

短视频达人发展趋势报告



联名发布

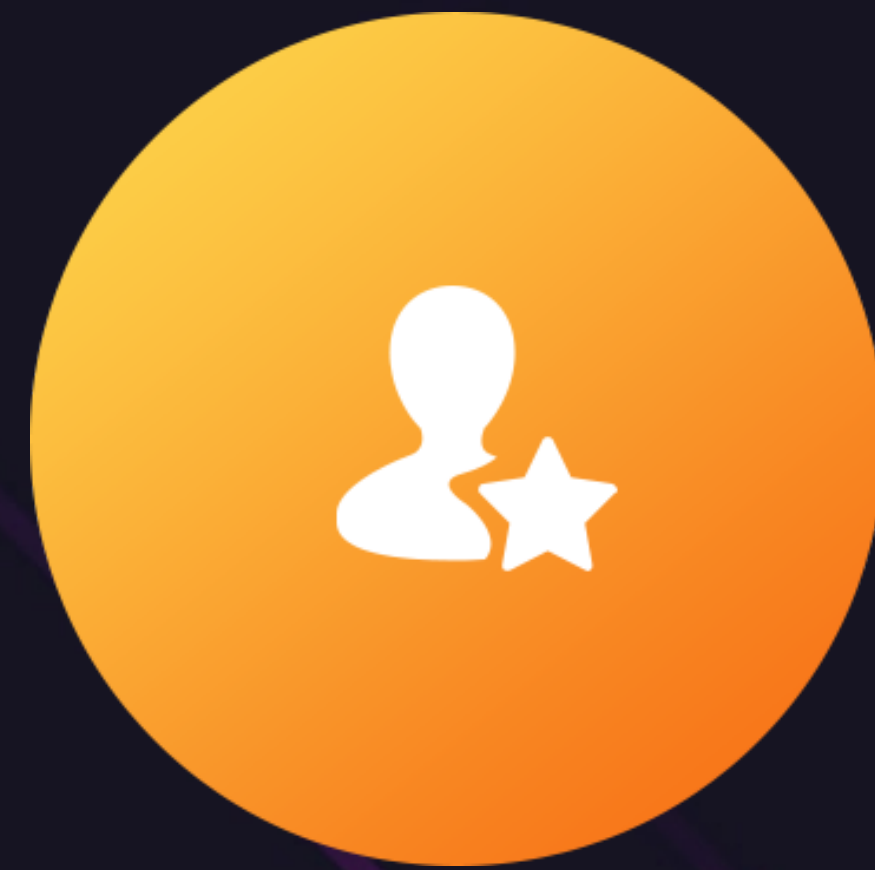
什么是短视频达人？



能创作优质短视频

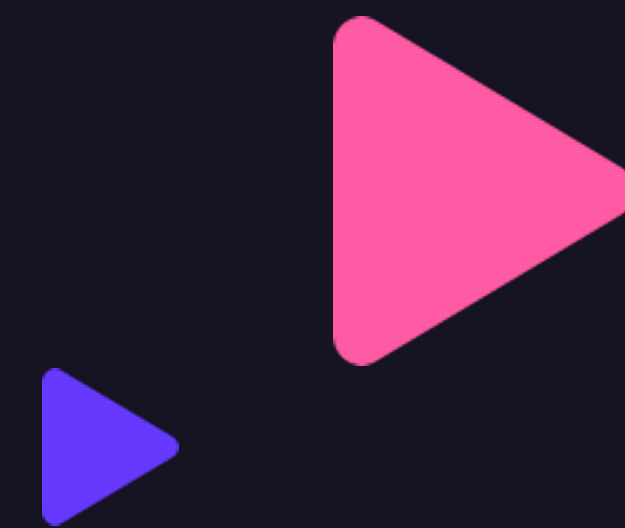


活跃在各大社交平台



拥有一定量的粉丝

短视频达人 都是一群什么样的宝宝？



短视频达人都是一群什么样的宝宝？

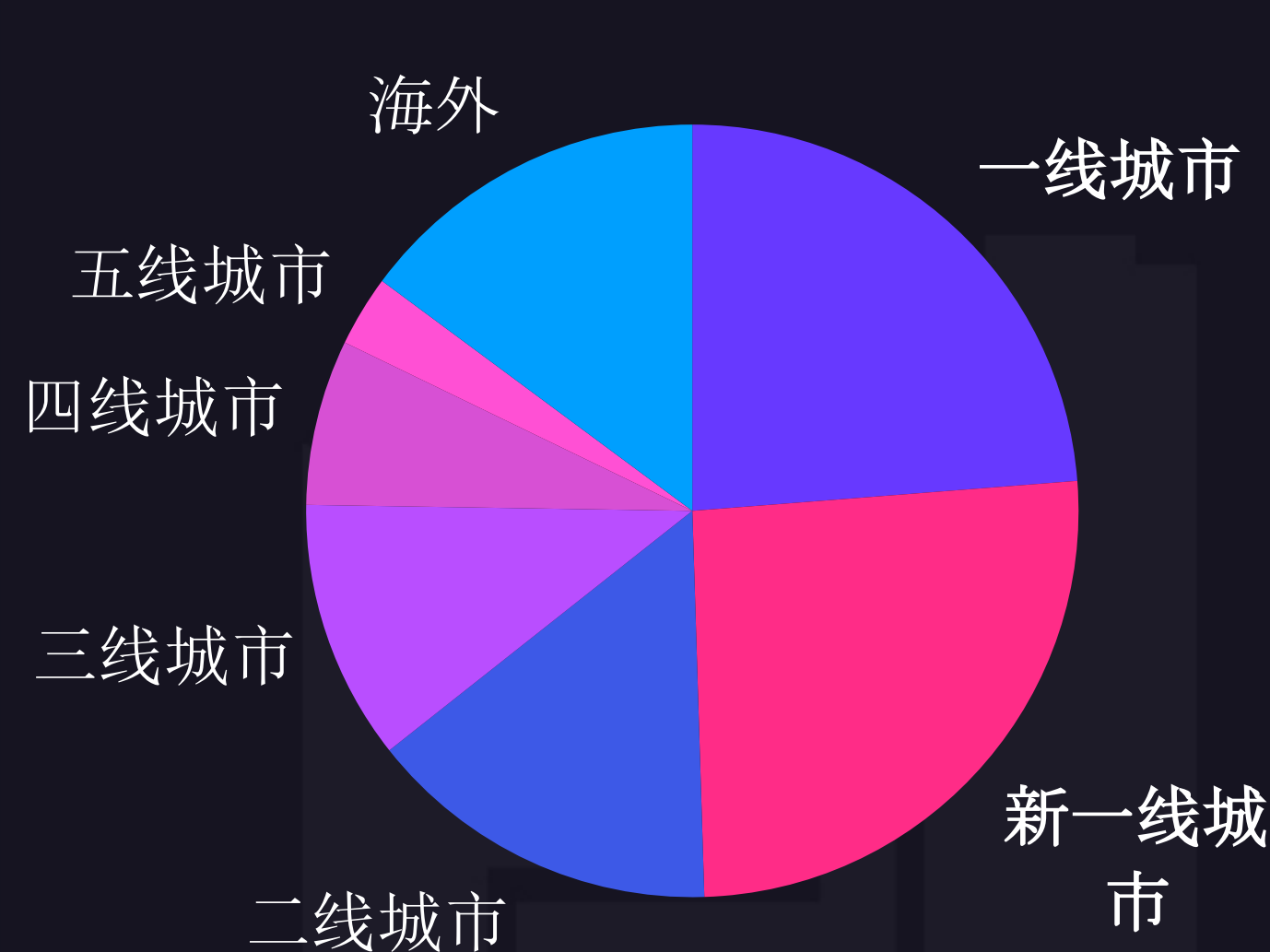
男34%

女66%

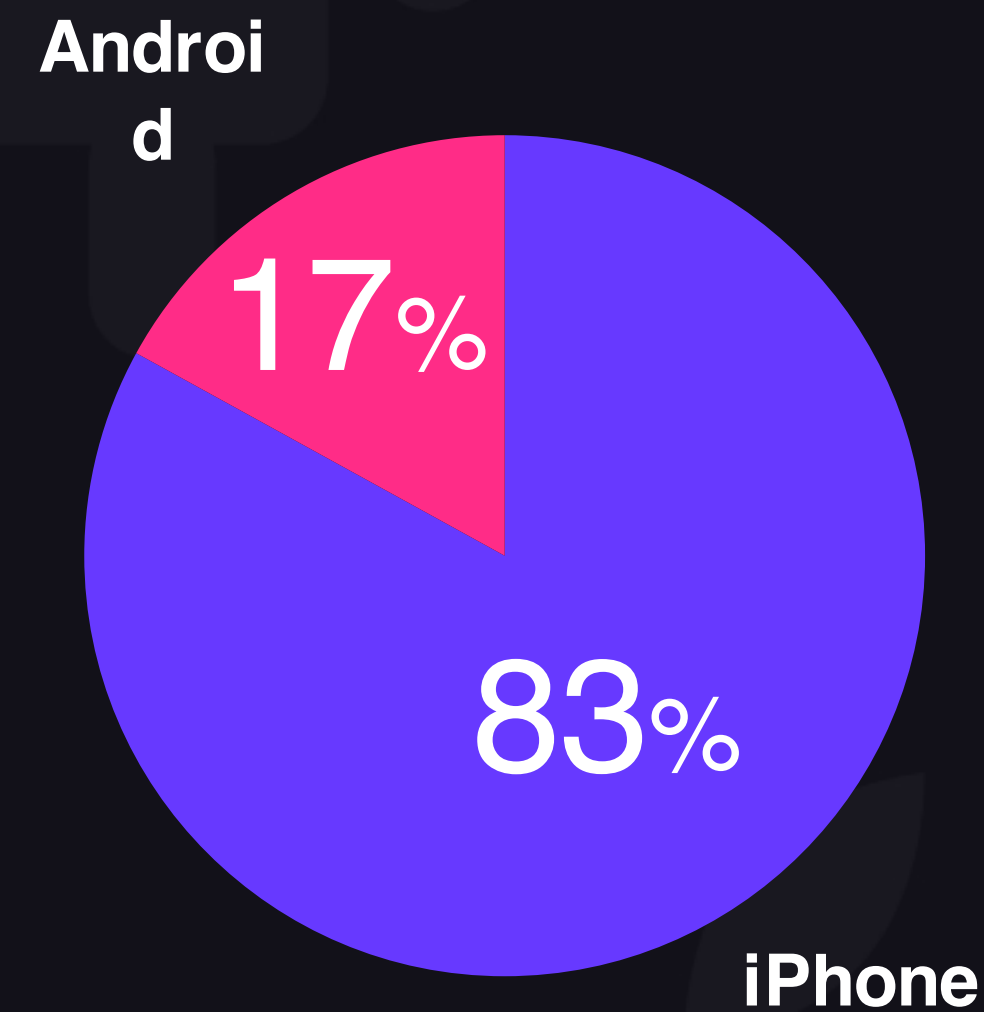
男女比例

23岁

