

# 后疫情时代中国在线文娱行业研究报告

iiMedia Report | Chinese Online Entertainment Industry  
Research Report in the Post-Epidemic Era

本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

## 2020年中国在线文娱市场规模将超5000亿元

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在疫情和春节叠加下，预计2020年全年中国在线文娱市场规模将超5000亿元，增长率达到30%以上。艾媒咨询分析师认为，在5G时代下，新业态、新形式的创新突破将有望持续为中国在线文娱市场提供活力。

## 在线文娱平台发挥媒介优势助力抗疫，线上文娱平台业务收入提升

疫情影响下，在线文娱平台通过媒介优势，主动承担社会责任助力防疫抗疫，并由娱乐导向拓展到兼具资讯、社交、教育特征。此外，在线下文娱消费影响惨重的同时，线上文化娱乐相对活跃，以网络游戏、在线视频等为代表的在线文娱细分领域迎来阶段式增长。

## 在线文娱市场呈现新内容、新业态，5G技术驱动用户在线娱乐体验提升

后疫情时代，在线文娱内容各形态将进一步交叉结合，与电商、教育、文旅等业态也将深度融合。5G时代下，AR、VR等技术新科技将为中国在线文娱行业带来全方位的体系重构以及娱乐体验升级。



# 目录

1

新冠疫情对在线文娱行业的影响

2

后疫情时代在线文娱行业的发展潜力

3

后疫情时代在线文娱行业典型案例分析

4

后疫情时代在线文娱行业发展趋势展望



01

## 新冠疫情对在线文娱行业的影响

# 在线文娱行业范畴

人工智能、互联网、大数据等智能交互技术，与中国文娱消费深度融合，催生出在线文娱新业态、新模式。在线文娱既包括传统文娱内容数字化变革(如影视、音乐、文学、动漫、游戏)，又包括新兴娱乐消费业态（如短视频、直播、电竞等）。

## 网络视听载体



音频



短视频



直播



影视



动漫



游戏



文学

## 互动娱乐应用



网络音乐



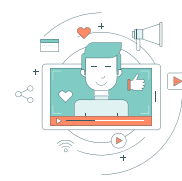
网络文学



网络游戏



网络视频



网络直播

# 中国在线文娱行业平台应用图谱

## 中国在线文娱行业平台应用图谱

China online entertainment industry platform application map



注：涉及到的企业logo为举例，排名不分先后

# 疫情对在线文娱C端用户的影响



## 线上娱乐需求激增

- 受疫情蔓延影响，线下文娱活动受限，大众娱乐消费渠道由线下转为线上；
- 疫情造成的恐慌以及居家隔离产生的烦闷，促使广大网民通过线上娱乐方式寻求精神寄托与消遣放松。

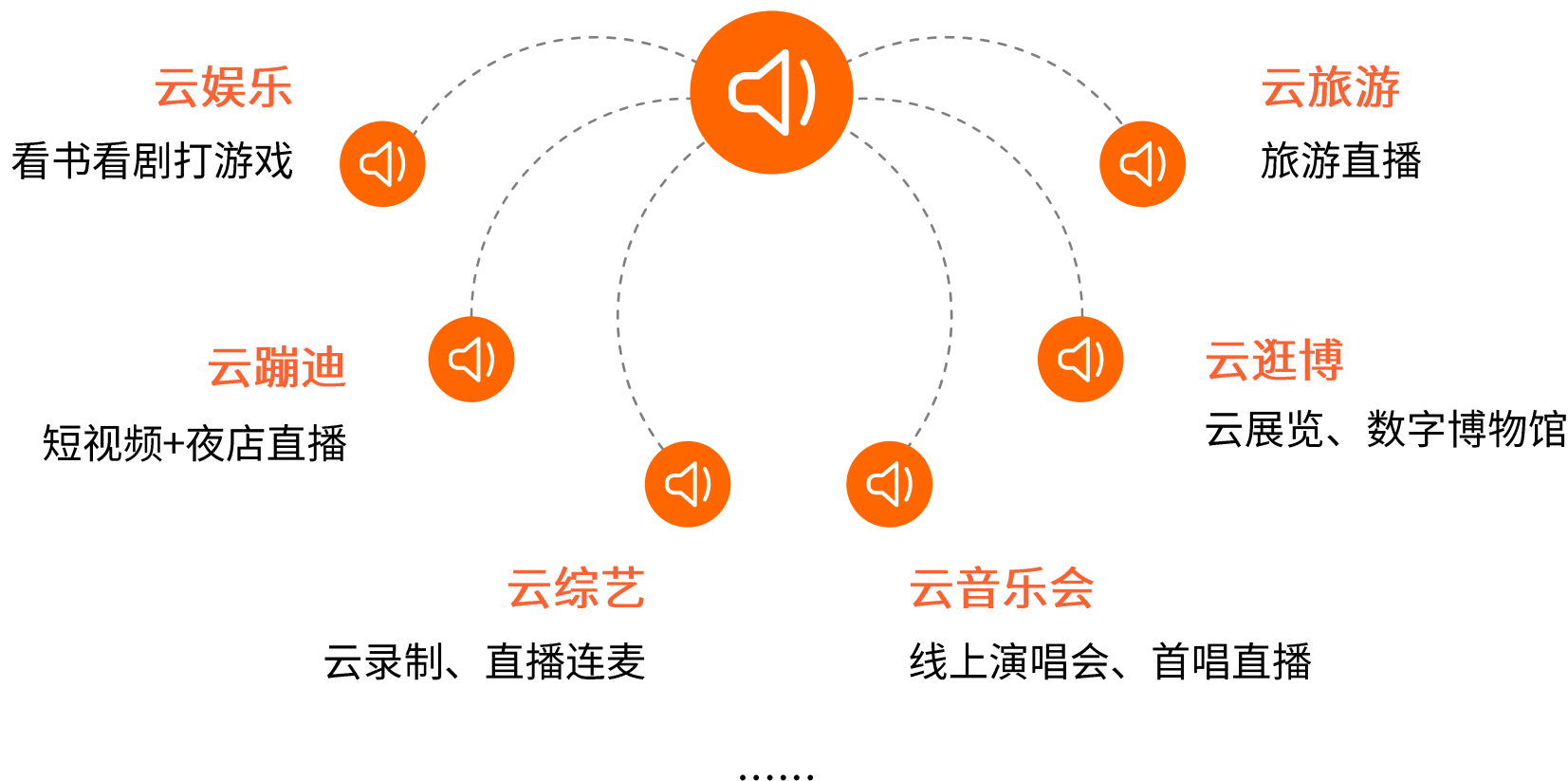
## 用户参与度提升



- 空闲时间增加，且碎片化程度降低，网民在线文化娱乐的时长增加；
- 众多网民不仅通过看书看剧打游戏的方式消遣时间，还主动参与到在线文娱内容创作中。

# 疫情催化新文娱、新消费

随着疫情的扩散，各地陆续出台了限制公共聚集活动、文化娱乐场所营业的要求和延迟复工复学的通知。线下活动受限，居家隔离期间，广大网民线上娱乐需求增长刺激各种云娱乐方式拓展。

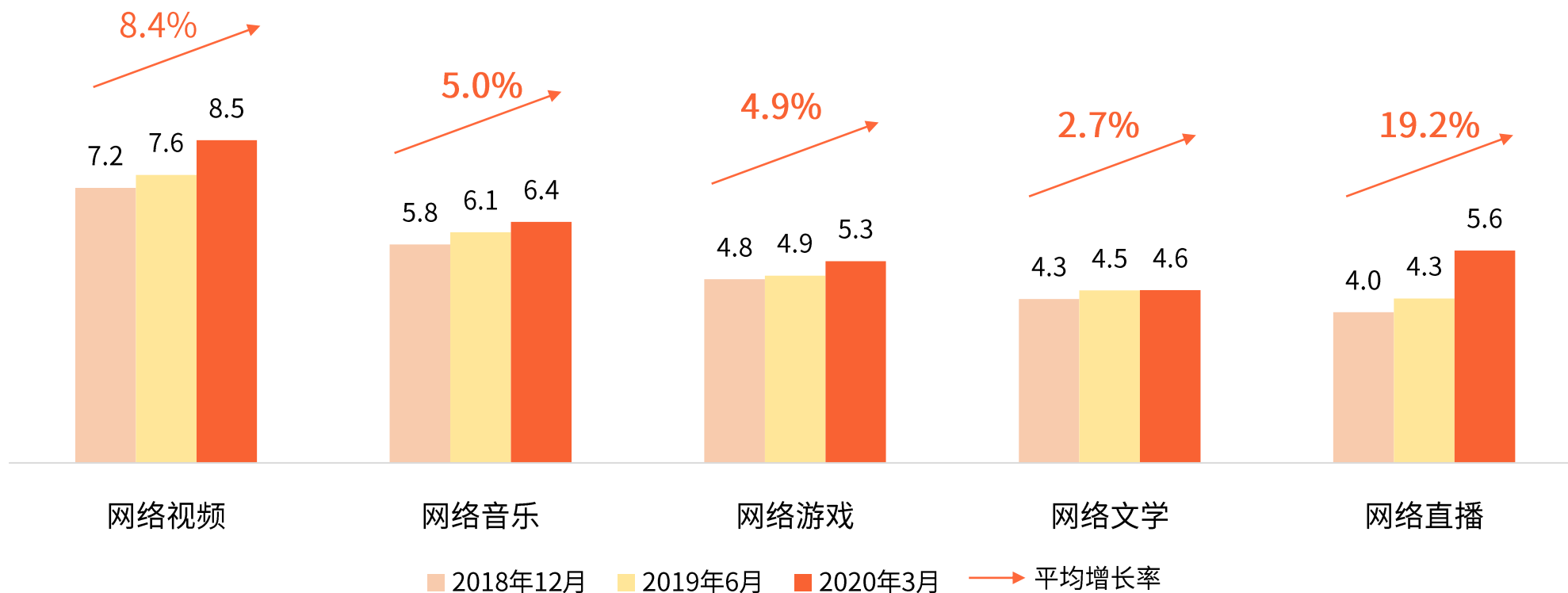


# 2020年3月中国在线娱乐应用用户规模

数据显示，截止至2020年3月，中国各类网络娱乐应用的用户规模均有所增长，其中网络直播细分场景增速最为明显。疫情影响下，大众文化娱乐需求转向线上释放，中国在线娱乐应用用户规模迎来阶段式增长。

