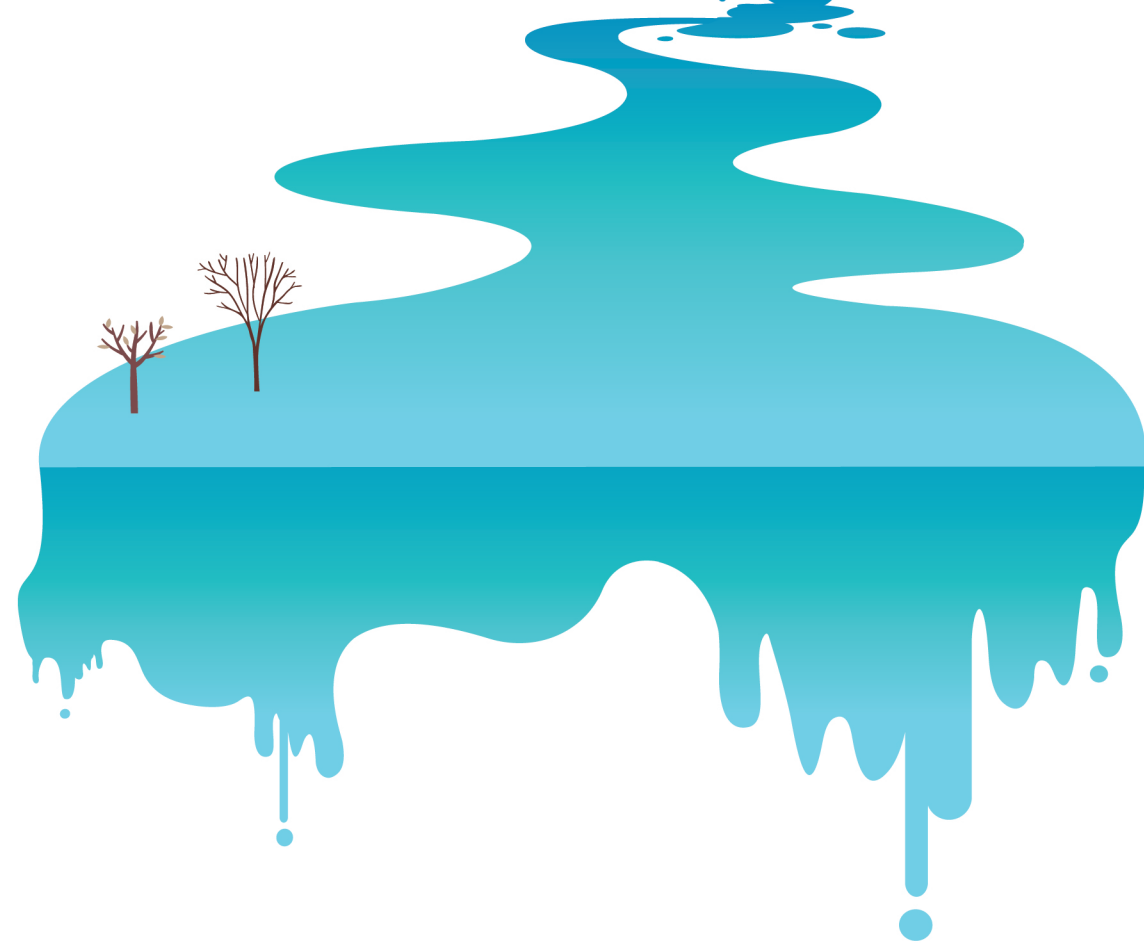


让每个 美好之地 都被看见

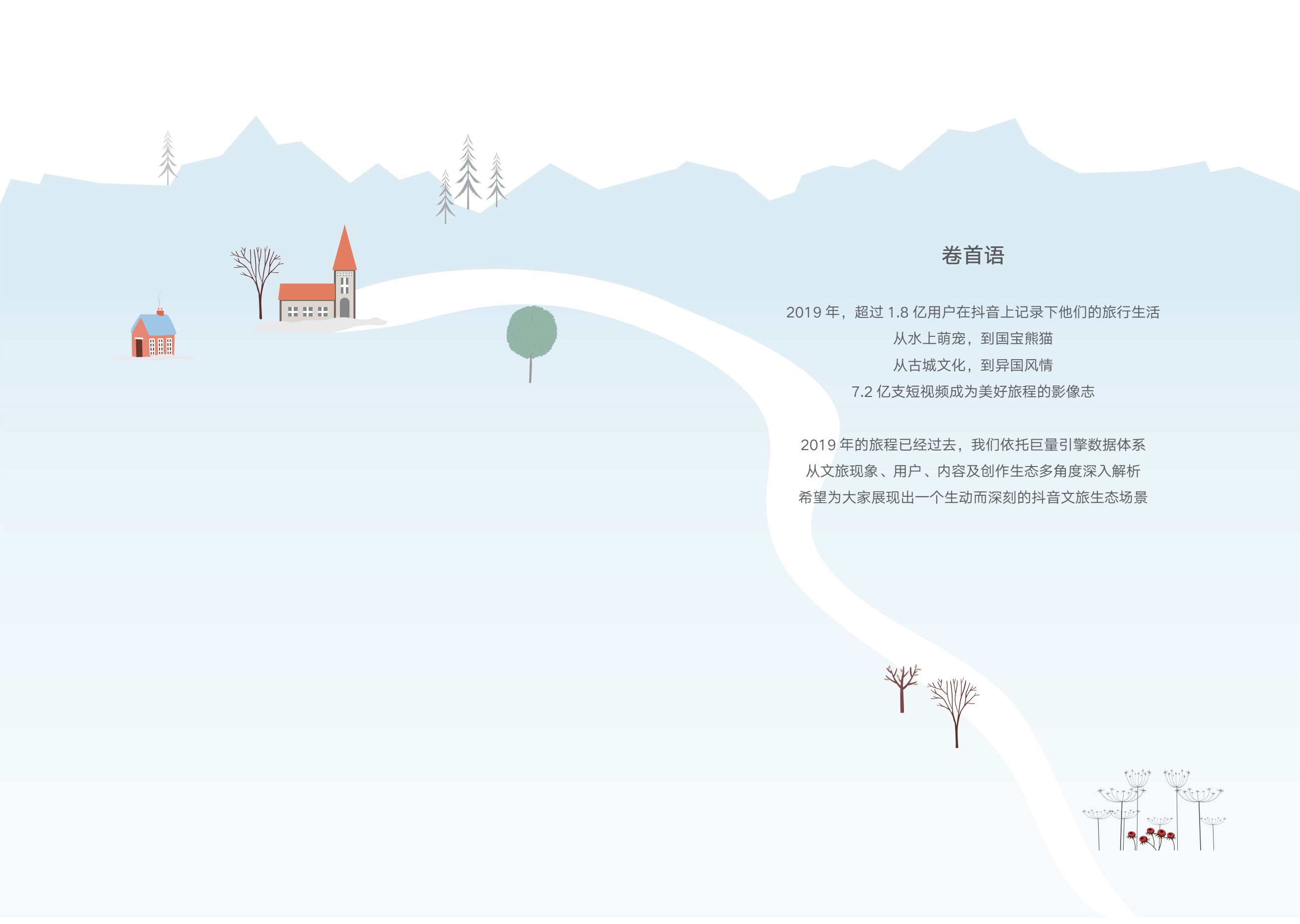
2019抖音文旅行业大数据报告

2019



让每个美好之地都被看见
2019抖音文旅行业大数据报告






卷首语

2019年，超过1.8亿用户在抖音上记录下他们的旅行生活
从水上萌宠，到国宝熊猫
从古城文化，到异国风情
7.2亿支短视频成为美好旅程的影像志

2019年的旅程已经过去，我们依托巨量引擎数据体系
从文旅现象、用户、内容及创作生态多角度深入解析
希望大家展现出—一个生动而深刻的抖音文旅生态场景



目录

CONTENTS

