

THE WHITE PAPER OF INTERNET STARS' BUSINESS VALUE UNDER THE NEW MARKET PLACE



磁力引擎

让品牌更有吸引力

2021达人商业价值白皮书

commercial value

fantastic

brand

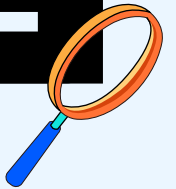
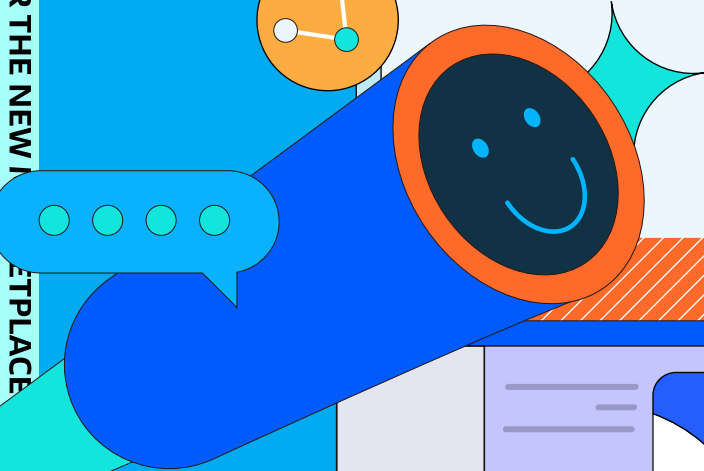
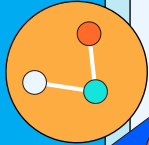
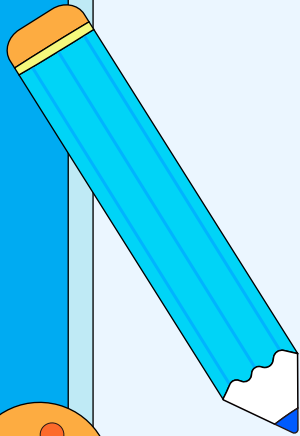


磁力引擎

TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐

奇妙物语



快手新市集

达人商业价值白皮书

THE WHITE PAPER OF INTERNET STARS' BUSINESS VALUE UNDER THE NEW MARKET PLACE



目录

CONTENTS



CONTENTS

01 行业
达人商业价值发展现状

02 生态
新市井下的快手内容生态

03 价值
快手达人商业价值特征

04 趋势
快手达人营销发展趋势





01 行业

达人商业价值发展现状

THE DEVELOPMENT OF THE BUSINESS
VALUE OF THE ONLINE STARS

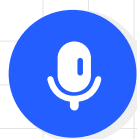


短视频成为用户心智聚集地， 达人营销价值不断攀升



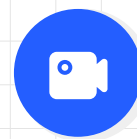
短视频用户规模^{【1】}

8.88 亿



网络直播用户规模达^{【1】}

6.38 亿



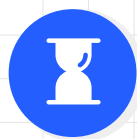
每天都会看短视频的网民近^{【2】}

54 %



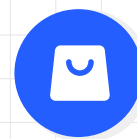
占网民整体的^{【1】}

87.8 %



短视频人均单日使用时长^{【2】}

125 分钟



电商直播用户规模为^{【1】}

3.84 亿

内容创作者通过内容为用户构建“三维”空间，实现碎片化空间点对点高效营销



真实+圈层+互动+消费=高效的信任营销

社交空间
(个性表达)



创作者

消费场域
(精神/物质满足)

兴趣圈层
(情感共鸣)

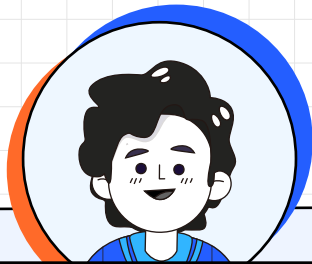
数据来源：【1】CNNIC《第48次中国互联网络发展状况统计报告》

【2】中国网络视听节目服务协会《2021中国网络视听发展研究报告》

广告主对营销效果预期愈加精细，达人商业化能力顺势升级

高效营销的本质是
信任积累

达人根据自身营销优势为品牌完成在不同发展阶段发起的营销诉求，透过内容对其信任人群发起高效营销

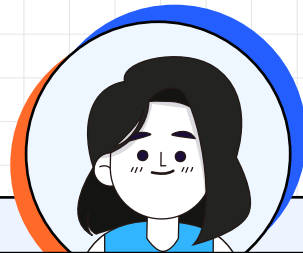


广告主营销需求升级

品牌声量、品牌价值传递、内容沉淀、
破圈传播、ROI、爆款单品、
私域沉淀、长尾效应...



品宣、带货、涨粉
抢占流量红利



达人商业化能力10大升级方向

内容能力

- 1、内容精品化，品质感升级
- 2、精神共鸣、圈层渗透力大
- 3、创意性强、互动性强
- 4、观点鲜明、有价值观
- 5、消费关联性强，转化率高

运营能力

- 6、流量把控力强
- 7、粉丝数据化管理
- 8、社群活跃度高
- 9、粉丝互动反馈及时
- 10、电商运营灵活，高效转化

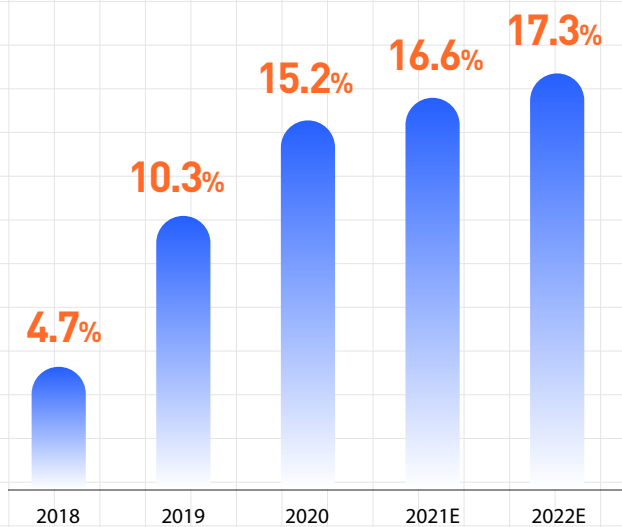
达人商业市场容量逐年扩大， 成为广告主营销“推手”



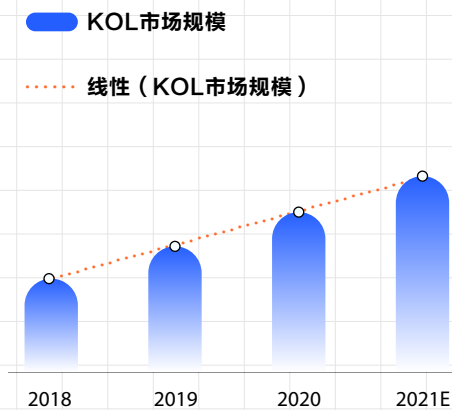
超 **62%**^[1] 的广告主在2021年将社会化营销重点放在短视频及KOL推广

快手平台品牌广告商
数量同比增幅

近4倍^[2]




典型媒介广告中短视频广告市场份额占比变化情况^[3]




近三年KOL整体投放市场规模变化^[4]

数据来源：【1】《2021中国数字营销趋势报告》【2】《2021年H2快手磁力引擎营销通案》
【3】Questmobile AD INSIGHT 广告洞察数据库【4】克劳锐指数研究院

