

2024年微短剧 买量投流数据报告

大盘

榜单

研判

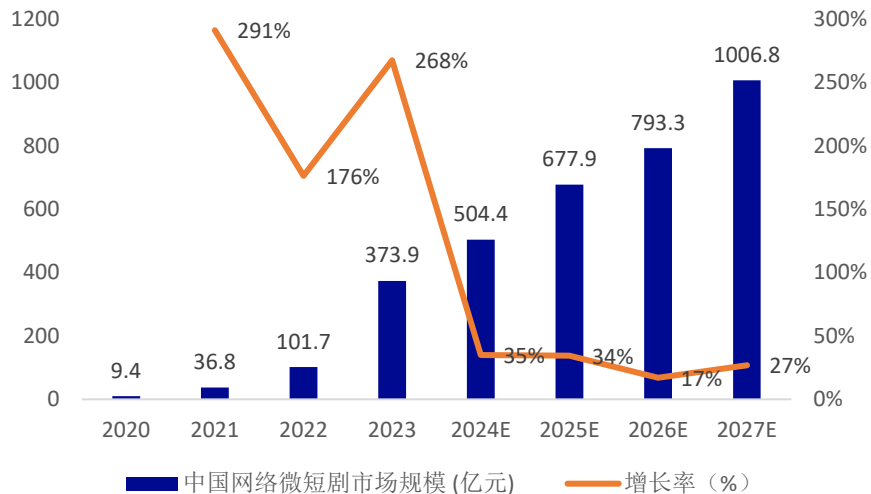
55%

一、市场规模



短剧市场规模

2020-2027年中国微短剧市场规模及预测

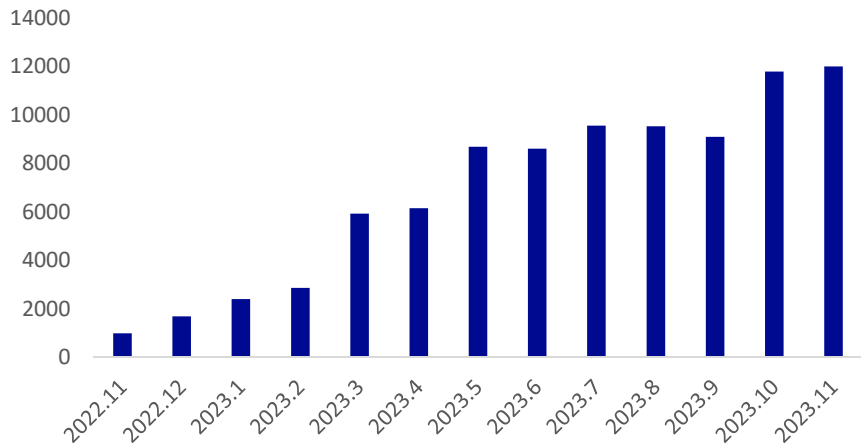


2023年市场规模373.9亿元 预计2024年超500亿元

- 据艾媒咨询预测，2023年中国微短剧市场规模达373.9亿元，同比上升267.65%，预计2024年市场规模超500亿元，2027年超1000亿元；
- 微短剧市场规模=用户付费+广告+平台分账，2023年付费短剧规模为207.4亿，广告规模约158亿，分账短剧规模约8亿元；
- 横向对比，2023年中国电影总票房549.15亿元 (YoY+83.5%)，短剧市场规模已接近电影市场规模的70%。

一 短剧用户规模

2022-2023 年 11 月短剧应用行业活跃用户规模
(万)



短剧用户活跃规模达1.2亿 抖音活跃用户规模居首位

- 短剧用户规模：QuestMobile数据显示，2023年10月和11月期间，短剧应用的用户规模呈井喷式增长，从2022年11月的9000万量级跃升至1.2亿，同比增长1125.84%；
- 短剧用户的渠道分布：QuestMobile数据显示，23年11月抖音小程序活跃用户规模数达8324万，远超APP 3196万和微信小程序1229万的活跃用户规模。

短剧行业发展阶段

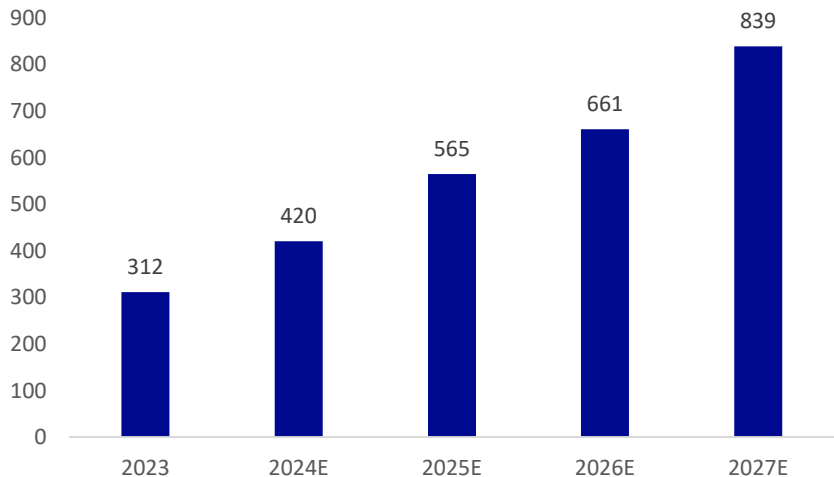


行业进入多元化发展阶段 短剧逐渐走向精品化

- 萌芽阶段 (2018-2019年)：长视频平台 (爱优腾芒) 率先布局, 短视频平台 (抖音、快手) 接续跟进;
- 平台短剧发展阶段 (2020-2022年)：微短剧纳入监管体系, 各视频平台相继推出激励计划;
- 多元化发展阶段 (2023年至今)：小程序短剧崛起、独立APP涌现, 影视大厂纷纷入局参与短剧制作, 短剧逐渐向精品化发展。

短剧投流规模

中国网络微短剧市场投流规模预估（亿元）

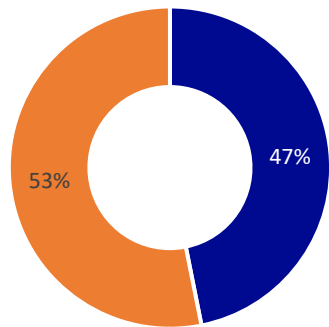


2023年投流规模超300亿元 预计2024年超400亿元

- DataEye预测，2023年中国微短剧投流规模预计达312亿元，2024年投流规模约420亿，2027年超830亿元；
- 2023年微短剧投流市场经历了先暴涨、后下滑，再趋于平稳三个阶段；
- 2023年年初短剧日耗3000万元左右，端午突破6000万，9月6000万左右，国庆峰值超1亿元，11月来受监管影响，上干部违规短剧被禁投，短剧大盘出现下滑，随着监管风波逐渐消退，今年以来，短剧大盘趋于稳定，但监管仍是影响短剧投流消耗的最大因素。

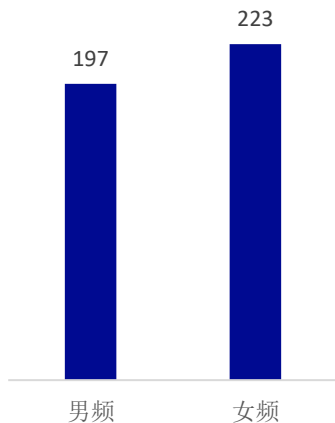
男女频投流规模

2024年男女频热力值占比



■ 男频 ■ 女频

2024年男女频投流规模预估（亿元）

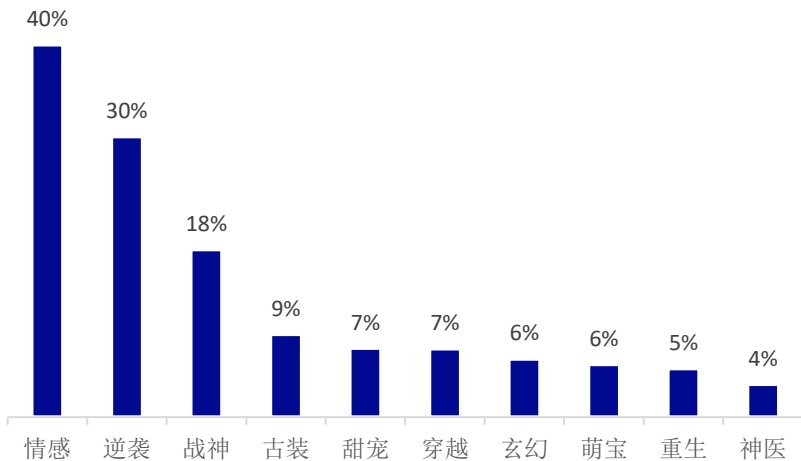


预计2024年男频投流规模197亿，女频223亿

- 根据DataEye短剧热力值数据，2024年男女频赛道热力值占比近乎平分秋色，由此我们推断男女频投流规模相当，女频略胜一筹；
- DataEye预计，2024年男频短剧投流规模约197亿，女频约223亿；
- 单纯的男女频能够辐射的用户相对有限，目前男女频的界限不再泾渭分明，不少热门短剧并没有刻意区分男女频品类，比如《双骄夫妇》《裴总每天都想父凭子贵》等短剧同时面向男女用户。