卷首语 ▶
01

引言：从“摔碗”到“握手” ▶
短视频崛起催生文旅“打卡经济”现象
04-11

用户：从“垂类兴趣”到“大众普及” ▶
短视频成为记录和分享旅行的重要手段
12-23

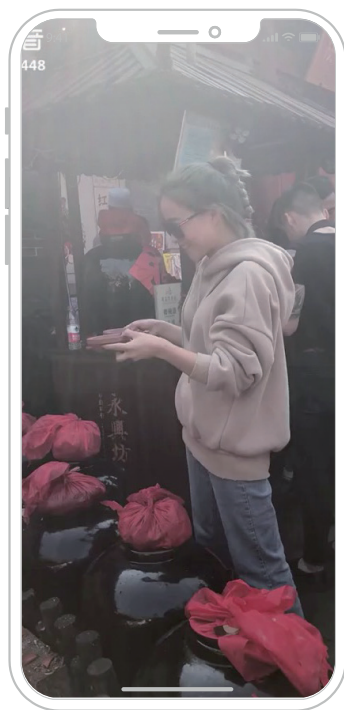
创作：从“随手拍”到“用心做” ▶
短视频成为文旅行业重要内容输出平台
24-31



引言：

从“摔碗” 到“握手”

短视频崛起催生文旅“打卡经济”



“西安人的城墙下是西安人的火车，西安人不管到哪儿都不能不吃泡馍”

——《西安人的歌》

作者：程渤智（当代）

【请打开抖音扫码查看】



“翩若惊鸿，宛若游龙，仿佛兮若轻云之蔽月，飘摇兮若流风之回雪”

