

概要



据2016年微博发布的第三季度财报显示,截止2016年9月30日,微博月活跃人数已达到2.97亿,较2015年同期相比增长34%;其中9月份移动端在MAU总量中的占比为89%;9月的日活跃用户达到1.32亿,较去年同期增长32%。

据第38次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2016年6月,我国网络视频用户规模达5.14亿,较2015年底增加1000万;网络视频用户使用率为72.4%。

2016年,随着移动智能、VR等技术支持,实时、互动的视频模式带来了新的用户体验,尤其是短视频、移动直播的出现更是有效的填补了用户碎片化的时间,视频行业出现新浪潮。

微博正在把更多的元素融入到自身平台中,包含图片、短视频、直播等多种内容的表现方式。

基于此,本报告对短视频行业及微博短视频做了相关研究。





口 短视频行业概况

口 短视频大数据洞察

口 热点短视频浅析

口 研究说明



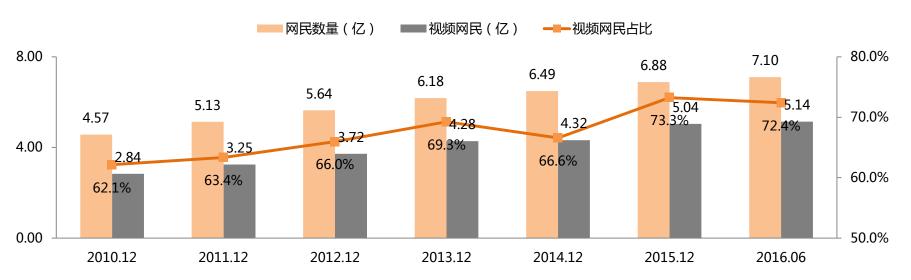


中国网络视频行业发展现状



◆ 截至2016年6月,我国网络视频用户规模达5.14亿,较2015年底增加1000万;网络视频用户使用率为72.4%。

视频网民发展趋势

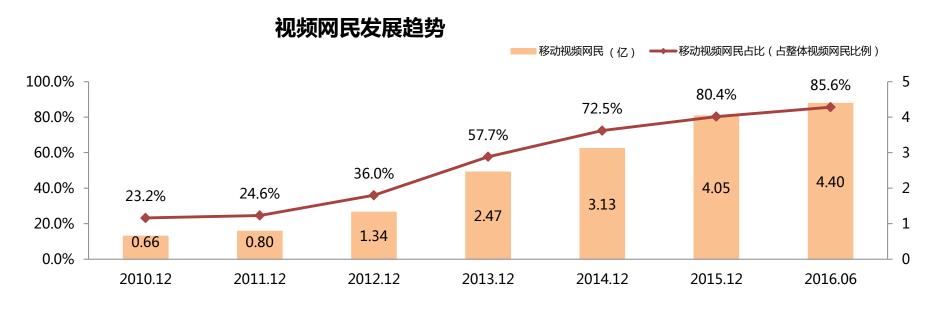


数据来源: CNNIC: 2016年第38次中国互联网络发展状况统计报告

中国网络视频行业发展现状



◆ 移动网络视频用户规模为4.40亿,较2015年底相比增长了3514万,增长率为8.7%;移动网络视频用户占总视频网民85.6%,相比2015年底增长5.2个百分点。移动端属性的视频形式得到了广大的用户基础。



数据来源: CNNIC: 2016年第38次中国互联网络发展状况统计报告

宏观环境给短视频业务发展带来新契机



政策环境

行业监管及相关制度越来越 完善,为互联网的发展提供 制度保障

经济环境

2014年以后短视频行业投资持续增长,内容、平台/社区成为热门投资方向,促进短视频行业发展



社会环境

互联网、大数据、智能终端等 发展逐渐成熟,智能终端普及 率不断增长,用户实时社交、 互动需求及方式都在推动短视 频发展

技术环境

大数据、VR等技术支持,移动数据网络5G时代到来,网络环境建设完善,产品优化迭代周期缩短,传播渠道技术革新,促进短视频发展。

短视频、直播带来了视频行业新浪潮





2008~2010 ,版权争夺最厉害的这个时期,版权资源战、版权官司口水仗成为视频网站间的家常便饭,乐视网蹿红,成为**版权保护**的急先锋。



2013~2015年,随着大数据、移动端的发展,视频行业开始了新的技术革新



2006~2008 视频源起

2008~2010 版权之争

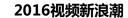
2010~2012 上市潮

2013~2015年 技术革新

2006~2008,YouTube被google天价收购后,这家美国的视频分享网站进入中国人的视野。一时间国内视频网站呈爆炸式发展,除去专业的视频网站(优酷、土豆、56网、乐视、PPlive)、一些门户网站(搜狐、新浪、网易)也开始进入该领域,优酷、土豆崛起



