

2019年7-8月

短视频行业动态观察

微播易市场部 2019.8



报告观点简述：

一、短视频行业现状：

- 短视频8.21亿月活，贡献六成以上互联网增量，独占移动互联网注意力头把交椅
- 低龄用户爱B站，高龄爱西瓜、火山；一线青睐小红书，下沉市场优选快手
- 超半数消费者被短视频影响，300以内消费成主流

二、短视频营销投放特征：

- 短视频种草更起劲，16种主流内容受热捧
- 抖音、小红书7月被热捧，美妆日化、食品饮料、3C数码，三大客群依旧最爱短视频
- 广告主投放重点将逐渐从双微向短视频平台迁移，48%投放微博的广告主投放了抖音...

三、短视频营销玩法趋势：

- 短视频KOL 重构“人，货，场”，持续发挥“人与货”的强链接作用，短视频营销更加品效合一
- 正能量爆发，抓准正能量，短视频的「爱国宣言」助品牌燃爆金九银十
- 短视频+黑科技，暑期档迎来新生种草新姿势
- 短视频成为传统新闻媒体扬声器，短视频从泛娱乐向媒体形态迁移，品牌迎来从媒体、达人到自有渠道的立体营销环境



Part-1

短视频行业整体现状



用户总量 | 短视频独占移动端头把交椅，贡献六成以上互联网增量



88% 的互联网用户
会使用短视频社交

79% 的互联网用户
通过短视频获取新闻资讯

41% 的互联网用户
电商购物时会观看短视频展示



8.21亿

月度活跃用户规模

72.0%

活跃渗透率

