

2013年8月视频网站 微博研究报告

2013年8月

新浪微博数据中心



8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

研究目的

- 视频网站在互联网行业中占有重要地位，主流视频网站均已加入新浪微博平台，参与社会化营销推广，并取得了较好的效果。为此，新浪微博数据中心特撰写本报告，对视频内容的播放情况、视频网站官方微博的运营规律予以分析，希望用户能够对视频网站在微博上的发展状况有基本的了解。

由于时间仓促和撰写人员能力的限制，报告中难免有错误和疏漏，恳请读者批评指正。

主要发现

- 8月视频类短链分享量占新浪微博平台中短链分享量较7月有所上升，本月占比为8.2%，视频类短链点击量占全部短链点击量大幅上升，占比达到52.7%，视频类短链的回流比本月回落，为1846%。
- 2013年8月与2012年8月同期对比，尽管视频短链分享量与点击量较去年同期增幅明显，受全站短链分享量和点击量规模扩增影响，视频类短链分享量和点击量占比下降，回流比显著提高。
- 传播效果明显的账号仍然是蓝V和橙V类账号，平均被播放量分别达到40.8次、10.6次。
- 视频网站电视剧频道和电影频道播放人群属性在年龄、性别、地域、所属行业上皆有不同程度的差异。

目录

8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

视频短链分享量、点击量、回流比趋势

- 8月视频类短链分享量占新浪微博平台中短链分享量比重较7月有所上升，本月占比为8.2%，视频类短链点击量占全部短链点击量大幅上升，占比达到52.7%，视频类短链的回流比本月回落，为1846%，远高于整体网站水平（8月新浪微博中全部短链的回流比为288%）。
- 从8月日趋势数据分析，8月视频短链分享量逐渐上升，点击量全月分布均衡，回流比整体逐渐下降，原因在于月末点击量基本稳定，而分享量月底明显上升。

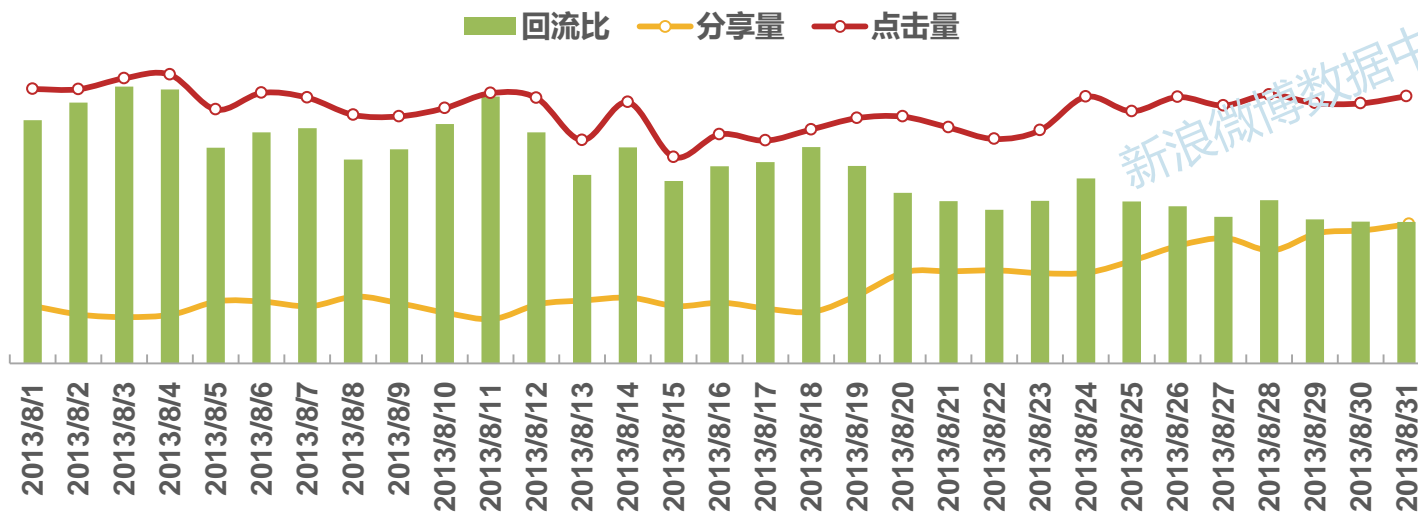
视频短链分享量
占全部短链分享量
8.2%



视频短链点击量
占全部短链点击量
52.7%



2013年8月视频网站短链分享量、点击量、回流比趋势



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

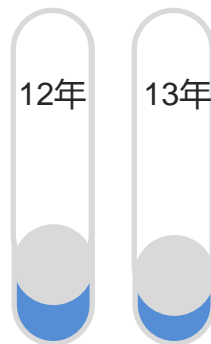
12年
同期

视频短链分享量、点击量、回流比趋势

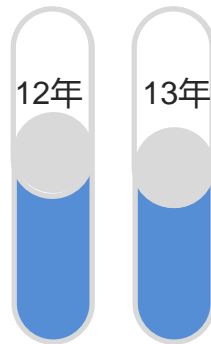


2013年8月视频短链分享量和点击量占据份额与2012年8月相比，短链的分享量从2012年的11.9%下降到13年8.2%，点击量从65%上升到52.7%，尽管视频短链分享量与点击量较去年同期增幅明显，受全站短链分享量和点击量规模扩增影响，视频类短链分享量和点击量占比下降，回流比显著提升，2013年8月的平均回流比1846%。

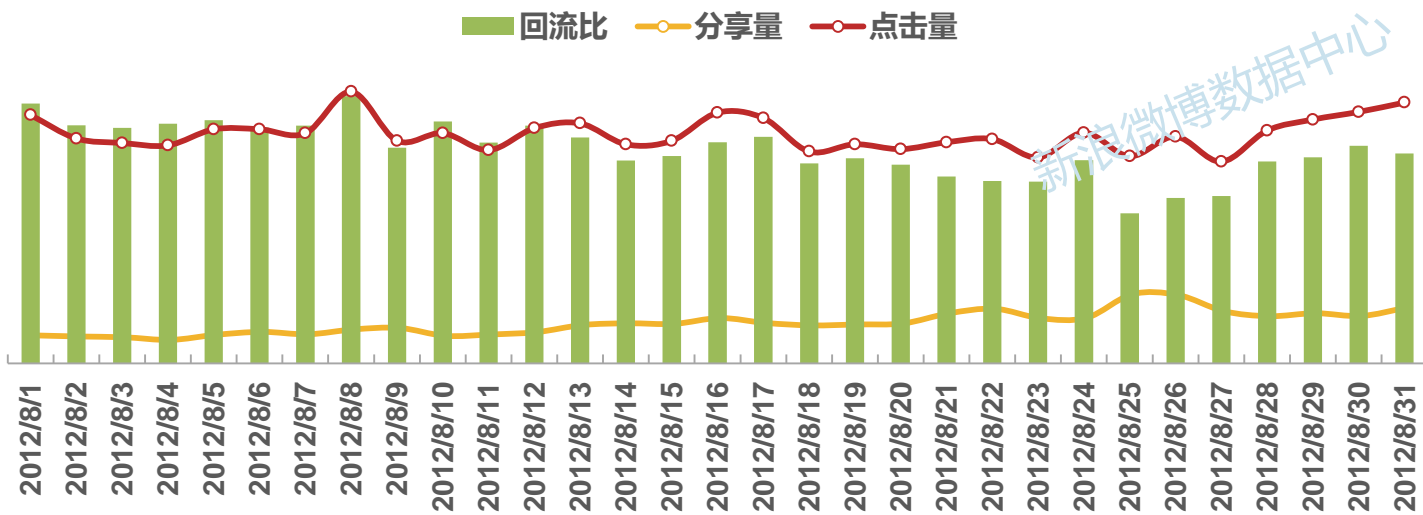
视频短链分享量
占全部短链分享量
11.9% 8.2%



视频短链点击量
占全部短链点击量
65% 52.7%



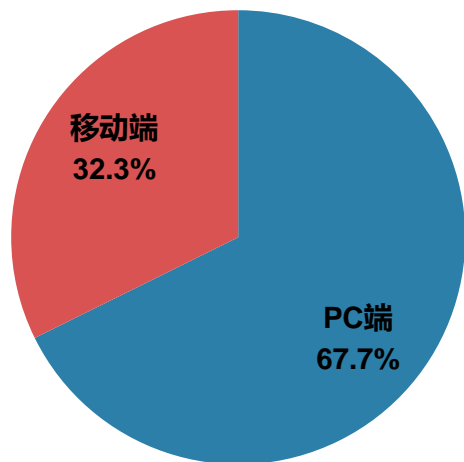
2012年8月视频网站短链分享量、点击量、回流比趋势



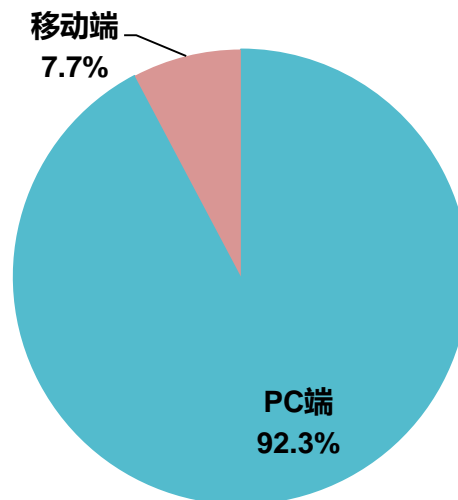
数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2012年8月1日至8月31日

