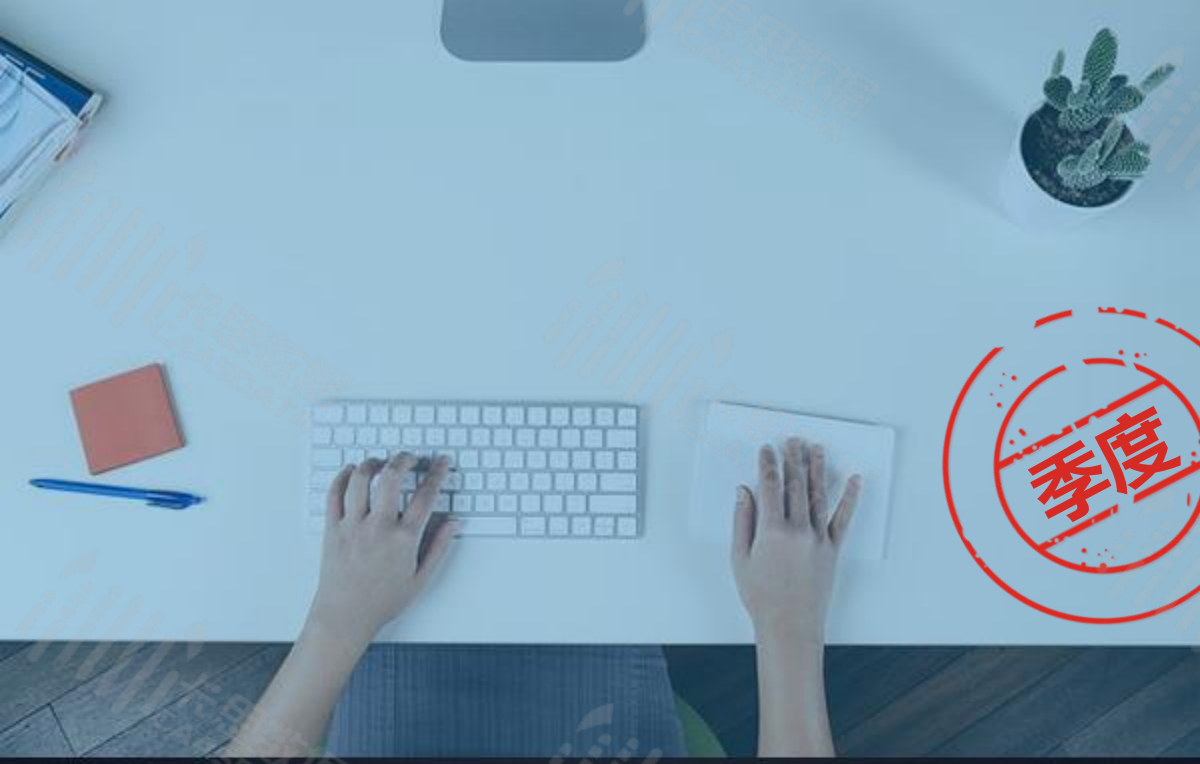



# 短视频KOL红人季度深度分析

——2019年Q2

卡思数据 CAASDATA

# 卡思数据核心观点

- 2019年Q2，全网红人总量小增 4%，但因为活跃度的降低，活跃红人反而有所下降。
- 活跃红人中，高粉丝的红人增速依旧在 5%以上，但粉丝10-30w的减少较多。
- 抖音、B站粉丝质量相对平稳，互动大涨，其他平台恐都需要更多的手段吸引用户参与。
- 搞笑、小哥哥、音乐舞蹈、小姐姐四个大类仍然领先，但领先的优势总体在缩小中，内容上都出现了一些疲态。影视娱乐和生活休闲类本季大涨，尤其是前者，暑期前已经起势，Q3可能和去年一样数据向好。

## 抖音

- 抖音所有类别几乎全线上涨，其中 16个涨幅超过了两位数，更是有 9个分类已经连续两个季度都在提升。
- 4个类别全行业非常强势。搞笑、小哥哥等全行业的热门分类，在其他平台同类内容多数下跌的情况下，抖音逆势全部上涨。
- 汽车、运动健康等小分类增长幅度较大，呈现用户需求端的多元化。

## 快手

- 整个平台相对上季稍有下滑，但上涨的类别其实更多，“小”类别的提升仍然显示着内容多元化的趋势不可阻挡。
- 3个类别在全行业非常强势，但搞笑和小哥哥类，本季遇到瓶颈，降幅稍有明显。

卡思数据 CAASDATA

# 卡思数据核心观点

## B站

- B站整体趋势向上的动力仍然明显。
- 综合实力最强、最有特色的分类几乎都在上升，这个平台的内容虽然也在多元化，但和抖音快手这些大平台不同，它明显更能突出优势进行“聚焦”。
- 游戏类在暑期前就开始大幅扩张，很可能在下一季度，“以点带面”的带动整个平台增长。

## 美拍

- 本季美拍几乎所有分类都在下降，仍然趋势下降中。
- 音乐舞蹈、搞笑这些全平台热门内容都降幅较大，使得美食类连续两季在这个平台蝉联榜首。

## 秒拍

- 秒拍多数类别变动不大，整个平台相对平稳。
- 时尚、娱乐类在这个平台综合实力很强，占据三强中的第一、第三。
- 影视分类，本季虽有 10%的增幅，但距离去年暑期的最强势时期仍然很远。

卡思数据 CAASDATA

# KOL红人总体概况

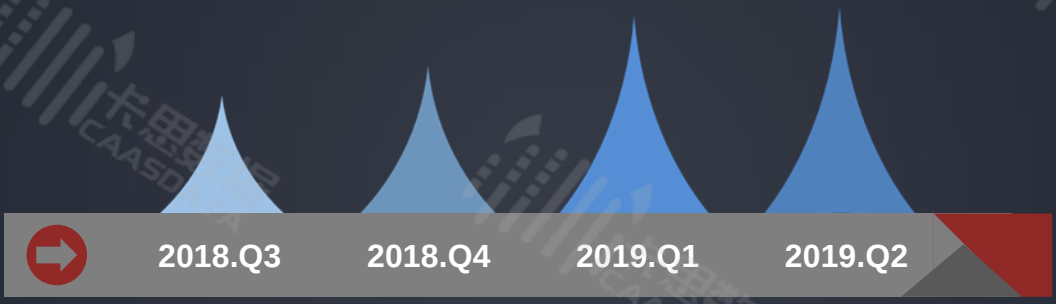
卡思数据 CAASDATA

# 2019年Q2，全网红人总量停下大幅扩张的脚步，但高粉红人增速仍超过 5%

- 2019年Q2，全网红人数量停下了大幅扩张的脚步，相对来讲变化不大。其中红人总量虽小增 4%，但由于活跃度下降了 6%，活跃红人数量反而小降 3%。
- 但值得注意的是，活跃红人的减少主要集中在粉丝 10-30w的红人中，粉丝较高的红人增速依旧在 5%以上。

## 红人数量*变动趋势

本季变动： +4%

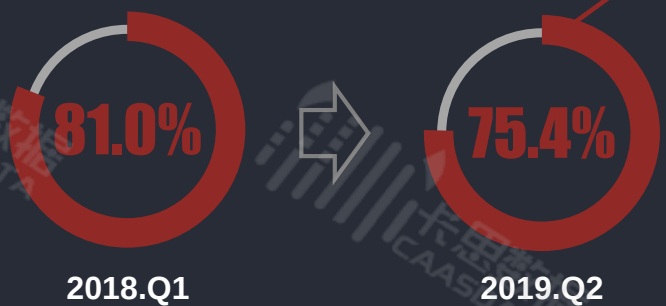



## 活跃红人*数量变动趋势

本季变动： -3%

## 活跃度变动趋势

本季变动：
-6%

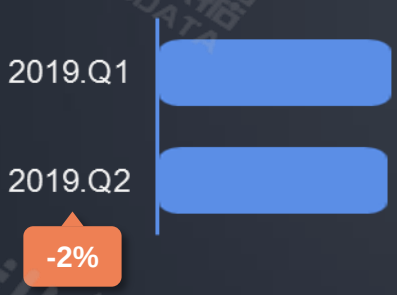



注：1、红人数量：卡思数据经过全面客观的价值评估得出，粉丝量在 10W以上的KOL红人更具商业价值，因此此报告中红人数量的核算口径均为粉丝超过10w的红人；2、活跃红人：30天正片数不为0。

# 除抖音、B站外，各平台互动数据均在下滑。平台恐需更多手段吸引用户参与

- 粉丝质量：总体和上季相比小降 2%，且所有平台均在下滑中。其中排名前两位的B站、抖音降幅稍小。
- 集均评论：和上季相比小增 3%，但细分平台来看只有抖音上升，其他平台都在下降。各平台可能需要一些产品和运营上的优化，来吸引用户更多的参与其中。
- 集均点赞：点赞数据已经连续两个季度环比增长。但细分平台来看，除B站、抖音大幅上涨以外，其他平台也都处于下行通道。

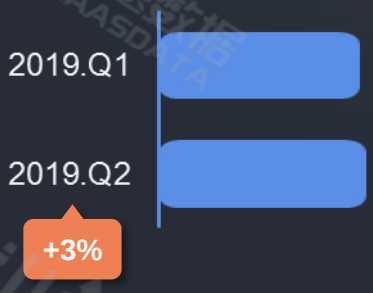
## 红人平均粉丝质量




其中：

| 排名 | 平台 | 增幅(%) |
|---|---|---|
| TOP1 | - | - |
| TOP2 | - | - |
| TOP3 | - | - |

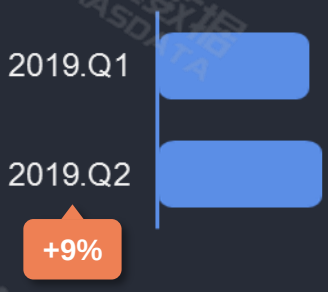
## 红人集均评论




其中：

| 排名 | 平台 | 增幅(%) |
|---|---|---|
| TOP1 | 抖音 | 8% |
| TOP2 | - | - |
| TOP3 | - | - |