1.75个

月人均打开短视频APP个数

22.3小时

月人均使用时长

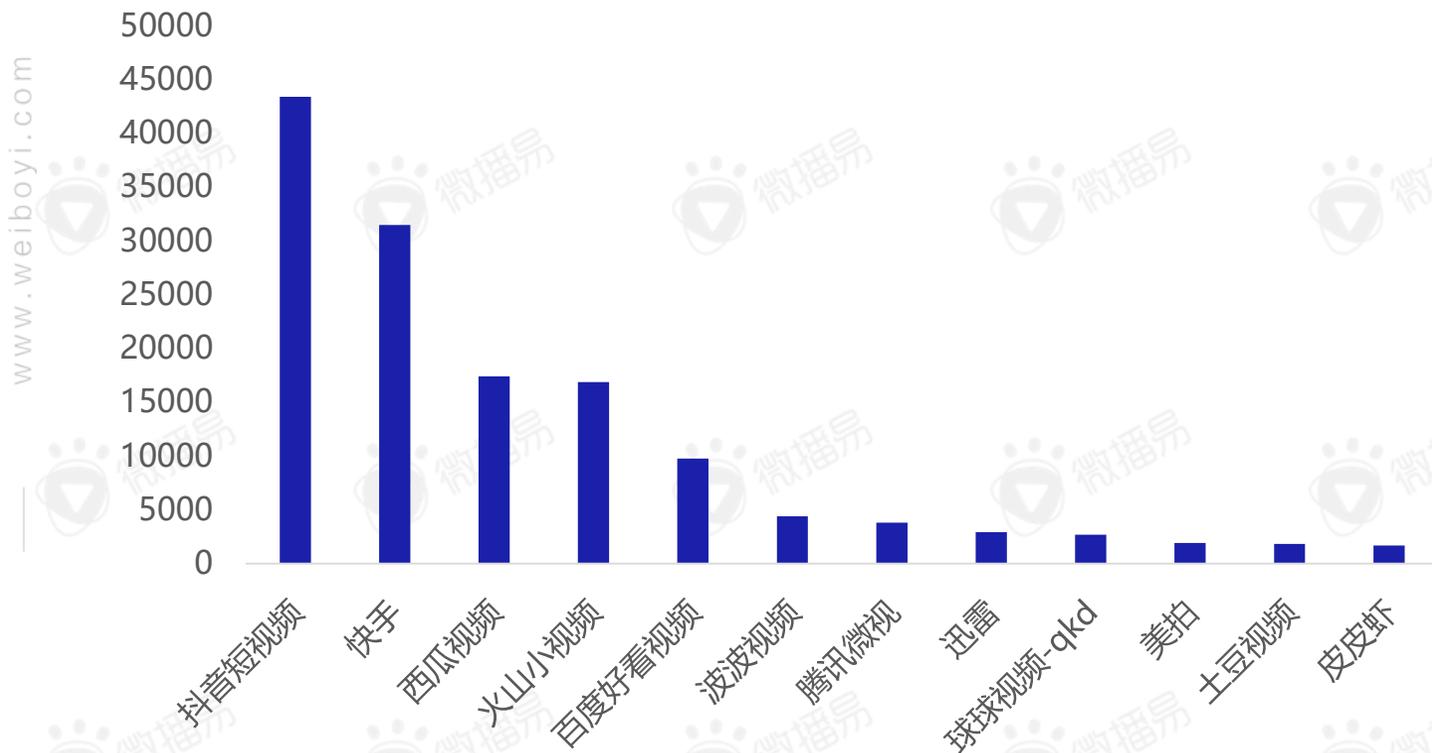


平台格局 | 头条系独占鳌头，1.6亿用户即玩快手也看抖音

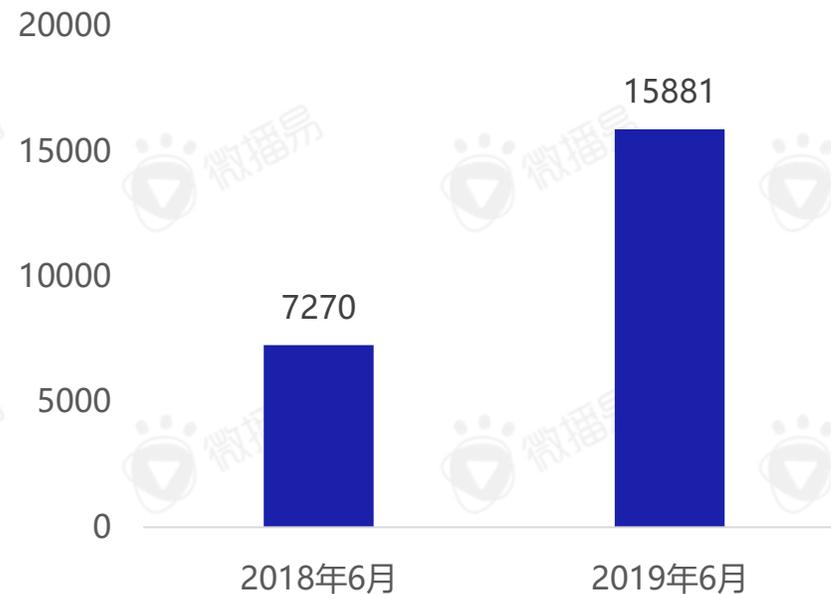


- 头条系四款产品抖音、西瓜、火山、皮皮虾进入TOP10，抖音拔得头筹
- 抖音与快手用户抢夺战加剧，重合用户增加至近1.6亿，比去年翻一番

2019年7月短视频平台阅读独立设备（万台）



抖音&快手重合用户规模近1.6亿

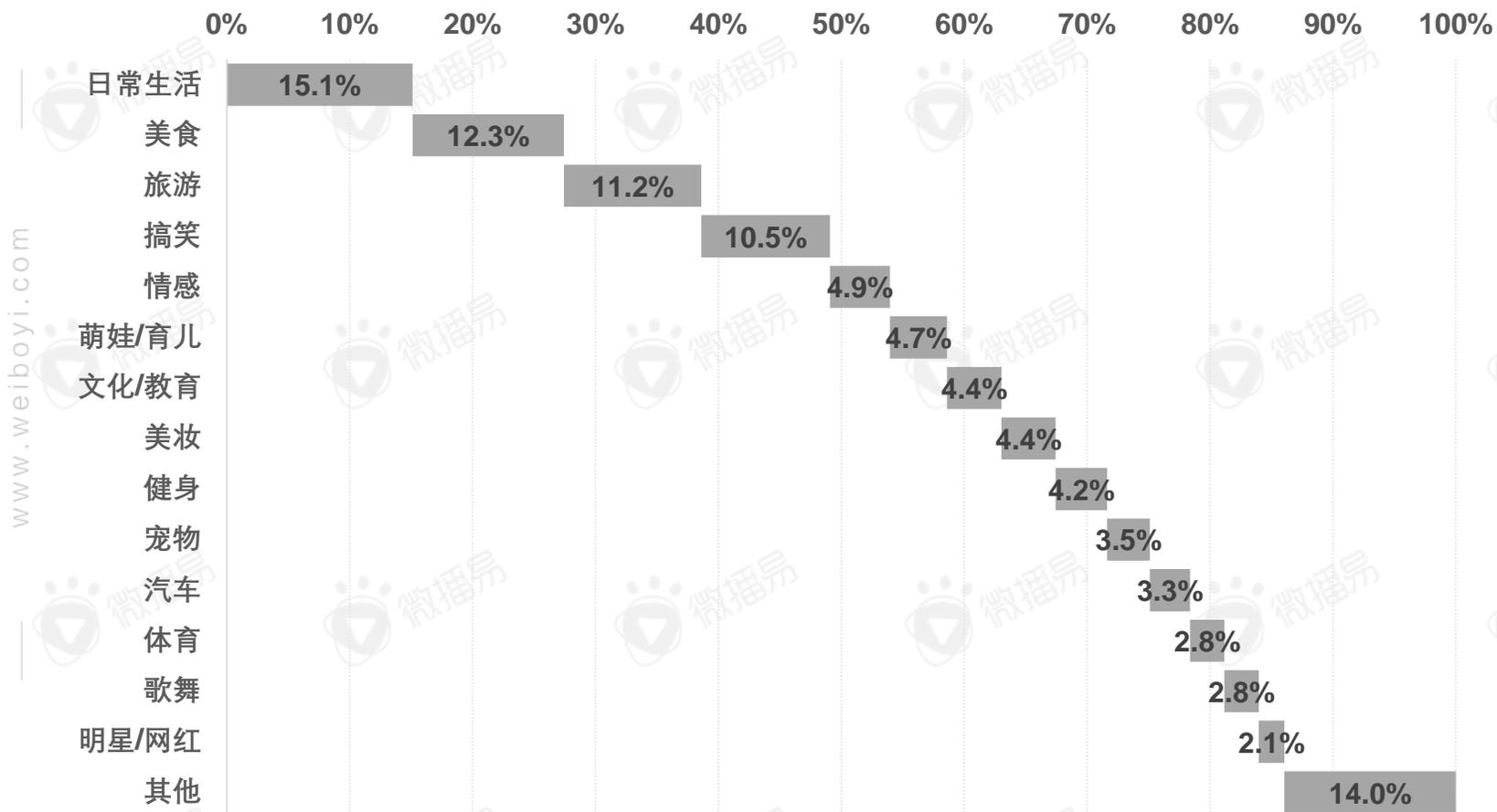




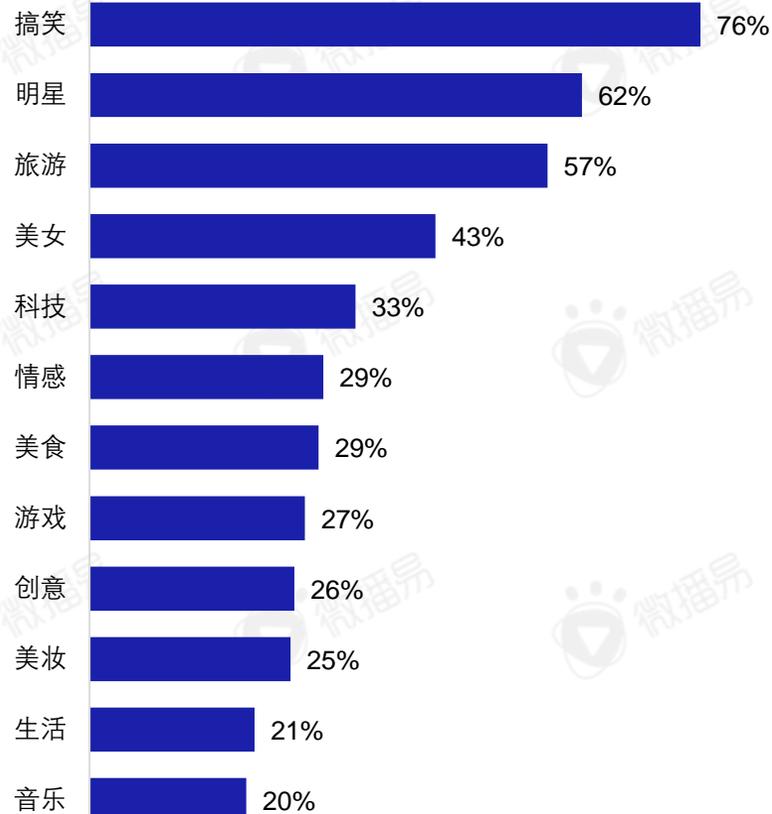
平台内容 | 生活、美食类KOL创作热情高，但搞笑明星旅游类内容最受欢迎



不同各类型KOL，发布原创视频数量排名



爆款内容的不同“内容属性”排名



Source: 微播易7月，大数据整理，N=2700，快手、抖音平台达人



用户分布 | 低龄爱B站, 高龄爱西瓜、火山; 一线青睐小红书, 下沉市场优选快手



- 各平台发展方向不同, 快手、抖音依旧发力下沉市场, 二线以上城市微博、微信、秒拍份额高, 小红书主攻一线
- 各平台年龄分布不同, 年龄轴两端人群具有更多休闲时间, 是平台内容消费的主要人群

