



# 聊聊“微抖快红”

——如何利用社交媒体平台有效打造展会品牌

特邀嘉宾：



Alex Li  
KAWO科握CEO

TALK!  
MARKETING

# AGENDA

- 我国social media正在经历什么变化?
- 新的发展趋势有哪些?
- 有哪些各大平台的生态和玩法
- Case studies
- Q&A



# 擅用社交媒体平台 高效打造展会品牌

李静远 · KAWO科握 CEO

# 李静远

- 拥有纽约大学生物及经济双学位
- 连续创业者
- 36Kr 36 Under 36
- 腾讯加速器3期成员
- 科握CEO



# 科握 —— 社交媒体管理平台

- 产品覆盖微信、微博、抖音、快手
- 国内头部SMM SaaS公司
- 专为中国的社交媒体打造
- 深耕中国社交媒体高效运营的策略
- 融得顶尖风投资金的国际化团队

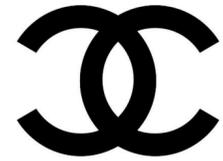
2021年从全球头部SaaS投资机构募得

# 数千万美元

SEQUOIA 

TIGERGLOBAL

**BURBERRY**



L'ORÉAL



Dior

**BALENCIAGA**

**SAMSUNG**

DE BEERS  
JEWELLERS

**NYC**



**ACCA**

**BOSS**  
HUGO BOSS

apm  
MONACO

W  
VERA WANG



VISIT **FLORIDA**

ROSEWOOD  
A SENSE OF PLACE



BOTTEGA VENETA

SHANGRI-LA  
HOTELS and RESORTS

Alexander  
McQUEEN

**Loacker**

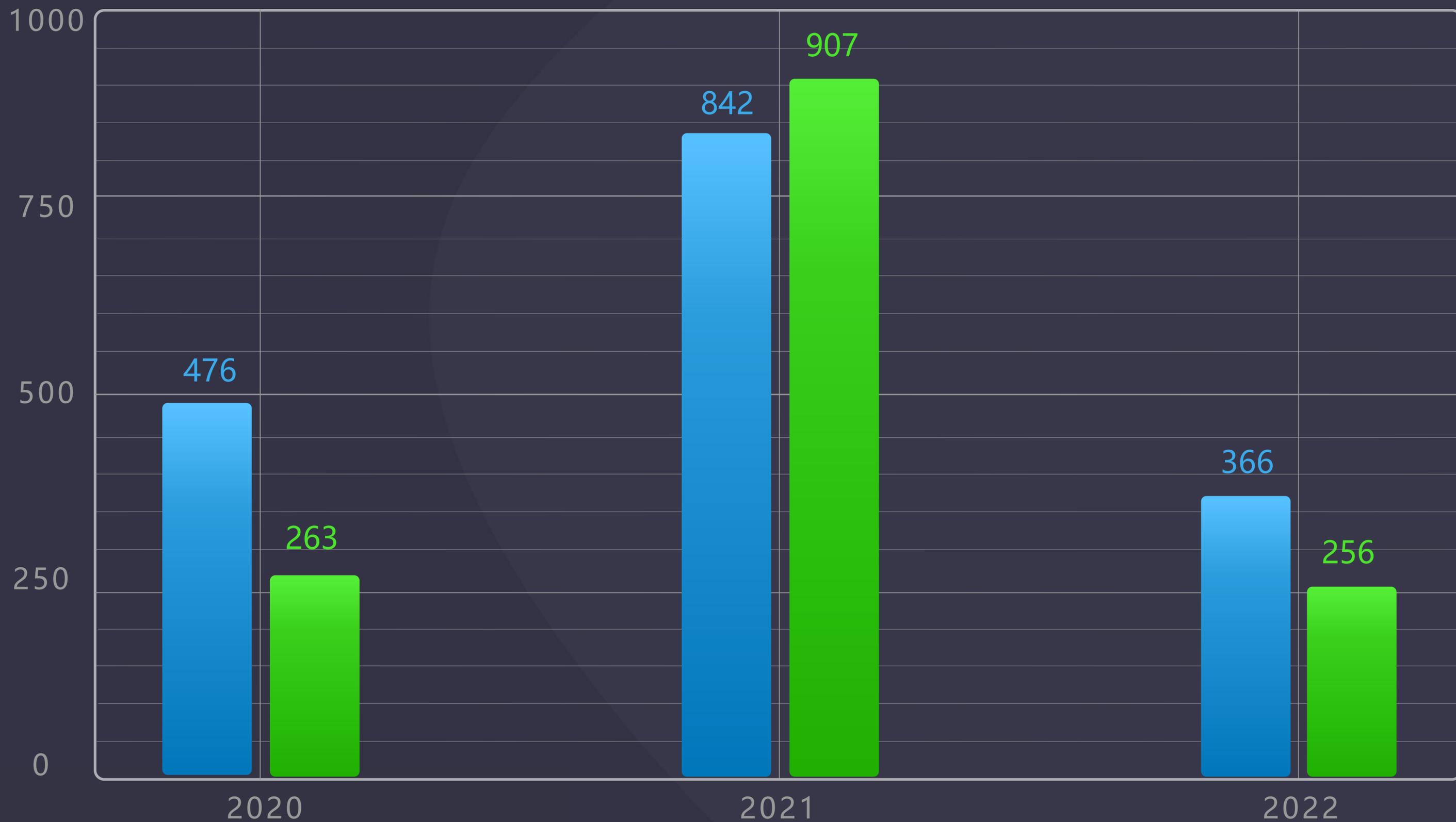


CARL F. BUCHERER  
LUCERNE 1888



# 宏观市场环境

# 新消费投融资 数量 (个) & 金额 (亿人民币) 数据统计



数据来源: CNData 新消费Daily

体验了什么叫连夜跑路。22万平米的展会，1万家宠物品牌，布完展了，晚上12点，离开展还有8小时，通知展会取消，传说封馆，各种消息漫天飞。各家纷纷弃货连夜去机场。机票持续涨价，最多涨幅有超过1万的。

凌晨3点，我们也到机场了，等早6点飞机。第一次见识过夜的机场，居然人多到没有座位。

搭建、货品全废，各家损失十几万上百万。前两天福田区罗湖区管控，亚洲宠物展，真的没有提前得到一丁点消息吗？早一天通知，也能救货省搭建费。一场展会，让这个行业在2022年雪上加霜了。

苦等了12个月的展会，都没来得及好好拍张展位照，只剩一张半成品照片。



深圳市·深圳宝安国际机场  
03:26



## 宝安区会展活动疫情防控工作专班

### 关于亚宠展、3D打印展、地材展、门窗展 暂缓举办的通知

上海万耀企龙展览有限公司、上海万耀亚宠展览有限公司、上海万耀科讯展览有限公司：

根据深圳市疫情防控工作需要，决定暂缓举办原定于8月31日至9月3日在深圳国际会展中心举办的第二十四届亚洲宠物展览会、2022亚洲3D打印·增材制造展览会、中国国际地面材料及铺装技术展览会、亚洲门窗遮阳展·亚洲家居装饰展·亚洲内装工业化展等相关展会活动。请遵照执行，并做好相关展商和观众的解释疏导工作。

