

中国网络视听发展研究报告 (2026)

主要发现

中国网络视听协会

2026.4

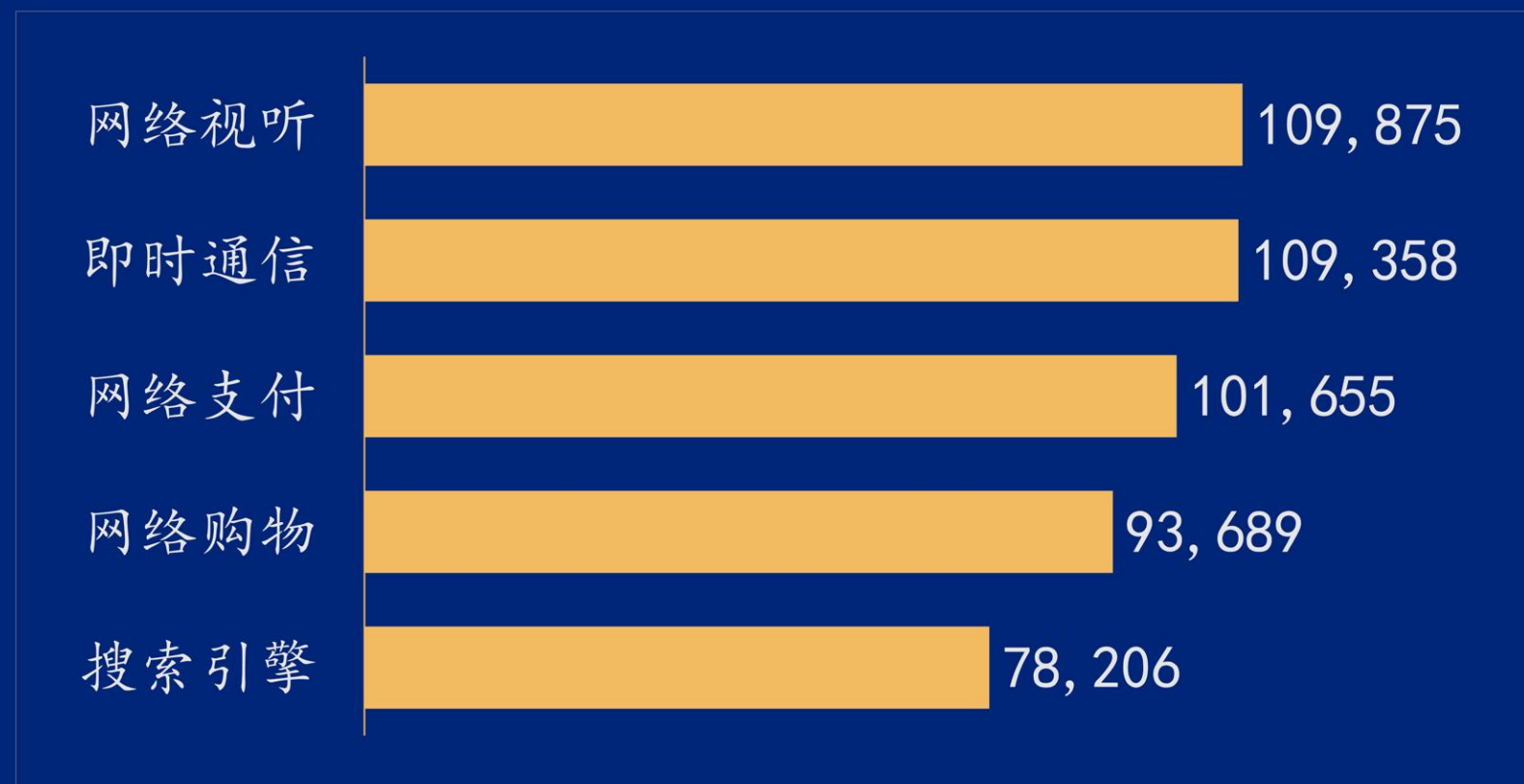


01

近11亿用户稳居首位，网络视听铸就新大众文艺主阵地

各大互联网应用用户规模TOP5

(单位: 万人)



截至2025年12月, 我国网络视听用户规模达10.99亿人

- 同比净增776万人, 保持稳步增长态势, 彰显了行业极强的发展韧性与对用户的强劲吸引力。
- 在全网互联网应用供给持续丰富、用户注意力竞争日趋激烈的环境下, 网络视听作为多年稳居首位的互联网应用, 已是国内渗透范围最广、覆盖人群最多、链接千行百业和万亿大众的数字服务载体。

