



2022 年度 视频号发展白皮书

阿拉丁研究院出品



序言



2023年1月10日，一年一度的微信公开课 PRO 再次上线，视频号已然成为本次公开课的主场。此景让人不由得想起不久前马化腾在内部员工大会评价“视频号基本上是全场（全公司）的希望”，以及腾讯在2022年季度财报中屡次提及视频号“增长迅猛”。

自2020年初内测上线以来，视频号用两年时间先后补齐了直播电商功能和“推流、连麦、打赏”三大件，完成生态组件连接，上线视频号小店；随着互选平台、优选联盟、视频号小任务、信息流广告的陆续推出，视频号终于步入商业化阶段。据公开课数据显示，视频号总用户时长已经超过朋友圈总用户时长的80%，直播看播规模增长300%，直播带货销售额增长800%。

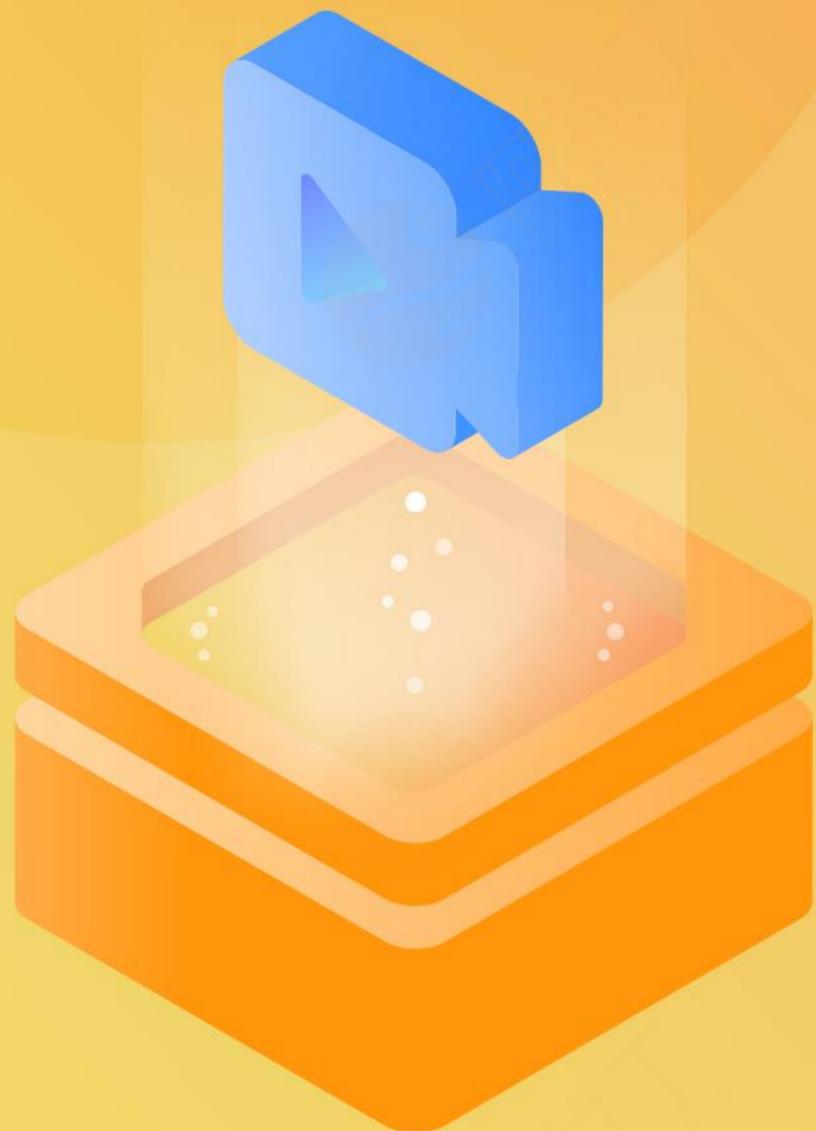
如今的视频号可以通过一系列组件连接、社交关系获取自然流量，也可以通过搜一搜、信息流等广告形式进行付费推广，微信13亿月活流量池终于敞开大门，面向市场提供全方位服务。视频号内容营销也由此全面铺开，成为微信全域经营的必选项。

内容创作领域的建设也取得了令人欣喜的发展。数据显示，视频号原创内容播放量增长已经超过350%，万粉作者数量增长超过308%，日均视频上传量增长100%。这些成绩的背后是微信对创作环境和内容质量的一以贯之的坚持。近一年来视频号在保护原创、鼓励原创方面做了多项工作，在限制粗制滥造和抄袭模仿以外，创作者招募与激励计划、降低变现门槛等策略从正向角度激发了更多内容创作者信心与动力，也由此带动内容质量整体提升。

直播依旧是视频号发展的重点。近一年来官方先后推出跨年庆祝、明星演唱会、文博展览、暑期公开课、戏曲戏剧、电商带货等多个方向，积极覆盖网民“看”、“玩”、“学”、“买”的多重需求。视频号主页与小程序打通、企业微信支持转发直播、视频号信息流广告上线等举措展示了微信充分调动生态流量、赋能企业品牌和个体经营者的决心。如今视频号直播支付GMV增长超过800%，分销、主播收入与私域贡献同步增长，具备了品牌、创作者与主播多赢的生态发展能力，也吸引了越来越多的企业品牌深度参与。

2023年视频号还会有哪些精彩表现？在与抖音、快手等平台同台竞技中又会有哪些独特的创新？或许是微信生态社交属性与广告结合带来的惊喜，或许是“脑洞出奇迹”的创作表达氛围，亦或许是头部玩家现象级的创新，无论如何，视频号新的篇章已经开启，让我们拭目以待吧！

目录/Contents



2022 年视频号发展总结



视频号内容及核心数据



视频号商业能力探索



视频号 2022 年度榜单



2023 年视频号发展趋势



2022 年第五届视灯奖获奖名单





2022 年视频号发展总结



经历 3 年产品建设，视频号步入商业化元年



日活 2.8 亿
基本功能

2020 年开发功能 40+

- 2020 年 1 月视频号内测
- 2020 年 6 月视频号信息流改版
- 2020 年 9 月视频号接入“搜一搜”
- 2020 年 10 月视频号电商直播带货功能上线
- 2022 年 12 月视频号打通商家自有小程序



日活 5 亿+
直播电商

2021 年 59 项更新

- 2021 年 2 月视频号与公众号主页双向打通
- 2021 年 4 月视频号打通企业微信
- 2021 年 4 月视频号机构管理平台上线
- 2021 年 6 月视频号直播增设一级入口
- 2021 年 6 月视频号互选平台上线
- 2021 年 9 月搜一搜打通视频号
- 2021 年 11 月视频号“11.11 视频号直播好物节”
- 2021 年 11 月视频号上线“带货中心”
- 2021 年 12 月视频号“12.12 视频号直播好物节”



日活 5 亿+
商业生态

2022 年 32 项更新

- 2022 年 2 月视频号主页打通小程序商城
- 2022 年 3 月企业微信可以转发直播
- 2022 年 4 月视频号直播开启超级品牌日
- 2022 年 6 月视频号“618 视频号直播好物节”
- 2022 年 7 月视频号信息流广告上线
- 2022 年 7 月视频号小店上线
- 2022 年 10 月视频号优选联盟上线
- 2022 年 11 月视频号“超品日-11·11 购物狂欢节”
- 2022 年 12 月视频号原生广告上线

直播带货风生水起，原生广告呼声渐高，视频号商业如火如荼



视频号“竖屏看春晚”观看人数超过 1.2 亿，总点赞超过 3.5 亿次，总评论超过 919 万次，转发 551 万次；

人均使用时长、总播放量同比增长超过 1 倍；用户数、参与度同比取得重大突破。

视频号总使用时长超过朋友圈总使用时间的 80%；总视频播放量同比增长超过 200%；人工智能推荐播放量同比增长超过 400%；日活跃创作者数和日均视频上传量同比增长超过 100%。

广告主对视频号信息流广告需求强劲，尤其是快速消费品行业广告主；

来自视频号直播服务及音乐付费会员服务的收入增加。

视频号单季度广告营收预计 10 亿元；

单个服务商在今年“11.11 购物狂欢节”做到 5 亿 GMV；

多个品牌在视频号找到百万千万增量空间。

2022 年 Q1

2022 年 Q2

2022 年 Q3

2022 年 Q4

- 首个付费直播间上线
- 商品分享试跑活动推出
- 企业视频号主页新增「服务」功能
- 视频号主页打通小程序商城
- 企业微信支持转发直播
- 视频号“女神狂欢节”活动

