

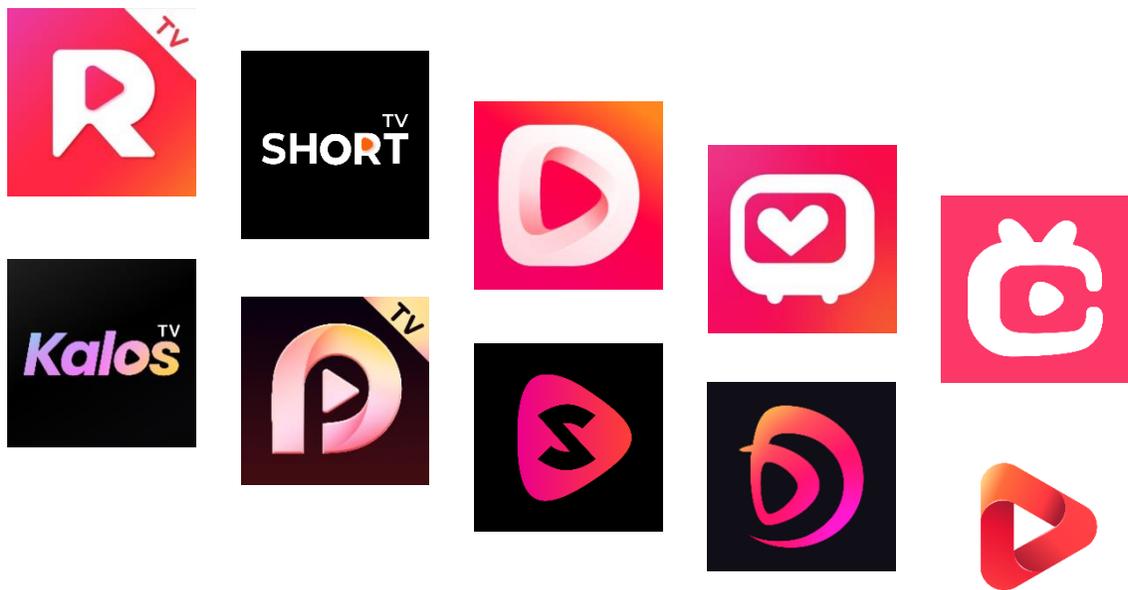
海外热门短剧应用趋势洞察报告

2024年Q1



报告摘要

短剧出海大势所趋，行业规模日趋膨胀



2023年，对于国内影视媒体行业而言，短剧是炙手可热的存在。无论长短视频平台，还是影视公司和传媒机构都争相布局。年底，这股热潮也涌向了海外，ReelShort、DramaBox、ShortTV等多款短剧应用在欧美多个国家和地区的应用商城排名冲上前列，热度一度碾压各路本土老牌流媒体应用。每集不到2分钟的“土味”短剧，却具备跨越社会地位与阶层、国别的能力，短剧的魅力毋庸置疑。不到一年的时间里，海外短剧赛道里出现了越来越多的选手，市场也面临进一步的发展。

本报告将剖析短剧行业的发展历程，分析当前海外热门短剧应用的数据表现，结合赛道头部产品案例，帮助用户读者更好地把握海外短剧行业的现状和发展趋势。

目录

catalogue

01 短剧出海现状和背景

02 海外热门短剧应用2024Q1数据分析

03 海外热门短剧应用2024Q1营销分析

04 短剧行业发展趋势展望

短剧出海发展历程

国内陷入红海内卷阶段，出海差异化竞争潜力大

1 国内发展历史

短剧的诞生

2017年，伴随短视频的兴起，“竖屏短剧”这一全新的内容模式随之诞生。

快速发展

直到2021年，确立了短视频行业头部地位的抖音、快手开始了短剧付费模式的探索，短剧行业才逐步找准了方向，自此焕发出生机。

监管落地

2022年年底，监管落地，广电总局提出了“提升短剧创新创造能力，加强网络微短剧管理”的指导意义，短剧也在政策监管、平台引导多方合力之下走向了正规。

行业现状

大量多元化、精良化作品出现的同时，标志着国内短剧这一股新浪潮或已冲到了尽头，裹挟着浪潮中的一切，市场正卷向一片深红。

2 短剧出海背景

国内格局固化

国内短视频行业格局已然形成，而长视频领域更是为以腾讯视频、爱奇艺等为代表的新势力平台所把控。

国内长视频平台发展趋势

国内市场饱和的情况下，头部的影视长视频平台同样也在寻求开辟新的市场和增长机遇，而出海随即成为必然之选。

国内长视频平台出海现状

不论是日韩还是欧美，长视频市场都为本土流媒体巨头所把持，收入头部固化的情况长期存在。所以国内长视频平台最终选择了与我国文化的共性强、壁垒低的东南亚市场。

短剧出海优势

长视频所面临的问题则不复存在，拥有强大购买能力的发达地区、尤其是北美地区便成为了短剧出海的热土。以TikTok为代表的短视频应用在全球的风靡也为短剧推广和转换提供了高效的平台，而此前网文的成功出海也为短剧的IP受众探秘了道路。

短剧出海内容模式

发展趋势殊途同归，选择全凭入局时机

搬运加工

原有国内视频增加翻译字幕或生成英文配音，投放至不限于专业短剧APP的各类流媒体平台

优点：前期投入成本少，广撒网

缺点：受限于地域文化差异，内容不容易被不同文化的用户接受；收入受制于投放平台的分成方式，收益难以实现爆发式增长



实地拍摄

邀请当地的演员，选择本土化剧本拍摄更加贴合当地用户喜好的短剧。

优点：利于快速破圈，形成一定的用户池

缺点：成本相对较高，产出相对缓慢。有过海外市场经验的团队拥有天然的优势，尤其是国内网文出海厂商有着天然的优势；小团队难以入局

目录

catalogue

01 短剧出海现状和背景

02 海外热门短剧应用2024Q1数据分析

03 海外热门短剧应用2024Q1营销分析

04 短剧行业发展趋势展望

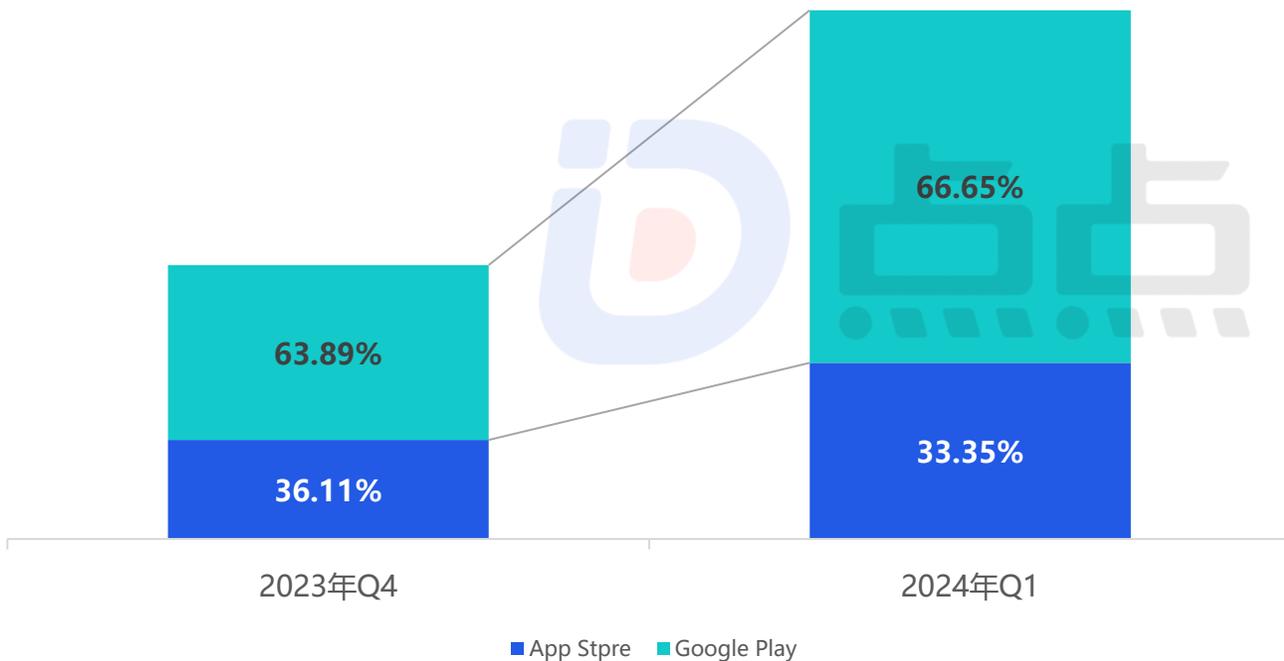
2024年Q1海外热门短剧应用下载总量

环比上升92%，Google Play来源占比进一步提升

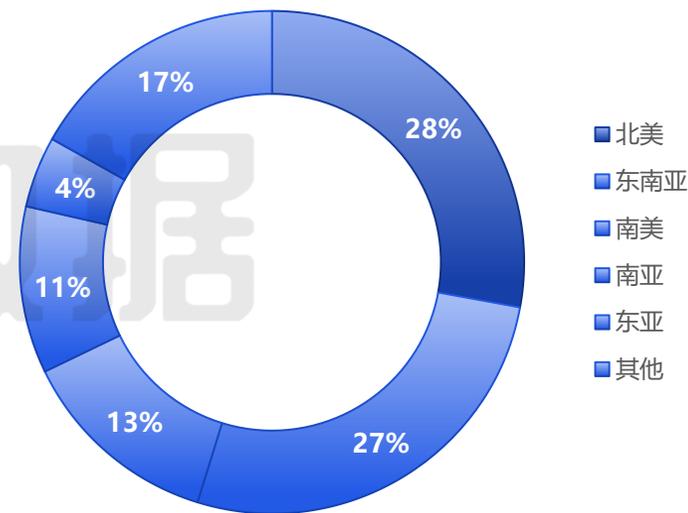
2024年第一季度海外（不包括中国大陆及第三方安卓渠道）热门短剧应用下载总量超过3766万，环比去年第四季度上涨超过92.3%，近乎翻倍。

北美、东南亚、南美地区是热门短剧应用下载来源占比最高的三个地区，东南亚及南美地区的高占比源于近年来国产出海移动应用在这两块地区的投入为短剧提供的丰富推广经验及用户数据，大量国产移动应用产品的落地也在潜移默化中起到了文化传递和普及的作用，也为短剧打下了受众基础。