## 2018.12—2020.3中国在线娱乐应用用户规模（亿人）

User scale of online entertainment application in China from 2018.12 to 2020.3（100 million people）



数据来源：CNNIC、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

# 疫情对在线文娱B端业务的影响

疫情影响下，线下文娱消费影响惨重，影视行业首当其冲。而线上娱乐等“宅经济”活动相对活跃，在线视频平台、直播、游戏等行业受冲击较小，甚至迎来利好发展机会。

## 在线文娱

- 短视频行业
- 长视频行业
- 网络游戏行业
- 在线音乐行业
- 泛娱乐直播行业
- 网络文学行业
- 网络动漫行业
- .....

利好行业

利空行业

## 线下文娱

- 影视行业（影院、影视拍摄）
- 文艺演出（话剧、舞台剧等）
- 展览（摄影展、美术展等）
- 现场音乐（livehouse、音乐节、演唱会等）
- 体育赛事
- 游乐园（主题乐园、游乐场等）
- .....

# 在线文娱平台主动承担社会责任，助力抗击疫情

在国家广播电视总局统筹引导下，全国网络视听媒体主动承担社会责任，发挥新媒体传播优势，通过开设疫情专区、组织直播答题、开展公益项目等，及时跟进疫情信息，科普防疫知识；此外，还上线战疫MV、宣传片等强化民众战疫防控的信心。经此战疫，在线文娱平台已扩展为新型资讯平台。

## 开设疫情专区



- 视频平台开设“战疫情”频道，并上架新闻发布会直播、消息播报、疫情数据、防控指南内容
- 音频平台出品专题栏目，分为实时动态、权威解读、新型肺炎系列评论等

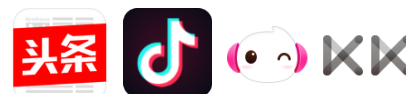
## 组织直播答题



“快手状元”

“头号英雄”防疫专题

## 开展公益项目



- 今日头条、抖音成立抗疫专家团，展开战疫科普直播，截止至2020年3月1日，累计有99位专家直播
- KK直播的《人民战疫一直击五国战疫》指导海外华人疫情防控；并上线“智能+学院”节目，围绕工业互联网、5G等内容助力中小企业更快转型

## 上线战疫特别节目

战疫MV、宣传片：



战疫纪录片：



注：图片来源于平台官网



# 2020年中国在线文娱行业投融资情况概览

| 时间        | 企业           | 领域      | 金额       | 投资方                   |
|-----------|--------------|---------|----------|-----------------------|
| 2020-1-02 | 巨堃网络         | 游戏      | 2.29亿人民币 | 巨人网络(巨人创投)            |
| 2020-2-06 | 迦游网络         | 游戏      | 9万人民币    | 雷军                    |
| 2020-2-11 | 风马牛传媒        | 短视频MCN  | 未透露      | 字节跳动                  |
| 2020-2-13 | 哔哩哔哩bilibili | 综合类视频   | 未透露      | 腾讯投资                  |
| 2020-2-14 | 书阅           | 有声书&电子书 | 数百万人民币   | 大观资本                  |
| 2020-2-20 | Oasis绿洲VR    | 游戏      | 1000万美元  | BAI贝塔斯曼亚洲投资基金<br>晨兴资本 |
| 2020-3-25 | 无限引力         | 游戏      | 1000万人民币 | 猎豹移动                  |
| 2020-3-30 | 字节跳动         | 短视频     | 亿美元及以上   | Tiger老虎基金(中国)         |
| 2020-4-09 | 哔哩哔哩bilibili | 综合类视频   | 4亿美元     | 索尼Sony                |
| 2020-4-27 | 瑞迪欧音乐库       | 音乐      | 未透露      | 腾讯音乐娱乐集团              |

数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

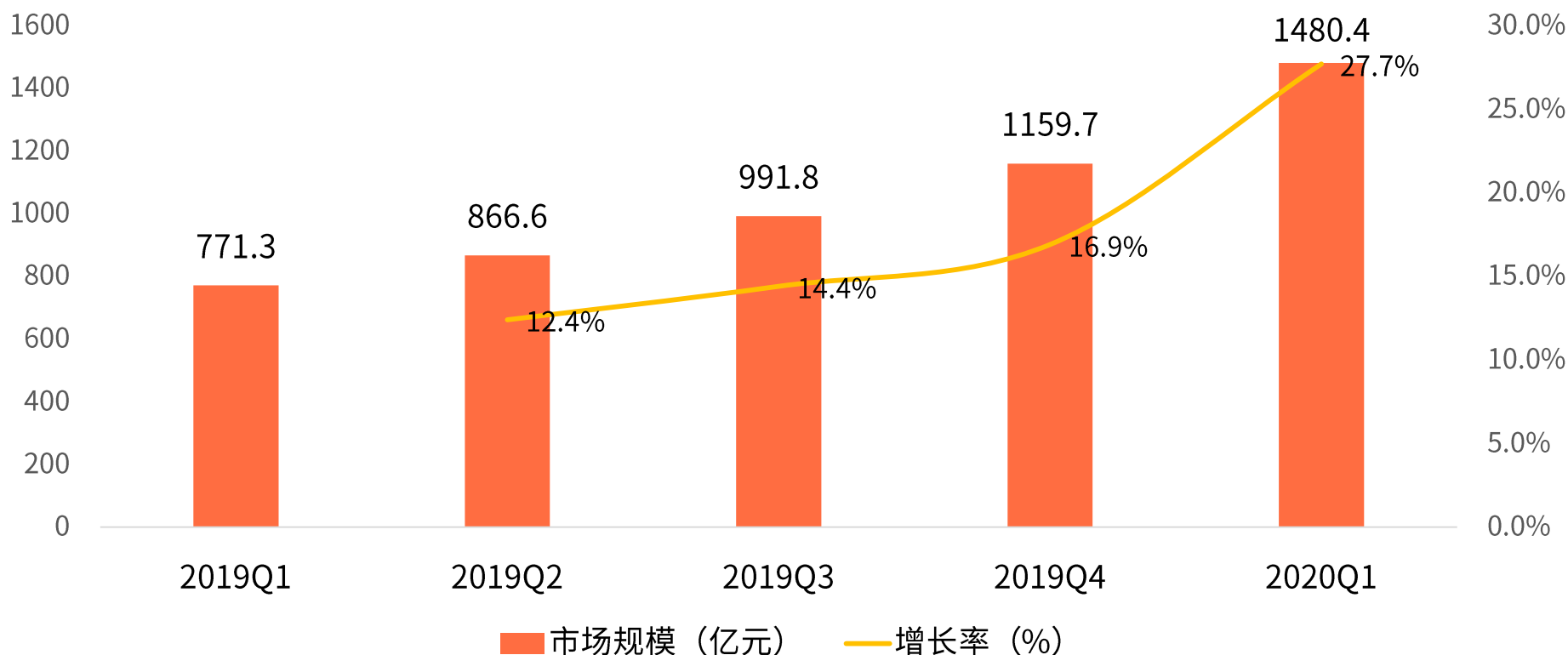
注：投融资情况未列尽

# 2020年第一季度中国在线文娱市场规模超1400亿元

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在疫情与春节叠加下，用户线上文化娱乐诉求激增，2020年第一季度中国在线文娱市场规模超1400亿元，增长率达到27.7%。

## 2019Q1—2020Q1中国在线文娱市场规模（亿元）

Scale of Online entertainment market in China from 2019Q1 to 2020Q1 (100 million yuan)



数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

02

## 后疫情时代在线文娱行业的发展潜力

# 政策驱动、规范在线文娱健康向上发展

一直以来，国家对文娱产业都十分重视，特别是在线文娱细分领域。随着政府部门对中国在线文娱产业的扶持、监管，相应的政策措施随之落地，这将在很大程度上促进在线文娱产业的快速发展。

