

2024

社交媒体全球使用趋势报告



【出海广告 就选维卓】

关注我们，获取最新出海营销干货报告



报告要点

- 2022年全球社交媒体用户的分布情况
- 2023年全球社交网络按用户数量排名
- 全球领先的社交媒体排行
- 2017-2027年全球Facebook/Ins/TikTok用户
- 2023年全球最大的社交媒体广告市场

目录

01 概述

全球数字人口2023年
2017-2027年全球社交网络用户数量
2019-2028年全球社交网络渗透率
选定公司社交媒体收入2022

02 区域概述

2022年和2027年选定国家的社交网络用户
2022年全球社交媒体用户的分布情况（按地区划分）
社交媒体：按地区划分的2023年全球普及率
2023年全球社交媒体用户数量，按地区划分
社交媒体：2023年在选定国家和地区的积极使用渗透

03 全球领先的社交媒体

2023年全球社交网络按用户数量排名
2022年，全球大多数下载的社交媒体应用程序
2023年全球领先的通过iPhone下载的社交媒体应用程序
2022年全球领先的iPhone社交媒体应用程序
2022年全球领先的安卓通讯应用程序，通过下载
2022年全球领先的安卓通信应用程序

04 使用情况

04 2022年全球领先的社交媒体使用原因 22
05 2012-2023年全球每天花在社交媒体上的平均时间 23
06 2022年媒体使用情况在一个在线分钟 24
07 2023年社交媒体作为全球的新闻来源 25

05 Facebook

09 2017-2027年全球Facebook用户 27
10 Facebook用户最多的国家 28
11 Facebook规模最大的国家将达到2023年 29
12 Facebook2008-2023年全球MAU（月活跃用户） 30
13 2011-2023年Facebook全球日活跃用户数量 31
2022年全球最受欢迎的Facebook粉丝页面 32
2023年美国 and 英国主要出版商的Facebook用户参与度 33
15 2022年Facebook垂类品牌参与情况 34

06 Instagram

18 2023年拥有Instagram规模最大的国家 36
19 2023年全球观众分布，按全球年龄分组 37
20 2023年全球按年龄和性别划分的观众分布情况 38
2023年Instagram账户拥有全球最多的粉丝分布 39

目录

全球用户最喜欢的帖子类型
截至2022年最受欢迎的帖子

07 TikTok

2018-2023年TikTok全球季度下载量
2023年拥有用户数最多的国家
TikTok：2023年按性别划分的全球观众分布情况
TikTok：2023年全球观众的分布情况，按年龄和性别划分
2023年全球最流行的TikTok用户
2023年最受欢迎的TikTok视频
红人经济：增长最快的全球TikTok账户2022年
2023年TikTok领先的全球标签

08 数据请求

2013-2022年美国联邦机构和政府提出的全球Facebook用户数据请求
2022年H2 联邦机构和政府的Facebook用户数据请求
2013-2022年美国联邦机构提出的脸书数据请求
2014-2022年美国联邦当局提出的用户数据请求
2020-2023年TikTok账户被删原因

09.社交媒体营销和广告

40	2023年全球最大的社交媒体广告市场	58
41	2017-2027年全球每位用户的社交网络广告支出	59
	2023年全球市场营销人员使用的社交媒体平台	60
	2023年使用全球社交媒体营销的好处	61
43	2023年全球营销人员未来使用社交媒体的趋势	62
44	2021年全球B2C营销人员使用的自然流量与付费流量社交媒体情况	63
45	2022年全球B2B营销人员使用的社交媒体类型	64
46	2022年全球最高投资回报率的社交媒体平台	65
47	2022年为全球B2B营销者提供最高投资回报率的社交媒体平台	66
48	2022年为全球B2B营销人员提供最有效的社交媒体平台	67
49		
50	值得关注的焦点：社交媒体订阅情况	
	2023年全球社交媒体订阅量比较	69
	2023年X/推特高级用户数量	70
52	2022-2023年全球订阅用户	71
53	美国Facebook和Instagram用户中可能注册Meta Verified的占比	72
54		
55		
56		

第01章

概 览

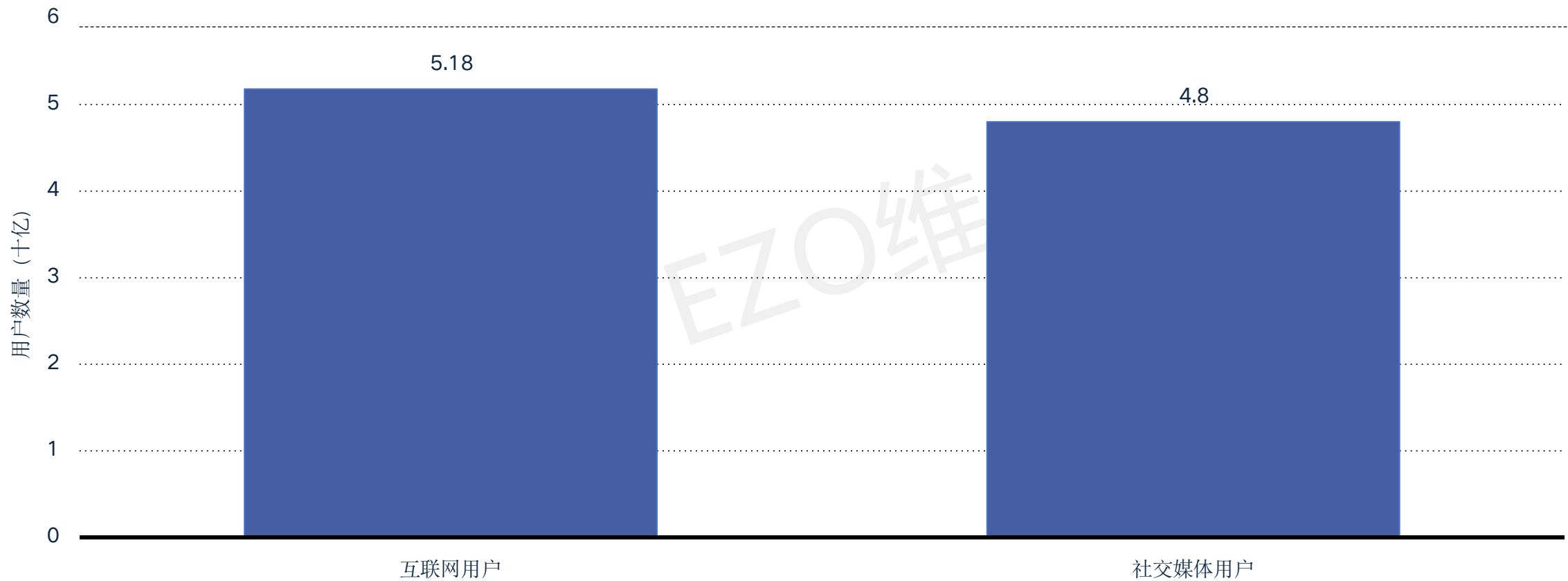
WEZO维卓

2023年4月全球互联网和社交媒体用户数量（以十亿为单位）

截止到2023年4月，全球共有51.8亿互联网用户，占全球人口的64.6%。其中，48亿人，占全球人口的59.9%，是社交媒体用户。



扫描领取报告

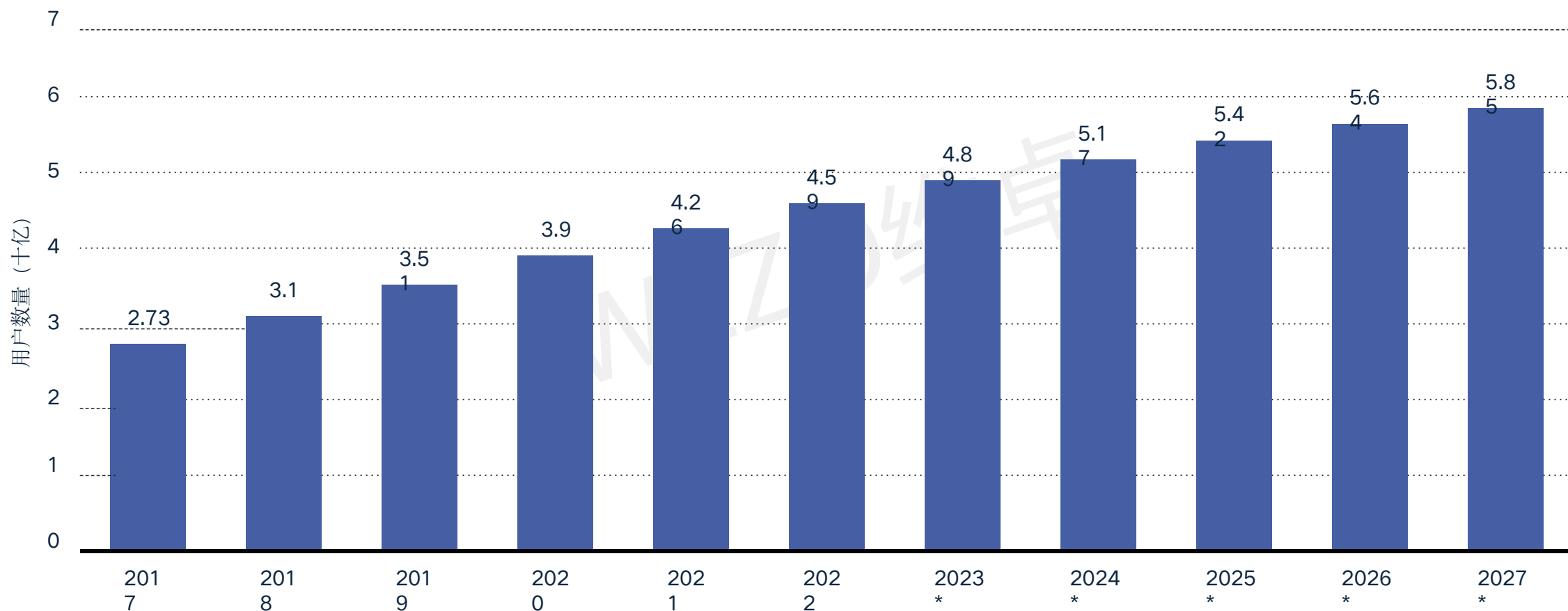


2017年至2027年全球社交媒体用户数量（以十亿为单位）

社交媒体使用是最受欢迎的在线活动之一。在2022年，全球有超过45.9亿人使用社交媒体，预计到2027年将增加至接近60亿人。



扫描领取报告

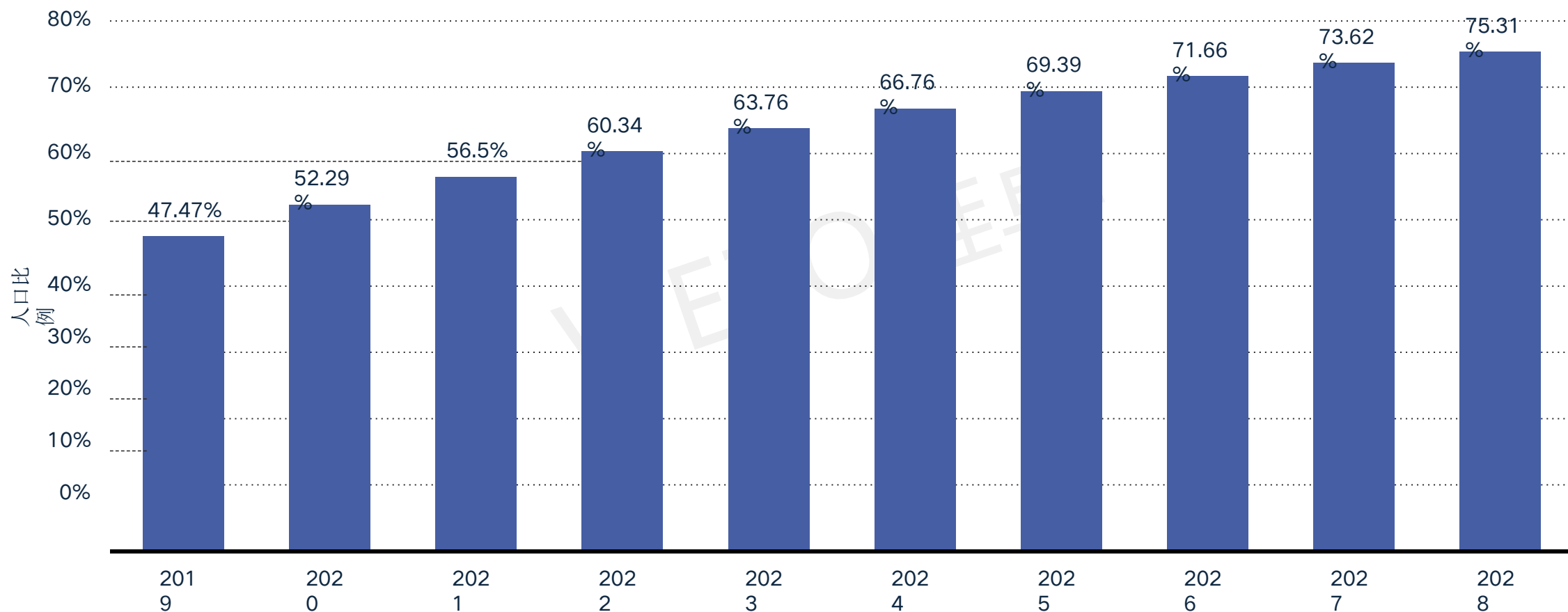


2019年至2028年全球社交网络渗透率

全球社交媒体渗透率在2024年至2028年间预计将持续增加，总增长率为11.6（增长18.19%）。在连续第九年增长之后，估计渗透率将达到75.31%，因此在2028年 将达到新的峰值。值得注意的是，社交媒体渗透率在过去几年中一直在持续增加。



扫描领取报告

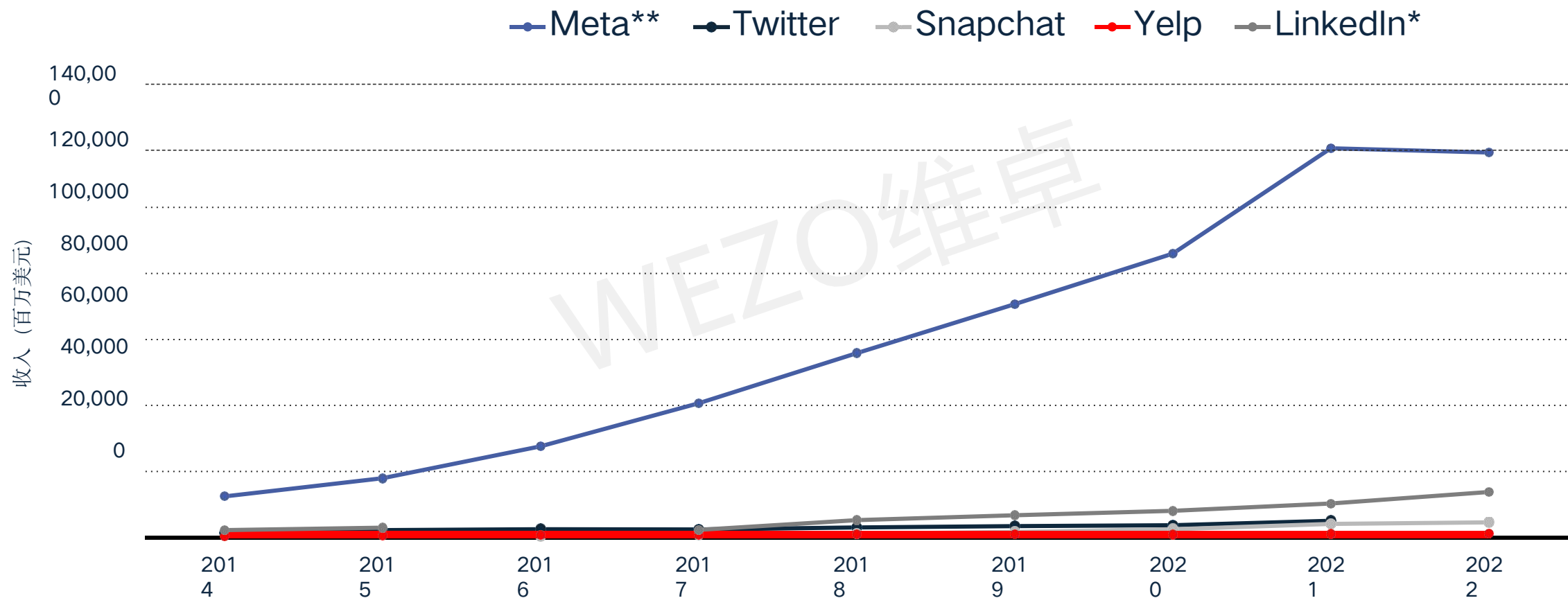


2014年至2022年精选社交媒体公司的营收（以百万美元计）

2022年，Meta Platforms，前身为Facebook Inc.，年度总收入超过1160亿美元，略低于2020年的1170亿美元。LinkedIn报告了其有史以来最高的年度收入，达到130亿美元，而Snapchat的年度收入为46亿美元。



扫描领取报告



第02章

地区概览

WEZO维卓

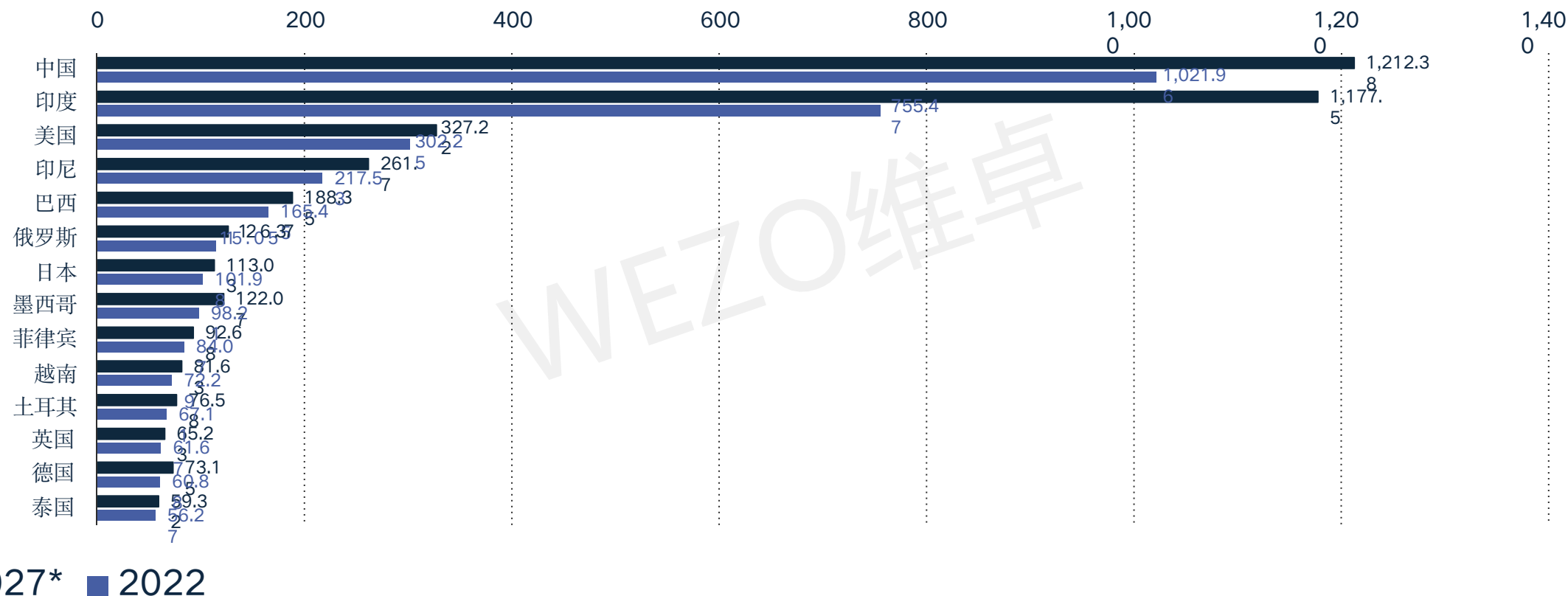
2022年和2027年上榜国家社交网络用户数量（以百万计）

根据最近的预测，2022年中国社交媒体用户数量达到10.2亿，预计到2027年将达到12.1亿。印度，在用户数量方面排名第二，2022年有7.55亿社交媒体用户，预计到2027年将达到11.7亿。总体而言，美国拥有第三大社交网络受众，其后分别是印度尼西亚和巴西。



扫描领取报告

社交网络用户占比



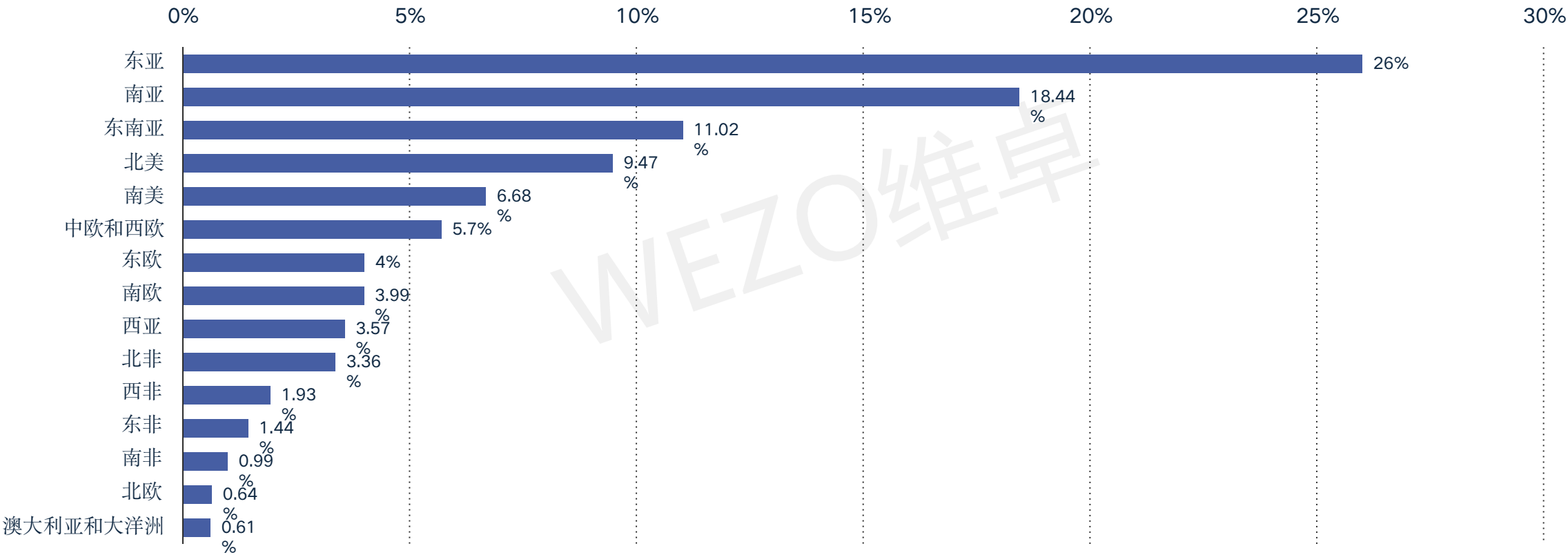
2022年全球社交媒体用户分布按地区划分

截止到2022年，全球社交媒体用户中，有26%位于东亚地区，其次是南亚地区，占18.44%。总体而言，北美占有所有社交媒体用户的近9.5%，而中非仅占0.46%。



