

2017年第4季度中国短视频市场季度盘点分析



分析范畴

- 本分析主要针对2017年第4季度中国短视频市场发展情况进行解析，包括市场热点、用户分析、典型厂商动态、下阶段趋势展望等；
- 本分析涉及的关键字：短视频、内容生态、用户画像、品牌推广等；
- 本分析主要覆盖的国家和地区：主要包括中国大陆，不包括港澳台地区。



数据来源

- 易观千帆：只对独立APP中的用户数据进行检测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

- 01 2017年第4季度中国短视频市场热点盘点
- 02 2017年第4季度中国短视频市场用户表现
- 03 2017年第4季度中国短视频市场典型厂商动态
- 04 下阶段中国短视频市场趋势展望



2017年第4季度中国短视频市场热点盘点

NO

由量到质，市场主体锻造良性发展的内容生态

- 经历了三四年的发展沉淀，短视频市场目前正处于备受多方关注的阶段，围绕内容本身的争夺和竞争愈发白热化，而其中内容质量取代内容数量成为更为重要的竞争砝码。一方面政府监管部门加强对市场野蛮生长的不良行为的持续监督与纠偏，另一方面短视频平台发挥主体建设和约束作用，在良性内容生态构建、行业共识的达成方面有了实质性进展。



- 11月22日，今日头条在2017创作者大会上宣布推出“千人百万粉计划”，即在未来1年内，在平台上扶持1000个拥有一百万粉丝账号。帮助短视频在内的内容创作者更快更好地获取、沉淀粉丝。

- 11月10日中国短视频与直播联盟成立，一下科技CEO韩坤担任轮值主席。短视频与直播联盟将致力于行业规范行业秩序，构建行业良好生态，将定期举办主题论坛，提炼专业性研究报告，开办短视频与直播专业职业教育，为行业输送各类专业人才等。



- 11月16日，看了吗视频主办“内容为王，突围短视频红海”创作者沙龙，正式开放媒体平台入驻，打造短视频内容联盟。三个月的内测阶段看了吗媒体平台已有3000+优质短视频作者入驻。



- 11月28日，美拍举行2018战略发布会，宣布将在专注女性化生态、打造多元MCN生态、引领潮流文化的三大战略方向发力，实现打造“女生最爱的潮流短视频社区”的战略目标。



助推潮流文化发展，短视频的传播效应不断放大

短视频
助推
潮流文化



以新功能和强运营拓展群众基础

舞蹈成为短视频平台追逐年轻用户的新内容板块，相继推出的舞蹈拍摄功能降低了用户表演门槛，引导用户积极创造内容，实现用户基础的扩展和用户下沉，同时也通过密集运营推广让有才能、才艺的用户有了更易被发现、认可的机会。



随着短视频内容数量和质量的攀升，除了搞笑、娱乐等之外的垂直内容板块也正在快速成长，尤其是以年轻用户为主题的嘻哈、潮流文化。

而短视频本身结合了内容属性与社交属性，以独特的交互内容特点和极具时代特征的传播优势形成了强大的传播力与生命力，成为全面移动化、视频化、碎片化的内容消费时代年轻潮流文化的孵化器和放大器，让其快速深入的融入主流文化，并助力主流文化的多元化发展壮大。



提供优质内容的多重上升通路

- ✓ 秒拍自制《秒星人》节目、抖音举办“iDOU抖音之夜”线下活动等都是平台利用自身资源帮助头部内容创作者提供了更集中的内容曝光与粉丝互动机会；
- ✓ 火山小视频与《我要上春晚》、快手与《明日之子》等短视频平台与传统媒体渠道的合作，联合更为主流的上升通路，使得优质内容创作者影响力范围扩大，在更广泛的用户群体中传播前卫、潮流的短视频文化；
- ✓ 短视频平台除了与MCN有深度合作之外，目前秒拍、快手等都已成立了各自的艺人经纪部门，签约挖掘、培养、管理有发展潜力的短视频创作者，利用流量和平台优势直接参与到造星环节，挖掘粉丝经济时代的更多商机。

线上节目
线下活动

传统主流媒体
渠道合作

成立网红艺人
经纪部门

短视频进一步加深在泛内容领域渗透融合，引领行业变革

- 短视频因其高度灵活性和易传播性成为各领域生态布局不可忽视的环节之一，各大平台的资源也在向短视频板块倾斜，并不断汇聚优势与竞争对手拉开差距。
- 长视频平台发展短视频内容，不仅将短视频作为内容补充，更是在信息流广告等变现方式上的充分扩展；短视频与直播的结合使得用户在内容体验上形成互补，也是在用户互动、内容沉淀、传播效果方面的扩展和延伸；与图文音乐类型的结合更是丰富内容表达形式，体现信息内容的科技价值、娱乐价值，提升用户内容体验，优化平台服务品质。

短视频+长视频

- 10月25日，优酷在秋集发布会上推出新资讯产品矩阵，与国内主流媒体共同研发资讯新形态。优酷全网首推竖屏资讯，产品矩阵包括以“辣报”为核心品牌的短视频场景资讯。
- 搜狐视频移动端上线“发现”频道，为短视频内容提供专门的分发渠道。