海外热门短剧应用下载量变化情况



全球下载来源分布



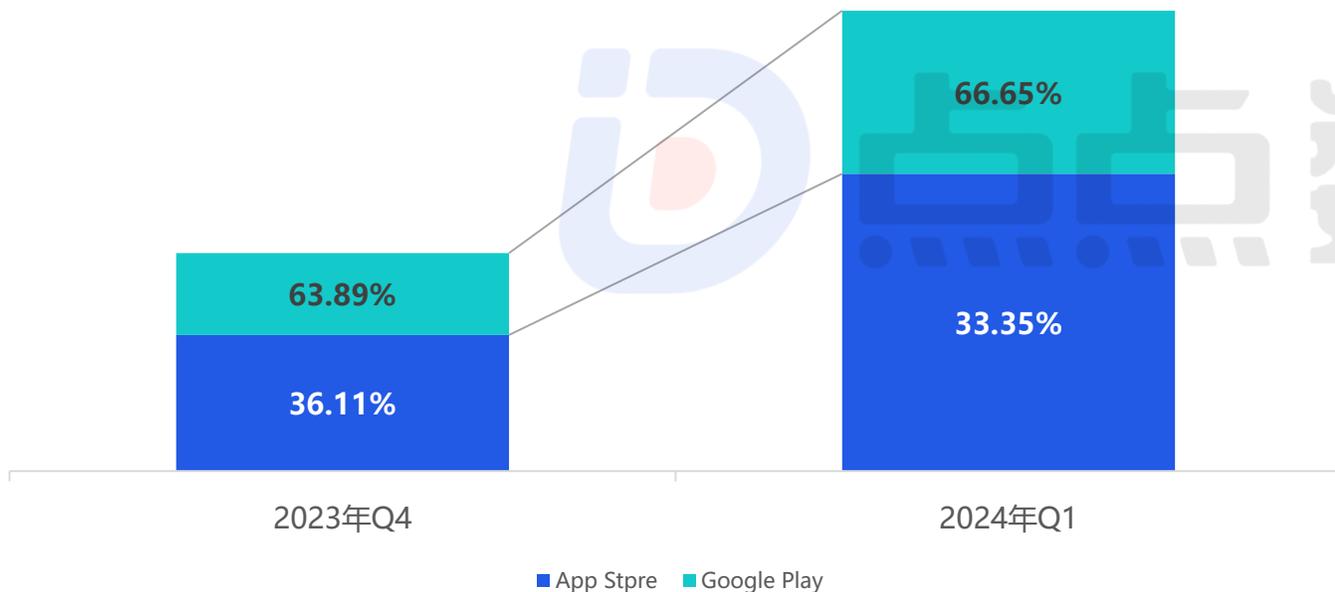
2024年Q1海外热门短剧应用总收入

环比上升111%，App Store占比下降，但仍是主要来源平台

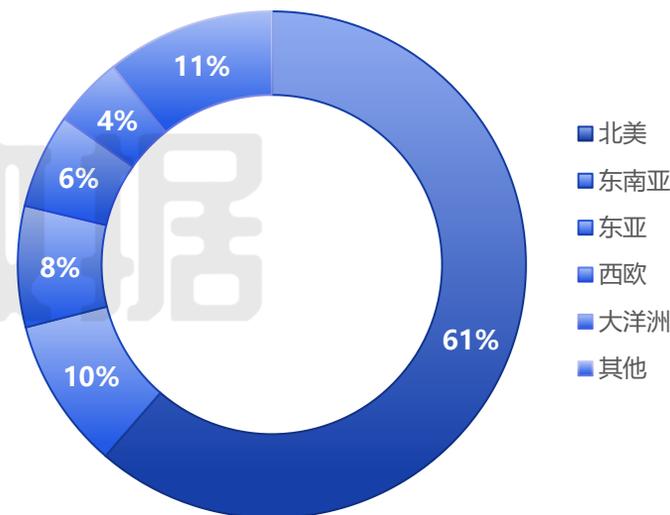
2024年第一季度海外（不包括中国大陆及第三方安卓渠道）热门短剧应用预估总收入超过5738万，环比去年第四季度上涨超过111.3%，增幅超过下载端。

北美、东南亚、东亚地区是热门短剧应用下载来源占比最高的三个地区，北美作为国产出海短剧应用的首选目的地，也是海外短剧应用的兵家必争之地，贡献了超过六成的收入占比；东亚以4%的下载量贡献超过10%的收入，同样证明了包括日、韩在内的发达地区市场对于短剧赛道的重要程度。

海外热门短剧应用预估收入变化情况



全球预估收入来源分布



2024年Q1海外热门短剧应用Top10榜

《ReelShort》双端领跑，先发优势奠定当前形势

同工作室旗下小说应用《Chapters》在北美地区的运营经验使得《ReelShorts》率先发现了短剧在北美地区的爆火潜力抢先入场，因而占尽了先发优势。

根据点点数据统计，《ReelShorts》2024Q1季度海外下载量超过1375万，预估收入超1914万美元，下载收入两端双双领跑短剧赛道。来源占比来看，北美地区凭借32.4%的下载占比以及68.8%的收入占比，是毫无疑问的第一。

值得注意的是，与大多数短剧应用猛攻北美地区策略不同，《ShortTV》以东南亚为主要推广目的地的确为其带来了可观的下载数据，但收入数据方面则并不理想。

2024年Q1海外热门短剧应用下载TOP10

排名	图标	应用名	发行商	上线时间	2024Q1下载量
1		ReelShort	枫叶互动	2022.8	
2		ShortTV	九州文化	2023.9	
3		DramaBox	点众科技	2023.4	
4		MoboReels	畅读科技	2023.7	
5		FlexTV	Mega Matrix	2022.10	
6		GoodShort	新阅时代	2023.6	
7		Playlet	MicroShowtime	2023.12	
8		TopShort	嘉书科技	2023.6	
9		Kalos TV	Qinron Technology	2023.9	
10		DreameShort	Stary Pte. Ltd.	2023.11	

2024年Q1海外热门短剧应用预估收入TOP10

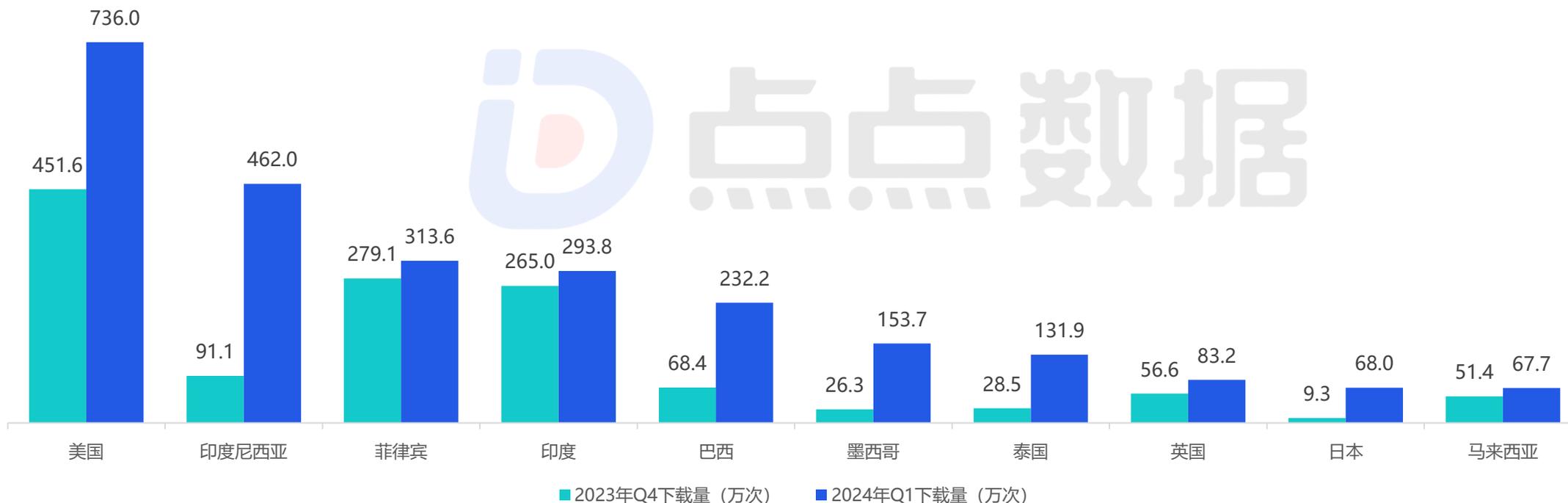
排名	图标	应用名	发行商	上线时间	2024Q1预估收入
1		ReelShort	枫叶互动	2022.8	
2		DramaBox	点众科技	2023.4	
3		GoodShort	新阅时代	2023.6	
4		ShortTV	九州文化	2023.9	
5		FlexTV	Mega Matrix	2022.10	
6		MoboReels	畅读科技	2023.7	
7		Kalos TV	Qinron Technology	2023.9	
8		TopShort	嘉书科技	2023.6	
9		Playlet	MicroShowtime	2023.12	
10		DreameShort	Stary Pte. Ltd.	2023.11	

2024年Q1海外热门短剧应用重点地区下载量

北美市场仍有上升空间，但海外用户增长主要来源开始向新兴市场转移

从下方数据中可以看出，北美、东南亚地区市场，在海外短剧的下载量来源占比上依旧处于领先地位。但值得注意的是，如印度尼西亚、泰国这般成倍的数据增长，其原因一方面与海外短剧应用的领头羊《ReelShort》稳定的用户增长分不开，另一方面更在于《ShortTV》这般将主要目标市场放在东南亚，乃至其他地区市场的新势力短剧应用的发力。同理，巴西、日本地区Q1下载数据的大幅增长也与《MoboReels》和《TopShort》密切相关。

海外热门短剧应用重点地区下载量分布



注释：海外热门短剧应用重点地区下载量仅挑选重点地区进行数据统计，并不代表地区排名。
来源：海外移动应用收入规模&下载量是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

