

抖音APP市场调查报告

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/1692504733606639.html>

范文网，为你加油喝彩！

励志格言

1、用勤奋弥补先天不足，让拼搏开辟后天之路。

2、每天积累一点，就离成功近一点。

3、水不击不跃，人不激不奋。

4、励志是船，拼搏是桨，通力合作才能乘风破浪，到达彼岸。

5、静，蓄势待发；动，畅快淋漓；中考，动静相宜，厚积薄发。

6、成功是对执着者的馈赠，失败是对追求者的一种考验。

7、我品尝着拼搏的快乐，拼搏精彩着我的生活。

8、雄鹰可以飞得晚，但一定要飞得高。

9、时间抓起来就是黄金，抓不起来就是流水。

10、一心向着自己的目标前进的人，整个世界都会给他让路。

抖音APP市场调查报告

抖音APP市场调查报告

要去了解一件不明白的事情时，我们需要仔细地调查清楚，调查的结果通常在调查报告上面呈现出来。那么调查报告要注意什么内容呢？以下是整理的抖音APP市场调查报告，希望对大家有所帮助。

目录

一、抖音的产生背景及定义

二、为什么刷抖音会上瘾

三、调查数据分析

四、市场前景

一、抖音的产生背景及定义

抖音产生背景：影像技术诞生以来，全世界范围内最受欢迎的短视频就是MV（music video），音乐短视频，是所有短视频里最头疼的部分。但是MV拍摄困难，能随机对着镜头装模作样演一下的人不少，能随时随地对着镜头说一段唱一段的人不多。

Dubsmash的对嘴表演模式创造性的解决了这个问题，通过音频台词，剧本我都给你写好了，你只要表演，而且音频时长很短不到10秒，降低了表达成本，增加了内容趣味，恰巧因为这个低成本内容也变得易扩散。

而抖音正是Dubsmash的中国学徒。

抖音定义：是一款可以拍短视频的音乐创意短视频社交软件，该软件于2018年9月上线，是一个专注年轻人音乐短视频社区。用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄音乐短视频，形成自己的作品。

二、为什么刷抖音会上瘾

首先，抖音有着自己独特的运算机制。

第一，15秒短视频。

每个抖音视频，一开始最长时间是15秒，到后来有部分用户可以发布1分钟左右的视频。

从心理学的角度分析，如果能够充分利用零碎的时间，那么15秒则是容易让人产生强烈愿望和让人形成片刻记忆的时间段。所以，很多人会看了一遍之后，还想再看一遍或者是看下一条。

第二，视觉上冲击。

抖音的视频，大多是以画面和音乐结合的形式呈现，每个视频都创意无限。

通过一段段的最精彩部分结合在一起，远比单纯的文字和***片，更要吸引人。

第三，大数据分析并推送。

抖音是今日头条旗下产品，而今日头条的信息流机制是十分地强大的。抖音有着一套大数据分析，它可以根据抖音的用户习惯，给每个用户贴上特有的标签。

然后，给用户推送他们最感兴趣的内容。

其次，就是用户需求大。

抖音大多数内容，都是以搞笑为主。它在利用人们碎片时间，使现代人在生活节奏快的情况下，得到快速的放松。

一开始玩抖音的都是一些普通人，他们分享着自己的生活，自己的创意。不管是分享者还是观看者，都是迎合了大众平民的心理。

而且，发布抖音的成本很低，只需要你有创意，你就敢来“抖”。

如果，你的创意足够优秀。那么，它将会获得几十万甚至上百万的用户点赞和评论，而分享者的被认同感就会得到提升和强化。

三、调查数据分析

1、调查时间：20xx年10月13日-10月15日

2、调查目的：了解使用抖音的主要年龄层，使用抖音的具体情况，抖音的特色，以及存在的问题

3、调查对象：年龄及性别都不限

4、此次调查问卷根据调查目的，问题设计的主体分四部分：第一部分为调查对象构成划分，第二部分为用户刷抖音的时间、原因，第三部分为用户对抖音功能的具体使用情况，第四部分是对抖音的整体看法。具体思路分解如下：

第一部分（第1、2题）：

划分出调查对象的性别、年纪层次，分析样本的构成

第二部分：（第3-8题）

可以通过用户在平时的时间里是怎么分配的，大概了解用户对抖音的喜欢程度。

第三部分：（第9-16题）

主要了解用户比较注重的内容，其抖音分为两大内容：音乐和视频，视频内容还可以分为才艺类、搞笑类、看颜值类；其次是对用户对抖音功能的评价。通过了解这几个，可以知道用户使用抖音的原因，对抖音的基本功能是否满意。

第四部分：（第17-21题）

在基本上了解了以上的问题之后，就需要实际的操作完成调查问卷的设计工作了，在这个环节里面，用最简练的文字让接受调查的人员明确调查的问题非常重要。设计问卷时，我们需要把侧重

