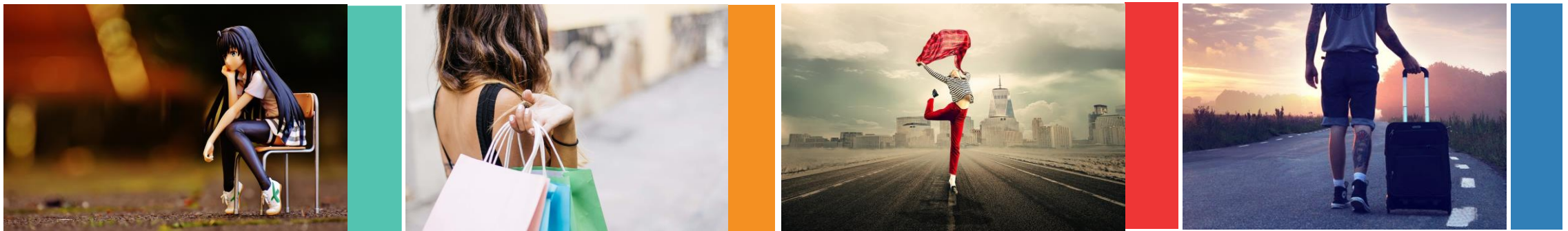


抖音上的80后、90后、00后



巨量引擎商业算数中心出品

2019年8月

时间周期

- 本报告数据均采集于2018年12月-2019年6月（特殊说明除外）
- 本报告中涉及到增长率的数据为2019年6月与2018年12月的对比，即近半年的涨幅（特殊说明除外）
- 报告中2019H1指2019年上半年

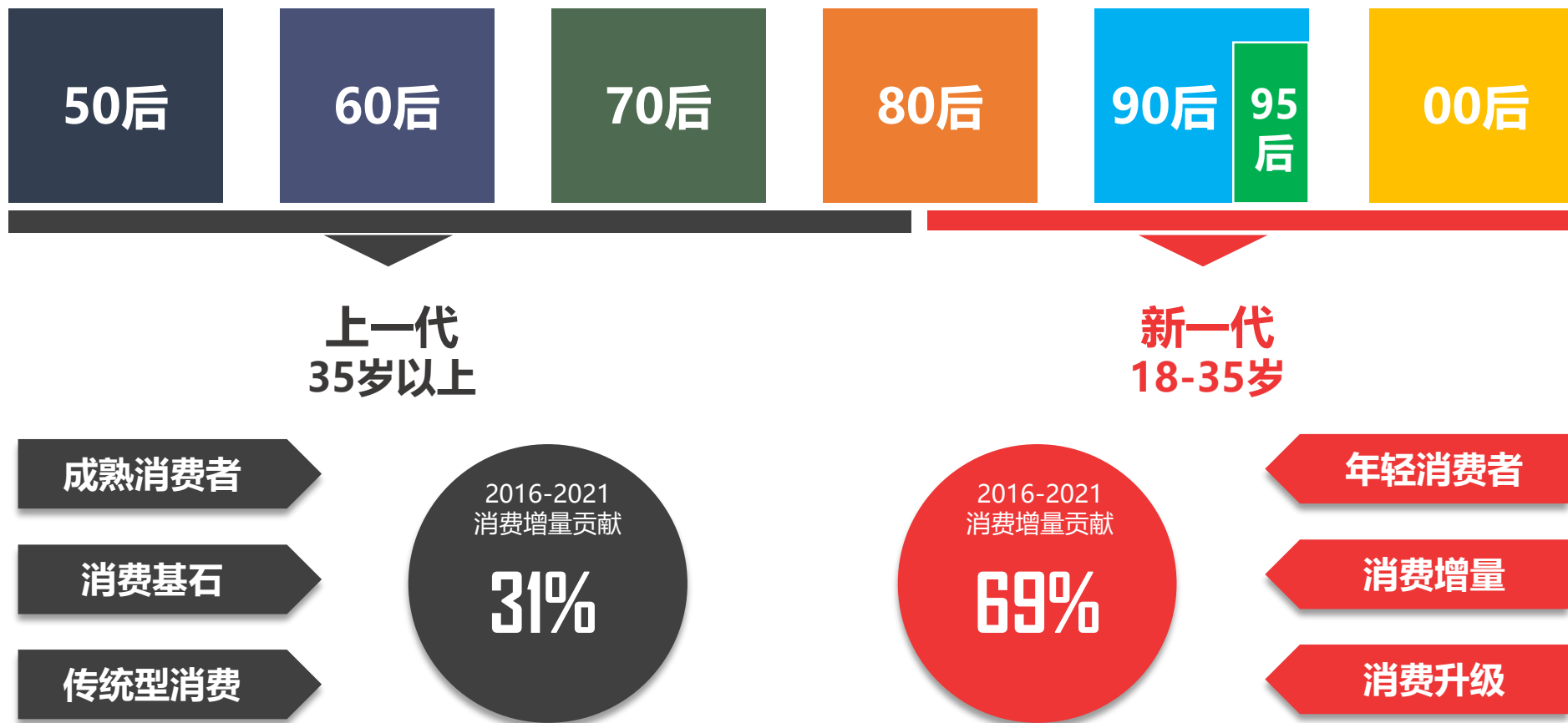
人群说明

- 【00后】：指18、19岁的成年人
- 【95后】：指20-24岁的成年人
- 【90后】：指20-29岁的成年人
- 【80后】：指30-39岁的成年人

名词解释

- TGI：目标人群较整体人群的偏好度，数值越大说明该目标人群相较总体人群的某一特征更明显
 $TGI = \frac{\text{【目标群体】的某个特征值}}{\text{【总体】的某个特征值}} * 100$
- 人群兴趣：用户点赞过的具有该兴趣标签的视频
- POI：Point of interest，视频兴趣定位点

相比上一代，中国“新一代”人群将是消费增长的核心驱动力



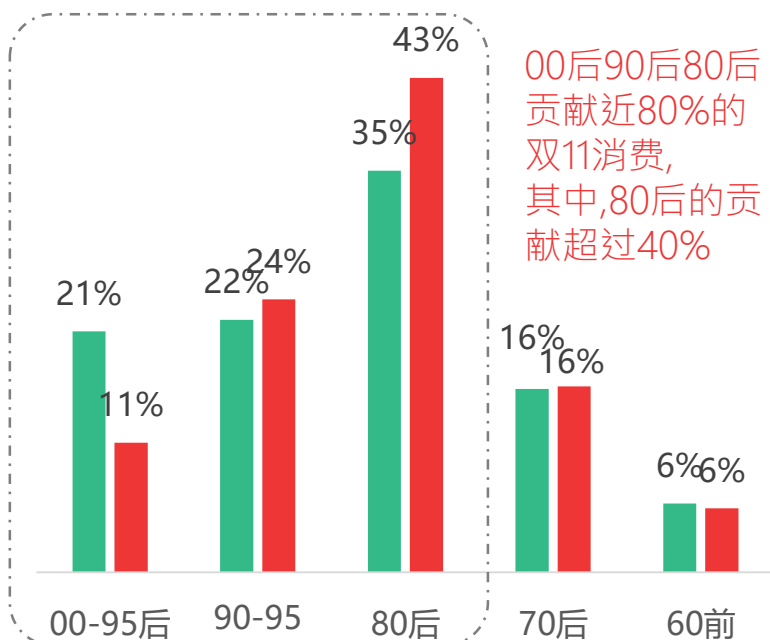
数据来源：BCG，《中国消费新趋势》，仅供参考

中国80后90后00后活跃在网络消费前沿，是消费发展的中坚力量

网络消费：双11

2017年双11各代际人群参与和消费情况

■ 参与人数占比 ■ 消费金额占比



数据来源：阿里研究院《进击,Z世代》，仅供参考

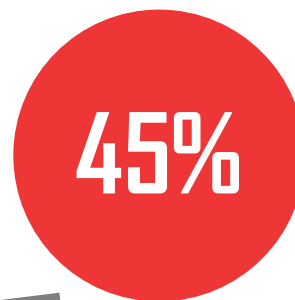
高端消费：跨境电商

90后(含95后)天猫国际跨境进口消费占比

90后(含95后)是天猫国际跨境进口最大的消费群体



2013年



2018E

数据来源：阿里研究院《2018线上新品消费趋势报告》

未来消费：消费潜力

《Z世代消费力白皮书》预测——

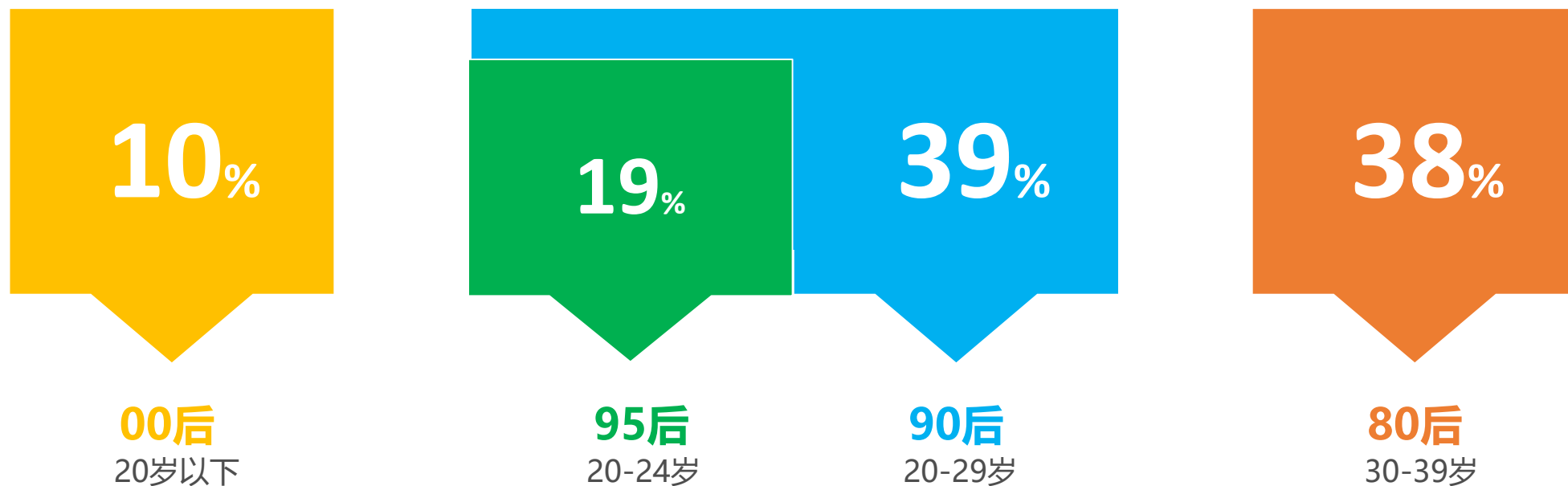
Z世代将成为当下的消费担当

到**2020年**
Z世代(15-23岁)将
占据整体消费力的
40%

数据来源：QQ广告&KANTAR，仅供参考

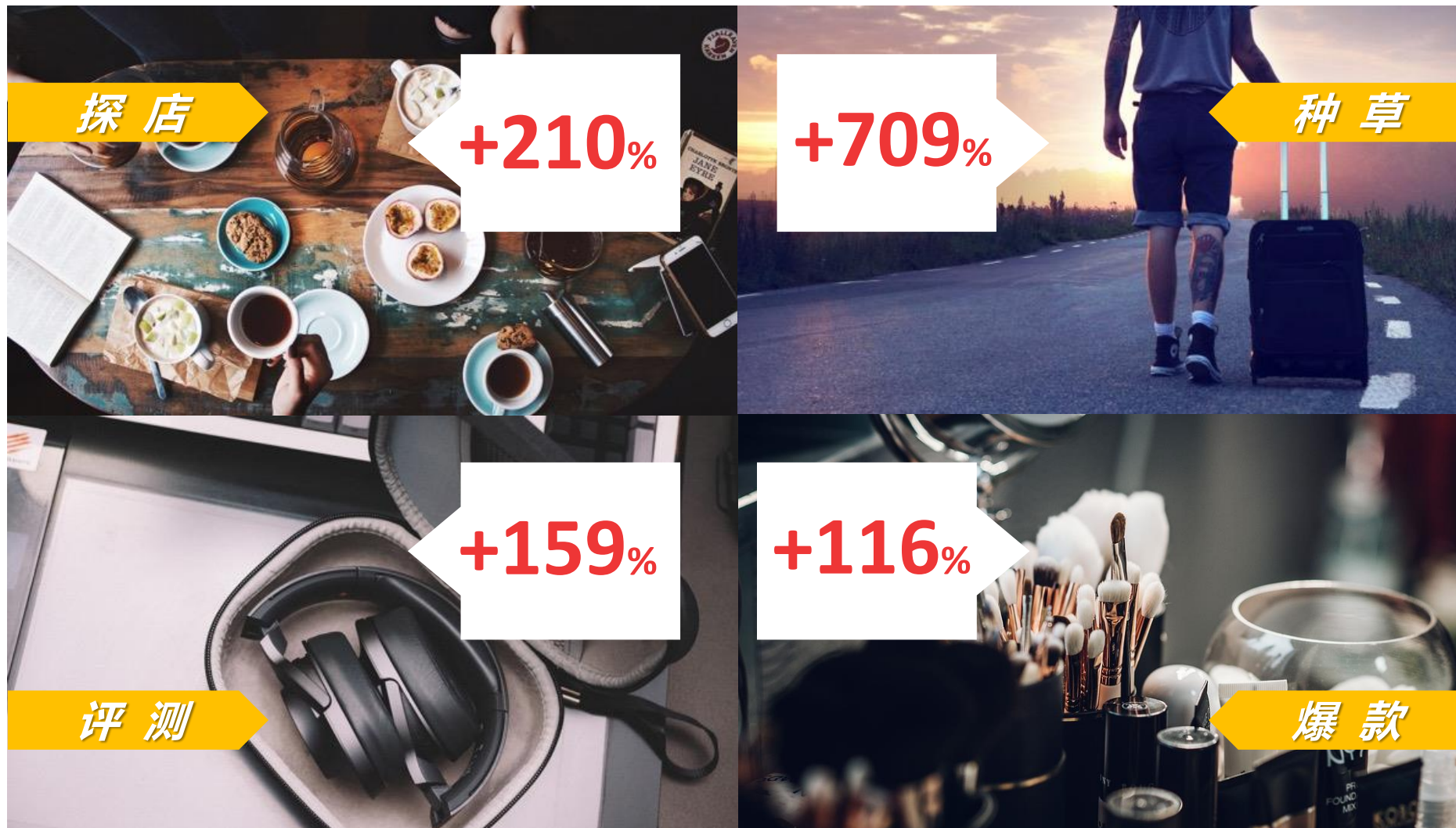
抖音平台80后、90后、00后占比超过80%

 80后+90后+00后
(18-39岁) >80%



数据来源: QuestMobile, 2019年6月, 仅供参考

在抖音，人们无所不能



数据来源：商业算数中心，播放量半年增长率，201906vs.201812

玩物立志：刷最有趣的内容，get最实用的技能

玩物：一边拿生命在嗨

自拍

搞笑短剧
+259%

搞笑

舞蹈

自拍
+68%

创意

立志：一边尽全力去学

学习
+85%

办公技巧

实用
技能
+60%

学科教育

攻略
+105%

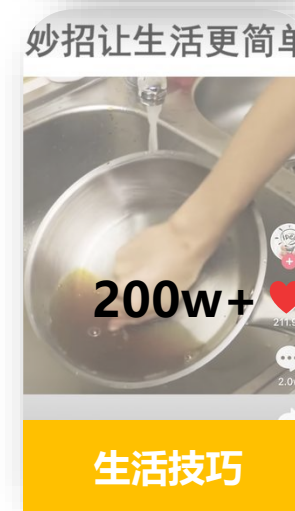
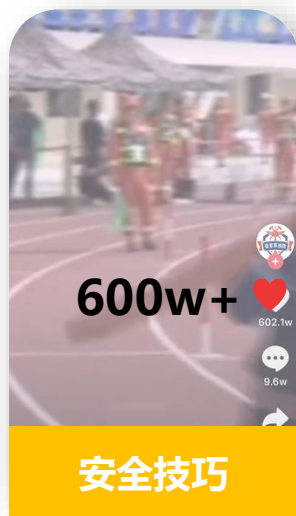
生活妙招

行业攻略

高手养成：智慧源于生活，高手来自于民间

2019H1 技能类用户点赞量排名TOP15

获赞排名	用户昵称	累计获赞数/万	类别
1	考呀呀Excel技巧	1182	办公
2	数学☒小技能	1169	学科教育
3	小技巧芽	1125	美妆/生活
4	手机拍照小技巧	1123	摄影
5	犬技能'爱好者	993	宠物训练
6	iPhone技巧达人	862	摄影
7	生活小技巧	629	生活
8	手机小技巧分享	609	手机/网络
9	生活技能咖	555	生活
10	生活小技巧	540	生活
11	做菜新技能	523	美食
12	一百种小技巧	508	生活/美食
13	技能库	497	生活
14	蓝灯神技能	477	生活
15	家居小技巧	474	家居



