

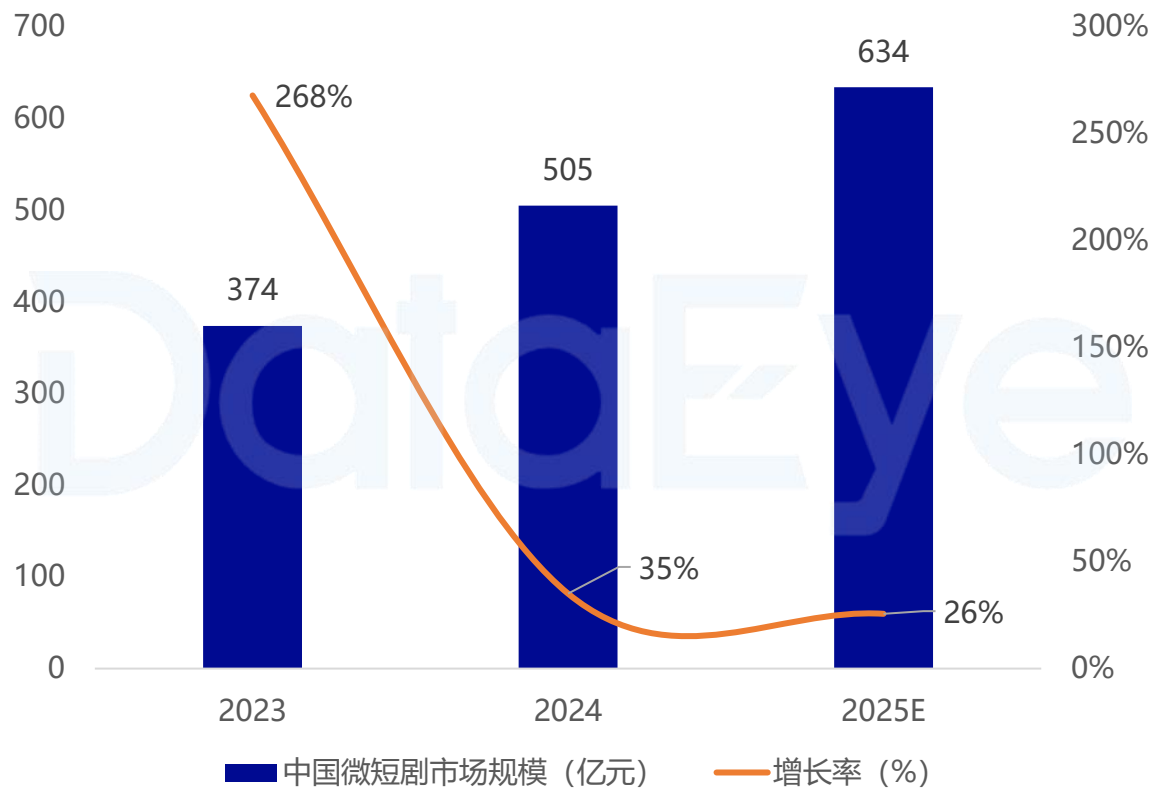
# 2025年H1 微短剧行业数据报告

---

PART 1

# 一. 市场概况

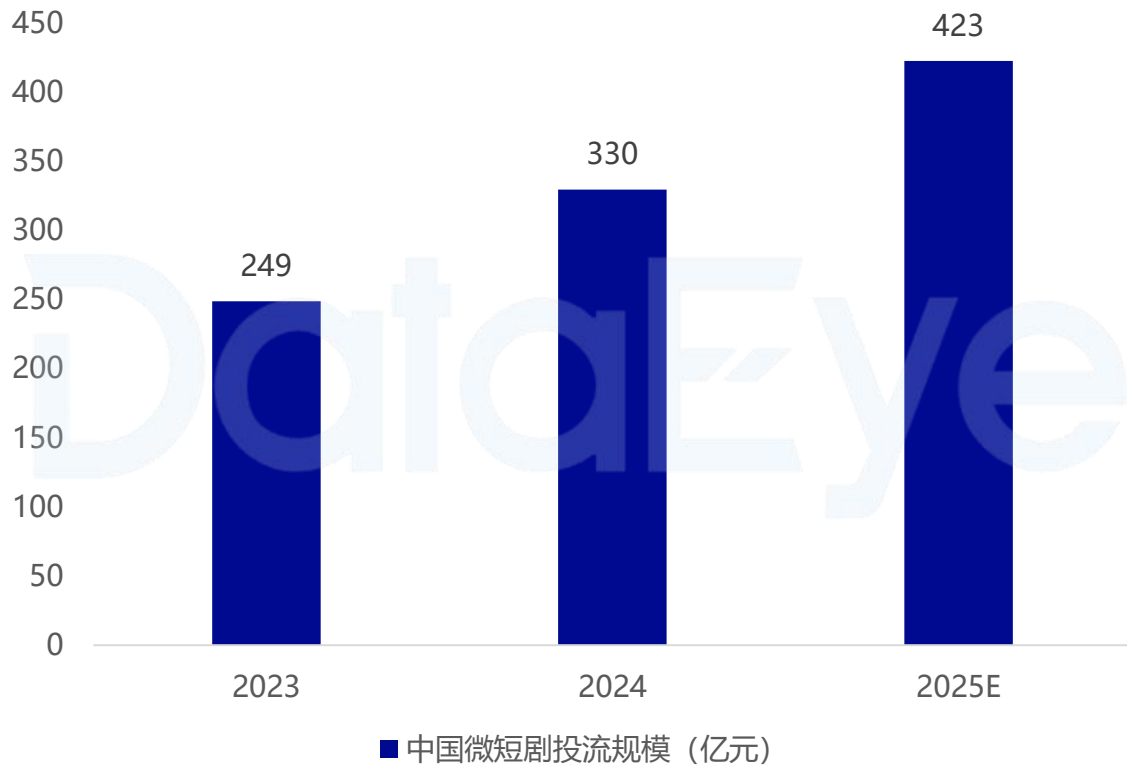
# 微短剧市场规模



## 2025年市场规模将达634.3亿 预计2027年将达到856.5亿

- 2024年我国微短剧市场规模已达到505亿元，首次超过电影票房规模。2025年市场规模将达到634.3亿元，2027年达到856.5亿元，年复合增长率达到19.2%。
- 政策方面，国家广播电视总局于年初推出“微短剧+”行动计划，依托六大创作计划，引导微短剧迈向高质量发展阶段，同时赋能千行百业，使微短剧摆脱单纯娱乐属性，成为助力其他行业发展的有效工具。
- 内容形式上，今年上半年，微短剧呈现更丰富的多样性，普法剧、文旅剧、品牌定制剧等品类均实现明显增长。

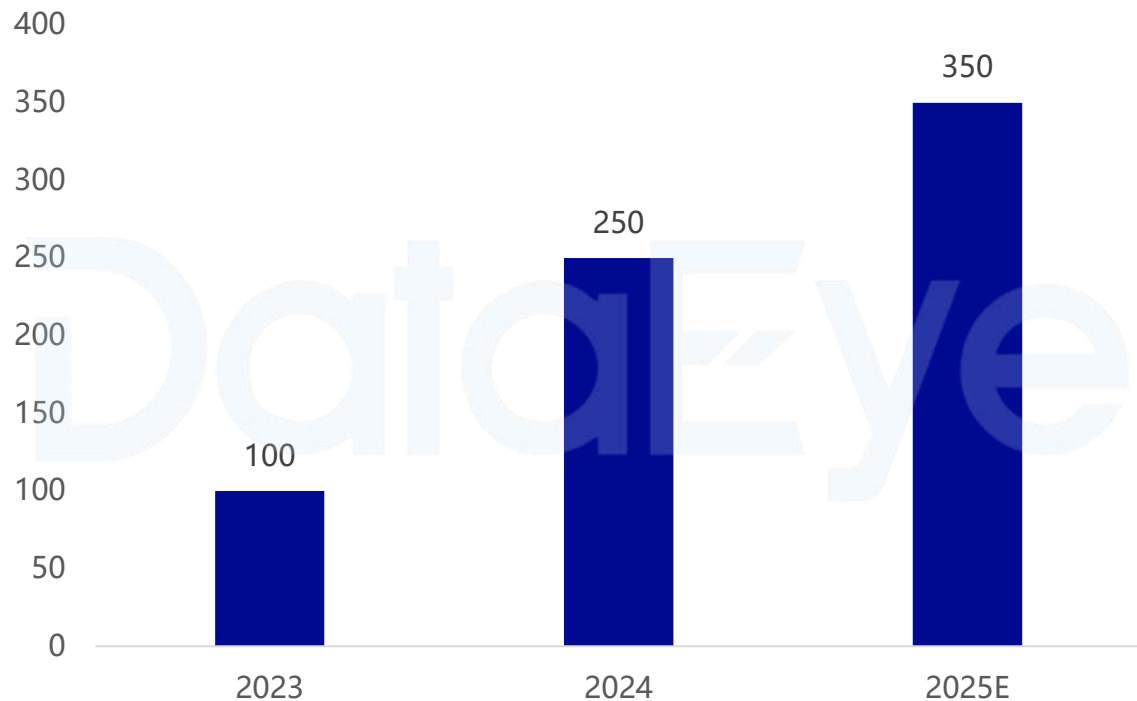
# 微短剧投流规模



## 2025年投流规模约423亿元 免费模式和端原生大幅增长

- DataEye研究院预估：2025年微短剧投流规模将达约423亿元，同比2024年增长28%。
- 此次预估较此前有所上调，核心原因在于：
  - ①端原生模式在2025年上半年爆发式增长，为整体投流规模贡献了显著增量；
  - ②尽管付费投流出现一定下滑，但免费模式实现大幅激增，抵消了付费端的下滑份额；目前主流投放渠道的免费端投流规模全面超越付费端，成为拉动增长的关键力量。

## 微短剧免费模式规模

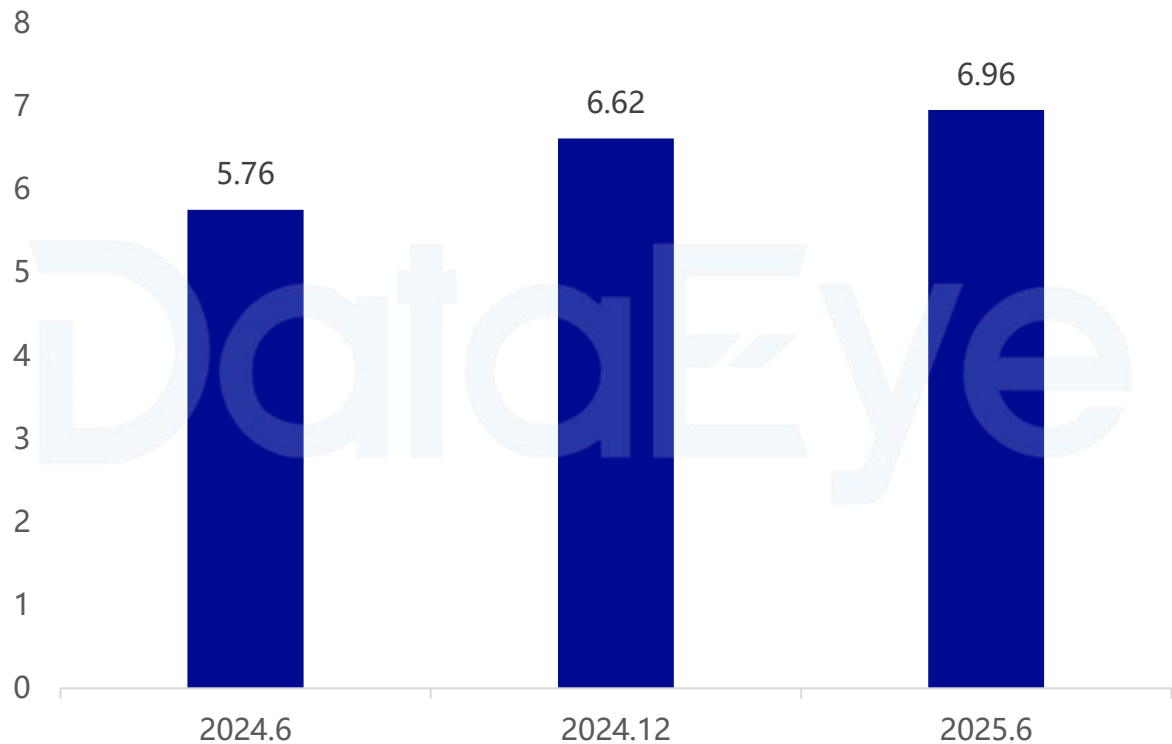


注：本次统计范畴内的“免费模式”，包含纯 IAA 模式，以及 IAA+IAP 中的 IAA 部分；市场规模不仅包括广告收入，还包括平台资本的投资等。

## 2025年免费市场规模350亿元 各大厂商纷纷加码布局

- DataEye研究院预估：2025年中国免费微短剧市场规模约350亿元，较2024年同比增长40%，免费短剧模式在整个微短剧市场中的占比将达到55%左右，主要由于：
  - ①付费侧低迷，促使微短剧发行侧重免费端；
  - ②免费短剧赛道的高速增长态势，持续吸引各大厂商加码布局：红果、河马等头部平台持续领跑，与此同时，腾讯、爱奇艺、七猫、百度等公司也纷纷加码该赛道，促进市场整体规模的扩张；
  - ③抖音端原生IAA模式增长迅猛：抖音端原生 IAA 规模年初至今增长3倍，预计下半年还将持续增长两三倍。

