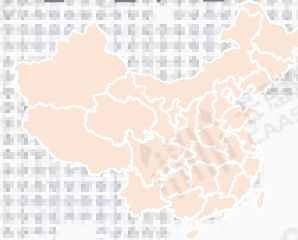


# 抖音下沉市场解析

By卡思数据 2019年8月



- 与短视频整体的用户表现相比，抖音二线城市用户占比稍高一点，但下沉市场总体占比同样过半，下沉明显。
- 与一二线城市用户相比，抖音下沉市场的男性及 30+ 的熟龄的用户明显更多。用户关注的内容更加多元而分散，小姐姐、搞笑等强势类别的优势远不及一二线巨大，而明星、美食、影视娱乐、社科军工等细分类别内容，在下沉市场潜力很大。
- 一线城市用户时间相对稀缺，四线及以下城市人数众多但参与度相对固定，想要提升粉丝质量，运营好二三线城市的用户至关重要。
- 生产内容的“达人”们基本都出自一二线城市，下沉市场的比例仅有 1/4。与绝大多数处在下沉市场的用户生活环境的不同，极易造成内容的定位偏差，准确Get到用户关注点存在困难。

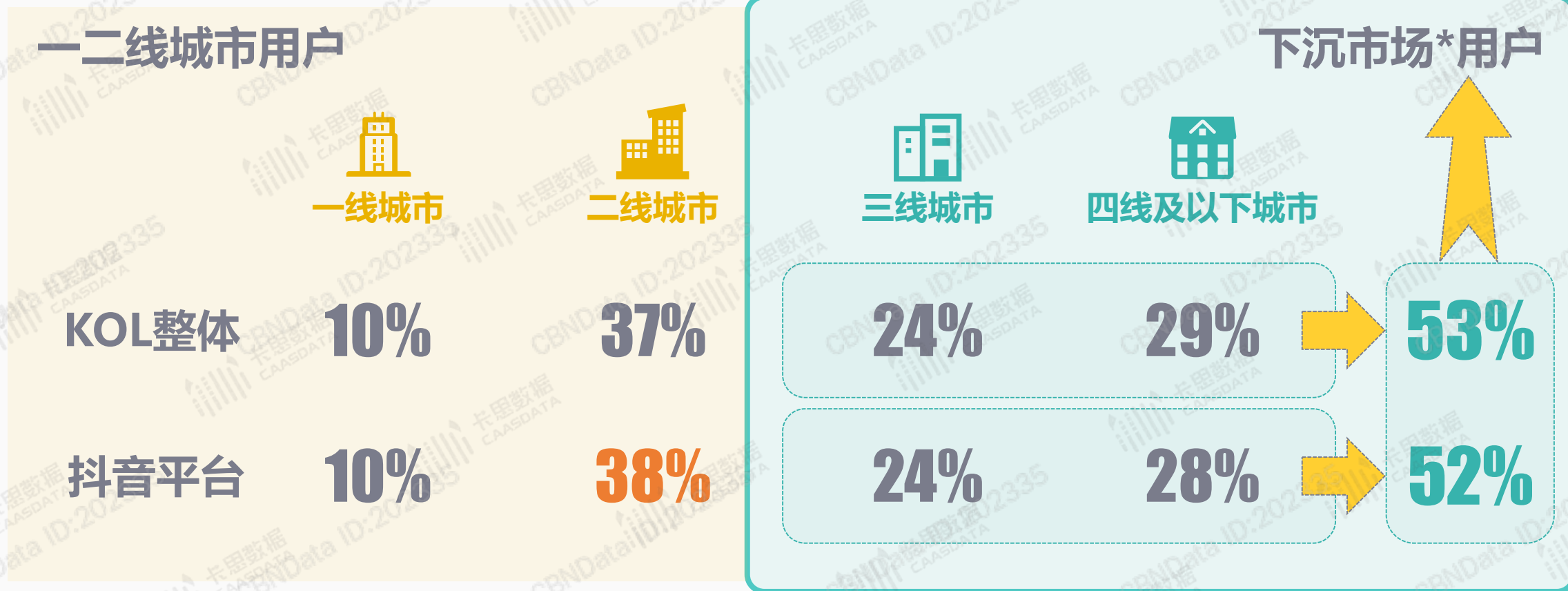
1

# 短视频下沉态势

下沉有几何?