趣而不废：小众自有天地，兴趣刺激消费

最新最in

+426%

新品相关视频点赞量增加

截止2019H1 新品话题
点赞量Top5

- 1 #女装新品日
- 2 #春装新品
- 3 #新品首发
- 4 #新品
- 5 #新品试吃

好物推荐

15倍 ↑

点赞量增加

截止2019H1 好物话题
点赞量Top5

- 1 #好物推荐
- 2 #抖音618年中好物大赏
- 3 #新年好物抖起来
- 4 #抖音好物节
- 5 #抖音618生活好物大赏

vlog

14倍 ↑

点赞量增加

截止2019H1 vlog话题
点赞量Top5

- 1 #vlog日常
- 2 #vlog我的日常
- 3 #vlog美食记
- 4 #vlog旅行记
- 5 #我是抖音vlogger

美中有品：向往美好生活，体验品质升级


精致

家居设计

+66%
点赞量增加

投影仪

+78%
点赞量增加

扫地机器人

+138%
点赞量增加


健康

抗糖抗氧

+196%
点赞量增加

减肥

+62%
点赞量增加


品质

黑科技

+182%
点赞量增加

品味

+56%
点赞量增加

高端

+37%
点赞量增加

自我定义：人人都是创作者，个性表达，人设自由

不同类别视频的创作者数量增长率

生活需要自娱自乐，还要有点仪式感！

+455%

搞笑短剧

+139%

自拍

+95%

仪式感

不跟风，无潮流！

+91%

探店

+59%

神器

69倍

种草

在抖音记录正能量！

+82%

学习

+125%

减肥

+106%

品味

生活日常也要活出态度！

+725%

vlog

+685%

好物推荐



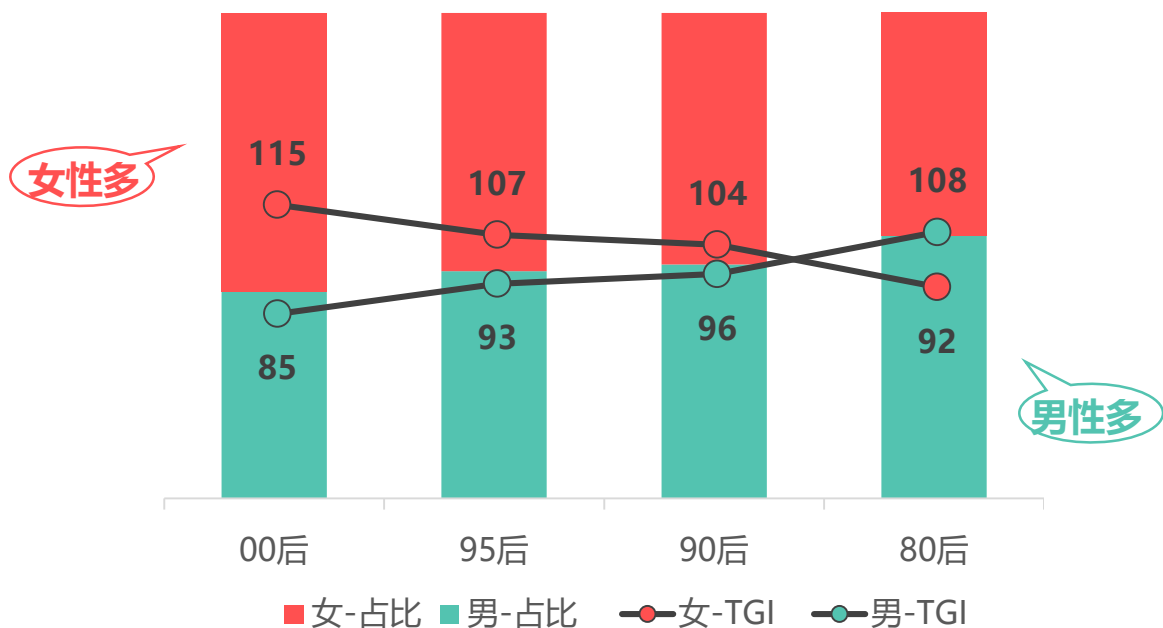
如何看懂？

代际之争

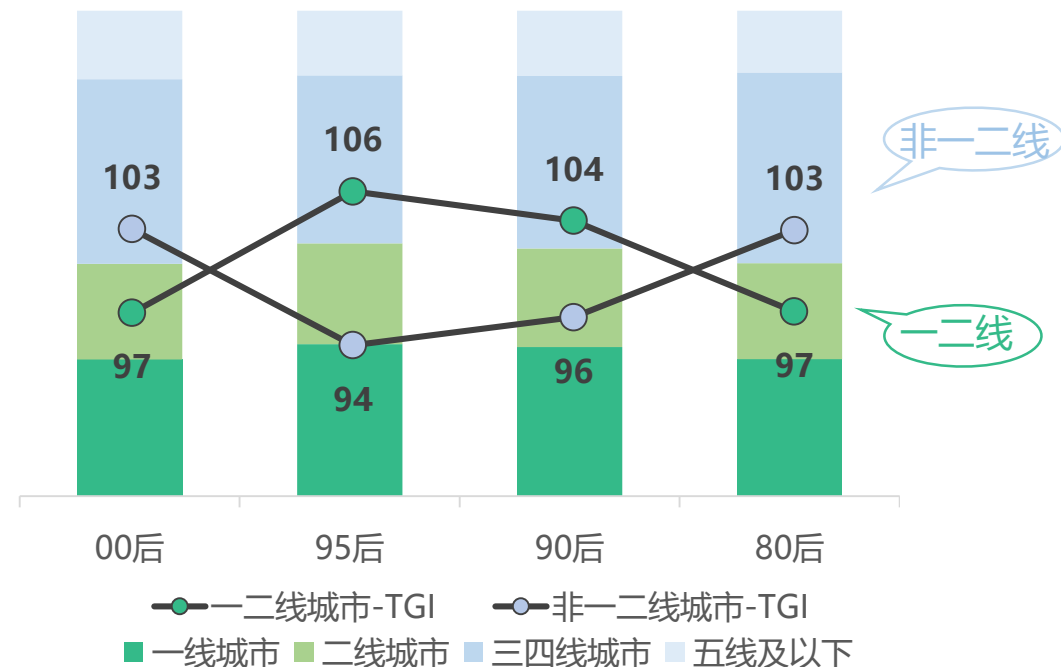
00、90后女性占比更高，80后更男性占比更高

90后在一二线城市渗透率更高，00后80后更下沉

性别



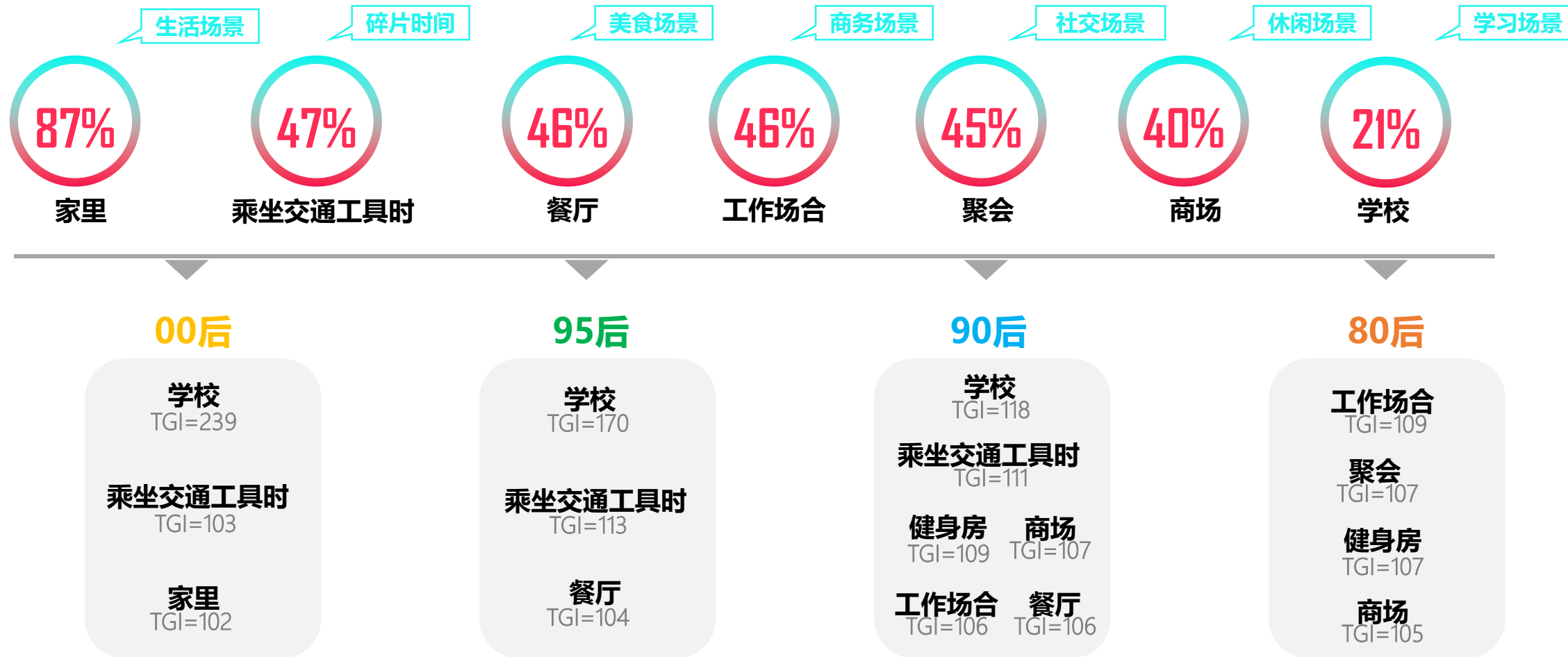
地域



抖音已经渗透到用户日常生活的各种场景之中...

00后、95后更偏校园场景，80后偏商务休闲，90后全场景使用

用户日常使用抖音的场景分布

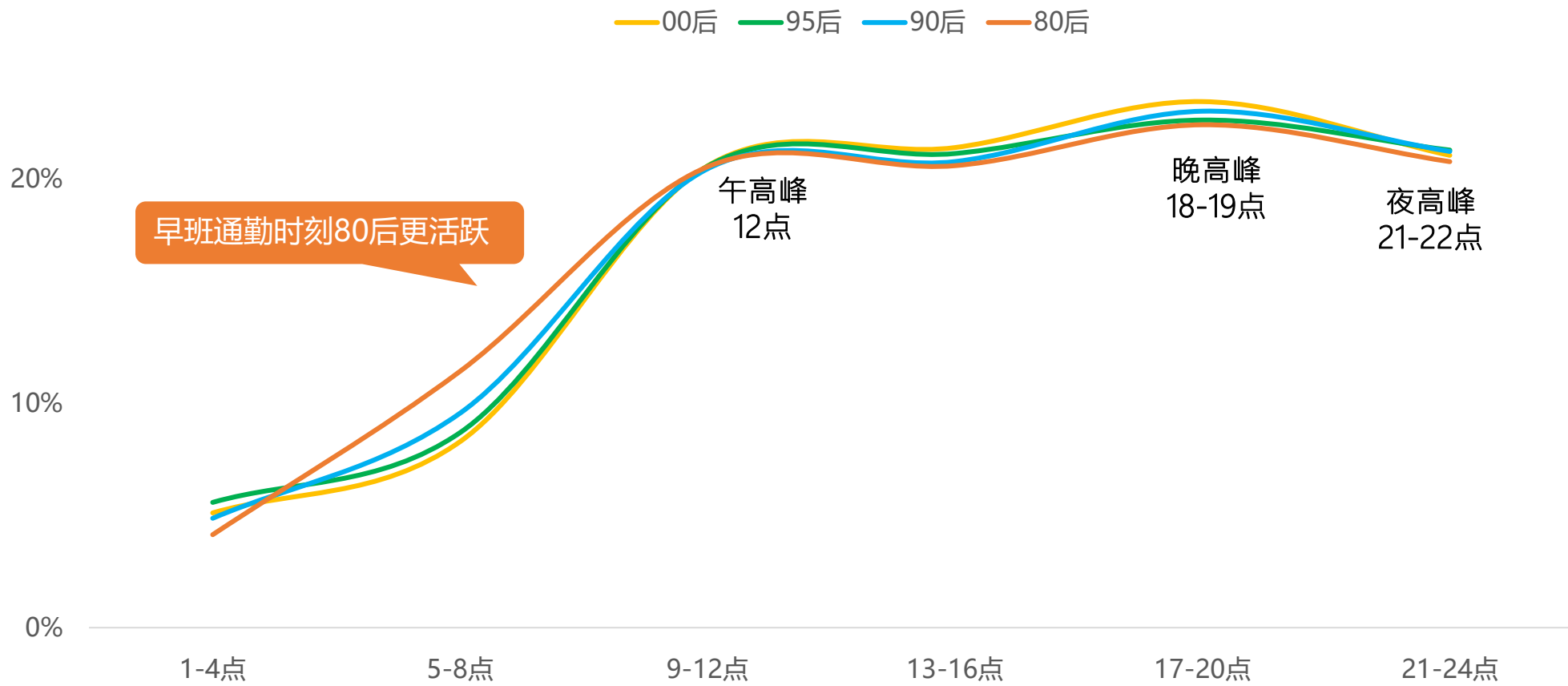


TGI=【目标群体】的某个特征值/【抽样总体】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抽样整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，用户调研数据，Base=4900，2019.7

80后、90后、00后人群活跃时间差异不大，80后在早班通勤时刻更活跃

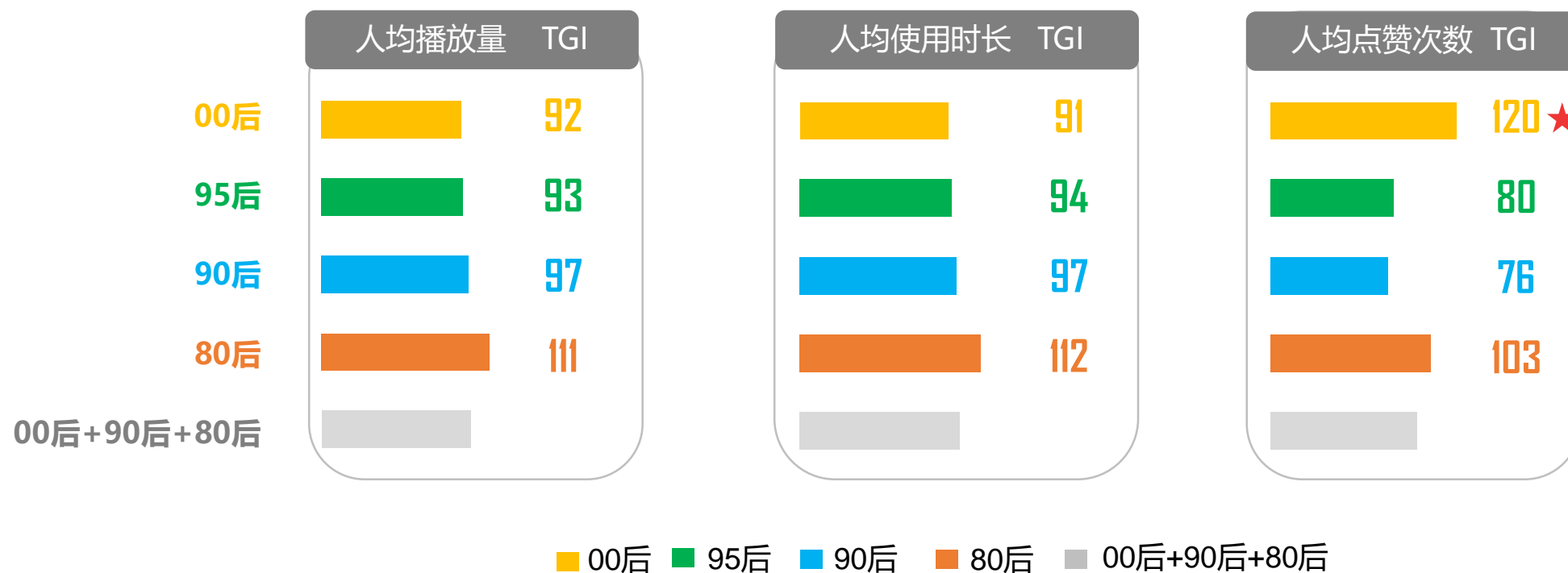
2019年6月代际人群抖音活跃时间分布



数据来源：商业算数中心，2019年6月

点赞狂魔00后，行业标尺90后，活跃分子80后

各代际人群抖音使用行为

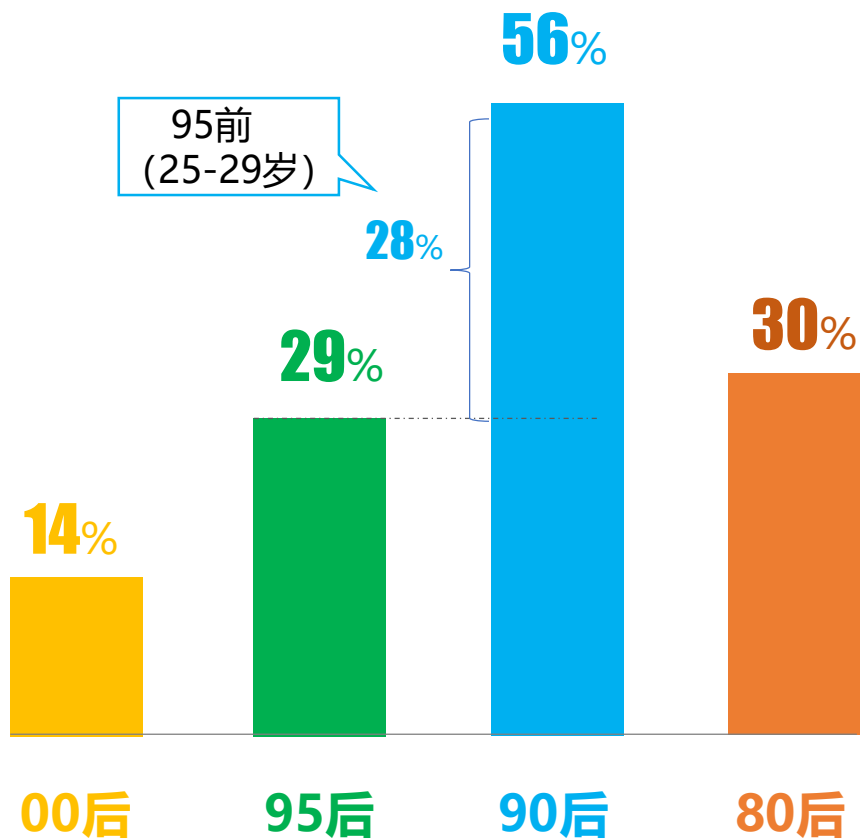


数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【整体人群】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较整体人群越明显。

