

2025年全球 社交媒体营销 调研报告



简介

近年，全球社交媒体的发展日新月异。随着工具的更新迭代、社交媒体平台趋势的变化以及人工智能的兴起，社交媒体营销人的日常工作永远充斥着机遇与挑战。展望2025年，社交媒体团队的主要关注领域、目标和挑战又会是什么呢？融文推出《2025年全球社交媒体营销调研报告》，旨在深度解析当下全球社交媒体局面，助力品牌一手掌握前沿动态，快人一步抢占商机。

我们调查了全球的1,000多名专业营销人，发现推动决策和塑造当今企业社交媒体格局的实践、偏好和观点。

您可以使用我们的报告来为自己的工作“把脉”，了解同行对社交媒体的宝贵洞察，获得更多知识和观点，增强品牌或企业的营销能力。

关键论点：

- 社交媒体团队面临的挑战是什么？
- 营销团队是否应该增加社交媒体预算？
- 重点关注领域中，哪些社交媒体平台处于领先地位？
- 品牌应该如何利用社交聆听洞察商情？



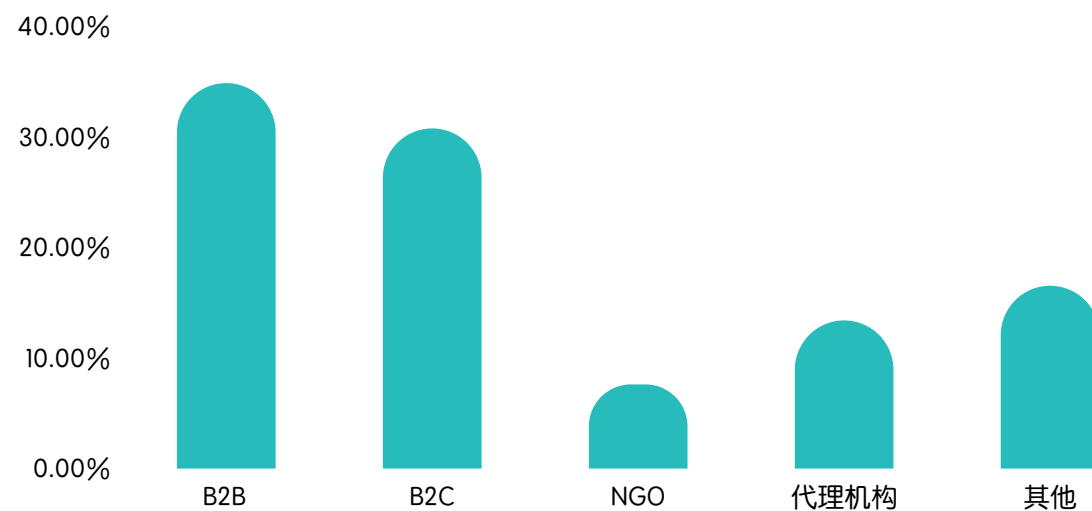
目录

02	简介	23	全球社交媒体聆听调研结果
04	全球调研范围	32	全球付费社交媒体调研结果
05	公司类型与角色细分	39	关于融文
08	全球社交媒体调研结果		

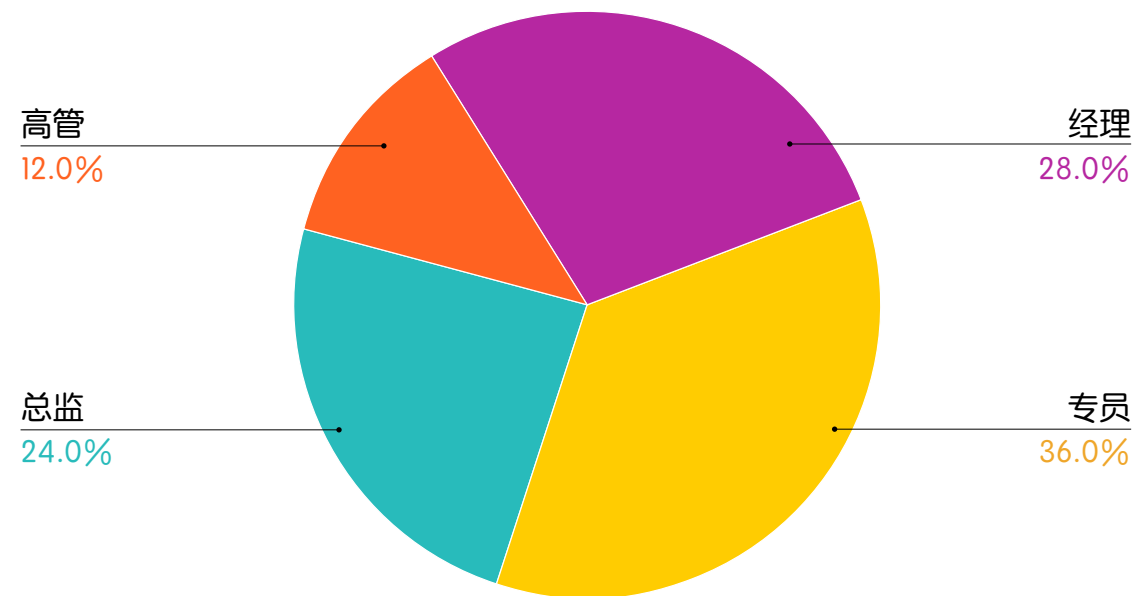
公司类型与角色细分

我们回收的问卷来自全球各种类型的公司和各种资历级别的营销人。大多数受访者在B2B企业中担任专员职务。

您工作的组织类型



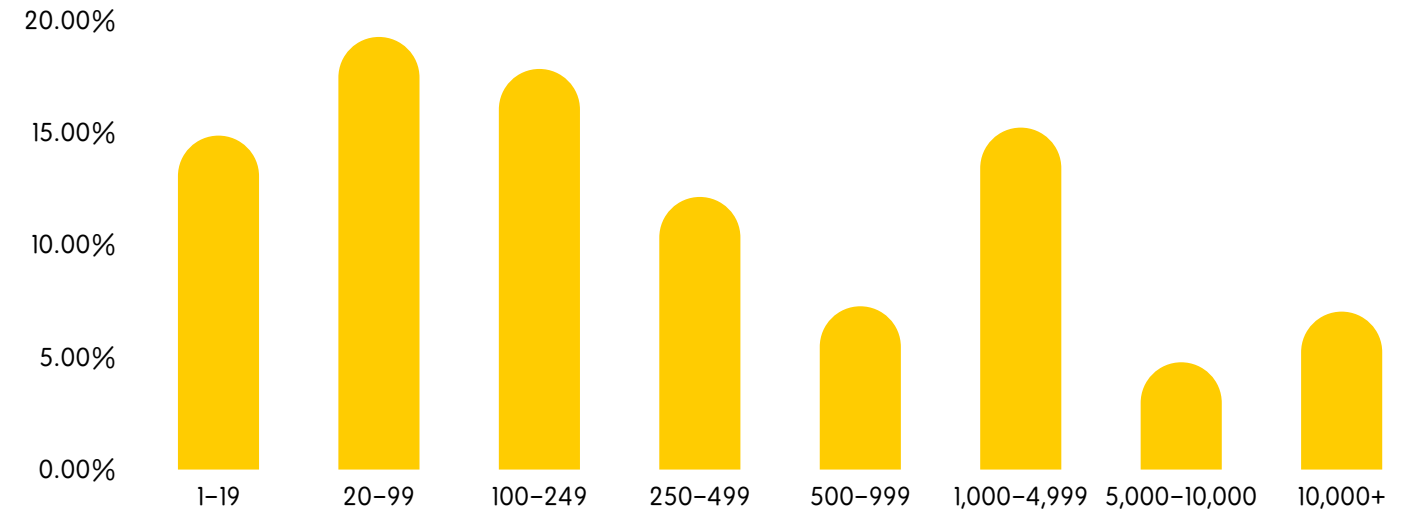
您的职级



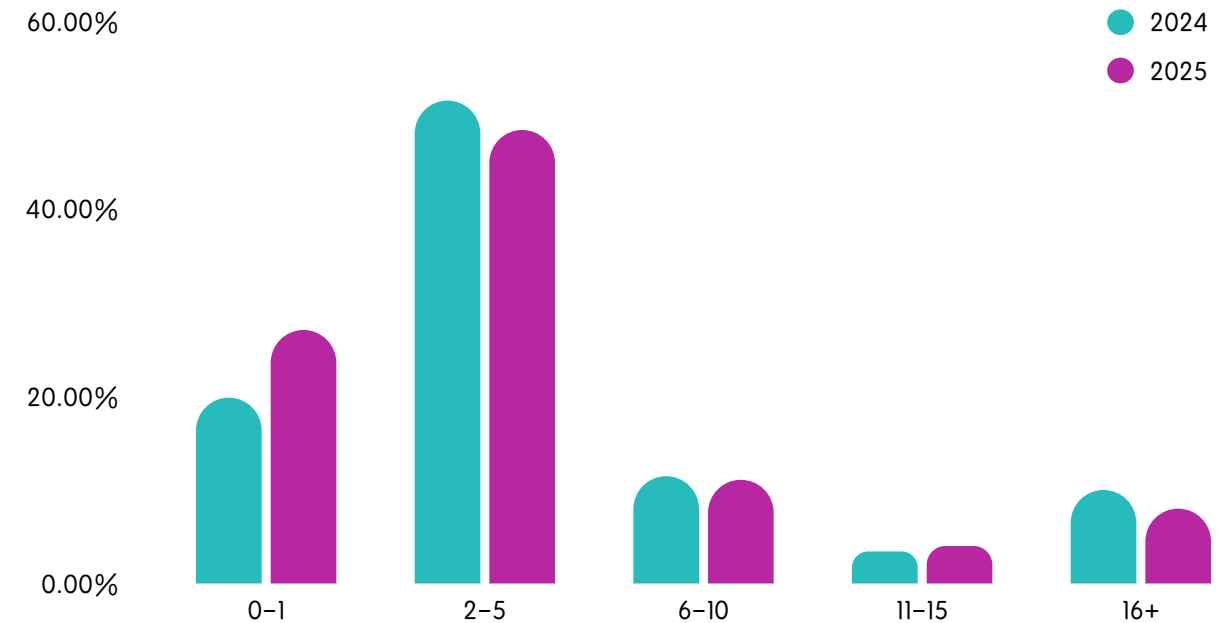
社交媒体团队规模

虽然受访者的公司规模各不相同，但大多数受访者的社交媒体团队规模都很小（2到5名团队成员）。这与我们去年的调查结果一致，说明社交媒体营销虽然很重要，但团队并没有把扩大规模放在首要地位。而且，有趣的是，这意味着无论公司规模大小，分配给社交媒体营销的资源都在减少。