- 2013年8月微博用户从PC端分享的视频网站链接占比为67.7%，移动端分享量占比为37.3%；较去年同期，移动端视频短链分享量增长366%，PC端视频短链分享量下降18.1%。
- 但整体由于视频文件较大，用移动终端观看需要耗费较高的流量，并且受到网络速度和终端设备用户体验等因素的影响，使用移动端观看视频的用户仍然不多。

2013年8月视频网站短链分享来源



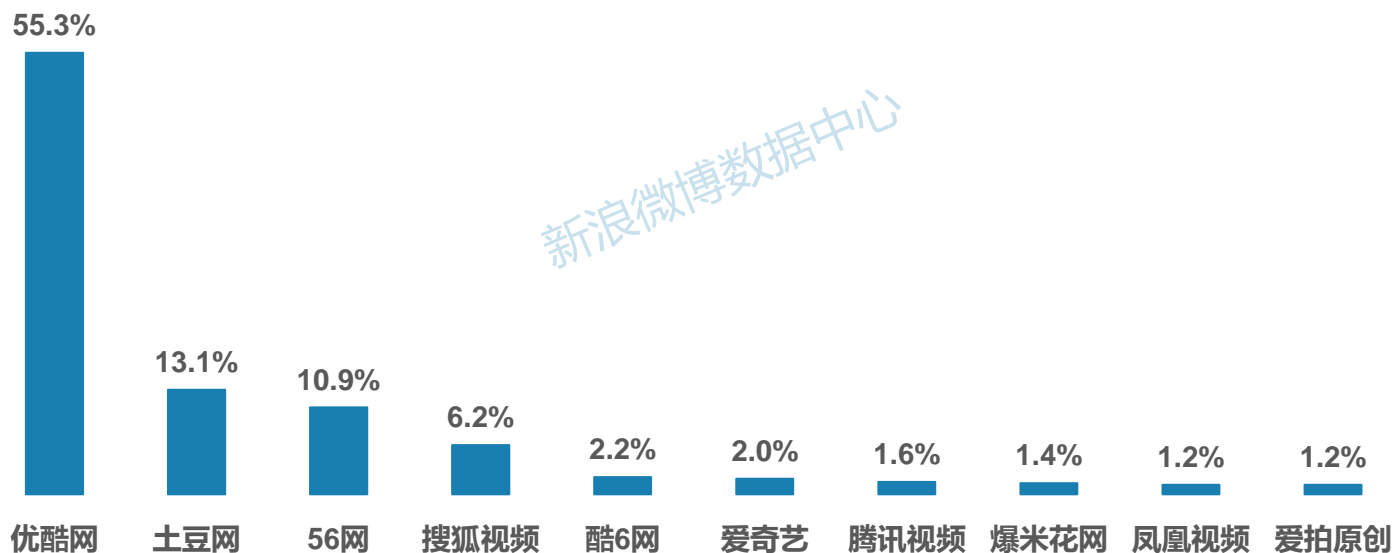
2012年8月视频网站短链分享来源



视频网站短链分享量排名

- 8月视频网站的短链分享量集中度非常高，前10名网站的份额高达95%，其中优酷网和土豆网的占比合计达到68.4%，其广大的用户群体，与其他视频网站相比具有绝对优势。
- 从视频网站的类型上看，优酷网、土豆网、56网、搜狐视频、酷6网、爱奇艺等视频分享网站，包含大量的音乐、原创、搞笑、综艺等吸引用户的短视频，更适合在社交媒体上传播。

2013年8月视频网站短链分享量TOP10



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

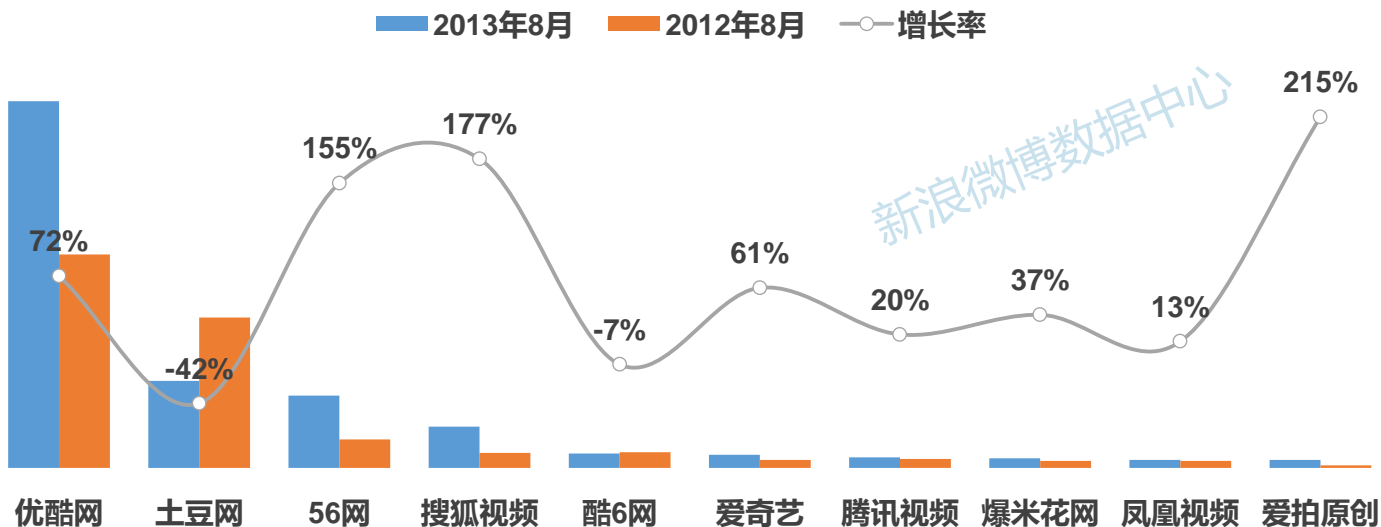
12年
同期

视频网站短链分享量同期对比分析



- 将2013年8月网站短链分享量前十名的网站为基准，与去年同期相比，8家网站都有不同程度的增长。前五当中，搜狐视频因其大量的自制内容和获得中国好声音2013年网络独播权分享量增幅迅猛，增幅高达177%。
- 随着优酷网和土豆网的合并，土豆网2013年较去年同期分享量降幅明显，2013年8月短链分享量仅为去年同期的57%。