达人用内容链接着用户与品牌，释放营销能量

 **用户**

品牌 



六大营销能力



营销


品牌渗透


产品种草


口碑塑造


效果转化



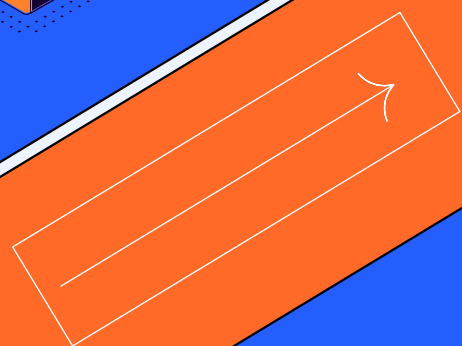


02 生态

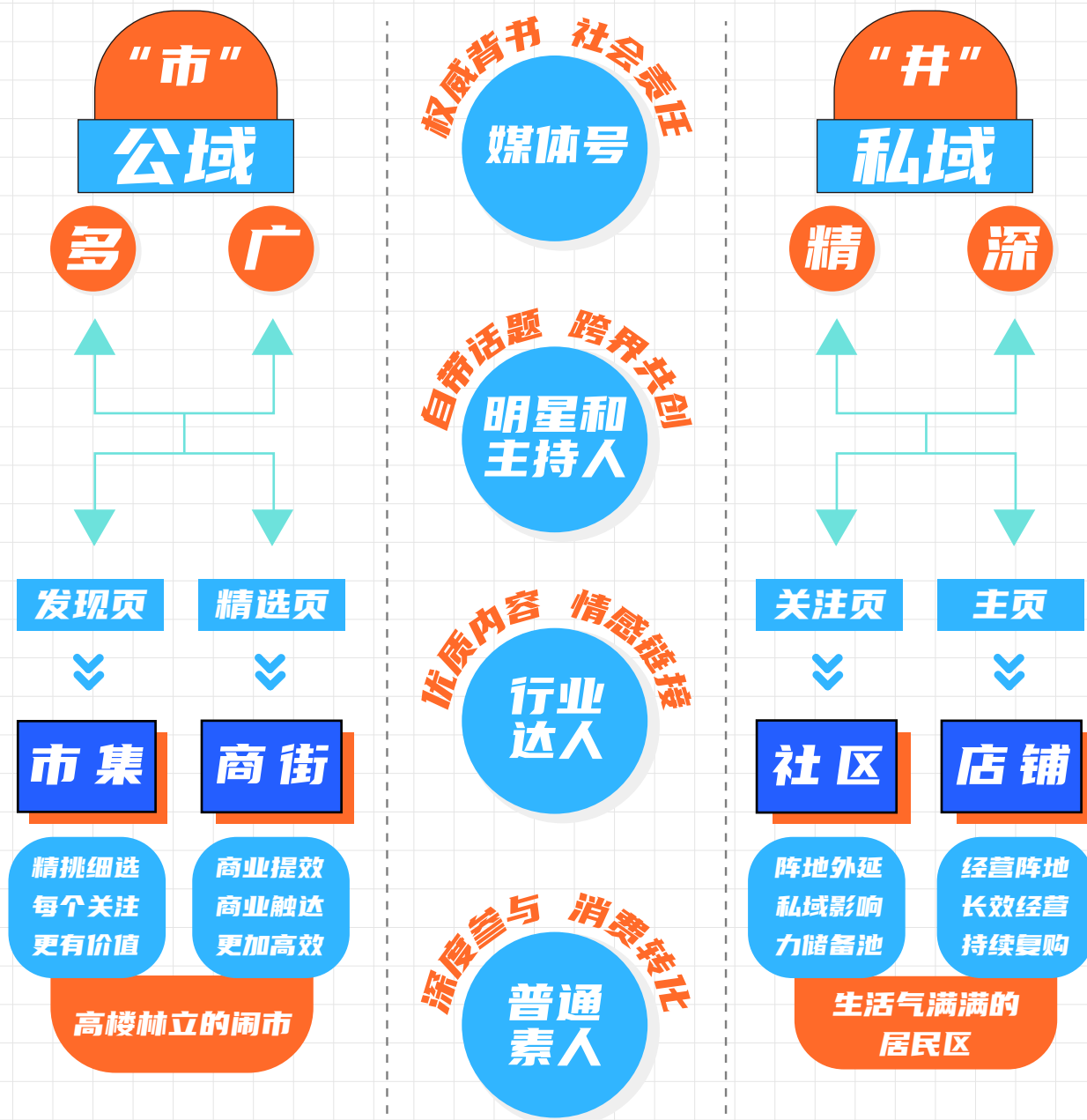
新市井下的快手内容生态

THE CONTENT ECOLOGY OF KWAH UNDER
THE NEW MARKETPLACE

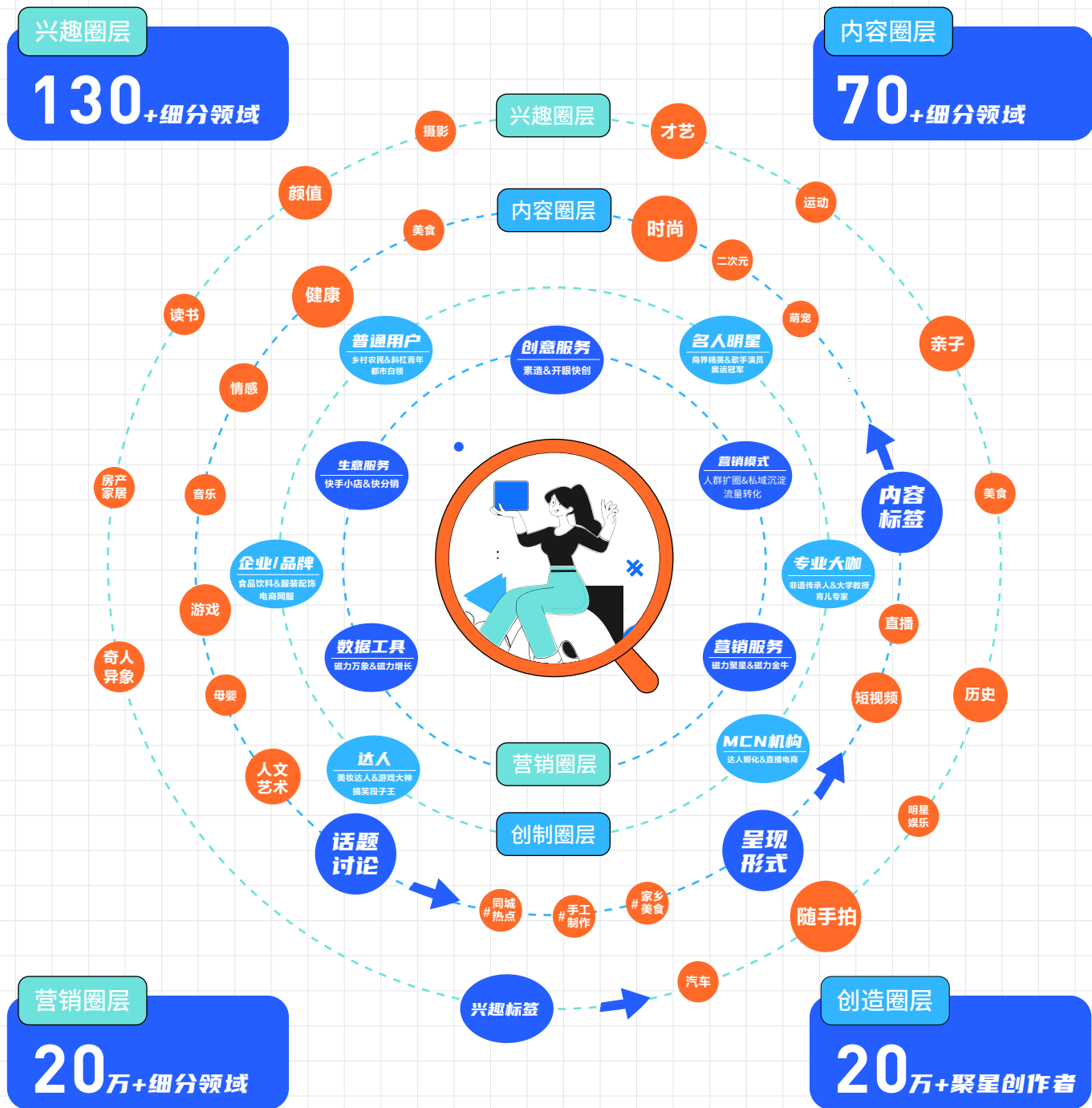
ECOLOGOLOGY



快手将生活与情感、内容与商业融合，构筑新市井商业生态



4大圈层构建快手包罗万象的内容生态



数据来源：快手磁力引擎，克劳锐指数研究院绘制
 数据说明：数据截止2021年10月31日

5大角色向上发展，呈现一片新市井繁荣景象

快手新市井内容生态特点

快手达人

活力

181.1%

2020年1月-11月，
磁力聚星创作者
数量增幅

快手用户

信任

86.1%

2021年第三季度，
快手电商交易总额
同比增幅

2021年11月磁力
聚星机构类创作者
同比增幅

157.6%

MCN机构

供给充足

2021年1-5月的
磁力聚星订单数量
同比增幅

340%

品牌方

交易高频

平台方

包容与开放

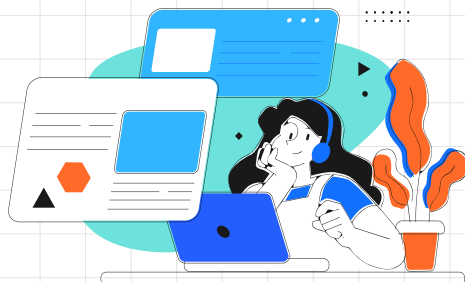
40+ 内容类目

8万个兴趣点

截至2021年6月快手创作者
内容覆盖领域及
内容兴趣标签

数据来源：快手磁力引擎&磁力聚星，快手2021年Q3财报

快手达人是身边的“你我他”



