

2018 年中国短视频行业研究报告

4月16日，中国资讯类短视频内容平台“梨视频”宣布，已完成6.17亿元A轮融资，由腾讯领投，百度等跟投，继华人文化、人民网之后，腾讯、百度两大超级平台成为梨视频的新股东。2017年11月，梨视频曾获华人文化、人民网1.67亿人民币Pre-A轮融资，此次融资是梨视频首轮公开融资。

据梨视频披露，A轮融资完成后，将继续建设全球最领先最高效最严谨的资讯短视频内容生产网络，并进一步完善资讯短视频的商业模型。但梨视频这类聚合内容型APP资讯和内容丰富，满足用户碎片化获取资讯的需求，APP拥有较大的用户流量，但是订阅量不高，缺乏用户粘性。

一、短视频行业概述

1. 什么是短视频？

短视频是指播放时长在五分钟以下的网络视频，具有社交属性强、创作门槛低、观看时长和场景便捷等特征，更加符合移动互联网时代的碎片化内容消费习惯。

2. 产业链

短视频产业链有三个核心端：内容生产端、平台端、分发端，内容生产商给平台端提供内容，平台端通过自有平台分发，或内容生产商直接在平台端和分发端分发。短视频的内容生产模式包括 UGC、PGC 和 MCN 三种，借鉴其他领域的内容生产机构生态模型构建出短视频内容生产的三层金字塔模型：

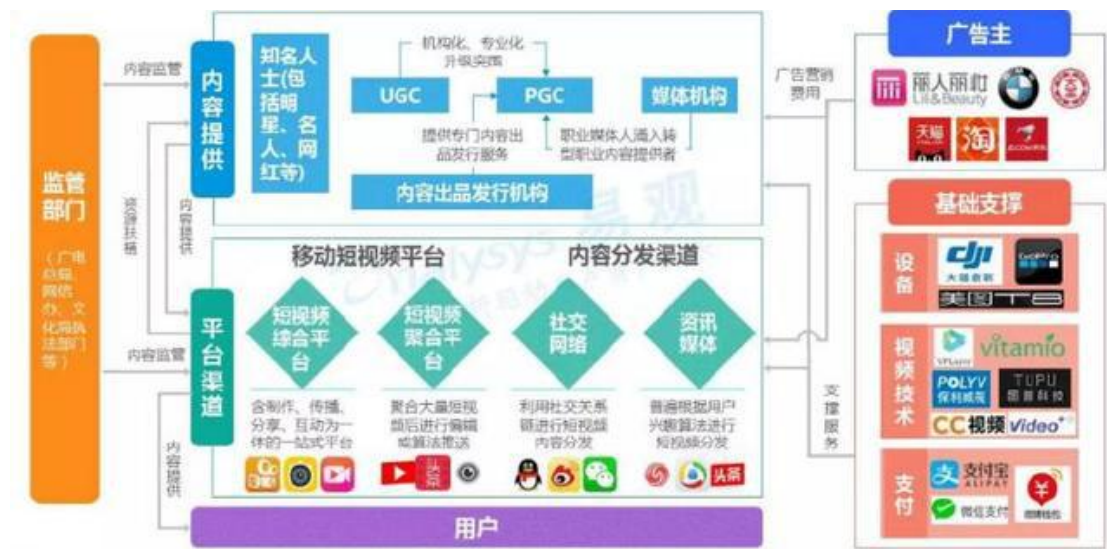
1) 广大 UGC 用户以社交满足为主，不追求极致商业化，构成内容金字塔的底部生态；

2) PGC 通过专业生产和运营成为最具价值的头部内容创作者，当前正逐渐向垂直化和精细化领域寻求突围，占据内容金字塔的顶端；

3) MCN 则主要为中高端内容创作者提供 IP 版权管理等服务，保证内容创作的高品质，成为内容金字塔的腰部。

目前内容生产端由原先的“UGC+PGC”向“UGC+PGC+OGC”转型，平台端主要包括综合性社交平台、摄影工具型平台和短视频聚合平台，分发端有中心化分发、资讯智能分化，即在大数据基础上的个性化推荐、以及社交分发。目前短视频的商业变现模式主要有广告营销、付费分成、电商和 IP 变现。

