



2025出海短剧 营销趋势洞察

广大大数据研究院



关注官方微信号
“广大大短剧笔记”



关注官方微信号
“前海像样HuntMobi”

资深短剧从业者 真页

AI短剧还在探索阶段 最终还是卷内容

目前**AI短剧基本还是技术和创意融合探索阶段**，不同的工作流也会出现不同的难点，不过主要集中在：内容层面和技术层面。站在不同的视角也会看到不同的表现，简单说说一些观察和体感：

受众视角来看，内容是是不是AI做的不是问题，内容能否让他看上去更重要，我也关注了多个小爆的AI短剧，其中还有一些搞抽象的AI短剧，评论区里能看到对AI短剧成片效果的包容以及对创作者脑洞的赞叹，当然也会吐槽一些表情管理失败或者情绪传递不到位的镜头，同时还会发现也有很多人会催更，这些问题都会很直接的反馈给创作端，特别是催更这种到底是内容创意问题还是制作产能问题。

创作端关注的一直是内容创意、制作成本、制作周期、制作效果，特别是**AI短剧和实拍短剧的性价比对比是创作端最关注的核心**，目前相对来说，AI短剧不需要很高前期成本和数个工种的配合就可以先做起来，所以创作者们都可以试着做个几集，初期试错优势明显，但长线产能还是面临挑，特别在生成效果上，创作段也需要为技术妥协并做调整，所以现在创作端往往会考虑尝试各类幻想（玄幻、科幻、魔幻等）、悬疑、恐怖等题材来扬长避短。

工具端也就是AI短剧制作平台的难点则是非常多的，多模态融合本身是一个巨大的范畴，但**底层难点基本是模型能力和算力成本**。



平台要服务好创作端的创作需求并解决受众提出的各类问题，比如搭建工作流、建议内容素材库、提供优质的生成能力-生成质量、生成速度、生成价格（算力成本下降也会减轻创作端内容成本）、可控制程度（比如场景服化道等要素的控制、人物动作及表情的控制、镜头控制等等）；这些没做好就会在创作端出现一些创作端常说的使用问题比如剧本理解问题、人物一致性、动作连贯性、人物表情及表演、人与人、场景、道具交互等问题。

现在这类工具平台也比较多的，但**未来工具平台的差异化还是会体现在一些核心难点的攻克上**，因为涉及的问题和优化方向很多，我简单先提一个方向比如面部微表情专项，短剧中很多情感表演和传递通过微表情和对应的动作来体现，我们会看到AI短剧中包括眨眼频率、嘴角弧度、眼神方向等细节难以精准控制，导致角色显得呆板或情绪错位，这就需要靠超大规模高精度面部肌肉数据集做专项的训练和优化。

整体来说，随着视频生成技术的迭代升级和更多的优秀创作者的加入。AI短剧的内容生态会越来越好，而且AI短剧和实拍短剧也会开始相互融合，半AI半实拍的短剧或其他视听内容应该也会越来越多，最后**当技术趋于成熟的时候还是卷内容**。

DreameShort 独家观点

在海外短剧营销的版图中，精品原创短剧正成为极具长期价值的投放利器。在当下海外的内容消费市场中，精品原创短剧正展现出不可忽视的长青效应。与普通内容相比，这类短剧凭借紧凑的剧情、精良的制作和独特的创意，在吸引新用户方面成效显著。它们以新颖的形式和高质量的内容，迅速抓住观众眼球，成为拉新的中坚力量，并且可以穿越周期持续投放。这些精品原创短剧作为内容资产，具有持续的生命力和商业潜力，能够随着时间推移不断释放价值，为平台带来长远的收益。





使用广大大洞察竞争对手的营销策略，通过全球渠道、媒体、广告主等不同维度的广告数据获取信息和灵感。我们覆盖超80个国家/地区，80+全球广告渠道。比如Facebook，Google，X，YouTube，TikTok，Unity等知名广告渠道，全部广告创意已经达到16亿级别，并保持小时级别更新频率。

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VIP客户的经验，为移动从业者提供更切实可行的方法论，助力打造出更受用户喜爱的产品。

600 万

APP 广告主

16 亿

APP 创意素材

120 万

每日新增

官网: www.guangdada.net



HuntMobi(前海像样)是一家专注全球企业增长新赛道的BI科技公司，拥有Meta、Google、TikTok for Business等多家头部媒体代理资质和自主研发的智能投放管理系统-BI4Sight，显著提升投放人效、财效、管效，拥有信号匹配率高达97+%的Web2App技术，覆盖全流程的内容营销生态，能提供开户、代投放、全链路咨询及增长解决方案。

HuntMobi 作为中国短剧出海赛道先行者，着力于打造短剧平台全链路生态闭环。在短剧出海的投放、版权交易、精准获客、变现等多环节都拥有丰富的实践经验。我们以“科技赋能，成就全球新领军企业”为使命，陪伴出海企业、助力出海增长，赋能出海未来。

10000+

广告主

90%

网文/短剧出海客户市场占有率

官网: <https://www.huntmobi.com>

目录

Contents

- 01. 短剧出海投放观察**
- 02. 爆款短剧出海案例**
- 03. 短剧出海全景洞察**
- 04. 短剧出海制胜攻略**

投放观察

中国短剧海外广告营销

投放榜单、月度趋势、热投地区、系统占比

2025Q1 短剧应用投放TOP20



1		ShortMax	九州文化	11		Shot Short	花笙书城
2		NetShort	NETSTORYS MATRIX	12		ReelShort	枫叶互动
3		DramaBox	点众科技	13		MiniShorts	Noventure PTE. LTD.
4		Kalos TV	QINRON	14		DreameShort	STARY
5		StardustTV	山海短剧	15		JoyReels	JoyDream Limited
6		MoboReels	畅读科技	16		FlexTV	MPU
7		GoodShort	新闻时代	17		HappyShort	Zhengzhou Tianqiao E-commerce Co., Ltd
8		FlickReels	掌玩	18		Playlet	清盈网络
9		My Drama	Holy Water Limited	19		TouchShort-TV	Sheng Rui Culture
10		HoneyReels	HK YAWEN INFORMATION	20		SnackShort	萌鹿文化

1		ShortMax	九州文化	11		My Drama	Holy Water Limited
2		DramaBox	点众科技	12		MiniShorts	Noventure PTE. LTD.
3		DramaWave	SKYWORK AI	13		Sereal+	中文在线
4		NetShort	NETSTORYS MATRIX	14		JoyReels	JoyDream Limited
5		ReelShort	枫叶互动	15		RadReel	RadReel official
6		StardustTV	山海短剧	16		FlexTV	MPU
7		Kalos TV	QINRON	17		HappyShort	Zhengzhou Tianqiao E-commerce Co., Ltd
8		MoboReels	畅读科技	18		DramaShorts	Brailion Ventures Limited
9		GoodShort	新闻时代	19		DreameShort	STARY
10		FlickReels	掌玩	20		FreeReels	SKYWORK AI

全球短剧应用 月度投放趋势观察

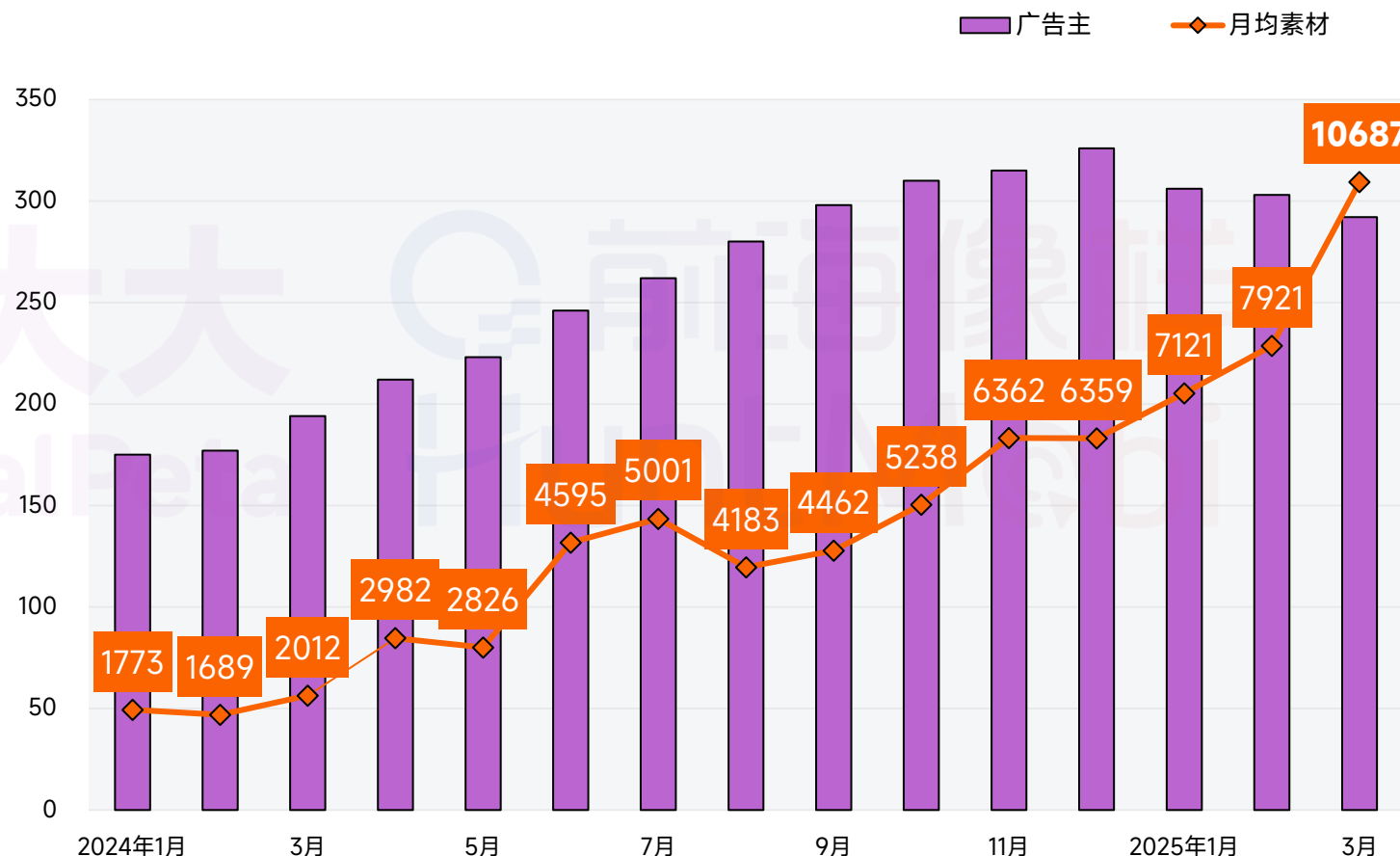
2024年在投短剧广告主逐月增加，于12月达到顶峰超过320名；月均素材量仅在几个单月出现降低，整体呈现翻倍的趋势，在2025年3月达到顶峰，预计后期还会继续增加。

