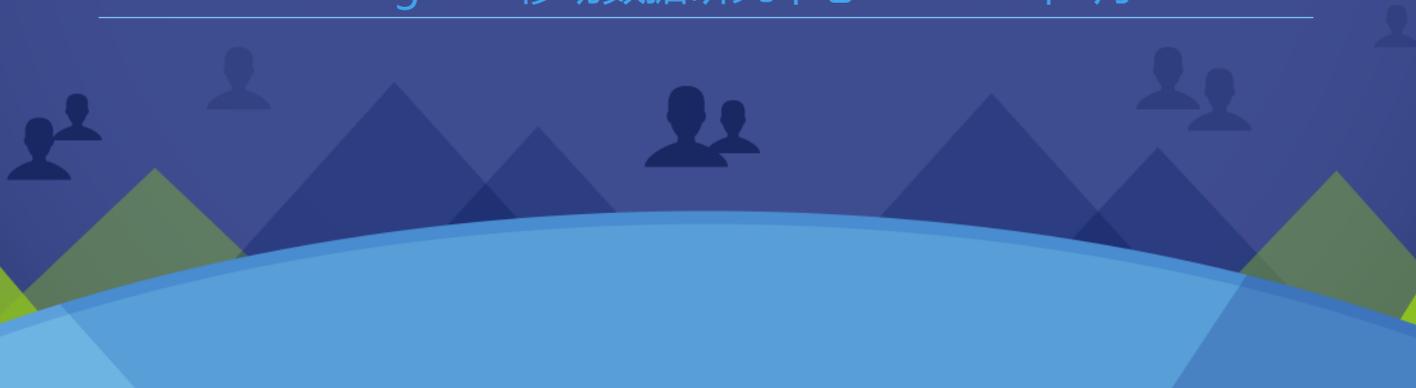


2015

移动视频应用行业报告

TalkingData移动数据研究中心 2015年6月



目录

CONTENTS

- 移动视频应用行业概况
- 移动视频细分行业应用
- 移动视频应用用户行为
- 移动视频应用用户画像
- 移动视频行业趋势展望

- 移动视频应用行业概况

移动视频应用行业概况

- 移动视频应用用户规模为**8.79亿**，在移动互联网整体用户中的占比达到**77.25%**，用户渗透率较高



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：移动端用户规模指移动端累计活跃设备总数，数据截止2015年4月

单位：亿台

移动视频应用行业概况

- 移动视频应用根据播放方式不同，可以分为在线视频、电视/直播视频和短视频社交三大部分

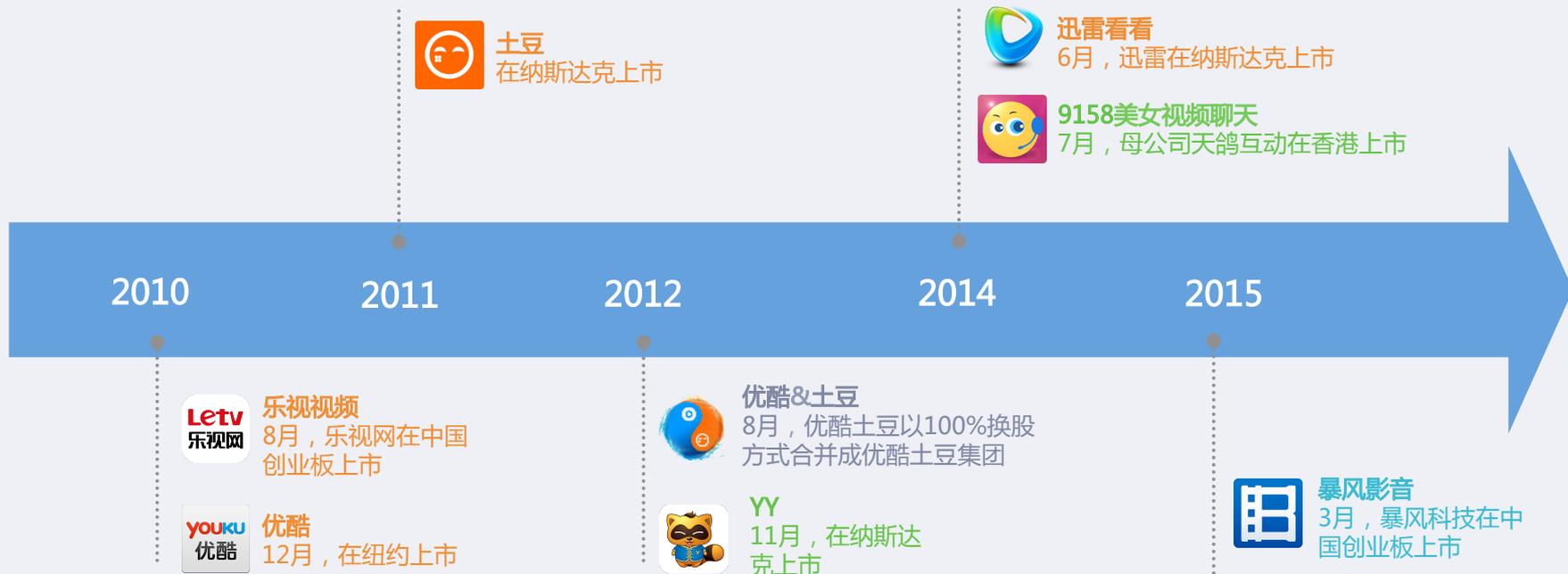
移动视频应用行业图谱



数据来源：公开资料收集整理，各类应用功能有重合，以主要功能来区分；以上仅为应用示例

移动视频应用行业概况

- 2010年以来，乐视、优酷土豆、YY等多家视频相关企业获得资本市场肯定，相继成功上市



数据来源：公开信息整理

移动视频应用行业概况

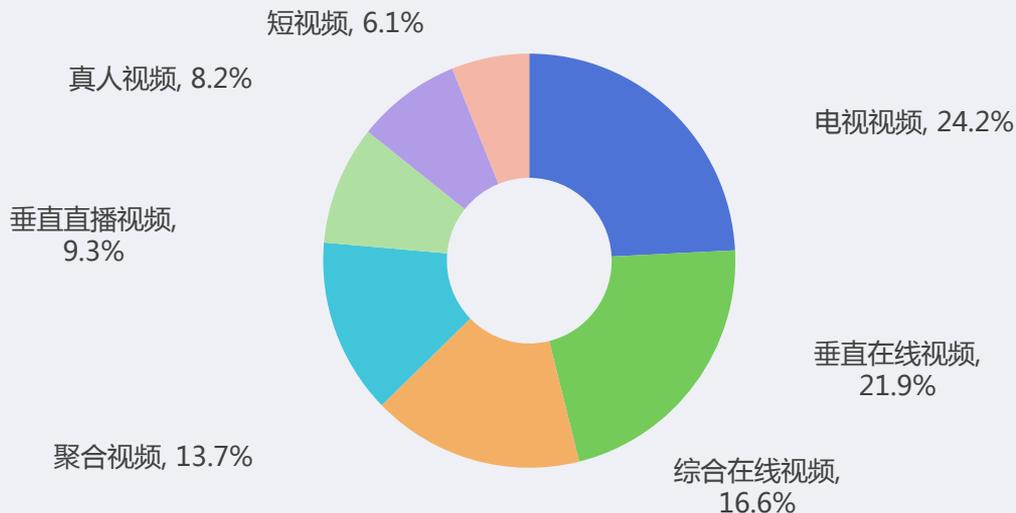
- 移动视频应用中，综合在线视频已经较为成熟；此外，真人视频和短视频亦吸引资本市场较多关注，友加-美女秀场获得**2000万美元B轮融资**，秒拍获得**C轮5000万美元融资**

分类	应用名称	天使轮	A轮	B轮	C轮	D轮
综合在线视频	爱奇艺	2010年，5000万美元	2011年，百度战略投资，具体未透露	2014年，小米和顺为资本投资3亿美元	—	—
	PPTV聚力	—	2006年，获得蓝驰创投的500万美元	2009年1500万美元	2011年，获得软银2.5亿美金投资	2013年，获得苏宁2.5亿美元；2014年，苏宁增投2.3亿美元
	风行视频	—	先后获得百视通3000万美元、3.07亿元、6462万美元的投资			—
电视视频	芒果TV	—	2015年6月，融资超5亿元	—	—	—
真人视频	友加-美女秀场	天使+A轮，共获得1000万美元		获得2000万美元	—	—
	秀色直播	—	2013年3月，获得千万美元级别融资	—	—	—
短视频	美拍	—	其所属企业美图公司，A、B、C轮累计融资金额为3.6亿美元			—
	小影	2013年11月，获创新工场500万元天使投资	2014年9月，数千万元A轮融资	—	—	—
	秒拍	—	获得数百万美元投资	2013年，千万美元融资	2014年，5000万美金	—

