



2023

专业
深度

北京研精毕智信息咨询有限公司

中国短视频行业速览

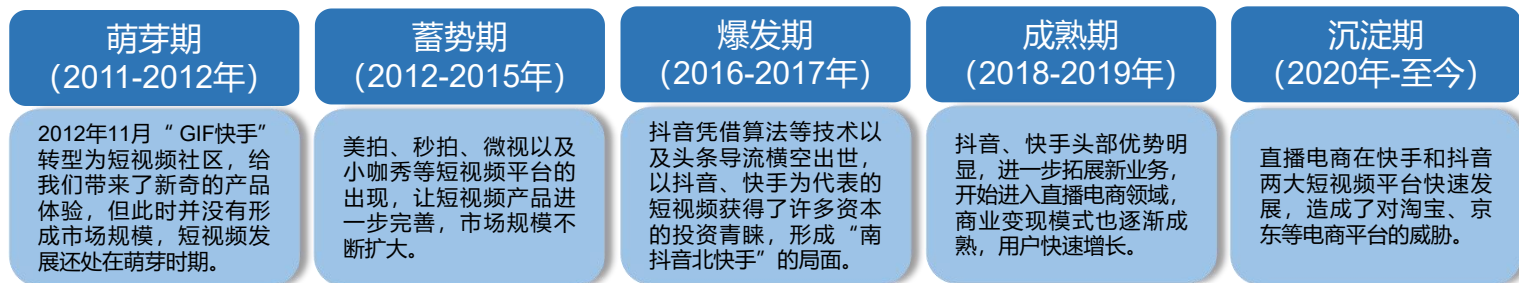
CONTENTS 目录

- 一、短视频行业概述**
- 二、短视频行业发展现状**
- 三、短视频行业代表企业对比分析**
- 四、短视频行业发展驱动因素**



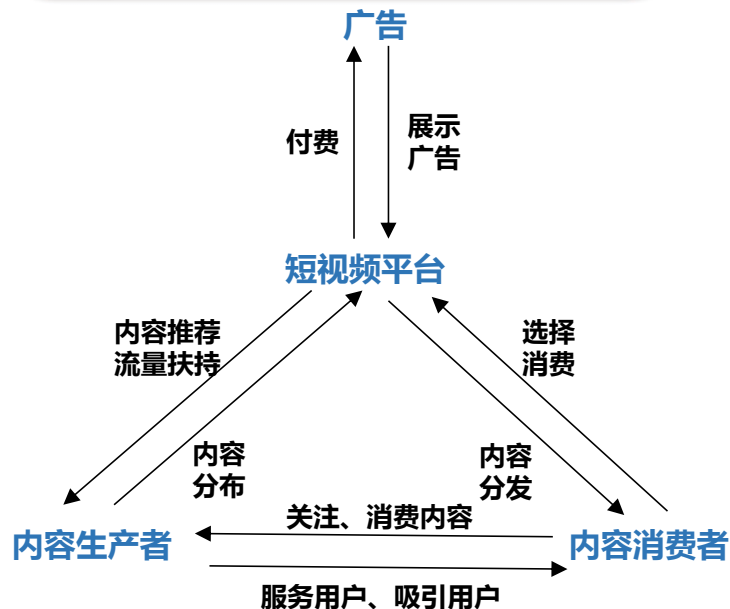
短视频行业概述——定义与模式

短视频是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容，几秒到几分钟不等。由于内容较短，可以单独成片，也可以成为系列栏目。我国短视频行业已经经历了五个阶段，分别是萌芽期、蓄势期、爆发期、成熟期和沉淀期。2011年萌芽至今，短视频行业已进入沉淀期。



短视频产业链主要包含四个角色：**内容生产者、内容消费者（用户）、短视频平台、广告主**

- 内容生产者是指制作视频在短视频平台发布的人群，主要有UGC（普通用户）、PGC（专业机构）、PUGC（KOL、网红、明星等）这几类用户；
- 内容消费者是指在视频平台观看视频的一些用户；
- 短视频平台是指提供用户上传短视频的一些平台，主要的平台有抖音、快手等；
- 广告主是指向短视频平台或KOL/明星/网红等付费合作将产品或品牌进行推广，吸引更多用户消费。

