



客服电话：400-072-5588

短视频类平台 头豹词条报告系列



王竹馨

2023-06-14 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

信息传输、软件和信息技术服务业/互联网和相关服务/互联网平台/互联网社交娱乐平台

服务/餐饮娱乐



词条目录

🔍 行业定义

短视频类平台是指以短视频和直播为主要内容的互联网应...

AI访谈

📦 行业分类

根据主要功能及用户属性的不同，短视频类平台主要分为...

AI访谈

🔍 行业特征

中国短视频类平台行业特征分析随着移动互联网的普及和...

AI访谈

📅 发展历程

短视频类平台行业目前已达到 **3个**阶段

AI访谈

🔗 产业链分析

上游分析

中游分析

下游分析

AI访谈

📊 行业规模

中国短视频类平台行业市场规模整体呈现逐年增长态势。...

AI访谈

数据图表

📋 政策梳理

短视频类平台行业相关政策 **5篇**

AI访谈

🏆 竞争格局

中国短视频行业产生的巨大流量吸引了众多参与者纷纷入局...

AI访谈

数据图表

摘要

短视频类平台是指以短视频和直播为主要内容的互联网应用平台。用户可以通过平台上传、观看和分享短视频。这些平台通常采用用户生成内容模式（UGC），即用户通过自己的手机等设备进行视频录制和剪辑，上传至平台进行分享和互动。短视频类平台具有视频时长短（时长在5分钟以内）、节奏快、内容有趣等特点，更贴合年轻用户的娱乐习惯。根据主要功能及用户属性的不同，短视频类平台主要分为以直播为主的短视频类平台以及以短视频内容为主的短视频类平台两种类型。以直播为主的短视频类平台，更注重实时互动和娱乐性；以短视频内容为主的短视频类平台以社交目的和短视频内容分享为主，注重用户关系的发展和互动以及视频的内容创意。中国短视频类平台行业特征分析随着移动互联网的普及和网络速度的提升，短视频类平台在中国市场快速崛起。中国短视频类平台行业具有盈利模式多元化、用户呈现分众化趋势化以及头部厂商优势明显三大主要特征。中国短视频类平台行业由上游资源提供方，中游短视频平台及下游终端用户构成。上游资源提供方包含内容、资讯等素材提供方例如各个领域头部博主(KOC/KOL)、明星、普通用户等，同时也包含为短视频提供投放资源、策略、数据支持的营销服务商、广告合作商以及MCN机构等。中游市场主体为短视频平台，主要负责为提供广告植入、内容推送等服务，为下游终端用户与上游短视频提供方建立连接。产业链下游市场为短视频用户，通过接收平台推送内容，观看、评论、分享视频，消费等操作。中国短视频类平台行业市场规模整体呈现逐年增长态势。中国短视频类平台收入从2018年的227.2十亿元增长至2022年的3,640十亿元，预计2027年收入将达到10,488十亿元，年化复合增长率达14.5%。

短视频类平台行业定义^[1]

免责声明：

本内容非原报告内容；

报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

短视频类平台是指以短视频和直播为主要内容的互联网应用平台。用户可以通过平台上传、观看和分享短视频。这些平台通常采用用户生成内容模式（UGC），即用户通过自己的手机等设备进行视频录制和剪辑，上传至平台进行分享和互动。短视频类平台具有视频时长短（时长在5分钟以内）、节奏快、内容有趣等特点，更贴合年轻用户的娱乐习惯。

[1] 1: 百度招股书

短视频类平台行业分类^[2]

根据主要功能及用户属性的不同，短视频类平台主要分为以直播为主的短视频类平台以及以短视频内容为主的短视频类平台两种类型。以直播为主的短视频类平台，更注重实时互动和娱乐性；以短视频内容为主的短视频类平台以社交目的和短视频内容分享为主，注重用户关系的发展和互动以及视频的内容创意。



[2] 1: <https://www.byted...> | 2: <https://shouyou.3...> | 3: 字节跳动官网, 3DMGA...