移动视频应用行业概况

- 移动视频应用中，电视视频款数最多，其次是垂直在线视频，短视频应用款数最少

2015年4月 不同类型移动视频应用款数占比



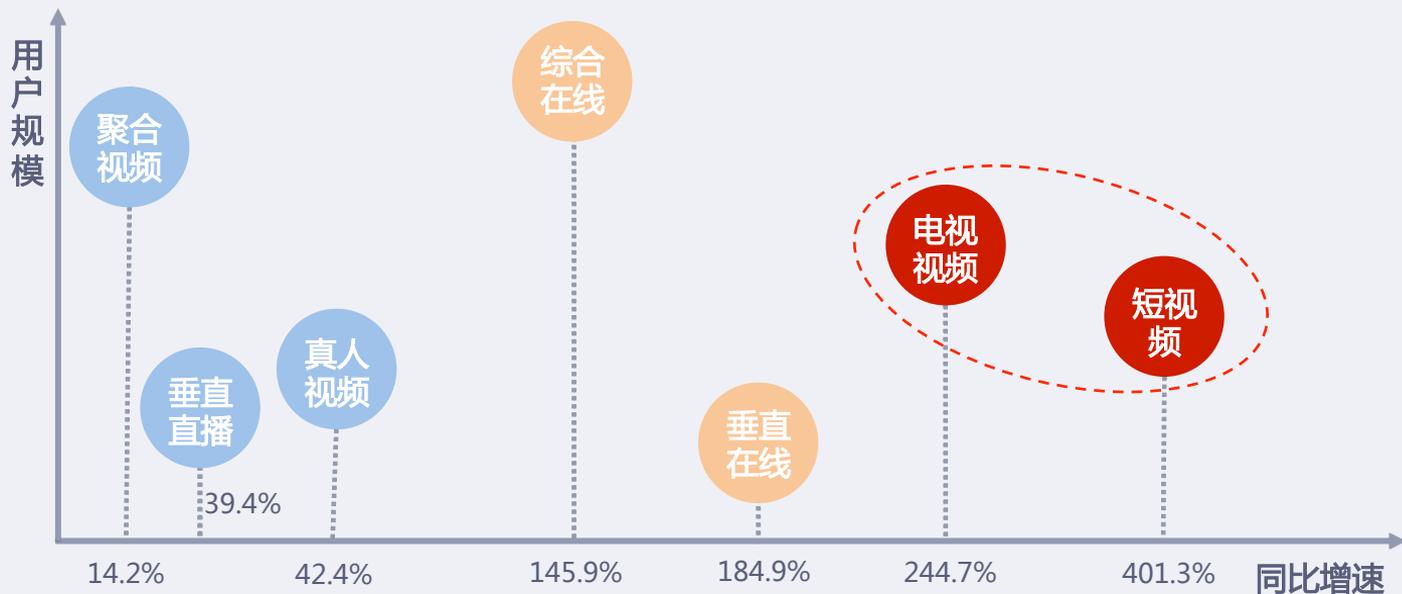
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：图中应用款数只统计2015年4月在TalkingData 移动数据研究中心有数据的移动视频应用

移动视频应用行业概况

- 不同类型移动视频用户规模均保持良性增长，其中，综合在线视频用户规模最大，且增长势头良好；短视频、电视视频用户同比增速最快

2015年4月 不同类型移动视频应用用户规模及增速



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注：图中横轴和纵轴不代表各细分行业的倍数关系，只表示同比增速和用户规模的相对大小关系

移动视频应用行业概况

- 移动视频各细分领域覆盖率Top1的应用中，综合在线视频最高，而垂直在线视频和垂直直播视频由于目标用户的局限性，覆盖率相对较低

2015年5月 不同类型移动视频Top1应用及用户覆盖率

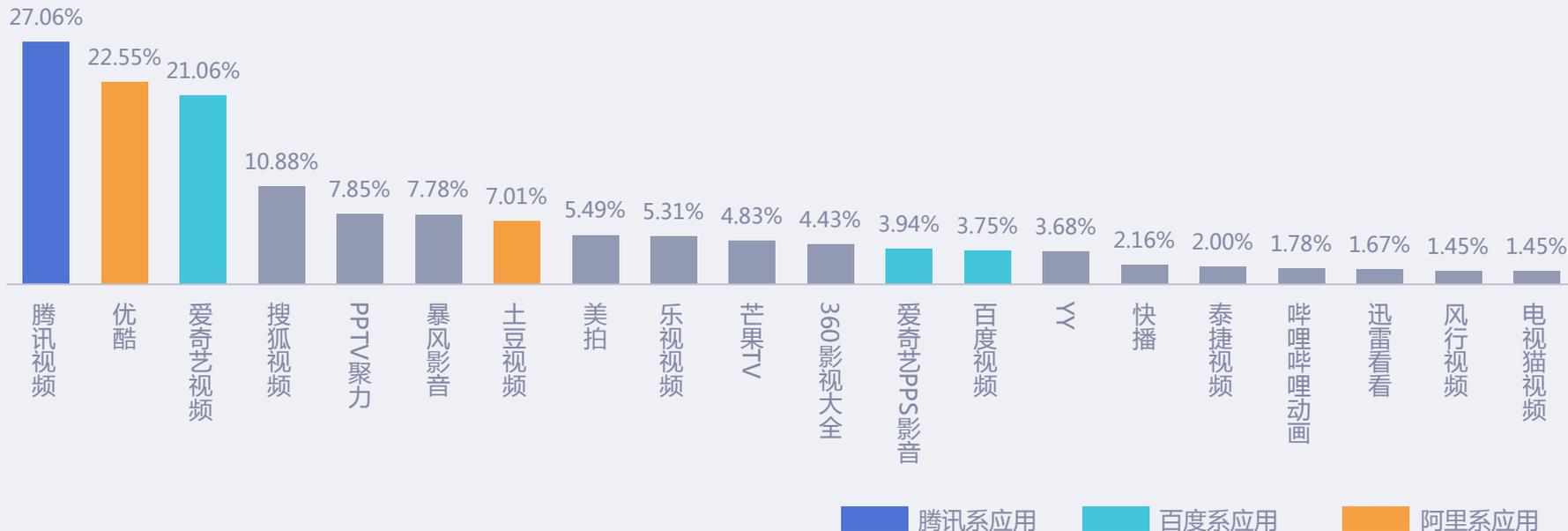
细分类型	综合在线视频	聚合视频	短视频	电视视频	真人视频	垂直在线视频	垂直直播视频
TOP1应用	腾讯视频 	暴风影音 	美拍 	芒果TV 	YY 	哔哩哔哩动画 	斗鱼TV 
覆盖率	27.06%	7.78%	5.49%	4.83%	3.68%	1.78%	1.12%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用行业概况

- 移动视频覆盖率Top20的应用中，腾讯视频覆盖率最高，为27.06%，其次是优酷和爱奇艺视频；优酷、土豆视频都在Top20应用中，百度系应用入围3个

2015年5月 移动视频应用用户覆盖率Top20

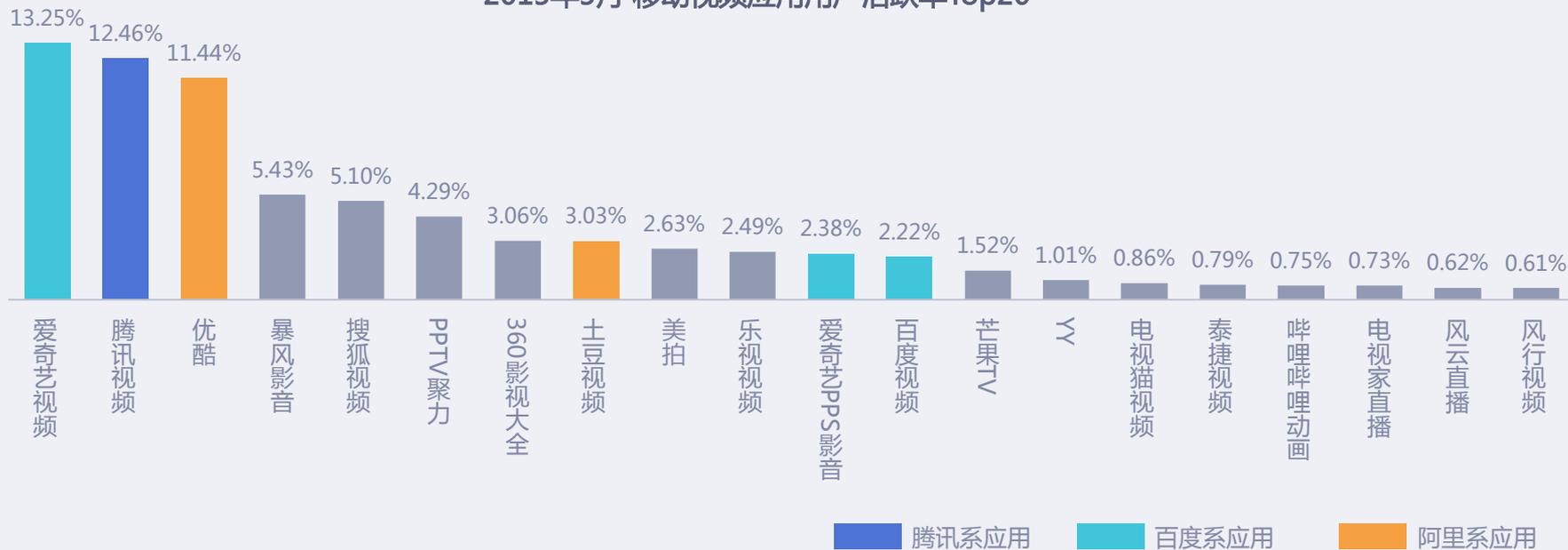


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用行业概况

- 移动视频活跃率Top20的应用中，爱奇艺视频活跃率最高，腾讯视频、优酷分列第二、三位；Top3应用的活跃率均超过10%，其余应用活跃率与Top3差距较大

2015年5月 移动视频应用用户活跃率Top20



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 移动视频细分行业应用

移动视频细分行业应用

- 在线视频应用根据内容不同，可以分为综合在线视频、垂直在线视频和聚合视频

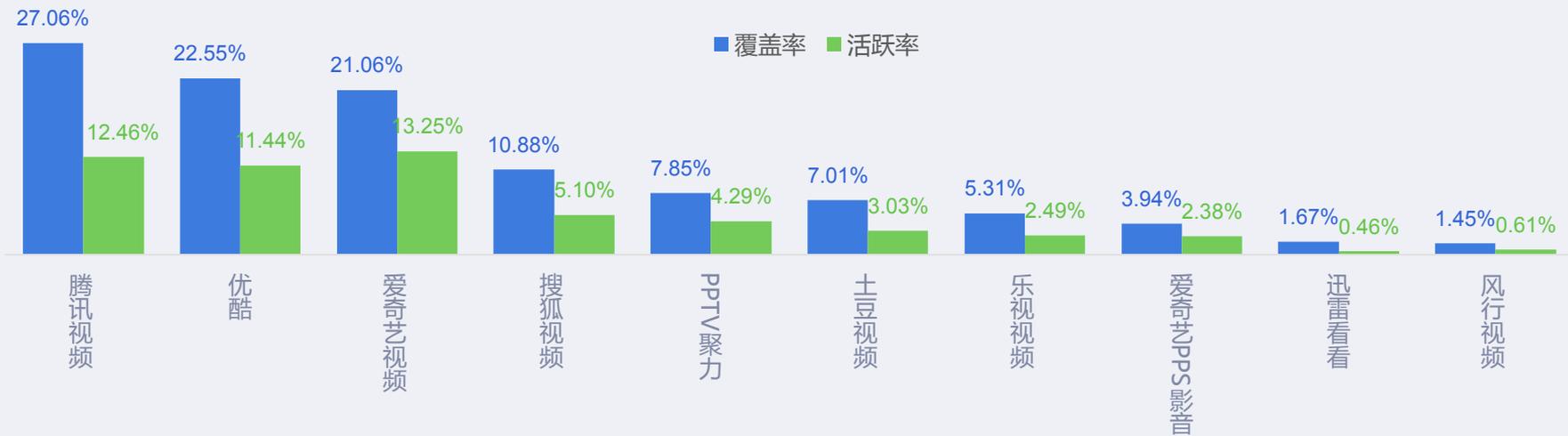
细分类型	典型应用	主要功能
综合在线视频	 腾讯视频  优酷  爱奇艺  搜狐视频  PPTV聚力	主要通过在线播放的方式，为用户提供电影、电视剧、动漫、娱乐等综合性视频内容，购买版权内容
垂直在线视频	 哔哩哔哩动画  网易公开课  1905电影网  布丁动画	主要通过在线播放的方式，为用户提供垂直视频内容；如哔哩哔哩动画提供动画视频内容，网易公开课提供公开课视频内容
聚合视频	 暴风影音  360影视大全  百度视频  影视大全	聚合多家视频企业的内容，通过在线播放的方式，为用户提供综合性的视频内容，不购买版权内容

