

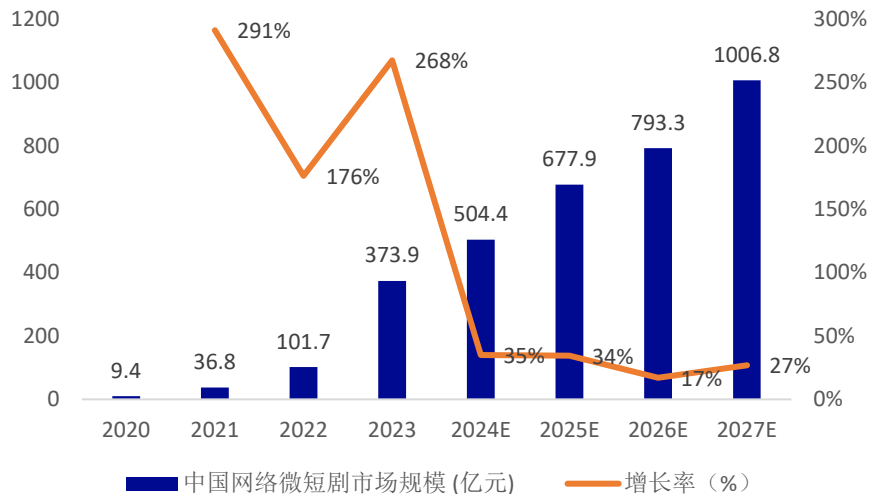
# 2024上半年 微短剧投流白皮书

DataEye研究院

# 一、市场概况及预估

## 微短剧市场规模

2020-2027年中国微短剧市场规模及预测

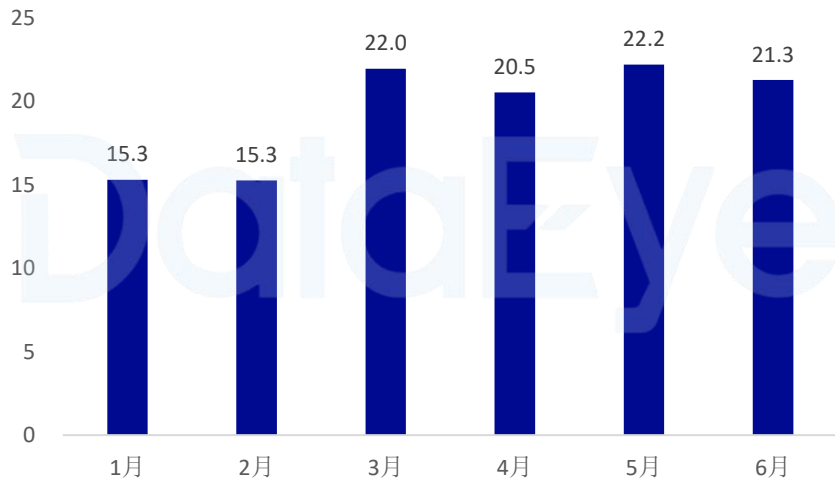


## 2023年市场规模373.9亿元 预计2024年超500亿元

- 据艾媒咨询预测，2023年中国微短剧市场规模达373.9亿元，同比上升267.65%，预计2024年市场规模超500亿元，2027年超1000亿元；
- 微短剧市场规模=用户付费+广告+平台分账，2023年付费短剧规模为207.4亿，广告规模约158亿，分账短剧规模约8亿元。

## 微短剧投流规模

2024年1-6月短剧投流规模（亿）



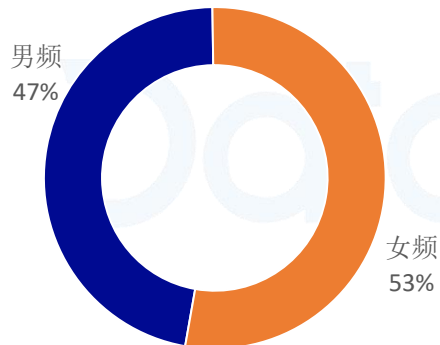
## 上半年投流规模约116亿元 预计2024全年接近300亿元

- ADX短剧版数据显示，2024年1~6月份，大陆市场微短剧投流规模超116亿元。1、2月超15亿，3月以来月均热力值21.5亿，趋于相对稳定。DataEye研究院预计2024年全年微短剧投流规模在250亿-300亿元水平；
- 这一预估比我们此前预估的420亿有所下调，主要因为①行业竞争快速加剧；②盗版影响；③监管趋严，行业趋于高质量发展；
- 6月，中国大陆市场微短剧投流“三分天下”：日均大盘消耗在7000万元左右，其中付费短剧日耗约4000万元，IAA短剧约2000万元，CPS+原生合计约1000万元。

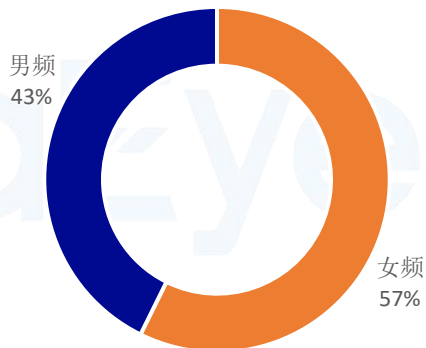
## 二、投流分析

## 投流规模分析：男女频热力值

2024年1-2月男女  
频热力值占比



2024年上半年  
男女频热力值占比



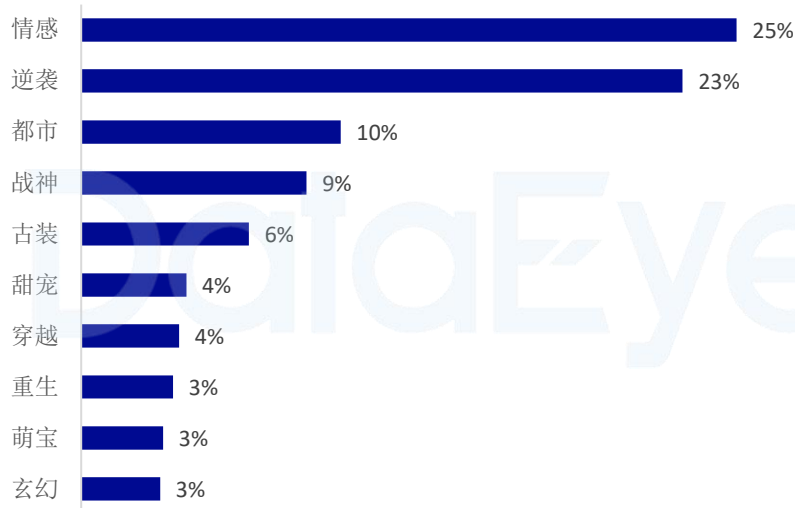
## 预计2024年男频投流规模128亿，女频172亿

- 根据ADX短剧版数据，2024上半年，女频热力值占57%领先于男频的43%，且优势较年初有所扩大（年初女频约53%）；
- DataEye研究院预计，2024年全年男频短剧投流规模约128亿，女频约172亿；
- 女频吸金强劲，玩家跑步入局：上半年参与投流的女频短剧数量较男频高出15%，今年来，越来越多的玩家开始入局女频，亦或将女频作为主攻赛道。