特此通知！

宝安区会展活动疫情防控工作专班  
(深圳市宝安区商务局代章)  
2022年8月30日

# 国内部分主流包装行业展会&论坛一览

**PROPAK**  
CHINA

 **PACKCON**  
中国包装容器展  
CHINA PACKAGING CONTAINER EXPO

 **Sino-Pack 2023**  
中国国际包装工业展

 **PACKINNO 2023**  
包装制品与材料

 **swop**  
PROCESSING & PACKAGING  
包装世界(上海)博览会

**LUXE|PACK**  
SHANGHAI

 **PAKLOG**  
电子商务包装&供应链展览会

**M.SUCCESS**  
**FOOD** PACK

 **IPFM**  
SHANGHAI

**CIPPME**

 **WEPACK**  
WORLD EXPO OF PACKAGING INDUSTRY  
世界包装工业博览会

 **Chinaplas**<sup>®</sup>  
国际橡塑展

**IPIF 2022**  
国际包装创新大会  
INTERNATIONAL PACKAGING INNOVATION FORUM

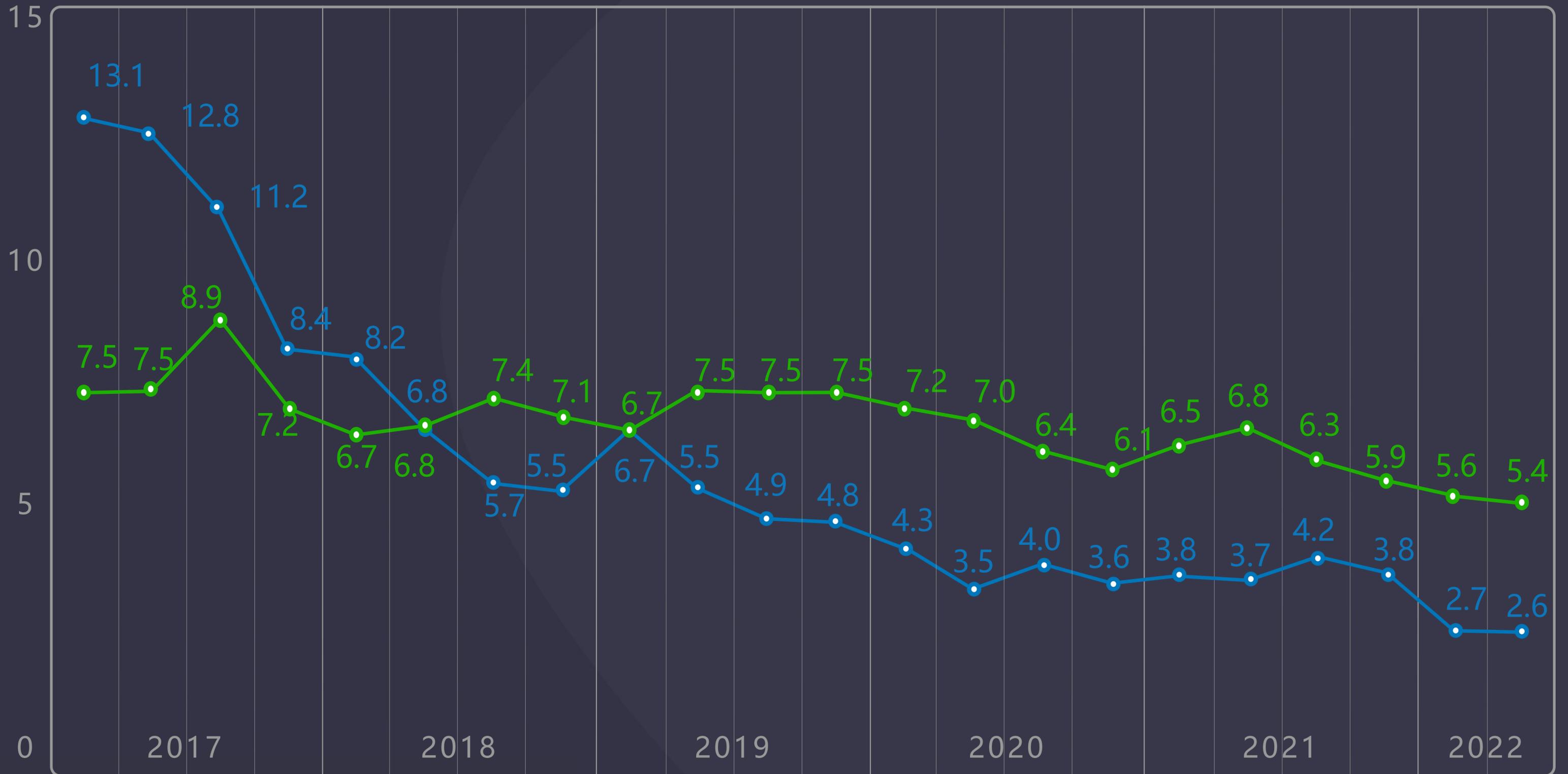
**CPiS**

**#大环境不稳定，竞争激烈，内卷严重#**

**树立展会品牌，打造品牌效应  
是不确定时代下的当务之急**

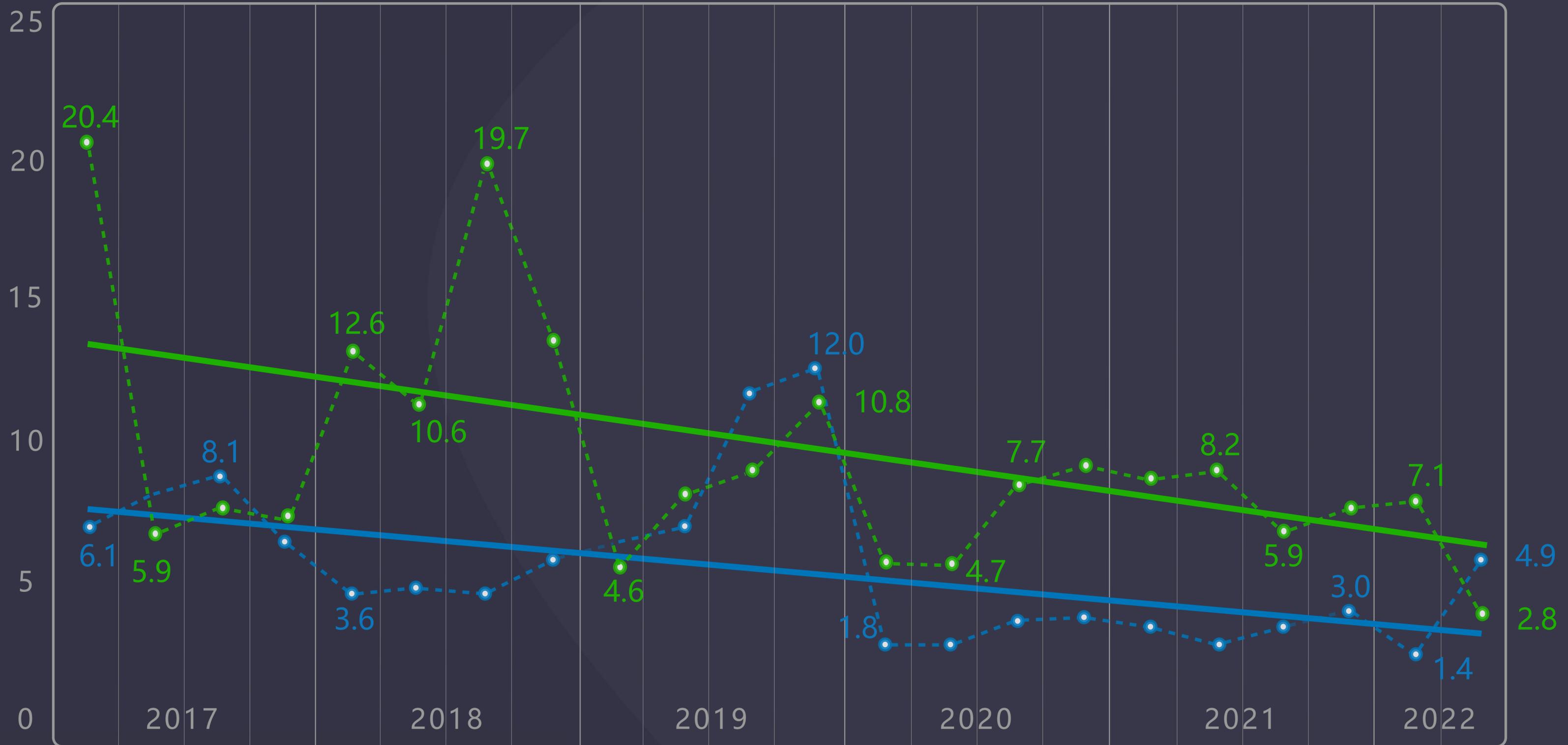
**什么才是品牌的主阵地呢？**

# 微信订阅号 & 微信服务号 打开率变化 (百分比)



数据来源: KAWO科握后台 (截至2022.6.30)

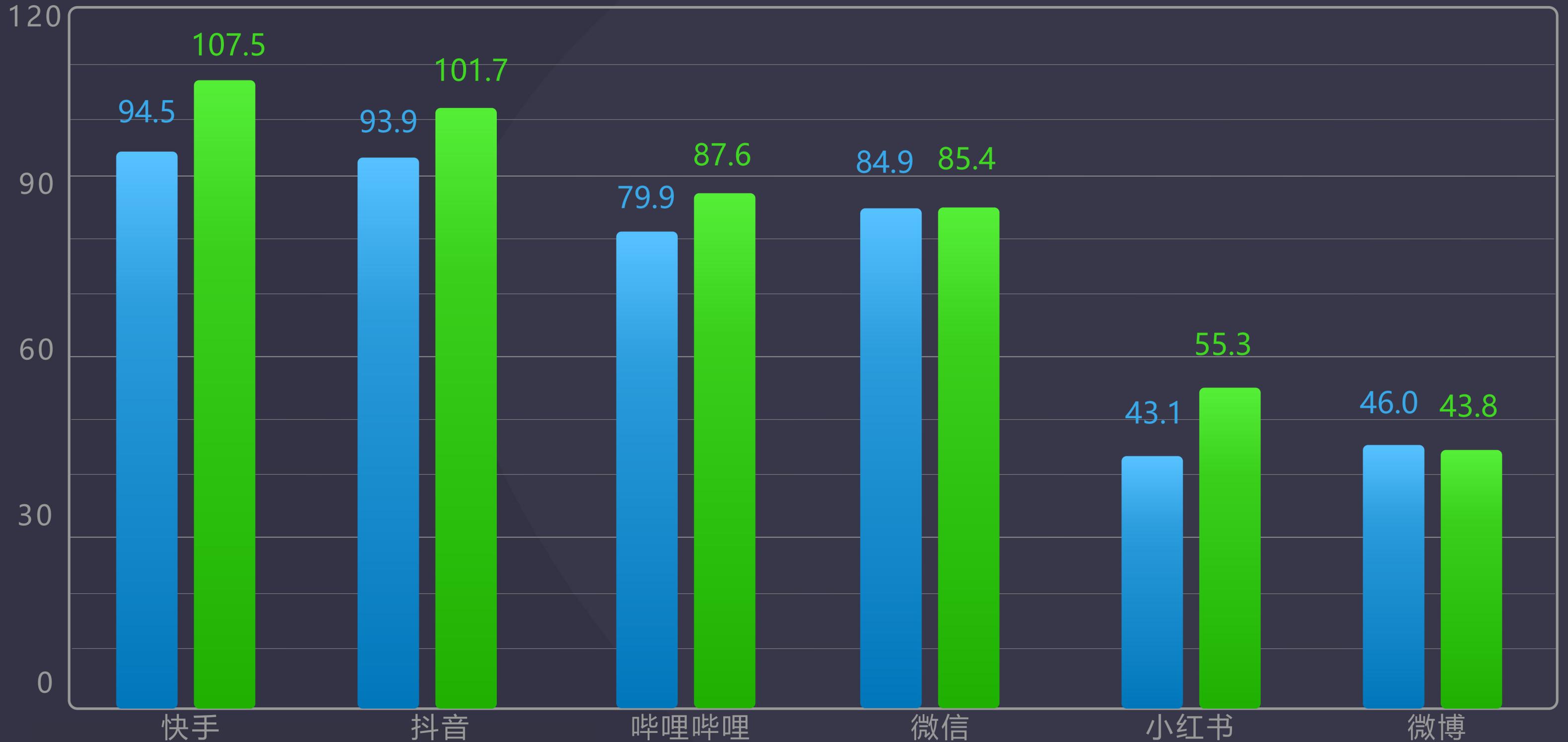
# 微信订阅号 & 微信服务号 粉丝增长率变化 (百分比)



数据来源: KAWO科握后台 (截至2022.6.30)