数据来源：公开资料收集整理，各类应用功能有重合，以主要功能来区分；以上仅为应用示例

移动视频细分行业应用

- 移动综合在线视频应用中，覆盖率排在首位的是腾讯视频，其次是优酷和爱奇艺视频；而爱奇艺视频的活跃率排在第一，腾讯视频次之

2015年5月 移动综合在线类视频用户覆盖率Top10

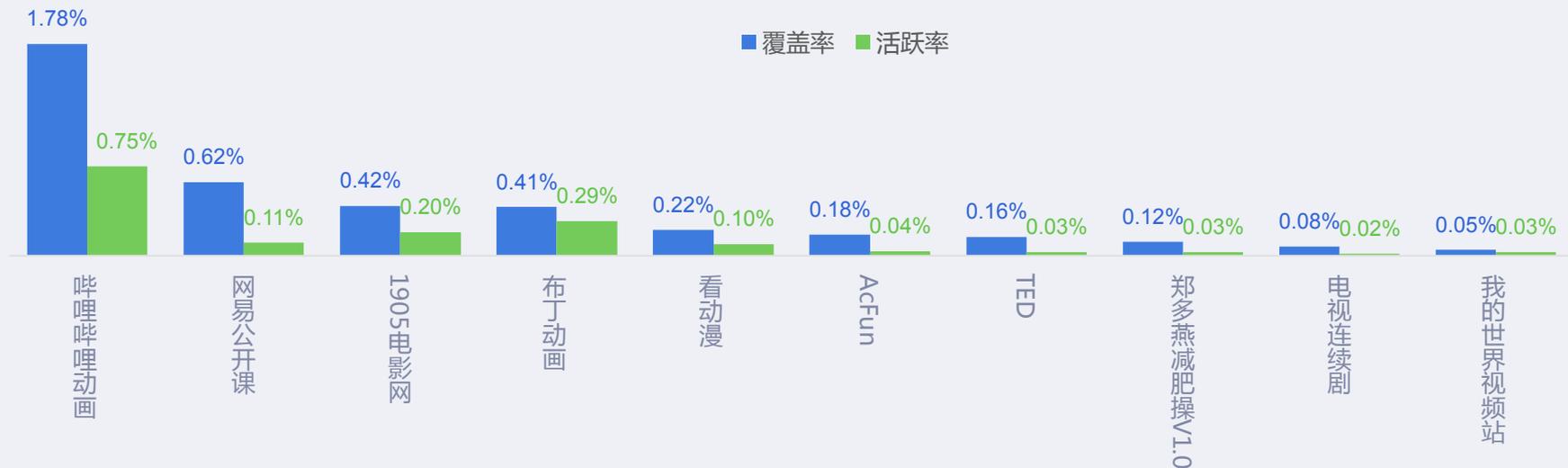


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频细分行业应用

- 移动垂直在线视频应用中，哔哩哔哩动画的覆盖率为**1.78%**，以绝对优势排在首位，网易公开课次之；由于该类应用面向垂直领域的用户，整体来看，覆盖率相对较低

2015年5月 移动垂直在线类视频用户覆盖率Top10

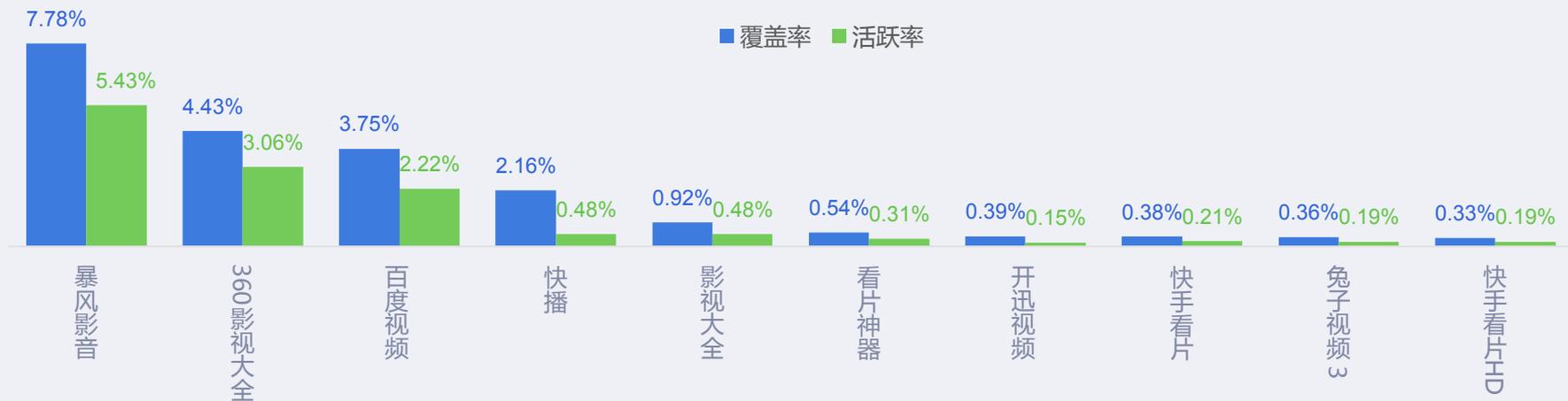


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频细分行业应用

- 移动聚合视频应用中，暴风影音的覆盖率和活跃率均排在首位，覆盖率排在第二、三位的分布为360影视大全和百度视频

2015年5月 移动聚合类视频用户覆盖率Top10



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频细分行业应用

- 电视/直播视频应用根据内容不同，可以分为电视视频、垂直直播视频和真人视频

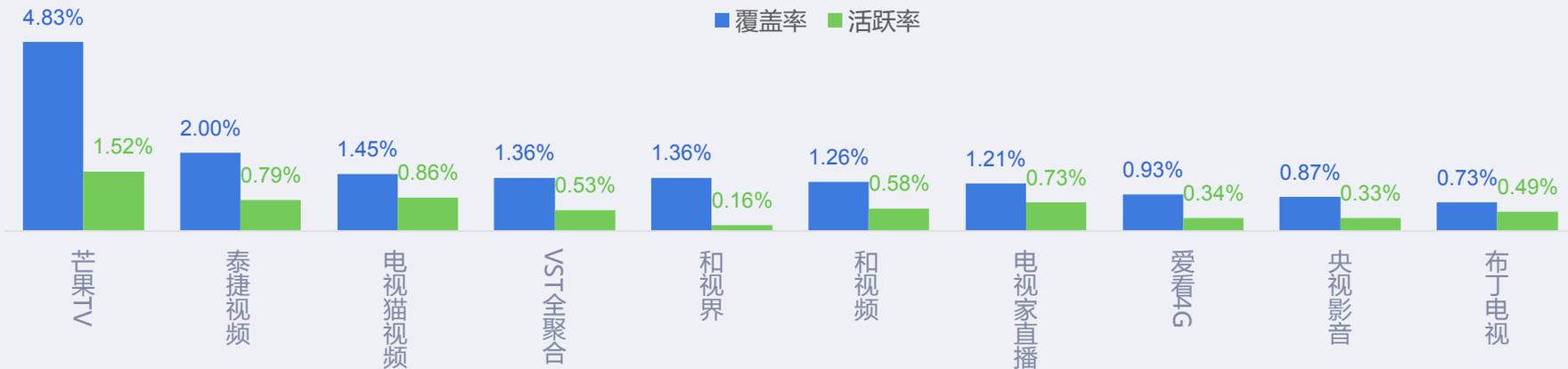
细分类型	典型应用	主要功能
电视视频	 芒果TV  泰捷视频  和视频  电视猫视频  电视家直播	主要指提供电视节目的直播、点播内容的应用，也包括电视台和运营商运营的视频应用
垂直直播视频	 斗鱼TV  风云直播  虎牙游戏直播  直播吧-NBA直播吧	主要通过直播的方式，为用户提供垂直领域的视频内容；如斗鱼TV、虎牙游戏直播提供游戏直播内容，风云直播提供体育直播内容
真人视频	 YY  KK唱响  齐齐互动视频  9158美女视频聊天	以娱乐为目的，提供真人互动直播视频服务