## 微短剧用户规模



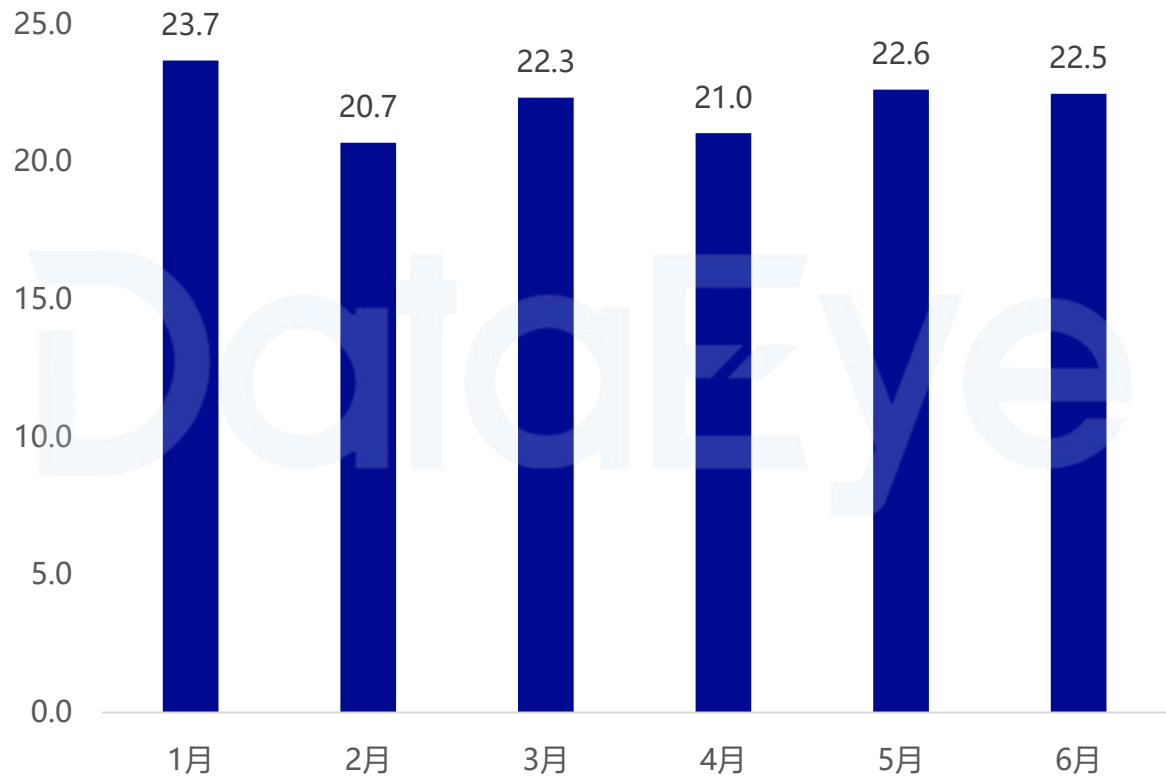
## 全国微短剧用户规模近7亿 占网民总数近七成

- 截至2025年6月，全国微短剧用户规模已达6.96亿，占网民总数比重接近七成。
- 纵向对比来看，截至2024年12月微短剧用户规模为6.62亿人。以此推算，2025年上半年微短剧用户新增约3400万，半年增长率达5.1%，呈现稳步扩容态势。

PART 2

# 二.投流分析

## 投流分析：每月微短剧热力值

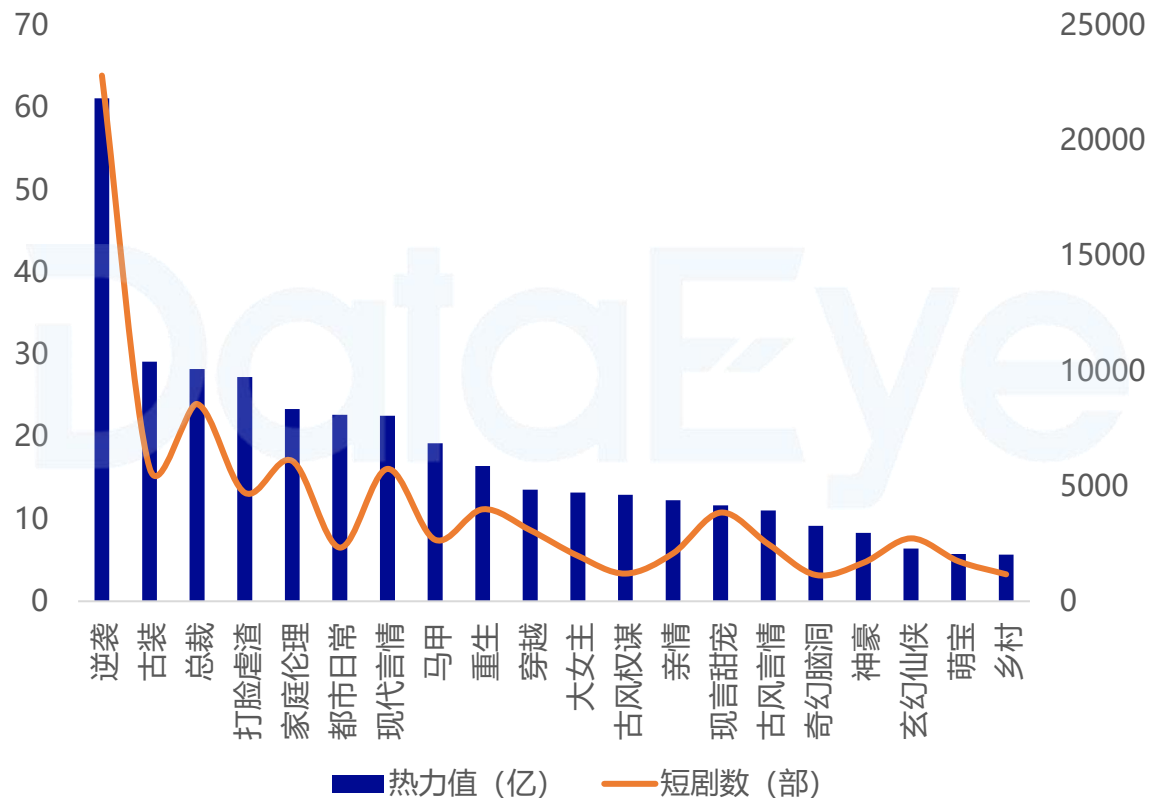


### 上半年热力值总额约132亿 每月热力值稳定在20亿以上

- ADX短剧版数据显示：2025年上半年大陆市场微短剧热力值总额约132亿元。
- 上半年，短剧的热力值整体呈波动趋势，单月热力值维持在20-24亿元左右，单月平均热力值达22亿元。
- 1月热力值达23.64 亿，为上半年最高，主要受春节档拉动。2月热力值降至 20.68 亿，一方面是受春节假期等因素影响，制作、投放节奏放缓，市场活跃度下降；另一方面是2月仅28天，略有下降属于正常现象。
- 3月起，市场逐步恢复，新内容陆续推出，带动投入增加，单月热力值基本稳定在22亿左右，市场回归常态化发展。



## 投流分析：细分题材

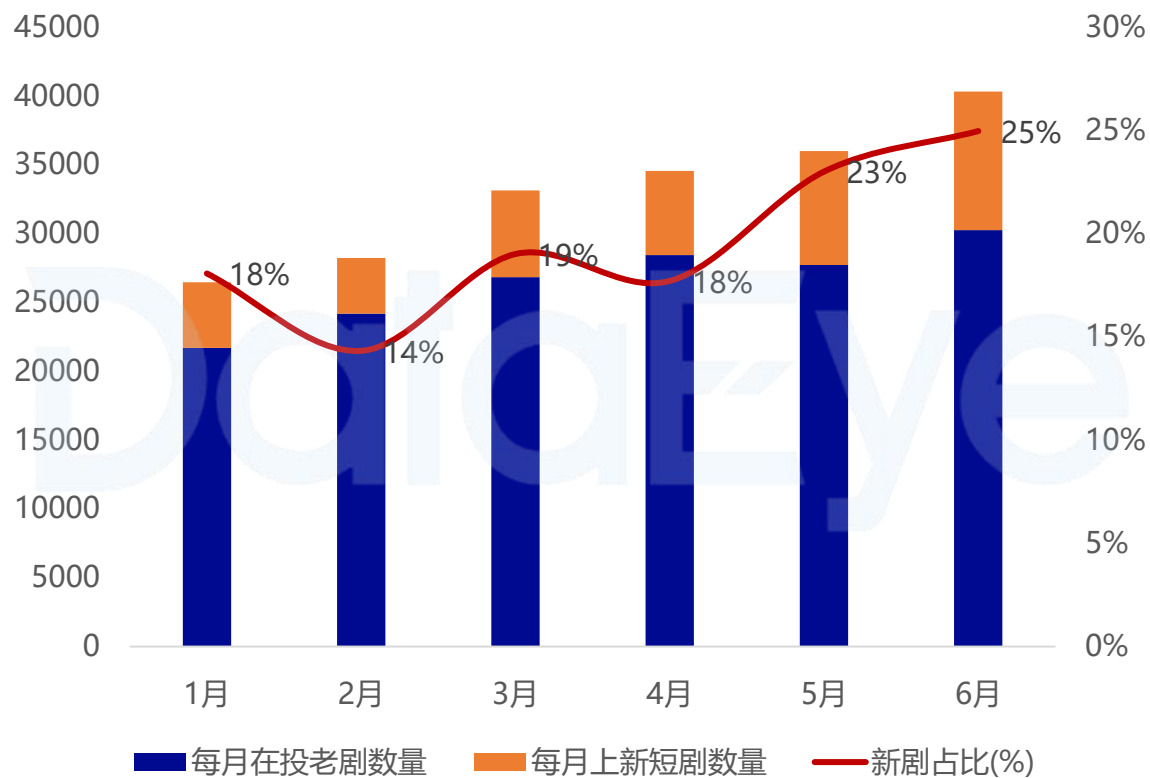


## 逆袭、古装、总裁包揽前三名 古风、脑洞题材跻身前二十

- 从细分题材来看，逆袭、古装和总裁包揽前三名，其中逆袭题材优势显著，热力值贡献超 61 亿，在投短剧数量达 2.28 万部。
- 打脸虐渣、家庭伦理、都市日常题材进步较快，依次位列第四至第六位。同时，马甲、古风权谋、古风言情、奇幻脑洞等题材在上半年同样增势迅猛，成功跻身榜单前二十。
- 值得关注的是，短剧题材阵营中新增了动态漫品类。该题材上半年在投短剧共 485 部，热力值达582万，尽管目前市场占比较小，但呈现出每月稳步增长态势。