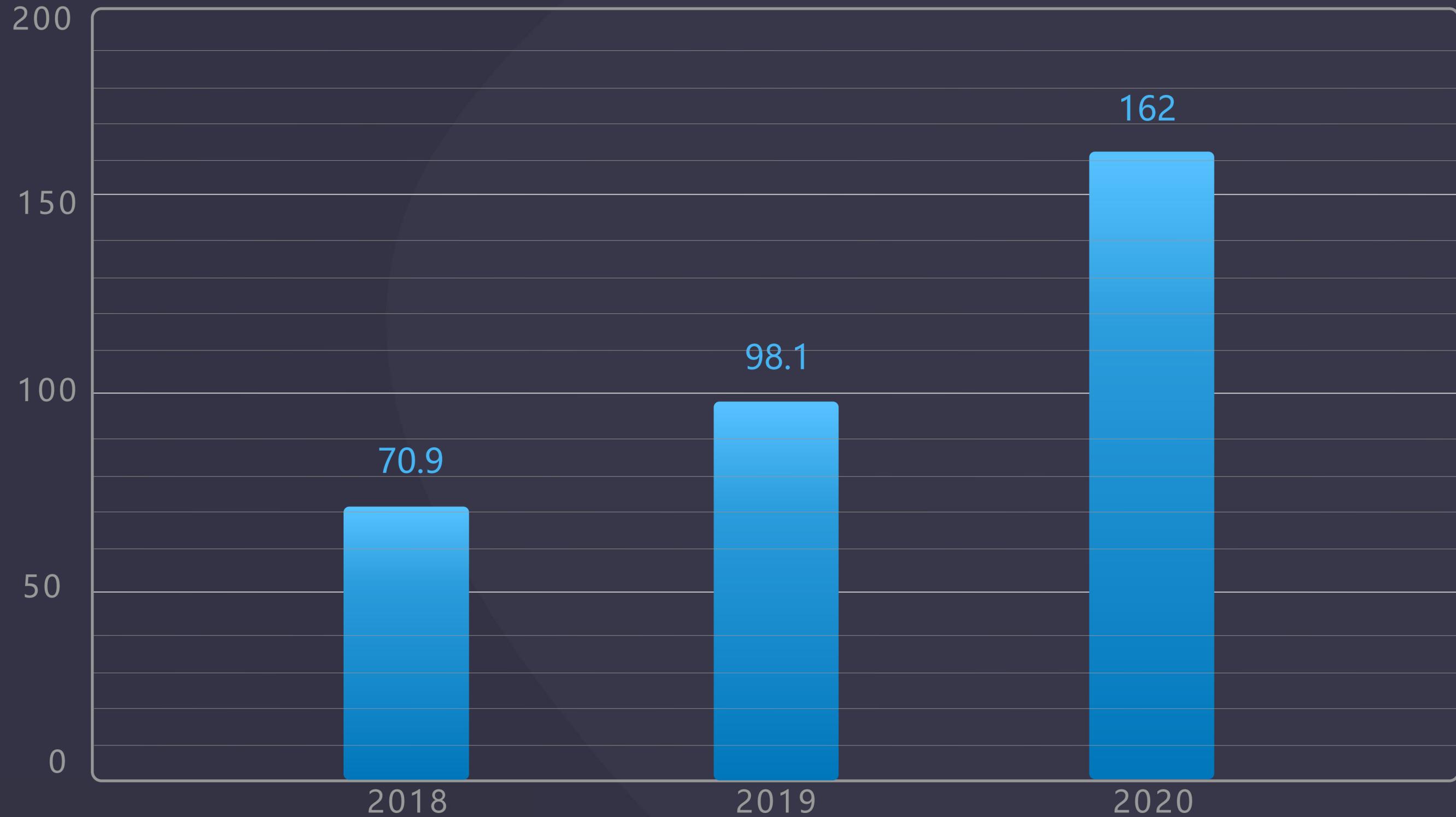


# 2020.12 & 2021.12 人均单日社媒使用时长 (分钟)



数据来源: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2021年12月

# 2018-2020年中国微信公众号数量变化 (万个)



数据来源: 智研咨询 《2020年中国微信公众号发展现状及发展趋势分析》

认知

评估

购买

重购

推荐

电视广告  
搜索引擎广告 传单  
线下广告 电话营销 海报

面对面销售推荐

线下活动  
网站

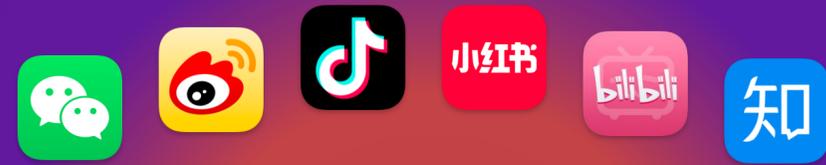
线下活动  
实体店

线上购物平台

实体店

客户评分  
口耳相传

拥有不同功能的社媒平台  
逐渐替代了传统营销方式



认知

评估

购买

重购

推荐

# 如何选择平台？

# 营销漏斗

认知

评估

购买

重购

推荐

Exhibitor  
Promotion

Visitor  
Promotion

参展价值传递

观展价值传递

评估

评估

参展

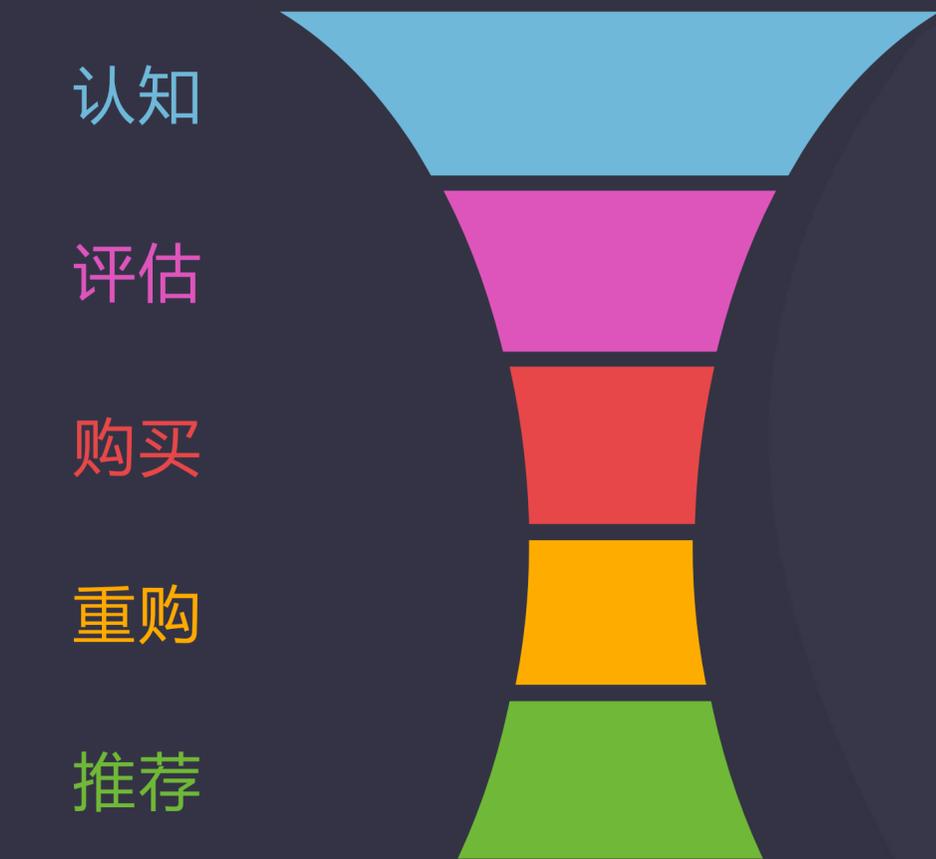
观展

重复参展

重复观展

推荐同行

推荐同事



“流量获取、留存、培养、转化生态完善”



企业账号数量：1000万+

综合一体性生态系统，最强大的社媒平台

B2B

B2C

精准营销

## 微信订阅号/服务号

发布时间：2013年

用户数：~980M (80%微信月活跃用户数)

使用人群：海量用户基数，中年以上用户较多

海外类似平台：



官网

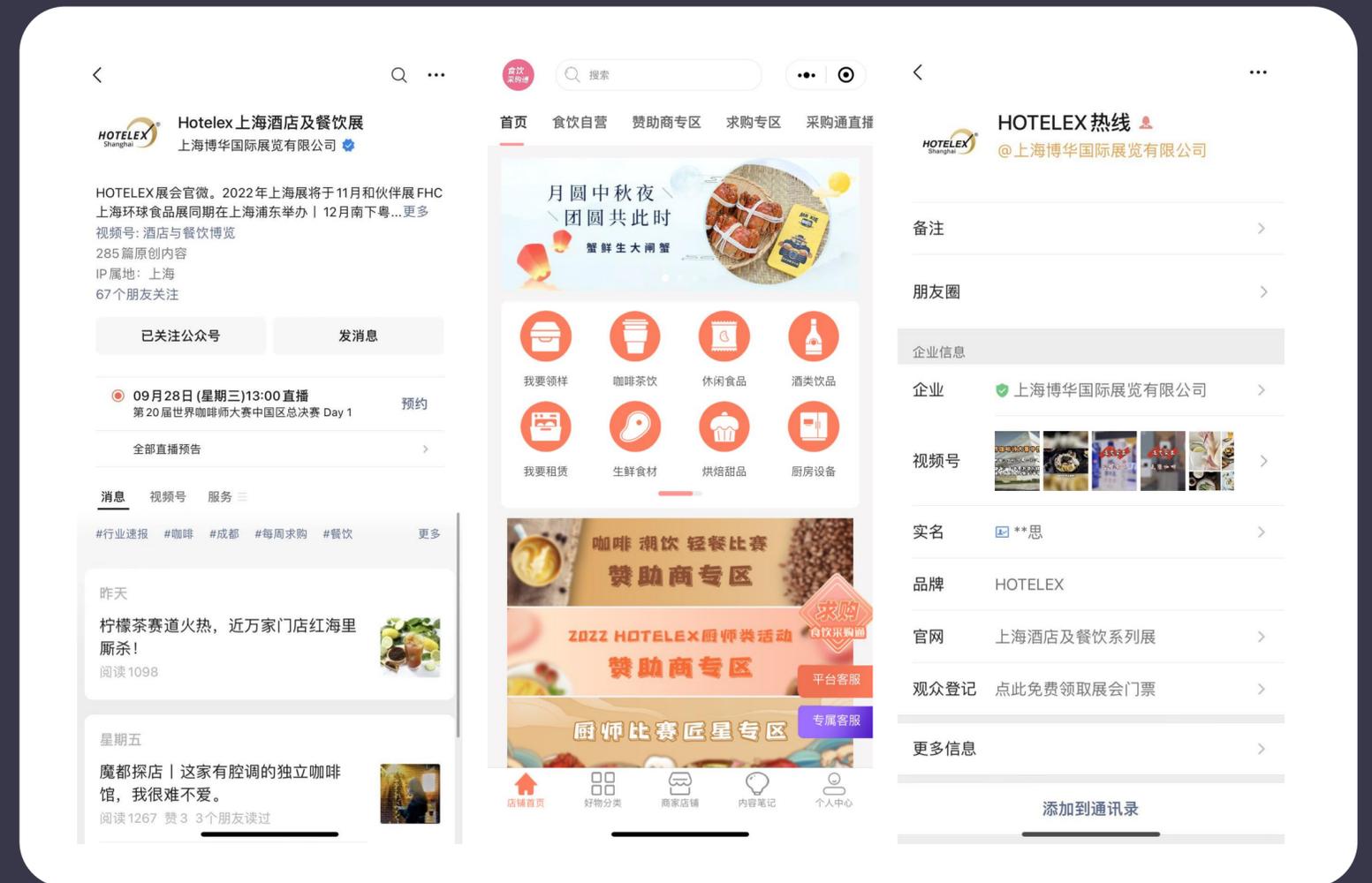


邮件营销

内容形式：图文、视频、丰富的HTML互动元素

营销机会：可经常向粉丝发送最新动态，配套完善的转换体系，在生态中完成完整转化链路

# 打通微信生态，平台统一，完成转化



# 内容导向，内容驱动，内容为王

× ...

