



2023

腾讯视频微短剧年度报告

# 聚势而强 耕深行远

2023年是腾讯视频微短剧携手行业伙伴一起经营的第三年，过去一年我们继续聚焦精品内容创作，开放共赢，求变创新，共同见证了微短剧的成长和蜕变。这一年，微短剧真正走进大众视野，成为一种新的内容形态。

2024年我们聚势而强，耕深行远。

# 新洞察

## 聚势而强 蒸蒸日上

### 微短剧监管常态化，推动产业健康发展

- **2020.8**

国家广电总局重点网络影视剧备案后台增设“网络微短剧”类目，将网络微短剧纳入监管体系

- **2022.6**

网络剧片发行许可制度实施，网络剧片管理从备案登记时代进入到“网标”时代，网络剧片进入规范化、标准化和专业化发展新阶段

- **2022.11**

国家广播电视总局发布《关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》，开展“小程序”类网络微短剧专项整治，实施网络微短剧精品创作提升计划

- **2022.12**

国家广播电视总局印发《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》，推动短剧题材、体裁、风格、样式创新发展

- **2024.1**

国家广播电视总局开展“跟着微短剧去旅行”创作计划，加强微短剧创作引导和优秀节目示范引领，推动微短剧题材体裁创新，积极探索与文化和旅游等产业跨界深度融合

# 腾讯视频微短剧聚力前行，实现规模性增长

## 1. 用户活跃：在腾讯视频看微短剧的用户心智正在养成

2023年腾讯视频微短剧用户规模**突破2.3亿**，较2022年**提升68%**，微短剧月活用户**同比提升186%**，单用户播放时长较2022年**提升93%**；在腾讯视频，用户看微短剧的心智逐渐养成。