一 细分题材投流规模

2024年细分题材投流占比（%）



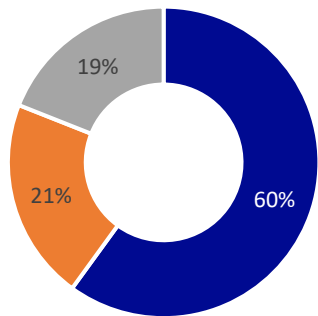
注：细分题材有重合，同一部短剧可能涉及多个题材

情感、逆袭、战神最吸量 萌宝、古装、玄幻崭露头角

- 根据DataEye短剧热力值数据，情感、逆袭、战神包揽热投细分题材榜TOP3，投流热度遥遥领先，古装、甜宠位列第四、第五；
- 传统爆款题材逆袭、战神，题材相对安全的情感、甜宠依然是投流主力军，萌宝、古装、玄幻、穿越等题材也开始崭露头角。

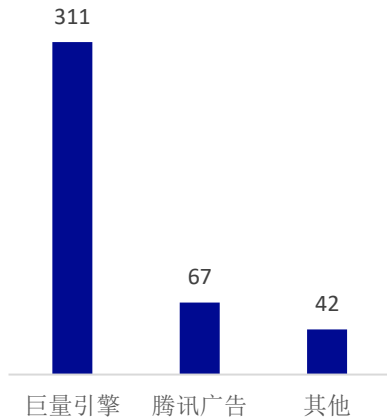
媒体平台投流规模

2024年媒体平台素材量占比



■ 巨量引擎 ■ 腾讯广告 ■ 其他

2024年媒体平台投流规模预估（亿元）



巨量引擎投流规模超300亿 腾讯广告超60亿

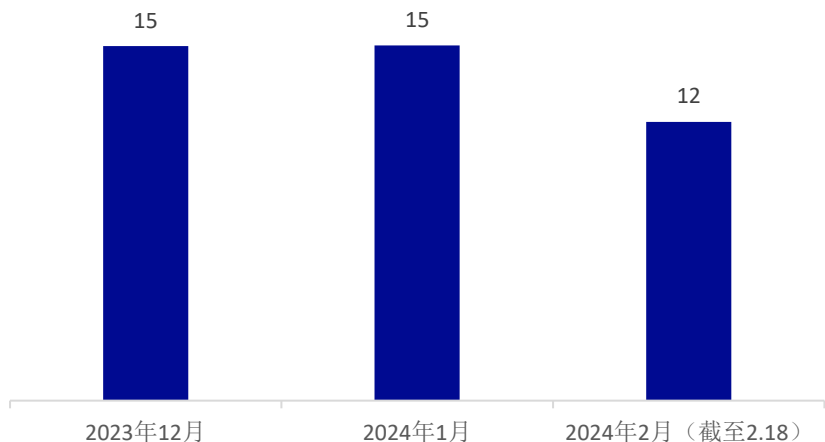
- 根据DataEye短剧数据，按平台素材量分析，巨量引擎是短剧投流素材第一大平台，2024年以来素材量占比约6成，腾讯广告约占2成，其他媒体平台占2成左右；
- 按投流消耗占比分析，巨量引擎是短剧投流消耗第一大平台，2024年以来投流消耗约占74%，腾讯广告约占16%，其他媒体平台约占10%；
- DataEye预计，2024年巨量引擎投流规模超300亿，腾讯广告超60亿，其他媒体平台约40亿。

二、投放总览



短剧热力值消耗概况

短剧热力值（亿）



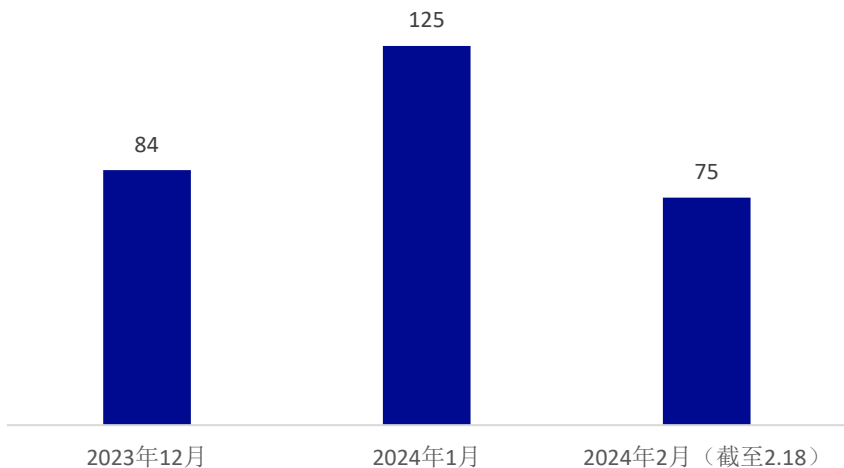
注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的短剧

大盘热力值趋于稳定 春节档消耗有所提升

- 2024年1月，国内短剧大盘消耗约15亿元，与23年12月基本持平，2024年2月1日至18日，短剧大盘消耗接近12亿，预计2月大盘消耗接近20亿；
- 2024年以来，短剧大盘消耗趋于稳定，平均每天消耗约5000万元，2月以来，由于赶上春节档，平均日耗约6500万。
- 注：热力值是根据短剧在统计时间内抖音爆量素材、关联素材数、关联计划数等指标，按自有算法模型计算得出，反映其在媒体投放市场消耗的火热程度

短剧投放素材量概况

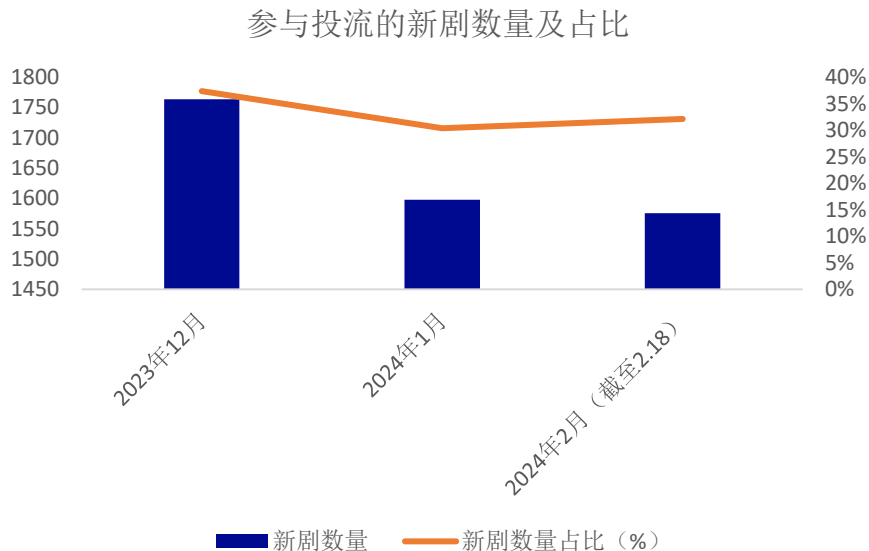
短剧投放素材数（万）



2024年去重素材超200万 环比大幅增长

- 2024年国内短剧投放素材量（去重）超200万组，其中1月投放素材量约125万组，环比大幅增长49%，2月1日至18日投放素材量约75万组；
- 短剧素材膨胀的因素包括：
 - ①新剧上线推高投放量；
 - ②行业内卷、套路严重，单条素材易失效，需不断“堆素材”尝试，素材使用效率不高。