短视频+直播

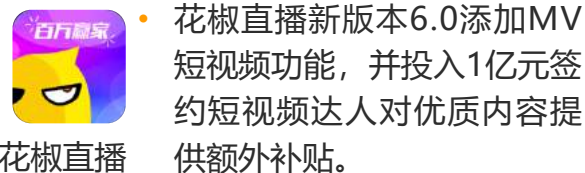
生态内短视频与直播产品布局



短视频APP内直播功能插入



直播APP内短视频功能插入



- 花椒直播新版本6.0添加MV短视频功能，并投入1亿元签约短视频达人对优质内容提供额外补贴。

短视频+百科资讯

- 百度百科推出VR旅游短视频栏目《秒懂全视界》，为用户提供亲临现场的观看真实感，近距离欣赏异国魅力风光。同时，用户互动以增加短视频趣味性。



短视频+音乐

- 11月1日，虾米音乐在其6.6.2版本中新增短视频频道，发布视频支持添加背景音乐。

短视频是互联网内容重要单元，巨头的生态建设绕不开短视频

- 短视频的行业穿透力不断凸显，承载了用户在新的内容形态升级时代的连接需求。作为互联网新涌现的内容基础形态之一，更具视觉化、感官化元素的短视频在互联网巨头在生态布局中充当重要角色。因此，围绕着短视频展开的内容布局、文娱基础设施建设等都将作为巨头比拼的考量之一。



- 11月16日，百度副总裁沈抖在2017百度世界大会正式发布全新短视频App——好看视频；
- 12月23日，百度新上线了短视频平台Nani小视频v1.0.0版本。
- 百度在本季度连发两款短视频也显示了短视频领域的发展仍可期。



- 12月1日，阿里达摩院发布鲸观全链路数字版权服务平台，将实现短视频内容的智能推荐；
- 12月15日，在2017新网商峰会上，阿里巴巴推出淘宝短视频变现神器GO嗨，为短视频达人从专业的角度达拍摄、制作，消费者的线上购物行为更具真实感。



- 11月8日，腾讯企鹅号宣布将推出“百亿计划”，在流量和变现、投资孵化、线下文创基地等领域全面扶植内容创业者；企鹅号将成为集社交、资讯和短视频于一体的平台，专注服务于图文资讯和短视频领域。





2017年第4季度中国短视频市场用户表现

NO

短视频聚合平台用户规模还有较大增长空间

2017年第4季度短视频综合平台 vs. 短视频聚合平台APP用户数据



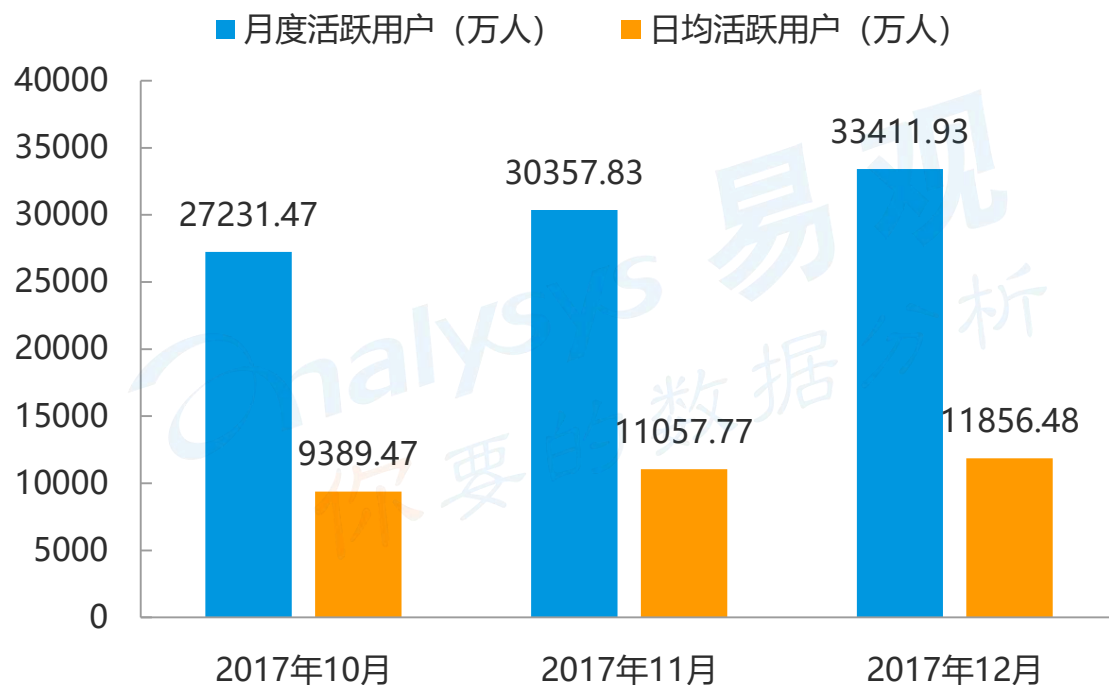
数据来源：Analysys易观·易观千帆·A3

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

短视频领域用户持续增长，内容精准分发能力迎合用户需求

- 短视频综合平台与短视频聚合平台用户规模在本季度都呈增长态势，短视频聚合平台用户规模在12月突破1亿，短视频综合平台用户规模更是早在11月便突破3亿。得益于内容生态建设，短视频综合平台的用户规模进一步扩大。短视频聚合平台在本季度表现亮眼，在短视频内容呈指数级爆发的趋势下，精准的内容推荐与分发显得尤为重要，用户既能观看不同类型的优质内容，同时也降低了用户在寻找偏好的优质内容过程中的时间成本。