扫描领取报告

社交媒体用户比例

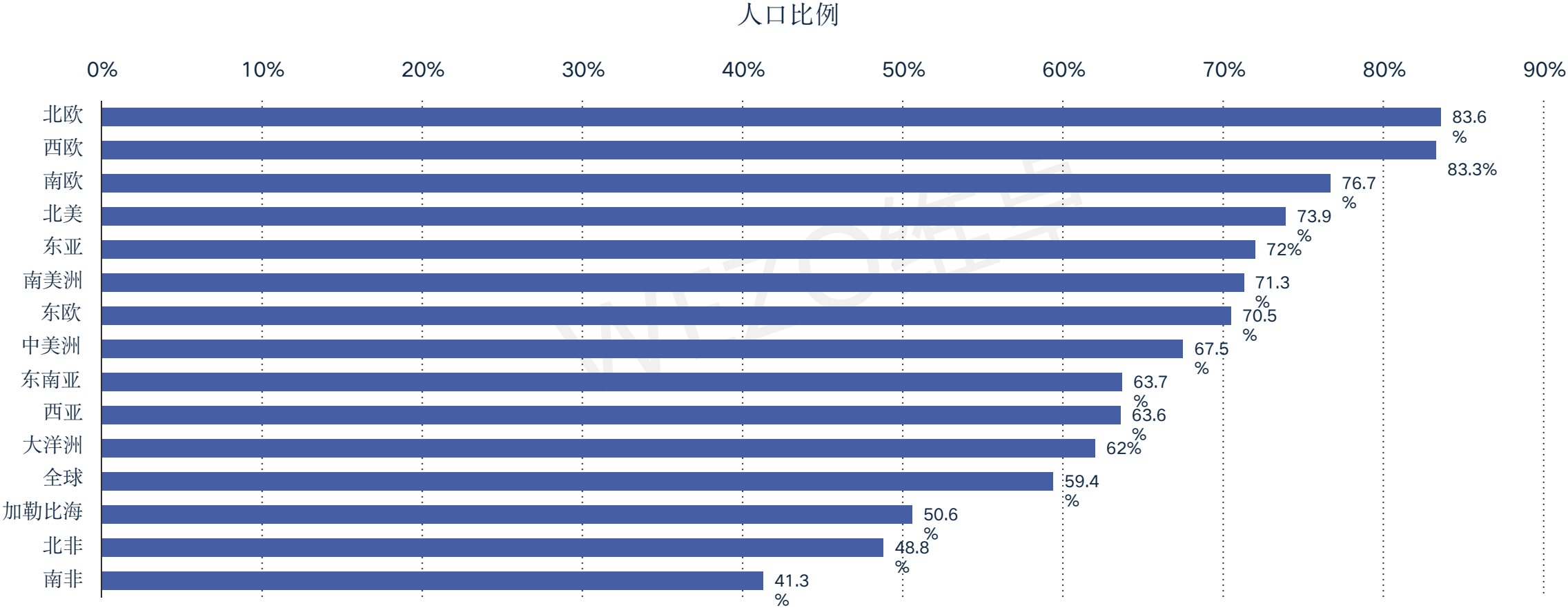


截至2023年1月，全球社交网络渗透率按地区划分

北欧地区的社交网络渗透率最高，达到83.6%。紧随其后的是西欧，渗透率为83.3%，南欧排名第三，渗透率为76.7%。东非和中非的社交媒体渗透率分别为8.4%和7.4%。全球范围内，大约每十个人中就有六个人使用社交媒体。



扫描领取报告



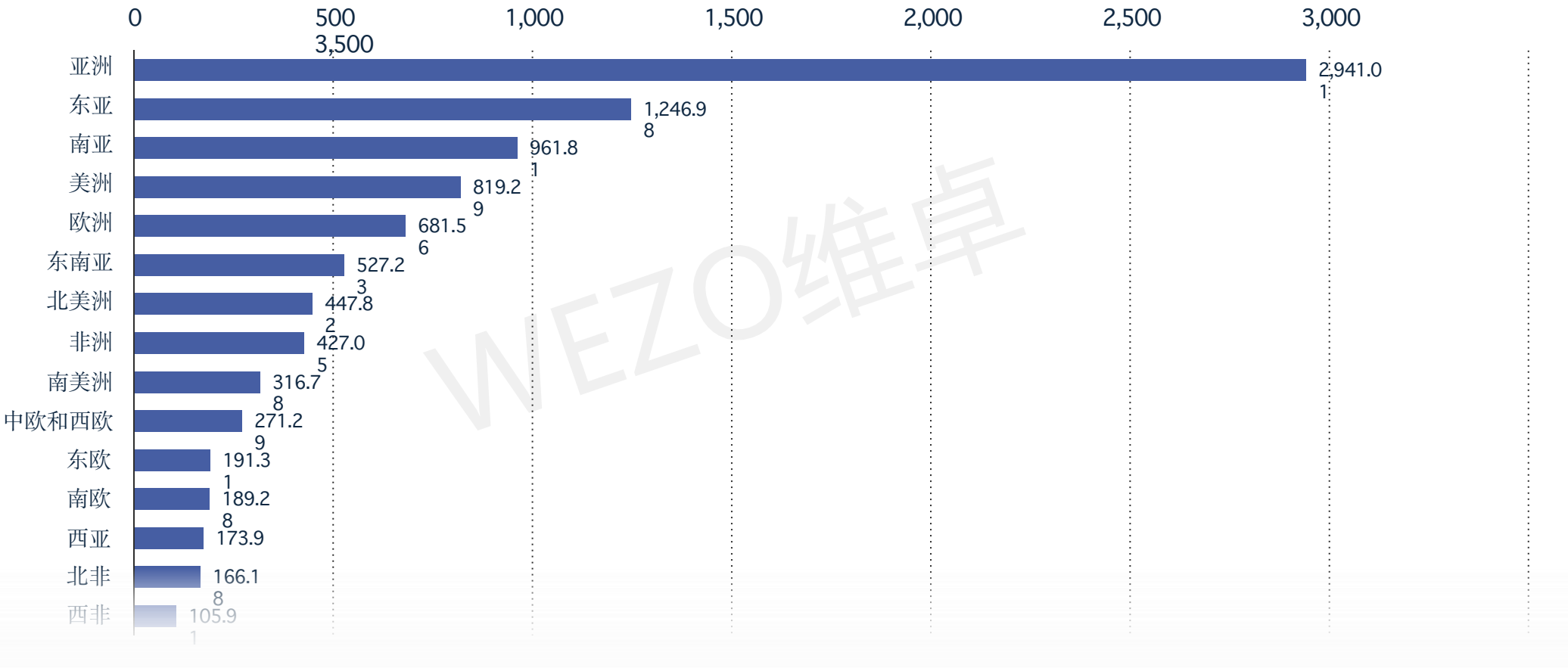
截至2023年1月，按地区划分的全球社交媒体用户数量（以百万计）

东亚地区有超过12亿社交媒体用户，而南亚地区有超过9.61亿社交媒体用户。总体而言，美洲地区有大约8.19亿人使用在线社交网络。此外，欧洲有6.81亿人使用社交媒体平台。



扫描领取报告

活跃的社交媒体用户数量（百万）



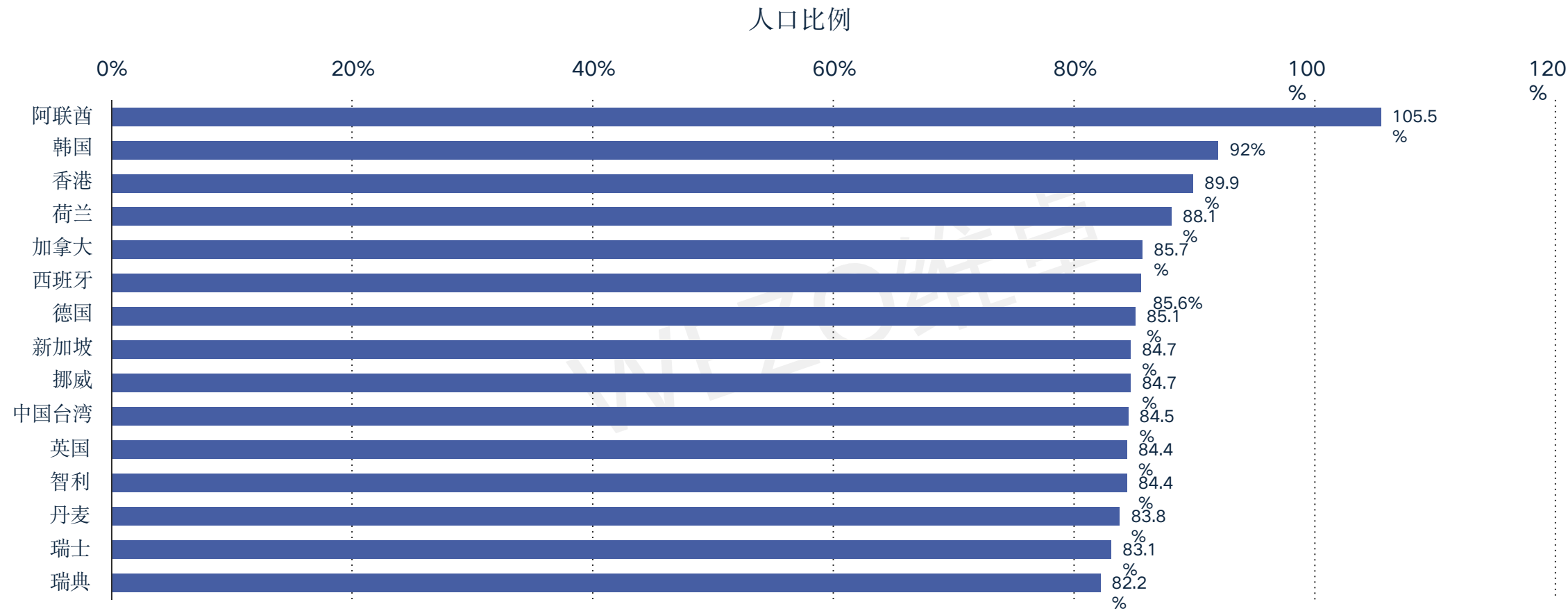
截至2023年1月，所选国家和地区的活跃社交网络渗透率

阿联酋的社交媒体渗透率在所选国家和地区中最高，达到98.7%。巴林和卡塔尔分别排在其后，社交媒体覆盖率分别为98.7%和96.8%。

截至2023年初，全球社交媒体渗透率为59.4%。尼日利亚、肯尼亚和加纳的社交媒体覆盖率远低于全球平均水平。



扫描领取报告



第03章

全球主要社交媒体

WEZO维卓

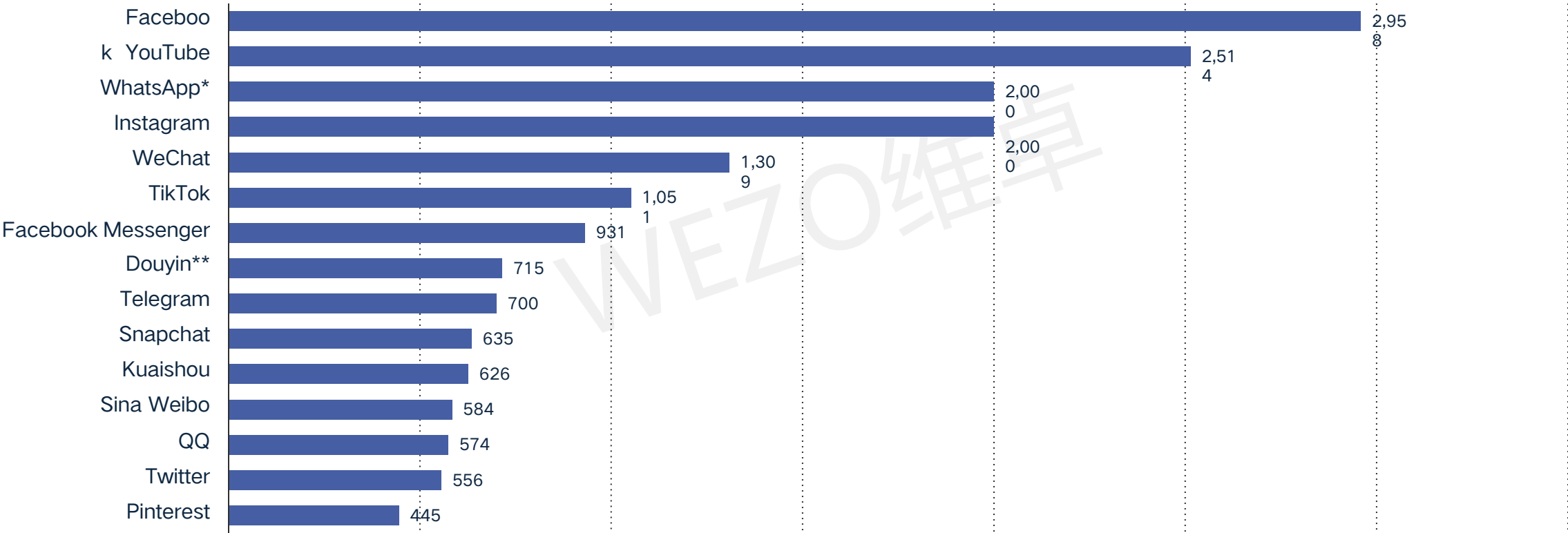
截至2023年1月，按月活跃用户数量（百万计）排名全球最受欢迎社交网络

市场领导者Facebook成为首个拥有超过10亿注册帐户的社交网络，目前拥有超过29亿月活跃用户。Meta Platforms拥有四个最大的社交媒体平台，每个平台都拥有超过10亿月活跃用户：Facebook（核心平台）、WhatsApp、Facebook Messenger和Instagram。在2022年第四季度，Facebook报告称其核心家庭产品拥有超过37亿月活跃用户。



扫描领取报告

活跃用户数（百万）



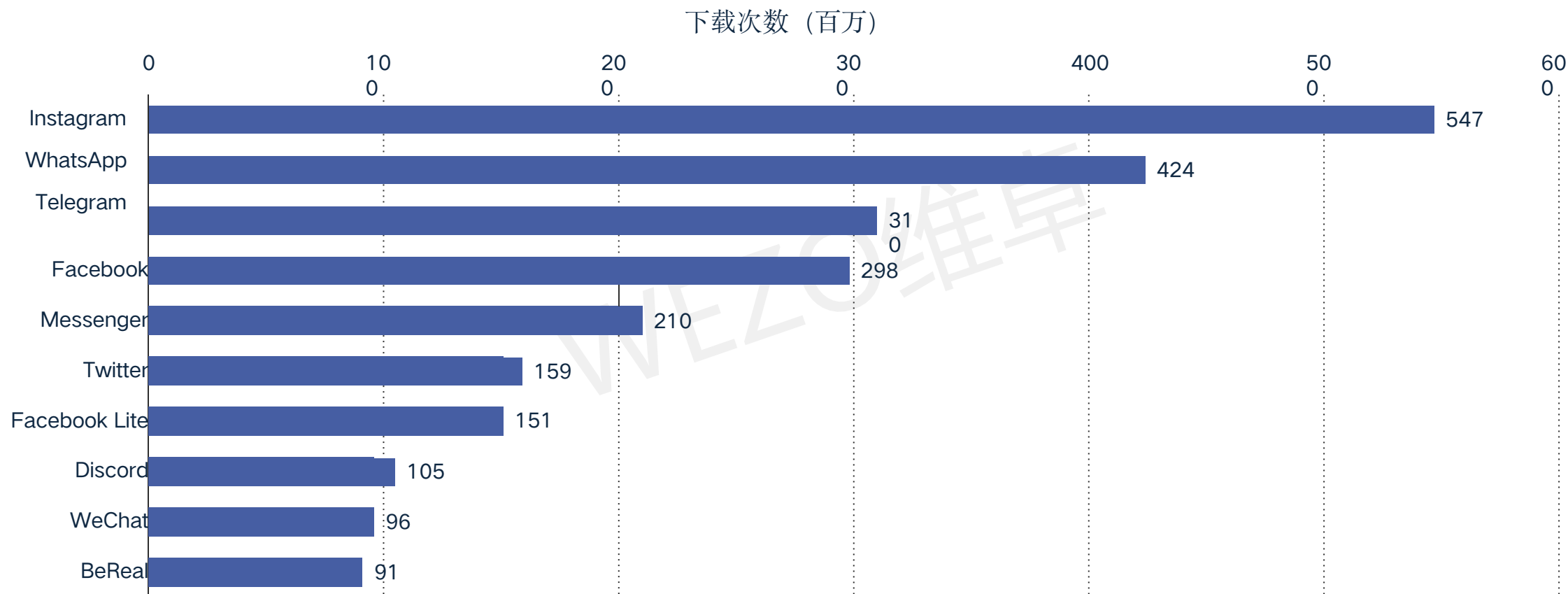
2022年全球社交媒体应用下载量排名（百万计）

2022年，Instagram是全球领先的社交媒体应用，下载量达到5.47亿次。WhatsApp排名第二，下载量为4.24亿次，而Telegram超越了Meta旗下社交媒体平台Facebook和Messenger的移动版本。

新进应用BeReal，一个于2020年推出的照片分享社交媒体应用，在调查年度内以超过9000万次的全球下载量进入排名的第十位。



扫描领取报告



2023年6月全球iPhone社交网络应用下载量排名（百万计）

WhatsApp是全球苹果应用商店中iPhone用户下载量最多的社交网络应用，这款聊天和社交信息应用从全球iPhone用户处报告了超过460万次的下载量。

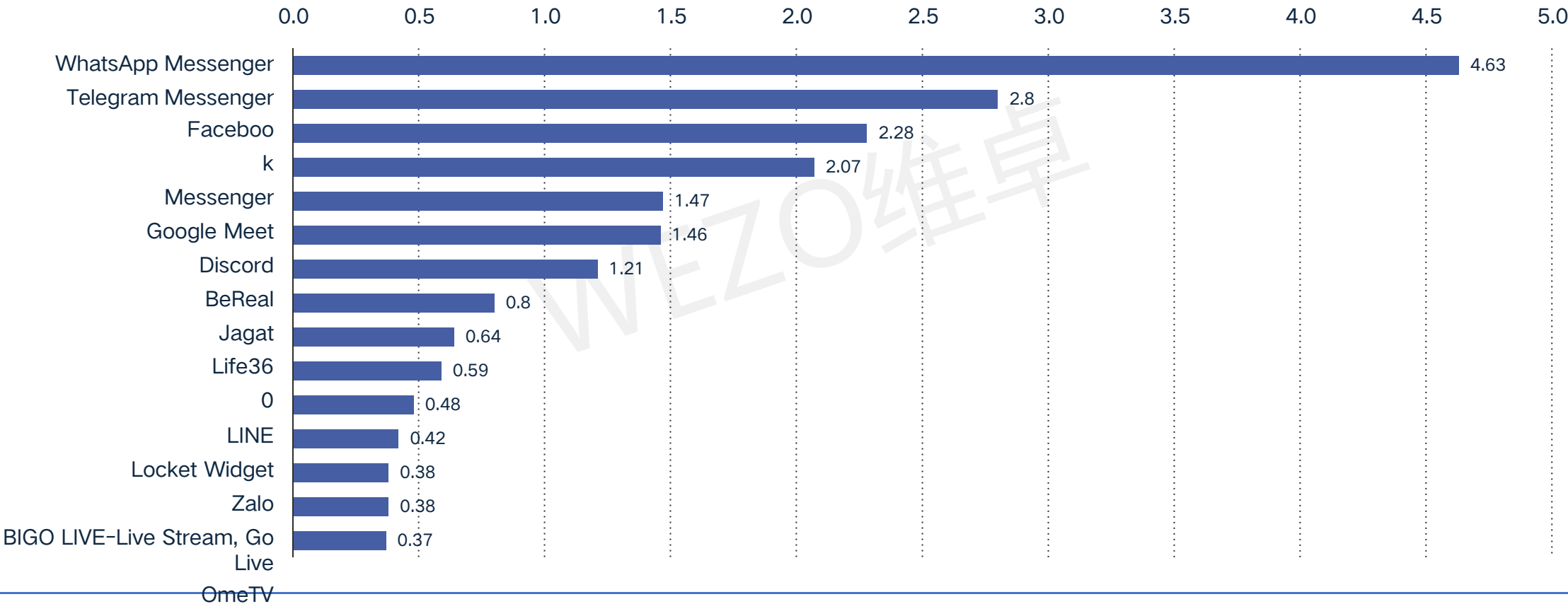
Telegram是第二款最受 欢迎的iPhone应用，这款社交应用从iPhone用户处大约获得了300万次的下载。

社交媒体巨头Facebook是iOS用户中第三受欢迎的社交媒体应用，大约有230万次的下载



扫描领取报告

下载次数（百万）



2022年9月全球苹果应用商店中按收入排名的iPhone社交媒体应用

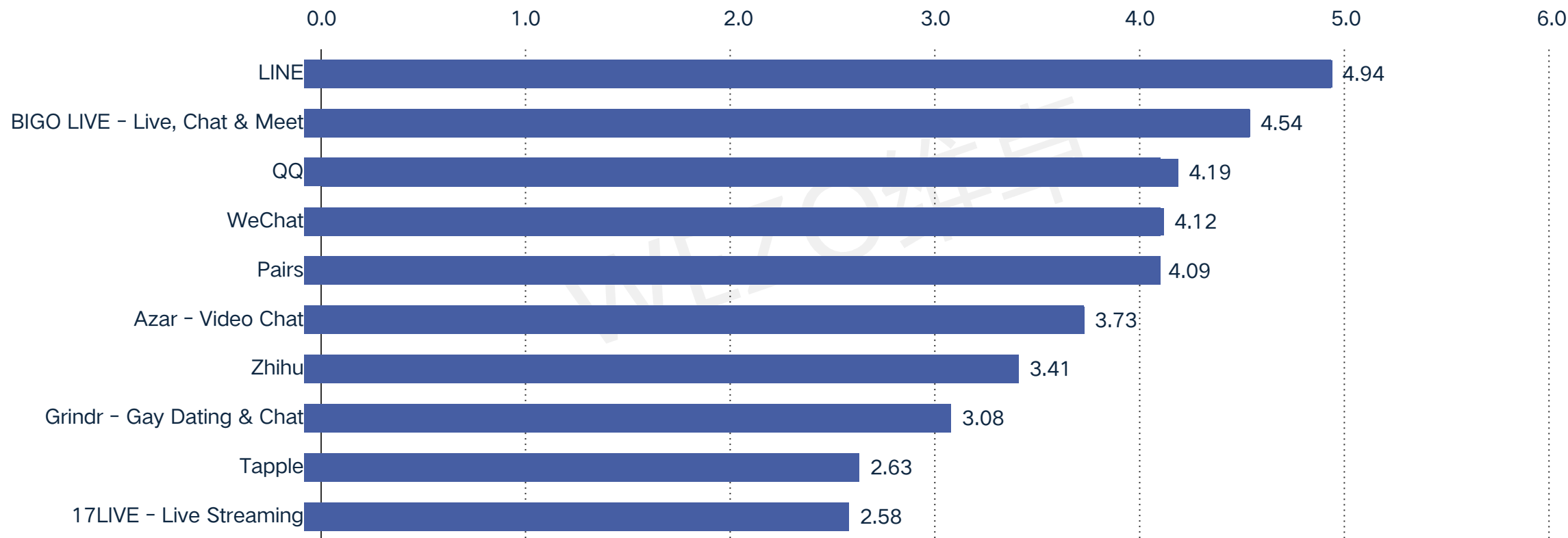
LINE是全球苹果应用商店中iPhone社交网络应用的最高收入应用。该服务从iOS用户那里创造了近500万美元的收入。

直播平台BIGO Live是第二成功的社交网络应用，全球用户贡献了450万美元的收入，而中国微博和社交媒体应用QQ从全球用户那里累计获得了超过400万美元的收入。



扫描领取报告

收入（百万美元）

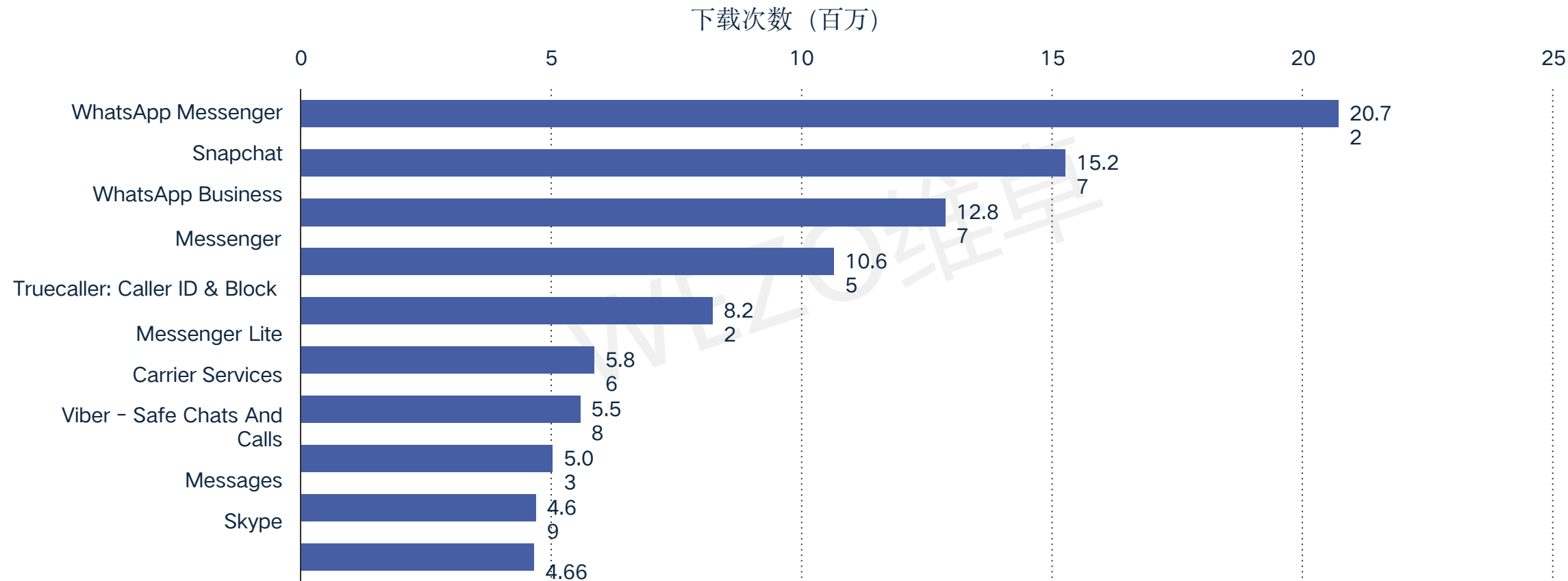


2022年9月全球Google Play商店中按下载量排名的通信应用（百万计）

WhatsApp是全球Google Play商店中下载量最高的通信应用。该应用从安卓用户处获得了约2070万次的下载。
随后，Snapchat紧随其后，在调查月份内从全球用户处获得了约1530万次的下载。