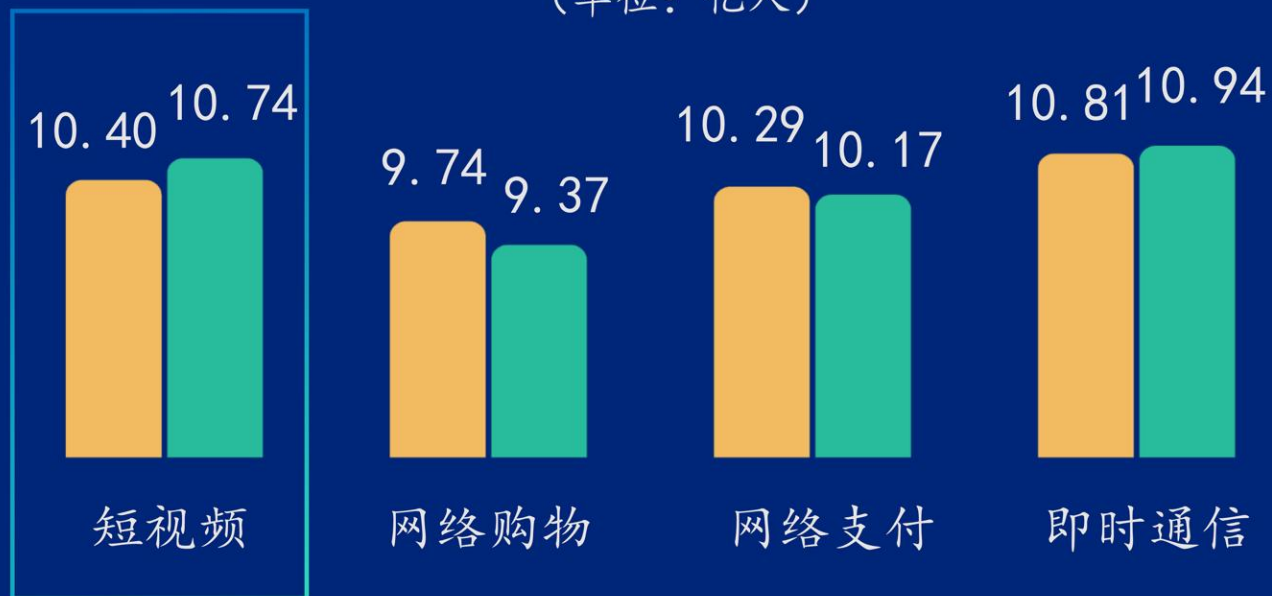


02

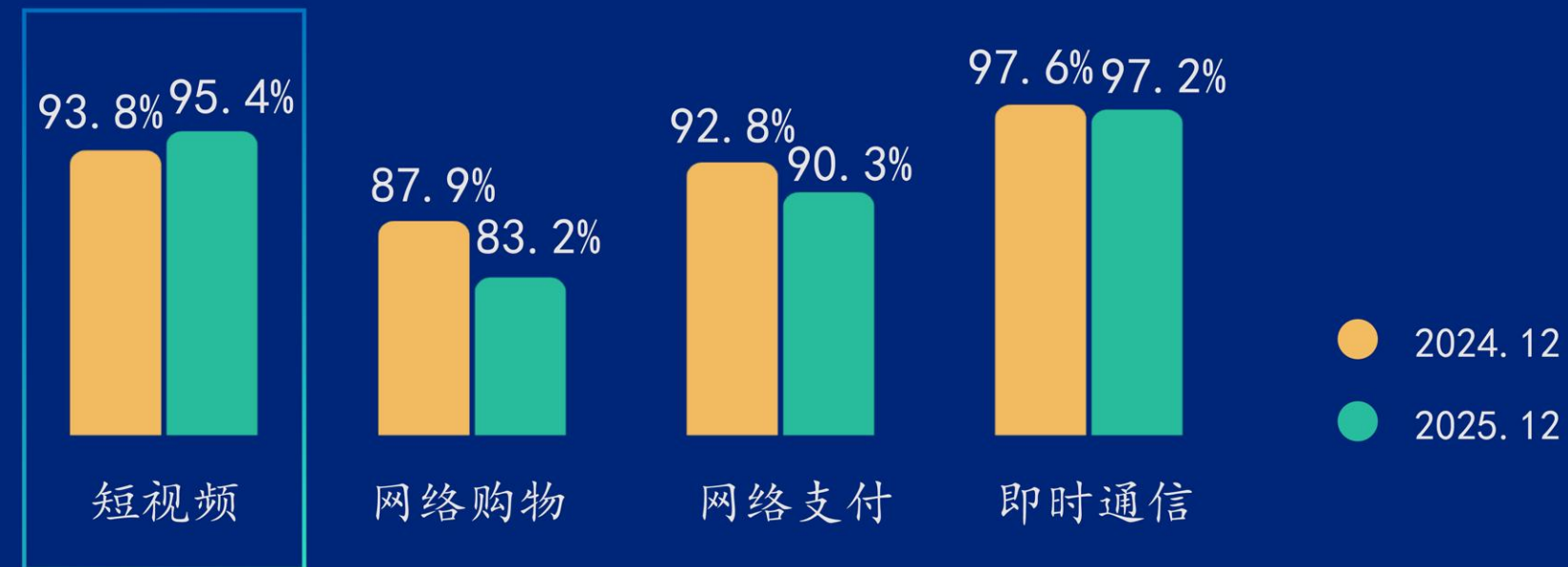
超过支付、购物，
短视频成唯一保持“双增长”的细分应用

网民使用率80%以上的互联网应用用户规模

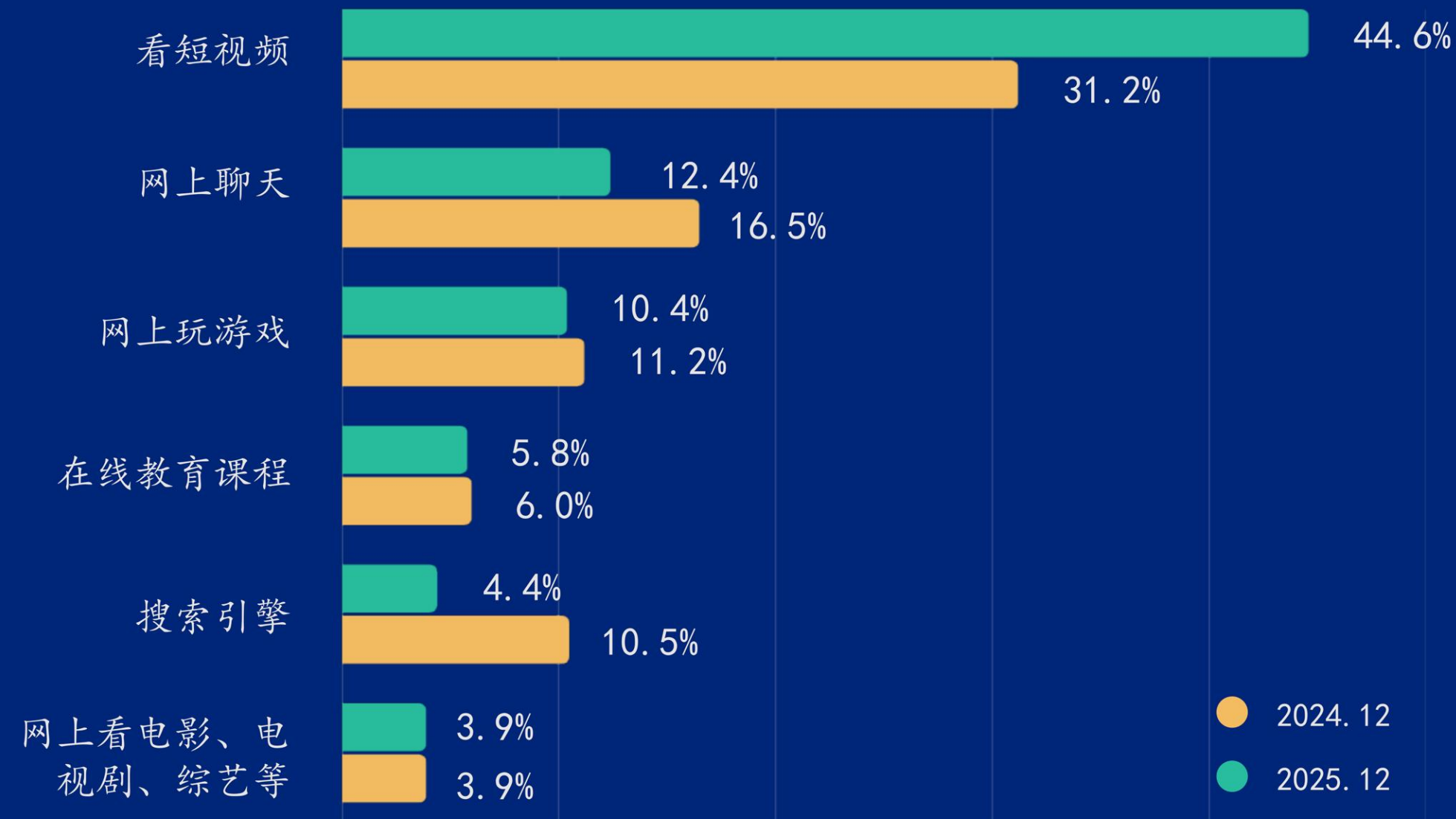
(单位: 亿人)



网民使用率80%以上的互联网应用网民使用率



在网民使用率80%以上的主要互联网应用中, 网络支付、网络购物、即时通信等应用的用户规模和使用率都有所下降, **短视频是唯一一个使用率和用户规模保持双增长的互联网应用。**



短视频依然是促进新网民使用互联网的最主要应用。
