

中国互联网文娱数据发布报告

2019H1





互联网文娱市场：逆势保持稳定增长

- 2019H1互联网文娱市场达**1463.7**亿元，同比增长**54.8%**
- 视频类行业起步较早，流量较高，在整体市场中领先地位明显
- 用户规模梯队较为稳定，短视频增长迅速反超数字音乐
- 政策环境向好，鼓励文娱产业资本化发展
- 从内容端来看，上半年国风IP与生活化内容发展壮大；从平台端来看，科技能力提升，助力平台提升效能



互联网文娱细分市场分析：

- **在线视频**：2019H1市场规模达**475.5**亿元，同比增长**17.9%**，用户付费取代广告收入成为最主要收入来源
- **泛娱乐直播**：长期保持稳定增长，2019H1收入达**364.4**亿元
- **短视频**：流量积累迅速带动整体市场高速增长，2019H1成为仅次于在线视频的文娱行业，市场规模达**450.6**亿元
- **网络文学**：政策监管日趋严格，环比出现小幅下降
- **数字音乐**：受转授权收入波动性的影响，季度增速有所放缓
- **网络动漫**：2018年后进入稳步增长，但2019年面临增长停滞的挑战

2019H1互联网文娱发展情况分析

1

2019H1互联网文娱细分市场发展情况分析

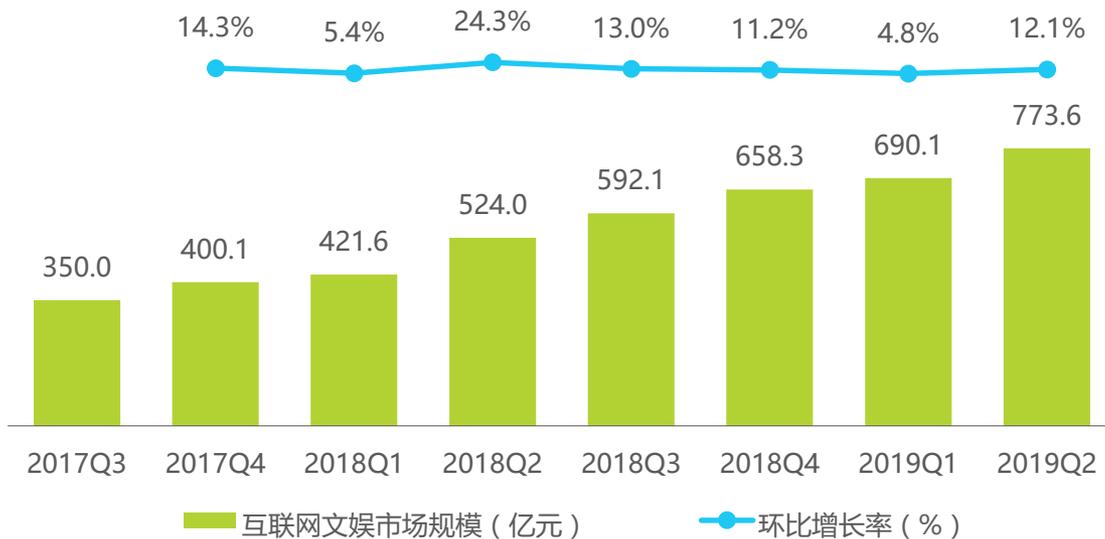
2

中国互联网文娱市场规模

2019Q2达773.6亿元，保持稳定较快增长

2019H1互联网文娱市场达1463.7亿元，同比增长54.8%，其中2019Q2，互联网文娱市场达773.6亿元，环比增长12.1%。在整体宏观市场遇冷的背景下，互联网文娱市场仍保持着较为稳定的上升态势，一方面由于从整体文娱市场来看，C端和B端商业模式较为平衡，一定程度上缓解了经济市场变动对个体行业发展的影响。另一方面，短视频行业作为新兴市场增长迅速，成为提高整体市场规模的重要力量。