您公司的员工数



您公司社交媒体团队的成员数量



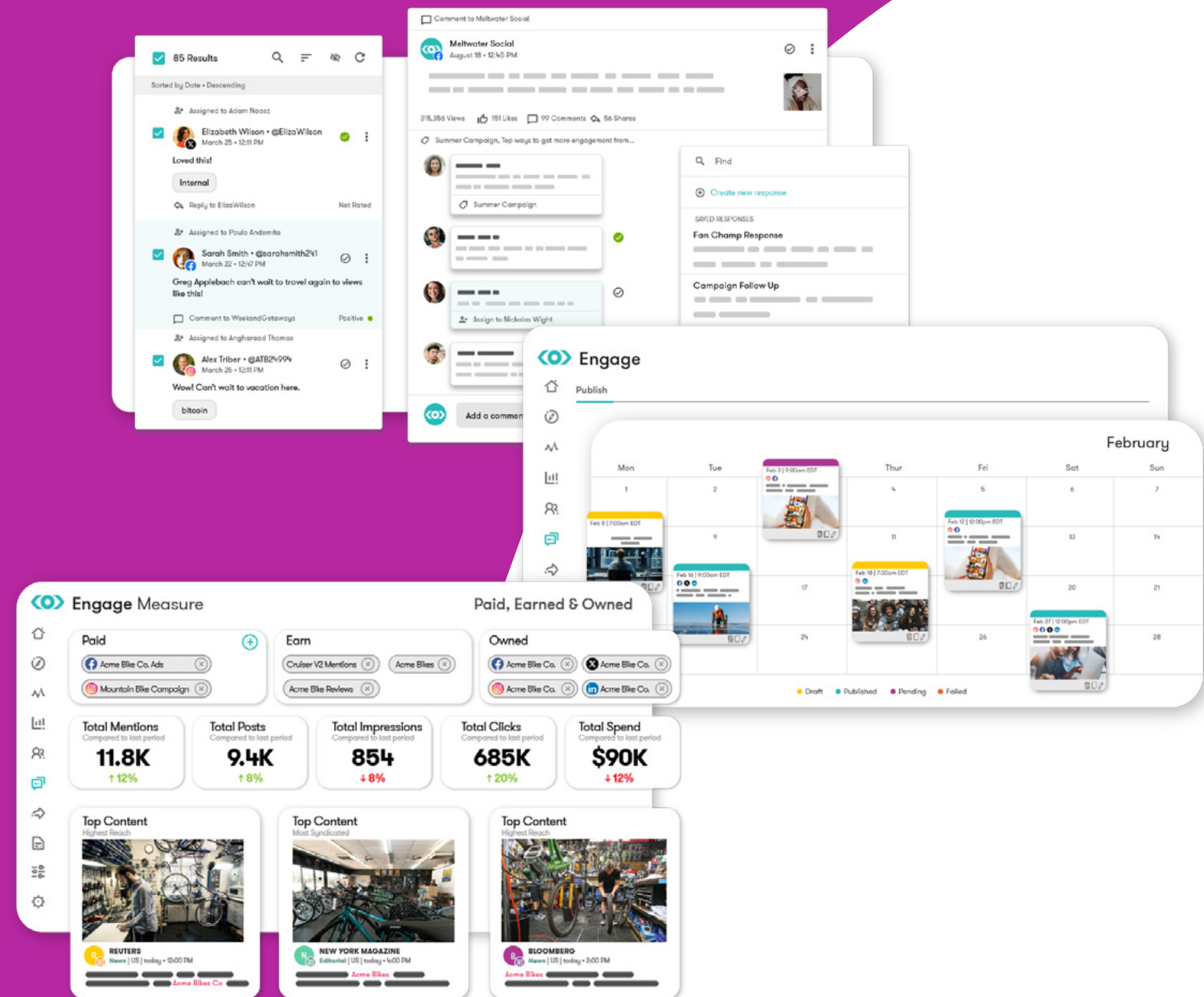
优化您的海外社交媒体营销计划

凭借强大的规划、社群管理和分析功能，实现您的海外社交媒体营销目标。

在融文海外社交媒体管理解决方案的帮助下，您可以将社交媒体营销活动和洞察转化为真正的增长，推动您的业务发展。

我们的产品专家可以为您提供产品演示，帮助您了解具体操作方式。

预约产品演示



全球社交媒体 调研结果

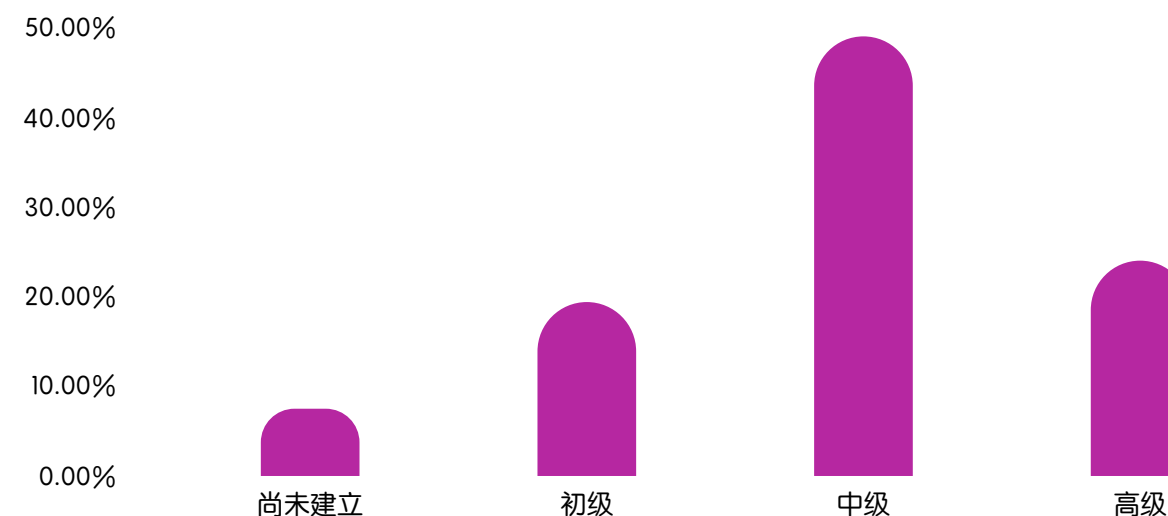
全球社交媒体营销项目现状

我们请受访者回答了关于社交媒体营销项目规划分类的问题。

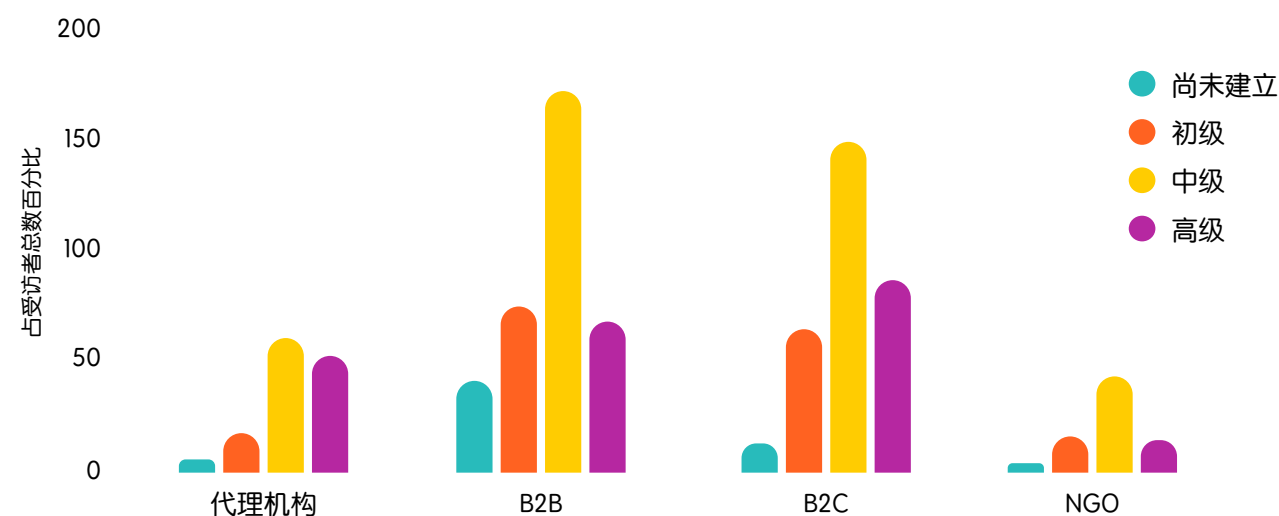
- **尚未建立**：我们没有专门的社交媒体团队
- **初级**：我们有社交媒体团队，但没有完善的策略
- **中级**：我们有社交媒体策略，但缺乏执行战略所需的资源
- **高级**：我们有完整的团队并制定了策略

大多数 (49%) 受访者表示自己的社交媒体营销项目状态属于“中级”。这些企业已有社交媒体的战略目标和想法，但缺乏执行策略所需的资源。B2C公司往往拥有更完善的社交计划，B2B公司基本还停留在初级和中级。

您如何评价您公司的社交媒体营销项目？



您如何评价您公司的社交媒体营销项目？ (按公司类型分类)

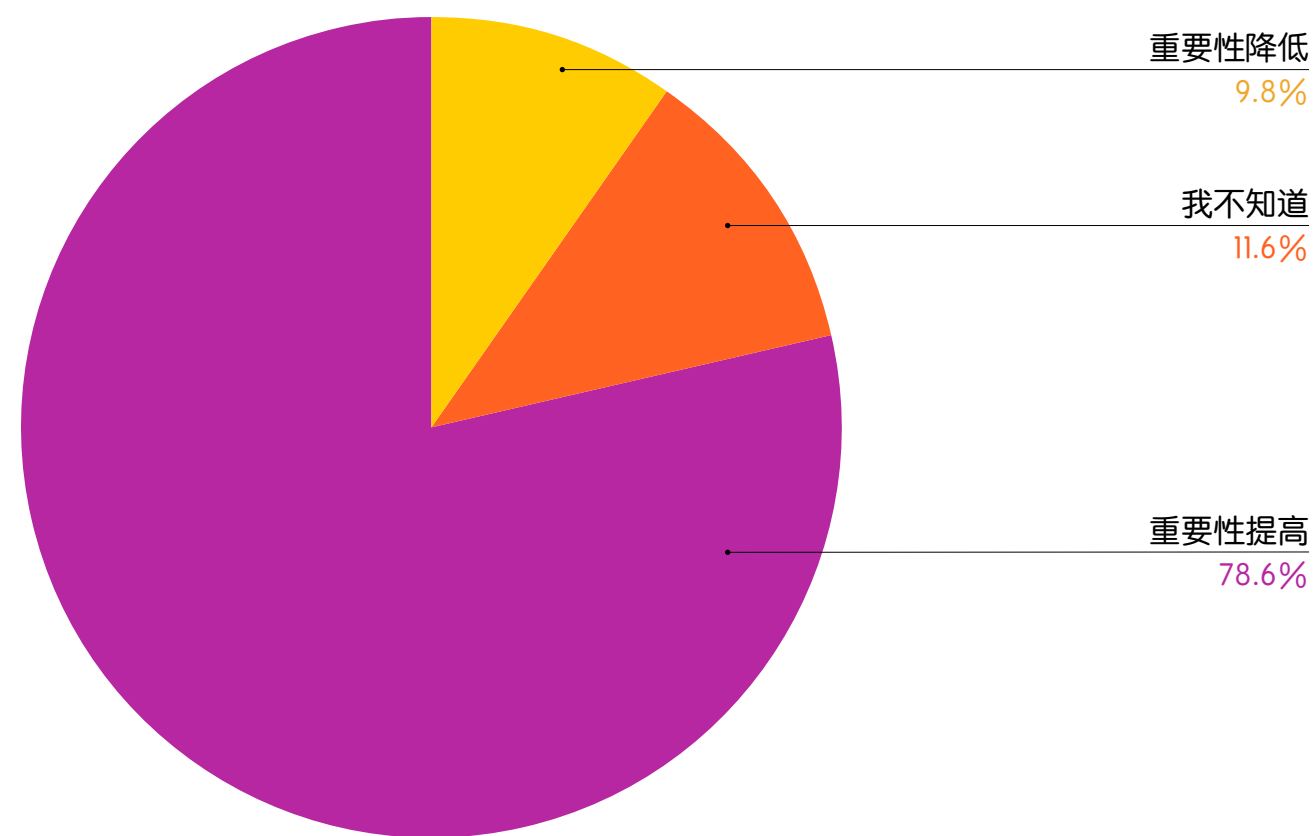


2025年社交媒体营销工作展望

大多数公司认为，社交媒体将在未来一年发挥更重要的作用。

虽然这表明人们不断认识到社交媒体的重要性，但考虑到团队规模和资源分配似乎没有增长的事实，这同时也说明了人们不愿意（或无法）在社交媒体上投入相应的时间和预算。

2025年，您觉得有机社交媒体营销对您的公司有什么影响？



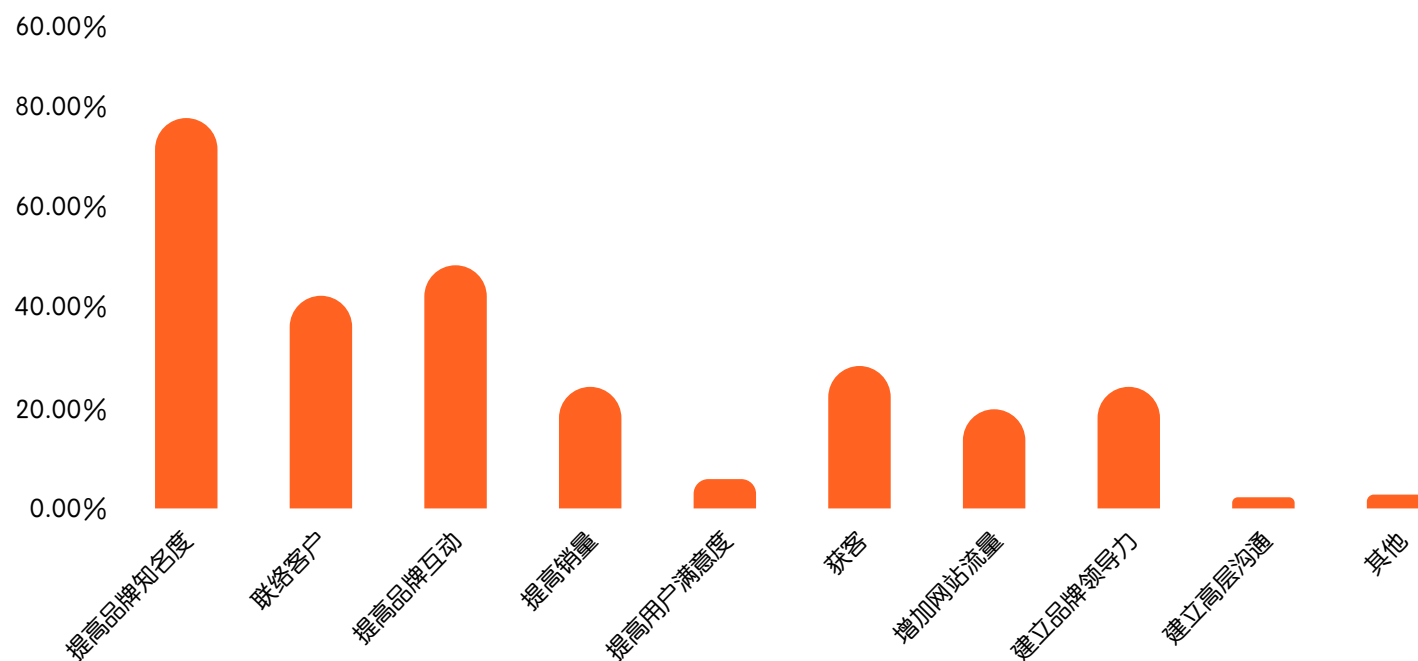
2025年社交媒体营销目标

对于中国出海品牌，社交媒体营销特别适合实现在目标市场提高品牌知名度这一目标，尤其是从战略上着手，即制定明确的 KPI。

第二个最常见的目标是提高品牌参与度。提高知名度是一回事，但如果没有互动，知名度并没有多大帮助。这两个目标相辅相成——我们几乎不可能只实现其中一个而完全忽略另一个。