截至2025年12月，新入网的网民*中，44.6%的人第一次上网时使用的是短视频应用，较第二位的即时通信应用高32.2个百分点。

*新入网的网民：此处指接触互联网的时间在一年内的网民。



03

1.29万亿市场规模再创新高，彰显行业发展韧性

网络视听市场规模连续多年保持稳健增长，营收结构持续优化，产业发展韧性与抗风险能力增强。在参考最新的《全国广播电视行业统计公报》、上市企业公开财报、非上市企业公开的市场营收、第三方数据公司公布的行业市场占有情况等相关数据的基础上，推算出2025年我国网络视听行业市场规模为**12876.61亿元**，同比增长5.3%。



网络视听市场规模

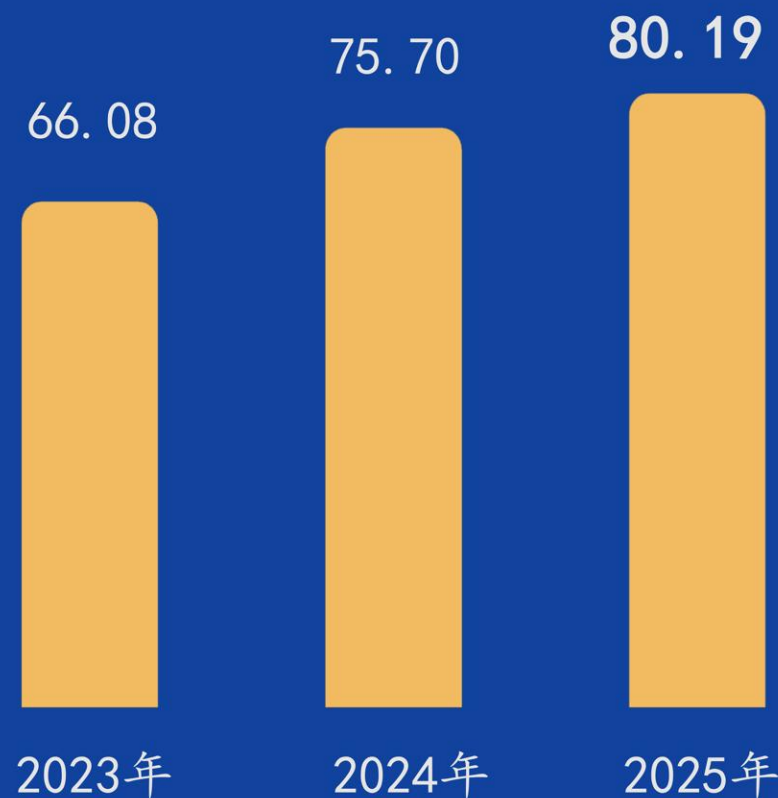
(单位：亿元)



