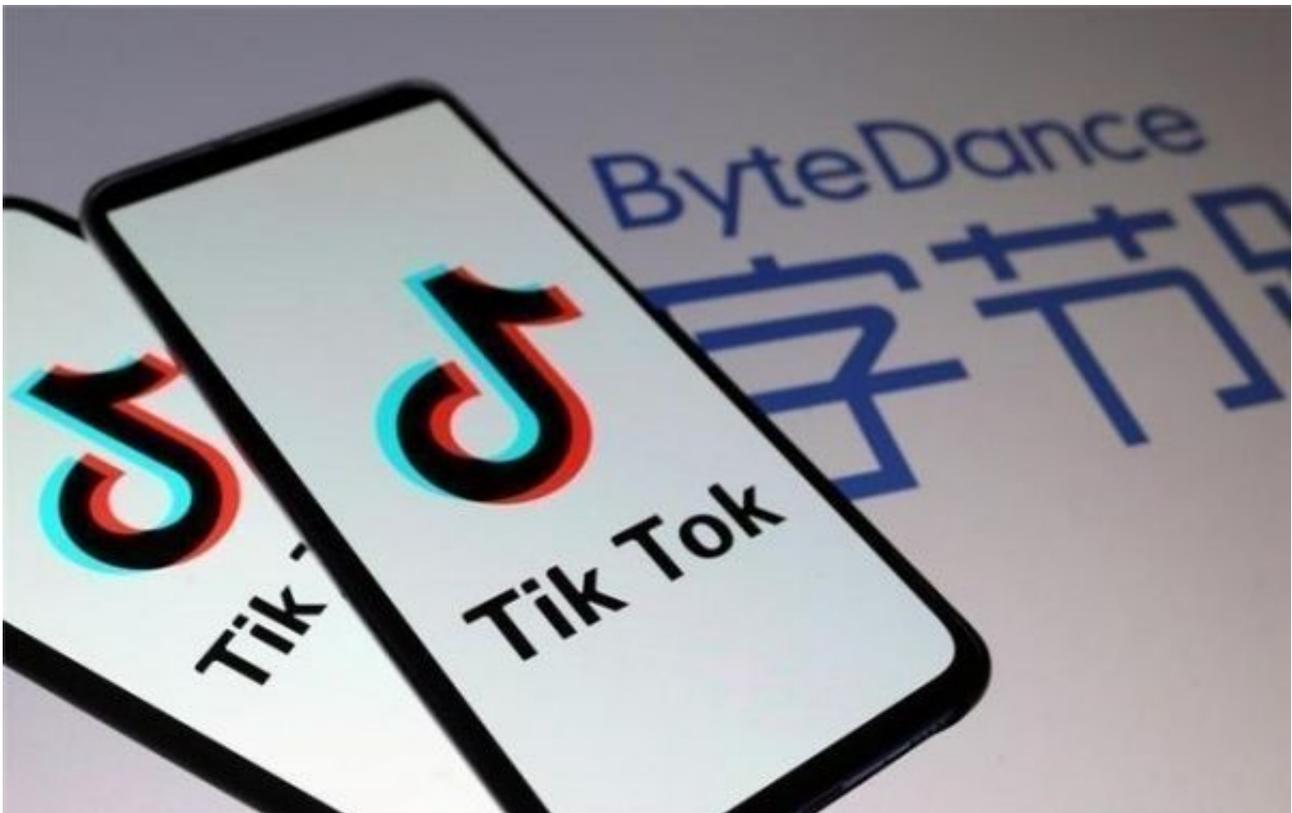


TikTok美国四年内下载量超40亿 远超Facebook和Instagram

据2022年11月《2023年社交媒体趋势报告》中显示TikTok美国四年内下载量超40亿，远超Facebook和Instagram等社交平台，51%的受访者表示TikTok让他们快乐或娱乐。