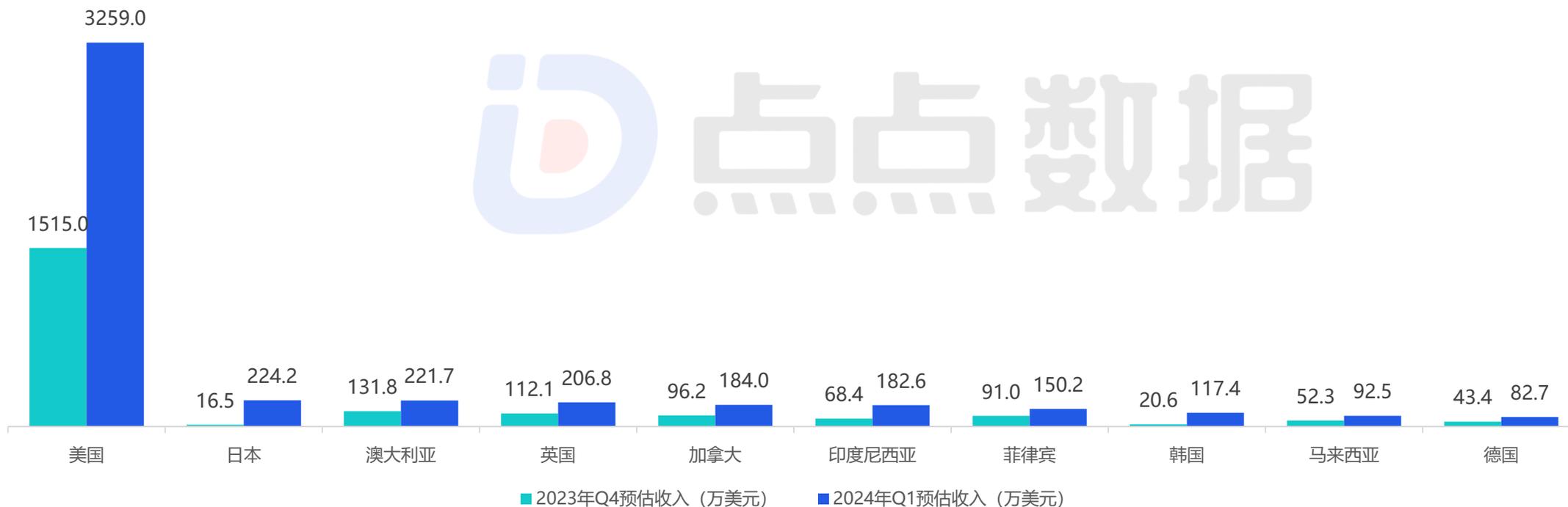
2024年Q1海外热门短剧应用重点地区收入规模



短剧吸金能力持续进化；日、韩市场有待进一步被发掘

美国仍断层式领先其他地区，独占全球约56.8%的市场规模。且整体市场规模也是呈现翻倍式的扩大，除美国及北美地区市场作出重要贡献外，东亚以及欧洲地区也在Q1季度发展成为了海外短剧行业新的收入增长点，其中尤其以日、韩两地市场规模扩大最为明显。其中日本市场由嘉书科技旗下《TopShort》独自撑起，而韩国市场则主要来源于《MoboReals》和《ShortTV》两款应用。

海外热门短剧应用重点地区预估收入分布

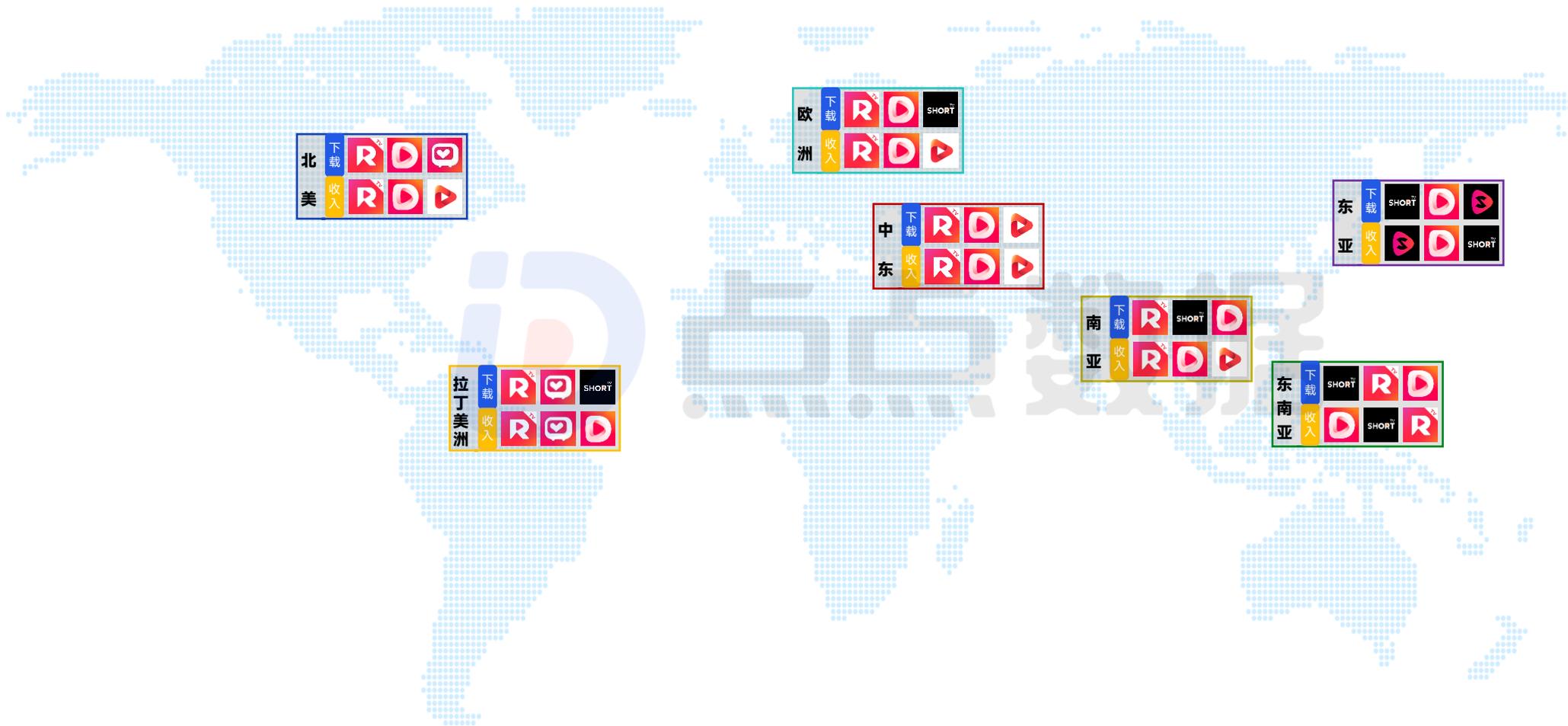


注释：海外热门短剧应用重点地区收入规模仅挑选重点地区进行数据统计，并不代表地区排名。

来源：海外移动应用收入规模&下载量是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

2024年Q1海外热门短剧应用重点地区数据情况 点点数据

《ReelShort》问鼎海外多地榜首；《TopShort》一季度东亚地区异军突起



注释：仅挑选重点地区进行数据统计。

来源：海外游戏市场收入规模&下载量是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

热门短剧应用案例分析：ReelShort

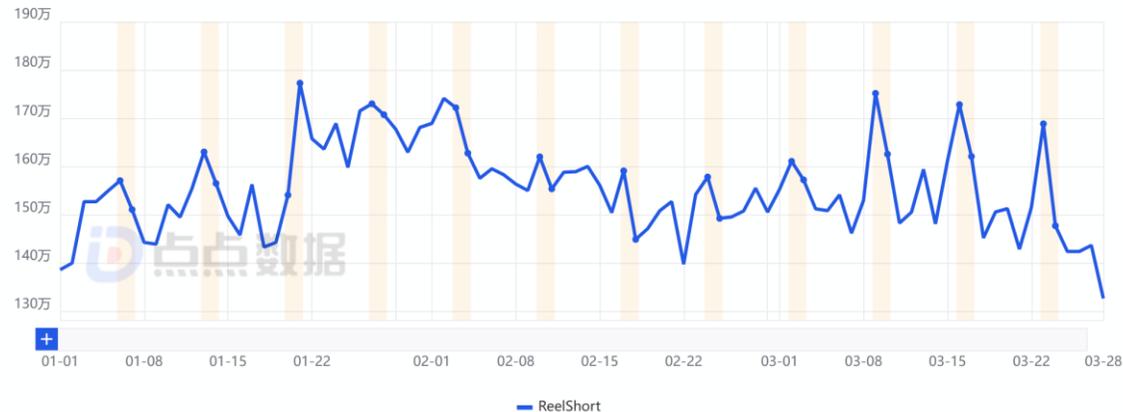
把握先发优势，一骑绝尘的短剧出海先行者

《Reelshort》由中文在线旗下北美工作室枫叶互娱负责运营，于2022年8月正式上线，截止至报告撰写日，该应用已经累计收获了超过3653万的下载量，预估总收入超过5141万美元，迄今为止巅峰日活数值超过60万。

《Reelshort》的崛起一方面在于其领先于赛道内其他应用的出海先发布局优势，另一方面更在于其发行商本身对于北美市场的长期经营中所积累的经验。根据点点数据统计，同属该工作室旗下的互动小说游戏《Chapters》在美国市场累计收入已经超过了1.77亿美元。这款剧情近似于网文的的游戏在美国地区的耕耘便为短剧应用的诞生打下了受众基础，同时也提供了经过美国市场验证的经验储备。天时、地利尽在手中，《Reelshort》更是积极地探索短剧的本土化，在美国投资新剧并吸纳欧美演员的同时，在剧情题材中加入狼人、吸血鬼等本地化元素，至此一朝爆火得以领跑赛道。