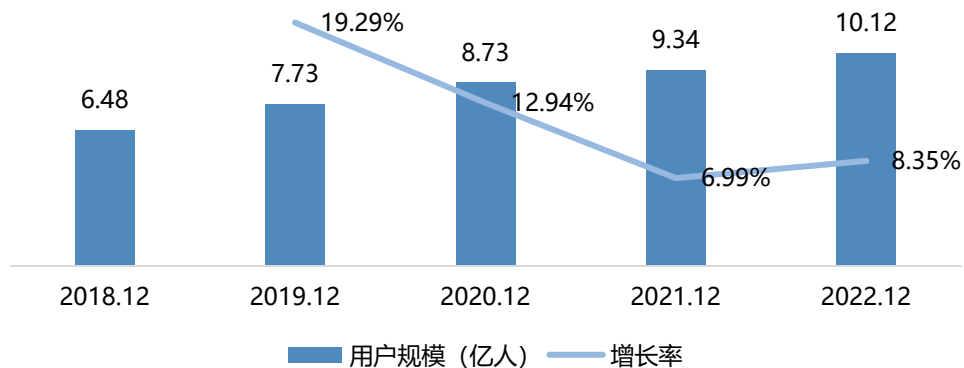


短视频行业发展现状——市场规模与竞争格局

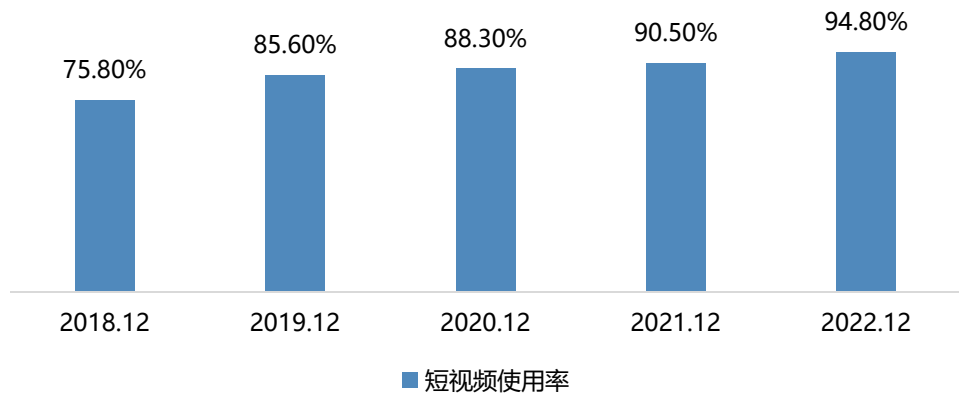
短视频是人们日常休闲娱乐、社交和信息交互的主要工具，深受用户喜爱，近年来短视频用户规模持续增长。据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第51次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2022年12月，短视频用户规模10.12亿人，同比增长8.35%，短视频使用率为94.8%。

短视频异军突起，市场规模持续扩大。2020年泛网络视听领域产业的市场规模为6009.1亿元，较2019年增长32.3%。其中，短视频领域市场规模达**2051.3亿元**，占整体市场的34.1%。2022年短视频市场规模达到**3768.2亿元**。

