



# 2020年公众号广告趋势调查报告

---

西瓜数据出品（2020-07）

官方地址：[DATA.XIGUAJI.COM](http://DATA.XIGUAJI.COM)

根据腾讯2020年Q1财报显示，微信及WeChat的合并月活跃账户数达12.025亿，微信公众号已超过2000万。

发展了近8年的微信公众号，没有了最初的野蛮生长，流量市场转为存量市场。尽管公众号的打开率整体下滑，但其依靠庞大的微信体量，无论什么时候，都是值得内容创作者深耕的肥沃土壤，也是广告主必争的一席之地。

那么，2020年公众号的广告市场究竟如何？突如其来的疫情对公众号广告有何影响？公众号运营者如何突破重围焕发生机？广告主如何寻找适合的优质账号投放？

# 报告说明

西瓜数据累积收录公众号500W+，在此基础上，我们抽样选取了头条平均阅读500以上、近半年内有持续发文的公众号，结合2019年公众号发文数据及广告投放数据情况，调查研究了2020年上半年公众号的整体广告现状及趋势变化，发布了《2020年公众号广告趋势调查报告》，供相关从业人员参考。

本报告统计的广告文章不含贴片广告。

# 报告摘要

## ➤ 整体广告投放量有明显增长，超30%公众号每个月接5条广告

2020年广告文章数量同比增长48.31%，超30%公众号每个月接5条广告。

公众号广告市场基础扎实，仍然是广告主的核心投放平台。

## ➤ 疫情对公众号广告整体影响不大，教育、健康类广告增长明显

疫情之下，教育类广告搭上“宅经济”顺风车，趁势发展在线教育，广告文章增长84.55%。

健康关注度也得到很大提升，广告投放文章翻了近一倍。

## ➤ 头部账号受品牌青睐，中长尾账号暗藏巨大潜力

头部公众号注重原创、优质内容的输出，粉丝粘性高，在公众号广告市场中依旧具有价值。

相较于头部KOL，中长尾广告更具性价比，给中小广告主提供了更多可选择的空间。

## ➤ 小程序日活激增，公众号变现多元化

疫情期间，健康码、消费券等小程序的激增一定程度上培养了用户的使用习惯。

小程序直播助力品牌线上转型、赋能社交电商的同时，也给公众号广告来了更多的可能。

# 目录

1. 公众号广告市场
2. 公众号影响力
3. 公众号广告发展趋势

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/165233040031011304>