## 投流规模分析：题材热力值

2024年上半年细分题材热力值占比（%）



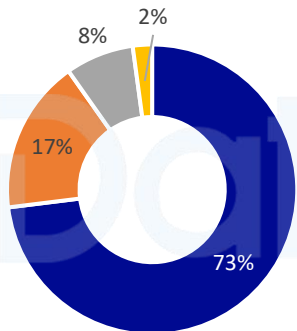
注：细分题材有重合，同一部短剧可能涉及多个题材

## 情感、逆袭投流表现突出 都市热度飙升，战神下滑

- ADX短剧版数据显示：情感、逆袭包揽细分题材榜前两名，热力值遥遥领先；都市题材类进步较快，升至第三；战神跌出前三，位列第四；
- Q2逆袭、都市热度飙升，战神热度下滑：逆袭题材在4月和6月赶超情感题材夺得第一，都市Q2稳居第三，而战神从4月开始跌出前三；
- 上半年传统爆款题材逆袭、战神，题材相对大众的情感、都市依然是投流主力军，古装、甜宠、穿越、重生等题材也开始崭露头角。

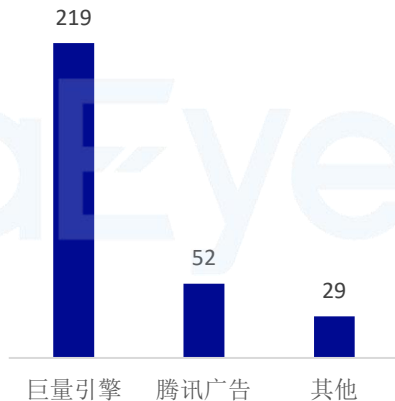
## 投流规模分析：媒体平台热力值

2024年上半年媒体平台  
素材量占比



■ 巨量引擎 ■ 腾讯广告  
■ 快手联盟 ■ 其他

2024年媒体平台投流规模  
预估（亿元）

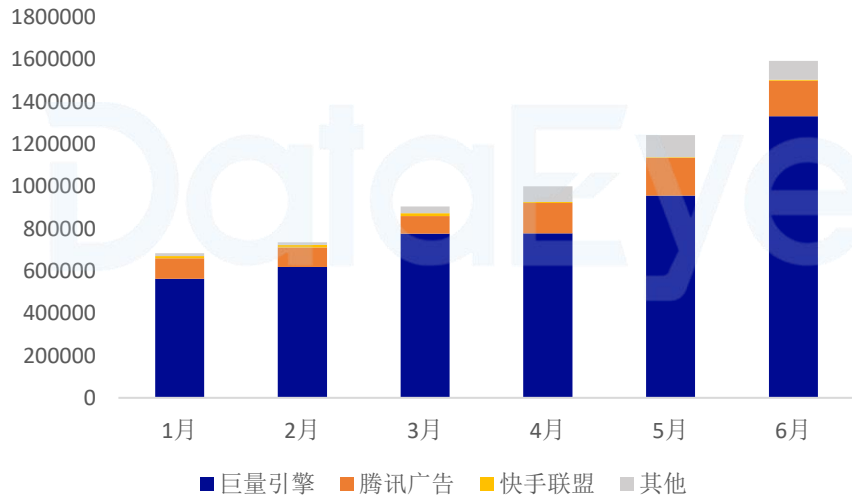


## 巨量引擎投流规模超210亿 腾讯广告超50亿

- 按投流素材、热力值占比分析：巨量引擎是短剧投流消耗第一大平台，2024年上半年投流消耗约占73%，腾讯广告约占17%，快手8%，其他平台约占2%；
- DataEye预计，2024年巨量引擎投流规模超210亿，腾讯广告超50亿，其他媒体平台约30亿。

## 投流规模分析：媒体平台素材量

短剧投放媒体平台

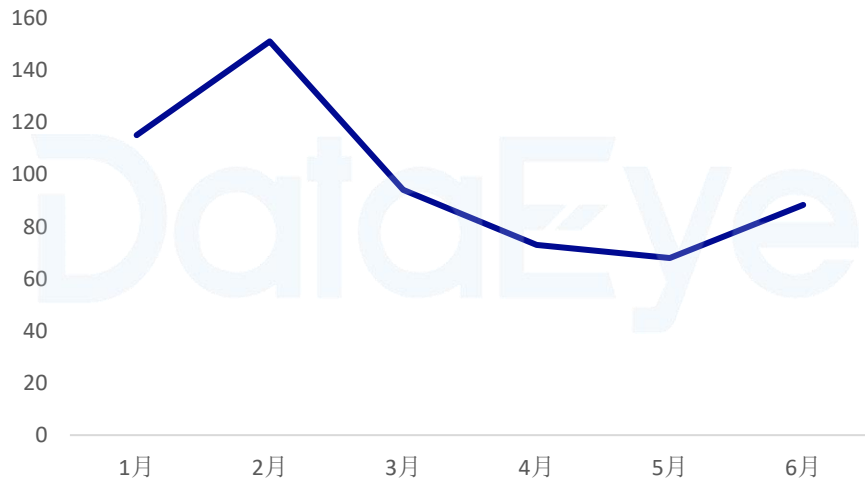


## 投流媒体平台格局稳定 巨量引擎占七成

- 2024年上半年，短剧投放媒体平台趋于稳定，现阶段巨量依然是渠道霸主，占据超7成素材，腾讯广告占2成素材，其他媒体平台占1成左右；
- 巨量引擎主投抖音和穿山甲联盟，两大渠道合计素材占比超90%，腾讯广告主投优量广告，两大平台均主投下沉市场的聚合媒体。

## 投流规模分析：每月投放素材量

2024年上半年短剧投放素材数（万）



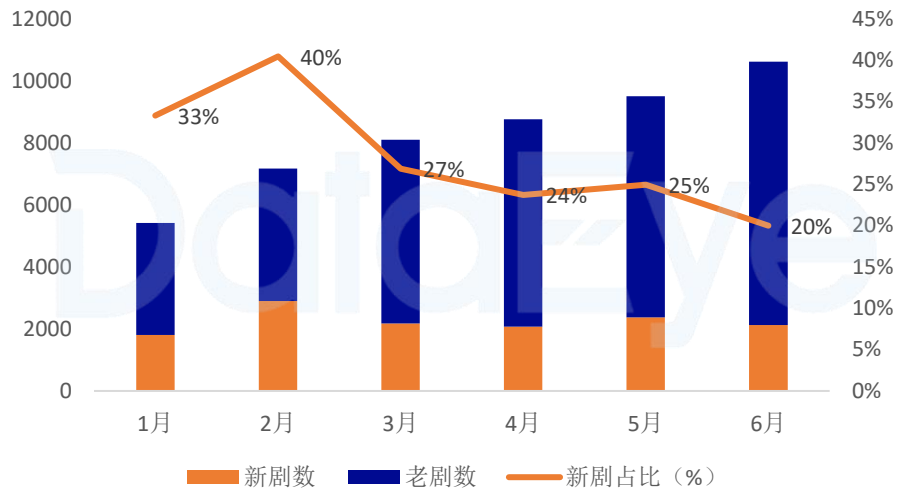
## 去重素材量超580万 Q2素材量环比下滑36%

- ADX短剧版数据显示：2024上半年，中国大陆市场微短剧投放素材量（视频+图片，去重）超589万，其中Q1投放素材量约360万，Q2投放素材量约229万，Q2环比下滑约36%；
- Q2短剧投放素材量下滑的原因包括：①2月是新剧上线高峰，新剧集中上线推高投放量，3月后新剧数量下滑，素材量也随之下滑；②Q1赶上春节档，投放竞争激烈，逼迫厂商不断“堆素材”尝试，素材使用效率不高。



