

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載若干資料及統計數據取自各政府及其他公開可用來源，以及艾瑞諮詢編製的市場研究報告。本公司委任艾瑞諮詢為獨立行業顧問，並委託艾瑞諮詢編製市場研究報告。摘錄自艾瑞報告的資料不應被視為投資於[編纂]的依據或艾瑞諮詢對任何證券價值或向本公司投資是否明智發表之意見。我們認為有關資料的來源適當，且於摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎措施。我們並無理由認為有關資料在任何重大方面失實或誤導或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面失實或誤導。本公司或參與[編纂]的任何其他人士(不包括艾瑞諮詢)或彼等各自的董事、高級職員或代表並無獨立核實有關資料，亦無就有關資料的準確性或完整性發表任何聲明。

因此，閣下不應過度依賴該等資料。有關我們行業風險的討論，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險」。

### 資料來源

艾瑞諮詢於二零零二年成立，為中國線上用戶數據及消費者情報的獨立供應商。艾瑞諮詢總部位於北京及上海，有一支管理團隊，在全球有逾400名僱員，在研究及監測中國互聯網行業發展方面積累了廣泛經驗。

我們已同意就艾瑞報告支付佣金費用人民幣1.0百萬元。艾瑞報告中所載的關於市場規模及線上用戶的數據主要是通過與行業人士相關訪談、市場問卷調查、二手資料來源及其他研究方法取得，由於有關研究方法、取樣及數據採集規模和範圍的局限，有關數據可能無法精確反映實際市場境況。

艾瑞諮詢編製艾瑞報告，乃基於假設(i)預測期內全球及中國的社會、經濟和政治環境將保持穩定，這將確保線上營銷行業持續穩定的發展；及(ii)引用自權威機構的數據保持不變。艾瑞諮詢認為，編製艾瑞報告所使用的基本假設，包括那些用於未來預測的假設均為正確合理且不具誤導性。艾瑞諮詢已經獨立分析其透過其研究所得的有關資訊，但艾瑞報告中所載發現很大程度上依賴於所收集資訊的準確性。

除另有說明外，本節所載所有數據及預測均源自艾瑞報告。經作出合理查詢後，董事確認，自發出艾瑞報告之日起，市場資訊並未產生不利變化，或對本節資訊產生重大限制、抵觸或影響。

### 中國互聯網市場

中國互聯網市場(尤其是移動互聯網市場)於過去五年經歷快速增長，預期未來將進一步增長。中國互聯網用戶由二零一五年的688.3百萬人增至二零一九年的854.5百萬人，複合年增長率為5.6%，預期由二零二零年的915.3百萬人增至二零二四年的1,101.9百萬人，複合年增長率為4.8%。中國移動互聯網用戶由二零一五年的619.8百萬人增至二零一九年的846.8百萬人，複合年增長率為8.1%，預期由二零二零年的909.8百萬人增

## 行業概覽

至二零二四年的1,098.6百萬人，複合年增長率為4.8%。隨著移動互聯網發展，人們在日常生活中愈來愈依賴移動應用程序。尤其是，互聯網用戶每日平均上網時間由二零一五年的3.7小時增至二零一九年的4.0小時，預期由二零二零年的4.3小時進一步增至二零二四年的4.4小時。中國大量互聯網用戶及愈來愈多上網時間為線上營銷創造了龐大市場。

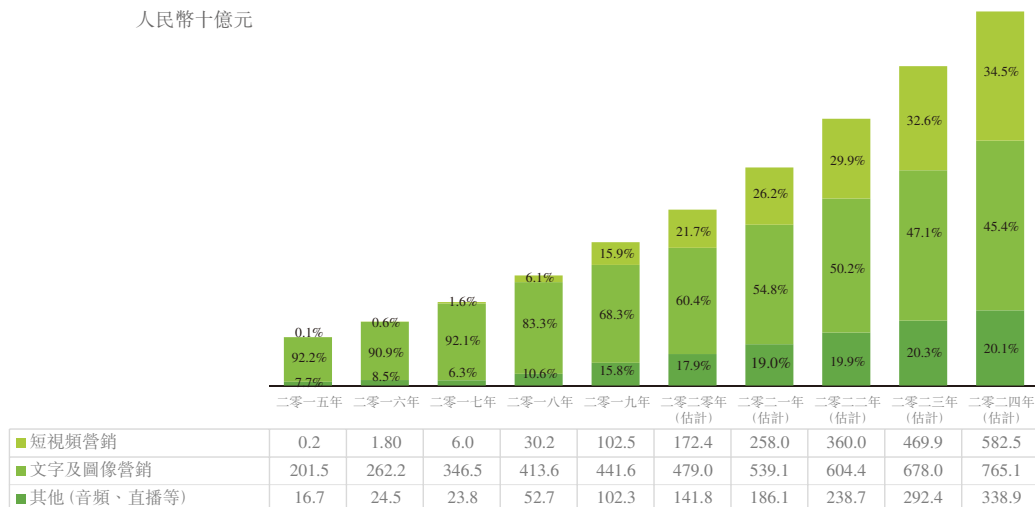
隨著互聯網用戶規模擴大，中國平均移動互聯網流量成本由二零一五年的每GB人民幣86.0元劇減至二零一九年的每GB人民幣5.0元，複合年增長率為50.9%，預期由二零二零年的每GB人民幣3.8元進一步減至二零二四年的每GB人民幣2.3元，複合年增長率為11.8%。由於引入高速4G網絡及互聯網流量成本降低，中國移動互聯網流量消耗量由二零一五年的42億GB激增至二零一九年的1,220億GB，複合年增長率為132.2%，預期由二零二零年的2,019億GB進一步增至二零二四年的11,615億GB，複合年增長率為54.9%。隨著硬件性能及網絡基礎架構改進，且互聯網流量成本降低，互聯網用戶更容易接觸各種類型的內容，尤其是短視頻，為內容製作者、分發商及廣告主創造了龐大機會。尤其是，預期5G網絡的普及將使短視頻更容易獲取及可負擔，從而為短視頻營銷帶來更多變現機會。

