

# 抖音完播率和播放量有什么关系?抖音剧情号市场前景如何?--抖音代运营

产品名称	抖音完播率和播放量有什么关系?抖音剧情号市场前景如何?--抖音代运营
公司名称	杭州邦辰网络科技有限公司
价格	3999.00/个
规格参数	
公司地址	钱塘新区2号大街511号东投新悦广场
联系电话	18969135066

## 产品详情

2022年，短视频从业者的时机究竟在哪里?或许下面这些问题能够给你带来些启发:

Q1:抖音接下来做剧情账号的市场前景怎么?

咱们要看一下，无论是抖音和快手，剧情/搞笑类内容都应该是排名前3的内容赛道:

在抖音渠道上，由于许多账号既日于搞笑又归于剧情，比方咱们了解的“祝晓晗”“剩余和毛毛姐”等，所以一开始

咱们做运的时分并没有将剧情/搞笑的标签完全分隔，

从整体来看，剧情搞笑类的内容体量位列于整个抖音内容盘子的第3名，仅次于颜值类小姐姐小哥哥，

与此同时，在抖音上一年整年里，剧情/搞笑类账号增幅非常之快，排在了内容赛道的第6位。这关于个根底盘子

已经很大的内容类型来说，其实是非常可怕的。

而快手上，搞笑类的内容要稍多于剧情的内容，搞笑类内容排在第2，剧情类账号排在第4，这阐明无论是在抖音

和快手上，剧情类赛道都已经非常拥墙了，这是榜首。

咱们能够看到:剧情/搞笑都排在榜首，阐明其实剧情类账号的吸粉效率是快速的，做得好的剧情账号很简单张粉，并

迅速生长为大号和超级大号。

我这儿强调下，在咱们看来，300w粉丝以上的账号就能够叫做大号了，由于在各个重类里边，300w粉丝的账号占比

(该重类账号)仅在496以内。

看完数据，咱们也能够感性剖析下，这两年主打内容型的MCN咱们都记住了谁？上年应该是古麦嘉禾，前年则是无忧传媒，这两家公司的估值在8000家短视频MCN中是非常高的。

那咱们知道他们都是做什么的吧？他们都是拿手做剧情内容的。

古麦嘉禾的逆袭系账号、无忧传媒的代表红人毛毛姐，玩料音的人应该都会知道，而无论是上-年仍是前年这个时间

节点，剧情类的内容占比大盘都是很高的，乃至比现在部高。

所以我的结论是：做内容咱们尽量不要总考虑这个高道到家是不是足够拥墙了，是不是没空间了，其实任何时分，只

需你的内容足够超卓，便是船够飞起来的。

这儿，我给做剧情类账号的创作者/MCN3个方向的主张：

1、无论是抖音仍是快手，都能够测验剧集/小剧场类账号的创作方向，勾起用户的食欲，让他们能够一集一集地看下

去。

比方说账号“古蛇Samael”，便是这个方向的内容，当然测验这个方向时好要在出品质量上做到影视级的出品，

这样更简单得用户的重视：

2、做剧集账号能够添加主人设，像到余和毛毛姐是一人分饰两角。但这种形式对创作者的要求会很高，所以主张咱们

做账号，做2-4个主人设，这样的话剧情会更好，更有抵触点：

另外的话，每个人设都会吸引到自己的粉丝，就好比咱们了解的三小只(易炸干望的扮丝是不必定CUE王俊凯的对

吧)，并且也愿降低账号运营的风险，咱们也观察到，像1月增防比较快的几个账号“大狼狗郑建鹏&言真夫妇”“青

岛大姨张大厦”“原来是舅先生”等都是2-4个主人设。月上的传媒公司是..口日媒体

3、假如你能做“剧情+笔直”的账号，还能够尽量往这个方向探索。

咱们都知道剧情类账号很吸粉，爆款率也高，但它主要的交现模式还只能依附于广告，并且剧情类账号的粉丝

很匹配，希望有清晰粉丝画像的广告主并不是很原意投。

但假如你在剧情根底上加了笔直，比方，剧情+美妆，那它的变现才能就会增强许多。

比方“乃提guli”，  
她的内容都是剧情形式，在剧情里植入美妆后就船够经过直播卖美妆产品去变现，这就比  
挣钱丰厚了一些路径。

Q2:关于2020年刚开始转型做短视频的“小白”演员or达人有什么主张?

其实这个问题应该回归考虑的是:作为一个演员，你的“才艺”到底体现在哪里?你的才艺是否真的非常精深?

