

DataEye

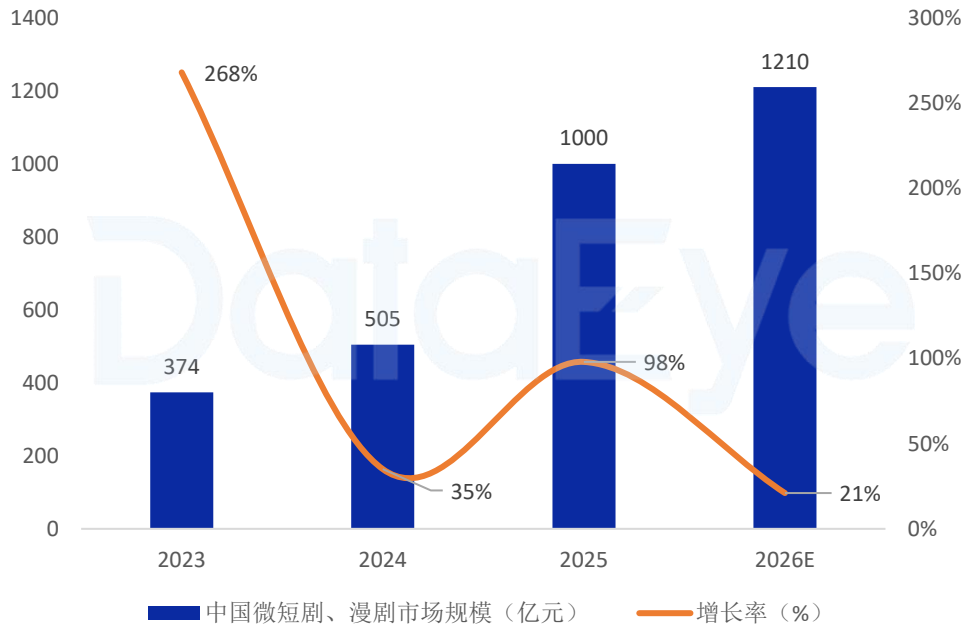
# 2025年微短剧行业数据报告

DataEye研究院

# 一、市场概况

A futuristic data dashboard is displayed on a monitor. The dashboard features various data visualization elements including bar charts, line graphs, and circular gauges. The background is a dark blue grid with floating data points and charts, creating a high-tech, digital atmosphere. The overall color scheme is dominated by shades of blue and purple.

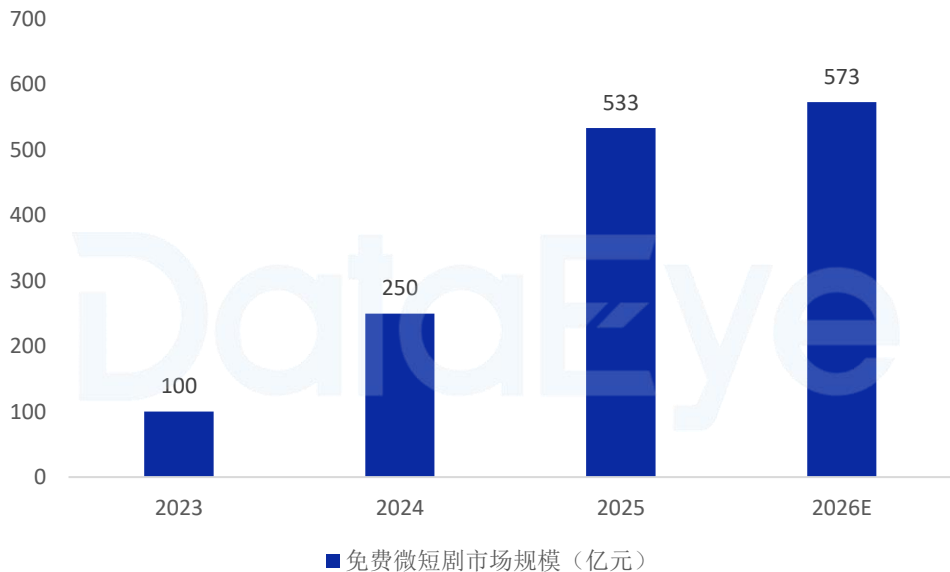
## 微短剧、漫剧市场规模



## 2025年市场规模达千亿 体量接近电影票房的2倍

- 2025年中国微短剧、漫剧全年产值达千亿，这一数值大幅超出此前600亿元左右的市场预期。
- 同期全国电影总票房为518.32亿元，微短剧、漫剧市场体量已接近电影票房的两倍。
- 这一轮爆发式增长，主要得益于免费微短剧市场的持续扩容，以及漫剧赛道的异军突起。2025年，免费真人微短剧市场规模超500亿，约占真人微短剧整体市场的比重约达三分之二；漫剧市场规模估计接近200亿元。
- DataEye研究院预估：2026年中国微短剧、漫剧市场规模保守估计将突破1200亿。

## 微短剧免费规模



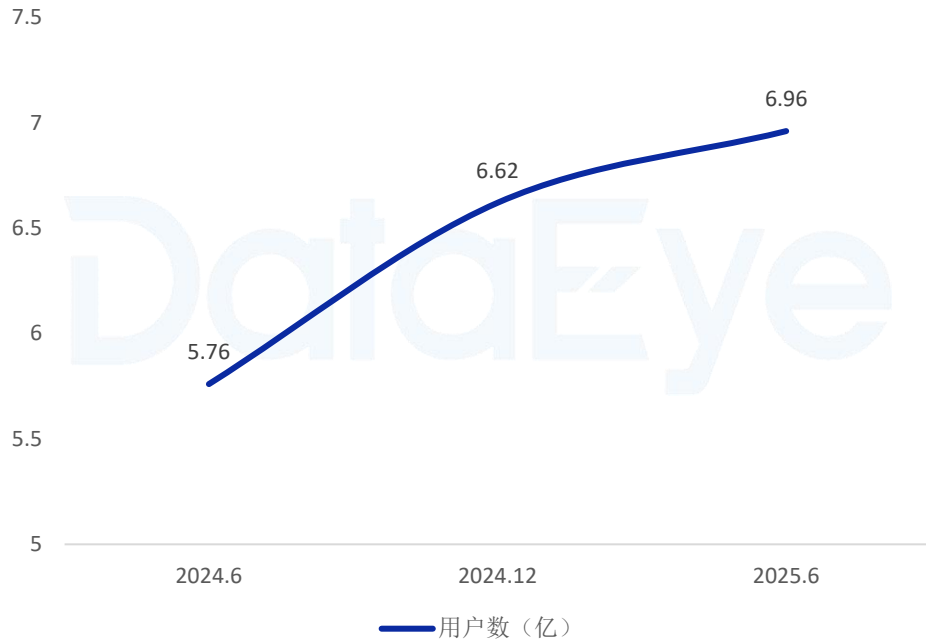
注：本次统计范畴内的“免费模式”，包含纯 IAA 模式，以及 IAA+IAP 中的 IAA 部分；市场规模不仅包括广告收入，还包括平台资本的投资等。

## 2025年免费市场规模533亿 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533亿元，较2024年同比增长113%，免费短剧模式在整个微短剧市场中的占比将达到2/3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



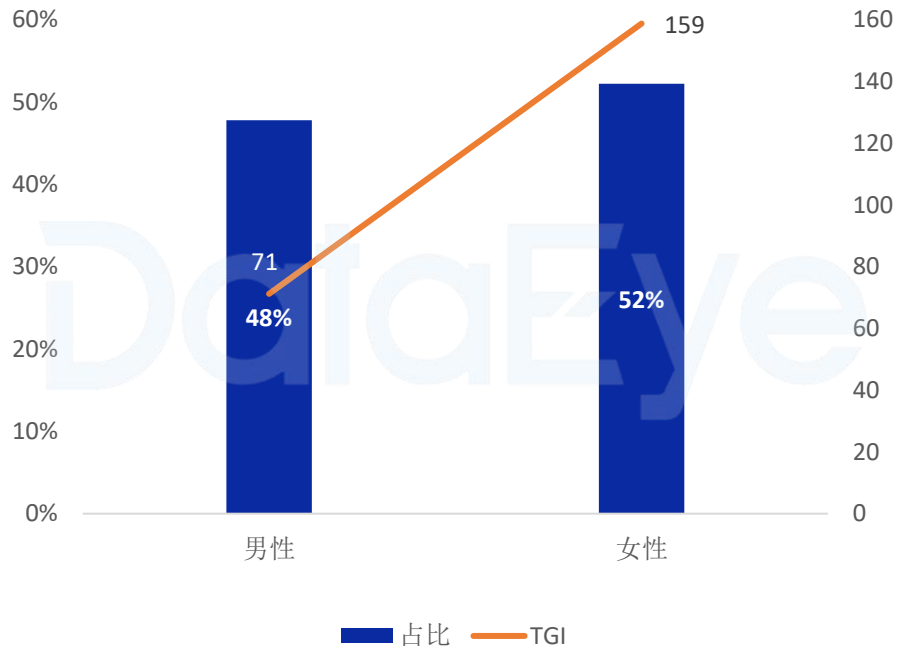
## 微短剧用户规模



## 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。

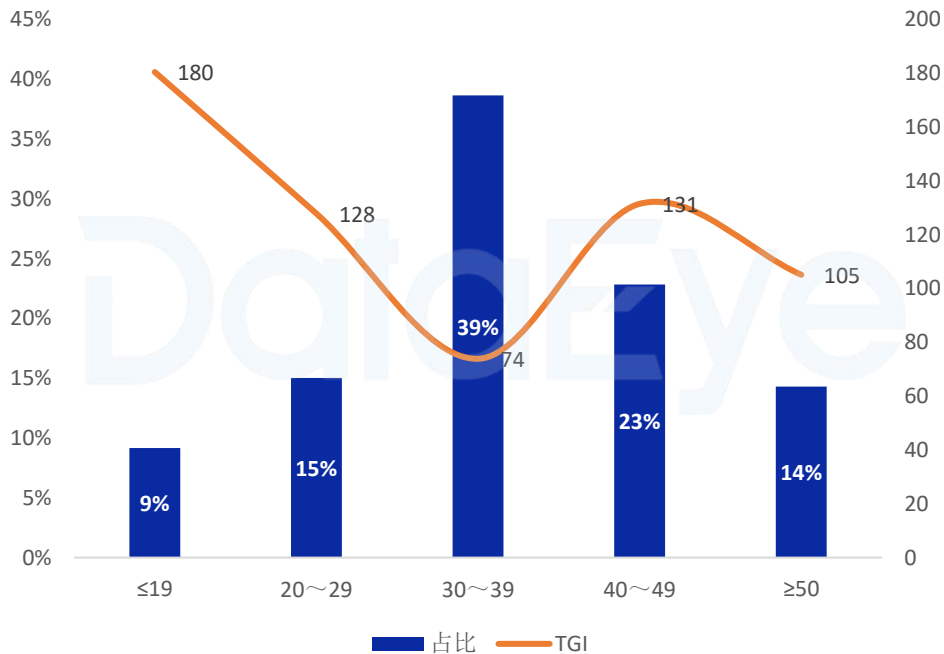
## 微短剧用户画像：性别分布



## 用户性别结构趋于均衡 女性用户粘性更高

- 从性别分布来看，2025年微短剧用户性别结构趋于均衡，男性用户占比约48%，女性用户占比约52%，二者占比差距较小。
- 这一分布既印证了微短剧的受众覆盖正在打破性别壁垒，也体现出其对男性用户群体的吸引力在持续提升。
- 2025年，红果、河马等平台纷纷出台男频激励政策，越来越多微短剧作品不再刻意划分男女频赛道，转而向更普适的内容题材发力。男频微短剧用户数量持续增长。
- 值得关注的是，女性用户的偏好度（TGI）高达159，而男性用户仅为71。这意味着女性用户对微短剧的偏好程度与使用粘性均远高于男性群体。

