

中国互联网文娱数据发布报告

2019Q3





互联网文娱市场：逆势保持稳定增长

- 2019Q3互联网文娱市场达**866.1**亿元，环比增长**12.0%**
- 短视频反超在线视频成为文娱领域中最大细分市场
- 用户规模梯队较为稳定，8月各细分领域出现小高峰
- 内容监管从严，针对题材、平台运营及音频领域均出台相关政策加强监管
- 从内容端来看，暑期档为教育、亲子题材必争之地，同时细分圈层题材为头部视频平台所重视



互联网文娱细分市场分析：

- **在线视频**：2019Q3市场规模达**262.4**亿元，环比增长**5.2%**
- **泛娱乐直播**：长期保持稳定增长，2019Q3收入达**203.4**亿元
- **短视频**：2019Q3市场规模反超在线视频，达**297.2**亿元
- **网络文学**：行业环境深入规范，市场规模为**45.1**亿元，环比增长**6.7%**
- **数字音乐**：季度收入稳中向好，用户付费成为主要增长引擎，市场规模达**25.3**亿元
- **网络动漫**：2018年后进入稳步增长，2019年利好和挑战并存

2019Q3互联网文娱发展情况分析

1

2019Q3互联网文娱细分市场发展情况分析

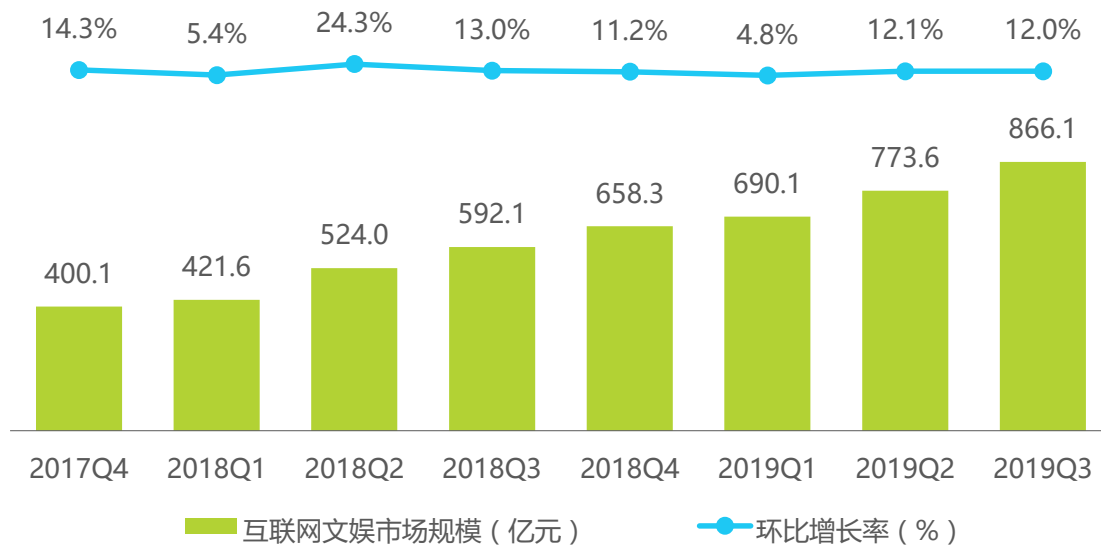
2

中国互联网文娱市场规模

2019Q3达866.1亿元，增速与上季度基本持平

2019Q3，互联网文娱市场达866.1亿元，环比增长12.0%。从整体来看，虽部分细分领域增速有所放缓，但仍保持持续上涨态势。其中，1) 短视频仍为发展热点，季度环比增速仍在20%以上；2) 网络动漫季度浮动变化较大，环比增长32.9%；3) 在线视频、网络文学、泛娱乐直播和数字音乐市场走向成熟，季度环比增速均在10%以下。

