



2021

视频号发展白皮书

WeChat Channel's Development in 2021 (By Shideng)

序言

2021 年是视频号突飞猛进的一年。

在过去的 1 年里，视灯研究院在持续观察以及与生态内各方交流中见证了一系列令人惊喜的变化：DAU 超过 5 亿，环比增长 79%，人均使用时长超过 35 分钟，环比增长 84%，视频号正在革新短视频生态。

数据增长之外，视频号以及微信生态发生了更多有趣的变化。在内容侧，越来越多的优质创作者入驻，由大量新闻政务类账号构建的传播网络助力视频号在信息传播能力方面的大幅提升；企业账号相继发力，聚焦品牌宣传与品牌自播，汽车、手机数码抢先发展，美妆、食品、服饰逐步加码，房产、健康逐渐积蓄力量；泛知识带来新一轮内容扶持与升级。

在商业化方向上，视频号也取得了突破性的进步。从“618”试水到“11.11”直播好物节，视频号正式切入直播电商大促，帮助百余个品牌开辟新营销场域。视频号作为原子化组件进一步与公众号、小程序、企业微信互联，让信息自由穿梭并与其他组件触碰产生新的化学反应，创造新的商业增长空间。

视频号的战略意义与商业价值逐步在更新中得到释放和市场认可。2021 年视频号主要更新近 60 项，在生态内全面连通的基础上重点完善了直播能力；微信为视频号和直播释放了公域入口；企业微信与视频号的打通进一步赋能企业品牌私域运营。

生态建设也被提到新的高度。平台方从生态流量扶持、运营策略支持、产品能力共建和商业模式增值四个方面推出政策和活动，视频号付费推广、互选平台帮助创作者提升变现能力，帮助品牌方提升推广效率，第三方服务也深度融入生态，全面参与视频号商业化进程。

总结起来，视频号在内容种草、直播电商、品牌营销等方面取得了重大进步，新内容、新形式、新玩法，包括垂直行业账号矩阵与联动传播、新锐品牌与个性化服务品牌的成功破圈以及数字零售的 O2O 私域闭环方向均涌现出不少优秀标杆；还有双十一以来系列直播带货活动的优异成绩都体现了市场对视频号发展潜力的认可与期望。

视灯研究院相信，视频号的商业价值和内容价值仍有巨大发展空间。2022 年 DAU 有望达到 6 亿，三年内微信电商将在视频号、小程序、企业微信的合力之下达成 GMV10 万亿，视频号在私域运营、DTC 模式和“内容即服务”方向发挥更大价值，成为企业品牌、个体经济发展的重要根基。

目录

01
2021 年视频号
发展总结

03
视频号商业化
生态分析

05
2022 年视频号
发展趋势预测

07
附录

02
视频号
核心数据解读

04
视频号典型内容及
商业分析

06
2021 年视频号
奖项--视灯奖

01

2021 年视频号 发展总结

变化 1：视频号全年更新 59 项，直播和购物基建充分延展，商业能力进一步加强

1月 微信红包封面支持添加视频号内容；	2月 Mac 端新增分享视频号内容与直播信息； 视频号增加直播提醒和直播预约； 视频号与公众号主页双向打通； 朋友圈广告支持跳转视频号； 视频号付费推广功能开放；	3月 视频号增加倍速播放长视频、发弹幕、直播投屏功能； PC 端支持观看视频号和直播； 视频号直播新增内容投屏功能； 视频号内容支持倍速播放；	4月 视频号打通企业微信； 视频号直播提醒新增“直播预览”功能； 视频号上线“直播任务”； 视频号机构管理平台上线；	5月 iOS 端视频号商店全面升级； 视频号直播打通订阅号； 朋友圈内容可转发至视频号； 视频号内容设为状态； 公众号出现视频号直播提醒； 视频号主页新增“商品”tab； 直播间支持多平台商品同步开播； 视频号新增一键开店功能；	6月 视频号状态背景支持插入视频号内容； 视频号直播增设一级入口； 视频号评级上线，直播新增文件演示，允许粉丝互动； 直播时可通过点击观众消息获取其视频号； 新增创作者中心，发布创作者权益指南； 视频号互选平台上线，品牌方与创作者可自由达成合作； 视频号上线小游戏一键直播功能；
7月 小程序新增跳转视频号直播间功能； 视频号新增户外直播功能，运动相机云台相机一键开播； 企业微信支持用户绑定企业视频号；	8月 视频号支持分屏独立运行，留存分享记忆；	9月 视频号上线“第三方”虚拟身份功能、注销功能； 搜一搜打通视频号； iPad 支持微信的分屏使用； 视频号互选升级； 视频号直播“八点一刻”上线；	10月 视频号打通语音通话； 视频号支持通过创作者主页添加企业微信； 搜一搜视频号活动组件上线； 视频号发布地点全国通用； 微信支付成功页面一键跳转商家视频号； 微信 Windows 导航栏展示视频号入口； 视频号直播粉丝团上线； 视频号发布全新创作者激励计划；	11月 微信视频号认证更新； 视频号用户可查看“订单”； 公众号主页展示绑定视频号动态； 企业微信支持分享并观看视频号； 微信推出“11.11 视频号直播好物节”活动； 搜一搜“品牌官方区”功能整合视频号； 视频号首次全景 VR 直播； 视频号推出“带货中心”功能；	12月 视频号购物车支持一键直达购买页； 视频号直播预约推广； 微信 Mac 端支持观看视频号内容； 微信推出“12.12 视频号直播好物节”活动。

变化 2：视频号 DAU 5 亿，小程序 DAU 4.5 亿，双螺旋战略初步显效

视频号与小程序完成互联互通，构建微信生态双螺旋战略支持整体增长。截止 2021 年底，视频号与小程序 DAU 分别超过 5 亿和 4.5 亿，双螺旋战略初步显效果。