## 投流规模分析：新老短剧数

2024年上半年在投短剧数量

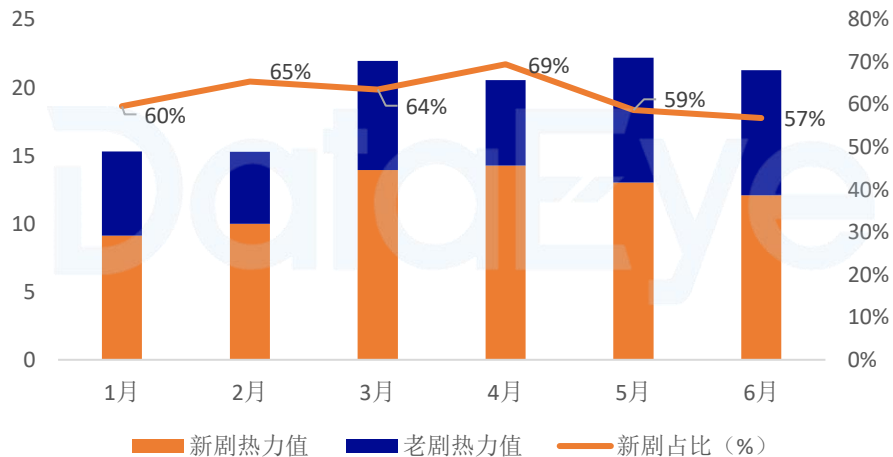


## 月均参投微短剧超8000部 新剧单月占比持续下滑

- ADX短剧版数据显示：2024上半年，参与投流的微短剧总数（去重）超2万部，其中新剧总数超1.35万部，占比约68%；上半年，月均投流短剧8259部，其中新剧2240部。
- 分月份看，每月参与投流的微短剧数量稳步提升，但新剧数量及占比呈现下降趋势。到了6月，在投微短剧数超1万部，新剧仅2100多部，占比20%，而1、2月新剧占比超30%。
- 这一数据表明：①参投微短剧持续增加，一部分老剧持续经过市场验证，因此可以长线参投，但投流消耗不如新剧；②每月新剧持续入市，但数量较为稳定，行业产能较为稳定。新剧虽然相对量少，但投流消耗金额占比高。

## 投流规模分析：新老短剧热力值

2024年上半年在投短剧热力值  
单位：亿



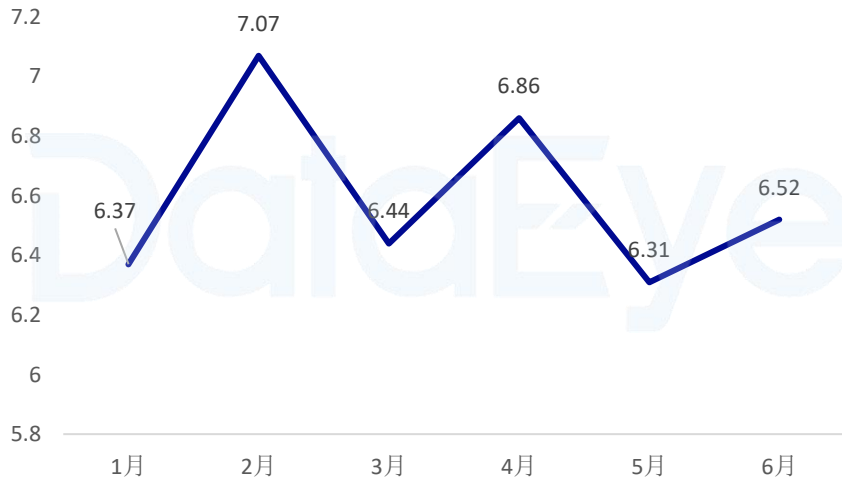
注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的新剧

## 新剧热力值总额超72亿 单月占比稳定在6成

- ADX短剧版数据显示：2024上半年，新剧热力值总额超72亿元，新剧热力值占比约62%；
- 分月份来看，1-4月新剧热力值总额稳步上升，5月和6月出现小幅下滑，5、6月新剧热力值下滑主要与微短剧备案新规有关；
- 整体来看，虽然每月参与投流的新剧数出现下滑，但每月新剧热力值占比高，稳定在六成。

## 投流规模分析：新剧投放周期

2024年上半年新剧投放时长



注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的新剧

## 新剧平均投放时长约6天 仅相当于爆款剧的1/16

- ADX短剧版数据显示：2024上半年，新剧平均投放时长，在6天左右，生命周期并不长；
- 不过，市场优胜劣汰，存活下来的爆款短剧投放时长则超100天，是新剧投放时长的16倍以上：2024年上半年热力值TOP20的微短剧，累计投放天数约109天，TOP10累计投放天数约112天；
- 《长风踏歌》《裴总每天都想父凭子贵》《长公主她不装了》等爆款剧累计投放天数均超170天。