# 短视频行业整体态势下沉明显

- 短视频整体行业的用户中，二线城市占比接近 4 成，但下沉市场总体占比过半，下沉明显。
- 抖音平台中，二线城市的用户占比稍偏高一点，下沉的态势同样明显。



注：下沉市场，即三线、四线及以下城市的用户群体。后同。

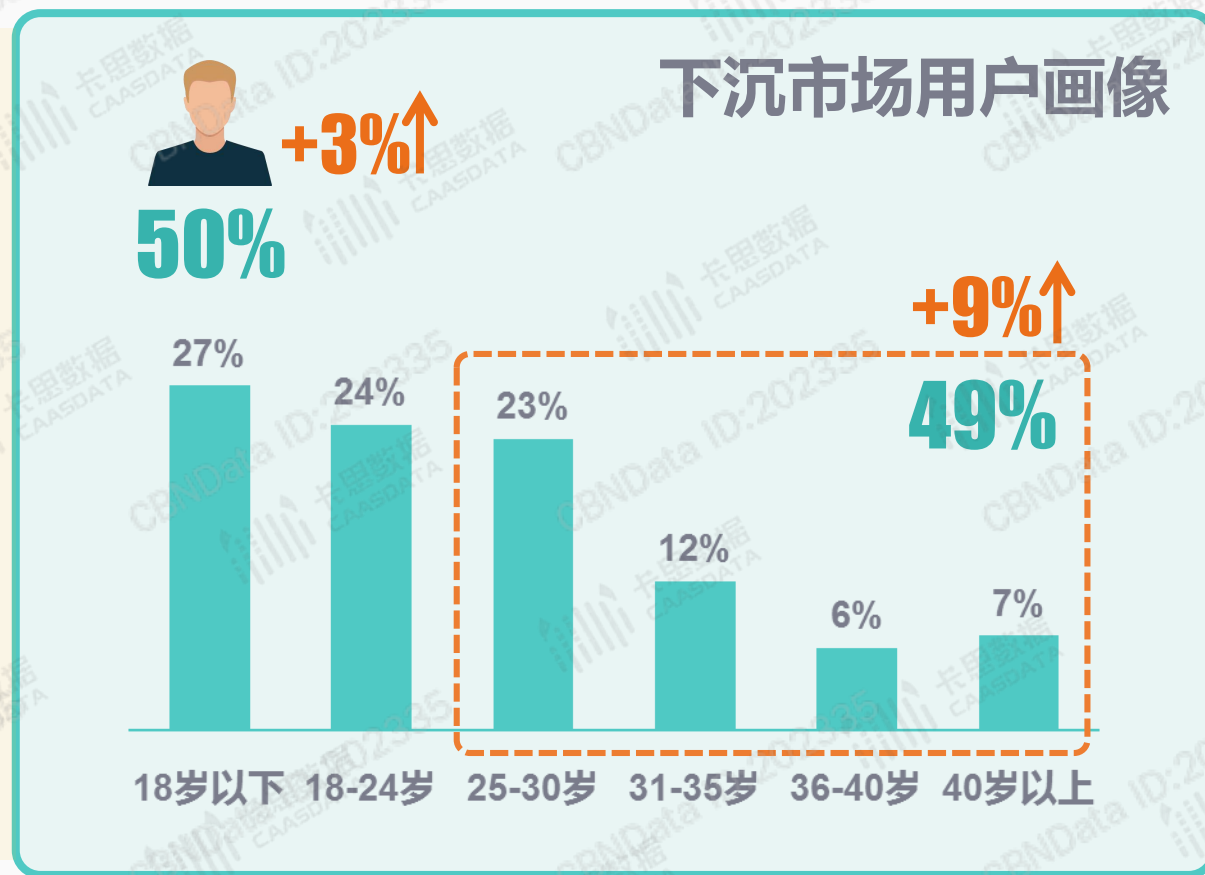
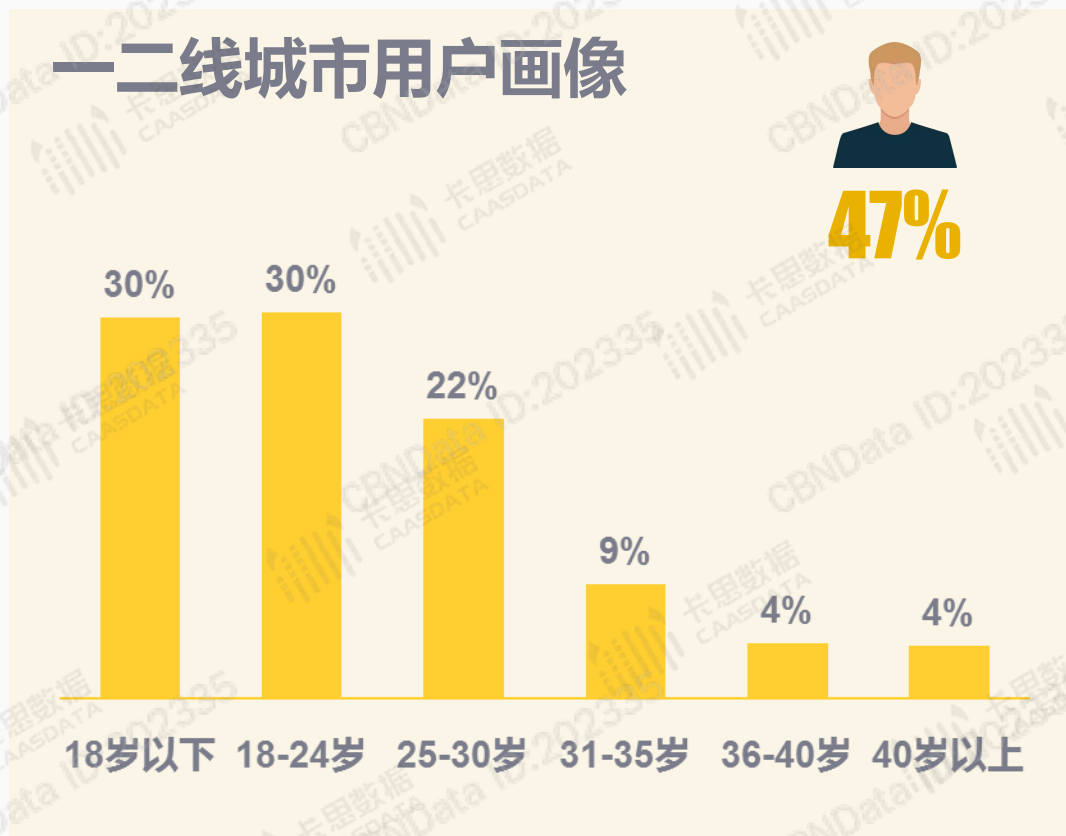