平均年龄



城市分布



设备比例

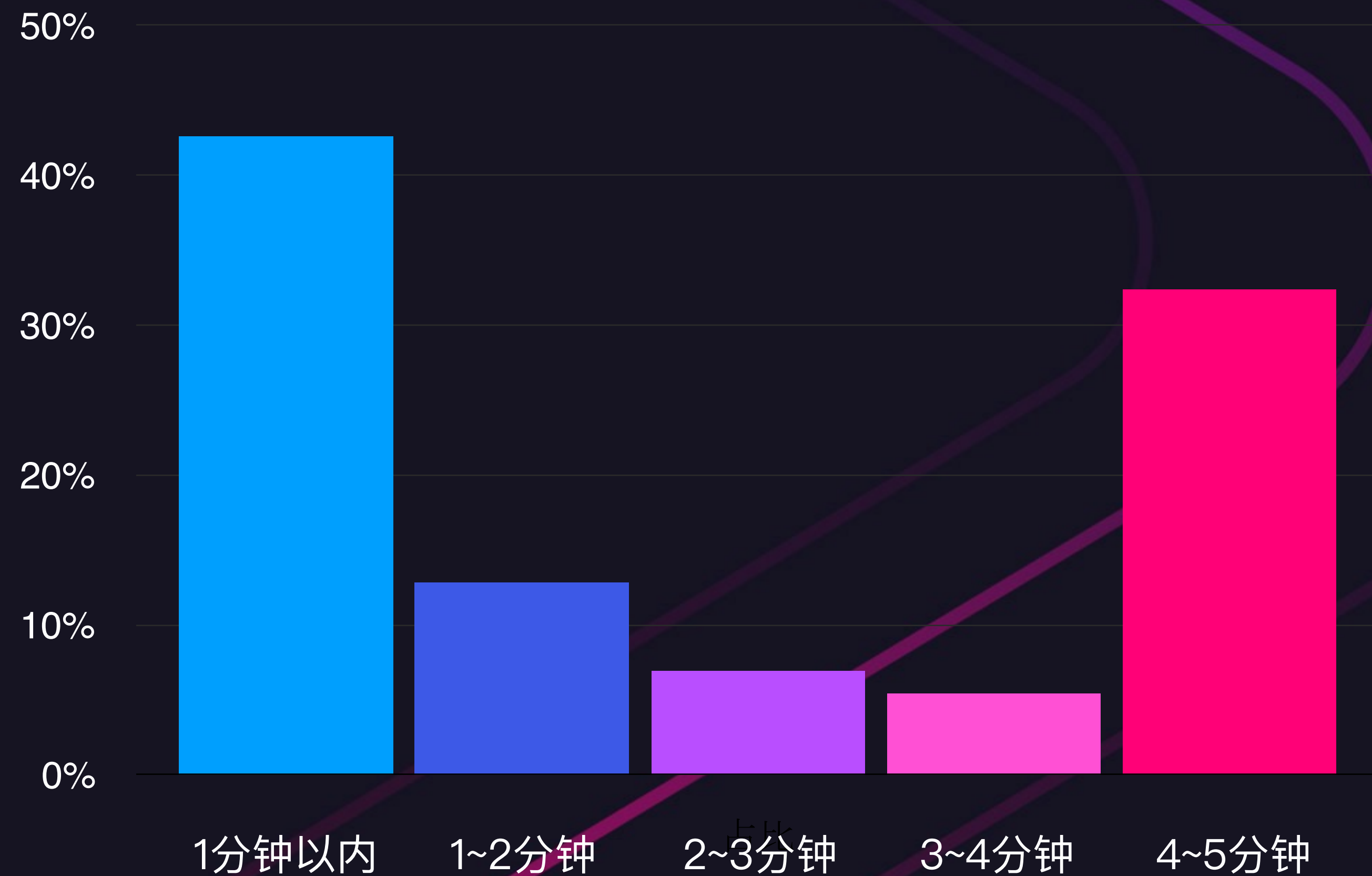
1 魔羯座

2 射手座

3 天秤座

TOP3星座

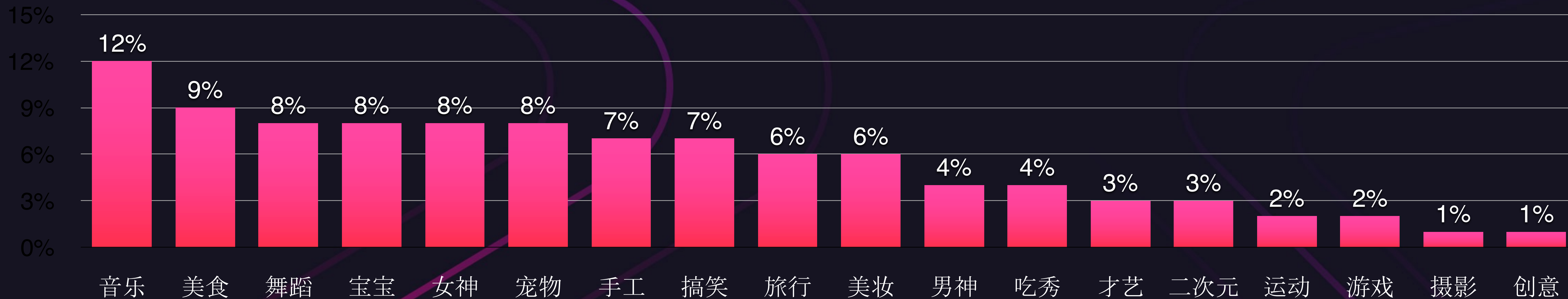
短视频达人作品时长分布



以上数据来自美拍大数据后台

- 达人产生的短视频主要为作品展示和生活日常，1分钟以内和4分钟以上占比最多；
- 1分钟以内是达人最常使用的创作时长，拍摄此时长的门槛较低，产量较高，主要以自拍、记录日常、搞笑段子等为主；
- 4~5分钟的长度，可以拍摄完整的故事、教程、舞蹈、音乐等等，也深受短视频达人喜欢。