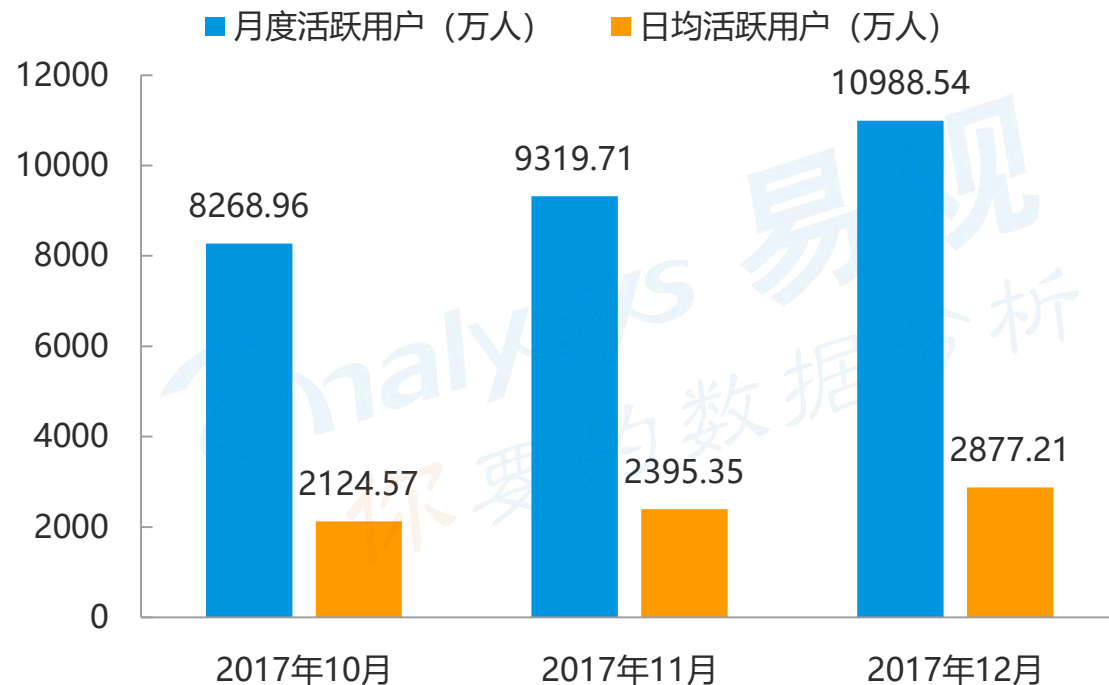
2017年10-12月中国短视频综合平台用户规模



© Analysys 易观 · 易观千帆 · A3

www.analysys.cn

2017年10-12月中国短视频聚合平台用户规模



Analysys 易观 · 易观千帆 · A3

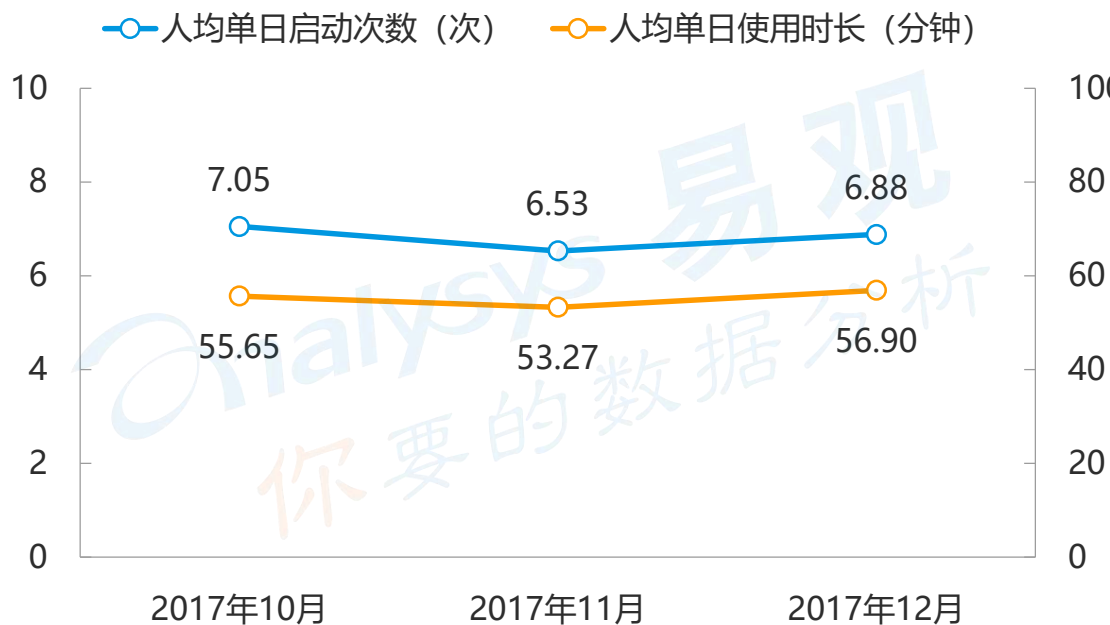
www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