- 视频号直播开启超级品牌日
- 视频号“商品分享”功能开放
- 视频号“618 视频号直播好物节”

- 视频号信息流广告上线
- 视频号小店上线
- 视频号和公众号互通发红包封面
- 超级品牌日再度开启
- 支持朋友圈同步发到视频号
- 视频号小任务上线
- 企业微信成功支持接入直播间橱窗
- 视频号“原生广告竞价”内测

- 视频号优选联盟正式上线
- 微信客服能力正式接入视频号小店
- 视频号“超品日 -11·11 购物狂欢节”

自然流量与付费推广双剑合璧，生态内品牌营销再升级



微信创作者营销成为全域经营必选项

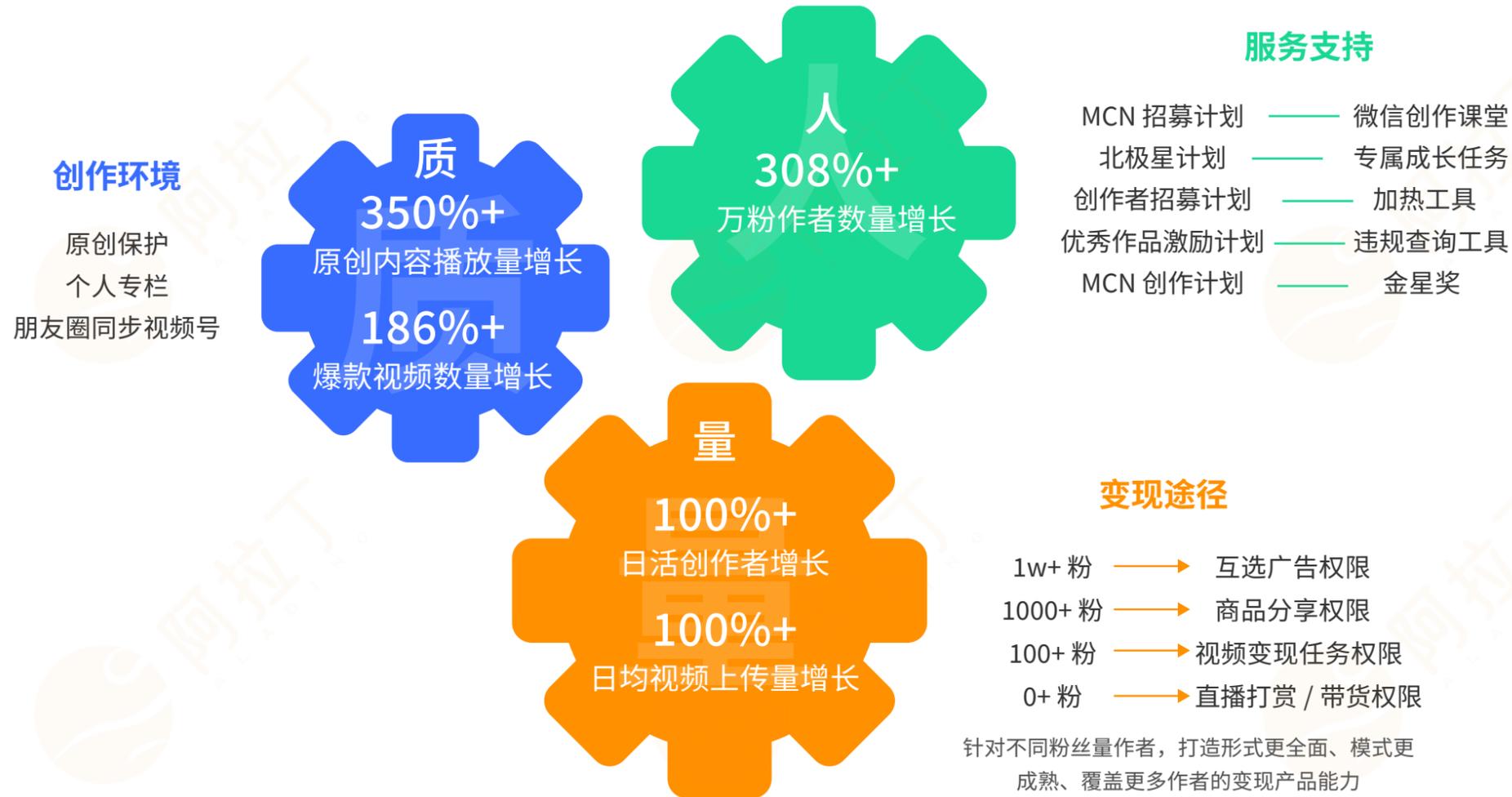
大洪洪穿搭日记 商品分享视频 900+ 带货流水 700万+	王思博 4岁 变现任务视频 20+ 广告收入 10万+	龙帅食堂	索以	意公子	金毛路虎	本元财经	黑马公社	卡大人	星球研究所

2022年视频号互选平台优秀创作者奖



理想汽车	所长林超	闲鱼	龙帅食堂	OPPO	梦洋 Amanda	Polestar 极星	李政霖	腾讯荟聚	小堂堂啊
5倍+	7倍+	近7倍	近34倍	7倍+	近50%	3倍+	近4倍	1倍+	近6倍
超过平均播放次数	超过平均转发数	超过平均转发数	超过平均组件点击数	超过平均播放次数	超过平均点赞数	超过平均点赞数	超过平均转发数	超过平均播放次数	超过平均点赞数

多项服务功能和扶持计划陆续推出，完善创作环境，提升创作收益



直播内容向多领域发展，满足网民“看玩学买”生活需求





视频号内容及核心数据



用户时长超过朋友圈时长的 80%



80%+

视频号总用户时长
超过朋友圈总用户时长比例

300%

视频号直播
看播规模增长

800%+

直播带货
销售额增长

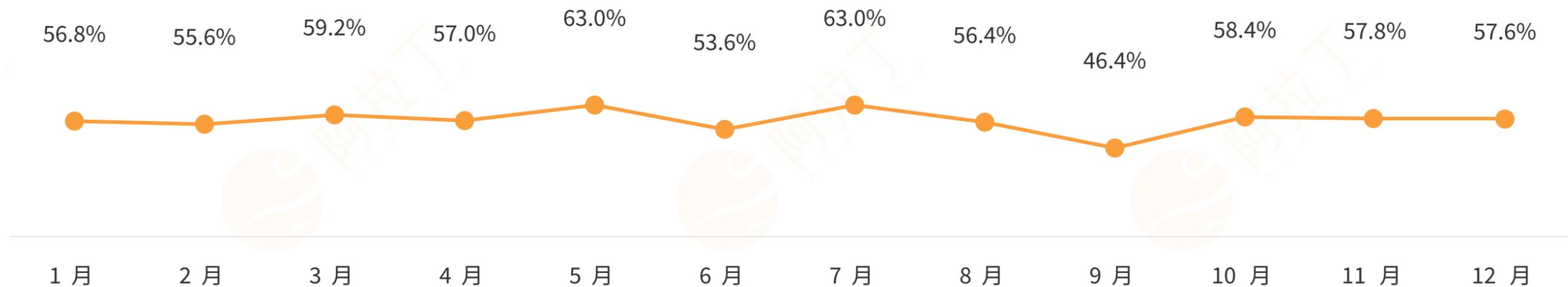
视灯指数 TOP500 累积发布作品超过 83.4 万，累积推荐数超过 34.7 亿



