



MCR 嘉世咨询

2025

# 中国微短剧行业现状报告

Report on the status of China's micro-drama market

## 报告说明

本报告的全部内容版权归上海嘉世营销咨询有限公司（简称：嘉世咨询）。未经授权，任何单位或个人不得以任何形式复制、传播或用于商业用途。

## 调研方法

桌面研究：搜集整理政府公开数据、行业协会、权威期刊、券商研报及企业公开披露的行业数据。

专家建议：听取行业资深人士意见和观点，提升分析深度与可靠性。

## 免责声明

本报告结论基于当前可获得信息，不构成投资或决策的唯一依据。研究团队对因使用本报告引发的直接或间接损失不承担责任。

# 目录

第一部分：引言与行业概述 .....	6
第二部分：市场规模与增长分析 .....	7
2.1 市场规模与增长趋势 .....	7
2.2 用户规模与渗透率分析 .....	8
2.3 市场结构与构成分析 .....	8
第三部分：行业产业链分析 .....	10
3.1 产业链总体结构 .....	10
3.2 上游：内容创作与 IP 资源 .....	10
3.3 中游：制作与发行 .....	11
3.4 下游：平台分发与用户消费 .....	11
第四部分：市场格局与竞争分析 .....	13
4.1 主要平台市场份额与排名 .....	13
4.2 红果短剧案例分析 .....	14
4.3 平台差异化竞争策略 .....	15
第五部分：内容创作生态分析 .....	16
5.1 题材分布与偏好 .....	16
5.2 制作成本与质量提升 .....	16
5.3 内容同质化问题与对策 .....	17
5.4 新兴题材发展态势 .....	17

第六部分：商业模式创新分析 .....	19
6.1 IAP 与 IAA 模式对比 .....	19
6.2 多元变现路径 .....	20
6.3 平台分账机制 .....	20
6.4 广告植入与品牌合作 .....	21
第七部分：观众画像与消费行为 .....	22
7.1 用户人口统计特征 .....	22
7.2 消费习惯与付费意愿 .....	22
7.3 用户行为与偏好分析 .....	23
第八部分：技术创新与应用 .....	24
8.1 AI 技术在微短剧中的应用 .....	24
8.2 互动剧情技术发展 .....	24
8.3 创作工具与流程革新 .....	25
8.4 技术对行业的影响预测 .....	25
第九部分：政策环境与监管分析 .....	27
9.1 最新政策解读 .....	27
9.2 分类分层审核制度 .....	27
9.3 "微短剧+"行动计划 .....	28
9.4 政策对行业的影响 .....	29
第十部分：国际市场与出海战略 .....	30
10.1 海外市场规模与增长 .....	30
10.2 主要海外市场分析 .....	30

10.3 出海面临的挑战与对策 .....	31
第十一部分：社会影响与文化价值 .....	33
11.1 微短剧对社会文化的影响 .....	33
11.2 价值观引导与内容规范 .....	33
11.3 文化传播与国际影响 .....	34
第十二部分：未来趋势与发展预测 .....	35
12.1 行业发展趋势预测 .....	35
12.2 精品化与内容升级 .....	36
12.3 跨界融合与商业模式创新 .....	36
12.4 人人创作时代展望 .....	36
第十三部分：结论与建议 .....	38
13.1 行业 SWOT 分析总结 .....	38
优势（Strengths）： .....	38
劣势（Weaknesses）： .....	38
机会（Opportunities）： .....	38
威胁（Threats）： .....	39
13.2 对内容创作者的建议 .....	39
13.3 对平台方的建议 .....	39
13.4 对投资者的建议 .....	40
13.5 对监管部门的建议 .....	40

## 第一部分：引言与行业概述

微短剧作为近年来快速崛起的新兴视听内容形态，正在深刻重塑中国数字内容产业格局。根据国家广播电视总局的官方定义，微短剧是指“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、较为连续和完整的故事情节”的网络视听节目。这一定义在 2020 年 12 月 8 日通过《关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》正式确立，标志着微短剧成为继网络影视剧、网络电影、网络动画片后第 4 种官方认可的网络影视作品形态。

微短剧行业的发展历程可追溯至 2012 年的《屌丝男士》与 2013 年优酷上映的《万万没想到》，这两部作品以其短小的剧集生产模式以及“沙雕式”的内容在网络迅速走红，为微短剧的形成奠定了基础。然而，真正的爆发期始于 2019 年。《中国短视频发展研究报告（2023）》显示，从 2016 年到 2023 年，中国泛网络视听产业规模增长了 7.18 倍，短视频产业规模增长了 153 倍，所占份额增长了 17.8 倍。短视频成为大视听产业发展的主引擎，产业规模突破 3000 亿元，国内用户数量突破 10.26 亿。2019 年起，长短视频平台、影视制作公司、广播电视台以及所属新媒体平台、MCN 公司、IP 内容版权商等纷纷入局微短剧市场，共建微短剧新赛道。2023 年，微短剧从“野蛮生长”阶段加速进入“全面提质期”，展现出广阔的发展空间。

## 第二部分：市场规模与增长分析

### 2.1 市场规模与增长趋势

中国微短剧行业在短短几年内完成了从萌芽到爆发的惊人跨越，成为数字内容领域最具活力的增长极。2023年中国网络微短剧市场规模达373.9亿元，同比上升267.65%。2024年，微短剧市场规模达到515亿元，同比增长35.1%，预计2025年将进一步攀升至634.3亿元，这一数字已远超2024年中国内地电影425亿元的全年票房。另有数据显示，2024年中国微短剧市场规模达504亿元，网民使用率近60%，2025年预计增至686亿元，同比增长36%。