2

# 抖音平台下沉市场

➤ 用户在哪里?

- 下沉市场中，男女用户比例基本相同，而一二线城市女性相比男性偏高 7 个百分点。
- 下沉市场中，25岁以下的人群占比 51%，比一线城市偏低 9 个百分点，30岁以上的熟龄用户明显更多。



# 下沉市场对于内容的关注更加多元而分散

- 下沉市场关注的内容更加多元而分散，强势类别的优势不及一二线城市巨大。
- 下沉市场对于政府机构的“政务号”比媒体机构的“媒体号”关注度要高，而一二线城市则刚好相反。

## 不同城市用户内容偏好

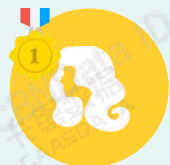
### 关注最多的分类TOP5

- 小姐姐的关注度遥遥领先，且TOP5的分类远超其他内容，但下沉市场TOP5分类的领先幅度都不及一二线城市明显。

### 关注最少的分类TOP3

- 垂直内容关注人群相对偏小，母婴、汽车、科技、旅游四个类别在各线城市的关注度基本都垫底。

#### 一二线城市



小姐姐



搞笑



小哥哥



生活休闲



音乐舞蹈



母婴



汽车



旅游

#### 下沉市场



小姐姐



生活休闲



搞笑



音乐舞蹈



小哥哥



母婴



汽车



科技

# 下沉市场用户在细分类别上潜力很大

- 下沉市场和一二线城市，用户关注度最高的内容虽然都是小姐姐、搞笑等类别，但是这些强势内容在下沉市场的优势明显比一二线城市要偏弱一些。
- 明星、美食、影视娱乐、社科军工等细分类别内容，在下沉市场潜力很大。

## 一二线城市用户内容偏好



## 下沉市场用户内容偏好





- 下沉市场的用户，更关注高粉丝“大号”，关注的红人粉丝数比一二线平均高出 14%，即行业头部对于下沉城市影响更大。尤其是游戏、小姐姐、舞蹈、创意类内容。而运动健身、手工手绘等类别，此效应并不明显。
- 特别的，四线以下城市对于 30-50w 的红人关注度也很高，可能和地域性存在一定关系。

## 不同城市用户关注的红人粉丝数量

粉丝数量TGI指标\*

300w+

三线城市  
105

四线及以下城市  
108

30-50w

一线城市  
152

四线及以下城市  
213

### 行业头部对下沉市场用户影响最多的分类



游戏



小姐姐



舞蹈



创意

### 行业头部对下沉市场用户影响最少的分类



运动健身



手工手绘



注：TGI指标，代表该类用户相对KOL整体用户的偏好程度，指标超过 100 代表偏好程度高于整体用户水平。后同。

## 二、三线城市用户对提升粉丝质量至关重要

- 粉丝质量表征红人粉丝的价值，想要提升这个指标，运营好二三线城市用户至关重要，他们无感不接受的内容，这个指标很难提升。
- 一线城市人群时间稀缺，四线及以下城市人数众多但参与度相对固定，对于红人提升“优质度”的帮助有限。

### 不同城市用户关注的红人粉丝质量

粉丝质量TGI指标\*

90+

  
二线城市  
116

  
三线城市  
116

80-90

  
三线城市  
106

  
四线及以下城市  
105

### 不同城市用户关注的红人平均粉丝质量

  
一线城市  
59

  
二线城市  
60

  
三线城市  
60

  
四线及以下城市  
60

3

# 抖音平台下沉市场

➤ 达人何处来？

- 和绝大多数的用户都在下沉市场不同，生产内容的“达人”们基本都出自发达省份的一二线城市，下沉市场的比例仅有 1/4。
- 用户和达人生活环境的不同，极易造成内容的定位偏差，准确Get到用户关注点存在困难。

