



2025 年 中国短视频市场 行业研究报告

主编：雷静兰

编辑：叶鸿祺

2025 年中国短视频行业市场洞察报告

1. 行业概述

1.1 短视频行业定义与发展历程

1.1.1 短视频的概念与特点

短视频作为一种以时长通常在 15 秒至 5 分钟之间的视频内容形式，凭借其便捷、快速、直观的传播方式，近年来在全球范围内迅速兴起，成为数字媒体领域的重要组成部分。与传统的长视频相比，短视频不仅突破了时间上的限制，更加注重内容的精炼与趣味性，能够在极短的时间内传递丰富的信息和情感，满足了现代人快节奏生活中碎片化时间的娱乐和信息获取需求。

短视频的主要特点体现在多个方面。首先，内容多样化是其显著优势，涵盖了娱乐、教育、新闻、电商推广、生活记录、美食制作、旅游分享、健身指导等多个领域，满足了不同用户的兴趣和需求。其次，制作门槛相对较低，普通用户只需使用智能手机及基础剪辑软件即可创作内容，这极大地激发了大众的创作热情和参与度，推动了 UGC 的繁荣。最后，短视频具有强互动性，观众不仅可以点赞、评论、分享，还可以通过直播、弹幕等形式与创作者实时互动，增强了用户的参与感和社区归属感。

此外，短视频平台普遍采用先进的人工智能算法，通过大数据分析用户的兴趣偏好，实现精准内容推荐。这种个性化的内容分发机制显著提升了用户的观看体验和平台的用户粘性，同时也极大地增加了内容的曝光率和商业变现的可能性。短视频已逐渐从单纯的娱乐形式，发展成为教育培训、品牌营销、电商导购等多元化应用的重要载体，成为数字内容消费和信息传播的重要渠道，深刻影响着现代社会的文化传播方式和人们的生活习惯。

1.1.2 中国短视频行业发展阶段

中国短视频行业的发展大致可以划分为三个重要阶段：萌芽期（2011-2015 年）、转型爆发期（2016-2019 年）和稳定期（2020 年至今）。每个阶段都具有其独特的背景、特点和发展动力，推动了整个行业的演进与升级。

首先，起步期（2011-2015 年）是中国短视频行业的萌芽阶段。这一时期，随着智能手机和移动互联网的逐步普及，早期的短视频平台如秒拍、微视等开始涌现。用户数量相对较少，主要以年轻群体和部分技术爱好者为主。内容形式较为单一，主要以搞笑段子、生活记录和简单的才艺展示为主，技术手段相对基础，视频长度普遍较短，剪辑和特效较为简陋。尽管如此，这一时期为短视频行业积累了初步的用户基础和内容生产经验，奠定了后续快速发展的基础。

进入快速发展期（2016-2019 年），中国短视频行业迎来了爆发式增长。智能手机的普及率大幅提升，4G 网络覆盖范围扩大，移动互联网体验显著改善，极大地推动了短视频的传播与消费。此时，抖音、快手等领军平台迅速崛起，开始通过算法推荐技术精准匹配用户兴趣，极大提升用户粘性和活跃度。内容创作者数量激增，题材更加丰富

多样，涵盖娱乐、教育、美食、旅游、生活技巧等多个领域。与此同时，短视频也逐渐成为品牌营销和广告投放的重要阵地，吸引了大量资本投入和商业变现模式的探索。平台间竞争激烈，创新不断，推动了整个行业的快速扩张。

进入成熟期（2020 年至今），中国短视频行业逐步进入规模化和规范化阶段。行业参与者不仅包括传统的互联网巨头，还吸引了大量内容创作者、MCN 机构及各类垂直领域专业团队。内容质量明显提升，更多高质量、专业化、原创性强的视频作品涌现，满足了用户对多样化和深度内容的需求。与此同时，监管政策趋严，国家加强了对短视频内容的审核和管理，注重引导行业健康发展，防范虚假信息、低俗内容和版权侵权等问题。

平台通过技术手段和社区规则不断完善生态环境，提升用户体验。短视频与直播、电商等其他数字产业的融合日益加深，形成了更为丰富的商业生态体系。整体来看，成熟期的短视频行业正朝着更加规范、创新和多元化的方向稳步前进，成为中国数字文化和经济的重要组成部分。



