

# 抖音竞品分析报告

纪录美好生活

YokingChan

2019/10/5



## 摘要

抖音是目前为止中国最大、最受欢迎的原创音乐短视频分享平台，2016 年 9 月 26 日开始上线，是一个专注年轻人的 15 秒音乐短视频社区。

目录

- 一、竞品分析目的 ..... 4
  - 1.1 目的 ..... 4
  - 1.2 抖音介绍 ..... 4
- 二、市场分析 ..... 4
  - 2.1 行业背景 ..... 4
  - 2.2 短视频市场规模 ..... 5
- 三、确定竞品 ..... 8
- 四、竞品分析 ..... 8
  - 4.1 体验环境 ..... 8
  - 4.2 总体分析 ..... 9
  - 4.3 产品结构图 ..... 9
  - 4.4 核心功能分析 ..... 10
    - 4.4.1 首页 ..... 10
    - 4.4.2 交互设计 ..... 11
    - 4.4.3 拍摄功能 ..... 13
    - 4.4.4 评论 ..... 15
    - 4.4.5 视觉色彩设计 ..... 15
  - 4.5 用户数据 ..... 16
  - 4.6 广告影响 ..... 21
- 五、总结分析 ..... 21
  - 5.1 SWOT 分析 ..... 21

5.2 产品迭代策略.....	22
5.2.1 抖音迭代历程.....	22
5.2.2 产品升级策略.....	25

## 一、竞品分析目的

### 1.1 目的

- 1、体验抖音产品，掌握抖音核心业务流程和产品结构
- 2、熟悉抖音的迭代成长过程和运营模式
- 3、学习和借鉴

### 1.2 抖音介绍

介绍：原名 A.me，用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄 15 秒的音乐短视频，形成自己的作品。

产品定位：15s 音乐短视频社交工具

Slogan：纪录美好生活

目标人群：以年轻人为主体，爱玩会玩的人群

## 二、市场分析

### 2.1 行业背景

基于移动端的短视频行业，在国内已经走过了接近 10 个年头。期间不断被冠以“新时代风口”之名。短视频时长通常在五分钟以内，可以利用智能手机实现快速拍摄并进行简易编辑，满足普通用户的创作需求。此外，短视频一般可分享到社交平台。相较于传统的图文表现形式，短视频的主要特点是能将视觉与听觉结合起来，在短时间内形成相对强烈的感官刺激，同时制作门槛低，拥

有较强的社交属性。

随着移动智能终端的普及和移动互联网技术等不断发展，人们对移动设备的依赖性越来越强，同时兼顾碎片时间的合理利用，短视频依靠时长短、数据流量少、即用即走的优势持续吸引大量用户。用户可以随时随到拍摄和观看短视频，使用场景更加多样化；人工智能算法的精准匹配用户兴趣，更好地满足用户观看需求；相比于传统视频，短视频对碎片化时间利用更加合理，更符合使用要求；相比于文字化图片，用户更加青睐短视频这种快速的消遣娱乐方式，短视频的出现正好迎合当下用户的泛娱乐需求。2016 年短视频兴起以来，早期短视频平台方一直在进行各种商业变现尝试和探索，短视频营销的变现模式逐渐受到认可。2017 年，短视频应用的用户粘性增长至 29.6%，与在线视频的差距逐渐缩小，说明用户的使用习惯逐渐发生改变：对于短视频的偏好增强，对短视频应用的使用频率逐步提高。

## 2.2 短视频市场规模

### 1、短视频行业兴起

2016 年短视频兴起来，早期短视频平台方一直在进行各种商业变现尝试和探索，短视频营销的变现模式逐渐受到认可。2018 年短视频营销迎来快速发展期，2018 年短视频营销市场规模 140.1 亿元，同比增长率高达 520.7%。



数据来自艾瑞

## 2、短视频行业受广告重视

随着互联网特别是移动互联网媒体的崛起，传统媒体的营销价值受到冲击，移动短视频营销引发重视。随着短视频营销价值的凸显，广告主在短视频上的投放意向和营销预算分配也逐年增加，2018 年广告主社会化营销在短视频和直播的投放意向出现了明显的增长，而在移动端广告投放意向社交平台和移动视频平台成为意向最大的两个平台，而短视频营销刚好兼具了社交性和视频内容，成为广告主炙手可热的营销形式。



数据来自艾瑞

## 3、产业链和产业图谱

### 产业链

当前整体来看，短视频营销各大角色在行业中的话语权排序为：广告主>平台方>内容方（网红/KOL）≧MCN>营销服务商，而根据角色在产业链中的话语权和影响力的不同，其诉求和未来发展战略也不尽相同。



产业链图谱



涉及到的第三服务商：技术服务商，数据检测商，拍摄工具。

监管部门：公安部，网信办，国家新闻出版广电总局，这些部门对内容进行监管；

内容生产方式：UGC（用户生产内容），PGC(平台生产内容), PUGC(平台+用户一起生产内容)