扫描领取报告



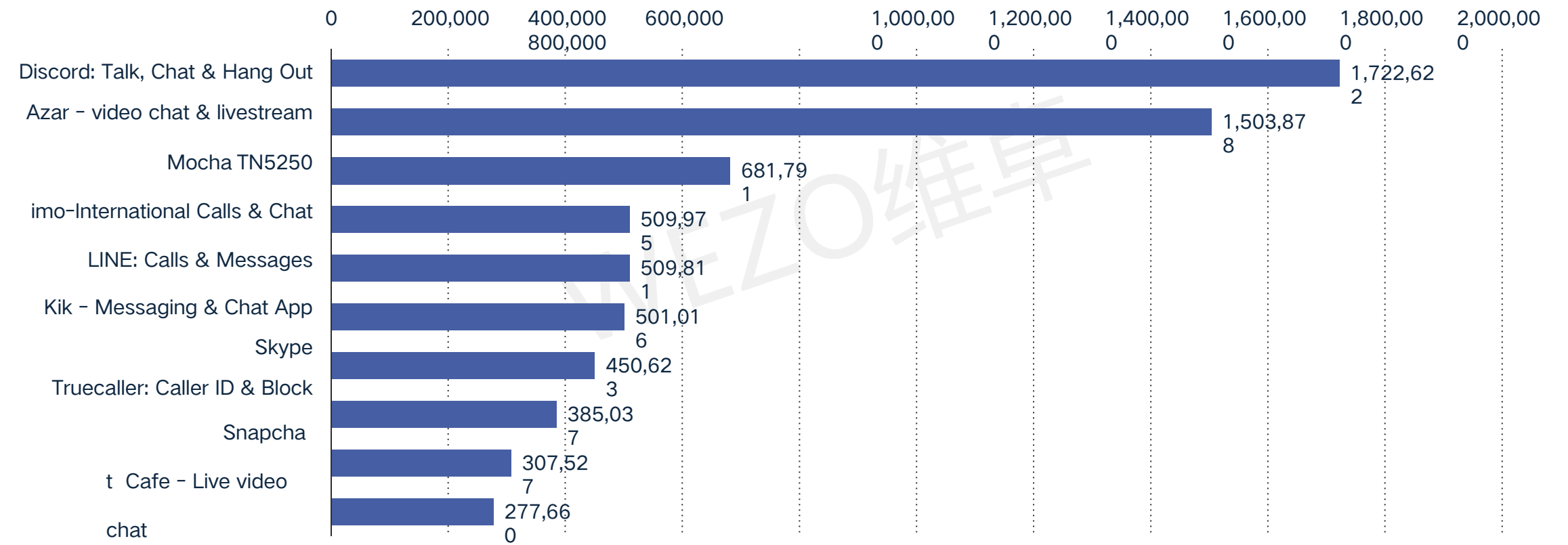
2022年9月全球Google Play商店中按收入排名的通信应用（美元计）

VoIP（互联网电话）和社交平台Discord是全球Google Play商店中通信应用中最赚钱的，收入达到170万美元。
Azar是第二成功的通信应用，来自全球用户的收入 达到150万美元。



扫描领取报告

总收入（美元）



第04章

社交媒体使用情况

WEZO维卓

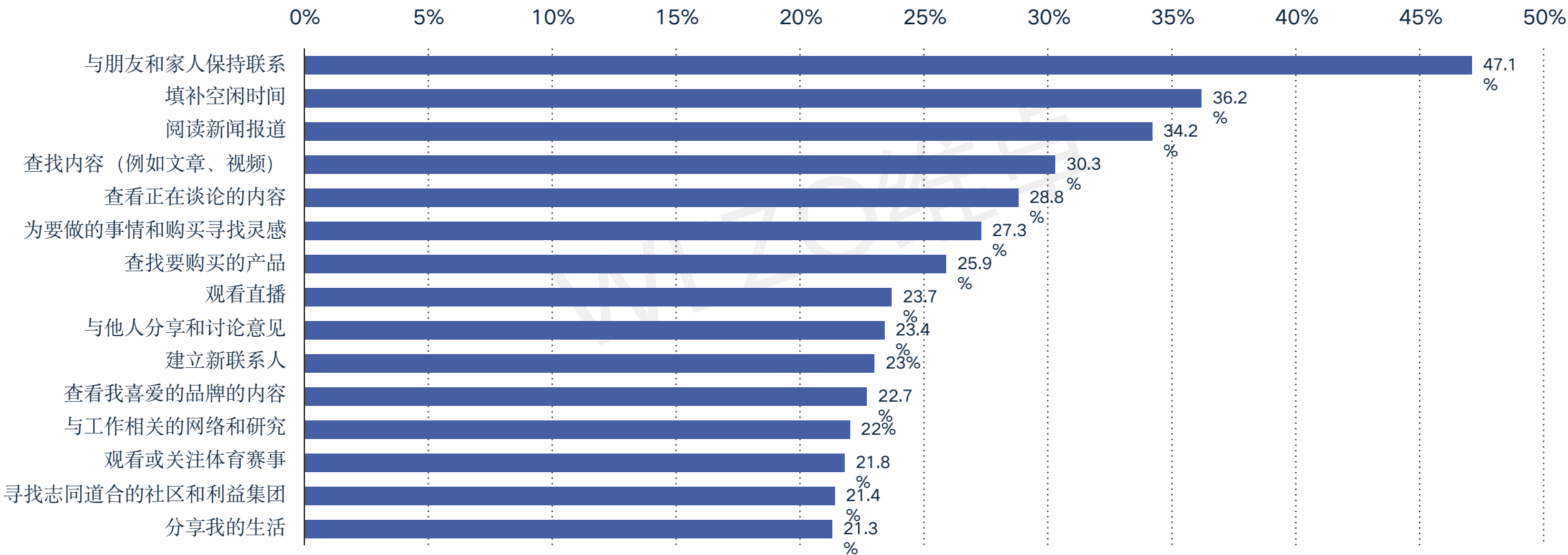
全球互联网用户在2022年第三季度使用社交媒体的主要原因

在2022年第三季度进行的一项调查发现，使用社交媒体的主要原因是与朋友和家人保持联系，超过47%的社交媒体用户表示这是他们使用在线网络的主要原因。总体而言，36.2% 的社交媒体用户表示他们主要使用社交媒体平台来填充空闲时间，而类似比例的受访者表示他们使用社交媒体来阅读新闻报道。每五位用户中就有一位在社交平台上



扫描领取报告

受访者比例

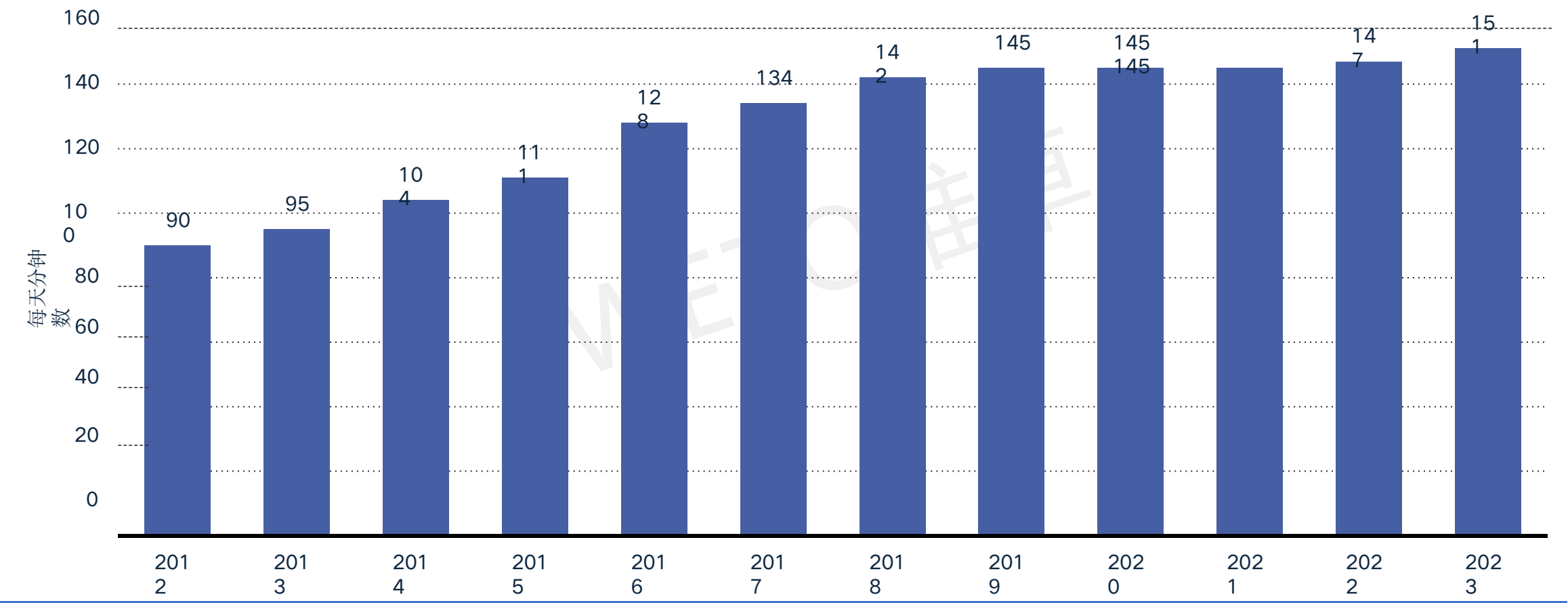


2012年至2023年全球互联网用户每天在社交网络上花费的时间



扫描领取报告

截至2022年，全球互联网用户每天在社交媒体上的平均使用时间达到了151分钟，比前一年的147分钟有所增加。
目前，每天在社交媒体上花费时间最多的国家是菲律宾，网民平均每天在社交媒体上花费3小时53分钟。相比之下，美国每天在社交媒体上花费的时间只有2小时3分钟。



23 注释：全球，2012年至2023年；1664岁；社交媒体和消息应用。
数据来源：DataReportal; GWI; Hootsuite; We Are Social

2022年4月的互联网分钟内的媒体使用情况

在一个互联网分钟内发生了很多事情 - 数百万条消息、电子邮件和短信被发送、滚动和上传，以及数十万小时的内容被消费。
在2022年的互联网分钟内，全球用户流式传输了100 万小时的内容。



扫描领取报告

	每分钟量
发送电子邮件	231400000
购买加密货币（美元）	90200000
发送文本	16000000
在谷歌上进行搜索	5900000
在 Snapchat 上分享快照	2430000
在脸上分享的内容	1700000
在Tinder上滑动	1100000
直播时长	1000000
在亚马逊上花费的美元	443000
在Venmo上的花费美元	437600
在推特上分享的推文	347200
在 Zoom 会议中花费的时间	104600
美元花在DoorDash上	76400
在Instagram上的照片分享	66000

2023年2月份，全球部分国家的成年人将社交媒体作为新闻来源

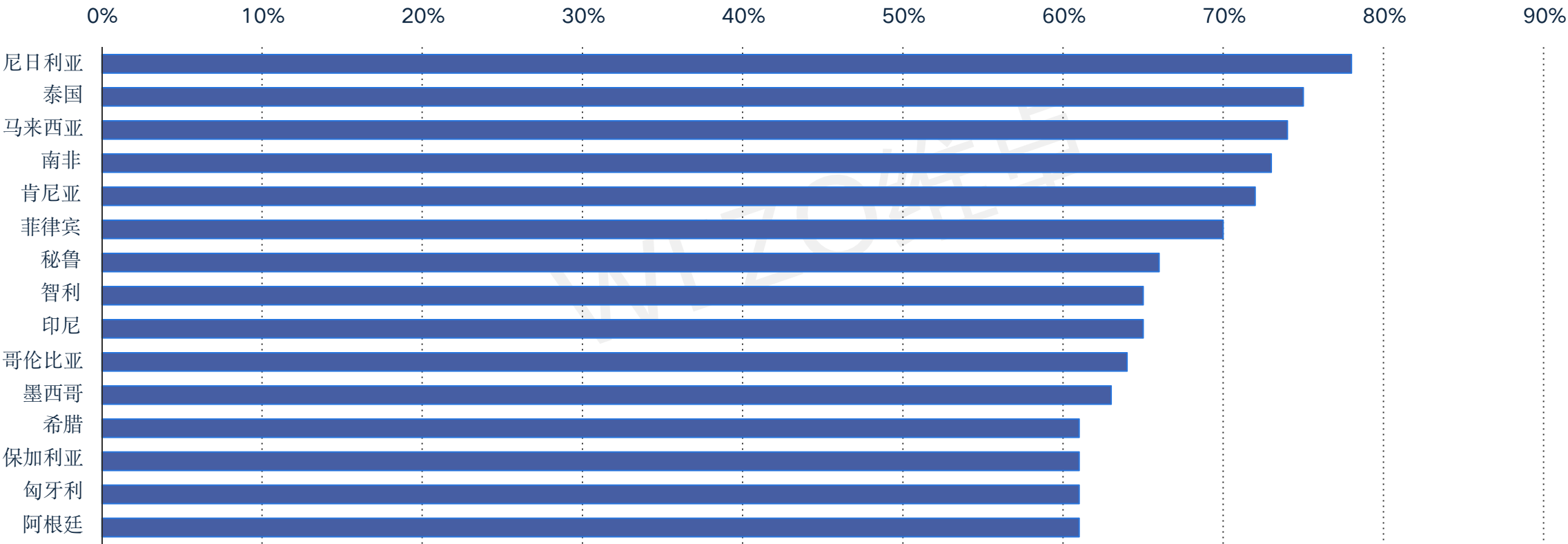
在2023年的一项调查中，78%的尼日利亚受访者表示他们将社交媒体作为新闻来源。相比之下，只有23%的日本受访者表示他们也是如此。

全球范围内的大部分社交媒体用户承认 他们不信任社交平台，既不认为它们是媒体来源，也不认为它们是获取新闻的方式，然而他们仍然每天访问这些社交网络。



扫描领取报告

受访者比例



第05章

Facebook

WEZO维卓

2017年至2027年全球Facebook用户数量（百万计）

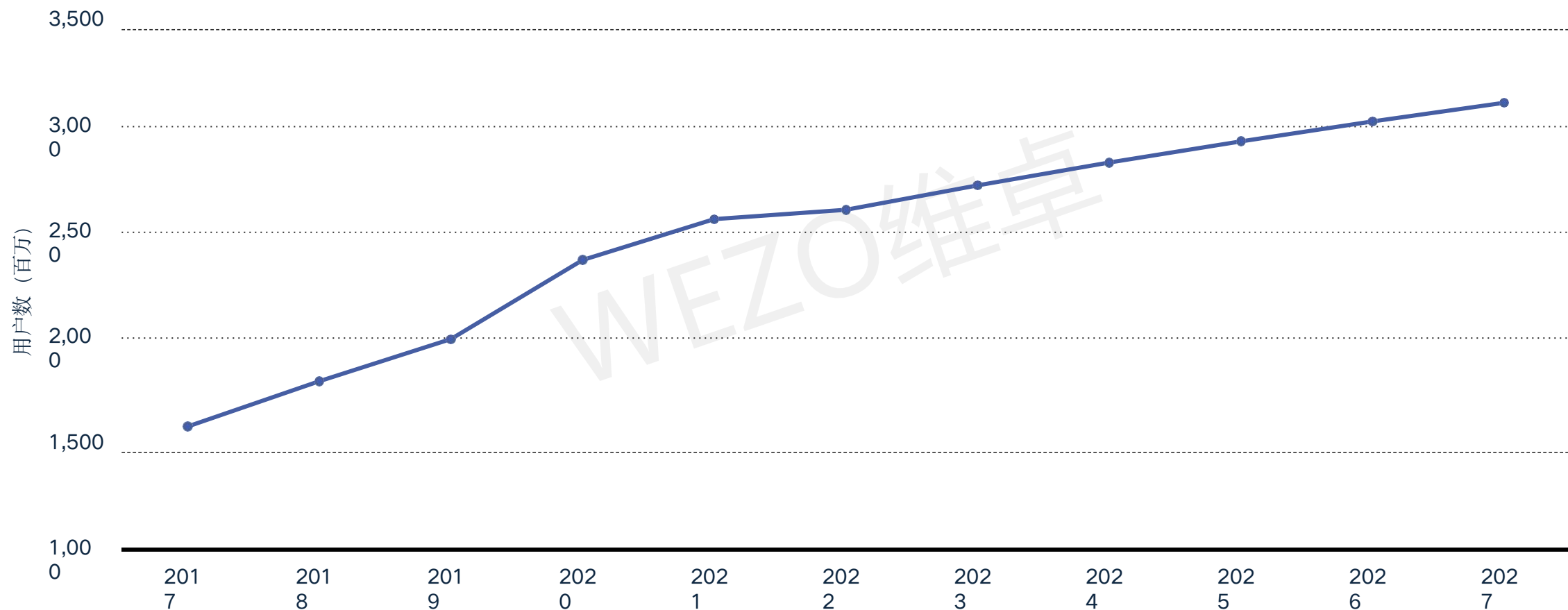
根据预测，2023年至2027年期间，全球Facebook用户数量将持续增加，总计增加391百万用户（增长14.36%）。

在连续第四年增长之后，Facebook用户基数预计将在2027年达到31亿用户，因此将在2027年创下新的峰值。

值得注意的是，Facebook用户数量在过去几年中一直在持续增加。



扫描领取报告



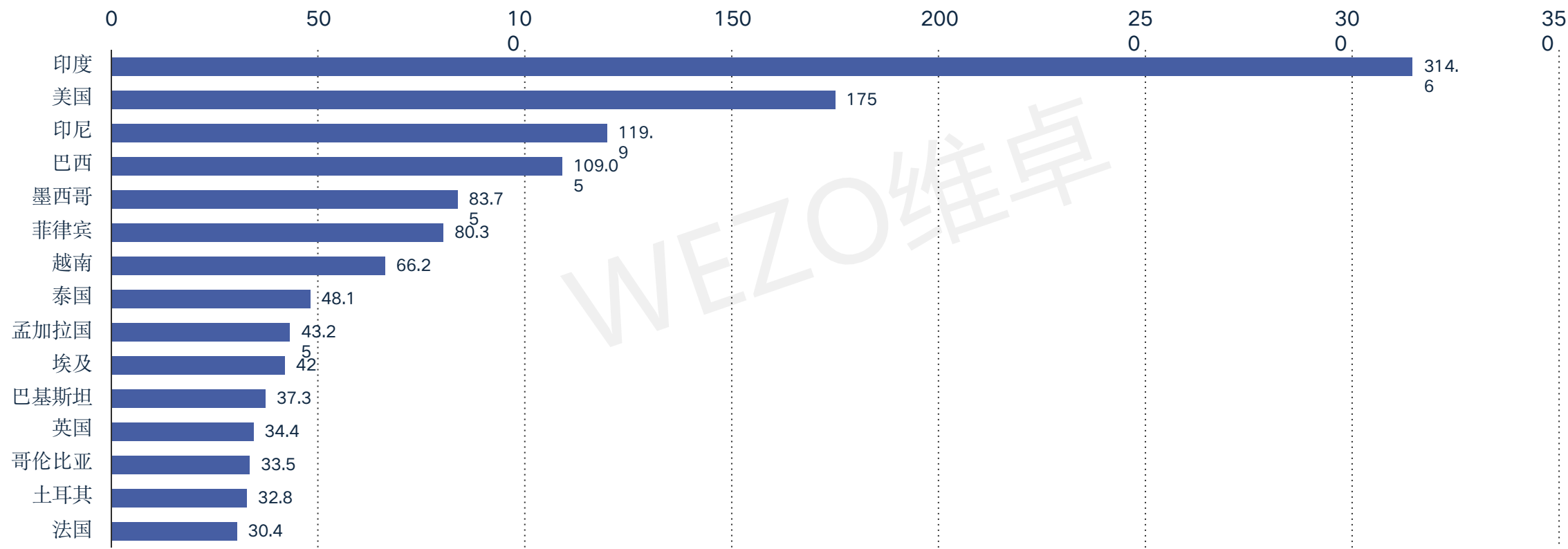
截至2023年1月，根据Facebook受众规模，领先国家如下（以百万计）

仅在印度就有近3.15亿Facebook用户，这使得印度在Facebook受众规模方面排名第一。

为了有个比较，如果将印度的Facebook受众视为一个国家，那么它在全球最大人口国排名 中将位居第三。

除印度外，还有其他几个市场拥有超过1亿Facebook用户：美国、印度尼西亚和巴西，分别有1.75亿、1.19亿和1.09亿Facebook用户。

Facebook用户数量（百万）



扫描领取报告

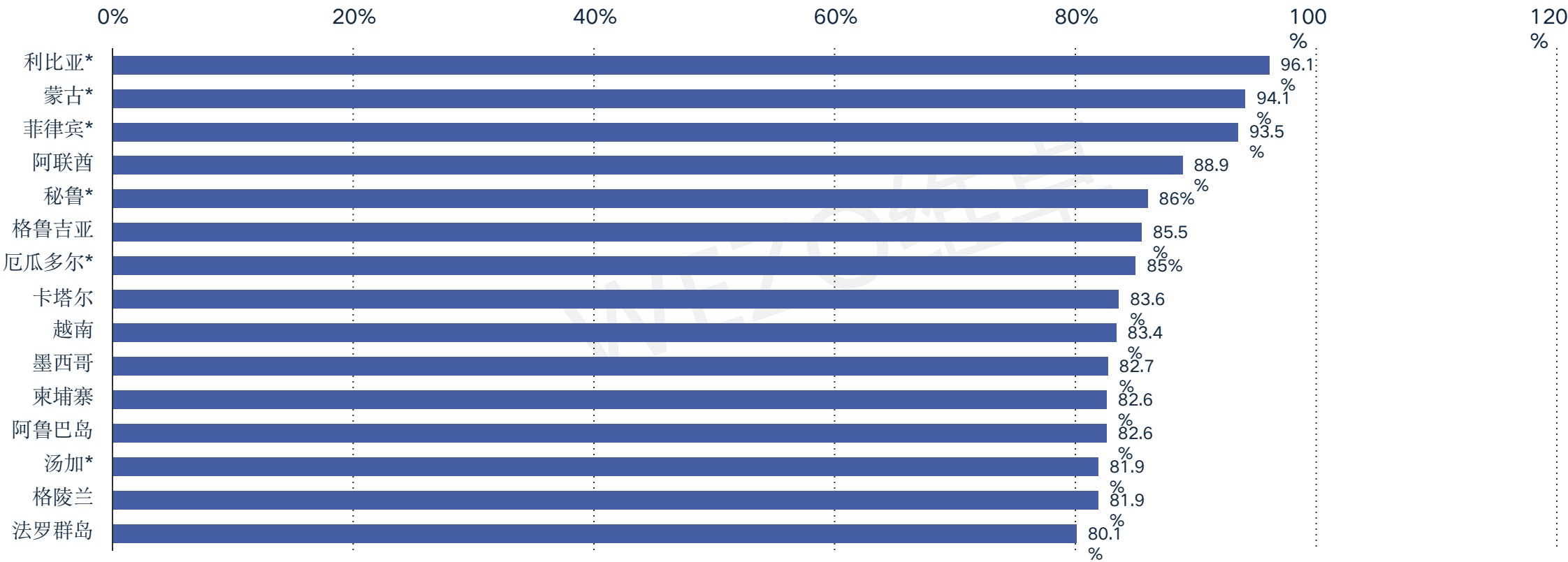
2023年1月具有最高Facebook受众覆盖率的15个国家

截至2023年1月，利比亚的Facebook可寻址广告受众覆盖率达到96.1%，紧随其后的是蒙古，覆盖率为94.1%，菲律宾为93.5%。此外，秘鲁和格鲁吉亚的可寻址广告受众覆盖率分别为86%和85.5%。