平台用户年龄TGI分布



平台用户城市TGI分布



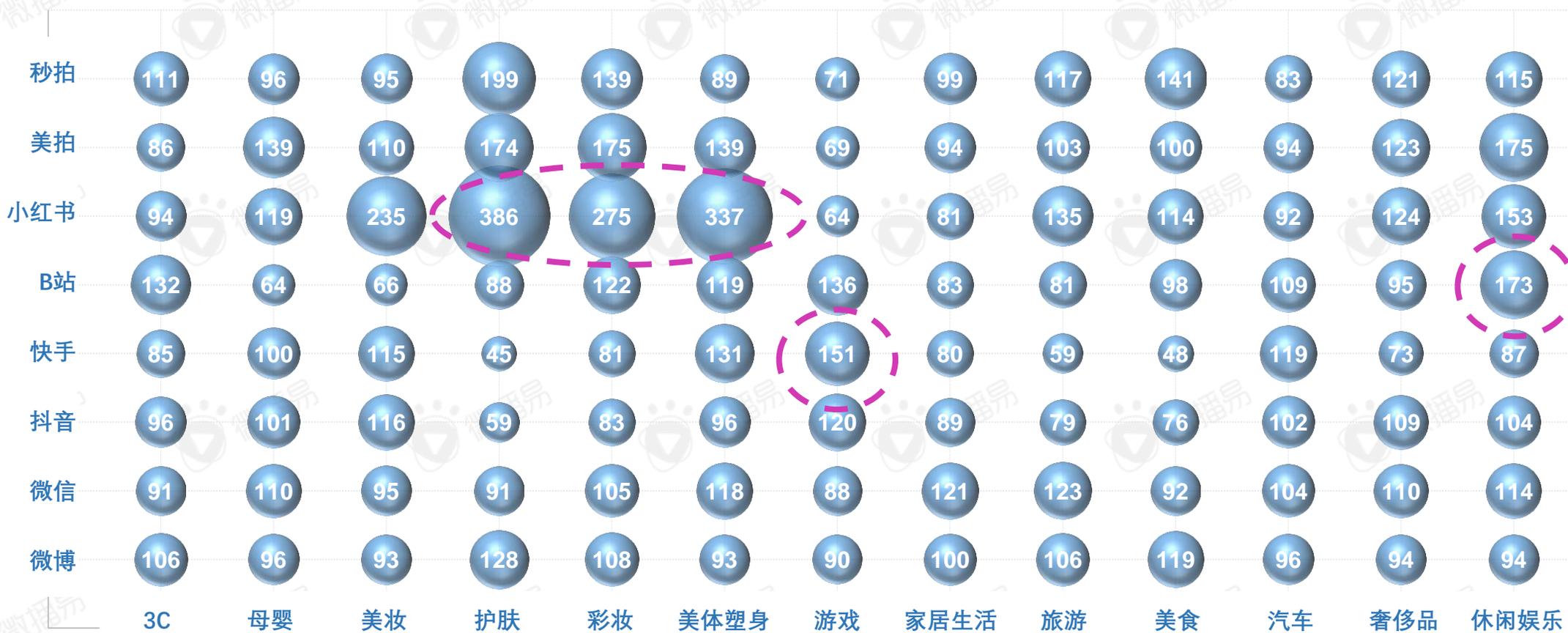


用户兴趣 | 小红书求“美”，B站更“娱乐”，快手爱“游戏”，抖音更普世



- 各平台内容方向不同、头部网红有差异，导致用户兴趣TGI分布差异比较大；
- 快手用户爱好游戏；B站用户偏爱休闲娱乐；小红书用户兴趣和内容都更垂直；抖音用户兴趣爱好偏差度不大，相对较为均衡。

平台用户兴趣TGI分布



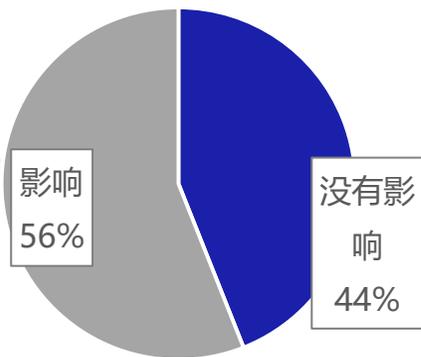


用户消费 | 超半数用户消费行为被短视频影响，300元以内消费是主流

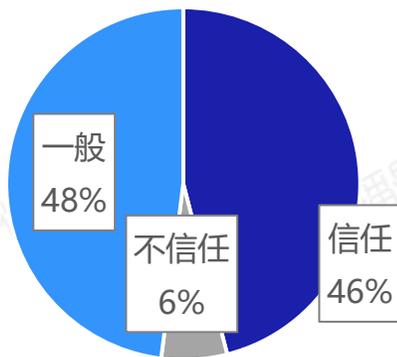


- 用户对短视频营销接受度大幅提升，仅有6%的用户表示不信任平台产品信息；
- 消费金额小于299元的用户最多，达34%；仍有32%的消费空间待开发。

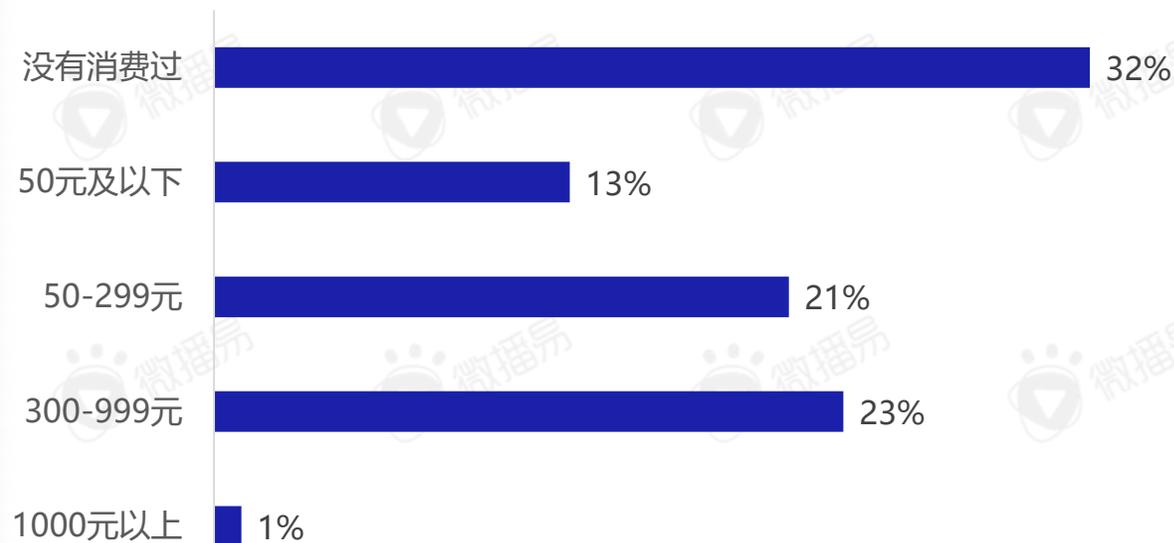
消费行为受影响的 用户比重



用户对于平台上产品 信息态度



用户过去6个月在平台上的消费金额





KOL达人 | 2019年7月短视频KOL商业价值排行榜



“反差”红人悉数登榜
抖音美妆类内容大洗牌

种草萌新正能量
快手达人三分天下

垂直内容不断涌现
B站学习风气正盛

短视频商业价值榜单说明



《红榜》是基于市场洞察和海量数据，微播易以领先的社交AI算法，构建独有的社交营销模型，直观呈现KOL商业价值，赋能品牌高效、精准的营销工具。

抖音-短视频KOL商业价值榜

排名	账号	综合营销价值	传播指数	互动指数	活跃度指数	成长指数	健康指数	商业适应指数
1	多余和毛组 duoyuanduyu	100	100	98	74.60	81.58	77.49	74.27
2	柚子cici蛋 1783628345	99.93	100	94.56	80.22	74.49	79.34	72.31
3	浪游仙 LWX1118	99.50	99.25	93.98	84.59	70.22	78.56	72.76
4	路边小椰君 780551921	99.30	99.62	97.68	78.74	70.91	70.77	71.47
5	papi酱 193720797	99.18	99.25	95.66	74.45	82.88	70.88	71.25
6	罗志祥 ShowLoZNF	98.97	99.25	98.62	72.91	83.14	67.35	52.08
7	恋与白得从 1530285596	98.60	100	92.97	79.75	72.93	74.84	74.15
8	李桂琦Austin 166902759	98.16	100	95.44	80.22	58.68	75.99	74.44
9	晨妍 5415142	98.16	100	91.33	84	73.43	77.86	52.50
10	铃铃 1791ing	98.16	98.29	96.54	70.74	89.80	60.97	68.76