内容分发渠道：短视频平台，MCN，新闻资讯平台，社交平台，传统视频网站，用户通过付费打赏在平台上消费内容，内容生产者得到收入分成，广告商在

内容中付费植入广告，电商平台广告费导流，用户付费购买商品服务

### 三、确定竞品

从 IOS 的 App Store 中，根据摄像与录影搜索关键词来找，发现抖音第一，快手第四，火山第七，微视第八，其他在 1~8 中间穿插的主营均为拍照，和抖音主要功能区别较大，因此，快手，火山以及微视可作为抖音的竞争对手。此外，可以发现抖音和西瓜视频的版本评分是最高的，微视是最低的，但是西瓜视频本人找半天没有发现拍摄入口，所以，西瓜视频在此拍摄方面是有严重的 bug，影响用户体验，因此，快手和火山适合做抖音的竞品。通过友盟数据分析，3 月短视频行业的 APP 月度独立设备规模数据如上图所示，但是西瓜视频本人找半天没有发现拍摄入口，所以，西瓜视频在此拍摄方面是有严重的 bug，影响用户体验，因此，快手和火山适合做抖音的竞品。

所以，综上所述，将快手作为抖音短视频的竞争对手。

### 四、竞品分析

#### 4.1 体验环境

产品体验	抖音	快手
体验版本	V8.2.2	V6.8.5
体验环境	IOS13.2	IOS13.2
体验设备	iPhone7p	iPhone7p



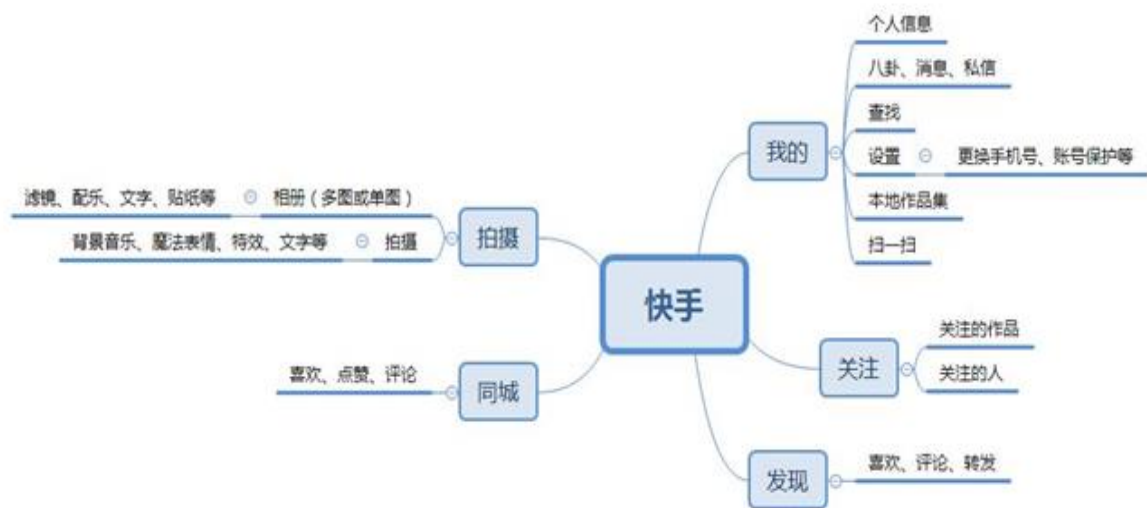
4.2 总体分析

产品名称	抖音	快手
Logo	黑底+白色音乐符+彩色边框	橘底+白色相机形状
Slogan	记录美好生活	记录世界，记录你
设计风格	1、简洁清新，图标统一 2、内容板块标题装饰使界面排版提升视觉效果	1、设计风格过于平淡 2、整体页面内容、图片过多，杂乱
界面配色	白字+灰色icon(白色选中+动画)+视频底色	白底+黑字(橘色选中)

