

垃圾分类引发抖音全民狂欢

#你是什么垃圾







写在前面



导读:

随着7月1日上海垃圾分类政策的正式实施,垃圾分类的时代已悄然来临。而上海市只是推进垃圾分类的46个城市之一,下一个又会轮到谁?2019年4月,住建部同国家发改委、生态环境部等有关部门正式印发文件,要求到2020年,46个重点城市基本建成生活垃圾分类处理系统。目前除上海以外,无锡也已出台了生活垃圾分类的时间表,北京、广州、深圳等城市也在积极推进。

注:本文基于海马云大数据,以抖音KOL为观察对象并做数据分析。

您即将看到:

- · 垃圾分类热点从开始到高潮到余热的时间分布全景
- · 垃圾分类热点在不同地区的轮动
- · 关于垃圾分类,大家都在说什么
- · 不同垃圾分类视频内容特征及变迁
- · 什么样的垃圾分类视频在抖音传播力度最强
- · 是谁创作了各类广为流传的热门视频
- 随着垃圾分类热点火起来的 , 还有垃圾分类商品

数据说明



数据字典:

• KOL:指粉丝数大于等于8,000的用户

• 垃圾分类相关视频:指KOL发布的视频描述或引用话题里包含垃圾分类相关关键词的视频

• 垃圾分类相关话题:指描述里包含垃圾分类相关关键词的话题

• 垃圾分类相关商品:KOL橱窗商品中包含垃圾分类相关关键词的商品

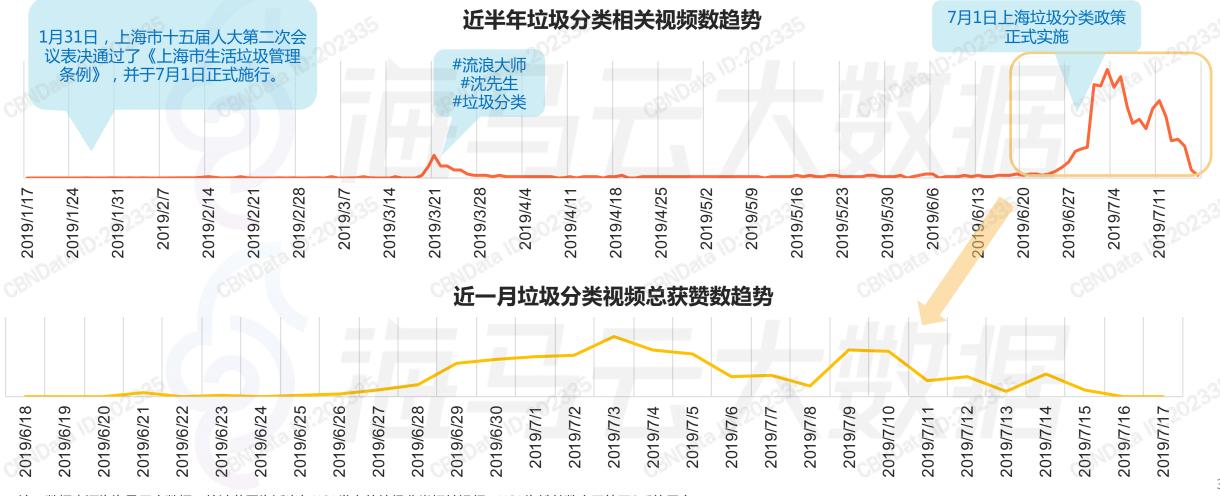
统计周期与数据范围:2019年6月18日-7月17日KOL发布的垃圾分类相关视频、参与的话题及该期间在架商品

数据来源:海马云大数据

#垃圾分类真的来了



- 7月上海垃圾分类政策的全面实施,垃圾分类成为社会热点话题广泛讨论,相关视频激增,大量用户参与
- 而实际上,早在3月底抖音平台就已经出现过一次垃圾分类小高潮:以垃圾分类为生的流浪大师沈先生引发热议
- 垃圾分类相关内容在6月底开始备受关注,直到政策实施第三天7/3到达最高峰,并7月内余热持续



