

بالتعاون مع



بتكليف من



المدينة الإعلامية
Media City
قطر Qatar

المايكرو دراما في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي



إعداد: داوود جاكسون

مايو 2026

© 2026 TechTarget, Inc. جميع الحقوق محفوظة.
يُحظر النسخ غير المصرّح به.

جدول المحتويات

03	المقدمة	13	خفض التكاليف عند إنتاج المايكرو دراما
05	حجم سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي لعام 2026	14	توسيع سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي للوصول إلى جمهور أوسع
06	قاعدة مستخدمي المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي صغيرة لكنها تنمو بوتيرة متسارعة	15	أنماط تطوّر الجمهور في المملكة العربية السعودية
07	أبرز منصات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي		شركات شركات الاتصالات وتسهيل عمليات الدفع
08	كيف تُشكّل المنصات سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي	16	تحديات اكتساب المستخدمين وتكلفة التسويق
09	المنصات الرائدة في سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي	17	فرص بناء علامات تجارية مخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي
10	المنصات الناشئة والتحوّلات الإقليمية	18	آفاق النمو وتطور نموذج الأعمال
	إطلاق منصات المايكرو دراما المخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي		توسيع الفئات الديموغرافية للجمهور
	الشركات التي تُشكّل مشهد المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي	19	توصيات لإدارة المخاطر المستقبلية وعدم اليقين
11	مسار التحوّل في مشهد المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي		
12	تحديات توطين المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي		
	فرص الاستثمار في محتوى جديد في سوق المايكرو دراما بدول مجلس التعاون الخليجي		

المقدمة



الإعلانات والاشتراكات وعمليات الشراء داخل التطبيق لتحقيق الإيرادات.

تتصدر الصين، التي تُعد منشأة صناعة المايكرو دراما، السوق العالمية، إذ استحوذت على 83% من إجمالي الإيرادات في عام 2025. ومن المتوقع أن يصل حجم السوق العالمي للمايكرو دراما إلى 14 مليار دولار أمريكي في عام 2026، على أن يأتي 3 مليارات دولار أمريكي من هذه الإيرادات من خارج الصين. ومن المتوقع أن تنمو هذه الإيرادات بنسبة 290% بين عامي 2024 و2026، ويأتي هذا النمو بشكل رئيسي من أسواق الترفيه ذات القوة الشرائية المرتفعة، مثل الولايات المتحدة واليابان والمملكة المتحدة وكوريا الجنوبية، حيث يقترن ارتفاع استهلاك المحتوى برغبة المستخدمين في الإنفاق على عمليات الشراء الصغيرة.

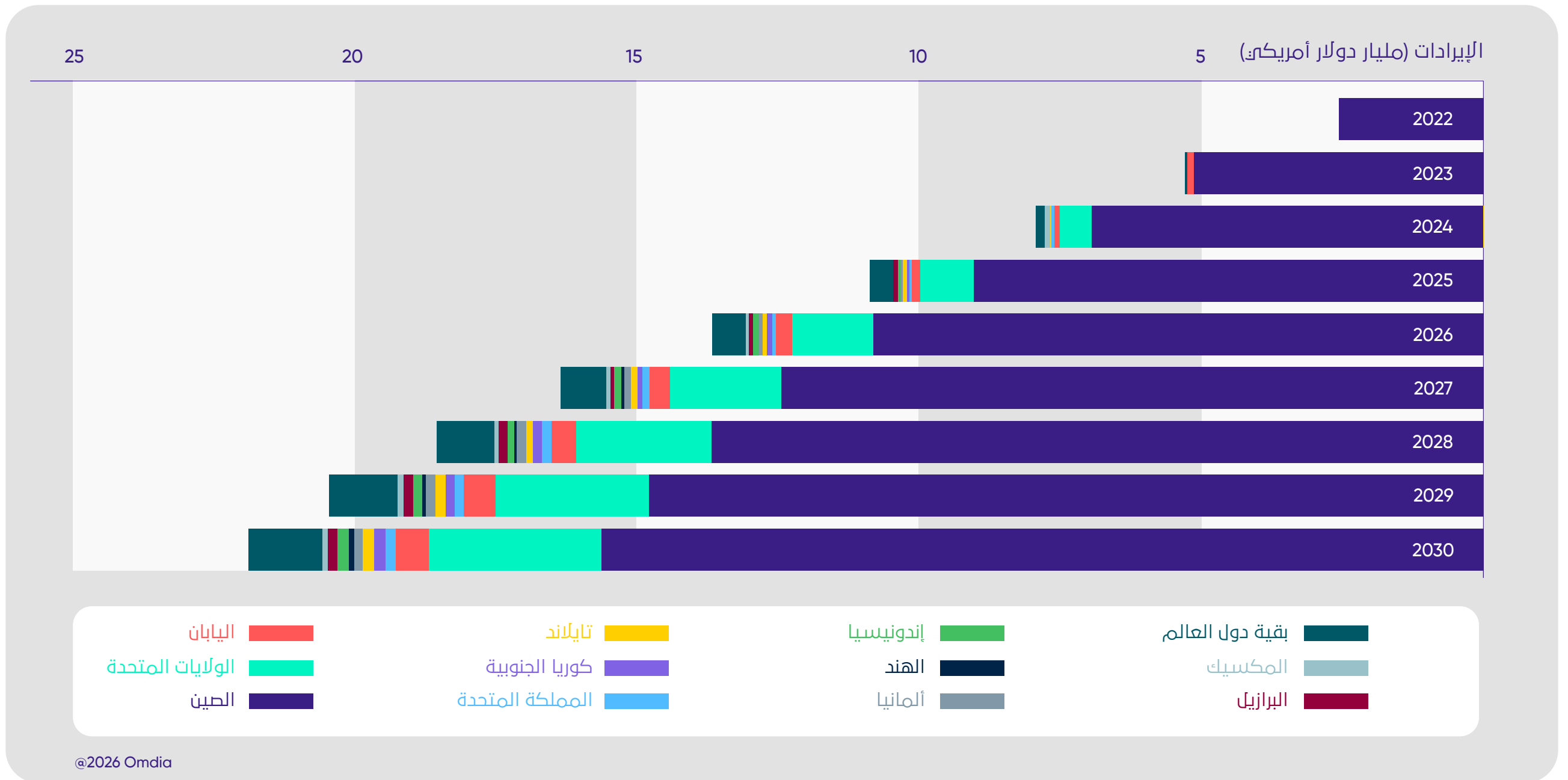


المايكرو دراما هي أعمال درامية قصيرة تُقدّم بصيغة الفيديو العمودي، مصممة خصيصًا لمستخدمي الهواتف المحمولة. نشأت هذه الصناعة في الصين، وشهدت نموًا سريعًا على مستوى العالم منذ عام 2022، ومن المتوقع أن تواصل نموها عالميًا خلال السنوات القادمة.

يمثل نجاح صناعة المايكرو دراما إعادة ابتكار لوسائل الإعلام التقليدية وسرد القصص، باستخدام أدوات التفاعل المتقدمة في عصر الإنترنت الحديث. تعتمد المايكرو دراما على الهواتف المحمولة بوصفها المنصة الأساسية للمشاهدة، مما يعكس زيادة الاستهلاك على الأجهزة الشخصية وعادات المشاهدة أثناء التنقل. تستخدم هذه المسلسلات حكايات جذابة للحفاظ على تفاعل المستخدمين في كل مرحلة من مراحل القصة وتشجيعهم على مواصلة المشاهدة، ويستفيد صناع المحتوى على نطاق واسع من البيانات لتحسين السرد وتحقيق أقصى تأثير على الجمهور. تُنتج المايكرو دراما بتكلفة منخفضة نسبيًا، بفضل قصر مدة الحلقات والاستخدام المكثف للذكاء الاصطناعي، كما يمكن اكتشافها بسهولة عبر منصات الفيديو الأكثر استخدامًا على الإنترنت، مثل إنستغرام ويوتيوب شورتس وتيك توك.

وقد استفاد منتجو المايكرو دراما أيضًا من استراتيجيات تحقيق الدخل في الألعاب الإلكترونية، مستخدمين