#### 2023-2025年中国微短剧市场规模及增长率

年份	市场规模(亿元)	同比增长率	数据来源
2023	373.9	267.65%	艾媒咨询
2024	515.0	35.1%	艾媒咨询
2025(预测)	634.3	23.2%	艾媒咨询
2024	504.0	34.9%	公开
2025(预测)	686.0	36.1%	公开

尽管不同数据源对市场规模的统计有所差异，但都一致表明微短剧行业正处于高速增长阶段，预计2025年增速将维持在23%-36%之间，远高于传统影视行业增速。这种增长主要来自三个方面的驱动：一是内容供给端的爆发式增长，二是用户规模的持续扩大，三是多元商业模式的成熟。

## 2.2 用户规模与渗透率分析

微短剧的用户基础呈现出快速增长的趋势。根据最新数据，付费用户比例从 2024 年 1 月的 40.5% 飙升至 2025 年 2 月的 48.8%，意味着每两个刷短剧的人中，就有一个已经为内容掏出钱包。《中国网络视听发展研究报告（2025）》显示，截至 2024 年 12 月，微短剧的用户规模达 6.62 亿人，在整体网民中的使用率从 24 年 6 月的 52.4% 增长至 59.7%。这一用户规模和渗透率已经使微短剧成为数字内容产业中不可忽视的重要组成部分。

从用户行为数据来看，微短剧独立应用的人均单日使用时长从 90 分钟增长至 101 分钟，已经追平即时通信。这表明微短剧已经成为用户日常生活中重要的娱乐消费方式，具有较高的用户粘性。百度观星盘数据显示，超 90% 的用户搜索意向明确，直接搜索剧名/IP，仅有 4.1% 的用户会搜索“短剧大全免费观看”等泛需求词。这一现象表明微短剧已形成稳定的粉丝经济和 IP 效应，优质内容能够精准吸引目标受众。

## 2.3 市场结构与构成分析

从内容供给结构来看，2024 年全年上线微短剧数预计达 2.4 万部，其中小程序&APP 平台贡献了 2.3 万部，长视频平台约 1350 部，同比增长 27.5%。这种惊人的内容供给量背后是用户消费习惯的深刻变迁——小屏市场已全面超越大银幕，碎片化、互动性强的微短剧更契合移动互联网时代的内容消费特征。

从商业模式结构来看，微短剧市场可分为付费短剧（IAP 模式）和免费短剧（IAA 模式）两大类。2024 年国内免费短剧的市场规模约为 250 亿元，同比增长 150%；预计 2025 年将达到 350 亿元，同比增长 40%。相比之下，

付费短剧（IAP 模式）经过 2023 年的高速增长期，2024 年市场规模基本保持稳定，行业增量主要来自免费短剧（IAA 模式）。

从市场参与主体来看，微短剧市场呈现多元化趋势。随着各出品单位和广告商入局，部分微短剧拥有了更高的制作资金，制作日趋规范，资本与制作的强效整合能够有效提升剧集质量，多方联合出品模式促使微短剧制作模式更加专业化和规范化。

## 第三部分：行业产业链分析

### 3.1 产业链总体结构

微短剧行业已形成包括版权方、承制方、分销商、广告投放和平台等环节的完整产业链。从上游到下游，产业链各环节紧密联系，共同推动微短剧行业的健康发展。



微短剧行业产业链结构图

### 3.2 上游：内容创作与 IP 资源

上游主要包括内容 IP 及版权开发，是微短剧行业的基础。内容来源主要包括以下几个方面：

**数字文学网站：**如阅文集团、中文在线、掌阅科技等，提供大量网络小说 IP 资源，是微短剧内容的重要来源。

出版机构：传统出版机构提供的优质文学作品，经过改编成为微短剧内容。

脚本创作：专业编剧团队或个人创作者原创的微短剧剧本。

IP 版权方：拥有影视、动漫、游戏等 IP 资源的机构，通过授权或合作方式将 IP 改编为微短剧。

上游环节的核心价值在于提供优质的 IP 资源和创意内容，是微短剧质量的基础保障。随着微短剧行业的发展，上游内容创作正经历从“草根创作”到“专业制作”的转型。头部 S 级微短剧的平均制作成本已经达到 300 万元以上，制作日趋规范。

### 3.3 中游：制作与发行

中游主要包括短剧的制作和分销环节，具体包括：

拍摄制作方：负责微短剧的具体拍摄制作工作，包括前期筹备、拍摄、后期制作等环节。这些制作方包括专业影视制作公司和 MCN 机构等。

制作团队：包括导演、演员、摄影、剪辑等专业人员，负责微短剧的具体制作工作。

微短剧版权商：负责微短剧的版权管理和发行工作，是连接制作方和平台方的重要环节。

中游环节的核心价值在于将上游的内容创意转化为具体的微短剧产品，并通过有效的发行策略将其推向市场。随着行业的发展，中游环节的专业化程度不断提高，制作水准显著提升。

### 3.4 下游：平台分发与用户消费

下游主要包括短剧的分发和播放环节，具体包括：

流量分发平台：负责微短剧的推广和流量获取，包括长视频平台、短视频平台等。

短剧播放平台：负责微短剧的具体播放和用户触达，包括独立的微短剧APP、视频网站的微短剧专区等。

终端用户：微短剧的最终消费者，包括不同年龄段、不同地域的广大网民。

下游环节的核心价值在于实现微短剧的用户触达和商业变现，是微短剧行业实现价值的关键环节。随着用户规模的不断扩大和付费习惯的养成，下游环节的商业价值不断提升。

## 第四部分：市场格局与竞争分析

### 4.1 主要平台市场份额与排名

微短剧行业的主要平台可分为三类：短视频平台（如抖音、快手）、长视频平台（如爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV）和独立微短剧APP（如红果短剧、河马剧场等）。