通过他们看到了生活的样子，看到了人间的温情，
看到了大地的广阔，感受到了世界的精彩

温馨
家庭

恋爱情侣

师傅
徒弟

夕阳红

乡村
田园
农夫

草原
牧民

都市
打工人

创业
实干家

传承
手艺人

奥运
冠军

音乐家

教授
专家

美食家

游戏
大神

返乡
青年

运动
达人

他们不只是喜欢达人，还跨越年龄与地域的“阻隔”找知己

2021年

快手各年龄&城市用户对内容领域的兴趣分布

每个区间仅展示TOP-5

18-23

IT互联、美女帅哥、舞蹈
摄影美图、体育明星

二次元、游戏、声音
动漫、星座

玩具、动漫、开箱测评
手作、萌宠

游戏、星座、情感
摄影美图、体育

24-30

IT互联、舞蹈、母婴亲子
汽车、美女帅哥

娱乐明星、商界名人、
职场、IT互联、医疗医美

玩具、动漫、婚嫁
游戏、开箱测评

文化、星座、三农
游戏、动漫

31-40

IT互联、美女帅哥、舞蹈
运动健身、摄影美图

家居家装、房产、
科技互联、教育、商业

家居家装、科技互联
商业、职场、汽车

房产、教育、生活百科
书法、法律

41-50

医疗医美、养生健康
医疗养生、三农、文化

职场、医疗医美
医疗养生、舞蹈、电商

养生健康、医疗养生
房产、婚嫁、励志

医疗医美、三农、文化
房产、婚嫁

50+

军事、医疗医美、政务
医疗养生、新闻社会

养生健康、医疗医美
文化、医疗养生、职场

医疗医美、文化、三农
婚嫁、励志

文化、养生健康
医疗医美、新闻社会、军事

年龄
分布

城市
分布

1线城市

2线城市

3线城市

发展中线城市

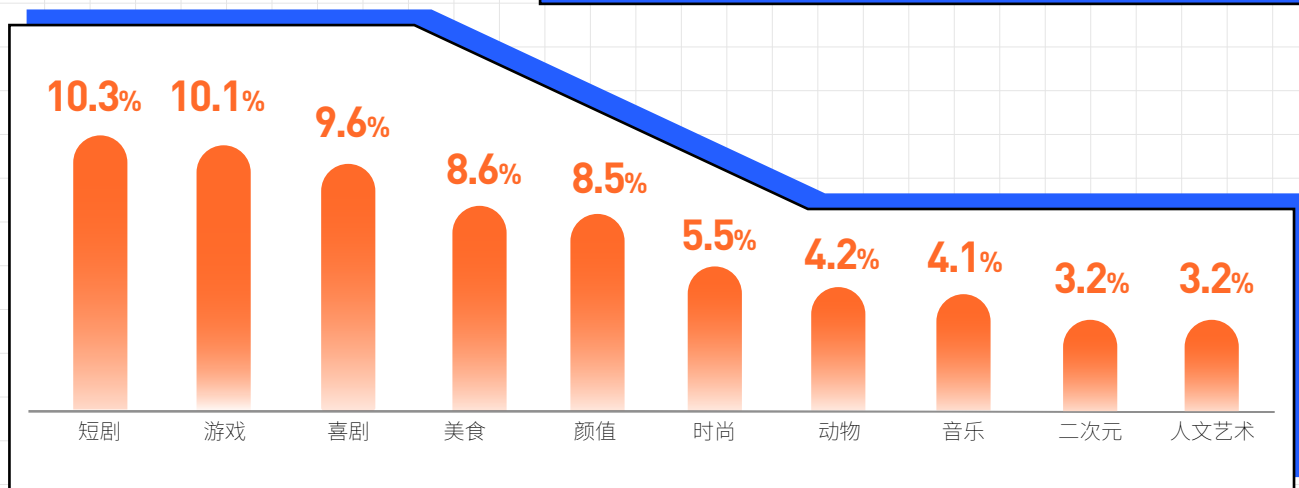
数据来源：克劳锐指数研究院

数据说明：数据截止2021年10月31日

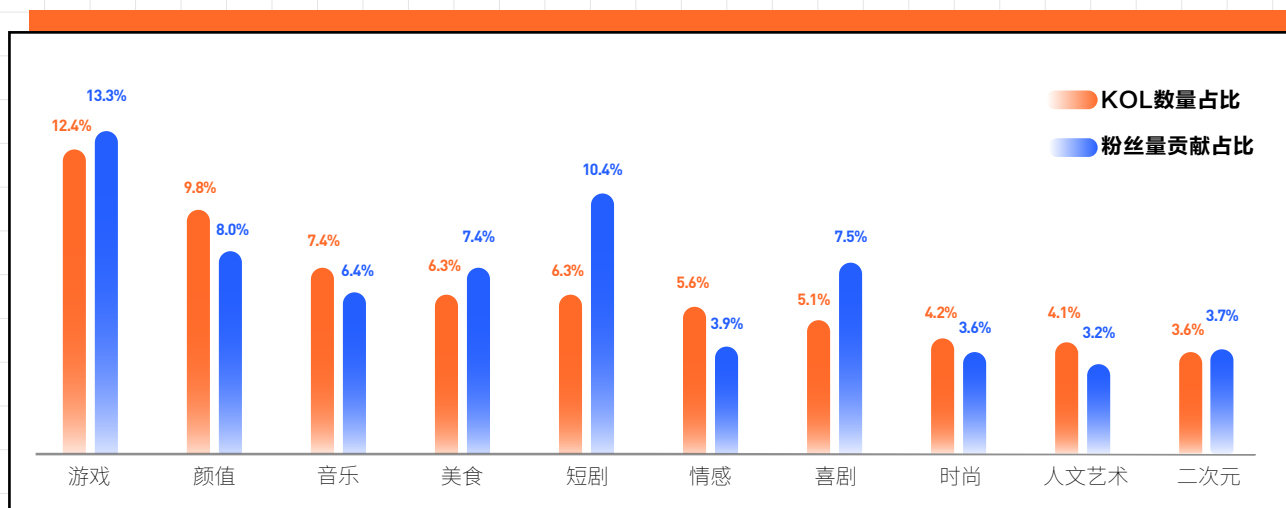
他们兴趣广泛，干饭看剧玩游戏，拥抱每一种生活



平均每个快手用户关注
213个达人^[1]



2021年快手粉丝量增长占比TOP-10垂类^[2]



2021年快手KOL数量TOP-10垂类粉丝量贡献占比^[2]

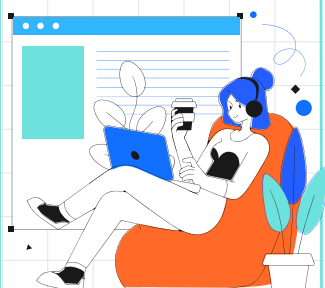
数据来源：【1】快手磁力引擎【2】克劳锐指数研究院

数据【2】说明：数据截止2021年10月31日，仅统计粉丝量大于5W的创作者

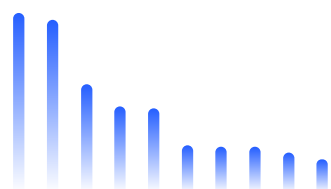
他们丝毫不吝啬对内容的反馈，在每一次转评赞里吐露真心

最爱看

短视频“短、平、快”的内容呈现形式让内容消费成为精神层面的“快餐”，受众更愿意观看**具有娱乐价值和情感价值的内容**，小剧场形式成为主要流量释放出口。



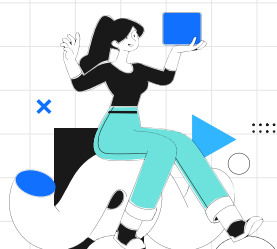
2021年快手播放量TOP-10垂类



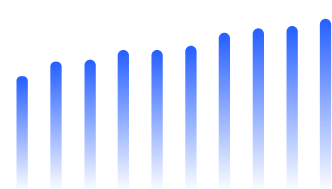
● 喜剧 ● 短剧 ● 游戏 ● 美食 ● 颜值 ● 情感 ● 二次元 ● 影视 ● 音乐 ● 人文艺术

最爱赞

快手用户在看到与自己兴趣相合的内容会以**点赞的形式**对内容表示认可与喜爱，对内容的偏好宽度广泛，技能、颜值、情感、兴趣均有所覆盖。



2021年快手低播赞比TOP-10垂类



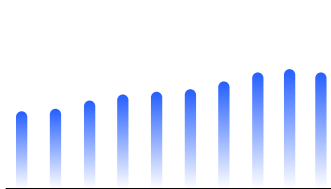
● 二次元 ● 游戏 ● 颜值 ● 情感 ● 娱乐 ● 动物 ● 校园 ● 舞蹈 ● 摄影 ● 才艺

最爱评论

审美碎片化的时代，当内容具备特定的文化底蕴和精神内涵，受众会以**评论的方式**加入精神狂欢的派对，与志同道合的朋友在评论区以穿越时空的形式进行思想碰撞。



2021年快手低赞评比TOP-10垂类



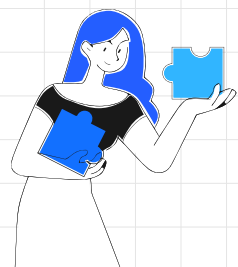
● 音乐 ● 夕阳红 ● 农业 ● 军事 ● 专业电商 ● 财经 ● 旅行 ● 时尚 ● 读书 ● 才艺

数据来源：克劳锐指数研究院

数据说明：数据截止2021年10月31日，播赞比=播放量/点赞量，数值越小代表粉丝对内容的喜爱度越高；

赞评比=点赞量/互动量，赞评比数值越低代表粉丝的深度互动意愿更强

基于对粉丝价值的认可，MCN机构纷纷重仓快手深耕内容



进入流量存量时代，随着红人“内卷”化效应的出现，MCN机构看好快手粉丝质量，积极培养和签约更多“新鲜血液”，帮助创作者产出更优质的内容增强粉丝粘性，打通商业化路径实现规模化商业变现。

2021年11月
磁力聚星机构类创作者增速^[1] **157.6%**

截止2021年11月
机构孵化粉丝量500万以上的创作者数量^[1] **800+**

20% 的MCN机构
在2020年新入驻快手^[2]

WOW

MCN选择快手

三大
主要
因素

粉丝粘性较高 **71%**

粉丝消费转化力强 **65%**

强大的算法推荐/精准分发 **39%**

MCN对快手的“说”法^[2]

“机会还存在”

“商业化调整在扶持，增幅很快”

“地域色彩很明显”

“比较接地气的平台”

“带货属性很强”

“品牌势头在慢慢增长”

“粉丝价值高，转化高”

“打法很直接”

“在快手不看机构，很多都是个体”

“人与人之间彼此有温度”

“品牌商也开始注重在快手的转化”

“去头部达人文化之下，的确流量给了机构大量倾斜”

数据来源：【1】快手磁力聚星，【2】克劳锐2021年MCN机构生存状况调查（由MCN机构主动填写），总样本量 N=550
调研周期：2021年1月-2021年5月