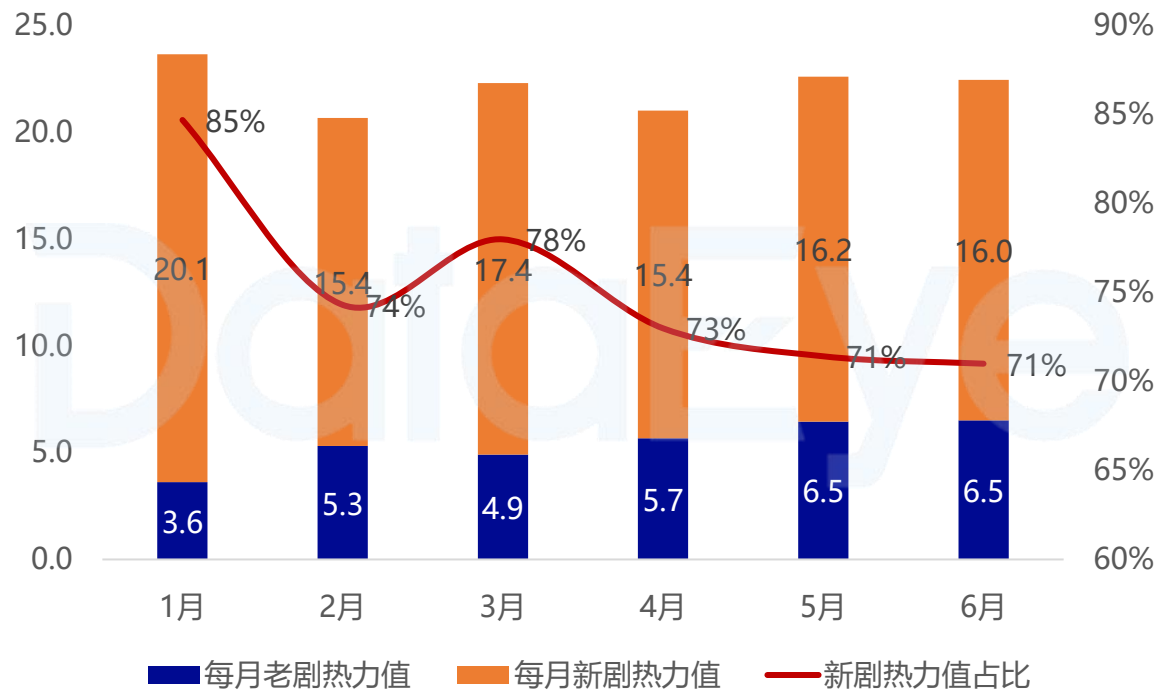
## 投流分析：新老微短剧数



## 上半年参投短剧超6.63万部 新剧超3.96万部，占比约60%

- ADX短剧版数据显示：2025年上半年，参与投流的微短剧总数（去重）超6.63万部，其中新剧总数超3.96万部，占比约60%。
- 上半年，在投短剧数量大幅激增。2024年全年参投短剧超4.46万部，而今年上半年这一数据较去年激增49%。
- 分月份看，每月参投微短剧数量稳步提升，老剧的长尾效应显著，新剧供应则持续攀升。其中，6月新剧数量超1万部，创下历史新高。
- 这一数据表明：①参投数增加，老剧经过市场验证，可长线持续投放；②每月新剧持续入市，且产能相对稳定。

## 投流分析：新老微短剧热力值



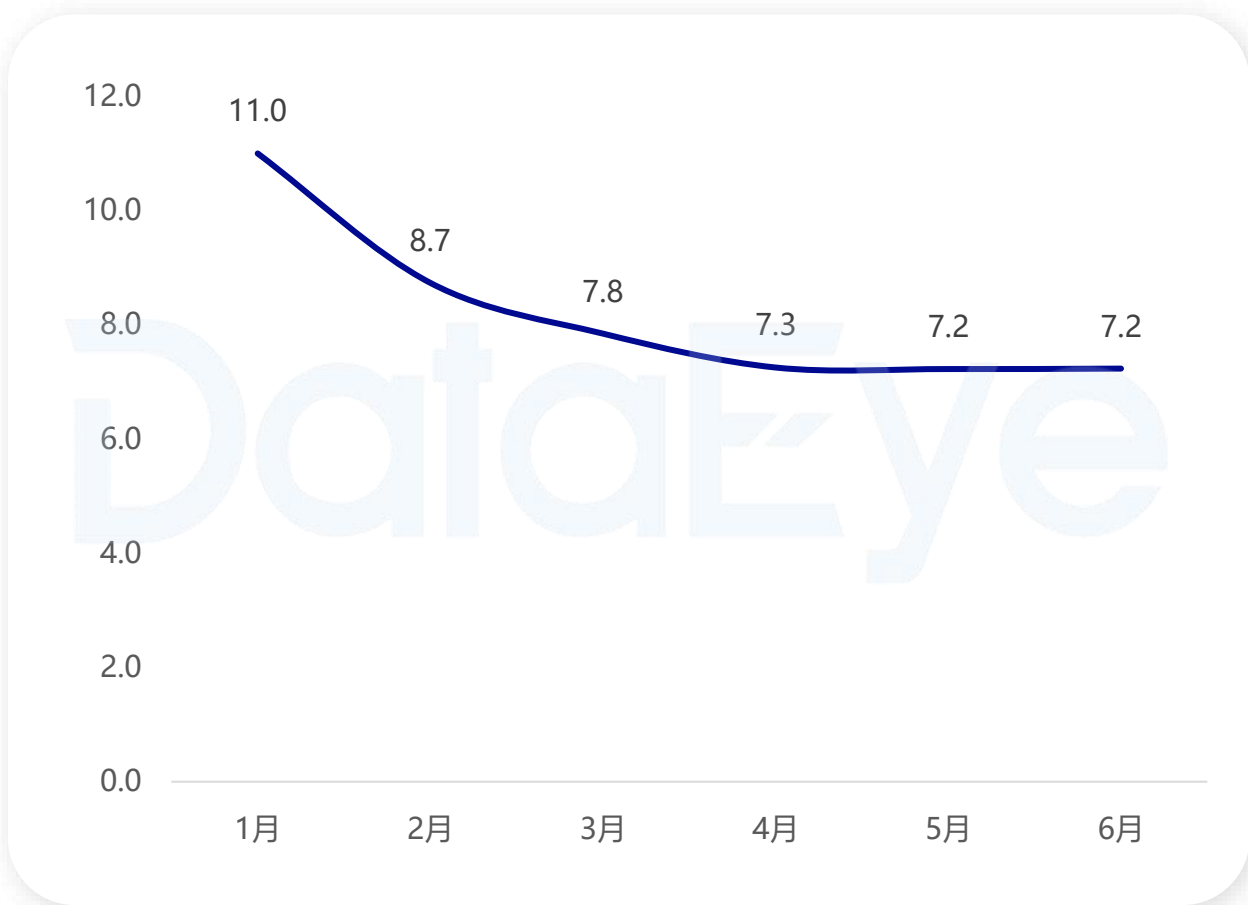
注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的新剧

### 新剧热力值总额超100亿 单月占比稳定在7成

- ADX短剧版数据显示：2025年上半年新剧的热力值总额超过了100亿元，占比约76%。
- 从月度趋势来看，今年2-6月，新剧热力值基本维持在15-17亿元区间；同时，热力值占比始终保持在较高水平，稳定在70%左右。
- 1月受春节档期预热影响，新剧热力值创下历史新高，热力值占比达到85%。



## 投流分析：新剧投放时长

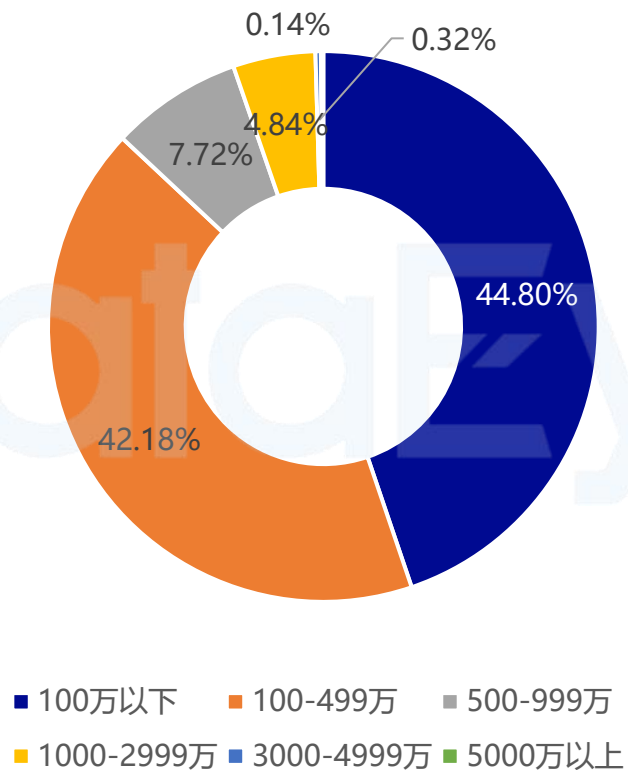


注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的新剧

### 新剧平均投放时长约8.2天 长线投放的微短剧数量增多

- 据ADX短剧版数据，2025年上半年新剧平均投放时长约8.2天，生命周期较短。其中1月新剧投放时长约11天，显著拉高了上半年均值；2-6月新剧平均投放时长则为7.7天。
- 1月份新剧投放时长显著增加主要归因于两个因素：一是春节档新剧质量相对较高；二是厂商加大了投放力度。
- 随着行业向精品化推进，长线投放的微短剧数量增多，优质作品展现出显著长尾效应。例如，上半年热力值 TOP1 的《小小球神不好惹》，累计投放天数超 180 天。

## 投流分析：微短剧热力值分布



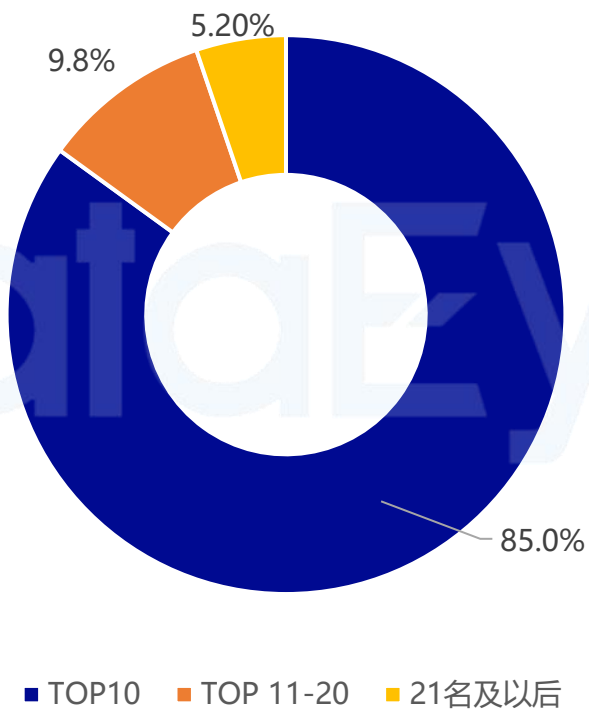
### 近半数微短剧热力值低于100万 百强剧贡献行业20%的热力值

- 2025 年上半年，微短剧热力值分布呈现显著分化：
- 近半数（44.8%）微短剧累计热力值低于 100 万；
- 超八成（87%）在 500 万以下，超九成（99.54%）在 1000 万以下；
- 仅 0.46% 的微短剧热力值超 3000 万，其中热力值破 5000 万的仅 7 部，占比 0.14%。
- 同时，微短剧热力值高度集中：百强微短剧（占总数 2%）总热力值达 26.57 亿，贡献了全行业约 20% 的热力值。