الشكل (1): الإيرادات العالمية للمايكرو دراما حسب السوق

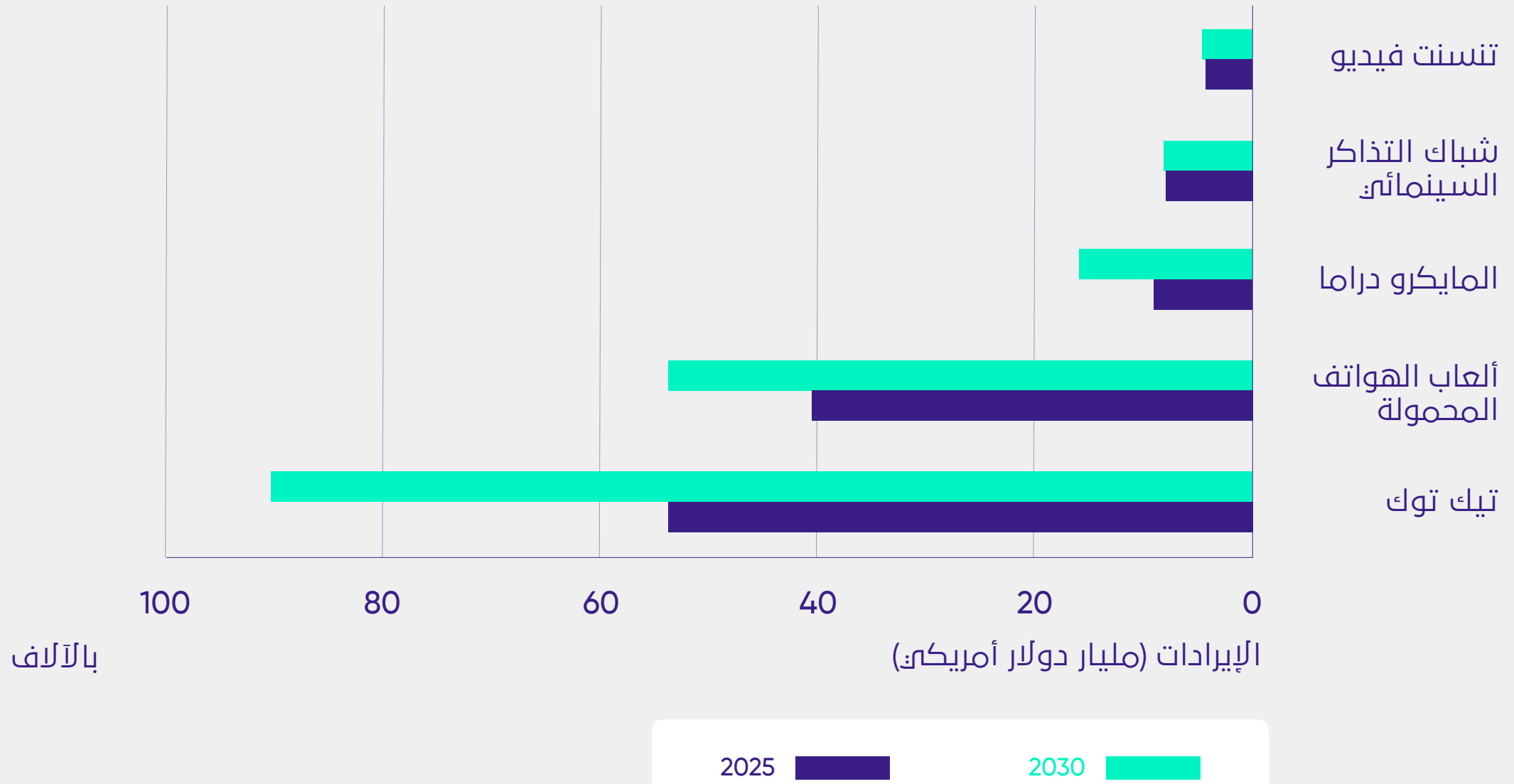


المصدر: أومديا

في الصين، لم يكن النمو المتسارع لصناعة المايكرو دراما مجرد نتيجة لنمو منظومة الإعلام بشكل عام، بل شهدت المايكرو دراما تفوقاً على قطاعات الترفيه الأخرى. وزاد محتوى الفيديو القصير في الصين بالتوازي مع منصات مثل تيك توك ودويين وكوايشو.

بدأت موجة المايكرو دراما في الصين عام 2018، إلا أن شعبيتها لم تشهد نمواً ملحوظاً إلا في عام 2023. وقد تطورت حقوق محتوى المايكرو دراما وتوزيعها من منصات أدبية إلكترونية شهيرة في الصين، التي أطلقت تطبيقات للمايكرو دراما على الصعيد الدولي بهدف تحقيق الإيرادات من مبيعاتها الأدبية.

تجاوزت إيرادات المايكرو دراما في الصين عام 2025 إجمالي إيرادات شبكات التذاكر السينمائية. أما في الولايات المتحدة، ورغم التوقعات باستمرار صغر حجم سوق المايكرو دراما مقارنةً بقطاعات الترفيه الأخرى، مثل خدمات البث التلفزيوني المجاني المدعومة بالإعلانات وألعاب الهواتف المحمولة، فمن المتوقع أن يتجاوز حجم هذه الصناعة ثلاثة أضعاف حجمه بحلول عام 2030، ليصل إلى أكثر من 3 مليارات دولار.



@2026 Omdia

المصدر: أومديا

حجم سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي في عام 2026

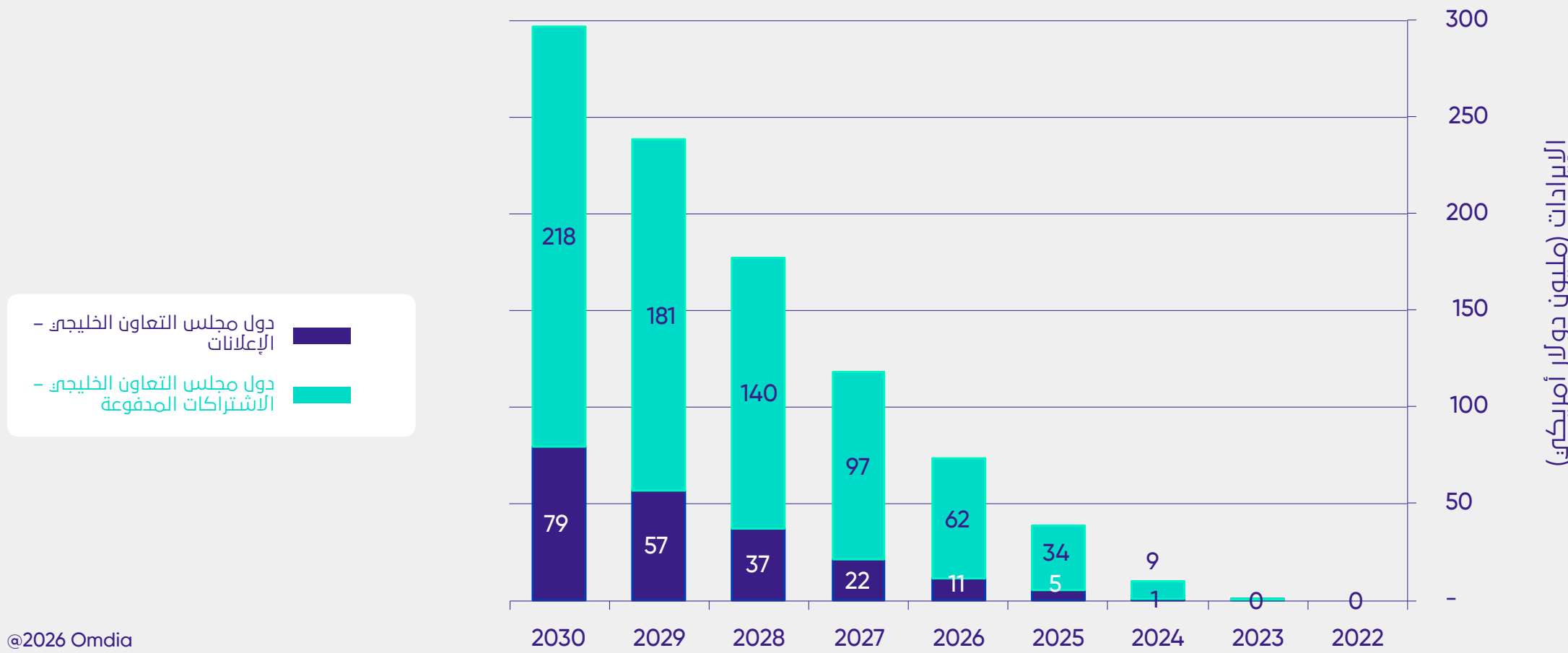
في عام 2025، قُدِّر حجم سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي بقيمة 38.9 مليون دولار أمريكي، ما يعادل أكثر قليلاً من 2% من سوق المايكرو دراما العالمي باستثناء الصين.

تُعد الولايات المتحدة واليابان وكوريا الجنوبية والمملكة المتحدة وتايلاند حالياً أكبر الأسواق من حيث الإيرادات، إذ تستحوذ على 68% من السوق العالمية للمايكرو دراما خارج الصين. إلا أن عام 2025 شكّل محطة مهمة لصناعة المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي، حيث تضاعفت حصتها من الإيرادات العالمية، وسجلت نمواً بنحو 400% على أساس سنوي.

ومن المتوقع أن يتباطأ معدل هذا النمو، إلا أنه قد تصل قيمة صناعة المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي إلى 73.7 مليون دولار أمريكي في عام 2026، ما يعادل 2.5% من إجمالي السوق العالمية، باستثناء الصين.

على الرغم من هذا النمو المتسارع، لا يزال مستقبل القطاع غامضاً إلى حد ما، خاصةً أن الشركات العالمية الكبرى في مجال الإعلام والترفيه لا تزال في بداية دخولها إلى صناعة المايكرو دراما. وقد تتغير الجهات الرائدة في السوق خلال السنوات الخمس القادمة، لكن من المرجح أن يواصل التفاعل القوي مع هذا النوع من المحتوى دعم زخمه خلال العقد الحالي. ومع تطور الصناعة عالمياً، يُتوقع ظهور علامات تجارية أقوى، مما قد يساعد الخدمات الرائدة على خفض تكاليف التسويق المرتفعة اللازمة لجذب المستخدمين.

يشهد هذا القطاع نمواً كبيراً، إلا أن معظم شركات المايكرو دراما لا تحقق أرباحاً في الوقت الحالي، ولذلك يتعين عليها تحقيق توازن دقيق بين تكاليف إنتاج المحتوى واكتساب المستخدمين، والإيرادات التي تحققها. ومع تطور هذا الجانب من السوق، من المتوقع أن تواجه العديد من أكبر منصات المايكرو دراما ضغوطاً متزايدة لتحقيق الربحية بحلول عام 2030.



@2026 Omdia

المصدر: أومديا

قاعدة مستخدمي المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي صغيرة، لكنها تنمو بوتيرة متسارعة

لا يوجد أي سوق من أسواق دول مجلس التعاون الخليجي حالياً ضمن أكبر عشرة أسواق عالمياً من حيث عدد المستخدمين، إلا أن قاعدة المستخدمين تشهد نمواً سريعاً.

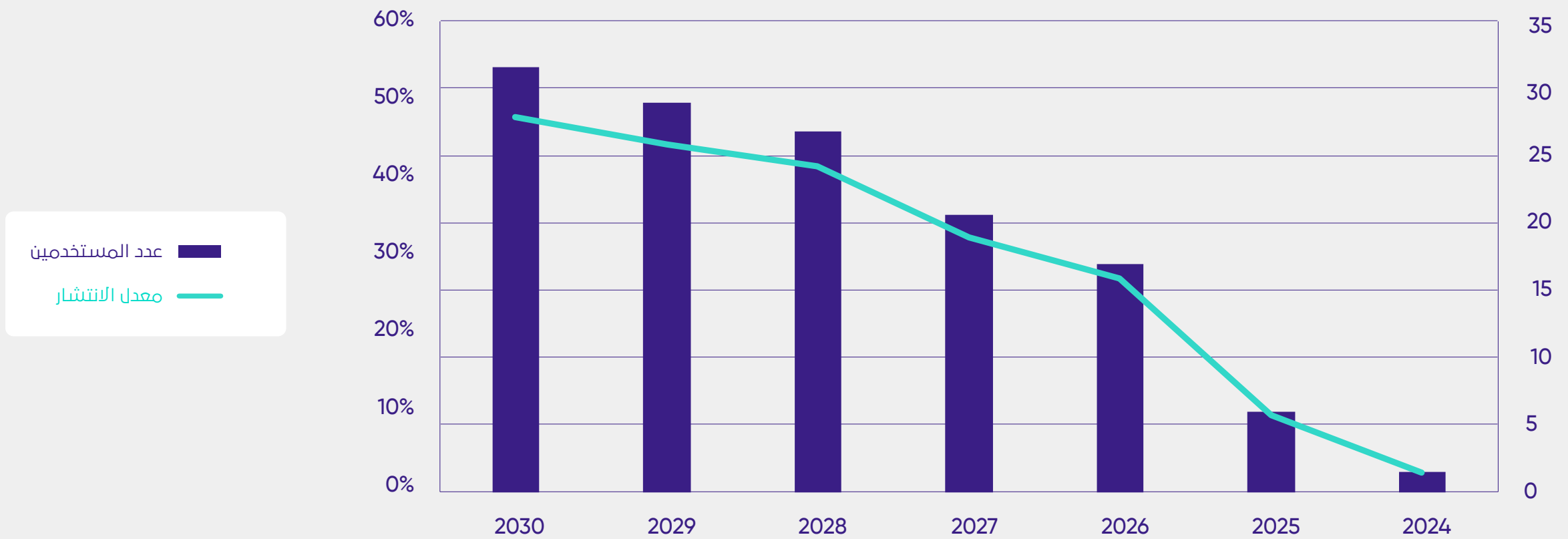
وتعد المملكة العربية السعودية أكبر أسواق دول مجلس التعاون الخليجي من حيث عدد المستخدمين، إذ يُقدر عدد مستخدمي المايكرو دراما فيها بنحو 2.2 مليون مستخدم في عام 2025، ومن المتوقع أن يرتفع هذا العدد إلى 20.9 مليون مستخدم بحلول عام 2030.