第三个最常见的答案是与客户建立联系。客户通常会在社交媒体上提出问题、表达不满或在评论或其他类型的 UGC 中分享他们使用您产品的体验。

您公司进行社交媒体营销的主要原因？

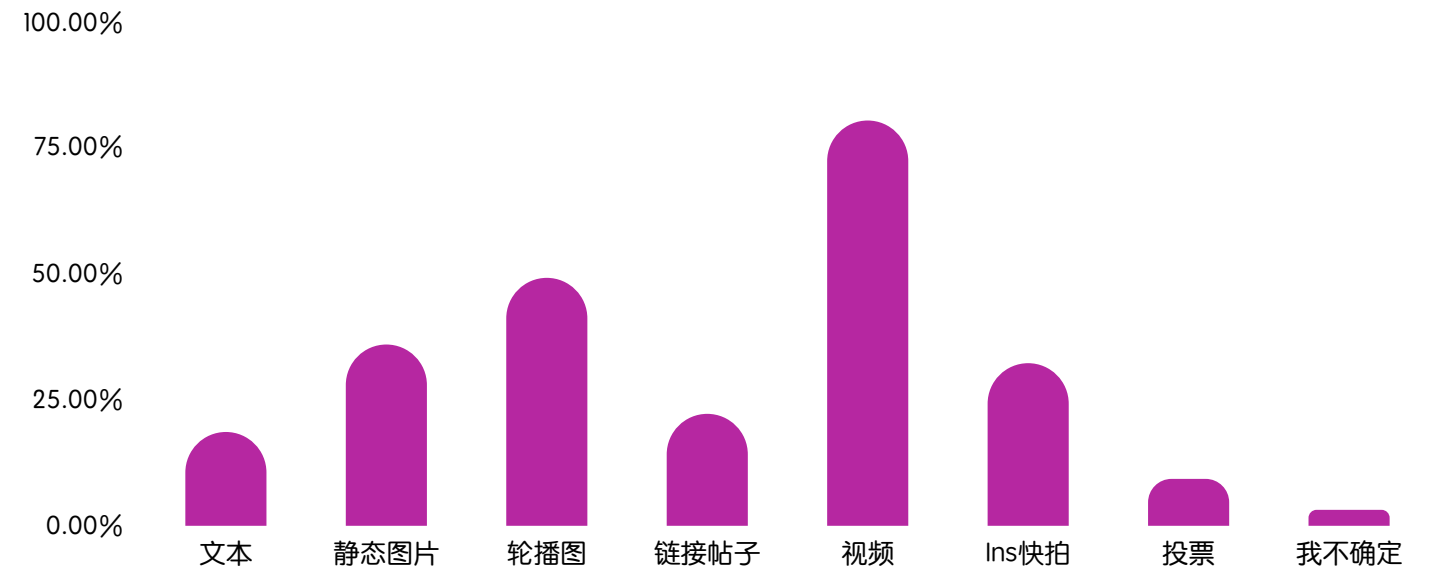


社交媒体营销 项目管理

大多数(80%)受访公司都优先考虑利用视频进行社交媒体营销,从统计上看,视频的营销效果比静态图片更好。其次是轮播图,占49%。Instagram和TikTok都支持轮播图,通常比单张图片效果更好。有趣的是,链接帖子的重要性下降,21%的受访者表示链接帖子的重要性仅排第五。

这也进一步佐证了以社交媒体为主的营销趋势:点击量的重要性下降,但以提高品牌知名度为目的的营销活动更加重要。而且只有20%的受访者表示将网络流量当做社交媒体营销的主要目标。

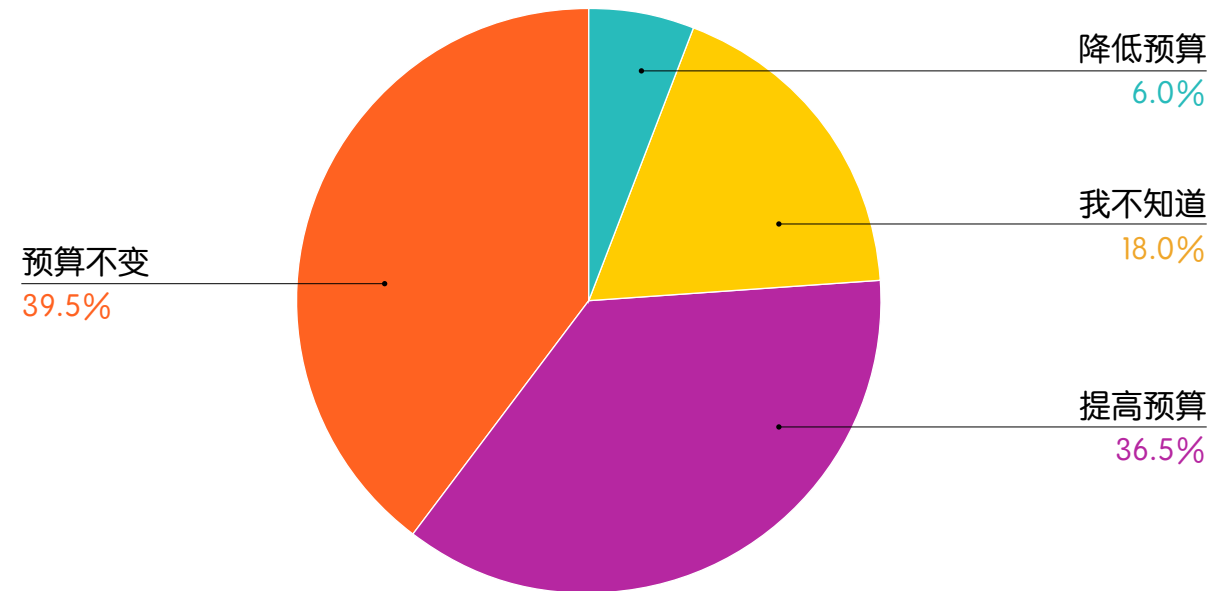
您主要利用哪些内容形式进行社交媒体营销?



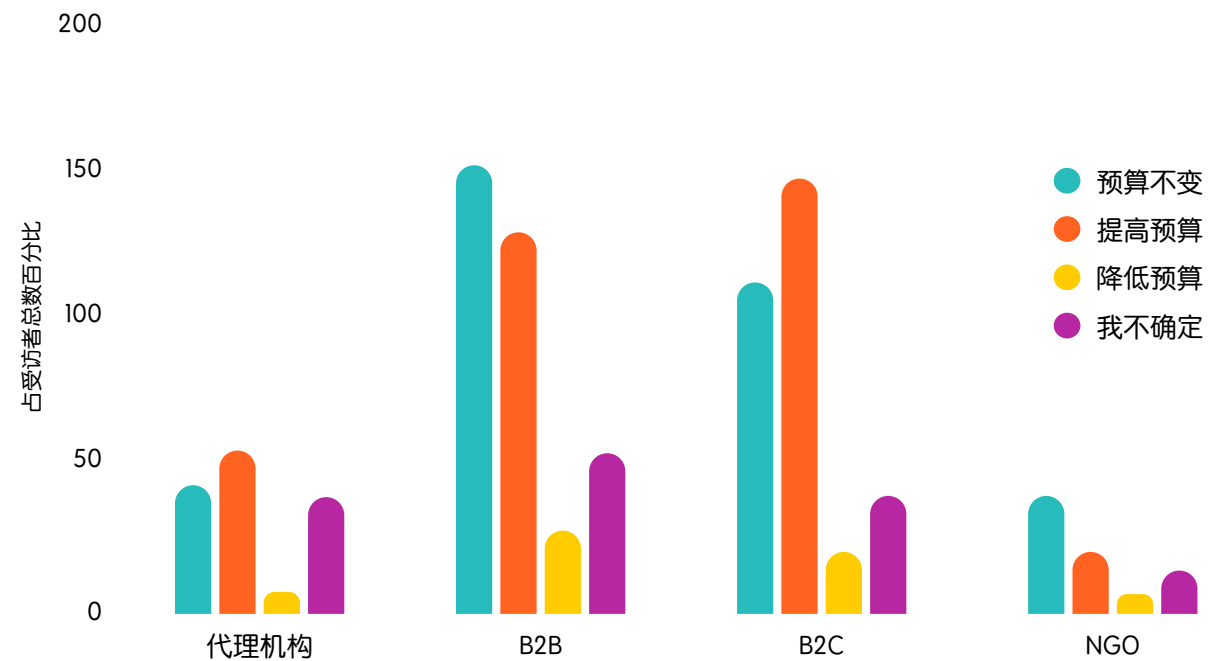
社交媒体营销预算

大多数企业似乎都会保持或提高社交媒体营销的预算。按公司类型细分，B2B公司更倾向于保持当前预算不变，B2C公司和代理机构则更会采取更积极的方式，在2025年增加社交媒体预算。

在2025年的预算计划中，社交媒体营销的预算有哪些变化？



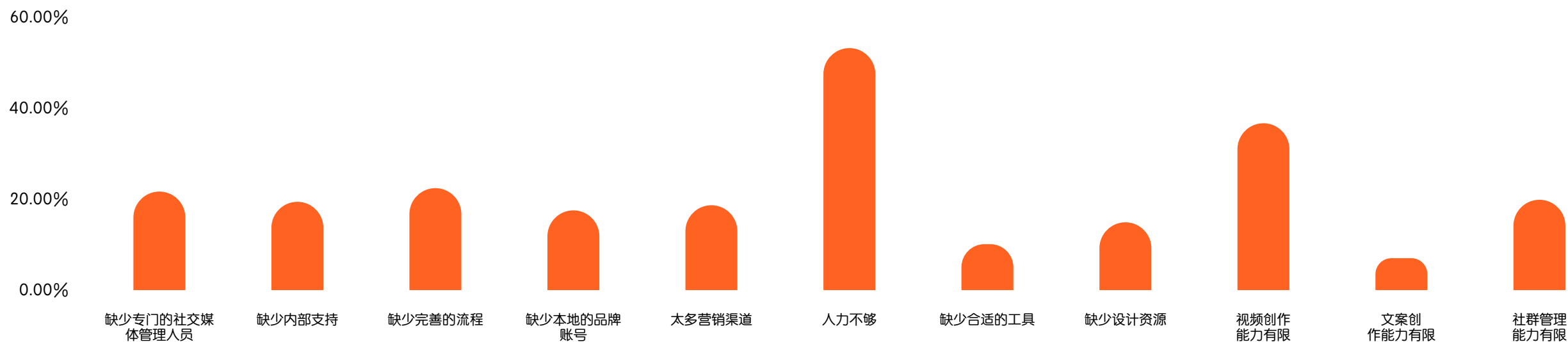
不同企业类型的社交媒体预算



社交媒体营销工作中的挑战

在建立和执行强大的社交媒体营销计划和策略的过程中，大多数公司都认为员工的工作量过大是企业面临最大的挑战之一。排名第二的困难是视频功能的局限性——这进一步证明了业界对视频内容类型的重视。与前者几乎并列的还有缺少专门的社交媒体经理或完善的流程——这些都是在社交媒体管理工作中必不可少的，但因为缺少内部支持，所以很多社交媒体团队都无法获得这些资源。

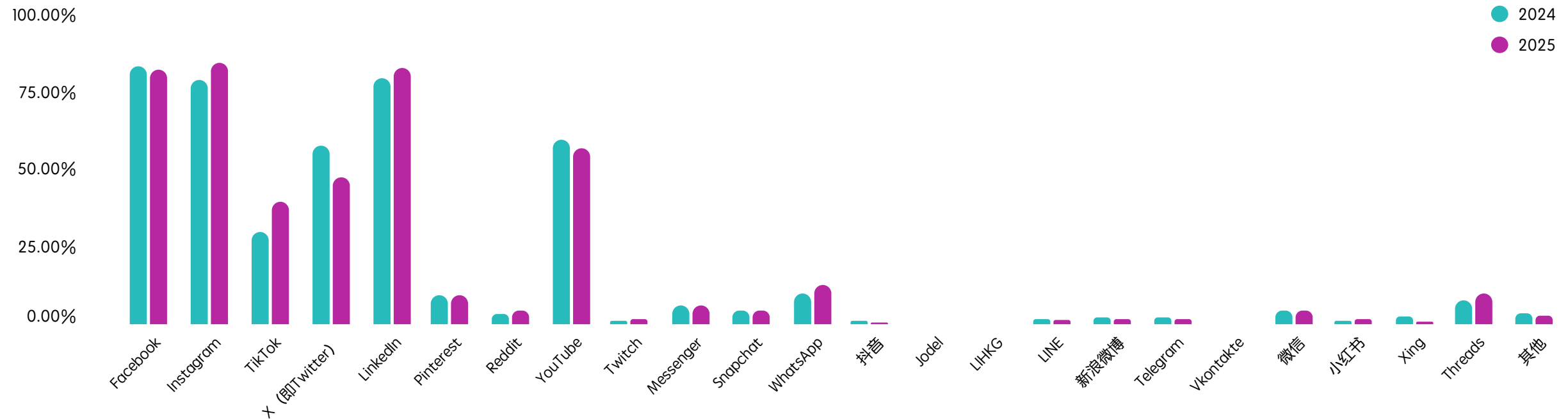
您社交媒体管理工作中最大的挑战？



全球主要的社交媒体营销渠道

令人惊讶的是，相比于去年，当我们问到受访者目前使用哪些渠道执行有机社交媒体策略时，Instagram击败了Facebook，而Facebook排名第三，仅次于LinkedIn。在2024年的报告中，LinkedIn与Instagram不相上下。

