



2020KOL价值洞察报告

2020-09-16

本报告研究说明

1) 数据选取时间：2020年7月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

3) 名词释义：

社交媒体：本报告特指微信公众号、微博、抖音短视频、快手、小红书五大平台；

KOL：指关键意见领袖（Key Opinion Leader），本报告专指在上述社交媒体中持续发布内容、产生影响力的个人或者机构；

30+女性明星：本报告特指30岁以上的女性明星KOL；

活跃用户：本报告指在上述社交媒体平台中浏览观看过目标KOL所发布内容的活跃用户。

01

女性成长题材节目爆火，
30+女性明星成为国民“姐姐”

1.1

热剧热综艺促使30+女性明星人气暴涨

“女性成长”“女性群像”题材剧集、综艺火爆各大在线视频平台，促进平台流量增长



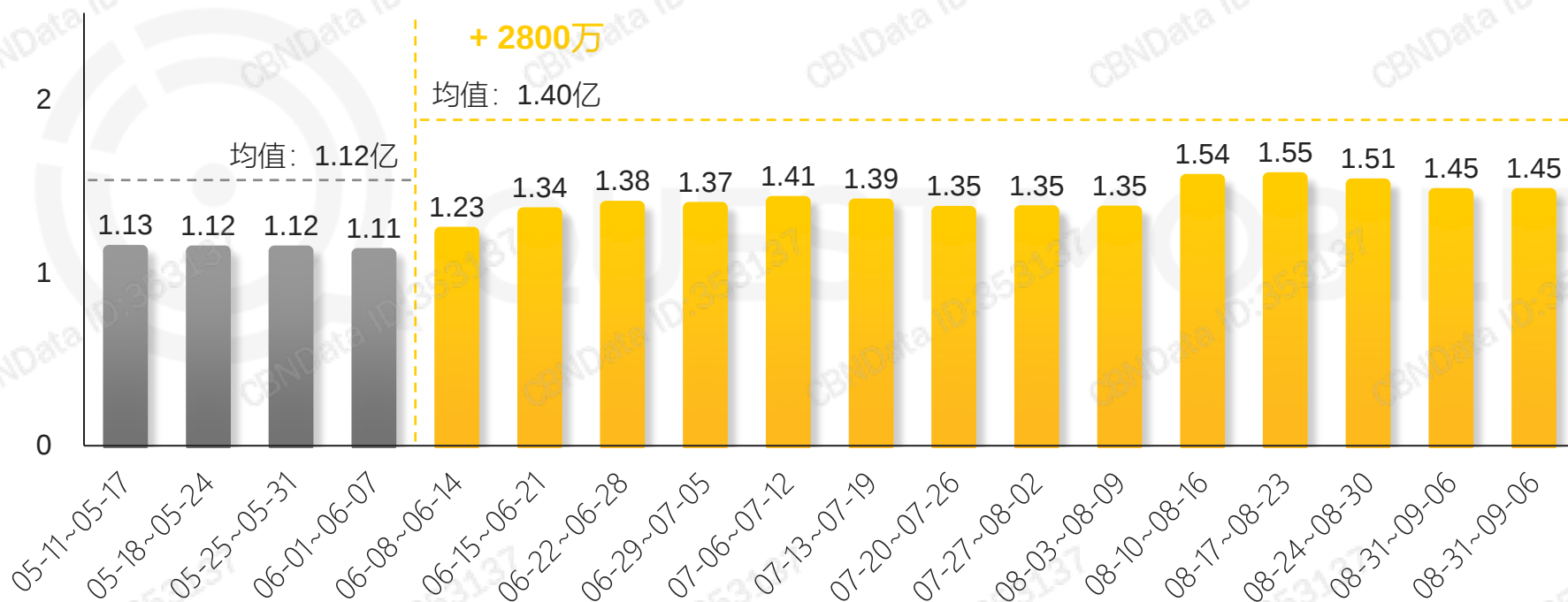
QUEST MOBILE

《乘风破浪的姐姐》开播前后 芒果TV周活跃用户规模趋势

单位：亿

■ 节目开播前

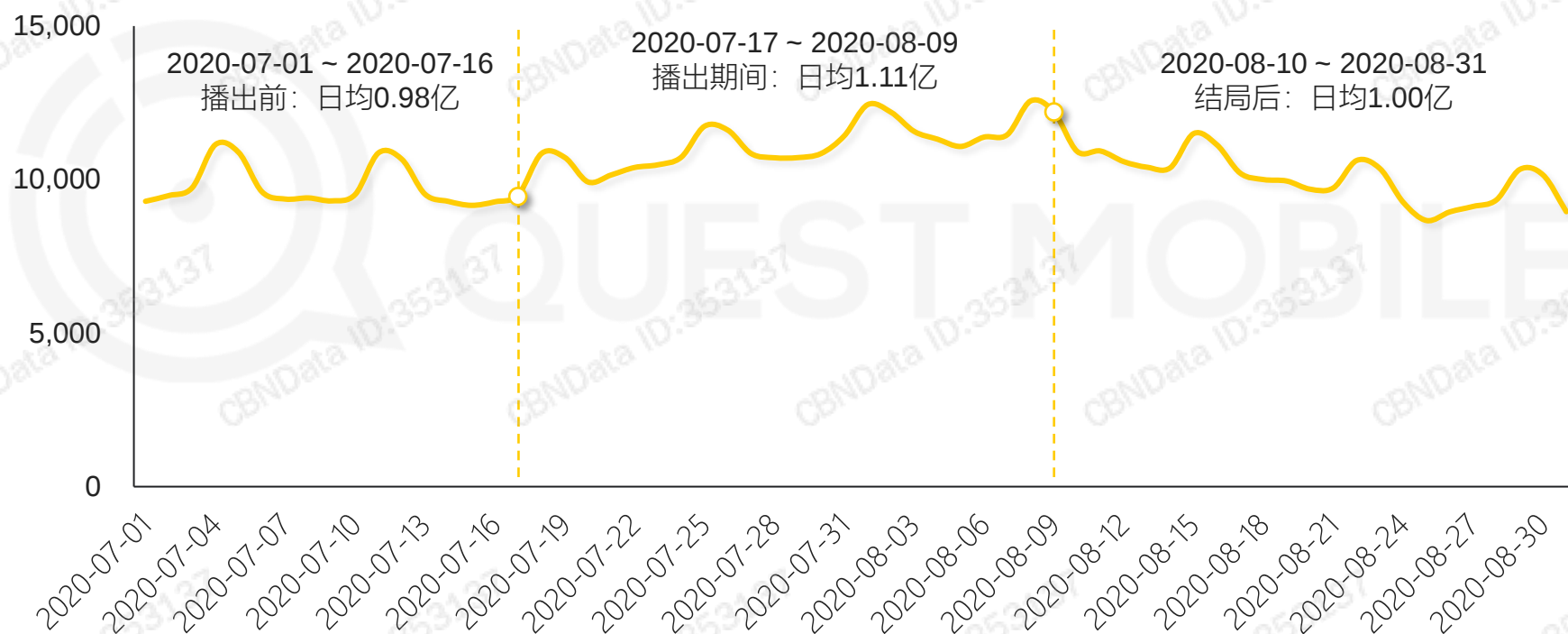
■ 节目播出期间



注：《乘风破浪的姐姐》，芒果TV独播，周更模式，首播日期为2020年6月12日，9月4日完结

《三十而已》开播前后 腾讯视频日活跃用户规模趋势

单位：万



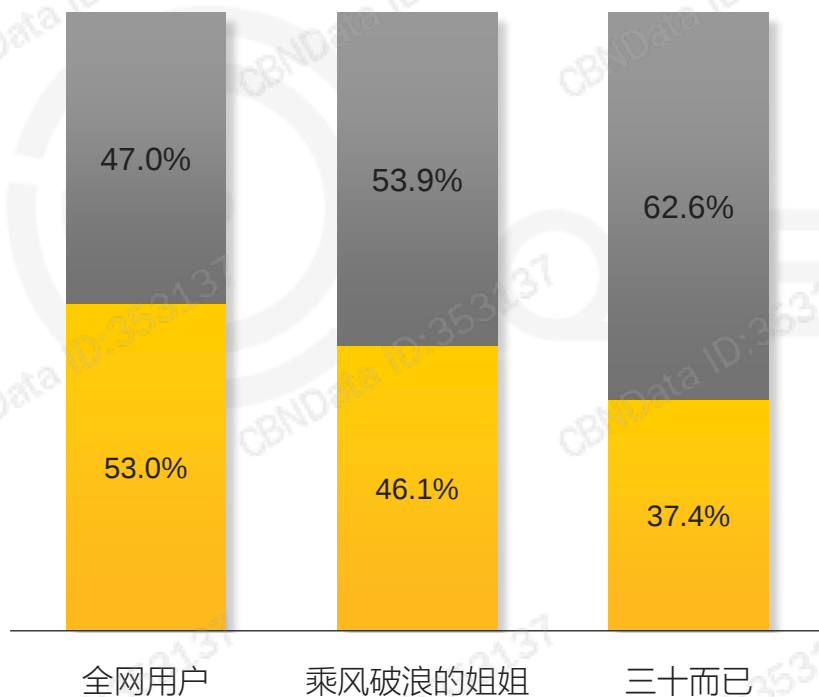
注：《三十而已》，腾讯视频网络端独播，日更模式，首播日期为2020年7月17日，8月9日非会员结局

