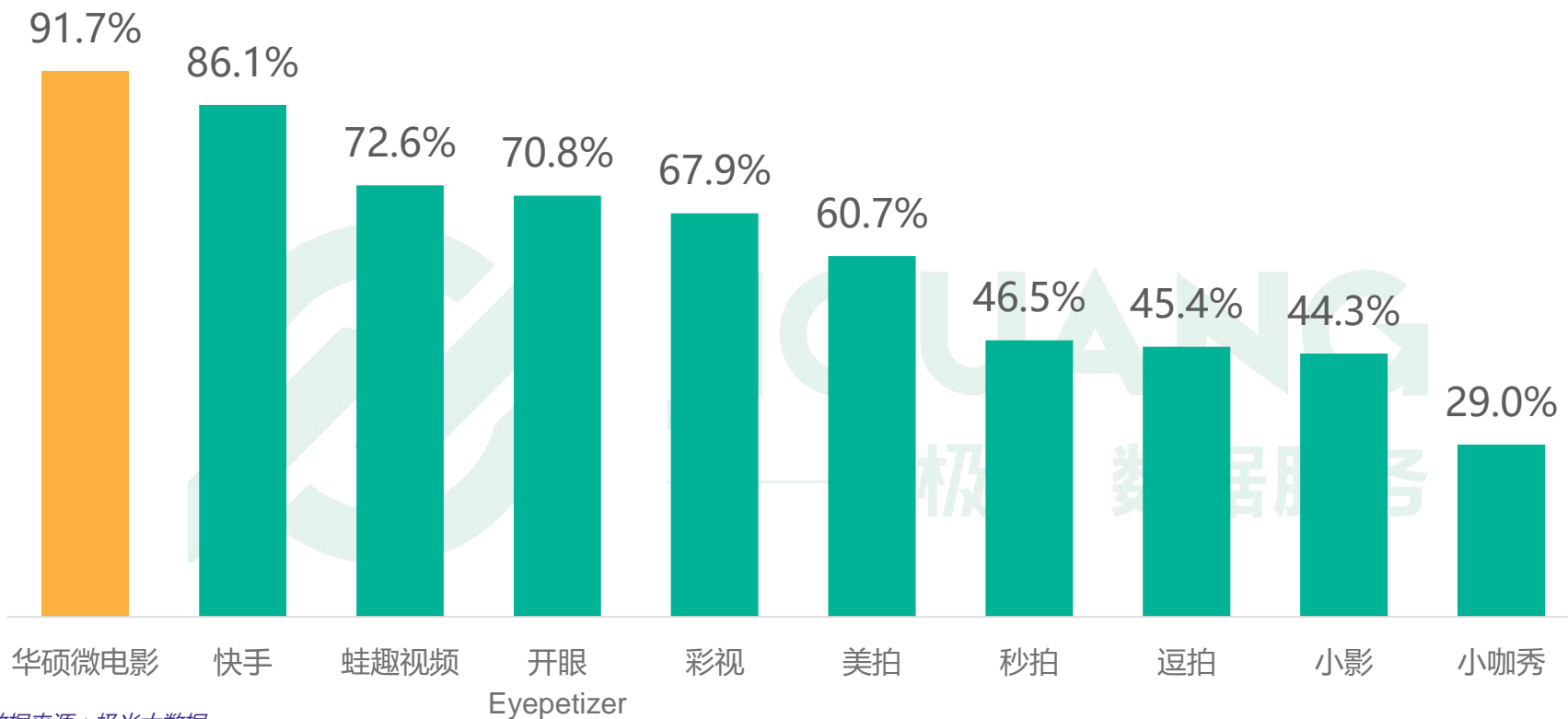


# 垂直短视频app市场渗透率top10 app ( app忠诚度 )

app忠诚度top3 app：华硕微电影、快手、蛙趣视频

- 华硕微电影app忠诚度高达91.7%，忠诚度在一众垂直短视频app中脱颖而出，可能是由于预装用户中存在大量非短视频目标用户所导致

## 1月垂直短视频app市场渗透率top10 app-忠诚度



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01

\*app忠诚度=仅安装目标app的用户/安装目标app的所有用户

1 行业趋势

2 竞品分析

3 用户画像

# 垂直短视频app用户画像

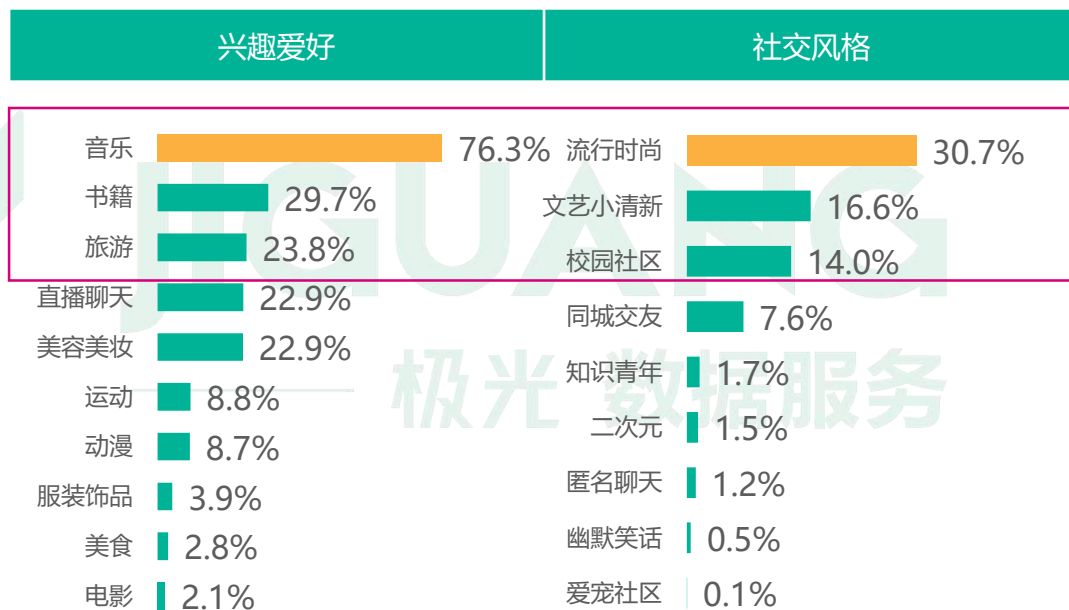
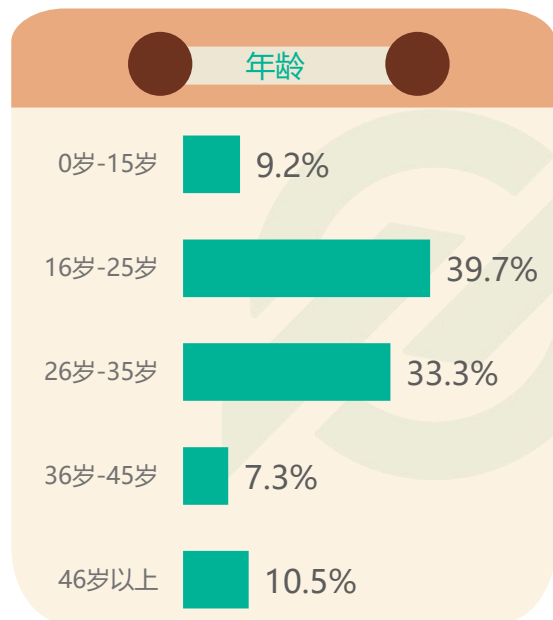
年轻妹子带节奏：约五成为90后，接近七成为女性

- 垂直短视频app用户中25岁以下用户占48.9%，其中15岁以下和16岁-25岁用户分别占9.2%和39.7%
- 短视频app用户中，76.3%的用户对音乐感兴趣，与此同时，他们中30.7%的用户对流行时尚话题感兴趣