2025Q1 月均在投广告主

300

2025Q1 平均月均素材量

8576条



2025Q1 热门国家/地区 短剧应用投放观察

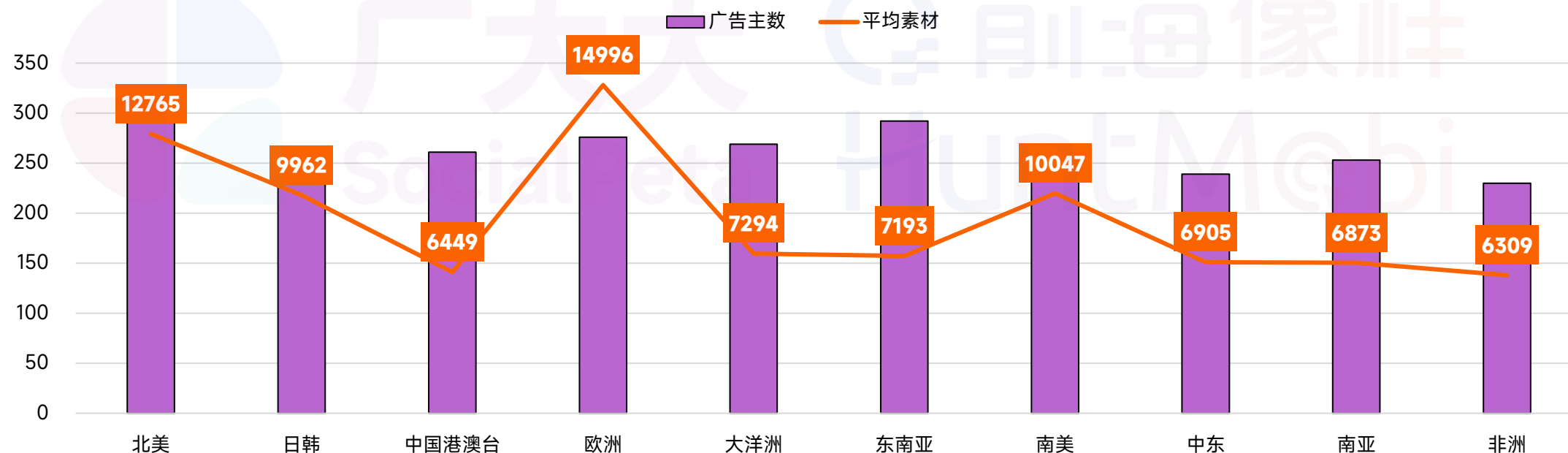
北美地区仍然是短剧投放的重中之重，广告主数排第一，其次则是东南亚地区
除了热门地区外，中东和非洲地区的素材处于中游，同样值得关注

广告主数最高：北美

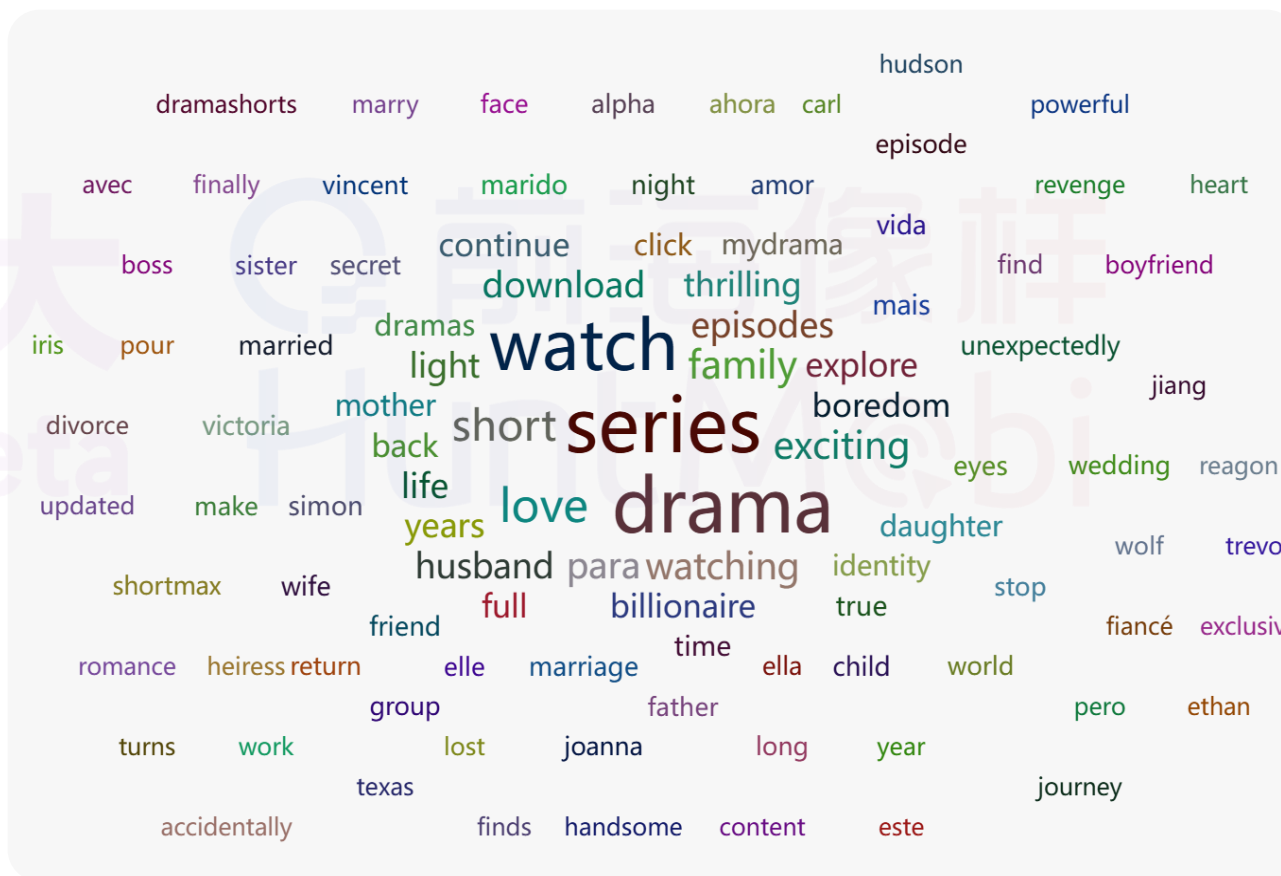
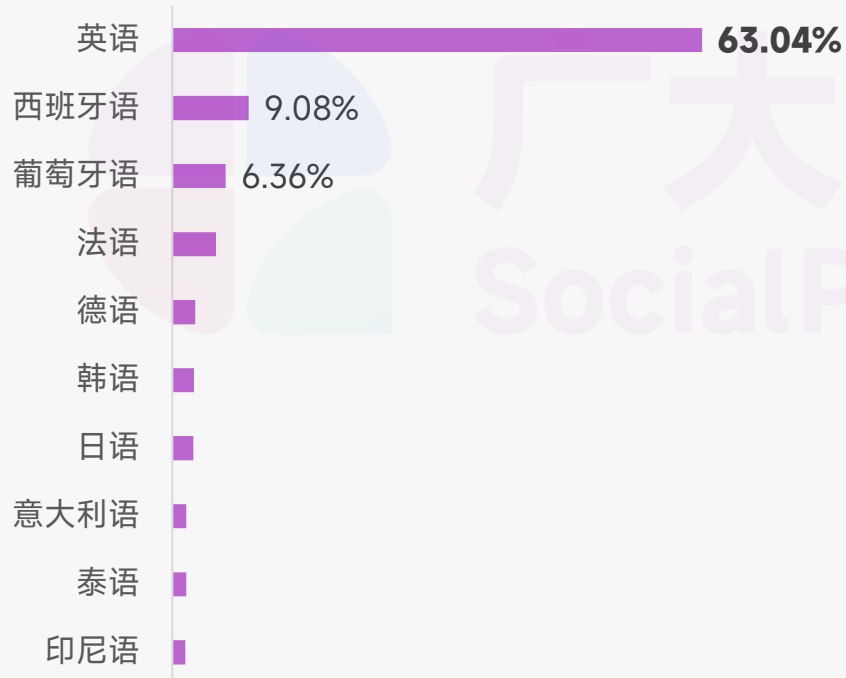
2025Q1北美地区在投短剧广告主数量最高，超过300个平台在此地区竞争

平均素材最高：欧洲

欧洲地区平均素材数在所有地区最高，其次是北美和南美



6成以上短剧文案使用**英语**，其次则是西班牙语和葡萄牙语；除了“drama”“series”“watch”等常用大词外，“husband”“sister”等代表**亲属关系**以及“billionaire”“heiress”等**代表身份的关键词**出现频率颇高，“ella”“joanna”等**角色名**其次。



各系统 短剧应用投放观察

iOS和Android系统创意总量占比基本维持在45:55的比例，2025Q1投放在iOS系统的短剧创意便已超过3.1M，占比达到44.29%；但从量级来看，iOS短剧平台平均投放量更高，头部竞争更加激烈

