



QuestMobile 2021 营销热点事件盘点

2022-01-05

本报告研究说明

本报告主要对2021年热点营销事件进行整理，并总结其营销效果与价值

1) **数据选取时间**：2021年01月-12月

2) **数据来源**：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库，数据监测2021年在投互联网广告超过1万个品牌（不含游戏）。

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

营销事件整理：营销动作及营销事件通过资讯媒介爬取及研究人员二手资料整理。

3) **定义**：

投放费用：第三方估算费用，受不可控因素影响，不代表广告主真实投放费用。选定周期根据实际抓取的广告量和媒体的刊例价，基于广告类型、广告投放量等进行多重加权计算，以媒体实际总收入（公开发布或访谈获得）进行校准修正。

创意组数：选定周期同一个广告主投放的广告创意素材总计（同一素材链接定义为一组创意）。

4) **数据局限性**：

本报告研究基于目标行业及品牌的营销动作在互联网的痕迹，也即营销事件结果进行整理。

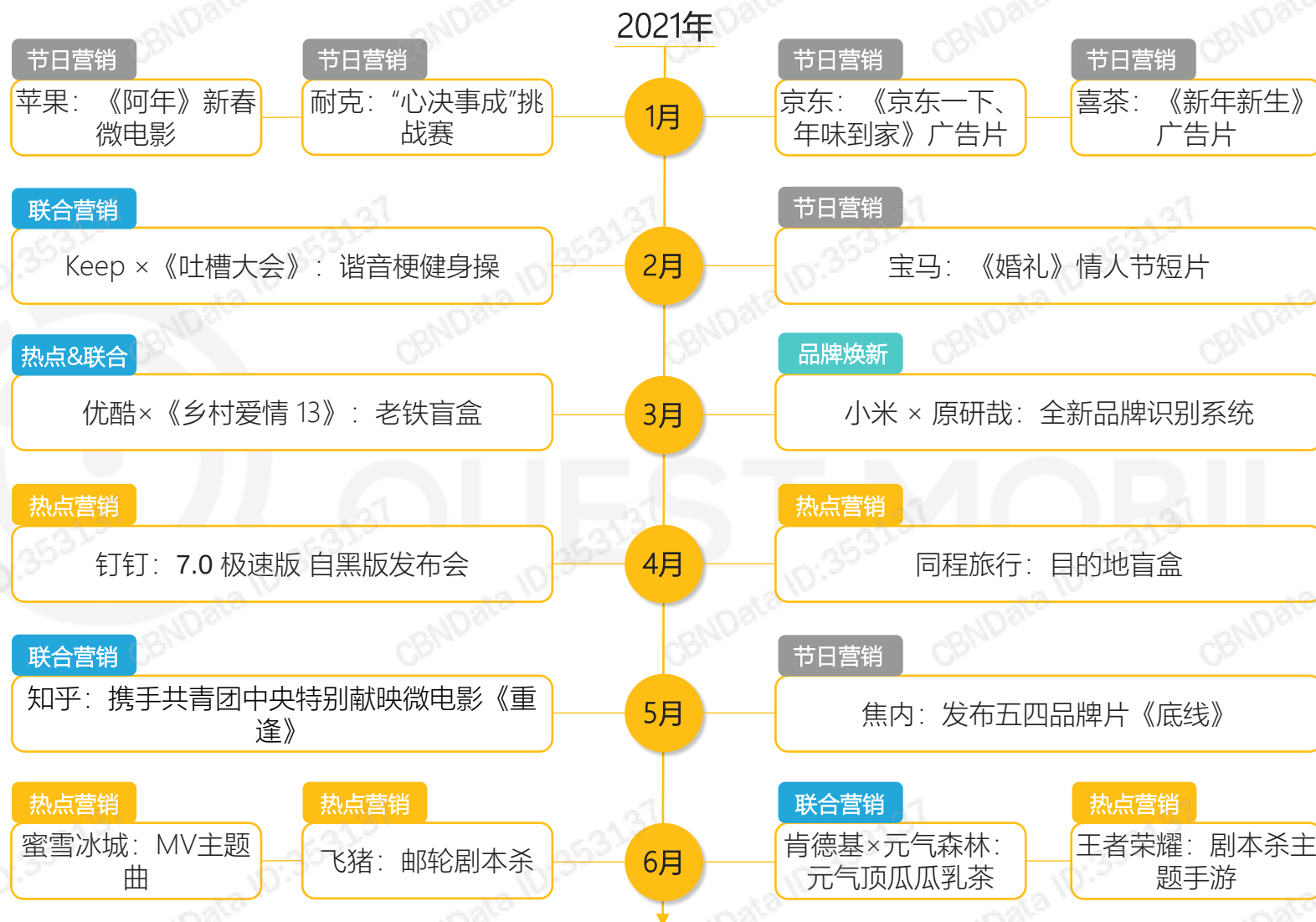
01

2021年热点营销事件回顾

1.1

营销动作活跃，通过营销事件和广告