## 红人集均点赞



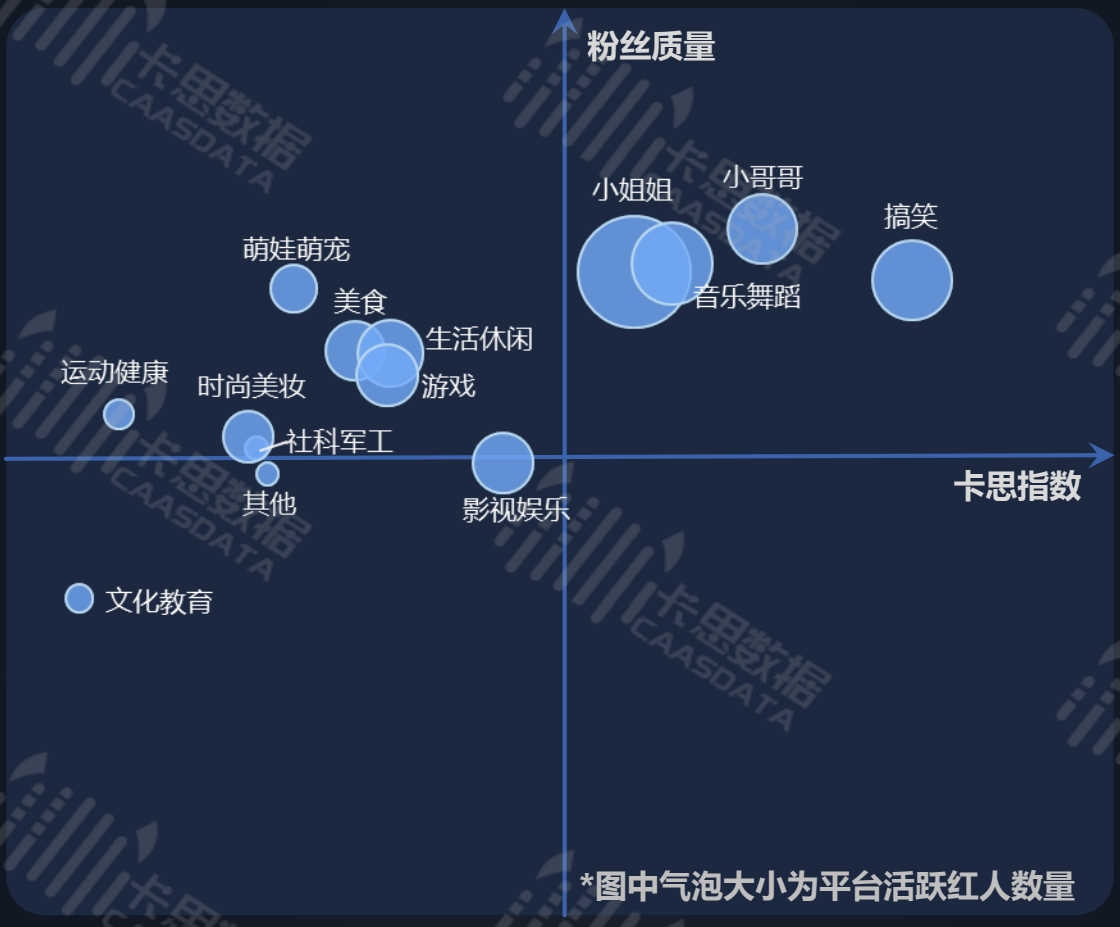

其中：

| 排名 | 平台 | 增幅(%) |
|---|---|---|
| TOP1 | B站 | 19% |
| TOP2 | 抖音 | 11% |
| TOP3 | - | - |

# KOL红人分类现状

卡思数据 CAASDATA

# 2019年Q2，相比上季 4个类别卡思指数上升，7个下降，3个保持平稳




| | |
|---|---|
| ⬆ | 影视娱乐、社科军工、生活休闲、其他 |
| ⬇ | 小哥哥、搞笑、游戏、音乐舞蹈、美食、时尚美妆、萌娃萌宠 |
| ➡ | 运动健康、小姐姐、文化教育 |

***和上月相比，指数变动在 0.2以内的类别，认为基本持平。**

**注：1、卡思数据的红人卡思指数，是表征不同类别的红人当前时期市场热度的综合指数。涵盖了红人的数量、活跃度、优质红人规模、粉丝质量、粉丝活跃度等多个维度。其卡思指数越高，代表这个时期这个类别的红人受到的综合关注度越高，商业化潜力更大。**

**2、红人类别已根据不同平台的分类规则进行了聚合。如“音乐舞蹈”，已经聚合了不同平台中“音乐”、“舞蹈”、“说唱”等。**

# 搞笑类、小哥哥、音乐舞蹈、小姐姐四类仍然行业领先，但优势在逐步缩小

- 2019年Q2，分类别的卡思指数跌多增少。14个细分类中，影视娱乐等 4个类别环比上升，小哥哥等 7个类别下降，其他 3个类别则相对平稳。
- 搞笑、小哥哥、音乐舞蹈、小姐姐仍是行业最领先的四个类别，但本季除小姐姐外，其他三个类别卡思指数都有 10%以上的下滑，领先的优势在逐步缩小中。经过了一年多的快速的爆发，小视频不管供给端还是需求端，都更加需要内容的多元化。

- **领头类别**：搞笑、小哥哥、音乐舞蹈、小姐姐这 4个分类，卡思指数仍然领先，但巨大的优势正在逐步缩小中。尤其是小姐姐类，和后面的差距已经很小——

| 领头类别 | 卡思指数 | 红人数量 | 粉丝质量 | 活跃度 | 互动度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 搞笑 | | | | | |
| 小哥哥 | | | | | |
| 音乐舞蹈 | | | | | |
| 小姐姐 | | | | | |

- **搞笑类**：卡思指数持续排名行业第一。除互动和活跃度外，其他指标都居行业前三，综合实力仍然绝对领先。但和上季相比，卡思指数下降了 13%，其中互动数据和活跃红人数量下降最为明显。搞笑类，在同一水平上持续更新始终都是难点，提升红人活跃度，以及加强内容质量吸引观众参与互动，是重中之重。

**领头分类：红人卡思指数高，粉丝质量高，且红人数量较多的分类。即，在行业内规模大、观众热情高的类别。**

# 继小姐姐和音乐舞蹈类之后，小哥哥类也呈现一定的疲态，内容似接近饱和

- **小哥哥类**：卡思指数持续排名行业第二。但和前几季所有指标均能进入前三相比，本季这个类别在红人数量、头部红人、高粉丝红人规模上都跌出三甲，卡思指数相比上季也大幅下滑 23%，数据稳定性出现明显松动。从Q2的数据来看，小哥哥类在红人数量和互动上下滑都比较明显，其他数据变化不大，在内容的强竞争中，处于不进则退的态势。继小姐姐类之后，“颜值控”的粉丝对待小哥哥类也呈现出一定疲态。

- **音乐舞蹈类**：继上季卡思指数环比下降 8%后，本季再度下滑 11%，和第四名小姐姐类的差距已经微乎其微。音乐舞蹈类相比上季，所有指标均呈现虽然幅度不大但都在下滑的态势，从目前的来看这个类和小姐姐一样，已经触达观众观看兴趣的天花板，内容已经接近饱和。

- **小姐姐类**：和上季相比卡思指数小降 3%，各项指标和音乐舞蹈类相同，也呈现虽然幅度不大但都在下滑的态势。最近小姐姐类的下降幅度已经趋缓，似乎已经达到供给和需求的一个暂时平衡点。这个类，目前除了红人数量和红人活跃度外，其他的指标均需加强，和其他类相比，已经没有什么优势可言。

**领头分类：红人卡思指数高，粉丝质量高，且红人数量较多的分类。即，在行业内规模大、观众热情高的类别。**

# 影视娱乐和生活休闲两类本季卡思指数大涨，综合实力提升明显

| 潜力类别 | 卡思指数 | 红人数量 | 粉丝质量 | 活跃度 | 互动度 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 影视娱乐 | | | | | |
| 生活休闲 | | | | | |

- **影视娱乐类**：和上季相比卡思指数大涨 74%，极速窜入行业第五位，在还没有进入暑期的时候，已经呈现不可抑制的爆发状态。本季的影视娱乐类，除优秀红人规模及红人活跃度外，其他指标均大幅提升，整个类别骤然“翻红”。但从整体来看，这个类别红人的整体活跃度仍然偏低，在互动上也有更多提升的余地。即将到来的暑期，这个类别可能和去年一样数据向好。

- **生活休闲类**：和上季相比，卡思指数大涨 21%，排名行业第六。生活休闲类本季多项指标大涨，整个类别也很“欣欣向荣”，观众除了单纯泛娱乐的需求，对于内容的观看也明显的更加多元化，生活类内容外延较广，有一定的机会存在。这个类目前在优秀红人的规模上相对偏小，红人的活跃度也有待加强。而且暑期马上到来，“无敌”状态的游戏类可能会在下季大涨，生活休闲类 Q3的排名应会下滑。

**潜力类别：红人数、粉丝质量均较多，卡思指数有一定的发展空间的类别。**

# 社科军工类连续几季卡思指数增幅很大，但仍排名倒数发展性依然不足

| 其他类别 | 卡思指数 | 红人数量 | 粉丝质量 | 活跃度 | 互动度 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 美食 | | | | | |
| 其他 | | | | | |
| 游戏 | | | | | |
| 萌娃萌宠 | | | | | |
| 社科军工 | | | | | |
| 时尚美妆 | | | | | |
| 文化教育 | | | | | |
| 运动健康 | | | | | |

- **社科军工类**：本季卡思指数提升 41%，增幅仅次于影视娱乐。这个类已经连续几季都在增长，但目前卡思指数仍仅排名倒数第四，整体发展性依然不足。

- **其他 6个类别**：除“其他”类别外，表中其余的 6个类别中仅有运动健康类卡思指数小增 5%，另外的 5个类别卡思指数都在下跌，且跌幅都在 10%以上。

# 影视娱乐类卡思指数、粉丝质量上都提升明显

## 总跃升榜——

- 本季游戏、影视娱乐、社科军工、生活休闲的卡思指数环比增长率最高。
- 其中，影视娱乐、生活休闲两类，跃升到行业的第五、第六位，提升明显。
- 而社科军工两类，虽然连续几季增幅较大，但卡思指数仍然较低，排名倒数，目前的行业发展性仍然不足。

| 类型 | 排名 | 分类 | 变动率(%) |
| --- | --- | --- | --- |
| 总跃升 | 1 | 影视娱乐 | 74% |
| | 2 | 社科军工 | 41% |
| | 3 | 生活休闲 | 21% |

## 高粉丝质量榜——

- 和上季相比，影视娱乐、小姐姐和小哥哥三类粉丝质量提升最多。
- 影视娱乐类虽然本季提升幅度最多，但因为之前的数值较低，目前也仅排名所有类别的倒数第三位。
- 文化教育、运动健康、社科军工三类跌幅很大。尤其是文化教育类，大跌后本季已经排名所有类别的倒数第一。

| 类型 | 排名 | 分类 | 变动率(%) |
| --- | --- | --- | --- |
| 粉丝质量 | 1 | 影视娱乐 | 19% |
| | 2 | 小姐姐 | 17% |
| | 3 | 小哥哥 | 4% |

“其他”类别整体较小，且内容庞杂，故在各种跃升榜中暂不计入核算。

# 影视娱乐、社科军工两类，本季在互动两项指标上提升明显

## 高集均评论榜——

- 影视娱乐、社科军工、运动健康三类在集均评论上提升幅度最大，几乎都超过了 50%。
- 影视娱乐类，经过本月的大涨，互动两项数据已经从行业的垫底位置提升到行业中游。
- 本季绝大多数的类别，集均评论的增幅均超过了 5%，整体趋势向上。

| 类型 | 排名 | 分类 | 变动率(%) |
| --- | --- | --- | --- |
| 集均评论 | 1 | 影视娱乐 | 100%+ |
| | 2 | 社科军工 | 73% |
| | 3 | 运动健康 | 49% |

## 高集均点赞榜——

- 影视娱乐、社科军工、萌娃萌宠三类在集均点赞上提升幅度最大，其中前两类环比增长更是都超过了 100%，在互动上强势提升。
- 本季绝大多数的类别，集均点赞的增幅均超过了 10%，整体趋势向上。

| 类型 | 排名 | 分类 | 变动率(%) |
| --- | --- | --- | --- |
| 集均点赞 | 1 | 影视娱乐 | 100%+ |
| | 2 | 社科军工 | 100%+ |
| | 3 | 萌娃萌宠 | 38% |