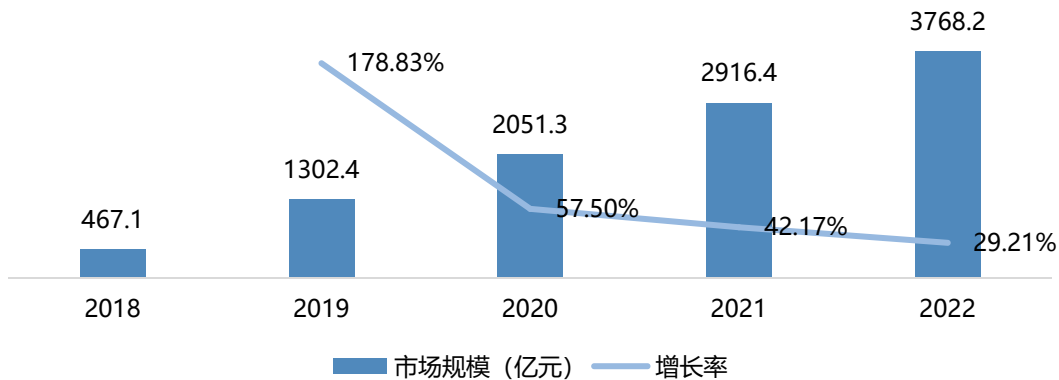
2018-2022年短视频用户规模趋势



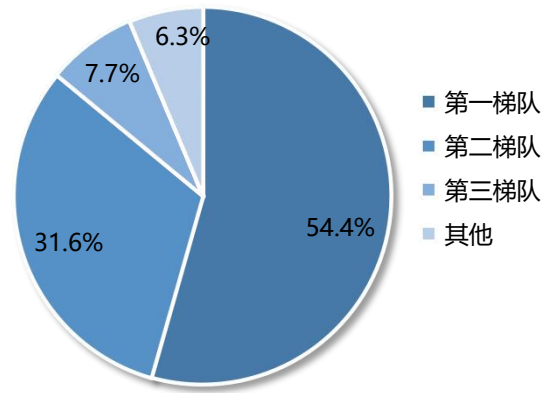
2018-2022年短视频用户使用率趋势



2018-2022年短视频市场规模



2022年短视频竞争格局



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。

短视频市场近乎被第一梯队和第二梯队垄断，第一梯队市场份额54.4%，第二梯队市场份额31.6%，第一梯队和第二梯队市场份额合计86%。第三梯队市场份额较小。

短视频行业代表企业对比分析——平台差异化

以抖音、快手、微视、视频号等为代表的短视频平台核心功能相似，内容差异化明显，分发机制和内容差异导致创作生态和用户生态不同，因而变现模式不同。抖音与快手头部效应明显，视频号独享私域流量变现潜力。

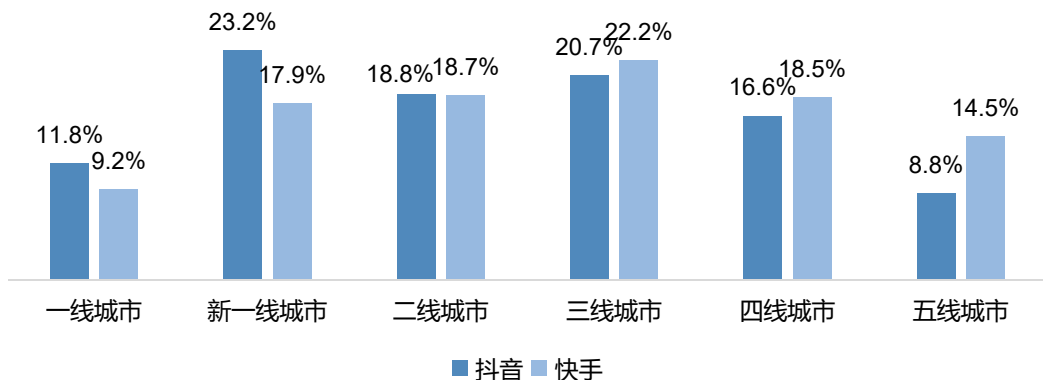
	抖音	快手	微视	视频号
Slogan	记录美好生活	拥抱每一种生活	发现更有趣	记录真实生活
上线时间	2016年9月	2011年3月	2013年9月	2020年1月
归属	字节跳动	快手	腾讯	腾讯
用户规模 (2022年平均DAU)	8亿	3.58亿	0.5亿	5亿
日均使用时长 (2022年)	110分钟	129.2分钟	45分钟	35分钟
分发机制	<ul style="list-style-type: none"> • 相对中心化 • 内容质量权重高 • 社交关系权重相对较低 • 运营干预大，注重人工运营 	<ul style="list-style-type: none"> • 相对去中心化 • 社交关系权重高 • 运营干预较小，逐渐加强运营 	<ul style="list-style-type: none"> • 强PCG导向运营策略 • 多平台分发 • 社交属性弱 	<ul style="list-style-type: none"> • 去中心化 • 社交推荐+算法推荐 • 社交关系权重高 • 运营干预小
互动权重	点赞率 > 评论率 > 转发率	评论率 > 转发率 > 点赞率	-	点赞率 > 评论率 > 转发率
创作生态	<ul style="list-style-type: none"> • 注重优质内容生产者 • 注重内容消费者 • 粉丝头部集中度高 	<ul style="list-style-type: none"> • 注重内容创作者 • 粉丝和达人间链接强、互动性强 • 粉丝分布均衡 	<ul style="list-style-type: none"> • PGC友好,UGC保护较弱 • 粉丝头部集中度高 	<ul style="list-style-type: none"> • 粉丝分布均衡 • 个人品牌IP打通私域公域流量通道
变现能力	平台主导变现模式	达人主导变现模式	平台主导变现电商引流转化	私域流量变现潜能大

