2026-2031年中国短视频行业市场前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：短视频行业界定及数据统计标准说明
1.1 短视频行业界定
1.1.1 短视频的界定
1.1.2 短视频相关概念辨析
（1）短视频与长视频的区别
（2）短视频与直播的区别
1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中短视频行业归属
1.2 短视频行业分类
1.3 短视频行业专业术语介绍
1.4 本报告研究范围界定说明
1.5 本报告数据来源及统计标准说明
1.5.1 本报告权威数据来源
1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明
第2章：中国短视频行业宏观环境分析（PEST）
2.1 中国短视频行业政策（Policy）环境分析
2.1.1 中国短视频行业监管体系及机构介绍
（1）中国短视频行业主管部门
（2）中国短视频行业自律组织
2.1.2 中国短视频行业内容审核标准建设现状
2.1.3 短视频行业国家层面发展相关政策规划汇总及解读
（1）中国短视频行业国家层面发展相关政策汇总
（2）中国短视频行业国家层面发展相关规划汇总
2.1.4 中国短视频行业国家层面重点政策解析
（1）“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动
（2）《网络短视频内容审核标准细则》和《网络短视频平台管理规范》
2.1.5 中国短视频行业国家层面重点规划解析
（1）《“十四五”信息通信行业发展规划》
（2）《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
2.1.6 中国短视频行业政策环境对行业发展的影响
2.2 中国短视频行业经济（Economy）环境分析
2.2.1 中国宏观经济发展现状
（1）中国GDP及增长情况
（2）中国三次产业结构
（3）中国居民消费价格（CPI）
（4）中国生产者价格指数（PPI）
（5）中国第三产业增加值
（6）中国社会消费品零售情况
2.2.2 中国宏观经济发展展望
（1）国际机构对中国GDP增速预测
（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测
2.2.3 中国短视频行业发展与宏观经济相关性分析
2.3 中国短视频行业社会（Society）环境分析
2.3.1 中国短视频行业社会环境分析
（1）中国人口规模及增速
（2）中国人口结构
1）年龄结构
2）中国人口性别结构
（3）中国城镇化水平变化
1）中国城镇化现状
2）中国城镇化趋势展望

（4）中国居民人均可支配收入
（5）中国居民人均消费支出及结构
1）中国居民人均消费支出
2）中国居民消费结构变化
（6）中国居民消费升级演进
1）中国消费升级演进历程
2）中国消费变革的八大趋势
（7）中国网民规模及互联网普及率
2.3.2 社会环境对短视频行业的影响总结
2.4 中国短视频行业技术（Technology）环境分析
2.4.1 短视频行业运营工作流程
2.4.2 新兴技术在短视频行业中的应用
2.4.3 短视频行业科研创新成果
（1）中国短视频行业专利申请数量
（2）中国短视频行业专利公开数量
（3）中国短视频行业专利申请人
（4）中国短视频行业热门技术分析
2.4.4 技术环境对中国短视频行业发展的影响总结
第3章：全球及中国短视频行业发展状况分析
3.1 全球短视频行业发展概况分析
3.1.1 全球短视频行业发展现状分析
3.1.2 全球短视频行业主要玩家分析
3.1.3 全球短视频行业发展趋势分析
3.2 中国短视频行业发展概况分析
3.2.1 中国短视频行业发展历程分析
3.2.2 中国短视频行业发展特征分析
3.2.3 中国短视频行业市场规模分析
（1）中国短视频行业用户规模
（2）中国短视频行业用户使用率
（3）中国短视频行业用户使用时长
（4）中国短视频行业市场规模
3.2.4 中国短视频行业企业出海分析
（1）中国短视频行业企业出海现状分析
（2）中国短视频企业海外市场竞争格局
3.3 中国短视频行业市场竞争分析