04

产业主体活力迸发，80余万家视听企业筑牢产业根基

网络视听行业从业企业数量
(单位: 万家)



市场主体规模再创新高, 为视听新生态建设注入活力。
截至2025年12月, 我国现有网络视听行业从业企业*共计约80.19万家**, 同比增长5.9%; 其中2025年新成立网络视听企业7.79万家, 占总数的9.7%, 其中微型企业数量占比为87.8%。

*网络视听行业从业企业: 以互联网视听节目服务业务及相关业务为主营业务的企业。

**另外有3.31万家退出市场。



05

微短剧带火新一线，
网络视听正从“单点集聚”走向“全面发展”

网络视听行业从业企业地域分布情况

	2024		2025	
城市级别	企业数量 (单位：家)	占总数比例	企业数量 (单位：家)	占总数比例
一线城市	264,295	34.9%	273,888	34.2%
新一线城市	233,795	30.9%	244,647	30.5%
二线城市	137,072	18.1%	142,911	17.8%
三线城市	69,226	9.1%	79,338	9.9%
四线城市	35,167	4.6%	40,822	5.1%
五线城市	17,462	2.3%	20,273	2.5%

从网络视听行业从业企业的区域分布来看：

- 一线城市依然是产业资源聚集高地，龙头引领与辐射带动作用持续稳固；
- 新一线城市受地方微短剧产业政策推动等因素影响，成为重要增长极，从业企业规模增幅最大。
- 各区域产业均衡发展，三线及以下城市的企业分布在整体中占比较2024年均有所上升。

网络视听产业资源、发展机遇正从“单点集聚”走向“全面发展”。



06

网络视听单日使用时长超过200分钟，
微短剧使用时长增长迅猛、超过长视频

2022-2025年用户月人均单日使用时长

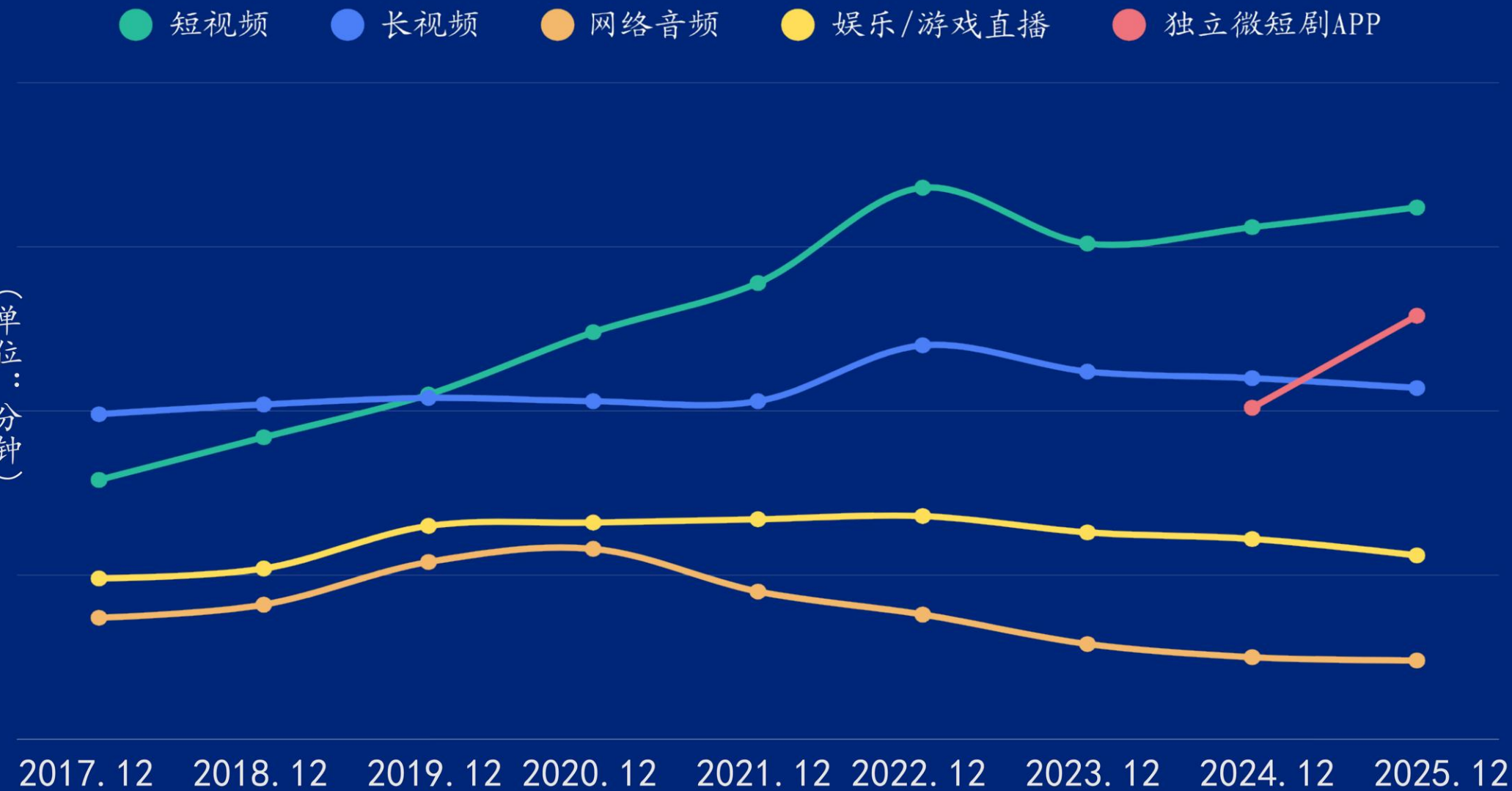
(单位: 分钟)



