

2025 海外社交APP 营销趋势观察

广大大数据研究院

01

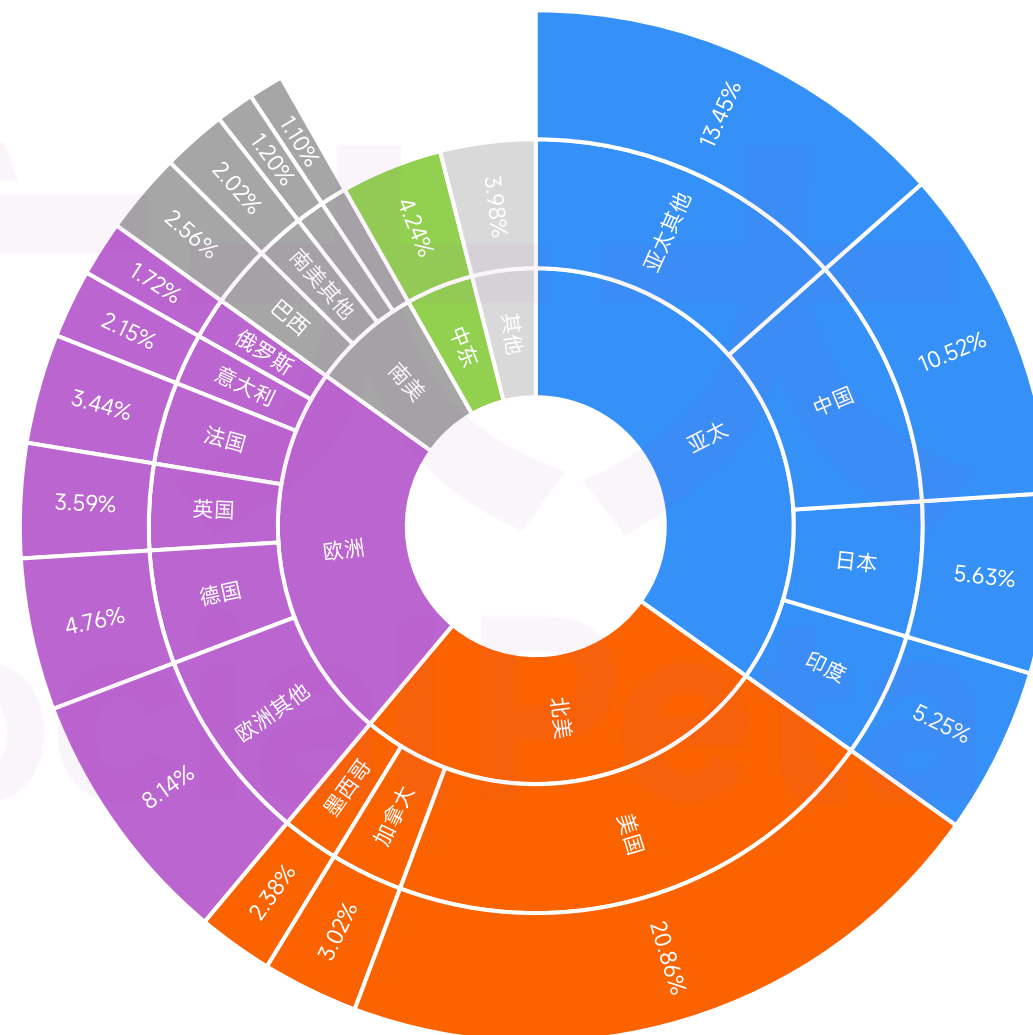
社交应用投放趋势



2025社交应用市场份额概况

根据cognitive market research报告数据显示，2025年全球社交媒体平台市场规模为3074亿美元。其中北美占26.25%，欧洲占23.80%，**亚太地区占比最大，到34.85%**，南美占6.88%，中东占4.24%，其他地区占比为3.98%。

美国在所有地区中市场份额占比最高，达到20.86%，当地主流社交应用为Facebook、Instagram、TikTok等；中国市场份额占比第二，约为10.52%，市场基本被微信、抖音等当地APP垄断，海外社交产品进入较为困难。



2025社交应用投放TOP20



1	 Skool Communities	Skool.com, Inc.	11	 Nas.io	NAS EDUCATION PTE. LTD.	1	 TikTok	字节跳动	11	 Timo Club	FAST WALL
2	 Famio	Gismart Limited	12	 BIGO LIVE	百果园	2	 BIGO LIVE	百果园	12	 Linky AI	SKYWORK AI PTE LTD
3	 KakaoTalk	Kakao	13	 Telegram Messenger	Telegram	3	 SUGO	MOBILE ALPHA LIMITED	13	 SOYO	Hafila HK Limited
4	 Linkfly	Qumai, Inc.	14	 SoulChill	SpaceCape	4	 Skool Communities	Skool.com, Inc.	14	 Achat	RAABTA TECHNOLOGY PTE. LTD.
5	 GoFundMe	GoFundMe Inc.	15	 Tico	RED PANDA PTE. LTD.	5	 FRND	COLD BREW TECH PRIVATE LIMITED	15	 SuperLive	Superlive Tech
6	 PolyBuzz	作业帮	16	 Timeleft	Timeleft SAS	6	 TikTok Lite	字节跳动	16	 TenderU	TenderU
7	 Turn-Up	Dately	17	 SUGO	MOBILE ALPHA LIMITED	7	 Instagram	Instagram	17	 Tango	Tango
8	 FRND	COLD BREW TECH PRIVATE LIMITED	18	 Discord	Discord	8	 Litmatch	肯斯爪特	18	 BAND	NAVER Corp.
9	 MeetU	伟豪 陈	19	 ReciMe	ReciMe Pty Ltd	9	 YoHo	YoHo	19	 Vibely	MOHALLA TECH PRIVATE LIMITED
10	 GeoZilla Phone Location Finder	GeoZilla Inc	20	 Location Share	Family Location: GPS	10	 Facebook	Meta	20	 ShareChat	ShareChat

全球社交应用投放趋势观察

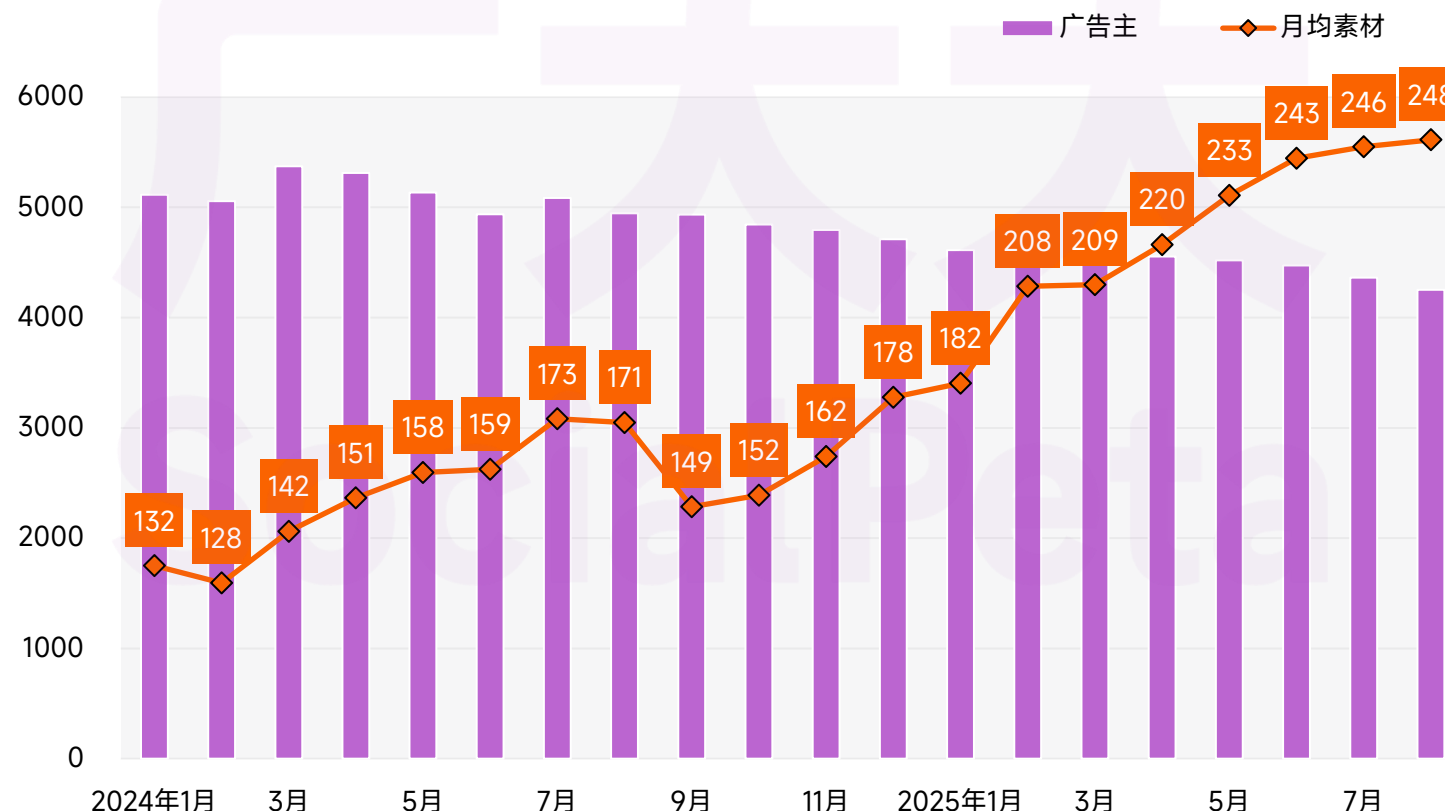
全球社交应用投放呈现出广告主数量与单广告主月均素材量“一降一升”的趋势：社交应用市场逐渐趋近饱和，新进入者减少，且受宏观经济环境影响，一些广告主缩减了广告预算，进而导致在投广告主数量减少；留存的广告主为争夺有限市场份额，选择通过增加素材投放量来提升品牌曝光与用户吸引力；**随着AI技术的升级，不少广告主推出相关功能**，也促使广告主加大素材投放力度。