创意加持品牌曝光

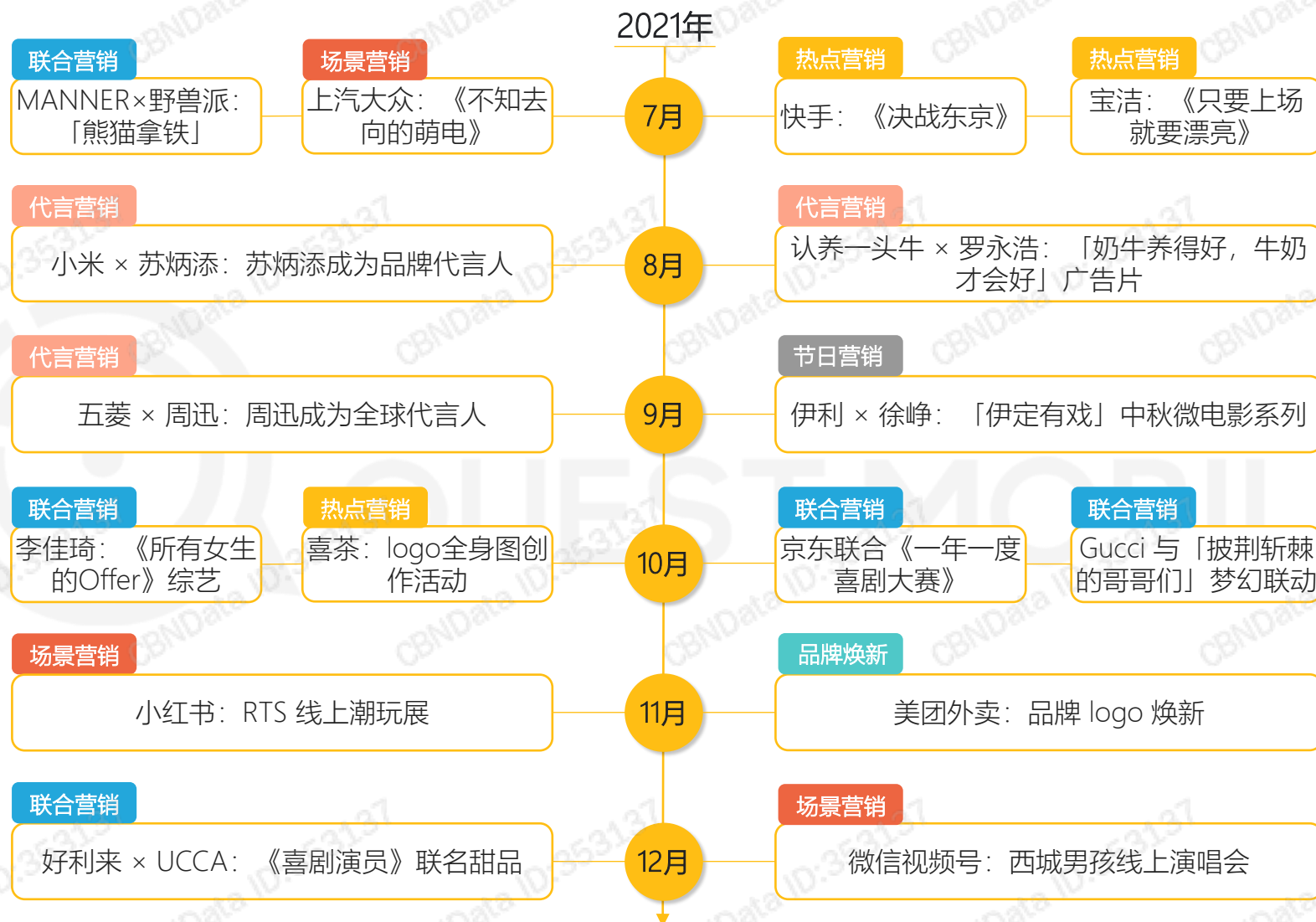
2021年热点营销事件回顾



注：通过整理2021年度营销事件，依据所监测的广告创意、媒介投放、效果转化等多个维度，筛选各月热点事件进行展示。

Source: QuestMobile 营销研究院 2021年12月

2021年热点营销事件回顾

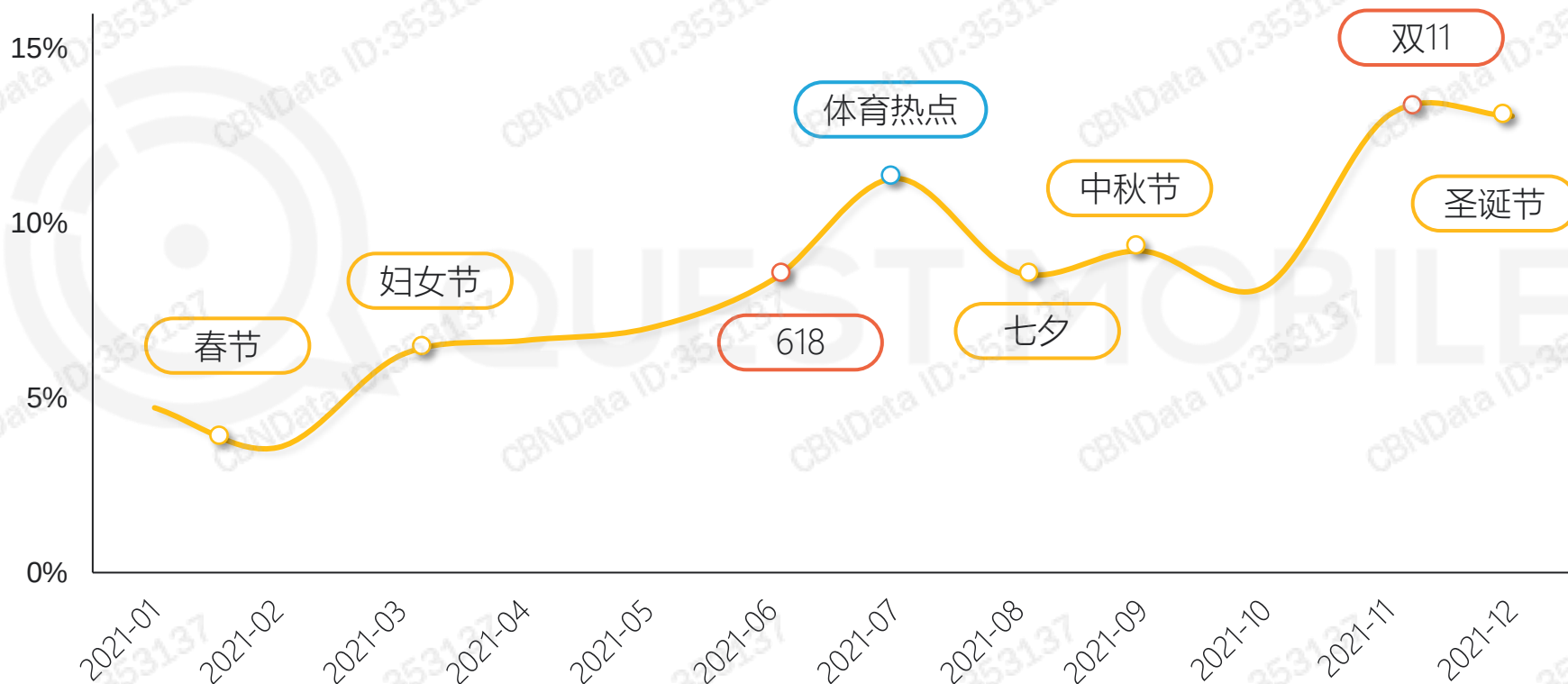


注: 通过整理2021年度营销事件, 依据所监测的广告创意、媒介投放、效果转化等多个维度, 筛选各月热点事件进行展示。

Source: QuestMobile 营销研究院 2021年12月