3.3.1 中国短视频行业竞争格局分析
（1）中国短视频行业竞争梯队分析
（2）中国短视频行业竞争格局分析
1）中国短视频行业平台竞争格局
2）中国短视频派系竞争
3.3.2 中国短视频行业五力模型分析
（1）中国短视频行业现有竞争者分析
（2）中国短视频行业潜在进入者威胁
（3）中国短视频行业替代品威胁分析
（4）中国短视频行业上游议价能力分析
（5）中国短视频行业下游议价能力分析
（6）中国短视频行业竞争情况总结
3.4 中国短视频行业产业链全景解析
3.4.1 中国短视频行业产业链结构分析
3.4.2 中国短视频行业上游内容生产方分析
3.4.3 中国短视频行业中游MCN机构分析
（1）中国短视频行业MCN机构发展历程
（2）中国短视频行业MCN机构发展现状
1）中国MCN机构数量
2）中国MCN机构组织规模
3）中国MCN机构成立年限
4）中国MCN机构运营平台
（3）中国短视频行业MCN机构竞争格局
1）中国短视频行业MCN机构区域竞争格局

2）中国短视频行业MCN机构企业竞争格局
3.4.4 中国短视频行业下游泛内容平台分析
（1）中国短视频行业泛内容平台发展现状分析
（2）中国短视频行业泛内容平台发展趋势分析
3.5 中国短视频行业盈利模式分析
3.6 中国短视频行业存在的痛点及破局点分析
3.6.1 中国短视频行业存在的痛点分析
3.6.2 中国短视频行业破局点分析
第4章：中国短视频用户画像分析
4.1 用户基本特征分析
4.1.1 用户性别分布
4.1.2 用户年龄分布
4.1.3 用户学历分布
4.1.4 用户收入分布
4.2 用户需求特征分析
4.2.1 用户使用时长
4.2.2 用户使用场景
4.2.3 用户平台偏好
4.2.4 用户内容偏好
4.2.5 用户付费意愿
4.2.6 用户发布动机
4.2.7 用户观看动机
第5章：短视频行业内容分发场景分析
5.1 社交平台场景分析
5.1.1 短视频与社交平台的联系
5.1.2 社交平台短视频发展现状
5.1.3 社交平台短视频竞争格局
5.1.4 社交平台短视频典型案例
（1）微信视频号
（2）微博视频号
5.1.5 社交平台短视频市场发展趋势
5.2 资讯平台场景分析
5.2.1 短视频与资讯平台的关系
5.2.2 资讯平台短视频发展现状
（1）资讯平台短视频发展历程
（2）资讯媒体融合发展分析
（3）资讯平台短视频内容生产及营销模式分析
5.2.3 资讯平台短视频竞争格局
5.2.4 资讯平台短视频用户画像
（1）资讯平台短视频用户画像
1）性别分布
2）年龄分布
3）学历分布
4）对网络广告的态度
（2）用户观看资讯短视频的主要因素
（3）用户观看资讯短视频的场景及时段偏好
5.2.5 资讯平台短视频市场发展趋势分析
5.3 电商平台场景分析
5.3.1 短视频与电商平台的联系
5.3.2 电商平台与短视频平台合作发展现状
5.3.3 电商与短视频平台的分成模式
（1）快手
（2）抖音
5.3.4 通过短视频平台购买商品品类分布
5.3.5 电商平台短视频市场发展趋势
5.4 垂直平台场景分析
5.4.1 短视频与垂直平台的联系
5.4.2 垂直平台短视频发展现状
5.4.3 垂直平台短视频用户画像

5.4.4 垂直平台短视频市场前景
第6章：短视频行业垂直细分领域市场前景分析
6.1 短视频行业垂直细分领域市场前景概况
6.2 美妆领域应用市场前景分析
6.2.1 美妆领域在短视频行业发展现状
6.2.2 美妆领域短视频主力用户分析
6.2.3 美妆领域在短视频行业的竞争性
6.2.4 美妆领域在短视频行业的市场前景
6.3 母婴领域应用市场前景分析
6.3.1 母婴领域在短视频行业发展现状
（1）短视频行业母婴领域热度
（2）短视频行业母婴领域销售额状况
（3）短视频行业母婴领域重点品类发展趋势
6.3.2 母婴领域短视频规模扩张情况
6.3.3 母婴领域短视频行业用户画像分析
（1）母婴短视频用户关注品类
（2）母婴短视频用户年龄分布
（3）母婴短视频用户城市分布
6.3.4 母婴领域在短视频行业的竞争性
6.3.5 母婴领域在短视频行业的市场前景
6.4 搞笑段子领域应用市场前景分析
6.4.1 搞笑段子领域在短视频行业发展现状