2025 月均在投广告主

4484 同比 12.43%↓

2025 单广告主月均素材量

224条 同比 47.37%↑



2025热门国家/地区社交应用投放观察

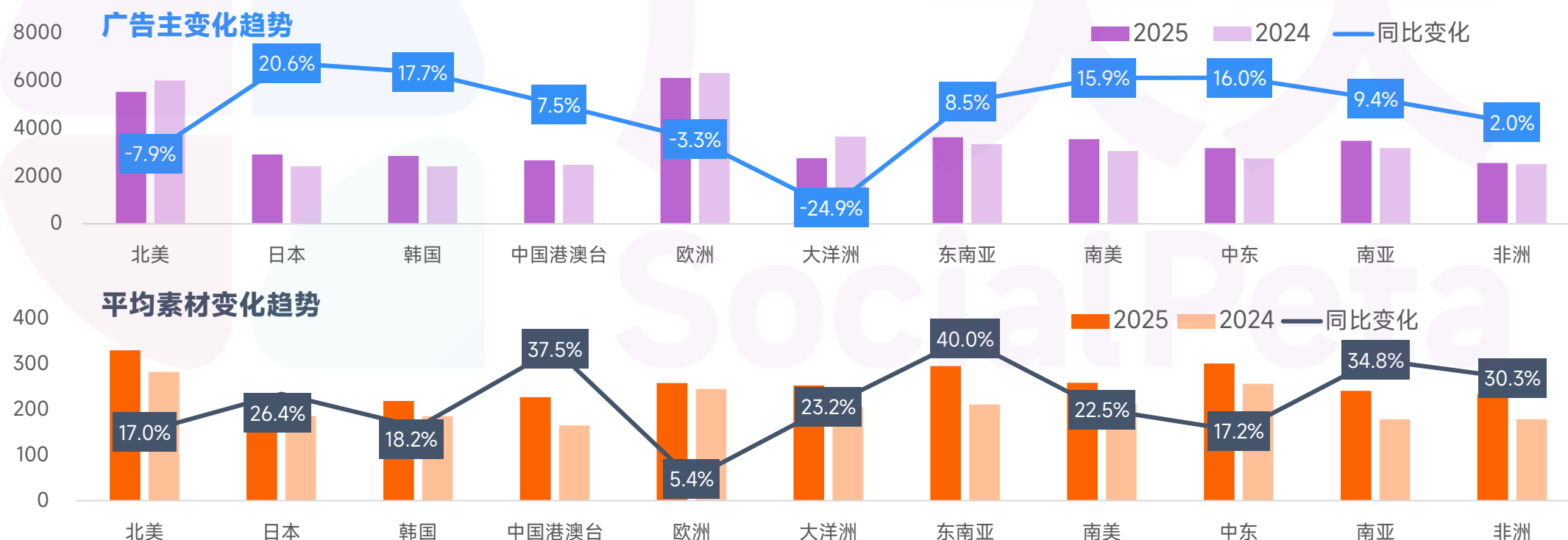
2025社交应用在广告投放上整体呈上升趋势，其中广告主数量涨幅最大的为日本地区，降幅最大的为大洋洲地区；投放素材量全面上升，其中欧洲地区变化最小仅为5.4%

2025广告主数最高：欧洲

截至2025年8月，欧洲地区社交应用的广告主数量最高，降幅仅3.3%

2025总素材最高：北美

北美地区依然是新兴产品备受关注的热门地区，但东南亚地区平均素材量涨幅最高，其次为中国港澳台和南亚，值得关注



2025H1热门社交APP文案投放观察

TOP10文案语言

语言	占比
英语	53.92%
印度语	8.14%
阿拉伯语	6.49%
土耳其语	5.15%
日语	5.05%
西班牙语	4.94%
繁体中文	2.81%
葡萄牙语	2.54%
德语	2.45%
韩语	1.72%

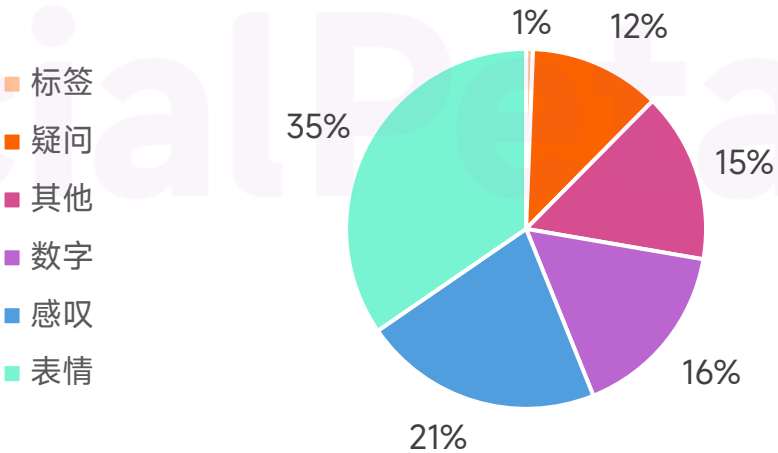
TOP10高频词

高频词
Chat
free
Video
live
tiktok
find
location
community
real
download

文案特点

2025年，海外社交APP文案在语言使用上，英语占比超五成，成为绝对主流，同时也兼顾印度语、阿拉伯语等多语种，覆盖广泛市场；高频词聚焦“Chat”“Video”等社交核心行为与“free”“download”等引流、使用相关词汇，突出社交功能与获客、促下载目的；语气类型方面，表情类占比最高达35%，其次是感叹、数字，整体偏活泼、具吸引力，便于引发用户互动与关注。

