

2019

短视频内容营销趋势 白皮书



CONTENT

目录

前言 /

研究目的、数据来源、研究总结与发现

01 / 行业篇

2018年中国短视频整体发展回顾

02 / KOL篇

短视频平台各垂类KOL数量分布、增长态势及粉丝互动表现

03 / 平台篇

典型短视频平台发展现状、主流营销产品介绍及商业价值对比

04 / 蓝V企业号篇

抖音企业号运营现状、运营方法论及优质企业号推荐

05 / KOL营销篇

短视频KOL营销现状、主流行业KOL投放偏好及营销建议

06 / 趋势篇

2019短视频内容营销8大趋势



Research objective

研究目的

2018年，在平台、用户、广告主共赴短视频盛宴的背景下，短视频营销迎来倍数级增长，抖音、快手成为了细分赛道王者，以其强大的算法和内容推荐力，强势收割着用户的时间和注意力，在平台商业化进程全面提速、用户注意力全面聚焦的驱动之下，预计到2018年年底，短视频营销市场规模将达到118亿，其中，KOL营销占比为10%。

一面是经济寒冬，一面是短视频火热。

在此背景下，火星文化、卡思数据、新榜研究院三方联合，在第一时间为你呈上这份既饱含着行业深入洞察，KOL商业价值权威评估以及粉丝画像、兴趣深度解析，也富含着一线营销实战经验总结和方法论指导的《2019短视频内容营销趋势白皮书》，供相关人员2019年的短视频营销投放参考！