你具有非常强的才艺，那我觉得2020年你入局-点都不晚。

以我重视的美妆赛道为例。咱们都知道在笔直内容范畴，美妆和轿车赛道都是非常拥堵的，大号非常多，当然广

的需求也很旺盛。但仍然会有许多新人脱颖而出，比方我喜欢的“仙姆SamChak”、

他本身是个明星化妆师，化妆技术非常杰出，所以视频比照抵触感很强，像这样的达人增粉也非常简单，由于他专

业，粉丝匹配度很高，广告主也很喜欢，无论是广告仍是带货都会有不错的表现。

并且我个人感觉，抖音在2020年对这种专家型的达人也会有一些流量的歪斜。  
说到底，便是你够不够匹配，以及你

不能把你的匹配经过视频展现出来。

Q3: 2019年短视频微剧大火，像正能量、恋爱、悬疑等类型，可是失利的案例有更多，您认为在微剧投入上，

dou+、内容、运气的占比是多少?为什么?

我觉得作为内容社交媒体，内容永远都是关键的，当然，2019年微剧能火，与渠道鼓舞长视须发展，给予流量歪斜精

关，存在必定的运气成分，但DOU+这个影响我觉得很小。

假如你的内容很差，你投DOU+也是很难爆的，由于DOU+不是投了就相推着你的著作进入到次级流星油，用户在看

到视频后的互动反馈是重要的。

在这儿，我给做短视频的内容创作者几个主张:

榜首，内容越简单，越直接越好，便是要给用户带来短期的感言对激和满意，这跟用户看短视频的状况是相关的，用

户不可能做到像别剧那样沉浸式地去确短视频，所以你没必要一开始卖一个大关子，用户是没有这个耐性的，有这个

耐性她完全能够追剧，刚公众号，

第二，做构思和运营的人，都必须非常了解渠道的内容传达机制，这样才能知道怎么去做构思，怎么去构思。常见的内容数据指标有:完播率，复播率，细放量，量、转发等等，曾经有人问我，是不是播赞比比值控制在10—20以内，也便是10-20个播放能带来一个赞，视频就有望成为爆款？说实话这是谁都无法确保的。我问过抖音的产品负责人，算法开始是有设计规矩的，但随着机器学习才能的增强，现在算法已经是一门玄学了。

但咱们仍然能够经过运营去总结一些规律。

从长时间看，我觉得比起重视播放量，播赞比，播转比，我更主张咱们去重视完播率。

咱们发现:完播率跟播放量大概率是成正比的，完播率越好，播放量越高，成为爆款的才能越强，除此之外，复

率，转评赞等数据也会影响播放量，爆款并不是单一指标来决定。

比方:你发现你的视频完播率还能够，但复播率不行，你能够测验在视频结束:添加论题或悬念设置，这样用户

懂，还会再刷，这些都存在必定的技巧。

第三，DOU+不是投了都有用。假如你的视频发布后，数据跟平日视频数据相差无几，是没必要去投DOU+的，

反，你的视频数据比平时要好，比方完播率、播赞比都好许多，那么你能够挑选投DOU+加热，可是主张开始找

费用控制在300元以内，假如数据增加曲线很好，能够再追投2-3次，从1000元到5000元不等。

Q4:母婴行业企业号怎么运营?市场上抖音代运营靠谱吗?

其实许多企业做企业号都存在个误区，便是把企业号当成自己的PR阵地，用来秀肌肉、秀自己的实力;或许看到

业号功用很强壮，能够开发“商家”功用，能够发券，能够POI，船够促销，船够引流线下:船够开发“品牌”功用

导流电商转化，所以就跟风问进来了。

可是开了之后却发现粉丝不涨，拍的视频也没什么赞。这个时分又傻眼了，觉得坚持不下去了，所以我想跟咱们共享

自己的一些主张:

首先，你做企业号，不要光想企业号能为我这个品牌带来什么(也便是要忘掉品牌的身份)，而应该想:我能给抖音|

上的用户带来什么，要从用户本位去考虑，你是能给用户带来利益，仍是带来兴趣。

这儿强调下，我说的这个利益不是钱，而是价值，让他们感觉到你这个账号发布的内容有用，一般来说，有用的内容

简单吸粉，有趣的内容更能够带来互动。

比方你是母婴品牌，你的用户为重视什么？便是你做账号的出发点，是你账号定位的根底，或许是你的用户重视你的根底。

其次，对内容必须有敬畏心，要学会借势热梗，抢手BGM呼等去扩大梗的效应。

第三，不要任性地拿你的账号当做一个试验品，去随意测试用户的喜爱。

比方，以上出个剧情段子，明日出一条专家育儿教学，后天代言人宣传片出来了，就干脆发个宣传片，我告知你，但凡这么坚持1个月，你的账号就完全废了，也便是说：完全没有运营价值了。