

2021年中国短视频营销市场分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国短视频营销市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/530135530135.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

短视频营销指在短视频平台进行软硬广告投放的广告营销模式。按照内容传播方式划分，短视频营销包括场景式短视频营销、情感式短视频营销、网红式短视频营销；按照内容呈现方式划分，短视频营销包括病毒式短视频营销、贴片式短视频营销、植入式短视频营销。

短视频营销分类

划分依据

种类

特征

按照内容传播方式划分

场景式短视频营销

基于大数据技术实现定制营销内容创造

以创造关联场景，刺激用户需求释放

情感式短视频营销

以消费者的情感需求为导向

网红式短视频营销

以网红背书降低用户对产品信任成本

客户群体精准度高

按照内容呈现方式划分

病毒式短视频营销

传播覆盖面广，通过口碑相传实现二次传播

贴片式短视频营销

播放时间自由度高，全方位营销

植入式短视频营销

有针对性选择视频内容植入

产品与短视频内容高度融合 数据来源：公开资料整理

近年来我国短视频营销行业快速发展。根据数据显示，2019年，我国短视频营销行业市场规模为82.3亿美元，较上年同比增长43.6%；2020年，我国短视频营销行业市场规模为**亿美元，较上年同比增长**%。

2015-2020年我国短视频营销行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 与传统互联网广告营销方式相比，短视频营销具备社交媒体的互动属性，可快速

吸引用户；能够通过精准触达用户，刺激用户购买产品；大幅度缩短品牌营销路径，助力品牌营销提速增效。

短视频营销价值 数据来源：公开资料整理

(2) 短视频营销服务逐渐规范化，加之营销效果显著，广告主更倾向于与短视频平台合作进行营销。短视频营销的商业合作模式包括广告主与KOL（UGC、PGC、PUGC）直接合作、广告与MCN机构合作、广告与短视频平台或营销服务商合作。

短视频营销商业合作模式 数据来源：公开资料整理

(3) MCN机构在短视频营销中作为中介平台，可助力广告精准把握营销要点，优化广告投放效果，为了吸引优质MCN、KOL机构入驻平台，短视频平台相继出台扶持计划或补贴政策，一定程度上带动了行业发展。

部分短视频平台扶持计划概况

平台

扶持计划/补贴政策

补贴对象

现金补贴

推出时间

企鹅号

TOP计划

创作者

50亿元

2019年

西瓜视频

万花筒计划

垂直类创作者

-

2019年

好看视频

Vlog蒲公英计划

Vlogger

5亿元

2019年

全民小视频

拍视频得现金

创作者

亿万元

2018年

微视

达人计划

创作者

30亿元

2018年

抖音

MCN/星图服务商合作以及认证计划

MCN机构

-

2018年

快手

快手MCN合作计划

MCN机构

-

2018年 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 短视频广告主投放痛点：广告主投放痛点包括触达难、效率难、精准难、ROI难。触达难方面:媒体环境高速迭代,用户注意力迁移快速难以链接到用户；效率难方面：碎片化平台及自媒体无法高效的选择及投放；精准难方面：自媒体受众不明、生命周期不稳定迭代更新快,难找到最合适的；ROI难方面：数据鱼龙混杂不好判断,投放后无法科学评估及优化。

短视频广告主投放痛点 数据来源：公开资料整理

(2) 此外，短视频营销行业痛点还包括：平台多，发布难；数据分散，管理难；粉丝互动，回复难等。

短视频营销痛点 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 短视频平台利用知识图谱与深度学习等AI技术，实现精准推送视频信息的同时，

助力短视频营销由单向静态广告向双向互动场景广告延伸，提高品牌曝光率和用户转化率。

AI技术在短视频营销中发挥的积极作用 数据来源：公开资料整理

(2) 根据数据显示，2018年，70.3%的短视频用户更倾向于明星达人的推荐。由此可见，“明星达人”口碑效应较强，有利于品牌提升内容曝光率。近年来，短视频通过“明星达人”营销趋势明显。

2018年我国短视频用户产品推荐人群倾向 数据来源：公开资料整理

五、威胁分析

(1) 政策风险：近年来我国政府相继出台相关政策，旨在为互联网广告行业发展提供健康的市场环境。随着互联网广告政策趋严，部分短视频营销企业或将受到影响。

我国短视频营销行业相关政策

时间

政策

制定部门

主要内容

2019.06

《2019网络市场监管专项行动（网剑行动）方案》

市监总局、发改委、商务厅、网信办、工信部等部门

深入开展互联网广告整治工作，针对医疗、药品、保健食品、房地产、金融投资理财等关系人民群众身体健康和财产安全的虚假违法广告，加大案件查处力度，查办一批大案要案

2019.03

《关于深入开展互联网广告整治工作的通知》

市监总局

严肃查处涉及导向问题、政治敏感性、低俗庸俗媚俗或者社会影响大的互联网违法广告，紧盯群众反映强烈的互联网虚假违法广告问题，突出重点领域，加大执法力度

2018.02

《关于开展互联网广告专项整治工作的通知》

国家工商总局

加强互联网广告事中事后监管，强化导向管理，严格监管执法，紧紧围绕事关广大群众人身财产安全的重点领域，严肃查处虚假违法互联网广告

2016.07

《互联网广告管理暂行办法》

国家工商总局

从明确互联网广告概念、互联网广告各方参与者义务等层面规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序

数据来源：公开资料整理

(2) 内容质量风险：目前短视频内容同质化现象严重，在此情况下容易造成用户审美疲劳，影响创作者创作热情，导致短视频营销平台面临高品质内容输出困境。

(3) KOL营销是短视频营销平台的核心营销模式，方法包括KOL收录规模、KOL分类精准度、KOL影响力分析、垂直服务领域、个性化需求、数据评估维度。但现阶段我国短视频营销平台缺少有效的效果和舆情监测工具，优质KOL的筛选和监测较困难。