وتأتي دولة الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الثانية، حيث يُقدر عدد مستخدمي المايكرو دراما فيها حالياً بنحو 1.4 مليون مستخدم. ومن المتوقع أن يشهد هذا العدد نمواً متسارعاً خلال عام 2026 قبل أن يتباطأ معدل النمو، لكن التوقعات الحالية تشير إلى أن عدد المستخدمين سيصل إلى نحو 4.1 مليون مستخدم بحلول عام 2030. ويبلغ عدد مستخدمي المايكرو دراما في دولة قطر حالياً نحو 700 ألف مستخدم، ومن المتوقع أن يتجاوز هذا العدد الضعف بحلول عام 2030، ليصل إلى نحو 2 مليون مستخدم.

كما هو الحال في مناطق أخرى حول العالم، تعتمد إيرادات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي بشكل رئيسي على الاشتراكات المدفوعة وعمليات الشراء الصغيرة. ففي عام 2025، شكّلت المدفوعات 87% من إجمالي الإيرادات، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة قليلاً خلال السنوات حتى عام 2030. وفي هذا السياق، من المتوقع أن تنخفض حصة إجمالي الإيرادات القادمة من الاشتراكات قليلاً خلال السنوات القادمة، حيث يتم استبدال قاعدة مستخدمي الاشتراكات المحدودة والمتفاعلة بشدة بجمهور أوسع مستعد لإنفاق مبالغ صغيرة من خلال المدفوعات.

بشكل عام، يواجه نموذج المايكرو دراما المدعوم بالإعلانات تحديات، نظراً لارتفاع تكاليف اكتساب العملاء. لذلك، تركز معظم المنصات على استقطاب العملاء المستعدين للإنفاق بدلاً من التركيز على زيادة حجم الجمهور.

وفي الوقت الحالي، لا يزال نطاق المعلنين المتاحين على معظم منصات المايكرو دراما محدوداً نسبياً، إلا أنه من المتوقع أن يزداد، مما يعني ارتفاع الحصة الإجمالية لعائدات الإعلانات، خاصة مع نمو قاعدة المستخدمين في دول مجلس التعاون الخليجي. بالتالي ستزداد أيضاً فرص تحقيق الإيرادات من خلال توظيف المنتجات داخل أعمال المايكرو دراما والتطبيقات المخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي، مع تطور صناعة المايكرو دراما في المنطقة. وفي الوقت الحالي، لا تزال هذه الصناعة في المنطقة محدودة، نظراً لاعتمادها بصورة كبيرة على استيراد المحتوى.



@2026 Omdia

المصدر: أومديا

تُعد المملكة العربية السعودية أكبر أسواق دول مجلس التعاون الخليجي من حيث إيرادات المايكرو دراما، إذ بلغت إيراداتها 15 مليون دولار أمريكي في عام 2025، مقارنةً بـ 13.1 مليون دولار أمريكي في دولة الإمارات العربية المتحدة و 3.7 ملايين دولار أمريكي في دولة قطر. ومن المتوقع أن تواصل هذه الإيرادات نموها حتى عام 2030، حيث سيبلغ إجمالي قيمة قطاع المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي 297 مليون دولار أمريكي، بزيادة قدرها 760% خلال السنوات الخمس الأخيرة من هذا العقد.

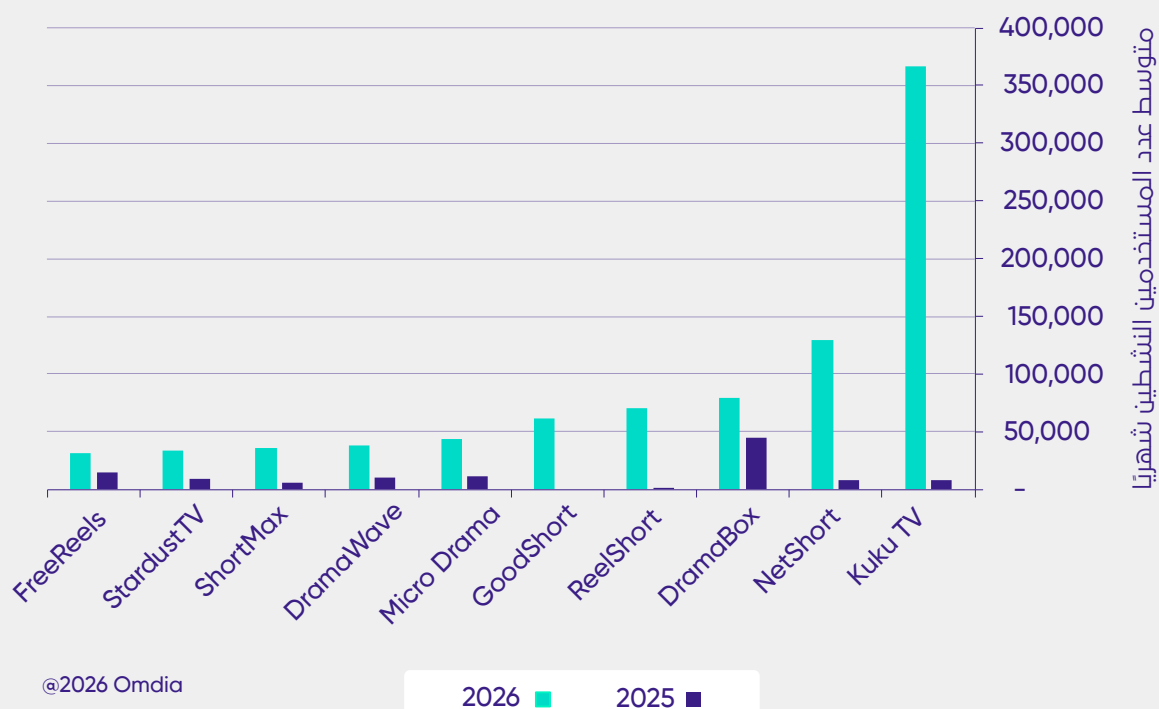
ويُعد نمو صناعة المايكرو دراما في البلدان الأصلية للعمالة الوافدة أحد العوامل الرئيسية الداعمة لنمو القطاع في دول مجلس التعاون الخليجي.

من المتوقع أن يؤدي النمو السريع في صناعة المايكرو دراما الهندية وزيادة إنتاج المحتوى في شبه القارة الآسيوية إلى تحقيق إيرادات كبيرة في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي بحلول نهاية العقد، لا سيما مع قيام المنصات الأقوى بترسيخ علامات تجارية أقوى.

أبرز منصات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي

لا يزال مشهد منصات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي يشهد منافسةً شديدة، ولم تتمكن أي منصة حتى الآن من فرض هيمنتها على السوق. تتصدر منصة DramaBox حاليًا السوق في المملكة العربية السعودية، إلا أن المنافسة على صدارة السوق لا تزال مفتوحة. على خلاف سوق خدمات الفيديو حسب الطلب القائمة على الاشتراك، حيث تحافظ منصات رائدة مثل Netflix و Shahed على تفوقها الواضح على منافسيها. يشهد قطاع المايكرو دراما منافسةً أكثر تقاربًا، وقد انتقلت الصدارة بين المنصات من شهر إلى آخر على مدار الأشهر الخمسة عشر الماضية.

الشكل (5): متوسط عدد المستخدمين النشطين شهريًا لتطبيقات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي، الربع الأول من عام 2025 مقارنةً بالربع الأول من عام 2026.



@2026 Omdia

كيف تُشكّل المنصات سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي



لا يزال ولاء المستخدمين منخفضًا بشكل ملحوظ على جميع المنصات، ويتفاعل العديد من المستهلكين في الوقت نفسه مع عدة منصات للمايكرو دراما. ويعود هذا السلوك إلى ثلاثة عوامل رئيسية: ضعف حضور العلامات التجارية للمنصات، والاستهداف المكثف للمستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بناءً على المحتوى، وضعف سلاسل التفاعل نسبيًا، بما لا يضمن بقاء المستخدمين ضمن منظومة واحدة. وينتج عن ذلك سوق تتنافس فيه المنصات بشكل أساسي على جاذبية المحتوى الفردي، بدلًا من القيمة التي تقدمها الخدمة.

برزت أربع منصات، هي: NetShort و Kuku TV و DramaBox و ReelShort، بوصفها المنصات الرائدة من حيث متوسط عدد المستخدمين النشطين شهريًا خلال الأشهر الخمسة عشر الماضية.

وتمثل هذه المنصات ما يزيد قليلًا على 50% من إجمالي المستخدمين النشطين شهريًا في دول مجلس التعاون الخليجي.

أما المنصات العشر التالية في الترتيب، فتستحوذ على حوالي 40% من إجمالي التفاعل. ويعكس هذا التباين سوقًا لا يزال في مراحل تشكيكه الأولى، إذ لم تتمكن أي منصة حتى الآن من تحقيق الحجم والحضور اللازم لفرض هيمنتها على السوق.



المنصات الرائدة في سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي



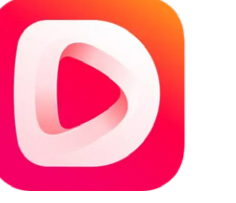
Kuku TV تختلف منصة كوكو تي في عن معظم منصات المايكرو دراما الرائدة الأخرى في دول مجلس التعاون الخليجي بتركيزها على المحتوى الهندي. وقد نمت المنصة بسرعة لتصبح أكبر منصة للمايكرو دراما في الهند، كما حققت نموًا متسارعًا في دول مجلس التعاون الخليجي، خاصةً بين الجمهور الهندي المقيم في الخارج. وبشكل عام، يأتي 25% من جمهورها في دول مجلس التعاون الخليجي من دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي نسبة أعلى مقارنةً بمعظم المنصات الأخرى.