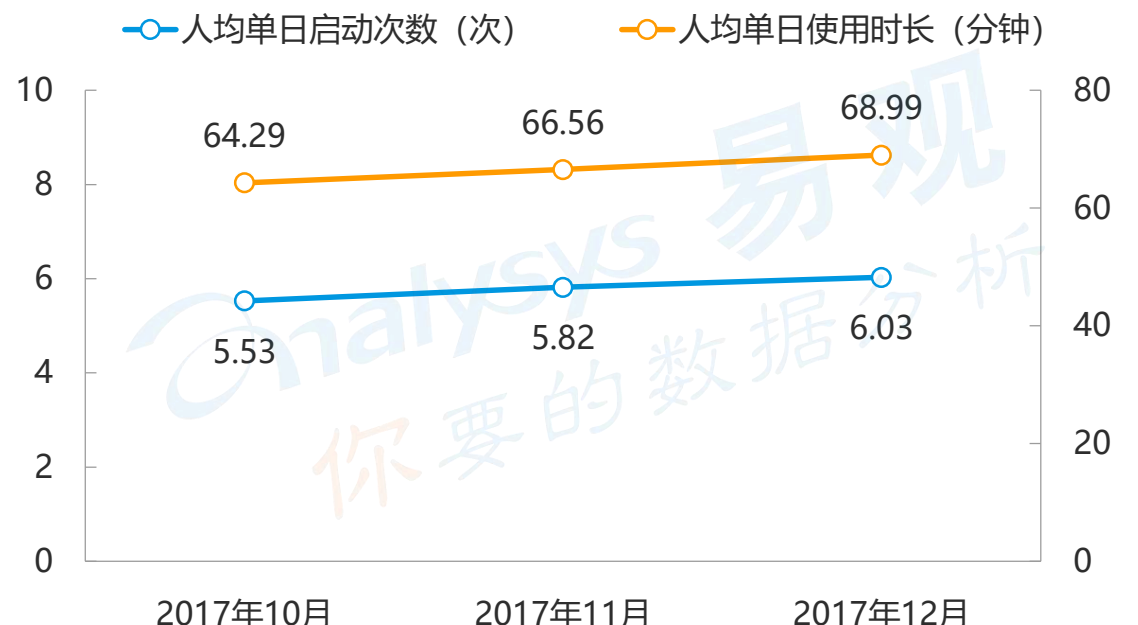
短视频聚合平台用户粘性提升明显，内容仍是用户关注重点之一

- 本季度短视频综合平台的人均单日启动次数和使用时长在11月处于低点，而短视频聚合平台人均使用情况呈较好发展态势。短视频综合平台的内容战略不断在强化，因此内容存量较大，也正因为如此短视频综合平台的内容生产稍有放缓可能导致用户行为的波动。除了内容生态的建设，新技术与内容的创新结合也有助于用户粘性的提高。
- 在短视频聚合平台方面，内容的精准推荐与分发在提升产品使用体验方面至关重要，因此用户人均单日数据方面有不错的表现。根据用户观看短视频内容的标签又可描绘精准的用户画像，在广告主营销方案的解决等商业化变现层面有更大发挥空间。