各领域达人在美拍的比例



- 音乐达人数量最多，美食、舞蹈达人紧随其后；
- 宝宝和宠物达人仍为生活化视频的中坚力量，吃秀达人是美拍新崛起的达人群体。

达人在美拍的影响力

177万

总发布美拍数

933亿

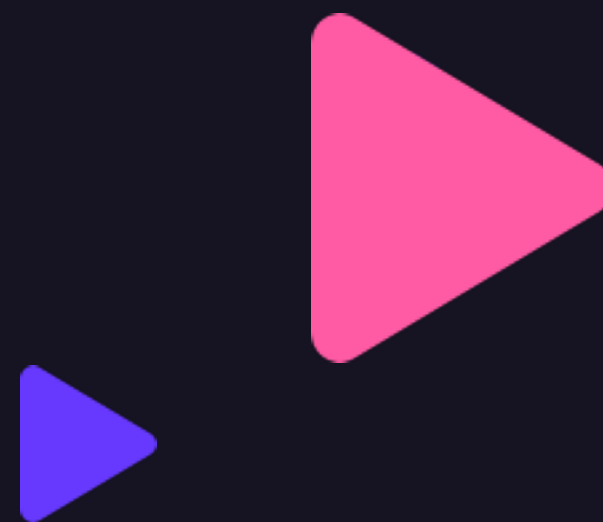
总播放数

26亿

总被赞数

以上数据来自美拍大数据后台

短视频达人 内容创作的趋势



短视频达人内容创作的趋势



强个人魅力



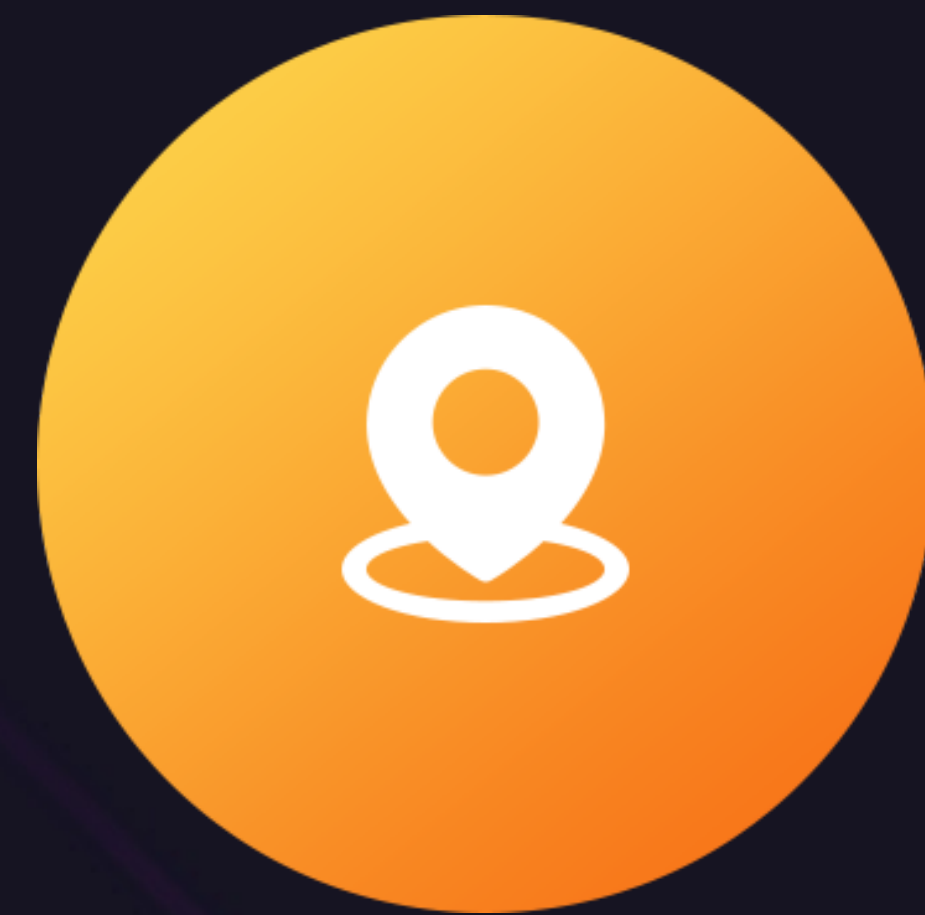
垂直品类更细分



给用户新鲜体验



帮用户节省时间



本地化

强个人魅力 - 鲜明的性格和观点

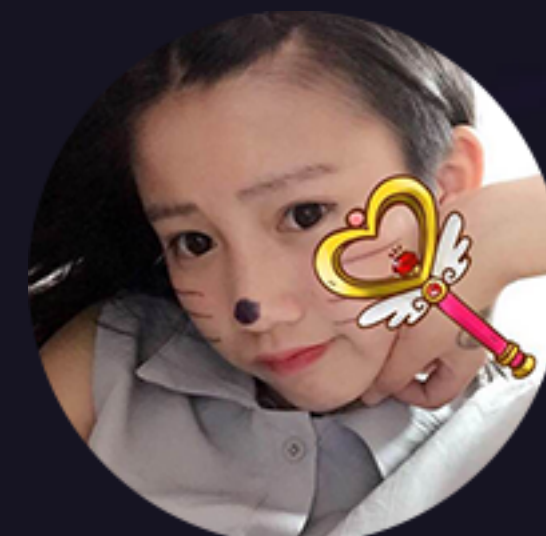
鲜明的性格和观点，成为短视频达人的个人魅力之一。许多达人会在视频中展示自己鲜明的性格，或从独特的角度去解读很多现象，深受粉丝喜爱。



