

 快手 ·  磁力引擎

凝新剧力 全擎共生

2024年快手磁力引擎短剧行业营销通案

快手磁力引擎 | 传媒资讯业务中心 | 传媒资讯策划创意组

2024年3月



从“爆发式增长”到“健康发展”，短剧市场即将迈入成熟期



短剧行业发展历程
逐步迈向全新阶段



短剧进入规模化发展阶段，未来或撬动千亿市场

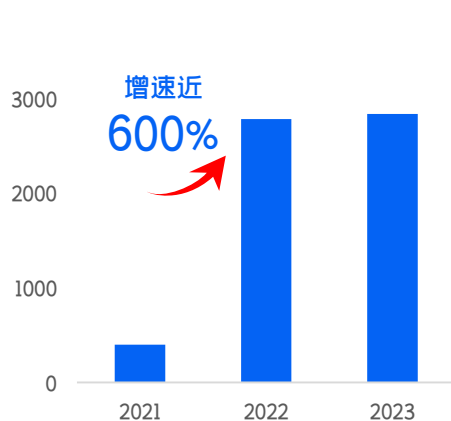
短剧数量急剧飙升

2023年上线总量超1400部，同比增长率达50%，相比全年近3000部左右的备案量，产量储备比并未达到平衡；

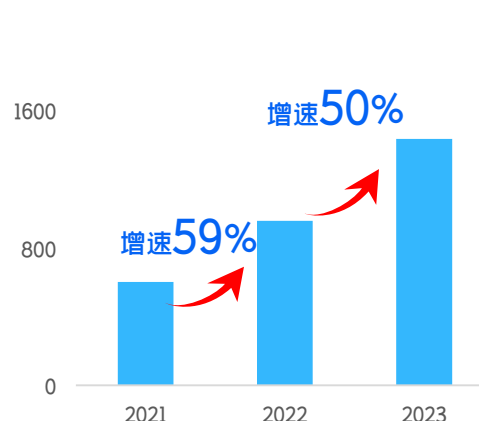
市场规模高速增长

2023年短剧市场规模近400亿，接近电影市场体量70%，五年内市场规模有望突破千亿元。

2021-2023年短剧备案数量（部）



2021-2023年短剧上线数量（部）



2021-2023年国内短剧市场规模及增长率

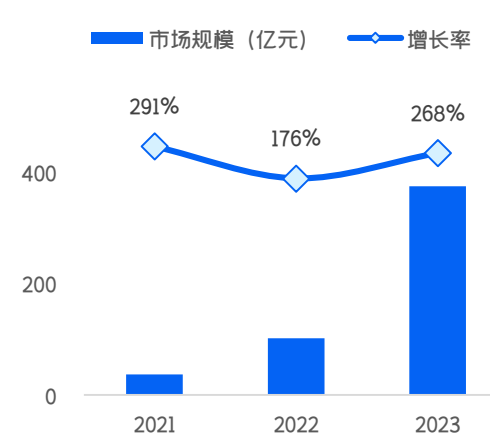
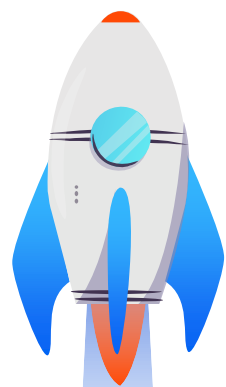


图1-广电总局网络微短剧备案；图2-艺恩内容智库；图3-艾媒咨询11月22日《2023-2024年中国微短剧市场研究报告》
数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