参与投流的新剧数量及占比

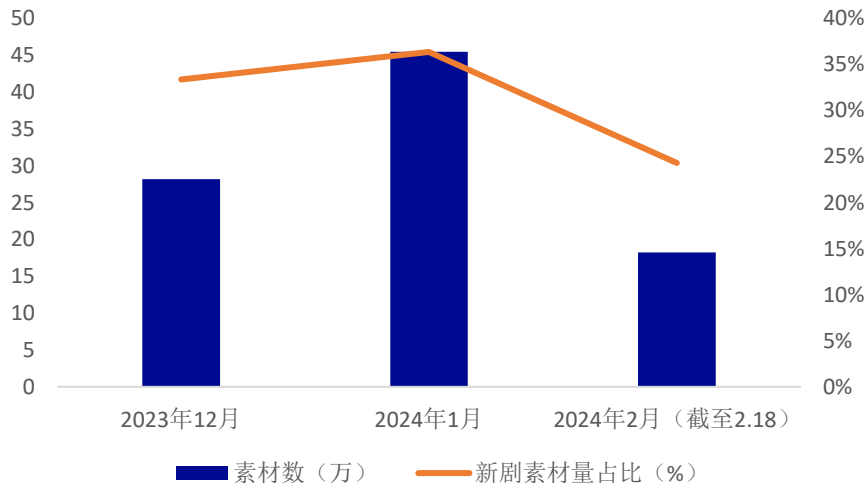


2024年参与投流的新剧超3000部 新剧约占三成

- 2024年以来，国内短剧市场上线新剧超3000部，其中1月有1500多部新剧上线，新剧占比30%，较23年12月下滑近10%，主要由于部分出品方为了筹备春节档，有意囤剧不发；
- 2月1日至18日有1500多部新剧上线，新剧占比30%，预计2月新剧上线数量将突破2000部。

新剧投放素材量概况

新剧投放素材量及占比

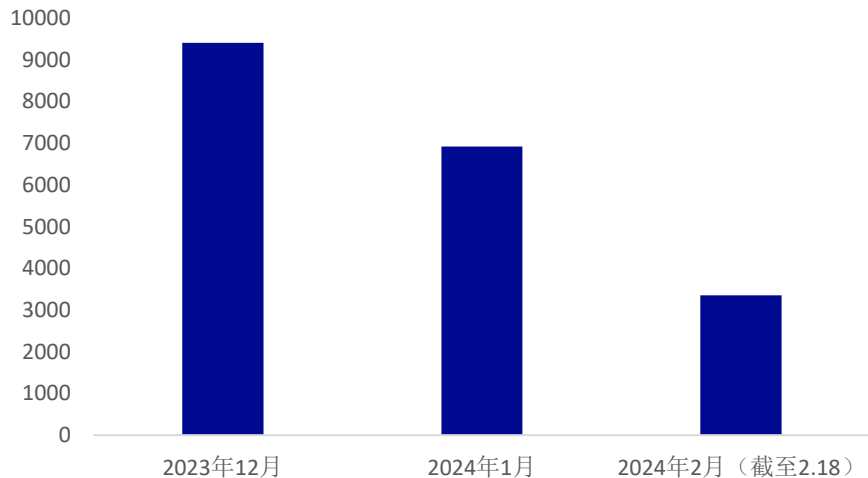


2024年新剧去重素材超60万 新剧贡献约3成素材量

- 2024年国内新剧投放素材量（去重）超60万组，其中1月素材量约45万组，较23年12月大幅激增60%，2月1日至18日投放素材量约18万组；
- 新剧贡献约3成素材量：1月新剧素材量占比达36%，2024年2月1日至18日新剧素材量占比略有下滑，但也达到24%。

新剧热力值消耗概况

上榜新剧热力值（万）



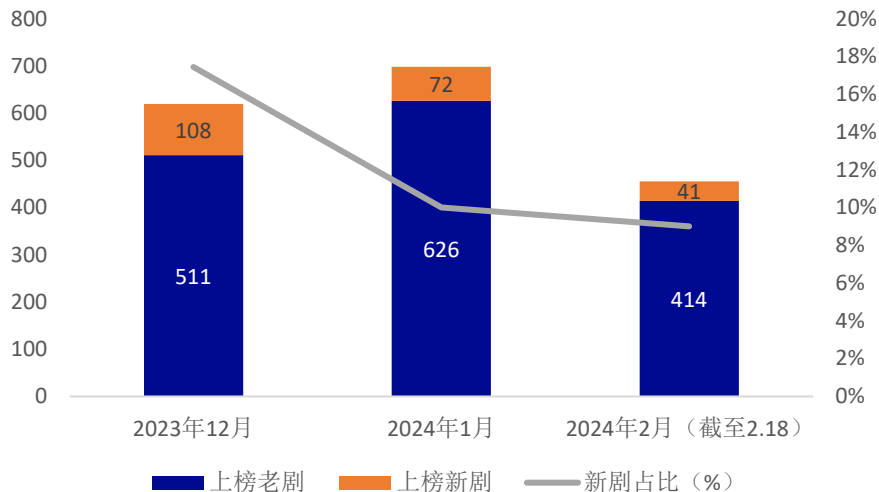
注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的新剧

2024年新剧月消耗持续下滑 1月消耗7000万

- 2024年1月，上榜新剧月消耗约7000万，较23年12月下降26%，主要由于1月上榜新剧数量下降3成；2024年2月1日至18日，上榜新剧总消耗超3300万，不及1月的50%；
- 2024年春节档（2.10-2.17），20部上榜新剧总消耗超1500万，日均消耗仅250万；主要由于春节档电影市场火爆（票房超80亿），一定程度上挤占了短剧市场空间，此外部分短剧主动撤出春节档，选择了延期上线。

上榜新剧数量及占比

上榜新剧数量及占比

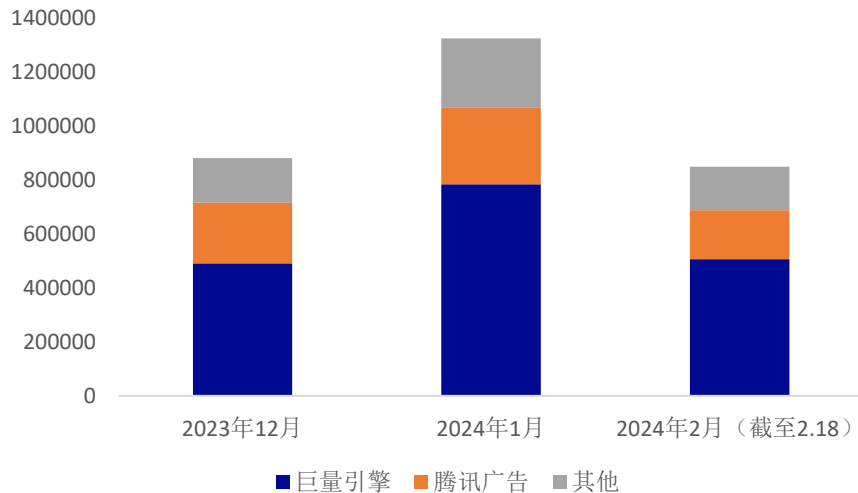


新剧上榜数量出现下滑 新剧占比跌至10%以下

- 2024年1月上榜新剧72部，较23年12月下降三成，新剧占比约10%，较12月下降7个百分点；2024年2月1日至18日，上榜新剧41部，新剧占比约9%；
- 1、2月上榜新剧数量下滑主要由于新剧上线数量下降，部分出品方为了备战春节档，有意将短剧囤到春节档。