## 微短剧用户画像：年龄分布



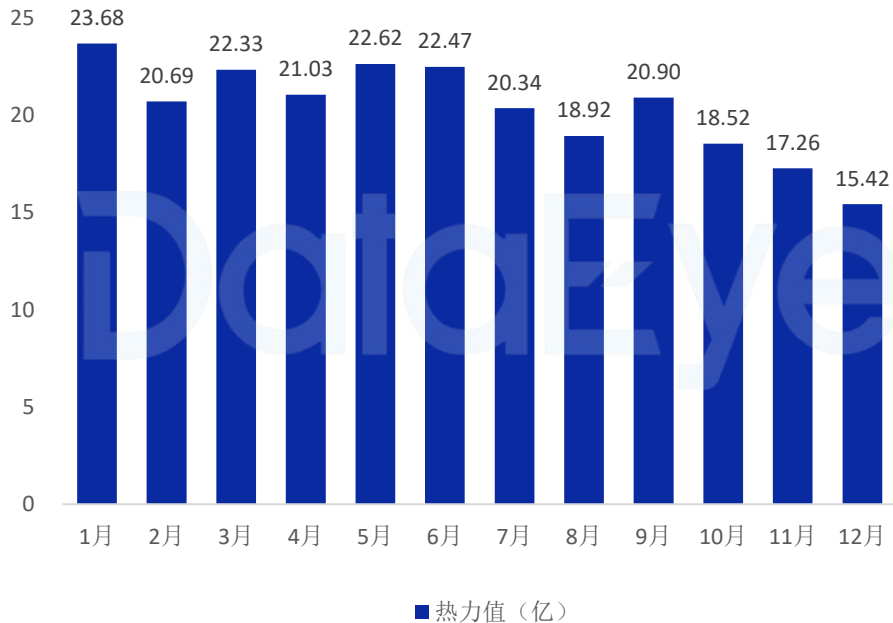
## 用户群体趋于年轻化 40岁以下用户超过6成

- 从年龄分布来看，2025年微短剧用户群体呈现显著的年轻化特征。具体数据显示，30岁以下用户占比接近1/4，40岁以下用户合计占比超六成，而50岁以上用户占比仅为14%。
- 年轻用户占比的稳步提升，直观印证了微短剧对年轻消费群体的吸引力正在持续增强。
- 从用户偏好度（TGI）的维度来看：19岁及以下用户粘性最高，TGI达180；40-49岁中年用户紧随其后，TGI为131；20-29岁用户位列第三，TGI达128。这说明微短剧不仅牢牢抓住了年轻核心受众，同时也成功撬动了中年群体的消费兴趣。

## 二、投流数据

A futuristic digital dashboard is the central focus, tilted at an angle. The dashboard screen displays a variety of data visualizations: a bar chart at the top left, a line graph with a red trend line, several circular gauges or progress indicators with percentages like '98%', '92%', '95%', '94%', and '97%', and a large area chart on the right. The dashboard is surrounded by a glowing blue grid on the floor. Various data-related icons and charts are scattered around the grid, including a bar chart, a line graph, and a circular gauge showing '55%'. The overall aesthetic is high-tech and data-driven, with a deep blue color palette and glowing light effects.

## 投流分析：每月微短剧热力值

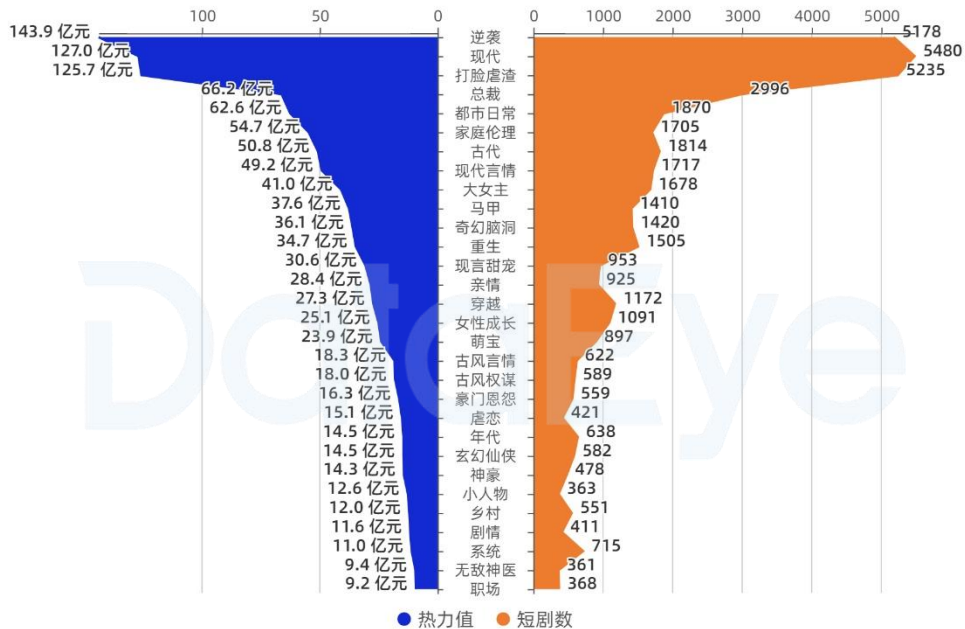


## 2025年热力值总额约244亿 与2024年基本持平

- ADX行业版数据显示：2025年国内微短剧市场热力值总额约244亿，每月平均热力值24.42亿，热力值总体下滑，与2024年基本持平。
- 全年走势呈上下半年分化：上半年单月平均热力值22.14亿，下半年降至18.56亿（环比下滑16%）。其中12月热力值15.42亿，环比降11%，连续3个月下滑，为年内最低。
- 下半年付费大盘持续下滑，主要受免费短剧用户规模持续扩充所影响。9月出现回升，主要是出现如《别惹真千金，她爸是超级女儿奴》等强劲作品，带动整体数据提升。
- 总体上，市场整体规模稳定提升，但付费大盘增速较2021-2023年的“指数级增长”明显收窄，行业从“爆发期”进入“存量竞争期”。



## 细分题材：热力值TOP30

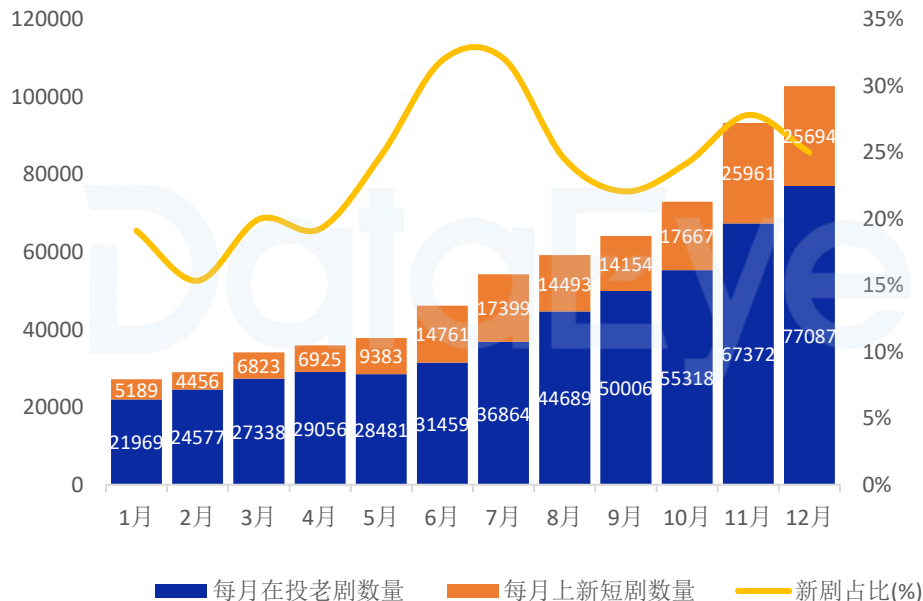


## 多题材分层竞争 部分题材量产但爆款稀缺

- “逆袭”题材热力值达143.9亿，短剧数达5178部，在“热度规模”和“作品数量”上均为绝对第一，是微短剧最核心的赛道。
- “现代”与“打脸虐渣”两大题材表现亮眼，二者热力值均突破125亿，短剧数量也超5200部，共同跻身第一梯队。值得注意的是，这两大题材与“逆袭”题材的市场差距正逐步缩小，赛道竞争日趋激烈。
- 值得关注的是，如“女性成长”“亲情”“穿越”等中腰部题材，短剧数仅在800-1000部，但热力值可达25亿量级，竞争相对缓和，部分制作方可考虑深耕该垂直用户。