## 抖音平台达人地域分布



一线城市  
31%



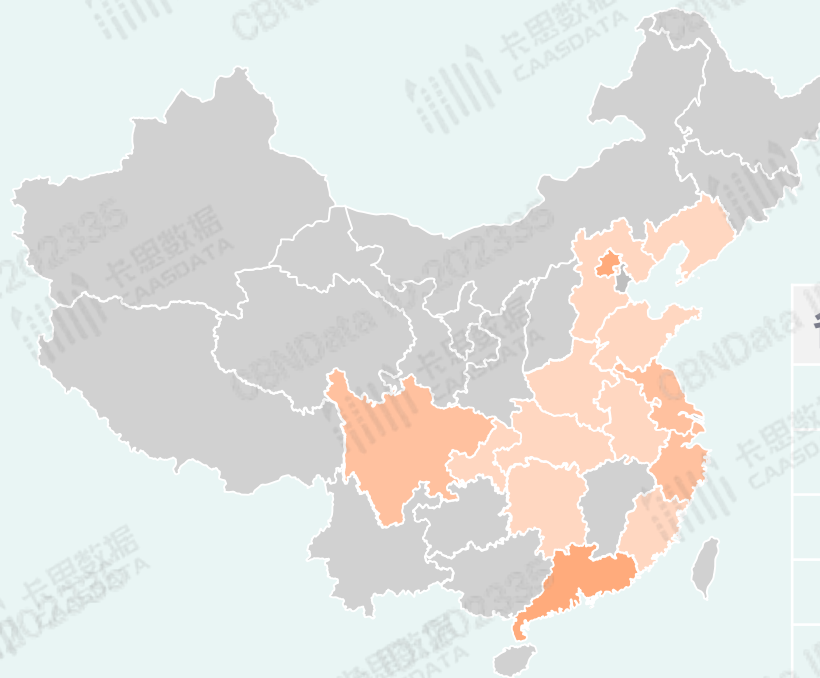
二线城市  
44%



三线城市  
12%



四线及以下城市  
13%



省份TOP5	占比
广东	14%
北京	10%
浙江	8%
江苏	6%
四川	6%



# 下沉市场是“增粉”的关键

- 下沉城市的“达人”中，男性占比稍微更多，25-35岁的中坚占比也稍大。
- 坐标位于北上广深的“达人”，占比超过3成，坐拥最好的资源，但对于下沉城市的理解恐怕最远，TA们的内容是否能被下沉城市的TA们喜欢，可能是“达人”们增粉的关键。

## 一二线城市达人画像

男性占比：43%

25-35岁：37%

城市TOP3



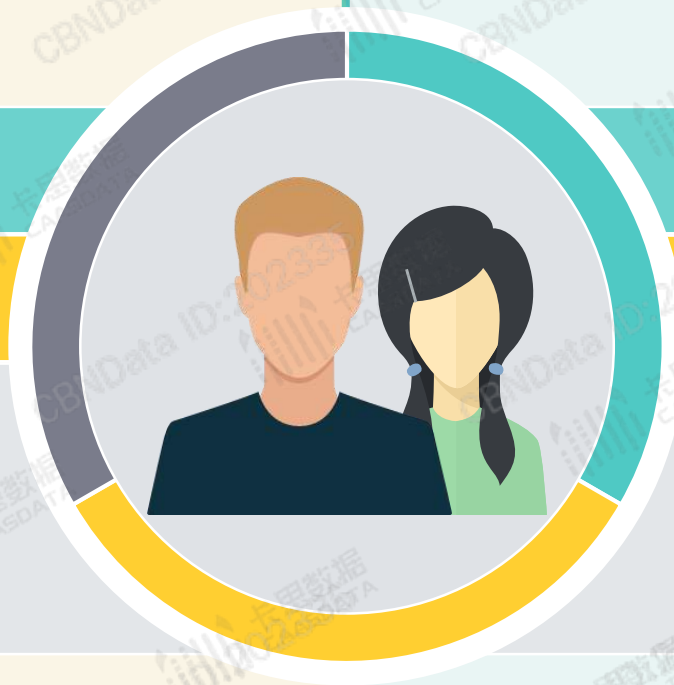
北京



上海



广州



## 下沉市场达人画像

+2%↑ 男性占比：45%

+3%↑ 25-35岁：40%

城市TOP3



临沂



连云港



洛阳

# 四线及以下城市“达人”新鲜感十足

- 坐标位于三四线城市的“达人”，运营能力和资源相对稍弱，在多数与“量”相关的数据上相对欠佳。
- 但请注意，四线及以下城市的“达人”，粉丝质量和集均评论数据表现最好，不同的style带来新鲜的感觉，观看者是极为认可的。

## 不同等级城市达人数据表现

TGI指标\*



4

# 抖音平台下沉市场

➤ 类别有几何?