2025 各系统投放创意量

2025Q1双系统短剧创意投放占比基本和2024相差无几，但创意总量远超2024同期



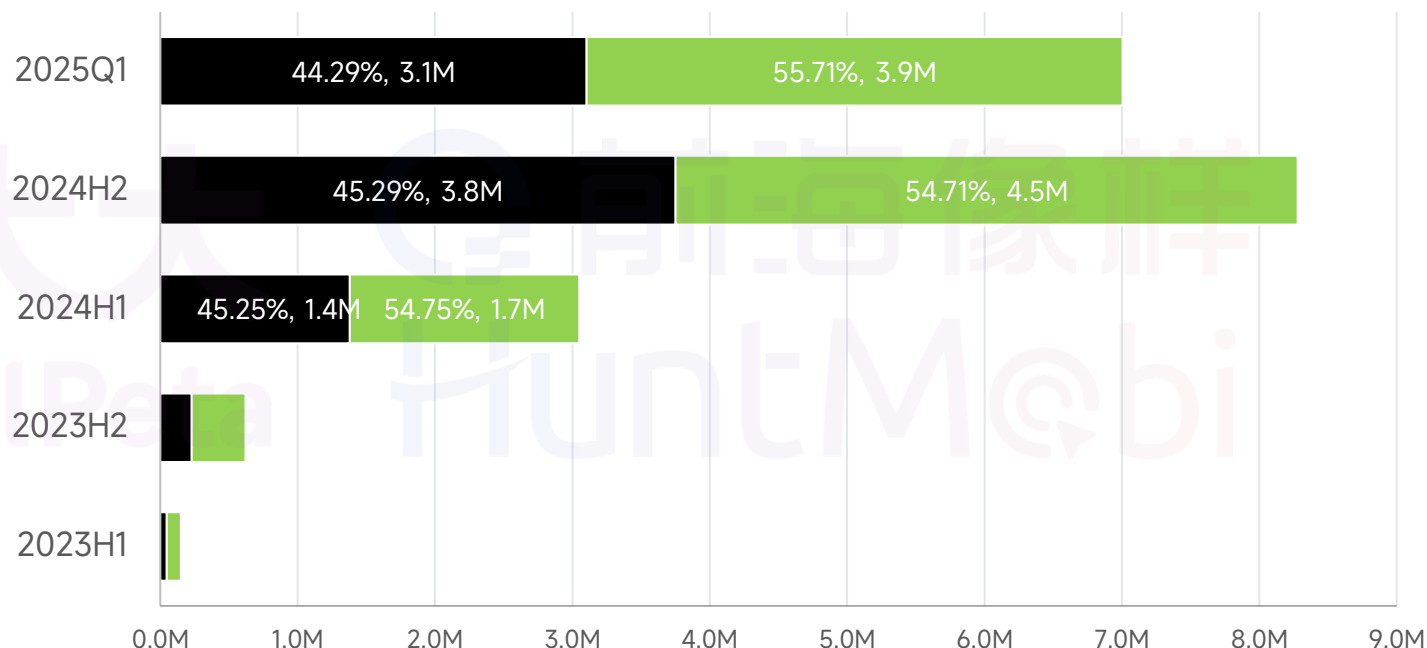
2.70W

2025Q1 iOS各广告主均素材量



1.67W

2025Q1 Android各广告主均素材量

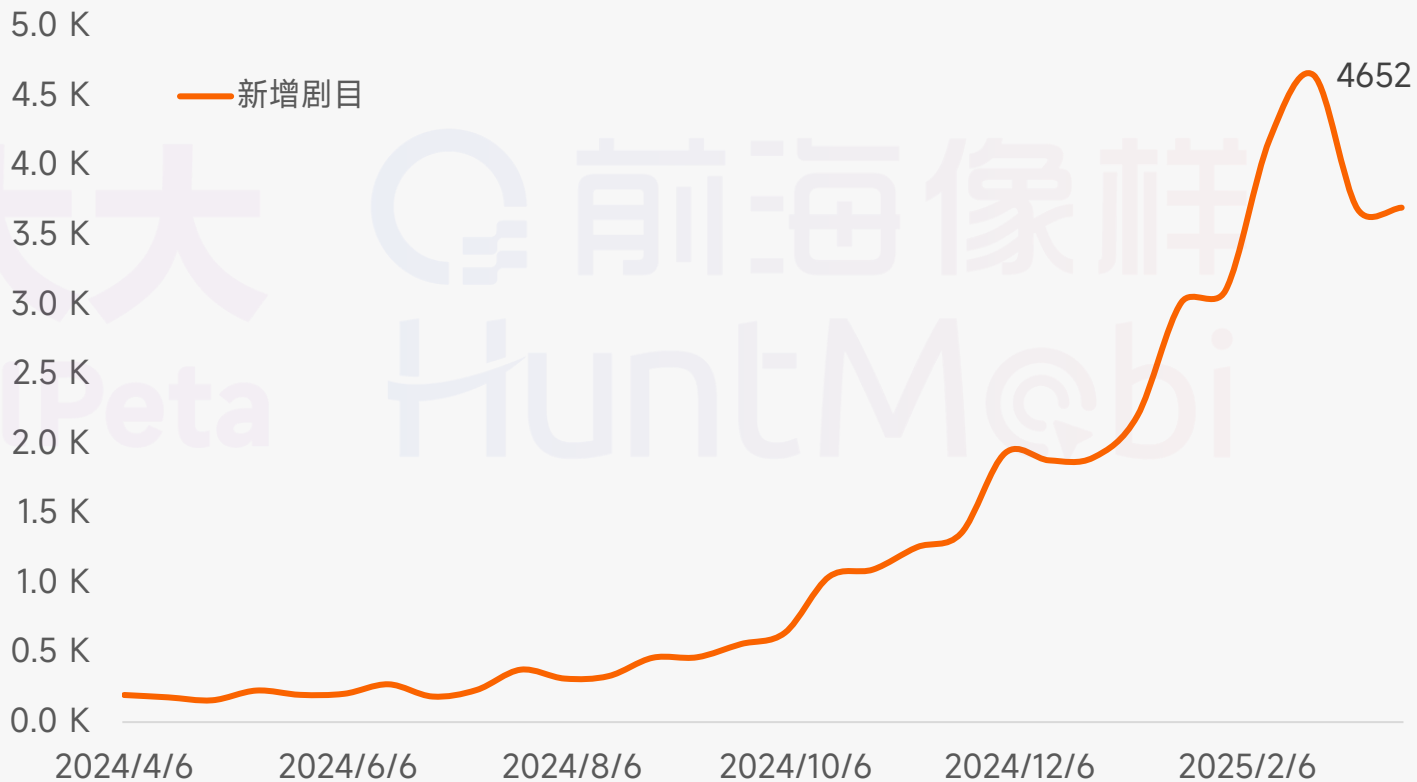


新增投放剧目 趋势观察

近期新上线短剧平台

	HotShort	2025/03/11
	Dramix	2025/02/21
	ZeroShort	2025/02/20
	Super Drama	2025/02/14
	Pocket TV	2025/02/13
	MaxDrama	2025/02/08
	Shorts	2025/02/06
	DramaTV	2025/01/31
	DashReels	2025/01/24
	iDrama	2025/01/23

2024年新增投放剧目总体呈上升趋势，一直到**2025年2月底达到峰值**，峰值新增投放剧目超过4.6K。



爆款案例

热门出海短剧平台营销分析

平台概况、突破事件、代表短剧、创意解析

翻译出海，投放抢先机

【NetShort】于2024年7月正式上线，有别于行业大佬们专攻海外本土短剧拍摄的经营策略，【NetShort】一直都是译制剧题海战术的忠实拥趸，简单的字幕翻译甚至不做配音，便能快速将一部国内热门短剧输送海外，直接文化出海。