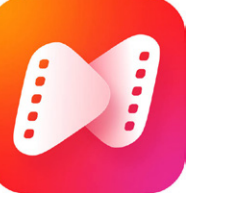
ReelShort تعتمد منصة ريل شورت، التي تديرها شركة كيريز ميبل ستوديوز، نموذجًا هجينًا لتحقيق الربح يجمع بين الاشتراكات، والإعلانات، وعمليات الشراء داخل التطبيق. وقد استثمرت المنصة في إنتاج محتوى حصري، وتقدم محتوى مبدلًا وأعمالًا درامية تفاعلية. وقد ساهمت أعمال ناجحة مثل *How to Tame a Silver Fox* و *Bound by Honor*، في ترسيخ مكانة المنصة بفضل جودة محتواها، إلا أنها لم تتمكن بعد من ترجمة هذا النجاح إلى قيادة مستدامة في السوق.



GoodShort تكمّل منصة جوجل شورت قائمة المنصات الرائدة، بصفتها ثالث أكبر منصة في دولة الإمارات العربية المتحدة وسلطنة عُمان، على الرغم من أن المعلومات التفصيلية حول موقعها الاستراتيجي في السوق لا تزال محدودة.



DramaBox تميّزت منصة دراما بوكس، المملوكة لشركة ستوري ماتريكس التي تتخذ من سنغافورة مقرًا لها، باتباع منهج متعدد الجوانب. إذ توفر المنصة اشتراكات مدفوعة، ومحتوى مدعومًا بالإعلانات، ومشتريات صغيرة تعتمد على العملات الرقمية داخل التطبيق، كما تتعاون مع تطبيقات الألعاب لزيادة عدد الزوار. ولا تقتصر مكتبة محتواها على المايكرو دراما التقليدية، بل تشمل أيضًا أعمال الأنمي. ويحصل المشتركون في الباقات المدفوعة على مزايا، منها تنزيل المحتوى، وإهداء الأعمال الدرامية، ومشاهدة المحتوى بدون إعلانات. أما أكثر الأعمال رواجًا على المنصة، فتدور عادةً حول قصص القوة والنفوذ التي تتمحور حول الملوك والرؤساء التنفيذيين، بما يلبس تطلعات الجمهور الباحث عن قصص ملهمة.



NetShort تعتمد نت شورت، المملوكة لشركة نت ستوري التي تتخذ من سنغافورة مقرًا لها، نهجًا أكثر تركيزًا من خلال تقديم محتوى المايكرو دراما. تجمع المنصة بين نظام الاشتراك والمشتريات ونظام الإيرادات القائم على العملات الرقمية، مع التركيز على شراكات المواقع الإلكترونية بدلًا من وسائل التواصل الاجتماعي لجذب المستخدمين، وهي استراتيجية تميزها عن معظم منافسيها. وقد لاقت أعمال بارزة، مثل *Hidden Wolf King* و *Brothers Regret 3* و *Years Frozen 30*، صدى واسعًا لدى الجمهور، مما ساعد NetShort على تحقيق أداء قويًا بشكل خاص في الكويت وسلطنة عُمان ودولة قطر، حيث تصدرت السوق خلال الأشهر الخمسة عشر الماضية.

يختلف أداء المنصات بشكل ملحوظ بين أسواق دول مجلس التعاون الخليجي. وتمثل المملكة العربية السعودية أكبر سوق لمعظم الخدمات، إذ تستحوذ على نحو 55% من إجمالي المستخدمين عبر جميع المنصات، إلا أن بعض الخدمات تُظهر توزيعًا جغرافيًا مختلفًا لمستخدميها. فعلى سبيل المثال، لا يأتي سوى 44% من مستخدمي منصة NetShort من المملكة العربية السعودية، بينما تحقق أداء أقوى نسبيًا في الكويت وسلطنة عُمان ودولة قطر. وتمثل منصتا FlickReels و QuickTV استثناءً لهذا النمط الذي تتصدر فيه المملكة العربية السعودية، إذ تضم كل منهما قاعدة مستخدمي أكبر في دولة الإمارات العربية المتحدة مقارنةً بالمملكة العربية السعودية.

ويشير هذا التوزيع الجغرافي للمستخدمين، إلى جانب انخفاض مستوى ولاء المستخدمين وتقارب المنافسة بين المنصات، إلى أن سوق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي لا يزال مفتوحًا أمام المنافسة. وستكون المنصة التي تنجح في بناء حضور قوي لعلامتها التجارية، مع الحفاظ على جاذبية محتواها في عدة أسواق هي الأجدر بالريادة الإقليمية.

المنصات الناشئة والتحولات الإقليمية

على الرغم من أن المنصات المملوكة لشركات صينية تقود حاليًا مشهد المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي، إلا أن مجموعة من المنصات الإقليمية وخدمات البث الدولية تسعى إلى تغيير الوضع الراهن في السوق. وتتمتع هذه الجهات الناشئة بمزايا استراتيجية مختلفة، مثل التقارب الثقافي وقواعد المستخدمين الراسخة، وقد تساهم هذه المزايا في إعادة تشكيل السوق مع استمرار نمو هذه المنصات.



إطلاق منصات المايكرو دراما المخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي

يمثل إطلاق منصة Blingwood في فبراير 2026 أبرز دخول لمنصة نشأت في دول مجلس التعاون الخليجي إلى سوق المايكرو دراما. وتعتمد المنصة، التي تتخذ من دولة الإمارات العربية المتحدة مقرًا لها، على المحتوى العربي باعتباره ميزتها التنافسية الرئيسية، بما يعالج فجوة في السوق الحالية، حيث يأتي معظم المحتوى من الصين وغيرها من الأسواق الآسيوية.

ومع ذلك، تواجه منصة Blingwood التحدي الأساسي الذي تواجهه جميع منصات المايكرو دراما الجديدة، ألا وهو الحاجة إلى بناء قاعدة قوية من المحتوى وبنية تحتية تقنية متينة قبل الالتزام بتكاليف التسويق المرتفعة اللازمة لاكتساب المستخدمين. فبدون محتوى كافٍ، قد لا يحقق الإنفاق الكبير على اكتساب المستخدمين النتائج المرجوة، إذ سرعان ما ينتقل المستخدمون إلى منصات منافسة تمتلك مكتبات محتوى أوسع.

وحتى منتصف عام 2026، لا تزال Blingwood منصة صغيرة، مما يشير إلى أنها لا تزال في مرحلة تطوير المحتوى.

الشراكات التي تشكّل مشهد المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي

تشير عدة شراكات أُعلن عنها خلال عام 2025 وبداية عام 2026 إلى تزايد الاستثمار الإقليمي في إنتاج محتوى المايكرو دراما:

أبرمت شركة وايت بي ميديا ومقرها دبي، شراكة مع شركة رايزنج جوي، إحدى الشركات الرائدة في ترخيص محتوى المايكرو دراما في مايو 2025 بهدف تقديم أعمال ناجحة من الملكية الفكرية الصينية إلى الأسواق العربية. ويُعدّ هذا النهج - المتمثل في تكييف المحتوى الصيني الناجح ليناسب الجمهور الناطق بالعربية - مسارًا أقل مخاطرة من الإنتاج الأصلي، مع مراعاة الخصوصية الثقافية.

اتخذت **شركة روتانا ميديا** نهجًا مختلفًا من خلال شراكتها مع شركة سين اللبنانية لإنتاج محتوى أصلي موجه إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. تُعطي هذه الاستراتيجية الأولوية للأصالة الثقافية منذ المراحل الأولى للإنتاج، إلا أنها تتطلب فترات تطوير أطول واستثمارات أولية أكبر.

اختارت منصات أصغر حجمًا، مثل FlexTV، إبرام اتفاقيات للحصول على المحتوى بدلًا من الدخول في شراكات لإنتاجه، مما يعكس تنوع الاستراتيجيات الناشئة في السوق الإقليمية.

تمثل منصة **Tesliya** نموذجًا آخر، إذ انطلقت بنهج متنوع لتحقيق الإيرادات يشمل خدمات الفيديو المميز حسب الطلب، والفيديو حسب الطلب المدفوع، والفيديو حسب الطلب المدعوم بالإعلانات، وقنوات البث التلفزيوني المجاني المدعوم بالإعلانات، ومحتوى الألعاب. ومع ذلك، لا تزال قاعدة المستخدمين الخاصة بالمنصة محدودة للغاية، مما يشير إلى أن تنويع مصادر الإيرادات وحده لا يكفي للتغلب على التحدي الأساسي المتمثل في جاذبية المحتوى واكتساب المستخدمين.

وعلى الرغم من أن هذه الشراكات والمنصات تعكس تزايد الاهتمام الإقليمي بقطاع المايكرو دراما، إلا أن معظمها لا يزال في مراحله الأولى. ومن المتوقع أن تظهر النتائج الفعلية لهذه الشراكات خلال عام 2026 وما بعده مع تطور منظومات إنتاج المحتوى وتحسين المنصات لموقعها في السوق.

مسار التحول في مشهد المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي

لتحقيق تغيير على المستوى الإقليمي يجب على المنصات الناشئة تجاوز عدة عقبات. فهي بحاجة إلى تطوير محتوى كافٍ للحفاظ على تفاعل المستخدمين، وبناء علامات تجارية قوية لتقليل اعتمادها على التسويق المكلف عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما تحتاج إلى وضع نماذج ربحية تتناسب مع البنية التحتية المتنوعة لأنظمة الدفع في دول مجلس التعاون الخليجي. وستكون المنصات ذات الإمكانيات الأكبر للنجاح هي تلك التي تستغل المزايا القائمة كالتقارب الثقافي، أو وجود قاعدة مستخدمي قائمة، أو القدرات الإنتاجية المتميزة للمحتوى، بدلاً من محاولة تقليد النموذج الصيني للمايكرو دراما بالكامل. وسيكون تكييف الاستراتيجيات بما يتناسب مع طبيعة سوق دول مجلس التعاون الخليجي عاملاً أساسياً لتحقيق النمو على المدى الطويل.