短视频行业产业链



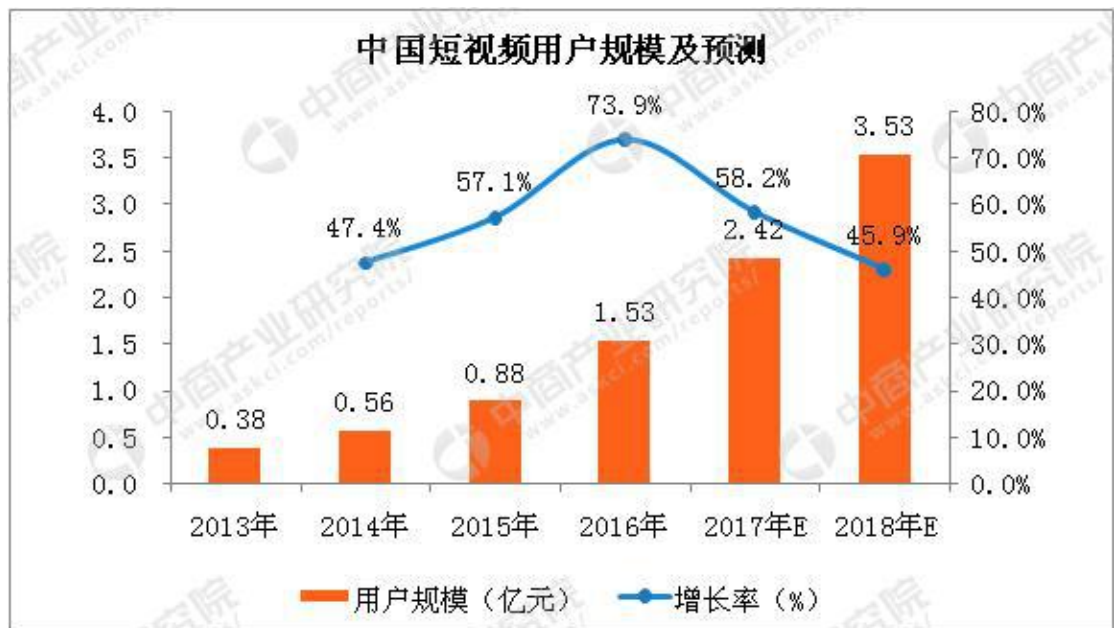
资料来源：易观

二、短视频市场现状

经历了三四年的发展沉淀，短视频市场目前正处于备受多方关注的阶段，围绕内容本身的争夺和竞争愈发白热化，而其中内容质量取代内容数量成为更为重要的竞争砝码，一方面政府监管部门加强对市场野蛮声场的不良行为的持续监督和纠偏，另一方面短视频平台发挥主体建设和约束作用，在良性内容生态构建、行业共识的达成方面有了实质性进展。

1. 用户规模

据中商产业研究院《2018-2023 年中国短视频行业市场前景及投资机会研究报告》，数据显示，2017 年以来短视频行业持续火热，用户规模的增长和广告主的关注带动了整体市场规模提升，凭借着短视频产品的碎片化、高传播、低门槛特性，并且目前短视频整体移动互联网用户渗透率较低，用户红利仍在，有较大的用户发展空间，预计 2018 年将达到 3.53 亿人。



数据来源：中商产业研究院整理

2. 市场规模

2017 年中国短视频市场规模将达到 53.80 亿元，增长率为 175.9%。伴随着短视频行业监管力度加大，规范行业生态，促进中国短视频市场的良性发展，短视频市场规模将进一步增长，2018 年中国短视频市场规模有望突破 100 亿元大关，达到 113.25 亿元。



数据来源：中商产业研究院整理

三、行业企业情况

1. 短视频布局情况

随着移动互联网的普及和成熟，消费者对基于互联网的内容消费和网络社交需求不断增大，消费习惯逐渐成熟，移动互联网用户的普及和流量的增长，使得碎片化时代的触网体验得以保障，打破了视频消费的时间和空间局限，推动着短视频行业的快速发展。

