

中国短视频行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

短视频即短片视频，一般指时长在5分钟以内，适合在移动及休闲状态下观看的视频内容。是继文字、图片、传统视频之后的另一新兴内容传播载体。

短视频相较于传统视频具有以下三大特征。创作成本与门槛低，对硬件设备及后期制作要求低，普通用户可单独完成短视频录制与制作。新型社交属性，短视频成为继文字、图片后的一种新型社交方式，生活记录成为其最大的视频来源版块。娱乐时间碎片化，充分发挥移动设备的便携性与短视频的时长优势，便于用户在碎片化时间进行娱乐、社交、分享等。

2005年，Youtube平台在美国注册成功，随着UGC短视频生产开始兴起，我国短视频行业进入探索阶段，此阶段短视频的发展主要由汶川地震等社会事件和土豆、优酷等综合视频网站驱动。2011年之后，随着互联网技术的快速发展，资本开始进入，快手、秒拍、美拍等短视频平台上线，市场启动的同时也伴随着多种行业不规范的存在。2016年之后，随着冰桶挑战、Papi酱等短视频的爆红，抖音、梨视频等多个平台上线，短视频APP爆发式增长，资本进入热度高涨，短视频行业高速发展。至2020年，我国短视频行业已经迈入发展成熟期，行业监管制度日益完善，商业变现模式走向成熟，市场格局渐趋稳定。

2020年中国短视频市场规模达到1408.3亿元，继续保持高增长态势，2021年预计接近2000亿元。近年短视频平台不断在商业模式上进行探索，一方面成为创新性新媒体营销平台，另一方面也结合直播带货迎来新的增长点，市场仍将进一步发展。

虽然我国短视频行业派系众多，但企业市场格局相对稳定。位于第一梯队的是抖音短视频和快手，两者活跃用户规模约占整体的56.7%;字节跳动旗下的西瓜视频、抖音火山版，百度旗下的好看视频，腾讯旗下的微视处于第二梯队，活跃用户规模占24.9%;爱奇艺随刻、波波视频、快手极速版、刷宝等短视频APP处于第三梯队，活跃用户规模占12.4%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、51行业报告网等公布和提供的大量资料，首先分析了短视频行业的发展历程，接着对中国短视频的运营状况进行了细致的透析，然后具体介绍了各类平台的发展。随后，报告对短视频企业经营、行业竞争格局等进行了重点分析，最后分析了短视频行业的发展趋势并提出投融资建议。本报告数据权威、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 短视频行业发展综述