表 1：2025 年主要微短剧平台市场份额对比

平台类型	代表平台	市场份额	特点
短视频平台	抖音、快手	占据主要流量	用户基数大，流量分发能力强，免费模式为主
长视频平台	爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV	内容品质高	专业制作，精品化路线，会员模式为主
独立微短剧APP	红果短剧、河马剧场	MAU 快速增长	专注微短剧内容，用户粘性强

根据公开数据，截至 2025 年 3 月，红果免费短剧 APP 的 MAU 达到 1.73 亿人，同比增长 220.3%，在亿级 MAU 应用中增速仅次于 DeepSeek 和豆包；河马剧场 APP 的 MAU 达到 4167.71 万人，同比增长 319.34%，在千万级 MAU 应用中增速排名第 5 位。2025 年 3 月红果免费短剧 APP 的人均使用时长达到 19.36 小时/月，用户规模及使用时长在行业内遥遥领先。

根据公开和剧查查的数据，2024 年国内热力值最高的前五个短剧平台分别为番茄、点众、九州、麦芽、山海，番茄自 24Q3 后来居上成为行业第

一，其后持续扩大领先优势，25Q1 番茄的累计热力值达到 15.4 亿，环比增长约 7%，大幅超过第二名点众的热力值 6.4 亿。

## 4.2 红果短剧案例分析

红果短剧是微短剧行业的佼佼者，其成功经验值得深入分析。作为行业内的佼佼者，红果短剧每月分账金额超过 3 亿，2025 年 4 月红果短剧的单月分账金额再度超过 5 亿元，其中 20 多个版权方单月分账超 500 万，90 多部作品单月分账超 100 万。

红果短剧的成功因素主要包括：

**优质内容策略：**红果平台注重内容品质，对重点品类、拉新、高热新剧、自制剧本等给予额外激励。截至 25 年 4 月，红果短剧的重点品类额外激励超千万、拉新活动额外激励累计超 1 亿、剧本单月分账超 4000 万。

**用户规模优势：**截至 2025 年 3 月，红果免费短剧 APP 的 MAU 达到 1.73 亿人，已接近优酷视频的 MAU 1.85 亿人。从使用时长来看，红果免费短剧 APP 的用户使用时长在 25 年 2 月已超过优爱腾芒等长视频 APP。

**多元化内容布局：**红果短剧注重内容多元化，带动 4 月古风、穿越、奇幻、系统等新兴题材加速增长。2025 年春节档，红果短剧的总观看量超 193 亿、总观看人次达 6 亿，4 部短剧《好一个乖乖女》、《老千》、《咬清梨》、《他偏要抢》的观看量破 10 亿次。

**跨界合作战略：**2025 年 4 月 24 日芒果 TV 与红果短剧达成合作，双方将围绕优质成品短剧授权、IP 联动开发及联合出品、短剧商业化三大核心方向展开深度合作。双方将启动"IP 共培计划"，聚合番茄小说和芒果 TV 的优质

IP，打造"双平台分账+联合运营"模式的芒果+红果精品短剧联盟专区"果果剧场"。

### 4.3 平台差异化竞争策略

各大平台在微短剧行业的竞争中采取了不同的差异化策略：

**短视频平台：**抖音、快手等短视频平台利用其庞大的用户基础和强大的流量分发能力，大力发展端原生微短剧。根据公开，2024年抖音端原生短剧的上线数量超过2万部，尤其是24年5月以来激增，25年3月上线新剧达到1.14万部，在播短剧超过2.75万部。快手也积极布局微短剧市场，从24年1月至12月快手短剧的数量增长了5.7倍，快手短剧的付费用户增长4倍。

**长视频平台：**爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV等长视频平台主要以专业化内容生产为优势，基于专业性以及规范化，其出品的剧集具有更强的市场影响力和平台号召力。长视频平台也将微短剧作为会员内容生态的重要组成部分，以提升对用户的吸引力。

**独立微短剧APP：**红果短剧、河马剧场等独立微短剧APP专注于微短剧内容，用户粘性高，增长速度快。红果短剧已经开始尝试扩展短视频内容，根据公开的报道，红果免费短剧APP在今年3月左右小范围测试短视频功能，在首页顶部增加"短视频"入口，内容基本是影视剧解说。

## 第五部分：内容创作生态分析

### 5.1 题材分布与偏好

微短剧的内容题材呈现出多元化发展趋势，但不同题材的热度存在明显差异。根据公开的数据，2024 年国内女频题材短剧的热力值占比 61%，在投短剧数量比男频题材短剧多了 70%。2025 年 Q1 女频题材短剧的热力值占比超过 70%，女性用户成为短剧吸金的绝对主力。

在细分题材方面，情感、逆袭、都市依然是主要投流领域，2024 年热力值占比分别为 24%、19%、17%。此外，家庭、古装、甜宠题材的增速较快，而战神题材的热度下降。这表明微短剧市场正在从早期的单一题材向多元化题材发展，以满足不同用户群体的需求。

### 5.2 制作成本与质量提升

微短剧的制作成本和质量正在不断提升。早期的微短剧制作成本较低，主要依靠“短、平、快”的制作模式实现高产出比。然而，随着行业的发展和资本的涌入，微短剧的制作成本和质量显著提升。

头部 S 级微短剧的平均制作成本已经达到 300 万元以上，制作日趋规范。随着各出品单位和广告商入局，部分微短剧拥有了更高的制作资金，国民认知度、角色契合度、演技口碑、CP 感逐渐成为选择微短剧演员的重要标准。随着微短剧行业影响力的扩大，众多知名演员陆续加入剧集的出演中，知名演员的加盟使得该类剧集获得了更多的流量与热度。

## 5.3 内容同质化问题与对策

内容同质化是当前微短剧行业面临的主要问题之一。在 TOP100 的微短剧中，相似题材的占比超过 70%，这种高度同质化的内容正在不断消耗着用户的耐心。为解决这一问题，行业正在采取以下对策：