注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜TOP5000的短剧



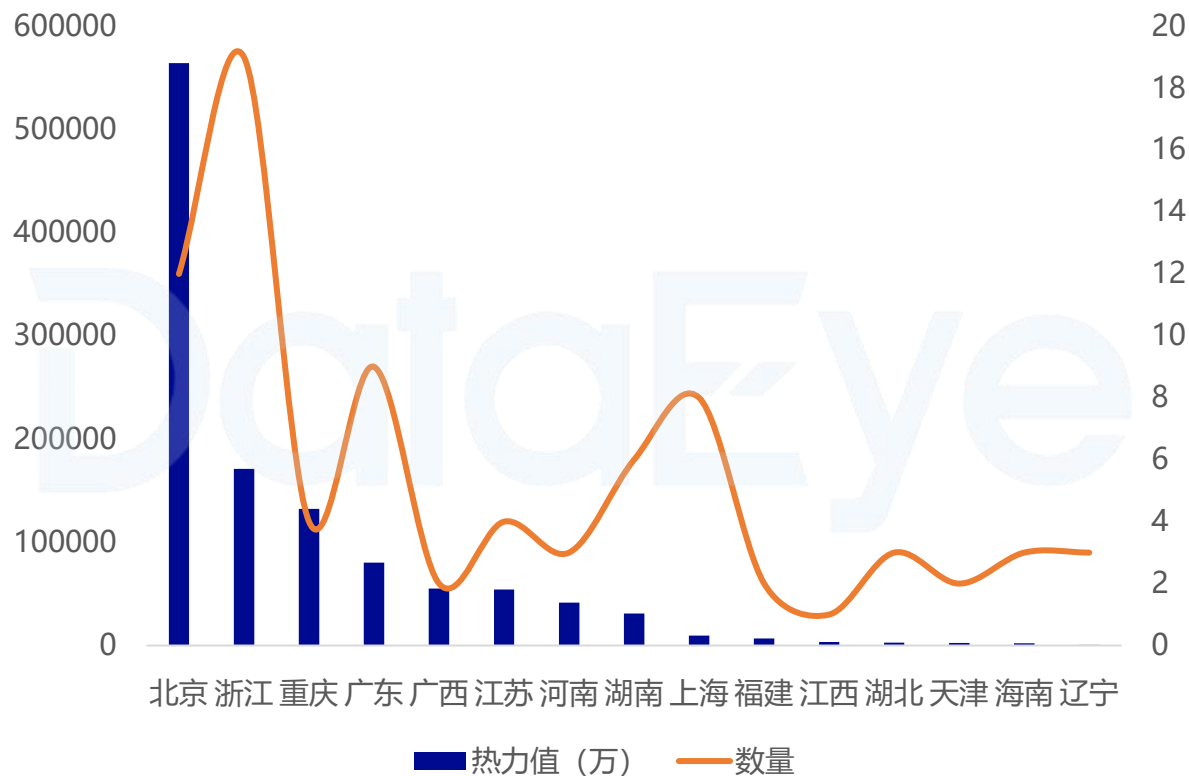
## 投流分析：平台热力值分布



### 平台热力值高度集中 TOP10平台占比高达85%

- ADX短剧版数据显示：国内微短剧平台的热力值呈现高度集中态势，头部 TOP10 平台的热力值占比高达 85%，TOP11-20 的平台占比约 9.8%，而排名 21 位及以后的平台热力值占比仅为 5.2%。
- 微短剧行业“马太效应”显著，头部平台的竞争优势突出：2025年上半年，国内TOP4平台（番茄、河马、麦芽、九州）的热力值总额达81.14亿，四大平台合计占比约61%。

## 投流分析：中国微短剧平台方TOP15



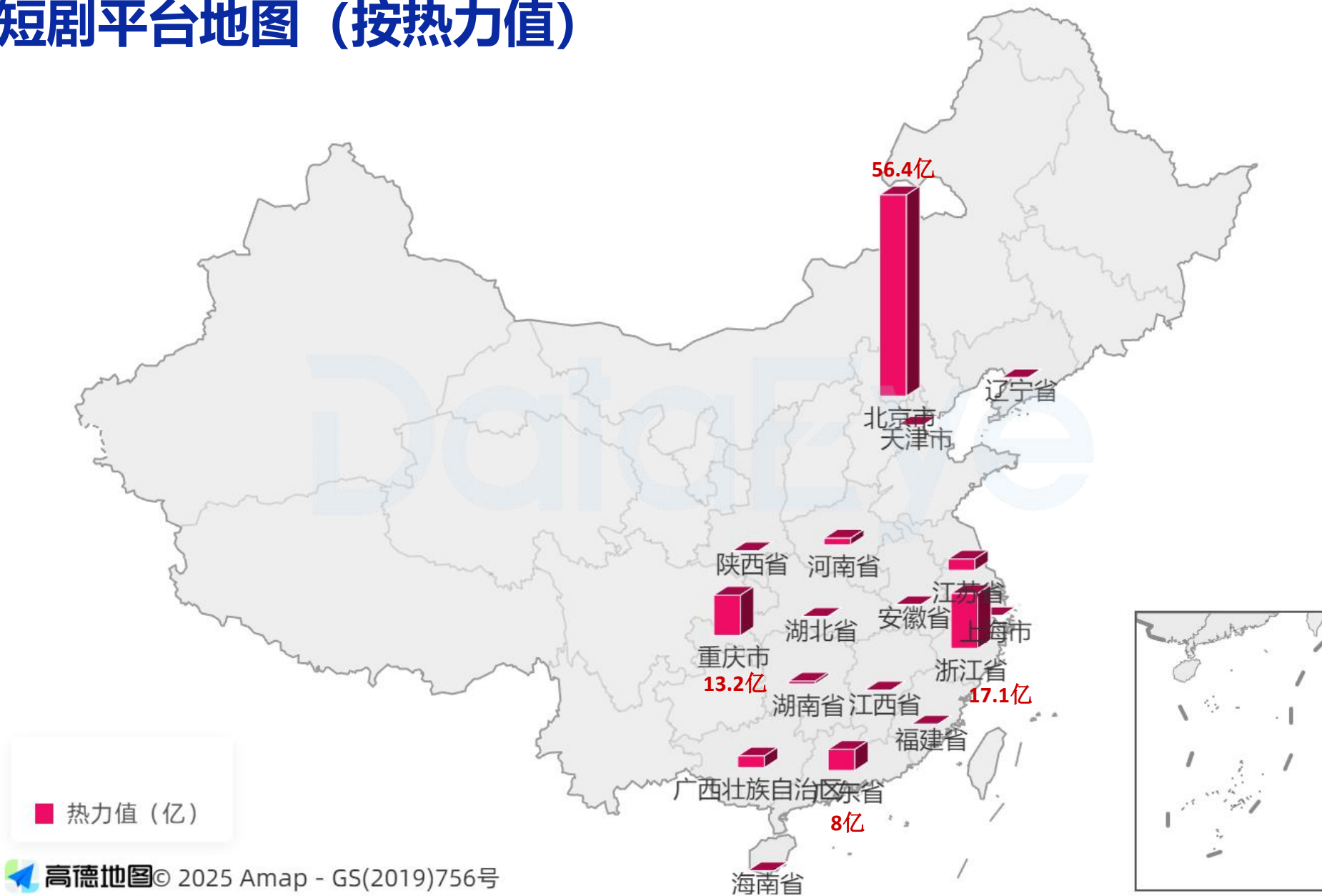
## 83家平台总热力值超110亿 集中于北京、浙江、广东等

- ADX短剧版数据显示：2025年1月1日至6月8日期间，83家微短剧平台的累计热力值突破110亿大关。
- 在地域分布上，这些平台呈现明显的集群效应，主要集中在浙江、北京和广东三地，这三个地区的平台数量占据了全国的半壁江山。
- 在热力值贡献方面，北京、浙江和重庆表现突出，三地热力值总和占全国总额的70%以上。其中，北京聚集了番茄、点众、掌阅等头部平台，浙江拥有九州、掌玩、容量等平台，重庆则依托麦芽、触摸等平台形成区域优势。

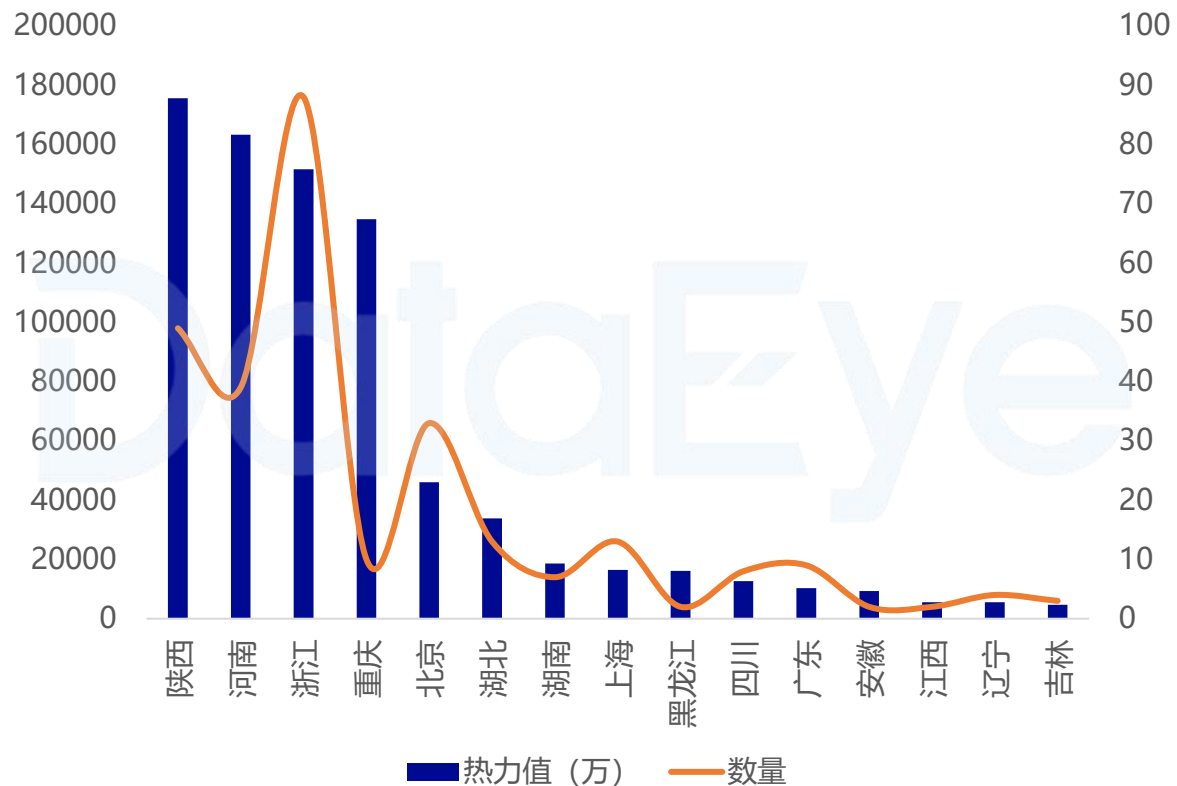
# 中国微短剧平台地图 (按数量)