占比

与整体相比

男性

51%

+4%↑

18-24

35%

+5%↑

一二线城市

50%

+2%↑

**用户画像：**略偏向男性、18-24岁、一二线城市，但和平台总体水平的差异不大。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“小姐姐”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、搞笑、生活休闲三类，不同城市的人群喜好没有任何差异。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲



占比

与整体相比

女性

65%

+11%↑

24岁  
以下

75%

+13%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**明显偏向女性、24岁以下人群，这两项都比平台均值至少高出 11%，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“小哥哥”内容的用户，除了都很喜欢小姐姐外，一二线城市偏重小哥哥和搞笑类，而下沉市场更爱生活休闲和音乐舞蹈。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



小哥哥



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



音乐舞蹈

占比

与整体相比

女性

66%

+13%↑

18岁  
以下

39%

+7%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**明显偏向女性，比平台均值高出 13%，  
同时也比较偏向 18岁以下人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“明星”  
内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、音乐舞蹈、搞  
笑三类，不同城市的人群喜好没有任何差异。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

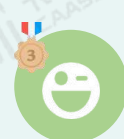
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

占比

与整体相比

女性

73%

+20%↑

18岁  
以下

41%

+9%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**极度偏向女性，比平台均值高出 20%，  
同时也比较偏向 18岁以下人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“萌娃”  
内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、音乐舞蹈、搞  
笑三类，不同城市的人群喜好没有任何差异。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

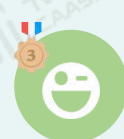
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

女性

67%

+14%↑

18-24

36%

+6%↑

基本持平

—



**用户画像：**明显偏向女性，比平台均值高出至少14%，同时也比较偏向18-24岁人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“夫妻情侣”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者兼爱颜值类的小哥哥，后者偏向影视娱乐。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小哥哥



小姐姐



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



搞笑



影视娱乐



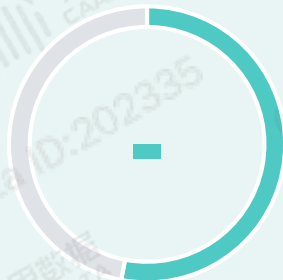
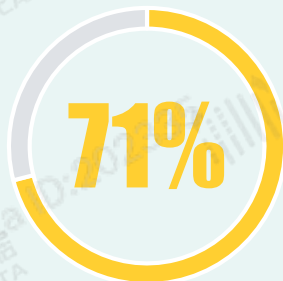
小姐姐



占比

与整体相比

基本持平

24岁  
以下

+9%↑

一二线  
城市

+3%↑

**用户画像：**比较偏向 24岁以下人群，比平台均值高出 9%，同时较倾向于一二线城市，但在性别上和平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“老外”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和音乐而舞蹈两类，不同的是前者也喜欢搞笑，后者则兼爱颜值类的小哥哥。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



音乐舞蹈

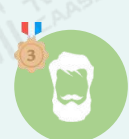
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



小哥哥

占比

与整体相比

女性

57%

+3%↑

18岁  
以下

40%

+8%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**比较偏向 18岁以下人群，比平台均值高出 8%，同时略偏向女性，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“搞笑”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者也喜欢生活休闲，后者则偏向影视娱乐。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲

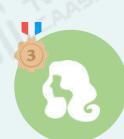
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



搞笑



影视娱乐

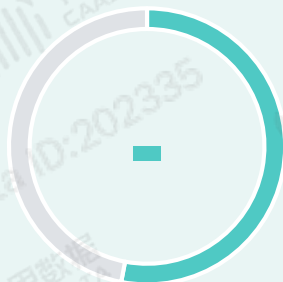


小姐姐

基本持平

占比

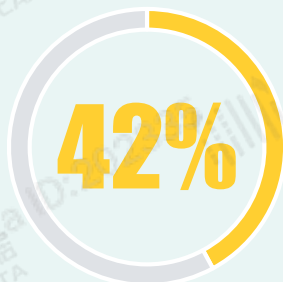
与整体相比



18岁以下

42%

+11%↑



下沉市场

54%

+2%↑



**用户画像：**明显偏向 18岁以下人群，比平台均值高出 11%，同时略偏向下沉市场，但在性别上和平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“剧情”内容的用户，除了都很喜欢搞笑外，一二线城市偏重颜值类的小姐姐、小哥哥，而下沉市场更爱影视娱乐和生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



搞笑



影视娱乐



生活休闲

占比

与整体相比

女性

66%

+13%↑

18岁  
以下

48%

+17%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**明显偏向女性、18岁以下人群，这两项都比平台均值至少高出 13%，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“宠物”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者也喜欢生活休闲，后者则兼爱颜值类的小哥哥。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲

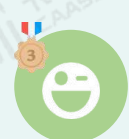
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小哥哥