随着短视频市场迎来创业新风口，短视频行业向内容多元化发展，各大互联网巨头纷纷布局短视频业务，短视频行业融资量呈井喷态势。

2017 年巨头互联网企业短视频布局情况

	平台布局	内容布局
 腾讯系	 QQ空间 微信朋友圈 快手	投资快手3.5亿美金 各大社交平台布局短视频 • 2016.9 10亿补贴短视频 • 2017.11 腾讯内容开放平台正式启动
 新浪系	 秒拍 酷燃	新浪和秒拍深度合作，将其作为平台内置播放 • 联合MCN机构成立“创作者联盟”，布局头部内容 • 2016.9 1亿美元补贴短视频
 阿里系	 淘宝 土豆	淘宝二楼短视频营销 土豆转型短视频平台  大鱼号改版，内容培育计划上线
 头条系	 西瓜视频 火山小视频 抖音 muse	多产品打造短视频细分市场  FLIPAGRAM • 2016.9 10亿补贴短视频 • 收购美国移动短视频创作者社区Flipagram
 百度系	 好看视频 知识短视频平台-秒懂百科	 时光网 人人视频 • 战略投资海外短视频内容社区人人视频 • 联手时光网打造影视文化PGC短视频内容生态
 360系	 快视频 快剪辑	• 2017.11 “100亿缺基金”计划

图片来源：艾瑞咨询

2. 快手领跑短视频 APP 市场

快手仍然是短视频领域当之无愧的王者，2017 年 12 月活跃用户人数高达 17867.83 万人，环比增幅达 9%。高度活跃的月活用户助推快手突破重围，成为国内最大的短视频平台。

2017 年度中国短视频 APP 排行榜

排名	名称
1	快手
2	西瓜视频
3	美拍
4	秒拍
5	抖音
6	快视频-lightsky
7	小影
8	小咖秀
9	彩视
10	最右

数据来源：公开资料

据了解，快手充分发挥技术优势，不同于广泛流行的网红效应，研发去中心化的分发算法，不再根据用户粉丝量的大小推荐热门，而是根据内容的互动性、有趣性等多维度计算，让每个用户都能平等获得上热门推荐的机会。正是如此深厚的技术优势和对用户的精准理解，为快手带来一大批忠实用户。

另外，快手利用 AI 技术深度理解视频内容和用户需求，开发出一系列能够吸引用户深度参与的新体验，比如之前火爆网络的明星换脸小游戏，吸引了千万快手老铁的热情参与。

公开资料显示，快手累计注册用户已达 7 亿，单人日均使用时长超过 60 分钟，日均视频上传量超 1000 万条。不断更新的海量视频，庞大的用户基数，快手记录下大千世界中的每一面，俨然已成为全民记录与分享平台，领跑短视频行业发展。