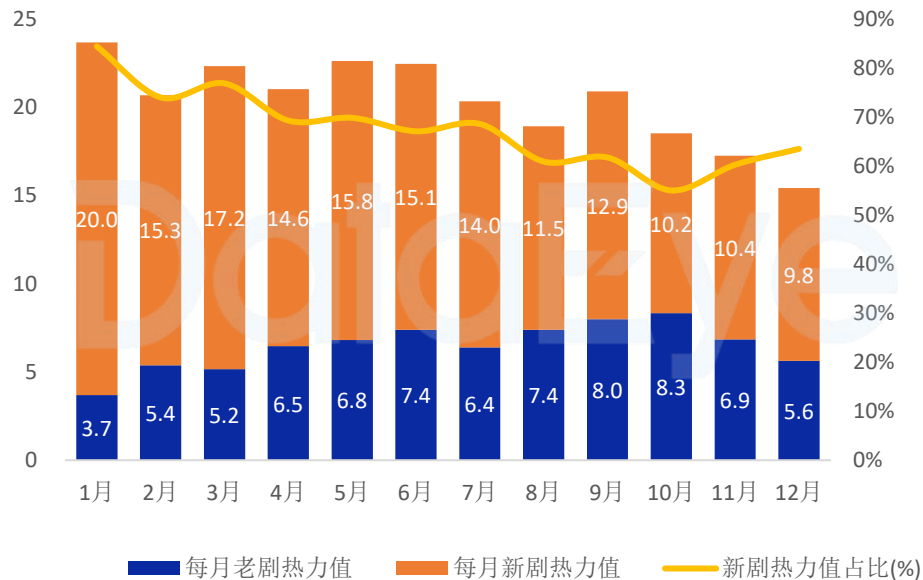
## 投流分析：新老微短剧数



## 2025年参投短剧超19万部 新剧超16万部，占比超80%

- ADX行业版数据显示：2025年，参与投流的微短剧总数超19.2万部，其中新剧总数超16.2万部，占比约84%。
- 2025年，国内参投微短剧数量呈大幅激增态势。从分月数据来看，每月参投微短剧数量稳步提升，其中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，11月突破2万部，每月新剧占比在25%左右。**
- 这一数据表明：①参投数激增，印证了老剧经市场验证后具备长线持续投放的价值；②每月新剧持续入市，反映出行业新剧产能相对稳定。

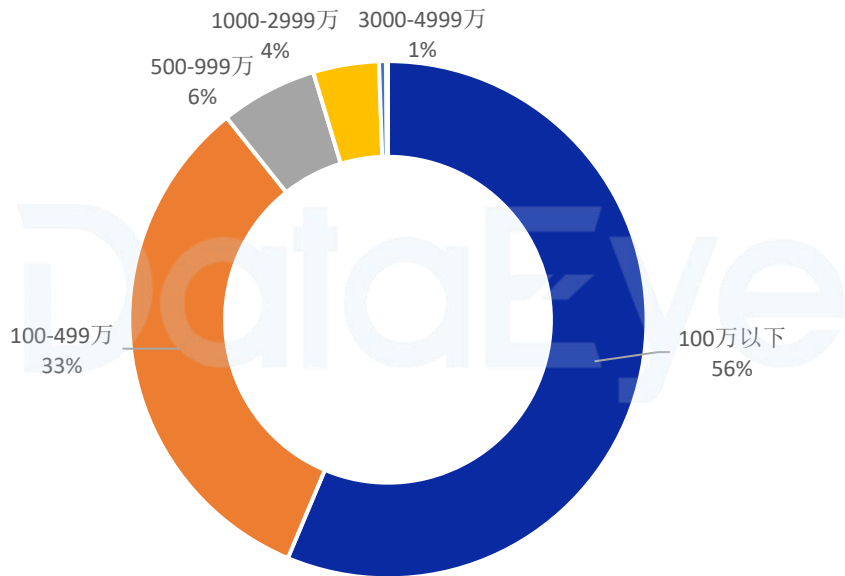
## 投流分析：新老微短剧热力值



## 新剧热力值总额超160亿 单月占比降至60%左右

- ADX行业版数据显示：2025年新剧的热力值总额超过了160亿元，占比约68%。
- 从月度趋势来看，上半年，新剧热力值维持在15-20亿区间；同时，热力值占比稳定在70%左右；下半年，新剧热力值下滑至10-15亿区间；同时，热力值占比降至60%左右。

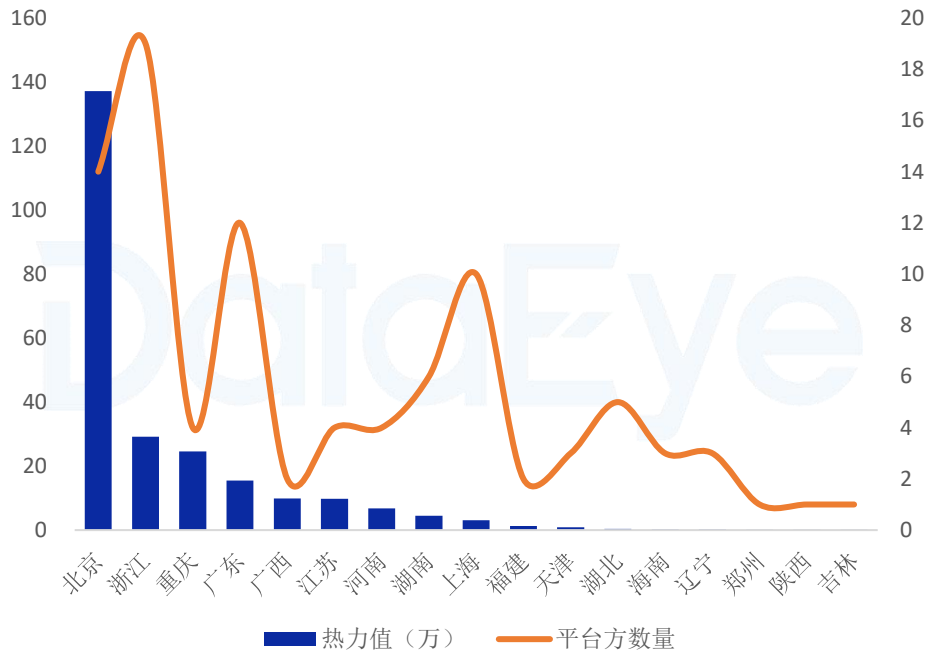
## 投流分析：微短剧热力值分布



### 超半数热力值低于100万 百强剧贡献14.56%热力值

- 2025年，微短剧热力值分布呈现显著分化：
- 超半数（56.3%）微短剧累计热力值低于 100 万；
- 近九成（89.3%）在500万以下，超九成（95.3%）在1000万以下；
- 仅60部（0.56%）的微短剧热力值超3000万，其中热力值破5000万的仅12部，占比 0.1%。
- 同时，微短剧热力值高度集中：百强微短剧总热力值达35.55亿，贡献了全行业约14.56%的热力值。