2010~2012,随着视频网站对收费、版权分销、其他增值服务等多重盈利模式的尝试,发现广告是视频网站最有效地盈利模式,此时,用户和流量基本上都趋于稳定,而投资人经过几轮的融资后,已经经不起再多的风吹雨打,他们希望能够尽快的上市,获得更大的估值。



2016,随着移动智能、VR等技术支持,实时、互动的视频模式带来了新的用户体验,尤其是短视频、移动直播的出现更是有效的填补了用户碎片化的时间。

用户原创内容(UGC)价值重视



自制井喷



长视频内容的版权 争夺导致内容成本增加,使得中国网络视频转向更低成本、更高自主权的自制内容,自制剧、自制综艺等影视内容并喷。

UGC价值重视



随着内容创作环境越来越宽松、传播碎片化、社交属性越来越明显,用户自己又重新成为了内容的创造者,由于其成为了内容的创造者,由于其成本,使得UGC逐渐成为主导网络视频的主要形式,而,强调更加强调用户实时参与互动的移动直播更成为了UGC内容新潮。

版权内容



随着视频网站在 收费、版权分销获得了 可观的价值,视频网站 对长视频内容的估值也 在不断的攀升,版权价 格不断被炒高,版权内 容发展模式成为中国网 络视频发展的主流。

原创拍客



中国网络视频发展初期,借鉴YouTube的发展思路,以用户上传分享视频为主要的内容生产模式,在优酷、土豆等视频网站的带领下发展"拍客"。

视频生产分发互动环节的演变推动短视频发展



视频生产



视频制作门槛越来越低,内容生成相对越来越容易,用户个人也成了视频的生产者。

视频分发



分发的核心问题是谁来决定 用户看什么内容; 早期,内容非常少,分发基 本上是由专业的人来决定的; 随着视频行业发展,内容激 增,原有的分发方式已经失 灵,出现两种解决方式:社 交分发、智能分发