短视频类平台行业特征^[3]

中国短视频类平台行业特征分析随着移动互联网的普及和网络速度的提升，短视频类平台在中国市场快速崛起。中国短视频类平台行业具有盈利模式多元化、用户呈现分众化趋势化以及头部厂商优势明显三大主要特征。

1 盈利模式多元化

多元化盈利模式短视频类平台的盈利模式主要包括广告、直播打赏分成和直播电商等。

广告是基于短视频和直播等社交平台变现的天然方式，用户数及时长占比均为广告变现能力的重要参数。随着短视频和直播在移动用户总时长份额中的占比越来越高，广告商愈发重视对此类营销渠道的投放。预计到2025年，中国移动互联网用户在短视频和直播上的时间将占移动互联网总体使用时长的25.1%；2022年，短视频是唯一一类在媒体平台与广告形式上都呈现增长的品类，也是2022年唯一增长的品类，短视频广告形式未来发展趋势良好。直播打赏分成也是短视频平台盈利的主要方式之一。以抖音直播为例，在直播间中粉丝打赏给主播的收益将由主播以及平台以4：6或者5：5的比例进行分成，短视频平台分成占比较大。除此之外，短视频类平台还通过电商等方式来增加收入来源。同时，由于短视频和直播社交平台进行电商直播日益普遍，中国直播电商的商品交易总额预计到2025年将增长至64,172亿元，中国直播电商的商品交易总额占中国零售电商市场预计将达到23.9%。

2 用户呈现分众化趋势

不同平台的用户画像侧重不同。

短视频类平台的用户画像呈现分众化的趋势。以抖音和快手两大头部短视频类平台为例，从男女比例看，抖音男性用户占比为55.4%，女性用户占比44.6%，男性用户偏多；而快手用户的男女比例差别不明显，男性占比55.8%，女性占比44.2%。从年龄分布看，抖音平台30岁以下的用户占比为48.5%，31至35岁用户占比为25.5%，抖音的青壮年用户居多；快手用户以31岁以上人群为主并有向两端辐射的趋势，31至35岁用户占比为29.6%，24至30岁用户占比26%。从城市分布看，抖音用户主要集中在新一线城市和三线城市，一线城市和新一线城市共占比35%；快手下沉市场用户的占比较大，其中三线城市用户占比最多，达到22.2%，一线城市占比最小，仅有9.2%。

3 头部厂商优势明显

短视频平台竞争环境较为激烈，头部厂商用户规模庞大，用户粘性强。

中国头部短视频平台的用户规模庞大，用户粘性强。截至2022年10月，抖音月活跃用户已突破8亿，人均单日使用时长为125分钟；截至2022年年底，快手平均月活跃用户为6.4亿，互相关注的用户对数达267亿对；小书的平均月活用户数量达到2.6亿，月活创作者为2,000万。这三家短视频平台在行业内占据优势地位，小型短视频平台的生存空间越来越小。小型或新平台想要增大自身存活率，需要不断提高用户体验、提升短视频内容质量、更新技术和算法、拓宽内容生态系统等以提高用户粘性，获得竞争优势。

[3] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <https://it.southcn....> 3: <https://www.ithom...> 4: <https://www.eydns...>
5: <https://new.qq.co...> 6: <http://www.u5706...> 7: <https://baijiahao.b...> 8: <https://www.zhihu...>
9: 快手招股书, 抖音, 南...

短视频类平台发展历程^[4]

中国短视频类平台行业迄今主要经历三个发展阶段：**在2004-2008年的萌芽期**，随着移动互联网的发展，短视频的前身微视频出现，但短视频类平台行业还没有形成完善的商业模式。**在2009-2015年的启动期**，随着移动互联网技术的不断发展，各大企业纷纷推出短视频类平台，丰富了短视频类平台的阵容，短视频平台也逐渐得到普及和大众认可。**在2016年至今的高速发展期**，一系列短视频平台相继涌现，行业内竞争激烈，同时，随着直播和电商的深度融合，短视频类平台行业逐渐形成了独特的商业化定位和赛道发展路径，短视频平台行业正式步入发展快车道。