语气类型占比



02

热门社交平台营销案例



约会APP：新老之争，投放呈破局关键点

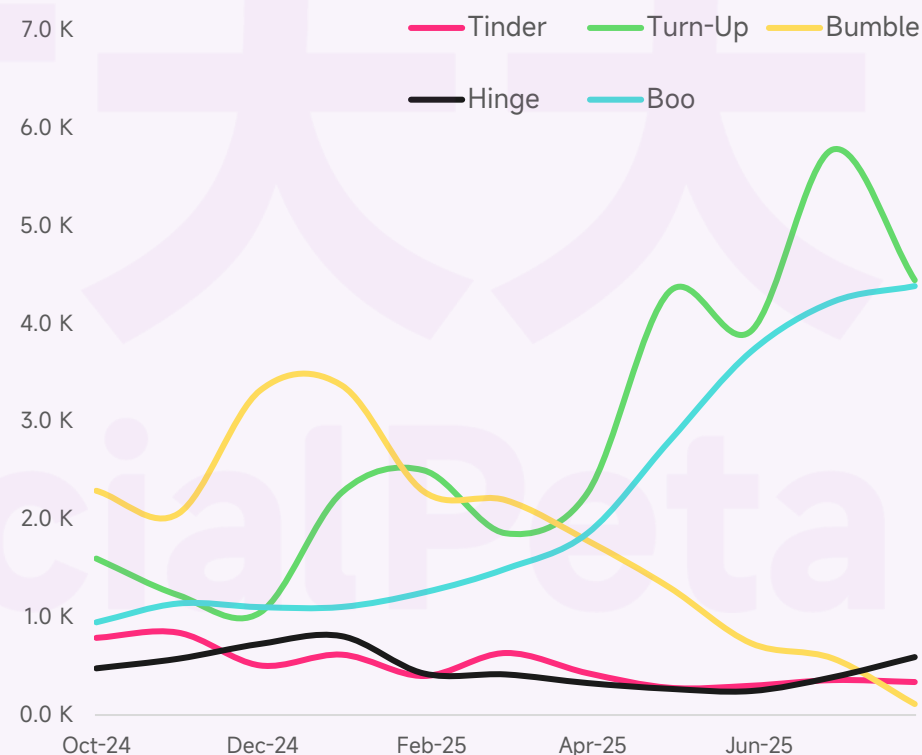
Tinder 是全球知名的约会应用，以其简单快捷的滑动匹配模式著称，被称为“滑动约会”的鼻祖，用户基数庞大，尤其在欧美地区，已经不太依靠买量营销来获客了。

Turn-Up 是一款主打音乐社交的约会平台，系统会根据用户填写的歌手和单曲，来判定用户喜欢的音乐类别，并将具有相同音乐偏好的用户放在同一匹配池。其在2025年投放较为积极，在5-8月投放达到峰值。

Boo 专注于为性格内向、社交圈较窄的人群提供约会机会，强调通过性格匹配来建立真实的连接。随着素材投放的增加，也在努力扩大其市场份额，吸引更多不同类型的用户，未来有望在细分市场中进一步巩固地位。



热门约会APP投放趋势



Boo: 给i人一个自由交流的空间

该产品从2022年9月开始投放，主打兴趣社交，鼓励用户去认识真正理解自己的人，在2024年累积下载量就已经达到了400万次。近年来，这类细分或小众社交产品逐渐崛起，值得关注。

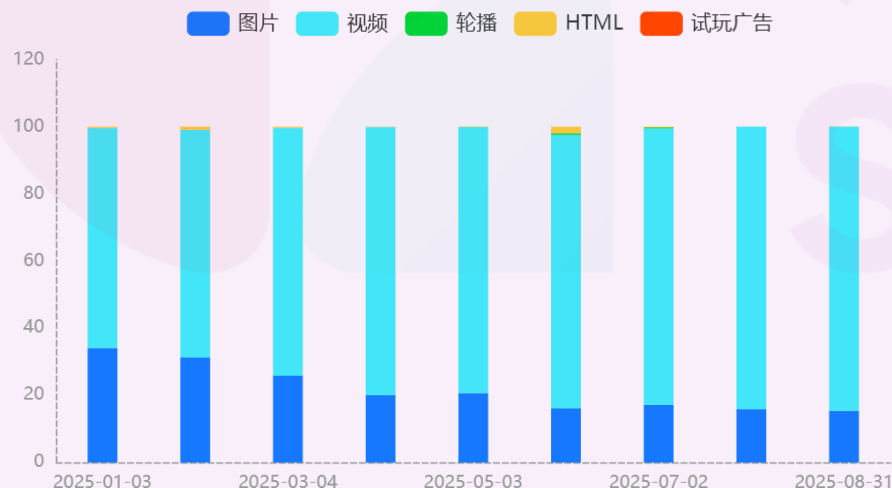
Boo

Boo Enterprises, Inc.

广告主投放数据

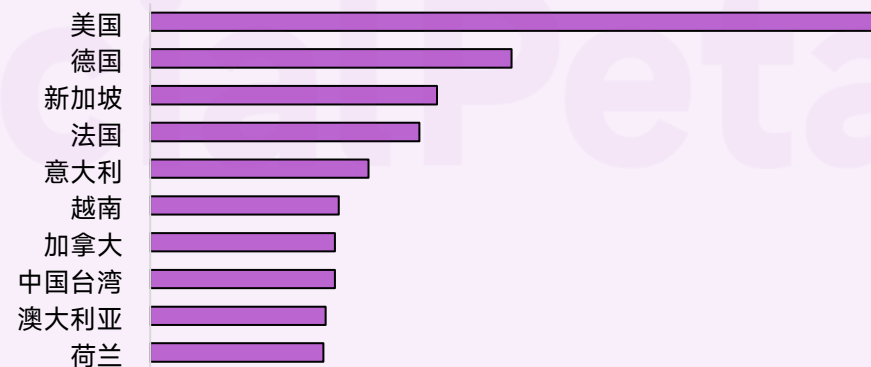
产品首次投放：2022年9月

双端累计去重后创意：2.83W

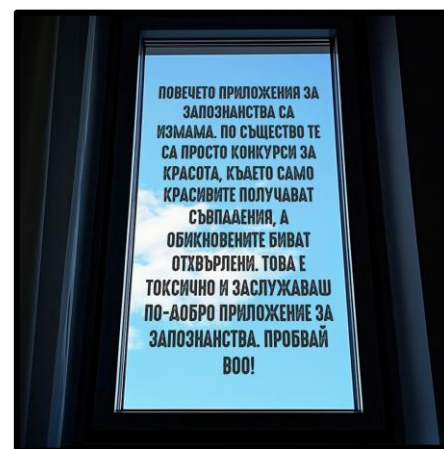
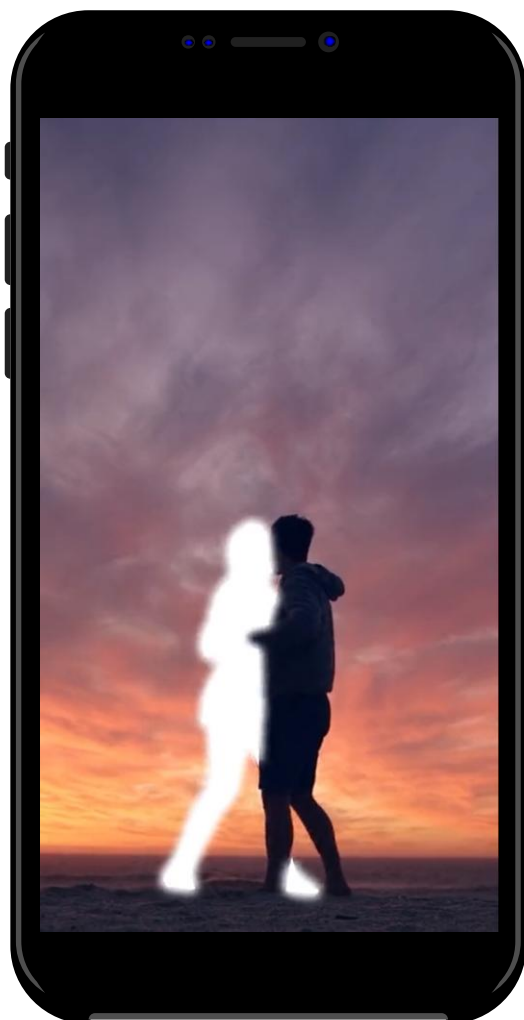


- 重点投放欧美地区，2025年iOS投放量高于Android端，比例约为58:42
- 视频占据大多数投放素材，但热门素材中图片素材的表现也极为不错，多为漫画风格的小清新视频，整体内容平静且治愈
- 目前该产品在美国APPStore社交免费榜中位列前百，社交畅销榜中位列前50