## 2019-2020年中国在线文娱产业相关政策

A list of relevant policies on China's cultural and Entertainment industry from 2019 to 2020

| 发布时间     | 发布文件                      | 内容                                                             |
|----------|---------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 2019年4月  | 《未成年人节目管理规定》              | 针对未成年人节目的炫富、炒作明星子女、“包装童星”成人化表演、低俗调侃、侵犯未成年人隐私等合法权益              |
| 2019年8月  | 《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》 | 解决网络视听产业有数量缺质量，有高原无高峰的问题，推动广播电视和网络视听产业朝着高质量方向发展                |
| 2019年12月 | 《网络信息内容生态治理规定》            | 针对信息内容生产者、内容信息服务平台、信息内容服务使用者和网络行业组织提出四十二条规定                    |
| 2020年4月  | 《上海市促进在线新经济发展行动方案》        | 深化发展在线文娱，加速发展网络视听，推动音视频大数据处理等平台建设，进一步推动网游手游、网络文学、动漫电竞等互动娱乐产业发展 |

# 后疫情时代中国在线文娱行业面临新机遇与挑战

## 在线文娱营销新视野

- 大数据分析，客户中台，洞察在线文娱用户画像及消费行为路径

## 媒介价值多元化

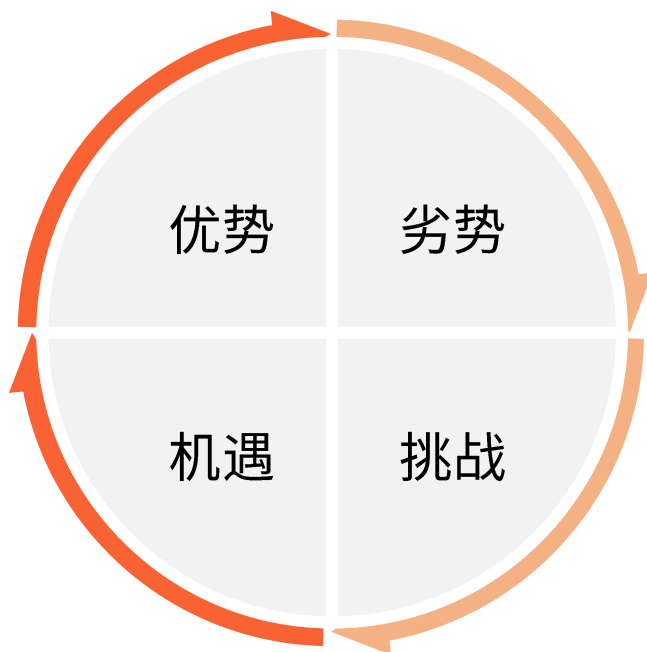
- 在线文娱平台兼具娱乐、社交、资讯、教育等功能属性

## “宅经济”催化新潜力

- 在线文娱需求爆发式增长
- 用户内容付费习惯持续培养

## 新技术革新

- 大数据、人工智能等技术为平台精准推送提供技术支撑
- 5G时代下沉浸式体验、多元交互方式优化升级



## 行业同质严重

- 内容同质化严重，原创力量动力不足

## 行业规范不足

- 版权侵害与平台不公平竞争

## 用户需求提升

- 用户粘性不足，平台亟需培养用户习惯、固化用户黏性
- 用户对内容品质需求提升

## 头部效应加剧

- 互联网巨头入驻赛道竞争
- 资本逐步向头部聚集

# 2020年中国在线文娱市场规模将超5000亿元

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，预计2020年全年中国在线文娱市场规模将超5000亿元，较2019年增长30%以上。艾媒咨询分析师认为，受疫情影响，在线文娱产业得到激发保持增长态势，业内平台同时加紧业务布局以及升级，产业价值进一步放大。后疫情时代，中国在线文娱市场将借助5G广泛商用、人工智能技术升级等产业变革力量，实现新业态、新形式的创新突破，也有望为市场后续发展提供持续动力。

## 2020年中国在线文娱市场规模预测（亿元）

Forecast of China's online entertainment Market size in 2020 (100 million yuan)



数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

03

## 后疫情时代典型在线文娱行业案例分析

# 03-1

## 中国在线音乐平台数据分析及典型案例呈现

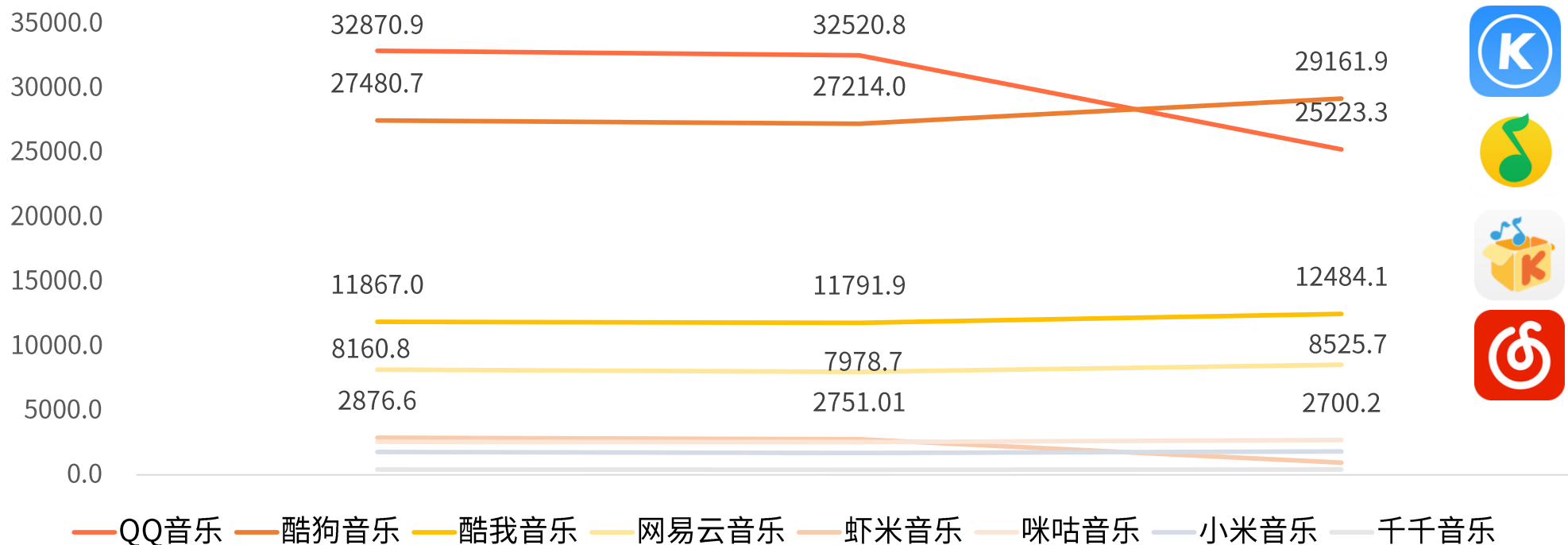


# 2020年1-3月中国主流在线音乐平台月活用户数量

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,2020年1月至3月期间,中国主流在线音乐平台月活跃用户数量基本稳定,QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐月活跃用户规模在亿级区间。

## 2020年1-3月中国主流在线音乐平台月活跃用户数量 (万人)

Number of monthly active users of Chinese main online music platforms in January –March 2020 (ten thousand people)