# 中国微短剧平台地图 (按热力值)



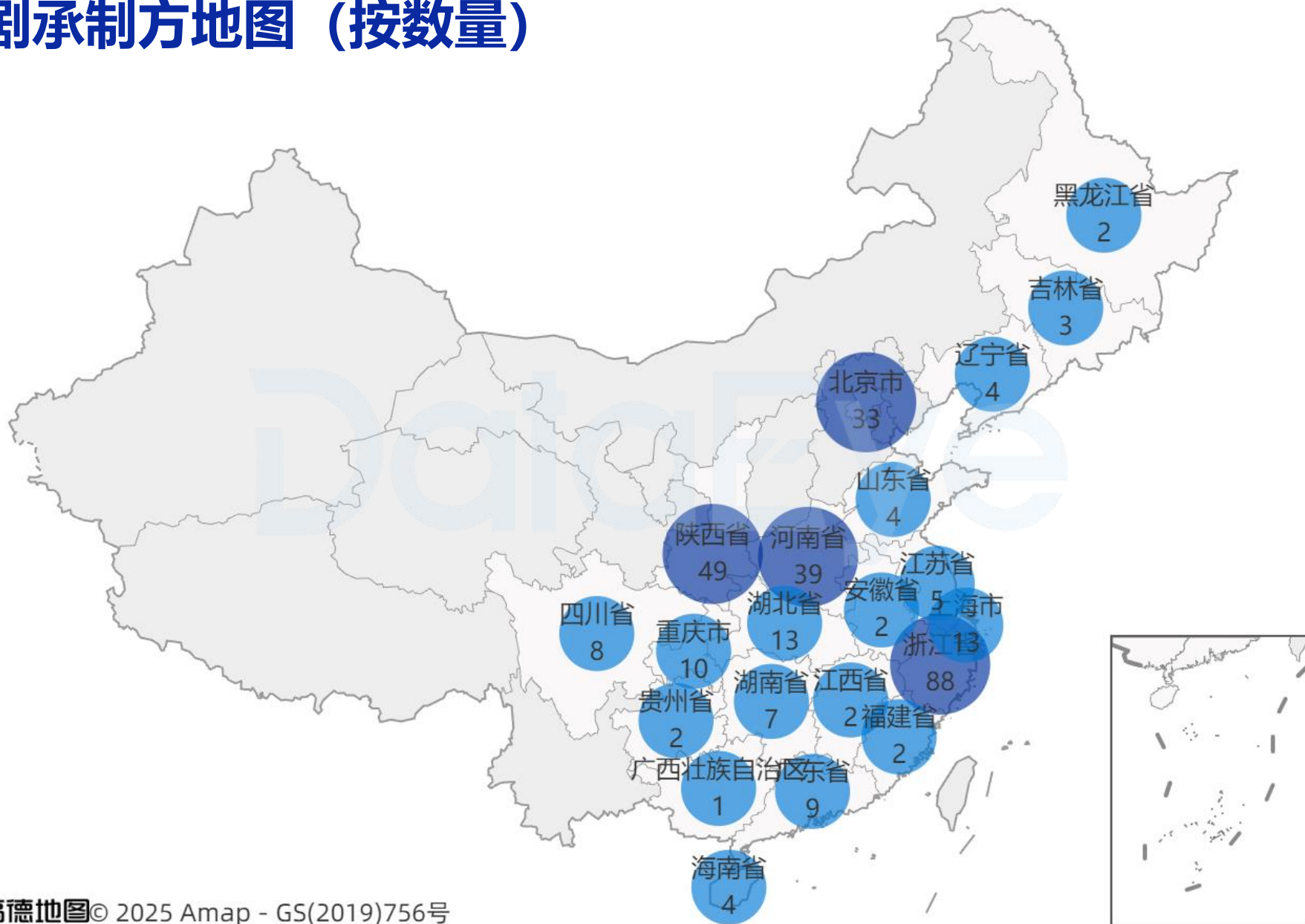
## 投流分析：中国微短剧承制方TOP15



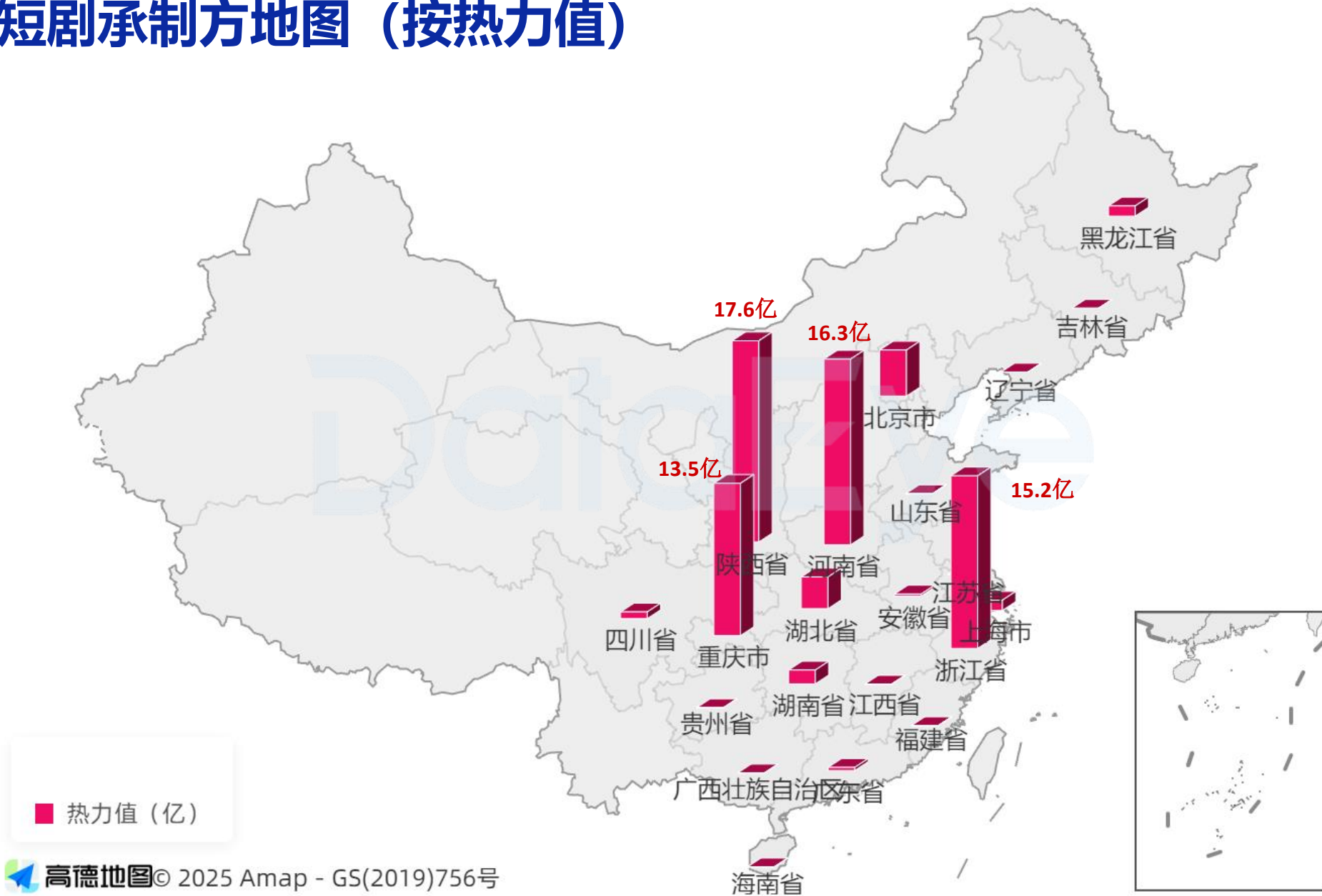
### 300家承制总热力值超82亿 集中于陕西、河南和浙江

- ADX短剧版数据显示：2025年1月1日至6月8日期间，热力值TOP300微短剧制作方累计热力值超82亿。
- 地域分布呈现显著集聚效应：陕西、河南、浙江包揽数量与热力值双榜TOP3，三地合计贡献近60%的市场份额。

# 中国微短剧承制方地图 (按数量)



# 中国微短剧承制方地图 (按热力值)



■ 热力值 (亿)

## 2025年H1活跃平台方TOP20

排名	平台	热力值 (亿)	排名	平台	热力值 (亿)
1	番茄	36.9	11	六翼	2.7
2	河马	18.9	12	美光盛世	2.3
3	麦芽	13.2	13	容量	1.5
4	九州	12.1	14	触摸	1.3
5	山海	6.5	15	友和	1.1
6	掌阅	6.3	16	漫森	0.9
7	花生	6.1	17	硕才	0.9
8	快创	4.6	18	欢聚	0.8
9	天桥	4.4	19	影谭	0.8
10	掌玩	3.3	20	诸云	0.7

## 2025年H1活跃承制方TOP20

排名	平台	热力值 (亿)	排名	平台	热力值 (亿)
1	重庆四月联盟	5.0	11	宙途文化	1.3
2	西安匣子	3.3	12	德玉影视	1.3
3	三笙万物	3.3	13	河舟影视	1.2
4	西安等闲	2.1	14	西卓渊	1.1
5	听花岛	2.0	15	于今无量	1.1
6	西安丰行	1.9	16	杭州刚刚好影视	1.1
7	哈尔滨云阙文创	1.8	17	一风之音	1.1
8	西安秋元影视	1.7	18	武汉贰拾叁楼	1.0
9	海鱼星空	1.7	19	风华正茂影业	1.0
10	郑州乐不可吱	1.4	20	杭州万象之轮	1.0

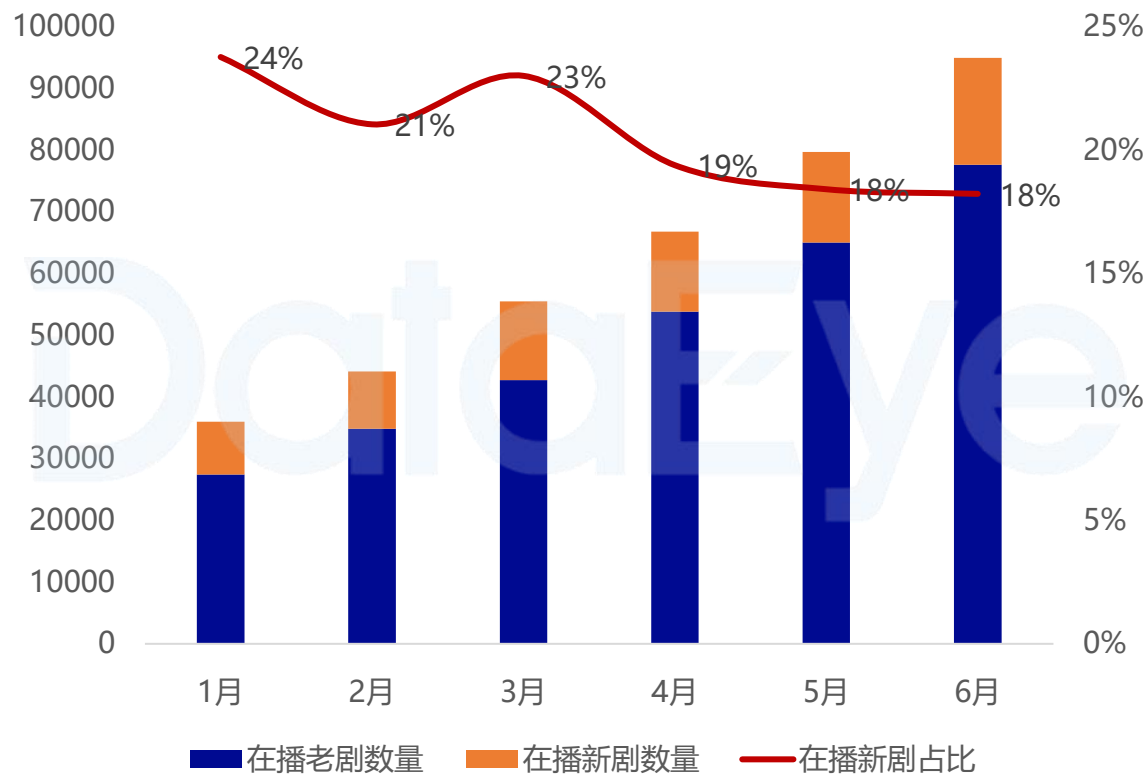
# 2025年H1微短剧热力榜TOP20

排名	短剧名	热力值 (万)	排名	短剧名	热力值 (万)
1	《小小球神不好惹》	9074	11	《漂移吧洗车大叔》	4063
2	《好孕甜妻被钻石老公宠上天》	6059	12	《声声相许》	4033
3	《人面桃花长相忆》	5335	13	《一日看尽长安花》	4021
4	《那年阳光正好》	5319	14	《错位温情》	3867
5	《我，修仙多年强亿点怎么了》	5289	15	《觉醒当天，我当上全国状元》	3853
6	《归来凤栖处》	5283	16	《天才龙宝寻亲记》	3818
7	《老干》	5241	17	《蛇年大吉之婚不可挡》	3663
8	《妈妈的小救星》	4359	18	《少年剑圣》	3547
9	《家里家外》	4162	19	《何苦相思煮余年》	3507
10	《出手》	4104	20	《好一个乖乖女》	3480