萌芽期 · 2004~2008

2004年11月，乐视网正式上线，同年年底，搜狐视频成立（前身为搜狐宽频）；
2005年上半年，土豆网、56网、激动网、PPTV、PPS等平台陆续上线，是中国视频网站群体发展初期的主要成员；
2006年，搜狐旗下门户网站视频分享平台搜狐播客成立；
2006年12月，优酷网正式上线，并提出“拍客无处不在”，倡导“谁都可以做拍客”，其视频网站逐渐发展成为互联网拍客聚集营。优酷网凭借“快者为王”的产品理念，“快速播放，快速发布，快速搜索”的产品特性，充分满足了用户日益增长的互动需求及多元化视频体验，同年，酷6网上线，专注于UGC模式的发展的同时向用户提供多样化的选择，从专业影视节目到自拍网播剧，都有所涵盖。
该阶段随着移动互联网的发展，出现了一些早期的“微视频”，此类微视频大多基于网页使用，此时短视频类平台行业还没有形成完善的商业模式。

启动期 · 2009~2015

2009年，中国网络电视台（CNTV）上线；
2011年，快手诞生，初期以制作动图（GIF）为主；
2012年，快手转型短视频平台，同年迅雷发布有料；
2013年，小影、腾讯微视、魔力盒、秒拍等短视频平台陆续上线，秒拍与微博合作成为其内嵌应用；
2014年，美拍、小红书上线；
2015年，蛙趣视频、小咖秀上线；

该阶段移动互联网技术的不断发展，各大企业纷纷推出短视频类平台，丰富了短视频类平台的阵容，短视频平台也逐渐得到普及和大众认可。

高速发展期 · 2016~

2016年，火山小视频、抖音、梨视频上线；
2017年，土豆转型短视频平台，头条发布西瓜视频，腾讯重启微视，360视频、百度好看视频上线；
2018年，腾讯多次领投快手，头条收购海外短视频平台Faceu，爱奇艺推出纳豆。
2020年，火山小视频与抖音短视频正式整合升级为抖音火山版本；
2021年，抖音与央视春晚达成合作，成为联欢晚会独家红包互动合作品牌方；
2022年，抖音与中国唱片公司形成战略合作，并在此时推出电脑版客户端，在软件商店中下载已获取通行证。
该阶段一系列短视频平台相继涌现，行业竞争十分激烈，同时，随着直播和电商的深度融合，短视频平台行业逐渐形成了独特的商业化定位和赛道发展路径。移动资费大幅下降，内容分发效率不断提高，促使短视频用户呈规模化大幅上升，流量红利明显，短视频类平台行业正式步入发展快车道。

[4] 1: <https://www.kuais...> 2: 各平台官网

短视频类平台产业链分析^[5]

中国短视频类平台行业由上游资源提供方，中游短视频平台及下游终端用户构成。上游资源提供方包含内容、资讯等素材提供方例如各个领域头部博主(KOC/KOL)、明星、普通用户等，同时也包含为短视频提供投放资源、策略、数据支持的营销服务商、广告合作商以及MCN机构等。中游市场主体为短视频平台，主要负责为提供广告植入、内容推送等服务，为下游终端用户与上游短视频提供方建立连接。产业链下游市场为短视频用户，通过接收平台推送内容，观看、评论、分享视频，消费等操作。

中国短视频平台产业链中游主体为短视频平台。短视频平台主要负责提供广告植入、内容推送等服务，最终为下游终端用户与上游短视频提供方建立连接。截至2022 年底，短视频用户规模突破10亿，用户使用率高达94.8%。字节跳动和快手是短视频平台行业的龙头企业。截至2022年年底，快手平均月活跃用户为6.4亿，互相关注的用户对数达 267 亿对，其用户规模大，用户粘性强。字节跳动具有强劲的流量变现实力，其旗下电商平台的商品交易总额（GMV）达到1.4万亿元，同比增长76%。同时，随着内容生产方、MCN机构、营销服务商的内容策划能力不断增强以及广告营销专业化能力日渐突出，短视频平台成为吸引广告方营销投放的主要选择，短视频平台营收规模因此持续增长。预计2026年，短视频营销行业营收额将突破7,700亿元。从短视频用户点击广告的内容看，66.7%的短视频用户偏好内容简洁的广告，65.1%的短视频用户注重广告传递的产品信息是否真