**题材多元化：**除了传统的言情、霸总等题材，悬疑、历史人文、科幻未来等题材也开始受到关注。如《风起陇西》这部微短剧，以三国时期的间谍情报战为背景，通过独特的视角和精彩的剧情，展现了历史背后的故事，受到了观众的广泛好评。

**专业内容研发团队：**制作方需要建立专业的内容研发团队，深入挖掘细分领域，打造差异化内容 IP。只有不断创新，才能满足用户日益多样化的需求，让微短剧在激烈的市场竞争中脱颖而出。

**精品化战略：**随着监管深化，平台持续治理，行业自身纠偏，一路“狂飙”的微短剧在内容、商业模式等方面正在转型，精品化成为行业发展的主要方向。

## 5.4 新兴题材发展态势

随着微短剧行业的发展，一些新兴题材正在崛起：

**悬疑题材：**悬疑题材在长剧领域一直备受青睐，但在短剧领域相对冷门。数据显示，2024 年标记为“悬疑”的短剧数量在所有新剧中的占比仅为 0.7%。然而，随着观众对高质量内容需求的不断提升，悬疑题材在短剧领域的潜力逐渐显现。

**历史人文题材：**如《风起陇西》这类以历史为背景的微短剧，通过独特的视角和精彩的剧情，展现了历史背后的故事，受到了观众的广泛好评。

科幻未来题材：科幻题材能够激发观众的好奇心与想象力，为短剧市场注入新的活力。如抖音与博纳影业合作的《三星堆：未来启示录》结合科幻与历史文化，是 AI 技术与微短剧结合的典型案例。

## 第六部分：商业模式创新分析

### 6.1 IAP 与 IAA 模式对比

微短剧的商业模式主要分为两类：IAP 模式（付费点播模式）和 IAA 模式（广告变现模式）。

IAP 模式（付费点播模式）：用户需要支付费用才能观看完整内容，主要通过以下几种方式实现：

- ✓ 前几集免费，后续内容需要付费解锁
- ✓ 会员订阅，会员可以观看全部内容
- ✓ 单集付费购买

IAA 模式（广告变现模式）：用户可以免费观看内容，平台通过广告投放获取收益，主要通过以下几种方式实现：

- ✓ 插播广告
- ✓ 开屏广告
- ✓ 原生广告

从市场发展趋势来看，2024 年国内免费短剧（IAA 模式）的市场规模约为 250 亿元，同比增长 150%；预计 2025 年将达到 350 亿元，同比增长 40%。相比之下，付费短剧（IAP 模式）经过 2023 年的高速增长期，2024 年市场规模基本保持稳定，行业增量主要来自免费短剧（IAA 模式）。

## 6.2 多元变现路径

随着微短剧行业的发展，变现方式变得更加丰富、立体，从最初单一的平台采买、流量分账，逐渐进化为包括解锁观看、电商带货在内的多元模式。

**平台分账模式：**是网络微短剧最主要的盈利模式之一。长视频平台通常通过平台自身的会员付费、播放广告的方式实现分账。短视频平台则通过一系列创作奖励机制展开分账，如推出的“辰星计划”、“启航计划”，根据微短剧播放流量热度，如播放量、互动量按比例进行现金的奖励。

**广告植入：**是微短剧实现盈利的另一大有效方式。微短剧在短视频短平快特点的基础上，加入了剧情线，使得视频内容的呈现更具有吸引力。在剧情中自然植入广告，观众对于植入内容的接受度增强。

**付费解锁：**通常采取前几集免费观看，在积累一定观看用户之后，对最后结局部分进行单集收费。如短剧《二十九》全集共 20 集，前 16 集免费，最后两集需要付费观看，解锁单集 2.5 元，解锁全部两集共为 3 元。

**电商带货：**微短剧与电商的结合，通过剧情中的产品展示和推荐，引导用户购买相关产品，实现变现。

## 6.3 平台分账机制

平台分账机制是微短剧最主要的盈利模式之一，不同平台的分账机制存在差异。

**长视频平台分账机制：**以腾讯、爱奇艺等为首的长视频平台通常通过平台自身的会员付费、播放广告的方式实现分账。优质内容能够获得更高的分账比例，从而激励内容创作者生产更多优质内容。

短视频平台分账机制：以抖音、快手为主的短视频平台通常通过一系列创作奖励机制展开分账，根据微短剧播放流量热度，如播放量、互动量按比例进行现金的奖励。这种按照流量的分账模式能够有效激活创作主体的生产积极性，内容的质量是账号能否吸引潜在观众、留存现有观众的一大关键。

## 6.4 广告植入与品牌合作

广告植入是微短剧实现盈利的另一大有效方式。微短剧在短视频短平快特点的基础上，加入了剧情线，使得视频内容的呈现更具有吸引力。在关注社会热点的基础之上进行的内容创作，能够更快地吸引用户停留，并跟随叙事者视角走入剧情，在相似现实生活的映照，以及快反转强转折的情绪点输出下，对角色产生共情情绪，产生情感联结。

在此基础之上，将广告的植入加入剧情之中，观众对于植入内容的接受度增强。除此之外，一些热门博主在长期账号运营积累中获得一定数量的粉丝群体，其本身具有的作为意见领袖的影响力，使得广告的植入更具有信服力，粉丝对陌生植入内容本能建立起来的心理防线也随之降低。如"乔七月、姜十七"等热门博主账号的微短剧中，常在剧情中加入护肤品等产品广告，在剧情演绎的过程之中实现自然而然的产品植入。