2017Q3-2019Q2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。

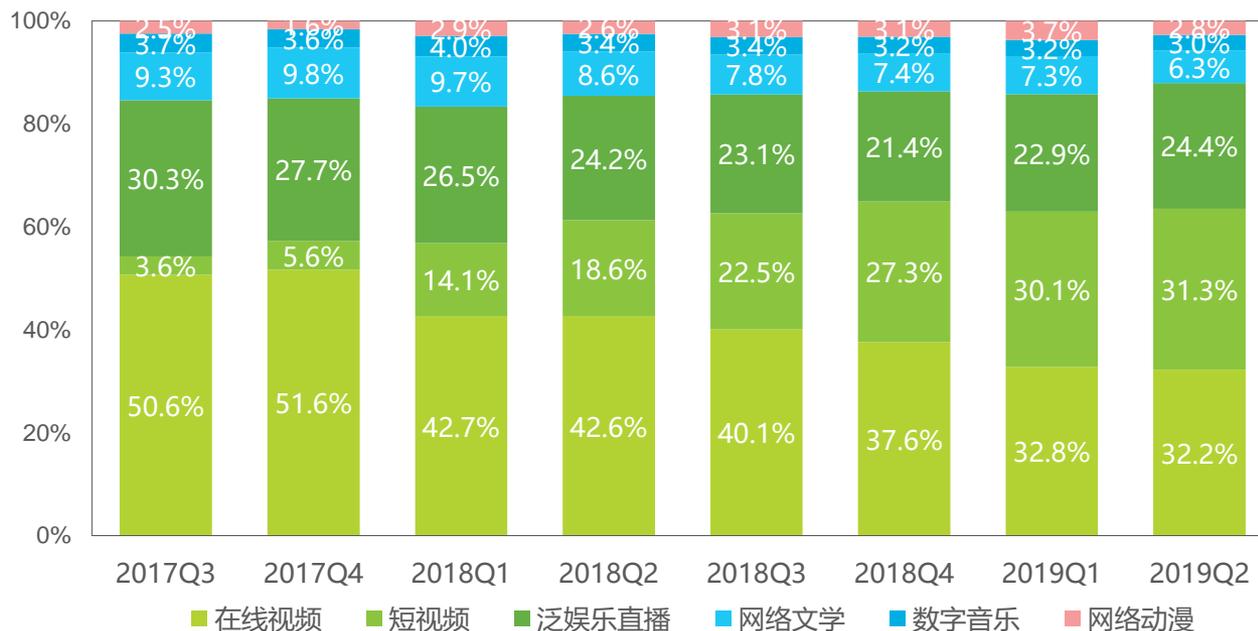
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

中国互联网文娱市场结构

视频类行业商业模式相对成熟，占据主要地位

从互联网文娱市场收入结构来看，在线视频行业和泛娱乐直播行业起步较早，商业模式发展成熟，因此长期保持领先地位，截至2019Q2，分别占比32.2%及24.4%。短视频行业发展较晚，但由于流量增长迅速，符合移动互联网用户使用习惯，借助信息流广告这一变现形式，整体市场规模增长迅速，2019Q2已成为占比第二（31.3%）的文娱细分市场，未来仍有进一步增长空间。