快手-短视频KOL商业价值榜

排名	账号	综合营销价值	传播指数	互动指数	活跃度指数	成长指数	健康指数	商业适应指数
1	次感小仙女 (仙人... zuor321	98.17	100	97.22	72.27	47.99	82.68	73.34
2	糖糖女王 xy5209999	97.34	100	96.43	73.16	53.04	82.36	52.50
3	磊磊六点半 cckd001	96.49	99.62	94.54	69.56	48.17	83	69.35
4	百咎 21918493	96.35	99.62	94.58	66.40	55.36	77.09	73.92
5	小聊歌... (663) M1996333	96.06	99.62	90.98	71.03	78.62	72.35	52.50
6	董新尧 dongxinyao123	96.04	100	94.93	54.22	80.61	69.87	64.24
7	泡椒好吃嘛 Loddi6667	95.88	100	96.51	61.61	49.80	75.39	72.95
8	椰子 (古风) yues75402480	95.82	100	90.45	63.53	80.40	71.70	66.94
9	李健迪 (不忘初心... LOVES06	95.81	100	96.04	64.70	47.98	84.05	52.50
10	丝丝命 3163800	95.79	100	96.70	71.19	39.77	71.33	70.73

B站-短视频KOL商业价值榜

排名	账号	综合营销价值	传播指数	互动指数	活跃度指数	成长指数	健康指数	商业适应指数
1	LexBurner 777536	96.48	100	97.93	52.50	76.90	67.12	71.16
2	中国BOY超级大猩猩 562197	96.37	100	91.74	66.98	83.98	59.81	69.47
3	皇汉哥 96247156	96.37	100	84.24	77.49	87.38	64.20	68.76
4	冲动的C君 4162267	96.11	100	96.07	52.75	84.43	61.83	70.05
5	老番茄 546195	95.98	100	96.28	56.79	74.90	64.82	69.43
6	起小点是大王 1565155	95.82	99.62	86.97	68.22	89.28	61.55	71.33
7	皇朝吃货的徐大王 16794231	95.80	100	87.46	72.51	86.48	56.22	72.79
8	我是郭杰瑞 176037767	95.64	100	88.54	67.94	75.42	74.82	52.50
9	毒舌SHOW 39847479	95.58	99.62	90.96	65.25	92.16	50.60	69.90
10	华农兄弟 250858633	95.34	100	90.16	69.24	67.58	74.11	52.50



行业动态-抖音 | 抖音进一步扩展产品生态链



更大的抖音

抖音：对比去年6月蓝V账号数量增长44.6倍 投稿量增长211倍

7月17日消息，抖音官方日前对外发布《抖音企业蓝V白皮书2019版》，数据显示，对比去年6月，企业蓝V账号数量增长44.6倍，投稿量增长211倍，企业账号成为抖音平台重要的活跃用户。

字节跳动系产品全球总日活达7亿，抖音日活3.2亿

7月9日，今日在抖音短视频影像节启动仪式上，字节跳动方面宣布，截至2019年7月，字节跳动旗下产品全球总DAU超过7亿，总MAU（月活跃用户）超过15亿，其中抖音DAU超过3.2亿。

更富的抖音

抖音全球6月收入创新高达到1000万美元，同比增长588%

Sensor Tower 商店情报数据显示，字节跳动旗下短视频应用抖音及其海外版本TikTok在应用内购收入保持高速增长，6月全球收入创新高，达到1080万美元。抖音6月应用内购虚拟货币（抖币）的收入，较去年6月160万美元增长了588%，较去年5月900万美元增长19%。

更长的抖音

抖音小范围测试15分钟长视频

6月26日，抖音上线一项新功能——支持发布15分钟长的视频。对于这次的变动，抖音方面称，抖音一直以来都在不断探索各种方式，帮助用户更好地记录美好生活，15分钟视频目前在小范围测试阶段。



蓝V示意



行业动态-快手 | 快手积极强化游戏优势，探索社交领域新可能



咬定“社交”的快手

快手商业副总裁严强：快手将成为兼具社交属性和媒体属性的平台

7月4日快手商业副总裁严强表示，快手将成为一个兼具社交属性和媒体属性的平台。

快手孵化陌生人社交产品“喜翻”

快手对标陌陌的新产品“喜翻”经过两个月发展，已成为快手内部的重点产品，也是快手扩充收入的重点。“喜翻”立项于2019年1月左右，主要目标是扩展快手社交赛道。

快手上线搞笑社区App“笑番视频”

快手上线了一款名为笑番视频的搞笑社区App，该产品以搞笑段子为主，以短视频的形式呈现。

咬定“游戏”的快手

快手将上线游戏内容聚合页

快手将上线游戏内容聚合页，优化内容的呈现方式，在“发现”和“同城”页每个月将给予游戏内容不低于近百亿次的曝光量。同时，快手游戏内容将引入MCN、公会等合作伙伴，加强运营。

快手游戏直播移动端日活超3500万，推出“百万游戏创作者扶持计划”

近日，快手推出“百万游戏创作者扶持计划”，扶持中腰部和尾部游戏创作者。据了解，快手站内游戏直播移动端日活跃用户破3500万，游戏视频用户日活达5600万。



快手小游戏示意

Part-2

短视频广告投放分析

Analysis of Short Video Advertisin



投放情况 | 短视频种草正起劲，16种主流内容受热捧



种草类

真实可信赖的品牌推介，更具信任升级版“推荐”，真实体验出发，对产品进行好评向介绍，突出产品优异性质诱导购买

曝光力：☆☆☆
口碑力：☆☆☆☆☆
转化力：☆☆☆☆☆

场景短剧类

用故事场景增加品牌带入感
达人根据自身风格及品牌诉求进行剧情编创及场景化演绎

曝光力：☆☆☆☆☆
口碑力：☆☆☆☆☆
转化力：☆☆

微综艺类

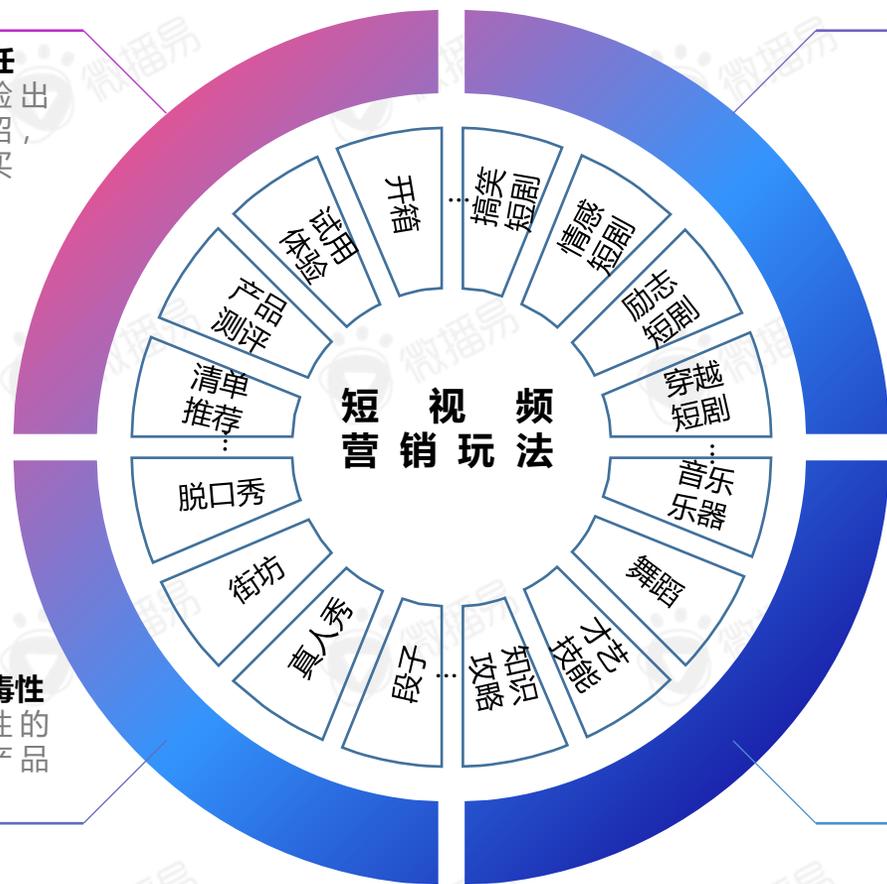
强娱乐性内容让品牌广告更具病毒性
在强互动参与性、强娱乐性的综艺性视频内容植入品牌产品