### 中國線上營銷市場

中國的線上營銷主要包括短視頻營銷、文字及圖片營銷、直播營銷及音頻營銷。在互聯網及移動技術的不斷創新以及消費者在數字設備上花費的時間增加以及線上營銷的數據驅動潛力的推動下，營銷人員逐漸將其營銷支出由線下渠道(如電視廣告、印刷廣告及廣播廣告)轉移至線上渠道，以達到更廣泛但更多目標受眾範圍，並以具有成本效益的方式提供更多定製化的營銷資料。以廣告收入總額計算，中國線上營銷的複合年增長率為31.1%，由二零一五年的人民幣2,185億元增至二零一九年的人民幣6,464億元，並預期按複合年增長率20.8%由二零二零年的人民幣7,932億元進一步增至二零二四年的人民幣16,865億元。於各種形式的線上營銷解決方案中，短視頻營銷為整體線上營銷市場的重要組成部分及驅動力，因為短視頻易於獲得及吸引人注意。短視頻營銷的市場份額佔線上營銷市場的百分比由二零一五年的0.1%急增至二零一九年的15.9%，並預期由二零二零年的21.7%進一步增加至二零二四年的34.5%。

#### 二零一五年至二零二四年(估計)中國線上營銷市場規模

人民幣十億元



來源：艾瑞諮詢

## 行業概覽

### 競爭格局

中國線上營銷市場高度分散且競爭激烈。於二零一九年，中國五大線上營銷解決方案供應商按收入計約佔中國整體線上營銷市場的12.4%。線上營銷市場的頂尖市場參與者主要為傳統廣告及媒體公司。

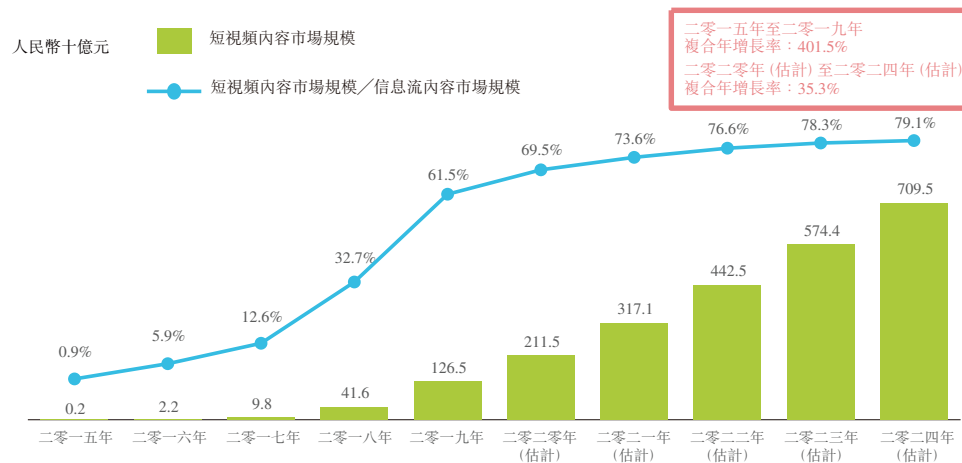
我們為二零一九年收入超過人民幣10億元的線上營銷解決方案供應商之一，其中總市場份額約佔整體線上營銷市場的30.0%。於二零一九年，我們貢獻中國整體線上營銷市場總收入的約0.5%。

### 中國短視頻內容市場

短視頻為線上視頻，片長通常少於五分鐘。短視頻內容市場包括短視頻營銷市場及短視頻內容製作市場。

由於短視頻更具吸引力及節省時間，其在觀眾中廣受歡迎並成為主要娛樂形式。與文字及圖片相比，短視頻本質上(i)能夠傳達更豐富及多元化的內容；(ii)更容易獲得互聯網用戶的關注及更難忘，使互聯網用戶能夠保留更多來自視頻內容的資料；及(iii)更有吸引力、增強互聯網用戶的社交互動及增加用戶流量。隨著移動互聯網時代的快速發展及網絡基礎設施的技術進步，短視頻內容市場快速增長。具體而言，短視頻內容市場的規模由二零一五年的人民幣2億元增加至二零一九年的人民幣1,265億元，複合年增長率為401.5%。具體而言，5G的推出及普及將加快數據傳輸，降低移動互聯網流量每GB成本，並推進AR、VR等短視頻的技術發展，從而改善短視頻用戶體驗，豐富短視頻呈現形式，提高短視頻的吸引力。因此，短視頻內容市場的規模預期將由二零二零年的人民幣2,115億元進一步增加至二零二四年的人民幣7,095億元，複合年增長率為35.3%。