注:数据来源为海马云大数据。统计范围为近半年KOL发布的垃圾分类相关视频,KOL为粉丝数大于等于8千的用户。

一线城市创作热情高 主阵地上海首当其冲



- 北上广深一线城市视频创作热情高,获赞众多,主阵地上海首当其冲
- 被列为推行垃圾分类重点城市的成都、福州、杭州等二线城市作品热度仅次于北上广深



视频获赞数城市排行TOP20



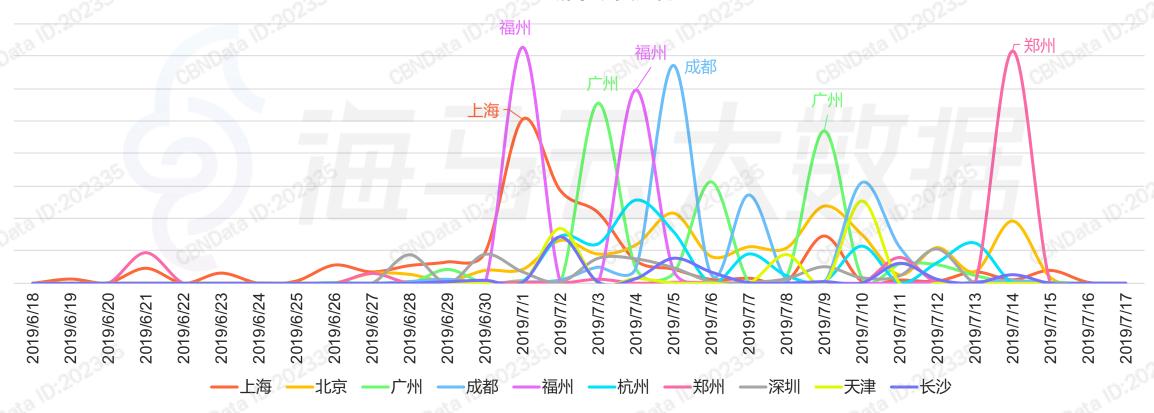
注:数据来源为海马云大数据。城市按视频所示地区及视频发布者档案所示地区统计,统计范围为2019年6月18日至2019年7月17日期间KOL发布的垃圾分类相关视频。

从上海到广州,城市之间热点轮动爆款频出



- 观察获赞TOP10城市近一个月声量趋势可以看出,主阵地上海从6月底就已经跃跃欲试,在7月1日到达峰值
- 而同一天,福州的热度赶超上海,在所有地区声热度排第一,且在4日也达到了另一个峰值 (系福州新闻主播欧文浩引用垃圾分类话题发布段子)
- 7月初至中旬,垃圾分类热潮从上海,福州传递到了广州、成都、郑州各地,席卷全国各地

TOP10城市获赞趋势

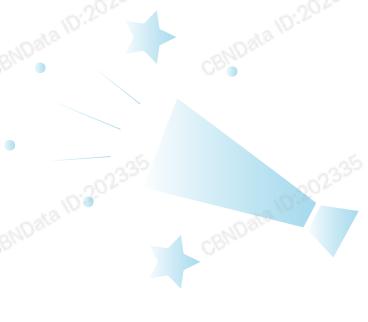


注:数据来源为海马云大数据。城市按视频所示地区及视频发布者档案所示地区统计,统计范围为2019年6月18日至2019年7月17日期间KOL发布的垃圾分类相关视频;福州主播引用垃圾分类 话题热门视频后自行删除。

关于垃圾分类,大家在说什么:







垃圾分类话题五花八门上海参与人次最多



- 引用人次最多的话题TOP10中 ,多数话题聚焦对垃圾分类的宣传和科普 ,也不乏 "你是什么垃圾" 、 "薛之谦花式演唱垃圾分类" 搞笑类话题
- 上海作为主战场引用人次最多,也有实行垃圾分类消息传出的北京、广州、杭州等地的用户也积极参与了垃圾分类相关话题



