

2024

英国红人营销洞察报告



【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

- 2016-2023年全球红人创作者价值
- 2016-2023年全球红人创作者价值
- 2016-2023年全球红人创作者价值
- 2020-2024 年英国 TikTok 用户数量预测

目录



扫描领取报告

01 概述

2016-2023年全球红人创作者价值	04
2016-2020 年欧洲红人 创作者营销支出	05
2017-2020 年欧洲红人 创作者营销支出增长	06
2021 年欧洲 B2C 红人 创作者的主要目标	07
2021年欧洲B2C红人营销的主要挑战	08
2021 年欧洲 B2C 红人 创作者预算的变化	09

02 领先平台

2016-2023年全球红人创作者价值	11
2023 年英国最常见的社交媒体活动	12
2023 年英国最知名的社交网络	13
2022 年英国领先的社交网络（按覆盖面）	14
2022 年英国领先的社交媒体应用程序（按下载量）	15
2022 年英国时尚和生活方式购物者的顶级社交媒体平台	16
2021 年英国儿童的社交媒体使用情况	17

03 Instagram

2016-2023年全球红人创作者价值	19
2021 年英国 Instagram 使用情况（按年龄和性别）	20
2023 年英国 Instagram 品牌简介	21

2021 年英国 Instagram 红人（按关注者数量）	22
2020-2021 年英国 Instagram 红人的参与率（按个人资料大小）	23
2021 年加拿大、英国和美国的 Instagram 网红预期收入	24

04 YouTube

2017-2025年英国Youtube用户	26
2021 年英国 YouTube 用户分布（按性别）	27
2016-2021 年英国按年龄组观看在线短视频的情况	28
2021 年英国 YouTube 网红（按类别）	29
2021 年加拿大、英国和美国的 YouTube 网红预期收入	30
2022 年英国 YouTube 品牌简介	31

05 TikTok

2020-2024 年英国 TikTok 用户数量预测	33
2019-2024 年英国在 TikTok 上花费的时间预测	34
2022 年英国 TikTok 品牌简介	35
2021 年英国 TikTok 红人的分布，按关注者数量	36
2020-2021 年英国 TikTok 红人的参与率，按个人资料大小划分	37
2021 年加拿大、英国和美国的 TikTok 红人预期收入	38
2022 年英国领先的 TikTok 新红人 创作者（按关注者数量）	39

06 营销人员洞察



扫描领取报告

2022 年英国领先的 B2C 营销渠道	41
2022 年英国最具增长潜力的 B2C 营销渠道	42
2022 年英国红人的使用情况（按关注者数量）	43
2022 年英国使用的红人营销类型	44
2022 年英国红人创作者的目标	45
2022 年英国品牌对红人 创作者的控制程度	46
2022 年英国 B2C 营销人员在红人创作者中面临的主要问题	47
2022 年英国红人 创作者预算增长	48

07 消费者洞察

2023 年英国在线最受关注的产品/话题	50
2023 年英国新产品的灵感来源	51
2023 年英国对在线广告的态度	52
2022 年第 3 季度英国领先的视频内容类型（按使用覆盖率）	53
2022 年按英国时尚和生活方式追随者数量划分的红人类型	54
2022 年英国时尚和生活方式购物者信赖的红人类型	55
2022 年英国网红反复推荐后的购买赔率	56
2022 年英国数字广告投诉（按广告位置）	57

第01章

概 述

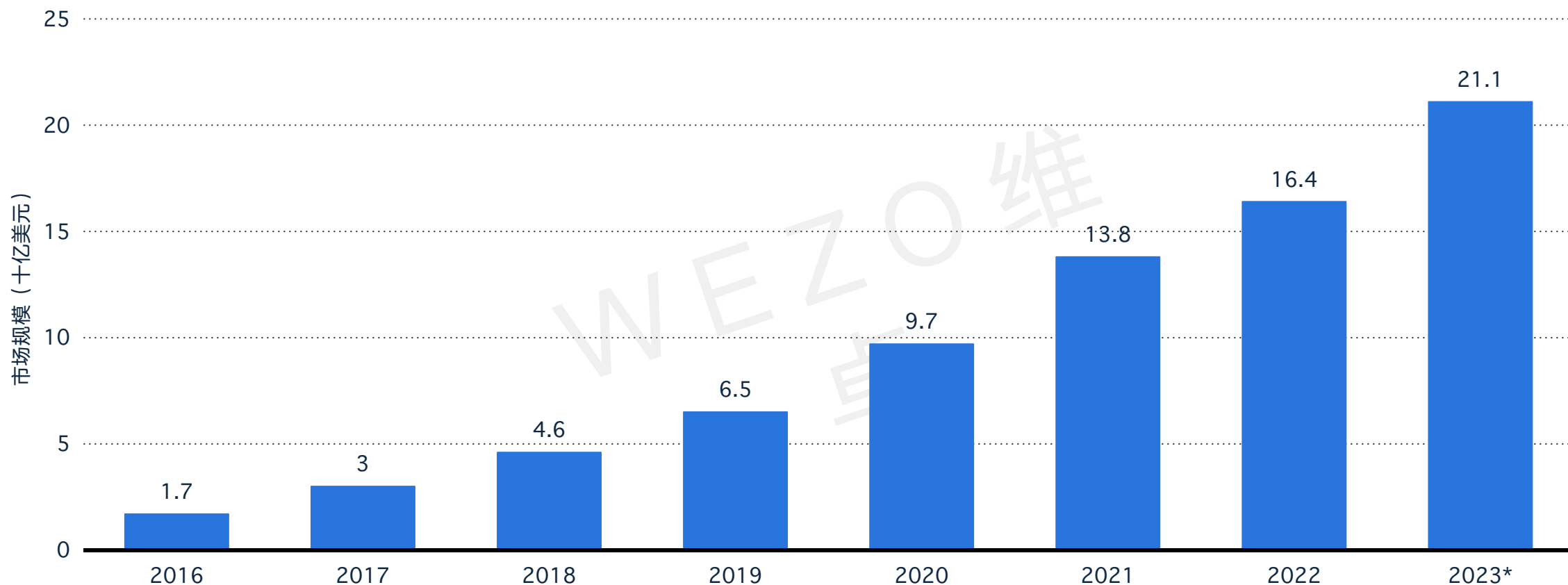


2016-2023年全球红人创作者市场规模（单位：十亿美元）

自 2019 年以来，全球红人 创作者市场规模翻了一番多。2023 年，市场规模估计达到创纪录的 211 亿美元。



扫描领取报告

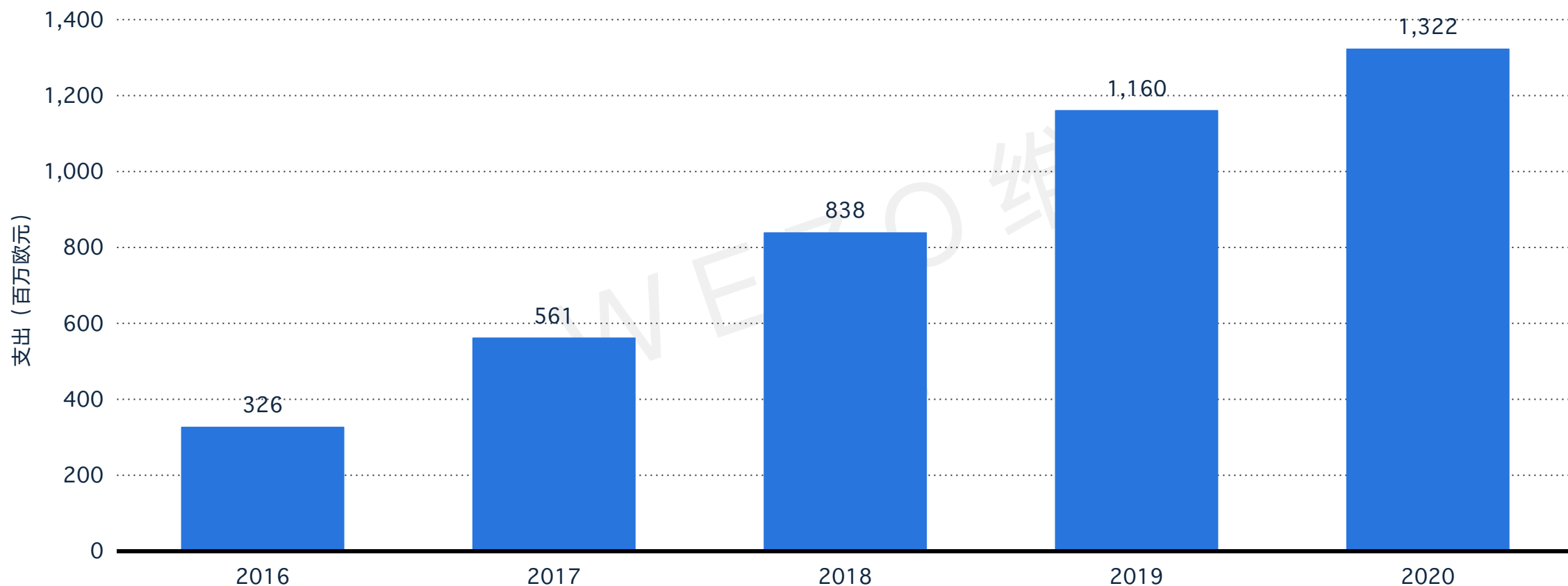


2016 年至 2020 年欧洲红人创作者营销支出（单位：百万欧元）

在过去五年中，欧洲的红人 创作者营销支出翻了两番多。2020 年，投资额达到 13 亿欧元，比上一年的 12 亿欧元增长 14%。



扫描领取报告

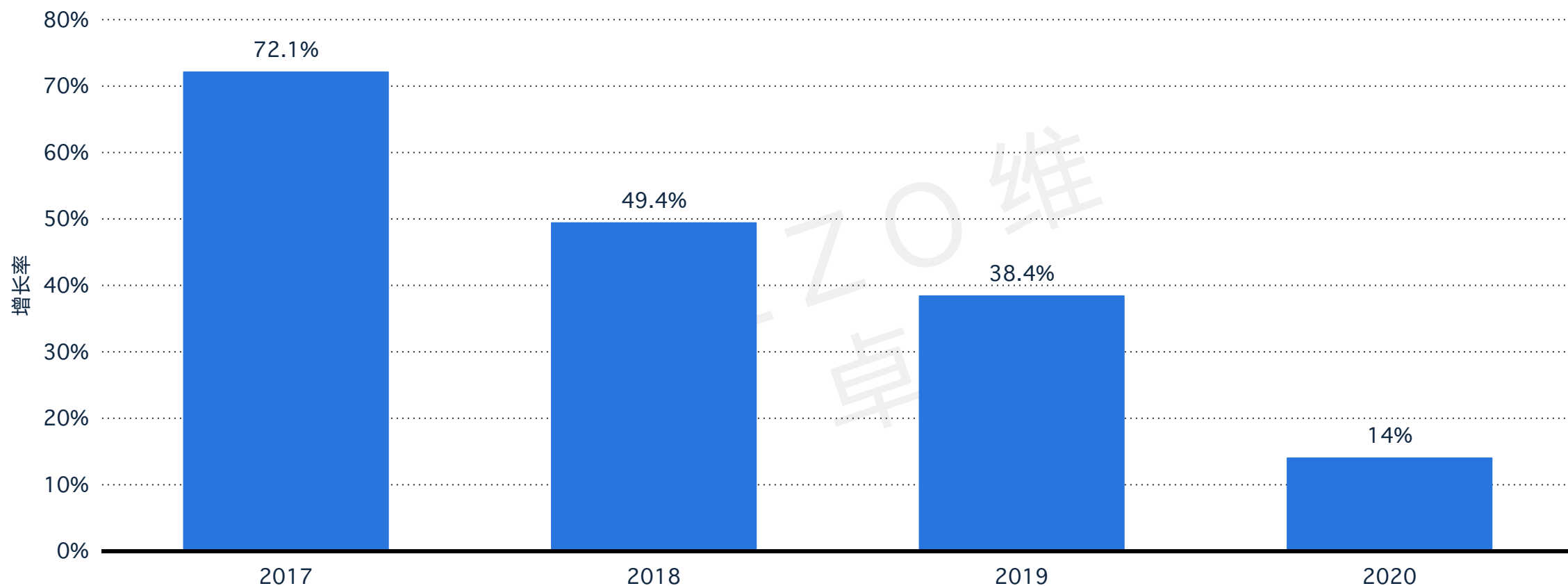


注：欧洲;2016年至2020年
来源：IAB Europe; TikTok for Business

2017 年至 2020 年欧洲红人 创作者营销支出的变化

2020 年，欧洲的红人 创作者营销支出增长了 14%。自 2017 年以来，支出增长明显放缓，当时营销人员将年度投资增加了 72% 以上。

扫描领取报告



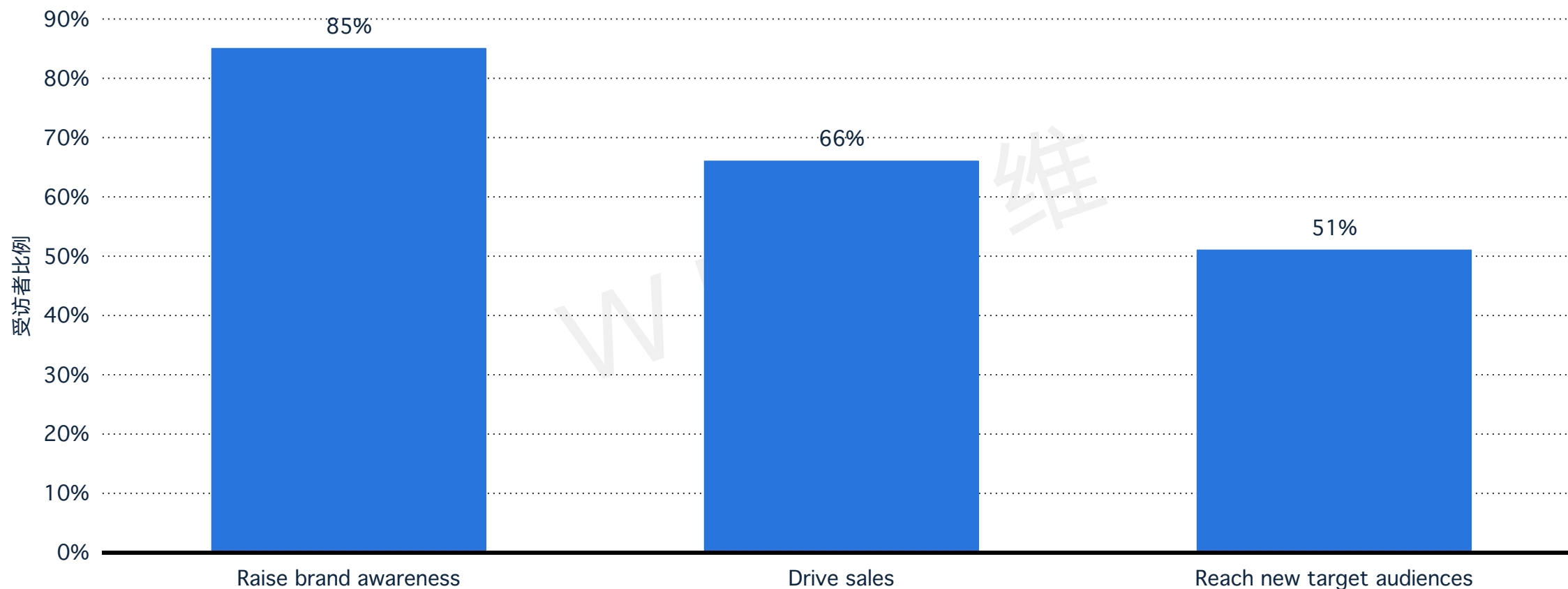
注：欧洲;2017年至2020年
来源：engage.it; IAB Europe; TikTok for Business; WARC

截至 2021 年 4 月，欧洲企业对B2C红人创作者的主要目标

在 2021 年的一项调查中，85% 的欧洲企业对消费者（B2C）品牌表示，他们的红人营销活动的主要目标是提高品牌知名度。66%的营销人员的目标是推动销售，而51%的受访品牌则选择了接触新的目标受众。



扫描领取报告



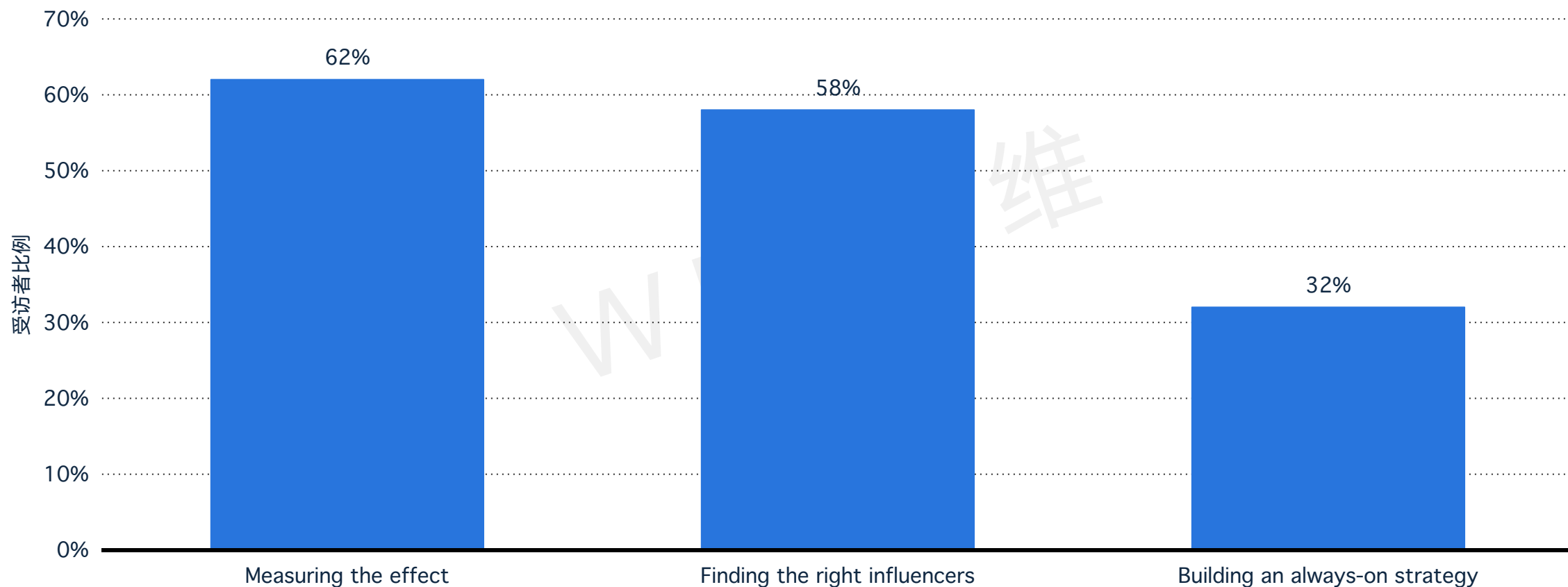
注：欧洲；截至2021年4月
来源：Cure Media

截至 2021 年 4 月，欧洲企业对B2C红人营销的主要挑战

在 2021 年的一项调查中，62% 的欧洲企业对消费者（B2C）品牌表示，红人 创作者的主要挑战是衡量其效果。对于58%的营销人员来说，寻找合适的红人是一个障碍，而建立一个永远在线的策略对32%的受访者来说是一个挑战。