点提前拿捏好，根据重点设计清晰的问题，在顺序上也尽量分块，此份问卷中，一个问题比一个问题的总结性强，这样安排有助于问卷收到满意的效果。

5、问卷的发放与收回情况：

此次网上调查问卷是在问卷星中设置的，在问卷的发放中，由于是通过***复制之后来发放问卷且是线上回答问题，可以依托微信发送给朋友、微信发朋友圈引导用户填问卷等网络社交工具，可能会出现非调查目标人群的误填。关于回收情况，问卷的浏览量为123份，问卷的有效回收量为123份。

6、样本描述：

6.1样本结构分析：

6.1.1年龄分布：

18岁以下：18-30岁：31-50岁：50岁以上=6.5%：92.68%：0：0.81%

6.1.2性别：男女比例：21.14%：78.86%

从样本结构可以看出玩抖音的年龄层是18-30岁的人，是一款受年轻人喜欢的软件；性别上可能受一些因素影响，不能确定女生不男生喜欢刷抖音。

6.2抖音使用情况分析：

有52.85%的人使用抖音，通过电视广告、微信微博等社交平台了解抖音占41.54%，朋友推荐了解占36.92%，通过软件排行了解占3.08%，其他途径占18.46%，

有26.15%在空闲时间刷，有38.46%在无聊时间刷，有32.31%是在没有固定时间下刷，说明有抖音软件的人数占大多数，受大多数人的喜欢。

18.46%的人刷抖音时间为15分钟以下，40%的人刷抖音时间为15-30分钟，26.15%的人刷抖音时间为30-60分钟，15.38%的人刷抖音时间为60分钟以上，可以得出大部分人刷抖音时间还是挺久的。

73.85%的人还是能控制刷抖音的时间的。

相对于其他短视频软件，69.23%的人认为其内容新颖，72.31%的人认为其界面操作简便，47.69%的人认为其视频质量高、效果佳，60%认为其曲库资源丰富，说明抖音相对于其他软件还是较有自身的特点的。

关于用户刷抖音，58.46%的人喜欢看才艺秀，67.69%的人喜欢看生活日常，61.54%的人喜欢看小短剧小故事，61.51%的人喜欢看美妆、美食和旅游景点，大家还是挺喜欢发现我们周围的新鲜事物；63.08%的人喜欢搞笑类，能够把快乐传给用户，13.85%的人喜欢游戏卡通类，24.62%的人喜欢心灵鸡汤类视频。此外，86.15%的人刷抖音只是为了娱乐休闲。

用户了解抖音的作用和功能后，67.69%的人都没有尝试去拍，32.31%的有尝试去拍，拍的原因大

多是纯粹好玩，还有少数部分认为是拍一个有意义的视频，值得记录，极少数人是为了粉丝人气才拍，说明抖音却是能把快乐分享给周围的人，有些比较有意义的事我们可以记录下来，也能够把他分享给周围的人。

用户对抖音的音乐剪辑喜欢程度占75.38%，说明其内容沉浸度较强。

抖音的作用调查结果显示，89.23%的人认为能缓解生活压力，放松心情，55.38%的人认为能学习到一定的知识技能，41.54%的人认为能提供展示才艺的平台，56.92%的人认为能记录生活的点滴，说明抖音在许许多多的人的生活有了一定的影响。

当然，抖音的弊端调查结果显示，认为其消耗大量精力，影响正常学习工作和休息的人有67.69%，引起大规模盲目模仿，存在人身安全隐患的人有75.38%，视频内容混杂的人有66.15%，审核管理机制不健全的人有41.54%，说明抖音存在的弊端较大，仍需重视管理。

对于抖音的‘使用满意度，非常满意占9.23%，满意占38.46%，不满意占3.08%，49.23%的人认为一般，占到了一半，有待进一步的提升软件的体验度，如增加更多有趣的模块。

在不使用抖音的原因中，浪费时间占70.69%，这无疑是最为致命的。

在抖音的发展趋势中，40%的人认为其还能较长时间占据重要地位，35.38%的人认为其会被其他短视频软件同化，23.08%的人认为其能不断发展完善，成为主流，1.54%的人认为其很快会被社会淘汰，还是有挺多人看好抖音的。

7、发现的问题

抖音上的有些视频内容都是模仿的，看多了会有审美疲劳，就把之前抖音主打创意的特征淹没了，变得索然无趣；

有些视频拍的模糊，影响视觉；

有的视频表达不清晰甚至没有意义，甚至把负能量的东西上传；

有些评论有针对性，伤人的言语，影响他人的思维。

审核管理制度不完善。

一定程度上影响了人们生活作息。

8、总结

调查的收获与不足：

通过此次调查，对问卷的设计和制作有了进一步的了解，学习了通过社交平台的发放与回收的具体方式；通过此次问卷收集和数据分析，收集了问卷制作之初的期望信息，了解到了当下大学生们对于抖音的了解情况，对抖音的评价和期望。但从整体的问卷设计上还是存在很多问题，比如说问题设置、设置顺序及题数，自己就会不断找出解决方法，把问题放到最小化，通过这次的实