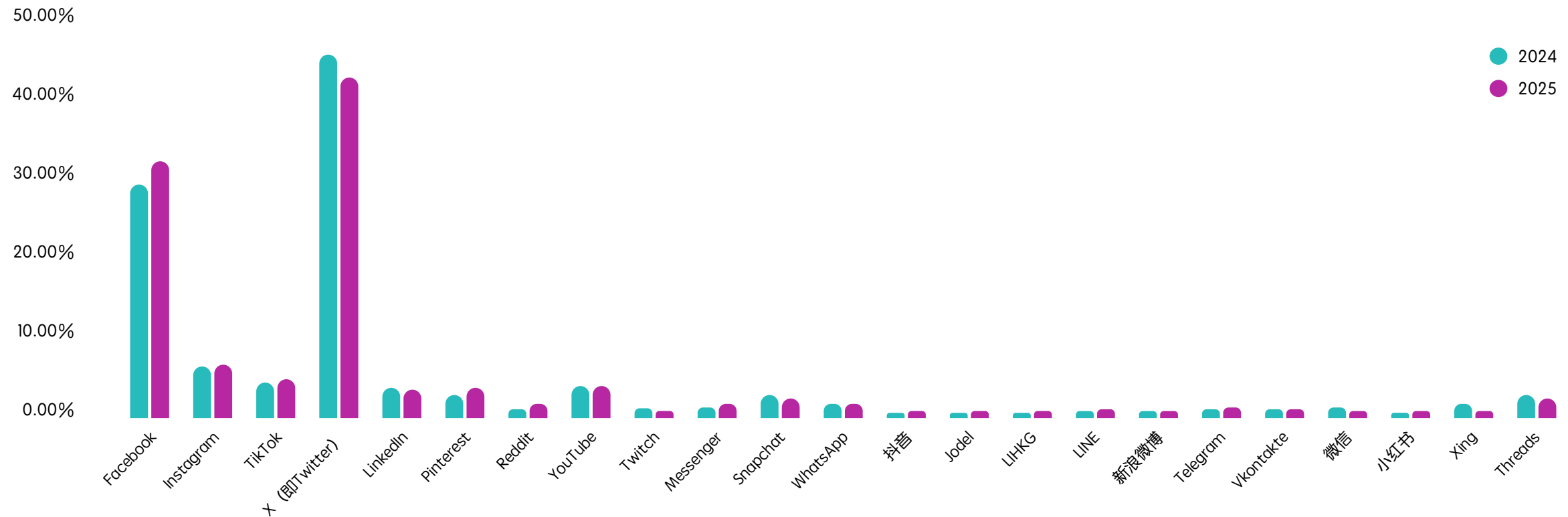
您主要的社交媒体营销渠道



全球主要的社交媒体营销平台

全球范围呢，42%的受访者表示计划减少在X上投入的时间，将更多注意力放在Instagram和LinkedIn上。这与我们在2024年初看到的趋势一致：当时45%的受访者认为Instagram、LinkedIn和TikTok会比X更加重要——2025年，社交媒体营销的优先级也发生了变化。今年对Facebook不太感兴趣的受访者比例略高。

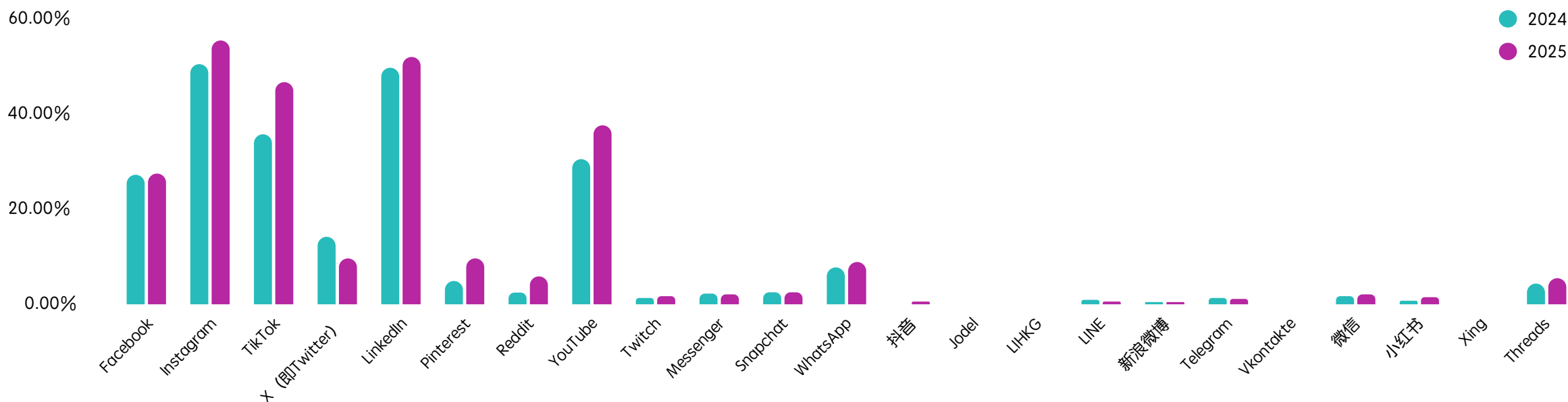
2025年，您会在哪些社交媒体营销渠道上投入更少时间？



全球主要的社交媒体营销平台

Instagram今年迅速发展，成为各大品牌首选的营销平台。其主要竞争对手TikTok也越来越受欢迎，这或许是因为TikTok对年轻人的吸引力很大。各大公司也对LinkedIn和YouTube表现出越来越浓厚的兴趣，计划将其作为2025年的重点营销平台。

2025年，您会在哪些社交媒体营销渠道上投入更多时间？



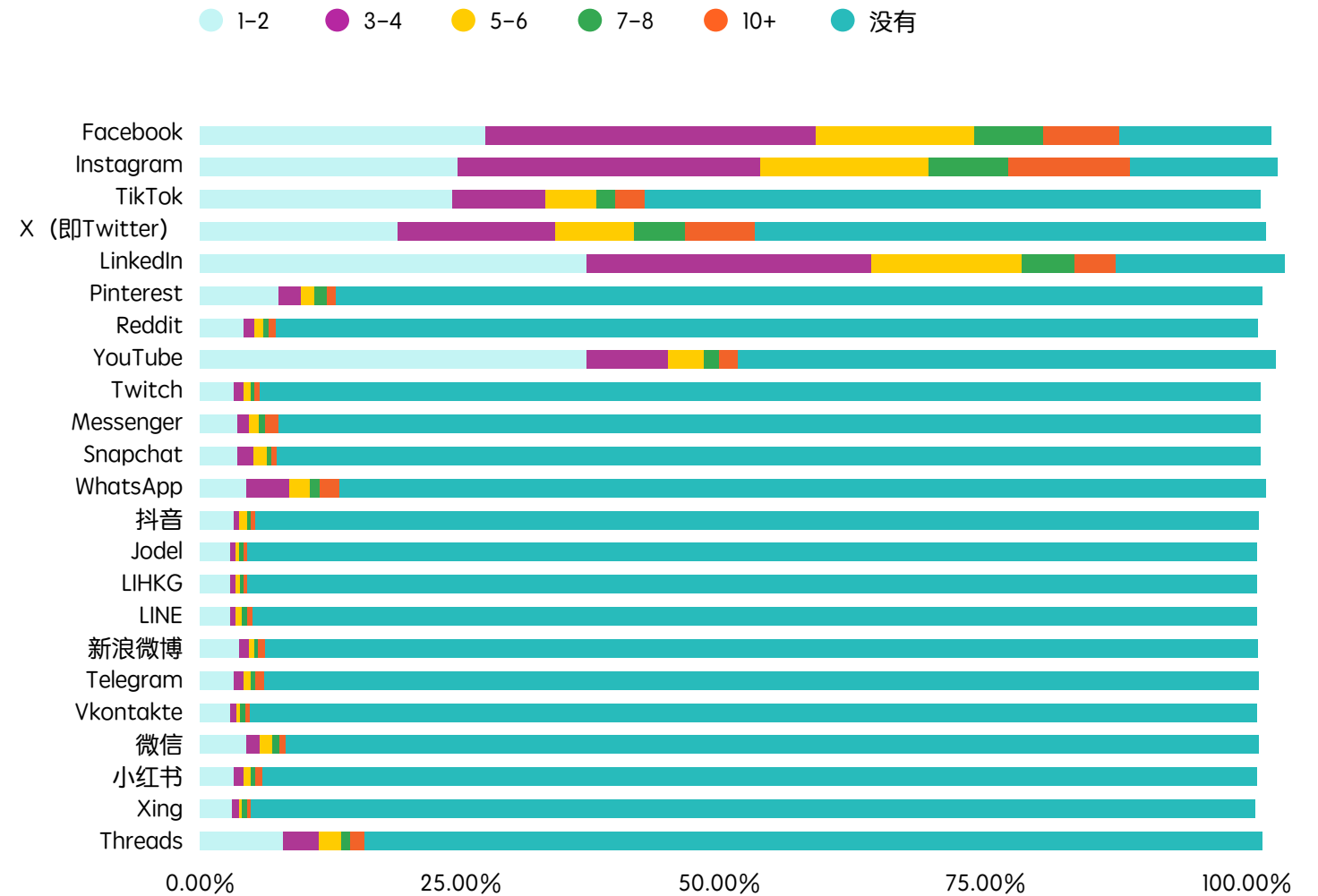
社交媒体的发帖节奏与优先级

我们也会请受访者分享他们在每个主要的社交媒体渠道上发帖的频率。

除了“无”之外，每周1-2次和3-4次是最常见的答案，这与建议的**最佳发布时间一致**。

海外受访者表示营销活动最多的平台是Facebook、Instagram、LinkedIn、X、YouTube和TikTok。我们还可以看到Threads的重要性正在缓慢上升，7%的受访者每周至少发布一次Threads帖子。

在不同的渠道上，您每周会发帖几次？



Reddit发帖的节奏与优先级

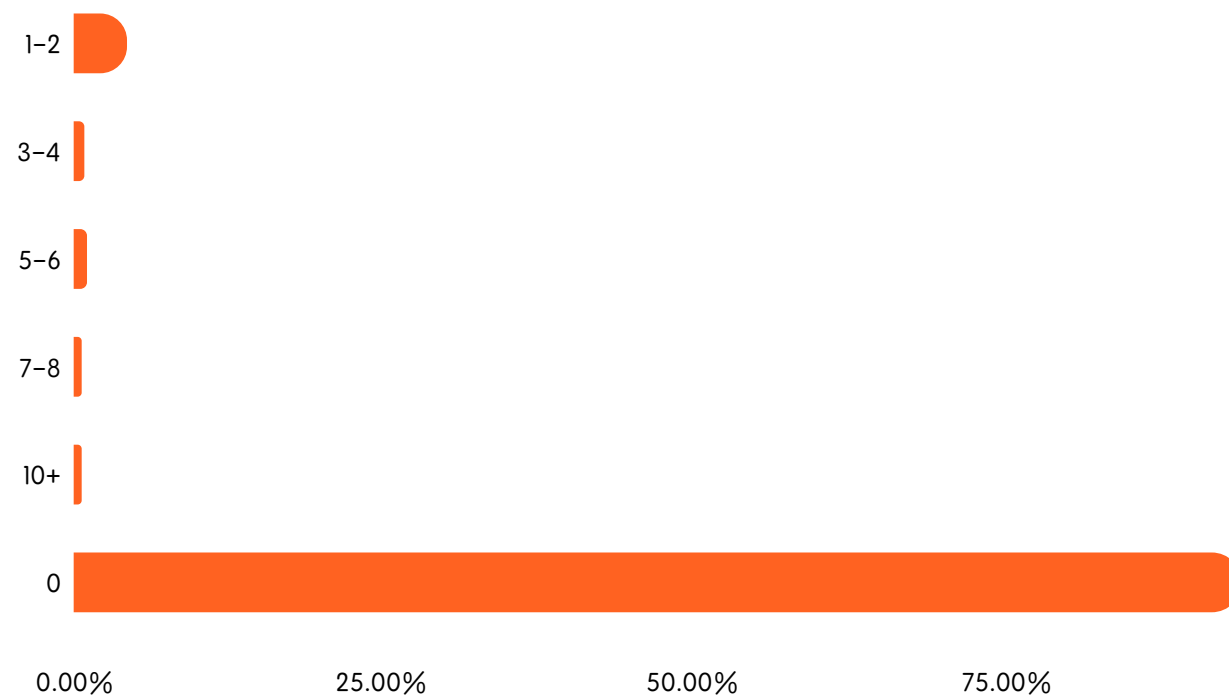
数据显示，品牌并没有在Reddit上进行有效发布，这可能说明这些品牌错失了一些营销机会。

Reddit在SEO中的表现良好，同时月活用户高达12亿，但在Reddit上进行营销的公司很少，这一点令人惊讶。

这可能说明业内对Reddit的了解存在差距。由于过去很少有品牌在Reddit上进行宣传，未来品牌也并不重视Reddit的营销，或者根据本报告的数据，只是缺少相关的营销资源。

但现在，营销人也可以将此视为一种机遇，在主要竞争对手意识到Reddit强大的营销力量之前，抢先在Reddit上建立影响力。

您的团队在Reddit上发帖的频率



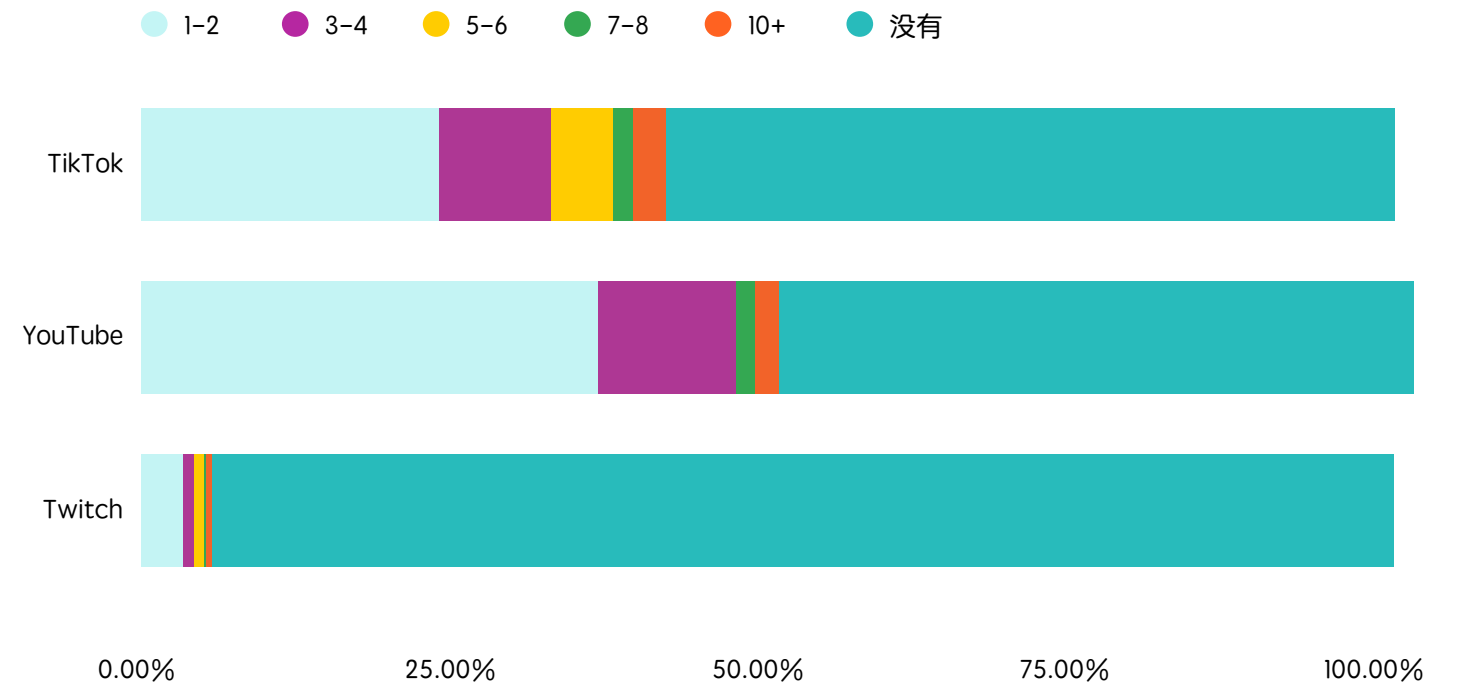
视频发帖的节奏与优先级

受众对视频的兴趣非常浓厚，为了获得竞争优势，团队可能还要考虑到在主流视频和流媒体平台上发布内容的频率。

作为主要与游戏相关的平台，Twitch无疑是一个异类，通常我们不会将其包含在有关社交营销的讨论中。但在过去几年中，品牌和红人也在尝试一些有趣的Twitch营销方式。通过红人合作，品牌可以在Twitch上建立品牌知名度。