扫描领取报告

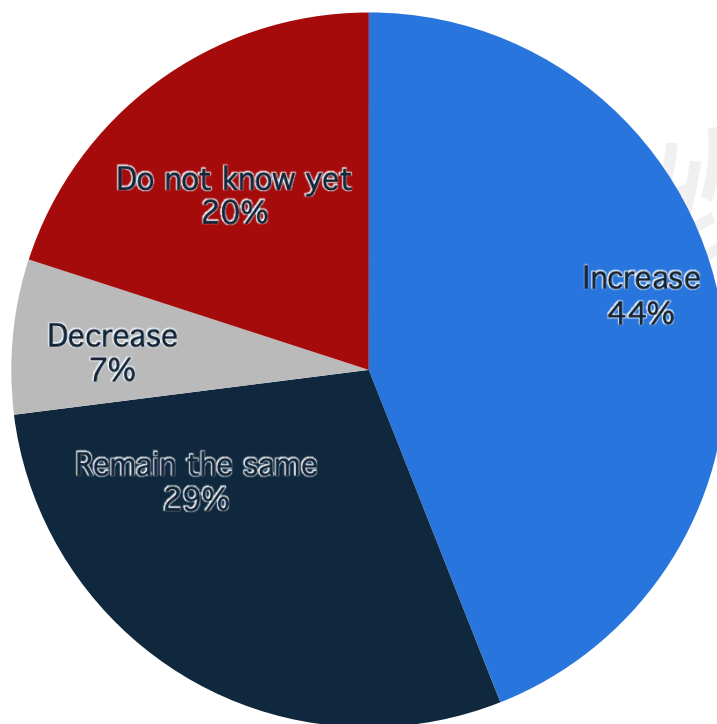


2021 年欧洲企业对消费者（B2C）品牌的红人营销预算变化

在欧洲接受调查的企业对消费者（B2C）品牌中，约有 44% 表示他们计划在 2021 年增加红人 创作者预算，而 7% 的品牌表示他们希望减少预算;29%的受访品牌计划将预算保持在与2020年相同的水平。



扫描领取报告



第02章

主要的平台概述

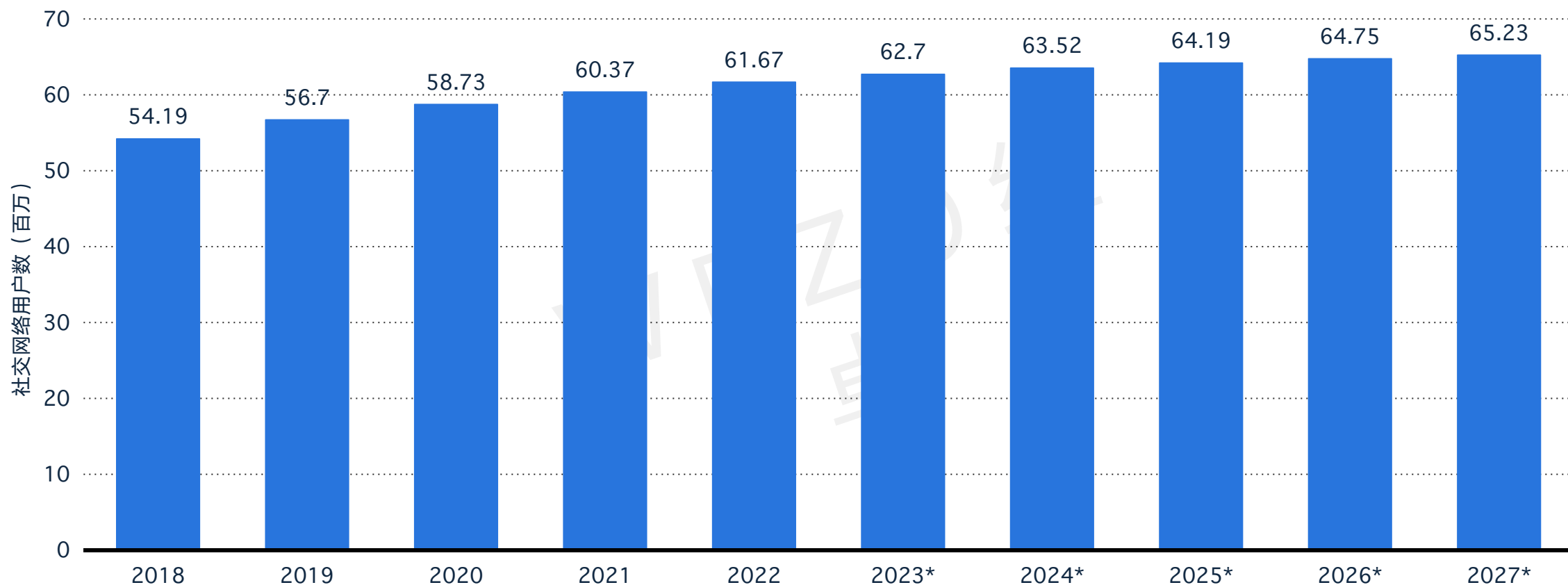


2018 年至 2027 年英国的社交媒体用户数量（单位：百万）

英国（UK）对社交媒体平台的使用继续增加，预计在可预见的未来还会如此。截至 2022 年，英国共有 6167 万社交网络用户，自 2018 年以来增加了超过 700 万。预计到 2027 年，英国的社交媒体用户数量将达到 6500 万。



扫描领取报告



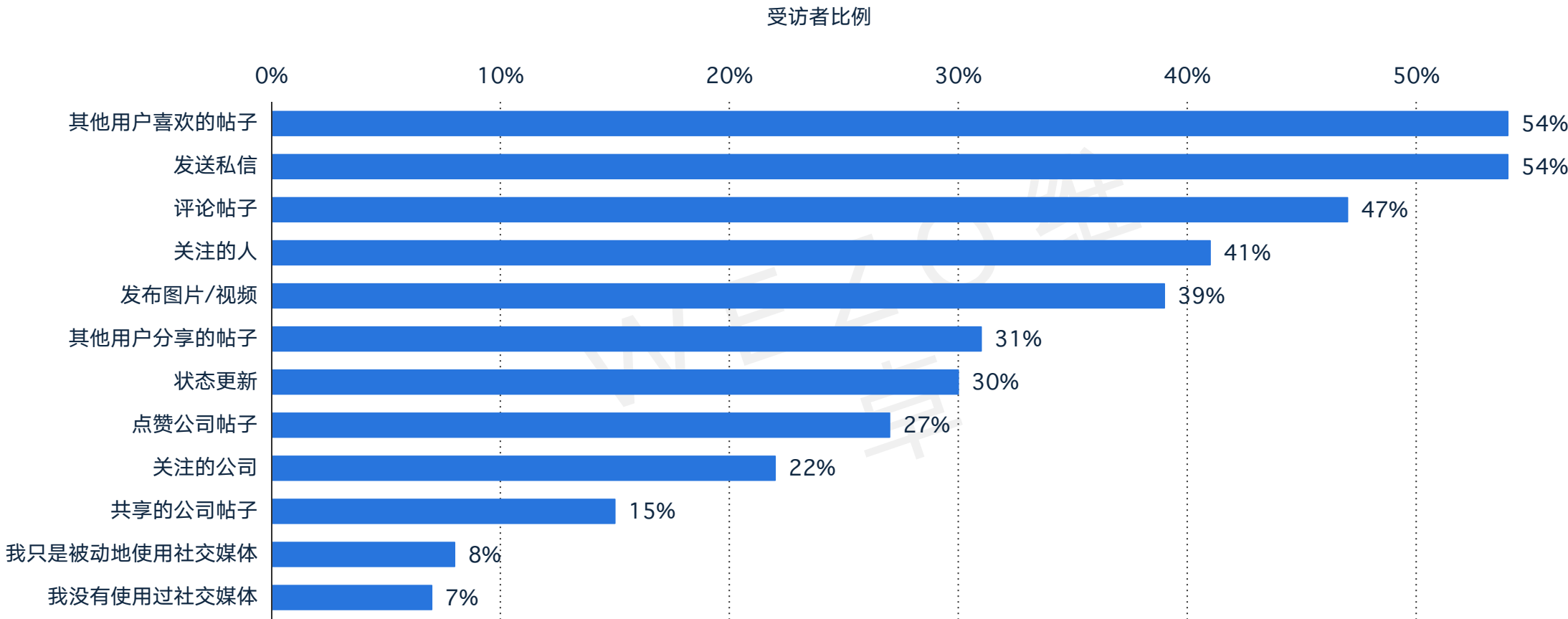
注：英国;2018年至2022年;* 预测 阅读更多
来源：Statista

截至 2023 年 6 月，英国最常见的社交媒体活动

“其他用户点赞的帖子”和“发送的私信”是我们关于“最常见的社交媒体活动”主题的调查中英国消费者的前两个答案。



扫描领取报告



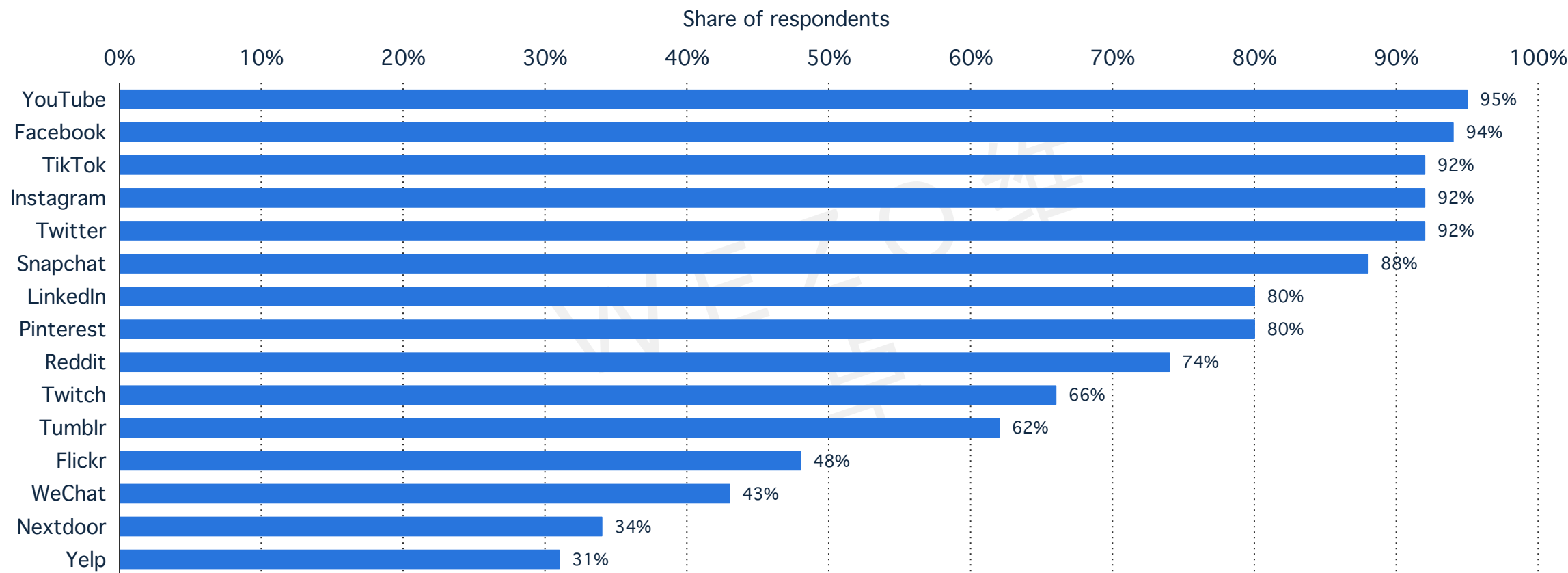
注：英国;2022 年 7 月至 2023 年 6 月;24183 名受访者;18-64 岁
来源：Statista Consumer Insights

2023 年英国按品牌知名度排名的领先社交网络

YouTube 是英国互联网用户中最知名的社交网络，品牌知名度为 95%。这个桂冠备受争议，94%的受访者认可Facebook。Instagram 和 Twitter 的品牌知名度均达到 92%，而英国 88% 的成年互联网用户知道 Snapchat。



扫描领取报告



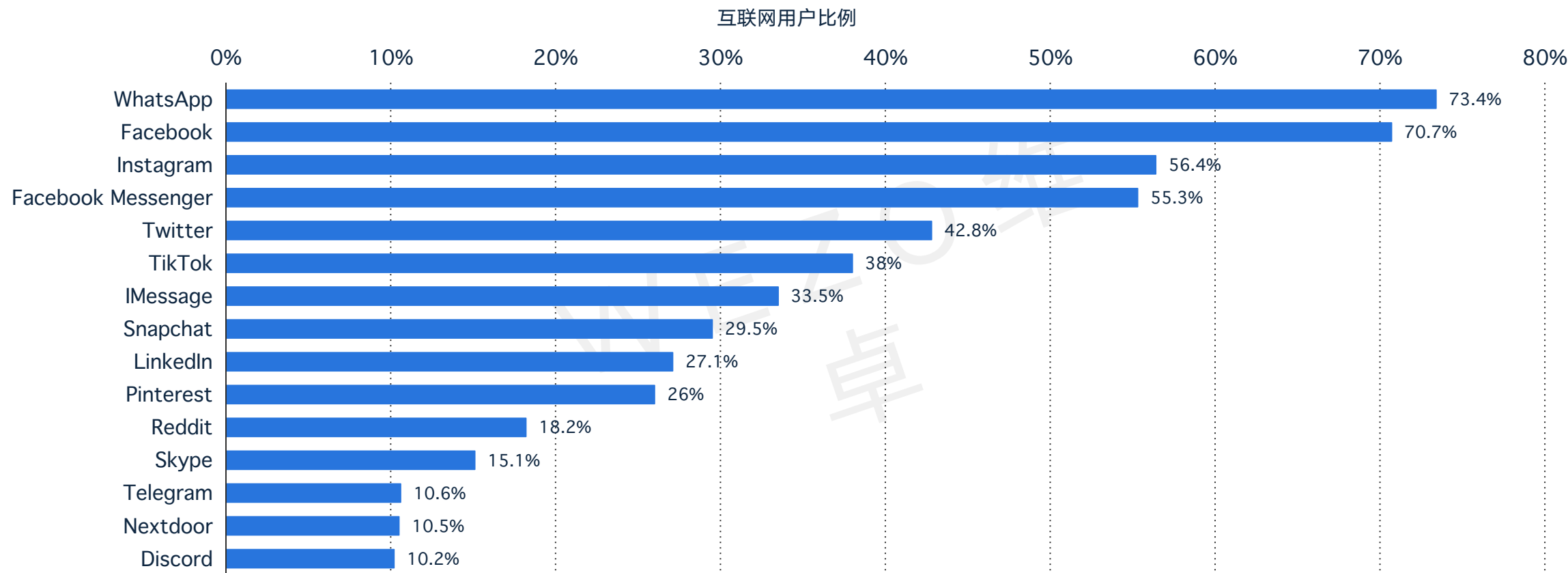
注：英国;2023 年 6 月;1241名受访者;18至64岁
来源：Statista Consumer Insights

截至 2022 年第三季度，按使用覆盖率划分的英国最受欢迎的社交媒体平台

截至 2022 年第三季度，WhatsApp 是英国互联网用户中最活跃的社交网络，近 75% 的互联网用户报告使用该服务。Facebook 紧随其后，为70.7%，其次是Instagram，为56.4%。



扫描领取报告



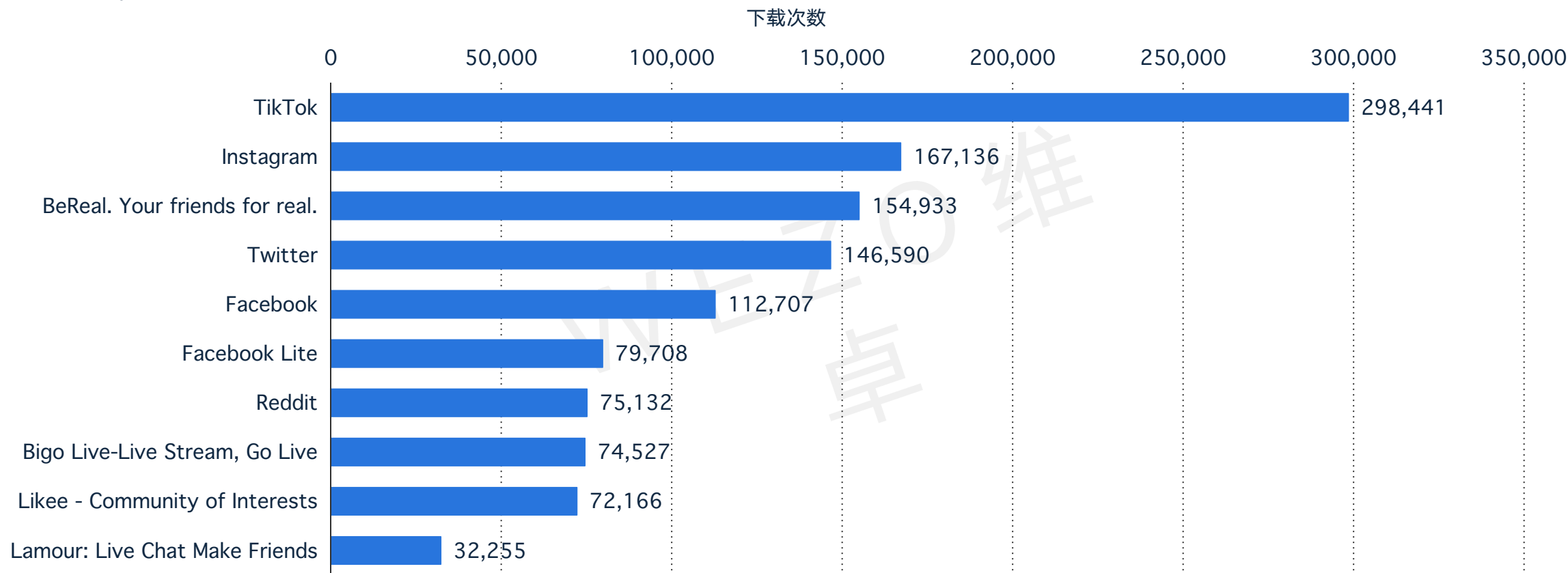
注：英国;2022 年第三季度;16-64岁;过去一个月使用过每个平台的互联网用户
来源：DataReportal; GWI; Meltwater; We Are Social

2022 年 9 月英国 Google Play 商店中领先的社交媒体应用（按下载量）

2022 年 9 月，移动优先视频平台 TikTok 是英国 Android 用户在 Google Play 商店中最受欢迎的社交媒体应用程序，下载量约为 29.8 万次。Instagram 排名第二，下载量近 16.7 万次，而照片应用 BeReal 排名第三，在审查期间从 Google Play 商店下载量近 15.5 万次。