NetShort

麦芽

广告主投放数据

产品首次投放：2024年7月

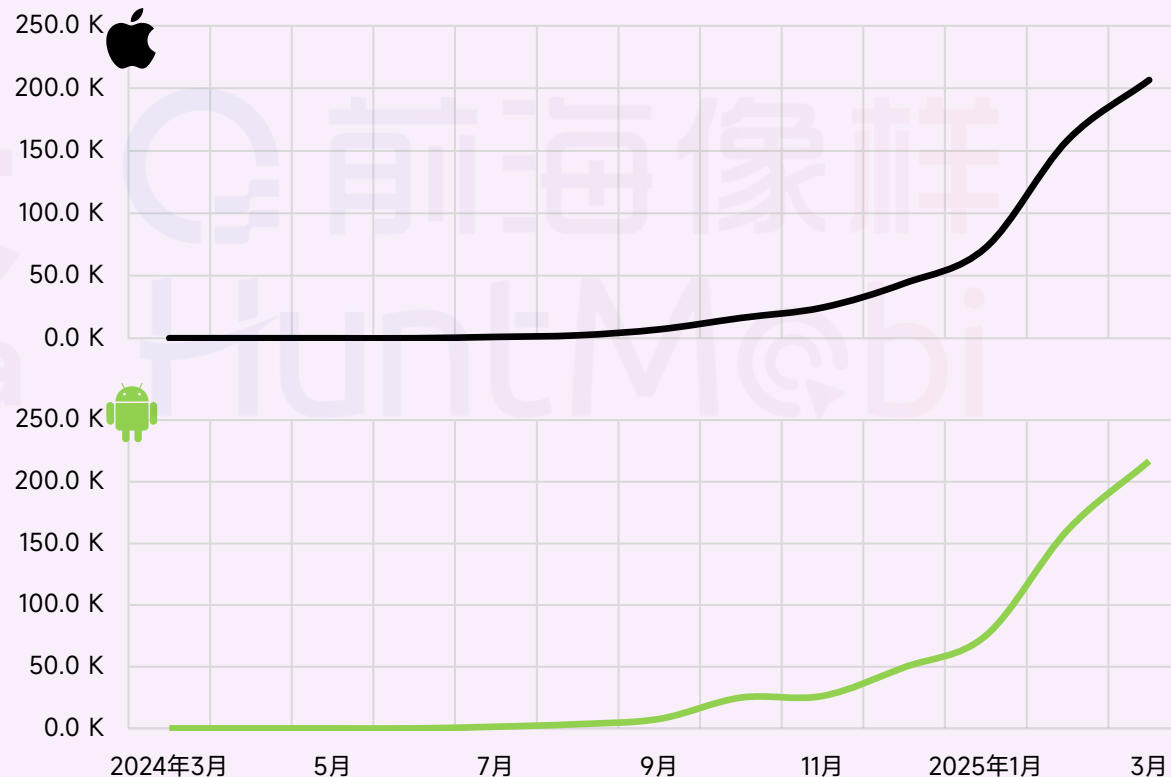
双端累计去重后创意：87.4W



热投国家/地区TOP10

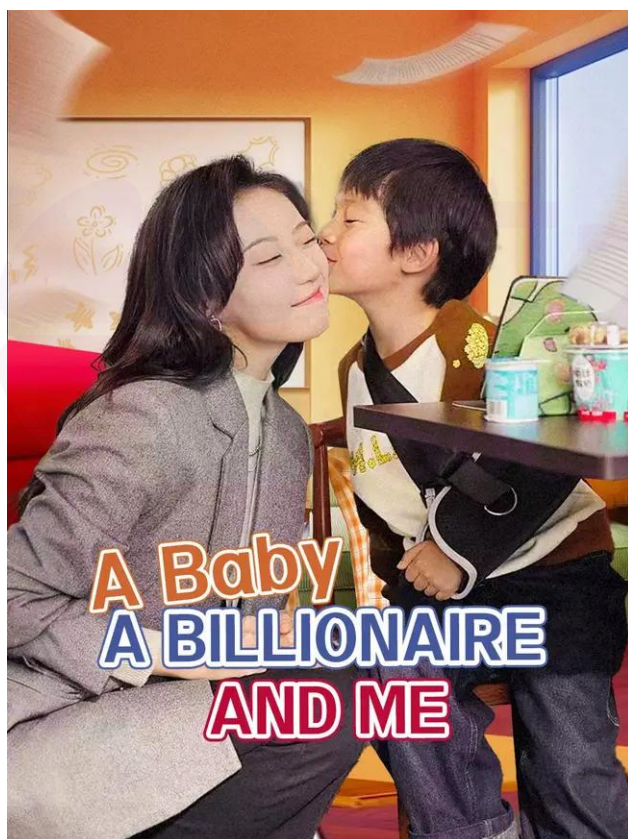


广告主投放观察



创意冲量，翻译剧也能行

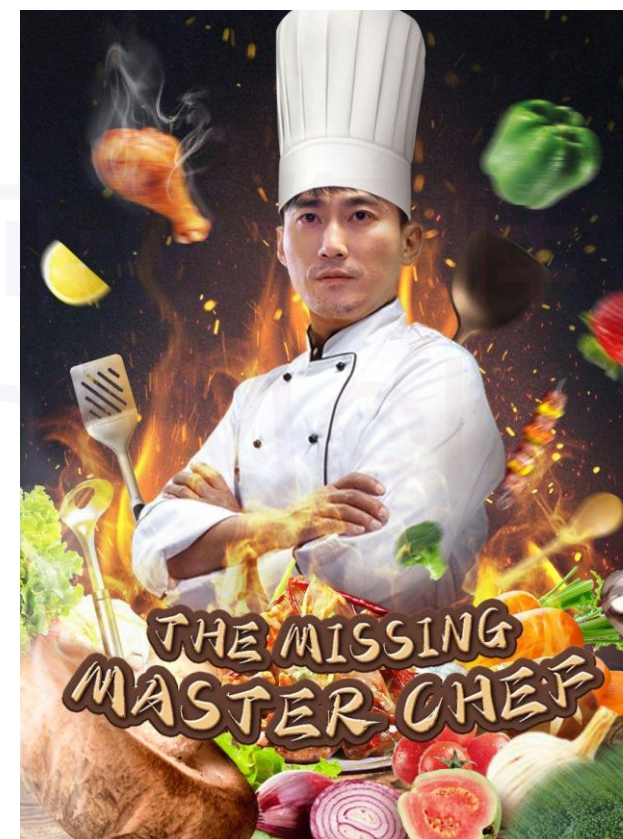
【NetShort】的投放表现十分突出，此前联合发布的多部短剧成功登上出海短剧日榜。平台本体也多次高居广大大出海应用TOP20投放榜，2月投放再进一步增加，双端单月投放素材数量总计超24万条，其中新投放素材占比更是接近90%。



男频女频一网打尽

不同于部分厂商死磕男频或女频单一市场，【NetShort】直接一力降十会，高频更新男频女频一把抓。

近期的热推翻译剧中《A Baby, a Billionaire, And Me》便是一部标准的女频萌宝短剧，《The Missing Master Chef》则是男频职业剧，紧跟潮流十分fashion。



NetShort N搭真情侣短剧，一力降十会



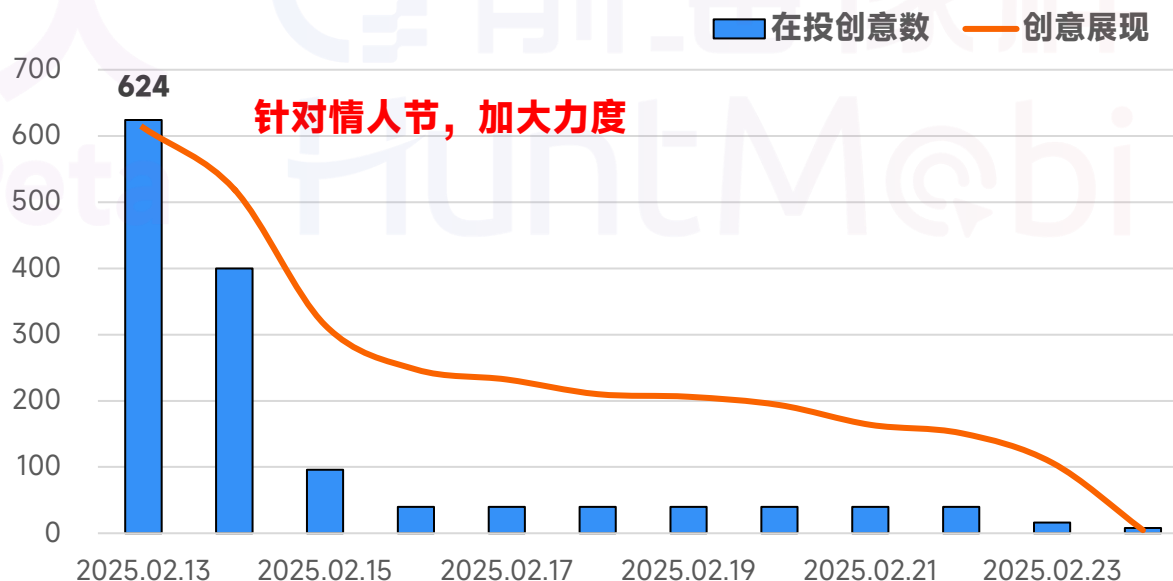
剧名: 《Spring Is Burning》

剧目平台:

总创意数: 696

总收藏: 123W

主投地区: 日本、韩国、美国、法国、中国台湾...



《Spring Is Burning》剧目热投创意拆解

在投热门创意：男女主欲感满满的吻戏通常被放在开头起到引流作用，放到中间起吸睛作用，亲到一半放在结尾起转化作用。一段素材3条吻戏，让观众大饱眼福。

[点击链接看原视频](#)

开头设计	中间剧情设计					结尾钩子
						
男女主拉丝热吻	女主欲擒故纵 实施复仇计划	霸总心动 为女主失魂落魄	萌娃出现 开启助攻模式	女主故意露出吻痕 男主吃醋发狂	为爱发狂 男女主再次热吻	定好下次约会 这也是女主的阴谋

冲进印尼畅销榜的字节网文平台

FlickReels是由FARSUNPTE.LTD.开发（社群人员透露其实际隶属掌玩），于2024年7月正式上架的海外短剧平台，目前其全球下载预估已经接近500万次，收入预估接近1000万美元，曾多次闯入东南亚娱乐应用畅销榜TOP10。

FlickReels

FARSUNPTE.LTD.

广告主投放数据

产品首次投放：2024年7月

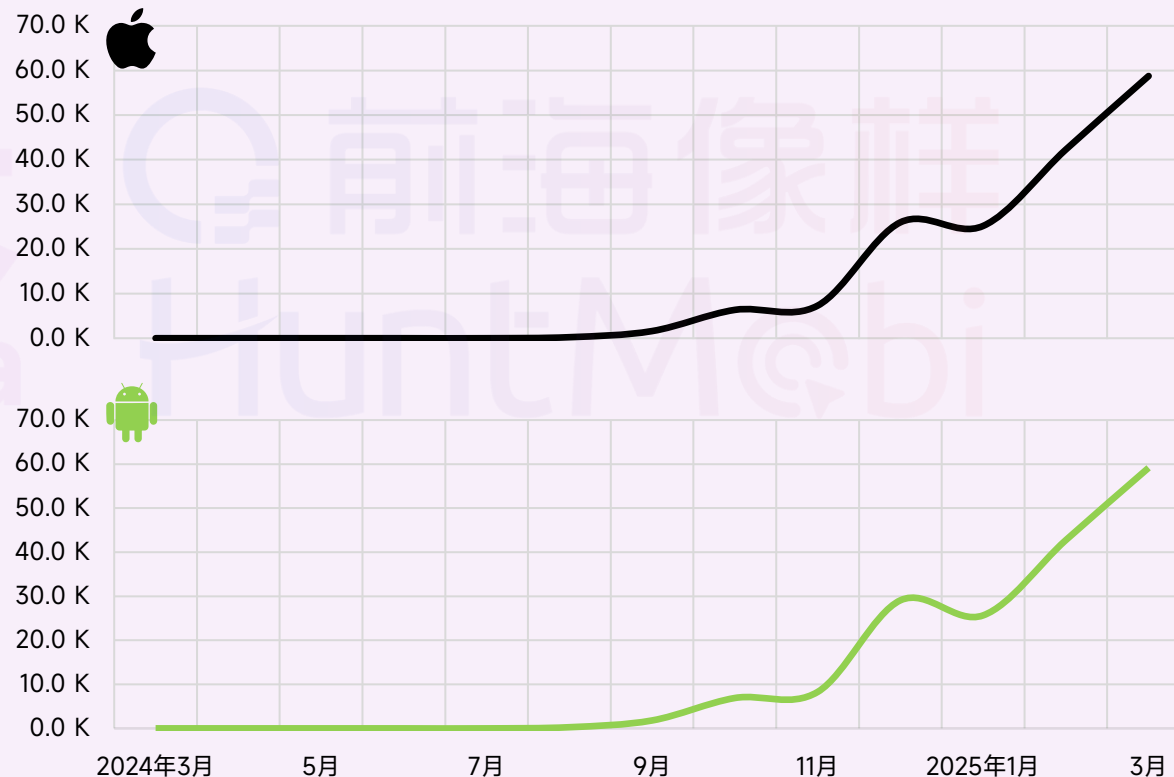
双端累计去重后创意：26.9W



热投国家/地区TOP10



广告主投放观察



FlickReels的银发策略

银发爆剧翻译出海

根据 **广大大-短剧-广告主分析** 模块，可以看到【FlickReels】目前在投剧目超过100部，其中主角设定为中老年的短剧超过三分之一，且大部分为翻译剧。