2025年, 以短视频、人工智能为代表的移动互联网应用进一步渗透到人们的日常生活中, 推动移动互联网用户的上网时间进一步增长。2025年12月, 网络视听用户人均单日使用时长为**201分钟**, 同比增长4.2%。

网络视听细分应用人均单日使用时长

(单位: 分钟)



其中, **微短剧**是用户单日使用时长同比增长最快的网络视听应用, 人均单日使用时长为**129分钟**, 同比增长28.4%, 已经超过长视频, 位居视听细分应用第二位。

数据来源: QuestMobile



07

精品量质齐升，
大小、长微携手打造视听盛宴

内容精品化建设的持续深化，成为网络视听使用时长稳步提升的内生动力。

- 2025年1月，国家广播电视总局发布《关于实施“微短剧+”行动计划 赋能千行百业的通知》，提出2025年实现在细分领域，共推出300部左右重点微短剧的目标；
- 8月，国家广播电视总局印发实施《进一步丰富电视大屏内容 促进广电视听内容供给的若干举措》，多措并举进一步丰富优质视听内容供给。



在政策激励下，2025年上线的网络剧、网络电影、网络综艺、网络纪录片、网络动画片总量为**2652部**，较2024年增长了18.87%。



其中，网络动画片成为主要增长点。2025年上线的网络动画片较2024年增加了476部。

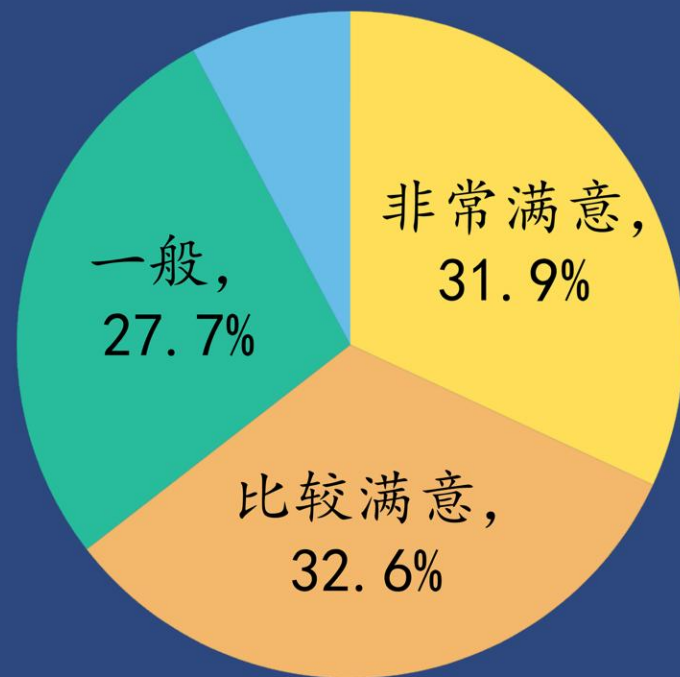


2025年全年上线的重点网络微短剧共625部，同比增长了30.21%。

注释

- 网络剧:由节目制作机构制作, 按照“网络剧”管理要求履行相关手续, 主要在网络视听平台播出的剧情类连续剧、系列剧作品。网络剧的播放媒介是手机、平板电脑、计算机等网络设备。
- 网络电影:由节目制作机构制作, 主要在网络视听平台播出, 按照“网络电影”管理要求履行相关手续的, 具备与电影片类似结构与容量的视听作品。
- 网络综艺:由节目制作机构制作, 主要在网络视听平台播出, 按照“网络综艺”管理要求履行相关手续, 综合运用各类视听表现手法, 广泛融合多种艺术形式, 有独立、完整策划的正片内容, 满足大众艺术审美和休闲娱乐需求的专业类(非剧情类)视听节目。
- 网络纪录片:由制作机构或网民个人制作, 并按照网络原创节目管理要求履行相关手续, 或仅在网络视听机构播出、先网后台播出的, 以真人真事、真物真景等为记录展示的对象, 以活动的影像记录资料为素材, 通过有主题性地策划制作以及多种表现手法具体呈现, 形成的具有作品属性和审美功能的视听节目。
- 网络动画片:由制作机构或网民个人制作, 主要在网络视听平台播出, 面向全年龄段网民, 按照“网络动画片”管理要求履行相关手续的剧情类动画作品。网络动画片有广义和狭义之分, 狭义网络动画片不包含动态漫画和少儿网络动画片, 此处按广义计算。
- 重点网络微短剧:由制作机构进行规划备案, 拍摄制作经广播电视主管部门备案公示, 成片经广播电视主管部门内容把关, 按照重点节目管理要求履行相关手续的网络微短剧。

对主流网络视听平台
整体内容品质的满意度



内容质量的稳步提升得到了广大用户的认可。

2026中国网络视听用户调查显示，约三分之二受访者对抖音、快手、爱奇艺、腾讯视频等主流网络视听平台的整体内容质量感到满意。“内容质量很高”“内容丰富”是受访者感到满意的两大首要因素。



“内容质量很高”



“内容丰富”

对微短剧的评价与感受



微短剧方面，调查显示，64.5%的受访者认为微短剧的内容题材更丰富多元了；59.4%的受访者认为微短剧内容质量与以前相比有明显提升；54.3%的受访者对微短剧整体感到满意。网络视听创作真正实现了“以精品留用户、以内容提粘性”。