يتيح تشتت السوق حالياً، في ظل غياب منصة مهيمنة، فرصة كبيرة للشركات المنافسة التي تمتلك موارد قوية لترسيخ مكانتها. إلا أن هذه الفرصة تتراجع مع زيادة استثمارات المنصات المملوكة لشركات صينية في اكتساب المستخدمين وتوطين المحتوى مع الأسواق المحلية، مما يعزز انتشارها ويرسخ عادات المستخدمين. وستكون الأشهر الـ12 إلى الـ18 القادمة حاسمة في تحديد ما إذا كانت المنصات المخصصة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قادرة على بناء مكانة قوية في السوق، أم أن المنصات الدولية ستواصل تصدرها من خلال تقديم محتوى يتناسب مع الجمهور المحلي.

تعد استراتيجيات المحتوى من أهم العوامل التي تحدد قدرة المنصات على تحقيق نجاح مستدام في سوق المايكرو دراما بدول مجلس التعاون الخليجي. ورغم أن الشكل الفني للمايكرو دراما، القائم على محتوى قصير مصمم للهواتف المحمولة وأساليب سرد تهدف إلى جذب الجمهور، يمكن تطبيقه في مختلف الثقافات، فإن القصص والمواضيع والإشارات الثقافية التي تجذب المشاهدين تحتاج إلى تكييف دقيق بما يناسب كل سوق.

قد يأتي أبرز التغييرات المحتملة في السوق من منصات البث الراسخة التي بدأت تتجه نحو محتوى المايكرو دراما. فقد أطلقت منصة Viu منصة مخصصة لمقاطع الفيديو العمودية في يناير 2026، كما أطلقت منصة Zee5 قسم Bullet للمحتوى القصير خلال الفترة نفسها. وأعلنت Shofha عن منصة مخصصة للمايكرو دراما تحمل اسم Shofha Sports، مما يشير إلى احتمال ظهور منصات تركز على أنواع محددة من المحتوى.

وتتمتع هذه المنصات التقليدية بمزايا كبيرة في سوق المايكرو دراما. إذ تساهم علاماتها التجارية الراسخة في تعزيز ثقة المستهلكين بهذا النوع من المحتوى، بمن فيهم أولئك الذين لا يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال، حيث يجري حالياً اكتشاف معظم محتوى المايكرو دراما. كما توفر هذه المنصات طرقاً بديلة لتحقيق الإيرادات من خلال خدمات البث التقليدية المدعومة بالاشتراكات على الاشتراك، مما قد يجذب الجمهور الذي لا يفضل عمليات الشراء الصغيرة باستخدام العملات داخل التطبيق. والأهم من ذلك، تمتلك هذه المنصات قواعد مستخدمي وبنية تحتية لتوزيع المحتوى، مما يقلل بشكل كبير من تكاليف اكتساب المستخدمين التي تمثل عبئاً على المنصات المتخصصة في المايكرو دراما.



تتمتع منصة Zee5 بفرص واعدة في دول مجلس التعاون الخليجي، نظراً لوجود جالية هندية كبيرة في أسواق المنطقة. وقد أثبت المحتوى الهندي قدرته على الانتشار خارج الهند. ويمكن لمكتبة Zee5 الحالية التي تحتوى على محتوى من جنوب آسيا أن تشجع جمهور المنصة على متابعة المايكرو دراما، خاصة من يعرفون المنصة ويستخدمونها بالفعل. ومع استمرار النمو السريع لصناعة المايكرو دراما الهندية، تتمتع Zee5 بموقع جيد يتيح لها تقديم هذا المحتوى لجمهور دول مجلس التعاون الخليجي.

تحديات توطين المايكرو دراما ففي دول مجلس التعاون الخليجي

تعتمد منصات المايكرو دراما الناجحة عالميًا غالبًا على قصص جريئة تتناول العلاقات العاطفية وصراعات القوة والتحوليات المثيرة في الأحداث. وتلقى هذه الموضوعات صدى في أسواق مثل الصين والولايات المتحدة، لكنها تواجه تحديات في دول مجلس التعاون الخليجي، حيث تتطلب العادات والحساسيات الثقافية تقديم قصص تناسب طبيعة الجمهور المحلي.

بالنسبة إلى المحتوى المترجم، فإن طبيعة مشاهدة المايكرو دراما، التي تتطلب تركيز المشاهد وتفاعله المباشر مع شاشة الهاتف، تجعل اختلاف اللغة أقل عائقًا مقارنة بالتلفزيون التقليدي. وقد لا تتناسب بعض أشهر أعمال المايكرو دراما الصينية والغربية الحالية مع الحساسيات الثقافية في المنطقة، مما يشكل تحديًا لبعض المنصات العالمية في دول مجلس التعاون الخليجي. وفي حين شكّل ذلك تحديًا في السابق أمام القنوات التلفزيونية التقليدية، فقد أتاح في المقابل فرصة لمنتجات المحتوى من دول أخرى، مثل المكسيك وتركيا، لبيع محتوى مميز في أسواق المنطقة.

ومع نمو قطاع المايكرو دراما، ستزداد الحاجة إلى تقديم محتوى يناسب أذواق الجمهور المحلي. وهذا يفتح فرصًا كبيرة أمام منتجي المحتوى الموجه خصيصًا إلى جمهور المنطقة.



فرص الاستثمار في محتوى جديد في سوق المايكرو دراما بدول مجلس التعاون الخليجي

من الفئات التي لم تحظَ بالاهتمام الكافي في سوق المايكرو دراما بدول مجلس التعاون الخليجي حتى الآن، هي القصص المستوحاة من التراث الشعبي والقصص التي تحمل دروس أخلاقية. ويمكن لهذه الأنواع أن تقدم الإيقاع السريع نفسه، بما فيه من مفاجآت وتحولات في الأحداث ونهايات مشوقة، مع تجنب المحتوى الذي قد يتعرض للرقابة أو يثير اعتراضات ثقافية.

كما يمكن للقصص المستوحاة من التراث الشعبي، والحكايات ذات العبر الأخلاقية، والأساطير التاريخية، وقيم الأسرة وشرفها أن تعكس ثقافة المنطقة، وفي الوقت نفسه تجذب جمهورًا واسعًا. ويمكن أن تسير على نهج القصص الخارقة للطبيعة الرائجة حاليًا على منصات المايكرو دراما والمستوحاة من التراث الشعبي الصيني.

مع سعي قطاع المايكرو دراما إلى تحقيق النمو المستدام والوصول إلى جمهور أوسع من المستخدمين الأوائل، ستزداد أهمية تقديم قصص لا تتعرض للرقابة والجدل الثقافي. وستكون المنصات القادرة على تحقيق هذا التوازن، من خلال الحفاظ على العناصر التي تجعل المايكرو دراما جذابة للمشاهدين مع مراعاة الحساسيات الثقافية، في موقع أفضل لتحقيق النمو على المدى الطويل.

توسيع نطاق المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي للوصول إلى جمهور أوسع

جاء الإقبال المبكر على المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي بشكل رئيسي من جمهور معتاد على المحتوى المترجم وخدمات البث العالمية. إلا أن الوصول إلى جمهور أوسع يتطلب تقديم قصص تراعي ثقافة المنطقة، خاصة في المحتوى العائلي والموجه إلى الفئات العمرية الأكبر، حيث تؤثر الفروق الثقافية وتفضيلات اللغة بشكل كبير في خيارات المشاهدة.

وستكون المنصات التي تحقق التوازن بين تنوع المحتوى العالمي وتقديم قصص تعكس ثقافة دول مجلس التعاون الخليجي أكثر قدرة على توسيع قاعدة جمهورها لتشمل فئات جديدة إلى جانب المستخدمين الأوائل. ويتطلب ذلك الاحتفاظ بمكتبات من المحتوى الصيني والعالمي الرائج، مع زيادة الاستثمار تدريجيًا في الإنتاج الإقليمي مع تطور السوق وانخفاض تكاليف الإنتاج.



خفض التكاليف عند إنتاج المايكرو دراما

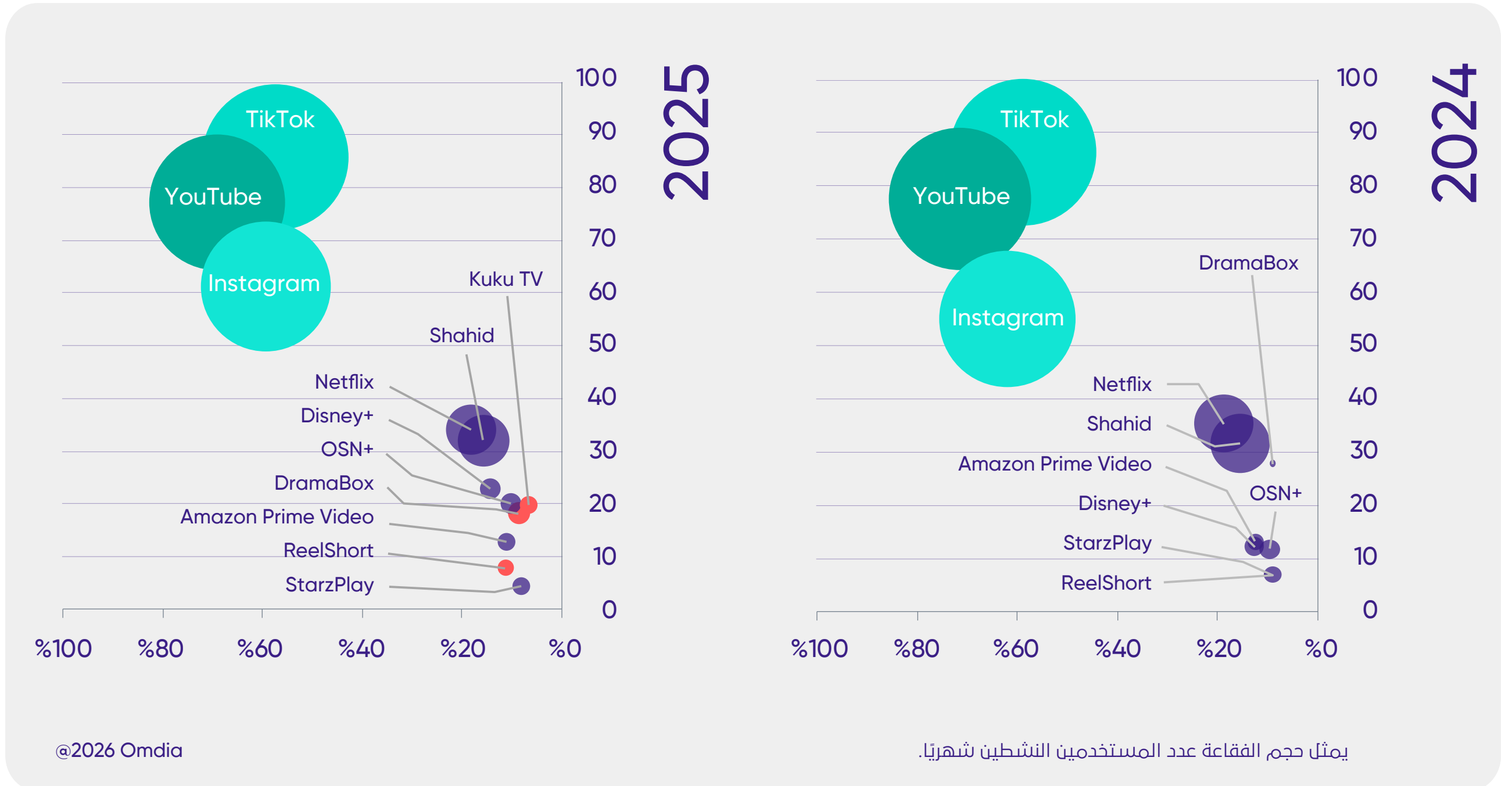
ساهم التوسع السريع لصناعة المايكرو دراما في الصين بشكل غير مباشر في خفض تكاليف إنتاج المحتوى في الشرق الأوسط. فقد ساعدت الاستثمارات في استوديوهات المايكرو دراما في مدينة شنجن على بناء منظومة إبداعية متكاملة للإنتاج، تضم معدات متخصصة وفرق عمل ماهرة وأساليب إنتاج مبسطة.