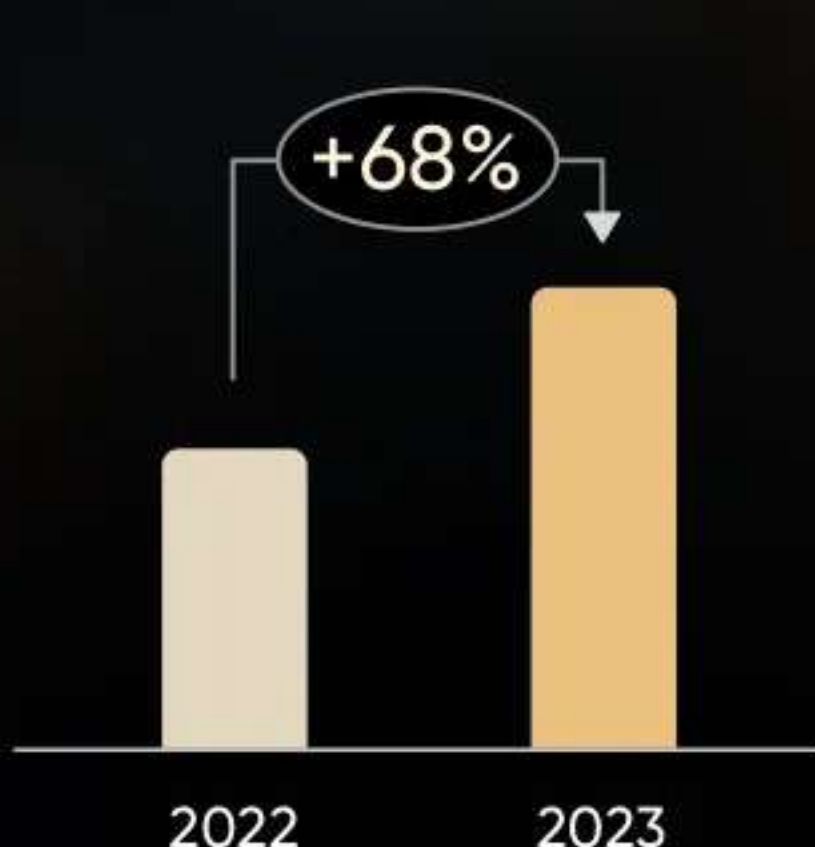
用户规模

**2.3**亿

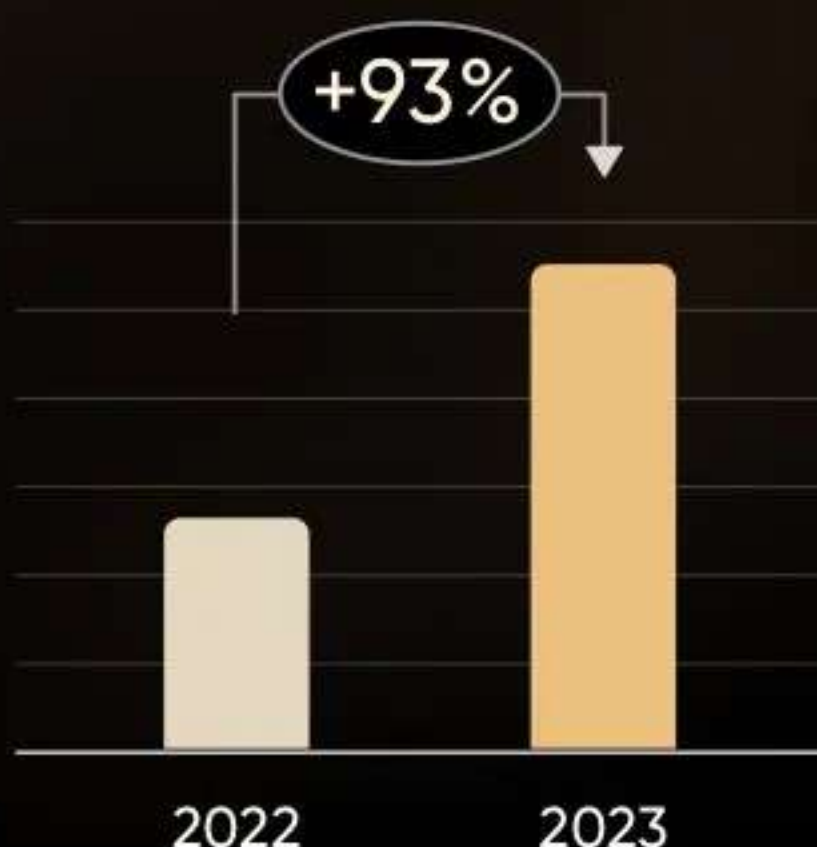
月活用户规模同比增长

**186%**

腾讯视频短剧用户规模



单用户播放时长





### 3.分账飙升：突破4亿，头部作品分账票房超千万成常态

2023年腾讯视频微短剧分账总金额破4亿，较2022年增长166%，实现连续三年翻倍增长。2023年上新微短剧中共有3部破2000万，6部分账票房破1000万，头部作品分账票房超千万成常态。《盲心千金》以2100万分账票房位居年度分账榜首，《招惹》《见好就收》分账票房2000万，进入前三。此外，共有21部作品破500万，37部票房破200万，58部票房破100万，腾讯视频成为微短剧合作首选平台。

3部

2000万以上

6部

1000万以上

21部

500万以上

37部

200万以上

58部

100万以上



盲心千金  
2100万



招惹  
2000万



见好就收  
2000万



烈爱  
1200万



反诈风暴  
1100万



卿卿三思  
1000万

#### 4.精品导向：以真善美为底色，引领内容新方向

2023年腾讯视频微短剧发布三大内容方向，鼓励内容创作传递精品内容的正向价值，以新鲜内容与创新题材获得用户喜爱与行业认可，持续巩固腾讯视频微短剧“精品化”标签。其中，32部作品获行业权威奖项，8部作品入选国家广电总局2023年网络视频精品节目。

