

加码“抖音精选” 字节跳动难舍中长视频



加速孵化

“我是抖音的中度用户，每天累计观看至少也有一两个小时，但发现有这个‘抖音精选内容’还是最近的事情。有点像之前的‘剪映’和‘汽水音乐’，引导用户去下载”，用户唐女士向北商报记者表示。

北京商报记者实测发现，在抖音平台中部分内容左下角确实挂起“抖音精选内容”可跳转标签，点击后引导下载抖音精选App，登录可以通过抖音授权，一键同步抖音账号。进入App后，“推荐”频道是以双列信息流方式展现的，视频内容多为中长视频，覆盖科普、文化、历史、旅游等多领域；“关注”频道则是用户此前在抖音App关注账号发布的内容，以沉浸流方式展现；“热门”频道则是多种类型的创作者计划，包括“月度作者”“阶梯计划”“AI创作浪潮”等。

熟悉字节跳动系产品的用户应该对抖音精选并不陌生。该App也并非字节跳动全新孵化的产品。公开数据显示，2023年3月，抖音上线名为“青桃”的独立中长视频App，定位为年轻人的兴趣知识视频平台，这是抖音精选的前身。2023年9月，青桃视频正式更

名为抖音精选，并同步更新图标、Slogan，同时与抖音主站实现账号体系、数据及内容的全面互通。

值得注意的是，2023年，正值各大内容平台尤其是视频平台系统地推动中长视频战略的关键节点。当年6月，在B站14周年庆典上，首次公开、系统地宣布回归中长视频，并强调中长视频占整体播放量约70%。但此后，抖音精选又似乎淡出大众视野。直到2024年9月的抖音创作者大会上，抖音副总裁陈都焯宣布正式推出优质内容子品牌“抖音精选”。此后可查的公开动作便是去年5月，抖音精选发布《2025抖音精选年轻人趋势洞察》，强调为创作者提供创作方向。

时隔近一年，抖音精选强势回归用户视野。不难发现，在抖音平台上，抖音精选的存在感骤然增强，导流意图明显。北京商报记者还发现，此前通过抖音推送的push内容，在下载抖音精选后，更多由抖音精选推送，从而引导打开新App。

公开数据显示，截至去年底，抖音国内日活跃用户稳定在8.4亿左右，月活跃用户突破10亿，庞大的用户基数为抖音精选提供了天然的流量池，从而也将抖音主站的短视频用户中，一部分中长视频爱好者和优质内容消

上线三年、几经更新的“抖音精选”再次被字节跳动“重启”。

近期，不少抖音用户发现，字节跳动正用“抖音”为“抖音精选”App引流。然而，“抖音精选”并非字节跳动的全新产品，作为其前身的“青桃”2023年3月上线，彼时正值短视频进入存量与瓶颈阶段，中长视频成为各大平台转型的标的。只是这一次，字节跳动似乎在用更大力度推动“抖音精选”，甚至有用户反馈，此前并不知道还有这样一款App。

大厂用“母鸡”孵化更多“小鸡”并非新鲜事，不过每个布局动作的背后均藏深意。借助抖音12亿注册用户、10亿月活的底盘，“抖音精选”重新被推到台前，看来字节跳动始终放不下中长视频。

费者引向相对独立的抖音精选。

在中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅看来，字节跳动此时重推抖音精选的业务意图十分清晰，全网短视频流量见顶、内容同质化，难免也让抖音的增长遇到瓶颈，此时孵化中长视频App，既是对自身流量的二次开发，也是对内容生态的横向拓展。通过抖音的引流，抖音精选可以快速获取用户，而抖音精选的发展，又能反哺抖音的内容生态，形成长短视频的互补。公开数据显示，全网短视频用户规模2024年12月为10.4亿，使用率为93.8%；去年12月为10.74亿，使用率达95.4%，同比增长3.27%，虽然用户规模和使用率均有小幅提升，但也不难看出见顶趋势。

升级体验

在页面视觉上，抖音精选与抖音最大的不同在于，“推荐”频道采用双列信息流展示方式并列展示视频封面和提要，给予用户主动选择内容的权利，封面与文案成为决定点击率的关键因素，实际上这也是小红书多年来打造社区内容平台的杀手锏之一。

不过，与小红书双列信息流不同的是，抖音精选“推荐”频道中每条视频明确标注内容时长和点赞数量；而在“关注”频道，则以沉浸式方式展现用户此前关注博主最近更新的视频内容，两者切换，无疑给予用户更明确的自主选择权。

知名财经作家、眺远影响力研究院院长高承远认为，双列信息流的核心逻辑并非简单效仿小红书，而是解决中长视频“选择

成本”问题，面对10分钟以上内容，用户需要封面、标题、时长等信息辅助判断。社区化是结果而非目的，字节跳动真正想要的是把“刷”的行为升级为“逛”的体验，提升内容消费深度。

