



2022 年 H1 视频号发展白皮书



阿拉丁研究院出品



2022 年 3 月腾讯发布了 Q1 财报，财报中提到视频号的人均使用时长、总播放量同比增长超过 1 倍，用户数、参与度也同步取得重大突破。

虽然没有提及具体数据，微信对视频号的肯定与信心在上半年仍然显而易见。据阿拉丁研究院观察，2022 年 H1 视频号累计进行了 19 项更新，重点打造视频号主页和直播能力，强化视频号经营转化阵地的重要作用。春晚直播、演唱会直播汇聚流量充实公域池，助力企业私域沉淀，“618 视频号直播好物节”从私域聚拢流量、经由会场膨胀后分发复用的玩法激励生态多方参与，在共建共享的实践中探索新的发展空间。

丰富的工具组件和生态能力正在吸引越来越多的作者入驻。视灯指数 TOP500 入榜账号中，新闻、文化、时尚、科普类型账号累计占比 12.1%，TOP200 入榜账号中 8.5% 为外平台首创，教育、时尚艺术、文化类账号入榜比例和更替率较高，表现出发展中的活跃态势，职场、健康、美妆类账号入榜比例少，反映出巨大的市场机会。

借助内部连接、外链跳转、广告推送、社交分享 4 维开放，小程序的场景触达能力达到前所未有的高度，微信也成为企业品牌社交商业的主阵地。越来越多的企业品牌基于视频号和小程序搭建经营全景图，联动公私域实现数字化经营。

2022 年时间已经过半，下半年视频号还有哪些新变化？首先是商业形态的进一步结构化。信息流广告、视频号小店、广告互选和商品分享功能覆盖多重主体，形成了明朗的秩序分工，为视频号生态的进一步发展奠定了基础；品牌专区、公众号、视频号页面先后升级，形成企业品牌私域运营新阵地；付费直播、演唱会直播的案例激发了直播价值的多元探索，企业品牌正在通过慢直播、快闪直播、主题直播等形式探索与用户建立深层关系的机会。

总而言之，随着公域流量引入能力跃升，私域流量流转效率增长，企业品牌获得更多工具和流量，用户体验和粘性同步提升，视频号与微信生态的协同发展将激发更强大的潜能。阿拉丁研究院相信，在生态共建共享理念引领下，视频号还有很多前景等待大家共同创建，让我们继续努力，不负使命，在下半年收获更多创新和进步！