更多品牌融入“新市井商业”，提升扩圈营销效率

近2000家

2021年，磁力聚星达人短视频合作品牌数量

近4倍

2021年H1快手平台品牌广告商数量同比增幅

340%

2021年1-5月的磁力聚星订单数量同比增幅



平台与商业相关的话题播放量频破亿

#新品上市：4.6W个作品，2.1亿播放量

#新品：2.7W个作品，1.7亿播放量

#发布会：4310个作品，1.1亿播放量

#拔草：1896W个作品，1.8亿播放量

#种草：17.1W个作品，44.3亿播放量

#开箱：19.4W个作品，85.8亿播放量

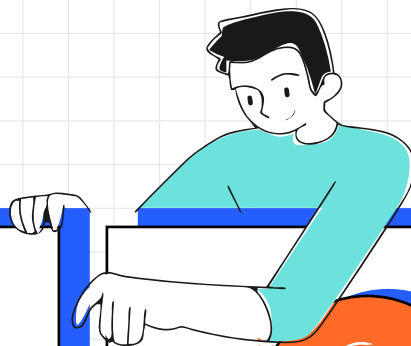
#好物快种草：75.5W个作品，184.2亿播放量

#测评：14.7W个作品，279.0亿播放量

#好物测评：40.8W个作品，90.2亿播放量

数据来源：快手磁力引擎

4大要素连接情感与商业， 解锁快手达人营销密码



找对人

Find the right person

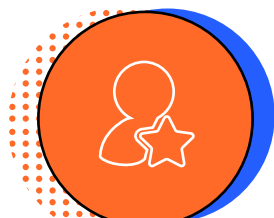
达人私域圈层与品牌营销目标的精准匹配，奠定转化人群基数



找共鸣

Find resonance

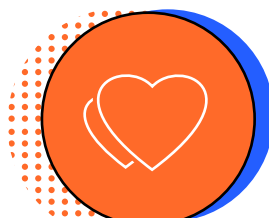
品牌自发内容，或通过达人向粉丝传递核心价值观，激发转化动力



做自己

Be yourself

快手用户以信任与陪伴为首要关注因素，不过多干预达人内容输出，保持原有调性



找朋友

Find friends

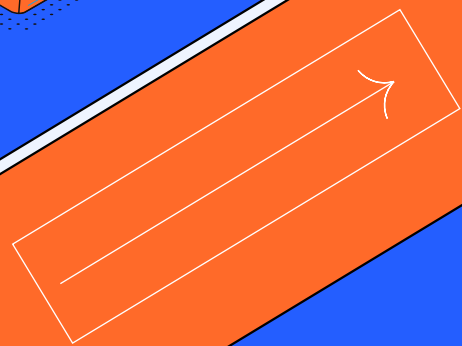
与其他品牌或是达人成为“社区”好友，将公域变为私域，融入老铁经济



03 价值

快手达人商业价值特征

THE BUSINESS VALUE CHARACTERISTICS
OF THE ONLINE STARS IN KWAH



在快手
优质达人3大特征

No.1 会整活儿

Imaginative and creative



FEATURES

快手达人人均“会整活儿”

什么是会整活儿？
有绝活、有态度、能造梗

有绝活

技能傍身，
实操与猎奇完美融合

非遗
传承

才艺
展示

民间
手艺

传统手工艺

魔术

自制美味

传统礼仪

歌曲

修理专家

传统技艺

舞蹈

发明制作

绘画

有态度

激发价值观认同，
获取精神认可

发扬
国风

新潮
交流

本土
特色

正能量
传递

东方之美

时尚文化

原生态

暖心公益

古风古韵

斜杠文化

风土民情

助农扶贫

传统文化

次元文化

地域民俗

温情传递

能造梗

生活与内容的结合，
热梗“流量网”

日常
话题

生活
爆料

经历
经验

社会百态

办公室糗事

创业故事

人间温情

同窗趣闻

踩坑经验

家庭琐事

生活妙招

八般武艺，各显神通， 快手达人绝技傍身



戏精包租婆



幽默走心的腹语大师



马背上的非遗使者



名校毕业的面人郎第三代传承人



走哪吃哪的野生食客

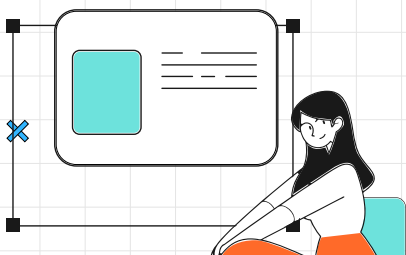


帮你严选好货的春晚明星

主播联手传递正能量， 普法宣传也出圈

快手主播发挥自身影响力带动反诈宣传

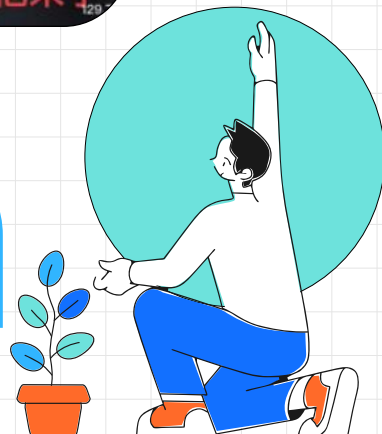
今天你反诈了吗？



直播+连麦掀起全民反诈热潮，
传递正能量



宣传反诈App在快手的直播间出现了“人传人”现象，众多网络主播纷纷加入反诈宣传行列，网友根据主播直播录屏进行二创，反诈宣传出圈传播。



数万热梗发源地，人人都是“造梗家”

每天有3.204亿人⁽¹⁾在快手应用观看与2300万+⁽²⁾话题相关的内容，社交密度成就忠实用户

3.7万+个新梗话题⁽²⁾

每天从话题中出现的新梗与老铁们生活息息相关



数据来源：【1】快手2021年Q3财报，【2、3】快手磁力引擎

数据说明：【1】快手应用的平均日活跃用户数量；【2】2021年9月-2021年11月90天内，话题上传数量；

【3】数据截止2021年11月30日，作品总量大于1万的话题数量

会整活儿达人丰富多元商业 应用场景，价值优势凸显

丰富的场景力

欢快轻松的营销场景充满体验感

日常生活与“热梗”的欢乐结合

生活分享、知识科普搭配当下流行网络
热梗

深垂破圈力

共同喜好触动圈层涟漪

用共同“语言”激发共鸣

二次元、游戏、军事、汽车、美妆、
母婴

年轻人穿透力

用颜值与特效抓住Ta们的心

有颜值、有态度、有技术

颜值CP、特效便装、炫酷科技、
技能展示

PR传播力

正确价值观下的信念共生

朴实无华的语言，最是温暖人间的梵音

纠正不良现象、帮助弱势群体、
传递正能量

共情式种草力

内容专业度高背书能力强

使用场景下的性价比展示

生活技巧、高效挑战、开箱吐槽、
特效拍摄

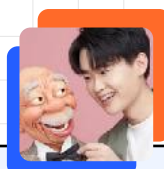
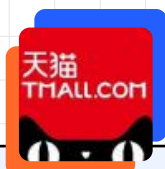
信任加持带货力

浓厚的烟火气与价值认同的融合

老铁集中区，信任是第一要义

全面展示商品优缺点，唠嗑模式造就
亲密关系

才艺与趣味和谐相融， 让商业信息传递恰到好处



@迪老师·腹语 粉丝量:1202.6w
人文艺术

- 9月快手红人影响力榜-幽默搞笑
- 克劳锐榜单排行 第14名
- 克劳锐指数 94.48

腹语表演+快乐源泉



营销关键词

技艺表演
广告植入方式自然
从需求点结合商业化内容

街头探访+温馨关怀

深夜的路边摊，为摊主带去一份快乐，一份关心，将商业化内容巧妙的融入在幽默的话语中。

数据来源：克劳锐

克劳锐指数说明：以月度为单位，评估KOL在快手平台中的当月综合表现。
主要评估维度有粉丝力、播放力、互动力，通过克劳锐自有算法加权得出排名。

小面团捏出新面孔， 品牌文化从传播到传承



@郎佳子彧 粉丝量：89.3w
人文艺术

克劳锐指数：90.08

非遗传承+纯手工制作



经典影视+传承文化

用非遗手艺作为媒介将热门游戏与
经典电视剧结合

营销关键词

非遗文化 热门游戏联合经典影视
传统文化 匠心精神

数据来源：克劳锐

克劳锐指数说明：以月度为单位，评估KOL在快手平台中的当月综合表现。

主要评估维度有粉丝力、播放力、互动力，通过克劳锐自有算法加权得出排名。

在快手
优质达人3大特征

No.2关系铁

Close interpersonal relationship

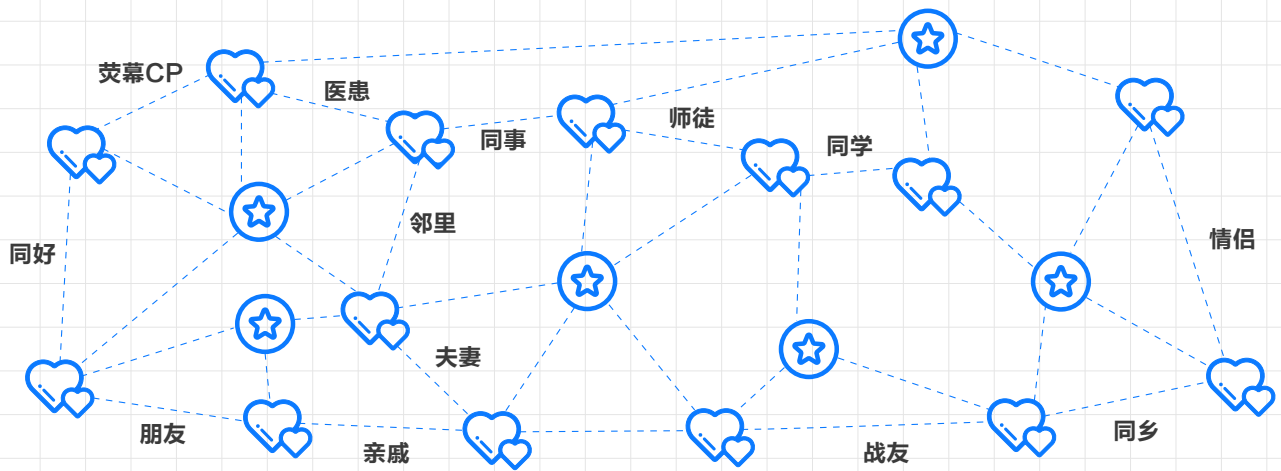


FEATURES

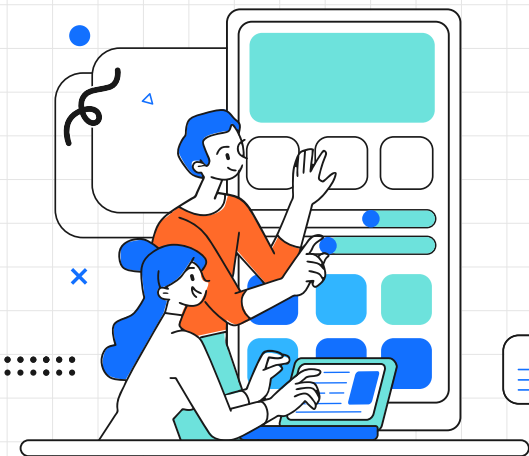
高密度社交创造5亿+人的数字市井家园

互关用户140亿对^[1]