除了最直观的展现形式，在内容方面，北京商报记者随机浏览抖音精选50页以上发现，大部分内容确实比抖音App更精品，领域主要覆盖科普、文化、历史、旅游、励志、电影解读等，且为5—15分钟中视频和15—30分钟中长视频。

对于内容来源，字节跳动方面在接受北京商报记者采访时回应称，抖音精选App中的内容主要来自抖音和各类创作扶持计划。

“目前抖音每天大约有1亿条视频投稿，其中只有1万条能入选精选内容——抖音精选通过‘懂行’用户筛选机制，实现‘万里挑一’的优质内容筛选（主要由机器筛选优质）。”字节跳动相关负责人表示。

袁帅认为，在短视频陷入同质化的竞争红海时，中长视频凭借其深度与广度，成为平台突破瓶颈的新赛道。通过引入多元化的中长视频内容，抖音精选试图构建一个区别于抖音短视频的内容生态，满足用户在碎片娱乐之外的深度内容需求，从而在存量市场中开辟出一片新的用户阵地。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛则认为，抖音精选在内容布局上貌似与B站的定位相近，但本质是长中视频赛道的必然交集。B站的核心是“社区+垂直内容生态”，依赖UP主创作和用户互动；而抖音精选更像是“优质中长视频聚合平台”，内容来源可能更广泛

（如专业机构、PGC团队），侧重内容本身的吸引力而非社区氛围。

算法是优势也是挑战

北京商报记者在多次使用App后发现，推荐信息流中仍有少量制作粗浅搞笑吸睛的短视频出现，并且随着点击和更新的次数增加，此类视频变得越来越多。同时，因为同步抖音账号，浏览痕迹和阅读习惯也随之而来，反复下拉和刷新后，与抖音App越来越像。

众所周知，抖音一直以算法推荐见长，推荐优先级综合预测用户行为概率和行为价值权重。与2023年App刚上线时的Slogan“每次打开都有新收获”不同，目前抖音精选开屏Slogan为“条条都是宝藏视频”，可见其标榜中长视频的优质和精选。如何摆脱对抖音主站的依赖，构建起独立、多元的内容生态，避免陷入“精品内容+简易内容”的混搭尴尬，同样考验着平台的运营能力。

对于抖音精选中内容的筛选原则、算法推荐原则和用户导入阅读习惯等方面，字节跳动方面回应，抖音精选App和精选频道的推荐算法，与抖音主站的算法大同小异，但会增加“懂行”用户反馈的权重。

该相关负责人进一步举例称，2024年，知识博主“米三汉”的一条《450分钟深度解读红楼梦》的视频获得了超过3亿播放量。尽管在完播目标上占劣势，但这条视频在分享和关注目标上占优势，在评论、时长、收藏上也有不错的表现，算法依靠分享和关注等目标为该作品找到大量受众。

高承远认为，抖音精选的解法在于“人工+算法”双轮驱动：运营团队前置筛选优质创作者建立内容池，算法在此基础上优化分发。一键登录带来便利性，但内容分区隔离了抖音的娱乐基因。“条条视频都是宝藏”的潜台词是人工精选兜底，避免算法过度迎合。真正的考验在于，当DAU压力来临时，团队能否抵御住“加点搞笑内容提留存”的诱惑。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜则直言，算法困境才是抖音精选面临的巨大挑战。抖音精选应从建立独立的内容评价体系、人工运营与算法结合、创作者分层激励三方面进行产品重构，与抖音主站形成差异化互补。

北京商报记者 和岳 图片来源：豆包

北京领跑最火目的地 “五一”境内游预订猛增

赴中东出境游客回流

今年“五一”假期，平台与旅行社的订单数据同比均出现显著上涨。出行热度进一步高涨的背后，一方面是原计划赴中东出境游的客群回流，另一方面，春假和“拼假出游”也起到了带动效应。多位业内人士向北商报记者提到，受国际局势影响，部分原计划前往中东的游客将目光转向境内，尤其是新疆、云南、四川等西部目的地。

在假期时长方面，“五一”向前或向后拼假4天即可凑出10天长假，为中长距离深度游创造有利条件。此外，部分地区中小学春假与“五一”假期相连，形成继春节长假之后的又一个“3+5”超长假期。

租租车市场负责人张晓琬表示，从出行节奏来看，选择境内游的游客大多选择拼假1—2天，出行高峰集中在4月29日—30日。境内游客出行时长多在3—5天，以中短途为主。另据途牛数据，全民“五一”旅游热潮将于4月30日开启，并在5月1日达到假期的出游峰值。

诸多因素作用下，平台及旅行社数据出现显著增长。众信旅游集团媒介公关经理李梦然表示，从众信旅游零售数据来看，“五一”期间GMV同比增长53%，产品丰富度同比增长150%。中青旅遨游科技发展有限公司董事长韩杰提到，自本周起，中青旅遨游“五一”境内游的咨询与预订量迅速攀升，同比增长约10%。