2012年8月与2013年8月视频网站短链分享量对比

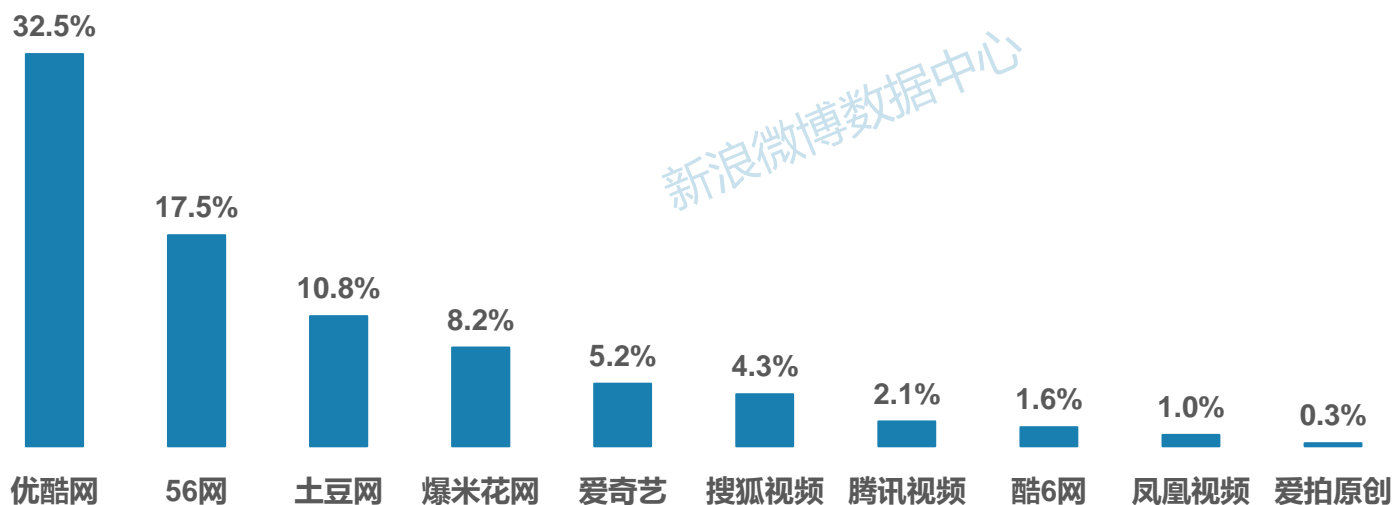


数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2012年8月1日至8月31日

视频网站短链点击量排名

- 8月视频网站的短链点击量集中度较高，仅前10名网站就占视频网站短链点击量总量的94.9%。
- 优酷网、56网、土豆网和爆米花网这4家网站点击量位居前列，一方面由于这几家网站的分享基数较大，另一方面由于几家网站用户上传的短小精悍视频内容更受用户欢迎，传播效果非常好。

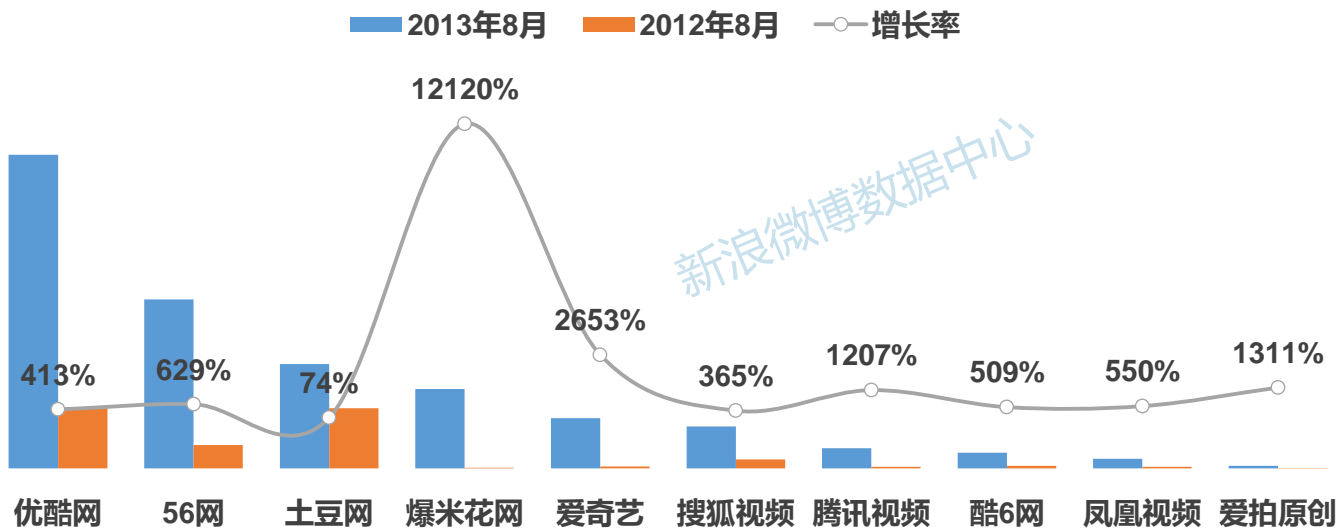
2013年8月视频网站短链点击量TOP10



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

- 从2012年8月到2013年8月，视频网站短链点击量整体大幅度增加，但不同网站的增长速度不同。其中爆米花网短链点击量增长了12120个百分点，因其特殊的视频社区的定位，获得大量原创视频内容资源，易在社交网络上传播。
- 土豆网一年中视频短链点击量仅有微小幅度上升，相较去年同期仅增长19个百分点，土豆网和优酷网的合并对土豆网在新浪微博中的短链点击份额影响较大。

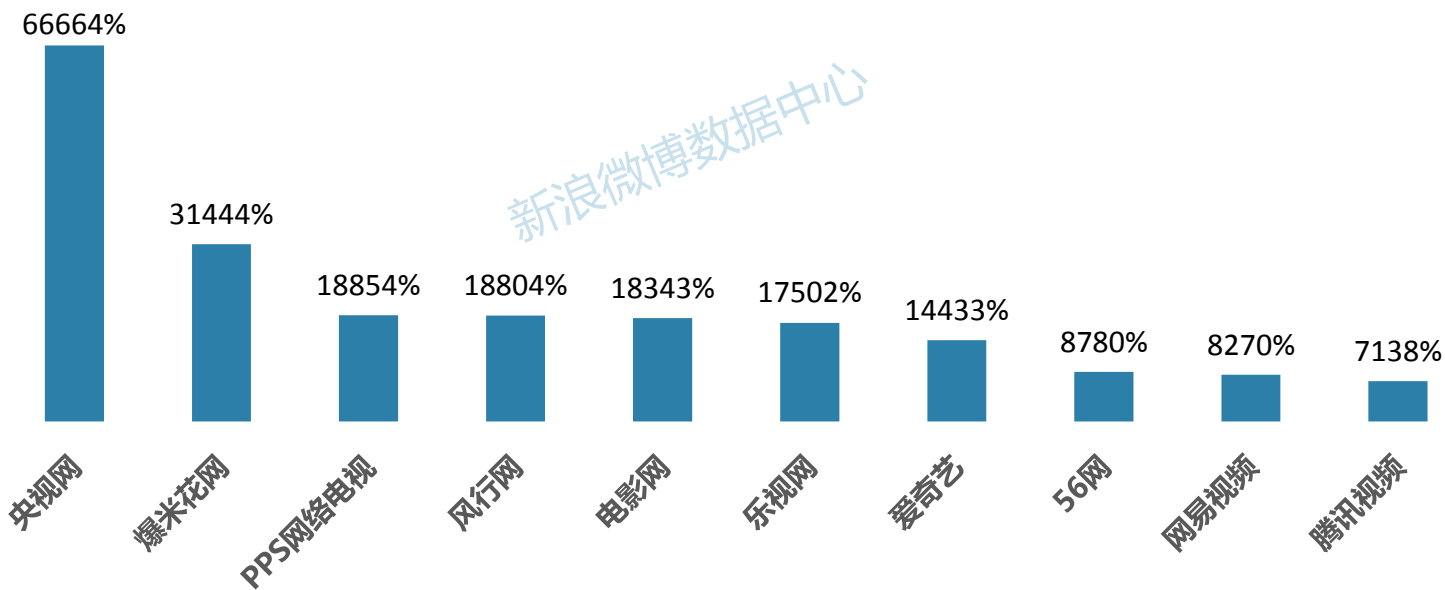
2012年8月与2013年8月视频网站短链点击量对比



视频网站短链回流比排名

- 8月短链回流比前10名的视频网站，其回流均在7000%以上；央视网以独特的内容资源优势，吸引了大量的点击播放，其8月份的回流比超过60000%，排在第一位，爆米花则包含大量搞笑、娱乐类型的视频，回流比排第二位。
- 回流比较高的网站基本集中于门户视频、版权视频网站和大量电影、电视类网站。优酷网、土豆网，因为分享量较大，并且视频质量参差不齐，回流比相对较低，未能进入回流比TOP10。