短剧投放媒体平台

短剧投放媒体平台

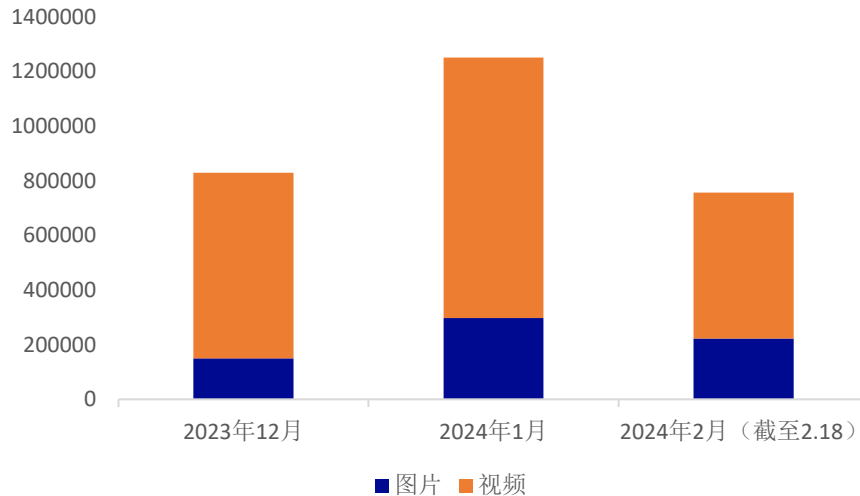


媒体平台占比趋于稳定 巨量引擎6成，腾讯广告2成

- 2024年以来，短剧投放媒体平台趋于稳定，TOP2媒体平台为巨量引擎和腾讯广告，其中约6成素材投向巨量引擎，约2成素材投向腾讯广告，其他媒体平台占比在2成左右；
- 巨量引擎主投抖音和穿山甲联盟，两大渠道合计素材占比超75%，腾讯广告主投优量广告，两大平台均主投下沉市场的聚合媒体。

短剧投放素材类型

短剧投放素材类型

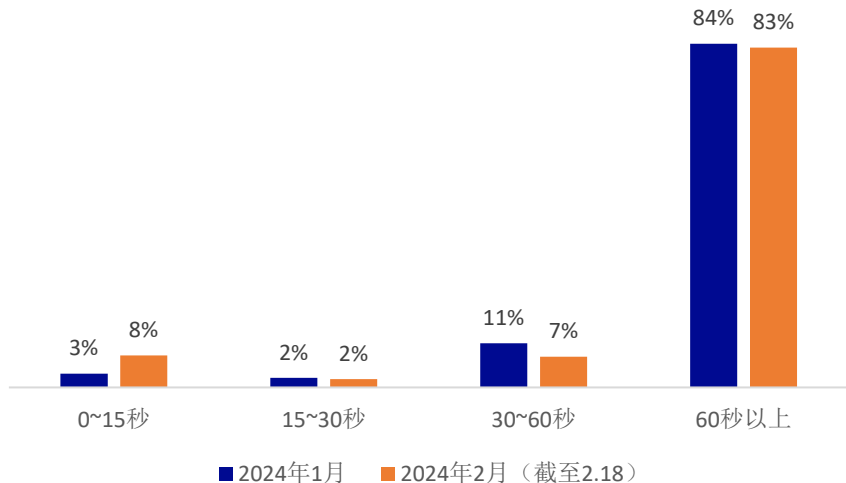


视频占比超70%仍是主流 图片素材占比大幅提升

- 视频素材依然是短剧素材的主流，占比超过70%，图片素材占比不足30%；
- 图片素材在2024占比明显增长，2月1日至18日图片素材占比接近30%，而在23年12月仅占18%，图片素材制作成本低，符合降本增效态势；
- 图片投放渠道主要为音乐平台（酷狗音乐、QQ音乐、QQ阅读）、小说平台（番茄小说、QQ阅读）以及综合网站（腾讯新闻、今日头条）等。

短剧视频素材时长分布

2024年1-2月短剧视频素材时长分布



短剧创意“不小” 8成素材超60秒以上

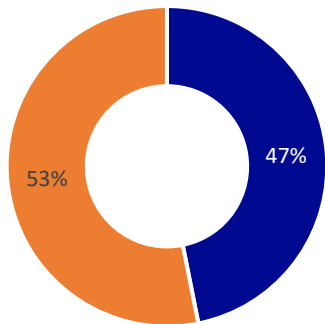
- 受短剧属性影响，2024年1-2月，短剧投放视频素材时长占比最高的是60秒以上的，占比超80%，其次是30~60秒，占比在10%左右。

三、热门题材



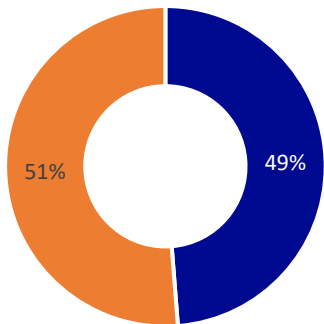
男女频投放热力值

2024年男女频热力值占比



■ 男频 ■ 女频

2024年男女上榜数量占比



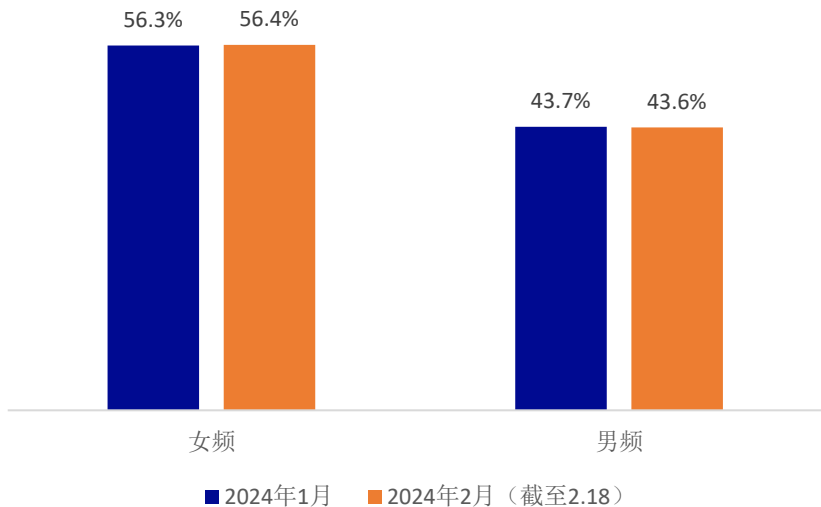
■ 男频 ■ 女频

男女频投流热度相当 女频爆款数量多于男频

- 2024年男女频短剧热力值占比接近平分秋色，女频略胜一筹，主要由于女频爆款数量激增（女频上榜493部，男频469部）；
- 今年来，女频爆款层出不穷，如《厉总，你找错夫人了》《对不起我爱你》《长公主她不装了》等，热力榜TOP10女频数量明显多于男频；
- 2023年下半年以来，由于女频作品吸金强劲，部分专注男频赛道的玩家也开始入局女频。

男女频投放素材量

2024年1-2月男女频投放素材量占比

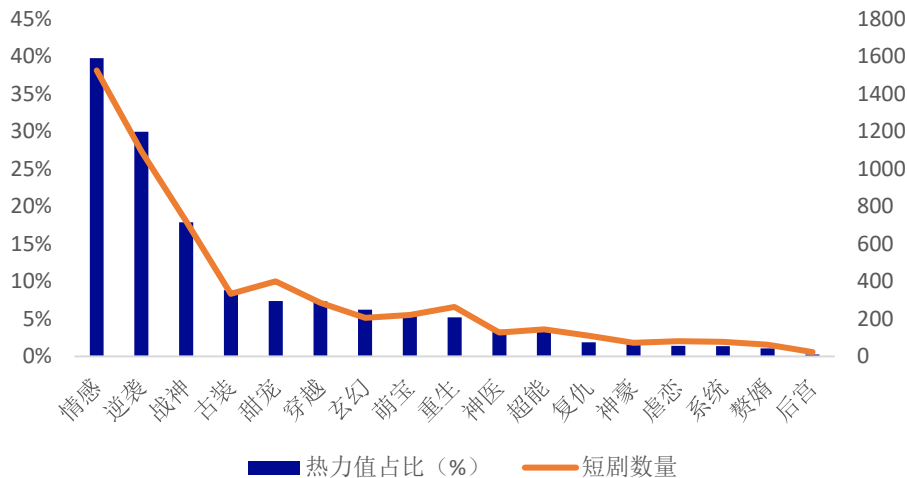


男女频素材量占比4.5:5.5 女频素材量占比攀升

- 2024年，男女频素材量占比接近4.5:5.5，女频素材量占比领先约12个百分点；
- 相较2023年，女频素材占比进一步提升，主要由于女频短剧数量大幅激增；
- 2023年，由于男频题材风险度较高（如神豪、首富等），女频题材相对安全（如甜宠、萌宝等），男女频创作比例由7:3跃升至5:5，女频短剧数量与男频不相上下。