📄 2022 年 H1 视频号发展总结

🔗 2022 年 H1 视频号核心数据盘点

📈 视频号商业能力解读:品牌视频号

📺+ 视频号商业能力解读:新零售

🏆 2022 年 H1 视灯视频号榜单

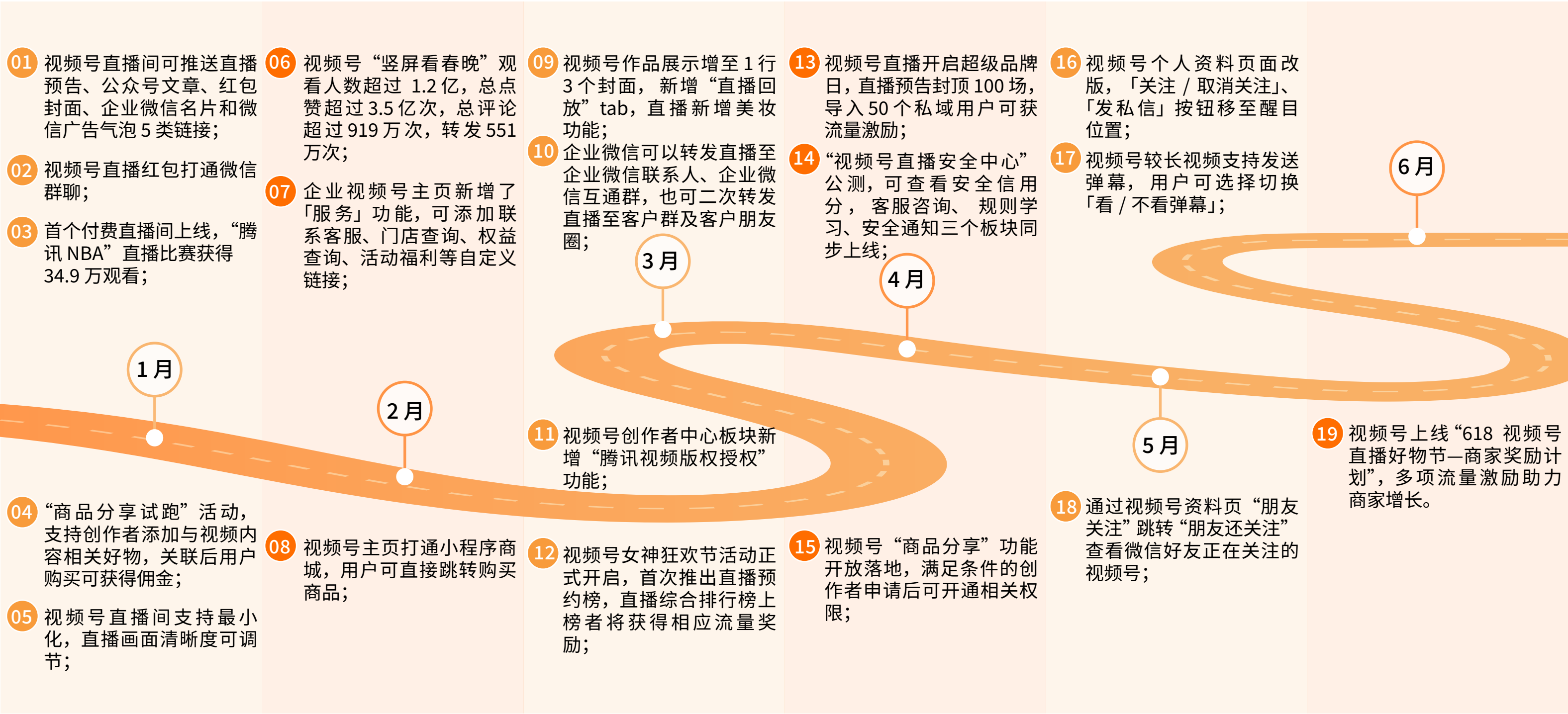
📈 2022 年 H2 视频号发展趋势

🏆 第四届视灯奖获奖名单

01

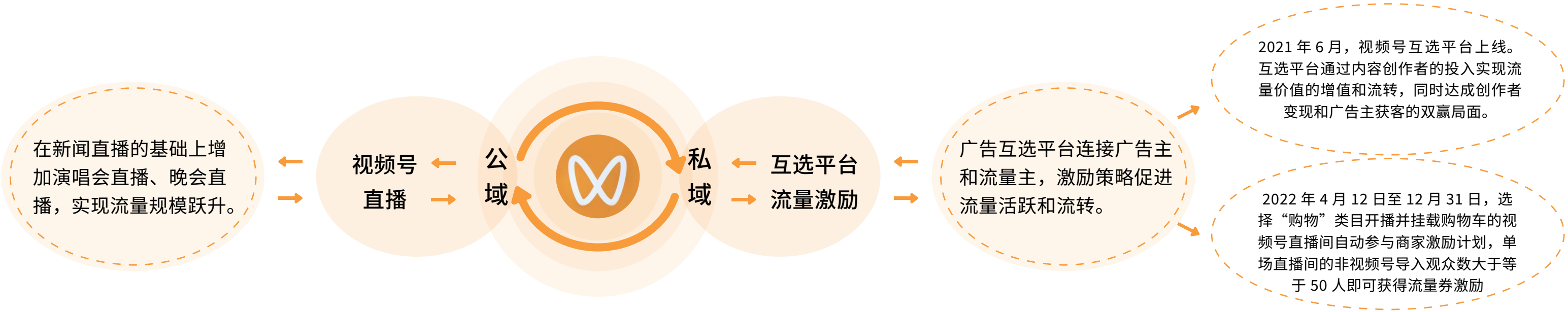
2022 年 H1 视频号发展总结

变化 1：视频号 19 项变化进一步推强主页能力与直播价值



资料来源：网络公开资料和数据，由阿拉丁研究院整理

变化 2：公域流量引入能力跃升，私域流量流转效率增长



资料来源：网络公开资料和数据，由阿拉丁研究院整理

变化 3：内容价值提升，商业能力凸显，视频号迎来更多创作者和企业品牌入驻



优质内容比例扩大

2022 年 H1 视灯指数 TOP500 账号类型分布（去重）

4.7%
新闻政务

3.4%
文化知识

3.8%
时尚艺术

3.2%
科学科普



创作者跨平台发展

8.5%

视灯指数 TOP200 中在外平台首创、后扩张至视频号的比例

游戏动漫

搞笑剧情

品牌服饰

直播电商

珠宝玉器

房产装修



热门品类发展迅速

2022 年 H1 视灯指数品牌榜 TOP300 账号类型分布（去重）

17.1%
个护化妆

11.8%
服饰鞋帽

11.5%
电脑数码

11.2%
食品生鲜



商业能力加速释放

摄影

生活

旅游

科技

时尚

汽车

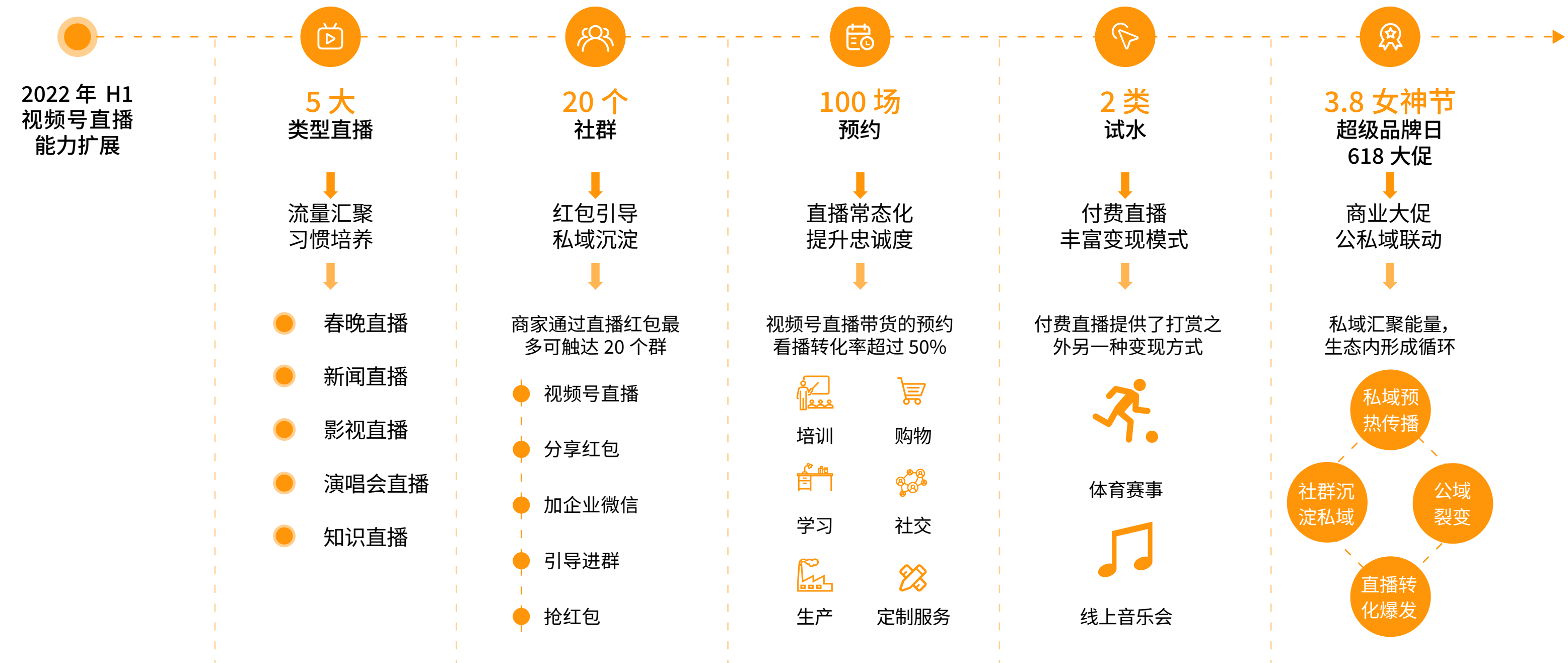
财经

35 ↑

- 《2022 年 H1 视频号互选平台优秀创作者奖》从内容质量、商单数据、垂类优势、合作深度 4 个维度评选
- 视频号创作者入驻互选平台的数量增长 1.2 倍，总收益增长 6 倍。



变化 4：直播能力频繁更新，年中大促正式出圈



资料来源：网络公开资料和数据，由阿拉丁研究院整理

变化 5：直播内容向生活场景延展，快闪直播、慢直播、主题直播承载更多内容消费价值



资料来源：网络公开资料和数据，由阿拉丁研究院整理

02

2022 年 H1 视频号核心数据盘点

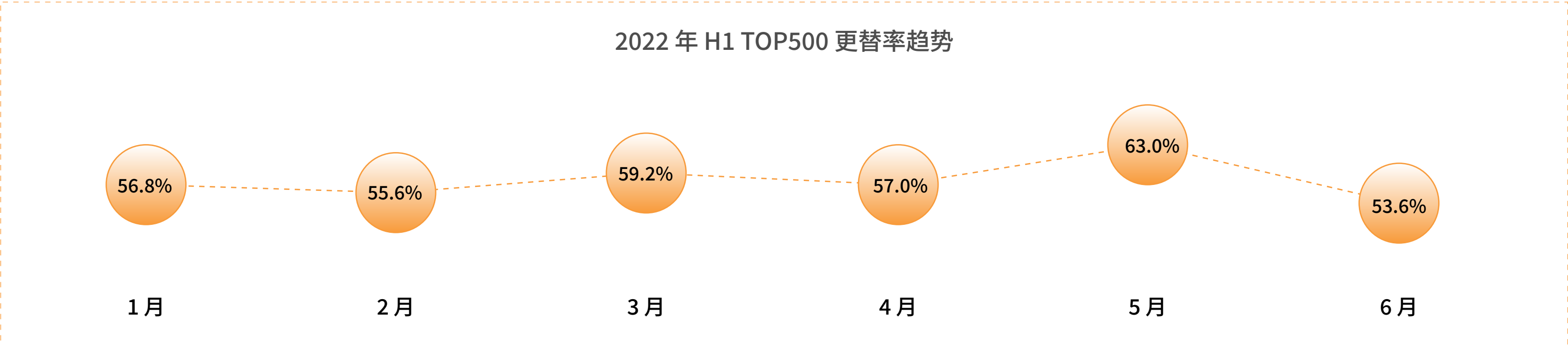
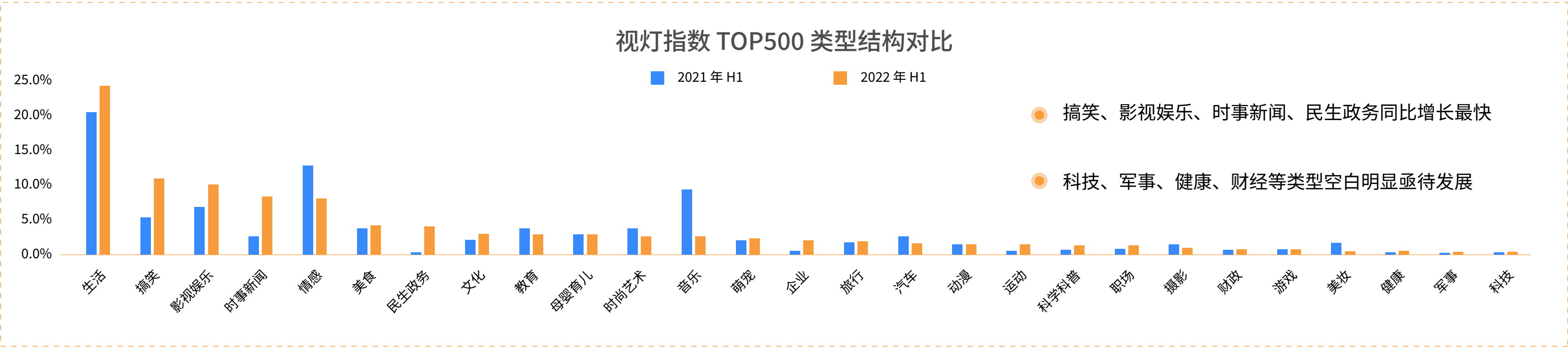
2022 年 H1 视灯指数月度 500 强累计入榜账号 1874 个，发布作品超过 30 万，获赞超过 1600 万，覆盖 28 个内容类型