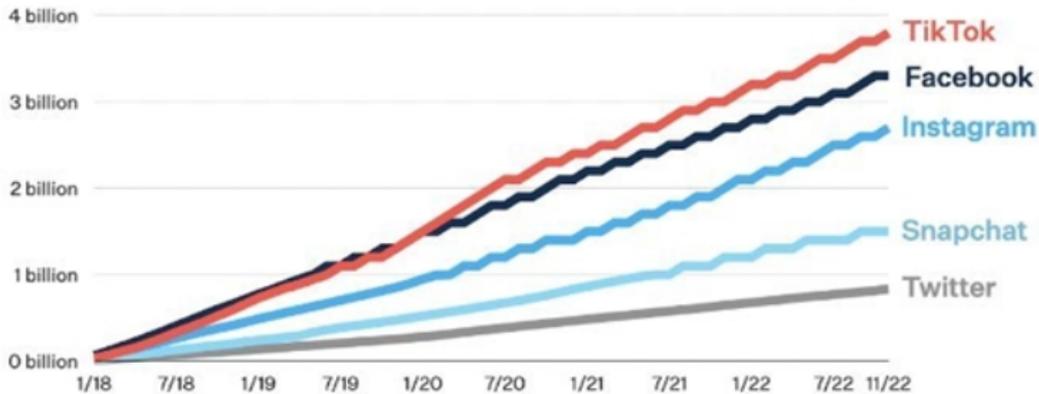


The New Consumer与Coefficient Capital合作发布了《2023年社交媒体趋势报告》，该报告在2022年11月对三千多名美国消费者进行了调查，重点包括Z世代群体。

报告显示，在美国TikTok近四年下载量达40亿，今年TikTok在美国的下载量方面有望进一步领先其竞争对手。TikTok下载量已领先Facebook两年时间，在2018年超越Instagram。

Since 2018, TikTok has been downloaded the most — around 4 billion times

Estimated cumulative global downloads from Apple's iOS App Store and Google Play — Sensor Tower



据统计，30%的TikTok安卓用户每天都会打开TikTok;只有6%的用户每月只访问一次TikTok。

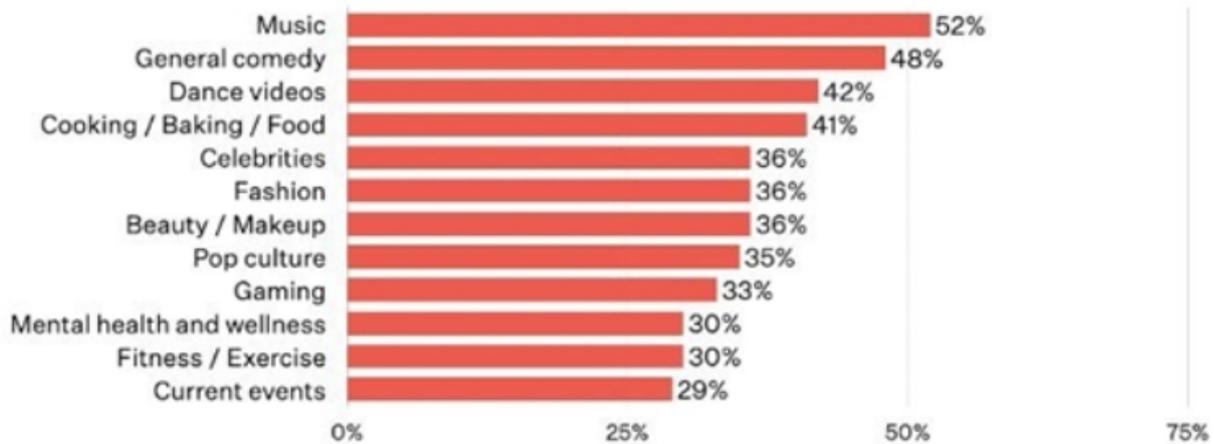
在使用方式上，43%的TikTok用户使用TikTok是为了娱乐消遣;27%的用户为了听音乐;24%的人用来与朋友取得联系;22%的人用来获取新闻;23%的用户喜欢在平台上发现新产品;20%的人用来获得品牌信息;20%的人将TikTok作为学习平台。

另外，大多数Z世代（66%）和千禧一代用户(53%)更喜欢使用TikTok;X世代(31%)和婴儿潮一代(18%)喜欢TikTok。

在内容上，TikTok平台音乐内容占比52%，其次是喜剧（48%）、舞蹈视频(42%)和烹饪(41%)。

TikTok enables niche content but covers most mainstream genres

Percentage of responses: What topics do you see on your TikTok?