视频号挂载小程序
视频号购物页跳转小程序

2020 年

小程序 DAU 4 亿 +
视频号 DAU 2.8 亿 +

2019 年

小程序 DAU 3.3 亿 +

2021 年 6 月

小程序 DAU 4.1 亿 +
视频号 DAU 3 亿 +

2021 年

小程序 DAU 4.5 亿 +
视频号 DAU 5 亿 +



小程序跳转视频号直播间
小程序跳转到同主体已完成认证的视频号

变化 3：视频号作为原子化组件中的信息载体，在微信生态各触点自然流转，激活流量链路，塑造新场景与新需求

流量汇聚场景营销

4.5 亿 DAU
41% 活跃小程序数量增长
32% 日均使用次数增长

私域沉淀活动转化

17 次迭代 公众号互通视频号

内容种草直播带货

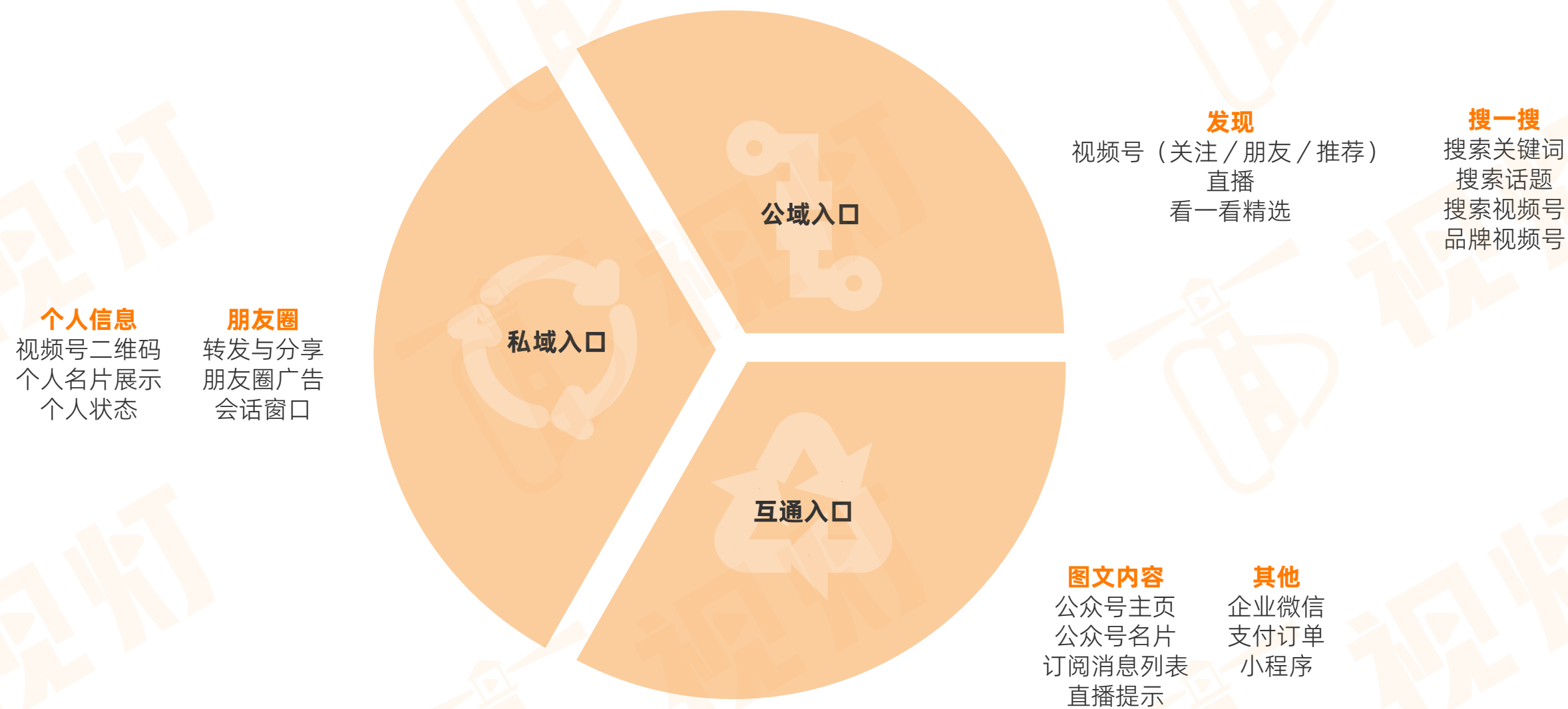
5 亿 DAU
35 分钟 人均时长
1500% 直播带货 GMV 增长

私域运营客户服务

1000 万+ 真实企业与组织数
1.8 亿+ 活跃用户数
5 亿+ 连接微信活跃用户数

微信社交分享

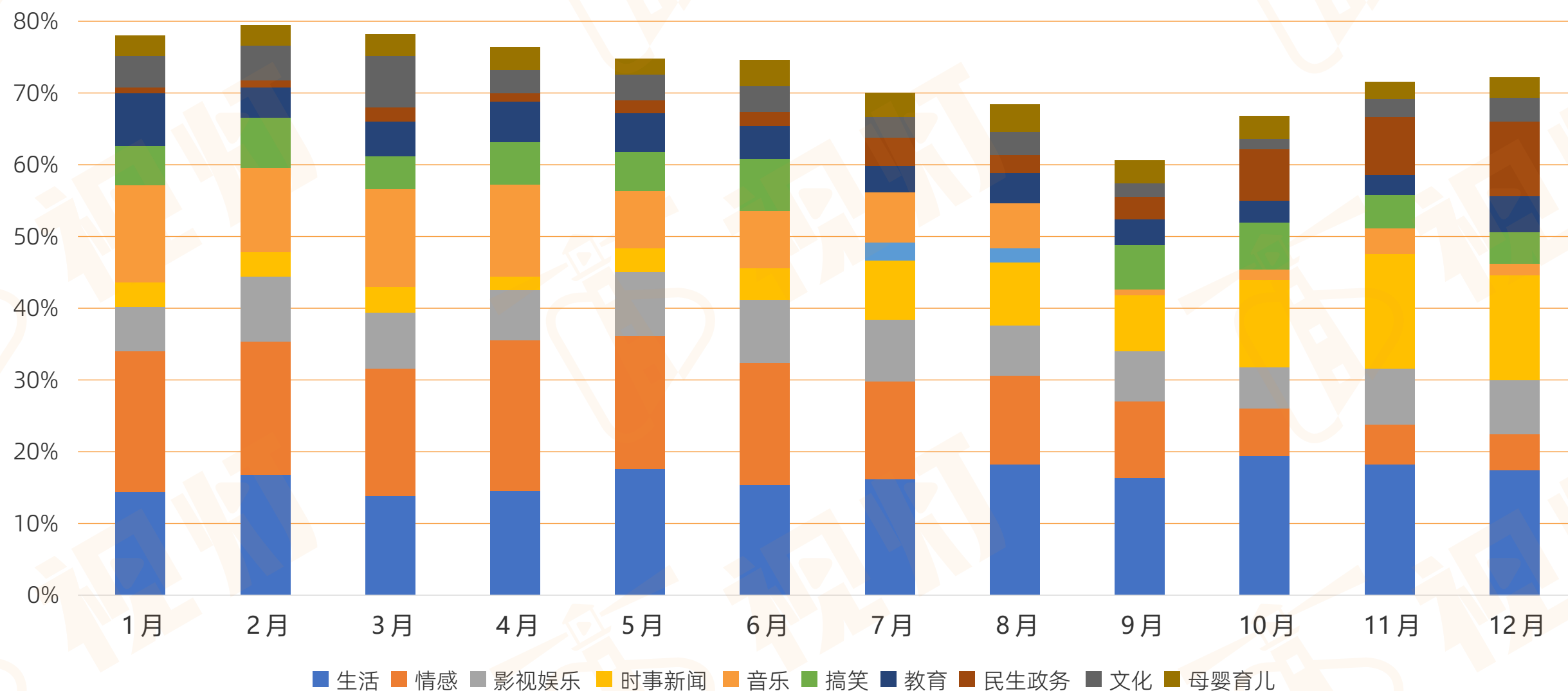
变化 4：视频号开放多层次流量入口，进一步增强公域流量杠杆力



资料来源：视灯指数及网络公开数据，由视灯研究院整理

变化 5：新闻、政务类账号比重扩大，视频号深入生活，成为网民获取时事新闻和社会信息的重要途径之一

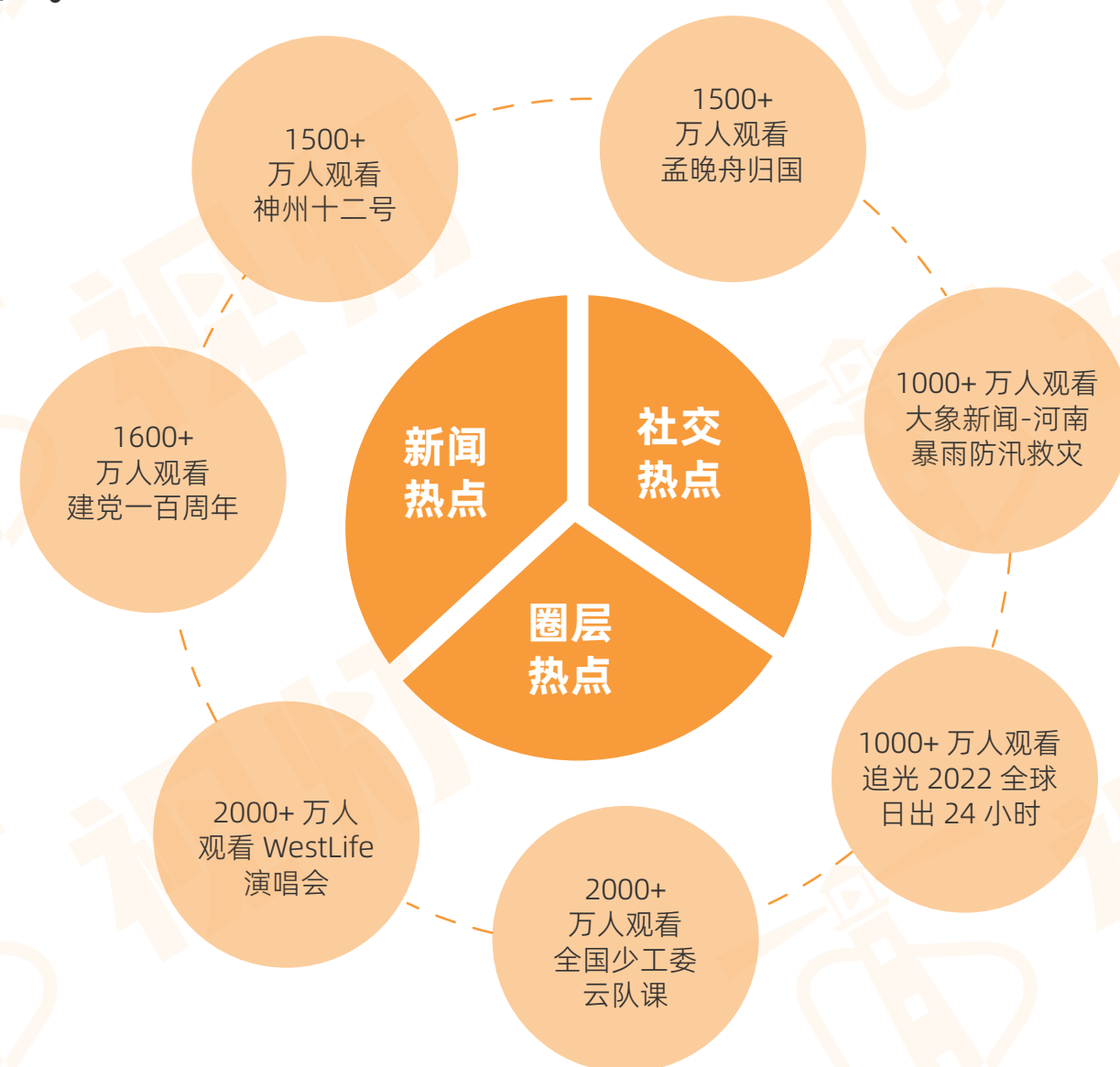
视灯指数 TOP500 账号前十类型构成



变化 6：直播串联用户生活日常，社交关系放大围观场域，视频号成为网民获取新闻和分享交流的重要平台之一

“全民追热点，在线云交流”，视频号直播成为网民获取新闻、围观热点的重要平台之一。

微信官方系列直播活动串联生活日常，用户习惯逐渐养成。



变化 7：视频号商业能力全面加速，直播 GMV 同比增长 15 倍，更多优质创作者获得价值回报

◆ 直播打赏/带货

通过视频号直播打赏、视频号带货形式达成商业变现。



1 万+
作者入驻

8000 万+
激励流量

15 倍
GMV 增长

◆ 广告互选平台

创作者通过视频号带货中心选择商品加入橱窗，参与带货。



50%
私域占比

200+
客单价

60%
复购率

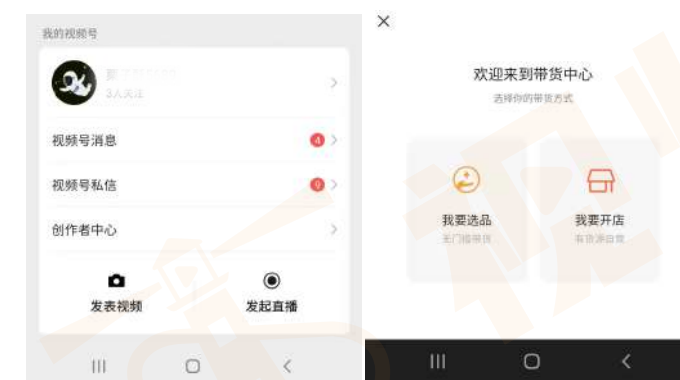
◆ 内容即服务带货

手工艺人、原产好货、定制服务等类型产品通过内容输出+小商店/小程序提供产品和服务实现销售。

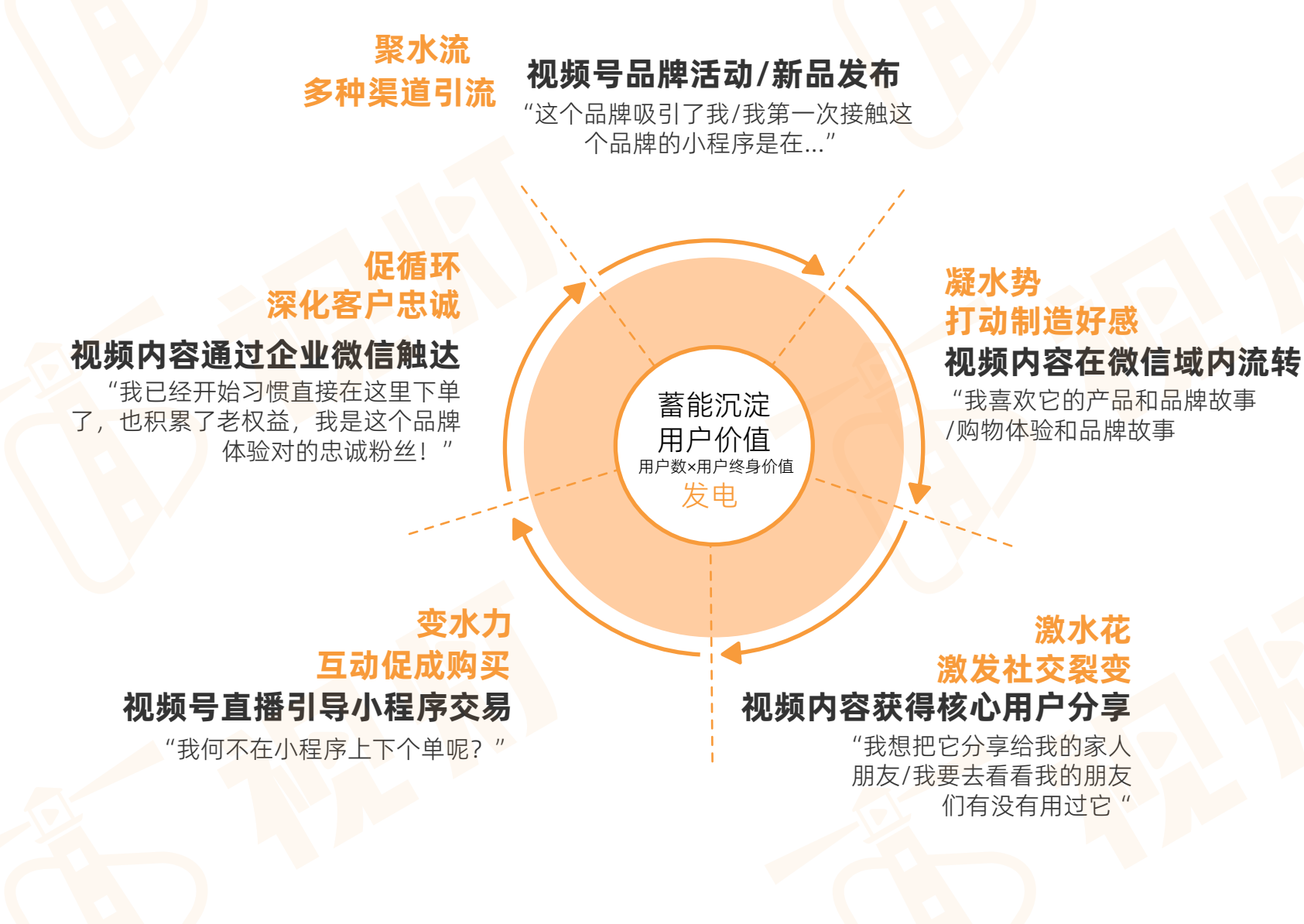


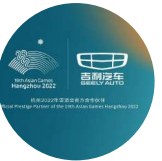
◆ 橱窗带货

创作者通过视频号带货中心选择商品加入橱窗，通过 CPS 返佣获取收入。



变化 8：公私域连接与生态方法论双管齐下助力品牌私域扩张，视频号成为新品发布和线上活动的重要平台



新品发布	奢侈品发布	线上活动
 	 	 
 	 	 
 	 	 