视灯

2022 年 H1 视灯指数 TOP500 榜单



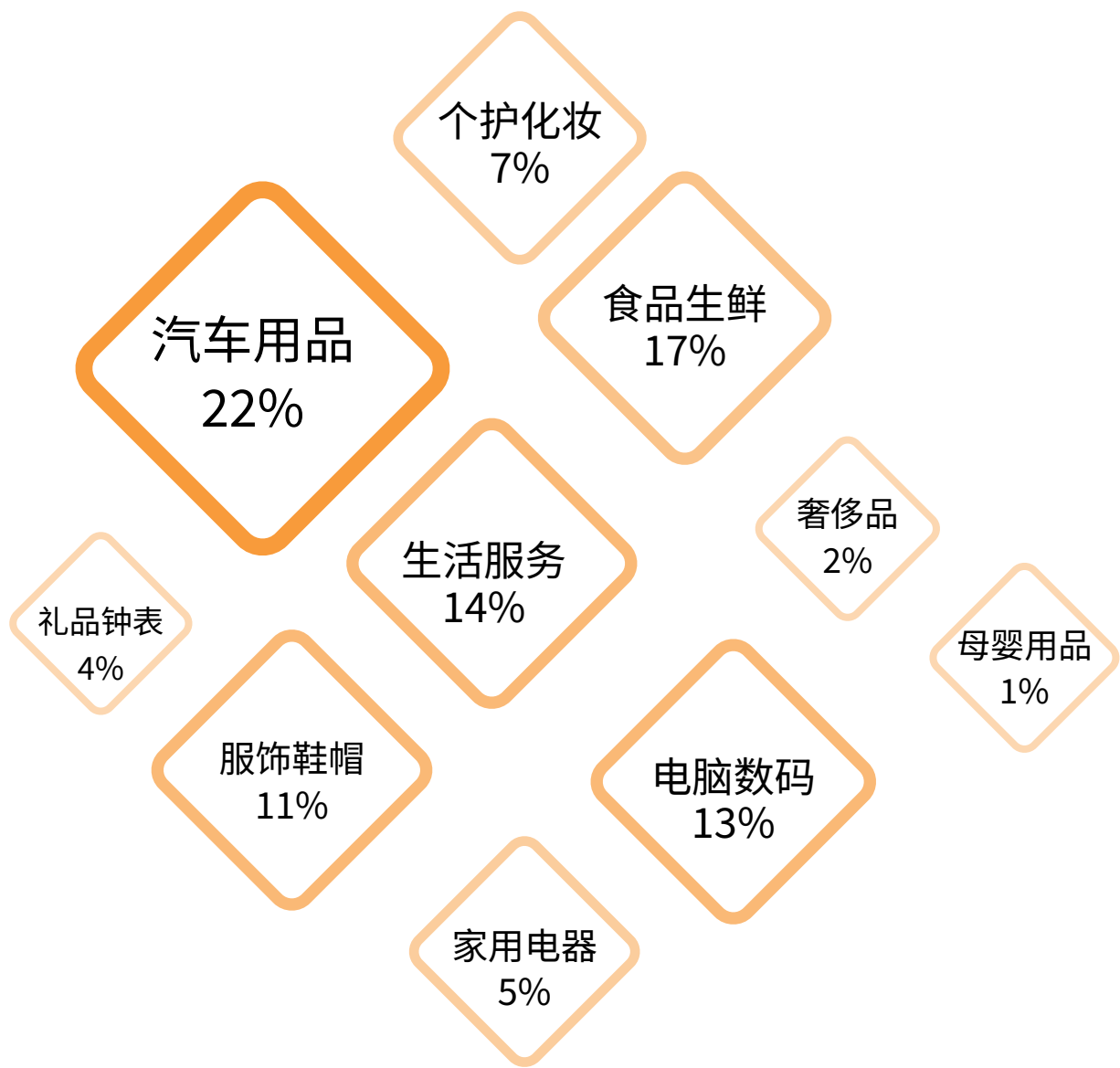
视频号创作能量持续活跃，文化、科普、职场、运动等领域进一步发展



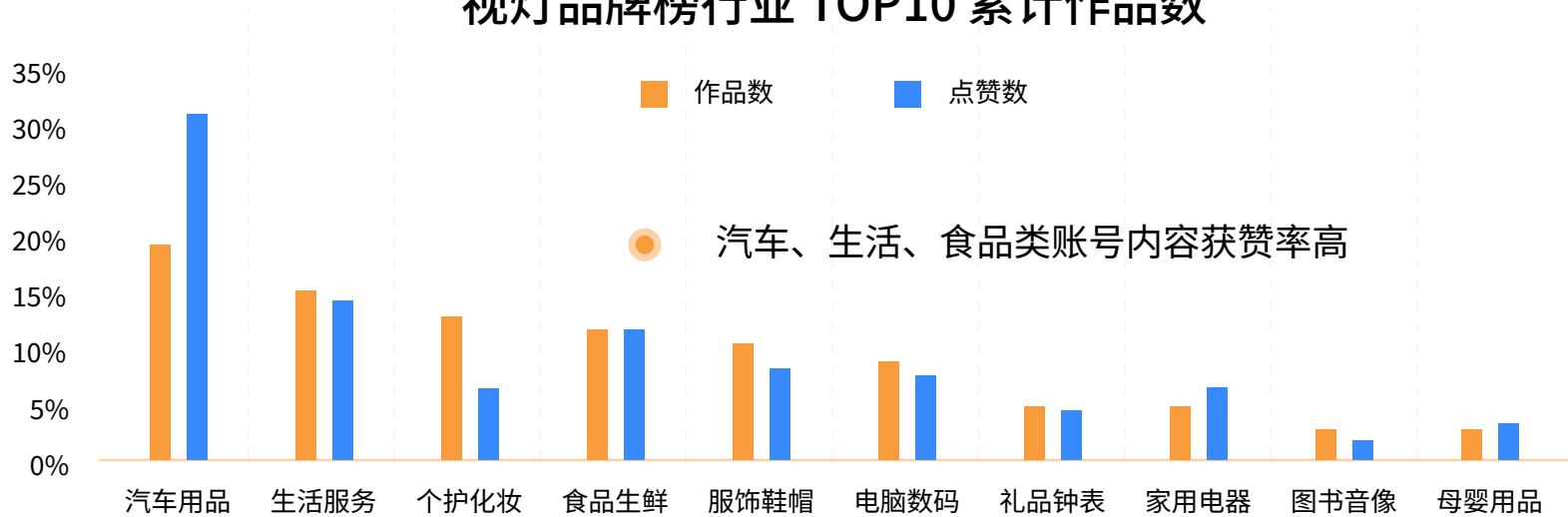
汽车、食品、生活服务类品牌表现优秀，美妆、服饰、母婴品牌继续深耕内容运营



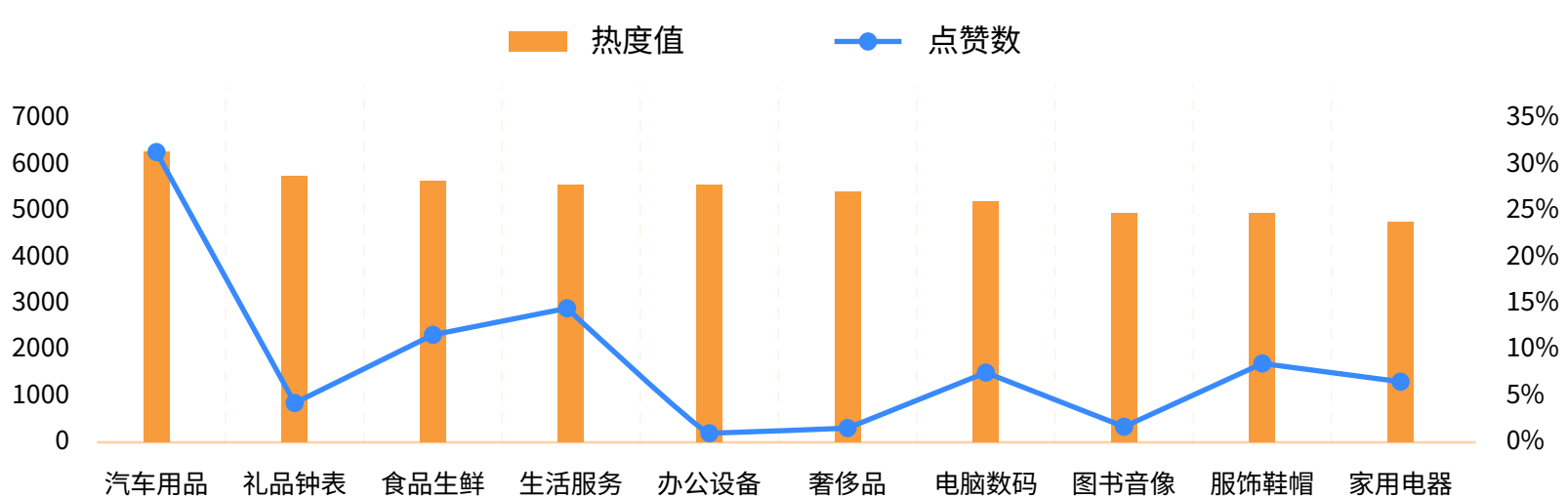
视灯品牌榜行业 TOP10



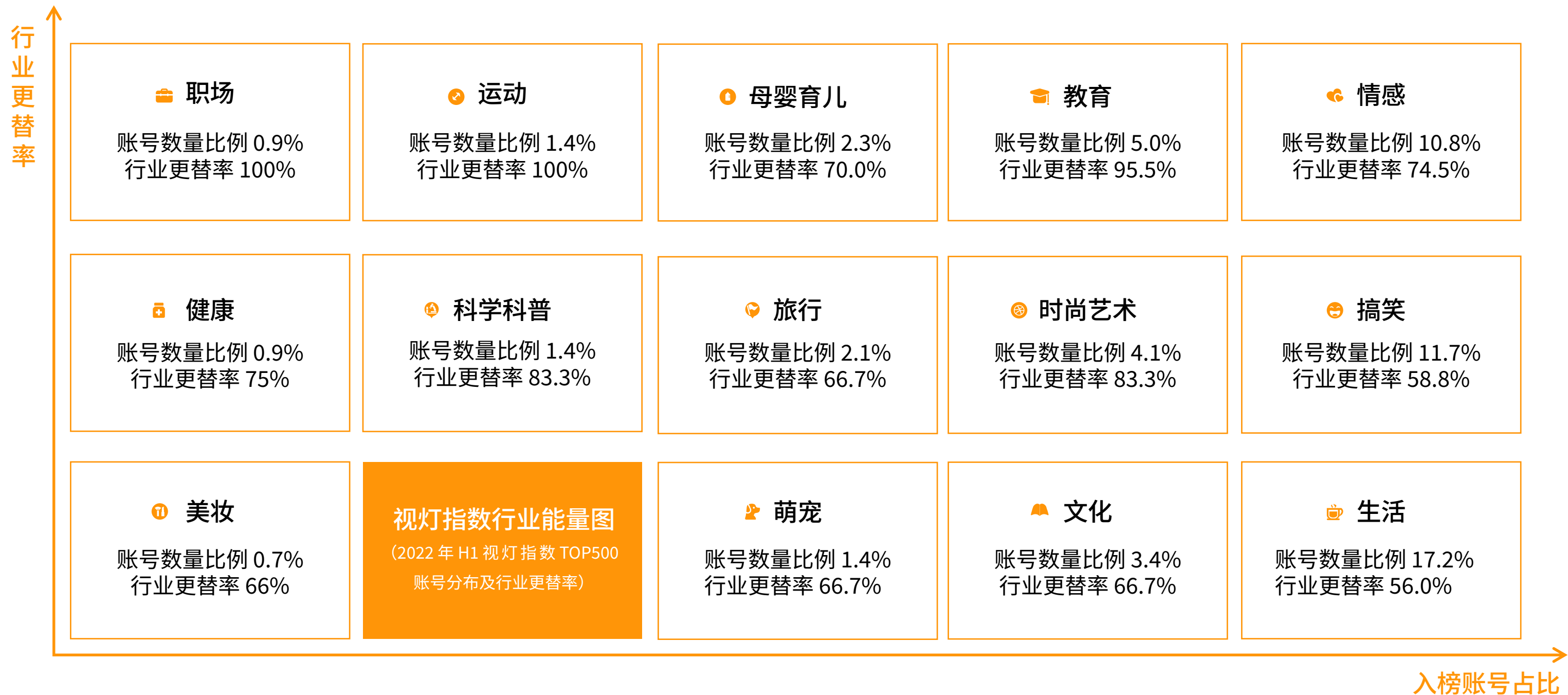
视灯品牌榜行业 TOP10 累计作品数



视灯品牌榜行业 TOP10 平均热度及点赞数



教育、时尚艺术、文化表现活跃，职场、健康、美妆潜力巨大



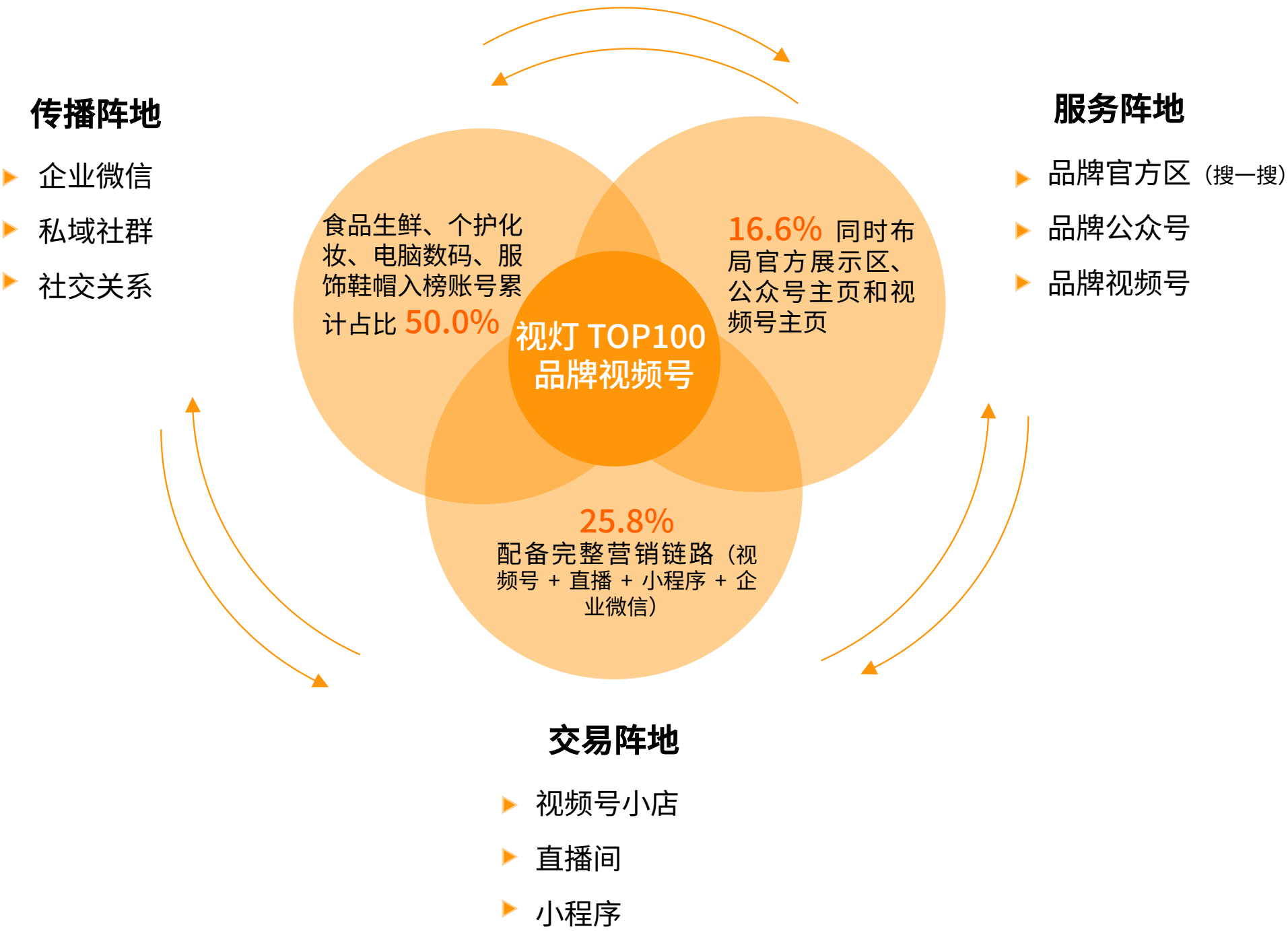
03

视频号商业能力解读：品牌视频号

品牌基于视频号和小程序搭建经营全景图，联动公私域实现全域经营



3 大阵地助力品牌扎根微信生态，视频号重要性进一步提升