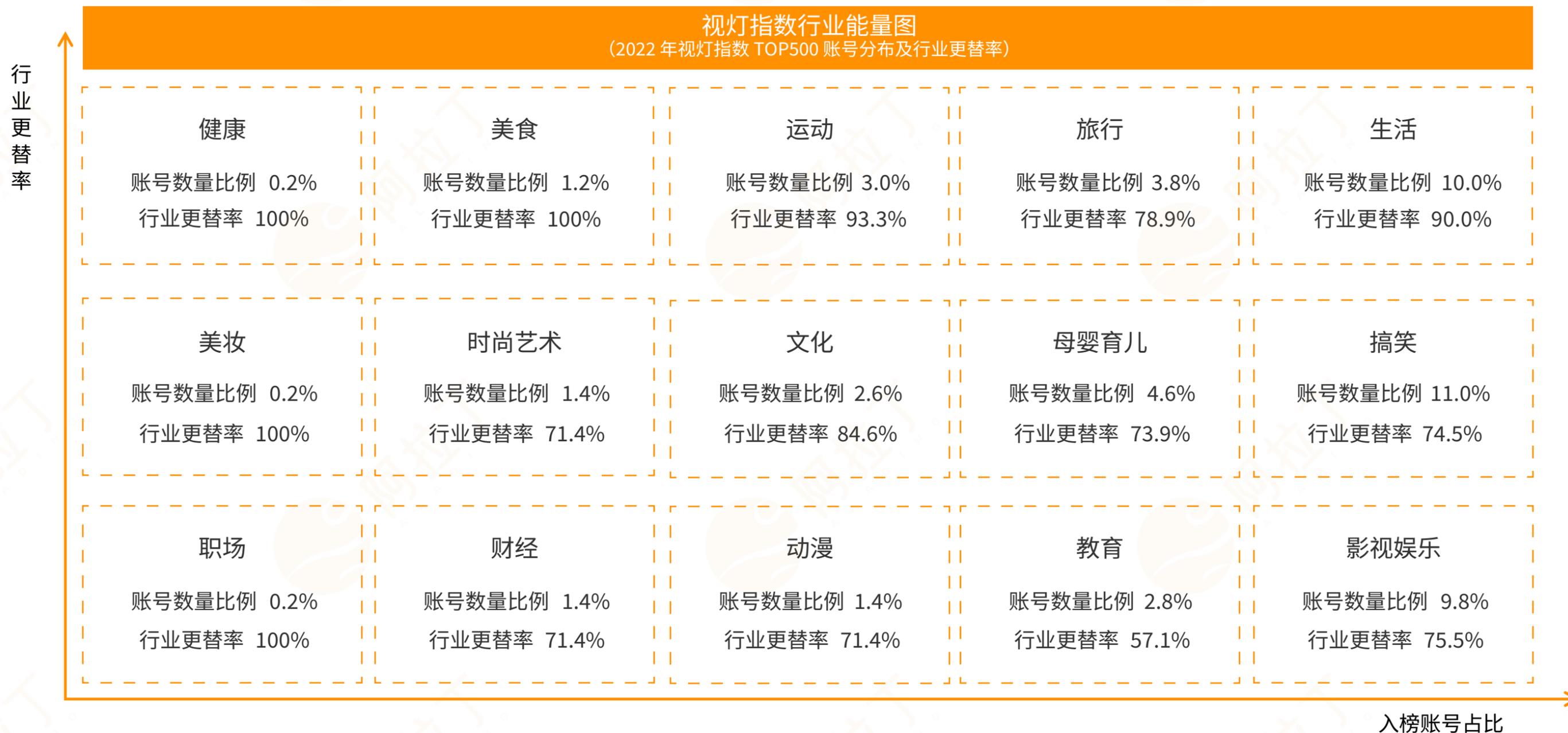
2022 年视灯指数 TOP500 数据概况



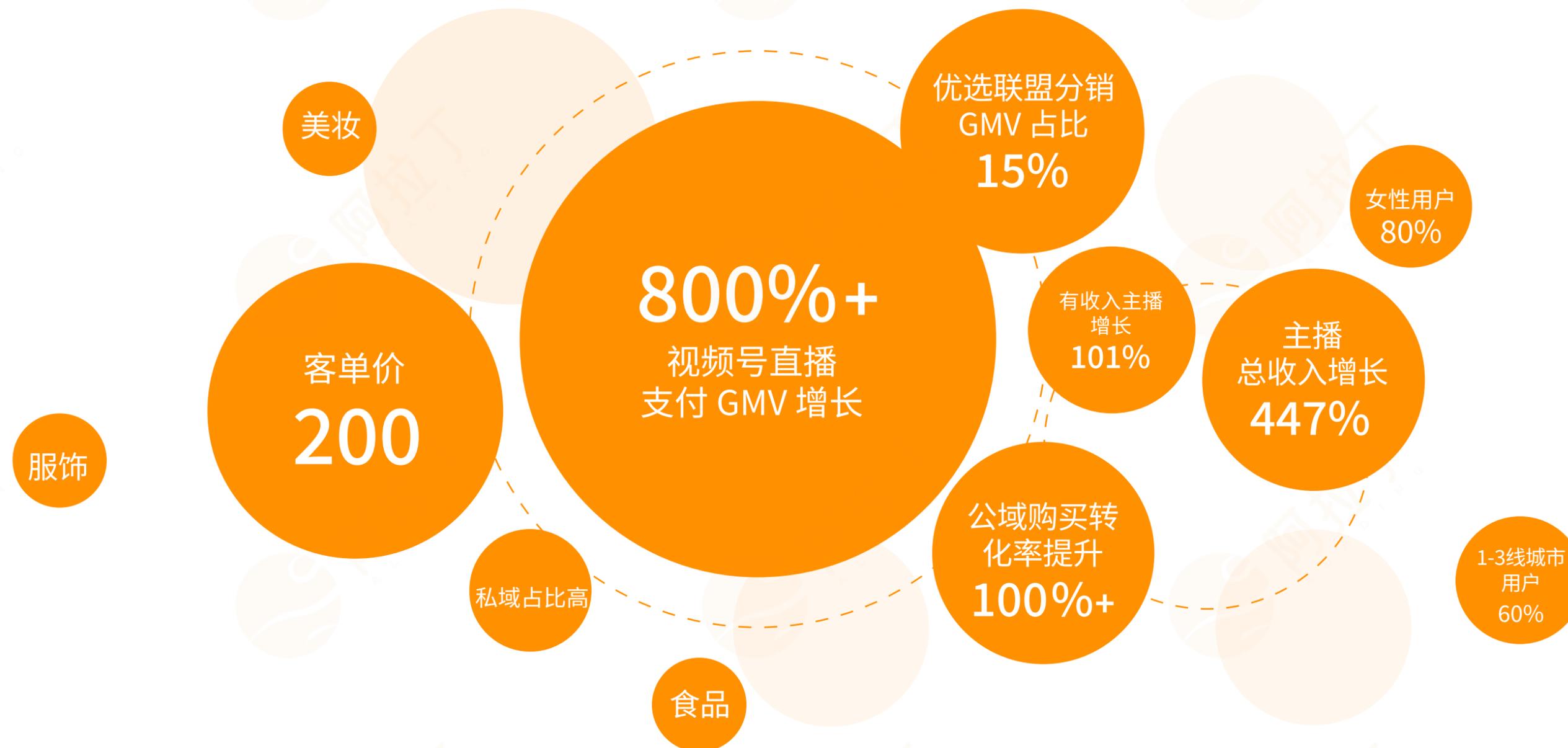
2022 年视灯指数 TOP500 月度更替率



生活、搞笑、影视娱乐表现活跃，健康、美妆、美食、时尚艺术领域潜力巨大



直播 GMV 增长超过 8 倍，商业功能搭建品牌、创作者与主播多赢格局



“11.11 狂欢节” 多家企业品牌和达人上榜



2022 年视频号直播“11.11狂欢节”榜单(企业)

排名	视频号名称	视灯指数
1	京东电器	10000
2	京东 JD.COM	9289
3	吉创珠宝	7795
4	恒实珠宝	7102
5	七朵丝绸	6909
6	魔介国际	6787
7	久鸿珠宝	6757
8	臻品天工翡翠品牌店	6450
9	学而思	5946
10	周大生旗舰店	5909
11	京润珍珠珠宝	5820
12	格力董明珠店	5768
13	玉状元翡翠	5660
14	福春莱品牌珠宝店	5468
15	玉匠人珍品轩	5379
16	杭州沐慕服饰颖菴店	5234
17	瑶玉珠宝店	5234

排名	视频号名称	视灯指数
18	千寻玉珠宝	5230
19	深圳学而思	5164
20	恒实工厂店	5071
21	铂祺珠宝	5060
22	星妮娅	5052
23	禅石翡翠	4960
24	玉胖缘珠宝翡翠严选	4656
25	世纪缘珠宝官方旗舰店	4652
26	Apple 产品南天旗舰店	4645
27	海马体照相馆	4530
28	谭飞舒适职场装	4445
29	凯飒高定真丝羊绒	4289
30	中国黄金专营店	4256
31	哥弟真的好官方旗舰店	4248
32	香云纱印象	4018
33	阿点真丝羊绒	3885
34	一抹微蓝真丝香云纱	3881

