



见微知著

2022年社交平台内容营销盘点

2022年12月 克劳锐



2022 十大内容营销热点

怀旧生意

内耗疗愈

娱乐新势

精神共振

全民健身

虚实相生

户外潮流

角色互融

国潮新义

银发经济

报告说明

研究说明

本报告以社交平台为主（包括微博、抖音、小红书、快手、B站、视频号等），分析2022年热门内容特点，结合品牌营销案例总结出十大营销热点。

数据来源

本次报告的数据如无特殊说明，均来自各平台及互联网公开发布的内容；数据周期为2022年1-11月。

营销环境及核心人群

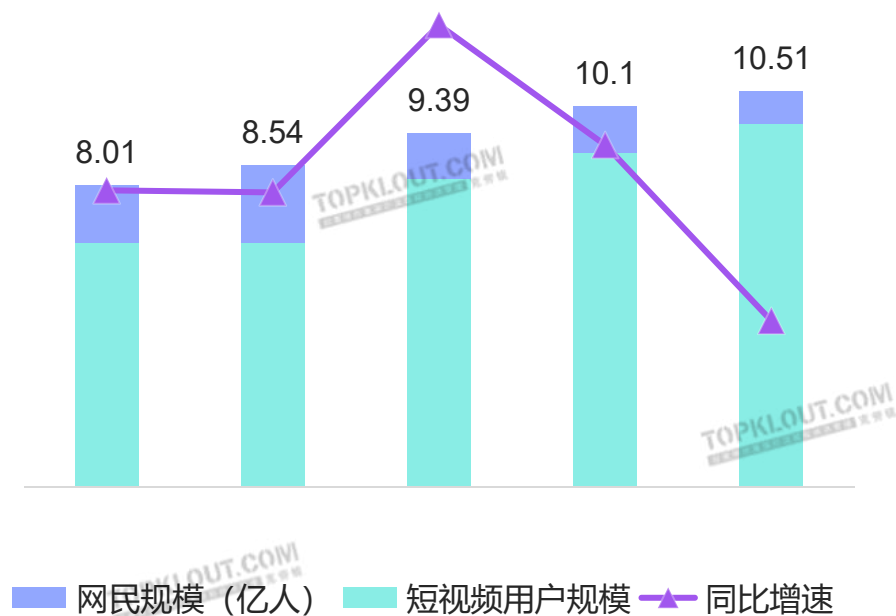
PART 01

PART 02 十大营销热点解析

PART 03 未来营销趋势洞察

外部环境不确定性增加的2022，品牌回归经营本质

近五年网民规模变化



营销环境变化

流量红利消退

网民尤其是短视频用户规模见顶，截至2022年6月，国内短视频用户已达到9.62亿。

消费狂欢不再

大促节点增多、周期拉长、用户趋于理性，单一数字战报消失，平台不断提升服务能力赋能商家发展。

用户圈层分化

年轻用户以“兴趣圈层”划分消费偏好的趋势越来越明显，产品附加的情绪、社交等价值凸显。

品牌回归经营本质

外部环境不确定性因素增多，品牌更加看重提升产品与能力、经营用户关系，关注增长质量与转化效率。

数据说明：网民规模数据来自CNNIC第43-50次《中国互联网络发展》统计报告

消费主力军与品牌营销核心受众



新青年

圈层文化是TA们消费行为的指引

社会中坚Y世代与充满活力的Z世代
不仅关注商品的使用价值
也关注情绪、文化、社交等价值



多元女性

“她经济”从她需要向她主张转变

非标准、不完美、身份多元
女性个性化消费主张成为主流
是品牌营销关注的重点



银发族

银发人群释放新的消费活力

大量银发族进入社媒网络
积极参与消费也在参与内容创作
引领特定人群的生活潮流

PART 01 营销环境及核心人群

PART 02

十大营销热点解析

PART 03 未来营销趋势洞察

01. 怀旧生意

“经典重现”类的文娱内容在2022年备受年轻人追捧，带来大量社媒热点

王心凌一首《爱你》掀起 “内娱文艺复兴”热潮

2022年，王心凌先后与**11家**品牌达成代言/产品推广合作，社交平台中出现大量翻唱/翻跳内容，电商平台“**王心凌同款穿搭**”不计其数。

618

天猫618甜心小姐

可口可乐

可口可乐新品代言人

经典演唱会在线重映出现刷屏效应 网友直呼“爷青回”

#周杰伦演唱会重映#

全网观看**近1亿人**

微博话题阅读量**10.4亿**



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_50431