互动



视频已经碎片化,进入到所有场景,用户可以利用碎片时间观看视频,进行互动。

短视频行业产业链











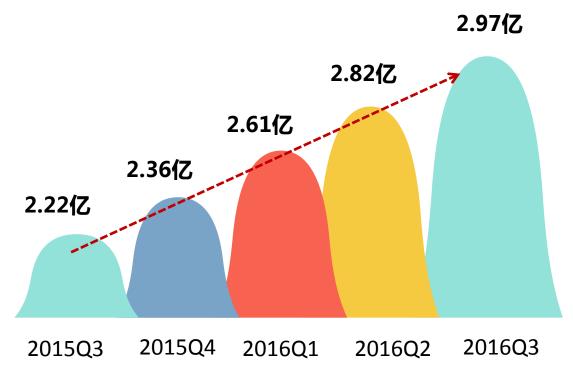
Part 1

短视频用户大数据洞察

微博月活用户持续增长



◆ 用户增长,微博用户已经连续10个季度增长超过30%,目前微博的月活跃用户(MAU)达2.97亿,年对年增长34%。



数据来源:微博Q3财报

微博用户年轻化区域化



年轻白领化



2.26亿

18-30岁的月活人群

区域覆盖下沉



1.70亿

三四线活跃人群

内容垂直化



45个

月阅读>10亿的垂直领域

数据来源:微博数据中心,截止16年9月

微博短视频大爆炸



◆短视频在微博平台的播放量峰值达到23亿次,人均播放时长15.2分钟,短视频的每天发布量达到32万条。

短视频微博播放峰值

人均播放时长

短视频每天发布量

23亿

15.2分钟

32万条







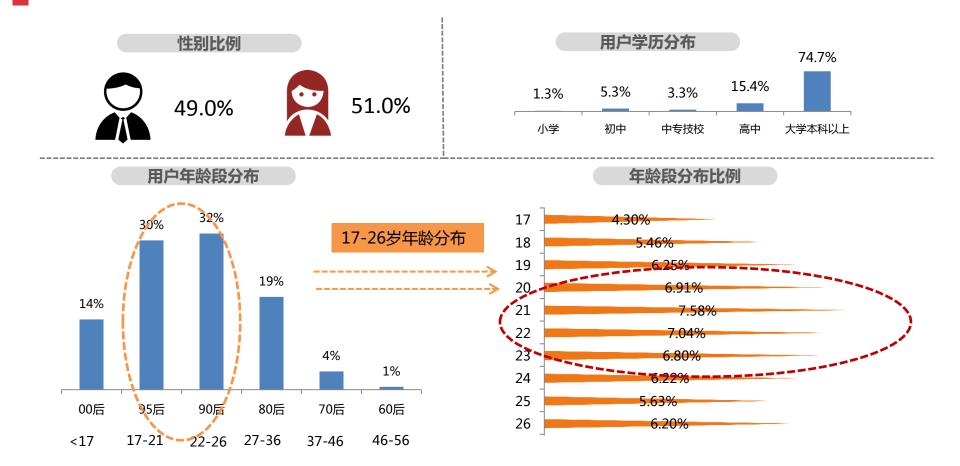
内容垂直领域纵伸





90、95高学历成观看短视频主力用户

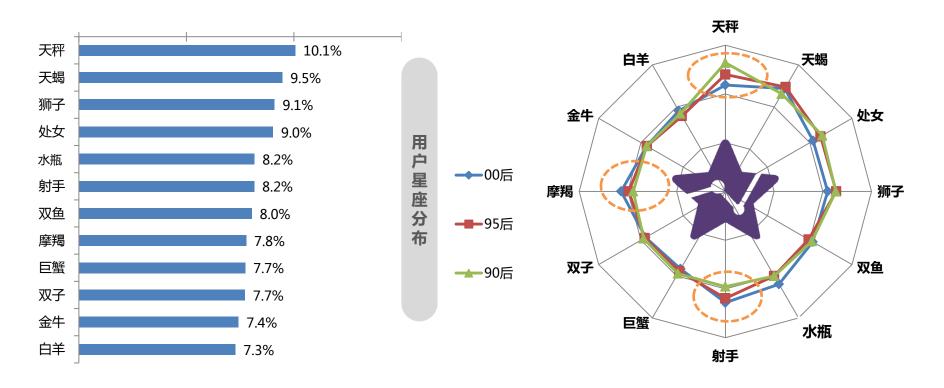




不同年代突出星座不尽相同



- ◆ 整体来看,天秤、天蝎、狮子更爱看视频;
- ◆ 00后、95后、90后来看,00后摩羯较突出,95后射手较突出,90后天秤突出。

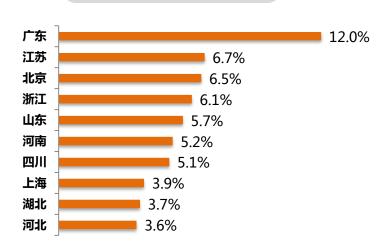


短视频用户省份分布

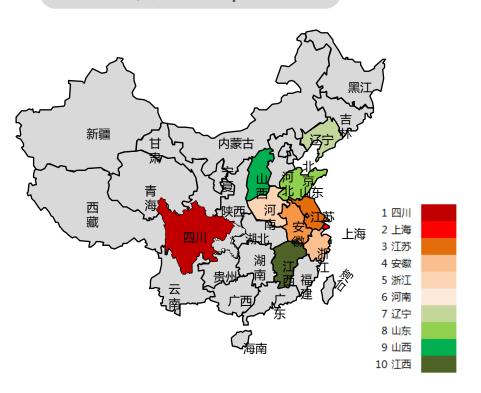
微博数据中心 Weibo Data Center

- ◆ 视频用户主要分布在广东、江苏、北京等省份;
- ◆ 较微博整体用户而言的话,视频用户在四川、上海、江苏等地比重更高。

用户分布top10省份



省份分布TGI top10

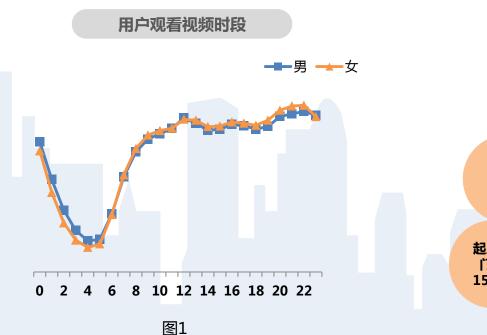


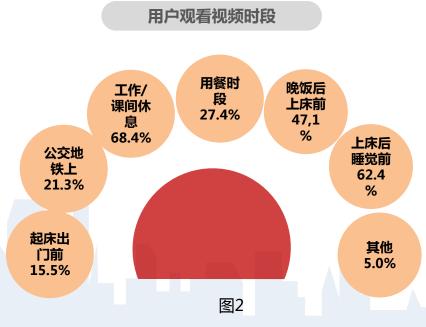
注:TGI即在特定区域强弱

男性用户更多夜猫子



- ◆ 总体而言,用户观看视频主要集中在中午午休和晚上下班之后;其中女性用户在19:00-23:00表现突出,而男性用户相比较女性用户在00:00以后观看占比高。
- ◆ 从问卷数据来看,用户在工作/课间休息时间、晚饭后到睡觉前占比较高。



