

中国长视频行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）

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《中国长视频行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202501/739169.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

前言：长视频一般指超过半个小时的视频，以影视剧为主。2023年，我国长视频行业供给迈入修复通道，2023年正片总播放指数达到3861.2万，全国电视剧拍摄制作备案公示剧目共538部，但是电视剧部数连续十一年递减，集数总量连续八年递减，网播剧集市场有效剧集数量为294部，相较2022年的329部呈缩减态势。其主要原因是短剧入侵，开始逐渐将视频内容进行分层。因此，长视频平台快速开始反击，“腾爱”押注短剧且进行长短结合，如腾讯凭借着生态内的视频号，进行长短结合，进行防守。在内外竞争背景下，我国长视频行业需要摒弃“平庸危机”，精准满足用户需求，才能在市场激烈竞争中脱颖而出。

1、长视频主要由专业公司完成制作，版权是关键

长视频（一般指超过半个小时的视频，以影视剧为主）区别于此前国内众多视频分享网站主打的短视频，与后者多由用户自己制作不同，长视频主要由专业公司完成制作，其版权的获得至关重要。

在产业链方面，长视频行业上游是监管部门，文化部、国家新闻出版广电总局、网信办和公安部等多个监管部门负责对产业链供给端进行监管；产业链中游是内容制作方，内容供给涵盖影视公司、电视台、工作室等制作内容，同时涵盖平台和用户的自制内容；产业链下游是内容聚合方，长视频平台首先聚合丰富的视频内容并向C端用户输出，通过向用户提供付费会员专属权益而获取会员收入，同时基于内容分发向广告主提供广告产品并获取广告收入，此外长视频平台向其他平台二次分发内容获得分销收入，游戏、直播、电商、实景娱乐等方式亦可实现多元变现。

2、提质减量趋势明显，我国长视频行业播放呈底部回升

2021-2022年，监管政策趋严叠加疫情影响，我国电视剧备案数出现了锐减；进入2023年，得益于疫情后剧集拍摄制作逐步重归正常节奏，推动长视频行业供给迈入修复通道，播放呈底部回升，2023年正片总播放指数达到3861.2万，全国电视剧拍摄制作备案公示剧目共538部，比2022年增加67部。

数据来源：观研天下整理

但是，需要值得注意的是，2023年全年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目156部4632集，与2022年160部5283集相比略有下降，电视剧部数连续十一年递减，集数总量连续八年递减；网播剧集市场有效剧集数量为294部，相较2022年的329部呈10.6%的缩减态势。由此可见，我国长视频行业提质减量趋势明显。

数据来源：观研天下整理

3、短剧入侵，长视频市场遭挤压

长视频剧集数量、备案量及内容范式的变化，影响着整个行业发展。尤其是进入2024年，

我国短剧高速增长及快速变现，已经开始逐渐将视频内容进行分层。根据数据显示，2024年短剧市场规模达到500亿元，超过电影票房(470亿元)，约占长视频市场规模的70%；预计2024-2027年将保持25% CAGR增长，到2027年市场规模将达910亿元。其快速增长源于用户消费习惯碎片化及内容创新两大驱动。

数据来源：观研天下整理

而之所以短剧快速增长，其主要原因是变现模式的变化。目前，短剧从付费(IAP)向广告(IAA)转型，让其逐渐变成另一种形式“小游戏”，广告的低门槛也不断提高消费者接受度。

IAP(In-App Purchase)是传统充值模式，就是根据ROI数据进行投流，只要投入产出比高于1.05就可以保持投入，其风险系数在内容井喷之后激增IAA(In-App Advertisement)模式是主打看广告换时长的“免费短剧”。

2024年，IAA已占短剧变现比的45%，预计2027年将提升至70%，而导致份额提升的主要原因是字节跳动在抖音流量的注入之下，红果APP的免费模式快速崛起，让投资人看到短剧巨大的潜力，其日活用户已超4000万，单用户使用时长93分钟，超过爱优腾等长视频平台。

在2024年中国互联网价值榜中，红果短剧高居App用户规模增长TOP榜(亿级)榜首，与去年相比增长1046%，近乎10倍。根据行业测算，2025年上半年红果短剧将大概率实现DAU破亿。

数据来源：观研天下整理

4、长视频平台快速开始反击，“腾爱”押注短剧且进行长短结合

面对短剧的强势入侵，长视频平台也开始反击，如腾讯凭借着生态内的视频号，进行长短结合，进行防守。而爱奇艺CEO龚宇，2024年9月26日，宣布爱奇艺正式上线短剧场和微剧场的重要决策。目前，爱奇艺设计的微短剧商业模式中，70%以上的收入将分配给内容出品方，并且对于会员用户来说，这些微短剧将是完全免费的。这一举措旨在激励内容创作者，同时提升会员用户的观看体验。但优酷对于短剧的态度仍然处于游离之间。