6.4.2 搞笑段子领域短视频规模扩张情况
6.4.3 搞笑段子领域在短视频行业的竞争性
6.4.4 搞笑段子领域在短视频行业的市场前景
6.5 游戏领域应用市场前景分析
6.5.1 游戏领域在短视频行业发展现状
（1）短视频行业游戏领域活跃用户发展状况
（2）短视频行业游戏领域KOL发展状况
6.5.2 游戏领域短视频规模扩张情况
6.5.3 游戏领域在短视频行业的竞争性
6.5.4 游戏领域在短视频行业的市场前景
6.6 美食领域应用市场前景分析
6.6.1 美食领域在短视频行业发展现状
（1）美食短视频发展状况分析
（2）美食短视频主要类型分析
6.6.2 美食领域短视频规模扩张情况
6.6.3 美食领域在短视频行业的竞争性
6.6.4 美食领域在短视频行业的市场前景
6.7 情感领域应用市场前景分析
6.7.1 情感领域在短视频行业发展现状
6.7.2 情感领域短视频规模扩张情况
6.7.3 情感领域在短视频行业的竞争性
6.7.4 情感领域在短视频行业的市场前景
6.8 其他领域应用市场前景分析
6.8.1 教育领域在短视频的应用市场前景分析
6.8.2 农业领域在短视频的应用市场前景分析
第7章：中国短视频企业投资布局及典型案例分析
7.1 短视频平台发展概况
7.1.1 短视频平台用户活跃度和人均使用时长情况
7.1.2 短视频平台发展现状综合评价
7.2 互联网企业短视频行业投资布局分析
7.2.1 字节跳动短视频行业投资布局分析
7.2.2 快手短视频行业投资布局分析
7.2.3 百度短视频行业投资布局分析
7.2.4 腾讯短视频行业投资布局分析
7.2.5 阿里巴巴短视频行业投资布局分析
7.2.6 新浪短视频行业投资布局分析
7.3 主要短视频平台运营分析

7.3.1 抖音
（1）平台发展历程及基本信息
（2）平台发展状况分析
（3）平台垂直领域结构分析
（4）平台运营模式分析
1）内容分发流程
2）运营政策
3）抖音海外战略
（5）平台最新发展规划及动态
1）平台最新发展动态
2）平台最新发展规划
（6）平台发展短视频业务的优劣势分析
7.3.2 快手
（1）平台发展历程及基本信息
（2）平台发展状况分析
（3）平台经营状况分析
（4）平台运营模式分析
1）收入模式
2）分发策略
3）分发逻辑
4）运营策略
（5）平台最新发展规划及动态
1）平台最新发展动态
2）平台最新发展规划
（6）平台发展短视频业务的优劣势分析
7.3.3 微视
（1）平台发展历程分析
（2）平台发展状况分析
（3）平台用户画像
1）平台用户地域分布
2）平台用户日均花费时间分布
（4）平台产品定位
（5）平台最新发展规划及动态
（6）平台发展短视频业务的优劣势分析
7.3.4 西瓜视频
（1）平台发展历程分析
（2）平台用户画像分析
1）性别分布
2）年龄分布
3）城市等级分布
（3）平台运营模式分析
（4）平台最新发展规划及动态
（5）平台发展短视频业务的优劣势分析
7.3.5 好看视频
（1）平台发展历程分析
（2）平台发展状况分析
（3）平台用户画像分析
（4）平台最新发展规划及动态
（5）平台发展短视频业务的优劣势分析
第8章：短视频行业前景预测与投资建议
8.1 短视频行业发展趋势与前景预测
8.1.1 行业发展因素分析
（1）行业发展驱动因素总结
（2）行业发展制约因素总结
8.1.2 行业市场规模预测
8.1.3 行业发展趋势预判
8.2 短视频行业投资现状与风险分析
8.2.1 行业进入壁垒分析
8.2.2 行业发展机遇与挑战分析

8.2.3 行业投资风险预警
8.3 短视频行业投资价值与投资机会
8.3.1 行业投融资状况
（1）行业投融资现状分析
（2）行业投资主体
（3）行业投资切入方式
8.3.2 行业投资价值分析
8.3.3 行业投资机会分析
8.4 短视频行业发展战略与规划分析
8.4.1 行业投资策略分析
8.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：短视频与长视频的区别分析
图表2：短视频与直播的区别分析
图表3：国家统计局对短视频行业的定义与归类
图表4：短视频产品分类
图表5：短视频行业专业术语介绍
图表6：本报告研究范围界定
图表7：本报告权威数据资料来源汇总
