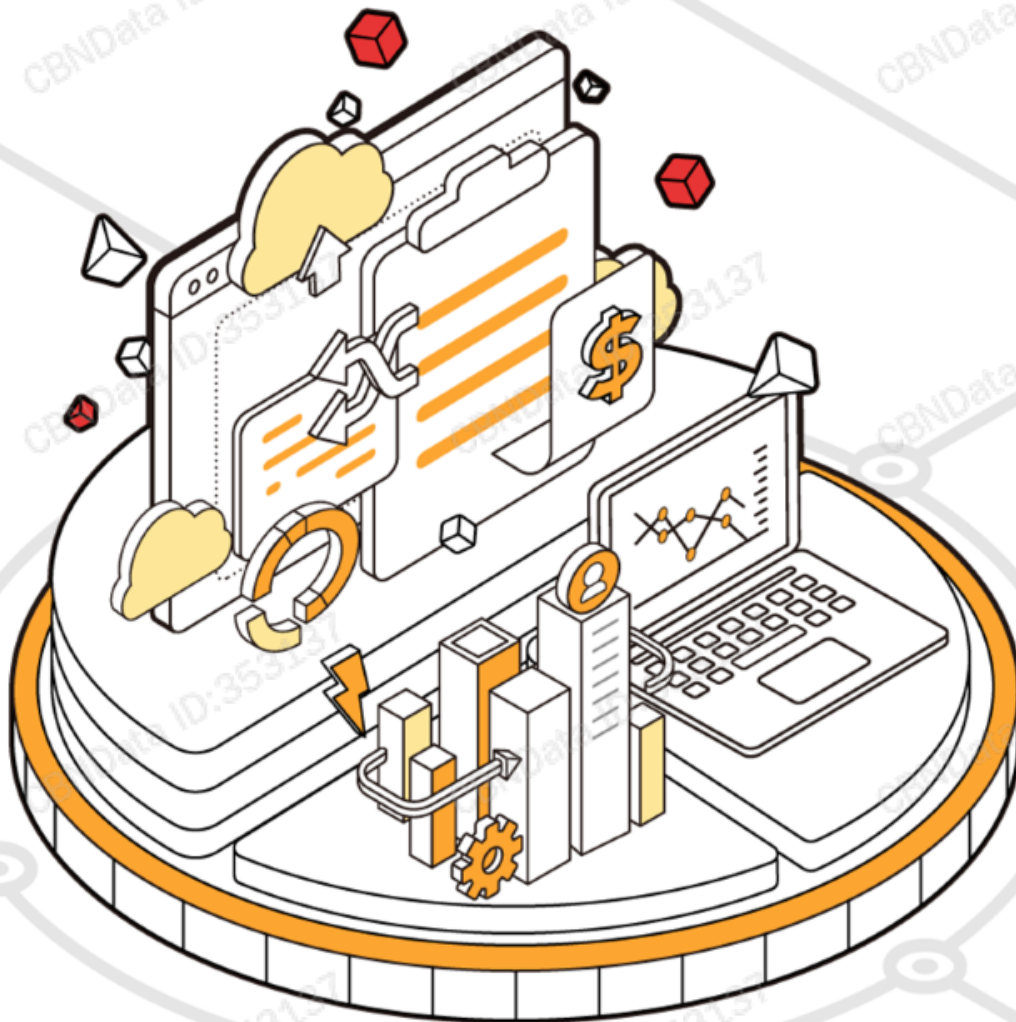


快手平台电商 营销价值研究

秒针系统





目录



短视频营销趋势



快手平台助力电商营销

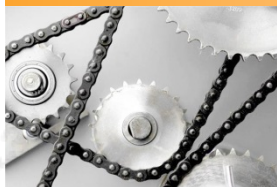


短视频平台未来营销机会点



短视频营销趋势

- 短视频平台快速发展，成为消费者最普遍的娱乐方式，广告主倾向在短视频平台投入更多关注；
- 短视频的流量和互动属性与电商营销天然结合；



快手平台助力电商营销

- 快手庞大的用户需求和社交属性赋能电商营销；
- 快手以高互动、强转化特性，高效直达消费者；
- 快手“普惠”价值观，技术赋能快手达人“内容带货”；



快手平台未来营销机会点

- 短视频的内容和主播的推荐是影响用户产生购买的关键因素，快手普惠机制赋能达人生产优质内容；
- 快手用户对于家装，珠宝首饰和3C产品的广告偏好程度高；



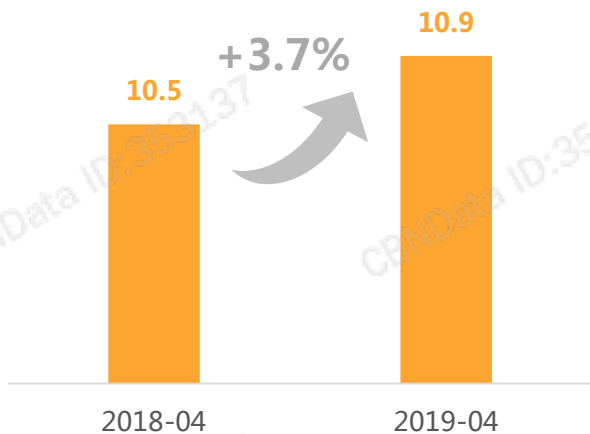