2025年，大屏治理成效愈加显著。2025年6月，国家广播电视总局实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施，聚焦用户大屏消费中的痛点问题，通过规范服务规则，全面优化消费体验*。

大屏市场在“双治理”常态化与优质内容持续丰富的加持下，呈现出“存量稳健、体验重塑”的发展特征。



08

近六成用户被视听种草“**第一次**”，
网络视听成**促进消费**的关键性场景





网络视听已成为激活消费潜力、创造增量需求的重要驱动力。

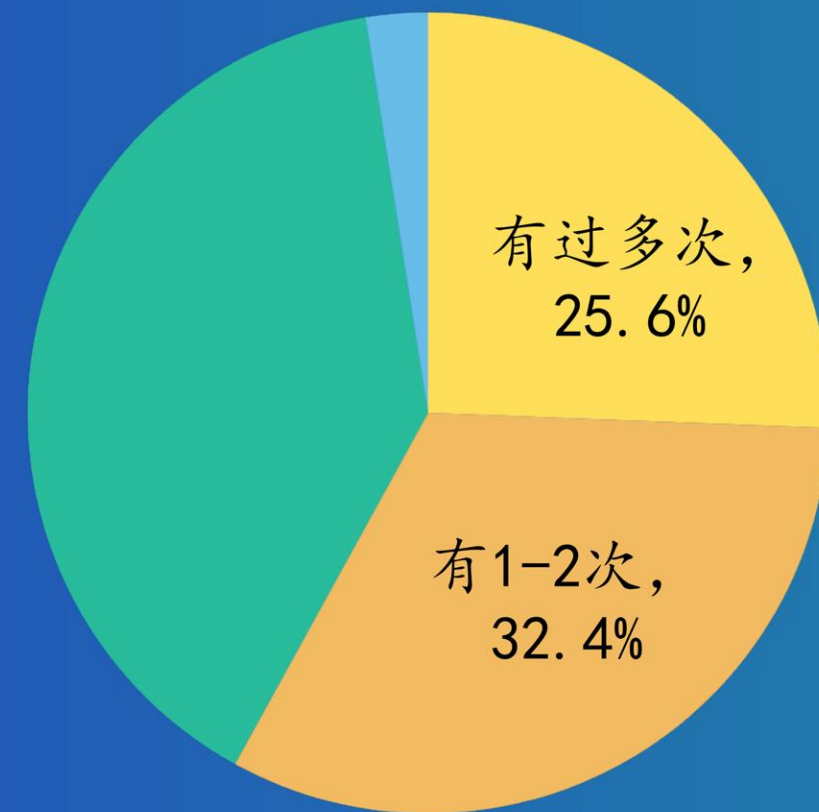
调查数据显示，食品饮料、日用百货、服饰箱包、美妆个护等成为视听内容主要带动的商品消费门类，40.0%的受访者因收看网络视听内容购买了食品饮料、日用百货等产品，31.5%的受访者则购买了服饰箱包、美妆个护等产品。网络视听对于服务消费也具有较强拉动作用，调查显示，35.2%的受访者为网络视听内容本身付费，26.7%的受访者则因收看网络视听内容而为餐饮、电影、演出等线下服务付费。