数据来源：公开资料收集整理，各类应用功能有重合，以主要功能来区分；以上仅为应用示例

移动视频细分行业应用

- 移动电视视频应用中，覆盖率最高的是芒果TV，其次为泰捷视频；而布丁电视的活跃率与覆盖率的比例最高，用户粘性较好

2015年5月 移动电视类视频用户覆盖率Top10

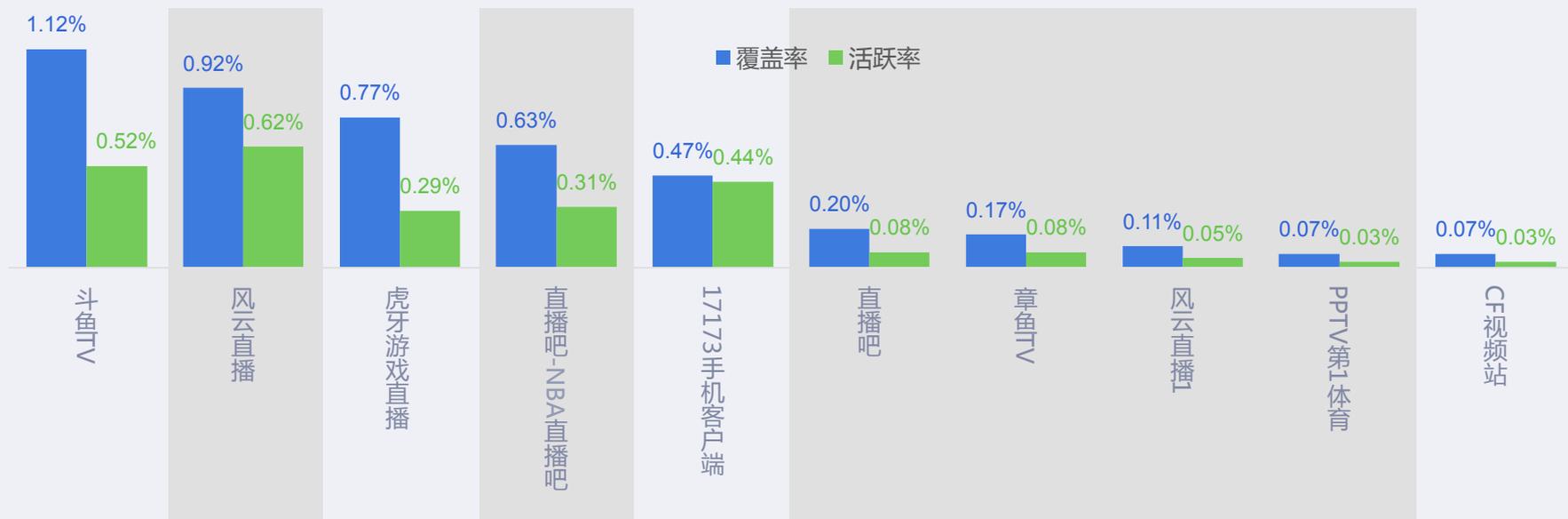


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频细分行业应用

- 移动垂直直播视频应用中，斗鱼TV的覆盖率最高，风云直播紧随其后；Top10中，以体育直播为主的应用占据6席

2015年5月 移动垂直直播类视频用户覆盖率Top10

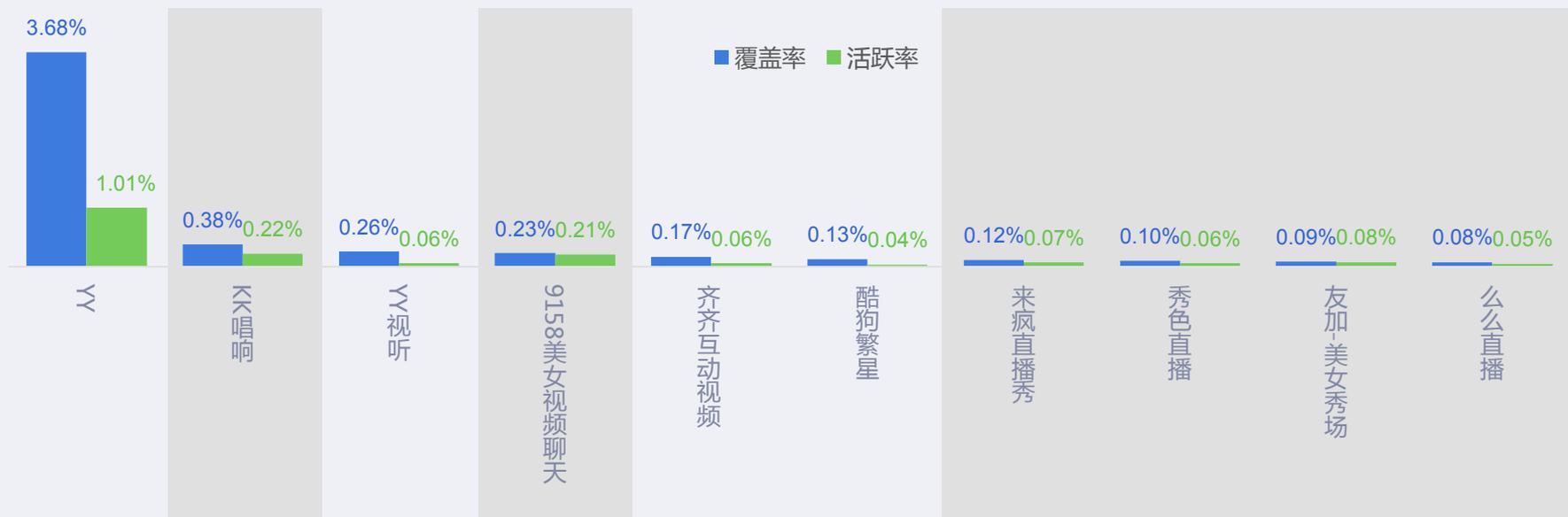


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频细分行业应用

- 移动真人视频应用中，YY覆盖率排在首位，为**3.68%**；从活跃率与覆盖率的比例来看，超过半数应用的比例在**50%**以上，**9158美女视频聊天**、**友加-美女秀场**更是达到**90%**，用户活跃度较高

2015年5月 移动真人视频用户覆盖率Top10



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 短视频社交应用主要包括具有社交分享功能的短视频应用，短视频应用同时具有视频和媒体两大属性，是基于短视频分享的社交新平台

细分类型	典型应用
 短视频	 美拍 <ul style="list-style-type: none">● 美图秀秀旗下产品，2014年4月上线，通过滤镜、MV特效等对普通视频进行包装，打造出画质唯美的短视频，内置分享机制，融入社交元素
	 小影 <ul style="list-style-type: none">● 可用QQ、微信、新浪微博账号登录，用户可以通过多种特效镜头拍摄出自己的创意短片，并能分享到朋友圈、QQ空间、新浪微博、腾讯微博、土豆网、人人
	 腾讯微视 <ul style="list-style-type: none">● 腾讯旗下产品，2013年9月上线，短视频分享社区，用户可将拍摄的短视频分享到微信好友、朋友圈、腾讯微博、QQ空间

数据来源：公开资料收集整理，各类应用功能有重合，以主要功能来区分；以上仅为应用示例

移动视频细分行业应用

- 移动短视频应用中，美拍的覆盖率和活跃率均排在第一位，其余应用的覆盖率和活跃率与美拍的差距较大

2015年5月 移动短视频用户覆盖率Top10



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 移动视频应用用户行为

移动视频应用用户行为

- 不同类型视频应用的用户平均活跃次数中，综合在线视频平均活跃次数最高，为**13.1**次

2015年4月 不同类型移动视频用户平均活跃次数对比



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：平均活跃次数=某视频类应用的月总使用次数/该视频类应用当月的用户活跃总数量*100%