01

短视频营销成为趋势

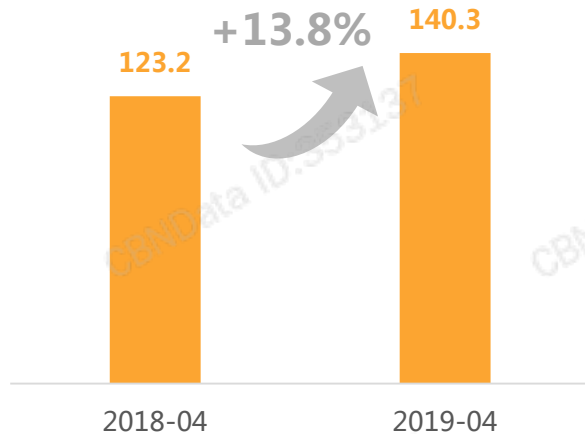
泛娱乐平台用户规模持续扩大，短视频平台用户和使用时长快速增长



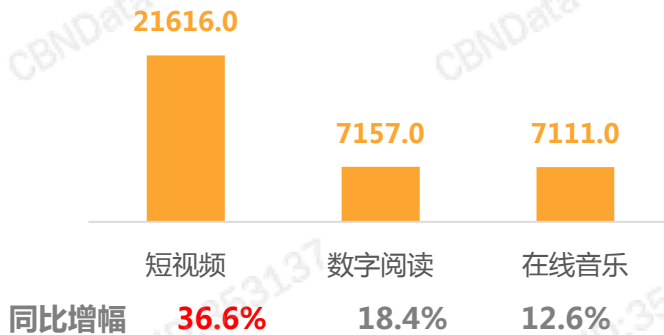
泛娱乐用户规模/亿



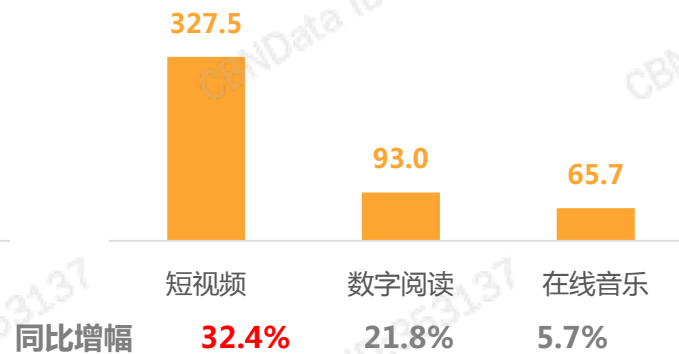
泛娱乐用户月人均使用时长/小时



月活跃用户规模同比增量Top3/万



月均使用时长同比增幅Top3/小时



10.9亿泛娱乐用户规模，同比增长3.7%



36.6%短视频类应用用户规模同比增幅，月均使用时长同比增长327.5小时，增幅32.4%

• 数据来源：QuestMobile
 • 泛娱乐用户定义：在网络K歌、在线音乐、手机游戏、数字阅读（在线阅读、手机动漫、有声听书、幽默段子、百科问答）、在线视频、短视频、娱乐直播、游戏直播、电影演出等9个行业的活跃用户

