



2024

# 短剧出海市场洞察报告

A photograph of a man in a dark tuxedo with a white shirt and a dark bow tie, looking directly at the camera. Behind him, a woman with blonde hair is partially visible, wearing a dark dress and a necklace. The background is a textured, light-colored wall.

# 前言

## PREFACE

短剧是一种兼具创新和娱乐性的艺术形式，其精简紧凑的叙事风格和丰富多样的题材不仅契合了现代观众碎片化的娱乐需求，更为数字娱乐市场注入了新的活力。目前，短剧在全球范围内正在掀起一股新的观剧潮流。与传统剧集相比，这类剧集通过最短的时间讲述一个完整的故事，既不过分拉长剧情，也不让观众觉得仓促。编剧在有限的时间内通过精炼的对白和生动的场景，将故事的精髓传达给观众，使每一集都能留下深刻的印象。

大数跨境通过对相关数据进行梳理，对短剧出海的市场环境进行深入洞察，并对受众人口特征及兴趣偏好进行分析。以帮助相关企业更好地理解海外观众需求及市场变化，从而做出理性的判断。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描下方二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。

市场分析

Market Analysis

# 目录

CONTENTS

行业分析

Industry Analysis

热门应用分析

Popular application Analysis

受众人口特征

Audience Demographics

PART ONE

# 市场分析

Market Analysis



## 碎片化时代泛娱乐内容形态



### 短剧特点：

互动强

题材多

下沉

爽

短

多样化

短剧是一种短小简洁的视频形式，通常每集时长在1至20分钟之间。它通过简洁的剧情结构、快速的叙事节奏和高密度的信息传递，迅速吸引观众的注意力，并在短时间内提供完整的故事体验。短剧的题材多样，涵盖搞笑、爱情、悬疑、科幻、科普等各个领域，满足了不同观众的兴趣和需求。

短剧的兴起得益于现代社会的快节奏生活方式和移动互联网的发展。随着智能手机的普及，人们在日常生活中拥有的时间碎片化，例如通勤、休息间隙、等候时，短剧正好契合了这些碎片化时间的利用需求。观众可以随时随地通过各种社交媒体平台观看和分享微短剧，这种便捷性大大促进了微短剧的传播和流行。