——《洛神赋》

作者：曹植（三国）

【请打开抖音扫码查看】



“摔碗”：西安永兴坊摔碗酒

2017年底，一条永兴坊摔碗酒视频在抖音上走红

15秒的短视频受到千万网友点赞，众多游客不远千里来到西安，只为体验一把摔碗酒

据统计，2017年西安摔掉了20万只碗，2018年更是有超过50万的游客在西安喝过这碗酒

本地歌手用西安话演唱的《西安人的歌》也成为西安形象传播的官配BGM

据西安市旅游委数据，2018年五一西安市接待游客同比增长69%

旅游总收入同比增长高达139.12%。

“握手”：西安大唐不夜城不倒翁

2019年11月9日，抖音网友“栗子炒糖”发布了一条“大唐不夜城不倒翁”的视频

随后该话题登上抖音热搜榜第一名，抖音掀起“握手”狂潮，网友争相前往西安大唐不夜城实地打卡

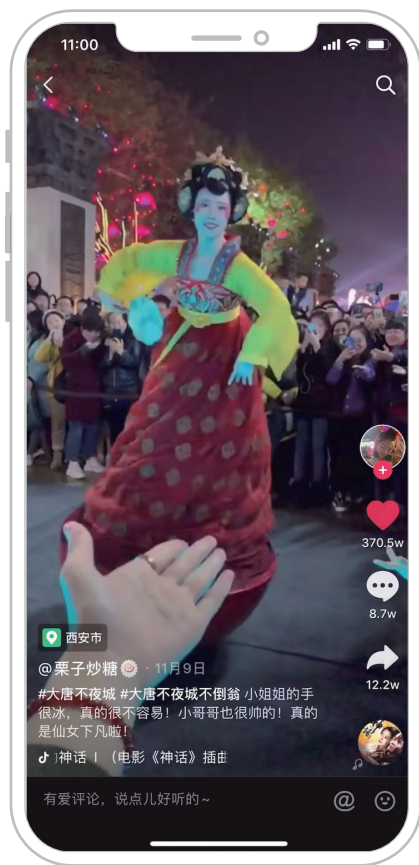
截至11月27日，该视频内容被点赞高达350万+次、评论量8.6万，相关视频有2万余个