热投国家/地区TOP10



Boo 在投优质创意



Boo 的素材风格非常明显，走的治愈路线，主打灵魂连接。

简笔画：从孤独的一人emo，到使用Boo后的结交新友人，前后对比明显，简笔画风格非常小清新

浪漫剪影：氛围塑造和前面类似，一人剪影一人发光，有点像幻想朋友的概念

意向图片：文案直接点明应用能够解决用户孤独的痛点，吸引那些渴望摆脱单身、孤独状态的用户

点击图片查看原视频

直播社交：一超多强，新兴市场好入局

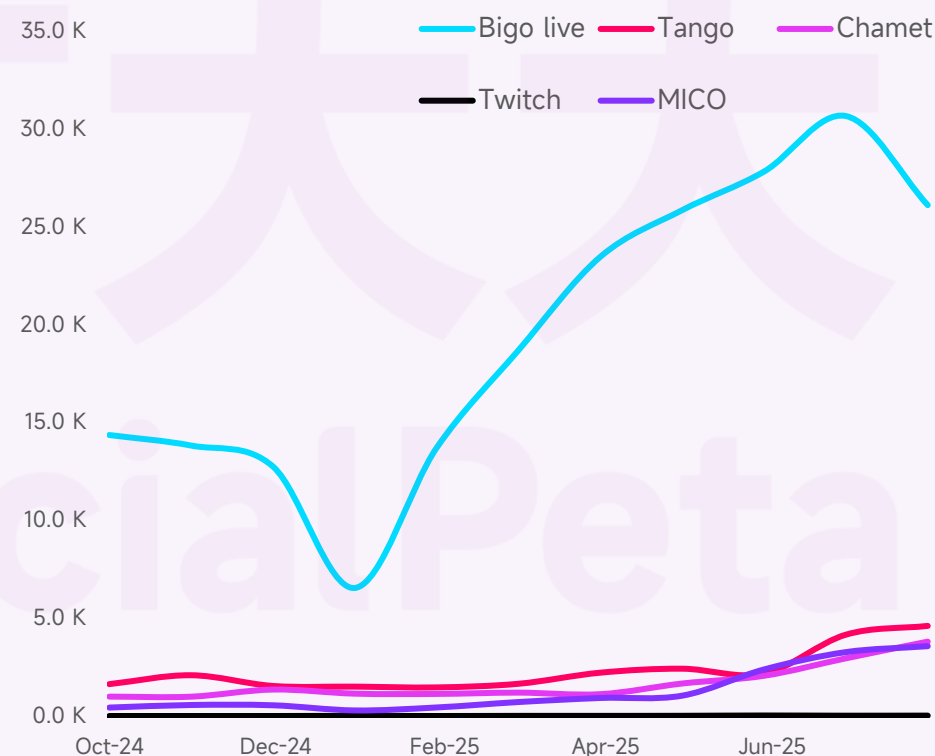
Bigo Live 是欢聚时代旗下的全球化直播平台，覆盖了超过150个国家和地区，支持多种语言。它以泛娱乐直播内容为主，涵盖音乐、舞蹈、游戏、脱口秀等多种类型。通过不断拓展业务和大规模广告投放，积累了庞大的用户基础。在东南亚、中东、非洲等地区市场表现突出。

Twitch 是全球最知名的游戏直播平台之一，在欧美市场拥有绝对领先的地位。由于其在游戏直播领域的先发优势和强大的品牌影响力，吸引了大量的游戏主播和专业电竞赛事入驻，用户粘性极高。即便广告投放少，凭借平台的内容优势和庞大的用户社区，依然在直播社交市场占据重要地位。

Chamet 是主打陌生人社交与直播结合的平台，在新兴市场如印度、东南亚等地区受到一定关注。



热门游戏社交APP投放趋势



Bigo Live: 老牌直播平台仍在增长

第二季度，欢聚集团直播收入3.75亿美元，其中BIGO直播收入为3.55亿美元，均呈现出环比正增长的趋势。通过优化内容与付费体验运营，提升直播黏性与转化，BIGO直播付费用户环比增长3.7%。