行业属性与经验积累推动品牌自播持续寻求创新



私域营销搭载 DTC 模式，开启品牌与用户共创、共生和共享的新消费时代



模式一：载体二创+分享裂变， 通过社交关系实现全域营销

蜜雪冰城主题曲二创风潮引发全域裂变传播



“雪王黑了”结合河南高温释放桑葚新品信息



主题曲升级，“雪王大婚”新元素叠加影响

模式二：粉丝互动+用户研究， 推动行业创新潮流

鸿星尔克根据粉丝共创群内收集的建议，结合女性群体调研分析，为女性跑者打造了炆科技女款跑鞋



青年共创设计大赛，鼓励青年设计师创造中华文化时代美学，创造高品质国货，引领消费新浪潮

模式三：社群需求+产品定位， 重塑消费价值和消费关系

五菱宏光 MINIEV 通过车友群私域运营触达用户，
收集需求，定制开发新品

改装

72% 车主选择改装

90 后

90 后车主占比 72%

女性

女性车主占比 60%

以跨界联动形式推出喜茶、模特大赛、改装日等活动，
塑造五菱 MINIEV 的社交属性和时尚潮流特色，融入消费者生活，构建深层关系



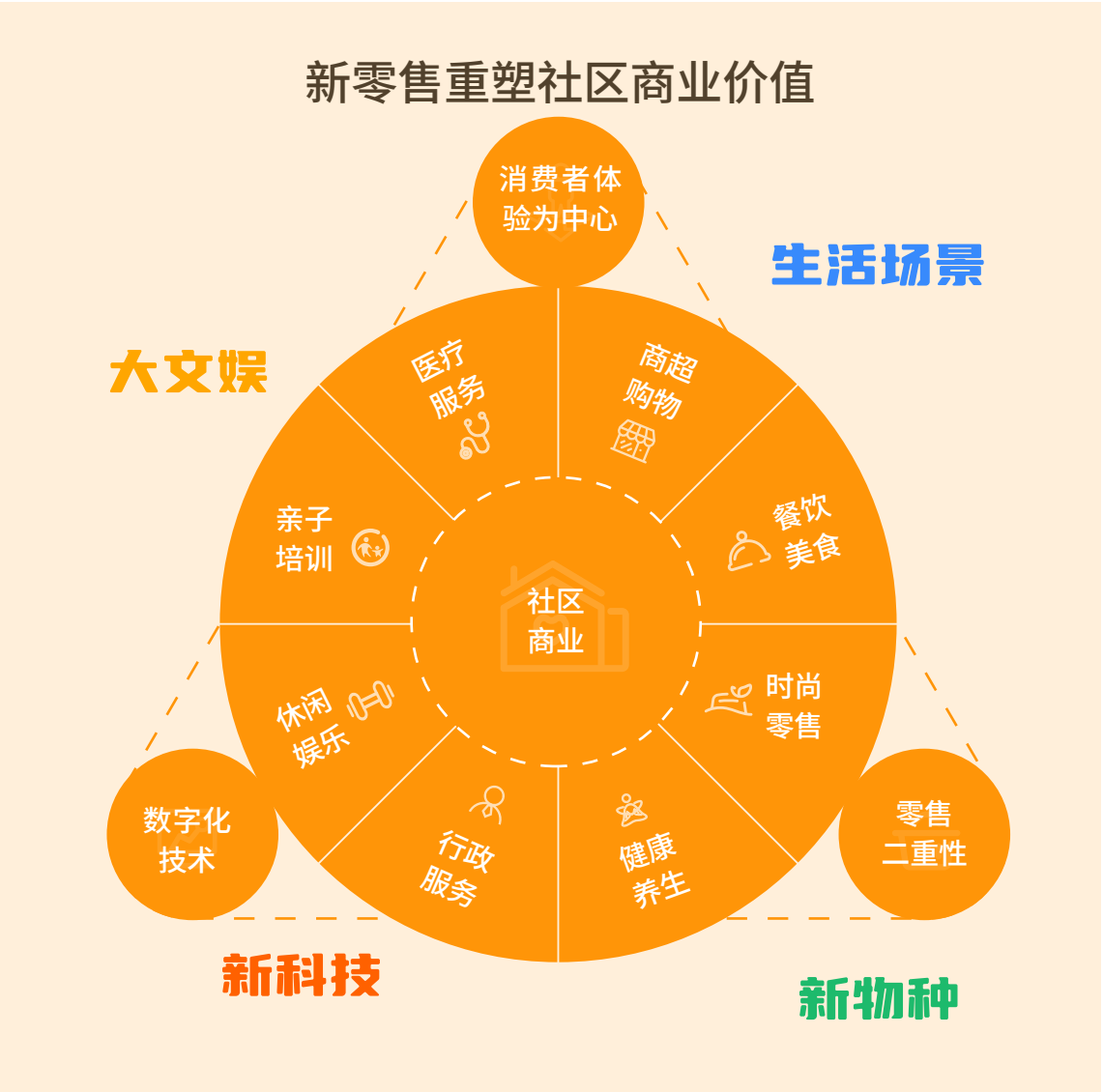
04

视频号商业能力解读：新零售

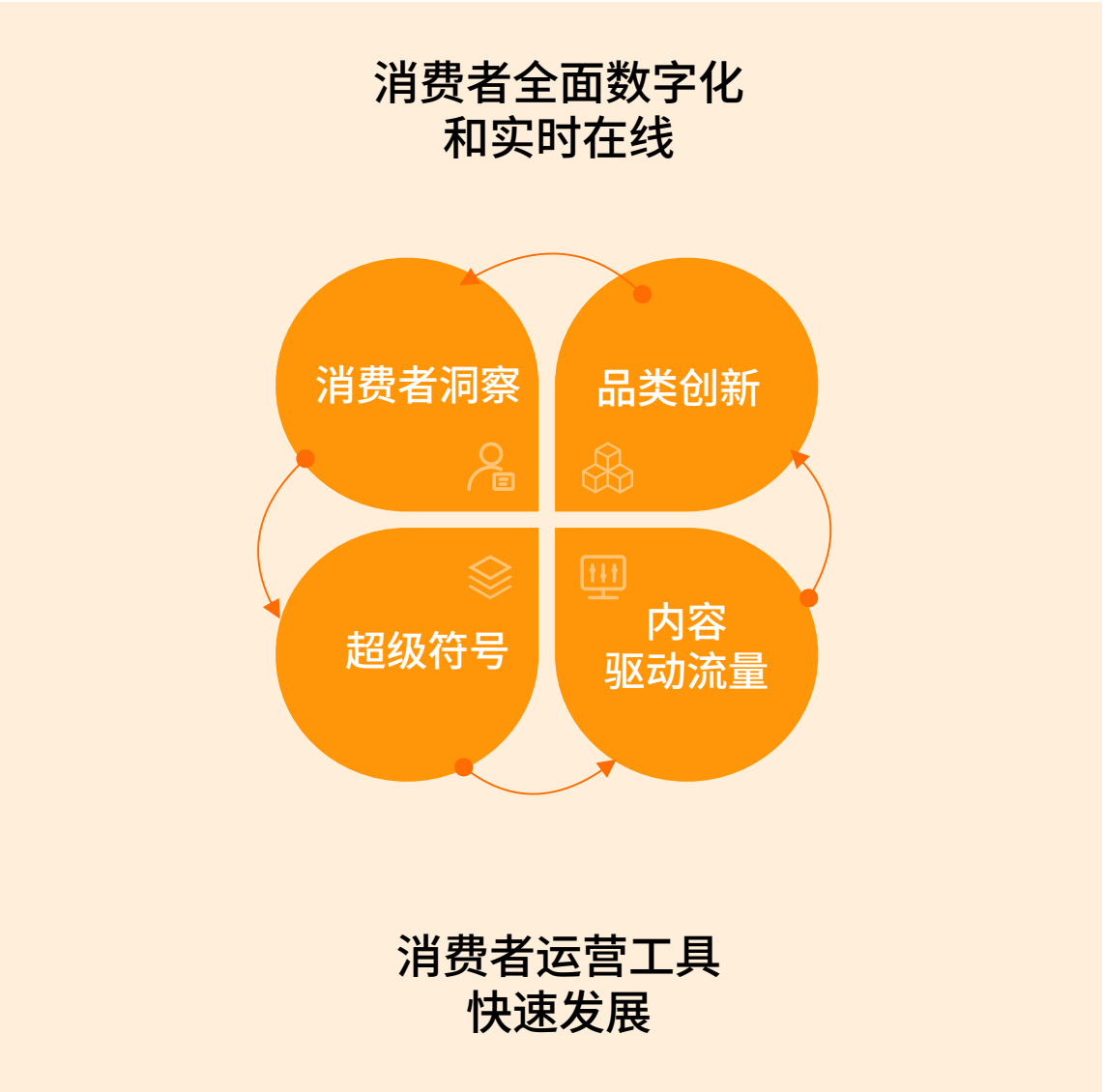
新零售重塑社区商业价值，内容营销协同线上线下同步发展



线下场景



线上场景



「屈臣氏」孵化视频号矩阵，赋能屈臣氏 O+O 零售模式



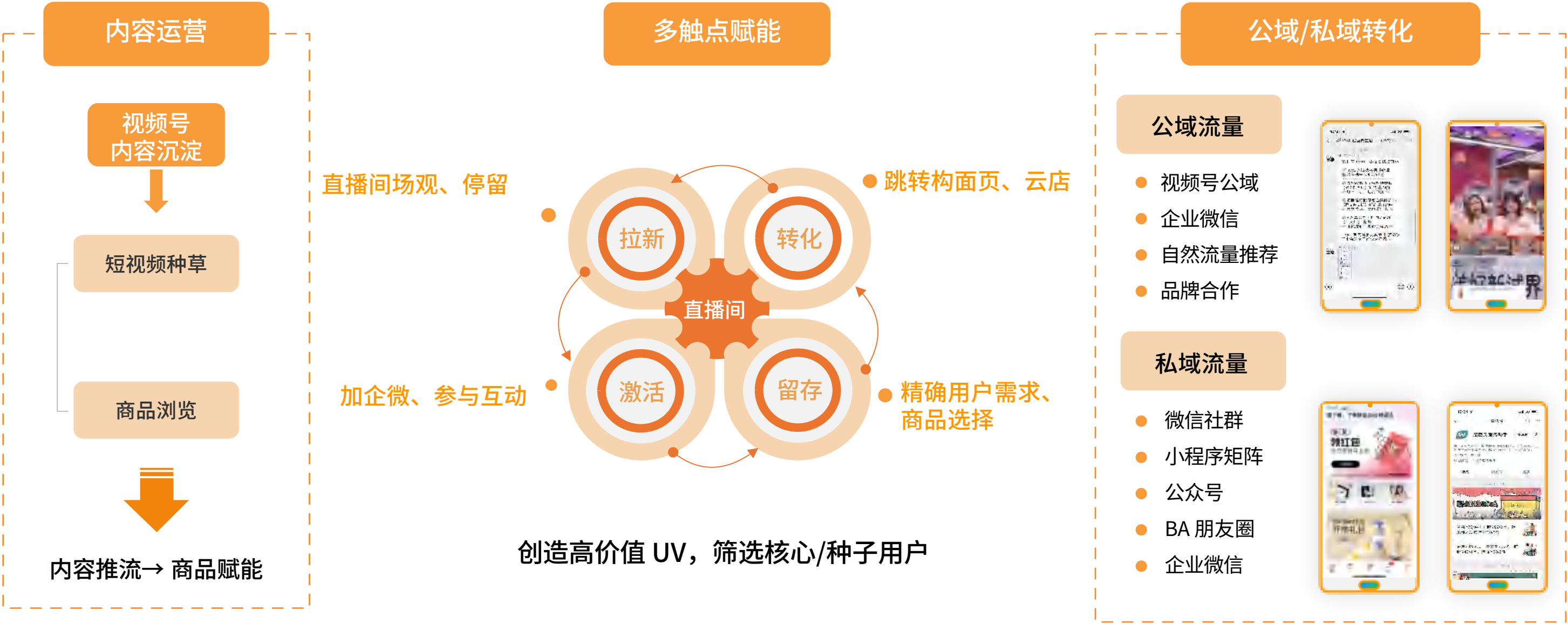
「屈臣氏」 依靠优质内容撬动公域流量推荐，提升品牌内容势能



「屈臣氏」视频号实现与直播、企微、公众号流量互通，完成流量 - 转化 - 留存的闭环



盘活流量 + 优化内容，多触点赋能直播公私域转化



屈臣氏直播私域留存表现良好，用户忠诚度高



优质内容赋能直播



私域运营留存忠诚用户



GMV **85% ↑**
新客占比 **55%**

新粉丝 **220% ↑**
社群沉淀 **50%**

05

2022 年 H1 视灯视频号榜单

2022 年 H1 视灯指数 TOP100 (1-51)