从宏观环境来看，在需求侧上，长视频注意力逐渐缩小，在供给侧方面，头部平台的高护城河、高投入，挤压着行业剩余位置蛋糕，这也直接影响创作模式的变化。

2025年，我国长视频行业数量和体量双双下降。根据数据显示，2024年爱优腾芒上新单集15分钟以上剧集266部，同比减少10.1%，延续减量趋势。同时，上新剧集总集数为7650集，同比减少11.3%，平均每部集数28.8较2023年减少0.3集。

而更明显的变化是大平台长剧的短剧化。根据相关资料显示，集数较短的悬疑剧，比如爱奇艺“迷雾剧场”代表作《隐秘的角落》《沉默的真相》都是12集，也有剧集公司如柠萌影视为《猎罪图鉴》《胆小鬼》打造“短剧集概念”；改编自作家李娟同名散文的《我的阿勒泰》只有8集，爱奇艺为之打出的概念是“迷你剧”；古偶现言、甚至职场剧集缩水，如古偶剧《长相思第二季》《冰雪谣》不足25集，职场剧《前途无量》有26集。与此同时，短剧导演上

位指导长剧，如《墨雨云间》、《九重紫》。

5、破局平庸，长视频的底牌之战

在上述内外部竞争背景下，2025年我国长视频行业需要摒弃“平庸危机”。那么长视频平台该如何破局？可以从IP+大流量明星模式打造、短剧与长视频结合、技术研发与大数据及人文历史等题材深度挖掘……

爱优腾长视频平台“破局”措施

平台名称

措施概述

腾讯

腾讯视频依托腾讯系的社交、游戏、文学等多元业务，能够实现跨领域的资源联动。视频号与长视频业务的结合，不仅为短剧发展开辟新天地，也让长视频在宣发推广上多一条有力臂膀，能够精准触达不同圈层的受众。

爱奇艺

爱奇艺凭借对悬疑、探案类型的深度耕耘，打造出独树一帜的品牌形象，聚集一大批忠实的悬疑剧迷。同时，爱奇艺拥有更先进的推荐算法，能够根据用户的观看历史、偏好等数据，精准推送契合用户口味的长剧与短剧，提升用户留存率。

优酷

优酷起用年轻导演的策略，这类人群思维活跃、敢于创新，为优酷带来一些风格迥异的作品，像《边水往事》《墨雨云间》。因此，优酷可以进一步加大对年轻创作人才的扶持力度，建立起完善的人才培养体系，或许能持续产出更多差异化内容，打破观众对其的刻板印象。在内容布局上，优酷不能再盲目跟风头部平台的热门题材，而是要挖掘那些具有潜力却尚未被充分开发的小众领域，如人文历史、小众艺术等题材，结合专业知识与趣味故事，打造出有深度、有内涵的剧集，吸引到一批高粘性、高忠诚度的小众受众群体，形成独特的竞争优势。此外，优酷用自身平台已有的创作者资源，开发具有优酷特色的短剧产品线，同时优化短剧的商业模式，吸引更多优质创作者入驻。通过短剧与长剧的协同发展，打造全品类内容生态，满足不同用户在不同场景下的观影需求。

资料来源：观研天下整理

长远来看，我国长视频行业虽然挑战重重，但危机中亦蕴藏着机遇。因此，对于长视频企业而言，需要摒弃平庸，精准满足用户需求，才能在市场激烈竞争中脱颖而出。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国长视频行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国长视频行业发展概述

第一节 长视频行业发展情况概述

一、长视频行业相关定义

二、长视频特点分析

三、长视频行业基本情况介绍

四、长视频行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、长视频行业需求主体分析

第二节 中国长视频行业生命周期分析

一、长视频行业生命周期理论概述

二、长视频行业所属的生命周期分析

第三节 长视频行业经济指标分析

一、长视频行业的赢利性分析

二、长视频行业的经济周期分析

三、长视频行业附加值的提升空间分析

第二章 中国长视频行业监管分析

第一节 中国长视频行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国长视频行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对长视频行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国长视频行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对长视频行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

一、中国宏观经济环境对长视频行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对长视频行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对长视频行业的影响分析