## 投流规模分析：爆款剧格局

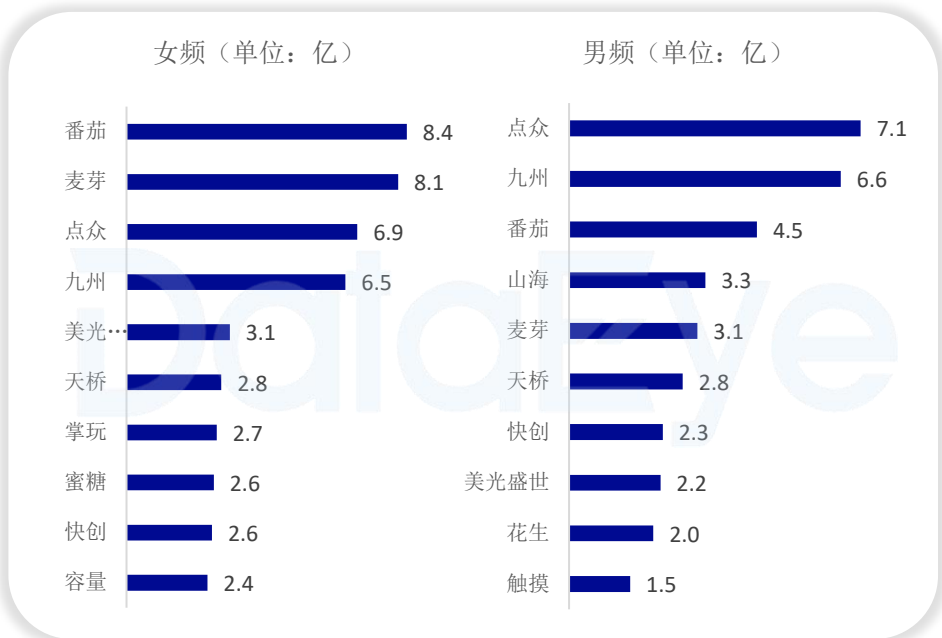
| 累计热力值      | 短剧数量 | 热力值占比 | 热门题材TOP3              |
|------------|------|-------|-----------------------|
| 100万以下     | 1568 | 5%    | 情感、逆袭、都市              |
| 100-499万   | 1131 | 23%   | 情感、逆袭、都市              |
| 500-999万   | 309  | 19%   | 情感、逆袭、都市              |
| 1000-1999万 | 194  | 23%   | 情感、逆袭、都市              |
| 2000-2999万 | 56   | 12%   | 情感、逆袭、古装、都市、战神（后三者并列） |
| 3000万以上    | 51   | 18%   | 情感、逆袭、都市              |

注：此处只统计了进入DataEye短剧热力榜的3309部短剧

### 超8成热力值低于500万 3%的短剧热力值合计占3成

- 上半年，接近半数（47%）的短剧累计热力值在100万以下，超8成（82%）在500万以下，只有3%的短剧热力值超2000万；
- 短剧热力值高度集中，107部（占比3%）短剧总热力值达34.9亿，合计占比约3成；
- 从热门题材来看，无论处于哪一个层级，情感热度均最高，逆袭、都市紧随其后。

## 投流规模分析：关联方热力值



### 番茄、麦芽偏女频 点众、九州均衡发展

- 从热力值来看，上半年男女频TOP10关联方高度重合（重合度70%）；
- 番茄、麦芽擅长女频，点众、九州相对均衡，男女频均表现不错，但男频略胜一筹；
- 男频：山海、天桥、快创、美光盛世、花生势均力敌；
- 女频：美光盛世、天桥、掌玩、蜜糖、快创、容量百家争鸣。

## 三、微短剧热力榜

### 三 2024年H1男频短剧热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名             | 排名 | 短剧名               |
|----|-----------------|----|-------------------|
| 1  | 《长风踏歌》          | 11 | 《炼气十万年》           |
| 2  | 《狂少归来》          | 12 | 《无极归来》            |
| 3  | 《游子归家》          | 13 | 《开局离婚天后演唱会现场请我出道》 |
| 4  | 《看子敬父》          | 14 | 《我真不是首富继承人》       |
| 5  | 《龙年大吉之衣锦还乡》     | 15 | 《披荆斩棘的父亲》         |
| 6  | 《归来之豪门风云》       | 16 | 《见龙》              |
| 7  | 《师姐风华绝代，少爷隐龙归来》 | 17 | 《如此神秘的他》          |
| 8  | 《天才医圣》          | 18 | 《绝世神皇》            |
| 9  | 《至尊丐婿》          | 19 | 《十年寒窗无人问》         |
| 10 | 《裴总每天都想父凭子贵》    | 20 | 《商界制霸：暗星崛起》       |

### 三 2024年H1 女频短剧热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名          | 排名 | 短剧名               |
|----|--------------|----|-------------------|
| 1  | 《遥不可及的爱》     | 11 | 《我最亲爱的》           |
| 2  | 《长公主驾到》      | 12 | 《绝世红颜》            |
| 3  | 《千金你是谁》      | 13 | 《金榜题名之寒门状元》       |
| 4  | 《厉总，你找错夫人了》  | 14 | 《深宅进阶录》           |
| 5  | 《裴总每天都想父凭子贵》 | 15 | 《乘风破浪的婚姻》         |
| 6  | 《长公主她不装了》    | 16 | 《母爱无声》            |
| 7  | 《我是妈妈》       | 17 | 《如此神秘的他》          |
| 8  | 《又是一年除夕夜》    | 18 | 《司令宠妾灭妻，我转身出府嫁少帅》 |
| 9  | 《暖阳似火》       | 19 | 《至尊红颜归来》          |
| 10 | 《披荆斩棘的父亲》    | 20 | 《对不起我爱你》          |

## 三 2024年H1情感题材短剧热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名          | 排名 | 短剧名           |
|----|--------------|----|---------------|
| 1  | 《遥不可及的爱》     | 11 | 《我最亲爱的》       |
| 2  | 《千金你是谁》      | 12 | 《乘风破浪的婚姻》     |
| 3  | 《游子归家》       | 13 | 《母爱无声》        |
| 4  | 《厉总，你找错夫人了》  | 14 | 《如此神秘的他》      |
| 5  | 《裴总每天都想父凭子贵》 | 15 | 《对不起我爱你》      |
| 6  | 《我是妈妈》       | 16 | 《全能奶爸不好惹》     |
| 7  | 《又是一年除夕夜》    | 17 | 《跨越时间来爱你》     |
| 8  | 《暖阳似火》       | 18 | 《宫墙雪》         |
| 9  | 《我真不是首富继承人》  | 19 | 《总裁夫人为何那样》    |
| 10 | 《披荆斩棘的父亲》    | 20 | 《闪婚成宠首富大佬爱上我》 |

### 三 2024年H1逆袭题材热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名             | 排名 | 短剧名               |
|----|-----------------|----|-------------------|
| 1  | 《长公主驾到》         | 11 | 《开局离婚天后演唱会现场请我出道》 |
| 2  | 《长风踏歌》          | 12 | 《我真不是首富继承人》       |
| 3  | 《千金你是谁》         | 13 | 《绝世红颜》            |
| 4  | 《狂少归来》          | 14 | 《金榜题名之寒门状元》       |
| 5  | 《看子敬父》          | 15 | 《见龙》              |
| 6  | 《归来之豪门风云》       | 16 | 《绝世神皇》            |
| 7  | 《师姐风华绝代，少爷隐龙归来》 | 17 | 《至尊红颜归来》          |
| 8  | 《天才医圣》          | 18 | 《十年寒窗无人问》         |
| 9  | 《炼气十万年》         | 19 | 《商界制霸：暗星崛起》       |
| 10 | 《无极归来》          | 20 | 《咸鱼化龙震九天》         |