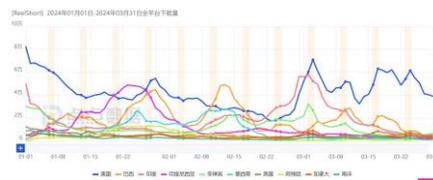
2024年1-3月《ReelShort》海外数据表现

[ReelShort] 2024年01月01日-2024年03月29日全平台活跃用户



《ReelShort》活跃用户数

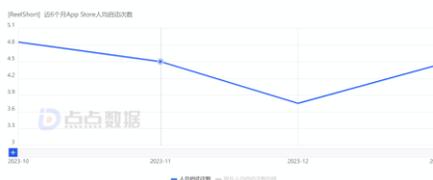
月均下载量：521.7万



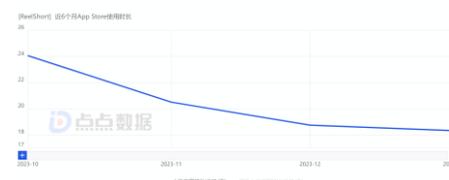
预估月均收入：775.9万美元



人均每日启动次数：3.7-4.9次



人均每日使用时长：18-24分钟



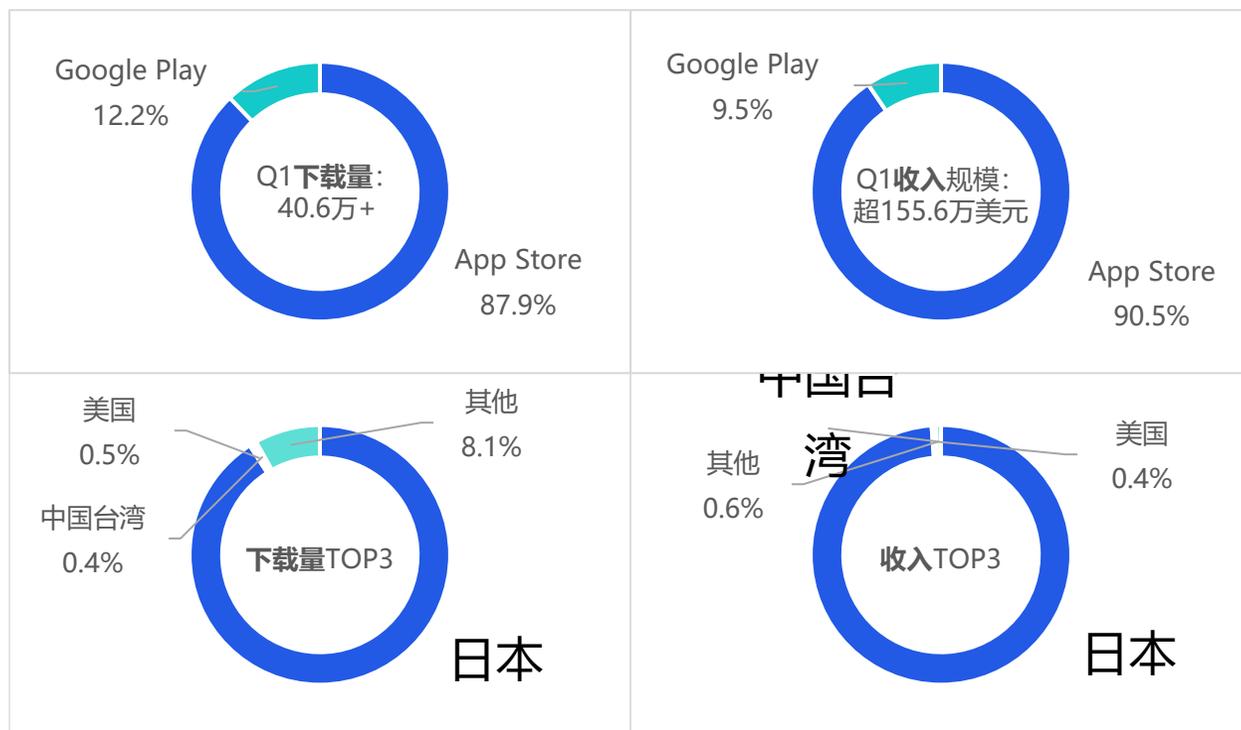
来源：移动游戏产品活跃用户数、性别占比、年龄层占比、启动次数、使用时长数据是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

热门短剧应用案例分析：TopShort

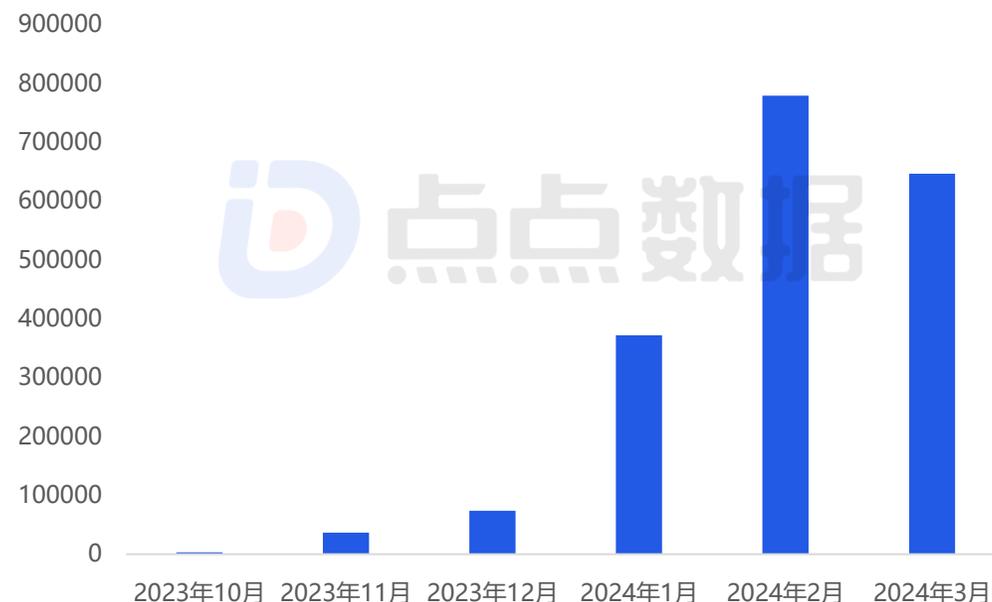
避开泛英文市场，崛起于日本的后起之秀

《TopShort》于2023年6月中旬上线了日本市场，正赶上短剧出海最热的时候。然而上线半年时间内，其都没有展现出令人瞩目的成绩，直到今年Q12月上旬首次冲入iOS应用免费榜，之后榜单名次一路震荡上升，最高点时排名曾一度超越奈飞。根据点点数据统计，《TopShort》Q1海外下载量为40.7万，预估收入超过155.6万美元，其中日本市场的贡献占比分别为90.9%和98.8%。

《TopShort》能够在短剧赛道最热门的时间段内在市场中站稳脚跟，原因一方面在于其本身所具备的短剧出海的基础条件，如背后厂商旗下拥有网文应用并手握一批小说IP，海外也曾上架过几款手机应用拥有一定的出海发行经验等。另一方面其所选择的避开泛英文市场，主攻同为发达地区的日本市场策略才是其得以异军突起的最重要因素。大方向确定的前提下，《TopShort》在日本市场的发展便与其他短剧出海应用没有过大的区别，同样是买量推广，内容本土化的发展策略，由此却也更凸显了市场选择的重要性。



2023Q4-2024Q1 《TopShort》月收入数据



来源：海外游戏市场收入规模&下载量是综合了点点数据、企业财报、专家访谈，根据点点数据统计模型核算所得。

目录

catalogue

01 短剧出海现状和背景

02 海外热门短剧应用2024Q1数据分析

03 海外热门短剧应用2024Q1营销分析

04 短剧行业发展趋势展望

Android短剧应用投放榜

畅读科技霸占榜首，九州文化发力冲刺

1		MoboReels	畅读科技
2		ShortTV	九州文化
3		DramaBox	点众科技
4		ReelShort	枫叶互动
5		GoodShort	新阅时代
6		Kalos TV	明 颜
7		FlexTV	MPU
8		MemeShorts	花笙网络
9		SnackShort	萌鹿文化
10		DreameShort	STARY

- 畅读科技的【**MoboReels**】以断层数量的创意素材投放占据榜单冠军，双端合计投放创意去重后超过21W。
- 九州文化的【**ShortTV**】在2024Q1加大投放，超过【**DramaBox**】位列投放第二。同时在旗下最新短剧的助力下，登上了美国App Store娱乐免费榜榜首。
- 花笙网络的【**MemeShorts**】近期主推短剧《Spoiled By My Billionaire Husband》的创意素材热度较高，该剧男主Nick Ritacco此前曾因主演《The Alpha 's Rejected Mate》而被众人熟知，也是短剧男主的热门演员之一。
- 网文大佬STARY也开始入局短剧，【**DreameShort**】于2023年11月开始创意投放，截至2024年3月其投放去重创意数超过6600条。

iOS短剧应用投放榜

头部变动较小，印度广播剧大佬入局

1		MoboReels	畅读科技
2		DramaBox	点众科技
3		GoodShort	新阅时代
4		FlexTV	MPU
5		ShortTV	九州文化
6		ReelShort	枫叶互动
7		Kalos TV	明颜
8		JoyReels	掌中云
9		Pocket FM	Pocket FM
10		LoveShots	晴赵

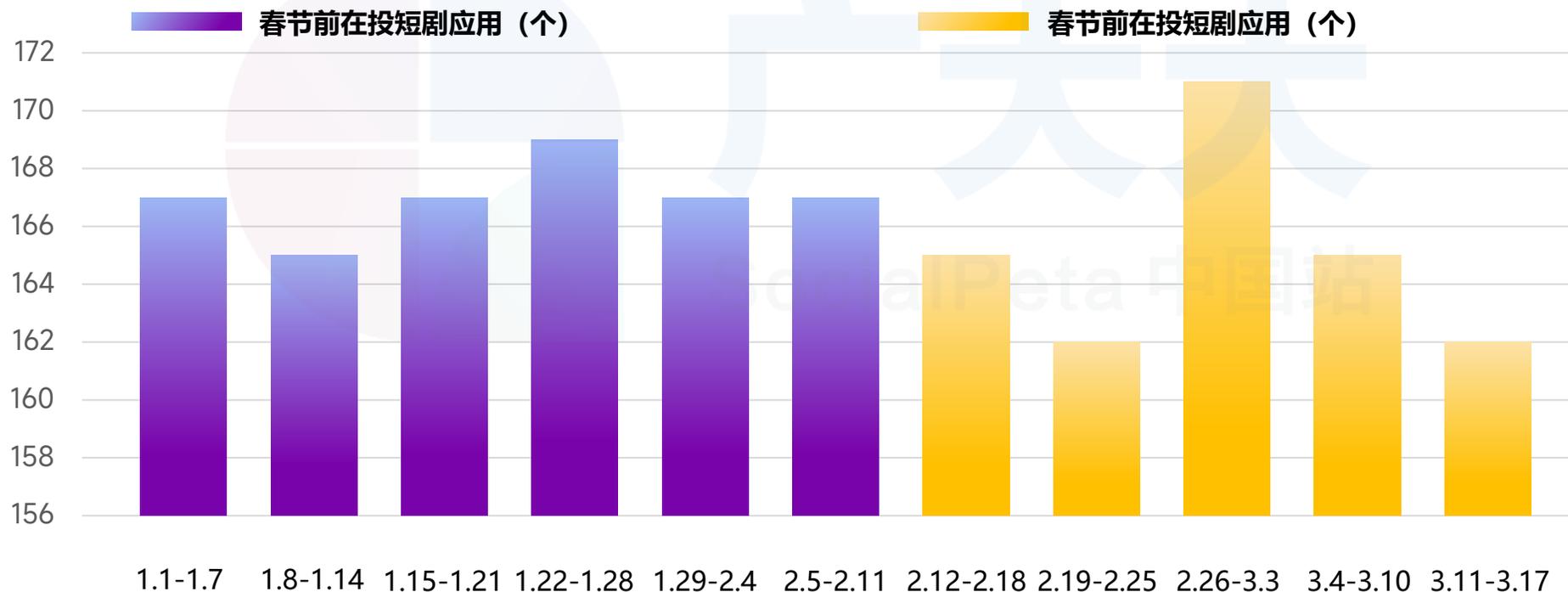
- iOS投放前7名仅有排名变动，依然是2023年表现较好的几款短剧应用，后三名的产品则和Android端略有不同。
- 掌中云旗下短剧应用【JoyReels】于2023年10月开始进行广告投放，截至3月其双端投放去重创意数超过4700条。从该公司的招聘页面可以看到，【JoyReels】主要也是面向北美市场。
- 印度广播剧大佬【Pocket FM】最近也入局了短剧，在原有平台上已经上架了不少短剧剧集。
- 此前有媒体报道【LoveShots】是由网易推出的短剧产品（早前的开发者为网易有道词典，后面变更为晴赵），在2024Q1该产品的投放量也排在了iOS系统前十。