扫描领取报告



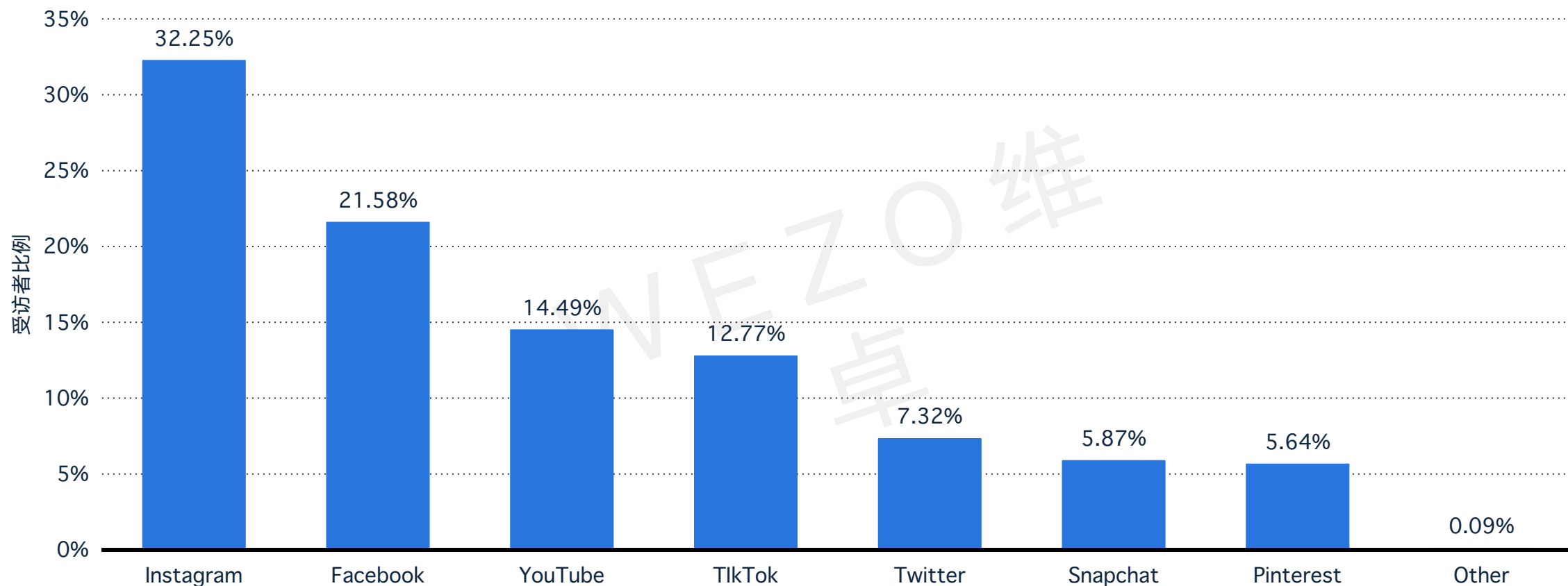
注：英国（大不列颠）；2022 年 9 月；基于对英国设备的下载。
来源：Airmow

截至 2022 年春季，英国时尚和生活方式买家中最受欢迎的社交媒体平台

=在 2022 年在英国进行的一项调查中，大约三分之一的时尚和生活方式买家表示他们更喜欢在 Instagram 上互动。近22%的受访者更喜欢Facebook，而在另外14.5%的受访者中，Youtube是最受欢迎的平台。



扫描领取报告



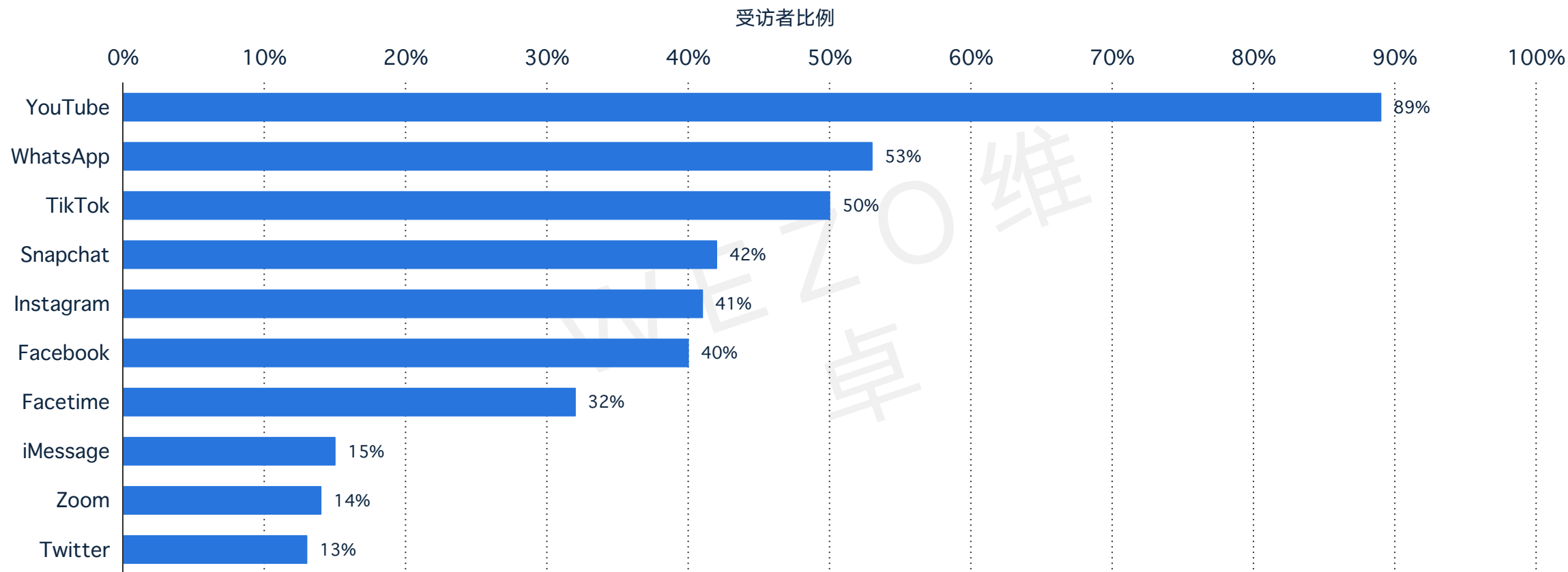
注：英国;2022 年春季;1,008名受访者;18岁及以上
来源：Cure Media

2021 年英国儿童使用的社交媒体网站或应用程序

YouTube 是 2021 年英国 8 至 17 岁儿童最有可能使用的在线网络，而 WhatsApp 和 TikTok 分别排名第二和第三。总体而言，42% 的 8 至 17 岁受访者报告使用 TikTok，而使用 Instagram 的受访者为 41%。



扫描领取报告



注：英国;2021;6,622名受访者;8-17岁
来源：Ofcom

第03章

Instagram

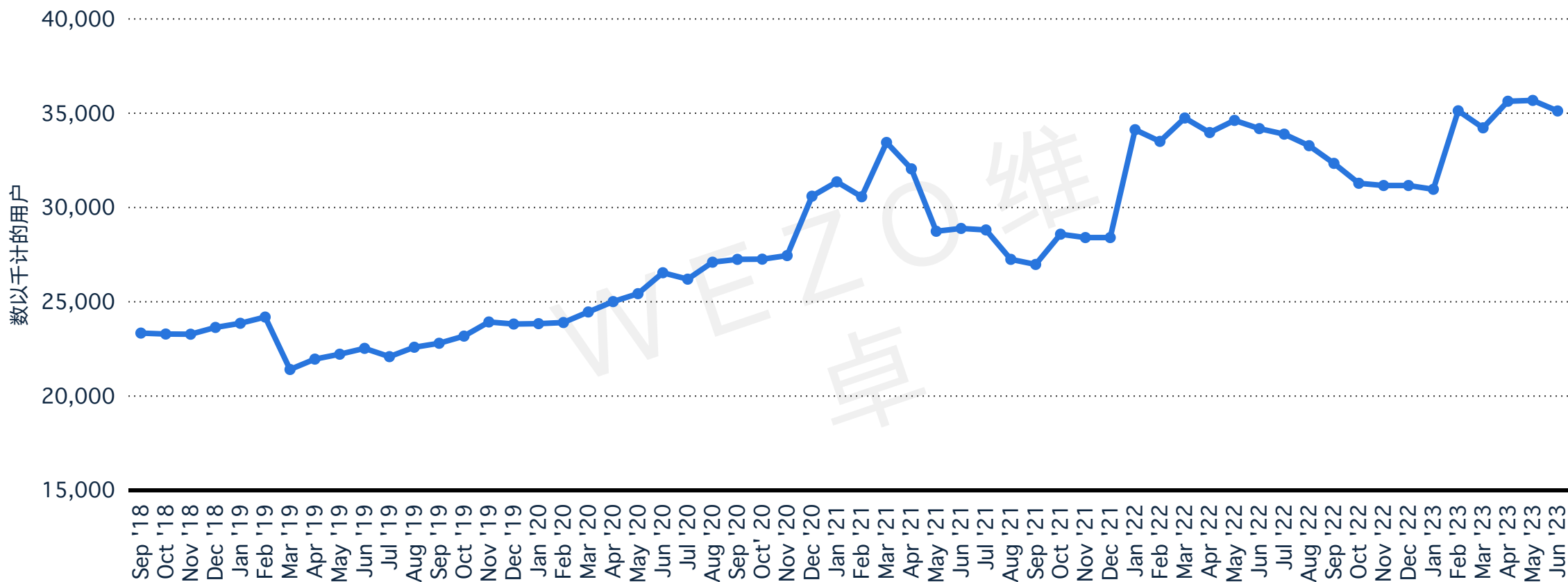


2018 年 9 月至 2023 年 6 月英国的 Instagram 用户数量（千人）

2023 年 6 月，英国有 3500 万 Instagram 用户。2023 年 1 月至 2 月期间，英国 Instagram 的用户数量迅速上升。



扫描领取报告



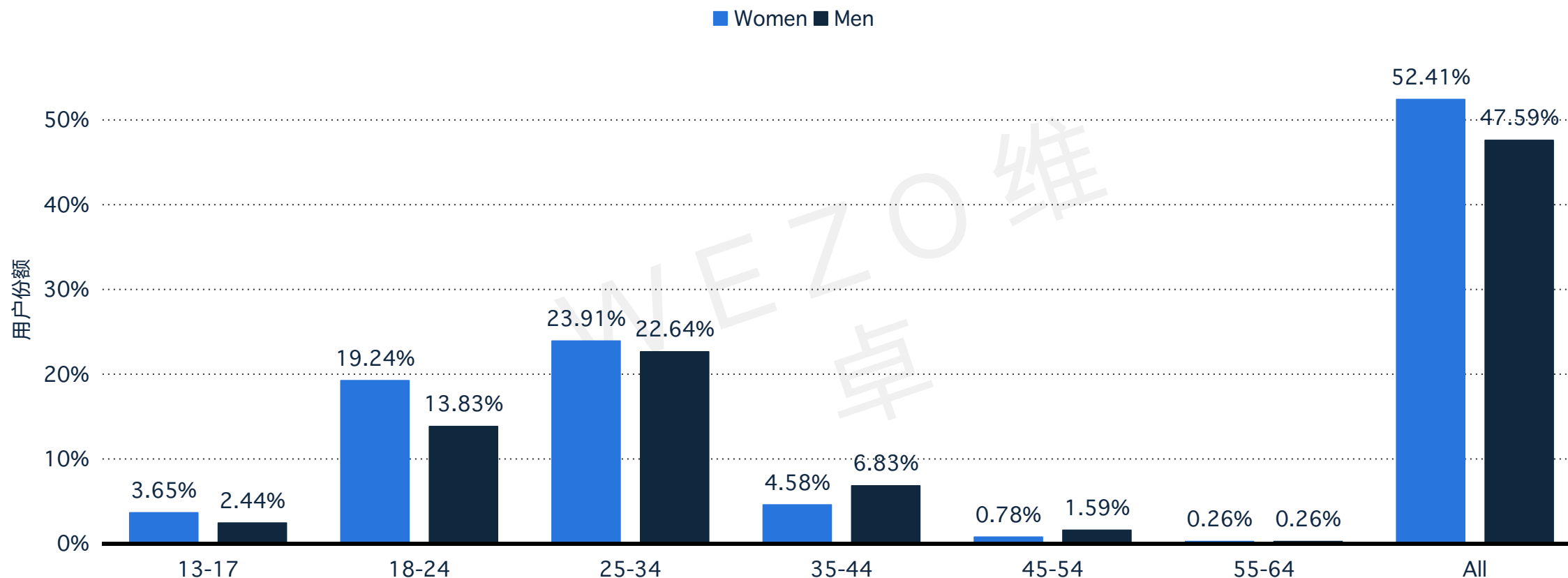
注：英国;2018年9月至2023年6月;13岁及以上
来源：NapoleonCat

2021 年第一季度英国 Instagram 使用情况（按年龄和性别分列）

Instagram 在英国的吸引力在 25 至 34 岁的女性中最为强烈，使用该平台的用户中有 24% 是这个年龄段的女性。总体而言，Instagram 在英国的受众中有 52.4% 是女性，而与 Instagram 互动的男性占总数的 47.6%。



扫描领取报告



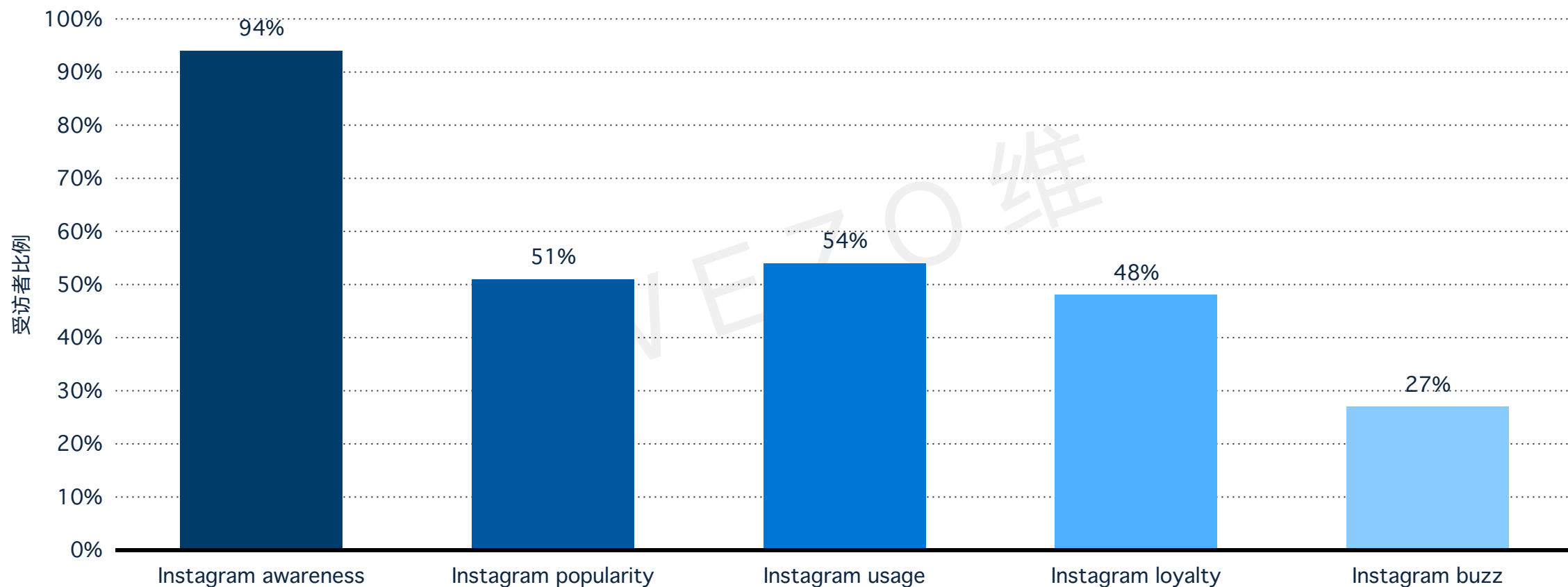
注：英国（大不列颠）；2021；13岁及以上
来源：HypeAuditor

2023 年英国社交媒体用户对 Instagram 的品牌认知度、使用率、受欢迎程度和忠诚度



扫描领取报告

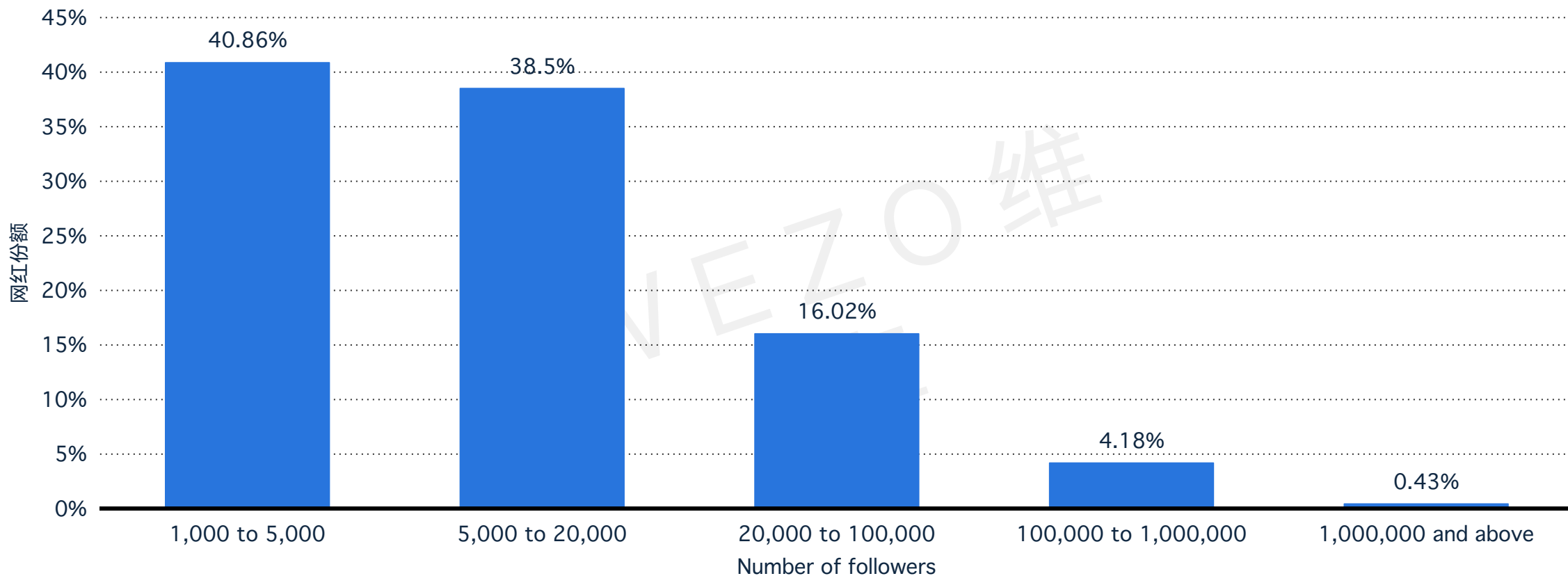
Instagram在英国的品牌知名度有多高？



注：英国；2023年5月25日至6月2日；1174名受访者；18至64岁；使用社交媒体的受访者
来源：Statista Consumer Insights

2021 年英国 Instagram 红人分布（按关注者数量）

2021 年，拥有 5,000 至 20,000 名粉丝的 Instagram 网红占英国网红账户的 38.5%。最受欢迎的群体是拥有 1,000 至 5,000 名订阅者的素人，占有所有红人的 40.86%。拥有10万至100万粉丝的宏观红人占总数的4.18%，而拥有超过100万粉丝的超级红人和名人占0.43%。