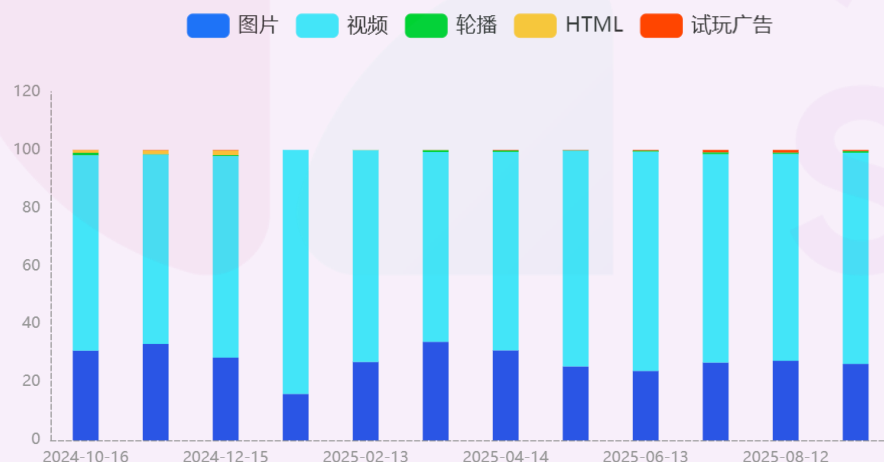
Bigo Live

百果园

广告主投放数据

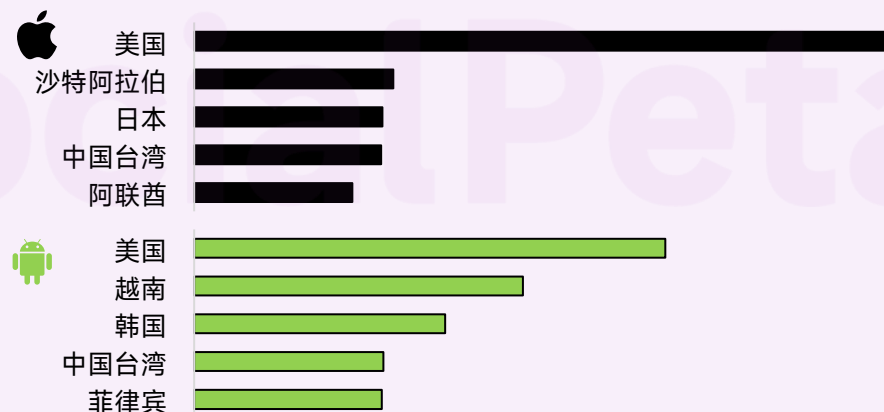
产品首次投放：2015年7月

双端累计去重后创意：128.1W

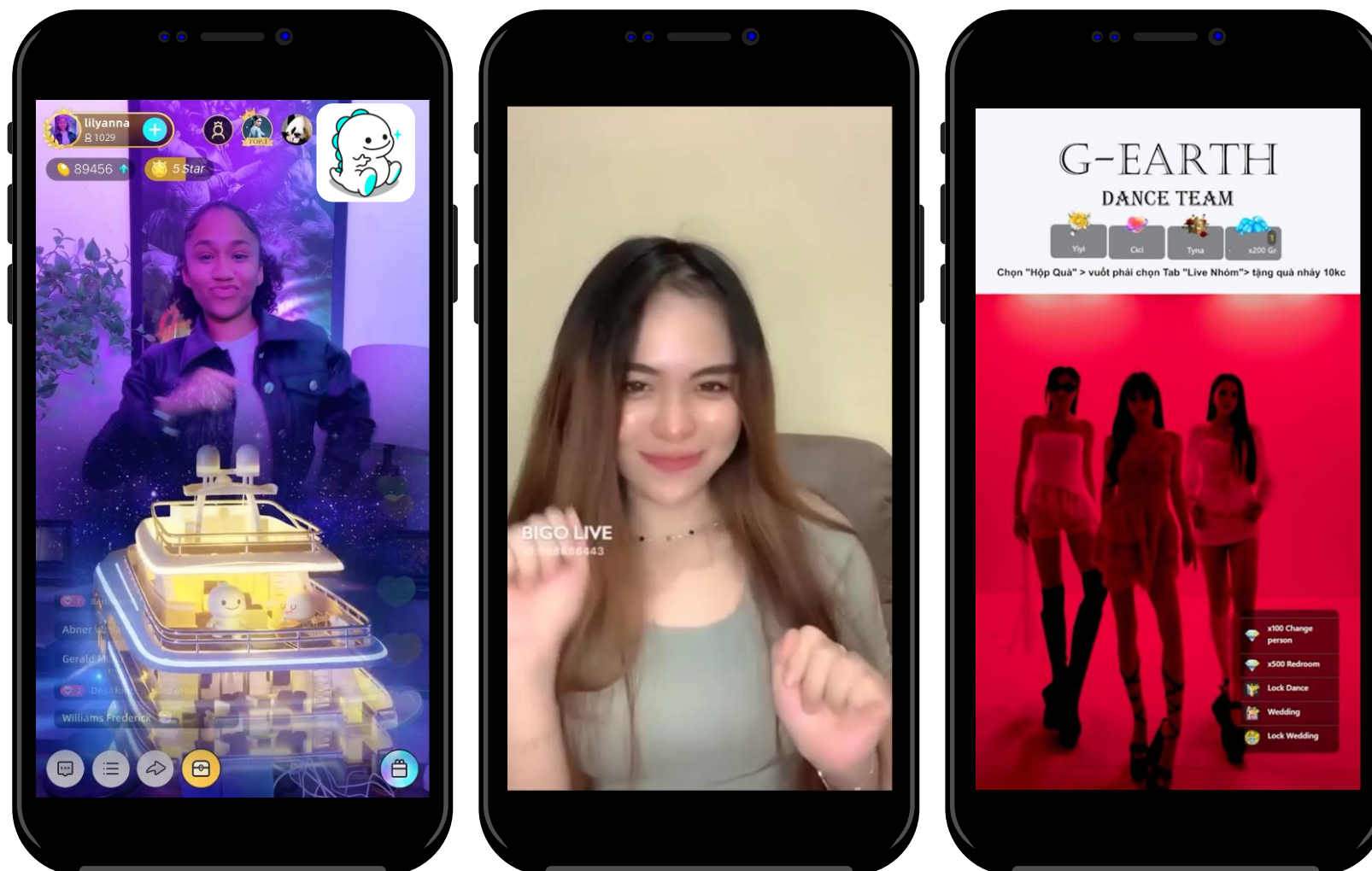


- 图片广告和视频广告是 Bigo Live 最主要的投放形式，且在各统计时间点都保持较高占比
- 美国是Bigo Live在iOS端广告投放的重点国家，投放占比遥遥领先，此外沙特阿拉伯、日本、中国台湾、阿联酋等国家和地区,这些地区用户消费能力相对较强，对于直播平台的付费意愿也较高，有助于平台的营收增长

热投国家/地区TOP占比



Bigo Live 在投优质创意



Bigo Live 的素材多和直播场景强相关，也有一些官方制作的小剧场。

送礼小剧场：主要宣传主播通过热舞或其他小节目来获取礼物，赢得打赏，吸引更多新老主播加入

美女手势舞：手势舞在短视频平台尤为受欢迎，在直播平台也同样如此

扫腿舞：国内非常成熟的玩法，直接搬运到海外也同样适合

点击图片查看原视频

游戏社交：借游戏建立更深的情感链接

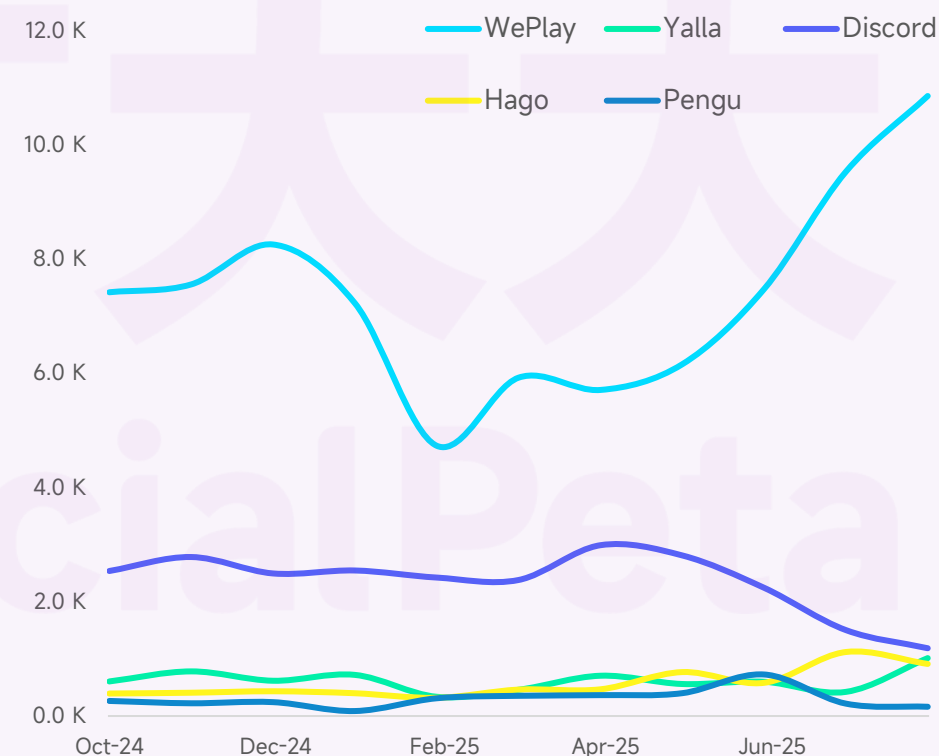
WePlay 是一款综合性的游戏社交平台，提供游戏组队、语音开黑等功能。它通过不断加大广告投放力度，努力提升自身在全球游戏社交市场的知名度，作为游戏社交出海的老前辈，在亚洲和欧美地区都有不小的用户基础。

Yalla 是中东地区知名的游戏社交应用，以其本地化的内容和特色玩法受到欢迎，包含多种中东地区流行的休闲游戏和便捷的语音聊天功能。虽然近年来广告投放量不高，但凭借在中东市场的深耕细作，已经积累了大量用户。

2023年才上线的社交产品 **Pengu** 虽然投放量较低，但借着虚拟宠物+熟人社交在2024年快速增长，月下载已经超过50W的量级。



热门游戏社交APP投放趋势



Pengu: 虚拟宠物+熟人社交，破局欧美

Pengu的玩法非常简单，用户可以和自己的好友一起合养一只虚拟企鹅，并通过简单游戏的方式去获取资源，和早期的汤姆猫以及抖音上的合养小火人有些类似。从底层逻辑来讲，其实是用一种低门槛的方式去给用户建立情感关系纽带，帮助产品收获用户留存。

