

中国短剧行业发展趋势分析与未来投资研究报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国短剧行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672757.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

1、短剧商业概述

根据国家广播电视总局，短剧指的是单集时长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的情节的网络影视作品。短剧可以分为三大类型：一类是主要针对优爱腾芒的长视频短剧，一类是主要针对抖音快手的短视频短剧，后者又衍生出了针对微信或抖音小程序的“小程序短剧”，三者内容长度、商业模式、受众群体方面略有差异。

三种不同类型短剧的对比

类别

短视频短剧

长视频短剧

小程序

抖快

爱优腾芒等

时长

1-2分钟

3-5分钟

10分钟

集数

80-100集

12-24集

20-30集

爆款短剧主要题材

战神、虐恋、穿越等

用户画像

三四线城市及以下、年龄在30岁以上的男性群体，中低收入人群

抖音：20-49岁用户为主（中青年），性别分布较为均衡；快手：主攻四五线城市40-70岁的大龄用户

30岁左右的人群居多，女性居多

商业模式

充值购买各类“积分点数”或者“年度会员”解锁付费短剧内容，也可以通过广告商单等免费模式变现

基于账号逻辑的分账与广告，更多元化的收入来源，包括流量分钟、品牌定制、主播带货、小黄车销售环节等等；尝试短剧付费模式

更依赖于会员有效观看时长基础上达成的基于版权价值的定制与分账

核心特点

流量生意基础上的付费生态

相较于长视频网站，强调账号本身广告和营销的价值

长视频网站的合作流程一般是通过针对成片的评价审定后进行定级和定价单价，并设定对应推荐资源；长视频网站重视版权即重视微短剧品质的好坏

资料来源：观研天下整理

2、短剧行业商业模式分析

在产业链方面，短剧由网文、动漫、游戏等公司提供短剧的IP或者版权，MCN、影视公司或创作达人合作拍摄和出品短剧，他们可以作为短剧版权商，也可以将拍摄完毕的短剧打包出售给三方短剧版权商，最后短剧版权商可以直接ToC提供短剧，获取观众的分集付费和会员充值收入；也可以ToB和分销商分成合作，分销商负责在包括长短视频、内容社区、小程序等的互联网平台上线短剧以及为其投放流量。

根据资料可知，上游编剧收入是1-2%的短剧收入分成以及1-5万的保底收入，扣除编剧的人力成本，一部收入500-5000万的短剧，编剧分成约为5-100万；对于拍摄方来说，收入来源是3-5%的短剧收入分成和4-10万的保底收入，扣除拍摄成本，一部剧可获得20-200万利润。

短剧产业链分成

资料来源：观研天下整理

在盈利模式方面，短剧盈利主要分为三种-会员付费、广告变现和电商带货。其中，会员付费包括定期的会员费和单部剧集购买，目前主流长视频平台单月会员价格在22-25元，短剧专属平台会员费在30元左右；单剧付费目前收费标准为1-3元/集，爆款剧单集收费可达10元；广告收入包括贴片广告、广告植入、IP授权营销；爆款短剧通过售卖周边产品再次变现。

短剧盈利模式

资料来源：观研天下整理

3、国家加大对短剧行业市场监管，但对优质内容实施倾斜性支持

2020年8月，广电总局在重点网络影视剧信息备案系统增设了网络微短剧快速登记备案模块，标志着微短剧正式纳入监管体系。2022年4月11月针对小程序微短剧，发文开展专项整治。不过，国家在引导规范化发展的同时，也给予短剧相应的支持，尤其是对优质内容，国家都会实施政策性倾斜，如2022年12月《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》提出要培育壮大短剧创作主体，在资源、人才、营销、排播、宣传等方面对短剧进行倾斜性支持。

我国短剧行业相关政策

政策

时间

部门

具体内容

增设网络微短剧快速登记备案模块

2020.8

国家广播电视总局

广电总局在“重点网络影视剧信息备案系统”增设了网络微短剧快速登记备案模块，微短剧正式纳入监管体系。

《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》

2022.4.29

国家广播电视总局办公厅

明确将国产网络剧片（包括网络剧、网络微短剧、网络电影、网络动画片）的审查纳入行政许可事项管理，符合条件的国产网络剧片需要取得相关广播电视行政管理部门的发行许可才能播放上映。