图表8：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表9：中国短视频行业监管体系构成
图表10：中国短视频行业主管部门
图表11：中国短视频行业自律组织
图表12：2021版《网络短视频内容审核标准细则》与旧版的区别
图表13：截至2025年中国短视频行业国家层面发展政策汇总
图表14：截至2025年中国短视频行业国家层面发展规划汇总
图表15：“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动关于短视频行业主要内容解读
图表16：《网络短视频内容审核标准细则》和《网络短视频平台管理规范》关于短视频行业主要内容解读
图表17：2025年中国短视频行业主要发展方向
图表18：《“十四五”信息通信行业发展规划》关于短视频行业发展规划指导
图表19：《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》关于短视频行业建设规划
图表20：政策环境对中国短视频行业发展的影响总结
图表21：2013-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表22：2013-2025年中国三次产业结构（单位：%）
图表23：2021-2025年中国CPI变化情况（单位：%）
图表24：2021-2025年中国PPI变化情况（单位：%）
图表25：2013-2025年中国第三产业增加值及增速（单位：万亿元，%）
图表26：2013-2025年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
图表27：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表28：2025年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表29：2020-2025年中国GDP与短视频行业市场规模相关性
图表30：2020-2025年中国第三产业增加值与短视频行业市场规模相关性
图表31：2014-2025年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表32：2014-2025年中国人口年龄结构（单位：%）
图表33：2014-2025年中国人口性别结构（单位：%）
图表34：2014-2025年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表35：中国城市化进程发展阶段
图表36：2013-2025年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表37：2013-2025年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表38：2016-2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表39：中国消费升级演进趋势
图表40：中国消费变革八大趋势分析
图表41：2020-2025年中国网民规模与普及率情况（单位：亿人，%）
图表42：社会环境对短视频行业发展的影响分析

图表43：短视频行业运营工作流程
图表44：新一代信息技术在短视频行业中的应用
图表45：2014-2025年中国短视频行业专利申请数（单位：项）
图表46：2014-2025年中国短视频行业专利公开数（单位：项）
图表47：截至2025年中国短视频行业专利申请人Top20（单位：项，%）
图表48：截至2025年中国短视频行业热门技术Top10（单位：项，%）
图表49：技术环境对中国短视频行业发展的影响总结
图表50：2021-2025年全球短视频发展重点事件梳理
图表51：全球短视频行业主要玩家分析
图表52：全球短视频行业发展趋势分析
图表53：中国短视频行业发展历程
图表54：中国短视频行业发展特征分析
图表55：2021-2025年中国短视频用户规模及增速（单位：亿人，%）
图表56：2021-2025年中国短视频用户使用率（单位：%）