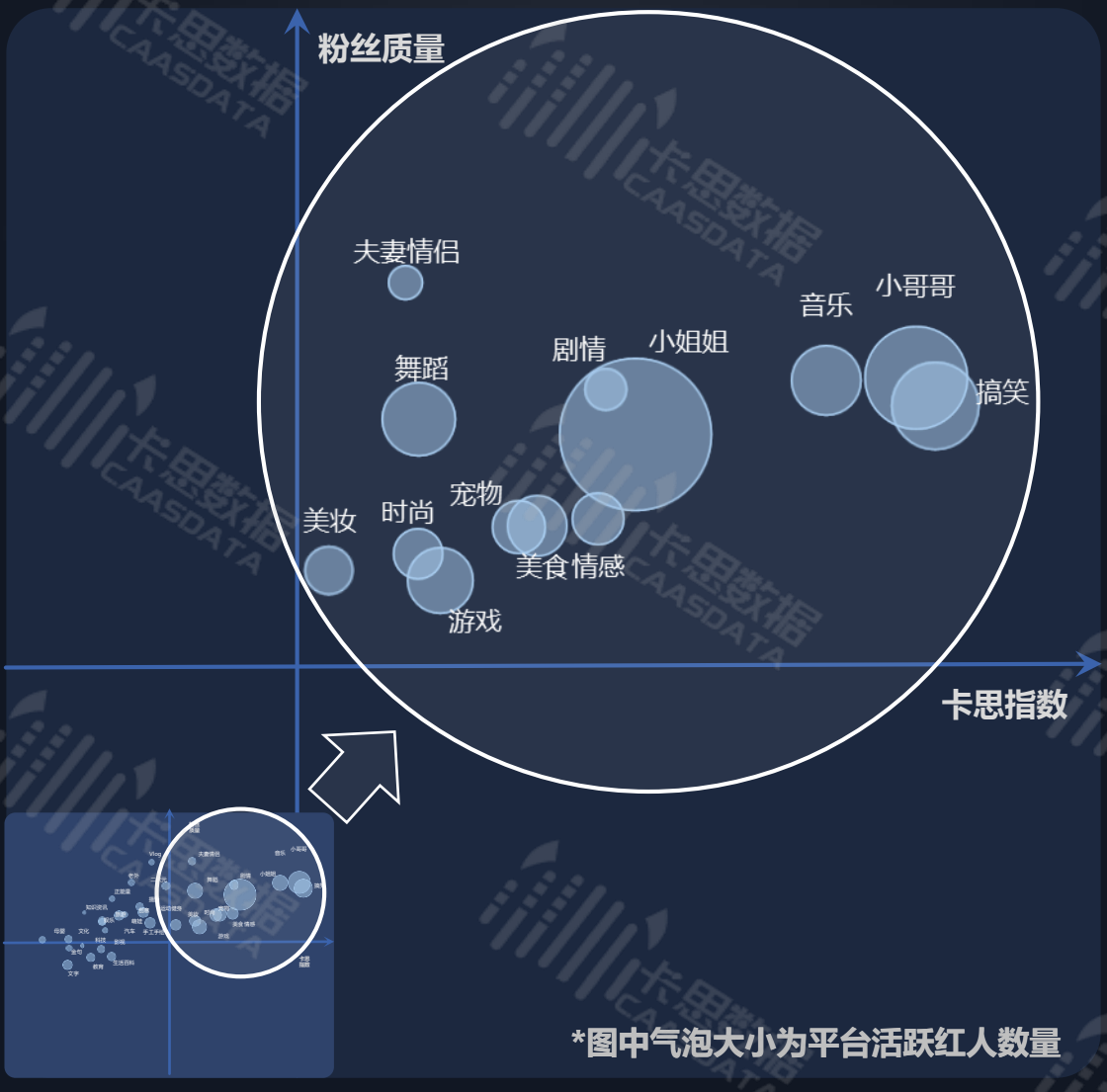
“其他”类别整体较小，且内容庞杂，故在各种跃升榜中暂不计入核算。

# 平台发展轨迹
## ——抖音

卡思数据 CAASDATA

# 抖音多数类别大幅上涨，今年以来整个平台仍然明显趋势向上

- 分类变化中，抖音本季几乎全线上涨，且不少类别均是大幅增长，今年以来整个平台仍然明显趋势向上——
- ✓ 抖音的 35个分类中，绝大多数卡思指数都在提升，其中 16个涨幅超过了两位数，更是有 9个分类已经连续两个季度都在提升；
- ✓ 在其他平台搞笑、音乐舞蹈、小哥哥、小姐姐四个类都在环比下跌的情况下，抖音平台的这几个分类仍然坚挺，虽然增幅较小，但仍在逆势上升。
- ✓ 越是“小”分类，增长的幅度越大，呈现着用户需求端的多元化。

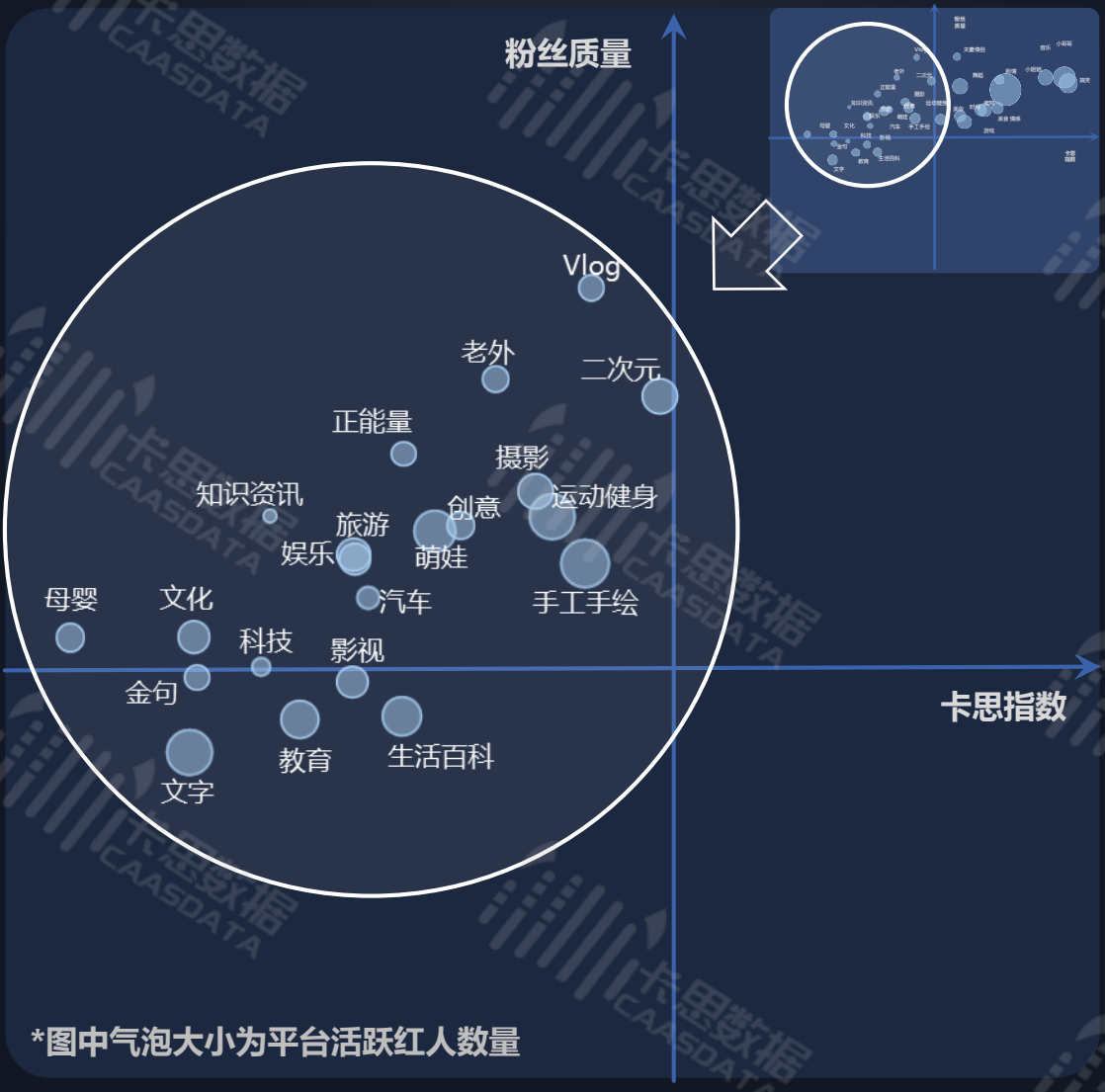



注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。
2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。

# 抖音平台内，“小”类别增长幅度较大，内容多元化趋势明显

## 跃升排行榜——

| | 跃升类别 | 变动率(%) |
|---|---|---|
| 1 | 汽车 | 83% |
| 2 | 运动健身 | 50% |
| 3 | 科技 | 45% |




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

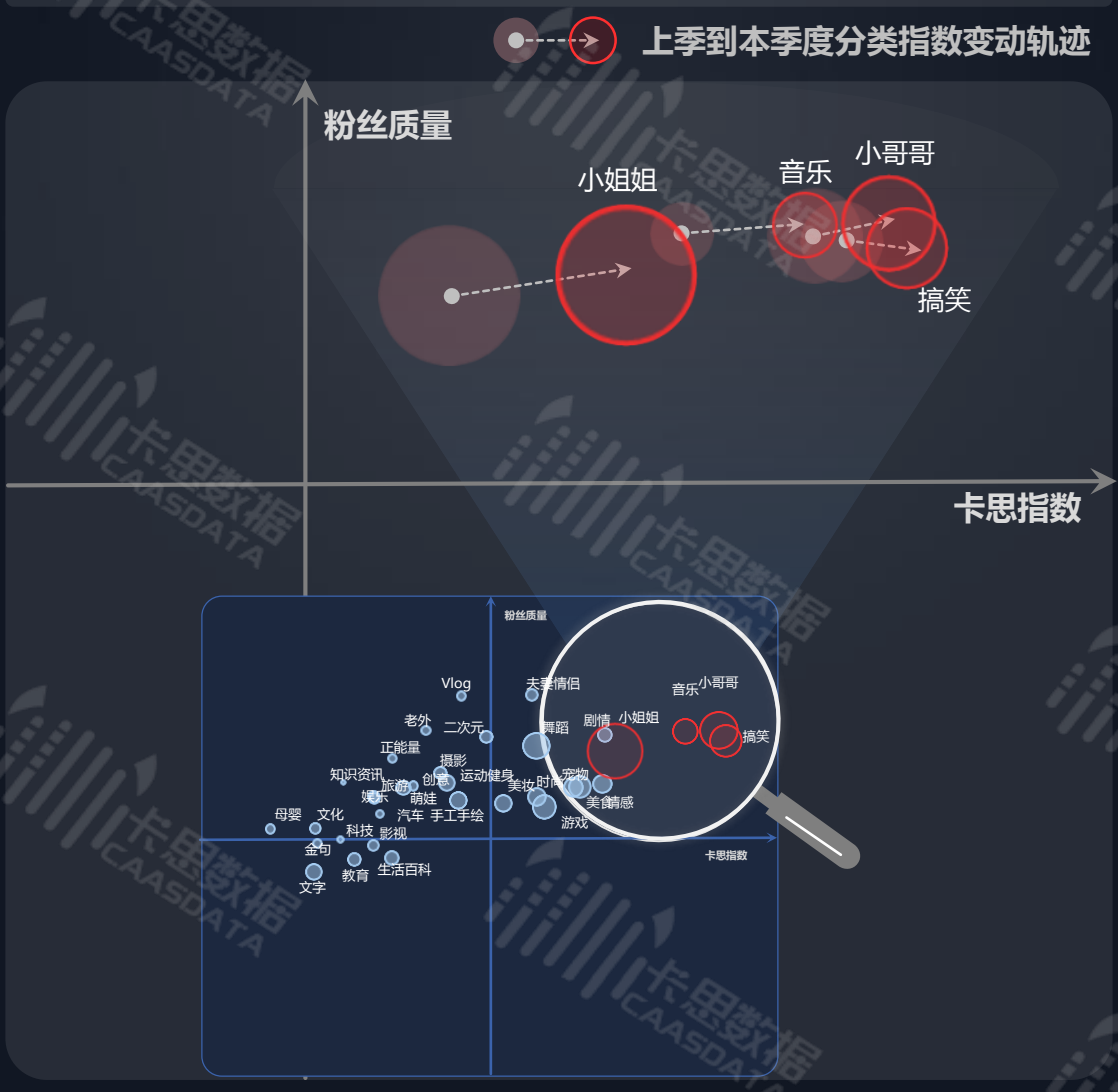
注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。
2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。