我们调研的大多数品牌都会更加重视YouTube。虽然目前尚不明确公司会每周发布1-2次短视频还是更传统的长视频，但这仍然表明了品牌对这一平台的重视。

您的团队在TikTok、YouTube和Twitch上发布视频的频率

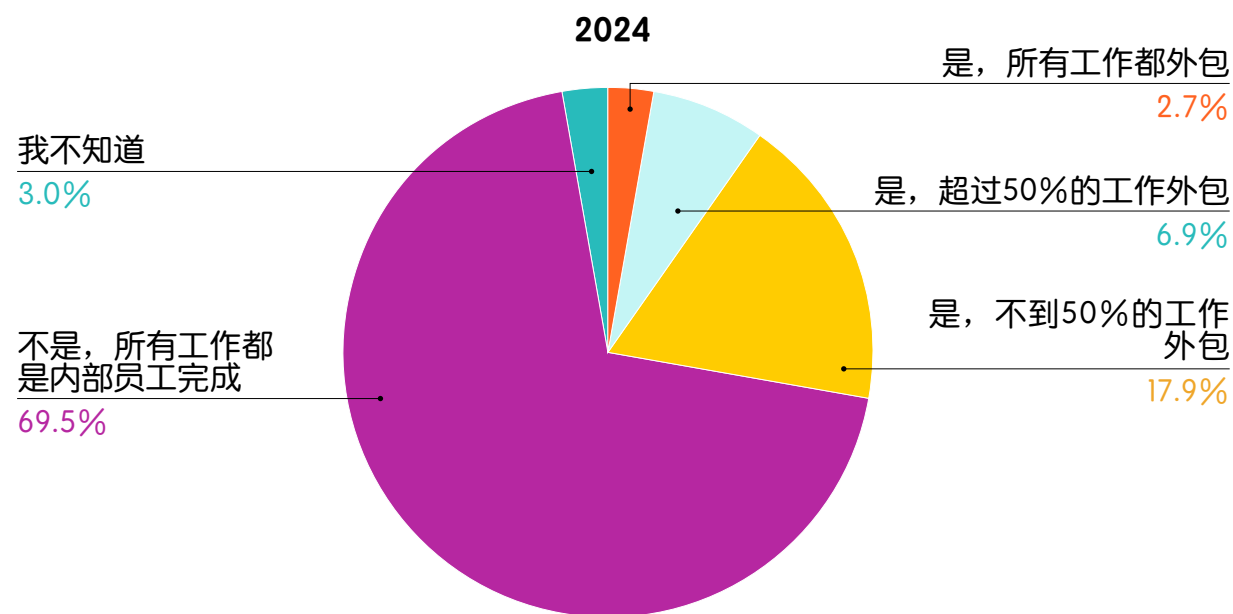
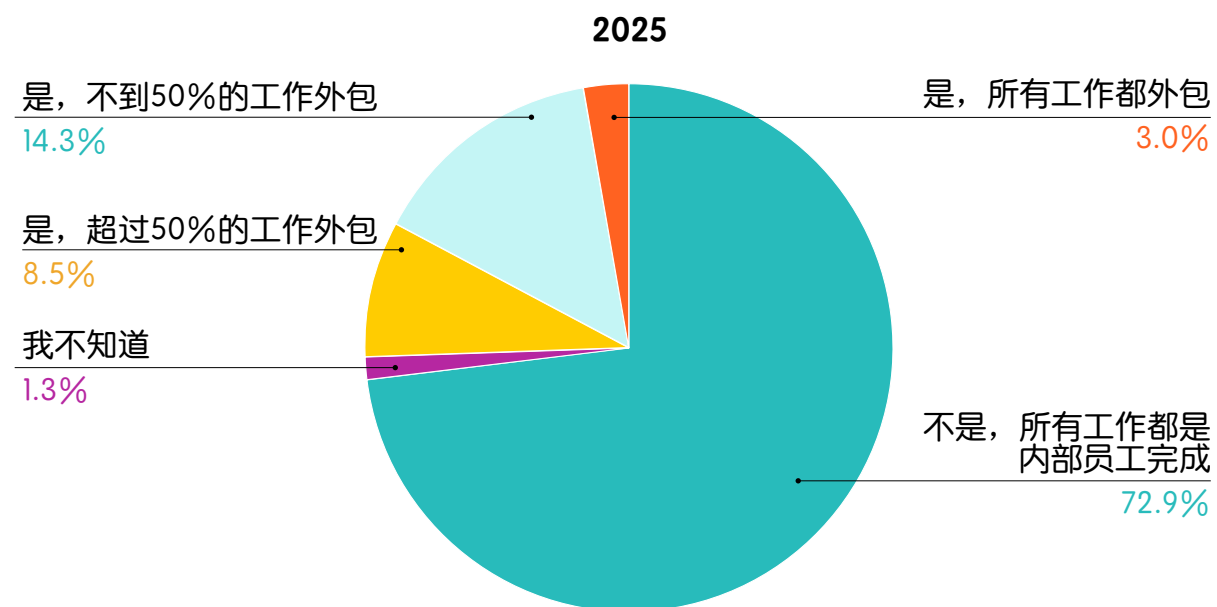


内部员工管理社交媒体还是外包代理公司？

与2024年的趋势类似，大多数公司仍不愿意将社交媒体管理的工作交给外包。

在外包的工作中，排名前两位的是内容制作和付费社交媒体（二者比例几乎持平，分别为17%和16%），紧随其后的是视频制作（14%）。

您会将社交媒体渠道的管理工作外包给第三方或者代理机构吗？

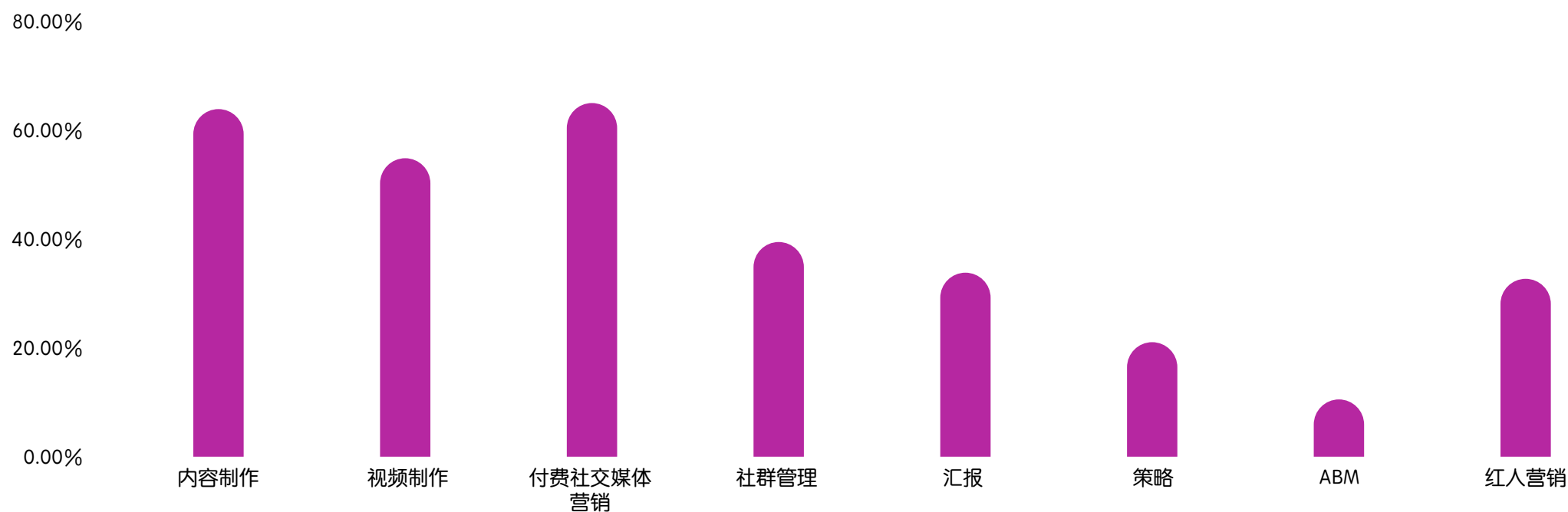


社交媒体营销服务外包

值得注意的是，企业倾向于将非视频内容制作工作外包。去年，视频制作外包最多，而今年则排名第三。

我们会发现，减少对外部视频来源的依赖更节约成本，尤其是，如今视频AI工具种类繁多，智能手机摄像头质量提高，编辑软件成本也较低。

您外包的社交媒体营销服务



全球社媒聆听 调研结果

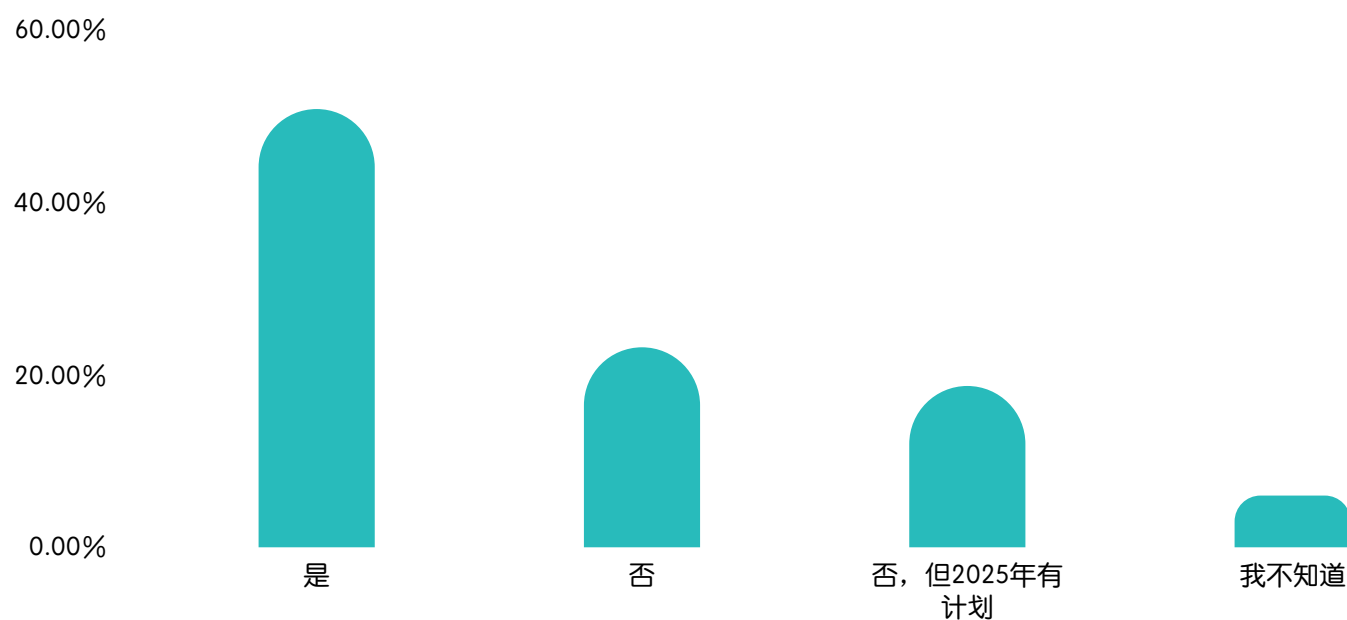
社媒聆听的作用

当被问到公司的社交媒体战略是否会包括社交媒体聆听时，稍稍多于一半（51%）的受访者回答“是”，23%的受访者回答“否”。与去年相比，略多的受访者（18% vs. 13%）表示尽管现在没有，但有兴趣在未来一年进行社交媒体聆听工作。这表明他们更加认可社交媒体聆听的价值。

