

Miaozhen[®]
Systems



CAA
中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

2022 KOL营销白皮书

秒针系统 & 中国广告协会
联合发布

2021.12

Miaozhen®
Systems



CAA
中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

2022 KOL营销六大趋势

1. KOL推广持续加码，广告主尝试跨域归因
2. 种草成为主流述求，种草范式更加多元化
3. 种草平台拉新继续，存量用户分布各不同
4. KOC投放持续增长，肩部KOL变带货黑马
5. KOL塌房事件频发，“清朗”行动正在进行
6. 元宇宙正在开启中，超写实数字人潜力可期

Miaozhen®
Systems



CAA
中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

2022 KOL营销六大实操指南

1. 品效合一，跨域归因
2. 互动量指导社媒投资优化
3. KOL风控及资产管理体系
4. 内容种草，形式很重要
5. 明鉴优选助力发掘虚拟KOL
6. 打假先行，KOL评估的守护者

Miaozhen
Systems



CAA
中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

2022 KOL营销六大趋势

Miaozhen®
Systems



CAA
中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

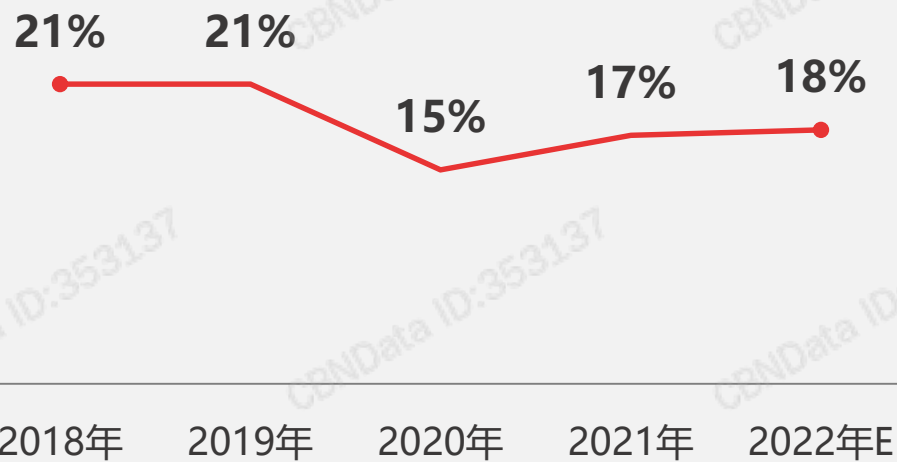
01

KOL推广持续加码 广告主尝试跨域归因

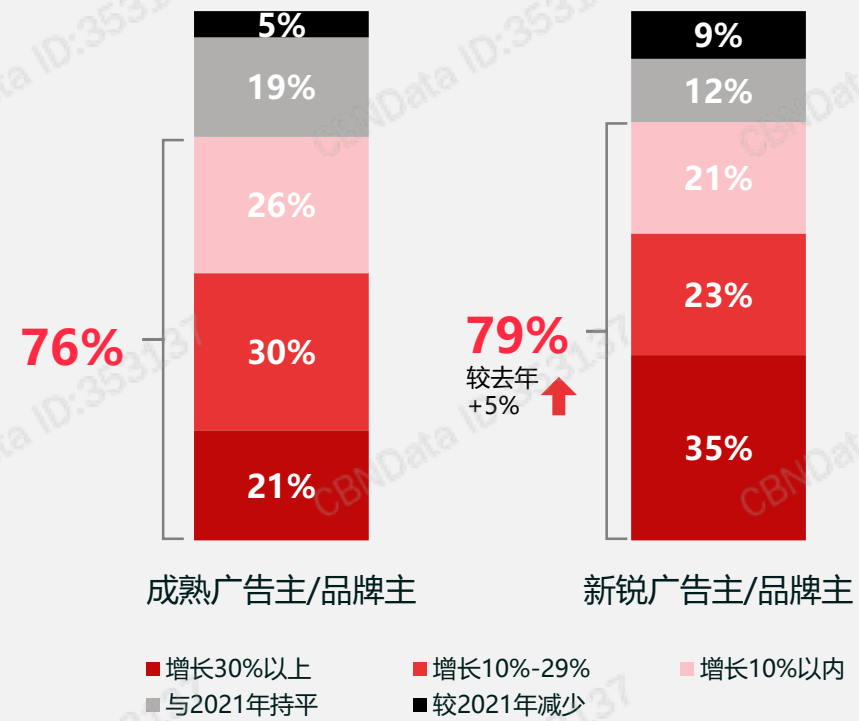
2022年社会化营销持续增长，新锐广告主预算增速更加明显



广告主 | 社会化营销平均增长率变化

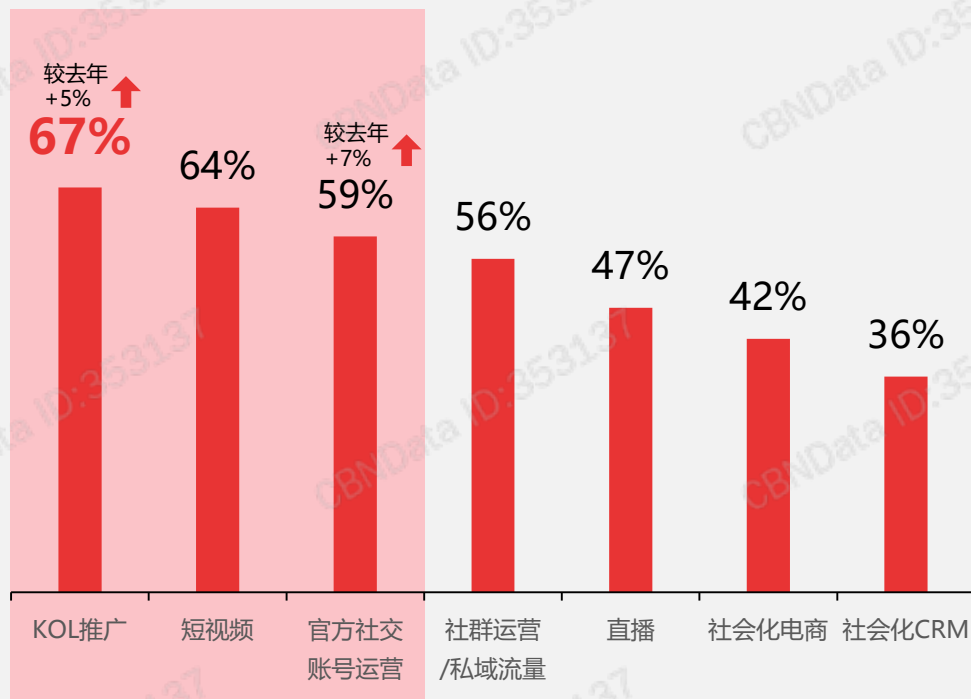


广告主 | 2022年社会化营销预算变化

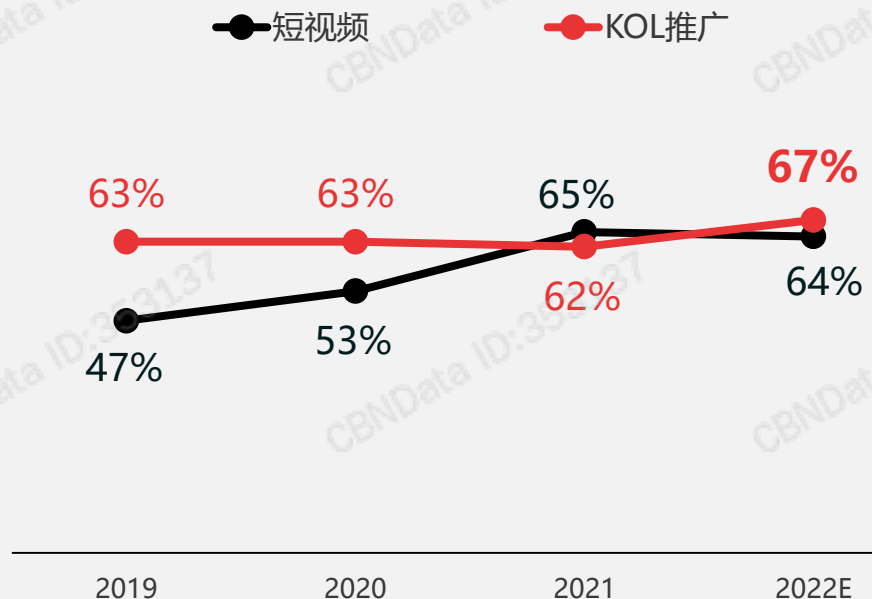


KOL推广成为广告主2022年社会化营销首选, 短视频及官方账号运营紧追其后

广告主 | 2022年社会化营销重点



广告主 | 近年社会化营销重点变化趋势



KOL表现及投资ROI无法评估，成为广告主面临最大挑战

Miaozhen
Systems



中国广告协会
CHINA ADVERTISING ASSOCIATION

广告主 | KOL推广的主要挑战



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37699