排名	视频号名称	视灯指数
	央视新闻	9905
	人民网	9460
	笑笑悟	9386
4	一泡三响	9383
5	一禅小和尚	9363
6	贵州小蓉儿	9349
7	优小沐	9345
8	凤凰网	9325
9	中国网直播	9307
10	海峡新干线	9263
11	央视网	9221
12	环球创意榜	9183
13	新华网	9069
14	福星辉哥	9068
15	四川观察	9042
16	大象新闻	9009
17	泰曼时空	9003

排名	视频号名称	视灯指数
18	民生频道	8996
19	有趣大脸	8984
20	民生大参考	8951
21	司马南频道	8917
22	CCTV 国家记忆	8888
23	光明日报	8883
24	快马海淘	8868
25	我的爸爸是条龙	8865
26	刘大师工地夫妻	8864
27	参考消息	8847
28	看看新闻 Knews	8838
29	观察者网	8817
30	你好赵厂长	8809
31	央视网快看	8798
32	潘姥姥	8798
33	意公子	8797
34	新华社	8755

排名	视频号名称	视灯指数
35	中山阮总	8706
36	陆仙人	8687
37	环球网	8663
38	封面新闻	8635
39	易车	8600
40	大高教英语	8591
41	中国日报	8588
42	酷我音乐	8579
43	无为星仔	8567
44	涂磊	8549
45	极目新闻	8538
46	吕千寻	8529
47	小莉帮忙	8513
48	影视菇	8510
49	都市快报	8492
50	哔哩哔哩	8486
51	老师有话说	8485

2022 年 H1 视灯指数 TOP100 (52-100)



排名	视频号名称	视灯指数
52	今日海峡	8456
53	张琦老师教商业	8431
54	外交部发言人办公室	8426
55	刘仪伟	8408
56	Real 娱乐.	8405
57	新京报	8394
58	小蓝和他的朋友日常	8388
59	快看	8388
60	李小萌的分享	8376
61	搜狐网	8367
62	明月教创业	8348
63	凤凰卫视	8332
64	超级育儿师 super	8328
65	潇湘晨报	8306
66	湖北新闻	8305
67	印象日本	8301
68	老子道德经	8297

排名	视频号名称	视灯指数
69	樊登读书	8282
70	小央视频	8276
71	大师说车	8258
72	猫眼电影	8255
73	澎湃新闻	8248
74	粤知一二	8243
75	阿甘情感	8218
76	我们视频	8207
77	房琪 kiki	8193
78	中国青年报	8186
79	上海时刻	8182
80	中国日报双语新闻	8153
81	中国新闻社	8152
82	旅行收藏家	8139
83	真实故事馆	8118
84	沸点视频	8107
85	洞见读书会	8099

排名	视频号名称	视灯指数
86	圆子小厨	8098
87	东方网	8097
88	西陆强军号	8094
89	狍总	8078
90	娱小七	8075
91	QQ音乐	8072
92	李蠕蠕	8069
93	马蛟龙 Long	8045
94	涂说幸福	8045
95	美物小计	8045
96	易车老表	8041
97	一起看电影吗	8036
98	旅行攻略	8025
99	陈佩斯	8017
100	老外克里斯	8012

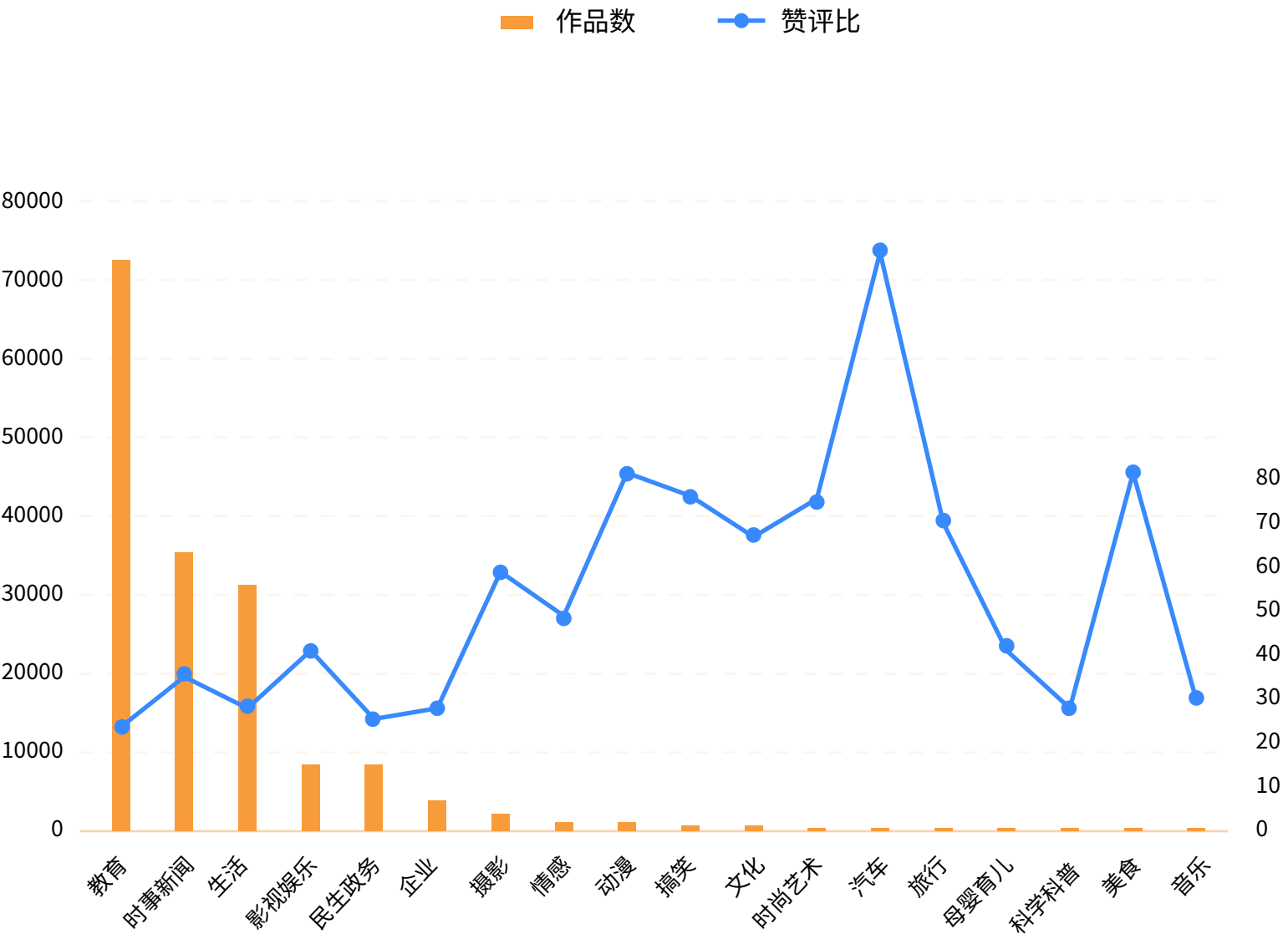
生活、时事新闻、影视娱乐累计占比超过 50%，汽车、美食类内容互动效果好



TOP100 类型分布



TOP100 作品数&赞评比



数据来源:视灯数据 shidengdata.com

2022 年 H1 视灯指数品牌榜 TOP100 (1-51)



排名	品牌	分类
	易车	汽车用品
	vivo	电脑数码
	故宫博物院	礼品钟表
4	一泡三响	生活服务
5	luckincoffee 瑞幸咖啡	食品生鲜
6	中国国家地理	图书音像
7	安踏	服饰鞋帽
8	肯德基	食品生鲜
9	吉利汽车	汽车用品
10	香奈儿 CHANEL	个护化妆
11	Prada 普拉达	礼品钟表
12	OPPO	电脑数码
13	波司登	服饰鞋帽
14	上汽大众大众品牌	汽车用品
15	GUCCI	奢侈品
16	广汽丰田	汽车用品
17	比亚迪汽车	汽车用品

排名	品牌	分类
18	大疆	电脑数码
19	中国联通	生活服务
20	星巴克中国	食品生鲜
21	沃尔沃汽车	汽车用品
22	联想	电脑数码
23	宝马中国	汽车用品
24	雅诗兰黛	个护化妆
25	谭飞舒适职场装	服饰鞋帽
26	特斯拉 Tesla	汽车用品
27	荣耀 HONOR	电脑数码
28	一汽-大众汽车	汽车用品
29	名创优品	日用百货
30	万达集团	生活服务
31	梅赛德斯-奔驰	汽车用品
32	东风雪铁龙	汽车用品
33	DIOR 迪奥	个护化妆
34	小米手机	电脑数码

排名	品牌	分类
35	百事中国	食品生鲜
36	贝壳找房	生活服务
37	优衣库	服饰鞋帽
38	麦当劳	食品生鲜
39	FOTILE 方太	家用电器
40	欧莱雅美丽殿堂	个护化妆
41	五菱汽车	汽车用品
42	鸿星尔克	服饰鞋帽
43	路易威登	服饰鞋帽
44	中国电信	生活服务
45	iQOO	电脑数码
46	飞鹤奶粉	食品生鲜
47	平安人寿	生活服务
48	东风本田	汽车用品
49	中国平安	生活服务
50	微保	生活服务
51	ROSEONLY 诺誓	奢侈品