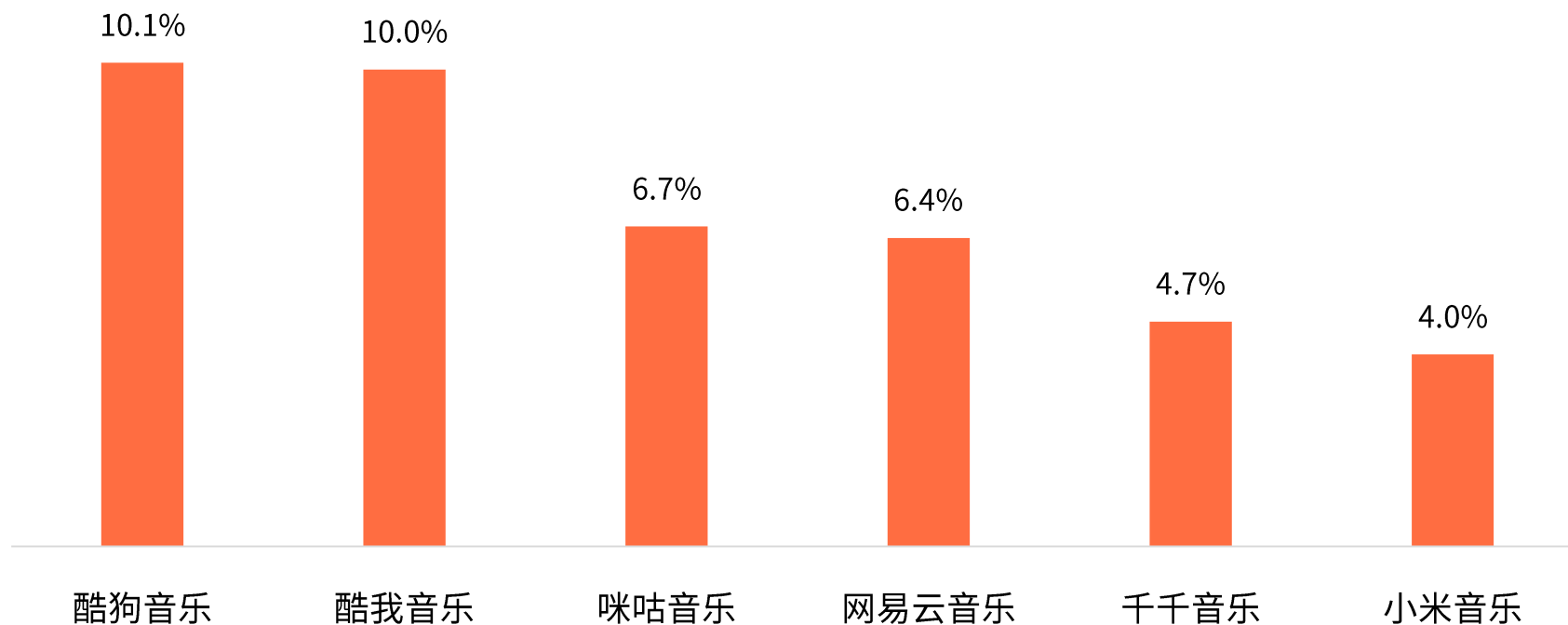
数据来源: 北极星互联网产品分析系统

# 在线音乐平台成疫情期间网民活跃主要渠道

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,对比2019年12月,2020年中国主流在线音乐平台增长较为明显,其中酷狗音乐、酷我音乐两大音乐平台增长率达到10%。艾媒咨询分析师认为,疫情期间,网民在居家隔离过程中对线上娱乐需求显著,其中在线音乐平台成为网民社交、娱乐、获取资讯的重要渠道之一。

## 2020年1月-4月中国主流在线音乐平台月活跃用户规模增长率

China's mainstream online music platform monthly active user scale growth rate in January to April 2020

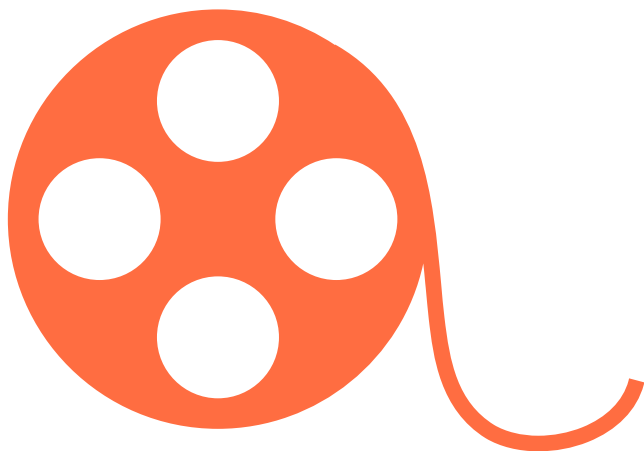


数据来源: 北极星互联网产品分析系统

注: 月活增长率为2020年4月数据与2019年12月数据对比

# 在线音乐平台“声援”防疫战疫

## 音乐抗疫



2020年1月28日，QQ音乐推出“VIP歌曲7天畅听”等活动；1月29日，QQ音乐首页焦点图上线“共渡难关 武汉加油”的防疫科普专区；录入战疫加油歌曲。



截止至2020年1月31日，酷我音乐携手央视、中国青年报等多个官方媒体，持续推送防疫知识、传播防疫正能量，形式涵盖电台节目、音频专栏、疫情专辑等。



截止至2020年1月31日，网易云音乐推出《希望的火烛不会熄灭》等音乐MV；推出一系列加油歌曲、原创歌舞征集等；联合春雨医生，推出线上义诊服务。



截止至2020年1月31日，全民K歌上线多个抗击疫情专区，持续发布、推送抗击疫情的正能量短视频信息等，内容涵盖朗诵歌单、加油歌单、短视频、音频电台等。

加大对华语乐坛原创音乐人、主播的扶持力度，从资本、资源、曝光等多维度提供支持

## 原创音乐人价值凸显



### 音乐+跨界

音乐+综艺、音乐+直播、音乐+视频、音乐+电台等融合发展

### 音乐生态化

在线音乐平台向全生态化发展，围绕音乐力量，向音乐硬件、广播剧、车载应用等延伸开发

# 酷我音乐：融合电台、直播等多元内容的音乐平台



## 酷我音乐

成立时间

2005 年

用户性别

56.41%   43.59%

活跃用户年龄

酷我音乐APP



|    |       |       |
|----|-------|-------|
| 年龄 | 30岁以下 | 56.8% |
|----|-------|-------|

酷我K歌APP



|    |       |       |
|----|-------|-------|
| 年龄 | 30岁以下 | 61.8% |
|----|-------|-------|

酷我畅听APP



|    |       |       |
|----|-------|-------|
| 年龄 | 30岁以下 | 59.7% |
|----|-------|-------|

数据来源：北极星互联网产品分析系统

酷我音乐为腾讯音乐娱乐集团旗下在线数字音乐平台，自2005年成立以来，已经积累了丰富的版权曲库和无损音乐库。2020年，酷我音乐还通过主播电台、音乐直播、有声阅读等特色内容持续为用户提供个性化、多元化的音乐体验。

## 2020年上半年酷我音乐上线特色内容

酷我音乐



星耀人气榜 百亿声机 大牌空降计划 音乐Live 热门综艺IP

原力派对直播

乐动计划

酷我畅听



二次元国漫:《镇魂街》《十万个冷笑话》等



情感:《蕊希电台》《程一电台》《李银河谈爱情》等



有声书:《诡秘之主》《盗墓笔记》《庆余年》等



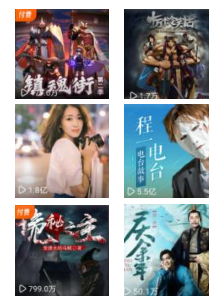
历史人文:《百家讲坛》《人文历史大师课》等



相声评书:《单田芳:白眉大侠》《嘻哈包袱铺》等



明星自制:《榜样阅读》《国宝的奇妙之旅》  
《我和我的家乡》《战疫暖音》《接招吧! 韩雪》



# 酷我音乐：音乐+声音，输送抗击疫情正能量

在这场抗疫作战中，国内在线数字音乐平台酷我音乐积极行动，从抗疫专栏、疫情专辑、视频推荐等多种形式进行正能量引导，用“音乐”与“声音”形式为抗击疫情输送正能量。

## 电台节目——防疫知识科普

- 1月27日，上线由湖北科学技术出版社授权的《新型冠状病毒肺炎防御手册》电台节目。

## 疫情专辑——传播抗疫知识

- 1月29日，上线齐鲁晚报齐鲁壹点相关疫情专辑，直击抗疫知识要点，加强全民抗疫意识。

## 特别节目——《战“疫”暖音》

- 2月13日起，与中国青年报·中青在线联合出品防疫抗“疫”特别节目《战“疫”暖音》。

## 音频专栏——跟进疫情动态

- 1月29日，与健康时报等联合出品“抗击疫情我们在行动”音频专题节目专栏。

## 视频直播——直击抗疫进程

- 1月29日，上线央视频授权《疫情二十四小时》页面，直击武汉雷神山、火神山医院建设进展。

## 原创音乐专辑——《爱不隔离》

- 2月—4月，携手中国青年报·中青在线打造主题原创音乐专辑《爱不隔离》。



## 以音乐力量抗击疫情

### 《抗击疫情我们在行动》专题栏目

- 总计播放量6889万次
- 实时疫情动态4054.6万+次播放

### 《战“疫”暖音》特别节目

- 总曝光量3.58亿
- 微博平台话题阅读量1亿+
- 站内总播放收听量超460万次

### 《爱不隔离》原创音乐专辑

- 总曝光量32亿+次
- 总播放时长12.5亿分钟

注：数据截止至2020年4月

数据来源：酷我音乐官网

# 酷我音乐：以原创力量为核心，打造音乐极致体验

## ——扶持原创力量，拓展内容价值

2019年酷我音乐启动“百亿声机”计划，意在激励全领域长音频创作。

2020年6月1日，酷我音乐再推出“百亿声机——主播全薪计划”，作为“百亿声机”计划的一部分，“主播全薪计划”以现金及资源为支撑，为音乐/音频主播赋能。

## ——依托技术优势，提升音乐体验

“原力派对直播季S2·城市唤醒季”中的音乐展示借助5G直播、云合奏等科技力量支撑，拓展线上Livehouse等新形式。

### “百亿声机——主播全薪计划”



- **现金回馈方式：**创作者收益、开麦红包、独家合伙人（主播成为独家合伙人后，匹配相应的流量支持与现金签约费）。
- **三大硬核支撑：**通过内容生态、分发机制、多元核算为创作者赋能。

### “原力派对直播季S2·城市唤醒季”



- 腾讯音乐人与酷我音乐共同推出“原力派对直播季S2·城市唤醒季”音乐计划。
- **优质歌单：**民谣诗人马条、腾讯音乐人宋黛霏等国内知名音乐人均上阵，带来了《给给》、《封锁线》、《茶花游戏》、《火星的夜》、《沉迷于秋日》等歌曲。