papi酱



Kakakao-



幸猴儿



小白和蓉蓉



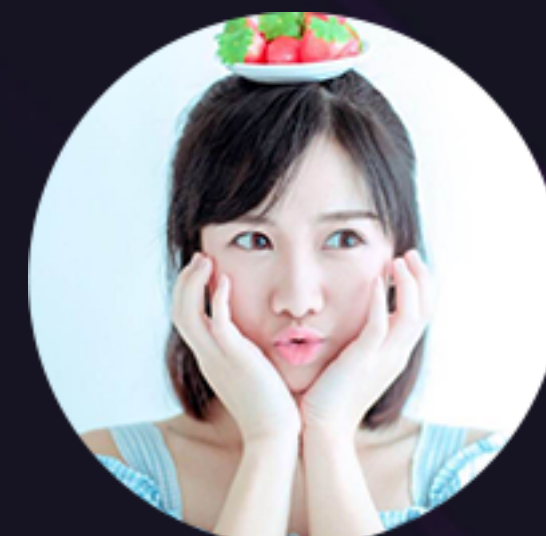
那对夫妻TheCouple



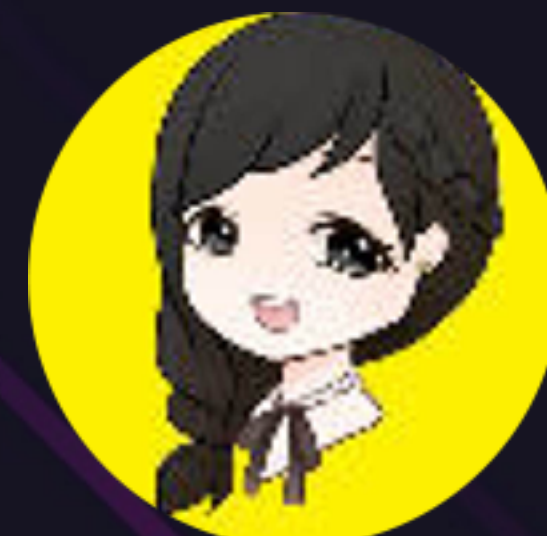
暴躁的男友



陈翔六点半



大胃王密子君



SOOZOYA



丢丢Miami

美拍2017年5月播放数TOP50达人中的10位，都有很强的个人魅力。（排名不分先后）

强个人魅力 - 更多粉丝互动

短视频达人还会与粉丝定期进行互动，比如：分享真实有趣的生活、粉丝福利、直播互动问答。不同于明星的遥不可及，短视频达人让粉丝感觉距离更近。



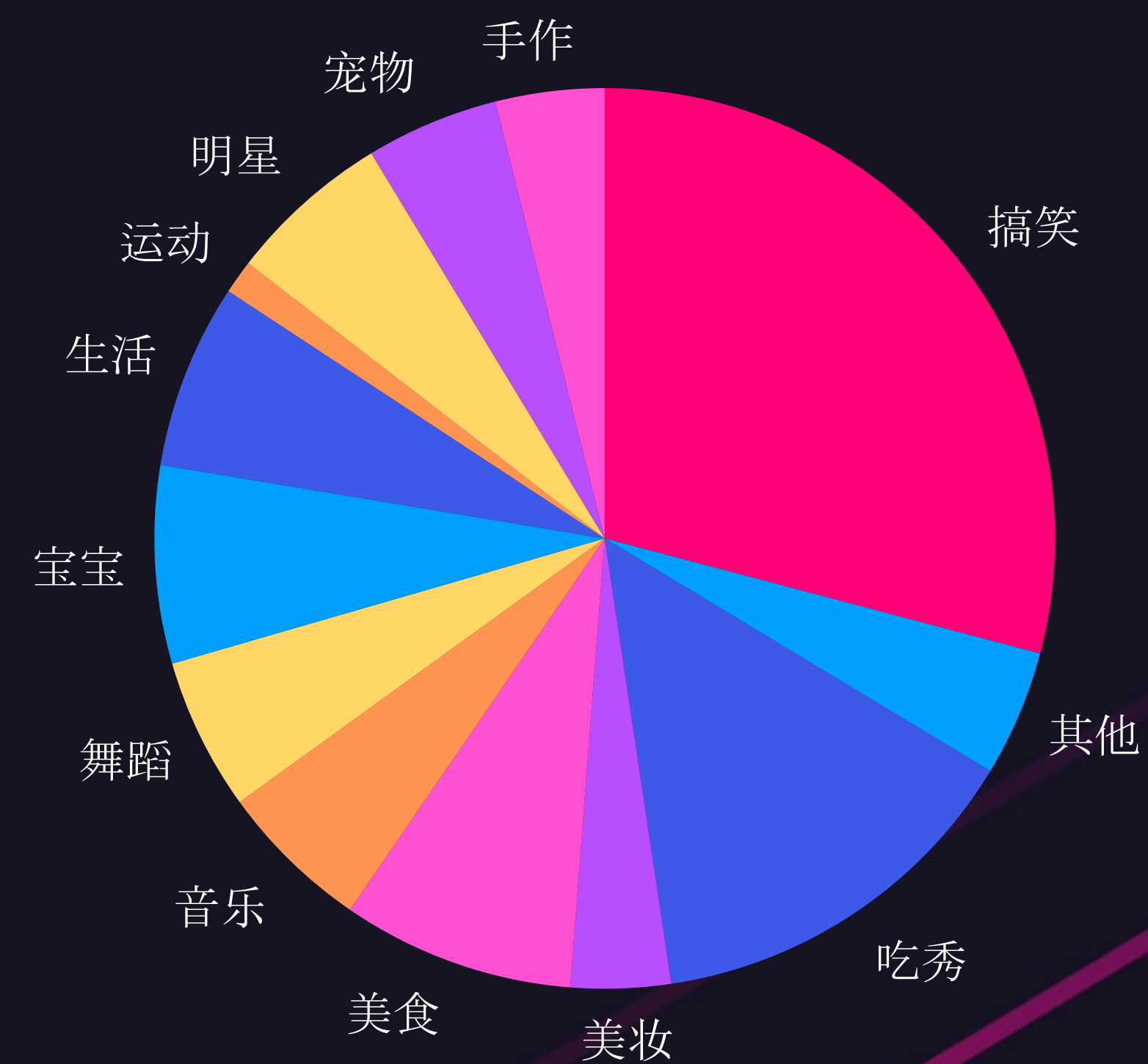
日常分享



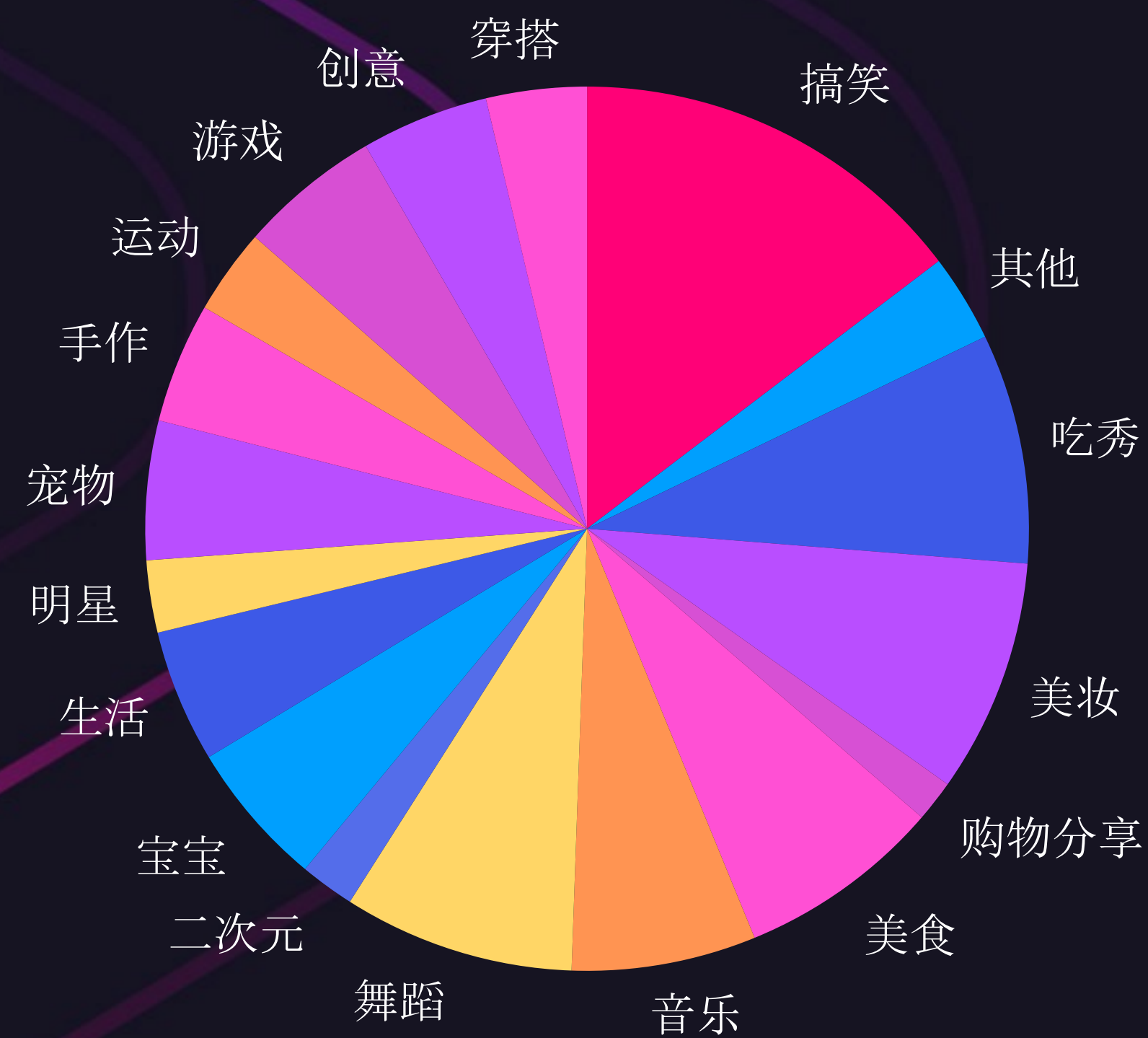
粉丝福利