短剧已成视听新势力，各方争相入局促进市场良心循环

产业链上、中、下游众多公司各司其职，推动供给增长，共促短剧内容题材多元化和制作精细化



30万家

短剧相关企业数量
截至2023年12月

为2016年的近4倍



上游：
内容来源方

版权方自有IP或
数字文学网站

出版机构企业
1.7万家



中游：
内容制作端

影视制作公司
MCN机构

短剧制作机构
22.9万家



下游：
内容发行/营销

短剧投流
短剧播放平台

短剧发行5.9万家
短剧营销1.04万家

数据来源：合合信息启信宝12月27日《2023年短剧产业区域版图》

作为国民级的流量平台，快手是短剧行业的领军媒体

快手流量 = 国民流量

6.85亿

2023年Q3快手应用平均 MAU

9.4%
yoy

60%

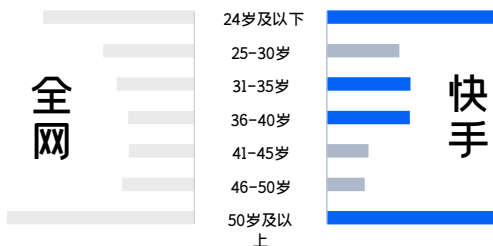
快手覆盖了 60% 的网民

6.4%
yoy

3.87亿

2023年Q3快手应用平均 DAU

用户结构跟移动互联网网民结构趋同

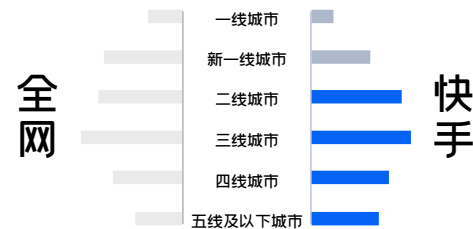


快手人群 = 国民人群

年 龄
年轻 / 中坚

区 域
二线及三线以下

用户结构跟移动互联网网民结构趋同



74%

2023年短视频平台
上线短剧数量超七成

60%

2023年行业的头部短剧
快手占比六成

近千部

截至2023年12月 快手星芒短剧
快手星芒短剧上线总量

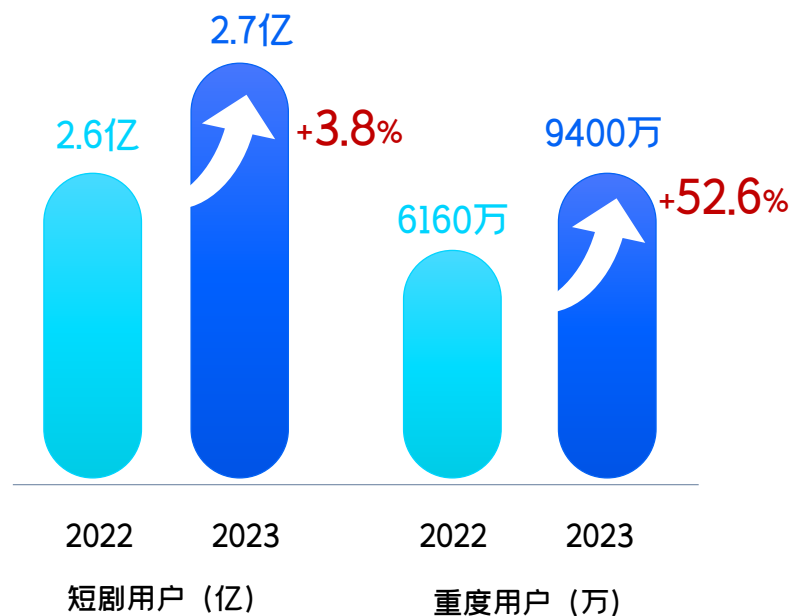
注：本页用户画像均指18岁以上人群

注：头部短剧为短视频平台播放量TOP50短剧，播放量截至2023年12月20日。数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

快手短剧受众规模加速拓展，已沉淀2.7亿短剧日活

快手拥有庞大的短剧用户池

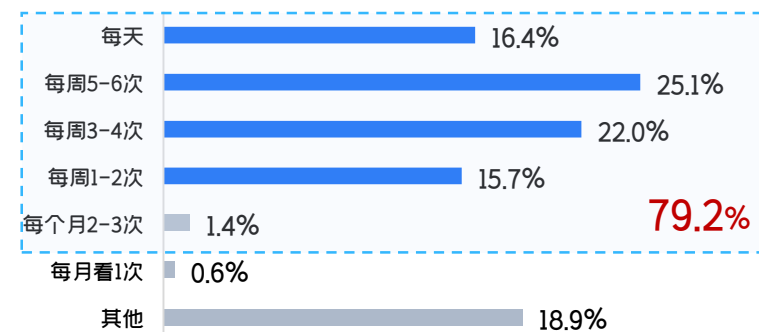
快手平台丰富、优质的短剧内容吸引大量用户观看，用户规模持续增长。2023年短剧用户达2.7亿，同比增长3.8%