扫描领取报告

受众覆盖面



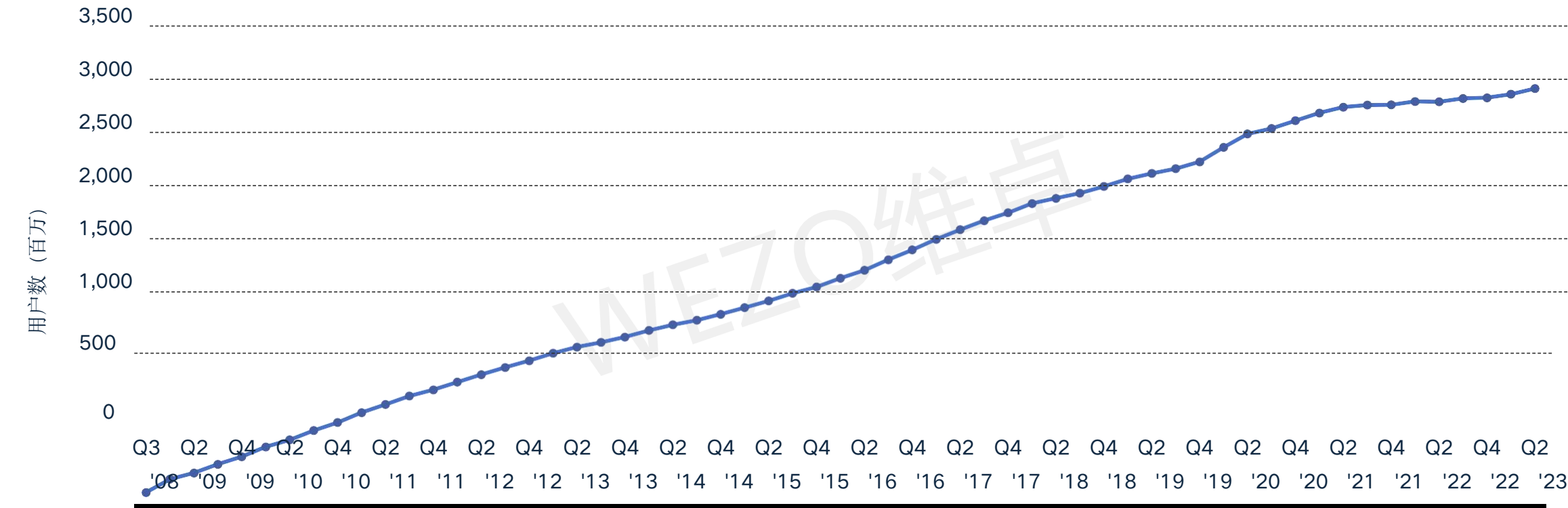
29 注释：全球，2023年1月；13岁及以上；*根据数据来源：“技术上不应超过100%，但数据显示为“原样”，以使读者能够自行判断。仅包括”。
数据来源：DataReportal; Facebook; Meltwater; We Are Social

2023年第二季度全球Facebook月活跃用户数量（百万计）



扫描领取报告

截至2023年第二季度，Facebook拥有大约30亿月活跃用户，是全球使用最广泛的在线社交网络。
该平台在2017年第二季度超过了20亿活跃用户，仅用了13年多的时间达到这一里程碑。
相比之下，Meta旗下的Instagram用了11.2年，谷歌的YouTube用了14年多的时间来实现这一里程碑。截至2022年1月，印度是Facebook的主要受众群体，拥有近3.3亿用户。



2023年第二季度全球Facebook每日活跃用户数量（百万计）

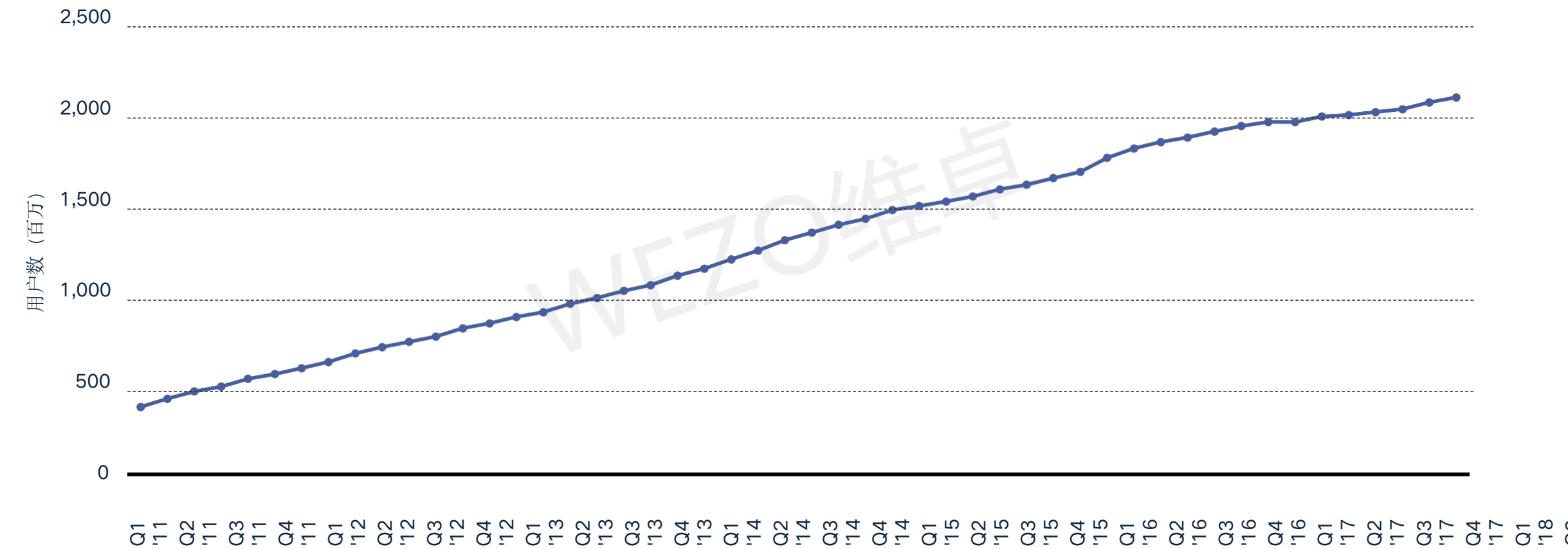
在2023年第二季度，Facebook的每日活跃用户数量达到了20.6亿，与前一季度相比略有增加。

与2022年第二季度的每日活跃用户数量相比，该平台增加了约9600万用户。2022 年，Facebook在美国的渗透率为71.43%，高于2020年的70%。

预计社交网络的受众覆盖率将在2027年达到75.79%。



扫描领取报告



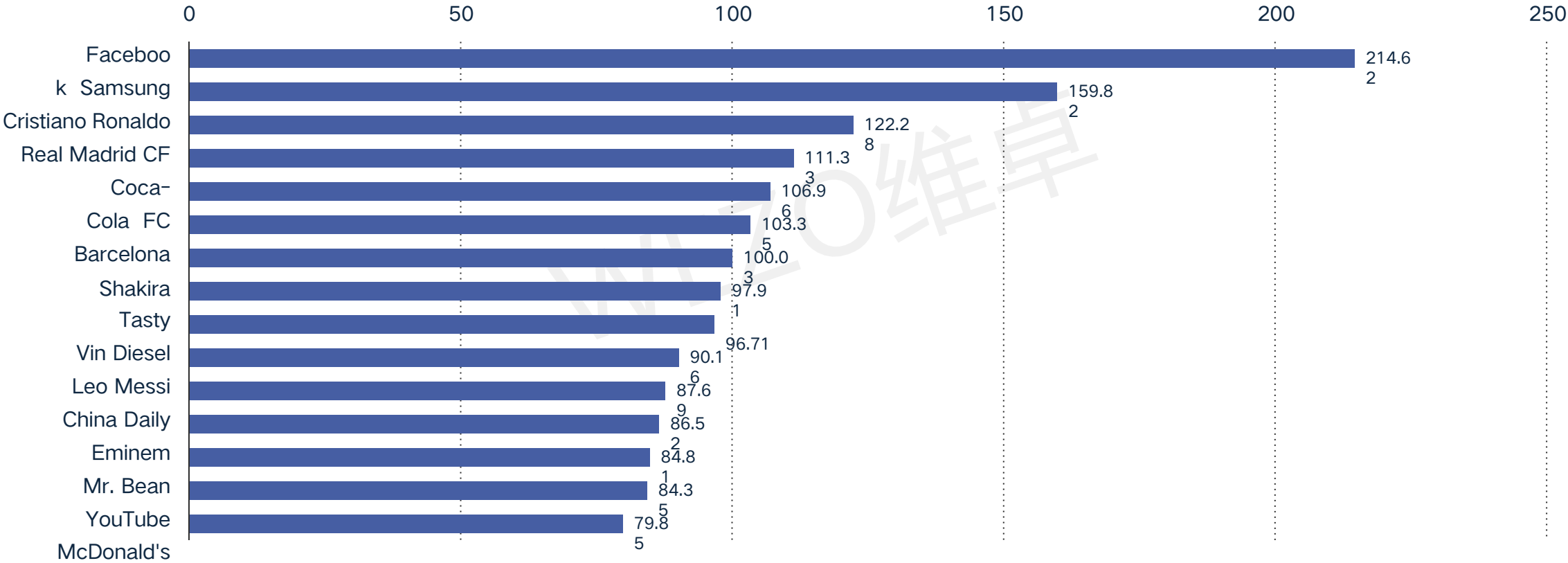
2023年9月全球根据粉丝数量排名的最受欢迎Facebook粉丝页面如下



扫描领取报告

除了是Instagram上关注人数最多的人之外，克里斯蒂亚诺·罗纳尔多在Facebook上也是关注人数最多的人。
截至2023年1月，他的Facebook页面有超过1.22亿的订阅者。在社交网络上，只有Facebook本身和科技巨头三星拥有更多的关注者。
考虑到Facebook上最受欢迎的粉丝页面主要由全球品牌而不是个人名人主导，罗纳尔多在排名中的位置更加令人印象深刻。

脸书上的粉丝数量（百万）



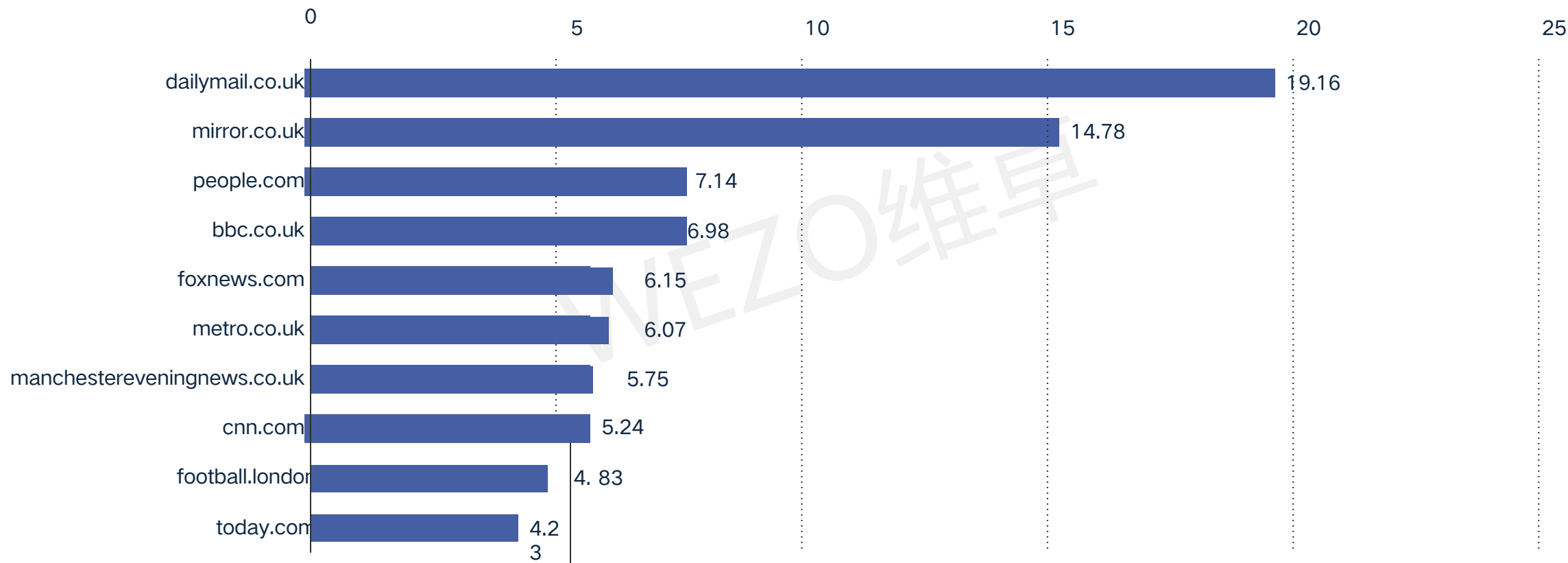
2023年1月，根据在Facebook上的总互动次数（百万计）

截至2023年1月，dailymail.co.uk是Facebook上最大的网络出版商，吸引了超过1900万的Facebook互动，包括对发布的内容的点赞、分享和评论。排名第二的是mirror.co.uk，互动次数为1480万次。



扫描领取报告

互动次数（百万）



2022年按行业划分的Facebook品牌帖子的平均互动率

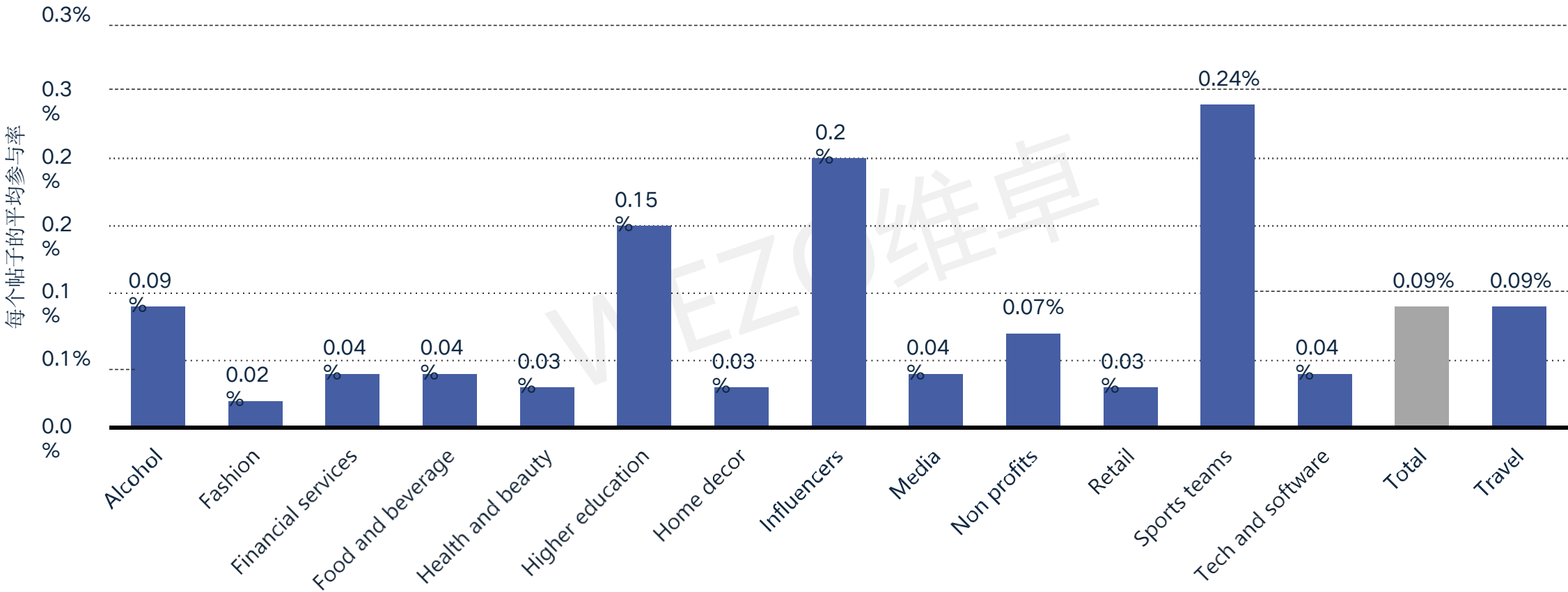


扫描领取报告

体育团队在Facebook上发布的帖子的平均互动率为0.24%，是所有选定行业中的最高的互动率。此外，这个数字显著高于总体平均水平0.06%。

总体而言，社交媒体上的影响者（ Influencers）实现了0.2%的Facebook帖子互动率。

科技与软件（Tech and Software）和食品与饮料（Food and Beverage）等行业的互动率都为0.04%。在Twitter上，品牌的 平均互动率为。



第06章

Instagram

WEZO维卓

截至2023年1月，具有最高Instagram受众覆盖率的国家和地区

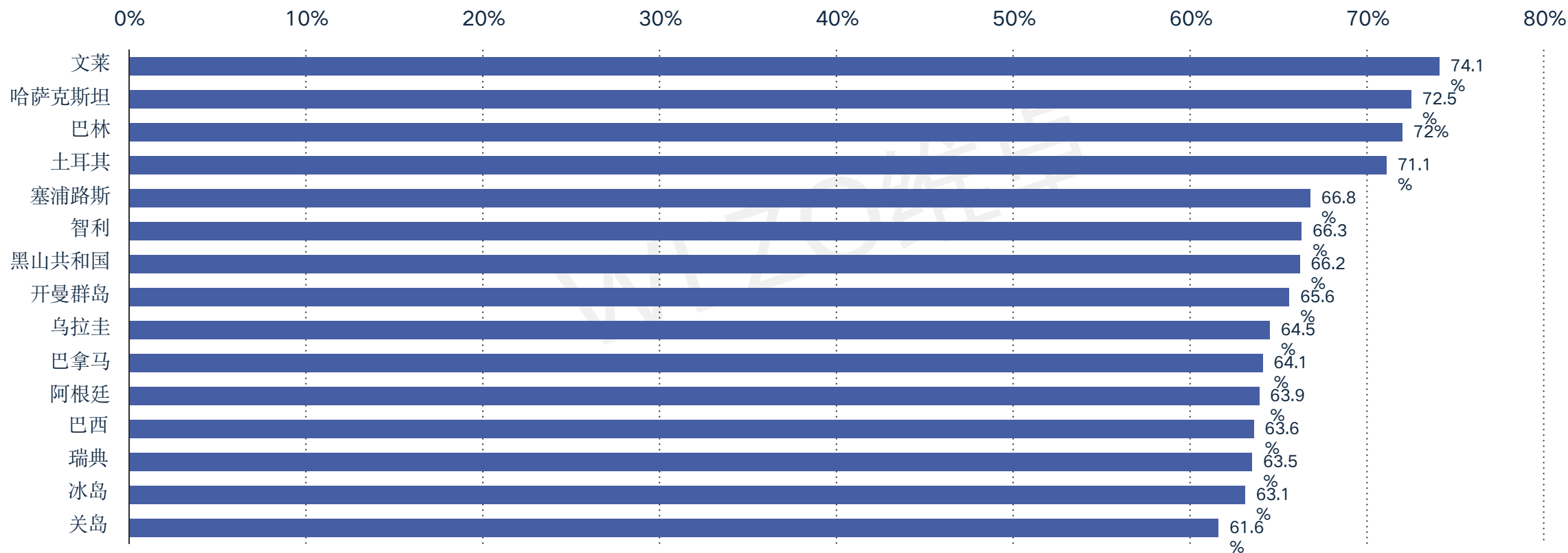
文莱是Instagram受众覆盖率最高的国家，达到74%。哈萨克斯坦的Instagram受众覆盖率也很高，占总人口的72.5%。

尽管葡萄牙和科威特的受众覆盖率相对较低，但这两个国家的照片和视频分享平台仍然覆盖了超过一半的人口。



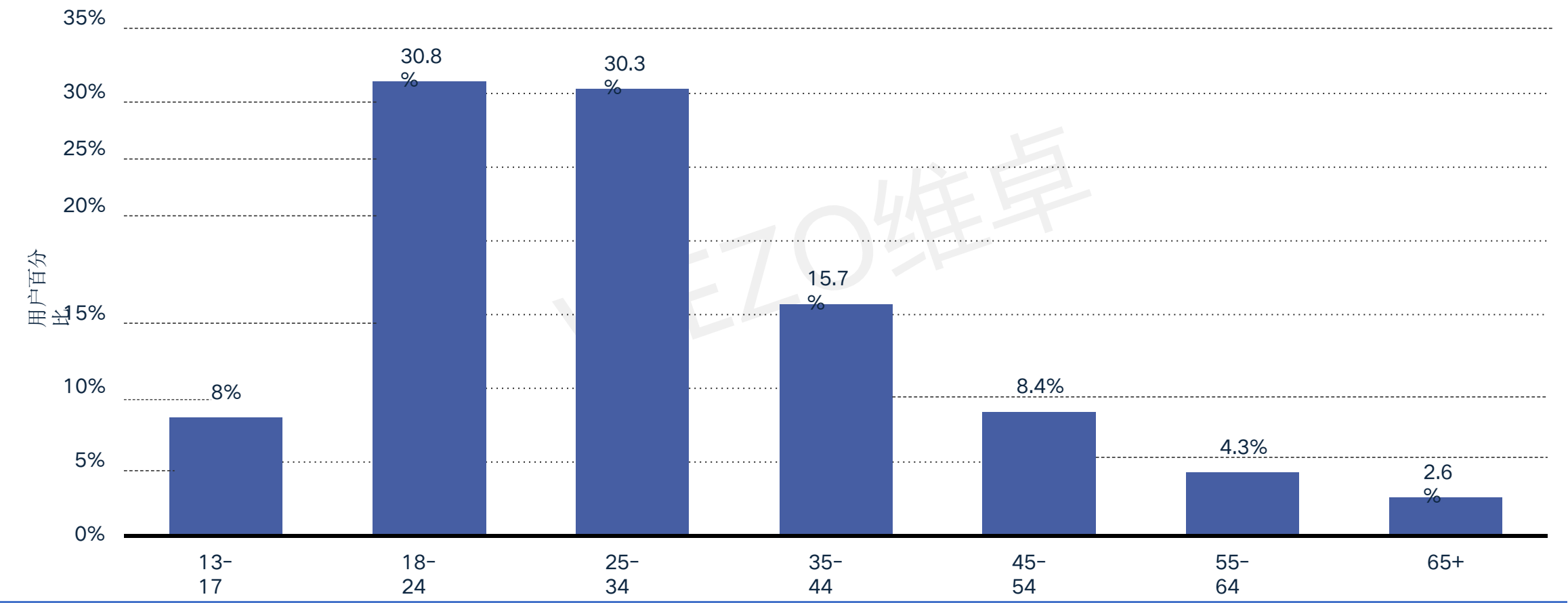
扫描领取报告

人口比例



截至2023年1月，全球Instagram用户根据年龄分布

全球Instagram用户中，近31 %的受众年龄在18至24岁之间，30.3%的用户年龄在25至34岁之间。总体而言，15.7%的用户属于35至44岁的年龄组。