践，培养并提高了我们分析数据的能力和逻辑能力

四、市场前景

与市面上大多数短视频APP一样，抖音是一个以推荐为引擎，以KOL创作为内容源，用户可以针对视频进行点赞、评论、分享，是一个连接内容生产者与内容消费者的平台。

抖音在近两年迅速发展起来，成为短视频中的佼佼者，但是一个行业的火爆，这也加大了国家监管的力度。凡是能严重影响人们生活方式的，广电都会严加管理的。内涵段子被封，今日头条经历几次谈话，抖音在准备面向大众用户时，也走上了自我审查的道路。对于未来，抖音不仅需要考虑如何生产好的内容，满足用户的需求；还要加强内容审核，符合相关法律规定，只有这样才能稳住自己的短视频王者地位。

拓展阅读：抖音未来发展前景

1、抖音的现状

短视频的红利期已经到来,并且来了很久,也许你会觉得红利期过了,那我现在做也来不及了,还做什么啊,不学了。

但实则风口还没有过,现在正是短视频风口最大的时期,短视频带货最猛烈的时期,而且现在比之前好的一点是,前面已经有无数成功的案例可以参考,相对而言,我们的风险小了很多,然后也可以去参考别人的经验。

而且如今商家们纷纷入驻抖音,并不是价格越&低大家就越会买,而是让越大v的人带货促销,主要靠的是大v的流量和口碑,依照目前的数据分析来看,未来的发展趋势两级分化会越来越严重,几个大v卖的货,能顶的上后面所有人卖的货。

抖音平台汇集了各方内容,以前不懂先问度娘,现在你不懂了还会来抖音搜索!可见抖音发展之势。

明白抖音的机制和算法是很关键的,一些做菜和生活小技巧的视频为什么能火,因为很简单,一搜就出来,百度的都是文字居多,而抖音是视频,更容易学会。

抖音每天审核数以万计的视频,自然有它的算法辨别,抖音的大部分作品是机器审核而非人工,人工审核是那些投了dou+或者点赞上了百万的。

2、抖音的亮点

1、用户可以通过视频拍摄的快慢、以及特效、滤镜、场景切换等技术让视频更具创造性,一秒变大片。加之配乐以电音、二次元、古风、舞曲、流行曲为主。一方面根据自己的节奏做对应的表演和剪辑创作,使拍摄过程更舒服;另一方面,不同的拍摄节奏,降低了内容的同质化

,形成的大多数作品节奏感和带入感更强,有魔性,给人感觉酷炫。

2、以头部用户创作内容为基础,用户点击右下角音乐或点击相关话题可以直接参与创作,简化了拍

摄流程,且提升话题热度。

3、依赖今日头条强大的推荐技术,加入算法推荐模型,保证了视频的分发效率和去中心化,确保了只要内容质量优,人人都可以被展示在推荐列表中进而获得更多的关注,在这里,明星以及大IP的关注度不见得能超过那些生产好内容的普通用户。而这一点正是让用、户不断创造的最大动力。

3、抖音未来的发展趋势

抖音的出现不仅改变了人们的休闲娱乐方式、阅读习惯,还改变了人们的价值取向,形成了具有现代色彩的抖音文化,对信息传播产生了深远影响!随着科技网络技术的不断发展,抖音满足了社会发展需求和用户生活需要!

当前抖音内容主要体现在大量的泛娱乐化视频,即横向快速铺开阶段,而未来随着横向发展到一定程度后,必将谋求纵向内容的精细和专深!

抖音作为一个商业平台,商业变现是其根本属性,商业变现与用户体验之间的矛盾是抖音发展的根本矛盾之一!抖音要维持运营,必然要寻求商业变现,但短视频行业竞争非常激烈,并且短视频营销尚处于起步阶段,大多数商家还处在观望状态,广告模式粗糙,内容夹杂广告,会极大的影响用户体验!

结合抖音传播的特征和商业变现的原则,未来抖音在商业变现上会改变简单的广告呈现方式,在保证广告内容质量的基础上结合产品的特征与抖音的优势,形成健康可持续的传播理念;在创意上与商家合作开发具有故事性、观赏性、引导性的内容,而非直白的呈现。

抖音平台的发展最终体现在用户的粘性和平台文化的建立上,不以消费用户体验来换取商业变现,而是思考如何让用户参与到商业变现中来,是抖音持续发展的一大特色和唯一途径!

抖音异***突起,带动了新媒体行业的快速发展,这不仅让企业大大减少了成本,还可以获得巨大的曝光量、影响力,还可以直接和用户沟通,更好地实现流量转化,这对于那些中小企业和品牌来说,无疑是一个非常好的机会!

抖音也随之成为未来企业进行产品营销非常重要的前沿阵地!

更多 实用文体 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/93_0.html

文章生成doc功能,由[范文网](#)开发