快手短剧用户强粘性、高活跃

近8成短剧用户会每周观看短剧，短剧用户每日观看时长同比增长17.2%

快手短剧用户-通常多久看一次短剧



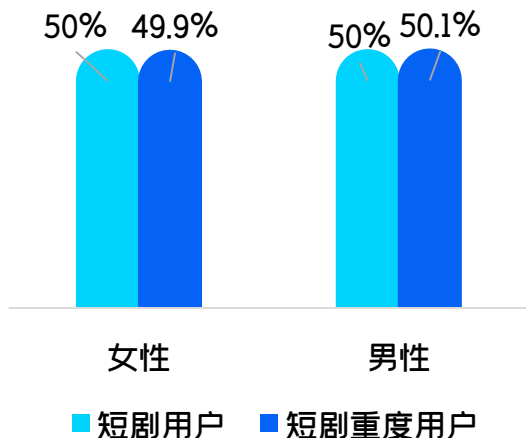
近**8成**短剧用户
每周都要看短剧

2023年快手短剧用户
日均观看短剧时长同比**+17.2%**

注：重度用户指每日观看10集以上短剧的用户。数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

快手所有类型的短剧用户画像：男女均衡、年龄广泛、新线城市为主

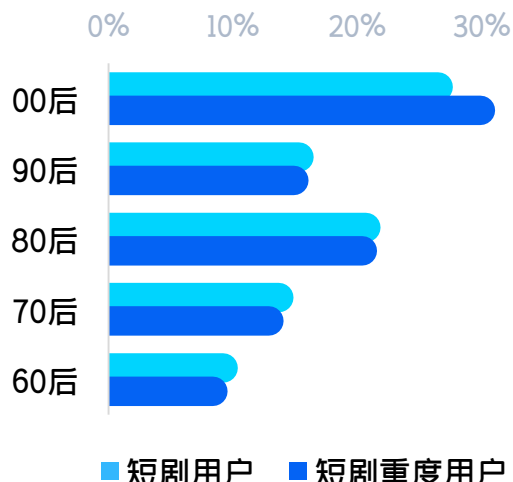
2023年快手短剧用户
性别分布



男性略高

2023年短剧重度用户男性占比
首次超过女性

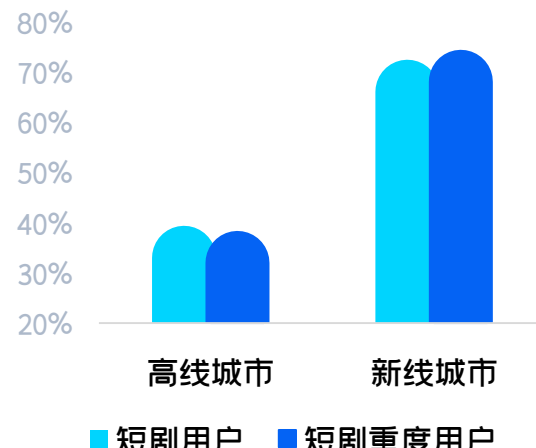
2023年快手短剧用户
年龄分布



熟龄居多

短剧用户80后及以上占**六成**
重度用户的年轻化趋势显著

2023年快手短剧用户
地域分布



新线强势

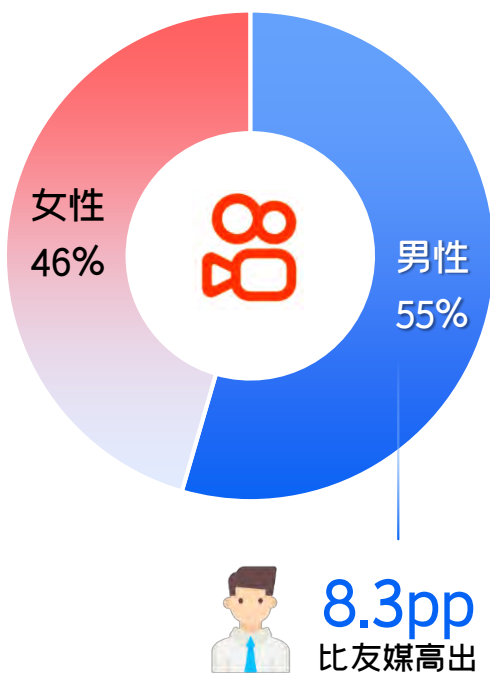
2023年短剧重度用户新线城市
占比达**68%**

注：本页用户画像均指18岁以上人群

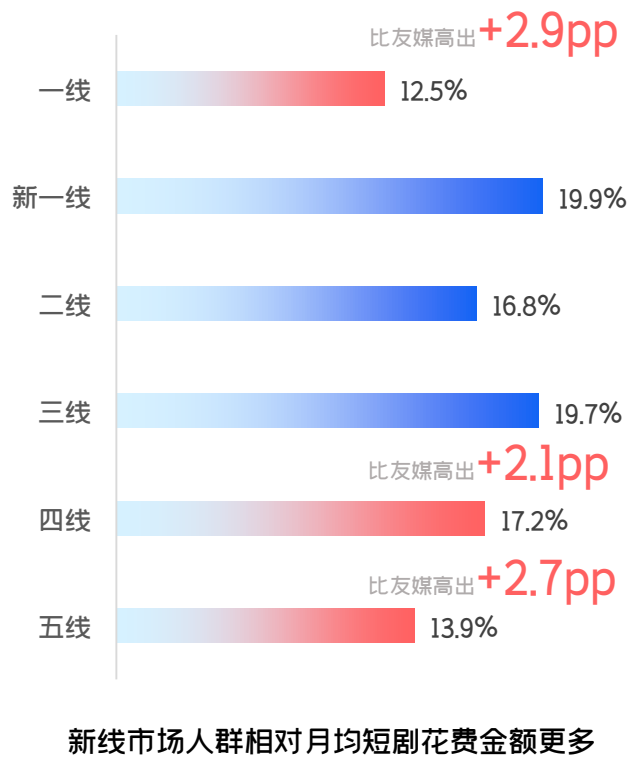
付费短剧用户中，快手平台内容消费人群具备差异化特色

快手付费短剧内容消费人群的男性、一线和四五线城市显著性更强；新兴势力和蓝海人群不断涌现

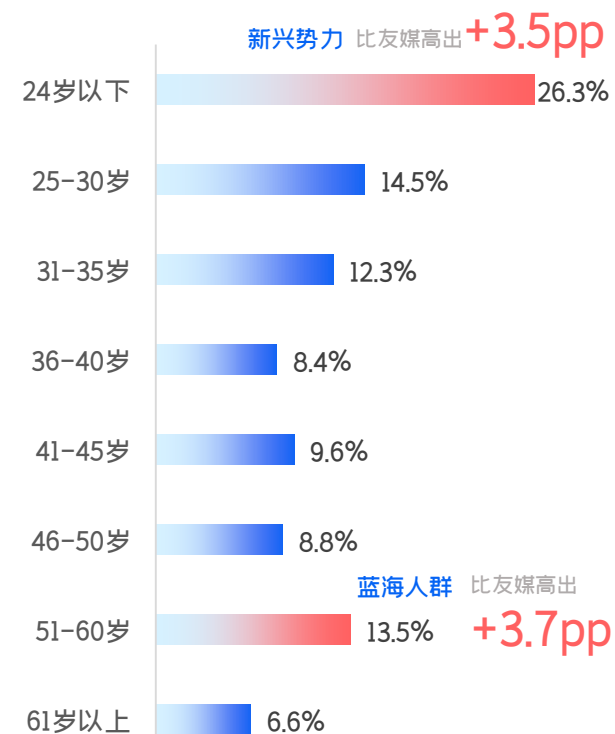
快手付费短剧内容