当今环境中，营销的复杂性大大提高，用某种形式来进行社交媒体聆听是明智之举。在社交媒体上保持强大的影响力对于受众增长而言越来越重要，而社交

媒体聆听正可以帮助您获得有价值的洞察，这些洞察有助于完善您的战略，减少无法引起共鸣的社交媒体营销，避免浪费精力。

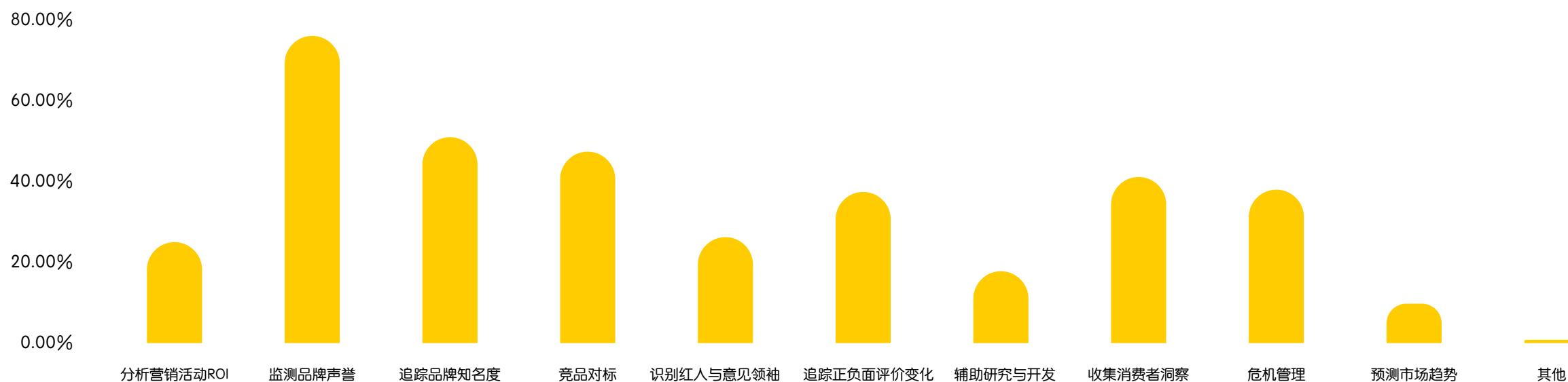
您公司的社交媒体战略是否包括社交媒体聆听？



进行社交媒体聆听的原因

目前，在使用社交媒体聆听的受访者中，77%认为社媒聆听对监测品牌声誉最有用，52%的受访者表示会用它来追踪品牌知名度。企业使用社交媒体聆听策略的其他原因还包括竞品对标、收集和分析消费者洞察以及危机管理等。

您的品牌进行社交媒体聆听的目的是什么？



将洞察转化为行动

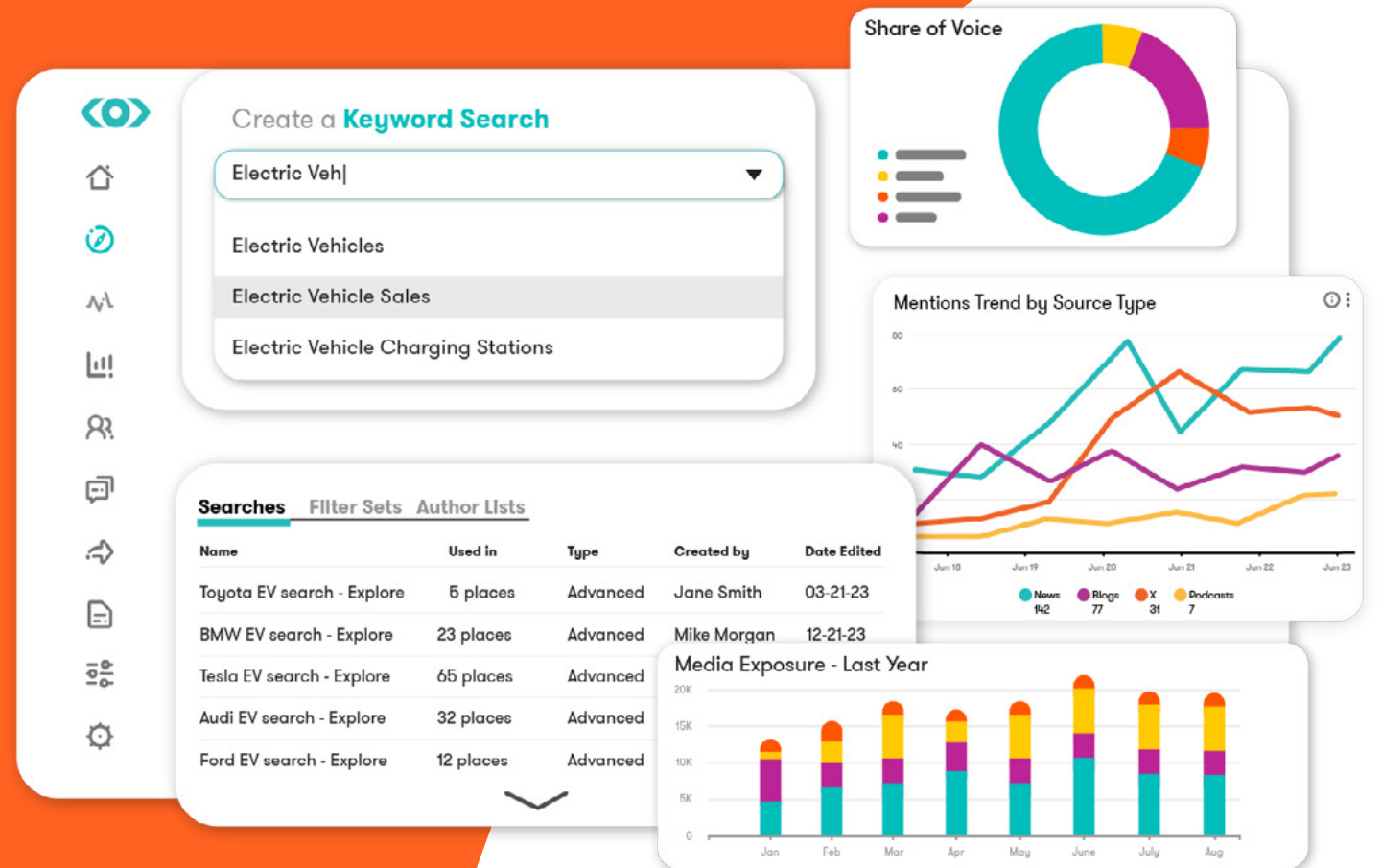
像融文这样的综合性社交媒体聆听软件可以帮助您了解全球布局，利用重要的受众洞察来推动您的战略向前发展。

我们利用人工智能驱动的洞察，日均处理超过13亿条社交媒体帖子、新闻文章和博客文章，节约您团队的时间。

在融文的帮助下，您可以集中精力处理更重要的工作，捕捉重要的提及内容并发现您一直错过的洞察。

我们的产品专家为您提供产品演示，了解具体操作方式。

预约产品演示



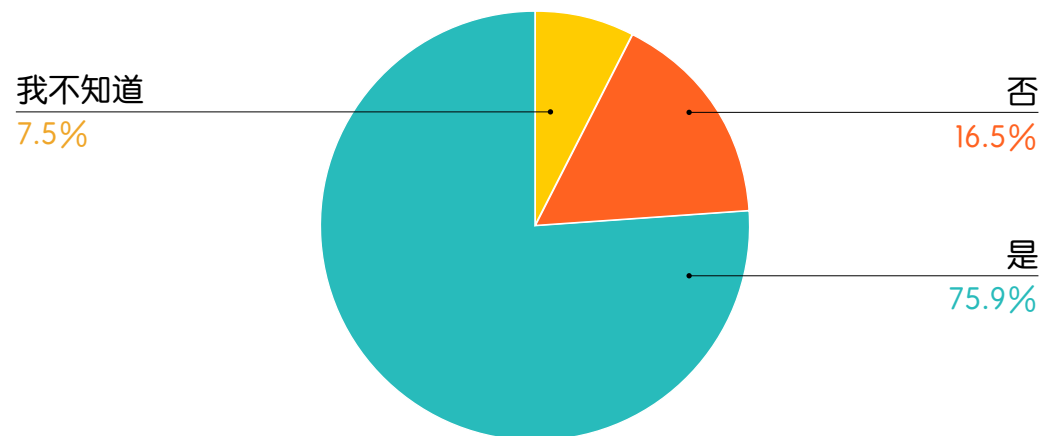
社交媒体聆听的方式

社交媒体聆听有多种方式，但我们推荐通过整合式解决方案来全面了解品牌健康程度和受众活动情况。这也是大多数公司收集社交媒体聆听洞察的方式。今年的结果显示，相关软件的使用率比去年高得多，75%的受访者使用软件，而2024年这一比例为40%。*

使用其他方式进行社交媒体聆听的受访者往往更喜欢专业的监工工具，而不是使用Google Alert等工具。

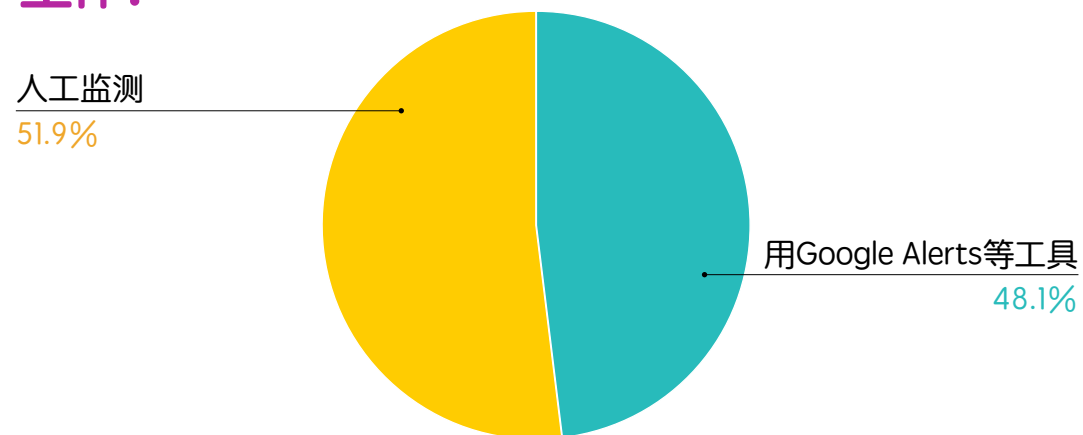
在我们的2024年的报告中，受访者也是优先选择专业的社交媒体聆听方案。

您现在或者计划使用社交媒体聆听软件吗？



请注意，今年这个问题的表述有所不同，包括“计划使用”，因此今年的百分比可能更高

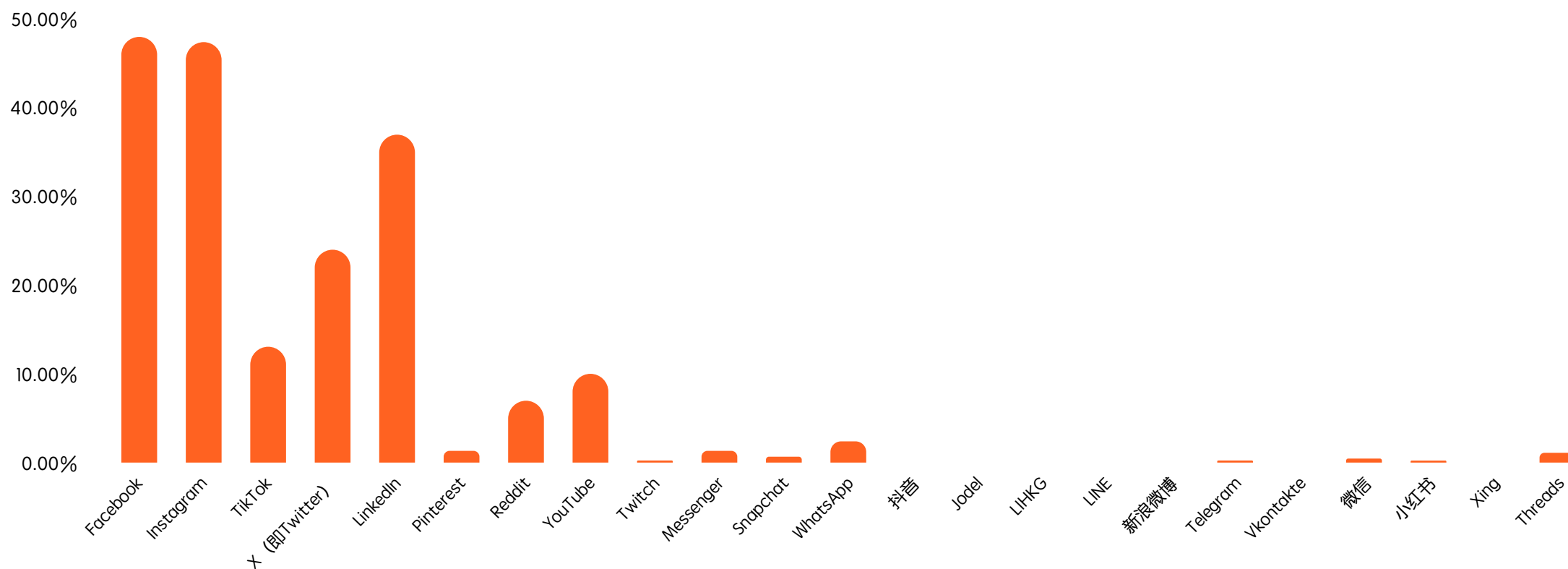
如果不使用社交媒体聆听软件，您公司如何进行社交媒体聆听工作？



全球社交媒体聆听的推荐平台

我们的受访者表示，以下这些平台拥有优秀的社交媒体聆听数据追踪和收集。

在您的社交媒体聆听工作中，哪些社交媒体平台提供的数据最好？

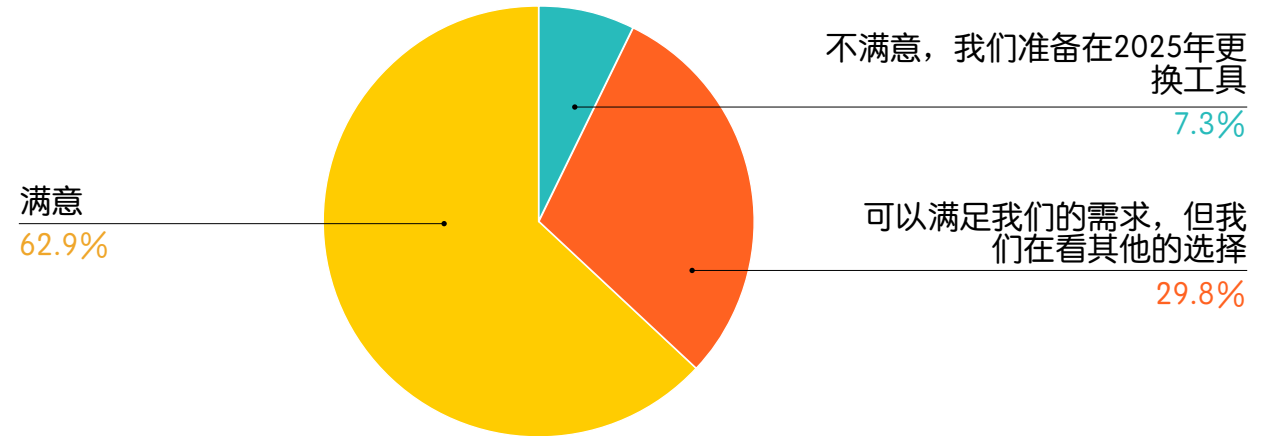


社交媒体聆听的效果

虽然人工监测确实可以产生一些洞察，但这种方式太耗时，而且容易出现人工错误。人力很难每周不停地监测数百甚至数千条警报。此外，由于人工监测的功能有限，因此利用本地社交媒体聆听来追踪竞争对手、监测正负面评论峰值以及关注品牌提及或行业趋势并非长期可行的工作，效率会大大降低。