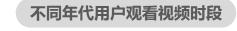


注:图2数据来源:短视频用户调查问卷,样本量=11324

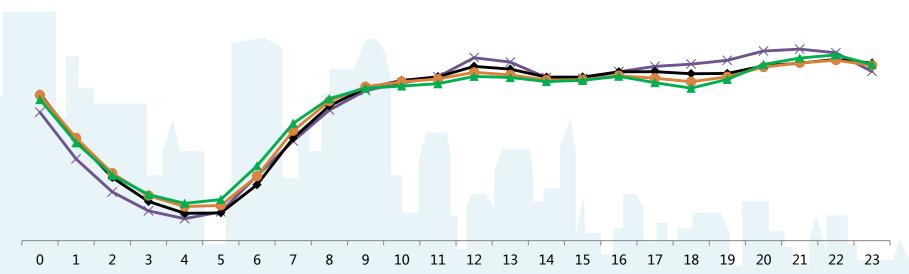
不同年代用户观看视频时间有差异



◆ 早起观看以80后为主,午休和晚饭后00后更突出,90、95后是夜猫子主力。



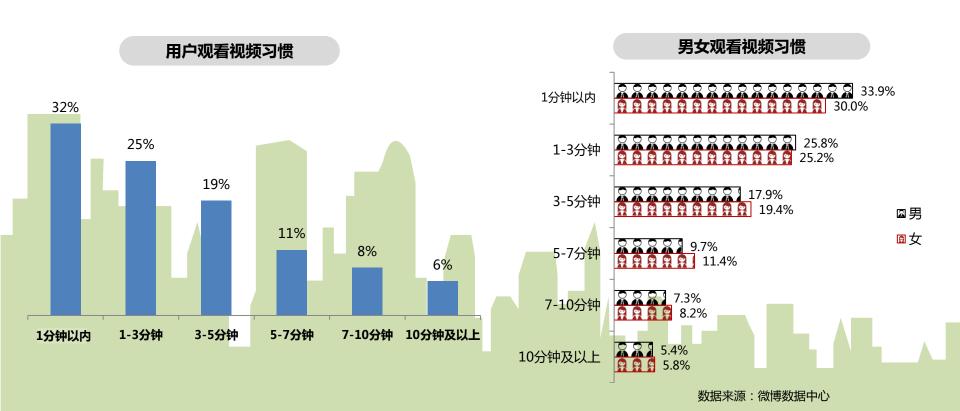




用户观看视频习惯



◆ 总体而言,用户更习惯5分钟以内的视频,占到76%;但男女之间有一些差异。





Part 2

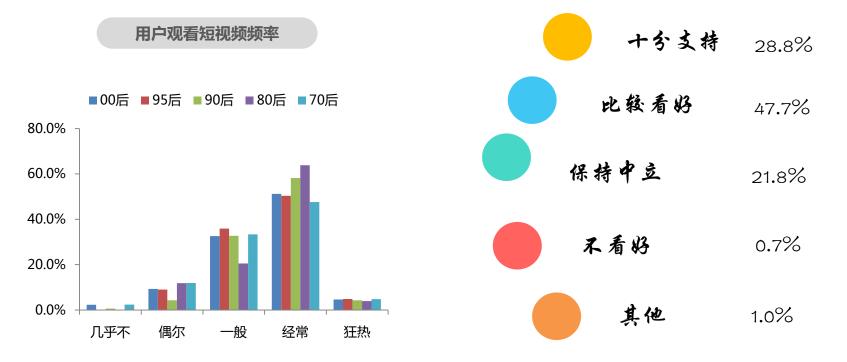
短视频用户问卷洞察

用户普遍经常观看短视频



◆ 大多数用户经常观看短视频,对短视频未来的发展持积极态度。

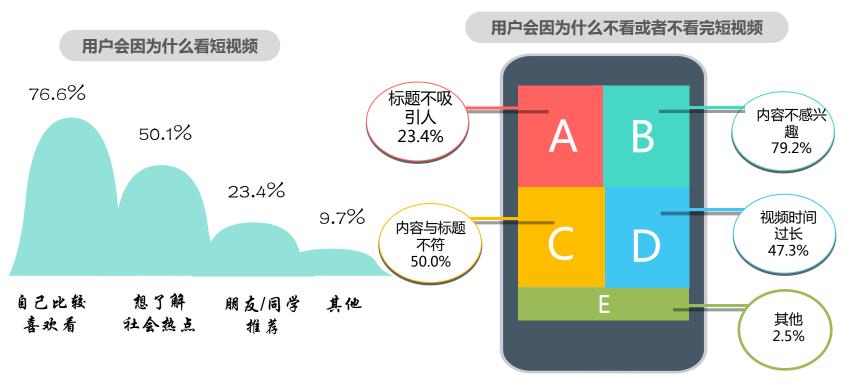
用户会对短视频未来发展的态度



视频内容成为短视频会被观看的重要因素



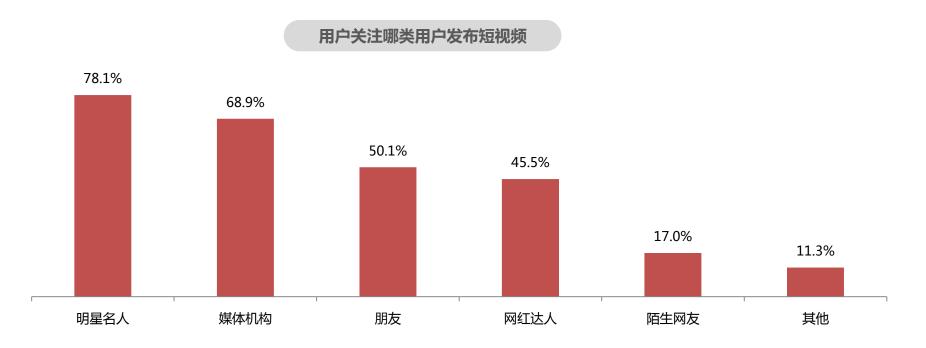
◆ 76.6%的用户自己本身比较喜欢看视频;而79.2%的用户会因为视频内容不感兴趣而不看或者不完整观看某段短视频;