PART 3

# 三.端原生分析

## 抖音端原生分析：新老剧比例

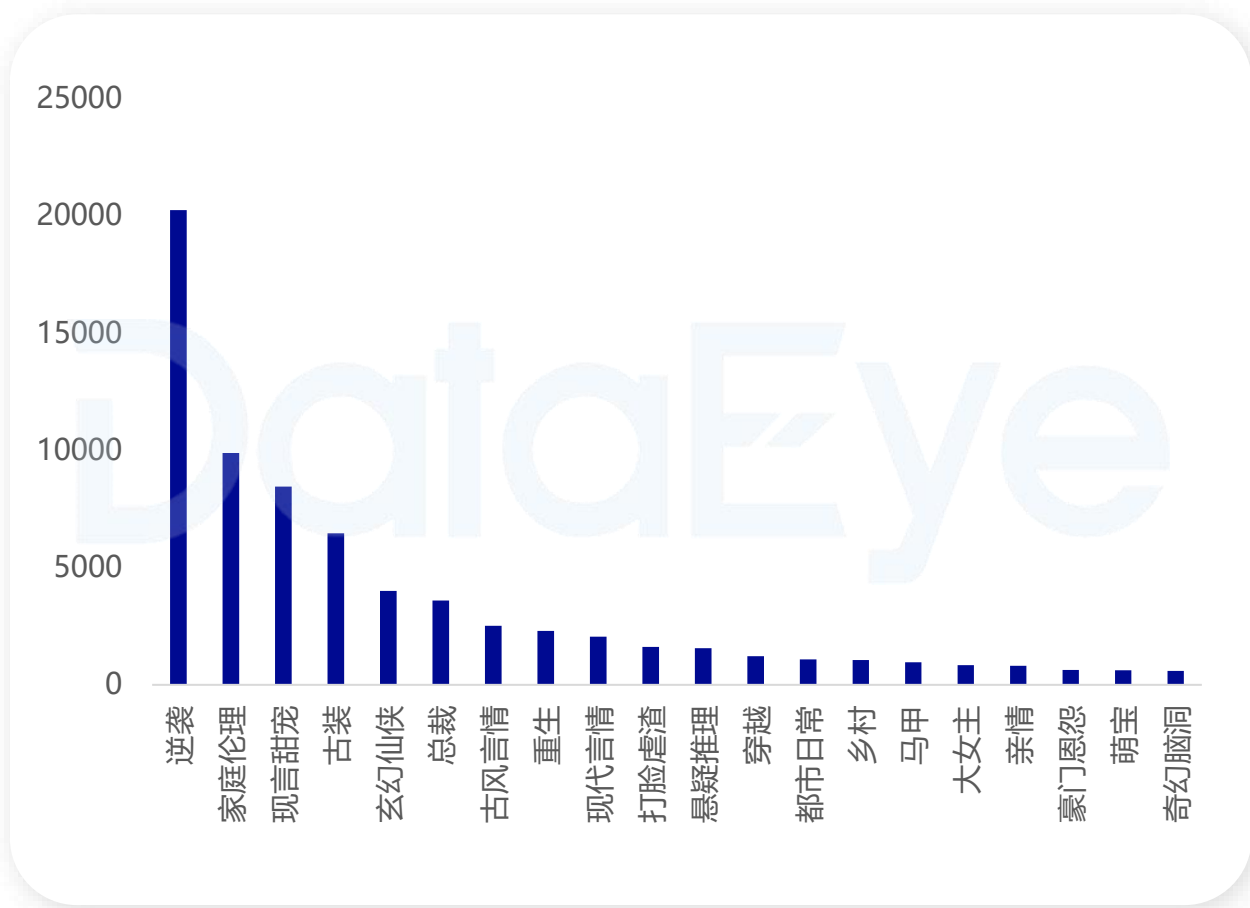


## 在播短剧超9.49万部 新剧超1.73万部，占比约18%

- 从整体趋势来看，抖音端原生微短剧市场极速飙升。2025年6月，在播微短剧数量突破9.49万，创历史新高；在播新剧数超1.73万部，占比约18%。
- 从单月趋势来看，在播老剧数量逐月递增，反映出老剧长尾效应显著；而在播新剧数量也持续攀升。这表明市场对新剧的投入力度不断加大，反映出端原生微短剧市场的活力与更新迭代的速度正在加快。



## 抖音端原生分析：细分题材



### 逆袭题材领先，在投数超2万 家庭伦理和现言甜宠进入前三

- 在抖音端原生微短剧的题材分布中，逆袭、家庭伦理和现言甜宠题材包揽前三名。其中，逆袭题材表现尤为突出，在投微短剧数量突破 2 万部。
- 对比投流付费微短剧的题材排名可见，家庭伦理与现言甜宠题材在抖音端原生微短剧的排名更为靠前，这或许与抖音平台女性用户占比偏高相关。
- 一些小众题材亦在悄然崛起。其中，悬疑推理题材位列第 11 名，在投微短剧达 1565 部；乡村题材居第 14 名，在投数量为 1059 部；动态漫题材则排在第 29 位，在投微短剧共 370 部。

# 抖音端原生分析：热播微短剧榜TOP20

排名	剧名	播放增量 (亿)
1	偷换人生之真假千金	13.49
2	秦总夫人在找你离婚	12.59
3	医武双绝	11.92
4	镇国主宰	9.42
5	曾逢君时花照眼	9.41
6	白首归乡路	8.60
7	晚风拂故里	8.56
8	大小姐天下无双	8.35
9	雪落人间待君归	8.15
10	夕阳之恋	7.63
11	上海滩之拳锋柔情	7.51
12	母亲的反击	6.98
13	四合院之傻柱重生	6.79
14	穿成女配，又辣又魅	6.76
15	但行好事	6.68
16	觉醒当天，我当上全国状元	6.60
17	君临	6.57
18	萌宝来袭！捡个奶爸不简单	6.45
19	二手店的女人们	6.19
20	清醒时爱上你	6.10

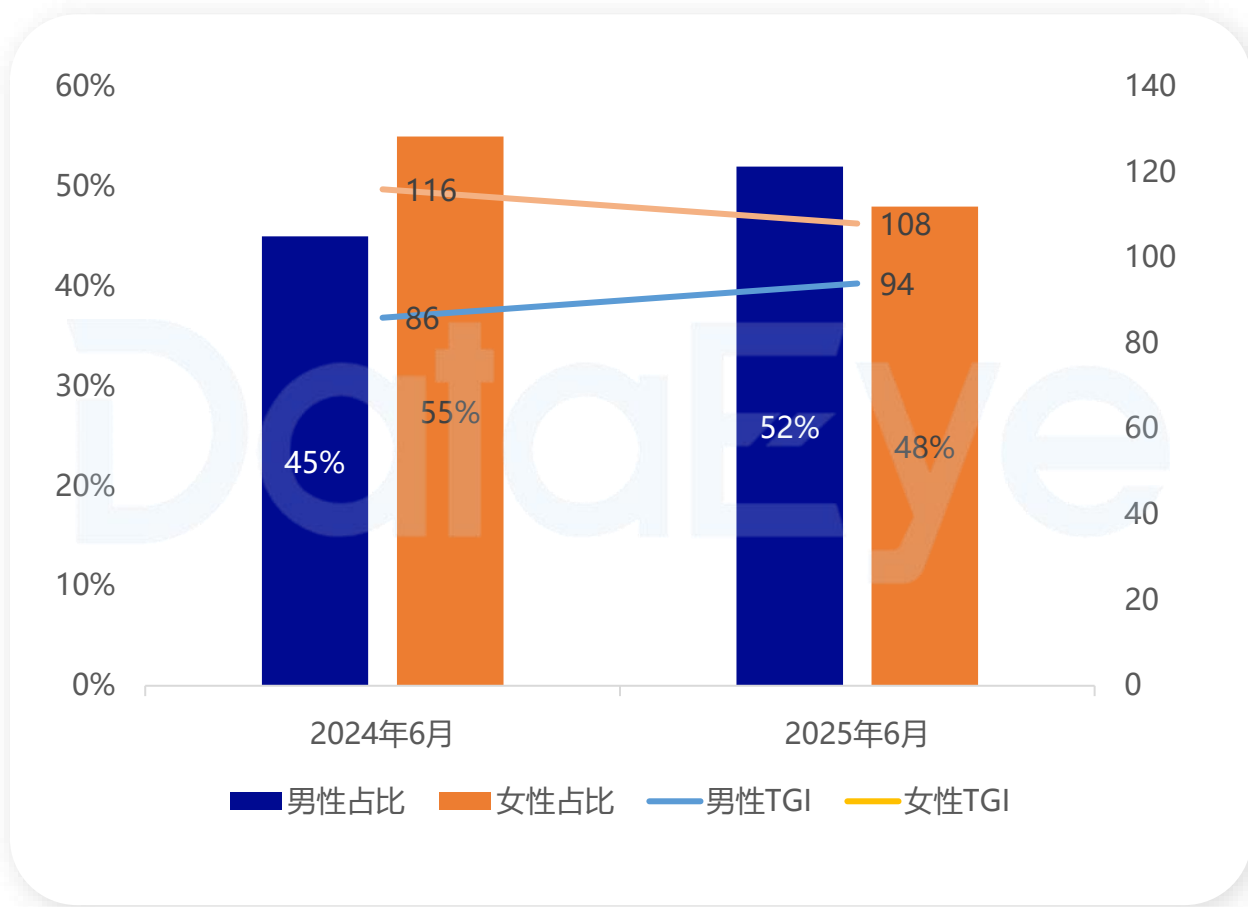
## 《偷换人生之真假千金》登顶 老剧长尾效应显著，占半壁江山

- 从2025年上半年端原生微短剧播放增量TOP20榜单来看，榜首作品《偷换人生之真假千金》于去年12月上线，今年以来播放量增量突破 13 亿，表现抢眼。
- 在端原生微短剧播放增量 TOP20 中，有 10 部为去年上线的老剧（其中多数于去年 12 月推出），这一数据充分体现老剧的长尾效应十分显著，仍能持续贡献可观流量。
- 6月13日上线的《觉醒当天，我当上全国状元》播放增量达6.6亿，位列第16名，成为近期表现突出的新作。
- 从题材来看，逆袭和家庭伦理题材表现出色，在播放增量TOP10 中，逆袭题材占比达 7 部，成为榜单的主流题材。

PART 4

# 四. 免费端分析

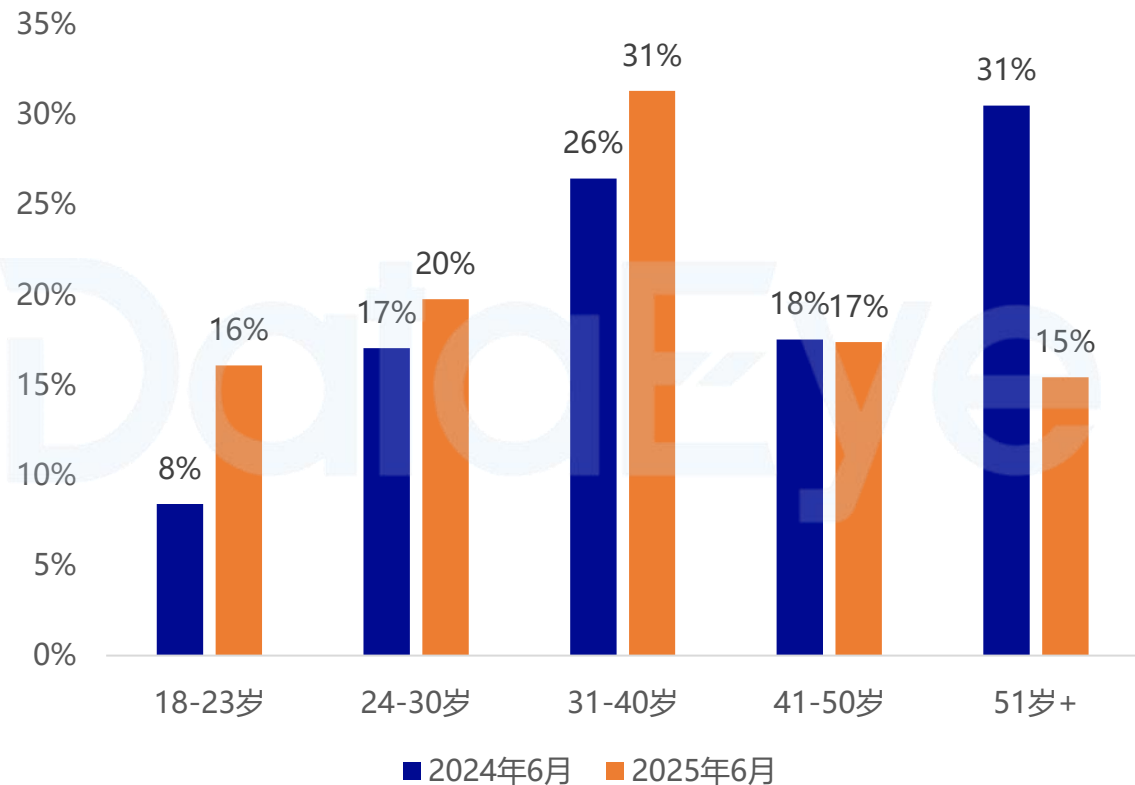
## 四 免费端分析：用户画像



### 性别分布：男性用户占比高，女性用户偏好度（TGI）高

- 从性别分布来看，今年以来，免费微短剧的男性用户在占比和偏好度（TGI）上均出现上升。这一变化意味着免费微短剧的用户性别构成正趋向均衡，对男性用户群体的覆盖范围在逐步扩大。
- 从今年6月数据来看，男性用户占比达到 52%，超过了女性用户；不过，女性用户的偏好度（TGI）仍高于男性。