# 国内环境

## 2023年我国网络视听用户规模



## 2023年我国移动互联网使用情况



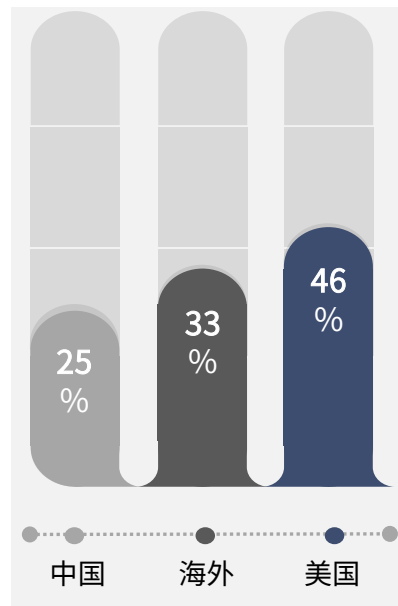
### 网络视听提供新渠道

网络视听在助力短剧发展方面起到了关键作用，各APP通过内容分发、用户互动、数据分析、商业变现、国际化和技术创新等多方面的支持，有效助力短剧的发展与壮大。

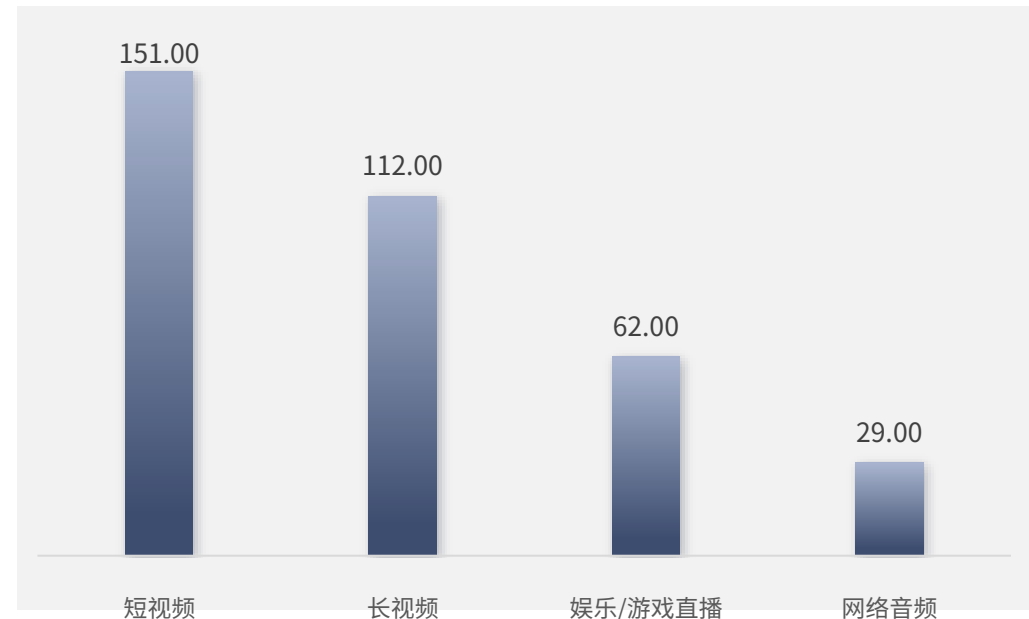
### 网络视听是“杀时间第一利器”

2023年移动端网络视听应用人均单日使用时长超过3小时。其中，短视频应用的用户黏性最高。

## 2023电影/电视流媒体 订阅活跃度



## 2023.12 网络视听细分应用人均单日使用时长 单位/分钟



## 政策驱动

1

### 政府支持和激励：

为了促进文化产业的全球化，中国政府出台了多项政策支持短剧的出海。例如，一些地方政府提供资金补贴和税收优惠，鼓励影视制作公司开拓国际市场。

2

### 内容质量要求：

国家广播电视总局（NRTA）实施了更严格的内容审查制度，要求短剧内容必须符合“健康向上”。这些措施旨在确保输出的短剧符合国际市场的文化和伦理标准，避免因内容问题引发国际争议。

## 行业监管

1

### 跨文化制作：

为了更好地迎合海外观众的口味，许多短剧制作公司开始与外国团队合作，从剧本创作、演员选择到后期制作都进行本地化调整。这种跨文化合作不仅提升了内容质量，还提高了短剧在海外市场的接受度。

2

### 平台审核：

网络视听平台通常设有内容审核机制，对上传的短剧进行审核，确保其符合平台的规定。这些规定可能涉及内容的合法性、版权问题、用户隐私保护等。

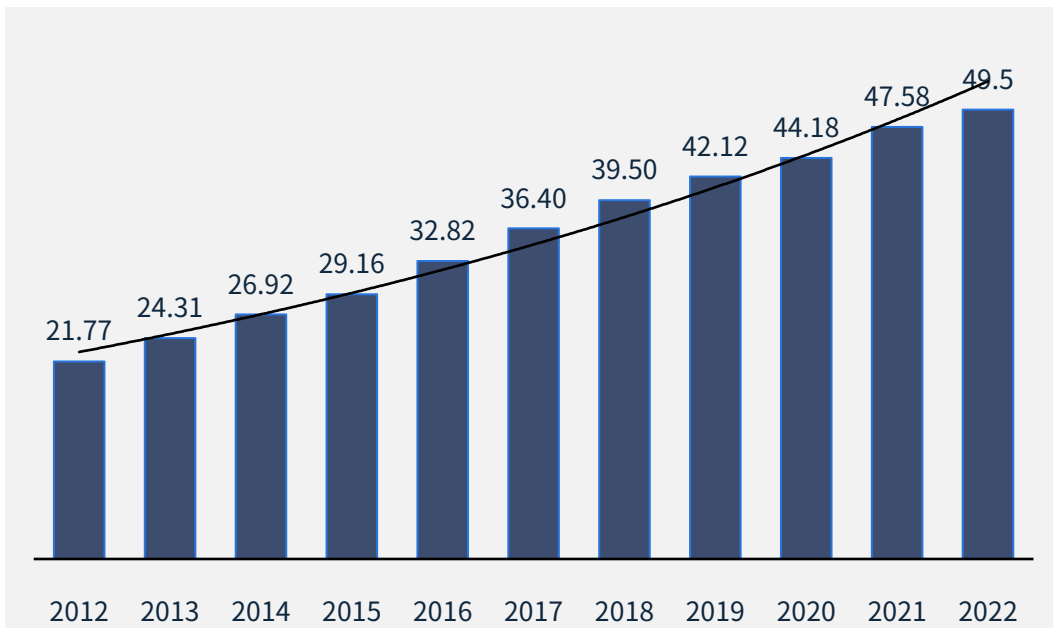
海外短剧发展始于2022年下半年，2022年8月，枫叶互动在海外推出了短剧APP“ReelShort”后，海外短剧开始发展。