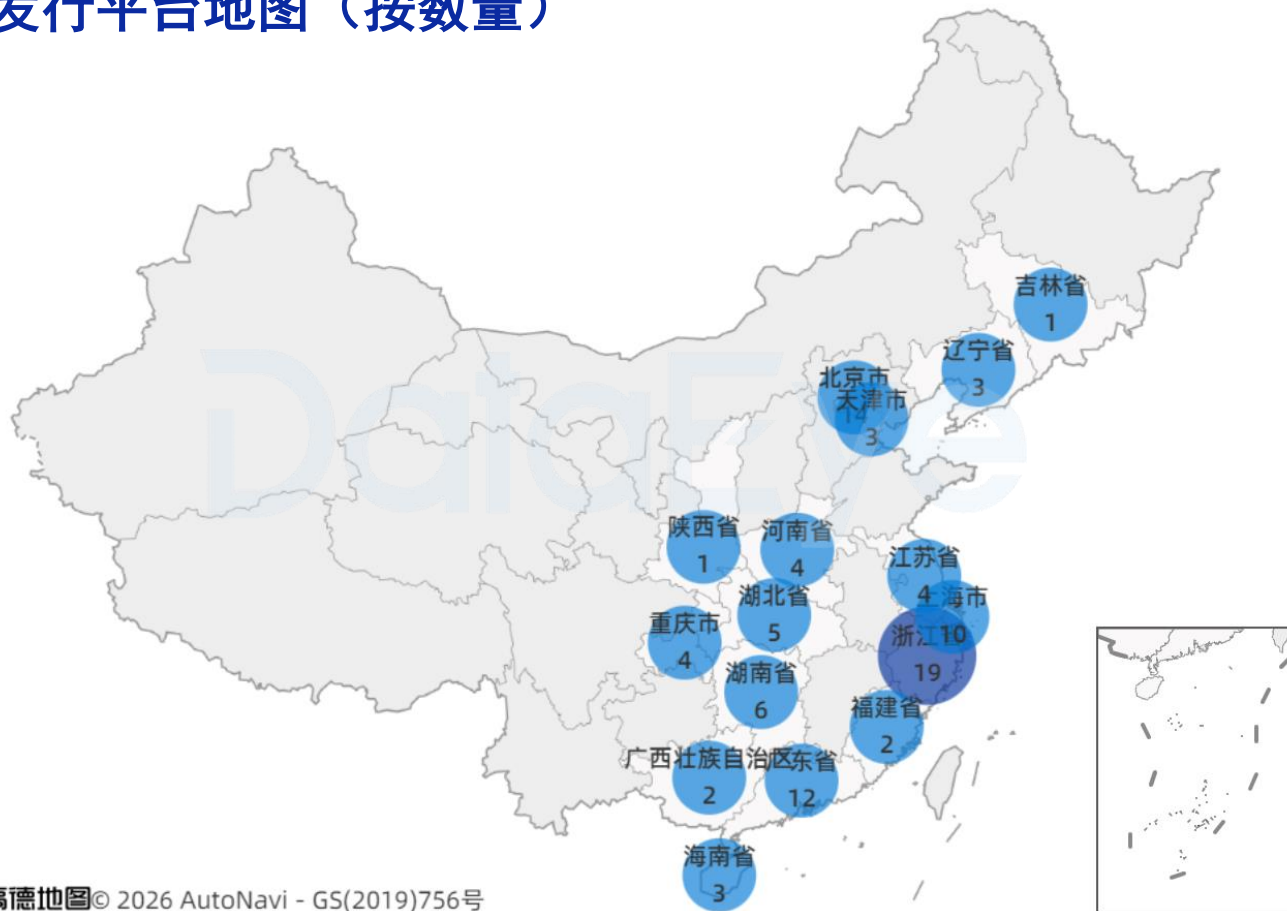
## 投流分析：中国微短剧发行平台方分布



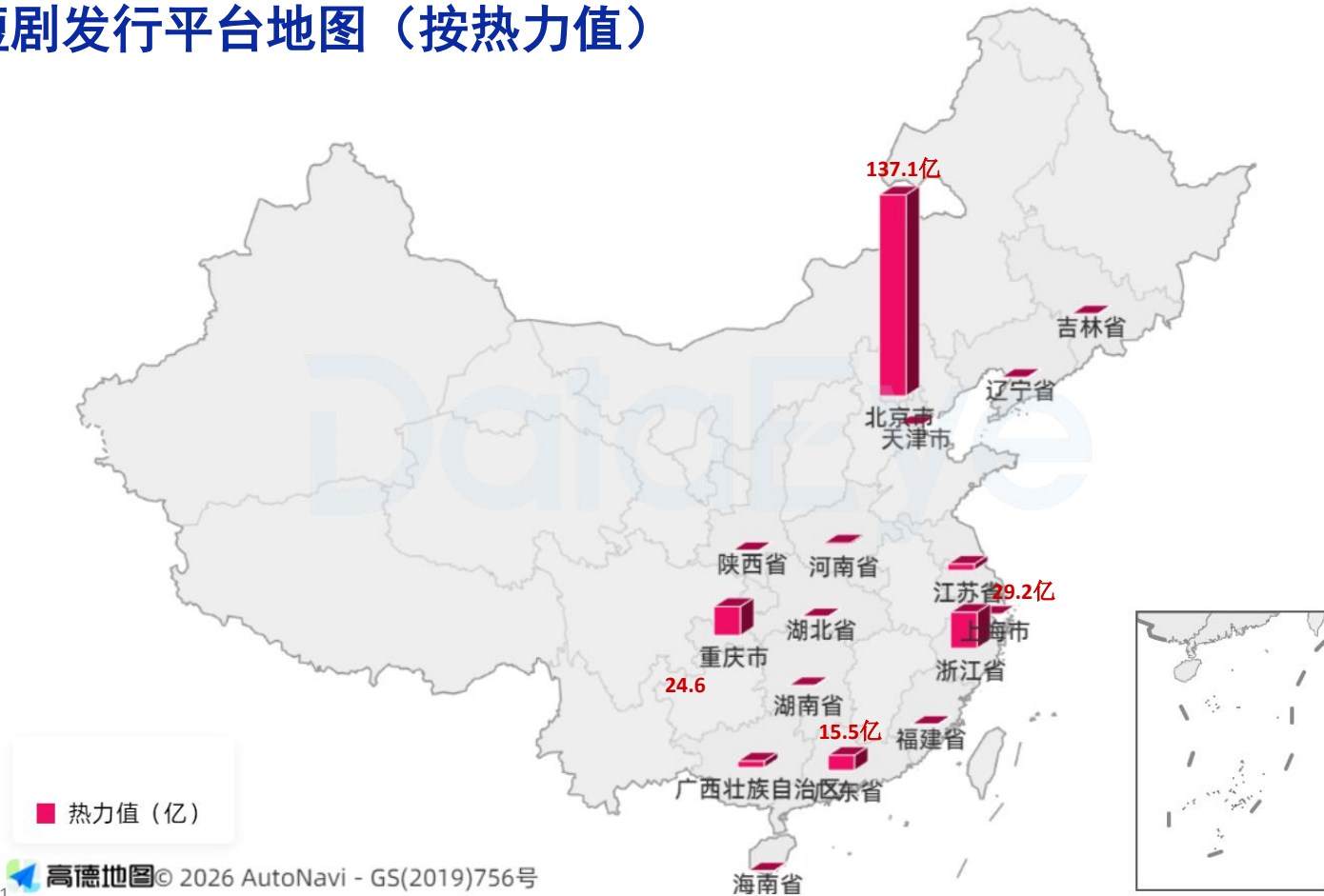
## 94家平台总热力值243亿 集中于北京、浙江、广东

- ADX行业版数据显示：2025年，94家微短剧平台的累计热力值达243亿，这一数值占据了微短剧整体市场规模的99%。
- 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、广东、上海等地，这四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近八成。其中，北京聚集了番茄、河马（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。