垃圾分类话题五花八门上海参与人次最多



- 我们观察了获赞数TOP100的视频,发现其贡献了整体相关视频总获赞数的69%,其中段子类视频数量众多占4成,互动量最大,全民娱乐热情高涨
- 科普、宣传类视频则展现了用户对"垃圾分类"的积极响应和认真求学,科普类视频的转发量直追段子类视频,用户热衷分享垃圾分类种类如何辨别知识点
- 与科普、宣传类视频相比,吐槽类视频无论是数量、获赞数还是转发量都远远落后,说明与吐槽相比,大家更重视并接受"垃圾分类"的到来



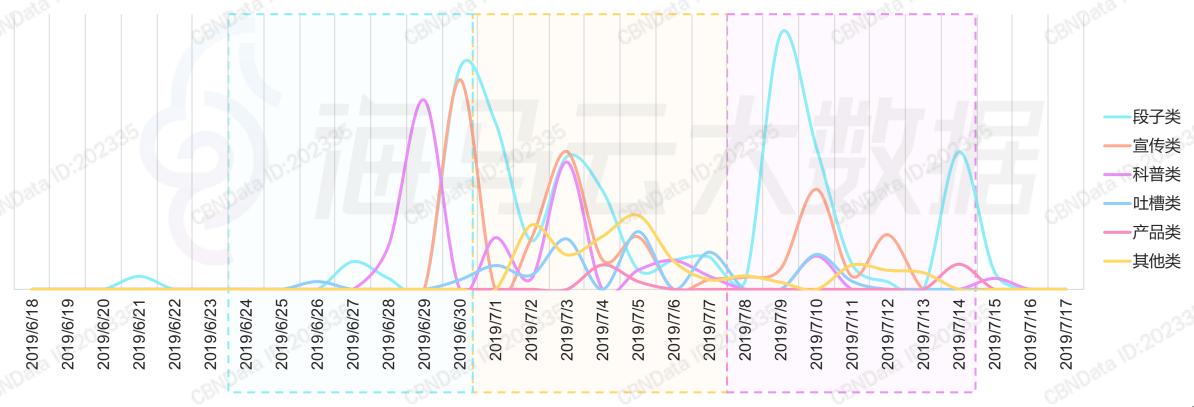
注:通过视频内容特征将视频分为六大类:段子类(从垃圾分类事件中衍生出的搞笑段子等)、宣传类(对垃圾分类的重视、宣传、号召)、科普类(学习或教学如何判别垃圾种类)、吐槽类(倾诉垃圾分类造成的种种困扰)、产品类(与垃圾分类相关的产品介绍)、其他类(视频描述与垃圾分类有关,但内容并无太大关系);统计范围为2019/6/18至2019/7/17期间KOL发布的垃圾分类获赞数TOP100的视频。

直面垃圾分类——六七月之交的视频内容变迁



- 互动量TOP100视频主要于六七月份发布,六月底七月初是大家直面垃圾分类的日子
- 7/1正式施行垃圾分类前,科普类、宣传类视频先行,为垃圾分类打造了良好的舆论基础,包含创作热情的段子也开始出现
- 7/1后一周, 科普类、宣传类、段子类、吐槽类、其他类(蹭热点)视频几乎平分秋色, 这仿佛是大家彷徨的日子
- 经过一段时间, 吐槽的用户已然适应, 迷茫的用户已经懂得怎么分类, 只剩大家创作热情支撑的段子类视频时有爆款出现

TOP100视频获赞数时间分布



"你是什么垃圾"——段子类视频带来垃圾分类狂欢



不同创意段子相关视频数量

"你是什么垃圾"

"是干是湿,让猪试吃""不如猪会分垃圾"

'渣男" "有害垃圾"

"假如宗介生活在上海,宗介会把什么扔进垃圾桶?"

狼人杀"垃圾分类"版

"我一个月被罚好多次,你看我说什么了吗?"

→ "你是什么垃圾"成为垃圾分类风口下最火的口头禅 TOP100视频中点赞量最高的段子类视频

"人不如猪"系列

"渣男"如何分类成为段子类视频中常见的内容

/ "宗介和金鱼姬"的故事(垃圾分类版)结局成为大家关心的问题 "假如宗介生活在上海,宗介会把什么扔进垃圾桶?"