**全球互联网用户数量的增多：**全球互联网用户数量整体呈现上升趋势，2022年全球互联网用户数量达到了49.5亿人，同比上升4.04%。

**流媒体平台的发展：**2010，Netflix、Amazon Prime、Hulu等流媒体平台开始投资和制作短剧，这些平台通过大数据分析，精准推送短剧内容。

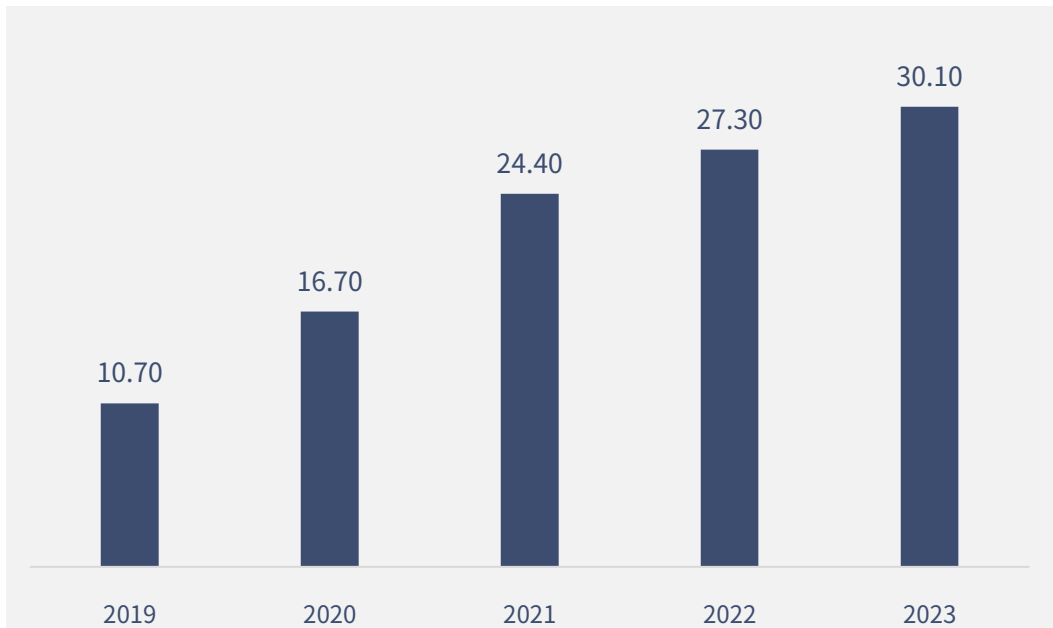
**内容供给不断增长：**近年来，海外网文规模不断扩大，为微短剧提供了素材来源。网文拥有丰富多样的题材和广泛的读者基础，通过改编热门网文，微短剧能够迅速吸引原著粉丝的关注，提升观众基础。两者的结合，促进了数字文化产业的蓬勃发展，展现了新的市场潜力和创作空间。