## 第七部分：观众画像与消费行为

### 7.1 用户人口统计特征

微短剧的用户群体呈现出明显的特征。根据公开的数据，短剧在我国 31-50 岁中青年群体、二线至四线城市的受众较多。

**性别分布：**女性观众继续占据主导地位，为短剧消费的主力军，占比约 52%。

**年龄分布：**短剧用户主要集中在 31-50 岁的中青年群体。值得注意的是，35-54 岁用户占比同比激增 8.7 个百分点。某平台数据显示，凌晨 2-4 点的活跃用户中，中老年占比超过 40%。北京某退休教师王阿姨的发言很有代表性："电视剧一集 45 分钟太拖沓，这种 3 分钟一个反转的才够味！"

**地域分布：**短剧用户主要分布在二线至四线城市。

**学历分布：**年轻女性是微短剧的核心受众，在文化程度方面，80%以上具有大学及以上学历。

### 7.2 消费习惯与付费意愿

微短剧用户的消费习惯和付费意愿呈现出以下特点：

**付费比例：**付费用户比例从 2024 年 1 月的 40.5% 飙升至 2025 年 2 月的 48.8%，意味着每两个刷短剧的人中，就有一个已经为内容掏出钱包。

**付费方式：**付费方式正在上演"南北差异"：长视频平台用户像办理"健身房年卡"（86.5% 选择平台会员），而短视频用户则像在便利店买关东煮（62.5% 倾向单集购买）。

**付费金额：**由于微短剧单价的下调，付费金额在 10 至 50 元的人群比例显著上升。根据对热播微短剧的初步统计，短视频平台上的原生剧集单集售价在 0.8 元至 2 元之间，但购买全集时通常可以享受较大折扣，折扣范围在 0.9 折至 5 折不等。而以小程序为载体的付费剧定价则存在较大差异，全集售价区间在 9.9 元至 199 元之间。

**付费节点：**根据抖音平台 2024 年 12 月的数据，14% 的微短剧从第 10 集开始设置付费点，9% 从第 9 集开始收费，付费集数占总集数的 66%。

### 7.3 用户行为与偏好分析

微短剧用户的行为和偏好呈现出以下特点：

**搜索行为：**百度观星盘数据显示，超 90% 的用户搜索意向明确，直接搜索剧名/IP，仅有 4.1% 的用户会搜索“短剧大全免费观看”等泛需求词。这一现象表明微短剧已形成稳定的粉丝经济和 IP 效应，优质内容能够精准吸引目标受众。

**内容偏好：**在微短剧付费市场中，用户的内容偏好正呈现显著分层特征：中老年群体对家庭伦理题材表现出深厚的情感共鸣，倾向于选择与婚姻伦理、代际关系、邻里生活等剧情贴近的作品——通过柴米油盐的小事和家长里短的纷争，真实且细腻地展现生活，精准触动这一群体的情感需求。

**观看习惯：**微短剧用户主要在家休息、等待以及通勤路上观看微短剧。在快节奏的生活和工作环境下，可在较短时间内看完一部剧、故事节奏紧凑、符合视频观看习惯、不占用时间等成为用户观看微短剧的主要原因。

## 第八部分：技术创新与应用

### 8.1 AI 技术在微短剧中的应用

AI 技术正在微短剧行业中得到广泛应用，主要体现在以下几个方面：

**内容创作：**AI 技术可以辅助剧本创作、角色设计、场景构建等环节，提高创作效率和质量。全国首部 AIGC 连续性叙事科幻短剧集《三星堆：未来启示录》的推出，标志着 AI 与微短剧融合的全新篇章。

**制作流程优化：**AI 技术可以优化微短剧的制作流程，如自动剪辑、特效生成、配音合成等，降低制作成本，提高制作效率。如央视频推出的《中国神话》，该剧的美术、分镜、视频、配音、配乐全部由 AI 完成。

**个性化推荐：**AI 算法可以根据用户的观看历史、兴趣偏好等数据，为用户提供个性化的微短剧推荐，提高用户粘性和满意度。

**互动体验增强：**AI 技术可以增强微短剧的互动性，如基于 AI 的互动短剧，允许观众在观看过程中通过选择不同的剧情分支，影响故事的发展和结局。

### 8.2 互动剧情技术发展

互动剧情是微短剧行业的重要技术创新方向。传统的微短剧是线性叙事，观众只能被动接受剧情发展。而互动微短剧则允许观众参与剧情发展，通过选择不同的选项，影响故事的走向和结局。

基于 AI 的互动短剧，允许观众在观看过程中通过选择不同的剧情分支，影响故事的发展和结局。这种互动式观看体验，不仅增加了用户的参与感和趣味性，也为短剧制作和分发开辟了新的商业模式。

然而，互动剧情技术也面临一些挑战，如内容创作难度大、技术实现复杂、用户体验不一致等。未来，随着技术的不断进步和应用的不断深入，互动剧情将成为微短剧行业的重要发展方向。

### 8.3 创作工具与流程革新

AI 技术正在革新微短剧的创作工具和流程，主要体现在以下几个方面：

**剧本创作工具：**AI 辅助剧本创作工具可以生成剧情大纲、角色设定、对话等内容，提高创作效率。如秒针系统基于对用户付费习惯与偏好的了解，发布微短剧行业系列报告，为创作者提供市场洞察。

**视频制作工具：**AI 视频制作工具可以自动生成视频、添加特效、进行后期处理等，降低制作门槛。如微短剧 AI 工具 Moss，利用 AI 技术自动生成多语言字幕、AI 配音等，提高内容制作效率。

**智能审核工具：**AI 智能审核工具可以自动识别内容中的违规元素，提高审核效率和准确性。

**数据分析工具：**AI 数据分析工具可以对用户行为、内容表现等数据进行深入分析，为创作决策提供支持。

### 8.4 技术对行业的影响预测

AI 技术将深刻影响微短剧行业的未来发展，主要体现在以下几个方面：

**创作门槛降低：**AI 技术将助力微短剧创作门槛降低，使更多人能够参与到微短剧创作中来。未来，“人人都能拍微短剧”的时代即将到来。

**互动性和沉浸感增强：**AI 技术将增强微短剧的互动性和沉浸感，提供更加丰富的用户体验。

**传播方式多样化：**AI 技术将促进微短剧传播方式的多样化，如通过社交媒体、短视频平台、直播等多种渠道进行传播。

**内容质量提升：**AI 技术可以帮助创作者提高内容质量，如通过智能分析用户反馈，不断优化内容。

在 AI 技术迭代、政策扶持及出海红利的叠加下，2025 年或将成为短剧从“爆发期”迈向“稳定期”的关键节点。对于从业者而言，抓住精品化、跨界融合与本土化运营三大核心，方能在千亿赛道中立于不败之地。

