

2021年中国短视频市场调研报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国短视频市场调研报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/535039535039.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

短视频是指通过互联网传播，在各种新媒体平台上播放的，时长在5分钟以内的短片视频。按内容应用划分，短视频可分为社交娱乐类短视频和资讯类短视频。社交娱乐类短视频与社交平台紧密相连，用户通过社交娱乐类短视频记录生活、结交好友、分享趣闻，满足自我表达及审视他人的需求。典型应用有快手、秒拍和抖音短视频等；资讯类短视频以传播专业性较强的新闻资讯为主，结合了图文和语音功能，使信息资讯表达充满表现力和画面感。典型应用有今日头条、澎湃新闻和梨视频等。

短视频分类

分类

简介

代表平台

社交娱乐类短视频

社交娱乐类短视频与社交平台紧密相连，用户通过社交娱乐类短视频记录生活、结交好友、分享趣闻，满足自我表达及审视他人的需求。

典型应用有快手、秒拍和抖音短视频等

资讯类短视频

资讯类短视频以传播专业性较强的新闻资讯为主，结合了图文和语音功能，使信息资讯表达充满表现力和画面感。

典型应用有今日头条、澎湃新闻和梨视频等数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国短视频行业市场规模为1006.5亿元，较上年同比增长115.5%；2020年，我国短视频行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2016-2020年我国短视频行业市场规模 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）随着互联网用户对互联网内容消费和网络社交需求的不断增大，消费习惯逐渐成熟，传统的文字和图片形式难以满足用户的需求，视频逐渐成为用户偏好的内容传播方式。短视频优点包括内容丰富，信息承载量比图文形式大，可以传达更丰富的内容；短视频内容结合音乐、故事、画面等多样性拍摄手法，能更大程度上满足用户表达自我的需求，可以全面而生动地展示用户希望传达的信息；短视频具有更强的互动性，能够更好地满足用户的社交欲望和需求；在流量资费下调，用户浏览各类型内容的成本差异不大的情况下，短视频成为满足用户碎片化娱乐需求的优先应用。

短视频优点 数据来源：公开资料整理

（2）各短视频平台设置了录制、编辑、滤镜、特效、美颜等“一键完成”功能，简化了视频制作流程，降低了用户的使用成本。以抖音为例，平台为用户提供形式多样的背景音乐，帮助用户拍摄富有节奏感的内容；在录制环节，为用户提供美颜、滤镜、倒计时、道具等

各种辅助工具；在录制后期，为用户提供音乐剪辑，声音剪辑、特效添加等编辑工具，帮助用户一站式完成录制与剪辑，大幅降低视频制作门槛，提高创作便捷性。

(3) 短视频行业在资本的大力推动下，加速了产业链的形成，养成了一批受资本方青睐的内容创作者，如一条、二更、Papi酱等，上新了大量短视频平台，如快手、抖音、美拍等，为下游用户提供了多元的短视频服务。

(4) 我国短视频行业的商业变现模式主要有广告、电商导流和用户付费，其中广告是最主要的变现手段。

广告方面：短视频凭借优质流量、年轻化的受众群体和多样化的主题内容，深受广告主青睐。当前，短视频的广告变现模式主要有植入广告、贴片广告和信息流广告。

电商导流方面：短视频内容能直接展示商品，对用户产生感官刺激；视频页面能内嵌商品购买链接，用户点击链接跳转便捷；短视频应用集聚的丰富流量，能为电商提供潜在的优质客源；因此短视频在电商变现商业模式上有着得天独厚的优势。

短视频行业商业变现模式 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 产品同质化严重：从功能同质化方面来看，各短视频平台的功能相对固定，差异性功能较少，标配的功能难以满足用户日益增长的个性化需求。功能同质化将导致平台用户粘性降低，竞争优势将被弱化，难以在行业发展过程中脱颖而出。从内容同质化方面来看，短视频行业中存在大量围绕生活、搞笑、娱乐为主题的相似的内容，且短视频的模仿与复制性较强，某一平台内的热门潮流视频内容（如迅速化妆、卸妆的美妆短视频、同一热门风景区视频内容等）会同时在多个平台中流行，同一平台的同质化内容也会大量兴起。加之算法根据用户点赞、评论、停留时间等行为系统性记录用户的“喜好”并自动增加分发用户“喜好”的内容，用户受推荐的相似度较高的内容逐渐增多，用户感官上的平台内容多样性逐渐被削弱。

短视频产品同质化严重主要原因 数据来源：公开资料整理

(2) 审核监管难度高：国家新闻广电总局曾多次发文，要求加强短视频类平台的监管力度，但低俗内容仍屡禁不止。造成此种现状的主要原因包括一方面短视频从在线制作到上传花费时间较短，监管方难以实现有效的在线监控，难以及时对不良的短视频生产行为进行遏制；另一方面，随着短视频App的迅猛发展，用户量和视频量快速增长，人工、技术审核速度跟不上内容发布的速度，监管方难以对每日庞大的短视频上传量进行有效监管与审核。视频内容存在不可控性，低俗、虚假的视频内容影响行业生态。