实可靠；从短视频用户广告点击率因素看，64.2%的短视频用户基于对产品感兴趣而点击广告，59.8%的短视频用户因广告内容趣味性强而点击广告。根据用户的需求及喜好，短视频平台不断丰富广告形式与内容、提升用户广告点击率，才能提高短视频平台的流量变现能力。

上 产业链上游

生产制造端

资源提供方

上游厂商

杭州二更网络科技有限公司 >

上海一条网络科技有限公司 >

北京微然网络科技有限公司 >

查看全部

产业链上游说明

产业链上游资源提供方包含内容、资讯等素材提供方例如各个领域头部博主(KOC/KOL)、明星、普通用户等，同时也包含为短视频提供投放资源、策略、数据支持的营销服务商、广告合作商以及MCN机构等。MCN机构业务类型包括内容生产、账号运营、广告营销、电商等,网红经济的崛起吸引了更多的MCN机构进入市场，且由于MCN机构的准入机制和门槛较低，加以短视频平台方的流量扶持与资本加持，MCN机构数量呈爆炸性增长，由2015年的160家左右增加至2021年的34,000家。

中 产业链中游

品牌端

短视频平台

中游厂商

北京字跳网络技术有限公司 >

北京快手科技有限公司 >

北京微然网络科技有限公司 >

查看全部

产业链中游说明

产业链中游市场主体为短视频平台，主要负责提供广告植入、内容推送等服务，最终为下游终端用户与上游短视频提供方建立连接。截至2022年底，中国短视频用户规模突破10亿，用户使用率高达94.8%。字节跳动和快手是短视频平台行业的龙头企业。截至2022年年底，快手平均月活跃用户为6.4亿，互相关注的用户对数达267亿对，其用户规模大，用户粘性强。字节跳动具有强劲流量变现

实力，其旗下电商平台的商品交易总额（GMV）达到1.4万亿元，同比增长76%。同时，随着内容生产方、MCN机构、营销服务商的内容策划能力不断增强以及广告营销专业化能力日渐突出，短视频平台成为吸引广告方营销投放的主要选择，短视频平台营收规模因此持续增长。预计2026年，短视频营销行业营收额将突破7,700亿元。

产业链下游

渠道端及终端客户

终端用户

渠道端

华为技术有限公司 >

苹果（中国）有限公司 >

小米科技有限责任公司 >

查看全部 v

产业链下游说明

产业链下游市场参与主体为短视频用户。短视频广告的覆盖内容日益多元化，包含电商平台、美妆日化、游戏、食品饮料、汽车、母婴、文旅等领域。从短视频用户点击广告的内容看，66.7%的短视频用户偏好内容简洁的广告，65.1%的短视频用户注重广告传递的产品信息是否真实可靠；从短视频用户广告点击率因素看，64.2%的短视频用户基于对产品感兴趣而点击广告，59.8%的短视频用户因广告内容趣味性强而点击广告。根据用户的需求及喜好，短视频平台不断丰富广告形式与内容、提升用户广告点击率，才能提高短视频平台的流量变现能力。

[5] 1: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=17681111111111111111) 2: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=17681111111111111111) 3: 快手招股书，抖音，中...