曝光力：☆☆☆☆
口碑力：☆☆☆☆
转化力：☆☆

才艺类

借达人才艺让品牌“吸睛”更“吸金”
达人围绕自身才艺技能进行原创或二次创意作品并植入创作品牌元素

曝光力：☆☆☆☆
口碑力：☆☆☆☆
转化力：☆☆



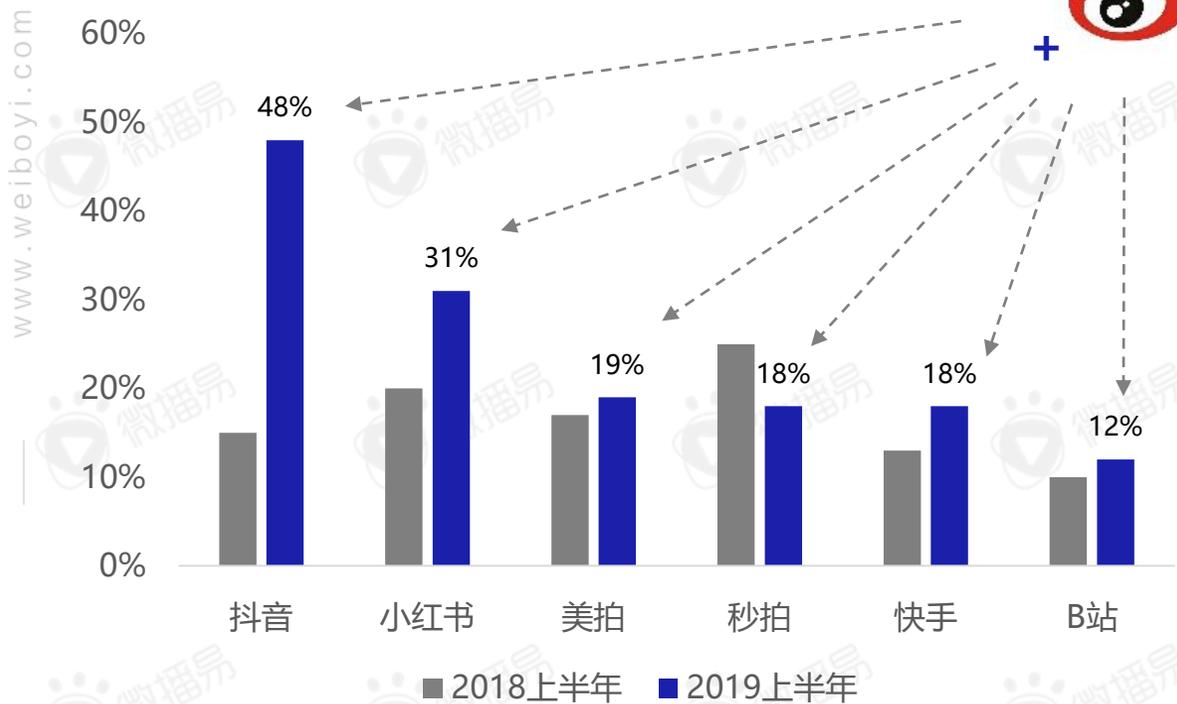


投放情况 | 广告主投放重点将逐渐从双微向短视频平台“集体迁徙”

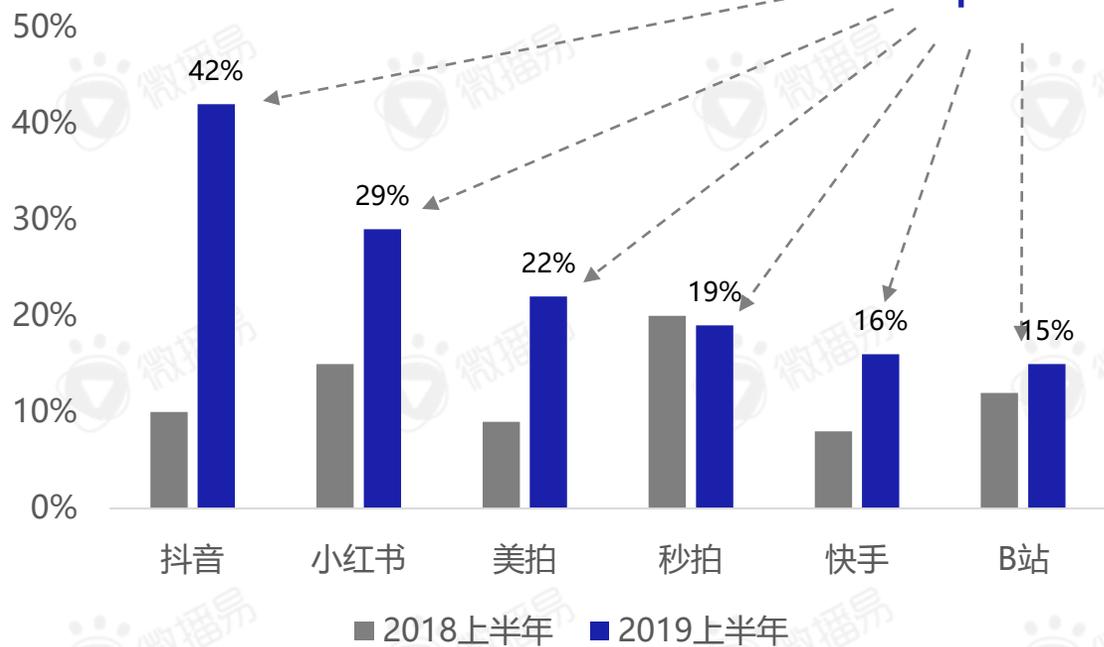


在短视频爆发以来，用户触媒习惯、流量洼地发生着新变化，同时广告主视线也在聚焦短视频平台。微播易投放数据显示，在选择微博进行投放的同时有48%的广告主选择抖音，31%选择小红书；另外，选择微信投放的同时有42%的广告主会选择抖音，29%会同时选择小红书平台。