年度营销热点集中，电商大促、奥运会、节假日等成为重要营销节点

2021年 营销事件月度数量分布占比



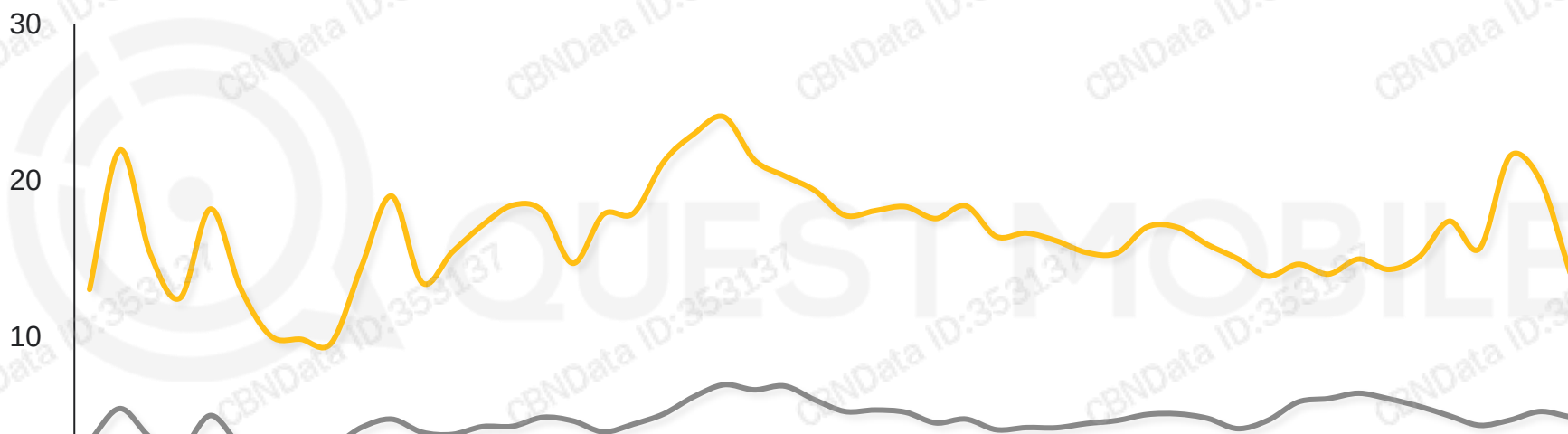
注：营销事件占比依据QuestMobile整理的营销事件分析，不代表全部营销事件。

互联网广告投放节奏配合营销动作，但更偏向与销售节奏一致，
电商大促节点投放集中度更高

2021年一级行业广告投放创意组数变化趋势

单位：万组

— 非互联网行业 — 互联网行业



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_37701