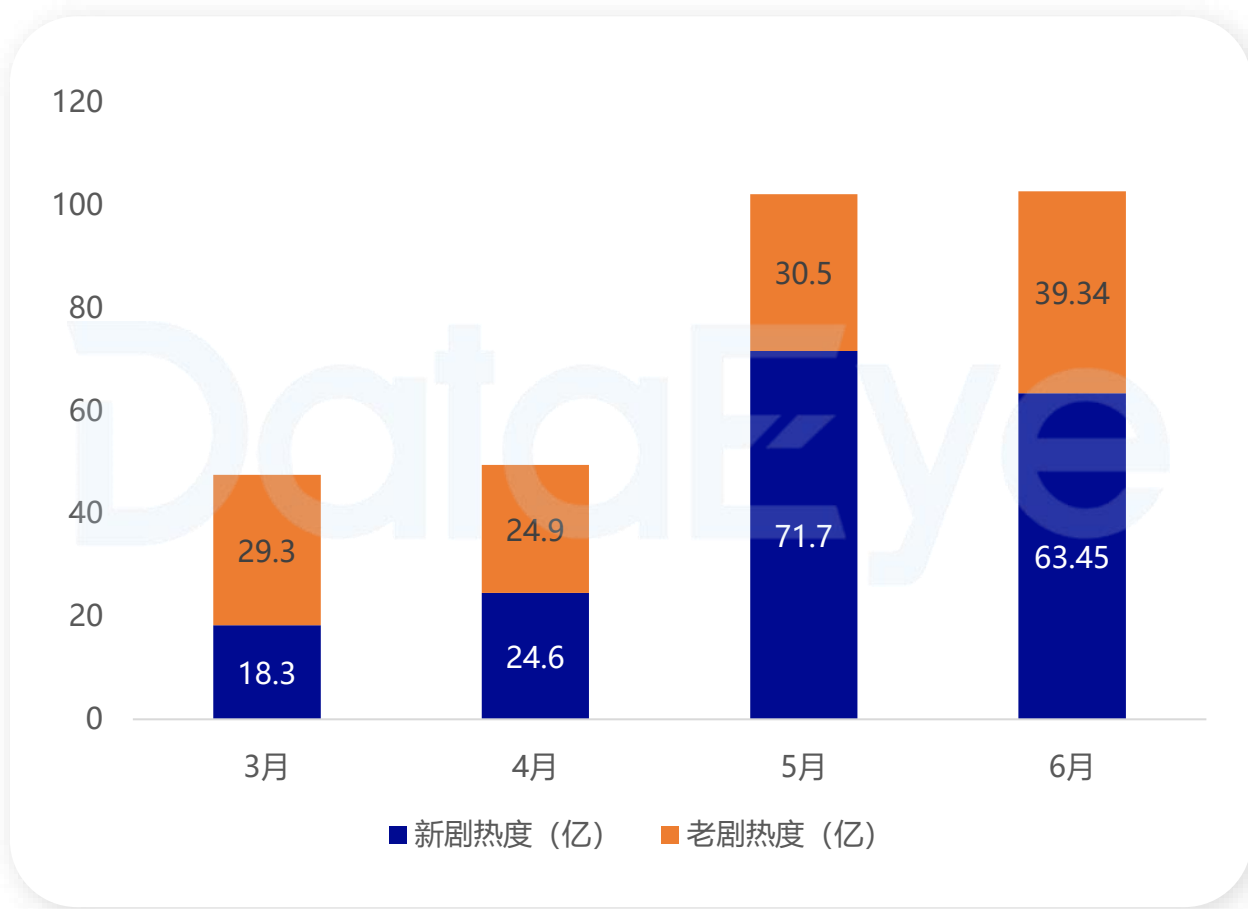
## 四 免费端分析：用户画像



### 年龄分布：用户结构趋于年轻化 40岁以下用户突破50%

- 从年龄分布来看，今年以来免费微短剧的年轻用户占比呈现显著提升态势。这一变化表明，免费微短剧对年轻用户群体的吸引力正在持续扩大，用户结构更趋年轻化。
- 具体到今年6月的数据：40岁以下年轻用户占比已突破50%，较去年同期提升15个百分点；而51岁以上老年用户占比从30.52%下降至15.44%。

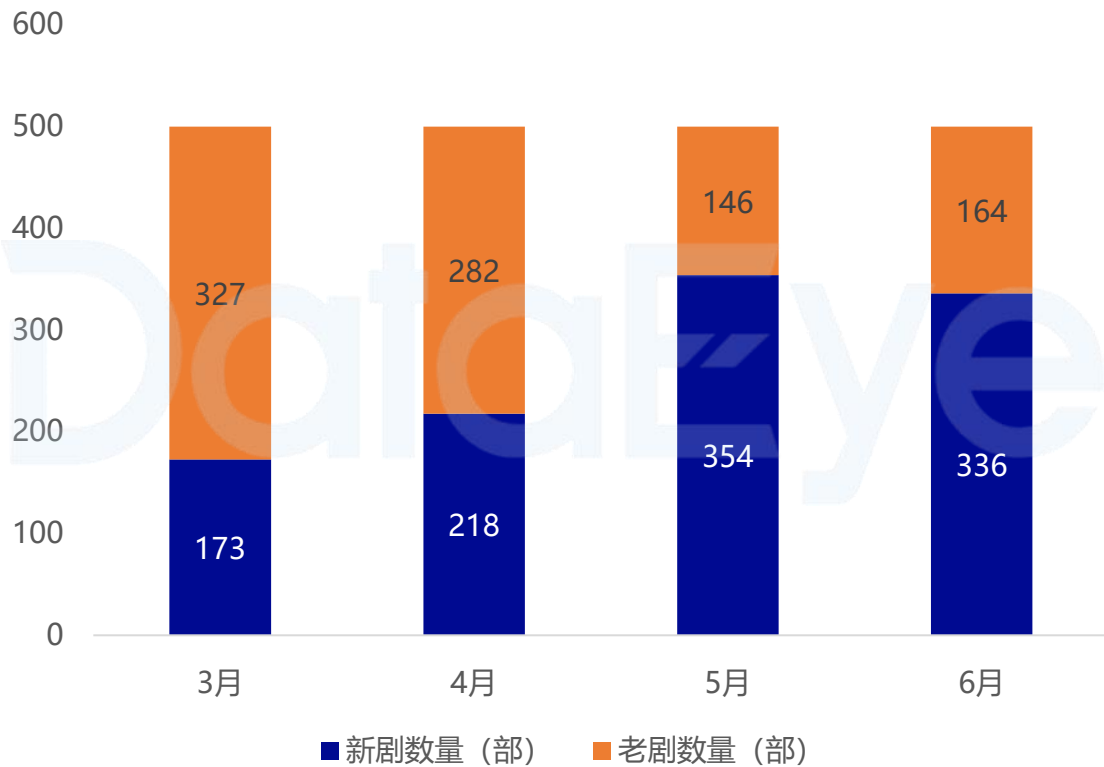
## 四 免费端分析：红果短剧累计热度



### 红果短剧单月热度突破百亿 新剧贡献超6成热度

- 新规调整后，红果短剧单月热度突破百亿。6月，红果平台 TOP500 微短剧累计总热度达 102.79 亿，与5月持平。该平台于 4 月底对热度统计规则进行调整——将 14 天累计播放热度调整为 7 日日均播放热度，并取消热度上限。规则调整后，平台微短剧热度普遍大幅上涨。（注：受规则调整影响，5、6 月的平台热度数据与 3、4 月不具备可比性）
- 新剧成为平台热度的核心驱动力，贡献超六成热度。5 月和 6 月，新剧热度占比均超 60%。6 月，TOP500 微短剧中新剧数量为 336 部，较 5 月环比微降 5%；累计热度达 63.45 亿，环比下降 12%。

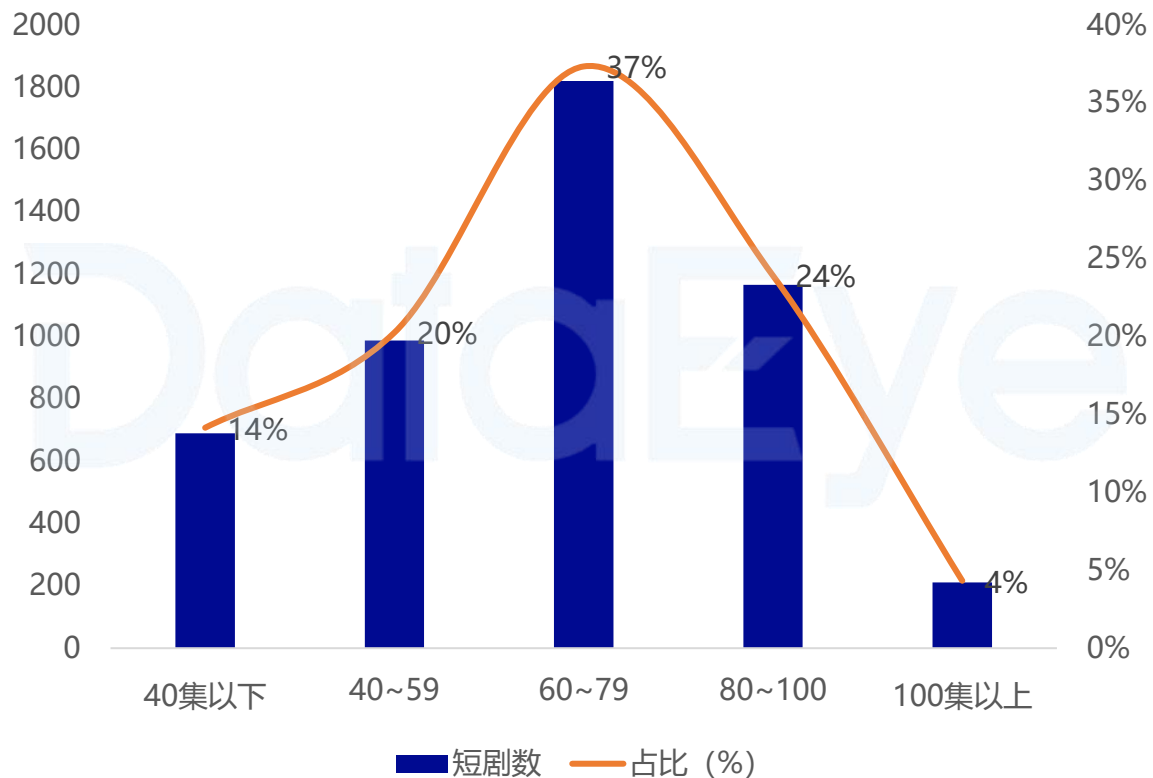
## 四 免费端分析：红果短剧新老剧数量



### 节日效应拉动新剧爆发 新剧热度持续飙升，占比超6成

- 近两月，新剧热度持续走高。5月与6月，TOP500微短剧中新剧数量均突破330部，数量占比均超六成，成为榜单主力。
- 节日效应显著拉动新剧爆发：5月受五一小长假、母亲节、520等节点推动；6月则受端午节、中高考档期及暑期档预热推动。
- 新剧在头部榜单表现抢眼：5月TOP10热度榜单中，新剧占9席；6月TOP10中，新剧占8席，且两个月的的新剧均包揽榜单前6名。