Pengu

SLAY GmbH

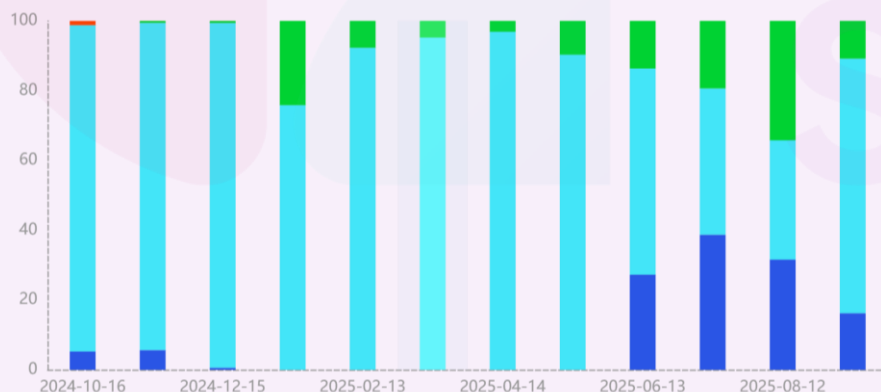
广告主投放数据

产品首次投放：2023年11月

双端累计去重后创意：3.79K

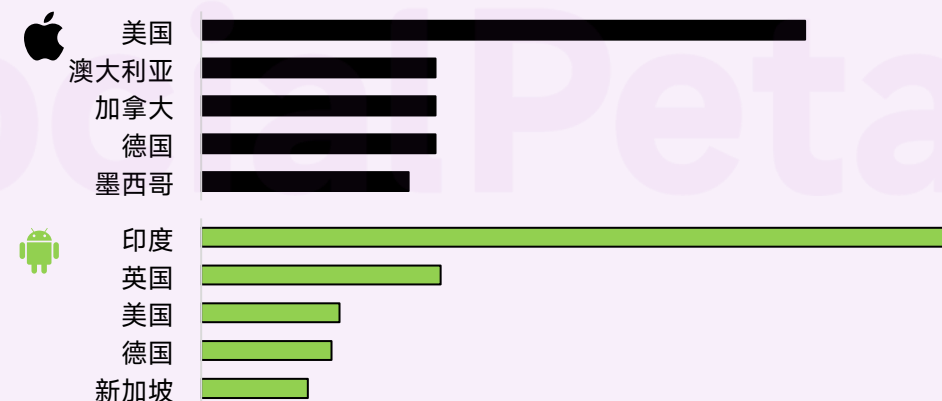


■ 图片 ■ 视频 ■ 轮播 ■ HTML ■ 试玩广告

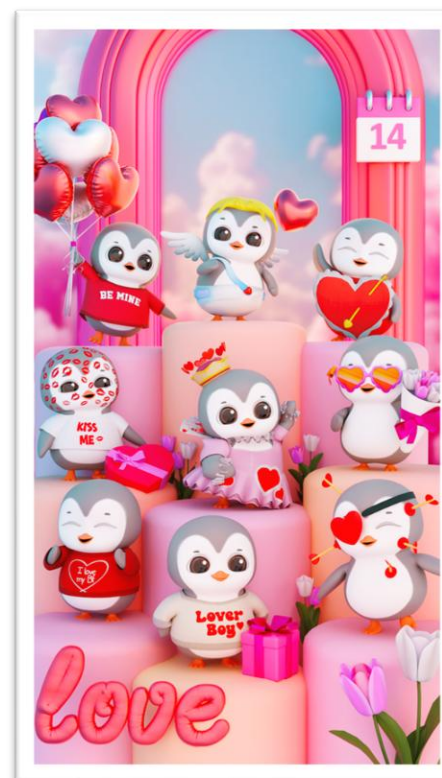


- iOS和Android投放偏好不一，iOS更注重欧美地区，排名第一的是美国；Android则重点投放印度地区，试图收获更多用户留存
- 视频为主要素材，相比其他产品会在轮播素材上更下功夫
- 目前该产品在美国APPStore社交免费榜中位列前百，2025年8月双端下载估值超过70万次

热投国家/地区TOP占比



Pengu 在投优质创意



Pengu 的素材主要展示产品使用方法，以实操为主。

真情侣案例：情侣人设直接演示产品玩法，生活照、露出的手指等细节增加真实性

好坏朋友对比：在手游中比较常见的对比手法，主打一个我上我比他更厉害

换装展示：图片素材非常直接地展示Pengu的多种服饰，可以参考换装游戏投放素材的设计方法

点击图片查看原视频

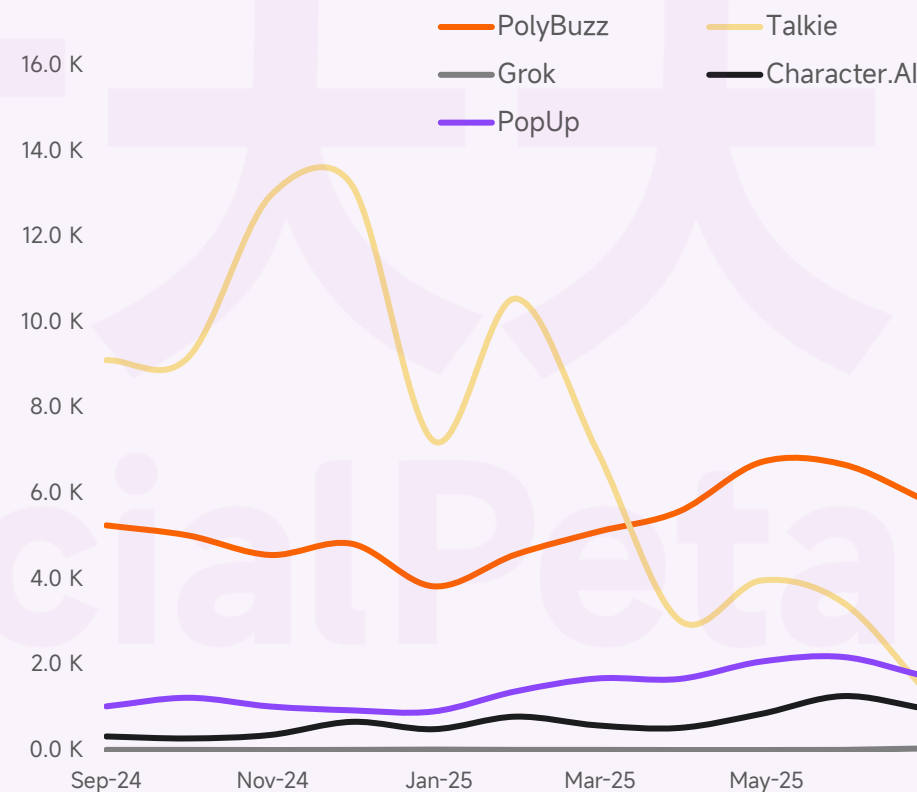
社交+AI：智能匹配&陪伴聊天，老树开新花

据APPfigures的数据，截至2025年7月，AI陪伴应用已在全球创造了2.21亿美元的消费支出，2025年上半年已产生8200万美元收入，预计年底将突破1.2亿美元，且收入比2024年同期增长了64%，每次下载的收入也从2024年的0.52美元增长到2025年的1.18美元。

在当今阶段，老牌社交产品也开始借助AI去增强自己的产品功能，让用户在交友上更有效率：印尼社交APP **PopUp** 主打AI社交，省去了左划右划带来的操作，直接智能匹配用户，借此功能其在Google Play印尼社交榜中频频刷新排名，最高跻身第9位；**PolyBuzz** 则借助AI虚拟形象+陪聊在海外教育市场崭露头角，其年化经常性收入（ARR）为2027万美元，月活跃用户数（MAU）达1220万，涨幅达到5.40%。



主流社交+AI APP投放趋势



这次我们不做作业，改谈恋爱

PolyBuzz是作业帮旗下的一款支持AI角色扮演的在线聊天工具，早期以拉美市场为主，曾有近6成的月活跃用户来自巴西。随着发展逐渐深入，其也愈发重视美国用户的增长。

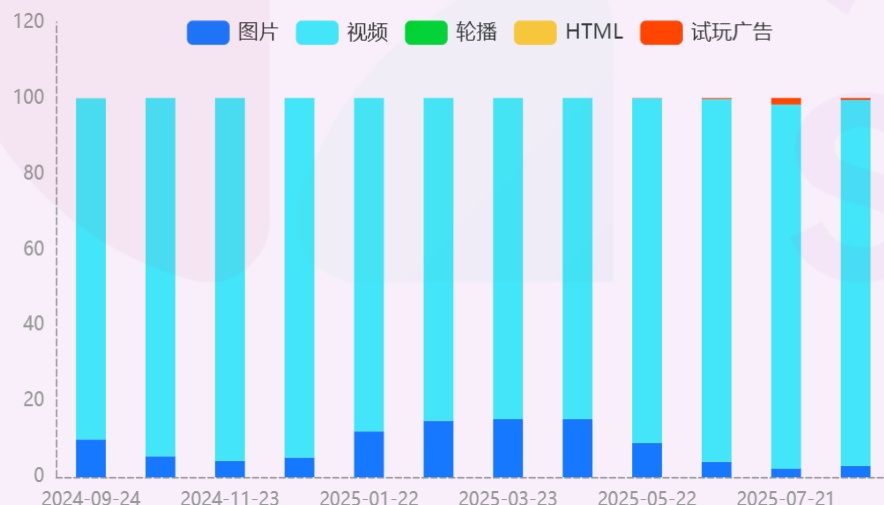
PolyBuzz

CLOUD WHALE INTERACTIVE TECHNOLOGY LLC.