2024Q1短剧应用广告主投放趋势

春节期间在投短剧广告主开始下降



一直到2024年第9周（2月底3月初）才开始回升，在投短剧应用数量峰值出现在3月初，之后数量下降较为明显

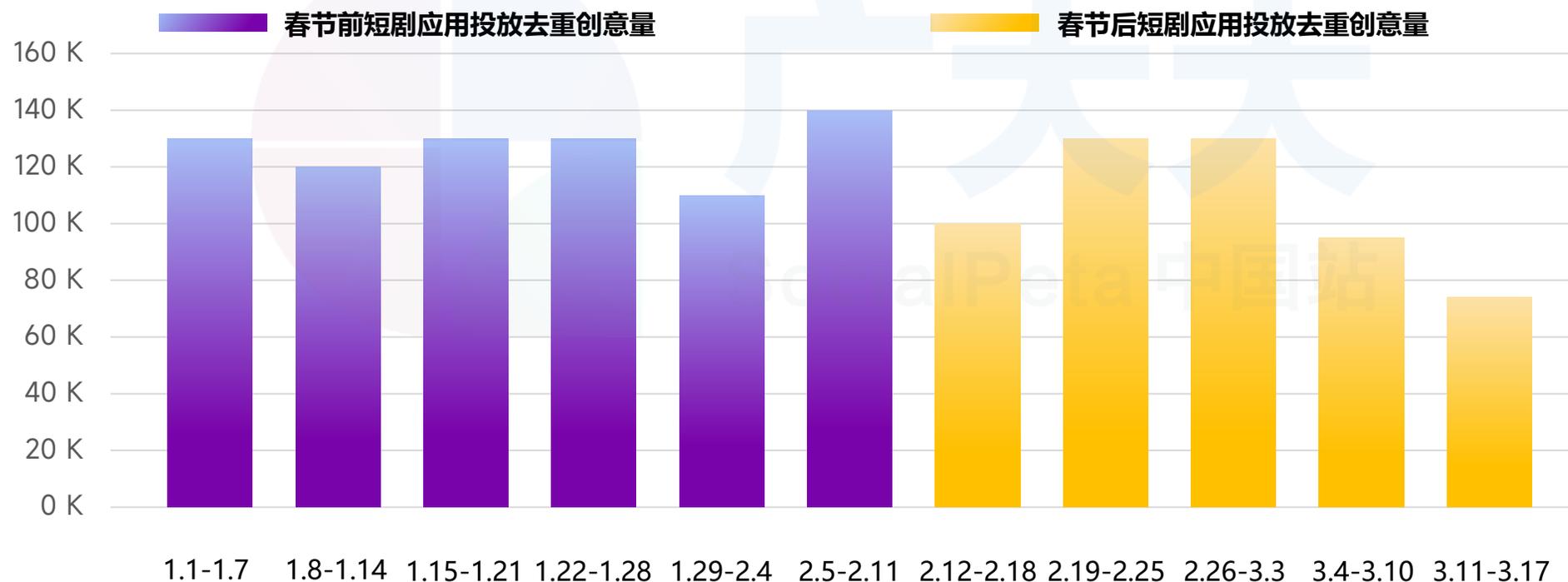


2024Q1短剧应用去重创意投放趋势

峰值在春节前一周



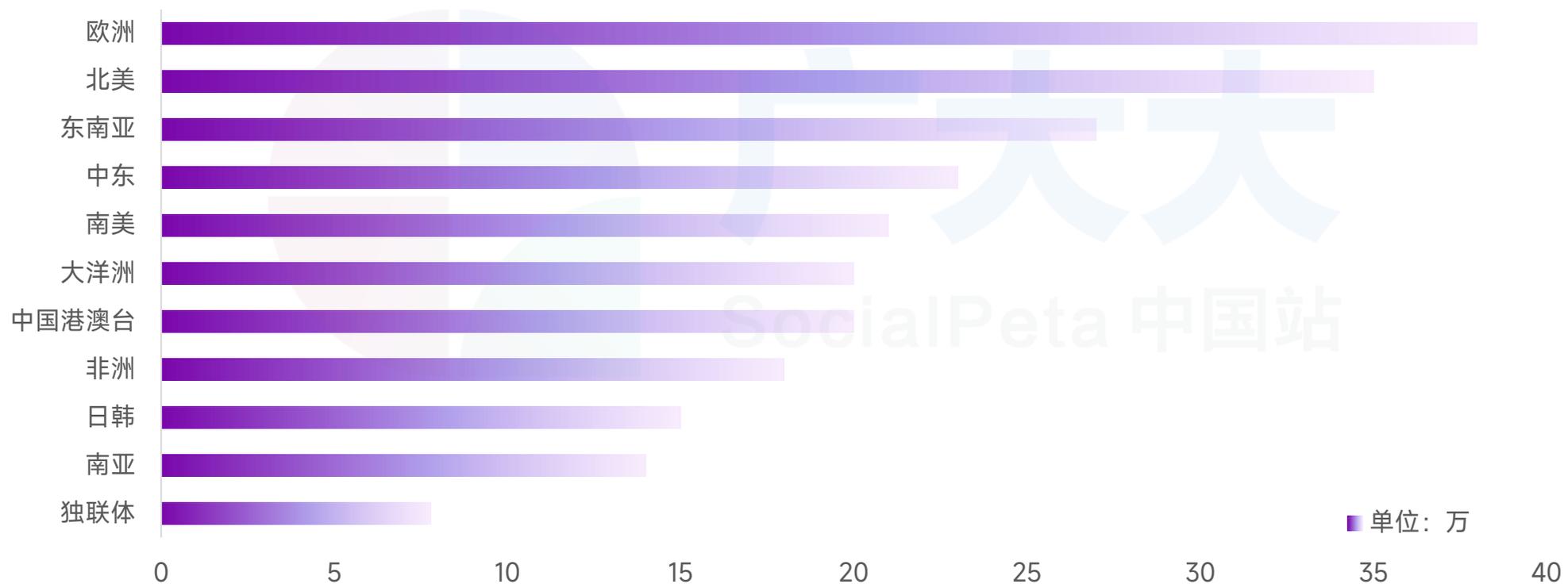
春节前一周出现创意投放峰值，但在春节周下降，之后出现小回升后开始走低，整体去重创意数量走势较为平稳，最低周投放去重创意数不低于60K