排名	视频号名称	视灯指数
35	佳丽仟丝旗舰店	3833
36	樊登读书	3748
37	babycare 好物集	3622
38	猿编程	3347
39	锦月丝府	3303
40	懂东东	3258
41	雅诗兰黛	3107
42	凯飒高定服饰	3073
43	哥弟真的好--GIRDEAR	3036
44	汉堡王中国	2903
45	新东方直播间	2866
46	EP 雅莹好物精选	2799
47	GOELIA 歌莉娅	2799
48	住范儿	2691
49	iQOO 福利社	2643
50	哥弟 GIRDEAR	2584

数据来源：视灯数据 shidengdata.com

2022 年视频号直播“11.11狂欢节”榜单 (达人)

排名	视频号名称	视灯指数
1	吴依娜 lucy	7413
2	颜君美学	6680
3	形象搭配师乔教主	6631
4	严家宝	6409
5	鹿可觅形体周周老师	5834
6	极海湾海鲜	5442
7	丝迷丝巾	5434
8	顺子说茶	5271
9	欧阳品玉	5249
10	暖暖妈爱分享	5130
11	琳琳老师形体气质	5034
12	常爸-黄任	4993
13	上鳞记大闸蟹	4823
14	苏丝迈香云纱李掌柜	4778
15	峻哥生活	4700
16	千祎形体礼仪	4682
17	素颜桃花	4559

排名	视频号名称	视灯指数
18	沙拉穿搭笔记	4215
19	青姐就是玩	4207
20	葛缓缓形体美学	4159
21	李玉形体瘦身	4070
22	张慧形体礼仪	3978
23	大洪洪的穿搭日记	3903
24	大表姐刘珠琰	3896
25	别叫我吉米妈	3881
26	呈品羊绒真丝馆	3740
27	赵健的读书日记	3588
28	大漂亮护肤	3574
29	童婷教你学化妆	3566
30	火哥美食家常菜	3485
31	董大漂亮超宠粉	3410
32	罗记甄选	3407
33	广东家族	3292
34	朱丹老师谈使命力	3240

排名	视频号名称	视灯指数
35	武志红	3210
36	倩宝巨有品	3114
37	阿瑟假发优选	3081
38	美桐形象美学	2995
39	领读人申怡	2955
40	张小星传媒	2932
41	陈陈家海鲜	2821
42	北大傲德学习力	2677
43	圈圈老师思维训练	2625
44	蓝小护-护肤美妆	2543
45	诗加和她的朋友们	2476
46	小兵海参	2373
47	勐海飘翎阁茶坊	2332
48	东方印象昆明茶仓	2276
49	黎茗茶业	2195
50	暖暖的好味道	1972



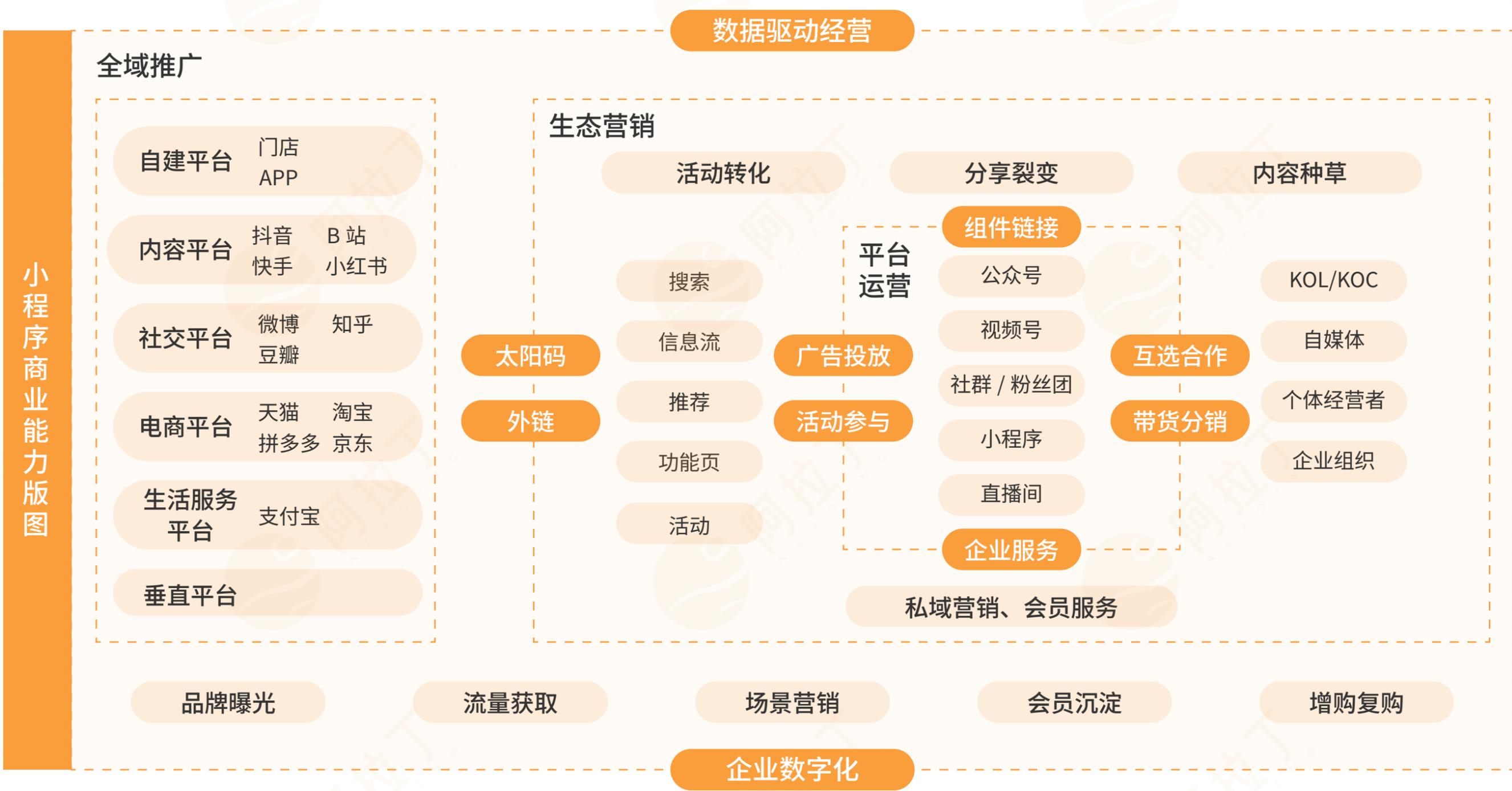
视频号商业能力探索



搜索需求强劲，内容建设丰富，创作者成为视频号生意的源点



视频号强化企业品牌生态内影响力，助推小程序商业版图向全域延展



企业品牌相继投入精力打造视频号，发展内容营销与直播电商

全面参与阶段
17.4%

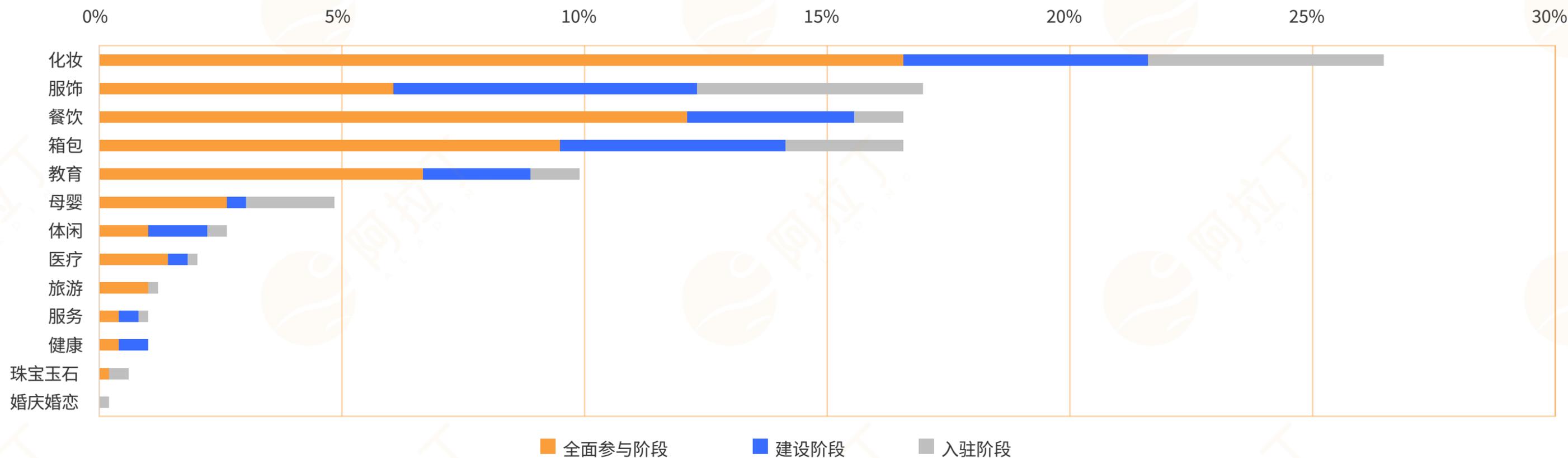
条件（同时满足）：
视频号与小程序关联，可通过视频号商品栏目、视频号服务、视频号评论进入小程序转化；
视频号直播过。

