

2023-2029年中国短视频市场深度研究与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国短视频市场深度研究与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202308/21-549231.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

短视频即短片视频，是一种互联网内容传播方式，一般是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频传播内容。相比传统的图文，短视频不仅同样具有轻量化的特点，而且信息量大、表现力强、直观性好。人们利用碎片时间浏览短视频，并且通过弹幕、评论、分享进行社交互动，让短视频具备了病毒式传播潜力，大大增加了短视频影响力。

目前短视频已成为人们记录日常生活的重要工具，近年来中国短视频市场呈爆发式增长，截至2022年12月，中国短视频用户规模达10.12亿，首次突破十亿大关，较2021年增长6000万以上，使用率高达94.8%。短视频已成为仅次于即时通信的第二大网络应用。融资方面，短视频投资逐步审慎化。2017年至2021年短视频行业投资事件从127起逐渐减少至34起，投资金额从57.72亿元增加至191.77亿元。2022年上半年投资事件9起，同比减少30.77%；投资金额为8.49亿元，同比减少94.93%。

竞争格局方面，短视频领域抖音快手两强格局稳定，二三梯队洗牌。快手极速版和抖音极速版快速上升，从第三梯队升至第二梯队。此外西瓜视频、快手极速版、微视位于第二梯队。好看视频、爱奇艺随刻、刷宝、优哩视频位于第三梯队。

近年来，短视频行业乱象横生，国家加强了监管，出台了一系列政策及法规，涵盖内容管理、平台治理、从业人员、服务算法、账号管理、广告、税收、语言文字、反食品浪费等全领域各环节。短视频进入强监管阶段，打击违法违规短视频行为，引导短视频行业健康发展。2022年4月15日，网信办发布开展“清朗”整治网络直播、短视频领域乱象专项行动的通知，中央网信办、国家税务总局、国家市场监督管理总局自即日起，开展为期两个月的“清朗”整治网络直播、短视频领域乱象专项行动。

短视频更具吸引力及节省时间，已成为娱乐的主要形式。目前，主要网络平台正提供财务补贴及用户流量，以刺激优质短视频的制作，提高短视频整体质量及吸引力，进一步增加用户粘性，推动短视频行业发展。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国短视频市场深度研究与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了短视频的定义、平台类型、产业链以及国内行业发展环境等，接着详细分析了国内短视频行业发展情况，并分析了短视频行业运行模式以及短视频广告发展情况。随后，报告对国内短视频行业重点企业发展状况、行业经典案例以及投资情况进行了详细分析。最后，报告对中国短视频行业发展趋势及前景做出了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对短视频行业有个系统深入的了解、或者想投资短视频相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 短视频行业相关概述