女性成长题材的IP主要吸引了中青年女性，中高端消费能力、一线城市受众比例高于整体大盘

典型女性向节目IP人群 用户画像对比

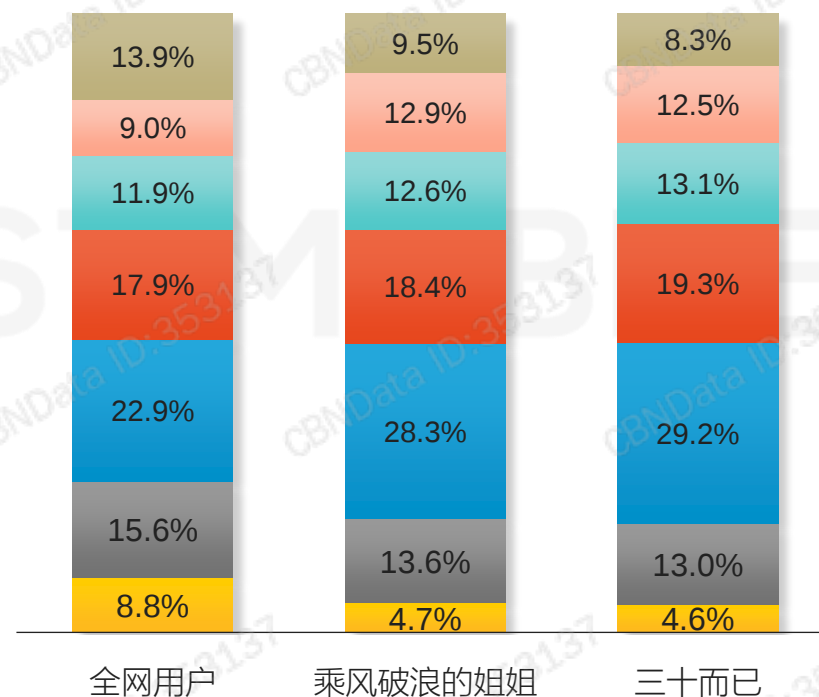
性别分布

男 女



年龄分布

18岁以下 19-24岁 25-30岁 31-35岁
36-40岁 41-45岁 46岁以上

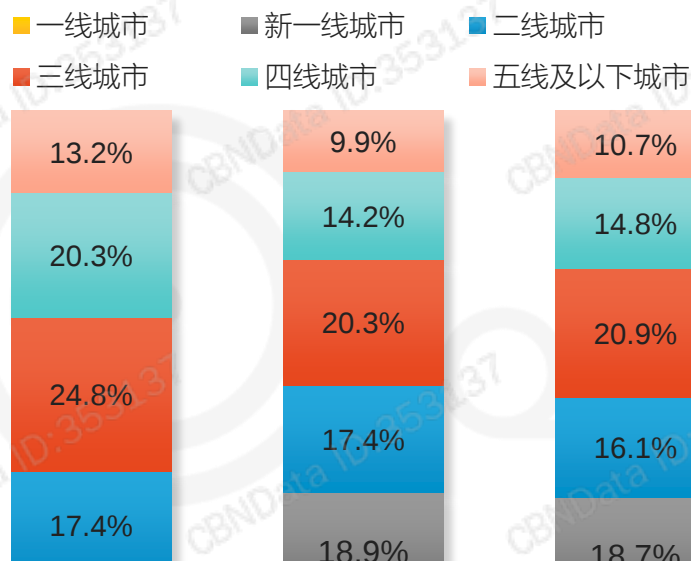


注：IP人群指浏览过节目相关资讯的用户人群

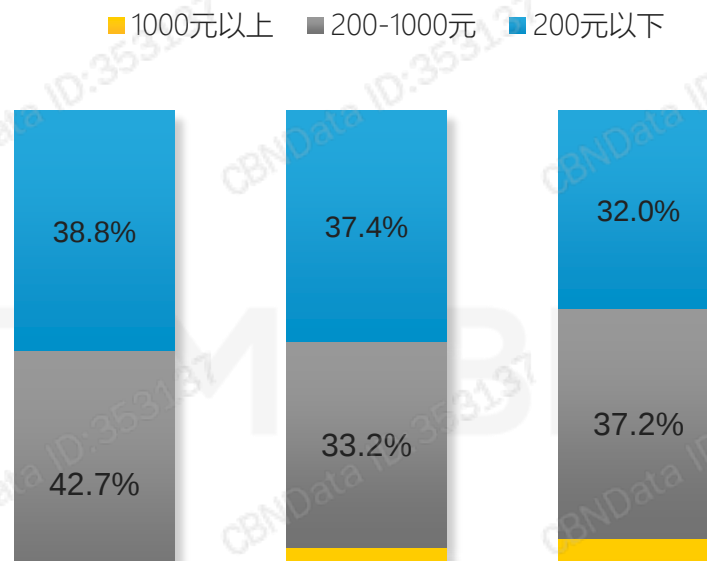
(接上页)

典型女性向节目IP人群 用户画像对比

城际分布



线上消费能力分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16819