高社交密度拉动地域用户增长



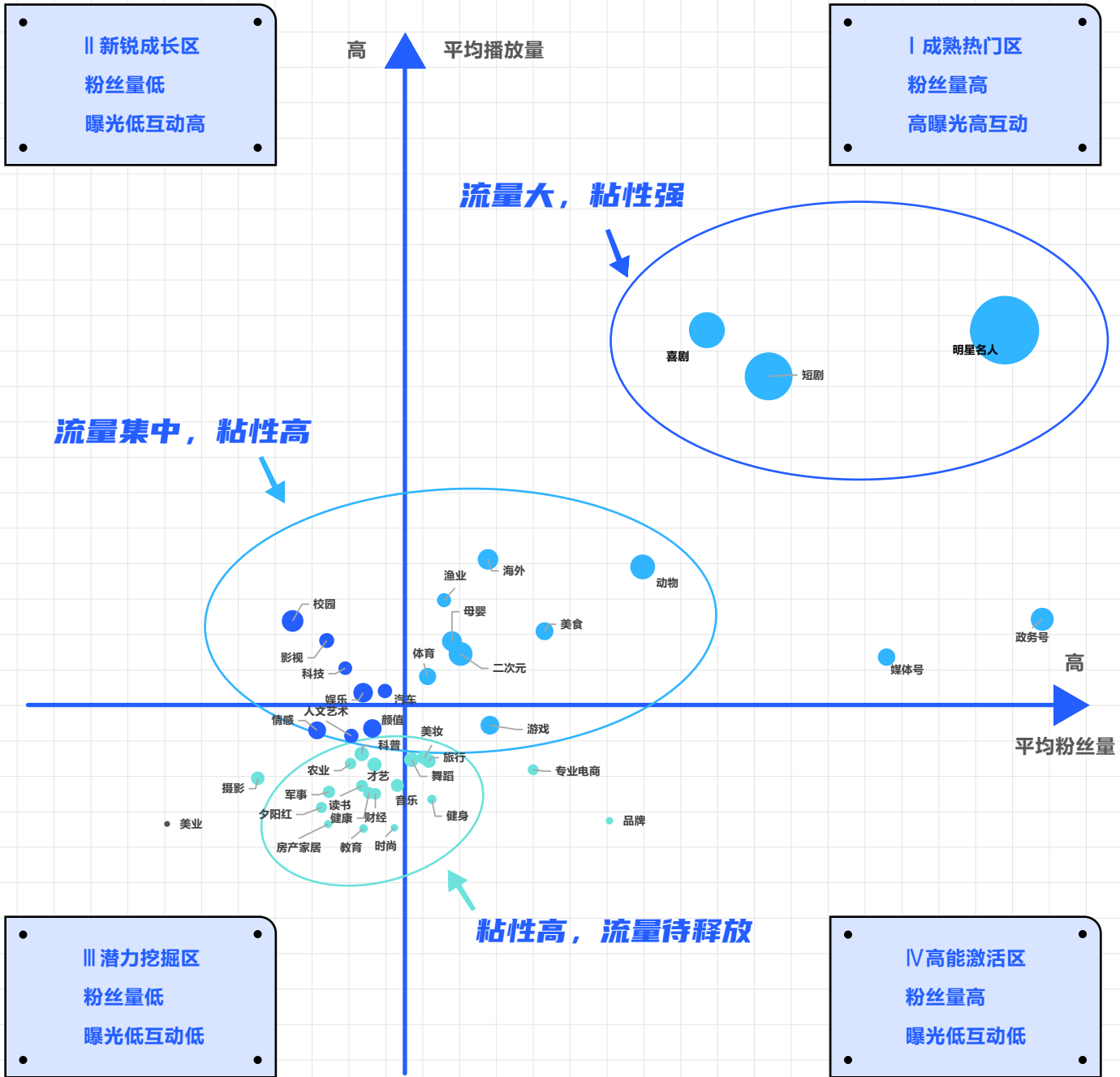
☆ 达人 ♥ 粉丝



数据来源：快手2021年Q3财报

数据说明：[1]截止2021年第三季度末，快手应用累计互关用户对数

细分垂类内容加持下，高粘性成快手达人商业价值共性



数据来源:克劳锐指数研究院

数据说明:圆圈大小代表所属垂类的平均互动量,圆圈大,代表互动量高;截止2021年10月31日

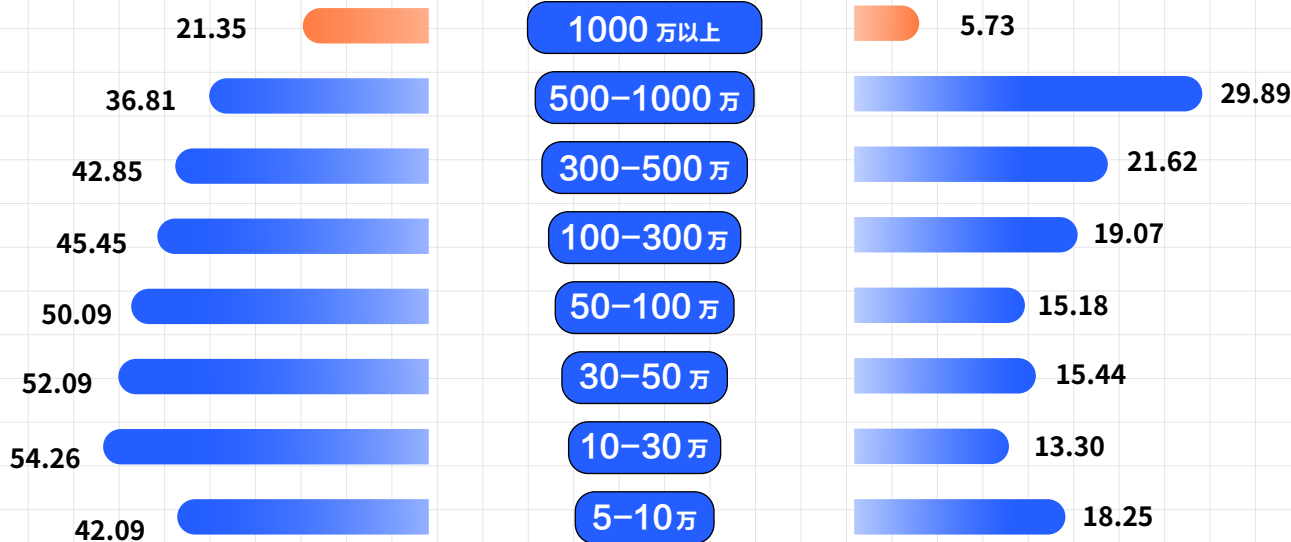
在快手，信任等级的“修炼” 远比粉丝量级的提升重要得多

各粉丝量级区间的达人内容 播赞比与赞评比分布^[1]

播赞比

粉丝量级

赞评比



视频播赞比：

数值越小，代表粉丝对内容的喜爱度越高

视频赞评比：

数值越小，代表粉丝的深度互动意愿更强

84%

用户愿意接受
达人推荐的商品^[2]

品宣+种草+转化

头部达人数据表现稳定，低播赞比与赞评比说明粉丝对头部达人的忠诚度极高

品宣+种草

腰部达人内容质量更优，粉丝积极用点赞的方式表示认可

种草

“原生达人”逐步成长起来的尾部达人相对内容更接地气，保持着与粉丝的深度互动

数据来源：[1]克劳锐指数研究院，[2]快手磁力引擎营销通案

数据说明：2021年H1各量级达人总作品播放量、点赞量、评论量，播赞比=播放量/点赞量，赞评比=点赞量/评论量

不同垂类头腰尾达人被粉丝“雨露均沾”

音乐、美食、美妆等热门垂类粉丝量级越高，内容越容易被认可

读书、健康、摄影等知识类内容已在快手获得较高认可，喜剧、二次元在快手是最受欢迎的两大垂类

2021年快手各粉丝量级KOL平均互动量TOP-10垂类分布

TOP	1000万以上	500-1000万	300-500万	100-300万	50-100万	30-50万	10-30万	5-10万
1	人文艺术	母婴	健康	校园	喜剧	名人明星	短剧	名人明星
2	读书	科技	校园	喜剧	短剧	喜剧	二次元	渔业
3	母婴	二次元	喜剧	二次元	娱乐	娱乐	喜剧	娱乐
4	二次元	情感	海外	母婴	二次元	二次元	娱乐	短剧
5	喜剧	喜剧	政务号	名人明星	动物	校园	名人明星	喜剧
6	音乐	人文艺术	科技	动物	摄影	短剧	影视	影视
7	美食	海外	二次元	情感	名人明星	动物	颜值	颜值
8	游戏	美妆	名人明星	颜值	情感	游戏	校园	体育
9	才艺	动物	才艺	短剧	政务号	体育	情感	二次元
10	名人明星	夕阳红	颜值	海外	体育	颜值	游戏	情感