微博平台使用客户同时使用其他短视频平台比例



微信公众号使用客户同时使用其他短视频平台比例



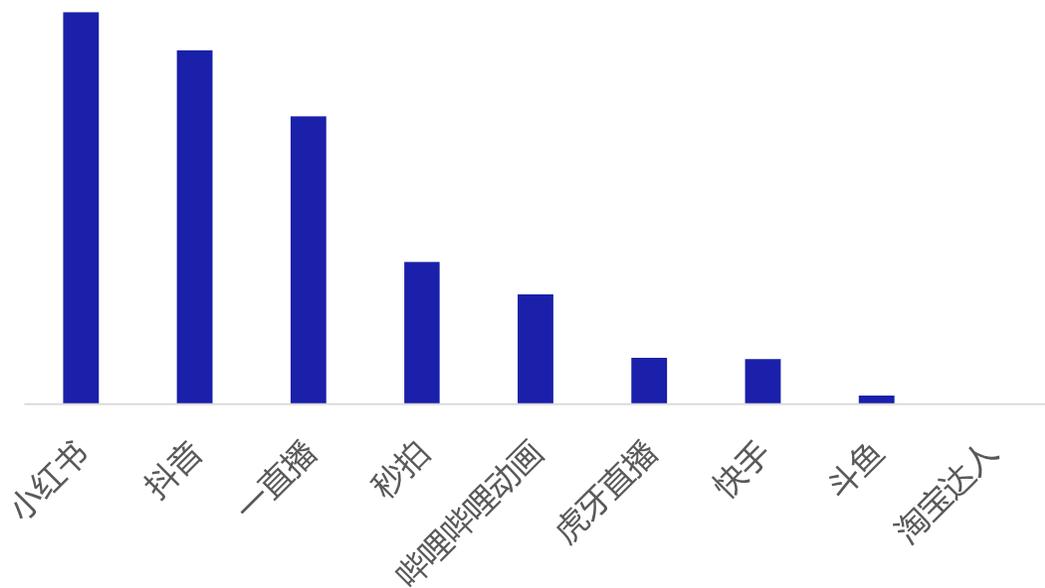


投放情况 | 美妆日化、食品饮料、3C数码仍是投放TOP3

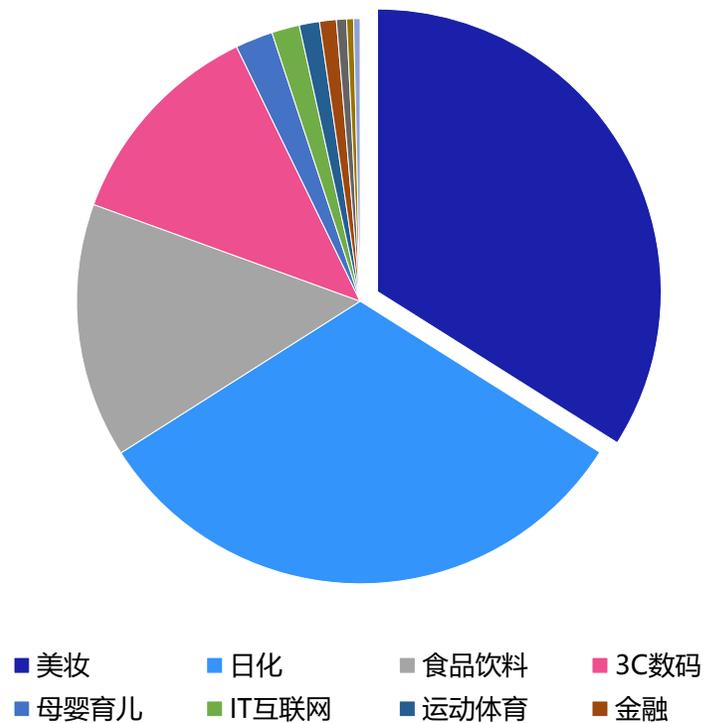


- 广告意向投放：小红书、抖音、一直播成7月最受品牌客户青睐短视频平台
- 酷暑季美妆日化客户持续放量，意向投放占比约2/3；食品饮料、3C数码次之

7月短视频意向投放平台



7月各行业意向投放占比



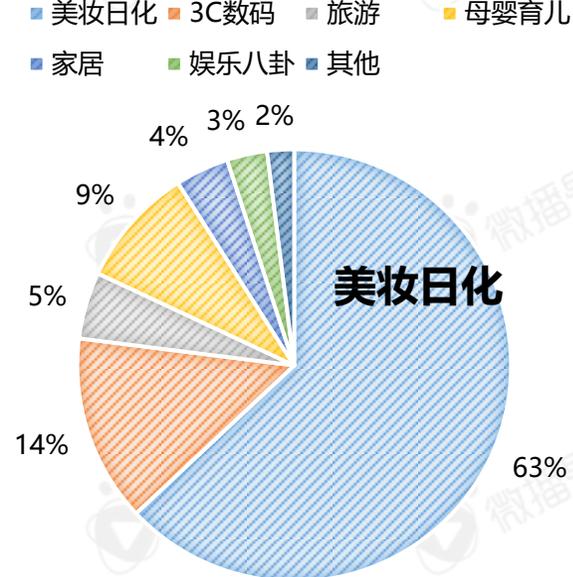
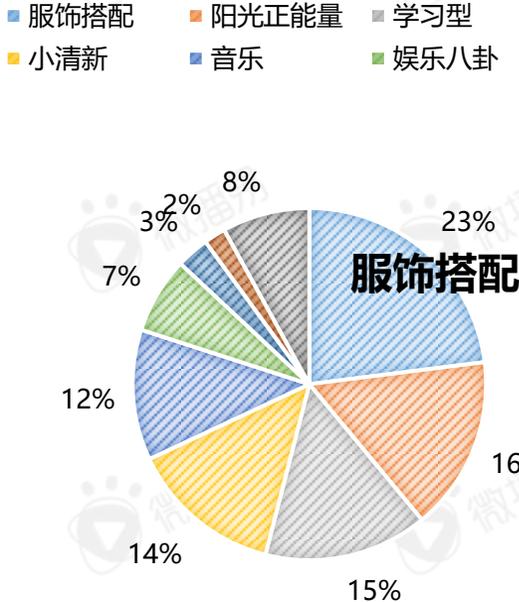
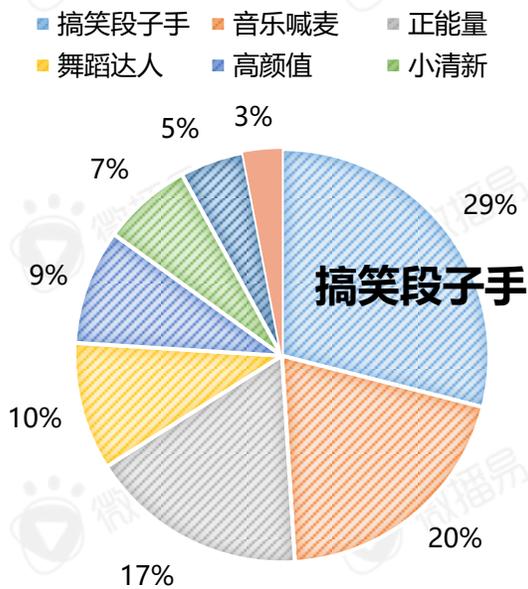
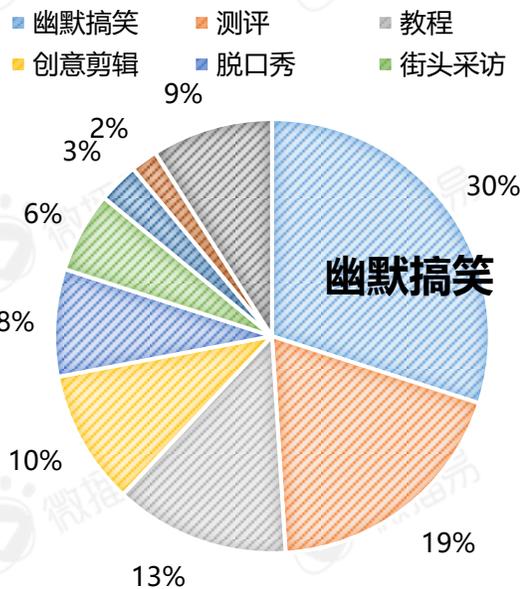
备注：意向投放是指广告主在微播易平台发出的需求为计算标准