69.4%

30.6%



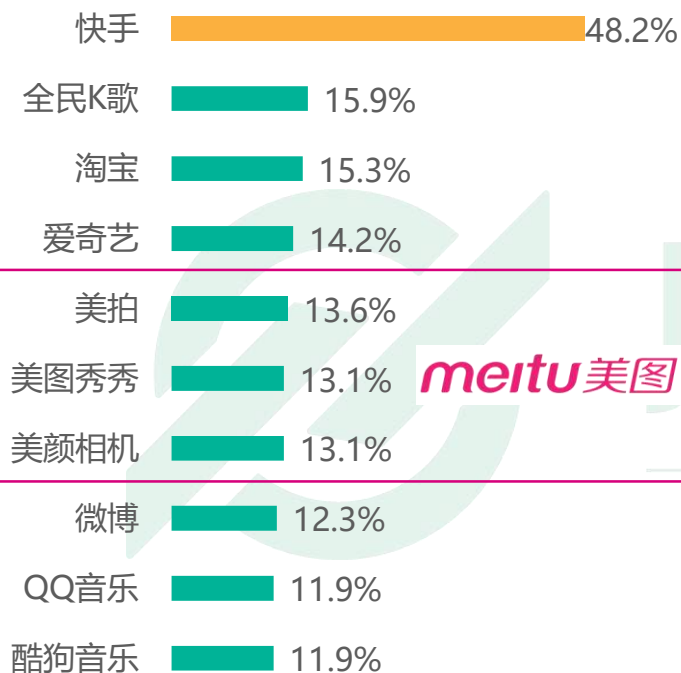
数据来源：极光大数据  
取数周期：2017.01

# 垂直短视频app用户画像

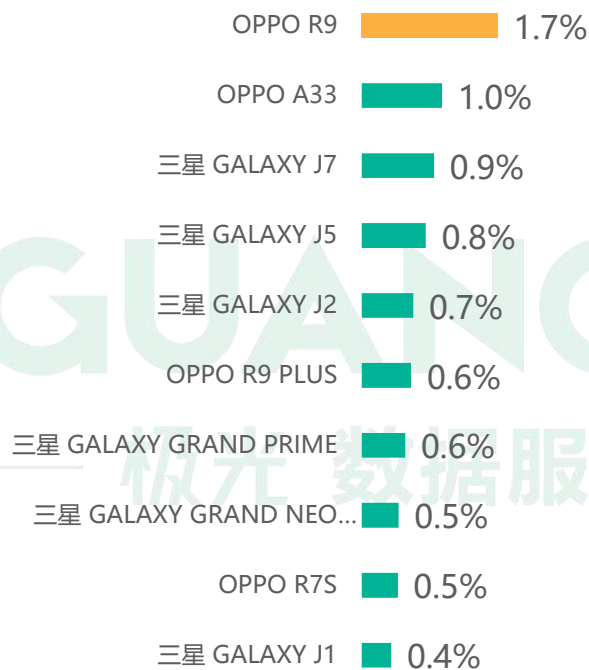
## 垂直短视频app用户最青睐的机型：OPPO R9

- 垂直短视频app用户偏好度top10手机型号中有4款来自OPPO，6款来自三星
- 3款美图系app进入短视频app用户偏好度top10：美拍、美图秀秀、美颜相机