2017年10-12月中国短视频综合平台人均使用情况



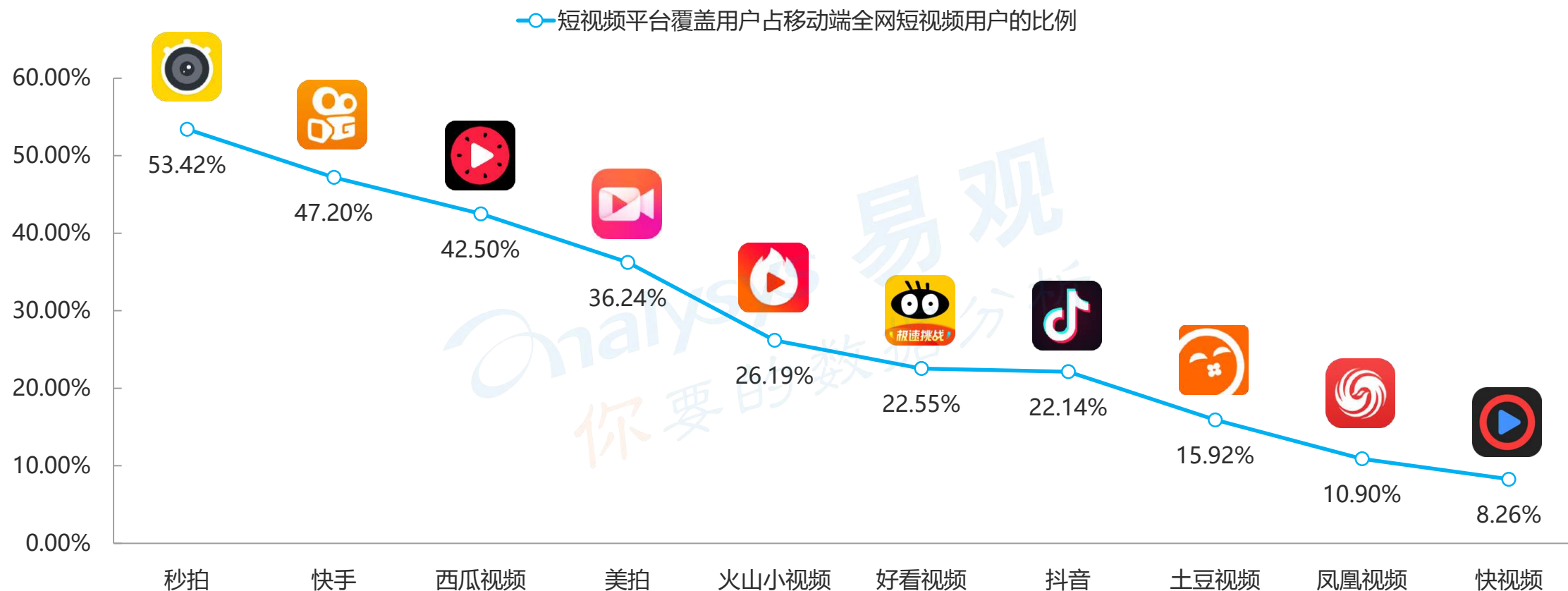
2017年10-12月中国短视频聚合平台人均使用情况



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

秒拍保持领先，好看视频、火山小视频、抖音渗透率增长突出

2017年第4季度移动全网短视频平台用户渗透率TOP10



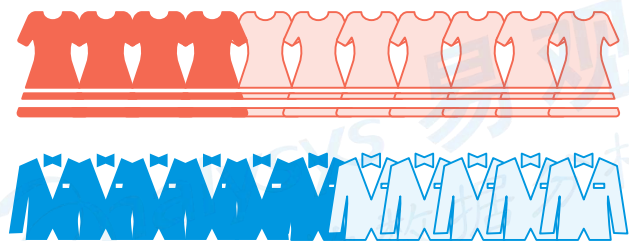
指标说明：移动全网短视频平台用户渗透率是指通过目标短视频平台站内及站外分享链接播放所覆盖用户数占移动端全网短视频用户数的比例。