2012-2022年全球互联网用户数量  
单位/亿人



数据来源：艾媒数据中心

2019-2023年海外网文漫画应用规模  
单位/亿美元



数据来源：艾媒数据中心





# 国内市场规模

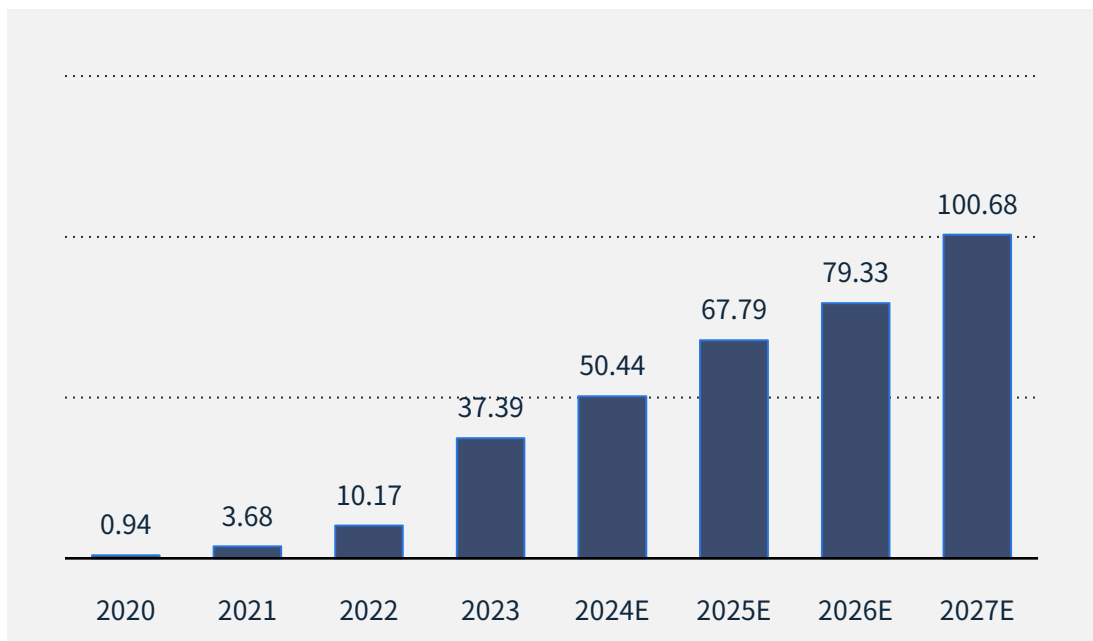
## 2023年中国微短剧市场规模



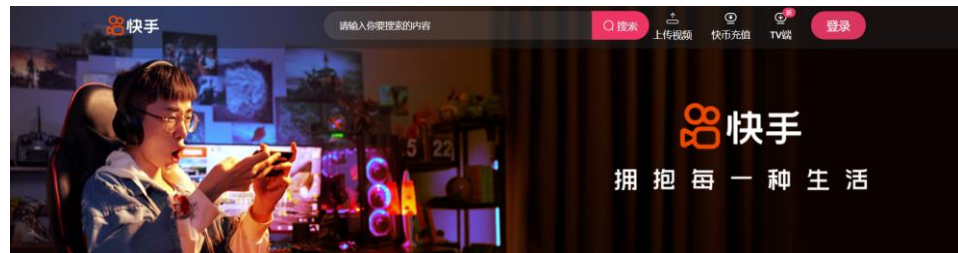
2023年中国电影总票房**549.15亿元**，短剧市场规模已接近电影市场规模的**70%**。

2024年3月，超过40款中国微短剧应用实现“出海”，创造近5500万次下载量和1.7亿美元购买收入。

## 2020-2027年中国微短剧市场规模预测 单位/十亿元



## 主要平台：抖音、快手、哔哩哔哩



数据来源：statista

# 国内市场规模

## 供给端

**供给数量：**2023年全国国产网络剧片发行许可中，国产网络微短剧共 502部，每三月数量均有所增加，且超 2022年已有部数记录。

**观看平台：**APP、小程序

时间	全国国产网络微短剧发布许可情况
2022年6月至8月	19部 420集
2022年9月至12月	64部 1402集
2023年1月至3月	83部 1848集
2023年4月至6月	116部 2686集
2023年7月至9月	150部 3321集
2023年10月至12月	153部 3532集