2013年8月视频网站短链回流比TOP10



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2012年8月1日至8月31日

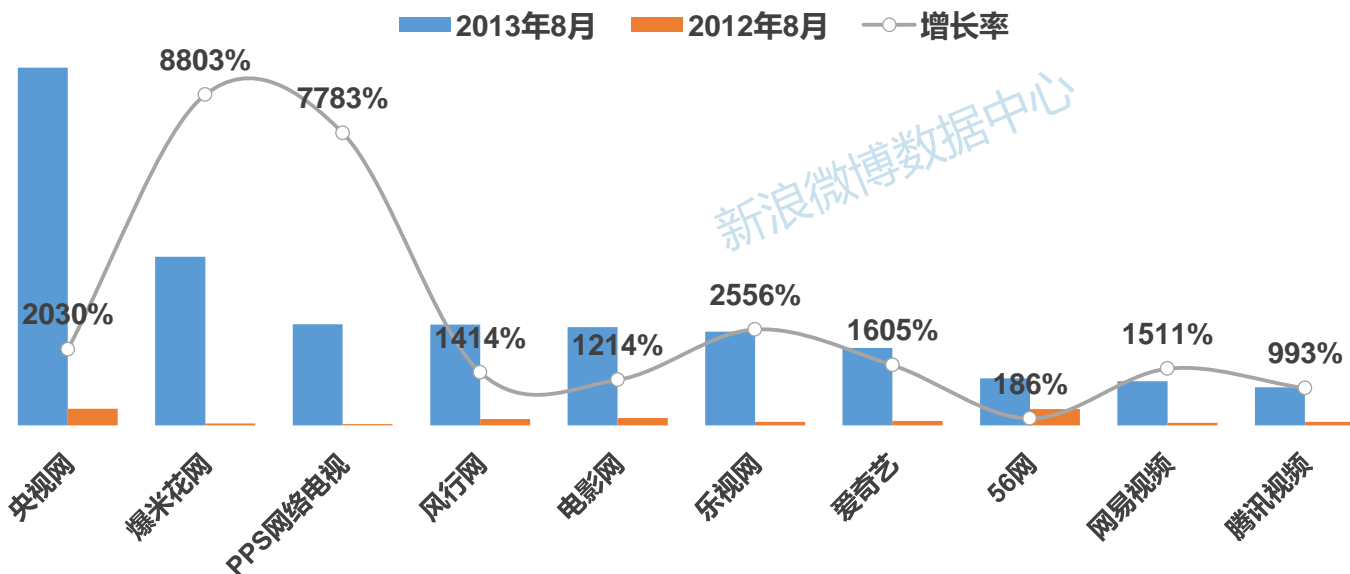
12年
同期

视频网站短链回流比同期对比分析



- 对比2013年8月与2012年8月数据，视频网站短链回流比整体上升量较大，新浪微博对视频网站的引流效果更加明显。以13年8月短链回流比前十名网站为例，不同网站的短链回流比增长幅度不同，其中央视网、爆米花网、PPS网络电视和风行网四家网站短链回流比增长较大，增长幅度超过1000个百分点，这几家网站的视频内容类型针对性强、视频内容质量较高。

2012年8月与2013年8月视频网站短链回流比TOP10



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2012年8月1日至8月31日



8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

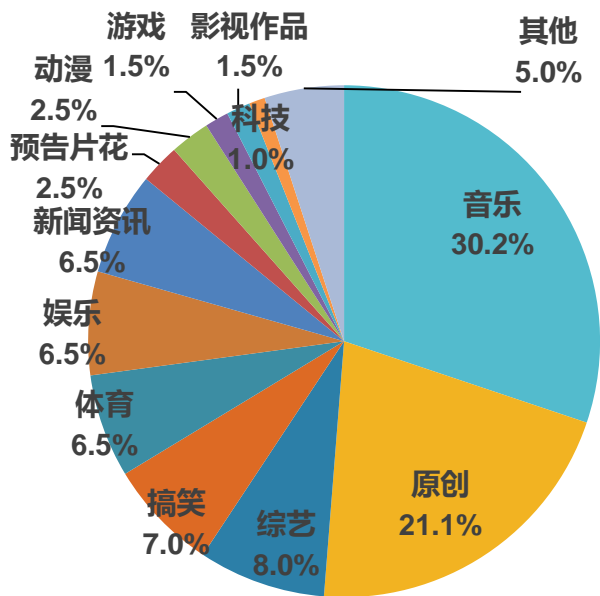
视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

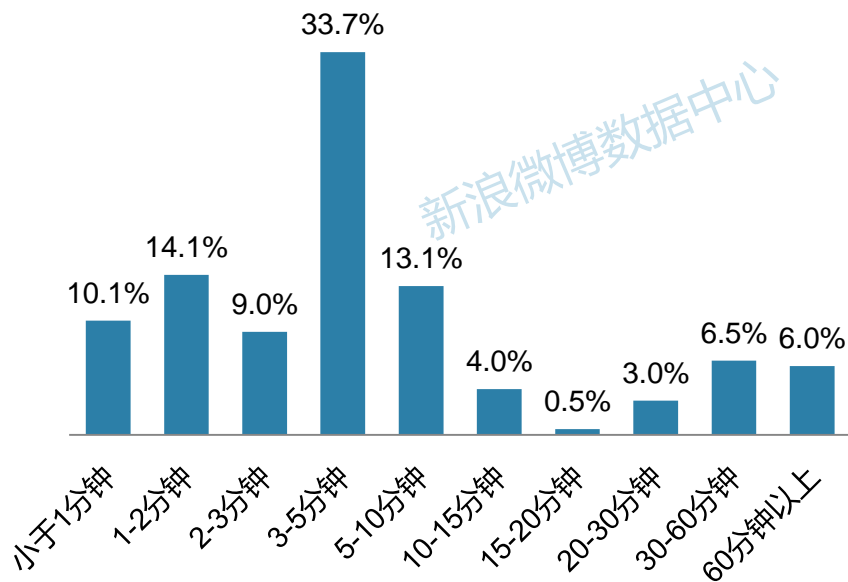
各类视频内容播放量分析

- 通过对视频内容进行分类统计分析，8月音乐、原创、综艺、搞笑这三类视频文件共占视频播放总量的66.3%，这些内容在微博中最受欢迎。
- 在不同时长的视频文件中，有66.8%的播放量集中于5分钟以下的视频，短视频在新浪微博中传播效果最好，尤其音乐类视频；随着8月多档选秀节目进入高潮阶段，30分钟以上的长视频在微博中的播放量占比有所上升，占比达到12.5%。

8月各类视频文件的播放情况



8月不同时长的视频播放量分布

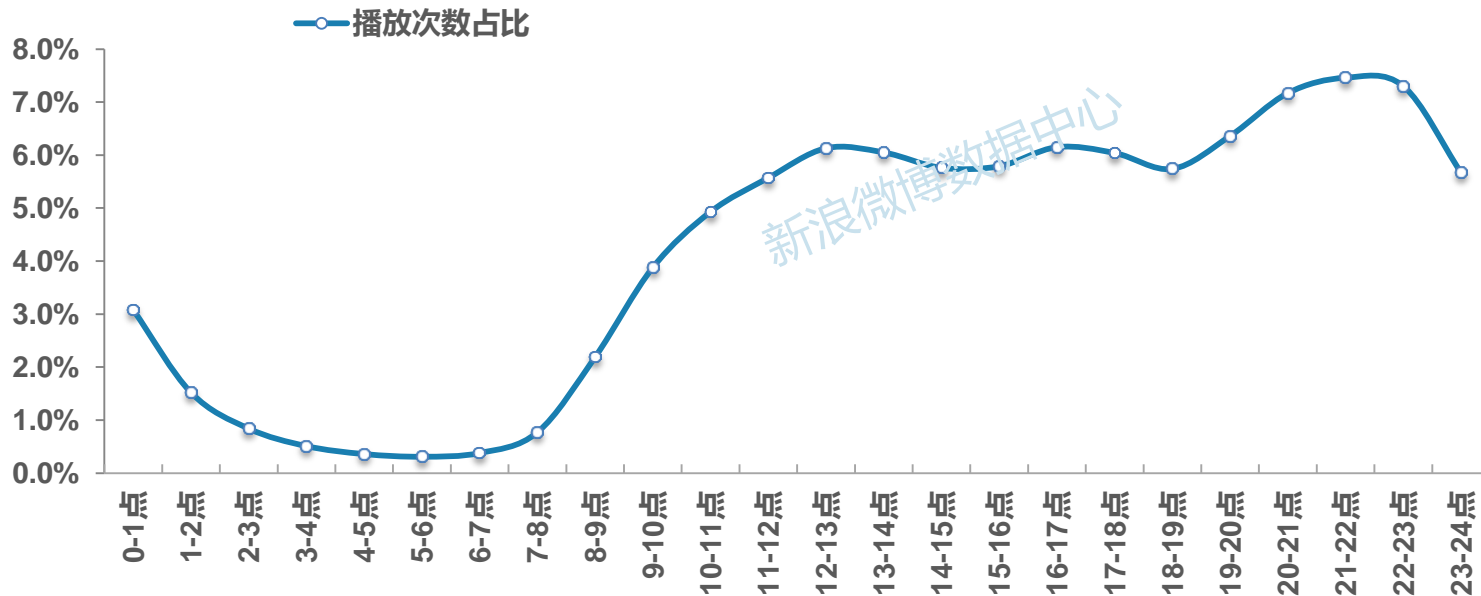


数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日，以随机抽取的1000条视频短链为样本，进行分类，并统计时长。