这些银发短剧多为在国内已经爆红过一次的，如《**闪婚老伴是豪门**》和《**怦然心动五十岁**》，在经过了本土化，改编成了多个语种于海外上线，开始了第二轮银发霸总剧的甜宠旋风。

根据搜集到的数据，上述两部剧在【FlickReels】上线的版本超过了15个，涉及语言涵盖了**中文、英语、日语、韩语、印尼语、西班牙语**等，通过翻译和配音实现内容出海。

欧美特供定制银发剧

除了将已有的银发翻译剧二创出海外，【FlickReels】也针对性地产出了**专供海外**的本土银发短剧，平台主推剧《True Love Waits》便是其一。

《True Love Waits》的剧情和国内银发剧的设定颇为相似，甚至连许多剧情的分镜也都和国内短剧相差无几，**总体来说改编的部分并不用太多。**

总的来说，银发短剧在海外市场目前还属于新兴题材，未来出头机会更多聚焦在**地区定制+优质内容+技术赋能**上，比如东南亚的亲情纽带、欧美的独立自主，又比如AIGC技术加持的翻译和配音优化，都能让目前的银发短剧更上一层楼。

FlickReels 招牌银发短剧

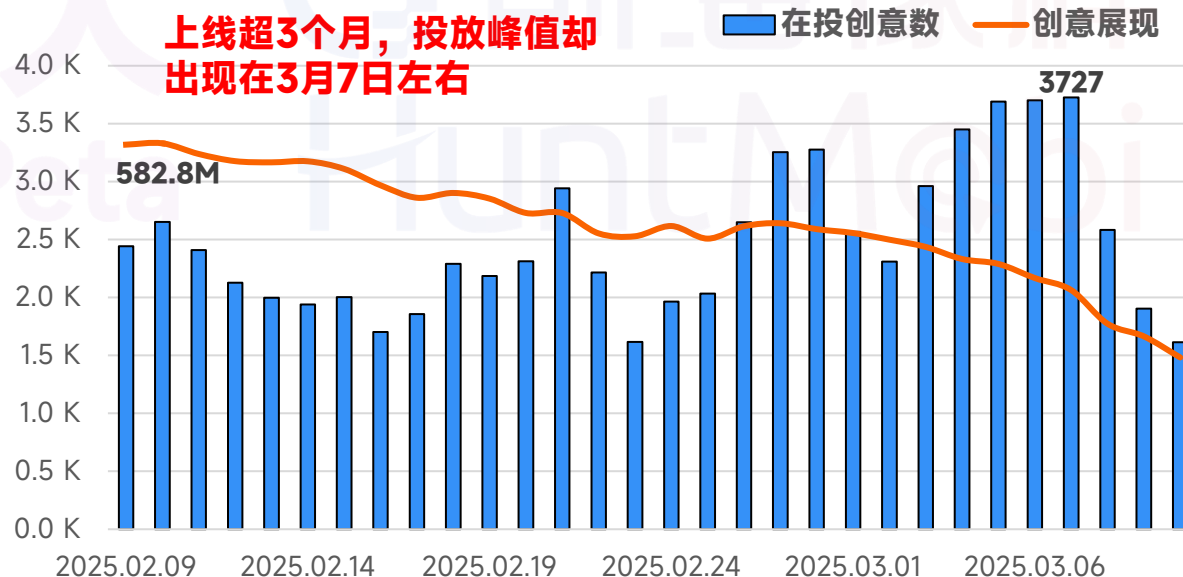


剧名: 《True Love Waits》

剧目平台:

总创意数: 2.4W 近7天展现: 4.3亿

主投地区: 英国、加拿大、澳大利亚、日本、德国...



《True Love Waits》剧目热投创意拆解

在投热门创意：和其他短剧略有不同，下面这条投放在TikTok的素材仅有53s，但却是其在投素材中热度最高的一条。截至3月10日，该素材的展现估值已经超过300万，点赞量也已超过了2.9W，海外用户对于银发抓马剧情的新鲜感还非常高。

点击查看原视频

开头设计	中间剧情设计						结尾钩子
女主挺身护儿，却被儿媳暴扇耳光	亲家母不依不饶再给女主一巴掌	亲家公更残暴叫来手下控制女主	亲家母砸碎酒瓶要废掉女主右手	儿子阻拦不及亲家冷眼旁观	危急时刻男主赶到众人大吃一惊		剧情定格 下载引导页出现

最爱拥抱变化的三巨头

DramaBox是点众集团旗下的海外短剧平台，凭借精准投放策略与差异化内容迅速崛起，已经稳居欧美市场头部地位。春节期间双男主新剧《Desired by My Unknown Husband》拿下DramaBox站内搜索TOP1和充值TOP2的好成绩，目前已有不少其他平台开始效仿。

DramaBox

点众科技

广告主投放数据

产品首次投放：2023年4月

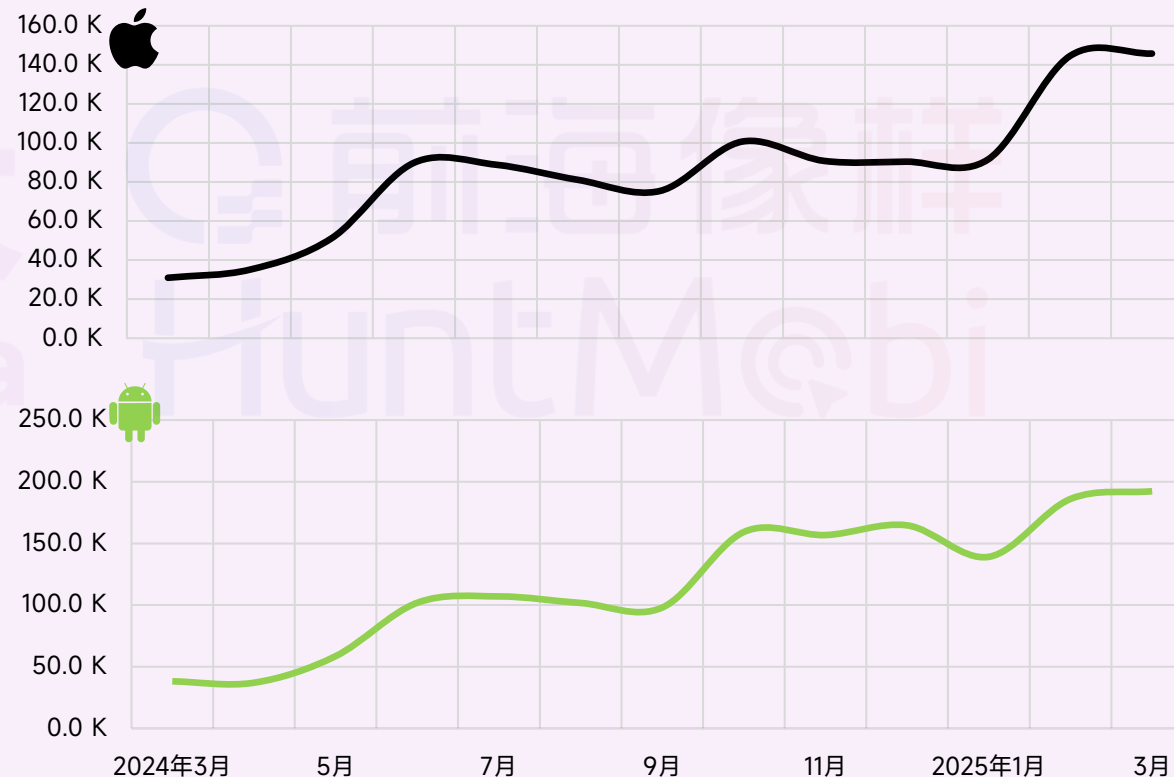
双端累计去重后创意：224.5W



热投国家/地区TOP10



广告主投放观察



Drama Box 双男主短剧大出圈

题材新颖

DramaBox的双男主题材涉猎甚广，包括暗黑题材替嫁黑帮老大、甜宠题材特工老公的亿万娇夫，以及假结婚先婚后爱等新奇剧情。

市场多元化

DramaBox除了在英国拍摄多部面向欧美的双男主短剧，同时还上线了如《Kiss me with unspoken love》明显面向亚洲观众的泰腐短剧。

制作班底成熟

DramaBox拥有一套成熟的双男主短剧制作班底，如编剧宋华婷便操刀撰写两部热门双男主短剧剧本，《My Secret Agent Husband》更是成为业内极少数拥有第二季的短剧系列作。



