

2021 新媒体内容生态数据报告

新媒体，找新榜

报告时间：2022年1月



导读及说明

本报告由新榜出品。

这是一份跨6大主要新媒体内容平台的报告。

新榜对微信公众号、视频号、抖音、小红书、B站、快手这6大平台上的内容生态进行了数据统计和研究，相关数据来源于新榜有数的微信公众号部分及旗下系列产品：新抖、新快、新站、新视、新红。统计范围为已纳入以上6个数据产品观察样本且在2021年1月至12月间活跃的账号。

这是一份具备综合视野的报告。

从数据出发，我们观察其发布、内容商业化及合作品牌情况；从数据展开，结合新榜自有内容观察、走访、咨询、培训和营销投放业务，研究分析了各平台在2021年的创作者生态、内容生态、内容商业化等现状和趋势。

这是一份称得上生态观察的报告。

这里的每一个发现，都尽可能站在整个新媒体的生态视野上提供立体的观察。我们有理由相信，无论是数据覆盖度还是行业相关经验，都会使得这是一份非常有指导意义的“数字内容资产获取与管理”路标。

* 限于观察范围，6大平台之外仍有很多优秀的内容平台，如微博、西瓜视频、百度百家等。新榜将在未来逐步完善，以提供更接近全生态的观察。

限于数据选取、定义和观察能力，以及观点成立前提，请谨慎使用本报告的结论，不构成投资建议。

目录

01 平台共生、角力

02 创作生态、趋势

03 商业化形势

04 建议及展望

平台共生、角力

01

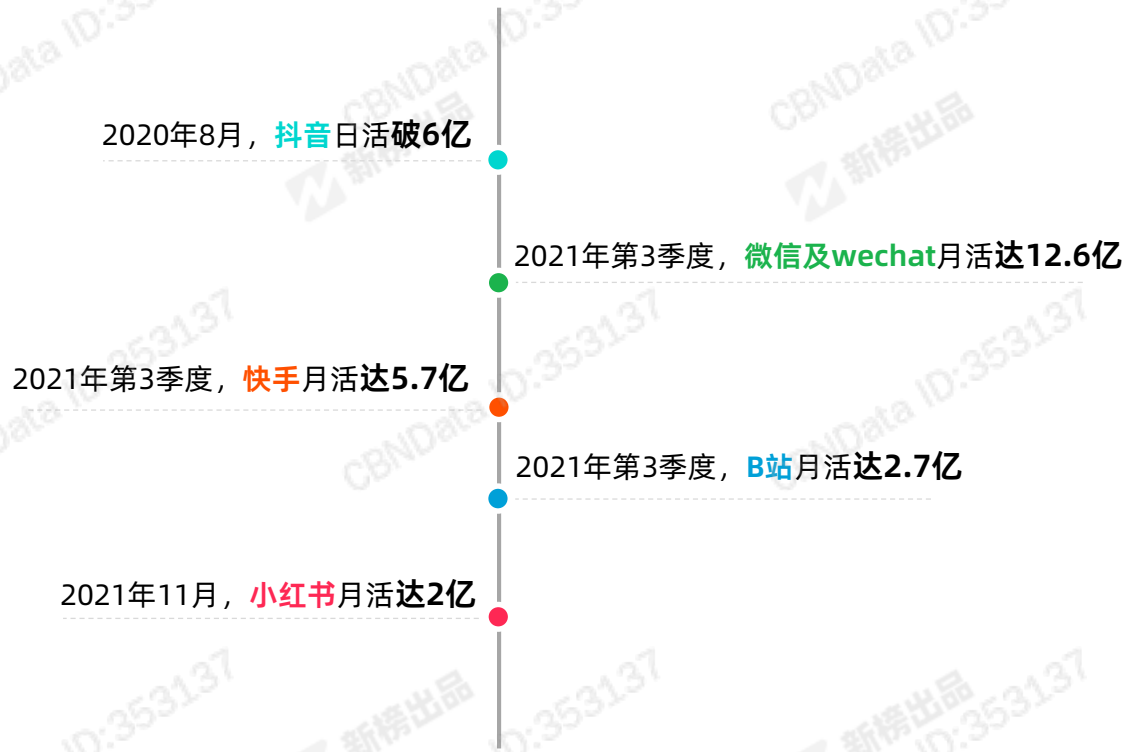
2021年以来，各大平台不断拓展生态边界，以超乎预期的速度和创新力在用户生态、内容与产业融合等领域发力前行。内容生态建设无疑关乎平台的未来，报告研究发现：

- 目前，各短视频平台（含小红书）整体创作体量均保持着良好的增长态势，微信公众号创作力十足；
- 伴随着长期的生态融合，各平台的创作者们也养成了颇具代表性的内容风格；
- 而从流行内容方面来看，各平台的内容导向也基本与其固有标签相吻合；
- 与此同时，不同层级创作者对应的账号表现力所折射出来的“长尾效应”，也即将伴随着尾部账号的逆袭得到“终解”；
- 值得一提的是，小红书的中部账号发布更活跃，其作品互动质量也更好，可见小红书内容力的“扁平化”分布在整个新媒体生态圈里也是独树一帜。