消费人群性别分布



快手付费短剧内容
消费人群地域分布



快手付费短剧内容
消费人群年龄分布



快手平台热播短剧用户渗透率高、互动意愿更强

2023年9月 快手与友媒平台短剧内容热度变化

友媒

2022年9月 2023年9月 占比变化

	发稿量占比	0.3%	3.3%		3.0%
	互动量占比	1.5%	2.0%		0.5%
	用户渗透率	34.1%	37.5%		3.4%

热播短剧	播放量
《二十九》	8.3亿
《逃出大英博物馆》	4.2亿
《归来竟是千金》	4.9亿

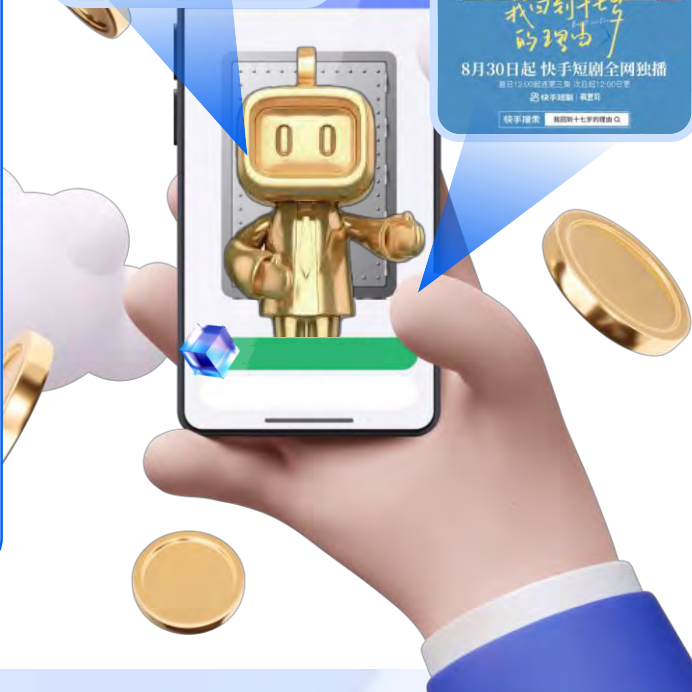
快手

2022年9月 2023年9月 占比变化

	发稿量占比	0.7%	2.4%		1.7%
	互动量占比	3.3%	9.5%		6.2%
	用户渗透率	42.9%	57.5%		14.6%

热播短剧	播放量
《拜托啦奶奶》	9.5亿
《我回到十七岁的理由》	5.0亿
《左邻右巷》	2.5亿

Source: QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库 2023年9月



快手短剧付费用户有钱有闲，注重营销玩法及观剧互动氛围



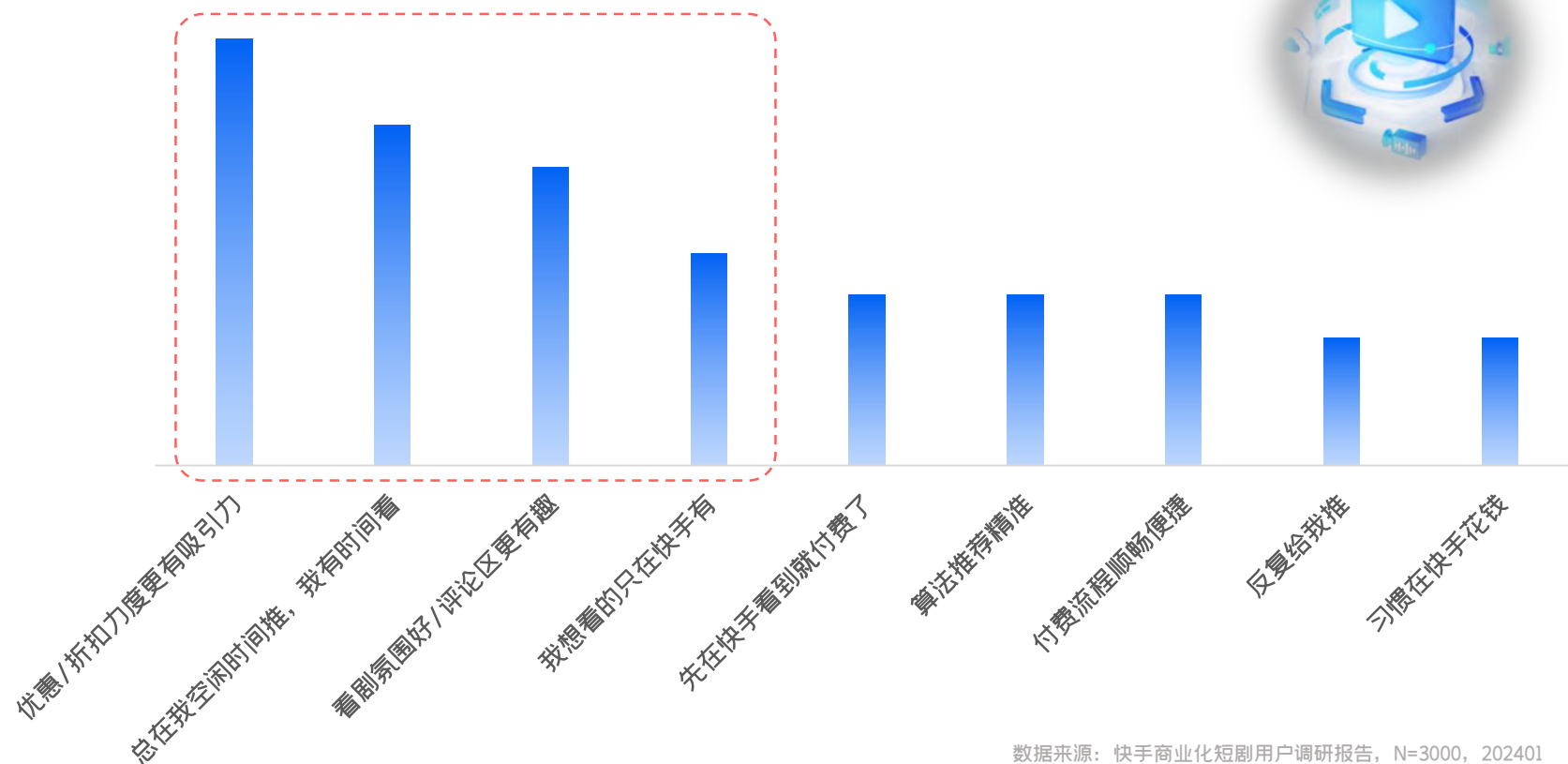
优惠玩法更易感

具备大量闲暇时间

热衷互动及口碑传播

平台忠诚与信任

快手和友媒双持用户中，选择在快手付费
而没有在友媒付费的原因



数据来源：快手商业化短剧用户调研报告，N=3000，202401

不仅爱看更具付费实力，快手短剧用户持续释放消费潜能

快手短剧用户
消费力持续增长



快手短剧用户