建设阶段
24.6%

条件（满足其一）：
视频号与小程序关联，可通过视频号商品栏目、视频号服务、视频号评论进入小程序转化；
视频号直播过。

入驻阶段
58.0%

条件：
视频号与小程序无关联；
视频号未直播过。



视频号各触点打通，矩阵赋能屈臣氏 O+O 零售模式



屈臣氏联动品牌明星资源，引入微信生态外的公域流量，蓄势私域留存和转化



公域曝光提升

128%

视频号
日均新增粉丝数提升

445%

单次活动
私域用户量提升

109%

私域转化提升

134%

屈臣氏视频号直播：私域置换平台流量，联动品牌突破直播流量层级



利用私域资源，撬动平台流量

 **主账号**
屈臣氏服务助手



流量精准 观看转化率提升
3倍

 **屈臣氏官方小程序**
商城首页 / 专题活动页
直播入口露出

 **公众号**
直播预约推文全量推送

 **社群**
分享直播间 / 直播爆品

 **企微 B 端分享**
创建直播宣发素材
数万名 BA 进行素材分发

联动品牌资源，导入公域流量

 **种草账号**
屈臣氏官方种草君

声量扩大 观看数据提升
312%



借助品牌明星资源
为视频号直播间引流

直播间进行成交转化
将用户沉淀进入私域

屈臣氏视频号直播：沉淀私域持续反哺直播间，提升直播转化率



引导用户添加带参企微

用户维护：【群聊 / 私聊 / 朋友圈】进行私域内容运营

用户激活：【直播间预约满抽 / 好友裂变 / 群裂变】利益点鲜明的活动运营

引导直播间 / 小程序下单

提升私域 GMV 及用户 CLV

循环反哺, 提升转化

私域销售转化提升 **308%**

私域 UV 价值提升 **235%**

私域流量带动
直播间 GMV 增长 **121%**



视频号 2022 年度榜单



2022 年度视灯指数 TOP100 (1-51)



排名	视频号名称	分类	视灯指数
1	央视新闻	时事新闻	10000
2	一禅小和尚	动漫	9770
3	环球创意榜	时尚艺术	9664
4	优小沐	母婴育儿	9638
5	笑笑悟	情感	9617
6	人民网	时事新闻	9611
7	民生大参考	民生	9578
8	民生频道	民生	9554
9	一泡三响	教育	9549
10	大象新闻	民生	9538
11	四川观察	民生	9526
12	海峡新干线	时事新闻	9524
13	贵州小蓉儿	生活	9469
14	中国网直播	时事新闻	9372
15	有趣大脸	搞笑	9340
16	央视网	时事新闻	9309
17	福星辉哥	搞笑	9307

排名	视频号名称	分类	视灯指数
18	凤凰网	时事新闻	9248
19	看看新闻 Knews	时事新闻	9226
20	新华网	时事新闻	9197
21	易车	汽车	9182
22	极目新闻	民生	9151
23	意公子	时尚艺术	9150
24	影视菇	影视娱乐	9109
25	封面新闻	时事新闻	9089
26	CCTV 国家记忆	文化	9056
27	酷我音乐	音乐	9056
28	光明日报	时事新闻	9051
29	观察者网	时事新闻	9050
30	都市快报	民生	9022
31	司马南频道	科技互联网	9012
32	小莉帮忙	民生	9008
33	刘大师工地夫妻	音乐	8999
34	哔哩哔哩	动漫	8994

排名	视频号名称	分类	视灯指数
35	央视网快看	时事新闻	8950
36	潘姥姥	美食	8947
37	刘仪伟	情感	8911
38	QQ 音乐	音乐	8890
39	湖北新闻	民生	8875
40	涂磊	情感	8858
41	快看	生活	8846
42	新京报	民生	8842
43	猫眼电影	影视娱乐	8815
44	中国日报	时事新闻	8814
45	大师说车	汽车	8796
46	无为星仔	母婴育儿	8776
47	Real 娱乐	影视娱乐	8773
48	你好赵厂长	搞笑	8758
49	新华社	时事新闻	8753
50	印象日本	旅行摄影	8752
51	一起看电影吗	影视娱乐	8736

2022 年度视灯指数 TOP100 (52-100)