偏好度 top10 app



偏好度 top10 手机型号

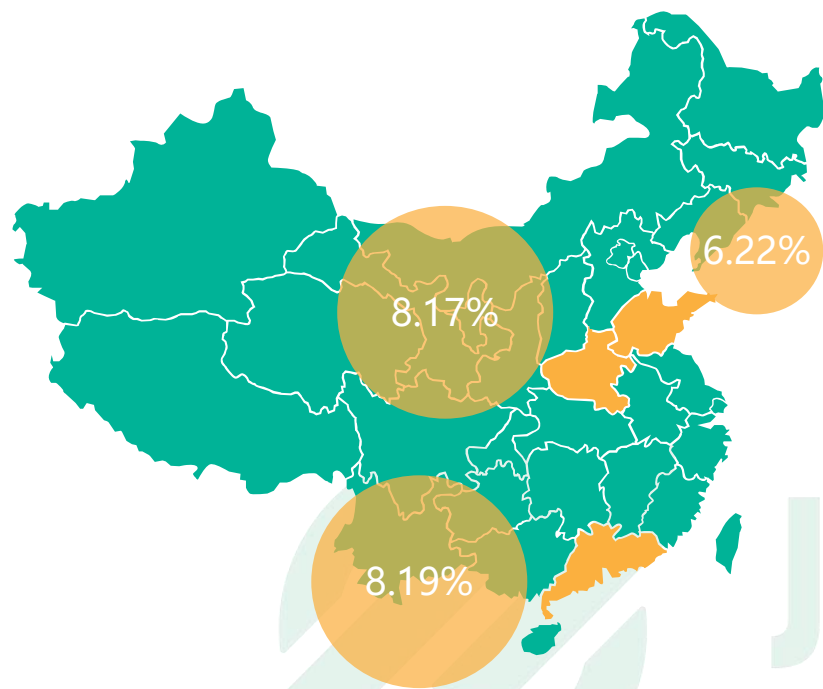


偏好度取数范围：在垂直短视频app整体用户中达到渗透率top1000的应用和渗透率top500的手机型号

\*应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比；机型偏好度=单个机型在目标人群中的安装占比-单个机型整体网民的使用占比