小姐姐



搞笑



占比

与整体相比

女性

65%

+12%↑

18-24

39%

+9%↑

一二线  
城市

49%

+2%↑

**用户画像：**明显偏向女性、18-24岁人群，这两项比平台均值高出 10%左右，同时略偏向一二线城市。

**内容倾向：**关注“时尚”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢颜值类的小姐姐、小哥哥，不同的是前者也喜欢音乐舞蹈，后者则偏向生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈

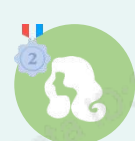


小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

占比

与整体相比

女性

79%

+26%↑

18-24

39%

+9%↑

一二线  
城市

50%

+2%↑

**用户画像：**极度偏向女性，比平台均值高出 26%，同时也比较偏向 18-24岁人群，略偏向一二线城市。

**内容倾向：**关注“美妆”内容的用户，除了都很喜欢小姐姐外，一二线城市偏重搞笑和音乐舞蹈类，而下沉市场更爱小哥哥和明星。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



音乐舞蹈

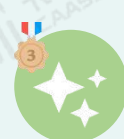
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



小哥哥



明星

占比

与整体相比

女性

64%

+11%↑

25-30

24%

+3%↑

一二线  
城市

52%

+4%↑

**用户画像：**明显偏向女性，比平台均值高出 11%，同时较倾向于一二线城市，略偏向 25-30 岁人群。

**内容倾向：**关注“美食”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和生活休闲两类，不同的是前者兼爱颜值类的小哥哥，后者则偏向音乐舞蹈。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈

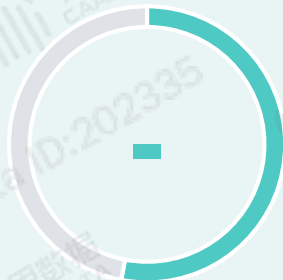


生活休闲

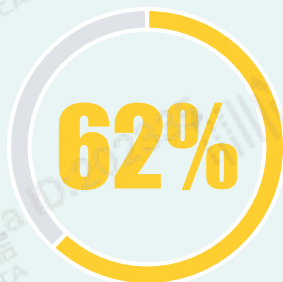
占比

与整体相比

基本持平



18-30



+11%↑

一二线城市



+6%↑

**用户画像：**明显偏向 18-30岁人群，比平台均值高出 11%，同时非常倾向于一二线城市，但在性别上和平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“旅游”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和生活休闲两类，不同的是前者也喜欢美食，后者则兼爱颜值类的小哥哥。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



美食



生活休闲

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



小哥哥



生活休闲



占比

与整体相比

男性

70%

+23%↑

18岁  
以下

53%

+21%↑

下沉  
市场

56%

+4%↑

**用户画像：**极度偏向男性、18岁以下人群，这两项都比平台均值至少高出 21%，同时较倾向于下沉市场。

**内容倾向：**关注“游戏”内容的用户，除了都很喜欢游戏外，一二线城市偏重小姐姐和音乐舞蹈类，而下沉市场更爱小哥哥和搞笑。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



游戏



小姐姐



音乐舞蹈

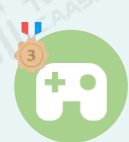
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小哥哥



搞笑



游戏

占比

与整体相比

女性

64%

+10%↑

18岁  
以下

41%

+9%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**明显偏向女性、18岁以下人群，这两项比平台均值高出 10%左右，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“娱乐”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者也喜欢生活休闲，后者则偏向影视娱乐。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲

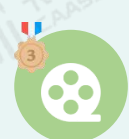
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



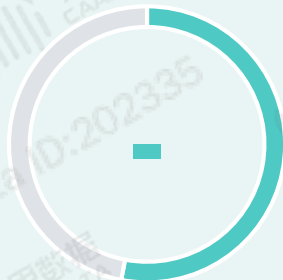
搞笑



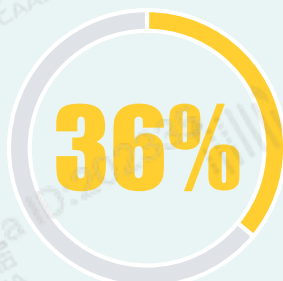
影视娱乐

占比

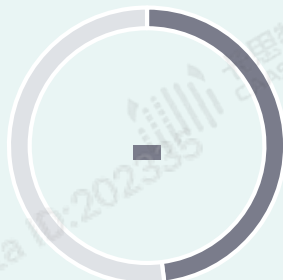
与整体相比

基本  
持平

18-24



+6%↑

基本  
持平

**用户画像：**比较偏向 18-24岁人群，但在性别和城市上 and 平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“音乐”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和音乐舞蹈两类，不同的是前者也喜欢搞笑，后者则偏向生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈

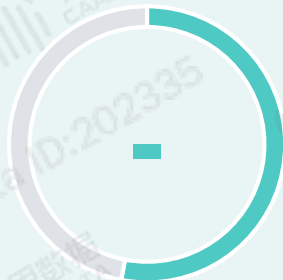


生活休闲

占比

与整体相比

基本持平

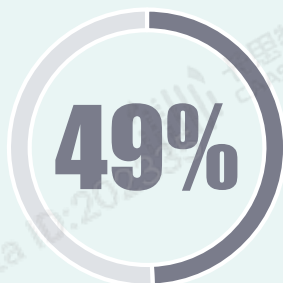


18-24



+4%↑

一二线城市



+2%↑

**用户画像：**略偏向 18-24岁、一二线城市城市，但在性别上和平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“舞蹈”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者也喜欢音乐舞蹈，后者则偏向生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲



占比

与整体相比

女性

77%

+24%↑

25-35

51%

+21%↑

基本持平

—



**用户画像：**极度偏向女性、25-35岁人群，这两项都比平台均值至少高出 21%，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“母婴”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、音乐舞蹈三类，不同城市的人群喜好没有任何差异。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



音乐舞蹈

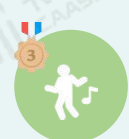
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



音乐舞蹈

占比

与整体相比

男性

58%

+12%↑

18-35

59%

+10%↑

一二线  
城市

51%

+3%↑

**用户画像：**明显偏向男性、18-35岁人群，这两项都比平台均值至少高出 10%，同时较倾向于一二线城市。

**内容倾向：**关注“运动健身”内容的用户，除了都很喜欢小姐姐外，一二线城市偏重小哥哥和搞笑类，而下沉市场更爱生活休闲和社科军工。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小哥哥



小姐姐



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



社科军工

占比

与整体相比

男性

76%

+29%↑

25-35

48%

+19%↑

一二线城市

51%

+3%↑

**用户画像：**极度偏向男性、25-35岁人群，这两项都比平台均值至少高出 19%，同时较倾向一二线城市。

**内容倾向：**关注“汽车”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢颜值类的小姐姐、小哥哥，不同的是前者也喜欢音乐舞蹈，后者则偏向生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



小哥哥

占比

与整体相比

男性

64%

+18%↑

25-35

34%

+5%↑

一二线  
城市

51%

+3%↑

**用户画像：**明显偏向男性，比平台均值高出 18%，同时也比较偏向 25-35 岁人群，及一二线城市。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“科技”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、搞笑、生活休闲三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲

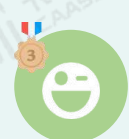
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



搞笑



占比

与整体相比

女性

60%

+7%↑

24岁  
以下

72%

+10%↑

下沉  
市场

54%

+2%↑

**用户画像：**明显偏向 24岁以下人群，比平台均值高出 10%，同时比较偏向女性，略偏向下沉市场。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“情感”内容的用户，都同时非常喜欢生活休闲、小姐姐、搞笑三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



搞笑

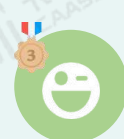
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

占比

与整体相比

女性

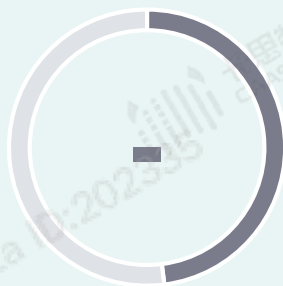
56%

+3%↑

18岁  
以下

43%

+12%↑

基本  
持平

**用户画像：**明显偏向 18岁以下人群，比平台均值高出 12%，同时略偏向女性，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“创意”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和生活休闲两类，不同的是前者也喜欢搞笑，后者则偏向音乐舞蹈。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



音乐舞蹈

占比

与整体相比

女性

74%

+21%↑

18岁  
以下

49%

+17%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**极度偏向女性，比平台均值高出 21%，同时也明显偏向 18岁以下人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“手工手绘”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、搞笑三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



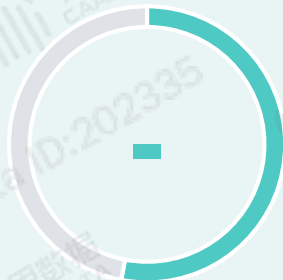
搞笑



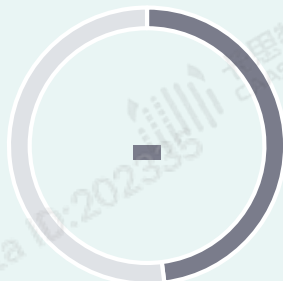
生活休闲

占比

与整体相比

基本  
持平18岁  
以下

+6%↑

基本  
持平

**用户画像：**比较偏向 18岁以下人群，但在性别和城市上 and 平台总体水平没有差异。

**内容倾向：**关注“文字”内容的用户，一二线城市最爱生活休闲，下沉市场最爱看小姐姐，但它们排名二三的都是影视娱乐和搞笑类。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



影视娱乐



搞笑

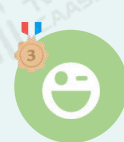
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



影视娱乐



搞笑



占比

与整体相比

女性

65%

+12%↑

18岁  
以下

37%

+6%↑

基本  
持平

—



**用户画像：**明显偏向女性，比平台均值高出 12%，  
同时也比较偏向 18岁以下人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“生活百科”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、小哥哥三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲

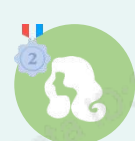


小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

占比

与整体相比

女性

63%

+10%↑

25-35

37%

+7%↑

一二线  
城市

51%

+3%↑

**用户画像：**明显偏向女性，比平台均值高出 10%，  
同时也比较偏向 25-35 岁人群，较倾向一二线城市。

**内容倾向：**关注“教育”内容的用户，一二线和下  
沉市场都喜欢小姐姐和生活休闲两类，不同的是前者  
也喜欢音乐舞蹈，后者则兼爱颜值类的小哥哥。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



音乐舞蹈

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



小哥哥

占比

与整体相比

女性

63%

+9%↑

18-24

39%

+9%↑

一二线城市

50%

+3%↑

**用户画像：**比较偏向女性、18-24岁人群，这两项都比平台均值高出 9%，同时较倾向一二线城市。

**内容倾向：**关注“摄影”内容的用户，除了都很喜欢小姐姐外，一二线城市偏重生活休闲和搞笑类，而下沉市场更爱音乐舞蹈和美食。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



音乐舞蹈



美食

占比

与整体相比

女性

57%

+4%↑

18岁  
以下

52%

+20%↑

下沉  
市场

54%

+2%↑

**用户画像：**极度偏向 18岁以下人群，比平台均值高出 20%，同时略偏向女性，略偏向下沉市场。

**内容倾向：**关注“二次元”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和搞笑两类，不同的是前者兼爱颜值类的小哥哥，后者则偏向生活休闲。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



搞笑



生活休闲



占比

与整体相比

男性

56%

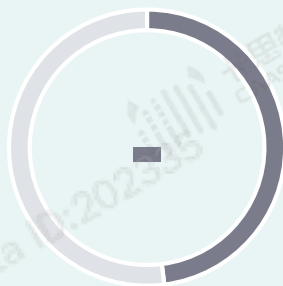
+9%↑

25-35

37%

+7%↑

基本持平



**用户画像：**比较偏向男性，比平台均值高出 9%，同时也比较偏向 25-35 岁人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“文化”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、音乐舞蹈三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



音乐舞蹈

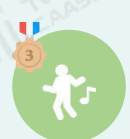
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



音乐舞蹈

占比

与整体相比

男性

56%

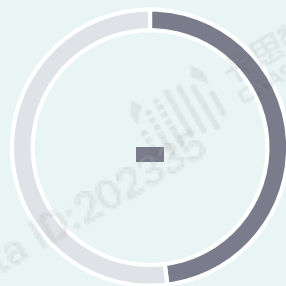
+9%↑

18-30

58%

+7%↑

基本持平



**用户画像：**比较偏向男性，比平台均值高出 9%，同时也比较偏向 18-30 岁人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**关注“影视”内容的用户，一二线和下沉市场都喜欢小姐姐和生活休闲两类，不同的是前者也喜欢搞笑，后者则兼爱颜值类的小哥哥。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

占比

与整体相比

男性

56%

+9%↑

25岁  
以上

50%

+11%↑

下沉  
市场

54%

+2%↑

**用户画像：**明显偏向男性、25岁以上人群，这两项比平台均值高出 10%左右，同时略偏向下沉市场。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“正能量”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、小哥哥三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

占比

与整体相比

男性

54%

+8%↑

18-35

64%

+17%↑

一二线城市

50%

+2%↑

**用户画像：**明显偏向 18-35 岁人群，比平台均值高出 17%，同时也比较偏向男性，略偏向一二线城市。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“金句”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、音乐舞蹈三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲

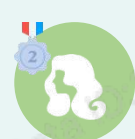


音乐舞蹈

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



音乐舞蹈



占比

与整体相比

男性

62%

+16%↑

25-40

43%

+9%↑

基本持平

—



**用户画像：**明显偏向男性，比平台均值高出 16%，同时也比较偏向 25-40 岁人群，但在城市上没有差异。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“知识资讯”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、搞笑三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



搞笑

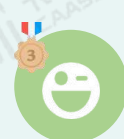
下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



搞笑

占比

与整体相比

女性

62%

+9%↑

18-24

43%

+12%↑

一二线城市

52%

+4%↑

**用户画像：**明显偏向女性、18-24岁人群，这两项比平台均值高出 10%左右，同时较倾向一二线城市。

**内容倾向：**不管一二线还是下沉市场，关注“Vlog”内容的用户，都同时非常喜欢小姐姐、生活休闲、小哥哥三类，虽排序不同但总体差异不大。

一二线城市用户最喜欢的内容TOP3



小姐姐



生活休闲



小哥哥

下沉市场用户最喜欢的内容TOP3



生活休闲



小姐姐



小哥哥

**卡思数据（[www.caasdata.com](http://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 30 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](http://www.caasdata.com)，或关注微信公众号“卡思数据”。



# THANKS!

卡思数据

—— 视频内容行业风向标

<https://www.caasdata.com>