明星、媒体机构发布的短视频更容易受到用户关注

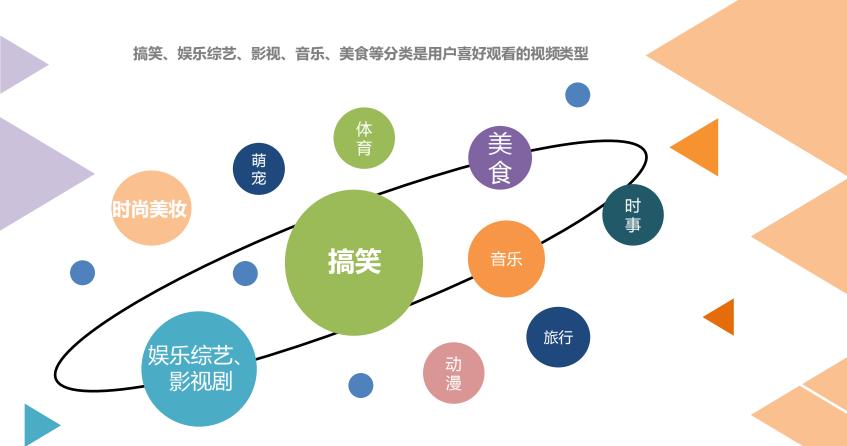


◆ 明星、媒体机构、朋友、网红发布的短视频更泳衣受到用户的关注,这些用户也将成为吸引用户来平台观看的主要资源。



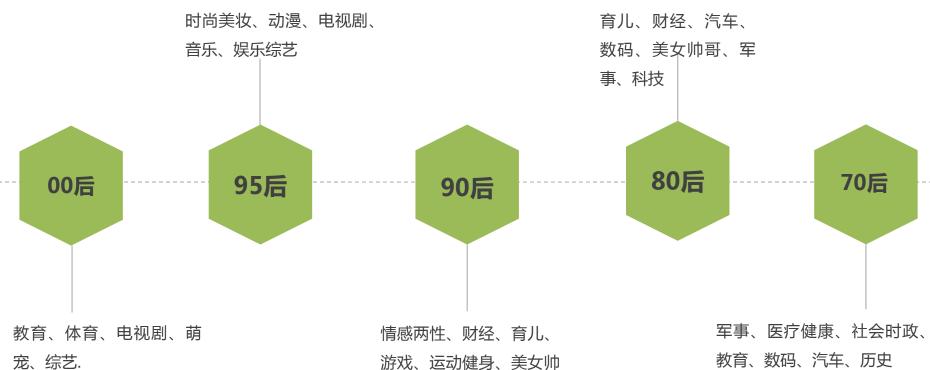
娱乐化类型短视频受用户追捧





不同年代用户观看视频偏好





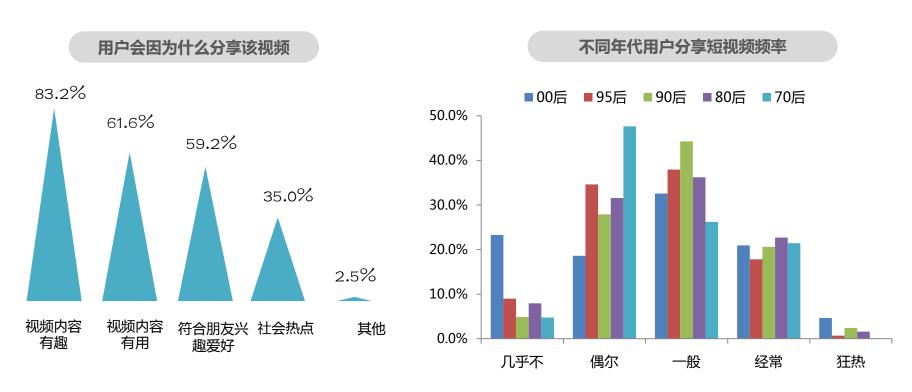
哥

教育、数码、汽车、历史

视频内容是用户分享短视频考虑的主要因素



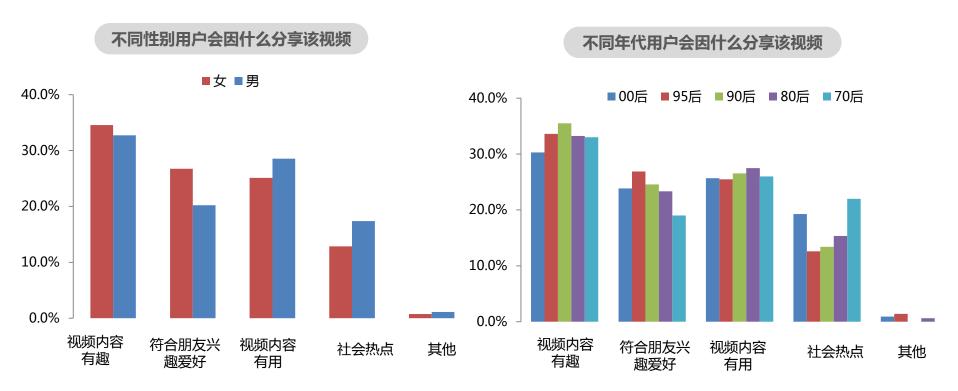
◆ 视频内容仍是用户对分享短视频考虑的主要因素;经常分享短视频的用户中,00后和80后占比较高。



视频内容有用、热点也影响着用户分享视频



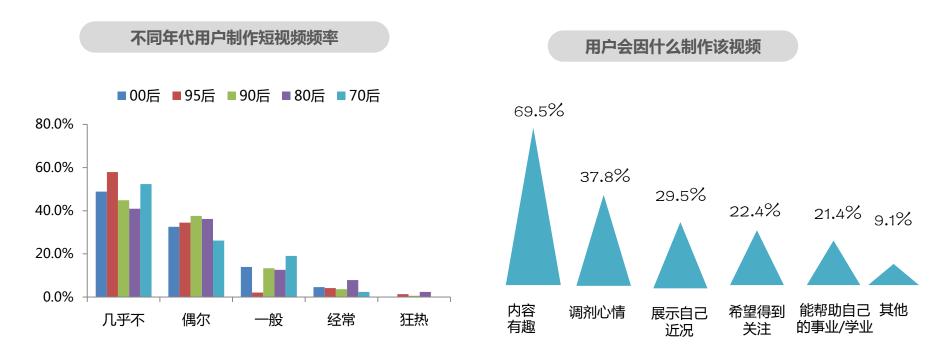
▶ 男性用户、70后用户对所分享视频内容是否有用、是否为热点更看重。