KOL营销评估方法 数据来源：公开资料整理 (zlj)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国短视频营销市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国短视频营销行业发展概述

第一节 短视频营销行业发展情况概述

一、短视频营销行业相关定义

二、短视频营销行业基本情况介绍

三、短视频营销行业发展特点分析

第二节 中国短视频营销行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、短视频营销行业产业链条分析

三、中国短视频营销行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国短视频营销行业生命周期分析

一、短视频营销行业生命周期理论概述

二、短视频营销行业所属的生命周期分析

第四节 短视频营销行业经济指标分析

一、短视频营销行业的赢利性分析

二、短视频营销行业的经济周期分析

三、短视频营销行业附加值的提升空间分析

第五节 中国短视频营销行业进入壁垒分析

一、短视频营销行业资金壁垒分析

二、短视频营销行业技术壁垒分析

三、短视频营销行业人才壁垒分析

四、短视频营销行业品牌壁垒分析

五、短视频营销行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球短视频营销行业市场发展现状分析

第一节 全球短视频营销行业发展历程回顾

第二节 全球短视频营销行业市场区域分布情况

第三节 亚洲短视频营销行业地区市场分析

一、亚洲短视频营销行业市场现状分析

二、亚洲短视频营销行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲短视频营销行业市场前景分析

第四节 北美短视频营销行业地区市场分析

一、北美短视频营销行业市场现状分析

二、北美短视频营销行业市场规模与市场需求分析

三、北美短视频营销行业市场前景分析

第五节 欧盟短视频营销行业地区市场分析

一、欧盟短视频营销行业市场现状分析

二、欧盟短视频营销行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟短视频营销行业市场前景分析

第六节 全球短视频营销行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界短视频营销行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球短视频营销行业市场规模预测

第三章 中国短视频营销产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品短视频营销总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国短视频营销行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国短视频营销产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国短视频营销行业运行情况

第一节 中国短视频营销行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国短视频营销行业市场规模分析

第三节 中国短视频营销行业供应情况分析

第四节 中国短视频营销行业需求情况分析

第五节 中国短视频营销行业供需平衡分析

第六节 中国短视频营销行业发展趋势分析

第五章 中国短视频营销所属行业运行数据监测

第一节 中国短视频营销所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国短视频营销所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国短视频营销所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国短视频营销市场格局分析

第一节 中国短视频营销行业竞争现状分析

一、中国短视频营销行业竞争情况分析

二、中国短视频营销行业主要品牌分析

第二节 中国短视频营销行业集中度分析

一、中国短视频营销行业市场集中度分析

二、中国短视频营销行业企业集中度分析

第三节 中国短视频营销行业存在的问题

第四节 中国短视频营销行业解决问题的策略分析

第五节 中国短视频营销行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国短视频营销行业需求特点与动态分析

第一节 中国短视频营销行业消费市场动态情况

第二节 中国短视频营销行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 短视频营销行业成本分析

第四节 短视频营销行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国短视频营销行业价格现状分析

第六节 中国短视频营销行业平均价格走势预测

一、中国短视频营销行业价格影响因素

二、中国短视频营销行业平均价格走势预测

三、中国短视频营销行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国短视频营销行业区域市场现状分析

第一节 中国短视频营销行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区短视频营销市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区短视频营销市场规模分析

四、华东地区短视频营销市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区短视频营销市场规模分析

四、华中地区短视频营销市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区短视频营销市场规模分析
- 四、华南地区短视频营销市场规模预测

第九章 2017-2020年中国短视频营销行业竞争情况

第一节 中国短视频营销行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国短视频营销行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国短视频营销行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 短视频营销行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国短视频营销行业发展前景分析与预测

第一节 中国短视频营销行业未来发展前景分析

一、短视频营销行业国内投资环境分析

二、中国短视频营销行业市场机会分析

三、中国短视频营销行业投资增速预测

第二节 中国短视频营销行业未来发展趋势预测

第三节 中国短视频营销行业市场发展预测

一、中国短视频营销行业市场规模预测

二、中国短视频营销行业市场规模增速预测

三、中国短视频营销行业产值规模预测

四、中国短视频营销行业产值增速预测

五、中国短视频营销行业供需情况预测

第四节 中国短视频营销行业盈利走势预测

一、中国短视频营销行业毛利润同比增速预测

二、中国短视频营销行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国短视频营销行业投资风险与营销分析

第一节 短视频营销行业投资风险分析

一、短视频营销行业政策风险分析

二、短视频营销行业技术风险分析

三、短视频营销行业竞争风险分析

四、短视频营销行业其他风险分析

第二节 短视频营销行业企业经营发展分析及建议

一、短视频营销行业经营模式

二、短视频营销行业销售模式

三、短视频营销行业创新方向

第三节 短视频营销行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国短视频营销行业发展战略及规划建议

第一节 中国短视频营销行业品牌战略分析

一、短视频营销企业品牌的重要性

二、短视频营销企业实施品牌战略的意义

三、短视频营销企业品牌的现状分析

四、短视频营销企业的品牌战略

五、短视频营销品牌战略管理的策略

第二节 中国短视频营销行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国短视频营销行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国短视频营销行业发展策略及投资建议

第一节 中国短视频营销行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国短视频营销行业定价策略分析

第三节 中国短视频营销行业营销渠道策略

一、短视频营销行业渠道选择策略

二、短视频营销行业营销策略

第四节 中国短视频营销行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国短视频营销行业重点投资区域分析

二、中国短视频营销行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/530135530135.html>