ومع زيادة قدرة صناعة المايكرو دراما على تحقيق عوائد مستدامة، وتوجه المستثمرين إلى إنتاج المحتوى على المدى الطويل، من المتوقع أن ينتشر هذا النموذج القائم على الاستوديوهات في مناطق أخرى. وفي الوقت الحالي، يمثل عدم وجود إمكانيات إنتاج متخصصة للمايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي فرصة استثمارية مستقبلية كبيرة.

يُعد خفض تكاليف الإنتاج مهمًا بشكل خاص في ظل ارتفاع نفقات التسويق التي تتحملها منصات المايكرو دراما. فمن خلال خفض ميزانيات الإنتاج، تستطيع هذه المنصات تخصيص المزيد من الموارد لتجربة أنواع وموضوعات مختلفة من المحتوى، لمعرفة ما يجذب الجمهور العربي مع إتاحة مساحة أكبر للتجربة دون الحاجة إلى نجاح كل مسلسل تجاريًا.

أنماط تطوّر الجمهور في المملكة العربية السعودية

الشكل 6: المملكة العربية السعودية، تفاعل المستخدمين مع التطبيق مقابل معدل الاحتفاظ بهم، 2024 و 2025



عند النظر إلى تطور السوق، نلاحظ نمطاً واضحاً في نمو الجمهور. ففي المملكة العربية السعودية، تتصدر تطبيقات مثل انستغرام ويوتيوب وتيك توك من حيث نسبة المستخدمين المتفاعلين معها يوميًا، وعدد الدقائق التي يقضيها كل مستخدم عليها يوميًا، وحجم قاعدة مستخدميها.

وتأتي بعدها منصتا Netflix و Shahid، حيث يواصل المستخدمون قضاء أكثر من 30 دقيقة يوميًا على تطبيقاتهما عبر الهواتف المحمولة. كما تشهد منصات أخرى زيادة في الاستخدام اليومي. فقد اقتربت Kuku TV و DramaBox من OSN+ و Disney+ من حيث عدد الدقائق التي يقضيها المستخدمون يوميًا في مشاهدة المحتوى عبر تطبيقات الهاتف المحمول، كما تشهدان نموًا ملحوظًا في عدد مستخدميهما.

لا تعدّ هذه المقارنة متطابقة تمامًا، إذ يستهلك المستخدمون محتوى Netflix و Shahid و OSN و Amazon Prime Video و STARZPLAY على أجهزة أخرى إلى جانب الهواتف المحمولة. ومع ذلك، فإن قدرة تطبيقات المايكرو دراما على زيادة قاعدة مستخدميها، مع الحفاظ على معدلات الاحتفاظ بالمستخدمين ومستويات الاستخدام اليومي القريبة من تطبيقات البث عبر الإنترنت من الفئة الثانية في المملكة العربية السعودية، تشير إلى وجود فرص لمزيد من النمو.

من المتوقع أيضًا أن يستفيد قطاع المايكرو دراما من الاستثمارات المستقبلية الكبيرة من منصات الفيديو حسب الطلب القائمة على الاشتراك. وتسعى هذه المنصات إلى تحقيق مستويات عالية من الإيرادات وزيادة التفاعل مع مقاطع الفيديو القصيرة على منصاتها. وقد أعلنت Netflix عن خطط لإضافة قسم للفيديوهات العمودية إلى منصتها. ومع زيادة الإيرادات من هذا النوع من الفيديوهات، من المتوقع أن يضم هذا القسم محتوى مخصصًا، بالإضافة إلى المحتوى الترويجي المرتبط بالمحتوى الطويل الموجود على المنصة.

وفي الهند، أطلقت منصات رائدة في سوق البث عبر الإنترنت، مثل JioHotstar و Zee5 و Amazon MX Player، أقسامًا مخصصة للمايكرو دراما داخل تطبيقاتها على الهواتف المحمولة. ومن المتوقع أن تتبنى منصات بث أخرى هذا النموذج على نطاق واسع، بهدف زيادة تفاعل الجمهور على الشاشات الكبيرة والصغيرة.

سيشكل دخول هذه المنصات، التي تتمتع بعلامات تجارية أكثر شهرة وقواعد مستخدمين أكبر بكثير، تحديًا أمام منصات المايكرو دراما الأصغر التي تسعى إلى المنافسة. ومع ذلك، من المتوقع أن يساهم دخولها في زيادة حجم صناعة المايكرو دراما بشكل عام.

شركات شركات الاتصالات وتسهيل عمليات الدفع

قد تمثل صعوبة تسهيل عمليات الدفع في عدد من أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بما فيها العراق ومصر والجزائر، فرصة لتحقيق الإيرادات من المايكرو دراما عبر شركات الاتصالات. وتشهد هذه الأسواق نموًا سكانيًا سريعًا ومستويات مرتفعة من استهلاك المحتوى.

وقد أدت شركات الاتصالات دورًا مهمًا في دعم تحقيق الإيرادات من خدمات البث عبر الإنترنت خلال العقد الماضي. وجاء ذلك من خلال مئات الشراكات التي تجمع خدمات الاتصالات والبث في باقات واحدة، إلى جانب الدفع المباشر عبر فاتورة الهاتف والترويج المشترك. وتواصل شركات الاتصالات في دول مجلس التعاون الخليجي تطوير استراتيجياتها لخدمات البث عبر الإنترنت. وتعمل شركات مثل Ooredoo و e& على تطوير استراتيجياتها للتعامل المباشر مع المستهلكين، والاستثمار في توفير مجموعة أوسع من خدمات البث لعملاء الإنترنت الثابت. ويدفع العملاء في دول مجلس التعاون الخليجي أسعارًا شهرية تُعد من بين الأعلى عالميًا مقابل خدمات الإنترنت الثابت والهاتف المحمول. لذلك، توجد فرص كبيرة لتقديم باقات تضم خدمات متعددة تساعد على تقديم قيمة أكبر مقابل ارتفاع متوسط الإيرادات لكل مستخدم.

وقد وسعت شركات الاتصالات هذه الشراكات لتشمل قطاعات مختلفة، منها الألعاب وتوصيل الطعام والترفيه والصحة الإلكترونية. وغالبًا ما تتعاون مع أكثر من 20 شريكًا في الوقت نفسه. وفي ظل هذه التطورات، من المتوقع أن نشهد قريبًا إطلاق أولى الشراكات الواسعة بين شركات الاتصالات ومنصات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي.

يمكن تسهيل عمليات الدفع من خلال الدفع المباشر عبر فاتورة الهاتف، أو إضافة العملات المستخدمة داخل التطبيق، إلى باقات اشتراك الهاتف المحمول. ويساعد ذلك منصات المايكرو دراما على إعادة جذب المستخدمين شهريًا وتحقيق المزيد من الإيرادات. كما يساعد شركات الاتصالات على زيادة تفاعل عملائها.

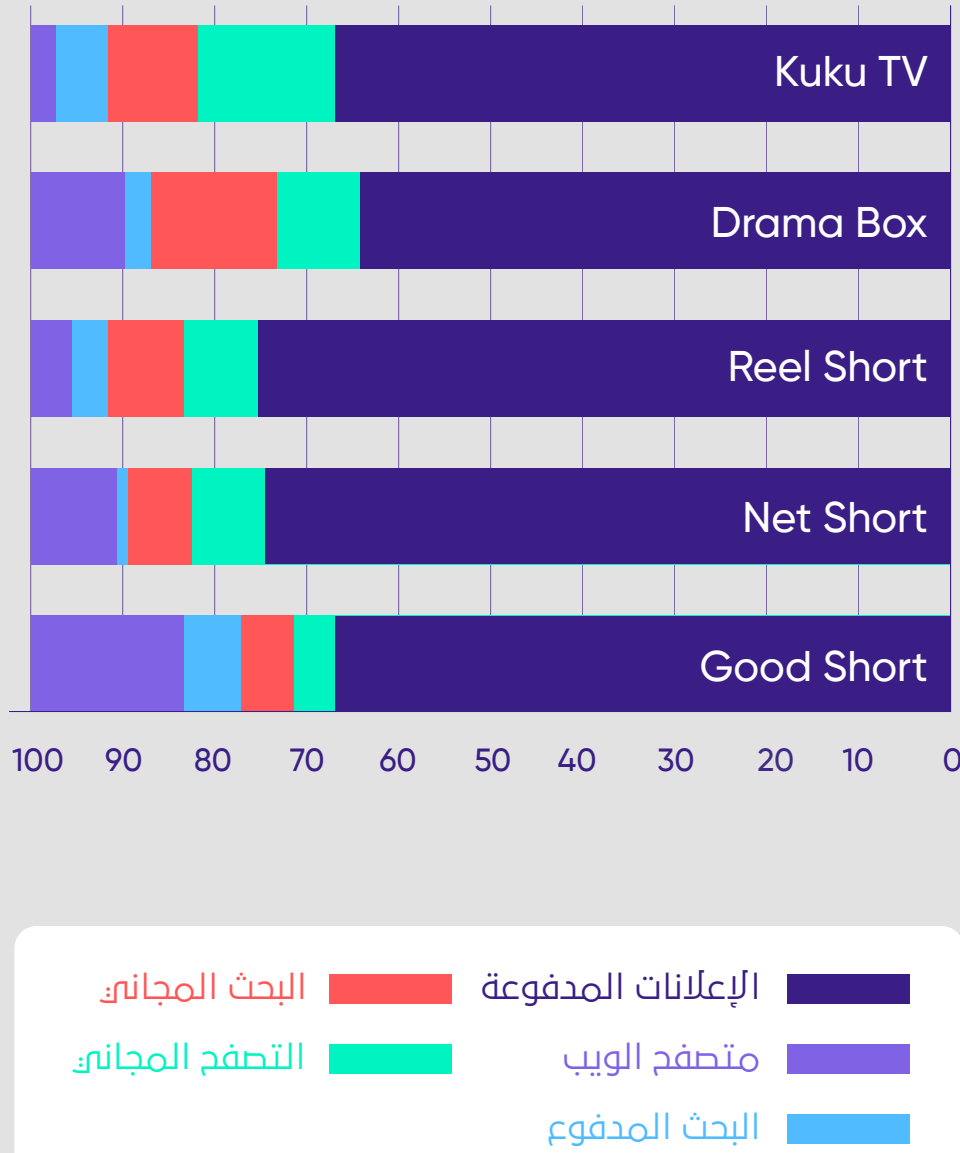
وبالنسبة إلى العديد من منصات المايكرو دراما، قد تساعد الاشتراكات الشهرية المنتظمة على إعادة جذب المستخدمين، مع خفض الإنفاق على تسويق التطبيقات.