数据来源：以易观千帆数据为基础，依据易观自有数据分析模型进行各平台及全网覆盖用户数、渗透率测算

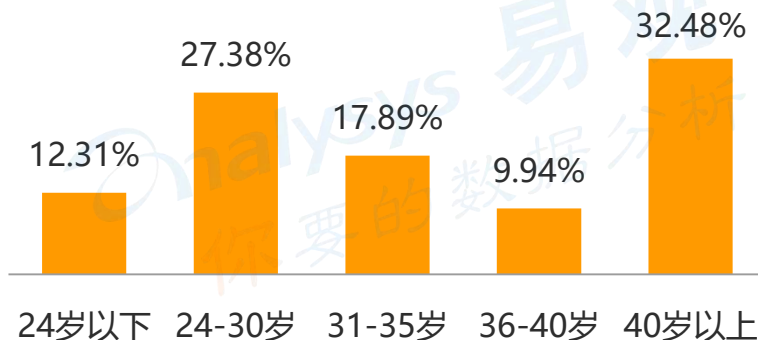
短视频领域用户多分布沿海省份及城市，消费潜力有待深入挖掘

2017年12月移动短视频用户属性分布

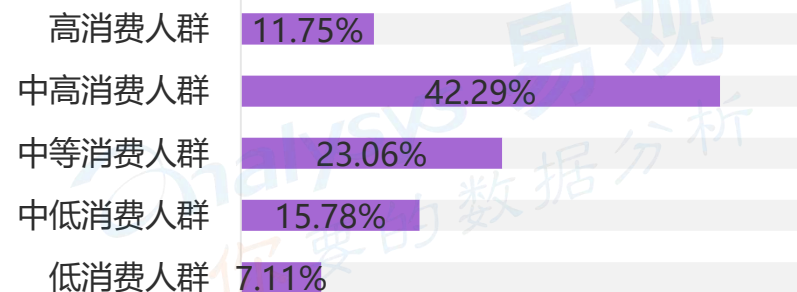
性别分布



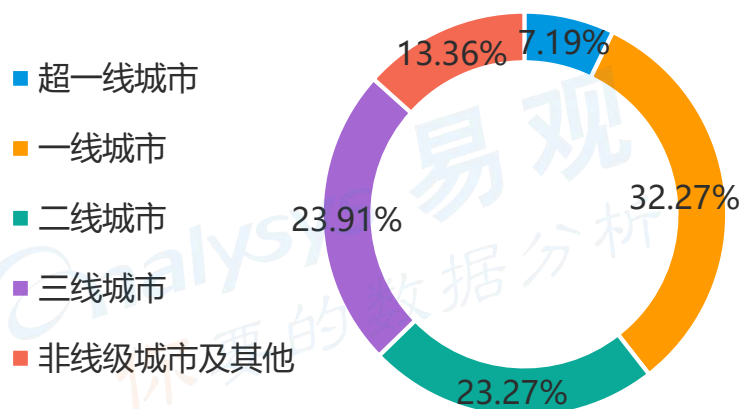
年龄分布



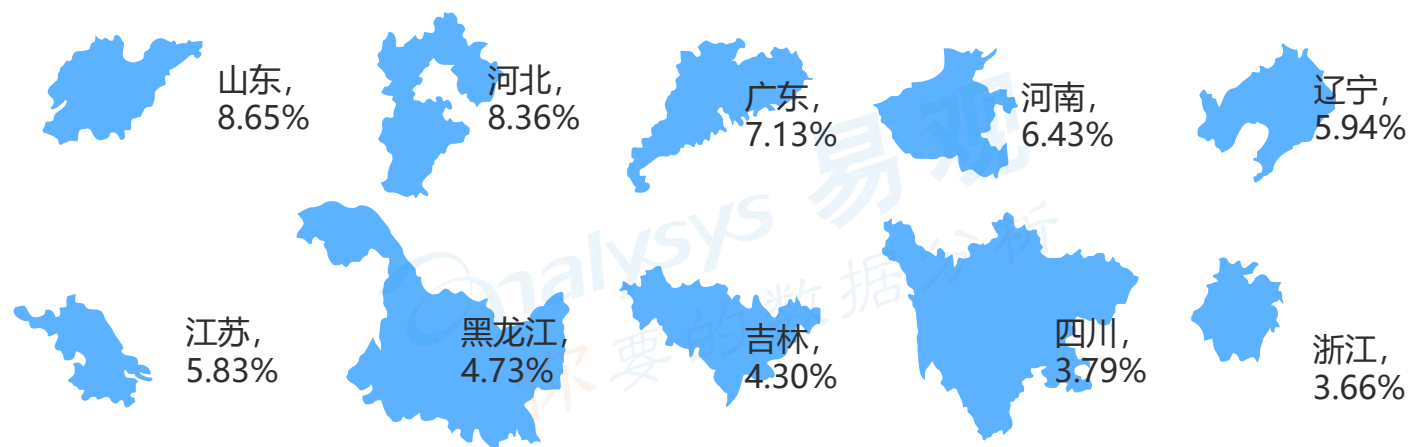
消费能力分布



地域分布



用户覆盖率TOP 10省份



数据来源：易观万像

数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观万像基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



2017年第4季度中国短视频市场典型厂商动态

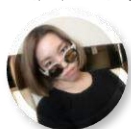
NIO

秒拍发力资源整合与内容创新，引领行业持续进阶

- 内容是短视频平台发展的基础，秒拍持续扶持丰富而优质的原创视频力量，激励优质内容创作，提升平台内容的多元化程度。
- 在渠道价值方面，得益于短视频这种内容形态本身的传播效力与互动能力，以及秒拍在全网短视频用户中突出的覆盖能力和分发水平，加之内容资源和智能算法分发的双向优化，实现渠道价值的有效提升。
- 在短视频+公益方面，秒拍基于平台巨大的用户资源，以及在娱乐资源与内容资源方面的领先优势，以内容创新精神作为内核引领，以新媒介、新形势不断开拓公益领域新疆界。实现用户、明星、内容各方的有效连接引领短视频领域的持续进阶。

夯实内容基础

- 创作者扶持升级：自2016年推出创作者平台，秒拍持续扶持视频内容生产者发展，近期更是升级新版本，包括流量分成比例增加4成；在扶持原创作者方面上线视频消重功能，重复视频不再获得分发；服务创作者方面新增视频诊断功能，更方便创作者运营内容。
- 海外创作者引入：2017年第4季度秒拍更是拓展国际化内容版图，吸引日本网红山下智博、英国网红拂森坊、韩国东东、老美王霸胆等外国PGC/PUGC用户入驻，致力于打造国际范儿的短视频平台。



渠道价值提升

- 2017年9月底，在上海举办的“微博·电视影响力盛典”，秒拍凭借在台网联动中庞大的内容资源及强大的内容运营能力与话题制造力，获得了“最具影响力短视频平台”大奖。
- 2017年12月29日，秒拍平台自制的明星访谈综艺节目《秒星人》站内播放量破亿。自2017年5月开播以来，《秒星人》已经访谈了超过44组大牌明星艺人，通过优质的内容策划和强化的资源渠道，为明星提供全网最大程度的传播曝光，也为粉丝与艺人增加真实好玩的互动机会。