直播互动问答



2016年美拍视频播放量分布

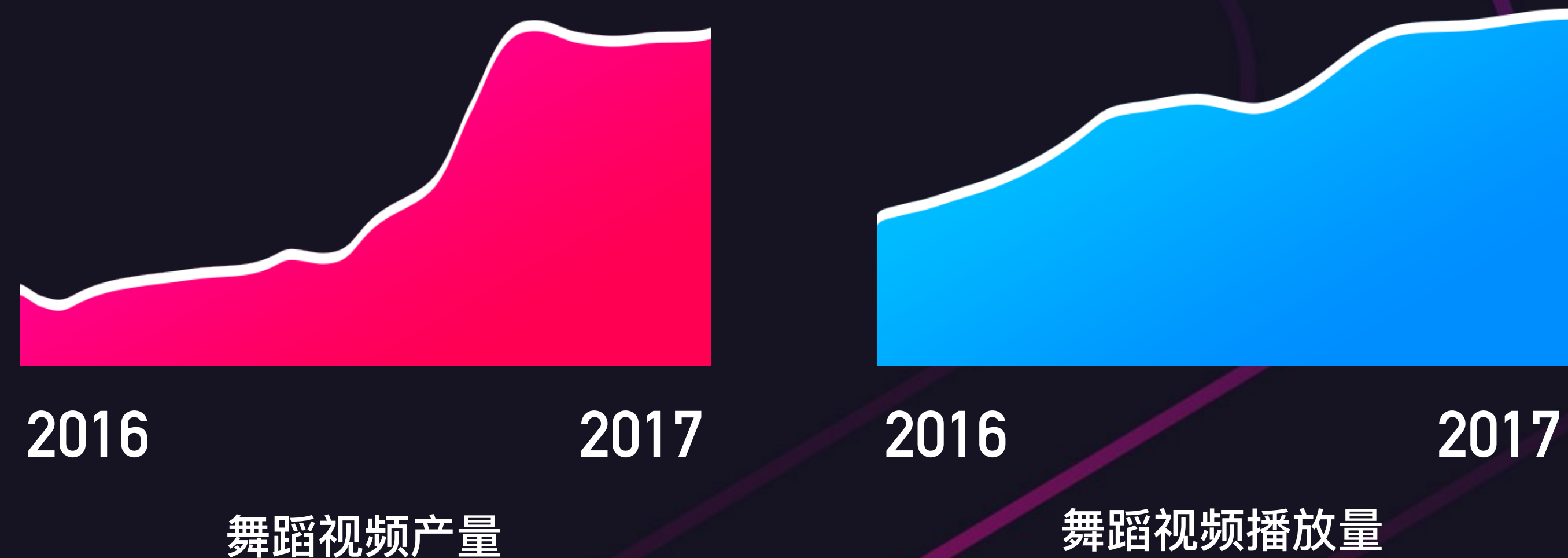


2017年美拍视频播放量分布

垂直品类更细分

相比2016年，2017年短视频内容的垂直类内容进一步丰富，出现了更小众更专业的垂直品类，例如游戏、穿搭、购物分享等，并且都获取了不少流量。

垂直品类更细分



以上数据来自美拍大数据后台

- 以舞蹈为例，2017年美拍舞蹈视频产量和播放量增长明显；
- 舞种的类型更加细分，如：拉丁舞、KPOP、爵士舞、Hiphop、肚皮舞、钢管舞等都出现了大量的短视频；
- 以舞蹈曲目聚合的话题也越来越多，如#Wee Woo#、#365fresh#、#samsara#、#river#。甚至在同个舞蹈曲目中，出现了镜面教学、背面教学、动作拆解、成果展示等更细分的内容；
- 面对垂直化的发展趋势，在某个行业垂直深入的短视频将有机会拥有更多更忠实的粉丝。