02

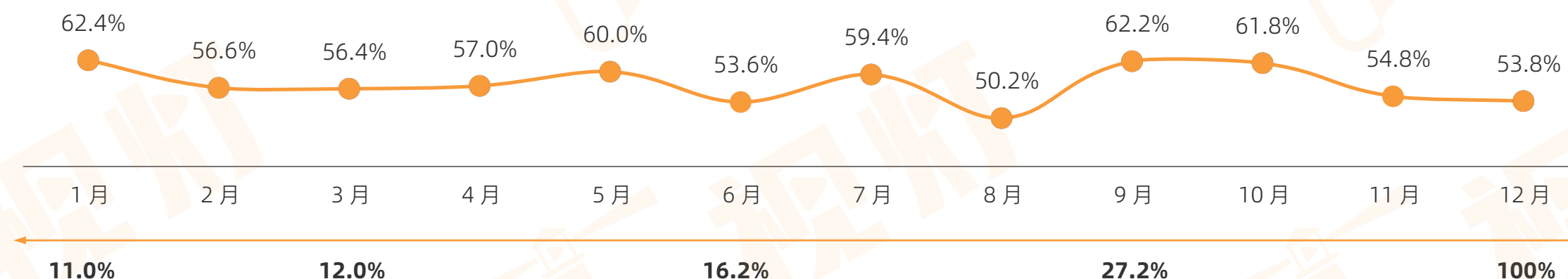
视频号 核心数据解读

视频号 DAU 超过 5 亿，视灯指数月度 500 强累计入榜账号 2794 个，发布作品超过 50 万，获赞超过 22 亿

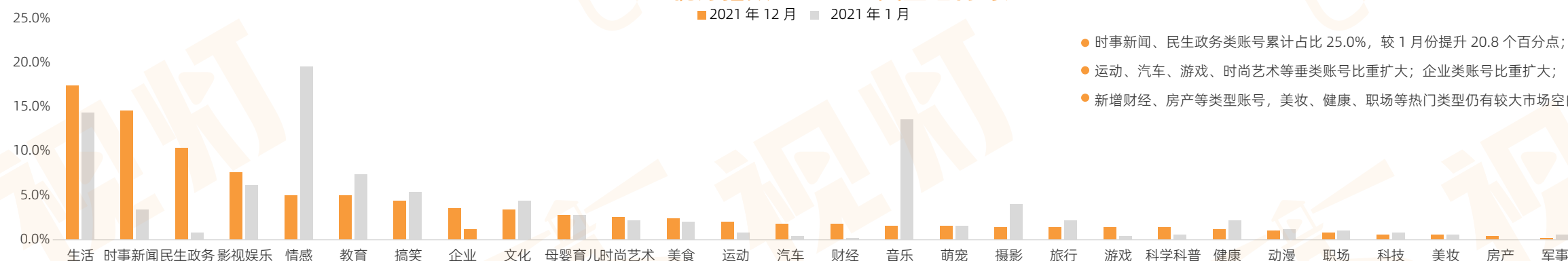


视频号创作群体扩张、竞争加码，500 强年内更替率近 90%；新闻政务比重提升，汽车、财经成长迅速，美妆、健康蓄势待发

TOP500 更替率趋势



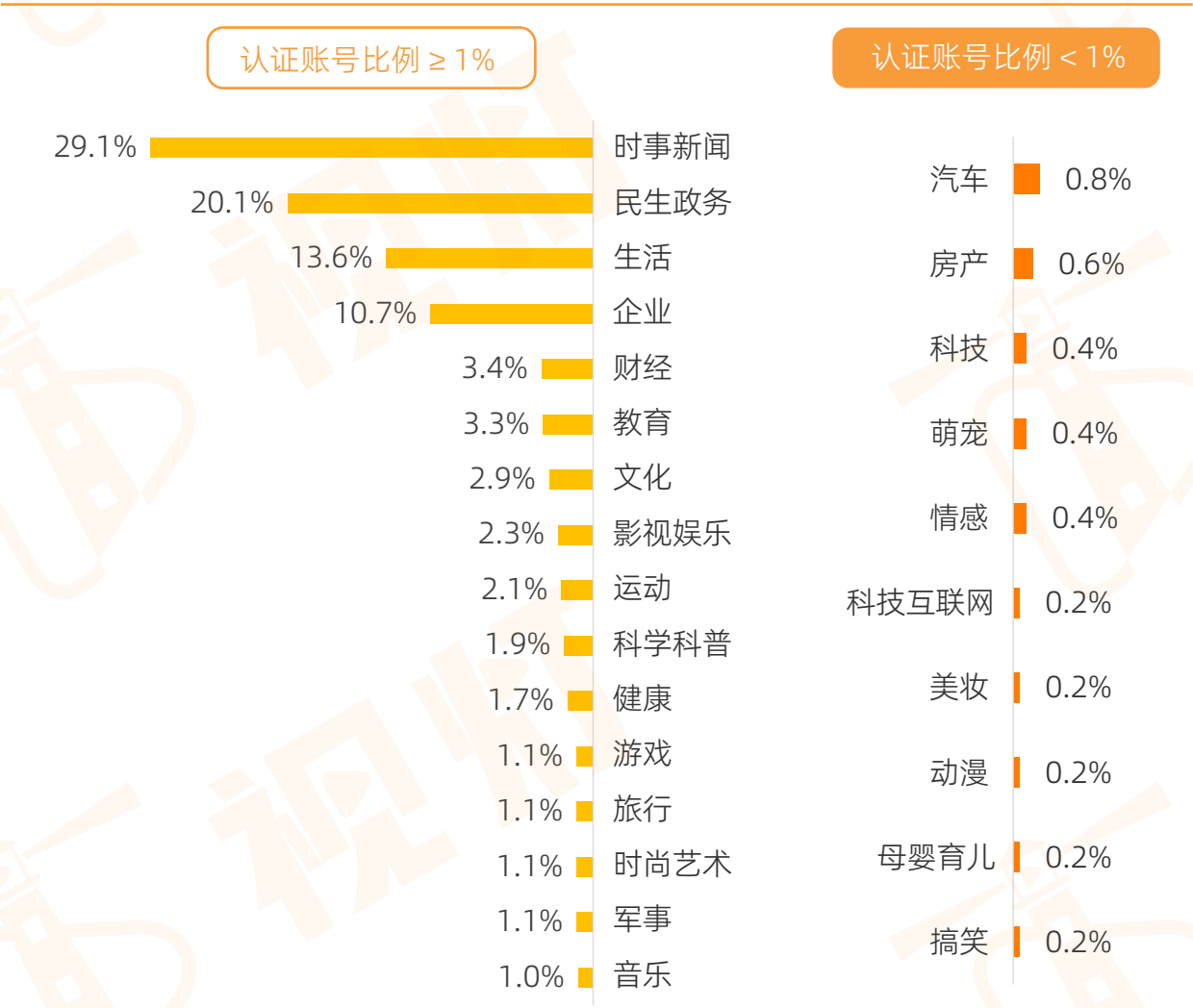
视灯指数 TOP500 类型结构对比



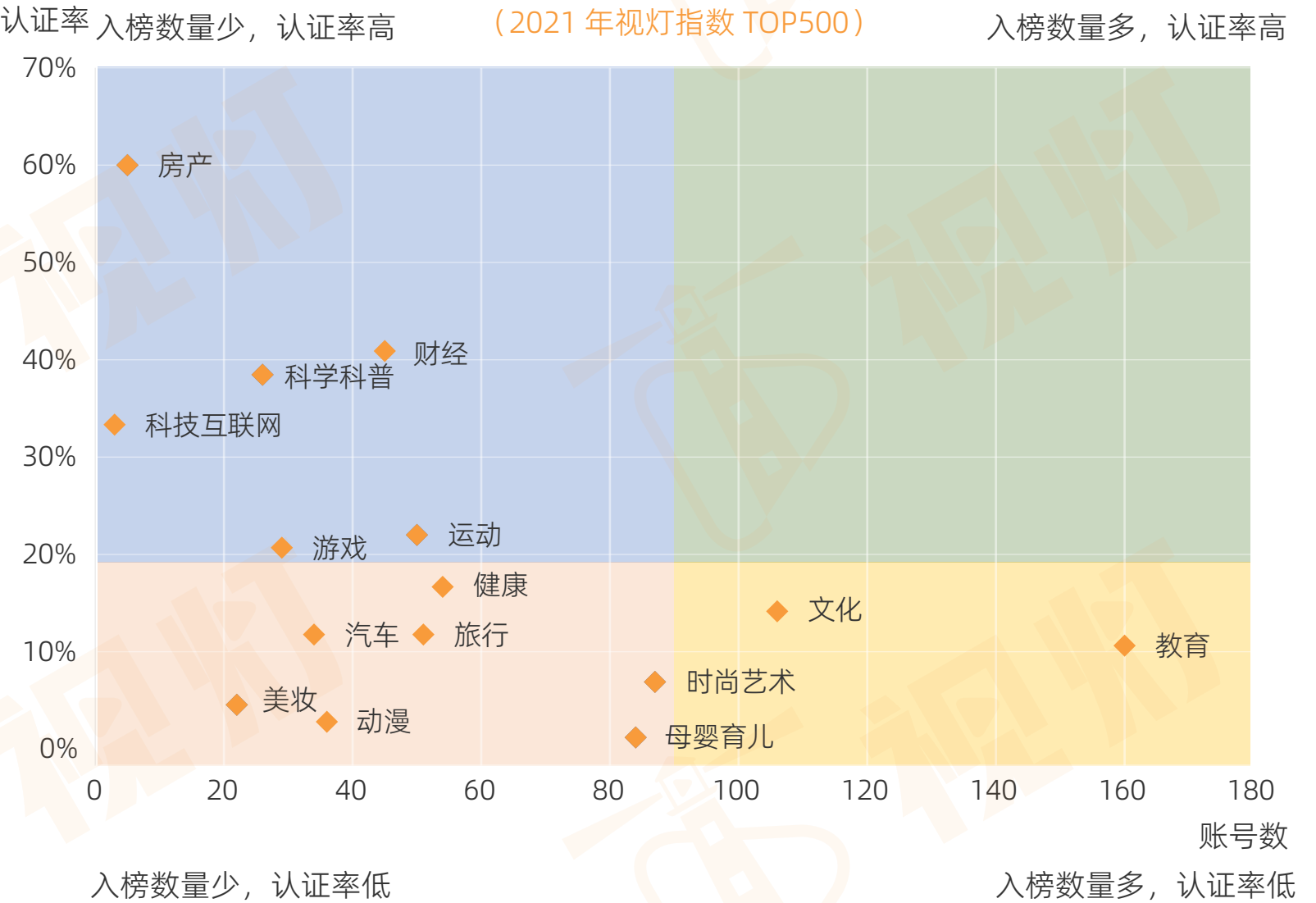
企业和机构入驻比例持续提升，垂直行业发展空间广阔

2021 年视灯指数 TOP500 入榜的 2974 个账号中，企业和机构认证账号比例 18.7%，环比增长 5 个百分点；大量官方媒体入驻促成时事新闻、民生政务认证率提升；美妆、健康、母婴育儿等热门行业认证率仍然偏低，发展空间广阔。

企业和机构认证账号分布
(2021 年视灯指数 TOP500)

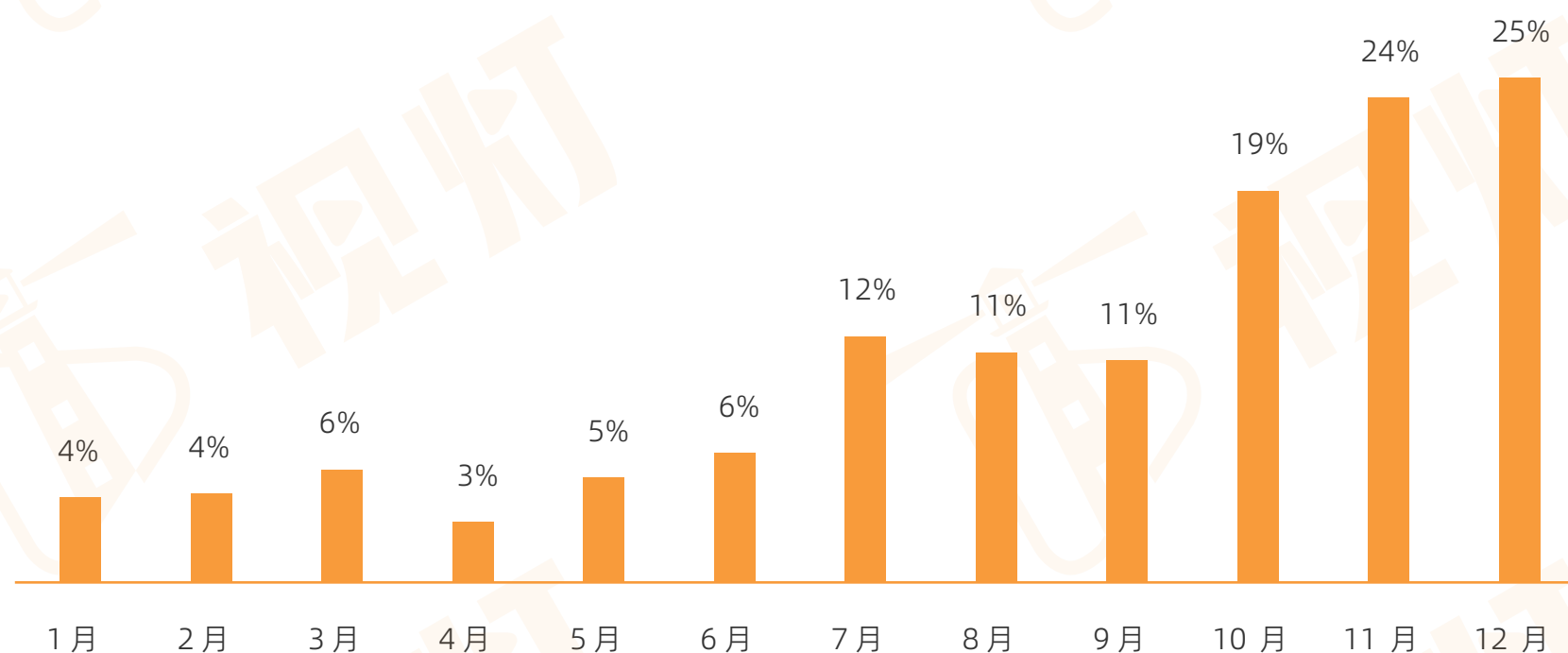


垂直行业累计入榜账号数量及认证率
(2021 年视灯指数 TOP500)