短视频类平台行业规模^[6]

中国短视频类平台行业市场规模整体呈现逐年增长态势。中国短视频类平台收入从2018年的227.2十亿元增长至2022年的3,640十亿元，预计2027年收入将达到10,488十亿元，年化复合增长率达14.5%。

2018年至2022年，随着中国5G网络逐渐普及、用户的观看体验的改善，用户粘性不断增强，短视频平台市场规模以较高的增速不断扩大，截至2022年12月，短视频用户规模突破10亿，用户使用率高达 94.8%。中国各大短视频类平台不断丰富内容，提高视频质量，优化平台服务，例如行吟科技旗下小红书不断增设新的业务如直播、购物等功能，吸引更多用户的入驻。

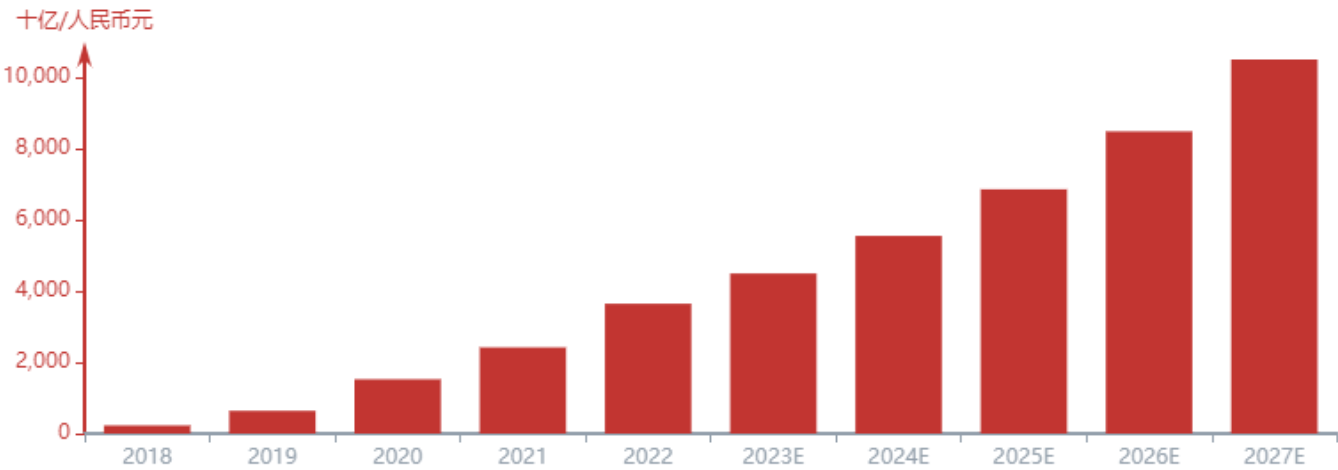
预计2023年至2027年，中国短视频平台行业的市场规模将保持增长，但增长速度将逐渐放缓。由于农产品在抖音、快手等平台的直播销售已经形成较大规模，且国家各项帮助农户通过电商平台销售农产品的政策不断推广实施，加之平台对于各大电商提供流量扶持，中国直播电商收入仍将保持一定增速。但中国短视频行业的竞争日益激烈，市场正趋于饱和，中国移动短视频用户规模预计2025年将达到11.4亿，用户规模庞大。同时，中国对网络环境净化力度逐步加大，国家严厉打击网络非法获取收益的行为，直播虚拟礼物打赏收入、通过短视频及直播的广告收入以及直播电商收入作为中国短视频类平台行业的主要收入，增速均将逐步降低，因此，中国短视频类平台行业规模未来增长速度预计将受到一定程度的限制。

中国短视频类平台行业规模2018-2027E

快手招股书

下载原始数据

中国短视频类平台行业规模2018-2027E



中国短视频行业市场规模=中国直播虚拟礼物打赏收入+中国通过短视频和直播平台的移动广告收入+中国直播电商收入

[6] 1: <https://www.tmtp...> 2: <https://new.qq.co...> 3: <https://baijiahao.b...> 4: 快手招股书，行业规模...