2022 年 H1 视灯指数品牌榜 TOP100 (52-100)



排名	品牌	分类
52	长安福特	汽车用品
53	Joyoung 九阳	家用电器
54	别克	汽车用品
55	马蜂窝旅游	生活服务
56	一汽丰田	汽车用品
57	农夫山泉	食品生鲜
58	奥迪	汽车用品
59	长安汽车	汽车用品
60	一汽红旗	汽车用品
61	屈臣氏服务助手	个护化妆
62	卡地亚 Cartier	礼品钟表
63	春秋航空	生活服务
64	百草味	食品生鲜
65	海尔集团	家用电器
66	平安微生活	生活服务
67	北京现代	汽车用品
68	良品铺子	食品生鲜

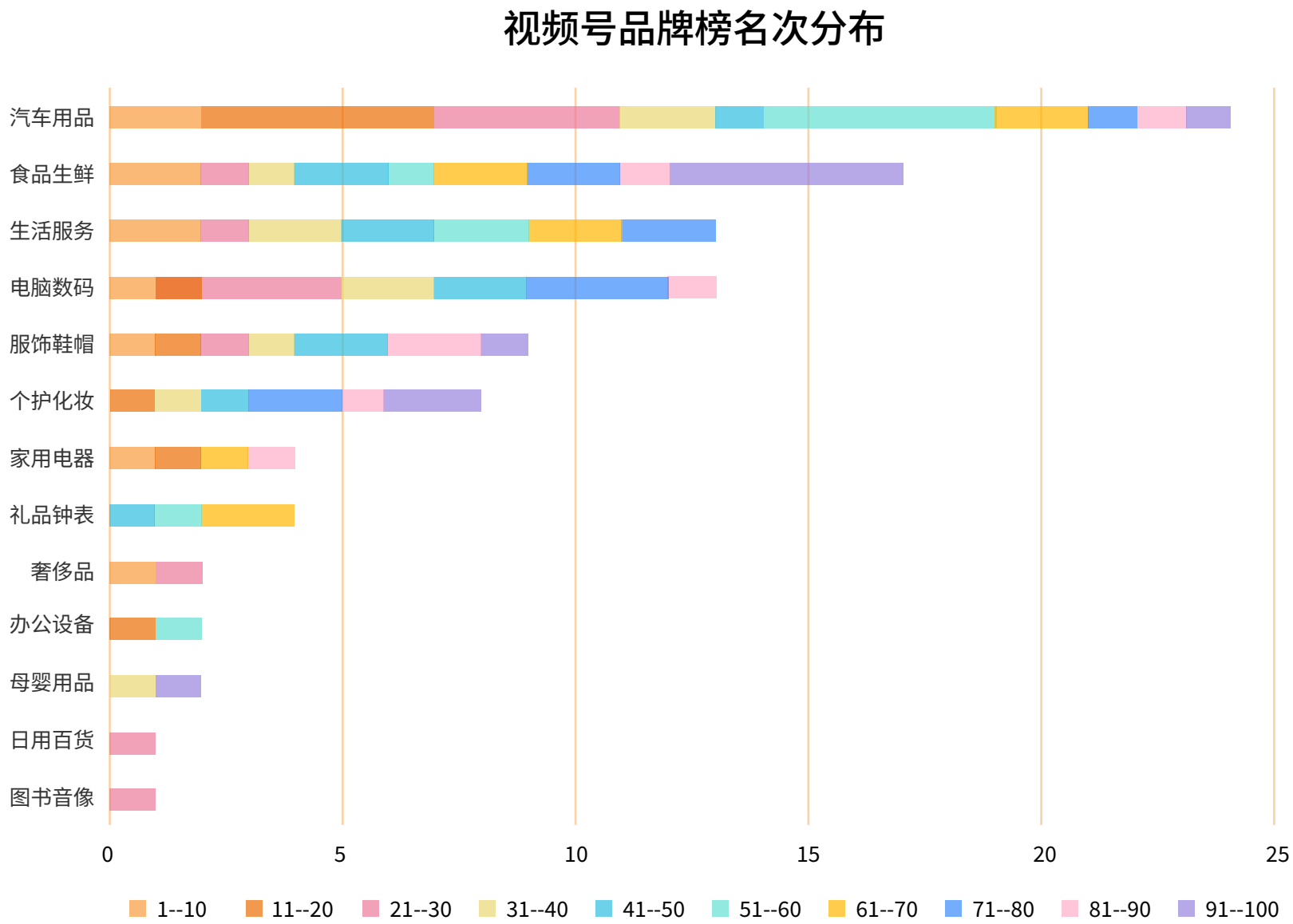
排名	品牌	分类
69	蒙牛乳业	食品生鲜
70	美的集团	家用电器
71	Redmi 红米手机	电脑数码
72	荣威 ROEWE	汽车用品
73	海信	电脑数码
74	青岛啤酒	食品生鲜
75	兰蔻LANCOME	个护化妆
76	货拉拉	生活服务
77	格力电器	电脑数码
78	中兴手机	电脑数码
79	东风标致	汽车用品
80	懂你的 TCL	电脑数码
81	众安保险	生活服务
82	乐友孕婴童	母婴用品
83	周大福	礼品钟表
84	哥弟 GIRDEAR	服饰鞋帽
85	百威中国	食品生鲜

排名	品牌	分类
86	特仑苏	食品生鲜
87	PEACEBIRD 太平鸟官方	服饰鞋帽
88	科大讯飞	办公设备
89	君乐宝奶粉	食品生鲜
90	必胜客	食品生鲜
91	李宁CLUB	服饰鞋帽
92	百雀羚	个护化妆
93	百果园	食品生鲜
94	Burberry	服饰鞋帽
95	天虹	家用电器
96	施耐德电气	家居家装
97	戴尔科技集团	电脑数码
98	家乐福中国	食品生鲜
99	红豆居家	服饰鞋帽
100	平安银行	生活服务

汽车、食品品牌表现优秀，母婴、百货市场潜力巨大



2022 H1 品牌 TOP100 类型分布			
	行业占比	发布作品	点赞数
汽车用品	22%	728	46.9 万
食品生鲜	17%	345	12.2 万
生活服务	14%	390	20.0 万
电脑数码	13%	234	8.8 万
服饰鞋帽	11%	287	10.8 万
个护化妆	7%	247	2.7 万
家用电器	5%	86	8.6 万
礼品钟表	4%	130	6.1 万
奢侈品	2%	38	2.4 万
办公设备	1%	52	0.4 万
家居家装	1%	32	2.1 万
母婴用品	1%	25	3.5 万
日用百货	1%	14	0.1 万
图书音像	1%	5	0.3 万



06

2022 年 H2 视频号发展趋势

趋势一：信息流广告、小店和广告互选进一步丰富带货形式，视频号内容为营销与社交商业的结合提供更多创新空间



视频号信息流广告——
推进品牌广告商业效果提升



扩圈传播——用户通过推荐、分享形式将广告传至社交关系范围内

品效合一——视频播放不中断的情况下即可完成购物或留资动作

私域沉淀——视频引导用户添加企业微信，帮助品牌从公域流量获客



视频号小店——
企业和个体经营者的直播带货工具



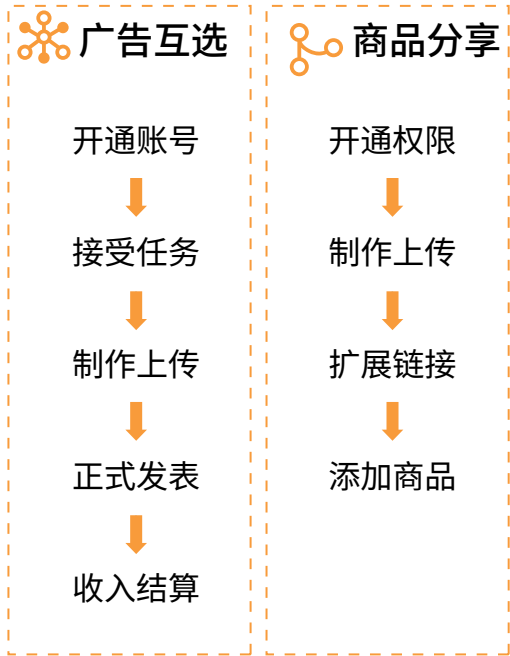
视频号小店开放 39 个一级类目、373 个二级类目和 3140 个三级类目，为企业和个体经营者提供直播带货工具