各时段用户播放视频行为分析

- 从用户播放视频的时间段来看，上午6点开始，视频播放次数不断上升，直到13点达到全天的第一个高峰，占全天播放总次数的6.2%。
- 从14点到19点，播放次数一直保持较高平稳的水平，晚19点后，播放次数出现缓慢上升，23点播放视频次数达到全天的最高峰，可见用户更喜欢在中午之后观看视频，尤其是晚间休息时间。

各时段用户播放视频行为分析

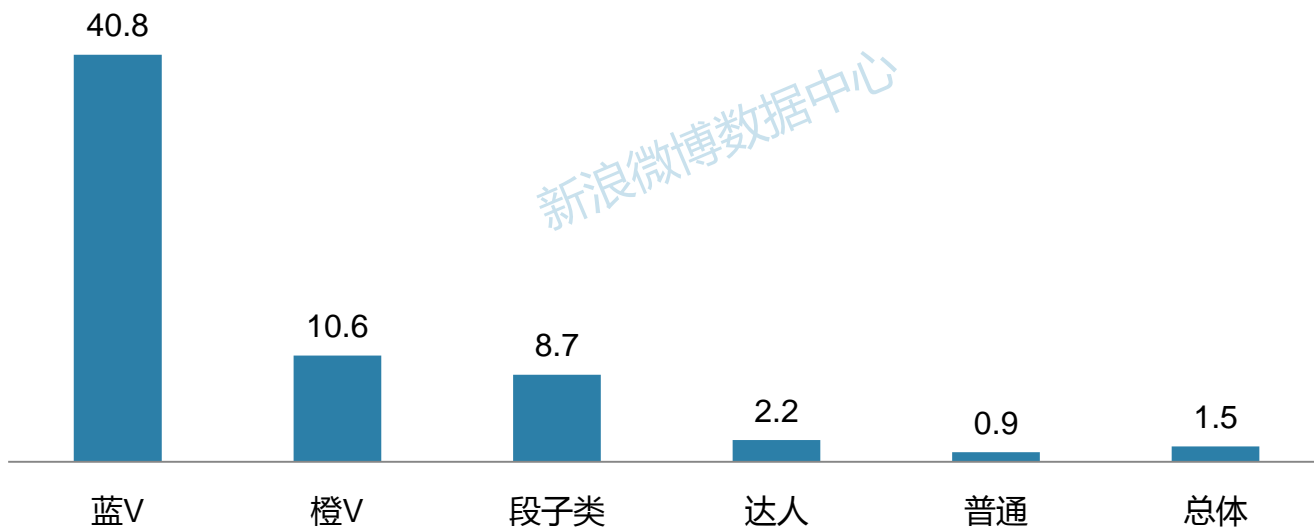


数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

- 本月，传播效果明显的账号仍然是蓝V和橙V类账号，平均被播放量分别达到40.8次、10.6次。相较上月，8月新浪微博橙V类账号发布的视频类微博数量增加。
- 由于视频网站在新浪微博中开通的官方账号均为蓝V账号，这些账号对于视频内容的运营管理水平最为专业，其传播效果较其他账号更好。

各类账号所发布视频内容的平均播放量

单位：次



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

热门视频播放效果分析

从8月份新浪微博中播放次数最高的10个视频来看，时长主要集中在4-8分钟之间，其中3个在新浪微博的播放数超过50万；播放量前五中，电影《小时代》相关视频占据3席，且在新浪微博播放数占总视频播放数比例较高，从6月至8月，《小时代》相关视频均进入热门视频排行。



视频内容：男子地铁拳殴邻座遭还击
视频来源：搜狐视频 时长：01:21
新浪微博播放数：80.5万
占视频播放总数比例：**57.1%**



视频内容：万万没想到：第1集
视频来源：优酷视频 时长：04:10
新浪微博播放数：40.2万
占视频播放总数比例：**9.5%**



视频内容：小时代2终极预告来袭
视频来源：腾讯视频 时长：02:37
新浪微博播放数：62万
占视频播放总数比例：**14.8%**



视频内容：2013 Vine短视频集锦
视频来源：优酷视频 时长：11:14
新浪微博播放数：37万
占视频播放总数比例：**22.1%**



视频内容：小时代2特辑（柯震东篇）
视频来源：优酷视频 时长：05:48
新浪微博播放数：51.4万
占视频播放总数比例：**34.1%**



视频内容：小时代2特辑（南湘篇）
视频来源：优酷视频 时长：08:03
新浪微博播放数：36.2万
占视频播放总数比例：**48.8%**



视频内容：田蕊妮 爱没那么简单
视频来源：优酷视频 时长：05:10
新浪微博播放数：44.8万
占视频播放总数比例：**38.8%**



视频内容：温州狠心保姆脚踹掌掴女童
视频来源：优酷视频 时长：02:42
新浪微博播放数：36.1万
占视频播放总数比例：**15.4%**



视频内容：小时代2 我好想你 路演视频
视频来源：优酷视频 时长：04:53
新浪微博播放数：44.2万
占视频播放总数比例：**62.8%**



视频内容：《龙门镖局》优酷版预告
视频来源：优酷视频 时长：02:01
新浪微博播放数：28.1万
占视频播放总数比例：**43.9%**

目录

8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

视频网站账号影响力排名



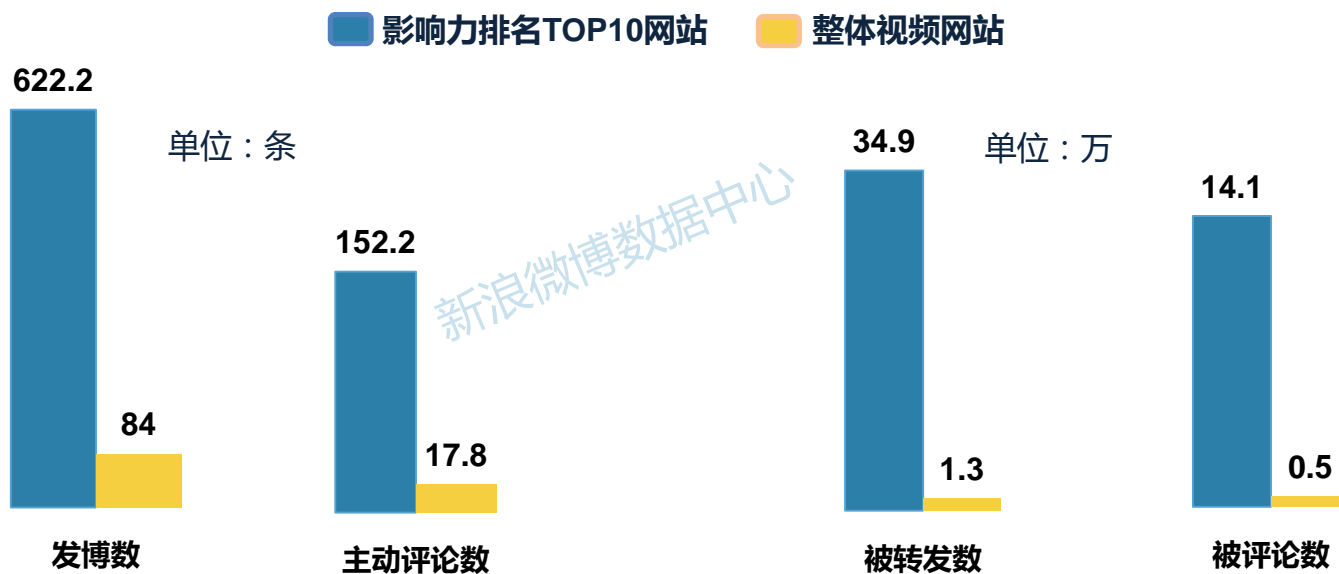
2013年8月视频网站账号影响力排名

新浪微博昵称	影响力排名	活跃度排名	传播力排名	覆盖度排名
爱奇艺	1	4	3	1
搜狐视频	2	1	2	6
优酷网	3	3	1	3
凤凰视频	4	2	4	4
乐视TV	5	10	8	2
影视音乐网	6	5	7	7
56网	7	9	9	5
土豆	8	7	5	8
优酷娱乐中心	9	6	6	10
爱奇艺综艺	10	8	10	9