二零一五年至二零二四年(估計)中國短視頻內容市場規模



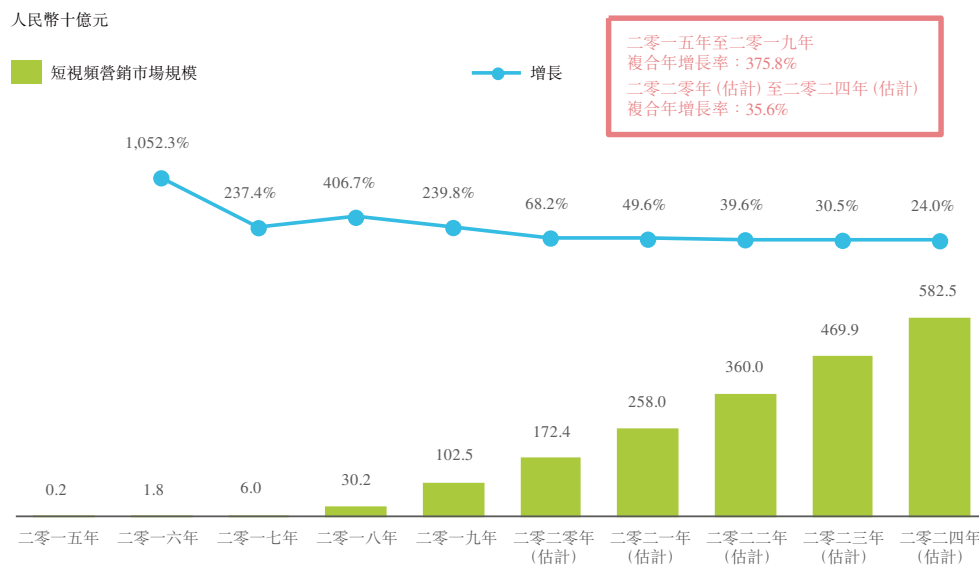
資料來源：艾瑞諮詢

## 行業概覽

### 短視頻營銷市場

短視頻營銷有各種形式的網上廣告，包括短視頻信息流營銷、活動營銷及產品植入營銷，亦為整個線上營銷市場的重要組成部分及驅動。短視頻營銷在線上營銷市場中所佔的市場份額於二零一九年為15.9%，預期將進一步增加至二零二四年的34.5%。中國短視頻營銷產生的收入由二零一五年的人民幣2億元增加至二零一九年的人民幣1,025億元，複合年增長率為375.8%，並預期由二零二零年的人民幣1,724億元進一步增加至二零二四年的人民幣5,825億元，複合年增長率為35.6%，超越整體線上營銷市場的增長速度。

二零一五年至二零二四年(估計)中國短視頻營銷市場規模

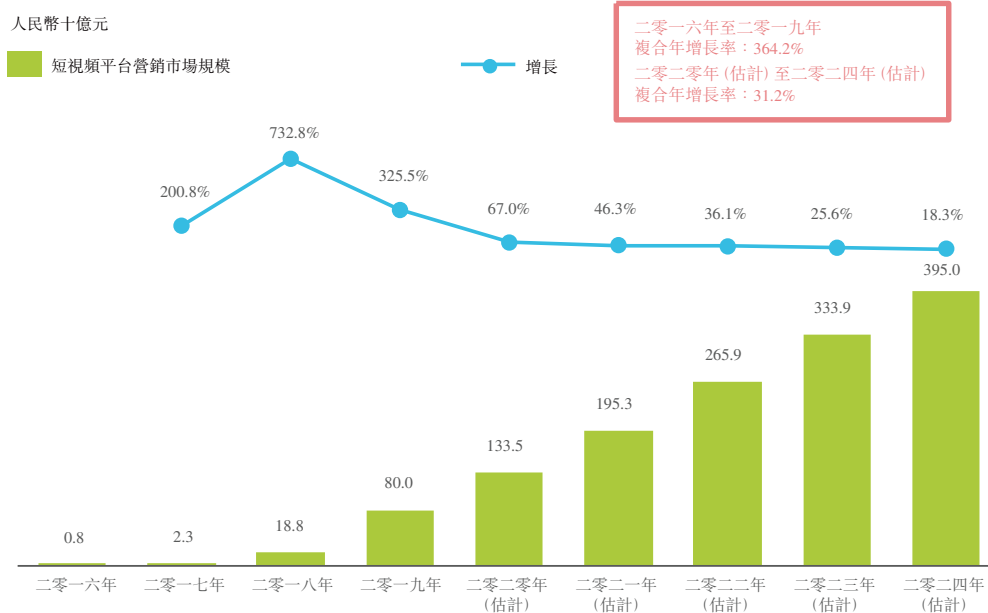


資料來源：艾瑞諮詢

中國頂級短視頻平台興起為信息流營銷創造巨大機遇。此外，廣告主在短視頻平台上分配的廣告預算增加及專業內容製作商的行業專業知識(迎合廣告主的興趣及偏好)亦促使短視頻平台廣告市場快速增長。在中國短視頻平台投放廣告產生的收入由二零一六年的人民幣8億元增加至二零一九年的人民幣800億元，複合年增長率為364.2%，並預期由二零二零年的人民幣1,335億元進一步增加至二零二四年的人民幣3,950億元，複合年增長率為31.2%。