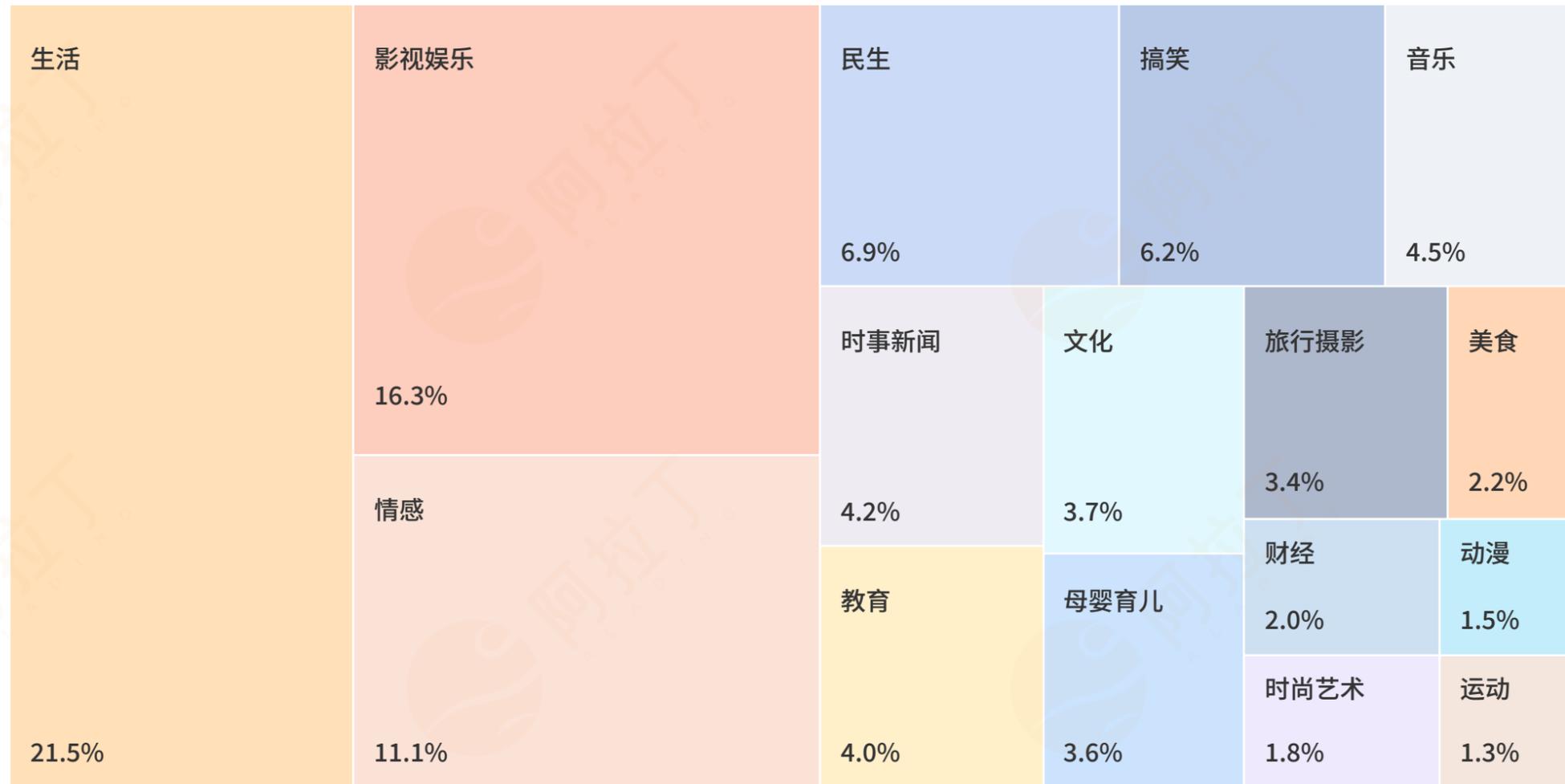


排名	视频号名称	分类	视灯指数
52	旅行收藏家	旅行摄影	8711
53	李小萌的分享	教育	8708
54	小蓝和他的朋友日常	搞笑	8705
55	易车老表	汽车	8703
56	娱小七	影视娱乐	8703
57	美物小计	旅行摄影	8679
58	明月教创业	职场	8664
59	潇湘晨报	时事新闻	8651
60	樊登读书	文化	8640
61	我们视频	民生	8599
62	真实故事馆	情感	8566
63	澎湃新闻	时事新闻	8565
64	中国日报双语新闻	时事新闻	8545
65	老子道德经	文化	8543
66	李蠕蠕	影视娱乐	8538
67	房琪 kiki	旅行摄影	8532
68	马蛟龙 Long	影视娱乐	8449

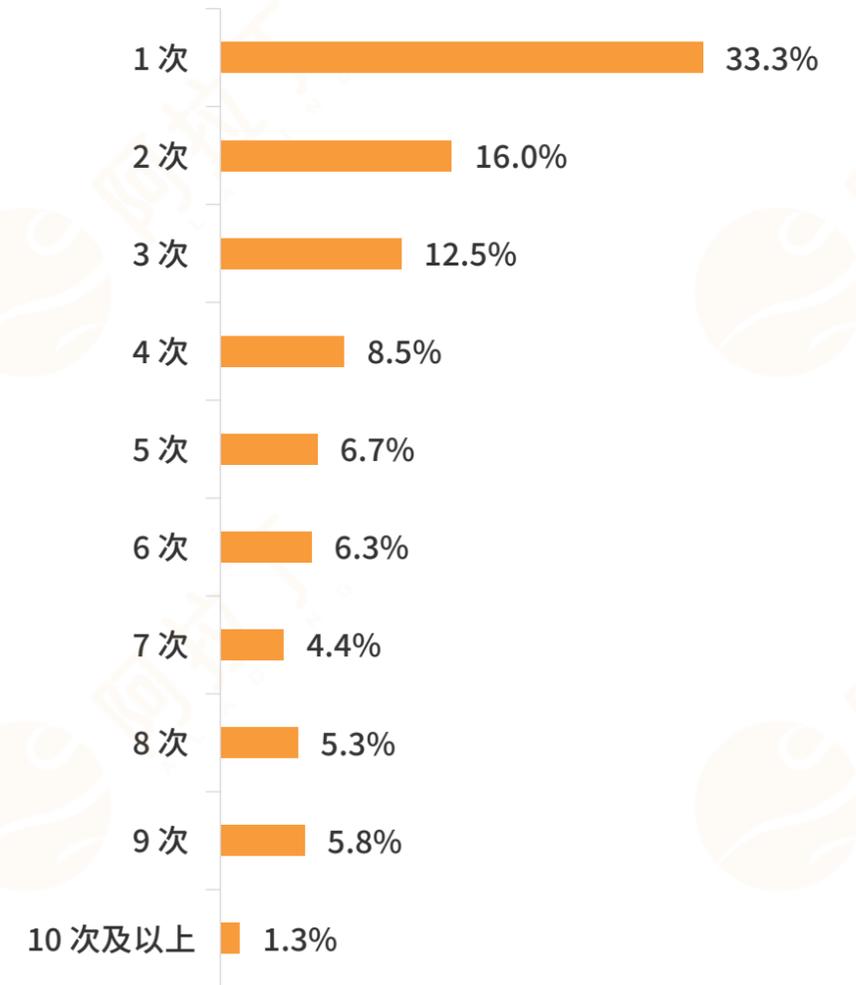
排名	视频号名称	分类	视灯指数
69	旅行攻略	旅行摄影	8442
70	圆子小厨	美食	8441
71	陈佩斯	搞笑	8422
72	君君	旅行摄影	5071
73	竹子和老爹	母婴育儿	4958
74	毒舌扒姨太	生活	4936
75	人民日报	时事新闻	4919
76	皮皮更段子	影视娱乐	4883
77	一点英语 APP	教育	4883
78	叮当睡着了	旅行摄影	4849
79	环球每日热搜	民生	4845
80	香蕉娱乐	影视娱乐	4831
81	娱九叔	生活	4817
82	冬瓜娱乐	影视娱乐	4815
83	脸脸有娱	影视娱乐	4803
84	是剧剧呀	生活	4794
85	聪明旺豆豆	萌宠	4788

排名	视频号名称	分类	视灯指数
86	三石的一家老小	母婴育儿	4783
87	我的偶像巨顽皮	影视娱乐	4780
88	吃瓜娱乐酱	影视娱乐	4776
89	巧妈喜宝	母婴育儿	4764
90	一切为了群众	民生	4759
91	行走的两百万	母婴育儿	4735
92	美丽浙江	民生	4722
93	娱乐可爱蛙	影视娱乐	4720
94	老徐的一家老小	母婴育儿	4716
95	一个人的莎士比亚	情感	4714
96	会火	生活	4713
97	泥可松	生活	4711
98	小丽同学 1	搞笑	4711
99	何静同学	搞笑	4707
100	烟台晚报	生活	4702