### 三 2024年H1都市题材热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名         | 排名 | 短剧名             |
|----|-------------|----|-----------------|
| 1  | 《游子归家》      | 11 | 《我一曲封神渣女前妻跪求复合》 |
| 2  | 《暖阳似火》      | 12 | 《战狼归来》          |
| 3  | 《披荆斩棘的父亲》   | 13 | 《完蛋！我被房客包围了》    |
| 4  | 《十年寒窗无人问》   | 14 | 《与凤行之战神妈妈不装了》   |
| 5  | 《商界制霸：暗星崛起》 | 15 | 《汉殿神君》          |
| 6  | 《跨越时间来爱你》   | 16 | 《他的荣耀》          |
| 7  | 《总裁夫人为何那样》  | 17 | 《闪婚老公为何那样》      |
| 8  | 《城南花正开》     | 18 | 《叮！我的首富老公已上线》   |
| 9  | 《我女儿竟是全球首富》 | 19 | 《夜色将明》          |
| 10 | 《情靡》        | 20 | 《闪婚后战少每天逼我生崽》   |

### 三 2024年H1战神题材热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名             | 排名 | 短剧名                |
|----|-----------------|----|--------------------|
| 1  | 《长风踏歌》          | 11 | 《大夏武魂》             |
| 2  | 《龙年大吉之衣锦还乡》     | 12 | 《战狼归来》             |
| 3  | 《师姐风华绝代，少爷隐龙归来》 | 13 | 《与凤行之战神妈妈不装了》      |
| 4  | 《至尊丐婿》          | 14 | 《长生九万年》            |
| 5  | 《至尊红颜归来》        | 15 | 《万古神帝张若尘》          |
| 6  | 《咸鱼化龙震九天》       | 16 | 《汉殿神君》             |
| 7  | 《龙升》            | 17 | 《擎龙》               |
| 8  | 《凤凰鸣天》          | 18 | 《惊鸿》               |
| 9  | 《巅峰之都市隐龙》       | 19 | 《至尊神皇》             |
| 10 | 《九龙天帝》          | 20 | 《老婆跑路我傻五年，女儿把我宠成神》 |

### 三 2024年H1古装题材热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名            | 排名 | 短剧名            |
|----|----------------|----|----------------|
| 1  | 《长公主驾到》        | 11 | 《绝世狂萧》         |
| 2  | 《长风踏歌》         | 12 | 《无敌三皇子》        |
| 3  | 《长公主她不装了》      | 13 | 《旧颜却不识》        |
| 4  | 《深宅进阶录》        | 14 | 《万古神帝张若尘》      |
| 5  | 《绝世神皇》         | 15 | 《傻王夺嫡开局就藩西凉》   |
| 6  | 《宫墙雪》          | 16 | 《皇后娘娘又双胎了》     |
| 7  | 《全家偷听我心声我负责吃奶》 | 17 | 《昨夜星辰又逢君》      |
| 8  | 《陛下，臣真是忠臣啊》    | 18 | 《医倾天下：一品王妃要休夫》 |
| 9  | 《意恐迟迟归》        | 19 | 《眼前人，心上人》      |
| 10 | 《凤凰鸣天》         | 20 | 《大周皇太子》        |

# 三 2024年H1穿越题材热力榜TOP20

| 排名 | 短剧名            | 排名 | 短剧名            |
|----|----------------|----|----------------|
| 1  | 《十年寒窗无人问》      | 11 | 《出道即天后》        |
| 2  | 《穆兰传奇》         | 12 | 《我要活到大结局》      |
| 3  | 《陛下，臣真是忠臣啊》    | 13 | 《重生八零闪婚肥妻竟逆袭了》 |
| 4  | 《我在八零年代当后妈》    | 14 | 《炮灰后妈终于洗白了》    |
| 5  | 《无敌三皇子》        | 15 | 《古今横跳戏诸侯》      |
| 6  | 《美人在八零》        | 16 | 《醉枕江山，这个皇子是老六》 |
| 7  | 《昨夜星辰又逢君》      | 17 | 《家父镇北王》        |
| 8  | 《医倾天下：一品王妃要休夫》 | 18 | 《八零喜事之肥妻大翻身》   |
| 9  | 《大周皇太子》        | 19 | 《九品县令》         |
| 10 | 《繁花1997》       | 20 | 《将军令》          |

### 三 2024年H1 玄幻题材热力榜TOP20

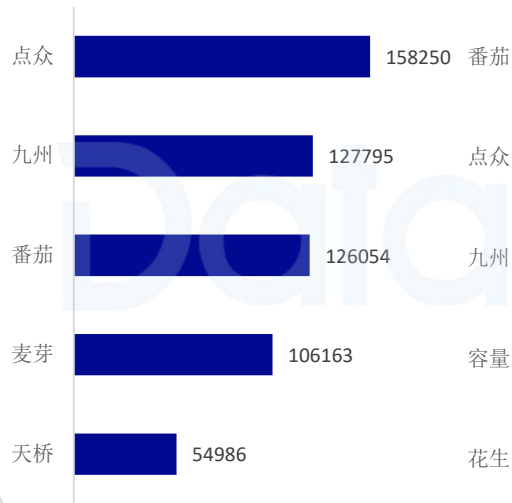
| 排名 | 短剧名               | 排名 | 短剧名             |
|----|-------------------|----|-----------------|
| 1  | 《炼气十万年》           | 11 | 《谪仙》            |
| 2  | 《无极归来》            | 12 | 《仙二代的日常生活》      |
| 3  | 《绝世神皇》            | 13 | 《我瞎编功法你们怎么都成仙了》 |
| 4  | 《炼气3000层，开局收女帝为徒》 | 14 | 《玄帝附体，我已无敌》     |
| 5  | 《绝世狂萧》            | 15 | 《绝世高人》          |
| 6  | 《天师下山，要相信科学》      | 16 | 《史上最强炼气期》       |
| 7  | 《蜀山》              | 17 | 《剑破苍穹》          |
| 8  | 《永生》              | 18 | 《我！买通三界》        |
| 9  | 《仙之巅》             | 19 | 《我真不是神仙啊》       |
| 10 | 《否极泰来》            | 20 | 《风凌天下》          |

### 三 2024年H1萌宝题材热力榜TOP20

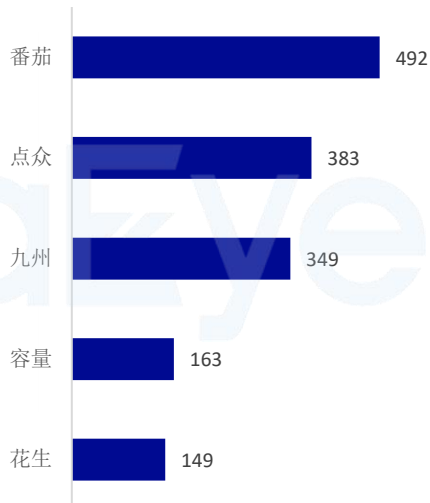
| 排名 | 短剧名             | 排名 | 短剧名             |
|----|-----------------|----|-----------------|
| 1  | 《又是一年除夕夜》       | 11 | 《妈咪快跑，爹地追来了》    |
| 2  | 《全能奶爸不好惹》       | 12 | 《特种奶爸开局萌娃带我去相亲》 |
| 3  | 《乌龙孕事》          | 13 | 《双宝来袭甜蜜的我们》     |
| 4  | 《全家偷听我心声我负责吃奶》  | 14 | 《千亿总裁向我求婚了》     |
| 5  | 《爱已无可救药》        | 15 | 《六宝来袭，总裁爹地追上门》  |
| 6  | 《萌宝神助攻，爹地哪里逃》   | 16 | 《今时重逢不相识》       |
| 7  | 《五宝神助攻，归来妈咪甜又飒》 | 17 | 《萌宝联盟：千亿爹地快投降》  |
| 8  | 《五宝奇兵总裁爹地追妻忙》   | 18 | 《天降福宝之吉星高照》     |
| 9  | 《特种奶爸之热辣滚烫的萌娃》  | 19 | 《宝贝当家计划》        |
| 10 | 《极品辣妈不好惹》       | 20 | 《拐个总裁当爹地》       |