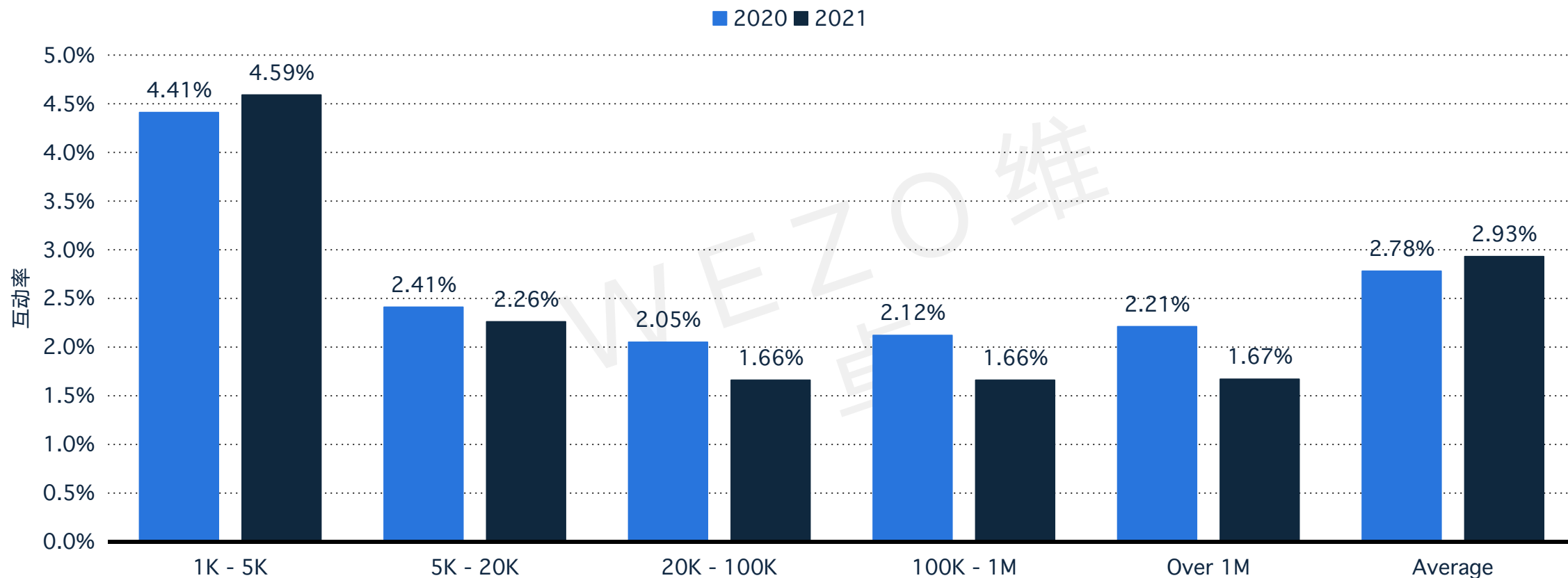
扫描领取报告

2020 年和 2021 年英国Instagram 红人的参与率（按关注者数量）

2021 年英国的利率（ER）为 4.59%。拥有 5,000 至 20,000 名追随者的微型红人紧随其后，ER为 2.26%。2021 年，拥有 1,000 至 5,000 名粉丝的 Instagram 纳米红人的平均参与率最高，为 2.92%。



扫描领取报告

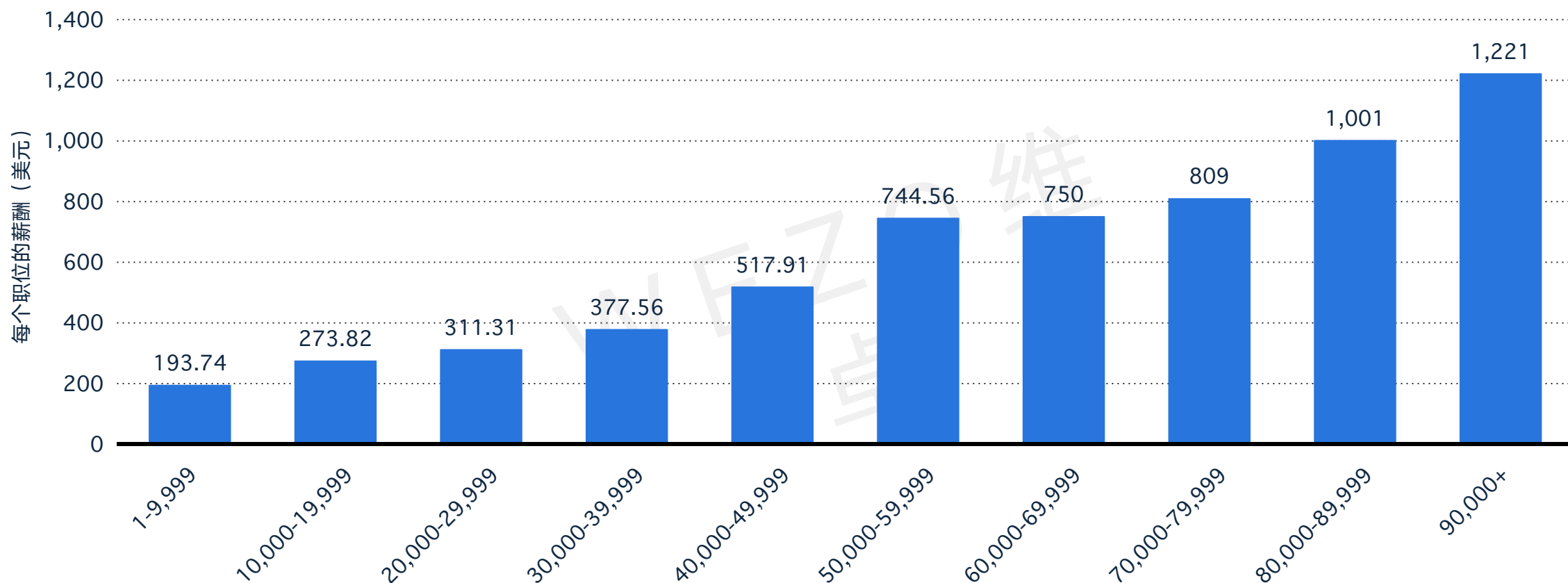


截至 2021 年 5 月，加拿大、英国和美国的 Instagram 网红每篇帖子预期报酬



扫描领取报告

在 2021 年对来自加拿大、英国和美国的红人进行的一项调查中，发现拥有 10,000 名粉丝的 Instagram 红人预计平均每篇帖子将获得约 195 美元的报酬。一个拥有超过 9 万粉丝的网红需要每个帖子 1,221 美元的报酬。



注：加拿大、英国、美国;2021 年 5 月;1,249 受访者
来源：Intellifluence

第04章

YouTube

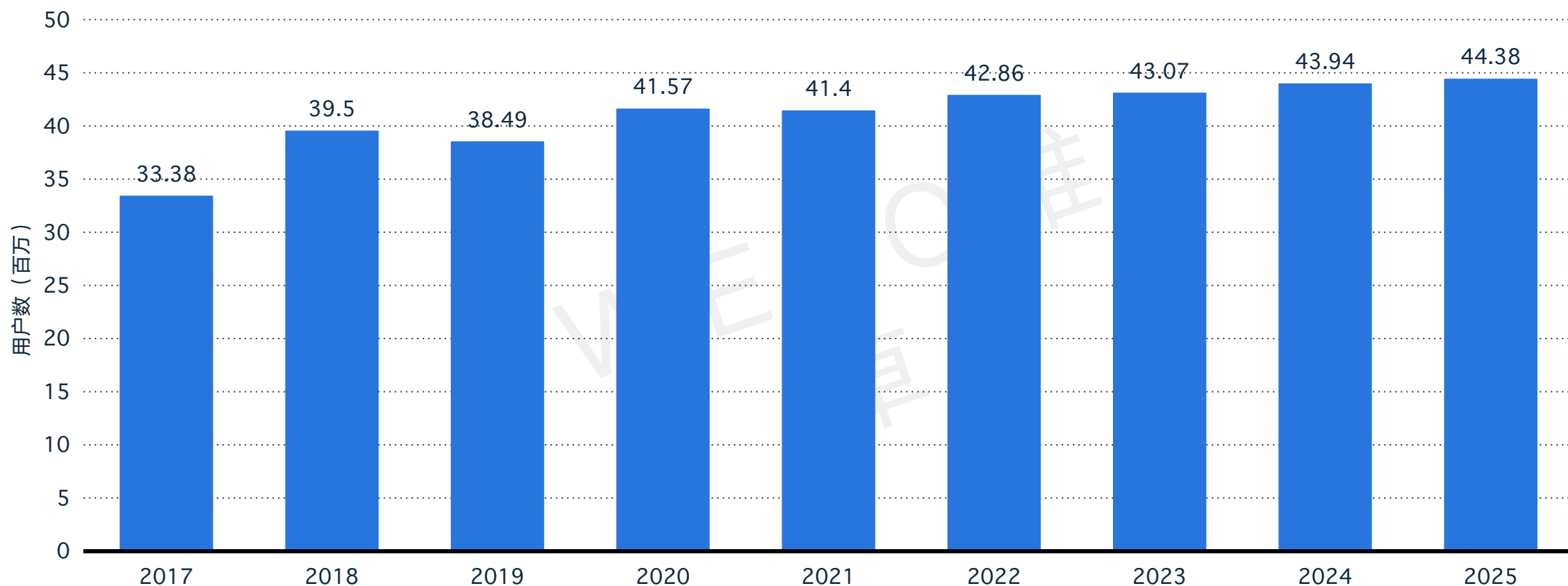


2017 年至 2025 年英国 Youtube 用户数量预测

2021 年，YouTube 在英国的用户群约为 4140 万用户。预计到 2025 年，英国的 YouTube 用户数量将达到 4438 万。用户数据是通过考虑公司文件或新闻材料、二次研究、应用程序下载和流量数据来估算的。它们是指在此期间的平均每月活跃用户。



扫描领取报告

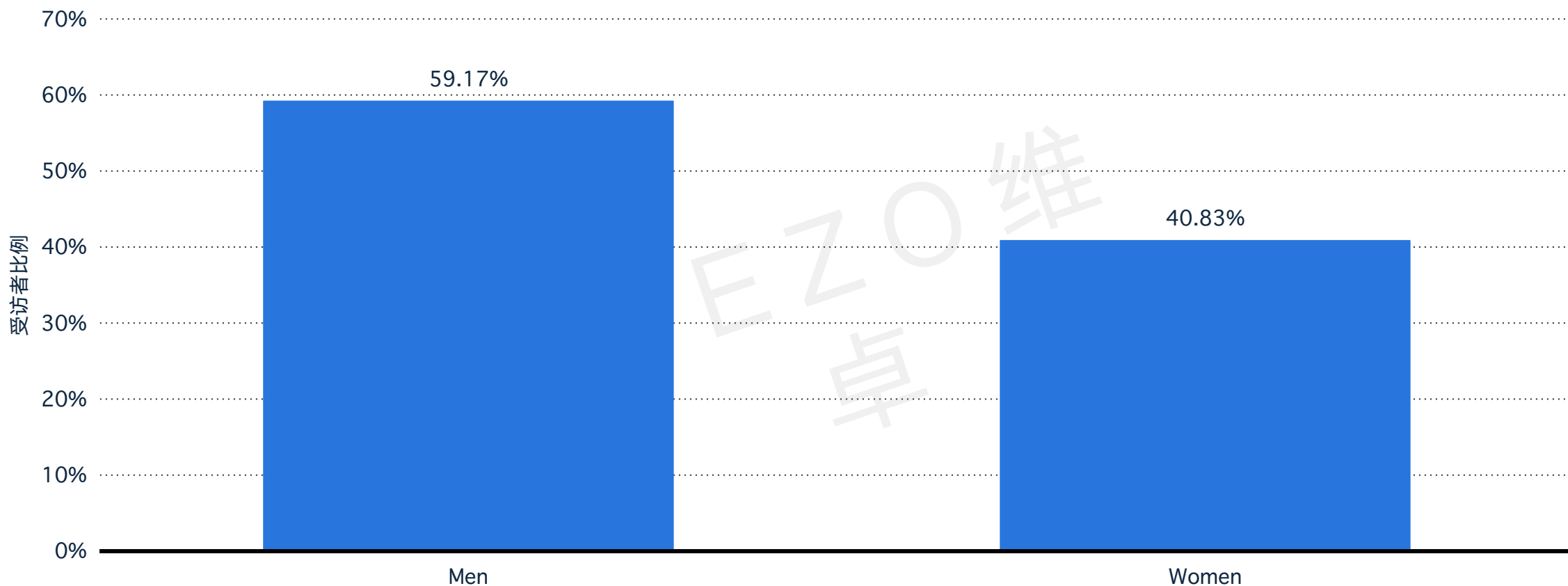


注：英国;2017-2019;所有值均为估计值。
来源：Statista

2021 年英国 YouTube 用户分布（按性别）

2021 年，英国的 YouTube 用户群由大约 59% 的男性用户组成。相比之下，在调查的一年中，女性约占流行在线视频平台受众的 41%。

扫描领取报告



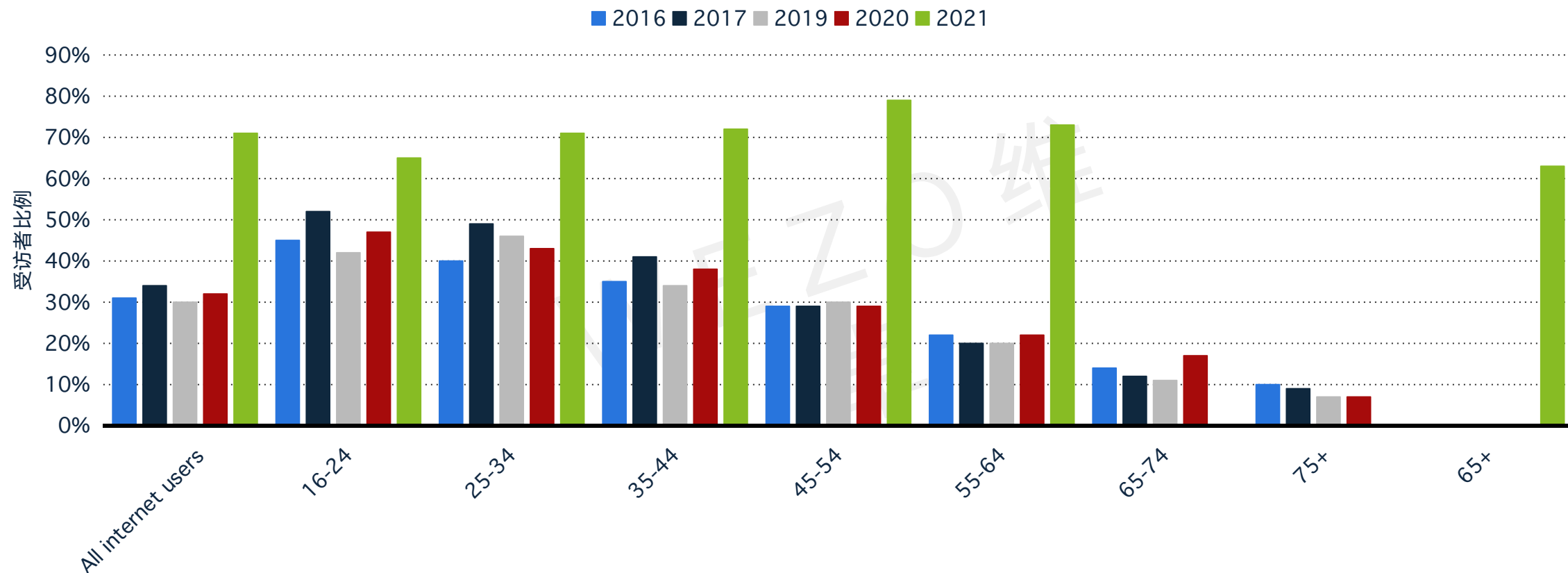
注：英国;2021;18岁及以上
来源：HypeAuditor

2016 年至 2021 年英国前一周观看短视频剪辑（例如在 YouTube 上）的个人比例（按年龄组划分）



扫描领取报告

2021 年，在英国（UK），65% 的 16 至 24 岁人群在前一周观看了短视频剪辑（例如在 YouTube 上）。相比之下，73% 的 55 至 64 岁的人观看了短视频剪辑，高于前一年的 22%。



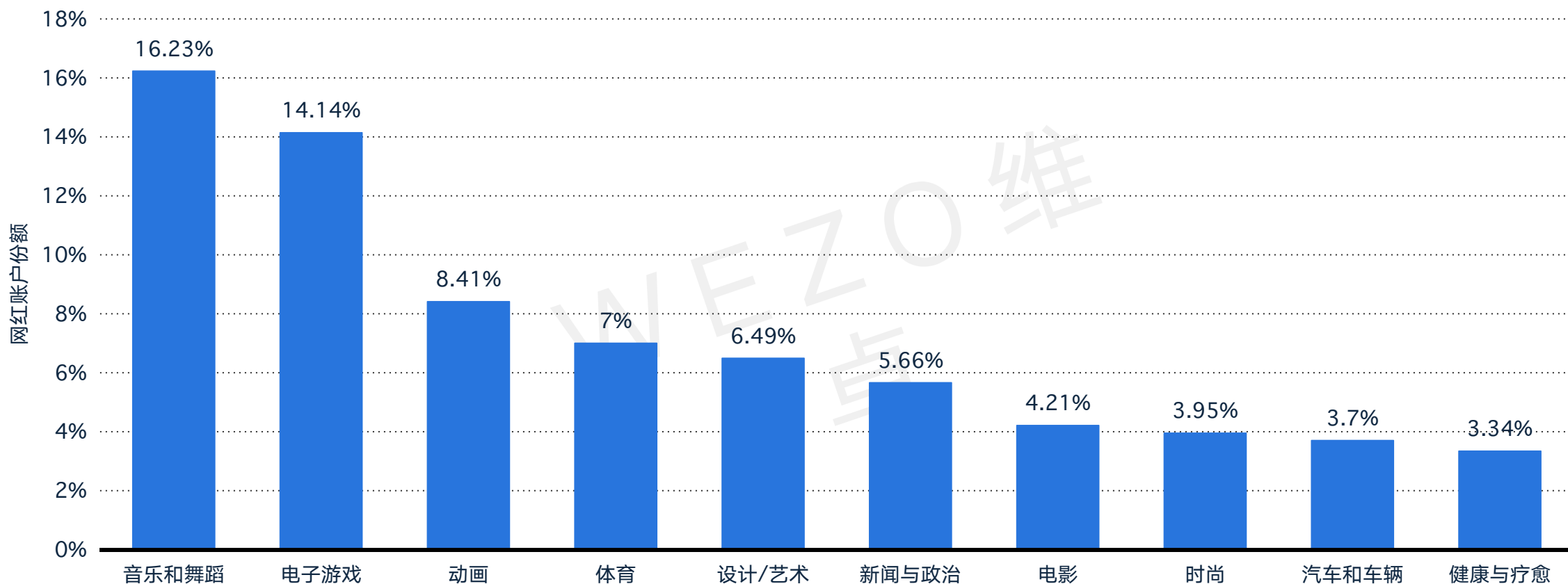
注：英国；2016年至2021年；16岁及以上；* n（2016）= 3,221；n（2017）= 2,861；n（2019）= 3,346；n（2020）= 3,422；** Ofcom 提供以前的调查期。最初的调查问题措辞如下：“而且，其中，[...]阅读更多
来源：Ofcom; Saville Rossiter-Base