抖音上#大唐不夜城不倒翁#话题播放量达到20亿+，#不倒翁小姐姐#的话题播放量达到13.4亿

这是“抖音之城，网红西安”所引起的轰动效应。

2019年 抖音成为热门目的地「孵化器」

2019年度文旅行业全年热点视频 TOP5



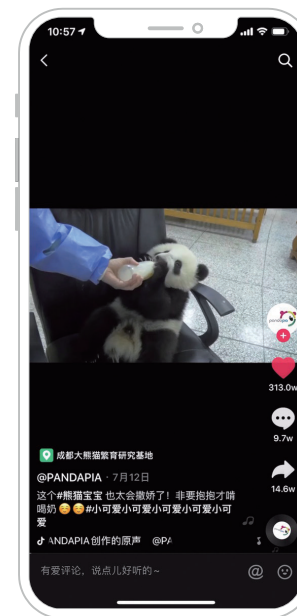
TOP 1
城市文化景点

【请打开抖音扫码查看】



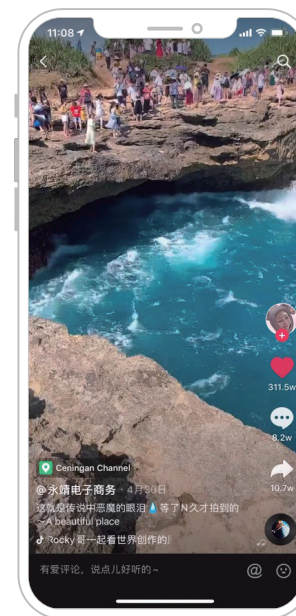
TOP 2
乐园

【请打开抖音扫码查看】



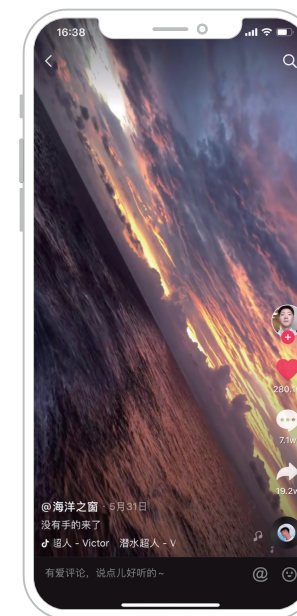
TOP 3
景区

【请打开抖音扫码查看】



TOP 4
风景

【请打开抖音扫码查看】



TOP 5
奇观

【请打开抖音扫码查看】

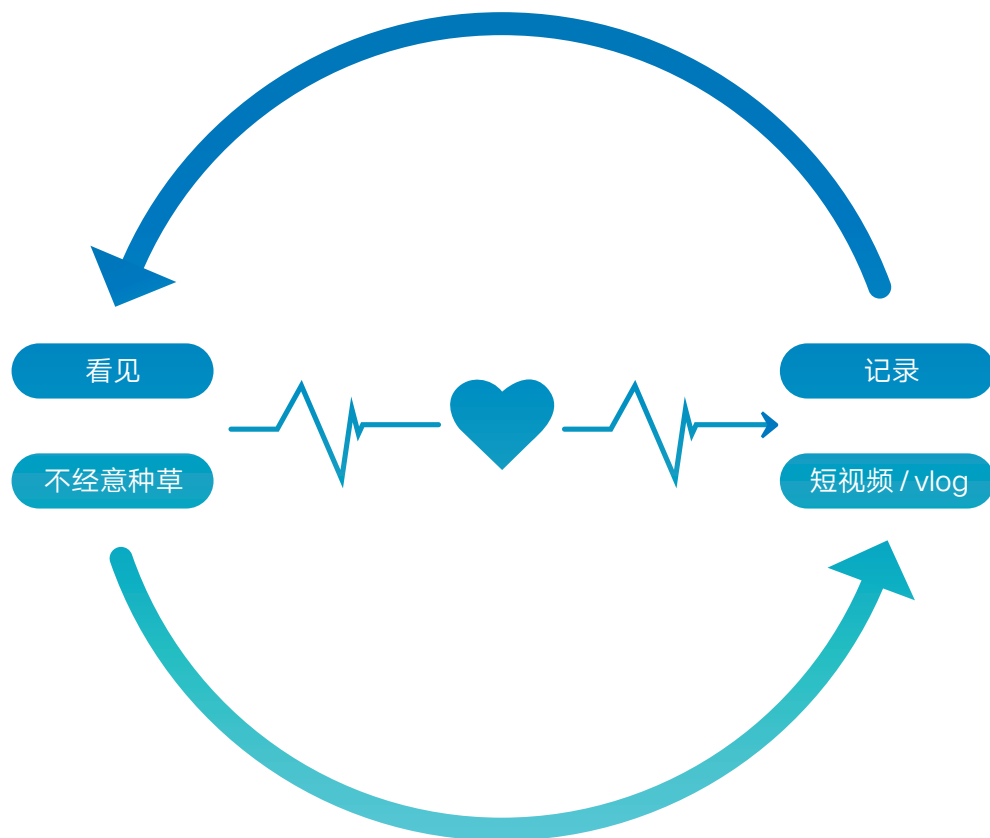


(按照播放量排序)

▶ 旅行，不变的是美好，改变的是习惯

短视频时代，文旅内容以更立体、沉浸的方式呈现在用户面前，有趣的故事、动听的音乐、创意的剪辑，让用户一次次在不经意间被击中，在一次次点赞时埋下心动的种子。

旅行的美好从未改变，只是看见美好、记录美好的方式早已悄然改变。



▶ 2019年，抖音成为国民级文旅内容记录平台



数据时间维度：2019年1月1日-2019年11月30日

数据来源：巨量算数



用户：

从“垂类兴趣” 到“大众普及”