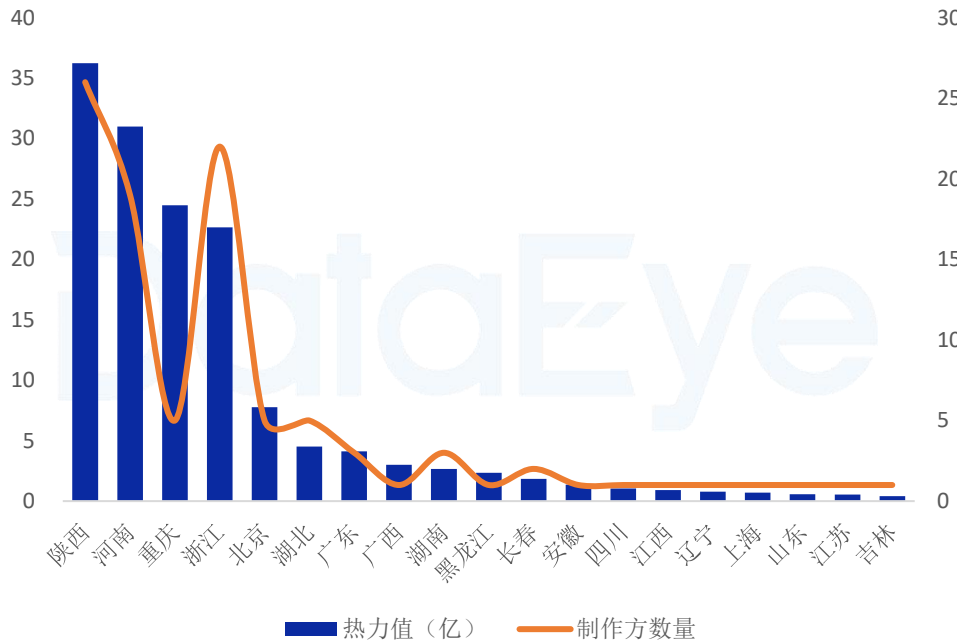
## 中国微短剧发行平台地图（按数量）



# 中国微短剧发行平台地图（按热力值）



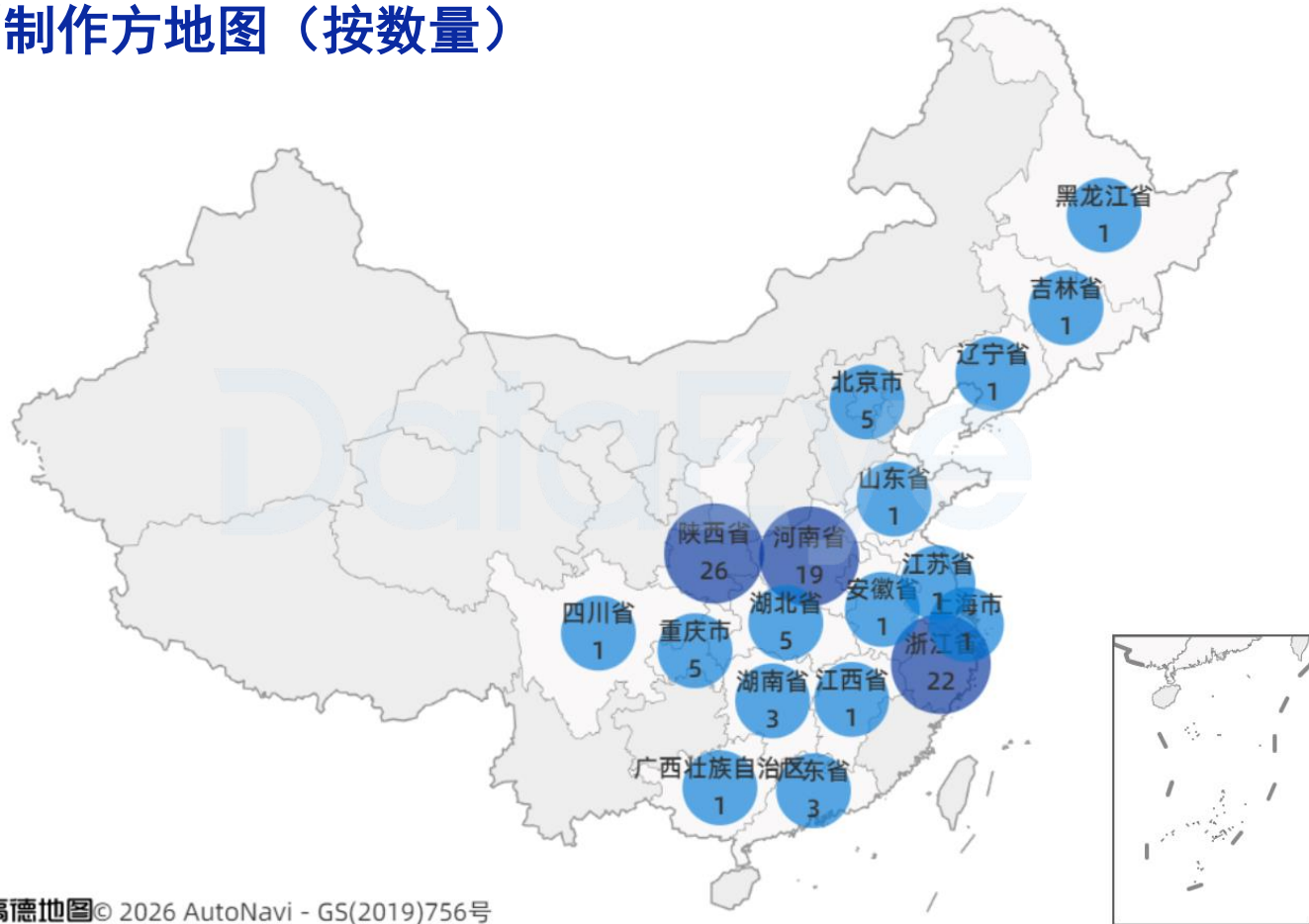
## 投流分析：中国微短剧制作方TOP100



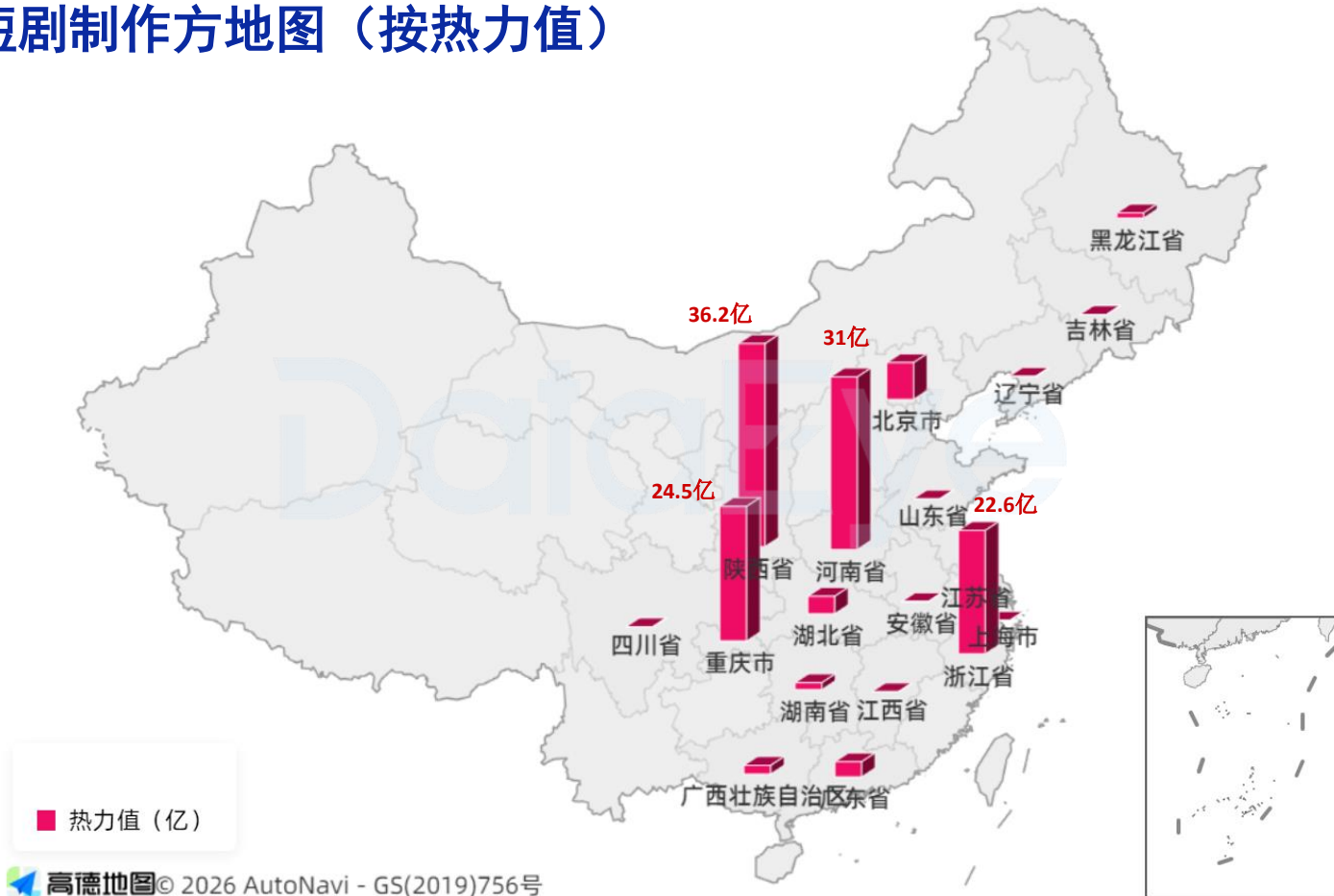
## TOP100制作热力值超146亿 集中于陕西、河南、浙江

- ADX行业版数据显示：2025年，国内热力值TOP100微短剧制作方累计热力值超146亿，占整个市场总热力值的6成。
- 地域分布呈现显著集聚效应：
- 陕西、浙江、河南包揽数量TOP3，数量占比接近7成，三地制作方数量遥遥领先；
- 陕西、河南、重庆和浙江包揽热力值TOP4，四地合计贡献近半数的市场份额。

## 中国微短剧制作方地图（按数量）



## 中国微短剧制作方地图（按热力值）



## 2025年活跃发行平台方TOP15

排名	平台	热力值 (亿)
1	番茄	80.9
2	河马	41.7
3	麦芽	23.2
4	九州	19.7
5	山海	9.9
6	花生	9.6
7	掌阅	9.4
8	快创	9.2
9	天桥	6.7
10	掌玩	5.7
11	六翼	3.8
12	美光盛世	2.7
13	七猫	2.2
14	容量	1.7
15	硕才	1.3

## 番茄、河马、麦芽包揽前三 TOP3平台贡献6成热力值

- ADX行业版数据显示：2025年国内微短剧平台热力值TOP3席位由番茄、河马、麦芽包揽，三大平台合计贡献了市场总热力值的60%。
- 发行平台热力值分布呈现高度集中特征：TOP15平台累计热力值达227.6亿，占大盘总热力值的90%以上。
- 对比2024年数据，TOP5平台的名单保持稳定，但排名顺位发生变动。其中，番茄的头部优势进一步强化，其市场占比从16%大幅提升至33%，单一平台即占据近三成市场份额。



## 2025年活跃制作方TOP15

排名	平台	热力值 (亿)
1	麦芽	14.5
2	西安匣子	7.6
3	重庆四月联盟	7.4
4	天桥	6.2
5	听花岛	4.9
6	三笙万物	4.9
7	西安丰行	3.4
8	西安秋元影视	3.4
9	山海	3.0
10	杭州刚刚好影视	2.9
11	西安等闲	2.6
12	快创	2.5
13	河舟影视	2.4
14	哈尔滨云阙文创	2.4
15	绘声绘影	2.3

## 头部阵容稳定 绘声绘影首次跻身TOP15

- ADX行业版数据显示：2025年国内微短剧制作方TOP3合计贡献了市场总热力值的12%。
- 从头部阵营来看，TOP15制作方累计热力值达70.34亿，占大盘总热力值的29%，头部效应显著。
- 对比2025年上半年榜单，TOP15上榜企业阵容整体稳定，麦芽、西安匣子、重庆四月联盟稳居前三甲，龙头地位稳固。
- 值得关注的是，绘声绘影跻身TOP15，成为榜单中的黑马。该公司2025年推出了《利刃玫瑰》《我竟靠吃苦让爸妈走上人生巅峰》等热力值超3000万的作品。



## 2025年微短剧热力榜TOP15

排名	剧名	热力值 (万)
1	小小球神不好惹	9074.4
2	人面桃花长相忆	6768.3
3	十八岁太奶奶驾到，重整家族荣耀	6347.2
4	好孕甜妻被钻石老公宠上天	6059.4
5	家庭煮夫	5944.9
6	那年阳光正好	5801.4
7	别惹真千金，她爸是超级女儿奴	5762.5
8	萌宝出击冷面爹地哪里逃	5323.1
9	我，修仙多年强亿点怎么了	5288.7
10	归来凤栖处	5283.1
11	老千	5241.2
12	漂移吧洗车大叔	5174.5
13	夫人她专治不服	4813.4
14	觉醒当天，我当上全国状元	4715.5
15	幸得相遇离婚时	4408.9

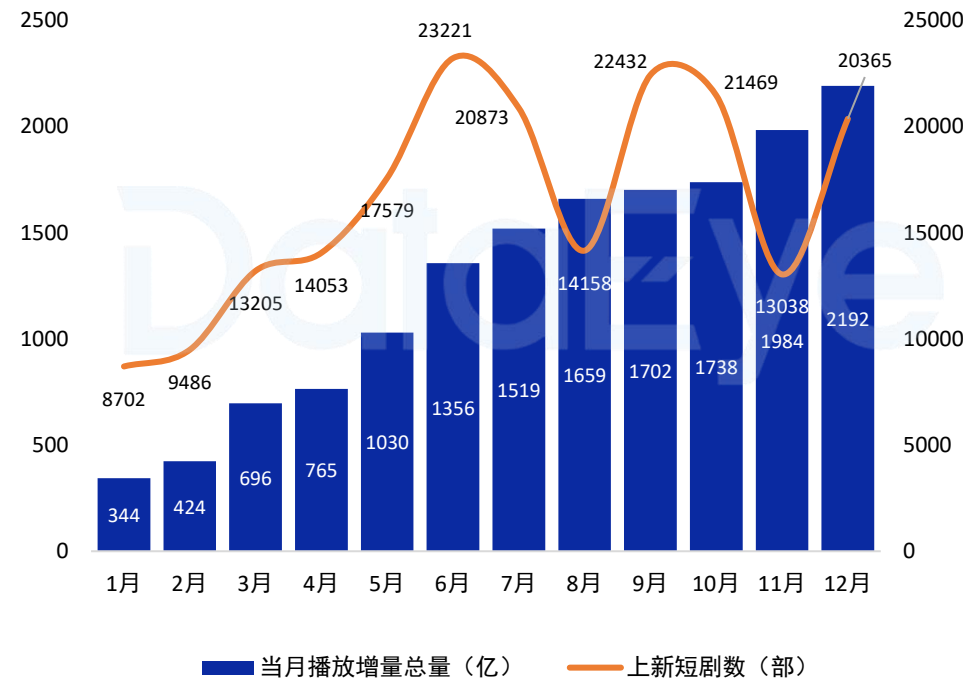
## 12部累计热力值超5000万 女频占据绝对主导

- ADX行业版数据显示：《小小球神不好惹》登顶，热力值9074.4万，为年度唯一一部热力值突破9000万的作品。
- 2025年累计热力值超5000万的微短剧共计12部，其中热力值突破6000万的作品达4部。
- 男女频方面，女频总体强势，热力值TOP15作品中女频占据绝对主导。题材方面，逆袭、打脸虐渣类题材表现尤为突出，在TOP15作品中，逆袭题材占10部，打脸虐渣题材占9部。
- 关联企业方面，从发行平台来看，番茄占7席，河马、麦芽分别占据4席、3席；从制作方来看，麦芽自制剧占3部，听花岛、西安匣子和重庆四月联盟各占2部。这也从侧面印证，年度爆剧的分布同样具备高度集中性。

### 三、抖音端原生数据



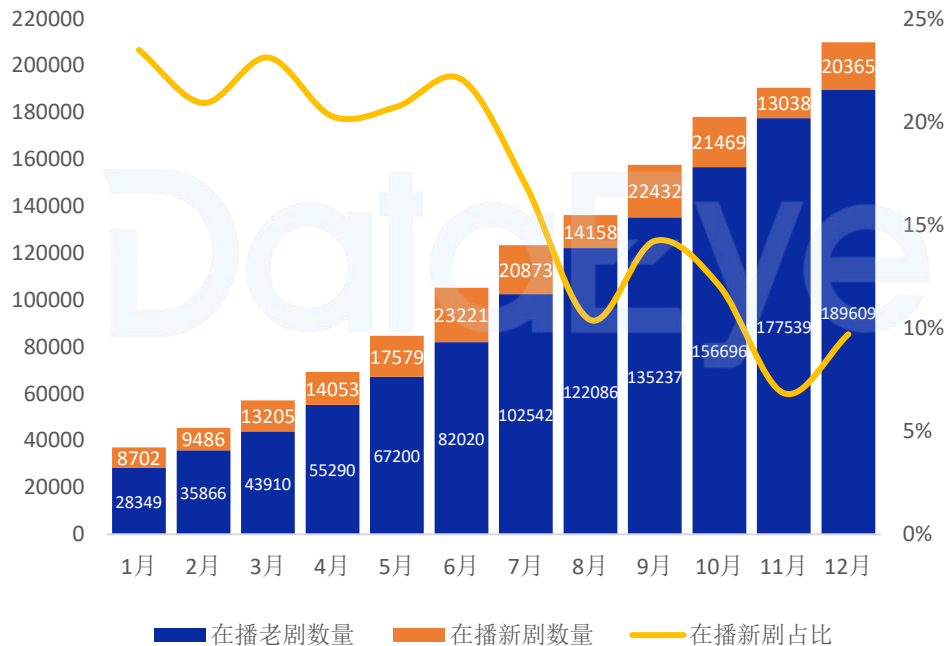
## 抖音端原生微短剧：大盘情况



## 端原生微短剧播放量狂飙 月度播放增量峰值超2100亿

- 2025年端原生微短剧市场播放量实现全年爆发式增长，播放规模一路攀升，月度播放增量从343.62亿狂飙至2192.04亿，增长势头强劲。
- 而从短剧供给量上来看，整体呈波动上升的走势，但月度间起伏明显，其中6月上线短剧数达到23221部。
- 下半年端原生微短剧上新数有所减少，但播放增量仍继续上升，如11月的上线短剧数仅1.3万部，但播放增量超1900亿，较10月增加240亿以上。