年轻用户群体是短视频使用的主力人群，短视频在高收入，高学历群体和中老年群体加速渗透

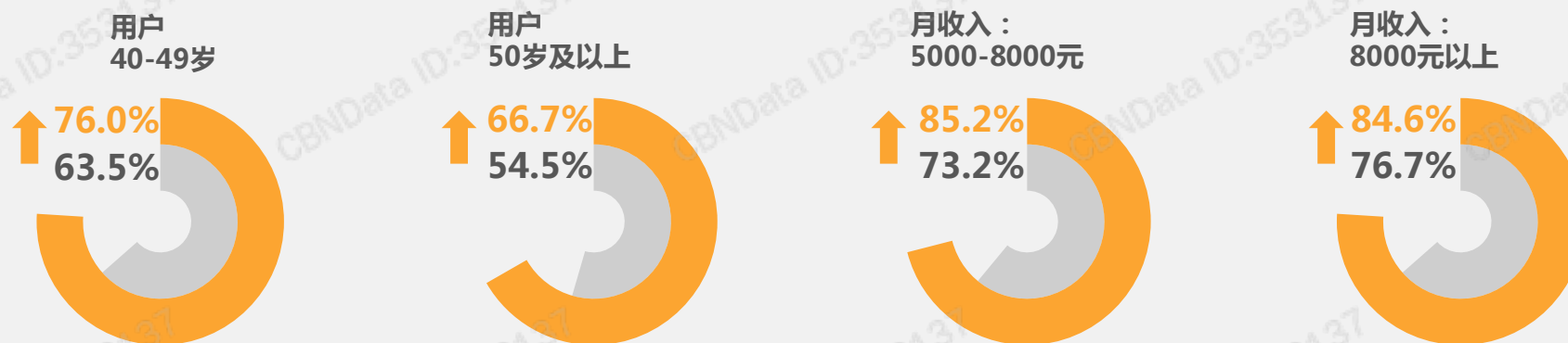


年轻用户群体(29岁以下)依旧是使用短视频的主力人群

2018年12月不同年龄段短视频用户使用率



短视频在高收入，高学历人群和中老年群体加速渗透



内环为2018.06，外环为2018.12，不同用户群体对于短视频使用率变化

• 数据来源：CNNIC中国互联网络信息中心；

用户对于短视频依赖引起广告主的关注



讨论声量：+125%

2019年1-5月网民在社交平台对于短视频的讨论声量同比增长125%，提升明显

短视频平台：Top3

快手，抖音和西瓜短视频是用户在社交平台提及量最多的三个短视频App

网民使用率最高的应用：

即时通信，搜索引擎，网络新闻，短视频和网络视频是网民使用率最高的五个应用

广告主倾向在短视频平台投入更多关注

Q：和2018年相比，您预计贵公司在2019年社会化营销的预算投入会？

81%

广告主将增加社会化营销预算中

21%

2019年社会化营销预算平均增长

Q：在2019年，贵公司的社会化营销的重点会放在？

60%

KOL推广



55%

短视频/直播



vs 2017

+33%

54%

微信公众号运营

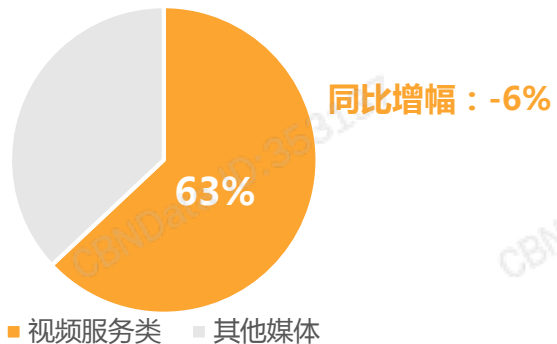


• 数据来源：社交媒体数据（包括微博、微信、论坛、问答，博客和电商网站），秒针系统广告主调研数据

短视频平台媒体广告投放量快速增长



2018年视频服务类*媒体广告投放占比

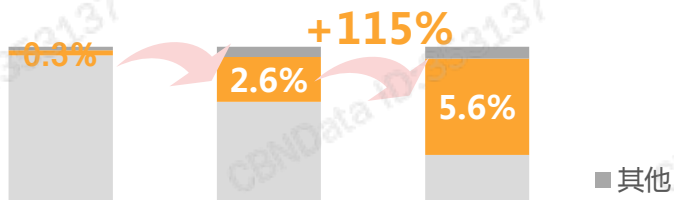


短视频媒体广告投放量增长迅速，开屏和信息流广告成为主要增长来源



视频服务类媒体是广告投放量最高的媒体，视频服务类中短视频媒体广告投放量快速增长，开屏广告和信息流广告成为短视频增长的主要来源。

视频服务类细分媒体广告投放占比



短视频媒体各广告位类型投放指数（分月）

开屏广告 信息流广告 banner广告 其他类型广告



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17083