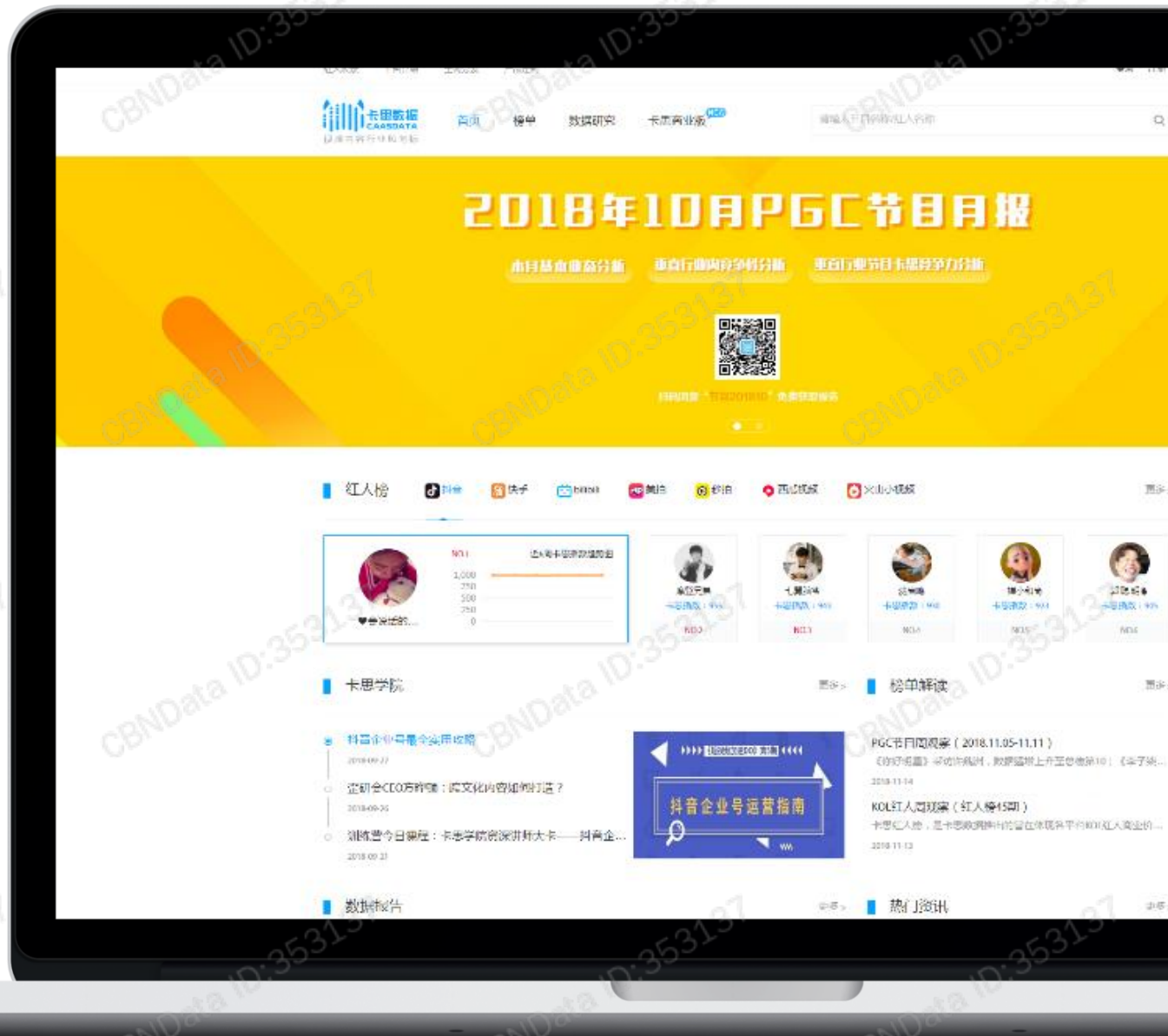
Data sources

数据来源

卡思数据 (www.caasdata.com)

卡思数据是国内权威的视频全网数据开放平台,可支持多维度PGC 节目数据查询、趋势分析、舆情分析、KOL 数据分析、KOL 粉丝画像、粉丝兴趣、粉丝质量分析。依托于专业的数据挖掘与分析能力,为视频内容创作者在内容创作和用户运营方面提供数据支持,为广告主的广告投放提供数据参考和更全面的商业价值考量!

报告中的数据和结论,主要来自于卡思数据所覆盖的7个主流短视频平台,即:抖音、快手、bilibili、美拍、秒拍、西瓜视频、火山小视频的KOL 数据、KOL粉丝画像数据和互动行为数据,同时,也有对短视频平台、第三方数据公司发布的公开信息的研究整理,对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈,以及火星营销研究院资深数据分析师对以上内容



Research results

研究总结与发现

01

短视频继续保持高增态势，**独立用户数达5.08亿，使用时长无限逼近在线视频，成为第三大移动互联网应用**，短视频用户结构也得以优化，以二三线城市为主舞台，依然年轻并充满活力！

02

广告/营销、电商、游戏和直播打赏为短视频平台变现的四驾马车。不同的是，现阶段各平台营收主力贡献有所不同。在2年多时间的发展和沉淀下，**当下短视频平台的营销变现产品已基本开发完善，集中体现为：围绕广告生态开发的硬广类产品（如：开屏、信息流等），和围绕内容生态和社交生态推出的自助化商业开放平台（如：KOL内容广告交易平台、短视频账号等）！**

03

短视频用户红利期基本消失，行业竞争进入到存量用户争夺的阶段，KOL的增长趋势与用户增长趋势极为接近，从Q2开始，增速大幅放缓。**各垂类KOL分布中，小姐姐占比仍然最高，但发展后劲不足，游戏、宠物、创意、旅行类KOL，成长空间较大！**

Research results

研究总结与发现

04

抖音和快手成为细分赛道王者，但无论是其算法逻辑，还是用户画像、内容偏好、观看时间、互动行为偏好等都存在着较大差异。

火星文化建议：广告主宜在抖音上做“品牌”，更为强调品牌理念、品牌价值输出，通过联合多类型KOL 众包创意，深度种草用户；在快手上宜做“转化”，营销策略应更接地气，通过与用户“平等对话”，来激活独具魅力的“老铁经济”！

05

截止10月31日，卡思数据所采集到的抖音活跃蓝V数已经突破1.2万个，**文化娱乐、生活服务和服装配饰类3个行业企业号数量最多，文化娱乐、游戏、3C数码、食品饮料、IT/互联网5个行业的企业号内容运营效果更好。**在企业号运营中，表现主体为素人（小哥哥、小姐姐、员工、戏精等），内容主体为搞笑、段子、情景剧的互动效果最好。

Research results

研究总结与发现

06

2018年，**搞笑段子、美妆、情侣类KOL最赚钱。在广告主KOL营销投放的主流选择中，仍以泛娱乐、泛生活类KOL为主，这与行业发展的整体进度有关，未来会深度垂直。**

报告还特别为大家研究了粉丝量前100的美妆、汽车、游戏、母婴类KOL的粉丝画像，以及这4个行业广告主的KOL选择倾向，美妆、母婴行业投放更“垂直”，汽车和游戏行业投放更“多元”！

07

2019年，短视频营销将呈现：市场规模突破200亿；短视频账号（企业号、快手号等）将成为品牌官方指挥中心；中腰部KOL加速变现；美妆类、旅行类、特效创意类、动画（二次元）类广告变现空间良好；专家型、地方型KOL崛起；明星、KOL共带营销风尚；大数据成为驱动KOL 精准投放、驱动内容产业链提能增效的唯一钥匙8个趋势！



Part 01 行业篇

2018年中国短视频整体发展回顾

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_17139