年度热投剧目

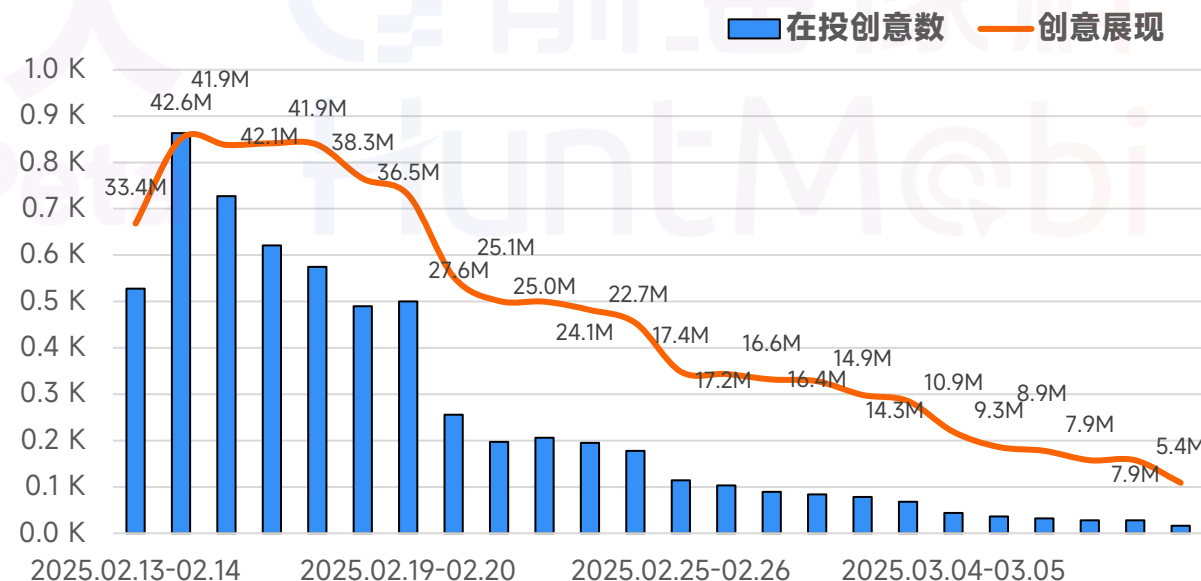


剧名: 《My Secret Agent Husband 2》

剧目平台:

总创意数: 1.3K 总展现: 930万

主投地区: 美国、印度、巴西、中国台湾、法国...



剧目热投创意拆解

在投热门创意：素材融合了大概5集的原剧高能内容，内容围绕分手→英雄救美→亲密和好→误会再分手的无限循环展开，男主B的特工属性则承担了大部分的分手虐点，而男主A的恋爱幻想中居然出现了国产双男主武侠剧同款造型，一下子抓住了观众眼球。

[点击链接看原视频](#)

开头设计	中间剧情设计					结尾钩子
						
开头即分手 男主A决定扔掉戒指	男主B及时赶到 两人和好浓情蜜意	任务时误沾口红印 再次爆发信任危机	热情拥吻 双男主又又又和好	男主B洗澡 男主A躺平开始幻想	男主B出剑伤人 男主A梦中惊醒	现实中男主B不知为何拿着武器奸笑

全景洞察

短剧出海全景洞察：流量与变现的财富密码

出海回顾、增长秘籍、变现攻略、题材风向标



回顾2024：短剧出海大爆发，吸睛又吸金！

APP下载量暴增，内购创收神话

2024 VS 2023：短剧APP数量翻5倍，内购收入翻12倍，下载量翻11倍

2024短剧平台APP上线海外



202款

*较2023增长5倍

2024年总下载量达



3.7亿次

*较2023的3179.9万次增长了11倍

2024年总内购收入达



5.7亿美元

*较2023年4650.0万美元增长了12倍

下载量TOP3主力军：

美国、印度尼西亚、巴西

内购金额TOP3主力军：

美国、日本、澳大利亚

增长引擎揭秘：情绪共鸣与投流双轮驱动市场狂飙

01 情绪共鸣 拿捏人心

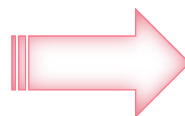
碎片化消费，直击即时情绪，剧情直接，爽点密集。短剧极致的时间压缩，带来的是剧情的快速推进。填“爽点”（霸总、甜宠、逆袭）+ 情绪钩子（共情、悬念）+ 短平快节奏

02 广告投放流量最大化

短剧主要依靠投流推广，投放链路有双端APP直投和Web2App，其中Web2App为主要模式

短剧广告投放链路

爽点刺激用户



安装广告

跳转

应用商店

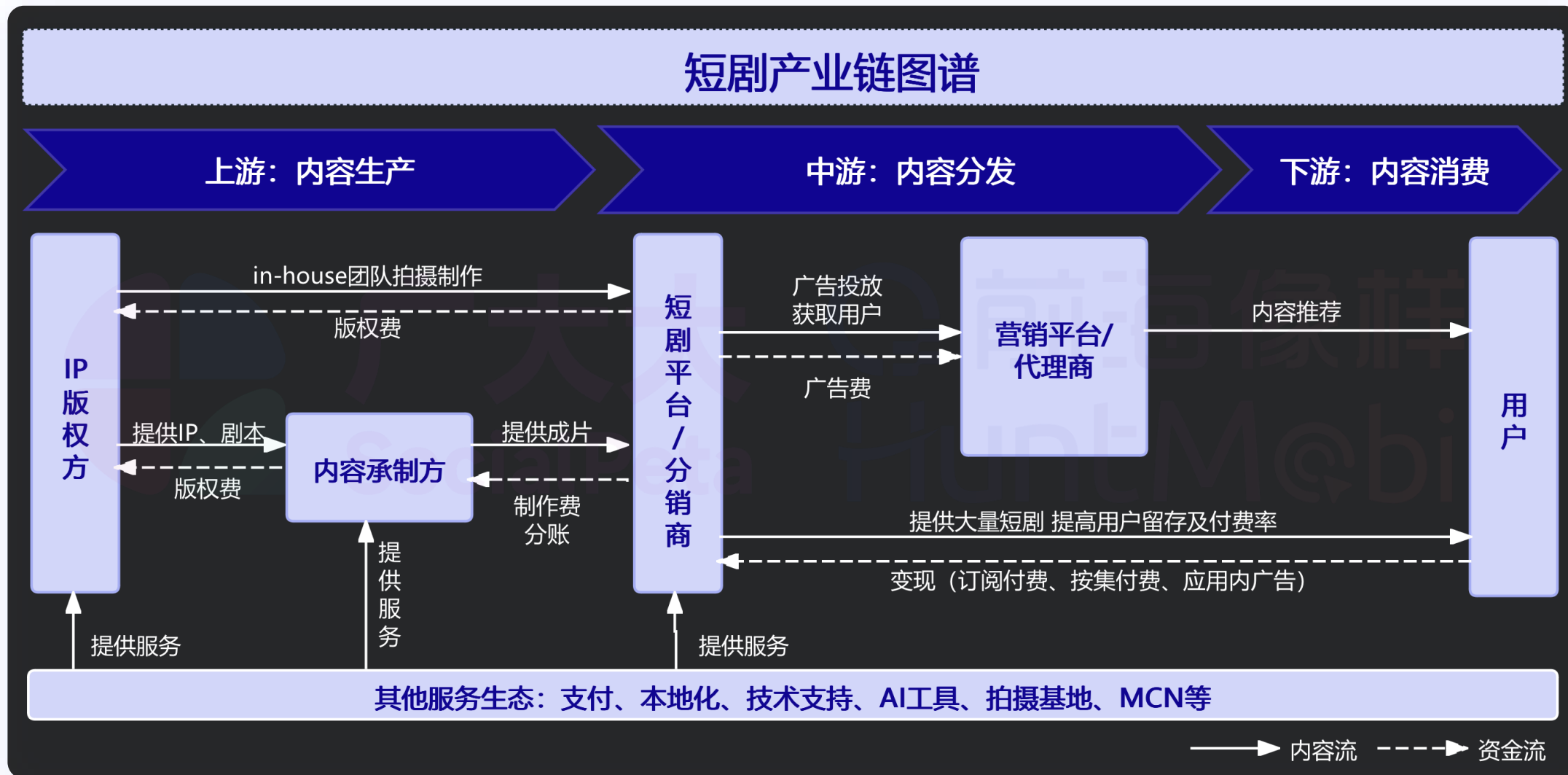
Web广告

广告主网页

点击
下载按钮

应用商店

短剧产业链图谱



剧目风云：译制剧与原创剧的差异化竞争格局

译制剧

适合 分销平台，有成片版权的

特点

- 高产出，数量多，成规模可快速占领市场，剧目数量比本土剧多136%
- 制作成本低，比本土剧低95%
- 能快速测试市场且适应性强

本土原创剧

适合 IP/机构，有制作能力的

特点

- 文化契合度高、市场接受度高
- ARPU（每用户平均收入）相比翻译剧高922%
- 高质量，生命周期长，投放天数相比翻译剧高出83%

2025.Q1 短剧热门题材风向标

女主逆袭
Heroine's Rise

爱情家庭
Love & Family

千金逆袭
Heiress's Comeback

霸总甜宠

Dominant CEO & Sweet Romance

爱情复仇
Romantic Revenge

霸总职场
CEO Workplace

虐恋
Angsty Love

穿越甜宠
Time-Travel Romance

运动员甜宠
Athlete Romance

黑帮家族
Mafia Family

黄昏恋
Twilight Romance

霸总逆袭
CEO's Comeback

萌宝甜宠
Baby & Sweet Romance



短剧 APP 商业变现全攻略：从获客到盈利的实战指南



触达用户-多渠道流量获取，社媒推广为主流

目前，触达用户可通过社媒推广、搜索引擎/ASO、品牌/KOL等渠道

在iOS14.5的隐私政策发布后，获客过程中会遇到投放受限、信号缺失等问题，**投放买量是触达过程中必不可少的一环，甚至决定了出海业务的生死**

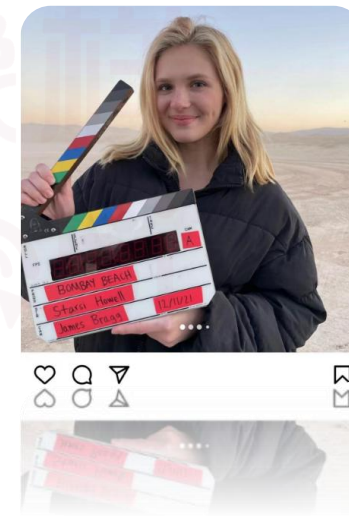
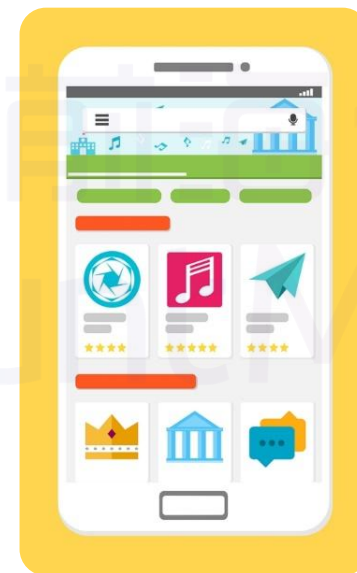
主流媒体
投放买量