投放情况 | 短视频各平台达人偏好不同，跨平台投放成常态



- 87%的客户在campaign中选择跨平台投放
- 抖音、快手平台泛娱乐达人最受广告主欢迎，B站的服饰搭配类达人，小红书的美妆日化达人比较受热捧





投放情况 | 美妆日化客户偏好抖音小红书，游戏动漫客户更爱快手B站



www.weibo.com





投放情况 | 各行业投放偏好的KOL榜单



图片大小代表复投次数多少；图片大，客户复投次数多

Source: 微播易7月投放数据

Part-3

短视频营销热点玩法预测

Insight into the Trend of Short Video Playin



玩法趋势 | 短视频营销更品效，达人持续发挥“人与货”的强链接作用



- 短视频平台方积极打通主流电商平台同时，也完善自有电商渠道建设，短视频电商化
- KOL作为“人，货，场”的关键链接将持续在产品种草、口碑塑造、电商带货等方面发挥着极其重要的作用
- 品牌愈发重视利用KOL和短视频平台的流量优势进行品牌营销、电商带货



变现需求



流量需求

短视频的电商变现需求

1. 抖音上线自有店铺，完善电商直播、小程序等功能
2. 快手联合有赞推出“快手小店”、接入淘宝、天猫、京东、苏宁

电商平台大刀阔斧布局短视频

1. 苏宁上线短视频购物平台“头号买家”
2. 淘宝推出了生活消费短视频“鹿刻”APP
3. 淘宝旗下的“爱逛街”改名“哇哦视频”

达人的重要连接作用



红人薇娅618直播一个半小时，成交额突破6200万



618李佳琦则在3分钟内卖出了5000单资生堂红腰子，销售额超600万



达人@正善牛肉哥618期间卖出100万瓶葡萄酒，20万片牛排，成为带货王



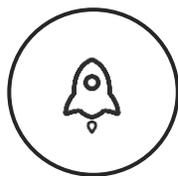
玩法趋势 | 短视频向长视频延伸，品牌营销内容更优质、更多样



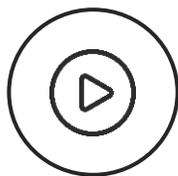
- 趋势解读：短视频增长红利已趋近结束，接下来将吹响存量战争的号角，谁拥有更多的DAU，谁就拥有战争主动权，因此增强用户粘性无疑成必然之举，短视频通过PGC来提升内容质量，也基于5G的推动，短视频变长应运而生。

5G技术赋能，长短视频边界被打破

5G带来的变化：



高速度
无时延



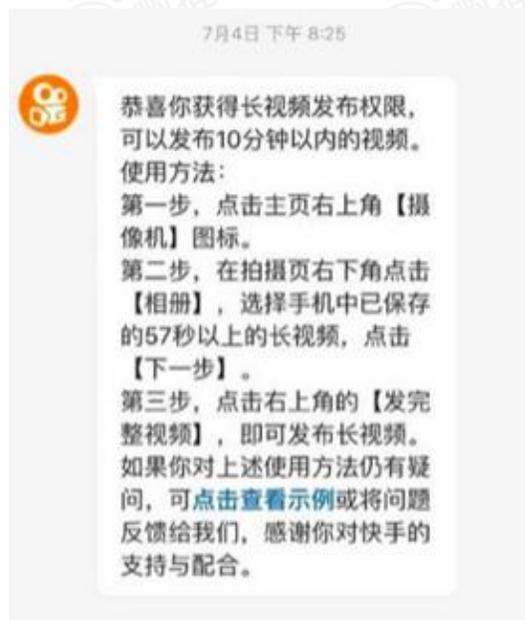
82% 内容
视频化



流量
翻倍



日均6
小时以上



01 突破流量瓶颈

通过提高视频长度，获取长视频观看用户，借此突破用户的流量瓶颈，品牌收获更多潜在消费人群和粉丝。

02 内容专业化多元化

短视频变长颠覆用户碎片化观看习惯，若想长时间持续有效吸引用户关注，对于内容专业性、内容种类等都有更高要求。增加粉丝粘性的同时，更提高了品牌的口碑

03 种草生动化

新场景下对广告创意、广告制作和跟用户的互动形式的探索，商品的展示也将通过技术手段变得更加立体、生动，进而大大提升转化效率



玩法趋势 | 营销抓准正能量，短视频「爱国宣言」燃爆金九银十



- 7月正能量热门视频频出，随着建国70周年临近，短视频平台此类视频热度越来越高，有关正能量的营销内容，更容易引发关注和共鸣。



国货国风大行其道
与之相关的传统文化、老字号、国货、正能量国风也热度极高

热点营销大有所为
结合热点事件和国庆等节点进行营销内容传播，有助品牌口碑提升

热度持续高开高涨
此热度预计将从7月燃至国庆档，为品牌营销提供充分时间

习近平为杜富国佩戴英模奖章



865.6W点赞
10.0W评论
6.6W转发

孙杨世锦赛男子400米自由泳



244.4W点赞
305评论
4311W转发



玩法趋势 | 短视频从泛娱乐向媒体属性迁移，品牌迎来更丰富的营销矩阵



- 趋势解读：媒体账号纷纷入驻短视频平台，以短视频形式发布新闻热点，传播社会信息。一直以来7000多个政务媒体号让抖音短视频平台有了迷你电视台的功能，成为了【社会热点第一站】，而央视新闻最新#主播说新闻#等内容让原本正襟危坐的新闻主播和观众拉近了距离，这也标志着传统媒体正式实现了与短视频平台的联动。

短视频成为传统新闻媒体扬声器

媒体圈：

多传统媒体涌入，媒体属性增强

达人圈：

达人淘汰更迭，内容更加细分优质

品牌圈

品牌可搭建官方平台

排名	账号	综合营销价值
1	人民网 renminwang 简介：权威实力 源自人民	92.52
2	中国日报 chinadaily 简介：全球精彩短视频，就...	88.31
3	警界君 madam 简介：投稿邮箱：5701830...	85.05
4	好莱坞明星资讯 944902918 简介：请叫我美颜种草机~	83.59
5	我在现场官方账号 603217766 简介：记录社会正能量	83.54

微播易红榜7月

抖音平台新闻资讯类账号TOP5



539.5W点赞 10.0W评论
6.5W转发



玩法趋势 | 微综艺、微短剧大热，超级IP为品牌营销添新彩



- 玩法说明：热门电影、电视剧、综艺、游戏等纷纷增加短视频内容平台的宣传力度，形式上与平台内容相结合，凭借自身强内容优势，成为抢占流量的黑马。

玩法优势



爆款IP助力品牌曝光

明星自带粉丝流量，而短视频平台以8亿用户、每日平均6小时使用时长成为霸占公众注意力的最大流量洼地。



内容轻量易读适配全行业

相比于电视剧、综艺、电影动辄半小时起的长时间浏览习惯，微短剧截取精彩桥段，内容更轻，更易观看，适合全行业植入。



圈层突破购买力高涨

电视剧狂热粉丝，豪掷千万，买下李现在剧中住过的房子，粉丝购买力惊人。饭圈文化蔓延至短视频平台，品牌借势营销不费吹灰之力

大热电视剧《亲爱的热爱的》主角采访视频



“现男友”凭借帅气的外形、过硬的撩妹技术圈粉无数，其周边衍生视频在抖音上频频出爆款
点赞144.1W
互动1.4W

《烈火英雄》电影上映主演黄晓明玩转抖音营销



播放2515.0W
点赞181.8W
评论3.5W
转发3562



玩法趋势 | 短视频+黑科技，暑期档迎来新生种草新姿势



- 玩法说明：随着高考、中考结束，一大批准新生们进入暑期，所以暑假档成了名副其实的种草假，其中尤以年轻人最爱的3C数码热度最高，年轻人最喜欢的VLOG则成了种草指定形式，现在年轻人不仅喜欢对数码产品的外观感兴趣，更对产品的配置性能非常热衷，对数码周边也有极高的购买欲望，所以采用黑科技讲解的方式是在年轻人中最带货的营销方式。



