



JIGUANG

—— 极光 数据服务

2018年秒拍用户研究报告

极光大数据

2018年12月

核心观点



短视频行业在过去一年快速增长，11月渗透率达67.7%，用户规模7.44亿



作为新浪系的一员，秒拍自上线以来依托新浪微博的流量迅速发展，其母公司一下科技多轮融资均获新浪支持，秒拍已成为短视频行业的主要玩家之一



秒拍打造短视频社区，2018年进行品牌升级和产品升级，并积极上线各类正能量短视频活动和公益活动



秒拍用户较为年轻，25岁或以下的用户占比近5成，社交风格更偏向于流行时尚、二次元等年轻化风格，休闲娱乐等爱好也更为广泛



短视频行业用户往往集中在三四线城市，但秒拍用户分布恰恰相反，以一二线城市居多，而且其用户消费力也较高

数据来源：极光大数据和公开资料整理

取数周期：2018.11

目录

1 短视频行业概况

2 秒拍的发展与特点

3 秒拍的用户画像

CHAPTER 01

短视频行业概况

短视频行业

不仅是“看”，更是“拍”

- 短视频行业是以时长不超过5分钟的短视频为载体，在互联网上供用户观看、参与、娱乐及社交的行业
- 与传统的网络视频行业不同，短视频不仅视频时长更短，而且用户不再是被动接受和观看视频，还可以很容易地制作视频并传播，满足用户参与和社交的需要