2017Q4-2019Q3中国互联网文娱市场规模



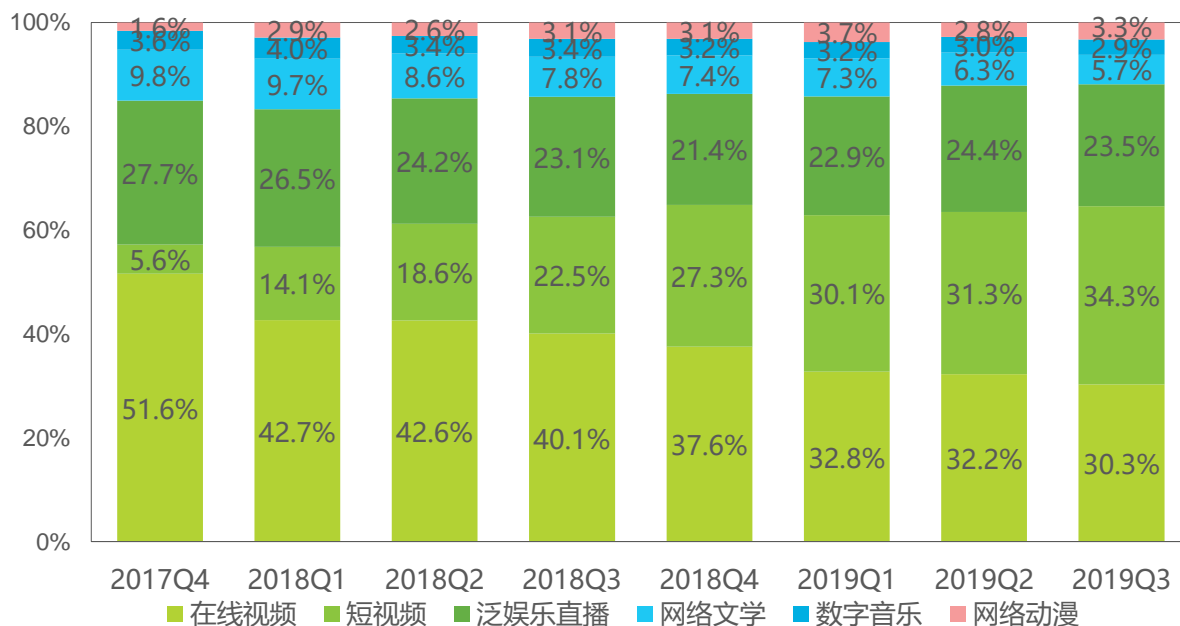
注释：互联网文娱市场包括在线视频、数字音乐、网络动漫、网络文学、短视频及泛娱乐直播行业。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

中国互联网文娱市场结构

视频类娱乐形式仍占较大比重，短视频反超在线视频成最大市场

从互联网文娱市场收入结构来看，视频类娱乐形式（在线视频、短视频、泛娱乐直播）仍在收入结构中占据主要地位，总占比超88%。短视频行业仍处于流量红利期，整体收入保持较快增速，2019Q3占比已达34.3%，反超在线视频成为文娱领域中最大的细分市场，一定程度上挤压其他文娱形式增长空间。