2022 年视灯指数 TOP500 累计入榜 2340 个，生活、影视娱乐、情感为三大热门类型，38.3% 入榜 3 次以上



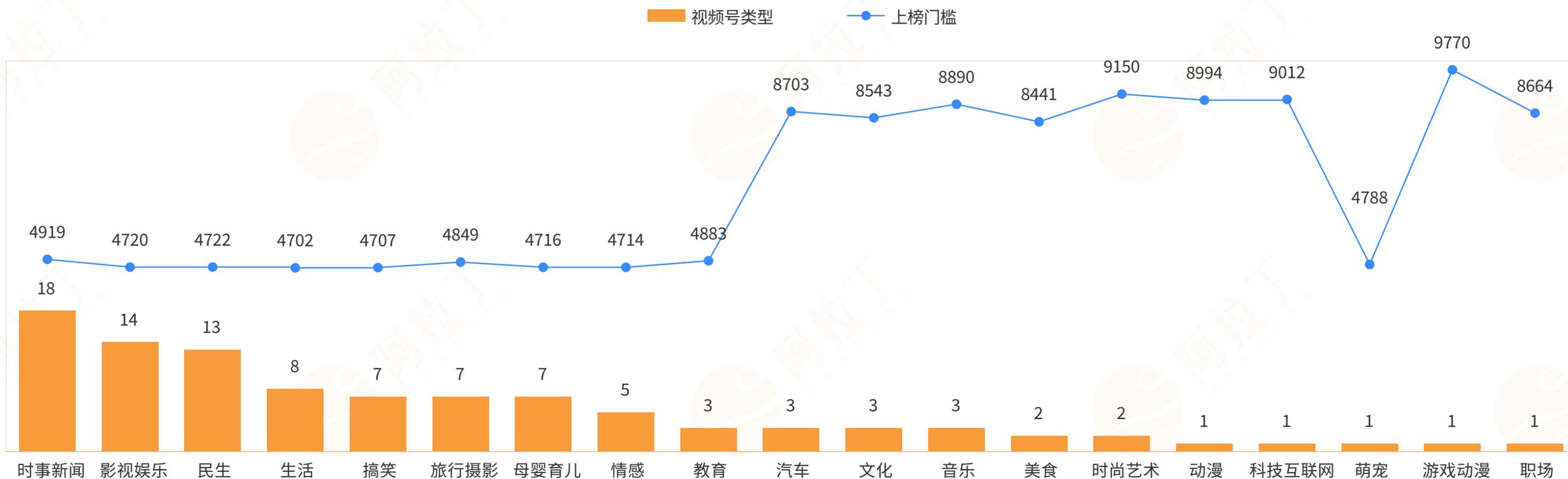
2022 年视灯指数 TOP500 上榜次数分布

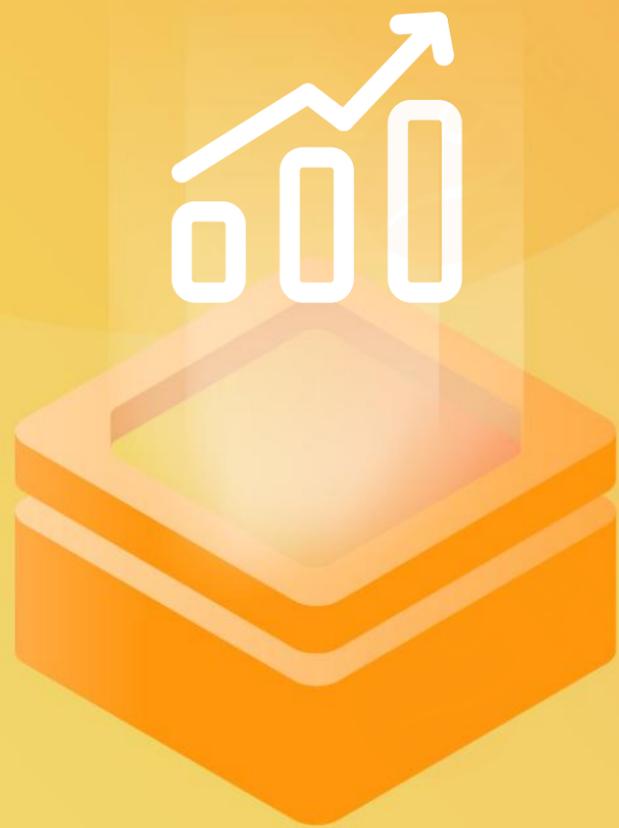


时事新闻、影视娱乐和民生占据百强榜 45% 份额，视频号成为网民重要的信息获取和分享渠道



2022 年度视灯指数 TOP100 类型分布及上榜门槛





2023 年视频号发展趋势

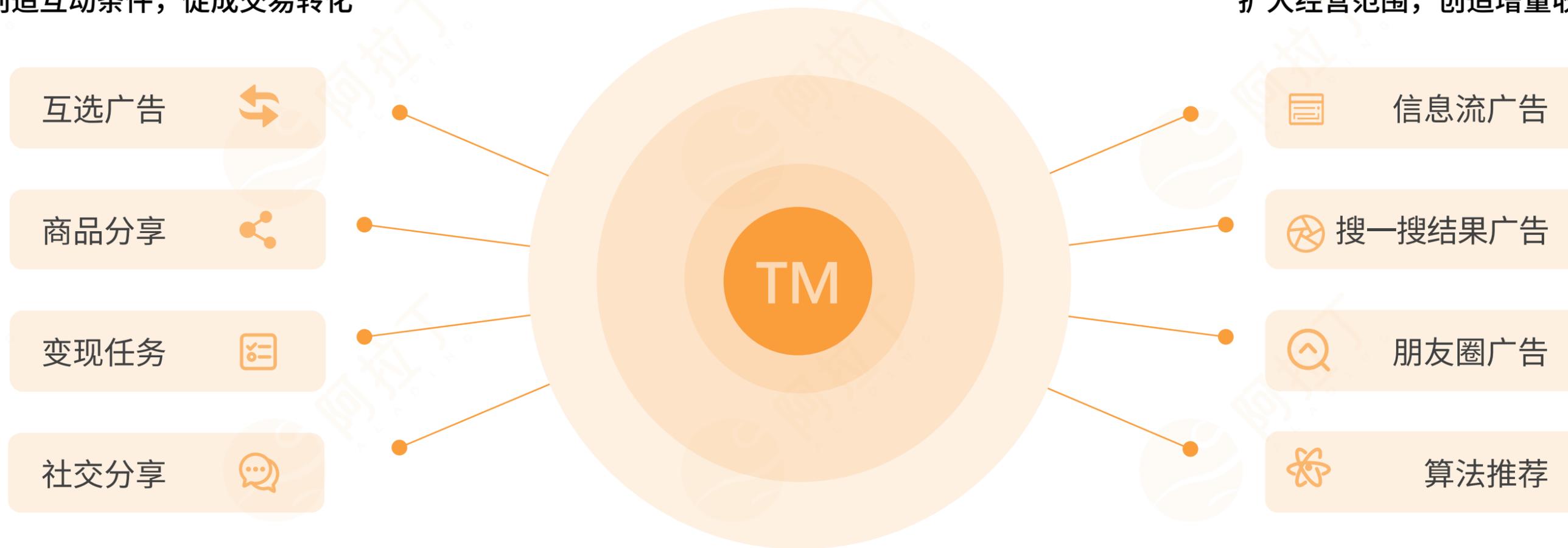


“社交 + 广告”双引擎助力视频号全面商业化



借势内容社交，匹配精准人群
创造互动条件，促成交易转化

撬动公域流量，触达潜在用户
扩大经营范围，创造增量收益



方法论与营销范式将有助于广告主找准定位，提升推广效率

优秀创作者组合

(Talent Combination)

结合营销目的进行创作者组合优选，产出内容，是做好微信创作者营销的第一步，也是重要的一步。

品牌资产沉淀

(Brand Treasure Accumulation)

GMV、ROI、声量、口碑、用户认知、喜爱度、获客线索、品牌信任度、圈层的超级链接、复购意愿等方面可沉淀的资产。

品牌建设范式

声量和口碑是衡量的重要方向
社交裂变提供深度传播可能



产品种草范式

圈层影响力决定产品认知
私域放大公域形成超级社交种草



私域转化范式

转化为王，私域营销+社交传播
建立品牌忠诚的隐形高墙



私域放大公域传播

(Private-Public Transmisson)

通过创作者私域传播能力触达圈层用户，借由社交助力破圈传播触达非圈层用户，二者叠加助力传播效果指数级增长。

生态内长效营销闭环

(Long-Tail Marketing)

创作者内容+微信生态产生的长尾效应，为品牌提供场域内的营销闭环，支持品牌改善现有流量结构、挖掘新流量。

成熟玩家深入探索微信生态商业潜力，视频号迎来更多创新方向

公域与私域互哺

品牌借助生态能力获得公域流量，基于私域获得用户洞察，反哺公域投放



所有女生会员服务



交个朋友电商



辛选粉丝站



烈儿宝藏局



蜜蜂惊喜社

以MCN机构为代表的企业团队将直播间粉丝引入私域沉淀和运营

品牌IP统领生态

品牌通过行业联合、生态服务、异业合作形式实现渠道效率和品牌价值双赢格局



泡泡玛特 IP 打造跨界营销载体

- 奢侈品牌
- 文化艺术
- 服饰鞋帽
- 银行金融
- 护肤彩妆
- 文化艺术

泡泡玛特

POPMART

- 冰淇淋 RAP 大赛
- 给 100 个员工拍照

- 雪王吨吨桶
- 雪王被黑了
- 雪王发布会

蜜雪冰城“雪王”IP 推爆款



蜜雪冰城雪王

线上与线下联通

OMO、O+O、O+O+O 等模式整合消费体验，打造全域全时无差别服务场景



屈臣氏服务助手

屈臣氏“O+O (online + offline)”
构建零售模式立体生态



欧莱雅美丽殿堂

欧莱雅“O+O+O (online + offline + on-chain) 模式”打造元宇宙“链上美妆”范式

虚拟现实与短视频营销接轨

小程序与 XR 技术结合带来创造性突破，与短视频内容衔接创造用户新体验



TMELAND

TMELAND × 可口可乐“元宇宙宠粉街区”