## 第九部分：政策环境与监管分析

### 9.1 最新政策解读

2025年2月5日，国家广播电视总局发布了关于微短剧行业的新通知，要求落实“分类分层审核”制度。这一通知旨在通过“分类分层审核”制度，推动网络微短剧行业的健康繁荣发展。

2025年2月28日，国家广播电视总局表示，随着监管深化，平台持续治理，行业自身纠偏，一路“狂飙”的微短剧在内容、商业模式等方面正在转型，精品化成为行业发展的主要方向。

2025年，国家广电总局将实施“微短剧+”行动，将微短剧与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级，赋能千行百业，如“跟着微短剧去旅行”“跟着微短剧来学法”“微短剧里看品牌”“跟着微短剧学经典”“跟着微短剧来创业”等。

### 9.2 分类分层审核制度

根据微短剧行业发展实际，按照国产网络剧片分级监管、重点监管原则，对微短剧按三类分三个层级进行审核管理。微短剧分为重点微短剧、普通微短剧和其他微短剧三类，采取分类分层审核：

**重点微短剧：**需符合国家广电总局统一备案公示管理等要求，审核标准较为严格。

**普通微短剧：**审核标准适中。

其他微短剧：总投资额度不足 30 万元且非重点推荐，由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行内容管理的职责，负责内容审核把关与版权核定，定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。

这种分类分层审核制度有利于提高审核效率，优化资源配置，推动微短剧行业的健康发展。

### 9.3 "微短剧+"行动计划

2025 年，国家广电总局将实施"微短剧+"行动，将微短剧与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级，赋能千行百业。这一行动计划主要包括以下几个方面：

"跟着微短剧去旅行"：将微短剧与旅游产业相结合，通过微短剧展示各地风景名胜、人文风情，促进旅游业发展。

"跟着微短剧来学法"：将微短剧与法治宣传相结合，通过微短剧普及法律知识，增强公众法律意识。

"微短剧里看品牌"：将微短剧与品牌营销相结合，通过微短剧展示品牌形象，提升品牌价值。

"跟着微短剧学经典"：将微短剧与传统文化相结合，通过微短剧传承和弘扬中华优秀传统文化。

"跟着微短剧来创业"：将微短剧与创新创业相结合，通过微短剧展示创业故事，激发创业热情。

## 9.4 政策对行业的影响

政策对微短剧行业的影响主要体现在以下几个方面：

**规范行业发展：**通过分类分层审核制度，规范微短剧的内容创作和传播，促进行业健康发展。

**提升内容质量：**通过政策引导和支持，推动微短剧内容质量的提升，从"野蛮生长"到"精品化"发展。

**拓展应用场景：**通过"微短剧+"行动计划，拓展微短剧的应用场景，促进微短剧与其他行业的融合发展。

**优化产业结构：**通过政策引导和支持，优化微短剧产业结构，促进资源的合理配置和有效利用。

随着监管深化，平台持续治理，行业自身纠偏，一路"狂飙"的微短剧在内容、商业模式等方面正在转型，精品化成为行业发展的主要方向。政府部门为微短剧的规范发展设定了红线，这是一个被监督"去粗取精"的过程，也是行业从"草根型"的内容主导变为"专业型"的内容主导的过程，是从"短、平、快"向"短、快、精"的内容标准演化的必经之路。

## 第十部分：国际市场与出海战略

### 10.1 海外市场规模与增长

中国微短剧出海市场正在快速发展，呈现出爆发式增长态势。2023 年全球短剧应用下载量增长 11 倍至 3.7 亿次，内购收入达 5.7 亿美元。2025 年 Q1 海外短剧 APP 的总下载量达 2.7 亿次，环比增长 55.9%，总内购收入达 2.3 亿美元，环比增长 19.8%。2025 年 4 月，海外短剧 APP 的总下载量约 1.03 亿次，环比增长 4.27%，总内购收入约 1.22 亿美元，环比增长 4.95%。

海外短剧 APP 的数量从 2023Q1 的 21 个扩增至 2025 年 4 月的 331 个。2025 年 Q1 全球短剧应用（不包括第三方安卓渠道、中国大陆 Google Play 应用商店）的总下载量超 3.7 亿次，环比增长 56%，为 24Q1 下载量的 6.2 倍；25Q1 全球短剧应用的总内购收入达 6.94 亿美元，环比增长 26%，为 24Q1 内购收入的近 4 倍；截至 2025 年 3 月，全球短剧应用的累计内购收入接近 23 亿美元。

据测算，2024 年出海短剧收入已达 40 亿美元，随着全球化加速和文化交流互鉴，中国微短剧将更注重国际合作与交流，推动中国文化海外传播。

### 10.2 主要海外市场分析

海外短剧市场中，美国是中国短剧最重要的海外市场。截至 2024 年 8 月，头部海外短剧 App 的地区数据中，美国的收入达 1.51 亿美元，占到总收入的 64.8%。美国成为中国短剧最重要的海外市场。

在题材方面，出海微短剧市场热播短剧多以霸总、复仇、言情等题材为主，提供“爽”感，并根据海外市场的观众审美与文化背景进行本土化调整。欧美观众喜好狼人、吸血鬼等超自然题材，东南亚观众更偏爱苦情虐恋、豪门纷争等题材。