2021 年英国网红份额最大的 YouTube 类别

音乐和舞蹈是 2021 年英国最受 YouTube 红人欢迎的类别，其中 16.23% 的人发布与该主题相关的视频。视频游戏和动画紧随其后，分别占14.14%和8.41%。



扫描领取报告



注：英国;2021
来源：HypeAuditor

加拿大、英国和美国的 YouTube 网红每个视频的预期报酬



在 2021 年对来自加拿大、英国和美国的红人进行的一项调查中，发现一个粉丝少于 5000 人的 YouTube 红人预计平均每个视频将获得约 207 美元的报酬。拥有超过一百万粉丝的网红需要每个视频36.7万美元的报酬。

关注者数量	同行/权威	Aspirational
1-4,999	207.32	
5,000-9,999	331.4	
10,000-14,999	567	
15,000-19,999	731.44	
850,000-899,999		1000
900,000-949,999		1250
950,000-999,999		2000
1,000,000+		3666.67

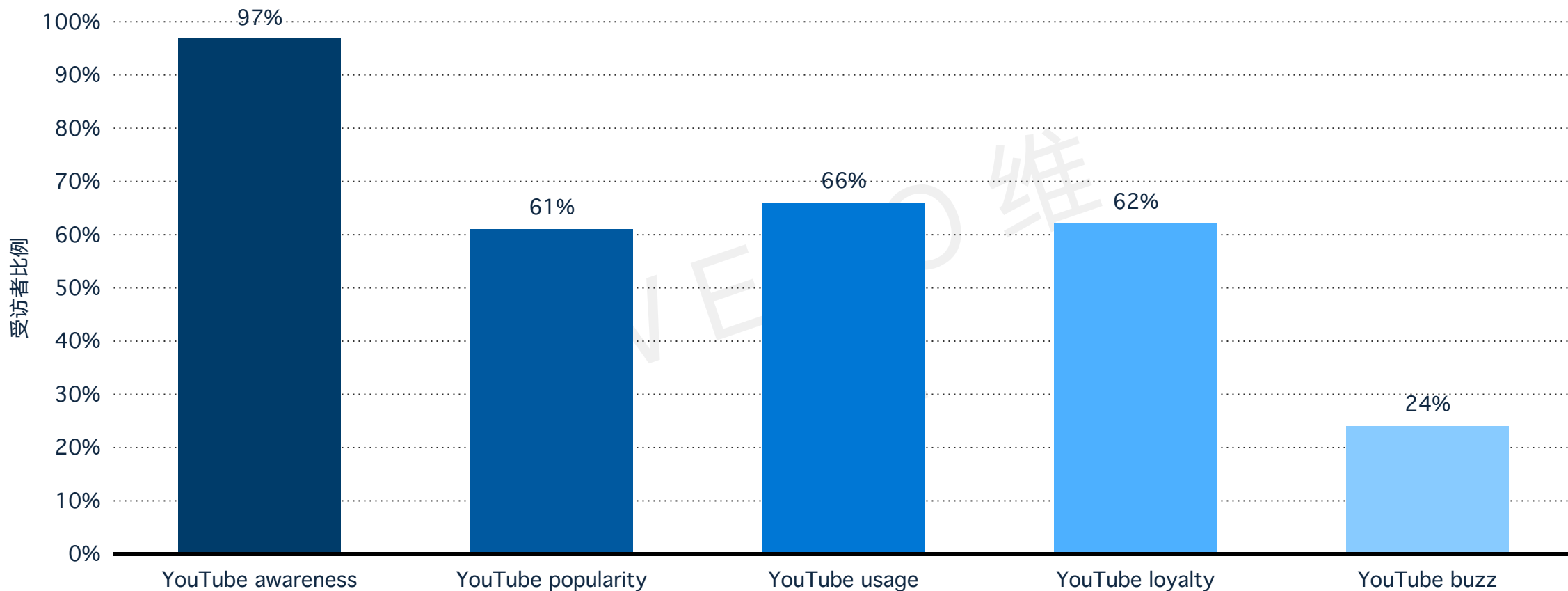
注：加拿大、英国、美国;2021 年 5 月;1,249 受访者
来源：Intellifluence

2022 年英国社交媒体用户对 YouTube 品牌的认知度、使用率、受欢迎程度、和忠诚度



扫描领取报告

YouTube在英国的品牌知名度有多高？



注：英国；2022 年 5 月 12 日至 18 日；1189 名受访者；18 至 64 岁；使用社交媒体的受访者
来源：Statista Consumer Insights

第05章

TikTok

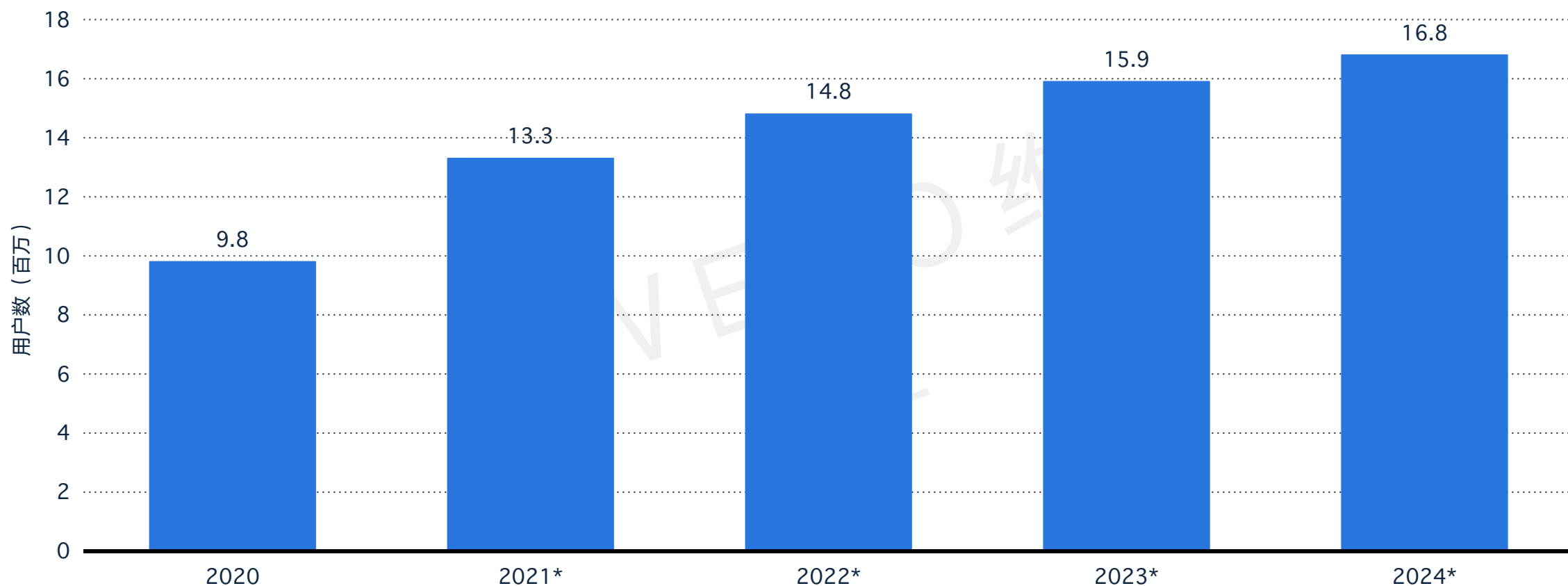


2020 年至 2024 年英国的 TikTok 用户预测数量（百万用户）

根据 2021 年 5 月发布的预测，到 2025 年，英国的 TikTok 用户数量预计将达到近 1500 万用户。该应用程序的增长预计将持续增长，到 2024 年将达到 1680 万用户。



扫描领取报告



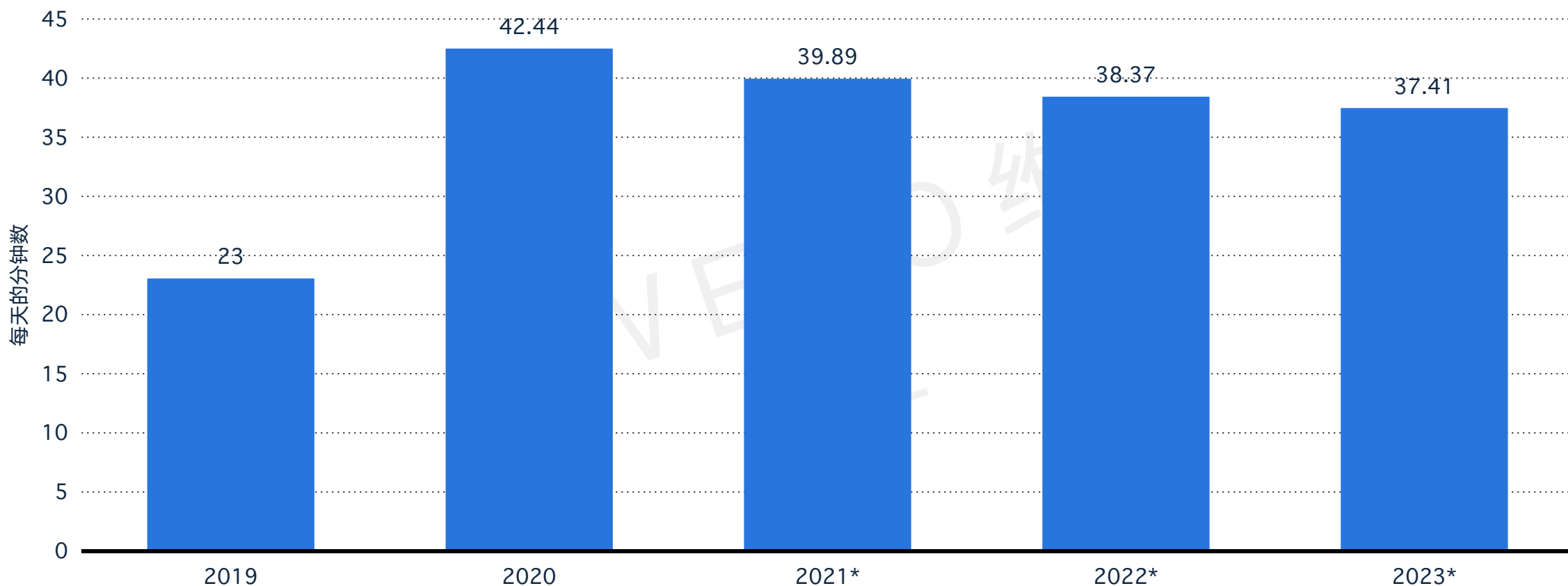
注：英国;2021年4月;每月至少通过任何设备访问其 TikTok 帐户一次的互联网用户; * 预测 消息来源添加了以下信息：“估计是基于对调查和交通数据的分析 [...] 阅读更多
来源：eMarketer; Netimperative

2019 年至 2023 年英国每天在 TikTok 上花费的平均分钟数预测



扫描领取报告

2020 年，英国 TikTok 用户平均每天在该应用上花费超过 42 分钟。与 2019 年相比，这增加了 84.5%，当时相应的时间为 23 分钟。据预测，未来几年在 TikTok 上花费的时间将减少，但该平台仍将保持积极使用。



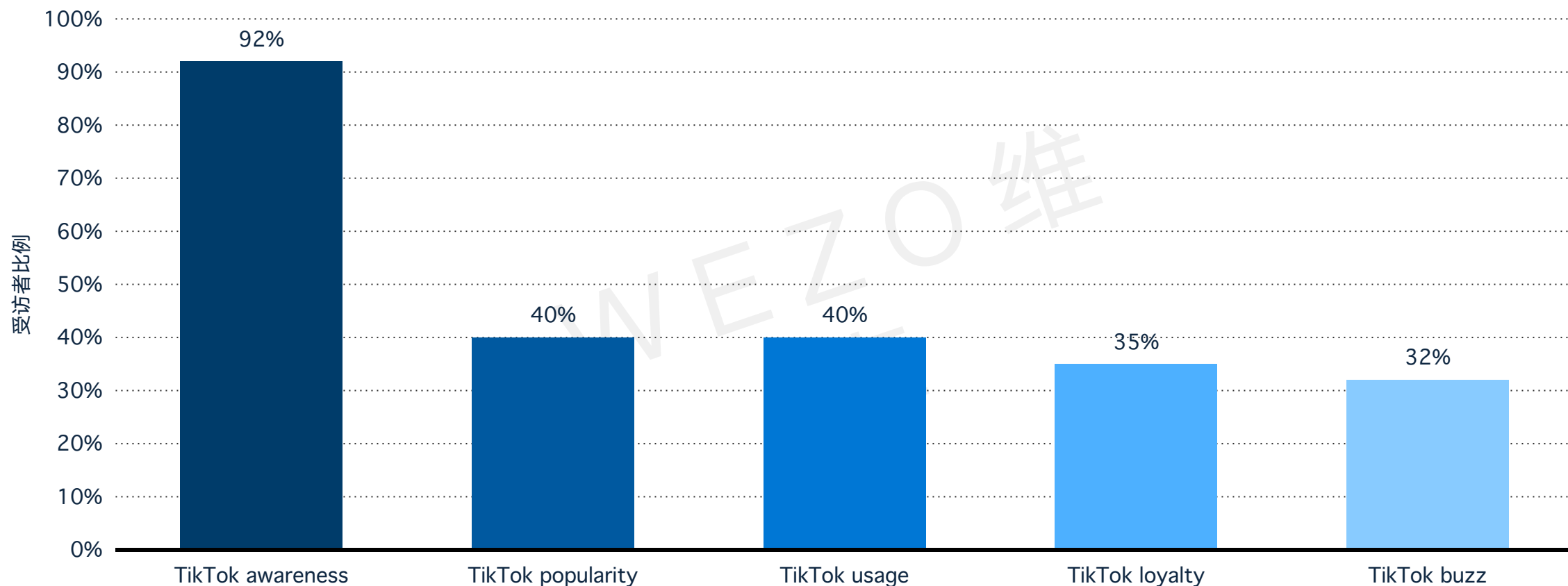
注：英国；2021年4月；每月至少通过任何设备访问其 TikTok 帐户一次的互联网用户；* 预测 消息来源添加了以下信息：“估计是基于对调查和交通数据的分析 [...] 阅读更多
来源：eMarketer; Netimperative

2022 年英国社交媒体用户对 TikTok 的品牌认知度、使用率、受欢迎程度和忠诚度



扫描领取报告

TikTok在英国的品牌知名度有多高？

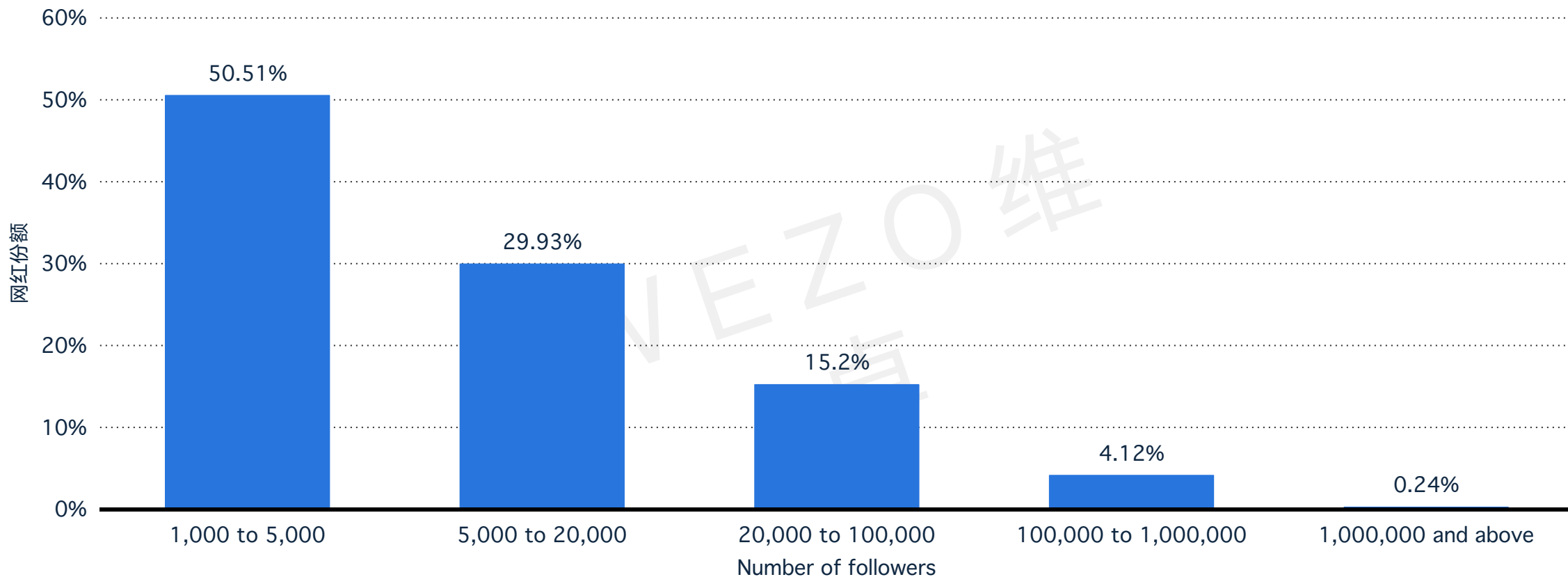


注：英国；2022 年 5 月 12 日至 18 日；1189 名受访者；18 至 64 岁；使用社交媒体的受访者
来源：Statista Consumer Insights