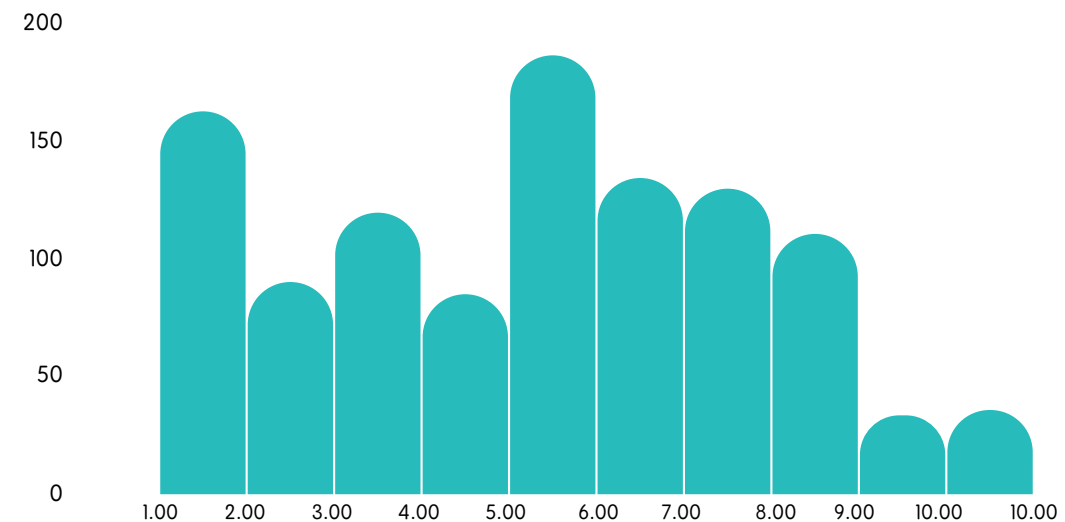
虽然62.9%的用户比较满意当前使用的工具功能，但大多数受访者对充分利用这些功能的信心一般或较低。

您对现在使用的社交媒体聆听工具功能满意吗？



请注意，今年这个问题的表述有所不同，包括“计划使用”，因此今年的百分比可能更高

从1到10分打分（没有信心到非常有信心），您对充分利用社交媒体聆听工具功能的信心如何？

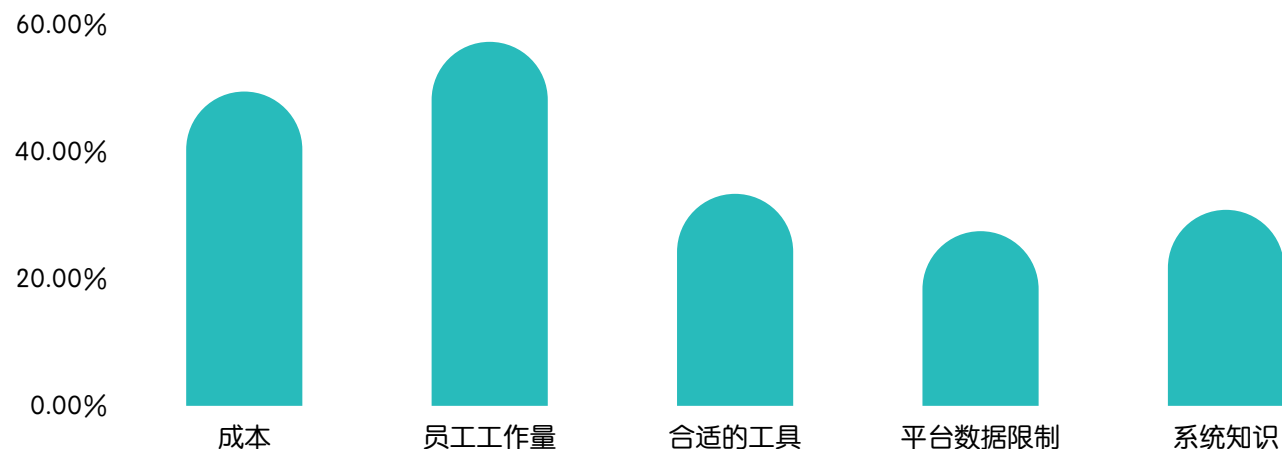


社交媒体聆听的投入

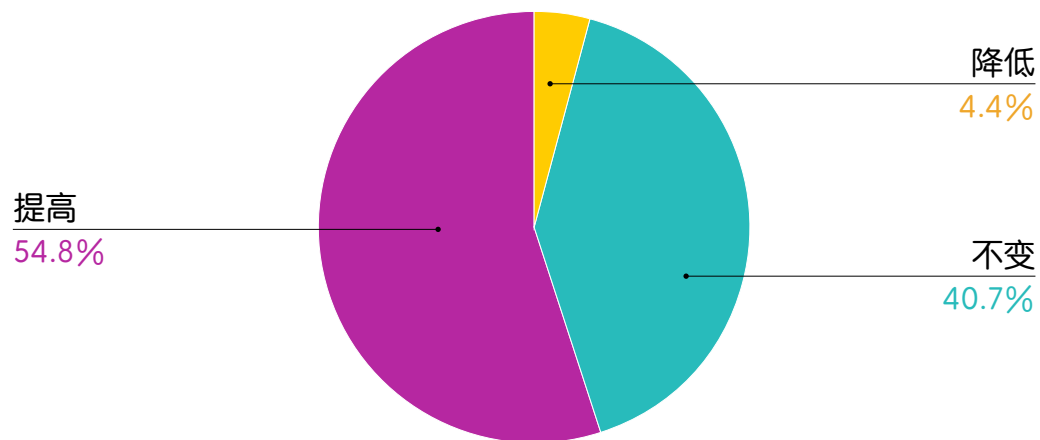
大多数公司认为限制社交媒体聆听效果提升的障碍是员工工作量和成本。

由于担心成本过高，同时也缺乏足够的工具或系统知识，小型公司似乎意识到，除了投入大量人工进行社交媒体聆听之外，还需要考虑引入其他解决方案。但是小型公司没有预算投资员工发展和教育。大多数受访者计划在未来一年增加社交媒体聆听活动，尽管存在诸多限制因素，而且方式仍不确定，但受访者的兴趣是毋庸置疑的。

您觉得提升社交媒体聆听效果的主要障碍是什么？



2025年，您是否计划提高或降低社交媒体聆听的时间和资源？



客户案例：新加坡W酒店

新加坡W酒店知道，在社交媒体上的露出会对品牌认知和未来酒店订单产生巨大影响。但他们需要一种方法来简化从海量个人资料中收集数据的过程，并获得对营销效果的有用洞察。

“没有融文，我们不可能追踪所有内容——我们在Facebook、Twitter、Instagram上都有营销露出，当然还有很多人在TripAdvisor等网站上留下评论。融文可以将所有数据集中起来供我们查看。”

数字营销副总监Jackson Sim

通过定期使用融文社交媒体聆听功能，新加坡W酒店能够监测社交媒体触达与正负面评价，更好地了解全球受众趋势。他们还能够更好地追踪用户生成内容。这些洞察有助于提高酒店的营销和信息传递能力，将社交媒体互动率提高了 200%!