消费金额TOP5品类 >>



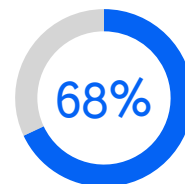
26.8%

近一年快手短剧用户
消费金额同比增长

56.0%

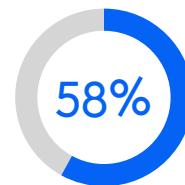
近一年快手短剧重度用户
消费金额同比增长

高净值、女性、新线城市用户
释放强大消费势能



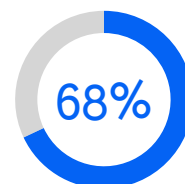
女性用户占比

2023年有电商消费的短剧重度
用户女性占比



高净值用户占比

2023年有电商消费的短剧重度用户90后及以下占比



新线城市用户占比

2023年有电商消费的短剧重度用户三线及以下城市占比



快手短剧热门题材：平台短剧偏家庭生活、付费短剧以都市为主

平台商业化短剧热门题材 更偏家庭生活烟火人间

家庭生活题材

由于与用户生活场景贴近
可植入场景多样

售卖占比最高达 **32%**

都市爱情题材

内容消费数据好
植入内容真实自然

占比为 **20%**

校园生活类题材

与短剧用户群高度匹配
更针对年轻人群

占比为 **16%**

家庭生活
32.26%

都市爱情
19.35%

校园生活
16.13%

都市生活
3.23%

都市职场
9.68%

青春甜宠
6.45%

古装奇幻
12.90%

付费短剧赛道热门题材 男频为主、女频高速增长

以2023年11-12月双月趋势为例



男频



女频



其他

消耗占比

54%

35%

11%

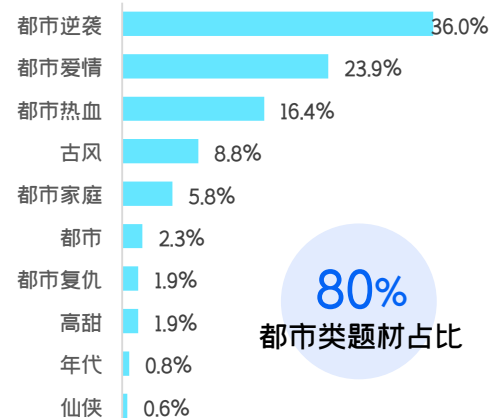
短剧数量

43%

31%