各粉丝量级均出现过的垂类

仅出现一次的垂类

数据来源:克劳锐指数研究院

数据说明:数据截止2021年10月31日

短链高频激活快手独特信任转化方式

70%

直播电商复购率

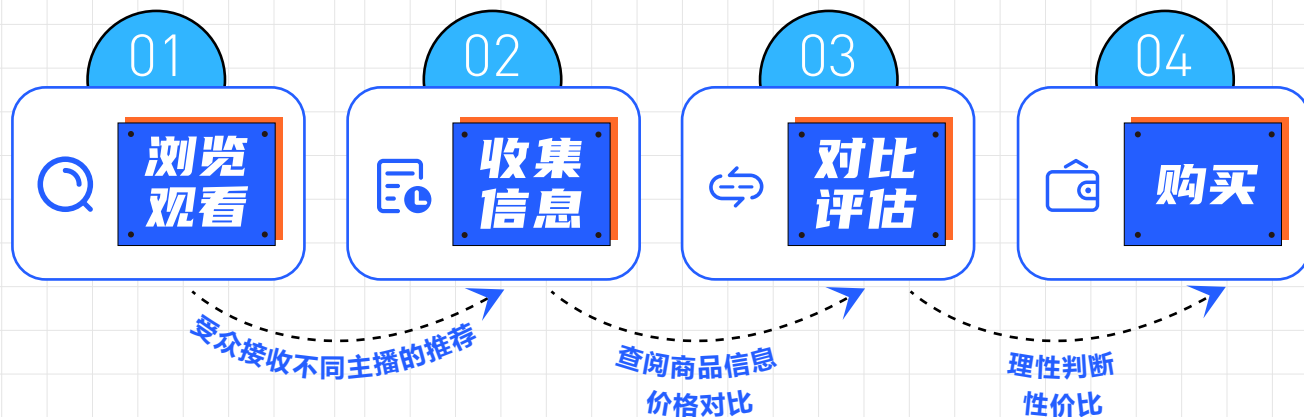
3.1亿+

用户去关注达人的直播间观看

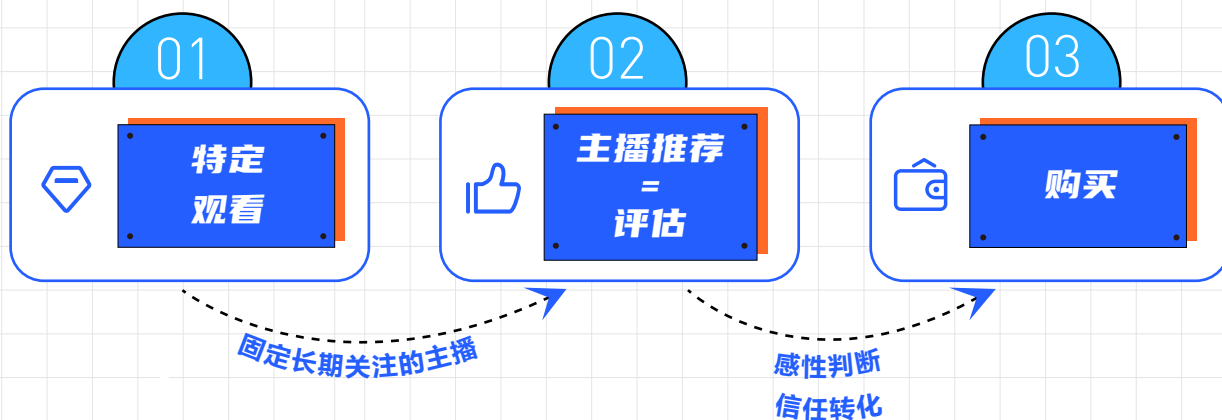
45.1%

直播间互动率

常规电商直播营销转化路径



快手电商 直播营销转化路径



数据来源: 快手2021年Q3财报, 快手磁力引擎营销通案

社交关系是快手达人 商业价值的核心

70%

GMV来自私域

私域营销
关系铁的本质

62%

内容触达来自私域

70%

互动来自私域

数据来源:快手公开信息, 2021《快手光合创作者大会》

关系铁的本质是稳定的 流量与转化

公域全面触达—流量获取

私域信任反哺—转化与留存

内容链接

熟悉

广场式社交
从陌生到熟悉

关系近
(同学、同事...)

距离近
(同城、同乡...)

兴趣爱好相同
(健身、美食...)

同一行业
(快递小哥、大巴司机...)

联结

社区式生活
从熟悉到信任

分享工作

分享生活

探讨话题

才艺展示

数据来源:克劳锐指数研究院



在快手
优质达人3大特征

No.3烟火气

Humanism lifestyle



FEATURES

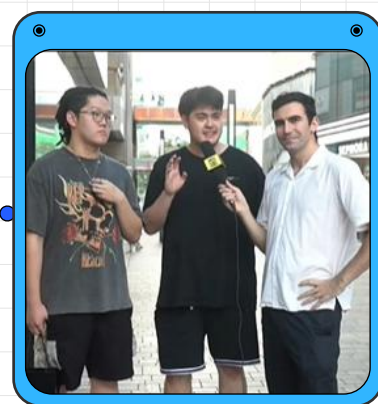
当生活与商业融合，烟火气 代表包容与开放的态度



美好的生活



平凡的记录



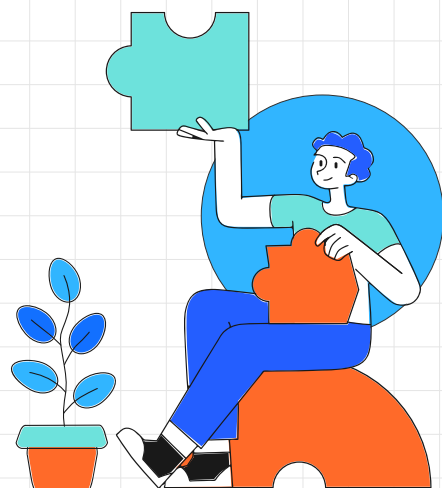
跨国的交流



情感的共鸣



专业的态度



达人在生活中起舞， 平凡中演绎不凡



@AG超玩会王者梦泪
粉丝量:3014.8w

KPL职业选手



@御儿.(古风)
粉丝量:1860.9w

古风主播第一人



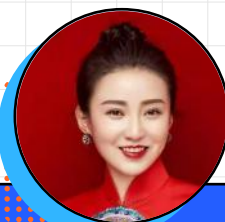
@刘妈妈的日常生活
粉丝量:1418.3w

快手幸福乡村带头人



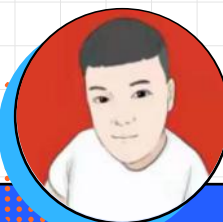
@阿蔡美食雕刻
粉丝量:864.4w

福建闽菜名师



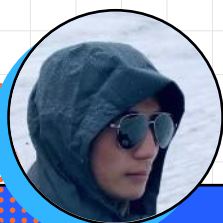
@刘妍(大陕北)
粉丝量:556.6w

乡村振兴官



@泥巴哥(腾哥)
粉丝量:462.4w

国家非物质文化遗产传承人



@小林哥
粉丝量:336.6w

户外生存达人



@恩哥聊健康
粉丝量:316.9w

妇产科主任医师

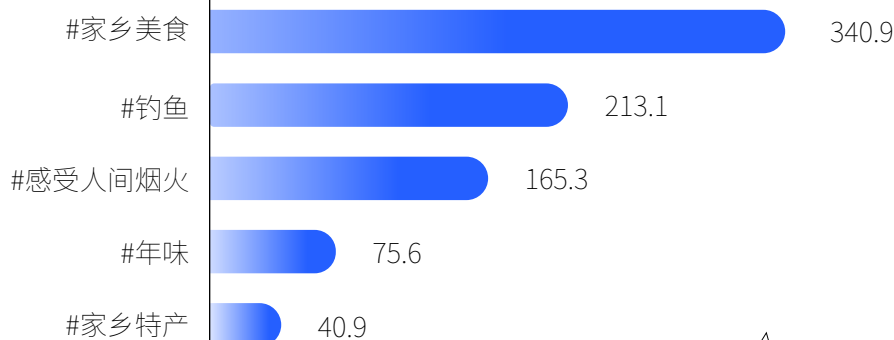


@汝志刚(Henry)
粉丝量:104.4w

环球旅行探险家

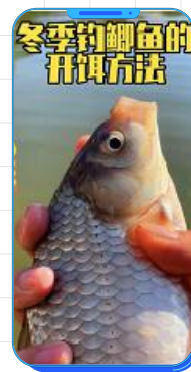
烟火气达人是通往真实世界的“任意门”

快手“烟火气”相关话题



单位:亿次

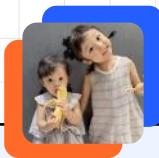
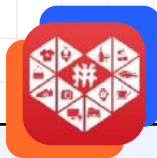
烟火气无处不在



数据来源: 快手磁力引擎

数据说明: 数据截止2021年10月31日

日常中随感随拍为品牌 搭建多元营销场景



@朱两只吖 粉丝量:885.3w
母婴/幽默搞笑

- 短视频播放中位数:1794w+
- 短视频点赞中位数:80w+
- 短视频评论中位数:4.3w+
- 9月快手红人影响力榜-母婴垂类
- 克劳锐榜单排行:第2名
- 克劳锐指数:94.86

重萌娃人设+剧情+亲子互动



萌娃+“伶牙俐齿”

- 以萌娃的关心和鼓励切入商业主题，在展现萌娃的同时加入小棉袄式的暖心话语，引发粉丝情感共鸣。
- 提升品牌在用户心中的形象
- 提升用户对品牌的认知

数据来源:克劳锐

克劳锐指数说明:以月度为单位,评估KOL在快手平台中的当月综合表现。主要评估维度有粉丝力、播放力、互动力,通过克劳锐自有算法加权得出排名。

数据周期:数据截止2021年10月31日

原生态内容为品牌推广带来一抹新绿

朵拉朵尚
DORADOSUN

×



@潘姥姥 粉丝量:1918.6w
美食/生活

- 短视频播放中位数:2529w+
- 短视频点赞中位数:6.9w+
- 短视频评论中位数:2318
- 9月快手红人影响力榜-美食
- 克劳锐榜单排行:第17名
- 克劳锐指数:93.68