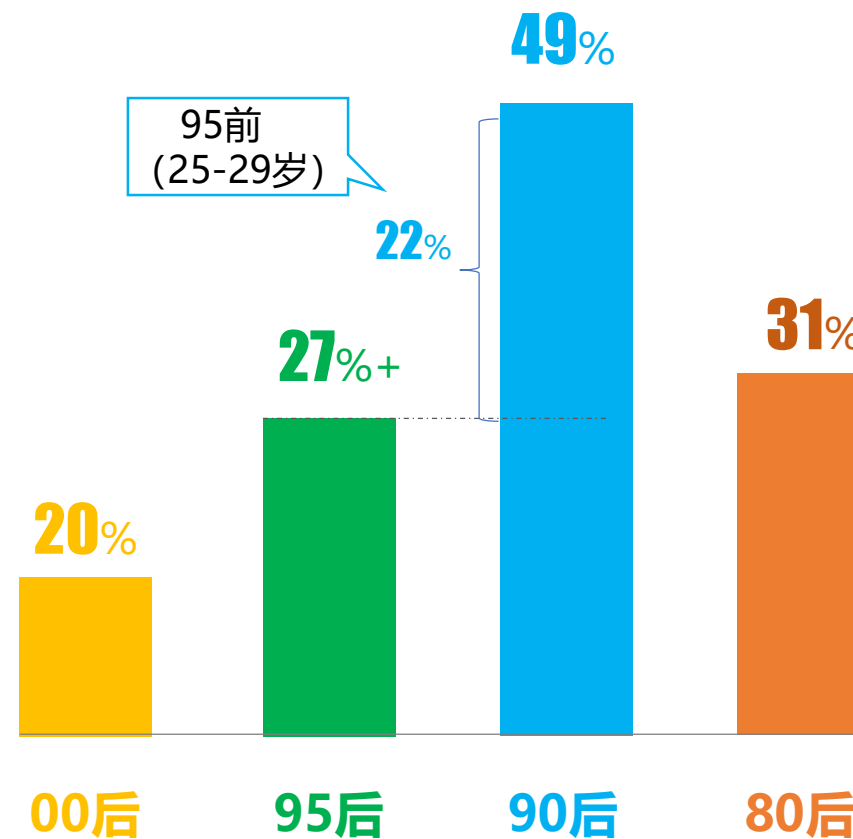
数据来源：商业算数中心，2019年6月

90后贡献超过一半的播放VV

各代际人群视频播放量占比



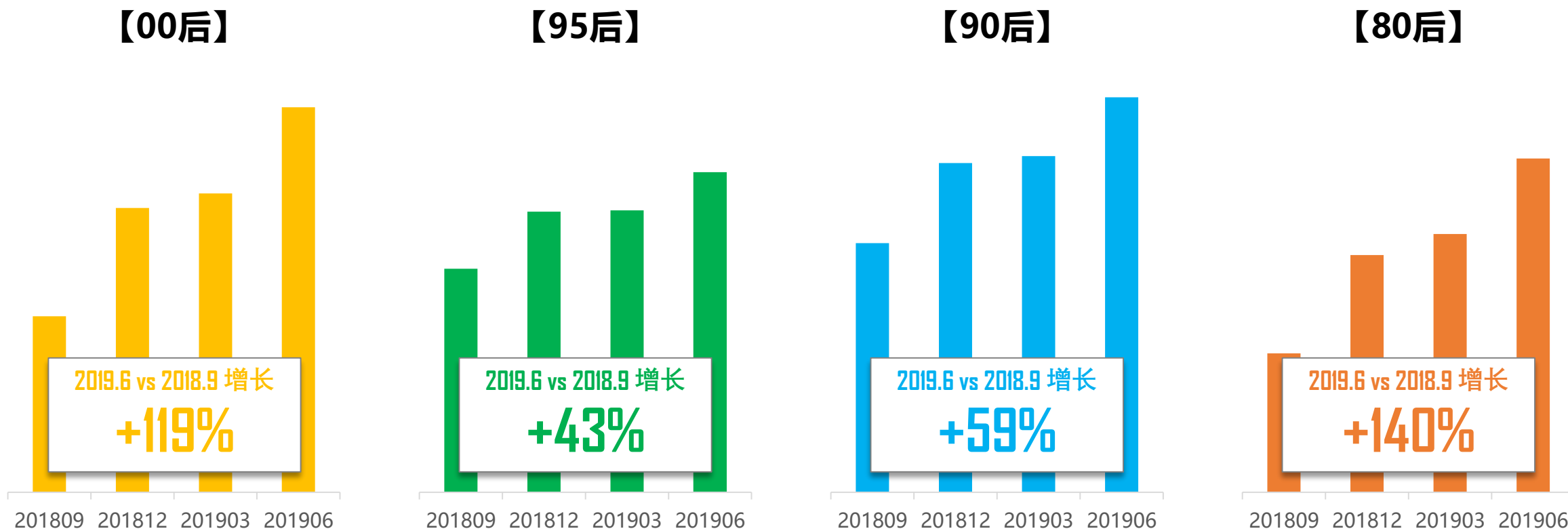
各代际人群视频点赞量占比



数据来源：商业算数中心，2019年6月

00后、80后潜力最强，视频播放量持续高增长

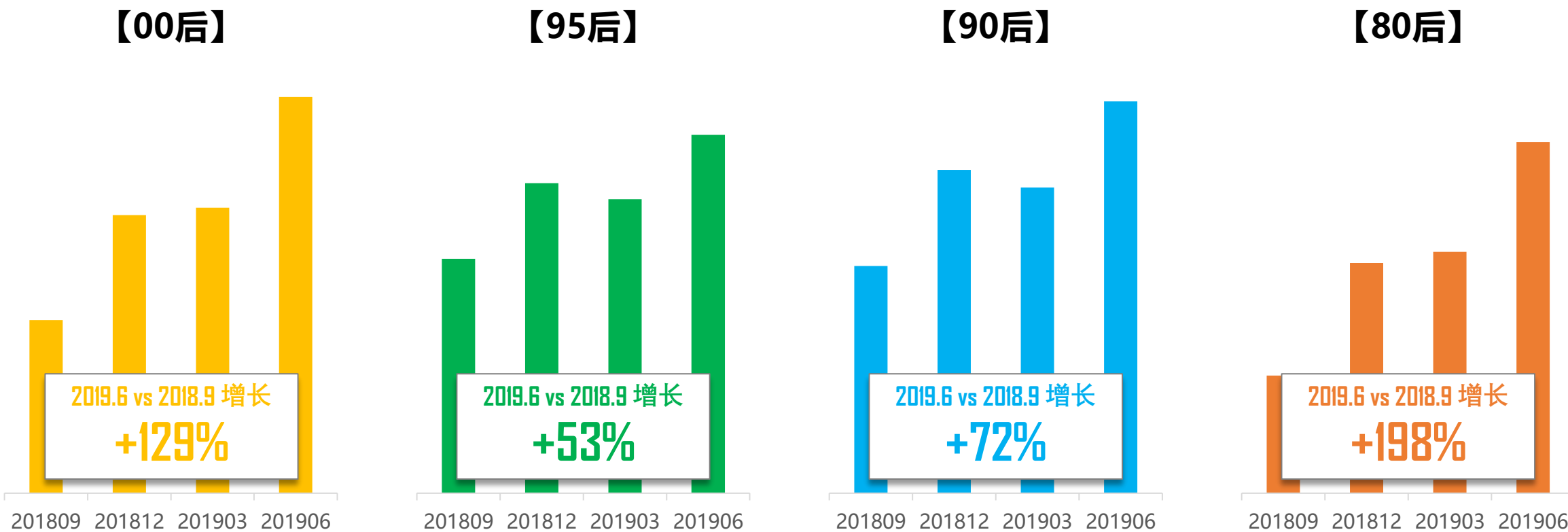
视频播放量趋势



数据来源：商业算数中心

视频点赞量均在持续提高，尤其00后和80后

视频点赞量趋势

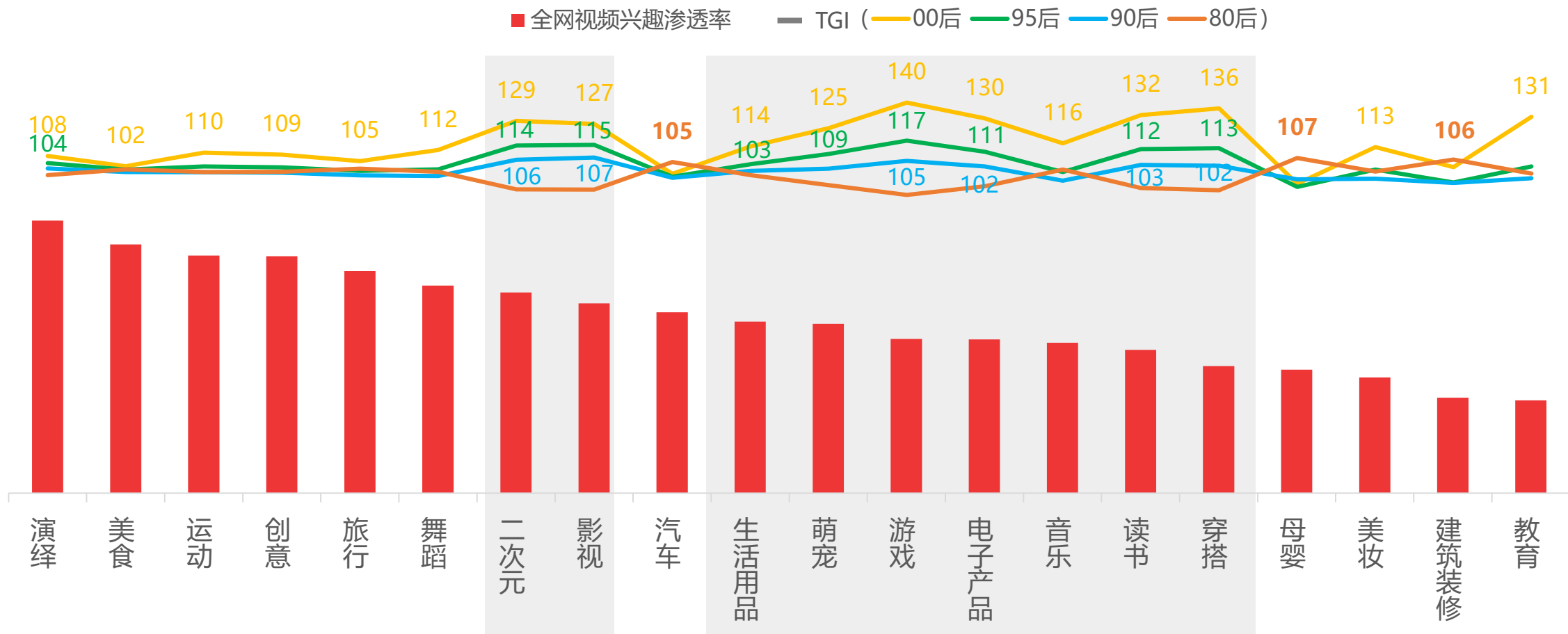


数据来源：商业算数中心

演绎、美食、运动、旅行等表现力强的视频最受青睐

00后、90后兴趣广泛，80后更关注汽车、母婴等视频内容

2019年6月视频兴趣分布——点赞率

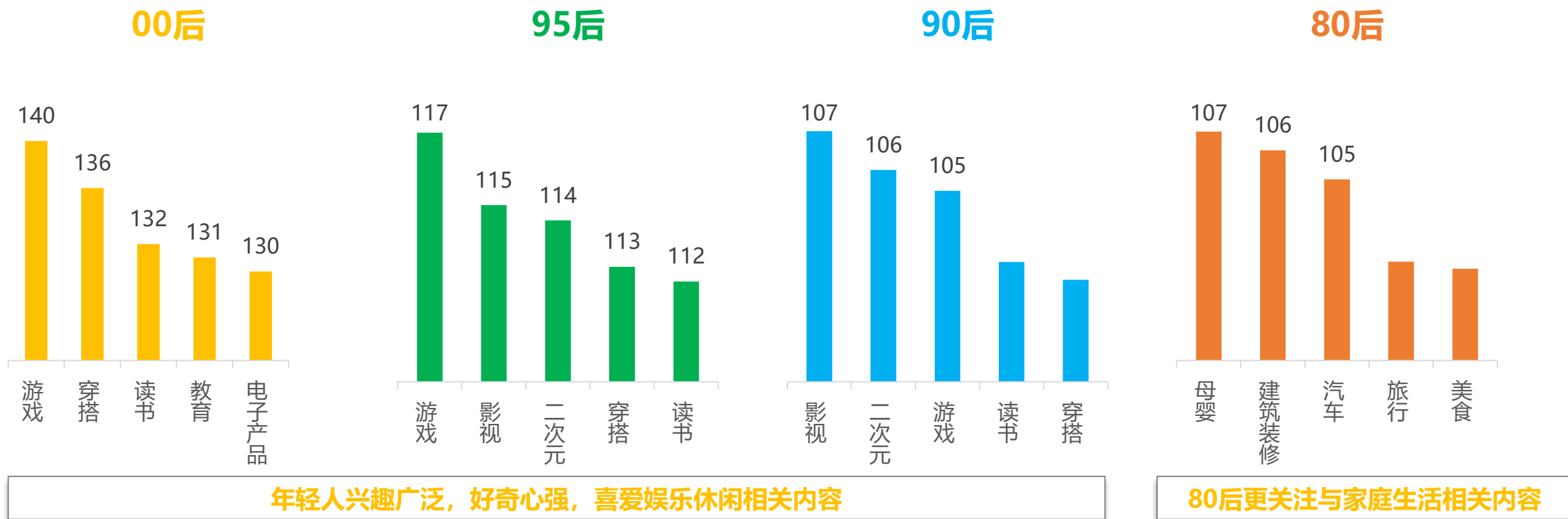


数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，2019年6月

80后、90后、00后在抖音视频中各取所需...

2019年6月代际人群视频兴趣TGI (TOP5)



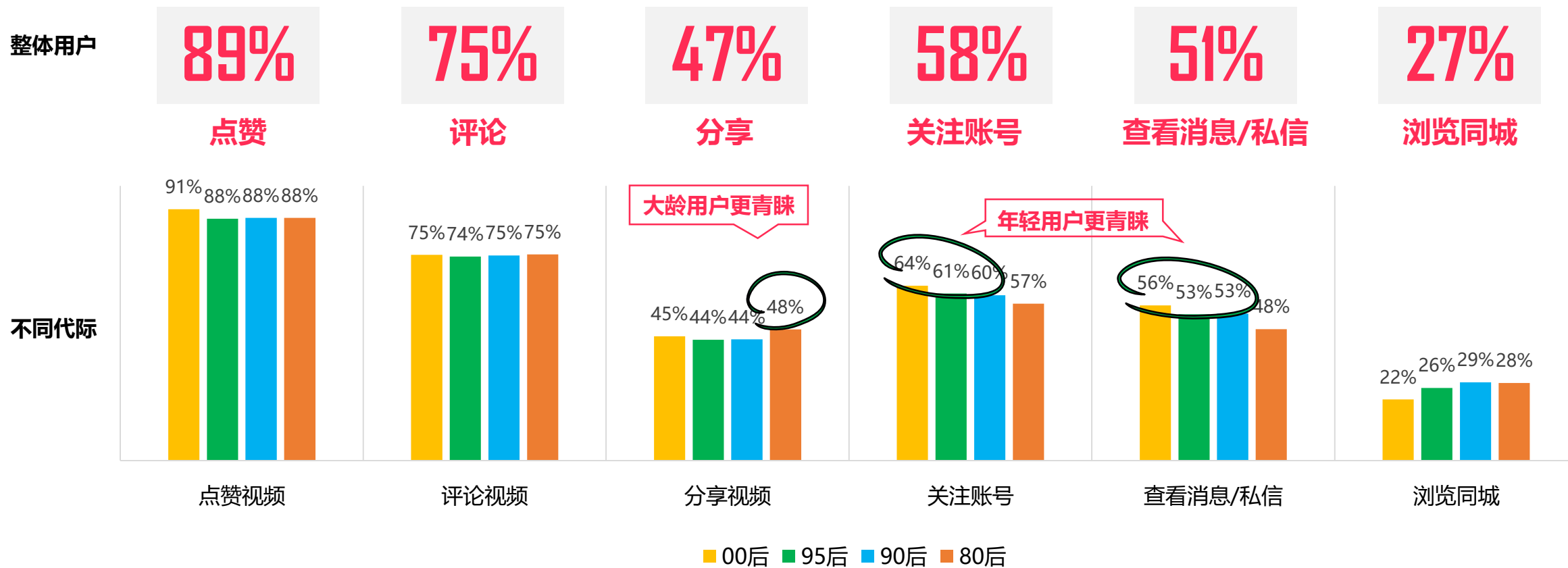
数据说明: TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100, TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源: 商业算数中心, 2019年6月

TA们也在抖音平台深度互动...

00、90后更乐于关注账号、私下互动；80后更青睐分享

月度用户使用比例



TA们易被抖音内容影响，并引发进一步的了解和行动

00后、90后更易被安利，对下载、推荐视频的意愿更高

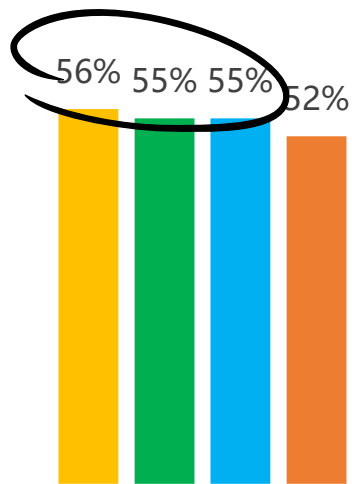
看过抖音视频之后，您...

