

2018-2023年中国短视频市场深度调查与投资前景 评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国短视频市场深度调查与投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/296670296670.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

短视频市场目前事实上已形成了秒拍、快手两大短视频社区与今日头条旗下独立短视频品牌西瓜视频三方分立的格局。

目前的短视频市场上，秒拍以61.7%的用户渗透率排名第一，头条视频（现西瓜视频）和快手分别以53.1%和43.2%列二、三位。根据中国报告网收集的数据显示，在移动视频总榜中，DAU排序前五名分别是腾讯视频、爱奇艺视频、优酷、秒拍、快手，头条视频（现西瓜视频）也以873万的数据进入TOP10。秒拍、快手和头条视频（现西瓜视频）成为唯三进入移动视频前十的短视频APP。

图：短视频APP渗透率

图：QuestMobile3月移动视频DAU “精准化内容+高粘性用户”筑起门槛

短视频平台直接面向两类人群：一是内容的生产者，二是观看的用户。二者一头一尾，构成了短视频传播链的闭环，从供需两个角度入手，短视频行业目前的壁垒在于内容端的精准分发和如何建立起消费端的高用户粘性。

1、供给角度：内容在精不在多 内容作为短视频产业链的起点，是最核心最根本的“1”，后续的商业化、变现等等都是后面的“0”。不同于独家版权的长视频，目前市场上大部分短视频内容创作者还在处在尝试多平台投放的阶段，如何吸引优质且独家的内容就成为了短视频平台布局的重点。

目前各个平台的内容体量较大，以快手为例：每天由用户自行拍摄上传的短视频达500万条，以每条10s的时间来计算，接近1400小时。在如此大的密度之下，如何帮助内容尤其是长尾内容精准到达目标人群，从而提高创作者忠诚度就成为了平台布局的重点之一。正是如此，在内容端，今日头条的“智能分发”算法（后文将有详述）助力平台完成超车。

2、需求角度：用户粘性是关键 在当前市场潜在用户群体已经基本被巨头瓜分的背景下，提高用户的粘性成为竞争的关键。社交作为提高粘性的天然渠道，以秒拍、快手为代表的社交分发平台便由此切入，无论是DAU还是MAU都保持在行业的最高水平。

图：秒拍、快手进入移动视频月活榜前五 资讯类平台：智能算法助力精准推荐

资讯分发平台如头条视频（现西瓜视频）、凤凰网的突出特点是保证公平分发和精准推荐的机器算法，这一算法对于垂直类非头部创作者有巨大吸引力。

今日头条作为智能分发和信息推荐引擎的发明者，其机器算法通过记录和分析用户的观看习惯，运用算法挖掘出对用户最有吸引力的内容。小众长尾垂直内容也有机会“撞上”目标用户。这样的算法：

相比秒拍：改变其“头部主导”、“榜单主导”的短视频生态，不存在特定的“推荐位”和“版面”；相比快手：少了“阈值”设定，直接抓取视频标题及标签的关键词，面向小量级基本盘观看用户进行推荐，更加公平。在盘活PGC内容的同时，引出个性化定制阅读之道。

图：今日头条算法机制

一个真实的案例表示，相同的文章在头条里获得了12.2万的阅读，有161个评论；而在微信订阅号上，只有488个阅读9个赞。在短视频领域也是同样生态：人工分发下，只有热门的内容才能得到更多的曝光，冷门的内容没有机会被关注，内容生态两极分化。新人自媒体通过头条精准算法，在针对人群里露出，将这些长尾内容找到流量和曝光，同时也帮助用户发现优质的长尾内容。

西瓜视频通过自己个性化推荐引擎的产品特点，形成了强大的内容分发能力，目前已经成为长尾PGC内容创作者的首选平台。

短视频社区：社交互动提高用户粘性

短视频社区最大特点在于集拍、剪、编于一体，并自带强调社交功能的内容发布平台，用户可在APP内浏览其他用户发出的短视频并进行互动。如秒拍、美拍、快手等产品，通常在APP内可完成拍摄、剪辑、特效添加的全部工作，而后可上传、分享、观看，是UGC重要的内容生产平台。