## 四、微短剧关联方

热力值TOP5（单位：万）



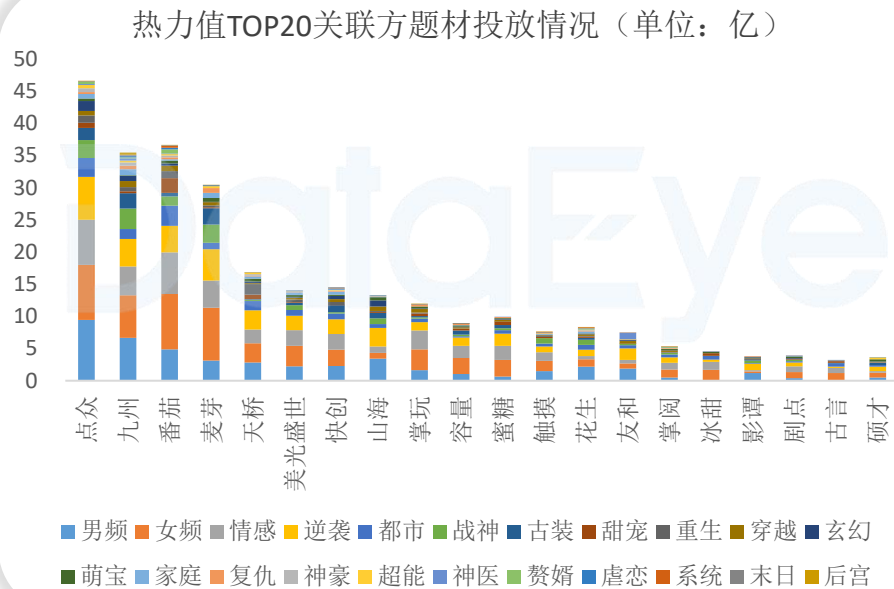
短剧数TOP5



## 点众、九州、番茄包揽前三 麦芽、天桥次之

- 热力值：点众、九州、番茄、麦芽包揽TOP4，热力值均超10亿，属于第一梯队；
- 上榜短剧数：番茄、点众、九州包揽前三，上榜短剧数均超300；
- 上榜次数：点众、九州、番茄包揽前三，点众、九州上榜次数均超650次；
- 素材数：番茄、点众、九州位列前三，番茄和点众投放量断崖式领先；
- 整体来看，点众、九州、番茄各项指标均包揽前三，堪称上半年最活跃的关联方。

## 四 热力值TOP20关联方题材投放情况



### 点众、九州均衡，男频略优 番茄、麦芽擅长女频

- 点众、九州、番茄包揽男频TOP3，点众领先优势明显，九州其次，番茄、点众、麦芽包揽女频TOP3，三家势均力敌；
- 点众、九州相对均衡，男频表现略优，点众在情感、逆袭、战神等题材表现突出，九州在逆袭、战神、古装等题材表现突出；番茄、麦芽擅长女频，番茄在情感、都市、甜宠等题材表现突出，麦芽在情感、逆袭、古装等题材表现突出；
- 此外，山海、花生、友和、影谭更擅长男频题材，掌玩、容量、蜜糖、冰甜、剧点、古言在女频题材成绩更为突出。

#### 四 2024H1 活跃关联方TOP20（按热力值累计值）

| 排名 | 关联方  | 排名 | 关联方 |
|----|------|----|-----|
| 1  | 点众   | 11 | 蜜糖  |
| 2  | 九州   | 12 | 触摸  |
| 3  | 番茄   | 13 | 花生  |
| 4  | 麦芽   | 14 | 友和  |
| 5  | 天桥   | 15 | 掌阅  |
| 6  | 美光盛世 | 16 | 冰甜  |
| 7  | 快创   | 17 | 影谭  |
| 8  | 山海   | 18 | 剧点  |
| 9  | 掌玩   | 19 | 古言  |
| 10 | 容量   | 20 | 硕才  |

#### 四 2024H1 活跃关联方TOP20（按短剧数）

| 排名 | 关联方  | 排名 | 关联方 |
|----|------|----|-----|
| 1  | 番茄   | 11 | 掌阅  |
| 2  | 点众   | 12 | 山海  |
| 3  | 九州   | 13 | 冰甜  |
| 4  | 容量   | 14 | 剧点  |
| 5  | 花生   | 15 | 友和  |
| 6  | 美光盛世 | 16 | 掌玩  |
| 7  | 天桥   | 17 | 蜜糖  |
| 8  | 麦芽   | 18 | 影谭  |
| 9  | 触摸   | 19 | 六翼  |
| 10 | 快创   | 20 | 古言  |

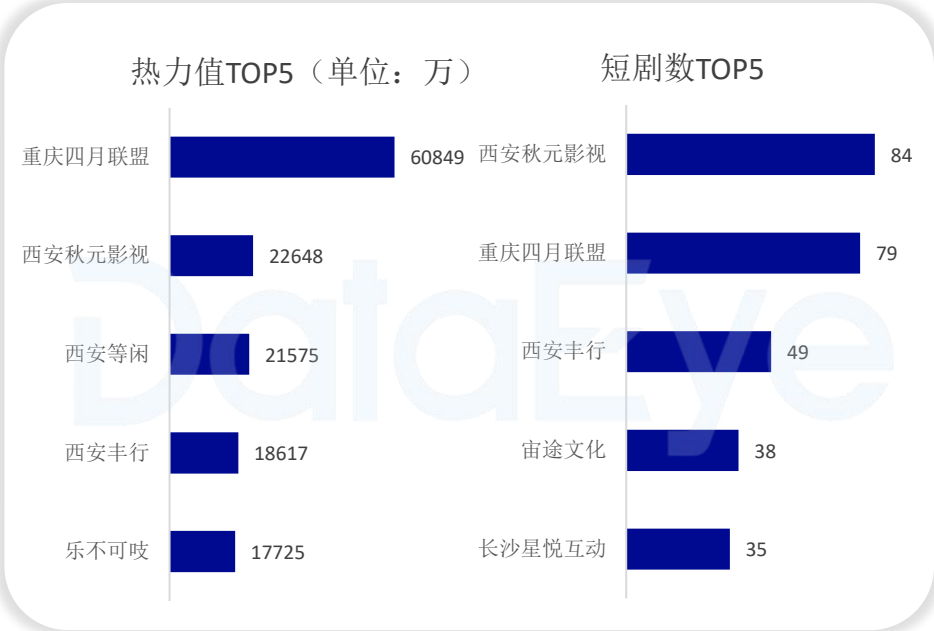
#### 四 2024H1 活跃关联方TOP20（按上榜次数）

| 排名 | 关联方  | 排名 | 关联方 |
|----|------|----|-----|
| 1  | 点众   | 11 | 蜜糖  |
| 2  | 九州   | 12 | 掌玩  |
| 3  | 番茄   | 13 | 触摸  |
| 4  | 麦芽   | 14 | 友和  |
| 5  | 天桥   | 15 | 掌阅  |
| 6  | 美光盛世 | 16 | 冰甜  |
| 7  | 快创   | 17 | 影谭  |
| 8  | 山海   | 18 | 剧点  |
| 9  | 花生   | 19 | 六翼  |
| 10 | 容量   | 20 | 漫森  |