1.1 短视频相关介绍

1.1.1 短视频定义

1.1.2 短视频平台介绍

1.1.3 短视频和传统视频的区别

1.1.4 短视频行业发展驱动因素

1.2 短视频行业产业链分析

1.2.1 产业链综述

1.2.2 内容生产方

1.2.3 内容分发平台

1.2.4 内容制作方

第二章 2021-2023年短视频行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 宏观经济概况

2.1.2 固定资产投资

2.1.3 服务经济分析

2.1.4 宏观经济展望

2.2 社会环境

2.2.1 社会消费规模分析

2.2.2 居民文化消费情况

2.2.3 文化产业蓬勃发展

2.2.4 网络视频发展迅速

2.3 人口环境

2.3.1 人口规模与构成

2.3.2 人口结构特征分析

2.3.3 城镇化发展进程

2.3.4 城镇化发展新阶段

2.4 互联网环境

2.4.1 互联网基础资源

2.4.2 用户规模与结构

2.4.3 互联网接入环境

第三章 2021-2023年短视频行业发展分析

3.1 短视频发展属性及行业驱动力分析

3.1.1 短视频的文化传播属性

3.1.2 短视频的生活情感属性

3.1.3 短视频的人文故事属性

3.1.4 短视频行业发展的驱动力

3.2 2021-2023年短视频行业运行状况分析

3.2.1 行业发展阶段

3.2.2 行业发展规模

3.2.3 行业发展形势

3.2.4 用户规模分析

3.3 2021-2023年短视频行业的发展生态分析

3.3.1 消费端

3.3.2 供给端

3.3.3 内容端

3.3.4 平台端

3.4 2021-2023年短视频市场用户分析

3.4.1 用户渗透率分析

3.4.2 短视频用户结构

3.4.3 用户月活量分析

3.4.4 短视频用户偏好

3.5 短视频行业发展问题

3.5.1 内容生产问题

3.5.2 运营问题分析

3.5.3 侵权问题分析

3.6 短视频行业发展建议

3.6.1 短视频版权治理路径

3.6.2 短视频平台运营建议

3.6.3 短视频内容生产对策

第四章 短视频行业运行模式分析

4.1 短视频行业盈利模式分析

4.1.1 广告盈利模式分析

4.1.2 电商变现模式分析

4.1.3 付费盈利模式分析

4.1.4 IP运营盈利模式分析

4.2 短视频内容生产模式分析

4.2.1 用户原创内容分析

4.2.2 专业内容生产分析

4.2.3 规模化生产模式分析

4.3 “直播+短视频”发展模式分析

4.3.1 协同发展模式概述

4.3.2 同平台模式分析

4.3.3 同生态系统模式分析

4.3.4 平台副业模式分析

第五章 2021-2023年短视频营销市场发展分析

5.1 短视频营销市场发展概述

5.1.1 短视频营销类别

5.1.2 短视频营销价值和特征

5.1.3 短视频营销发展状况

5.2 2021-2023年短视频营销市场发展驱动力分析

5.2.1 政策驱动分析

5.2.2 技术驱动分析

5.2.3 广告商预算增长

5.2.4 内容制作方推动

5.3 2021-2023年短视频营销产业链发展分析

5.3.1 短视频营销产业图谱

5.3.2 广告主运营模式分析

5.3.3 平台商业化布局情况

5.3.4 内容方转型情况分析

5.4 2021-2023年短视频广告发展情况分析

- 5.4.1 短视频广告发展状况
- 5.4.2 短视频广告发展优势
- 5.4.3 短视频广告发展趋势
- 5.5 典型短视频营销模式解析
- 5.5.1 抖音短视频营销模式
- 5.5.2 快手短视频营销模式
- 5.5.3 Instagram广告模式
- 5.5.4 微博信息流广告模式

第六章 2020-2023年短视频行业重点企业发展状况分析

6.1 陌陌科技公司（Momo, Inc.）

- 6.1.1 企业发展概述
- 6.1.2 主要业务分析
- 6.1.3 2021年企业经营状况分析
- 6.1.4 2022年企业经营状况分析
- 6.1.5 2023年企业经营状况分析

6.2 北京新片场传媒股份有限公司

- 6.2.1 企业发展概述
- 6.2.2 短视频业务分析
- 6.2.3 经营效益分析
- 6.2.4 业务经营分析
- 6.2.5 财务状况分析
- 6.2.6 商业模式分析
- 6.2.7 核心竞争力分析
- 6.2.8 风险因素分析

6.3 芒果超媒股份有限公司

- 6.3.1 企业发展概况
- 6.3.2 经营效益分析
- 6.3.3 业务经营分析
- 6.3.4 财务状况分析
- 6.3.5 核心竞争力分析
- 6.3.6 未来前景展望