### 10.3 出海面临的挑战与对策

中国微短剧出海面临的主要挑战包括：

- 1) 文化差异：不同国家和地区的文化背景、审美偏好、价值观念存在差异，需要进行本土化调整。
- 2) 内容适配：需要根据海外市场的特点和需求，对内容进行适当的调整和优化。
- 3) 竞争激烈：海外市场上，不仅有中国微短剧，还有来自其他国家和地区的竞争者。
- 4) 政策法规：不同国家和地区的政策法规存在差异，需要遵守当地的法律法规。
- 5) 商业模式：需要探索适合海外市场的商业模式，实现可持续发展。

针对这些挑战，中国微短剧出海可以采取以下对策：

- 1) 深入研究海外市场：深入了解海外市场的特点和需求，为内容创作和市场推广提供依据。

- 2) 加强本土化运营：根据海外市场的特点和需求，进行本土化运营，提高用户黏性和满意度。
- 3) 建立国际合作：与海外合作伙伴建立合作关系，共同开发和推广微短剧内容。
- 4) 创新商业模式：探索适合海外市场的商业模式，实现可持续发展。
- 5) 提升内容质量：不断提高内容质量，增强竞争力。

随着全球短视频市场的兴起，国内微短剧产业链的上下游企业纷纷拓展海外市场，微短剧的国际潜力逐渐显现。《2024-2025 年中国微短剧市场及出海市场分析报告》显示，有超过 95% 的受访者表示曾经观看或了解过中国出海的短剧。在多个国家，愿意为娱乐服务付费的潜在用户比例已经超过了当前的付费用户比例。

# 第十一部分：社会影响与文化价值

## 11.1 微短剧对社会文化的影响

以微短剧为代表的网络视听产品，正嵌入公众生活的每个角落，深刻地影响着大众的信息获取、情感态度与价值观念。《中国网络视听发展研究报告（2025）》显示，截至2024年12月，微短剧的用户规模达6.62亿人，微短剧独立应用的人均单日使用时长从90分钟涨到101分钟，已经追平即时通信。这表明微短剧已经成为人们日常生活中重要的文化消费方式，对社会文化产生深远影响。

微短剧以碎片化、强情节、高密度的特点，适应了现代人快节奏的生活方式和碎片化的阅读习惯。同时，微短剧内容的多元化和贴近性，也满足了不同群体的文化需求，促进了文化的多样性和包容性。

## 11.2 价值观引导与内容规范

微短剧行业在快速发展的同时，也面临着价值观引导和内容规范挑战。部分微短剧为了博取观众眼球，甚至包含色情低俗、暴力血腥、封建迷信等违规内容，宣扬不劳而获、拜金炫富、以暴制暴等不正确的价值观，违背了社会公序良俗，破坏了平台的良好生态，给观众特别是青少年群体造成了严重的负面影响。

为应对这些挑战，国家广电总局在2025年2月5日发布了关于微短剧行业的新通知，要求落实“分类分层审核”制度，推动微短剧行业的健康繁荣发

展。这一通知旨在通过"分类分层审核"制度，规范微短剧的内容创作和传播，促进行业健康发展。

有业内人士指出，普法与时代价值的创新表达、多元题材与文化传承的突破成为 2024 年微短剧发展的主要特点。微短剧的题材涵盖法治、悬疑、传统文化等多元领域，凭借紧凑的叙事节奏和多元题材，正成为法治宣传、文化传播的新阵地。

### 11.3 文化传播与国际影响

微短剧作为中国文化"走出去"的重要载体，正在国际舞台上发挥越来越重要的作用。中国网络微短剧如何从初期传播生态位的抢滩作战，顺利过渡到文化传播的可持续发展阶段，成为亟待我们解决的重要课题。这不仅关乎网络微短剧产业自身的长远发展，更对中国文化在全球范围内的传播、国家形象的塑造以及人类命运共同体的文化建设具有深远意义。

TikTok 等国际短视频平台的崛起为短剧出海提供了广阔机遇，通过合作，中国短剧可更好适应海外观众口味，提升国际竞争力和影响力，成为中国文化出海新动力。

海外用户通过微短剧了解中国文化和生活，为中国文娱产品开辟了新的国际市场。《2024-2025 年中国微短剧市场及出海市场分析报告》显示，有超过 95% 的受访者表示曾经观看或了解过中国出海的短剧。这表明中国微短剧在国际市场上已经获得了广泛的认知和接受。

## 第十二部分：未来趋势与发展预测

### 12.1 行业发展趋势预测

在 AI 技术迭代、政策扶持及出海红利的叠加下，2025 年或将成为短剧从“爆发期”迈向“稳定期”的关键节点。对于从业者而言，抓住精品化、跨界融合与本土化运营三大核心，方能在千亿赛道中立于不败之地。

微短剧行业未来的发展趋势主要包括以下几个方面：

**精品化发展：**随着监管深化，平台持续治理，行业自身纠偏，一路“狂飙”的微短剧在内容、商业模式等方面正在转型，精品化成为行业发展的主要方向。

**跨界融合发展：**通过“微短剧+”行动计划，微短剧将与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级，赋能千行百业。

**本土化运营：**在出海过程中，微短剧将更加注重本土化运营，根据海外市场的特点和需求，进行适当的调整和优化。

**AI 技术应用深化：**AI 技术将深刻影响微短剧行业，降低创作门槛，增强互动性和沉浸感，促进传播方式多样化。

**人人创作时代到来：**未来，“人人都能拍微短剧”的时代即将到来。AI 技术将助力微短剧创作门槛降低，使更多人能够参与到微短剧创作中来。

## 12.2 精品化与内容升级

精品化是微短剧行业未来发展的主要方向。随着监管深化，平台持续治理，行业自身纠偏，一路“狂飙”的微短剧在内容、商业模式等方面正在转型，精品化成为行业发展的主要方向。