图表57：2021-2025年中国短视频行业用户使用时长占全网总时长比例（单位：%）
图表58：2020-2025年中国短视频行业市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表59：中国短视频行业企业出海主要事件梳理
图表60：中国短视频APP海外布局一览
图表61：中国短视频行业竞争梯队分析
图表62：2025年抖音短视频v.s.快手运营情况对比分析（单位：亿，%）
图表63：2025年抖音、快手用户城市等级分布（单位：%）
图表64：中国短视频行业不同派系竞争情况
图表65：中国短视频行业现有竞争者情况
图表66：我国短视频行业潜在进入者威胁分析
图表67：中国短视频行业上游议价能力分析
图表68：中国短视频行业下游议价能力分析
图表69：中国短视频行业五力竞争综合
图表70：中国短视频行业产业链结构
图表71：中国短视频行业上游内容生产方对比分析
图表72：中国MCN行业发展历程
图表73：2019-2025年中国MCN机构数量（单位：家，%）
图表74：2025年中国MCN机构组织规模变化分布（单位：%）
图表75：2025年中国MCN机构成立年限占比（单位：%）
图表76：2025年中国MCN机构现有运营平台平均比重（单位：%）
图表77：2025年中国MCN机构数量区域分布TOP10（单位：%）
图表78：中国MCN机构的主要类型
图表79：中国主要泛内容平台类型及代表性平台
图表80：中国泛内容平台发展趋势分析
图表81：中国短视频行业收入结构分析
图表82：2020-2025年中国短视频行业广告市场规模（单位：亿元，%）
图表83：中国短视频行业存在的痛点分析
图表84：中国短视频行业破局点分析
图表85：2025年中国短视频用户性别分布（单位：%）
图表86：2021-2025年中国短视频用户年龄分布（单位：%）
图表87：2025年中国短视频用户学历分布（单位：%）
图表88：2025年中国短视频用户个人月收入分布（单位：%）
图表89：2025年中国短视频用户日均使用时长偏好（单位：%）
图表90：2025年中国短视频用户观看场景占比情况（单位：%）
图表91：2025年中国短视频平台用户规模（单位：亿）
图表92：2021-2025年中国短视频用户内容偏好情况（单位：%）
图表93：2021-2025年中国短视频用户付费意愿情况（单位：%）
图表94：2025年中国短视频用户发布短视频原因占比情况（单位：%）
图表95：2025年中国短视频用户观看动机占比情况（单位：%）
图表96：短视频具有极强的社交属性
图表97：中国主要社交平台短视频发展概况
图表98：2025年中国MCN机构评估各平台的发展潜力情况（单位：%）
图表99：2025年中国MCN机构新入驻平台占比（单位：%）
图表100：微信视频号特点
图表101：微信视频号未来发展方向预测

图表102：2025年微信视频号日均DAU及日均使用时长情况（单位：亿，%，分钟）
图表103：2025年微博视频号作者整体规模（单位：万，个，万个）
图表104：2025年微博视频号各维度TOP10垂直领域分布情况
图表105：中国社交平台短视频市场发展趋势分析
图表106：中国资讯平台短视频发展历程
图表107：中国资讯媒体融合发展特征分析
图表108：中国资讯平台短视频内容生产主要参与者类型
图表109：资讯短视频用户观看渠道偏好（单位：%）
图表110：资讯平台短视频用户性别分布（单位：%）
图表111：资讯平台短视频用户年龄分布（单位：%）
图表112：资讯平台短视频用户学历分布（单位：%）
图表113：资讯平台短视频用户对网络广告的态度（单位：%）
图表114：资讯平台短视频用户对网络广告的态度
图表115：用户观看资讯短视频的主要因素（单位：%）
图表116：用户观看资讯短视频的主要时间段及场景（单位：%）
图表117：中国资讯平台短视频市场发展趋势
图表118：截至2025年主要短视频平台与电商平台的合作动态
图表119：抖音、快手与电商平台间的合作关系
图表120：快手的电商分成模式
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！