短视频成为记录和分享旅行的重要手段

- 文旅用户群体画像
- 文旅用户群体偏好
- 最爱打卡的国内城市 / 国外城市
- 最爱打卡的景区
- 最关注的县城
- 最关注的贫困县景点

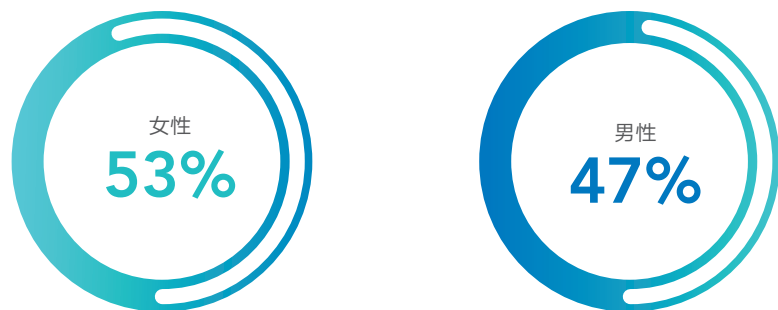
* 抖音文旅用户群体：在抖音后台携带文旅相关内容标签的用户

文旅用户群体画像： 全民化、全时化、全域化

▶ 男女性别均衡，女性用户占比略高于男性

抖音上的文旅用户群体男女均衡，女性占比 53%，男性占比 47%，略低于女性群体。

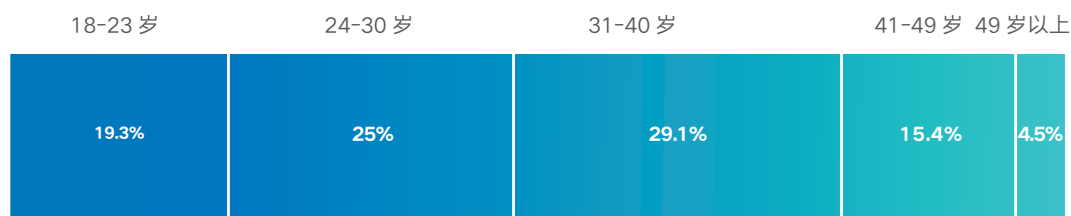
2019 年抖音上的文旅用户性别分布



▶ 18-40 岁用户占绝对优势，占比 73.53%

年龄分布上，18-40 岁文旅用户占比 73.53%，成为抖音文旅用户主力群体。

2019 年抖音文旅用户群体年龄分布



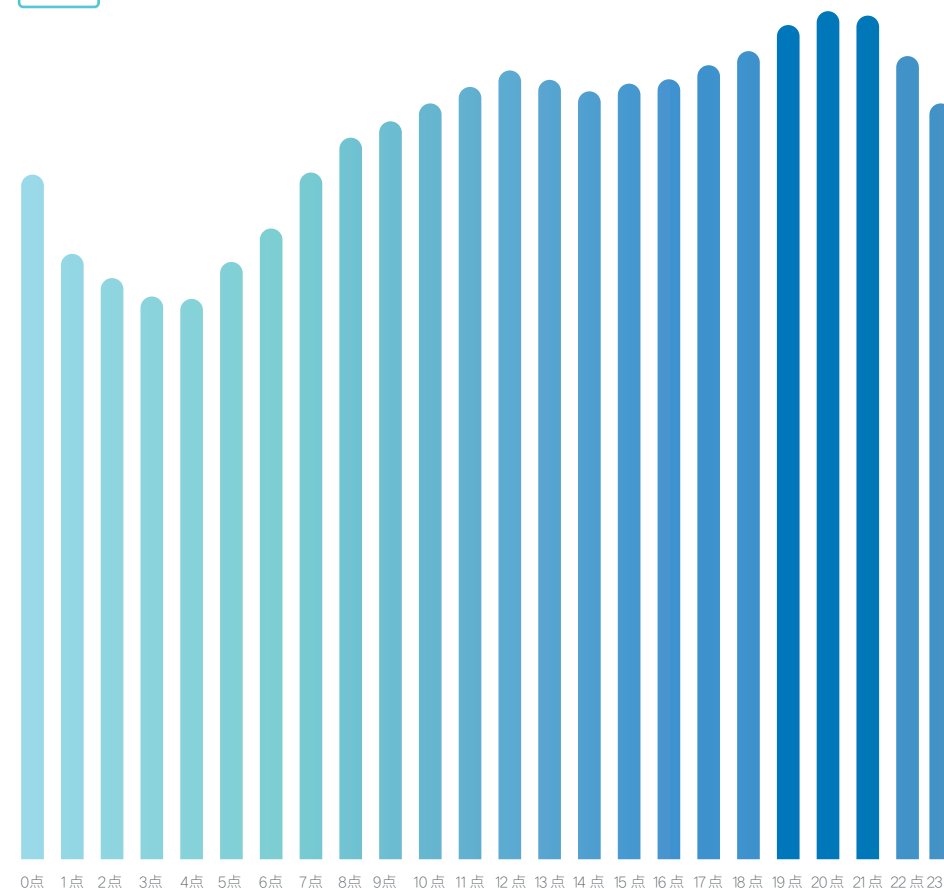
▶ 文旅用户浏览习惯呈现全时化现象， 19 点 -21 点成浏览最高峰

从用户浏览时间看，早上 7 点至深夜 23 点，文旅用户的浏览时长较为均衡，平均占比达到 61.5%，晚上 19 点至 21 点为浏览最高峰，平均占比达到 72%。

2019 年抖音上的文旅用户群体日活跃时间分布

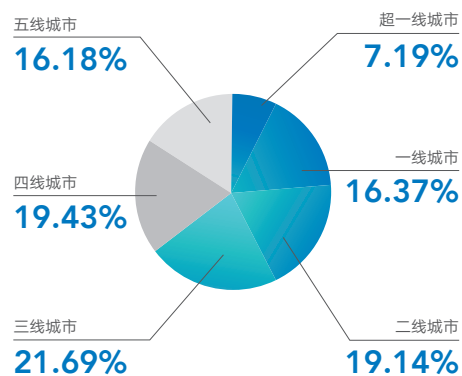


19-21 点
浏览最高峰



▶ 文旅用户群体地域分布较为均衡，五线城市用户出游热情高

2019年抖音文旅用户群体城市等级分布



2019年抖音文旅用户群体城市等级 TGI



TGI: 即 Target Group Index (目标群体指数), 可反映目标群体在特定研究范围 (如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者) 内的强势或弱势。

