



QuestMobile 2022年营销热点事件盘点

2023-01-04

本报告研究说明

本报告主要对2022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**：2022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

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研究整理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

2022年市场环境充满不确定性，营销
形式紧追热点，向确定性突破

1.1

**营销策略维稳，流量叠加内容加持营
销场域**

2022年营销整体没有颠覆式突破，结合热点的爆点丰富，破圈型亮点不足



2022年热点营销事件回顾

2022年



2022年热点营销事件回顾

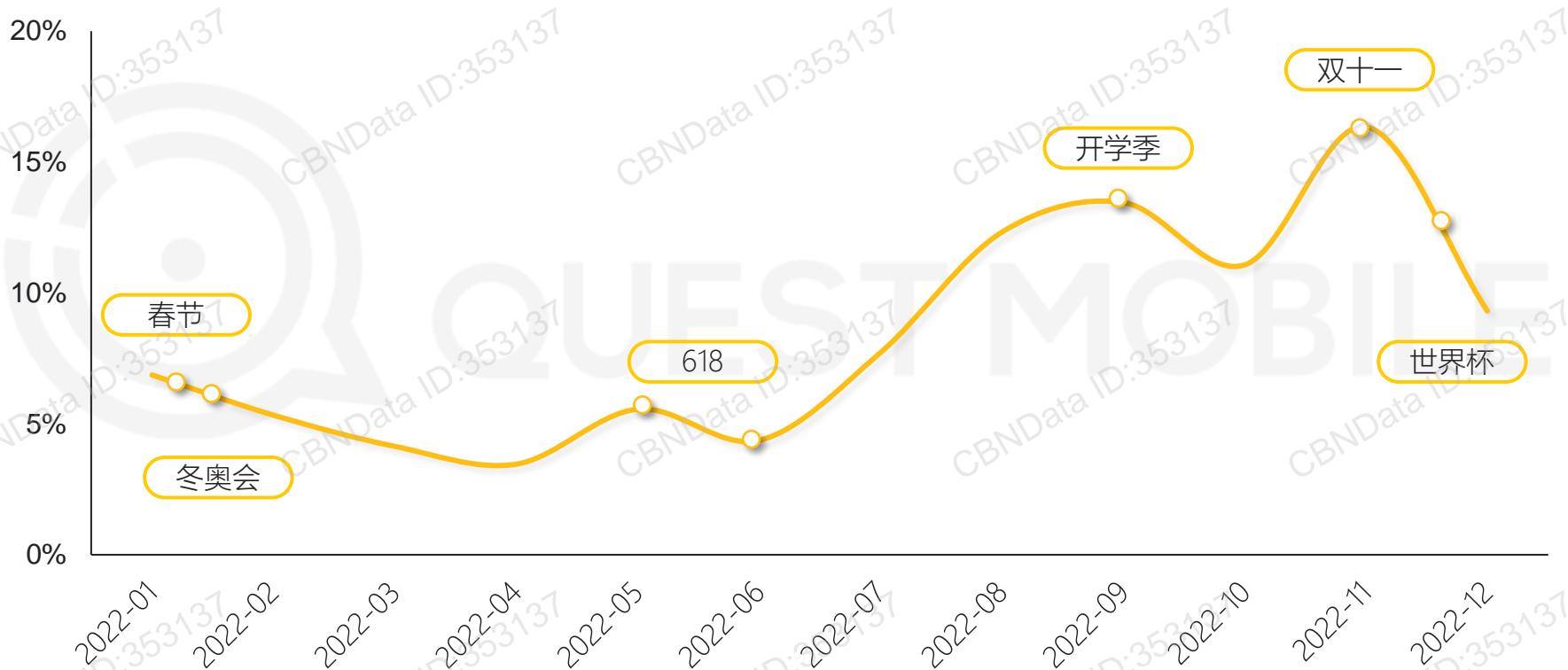
2022年



2022年营销节奏，上半年以曝光为主，下半年以策划和活动落地为主



2022年 营销事件月度数量分布占比



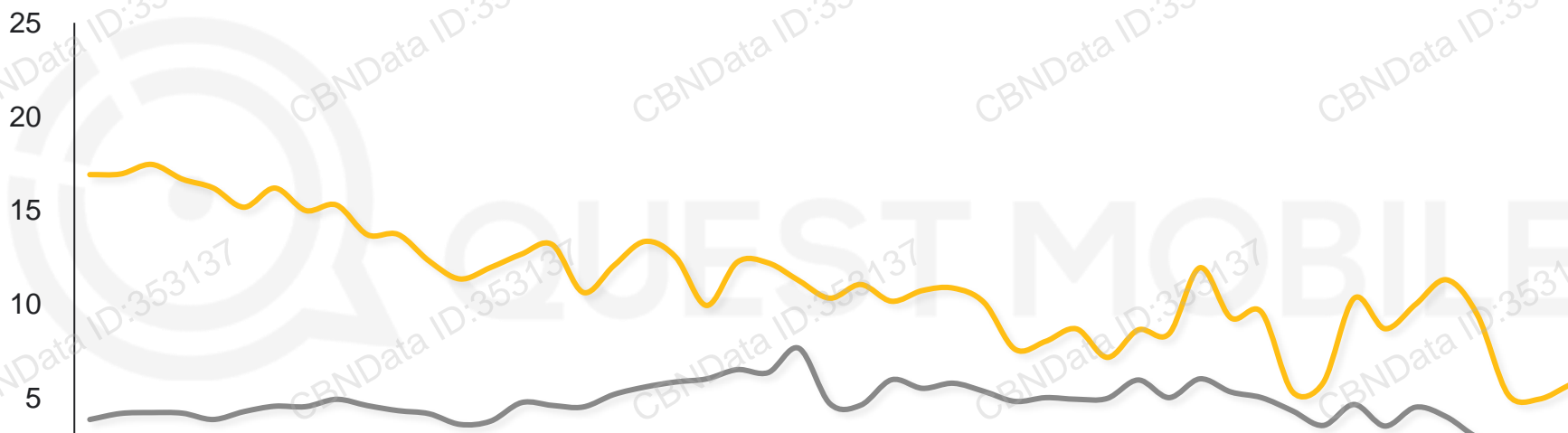
注：营销事件占比依据QuestMobile整理的营销事件分析，不代表全部营销事件。

(接上页)

2022年一级行业广告投放创意组数 周度变化趋势

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_50934

