互联网传媒行业腾讯专题研究之一：视频号的本心与野望

视频化大时代，微信视频号的本心移动社交流量见顶，腾讯社交生态成熟积极寻找新流量入口，而短视频赛道迎来爆发，字节、快手迅速崛起并对腾讯系形成冲击；腾讯布局短视频延续赛马机制但屡败屡战，倾注资源重启微视再战短视频领域，但微视受制于产品形态、算法能力与内容运营未及预期。

视频号作为微信原子化内容组件承载视频和直播，致力于打造全新独立账号体系盘活微信生态，而视频号上线 2 年迅速完成基础功能迭代并开启商业化，糅合社交与算法推荐形成独特公私域生态利于长尾流量分发且契合私域流量变现，广告、直播带货等变现空间充足。

视频号内容生态渐丰，中长期用户空间广阔

视频号通过功能快速迭代与微信生态持续渗透，22 年 DAU 规模已达 5 亿，迭代速度远超小程序等其他内容组件。内容生态上，视频号回归用户表达需求，短视频内容占据主导中长视频具备发展潜力，内容品类侧重于生活时事，随着平台推出创作者激励计划垂类专业内容有望进一步补足；视频号直播增设一级入口战略地位提升，直播形式以日常社交型直播为主导、资讯型直播天然契合迅速崛起，泛知识、音乐会等内容品类与形态加速探索下直播内容生态不断丰富。

短期维度，视频号 DAU 已反超长内容组件公众号；中期维度，视频号对标成熟内容组件朋友圈 DAU 有望突破 7.8 亿；长期维度，视频号构建全新账号体系 DAU 规模有望达到微信 DAU11 亿。

视频号商业化提速，广告矩阵与电商闭环成形视频号打通微信生态启动商业化进程，变现形式以广告、电商、直播打赏为主，知识付费、私域变现待开拓；广告产品矩阵自挂链广告出发，付费推广与互选平台上线后内容生态加速正循环，信息流广告空间亦将进一步打开；直播电商闭环基本成形小商店有效缩短带货交易链条，依托强私域生态、让利商家与扶持服务商 GMV 规模将保持高速增长；直播打赏基础功能搭建完善，公会机制与直播任务推动系统商业化运营，首个付费直播间落地后付费内容有望加速探索。

投资建议

我们认为，视频化表达是内容领域下一个十年的主命题，视频号打通微信生态与构建账号体系有助进一步盘活微信社交生态，广告产品矩阵、电商交易闭环与直播打赏运营体系不断完善亦将进一步打开视频号变现空间，我们给予行业“增持”评级，建议关注腾讯控股。

风险提示

内容领域监管趋严；内容生态建设进度偏慢；用户渗透及商业化进度

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_36906