4.3 产品结构图



抖音简单产品结构图



快手简单功能结构图

## 4.4 核心功能分析

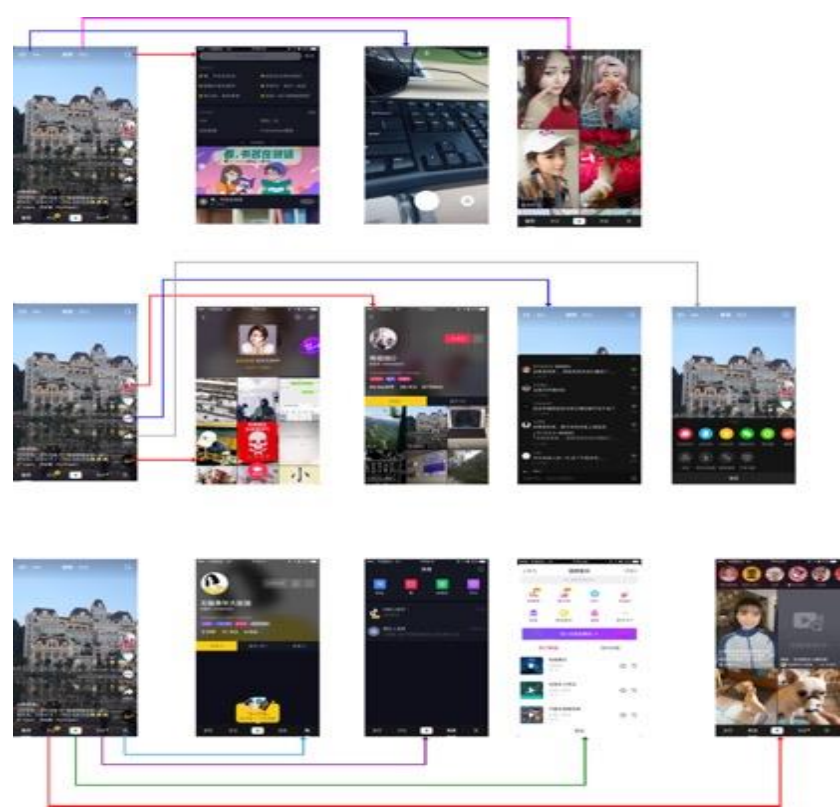
### 4.4.1 首页



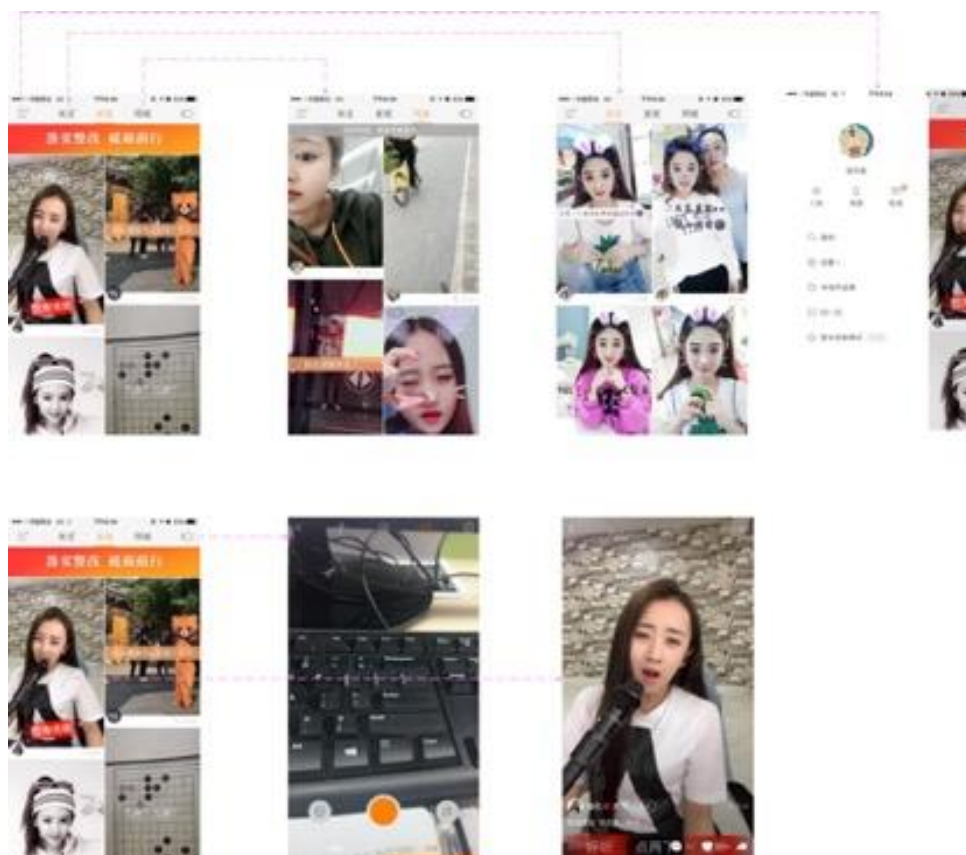
结合二者的首页截图，可以简要得出如下比较要点

产品名称	抖音	快手
导航栏	顶部+底部	顶部+底部
交互手势	单击、双击、滑动	单击、双击、滑动
模块	9	5
界面排版	推荐：高清全屏+竖屏 附近：瀑布流	首页：瀑布流 内容：高清全屏+竖屏
版面信息	故事入口+推荐+附近+搜索入口+首页+关注+拍摄入口+消息+个人信息+作者入口+点赞数+评论数+转发数+视频信息	个人信息入口+关注+发现+同城+拍摄入口+内容瀑布流
特色	1、全屏式一级入口，直接观看视频，便捷切换视频内容以及交互 2、选中模块不仅变色还有动画 3、24小时我的故事 4、附近模块中根据距离显示 5、尬舞机 6、拍摄同类音乐视频	1、同城模块中根据距离显示 2、模块少，便于理解和交互
缺点	1、拍摄故事入口太多 2、不能便捷发送评论	需要多一步点击交互才能观看视频