## 重磅 | 2022全球食品饮料百强榜：雀巢重回第一，ADM跃至第二，百事退居第三

原创 FBIF FBIF食品饮料创新 2022-09-15 08:30  
发表于上海

9月14日，Food Engineering发布了2022全球食品饮料100强年度榜单，FBIF食品饮料创新（ID：FoodInnovation）追踪报道，为大家带来独家解读。



Food Engineering全球食品饮料公司百强榜  
图片来源：Food Engineering官网

FBIF发现，此次排名的变动，堪称一次大洗牌。

经过去年一年，百事公司在头把交椅上的短暂停留后，雀巢又重新夺回第一。此外，美国ADM公司的报告收入大幅增长，使该公司跃居第二位（去年为

× ...

## 首发 | 每日鲜语子品牌“小鲜语”上市：要做“最懂年轻人的鲜奶品牌”

原创 FBIF FBIF食品饮料创新 2022-08-09 08:47  
发表于上海

作者：Nana (luke)  
编辑：Yanyan

近日，每日鲜语官宣全新子品牌“小鲜语”，正式布局低温鲜奶年轻赛道。

FBIF独家了解到，小鲜语定位一款更好喝的“轻”鲜奶，为年轻人带来更轻负担的鲜奶新选择，并发力便利店渠道。

从产品实物来看，小鲜语一瓶450ml，其中每100ml含有4.0g优质鲜活乳蛋白，卡路里比全脂鲜牛奶降低30%。



× ...

## 全家福：这家广州女装品牌让工艺与技艺有人可传

CHIC 2022-09-03 10:22 发表于北京

一座山，一个家，几代人  
山上的身影，络绎不绝  
山上的声音，接连不断  
这是劳动的气息  
这是温暖的人情味



广州女装服饰品牌【生活在左】通过纪录片《全家福》，用影像记录的方式，将品牌创始人林栖的家乡嵌入到品牌价

× ...

## 解码K9·中国：12年打磨，“行业首创”的底气何在？

白皮书团队 宠物行业白皮书 2022-08-29 16:00  
发表于广东



前言：

如何打造一个宠物品牌，一直很多从业者内心的难解之谜。线上、线下、团队、供应链.....到底哪个才是宠物品牌的核心？今天，抱着这些问题，我们独家采访了K9创始人陈明焘，为大家详解K9的发展历程。

### K9从何而来？

白皮书团队：是什么原因让你进入宠物行业的？你是如何开始自己的创业历程的？

陈明焘：我本人是畜牧专业毕业，毕业以后也顺理成章做了宠物行业相关的公企。也正是在那个时候

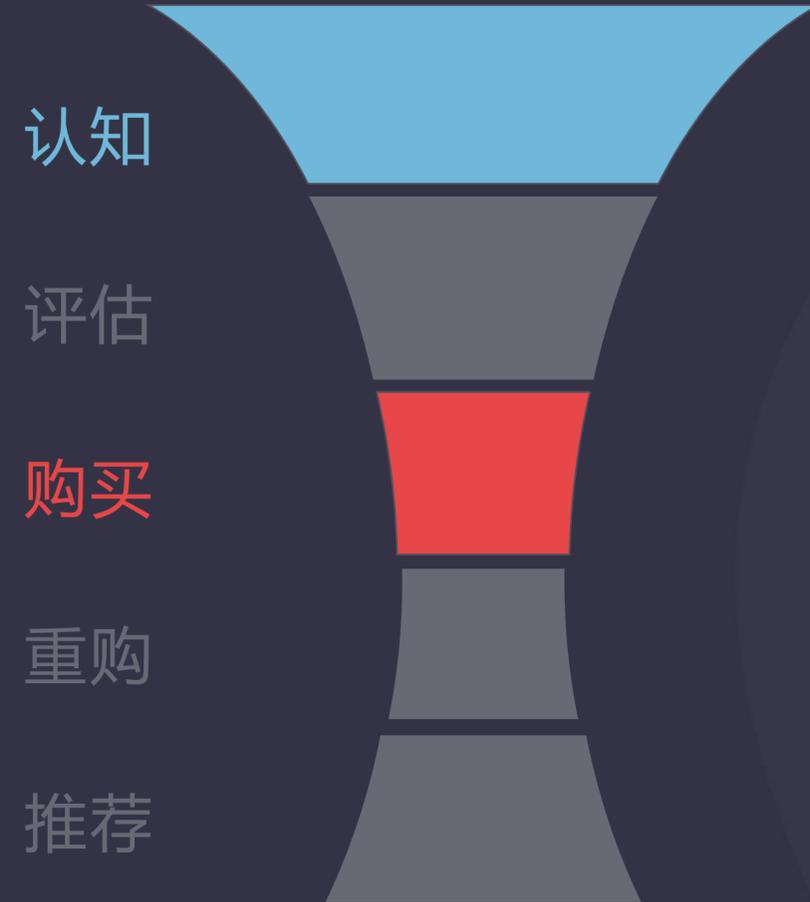
× ...

## 2022intertextile秋冬 | 当棉柔质感遇到时尚灵感

intertextile面料辅料展 2022-07-21 16:16  
发表于北京



持续上行的“她经济”下，最受关注的女装赛道，作为服装行业占比最大的子行业，市场规模逐年增长，市场需求也在逐年升级。近年来，随着原创个性设计成为普及性需求，差异性面料已经成为女装品牌打造优势竞争力的关键。女装面料展区的参展商们，将以何种姿态迎接市场新格局？我们一起来看个究竟！



## “短视频 和直播社交软件”



企业账号数量：800万+

通过火爆的短视频打造品牌意识

B2C

## 娱乐营销

发布时间：2016年

用户数：680M MAU

使用人群：25-34岁为主，一二线城市用户居多

内容形式：短视频、直播

营销机会：

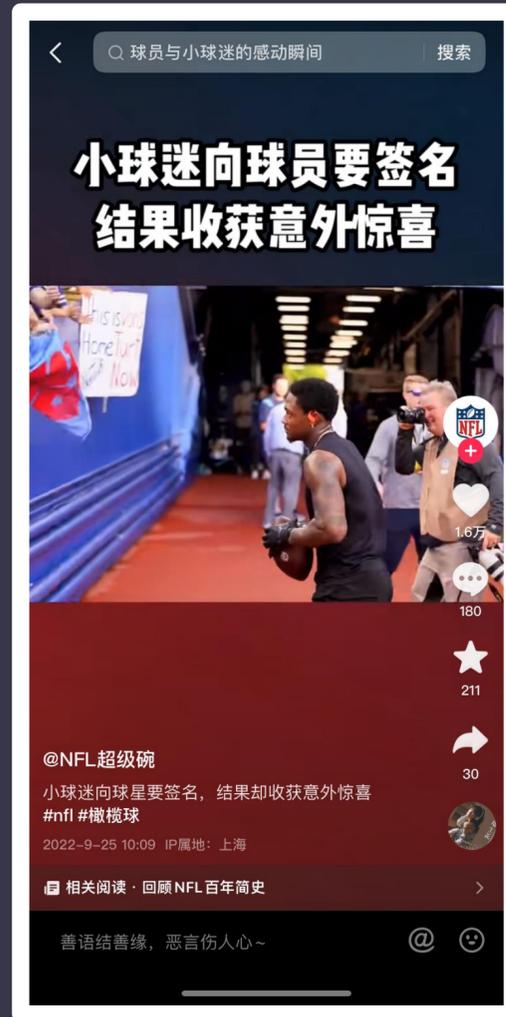
通过创作爆款短视频来提高品牌知名度

年轻自由：趣味达人、颜值达人、剧情故事

创作形式：产品知识、产品系列内容

内容共性：玩法多样、娱乐性、互动性强

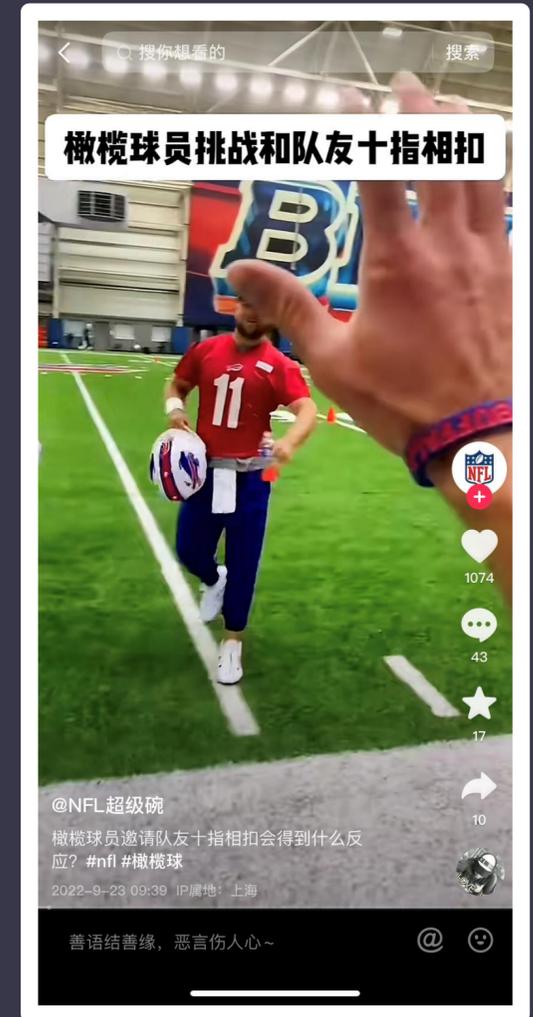
# 抖音:符合平台调性,内容形式多样(NFL超级碗)



暖心



科普



幽默

# 抖音:扎实内容, 大展商带动流量(中国制冷展)

我❤️中国制冷展  
中国制冷展  
北京国际展览中心有限公司

48.2万 获赞 10 关注 10.6万 粉丝

抖燃云创  
世界三大制冷暖通空调展之一

联系电话

+ 关注 私信

作品 428 商家 喜欢

置顶 REFRIGERATION EXPO 上海新国际博览中心

刚刚看过

2022 中国制冷展, 我们来了!

专业观众采访

名企大咖 妙语连珠

305 299 546

走进中国制冷展 名企大咖 妙语连珠

166条评论

陌玉  
现在去看还来得及吗?  
8-2·辽宁 回复

中国制冷展 作者  
8-2·北京 回复

小可爱  
想知道这里是不是会有很多的大牌去  
8-2·陕西 回复

中国制冷展 作者  
很多哟  
8-2·北京 回复

怡惠 baby  
这个这么快就可以装修出来吗?  
8-2·河南 回复

中国制冷展 作者  
8-2·北京 回复

张多  
成都?