## 行業概覽

### 二零一六年至二零二四年(估計)中國短視頻平台營銷市場規模



資料來源：艾瑞諮詢

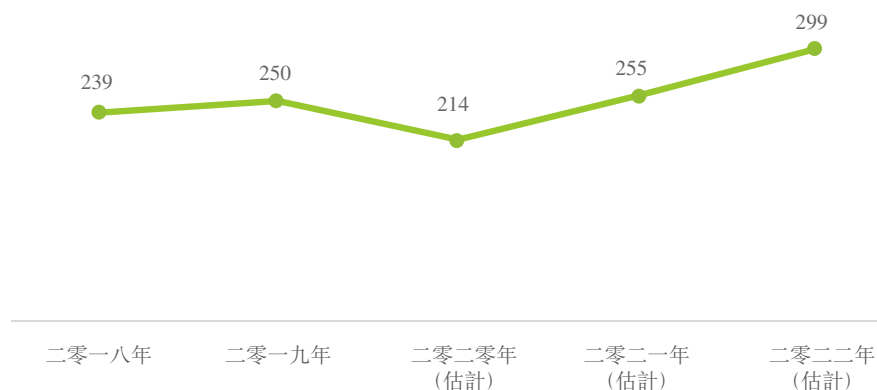
附註：

(1) 短視頻平台於二零一六年開始自廣告產生收入。

廣告庫存的價格是影響購買該等廣告庫存的短視頻平台及短視頻營銷解決方案供應商的盈利能力的關鍵因素。由於短視頻平台普及而且有卓絕的營銷效果，領先短視頻平台的廣告庫存價格因而上升。受COVID-19爆發影響，價格於二零二零年輕微下跌，但預期未來會再次上升。

### 二零一八年至二零二二年(估計)中國頂級短視頻平台(按CPM/oCPM計)的信息流廣告庫存的平均發佈價格

人民幣元



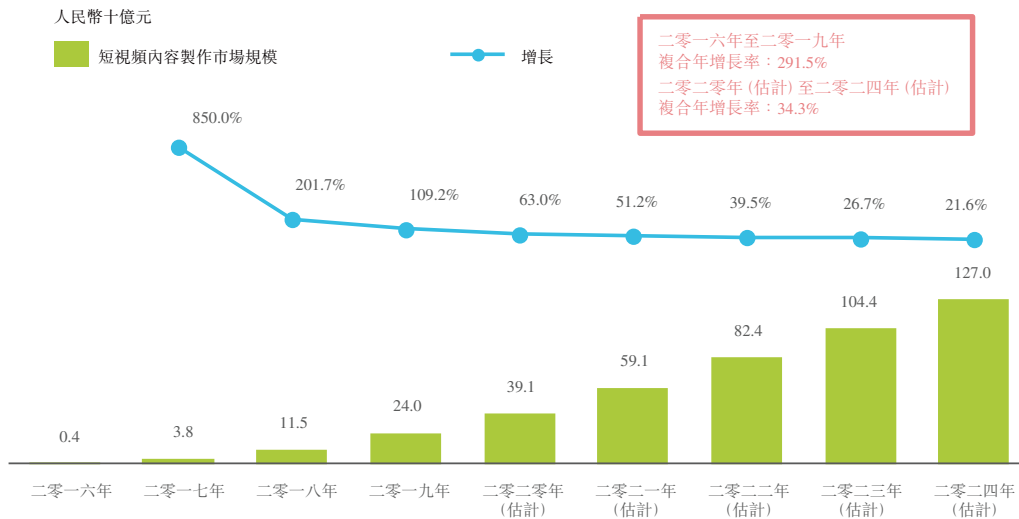
資料來源：艾瑞諮詢

## 行業概覽

### 短視頻內容製作市場

短視頻是信息流內容的主要形式。由於短視頻的普及以及短視頻平台的興起，短視頻內容製作市場迅速增長。中國短視頻內容製作市場的規模(按來自(i)網路平台授出的補貼及(ii)廣告主就產品植入作出的付款的收入計算)由二零一六年的人民幣4億元大幅增長至二零一九年的人民幣240億元，複合年增長率為291.5%，並預期由二零二零年的人民幣391億元進一步增長至二零二四年的人民幣1,270億元，複合年增長率為34.3%。

二零一六年至二零二四年(估計)中國短視頻內容製作市場規模



資料來源：艾瑞諮詢

附註：

(1) 短視頻內容製作市場於二零一六年開始產生收入。

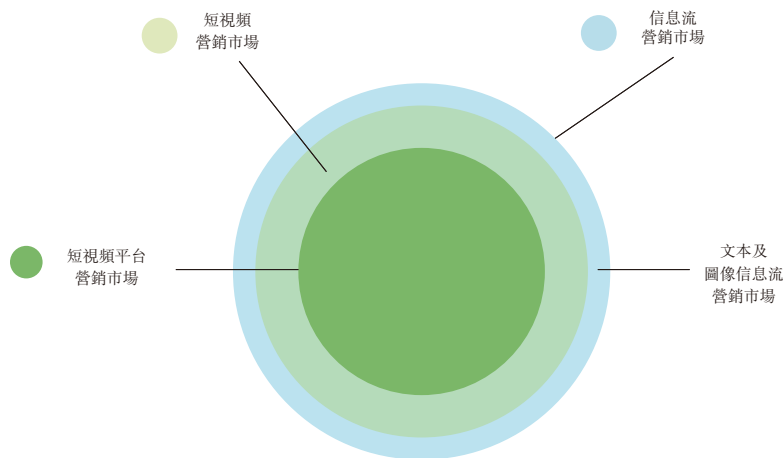
### 中國信息流內容市場

#### 概覽

信息流內容無縫整合於應用程序或網站信息流內容，或與應用程序或網頁介面元件一致。由於其不干擾的性質及宜人的觀眾體驗，信息流內容愈來愈受歡迎。信息流內容通常以文本、圖像及短視頻形式呈現。就業務模式而言，信息流內容市場亦可分為兩個部分，即信息流營銷及信息流內容製作。