整体

不同代际

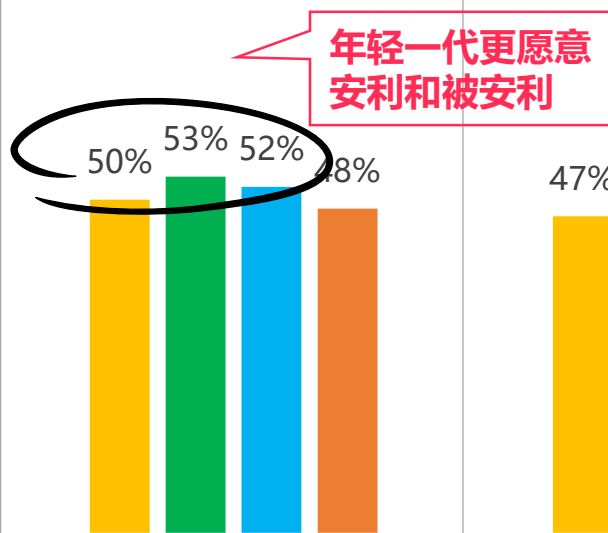
53%

推荐视频中的内容给别人



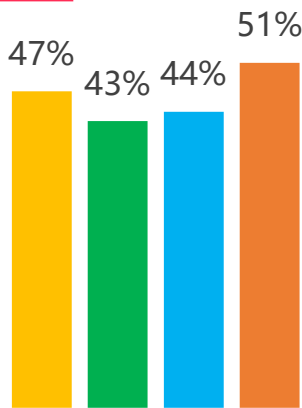
48%

观看视频中呈现的电影等娱乐节目



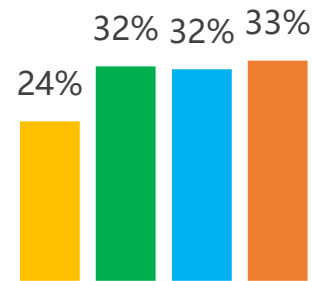
47%

查找视频中提及的内容的信息



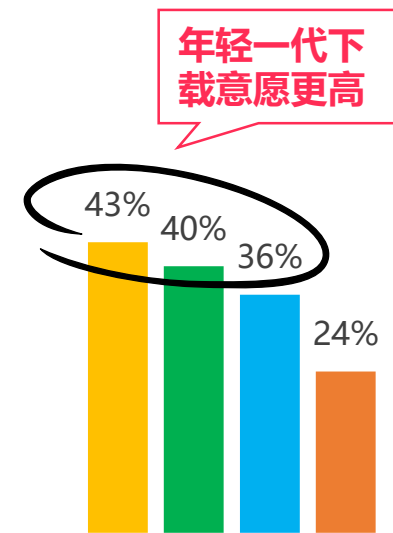
31%

参观/到访某个特色的目的地/位置



30%

下载APP或游戏

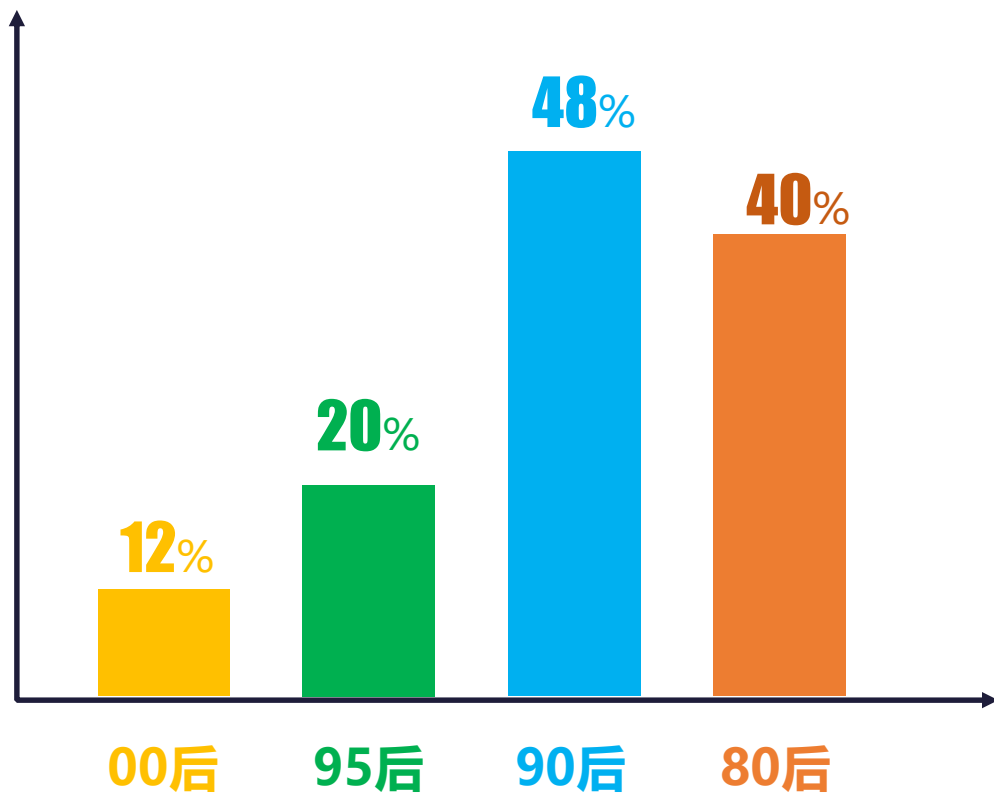


Base 00后 517 95后 1069 90后 2199 80后 1561

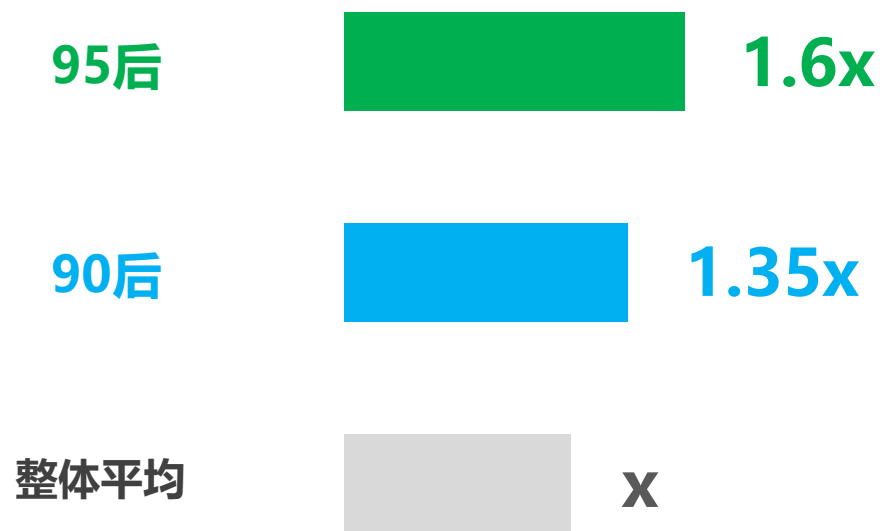
数据来源：商业算数中心，用户调研数据，Base=4900，2019.7

80、90后是视频生产主力军，95后创作视频质量最高

2019年6月视频发布数量占比



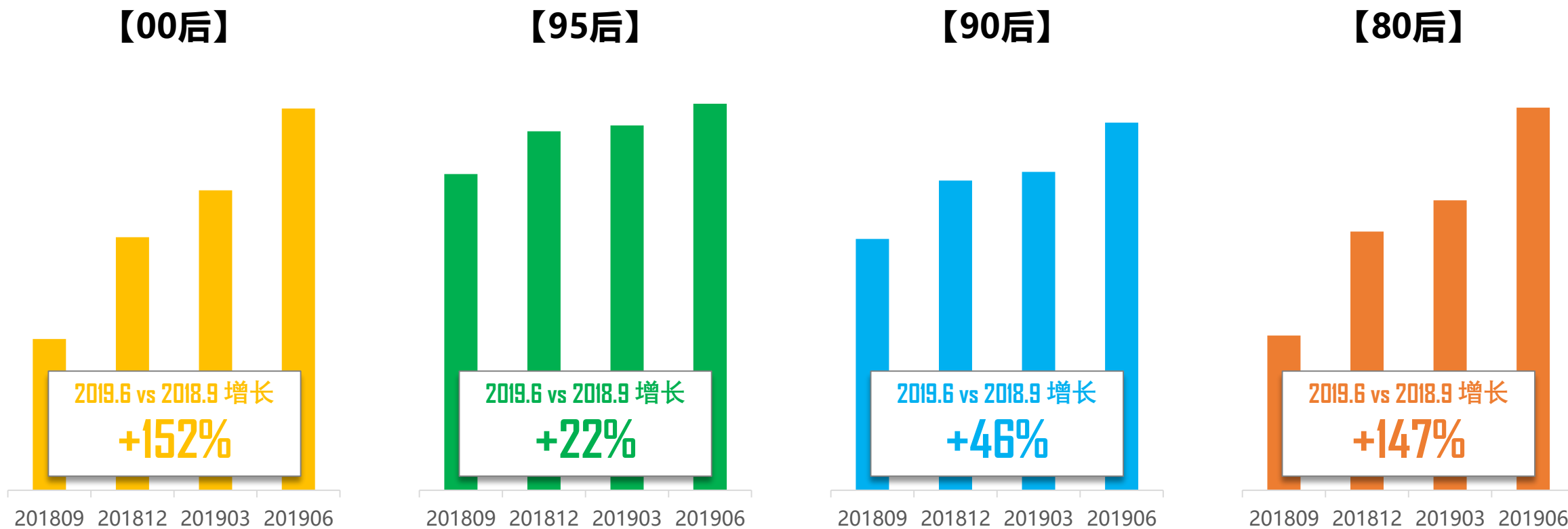
2019年6月创作视频的条均VV量



说明：整体平均指80后、90后、00后合计的平均值

00后、80后大幅加快创作步伐

视频发布数量趋势

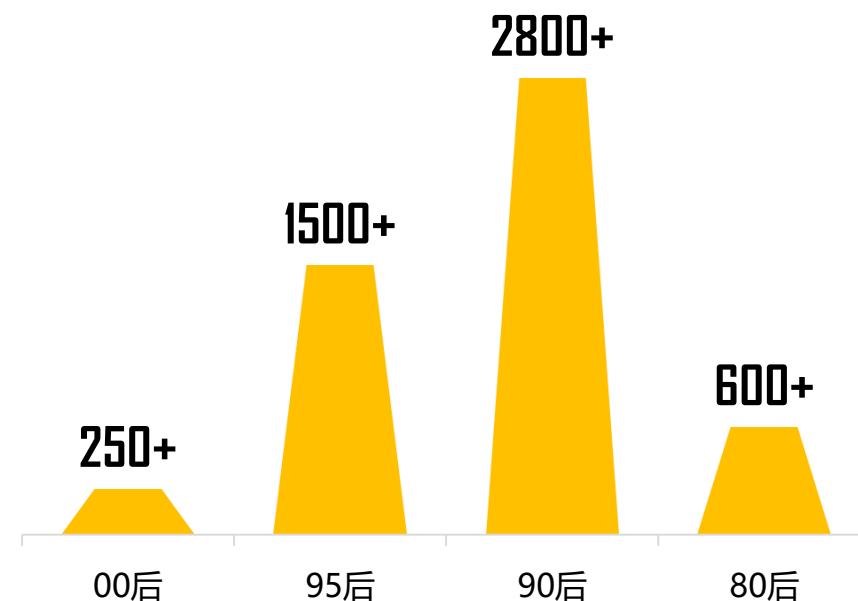
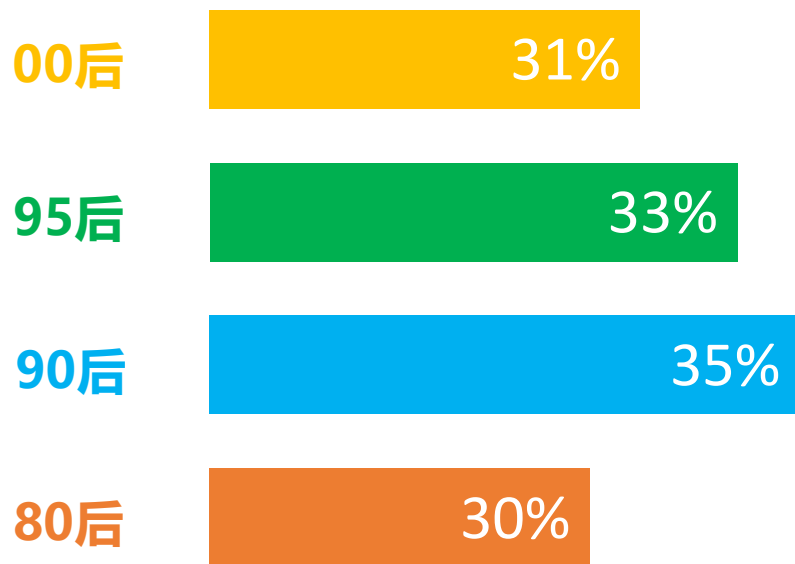


数据来源：商业算数中心，2018.9-2019.6

人人都有一颗成名的心，90、95后已形成一大批高影响力的作者

Q: “为什么会发布视频?”
A: “因为可以获得大量粉丝”