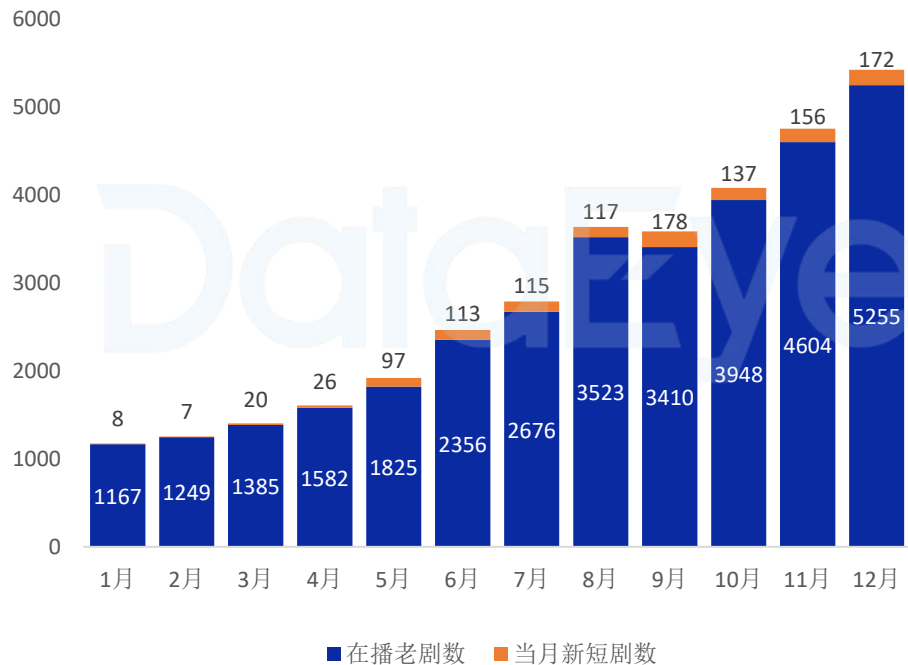
## 抖音端原生微短剧：新老剧比例



## 在播短剧超20万部 新剧超18万部，占比90%

- 从整体趋势来看，抖音端原生微短剧市场极速飙升。2025年全年，在播微短剧数量突破20.48万，创历史新高；在播新剧数超18.5万部，占比约90%。
- 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。

## 抖音端原生微短剧：破亿短剧数

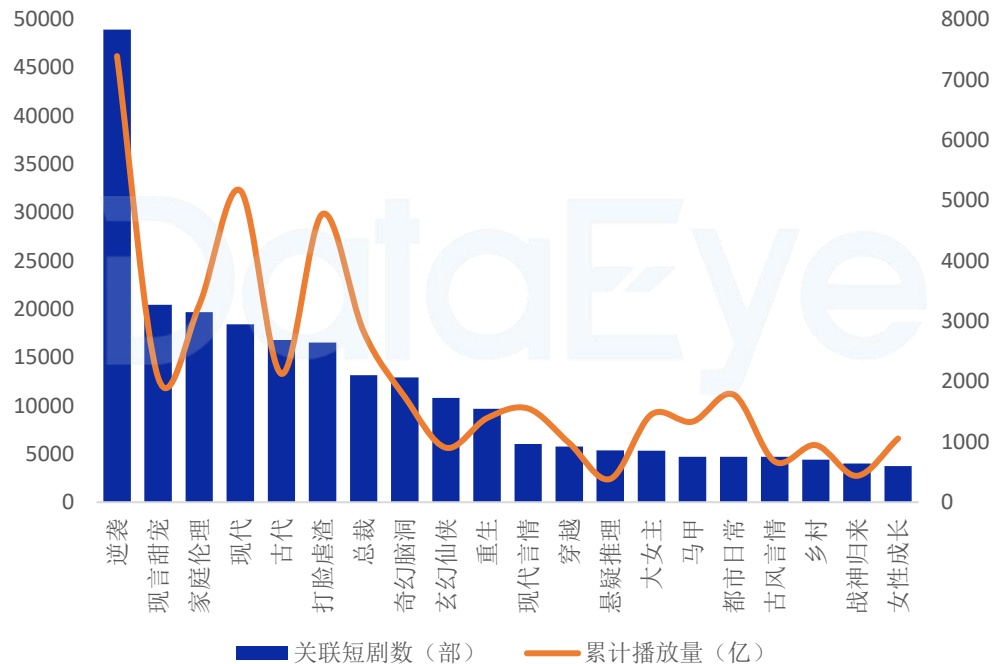


## 亿级微短剧规模稳步上升 市场扩容加速

- 抖音端原生累计播放量破亿的微短剧中，短剧数从1月的1175部持续增长至12月的5427部，整体呈稳步上升态势，说明抖音端能达到“亿级播放量”的微短剧规模在不断扩大。
- 6月起，新剧当月破亿的数量保持在百部以上，反映出2025年中期开始，抖音微短剧“破亿效率”显著提升，播放渗透率在扩大，越来越多作品能触达“亿级流量”门槛。
- 5月后“累计播放量破亿的短剧数”跃升，可能源于：
  - ①市场产能增加，且打通多端投放模式。
  - ②题材内容创新，让更多新剧能够在短期内实现破亿。
  - ③爆款演员带动影响，从演员抖音直接到抖音端原生观看，链路缩短影响端原生的播放量。



## 抖音端原生微短剧：题材关联短剧数



## 逆袭、现言、家庭题材火热 下沉创作者的产能释放

- 抖音端原生微短剧题材共68种，其中，逆袭、现言甜宠、家庭伦理关联短剧数为TOP3；逆袭、现代和打脸虐渣累计播放量位居TOP3。
- 从供给和需求方面来看，逆袭题材断层领先，关联短剧数达48917部，累计播放量达7389亿。
- 除常见的“逆袭”题材外，现言甜宠、家庭伦理、古装、奇幻脑洞也是较为热门的题材。
- 乡村题材闯入TOP20，关联4412部微短剧，较上半年的1059部翻了3倍。此类题材内容的增多，主要受下沉本土创作者的产能释放影响。
- 此外，大女主题材入围TOP15，这类聚焦女性自我觉醒与价值实现的内容，深受都市女性欢迎。

## 抖音端原生：真人热播榜TOP20

排名	剧名	播放增量 (亿)
1	觉醒当天，我当上全国状元	16.2
2	偷换人生之真假千金	14.4
3	秦总夫人在找你离婚	14.0
4	我原将心向明月	13.6
5	四合院之傻柱重生	13.6
6	不爱后，白月光后悔了	13.5
7	利刃玫瑰	13.0
8	万里江山入我怀	12.8
9	曾逢君时花照眼	12.4
10	谁念西风独自凉	12.2
11	医武双绝	12.1
12	镇国主宰	11.9
13	重生老太先离为敬	11.8
14	天降玄孙龙凤呈祥	11.7
15	隐婚娇妻有点甜	10.7
16	护崽计划	10.4
17	让你送外卖，你摘下高岭之花	10.2
18	晚风拂故里	10.2
19	阴差阳错，成了老板的女仆	10.1
20	雪落人间待君归	9.3

## 逆袭题材领跑 部分老剧长尾效应显著

- 从2025年抖音端原生真人短剧播放增量TOP20榜单来看，榜首作品《觉醒当天，我当上全国状元》于25年6月上线，年度播放量增量突破16亿，表现抢眼。
- 在端原生微短剧播放增量TOP20中，有5部为2024年上线的作品（其中多数于24Q4推出），这一数据体现出老剧的长尾效应十分显著，仍能持续贡献可观流量。
- 从题材来看，逆袭、打脸虐渣、家庭伦理三大题材表现出色。在播放增量TOP20中，逆袭题材作品占16部，打脸虐渣题材9部，家庭伦理题材8部，成为榜单的主流题材。

## 抖音端原生：漫剧热播榜TOP20

排名	剧名	播放增量 (亿)
1	斩仙台下，我震惊了诸神！	10.0
2	破烂致富	7.1
3	气运擂台，华夏诸神震惊全世界！	3.4
4	开局亿万冥币，我买爆了诡异末世	3.3
5	洪荒：代管截教，忽悠出了一堆圣人	2.8
6	完美猎物	2.8
7	我在末世当老板，员工全是S级变异体	2.7
8	边关不用我守	2.6
9	地狱模式，你能活到第几关 第一季	2.5
10	奶团太后宫心计	2.2
11	大明贤婿第一季	2.1
12	谁说精神病不能斩神	2.0
13	开心锤锤2025 下	2.0
14	冰冰巨鱼	1.9
15	欧皇重生：荒古圣体签到就送？	1.9
16	我的古董夫君不可能这么好看	1.8
17	收徒万倍返还，师父别再给了	1.8
18	赵小驴传奇	1.8
19	谁带这家伙进修士圈的	1.7
20	献祭证道，我为神王	1.7