短视频审核监管难度高主要原因 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 移动互联网技术的普及将信息从定点转化为随时随地，4G网络的普及实现移动娱乐碎片化，5G网络加速信息传播突破空间限制的步伐，电子设备承载的各项内容（如电子阅读、长视频、短视频等）在技术支持下突破传输限制，有信号覆盖的地方都能成为短视频

内容的享用场所。与此同时，国务院和工信部大力推动移动流量资费下调，移动流量资费实现连续6年快速下降，支撑短视频观看移动化。根据数据显示，2018年，我国每GB移动流量资费占人均国民总收入比重为1.1%，远低于全球6.8%的平均水平。

2018年全球及中国每GB移动流量资费占人均国民总收入比重 数据来源：公开资料整理

(2) 从互联网到移动互联网的进化过程中，各大短视频应用首先以一、二线城市为起点和发展重点，随着移动互联网流量的下沉，三、四线及以下城市逐渐成为潜力巨大的市场。根据数据显示，2018年，我国三、四线及以下城市短视频用户规模占比超50%。

2018年我国短视频用户城市占比情况 数据来源：公开资料整理

(3) 短视频与5G、人工智能、VR/AR、区块链等技术结合程度不断加深，推动行业升级发展。

与5G技术结合加深：5G商业化近在眼前，5G网络超大带宽、低延时高可靠、万物连接的网络，有利于AR、VR、AI等技术的发展，继而推动短视频行业的发展，如AR、VR、AI等科技公司将通过5G发挥技术优势，丰富视频的表现形态，使短视频制作与传输高速化、智能化。随着视频形态的进一步优化，短视频内涵也将更加丰富，应用场景得到极大的拓展，短视频有望承担起文化传播、语言交流的新功能。

与人工智能结合加深：人工智能技术将深入渗透到短视频行业的内容生产、审核、运营、分发与营销环节，降低各环节的运营成本。人工智能可自主完成视频素材选取、视频剪辑、特效制作等工序，简化和优化了视频制作流程，降低人力的机械化投入，大大降低视频制作门槛，打破视频专业制作团队与普通内容生产者的界限，为视频内容的生产注入更多的活力与新鲜元素。例如，新华社于2018年12月在成都启用中国第一个短视频智能生产平台“媒体大脑·MAGIC”，自动化生产短视频内容，大大提高内容生产效率。随着算法系统的优化，短视频平台能更多维度地采集、捕获数据信息，充分交融用户数据，内容数据与情景信息，实现短视频内容与用户的精准匹配，发挥内容与用户的最大价值。

与VR/AR结合加深：VR/AR功能提升短视频的趣味性，增强短视频的多样性，未来将成为短视频平台的基础工具。当前由于4G网络环境带宽限制无法满足VR/AR视频传输，硬件设备条件等限制，VR/AR在短视频领域的应用还未达到预期。5G时代的到来，有望改善VR/AR在短视频领域发展受限的现状。

与区块链结合加深：区块链应用使得短视频内容在版权保护、确权追溯等环节能高效运行，短视频内容版权保护将有望得到实质性的发展。

四、威胁分析

(1) 用户付费意愿不高：短视频用户付费模式主要包括用户打赏、平台会员制付费和垂直内容付费。用户打赏，即用户通过打赏的方式对喜爱的短视频内容进行金钱上的支持；平台会员制付费，即用户向平台定期支付费用，获取平台付费内容的观看权限；垂直内容付费，即用户付费观看单一领域的内容。我国短视频行业仍处于发展阶段，内容生态尚未完善，依赖粉丝效应的用户打赏变现模式尚未普及，用户对内容付费意识较为薄弱，会员付费及

垂直内容付费模式还有待加强。

短视频用户付费模式 数据来源：公开资料整理

(2) 盗版侵权问题严重：短视频侵权行为包括短视频平台委托第三方专业机构合作完成侵权短视频，由第三方机构上传至短视频平台；平台注册自媒体账号，自动抓取作品分类上传，并利用“避风港原则”逃避侵权责任；平台推出自媒体培养计划，鼓励和引导自媒体上传侵权短视频，平台设置算法自主推荐。此外，行业内还存在一些短视频内容聚合平台未经许可将版权作品拆分为若干片段，如将一些综艺、体育、音乐、教育等节目和作品，分拆成短视频片段，上传至短视频平台提供给用户。业内甚至出现专门从事影视剧拆分业务的企业和个人，形成地下生产线，向短视频平台有偿提供拆分片段，严重影响短视频行业的版权秩序。

短视频侵权行为 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国短视频市场调研报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国短视频行业发展概述

第一节 短视频行业发展情况概述

- 一、短视频行业相关定义
- 二、短视频行业基本情况介绍
- 三、短视频行业发展特点分析
- 四、短视频行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、短视频行业需求主体分析