4.4.2 交互设计



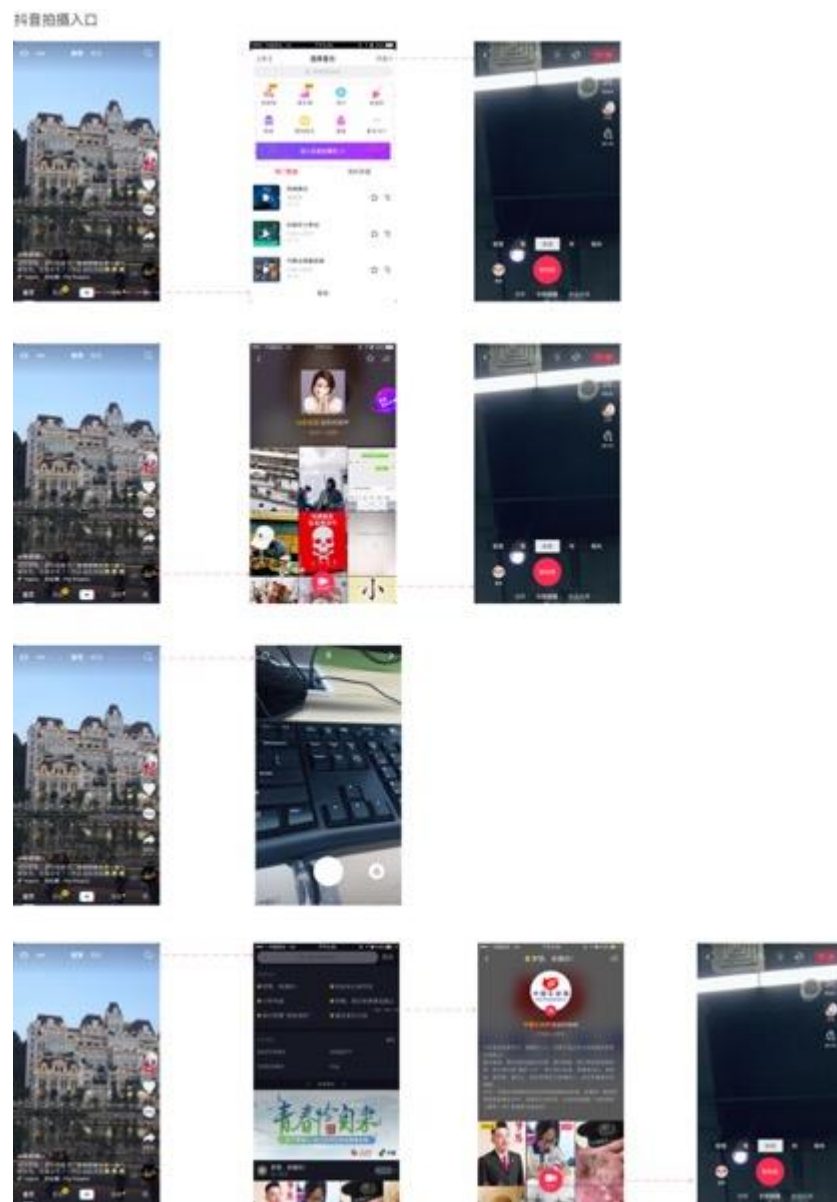
抖音交互界面



快手交互界面

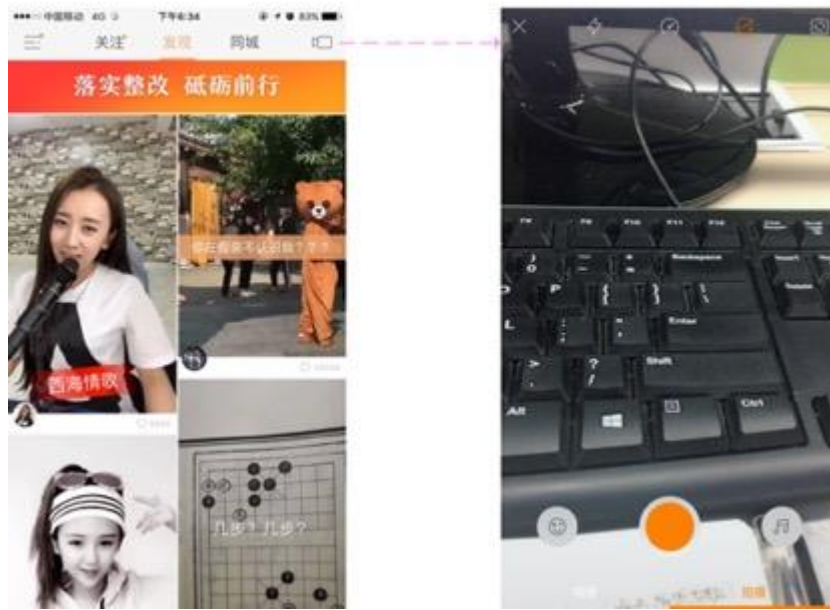
总结：抖音的首页入口很多，导致交互很多，因此很多人可能不知道如何使用其中部分模块，学习成本较高；快手的交互明显简单，用户学习成本很低，这是抖音值得借鉴的地方。另外快手的学习成本低，但是因为交互的关系，快手的功能相对就没抖音那么多，可能用户粘性会降低。

### 4.4.3 拍摄功能





## 快手拍摄入口



总结：抖音的动态效果更丰富，满足年轻群体的炫酷需求；快手有独特的字幕功能，更适用于用户对口型，因此，抖音更多的是用户消费内容，60%的视频是用户对口型，因此，抖音可以借鉴此功能完善拍摄模块。抖音可以通过其提供的音乐进行快捷拍摄并搭配剪辑音乐功能，很方便快捷。抖音还可以进行倒计时拍摄，用户可以自行定义时间暂停，因此可以方便用户进行创作。二者也均有从本地上传照片、视频以及音乐的功能，但是均无将本地的视频和相片进行分类，用户可以快捷选择上传，这个功能是值得抖音借鉴的功能。快手可以在拍摄的视频中添加自定义的字幕，抖音无此功能。