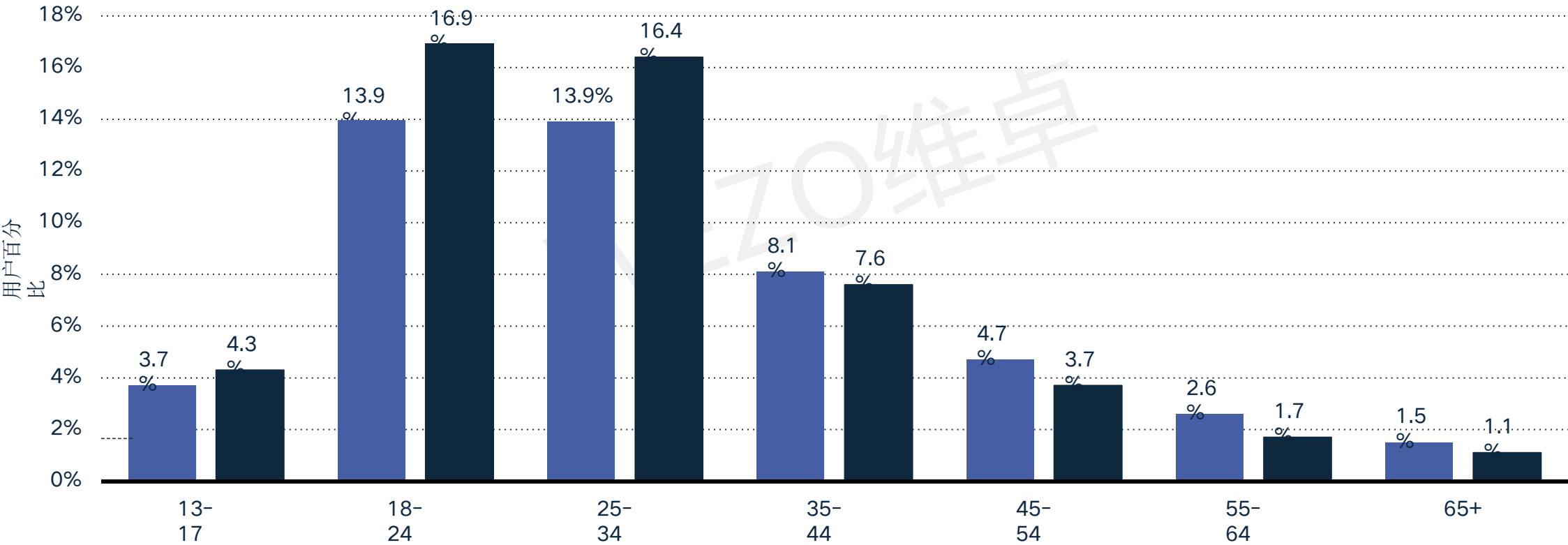
截至2023年1月，全球Instagram用户根据年龄和性别分布

全球活跃的Instagram用户中，近17%的男性年龄在18至24岁之间。全球范围内，一半以上的Instagram用户年龄在34岁以下。



扫描领取报告

■ 女性 ■ 男性



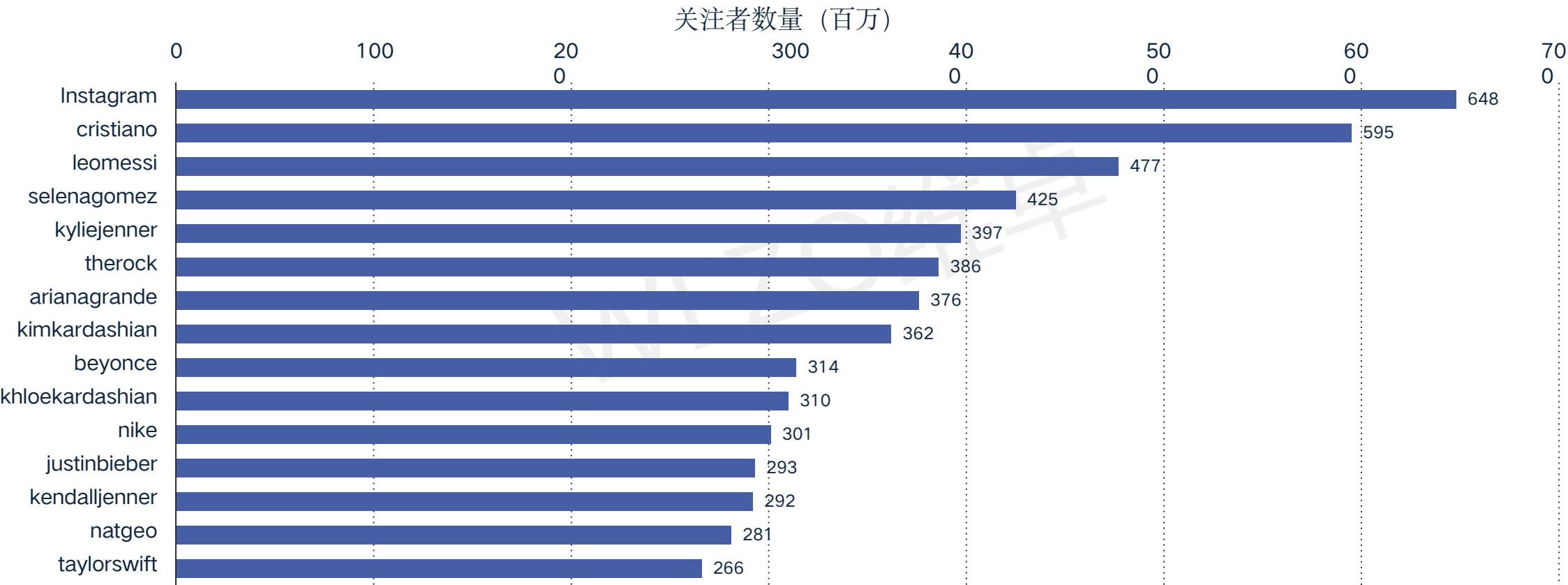
截至2023年7月，全球Instagram粉丝数量最多的账号如下（以百万计）

克里斯蒂亚诺·罗纳尔多在2023年1月份拥有最受欢迎的Instagram账号之一。这位葡萄牙足球运动员是这个照片分享应用平台上粉丝最多的人，拥有5.95亿粉丝。

Instagram官方账号位居第一，粉丝数量约为6.48亿。



扫描领取报告

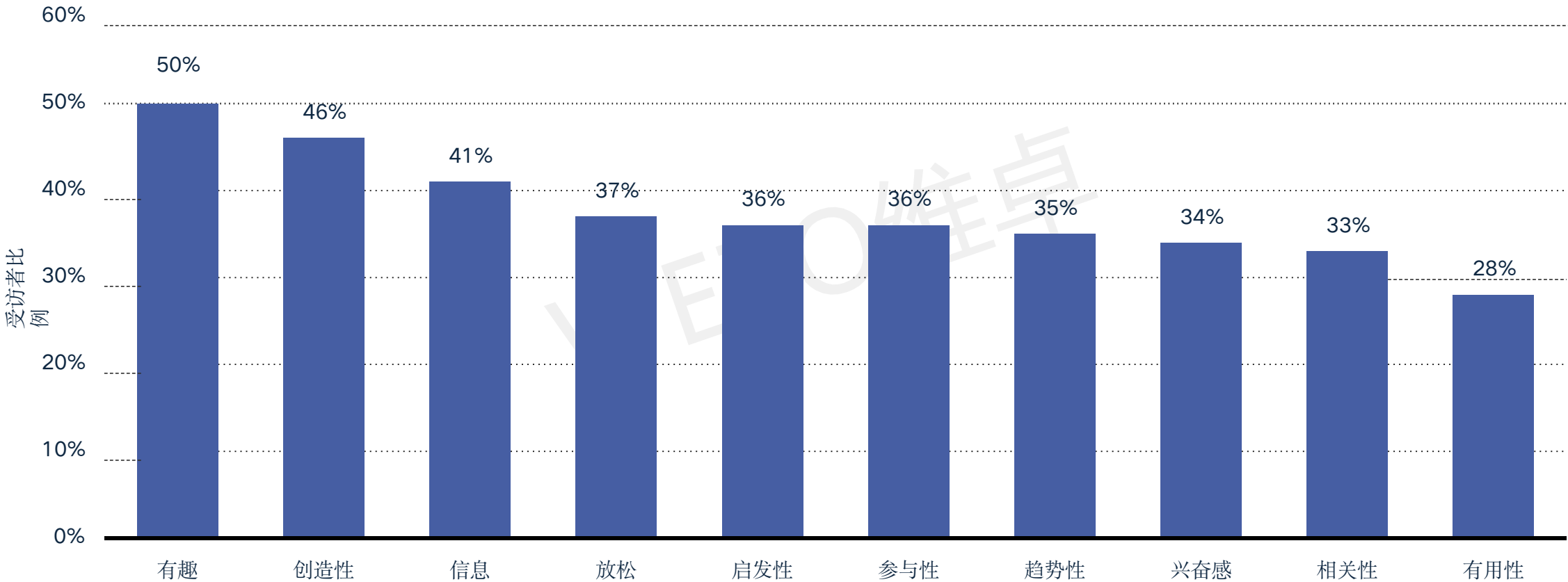


根据截至2023年4月的全球用户调查，Instagram用户偏好的内容类型

全球每周使用Instagram的用户中，有50%表示他们想在这个社交媒体平台上看到有趣的内容。此外，46%的所有受访者表示他们想在Instagram上看到创意内容，而41%表示他们希望在Instagram上看到信息丰富的内容。超过三分之一的用户希望在这个照片和视频分享应用上看到引人入胜的内容。



扫描领取报告

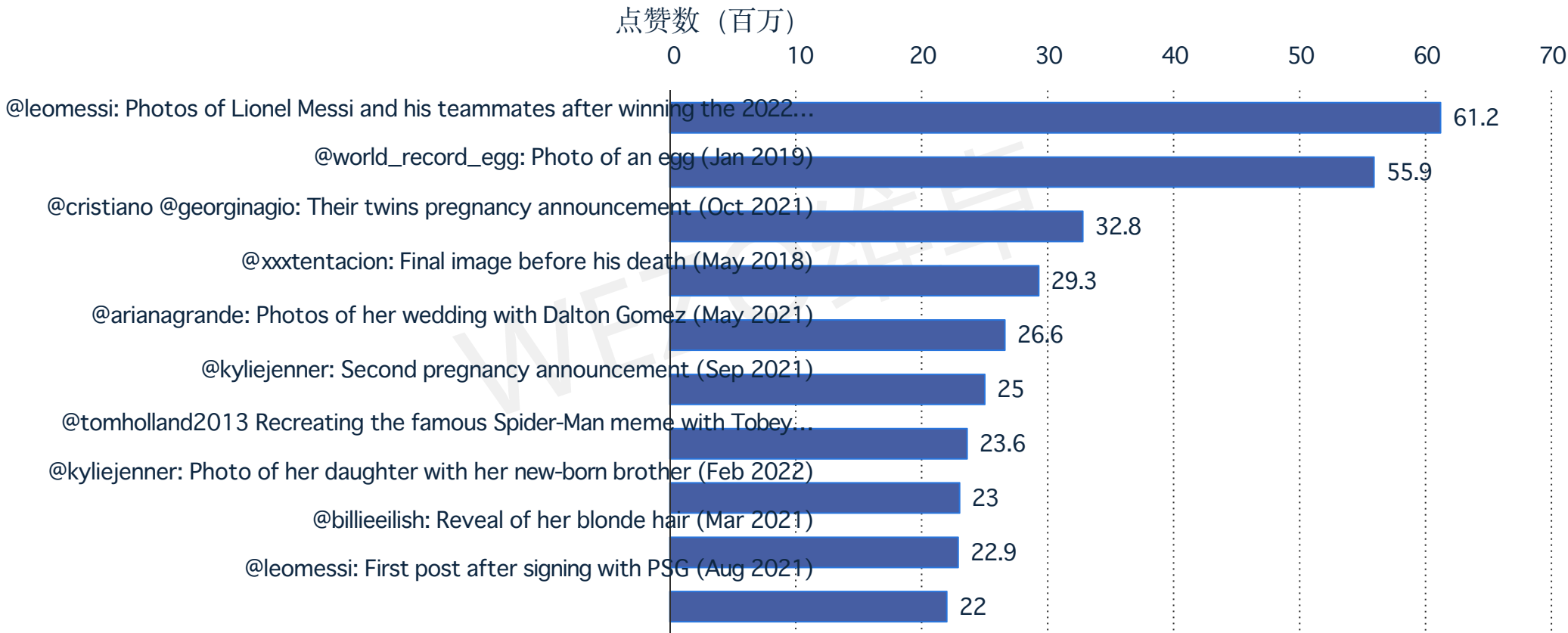


截至2022年12月，根据点赞数（以百万计），Instagram上最受欢迎帖子

截至2022年12月，Instagram上最受欢迎的帖子是来自@leomessi账号的阿根廷足球巨星利昂内尔·梅西和他的队友们庆祝赢得2022年FIFA世界杯的照片。梅西的帖子在一天内获得了超过6100万个赞，击败了之前的记录保持者，即“一颗鸡蛋的照片”。最初是在2021年1月发布的“一颗鸡蛋的照片”超过了当时世界上最受欢迎的Instagram帖子，那是 Kylie Jenner女儿的一张照片，总点赞数为1800万个。



扫描领取报告



第07章

TikTok

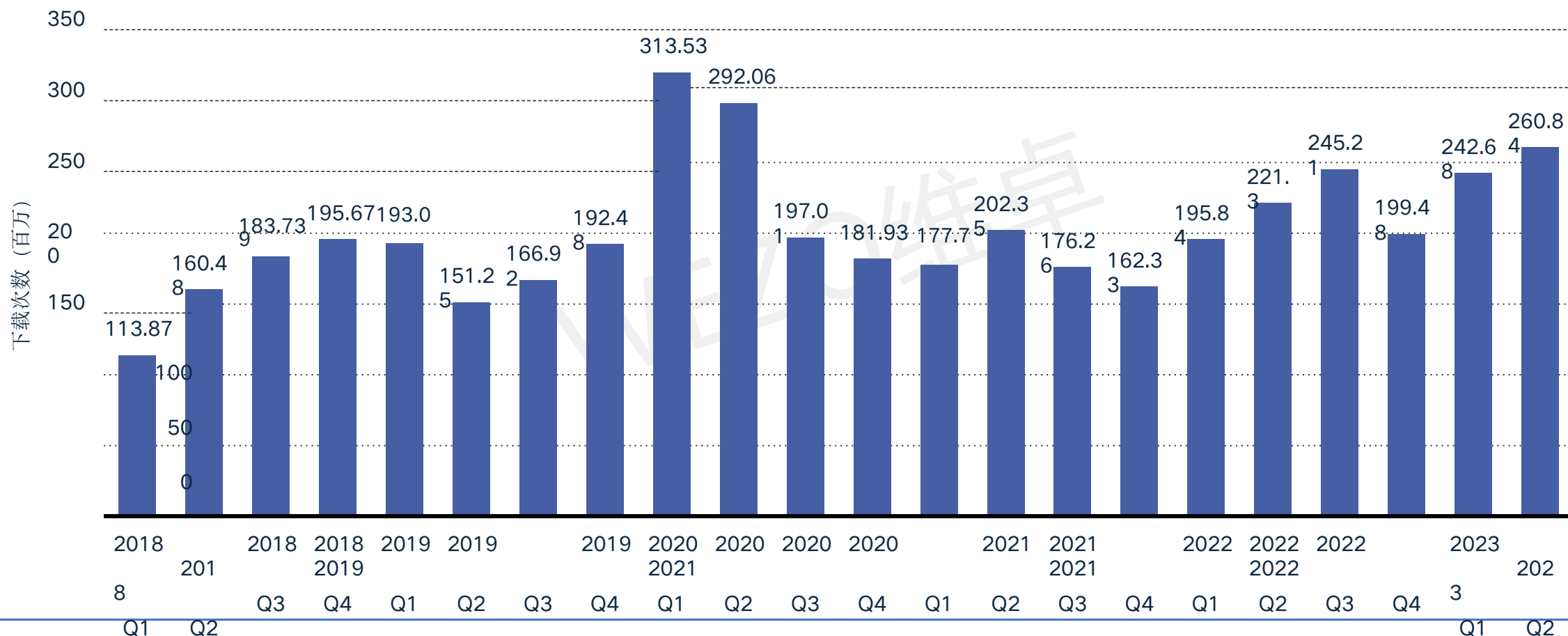
WEZO维卓

从2018年第一季度到2023年第一季度，TikTok的下载量如（以百万计）

TikTok在全球用户中产生了约2.61亿次的下载。最初由字节跳动（ByteDance）在中国首次推出的Douyin短视频格式在2020年由TikTok推广并在全球社交媒体领域占据了主导地位。2020年第一季度，TikTok的下载量达到了全球313.5百万次的峰值，比2019年第一季度增长了62.3%。



扫描领取报告



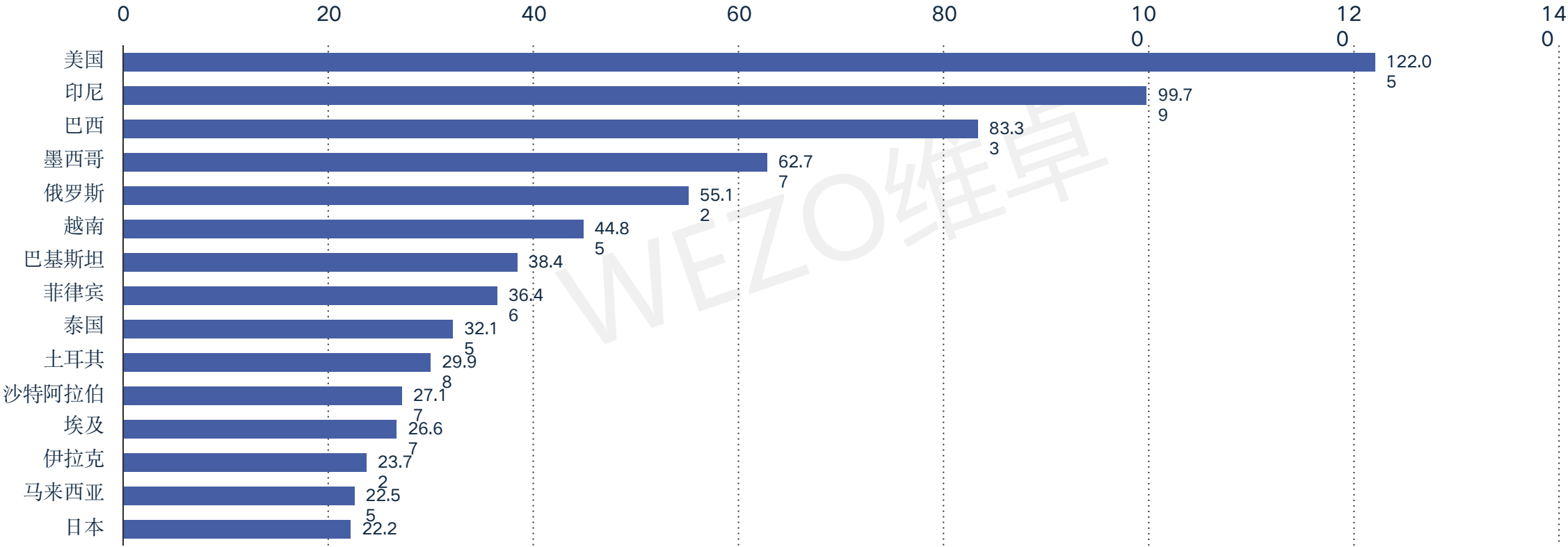
截至2023年7月，具有最大TikTok受众的国家如下（以百万计）

美国是迄今为止TikTok用户最多的国家，约有1.22亿用户使用这一受欢迎的社交视频平台。印度尼西亚排名第二，拥有大约9980万的TikTok用户。巴西排名第三，拥有近8333万 的TikTok用户观看短视频。



扫描领取报告

TikTok用户数量（百万）

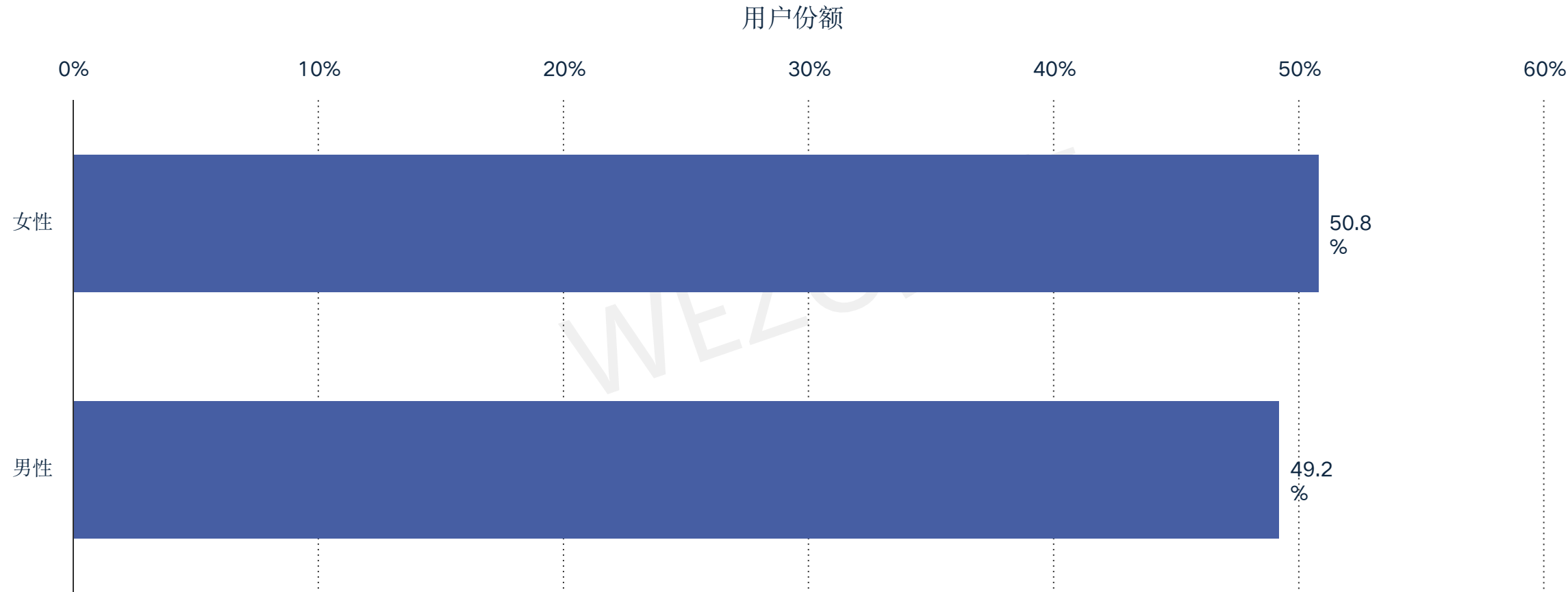


截至2023年7月，TikTok全球用户的性别分布

约51%的TikTok全球用户为女性，相比之下，男性用户约占总数的49%。在2022年，TikTok是全球最受欢迎的移动应用程序，全球用户在该年共进行了约6.7亿次下载。



扫描领取报告



截至2023年7月，根据年龄和性别划分，TikTok全球用户的分布

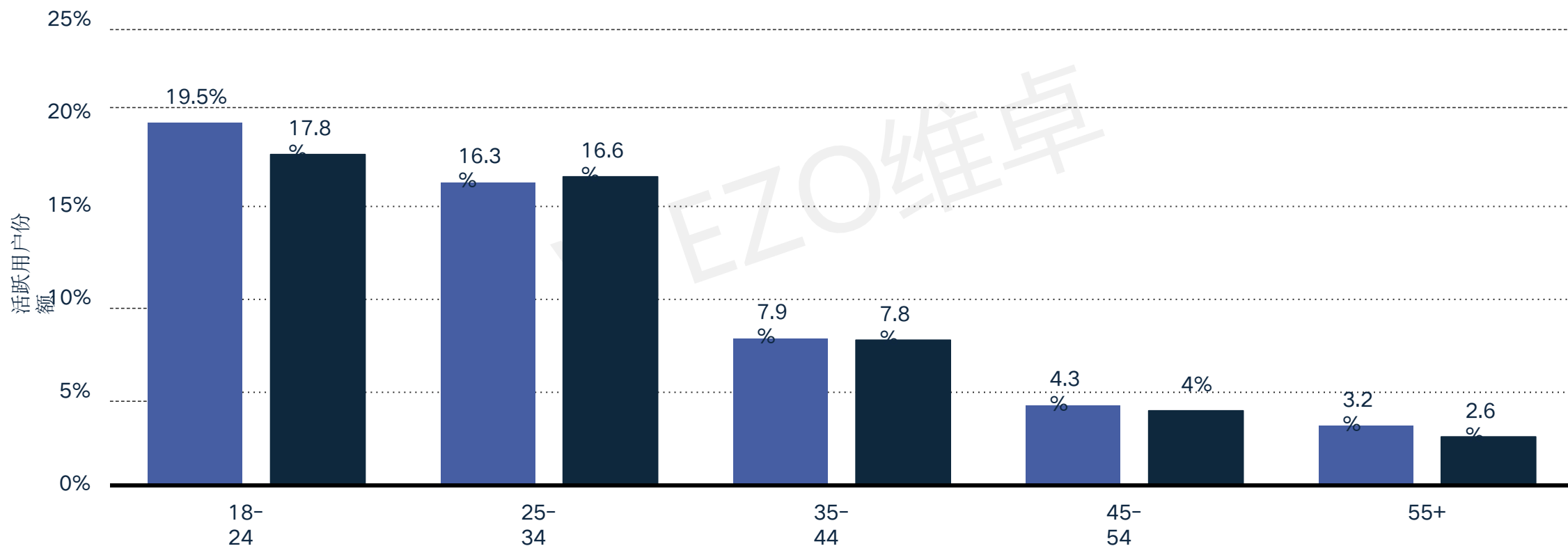
发现TikTok全球受众中，18至24岁的女性约占20%，而同龄男性用户约占平台受众的17.8%。