用户会基于内容有趣或调剂心情来制作短视频



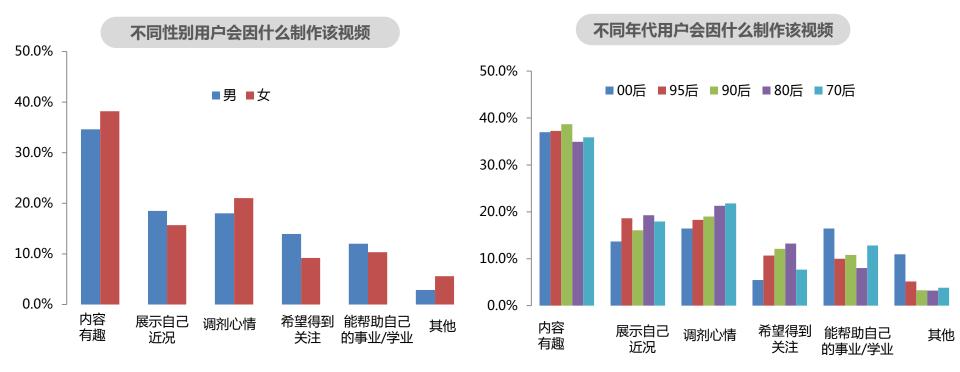
◆ 用户自己制作短视频频率不是很高,但是会基于内容有趣、调剂心情制作短视频。



制作短视频方面,男性更理性,女性更感性



◆ 在制作短视频方面,男性用户显得更理性一些,希望通过制作短视频对自己有所帮助;女性用户则在调剂心情更为 突出。









案例 1

papi酱的成长之路



papi酱微博热议指数



数据来源:微指数,时间:2016年1月-10月

papi酱热点单条短视频微博浅析





papi酱 💟 😘

+关注

自10月21日发博起截止到10月24日

10月21日 17:50 来自 微博 weibo.com

papi酱不定期更新的日常——网络是我的保护色,键盘是我的武器,我就是正义的化身,键盘侠!你要加入我的队伍吗?(希望所有的键盘侠都可以原地爆炸(周末愉快啦~~比心❤~~ □ papi酱的秒拍视频