2017Q3-2019Q2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。

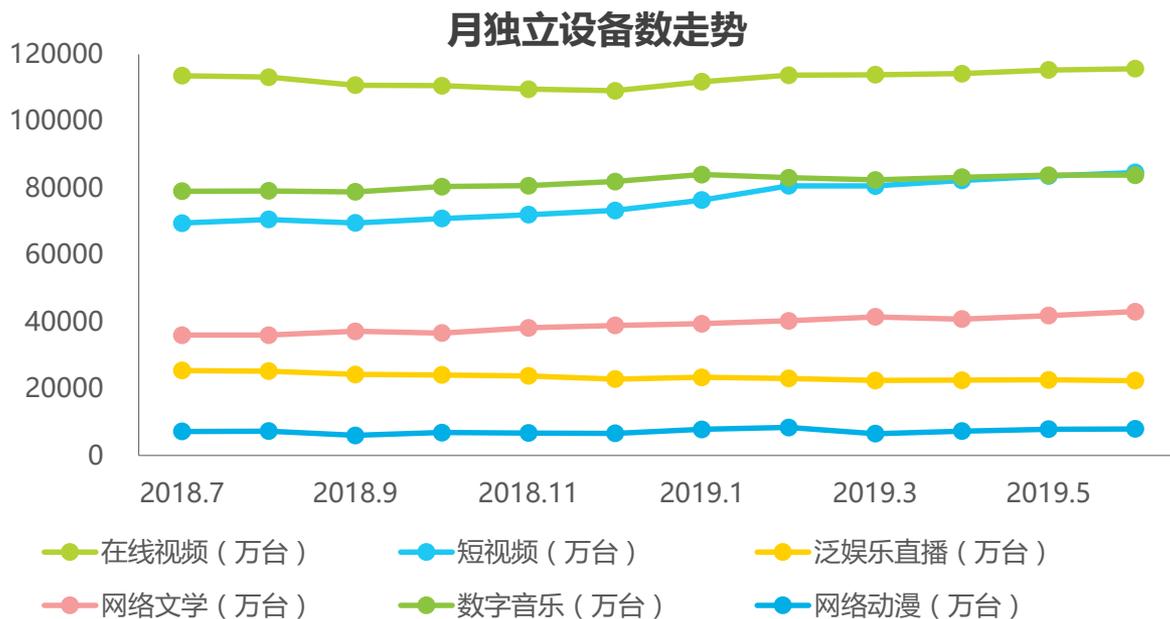
中国互联网文娱用户规模

用户规模梯队较为稳定，短视频增长迅速反超数字音乐

在线视频用户规模超10亿，长期保持领先，且和其他行业差距明显。数字音乐和短视频行业处于第二梯队，月独立设备数在8亿上线浮动，且短视频增长迅速，2019年6月已反超数字音乐成为用户规模第二大的文娱领域。泛娱乐直播、网络文学和网络动漫相比之下，目标群体较为垂直，且整体变化较小，用户规模稳定。

结合市场规模来看，除泛娱乐直播行业ARPU值较高外，其余行业用户规模和市场规​​模联系紧密，较高的流量规模为商业变现奠定了基础。

mUserTracker-2018年7月-2019年6月中国短视频APP



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

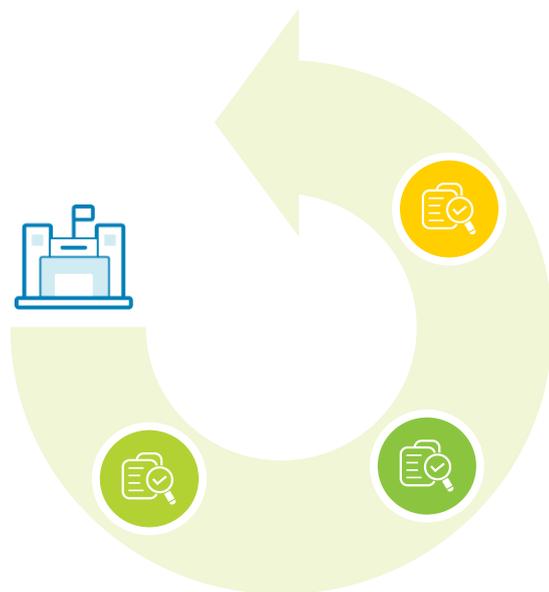
中国互联网文娱市场发展情况简析

外部环境：政策暖风频吹，鼓励文娱产业资本化发展

2018年，包含游戏、影视等细分领域在内的泛娱乐行业曾面临多项政策的洗礼，在野蛮生长之际经历了监管层面的整肃与规范，因此2018年度被视为是产业进入增速放缓阶段的寒冬期。而在2018年年底，冻结超过9个月的游戏版号审批得到重启，同时国务院办公厅发布了《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》，明确了多项对于文化产业投融资的利好政策，不仅对文化企业的税收优惠作出了规定，还对投融资以及文化资本退出作出规定。在进入2019年以来，政策得到了全面落实与推进。

《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》中的政策利好

- 将文化类建设用地纳入城乡规划、土地利用总体规划
- 允许投资人以知识产权等无形资产评估作价出资组建文化企业



- 优化企业投融资的退出机制
- 推动文化资源与金融资本有效对接
- 加强国有文化资本引导作用与配置
- 给予符合规定的文化企业财税优惠政策

中国互联网文娱市场发展情况简析

内容端：国风IP与生活化内容发展壮大

2019年上半年，中国文娱产业在内容侧呈现出国风化与生活化的发展趋势，迎合政策针对文化产业发展所倡导的“文化自信与民族复兴”和“满足人民美好生活需要”的出发点。一方面，上半年以传统IP改编的动画电影作品《哪吒》连续打破票房纪录，跻身中国电影票房总帮前三名，另有《国风美少年》等国风为主题的综艺、音乐、游戏作品相继产出；另一方面，现实主义题材的作品，尤其是影视剧与文学作品，近日来更加受到用户的欢迎。《都挺好》《大江大河》《少年派》等一系列具有“真实感”、“接地气”的生活化影视作品，在播出期间引发了较为强烈的社会共鸣，形成较好的舆论反响。

2019年上半年度典型国风主题与生活化主题内容作品

国风主题内容兴起



生活化主题电视剧反响强烈



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_21044