根据马斯洛需求层次，在满足了生理需求和安全需求后，社交需求为第三层次。短视频能够更加直观地满足用户的表达及沟通需求，同时其随时随地不受限制地分享个人动态的特点，成为满足用户社交需求的一种重要方式。而需求的最高层为自我实现的需求，社交平台广泛的用户群体一旦从短视频观看者转化为内容提供者，社交平台提供的点赞、评论等功能，将会通过正向反馈使创作者保持创作热情并充分激励其运用自身才能、品质、能力再创作，从而提升用户粘性。

图：马斯洛需求层次

目前，短视频社区因其自带的社交属性，主要按用户社区构建来分类：一种是以秒拍为代表的“话语权掌握者”，另一种则是以快手为代表的“小镇失语青年”。短视频社区通过对这两类用户的吸引，完成对市场上大部分短视频用户的覆盖。

图：社交短视频平台简介

秒拍联动一直播和小咖秀发展明星效应，全面布局自媒体。极光大数据调查显示，秒拍用户地域分布集中北上广等一线城市以及川渝等中部发达城市，年龄以20-24岁的年轻用户为主；同时，根据中国报告网收集的数据显示：秒拍中高消费水平用户占比72.7%，。这说明秒拍用户人群足够优质，拥有较强的购买能力，平台商业化变现较有潜力。

图：秒拍用户地区分布 TOP5 图：秒拍用户年龄分布

秒拍所在的一下科技移动视频矩阵，解决了单一短视频平台难以获取用户并形成高粘性的痛点。小咖秀以“游戏互动方式+明星入驻”为主打，一直播以公益的方式引导明星切入直播，通过用户兴趣和行为进行有机串联，分别满足用户观看、创作、实时沟通等全方面需求，与天然粉丝经济平台的新浪微博深度合作则为三大产品内容补充提供了天然载体和传播通道。

图：一下科技生态矩阵分析 快手专注普通人的生活，以用户体验为中心，目标受众明确。用户男性比例高于女性，年龄以25-29阶段为最多，77%为高中及以下学历(含在读学生)。地域分布上，用户以二三四线城市为主，乡镇农村用户占14.2%。区域分布与中国人口分布接近，2016年中国城镇化率57.35%，二线城市及以下人口比例占比超过80%，快手用户数量最多的城市为北京、重庆、临沂、郑州和保定。

图：快手用户地区分布TOP5

图：快手用户年龄分布

快手作为重社交的内容社区平台，个人的社交展示远比内容的质感更重要，也正是这一点让快手保持了较高的用户粘性。一方面，快手标准视频的拍摄或上传时长是10秒；长按“拍摄”进入，可延时到17秒；三连击“拍摄”可拍摄或上传57秒短视频，这样的设定符合快手“草根”的定位。另一方面，快手首页只有关注、发现、同城三个窗口，其算法的原则是首先保证“同城”可见，在到达一定的阈值后进入“发现”频道。没推荐、没排行、没加V，也没有垂直分类，甚至直播也被隐藏在视频流中。这一算法保证了一定的区域辐射，同时兼顾了分发的公平。这也与快手上线之初的信条相一致：给普通人用，没有明星导向，不捧红人，做一只“隐形”的手。

图：快手57秒视频拍摄画面

图：快手算法机制

中国报告网发布的《2018-2023年中国短视频市场深度调查与投资前景评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景

、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。【报告目录】

第一章2016-2017年中国短视频行业发展概述

第一节2016-2017年短视频行业发展情况概述

一、短视频行业相关定义

二、短视频行业基本情况介绍

三、2016-2017年短视频行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国短视频行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、短视频行业产业链条分析

三、2016-2017年中国短视频行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国短视频行业生命周期分析