#### 四 2024H1 活跃关联方TOP20（按素材数）

| 排名 | 关联方  | 排名 | 关联方 |
|----|------|----|-----|
| 1  | 番茄   | 11 | 山海  |
| 2  | 点众   | 12 | 花生  |
| 3  | 九州   | 13 | 蜜糖  |
| 4  | 美光盛世 | 14 | 魔方  |
| 5  | 掌玩   | 15 | 青榕  |
| 6  | 麦芽   | 16 | 冰甜  |
| 7  | 天桥   | 17 | 快创  |
| 8  | 容量   | 18 | 剧点  |
| 9  | 触摸   | 19 | 友和  |
| 10 | 掌阅   | 20 | 古言  |

## 五、微短剧承制方



## 重庆四月联盟遥遥领先 西安多家承制方表现突出

- 热力值：重庆四月联盟断崖领先，3家西安公司、1家郑州公司跻身TOP5；
- 上榜短剧数：西安秋元影视登顶，重庆四月联盟第二；
- 上榜次数：重庆四月联盟遥遥领先，4家西安公司包揽第二到第五；
- 素材数：重庆四月联盟、西安秋元影视、断崖式领先；
- 整体来看，重庆四月联盟遥遥领先，西安秋元、丰行、等闲等多家承制方表现突出。

#### 四 2024H1 活跃承制方TOP20（按热力值累计值）

| 排名 | 关联方    | 排名 | 关联方    |
|----|--------|----|--------|
| 1  | 重庆四月联盟 | 11 | 大步向前   |
| 2  | 西安秋元影视 | 12 | 西安卓渊   |
| 3  | 西安等闲   | 13 | 长沙星悦互动 |
| 4  | 西安丰行   | 14 | 星曼互娱   |
| 5  | 乐不可吱   | 15 | 宙途文化   |
| 6  | 一风之音   | 16 | 初一拾悟   |
| 7  | 西安深海鱼  | 17 | 奇迹时代   |
| 8  | 三笙万物   | 18 | 西安朝气蓬勃 |
| 9  | 日新阅益   | 19 | 大鱼小娱   |
| 10 | 风华正茂   | 20 | 西安文无   |

## 四 2024H1 活跃承制方TOP20（按短剧数）

| 排名 | 关联方    | 排名 | 关联方   |
|----|--------|----|-------|
| 1  | 西安秋元影视 | 11 | 昊月堃影视 |
| 2  | 重庆四月联盟 | 12 | 胡桃壳影业 |
| 3  | 西安丰行   | 13 | 西安卓渊  |
| 4  | 宙途文化   | 14 | 乐不可吱  |
| 5  | 长沙星悦互动 | 15 | 西安等闲  |
| 6  | 三笙万物   | 16 | 风华正茂  |
| 7  | 战神影业   | 17 | 德玉影视  |
| 8  | 日新阅益   | 18 | 红绿灯影视 |
| 9  | 西安深海鱼  | 19 | 于今无量  |
| 10 | 一风之音   | 20 | 星曼互娱  |

#### 四 2024H1 活跃承制方TOP20（按上榜次数）

| 排名 | 关联方    | 排名 | 关联方    |
|----|--------|----|--------|
| 1  | 重庆四月联盟 | 11 | 日新阅益   |
| 2  | 西安丰行   | 12 | 宙途文化   |
| 3  | 西安等闲   | 13 | 星曼互娱   |
| 4  | 西安秋元影视 | 14 | 长沙星悦互动 |
| 5  | 西安深海鱼  | 15 | 大步向前   |
| 6  | 乐不可吱   | 16 | 奇迹时代   |
| 7  | 一风之音   | 17 | 西安朝气蓬勃 |
| 8  | 三笙万物   | 18 | 西安文无   |
| 9  | 西安卓渊   | 19 | 大鱼小娱   |
| 10 | 风华正茂   | 20 | 橘影文化   |

#### 四 2024H1 活跃承制方TOP20（按素材数）

| 排名 | 关联方    | 排名 | 关联方    |
|----|--------|----|--------|
| 1  | 重庆四月联盟 | 11 | 于今无量   |
| 2  | 西安秋元影视 | 12 | 西安深海鱼  |
| 3  | 日新阅益   | 13 | 风华正茂   |
| 4  | 西安丰行   | 14 | 格物致知   |
| 5  | 西安等闲   | 15 | 星曼互娱   |
| 6  | 三笙万物   | 16 | 西安匣子   |
| 7  | 宙途文化   | 17 | 巨豹影业   |
| 8  | 长沙星悦互动 | 18 | 马廐制片厂  |
| 9  | 一风之音   | 19 | 雨花石影视  |
| 10 | 乐不可吱   | 20 | 西安星光映美 |

## 六、趋势洞察



## 趋势一：备案新规落地，短剧行业走向高质量发展

- 短剧备案新规于6月1日起正式实施，新规导致短剧的制作和上线周期变长，典型如周星驰出品的《金猪玉叶》也受影响，微短剧有望从“蒙眼狂奔”走向高质量发展。
- 新规的出台，意味着微短剧行业从野蛮生长的1.0阶段，转型为主流化、精品化的2.0阶段。“7天拍完，8天充值过亿”的造富神话早已成为过去式。新规落地后，微短剧行业持续走向合规竞争、良性竞争，腰尾部一批试水者逐渐淘汰出清。
- 业内普遍认为，新规有利于促进短剧行业的高质量发展，通过规范化管理，提高作品的整体质量，新规的实施可能会引导短剧制作方更加注重内容质量，减少低俗、“狗血”、“三俗”内容。
- 此外，在新规影响下，原本预计快速增长的短剧市场规模可能需要重新评估，行业需要适应新的监管环境。