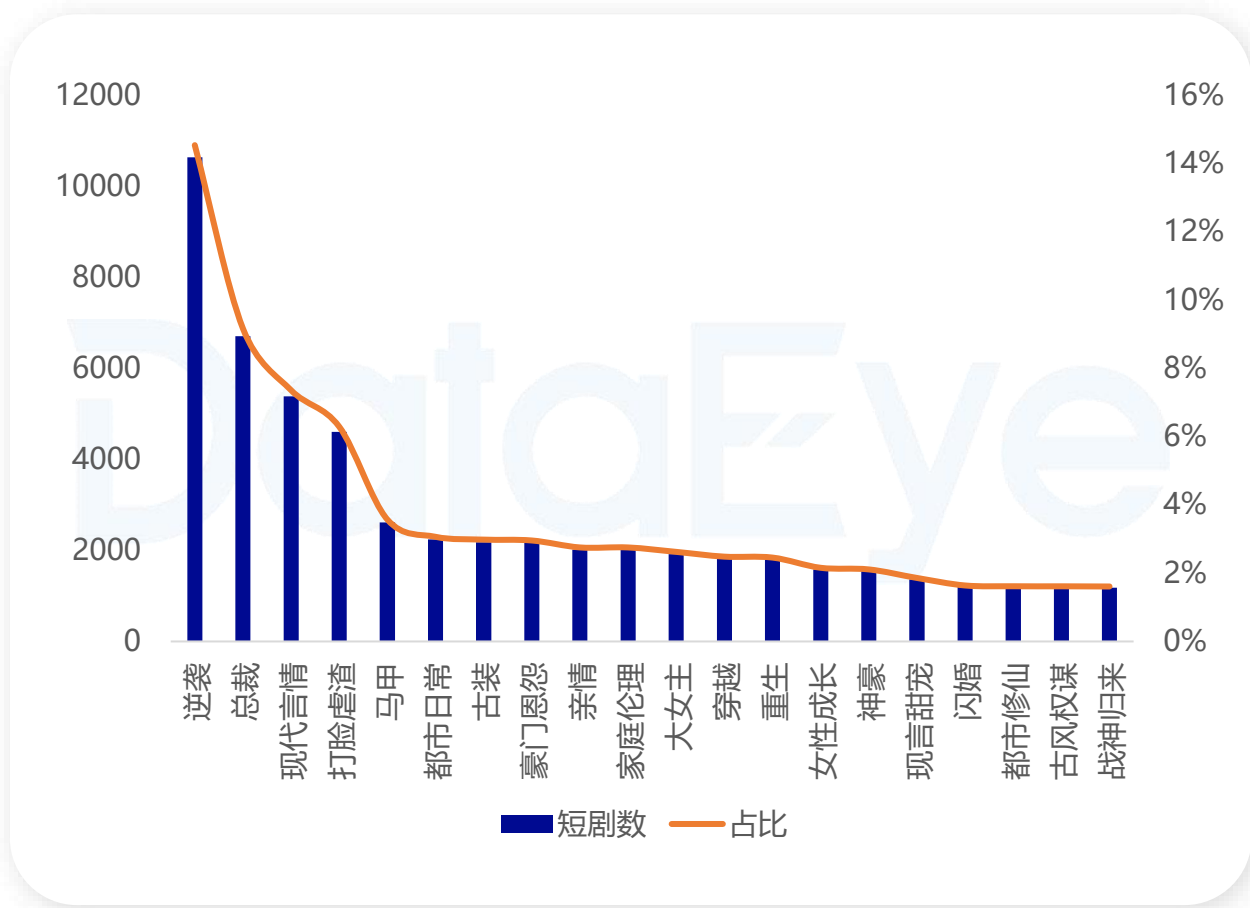
## 四 免费端分析：红果短剧集数分布



### 微短剧集数：集中在60-100集，新规要求完稿不低于80集

- 从集数分布来看，60集及以上的剧集占比超66%，成为主流。其中，60-79集的微短剧数量最多，占比达37%；80-100集的微短剧紧随其后，占比24%；100集以上的微短剧占比4%。
- 从平台内容策略来看，平台鼓励微短剧向精品化、深度化发展：4月，平台发布的剧本激励政策中明确规定，剧本完稿需不低于80集。

## 四 免费端分析：红果短剧题材标签TOP20



### 逆袭、总裁和现代言情位列前三 题材分众化趋势明显

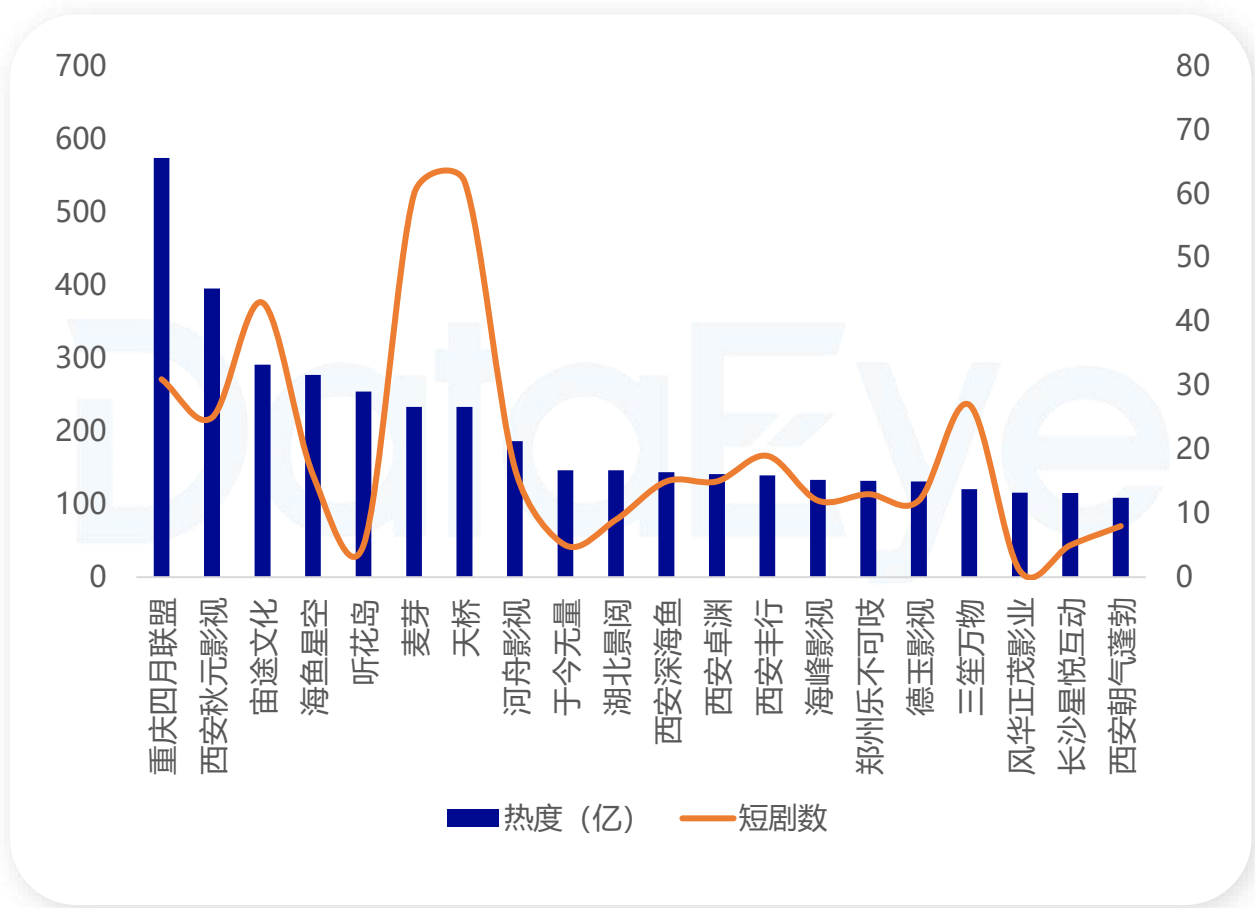
- 从题材标签来看，逆袭题材占比居首，在投微短剧超 1 万部，占总量的 15%；其次是总裁题材，共 6708 部，占比约 9%；现代言情题材以 5385 部、约 7% 的占比紧随其后。
- 目前红果短剧平台的题材标签共有 57 种，分众化趋势显著，能够覆盖绝大多数微短剧受众群体。
- 值得注意的是，受红果平台对稀缺品类补贴政策推动，武侠、谍战、权谋、系统等新兴题材的供给量有所增长，但仍未满足观众需求。以古风权谋题材为例，其微短剧占比仅为 2%，供给缺口依然明显。

## 四

## 免费端分析：红果短剧热榜TOP20

3月热榜TOP10	热度 (万)	4月热榜TOP10	热度 (万)	5月热榜TOP10	热度 (万)	6月热榜TOP10	热度 (万)
好一个乖乖女	4844.2	请君入我怀	4522.7	云渺2：我修仙多年强亿点怎么了	6258.2	王府继兄宠我如宝，亲哥却后悔了	5727.0
家里家外	4122.0	好一个乖乖女	3390.5	穿书之炮灰变身天道亲闺女	6254.2	撕夜	5704.4
乡下真千金竟是老祖宗	4090.1	家里家外	3117.6	重生后打脸兼桃丈夫	5778.2	母凭子贵后被老板全家宠上天	5650.3
老千	3453.2	出狱当天，世间再无我	3103.0	栀栀复栀栀	5776.6	全家听我心声觉醒了，我躺赢	5554.6
上错婚车嫁对郎	2856.8	乡下真千金竟是老祖宗	2779.8	荒年全村啃树皮，我有系统满仓肉	5768.6	选个纨绔当爹，养成皇帝就好了	5462.6
好孕甜妻被钻石老公宠上天	2794.7	全家靠我心声逆天改命	2769.5	娇莺	5741.9	惹风华	5451.0
我，修仙多年强亿点怎么了	2674.4	攻心为上	2488.7	千金没有，砂锅大的拳头倒有一个	5644.7	荒年全村啃树皮，我有系统满仓肉	5407.4
谁在说朕坏话	2541.0	苏小姐，你老公掉了	2466.6	风风火火的她	5638.6	替嫁医妃带着空间流放千里	5349.6
小姑回娘家，带全村炫肉	2269.7	爱意满乡间	2404.6	好一个乖乖女	5472.1	好一个乖乖女	5333.8
妈妈的小救星	2215.2	错把山河葬相思	2398.7	寒夜尽处是卿心	5396.5	凤栖今朝	5209.1

## 四 免费端分析：红果内容合作方TOP20



注：统计范畴仅限已完成短剧认领的合作方

### 重庆四月联盟、西安秋元领跑 天桥、麦芽合作短剧数量较多

- 从热度来看，重庆四月联盟、西安秋元影视、宙途文化、海鱼星空和听花岛等合作方包揽前五名。其中，重庆四月联盟领先优势较大，内容产能与质量双领先。
- 从合作微短剧数量来看，天桥和麦芽两家平台合作微短剧数量均超过60部，数量遥遥领先。宙途文化、重庆四月联盟合作微短剧数量均超过30部。
- 整体来看，红果热门合作方与付费小程序微短剧头部企业存在较高重合度，反映出短剧市场头部资源的集聚效应持续增强。

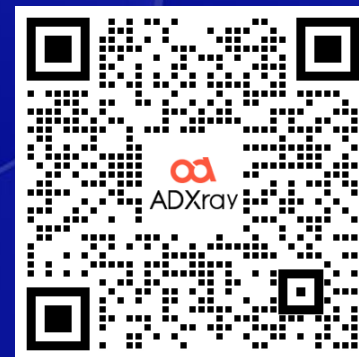
DataEye短剧观察



剧查查小程序



联系我们 免费试用ADX短剧版



[www.dataeye.com](http://www.dataeye.com) 深圳市慧动创想科技有限公司