善语结善缘, 恶言伤人心~

中国制冷展

综合 视频 用户 商品 直播 音乐

观众访谈 (二) #2022中国制冷展#重庆  
2022.8.8  
305

观众访谈 (一) #2022中国制冷展#重庆  
2022.8.8  
299

格力电器  
2021.4.10

#2021中国制冷展 落下帷幕! 一起回顾#格力 在展会期间的精彩瞬间, 我们下次再见! @抖音小助手

01:37

249 8 17 104

收割机  
中国制造必选格力

# 抖音：KOL高强度聚集，集中引爆话题(ISPO)

综合 视频 用户 商品 直播 音乐

全部 宣传视频 上海 设计 现场 疫情 广告

上海9月8日双休展 展会网址 2022展会大王一见

大刘的户外时间 2022.8.1

第33集 | 2022南京ISPO户外展，各大品牌纷纷装...秀实力！这两件小卡拉产品那可是太有意思了#露营 #ISPO #户外装备 #展会现场 #新品发布



02:21

只有两个产品让我觉得特别有意思

合集 装备测评系列

3534 178 714 330

大刘的户外时间 21

小卡拉为小可爱的意思，如冒犯到某些地方方言的，可以这层喷我

玩旅情报局 2022.7.29

2022年不可错过的展会，快来看看怎么玩！#中国国际消费品博览会 #华夏风物馆

综合 视频 用户 商品 直播 音乐

全部 宣传视频 上海 设计 现场 疫情 广告

爸爸爱露营 2022.7.29

2022ISPO展会抢先看！三分钟带你看完今天有啥露营装备！#展会现场 #爸爸爱露营 #ispo户外展会



02:19

三分钟带你看完2022南京ISPO展会

1732 143 445 967

小黑哥 3

没放你自己的摊位，不过我拍了

大家都在搜

ispo上海户外露营装备展2022 ispo ispo南京展会

上海家博会 2022.7.29

通知：10月1日上海家博会开幕了，免费送您2张门票！凭票入场

综合 视频 用户 商品 直播 音乐

露营叔 2022.8.4

第12集 | 2022年夏季户外新品，有什么值得关注的户外装备呢？#露营 #户外 #户外装备#展会



hai 2022 运动用品与时尚展 EDITION 2022年7月29-31日 July 29-31, 2022

一年一度的户外展又来了

01:09

合集 露营去哪玩

8836 457 1452 3070

晒太阳的猫 48

只想轻量化露营

综合 视频 用户 商品 直播 音乐

DIKELiu\_110 78

统一还有水族产品?

露营的蒙总 2022.7.30

亚洲最大的ISPO户外用品展，今年的露营流行趋势大家一起来看，我总结下来就是水气球#露营 #户外装备 #ispo



01:26

这里是亚洲最大户外用品展

2549 206 541 998

Se7en叔 28

最火的时候最贵，我等等

王涛 | 餐饮人 (9月28号线下课) 2022.6.22

#餐饮 #展会 #连锁加盟 郑州、西安、武汉连续三场餐饮展会，你怎么看?

认知

评估

购买

重购

推荐



“以分享生活方式为主的  
社交媒体平台”



企业账号数量：6.5万+

定制用户原创内容&产品评论

B2C

## 口碑营销

发布时间：2013年

用户数：160M MAU

使用人群：女性用户显著，18-34岁，高线城市占比多

内容形式：图文笔记、短视频、直播

营销机会：

通过KOC发布测评，推荐内容来吸引用户主动了解品牌信息和产品特色

**KOC生态：兴趣导向、真实体验、素人创作者**

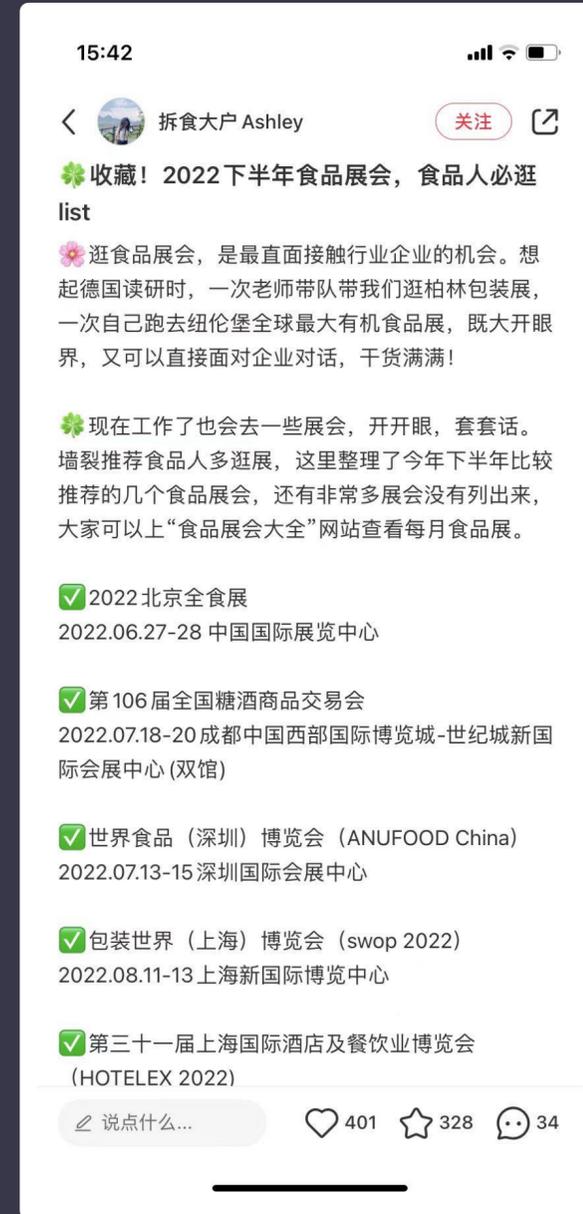
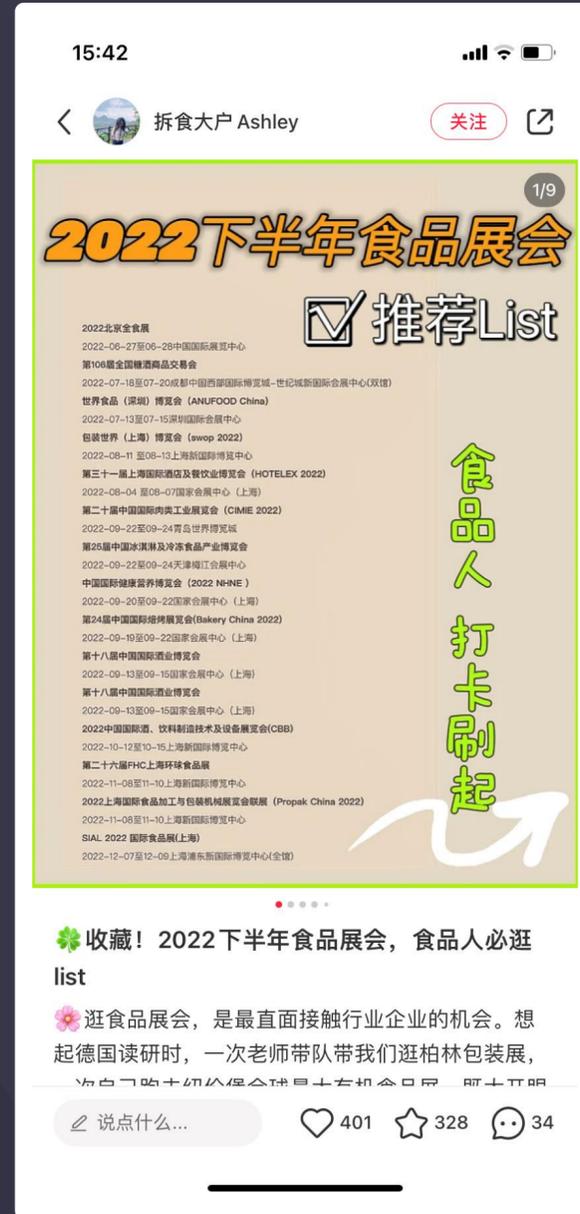
**创作形式：干货笔记、使用感受、教程攻略**

**内容共性：高颜值、精致化、“自来水”**

# 小红书:媒体带动, 引发讨论(深圳潮玩展)



# 小红书:达人种草, 展商推荐(上海秋季烘焙展)



认知

评估

购买

重购

推荐

“以娱乐为主的  
视频分享平台”



企业账号数量：2万+

娱乐、生活方式、大众科学、游戏以及动漫;定制用户原创内容

B2C

## 内容营销

发布时间：2010年

用户数：294M MAU

使用人群：Z世代为主，“宅族”数量居多，高线城市占比较高

内容形式：中/长视频、直播

营销机会：

通过娱乐轻松的方式传达品牌文化与价值

**Z世代：圈层文化、创意&趣味性、情绪价值**

**创作形式：UP主、官方造梗、“梦幻联动”**

**内容共性：多元化、激发互动讨论**

# Bilibili: 趣味科普, 引发关注 (Foodtalks 食装)



# Bilibili: KOC的力量，调动强国情节 (汉诺威工业展)

工业4.0时代！跟着我一起逛2019年汉诺威工业展！！

1.1万 30 2019-04-11 08:48:31



1人正在看，已装填 30 条弹幕 请先 登录 或 注册 弹幕礼仪 > 发送

378 180 195 131 稿件投诉 笔记

武装讨债日耳曼 **LV5**

感觉近三年德国几个大展台都没什么变化啊，倒是中国的一年一个样

2019-05-07 11:03 1 回复

小少爷J **LV5**

工业4.0会导致有大量的失业者，对未来的经济不一定会好

2019-04-30 15:05 1 回复

今年汉诺威工业展最帅展区

2.9万 16 2022-06-02 22:04:24 未经授权，禁止转载



1人正在看，已装填 16 条弹幕 请先 登录 或 注册 弹幕礼仪 > 发送

361 2 68 15 稿件投诉 笔记

法兰西192游侠 **LV5**

有人问festo的中国竞争对手.还是有的.以festo和众小牌但是贼贵的斯堪的纳维亚群岛小厂为代表的高端品牌.以smc<sup>o</sup>为代表的中高端品牌.以中国台湾亚德客为代表的低端品牌。(代表名单里面没有大陆厂家,大陆厂家不入流)festo主要生产气动产品,如气缸,阀岛,阀门等产品.属于工业基础件.在工业基础件方面大陆基本上能够在低端市场上闯出名头的都不多.比如说哈瓦洛人本在轴承低端市场上的表现已经算全村的希望.像常密这种在密封市场上的表现就是不入流了.