第二节 中国短视频行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、短视频行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国短视频行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国短视频行业生命周期分析

- 一、短视频行业生命周期理论概述
- 二、短视频行业所属的生命周期分析

第四节 短视频行业经济指标分析

- 一、短视频行业的赢利性分析
- 二、短视频行业的经济周期分析
- 三、短视频行业附加值的提升空间分析

第五节 中国短视频行业进入壁垒分析

- 一、短视频行业资金壁垒分析
- 二、短视频行业技术壁垒分析
- 三、短视频行业人才壁垒分析
- 四、短视频行业品牌壁垒分析
- 五、短视频行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球短视频行业市场发展现状分析

第一节 全球短视频行业发展历程回顾

第二节 全球短视频行业市场区域分布情况

第三节 亚洲短视频行业地区市场分析

一、亚洲短视频行业市场现状分析

二、亚洲短视频行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲短视频行业市场前景分析

第四节 北美短视频行业地区市场分析

一、北美短视频行业市场现状分析

二、北美短视频行业市场规模与市场需求分析

三、北美短视频行业市场前景分析

第五节 欧洲短视频行业地区市场分析

一、欧洲短视频行业市场现状分析

二、欧洲短视频行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲短视频行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界短视频行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球短视频行业市场规模预测

第三章 中国短视频产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品短视频总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国短视频行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国短视频产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国短视频行业运行情况

第一节 中国短视频行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国短视频行业市场规模分析

第三节 中国短视频行业供应情况分析

第四节 中国短视频行业需求情况分析

第五节 我国短视频行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国短视频行业供需平衡分析

第七节 中国短视频行业发展趋势分析

第五章 中国短视频所属行业运行数据监测

第一节 中国短视频所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国短视频所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国短视频所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国短视频市场格局分析

第一节 中国短视频行业竞争现状分析

一、中国短视频行业竞争情况分析

二、中国短视频行业主要品牌分析

第二节 中国短视频行业集中度分析

一、中国短视频行业市场集中度影响因素分析

二、中国短视频行业市场集中度分析

第三节 中国短视频行业存在的问题

第四节 中国短视频行业解决问题的策略分析

第五节 中国短视频行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国短视频行业需求特点与动态分析

第一节 中国短视频行业消费市场动态情况

第二节 中国短视频行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 短视频行业成本结构分析

第四节 短视频行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国短视频行业价格现状分析

第六节 中国短视频行业平均价格走势预测

一、中国短视频行业价格影响因素

二、中国短视频行业平均价格走势预测

三、中国短视频行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国短视频行业区域市场现状分析

第一节 中国短视频行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区短视频市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区短视频市场规模分析
- 四、华东地区短视频市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区短视频市场规模分析
- 四、华中地区短视频市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区短视频市场规模分析
- 四、华南地区短视频市场规模预测

第九章 2017-2020年中国短视频行业竞争情况

第一节 中国短视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国短视频行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国短视频行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 短视频行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国短视频行业发展前景分析与预测

第一节 中国短视频行业未来发展前景分析

一、短视频行业国内投资环境分析

二、中国短视频行业市场机会分析

三、中国短视频行业投资增速预测

第二节 中国短视频行业未来发展趋势预测

第三节 中国短视频行业市场发展预测

- 一、中国短视频行业市场规模预测
- 二、中国短视频行业市场规模增速预测
- 三、中国短视频行业产值规模预测
- 四、中国短视频行业产值增速预测
- 五、中国短视频行业供需情况预测

第四节 中国短视频行业盈利走势预测

- 一、中国短视频行业毛利润同比增速预测
- 二、中国短视频行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国短视频行业投资风险与营销分析

第一节 短视频行业投资风险分析

- 一、短视频行业政策风险分析
- 二、短视频行业技术风险分析
- 三、短视频行业竞争风险分析
- 四、短视频行业其他风险分析

第二节 短视频行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国短视频行业发展战略及规划建议

第一节 中国短视频行业品牌战略分析

- 一、短视频企业品牌的重要性
- 二、短视频企业实施品牌战略的意义
- 三、短视频企业品牌的现状分析
- 四、短视频企业的品牌战略
- 五、短视频品牌战略管理的策略

第二节 中国短视频行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国短视频行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 短视频行业竞争力提升策略

- 一、短视频行业产品差异性策略
- 二、短视频行业个性化服务策略
- 三、短视频行业的促销宣传策略
- 四、短视频行业信息智能化策略
- 五、短视频行业品牌化建设策略
- 六、短视频行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国短视频行业发展策略及投资建议

第一节 中国短视频行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国短视频行业营销渠道策略

- 一、短视频行业渠道选择策略
- 二、短视频行业营销策略

第三节 中国短视频行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国短视频行业重点投资区域分析
- 二、中国短视频行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/535039535039.html>