《关于进一步加强网络微短剧管理实施创作提升计划有关工作的通知》

2022.11.14

国家广播电视总局办公厅

严肃、扎实开展“小程序”类网络微短剧专项整治：聚焦色情低俗等内容的“小程序”类网络微短剧，开展专项整治。指导重点视听平台完善算法和推送机制，加大优质网络微短剧推送，营造更加清朗的网络视听空间。加强规范管理，实施创作提升计划：依法依规纳入管理；加强创作规划引导；加强重点剧片跟踪指导；加大精品扶持力度；强化内容审核等。

《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》

2022.12.6

国家广播电视总局

培育壮大短剧创作主体：电视剧网络剧制作经营机构和网络视听平台要重视短剧篇幅短小、内容精炼、节奏轻快、定位精准等优势，进一步优化产品结构，在资源、人才、营销、排播、宣传等方面对短剧进行倾斜性支持。

《北京局大力推动网络微短剧精品创作》

2023.5.17

北京广电局

1) 抓品牌促创作：在政策、资金、创作、播出、宣传等方面为网络微短剧提供重点支持保障。2) 抓引导促服务：举办“送专家到企业”抖音专场网络微短剧创作培训，对网络微短剧进行重点跟踪、指导和扶持。3) 抓调研促发展：赴抖音、长信传媒、华策影视、新片场等平台机构走访调研网络微短剧创作情况，研究网络微短剧创作生产传播规律。

资料来源：观研天下整理

4、获得发行许可的短剧数量逐季度递增，行业供给逐渐丰富

自2022年4月，广电总局规范只有获得发行许可的短剧才能播放上映，获得发行许可的短剧数量逐季度递增，从2022年第三季度的19部增长至2023年第二季度的116部，占网络剧总数的比例由16.7%上升至34.2%。

数据来源：观研天下整理

同时，短剧符合需求侧娱乐内容视频化和娱乐时间碎片化两大趋势，所以随着短视频用户规模不断扩大，越来越多的影视公司、编辑把目标人群定位于短剧，未来市场发展前景可期。根据相关数据显示，2022年，我国短视频用户规模达到10.1亿人，使用率超过90%，其中50.4%的短视频用户看过三分钟以内的微短剧。

数据来源：观研天下整理

5、90%的题材仍然以“爽”为主，短剧内容逐渐丰富

而从短剧题材来看，2023年1-7月爆款短剧里，90%的题材仍然以“爽”为主，战神题材依旧火爆，穿越、逆袭、重生等其他类型亦受到用户欢迎，在2023年8月上线短剧中，战神题材数量占比达44%，甜宠题材数量占比25%，虐恋题材数量占比22%。同时，民国、鉴宝等题材也容易出爆款，新题材越来越多，短剧内容也逐渐丰富。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

6、小程序短剧或将成为短剧行业新支柱

此外，微信凭借着自身的支付体系、用户规模及流畅的付费体验等优势，逐渐吸引大量短剧分销商将最终承载页面放在微信小程序里。现阶段，微信小程序已经成为小程序短剧的主要承载平台。根据微短剧主题论坛消息，小程序短剧每天的付费DAU超过1000w人次，或成为短剧行业新支柱。

同时，根据字节数据显示，以小程序短剧为主的付费短剧年充值流水达180多亿元；其中《哎呀！皇后娘娘来打工》上线24小时充值金额破1200万，《闪婚后，傅先生马甲藏不住了》上线24小时充值流水破2000万；《无双》八天投放消耗破一亿。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国短剧行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国短剧行业发展概述

第一节 短剧行业发展情况概述

- 一、短剧行业相关定义
- 二、短剧特点分析
- 三、短剧行业基本情况介绍
- 四、短剧行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、短剧行业需求主体分析

第二节 中国短剧行业生命周期分析

- 一、短剧行业生命周期理论概述
- 二、短剧行业所属的生命周期分析

第三节 短剧行业经济指标分析

- 一、短剧行业的赢利性分析
- 二、短剧行业的经济周期分析
- 三、短剧行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球短剧行业市场发展现状分析

第一节 全球短剧行业发展历程回顾

第二节 全球短剧行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲短剧行业地区市场分析

- 一、亚洲短剧行业市场现状分析
- 二、亚洲短剧行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲短剧行业市场前景分析

第四节 北美短剧行业地区市场分析

- 一、北美短剧行业市场现状分析
- 二、北美短剧行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美短剧行业市场前景分析
- 第五节 欧洲短剧行业地区市场分析
 - 一、欧洲短剧行业市场现状分析
 - 二、欧洲短剧行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲短剧行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界短剧行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球短剧行业市场规模预测

第三章 中国短剧行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对短剧行业的影响分析
- 第三节 中国短剧行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对短剧行业的影响分析
- 第五节 中国短剧行业产业社会环境分析