乡村环境+美食+家庭场景



“姥姥”辈+“羞涩俏皮”

原生态环境中，以年轻人的角度从长辈的视角切入商业主题，将产品带入原生态的生活化场景，给用户一个“使用”它的理由。

数据来源:克劳锐

克劳锐指数说明:以月度为单位,评估KOL在快手平台中的当月综合表现。主要评估维度有粉丝力、播放力、互动力,通过克劳锐自有算法加权得出排名。

42 数据周期:数据截止2021年10月31日

高商业价值达人的秘诀 是内容真实有温度

真实、温暖、细腻

快手达人商业内容特点

对内容的细腻度要求高于视频画面质量

内容可引起用户共鸣

贴近日常生活，细节到位

有较强情感冲击

好玩有趣、可看性高

结合社会现象，具有探讨性

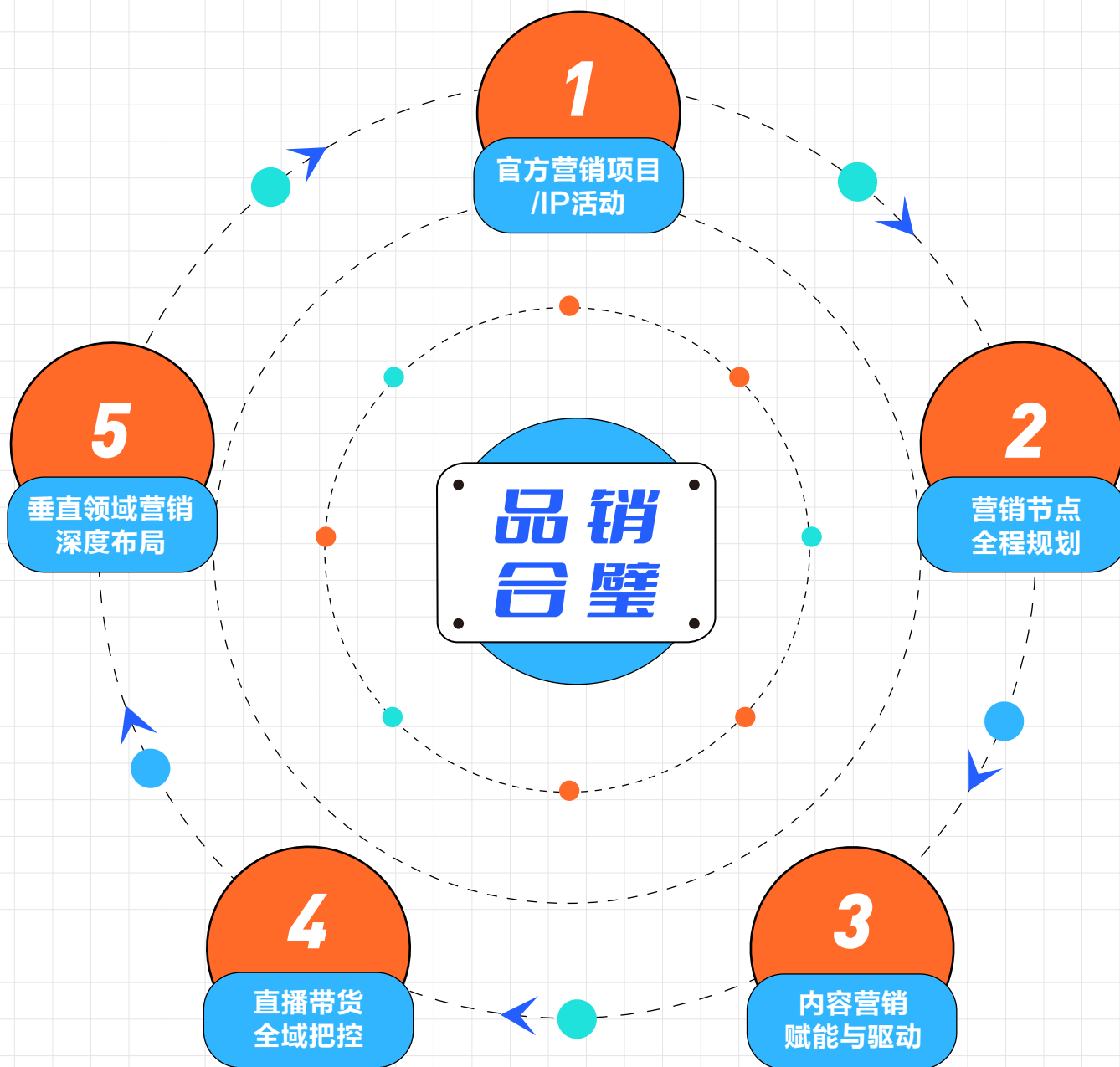
个人风格鲜明，有独特性

内容中有干货、有态度

快手达人已经成为不可忽视的营销加速器



快手——五维营销 空间，造就品销合璧



科学衡量快手达人商业价值

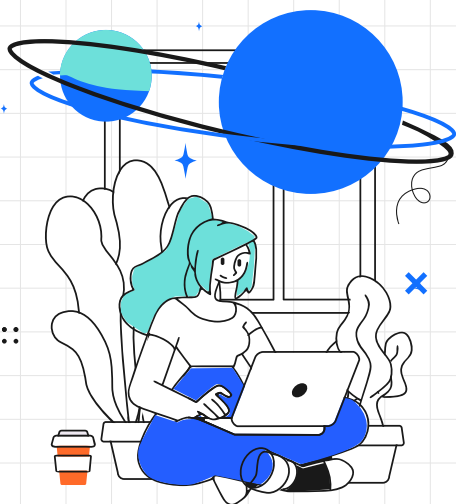
1

优先考虑数据转化

达人视频播放量—曝光值

互动数据量—粉丝活跃度

购物车/橱窗销量情况—转化力



2

品牌植入空间、匹配度、
内容质量

粉丝增长势能—内容质量

达人账号类型—产品匹配度

评论反馈—粉丝好感度

达人自身知识储备—品牌背书力

达人账号类型—产品匹配度

商业合作力—合作配合度&产出比

品牌影响力提升公式

品牌影响力提升力

=

达人综合影响力 * 达人人设标签鲜明度 * 品牌知名度

+

达人用户基数 * 达人内容种草力

+

达人粉丝画像与品牌目标受众契合度

+

达人以往商业作品的声量贡献度

营销投入成本

达人社交形象及口碑

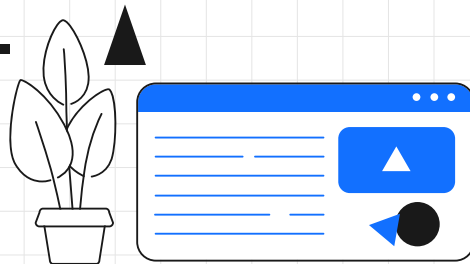
- 达人人设标签与品牌调性契合度/品牌形象提升力度
- 达人社媒形象及社交资产
- 达人粉丝量、圈层影响力及地域影响力
- 达人口碑美誉度

达人历史商业合作情况

- 达人粉丝资产及商业价值
- 达人历史商业合作行业分布
- 达人内容调性及关联场景与品牌契合度

达人内容种草潜力

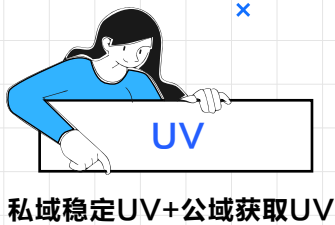
- 作品评论区询问产品相关内容的数量占比



带货转化力评估体系

GMV

=



×

内容消费时长

内容观看价值

×

单位时间
订单转化

用户信任价值

×

客单价

×

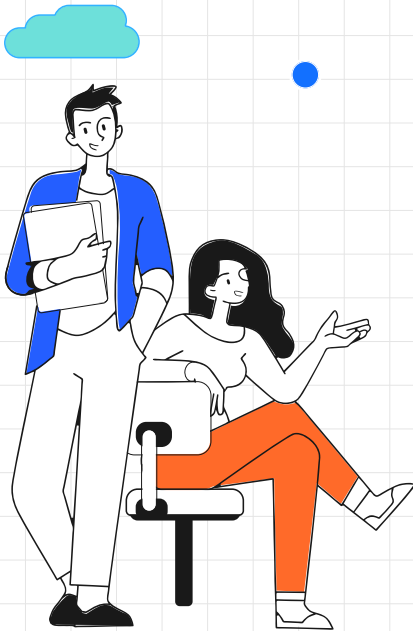
复购频次

用户信任价值

粉丝量
内容的优质程度

达人情感价值
对达人的情感深度

达人信任价值
对达人及内容的信任度



资料来源：快手磁力聚星电商营销通案

五维模型应用：用Z世代故事打动Z世代用户，实现梦想与品牌共鸣

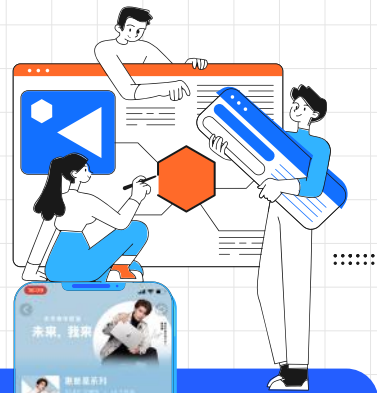
总曝光量累计达7665W，项目总点击量达1213W，
TVC视频播放量达734W，总点赞量达16.1W