03-2

## 中国网络游戏平台数据分析及典型案例呈现



# 游戏企业主动承担责任，助力疫情防控

面对疫情的肆虐，游戏企业纷纷捐款捐物支援疫区，或直接捐助或在游戏内组织支援活动，同时，还在游戏产品中进行防疫科普。此外，为祭奠受难者以及感恩一线防疫人员，各游戏平台集体进行祭奠活动，停服一天。

| 项目                                                                                         | 具体情况                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  捐款捐物     | 游戏企业名单（部分）：腾讯、网易、三七互娱、世纪华通、完美世界、中手游、乐元素、多益网络、西山居、游族网络、昆仑万维、掌趣科技、莉莉丝、紫龙游戏、哔哩哔哩、3k 游戏、恺英网络、光娱游戏、创梦天地、贪玩游戏、4399、英雄互娱、沐瞳科技等                                                                                                                                                                                    |
|  开发疫情游戏 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 腾讯游戏旗下《天涯明月刀》《乐高无限》，其中《天涯明月刀》将疫情常识融入其中，以游戏内“辨真假”活动的方式呈现；</li><li>• 网易游戏旗下《我的世界》中国版，上线火神山及雷神山亿元的玩法地图，并为前线抗疫医护人员设计皮肤形象，随后推出“南方防疫科普小讲堂”的科普问答闯关玩法；</li><li>• 完美世界旗下《神雕侠侣2》手游泰国公测版中，在答题活动、游戏剧情、游戏道具等各环节设置防疫温馨提示；</li><li>• 三七互娱与广州日报联合制作《消毒大作战》H5，科普家居消毒正确方法。</li></ul> |

# 疫情期间上市游戏企业经营业绩

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，疫情期间，网络游戏行业迎来爆发式增长。2020年第一季度，腾讯、网易、三七互娱等典型上市游戏企业网络游戏收入均实现增长，平均增长率达到30%。

## 2020Q1中国典型上市游戏企业游戏营收规模及增长率

China's typical listed game enterprises game revenue scale and growth rate in 2020Q1



数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

注：本图圆的大小表示企业游戏营收的相对规模，圆心的高低表示其同比增长率的高低  
圆心所对应的横轴数值表示其企业游戏营收的排名

# 疫情时期及后疫情时代对网络游戏行业的影响分析

疫情期间，网络游戏行业呈现新的特征。而进入后疫情时代，玩家整体娱乐热情回归常态，游戏习惯仍存在，但对新游戏、新玩法有着更大的需求。后疫情时代下，游戏平台的竞争也将回归到游戏IP精细化运营与玩法创新上。



# 后疫情时代主流游戏企业未来布局规划

后疫情时代，中国网络游戏行业面临新的机遇，而版号管控、内容政策、未成年防沉迷等仍对其产生较大影响。在此情况下，主流游戏平台仍以精品自研IP为核心，向代理发行、业务出海、全链路开发等展开多元化布局。



# 腾讯游戏：全球游戏开发和服务运营商



成立时间

2003 年

全球用户

8亿+ 人

旗下产品



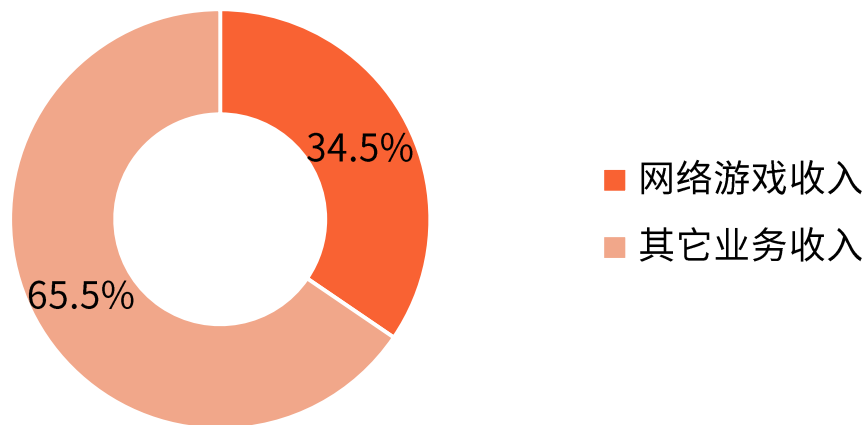
主要竞品



腾讯游戏成立于2003年，是中国知名的网络游戏社区，腾讯游戏拥有8亿以上全球用户，数亿游戏注册用户，已成为全球知名的游戏开发和服务运营商。

## 2020Q1腾讯控股网络游戏收入占总收入比重(亿元)

Proportion of online game revenue in total revenue of Tencent Holdings  
(100 million yuan)



数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

# 腾讯游戏：以游戏方式支持防疫战疫



## 科普推送

携手腾讯医典，在旗下游戏产品中为用户推送抗疫资讯，通过游戏这一载体推进防疫科普进程。



## 游戏互动

在游戏产品中设置疫情题材的互动环节，如《乐高无限》发起创作了《疫情知识闯关》和《火神山》等UGC内容，并上线疫情板块。



## 公益课程

腾讯游戏成长守护平台联合担当者行动等推出“成长守护·疫情特辑”公益讲堂，向家长孩子提供18节公益课程。



## 支援维稳

腾讯作为国内知名的游戏企业，设立15亿“抗疫基金”和1亿美元“腾讯全球战疫基金”；此外，启动2020年度春季招聘，助力复工复产。



## 未成年防沉迷

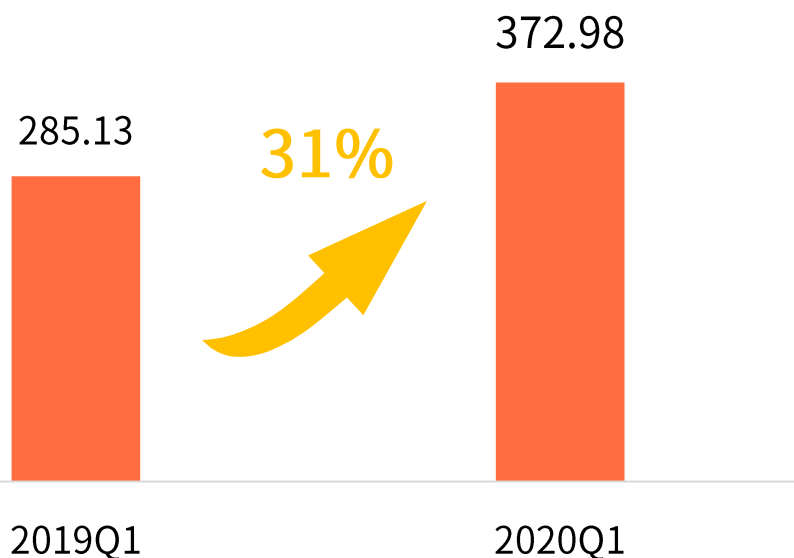
加速推进防沉迷新规接入旗下游戏产品，截止至2020年4月底，已有33款产品完成新规落实；同时微信小游戏、QQ小游戏也已接入健康系统。

# 腾讯游戏：2020年第一季度营收增长显著

居家隔离期间，游戏成为大众娱乐消遣、社交的重要载体，包括腾讯游戏在内的游戏产品收入呈现阶段性爆发式增长。2020年第一季度，腾讯控股网络游戏收入达到372.98亿元，同比增长31%，其中《王者荣耀》和《和平精英》等手机游戏表现强劲。此外，国际方面，《PUBG Mobile》也增强了本土化能力。

## 2019Q1及2020Q1腾讯游戏收入（亿元）

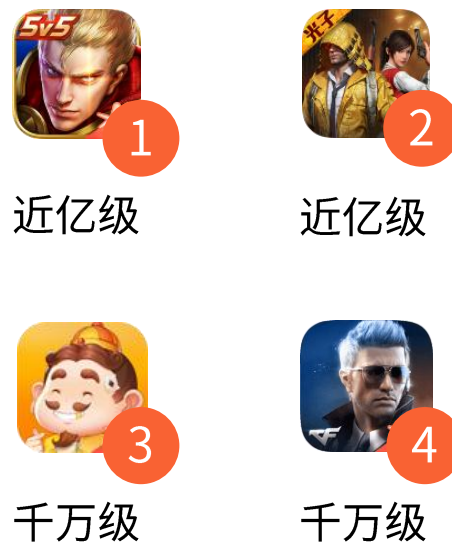
Tencent Game Revenue in 2019 and The First Quarter of 2020  
(100 million yuan)



数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

## 2020年1月腾讯游戏手游日活量

Tencent game mobile game daily live in January 2020



# 腾讯游戏：品牌升级，云游戏成重点布局领域

2019年底，腾讯游戏已将品牌升级为“Spark More/去发现，无限可能”，积极拓展新文创、功能游戏、电子竞技等多个领域。而伴随5G商用落地，云游戏成为腾讯未来几年内布局的重点领域。