数据来源：前瞻产业研究院

1.2 市场规模与增长分析

1.2.1 2025 年市场规模预测

根据最新的行业数据与市场趋势深入分析，预计到 2025 年，中国短视频市场的整体规模将突破数千亿元人民币大关，保持持续且稳健的两位数增长率。

随着 5G 技术的全面普及，网络传输速度和稳定性大幅提升，为高清视频内容的即时加载和流畅播放提供了坚实保障。同时，人工智能（AI）智能技术的广泛应用，使得内

容推荐更加精准，用户互动体验显著优化，内容创作效率和质量也得到了极大提升。短视频平台通过算法驱动的个性化推送，能够有效捕捉用户兴趣，极大提升用户粘性和活跃度，吸引了大量年轻用户群体的持续关注。

此外，短视频内容的多样化发展，不再局限于娱乐消费，而是逐步渗透到电商直播、在线教育、品牌传播、文化推广等多个领域，成为推动数字经济发展的关键引擎。特别是在电商领域，短视频结合直播带货模式，极大地刺激了消费需求，提升了商品的转化率和销量，成为商家和品牌新的营销利器。

在教育领域，短视频则通过碎片化学习内容，满足了用户灵活便捷的学习需求，推动了在线教育的普及与升级。品牌传播方面，短视频以其生动直观的表现形式，帮助企业塑造品牌形象，增强用户认同感和品牌忠诚度。综合来看，随着技术的不断进步和应用场景的不断丰富，中国短视频市场的扩展空间依然十分巨大，未来几年有望继续引领数字内容产业的发展潮流，成为推动社会信息传播和消费升级的重要力量。

2020-2025年中国短视频行业市场规模预测情况



数据来源：前瞻产业研究院

1.2.2 增长驱动力及影响因素

短视频市场的快速增长主要由以下几个关键驱动力推动。首先，用户规模的持续扩大是市场增长的根本动力。随着智能手机的普及和移动互联网基础设施的不断完善，尤其是在三四线城市以及广大农村地区，短视频用户数量呈现爆发式增长。这部分用户群体对娱乐、资讯、教育等内容的需求日益旺盛，推动了短视频平台不断优化产品和服务，进一步促进用户活跃度和粘性的提升。

其次，内容生态的多元化与专业化发展极大地丰富了用户体验。短视频平台不仅涵盖了娱乐、搞笑、美食、旅游、教育、科技等众多领域，还涌现出大量专业内容创作者和垂直细分领域的内容，满足了不同用户群体个性化、多样化的需求。这种内容供给的丰富性和精准化，有助于提升用户的使用时长和平台的整体价值。

第三，技术创新为短视频市场注入了新的活力。人工智能（AI）智能剪辑技术的应用，

使视频制作更加便捷高效，降低了内容创作者的创作门槛；虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术的引入，则极大提升了用户的沉浸式互动体验，增强了内容的表现力和吸引力。此外，5G网络的普及也为高清视频的流畅传输提供了技术保障，推动了短视频内容的质量和观看体验的升级。

第四，商业模式的创新不断拓展短视频行业的变现路径。直播带货作为一种新兴的电商形式，借助短视频平台强大的流量优势，实现了商品的高效推广和销售；同时，品牌合作、广告投放、会员付费、内容打赏等多元化的商业模式也逐步成熟，助力平台和内容创作者实现多渠道盈利，推动整个生态系统的良性循环。

此外，政策环境的规范与支持为短视频行业的健康发展提供了坚实保障。政府部门出台了一系列关于内容审查、版权保护、用户隐私安全等方面的法规和指导意见，促使平台加强内容管理，规范行业秩序，保护用户权益，营造了一个更加安全、合法、可持续发展的市场环境。

然而，短视频市场的发展也面临诸多挑战。市场竞争日趋激烈，众多平台争夺用户和流量，导致内容同质化严重，用户留存难度加大；内容合规风险依然存在，部分平台和创作者可能触碰法律红线，影响行业声誉；用户隐私保护问题日益突出，数据泄露和滥用风险引发社会关注，要求平台加大安全投入和管理力度。

综上所述，短视频市场的增长是多方面因素共同作用的结果，既有用户基础和技术驱动，也离不开内容创新和商业模式的不断演进。同时，面对激烈的市场竞争和复杂的监管环境，行业各方需要持续提升自身能力，推动短视频生态的健康、规范和可持续发展。

1.3 主要参与者与竞争格局

1.3.1 头部平台市场份额分析

中国短视频市场的头部平台主要包括抖音、快手、西瓜视频等，这些平台凭借其强大的技术实力、丰富的内容资源以及庞大的用户基础，占据了整个市场的大部分份额，成为行业发展的中坚力量。