2021 年英国的 TikTok 红人分布，按关注者数量划分

2021 年，拥有 1 到 5000 名粉丝的 TikTok 网红占英国网红账户总数的一半。相比之下，该平台上 0.24% 的红人账户拥有超过 100 万粉丝。

扫描领取报告

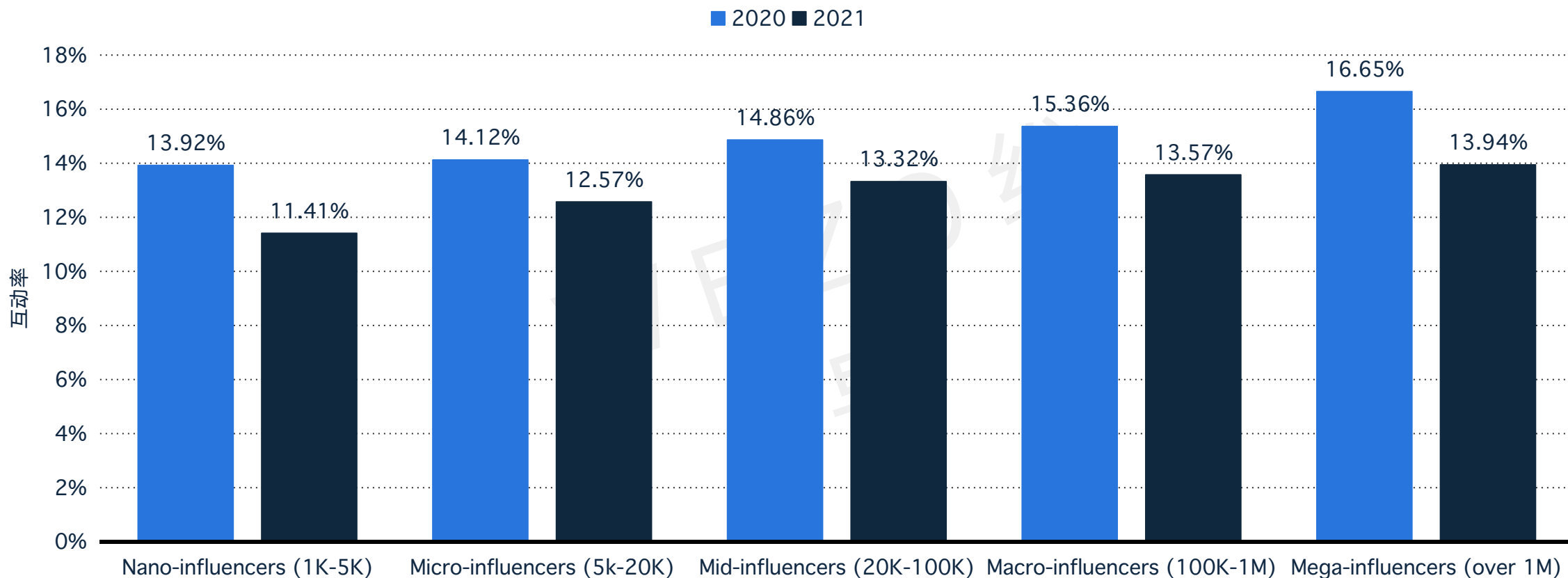


2020 年和 2021 年英国TikTok 红人的参与率，按关注者数量划分

2021 年，拥有 1 到 5000 名粉丝的 TikTok 网红占英国网红账户总数的一半。相比之下，该平台上0.24%的红人账户拥有超过100万粉丝。



扫描领取报告



加拿大、英国和美国的 TikTok 网红每段视频的预期报酬（按关注者数量划分）



扫描领取报告

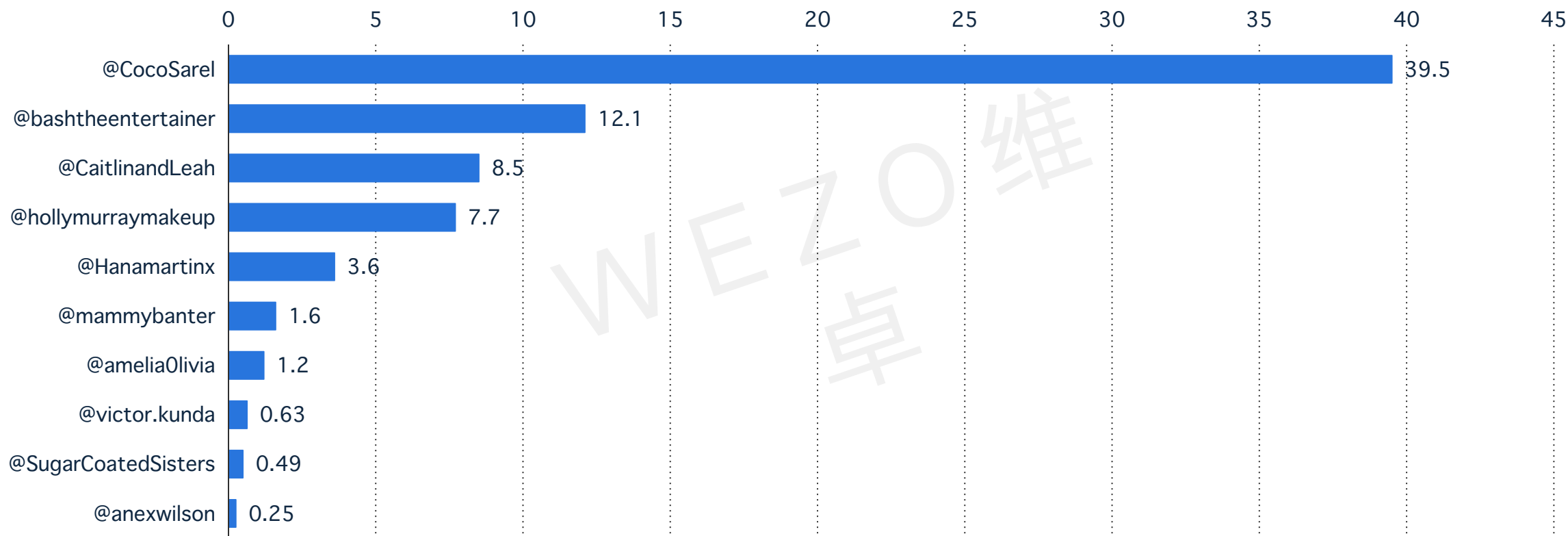
在 2021 年对来自加拿大、英国和美国的红人进行的一项调查中，发现一个粉丝少于 5000 人的 TikTok 红人预计平均每个视频将获得约 181 美元的报酬。拥有超过 500 万粉丝的网红需要每个视频支付 43.7 万美元的报酬。

关注者数量	Peer/authoritative	Aspirational
1-4,999	180.85	
5,000-9,999	241	
10,000-14,999	283.33	
15,000-19,999	550	
20,000-24,999	880	
25,000+	927.2	
1,000,000-1,999,999		2658.33
2,000,000-2,999,999		2750
3,000,000-3,999,999		3093.06
4,000,000-4,999,999		3436.11
5,000,000+		4372.22

2022 年英国最受欢迎的新兴 TikTok 红人 创作者，按关注者数量（以百万计）

2022 年，根据受众规模，@CocoSarel 是英国 TikTok 上领先的新内容红人 创作者。这位有影响力的人和视频博主拥有近 4000 万粉丝，是迄今为止最受欢迎的新兴内容红人 创作者。TikTok 红人 创作者 @bashtheentertainer 以 1200 万粉丝欣赏他的喜剧风格视频排名第二。美容频道@CaitlinandLeah在英国红人 创作者中排名第三，截至年底拥有超过 850 万粉丝

Number of followers in millions



第06章

营销洞察

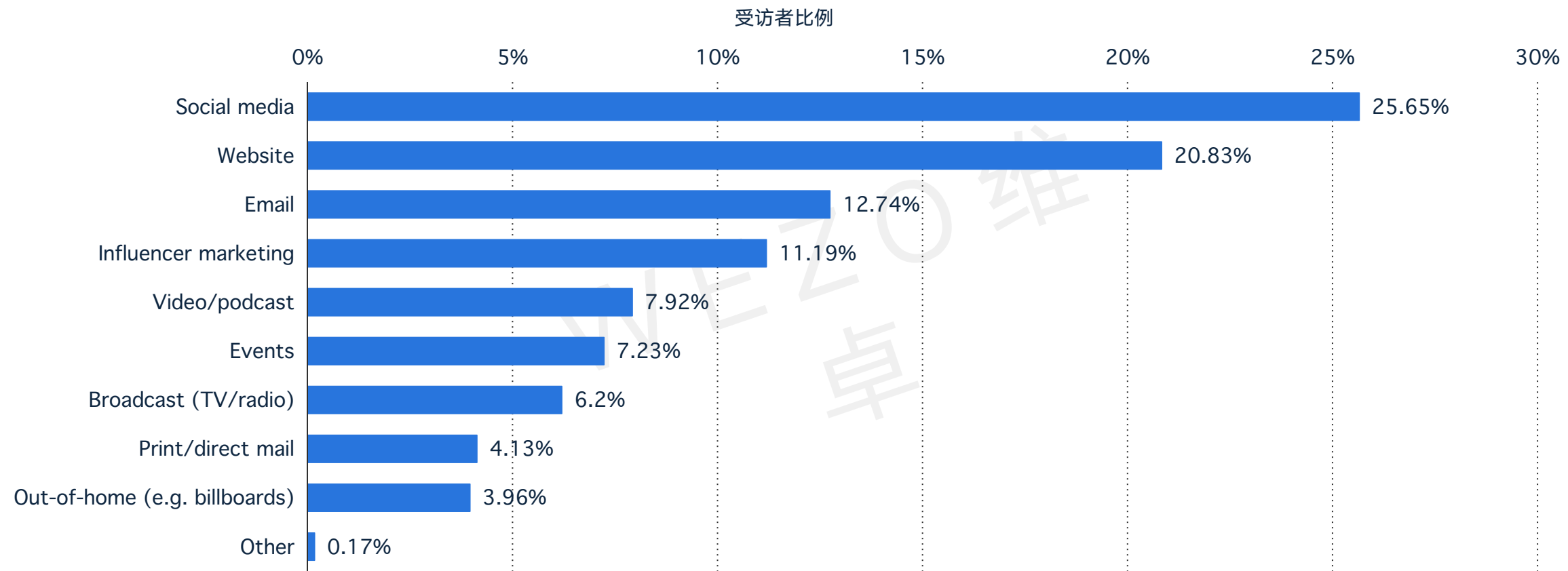


截至 2022 年春季，英国企业对消费者（B2C）营销人员的主要营销渠道

在 2022 年在英国进行的一项调查中，大约 26% 的企业对消费者（B2C）营销人员表示，社交媒体是他们的主要营销渠道。紧随其后的是网站和电子邮件，分别有21%和13%的受访者点名。



扫描领取报告



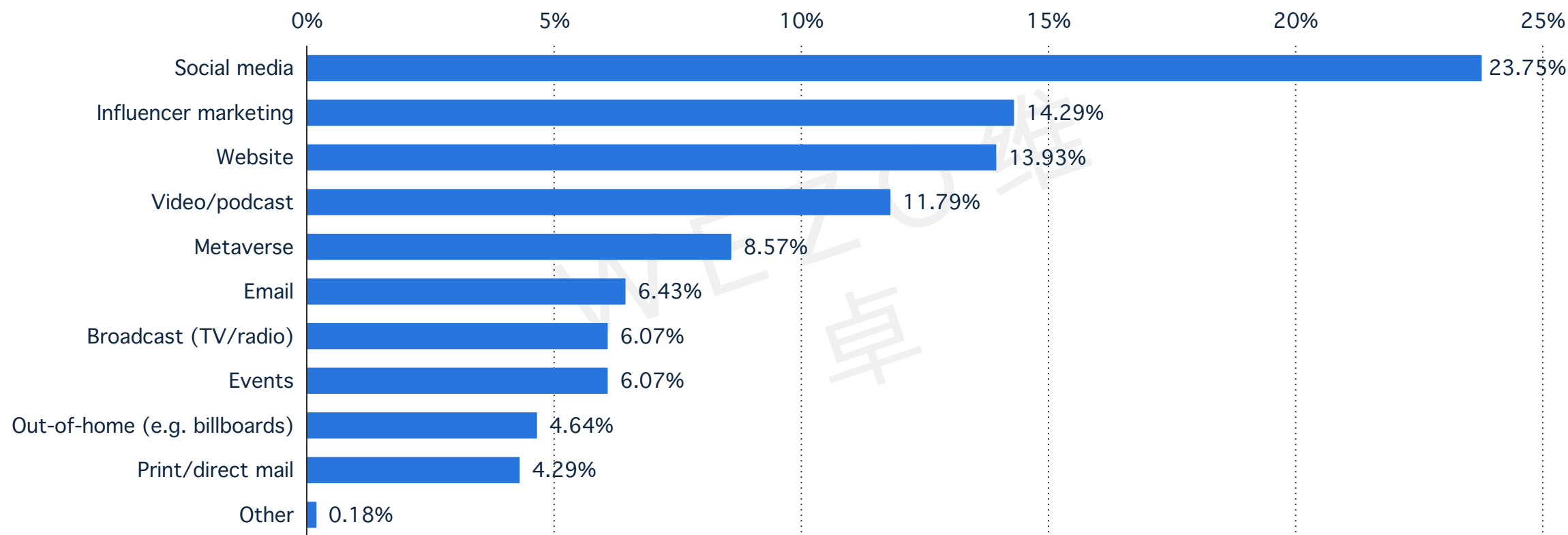
截至 2022 年春季，根据英国企业对B2C营销人员的数据，具有最高增长潜力的营销渠道



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，大约 26% 的企业对消费者（B2C）营销人员表示，社交媒体是他们的主要营销渠道。紧随其后的是网站和电子邮件，分别有21%和13%的受访者点名。

受访者比例



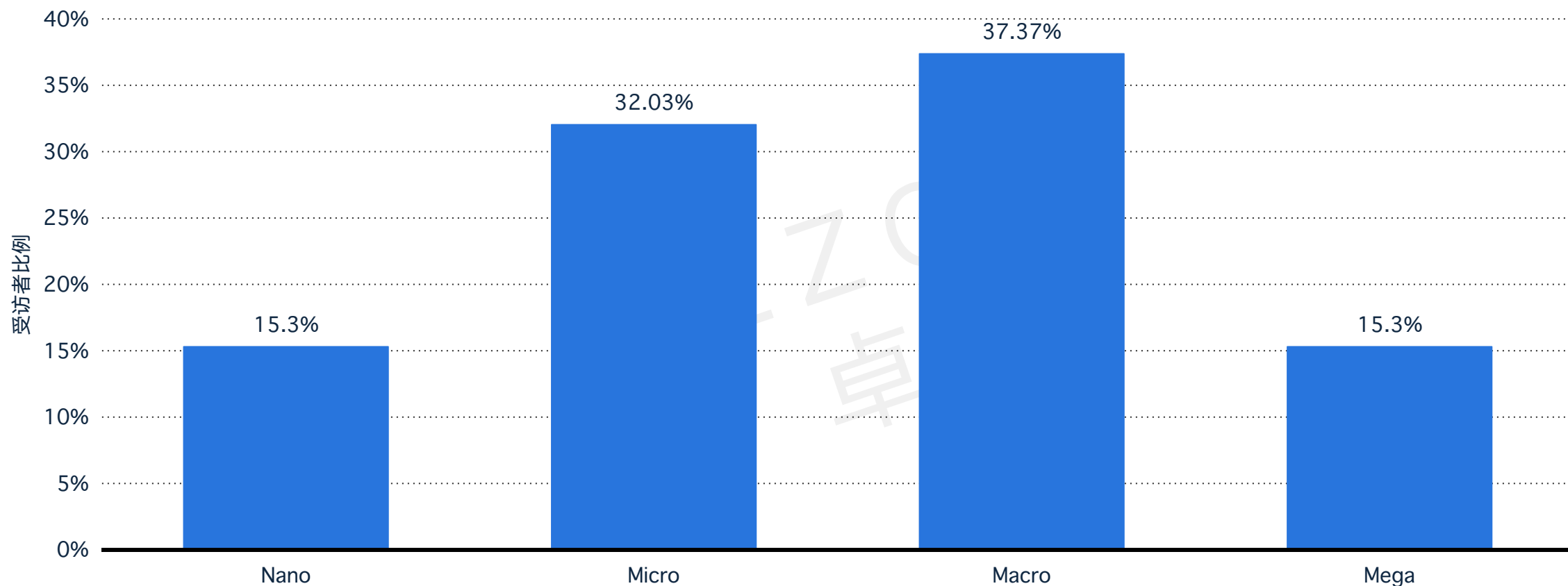
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，英国企业对消费者B2C营销人员对红人的使用情况（按关注者数量）



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，超过 37% 的受访企业对消费者（B2C）营销人员表示他们曾与宏观红人合作（拥有 100,00 至 1,000,000 名粉丝），另有 32% 的人表示他们曾与微型红人合作（10,000 至 99,000 名关注者）。



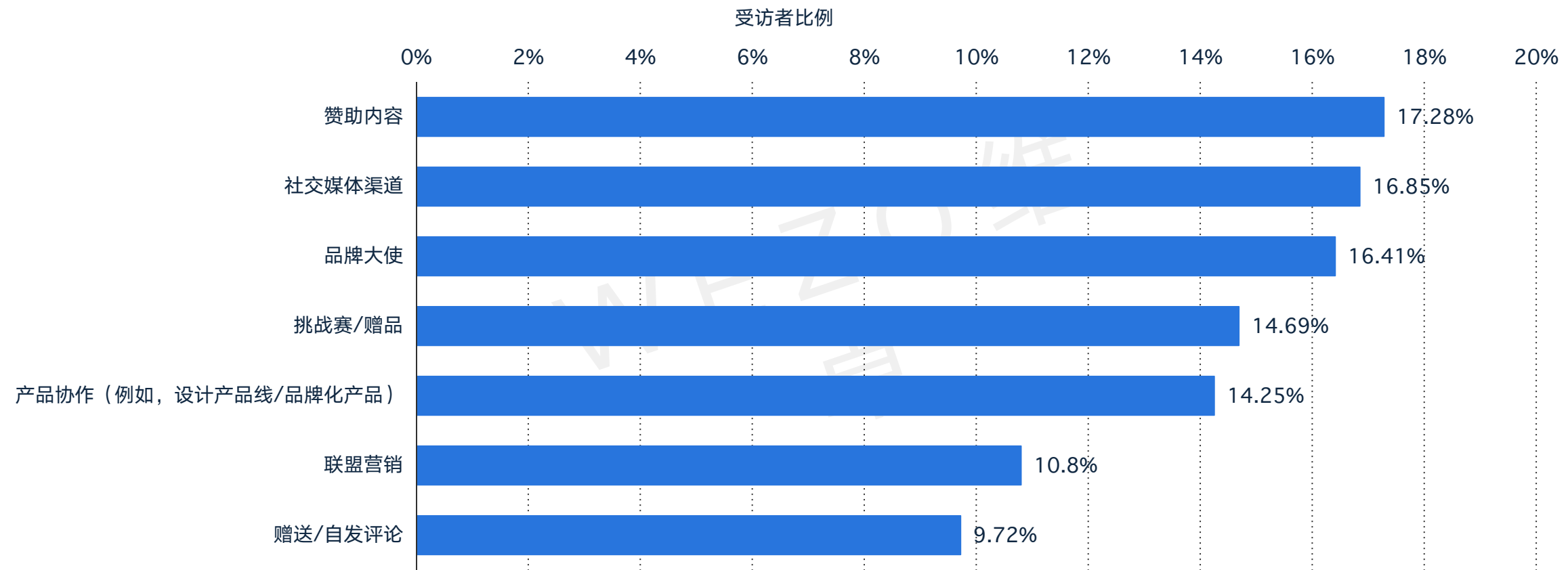
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，英国企业对B2C营销人员使用的红人 创作者类型

在 2022 年在英国进行的一项调查中，超过 17% 的受访企业对消费者（B2C）营销人员表示，他们将赞助内容作为其红人营销策略的一部分。大约15%的人表示，他们在这种情况下使用了比赛和/或赠品。