## 行業概覽

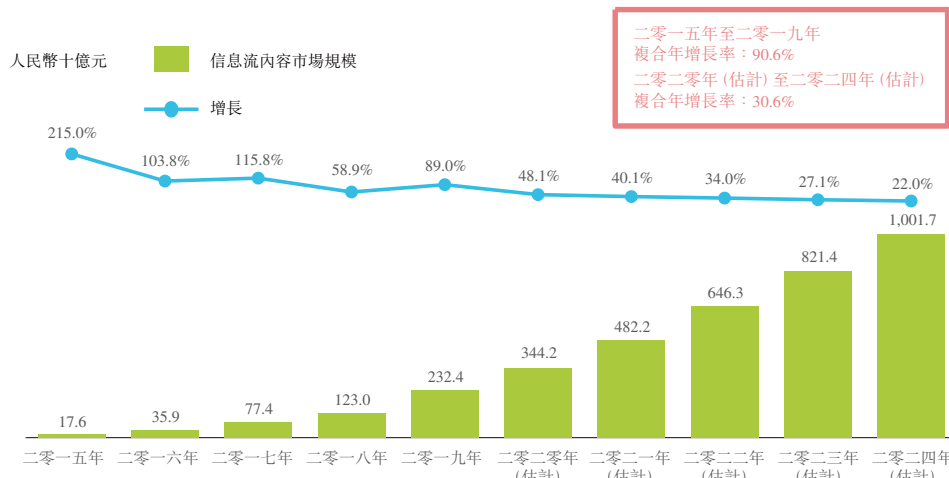
下圖顯示我們經營所在的主要市場分部：



### 市場規模

信息流內容市場包括(i)網路平台通過其平台上投放的信息流廣告產生的收入及(ii)信息流內容製作者產生的收入，其規模由二零一五年的人民幣176億元增至二零一九年的人民幣2,324億元，複合年增長率為90.6%。預計由二零二零年的人民幣3,442億元增至二零二四年的人民幣10,017億元，複合年增長率為30.6%。

二零一五年至二零二四年(估計)中國信息流內容市場規模



資料來源：艾瑞諮詢

文字及圖片的信息流內容市場的規模由二零一五年的人民幣172億元增至二零一九年的人民幣1,059億元，複合年增長率為57.5%，預計由二零二零年的人民幣1,327億元進一步增至二零二四年的人民幣2,922億元，複合年增長率為21.8%；而短視頻的信息流內容市場的規模由二零一五年的人民幣2億元增至二零一九年的人民幣1,265億元，複合年增長率為401.5%，預計由二零二零年的人民幣2,115億元進一步增至二零二四年的人民幣7,095億元，複合年增長率為35.3%。

## 行業概覽

### 中國信息流營銷市場

#### 概覽

在廣告格式方面，互聯網廣告可主要分為原生廣告及非原生廣告，而原生廣告可進一步分為信息流廣告及非信息流廣告。信息流廣告主要採用文字及圖片或短視頻的形式，並投放於(i)短視頻平台、(ii)社交媒體平台及(iii)新聞及信息內容平台上。

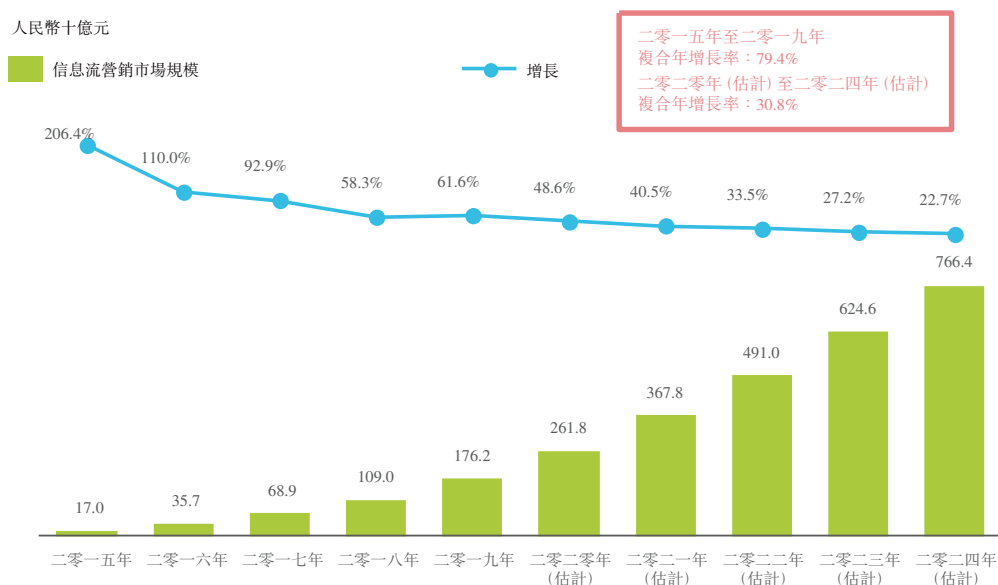
營銷解決方案供應商聯繫廣告主及網路平台。一方面，營銷解決方案供應商可通過計劃、推出及管理廣告活動，以幫助廣告主直接或通過廣告代理獲得、轉化及挽留消費者。另一方面，營銷解決方案供應商亦直接或通過媒體代理自網路平台獲取用戶流量，以發佈信息流廣告。

於信息流營銷市場，廣告主及網路平台通常通過中介(例如廣告代理及媒體代理)與營銷解決方案供應商聯繫。廣告代理可代表廣告主委聘營銷解決方案供應商，以營銷其產品或服務，亦可通過媒體代理自網路平台獲取用戶流量。

#### 市場規模

中國信息流營銷市場經歷急速增長，預期繼續以相對高速度增長。中國信息流廣告收入由二零一五年的人民幣170億元增至二零一九年的人民幣1,762億元，複合年增長率為79.4%，預期由二零二零年的人民幣2,618億元進一步增至二零二四年的人民幣7,664億元，複合年增長率為30.8%。