▶ 文旅用户群体省份分布，广东省、江苏省、河南省占比较高

2019年抖音文旅用户群体省份分布 TOP5



文旅用户群体偏好：爱地方美食也爱传统文化

抖音上，好看、好听、好玩、好吃都可成为触发旅行的源动力，而新型的互动，沉浸的体验，也激发着抖音用户对旅行的向往。

▶ 地方特色美食成出行源动力，爱南粤风情也爱西域特色

2019年抖音文旅用户群体最关注的文旅细分类别播放量 TOP5



2019年抖音文旅用户群体最关注地方特色美食播放量 TOP5



▶ 与传统文化的重新对话，国粹京剧关注度位居第一

当“文化”成为旅游热词，抖音通过短视频，重新建立传统文化与现代年轻人的对话。

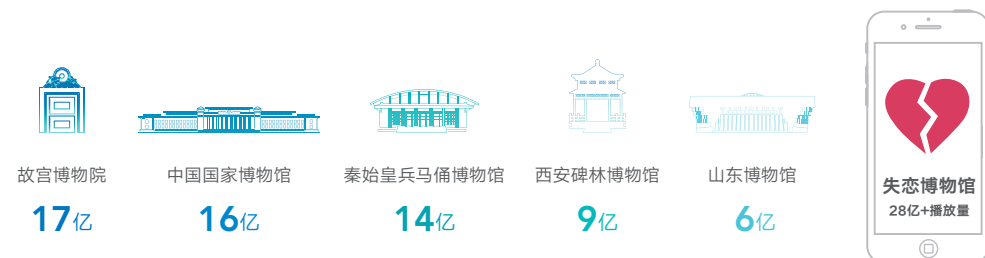
2019年抖音传统戏曲文化相关视频播放量 TOP5



▶ 博物馆热度居高不下，「失恋博物馆」凭互动性异军突起

2019年，失恋博物馆凭借创意、沉浸、互动异军突起，以“故宫”为代表的博物馆，亦能通过文创新玩法将“传统文化”的魅力发挥到极致。

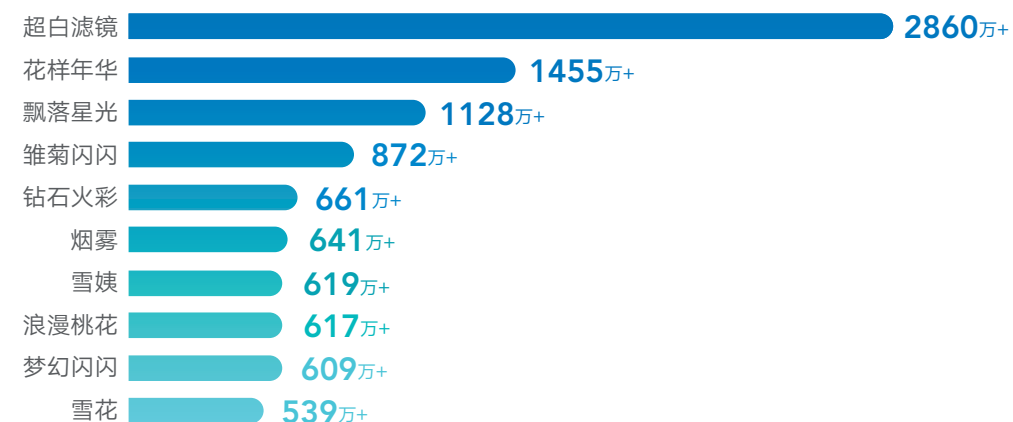
2019年抖音博物馆相关视频播放量 TOP5



▶ 要出行，也要美美的自己

在抖音，贴纸促使用户生产高质量的文旅内容，记录美好旅行生活。

2019年抖音文旅用户群体贴纸使用次数 TOP10



▶ 好景色离不开好音乐

背景音乐让短视频“一秒成大片”，激发旅行灵感，让“你笑起来更好看”。

2019年抖音文旅用户群体BGM使用次数 TOP10



抖音上的目的地： 「打卡」成年度关键词

▶ 2019年抖音用户打卡6.6亿次，比上年增长近3倍

2019年抖音用户共打卡6.6亿次，足迹遍布全球233个国家及地区。

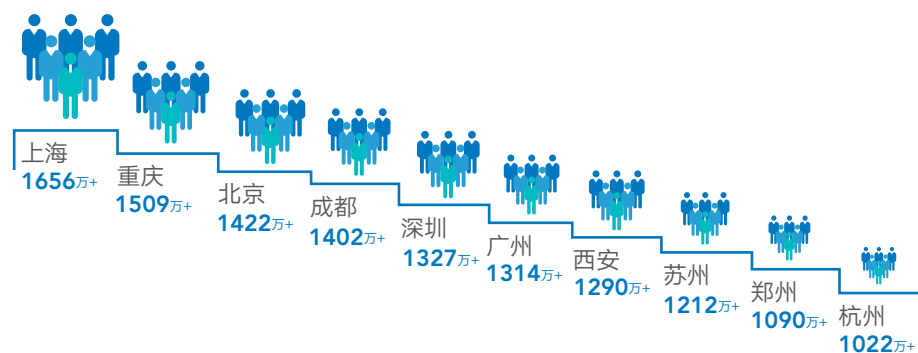
2018-2019年抖音文旅用户打卡次数



▶ 上海成2019年抖音用户最爱打卡的国内城市

2019年十一假期，重庆文旅部门一天内多次给市民发送提示短信，呼吁大家错峰出行。

2019年抖音用户最爱打卡的国内城市TOP10



▶ 亚洲城市仍是抖音用户出境目的地首选

日韩、东南亚国家城市成抖音用户最爱打卡国外城市，首尔连续两年成为抖音用户最爱打卡国外城市。

2019年抖音用户最爱打卡的国外城市TOP10



热爱千古奇观，也爱打卡灯火阑珊

想要成为抖音用户最爱打卡地，除了自身 IP 及互动性极佳外，为景区注入文化特色、通过年轻人喜爱的方式传播，亦能让景区具有生生不息的活力。