## 云游戏

2019年底，腾讯开启START云游戏服务测试，并与英伟达合作构建超大型云游戏渲染集群系统；云游戏成2020腾讯游戏年度发布会主题之一。

## 电子竞技

2019年提出“电竞运动城市发展计划”；疫情期间，电竞赛事由线下转为线上；此外，2020年2月19日，腾讯携手北京政府公布合作的全新电竞计划。

## 游戏新文创

继续打造手游精品，传承和弘扬优秀文化；通过自有IP实现中国文化海外输出，如王者荣耀国际版将孙悟空等形象带到海外。

## 功能游戏

继2019年推出19款功能游戏后，继续加码功能性游戏开发，题材涵盖文化、科技、教育、公益等领域。

## 加速出海

与任天堂等150多家海外企业展开投资合作；此外，打造全球化游戏产品，《PUBG Mobile》新游戏《Chess Rush》进一步开拓海外市场。

## 科技创新

与全球一流的技术、软件厂商包括Intel、Unity、Qualcomm等成立联合实验室，探索5G、云、AI技术。





03-3

## 中国在线视频平台数据分析及典型案例呈现

# 长视频平台通过资源开放、更新丰富大众生活

为配合疫情防控，视频平台通过开放电影资源，以及更新电视剧、综艺、纪录片等方式，丰富大众居家生活，满足大众的文化娱乐需求。

## 电影资源开放

独播电影限免两周：《龙猫》《千与千寻》等  
免费播出：《芳华》《妖猫传》《只有芸知道》等

推出限时免费观看活动，包括《唐人街探案》《小小的愿望》《妖猫传》《芳华》等院线、网络电影

推出春节电影大赏活动，VIP用户可免费观看《哪吒之魔童降世》《流浪地球》《红海行动》等佳片

“春节期间全免费”活动随春节假期的延长而延长到2月2日晚24:00，全平台资源皆可免费观看



## 剧综资源更新

电视剧：《爱情公寓5》《锦衣之下》等  
综艺：《青春有你2》《奇葩说6》等

电视剧：《三生三世枕上书》《将夜2》等  
综艺：《吐槽大会4》《创造营2020》等

电视剧：《热血同行》《乡村爱情12》等  
综艺：《演技派》《青春京剧社》等

电视剧：《锦衣之下》《拜托，请你爱我》等  
综艺：《向往的生活》《妻子的浪漫旅行3》等

# 云综艺创新综艺形式，扩充综艺市场供给

疫情期间，传统综艺形式向新媒体转型发展，视频连线、云录制、云直播等形式层出不穷，新综艺纷纷上线，很大程度上在短期内扩充了综艺供给，也为日后跨地区等特殊情况的综艺录制提供创新思路。

| 平台   | 节目名称     | 首播时间      | 形式           | 主题            | 内容                           |
|------|----------|-----------|--------------|---------------|------------------------------|
| 优酷   | 《好好运动》   | 2020.2.8  | 云直播          | 运动            | 运动技巧分享                       |
|      | 《好好吃饭》   | 2020.2.14 |              | 做饭            | 美食制作                         |
| 芒果TV | 《还能这样吃》  | 2020.2.15 |              | 真人秀           | 美食制作                         |
| 爱奇艺  | 《宅家点歌台》  | 2020.2.17 | 视频连线+<br>云录制 | 音乐            | 歌手连线送歌曲                      |
|      | 《宅家运动会》  | 2020.2.18 |              | 真人秀           | 运动                           |
|      | 《宅家猜猜猜》  | 2020.2.20 |              | 真人秀           | 明星声音猜想互动                     |
| 腾讯视频 | 《鹅宅好时光》  | 2020.2.17 | 视频连线+<br>云直播 | 明星陪你抗疫陪<br>你宅 | 做饭、宠物、运动、唱歌                  |
|      | 《咕Cloud》 | 2020.3.20 | 视频连线+<br>云录制 | 明星陪你宅         | 宅家云连线吃饭、分享美食、<br>记录日常生活、躺播聊天 |

# 短视频平台以直播+形式助力抗疫

2020年2月21-23日期间，**抖音直播**推出“我们的抗疫生活”主题直播活动，活动分为“云逛街”“剧场秀”“居家健身”“美食”等多个板块。

短视频 X 云生活

短视频 X 文艺

2020年2月，四川文艺界联合**抖音**发起“艺起来战疫”话题，引导广大群众创作以病毒防护、抗击疫情为主题的短视频凝聚人心，提振战疫信念。

2020年4月18日，世界公民公益组织与世界卫生组织宣布共同打造《四海聚一家》慈善音乐会。**西瓜视频**、**抖音**等作为国内官方播出平台，进行音乐会转播，此外发起「同一个世界：为你歌唱」主题活动。

短视频 X 音乐

短视频 X 记录片

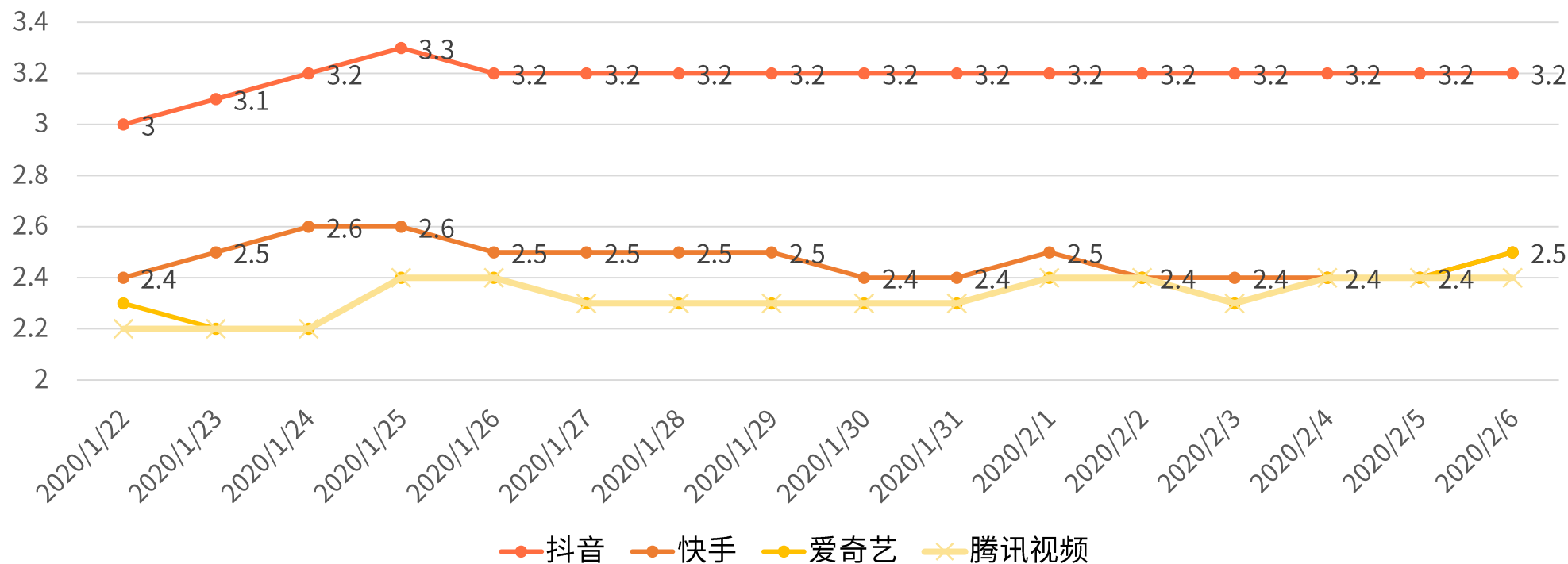
2020年5月，**快手**联合SMG纪录片中心打造“抗疫”微纪录片《心声》，并于5月5日、6日在上海电视台纪实人文频道播出，并上线#我的战疫心声#话题及短视频征集活动。

# 2020年新春中国在线视频APP 日活TOP4

数据显示，2020年1月22日—2月6日期间，快手、抖音日活用户规模超过爱奇艺、腾讯视频。艾媒咨询分析师认为，春节期间，短视频日活跃用户数较长视频高，主要在于短视频更能满足用户的视频社交需求。

## 2020年新春中国在线视频APP 日活TOP4 (亿)

Chinese online video APP day activity TOP4 for the lunar new year 2020



数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

# 疫情时期及后疫情时代对在线视频行业的影响分析



## 疫情时期

### 平台层面：

#### ——长视频平台

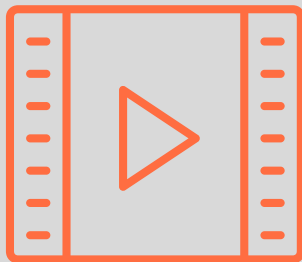
- 影视剧、综艺等拍摄受阻，传统品类影剧综均供应下滑
- 公益MV、宣传片以及疫情纪录片等受到广泛关注

#### ——短视频平台

- 社交需求属性凸显

### 用户层面：

- 用户使用时长提升



## 后疫情时代

### 平台层面：

- 长视频平台竞争回归IP和自制内容的竞争
- 短视频平台竞争以UGC、PGC内容为核心竞争力

### 用户层面：

- 对云综艺、宅综艺等新综艺形式接受度提高

# 后疫情时代在线视频企业未来布局规划

后疫情时代下，伴随流量红利的日益消退，在线视频企业也将走向精细化、差异化以及多元化运营，艾媒咨询分析师认为，在线视频平台主要从内容创作、形式创新以及用户聚焦等层面展开未来战略布局。