给用户新鲜体验

新榜最新一期视频榜中，办公室小野、冒险雷探长、背包去环游、李子柒美食、野食小哥，因为给观众提供了新鲜的体验而获得不少关注和播放量。



李子柒美食

以原始简单的方式获取食材并做出美食
总播放量达 2亿



办公室小野

办公室取材，脑洞极大
总播放量达 9150万



冒险雷探长

自拍环球冒险旅行
总播放量达 1.3亿

帮用户节省时间



5分钟看懂一部电影



5分钟看懂一部小说

- 将电影、小说、电视剧等观看时间较长的内容，取其中精华进行剪辑加工，形成可以让用户快速消费的短视频，也受到大量用户的追捧，比如@谷阿莫、@小片片说大片；
- 未来还会出现更多将长内容简化为短视频的创作者。

本地化



@nG家的猫



@大连老湿王博文

- 美拍达人@NG家的猫，内容充满“武汉味”，经常使用武汉方言拍摄短视频，引起了大量武汉网友的共鸣。武汉的文化和本土方言就这样通过NG的视频传递给了更多外地朋友；
- 美拍达人@大连老湿王博文，用大连话神还原了各种爆笑场景，比如课堂上的老师与学生，家庭中的父母与孩子等，在短视频界爆红；
- 地域特征强烈的短视频达人，有机会带来一些细分的本地化内容消费需求。

3

短视频达人 变现方式趋势

短视频达人变现趋势



创意植入广告



内容与电商结合



创立自主品牌

从传统硬广到创意植入广告



创意植入广告成为主要变现方式

传统硬广

VS

创意植入广告

制作

团队拍摄、周期长、成本高

个人拍摄、快速产生、制作灵活

内容

消费者容易排斥

贴近用户、广告与内容完美结合

效果

渠道成本高、转化率低、效果不可视

有粉丝基础自带传播、广告数据一目了然

短视频达人的创意广告一条龙提供脚本、拍摄、剪辑和渠道服务，获得品牌主青睐，成为短视频达人的重要变现方式。

短视频达人创意植入广告案例



@喵大仙带你停药带你菲
为卡卡贷APP定制的美拍短视频广告
720w播放, 22w点赞



@刘阳Cary
为echo回声APP定制的美拍短视频广告
600w播放, 12w点赞



@Papi酱
为肯德基定制的美拍短视频广告
646w播放, 20w点赞

美拍M计划 - 帮助达人更好的做内容植入



- 美拍M计划是连接短视频达人和品牌方的广告合作平台。
- 当品牌方有推广需求时，在美拍M计划发布需求贴，M计划会给品牌方推荐匹配的达人资源，并有专业的营销团队定制内容的植入方案。在内容广告投放后，系统跟踪和分析传播数据，帮助达人和品牌方更好的了解推广效果。
- 美拍M计划官方网站：m.meipai.com

内容与电商结合

依赖平台
分配流量

优质内容
受众精准
个人魅力

依靠粉丝
自带流量

好的内容 + 好的商品 = **引爆**

短视频达人电商变现案例



时尚博主 @张沫凡
护肤品 · 年收入千万



全职太太 @钢铁星仔
厨具 · 月入上万



初中生 @韩妮阿韩妮
黏土手作 · 月入上万

美拍边看边买功能 - 帮助达人更好的做电商变现



- 支持直播和短视频，提供更好的观看体验和更流程的购物流程
- 商品获得更大的流量曝光，内容质量越高销量越大

创立自主品牌



随着短视频达人个人IP的形成，越来越多的短视频达人开始不满足于帮其他品牌做代理，而是开始创立自己的品牌。

自主品牌案例



Michelle Phan (美妆博主)

从业余彩妆爱好者到全美最受欢迎美妆博主
创立自己的彩妆品牌



Pony (仿妆达人)

从仿妆技巧逆天的彩妆达人到韩妆女王
创立自己的彩妆品牌Pony



HoneyCC (时尚达人)

从一个时尚舞蹈女孩到美拍百万粉丝女神,
创立自己的美妆品牌HoneyCC

4

短视频达人的未来



短视频达人的影响力正在超越明星

美国杂志《名利场》进行了一项青少年最钟爱明星的调查，前20名里，YouTube中观众订阅数和视频观看次数排名前10的短视频达人名列其中。

娱乐圈的趋势

明星“达人化”