短视频类平台政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”国家科学技术普及发展规划》	国家科技部、中央宣传部、中国科协	2022-08-01	8
政策内容	鼓励和支持以短视频、直播等方式通过新媒体网络平台科普，培育一批具有较强社会影响力的网络科普品牌。			

政策解读	该政策大力推进了科普类视频在短视频平台的普及与发展，有利于推动短视频平台内容丰富化、多元化、专业化发展。		
政策性质	指导性政策		

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”数字经济发展规划》	国家发改委	2022-03	8
政策内容	推动平台经济健康发展，引导支持平台企业加强数据、产品、内容等资源整合共享，扩大协同办公、互联网医疗等在线服务覆盖面。深化共享经济在生活服务领域的应用，拓展创新、生产、供应链等资源共享新空间。			
政策解读	该政策推动完善多元价值传递和贡献分配体系，有序引导多样化社交、短视频、知识分享等新型就业创业平台发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》	国家广播电视总局	2021-09	9
政策内容	借助互联网、移动互联网等新兴媒介传播方式，开拓短视频、网络直播等新兴服务模式，拓宽走出去的渠道和方式，推进节目内容跨终端、跨渠道的海外多元传播和社交化运营。引导边疆省区发挥友邻传播优势，构建中央与地方媒体优势互补协同发展的国际传播格局。			
政策解读	该政策推动了短视频平台服务内容的多样化发展，拓宽了短视频平台的发展渠道，增强了短视频平台的社交属性。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《互联网用户公众账号信息服务管理规定》	国家网信办	2021-01	8

政策内容	公众账号信息服务平台应当履行信息内容和公众账号管理主体责任，配备与业务规模相适应的管理人员和技术能力，设置内容安全负责人岗位，建立健全并严格落实账号注册、信息内容安全、生态治理、应急处置、网络安全、数据安全、个人信息保护、知识产权保护、信用评价等管理制度。
政策解读	该政策强化了公众账号的管理，明确了相关主体的法律责任，有利于短视频平台安全环境的建设以及内容的规范化。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	国务院	2020-09	8
政策内容	深入发展在线文娱，鼓励传统线下文化娱乐业态线上化，支持互联网企业打造数字精品内容创作和新兴数字资源传播平台。加快智慧广电生态体系建设，培育打造5G条件下更高技术格式、更新应用场景、更美视听体验的高新视频新业态，形成多元化的商业模式。			
政策解读	该政策鼓励线下文娱线上发展，推动了线上平台内容的多元化发展，丰富了短视频平台的内容，促进短视频平台用户规模的扩大。			
政策性质	指导性政策			

[7]