## 玄幻仙侠题材最受欢迎 榜首播放增量超10亿

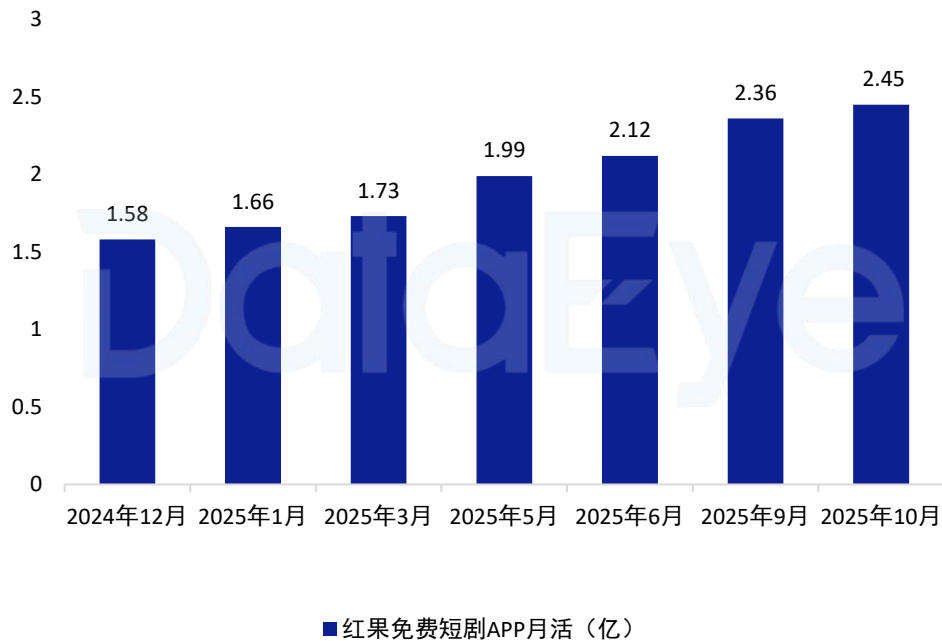
- 从2025年抖音端原生漫剧播放增量TOP20榜单来看，榜首作品《斩仙台下，我震惊了诸神！》于25年11月上线，年度播放量增量突破10亿；《破烂致富》年度播放量增量也超过7亿。
- 从漫剧类型来看，在播放增量TOP20中，沙雕漫占6部，AI短剧1部，其余均为动态漫剧。
- 从题材来看，玄幻仙侠、逆袭、奇幻脑洞三大题材表现出色。在播放增量TOP20中，玄幻仙侠题材作品占11部，逆袭题材10部，奇幻脑洞题材7部。

## 四、红果短剧数据



55%

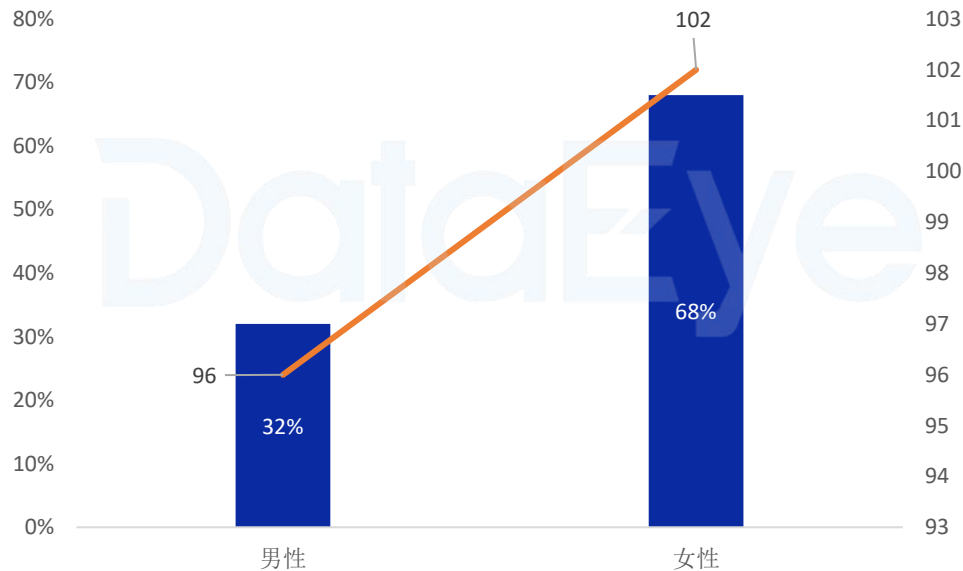
## 四 红果免费短剧APP月活情况



## 红果月活超过优酷 免费短剧转向质量增长

- 2025年Q1红果月活从1.58亿增至1.73亿，5月增加到1.99亿，6月月活规模达2.12亿正式反超优酷。
- 下半年，10月红果月活再次提升至2.45亿增速维持在3%-4%，增长逻辑转向“存量用户高粘性运营”，用户日均使用时长破120分钟。
- 下半年，红果推出多部爆款热剧，同时增加了漫剧的投放，吸引了大批新用户的流入，同时，红果目前每月总分账金额预计超过6亿水平，这也反映出红果从“流量扩张”到“质量增长”的转型。

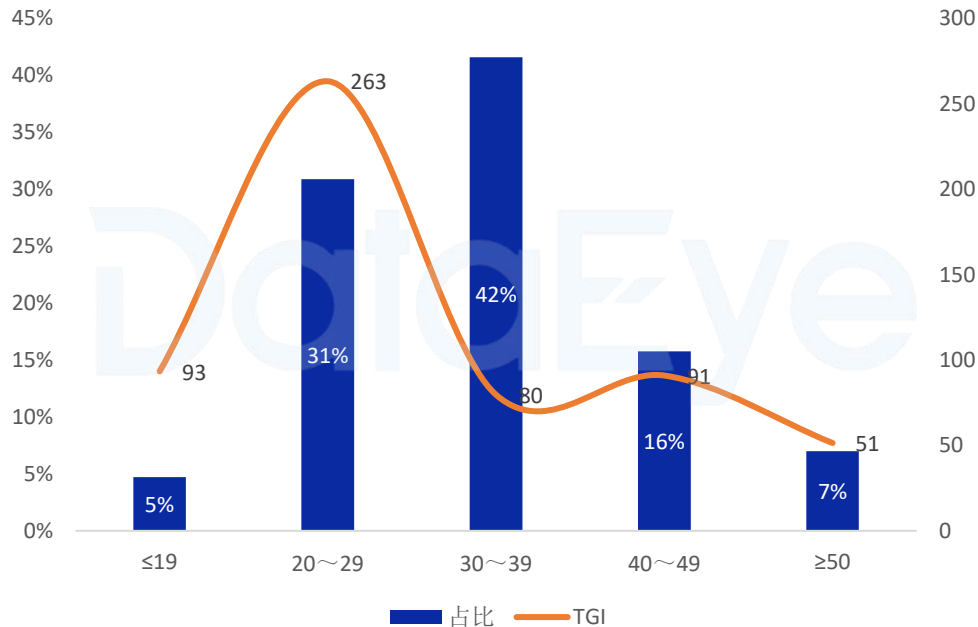
## 四 用户画像：性别分布



## 女性用户占比接近7成 平台出台男频补贴策略

- 从性别分布来看，红果短剧的女性用户占比高达68%，男性用户占比为32%。和市场大盘相比，红果短剧女性用户占比大幅领先。
- 从用户偏好度 (TGI) 来看，女性用户TGI数值为102，男性用户为96。这说明女性用户对微短剧的偏好程度与使用粘性略高于男性群体，不过二者之间的差距相对温和。
- 这是因为红果短剧的内容供给以都市情感、古风、甜宠等女频题材为核心，平台打造的爆款剧集也绝大多数集中于女频赛道。
- 为进一步拓宽用户圈层，挖掘男性用户市场潜力，红果短剧于2025年下半年出台男频题材激励政策，重点对历史古代、玄幻仙侠、都市玄幻等男频垂类内容予以专项扶持。

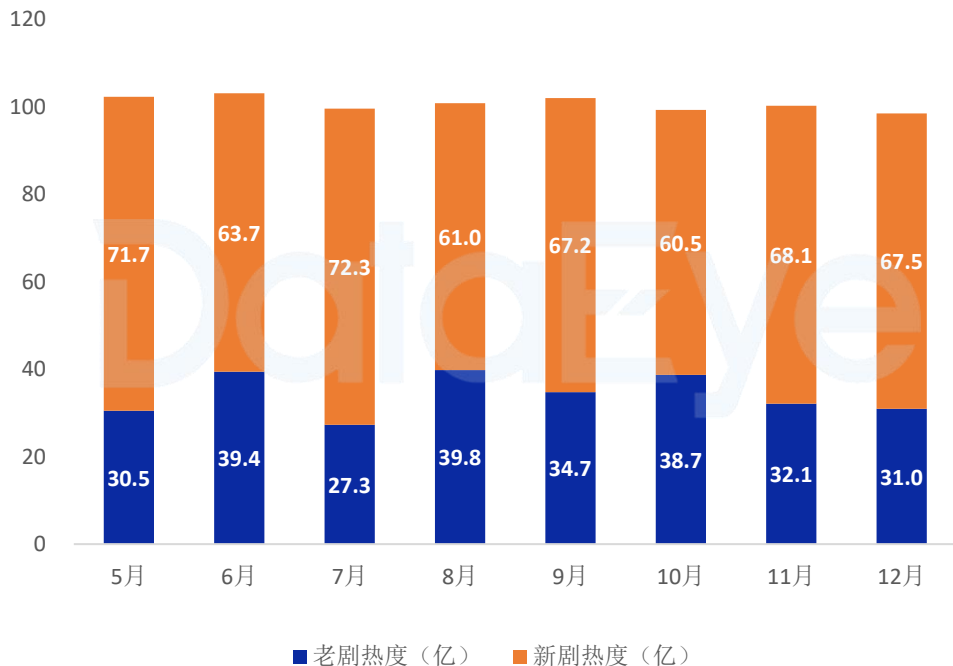
## 四 用户画像：年龄分布



## 年轻群体成核心受众 40岁以下用户超7成

- 从年龄分布来看，红果短剧用户群体更为年轻化。具体数据显示，40岁以下用户合计占比超七成，成为平台的核心受众群体。其中，30岁以下用户占比达36%，远超全市场该年龄段1/4的平均水平；而50岁以上用户占比仅为7%，占比相对较低。
- 2025年，红果短剧持续深耕年轻化内容赛道，上线奇幻脑洞、系统流等深受年轻群体喜爱的题材。
- 从用户偏好度（TGI）的维度来看：20-29岁用户粘性位居首位，TGI数值高达263；19岁及以下用户紧随其后，TGI为93；40-49岁中年用户位列第三，TGI达91。