工业基础件才是真实反应一个国家工业实力和底蕴的东西.你用低标号水泥,不合格的钢筋通过神奇的设计与施工盖出一栋高标准大楼的可能性约等于被雷劈中.不是不可能,但是可能性很低.

2022-06-16 17:03 175 回复

2022年德国汉诺威工业展-Beckhoff倍福磁悬浮流水线及磁悬浮平台展示

22.9万 150 2022-06-06 04:32:07 未经授权，禁止转载



1人正在看，已装填 150 条弹幕 请先 登录 或 注册 弹幕礼仪 > 发送

5022 262 2513 655 稿件投诉 笔记

MarkWang\_ **LV5**

国内也有类似的研究,但是跟欧美还是有差距,仅就视频里这个仿生水母表现出来的各种特征来看起码运动逻辑上很接近了,但一时想不到用途而且貌似结构稳定度还有待提高.

另外那些嘲讽花钱搞这些玩意儿有什么用的人,建议多看点儿书与人类史,科技就是从不断投资与失败中进步的,只有不断去探索去实践才能让人类社会一直进步,才有机会让我们的后代去到更广阔的天地.不要鼠目寸光盯着这个政府那个政府,说到底国家只是一套维持现阶段人类社会稳定的系统罢了,或许几百年几千年后你我与他们也并没有什么不同与隔阂.

# “专业知识问答平台”



企业账号数量：3万+

以干货知识作为驱动&生态核心

B2B

B2C

## 知识营销

认知

评估

购买

重购

推荐

知识种树、专家人设

# “简短实时讯息分享地”



企业账号数量：150万+

分享实时更新，参与对话和热门话题的讨论

B2B

B2C

## 互动营销

认知

评估

购买

重购

推荐

传播属性、流量玩法

**在运营社交媒体时  
有哪些现实的痛点？**

# 品牌营销的痛点

繁杂的跨平台多账号管理

走流程、拿批准

重复性的数据报告整理

内容排期和协调

无止境的内外对接

数据真实性存疑

**解决方案：  
社交媒体管理(SMM)平台**

# 内容生产协作跨部门，协同流程不清晰

计划内容主题

内部审批

起草文案

内容设计

内部审核

内外部审核

发布

报告制作



某头部会展集团新媒体负责人  
Sophie

我们的公众号一般这样协作：

我作为账号负责人给到需求 (Account Manager\*1)

由写手撰写稿件 (Copywriter\*1)

完稿后，由设计师进行头图设计 (Designer\*1)

同时，运营的同学开始排版 (Operation\*1)

最后，由市场专员协作确认 (Executive\*1)

**由于步骤繁杂，参与人员众多，很难统筹好协作流程。**

社交媒体管理(SMM)工具拥有强大的协同功能,所有内容编辑、排期、发布都能一站式、透明化呈现,便于跨部门同事掌握内容进度,推进项目执行。

# 规划、创作和审批内容

The screenshot shows a calendar interface for 'Guerrini Cheese' on 'app.kawo.com'. The calendar displays content scheduled for June 2021, with different colors representing different social media platforms. Annotations highlight key features:

- 点击查看单篇内容详情** (Click to view details of individual content): Points to a specific event card.
- 为内容制定排期** (Schedule content): Points to a date on the calendar grid.
- 内容需经审批才可自动发布** (Content requires approval before automatic posting): Points to a content card with a red '待审批' (Pending Approval) status.
- 及时记录奇思妙想** (Record ideas in time): Points to a '帖子发布想法...' (Post idea) popup window.
- 颜色标识直观区分不同社媒平台** (Color identification intuitively distinguishes different social media platforms): Points to the color-coded content cards.

Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
第23周	芝士火锅品鉴活动 Fondue Tasting 马苏里拉芝士促销 Mozza..		戈根索拉芝士促销 Gorg..			国际芝士节 Cheese Day 新烟熏芝士 Smoked Mozza... 本周食谱 Daily Recipe 马里奥的故事 Mario's Story	
第24周		滚干酪大赛	今天 马斯卡彭蛋糕食谱 Mascarpone... 马斯卡彭蛋糕食谱 Mascarpone...	传统芝士 Heritage Ch...	滚干酪大赛		
第25周		夏季烧烤促销 Summer Barbeque Promotion 意大利芝士面包食谱...	野餐篮抽奖竞赛活动 意大利芝士面包食谱...	野餐篮抽奖竞赛活动 意大利芝士面包食谱...			
第26周		215周年纪念日 215th Birthday 传统芝士 Heritage...				红酒、芝士品鉴活动 Wine & Cheese Tasting	

# 审批链路繁琐，参与人员多且广



## 会展行业特有的内容形式:

展商新闻稿/展区新闻稿  
经常集合20+展商企业共同成稿，  
意味着发布前需要20+企业共同审核文章内容，审批链路非常复杂。

社交媒体管理(SMM)工具提供多渠道内容审阅,方便不同利益相关者高效参与内容审核,允许用户定制审批流程,提升工作效率。



The screenshot displays the KAWO social media management interface. On the left, a mobile phone preview shows a post titled "Why is Digital Transformation so Hard in China? test" with a sad face emoji and the text "为什么数字化转型如此之难?". The main desktop view shows the editing interface for post ID 118-694. It includes tabs for "EDIT", "NOTES", and "META". The post is scheduled for "Thu 30 Sep at 15:03" and is set to be sent to "All Followers (5,346 followers)". Below the scheduling options, there are two article cards: "TOP ARTICLE Why is Digital Trans..." and "SECOND ARTICLE 为什么数字化转型如此...". At the bottom of the editing panel are buttons for "DELETE POST" and "SAVE POST". On the right side, a comments section shows several comments from users like Ricky and Luna.pang, with a "SEND" button at the bottom.

# 跨平台多账号，数据整合耗时长，易出错，汇报成效低

## 微信

## 微博

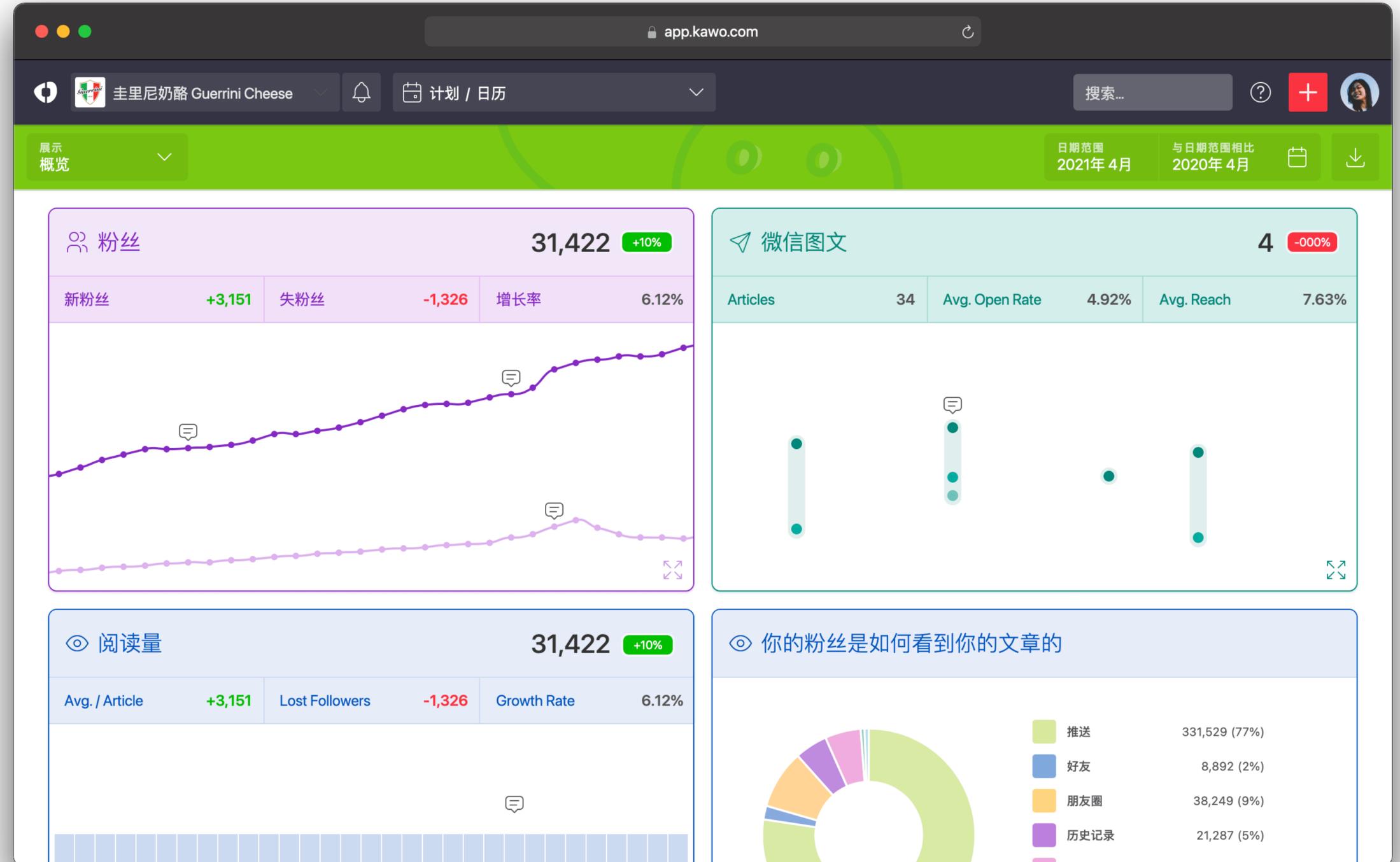
## 抖音

	<b>微信粉丝数</b> 当前关注微信公众号的用户人数
	<b>去重微信阅读量</b> 图文页（点击群发图文卡片进入的页面）的微信文章阅读人数
	<b>微信文章推送打开率</b> 发布文章的阅读人数除以文章发送给的人数
	<b>微信文章到达率</b> 发布文章收到的阅读次数除以文章发送给的人数（不包括分享它的人数）
	<b>去重文章分享</b> 分享文章的人数
	<b>去重短链点击</b> 原文页（点击图文页“阅读原文”进入的页面）的阅读人数，无原文页时此处数据为0
	<b>去重文章收藏</b> 收藏微信文章的人数
	<b>微信总体消息数</b> 微信公众号获取的来自粉丝后台留言的数量
	<b>你的公众号粉丝是如何看到你的文章的</b> 推送、分享朋友圈、好友分享、微信公众号历史记录、微信热门文章（看一看）、搜索来源（搜一搜）、其他来源
	<b>你的粉丝是如何转载你的文章的</b> 从好友的微信会话分享至微信朋友圈、从微信朋友圈分享至朋友圈、从其他途径分享至朋友圈
	<b>你的粉丝是如何添加你的账号的</b> 微信账号搜索、账号名片、二维码、支付完成后关注、点击账号名称、微信广告、他人转载、未知来源