播放量 8303万+

转发量 11万十

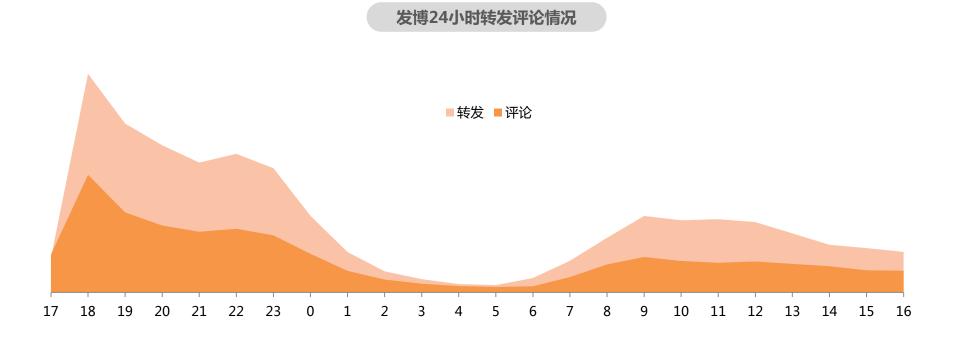
评论量 5万+

点赞量 43万+

papi酱键盘侠视频博文24小时传播情况



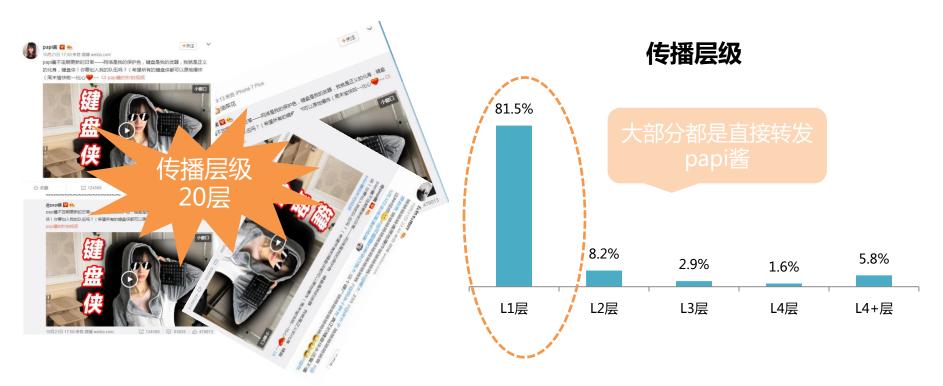
◆ 转发、评论趋势基本相同,发博后出现转发评论高峰。



papi酱键盘侠视频博文传播层级

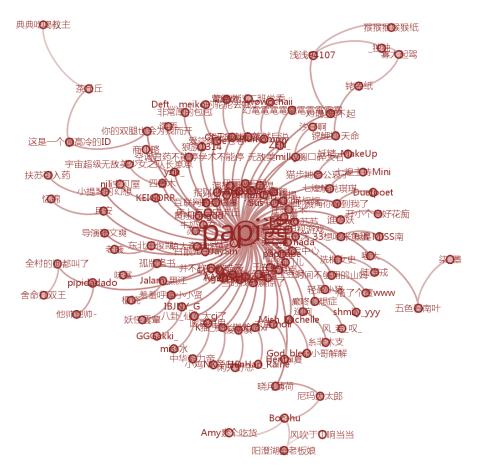


自10月21日发博起截止到10月24日



papi酱键盘侠视频博文传播路径





参与键盘侠视频博文用户画像





28.2% 71.8%

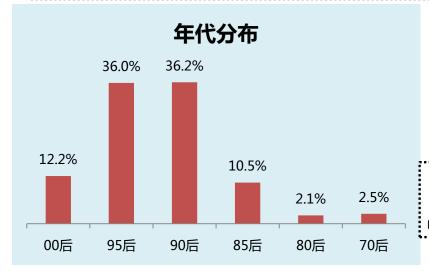
性别

参与用户以女性为主,占比71.8%

在龄

用户年轻化,以90、95为主,占比达到72.2%。



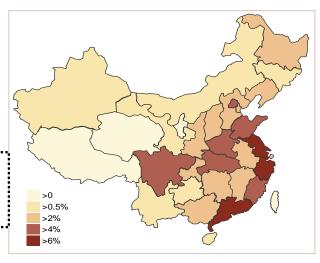


学历

本科以上高学历为主,占77.9%。

省份

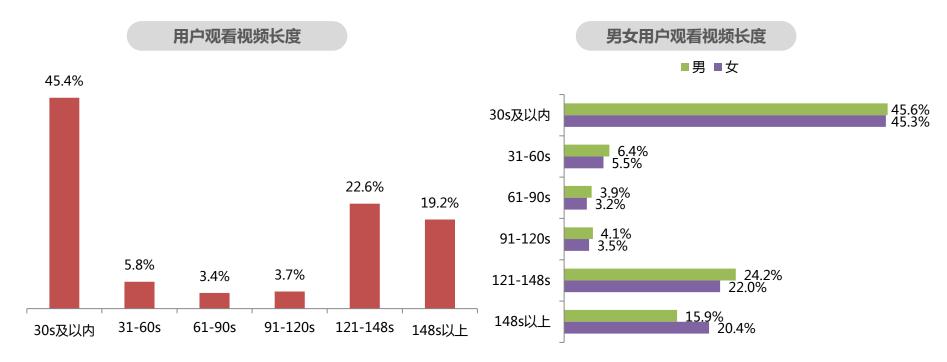
用户主要集中在广东、江苏、浙江、 1东。



开始的半分钟内容会影响用户是否会观看短视频



- ◆ 本段视频时长2分28秒,用户观看时间主要集中在半分钟内和2分钟以上;
- ◆ 用户观看30s内的占比达到45.4%,决定用户是否会完整观看下去很大程度上取决于开始的半分钟的内容;
- ◆ 用户观看2分钟以上占比41.8%,其中,有22.6%是完整或者接近完整看完的用户,有19.2%的用户是深度观看用户。

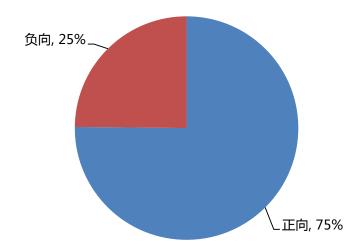


键盘侠视频博文评论内容情感分析



◆ 评论主要还是正向的,占比达到75%。