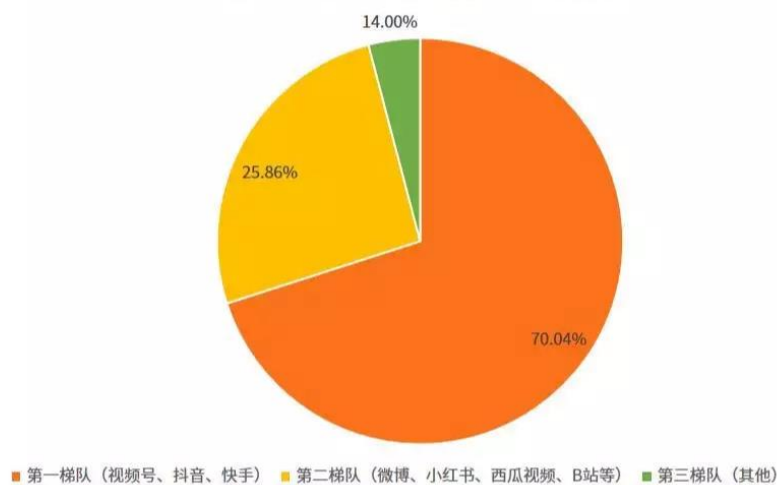
以抖音为例，作为字节跳动旗下的产品，抖音凭借先进的人工智能算法和精准的内容推荐机制，实现了用户兴趣的高效匹配，极大提升了用户的使用粘性和观看时长。目前，抖音的市场份额已经超过40%，在短视频领域处于绝对领先地位。抖音不仅注重内容的多样性和创新性，还通过直播带货、电商导流、广告投放等多样化的变现渠道，成功吸引了大量内容创作者和广告主入驻，形成了一个健康且活跃的生态系统。此外，抖音还积极拓展海外市场，进一步巩固其在全球短视频领域的影响力。

快手则以其独特的社区氛围和强大的下沉市场优势著称。快手专注于三四线及以下城市的用户群体，强调真实、接地气的内容风格，形成了极具凝聚力的用户社群。通过扶持草根创作者和加强社交互动，快手保持了稳定且持续的用户增长。快手的变现模式也较为多元，涵盖直播打赏、电商销售及品牌广告等，帮助平台和内容创作者实现收益最大化。

西瓜视频作为今日头条旗下的重要短视频平台，则以长视频内容和专业化的视频制作见长，吸引了大量优质内容创作者和专业媒体入驻。西瓜视频注重内容质量和用户体验，打造了以知识、娱乐、生活为主的多样化内容生态，满足了不同用户群体的需求。

总体来看，中国短视频行业的头部平台之间，通过差异化的内容定位和服务策略，形成了激烈但又良性的竞争格局。各平台不断创新技术手段，优化用户体验，提升内容质量，同时积极拓展商业模式，推动整个行业的持续繁荣和健康发展。随着 5G 技术的普及和用户需求的不断升级，未来中国短视频市场仍将保持高速增长，竞争也将更加白热化。

2023年中国短视频用户规模分布图
Distribution of China's short video users in 2023



数据来源：艾媒咨询

1.3.2 新兴平台和细分市场

除了头部巨头如抖音、快手和腾讯视频之外，市场上还涌现出一批新兴短视频平台，这些平台在内容形式、用户定位和运营策略上各具特色，逐渐在激烈的竞争中占据一席之地。

例如，哔哩哔哩（B站）不仅以其丰富的二次元文化和年轻用户群体著称，其短视频内容也不断丰富，涵盖了动画、游戏、科技、生活等多个领域，吸引了大量忠实粉丝。微博视频号则依托微博庞大的社交关系链，结合短视频与社交互动，形成了独特的传播生态，增强了用户粘性和内容传播效率。

与此同时，教育类和职业技能类短视频平台逐渐崛起，专注于为特定用户群体提供高质量的学习资源和技能培训内容。这些平台通过短视频形式，将复杂的知识点拆解得更加生动易懂，满足了广大职场人士、学生和爱好者的学习需求。例如，某些平台专注于编程、设计、语言学习等热门技能，利用碎片化时间帮助用户提升自我竞争力。

此外，在垂直领域中，美食、旅游、健身等细分市场的发展尤为迅速。新兴平台通过精准的用户画像和内容创新，打造出符合细分用户喜好的内容生态。例如，美食短视