这个受欢迎的社交视频平台的在线受众还包括25至34岁女性用户占16.3%和同龄男性用户占16.6%。



扫描领取报告

■ 女性 ■ 男性



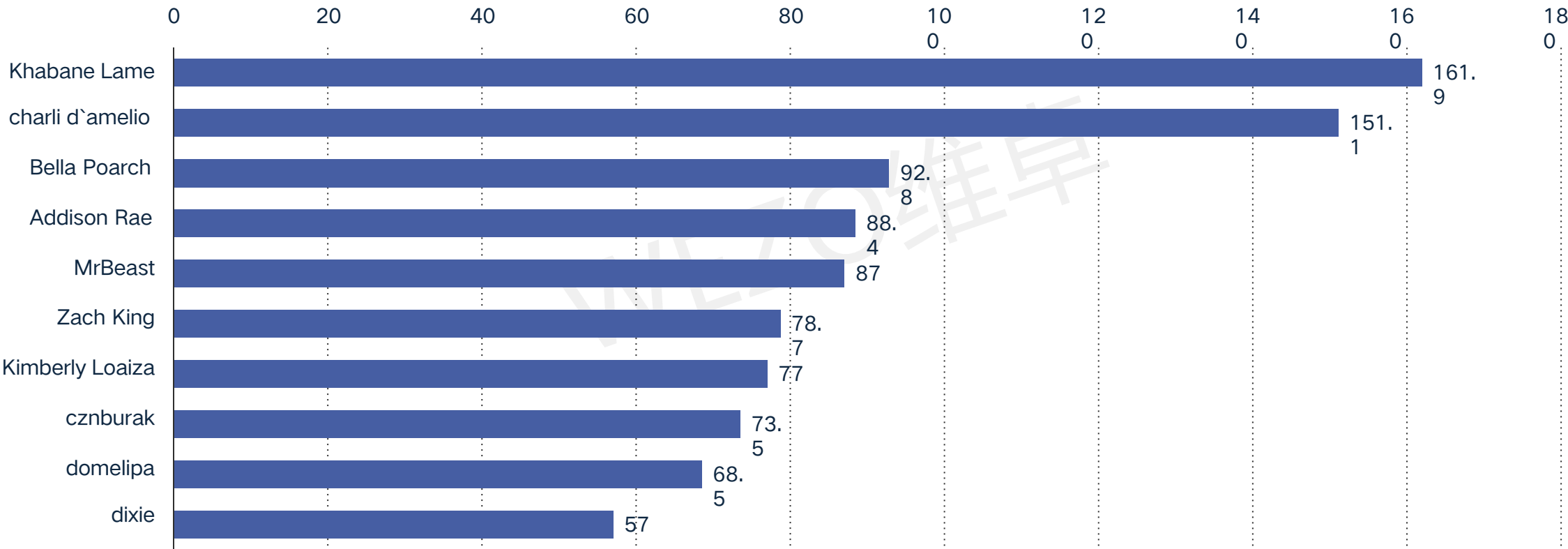
截至2023年8月，全球最受欢迎的TikTok创作者如下

TikTok创作者和喜剧演员Khabane Lame于2022年9月正式超越了舞者Charli D'Amelio，成为平台上关注最多的内容创作者。
驻意大利的Lame在2023年8月达到了1.62亿订阅者，影响者Charlie D'Amelio紧随其后，排名第二，拥有1.51亿粉丝，
而歌手Bella Poarch排名第三，总共拥有9300万粉丝。



扫描领取报告

关注者数量（百万）

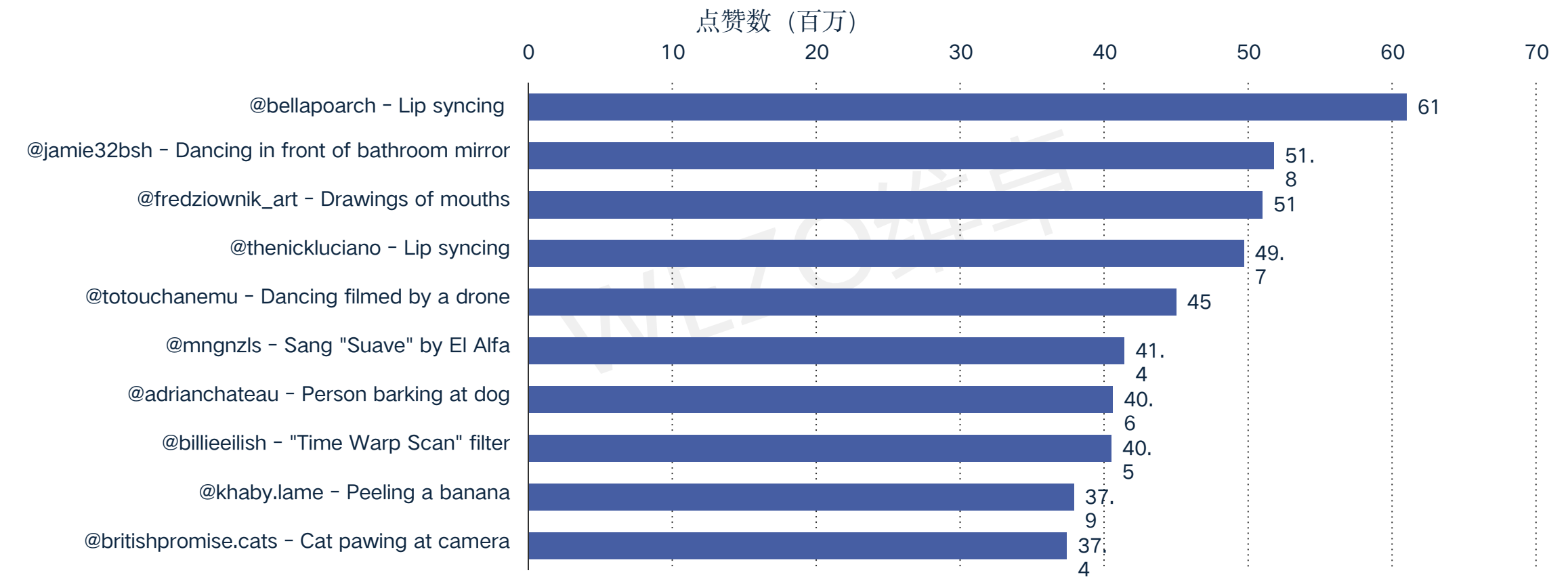


截至2023年3月，基于全球总点赞数，最受欢迎TikTok视频如下（以十亿计）

Bella Poach的一段仅有10秒的视频，使用Millie B的歌曲《M to the B》进行了唇同步，截至2023年3月，获得了6100万个点赞，成为TikTok上最受欢迎的视频。Bella Poarch，截至2023年初，是这个受欢迎的社交视频平台上第三位最受关注的创作者，在2020年1月开设TikTok账户后，因歌唱和内容创作而走红。排名第二的视频是用户@jamie32bsh的“在浴室镜子前跳舞”，获得了近5200万次点赞



扫描领取报告



2022年全球增长最快的TikTok用户，按年度粉丝增长如下

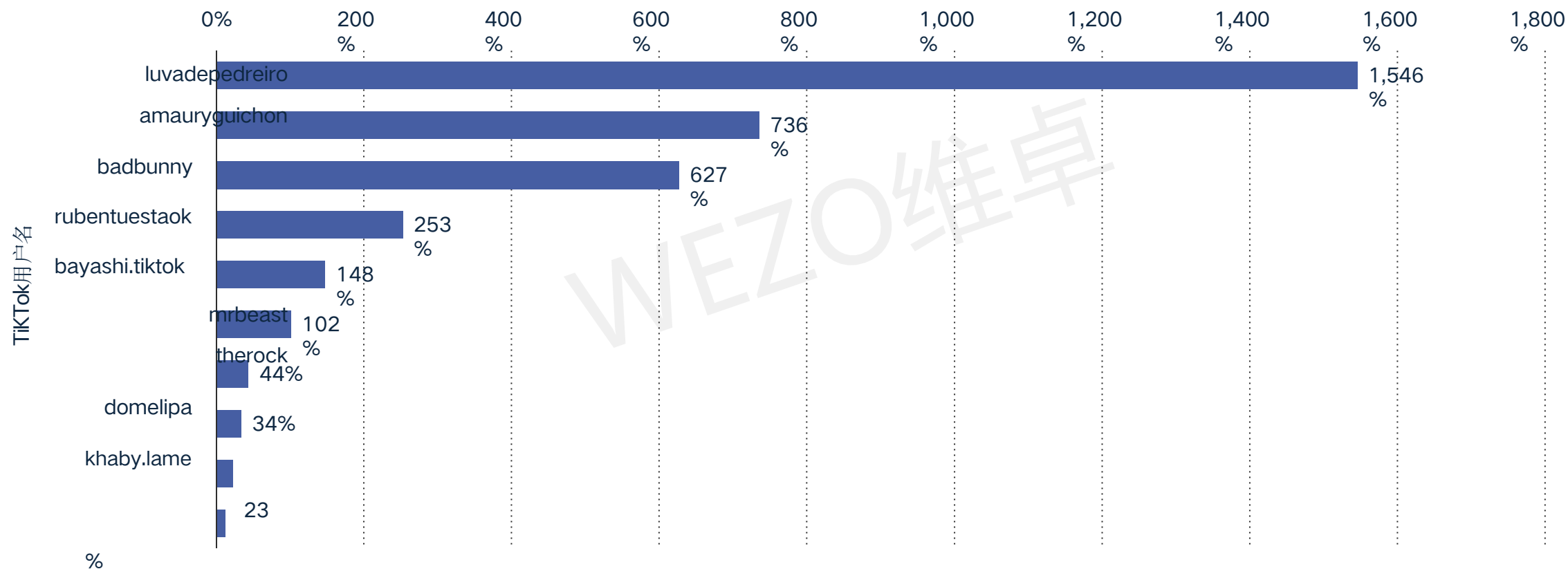
增长最快的TikTok用户是巴西体育影响者Luva de Pedreiro，他的受众与前一年相比增长了1546%。

在线名人和糕点师Amaury Guichon是2022年全球增长最快的第二位TikTok创作者，年度粉丝增长几乎达到736%。



扫描领取报告

关注者同比增长

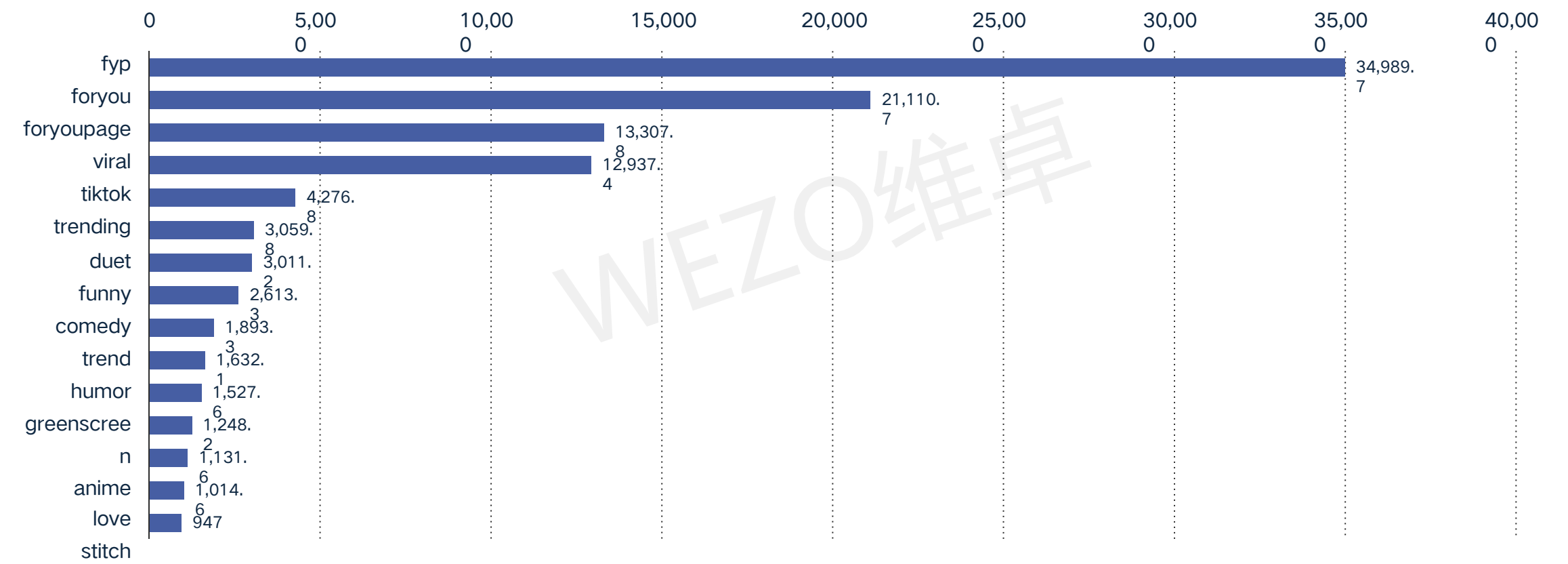


截至2023年1月，全球TikTok上使用频率最高的标签（以十亿计）

标签“fyp”（代表“for you page”）是TikTok上使用最多的标签，累计在使用该标签的帖子中获得了近35万亿次观看。

标签“for you”排名第二，使用该标签的TikTok短视频 帖子的终身观看次数约为21.1万亿次。截至2023年1月，使用标签“duet”的帖子（指可以由创作者共享、镜像和评论的TikTok视频）累计获得了约3万亿次观看。

发布数十亿次浏览



扫描领取报告

第08章

数据请求

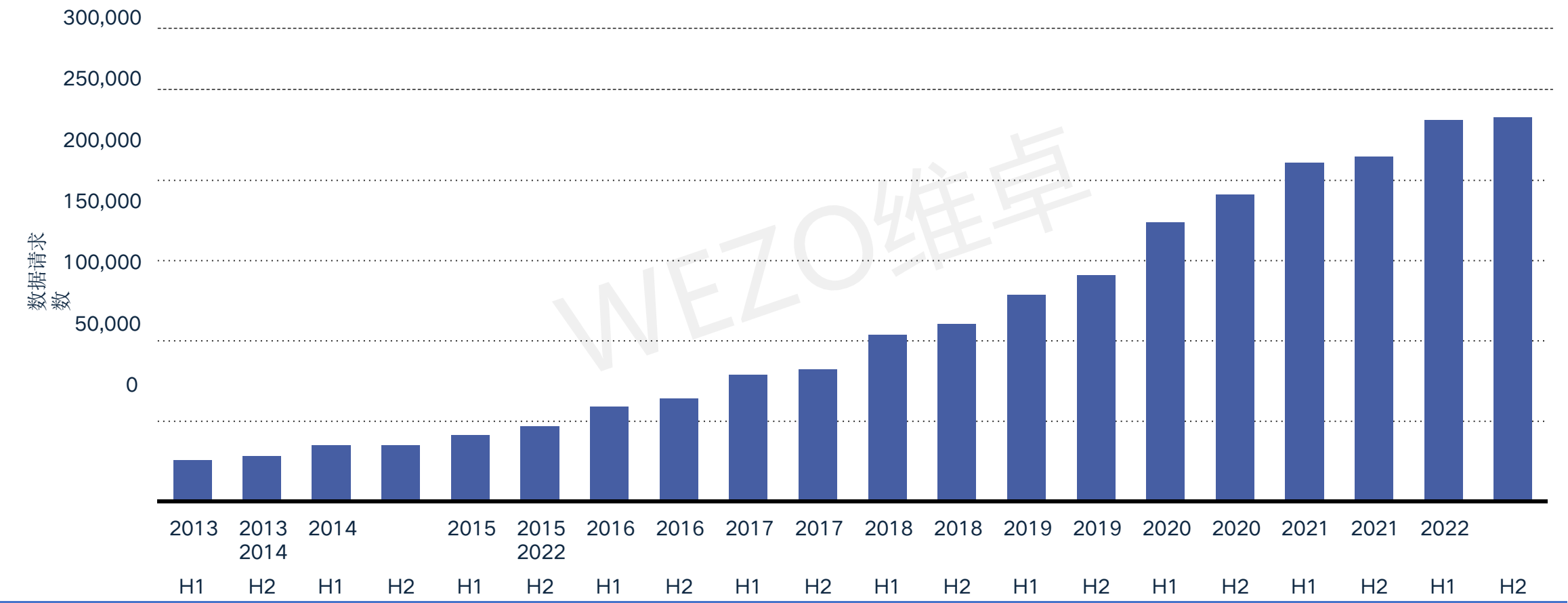
WEZO维卓

截至2022年下半年，全球各国政府和联邦机构向Facebook发出的用户数据请求数量



扫描领取报告

Facebook收到了23.9万次执法机构对用户信息的请求。总体而言，社交网络对超过76%的请求提供了一些用户数据。
美国在请求数量上排名第一， 占总请求量的 11.1万次。



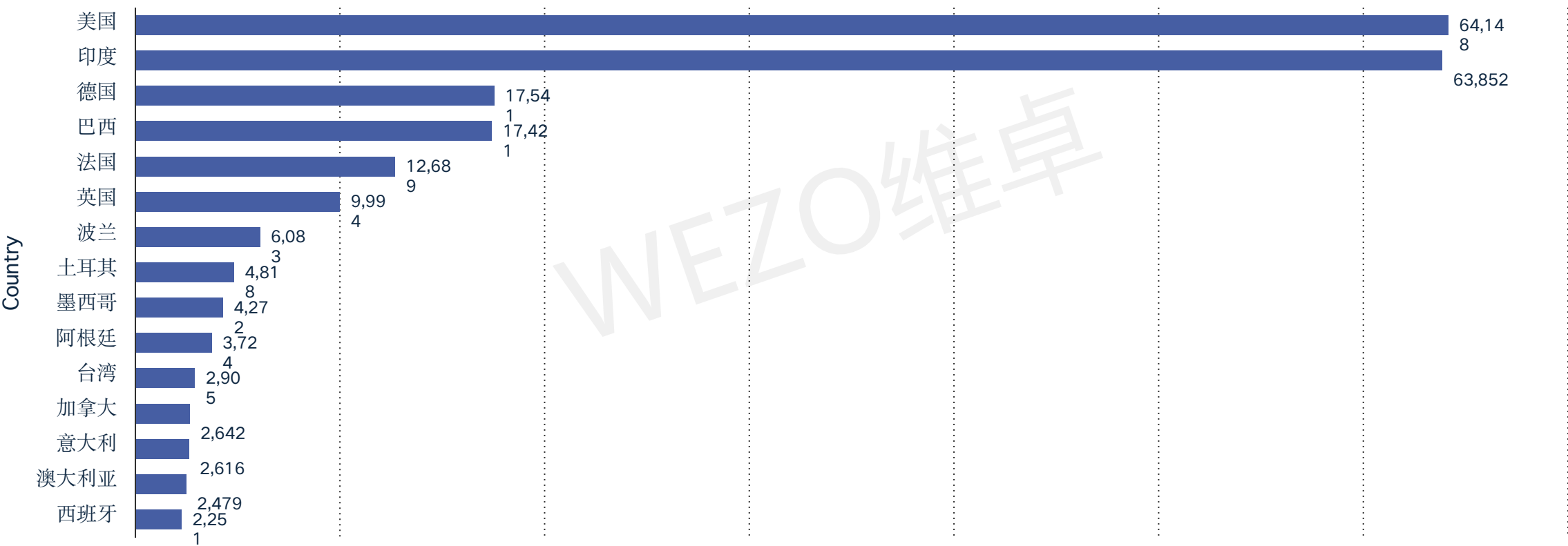
在2022年下半年，各国政府和联邦机构向Facebook发出的用户数据请求数量



扫描领取报告

Facebook收到了来自美国的64,148次执法机构对用户信息的请求。印度排名第二，有63,000次用户数据请求，其次是德国，有17,000次请求。在测定期内，总共提交了23.9万次请求给这个社交网络。

数据请求数



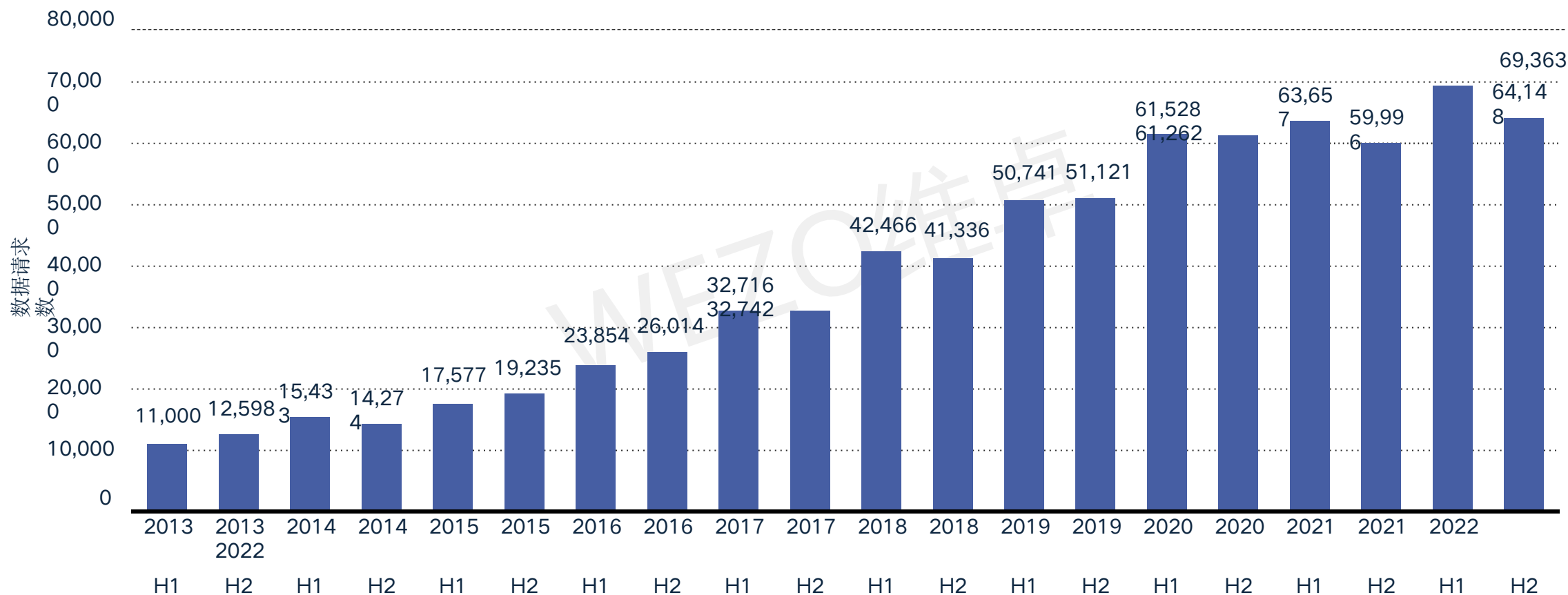
截至2022年下半年，美国联邦和政府机构向Facebook提出的用户数据请求数量