✓ 狼人杀"垃圾分类"版也是大家爱玩的游戏,扔垃圾的你是狼还是平民呢?

✓ 上海新"炫富"方式





"宗介为什么要砸开玻璃瓶" 的垃圾分类版回答

百花齐放的垃圾分类视频 总有一款适合你





吐槽类:

倾诉垃圾分类造成的种种困扰

@维维啊

感觉以后可以戒掉奶茶了呢#垃圾 分类#垃圾分类靠大家



产品类:

与垃圾分类相关的产品推荐

@Funny科技

厨余垃圾粉碎机,转化成肥料



学习或教学如何判别垃圾种类

@央视网快看

是干是湿,让猪试吃!朱广权感慨: "都说猪浑身是宝,对垃圾分类的 贡献也不少。" #朱广权 #垃圾分 类 #垃圾分类靠大家



宣传类:

对垃圾分类的重视、宣传、号召

@薛之谦

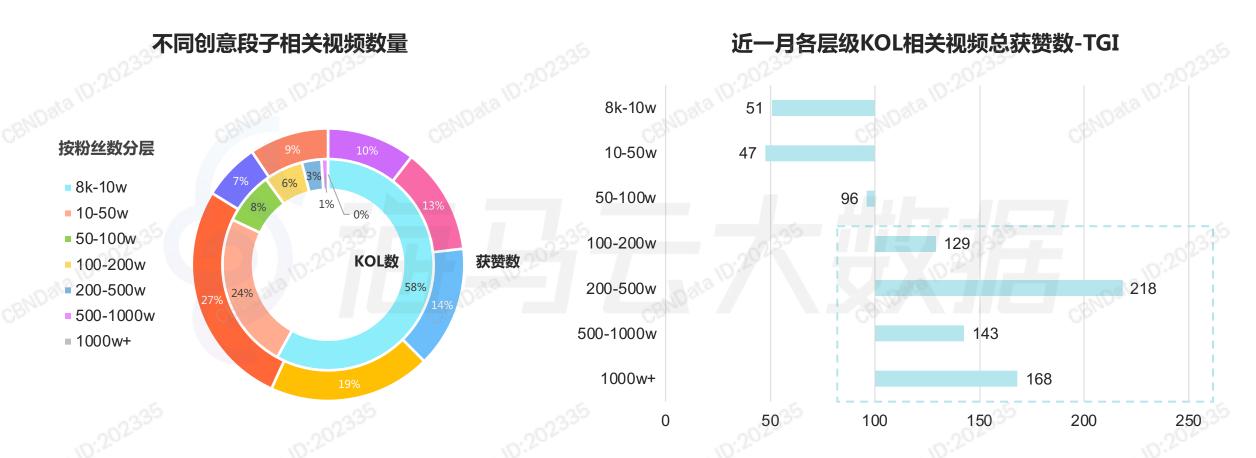
垃圾分类 人人有责



创作者群像:中腰部KOL是垃圾分类视频创作的生力军



- 粉丝数100万以上500万以下的中腰部KOL创作的内容获得较多点赞,引发广泛关注
- 相对于全站来说, 200万以上500万以下的中腰部KOL创作的垃圾分类视频获赞贡献较大, 质优量高

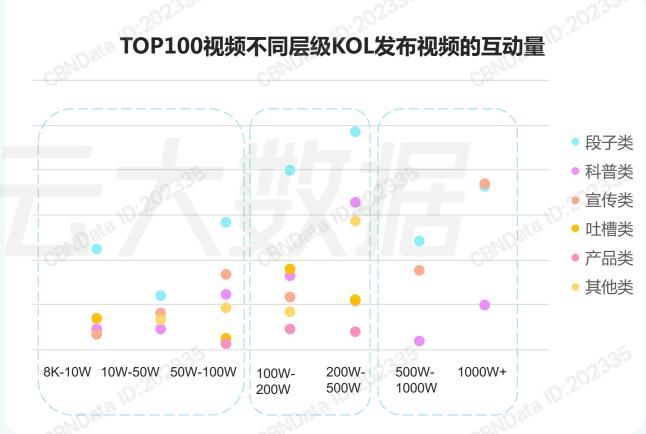


各层级KOL的作品均是段子类视频更受关注



- 粉丝数大于500W的头部KOL发布有关垃圾分类的视频进入TOP100的较少,主要集中在段子类、宣传类视频
- 粉丝数介于100W到500W之间的中腰部KOL是创作热门段子类视频的生力军,也兼发宣传科普类,且引发较大互动量
- 粉丝数小于100W的腰尾部KOL主要靠段子类视频进入TOP100,其他视频较少,互动量也较少