移动视频应用用户行为

- 移动视频应用用户的日活跃度中，从周五开始，出现明显的增长，周末用户最为活跃

2015年4月 移动视频用户日活跃次数变化趋势

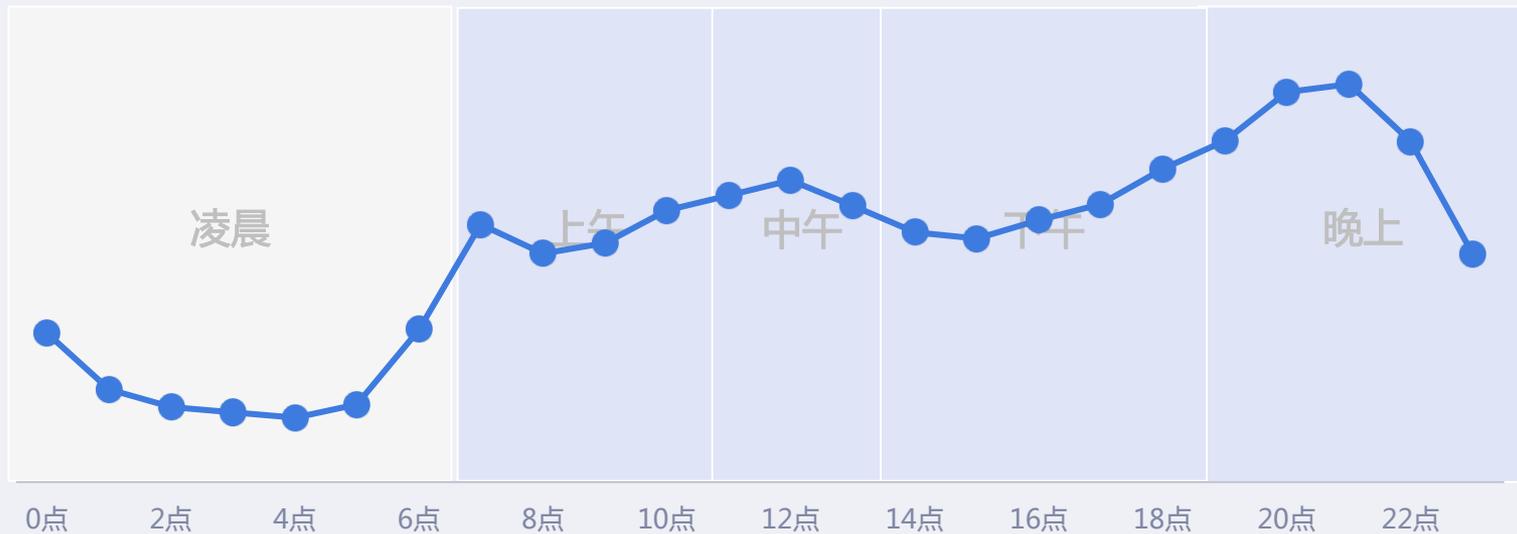


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户行为

- 移动视频应用用户的活跃度曲线中，上午7点、中午12点和21点均出现小高峰；整体来看，用户在晚上的活跃度最高

2015年4月 移动视频用户日均不同时段活跃次数变化趋势

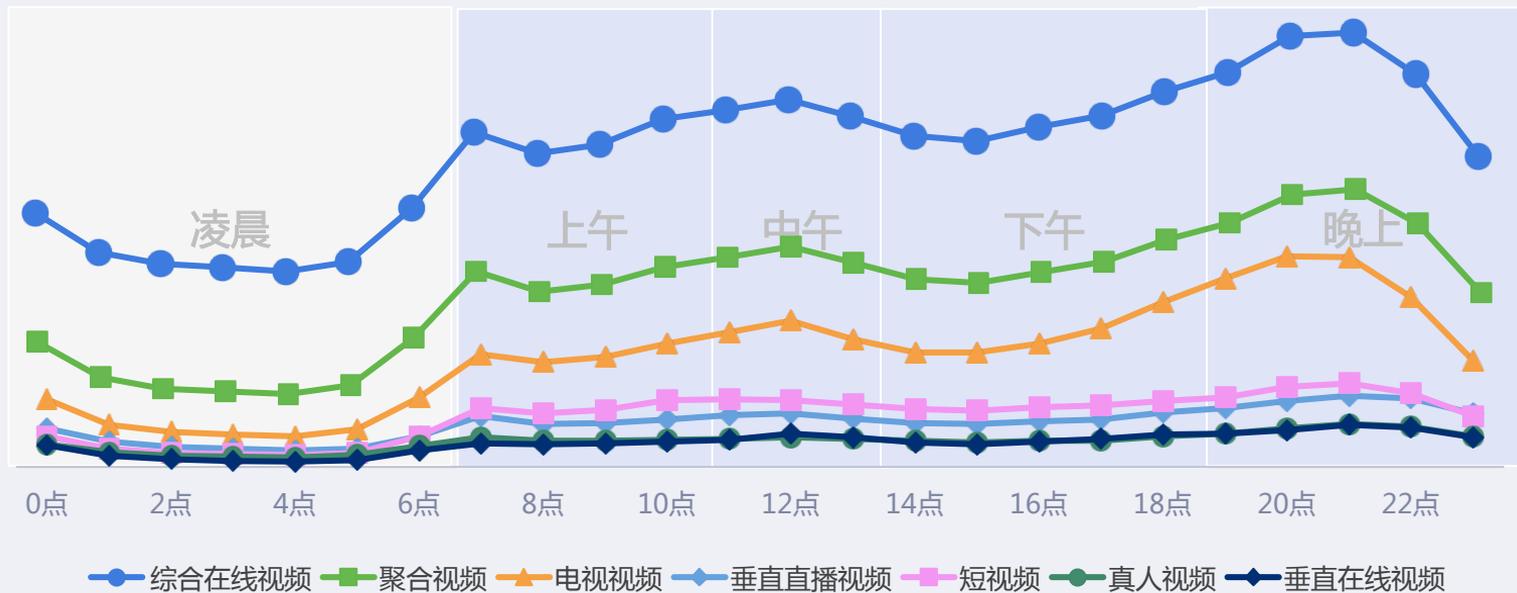


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户行为

- 不同类型移动视频应用的活跃度曲线基本一致，上午7点、中午12点和21左右均出现使用小高峰

2015年4月 不同类型移动视频用户日均不同时段活跃次数变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户行为

- 一线城市移动视频用户呈现不同的应用偏好，北京用户偏爱短视频和真人视频，上海用户偏爱垂直在线类视频，广州和深圳用户略倾向于综合在线类视频



	综合在线	垂直在线	聚合视频	电视视频	垂直直播	真人视频	短视频
北京	99	95	103	100	100	108	112
上海	99	127	102	115	110	97	99
广州	102	97	94	86	97	87	90
深圳	101	79	98	95	90	100	88

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：各类应用偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，应用偏好TGI= [目标城市用户某类型应用安装比例/全部典型城市用户该类应用安装比例]*标准数100。

移动视频应用用户行为

- 典型城市移动视频用户的应用偏好中，杭州用户偏爱电视视频，乌鲁木齐用户偏爱短视频，哈尔滨用户偏爱真人视频，武汉用户偏爱垂直在线类视频



	综合在线	垂直在线	聚合视频	电视视频	垂直直播	真人视频	短视频
杭州	105	84	70	146	77	87	75
乌鲁木齐	99	97	113	85	91	74	131
哈尔滨	98	101	109	91	111	167	125
武汉	98	144	115	99	130	106	104

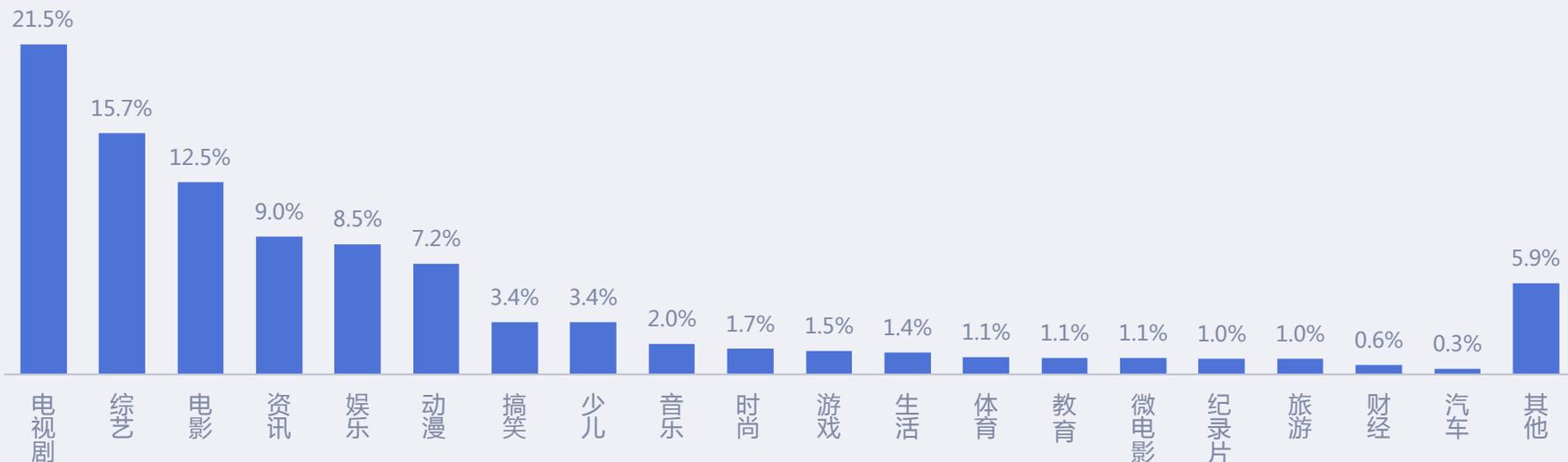
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：各类应用偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，应用偏好TGI= [目标城市用户某类型应用安装比例/全部典型城市用户该类应用安装比例]*标准数100。

移动视频应用用户行为

- 移动综合在线视频应用的不同类型节目中，电视剧最受用户喜爱，其次是综艺和电影；Top3类型节目用户观看占比和近50%，综合在线视频用户最爱影视剧和综艺娱乐

2015年5月 移动综合在线视频应用不同类型节目用户观看占比情况



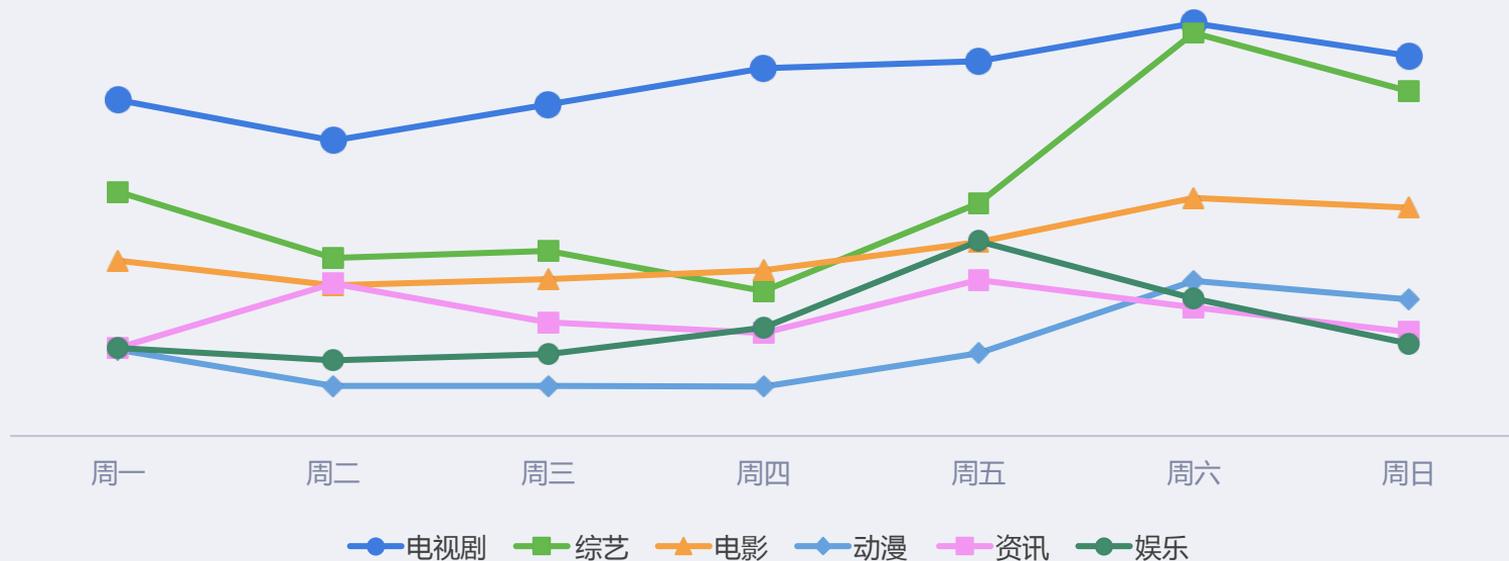
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：用户观看占比=某类型节目的观看人次/所有类型节目的用户观看人次*100%，如同一用户观看不同类型的节目，则按类型种类分别计数

移动视频应用用户行为

- 电视剧、电影类节目持续吸引用户，用户观看数量周变化曲线较为平缓；综艺节目周六用户观看数量较平时有较大提升，呈现周末热的特点；娱乐节目周五更受用户喜爱

2015年5月 移动综合在线视频应用不同类型节目用户观看数量变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户行为