## 趋势二：各地掀起短剧补贴竞赛，短剧行业格局初步形成

- 今年以来，全国各省市陆续出台短剧扶持政策，真金白银支持微短剧产业发展。
- 梳理政策不难发现，各地政府重点扶持精品微短剧和文旅剧。文旅剧是今年的一大风口，目前各地政府均鼓励创作有当地因素的短剧作品，并在省市范围内提供一定的资源倾斜支持。此外，多地政府也对爆款剧、精品剧企业给予丰厚奖励。同时，多地均鼓励优质短剧企业落户，对从外地新引进的网络微短剧优质企业，给予高达百万的落户奖励。
- 今年来，各地掀起短剧补贴“军备竞赛”，这背后更深层次的原因则是文化产业亦是GDP的竞争。目前国内短剧行业发展格局已经初步形成：投流看广州，出海看深圳，互联网大厂看北上，制作拍摄看郑州西安，转型和IP看中国香港。

## 趋势三：短剧IAA高速增长，占比达3成，预计全年规模超百亿

- 目前短剧行业已经正式进入“三分天下”时代：IAP付费短剧、IAA短剧以及原生端。短剧整体大盘消耗在7000万左右，其中付费短剧日耗约4000万，IAA短剧约2000万，其他（CPS+原生）在1000万左右。
- 今年来，IAA短剧急速飙升，甚至开始分流IAP付费市场份额。目前IAA短剧日消耗占短剧大盘30%，年底预计将达到50%，预计2024全年短剧IAA市场规模在百亿级。
- 跟IAP短剧相比，当前短剧IAA市场仍处于快速发展的蓝海阶段，竞争相对较少，且正处于特殊的激励扶持期。截至目前，点众、九州、山海等头部剧方已经开始布局IAA短剧赛道，并收获了远超预期的回报。预计下半年会有更多的厂商入局IAA短剧。

## 六 趋势四：原生端流量高速增长，短剧公司集体下场做账号

- 今年来，不少短剧公司开始在抖音、快手、B站等平台布局短剧号。究其原因，小程序短剧不仅投流成本居高不下，用户留存率也极低，短剧公司不想再给平台打工，开始构建私域流量池，摆脱对小程序的依赖。
- 这类短剧账号在业内被称作端原生，目前日耗规模在1000万左右，占短剧大盘的10%以上，且仍在高速增长中。
- 截至目前，柠萌影视、完美世界、长信传媒、点众、九州、麦芽、蜜糖、山海等公司已经布局了短剧号，粉丝数均在百万级。业内还有短剧公司通过MCN机构收购视频账号或影视账号，并将其改为短剧号，用于投放自家短剧。
- 预计下半年，会有越来越多的短剧厂商下场打造自己的官方账号。

## 六 趋势五：市场集中度攀升，TOP10平台方占近7成

- 当前，微短剧投流市场呈现出明显的集中趋势。从关联平台来看，点众、九州、番茄包揽前三，热力值有率遥遥领先。2024年上半年关联方百强榜中，TOP10关联热力值超78亿，占热力值总额近67%。
- 承制方百花齐放，但也出现重庆四月联盟等新兴寡头。上半年，重庆四月联盟承制短剧的热力值断崖式领先，占比超10%。
- 同时，郑州与西安是两大“爆款”承制发源地。TOP20的百强承制方中，7家位于郑州，7家位于西安。

## 六 趋势六：互联网大厂、国家队两大新势力涌现

- 2024年，短剧行业涌现出两个新势力：国家队（央视网、地方电视台、地方城投等）和互联网大厂（阿里、京东、拼多多、美团、B站、小红书等）。
- 国家队入局短剧重点布局文旅剧，促进短剧与文化旅游的融合，拉动地方文旅产业；互联网大厂入局短剧主要出于战略布局、流量争夺、产业链整合等方面考虑。
- 两大势力入局，将为微短剧行业提供更多的资金和资源支持，推动短剧行业技术进步和产业升级，有望推动短剧行业朝着精品化、规范化的方面发展。

## 趋势七：传统影视大咖入局竖屏短剧，但成绩一般

- 上半年，周星驰、王晶、李力持等传统影视大咖纷纷入局竖屏短剧，但除周星驰出品的短剧引发热议、围观外，大多微短剧数据表现一般，不及市场预期，出现“水土不服”现象。
- 传统影视人在专业技能、行业经验、品牌影响力、资源整合等方面优势明显，但竖屏短剧与传统影视形式之间存在的叙事差异和观众群体的多样性，竖屏短剧的主要受众更为下沉，内容需求更短平快，内容偏好与传统影视观众存在差异。
- 为此，传统影视人需要深入理解竖屏短剧的叙事特点和观众心理，把握竖屏短剧的节奏和情感表达方式，从而调整自己的创作策略。

## 趋势八：短剧不断拓圈，与其他行业的结合正在加速

- 短剧的迅速走红，不仅在影视娱乐领域引起了广泛关注，更在多个行业引发了跨界合作的新潮流。今年来，不少行业开始试水短剧。比如，文旅/电商/游戏/动漫/医疗/公益+短剧。
- 其中，文旅行业与短剧的结合，是今年最热门的，也是今年的一大风口。电商行业也不甘落后，淘宝、京东、拼多多等电商平台集体入局短剧，希望借助短剧带货，拉动平台产品销量。
- 短剧模式也获得了政府的认可和支持。以深圳卫健委为代表的官媒带头拍短剧，开启短剧+科普的模式，部分公益机构通过短剧传播公益信息。
- 短剧制作周期短、成本相对较低、传播速度快，预计下半年将与更多行业发生化学反应，解锁更多的可能性。

## 趋势九：节庆题材短剧表现抢眼，预计短剧公司将继续这一趋势

- 上半年，节庆题材短剧表现抢眼，多部节庆题材作品涌现，并取得了不错的成绩。比如，春节题材《龙年大吉之衣锦还乡》、母亲题材《母爱无声》、高考题材《金榜题名之寒门状元》三部短剧当月热力值均接近4000万。
- 这说明短剧公司也开始调整内容创作策略，越来越注重与节日和时事热点的结合。短剧公司将短剧内容与节庆主题相结合，不仅满足了观众在特定节日的情感需求，也促进了短剧作品的多样化，同时也有助于提升短剧的播放量。
- 随着下半年节日的临近，预计短剧公司将继续这一趋势。在中秋节、教师节、国庆节等节日，推出更多具有时效性的作品。

## 趋势十：品牌定制剧热度飙升，但边际效益递减

- 上半年，越来越多的品牌将营销预算拨到微短剧，开始试水定制剧的营销方式。
- 在刚刚过去的618，短剧接过直播的接力棒，成为年中大促的营销主力。618期间，抖音、快手、淘宝、京东等平台上线了数十部品牌定制剧。覆盖的品牌从电商、美妆扩展至母婴、日化、食品、3C数码等。
- 然而，飞瓜数据显示，今年品牌定制短剧整体营销效果一般（视频销售额与视频销量远不及去年同期的定制剧），难以复刻韩束的造富神话。这主要由于定制剧高度同质化，观众已产生审美疲劳。同时，由于众多品牌的集中涌入，定制剧价格上涨明显，价格上涨之后，品牌商更难以收回成本。
- 我们预计，随着更多品牌的涌入，定制短剧赛道将变得更加拥挤，短剧营销的边际效益将持续递减。