途牛数据也显示，“五一”团期境内打包

热门商圈酒店预订增长近三成

从目的地数据来看，北京领跑“五一”境内游热门目的地。途牛数据显示，北京、上海、广州、三亚等传统热门目的地持续保持强劲吸引力，截至目前，预订热度位居前列。

北京商报记者从去哪儿旅行获悉，截至4月14日，“五一”期间北京热门商圈酒店预订量同比增长近三成，热门商圈前五名为“鸟巢”/奥体中心区、国贸CBD、前门/天坛公园、马甸和永定门/北京南站；平台搜索量最高的北京景区前五名为北京环球度假区、天坛公园、颐和园、北京野生动物园和中国国家博物馆。

航旅纵横行业发展部总经理赵楠在接受

北京商报记者采访时表示，截至4月14日，今年“五一”假期国内前往北京的机票预订量已经超过22万张。北京稳居境内热门目的地首位背后，是多重因素的叠加。作为传统的热门目的地，北京拥有故宫、长城、颐和园等不可替代的文化地标，同时环球度假区、音乐节、演唱会等新晋文旅项目不断释放吸引力，形成了“经典+新潮”的双重引力。此外，北京拥有首都国际机场和大兴国际机场双枢纽，航线密度高、运力充足，与一线及新一线城市之间的航班往来高频，为旅客提供了极大的出行便利。

除传统热门旅游城市外，西部、华中、华北等多个区域的旅游预订数据表现亮眼。张晓琬表示，从自驾市场来看，乌鲁木齐、昆明、大理、贵阳等西北和西南的城市租车订单增长明显，游客对自然风光和民族文化的偏好持续增强。

航旅纵横行业发展部总经理赵楠在接受

小众目的地“出圈”

李梦然提到，作为传统“顶流”的新疆、云南、广东等目的地依然热度不减，喀纳斯、伊犁、潮汕、昆明、西双版纳等地的旅游产品仍然供不应求。此外，华中、华北、华东等区域的产品增长量显著。具体而言，众信旅游湖南、湖北、江西等华中产品的游客量增长近10倍；河南、河北、山东、山西等华北产品游客量增长9.8倍；上海、江苏、安徽等华东产品游客量增长约8倍。

在选择传统目的地的大部队之外，还有一些追求独特、小众体验，企图避开人山人海的游客小分队，正在发掘“冷门宝藏地”。途牛数据显示，截至目前，日照、丽水、伊犁、徐州、景德镇等目的地出游人次同比增长超2倍；开封、北海、嘉兴、舟山等目的地出游人次同比增长翻倍。

韩杰表示，四川甘孜、福建漳州及平潭、浙东南、广东潮汕及南澳岛、云南怒江等小众旅游地的咨询量也急剧增加，成为年轻人避开人潮、追求深度旅游体验的新选择。

春秋旅游副总经理周卫红进一步表示，在境内短线游方面，春秋旅游在亲子沉浸、小众私享、宠物友好等创新方向推出更多元化的选择，包括满足亲子遛娃需求的主题乐园自由行套餐、串联音乐街区 and 文博展馆的主题微游线路，落地了杭州春日采茶专线，沉浸式体验采茶制茶点茶等非遗文化。此外，面向养宠家庭，春秋旅游还推出了长三角宠物友好踏青产品，打造“毛孩子”专属春日玩法。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

境内游将迎新一波预订高峰

目前来看，境内游订单还在不断增长。4月16日，“五一”假期火车票将开售，旅游业内人士表示，有不少自由游客会在抢到车票后规划行程，这些游客更多聚焦短途游、周边游。届时，境内游还将迎来一波预订高峰。

北京商报记者从旅行社获悉，对于已确定行程的游客来说，“五一”正值春末夏初，赏花踏青成为最受欢迎的出游主题。韩杰还提到，“五一”境内游呈现出追求文化深度、体验多样、品质提升的特点，赏花踏青、古都探秘、世界遗产、非遗体验、文化演出等主题产品深受青睐，多个旅行团在热门日期的名额已售罄。

与以往相比，旅行社正在不断丰富旅游产品的花样。李梦然介绍，游客越发喜欢能深度体验的产品，在玩法上，众信旅游加入了花间漫步、海边骑行等浪漫自然体验，还有亲身参与手作体验、品茶等特色内容。

春秋旅游副总经理周卫红进一步表示，在境内短线游方面，春秋旅游在亲子沉浸、小众私享、宠物友好等创新方向推出更多元化的选择，包括满足亲子遛娃需求的主题乐园自由行套餐、串联音乐街区 and 文博展馆的主题微游线路，落地了杭州春日采茶专线，沉浸式体验采茶制茶点茶等非遗文化。此外，面向养宠家庭，春秋旅游还推出了长三角宠物友好踏青产品，打造“毛孩子”专属春日玩法。

北京商报记者 关子辰 牛清妍