美国联邦机构和法院向Facebook提出了64,148次用户数据请求。这些请求中，社交网络对88%的来自美国联邦机构的请求提供了一些用户数据。

美国占据了全球Facebook用户数据请求中的最大份额。



扫描领取报告

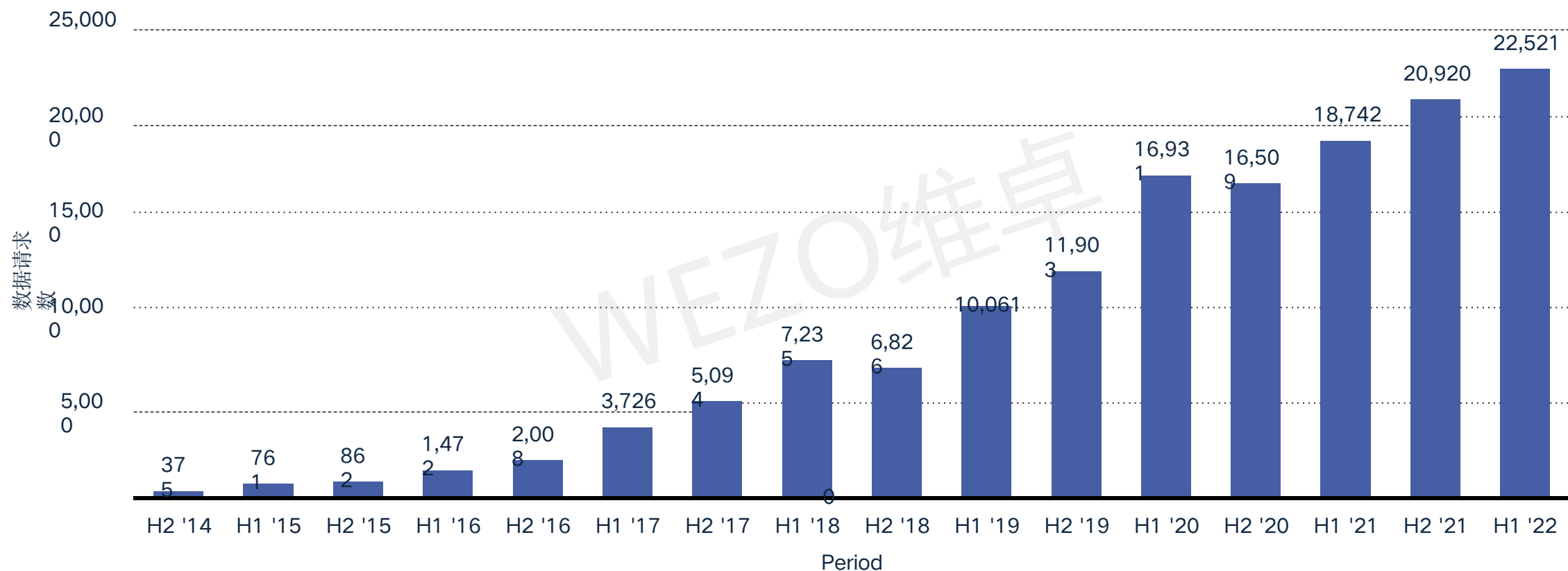


在2014年下半年到2022年上半年期间，美国联邦机构和法院向照片分享和聊天应用程序Snapchat提出的用户数据请求数量

在2022年上半年，Snapchat收到了来自美国联邦机构和法院的22,521次用户数据请求，比前一个六个月的20,920次请求增加。



扫描领取报告

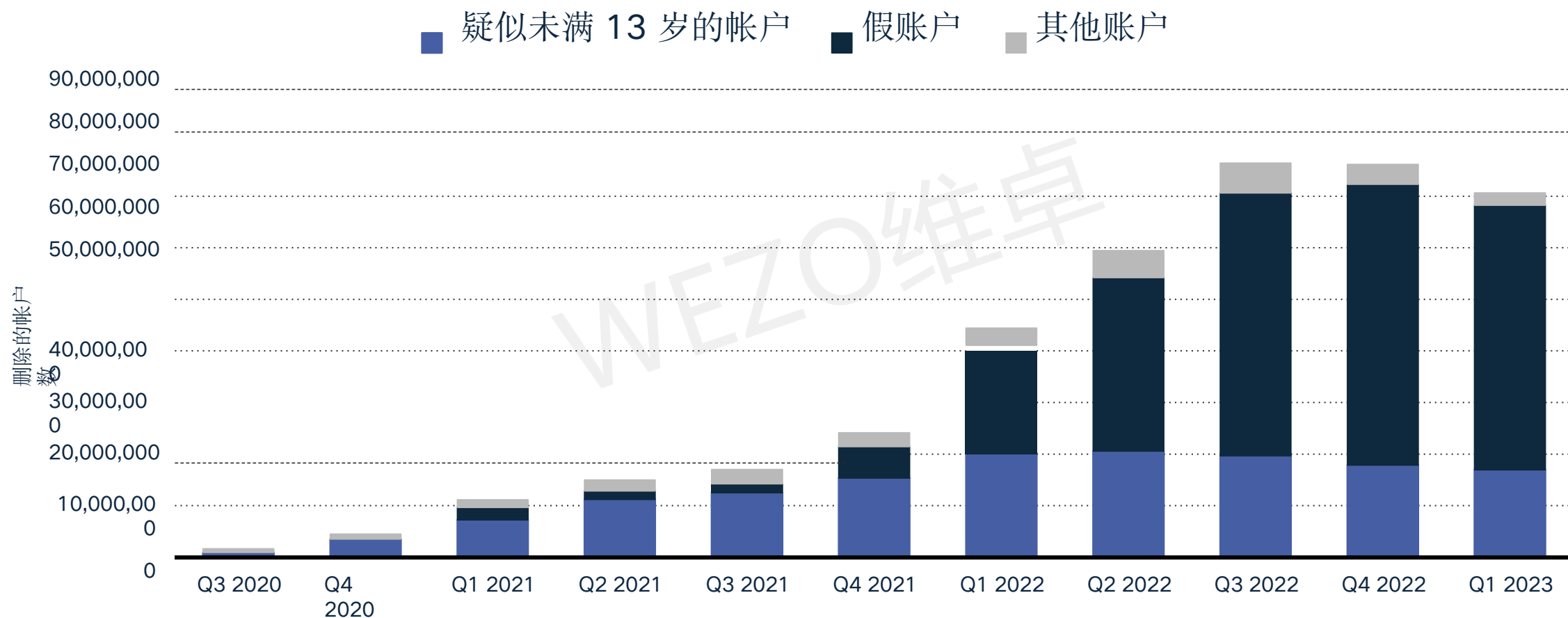


从2020年第三季度到2023年第一季度，根据不同的原因， 被从TikTok平台上移除的账户数量

大约有1700万个TikTok账户被移除，原因是怀疑这些账户由13岁以下的用户操作。在上一个测量季度，被移除的虚假账户数量减少了6%，2023年第一季度有5100万个虚假账户被从TikTok上移除。



扫描领取报告



第08章

社交媒体营销与广告

WEZO维卓

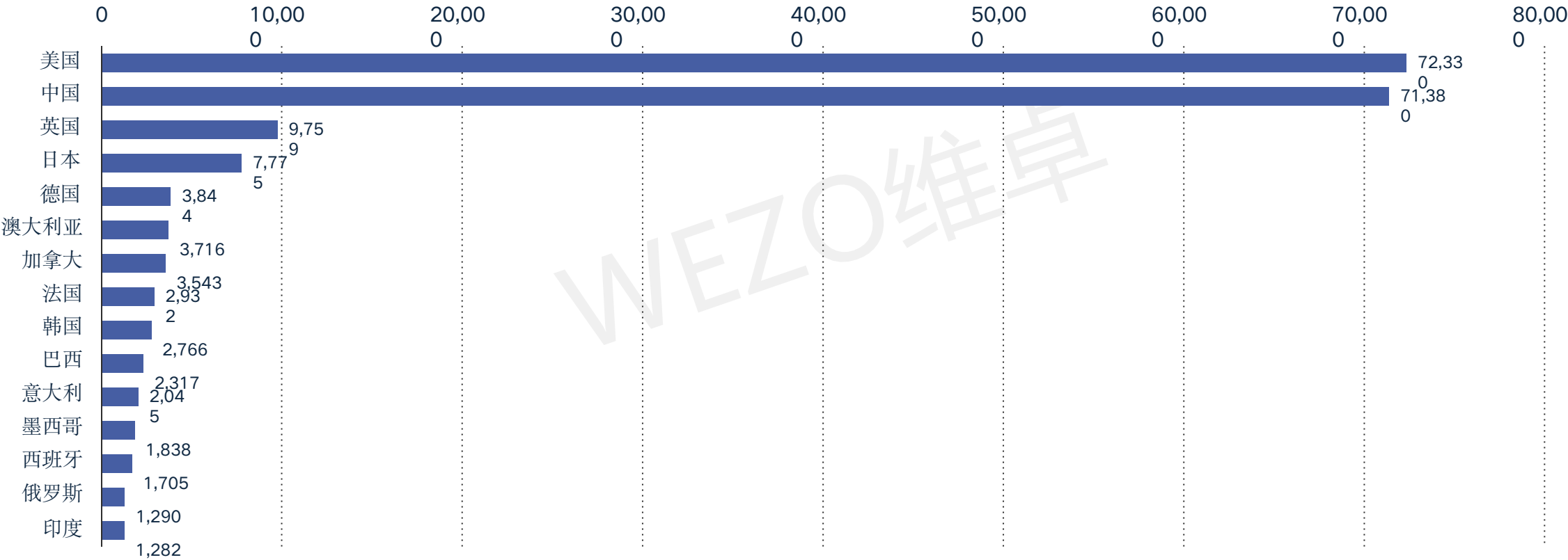
2023年，按社交媒体广告支出金额（单位：百万美元）全球领先市场

2023年，美国的社交媒体广告支出规模最大，达到了720亿美元。中国和英国分别排名第二和第三，社交媒体广告支出分别为713.8亿美元和97亿美元。



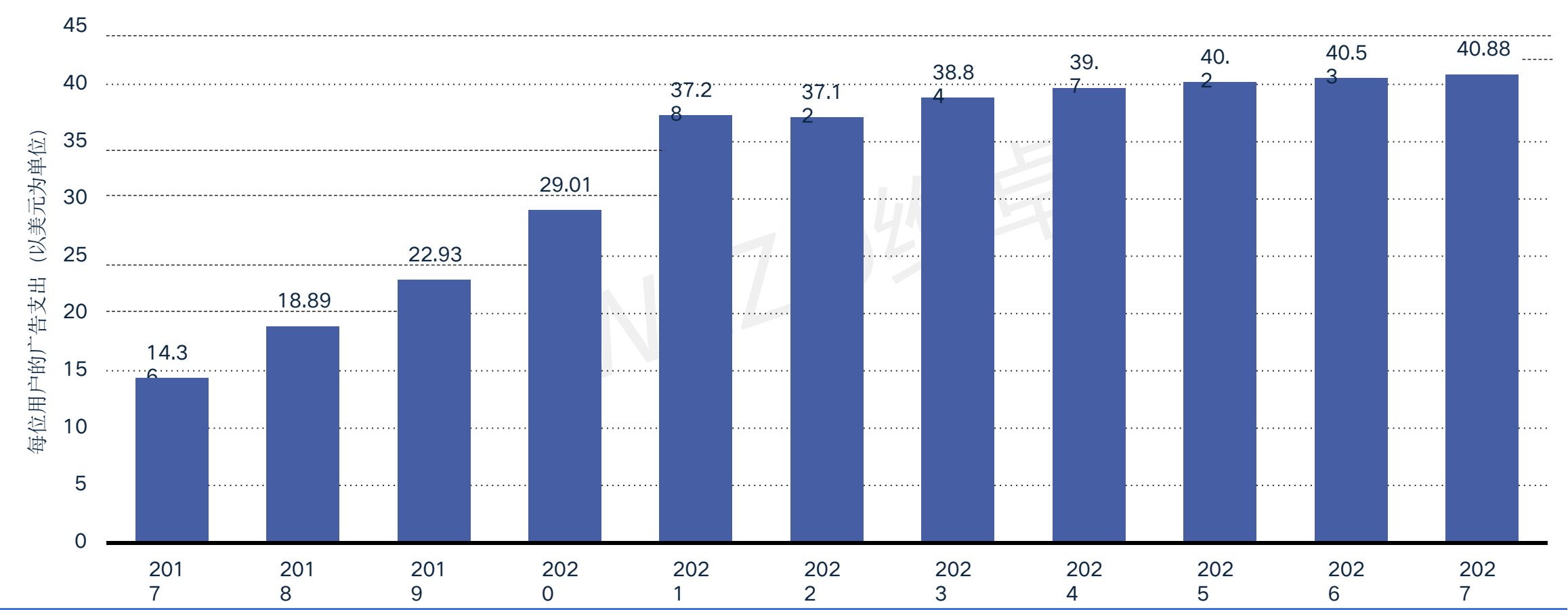
扫描领取报告

百万美元支出



从2017年到2027年，全球每位互联网用户的社交媒体广告支出

2020年，全球每位互联网用户的广告支出金额增加了约3.5美元，达到28.3美元。根据Statista Digital Market Outlook的估计，到2025年，每位用户的广告支出预计将增加至接近40美元。

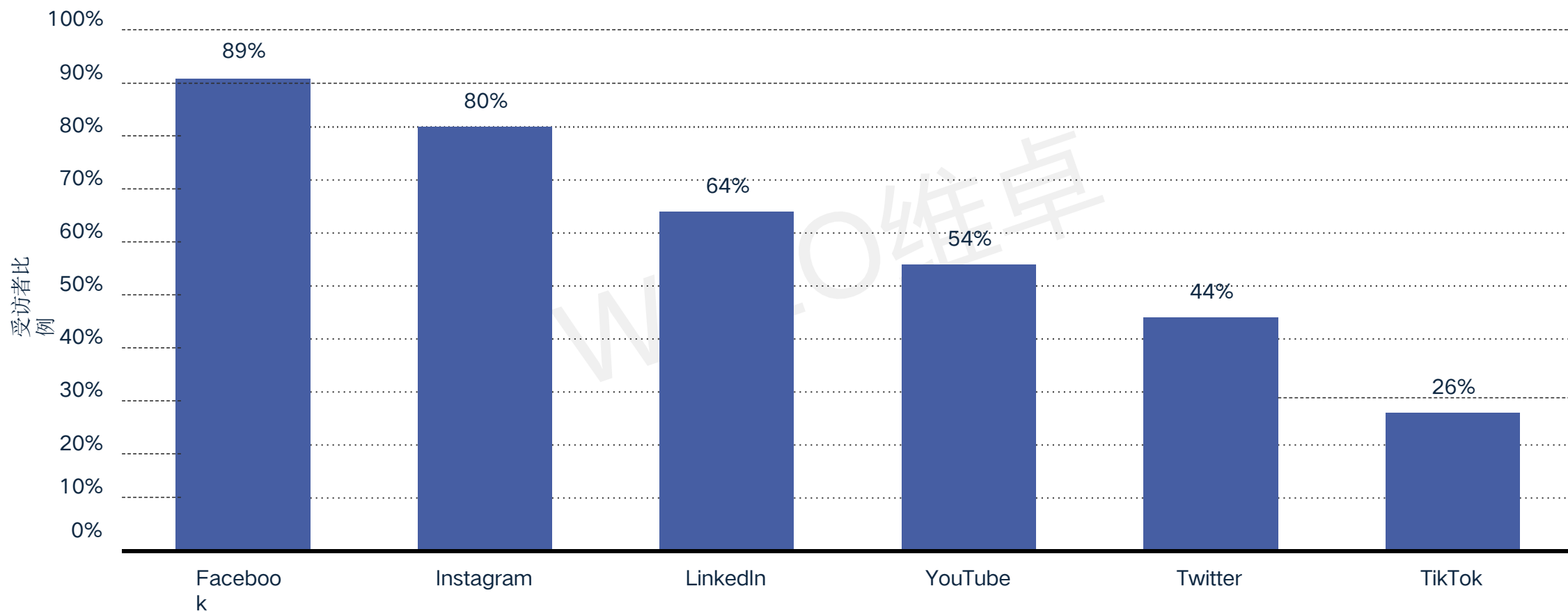


截至2023年1月，全球营销人员最常使用的社交媒体平台

Facebook是全球营销人员最常用的社交媒体平台。根据一项全球调查，89%的社交媒体营销人员使用Facebook来推广他们的业务，另有80%的人使用Instagram进行推广。



扫描领取报告

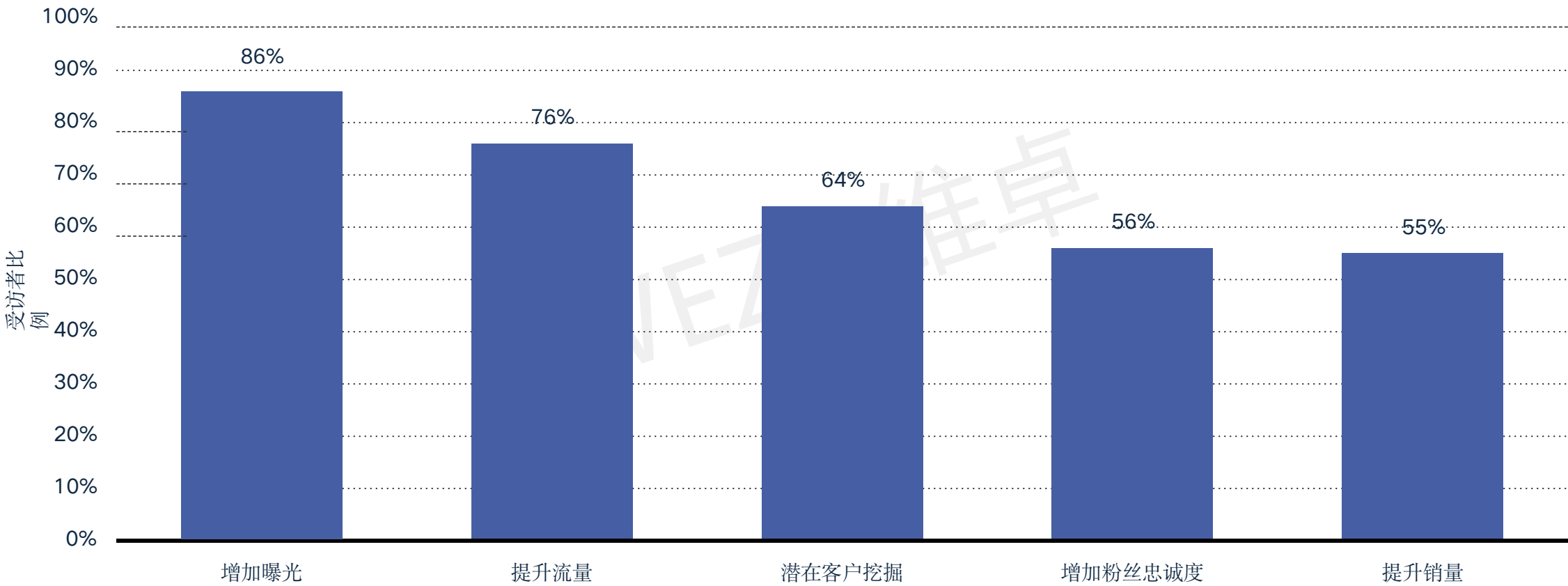


使用社交媒体进行营销的全球专业人士在2023年1月普遍提到的优势

全球业界专业人士普遍认为，使用社交媒体进行营销的最大优势是增加曝光度。这并不令人意外，因为拥有数十亿活跃用户作为潜在的广告受众具有巨大吸引力。其他营销人员看到使用社交网络进行营销的价值的原因包括以下部分：



扫描领取报告

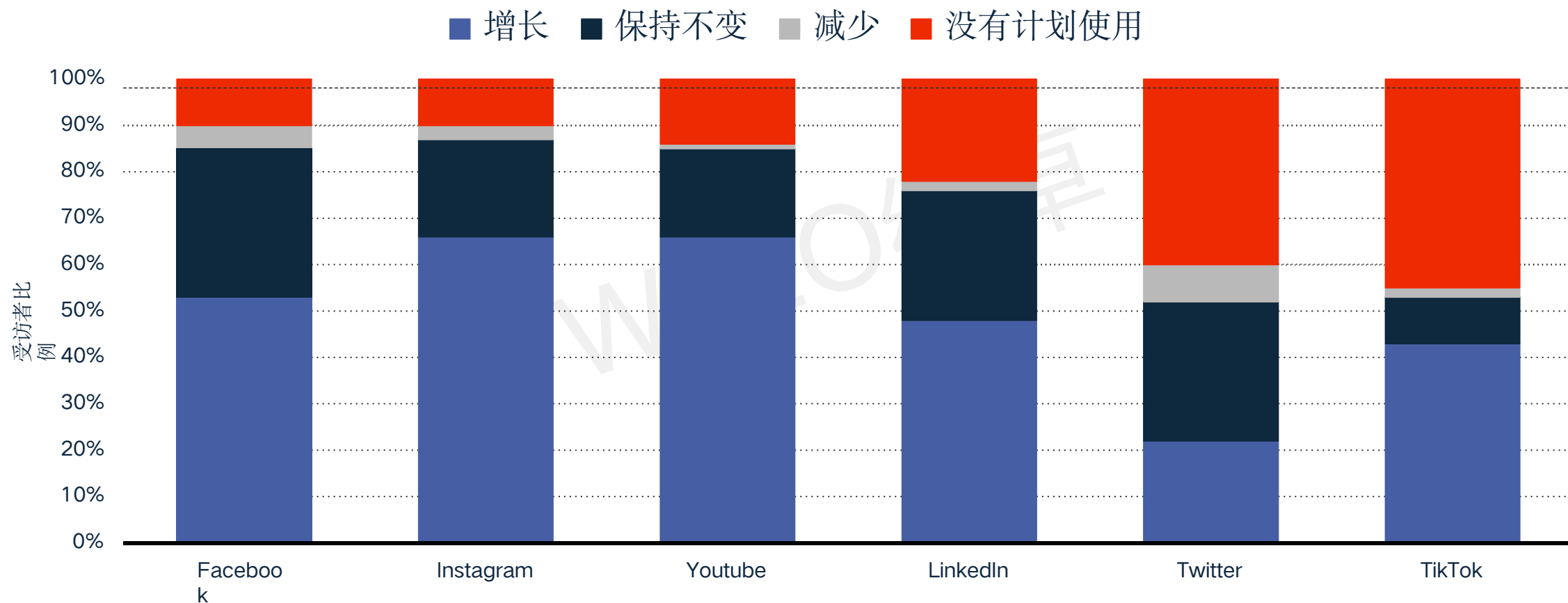


2023年1月全球选定社交媒体用于营销目的的计划变化

在2023年全球调查中，66%的营销人员回答称他们将在不久的将来增加对Instagram的使用；43%表示他们将增加对TikTok广告的使用，但高达45%的人不计划在营销目的上使用这个移动视频分享应用。



扫描领取报告



2021年11月全球B2C营销人员使用的有机社交媒体与付费社交媒体对比

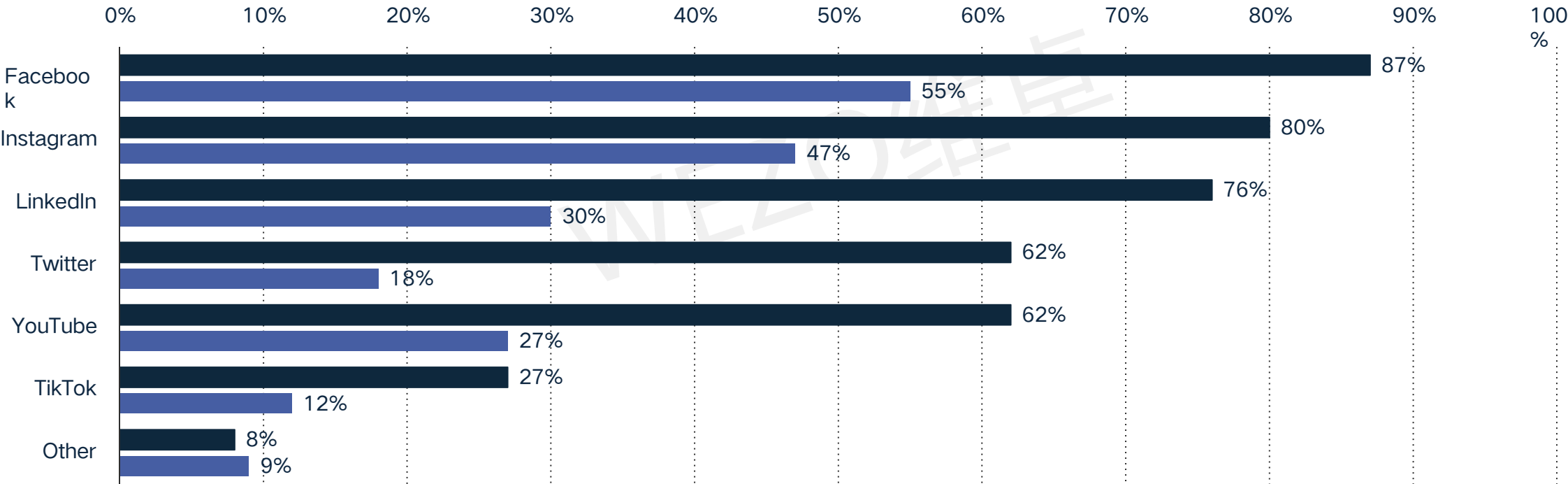
在2021年11月进行的一项面向企业对消费者（B2C）营销人员的调查中，发现80%的受访者使用Instagram进行有机内容分发，而47%的受访者则用于付费内容分发