尾部KOL也能创造热门视频 且互动率高企

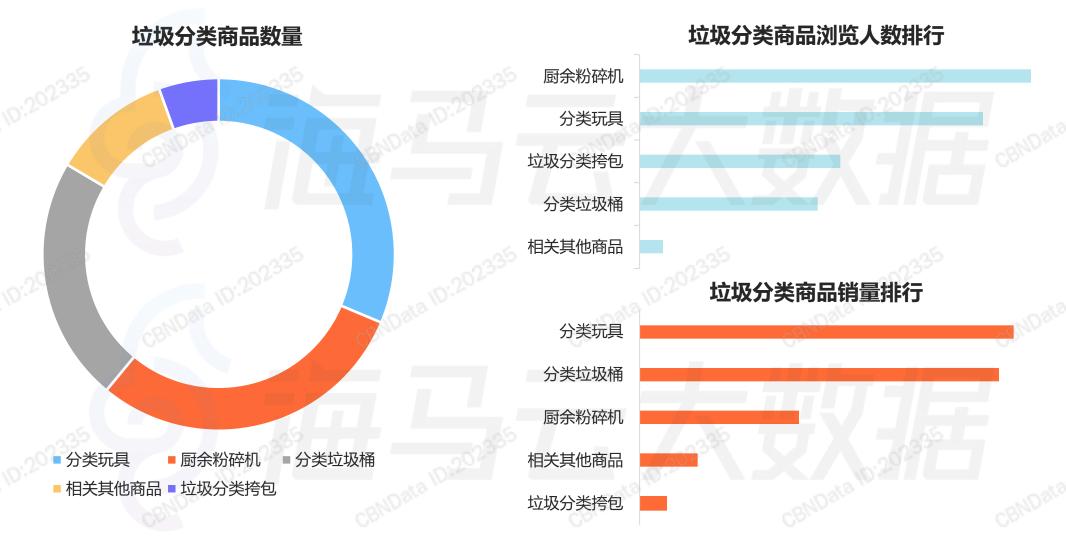




跟着视频火起来的,还有KOL橱窗中的垃圾分类商品



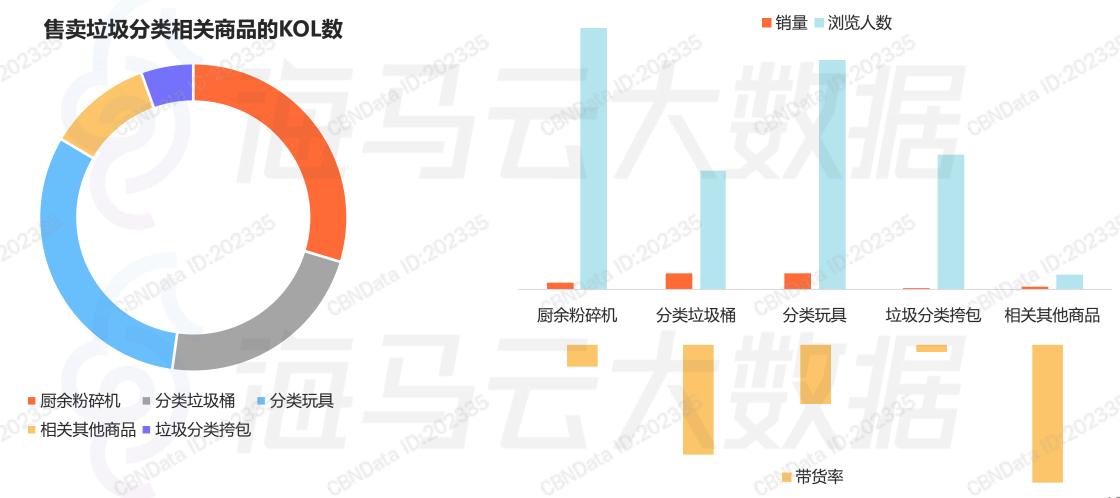
- KOL橱窗中不乏垃圾分类相关的生活用品、玩具、时尚用品等,其中垃圾分类玩具和厨余粉碎机数量最多,围观群众也最多
- 而销量最高的, 当属有意思的分类玩具和实用的分类垃圾桶