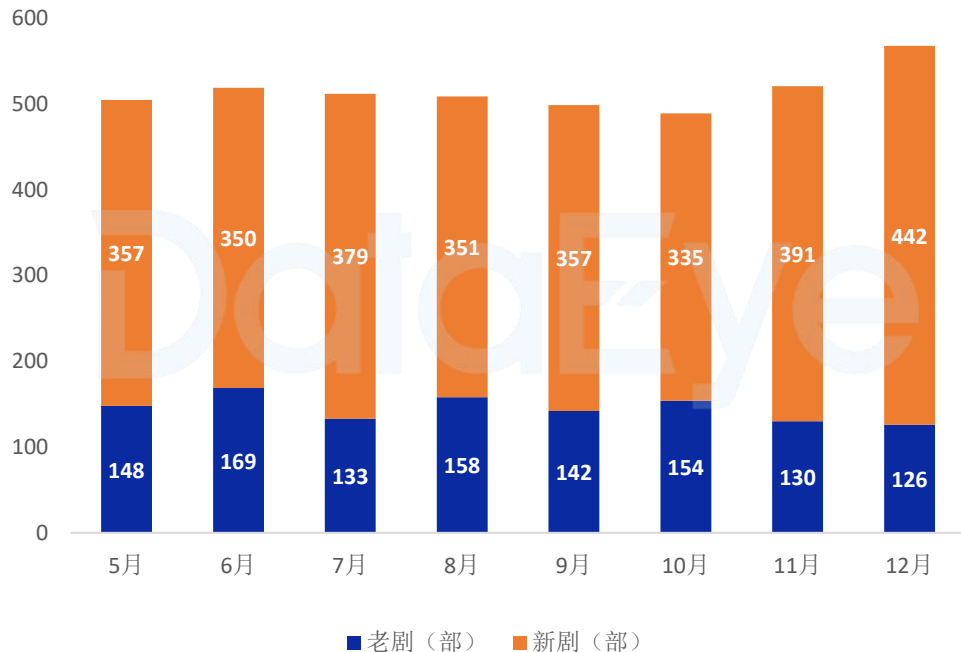
## 四 免费端分析：红果短剧累计热度



## 红果短剧单月热度约百亿 新剧贡献超6成热度

- 2025年5-12月，红果短剧单月热度稳定在百亿级别。红果平台于4月底对热度统计规则进行了调整：将14天累计播放热度调整为7日日均播放热度，并取消了热度上限。规则调整后，平台微短剧的热度普遍迎来大幅上涨。
- 新剧成为平台热度的核心驱动力，贡献超六成热度。然而，新剧的大量涌入也使得市场竞争日趋激烈。以12月为例，当月上榜新剧数量达442部，较11月环比增长13%；但其累计热度为67.5亿，环比微降1%。

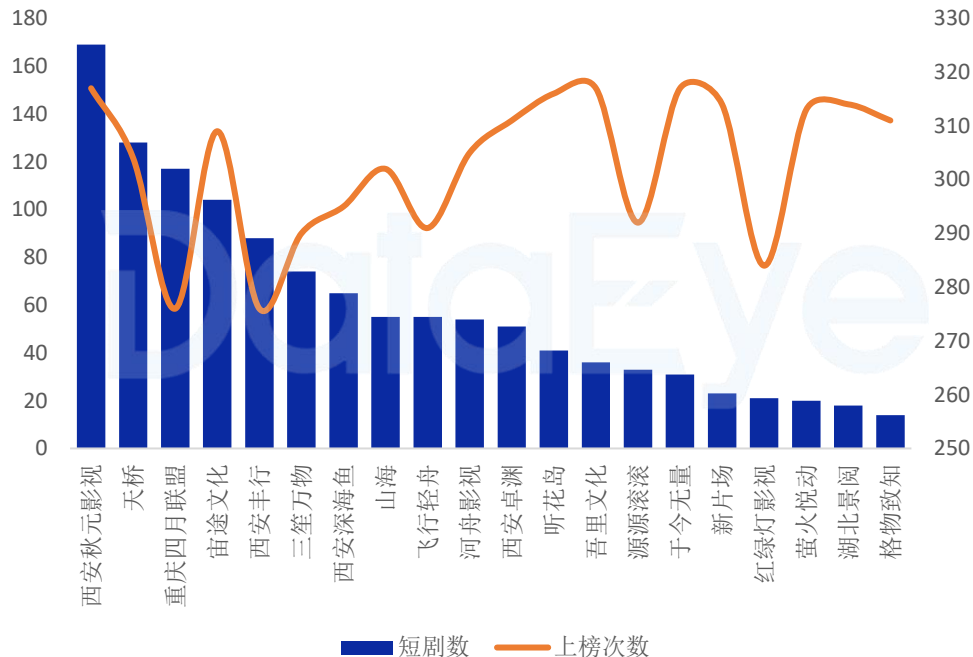
## 四 免费端分析：红果短剧新老剧数量



## 节日效应拉动新剧爆发 新剧热度飙升，占比超7成

- 新剧数量屡创新高：11月破390部，12月突破440部，增长势头强劲。
- 新剧市场主导地位稳固：新剧占比超7成，成为内容供给绝对主力。
- 节日效应显著拉动新剧爆发：暑期档、国庆假期、圣诞节、元旦等节假日前后通常是新剧集中上线期。
- 新剧在头部榜单表现抢眼：11月TOP10中，新剧占6席，12月TOP10热度榜单中，新剧占7席；且包揽近两月热度榜前五。

## 四 1-12月红果合作方：上榜次数TOP20



## 西安秋元影视强势领跑 精品化创作可“以少胜多”

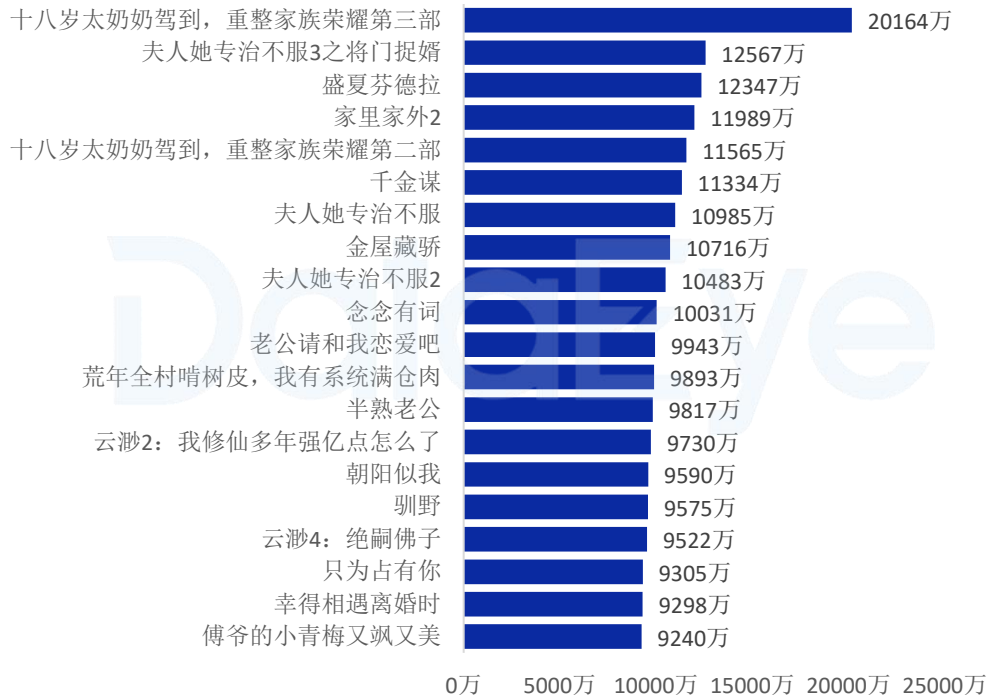
- DataEye-ADX数据显示，从上榜短剧数来看，西安秋元（169部）、天桥（128部）和重庆四月联盟（117部）包揽TOP3，均是年度“高产王”。
- 从上榜次数来看，西安秋元影视、吾里文化和于今无量上榜数并列第一，均达到317次。
- 部分合作方上线短剧数不多，但上榜次数极高，体现“少而精”的爆款逻辑。于今无量凭借31部，共登上红果热榜日榜TOP30次数达317次；听花岛凭借41部短剧登榜316次。
- 可见，在微短剧行业，内容质量与爆款打造能力才是核心竞争力。即便是单部或少数优质作品，也能凭借强劲热度在各大热榜中实现高频次突围。

注：本统计仅针对DataEye红果热榜的日榜情况，上榜次数是指关联短剧登上DataEye红果热榜的次数，不仅仅指登上日榜TOP30的次数。

Source: DataEye-ADX行业版

Date Range: 2025.1.1-2025.12.31

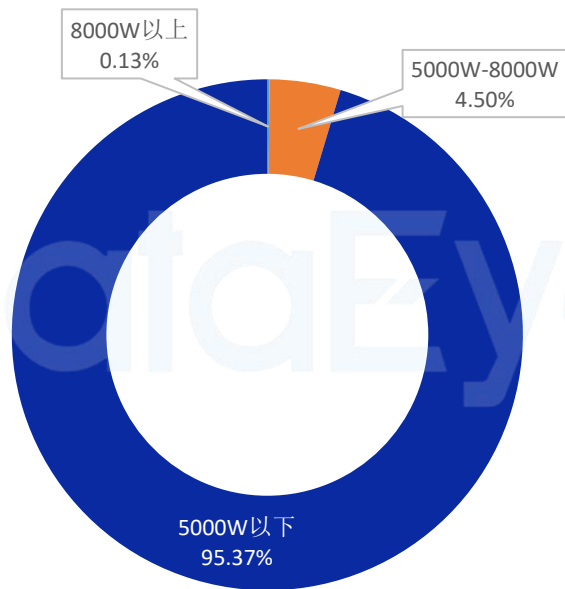
## 四 1-12月红果短剧：热度峰值TOP20



## 《十八岁太奶3》强势突围 热度分层悬殊

- 以红果日榜最低上榜热度5400W为界限，共有915部微短剧最高热度峰值超5400W。但仅有53部微短剧热度能够达到8000W以上，热度分层悬殊。2025年，红果热度峰值TOP20的微短剧均超9200W。
- 共有10部短剧热度峰值破亿，1部破2亿。2025年10月，听花岛旗下《十八岁太奶奶驾到，重整家族荣耀第三部》强势突围，上线首日热度超2亿，是年度热度最高的红果短剧。
- 从题材来看，“都市情感”提供情感寄托，“奇幻脑洞”满足“逃避现实 + 爽感”的双重诉求，“女性成长”呼应当下女性意识崛起的情绪价值。这类内容天然更易引发点击、互动，为热度攀升提供基础。

## 四 1-12月微短剧：红果热度峰值分布



## 仅118部短剧热度超7000W 听花岛9部微短剧破亿

- 从整体热度峰值分布来看，行业内容热度差距悬殊：超九成（95.37%）的微短剧热度峰值处于5000万以下区间，属于行业基础盘内容。
- 热度突破8000万的短剧仅53部，在全量作品中占比仅0.29%；而热度峰值超1亿的“现象级”短剧更是凤毛麟角，仅10部，占比低至0.02%。
- 全年热度破亿的10部短剧中，听花岛独占9席，剩余1席由马厰制片厂拿下。
- 10部热度过亿的短剧中有7部属于系列短剧，包括《十八岁太奶奶》系列，《夫人她专治不服》系列、《家里家外2》、《盛夏芬德拉》（《深情诱引》衍生篇）。这也印证了系列化内容在热度沉淀与用户转化上的显著优势。

# 感谢观看!

DataEye短剧观察



剧查查小程序



联系我们 免费试用  
ADX海外短剧版