二零一五年至二零二四年(估計)中國信息流營銷市場規模



資料來源：艾瑞諮詢



## 行業概覽

短視頻信息流廣告以富娛樂性的視覺效果吸引訪客的同時，亦易於抓住訪客的注意力，並能夠傳遞大量易於消化的信息，有助他們記住更多廣告信息，提高廣告主的營銷效率。中國短視頻信息流營銷收入由二零一五年的人民幣2億元增至二零一九年的人民幣1,025億元，複合年增長率為375.8%，預期由二零二零年的人民幣1,724億元進一步增至二零二四年的人民幣5,825億元，複合年增長率為35.6%，與中國整體信息流營銷市場相比，增長速度更快。

### 中國短視頻營銷市場的主要驅動因素

中國短視頻營銷市場預期繼續增長，有關預期由下列若干主要驅動因素決定：

- **短視頻營銷知名度不斷提高。**由於短視頻吸引且更容易抓住互聯網用戶的注意力，將刺激目標消費者的消費意欲，其能夠提高整體營銷效率及盡量提高廣告主的廣告支出回報率。因此，短視頻營銷的價值日益受到廣告主的認可。短視頻營銷已成為廣告主最有效、高效及普遍的營銷方式。
- **龐大短視頻觀眾群。**由於短視頻普及，短視頻平台已累積龐大觀眾群，因此為短視頻營銷創造了龐大市場。短視頻平台的MAU大幅增加，於二零一九年第四季度達到855.7百萬人，佔同期中國設備總數約60.6%。隨著短視頻平台的服務及內容不斷發展及完善，以及5G的引入及商業化，預期短視頻平台用戶群將進一步增長，促使短視頻營銷市場擴張。
- **短視頻平台商業化。**短視頻平台的增長已進入穩定發展期，並推動其產品及服務商業化。短視頻平台通過向廣告主提供廣告庫存將用戶流量變現，為短視頻營銷解決方案供應商帶來龐大商機。
- **應用先進科技。**應用先進科技亦將推動短視頻營銷市場擴張。5G技術及基礎設施的應用將改善短視頻用戶體驗、使短視頻演示形式多元化及促進短視頻的技術開發。尤其是，大數據分析能實時優化廣告效果並提高營銷效率。AR能為短視頻廣告提供更生動的視覺效果及改善沉浸式、互動用戶體驗。AI能通過深度學習實現精準的觀眾分析，幫助廣告主精準定位及接觸最適合廣告活動的觀眾類型。上述所有先進科技均有助刺激目標消費者的消費意欲及盡量提高廣告主廣告開支的回報率，從而進一步擴展短視頻營銷市場。

## 行業概覽

### 進入中國短視頻廣告市場的門檻

中國短視頻營銷市場的新進入者面臨以下進入門檻：

- **媒體來源。**中國短視頻平台高度集中，二零一九年十大短視頻平台的MAU佔同年中國所有短視頻平台的總MAU約96.9%。因此，營銷解決方案供應商與頂尖短視頻平台維持穩固業務關係至關重要。考慮到(其中包括)其往績記錄、財務狀況及行業聲譽，頂尖短視頻平台在選擇營銷解決方案供應商方面更為嚴格。因此，營銷解決方案供應商需要大量時間建立其良好往績記錄，以贏得頂尖短視頻平台信任。
- **廣告主資源。**通過與不同垂直行業的廣告主長期合作所得的經驗及了解，可以按特定行業需求提供更多定制解決方案，從而提高廣告活動的有效性，為新市場進入者創造進入壁壘。
- **科技門檻。**專有科技(包括AI及大數據分析能力)對提供精準營銷解決方案至關重要。此外，可靠的科技基礎設施為實時推出及管理大型廣告活動提供基礎，新市場進入者無法在短期內複製。
- **數據資產。**營銷解決方案供應商積累的大數據可幫助彼等實現更好的觀眾分析及精準定位，亦為新型數據服務提供基礎。
- **流量資源。**充足的流量資源對擴展線上營銷業務至關重要。流量資源包括來自外部網路平台或內容分發合作夥伴的公域流量池及來自自營分發平台的私域流量池。新進入者通常缺乏頂級媒體合作夥伴以獲得優質公域流量池及成熟的自營平台以產生足夠的私域流量池。

### 競爭格局

中國短視頻營銷市場目前高度分散。預計中國短視頻營銷市場的競爭將更激烈。於可見未來，目前分散的市場將開始集中，若干領先營銷解決方案供應商將合併此市場較小的競爭對手。

就短視頻廣告所產生的總賬單而言，我們於二零一九年中國所有營銷解決方案供應商中排名第三。此外，就短視頻平台上投放的效果廣告所產生的總賬單而言，我們於二零一九年中國所有營銷解決方案供應商中排名第三。