#### 4.4.4 评论



总结：抖音是在短视频的基础上建立二级子弹窗显示评论。而快手的评论区则做成了与短视频相连的评论页面，且用户浏览到评论时短视频会停止播放，而抖音不会。这方面抖音的交互形式可以使用户在评论完的同时不用重新翻滚到视频播放区，而评论作为短视频软件的社交互动方式，这一快捷做法受到了用户的喜爱，这是快手值得学习的地方。

#### 4.4.5 视觉色彩设计

表示纯粹与洁白的色,象征纯洁,朴素,高雅等.作为非彩色的极色,白色与黑色一样,与所有的色彩构成明快的对比调和关系,与黑色相配,构成简洁明确,朴素有力的效果,给人一种重量感和稳定感,有很好的视觉传达能力。

色彩	代表	颜色解读
灰色+黑色	抖音	黑色是暗色,是明度最低的非彩色,象征着力量,高贵稳重 灰色属于中间色, 男女皆可接受, 表示柔和
白色+橙色	快手	秋天收获的颜色,鲜艳的橙色比红色更为温暖,华美,是所有色彩中最温暖的色彩.橙色象征快乐,健康,勇敢。

对比分析：快手选用橙色，可以给用户带来正能量的感觉，并且大片留白，给人的视觉体验会轻松很多。抖音选择大胆的暗色系，给人强烈感官上刺激的同时又给人一种柔和的感觉，就像太极一样，通过无彩色来产生丰富的层次。

## 4.5 用户数据

### 1、搜索指数：

根据百度指数，抖音和快手从9月13日到10月7号的搜索指数如下：



七麦数据提供抖音的实时在 ios 下载量排名：



## 实时排名

☐  定时监控App排名

#	应用总榜 (免费)	摄影与录像榜 (免费)	iOS10总榜 (免费)
iPhone 实时排名	9 1分钟前更新	3 47秒前更新	10 1分钟前更新
iPad 实时排名	12 1分钟前更新	1 41秒前更新	21 1分钟前更新

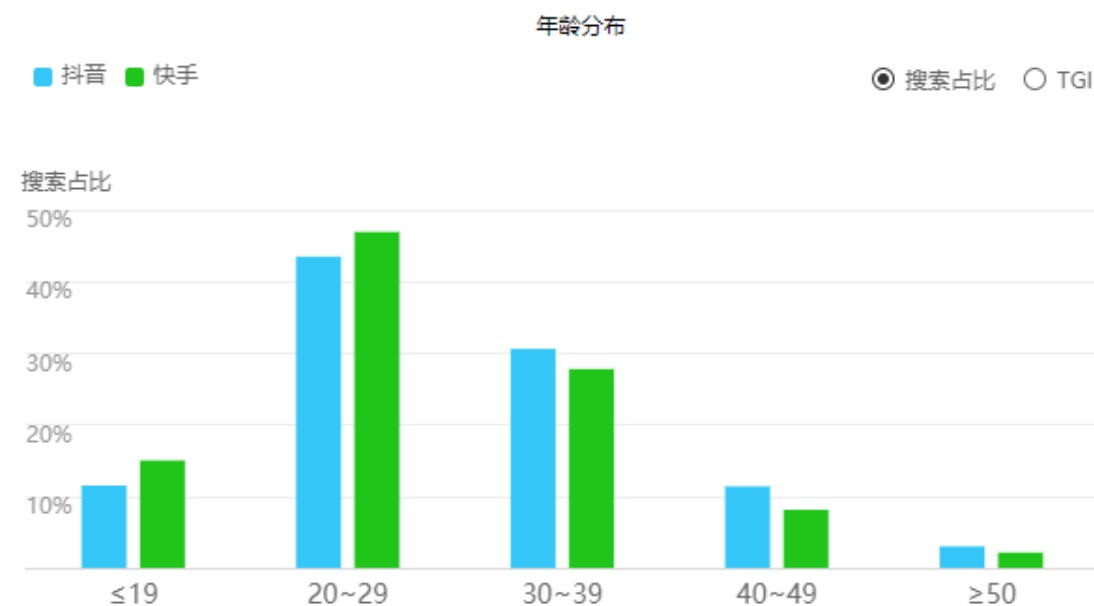
七麦数据提供快手的实时在 ios 下载量排名：

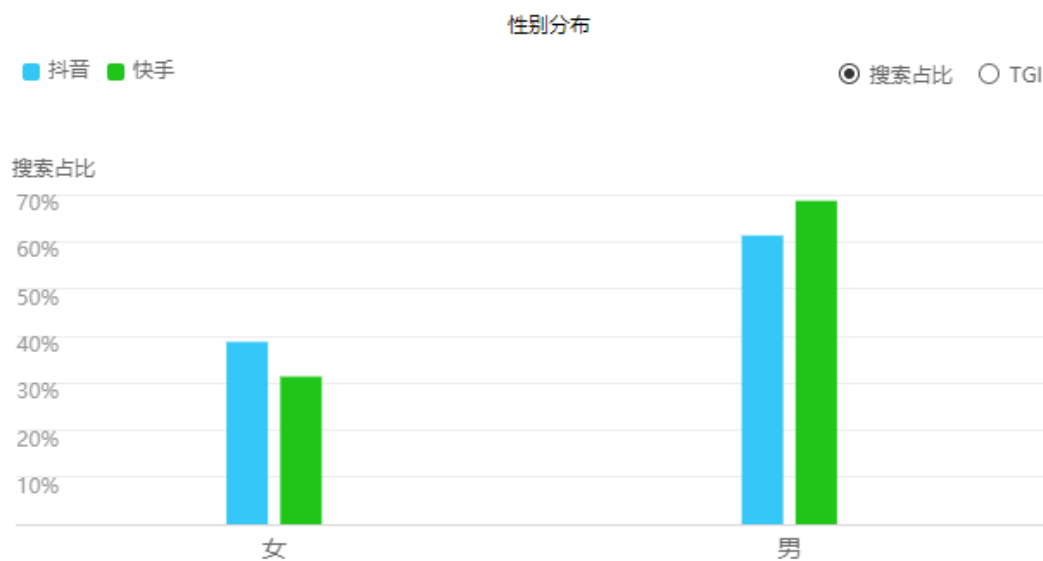
#	应用总榜 (免费)	摄影与录像榜 (免费)	iOS10总榜 (免费)
iPhone 实时排名	24 1分钟前更新	5 3分钟前更新	25 1分钟前更新
iPad 实时排名	34 1分钟前更新	3 16秒前更新	75 1分钟前更新