1: <http://www.gov.cn...>

2: <https://www.ndrc...>

3: <http://www.cac.go...>

4: <http://www.gov.cn...>

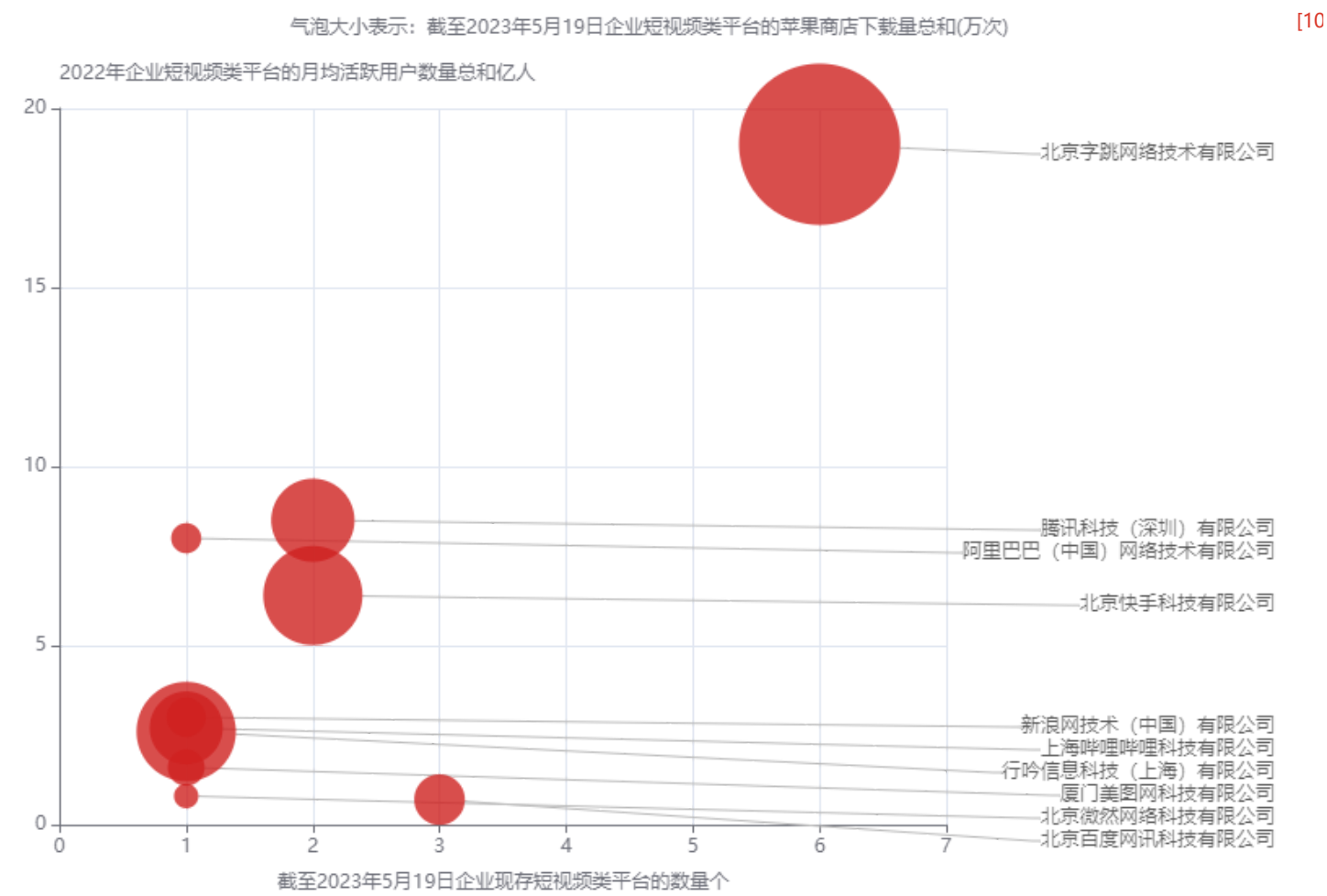
5: 科技部, 国家发改委, ...

短视频类平台竞争格局^[8]

中国短视频行业产生的巨大流量吸引了众多参与者纷纷入局，经过市场多轮迭代与整合，头部竞争者阵营包含字节跳动、腾讯、阿里巴巴集团、新浪、行吟科技等企业。月活跃用户规模是吸引广告主投放营销预算从而为短视频平台创收的关键因素之一，字节跳动在此项指标中稳居霸主地位。2022年，抖音月均活跃用户数量为3亿人，月活用户高达19亿人，用户粘性极高。字节跳动凭借抖音这款产品 在月活用户数量方面远超行业其他竞争对手。从企业短视频类平台数量看，字节跳动以6个短视频平台的数量排名第一，其次是腾讯、快手以及百度，剩余企业旗下均只有1个短视频平台仍在运营。腾讯旗下曾出现过17个的短视频平台，但经过行业激烈的竞争，截至2023年实际存活的平台较少，目前仅剩微信视频号及微视两家短视频平台正常运营，其中视频号依托微信稳固庞大的用户群体得以稳健发展，月均活跃用户达到8亿人。从各大短视频软件在苹果软件商城的下载数量来

看，字节跳动旗下平台以6,324万次的下载总量远超竞争企业旗下的平台稳霸榜首，小红书（行吟信息旗下）与快手的下载量相近，均为1,300万次左右。

中国短视频行业的市场竞争日趋激烈，随着头部企业的不断崛起，企业之间的差距不断扩大，小型短视频平台的生存空间越来越小，一些企业将会加速出清，行业格局正在趋向于垄断。小型或新平台想要成为行业的头部企业，需要不断提升短视频内容质量、更新技术和算法、拓宽内容生态系统等以提高用户粘性，提高自身在行业内的活率。