- 一线城市移动综合在线视频用户呈现不同的节目偏好，北京用户偏爱资讯节目，上海用户偏爱综艺和动漫，广州用户爱时尚，深圳用户偏爱时尚和动漫



	电视剧	动漫	电影	时尚	娱乐	资讯	综艺
北京	97	89	98	100	103	109	103
上海	100	103	98	76	101	94	104
广州	103	113	102	121	89	100	95
深圳	103	108	104	108	103	88	95

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：不同类型节目用户偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，节目偏好TGI= [目标城市某类型节目用户观看比例/全部典型城市该类型节目用户观看比例]*标准数100。

移动视频应用用户行为

- 典型城市移动综合在线视频用户的节目偏好中，杭州用户偏爱娱乐和电视剧，重庆用户爱时尚，福州用户偏爱动漫和资讯，哈尔滨用户爱综艺



	电视剧	动漫	电影	时尚	娱乐	资讯	综艺
杭州	105	79	90	102	113	100	103
重庆	96	118	112	123	91	94	93
福州	102	126	90	92	93	123	90
哈尔滨	93	82	106	57	95	89	117

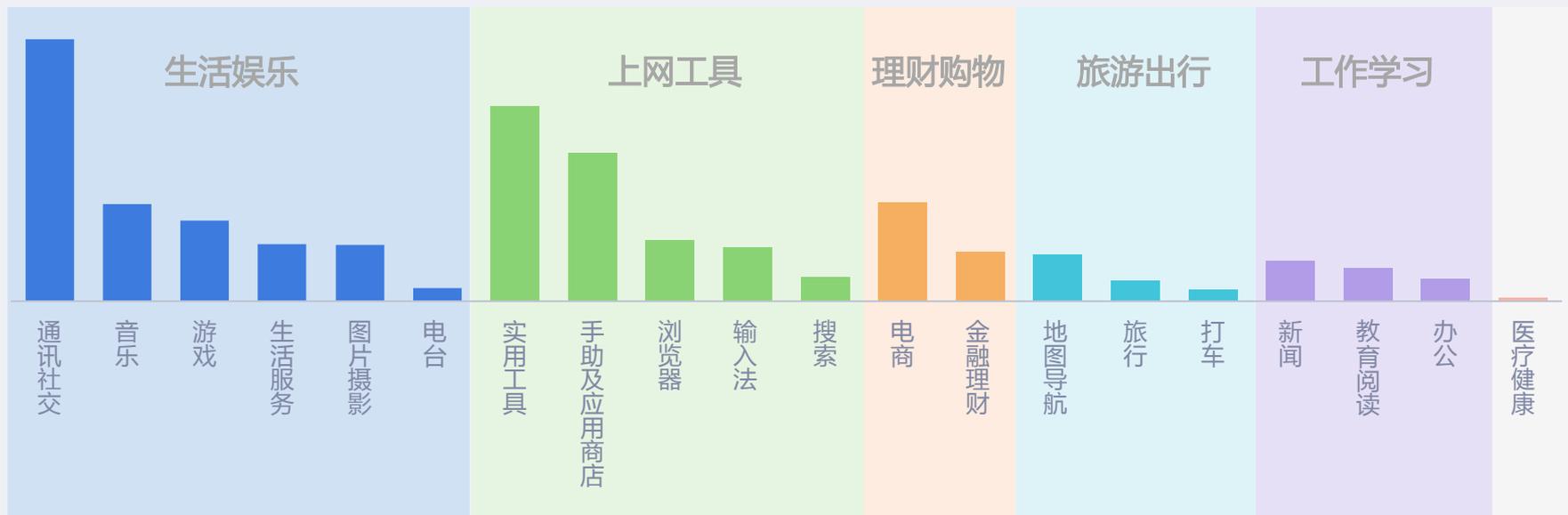
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：不同类型节目用户偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，节目偏好TGI= [目标城市某类型节目用户观看比例/全部典型城市该类型节目用户观看比例]*标准数100。

移动视频应用用户行为

- 移动视频应用的关联应用类型中，生活娱乐类最多，Top3类型分别为通讯社交、实用工具、手助及应用商店

2015年4月 移动视频应用设备关联应用类型分布



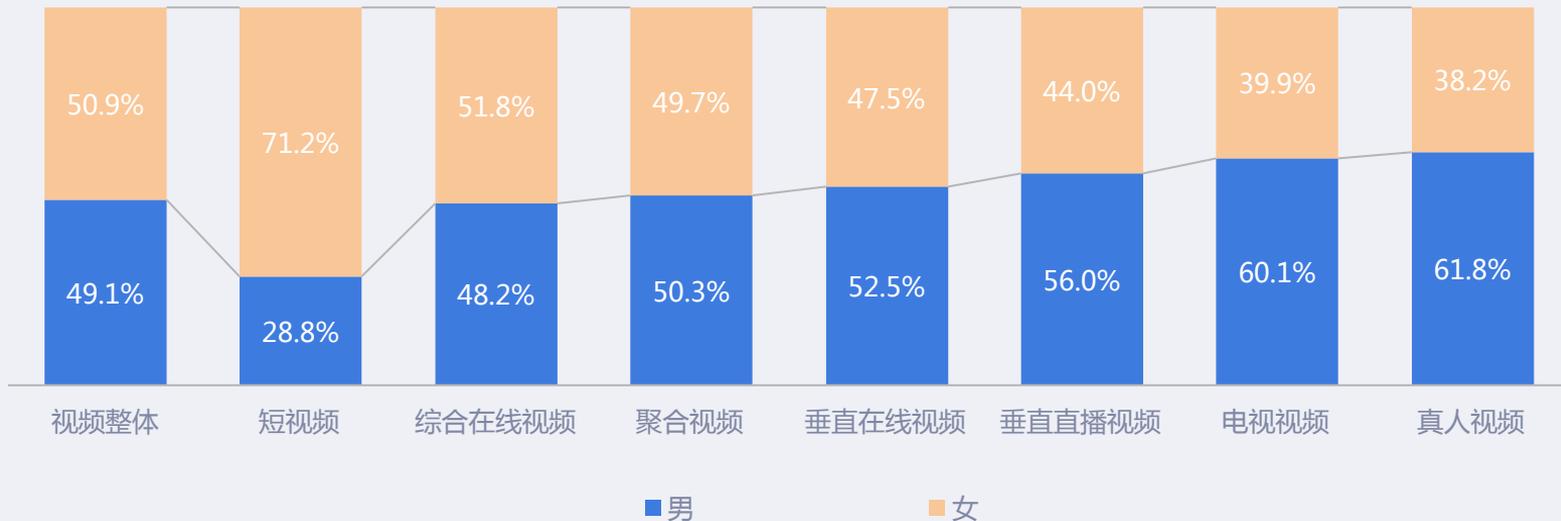
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 移动视频应用用户画像

移动视频应用用户画像

- 移动视频整体用户性别分布较为均衡，女性用户稍多；从细分类型看，女性用户相对偏好短视频和综合在线视频，而男性用户更偏爱真人视频和电视视频

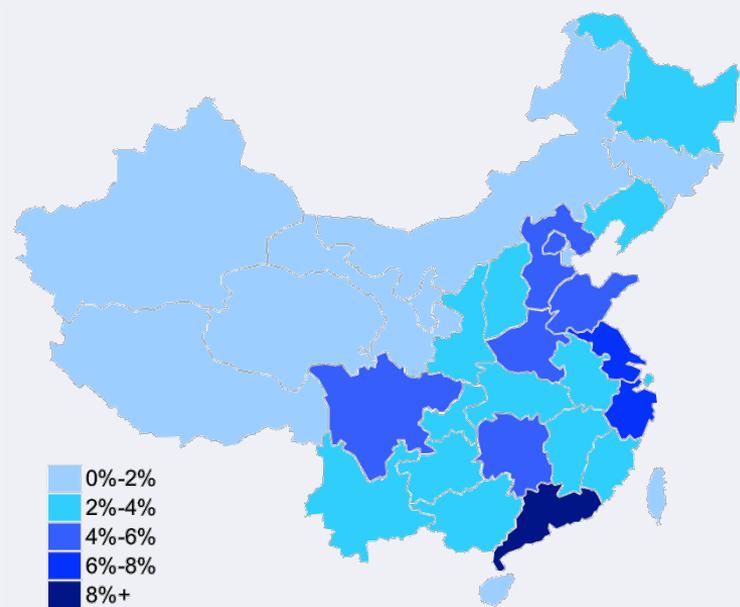
2015年4月 不同类型移动视频应用用户性别分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户画像

- 移动视频应用用户较多分布在广东、江浙等经济发达地区；**Top10省份用户占比之和达到59.7%**，用户较为集中



移动视频用户省份分布Top10

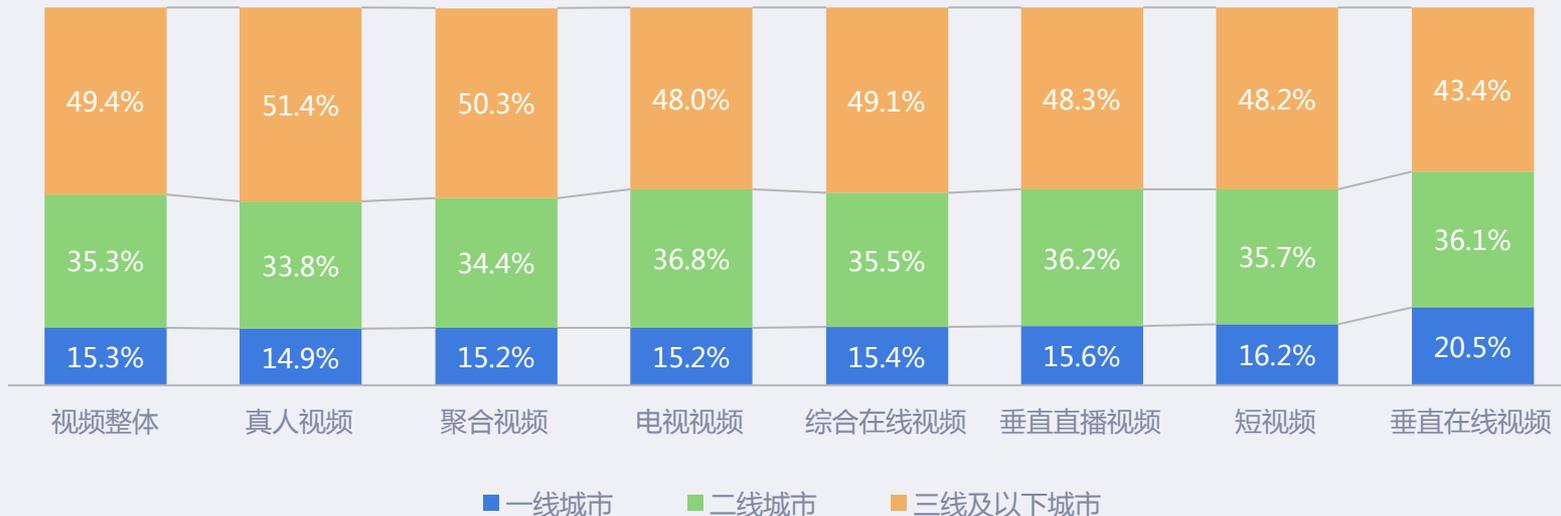
排名	省份	占比
1	广东	11.9%
2	浙江	6.7%
3	江苏	6.2%
4	河南	5.6%
5	北京	5.6%
6	山东	5.5%
7	湖南	5.2%
8	河北	5.1%
9	四川	4.4%
10	上海	3.5%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户画像