细分题材投放热力值

2024年细分题材热力值占比及短剧数量



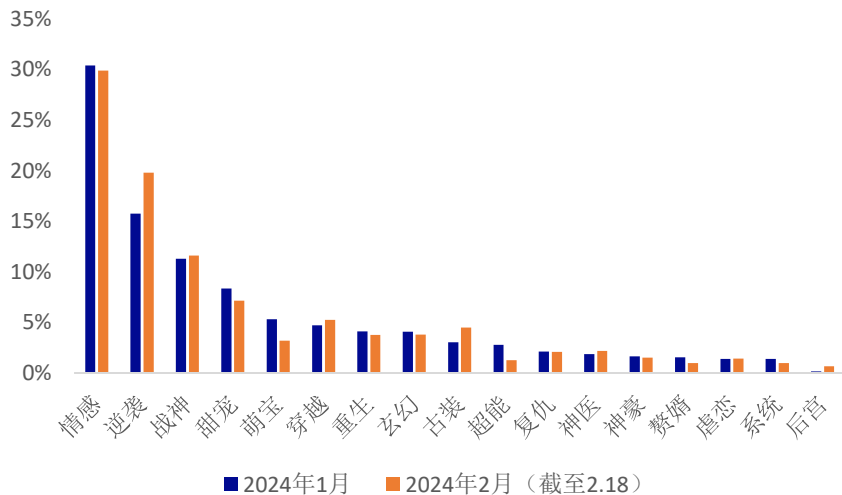
注：细分题材有重合，同一部短剧可能涉及多个题材

情感、逆袭、战神包揽TOP3 赘婿、神豪跌出TOP10

- 2024年以来，情感、逆袭、战神包揽热投细分题材榜TOP3，投流热度遥遥领先，古装、甜宠位列第四第五，此前火爆的赘婿、神豪题材热度跌出TOP10；
- 情感是【女频】最热门的细分题材，甜宠、萌宝投流热度也靠前，【男频】中逆袭、战神题材投流热度较高，古装、穿越、玄幻题材在男女频均有出现，男频占比相对更高。

细分题材投放素材量

2024年1-2月细分题材投放素材量占比



情感、逆袭、战神占比过半 逆袭、古装增长较快

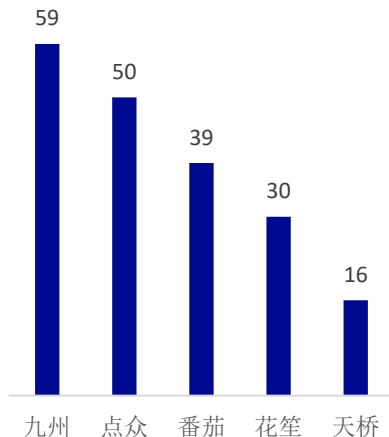
- 2024年以来，情感、逆袭、战神稳居素材榜TOP3，三大题材占据半数以上的素材量，甜宠位列第四；
- 2023年2月，逆袭和古装两大细分题材增长较快。

男频题材盘点

男频热力值TOP5
单位：万



男频上榜数量TOP5



九州、点众位列第一梯队 小说和MCN机构优势明显

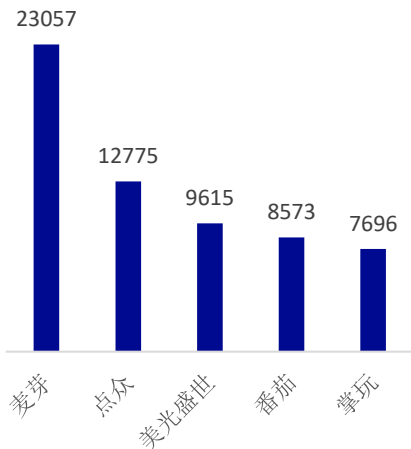
- 从热力值来看，九州、点众、麦芽、山海和花笙包揽男频TOP5，九州、点众位列第一梯队，热力值领先；
- 从上榜数量来看，九州、点众产量最高，上榜数量均超过50，番茄和花笙超30；
- 从公司背景来看，TOP5上榜公司有3家小说平台（点众、花笙、番茄）、1家MCN（麦芽），只有2家（九州、天桥）没有太多背景，但九州入局短剧时间较早。小说平台拥有网文IP资源，MCN有网红和KOL资源，且两者均擅长投流，转行做短剧优势明显。

男频短剧热力榜TOP20

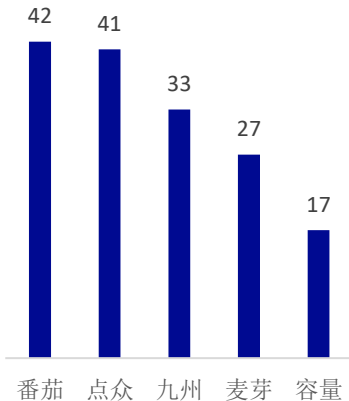
排名	短剧名	排名	短剧名
1	《长风踏歌》	11	《我无敌，你随意》
2	《归来之豪门风云》	12	《仙之巅》
3	《裴总每天都想父凭子贵》	13	《诛神》
4	《双骄夫妇》	14	《暗冥神子》
5	《龙年大吉之衣锦还乡》	15	《家和万事兴》
6	《如此神秘的他》	16	《巅峰歌神》
7	《炼气十万年》	17	《审判》
8	《商界制霸：暗星崛起》	18	《憋厨历险记》
9	《九龙天帝》	19	《仙二代的日常生活》
10	《教父》	20	《开挂，魔幻手机直通未来》

女频题材盘点

女频热力值TOP5
单位：万



女频上榜数量TOP5



麦芽作品最热，番茄最高产 TOP5背景更为多元化

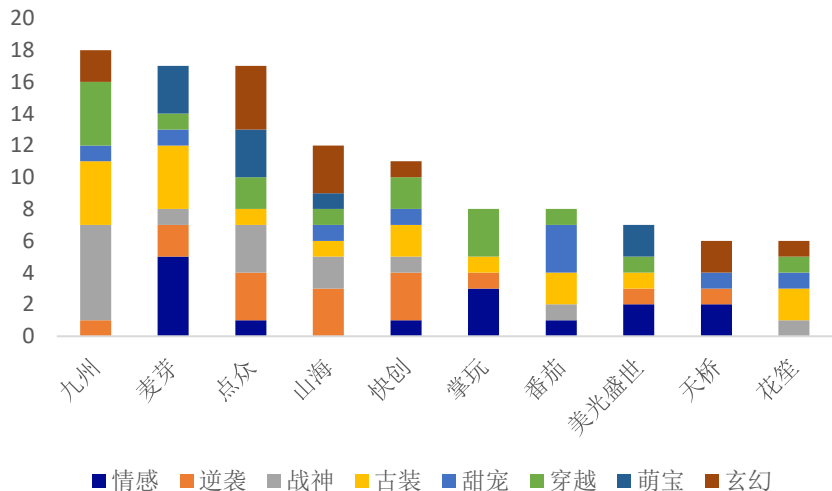
- 从热力值来看，麦芽、点众、美光盛世、番茄和掌玩包揽女频TOP5，麦芽热力值遥遥领先，堪称女频之王；
- 从上榜数量来看，番茄、点众上榜数量均超过40，九州次之，麦芽热力值领衔但产品数量仅位列第四；
- 从公司背景来看，TOP5上榜公司背景更为多元化，既有MCN（麦芽）、小说平台（点众、番茄），也有大厂参股公司（美光盛世），较早布局短剧的容量、九州，以及与咪蒙密切合作的投流公司掌玩。