用户评论情感词正负向占比



用户评论情感词词云





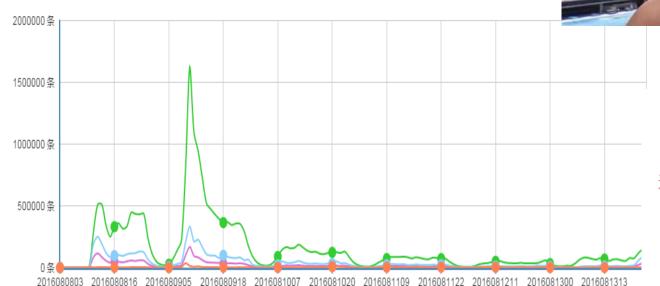
案例 2

泳届谐星傅园慧事件热议



一段视频采访引发的热议情况

--- 原创微博数 --- 转发微博数 --- 评论微博数 --- 赞数



热议词

泳届谐星傅园慧的成长之路

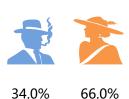


泳届谐星傅园慧热议指数



参与傅园慧事件用户画像





性别

参与用户以女性为主,占比66.0%

年龄

用户年轻化,以90、95为主,占比达到65.4%。

用户学历信息 79.2% 1.1% 2.1% 4.9% 12.7% 小学 中专技校 初中 高中 大学本科以上

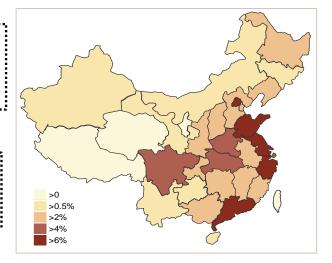


学历

本科以上高学历为主, 占79.2%。

省份

用户主要集中在广东、江 苏、浙江、山东、北京。



研究说明

- **豆 短视频**:一种视频长度以秒计数,主要依托于移动智能终端实现快速拍摄和美化编辑,可在社交媒体平台上实时分享和无缝对接的一种新型视频形式。它融合了文字、语音和视频,可以更加直观、立体地满足用户的表达、沟通需求,满足人们之间展示与分享的诉求。
- ロ 短视频特点:

视频制作门槛低,内容生成相对容易。 时间短,流量小,观看方面等特点使得传播速度更加迅速 短视频的传播渠道主要是社交平台,社交属性尤为强烈。

- 本报告以微博大数据为基础,运用了对比分析、 交叉分析、TGI算法等研究方法对用户画像。
- □ 报告中的数据来源于微博数据中心,新浪微博2016Q3财报,《中国互联网络发展状况统计报告》、短视频问卷调查(包含多选题)
- □ 数据提取范围:2016年1月1日-10月31日

微博数据中心