新闻政务获得充分发展，视频号成为传播时事信息的重要渠道、展示政务风貌的窗口

视灯指数 TOP500 中时事新闻、民生政务账号比例



累计入榜账号数
274 个

累计发布
14 万+

累计点赞数
3000 万+

累计评论数
1500 万+

优秀新闻政务账号代表（排名不分先后）

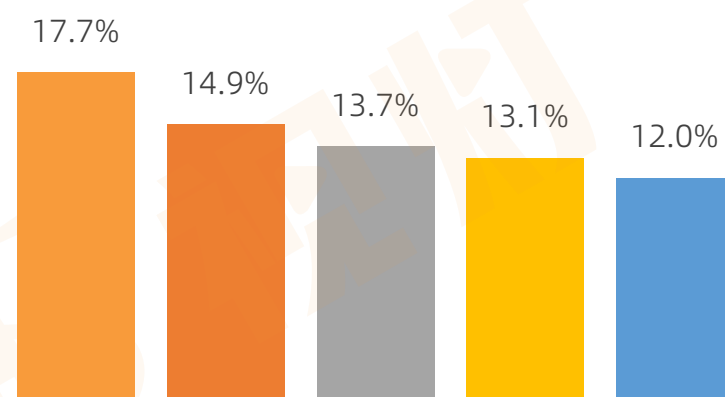


品牌视频号发展速度分层，自主宣传和域内宣传联动是脱颖而出的重要因素

2021 年视灯视频号品牌榜 TOP100 行业分布

入榜品牌数量多 域内宣传强

账号数占比 **71.4%**

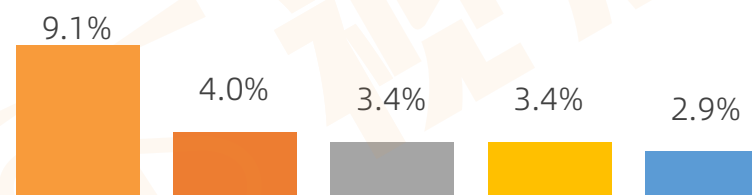


汽车用品 个护化妆 食品生鲜 生活服务 电脑数码

官方视频数占比：77.4%
官方视频点赞占比：84.7%
品宣视频数占比：70.8%
品宣视频点赞占比：86.0%

入榜品牌数量少 域内宣传弱

账号数占比 **22.9%**



汽车用品 个护化妆 食品生鲜 生活服务 电脑数码

官方视频数占比：17.6%
官方视频点赞占比：11.8%
品宣视频数占比：3.5%
品宣视频点赞占比：2.6%

入榜品牌数量少 域内宣传强

账号数占比 **5.7%**



办公设备 家居家装 奢侈品 办公用品 母婴用品

官方视频数占比：5.0%
官方视频点赞占比：3.6%
品宣视频数占比：25.7%
品宣视频点赞占比：11.4%

直播形态多元化，泛知识、电商带货是平台主要扶持类型



资料来源：视灯指数及网络公开数据，由视灯研究院整理

视频号直播带货商业潜力显现，品牌自播日趋成熟

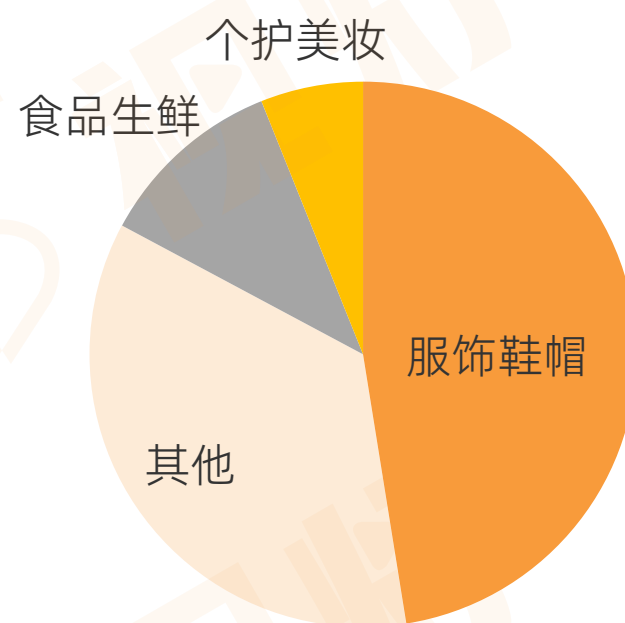
15 倍
GMV 增长

50%
私域占比

200+
客单价

60%
复购率

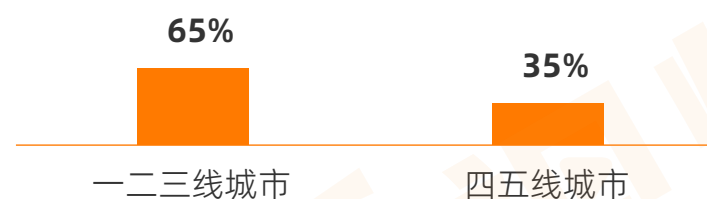
服饰、食品、美妆品类位居前三



女性用户在视频号直播购买力更强



一二三线用户在视频号直播购买力更强



品牌视频号直播优秀代表



新闻直播引导正向关注，泛知识直播丰富文化生活，社交生态提高扩散速度，视频号强时效性、强传播性特质初步显现

新闻直播第一时间传递客观真实信息



视频号直播“八点一刻”集结行业名家开设多个知识普及专场



03

视频号商业化 生态分析

视频号生态图谱：企业品牌陆续入驻，产业链上下游日趋繁荣



平台全方位加持，携手创作者、服务商共建新生态

平台流量支持

梯度任务流量激励政策
优质主播冷启动政策
活动大促激励
服务商 Showcase 打造

产品能力共建

营销能力共建
数据能力共建
带货中心供应链共建

商业模式增值

SaaS 增值服务
私域+直播间代运营服务
培训指导服务
佣金利润

横向策略支持

官方培训与指导
官方资源撮合
服务商管理后台工具支持
企业微信、小程序、支付、公众号多业务服务商资源联动

2021 年 4 月上线直播任务

2021 年 7 月推出北极星计划

2021 年 11 月推出视频号直播冷启动流量激励

2021 年 7 月上线视频号互选平台

2021 年 1 月推出视频号原创计划

2021 年 12 月推出视频号创作者激励计划

2021 年 4 月视频号开放机构管理平台入驻

2021 年 1 月第三方服务模式拓展“内容服务”、“增值服务”

2021 年 5 月视频号开店升级，接入第三方服务

2021 年 11 月推出“11.11 视频号直播好物节”

2021 年 12 月推出“12.12 视频号暖冬好物节”

视频号付费推广及互选平台上线，商业能力进一步增强

微信大部分场景陆续支持视频号和视频号直播投放



2020 年 Q3
【视频号推广小程序】上线
支持朋友圈流量

2020 年 Q4
直播推广上线
合约能力上线

视频号推广
微信广告推出的官方付费推广工具

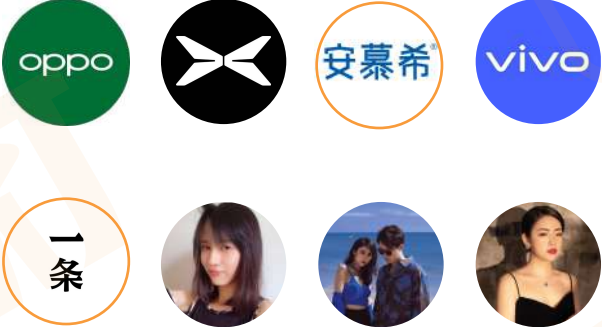
- 提升视频的
播放量 互动量 关注数
- 提升直播的
观看量 电商GMV

2021 年 Q1
【视频号推广小程序】(全量)
合约投放支持 MP 自助

2021 年 Q2
竞价投放支持 MP 自助
支持公众平台流量

基于 TA 重合度筛选账号

品牌一方数据		腾讯广告数据			
KOL1	KOL2	KOL3	KOL4	KOL5	...
精准种草		话题联动		组合营销	
合作账号发布 品牌关联内容		合作账号围绕 话题传递品 牌特点		朋友圈话题 加热引流合作 账号参与扩散	





第三方服务深度融入生态，全面参与视频号内容生态和商业化进程

小程序服务商陆续接入视频号，助力商家与创作者实现内容电商时代新跃迁



有赞面向商家提供微信视频号“直播助手”、“直播优惠券”和直播数据看板；2021年2月至11月，视频号直播带来的交易额已经达到近10亿。



微盟零售购物节启动公私域联动，活动曝光人次达到2.5亿，直播间观看人次60万，快闪店吸引3万潮人打卡，GMV达18.15亿元。



微店全面接入视频号，商家可以发展视频号主为自己的分销商，也可以通过自有视频号带货。

围绕创作工具、代运营、私域增长的服务全面参与内容生态建设和商业化进程

粉丝增长	数据服务	代运营	直播服务	客户管理	内容制作	IP运营	账号推广	视频工具	商品供应链
数据分析 人群策略 粉丝运营 裂变增长	视频数据 竞对数据 选题决策 运营决策	账号搭建 账号运营 账号变现	直播间搭建 直播推流 代播	企微助手 社群运营 客户关系 客户生命周期	脚本策划 视频拍摄 后期剪辑 批量生产	账号定位 形象设计 IP特征	信息化投流 账号矩阵 品宣活动	批量上传 视频剪辑 数据分析	选品服务 带货平台 品牌合作 源头好货