数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日

- 8月影响力前10名视频网站账号的平均发博数是全部视频网站账号平均水平的7倍，主动评论数为整体视频网站账号的9倍，发博数和评论数是信息传播的基础，各视频网站运营人员应加强主动行为，以便更好的在微博上对网站进行宣传。
- 8月影响力前10名视频网站账号的被转发数和被评论数也明显高于整体水平，这些账号的博文内容质量较高，对用户也更具吸引力。

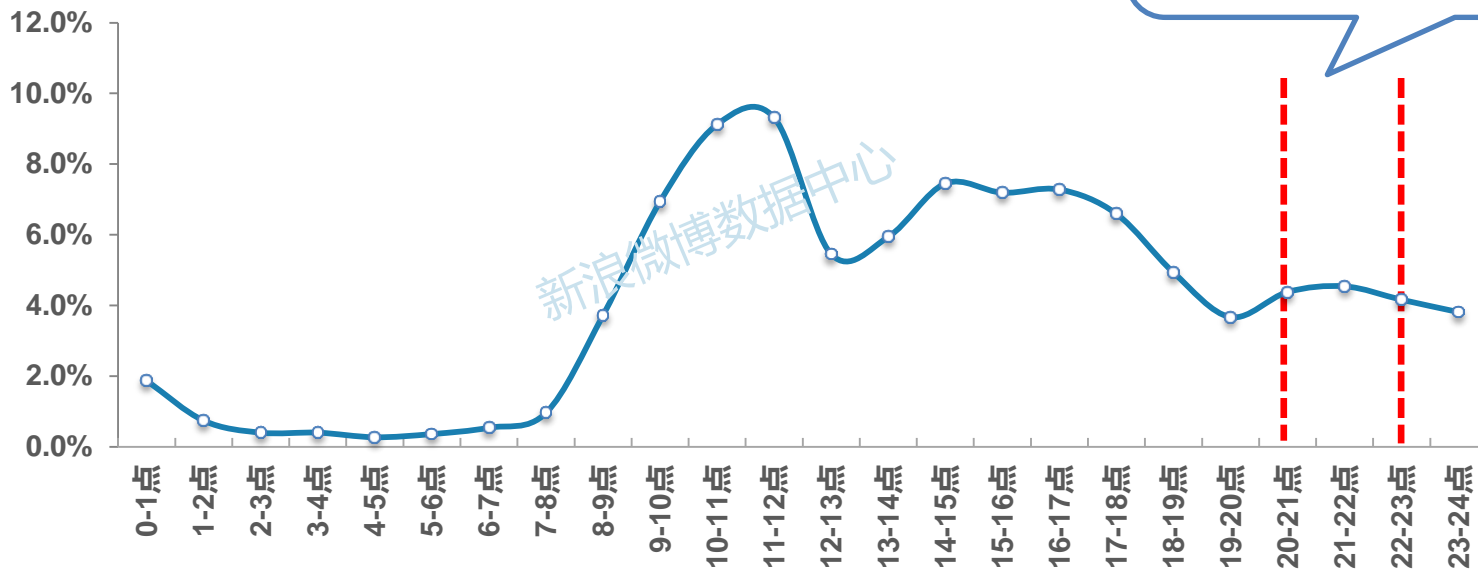
视频网站账号主动行为与被动行为分析



- 从视频网站账号视频博文的发布时间走势中可以看出，全天发布的高峰时段在上午的10点至12点，13点-14点午休时间快速走低，下午15点-18点保持相对平稳的较高水平，18点后发布量持续走低。
- 8月视频网站加强了6-10点间和21-23点间的发博数量，但结合用户播放视频文件的时间发现，官方账号发布视频文件的时间与用户的播放的时间仍然存在一定差异。

视频网站账号视频博文发布时间分布

晚20点至23点是用户在微博中观看视频的高峰时段，建议增加该时段的视频内容发布量



视频网站提及度、搜索数分析

- 8月爱奇艺因“小爸爸”、“辣妈正传”等多部高清电视剧的网络播放，提及度和搜索度均快速提升。
- 优酷网因其广大用户基数，提及度总数较高；随着“中国好声音”进入关键阶段，搜狐视频作为网络独家高清视频网站8月提及度和热搜度有明显上升，风行网本月提及度和热搜度较上月明显提升，因薄熙来案审理，凤凰视频也在本月进入top10。

8月视频网站提及度总数TOP10



8月视频网站搜索总数TOP10





8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

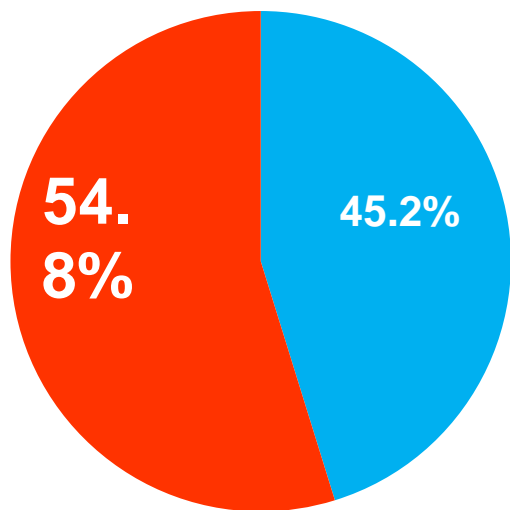
视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

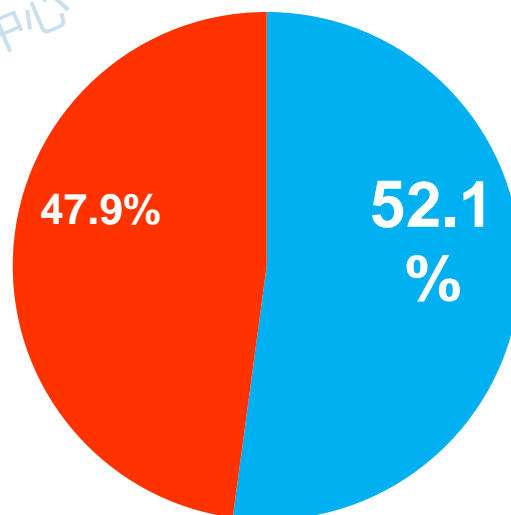
视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析 —性别篇

- 从性别对比可以发现，尽管是同类网站下的不同频道，在受众性别上依旧存在一定差异，男性用户更倾向于电影频道，而女性用户则更倾向于电视剧频道。
- 电视剧通常情节缓慢、人物关系复杂、情绪多变，与生活、人际联系紧密，容易与女性感性思维产生共鸣。而电影通常情节紧凑，在很短的时间内突出一个很惊人的事件、人物解决事情的方法和结果，是男生理性思维所关注的，因此更迎合男生的口味。

视频网站电视剧频道



视频网站电影频道



新浪微博数据中心

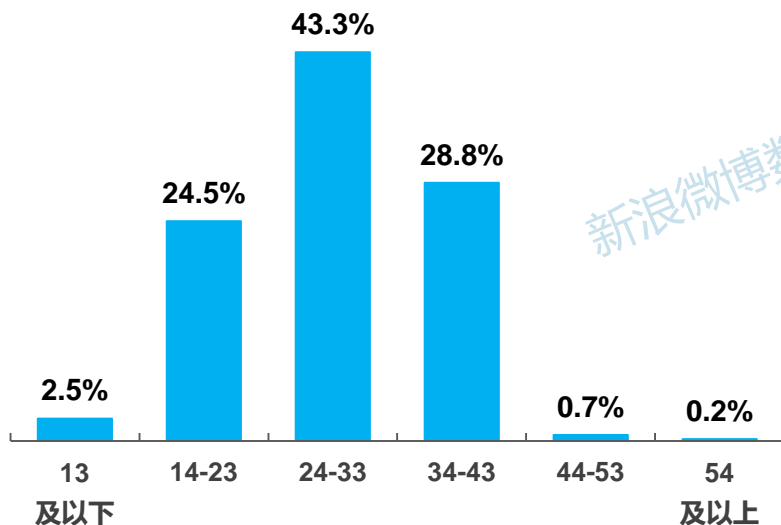
注明：视频网站电视剧频道主要包含土豆电视剧、乐视电视剧、迅雷看看电视剧、搜狐视频电视剧等；视频网站电视剧频道包含土豆电影、PPTV会员频道、乐视电影、搜狐电影等多家网站。
数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日。