第四章 中国短剧行业运行情况

- 第一节 中国短剧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 中国短剧行业市场规模分析
 - 一、影响中国短剧行业市场规模的因素
 - 二、中国短剧行业市场规模
 - 三、中国短剧行业市场规模解析
- 第三节 中国短剧行业供应情况分析
 - 一、中国短剧行业供应规模
 - 二、中国短剧行业供应特点
- 第四节 中国短剧行业需求情况分析
 - 一、中国短剧行业需求规模
 - 二、中国短剧行业需求特点

第五节中国短剧行业供需平衡分析

第五章 中国短剧行业产业链和细分市场分析

第一节中国短剧行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、短剧行业产业链图解

第二节中国短剧行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对短剧行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对短剧行业的影响分析

第三节我国短剧行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国短剧行业市场竞争分析

第一节中国短剧行业竞争现状分析

一、中国短剧行业竞争格局分析

二、中国短剧行业主要品牌分析

第二节中国短剧行业集中度分析

一、中国短剧行业市场集中度影响因素分析

二、中国短剧行业市场集中度分析

第三节中国短剧行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国短剧行业模型分析

第一节中国短剧行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国短剧行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国短剧行业SWOT分析结论

第三节中国短剧行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国短剧行业需求特点与动态分析

第一节中国短剧行业市场动态情况

第二节中国短剧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

第三节短剧行业成本结构分析

第四节短剧行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国短剧行业价格现状分析

第六节中国短剧行业平均价格走势预测

一、中国短剧行业平均价格趋势分析

二、中国短剧行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国短剧行业所属行业运行数据监测

第一节中国短剧行业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

第二节中国短剧行业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

第三节中国短剧行业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

第十章 2019-2023年中国短剧行业区域市场现状分析

第一节中国短剧行业区域市场规模分析

一、影响短剧行业区域市场分布的因素

二、中国短剧行业区域市场分布

第二节中国华东地区短剧行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区短剧行业市场分析

(1) 华东地区短剧行业市场规模

(2) 华南地区短剧行业市场现状

(3) 华东地区短剧行业市场规模预测

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、华中地区短剧行业市场分析

(1) 华中地区短剧行业市场规模

(2) 华中地区短剧行业市场现状

(3) 华中地区短剧行业市场规模预测

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、华南地区短剧行业市场分析

- (1) 华南地区短剧行业市场规模
- (2) 华南地区短剧行业市场现状
- (3) 华南地区短剧行业市场规模预测

第五节华北地区短剧行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区短剧行业市场分析

- (1) 华北地区短剧行业市场规模
- (2) 华北地区短剧行业市场现状
- (3) 华北地区短剧行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区短剧行业市场分析

- (1) 东北地区短剧行业市场规模
- (2) 东北地区短剧行业市场现状
- (3) 东北地区短剧行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区短剧行业市场分析

- (1) 西南地区短剧行业市场规模
- (2) 西南地区短剧行业市场现状
- (3) 西南地区短剧行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区短剧行业市场分析

- (1) 西北地区短剧行业市场规模
- (2) 西北地区短剧行业市场现状
- (3) 西北地区短剧行业市场规模预测

第十一章 短剧行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国短剧行业发展前景分析与预测

第一节 中国短剧行业未来发展前景分析

- 一、短剧行业国内投资环境分析
- 二、中国短剧行业市场机会分析
- 三、中国短剧行业投资增速预测

第二节 中国短剧行业未来发展趋势预测

第三节 中国短剧行业规模发展预测

- 一、中国短剧行业市场规模预测
- 二、中国短剧行业市场规模增速预测
- 三、中国短剧行业产值规模预测
- 四、中国短剧行业产值增速预测
- 五、中国短剧行业供需情况预测

第四节 中国短剧行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国短剧行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国短剧行业进入壁垒分析

- 一、短剧行业资金壁垒分析
- 二、短剧行业技术壁垒分析
- 三、短剧行业人才壁垒分析
- 四、短剧行业品牌壁垒分析
- 五、短剧行业其他壁垒分析

第二节短剧行业风险分析

- 一、短剧行业宏观环境风险
- 二、短剧行业技术风险
- 三、短剧行业竞争风险
- 四、短剧行业其他风险

第三节中国短剧行业存在的问题

第四节中国短剧行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国短剧行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国短剧行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国短剧行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节短剧行业营销策略分析

- 一、短剧行业产品策略
- 二、短剧行业定价策略
- 三、短剧行业渠道策略
- 四、短剧行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672757.html>