6.4 北京字节跳动科技有限公司

6.4.1 企业基本信息简介

6.4.2 企业产品业务分析

6.4.3 企业竞争优势分析

6.4.4 抖音平台发展分析

6.5 云想科技控股有限公司

6.5.1 企业发展概述

6.5.2 主要业务发展

6.5.3 2021年企业经营状况分析

6.5.4 2022年企业经营状况分析

6.5.5 2023年企业经营状况分析

6.6 快手科技

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 业务发展分析

6.6.3 商业模式分析

6.6.4 2021年企业经营状况分析

6.6.5 2022年企业经营状况分析

6.6.6 2023年企业经营状况分析

6.7 百度好看视频

6.7.1 平台发展状况

6.7.2 平台发展优势

6.7.3 未来发展方向

第七章 2021-2023年短视频行业经典案例分析

7.1 Papi酱

7.1.1 Papi酱概况

7.1.2 内容模式分析

7.1.3 运营策略分析

7.1.4 生态变化分析

7.1.5 运营手法分析

7.2 二更视频

7.2.1 二更概况

- 7.2.2 视频内容分析
- 7.2.3 5W模式分析
- 7.2.4 运营策略分析
- 7.3 “一条”视频
- 7.3.1 “一条”概况
- 7.3.2 精品内容定位
- 7.3.3 盈利模式分析
- 7.3.4 营销推广模式
- 7.3.5 文化内涵分析
- 7.4 看看新闻Knews
- 7.4.1 看看新闻Knews概况
- 7.4.2 主要传播渠道分析
- 7.4.3 硬新闻的短视频探索
- 7.4.4 电视硬新闻的融合策略

第八章 短视频行业投资现状与机遇分析

- 8.1 2021-2023年短视频行业资本运作情况
- 8.1.1 行业投融资形势
- 8.1.2 市场投资动态分析
- 8.1.3 资本扶持内容创作
- 8.2 2023-2029年短视频行业投资机遇分析
- 8.2.1 行业发展机遇分析
- 8.2.2 垂直领域投资机遇
- 8.2.3 内容制作方发展机遇

第九章 2023-2029年短视频行业发展趋势及前景展望

- 9.1 短视频行业发展趋势分析
- 9.1.1 整体发展态势良好
- 9.1.2 市场竞争格局趋势
- 9.1.3 与电商合作发展趋势
- 9.2 短视频行业发展前景展望
- 9.2.1 内容消费泛在化

- 9.2.2 智能化生产力增强
- 9.2.3 交互深入创制环节
- 9.2.4 内容体验创新升级

图表目录

- 图表 国内短视频平台分类介绍
- 图表 短视频平台与传统视频网站对比分析
- 图表 短视频行业生态系统示意图
- 图表 短视频主要内容制作方对比分析
- 图表 短视频主要内容分发平台对比分析
- 图表 短视频MCN运作模式
- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2021年年末人口数及其构成
- 图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数
- 图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅
- 图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 2022年居民消费价格主要数据
- 图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率
- 图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速
- 图表 2022年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2021年三次产业投资占固定资产投资
- 图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据
- 图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度
- 图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表 2019-2021年中国互联网基础资源对比

图表 2014-2021年中国IPv6地址数量

图表 2014-2021年中国IPv4地址资源变化情况

图表 2014-2021年中国国际出口带宽及增长率

图表 2016-2021年中国网民规模和互联网普及率

图表 2016-2021年手机网民规模及其占网民比例

图表 2021年中国网民城乡结构

图表 2016-2021年城乡互联网普及率

图表 2021年互联网络接入设备使用情况

图表 2017-2021年100M以上宽带用户占比

图表 2014-2021年光纤宽带用户规模及占比

图表 2018-2021年蜂窝物联网终端用户数

图表 短视频行业阶段

图表 2017-2021年中国短视频行业市场规模

图表 2016-2021年短视频市场用户规模及使用率

图表 短视频内容创作发展方向

图表 2019-2021年中国泛娱乐行业用户渗透率

图表 2019-2021年中国泛娱乐用户月人均使用时长

图表 2021年中国短视频行业性别分布

图表 2021年中国短视频行业年龄分布

图表 2021年中国短视频行业城市分布

图表 短视频平台活跃用户规模Top10

图表 短视频平台直播电商布局历程

图表 淘宝、快手、抖音直播电商对比

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202308/21-549231.html>