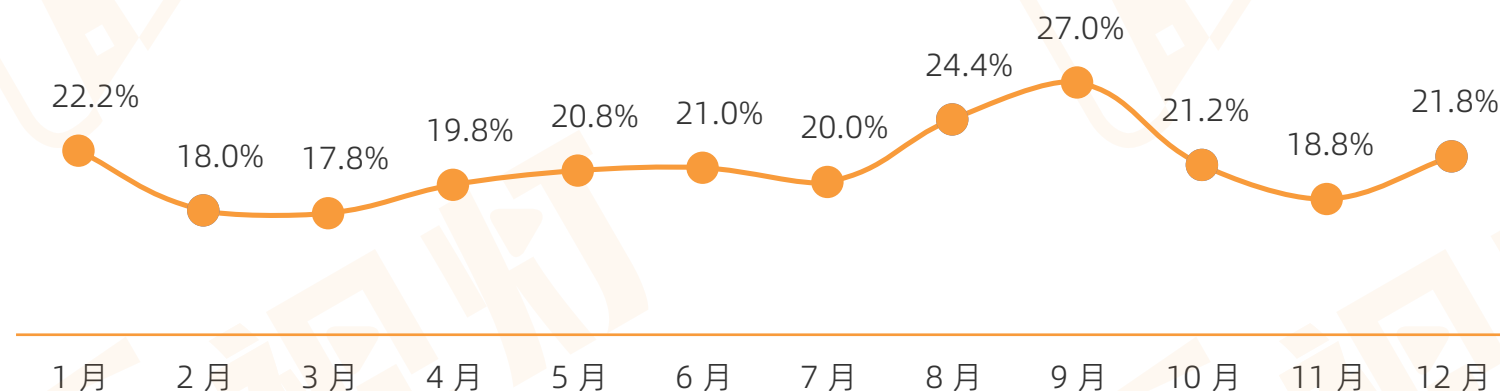
04

视频号典型内容及商业分析

垂直行业

垂直行业稳步发展，企业、自媒体、平台齐头并进

视灯指数 TOP500 入榜垂直类账号比例



企业品牌

- 品牌宣传
- IP 互动
- 活动营销
- 直播购物

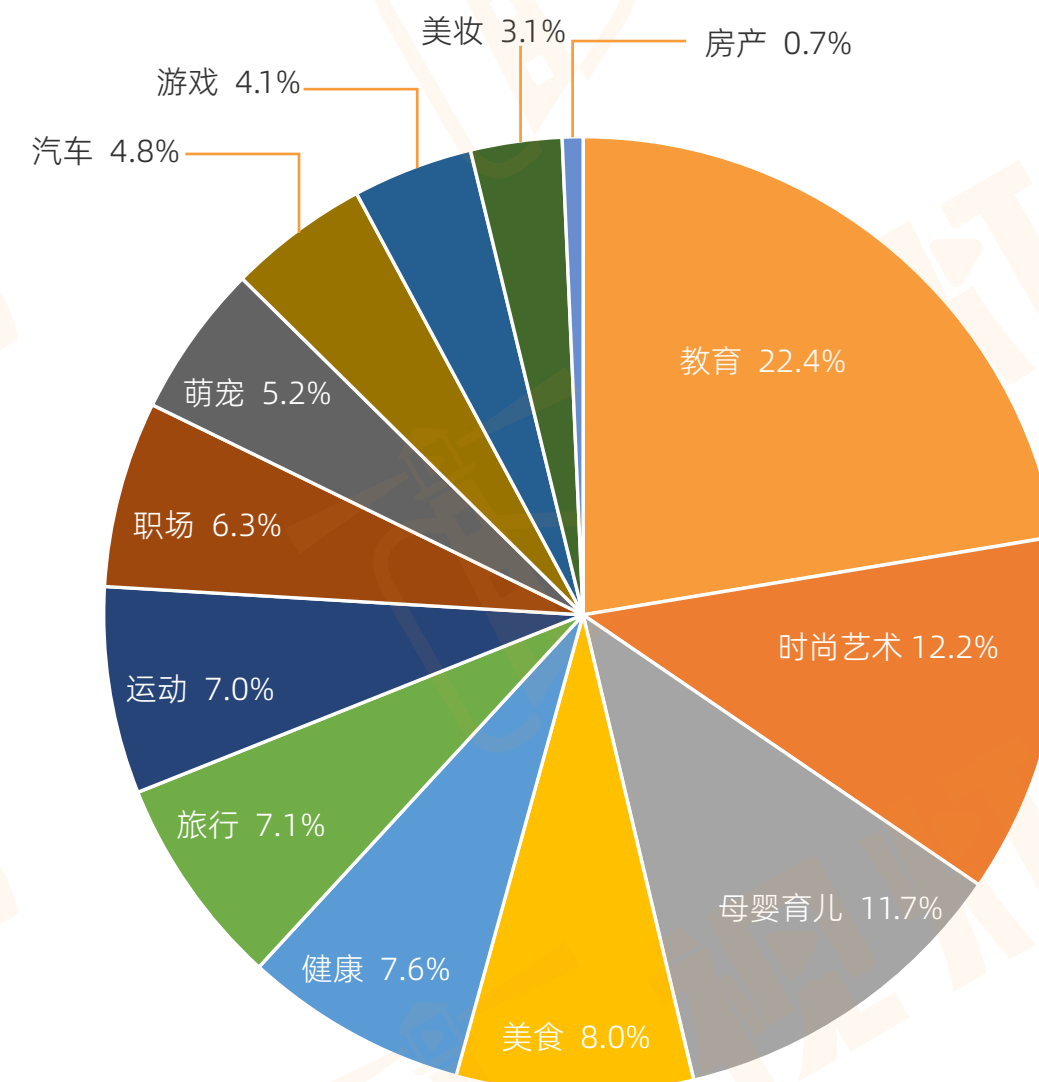
自媒体

- 达人种草
- 专家服务
- 知识付费

平台

- 内容矩阵
- 服务矩阵
- 品类矩阵
- 链路服务

视灯指数 TOP500 垂类账号构成



账号矩阵是垂直行业常见玩法，多元内容覆盖场景需求



资料来源：视灯指数及网络公开数据，由视灯研究院整理

优秀案例：【汽车之家】深潜微信生态，打造视频号直播新模式

2021 广州车展-汽车之家视频号直播新模式

2021 广州国际车展期间，汽车之家视频号打造“超级直播周”，联合微信搜一搜共创“广州车展专题页”，通过 8 个视频号 7 小时同时直播，覆盖车展全部场馆的视频号直播新模式，用户可在 8 个直播间随心切换账号观看，实现视频号直播间内自由逛展。

汽车之家联合微信搜一搜
共创“广州车展专题页”

8 个视频号 7 小时同时直播
广州车展全覆盖

用户可随心切换账号观看
实现视频号逛展自由



优秀案例：【汽车之家】 KOL 联动覆盖，“全场景 + 全时空 + 全阵容”破圈评车

打造广州车展最强直播矩阵 8 个视频号、24 场直播、7 天不间断

邀请跨界嘉宾等大咖，广州车展期间进行为期 7 天的不间断直播，车展期间汽车之家视频号矩阵共直播 24 场，覆盖“全场景 + 全时空 + 全阵容”。

车展全场景覆盖



自驾跨两广



新车大直播



车展特遣队



逛吃游羊城



车展探行情

业内大咖 + 跨界 KOL 破圈评车



几分钟义务教室
汽车科普 IP



颜值爆表杨杨杨
说唱车评人



赵璞
赵璞工作室创始人



王羽杉
直播平台S级娱乐主播



赵大锤
《解毒实验室》主持人



宋文婷
《宋文婷的汽车手札》
创始人

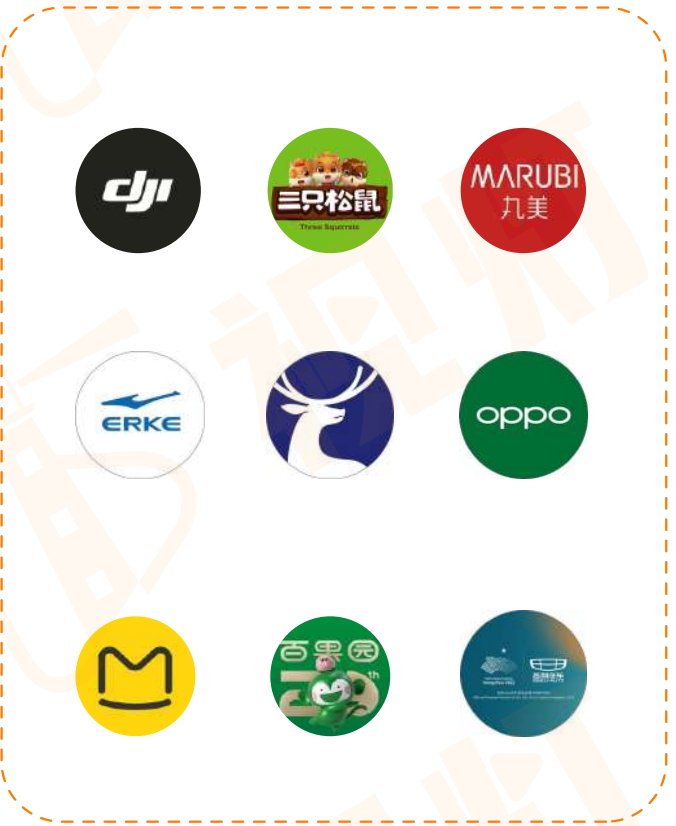
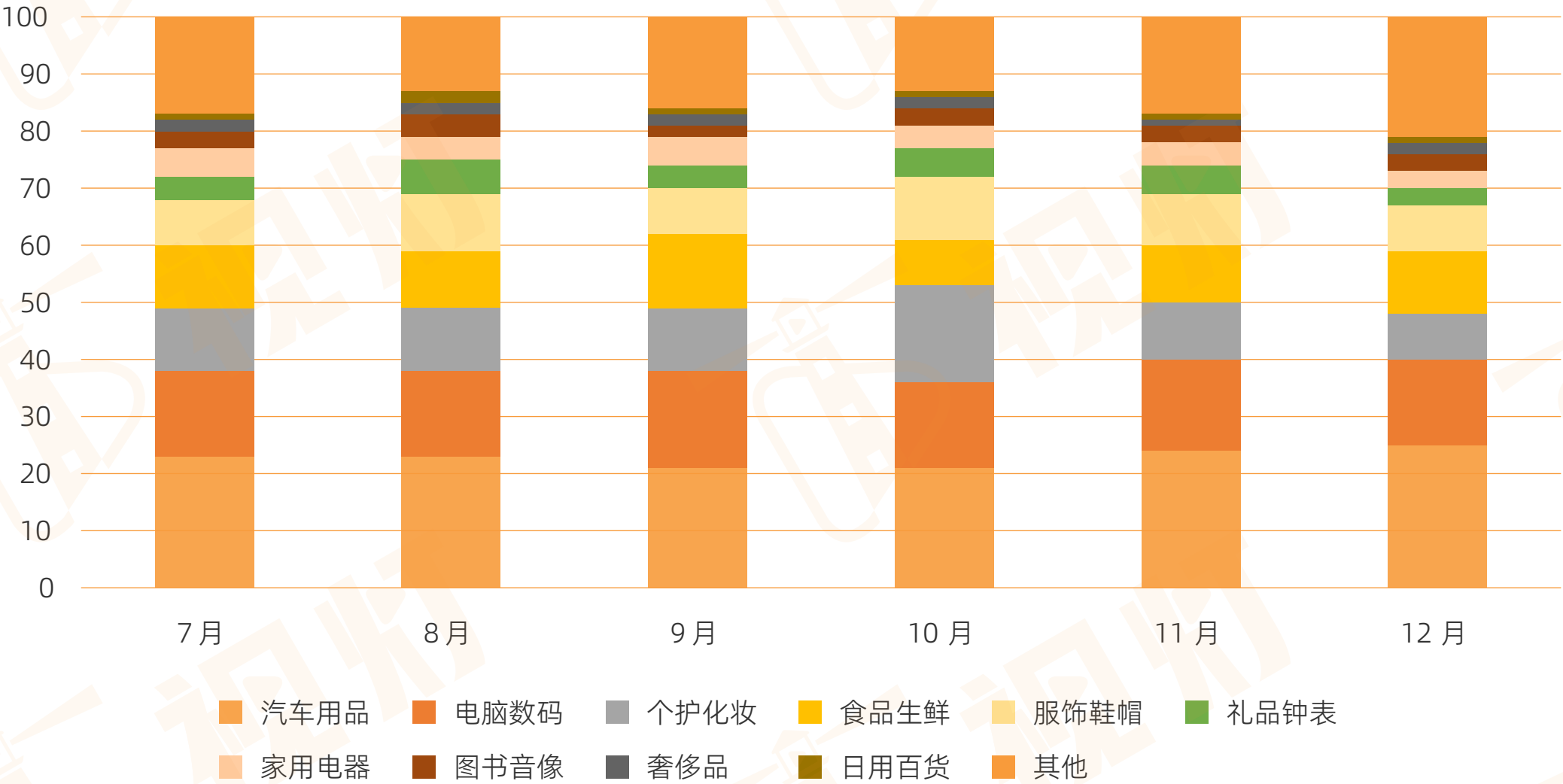
...