# 垂直短视频app用户画像

垂直短视频app用户渠道下沉，66.9%用户来自三线及以下城市



## Top3 省份

### 广东：

用户量打败了全国33个省级行政区，带领全国人民玩转短视频

### 河南：

用户量以微弱的劣势输给广东人民，短视频同样玩得666

### 山东：

短视频app用户占比全国第三，6.2%的短视频app用户来自山东

全国移动网民城市等级

12.3% 28.3% 59.4%

垂直短app用户城市等级

11.4% 21.7% 66.9%

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市

## Top5 城市

北京

4.0%

上海

3.1%

香港

2.6%

广州

1.7%

重庆

1.6%

数据来源：极光大数据  
取数周期：2017.01

# 快手用户画像

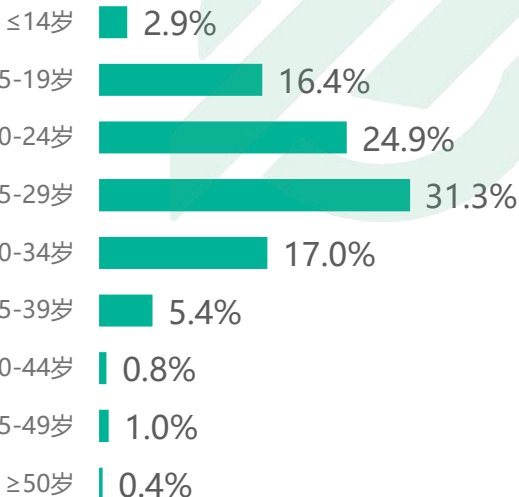
快手用户：十个用户中约有一个用户来自河南，约五个用户为男性

- 快手用户偏好度最高的app和机型分别是：全民K歌、OPPO R9

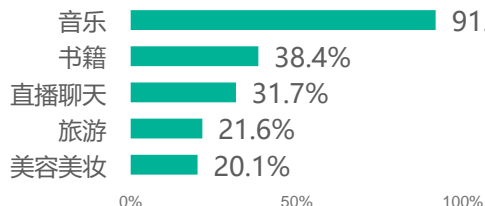