# 抖音平台强势、优质分类季度发展轨迹

**强势分类：** 搞笑　小哥哥　音乐　小姐姐

**优质分类：** 搞笑　小哥哥　音乐

- 本季抖音平台有 4个类别在全行业非常强势。
- 其中音乐类，全行业优势最大。这四个类别都是全行业热门的大类内容，大多数平台这些内容卡思指数都在下跌，抖音则逆势全部上升。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

强势分类：　此平台的此分类在全行业中处于领先位置，优势明显。后同。

# 抖音平台强势、优质分类详解

## 搞笑

- 和上季相比卡思指数提升 4%，一跃成为所有平台的所有类别中指数最高的分类。抖音的搞笑类增幅虽然不大却是所有平台的搞笑类中唯一上升的。本季抖音搞笑类在优秀红人规模上增加较多，在这个类最难点的活跃度和粉丝质量上也有小幅的提升。

## 小哥哥

- 和上季相比卡思指数提升 6%，连续三个季度都处在上升通道，在所有平台的大排序中，仅次于抖音的搞笑类排名第二。本季这个类别，仅在红人头部竞争力上略有下滑（仍排名所有分类的第二），其他指标都表现良好，仅在粉丝质量和优秀红人规模上有优化的空间。

## 音乐

- 和上季相比卡思指数提升 9%，连在所有平台的大排序中排名第三。本季的这个类别，和小哥哥类相同，也仅在红人头部竞争力上略有下滑（仍排名所有分类的第三），其他指标都表现良好，仅在粉丝质量、优秀红人规模和红人活跃度上有优化的空间。

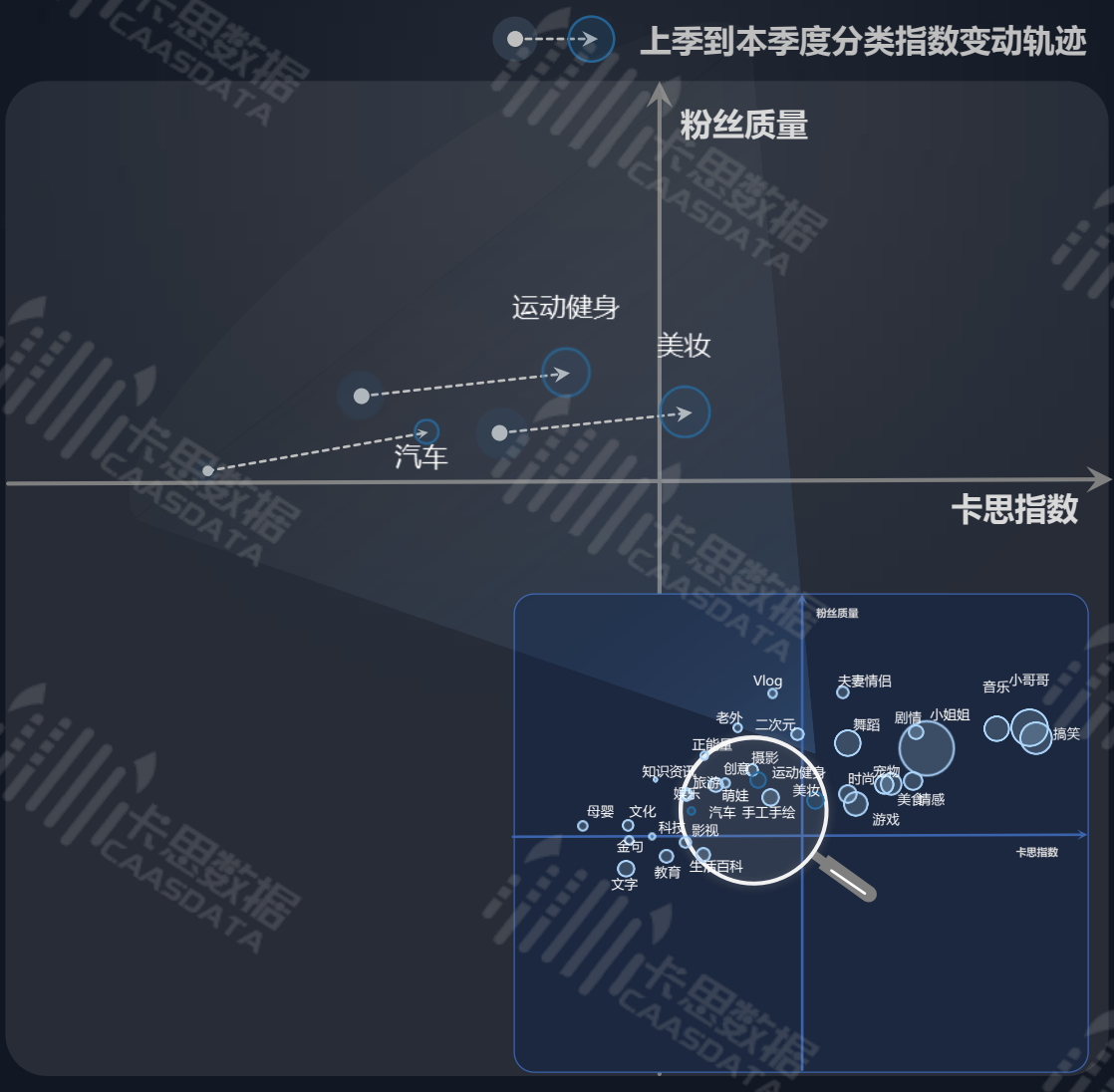
## 小姐姐

- 和上季相比卡思指数大幅提升 18%，在低迷了两季后，强力反弹。抖音的小姐姐类，在所有平台的类似内容中的表现已经相对最好，但在优秀红人规模以及粉丝质量上仍有较大的提升空间。

# 抖音平台加速分类季度发展轨迹

**加速分类：** 汽车　运动健身　美妆

- 本季抖音平台内，汽车、运动健身、美妆增长最快，其中前两类的增幅更是超过了 50%。同时这三个类也是全网所有平台中系数数值提升最多的类别。
- 美妆类虽然增幅仅排名第三，但在抖音内的竞争力已经跃升到平台的红海区域。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

加速分类： 此分类在本季提升幅度较大。后同。

# 抖音平台加速分类详解

## 汽车

- 和上季相比卡思指数大涨 83%，增长量更是排名全行业所有平台所有类别的榜首，其中互动数据以及优秀红人规模的大幅提升是这个类大涨的最主要原因。汽车类本身垂直性很强，用户的基数比泛娱乐的内容要小很多，各项指标也大都仅在行业的中游水平，其中粉丝质量、红人的活跃度，是最可提升的方向。

## 运动健身

- 和上季相比卡思指数大涨 50%，增长量仅次于抖音的汽车分类排名全行业第二，其中互动数据的大幅提升是这个类大涨的最主要原因。抖音的运动健康类和汽车类一样，也是第二集团的“小”类别，大幅增长后在全行业的竞争力仍很一般，红人的活跃度、粉丝质量、互动指标上，都是最可提升的方向。

## 美妆

- 和上季相比卡思指数提升 36%，增长量仅次于抖音的汽车、运动健身分类排名全行业第三。美妆类上季就是所有分类增量的第三名，经过两季的大涨后，在抖音平台内已经跻身红海区域。但目前这个类除了红人数量和互动指数外，其他指标仍都有很大的优化空间。