短视频行业代表企业对比分析——用户画像与市场数据

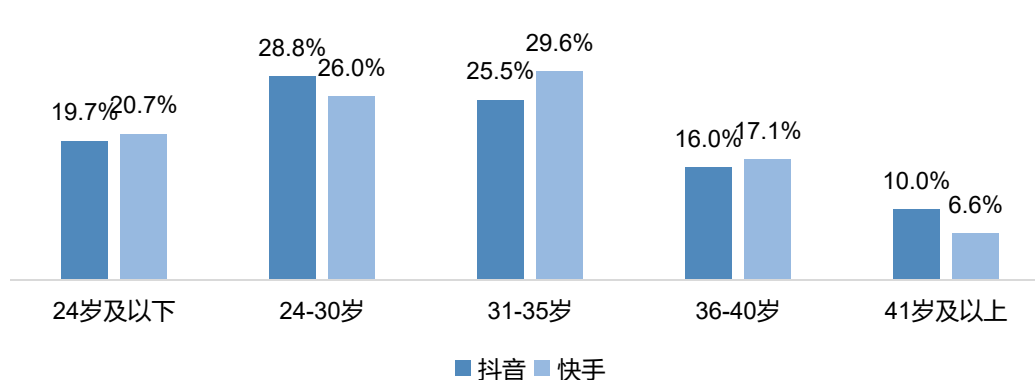
城市分布来看，抖音一线及新一线城市占比35%；快手一线城市的用户占比最小，只有9.2%，三线城市的用户占比最多，高达22.2%。

年龄分布来看，抖音30岁以下用户占比48.5%，并且以24—30岁的用户居多；快手用户以31岁以上人群为主向两端辐射，31—35岁的用户居多，占比29.6%，41岁及以上用户占比最小，只有6.6%。

2021年抖音&快手 用户城市分布



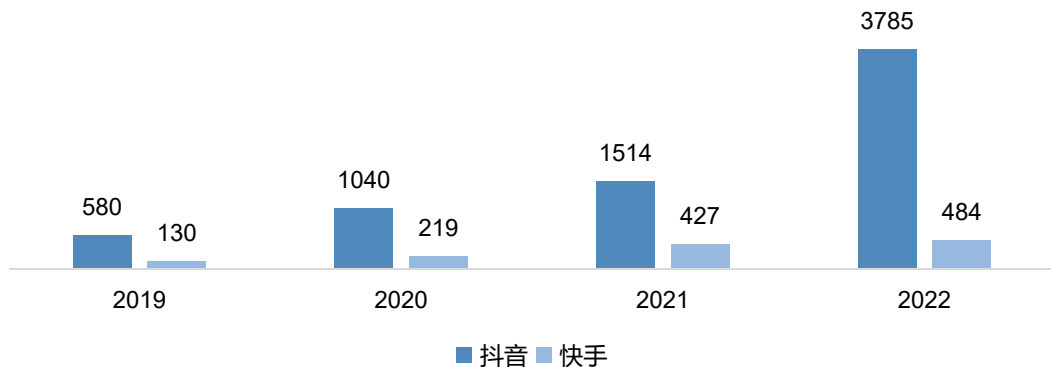
2021年抖音&快手 用户年龄分布



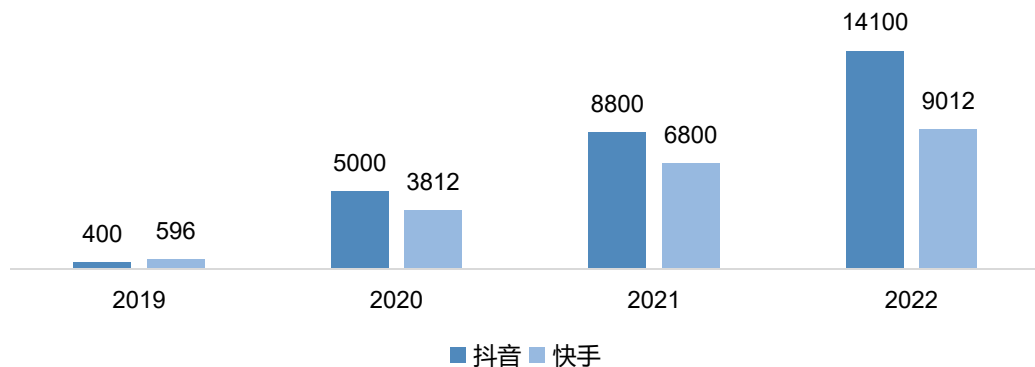
广告业务收入来看，抖音广告收入在2022年迎来爆发式增长；快手自2021年后广告收入增速大幅减弱，承受抖音分流压力。