2019年6月代际人群百万粉丝的创作者数量



数据来源: 《2019抖音用户调研报告》, 2019年7月

数据来源: 商业算数中心, 2019年6月

音乐是年轻创作者永恒的灵魂

00后优秀创作者

95后优秀创作者

剧情

搞笑

音乐

剧情

音乐

音乐



850W+



780W+



860W+



3300W+



3300W+



3600W+

有趣有才是90后创作者的标签，生活励志是80后的创作特点

90后优秀创作者

80后优秀创作者

剧情



3800W+

搞笑



3000W+

舞蹈



2300W+

励志



1600W+

音乐



1400W+

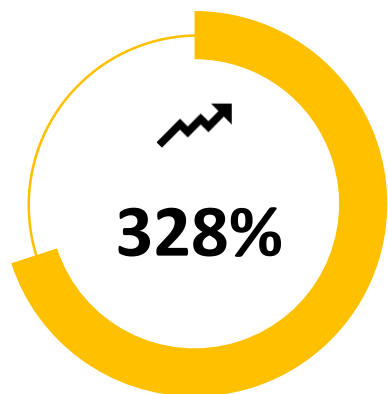
家装设计



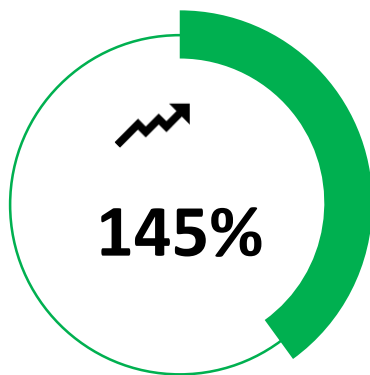
1400W+

如何一战成名? ——挑战赛加持, 提高视频展现机会

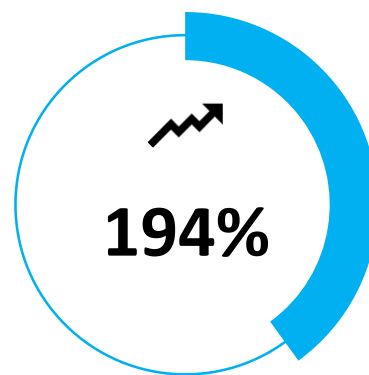
挑战参与次数增长率 201906 vs. 201812



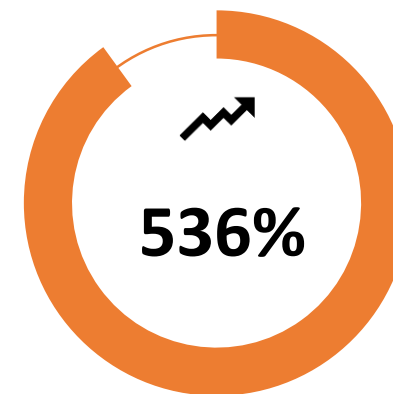
00后



95后



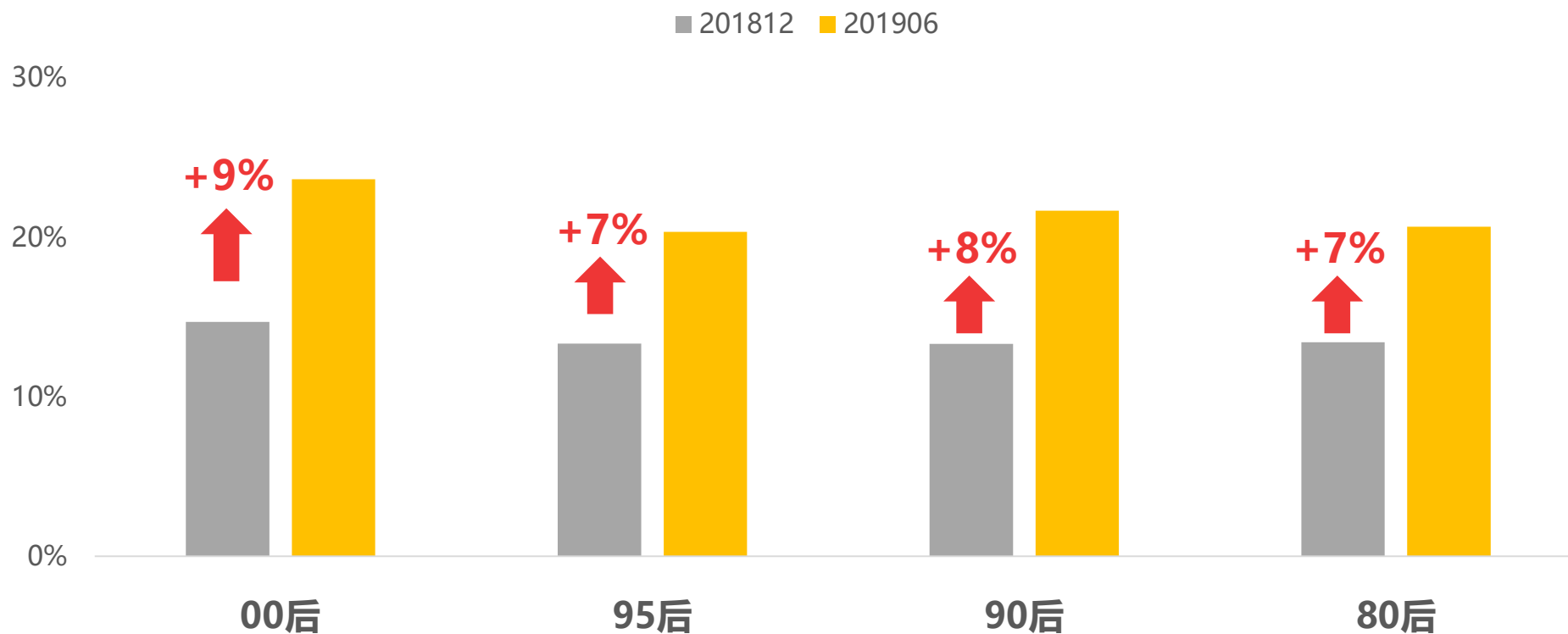
90后



80后

如何制作优秀视频？贴纸道具来帮忙，各代际人群贴纸视频占比均在提高

201812-201906 代际人群发布的贴纸视频占比



数据来源：商业算数中心，2018.12-2019.6



如何看懂？

代际之最

代际之最—TOP视频：80后、90后、00后喜欢明星、创意、有趣的内容！

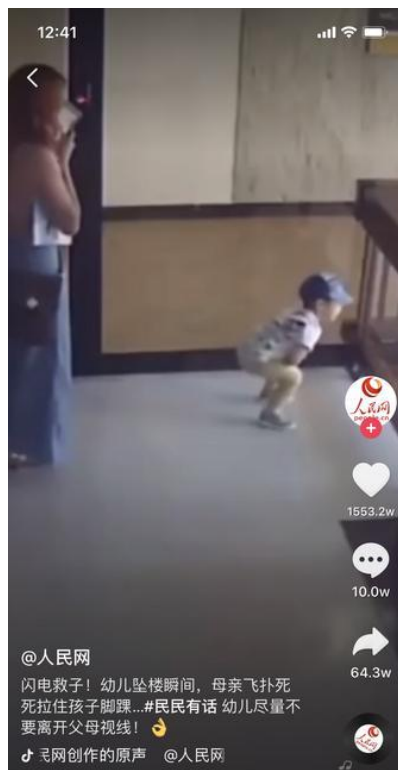
2019年6月各代际人群高播放量视频

明星



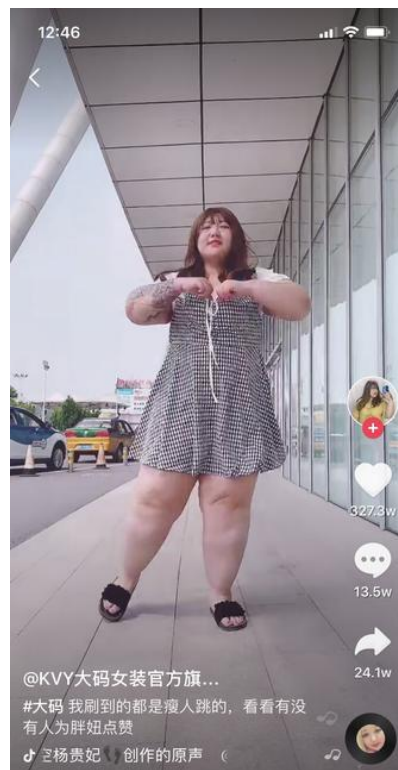
#来自天堂的魔鬼之魔鬼弹唱版？

特殊时刻、民生



闪电救子！幼儿坠楼瞬间，母亲飞扑死死拉住孩子脚踝 #民生有话 幼儿尽量不要离开父母视线！？

另类、搞笑



#大码 我刷到的都是瘦人跳的，看看有没有人为胖妞点赞

搞笑、段子



我有那么老吗？你是喷泉吗？#搞笑

代际之最—TOP视频：00后看明星、95后看影视、90后看萌宠、80后看生活

2019年6月各代际人群高播放量的特色视频

00后

明星



今天有人过生日

95后

影视



《肥佬教授》上

90后

日常、萌宠



前方高能，天猫3000万红包雨整点来袭，边买边抢！

80后

民生



粗心车主下车办事，没熄火没拉手刹，轿车滑行连撞两人。关键时刻勇敢的市民停住轿车，制止事故再次发生！

代际之最—TOP点赞：率真00后、搞笑95后、理智90后、担当80后

2019年6月各代际人群TOP点赞视频

00后



温情

95后



90后



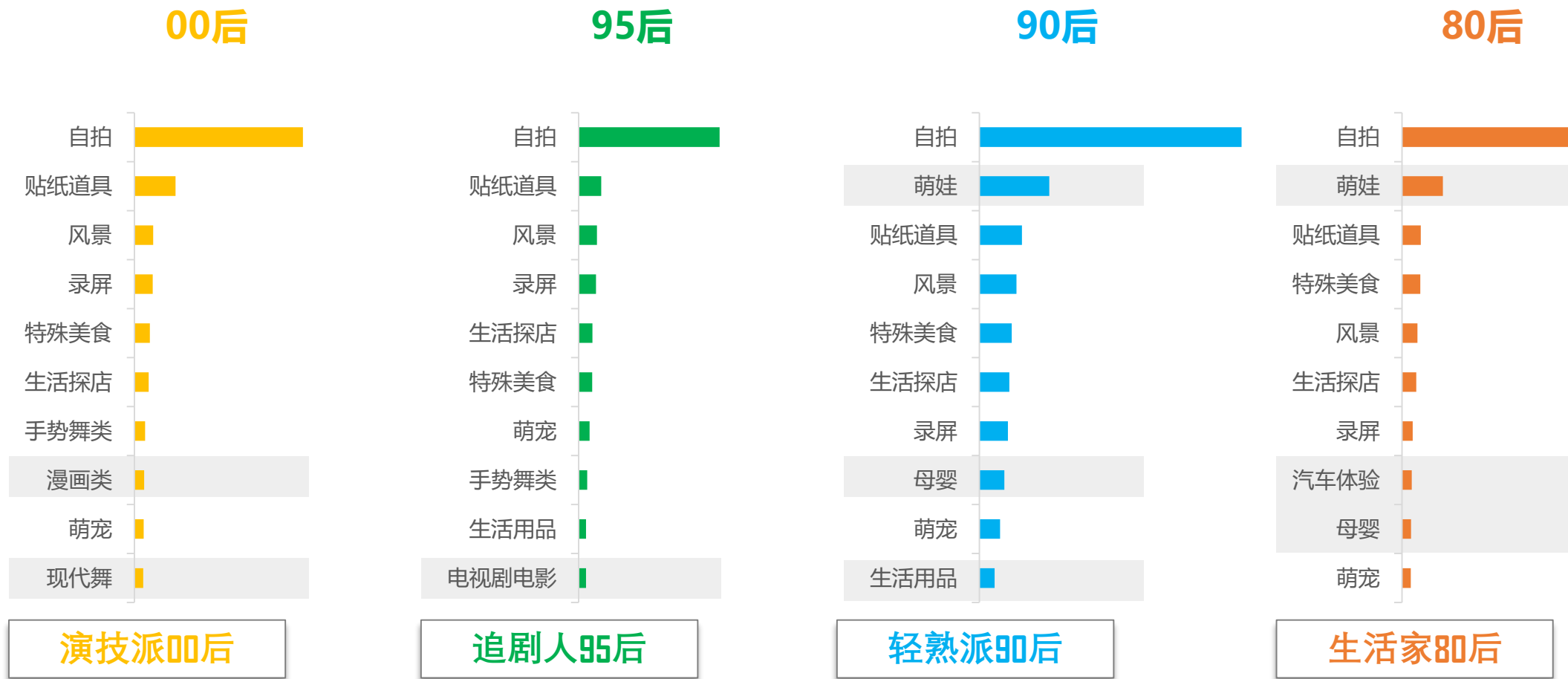
80后



代际之最一发布：TA们喜欢发布自拍、贴纸道具、风景类视频

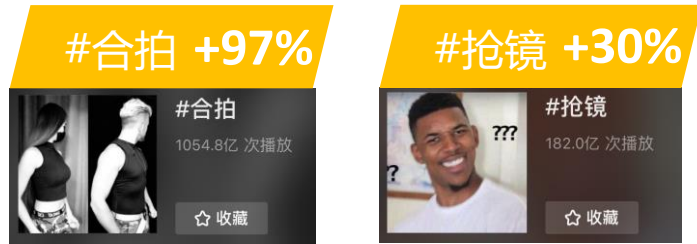
00后更愿意表现自己，95后更爱追剧追热点，80后更爱秀生活内容

2019年6月视频发布数量TOP10小类别



代际之最——挑战赛：00后、95后喜欢参与互动性强、变美卖萌、有态度的挑 战赛

00后

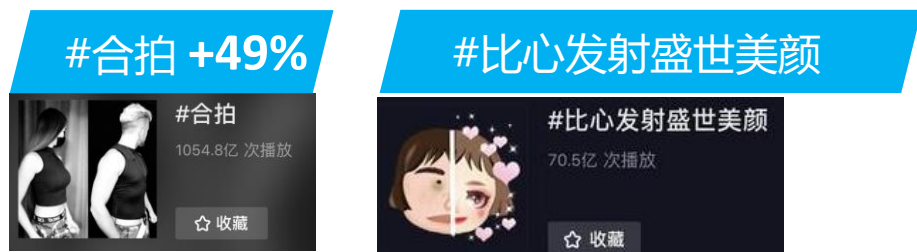


95后



代际之最——挑战赛：90后、80后敢于自我调侃，喜欢互动、搞怪反差类挑战

90后



- #我就是控雨有术? 互动
- #我要变好看? 互动
- #你的新年猪猪女孩 变美
- #抖迎金猪年 卖萌
- #英气十足似少年 卖萌
- #美到巅峰是什么样 卖萌
- #抖音特效师星计划 搞怪
- #全民猴哥 搞怪

80后



- #我就是控雨有术? 互动
- #抖迎金猪年 互动
- #英气十足似少年 复古
- #抖音特效师星计划 复古
- #全民猴哥 复古
- #我变脸比翻书还快 搞怪
- #种草耍酷新技能 搞怪
- #双马尾的小可爱 搞怪

代际之最一贴纸：唯美、酷炫、扮丑变美和国风类贴纸使用率较高

2019年6月【80后90后00后】人群使用的TOP贴纸



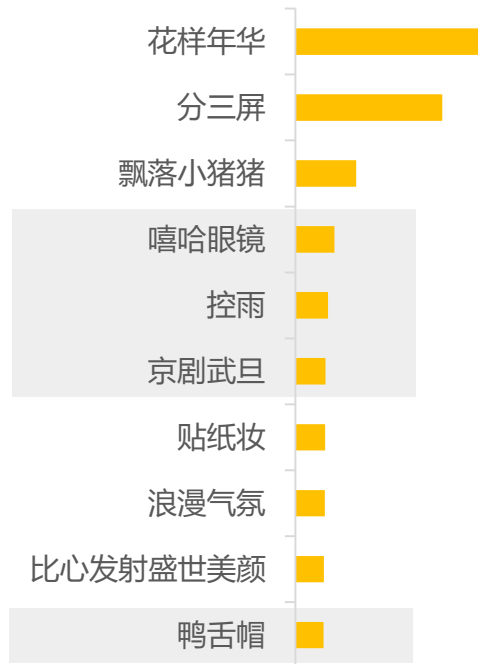
数据来源：商业算数中心，2019年6月

代际之最一贴纸：自恋又自黑，这届年轻人终于开始放肆地自我调侃

90后偏爱妆容变美类贴纸，00后和80后则喜欢耍酷搞怪

2019年6月发布的贴纸视频数量TOP10

00后



天生喜欢耍酷搞怪的00后

95后



自我调侃的90一代，美美哒和丑丑哒的贴纸全都HOLD得住

90后



放飞自我的80后

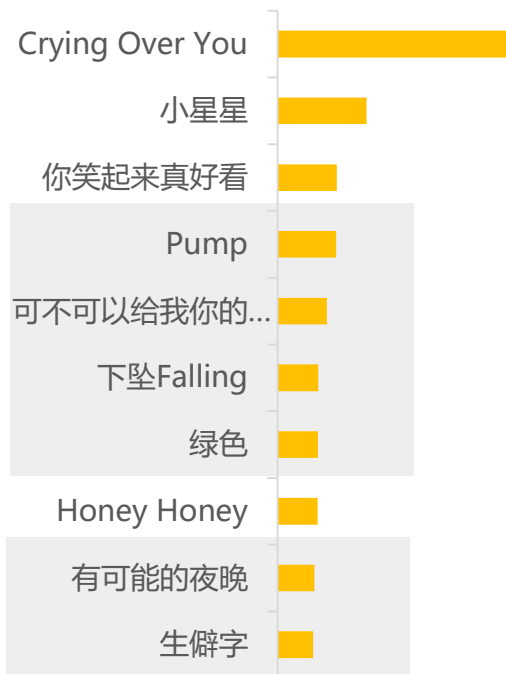
80后



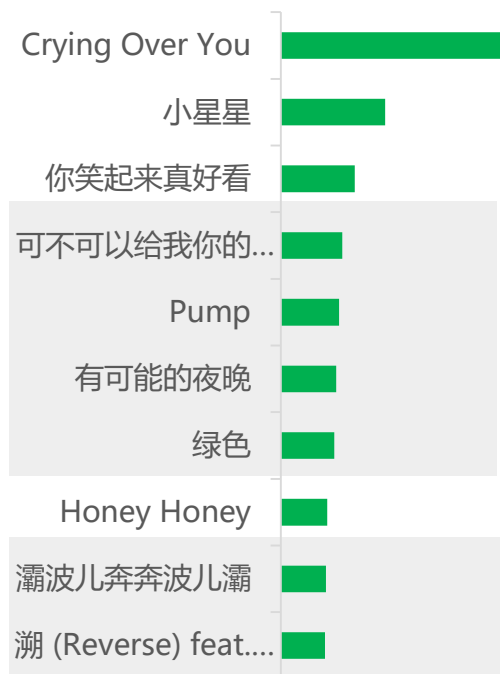
代际之最—音乐：情歌是代际人群的主旋律

截止2019年6月喜欢引用的乐库音乐TOP10

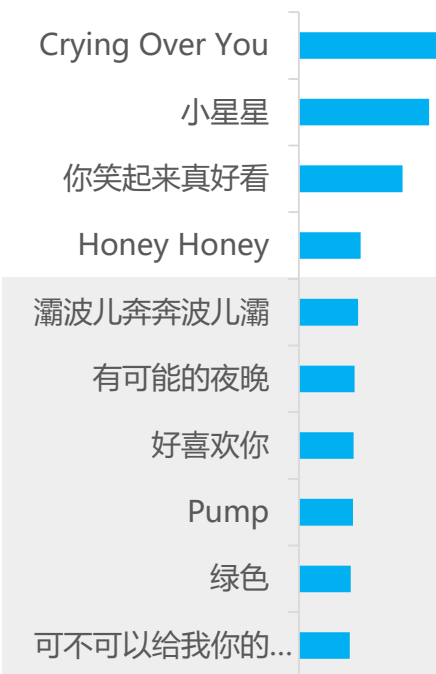
00后



95后



90后



80后



甜美、有趣、浪漫情歌

通俗、励志、情歌

代际之最—电影：00后口味更独特，90后更科幻，80后更温情

2019年8月代际人群关注的热门电影

00后		95后		90后		80后	
排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10
1	使徒行者2	1	哪吒之魔童降世	1	哪吒之魔童降世	1	哪吒之魔童降世
2	哪吒之魔童降世	2	复仇者联盟4	2	复仇者联盟4	2	复仇者联盟4
3	复仇者联盟4	3	蜘蛛侠	3	蜘蛛侠	3	阿丽塔
4	蜘蛛侠	4	阿丽塔	4	阿丽塔	4	扫毒 经典港片
5	烈火英雄	5	流浪地球	5	流浪地球 口碑科幻	5	蜘蛛侠
6	阿丽塔	6	“大”人物	6	“大”人物	6	烈火英雄
7	“大”人物	7	新喜剧之王 经典翻拍	7	烈火英雄	7	流浪地球
8	飞驰人生	8	烈火英雄	8	扫毒	8	“大”人物
9	最好的我们 青春片	9	扫毒	9	新喜剧之王	9	新喜剧之王
10	白蛇缘起	10	最好的我们	10	飞驰人生	10	银河补习班 温情父子

数据来源：商业算数中心，截止至2019年8月15日

代际之最—电视：全民围观爱情主旋律，00后更关注校园，90后更爱追热剧，80后更关注家庭

2019年8月代际人群关注的热门电视剧

00后		95后		90后		80后	
排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10
1	小欢喜 家庭 校园	1	亲爱的热爱的 爱情	1	亲爱的热爱的	1	亲爱的热爱的
2	陈情令	2	陈情令	2	陈情令	2	破冰行动
3	亲爱的热爱的	3	东宫	3	破冰行动 现代 刑侦	3	都挺好 都市 家庭
4	东宫	4	破冰行动	4	东宫	4	陈情令
5	招摇	5	招摇	5	倚天屠龙记	5	新白娘子传奇
6	全职高手	6	倚天屠龙记	6	新白娘子传奇	6	黄金瞳
7	倚天屠龙记	7	神犬小七	7	招摇	7	小欢喜
8	破冰行动	8	小欢喜	8	小欢喜	8	倚天屠龙记
9	带着爸爸去留学	9	少年派	9	都挺好	9	小女花不弃
10	少年派	10	小女花不弃	10	小女花不弃	10	如果可以这样爱

数据来源：商业算数中心，截止至2019年8月15日

代际之最—综艺：00后爱嘻哈、明星、偶像团；90后爱搞笑、明星、偶像团；80后爱搞笑、技能类综艺

2019年8月代际人群关注的热门综艺

00后		95后		90后		80后	
排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10	排名	参与话题播放量 TOP10
1	歌手	1	吐槽大会 搞笑	1	吐槽大会 搞笑	1	歌手
2	中国新说唱 嘻哈	2	快乐大本营	2	歌手	2	最强大脑 烧脑
3	我最爱的女人们 明星家庭	3	歌手	3	快乐大本营	3	声入人心
4	极限挑战	4	极限挑战	4	中国新说唱	4	吐槽大会
5	快乐大本营	5	中国新说唱	5	极限挑战	5	中国好声音
6	吐槽大会	6	中国好声音	6	中国好声音	6	妻子的浪漫旅行
7	王牌对王牌	7	向往的生活	7	我最爱的女人们	7	极限挑战
8	声入人心	8	妻子的浪漫旅行	8	向往的生活	8	跨界喜剧王
9	青春有你	9	童言有计	9	最强大脑	9	中国新说唱
10	中国好声音	10	王牌对王牌	10	妻子的浪漫旅行	10	快乐大本营

数据来源：商业算数中心，截止至2019年8月15日

代际之最—美食：00后爱快餐、小众美食；90后爱下午茶；80后爱传统菜系

截止2019年6月【80后90后00后】人群美食打卡目的地



00后

- ✓ 快餐厅
- ✓ 特色/地方风味餐厅
- ✓ 咖啡厅
- ✓ 冷饮店
- ✓ 日本料理

最爱快餐、小众美食

95后

- ✓ 冷饮店
- ✓ 咖啡厅
- ✓ 糕饼店
- ✓ 西餐厅
- ✓ 外国餐厅

喜欢下午茶社交和解锁外国餐厅

90后

- ✓ 咖啡厅
- ✓ 冷饮店
- ✓ 外国餐厅
- ✓ 甜品店
- ✓ 四川菜

商务场景、传统菜系最佳

80后

- ✓ 特色/地方风味餐厅
- ✓ 咖啡厅
- ✓ 海鲜酒楼
- ✓ 综合酒楼
- ✓ 四川菜

代际之最—旅游：00后95后喜欢网红城市，8090后喜欢一线打卡

2019上半年代际人群打卡视频数量TOP10

00后

打卡城市	视频数量TOP10
1	成都市
2	北京市
3	上海市
4	重庆市
5	广州市
6	西安市
7	深圳市
8	郑州市
9	杭州市
10	苏州市

95后

打卡城市	视频数量TOP10
1	成都市
2	重庆市
3	深圳市
4	广州市
5	上海市
6	北京市
7	西安市
8	昆明市
9	郑州市
10	杭州市

90后

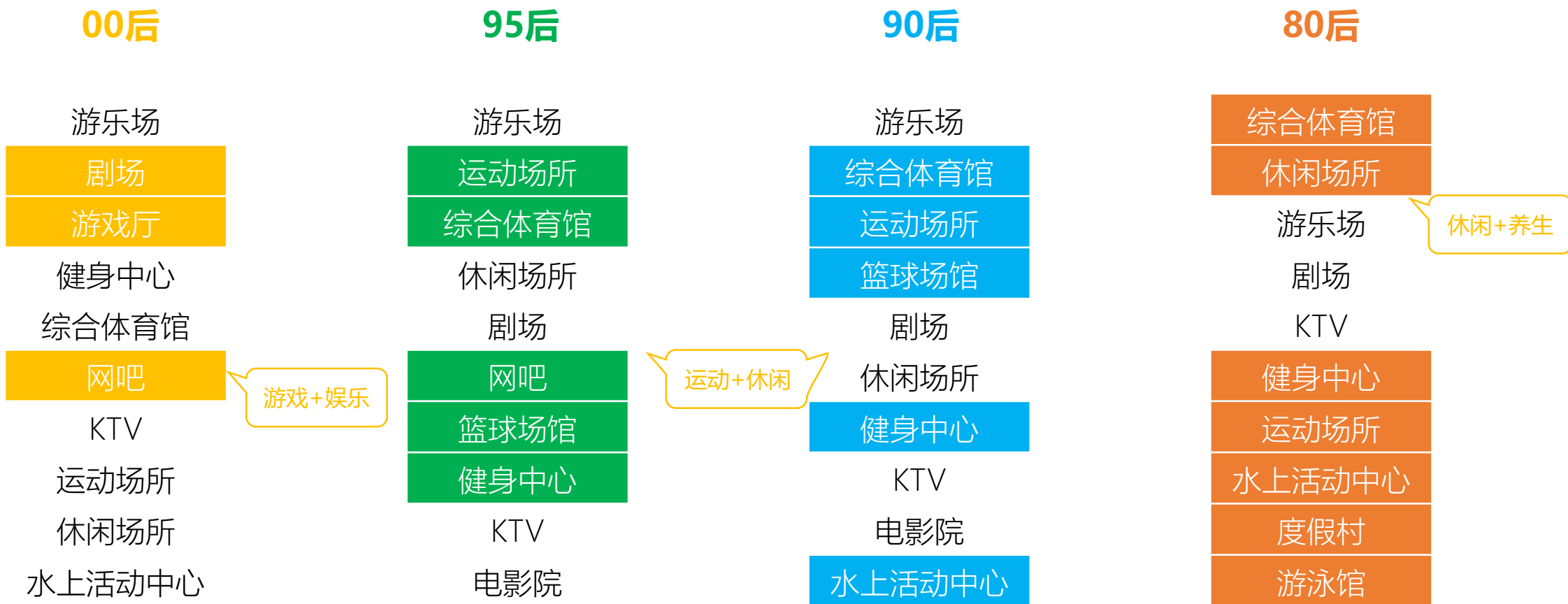
打卡城市	视频数量TOP10
1	上海市
2	深圳市
3	重庆市
4	北京市
5	广州市
6	成都市
7	西安市
8	苏州市
9	郑州市
10	杭州市