46.7%

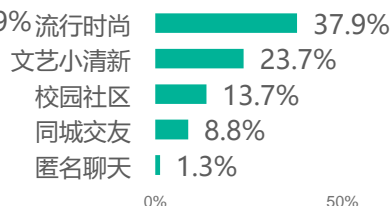
53.4%



## 兴趣爱好



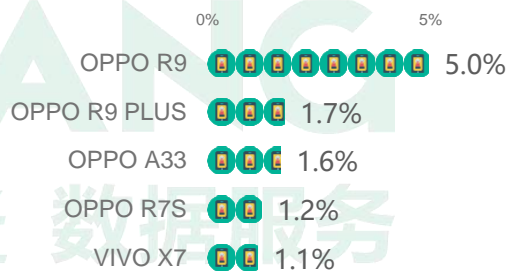
## 社交风格



## 偏好度top5 app



## 偏好度top5手机型号

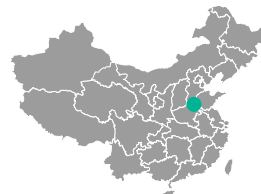


## Top3 省份



河南	11.5%
山东	8.0%
河北	7.7%

## Top5 城市



北京	1.7%
重庆	1.4%
郑州	1.3%
临沂	1.2%
保定	1.1%

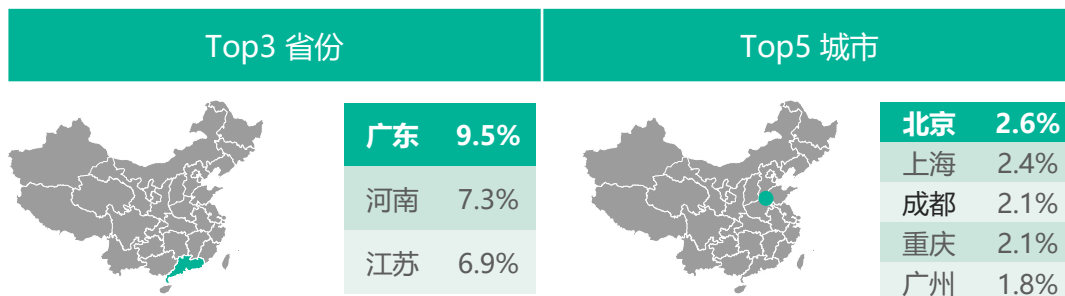
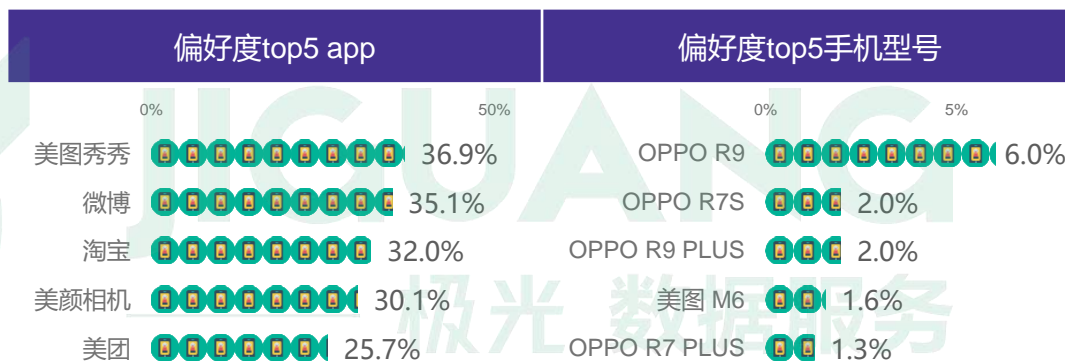
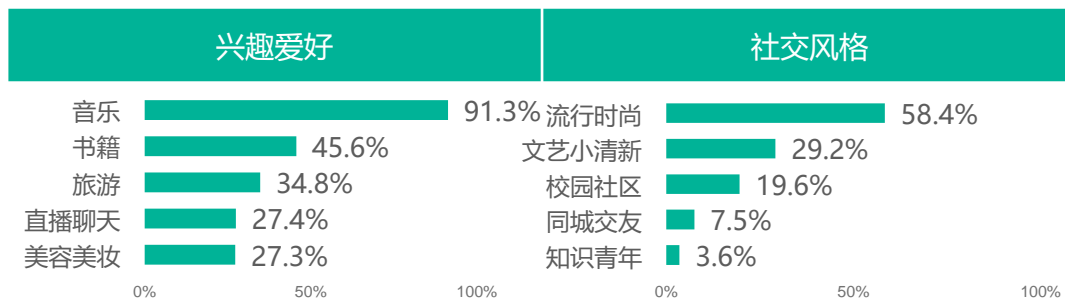
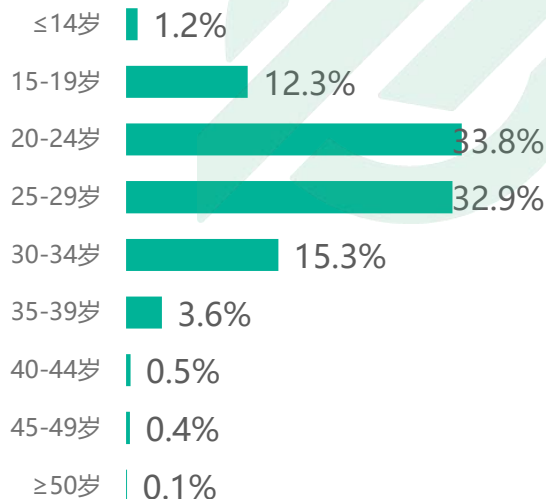
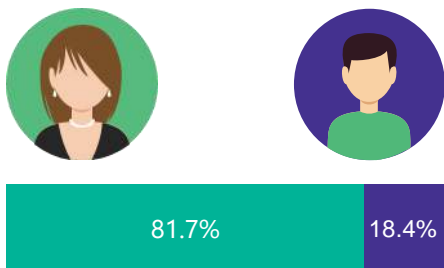
偏好度取数范围：在垂直短视频app整体用户中达到渗透率top500的应用或机型