女频短剧热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《厉总，你找错夫人了》	11	《穆兰传奇》
2	《对不起我爱你》	12	《我在八零年代当后妈》
3	《长公主她不装了》	13	《女王》
4	《裴总每天都想父凭子贵》	14	《又是一年除夕夜》
5	《乘风破浪的婚姻》	15	《无法割舍的爱》
6	《我最亲爱的》	16	《萌宝神助攻，爹地哪里逃》
7	《双骄夫妇》	17	《摊牌了，我的五个哥哥是大佬》
8	《总裁夫人又美又飒》	18	《偏爱王牌千金》
9	《雪落下的声音》	19	《世界对我温柔以待》
10	《如此神秘的他》	20	《离婚后三个大佬都要娶我》

热门细分题材盘点

热门题材上榜数量TOP10



注：此处统计了热门细分题材热力榜TOP20的短剧

头部选手题材多元 九州偏男频、麦芽偏女频

- 头部玩家题材呈现多样化的趋势，没有拘泥于单一的题材，同时各家有相对擅长的题材；
- 九州擅长男频，在战神、古装和穿越赛道表现优异，麦芽擅长女频，在情感、古装和萌宝等题材表现突出，点众相对均衡，在玄幻、逆袭、战神、萌宝等题材均表现不错；山海擅长玄幻、逆袭、战神，快创擅长逆袭、古装、穿越题材；
- 热门题材热力榜TOP20，九州、麦芽和点众上榜短剧数量包揽TOP3，且三家不相上下，山海、快创位列第四第五。

情感题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《厉总，你找错夫人了》	11	《无法割舍的爱》
2	《对不起我爱你》	12	《萌宝神助攻，爹地哪里逃》
3	《裴总每天都想父凭子贵》	13	《摊牌了，我的五个哥哥是大佬》
4	《乘风破浪的婚姻》	14	《偏爱王牌千金》
5	《我最亲爱的》	15	《离婚后三个大佬都要娶我》
6	《总裁夫人又美又飒》	16	《等风吻你》
7	《雪落下的声音》	17	《美人在八零》
8	《如此神秘的他》	18	《少帅夫人有点野》
9	《我在八零年代当后妈》	19	《眼前人，心上人》
10	《又是一年除夕夜》	20	《憨厨历险记》

三 逆袭题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《长风踏歌》	11	《爸爸，有人冒充我》
2	《归来之豪门风云》	12	《美人在八零》
3	《双骄夫妇》	13	《暗冥神子》
4	《炼气十万年》	14	《家和万事兴》
5	《商界制霸：暗星崛起》	15	《巅峰歌神》
6	《女王》	16	《仙二代的日常生活》
7	《教父》	17	《家父镇北王》
8	《我无敌，你随意》	18	《绝世高人》
9	《千金归来之真千金她又美又飒》	19	《女儿狙击掉我商业帝国》
10	《仙之巅》	20	《繁花1997》

三 战神题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《长风踏歌》	11	《九州天龙》
2	《龙年大吉之衣锦还乡》	12	《皇》
3	《九龙天帝》	13	《奇门神王》
4	《我无敌，你随意》	14	《魔临》
5	《诛神》	15	《弃婚之龙帅逆袭》
6	《暗冥神子》	16	《凌天》
7	《审判》	17	《九龙》
8	《上海滩之龙凤会》	18	《权御天下》
9	《长生戒》	19	《并封帝尊》
10	《巅峰之都市隐龙》	20	《至尊神皇》

古装题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《长风踏歌》	11	《家父张二河》
2	《长公主她不装了》	12	《醉枕江山，这个皇子是老六》
3	《眼前人，心上人》	13	《开局退婚，尚书千金跪求复合》
4	《绝世狂箫》	14	《我在后宫操纵时间》
5	《剑破苍穹》	15	《九品县令》
6	《王妃千岁》	16	《我在古代当公主》
7	《折颜昭雪》	17	《休夫后，女帝崩溃了》
8	《娇娇王妃》	18	《凤掌九天》
9	《王妃今天休夫了吗》	19	《大庆五皇子》
10	《青山依旧》	20	《大乾帝君》

三 甜宠题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《如此神秘的他》	11	《捡来的忠犬老公是亿万富翁》
2	《摊牌了，我的五个哥哥是大佬》	12	《傅总，夫人她是真千金！》
3	《世界对我温柔以待》	13	《吉祥三宝总裁爹地超宠妻》
4	《摊牌了，我的四个哥哥是顶级大佬》	14	《一念常惺》
5	《团宠千金，女儿我们回家》	15	《娇宠，年下总裁撩爆了》
6	《娇娇王妃》	16	《闪婚热恋进行时》
7	《我被盲眼老公宠上天》	17	《宠爱》
8	《替嫁新娘亿万老公宠上天》	18	《风起时见你》
9	《绝对倾心》	19	《权宠医妃》
10	《千亿弃妇，被三个大佬哥哥撑腰狂宠》	20	《重生后，她转身投入死对头怀抱》

三 穿越题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《穆兰传奇》	11	《醉枕江山，这个皇子是老六》
2	《我在八零年代当后妈》	12	《开局退婚，尚书千金跪求复合》
3	《美人在八零》	13	《回到逆子出生前之回档1991》
4	《家父镇北王》	14	《九品县令》
5	《繁花1997》	15	《我在古代当公主》
6	《穿越王妃想和离》	16	《我在民国当祖宗》
7	《娇娇王妃》	17	《开局九个仙女师傅》
8	《报告医妃，王爷他有读心术》	18	《大庆五皇子》
9	《王妃娘娘闯现代》	19	《大乾帝君》
10	《家父张二河》	20	《出道七年当明星》

三 玄幻题材热力榜TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	《炼气十万年》	11	《巾帼英雄小辣妈》
2	《仙之巅》	12	《仙帝归来》
3	《仙二代的日常生活》	13	《我用冥币统治妖异》
4	《绝世高人》	14	《我的弟子全是绝世高人》
5	《绝世狂萧》	15	《开局九个仙女师傅》
6	《剑破苍穹》	16	《我命不由天》
7	《重生之都市修仙》	17	《凡尘仙》
8	《否极泰来》	18	《吉星高照》
9	《老祖宗驾到》	19	《我在人间当玉帝》
10	《不负韶华》	20	《一剑开天》

三 萌宝题材热力榜TOP20

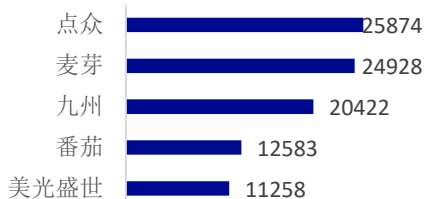
排名	短剧名	排名	短剧名
1	《又是一年除夕夜》	11	《超级萌宝之吉星高照》
2	《萌宝神助攻，爹地哪里逃》	12	《天降四宝：大佬爹地快投降》
3	《今时重逢不相识》	13	《罪妻难逃：爹地这个才是我妈咪》
4	《天降萌宝：怪力妈咪惹不起》	14	《吉祥三宝总裁爹地超宠妻》
5	《五年后大佬妈咪携宝飒翻全豪门》	15	《飒爽妈咪有钱又有颜》
6	《宝贝当家计划》	16	《我爹地叱咤风云》
7	《妈咪快跑，爹地追来了》	17	《天降萌宝，我妈咪医术超强》
8	《萌宝联盟：千亿爹地快投降》	18	《千金归来：她带着四宝惊艳全城》
9	《四年后她带萌宝惊艳全球》	19	《七宝闹龙年爹地妈咪好好爱》
10	《双宝来袭甜蜜的我们》	20	《恰如冬日暖阳》