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析 — 一年龄篇

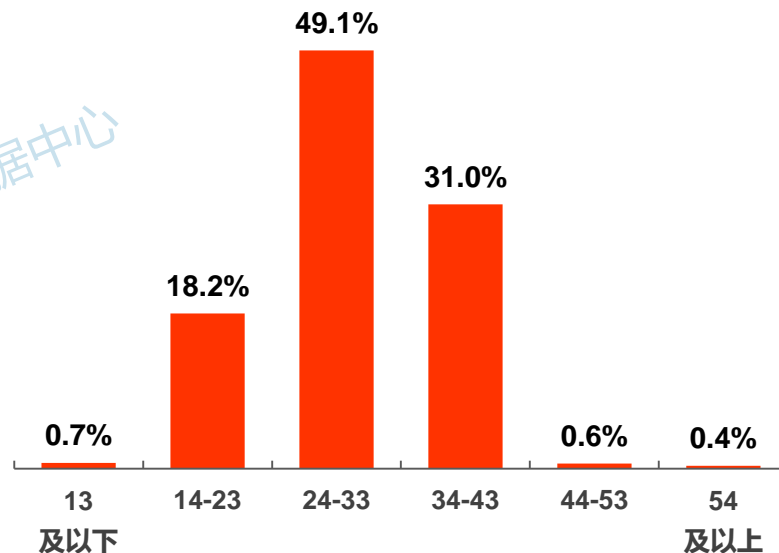


- ▶ 两类视频网站频道用户的年龄属性都集中在80后、70后和90后，尤其是24岁至43岁用户比重军占到70%以上；
- ▶ 主要的差别在于电视剧频道的用户中，低龄段比重较大，较电影频道用户高出8个百分点。

视频网站电视剧频道



视频网站电影频道

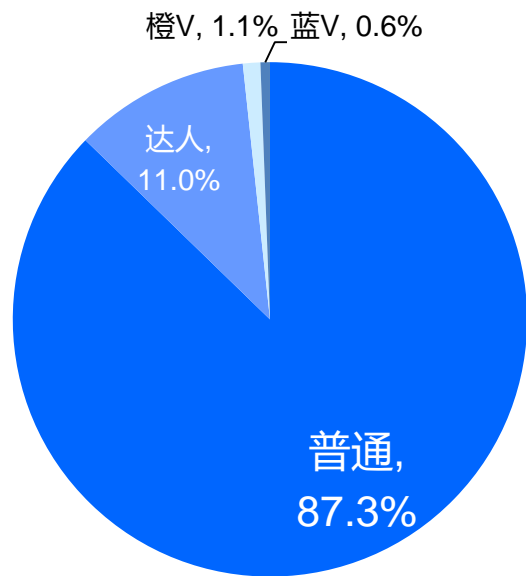


注明：视频网站电视剧频道主要包含土豆电视剧、乐视电视剧、迅雷看看电视剧、搜狐视频电视剧等；视频网站电视剧频道包含土豆电影、PPTV会员频道、乐视电影、搜狐电影等多家网站。
数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日。

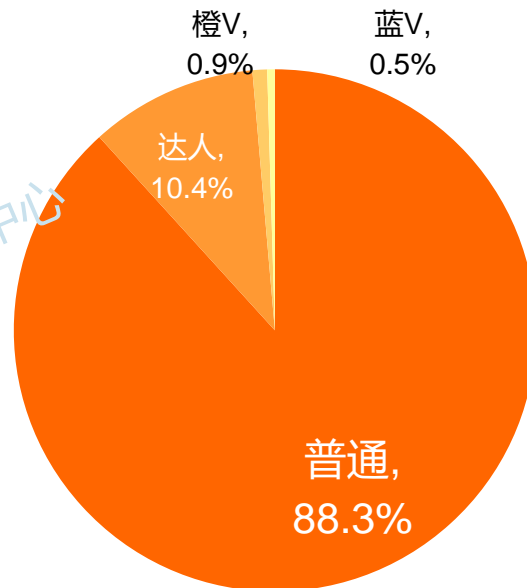
视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析 —用户类型篇

- 视频网站电视剧频道和电影频道播放人群用户类型主要都集中在普通和达人用户中，V用户占比非常少；
- 其中电视剧频道V用户占比略微高于电影频道，橙V用户比重，电视剧频道高出电影频道。0.2%，蓝V用户比重则高出0.1%。

视频网站电视剧频道



视频网站电影频道



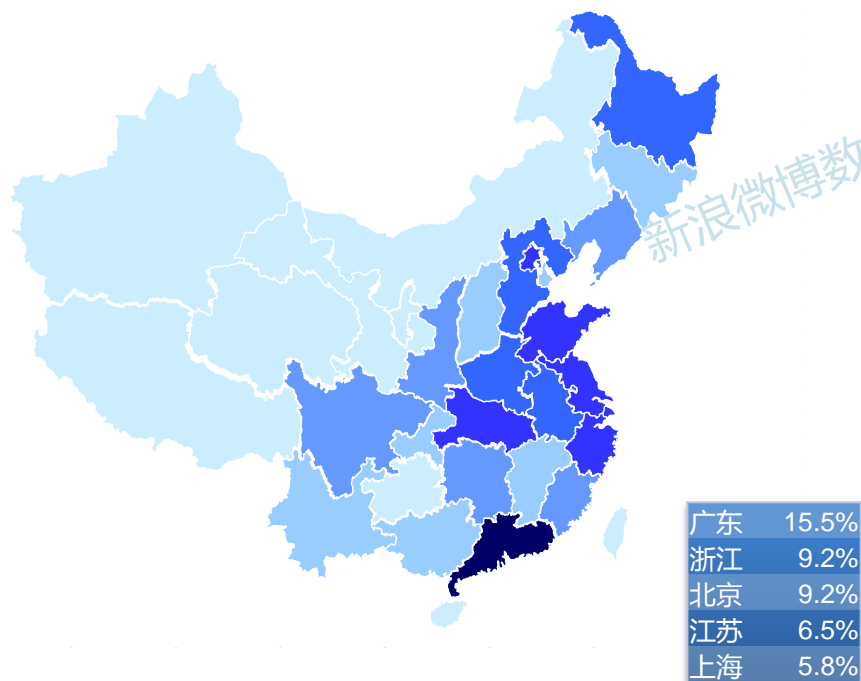
注明：视频网站电视剧频道主要包含土豆电视剧、乐视电视剧、迅雷看看电视剧、搜狐视频电视剧等；视频网站电视剧频道包含土豆电影、PPTV会员频道、乐视电影、搜狐电影等多家网站。
数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年8月1日至8月31日。