B站UP主@老师好我叫何同学之前凭借学生使用数码产品测评短期内涨粉几十万，在视频《有多快？5G在日常使用中的真实体验》视频后，粉丝暴涨百万。

精耕细分领域

短视频经历了初期的粗放式增长，已经进入下半场，许多大号通过细分内容的释放，不仅提高了粉丝粘性、提高带货能力，提振自身商业价值。

清晰目标受众

学生党和科技宅的关注点完全不同，所以同样是科技测评，但是针对不同人群的产品使用习惯不同、应用场景不同都会影响产品的带货能力，所以清晰的粉丝画像是短视频带货成功的必要条件。



平台营销热度预测|8月



www.weibo.com

数据推算方法：行业公开数据、微播易历史需求数据



Manty_Yin

高逼格儿美妆博主



粉丝数: 98.2W+ ID: LookForM 3W+ 9W+ 32.4W+

对标账号 **杜一妮**



优势标签:

专业美妆测评

内容质量高+vlog达人

风格百变, 可塑性强

- ✓ 知名美妆视频自媒体, 知名时尚博主
- ✓ 专业视频制作能力, 种草能力强

合作案例:



丝芙兰:互动量1.2w+



MAC:互动量3k+

8月潜力账号预测



壁花小姐在厨房健身

爱互动健身美食达人

粉丝数:  127.8W+  17.1W+  2.3W+



对标账号 **喵大人_Claire**

优势标签:

种草能力强

粉丝粘性高

传播效果好

- ✓ 耿直人设科普小姐姐
- ✓ 具有极强的带货能力

合作案例:



北鼎:互动量3k+



八卦芒果

打开率超高的八卦博主

粉丝数:



42W+



2.7W+

对标大V

萝严肃



优势标签:

传播效果好

粉丝互动好

内容原创高

- ✓ 知名八卦类博主
- ✓ 超强内容原创能力

合作案例:

2015年05月20日
发送完毕



猫爸: 新型变种渣男 (ps:女人才觉得唐琳是心机婊吧)

趁生活还没出现唐琳这种高能小三!!看《虎妈**猫爸**》可以把人给活生生气死。一半是被唐琳那个心机婊气死的,

👁 3504153 🌟 2 🍊 13864

互动量: 350w+

07月06日
发送完毕



原创 好久没这么期待一部电影了,足足等了25年!

👁 88263 🌟 192 🗨 277 📄 3

互动量: 9w+

8月潜力账号预测





田颖mmc

青春活力时尚博主

粉丝数: 188.4W+ 100W+ 201W+ 385W+

对标账号 **yum7**



优势标签:

颜值超高

妆容精致

风格百变

- ✓ 2013—2014环球旅游小姐中国总决赛十佳
- ✓ 微博vlog博主-微博故事红人

合作案例:



乐町+狮子王联名: 互动量1.2w+



红旗汽车: 互动量2.1w+



8月潜力账号预测





郑印灏Yinhoo

热爱旅行的高颜值时尚奶爸



128W+



对标账号 **Denny寒**

优势标签:

颜值超高一家三口

专业模特拍摄好

家有萌娃互动好

- ✓ 平面模特郑印灏
- ✓ YOHO潮流志合作模特
- ✓ 旅行视频自媒体

帮宝适-阅读量: 119w+, 互动量: 1400+

合作案例:



毛小兔theresa

时尚甜美的美妆辣妈

粉丝数:  177W+

对标账号 **奶茶猫**



优势标签:

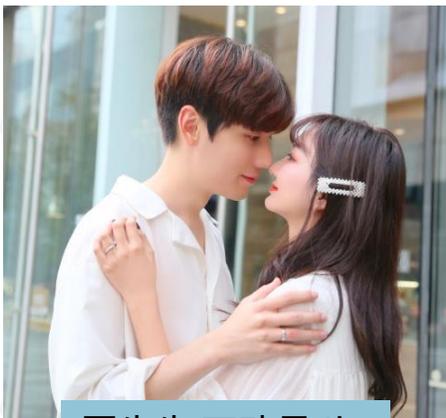
幸福三口

颜值CP

风格甜美

- ✓ 知名平面模特 网络红人
- ✓ 微博vlog博主-微博故事红人

合作案例:



周生生:互动量4k+



8月潜力账号预测



@毛小兔theresa

8月潜力账号预测



小豆子Rosea

萌娃辣妈超级二人组



38W+



3W+



对标账号 **米儿姐姐**

优势标签:

可爱萌娃

时尚品味好

粉丝粘性高

合作案例:



平均互动量2000+





密密小丸子

喜欢穿搭的气质型美女

粉丝数:



1.5W+



108W+



1.3W+

对标账号

木木猪头88



优势标签:

时尚辣妈

传播给力

内容原创高

✓ 母婴大V

合作案例:



兰芝-互动量: 7500+



MECO果汁茶-互动量: 4700+



8月潜力账号预测





8月潜力账号预测



薛赫赫赫赫赫

高颜值时尚暖男

318W+

214W+

667W+



对标账号

网不红萌叔

优势标签:

内容质量高

知名度高影响力强

粉丝粘性高

合作案例:



天猫lamer-互动量300w+



韩恩汐汐

青春活力时尚博主

粉丝数:  616W+

对标账号 **Luci_Han**



优势标签:

颜值高

妆容精致

粉丝粘性强

✓ 淘女郎认证, 微博红人

合作案例:



雪花秀联名: 互动量13w+



Burberry: 互动量8w+

8月潜力账号预测





妍小蜜JJyan

青春活力时尚博主

粉丝数:  124W+

对标账号 **张小奈naice**



优势标签:

颜值高

妆容精致

粉丝粘性强

✓ 知名美妆博主 头条文章作者

合作案例:



欧珀莱: 互动量1.6w+



瓦宁: 互动量1.3w+

8月潜力账号预测





版权及免责声明



微播易是以短视频为核心的社交媒体大数据精准投放平台、领先的社交媒体大数据技术服务提供商。微播易拥有强大的数据挖掘能力、短视频智能识别及分析技术，为品牌主及自媒体实现精准、高效的匹配，在品牌、客户资源、媒体资源、AI与大数据技术等方面竞争优势突出，深受合作伙伴的普遍赞誉。

版权声明

本报告由微播易制作，文件所涉观点、数据等均受相关法律保护，引用时请注明报告来源。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由微播易平台自有数据及交易数据、合作供应商样本数据、公开资料整理，结合专业人员分析及推及计算获得。由于数据样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，微播易不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。



短视频大数据精准投放平台



关注公众号：



北京

010-64813450
北京市朝阳区慧忠里卧龙小区219栋



上海

021-64183126
上海市徐汇区宝庆路1号瑞力大厦2207室



杭州

0571-57187759691
杭州市余杭区五常富力天茂广场26幢7层715



广州

020-87540070
广州市天河区洗村街道珠江东路12号高德置地冬广场H座2906室



深圳

0755-83012811
广东省深圳市南山区大冲商务中心C座803室