## 行業概覽

### 二零一九年按短視頻廣告所產生總賬單計的 五大營銷解決方案供應商

排名	公司	總賬單 (人民幣十億元)	市場份額	背景
1	公司A	11.3	12.6%	一間私人綜合線上媒體及通訊集團，主要從事線上廣告、大眾媒體以及營銷及規劃，註冊資本為人民幣10.0百萬元，於二零一四年成立
2	公司B	11.0	12.3%	一間線上針對性營銷解決方案供應商，提供一站式營銷解決方案，包括策略諮詢、媒體購買、創意計劃及效果優化，於二零零九年成立。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度及截至二零二零年六月三十日止六個月，公司B分別錄得淨利潤人民幣109.3百萬元、人民幣127.7百萬元、人民幣25.5百萬元及人民幣6.6百萬元，而於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度及截至二零二零年六月三十日止六個月的總資產則分別為人民幣14億元、人民幣20億元、人民幣24億元及人民幣18億元。其為於中國上海證券交易所上市的公眾上市公司的全資附屬公司
3	本公司	3.1	3.4%	見「業務」
4	公司C	3.0	3.3%	一間私人移動數字營銷解決方案供應商，提供互聯網搜索、信息流廣告、應用程序及應用程序商店的綜合服務，註冊資本為人民幣3.0百萬元，於二零一五年成立
5	公司D	2.0	2.2%	一間私人綜合針對性營銷解決方案供應商，註冊資本約為人民幣1.3百萬元，於二零一四年成立。於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年九月三十日止九個月，公司D分別錄得淨利潤人民幣13.6百萬元、人民幣36.2百萬元及人民幣23.6百萬元，而於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日及二零一九年九月三十日的總資產則分別為人民幣149.8百萬元、人民幣547.3百萬元及人民幣536.2百萬元

資料來源：艾瑞諮詢

## 行業概覽

### 二零一九年按在短視頻平台投放效果廣告所產生總賬單計的 五大營銷解決方案供應商

排名	公司	總賬單 (人民幣十億元)	市場份額	背景
1	公司A	6.6	14.6%	一間私人綜合線上媒體及通訊集團，主要從事線上廣告、大眾媒體以及營銷及規劃，註冊資本為人民幣10.0百萬元，於二零一四年成立
2	公司B	3.5	7.7%	一間線上針對性營銷解決方案供應商，提供一站式營銷解決方案，包括策略諮詢、媒體購買、創意計劃及效果優化，於二零一九年十二月三十一日的總資產為人民幣24億元，於二零零九年成立。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度及截至二零二零年六月三十日止六個月，公司B分別錄得淨利潤人民幣109.3百萬元、人民幣127.7百萬元、人民幣25.5百萬元及人民幣6.6百萬元，而於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日及二零二零年六月三十日的總資產則分別為人民幣14億元、人民幣20億元、人民幣24億元及人民幣18億元。其為於中國上海證券交易所上市的公眾上市公司的全資附屬公司
3	本公司	2.7	5.9%	見「業務」
4	公司C	2.1	4.6%	一間私人移動數字營銷解決方案供應商，提供互聯網搜索、信息流廣告、應用程序及應用程序商店的綜合服務，註冊資本為人民幣3.0百萬元，於二零一五年成立
5	公司D	1.8	3.9%	一間私人綜合針對性營銷解決方案供應商，註冊資本約為人民幣1.3百萬元，於二零一四年成立。於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年九月三十日止九個月，公司D分別錄得淨利潤人民幣13.6百萬元、人民幣36.2百萬元及人民幣23.6百萬元，而於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日及二零一九年九月三十日的總資產則分別為人民幣149.8百萬元、人民幣547.3百萬元及人民幣536.2百萬元

資料來源：艾瑞諮詢

### 中國短視頻營銷市場的未來趨勢

預期中國短視頻營銷市場將受以下趨勢影響：

- **全週期服務能力。**營銷解決方案供應商傾向提供全週期廣告服務，包括獲取流量、製作廣告創作、精確定位及數據分析，而非僅作中介。
- **建立內部內容製作團隊。**由於優質內容的吸引力有助廣告活動成功，內容製作能力為線上營銷解決方案供應商與眾不同的關鍵因素。預期愈來愈多營銷解決方案供應商將建立內部內容製作團隊，以使其服務產品多元化及加強其服務產品。
- **爭奪優質媒體資源。**優質媒體資源對營銷解決方案供應商將變得愈來愈重要，頂尖短視頻平台的競爭亦日益激烈。頂尖短視頻平台已累積龐大觀眾群，因此有助廣告主接觸大眾及迅速提高品牌知名度。

## 行業概覽

- **數據科技發展。**數據資產對營銷解決方案供應商至關重要。憑藉數據分析科技，營銷解決方案供應商可收集、監視及分析數據資產，以獲取具價值的見解及評估廣告活動的表現，使廣告主及營銷解決方案供應商均可更準確地調整及實施營銷策略。

### 中國信息流內容製作市場

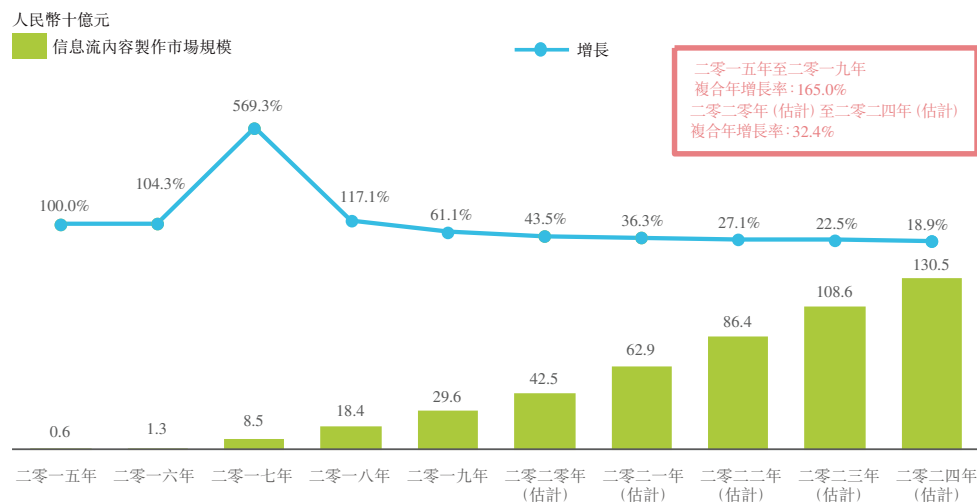
#### 概覽

信息流內容的流行普及推動了信息流內容製作市場。就來源而言，信息流內容大致分為三種：專業生成內容(或PGC)、用戶生成內容(或UGC)及專業用戶生成內容(或PUGC)。