传递公益正能量

- 2017年10月27日，秒拍邀请众多明星，携手北京领养日发起#给TA一个家#流浪动物冬季关爱行动，邀请明星号召大家利用旧物改造帮助流浪动物安家。截止11月27日，活动共邀请明星大咖超过50人，播放量总计4600万，微博话题阅读量突破1.2亿。
- 十九大期间，秒拍推出的“喜迎十九大，砥砺奋进的5年”专题获得“中国共产党第十九次全国代表大会网络报道优秀设计奖”。秒拍调动全网资源，并根据平台用户习惯及网民特点进行内容板块编排及全网分发，十九大期间此专题短视频累计播放量超过6.9亿次。



快手着力打造独特品牌内核，不断发挥平台价值

- 快手作为典型短视频平台之一，经过长时间的内容沉淀已经形成独特的品牌内涵。快手发挥自身价值，提供更多自我表达的机会为实现梦想赋能，在践行公益的路上不断前行。快手与传统主流媒体的合作关系进一步深化，开启了短视频平台与综艺内容更深度结合的新格局。这一系列动作不仅是平台内容的进一步升华，在提高品牌声量时也在品牌宣传层面形成体系。

品牌推广

- 11月25日起，快手正式成为《快乐大本营》首席合作伙伴。另外还在节目中特别设置与快手内容高度契合的节目板块，为用户呈现更多精彩内容。
- 国家语言资源监测与研究中心发布“2017年度十大网络用语”，其中“皮皮虾，我们走”和“扎心了，老铁”两大热词均出快手，内容影响力可见一斑。

内容影响力

践行公益

- 11月6日，快手移动图书馆第4站落户浙江衢州张家埠小学，这正是#快手的500个家乡#品牌活动的第6站公益项目。
- 12月3日举办的2017腾讯视频星光大赏，快手科技首席内容官曾光明为《明日之子》团队颁发“年度网综”大奖，亮相此次颁奖礼的钟易轩作为由快手选送进而登上《明日之子》舞台并收获超高人气的选手之一。

造星平台

内容变现的进一步探索，西瓜视频初步建立完整短视频营销闭环

- 西瓜视频坚持内容建设，同时发力品牌推广与内容商业化，短视频平台建设形成体系。西瓜视频不断深耕短视频内容合作方式，寻找PGC与IP内容之间的最佳结合点，实现内容与流量实现商业价值的落地，也初步建立起完整的短视频营销闭环。

内容建设

- 为了帮助内容生产者产出优质内容，西瓜视频在11月上线免费的短视频线上教学课程——进击课堂；
- 12月17日，在今日头条举办的“我是头条·2017今日头条年度盛典”上，郭德纲宣布与西瓜视频共同推出由双方联合制作、西瓜视频独立出品的短视频脱口秀节目《一郭汇》，开启了国内短视频平台首次试水内容出品的先河。



品牌推广

- 西瓜视频联合陈翔拍摄一支短片，并在口碑慢综艺《亲爱的客栈》节目中播出；在12月22日《天天向上》节目中，主持人王一博及演员关晓彤向瑞士嘉宾介绍西瓜视频。
- 电视综艺具备受众面广的特点，西瓜视频结合节目内容展现平台内容优势和产品特性，放大品牌宣传效果。



内容商业化

- 11月25日，在西瓜PLAY视频嘉年华上西瓜视频宣布推出【3+1】视频变现计划，帮助平台创业者解决短视频创作的分成、边看边买、直播。同时推出「西瓜出品Xigua Original」计划，投入20亿元作为联合出品基金，鼓励高质量短视频内容创作，合力开展营销合作。



美拍紧贴平台用户需求，深耕年轻流行文化传达品牌理念

- 美拍在影视宣发、产品功能、品牌营销三个维度紧贴用户群体，围绕女性需求偏好推出短视频内容以及优化产品使用体验。美拍也在向大众传达年轻的品牌理念，深耕年轻流行文化，发掘更多内容价值。

影视宣发

品牌推广

产品功能

- 12月11日，黄晓明通过美拍直播与用户互动，并与用户交流《琅琊榜之风起长林》发布会趣事；
- 12月19日，电影《妖猫传》三位主创黄轩、刘昊然、欧豪一同通过美拍直播与38万美拍用户热聊电影幕后拍摄花絮。
- 这样的方式不仅为影视提供宣发平台，同时也提高了美拍平台用户粘性。



- 12月23日、24日，美拍联合哈罗单车“一骑麋鹿舞”线下Party在上海、南京、厦门、杭州、武汉、长沙六座城市开展，美拍达人陈靖川、饭饭、娟儿等亲临现场。此次合作美拍“一骑麋鹿舞”视频话题播放总量超过5000万次，参与人数超过2万人，单条热门视频的点赞数达到数万次，六城线下活动，吸引了大量用户参与。



