



微短剧的市场规模——在2024年已经突破了500亿元。

尽管微短剧的爆发元仅仅只是四年前的2021年，但是经过四年的迅猛发展，无论是微短剧的平台格局、内容创作、市场结构，还是商业模式，都在发生快速的变化。

从前，一部微短剧的成本不过一二十万元；如今，普遍涨到了七八十万元。从前，一家腰部内容制作公司，一周可以生产一部新的微短剧；如今，速度提升到一周五六部微短剧上新。

速度和质量都在肉眼可见地提升，这与三大视频平台（腾讯、爱奇艺、优酷）的纷纷下场脱不开关系。

以腾讯视频为例，从2024年底开始布局竖屏短剧，迄今已经火速上线超过2万部剧集，总时长甚至已经超过了同期的长剧。《重返八零共白首》《与凤吟》《错嫁君》《昭示录》《千局神算》等剧热播不停，2025年上半年已经有24部短剧分账票房破百万。

爱奇艺平台的微短剧总数也达到了1.5万部，除了单月分账超过百万元的自制爆款剧《炙爱难逃》等之外，还做了不少合作布局——和行业上下游数百个合作方建立深度合作，组建多个工作室，还储备了近两万部IP，供所有的合作者进行选择 and 开发

新剧。

优酷视频也在2025年成立了“微短剧中心”，还创建了“扶摇计划”“好故事计划”，扶持创作者。升级后的分账规则，独家短剧S级单价从6元涨至16元，A级从4元涨至8元，优质作品分账收入大大上浮。

所有平台都在铆足了劲抢占短剧赛道，力争出爆款、出精品，力图锁死年轻人的注意力。

到了500亿元的市场规模

不过反常识的一个事实是：腾爱优三大件的短剧用户日活时长，还没有“红果”多。

微短剧
市场规模，
在2024年
达到了504
亿元。

下图：听花岛2024年制作出品的短剧《我在八零年代当后妈》，上线首日单日充值突破2000万元。



作为字节跳动旗下短剧平台，红果短剧自2023年8月独立上线以来，一路实现爆发式增长。凭借“免费看剧+看剧赚钱”的模式，其日活跃用户已经飙升至1.2亿，用户日均使用时长达1.38小时——假如一集短剧以2分钟计算，每个用户平均每天要看41集！（这还是2024年底的数据）

2025年上半年，红果就诞生了14部播放量破10亿的爆款剧。商业变现能力同样惊人：2025年3、4月连续两月分账金额超过5亿元。与此同时，红果的兄弟平台：木叶短剧、咸柠短剧也纷纷跟上，一起构建微短剧生态矩阵——据《中国网络视听发展报告（2025）》，总计推动微短剧用户规模达6.62亿。

随之带来的微短剧市场规模，也在2024年达到了504亿元——这个数字的可怕就在于：2024年全年中国电影总票房也才425亿元。微短剧只用了短短四年时间，市场规模就超越了拥有100多年历史的大电影。

在上海电视节的微短剧主题论坛上，红果短剧的总编辑乐力认为，未来的微短剧，会像电影一样，在类型上变得越来越多元：“最早微短剧都是偏霸总一类的，现在真正写实类型的微短剧，像《家里家外》出来之后，带火了一批，接下来第三季度，