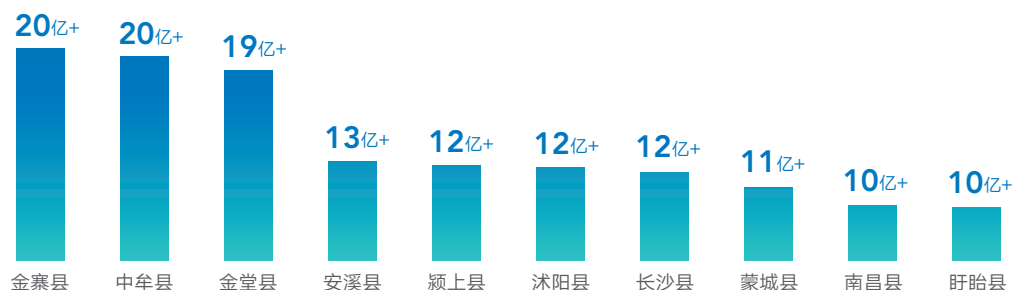
2019 年抖音用户最爱打卡的景区 TOP10



小县城也有大舞台

2019 年，抖音为不少小而美的乡村带来了更大的舞台，抖音平台上乡村文旅短视频内容投稿量超过了 2963 万，总播放量超过了 805 亿。播放量前 10 名中有 3 个县城来自安徽省，2 个来自江苏省，贫困县占比 20%。

2019 年抖音县城播放量 TOP10



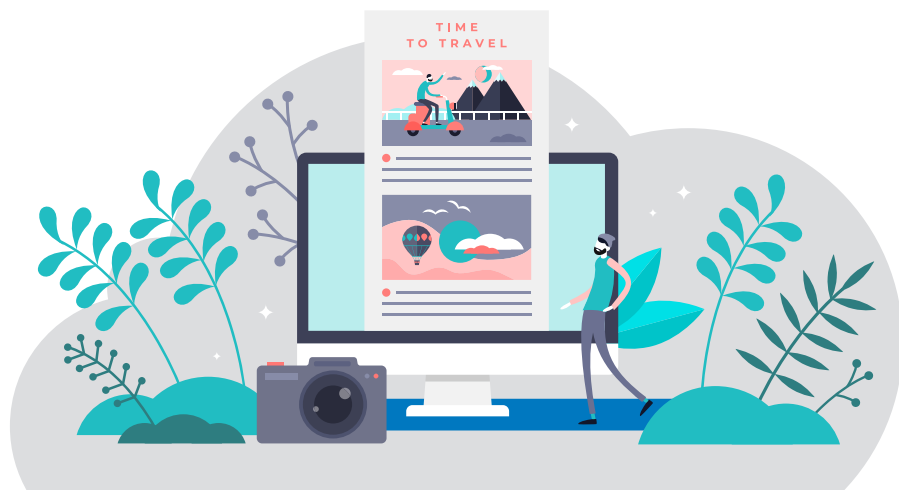
以文旅资源，创经济突破

乡村文旅资源丰富的贫困县在抖音平台上表现突出，贫困县景点在抖音上的传播，成为当地旅游发展的突破口。截止目前，根据国贫办发布的最新国家级贫困县名单，栾川县、稻城县、宣恩县、慈利县已实现脱贫。

2019 年抖音贫困县景点播放量 TOP10

景点	播放量 (亿)	县城
老君山风景名胜区	4.4亿+	栾川县
凤凰古城	2.58亿+	凤凰县
长白山自然保护区	2.56亿+	安图县
稻城亚丁	1.9亿+	稻城县
海南槟榔谷黎苗文化旅游区	1.77亿+	保亭黎族苗族自治县
中国西江千户苗寨	1.71亿+	雷山县
白石山世界地质公园	1.42亿+	涞源县
狮子关旅游区	1.23亿+	宣恩县
张家界大峡谷玻璃桥	1.2亿+	慈利县
小七孔景区	1.11亿+	荔波县

(该数据采用贫困县名单来源于 2018 年国贫日发布)



创作：

从“随手拍” 到“用心做”

短视频成为文旅行业重要内容输出平台

- 抖音用户成为文旅内容的活力源泉
- 文旅 KOL 持续提供文旅优质内容
- 文旅品牌号成为文旅营销主阵地
- 官方政务号入驻抖音，成为城市宣传之窗
- 文旅相关政务号入驻抖音，助力城市文旅形象传播

人人都是创作者

普通用户、文旅 KOL、品牌账号形成抖音上创作者生态，助力优质文旅内容的持续产出。



▶ 抖音用户成为文旅内容的活力源泉



万粉以上的创作者平均每天生产 50000+ 条文旅视频，为抖音上的美好目的地带来平均每日 693 万 + 的观看量，平均每日获赞 22 万 +。



▶ 文旅 KOL 持续提供文旅优质内容

2019 年抖音文旅行业创作者 TOP10 (按粉丝量排序)



▶ 文旅品牌号成为文旅营销主阵地

不管是历史名城、现代化都市，还是古朴小镇、山水景区，都在新的媒体环境下，以抖音为基点，连接世界、连接用户。

▶ 文旅行业品牌号活跃榜

▶ 文旅行业品牌号飙升榜



(按照文旅行业品牌号累计视频播放量排序)