消费品牌

汽车、数码品牌抢先发展，美妆、食品、服饰逐步加码

2021 年 7 月至 12 月视灯指数品牌榜 TOP100 构成

入榜视频号代表



品牌视频号加码直播带货，百强账号累计直播超过 1000 场，累计观看数超过 1.1 亿

2021 年度视频号品牌自播 TOP100 (1-51)

排名	视频号名称
1	京东 JD.COM
2	谭飞舒适职场装
3	Apple 产品南天旗舰店
4	哥弟 GIRDEAR
5	雅戈尔体验馆
6	唯品会
7	途牛旅游网
8	小米直播间
9	京东电器
10	凯喜雅生活馆
11	luckincoffee 瑞幸咖啡
12	广汽丰田
13	GLORIA 歌莉娅
14	樊登读书
15	丁香医生
16	吕碧琪
17	携程旅行网

排名	视频号名称
18	国喜酒业
19	泡泡玛特 POPMART
20	红蜻蜓
21	十点读书雅君
22	ONLY
23	有车以后
24	锦月丝府
25	AMASS 阿玛施时尚
26	evona
27	懂东东
28	五菱新能源郑州直营店
29	雅诗兰黛
30	hotwind 热风
31	黄饭饭美食
32	滋补找春雷
33	澄亿浜牌阳澄湖大闸蟹
34	华为商城

排名	视频号名称
35	武志红
36	欢乐长隆
37	Coodoo
38	红人装严选
39	胖虎奢品汇
40	苏宁易购
41	芙纯高端真丝
42	京东手机通讯
43	鸿星尔克体育
44	设计师阿爽工作室
45	iQOO 官方旗舰店
46	OPPO
47	影儿商城
48	杭州真丝香云纱女装
49	良品铺子
50	屈臣氏服务助手
51	FILASALON

2021年度视频号品牌自播 TOP100 (52-100)

排名	视频号名称
52	完子之家
53	名创总剁主
54	红豆舒适男装
55	索菲亚柜类定制专家
56	棉适尚
57	芙尔蔓旗舰店
58	六本绘
59	上汽大众大众品牌
60	奢悦荟 BoulevardDuLux
61	蝌蚪课
62	中国移动 10086
63	真快乐 APP
64	cdf 三亚国际免税城
65	欧派橱柜
66	近浪
67	欧莱雅美丽殿堂
68	茵曼商城

排名	视频号名称
69	有书
70	幸福西饼
71	极物严选
72	珀莱雅官方商城
73	美丽魅力羊绒说
74	纯甄新物种
75	果壳
76	全棉时代官方商城
77	阿芙精油
78	沃尔玛
79	布鲁斯王 Bruce
80	秀黛内衣
81	飞鹤官方商城
82	老美华会员中心
83	上海牌手表广州旗舰店
84	汉光百货
85	家乐福中国

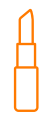
排名	视频号名称
86	轩妈美食号
87	本来生活
88	水密码
89	波司登
90	薇诺娜专柜服务平台
91	林氏木业线下门店
92	POLOSPORTS 品牌旗舰店
93	KOUDU 蔻度
94	蕉下 Beneunder
95	顾家家居
96	美的集团
97	安慕希
98	Columbia 中国
99	南京万科
100	西冷书画

资料来源：视灯指数及网络公开数据，由视灯研究院整理

视频号与私域流量的结合为新锐品牌、个人品牌提供发展机会



视频号与私域流量的结合对于垂直行业、1V1 服务和零售领域的创新影响巨大。

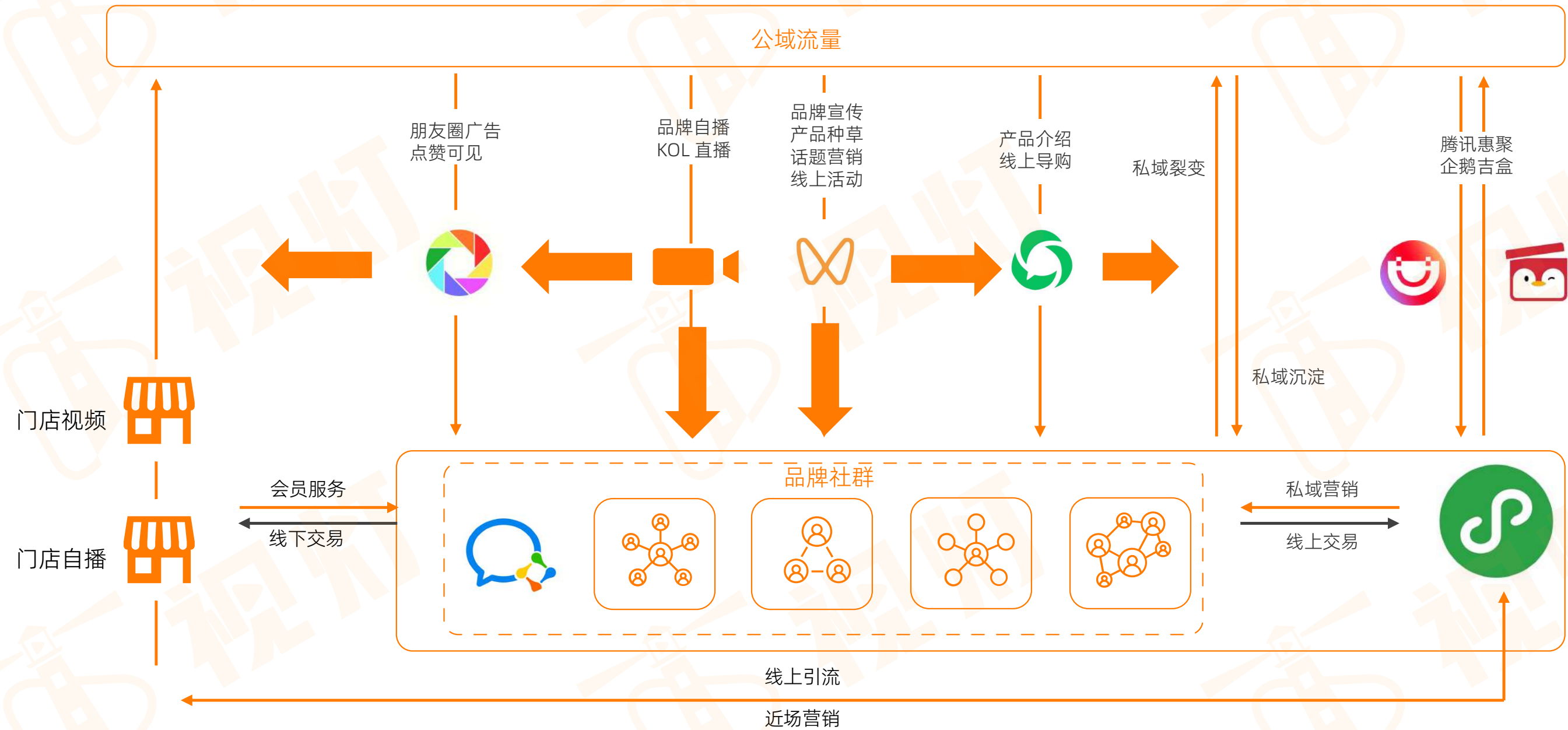
- | | | |
|--|--|---|
| 美妆
 教程、试用、自主品牌、形象设计 | 服饰
 穿搭、评测带货、设计师品牌 | 健身
 直播训练、私教、健身器材、食品 |
| 房产
 房产租赁、销售；室内装修、装饰 | 母婴
 育儿经验；图书、产品推荐 | 宠物
 宠物选购、宠物医疗、宠物用品 |
| 1V1 服务
 心理疏导服务、形体矫正服务、家庭服务、旅拍服务... | | 零售
 烹饪厨具、源头好货、珠宝设计、定制手工... |