广告主投放数据

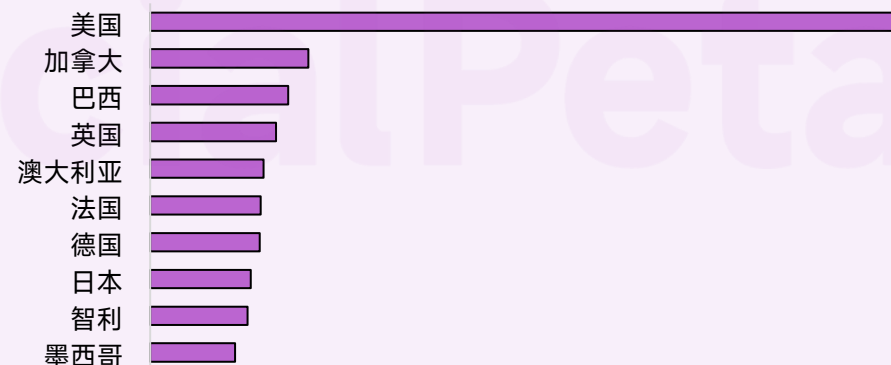
产品首次投放：2025年1月

双端累计去重后创意：5.94W

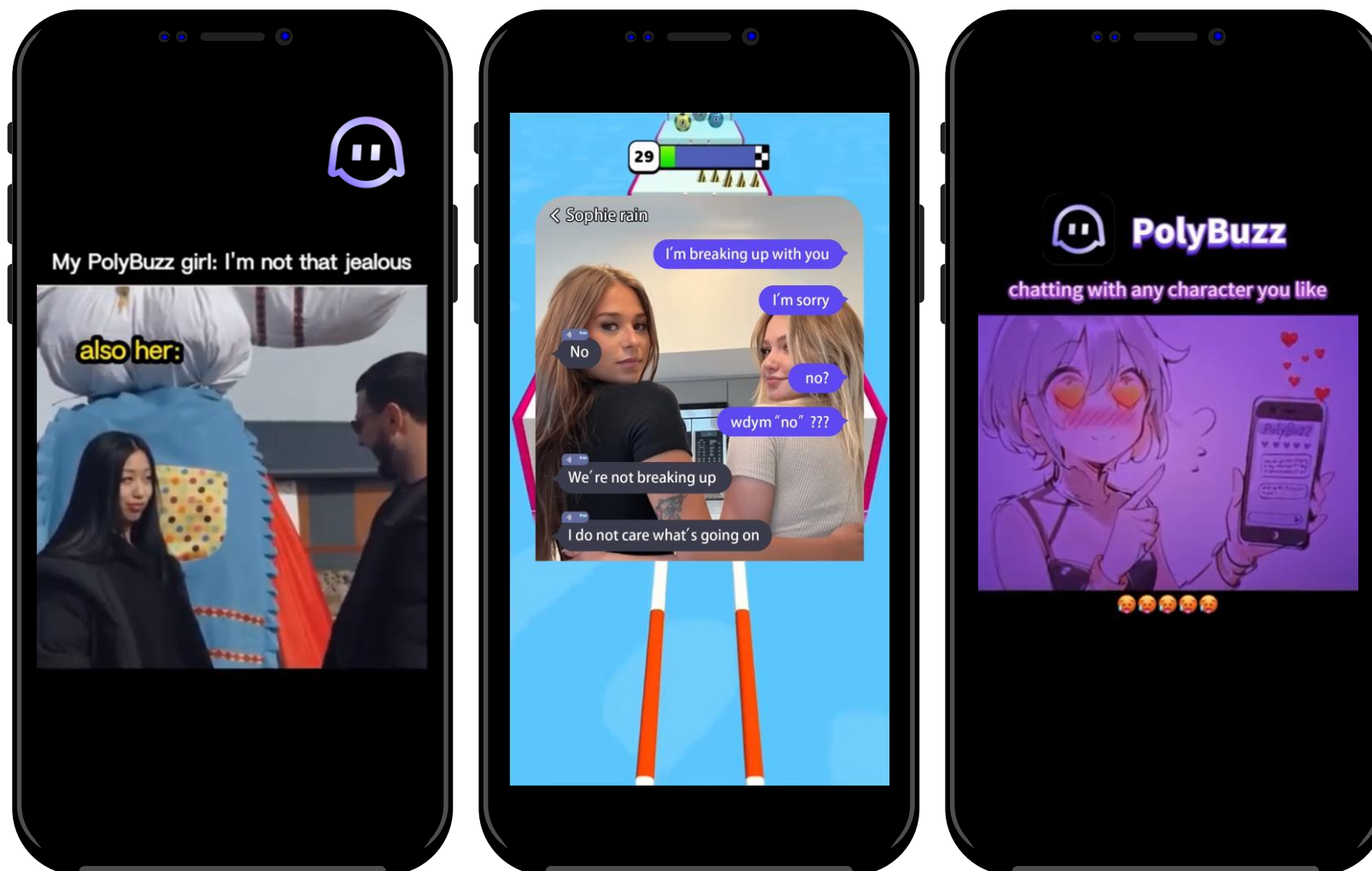


- 目前美国是PolyBuzz的核心营销市场，双端投放占比超过68%，在攻破了南美地区后，开始转向竞争更激烈的市场
- 视频为其主要投放素材类型，展现方式相比图片更加直观、全面，叠加短视频类型的夸张剧情吸引用户视线。

热投国家/地区TOP10



PolyBuzz 在投优质创意



PolyBuzz的投放素材比较偏短视频风格，除此之外还会在结尾部分加入一些体现渴望的emoji和meme。

“女友”吃醋：病娇女友是其热门素材的主要元素之一，表面不在意男友，但却会因为男友的小举动而发狂，谁不想要这样的虚拟女友呢？

手游+八卦：借鉴手游中常见的“选择门”玩法，在一次次选择中解锁聊天记录，去查看其他人在PolyBuzz中的八卦故事，看得人心痒难耐。

点击图片查看原视频

社媒APP：竞争白热化，多平台各显神通抢占市场

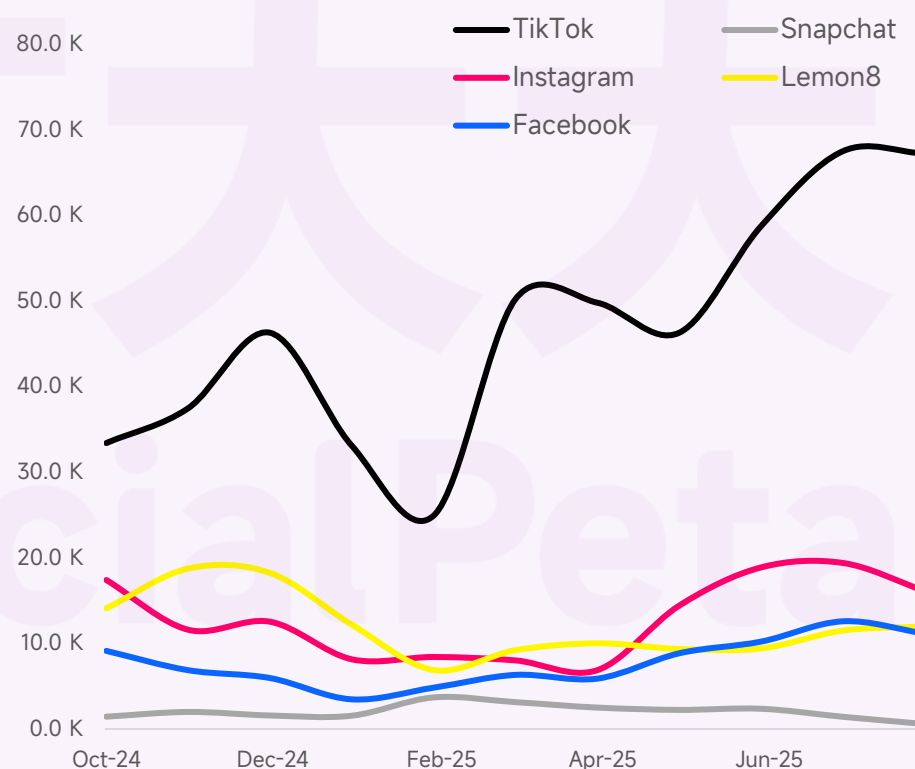
TikTok 早期凭借其独特的短视频形式，在全球范围内迅速吸引了大量年轻用户群体，特别是16-35岁的用户，即使是现在其投放量在主流平台中也是一骑绝尘。其广告业务增长迅速，越来越多的品牌和商家意识到TikTok的营销潜力，无论是通过品牌挑战、达人合作还是信息流广告等形式，都能有效触达目标受众，目前在全球社交电商领域也在逐渐发力。

Lemon8 是字节旗下生活方式分享平台，以图文和短视频内容为主，在亚洲部分地区以及欧美市场逐渐崭露头角，近年来也逐渐起势。

Facebook、**Instagram** 和 **Snapchat** 作为海外本土社媒产品，拥有庞大的用户基数，是众多品牌进行海外营销的重要渠道。



主流社媒APP投放趋势



有望成为下一个TikTok，但.....