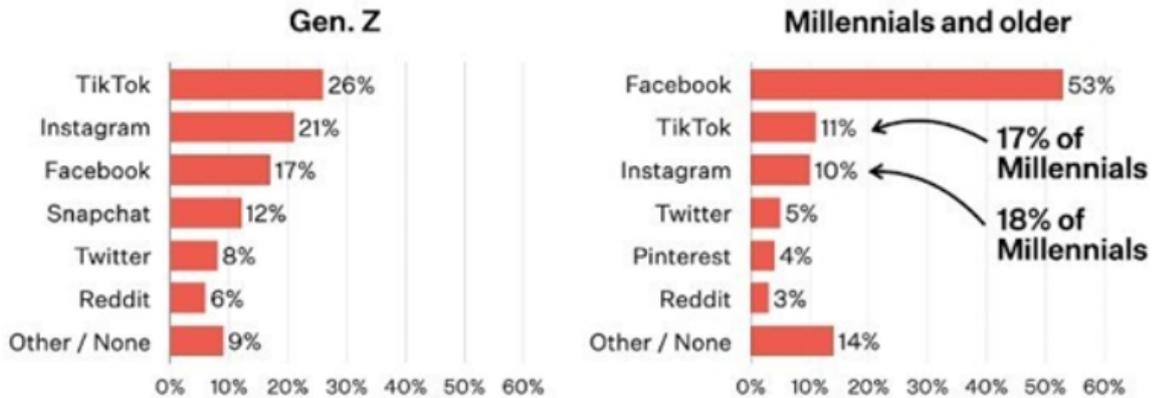
超过一半的受访者表示TikTok让他们快乐或娱乐（51%），很少有受访者表示娱乐平台会让他们感到压力(7%)或让他们伤心(6%)和生气(5%)。

当受访者被问到“如果你被困在一个荒岛上，并且可以选择只访问一个社交平台时，你会选择哪个？”时，大多数Z世代（26%）选择了TikTok。另外，在千禧一代中，超过一半的受访者选择了Facebook(53%)，TikTok占比11%排名第二，领先于Instagram(10%)。

当被问到在荒岛上选择的唯一流媒体平台时，大多数人回答是YouTube（27%），其次是Netflix，占26%。紧随其后的是AmazonPrime(11%)、Hulu(10%)、Disney+(5%)和TikTok(5%)。

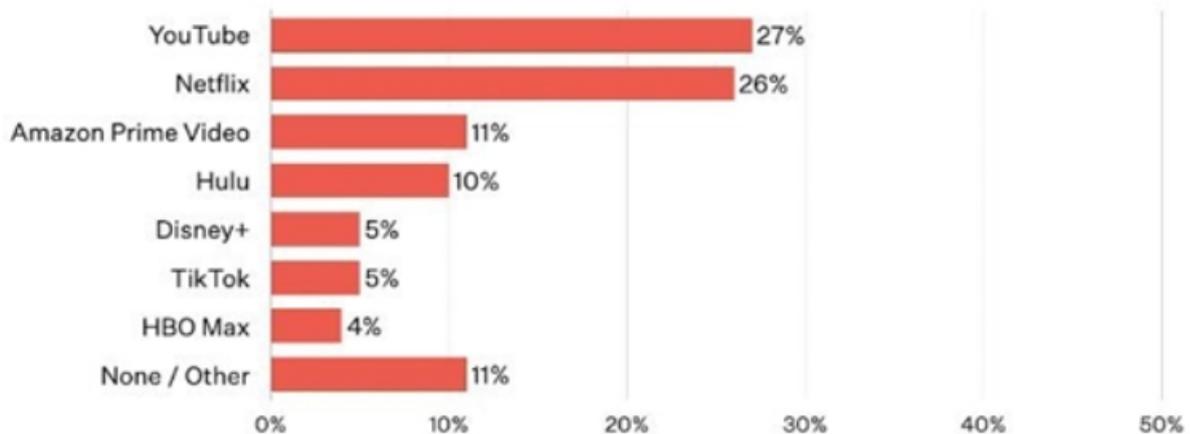
Gen. Z wouldn't want to live without TikTok — for everyone else, it's Facebook

Percentage of responses by generation: If you were trapped on a deserted island and could choose to access only one social media network for entertainment purposes, which would it be?



YouTube is arguably *underrated* in the future-of-TV conversation

Percentage of responses: If you were trapped on a deserted island and could choose to access only one streaming video platform, which would it be?



本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16705412182060.html>