很明显可以看出，抖音的搜索量比快手高，可以表示抖音比快手更受用户关注。

## 2、用户画像：

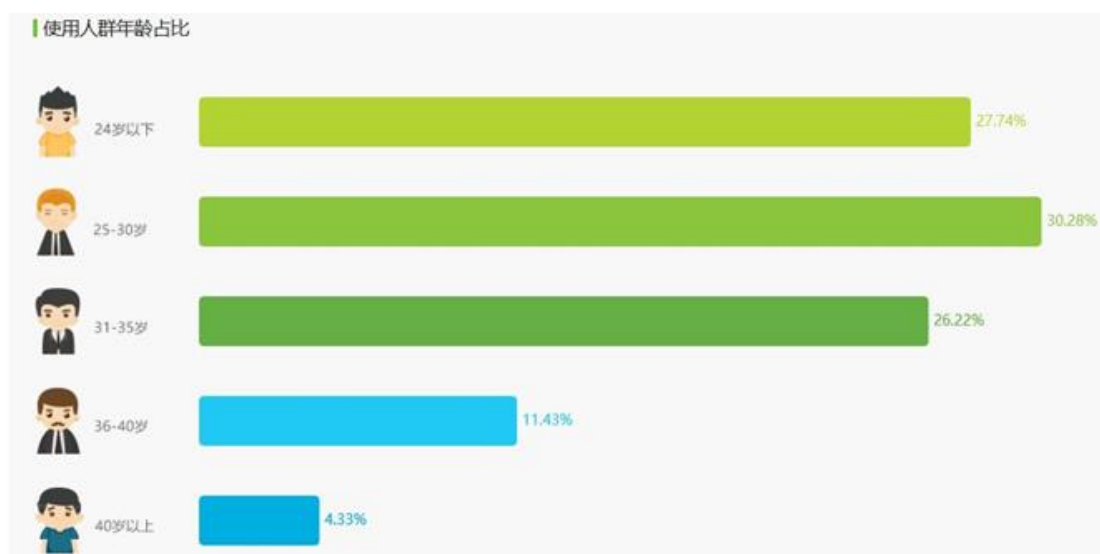
以下是百度指数提供的两款 APP 的搜索用户画像



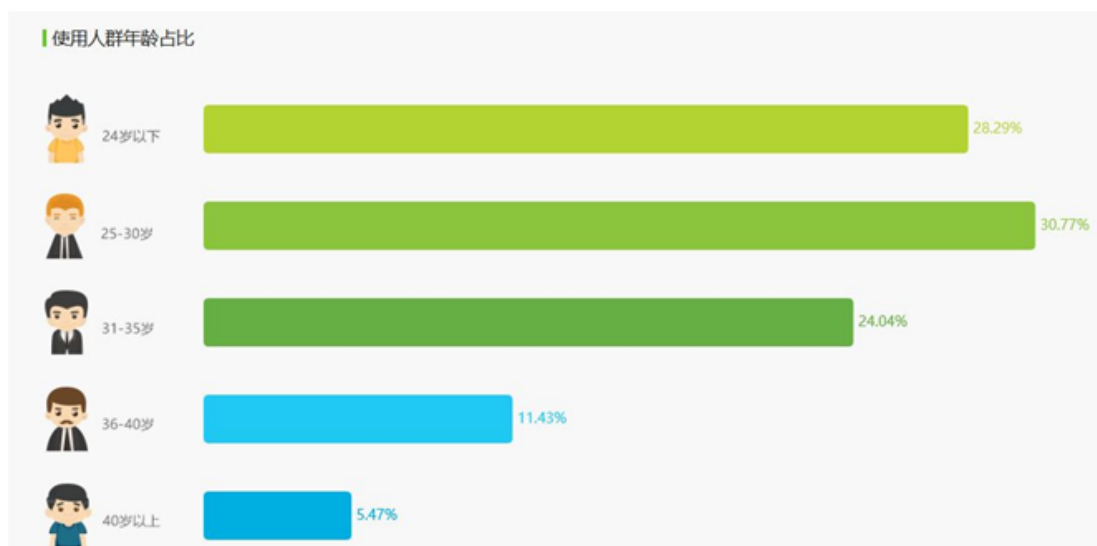


从图像上表示,两款短视频 APP 的搜索最高用户数量的年龄层都是 20-29 岁的年轻人,而且男性用户占比较大。

以下分别是艾瑞数据提供的抖音和快手的使用用户画像



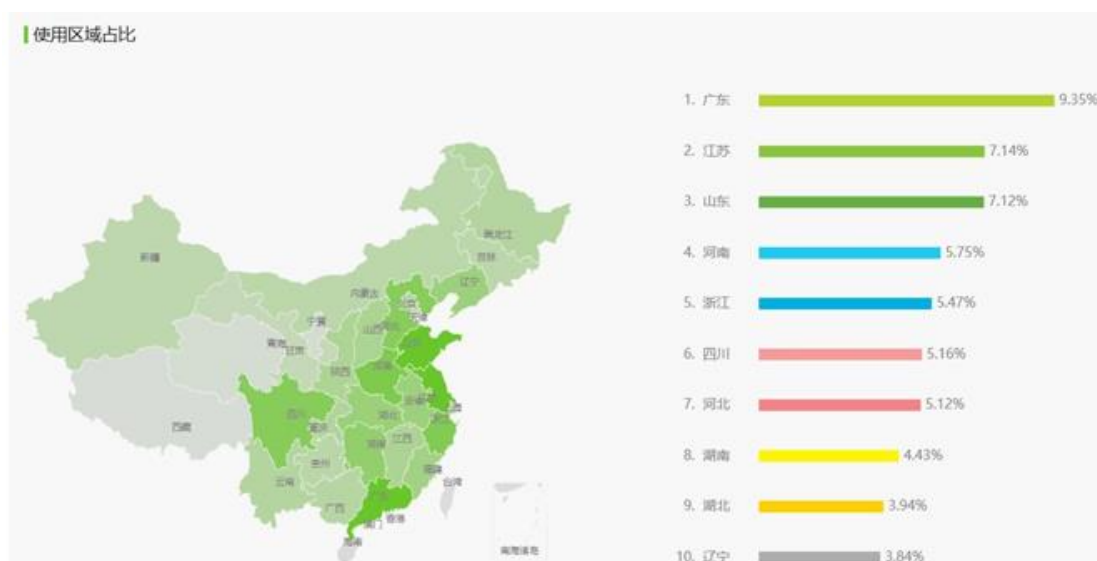
抖音短视频 app



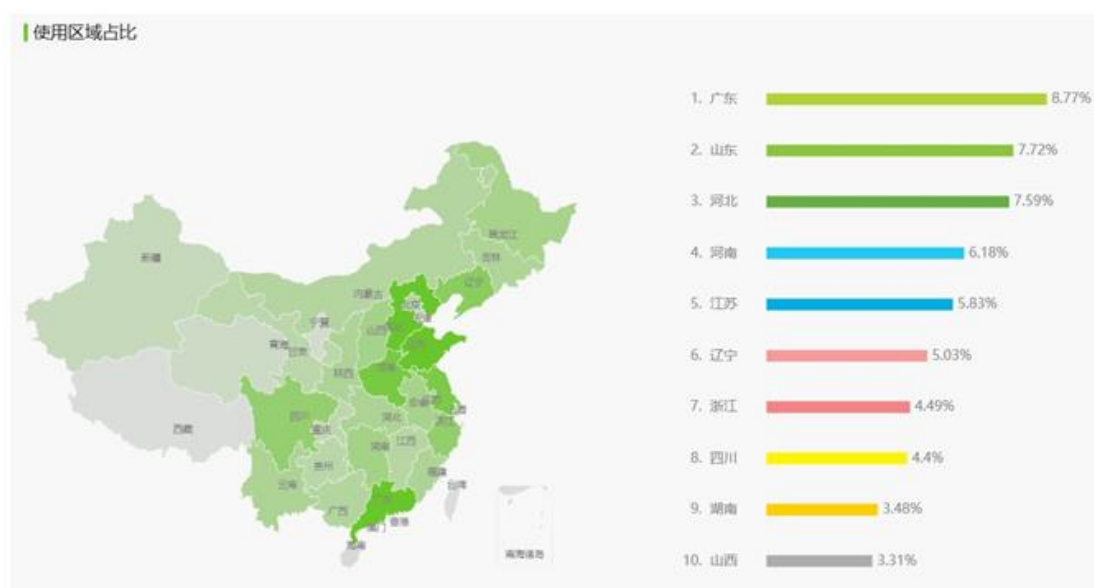
### 快手短视频 app

从上图可以看出，无论是抖音还是快手主要的用户群体都在 35 岁以下（这一部分用户也是内容的主要产生者）

接着是抖音与快手的国内各地域省份的使用情况



### 抖音短视频 app



### 快手短视频 app

从上图的比较可以看出，用户的地域分布还是有一些区别，抖音的用户主要分布在广东、江苏、浙江这样的沿海地带，快手的主要用户群体除了广东、江苏以外，还有很大一部分位于山东、河北河南等内陆地区。

小结：总的来说，抖音和快手的用户有很大一部分都是重叠的，都是针对当代的年轻人。也有一些细微的差别，抖音的一二线城市用户所占比重比快手大，因此抖音上的内容也大都比快手要潮流新颖一些，内容质量普遍来说还是比快手要高一些。但是想要留住用户，在保障内容质量的前提下，还是要有更强的技术支持，让用户创作视频变得更简单，视频呈现效果更好，用户才会越来越多。