热衷于
用短视频表达

内容趣味性提升
不单靠颜值

粉丝的互动增强
明星走向大众

明星与短视频达人 之间的界限 越来越不明显



内容更有趣
人格魅力提升
增强互动，明星走向大众

粉丝粘性强
影响力提升
品牌青睐，变现能力高

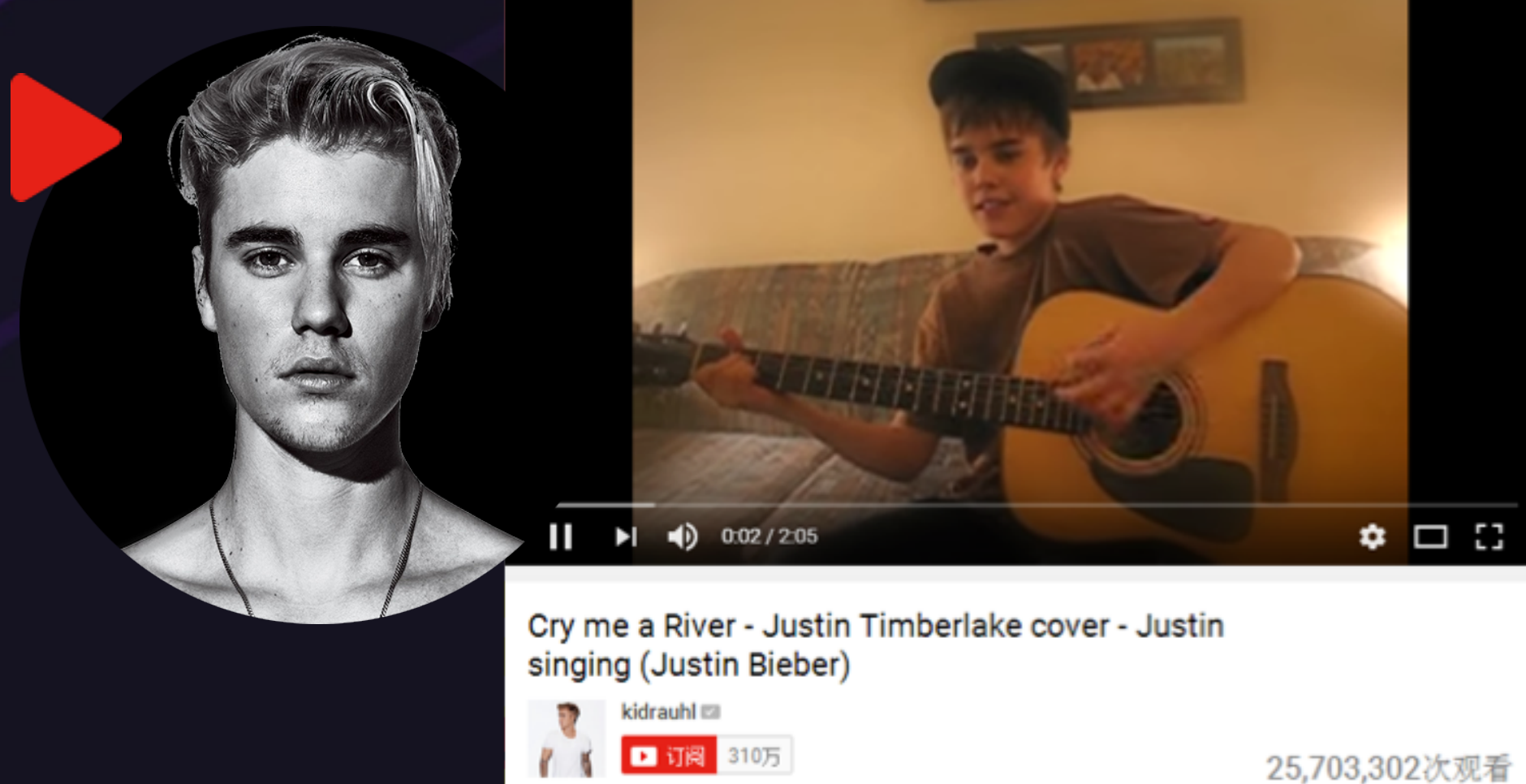
达人的未来，
各自领域的“明星”

短视频达人 进入娱乐圈

大量的短视频达人成名后，
将进入娱乐圈发展。

| Justin Bieber

2007年在YouTube上传了翻唱歌曲的影片，
2008年被经纪人在YouTube发现，随后被亚瑟小子培养进入歌坛，
现已发行多张专辑，并获得许多奖项。



| TFBOYS

早期因上传唱歌视频而走红全网，2013年8月6日正式出道，
发布唱片，
随后几年内参与电影、电视剧演出，并荣获各类奖项，变身国民小鲜肉组合。



短视频达人 进入影视行业

未来大量短视频达人，会从事视频相关职业。

| 叫兽易小星

2006年把自己打游戏的过程录下配上解说，放在网络上，引发大量关注，收获了一大批粉丝。现在是著名导演，新媒体影视公司万合天宜的创始人之一。万合天宜现已估值过亿，《万万没想到》大电影票房3亿。



| Shane Dawson

来自美国加州的YouTube网红、演员和制片人。在网络上拥有千万粉丝，擅长制作有故事情节的视频内容，创造并扮演了很多不同个性的角色，2010年因上乘的内容制作荣获美国网络电视大奖。



短视频达人 深耕垂直领域

未来会出现更多垂直化短视频达人，
并在各自领域取得成绩！

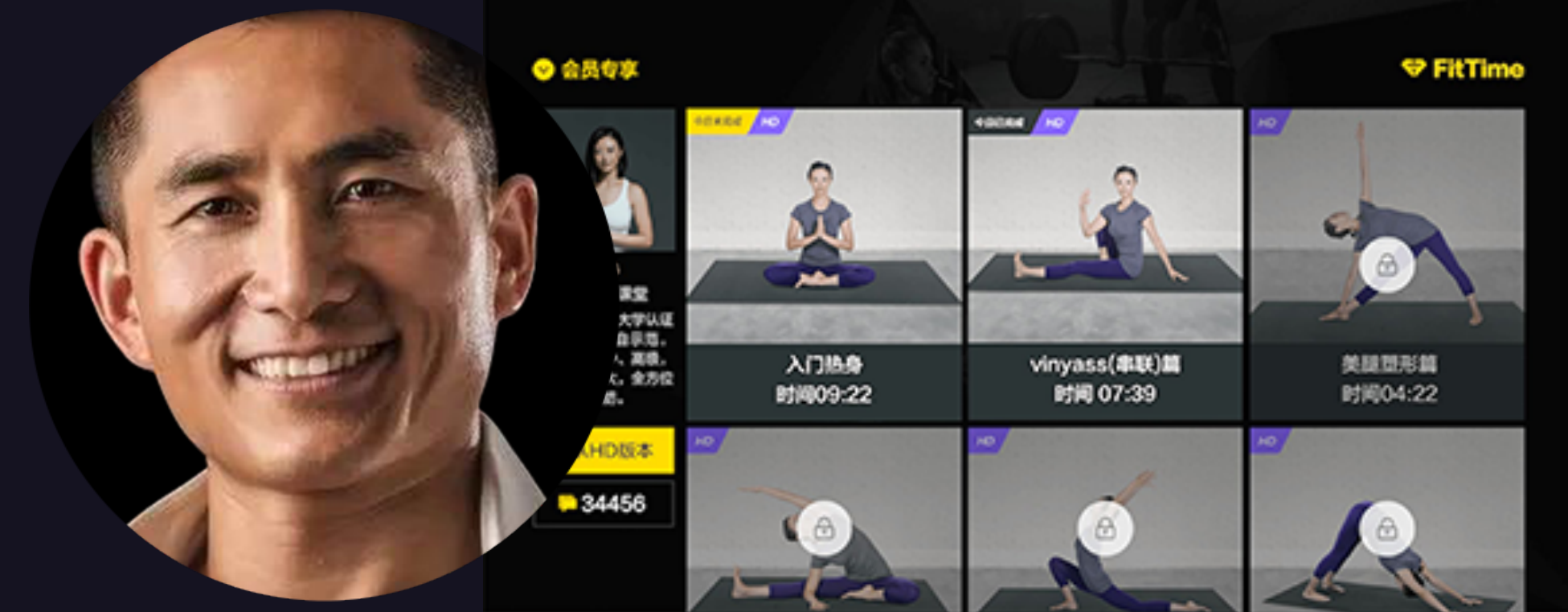
Rosanna Pansino (美食达人)

Youtube美食达人，教大家如何制作各种美食，制作了点击率第一的烘焙视频教程。出版烘焙图书《The Nerdy Nummies Cookbook》。年收：250万美元。



凌云 (健身达人)

2014年开始做健身教学视频，至今已拥有110万粉丝；2015成立了FitTime即刻运动，FitTime APP获得“体育大生意年度评选”最佳体育APP，并获数千万元投资。