四、活跃关联方

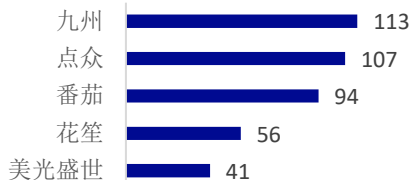


四 活跃关联方盘点

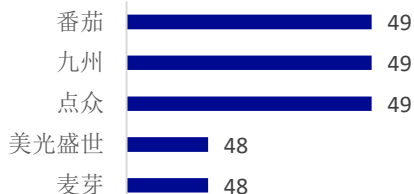
热力值TOP5



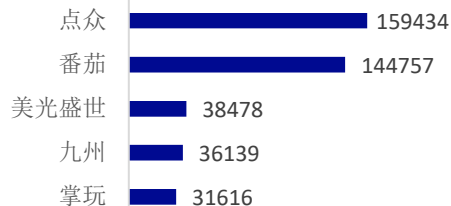
短剧数TOP5



上榜次数TOP5



投放素材量TOP5



点众、九州、麦芽最活跃 番茄、美光盛世次之

- 热力值TOP5：点众、麦芽、九州、番茄、美光盛世，点众、麦芽、九州位列第一梯队；
- 上榜短剧数TOP5：九州、点众、番茄、花笙、美光盛世；
- 上榜次数TOP5：点众、九州、番茄、麦芽、美光盛世，TOP5上榜次数相差不大；
- 素材数TOP5：点众、番茄、美光盛世、九州、掌玩，点众和番茄投放量断崖式领先；

四 活跃关联方TOP20（按热力值累计值）

排名	关联方	排名	关联方
1	点众	11	触摸
2	麦芽	12	容量
3	九州	13	掌阅
4	番茄	14	云阅
5	美光盛世	15	影谭
6	快创	16	六翼
7	掌玩	17	冰甜
8	天桥	18	序言泽
9	山海	19	百川
10	花笙	20	剧点

四 活跃关联方TOP20（按短剧数）

排名	关联方	排名	关联方
1	九州	11	快创
2	点众	12	山海
3	番茄	13	中文在线
4	花笙	14	掌玩
5	美光盛世	15	冰甜
6	触摸	16	百川
7	容量	17	影谭
8	掌阅	18	古言
9	麦芽	19	剧点
10	天桥	20	六翼

四 活跃关联方TOP20（按上榜次数）

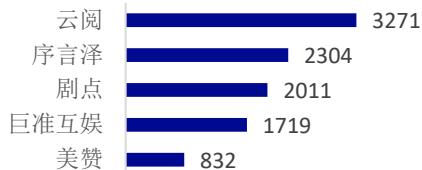
排名	关联方	排名	关联方
1	九州	11	容量
2	点众	12	快创
3	番茄	13	中文在线
4	美光盛世	14	网易
5	麦芽	15	星屹
6	山海	16	百川
7	触摸	17	影谭
8	天桥	18	剧点
9	花笙	19	益梦
10	掌阅	20	青榕

四 活跃关联方TOP20（按素材数）

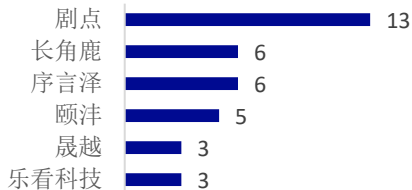
排名	关联方	排名	关联方
1	点众	11	掌阅
2	番茄	12	天桥
3	美光盛世	13	冰甜
4	九州	14	青榕
5	掌玩	15	剧好看
6	触摸	16	快创
7	花笙	17	喜豹
8	山海	18	魔方
9	麦芽	19	巨准互娱
10	容量	20	六翼

四 新上榜关联方盘点

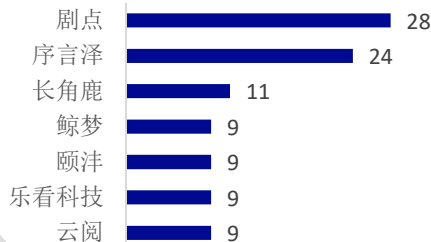
热力值TOP5



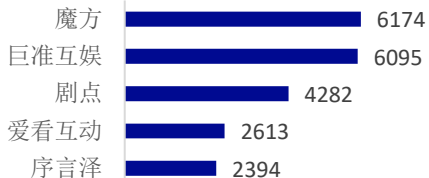
短剧数TOP5



上榜次数TOP5



素材数TOP5



剧点、序言泽、长角鹿高产 云阅凭一部爆剧热力值登顶

- 热力值TOP5：云阅、序言泽、剧点、巨准互娱、美赞；云阅凭借一部爆剧《归来之豪门风云》登顶；
- 上榜短剧数TOP5：剧点、序言泽、长角鹿、颐沣、乐看科技、晟越，剧点上榜短剧数遥遥领先；
- 上榜次数TOP5：剧点、序言泽、长角鹿、云阅、乐看科技、颐沣、鲸梦；剧点、序言泽上榜次数超20次；
- 素材数TOP5：魔方、巨准互娱、剧点、爱看互动、序言泽；

四 新上榜关联方TOP20（按热力值累计值）

排名	关联方	排名	关联方
1	云阅	11	昶飞
2	序言泽	12	落蒂
3	剧点	13	颐沣
4	巨准互娱	14	魔方
5	美赞	15	九州影视
6	爱看互动	16	掌读
7	长角鹿	17	珠海欢聚
8	乐看科技	18	韩影
9	晟越	19	云离
10	西瓜创想	20	鲸梦

四 新上榜关联方TOP20（按短剧数）

排名	关联方	排名	关联方
1	剧点	11	九州影视
2	序言泽	12	珠海欢聚
3	长角鹿	13	众华
4	颐沣	14	森遇
5	乐看科技	15	云阅
6	晟越	16	西瓜创想
7	巨准互娱	17	昶飞
8	美赞	18	落蒂
9	爱看互动	19	掌读
10	魔方	20	韩影

四 新上榜关联方TOP20（按上榜次数）

排名	关联方	排名	关联方
1	剧点	11	九州影视
2	序言泽	12	掌读
3	长角鹿	13	爱看互动
4	颐沣	14	众华
5	乐看科技	15	落蒂
6	云阅	16	森遇
7	鲸梦	17	韩影
8	晟越	18	九加一
9	美赞	19	巨准互娱
10	云离	20	魔方

四 新上榜关联方TOP20（按素材数）

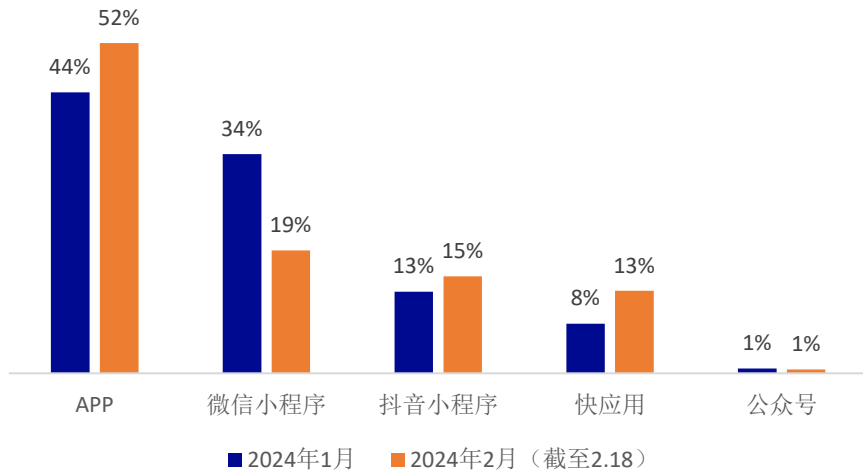
排名	关联方	排名	关联方
1	魔方	11	掌读
2	巨准互娱	12	晟越
3	剧点	13	颐沣
4	爱看互动	14	美赞
5	序言泽	15	九州影视
6	云阅	16	鲸梦
7	昶飞	17	森遇
8	乐看科技	18	落蒂
9	西瓜创想	19	众华
10	长角鹿	20	雅芙

五、投放剧场

The background features a central 3D monitor displaying a dashboard with various data visualizations. The dashboard includes a bar chart at the top left, a line graph below it, and several circular gauges on the right side. The gauges are labeled with numbers like '01', '02', '03', '04' and percentages like '2%', '5%', '10%', '15%'. The entire scene is set against a dark blue background with a glowing grid and various data visualization elements like bar charts and line graphs scattered around.

