

# 数据分析报告：用户行为与内容运营分析

## 一、项目背景

### 1. 分析目标

- 评估用户留存率、视频内容转化效率及用户活跃时间段分布
- 识别用户流失节点与内容优化方向

### 2. 数据范围

- 时间周期：2019 年 9 月 21 日 - 2019 年 10 月 30 日（留存数据）
- 数据来源：
  - 漏斗分析.csv：视频播放、完成、点赞行为数据
  - 留存率.csv：新用户首日留存数据
  - 用户活跃时间段分析.csv：24 小时活跃用户数

## 二、核心数据分析

### （一）用户留存分析（留存率.csv）

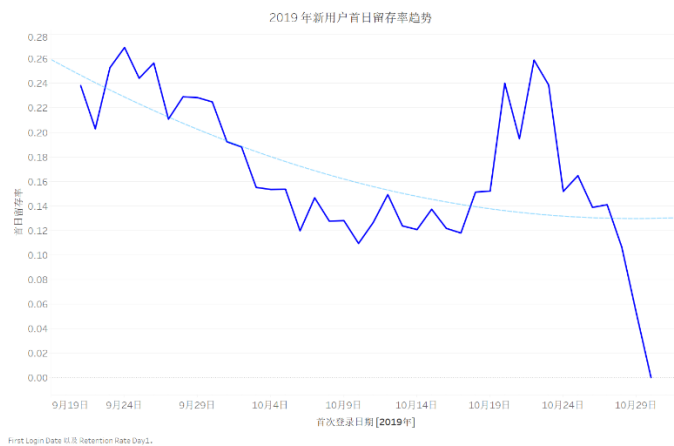
#### 1. 数据概览

日期范围	新用户总数	次日留存用户均值	平均留存率
------	-------	----------	-------

2019-09-21 至 10-30	34,581	446 人	20.13%
--------------------	--------	-------	--------

#### 2. 趋势分析

- 关键结论：
  - 首日留存率整体呈下降趋势，从 9 月 21 日的 23.81% 降至 10 月 30 日的 0%（当日新用户仅 39 人且无留存）。
  - 波动节点：10 月 20 日留存率回升至 24%（新用户 929 人，留存 223 人），可能与活动或内容调整相关。
- 可视化参考：



- X 轴：首次登录日期
- Y 轴：首日留存率
- 异常点：10 月 30 日新用户 39 人，留存 0 人，需核查数据准确性或业务异常。

### 3. 建议

- **重点召回：**针对留存率低于 15% 的日期（如 10 月 6 日后）的新用户，推送个性化召回内容。
- **活动关联分析：**对比 10 月 20 日留存率回升与同期运营活动的关联性。

## （二）视频内容转化分析（漏斗分析.csv）

### 1. 漏斗转化数据（单位秒）

视频级别	播放量	完播量	完播率	点赞量	点赞转化率（完播后）
short	1,669,861	668,661	40.04%	16,152	1.48%
medium	67,423	27,896	41.37%	621	1.40%
long	16	8	50.00%	0	0%
very_long	12	3	25.00%	0	0%