2024Q1短剧应用地区创意投放趋势

欧洲和北美地区投放最高

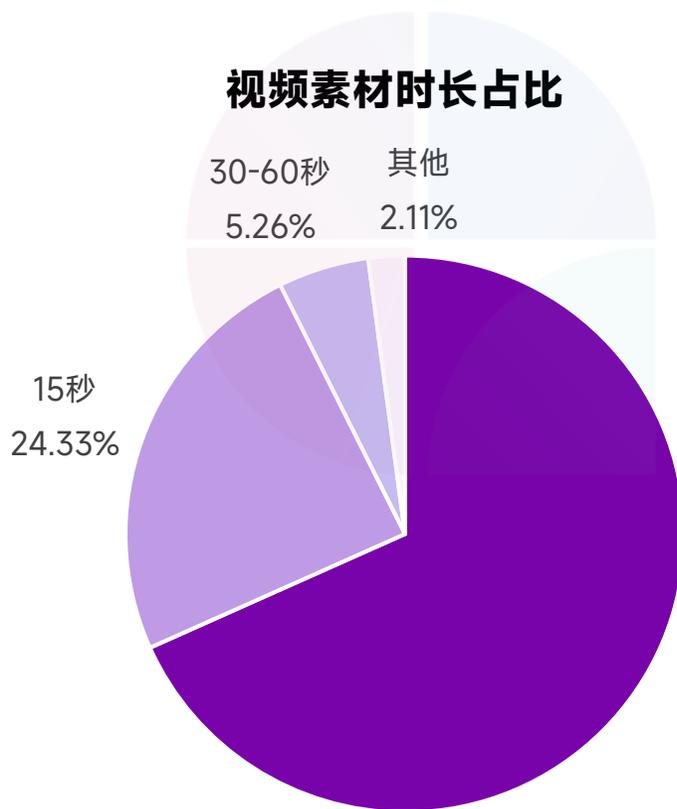
其次则为东南亚地区，中东和南美地区最近投放略有提升



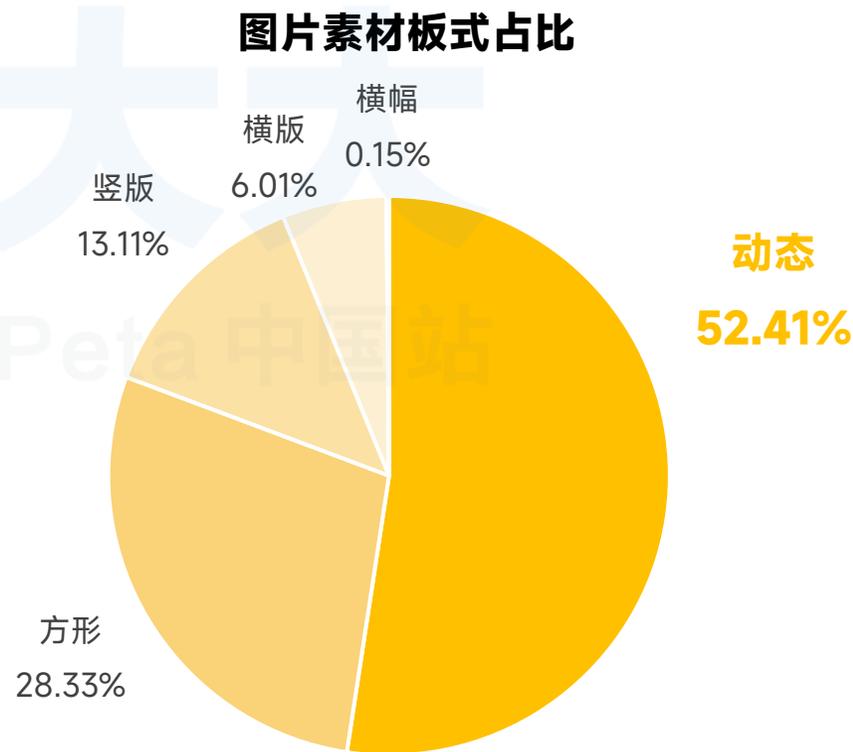
2024Q1短剧应用创意类型投放趋势

视频创意以60秒以上的整集短剧为主

60秒以上视频占比超过68.31%，15秒的视频创意占比退居第二，但仍然占比接近总体的1/4；图片创意以动态和方形为主，合计占比超过80%



60秒以上
68.31%



动态
52.41%

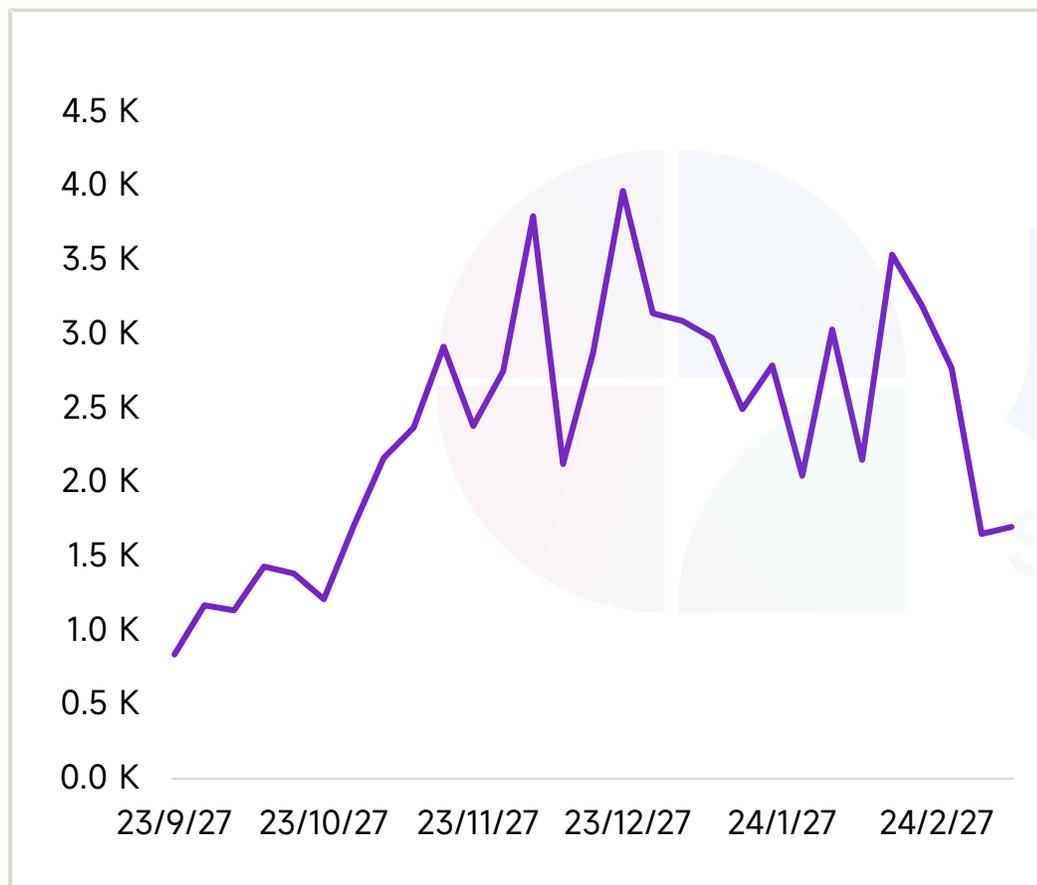
九州文化 ShortTV

【ShortTV】算是出海短剧中较晚的一批，此前九州文化一直都专注于国内短剧市场，在国内稳坐头部之后，才于2023年9月正式出海展开厮杀。

3月15日，【ShortTV】在登顶了美国App Store娱乐免费榜之后，畅销榜排名也从之前的不入榜冲到了应用总榜第24名，娱乐榜第8名，一举超越此前的短剧一哥【ReelShort】，表现堪称惊艳！



ShortTV近半年投放趋势



早期：9月初-11月中旬

早期主要做投放测试，重点投放欧美、北美和东南亚等地区，素材占比均在40%左右，随时间逐渐增加投放量



中期：11月中旬-12月底

期间出现两次投放峰值，此时主推短剧为《Call Me Alpha》和《Return Of Ceo's Lovely Wife》，欧洲北美投放占比均超47%



后期：1月初-至今

近期又出现过一次峰值，主要为新短剧《Forbidden desires :Alphas Love》造势，且于3月15日登顶美国App Store免费娱乐榜



ShortTV在投热门素材

投放渠道: Messenger

投放地区: 美国、印尼、日本.....26个国家/地区

素材文案: 😍🚫 Massive short dramas 🚫😍🔥 The taboo romance between Adrian and Chloe in multiple identities. 📺 Download Short TV to watch more series

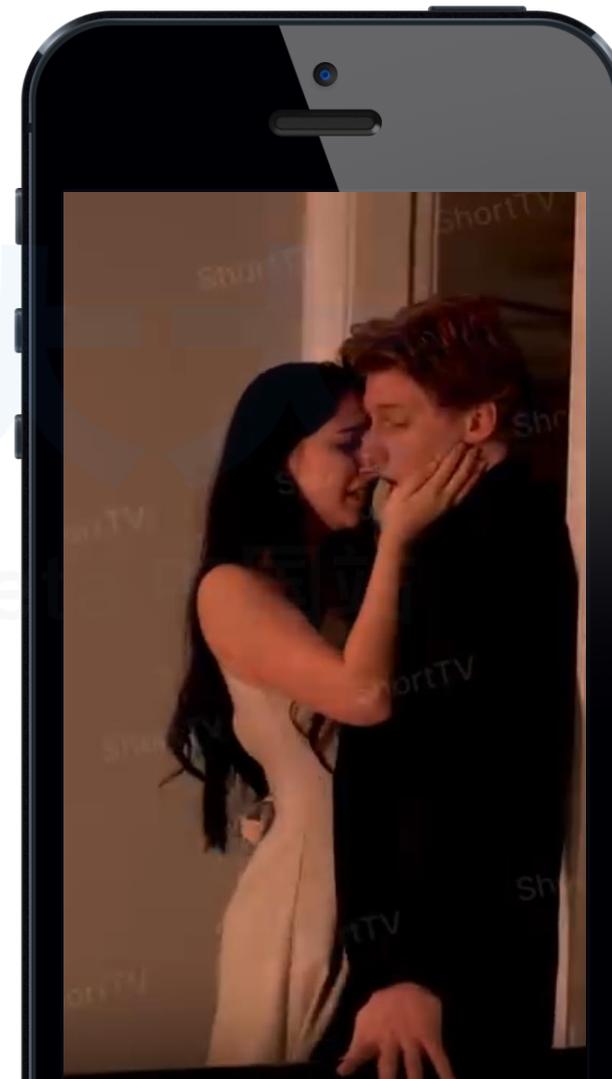
素材创意: 主角激吻→剧情倒序→惊险场景→留下悬念

65

热度值

8.4万

展现估值



点击图片播放素材

嘉书科技 TopShort

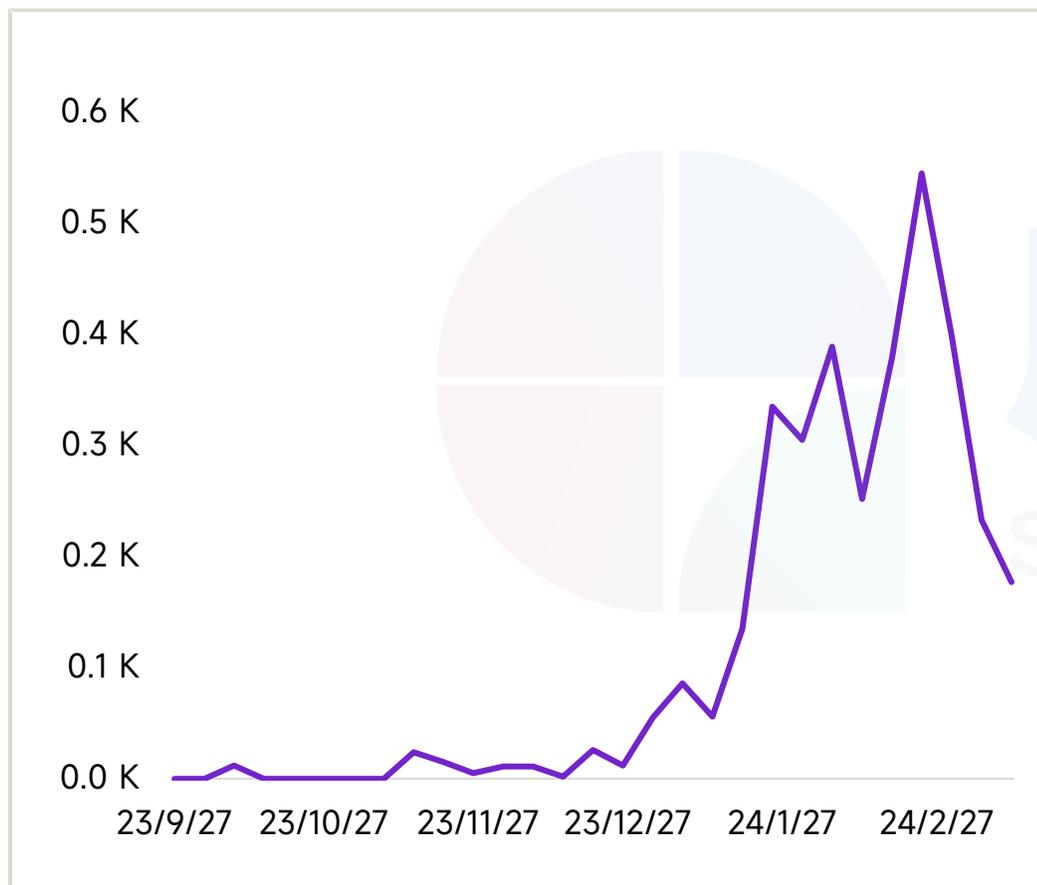
2024年2月11日，【TopShort】成功超越【Netflix】，登上日本iOS娱乐类应用畅销榜第11名的位置，带领短剧应用首次突破日本市场。