80后

打卡城市	视频数量TOP10
1	上海市
2	北京市
3	重庆市
4	苏州市
5	成都市
6	西安市
7	深圳市
8	广州市
9	杭州市
10	郑州市

代际之最——休闲：游乐场是打卡胜地，00后偏娱乐休闲，90后偏运动休闲，80后偏运动休闲

截止2019年6月代际人群体育休闲打卡视频播放量TOP10



代际之最一运动：00后、90后爱好竞技和球类，80后有一颗不安定的心

2019年6月代际人群运动视频播放量TOP3

00后

竞技运动

空翻 射击 双截棍

球类运动

篮球 足球 台球

田径

马拉松 跳高 短跑

95后

竞技运动

空翻 射击 游泳

球类运动

篮球 足球 台球

田径

跳远 马拉松 跳高

90后

竞技运动

空翻 射击 游泳

球类运动

篮球 足球 台球

田径

跳远 马拉松 跳高

80后

竞技运动

空翻 射击 游泳

田径

跳远 马拉松 跳高

极限运动

滑板 轮滑 蹦极

代际之最—美妆：李佳琦俘获了各代际人群的心

2019年6月代际人群关注的TOP3美妆达人

00后

95后

90后

80后

1



李佳琦 粉丝数3000W+



李佳琦 粉丝数3000W+



李佳琦 粉丝数3000W+



李佳琦 粉丝数3000W+

2



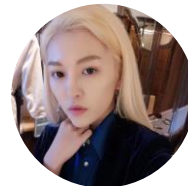
专注试色

认真少女_颜九 粉丝数800W+



专注试色

认真少女_颜九 粉丝数800W+



美妆+护肤

张凯毅Kevin 粉丝数550W+



美妆+母婴

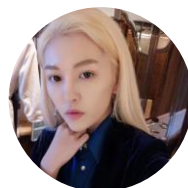
小蝌蚪妈妈 粉丝数600W+

3



专业化妆

Pony朴惠敏 粉丝数550W+



张凯毅Kevin 粉丝数550W+



专业化妆

Pony朴惠敏 粉丝数550W+



美妆+职场+生活

叶公子 粉丝数1000W+



如何理解？

好奇宝宝00后

兴趣丰富的00后，个性标签无数



玩酷范



二次元



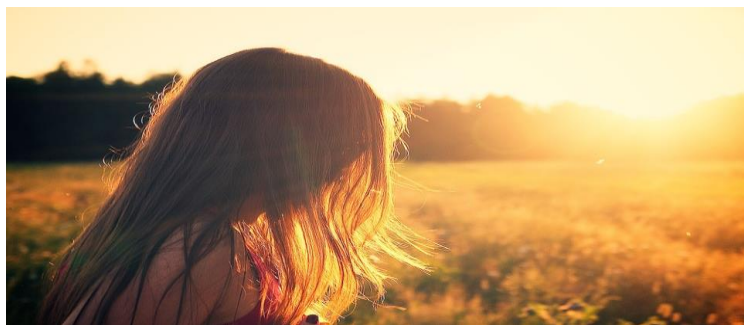
美食控



剧星人



运动健将



科技宅



颜值党



旅行爱好者



美妆达人



游戏达人

玩酷范：必须好玩、足够酷炫、颜值即正义

00后的戏精体质



演绎

TGI=108

+166%

发布量增加



点赞量增加

+307%

搞笑短剧



点赞量增加

+283%

多人现代舞

舞蹈TGI=112



点赞量增加

+67%

明星



发布量增加

+83%

自拍

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

游戏达人：开服技能在手，完爆对手不废话

00后的休闲时光



游戏

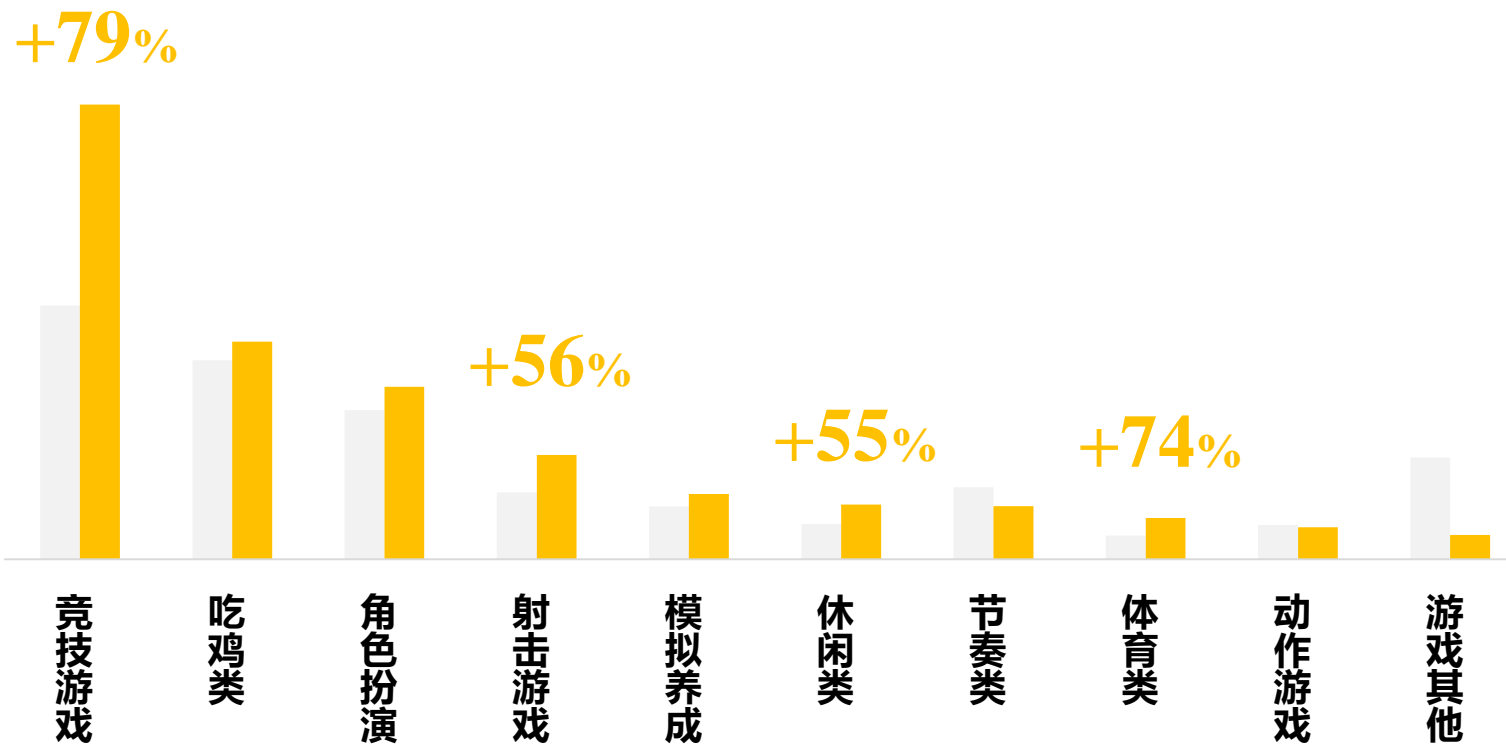
TGI=140

+25%

点赞量增加

2019年6月游戏类视频的点赞量

2018.12 2019.6



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

颜值党：护肤化妆都不误，会穿会搭还会买

00后的美丽日常



生活方式

穿搭TGI=136

美妆TGI=113

爱美

仿妆

+335%

点赞量增加

敷面膜

+107%

点赞量增加

会搭

服装

50倍+

点赞量增加

女包

+574%

点赞量增加

必买

开箱

+140%

点赞量增加

街边探店

+95%

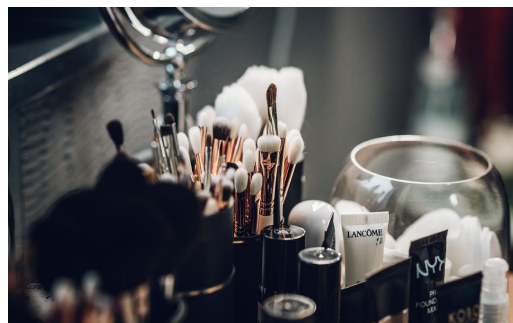
点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

美妆达人：为了美勇于尝试，欧美大牌和本土品牌统统不放过

00后的美妆秘籍



美妆

TGI=113

欧美品牌

57%

播放量占比

播放量top10品牌

- 1 纪梵希
- 2 欧莱雅
- 3 迪奥
- 4 香奈儿
- 5 兰蔻
- 6 玉兰油
- 7 圣罗兰
- 8 雅诗兰黛
- 9 美宝莲
- 10 WIS

本土品牌

34%

播放量占比

播放量top10品牌

- 1 完美日记
- 2 HomeFacialPro
- 3 卡姿兰
- 4 百雀羚
- 5 稚优泉
- 6 高夫
- 7 韩后
- 8 美素
- 9 麦吉丽
- 10 自然堂

日韩品牌

9%

播放量占比

播放量top10品牌

- 1 城野医生
- 2 肌研
- 3 悦诗风吟
- 4 黛珂
- 5 资生堂
- 6 兰芝
- 7 雪花秀
- 8 伊蒂之屋
- 9 雪肌精
- 10 WHOO后

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，2019年6月

异想族：热爱动漫世界，cosplay、动漫解说超吸睛

00后的次元世界



二次元

TGI=129

+131%

点赞量增加

动画类

+399%

点赞量增加



李淑洁

570w+获赞

cosplay



单个视频累计
34w+获赞

漫画类

+75%

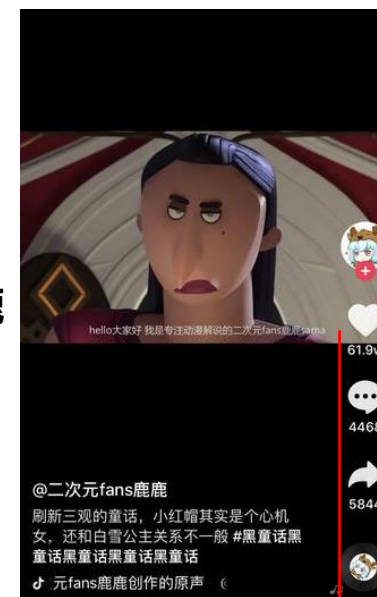
点赞量增加



二次元fans鹿鹿

520w+获赞

动漫解说



单个视频累计
60w+获赞

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

影视迷：校园青春最相宜，爱情话题最动心

00后的追剧爱好



影视

TGI=127

2019年关注电视剧话题		类型
1	#小欢喜	青春、家庭
2	#陈情令	古装、权谋、仙侠
3	#亲爱的热爱的	现代、爱情
4	#东宫	古装、言情
5	#招摇	古装、仙侠、爱情
6	#全职高手	青春、热血、励志
7	#倚天屠龙记	古装、武侠、爱情
8	#破冰行动	现代、悬疑
9	#带着爸爸去留学	青春、家庭
10	#少年派	青春、家庭



校园

青春

家庭

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，截止2019年8月15日

科技宅：手机是标配，电脑、键盘要高配

00后的智能标配



电子产品

TGI=130

+51%

点赞量增加

电脑



+535%

点赞量增加

剃须刀



27倍

点赞量增加

键盘



50倍+

点赞量增加

智能手机



+23%

点赞量增加

平衡车



+71%

播放量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

运动健将：年轻就是洒不完的汗水，运动也要疯起来才对味

00后的疯狂极限



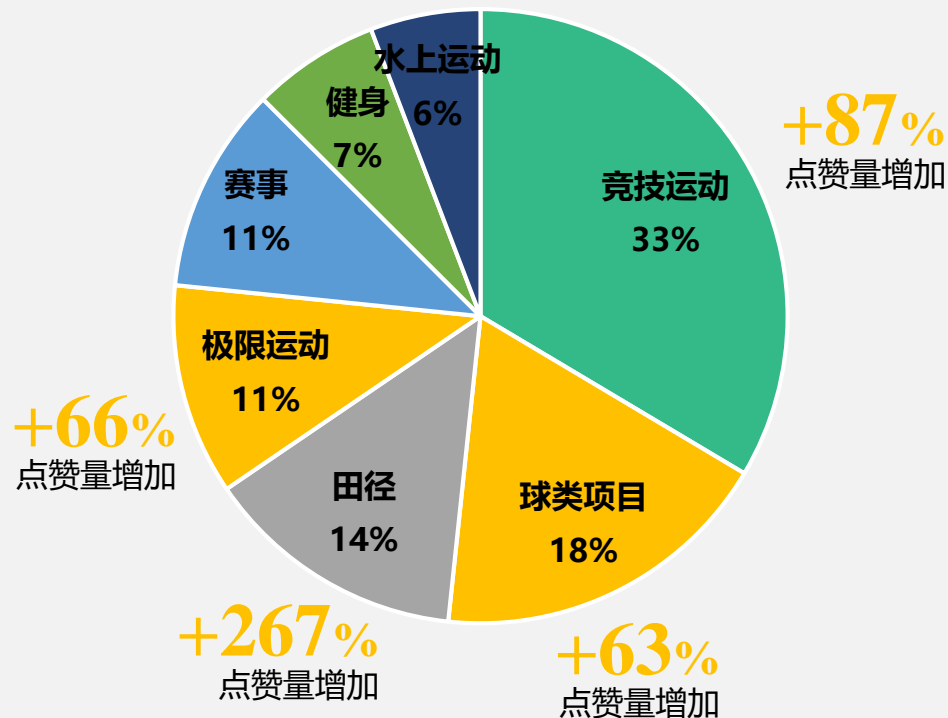
运动

TGI=110

+64%

点赞量增加

2019年6月运动类视频的点赞量占比



过山车 +53倍 点赞量增加

蹦床 +22倍 点赞量增加

足球 +211% 点赞量增加

篮球 +80% 点赞量增加

游戏赛事 +90% 点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

旅行者：最高级的炫耀是在路上

00后的梦想之旅



旅行

TGI=105

+83%

点赞量增加

在路上

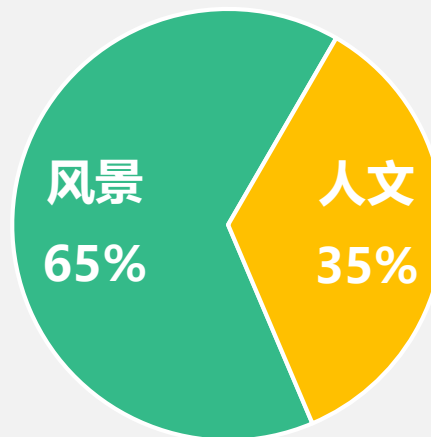
飞机 14倍
点赞量增加

高铁 13倍
点赞量增加

机票/车票 9倍
点赞量增加

点赞量占比

+74%
点赞量增加



+167%
点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

美食控：边吃边秀，吃货人设不可倒

00后的吃货人生



美食

TGI=102

+66%

点赞量增加

零食

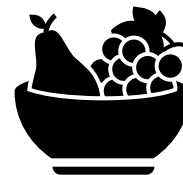
26倍

点赞量增加

美食吃秀

+135%

点赞量增加



日常美食

+51%

点赞量增加

美食制作

+66%

点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

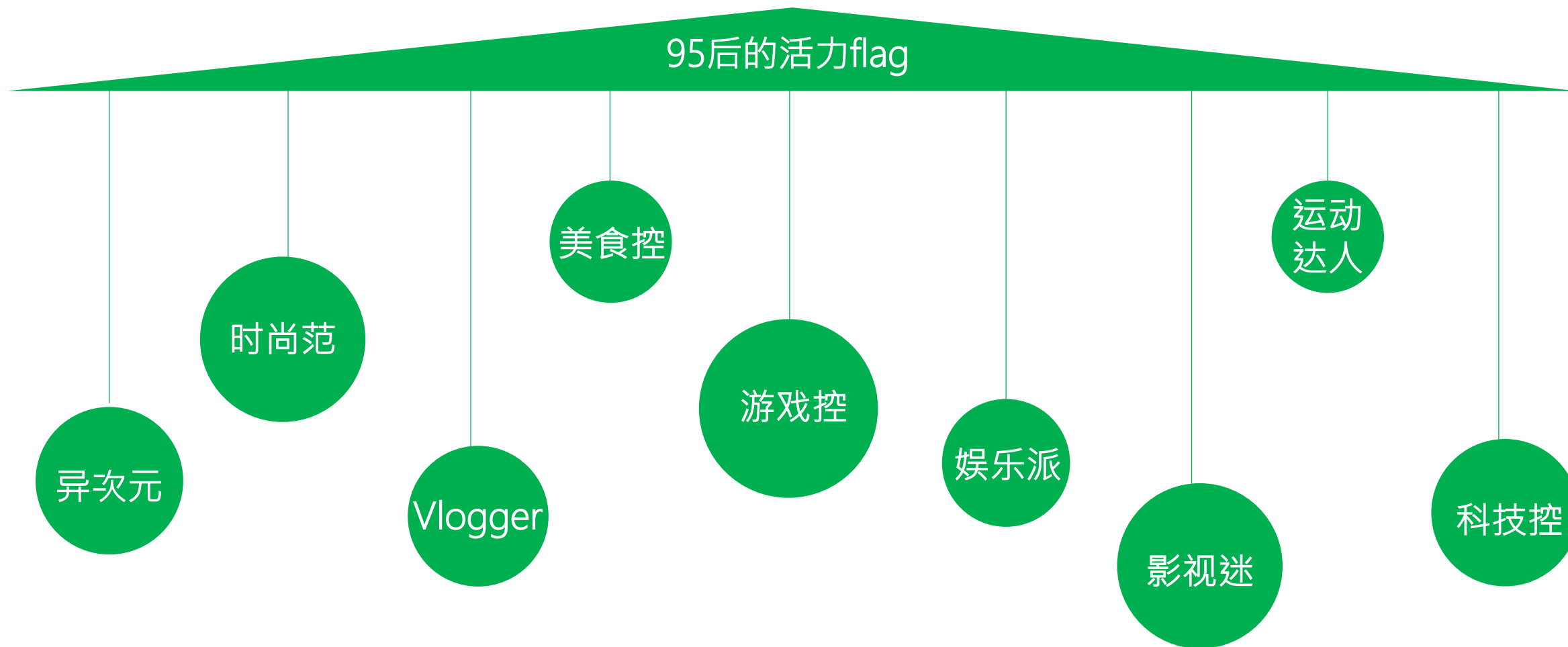
数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812