三大内容方向

烟火气

少年气

新鲜气



飞驰余生



冯宝宝与张楚岚



招惹



反诈风暴



开局一座山



摩玉玄奇 2



亲爱的乘客，你好



夏日不宜入爱河



牌局

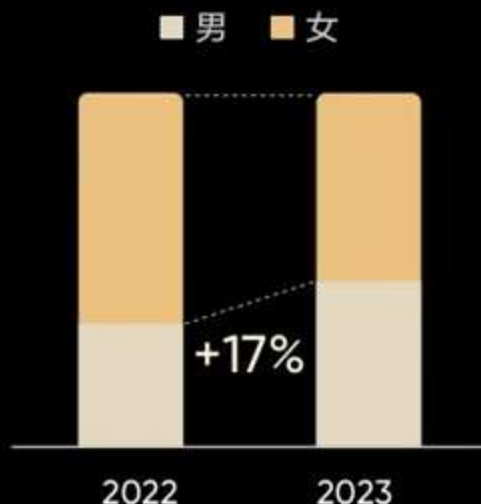
# 新趋势

## 细分多元 耕深行远

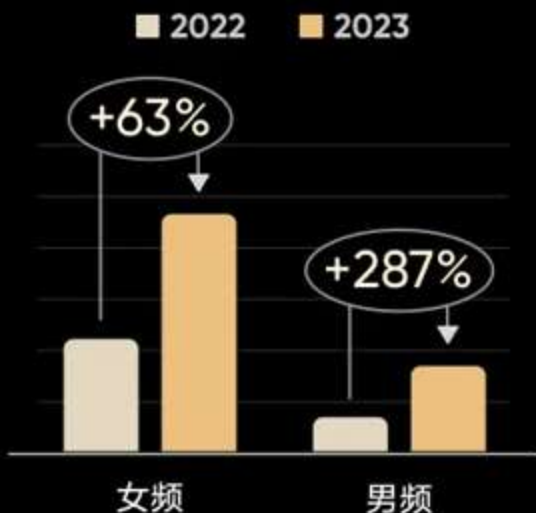
### 1. 用户细分，满足多元需求成关键

2023年腾讯视频微短剧男频内容上新33部，同比22年增长287%，男性用户占比不断增高，同比22年增加17%，男性用户消费潜能持续释放。

腾讯视频微短剧性别分布

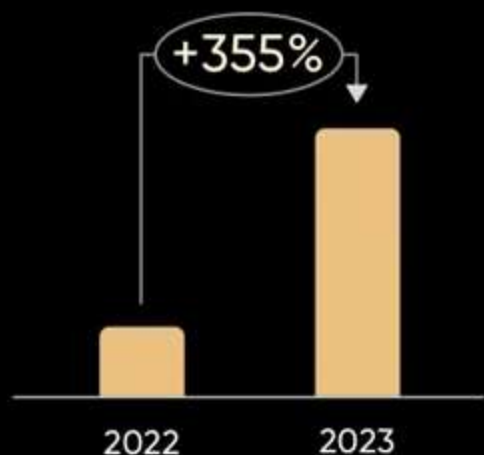


2022-2023年腾讯视频微短剧分用户类型上新部数

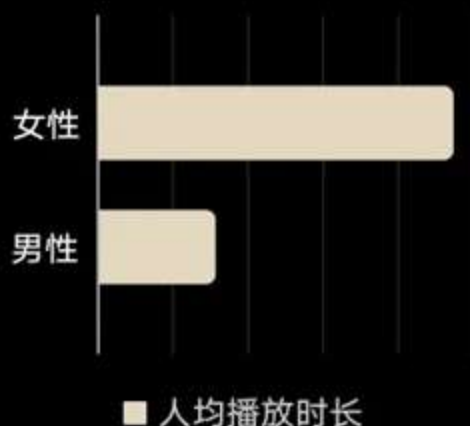


男性用户分账规模同比22年增长超355%，但从男性用户人均播放时长来看，仅为女性用户的三分之一，随类型内容储备增长，男性用户人均时长仍有较大增长空间。

2022-2023年腾讯视频微短剧  
男频内容分账规模



2023年腾讯视频微短剧  
分性别人均播放时长



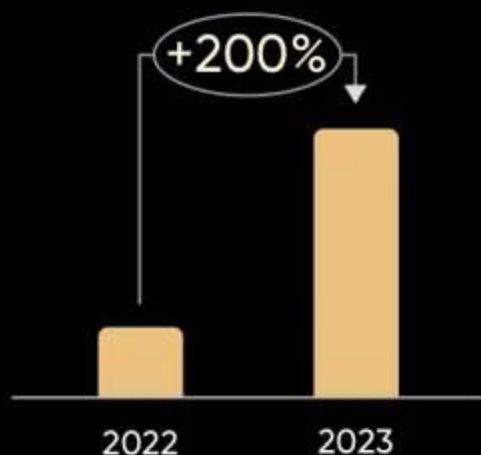
## 00后、90后成为微短剧消费主力军，年轻化表达成关键

年轻用户比例持续提升，00后、90后成为微短剧消费主力军，年轻用户对于新内容形态尝新意愿较强，他们活跃在社交媒体上，具有强烈的文化自信和表达欲望，关注个人成长，追求情绪价值满足感。对他们的深入了解和精准定位将成为内容创作的关键。