尤为值得关注的是，网络视听不仅是消费转化的重要渠道，更是**新消费需求的创造者与培育者**。

- 58%的受访者表示自己在过去半年曾因收看网络视听内容而购买了从未尝试过的产品或服务，其中，25.6%的受访者有过多
次购买尝试。

网络视听通过场景化展示、沉浸式体验、口碑式传播，有效激发了用户潜在消费意愿，为扩大内需、服务实体经济发展注入了视听动能。

因收看网络视听内容而尝试新消费的频率





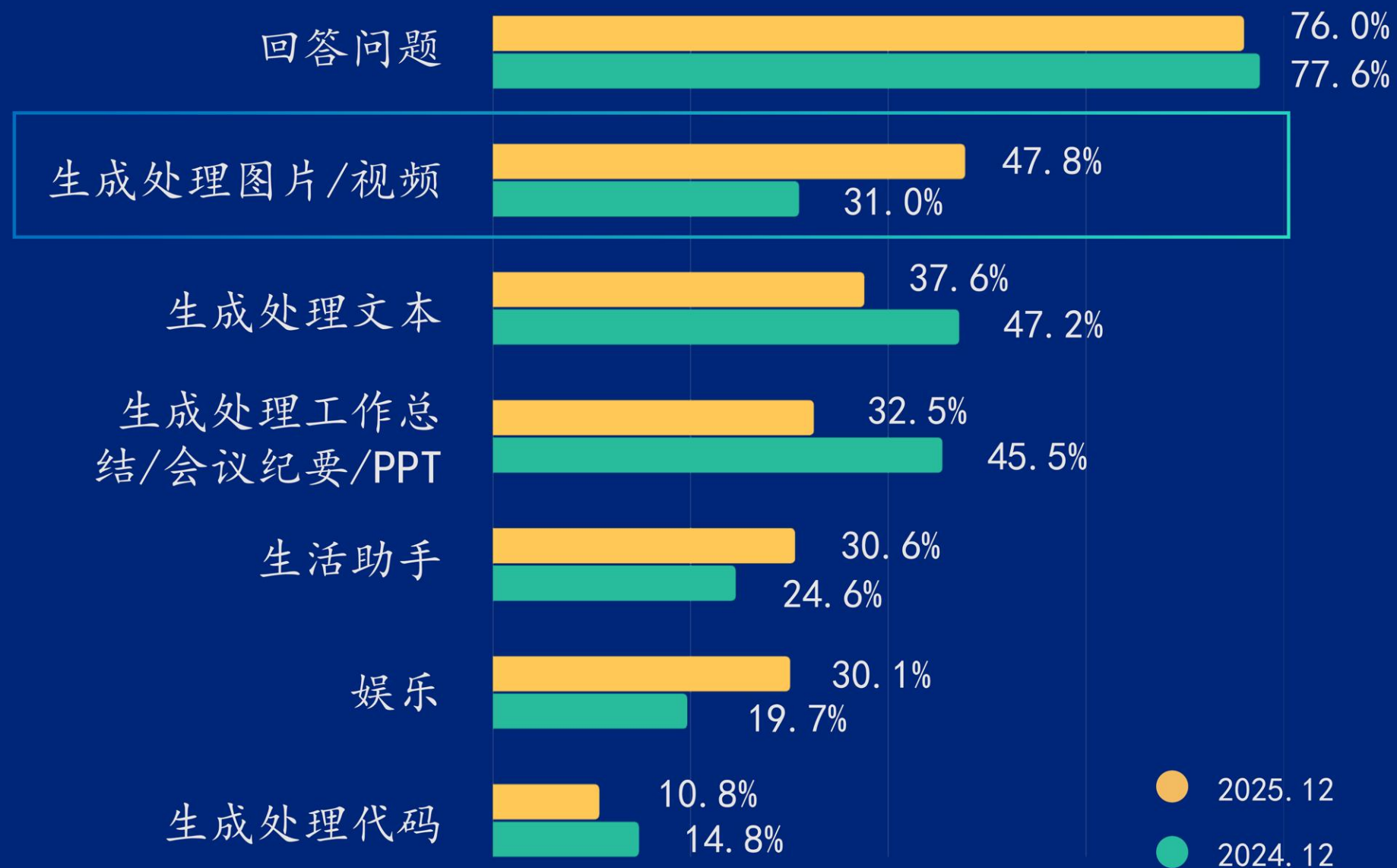
09

AI生成20亿+条视音频，
“人机协同”模式推动“全民共创”时代到来

生成式人工智能与视听艺术创作的深度融合，正成为网络视听行业培育新质生产力、推动新大众文艺繁荣发展的关键驱动力。技术进步催生的“人机协同”生产模式，正从创新探索转变为行业“标配”，彻底重构了视听内容生产体系。



截至2025年12月，在用户使用生成式人工智能的主要目的中，“生成处理图片/视频”的受访者占比达到47.8%，同比增长16.8个百分点，一跃从第四位升至第二位，仅次于“回答问题”。





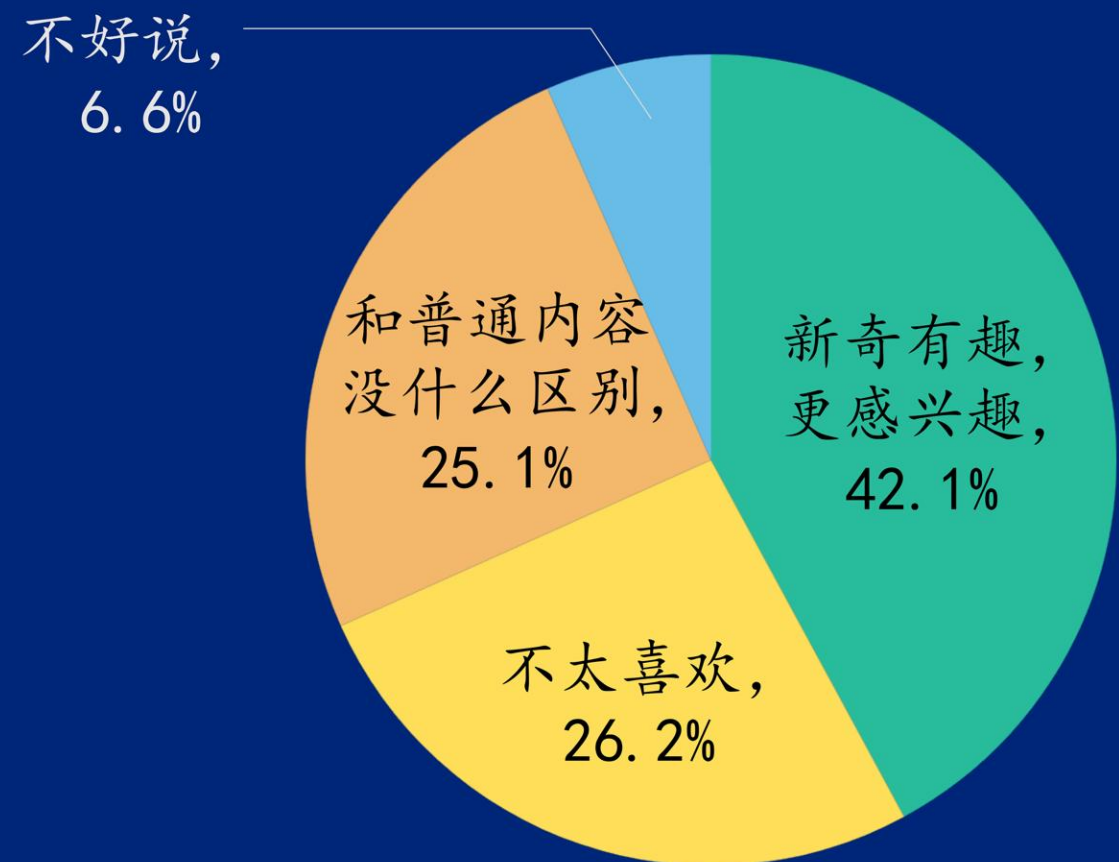
蕴藏在广大群众中源源不断的创意活力在AI技术加持下，释放出了庞大的视听产能。根据主要视听平台数据综合统计，2025年由AI生成的视频/音频累计**超20亿条**，较2024年增长了**14倍以上**。