- 移动视频应用整体用户中，三线城市占比近半；从细分类型看，真人视频用户在三线城市占比最高，而一线城市相对偏好垂直在线视频

2015年4月 不同类型移动视频应用用户城市分布



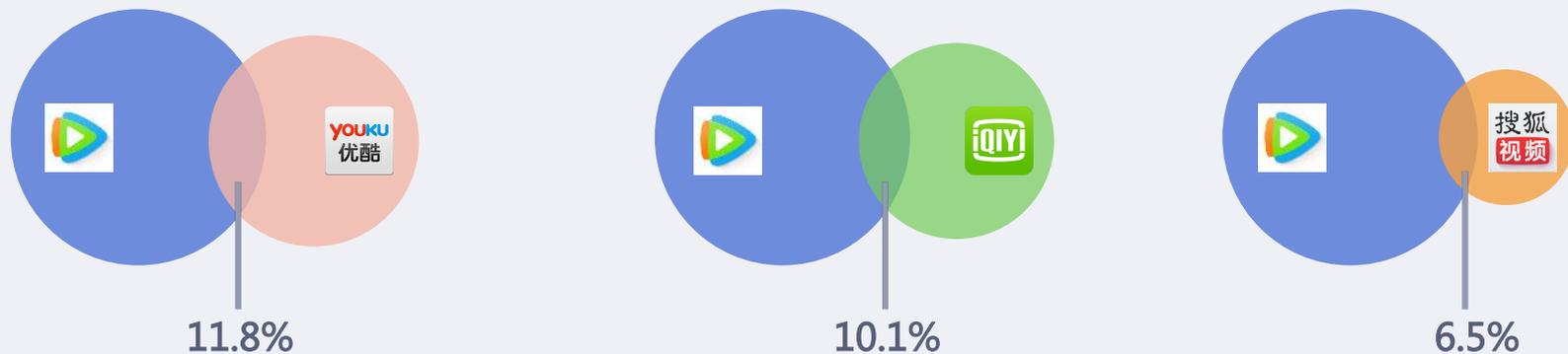
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：一线城市包括北上广深，二线城市包括省会、直辖市和沿海经济特区，三线城市为除一二线以外的城市

移动视频应用用户画像

- 移动视频覆盖率Top4应用中，腾讯视频与优酷的用户重合度最高，为**11.8%**，与搜狐视频的用户重合度最低；整体来看，移动视频应用用户重合度较低

2015年4月 移动视频覆盖率Top4应用用户重合度分析



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：用户重合度=某几款应用的重合用户/该几款应用的全部去重覆盖用户*100%