电商GMV来看，抖音继2020年爆发式增长后，在2022年突破万亿大关；快手电商布局稍早于抖音，2020年后电商GMV规模逐渐落后于抖音。

抖音&快手 广告业务收入规模 (亿元)



抖音&快手 电商GMV规模 (亿元)



移动互联网的普及、社交媒体平台的兴起、用户需求的变化、创作工具和技术的进步以及广告和商业模式的变革，这些因素共同推动了短视频行业的快速发展。国家对短视频在内的文娱领域进行综合治理整顿，出台了一系列政策，严格版权保护，强化平台主体责任，加强行业自律，为建立良好的短视频网络生态提供了政策支持。

移动互联网普及：随着移动互联网的普及，越来越多的人可以随时随地通过智能手机观看和分享短视频内容。移动互联网的高速发展为短视频提供了广阔的用户基础。

社交媒体平台的兴起：社交媒体平台如微信、微博、抖音、快手等积极推动了短视频行业的发展。这些平台提供了一个方便的渠道，让用户可以轻松地创建、发布和分享自己的短视频内容。

用户需求的变化：人们对于获取信息和娱乐方式的需求发生了变化。相比于传统的长篇内容，短视频以其简短、生动的形式吸引了用户的注意力。同时，短视频也符合了现代社会人们碎片化时间的特点，可以在快节奏的生活中迅速传递信息和娱乐内容。

创作工具和技术的进步：随着智能手机摄像技术的提升和移动应用的不断创新，短视频创作变得越来越简单和易用。各种特效、滤镜、剪辑工具等让用户能够轻松地创作出富有创意和趣味性的短视频内容。

广告和商业模式的变革：短视频平台逐渐建立了自己的商业模式，通过广告、付费会员、电商等方式实现盈利。这使得短视频平台能够吸引更多的内容创作者和投资者，进一步推动了短视频行业的发展。

发布时间	政策名称	主要内容
2021年1月	《互联网用户公众账号信息服务管理规定》	明确了短视频平台对公众账号生产运营者影视切条侵权情况的管理责任。
2021年2月	《关于平台经济领域的反垄断指南》	对包括短视频平台在内的平台竞争与并购设置了“红绿灯”。
2021年10月	《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》	充分发挥广播电视产业在内容方面的核心优势,巩固提升广播电视节目栏目、电视剧、动画片、纪录片、网络剧、短视频、网络电影产业,积极拓展产品开发和衍生产品市场,提升内容产业价值链加强对网络综艺节目、网络秀场直播和电商直播、短视频等新业态管理。
2021年10月	《互联网平台落实主体责任指南(征求意见稿)》	要求互联网平台经营者应当建立有针对性的知识产权保护规则和相应治理规则,履行知识产权保护责任。
2021年12月	《关于加强互联网电视短视频业务管理的通知》	通过牌照商对于当下正热的短视频业务进入互联网电视提出了明确的管理要求,也为短视频业务进入大屏的规范发展开启了正式通道。
2021年12月	《关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》	就“微短剧”的定义、审核标准、审查细节、备案情况等问题作了进一步的规范和明确。把网络微短剧视同网络影视剧,按照同一标准、同一尺度来审核。
2021年12月	《网络短视频内容审核标准细则(2021)》	对原有21类100条标准进行了与时俱进的完善。重点针对社会高度关注的泛娱乐化、低俗庸俗媚俗问题的新表现,以及泛娱乐化恶化舆论生态、利用未成年人制作不良节目、违规传播广播电视和网络视听节目片段、未经批准擅自引进播出境外节目等典型突出问题,提出了更为明确的具体要求和工作指引。
2022年4月	《关于开展“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动的通知》	自2022年4月起,三部门将开展为期两个月的“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动。专项行动将着力破解平台信息内容呈现不良、功能运行失范、充值打赏失度等突出问题。



北京研精毕智信息咨询有限公司（中文简称“北京研精毕智”，英文简称“XYZResearch”）

——国内领先的行业及企业研究服务供应商——

服务号

订阅号

分析师

联系方式



电 话: 010-53322951
+86-13718859135
E-mail: info@xyz-research.com
sales@xyz-research.com
官 网: <https://www.yjbzr.com/>
地 址: 北京市海淀区中关村E世界财富中心
C座879

分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司(简称为“研精毕智”)所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。

本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测行业未来的发展趋势。

我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的引用和修改。

本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。