视频号的信息传递能力、生态连接能力以及 IP 承载能力，为私域运营创新带来更多想象空间。



数字零售

视频号内容和直播信息流向域内触点，多链路营销强化用户心智，促进交易转化



优秀案例：「屈臣氏」连续入榜视频号品牌 TOP100，美妆类排名第二



屈臣氏获视频号直播好物节 100 强

视频数据 · 视频号直播好物节百强



优秀案例：「屈臣氏」视频号实现微信生态流量互通、内容互补，赋能 O+O 零售模式

视频号不断迭代新功能

公域引流-视频号-企微私域留存
加速流量内循环

视频号与企微、公众号内容流动
图文、视频内容互补



搜一搜开放视频号
活动组件



视频号 X 公众号
深层打通



视频号 X 企微
深层打通




视频内容与图文内容互补
拓展品牌微信生态内容维度

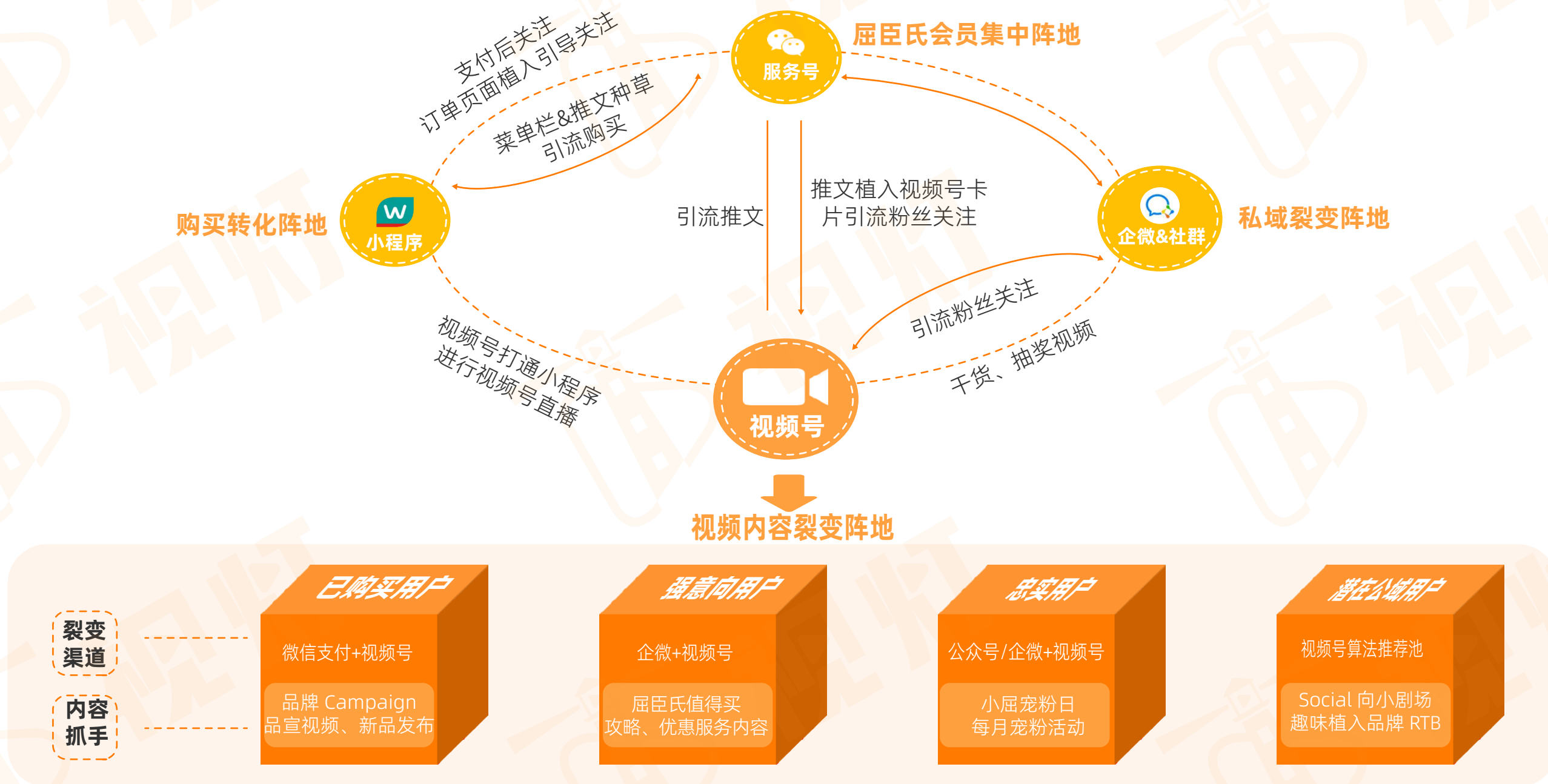


BA 企微带参分享视频号
扩大品牌声量

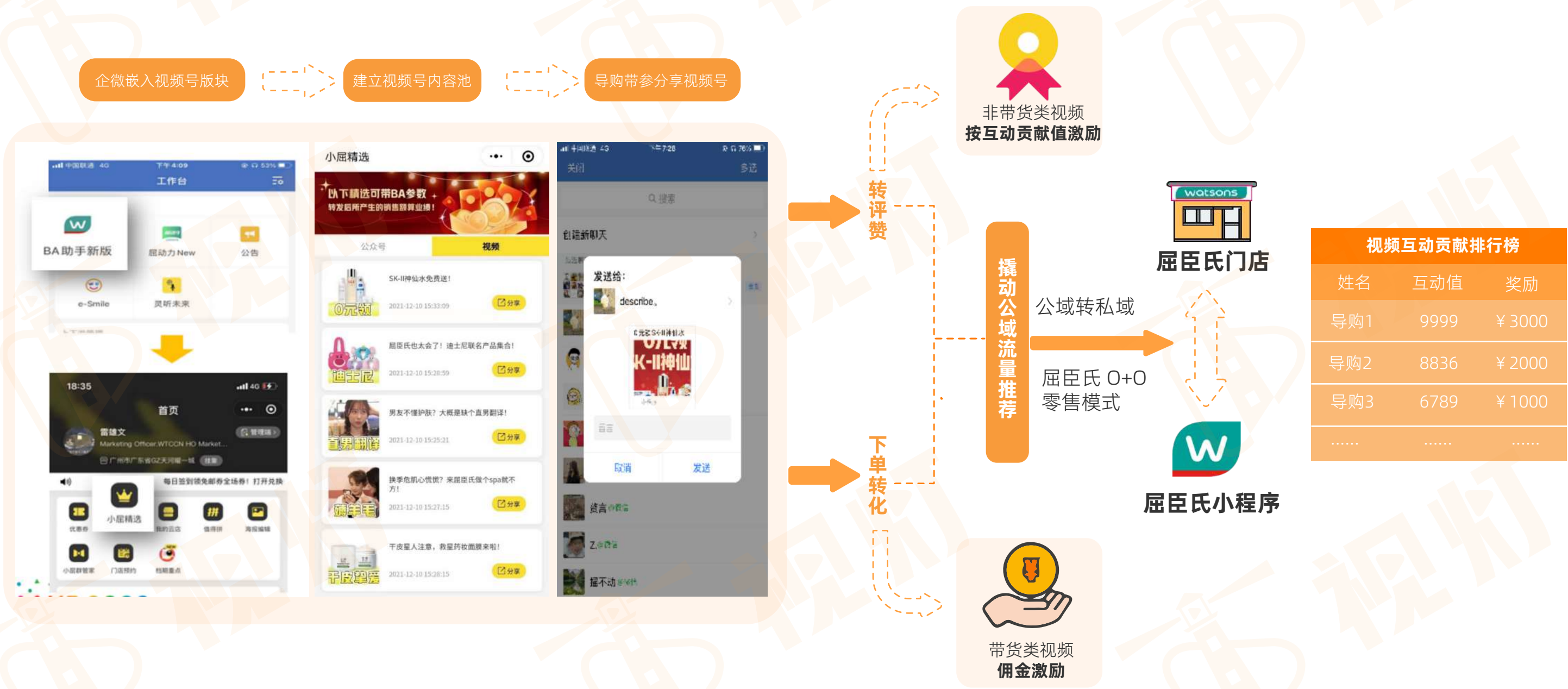
视频号直播
赋能屈臣氏 O+O 零售模式

BA 带参分享视频号直播
店铺慢直播，派发优惠券 + 门店服务券
赋能屈臣氏 O+O 模式

优秀案例：【屈臣氏】视频号内容流转裂变，覆盖微信生态触点，分层触达用户

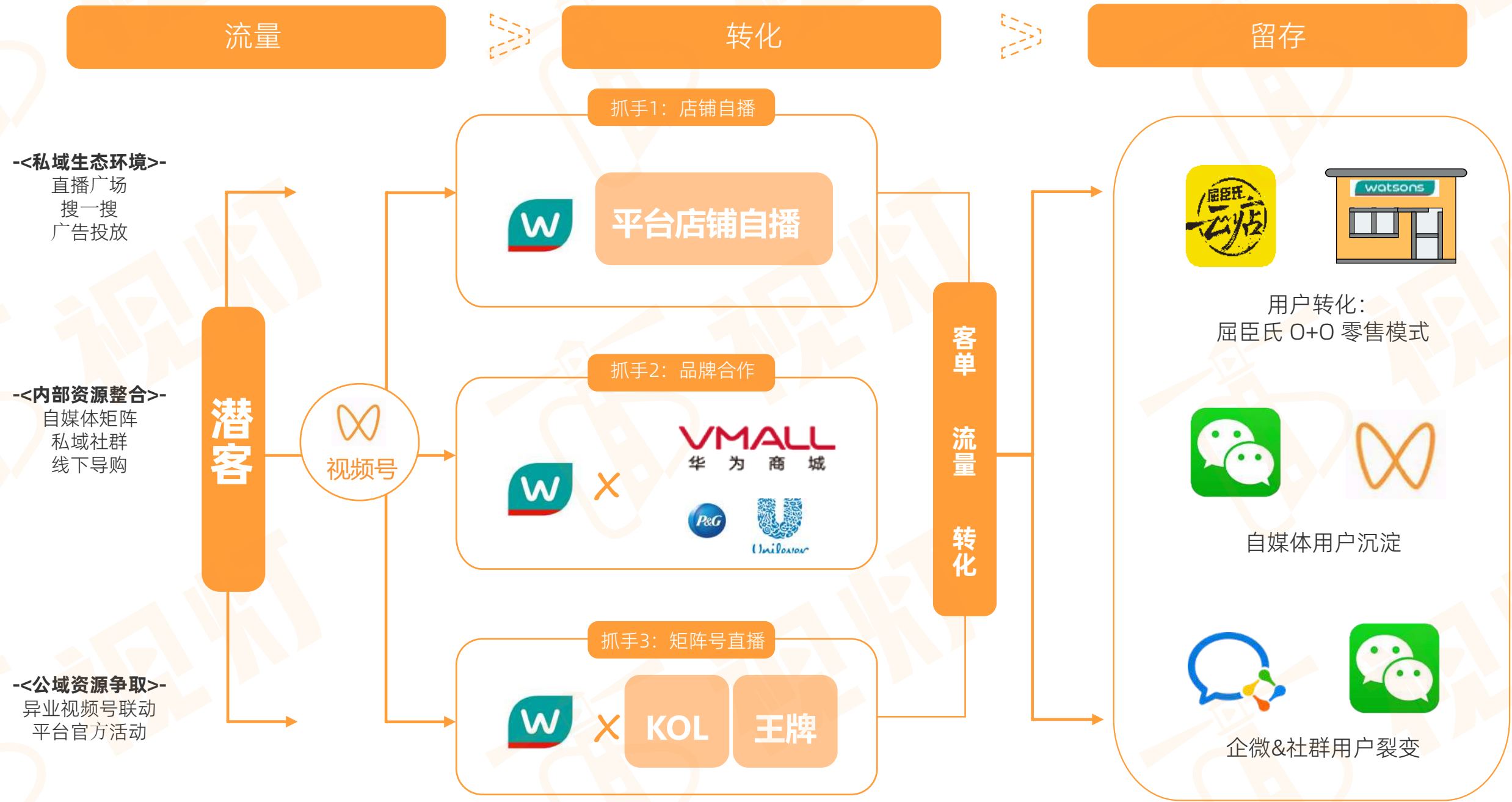


优秀案例：【屈臣氏】“内容分销员”模式联动数万名导购企微带参分发视频号内容



资料来源：屈臣氏官方授权提供

优秀案例：【屈臣氏】从用户触达到留存沉淀，打造 O+O 零售模式闭环



优秀案例：「屈臣氏」视频号直播跨界新体验，探索商业流量新玩法

屈臣氏x华为连麦直播

屈臣氏美妆节直播

连麦互动总观看量 **34k**

腾讯引流派券量 **1000+**



喝彩场均 +196% 评论场均 +114%



门店形象传达 O+O 服务体验

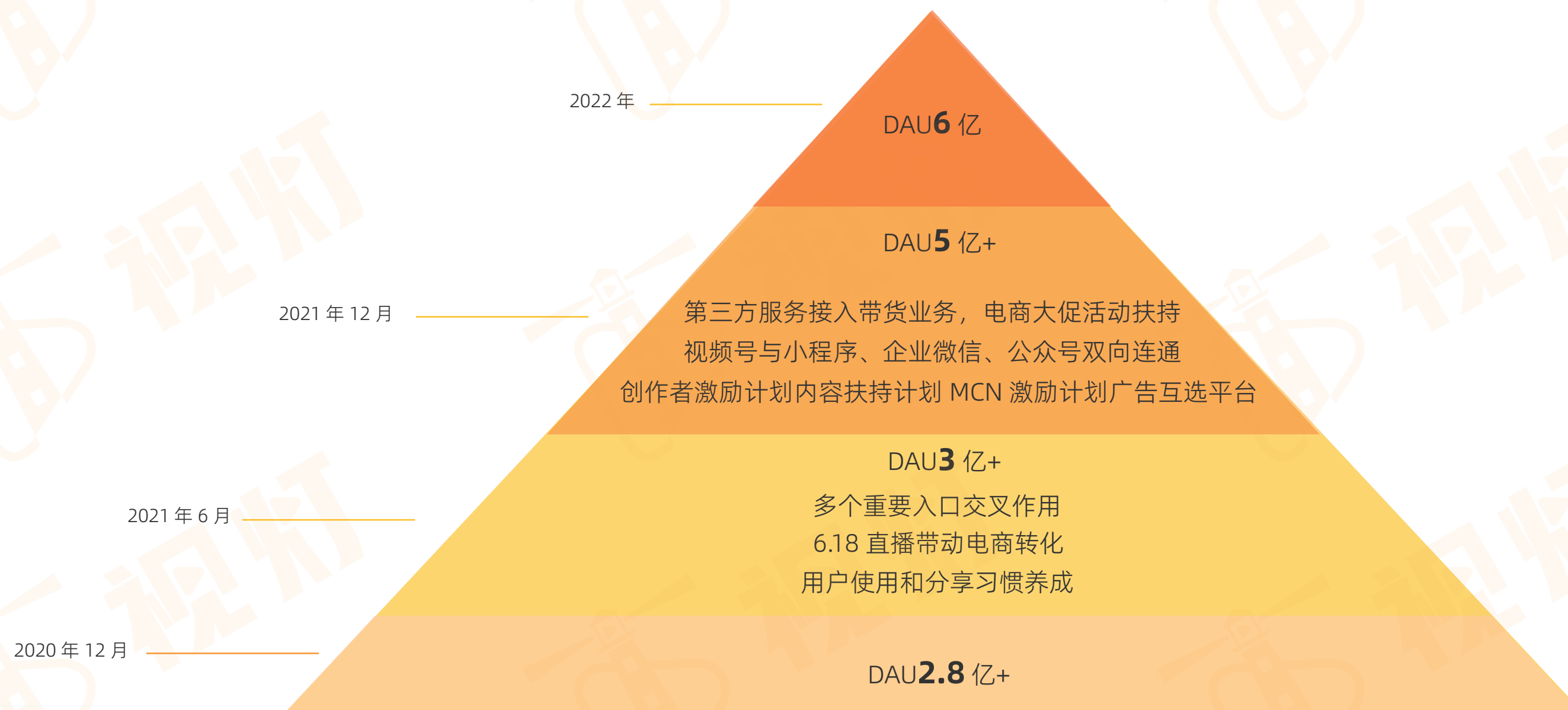


05

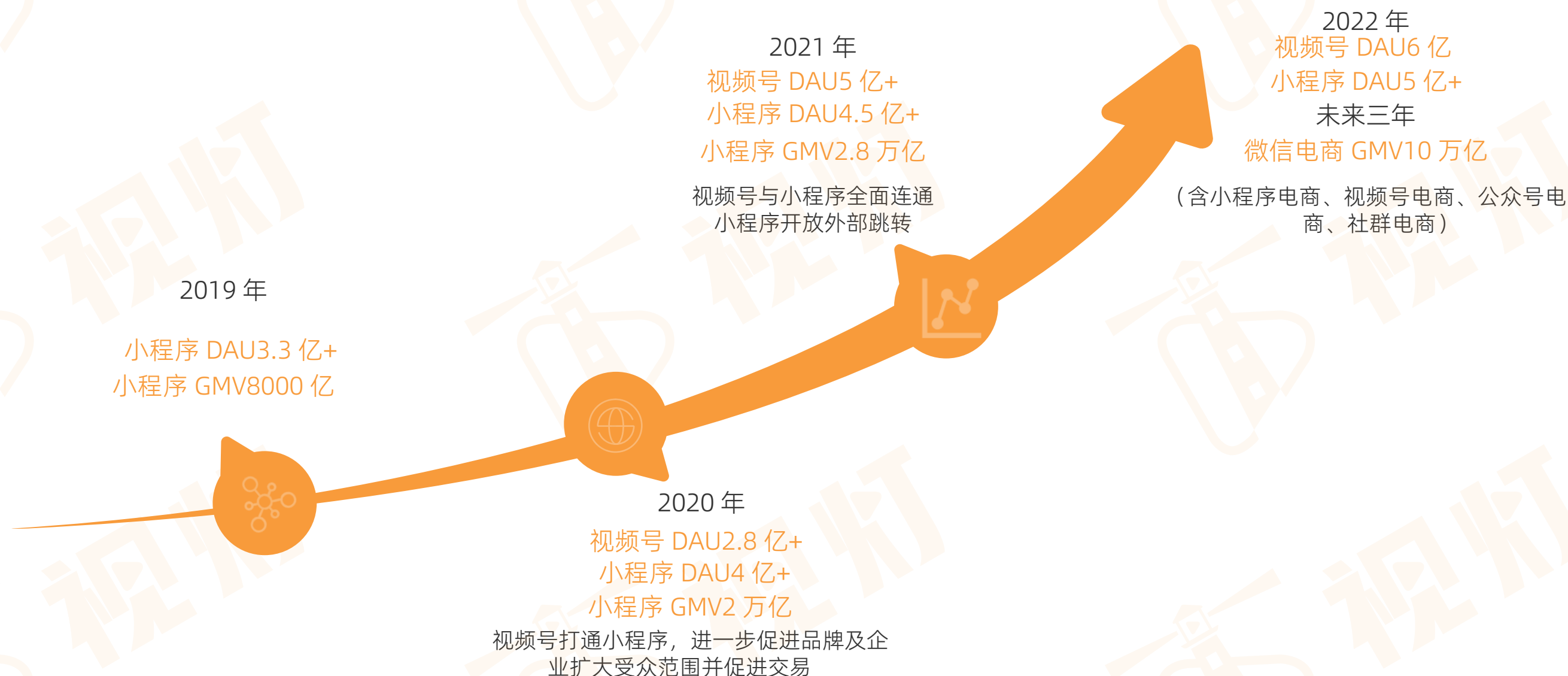
2022 年视频号 发展趋势预测

趋势 1：2022 年视频号 DAU 有望突破 6 亿，成为移动互联网主流短视频平台之一

视频号对创作者、MCN 机构的扶持计划将有效提升内容质量与商业变现进程；视频号与小程序、企业微信、公众号全面互连为营销提供充分创新空间；第三方带货服务接入以及平台发起的电商大促活动使得视频号商业潜力进一步释放，在此基础上，2022 年视频号 DAU 有望达到 6 亿，成为移动互联网主流短视频平台之一。



趋势 2：视频号和小程序继续推动微信电商发展，未来三年 GMV 将突破 10 万亿



趋势 3：内容专业性进一步提升，更多视频号创作者获得成长和收益

为视频号作者创造机会

2021 年 11 月，视频号新增职业认证词条 60 个，涉及 9 个领域；新增兴趣认证词条 6 个。

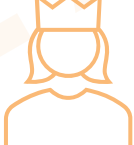
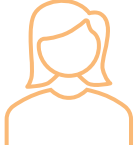
类目	认证词条
娱乐	编导、导播、艺术指导、武术指导、特技演员、萨克斯风演奏者、琵琶演奏者、敲击乐演奏者
体育	帆板/雪车/短道速滑/越野滑雪等 12 个项目的运动员/教练/裁判
人文艺术	脱口秀演员、喜剧演员、曲艺演员、书画家
财经	风险管理师
游戏动漫	电竞解说员、电竞陪练师、模型制作师、动画制作师、渲染师
健康医疗	康复治疗师
餐饮	评茶师
建筑工程	监理工程师、园林工程师
科学科普	馆员
自媒体/博主	剧情、家居、心理、国风
主播	音乐、娱乐

让视频号作者收获成长

2021 年 12 月，视频号推出创作者激励计划，通过流量扶持、专项奖金和全生命周期成长权益体系深耕内容生态，让创作者实现“有流量”、“有收入、有成长”。

流量扶持 1000 万原创作者

内容变现 100 万原创作者



零粉阶段 (有效关注数<1 千人)	千粉阶段 (有效关注数<1 万人)	万粉阶段 (有效关注数<100 万人)	百万粉阶段 (有效关注数>100 万)
商品橱窗/账号认证/原创保护 直播带货/直播打赏 鼓励流量包 5 万~100 万	兴趣认证/添加企微 直播带货/直播打赏 重点作者扶持/流量倾斜 专项奖金	认证图标/添加企微 直播带货/直播打赏/视频号互选平台 重点作者扶持/流量倾斜 专项奖金	认证图标/添加企微 直播带货/直播打赏/视频号互选平台/变现服务 重点作者扶持/流量倾斜 专项奖金