## 精准对焦年轻用户群

以90后、00后为主的年轻用户群成视频消费主力军

## 内容付费

伴随《庆余年》超前点播的影响，超前点播付费模式将进一步普及

## 创新综艺

内容上，聚焦潮流、音乐等赛道，在形式上，云综艺有望继续发展

## 下沉市场

一二线城市用户日渐饱和，三四线下沉市场前景巨大

## 技术革新

利用AI/VR等优化观看体验，打造互动广告、互动游戏新玩法



# 爱奇艺：中国在线视频娱乐服务提供商



上线时间

2010 年

月活用户

3.68亿人

(2020年4月)

49.81%



50.19%

年龄

24岁及以下

37.47%

月收入

3k-5k元

32.18%

主要竞品



爱奇艺是中国在线视频娱乐服务提供商，其视频平台于2010年上线，公司于2018年在美国纳斯达克上市。爱奇艺推动产品、技术、内容、营销等领域创新，目前已逐步打造出涵盖电影、电视剧、综艺、动漫在内的十余种类型的丰富正版视频内容库。

## 2019Q1及2020Q1爱奇艺财务业绩

Financial performance 2019Q1 and 2020Q1 iQIYI

| 收入类型   | 2019Q1   | 2020Q1   | 增长    |
|--------|----------|----------|-------|
| 会员服务   | 34 亿元    | 46 亿元    | ↑ 35% |
| 在线广告服务 | 21 亿元    | 15 亿元    | ↓ 27% |
| 内容分配   | 4.679 亿元 | 6.028 亿元 | ↑ 29% |
| 其他     | 9.573 亿元 | 8.759 亿元 | ↓ 9%  |
| 总收入    | 69.9 亿元  | 76.5 亿元  | ↑ 9%  |

数据来源：企业财报、北极星互联网产品分析系统



# 爱奇艺：以视频力量传递战疫正能量



## 《爱心守望众志成城》MV

1月27日，联合200+位艺人制作战“疫”MV《爱心守望众志成城》向防控一线所有人员致敬。

## 《我的抗疫日记》等主题活动

截止2月20日，爱奇艺上线疫情主题活动数十个，主题直播20余场，短视频3万+条。

## 《春，来了》公益朗诵作品

3月2日，发布《春，来了》公益朗诵视频，大胃王密子君等8位知名视频创作者参与其中。

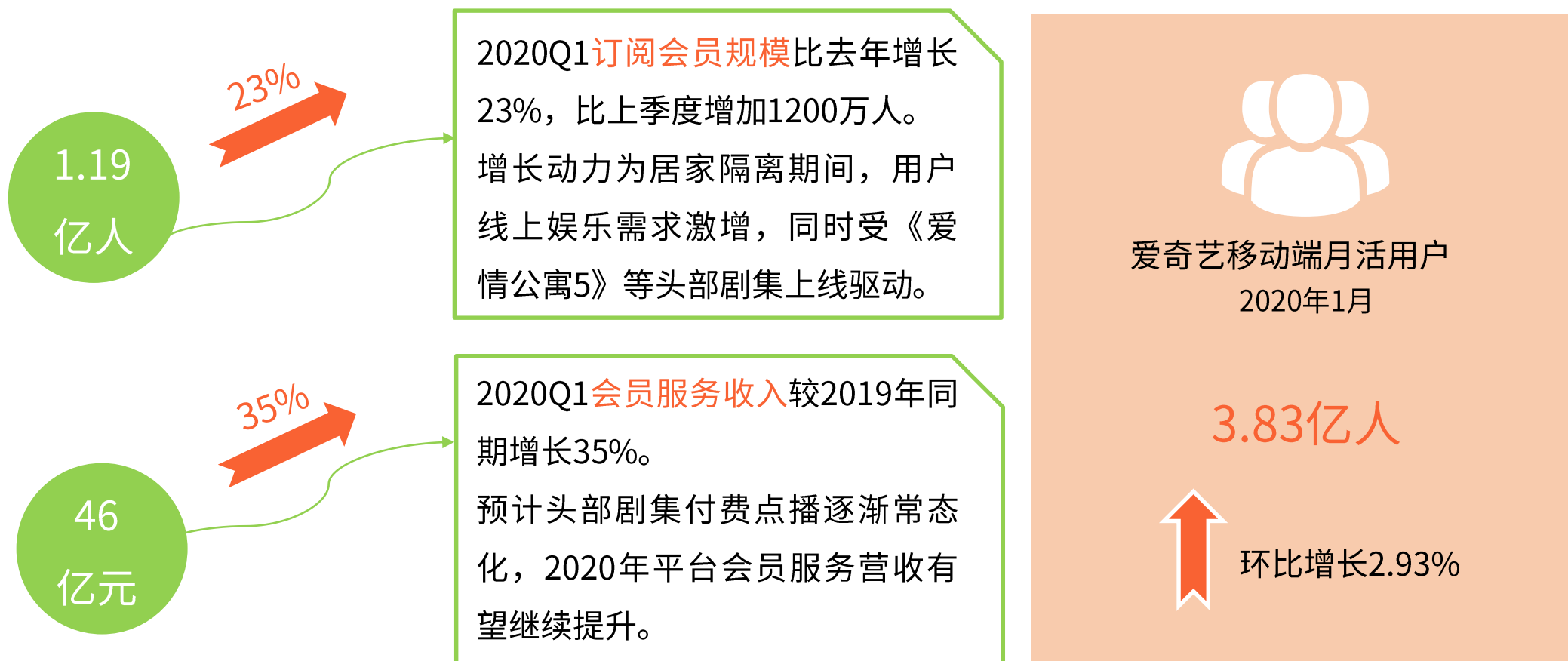


## 《中国医生》战疫版

5月13日，爱奇艺联合健康报社等出品《中国医生》战疫版正式在爱奇艺独家上线。

# 爱奇艺：订阅会员规模及服务收入显著增长

疫情期间，用户线上娱乐需求激增，与此同时，爱奇艺平台凭借《爱情公寓5》《唐人街探案》等剧集，以及《潮流合伙人》等综艺节目获得用户的青睐，数据显示，2020年第一季度爱奇艺订阅会员规模达1.19亿人，同比增长23%，而会员服务收入也较2019年同期增长35%。



数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

03-4

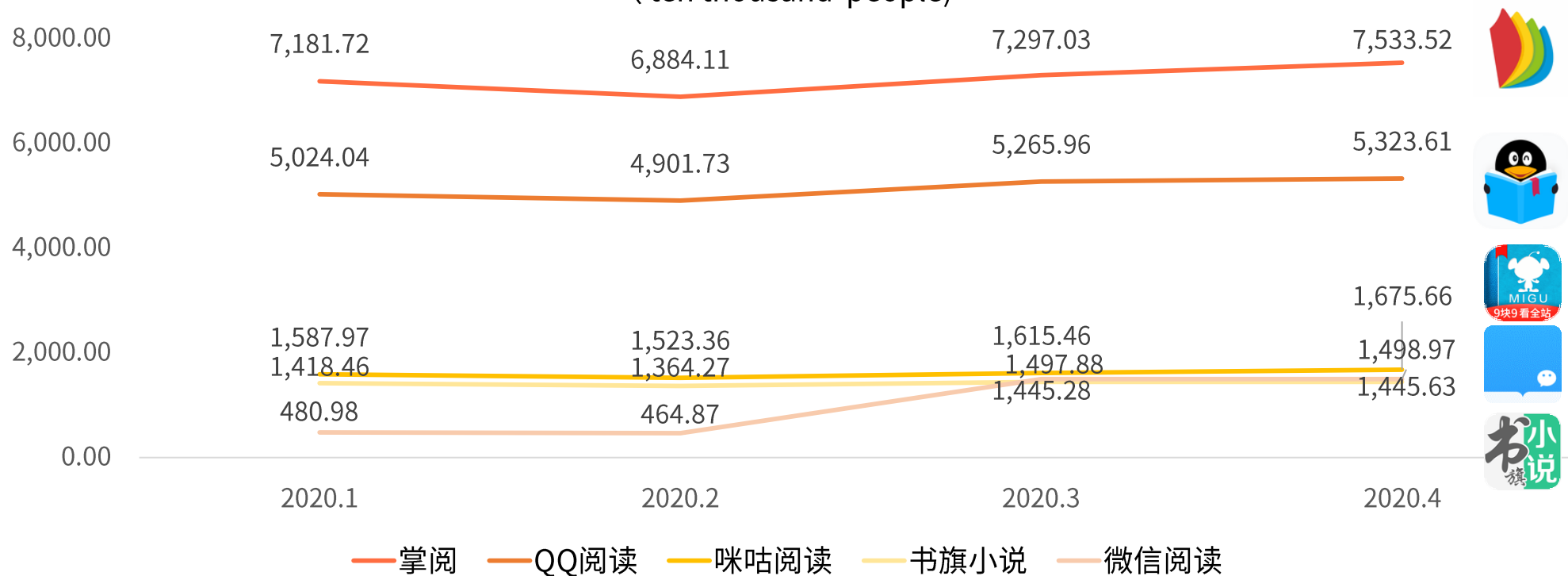
## 中国在线阅读平台数据分析及典型案例呈现

# 2020年1-4月中国主流在线阅读平台月活用户数量

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,2020年1月至4月期间,中国主流在线阅读平台月活跃用户数量基本呈现上涨趋势。艾媒分析师认为,在线阅读平台用户规模的增长主要来源于疫情期间用户对在线阅读的需求不断提升。