2023年腾讯视频微短剧  
用户年龄分布



2022-2023年腾讯视频微短剧  
社交传播声量



## 2.多元·细分见成效，现实主义、热血成长等新赛道佳作频出

2023年腾讯视频微短剧提出步入“细分·多元”的新发展阶段，明确了微短剧未来题材用户垂直细分化的发展趋势，鼓励内容创作在擅长领域深耕创新。细分30+题材标签，引导供需平衡，撕掉“同质化”标签，涌现出一批创新题材内容，如民国虐恋题材《招惹》、反诈科普题材《反诈风暴》、逆袭成长题材《见好就收》等，不断为行业输出新的创作思路和范本。

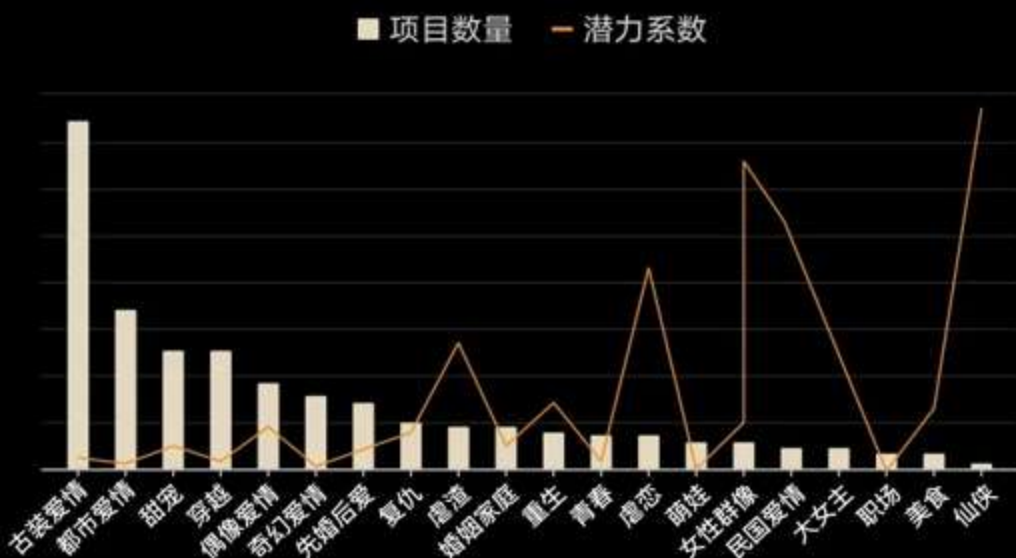


### 女频题材：“爱情+”题材仍然是主类型

古装爱情无论用户规模，还是上新数量上来看，均大幅领先。但古装爱情更需要在创作中寻求差异化，不断创新迭代，才能持续满足用户的期待。

细分来看，仍有一些类型具有较强增长潜力，比如虐恋、仙侠、大女主等，这类剧集目前市场供给相对较少。

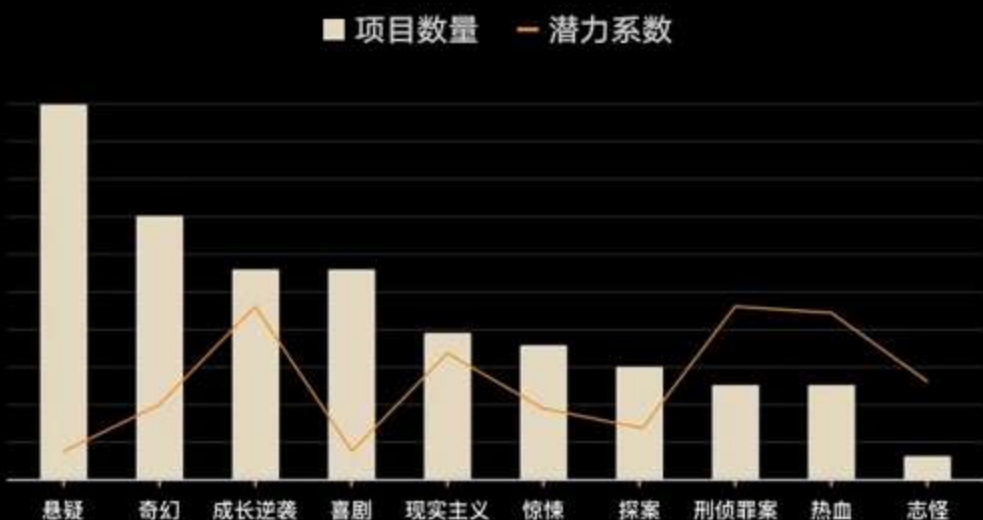
## 2023腾讯视频微短剧女频内容表现



### 男频题材：类型突破，惊喜不断

男频更多聚焦小人物成长，2023年男频赛道涌入刑侦、反诈、悬疑等题材，如《反诈风暴》《开局一座山》《牌局》等，爆发出了较大的市场潜力，但整体内容供给依然稀缺，仍有较大增长潜力。