扫描领取报告



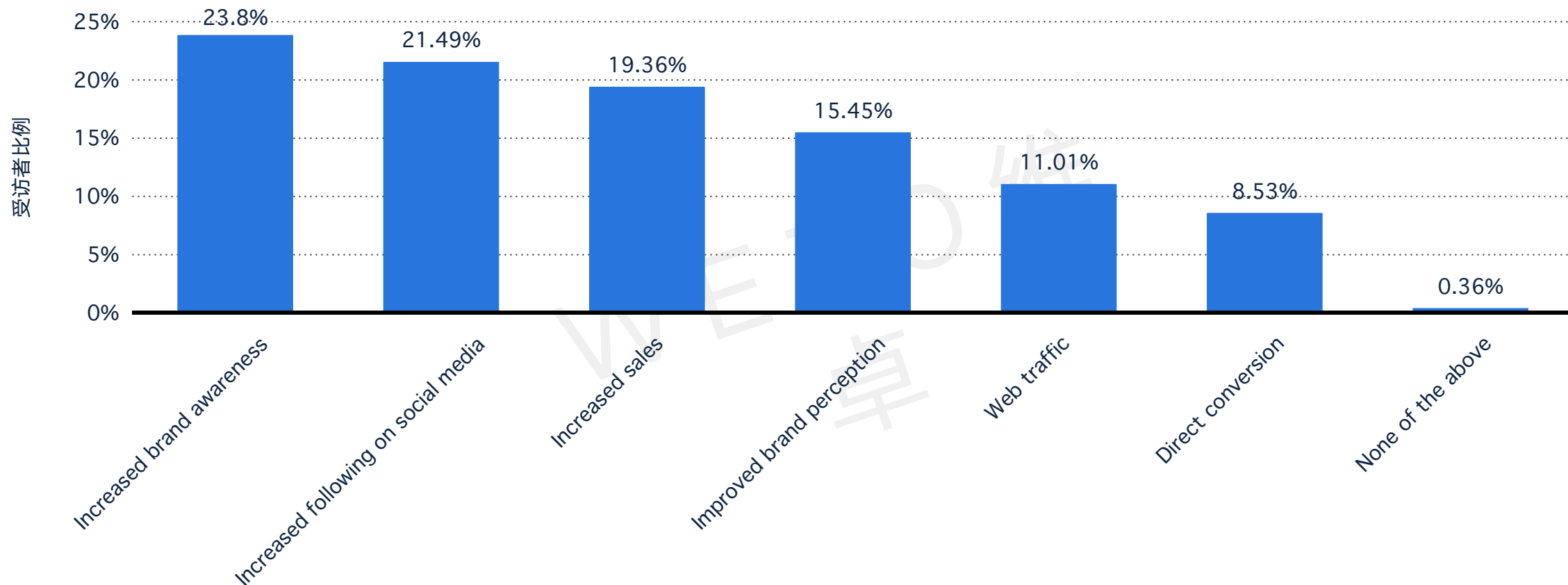
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，英国企业对B2C营销人员的红人 创作者目标



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，近 24% 的受访企业对消费者（B2C）营销人员将提高品牌知名度列为红人营销的目标之一。关注度增加，社交媒体关注度增加，分别有21.5%和19%的受访者提到。



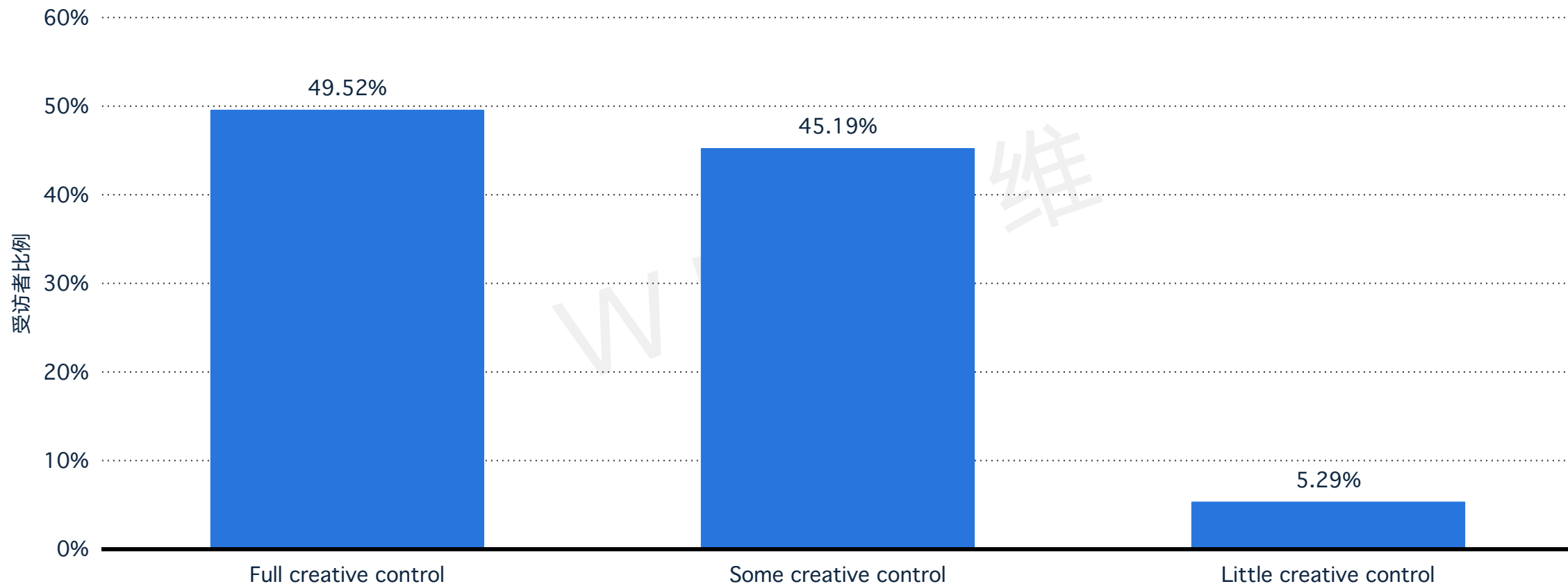
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，根据英国企业对B2C营销人员的数据，品牌在红人 创作者中行使的创意控制水平



扫描领取报告

在Kingdom中，近50%的企业对消费者（B2C）营销人员表示，他们认为品牌应该对红人 创作者帖子拥有完全的创意控制权;另有45% 的人认为他们的品牌应该有 s描述：在 2022 年在联合 ome 控制中进行的一项调查中。



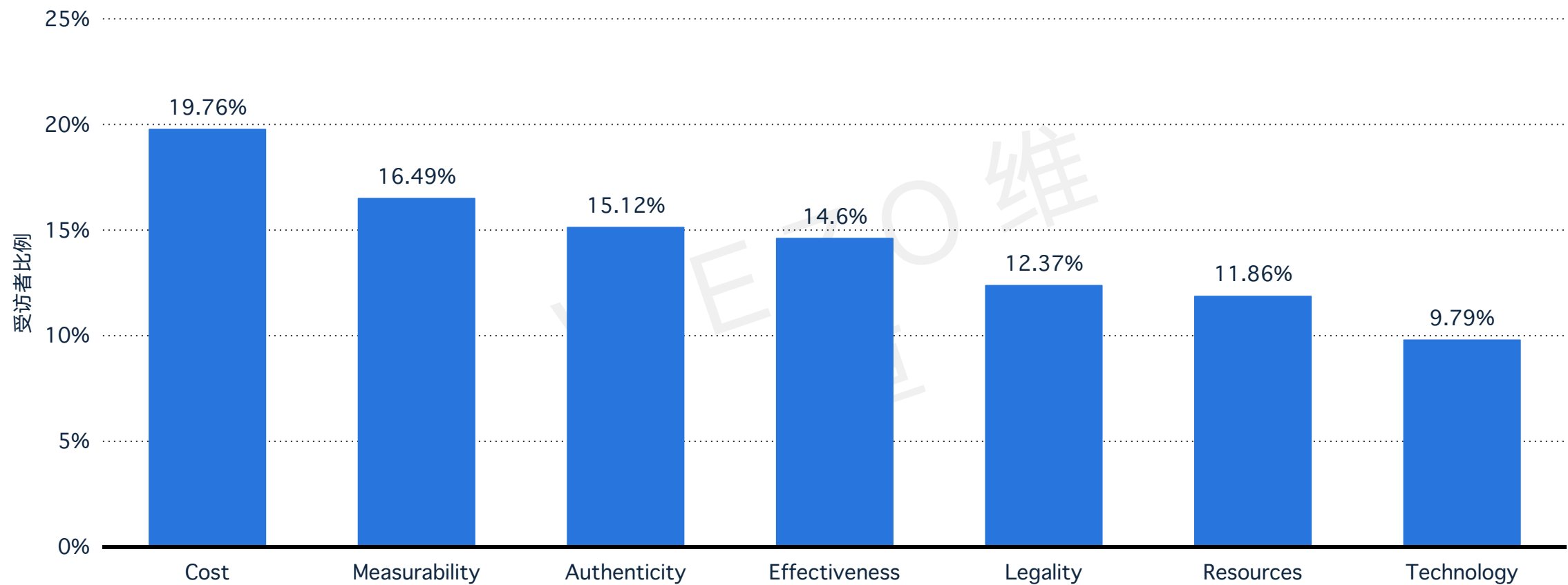
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，根据英国企业对B2C 营销人员的主要红人营销问题/挑战



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，近 20% 的受访企业对消费者（B2C）营销人员将成本列为红人营销的主要问题或挑战之一。可测量性和真实性紧随其后，分别为16.5%和15%。



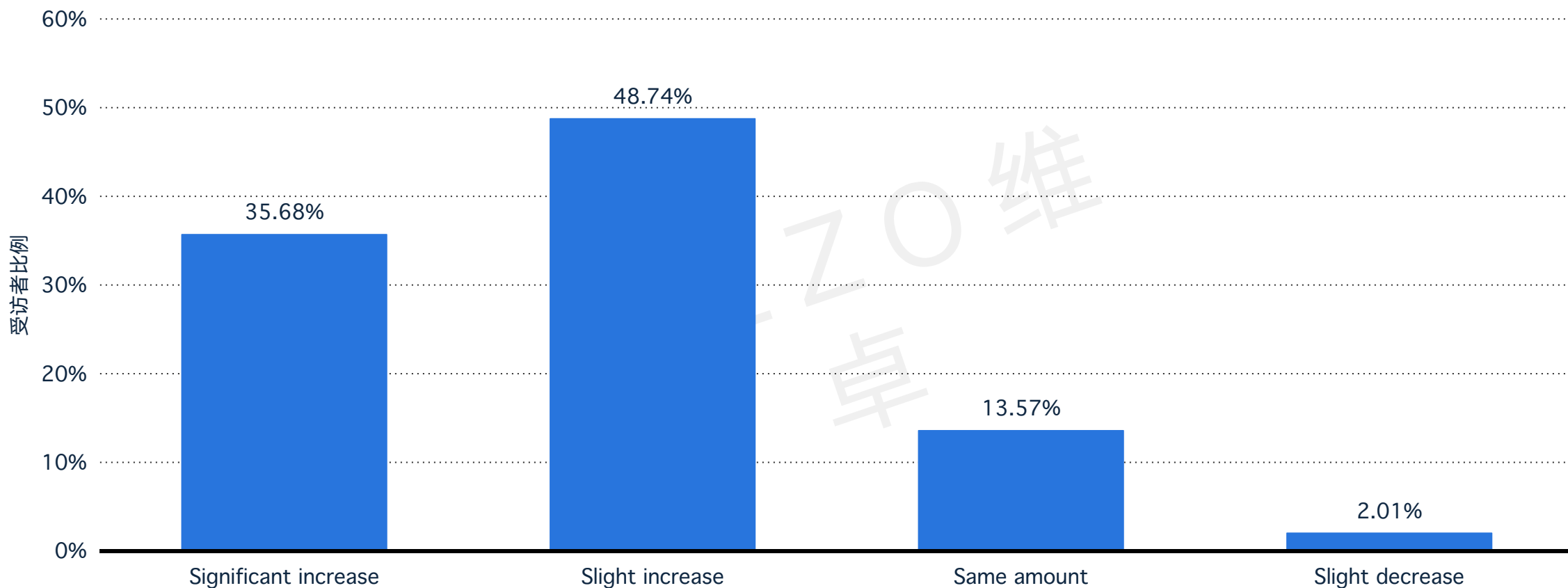
注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

2022 年英国企业对B2C营销人员红人 创作者支出的预期变化

在 2022 年初在英国进行的一项调查中，超过 84% 的受访企业对消费者（B2C）营销人员表示，他们预计红人 创作者支出将（略有或显着）增加，而只有 2% 的人预计（略有）减少。



扫描领取报告



注：英国;2022 年春季;208名受访者;在营销决策者中
来源：Cure Media

第07章

消费者洞察

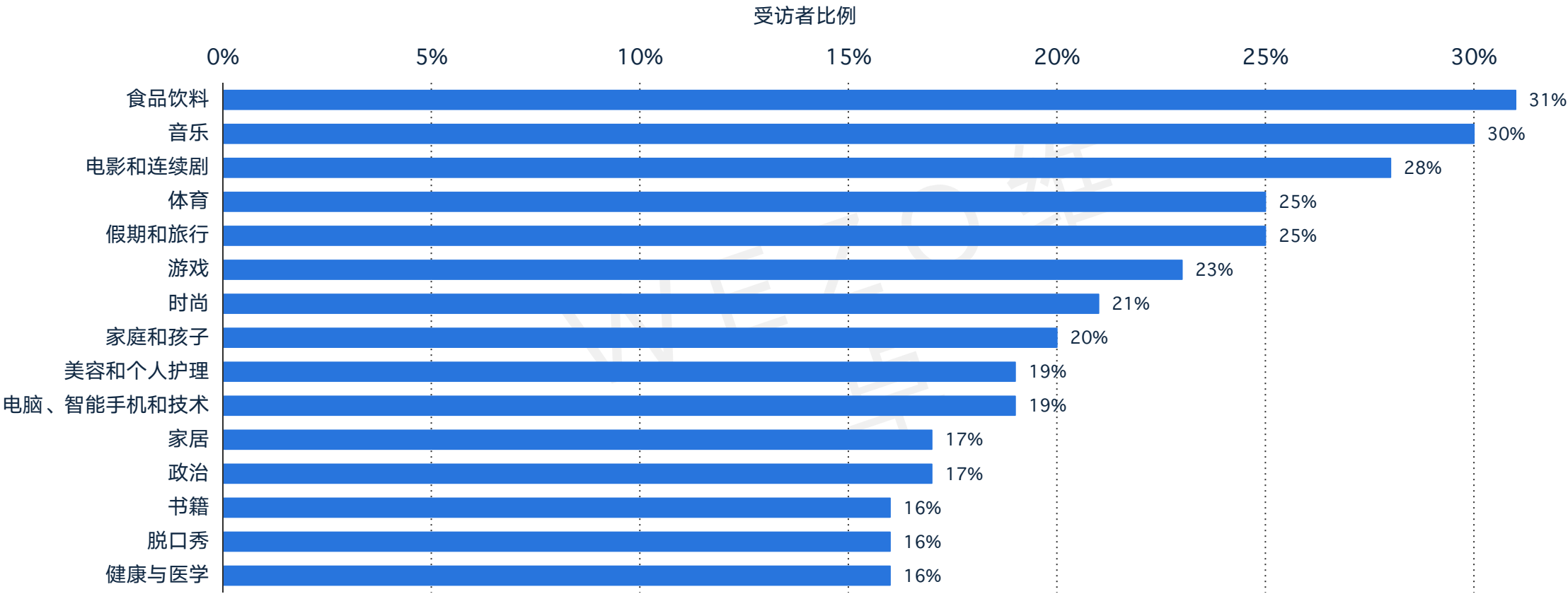


截至 2023 年 6 月，英国在线最受关注的产品/话题

当被问及“网上最受关注的产品/话题”时，大多数英国受访者选择“食品和饮料”作为答案。在我们 2023 年的在线调查中，有 31% 的人这样做了。



扫描领取报告



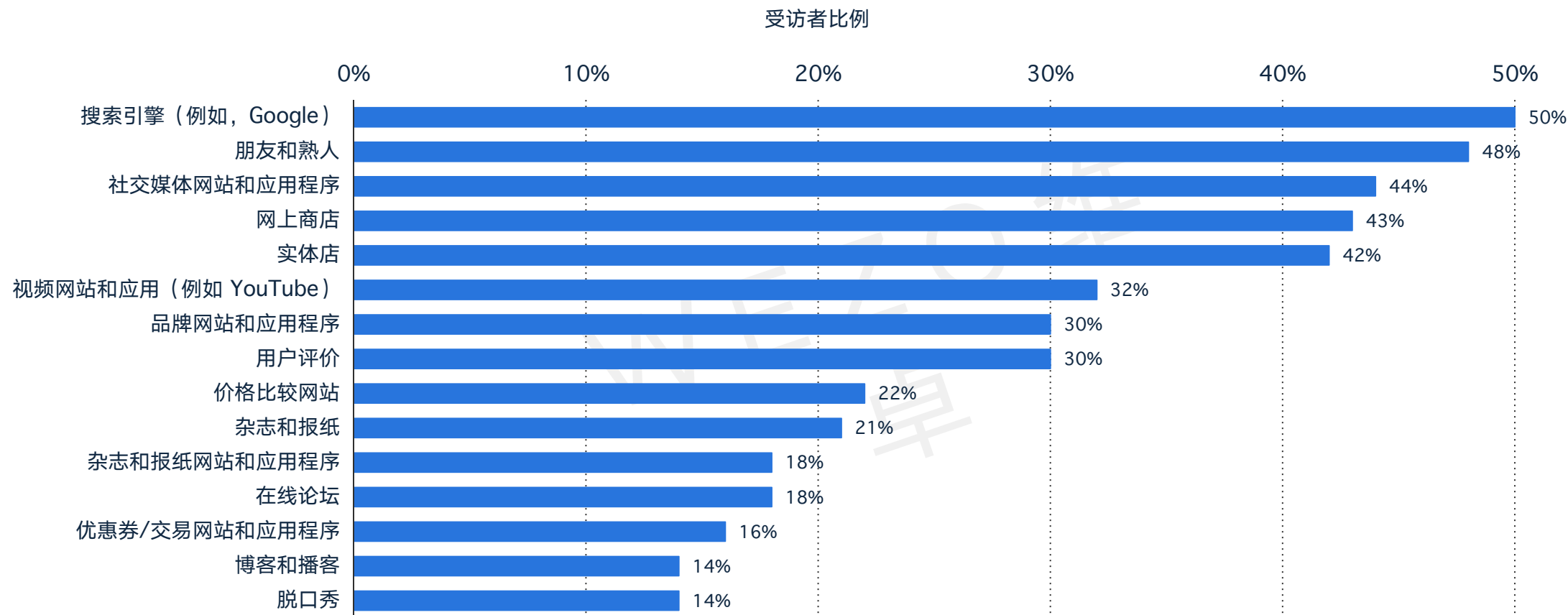
注：英国;2022 年 7 月至 2023 年 6 月;4030名受访者;18-64岁
来源：Statista Consumer Insights