# 平台发展轨迹
## ——快手

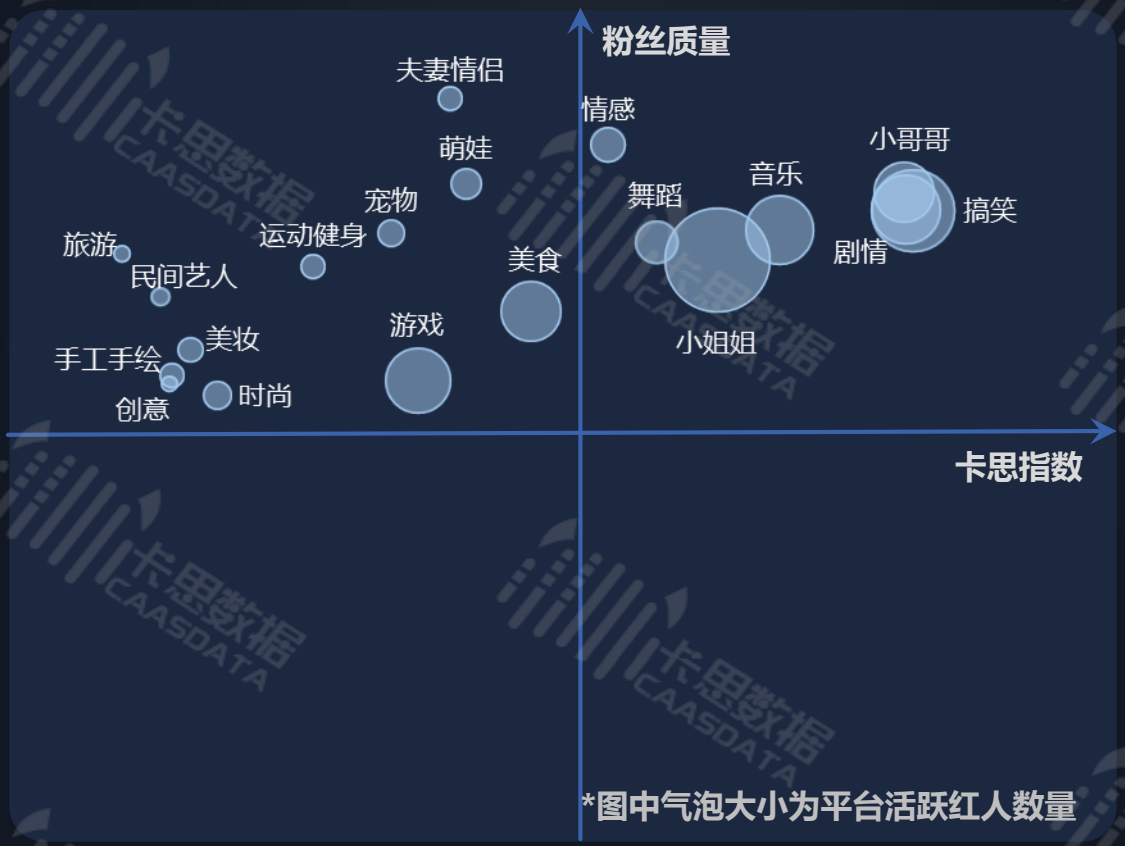
卡思数据 CAASDATA

# 快手平台内虽然环比上涨的分类更多，但整体来讲仍稍有下滑

- 分类变化中，快手本季虽然涨多跌少，但纵观整个平台，相对上季仍稍有下滑——

✓ 快手平台内，虽然卡思指数涨的类别更多，但增幅和增量都相对不多。小哥哥、搞笑两个类别下降的幅度较大，相对有些拖累这个平台。

✓ 快手中，“小”类别提升的幅度和抖音相比虽然稍小，但内容多元化的趋势已不可阻挡。



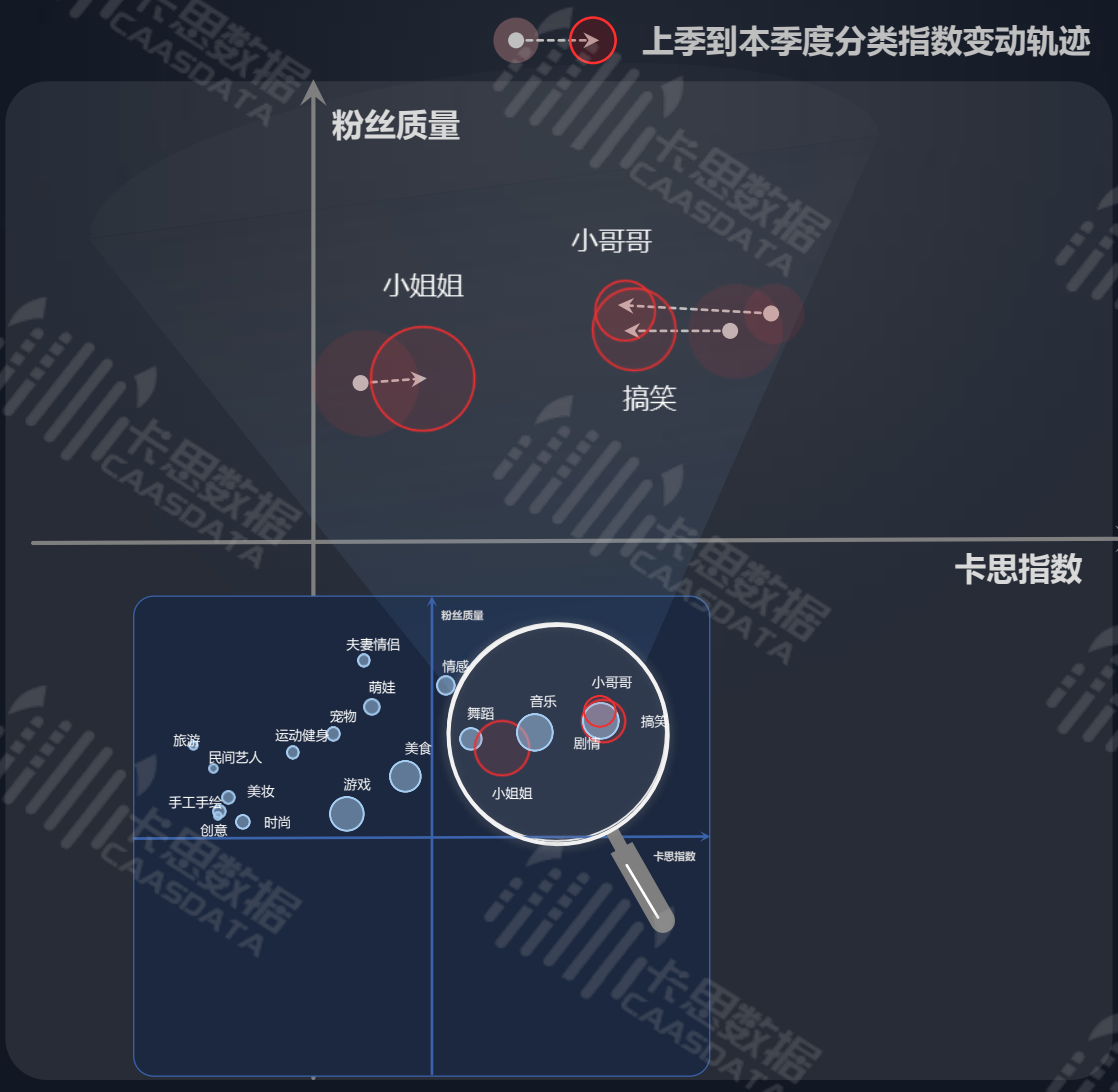

**注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。**
**2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。**

| 跃升类别 | 变动率(%) |
|---|---|
| 萌娃 | 17% |
| 美食 | 9% |
| 游戏 | 4% |

# 快手平台强势分类季度发展轨迹

**强势分类：** 搞笑　小哥哥　小姐姐

- 本季快手平台有 3个类别在全行业非常强势。
- 这三个类都是全行业的热点内容，但除小姐姐外，其他两类的卡思指数本季降幅都超过了 10%，明显遇到瓶颈。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# 快手平台强势分类详解

## 搞笑

- 和上季相比卡思指数下降 10%，下跌的态势已经持续两季，且下降的主因都为互动数据的弱势。快手的搞笑类虽然跌幅较大，但在全行业中仍排名第四，除了红人活跃度以及互动数据外，其他指标仍很强势。

## 小哥哥

- 和上季相比卡思指数下降 12%，和搞笑类一样，下降的主因也是互动数据表现不佳。快手的小哥哥类在全行业中也很强势，大多数指标都处于领先位置。但这个平台纯颜值的内容的确出现了一定的瓶颈，内容整体的迭代、多元已经刻不容缓。

## 小姐姐

- 和上季相比卡思指数提升 4%，最近几个季度表现不够稳定，不断升降。快手的小姐姐类，本季各项指标几乎都有很小幅度的增长，表现要比上季略好。但和小哥哥类一样，从单纯的颜值升级，进行内容的迭代和多元是必然的方向。

# 快手平台优质分类季度发展轨迹

**优质分类：** 搞笑　小哥哥　音乐

- 本季平台内的三强为搞笑、小哥哥和音乐分类。但前两个分类的内容在Q2都出现了较大的下滑。

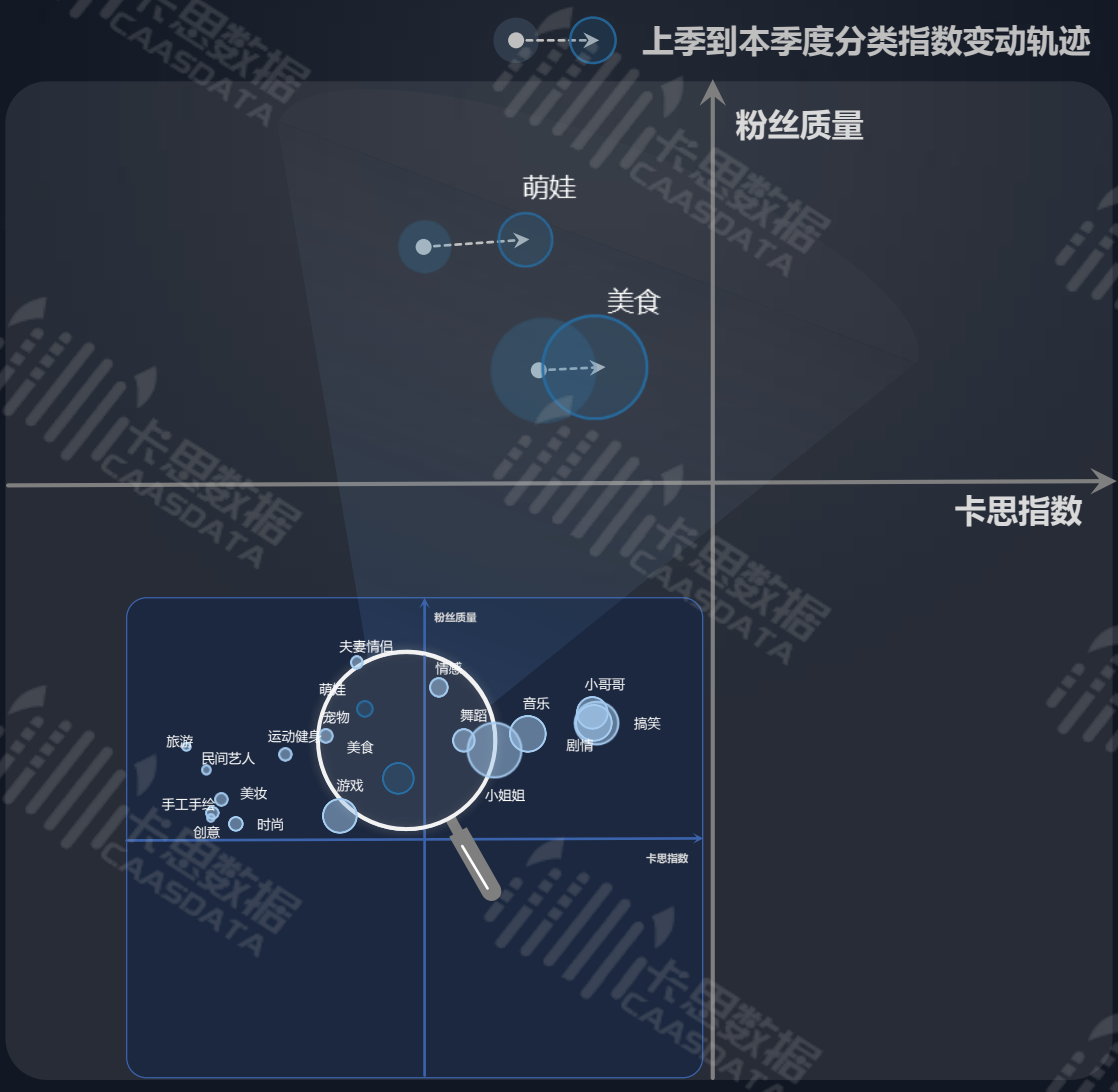
**音乐类** 卡思指数和上季相比几乎持平，但除了粉丝质量提升以外，其他指标都有很小幅度的下滑。这个类综合实力很强，但在互动数据和优秀红人规模上，有较大提升的空间。

*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# 快手平台加速分类季度发展轨迹

**加速分类：** 萌娃、美食

- 本季快手平台内，多数分类都在上升，其中萌娃和美食类，不管从增幅还是增量上，都提升较多。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# 快手平台加速分类详解

## 萌娃

- 和上季相比卡思指数提升 17%，其中红人的数量提升较多，是指数增长的主因。但萌娃类整体来讲仍不算大类，除粉丝质量外的所有指标都仅排名行业中游或中上游，都有较大的提升空间。