如何理解？

活力爆表95后

活力爆棚95后，吃喝玩乐美酷范儿



娱乐派：为才华和有趣点赞，也乐于开放自拍

95后的休闲乐趣



演绎

TGI=104

+120%

点赞量增加



点赞量增加

+217%

搞笑短剧



点赞量增加

+230%

多人现代舞



点赞量增加

+813%

合唱



发布量增加

+47%

自拍

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

游戏控：在游戏的世界释放自我

95后的娱乐天空

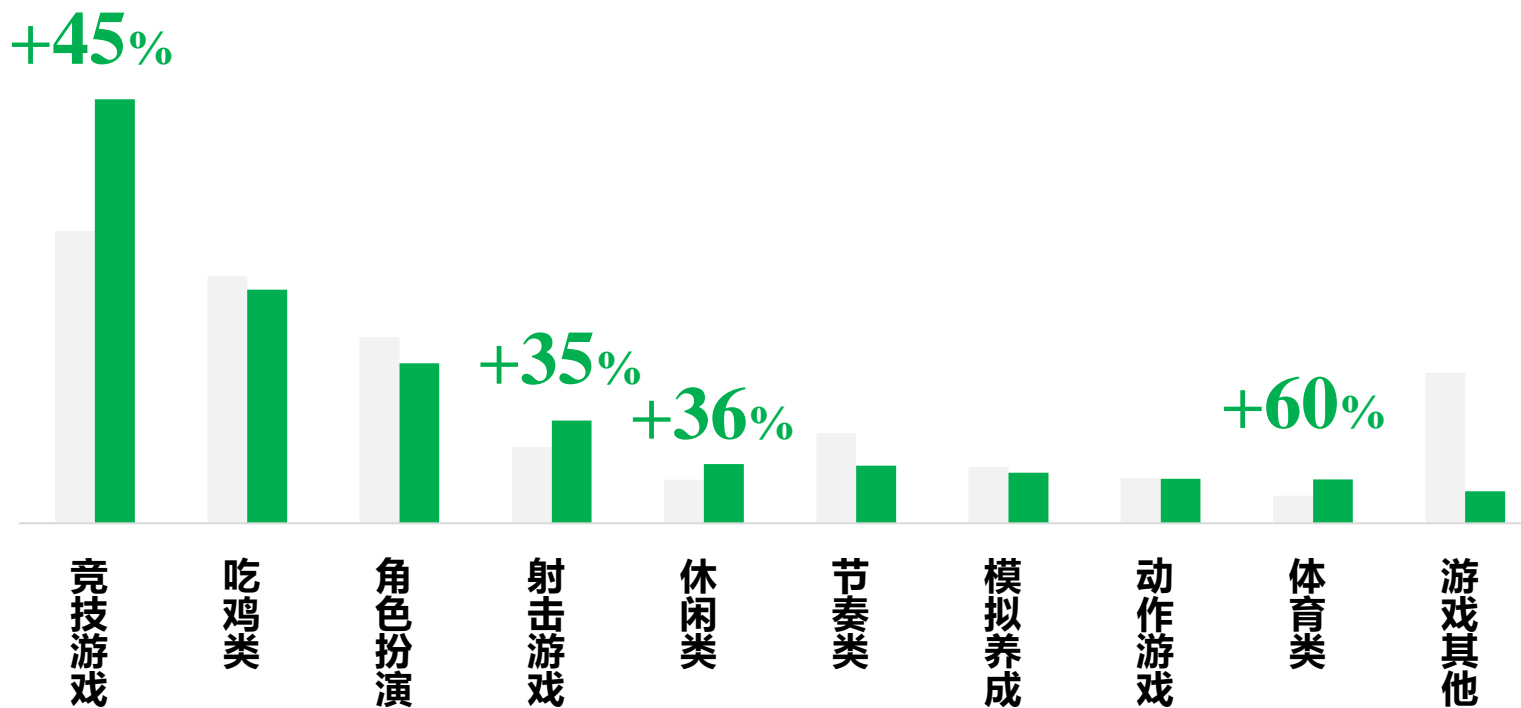


游戏

TGI=117

2019年6月游戏类视频的点赞量

2018.12 2019.6



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

时尚潮范儿：追赶时尚潮流，衣品彰显个性

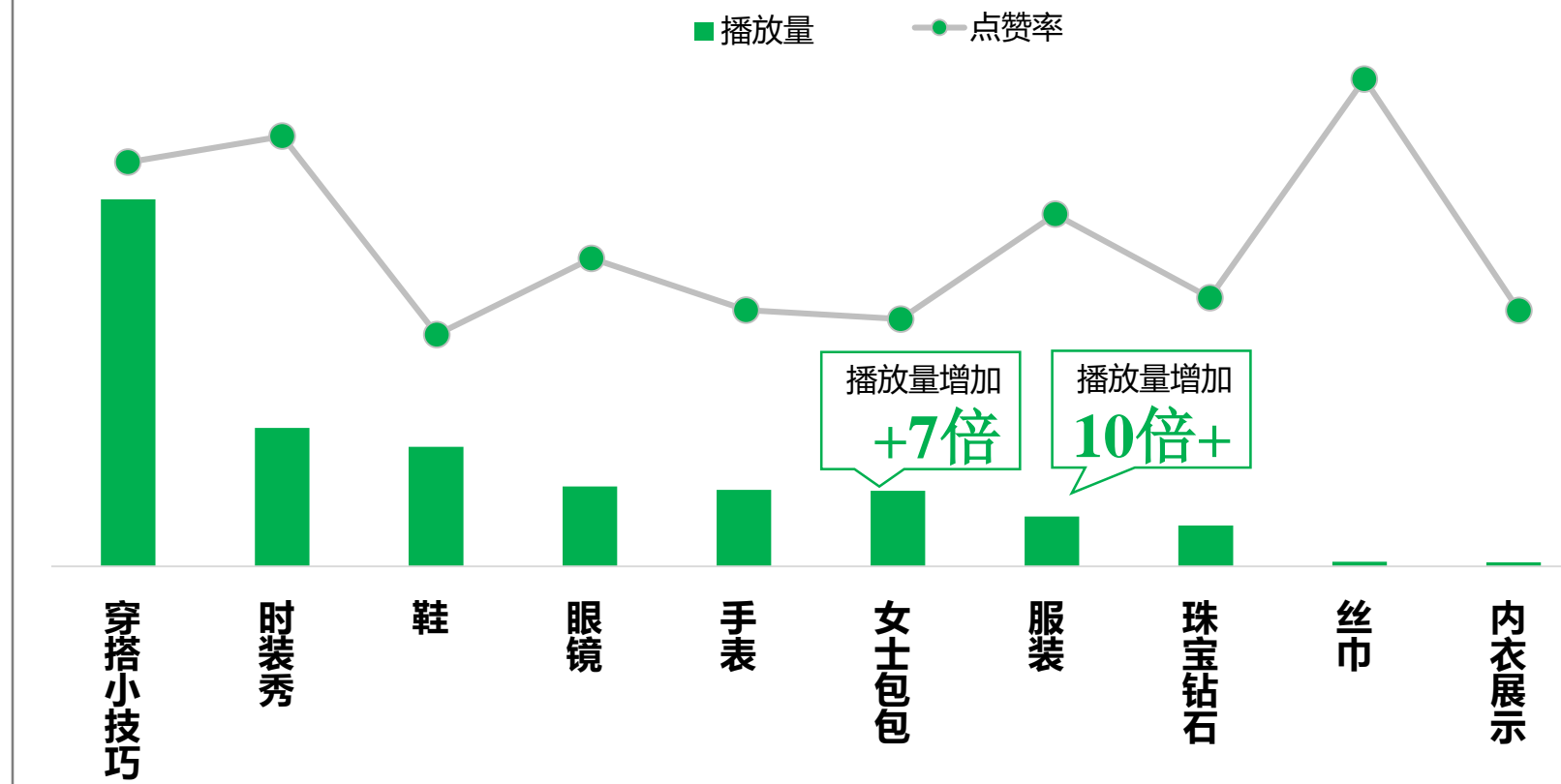
95后的穿搭爱好



穿搭

TGI=113

2019年6月穿搭类视频的播放量



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

异次元：在动漫世界拥抱自己的单纯小美好

95后的次元世界



二次元

TGI=114

+116%

点赞量增加

动画类

+325%

点赞量增加

漫画类

+65%

点赞量增加

截止2019H1关注动漫类话题

#漫威

#动漫

#抖音原创动漫

#轻漫计划

#搞笑动漫

#国漫

#日漫

#带着抖音逛漫展

#漫画

#抖音动漫

#旧漫

#漫展



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

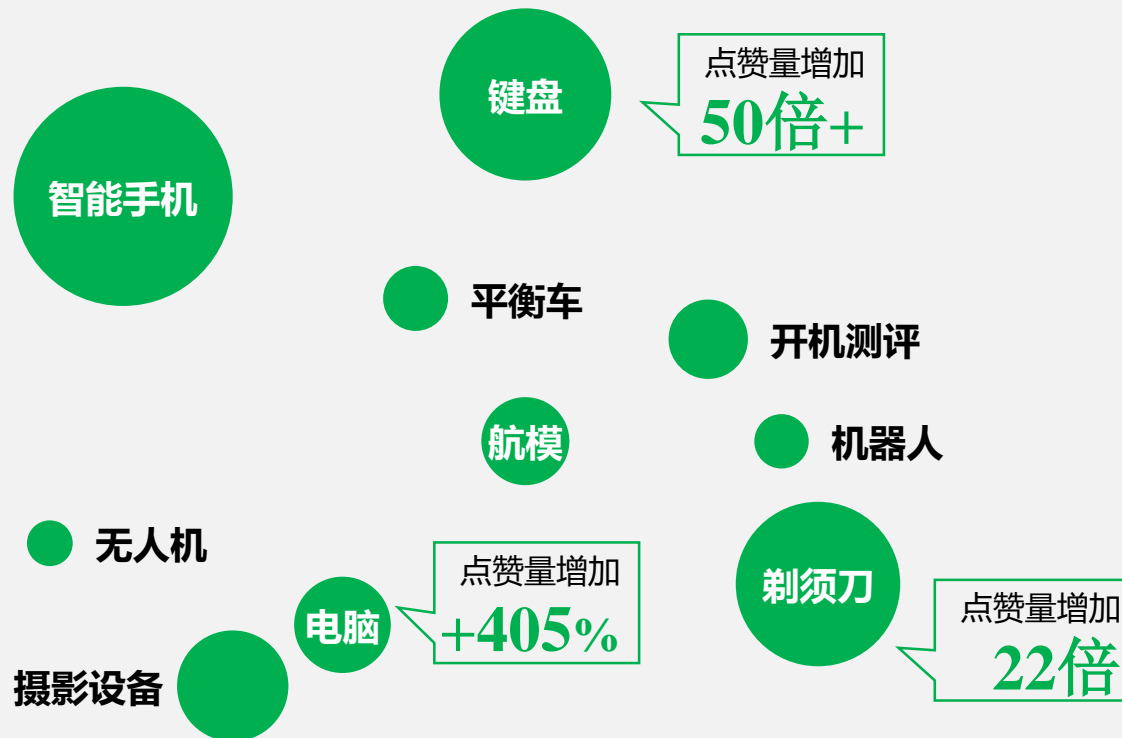
科技控：热爱各种科技单品，智能生活全凭我手

95后的智能生活



电子产品
TGI=111
+34%
点赞量增加

电子产品类视频点赞量



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

Vlogger: 生活随拍由我, 记录我的日常小时光

95后的生活小事



生活用品
TGI=103
+176%
点赞量增加

“开箱” “开包” 新潮流!



生活探店好去处!



数据说明: TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100, TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源: 商业算数中心, 增长率统计周期为201906vs.201812

影视迷：只要口碑好，题材不重要，口碑热剧是95后的影视大餐

95后的追剧爱好



影视

TGI=115

2019关注电视剧话题		类型
1	#亲爱的热爱的	现代、爱情
2	#陈情令	古装、权谋、仙侠
3	#东宫	古装、言情
4	#破冰行动	现代、悬疑
5	#招摇	古装、仙侠、爱情
6	#倚天屠龙记	古装、武侠、爱情
7	#神犬小七3	青春、萌宠、爱情
8	#小欢喜	青春、家庭
9	#少年派	青春、家庭
10	#小女花不弃	古装、爱情、励志