视频号商品分享——
助力创作者多元化变现

满足条件的创作者可通过商品分享功能获得收益，结合互选广告可以完成一站式种草拔草

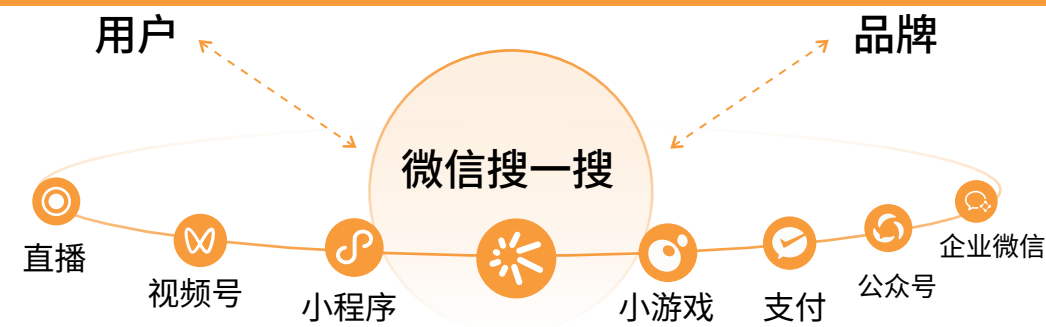
内容种草 + 商品分销



趋势二：品牌专区、公众号、视频号页面先后升级，形成企业私域运营新阵地

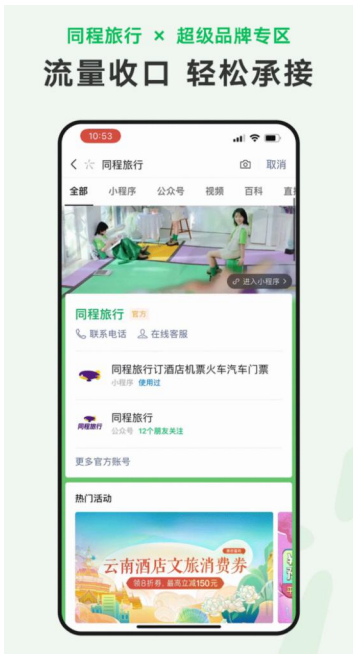


搜一搜品牌官方区、超级品牌专区形成从公域到品牌私域的连接入口



搜一搜品牌页和超级品牌专区实现了小程序、公众号、视频号等私域阵地一站直达，功能丰富的组件可以满足品牌活动宣传、新品展示、直播预热、服务咨询等诉求。

公众号主页
服务菜单
直播消息



视频号主页
视频号小店
服务菜单
自定义页面链接



趋势三：付费模式激发直播变现价值多元探索，视频号在演出商业等方向进一步发展



周杰伦重映演唱会周边商品累计销售额 256.79 万



腾讯 NBA 赛事允许用户免费观看 3 分钟，单场直播付费 9 至 13 元



崔健演唱会可购买“微信豆”打赏；赞助商极狐汽车 ROI 超过 400%

付费教学

付费观看

商业演出

品牌冠名

广告赞助

影视点映

体育赛事

周边售卖

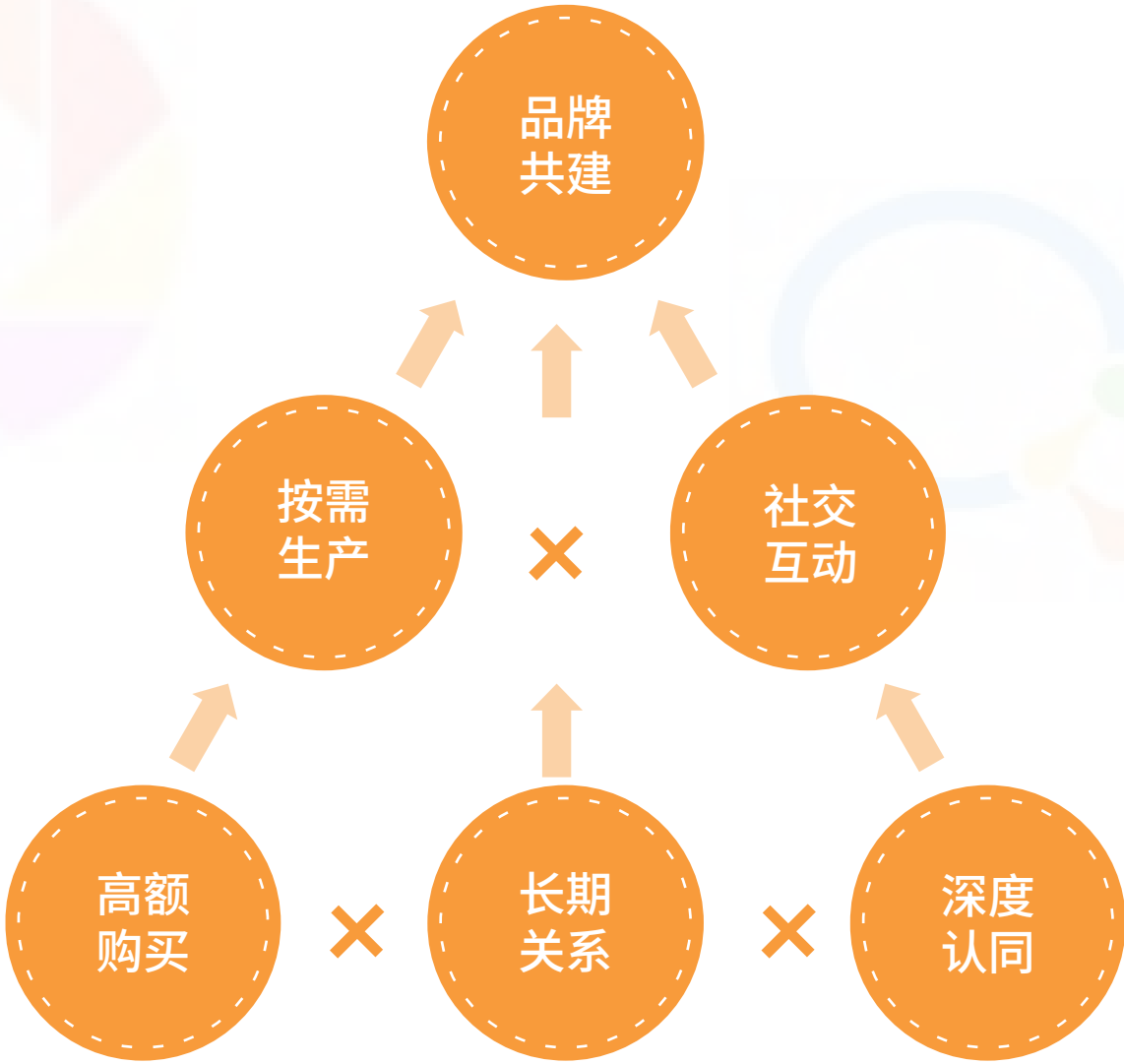
虚拟打赏

文娱活动

趋势四：泛媒环境下信息触点交错复杂，对内容营销策略提出更高要求



趋势五：视频号与微信工具组件将成为社交商业新载体，助力品牌创新



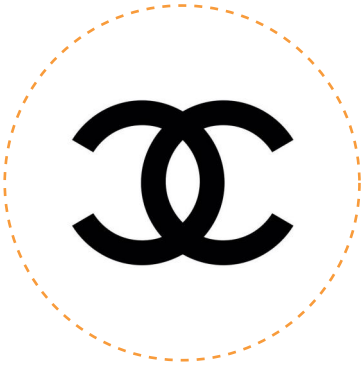
07

第四届视灯奖获奖名单



央视新闻

2022 年上半年视频号最佳品牌



香奈儿
CHANEL



万达集团



红豆居家



luckincoffee
瑞幸咖啡



百雀羚



鸿星尔克

2022 年上半年最具商业价值视频号



洞见读书会



大师说车



樊登读书



李蠕蠕

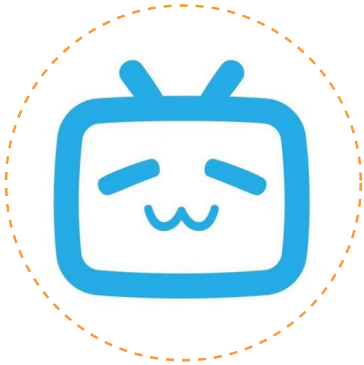


屈臣氏服务助手



笑笑悟

2022 年上半年最佳视频号直播



哔哩哔哩



哥弟 GIRDEAR



欧莱雅美丽殿堂



屈臣氏服务助手



谭飞舒适职场装



一点英语 App

2022 年上半年最佳视频号成长奖



百果园



贝壳找房



陆仙人



我的爸爸是条龙



意公子



优小沐

2022 年上半年最佳市场创新视频号



东方甄选会员



老外克里斯



天虹



新东方直播间



一起看电影吗



张朝阳的物理课

附录一：白皮书相关术语与名词解释



名词	解释
视频号	本白皮书中如无特殊说明，所提到的视频号均指微信视频号。
视灯指数	反映视频号在某时间范围综合竞争力的脱敏数据表现形式, 由粉丝数、作品数、点赞数、评论数、完播率、认证情况等指标计算而得。
平均视灯指数	统计范围内视频号的视灯指数平均值, 用以表征统计范围视频号的平均水平。
发布作品数	单一视频号自视灯数据收录起至统计截止日期止发布的作品总数。
点赞数	单一视频号自视灯数据收录起至统计截止日期止发布作品的点赞数。

附录二：视灯研究院介绍



视灯研究院围绕数字化智能营销领域，秉持开放、创新、前瞻的研究视野，基于视频号相关领域的大数据分析、视灯指数及研究访谈，产出资讯快评、行业洞察、深度访谈、分类榜单、白皮书报告等，目前主要涵盖自主研究、定制化研究、联合研究三种模式，为用户提供更具行业深度的洞察、趋势预测、前沿实践参考，助力用户数字化决策，推动行业创新发展。