### 视频时长分割依据

Time<30 为 short

Time<90 为 medium

Time<120 为 long

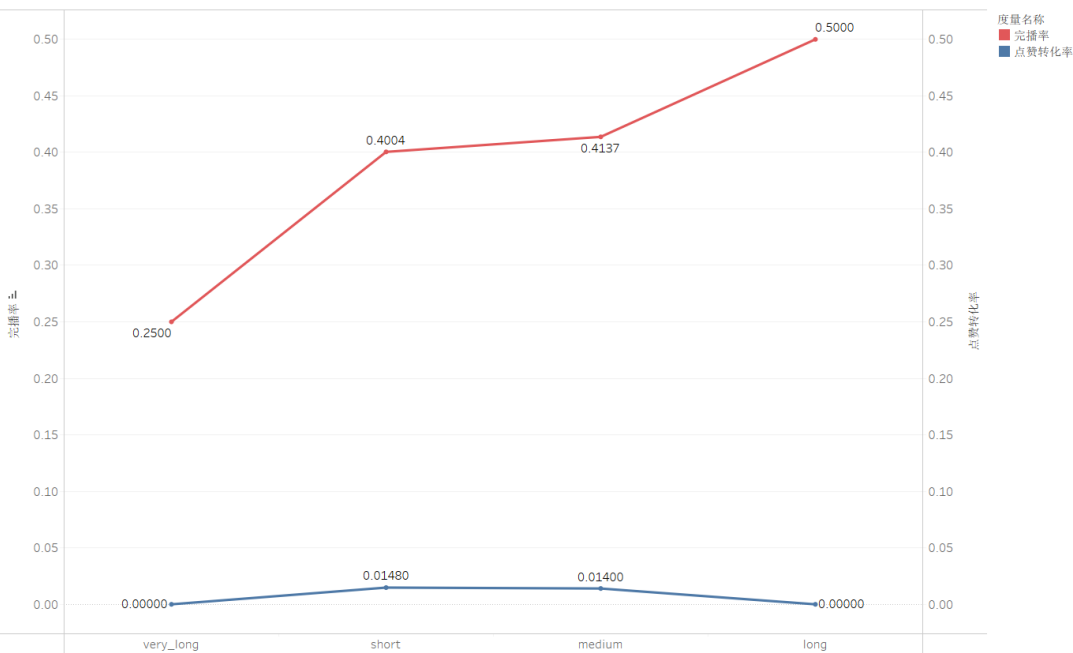
120<Time 为 very long

2. 核心发现

- 完播率：
  - 长视频 (long) 完播率最高 (50%)，但播放量极低 (16 次)，说明观看长视频的用户兴趣更集中。
  - 超长视频 (very\_long) 完播率仅 25%，内容过长可能导致用户流失。
- 点赞转化率：
  - 短视频 (short) 完播后点赞率最高 (1.48%)，中等视频 (medium) 次之，长视频无点赞行为，需优化互动引导。

- 可视化参考：

不同视频级别下完成数量与点赞转化率对比



Video Level 的完播率与点赞转化率趋势。颜色显示有关完播率与点赞转化率的详细信息。对于窗格 Finish Rate 总和: 标记按完播率进行标记。对于窗格 Like Conversion Rate 总和: 标记按点赞转化率进行标记。

双轴对比：左轴为完播率，右轴为点赞转化率，短视频在两项指标中表现均衡。

3. 建议

- 内容长度优化：

- 减少超长视频（very\_long）的生产，聚焦中短视频（short/medium）。
  - 长视频增加分段标签或进度条提示，提升观看体验。
- **互动设计：**在中短视频结尾添加“点赞鼓励”弹窗，测试转化率提升效果。