	<b>微博粉丝数</b> 关注微博的粉丝总数
	<b>微博阅读量</b> 已发布帖子/已发布微博的总浏览量
	<b>微博发布数量</b> 发布的帖子总数 / 微博总数
	<b>微博互动</b> 所有微博的评论、微博的转发和微博点赞的总数
	<b>微博短链点击</b> 点击微博链接帖子的用户总数
	<b>微博视频观看次数</b> 已观看视频帖子的用户总数

	<b>抖音粉丝量</b> 关注您抖音账号的粉丝数量
	<b>抖音点赞量</b> 点赞抖音视频的用户总数
	<b>抖音视频数</b> 发布的抖音视频总量
	<b>抖音播放量</b> 观看抖音视频的用户总数
	<b>抖音评论量</b> 评论了抖音视频的用户总数
	<b>抖音分享量</b> 将抖音视频分享到其它平台的用户总数
	<b>抖音转发量</b> 抖音平台内转发视频的用户数量
	<b>抖音下载量</b> 已下载抖音视频的用户总数

社交媒体管理(SMM)工具支持多平台、多账号,一站式监测所有链接账号及其相关数据。



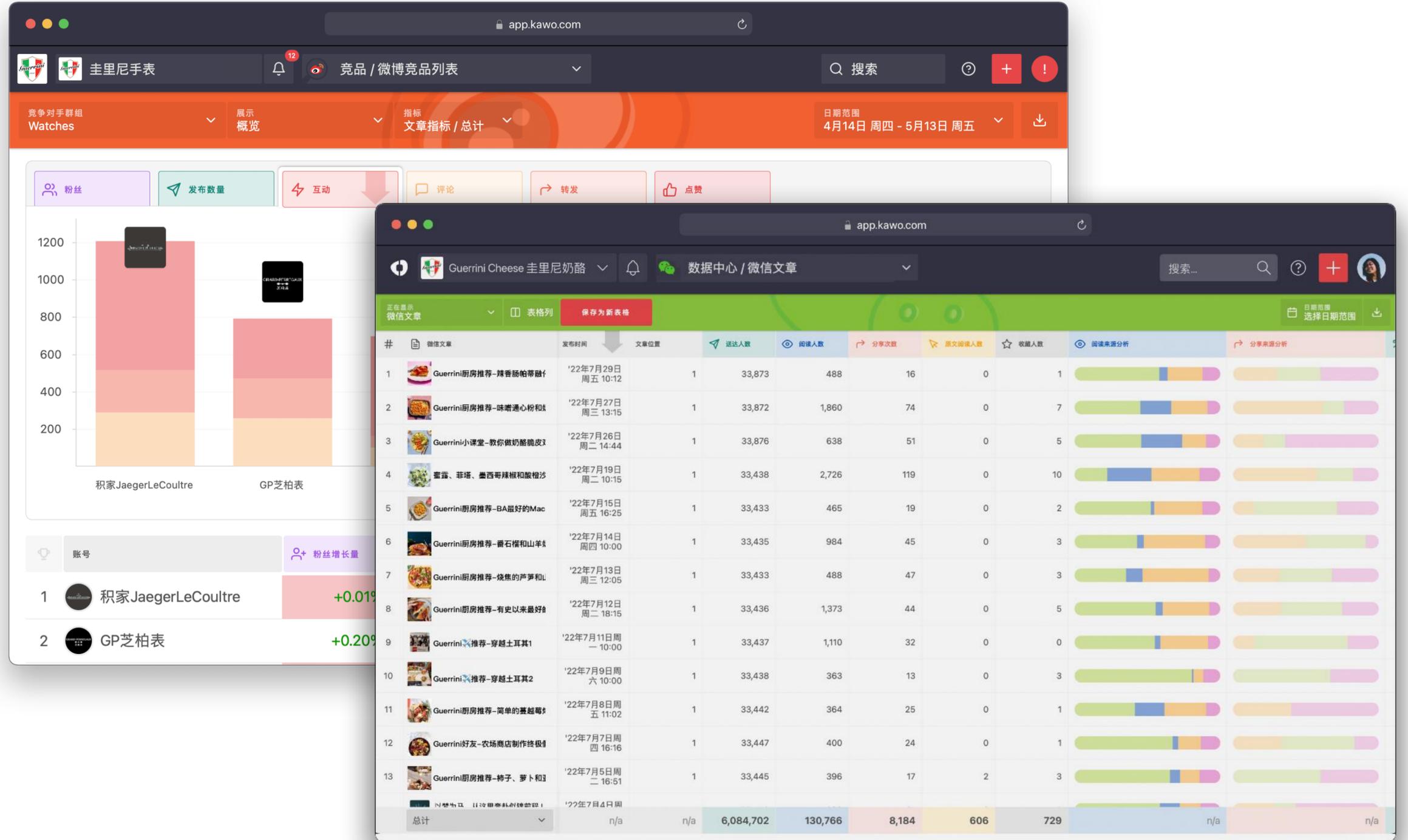
# 缺少高效的竞品数据分析及行业动态洞察



某头部会展集团新媒体运营  
Robin

我们迫切地想知道我们的同行都在怎么做：  
用哪些渠道、发什么内容、什么时候发、效果怎么样……  
同时，我们也必须知道我们的客户正在关注什么：  
行业热点话题、新兴市场趋势、大环境的变化……  
我们从来没有系统性地做过竞品分析，  
不仅不知道从哪里入手，  
而且预计会投入大量人力做重复工作，  
所以往往总有“更重要”的事阻碍团队开展竞品分析。

社交媒体管理(SMM)工具支持将其他同行业社交媒体账号列为竞品分析账户，发现并追踪最新行业趋势。知己知彼，百战不殆，利用竞品的增长发现新机会。



**#传统会展业数字化转型箭在弦上#**

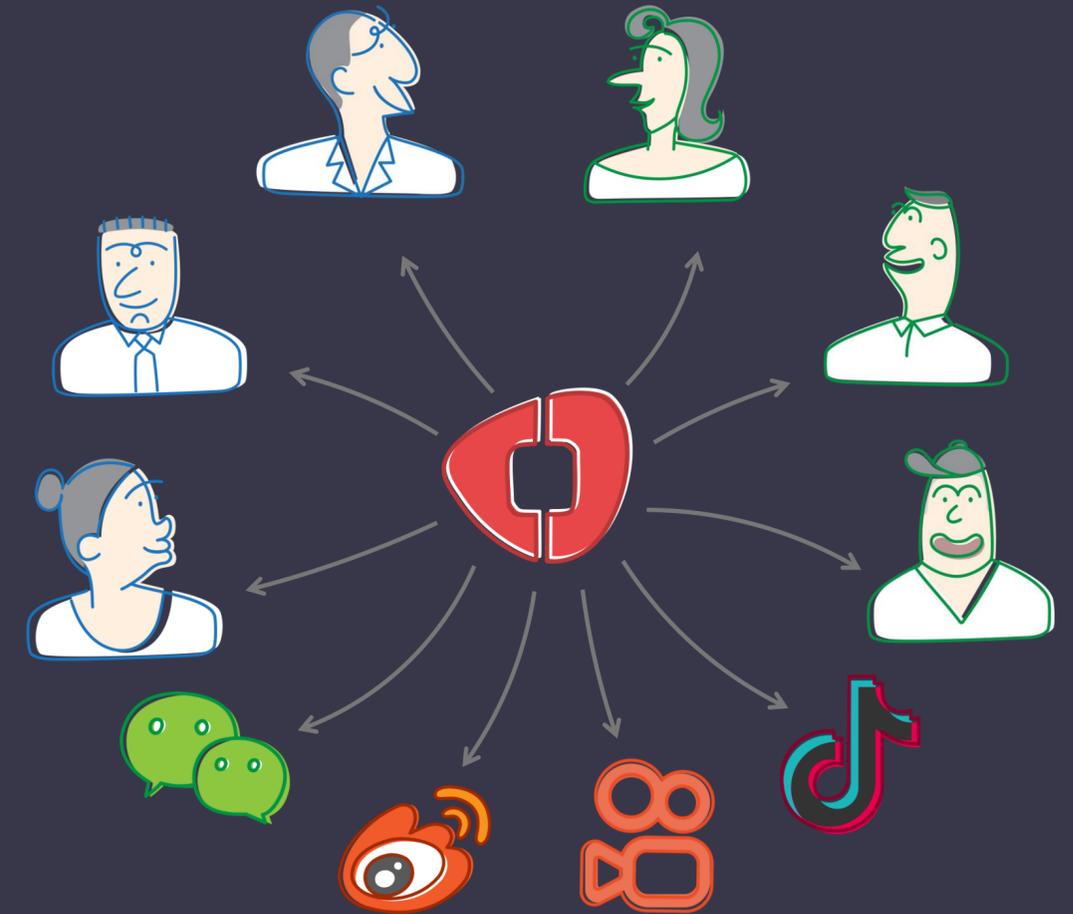
**如果要覆盖整个社媒营销路径  
不一定需要更多的投入和人力!**

# 杂乱的流程产生不了优质内容.....营销是一项团队运动



过时的品牌管理方式

科技彻底转变团队的工作效率，为数据赋能!