随着AI视听内容供给持续扩容，其市场渗透度与用户接受度同步快速提升，**AI内容正成为大众视听消费新主流**。调查发现，当前网络视听用户对AI生成视音频内容的接触度已突破半数。

最近半年是否看过/听过AI生成的音视频内容



对AI生成的音视频内容的感受



在用户经常接触的各类AI视音频内容中，AI短视频占大头，54.0%的受访者表示经常看AI短视频，AI微短剧排名第二，经常观看的受访者占比达25.6%。

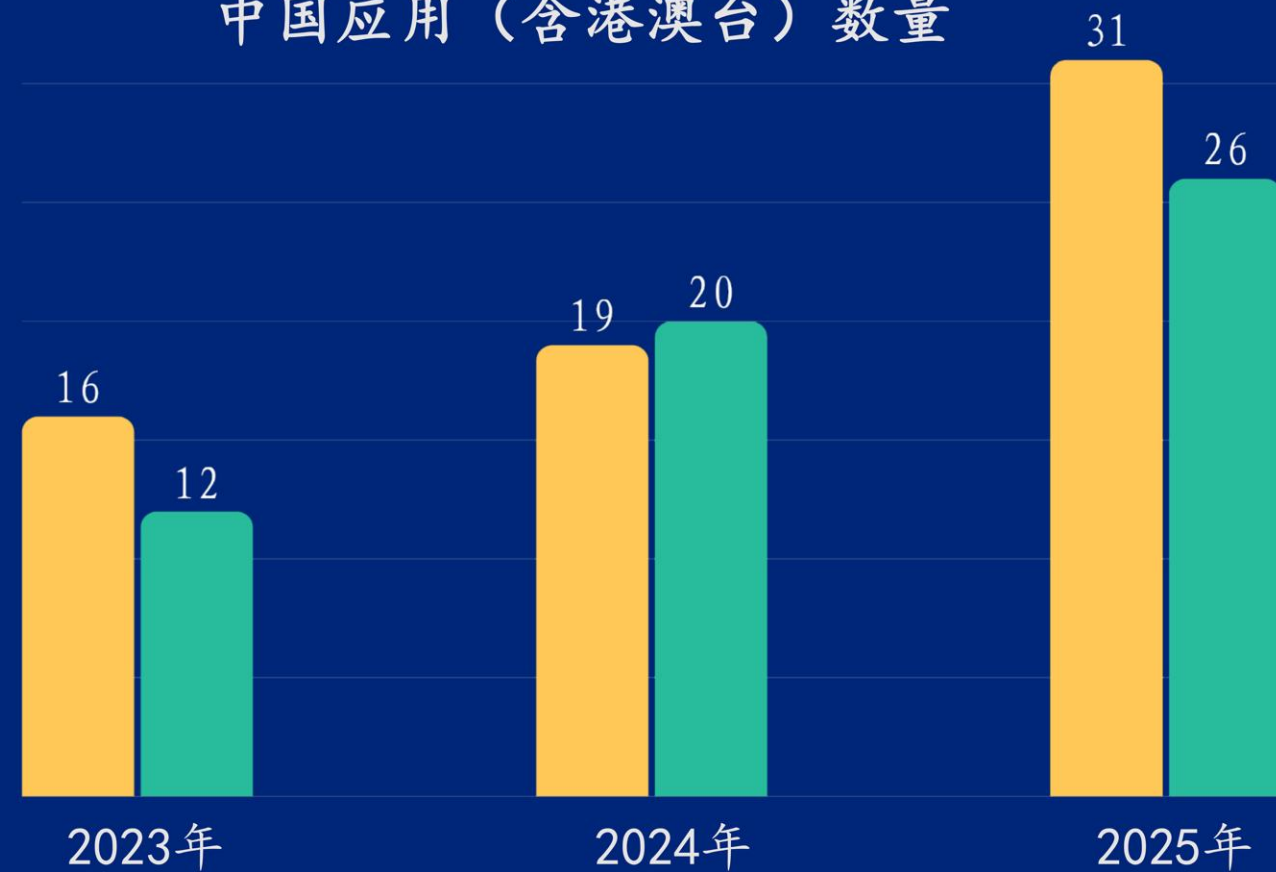
用户对AI生成内容的主观评价基调向好，四成以上用户认为AI生成的内容新奇有趣、更感兴趣。



10

中国应用全球双榜入围数量齐增，
微短剧进一步推动中国视听出海

2023-2025年海外视听类Top100应用中
中国应用（含港澳台）数量



● Top100下载中国应用（含港澳台）数量 ● Top100收入中国应用（含港澳台）数量

2025年，我国网络视听应用在全球头部流媒体市场的席位持续增加，共有**26个**中国应用（含港澳台）收入进入全球Top100，较2024年增加6个；共有**31个**中国应用（含港澳台）下载量进入全球Top100，较2024年增加12个，其中一半是微短剧应用，微短剧已成为中国视听出海的一股主力。

数据来源：点点数据

中国特色的新大众文艺创作模式与产业模式正加速走向世界，不仅推动新时代的中国故事走向全球千家万户，更带动各国创作者共同探索数字时代视听传播的新模式，为不同文明之间的交流互鉴搭建起新的数字桥梁，推动全球视听新生态向着多元共生、美美与共的方向发展。



谢谢

敬请期待完整版《中国网络视听发展研究报告（2026）》

中国网络视听协会
2026年4月15日