\*应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比；机型偏好度=单个机型在目标人群中的安装占比-单个机型整体网民的使用占比

# 美拍用户画像

美拍用户：年轻女性用户的天下，81.7%用户为女性，80.1%用户不到30岁

- 同为美图公司旗下的美图秀秀、美颜相机在美拍用户中的渗透率高于全国移动网民至少30%，偏好明显



偏好度取数范围：在垂直短视频app整体用户中达到渗透率top500的应用或机型

\*应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比；机型偏好度=单个机型在目标人群中的安装占比-单个机型整体网民的使用占比

# 秒拍用户画像

## 秒拍用户：超过八成用户不到30岁

- 微博是秒拍用户偏好度top1的应用，也是秒拍重要的流量入口



57.5%



42.5%



≤14岁 1.1%

15-19岁 12.7%

20-24岁 36.9%

25-29岁 29.4%

30-34岁 14.6%

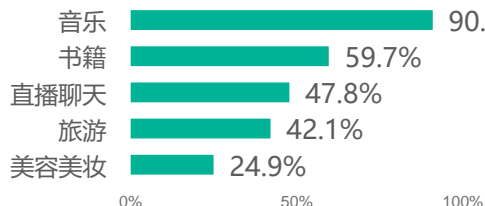
35-39岁 3.6%

40-44岁 1.2%

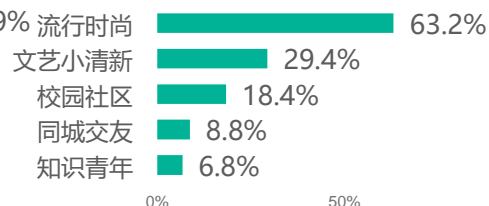
45-49岁 0.4%

≥50岁 0.2%

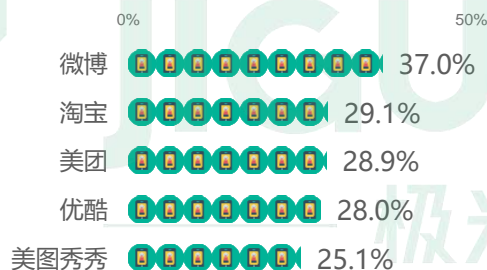
### 兴趣爱好



### 社交风格



### 偏好度top5 app



### 偏好度top5手机型号

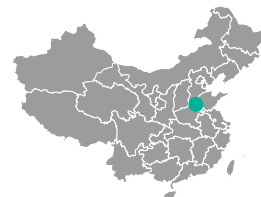


### Top3 省份



广东	9.8%
江苏	7.2%
河南	6.6%

### Top5 城市



北京	3.4%
上海	2.8%
成都	2.2%
重庆	2.1%
广州	2.0%

偏好度取数范围：在垂直短视频app整体用户中达到渗透率top500的应用或机型

\*应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比；机型偏好度=单个机型在目标人群中的安装占比-单个机型整体网民的使用占比



## 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和各类公开数据的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

## 2. 数据说明

短视频app包括快手、美拍、秒拍等119款应用

## 3. 数据周期

报告整体时间段：2016.01-2017.01

## 4. 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

极光（[www.jiguang.cn](http://www.jiguang.cn)）是中国领先的移动大数据平台和移动应用云服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata、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、即时通讯和短信等开发者服务。至今我们已经服务了超过40万款移动应用，累计覆盖超过50亿个移动终端，月活跃用户超过6亿，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，包括极光广告服务和极光数据服务。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

极光广告服务：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



数据改变世界



## 极光大数据

**Kenneth**

**Tel: +86 138-0296-0066**

**Email: [kenneth.tang@jiguang.cn](mailto:kenneth.tang@jiguang.cn)**