

产品分析 - 价格

腾讯视频VIP价格上升包月包季包年价格上涨，请做出财务预测和其原因？

从两个方面来看。成本和收益来分析。

购买IP和自制节目的成本越来越高，保持同样的价格很难维持现在的利润，并且现在的会员人数也达到了天花板，如果需要通过提高收益，由此必须提高价格。

这是成本上的考量，虽然没有内部数据佐证成本上顾虑，但是会员人数遇到天花板是肯定的。从收益来看，需要考虑的是 价格弹性 的顾虑。鉴于VIP的价格20元一个月，相当于一本星巴克美式的咖啡的价格。我们的提供的服务来看 - 随时随地看你想看的内容。还是有很高的不可替代性，即使是会有价格敏感的用户取消会员，但是我认为大部分的会员还是会继续续费。

所以我假设 目前用户 一百万， churn了1%的会员。 99%继续续费。

损失

$$10,000 * 20 * 12 = 2,400,000$$

收益

$$990,000 * (20 - 15) * 12 = 59,400,000$$

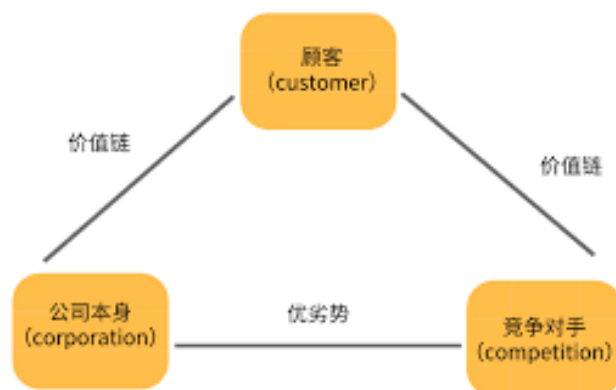
$$59.4 \text{ M} > 2.4 \text{ M}$$

收益和损失来比较

增加5元每个月，1万用户的丢失会导致每年2.4M的损失。但是99万的现有会员，每年会多增加59.4M的收益。

这对于公司的财务来看每年多59.4M的收益对bottom line 的效果提升很大。这也可以让我们买更多的IP做更多的优质的自制剧。提升我们的竞争力。

你怎么给抖音开屏广告定价？



给抖音的开屏广告做定价的。鉴于大部分抖音的用户都是年轻人20 - 30岁的年龄阶段。那么可以根据我们潜在的竞争对手 - B站，微博，小红书的开屏广告提供的功能和价格作为参考。

抖音的最大的优势是比B站，微博，小红书等App比较，抖音有更多用户行为的数据。同一个抖音账号 可以登录 西瓜视频，今日头条，懂车帝。由于抖音有更多的数据，我们对用户就更加了解。同时也可以让广告投放的准确度大大的提高。

基于这样的情况，在同样基础的广告投放覆盖度和准确度，抖音可以定比竞争对手更便宜的价格。即在同样服务下，抖音的广告投放更便宜。

鉴于抖音有更多的用户数据和更准确的用户画像，那么可以提供客户附加服务来更准确的定位用户并投放广告。可能是用户的“职业”，“兴趣”和其他有价值的信息用来定位。

那么总结一下 范围 下限是 最基础的覆盖和定位 比 其他同类app竞争对手便宜，上限是 基础价格 + 附加服务。

这个应该是抖音的定价策略。