五 各短剧产品形态素材量

2024年1-2月短剧产品形态素材量分布

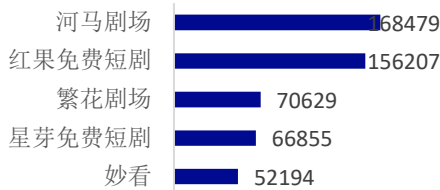


APP、小程序合计占比约9成 APP、快应用占比提升

- 2024年以来，APP、小程序（微信+抖音小程序）合计素材占比约9成，快应用约占1成，公众号占比较低；
- 2024年2月，APP素材量占比进一步提升，小程序占比大幅下滑（抖音小程序↑，微信小程序↓），快应用占比小幅提升，公众号基本不变。

五 各短剧产品形态素材量

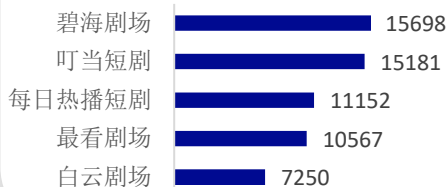
APP 素材量TOP5



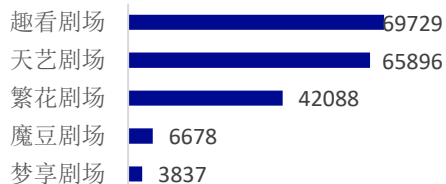
微信小程序素材量TOP5



抖音小程序素材量TOP5



快应用素材量TOP5



APP、快应用素材量较集中 小程序素材量更为分散

- APP TOP5: 河马剧场 (中广电&点众)、红果免费短剧 (字节)、繁花剧场 (点众)、星芽免费短剧 (九州)、妙看 (咪咕网络) ;
- APP TOP5基本出自头部玩家之手, 河马剧场和红果免费短剧素材量大幅度领先;
- 微信小程序、抖音小程序TOP5素材量差距不大, 而快应用素材量高度集中于TOP3。

五 短剧投放剧场（APP）TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	河马剧场	11	番茄免费短剧
2	红果免费短剧	12	爆爽短剧
3	繁花剧场	13	天天追好剧
4	星芽免费短剧	14	香瓜剧场
5	妙看	15	好看小剧场
6	星芽短剧	16	白云剧场
7	多多好剧	17	好看短剧
8	好剧多多	18	全民剧场
9	我爱追剧	19	元元短剧
10	好看剧场	20	爱奇艺

五 短剧投放剧场（微信小程序）TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	提月剧场	11	冷柠剧场
2	开心剧场	12	嗨皮看剧
3	热门短剧	13	点众快看
4	酸橙短剧	14	天桥短剧
5	好看小剧场	15	星鸽剧场
6	溪流剧场	16	四叶草短剧
7	苏和剧场	17	雪鹿剧场
8	火爆短剧	18	磁力短剧
9	月亮剧场	19	每日放映短剧
10	热播短剧	20	竹林追剧

五 短剧投放剧场（抖音小程序）TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	碧海剧场	11	兔兔短剧
2	叮当短剧	12	卿书剧场
3	每日热播短剧	13	遇见好剧
4	最看剧场	14	洋葱剧院
5	白云剧场	15	月光短剧
6	小明剧场	16	蜜糖剧场
7	元元短剧	17	指间短剧场
8	趣看短剧	18	夜宵短剧
9	麒连短剧	19	在看短剧
10	若离短剧	20	来看小剧场

五 短剧投放剧场（快应用）TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	趣看剧场	11	2023爆款短剧
2	天艺剧场	12	妙看
3	繁花剧场	13	小小剧场
4	魔豆剧场	14	伊看短剧
5	梦享剧场	15	繁华剧场
6	趣看短剧	16	麦田短剧
7	天艺短剧	17	海豚剧场
8	伊看故事会	18	星光剧场
9	乐果短剧	19	飞象剧场
10	云短剧	20	宛亦故事会

五 短剧投放剧场（公众号）TOP20

排名	短剧名	排名	短剧名
1	蜜糖短剧	11	多多推剧
2	甜梦剧好看	12	青龙剧场
3	倾君剧场	13	大麦臻优剧
4	掌中云短剧	14	桃桃剧场
5	精彩短剧	15	新剧快看
6	艺才剧场	16	漫森短剧
7	芒种剧场	17	微观剧场
8	热门短剧	18	山海短剧
9	云深剧场	19	超燃剧场
10	热播短剧	20	楚娜短剧

六、行业研判



六 研判一：精品化大势所趋，但是基于性价比、理性的精品化

- 毫无疑问，精品化是短剧未来的大趋势，但我们认为基于性价比的精品化将成为主流。
- 去年以来，不少影视行业正规军入局短剧，不仅推高了短剧制作成本，也提升了观众审美水平，短剧质量大幅提升，题材雷同、粗制滥造的短剧观众不再买账。
- 目前国内短剧市场愈发内卷，制作成本水涨船高，一部精品的现代剧成本达60-80万元，民国、古代题材高达80-100万元，直逼海外短剧的成本。
- 我们认为，短剧成本内卷要基于理性和性价比，短剧不是长剧、电影，如何在控制成本的情况下为观众呈现更好的作品是大部分出品方需要考虑的问题。一味地卷预算，可能适用于明星大咖，不适用于大部分从业者。

六 研判二：行业多模式并存，“创作者中心制”崛起

- 短剧行业内容创作者的主流模式可以大致分为两类：
- 一类是专业机构模式（如麦芽、点众、九州），上述机构已经跑通短剧工业化，强调分工、标准化，每月上线几十部短剧，作品高度工业化，但爆款率不足10%。
- 还有一类是工作室模式（如周星驰、王晶、咪蒙等），工作室模式往往由“灵魂人物”把控制作全流程，属于“创作者中心制”，工作室模式短剧数量较少，作品的个人风格明显，具有超强个人IP，爆款率相对较高。
- 我们认为，2024年工作室模式将快速崛起，成为短剧市场上的一支重要力量，工作室模式全流程由一个人把控，相对来说更容易产出爆款；对于中小玩家以及新入局玩家来说，显然工作室模式更值得效仿（比如《逃出大英博物馆》主创）。

六 研判三：文旅剧迎来大爆发

- 目前地方政府有发展经济、拉动GDP增长的诉求，发展旅游产业也被摆上重要位置。
- 根据广电总局一年打造100部“微短剧+文旅”计划，文旅剧将成为今年短剧市场重要的新生力量。
- 2024年，受益于地方政府补贴政策（奖励资金最高达100万元），文旅剧将迎来大爆发。
- 但是，文旅剧依然要遵循短剧的内容法则，如果缺少故事性和情节性，只宣传本地特色旅游资源，就会沦为一部纪录片或旅游宣传片。2024年市面上的文旅剧或将出现两大类，一类是披着短剧外衣的“宣传片、纪录片”，还有一类才是有故事、有剧情的新型文旅剧。

六 研判四：短剧变现方式多元，广告收入有望大幅提升

- 目前短剧变现方式包括用户付费、平台分账和广告植入，其中用户付费是最主要的盈利方式。23年微短剧市场规模为373.9亿，付费短剧规模为207.4亿，分账短剧规模约8亿元，广告收入规模约158亿。
- 预计2024年，短剧变现方式将变得更加多元化，广告收入有望大幅提升，品牌定制短剧、品牌植入等盈利模式将更加盛行。
- 与长剧植入相比，短剧植入的优势包括周期短，投资小，效果可见。目前投放短剧的主要是美妆（如韩束、珀莱雅、丸美等）、电商平台（如天猫、淘特、京东）等利润率较高的品类，母婴、食品、饮料等品类也是短剧投放的新势力，但投放量不及前两者。我们预计2024年会有更多品牌将营销预算拨到微短剧。

六 研判五：沉淀私域将成为大势所趋

- 2024年，为了降低投流获客成本，提高用户留存率，组建短剧私域流量池将成为大势所趋，具体措施包括组建微信社群、开发短剧APP等。
- 目前火爆的小程序短剧仅对单个短剧进行投流，用户即看即走，投流成本超过80%，首日ROI达到120%，才可能实现盈利，大多数小程序平台处于亏损状态。
- 解决措施一：小程序转为APP。小程序转为APP后投流便不再只针对单剧，而是针对整个平台，由于APP有丰富的内容，用户留存率大幅提升，投流成本将大幅下降。目前头部短剧玩家基本推出了独立短剧APP。
- 解决措施二：企信加好友，或组建微信社群。将一批短剧忠实用户聚集起来，此外还可以通过“老带新”等方式获取更多的潜在用户。

DataEye

更多数据
免费试用ADX
ADX短剧版查看