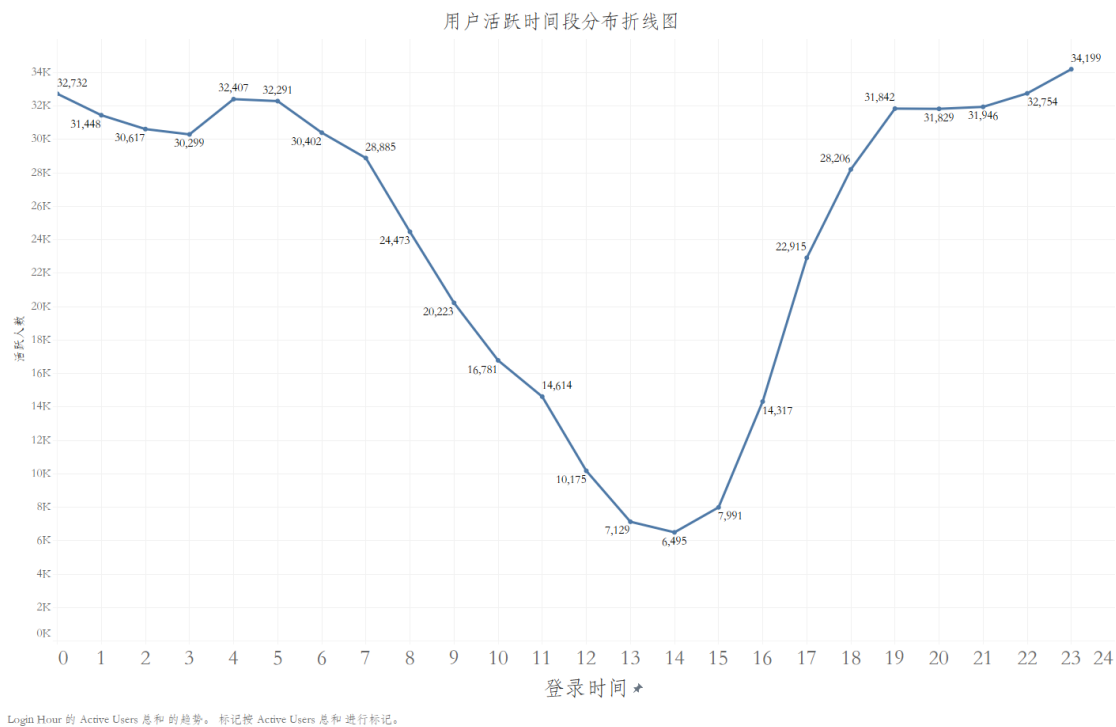
### （三）用户活跃时间段分析（用户活跃时间段分析.csv）

#### 1. 活跃分布数据

时段	活跃用户数峰值	占全天比例	低谷时段	活跃用户数低谷
夜间	23:00 (34,199 人)	12.2%	14:00	6,495 人
凌晨	0:00 (32,732 人)	11.7%	13:00	7,129 人

#### 2. 趋势特征

- **活跃高峰：**
  - 21:00-23:00 为晚间活跃期，峰值出现在 23:00，符合用户睡前娱乐习惯。
  - 凌晨 0:00-5:00 活跃用户数维持在 3 万以上，存在“熬夜党”群体。
- **活跃低谷：**
  - 13:00-16:00 为午间低谷，活跃用户数不足万人，可能与工作学习相关。
- **可视化参考**



- X 轴：登录小时 (0-23 点)
- Y 轴：活跃用户数 (带数据标签)

### 3. 建议

- 运营策略：
  - 在活跃高峰时段 (20:00-24:00) 发布新内容或开展直播活动，提升曝光量。
  - 低谷时段 (13:00-16:00) 推送轻量级内容 (如资讯快讯)，维持用户粘性。

- **技术优化**：在活跃高峰前 30 分钟预热服务器，避免卡顿。

### 三、综合建议

#### 1. 用户留存优化

- **对首日留存率 <15% 的用户群体**，在注册次日通过 Push 消息推送“新手引导”或“福利活动”。
- **分析 10 月 20 日留存率回升的具体原因**（如内容质量提升或活动激励），复制成功模式。

#### 2. 内容策略调整

- **重点生产**：以短视频（short）为主，中等视频（medium）为辅，控制长视频（long）比例在 5% 以内。
- **互动实验**：在短视频结尾添加“点赞领积分”功能，对比测试点赞转化率是否提升至 2% 以上。

#### 3. 时段运营精细化

- **针对凌晨活跃用户（0:00-5:00）**，推出“深夜模式”专属内容（如纪录片、助眠视频）。
- **在午间低谷时段（13:00-16:00）**，通过 AI 推荐算法推送用户历史偏好的精简内容。

### 四、项目附录

#### 1. 数据来源说明

- 所有数据均来自平台用户行为日志，经脱敏处理后使用。
- **留存率计算逻辑**： $\text{次日留存率} = \text{首登次日登录用户数} / \text{首登当天新用户数}$ 。