第四节 中国长视频行业投资环境分析

第五节 中国长视频行业技术环境分析

第六节 中国长视频行业进入壁垒分析

一、长视频行业资金壁垒分析

二、长视频行业技术壁垒分析

三、长视频行业人才壁垒分析

四、长视频行业品牌壁垒分析

五、长视频行业其他壁垒分析

第七节 中国长视频行业风险分析

一、长视频行业宏观环境风险

二、长视频行业技术风险

三、长视频行业竞争风险

四、长视频行业其他风险

第四章 2020-2024年全球长视频行业发展现状分析

第一节 全球长视频行业发展历程回顾

第二节 全球长视频行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲长视频行业地区市场分析

一、亚洲长视频行业市场现状分析

二、亚洲长视频行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲长视频行业市场前景分析

第四节 北美长视频行业地区市场分析

一、北美长视频行业市场现状分析

二、北美长视频行业市场规模与市场需求分析

三、北美长视频行业市场前景分析

第五节 欧洲长视频行业地区市场分析

一、欧洲长视频行业市场现状分析

二、欧洲长视频行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲长视频行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球长视频行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球长视频行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国长视频行业运行情况

第一节 中国长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 中国长视频行业市场规模分析

一、影响中国长视频行业市场规模的因素

二、中国长视频行业市场规模

三、中国长视频行业市场规模解析

第三节 中国长视频行业供应情况分析

一、中国长视频行业供应规模

二、中国长视频行业供应特点

第四节 中国长视频行业需求情况分析

一、中国长视频行业需求规模

二、中国长视频行业需求特点

第五节 中国长视频行业供需平衡分析

第六节 中国长视频行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国长视频行业产业链及细分市场分析

第一节 中国长视频行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、长视频行业产业链图解

第二节 中国长视频行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对长视频行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对长视频行业的影响分析

第三节 中国长视频行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国长视频行业市场竞争分析

第一节 中国长视频行业竞争现状分析

一、中国长视频行业竞争格局分析

二、中国长视频行业主要品牌分析

第二节 中国长视频行业集中度分析

一、中国长视频行业市场集中度影响因素分析

二、中国长视频行业市场集中度分析

第三节 中国长视频行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国长视频行业模型分析

第一节 中国长视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国长视频行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国长视频行业SWOT分析结论

第三节 中国长视频行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国长视频行业需求特点与动态分析

第一节 中国长视频行业市场动态情况

第二节 中国长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 长视频行业成本结构分析

第四节 长视频行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国长视频行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国长视频行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国长视频行业所属行业运行数据监测

第一节 中国长视频行业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 中国长视频行业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 中国长视频行业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

第十一章 2020-2024年中国长视频行业区域市场现状分析

第一节 中国长视频行业区域市场规模分析

一、影响长视频行业区域市场分布的因素

二、中国长视频行业区域市场分布

第二节 中国华东地区长视频行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区长视频行业市场分析

- (1) 华东地区长视频行业市场规模
- (2) 华东地区长视频行业市场现状
- (3) 华东地区长视频行业市场规模预测

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、华中地区长视频行业市场分析

- (1) 华中地区长视频行业市场规模
- (2) 华中地区长视频行业市场现状
- (3) 华中地区长视频行业市场规模预测

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、华南地区长视频行业市场分析

- (1) 华南地区长视频行业市场规模
- (2) 华南地区长视频行业市场现状
- (3) 华南地区长视频行业市场规模预测

第五节 华北地区长视频行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区长视频行业市场分析

- (1) 华北地区长视频行业市场规模
- (2) 华北地区长视频行业市场现状
- (3) 华北地区长视频行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区长视频行业市场分析

- (1) 东北地区长视频行业市场规模
- (2) 东北地区长视频行业市场现状
- (3) 东北地区长视频行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区长视频行业市场分析

- (1) 西南地区长视频行业市场规模
- (2) 西南地区长视频行业市场现状
- (3) 西南地区长视频行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区长视频行业市场分析
 - (1) 西北地区长视频行业市场规模
 - (2) 西北地区长视频行业市场现状
 - (3) 西北地区长视频行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国长视频行业市场规模区域分布预测

第十二章 长视频行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

- 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、公司优势分析

第二节 企业二

- 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、公司优势分析

第三节 企业三

- 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、公司优势分析

第四节 企业四

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、公司优势分析

第五节 企业五

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、公司优势分析

第六节 企业六

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、公司优势分析

第七节 企业七

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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国长视频行业发展前景分析与预测

第一节 中国长视频行业未来发展前景分析

一、中国长视频行业市场机会分析

二、中国长视频行业投资增速预测

第二节 中国长视频行业未来发展趋势预测

第三节 中国长视频行业规模发展预测

一、中国长视频行业市场规模预测

二、中国长视频行业市场规模增速预测

三、中国长视频行业产值规模预测

四、中国长视频行业产值增速预测

五、中国长视频行业供需情况预测

第四节 中国长视频行业盈利走势预测

第十四章 中国长视频行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国长视频行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国长视频行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 长视频行业品牌营销策略分析

一、长视频行业产品策略

二、长视频行业定价策略

三、长视频行业渠道策略

四、长视频行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/739169.html>