- 12月23日美拍正式上线国内首款供用户边看边学的线上舞蹈跟拍功能——舞蹈跟拍器，深度解决用户跟随舞蹈达人学习难度大的痛点，降低舞蹈的学习门槛和时间成本。



中腰部厂商夯实行业基础，短视频市场空间还在不断扩大

- 随着短视频市场成熟度的不断提升，厂商竞争走向新的、更加激烈的阶段，其中具备先发优势和资源积累的头部厂商主导者短视频领域主要发展方向，另一方面中腰部厂商通过对用户和市场场景的细分定位与头部短视频平台形成错位发展，收获弯道超车机会。
- 例如今日头条旗下的抖音短视频，作为2016年下半年才正式上线的短视频应用，抖音背靠今日头条的技术优势，将15秒音乐短视频社区作为核心定位，通过站内话题挑战、线上线下活动等激发用户短视频创作热情，通过与若干热门综艺的深度合作扩散抖音在年轻用户中的品牌影响力，整体用户规模在2017年快速爆发。
- 同时全面喷发的短视频平台市场也出现了一定的同质化现象，很可能导致短视频行业的恶性竞争甚至透支行业生命力。因此，超越思维定式的创造性思维和洞察力推进平台差异化建设对于短视频厂商十分必要。



新应用上线



- 好看视频**2017年11月上线，是基于百度人工智能技术的个性化精准分发短视频平台。同时，手机百度上的短视频内容流均附上好看视频LOGO。



- 2017年11月，**360快视频**上线发布会，产品SLOGAN定为“超短超有料 质在一分钟”。在产品功能上还推出超短视频快速播放、快速预览功能。



- 2017年11月，**微视**3.3.1版本上线，并在随后上线了多个迭代版本新增炫酷特效、分段裁剪、神器挂件、视频拼接等多种功能。



资本动态



- 梨视频**完成1.67亿元Pre A轮融资，由人民网旗下战略基金入股



- 人人视频**完成B+轮融资，由辰海资本领投，百度战略投资



- 快美妆**完成6000万元B轮融资，由华映资本中国、前海母基金领投



- Musical.ly**被今日头条全资收购，交易总价近10亿美元



- 核桃live**完成数千万元A轮融资，由光控众盈字本领投



- 花卷**获4000万美元B轮投资，由创新工场领投



功能完善



- 2017年11月，**抖音**新版本上线直播功能；
- 2017年12月，**抖音**依靠今日头条“人体关键点检测技术”支持，上线新功能-尬舞机。



- 2017年11月，**看了吗视频**宣布正式开放媒体平台入驻，打造短视频内容联盟。三个月的内测阶段已有3000+优质短视频作者入驻看了吗媒体平台。



- 2017年12月，**Musical.ly**宣布将投资5000万美元成立创作者基金。



下阶段中国短视频市场趋势展望

NO

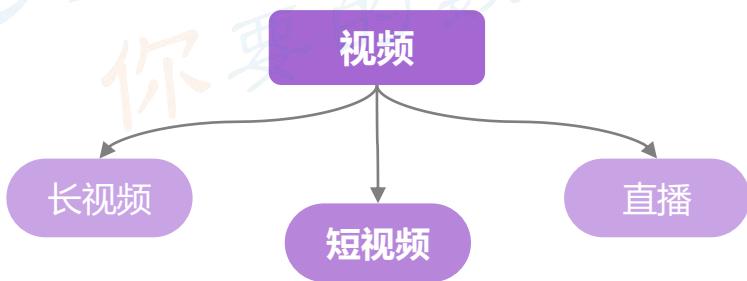
短视频作为基础内容形态影响更多产业环节变革

短视频不止于短视频

短视频的重要性和价值在于其不仅是一种新的产品应用平台，作为现阶段用户普及度不断提升的新型内容形态，在互联网内容化趋势大潮下，将引发更多互联网领域环节产生重要变革



内容形态在技术支持下的升级迭代



兼具移动化、碎片化、用户深度参与的特征和优势

对创作者/对普通用户的影响

- UGC、PUGC、PGC短视频将共同打开优质原创内容市场。由短视频这种新型内容形态带来的新一轮掘金潮也会向泛内容市场传导，助力质量、数量并重、秩序更有序的互联网内容产业成型；

对应用平台的影响

- 短视频作为新的社交内容介质，逐步将原有的图文静态社交模式升级到更动态、更同步、更具感官享受的短视频时代，为不同代际、圈层的用户提供了相互了解、连接的渠道，促进更去中心化、扁平化的社会化网络形成；
- 互联网下半场内容的流量入口地位提升，非内容平台纷纷开始调整内容战略，以期培育新的流量获取能力，而现阶段快速爆发的短视频正好给了这些平台充实内容生态、布局流量入口的机会，平台之间的竞争空前激烈；

对商业模式的影响

- 短视频的发展吸引更多广告预算投向信息流视频广告、原生视频广告等，广告与内容的界限更加模糊，视频广告将朝着更具温度、调动用户深层需求的方面发展，视频的短化将帮助广告主在占领用户心智和注意力上更近一程；
- 短视频创作者与MCN等内容提供方集创意思路、制片筹备、内容制作、传播分发为一体的全案营销能力完善增强将加速内容营销市场的去中介化，一定程度上将成为广告代理公司的补充和替代，影响互联网营销产业链环节分工。

数据分析驱动业务升级

■ 易观千帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用