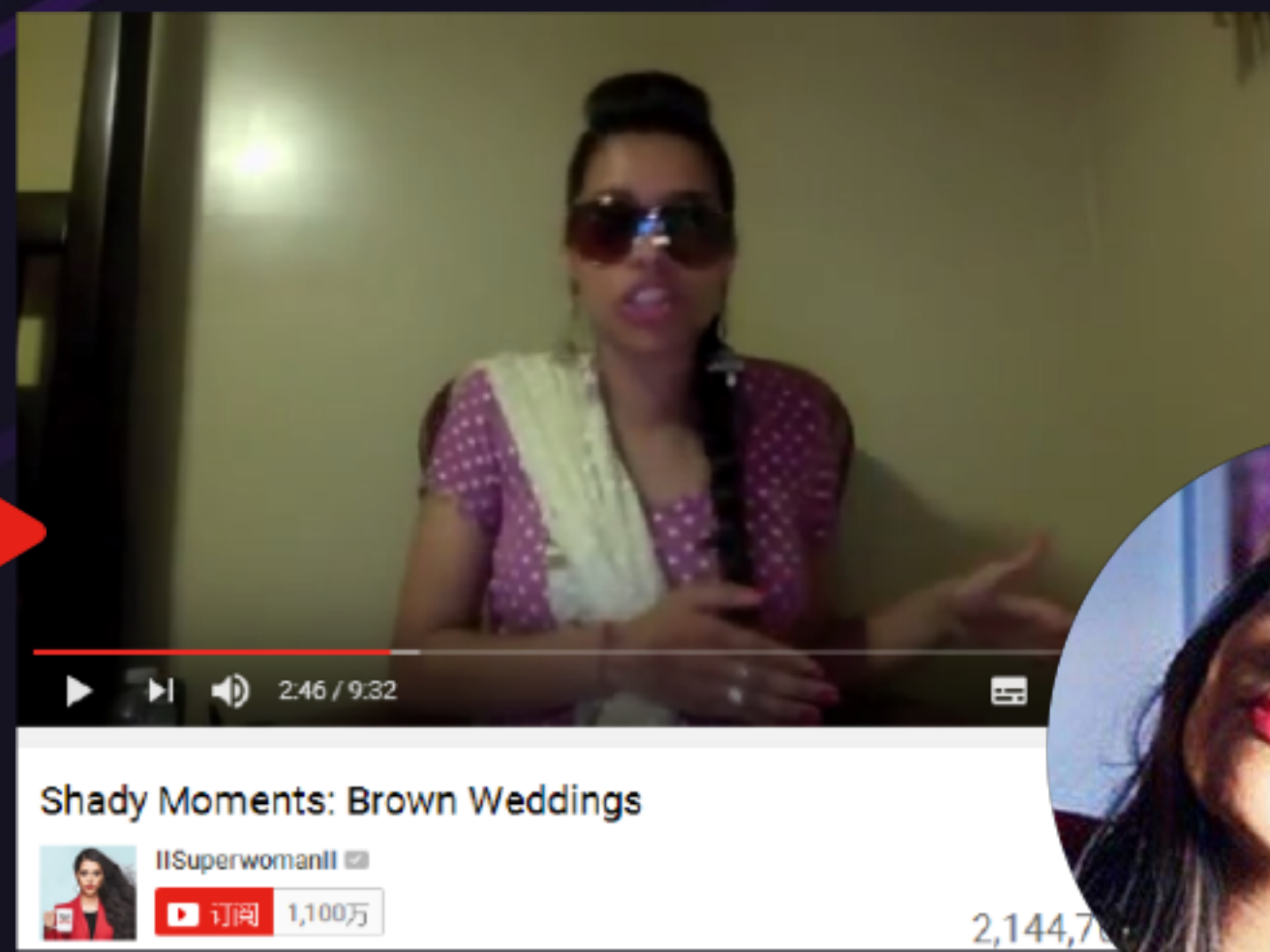


短视频达人 变现方式更多元

未来短视频达人的变现方式会不断增加，
同时变现能力不断提高。

| Lilly Singh

Youtube喜剧达人，视频超过8亿点击。
2015年进行了世界巡回演唱会，在全世界27个城市都举办了公演。2016年获得最佳网络女星、最佳互联网喜剧明星奖。
年收入达到750万美元。



| PewDiePie

美国人气最高的主播之一，粉丝数超5500万。
推出了以自己为主角的游戏《PewDiePie: Legend of the Brofist》，并取得了不错的表现。
年收入达到1200万美元。

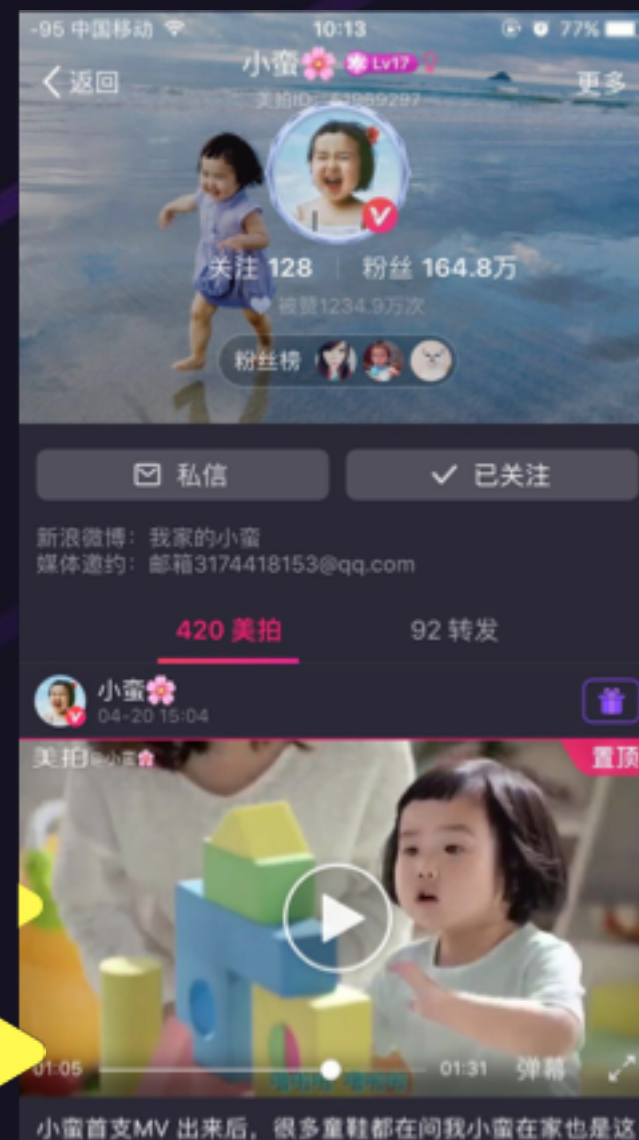


短视频达人 全民化

未来人人都有机会变成短视频达人。

小蛮

超萌小吃货，视频播放量破亿，
靠直播吃饭成为“世界最小网红”，萌翻网友。
登上了《天天向上》的舞台，并接下知名品牌的广告代言。



Helen Van Winkle

美国肯塔基州的87岁网红奶奶！！
靠着摩登时髦的穿搭摄影，在IG上斩获2百万粉丝，
成为女性力量的象征，或许也是全世界最年长的网红。



Thank you!