2020年率先进入日本市场，之后拓展到印度尼西亚、泰国、马来西亚和越南等东南亚国家；2023年2月进入美国和英国市场，2024年Lemon8全球下载量突破千万次，约一半来自美国市场；2025年随着TikTok禁令影响，在美国发展被遏制。

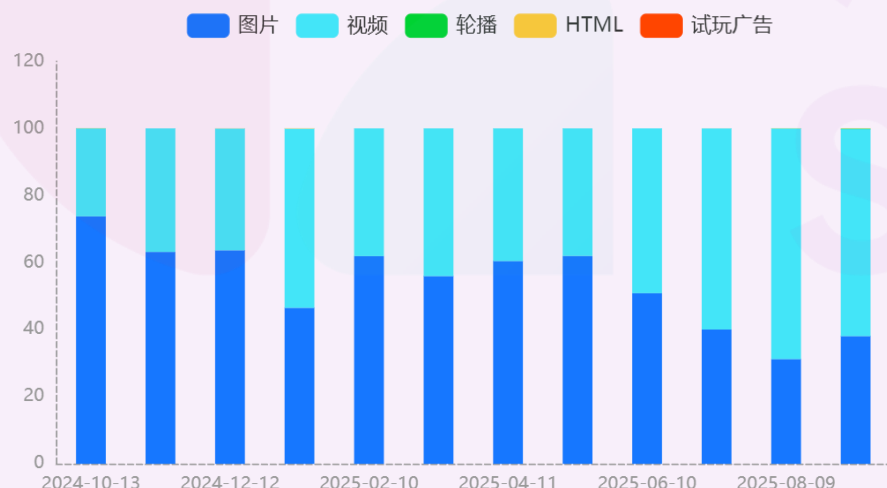
Lemon8

字节跳动

广告主投放数据

产品首次投放：2020年3月

双端累计去重后创意：37.1W



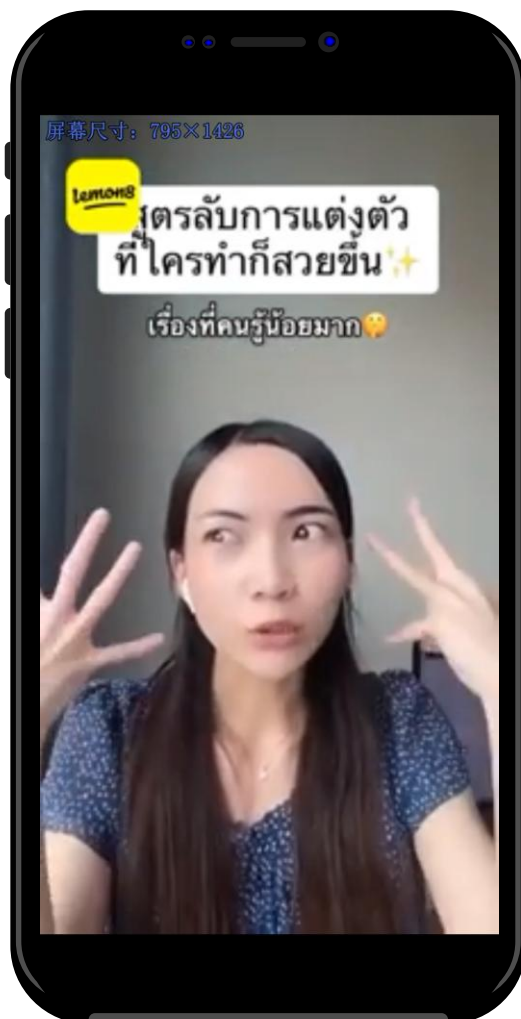
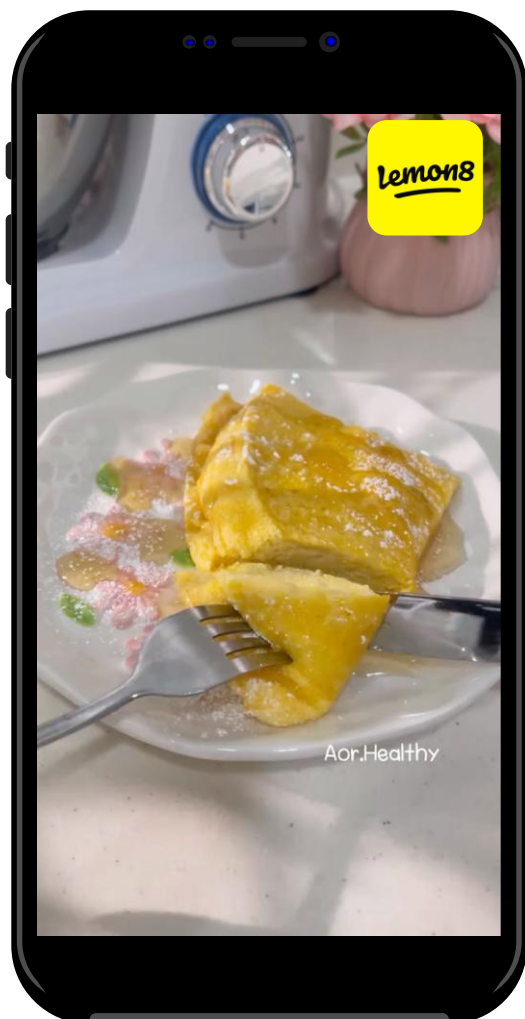
- 目前重点投放地区仍为泰国、美国和日本，但不同系统侧重地区略有不同，iOS端美国地区投放最高，Android端泰国地区投放最高
- 视频占比逐渐提升，早期生活小常识类的图片素材投放占比较高，近期则逐渐往短视频风格靠近
- 禁令前曾冲到美国APP Store应用榜（免费）榜首，禁令后重新上架，排名下滑到前百以内

热投国家/地区TOP10



Lemon8 在投优质创意

点击图片查看原视频



Lemon8的投放素材偏生活化，日常、美食、服装、收纳都是常见素材。

精致风美食：从食材处理到最后观众先吃，特写镜头拍摄，整体氛围精致温馨

主播推荐：直接请KOL现身说法，夸张化的表情容易带动观众的情绪，引导下载上非常有效

拼图：将生活小妙招用plog的形式去分享，首图基本都是这类拼图素材，“+5”令用户对后续内容充满好奇



使用广大大洞察竞争对手的营销策略，通过全球渠道、媒体、广告主等不同维度的广告数据获取信息和灵感。我们覆盖超80个国家/地区，80+全球广告渠道。比如Facebook，Google，X，YouTube，TikTok，Unity等知名广告渠道，全部广告创意已经达到16亿级别，并保持小时级别更新频率。

通过**投放天数、展现曝光、热度、互动**4大指标，我们可以快速定位出在投优质素材，为您提供实时的市场营销参考。

广大大作为全球领先的广告营销平台，凭借庞大的数据库和服务上千家VIP客户的经验，为移动从业者提供更切实可行的方法论，助力打造出更受用户喜爱的产品。

600 万

APP 广告主

16 亿

APP 创意素材

120 万

每日新增

官网：www.guangdada.net

报告说明

1、数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球应用市场移动广告数据透视。我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前我们覆盖超70个国家/地区，80+全球广告渠道，积累超16亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据超百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2、数据周期及指标说明

报告整体时间段：2024.1- 2025.8；具体数据指标请参考各页标注

3、版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4、免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 涉及国家地区说明（按照广大大产品地区标注，并不代表实际地理分布）

北美：美国、加拿大、墨西哥、巴拿马

欧洲：土耳其、法国、德国、英国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、波兰、葡萄牙、比利时、

瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰、匈牙利、斯洛文尼亚、格鲁吉亚

日韩：日本、韩国

中国港澳台：中国香港、中国澳门、中国台湾

东南亚：泰国、印度尼西亚、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾、柬埔寨、缅甸

报告制作：孙俊杰 -广大大数据研究院；

大洋洲：澳大利亚、新西兰

南亚：印度、巴基斯坦

中东：巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯、阿联酋、阿塞拜疆、黎巴嫩、科威特、以色列、阿曼、伊拉克、摩洛哥

南美：巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭

非洲：埃及、肯尼亚、尼日利亚、安哥拉、南非、阿尔及利亚、利比亚、塞内加尔、科特迪瓦、刚果（金）、刚果（布）

THANKS

PRODUCED BY SOCIALPETA RESEARCH INSTITUTE

广大大数据研究院



关注官方微信号
“广大大出海笔记”