## 美食

- 和上季相比卡思指数提升 9%，这个类已经连续 3个季度处于上升通道，已经逼近了快手平台的红海区域。快手的美食分类，目前除了红人的数量以外，其他指标均处在行业中上游，虽然都有一定的提升空间，但互动数据和优秀红人规模似乎更是可提升的方向。

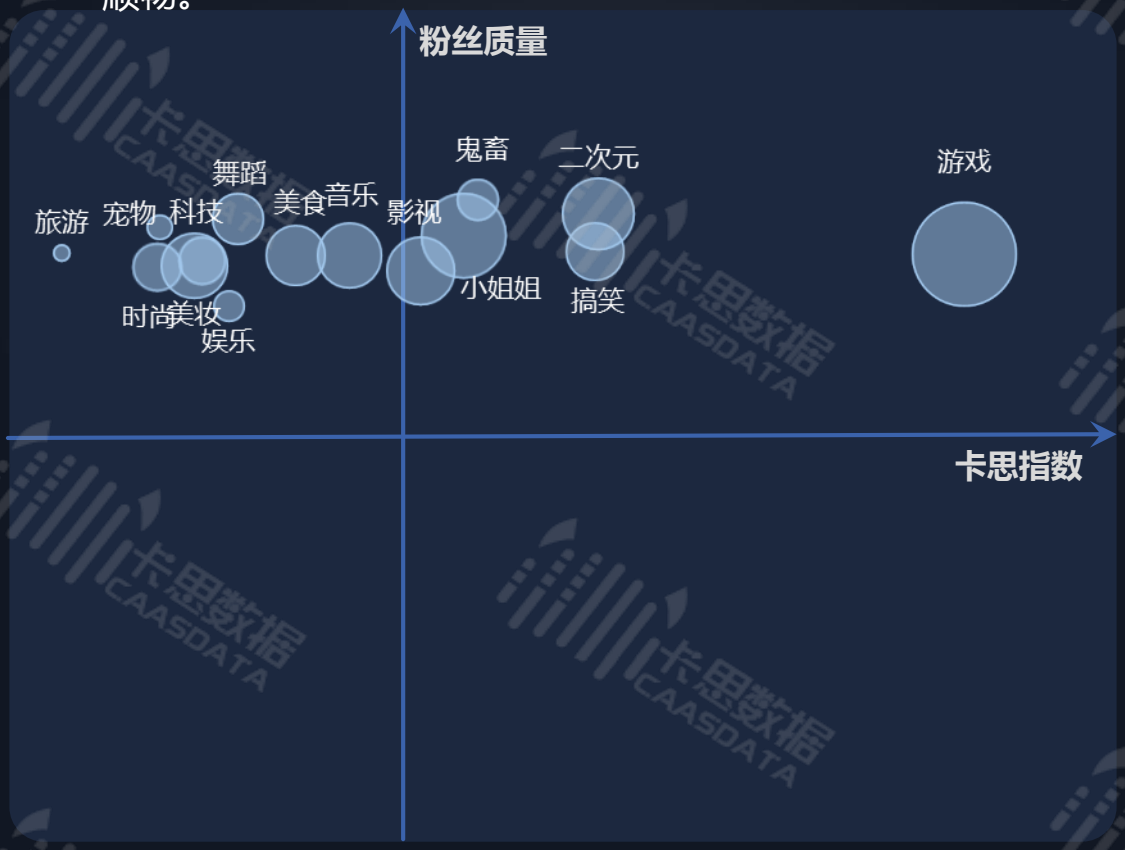
# 平台发展轨迹
## ——B站

卡思数据 CAASDATA

# B站小众但特色的分类越来越强，和大平台的大规模多元相比，更加“聚焦”

- 分类变化中，B站本季涨跌类别数量基本持平，但平台整体仍然有较强的上升动力——

✓ B站内综合实力最强、最有特色的游戏、鬼畜等分类几乎都在上升，而大众的音乐舞蹈以及和平台调性稍有不同的时尚类别，则略有下滑。B站平台仍然更适合小众但特色的内容，和抖音、快手这些大平台的大规模“多元化”相比，小规模“多元”，但更加“聚焦”突出优势的道路明显更加适合和顺畅。




**注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。**
**2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。**

| | 跃升类别 | 变动率(%) |
|---|---|---|
| 1 | 游戏 | 26% |
| 2 | 科技 | 18% |
| 3 | 美食 | 15% |

# B站平台强势分类季度发展轨迹

**强势分类：** 游戏　二次元　鬼畜

- 本季B站有 3个类别在全行业非常强势。
- 这三个类别都是B站最具特色的内容，在这些类别上，这个平台的综合实力非常强劲。
- 其中游戏类在本已是领头羊的情况下再度大幅扩张，在平台内的优势已经极其明显。

*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# B站平台强势分类详解

## 游戏

- 游戏类的卡思指数在上季提升 14%的基础上，本季再涨 26%，在本已是平台最强分类的情况下，现在的优势已经极其明显。下个季度是暑期，去年的同一时期，全行业的游戏类都呈现“无敌”的爆发状态，而今年B站的此类在暑期前已经开始大涨，很可能在下一季度，“以点带面”的带动整个平台增长。B站整体仍偏小众，这个类最可提升的指标是红人的互动数据。

## 二次元

- 二次元的内容是B站的特色内容，综合的实力也比较强，在多数反应“质”的指标上，这个类别的得分都非常优秀，但在大多数反应“量”的指标上，受平台“小众”所限，都比较平平。目前最可提升的指标为红人的活跃度。

## 鬼畜

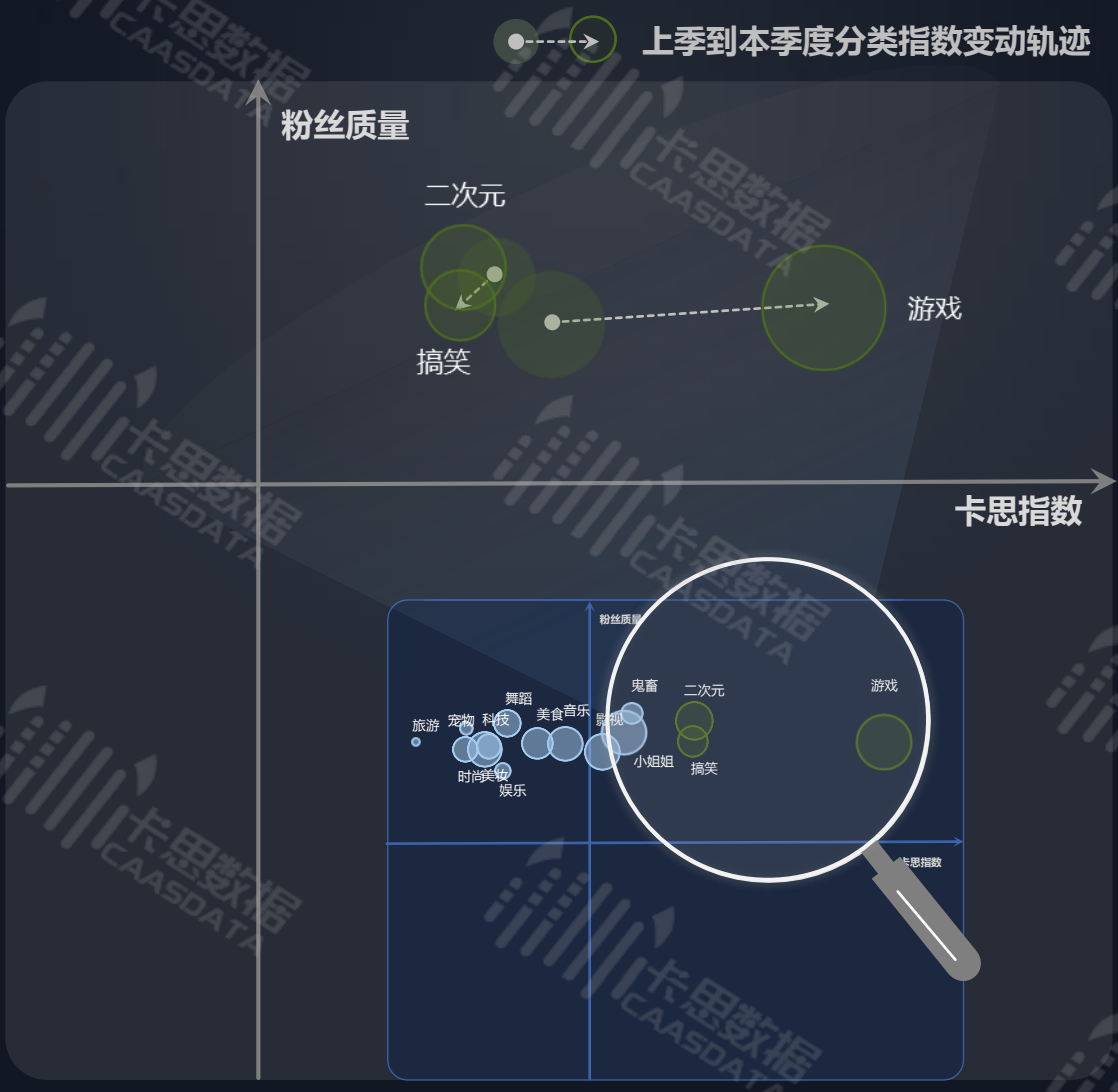
- 和上季相比卡思指数微增 1%，基本持平。鬼畜类一直是B站最独有也最独特的分类，自成一派比较小众，在红人总量、以及规模效应等指标上虽然仅在行业中游，但提升难度很大，和“二次元”分类相同，目前最可提升的指标为红人的活跃度。