1、定位与选择

预热期硬广宣推

快手联合惠普打造“未来青年图鉴”视频

人物故事均来源于快手平台达人的真实经历
契合惠普所倡导的“未来我来”品牌理念

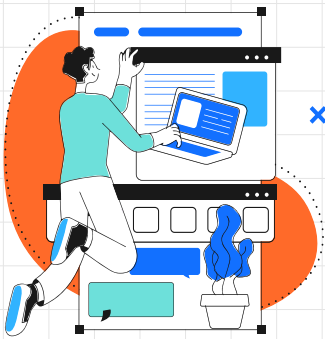


2、全域内容共创

达人与品牌共创 TVC，发起挑战赛

携手达人发布短视频挑战赛

借助达人影响力为品牌持续赋能
直播互动对谈形式深度展现品牌理念
最大程度触达目标用户，实现品销合一



3、直播转化

达人直播对谈，让用户边看边买

“开屏+H5+短视频+达人直播对谈”

全链路营销策略延长了品牌传播的生命周期
扩大惠普品牌影响力和品牌声量
品牌核心信息有效触达目标用户

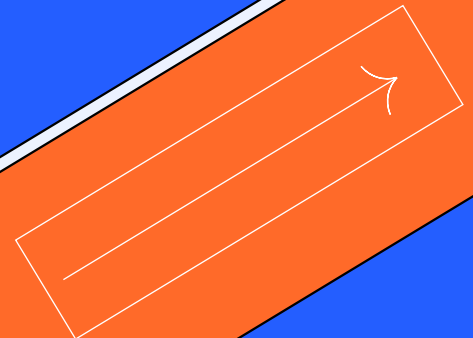




04 趋势

快手达人营销发展趋势

MARKETING TREND OF THE ONLINE STARS IN KWAI



快手信任“城墙”构建的新市井商业加速品牌孵化

品牌原生



- 品牌原生内容：原生内容与平台文化相融合，融入市井找到属于品牌的朋友们
- 内容联动：以达人为中心，激发达人社交影响力

达人共建



- 达人原创内容：输出观点，带动粉丝互动，帮助品牌打造内容基础
- 拉动消费转化：借助达人带货力，激活种子用户池

用户参与



- 内容二创：参与达人内容互动，基于信任实现“内容”传播
- 消费购买：基于对达人的信任，产生消费转化



信任

品牌公信力
品牌价值观

品牌好感度
品牌认可度

品牌专业度
品牌忠诚度

品牌认知度
品牌知名度

原生态达人或将成为与品牌商业合作的中流砥柱

内容制作门槛低

手机拍摄
家庭成员录制
后期快剪制作操作方便

原生态作者更加亲民

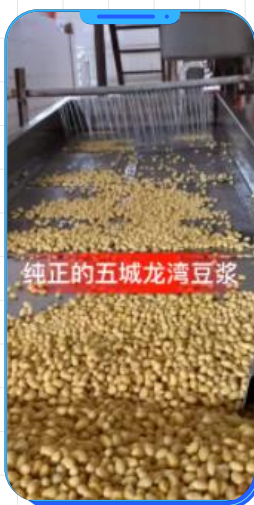
记录日常真实生活琐事
记录生活化，真实工作/劳动场景
当地风土人情，世间心酸冷暖的写实

达人类型多，选择空间大

达人全国覆盖面广
原生态达人所在内容领域丰富
粉丝级别范围大，头腰尾均有覆盖

达人无负面舆论风险

当地素人，达人社会负面评论风险小
内容多以传递正能量为主，内容导向风险低



地域达人或与品牌长期绑定，成为“终身”推荐官

地域特征明显
方言、生活习惯

对当地需求了解
利于介绍产品特点

地域范围有影响力
社交资产可变现



@小倩 家乡代言人

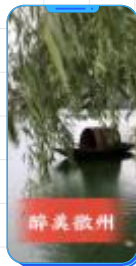
粉丝量: 32.6w



@烧包谷

粉丝量: 224.2w

地道安徽黄山姑娘，通过快手平台为家乡宣传，引起同乡人的思乡共情，同时让更多人了解自己的家乡，通过视频体现地域特色。



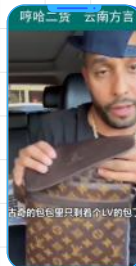
山美水美人更美!

在你站的这个地方写过生

我去过，还是没变，依旧那么美

水墨宏村，犹如置身山水画卷之中，去过几次还想去的地方

云南方言配音，用剧情植入的方式展现产品特点，在云南省有较高知名度。



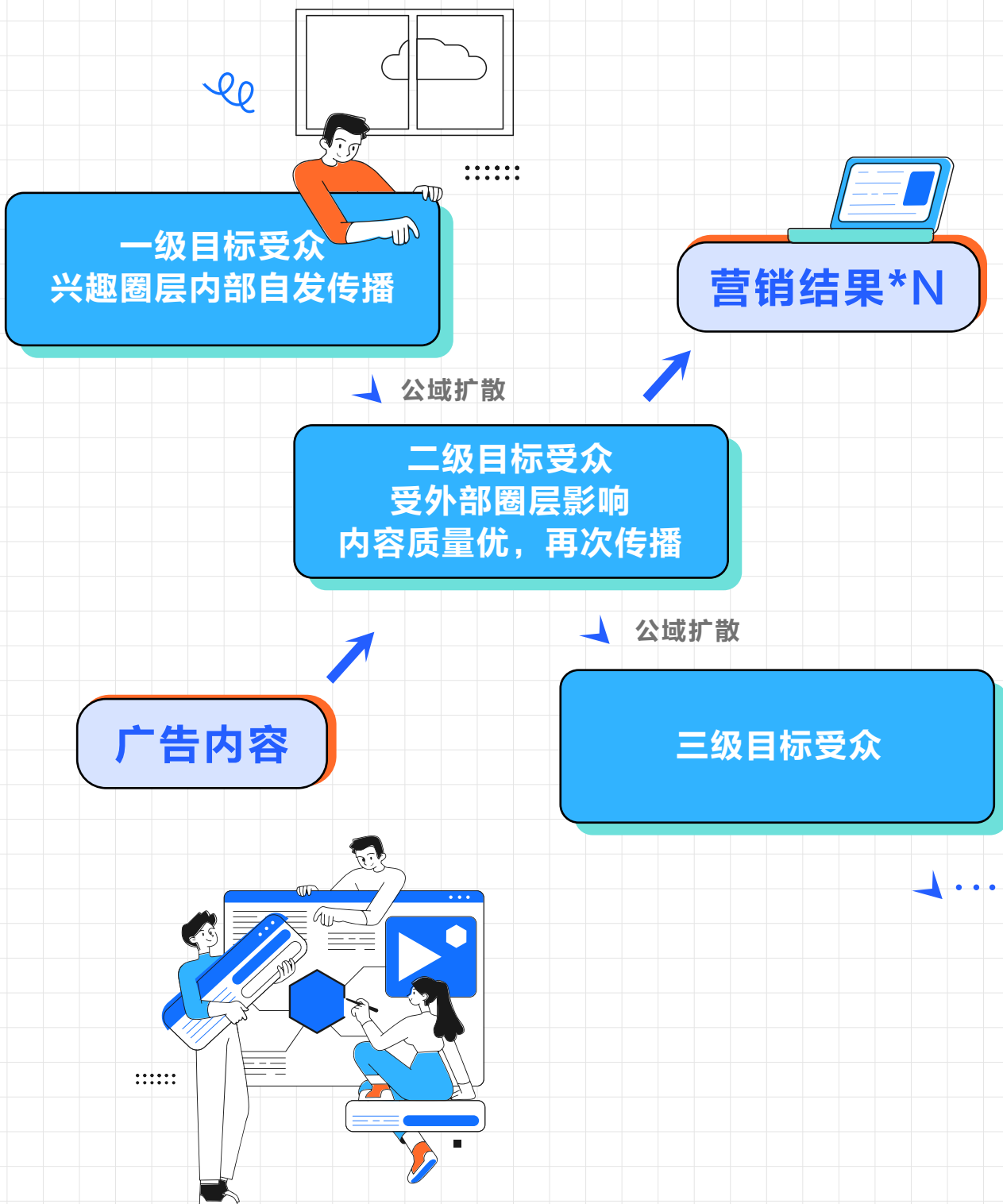
我云南呆一年怎么哪都没去过。真可惜~

阿么！看起来好吃得不得了

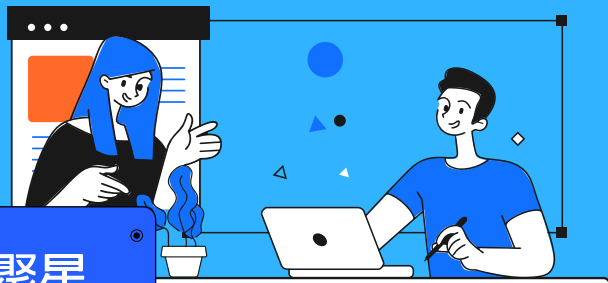
云南方言是精髓，仔细听着越听越想开心~

这个才是最纯真的云南方言，还有烧包谷是我儿时的回忆

种豆得瓜，快手式“快传播” 提高品牌营销ROI



联合合作伙伴



磁力聚星

磁力聚星是快手官方唯一的创作者生态营销平台，通过连接客户与快手创作者并提供智能便捷的商业服务，满足客户全方位营销需求，实现品销合一，同时助力创作者内容商业化变现。

磁力金牛

快手电商商家一体化营销平台，为一切有电商营销诉求的客户提供综合解决方案。**磁力金牛**，是电商生意加速器。

快手MCN

快手MCN是集中管理快手短视频机构的部门，为快手MCN已入驻机构的全生命周期成长服务，助力机构作者生产优质内容、快速涨粉、实现变现。