一、短视频行业生命周期理论概述

二、2017年短视频行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年短视频行业经济指标分析

二、2016-2017年短视频行业的赢利性分析

四、2016-2017年短视频行业的经济周期分析

三、短视频行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国短视频行业进入壁垒分析

一、短视频行业技术壁垒分析

二、短视频行业规模壁垒分析

三、短视频行业品牌壁垒分析

四、短视频行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球短视频行业市场发展现状分析

第一节全球短视频行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球短视频行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲短视频发展趋势分析

第四节2016-2017年北美短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年北美短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年北美短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年北美短视频行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟短视频行业发展趋势分析

第六节2018-2023年世界短视频行业分布走势预测

第七节2018-2023年全球短视频行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲短视频行业市场规模预测

二、2018-2023年北美短视频行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟短视频行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国短视频产业发展环境分析

第一节2016-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节2016-2017年中国短视频行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节2016-2017年中国短视频产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2015-2017年中国短视频产业运行情况

第一节中国短视频行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2015-2017年中国短视频行业市场规模分析

第三节2015-2017年中国短视频行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国短视频行业产能情况分析

三、2015-2017年中国短视频行业产能区域分布情况

第四节2015-2017年中国短视频行业需求情况分析

一、2015-2017年中国短视频行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国短视频行业行业需求区域分布

第四节2018-2023年中国短视频行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国短视频市场格局分析

第一节2016-2017年中国短视频行业竞争现状分析

一、中国短视频行业竞争情况分析

二、中国短视频行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国短视频行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国短视频行业存在的问题

第四节2016-2017年中国短视频行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国短视频行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国短视频市场价格走势分析

第一节2016-2017年短视频行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国短视频行业价格现状分析

一、2016-2017年短视频行业平均价格走势回顾分析

二、2018年短视频行业平均价格走势预测

第三节2018-2023年中国短视频行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国短视频行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国短视频行业平均价格增速预测

第七章2015-2017年中国短视频行业区域市场现状分析

第一节2015-2017年中国短视频行业区域市场规模分布

第二节2015-2017年中国华东地区短视频市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区短视频市场规模分析

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区短视频市场规模分析

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区短视频市场规模分析

第五节华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区短视频市场规模分析

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区短视频市场规模分析

第七节西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区短视频市场规模分析

第八章2016-2017年中国短视频行业竞争情况

第一节2016-2017年中国短视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国短视频行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国短视频行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章中国短视频所属行业数据监测

第一节中国短视频所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国短视频所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节中国短视频所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章我国短视频行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节企业

- 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- ### 四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国短视频行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国短视频行业未来发展前景分析

一、2018-2023年行业国内投资环境分析

二、2018-2023年中国短视频行业市场机会分析

三、2018-2023年中国短视频行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国短视频行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国短视频行业市场发展预测

一、2018-2023年中国短视频行业市场规模预测

二、2018-2023年中国短视频行业市场规模增速预测

三、2018-2023年中国短视频行业产值规模预测

四、2018-2023年中国短视频行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国短视频行业盈利走势预测

一、2018-2023年中国短视频行业毛利润同比增速预测

二、2018-2023年中国短视频行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2023年中国短视频行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年短视频行业投资风险分析

一、2018-2023年短视频行业政策风险分析

二、2018-2023年短视频行业技术风险分析

三、2018-2023年短视频行业竞争风险分析

四、2018-2023年短视频行业其他风险分析

第二节2018-2023年短视频行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2023年短视频行业经营模式

二、2018-2023年短视频行业生产模式

三、2018-2023年短视频行业销售模式

第三节2018-2023年短视频行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2023年中国短视频行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国短视频行业品牌战略分析

- 一、短视频企业品牌的重要性
- 二、短视频企业实施品牌战略的意义
- 三、短视频企业品牌的现状分析
- 四、短视频企业的品牌战略
- 五、短视频品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国短视频行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2023年中国短视频行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2018-2023年中国短视频行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国短视频行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国短视频行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年短视频行业营销模式

二、2018-2023年短视频行业营销策略

第三节2018-2023年中国短视频行业价格策略

第四节观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国短视频行业投资区域分析

二、2018-2023年中国短视频行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（ZJYWKC）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/296670296670.html>