据官方介绍，【TopShort】上线的剧集并不像之前的一些短剧，节奏相对较慢，转折一般也是发生在几集的铺垫之后。

变现方面和常见的短剧应用有一定的区别，除了可以直接购买金币外，也可以通过订阅制成为会员，之后就能观看APP上的所有剧集了。



TopShort近半年投放趋势



早期：10月初-24年1月中旬

【TopShort】初期投放的素材量较低，主要投放日本地区进行试量，占总体约70%左右



中期：1月下旬-2月中旬

2月主推剧集为《お嬢様のパワハラ退治》（暂译：大小姐的权利骚扰退治），带领该产品在日本超越【Netflix】



后期：2月中旬-至今

在2月峰值之后，出现了小短时间的自然投放下降，但整体比早期平稳



TopShort在投热门素材

投放渠道: Facebook

投放地区: 日本

素材文案: 社長令嬢が出勤初日にパワハラされてるって本当?!

翻译: 社长女儿上班第一天就受到权力骚扰，这是真的吗？

素材创意: 职场冲突→文件抄袭→打脸转折→风向再变→眼神结尾

305

热度值

32.3万

展现估值



点击图片播放素材

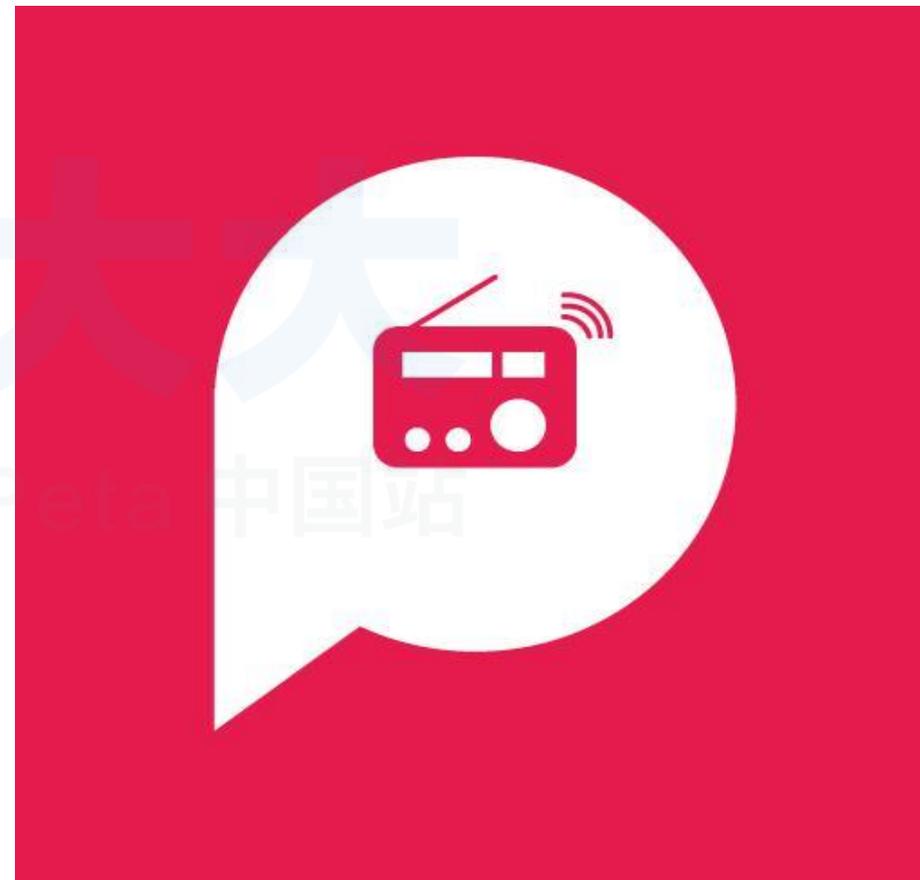
PocketFM PocketFM

Pocket FM是印度头部有声读物平台，专注于OTT音频应用程序开发，为用户提供长篇音频内容，包括音频节目、故事、小说和播客等，配音来自多名作家和语音艺术家，包含多种语言的创作内容。

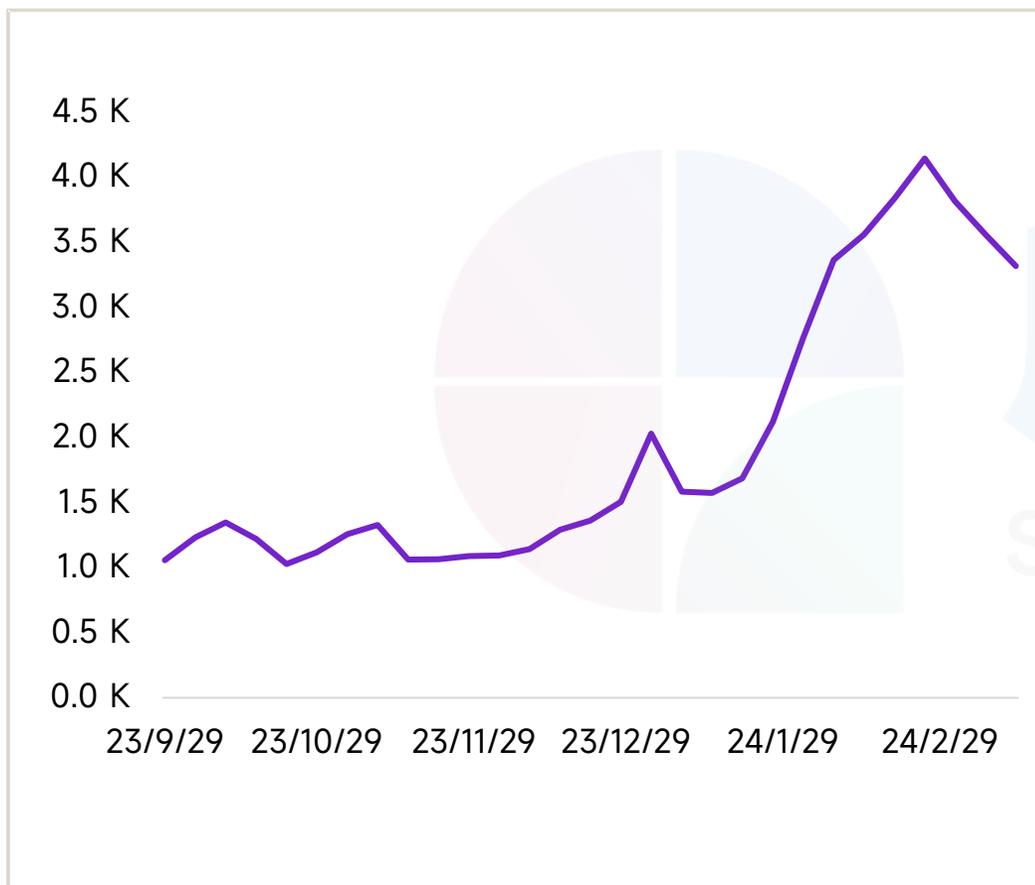
前段时间，Pocket FM在D轮融资中筹集了1.03亿美元，由Lightspeed领投，行健资本 (StepStone Group) 参与。

在广大大最新抓取的素材中，已经看到Pocket FM投放的短剧素材，其演员正是之前ReelShort爆红之作《The Double Life of My Billionaire Husband》的男主角。

有声书大厂入局短剧市场，相信2024年的赛道争斗只会更加激烈。



PocketFM近半年投放趋势



早期：23年6月-23年11月

【Pocket FM】主要还是以有声书的形式传播内容，这次的短剧也是由有声书改编而来，其有声书最早于2023年6月开始投放。



中期：23年11月-24年2月

在23年9月，【Pocket FM】开始在油管频道Pocket FM Dramas上传短剧剧集《The Return》，第一集的播放量已经超过500万。



后期：2月中旬-至今

在其官方油管频道，开始更新短剧《Rekindled Heartache》，并邀请到男女主演进行宣传。



PocketFM在投热门素材

投放渠道: TikTok

投放地区: 美国

素材文案: She had the perfect family and a loving fiancé, but one day, she vanished without a trace. The mystery unfolds: Why did she run away from her seemingly ideal life? 🕵️♀️❤️