准备好在您的团队中使用社交媒体聆听了吗？与我们的产品专家安排演示。

预约产品演示

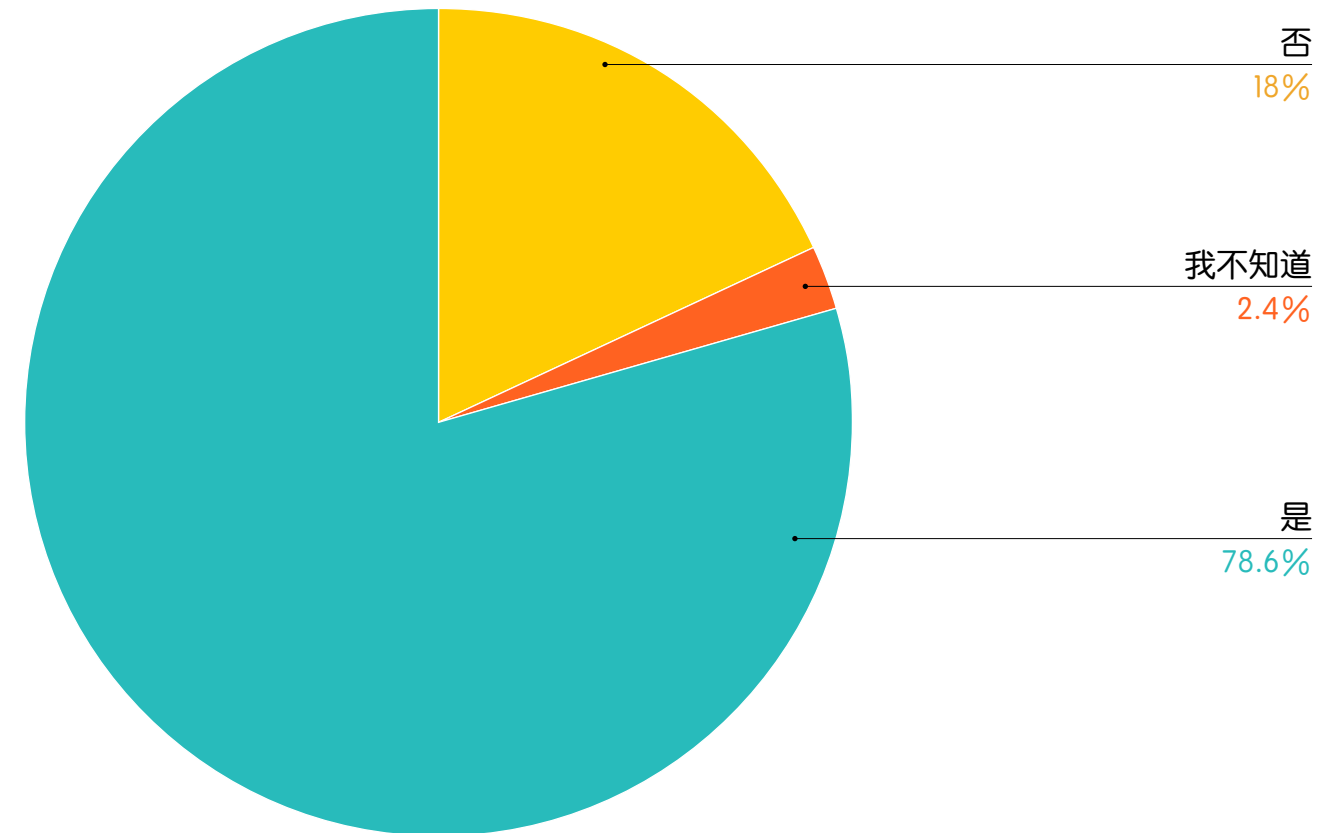


付费社交媒体 调研结果

付费社交媒体工作

大多数企业都会在社交媒体上投放付费广告。付费广告和推广帖子是扩大影响力并吸引可能不了解您的品牌、商品或服务的相关受众的不二方式。

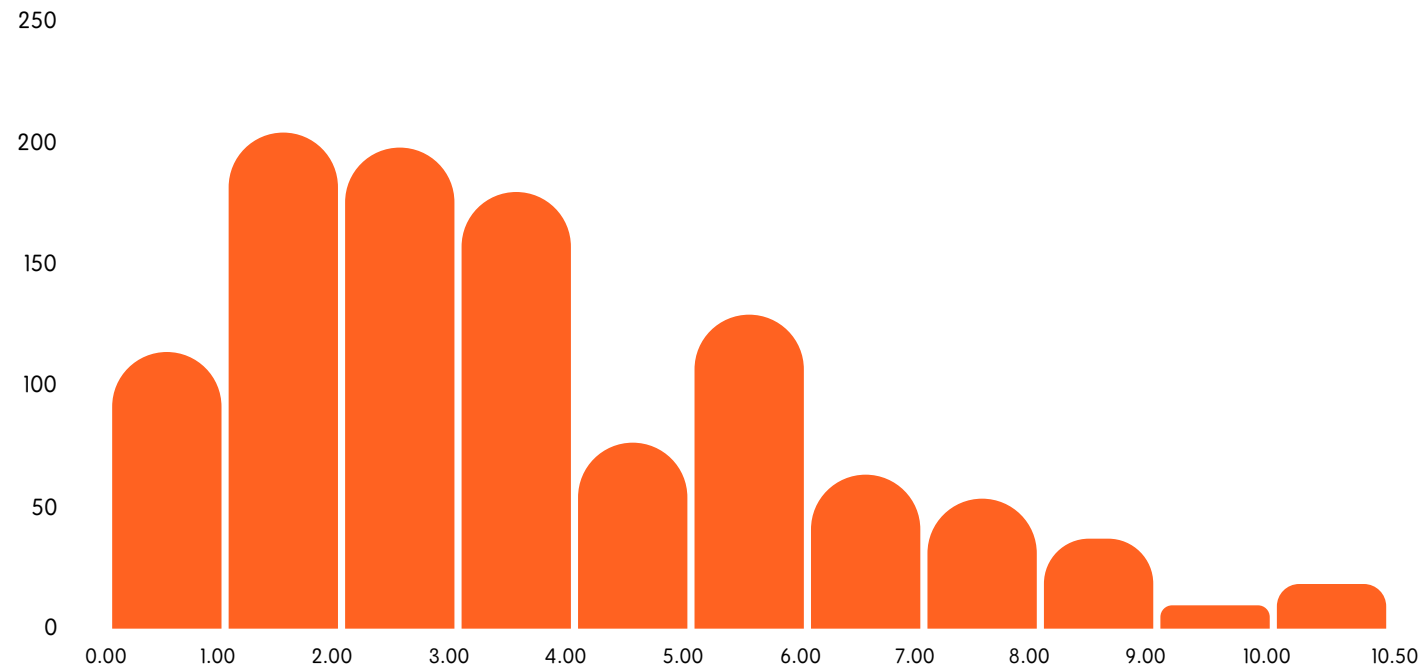
您的公司是否在投放社交媒体广告？



付费社交媒体预算

一般而言，企业在社交媒体付费广告上的预算仅占营销整体预算的一小部分。

您的付费社交媒体预算在营销总预算占比为多少？

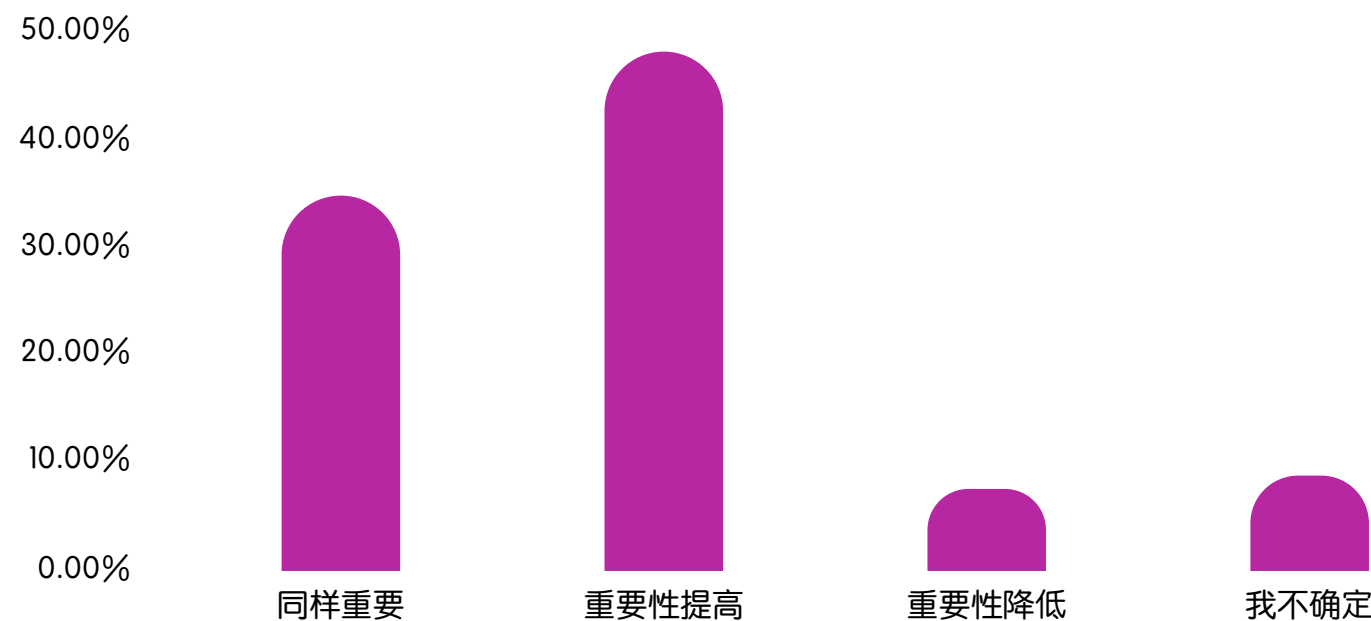


2025年付费社交媒体营销工作展望

大多数公司计划增加付费社交媒体投资，或者预算保持不变。

与2024年相比，今年有少数受访者（7% vs. 10%）认为付费社交媒体工作在未来一年的重要性下降。考虑到这一趋势，社交媒体团队可能希望对分配给付费社交媒体的资源进行评估，保持品牌在社交媒体上的竞争力。

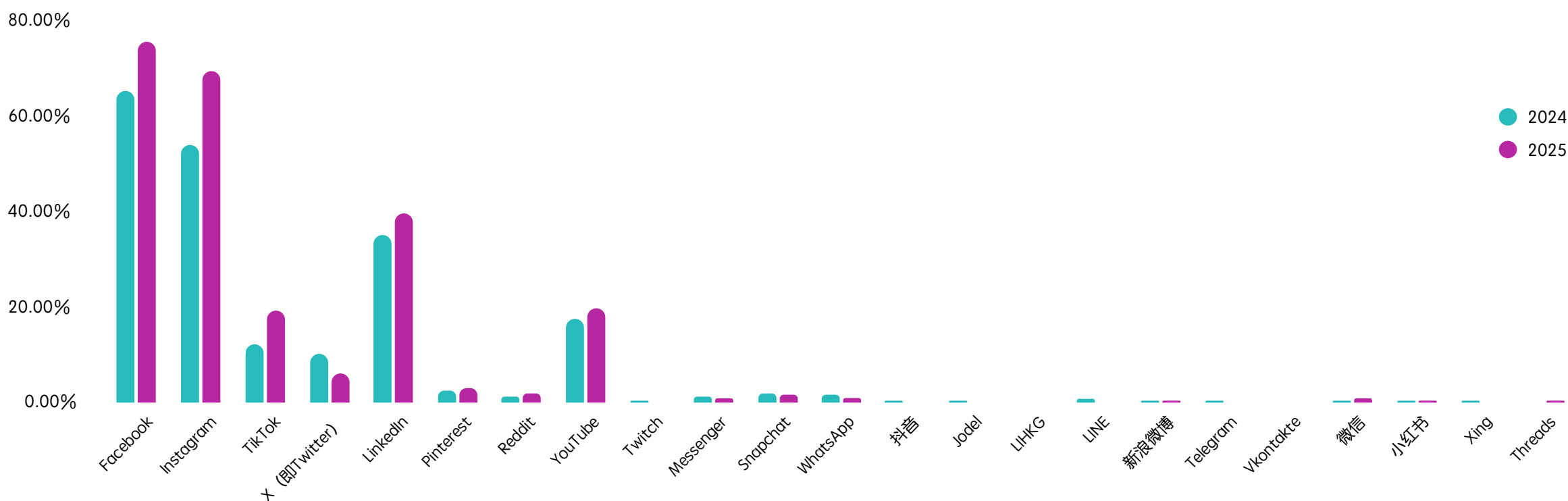
2025年，您认为付费社交媒体的重要性将有怎样的变化？



全球主要的付费社交媒体营销平台

与有机营销常用的渠道一样，全球范围内，Facebook、Instagram和LinkedIn的付费营销最为活跃。与去年一致，在海外，Facebook是最主要的渠道。但Instagram和Facebook之间的差距正在缩小。LinkedIn和YouTube仍然是付费广告的热门平台。

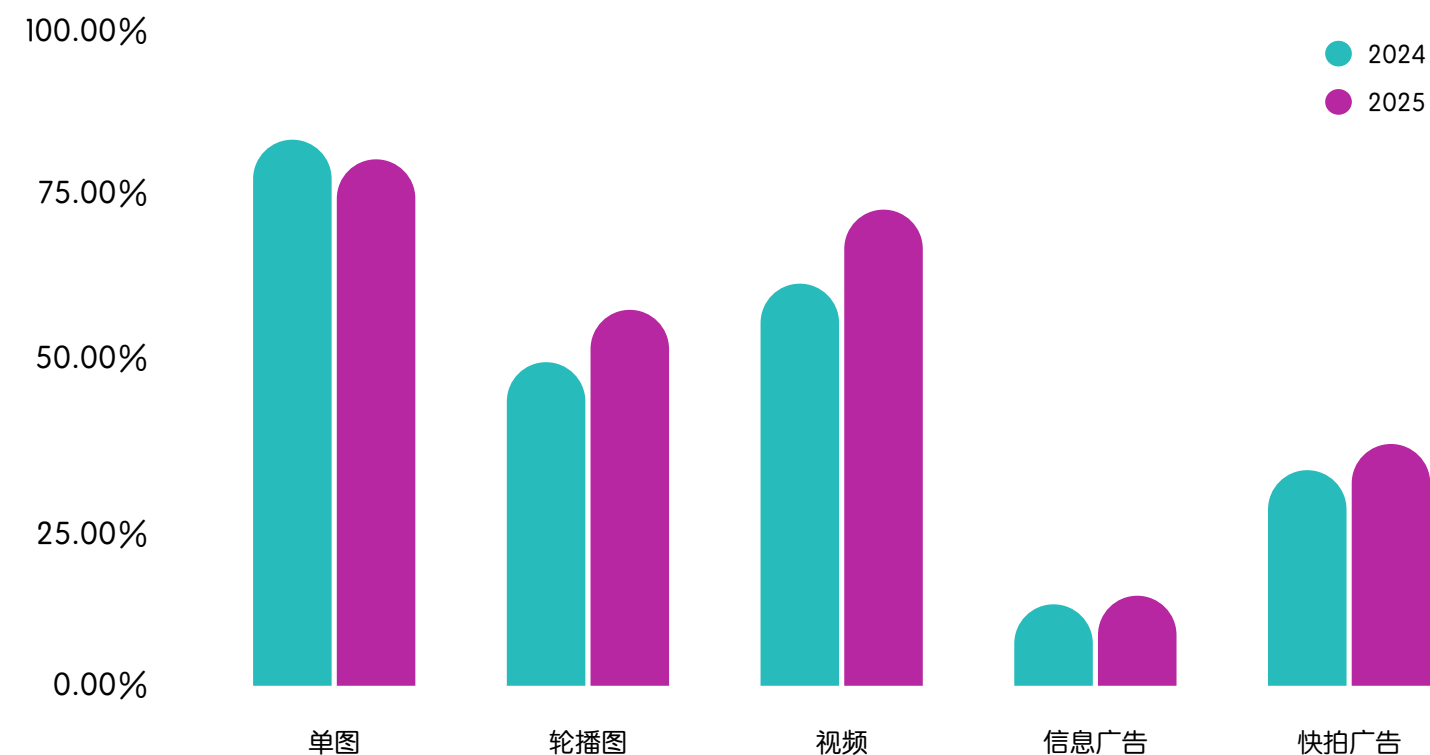
您使用最多的付费社交媒体



付费社交媒体内容形式

有趣的是，与有机社交媒体营销发帖的形式相比，更多的受访者(80%)更喜欢单图付费广告，而不是视频(72%)，与2024年的趋势一致。这可能反映了工作量过大和可用于制作视频等更复杂的广告计划的预算较低等问题。静态图像更容易制作，也不那么耗时，所以可能成为工作时间和预算比较紧张的小团队的首选。

您付费社交媒体的广告形式是？



总结

展望 2025，大多数公司明显仍对社交媒体提升品牌知名度和提高参与度的能力非常感兴趣。但缺少预算、时间或者人力等资源使实现这些社交媒体目标成为挑战。

虽然如此，越来越多的品牌已经认识到了社交媒体聆听工具和策略的价值，没有这些工具和策略，相关工作会更加艰难。这些工具可以更清楚地了解受众在社交媒体上的活动和习惯，提供独特的消费者洞察，优化您的营销策略。

为保持竞争优势，企业需要了解竞争对手在投资哪些营销方式、如何制定社交媒体策略等问题。如果您的竞争对手不太关注链接帖子和网络流量，这是否意味着您可以利用更多链接帖子而获得领先地位，或者干脆也追随这一趋势？如果您的竞争对手花更多时间制作 YouTube 视频，您是否应该做同样的营销尝试？

报告中的数据可以帮助您明确制定和优化2025年社交媒体策略的关键领域。



利用社交媒体聆听和消费者洞察解决方案深度挖掘消费者喜好。

即刻免费预约产品演示



融文社交媒体与媒体情报解决方案为客户提供做出更好、更明智决策所需的洞察。

了解我们的解决方案如何帮助您取得成功。

预约产品演示

融文解决方案



媒体情报



社交媒体聆听与分析



消费者情报



媒体关系



社交媒体管理



红人营销



数据与API集成

关于融文

融文成立于2001年,是全球领先的媒体与商情情报公司。融文在全球27个国家与地区设有超过50个办公室,在各行业与领域服务超过27000家客户,在国际各大主要市场成功运作。

融文2006年进入中国,在上海、香港、广州设有3个办公室,将全球专业经验与本土特色服务相结合,帮助大型国企、外企、独角兽、各行业领军企业等1000多家知名公司,提供媒体监测、社交媒体监测以及媒体智能解决方案。



关注融文
微信公众号



免费体验
媒体数据服务

媒体情报

全球数字媒体与传统媒体监测

媒体关系

联络与维护记者关系

社交媒体聆听与分析

利用社媒探索品牌、行业与竞争对手的洞察和趋势

社交媒体管理

一站式管理内容发布与客户互动

消费者情报

了解受众的真实客观信息

红人营销

利用红人的力量扩大品牌影响

数据和API集成

连接内外部数据