2017Q4-2019Q3中国互联网文娱市场结构



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

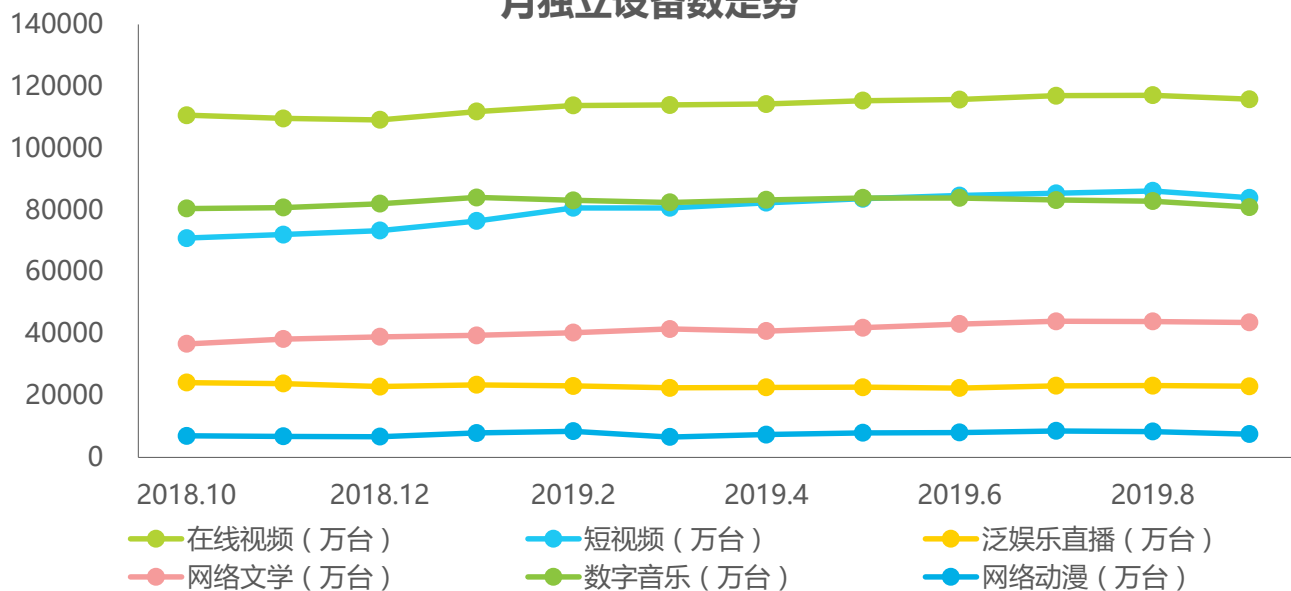
中国互联网文娱用户规模

暑假期间8月出现小高峰，9月用户规模有所回落

8月年轻用户内容消费能力得到释放，在各细分文娱领域均出现全年峰值。9月受开学影响，整体活跃度有所降低。从文娱用户梯队来看，整体无明显变化，短视频整体增速虽有所放缓，但仍保持增长，与数字音乐用户规模逐渐拉开差距。

mUserTracker-2018年10月-2019年9月中国文娱类APP

月独立设备数走势



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国互联网文娱市场发展情况简析

外部环境：进一步加强文娱内容监管，肃清行业乱象

互联网文娱快速发展，在不断探索过程中，相关政府不断发现治理短板和空白。自去年起，相关部门不断加强文娱内容监管，从相关政策和条例方面不断细化，进一步加强对于文娱产业内容生产的指导，保证整体行业内容健康发展。

2019Q3，政府主要从以下方面针对内容生产者和平台提出新的要求：1) 题材：古装题材和敏感题材受限，对影视内容的生产质量进一步提高要求；2) 平台：针对在线视频、短视频等网络平台，要求加强未成年人引导，开展未成年人模式探索；3) 形式：面对音频的快速发展，政府加强管理和重视，肃清音频行业乱象。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国互联网文娱市场发展情况简析

内容端：题材年轻化，迎合暑期档热潮

暑期来临，年轻观众特别是学生群体观看粘性上升，用户影视消费活跃度也同步上涨，各平台纷纷推出大剧，争夺暑期收视红利。

本年度暑期档一方面仍是教育、亲子题材影视内容的播放高峰，另一方面IP改编剧也成为暑期档的关键元素。2019年暑期，网络独播剧获得更高热度，头部视频平台仍以细分圈层为关键词，《陈情令》《长安十二时辰》《全职高手》均以小众题材切入，精良制作口碑带动热度出圈。

2019年Q3影视化内容主题

亲子教育题材开启暑期档热潮



细分圈层切入提升口碑



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20999