数据来源：网络视听节目管理司

## 需求端

截至 2023年，快手平台短剧创作者已超13万。

2024年第一季度，抖音和快手两大短视频平台播放量破亿，短剧数量同比增长65%。

粉丝量超过100万的创作者近3000人；快手星芒短剧播放量破亿作品达326部，破10亿超爆款项目有4部。

2023年快手短剧  
日活跃用户数

2.7

单位：亿人

快手重度短剧  
用户数

9400

单位：万人

同比增长

52.6

单位：百分比



竟然敢欺负我的人，让...  
♡ 14.8万喜欢



《灵猫捕君心》情感  
主题曲《岁岁年年》上线  
♡ 340喜欢



让#毛不易李雪琴上头...  
♡ 5740喜欢



“花雨棠，我找到了控...  
♡ 3.1万喜欢



♡ 1.4万喜欢

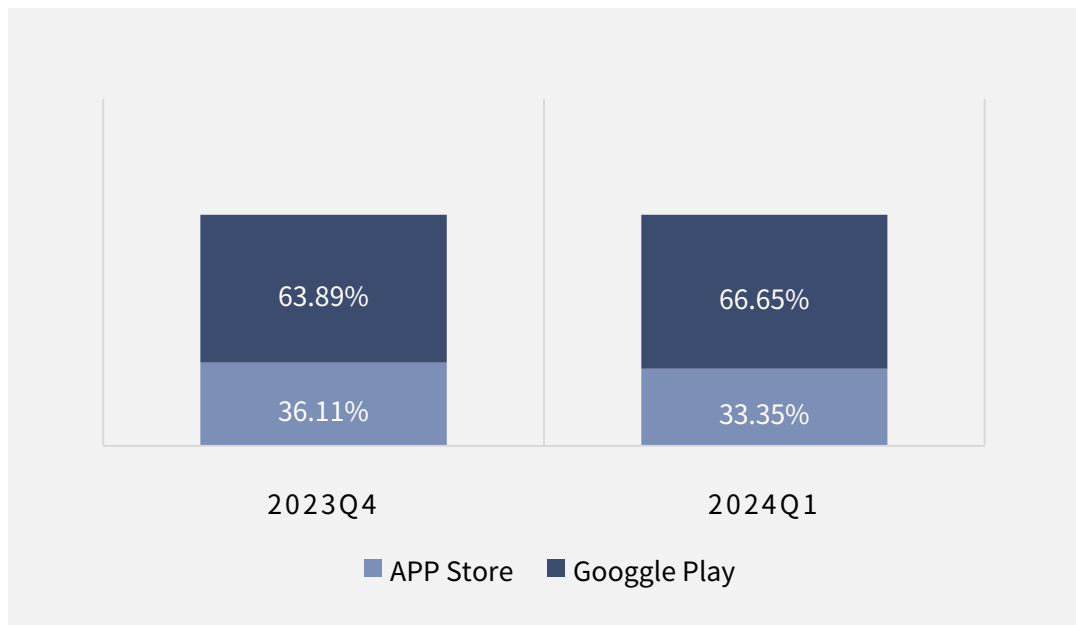


♡ 16.1万喜欢

# 国际市场规模

- 2023年下半年海外微短剧发展迅速，预计2024年至2030年期间，全球微短剧市场的复合年增长率将达到7.1%。
- 海外短剧App在2022年开始蓄力，2023年下半年开始爆发。2024年第一季度海外热门短剧APP下载总量超过3766万，环比去年第四季度上涨超过92.3%，近乎翻倍。

海外热门短剧APP下载变化情况  
单位/百分比



数据来源: Data.ai

特点	国产网络微短剧出海情况
地区分布广	T1: 北美 T2: 欧洲、东南亚、澳洲
剧集总数多	70-100集
内容反转多	每集至少1-2个反转，结尾处留下悬念或重要线索
首日ROI	0.6-0.8
女性向题材	豪门、狼人等
人群特点	女性占比60%; 30+占比60%
本地化制作	当地团队拍摄
竖版视频	便于在手机上观看

# 热门题材

目前，短剧的热门题材涵盖爱情、悬疑、科幻、家庭、喜剧和历史等多个领域，大部分爆款短剧为高阅读量改编的女频大IP为主。每种题材都有其独特的魅力和受众群体。随着观众需求的变化和创作者的不断创新，短剧题材将会更加丰富多样，满足不同观众的娱乐需求。



先结婚，后恋爱



龙王的诅咒



注定成为阿尔法

## 热门题材



分类	关键词
霸总题材	契约婚姻、萌宝、马甲、娇妻、先婚后爱
复仇题材	总裁、狼人吸血鬼
爱情题材	一见钟情、办公室恋情、虐恋、破镜重圆
超自然题材	重生、龙王、alpha、吸血鬼