翻译: 她拥有完美的家庭和恩爱的未婚夫，然而有一天，她却消失得无影无踪。
谜团揭开：她为何逃离看似理想的生活？ 🕵️♀️❤️

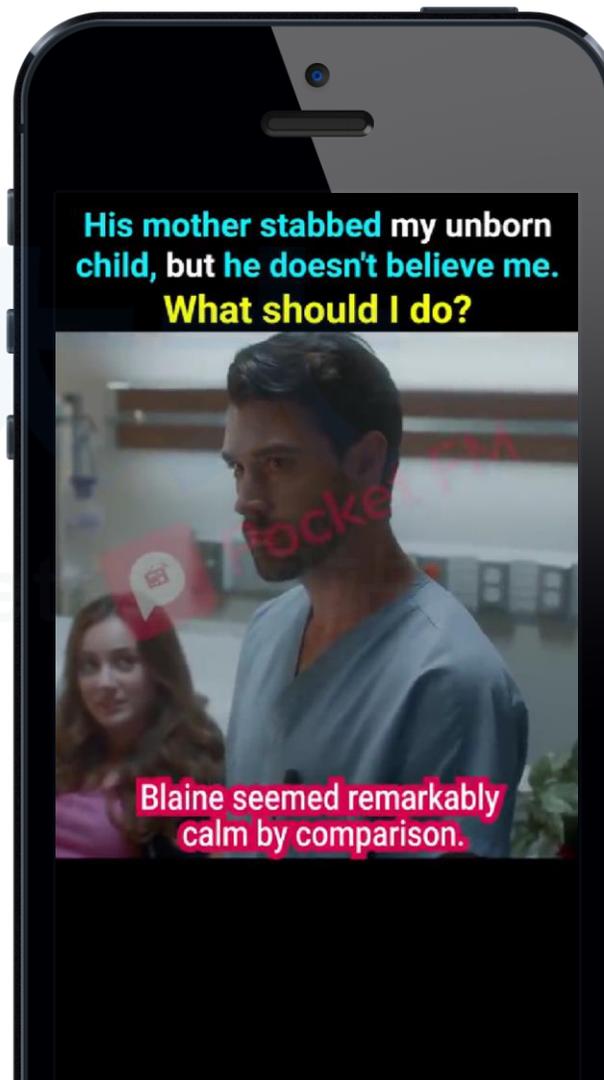
素材创意: 离奇谋杀事件→情侣误会分手→偶遇→悬念后续

999

热度值

880万

展现估值



点击图片播放素材

目录

catalogue

01 短剧出海现状和背景

02 海外热门短剧应用2024Q1数据分析

03 海外热门短剧应用2024Q1营销分析

04 短剧行业发展趋势展望

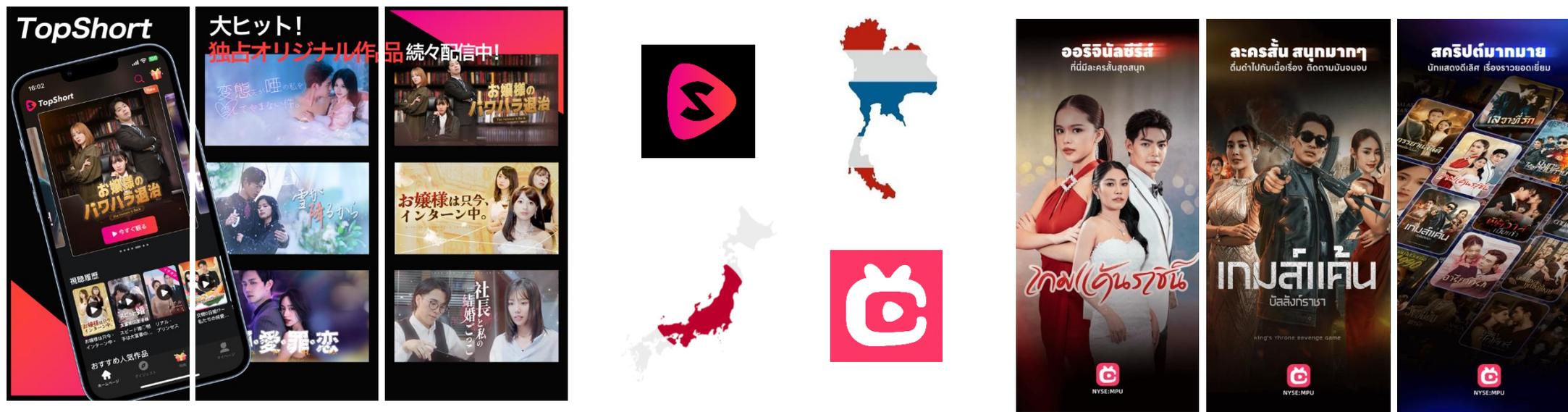
“圈地运动”进行时，行业全球化趋势日益明显



行业热度依旧处在上升期，海外蓝海市场依旧存在

从去年6月《ReelShort》数据上升、在11月引来爆发式增长后开始，标志着海外短剧行业的这一波热度迄今为止也才半年左右的时间，从各项数据的趋势上来看，近乎翻倍的数据增长标志着行业仍然处在上升阶段，点众科技海外业务负责人吴克雷在日前举办的微短剧创新发展与国际传播论坛中提到：“我们预测2027年海外微短剧市场规模能突破100亿美元。中国微短剧也将成为全球第五个文化现象”。各界对于短剧行业的未来普遍看好。且从内容产出的角度上看，除了头部的几款产品开始探索融入当地文化以产出进一步的本土化内容外，大部分赛道上的入局者仍然处在搬运和简单加工国内现有作品的初级阶段。整体来看，入场门槛并不高。

与此同时，在北美市场竞争日益加剧的趋势下，行业内卷势必推动厂商布局重心向其他地区扩散，整个行业终将迈向全球化。而在当下，这一进程尚处在起步阶段，此时采取差异化竞争策略，回避竞争激烈的北美市场，不失为一种良策。比如上文中提到的崛起于日本市场的《TopShort》，又比如以泰国市场为支点，布局整个东南亚的《FlexTV》，对于后来者而言，广撒网不如专攻一隅。



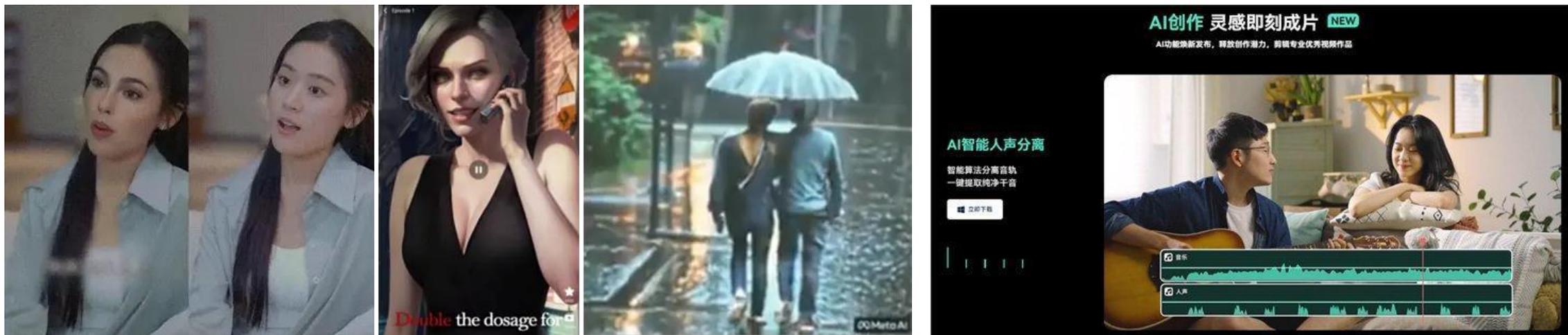
来源：点点数据自主研究及应用商城产品详情页图片

商业模式日趋成熟，技术创新驱动行业发展

市场在竞争和内卷中固化，创新技术或将成为短剧行业未来新增长点

随着海外主流市场的竞争加剧，势必也将面临与国内短剧行业同样的发展阶段，即从粗放走向正规，监管落地，行业自清，并从高数量向高质量发展。而经过这样一次“升级”后，海外短剧行业将形成一套成熟的商业模式，产业链全流程专业化水平提高，作品多元化、精品化的同时，行业入门门槛也将变高，一些只为逐利而来的“掘金班子”被淘汰，市场格局将会形成并逐渐固化。

此时，技术创新将成为短剧发展的重要驱动力。随着AIGC、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等前沿技术的不断进步，短剧创作有望融入更多的创新元素，为观众带来更加沉浸式和交互式的观剧体验。在技术赋能下，短剧行业也将再次迎来爆款频出的阶段。亦如近两年里AIGC对作图、视频制作产品的赋能。目前也已经有一些短剧产品开始探索新技术的应用，例如，《DramaBox》开拓了一个名为 Animation的专区专门放置AI 动画成图+ AI 配音的作品，尽管受欢迎度不高，但为测试题材提供了一种快速、低成本的途径。《ShortTV》则是自研了内部AI短剧工具Moss，目前已经迭代到第三代。当未来新技术发展到有足够能力重塑短剧表现形式，势必将会改变短剧行业市场格局，成为行业未来新的增长点。



版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合点点数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与点点数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

点点数据是移动应用、游戏数据监测服务商，为全球企业提供APP下载量、收入、使用行为和应用市场监测的一体化平台。



应用覆盖

800万+



日活跃设备监控

1.7亿+



日数据存储量

100亿+



监测国家和地区数

176个



最全的应用数据库

- App Store
- GooglePlay
- 国内安卓
- TapTap



强大的数据算法

- 三维重建算法
- 游戏数值算法

精准统计分类

- 应用分类
- 游戏题材
- 玩法
- IP

爬虫技术

- 实时抓取
- 多维度



报告声明



1、数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球应用市场移动广告数据透视。我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经覆盖全球 70 多个渠道，近 70 个国家地区，积累超 16 亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据多达百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2、数据周期及指标说明

报告整体时间段：2023.12- 2024.3

具体数据指标请参考各页标注

3、版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4、免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 涉及国家地区说明 (按照广大大产品地区标注，并不代表实际地理分布)

北美：美国、加拿大、墨西哥、巴拿马

欧洲：土耳其、法国、德国、英国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、波兰、葡萄牙、比利时、瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰

日韩：日本、韩国

中国港澳台：中国香港、中国澳门、中国台湾

东南亚：泰国、印度尼西亚、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾、柬埔寨

大洋洲：澳大利亚、新西兰

南亚：印度、巴基斯坦

中东：巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯、阿联酋、阿塞拜疆、黎巴嫩、科威特、以色列、阿曼、伊拉克、摩洛哥

南美：巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭

非洲：埃及、肯尼亚、尼日利亚、安哥拉、南非、阿尔及利亚、利比亚、塞内加尔、科特迪瓦



使用广大大洞察竞争对手的广告数据，可通过全球渠道、媒体、广告主的不同维度广告数据获取信息和灵感。我们覆盖超 70 个国家/地区，70 多个全球广告渠道。比如 Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Unity等知名广告渠道，全部广告创意已经达到 16 亿级别，每天更新百万以上。通过**投放天数、展现曝光、热度、互动** 4 大指标，我们可以快速定位出在投优质素材，为您提供实时的市场营销参考。

广大大作为全球领先的广告营销平台，凭借庞大的数据库和服务上千家游戏客户的经验，为移动游戏从业者提供更切实可行的方法论，助力打造出更受玩家喜爱的游戏作品。

600 万

APP 广告主

16 亿

APP 创意素材

120 万

每日新增

官网：www.guangdada.net

游戏数据/移动应用分析平台

点点数据 & 广大大



点点数据
产品咨询/试用



公众号：广大大出海笔记