活跃用户不断攀升，各平台加强内容生态建设

各平台活跃账号数量稳步增长，平台方紧抓内容生态质量管理，**严审核、优体验**，旨在与用户共创美好生活。

平台用户活跃度不断攀升



平台方紧抓内容生态质量管理

抖音

2021年第4季度，升级“饭圈乱象治理”，处罚违规账号1.7万个；严厉打击各种“X媛”高颜值虚假人设，处罚违规视频2.5万条；处罚违规吃播视频16458个，封禁借热点事件恶意营销相关账号126个。

微信

2021年12月，为落实关于“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动的部署和要求，微信开展为期2个月的专项行动，将从严治理流量造假问题，进一步清理涉网络水军信息、帐号。

快手

2021年10月，对违规内容和账号进行专项治理，共处罚账号超556200+。其中涉及宠粉诈骗账号超30.81万个，私单交易诈骗账号超15.20万个，冒充诈骗账号涉及4770个，刷单兼职诈骗账号超9.12万个。

B站

2021年10月，处理的违规账号包含发布色情、低俗内容账号2868个；发布诈骗信息账号5319个；发布引战与人身攻击内容的账号2889个；发布血腥暴力、违法违禁等内容账号1615个；黑产账号304242个。

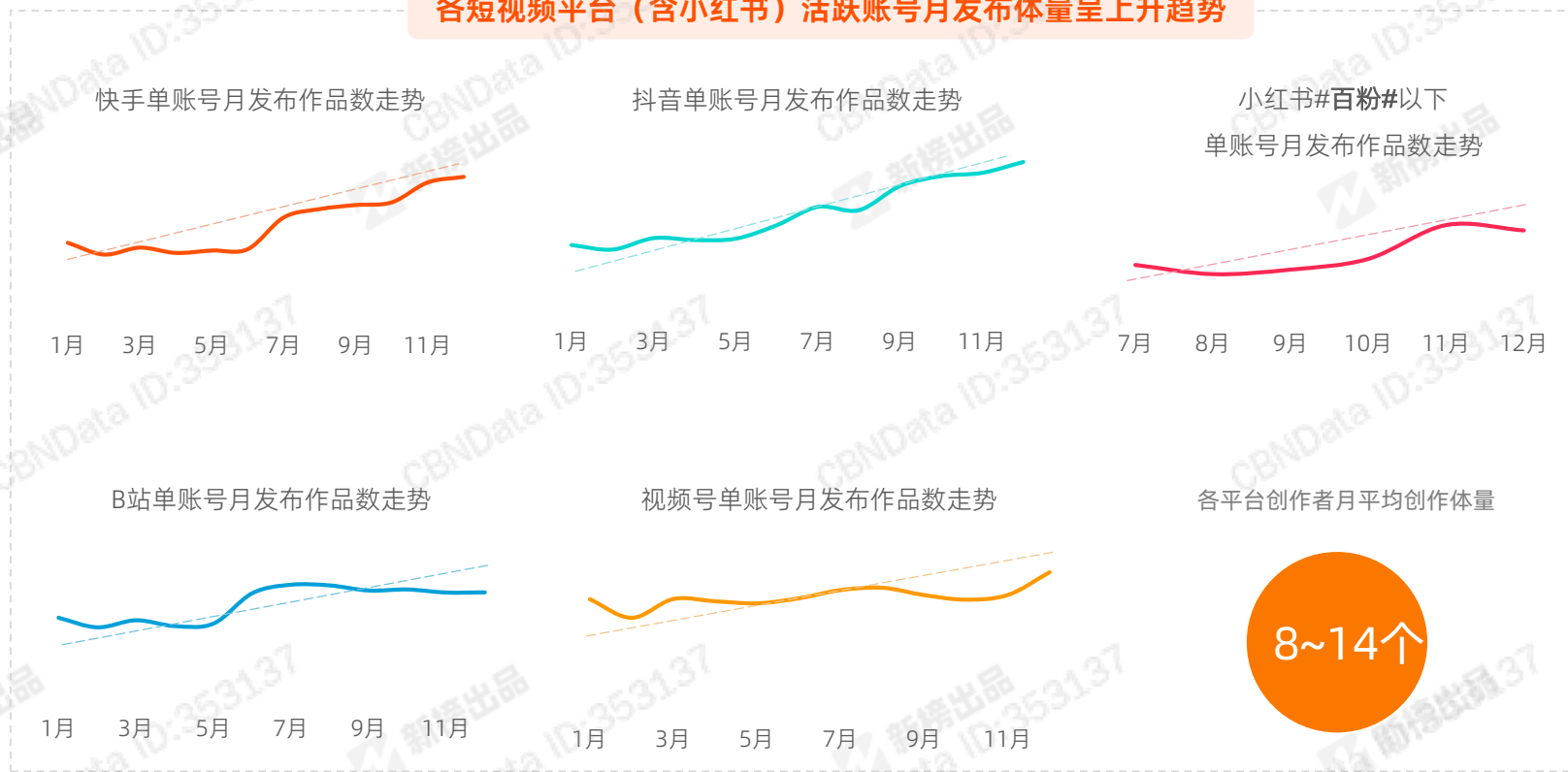
小红书

2021以来，小红书从严处理违规的内容和账号，累计处置笔记上万篇，封禁违规账号7000多个。以治理炫富为例，5月到10月，小红书累计处理炫富内容8787篇，处罚账号240个。