奈雪的茶

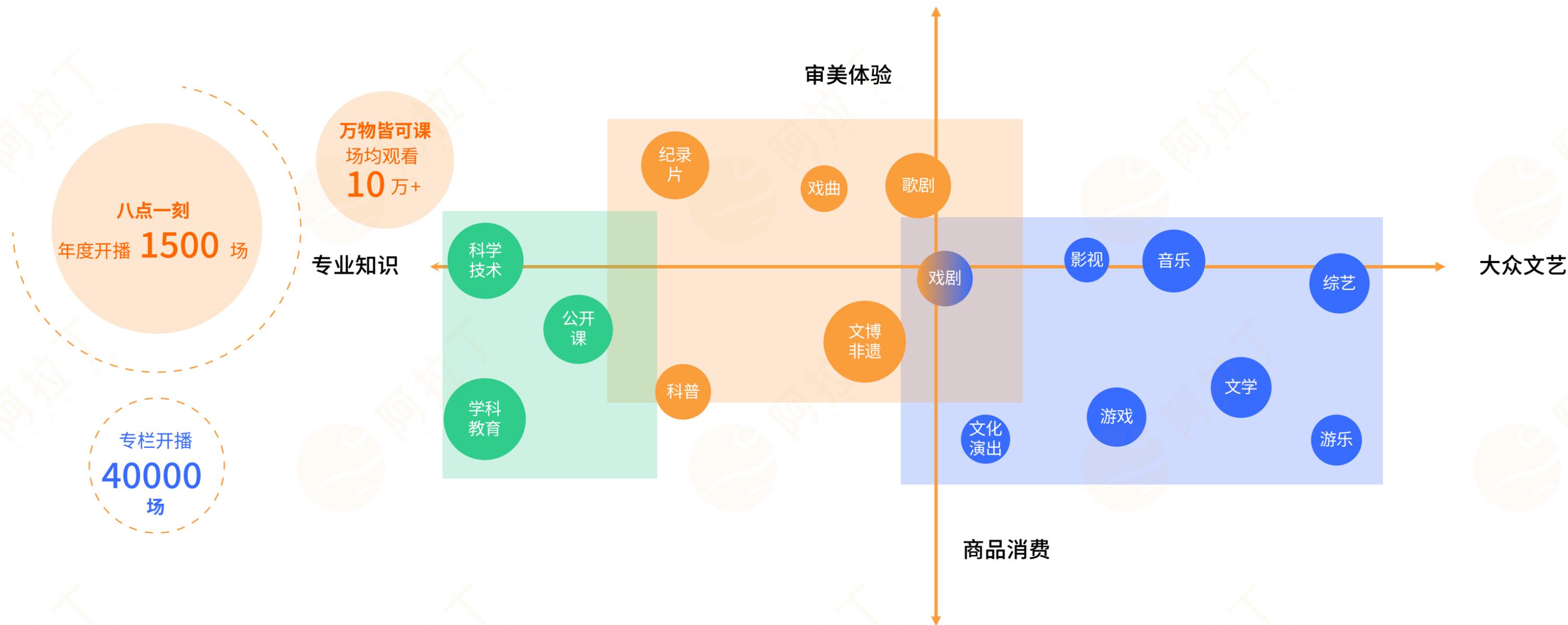
“奈雪的茶”推出虚拟人 IP-Nayuki，用户可化身数字人 与之互动



品牌虚拟商店

元宇宙小游戏营销
.....

有序、规范的创作环境将涌现出更多优质内容，视频号将成为融合知识范儿与烟火气于一体的信息窗口

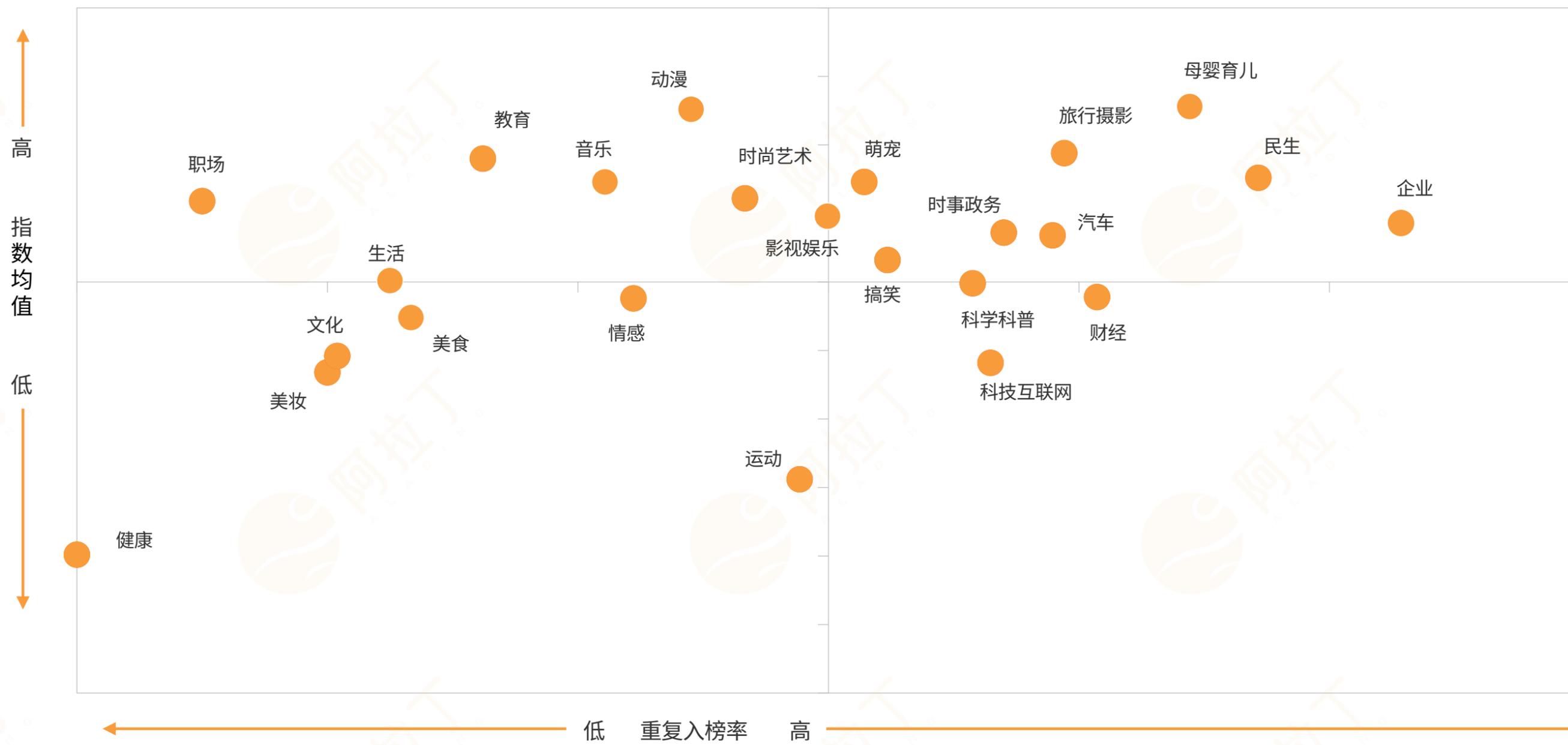


“点赞之交”、“铁杆粉丝”的社交氛围也将打开更多创作者的脑洞，“记录真实生活”也可以有独特表达



母婴、旅行摄影等领域竞争加码，健康、美妆、文化仍然有大量市场机会

2022 年视灯指数 TOP500 类型对比





2022 年第五届视灯奖获奖名单





哔哩哔哩

2022 年度视频号最佳品牌



九牧厨卫



微众银行
企业金融



京润珍珠



周大生
旗舰店



顾家家居



鸭鸭羽绒服饰
旗舰店

2022 年度最具商业价值视频号



屈臣氏服务助手



意公子



魔介国际



曾奇峰 UM 心理咨询



颜君美学



东方甄选会员

2022 年度最佳市场创新视频号



学而思



大朗水口炒粉姐



新东方游学营地



农特



爱空间装修



幸福健康课

2020 年度最佳视频号成长奖



耳钉大叔



大洪洪的穿搭日记



五谷磨房



同程风物严选



百果园



人民日报国际

2022 年度最佳视频号直播



兄弟 GIRDEAR
真的好



欧莱雅美丽殿堂



babycare
好物集



唯品会



京东电器



懂东东

阿拉丁研究院出品



关注获取视频号资料



扫码咨询 & 进群

视灯指数是阿拉丁（全称“北京阿拉丁神科技有限公司”）旗下视频号大数据与智能营销平台，专注为微信视频号从业者提供视频数据统计与分析服务，同时为用户提供定制化商业分析、行业趋势洞察、视频号代运营及品牌营销服务。

本白皮书由阿拉丁研究院推出，数据来源视灯指数、调研访谈、第三方授权数据，版权归视灯持有。未经书面许可，任何其他个人或组织均不得以任何形式将本白皮书的全部或部分内容转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合。报告内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。本白皮书仅为提供通用指南，并不视为针对企业提供的专业建议。