# B站平台优质分类季度发展轨迹

**优质分类：** 游戏　二次元　搞笑

- 本季B站平台内的三强为游戏、二次元和搞笑分类。鬼畜类最近两季数据稳定，但被快速提升的其他类别超过，仅排名第四。

**搞笑类** 和上季相比卡思指数基本持平，变化不大，也是全行业搞笑类除抖音平台外唯一一个没有下跌的平台。B站的搞笑类目前的指数和前几季相比处在高位水平，但受限于平台的用户规模，在全行业的搞笑大类中仍处在第二集团。

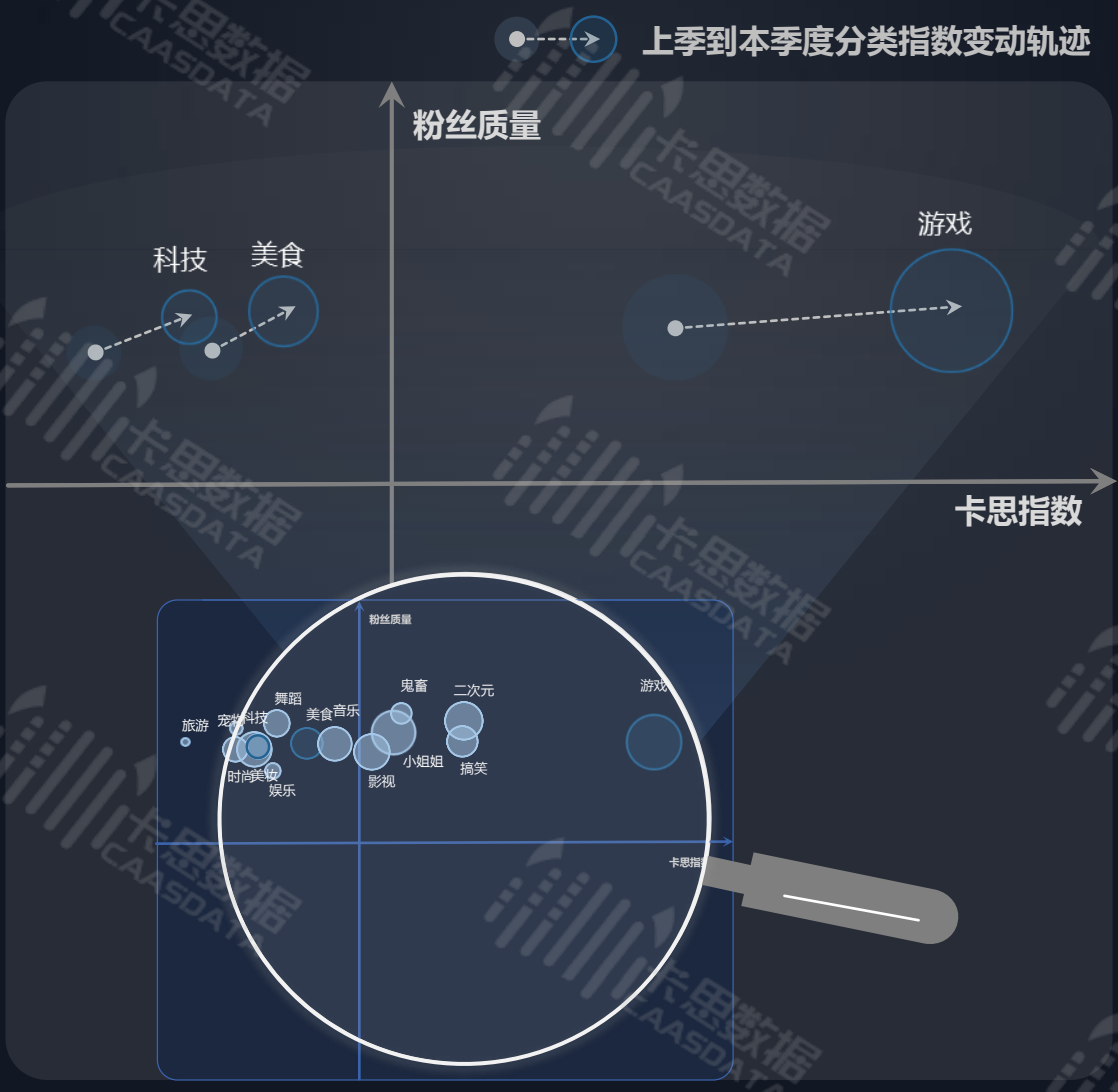



*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# B站平台加速分类季度发展轨迹

**加速分类：** 游戏　美食　科技

- 本季B站增幅最大的三个类别为游戏、美食和科技。
- 这三个类的增幅都超过了 15%，但除了游戏类外，其他两个分类在小众的B站内都只能算“小”类，各方面都有很大的提升空间。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# B站平台加速分类详解

## 美食

- 在上季环比大涨 27%的情况下，本季再度提升 15%，整体向上的趋势十分明显。不过，虽然B站的美食类整体向好，但本季却在头部红人的竞争力和优秀红人规模指数上有小幅下滑。美食在B站也只是小类，在红人活跃度、粉丝质量和互动数据上都有很大的提升空间。

## 科技

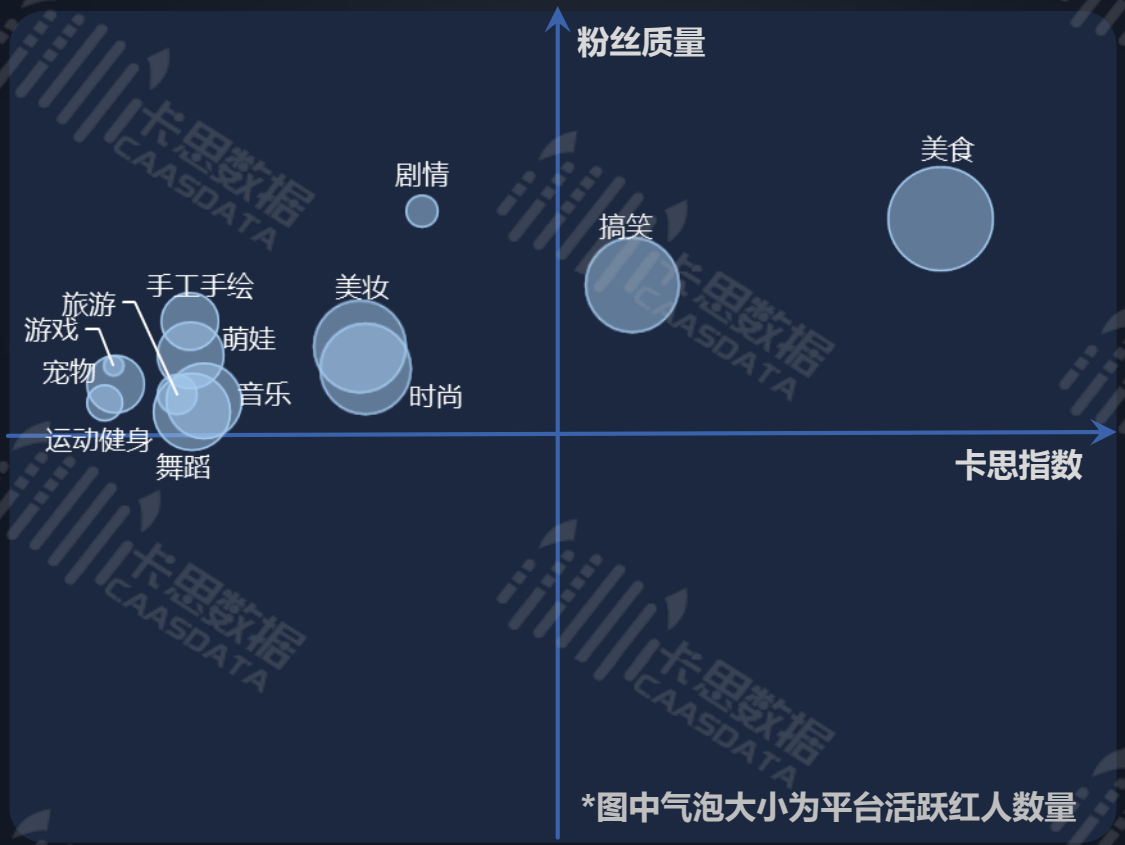
- 和上季相比卡思指数提升 18%，连续两个季度增幅都超过 2 位数。B站的科技类和美食类相同，虽然经历了两个季度的大幅提升，但之前的基数太小，目前仍是“小类”，在红人活跃度、互动数据上也都有较大的提升空间。

# 平台发展轨迹
## ——美拍

卡思数据 CAASDATA

# 美拍音乐舞蹈等热门内容降幅均较大，“小”类别表现相对平稳

- 本季美拍几乎所有的分类都在下降，平台继续趋势向下——
- ✓ 美拍平台中，音乐、舞蹈、搞笑，这些全平台热门的内容降幅也都超过了 15%。
- ✓ 相比较而言，本季小类别表现相对更加平稳。而美食类内容，连续两季排名榜首，其目前平台内优势较大。



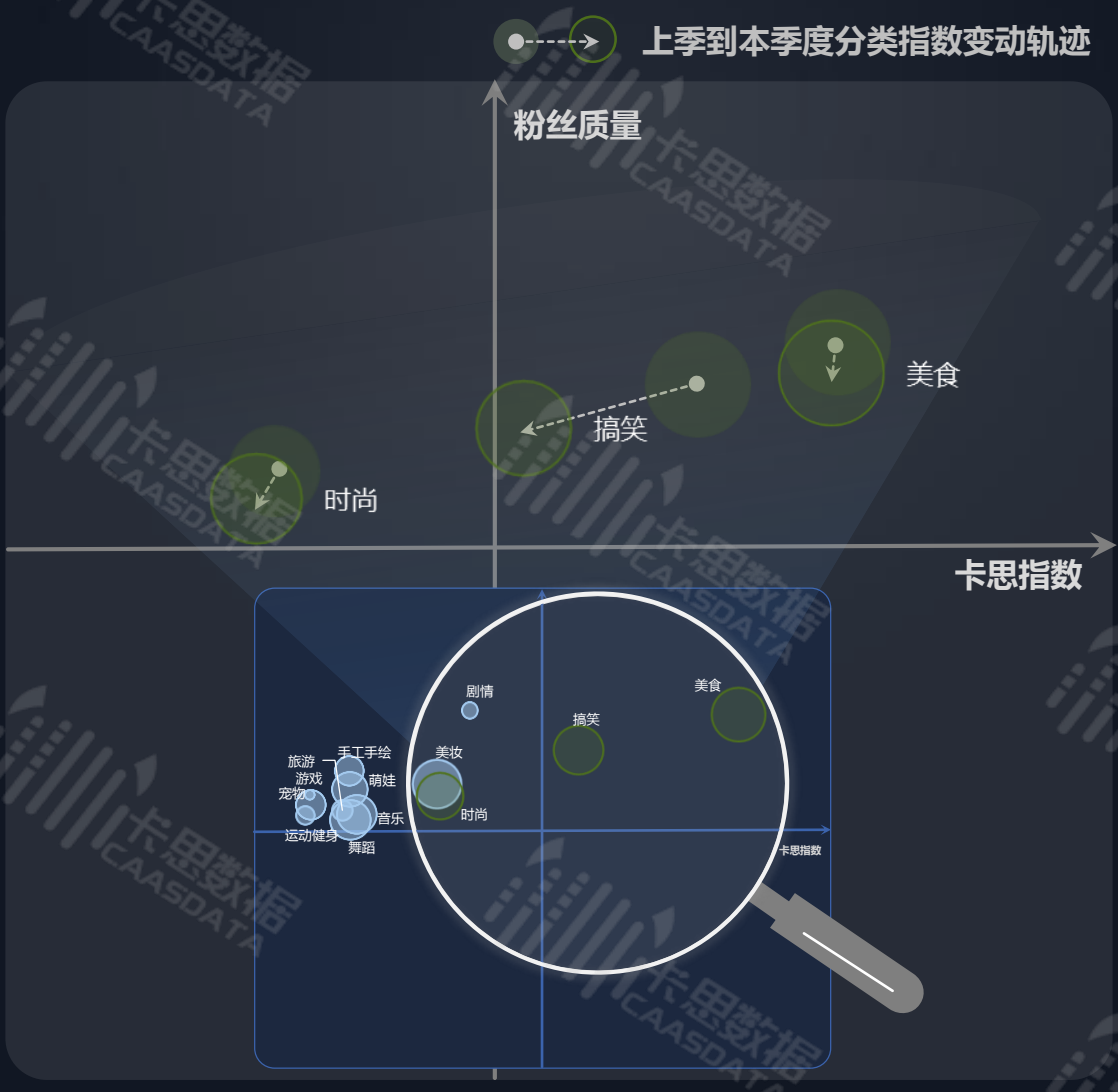

**注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。**
**2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。**

| 跃升类别 | | 变动率(%) |
|---|---|---|
| 1 | - | - |
| 2 | - | - |
| 3 | - | - |

# 美拍平台优质分类季度发展轨迹

**优质分类：** 美食　搞笑　时尚

- 本季，美拍的所有类别在全行业中依然没有明显优势。
- 在搞笑类本季大幅下跌的情况下，美食类的领头羊位置已经非常牢固。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# 美拍平台优质分类详解