#### 市場規模

隨著移動互聯網基礎設施進一步發展，以提供高流量及高速互聯網流量，互聯網用戶可充分利用零散時間享受信息流內容，可方便讀者及節省時間。為數眾多、多元化的內容製作者亦加快信息流內容製作市場的發展。另外，由於信息流內容備受互聯網用戶歡迎，網路平台亦實施了一系列激勵政策，以鼓勵內容製作者生產優質內容，從而有助擴大信息流內容製作市場。具體而言，信息流內容製作者收入主要包括(i)網路平台給予的補貼及(ii)廣告主就產品投放支付的款項。按收入計算的中國信息流內容製作市場規模由二零一五年的人民幣6億元激增至二零一九年的人民幣296億元，複合年增長率為165.0%，預期由二零二零年的人民幣425億元進一步增至二零二四年的人民幣1,305億元，複合年增長率為32.4%。

二零一五年至二零二四年(估計)中國信息流內容製作市場規模



資料來源：艾瑞諮詢

## 行業概覽

### 中國短視頻內容製作市場的主要驅動因素

中國短視頻內容製作市場預期繼續增長，有關預期由下列若干主要驅動因素決定：

- **互聯網用戶需求不斷增加。**短視頻更具吸引力及節省時間，已成為娛樂的主要形式。互聯網用戶正投入更多時間觀看短視頻，對短視頻內容製作市場產生龐大需求。
- **網路平台支持。**由於短視頻能吸引大量觀眾，從而產生變現機會，主要網路平台正提供財務補貼及用戶流量，以刺激優質短視頻的製作。
- **專業內容製作者參與。**鑒於短視頻的流行及高營銷效率，更多人才(包括來自傳統媒體的專家)正進入短視頻內容製作市場，從而提高短視頻整體質量及吸引力。
- **短視頻內容製作的成熟價值鏈。**短視頻內容製作市場已發展出成熟的價值鏈，尤其是MCN的出現，由概念開發規劃至內容製作，為短視頻內容製作者提供綜合及專業支援，並進一步物色合適的廣告主及網路平台資源。

### 進入中國短視頻內容製作市場的門檻

中國短視頻內容製作市場的新進入者面臨以下進入門檻：

- **優質內容及用戶粘度。**短視頻的質量及吸引力對吸引新觀眾及挽留現有觀眾至關重要。用戶黏度亦在累積觀眾方面發揮重要作用。新市場進入者通常缺乏市場趨勢知識及行業專業知識，以製作優質及具吸引力的短視頻。
- **充足專業內容製作者。**短視頻內容製作市場依賴經驗豐富及專業的內容製作者持續製作優質及具吸引力的內容。新市場進入者通常難以聘請足夠的資深內容製作者，或經常製作優質內容以保持吸引力。
- **監管風險。**中國短視頻內容製作市場受相對嚴格的監管。短視頻不得與公共利益、社會公德或文化傳統相抵觸，亦不得描繪迷信、賭博及性等若干主題。新市場進入者通常缺乏相關監管知識及專家，並可能因有關違規而被罰款。

### 競爭格局

按二零一九年中國平均DAU計算，我們在所有泛娛樂信息網站中排名第一。

## 行業概覽

### 按二零一九年平均DAU計 中國五大泛娛樂信息網站

排名	公司	平均DAU (百萬人)	背景
1	花邊	1.73	見「業務」
2	網站E	0.64	一個中國電影網站及其移動端，提供最新電影新聞及資訊以及電影門票銷售，由一間註冊資本為人民幣10.0百萬元的私人公司營運，於二零零五年成立
3	網站F	0.60	中央政府電影頻道的官方網站，提供線上串流媒體服務，由一間註冊資本為人民幣30.0百萬元的國有企業營運，於二零一零年成立
4	網站G	0.57	一個娛樂新聞網站，提供有關電視劇、綜藝節目、電影、明星等的最新新聞及資訊，自二零一三年起開始營運，現由一間註冊資本為人民幣0.1百萬元的私人公司營運
5	網站H	0.10	一個娛樂新聞網站，提供有關受歡迎的偶像的最新新聞及資訊，由一間註冊資本為人民幣10.0百萬元的私人公司營運，於二零一三年成立

資料來源：艾瑞諮詢

附註：

- (1) 就該排名而言，僅官方網站的DAU或移動wap，而非來自其他內容分發平台的DAU。不包括信息集成平台進行比較。

### 中國短視頻內容製作市場的未來趨勢

預期中國短視頻內容製作市場將受以下趨勢影響：

- **內容製作專業化**。鑒於短視頻內容製作市場競爭激烈，內容製作者正變得更專業。一方面，來自傳統媒體(如4A廣告公司及電影製作公司)的專業人士憑藉其行業知識及經驗進入短視頻內容製作市場；另一方面，MCN加強對短視頻製作者的專業培訓及支持，並就短視頻製作制定行業質量控制標準。
- **行業特定內容製作**。由於觀眾對短視頻主題及題材的喜好各有不同，而廣告主來自不同行業，故內容製作者須發展行業特定概念以創作合適的短視頻，以迎合觀眾的多元化品味及廣告主不同的營銷目標。