创作体量 | 各短视频平台创作者的发布体量持续上涨，公众号创作力十足

微信公众号的平均单账号月发布约为37篇，高于其他平台；再看抖音、快手、B站、视频号、小红书，各平台每月的活跃账号发布体量都在稳定上升

各短视频平台（含小红书）活跃账号月发布体量呈上升趋势



公众号创作力十足

37 篇

平均单个账号月发布篇数

12 个

其他短视频平台
平均单账号月发布作品数

较之于短视频平台，公众号虽有次数发布限制，但一次可多篇，且常驻人群已经形成了持久的创作力，故而该指标占优

* 注：小红书平台的活跃账号主要集中在KOC部分，故而选取百粉以下作为观察，数据来源：新榜监测的各平台样本中2021年有过发布的活跃账号

创作体量 | 从轻松到严肃，内容多元发展，各平台创作生长趋势各有侧重

从各平台创作体量增长较快的垂类可以看出，平台间的内容扩张路径不尽相同，B站和小红书偏向轻松泛生活内容的生长，而公众号、视频号平台则趋向偏严肃的泛资讯类内容。

B站-体娱消遣

运动类 116%

影视类 97%

娱乐类 89%

抖音-企业营销

企业类 116%

汽车类 112%

萌宠类 95%

公众号-知识资讯

职场类 8%

时事类 6%

政务类 6%

轻

松

严

肃

小红书-文艺小资

婚嫁类 59%

摄影摄像类 57%

旅游出行类 51%

快手-泛生活

运动类 63%

健康类 54%

文化类 50%

视频号-民生资讯

民生类 41%

时事政务类 34%

运动类 25%

- 各平台下半年创作体量增长TOP3的类别及增幅 -

*注：限于平台特征，各平台的类别分类不尽一致；数据来源：新榜监测的各平台样本中2021年有过发布的活跃账号

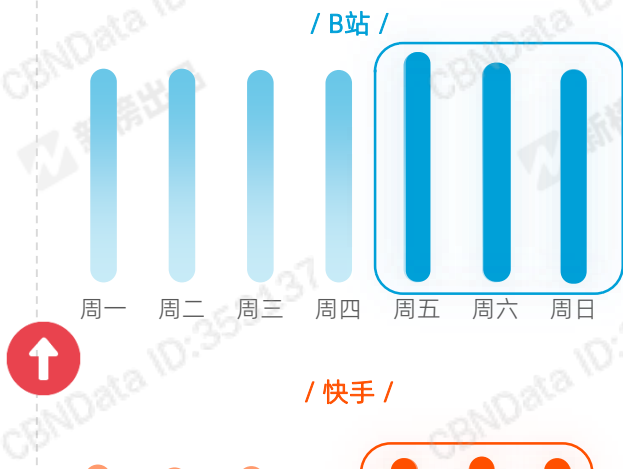
创作习惯 | PGC程度更显著的微信系内容平台作息规律，周末发布少

记录生活的UGC创作平台抖音、小红书均匀发布，无明显作息特征；而最早成熟、PGC程度较高的微信系平台创作更规律，周末发布显著下降；B站、快手则反向发力，更易在周末抢占用户时长；

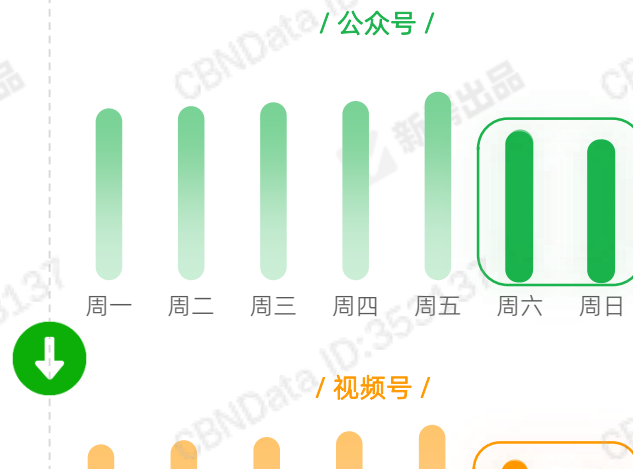
周一至周日发布体量相当



周五、六、日发布增多



周末发布锐减



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_39120