甜宠

耍酷

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，截止2019年8月15日

运动达人：年轻活力无限，喜欢各类竞技运动

95后的运动细胞



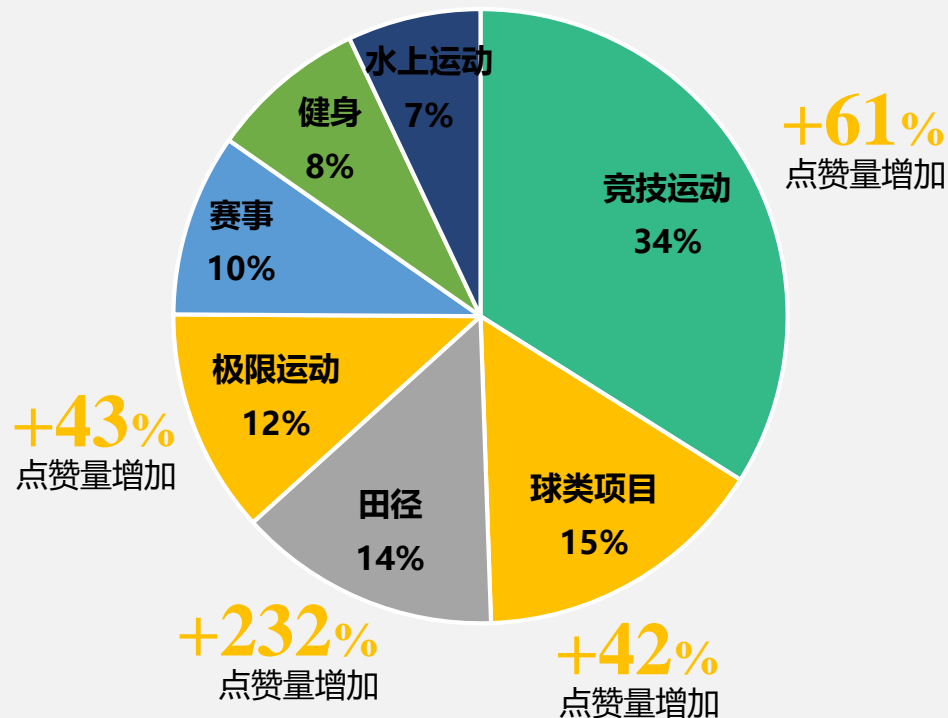
运动

TGI=102

+41%

点赞量增加

2019年6月运动类视频的点赞量占比



足球 +201% 点赞量增加

赛车 +99% 点赞量增加

篮球 +64% 点赞量增加

台球 +51% 点赞量增加

游泳 +44% 点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

美食控：爱零食，爱打卡，中餐快餐全不落

95后的吃货人生



美食

+61%

点赞量增加



零食

24倍

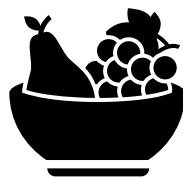
点赞量增加



牛奶

+178%

点赞量增加



95后美食打卡地点播放量TOP3

1

中餐厅

2

快餐厅

3

火锅店

说明：排名根据截止至2019年6月的累计播放量统计

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

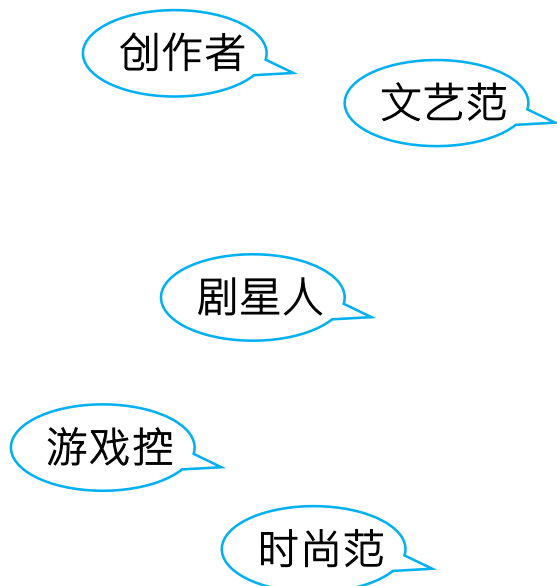


如何理解？

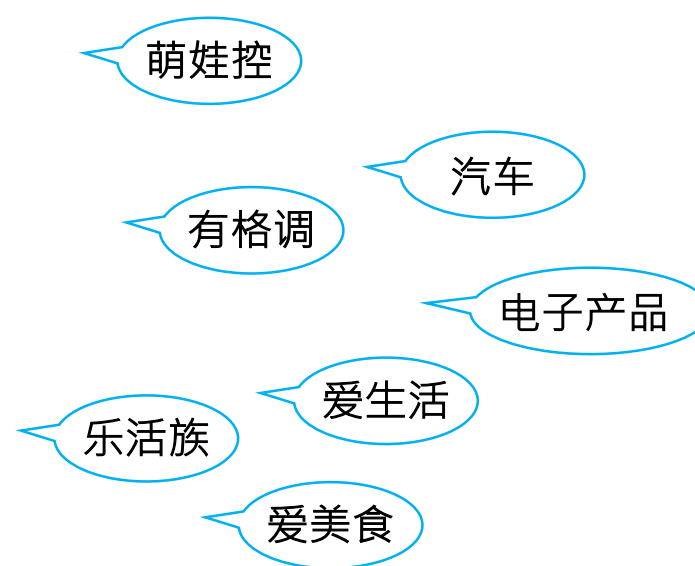
双面个性 90后

90后的两面个性：一面真自我，一面享生活

真·自我



享·生活



创作者：90一代挡不住的创作灵魂，用抖音记录美好生活

90后的生活记录



演绎

TGI=101

+86%

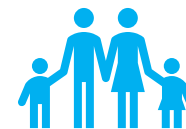
发布量增加



发布量增加

+127%

搞笑短剧



发布量增加

+87%

亲子



发布量增加

+61%

建筑装修



发布量增加

+54%

旅行

剧星人：追剧不停步，无法错过电影、电视和动漫

90后的追剧大餐



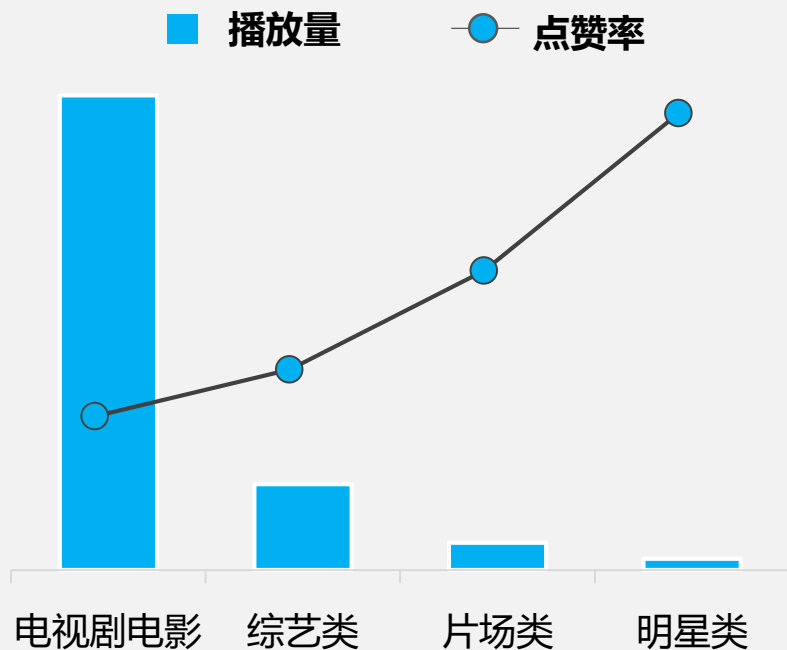
影视/二次元

影 视 TGI=107

二 次 元 TGI=106

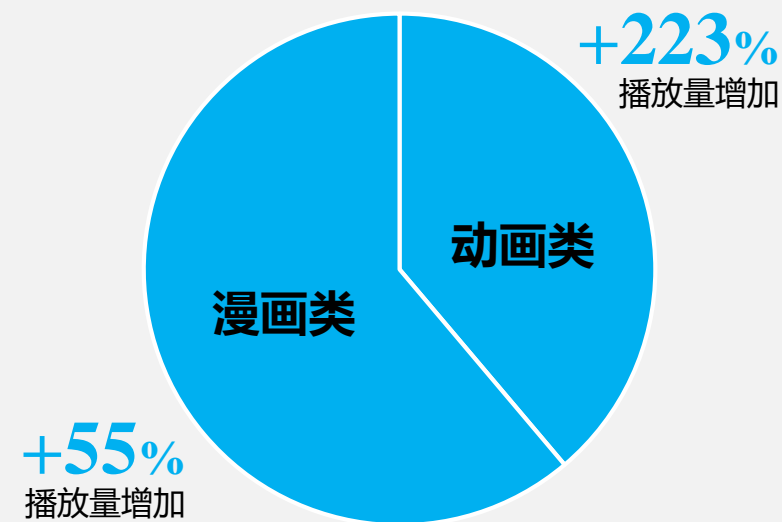
影视 TGI=107

2019年6月影视视频的播放量和点赞率



二次元 TGI=106

2019年6月二次元视频的播放量占比



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

游戏控：没有什么问题是一把游戏解决不了的

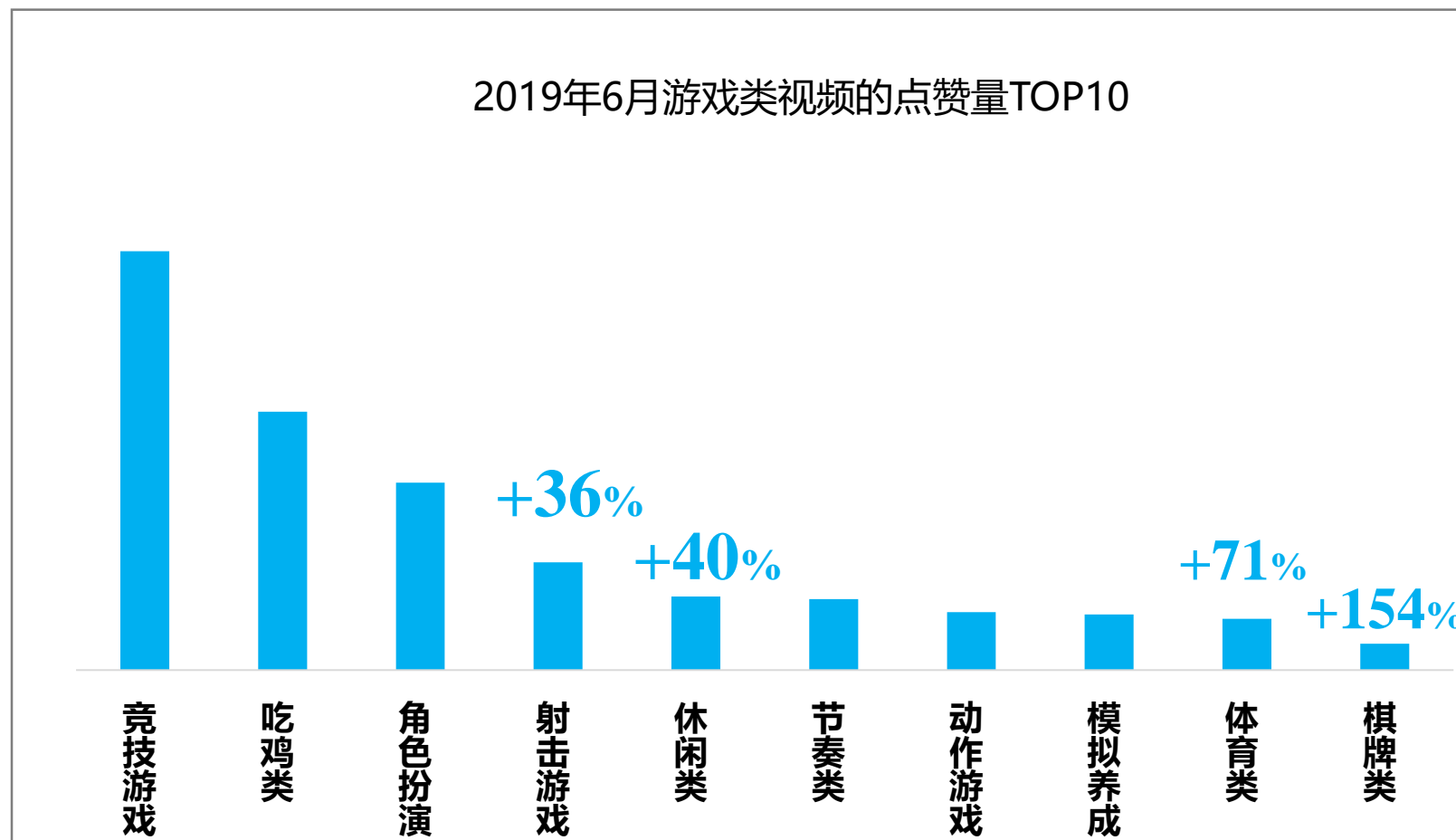
90后的娱乐天空



游戏

游戏TGI=105

2019年6月游戏类视频的点赞量TOP10



数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

时尚范：做精致的自己，从美妆、穿搭开始

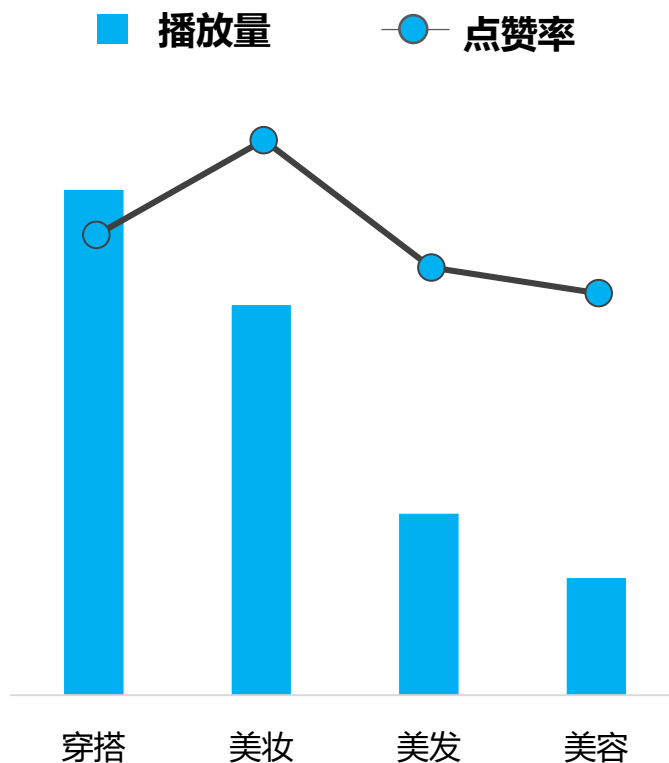
90后的时尚路线



时尚

穿搭TGI=102

2019年6月时尚类视频播放量和点赞率



截止2019H1关注美妆穿搭类话题

#穿搭

#每日穿搭分享

#女装新品日

#逆天化妆术

#化妆

#365天365穿搭

#护肤

#美妆

#换装

#你就美去吧

#服装搭配

#我就这么装

#焕新穿搭秀

#你能穿的我也能穿

#口红

#抖音618女装好物大赏

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

文艺范：终于可以解锁旅行愿望清单了！

90后的旅途人生



旅行

+50%

点赞量增加

2019年6月点赞量占比

+119%
点赞量增加

人文

+42%
点赞量增加

风景

2019H1 90后打卡视频数量TOP10城市

- 1 上海市
- 2 深圳市
- 3 重庆市
- 4 北京市
- 5 广州市
- 6 成都市
- 7 西安市
- 8 苏州市
- 9 郑州市
- 10 杭州市

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

萌娃控：关注亲子视频，感受有娃初体验

90后的**亲子时光**



亲子

+98%

点赞量增加

母婴

+137%

点赞量增加

亲子教育

+125%

点赞量增加

萌娃

+90%

点赞量增加

儿童才艺表演

+50%

点赞量增加

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

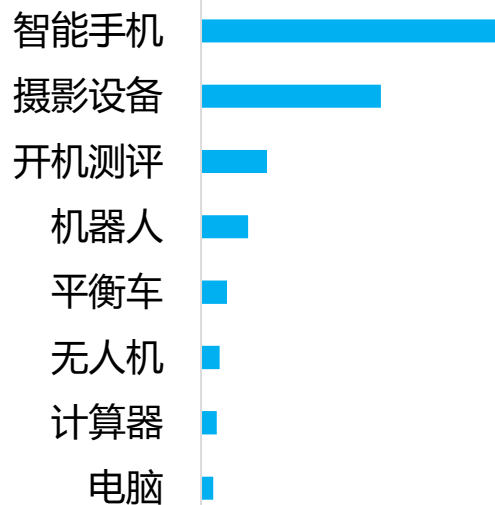
有格调：向往美好生活品质，关注汽车和科技产品

90后的品质清单



电子产品

2019年6月点赞量



点赞量增加：+35%

汽车



汽车科普

+59%

点赞量增加



汽车体验

+20%

点赞量增加

汽车体验和知识全想要

乐活族：爱生活，爱美食，在抖音感受生活点滴

90后的生活方式

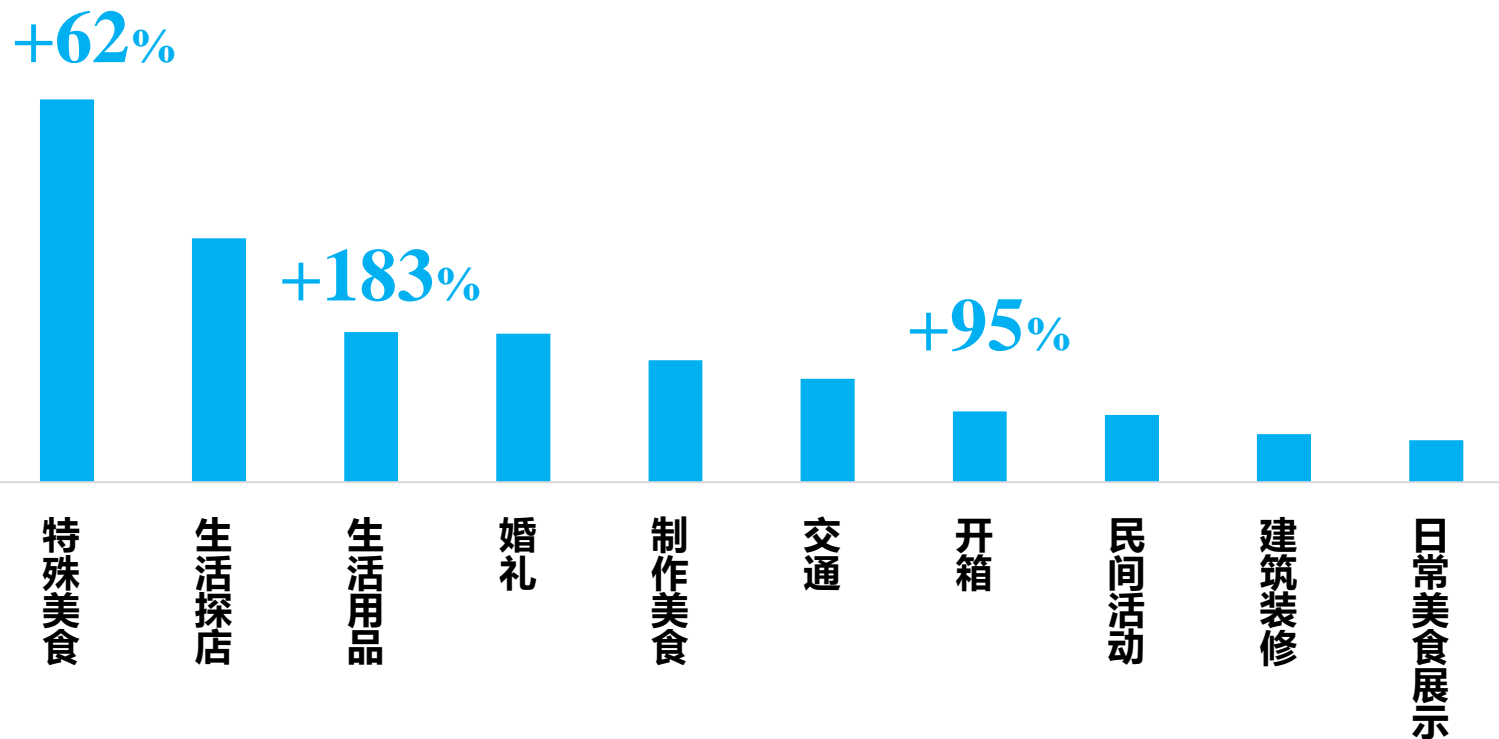


生活&美食

+25%

点赞量增加

2019年6月TOP10生活类视频的点赞量





如何理解？

品质生活家 80后

80后的品质生活

爱车族

生活
记录家

居家派

旅行
爱好者

有娃一族



美妆
达人

生活记录家：展现生活面面观，在抖音记录美好生活

80后的生活记录



拍

发布量增加

+62%
自 拍

童

发布量增加

+83%
亲 子

行

发布量增加

+118%
出 行

用

发布量增加

+154%
生 活 用 品

健

发布量增加

+50%
运 动

家

发布量增加

+66%
建 筑 装 修

游

发布量增加

+69%
旅 行

美

发布量增加

+32%
美 妆

有娃一族：爱母婴，爱萌娃，关注儿童教育和成长

80后的**亲子时光**



母婴

TGI=107

+134%

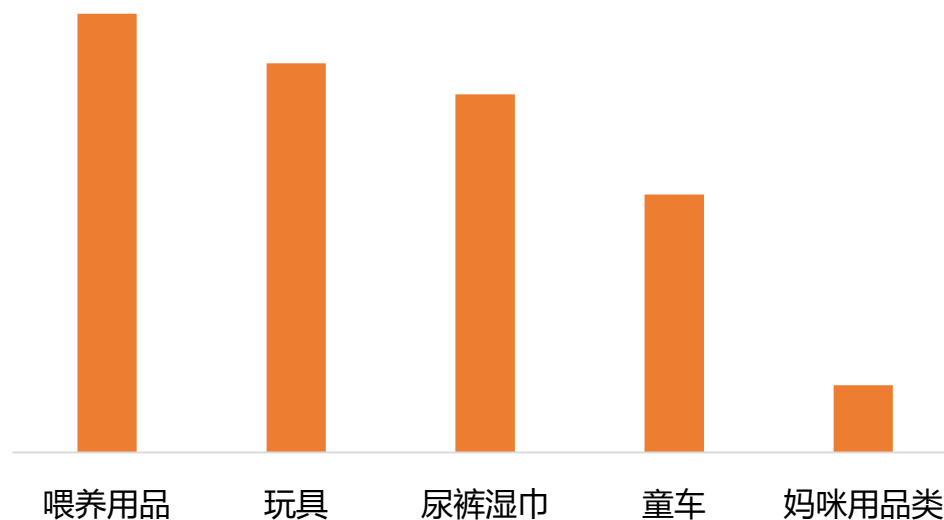
点赞量增加

萌娃
+148%
点赞量增加

亲子教育
+172%
点赞量增加

儿童才艺表演
+78%
点赞量增加

2019年6月80后群体**母婴类**视频播放量TOP5



Top10	2019年6月 关注母婴达人TOP10
1	年糕妈妈
2	芒果主播雪儿妈
3	胜美易宝
4	育儿女神蜜丝懂
5	九耳猫的美术课
6	招财童子
7	小学生阅读指南
8	三胞胎佑佑妍妍和小辰
9	中美混血玛尔娜
10	赢在起点育儿妈妈会

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

居家派：家庭为重，关注居家设计和品味

80后的家居品味



建筑装修
TGI=106

+20%
点赞量增加

截止2019H1 80后家具建材类 视频播放量Top10

- | | |
|------|-------|
| 1 床 | 6 马桶 |
| 2 电视 | 7 地板 |
| 3 空调 | 8 床垫 |
| 4 沙发 | 9 墙面 |
| 5 漆 | 10 门窗 |

80后关注的建筑装修类视频的内容

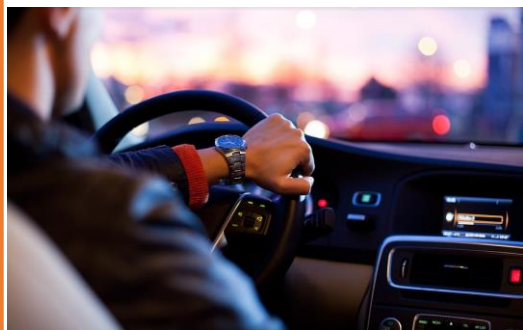


数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

爱车族：在抖音学习汽车知识，开启行车生活

80后的汽车生活



汽车

TGI=105



点赞量增加

+48%

汽车科普



点赞量增加

+27%

汽车体验

截止2019H1参与汽车话题 播放量Top5

- 1 #懂车小知识
- 2 #汽车
- 3 #机车
- 4 #红人红车抖出彩
- 5 #学车

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

旅游爱好者：热爱旅途体验，打卡网红旅游城市

80后的旅途体验



旅行

TGI=101

+81%

点赞量增加

2019年6月点赞量占比

+152%
点赞量增加

人文

+75%
点赞量增加

风景

2019H1 80后打卡视频数量TOP10城市

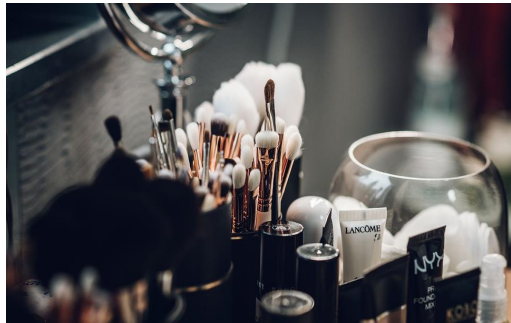
- 1 上海市
- 2 北京市
- 3 重庆市
- 4 苏州市
- 5 成都市
- 6 西安市
- 7 深圳市
- 8 广州市
- 9 杭州市
- 10 郑州市

数据说明：TGI=【目标群体】的某个特征值/【抖音整体用户】的某个特征值*100，TGI越大说明目标人群的该项特征相较抖音整体人群越明显。

数据来源：商业算数中心，增长率统计周期为201906vs.201812

美妆达人：关注美妆内容和达人，学习成为最美辣妈

80后的美丽修行



美妆

+19%

点赞量增加

Top10	2019年6月 关注美妆达人TOP10
1	李佳琦Austin
2	小蝌蚪妈妈
3	叶公子 辣妈
4	百变女王丁兰
5	关小微_
6	莓子哥哥
7	兰研 辣妈
8	锰宝
9	化妆师繁子
10	柚子cici酱

截止2019H1关注美妆类话题

#2019做自己美有道理

...

#护肤

#化妆

#口红

#你的雪花妆请查收

#美白

#你就美去吧

#特效化妆

#逆天化妆术

#约会妆

#护肤美容

#化妆前化妆后



THANK YOU



更多报告扫这里

巨量引擎商业算数中心出品

2019年8月