移动视频应用用户画像

- 移动视频用户使用的设备品牌中，三星以微弱优势排在首位，小米紧随其后

2015年4月 移动视频应用设备品牌Top20

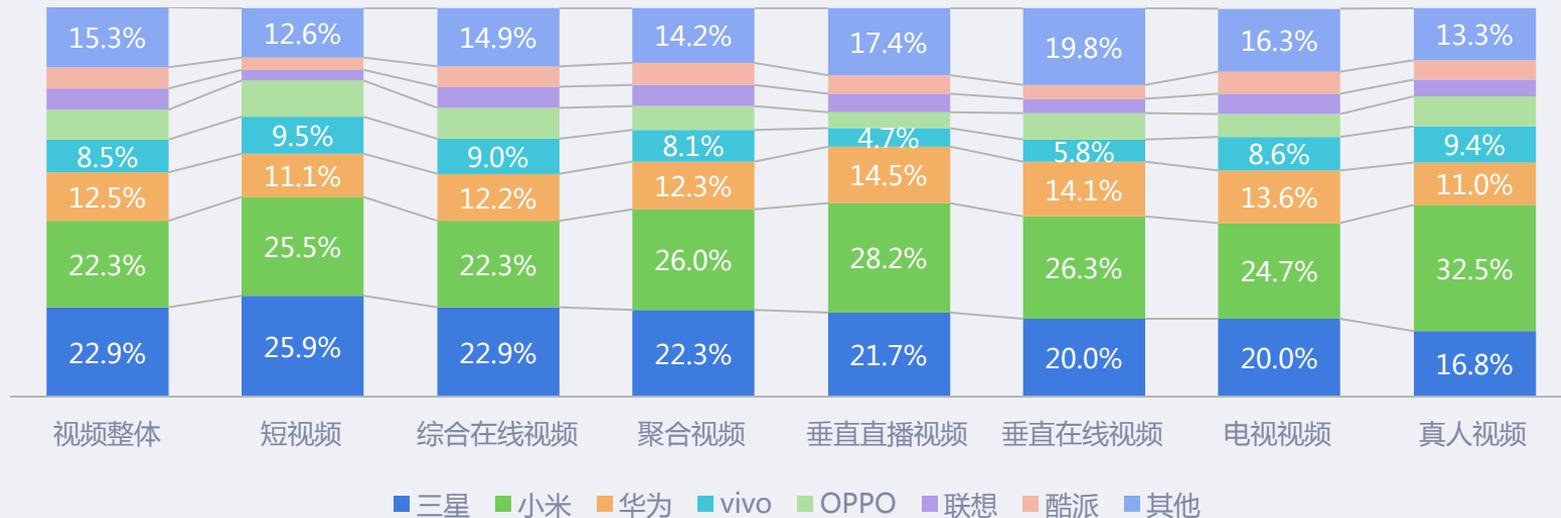


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户画像

- 不同类型移动视频用户使用的设备品牌中，短视频和综合在线视频用户相对偏好三星，而真人视频用户更喜爱使用小米手机

2015年4月 不同类型移动视频应用使用设备品牌对比



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户画像

- 移动视频用户的设备机型Top10中，小米占据7席，其余为三星；Top10机型占比之和为12.8%，略高于移动互联网整体用户，机型相对较为集中

移动视频用户设备机型(Android)Top10



整体用户设备机型(Android)Top10

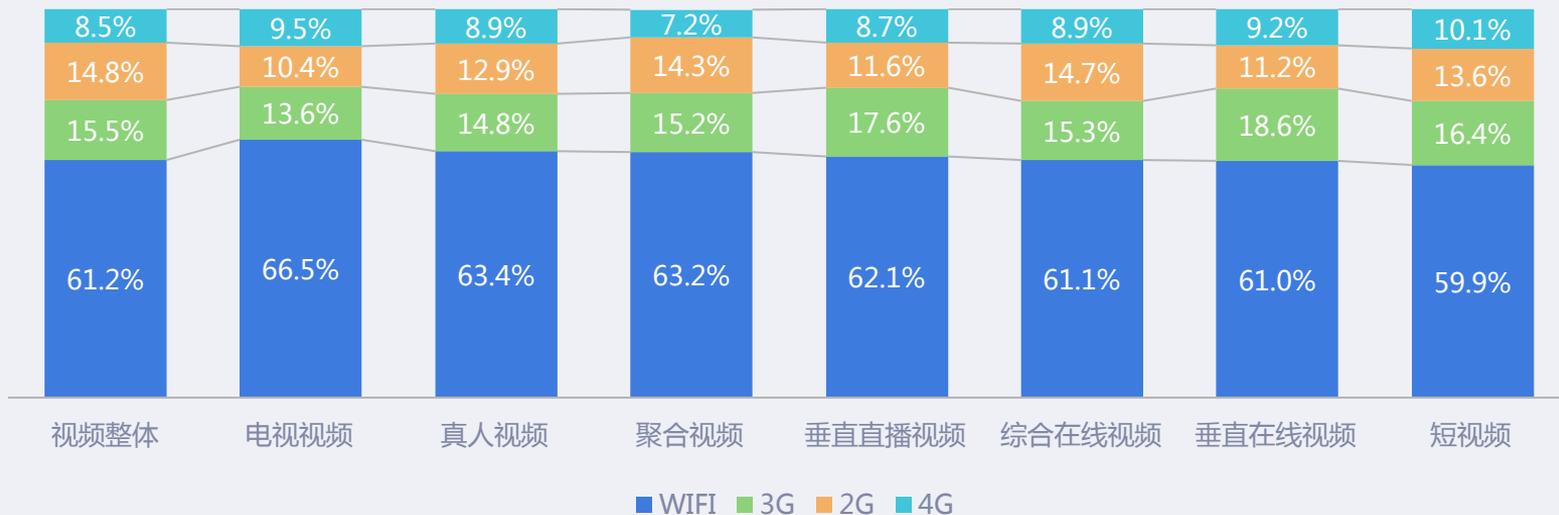


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

移动视频应用用户画像

- 移动视频用户的设备使用网络中，WIFI占主流；不同类型移动视频用户的设备使用网络略有差异，电视视频用户最依赖WIFI，短视频用户较多使用4G

2015年4月 不同类型移动视频应用设备网络使用情况对比



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 移动视频行业趋势展望

● 互联网巨头、在线视频平台、电视台、运营商积极投身移动视频，推动移动视频行业加速发展

运营商

和视频

- 提供影视、新闻、娱乐等各类视频节目



联通手机电视

- 具有直播、点播、下载、本地播放节目功能

天翼视讯

- 2013年，移动端总用户数过亿；2014年12月，原创《十二色女人》首发，加入移动自制大军



BAT

腾讯视频

- 2015年，加大对内容的投资，稳固PC、移动、电视、盒子等多终端内容分发平台优势

腾讯微视

- 2013年9月推出，积极布局短视频社交



优酷土豆

- 2014年4月，阿里巴巴以12.2亿美元投资优酷土豆集团，持股16.5%



爱奇艺PPS

- 爱奇艺移动端流量超过总流量的60%

百度视频

- 聚合多家视频平台优质资源



电视台



央视影音

- 节目来源依托于中国网络电视台，可收看中央电视台及全国几十套地方电视台节目

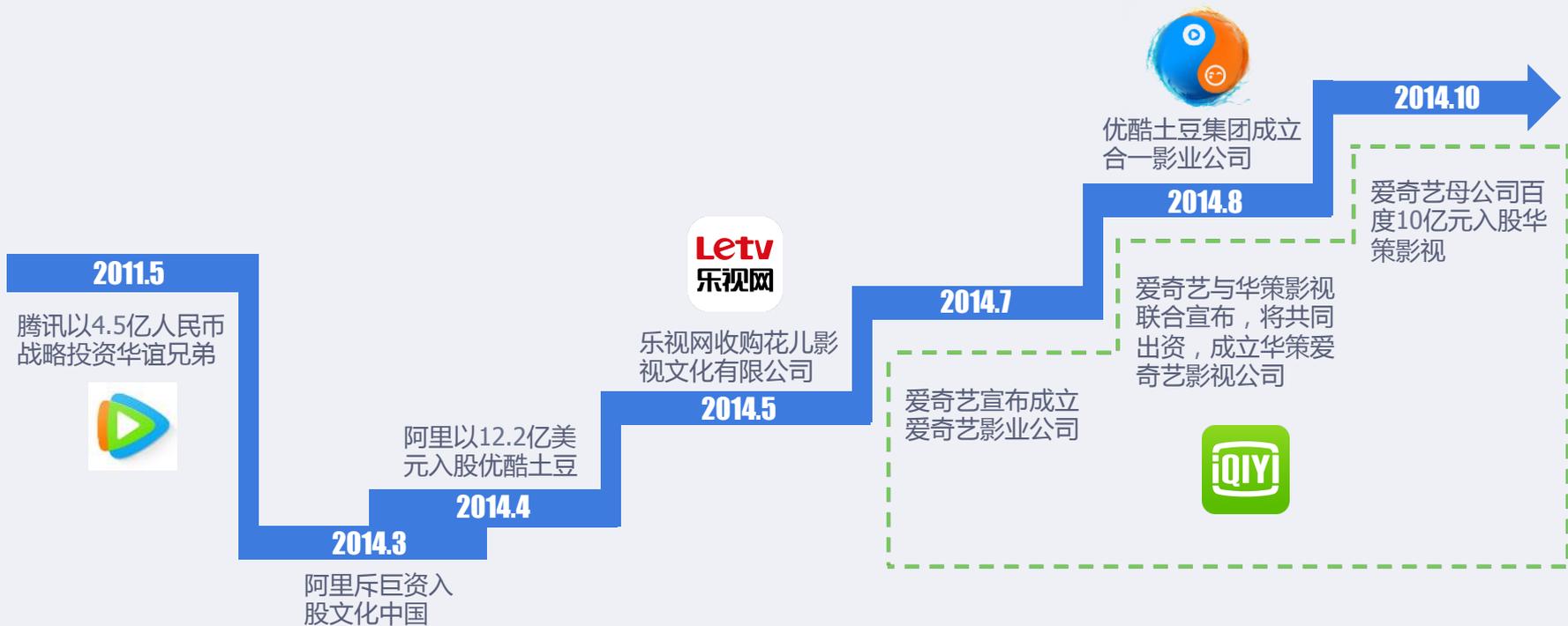
芒果TV

- 2014年4月全新亮相，独家提供湖南卫视原创节目和自有版权内容



移动视频行业趋势展望

- 在线视频平台相继涉足上游制作产业，加速内容生产投入，移动视频产业链中，CP与SP的角色逐渐融合



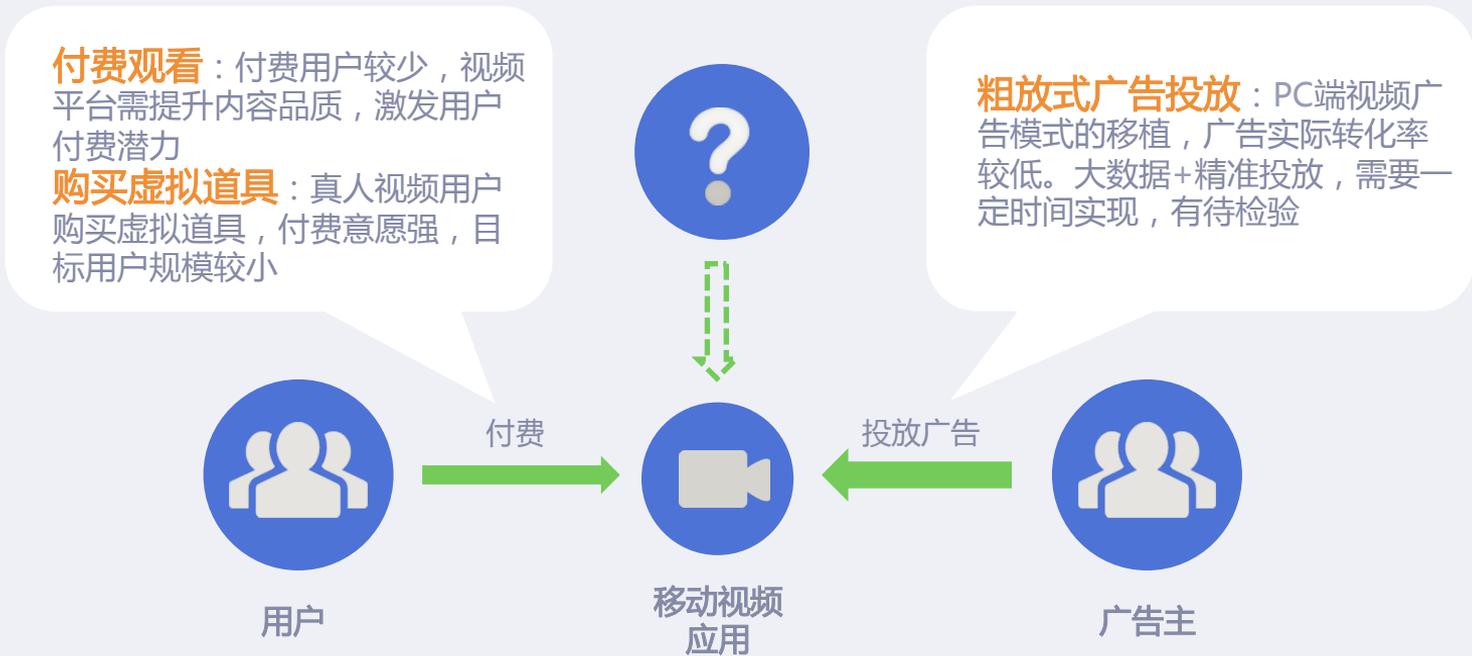
移动视频行业趋势展望

- 视频企业提供的服务趋同，优质内容成为取得竞争优势的关键因素，各视频平台争相购买优质版权或者自制内容，形成差异化竞争，热门综艺独播版权成快速吸引用户的制胜法宝



移动视频行业趋势展望

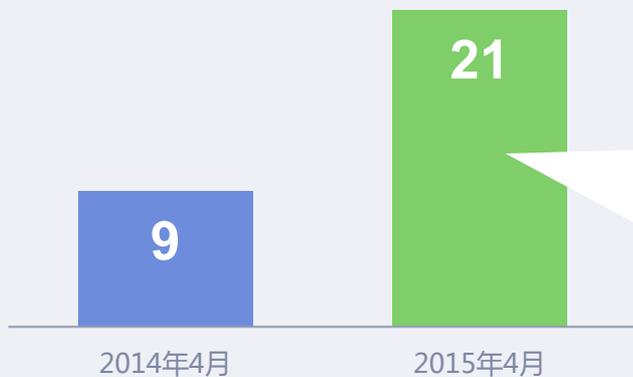
- 移动视频平台的盈利模式主要有广告收入、用户付费两种，其中广告收入为主，用户付费意愿需继续加强；更多盈利模式有待于进一步探索



移动视频行业趋势展望

- 短视频应用逐渐兴起，“拍摄+实时编辑+分享”的方式愈加受到用户的青睐，移动视频的社交属性日益凸显

2014年4月-2015年4月 Top50000应用中短视频应用款数



2015年4月 移动短视频应用覆盖量Top1

 美拍	覆盖率	覆盖排名	用户覆盖增幅
2015年4月	5.88%	108位	601倍
2014年5月	0.02%	9068位	—

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

研究报告说明

● 数据来源

1.数据来源于TalkingData移动数据研究中心。TalkingData移动数据研究中心数据基于来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商的数据，等多种不同来源复合而成。

2.公开资料收集和整理

● 数据周期

2014年4月-2015年5月

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率=当月安装过某个移动视频应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%
- ✓ 用户活跃率=当月使用过某个移动视频应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%

ABOUT US

关于我们

- ▶ TalkingData (北京腾云天下科技有限公司) 成立于2011年9月, 2013年完成千万美元A轮融资 (北极光领投), 2014年完成数千万美元的B轮融资 (MileStone和软银领投), 总部位于北京, 在美国硅谷, 日本东京, 上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展, TalkingData逐步打造了由开发者服务平台, 数据服务平台, 数据商业化平台为中心的数据生态体系, 覆盖超过14亿独立智能设备, 服务超过8万款移动应用, 以及6万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如: 腾讯, 百度, 网易, 搜狐, 360, Google, Yahoo, Zynga, 宝开, 聚美, 唯品会, 滴滴打车等知名互联网企业, 又有中国银联, 招商银行, 兴业银行, 中信银行, 平安集团, 国信证券, 海通证券, Orchirly, 碧桂园, 亨得利, 全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值, 并帮助传统行业积极拥抱未来。



Thanks!



关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com

www.talkingdata.com/index/#/mobileIndex/zh_cn