تحديات اكتساب المستخدمين وتكلفة التسويق

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي حاليًا المصدر الرئيسي لاكتساب مستخدمي خدمات المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي. وينطبق ذلك بشكل خاص على إنستغرام وتيك توك، حيث تتيح نشر مقاطع فيديو قصيرة تجذب المستخدمين إلى منصات المايكرو دراما.

ورغم أن بعض تطبيقات المايكرو دراما قادرة على تحقيق جزء من إيراداتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي نفسها، إلا أن الهدف الأساسي هو جذب المستخدمين إلى تطبيقاتها الخاصة.

الشكل 7: دول مجلس التعاون الخليجي، اكتساب المستخدمين حسب القناة، مارس 2026



@2026 Omdia

المصدر: أومديا

في مارس 2025، جاء 72% من المستخدمين الذين اكتسبهم أكبر 20 منصة للمايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي عبر الإعلانات المدفوعة، سواءً من الإعلانات المصورة أو إعلانات البحث المدفوعة. وجاء نحو 18% من المستخدمين بشكل طبيعي، إما عبر متصفحات الإنترنت أو نتائج البحث.

وبشكل عام، لم ينخفض هذا الاعتماد على البحث المدفوع خلال العام الماضي، حيث بلغ 73% من المستخدمين عبر هذه القنوات المدفوعة حتى مارس 2026. وقد نجحت القنوات المدفوعة في زيادة إجمالي عدد مستخدمي منصات المايكرو دراما خلال العام الماضي. ومع ذلك، لا تزال تكلفة اكتساب المستخدمين مرتفعة. ويُعد حجم الإنفاق على التسويق من أبرز ما يميز صناعة المايكرو دراما عن غيرها من قطاعات الإعلام والترفيه. ففي كثير من الحالات، قد تصل حصة التسويق إلى 80% من إجمالي الإنفاق لدى المنصات الرائدة.

يساعد المحتوى الناجح على خفض المبالغ التي تحتاج المنصات إلى إنفاقها على تسويق الأعمال الدرامية، لكن تكاليف التسويق المرتفعة جدًا لا يمكن الاستمرار فيها على المدى الطويل. لذلك، تسعى معظم منصات المايكرو دراما إلى بناء علامات تجارية قوية تجذب المستخدمين بشكل مستمر، حتى مع خفض الإنفاق على التسويق.

الكبيرة التي تتكبدتها العديد من منصات المايكرو دراما حاليًا، من المتوقع أن يشهد السوق في النهاية اندماجًا بين بعض الشركات، مع ترسيخ المنصات الكبرى لمكانتها وعلاماتها التجارية.

ويمثل ذلك تحديًا أمام نمو القطاع واستدامته. لذلك، تحتاج المنصات إلى إيجاد طرق لزيادة إيراداتها لتغطية تكاليف التسويق على المدى القصير، بينما تعمل على توسيع أعمالها وترسيخ مكانتها في السوق. ولا يزال من غير الواضح ما إذا كان هذا النموذج قادرًا على الاستمرار على المدى الطويل. لكن في ظل الخسائر

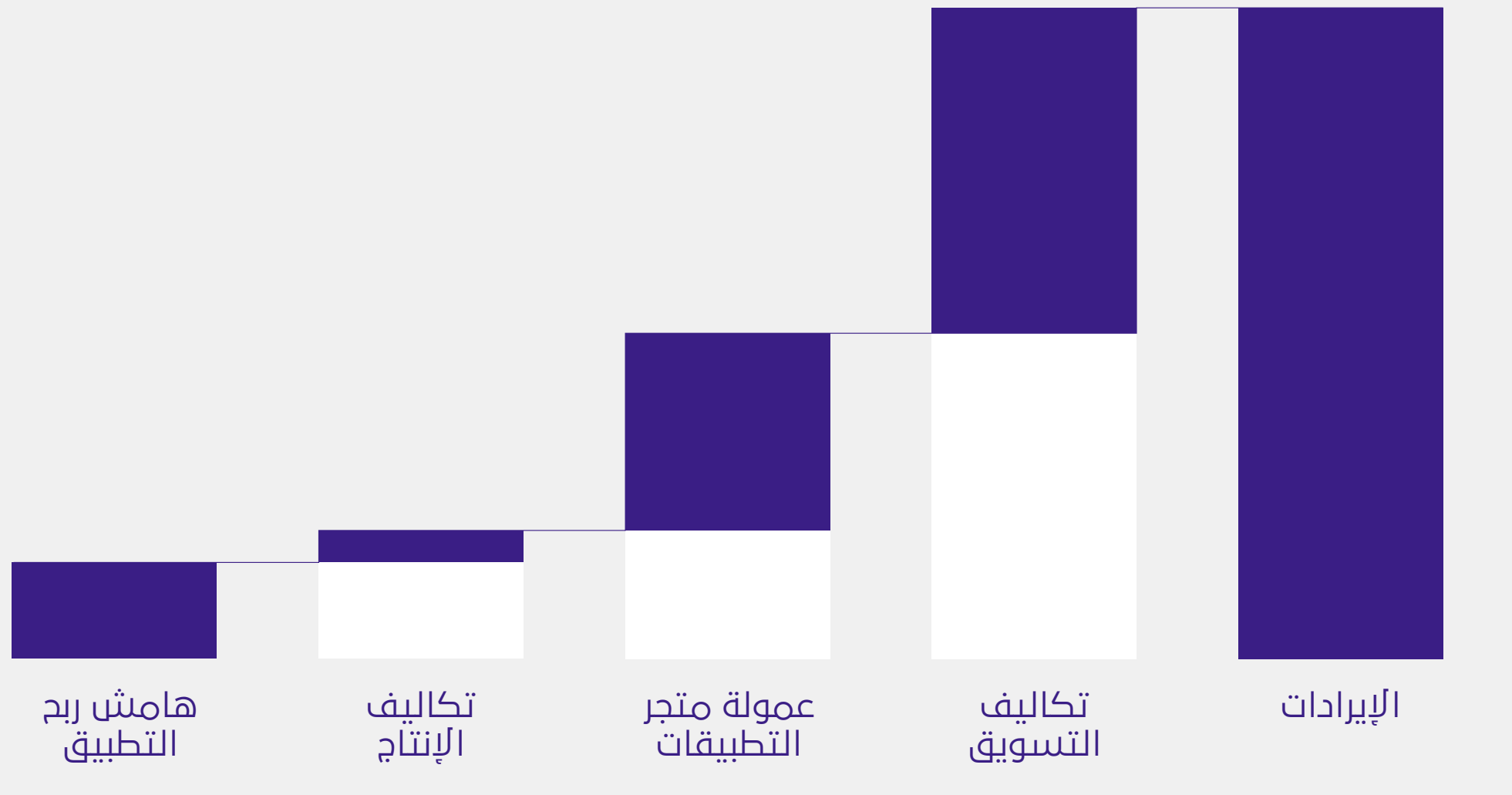


لا تزال هناك فرصة كبيرة أمام المنصات المخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي، التي تستهدف الجمهور المحلي وتتميز بعلامات تجارية واضحة. وتعتمد حاليًا عدة منصات رائدة على اكتساب المستخدمين من خلال الترويج لكل مسلسل على حدة. لكنها لم تحافظ على علامات تجارية قوية ترتبط بأنواع محددة من المحتوى أو بممثلين معينين. وقد يتغير ذلك خلال السنوات القادمة. كما توجد فرصة لبناء علامات تجارية موجهة بشكل أكبر إلى أسواق محددة، بدلاً من الاعتماد على أساليب التسويق العامة أو العلامات التجارية الموجهة إلى جمهور عالمي، والتي تكون أقل ارتباطًا بثقافة دول مجلس التعاون الخليجي.

فرص بناء علامات تجارية مخصصة لدول مجلس التعاون الخليجي

آفاق النمو وتطور نموذج الأعمال

الشكل 8: المايكرو دراما، نظرة عامة تقديرية على الوضع المالي للتطبيقات



@2026 Omdia

المصدر: تحليل أومديا لبيانات Sensor Tower

وقد يزداد الاعتماد على نموذج الاشتراك مع توجه منصات تقليدية كبرى، مثل Netflix و Disney و NBC، بشكل أكبر نحو محتوى المايكرو دراما لمنافسة المنصات المتخصصة في هذا النوع من المحتوى.

وإذا استثمرت هذه المنصات بشكل كبير في محتوى المايكرو دراما بهدف زيادة التفاعل عبر الأجهزة المحمولة، فقد تنمو صناعة المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي بمعدل أسرع من توقعات أومديا الحالية.

لا تزال آفاق نمو صناعة المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي قوية حتى عام 2030. ومع ذلك، من المتوقع أن يتباطأ النمو قليلاً خلال السنوات القادمة، لأن العديد من الفئات الأكثر إقبالاً على هذا النوع من المحتوى أصبحت بالفعل ضمن قاعدة مستخدمي المايكرو دراما.

سنشهد تطوراً في نماذج الأعمال. فمع انخفاض تكاليف التسويق التي يصعب الاستمرار في تحملها، ستحتاج الشركات إلى تطوير أساليب عملها والسعي إلى تحقيق عائد أكبر من عملائها. وفي كثير من الحالات، سيتطلب ذلك تحديد المستخدمين الأعلى إنفاقاً واستهدافهم بشكل أكبر.