(按照文旅行业品牌号累计新增粉丝量排序)

抖音成为城市形象传播阵地

1.9 亿 +

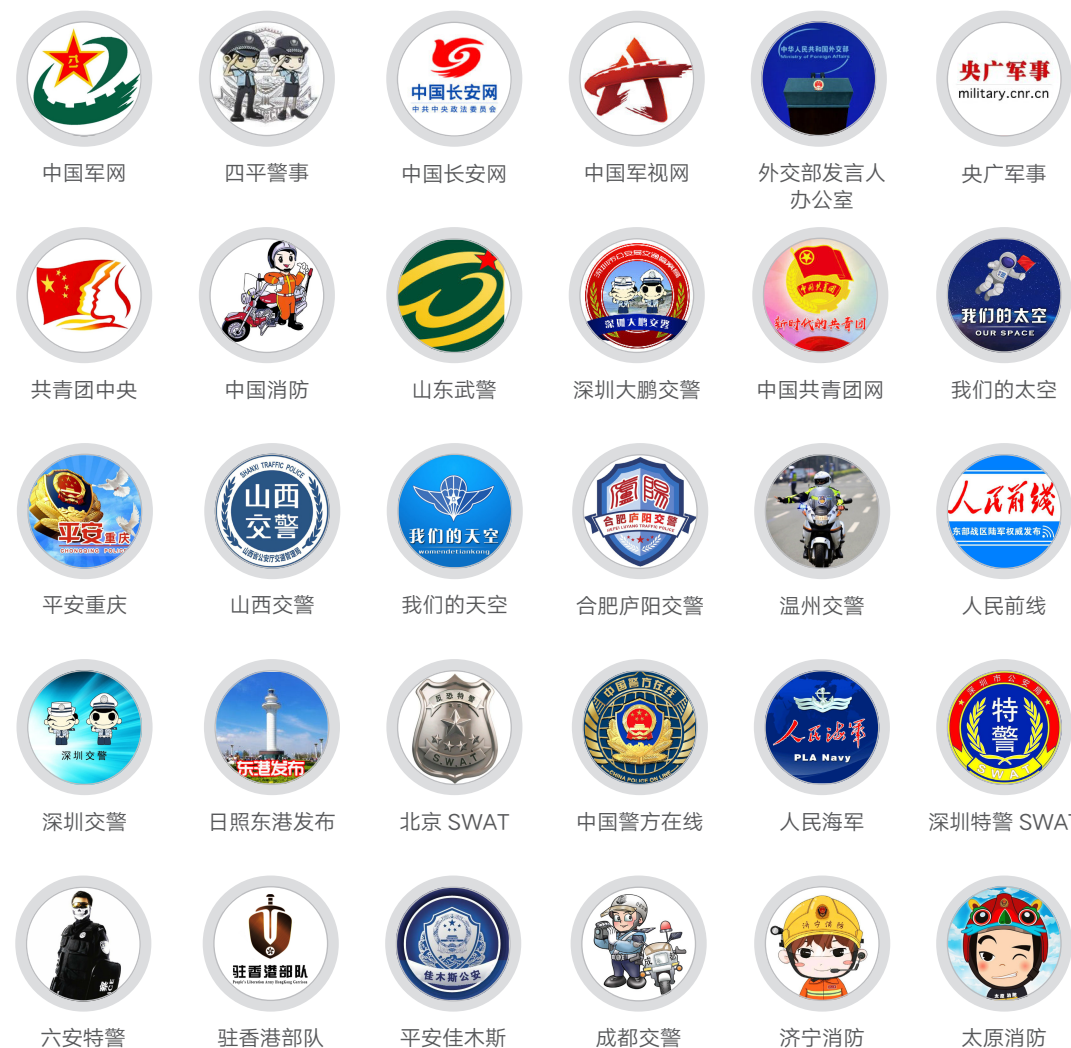
城市形象短视频视频量

9450 亿 +

城市形象短视频累计播放

255 亿 +

城市形象短视频用户点赞量



(按照粉丝量先后排序)

▶ 官方政务号入驻，抖音成为城市宣传之窗

城市成为“网红”，产生了快速集聚人气、吸引忠诚粉丝等效应，城市政务机构通过抖音账号，创作精品内容，树立城市形象。



▶ 文旅相关政务号入驻抖音，助力城市文旅形象传播

2019年，巨量引擎与各地政府及景区共发起内容共创246场，其中，与文旅相关政府机构合作165场，占比67%。



声明

本报告由巨量引擎全国营销中心制作，报告中文字、数据等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。巨量引擎对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。

在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过 auto-data@bytedance.com 联系我们。未经允许，不得对报告进行加工和改造。

欢迎转载或引用，如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量引擎全国营销中心】。

数据来源：巨量算数

用户数据维度：由于抖音用户量级原因，用户数据为近一个月（11.1-11.30）数据

其它数据维度：2019.1.1-2019.11.30，均为抖音国内用户数据



2020年，让我们继续在抖音

/ 看见美好 / 记录美好 / 传递美好 /