## 美食

- 和上季相比卡思指数下降 5%，但因为搞笑类跌幅更大，美食类领头羊的位置反而更加稳固。美拍的美食类，粉丝质量相对较好，头部红人竞争力也能保持行业中上游水平，但其他指标均在行业中下游，表现极为普通。

## 搞笑

- 和上季相比卡思指数下降 21%，这个类已经连续 3个季度有超过 2位数的跌幅，整体表现并不向好。其中，美拍搞笑类的粉丝质量持续的下滑是最主要的原因，已经从行业的上游水平跌至中下游，而优秀红人规模以及互动数据的明显降低，也建议需要重点关注。

## 时尚

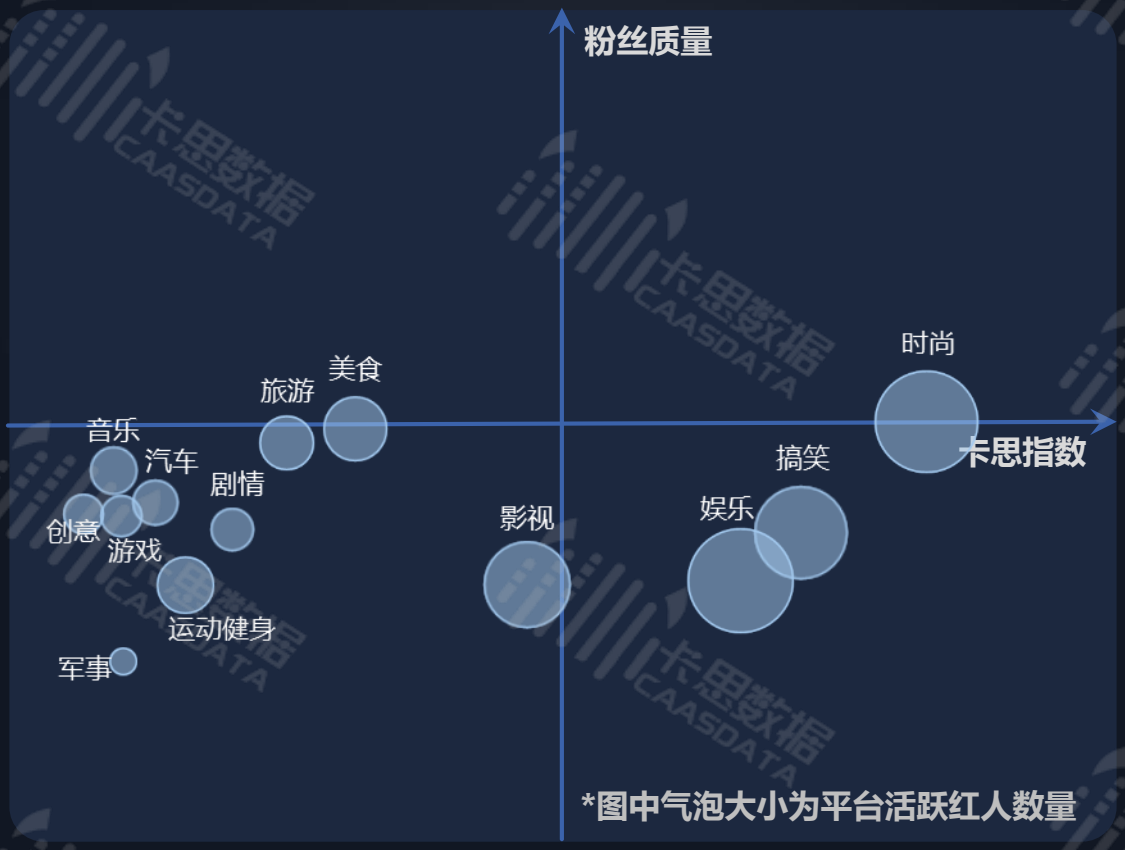
- 和上季相比卡思指数下降 6%，头部红人竞争力、优秀红人规模的下滑幅度都稍显明显。美拍的时尚类在全行业来看已经是较小的类别，各项指标均在行业中下游，表现非常一般。

# 平台发展轨迹
## ——秒拍

卡思数据 CAASDATA

# 秒拍多数分类小涨小跌，整个平台相对平稳

- 分类变化中，秒拍除美食、旅游两类外，其他类别变化都不太大，整个平台相对平稳——
- ✓ 秒拍本季大多数分类都仅有小幅涨跌，变化并不太大。
- ✓ 美食、旅游是唯二跌幅超过 10%的类别，但大降的原因主要在于上季涨幅明显，本季回落到之前的水平所致。



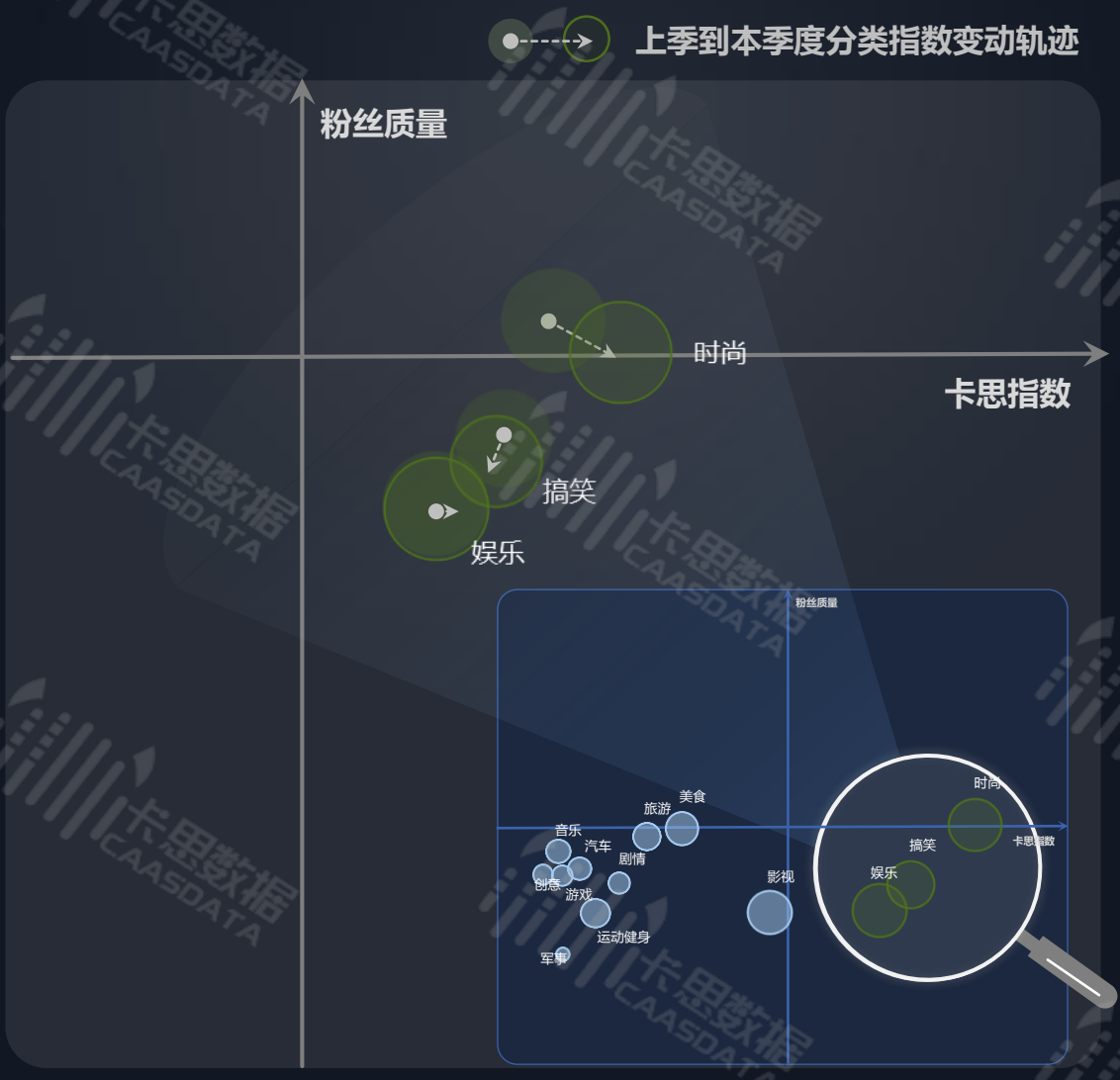

**注：1、不同平台卡思指数的气泡图仅反应当前平台的发展状况，数据未在全行业统一标准下，因此无法和其他平台相互比较。**
**2、"剧情"类更偏向辅助标签，故在具体分类的分析中暂不会涉及。**

| 跃升类别 | 变动率(%) |
|---|---|
| 影视 | 10% |
| 时尚 | 5% |
| 娱乐 | 1% |

# 秒拍平台优质分类季度发展轨迹

**优质分类：** 时尚　搞笑　娱乐

- 时尚、搞笑、娱乐三个类别，连续两季位列榜单前三，表现稳定。
- 秒拍的影视分类，本季虽有 10%的反弹，但距离去年暑期的强势时期仍然很远，并未真正复苏。




*图中气泡大小为平台活跃红人数量

# 秒拍平台优质分类详解

## 时尚

- 和上季相比卡思指数提升 5%，红人的数量有所增加是最大的原因。秒拍的时尚类在高粉丝红人规模处在行业上游，优势显著。而红人的活跃度、粉丝质量和互动数据上表现的都不够理想，处于行业下游，有很大的提升空间。

## 搞笑

- 和上季相比卡思指数下降 3%，变化不大。秒拍的搞笑类在高粉丝红人规模和头部红人上相对良好，但和时尚类一样，在红人活跃度、粉丝质量和互动数据上，表现的不够理想，处于行业下游，有很大的提升空间。

## 娱乐

- 卡思指数小增 1%，和上季相比几乎持平。秒拍的娱乐类除在高粉红人规模上表现不错外，其他指标均很一般。尤其是与时尚、搞笑类有着共同的问题，红人活跃度、粉丝质量和互动指数，也处于行业下游。

# 卡思数据

卡思数据（www.caasdata.com），国内权威的视频全网大数据开放平台。依托专业的数据挖掘与分析能力，构建多种维度的数据算法模型，为视频内容创作者在节目创作和用户运营方面提供数据支持，为广告主的广告投放提供数据参考，为内容投资提供全面客观的价值评估。卡思数据平台囊括了所有知名的内容团队和节目，监测原创节目总量在 2万档以上，KOL红人在 20万以上。

卡思指数是基于卡思数据平台推出的衡量内容创作团队和视频节目商业价值全貌的客观量化指标，旨在引导视频内容商业价值判断，打造视频行业风向标。卡思指数基于内容全网基础数据，通过视频内容商业价值模型计算得出，以数值的方式体现，满分为 1,000分。

了解指数算法或其他更多信息，登录www.caasdata.com，或关注微信公众号“卡思数据”。

# THANKS!

https://www.caasdata.com

卡思数据 CAASDATA

视频内容行业风向标