PART TWO

# 热门应用分析

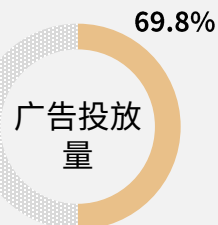
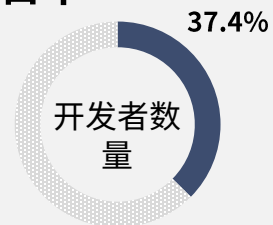
Popular application Analysis



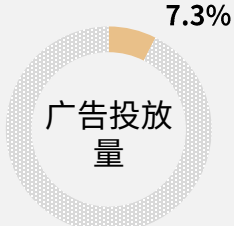
# 概况分析

## 头部泛娱乐/社交应用开发者来源地区

日本



美国



印度



数据来源: AppGrowing

## 主要市场短剧APP收入榜

日本



TopShort



ShortTV



DramaBox

TopShort在日本娱乐APP排名不断攀升, 2月未超越了Netflix.

美国



ReelShort



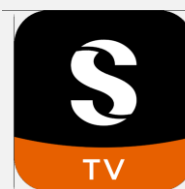
DramaBox



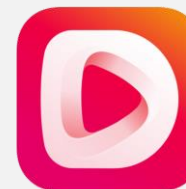
GoodShort

Reelshort占据领先地位, 但DramaBox大幅度上涨, 两家差距在不断缩小.

东南亚



ShortTV



DramaBox



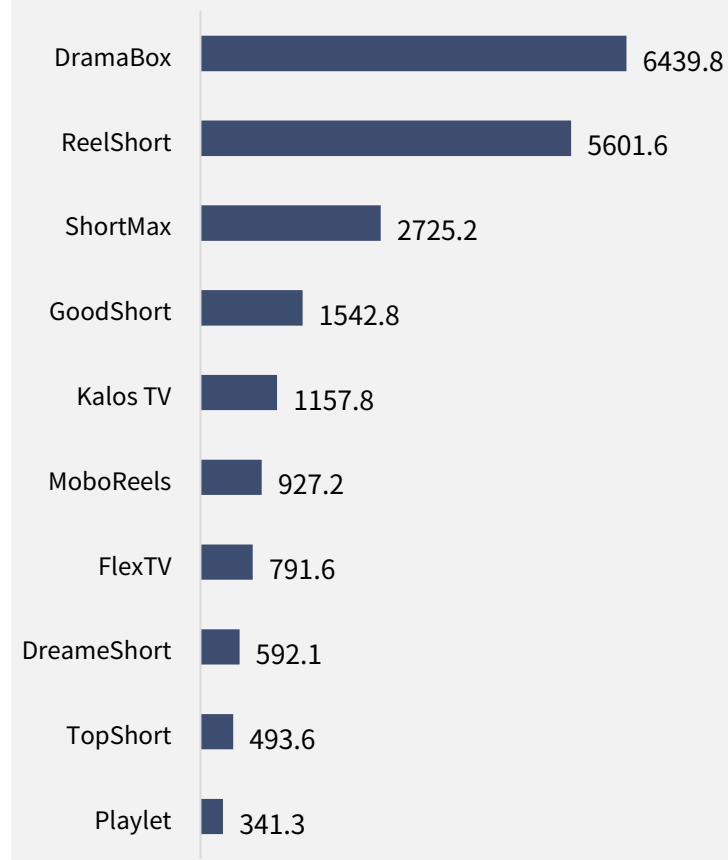
GoodShort

ShortTV在2024年1月成为东南亚收入最多短剧APP。全球总下载量46%来自东南亚。

# 头部APP排行榜

梯队	LOGO	APP	发行商
第一梯队		DramaBox	点众科技
		ReelShort	枫叶互动
第二梯队		ShortMax	九州文化
		GoodShort	新阅时代
		MoboReels	畅读科技
		Kalos TV	Qinron Technology
		FlexTV	MPU
		TopShort	嘉书科技
第三梯队		DreameShort	STARY
		Playlet	清盈网络