Meta



搜索引擎/ASO

品牌/KOL



留存秘籍：提升用户体验，打造粘性社区

展示匹配题材的内容

素材贴合应用商店内容，狼人视频则素材展示有狼人元素，言情则多以男女主感情纠葛等元素展示

强情绪 留悬念

若是逆袭爽剧，情绪要拉满，足够的爽度能提高读者情绪，留悬念能让读者想继续付费阅读

强吸睛 高点击

可以利用精美的封面吸引观众，如果是男性向视频可以用女主照片来吸引观众

强安利 重引导

素材文案安利引导用户进行免费下载和观看

素材秘籍

素材趋势

- **真人混剪类视频投放效果较好**

投放效果较好的素材中，视频类占比较高，都市言情类题材；
视频前期需要制造强冲突桥段，吸引用户继续观看

- **文案强调免费阅读/精彩环节**

素材画面文案主要凸显免费观看的特点优势以及
剧情作为引流，吸引用户点击下载

- **题材选择上更为丰富且细分**

囊括现代言情（都市恋情、职场商战、离婚逆袭、
单身带娃……）、奇幻（狼人、异能……）等题材

素材建议

- **热门网文影视剧**

根据市场爆剧进行切片剪辑

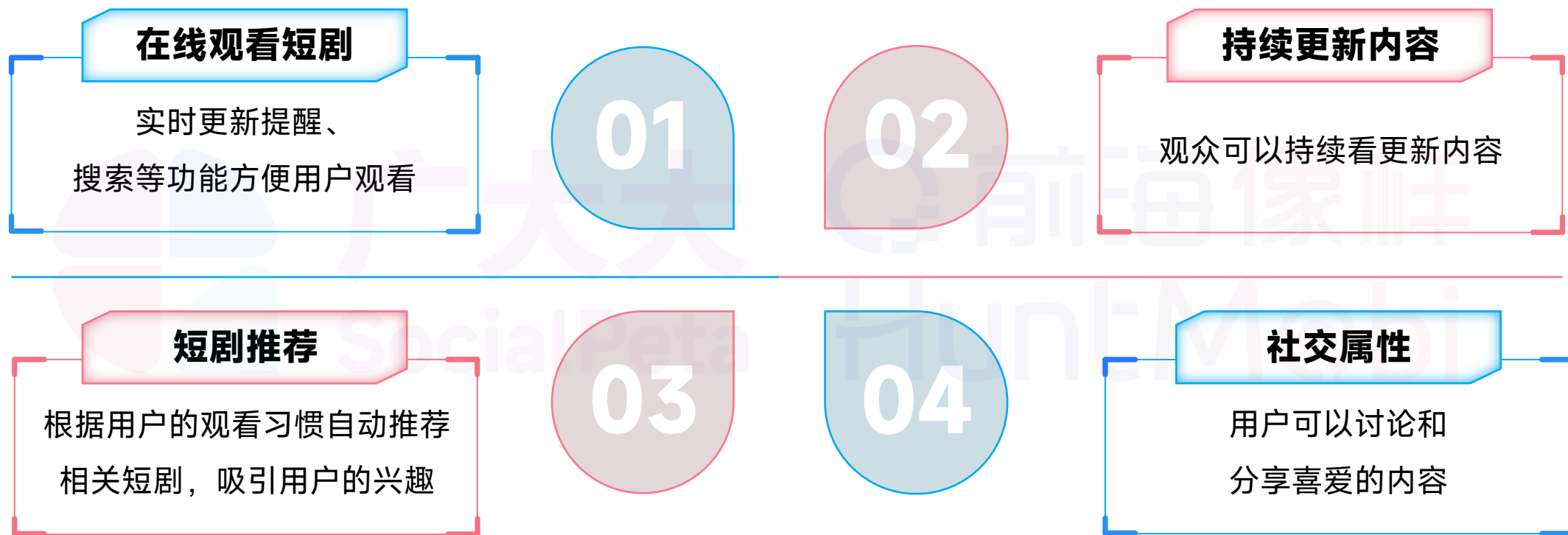
- **创意形式多样拓展**

多使用真人混剪类素材，
封面选择点击率高的局部特写

- **突出免费观看优势**

在素材的传播中一方面传递，
形成品牌印记，获取信任感和好感度

用户留存-用户体验是留住用户的重中之重



变现路径：解锁多元盈利模式，实现商业价值最大化

应用产品盈利模式通常是内购（IAP）或是广告变现（IAA），通常也会两者结合。目前行业主流是付费短剧，付费短剧的玩法与付费小说模式高度类似，即通过让用户充值解锁剧集来直接获取收益。通常以会员付费、广告变现、订阅三种方式组合。

常见短剧应用产品盈利方式

模式	盈利方式	说明
会员付费	单集付费、开通会员盈利	通过广告让用户免费试看后刺激单集付费、会员购买。
广告变现	通过贴片广告、广告植入方式获利	通过内置广告获得盈利，此方式也较为普遍
订阅	周/月/年订阅	/