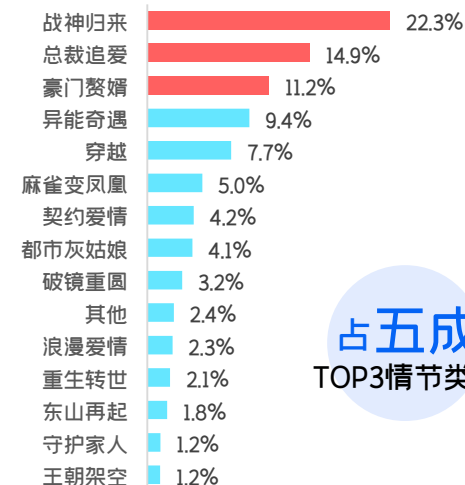
25%

TOP题材



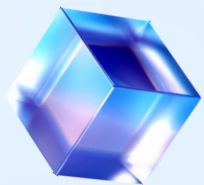
80%
都市类题材占比

TOP情节



占五成
TOP3情节类型

优质好剧，促进广告主与产业链经营扩界 拥抱平台生态，构建具有吸引力的内容磁场



PART ONE

内容生产

多元产业链入驻快手完善内容储备
既往高处行，也向深处游

内容营销“三部曲”



PART THREE

内容消费

不断优化广告创意层层占领用户心智
产品组合与策略加持，冷启/冲量节节攀升

PART TWO

内容分发

原生链路优化体验，搭载丰富流量场景
助力优质好内容实现全域化触达



搭建多元短剧创作生态，快手成为孕育爆款的绝佳土壤



10万+
快手短剧创作者规模

9.2%
快手尾部短剧
创作者年同比增长

7.8%
快手中部短剧
创作者年同比增长

1.7%
快手头部短剧
创作者年同比增长

各类短剧创作机构制爆不停



出品方：冬漫社
播放量：9.8亿+



出品方：常乐映像
播放量：5.5亿+



出品方：超级视
播放量：9.6亿+



出品方：仟亿影视
播放量：5.0亿+



出品方：古麦嘉禾
播放量：11.0亿+



出品方：四格工作室
播放量：3.3亿+

*头中尾部创作者按账号粉丝量级10w以下、10-100w、100w以上进行划分
数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

流量密码有迹可循，爆款素材往往集结多个高能要素

爆款素材内容结构解析

开场吸引用户

背景解说、人物冲突、大场景等爆款元素