科技把每位成员连接在一起

# 2022年 中国社媒平台 全方位概览

关注科握公众号 Follow KAWO on WeChat	微信 WeChat 1.26B MAU Sep 2021	Tencent 腾讯 OTCMKTS: TCEHY 3.24T HKD April 2022	NASDAQ: WB 31% 阿里巴巴 Alibaba	PRIVATE -2.25T RMB Dec 2021	SEHK: 1024 22% 腾讯 Tencent	PRIVATE US\$300M 投资 investment 阿里巴巴 Alibaba, 腾讯 Tencent	NASDAQ: BILI / SEHK: 9626 12% 腾讯 Tencent 8% 阿里巴巴 Alibaba	NYSE: ZH / SEHK: 2390 10% 腾讯 Tencent	美国 Meituan SEHK: 3690 18% 腾讯 Tencent			
微信视频号 WeChat Channels	微信订阅号 WeChat Subscription OA	微信服务号 WeChat Service OA	微信小程序 WeChat Mini Programs	企业微信 WeCom	微博 Weibo	抖音 Douyin	快手 Kuaishou	小红书 RED	哔哩哔哩 Bilibili	知乎 Zhihu	大众点评 Dianping	
发布时间 Launched	2020	2013	2013	2017	2016	2009	2016	2012	2010	2011	2003	
用户数 Active Users	500M DAU 12/2021	~980M 但是but. 73% 80%的微信非活跃用户数 80% of WeChat MAU 的用户关注公众号数量少于20个 of users follow less than 20 OA	450M DAU 09/2021	96M MAU 05/2022	582M MAU 03/2022	670M MAU 05/2022	598M MAU 03/2022	160M MAU 05/2022	294M MAU 03/2022	101M MAU 03/2022	61M MAU 05/2022	
平台特色 In One Sentence	微信生态内的短视频和直播平台 Algorithmic short video and live-streaming feed within WeChat	信息流推送资讯给到订阅的用户 (每天可发布一次) Algorithmic feed of articles (publish up to once per day)	出现在用户私人聊天列表里的企业推文(每月可发布四次) Account for companies alongside user's chats (limit of 4 times/month)	整合在微信内部, 并可轻松分享的“轻应用” “Light apps” integrated & easily shareable within WeChat	供员工与客户进行互动交流的企业微信账号 Enterprise WeChat account for staff to engage with customers	以分享简短实时讯息为主要 Newfeed, microblogging social network	短视频和直播社交软件 Short video & live-streaming app	短视频和直播社交软件 Short video & live-streaming app	以分享生活方式为主的社交平台 Lifestyle focused content sharing platform	以娱乐为主的视频分享平台 Entertainment-focused video sharing platform	专业知识问答平台 Question & Answer platform	发现本地商户、零售、餐饮、旅游等信息的平台 Service platform for discovering local biz, retail, dining, travel & much more
类似于 Western Equivalent	海外抖音 TikTok	官方网站 Official Websites	电子邮件营销 Email Marketing	手机应用 Mobile Apps	Slack Zendesk	脸书 Facebook 推特 Twitter	海外抖音 TikTok	海外抖音 TikTok 电视购物 Teleshopping	缤趣 Pinterest IG Instagram	油管 YouTube 推趣 Twitch	Quora	Yelp 猫途鹰 TripAdvisor
使用人群 Top Demographic(s)	无可靠来源 Unable to find reliable source	尽管微信已深入渗透全国, 微信公众号在城市地区用户人数更多 Despite WeChat's penetration across the entire country, Official Accounts (OA) are more popular in urban areas.	一、二线城市为主 Tier 1-2 cities	不适用 N/A	90后, 一线沿海城市 Post 90's, Tier 1 and coastal cities	90后, 新一线, 三线城市 Post 90's, New Tier 1 Cities and Tier 3 cities	90后, 三线城市 Post 90's, Tier 3 Cities	90-95后, 一、二线城市 Post 90-'95s, Tier 1-2 cities	90-95后, 一、二线城市 Post 90-'95s, Tier 1-2 cities	90后, 一、二线城市 Post 90's, Tier 1-2 cities	80后, 90后, 一、二线城市 Post 80's and 90's, Tier 1-2 cities	
性别 Gender	无可靠来源 Unable to find reliable source	43% 女性 57% 男性	59% 女性 41% 男性	不适用 N/A	55% 女性 45% 男性	57% 女性 43% 男性	52% 女性 48% 男性	70% 女性 30% 男性	57% 女性 43% 男性	44% 女性 56% 男性	65% 女性 35% 男性	
行业 Industries	B2C B2B 生活方式、音乐、新闻、时尚、艺术 Lifestyle, Music, News, Fashion & Arts	B2C B2B 新闻媒体、文化娱乐 Blogs, News, Media & Entertainment	B2C B2B 全行业 All Industries	B2C B2B 全行业 All Industries E-commerce, Services & Gaming	B2C B2B 电商、服务和游戏 E-commerce, Services & Gaming 商超百货、医疗、美容、奢侈品 Department Stores & Supermarkets, Medicine, Home Decor, Luxury Brands	B2C B2B 全行业 All Industries	B2C B2B 全行业 All Industries 食品饮料、本地生活、婚纱摄影 FMCG, Personal Care	B2C B2B 美妆、时尚、生活方式 Beauty, Fashion & Lifestyle	B2C B2B 食品饮料、游戏、数码3c、美妆 FMCG, Electronics, Consumer Electronics, Beauty, Skincare	B2C B2B 教育、婚恋、游戏、文化娱乐 Education, Dating, Gaming, Culture & Entertainment	B2C B2B 餐饮、酒店、零售 F&B, Hotels & Retail	
内容格式 Content Format	短视频, 直播 Short-format video, livestreaming	不超过8篇文章, 有丰富的HTML、图片视频、动画和其他互动元素 Posts containing up to 8 long richly formatted (HTML) articles with images, video, animation and interactive elements	与微信功能结合, 可有多种用途的轻应用 Lightweight apps integrated with WeChat functions e.g. payments	向个人或群组发送消息等向内容(包括视频号、订阅号、服务号) Send purchase-driven content (including Channels, OA Articles & MP) to individual or group chats	图文、热搜、直播、短视频 Simple text, images, videos & polls	短视频, 直播 Short-format video, livestreaming	短视频, 直播 Short-format video, livestreaming	图文、短视频、直播 Images, short video, reviews, blogs & long posts	长视频、直播 Long-format videos, Livestream	问答、长文章、图片、视频、直播 Q&A, Long Articles, Images Videos & Livestream	评分、评论(经常有照片和视频) Ratings & Reviews (often with photos, videos)	
营销机会 Content Marketing Opportunities	通过在微信生态内分享内容来吸引更多粉丝 Reach a wider audience with various content, easily shareable inside WeChat	可经常向粉丝发送最新动态 Send frequent updates to followers	通过内容营销、自动化营销和客服支持来获取粉丝的信任 Build trust through content marketing, plus marketing automation & customer support	将线下服务与会员体系和线上电商服务串联起来 Loyalty Programmes & E-commerce	微信生态系统里的售前、售后和客服整合 Pre-sales, post-sales & customer support integrated with WeChat ecosystem	分享实时资讯, 与粉丝互动以及参与热搜话题 Share realtime updates, engage in conversations & participate in trending topics	通过创作爆款短视频来提高品牌知名度 Generate short viral videos & sell via embedded e-commerce	创建爆款短视频, 并通过内嵌的电商平台来进行销售 Create short viral videos & sell via embedded e-commerce	通过KOC发布测评、推荐内容来吸引用户主动了解品牌信息和产品特点 Create KOC review and recommendation content to attract audience to know the brand and products	通过娱乐轻松的方式传达品牌文化和价值 Advocate brand culture and value through entertaining content	通过专业解答来树立品牌权威 Increase credibility through knowledge sharing & thought leadership	优惠券推广、信誉管理和用户自创内容 Coupon promotions, reputation management & UGC
营销漏斗 Marketing Funnel	微信中唯一可轻松触达广泛受众的平台 The only place inside WeChat to easily reach a wider audience	微信公众号增粉非常困难且昂贵 Difficult & expensive to grow followers on WeChat OA	分享内容从内容营销到转化的流程 Share content from content marketing to conversion	让销售与客户保持联系的杰出解决方案 Great solution for employees to connect with customers	多样的广告选择有助于品牌增长 Great and plenty to help you grow followers	抖音内容营销的成功主要取决于视频是否火爆 Success on Douyin is very dependent on creating viral content	快手平台更偏向于卖货, 但商品单价并不高 Kuaishou is better adapted to selling but with much lower cost per item	很少有品牌在小红书上直接多数为经销商销售 Few brands are registered, not brands	内容多数来自普通用户或KOC/KOL的原创 Most content is from KOC/KOL or UGC	适合B2B以及服务提供商为用户提供专业的解答 Great for B2B & Professional services to answer technical questions	适合跨地区的品牌在不同地区建立本地化的品牌知名度 Great for local businesses wanted to be discovered by Chinese tourists	
主要指标 Main Metrics	播放量 Video Views	阅读量 Reads	分享 Shares	转化率 Conversion	不适用 N/A	粉丝数 Followers 热搜指数 Hot Search Index	粉丝数 Followers 评论数 Comments 点赞数 Comments	收藏 Comments 评论数 Comments	播放量 Video Views 评论、弹幕数 Comments	点赞数 Comments	点评 Ratings	
广告和促销选项 Paid Ads and Promotion Options	展示广告 Display Ads	信息流广告 Feed Ads	内容付费推广 Promoted Content	搜索广告 Search Ads	KOL/KOC influencers	展示广告(开屏、banner等) Display Ads 信息流广告(开屏、推荐等) Feed Ads 短视频信息流广告 Short Video Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	展示广告(开屏等) Display Ads 短视频信息流广告 Short Video Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	展示广告(开屏等) Display Ads 信息流广告 Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	展示广告(开屏等) Display Ads 信息流广告 Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	展示广告(开屏等) Display Ads 信息流广告 Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	展示广告(开屏等) Display Ads 信息流广告 Feed Ads 搜索广告 Search Ads 内容付费推广(博主带货) Target Content promotion KOL/KOC 合作(博主带货) KOL/KOC Collab KOL/KOC 合作(品牌) KOL/KOC Collab	

# 2022年 中国社媒平台 全方位概览

# 扫码获赠

**KAWO 科握 2022 中国社交媒体平台全方位概览**  
The Ultimate China Social Media Marketing Cheatsheet

科握平台帮助营销团队在微信、微博和抖音上取得成功。  
The KAWO Platform Empowers Marketing Teams to be Successful on WeChat, Weibo, Douyin & Kuaishou.

平台名称	微信 WeChat	腾讯新闻	微博 Weibo	抖音 Douyin	快手 Kuaishou	小红书 Xiaohongshu	哔哩哔哩 Bilibili	知乎 Zhihu	大众点评 Dianping
注册用户	1.26B MAU	2.22T MAU	582M MAU	670M MAU	588M MAU	160M MAU	294M MAU	101M MAU	61M MAU
平台特色	微信生态的闭环生态... 微信视频号... 微信订阅号... 微信服务号... 微信小程序... 企业微信...	腾讯新闻... 腾讯新闻... 腾讯新闻... 腾讯新闻... 腾讯新闻...	微博... 微博... 微博... 微博... 微博...	抖音... 抖音... 抖音... 抖音... 抖音...	快手... 快手... 快手... 快手... 快手...	小红书... 小红书... 小红书... 小红书... 小红书...	哔哩哔哩... 哔哩哔哩... 哔哩哔哩... 哔哩哔哩... 哔哩哔哩...	知乎... 知乎... 知乎... 知乎... 知乎...	大众点评... 大众点评... 大众点评... 大众点评... 大众点评...
主要指标	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...	视频号... 视频号... 视频号... 视频号... 视频号...

KAWO.com | 我们的团队在制作这份内容时查阅了更多数据进行验证、编写和校对。请发邮件、拨打电话、建立联系到KAWO团队。  
© KAWO 科握 - 最近更新于2022年7月11日 | Last Updated 11 July 2022

## 微信公众号

## CEO 李静远





谢谢