趋势 4：视频号作为信息载体在生态内自由流转，结合 DTC 模式助力企业品牌获得新增长

DTC (Direct-to-consumer) 模式以信息传递和关系维系为基础，视频号作为内容组件在微信生态自由流转，助力企业品牌降本提效，获得营收增长。



趋势 5：生态开放与行业共建锚定长期价值，助力商家可持续经营

视频号直播商家激励计划

50 亿冷启动流量包至少 10 万个商家鼓励和扶持微信生态内有私域、做私域的商家。商家每引导一个私域用户进直播间，平台将至少会激励一个公域用户给商家。

品牌视频号经营推广支持

品牌主页增加视频号品牌故事，朋友圈广告快速广泛传播；品牌工具箱提供品牌收款、品牌会员、品牌发券、品牌视频号、品牌红包等多项能力，帮助商家提升经营效率。

企业微信全面打通视频号

企业微信 4.0 版全面打通视频号，两款产品互为补充，支持品牌商家提升直播带货效果，基于企业微信实现私域沉淀与长期运营。

视频号作为内容组件流转于生态

视频号作为基础内容组件与其它原子组件建立联系，在通信体系和社交体系中自然流转并激发能量与创新。



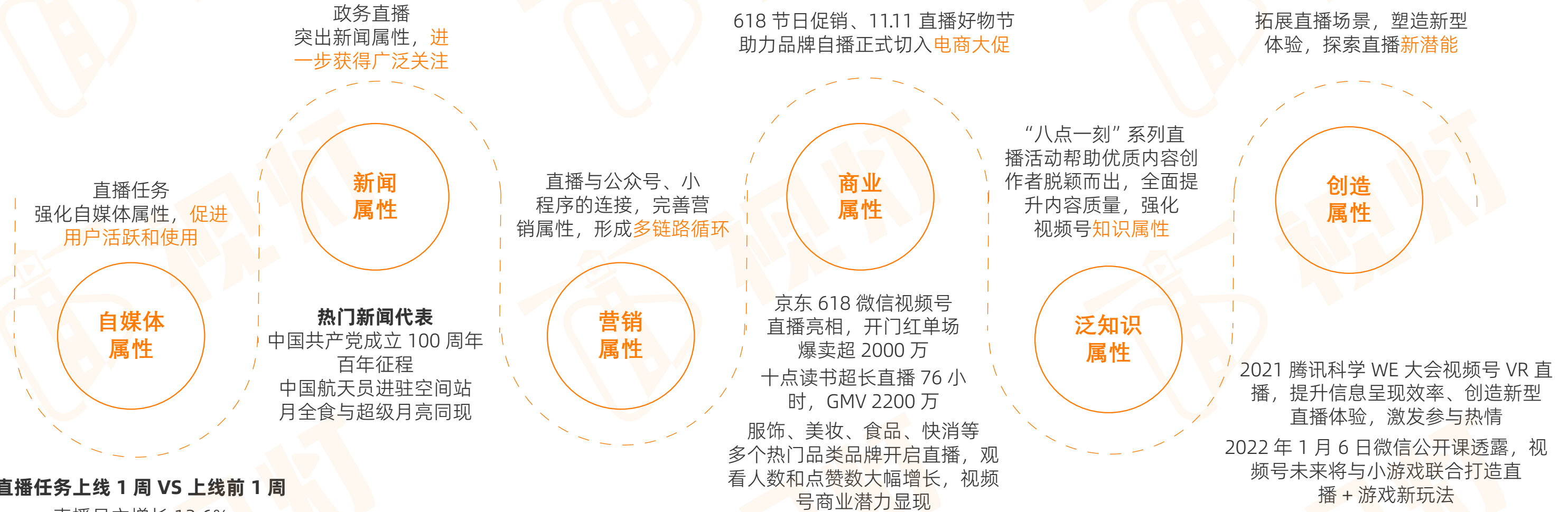
MCN 招募与激励计划

建立流量和奖金的双向激励机制，鼓励 MCN 机构迁徙外站达人入驻，通过动态评分机制产生“MCN 影响力榜”，提高优质视频作者的收益。

生态开放与共建

平台流量支持，产品能力共建，商业模式增值，横向策略服务，多项服务携手服务商共建生态。

趋势 6：视频号直播将进一步发展，在商业化与知识性齐头并进的基础上探索更多价值



06

2021 年视频号 奖项--视灯奖

2021 年视频号视灯奖

年度最佳视频号



央视新闻

2021 年视频号视灯奖

年度视频号粉丝王



一禅小和尚

2021 年视频号视灯奖

年度视频号最佳品牌



屈臣氏服务助手



兄弟 GIRDEAR



吉利汽车



小米公司



luckincoffee 瑞幸咖啡



OPPO

2021 年视频号视灯奖

年度最具商业价值视频号



易车



屈臣氏服务助手



年糕妈妈



懂东东



时尚奶奶



京东 JD.COM

2021 年视频号视灯奖

年度最佳视频号直播



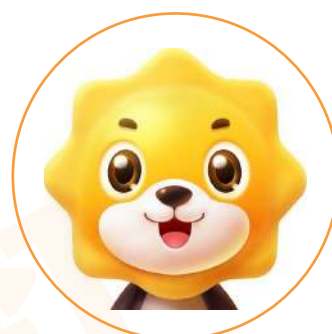
京东 JD.COM



胖虎奢品汇



十点读书



苏宁易购



汽车之家



唯品会

2021 年视频号视灯奖

年度最佳视频号 MCN 机构



贝壳视频



大禹传媒



古麦嘉禾



网易哒哒



洋葱视频



有树文化

2021 年视频号视灯奖

年度最佳市场创新视频号



中国国家地理



五菱汽车



翔子力争上游



高矮胖瘦
一家人



超梦阿伟



设计师阿爽
工作室

2021 年视频号视灯奖

年度最佳视频号成长奖



汽车之家



韩秀云讲经济



途牛旅游网



懂东东



微众银行企业金融



笑笑悟

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。



01 自主研究

剖析视频号生态最新动态和发展趋势，追踪行业风向变化，分析典型优秀案例，助力用户获取视频号生态前沿认知，促进用户业务创新增长。



02 定制研究

针对客户个性化需求提供系统、全面的研究解决方案，提供行业分析、竞争环境、对标研究、运营监测、用户研究等不同层面的服务。



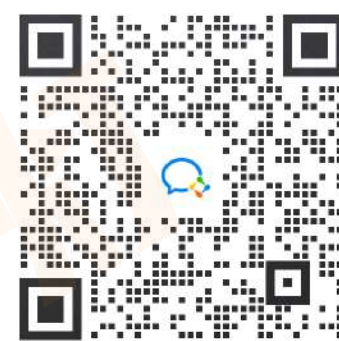
03 联合报告

与权威机构和知名企业合作发布热点研究报告，洞察行业发展特点和驱动因素，引领行业发展趋势，助力视频号行业的良性发展。

视灯研究院出品



关注获视频号资料



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”）旗下视频号大数据分析与智能营销平台，专注为微信视频号从业者提供视频及直播数据统计、品牌广场、电商带货监测、热门直播、分类榜单、挂链分析、爆款视频、热门话题等全方位数字化运营产品服务，同时为用户提供定制化商业分析、行业趋势洞察、品牌传播、主题峰会、营销全案设计等个性化服务，助力用户实现短视频及直播数字化营销，最大化挖掘释放视频号的商业价值，加速业务增长。

本白皮书由视灯研究院推出，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。