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

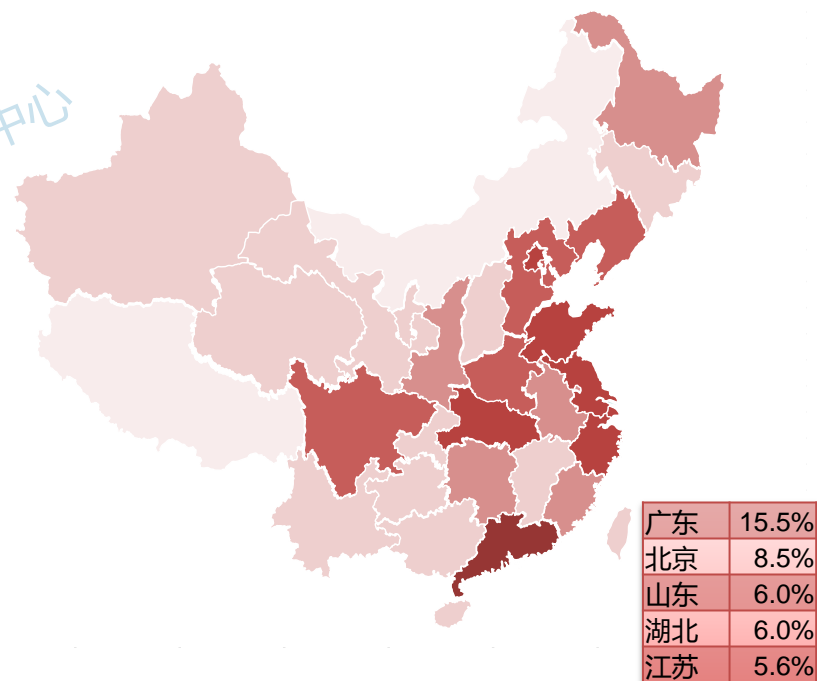
—地域分布篇

- ▶ 两类频道播放人群地域主要都集中于中心城市、部分沿海省份和部分中部地区省份，两类频道在覆盖的区域上差异较小。
- ▶ 但电影频道用户中，来自山东和湖北的用户比重相对较大，这与电视剧频道有明显不同。

视频网站电视剧频道



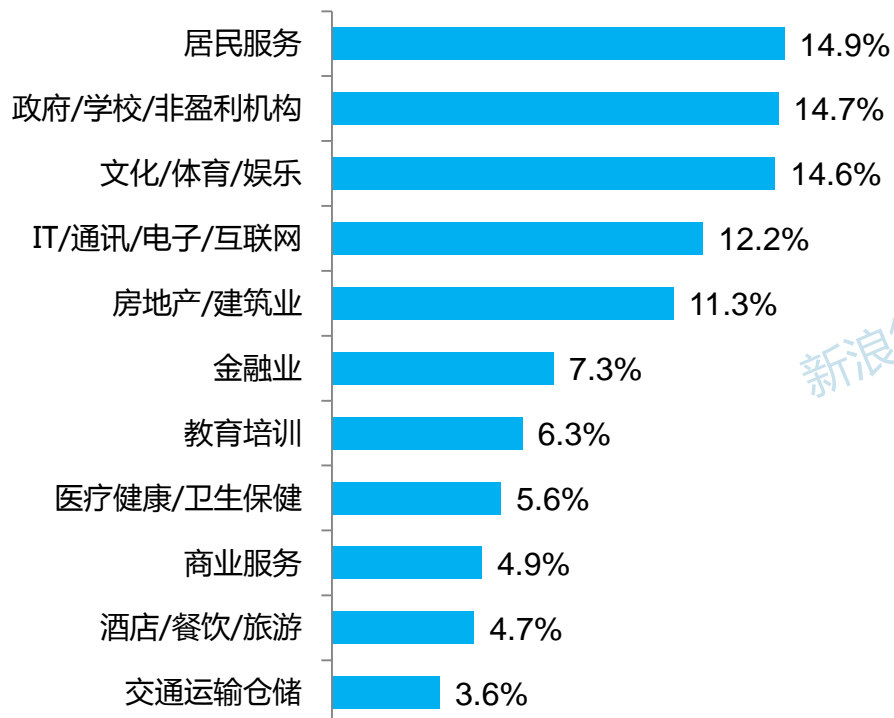
视频网站电影频道



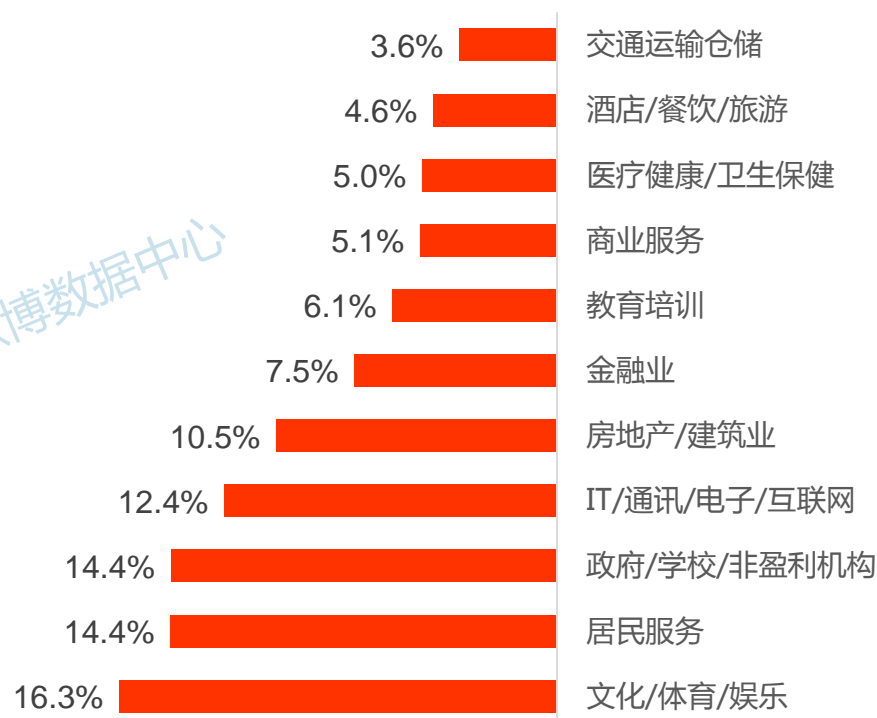
视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析 —所属行业篇

- ▶ 两类视频网站频道的用户主要来自居民服务、政府/学校/非盈利机构、文化/体育/娱乐、IT/通讯/电子/互联网、房地产/建筑业、金融业等行业；
- ▶ 其中，视频网站电影频道的用户中，来自文化/体育/娱乐的用户比重较电视剧频道比重大，这也从侧面反映了两类网站在受众群体行业上的差异。

视频网站电视剧频道



视频网站电影频道



目录

8月视频网站微博发展概述

视频网站短链分析

视频内容播放情况分析

视频网站官方微博运营分析

视频网站电视剧电影频道播放人群属性分析

研究说明

名词解释

影响力：影响力来源于新浪微博数据中心的“微数据”产品，是根据活跃粉丝数、发布博文数、被转发数、被评论数等关键指标经过一些列计算得出的数值，是用来反映单个账号运营水平及用户反响的指标。关于更详细的影响力指标请点击：<http://mydata.weibo.com/>

短链分享量：某一网站的短链分享量是指，包含该网站域名短链的原创博文数量。

短链点击量：某一网站的短链点击量指，用户点击该网站短链的次数。

回流比：某一网站的后流比计算方法为

回流比=该网站的短链点击量/该网站的短链分享量。

提及度：提及度是指某个关键词在原创博文和转发博文中的提及次数。

搜索数：搜索量指微博用户在微博搜索中检索关键词的次数。

样本说明

本报告中账号的样本范围是截止到2013年8月31日新浪微博中带有“V”字标识的视频网站账号。

本报告中短链的样本范围是2013年8月1日至2013年8月31日在新浪微博中被用户创建和点击的视频短链。

研究方法

本报告以定量分析为主，然后借助微数据、风云榜和微指数三大产品，运用了对比分析、交叉分析、内容分析等研究方法。报告中的数据全部来源于新浪微博数据中心，并经过层层筛选，对垃圾账号、垃圾网站予以过滤，保证了各项排名的公正性。

微数据访问地址：<http://mydata.weibo.com> 风云榜访问地址：<http://top.weibo.com>

微指数访问地址：<http://index.weibo.com> 微报告访问地址：<http://data.weibo.com/report>

法律声明

本报告为新浪微博数据中心制作，由新浪技术（中国）有限公司（以下简称本公司）享有完整的著作权。报告中所有的文字、数据、图片、表格、均受到中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。未经本公司书面许可，任何组织和个人，不得基于任何商业目的使用本报告中的信息（包括报告全部或部分内容）。如果用户在非商业、非盈利、非广告的目的时需要引用报告中内容，需要注明出处“新浪微博数据中心”。

撰写本报告的研究人员对采集到的数据严格把关，多次进行细致的人工筛选，并且通过专业统计分析平台进行数据清理和分析，找出数据间的相关性，做出相应的判断和推测。但是由于研究方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分研究内容有可能不能完全反映真实市场情况，因此本公司对报告的数据准确性和分析、预测结果不承担任何法律责任。

谢谢观赏