2024年1月-7月中旬热门短剧APP全球双端收入  
单位：万美元





# Reelshort简介

Reelshort是Crazy Maple Studio（枫叶互动）于2022年8月推出短剧App，属于中文在线的海外子公司。自发布以来迅速在全球范围内，特别是在美国市场获得了巨大反响。该平台专注于制作和发布短小精悍的剧情剧集，每集时长通常在一到两分钟之间。其核心策略是通过紧凑而引人入胜的故事情节，以及高频的情节转折，来吸引观众的持续关注。



## 主要特点

### 欧美化的制作风格：

ReelShort的短剧采用了纯正的欧美口音和欧美面孔，在视觉上更符合北美观众的审美习惯。

### 题材多样：

ReelShort涵盖了多种热门题材，如“霸道总裁爱上我”、“先婚后爱”、“甜蜜复仇”等，这些经典套路在北美市场同样具有吸引力。







# Reelshort价值分析

## 市场价值

ReelShort平台贡献了短剧出海赛道**52%的下载量**和**48%的收入**。ReelShort曾在美国一度取代Tiktok，成为苹果iOS和安卓应用商店APP娱乐下载榜单第一名。

## 技术价值

**数据分析：**利用先进的数据分析技术，对用户行为和偏好进行深入研究。

**技术平台：**技术平台支持高效的内容分发和用户互动功能。

## 内容价值

**高质量制作：**在内容制作上投入大量资源，确保每集短剧都具有高清画质、专业配乐和精良的后期制作。

**创新性：**通过不断推出新的剧情和题材，保持内容的新鲜感。

## Reelshot成功秘诀

**入局早：**2022年8月上线，最早入局的短剧出海APP。

**爆款短剧是成功关键：**ReelShort成功的关键在于，爆款短剧拉动收入和下载量，如狼人、霸总、豪门、吸血鬼等欧美喜爱的本土题材以爆款竖屏短剧的形式展现在大众视野。

**女性内容市场的原始积累：**ReelShort的母公司CMS(Crazy Maple Studio枫叶互动)，一直专注于女性浪漫内容市场。

**差异化定位成功：**与海外传统影视与流媒体(Netflix)打出了差异化，且找到了受众用户群体。其受众用户群体，与网文和有声app群体有着高度的重合，这也是海外网文厂商占据领先优势的原因之一。

# Reelshort营销解析

## 单集付费为主，且针对不同市场调整充值门槛

用户可通过购买硬币充值，单次充值定价4.99-99.99美元，充值5美元以上，赠15%-100%硬币;付费解锁单集价格约 0.36-1.11美元。此外，观看广告可解锁部分剧集，每天最多看 20个广告;