[10]

上市公司速览

腾讯控股有限公司 (00700)				快手科技 (01024)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.2万亿	5.5千亿	-0.9900	-	4.7千亿	941.8亿	16.1600	-

百度集团股份有限公司 (09888)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
7.0千亿	1.2千亿	-0.6600	-

- [8] 1: https://news.emo... 2: 竞争格局底稿, 云财经...
- [9] 1: 竞争格局底稿
- [10] 1: 竞争格局底稿

短视频类平台代表企业分析

1 深圳市腾讯计算机系统有限公司^[11]

公司信息

企业状态	存续	注册资本	6500万人民币
企业总部	深圳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	马化腾	统一社会信用代码	91440300708461136T
企业类型	有限责任公司	成立时间	1998-11-11
品牌名称	深圳市腾讯计算机系统有限公司		
经营范围	一般经营项目是：计算机软、硬件的设计、技术开发、销售（不含专营、专控、专卖商品及... 查看更多		



竞争优势

腾讯在互联网业务上布局广泛，旗下微信等社交平台为其短视频平台提供庞大用户群体。腾讯旗下拥有六大事业，分别为企业发展事业群、云与智慧产业事业群、互动娱乐事业群、平台与内容事业群、技术工程事业群以及微信事业群，在互联网业务以及新兴业务上布局广泛。旗下社交软件微信与QQ在中国拥有广泛的使用人群，2022年一季度微信月活人数达到12.9亿，QQ月活人数达5.6亿人，是中国最大的两款社交软件，以微信与QQ两大社交软件为切入口，腾讯搭建了腾讯游戏、QQ音乐、腾讯动漫、腾讯新闻、微信小程序等一系列应用生态，其中，腾讯收费增值服务用户注册数于2022年一季度达到24亿人。

2 浙江字节跳动科技有限公司^[12]



▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000万人民币
企业总部	宁波市	行业	软件和信息技术服务业
法人	郭继春	统一社会信用代码	91330205MA2AJL1P1C
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	2018-05-09
品牌名称	浙江字节跳动科技有限公司		
经营范围	从事计算机系统、计算机软硬件、网络信息技术、电子商务、电子产品、通信设备领域内的... 查看更多		

▪ 竞争优势

字节跳动旗下短视频矩阵丰富，用户规模庞大，用户画像十分多元化。字节跳动旗下包含多家短视频平台：今日头条涵盖科技、体育、健康、美食、教育、三农、国风等超过100个内容领域；抖音日活跃用户超过6亿，并继续保持高速增长；皮皮虾、懂球帝、火山小视频等短视频平台。

3 北京快手科技有限公司^[13]



▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	10101.01万人民币
企业总部	市辖区	行业	科技推广和应用服务业
法人	银鑫	统一社会信用代码	91110108335469089C
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	2015-03-20
品牌名称	北京快手科技有限公司		
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机系统... 查看更多		

▪ 融资信息



免责声明：

本内容非原报告内容；

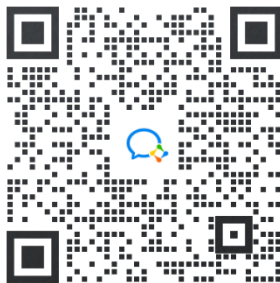
报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

IPO上市
54.2亿美元
2021-02-05

F轮
近30亿美元
2019-12-03

E轮
10亿美元
2018-07-23

▪ 竞争优势

快手短视频平台用户规模庞大，是中国目前最流行的短视频和直播应用之一。2022快手视频全年总收入为942亿元，同比增长16.2%，截至2022年12月底，快手应用累计互关用户对数达267亿对，同比大幅增长63.4%，全年直播场次超500万场。

[11] 1: <https://www.kuais...> 2: 快手官网

[12] 1: <https://www.byted...> 2: 字节跳动官网

[13] 1: <https://www.tence...> 2: 腾讯官网

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。