政府部门为微短剧的规范发展设定了红线，这是一个被监督“去粗取精”的过程，也是行业从“草根型”的内容主导变为“专业型”的内容主导的过程，是从“短、平、快”向“短、快、精”的内容标准演化的必经之路。

随着各出品单位和广告商入局，部分微短剧拥有了更高的制作资金，国民认知度、角色契合度、演技口碑、CP感逐渐成为选择微短剧演员的重要标准。随着微短剧行业影响力的扩大，众多知名演员陆续加入剧集的出演中，知名演员的加盟使得该类剧集获得了更多的流量与热度。

## 12.3 跨界融合与商业模式创新

跨界融合是微短剧行业未来发展的另一个重要方向。通过“微短剧+”行动计划，微短剧将与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级，赋能千行百业。

## 12.4 人人创作时代展望

随着AI技术的发展和应用，未来微短剧行业将进入“人人创作”时代。未来，“人人都能拍微短剧”的时代即将到来。AI技术将助力微短剧创作门槛降低，使更多人能够参与到微短剧创作中来。

AI 技术将助力微短剧创作门槛降低、互动性和沉浸感增强、传播方式多样化。这将使微短剧创作更加普及，内容更加多元化，满足不同群体的文化需求。

然而，这也带来了一些挑战，如内容质量参差不齐、版权保护等问题。为应对这些挑战，需要加强行业自律和政策引导，推动微短剧行业健康有序发展。

## 第十三部分：结论与建议

### 13.1 行业 SWOT 分析总结

#### 优势（Strengths）：

- 市场规模大、增长快，2025 年预计达到 634-686 亿元
- 用户规模庞大，达 6.62 亿，占网民总量的 59.7%
- 内容形式灵活多变，适应性强
- 商业模式多元化，变现路径丰富
- 技术创新活跃，AI 等新技术应用广泛

#### 劣势（Weaknesses）：

- 内容同质化严重，创新不足
- 制作成本和质量参差不齐
- 盈利模式尚未完全成熟
- 内容审核和监管面临挑战
- 行业标准和规范尚不完善

#### 机会（Opportunities）：

- 政策支持"微短剧+"行动计划，拓展应用场景
- 出海市场潜力巨大，美国等海外市场收入快速增长
- AI 技术发展为行业带来创新机遇
- 用户付费习惯逐渐养成，付费比例提高
- 跨界融合创造新的商业价值

## 威胁 (Threats) :

行业竞争激烈，平台间争夺用户和资源  
内容监管趋严，合规成本增加  
用户审美疲劳，内容创新压力大  
国际市场文化差异和政策障碍  
盗版和侵权问题影响行业健康发展

## 13.2 对内容创作者的建议

精品化创作：注重内容质量，提高制作水准，打造精品微短剧。

题材多元化：突破传统题材限制，探索悬疑、历史人文、科幻未来等新兴题材，满足不同用户群体的需求。

技术创新应用：积极应用 AI 等新技术，提高创作效率和质量。

用户需求洞察：深入了解用户需求和偏好，创作更有针对性的内容。

商业模式创新：探索多元化的商业模式，提高盈利能力。

## 13.3 对平台方的建议

差异化竞争：根据自身特点和优势，制定差异化的竞争策略。

内容生态建设：加强内容生态建设，扶持优质内容创作。

用户体验优化：持续优化用户体验，提高用户黏性和满意度。

技术应用创新：积极应用新技术，提升平台功能和服务。

国际化战略：制定国际化战略，拓展海外市场。

## 13.4 对投资者的建议

**关注头部平台：**重点关注行业头部平台的投资机会，如红果短剧、点众、九州等。

**布局产业链上下游：**关注产业链上下游的投资机会，如内容制作、技术应用等环节。

**重视技术创新：**关注 AI 等技术创新在微短剧领域的应用，把握技术带来的投资机会。

**关注出海企业：**关注积极布局海外市场的微短剧企业，把握出海带来的增长机会。

**长期价值投资：**采取长期价值投资策略，关注企业的持续成长能力和核心竞争力。

## 13.5 对监管部门的建议

**完善监管体系：**进一步完善微短剧监管体系，促进行业规范发展。

**优化审核流程：**优化分类分层审核流程，提高审核效率。

**加强行业引导：**加强行业引导，推动精品化、多元化发展。

**促进国际合作：**促进微短剧领域的国际合作，支持中国企业“走出去”。

**保护知识产权：**加强知识产权保护，打击盗版和侵权行为，营造良好的行业环境。

微短剧行业作为数字内容产业的重要组成部分，正在经历从“爆发期”迈向“稳定期”的关键阶段。在政策引导、技术创新、市场需求等多重因素的推动下，微短剧行业将迎来更加健康、有序、可持续的发展。内容创作者、平

台方、投资者和监管部门需要共同努力，推动微短剧行业的繁荣发展，为用户提供更加优质、多元的微短剧内容，为中国文化"走出去"贡献力量。

# 上海嘉世营销咨询有限公司

作为中国早期的专业市场研究与战略咨询机构之一，自 1998 年创立以来，已深耕行业近 30 年。公司一直致力于为企业提供精确的竞品调研、行业分析以及战略规划服务。作为竞品调研领域的标杆，嘉世咨询运用其模块化研究模型，深入分析行业领先企业的市场策略、销售体系和运营动态。同时，通过动态监控模块，实时追踪竞争对手的扩张计划、重大决策和新品发布，为客户提供具有前瞻性的洞察。

## 业务范围

行业研究、企业研究、竞品研究、消费者研究

## 业务邮箱

[mcr@chinamcr.com](mailto:mcr@chinamcr.com)



公众号



抖音



小红书