## 数字营销

通过付费社交广告和内容营销来提高其知名度。平台利用其系列剧中的短视频片段和图片，通过 Instagram、YouTube 和 Twitter 等平台吸引新用户。

### 代币方案

充值1:\$9.99=1000金币+50ps充

充值2:\$4.99=500金币

充值3:\$19.99=2000金+200ps充

充值4:\$29.99=3000金+1050ps

### 会员方案

订阅1:\$19.99=7天解锁全部剧集

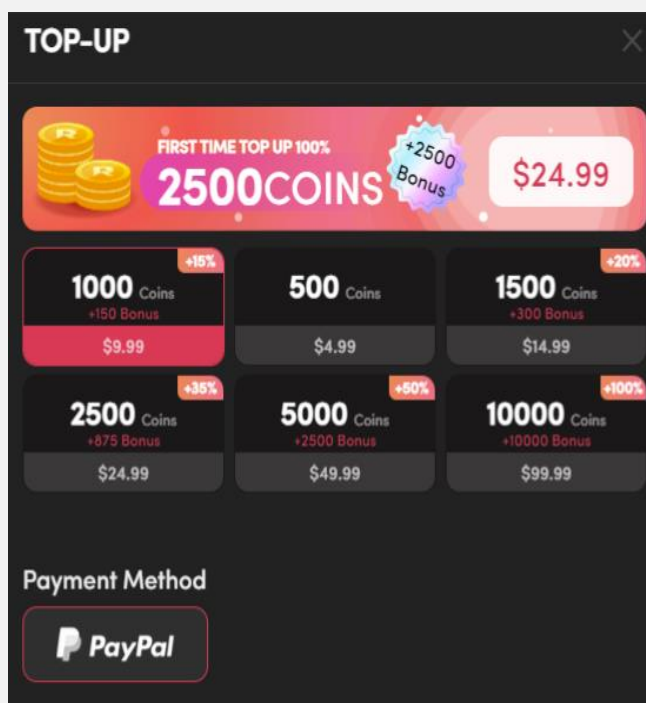
订阅2:\$199.99=365天解锁全部

剧集

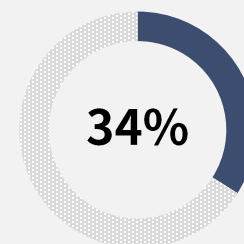
### 单集价格

50金币或ps=约合0.5美金一集

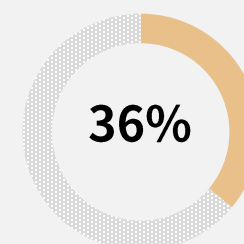
100集完播收入=50美元=360元



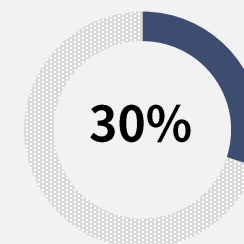
## 2023年5月-2024年2月Reelshort日广告投放支出



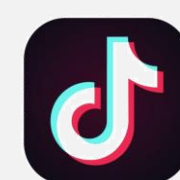
Facebook



Instagram



TikTok





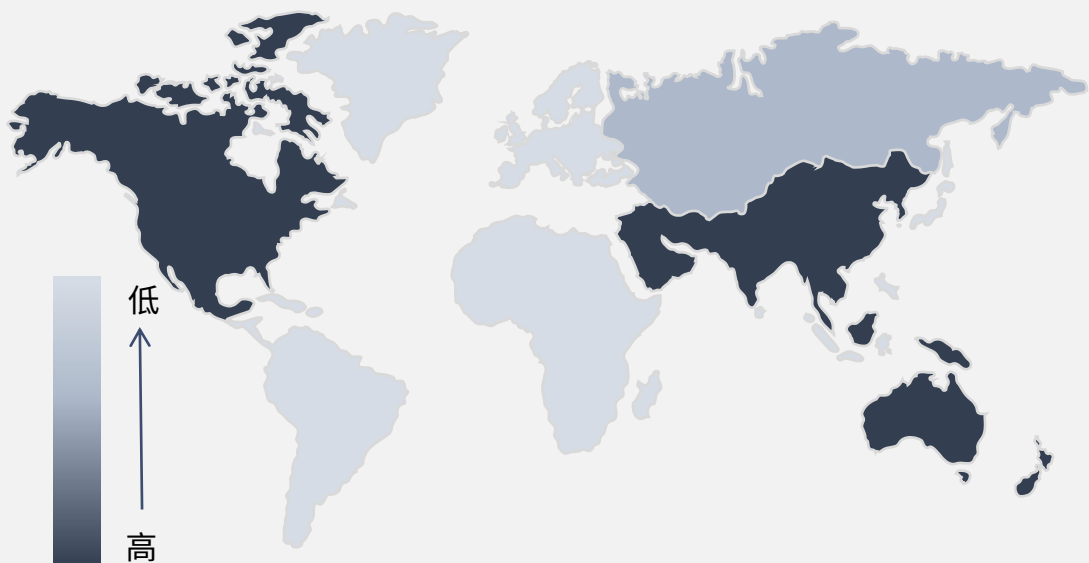
# ReelShort市场动向

ReelShort已上线美国、加拿大、英国、菲律宾等多个国家和地区的App Store和Google Play。

ReelShort旨在迎合现代观众的碎片化时间消费需求。目前，在北美和东南亚等市场获得了大量用户。

截至2024年1月15日，ReelShort上线约16个月，共计上线31部短剧，平均更新数量为1.9部/月，其中播放量破亿2部，破千万12部，收藏量超百万的4部。目前，ReelShort已有爆款6部，爆款率约20%。

### ReelShort在iPhone应用商店的免费娱乐榜排名



### ReelShort热门短剧播放量（单位/百万）

名称	播放量
Married at First sight	63.2
I Got Married without You	33.2
True Luna	20.4
Bound by Vendetta: Sleeping with the Enemy	14.0

数据来源：国海证券

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/738024016104006123>