3. 国内主要短视频平台分析

国内主要短视频平台

平台	成立时间	类型	产品特征	产品数据
秒拍	2012	社交	用户与微博用户重合度较高。以明星+网红为卖点，依托微博这一天然社交分发平台发展粉丝经济、网红经济，通过“悬赏”的方式鼓励和扶持达人输出优质内容。联动一直播和小咖秀，全面布局自媒体。	目前日覆盖用户数超7000万，日均上传量达150万。
小咖秀	2016	社交	一款支持用户配合音频字幕“对口型”的原创搞怪视频APP。用户可以按照小咖秀提供的字幕和音源，对口型同时自由发挥肢体动作表演，合成一段搞笑视频，然后分享到社交网站，内容主要来源影视娱乐热点、搞笑对白和经典段子。	日活跃用户数曾超过100万，下载量超过500万，作品日上传量超过50万。
美拍	2015	社交	主要面向年轻女性用户，如一二线城市白领、学生等。作为美图公司旗下产品，突出特点为“一键特效”，同时配置多种滤镜，内置直播功能。可拍摄视频长度包括10s、60s和十分钟。	2016年月活1.41亿，用户粘性高，日均花费时间为22.57分钟。
快手	2013	社交	用户覆盖年龄层较广，主要面向三四线及以下城镇用户群体；界面更简单，内容更接地气，喊麦、社会摇等极具农村特色的表演，以及农夫做饭、老伯跳舞、打工妹粉刷墙壁等生活化场景比比皆是。	当前日活用户超过5000万，日上传视频超过500万条，用户覆盖4亿人。
头条视频（西瓜视频）	2017	资讯	综合性资讯分发平台，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。其特色的智能化分发算法极大的扩充了可推荐的视频内容库存，保证了推荐机制的公平性。	2016年视频的日均播放量为12.69亿，同比增长了605%，突破十亿。
火山小视频	-	资讯	今日头条旗下，内嵌于今日头条的短视频app，主打15s小视频，以“人人都能赚钱”为卖点，当天所获视频获得的收益会以火力方式打入你的钱包中，10火力=1人民币，并且可以随时提现。	-
陌陌	2017	社交	偏重弱关系社交，内置“时刻”功能，支持用户发布10秒的短视频，并可对短视频实现文字描述以及涂鸦、贴纸和表情添加；主要内容包含个人才艺或生活状态，侧重于自我介绍和分享。	月活用户超8000万，2016年日或用户平均使用时长增长10%，短视频日均观看次数翻8番，营收达5.53亿美元。
趣拍	2014	娱乐	一款时长最高达8秒的视频拍摄分享应用，定位于90后、95后，拥有制作配置滤镜和MV的工具套件，配置了动图功能。动图的功能接近于韩版综艺力的字幕效果，并且引入了“二度朋友”以延申真实社交链条。	2015年趣拍SDR已经服务了近700款APP。
点视	2016	综合	点视立志于做“短视频的入口”，将广告公司、品牌方，PGC团队和C端用户连接起来，形成一个三角关系。点视在其中扮演的角色既是沟通方，又是内容分发平台。	截至2016年8月，APP用户150万，其中日活用户占20%，每位用户的平均停留时长在三四分钟左右。
faceu	2016	搞笑	Faceu可以实时的在人脸上叠加具有动态效果的贴图和道具。拥有目前业内最先进人脸识别技术，可以准确定位五官，将“变装”精准“画”到脸上，很多特效是动态模式。即便不用特效模式，也可以直接当作自拍相机使用。	上线仅7天就获得了将近1000万的新增用户，2016年6月，用户已经超过4000万，月活跃用户有2000万。
VUE	2017	电影	融合了视频拍摄和剪辑功能，以“电影质感”为特点，简化操作过程，每个分镜都可以添加特效。	安装用户达到200w。每天通过VUE制作的视频达到15000个左右，其中超过30%具有很高的质量。

资料来源：公开资料整理，中商产业研究院

四、行业发展趋势

1、网络监管进一步加强

2016年12月，国家新闻出版广电总局发布微博、微信等网络社交平台传播视听节目的管理规定，声明相关视听节目服务平台需获取AVSP等相关证件。2017年2月，梨视频因未取得互联网视听节目服务资质等原因，被责令整改。今日头条则收购了拥有视频牌照的阳光宽频网，变相解决了视频牌照问题。在未来一段时间相关部门将继续从资格审查及内容两方面加强对短视频平台、内容的监管。

2、内容多元化、垂直化

2016年，短视频内容爆发，目前内容仍较为集中于搞笑、美食、美妆等进入门槛相对较低的领域。随着短视频行业进一步发展，相关内容种类将进一步多元化，军事、体育等类型短视频内容将增多，视频内容深度将进一步提升。

3、平台之争，内容为王

各短视频分发平台对于优质内容的争夺已经初现端倪。未来几年，短视频分发平台将继续从流量和补贴等方面对优质短视频内容进行推广。目前，已有部分优质头部内容脱颖而出，如何在保证吸引力并留住头部生产者的基础上，给予新内容合理的曝光度，也是平台需要考虑的问题。

4、商业化探索将进一步深入

短视频作为一种新的信息承载方式，已获得大量观众的阅览时间。目前，短视频商业化探索仍集中于广告植入、电商流量方面。短视频将作为一种新的广告形式对广告行业形成冲击，短视频所吸引的注意力资源也将继续推动内容生产者、工具 APP 及分发平台的进一步商业化。



为梦想而生

【版权声明】以上 PDF 来源网络，不得用于商业用途，仅做学习、研究、交流之用，PDF 文件中所涉及的数据均由创业公司提供，仅供参考，众创网不对真实性背书。版权归原作者所有，如有侵权请立即与我们联系，我们将及时处理。