中部衔接紧凑

高能情节层层递进，主角逆袭爽点拉满

关键剧情留悬念

设置关键卡点引导观看后续



男频



女频

逆袭情节居多，剪辑手法多以解说混剪/原片放送为主，23年11-12月起新增古风穿越剧情，在幽默高能的情节中男主逆袭，短剧拍摄质量，服化道更为优质

以萌娃、女性飒爽装扮、大场景+众人争论质疑场景居多，都市灰姑娘、麻雀变凤凰等情节，搭配总裁追爱、有甜宠有虐恋剧情，素材内容不乏时下热门爆梗，让用户对后续内容更有期待性和话题性



多个爆款要素复合式集结，持续撩拨用户心弦

以付费短剧行业2023年11-12月双月投放趋势为例

快手付费短剧投放爆量热门创意素材解析

都市热血（男频）



**蒙面美女招婿
丈母娘反对、逆袭开场**

开场:

男主带着定情信物现身，女主认出多年来苦苦寻找的叶天

衔接:

女主父母现身反对这门婚事，并拿出绝世财宝逼迫叶天离开自己的女儿，叶天信心满满的舌战众人，后续如何带入高潮

都市热血（男频）



**战神归来
赘婿**

开场:

场外解说全剧主线，搭配浪漫韩剧bgm，前情提要介绍男女主小时候的纠葛

衔接:

苏家大小姐正是当年救了沈浪的小女孩，沈浪心甘情愿留下来当赘婿保护苏家大小姐，男主为了留在苏家去找工作，剧情搞笑诙谐

古风（男频）



**武侠古风
穿越、逆袭**

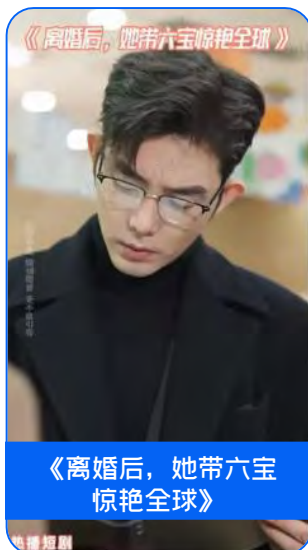
开场:

穿越小伙枪击福桑剑圣，众说纷纭，对手质疑男主作弊；

衔接:

朝堂之上上帝欲封小伙为武威大将军，朝臣不满，多般阻挠，激将林枫去剿匪，小伙开着跑车举起枪剿匪，反差感十足

都市逆袭（女频）



**都市灰姑娘
逆袭、总裁追爱**

开场:

男主知道女主养大了孩子，此刻接到女主求救电话

衔接:

女主送外卖被人当众欺负，得知被抢走继承权，女主为了保护自己的孩子受尽侮辱，男主赶到现场，逆袭爽点十足

都市逆袭（女频）



**麻雀变凤凰
灰姑娘逆袭**

开场:

欢迎二小姐回家，解说描述女主此前痛苦经历

衔接:

正片开场女主回到全球首富爷爷的家里，因为迪拜展会的缘故众人齐聚齐家寿宴，发现女主逆袭出场，故事情节跌宕起伏，未完待续引人入胜

都市爱情（女频）



**逆袭、萌娃认亲
美女服化道**

开场:

宴会厅里飒爽美女带萌娃上门认亲，美女互相争论，萌娃身份扑朔迷离

衔接:

机场男主现身，小女孩认亲场景幽默诙谐，切回宴会厅众人仍在争论不休，飒爽妈咪被众人质疑围攻，让人期待逆袭萌娃身份更加吊人胃口。

内容分发突破现有流量瓶颈 前置入场优质「蓝海资源」，实现全域触达

3.87亿

2023年Q3快手应用平均 DAU

广告主寸土必争

软广资源
硬广资源
必争之地

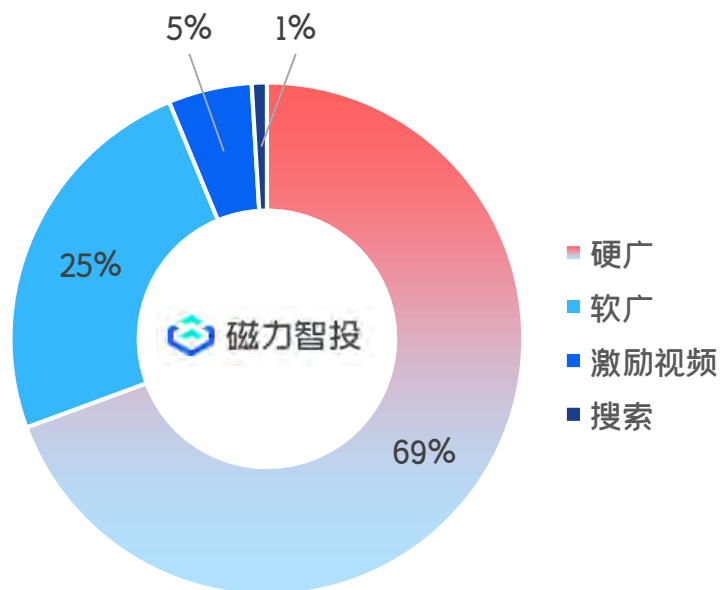
搜索资源
高效转化

激励视频
独有激励

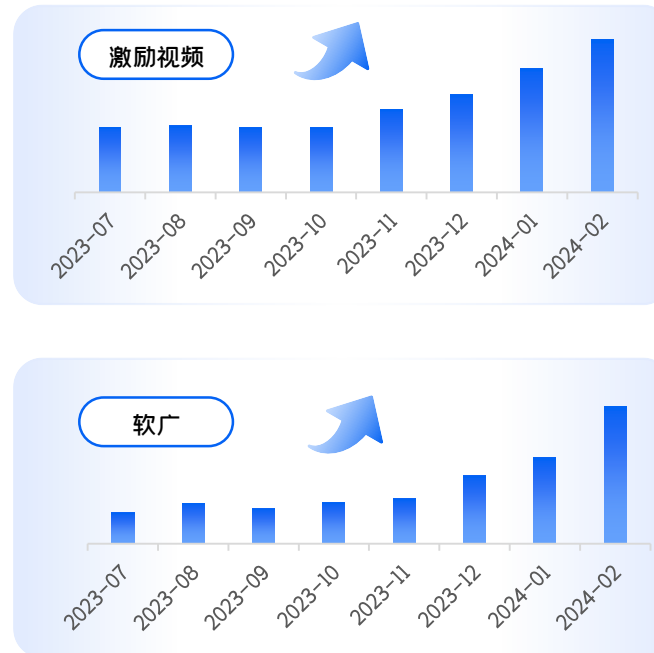
广告资源位及增长现状



付费短剧在磁力智投各资源的消耗占比



付费短剧在磁力智投的增量资源消耗趋势



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/826240005123010220>