网络载体分类

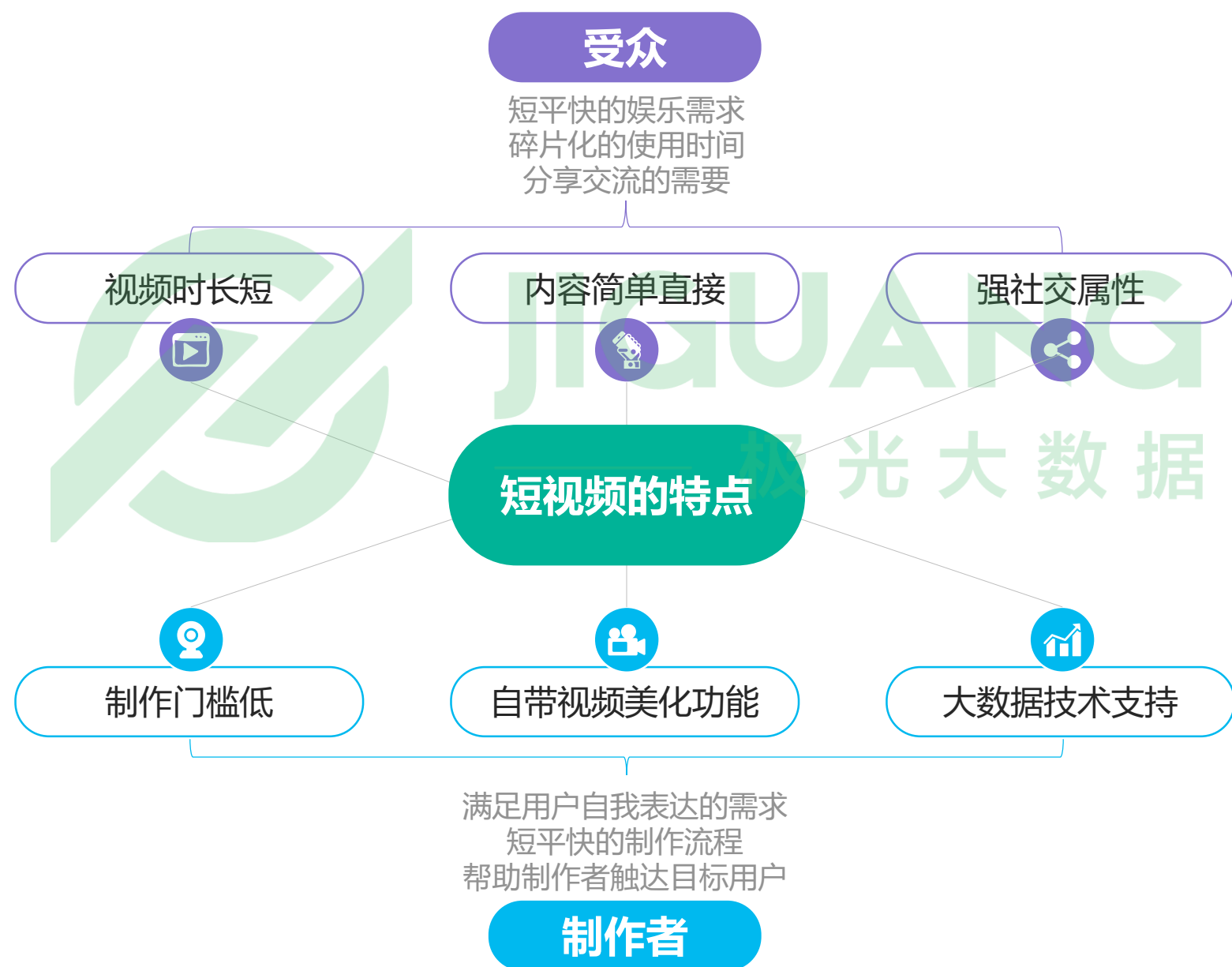


数据来源：公开资料整理

短视频的特点

简单的视频制作，简单的视频消费

- 为迎合移动互联网用户的短平快需求和碎片化使用时间，短视频在制作和消费两端都致力于降低门槛，同时，短视频还具有较强的社交属性，不仅是用户被动接受信息的载体，更是用户分享交流的媒介



数据来源：公开资料整理

短视频行业链

短视频用户既是受众，也是制作者

- PGC、UGC、PUGC等内容制作者制作视频，在短视频平台发布，也在其它如在线视频、媒体资讯、社交网络等平台分发，最终触达用户
- 短视频平台显著降低用户制作视频的门槛，满足用户表达和分享的需要，受众中分流一部分用户形成新的内容制作者，行业链形成闭环

短视频行业产业链



数据来源：公开资料整理

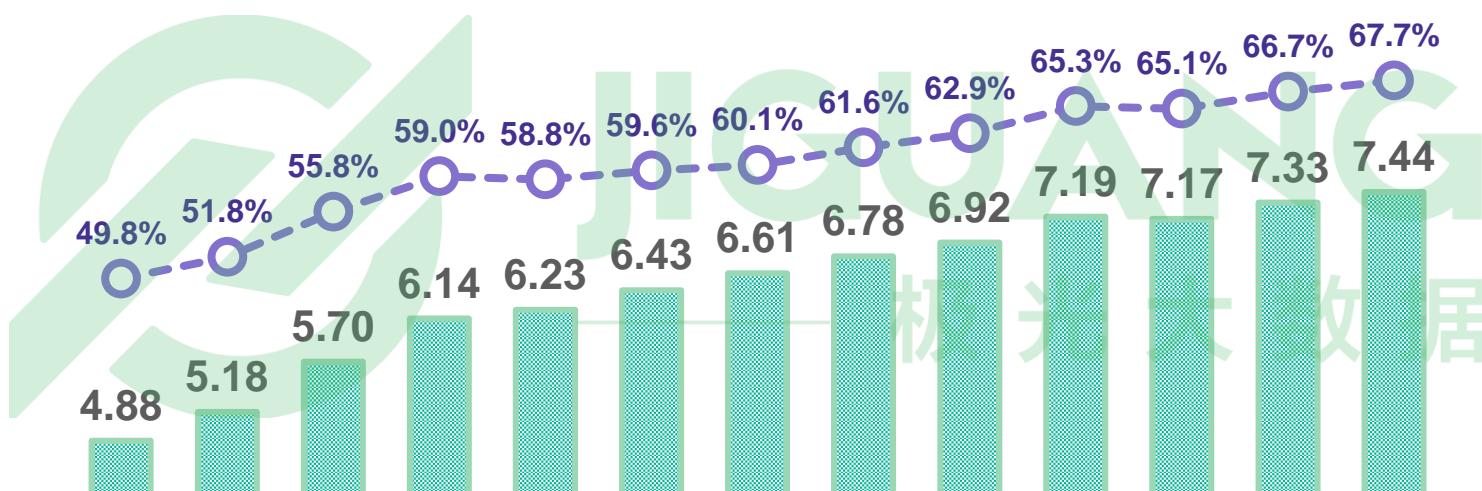
短视频行业规模与渗透率

短视频用户规模达7.44亿

- 短视频行业在过去一年快速增长，其渗透率从49.8%增长到目前的67.7%，用户规模从4.88亿增长到7.44亿，增幅达52%

短视频用户规模与安装渗透率

■ 用户规模 (亿) ● 安装渗透率



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_22094