扫描领取报告

受访者比例

■ 自然流量 ■ 付费流量

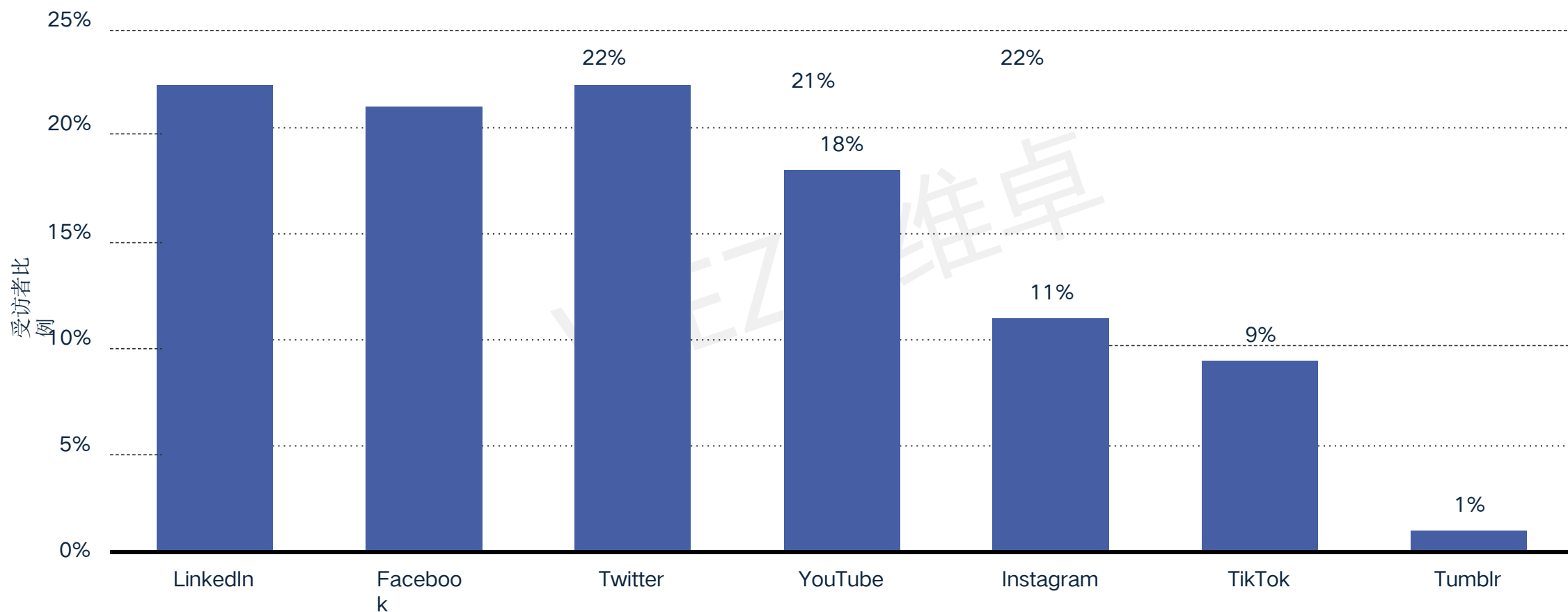


2022年11月全球B2B营销人员使用的社交媒体类型

在2022年11月进行的一项面向企业对企业（B2B）营销人员的调查中，发现22%的受访者将LinkedIn作为他们首选的社交媒体类型进行内容分发，而21%的受访者 则使用Facebook进行相同的用途。



扫描领取报告



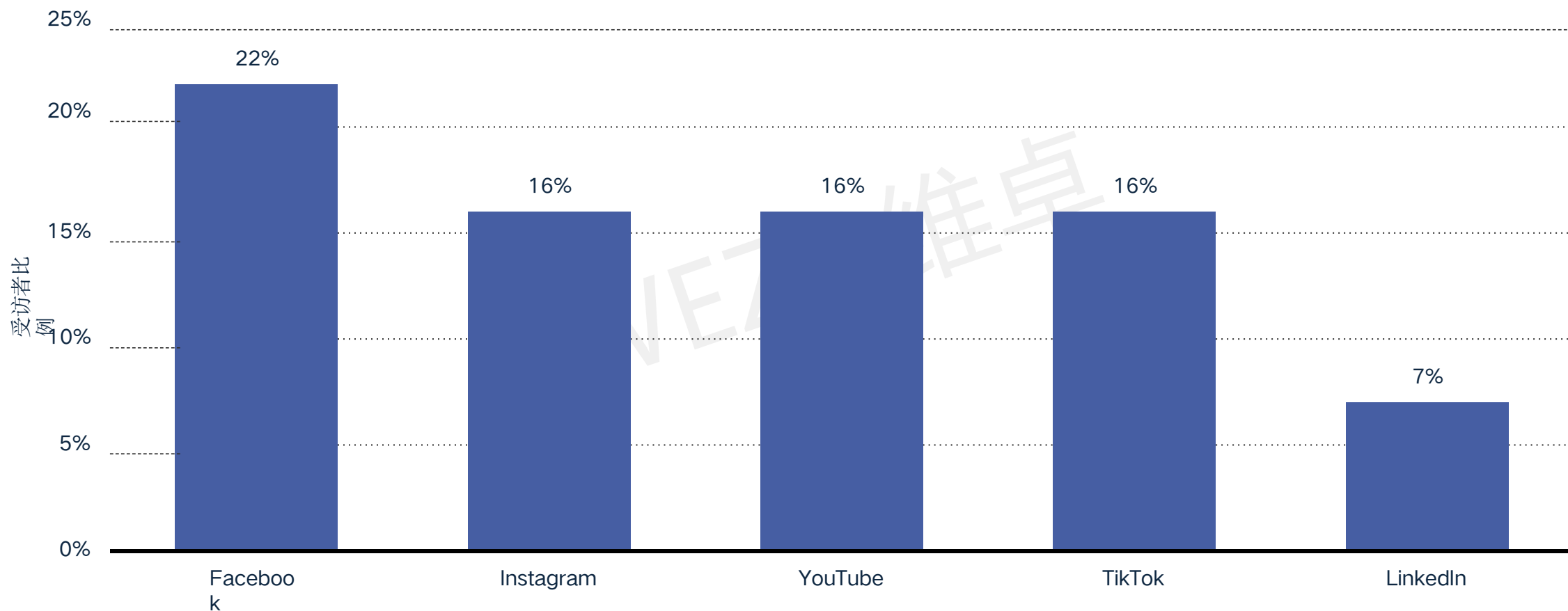
2022年10月全球营销人员认为具有最高投资回报率的社交媒体平台

根据2022年10月发布的一项全球B2B和B2C营销人员调查，22%的受访者表示，当年Facebook是具有最高投资回报率（ROI）的社交媒体平台。

有趣的是，Instagram、YouTube 和TikTok均以16%的受访者比例并列第二，而LinkedIn则以7%的比例紧随其后。



扫描领取报告



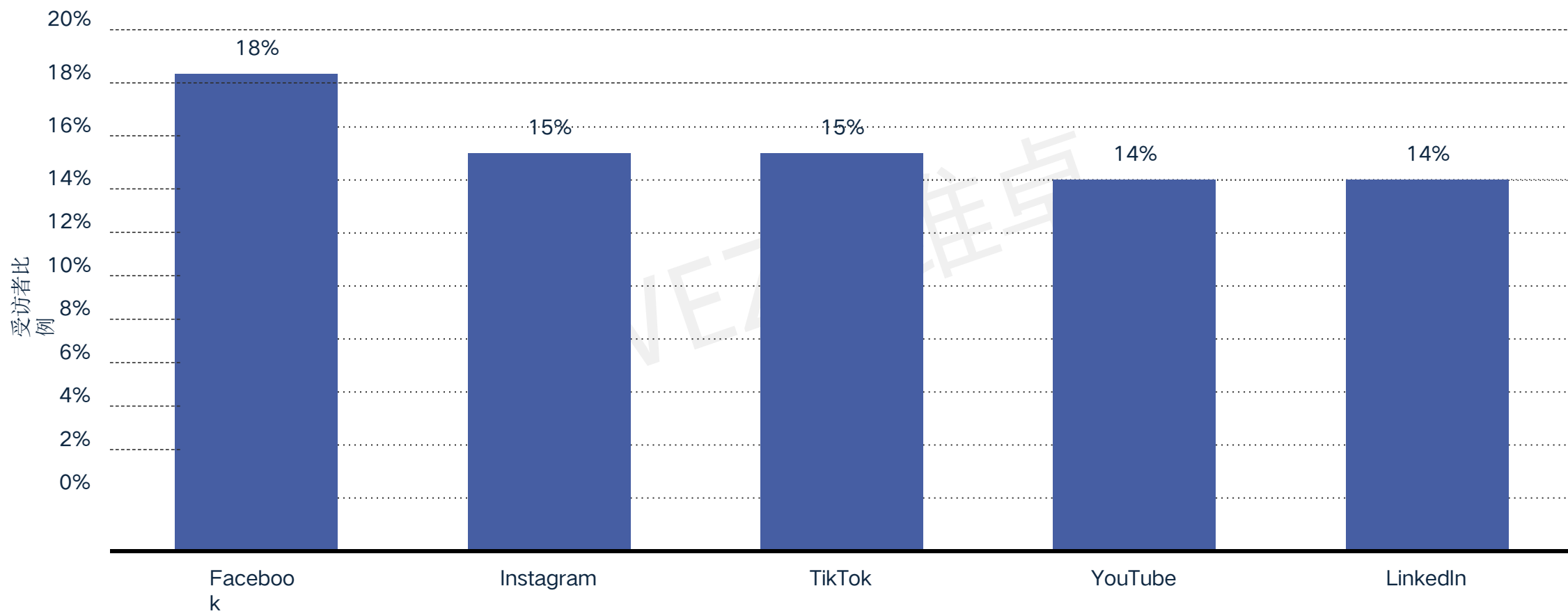
2022年10月全球B2B营销人员认为具有最高投资回报率（ROI）的社交媒体平台

B2B营销人员认为Facebook是具有最高投资回报率（ROI）的社交媒体渠道。这一平台被18%的受访者提到。

Instagram和TikTok并列第二，分别被15%的受访者提到。



扫描领取报告

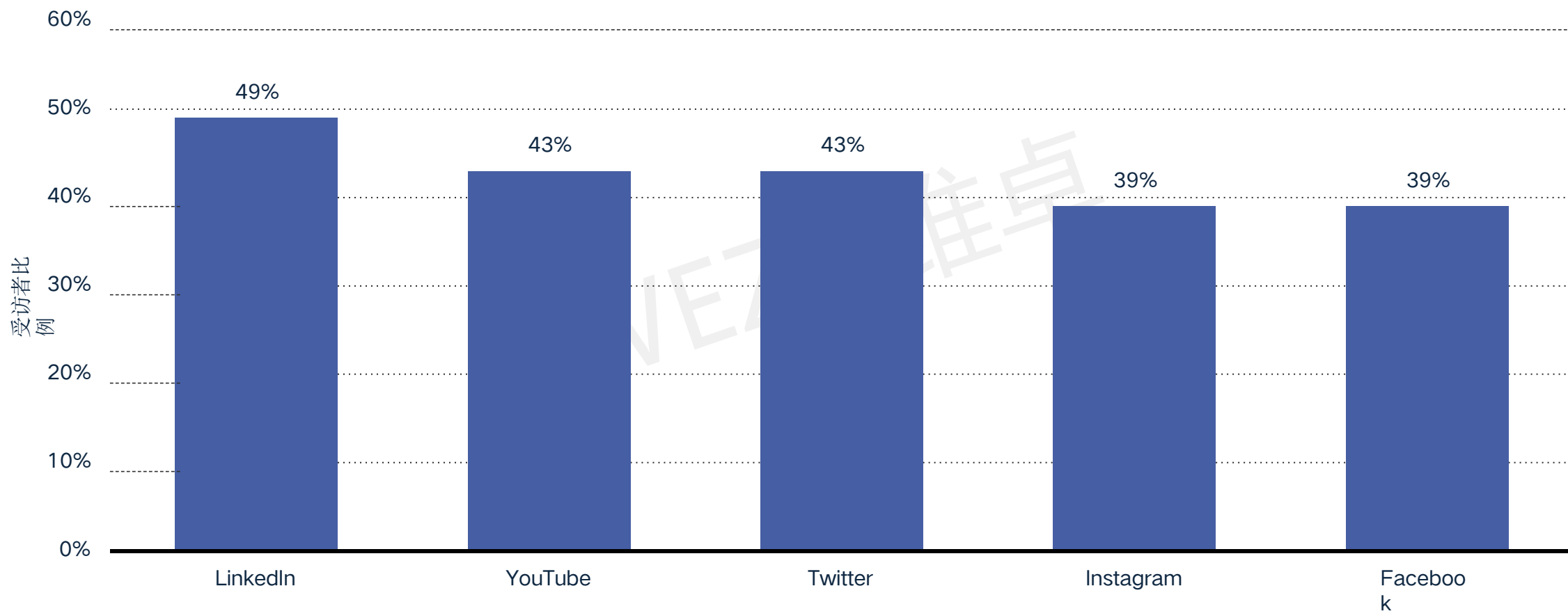


2022年7月全球B2B内容营销人员认为最有效的社交媒体平台

在2022年7月进行的一项针对全球B2B营销人员的调查中，这些营销人员利用社交媒体平台进行有偿内容推广，其中49%的受访者表示，在过去12个月内，LinkedIn产生了最佳效果。YouTube和Twitter分别以43%的受访者认为在广告方面为他们带来了最佳效果，紧随其后。



扫描领取报告



第08章

Spotlight: 社交媒体订阅情况

WEZO维卓

2023年7月全球精选社交媒体订阅服务的比较

社交媒体公司开始提供用户选择订阅他们平台的选项，以换取月费。直到最近，社交媒体主要是免费使用的，科技公司依赖广告作为其主要的收入来源。然而，在COVID-19引发的 广告繁荣之后，广告收入一直在下降。



扫描领取报告

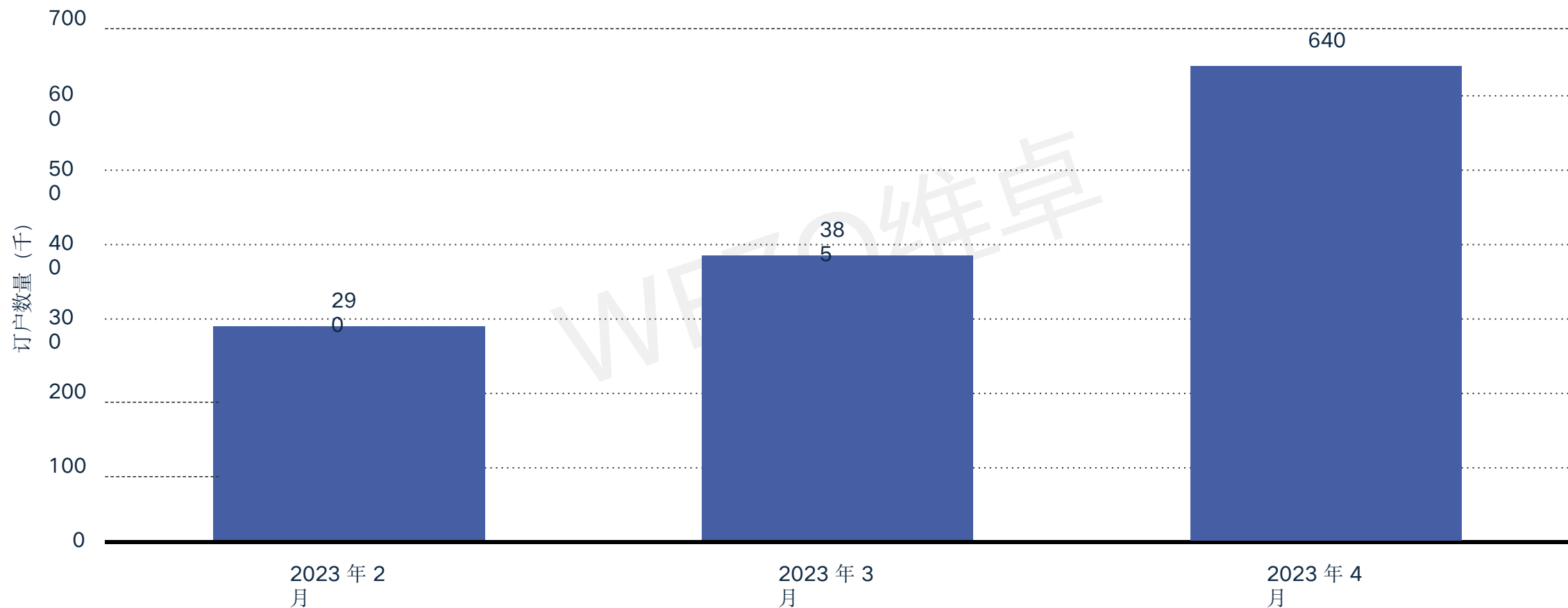
	每月费用	可用性	特征
Meta Verified*	\$11.99 (web) \$14.99 (iOS, Android)	澳大利亚， 新西兰， 美国， 英国， 加拿大， 印度	Blue verification badge, exclusive stickers on Stories and Reels, proactive account protection, direct account support
Twitter Blue	\$8.00 (web) \$11.00 (iOS, Android)	全球	Blue verification mark. edit tweet functionality. fewer ads, NFT profile pictures. priority ranking in conversations, longer video uploads. ability to write 4.000-character tweets. custom app icons

2023年4月份X（前身为Twitter）高级订阅用户数量（以千为单位）

X高级订阅服务是X（前身为Twitter）提供的，每月需要用户支付8美元。X高级订阅允许用户在其账户上添加蓝色勾号，这曾经是仅分配给经过验证的个人资料的功能。该服务还提供了访问高级功能的机会，例如编辑已发布的推文。截至2023年4月，据报道，大约有64万X高级订阅用户。



扫描领取报告



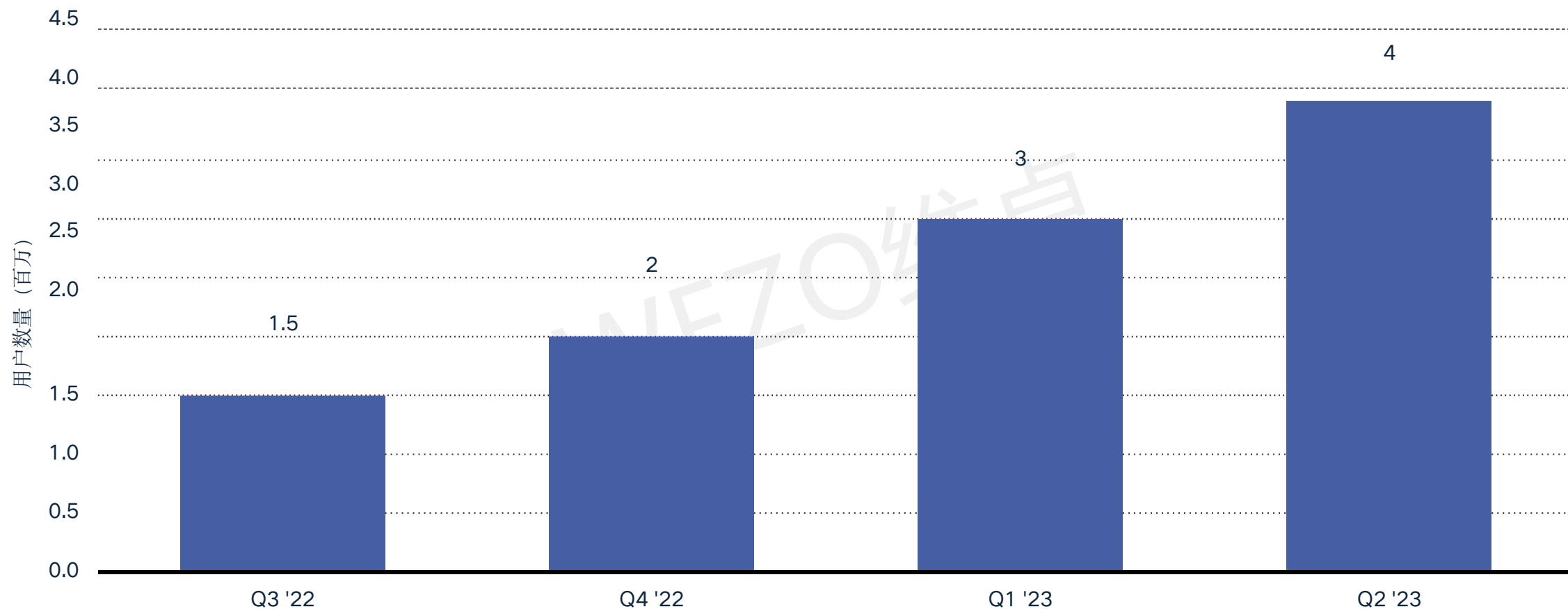
从2022年第三季度到2023年第二季度全球Snapchat+订阅用户数量

在2022年6月，社交媒体应用Snapchat推出了Snapchat+，这是一个每月需支付3.99美元的订阅服务，提供预发布和实验性功能。

在2022年第三季度，该公司报告称有超过150万，Snapchat+用户。到了2023年第二季度，已经有超过400万Snapchat用户订阅了该应用的付费服务。



扫描领取报告



截至2023年3月，美国Facebook和Instagram用户中可能注册Meta Verified的占比，按年龄组划分

在美国进行的一项调查发现，18到24岁的受访者中，有18%非常有可能注册Meta Verified，而50%则表示根本不可能注册。

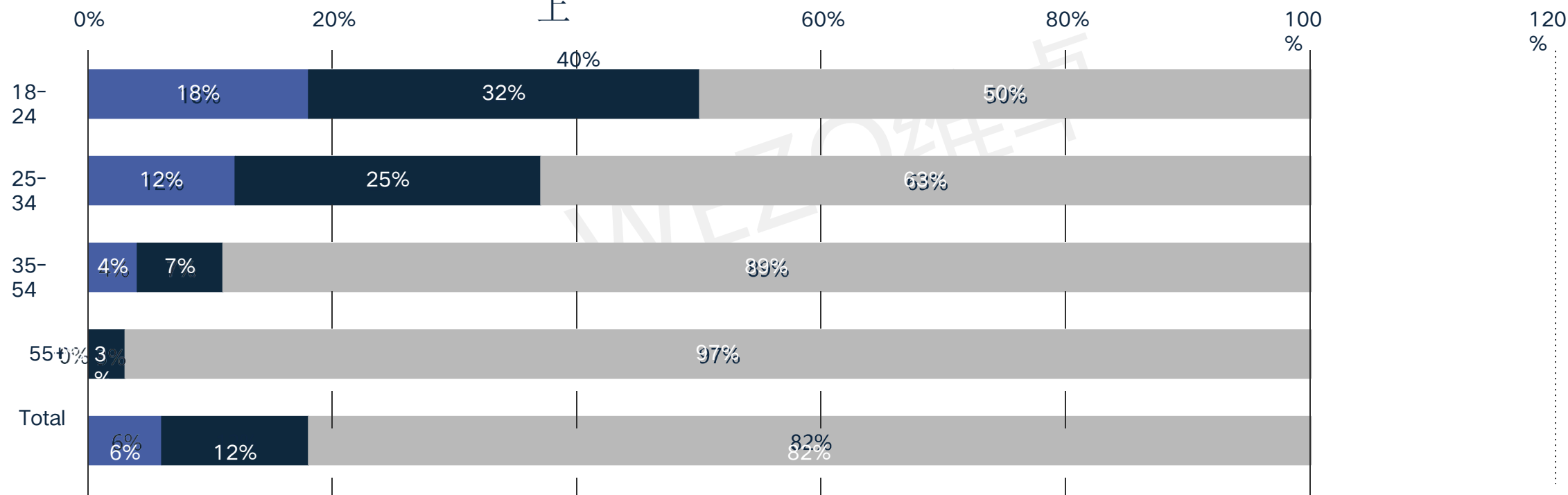
总体而言，35到54岁的受访者中，只有4%表示非常有可能注册Meta Verified。



扫描领取报告

受访者比例

■ 50%以上 ■ 有点可能 ■ 完全不可能



来源

Airnow
AppMagic
Apptopia
AppTweak
CivicScience
Content Marketing Institute
DataReportal
DIW
Domo
Facebook
Frankwatching
GWI
Hootsuite
HubSpot
HypeAuditor
Instagram
Kepios
LinkedIn
MarketingProfs
Mashable
Meltwater
Meta Platforms

NewsWhip
Parse.ly
Reddit
Reuters Institute for the Study of
Journalism Rival IQ
Snap Inc.
Social Blade
Social Media Examiner
Statista
Statista Digital Market Insights
TikTok
Trackalytics
Twitter
We Are
Social
Wikipedia
Yahoo Singapore
Yelp
YouGov

版权声明

- 本报告著作权由维卓出海研究院整理而成，部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。
- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源（WEZO维卓公众号），同时不能删减或改写内容。
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- 若有业务输出需求，欢迎联系维卓商务经理：18630366650（郭先生）。

关于维卓出海研究院

洞悉全球，发掘商机

服务客户

WEZO维卓旗下行业研究分析品牌，致力于通过科学、有效的研究体系，帮助中国出海企业洞察全球数字营销行业发展脉络，把握出海增长机遇，为出海企业提供持续、长效的发展价值。

目前，我们已成功发布20+份精心打造的行业报告，涵盖了电商、游戏、移动应用、品牌客户等多个领域。欢迎下载报告，与我们一同探索全球市场的机遇与未来！