第一节 短视频行业基本情况

- 一、短视频定义
- 二、短视频特征
- 三、短视频行业背景

第二节 最近3-5年中国短视频行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 短视频行业产业链分析

一、短视频产业链分析

二、短视频产业链特征

第二章 短视频行业市场环境及影响分析

第一节 短视频行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《信息网络传播视听节目许可证》

2、《互联网视听节目服务业务分类目录》

三、短视频行业监管分析

1、监管形势及其措施

2、对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

1、中国gdp增长情况分析

2、中国cpi波动情况分析

3、居民人均收入增长情况分析

4、经济环境影响分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、短视频产业社会环境

1、人口因素

2、中国生态环境状况

3、中国社会财富分布

4、区域消费水平

5、中国教育普及率

二、社会环境对行业的影响

三、短视频产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析

一、5g移动互联网技术成熟

二、移动智能终端普及

第三章 中国短视频行业运行现状分析

第一节 中国短视频行业发展状况分析

一、中国短视频行业发展历程

二、中国短视频行业发展现状

三、中国短视频行业发展特点

四、中国短视频行业商业模式

1、广告

2、电商

3、用户付费

第二节 中国短视频行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国短视频行业财务指标总体分析

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

第四节 中国互联网巨头短视频行业布局情况分析

一、阿里巴巴

二、腾讯

三、百度

第四章 中国不同类型短视频平台分析

第一节 社交媒体类

一、产品

二、功能

三、对比

第二节 资讯媒体类

一、产品

二、对比

第三节 bbs类

一、产品

二、功能

三、未来

第四节 sns类

第五节 电商类

第六节 工具类

第五章 中国短视频市场分析

第一节 中国短视频平台整体发展分析

一、短视频平台类型

二、各类平台发展分析

三、各类平台发展前景分析

第二节 中国短视频主流产品发展分析

一、抖音

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

二、快手

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

三、美拍

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

四、火山视频

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

五、秒拍

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

六、西瓜视频

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

七、微视

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

八、梨视频

1、产品简介

2、产品定位

3、产品市场表现

(1)短视频app下载量排行榜以及用户规模

(2)用户粘性表现

(3)海外表现

4、产品布局

5、运营策略

第三节 中国短视频用户调研分析

一、中国短视频用户规模

1、整体用户规模

2、月度活跃用户规模

二、用户分类

1、内容消费者

2、普通内容生产者

3、专业内容生产者

三、用户画像

1、用户性别、年龄及城市分布

2、用户消费场景及消费水平

3、用户使用行为

4、用户粘性表现

四、卸载用户特征分析

1、卸载用户画像

2、卸载用户兴趣爱好

3、卸载用户去向分析

4、同类产品对卸载用户吸引分析

五、用户对内容的看法

六、用户对广告的接受程度

第四节 中国短视频内容生态分析

一、内容生态介绍

二、内容创作者分类及其发展分析

1、普通用户(ugc)

2、专业用户(pugc)

3、专业机构(pgc)

4、内容整合机构(mcn)

三、内容数量与类型分析

四、内容流量获取

五、内容变现方式

第五节 中国短视频广告商分析

一、广告投放预算

1、投放预算规模

2、投放分配比例

二、短视频广告投放分析

1、广告投放预算增长分析

2、投放广告的类型

3、广告投放方式

(1)贴片广告

(2)信息流广告

(3)植入广告

三、短视频广告投放趋势

第六节 短视频+模式发展分析

一、短视频+在线租赁(途家)

二、短视频+在线音乐(网易云音乐)

三、短视频+美食推荐(大众点评)

四、短视频+知识问答社区(知乎)

五、短视频+招聘(钉钉)

六、短视频+电商(淘宝)

第六章 2026-2031年短视频行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、短视频行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、短视频行业集中度分析

三、短视频行业swot分析

- 1、短视频行业优势分析
- 2、短视频行业劣势分析
- 3、短视频行业机会分析
- 4、短视频行业威胁分析

第二节 中国短视频行业竞争综述

- 一、短视频行业竞争概况
- 二、短视频行业竞争格局
- 三、短视频行业竞争力分析
 - 1、中国短视频行业竞争力剖析
 - 2、中国短视频企业市场竞争的优势
 - 3、民企与外企比较分析
 - 4、国内短视频企业竞争能力提升途径

第三节 短视频市场竞争策略分析

第七章 2026-2031年短视频行业领先企业经营形势分析

第一节 北京微播视界科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、短视频产品发展
- 四、短视频产业布局
- 五、企业发展战略

第二节 北京快手科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、短视频产品发展
- 四、短视频产业布局
- 五、企业发展战略

第三节 百度在线网络技术(北京)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、短视频产品发展
- 四、短视频产业布局
- 五、企业发展战略

第四节 腾讯科技(深圳)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第五节 厦门美图网科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第六节 炫一下(北京)科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第七节 光锐恒宇(北京)科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第八节 北京微然网络科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第九节 优酷信息技术(北京)有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第十节 杭州趣维科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、短视频产品发展

四、短视频产业布局

五、企业发展战略

第八章 2026-2031年短视频行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年短视频行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2026-2031年中国短视频行业发展预测

一、2026-2031年短视频行业市场规模预测

二、2026-2031年短视频行业竞争格局预测

三、2026-2031年短视频行业市场发展潜力

四、2026-2031年短视频行业市场发展前景

第三节 2026-2031年短视频市场发展趋势预测

一、技术发展趋势

二、内容发展趋势

三、平台发展趋势

四、渠道发展趋势

第九章 2026-2031年短视频行业投资机会与风险防范

第一节 短视频行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 短视频行业投资现状分析

一、短视频产业投资经历的阶段

二、2021-2026年短视频行业投资状况回顾

1、总体投资及结构

2、投资规模及增速分析

3、投资方向情况分析

(1)平台方

(2)工具类

(3)内容方

第三节 短视频行业投资特性分析

一、短视频行业进入壁垒分析

二、短视频行业盈利因素分析

三、短视频行业盈利模式分析

第四节 2026-2031年短视频行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、短视频行业投资机遇