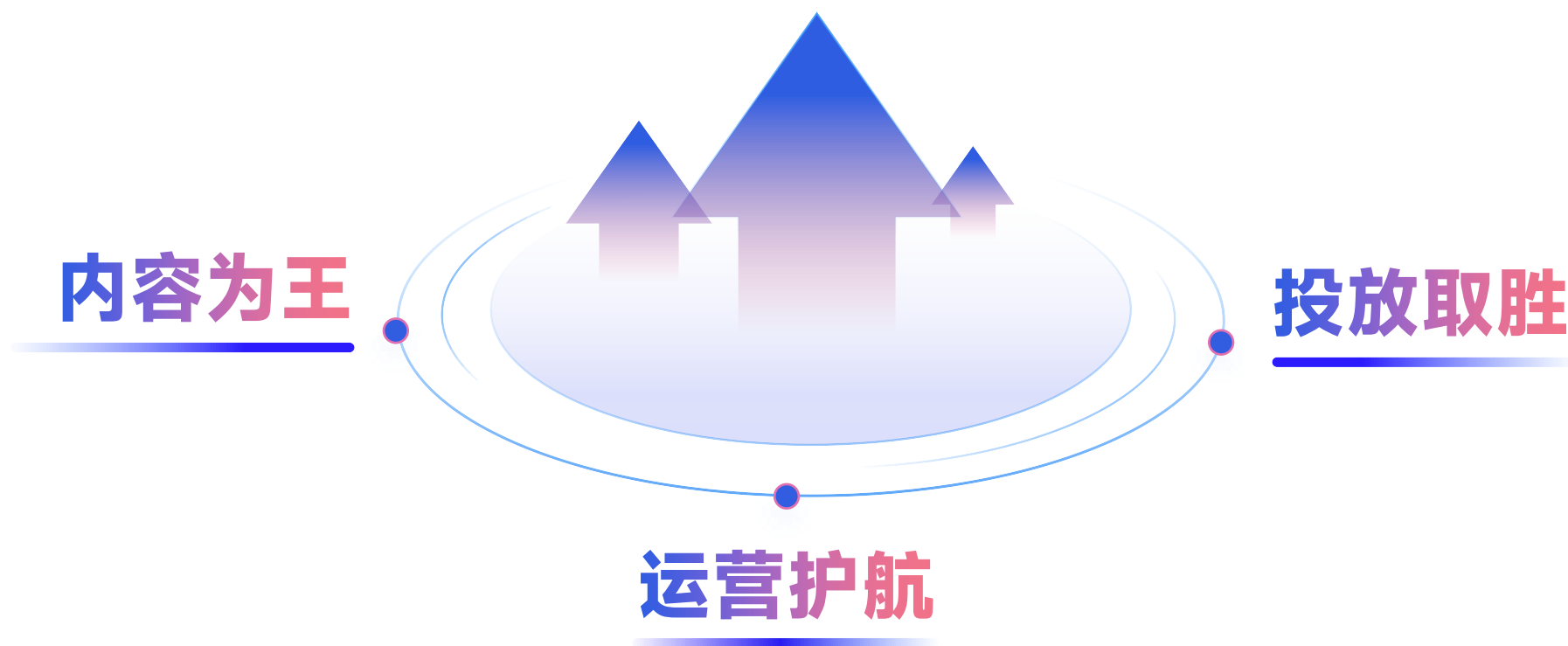
制胜攻略

短剧出海制胜攻略：全链路增长的关键密码

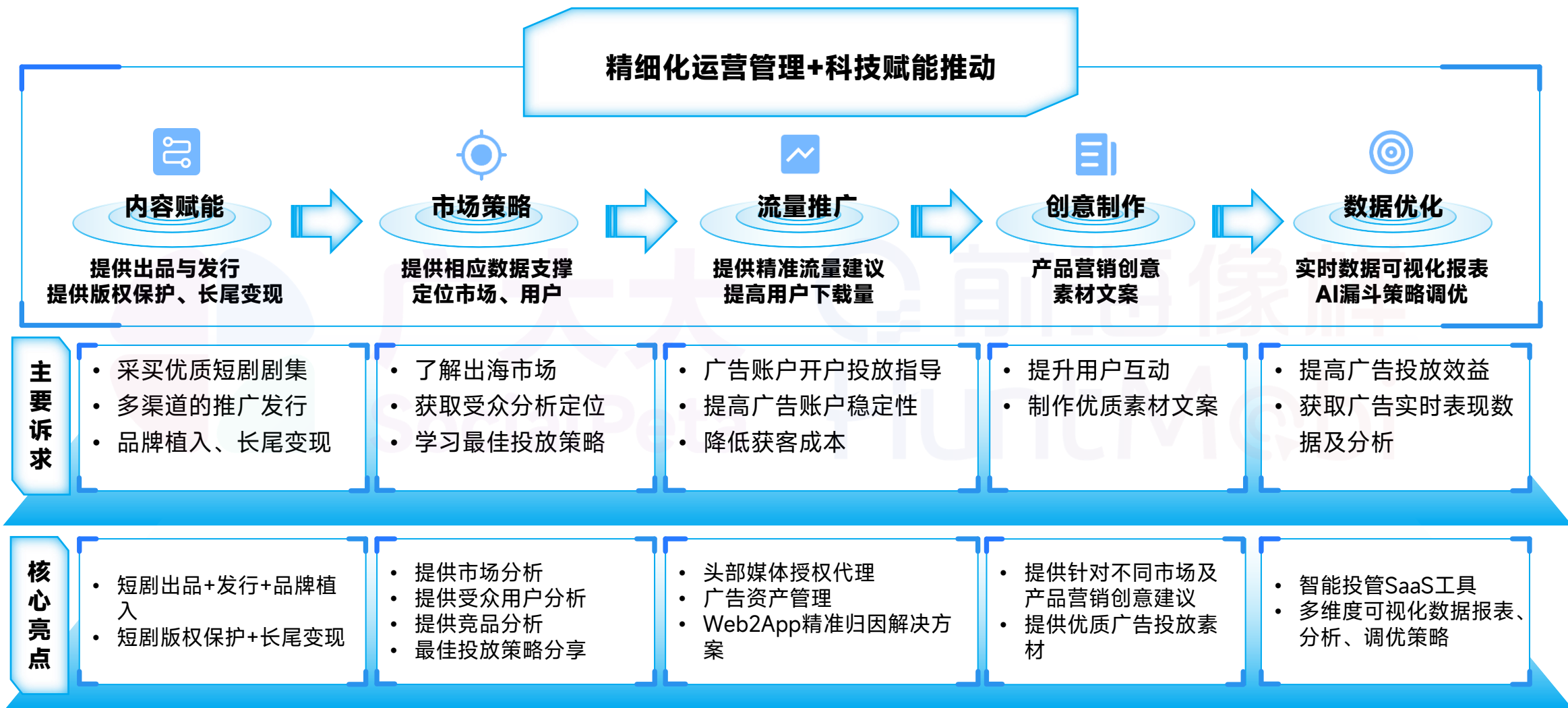
核心法则、市场战略、流量增长、精准归因、技术赋能



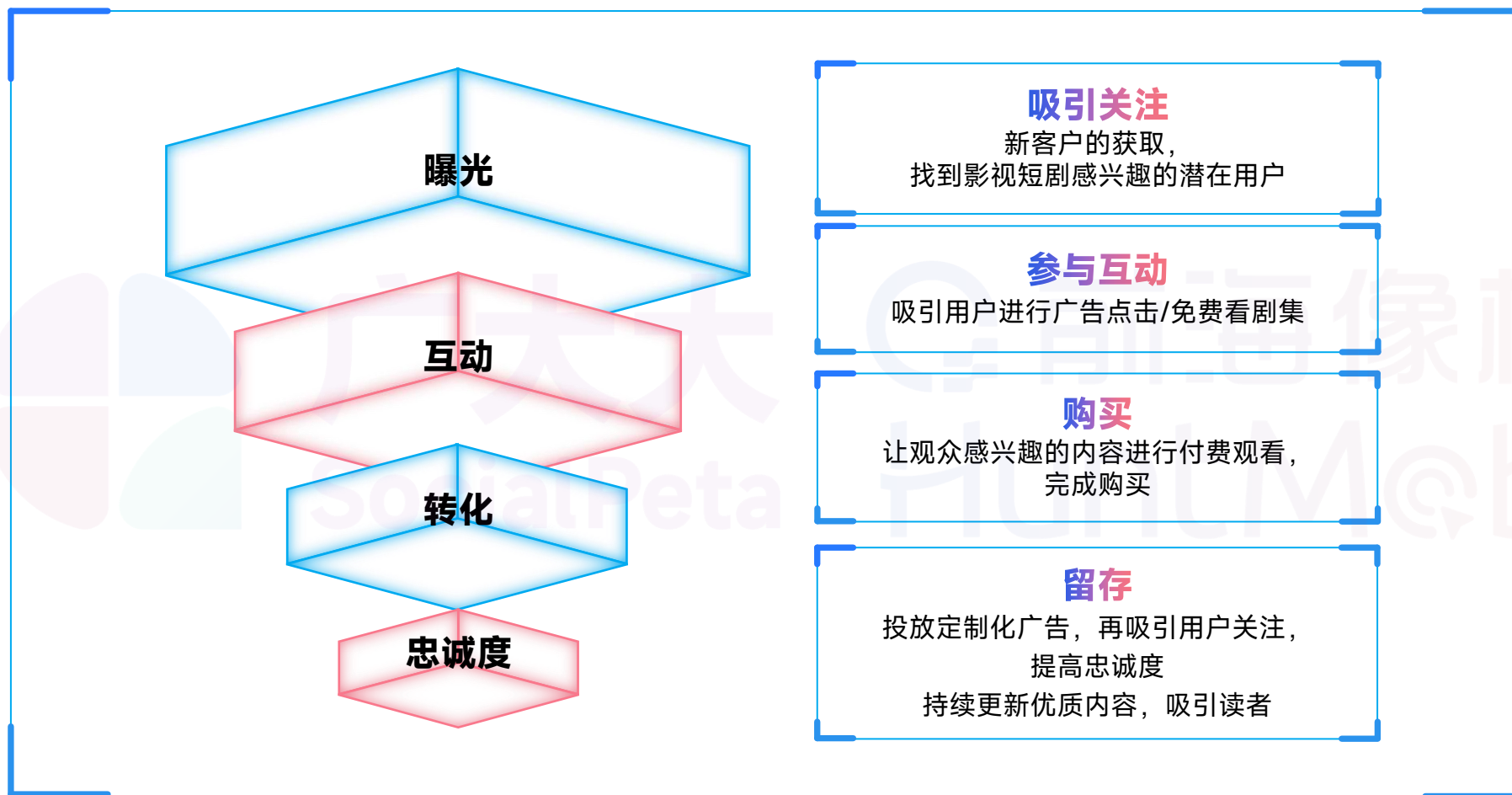
中国短剧出海致胜全球市场的三大关键



出海周期全链路



全漏斗营销策略：壮大用户群，提高留存率



短剧产品生命周期和分阶段投放规划



Meta广告账户资产规划与管理：守护你的产品生命线

1. 官方渠道创建：

务必通过官方代理商，从官方渠道创建广告资产。

2. 信息真实有效：

创建广告资产时，确保提供的个人和企业信息真实、有效。

3. 个人账户独立：

仅能创建一个个人账户，且不得与他人共享。

4. 商务管理平台独立：

一个营业主体只创建一个商务管理平台，不与其他主体共用。

5. 启用双重验证：

开启双重验证，防止未经授权的登录和操作。

6. 谨慎授权：

仅添加公司员工到商务管理平台，不授权非公司员工。

7. 定期检查权限：

及时移除不再需要访问权限的用户，如离职员工。

8. 合理配置管理员：

至少配置 2 名管理员，根据业务需求，将总人数控制在5个以内，包括一级管理员、1 - 2 名次级管理员以及其他管理员。

9. 定期审视资产：

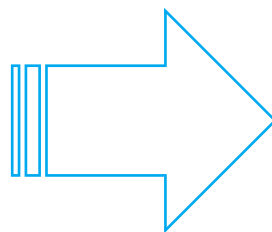
定期检查商务管理平台及其关联资产，确保真实合规。

10. 违规及时整改申诉：

广告资产出现违规等情况，应迅速整改并通过官方渠道申诉，也可以联系代理商（HuntMobi），切勿立即创建新资产。

W2A解决方案

Web端作为投放对象，通过Web 端引导用户**下载App端**。并通过S2S将**App端数据回传给广告进行学习优化，增加归因信号，提升投放表现。**



解决什么问题

投放受限 增加信号 提升ROI表现 拓展受众

带来什么结果

归因精准度 **UP!** 获取用户数 **UP!** ROI提升 **UP!**
97-98% Web: App≈6:1 平均40%



点击web广告



跳转广告主网页
点击网页内下载按钮



跳转商店或下载
APK

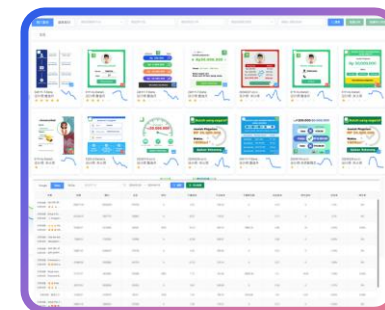
SaaS工具解决方案——BI4Sight



批量操作、24h智能盯盘
提高人效&管效&财效



Web2App解决方案
精准归因，提高ROI



广告效果全维度跟踪
增长机会一目了然



AI数据分析&报告
生意参谋助您统筹全局



跨媒体一站整合
资产健康管理



报告说明

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，目前我们覆盖超70个国家/地区，80+全球广告渠道，积累超16亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据超百万。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：2024.1- 2025.3；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）

报告制作：孙俊杰-广大大数据研究院高级分析师 & 前海像样HuntMobi

北美：美国、加拿大、墨西哥、巴拿马

大洋洲：澳大利亚、新西兰

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、

南亚：印度、巴基斯坦

瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰、匈牙利、斯洛文尼亚、格鲁吉亚

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

日韩：日本、韩国

南美：巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭

中国港澳台：中国香港、中国澳门、中国台湾

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、刚果（金）、刚果（布）

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、缅甸



THANKS

PRODUCED BY SOCIALPETA RESEARCH INSTITUTE

广大大数据研究院



关注官方微信号
“广大大短剧笔记”



关注官方微信号
“前海像样HuntMobi”