## 2023腾讯视频微短剧男频内容表现



注：潜力系数根据腾讯视频微短剧内容的用户规模、播放、分账、上新数量等多维数据综合计算得出，得分越高代表赛道开发潜力越大

# 2023年腾讯视频微短剧年度女频/男频必看榜

## 女生必看

民国虐恋



招惹

🔥 热度 20619

都市爱情



盲心千金

🔥 热度 20458

民国虐恋



烈爱

🔥 热度 19295

女性成长



进阶的主母

🔥 热度 19171

古装爱情



皇妃为何那样

🔥 热度 18566

男生必看

逆袭成长



见好就收

🔥 热度 20608

反诈科普



反诈风暴

🔥 热度 18278

热血成长



开局一座山

🔥 热度 18039

创业成长



重返1993第二季

🔥 热度 17615

漫改奇幻



冯宝宝与张楚岚

🔥 热度 17513

### 3. 十分剧场用户认可，厂牌心智持续巩固

腾讯视频「十分剧场」以“正能量、精制化、新体验”理念布局多元类型，通过剧场化运营，最大化释放精品内容价值。2023年，十分剧场上新11部，用户规模增长超220%，用户粘性较高，人均播放时长为平台微短剧播放用户的2.5倍，超40%用户看过十分剧场多部作品。

2023年十分剧场  
上新部数

11部

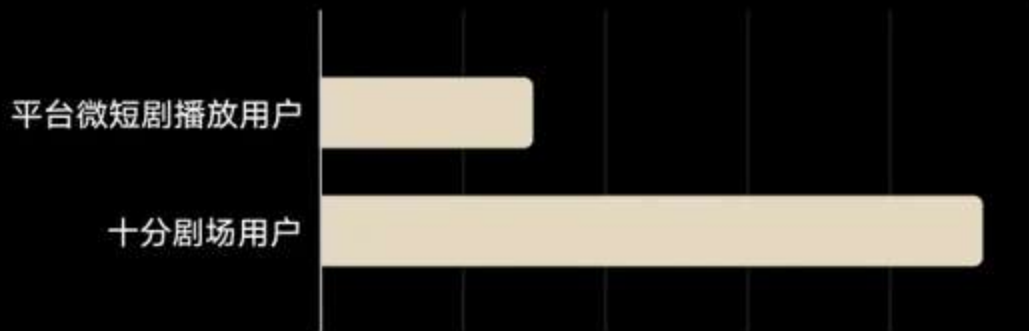
十分剧场  
用户规模增长

220%

看过多部十分剧场  
作品用户

超40%

人均播放时长



十分剧场：以精为尺，与用户实现同频共振



以“轻体量”实现“高质量”，以“小故事”产生“大共鸣”

类型布局新突破

主动拓宽内容与体验的边界

首部“系统流”短剧



首部跨屏互动剧



多元品类齐驱发力

深耕“温暖现实主义”



## 4. 微短剧成品牌新宠儿，商业价值释放

腾讯视频微短剧通过自主招商、品牌植入、品牌定制、剧场冠名等方式，整合了平台内容资源、宣推资源等，为品牌提供多元的合作选择，赋能品牌营销，2023全年累计品牌合作15家，覆盖食品饮料、零售电商等行业领域，收入及品牌数实现大幅增长。

### 腾讯视频微短剧合作品牌



## 新征程 征途不止 大有可为

未来，腾讯视频将继续与行业伙伴一起，用心创作，用心经营，坚持“艺术+技术”战略的长期投入，持续打造多元优质内容生态，让优质内容持续获得更多商业回报和增长空间。不辜负每个同行者，不负好内容，不负好时光，共同经营好这份长期事业。

我们相信，更多精品内容已经在路上，让我们共同期待见证新的故事，好成绩！