## 2020年1-4月中国主流在线阅读平台月活跃用户数量 (万人)

Number of monthly active users of China's mainstream online reading platforms from January to April 2020  
(ten thousand people)



数据来源: 北极星互联网产品分析系统

# 疫情时期及后疫情时代对在线阅读行业的影响分析

疫情期间，在线阅读行业呈现新的特征。而进入后疫情时代，读者热情回归常态，阅读、听书习惯仍存在，但休闲娱乐时间减少，对新书有着更大的需求。后疫情时代下，在线阅读平台的竞争也将回归到传统文学、网络文学的内容传输方面。

## 疫情时期



## 后疫情时代

### 平台层面：

- 新书上线受阻，新书数量下滑
- 线下阅读转为线上阅读、有声书收听人数增加

### 用户层面：

- 在线阅读需求增长，使用时长提升
- 在线阅读使用频率增加
- 用户行为更多由热门IP带动

### 平台层面：

- 平台竞争回归传统文学、网络文学的内容吸引、内容传递方面

### 用户层面：

- 用户回归工作/学习，休闲时间变短，在线阅读、听书需求回落但仍持续增长
- 用户对新书的需求提升

# 中文在线：构建多元优势的数字内容生态



中文在线以三大原创内容平台为基石，以网络文学大学、维权等服务为支撑，并与移动阅读平台、三大运营商、音频平台、传统媒体等渠道达成合作关系，已逐步形成了涵盖内容、渠道、运营、作者服务优势的数字内容生态。

注册用户

1亿+人

点击量过亿IP

100+部



数字内容资源  
超400万种



原创驻站作者  
超370万名



合作版权机构  
600余家



签约知名作家  
2000余位

数据来源：企业官网

网文大学

维权

SIP



分销



音频



无线



衍生

内容



- 核心原创内容平台，累计注册用户1亿+，点击量过亿IP 100部+，其中《修罗武神》全网点击超过200亿。



- 女性垂直网文平台，驻站作者15万+，作品数20万+。10年来网站名家作者以及独家首发驻站作品数以千计。



- 为00后服务的原创内容互动社区，用户数量近2000万，驻站网络作者270+万，已生产作品350+万部。

顶级作家  
大神

重点作家

新人

文学爱好者

# 中文在线：优质内容供给+共建，满足用户泛娱乐需求

中文在线持续以有声书、数字内容供给行业，满足用户多元的泛娱乐需求。其拥有123万集/部、28万小时的有声书资源；同时，与数字阅读、有声书、IP衍生领域的主流平台达成合作，共建数字内容渠道矩阵。

## 有声书

拥有123万集/部、28万小时有声书资源

### 有声原创小说



《官途》《隋乱》  
《橙红年代》  
《九星霸体决》

### 评书、相声

艺术家：单田芳、袁阔成、连丽如、  
马三立、马季、郭德纲等。

### 畅销小书

《亮剑》《鬼吹灯》《康熙大帝》  
《大清相国》《大明王朝1566》等

百家讲坛、管理课程、少儿作品等



### 《人民的名义》

2017年4月上线半月付  
费收听超千万



### 《修罗武神》

截至2020年3月累计播  
放量8000万次+

## 数字内容渠道矩阵



数字阅读

有声书

IP衍生

合作



米读小说



番茄免费小说



书旗小说

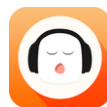
.....



喜马拉雅



蜻蜓FM



懒人听书

.....



爱奇艺



腾讯视频



优酷

.....

# 中文在线：Chapters聚焦欧美市场，领跑海外阅读新赛道

中文在线自2017年成立美国公司开启国际化战略后，随即由美国公司自主研发推出互动式视觉小说平台“Chapters”。Chapters融入了中文在线文学基因与AVG游戏的强叙事风格，并将阅读模式从单线文字作品转化为图文并茂的形式，打破了传统单向阅读模式。截止至2020年3月，Chapters注册用户已达1500万。

## 全球TOP1互动式视觉阅读平台

Chapters 美国公司自主研发



- **叙事风格**：融合了中文在线文学基因+AVG游戏的强叙事风格
- **用户规模**：截至2020年3月，平台注册用户数已超1500万
- **市场地位**：美国用户占比70%，2020年来在美国IOS畅销榜排名持续稳定在40名内
- **品类内容**：已涵盖悬疑、魔幻、校园、科幻、浪漫等多个题材



单线文字



图文并茂

阅读1.0——故事会

阅读2.0——网络小说/电子化/漫画

阅读3.0——多媒体：图文并茂

Chapters 开启阅读新形式



04

## 后疫情时代在线文娱行业发展趋势展望

# 后疫情时代在线文娱行业发展趋势展望

## 用户在线文娱习惯持续养成，中国在线文娱市场持续升温

后疫情时代下，用户在线文娱习惯持续养成，中国在线文娱市场将保持持续升温态势。而在流量红利逐渐消退的背景下，以90、00后年轻用户群以及三四线城市及以下的下沉市场将成为中国在线文娱平台重点布局的新消费群体。

## 在线文娱市场呈现新内容、新业态

后疫情时代，短视频、网络直播、网络动漫、网络文学、游戏、音乐等在线文娱内容形态将进一步交叉结合。此外，在线文娱与电商、教育、文旅等业态也将深度融合。与此同时，伴随直播、短视频等新媒体的发展渗透，传统文娱也将加速线上化进程，以云综艺为典型的新型在线文娱类型将日益增多。

# 后疫情时代在线文娱行业发展趋势展望

## 5G技术驱动硬件与软件结合，用户在线娱乐体验提升

后疫情时代下，5G新基建也在加速落地。5G时代下，AR、VR等技术也将进一步提升虚拟界面的表达能力。艾媒咨询分析师认为，新科技将为中国在线文娱行业带来全方位的体系重构以及娱乐体验升级，以互动广告、360°全景视角、AI虚拟人等全新的交互体验将不断优化。

## 在线文娱行业原创潜力爆发，IP变现成主要变现路径

艾媒咨询分析师认为，在线文娱的核心载体仍以文化娱乐为主，内容品质将成为平台竞争的优势所在。后疫情时代，原创力量的潜力持续提升，IP打造将与潮流、品牌、国风等新元素更为密切结合。以音乐综艺为例，挖掘多元音乐生态的音乐综艺逐渐成为中国原创音乐人创作、培养的平台，围绕音乐综艺IP打造的内容付费、线下见面会、衍生品等进行的全链路IP开发，将为在线文娱行业释放更大的内容价值。

**大文娱新视角的来源：**艾媒大文娱产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对大文娱商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是大文娱解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在大文娱领域开展相关研究，敬请关注。

# 法律声明

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其法律责任之权利。本报告版权属于艾媒咨询，欢迎因政策研究和学术研究、媒体传播、市场分析等非商业性目的需要而引用本报告，引用时需注明出处“艾媒咨询”或者“iiMedia Research”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯艾媒咨询著作权的商业行为，艾媒咨询将保留追究其法律责任的权利。

## 免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析或艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、市场、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒网([www.iimedia.cn](http://www.iimedia.cn))上相应的修改或更新。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明，否则，请勿阅读或使用本报告。



艾媒咨询  
iiMedia Research

用数据说话!

- iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了新技术、新零售、教育、生物、医疗、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、制造、区块链、环保与公共治理等新兴领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀重点研究项目承担单位、广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3000家政企机构提供常年大数据咨询服务。艾媒也是广州市先进制造业创新发展项目、广州市建设国家级科技思想库研究课题等重大课题的承担单位。

## 艾媒大数据监测与分析工具矩阵

### POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

### DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

### SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

### SoicaliiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

### RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

### ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。





用数据说话，为决策导航！

# 前沿报告随时看！

2000+年均发布报告



300+覆盖行业



2000+年均媒体引用



10万+企业VIP年度合作



扫码进入报告中心  
最新趋势随时掌握

## 注册开通会员，海量报告马上有！

[report.iimedia.cn](http://report.iimedia.cn)



详情请联系：谢小姐18127983039





# 海量数据免费查！

524个  
垂直行业

3.7亿  
数据

2万+  
深度研究报告

3000+  
数据主题



扫码关注公众号  
获取最新行业数据

艾媒数据中心-全球新经济商业情报数据平台

[data.iimedia.cn](http://data.iimedia.cn)



全面剖析产业链发展现状和趋势，让用户快速获取所需的行业情报和数据信息，用数据让所有决策都有依据！

联系电话：18127983039

# 用数据说话

# 为决策导航



扫码进入报告中心  
最新趋势随时掌握



扫码关注公众号  
获取最新行业数据



用数据说话!

全球领先的新经济产业  
第三方数据挖掘与分析机构