第五节 2026-2031年短视频行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六节 中国短视频行业投资建议

一、短视频行业未来发展方向

二、短视频行业主要投资建议

三、中国短视频企业融资分析

1、中国短视频企业ipo融资分析

2、中国短视频企业再融资分析

第十章 2026-2031年短视频行业面临的困境及对策

第一节 短视频行业面临的困境

第二节 短视频企业面临的困境及对策

一、重点短视频企业面临的困境及对策

1、重点短视频企业面临的困境

2、重点短视频企业对策探讨

二、中小短视频企业发展困境及策略分析

1、中小短视频企业面临的困境

2、中小短视频企业对策探讨

三、国内短视频企业的出路分析

第三节 中国短视频行业存在的问题及对策

一、中国短视频行业存在的问题

1、平台内容同质化，质量欠缺

2、平台监管乏力

3、短视频盈利模式不明确

二、短视频行业发展的建议对策

1、打造“个性形式+优先内容”的生产平台

2、健全“政府+平台+网民”的全方位监督管理机制

3、建立多元化经营模式

第四节 中国短视频市场发展面临的挑战与对策

第十一章 短视频行业发展战略研究

第一节 短视频行业发展战略研究

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

第二节 对中国短视频品牌的战略思考

一、短视频品牌的重要性

二、短视频实施品牌战略的意义

三、短视频企业品牌的现状分析

四、中国短视频企业的品牌战略

五、短视频品牌战略管理的策略

第三节 短视频经营策略分析

一、短视频市场细分策略

二、短视频市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、短视频新产品差异化战略

第四节 短视频行业投资战略研究

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 短视频行业研究结论及建议

第二节 中道泰和短视频行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2021-2026年中国资讯媒体融合发展示意

图表：网络通信技术的革新会引发从硬件到应用的全面变革

图表：2021-2026中国短视频市场收入规模增长趋势

图表：短视频app应用增长速度和传统app比较

图表：短视频行业月活跃用户数

图表：短视频行业渗透率情况

图表：短视频行业产业链

图表：2021-2026年国内gdp增长情况

图表：2021-2026年国内居民消费指数波动情况

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：制造业pmi指数(经季节调整)

图表：中国制造业pmi及构成指数(经季节调整)

图表：中国制造业pmi其他相关指标情况(经季节调整)

图表：非制造业商务活动指数(经季度调整)

图表：中国非制造业主要分类指数(经季节调整)

图表：中国非制造业其他分类指数(经季节调整)

图表：综合pmi产出指数(经季度调整)

图表：2021-2026年末人口数及其构成

图表：2021-2026年社会消费品零售总额十强城市

图表：国内短视频行业发展阶段

图表：2021-2026年中国消费者过去接触过的内容形式情况一览

图表：2021-2026年短视频行业月总独立设备数及短视频渗透率

图表：2021-2026年企业数量情况

图表：短视频用户规模及增速

图表：2021-2026年国内短视频行业资产规模情况

图表：2021-2026年国内短视频行业市场规模情况

图表：2021-2026年我国短视频行业毛利率水平

图表：2021-2026年我国短视频行业资产负债水平

图表：2021-2026年我国短视频行业总资产周转水平

图表：2021-2026年短视频行业总资产增长率情况

图表：抖音、快手、微信视频号比较

图表：资讯平台成为短视频重要的分发渠道

图表：短视频平台对比

图表：陌陌、微信朋友圈短视频平台比较

图表：抖音app产品功能架构

图表：不同短视频平台用户消费水平

图表：短视频用户使用行为

图表：用户对内容的看法调研

图表：短视频用户对内容的侧重点

图表：中国短视频行业不同派系竞争情况

图表：2026-2031年短视频行业市场规模预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域swot战略分析图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：205573

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210331/205573.shtml>

在线订购：[点击这里](#)