## 4.6 广告影响

快手没有明显广告的痕迹，以用户为主，主要内容是直播和视频内容，用户会产生好感。抖音里面植入广告明显，类别很多，分别涉及旅游、游戏和拍照设备，因为抖音中最多的内容就是吃鸡游戏视频及其衍生的一系列恶搞视频、旅游景点（跟着抖音看世界）以及各种高逼格的运镜手法，所以植入此类广告也是有一定的需求和呼应的，虽然可以给抖音带来一些广告收入，但是广告的频繁出现也会影响用户体验，并且广告的形式很生硬，完全不想看。因此，抖音可以尝试采用其他让用户可以接受广告的方式。

## 五、总结分析

### 5.1 SWOT 分析

外部	内部	优势-S 1.成熟而大量的算法给用户推荐喜好内容，使得用户上瘾 2.具有深入的明星、综艺等娱乐合作资源 3.以音乐个性化为主体，与多领域交叉渗透，形成独特的抖音曲库 4.优质的UGC聚集，通过用户自己挖掘内容，生产有趣的内容，带动了一批新的营销热点。	弱势-W 1.优质内容生产不足，虽然有包含优质内容，但随着用户数量增加，内容大多数以模仿为主，容易让用户产生厌倦 2.单一娱乐化，因为时长限制，所以深耕内容上只能浅尝辄止 3.与其他短视频差别不大，在这个行业爆火之后，短视频app蜂拥而至，抖音与其他的APP的功能已所差无几
	机会-O 1.短视频用户规模大，粘性高 2.抖音有利的竞争态势 3.今日头条旗下大流量 4.不断有第三方商家开始入驻，与众多品牌共创优质传播 5.越来越多的品牌开始入驻抖音，开启官方账号，逐步把抖音纳入新媒体矩阵的重要地位。	SO战略： 利用机会 发挥优势 1. 探索更多元化的高效营收变现模式，稳步经营 2.利用微博等多渠道投放推广资源，帮助第三方商家快速匹配精准用户	WO战略： 利用机会 规避劣势 1.与更多品牌商建立合作，继续吸引入驻 2.优化创新内容，增加用户粘性 3.继续强化算法系统，对社区的用户进行精准营销
威胁-T 1.同类型短视频应用多 2.面对新兴娱乐内容模式的挑战		ST战略： 利用优势 减少威胁 1.利用认同效应，让网红、明星、KOL发声，引导用户认可抖音内容品质 2.结合自身音乐优势，打造抖音品质感 3.继续完善视频社区体验，增加视频功能玩法，生产更多的优质内容	WT战略： 规避劣势 避免威胁 1.尽量发挥抖音的特长，突出与其他短视频不同之处 2.发展不同内容模式，不仅仅在娱乐方面

5.2 产品迭代策略

5.2.1 抖音迭代历程

中国联通

下午 5:57

31%

返回

版本历史记录

8.2.2

性能优化，改善体验

5 天前

8.2.1

性能优化，改善体验

1 周前

8.2.0

支持一键分享道具给站内好友啦～

1 周前

8.1.0

新增「百变抖抖秀」道具，支持自定义创建专属卡通形象～

2 周前

8.0.0

青少年模式优化，呵护青少年健康成长

4 周前

7.9.0

性能改善让你的体验更流畅！

1 个月前

7.8.0

地点收藏体验升级，现在可以轻松找到附近收藏的店拔草啦！

1 个月前

7.7.0

性能优化让你的使用体验更流畅

1 个月前

7.6.0

性能改善让你的体验更流畅！

1 个月前

Today

游戏

App

搜索

返回

性能改善让你的体验更流畅!

7.5.0 2个月前

运用全新的酷炫特效,让你的作品更加精彩

7.4.0 2个月前

新增「文字」功能,可以在你的视频上添加文字啦~

7.2.1 2个月前

细节体验优化,提升性能及稳定性

7.2.0 2个月前

新增【擦拭隐身】道具,擦拭屏幕,即可隐身哦~

7.1.2 2个月前

新增「动感轮廓」道具,动态随机分段特效,让舞蹈更酷!

7.1.1 2个月前

新增「动感轮廓」道具,动态随机分段特效,让舞蹈更酷!

7.1.0 2个月前

新增「动感轮廓」道具,动态随机分段特效,让舞蹈更酷!

6.9.1 3个月前

优化功能效果,提升稳定性和使用体验

6.9.0 3个月前

新增「照片连拍」道具,释放你的模特天赋,随心摆姿势,定格自动拍!



Today



游戏



App



搜索



总结：抖音的版本迭代是很稳打稳扎的，慢慢打磨版本功能；前期注重基础功能开发；后面注重功能迭代与运营相结合，更加重视运营的方向；



### 5.2.2 产品升级策略

- 1、改进短视频误上传，当上传的时候，点击上传进行时候的小图标，弹出弹框提示框是否终止上
- 2、可以直接使用别人的编辑歌曲，在右侧添加一个可编辑音乐按钮，按下直接可以以设置好的音乐进行录制视频
- 3、在全部关注里的用户里添加分类，避免搜寻所想要的用户视频麻烦
- 4、增加更多乐库，提高抖音的可玩性