لكن هذا المستوى المرتفع من الإنفاق من جانب فئة محدودة من الجمهور قد يصعب استمراره على المدى الطويل. لذلك، قد تتجه الشركات إلى نماذج أعمال أكثر تقليدية، خاصة خدمات الاشتراك.

توسيع الفئات الديموغرافية للجمهور

بالإضافة إلى ذلك، تشكل الإناث حاليًا غالبية مستخدمي المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي، كما هو الحال عالميًا. وفي بعض الأسواق، مثل الهند، يقل التفاوت بين نسبة المستخدمين من الإناث والذكور.

وخلال السنوات القادمة، قد تتجه منصات المايكرو دراما إلى توسيع قاعدة مستخدميها لتتجاوز جمهورها الحالي، وقد يؤدي ذلك إلى إنتاج المزيد من المحتوى الموجه إلى الذكور مقارنةً بما هو متاح حاليًا. وقد يساهم ذلك أيضًا في نمو قطاع المايكرو دراما بشكل عام.

تشير المؤشرات الحالية في أسواق مثل الهند إلى زيادة الاستثمار في أنواع مختلفة من محتوى المايكرو دراما، مثل الأعمال الرياضية. ومع نمو صناعة المايكرو دراما عالميًا، قد نشهد إنتاج محتوى يحظى باهتمام جمهور دول مجلس التعاون الخليجي، مثل أعمال المايكرو دراما التي تدور حول كرة القدم.

توصيات لإدارة المخاطر المستقبلية وعدم اليقين

ومع ذلك، قد تكون توقعات أومديا الحالية أعلى من معدلات النمو الفعلية. فإذا أصبح من الصعب الاستمرار في تحمل تكاليف الإعلان والتسويق، فقد لا تتمكن منصات المايكرو دراما من الحفاظ على وتيرة اكتساب المستخدمين الحالية.

وقد يؤدي ذلك إلى انخفاض الإنفاق على التسويق والتركيز على قاعدة مستخدمي أصغر، مع زيادة الإيرادات المحققة من كل مستخدم. وفي هذه الحالة، قد تقترب الإيرادات من التوقعات الحالية، لكن وتيرة اكتساب المستخدمين ستتباطأ بشكل كبير. وستتجه المنصات إلى تحقيق استدامة أكبر على المدى المتوسط بدلاً من التركيز فقط على النمو السريع على المدى القصير.

وأخيرًا، لا تزال هناك مخاطر كبيرة في هذه الصناعة التي بدأت تكتسب انتشارًا مؤخرًا. فقد تتدخل الجهات التنظيمية لفرض قيود على القطاع، كما حدث في بعض الأسواق مع الألعاب الإلكترونية أو الأنشطة التي تعتمد على عمليات الشراء الصغيرة. وإذا وصل إنفاق المستخدمين على هذه الخدمات إلى مستويات يصعب الاستمرار فيها أو أصبح غير منضبط، فقد تزداد الضغوط لفرض قيود عليها. لذلك، لا تزال هناك مخاطر تنظيمية محتملة تواجه صناعة المايكرو دراما ولم يتم تناولها بشكل كافٍ حتى الآن.

وفي النهاية، قد يتحول تركيز صناعة المايكرو دراما من النمو إلى تحقيق الاستدامة على المدى الطويل:



الاستفادة من شركات شركات الاتصالات لتحقيق الإيرادات

التعاون مع شركات الاتصالات في المنطقة لتسهيل عمليات الدفع عبر الفاتورة المباشرة. أو دمج اشتراكات المايكرو دراما مع باقات الهاتف المحمول والإنترنت. ويساعد ذلك على زيادة تفاعل المستخدمين وتقليل الاعتماد على تسويق التطبيقات، الذي يمثل حاليًا التكلفة الرئيسية لمنصات المايكرو دراما.

خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستوديوهات الإقليمية

إنشاء استوديوهات متخصصة لإنتاج المايكرو دراما في دول مجلس التعاون الخليجي. ويساعد ذلك على خفض التكاليف وضمان إنتاج مستمر للمحتوى. كما يتيح للمنتجين تنظيم استثماراتهم في المحتوى وإنفاق ميزانياتهم بكفاءة أكبر.

التركيز على بناء العلامة التجارية

الانتقال من تسويق كل مسلسل على حدة إلى بناء علامات تجارية قوية ومعروفة للمنصات. يساعد ذلك على تقليل الاعتماد على الحملات المكلفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز ولاء المستخدمين على المدى الطويل. وتزداد أهمية ذلك مع زيادة استثمارات المنصات الإقليمية والعالمية الكبرى في قطاع المايكرو دراما.

توسيع الفئات الديموغرافية للجمهور

إنتاج محتوى يجذب فئات أقل حضورًا حاليًا، مثل الذكور. ويمكن أن يشمل ذلك المايكرو دراما التي تركز على الرياضة أو أعمال الأكشن. ويساعد ذلك على توسيع قاعدة المستخدمين لتشمل فئات جديدة، إلى جانب الجمهور الحالي الذي تشكل الإناث غالبية.

الاستعداد للتحديات التنظيمية

توقع زيادة التدقيق التنظيمي على عمليات الشراء الصغيرة والمحتوى. ووضع ممارسات واضحة لتحقيق الإيرادات، واستراتيجيات للمحتوى تراعي الحساسيات الثقافية للحد من المخاطر.

المدينة الإعلامية قطر

تُعد المدينة الإعلامية قطر مركزًا عالميًا يجمع الشركات الإعلامية وروّاد الأعمال والمواهب الإبداعية للمساهمة في رسم مستقبل الإعلام والابتكار في قطر. ومن خلال إطار تنظيمي حديث، وبنية تحتية متطورة، ودعم تأسيس الأعمال، تمكّن المدينة الإعلامية قطر قطاعات الإنتاج الإعلامي والنشر الرقمي والصناعات الإبداعية من الازدهار ضمن اقتصاد الدوحة المتنامي.

وفي إطار رؤية قطر للتنويع الاقتصادي، تدعم المدينة الإعلامية قطر تطوير الإعلام الرقمي والإنتاج السينمائي وصناعة المحتوى. كما توفر بيئة مرنة لتأسيس الشركات وترخيصها وتنمية أعمالها، بما يساعد الشركات الناشئة والقائمة على التوسع ضمن منظومة الأعمال في قطر.

ومن خلال شراكاتها مع مؤسسات إعلامية دولية رائدة، تعزز المدينة الإعلامية قطر الابتكار والتعاون بين مختلف القطاعات، وترسخ مكانة قطر كمركز إعلامي عالمي.

وبفضل مرافق مجهزة بأحدث التقنيات، ومساحات عمل متطورة، ومنظومة أعمال داعمة، تمكّن المدينة الإعلامية قطر المتخصصين في الإعلام وروّاد الأعمال وشركات الإنتاج من تحقيق مستويات جديدة من النجاح.

شركة أومديا للاستشارات

هي شركة رائدة في مجال البيانات والأبحاث والاستشارات. وتركز على مساعدة مزودي الخدمات الرقمية وشركات التكنولوجيا وصنّاع القرار في المؤسسات على النجاح في الاقتصاد الرقمي المتصل. ومن خلال شبكة عالمية من المحليين، تقدم شركة أومديا تحليلات متخصصة ورؤى استراتيجية في قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإعلام.

وتساعد شركة أومديا عملاءها على تحقيق ميزة تنافسية من خلال تقديم رؤى قابلة للتطبيق تدعم تخطيط الأعمال وتطوير المنتجات واستراتيجيات دخول السوق. وتجمع الشركة بين البيانات الموثوقة وتحليل الأسواق والخبرة المتخصصة في مختلف القطاعات لدعم عملية اتخاذ القرار. كما تساعد عملاءها على الاستفادة من التقنيات الجديدة ونماذج الأعمال المتطورة.

وتُعد شركة أومديا جزءًا من شركة Informa TechTarget، وهي شركة لخدمات المعلومات بين الشركات، وتخدم قطاعات التكنولوجيا والإعلام والاتصالات. كما أن مجموعة Informa مدرجة في بورصة لندن.

نأمل أن يساعدكم هذا التحليل على اتخاذ قرارات أعمال مدروسة ومبتكرة. وإذا كانت لديكم متطلبات أخرى، يمكن لفريق أومديا للاستشارات مساعدة شركتكم على تحديد التوجهات والفرص المستقبلية.

تواصل معنا

www.omdia.com
askananalyst@omdia.com

تواصل معنا

www.mediacity.qa
info@mediacity.qa

إشعار حقوق النشر وإخلاء المسؤولية

تُعد أبحاث وبيانات ومعلومات أومديا المشار إليها هنا ("مواد أومديا") ملكية محمية بحقوق النشر لشركة TechTarget, Inc. وشركاتها التابعة أو المرتبطة بها (ويشار إليها مجتمعة باسم "Informa TechTarget")، أو لمزودي البيانات من الأطراف الثالثة. وتمثل هذه المواد بيانات وأبحاث وآراء ووجهات نظر تنشرها Informa TechTarget، ولا تُعد إقرارًا بحقائق ثابتة. تعكس مواد أومديا المعلومات والآراء كما كانت في تاريخ نشرها الأطلبي، وليس في تاريخ إصدار هذا المستند. وقد تتغير المعلومات والآراء الواردة في مواد أومديا دون إشعار مسبق. ولا تتحمل Informa TechTarget أي التزام أو مسؤولية عن تحديث مواد أومديا أو هذا المنشور نتيجة لهذه التغييرات. تُقدم مواد أومديا "كما هي" و"حسب توافرها". ولا تقدم أي تعهدات أو ضمانات، صريحة أو ضمنية، بشأن نزاهة المعلومات والآراء والاستنتاجات الواردة في مواد أومديا أو دقتها أو اكتمالها أو صحتها. إلى أقصى حد يسمح به القانون، تخلي Informa TechTarget والشركات المرتبطة بها ومسؤولوها ومديروها وموظفوها ووكلائها ومزودو البيانات من الأطراف الثالثة مسؤوليتهم عن أي التزامات، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، أي مسؤولية ناشئة عن الخطأ أو الإهمال، فيما يتعلق بدقة مواد أومديا أو اكتمالها أو استخدامها. ولن تتحمل Informa TechTarget، تحت أي ظرف من الظروف، أي مسؤولية عن أي قرارات تتعلق بالتداول أو الاستثمار أو الأعمال التجارية أو أي قرارات أخرى تستند إلى مواد أومديا أو يتم اتخاذها بالاعتماد عليها.