KOL带货忙 实用商品分类垃圾桶带货率最高



- 除了创作垃圾分类视频,KOL们也开始借着热点售卖垃圾分类相关商品,销售分类玩具和厨余粉碎机的KOL最多
- 实用商品分类垃圾桶备受欢迎,属于带货率最高的垃圾分类商品;其次是分类玩具



销量TOP5的KOL商品及带货情况





买了不后悔 KOL:

橱窗特征:

生活用品专卖店 橱窗商品数达100+ 销售方式:直推类

商品名称:

厨房垃圾桶橱柜门壁挂 式家用可挂式收纳桶垃 圾分类盒方形无盖悬挂

风眼贸易

百货店+绘画才艺 多为鞋及相关商品 销售方式:直推类

脑力大作战**垃圾分类游** 戏道具幼儿男女孩早教 桌面垃圾桶益智类玩具 麦桶桶

垃圾桶专卖店 橱窗商品数为20 销售方式: 搞笑剧情

垃圾分类垃圾桶家用厨 房环保家庭上海干湿不 锈钢大号脚踏带盖双桶

同桌开箱

创意生活用品百货店 橱窗商品数为20 销售方式: 故事类

垃圾分类玩具脑力大作 战游戏道具儿童幼儿园 益智亲子垃圾桶上海

知电晓春哥

手机数码家电专卖 橱窗商品数为130 销售方式: 评测直推

贝克巴斯 (BECBAS) 垃 圾处理器厨房厨余粉碎 机 Element40 (E40)



带货率

浏览人数TOP5的KOL商品及带货情况



■浏览人数 麦桶桶 她街拍 设计师有意思 学生剁手日记 柯东西北 KOL: 服饰包包专卖店 创意产品试用分享 创意产品试用分享 垃圾桶专卖店 学生、儿童用品 橱窗商品数达210+ 橱窗商品数80 橱窗商品数为220+ 橱窗商品数为20 橱窗商品数为310+ 橱窗特征: 销售方式:直推类 销售方式:直推类 销售方式:直推类 销售方式:街拍展示 销售方式: 搞笑剧情 SWAG迷你个性时尚 德国芯美 垃圾处理器家 高的lpy**厨房垃圾处理器 垃圾分类游戏道具**幼儿 垃圾分类垃圾桶家用厨 上海垃圾分类斜挎包 用厨房全自动水槽餐厨食 厨余食物全自动家用水 园脑力大作战儿童早教 商品名称: 房环保家庭上海干湿不 四色垃圾桶包包垃圾 物厨余垃圾粉碎机 槽粉碎机德国下水管 亲子互动桌面益智玩具 锈钢大号脚踏带盖双桶 分类腰包

■带货率

关于我们

海马云大数据智能投研部

我们提供真实、标准、不间断的APP 内数据,覆盖汽车、电商、视频、直 播、音乐、旅游、教育等领域的中国 知名互联网公司

我们的数据和研究,帮助国内外机构 投资者了解和预测公司运营和财务状况,助力其追求Alpha收益

海马云大数据社交媒体营销部

我们专注于抖音、小红书、快手等移动端社 交媒体,提供品牌、电商营销大数据服务

我们的客户主要是各行业品牌广告主、广告公司、电商商家等

我们以标准数据传送、分析报告及综合解决 方案等形式,提供数据服务

商务洽谈

苏女士: 13552144727

suyuanyuan@haima.me

欢迎关注海马云大数据官方微信公众号





谢谢观看