截至 2023 年 6 月英国新产品的灵感来源

“搜索引擎（例如谷歌）”和“朋友和熟人”是英国消费者在“新产品灵感来源”调查中的前两个答案。



扫描领取报告



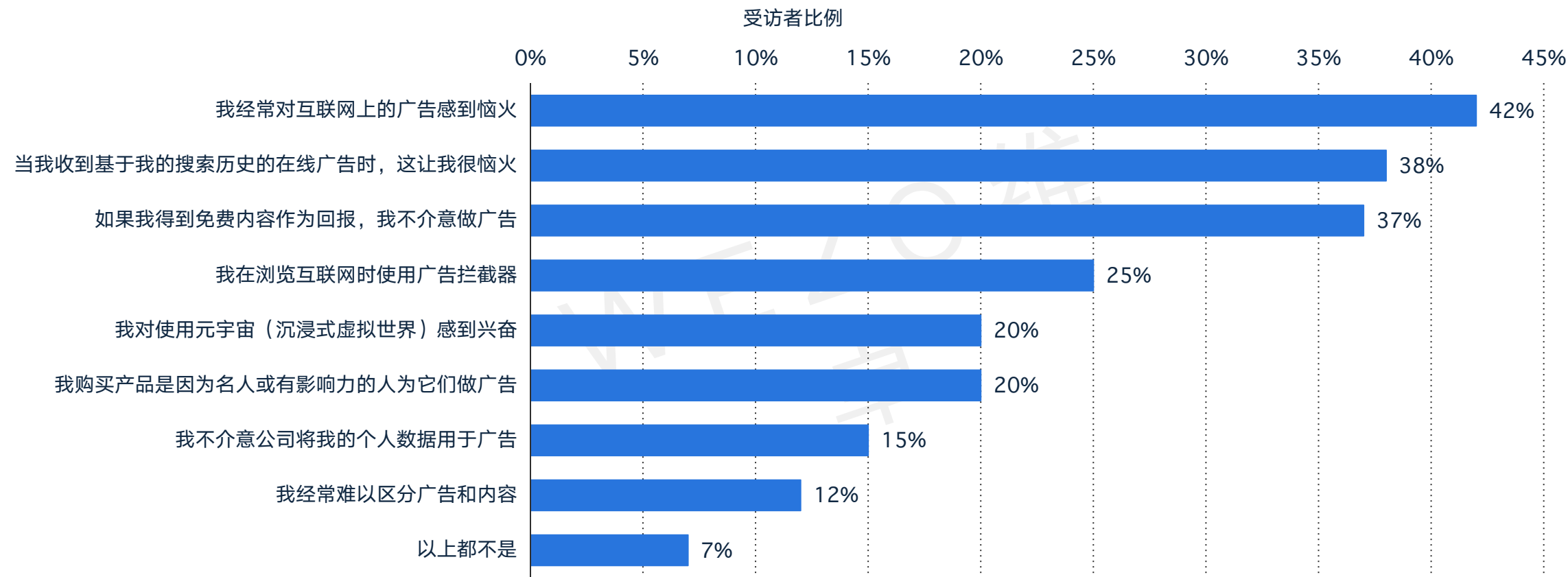
注：英国;2022 年 7 月至 2023 年 6 月;4030名受访者;18-64岁
来源：Statista Consumer Insights

截至 2023 年 6 月，英国对在线广告的态度

当被问及“对在线广告的态度”时，大多数英国受访者选择“我经常对互联网上的广告感到恼火”作为答案。在我们 2023 年的在线调查中，有 42% 的人这样做了。



扫描领取报告



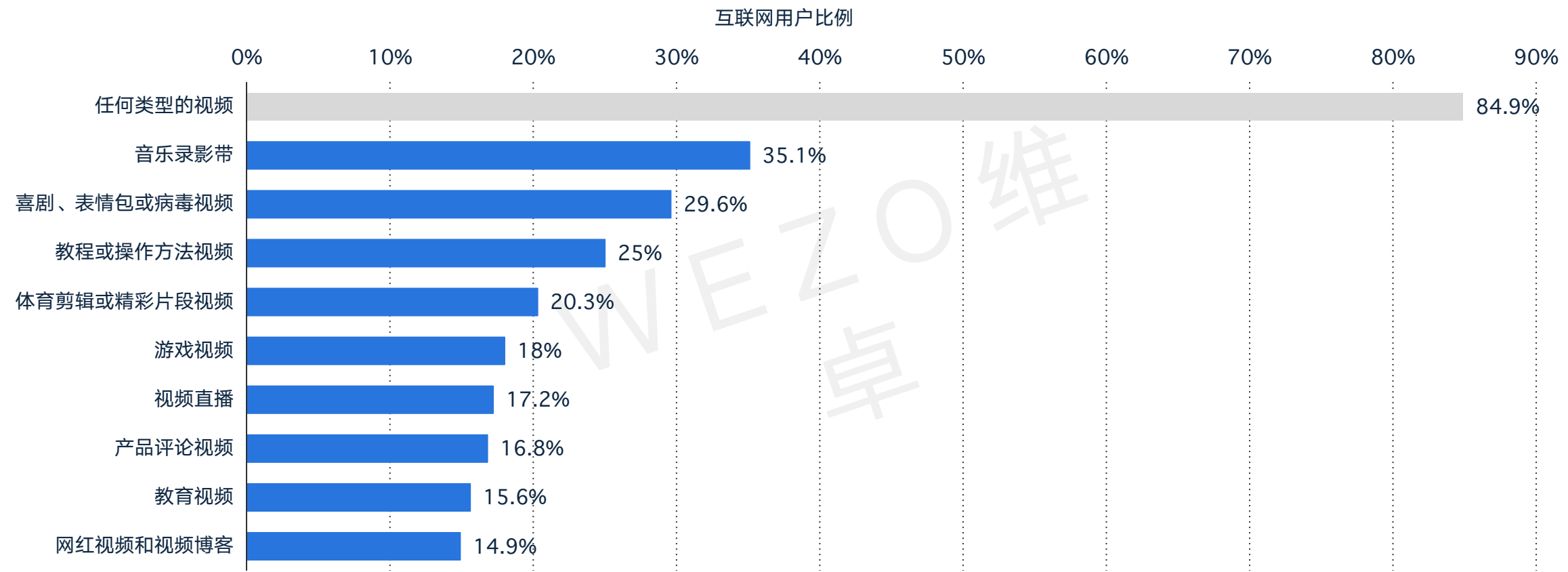
注：英国;2022 年 7 月至 2023 年 6 月;4030名受访者;18-64岁
来源：Statista Consumer Insights

2022 年Q3最受英国互联网用户欢迎的视频内容类型（按每周使用覆盖率）

在 2022 年第三季度，在线视频在英国互联网用户的受众覆盖率接近 85%。音乐视频的覆盖率最高，35%的受访互联网用户表示每周都会在线观看此类视频。大约17%的英国受访者表示观看了直播视频，而大约十分之二的受访者表示观看了体育剪辑或精彩视频。



扫描领取报告



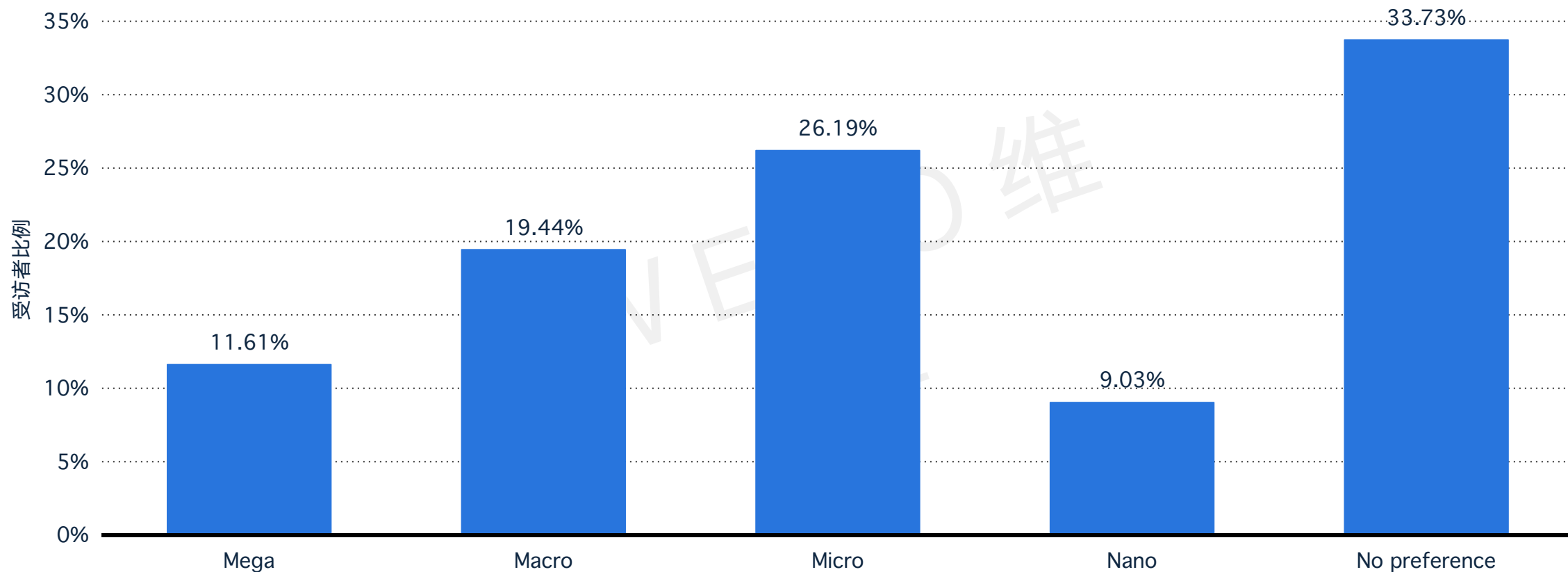
注：英国;2022 年第三季度;16-64岁;网民
来源：DataReportal; GWI; Meltwater; We Are Social

截至 2022 年春季，英国时尚和生活方式买家最有可能关注的红人类型



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，大约三分之一的时尚和生活方式消费者表示，就粉丝数量而言，他们对有影响力的人没有偏好。大多数这样做的受访者最有可能关注占一万到 9.9 万粉丝的微型红人。拥有超过100万粉丝的超级红人只吸引了不到12%的消费者。



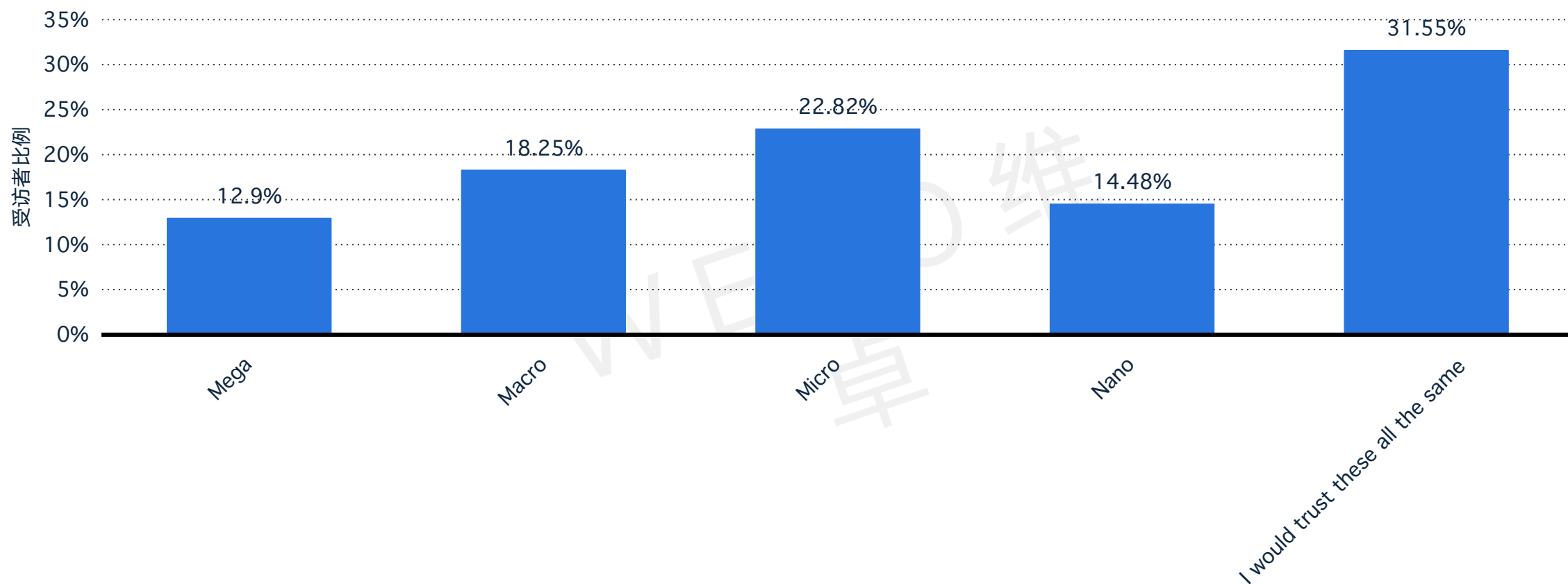
注：英国;2022 年春季;1,008名受访者;18岁及以上
来源：Cure Media

截至 2022 年春季，英国时尚和生活方式买家对红人的信任度（按红人类型划分）



扫描领取报告

在 2022 年在英国进行的一项调查中，超过 30% 的受访时尚和生活方式消费者表示，他们对红人的信任度在关注者数量方面没有差异。对于那些确实有偏好的受访者，微型追随者（占一万到9.9万名追随者）似乎是最值得信赖的，近23%的受访者最信任他们。



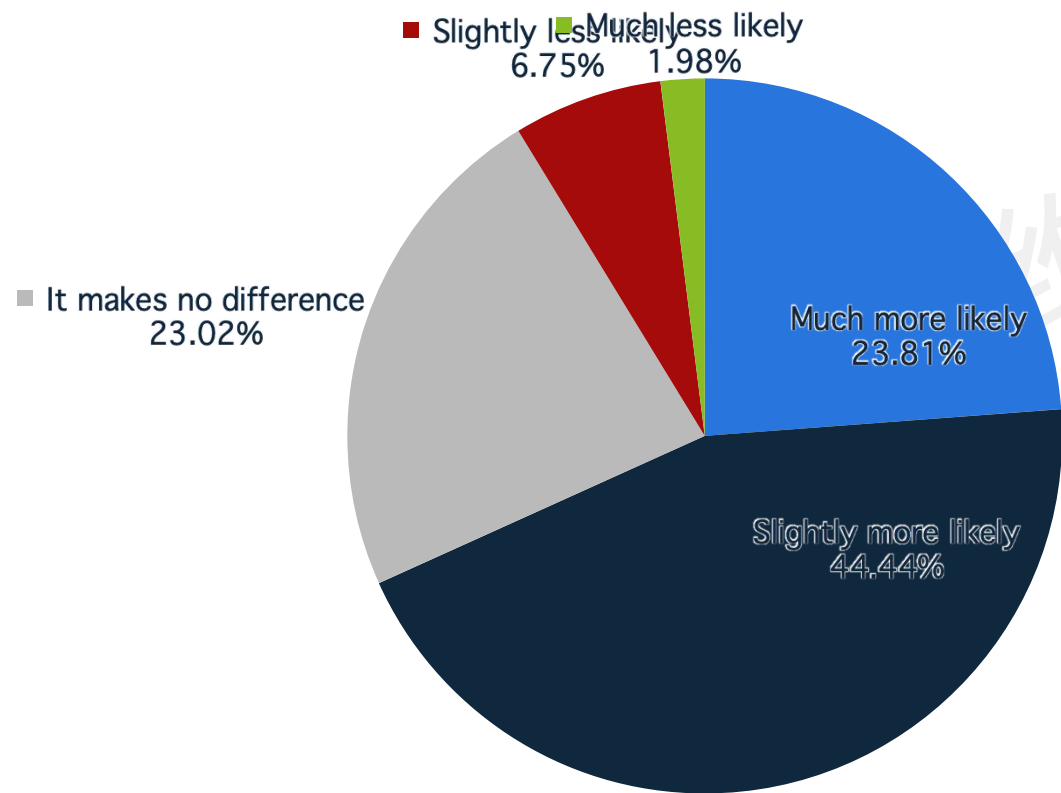
注：英国;2022 年春季;1,008名受访者;18岁及以上
来源：Cure Media

2022 年，红人推荐对英国时尚和生活方式买家复购概率的影响

在 2022 年在英国进行的一项调查中，发现在较长时间内在社交媒体上进行红人营销可能会增加推荐产品的购买量。事实上，该国超过三分之二的时尚和生活方式消费者表示，在有影响力的人反复推荐产品后，他们购买产品的可能性略高（44.44%）或更高（23.81%）。



扫描领取报告

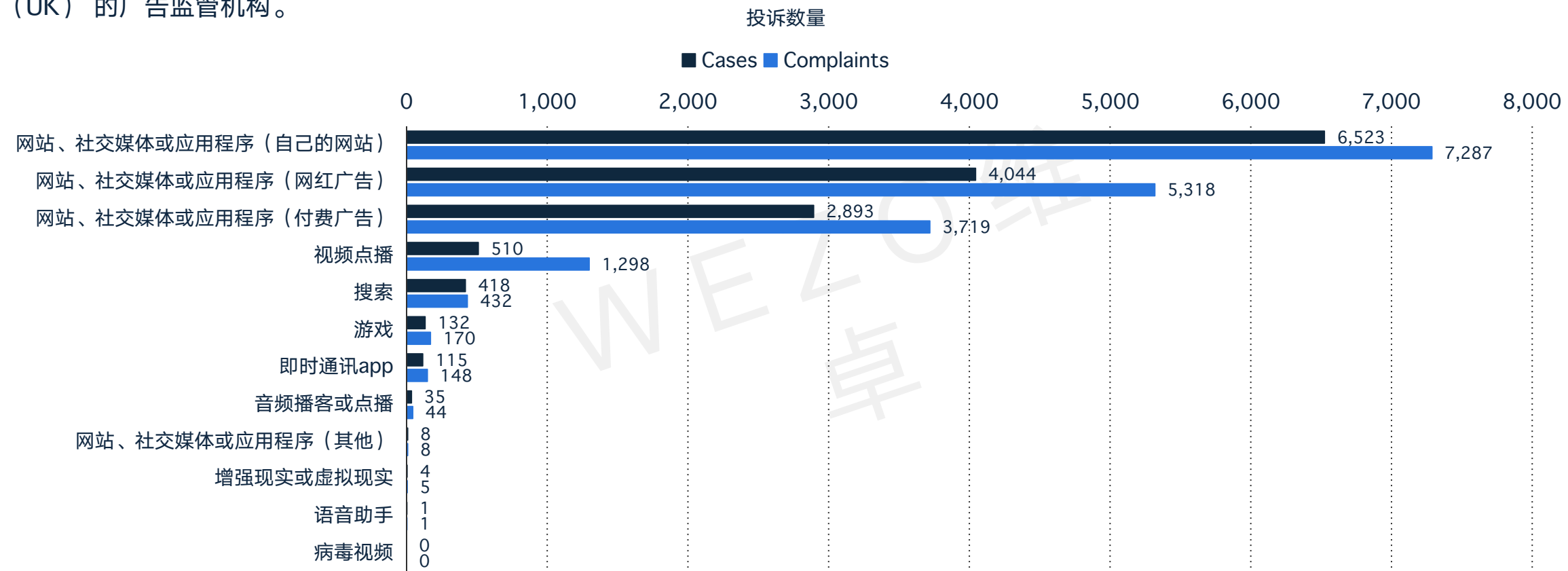


2022 年英国广告标准局（ASA）受理的有关数字广告的投诉数量（按广告位置划分）



2022 年向广告标准局（ASA）提交的大多数有关数字广告的投诉都涉及广告商自己的网站、社交媒体帐户或应用程序上出现的广告。[扫描领取报告](#)

第二大类别是红人广告（网站、社交媒体或应用程序）。一般而言，网上广告的投诉最多，其次是电视和户外媒体的广告。ASA 是英国（UK）的广告监管机构。



注：英国;2022
来源：Advertising Standards Authority (UK)

数据来源



扫描领取报告

Advertising Standards Authority (UK)

Airnow

Cure Media

DataReportal

eMarketer

engage.it

GWI

HypeAuditor

IAB Europe

Influencer Marketing Hub

Intellifluence

Meltwater

NapoleonCat

Netimperative

Ofcom

Saville Rossiter-Base

Statista

Statista Consumer Insights

TikTok

TikTok for Business

WARC

We Are Social

WEZO 维卓

版权声明



扫描领取报告

- 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）。

WEZO 维卓

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！



扫描领取报告



出海广告 就选维卓

【智慧营销 驱动未来】

关注我们，获取最新出海营销干货报告

