

快手创作者商业价值报告

卡思数据 × KWAI

KOI

VALUE





研究总结与发现 01

-  **短视频进入高光时刻：**月活跃用户规模8.21亿，人均月使用时长22小时；短视频生态已成熟且功能走向细分：综合型短视频平台的竞争已从“流量”过渡到“留量”阶段，围绕商业变现效率的竞争也进入提速阶段
-  从内容创作赛道上看，各平台KOL（粉丝量过10万的账号）整体增速已放缓，**创作者之间的“淘汰赛”已开启。**卡思数据洞察：对于广大内容创作者而言，**30万粉丝是存活下去的基础门槛，而300万粉丝则是其发展道路上最难跨越的“门槛”，**越过300万，前景利好
-  快手KOL的独特之处在于：二、三线城市创作者达60%，更贴合短视频整体用户画像，因而能结合用户真实需求产出更有温度的、有共鸣的内容；与此同时，**快手平台所崇尚“流量普惠”，也鼓励KOL勤奋创作，通过内容和直播双向链接用户，以沉淀优质私域流量**
-  分析2019年5月-7月增粉最快的1000个快手账号，发现：粉丝量在100万-300万的账号，成为增粉赛道中的王者，占据增粉最快的1000个账号的49.9%；分析这些账号，有六成来自MCN机构，以垂直账号为主，**垂类账号崛起也为广告主精准受众投放提供了落地条件**
-  基于快手KOL的成长背景差异，**卡思数据将快手KOL分为“原生型”和“新势力型”两类。**原生型KOL多为草根出身，且具有较强职业属性，社交颗粒更细；新势力型KOL多为MCN入驻快手平台，为快手创作者赛道注入的新鲜血液；
-  **截止2019年6月底，入驻快手MCN的数量已经突破1000家，涵盖多数头部机构的10000多个账号，覆盖不去重粉丝数18.5亿，**以时尚穿搭、美食、美妆、游戏类KOL占比最高



研究总结与发现 02

 在KOL之外，快手上活跃的KOC价值不容忽视：他们的内容拥有强商业属性和圈层影响力。

总结而言，**快手KOC的独特价值在于：**

- 有别于KOL，KOC产出的内容更贴近老铁真实环境；
- 粉丝多因职业、身份、兴趣等聚合，共同话题更多，直播间互动氛围更好；
- 虽不为“专家”，但在某个领域经验过人，深得老铁追随。快手KOC是品牌“可投放、可运营、可养成”的社群代言人对象

 **新一批快手带货强V正在快速崛起**，他们或通过内容，或通过标签人设建构和粉丝大型福利吸引粉丝，是快手带货界的扛把子。分析快手带货力最强的500个账号：从粉丝量来看，并非全集中于头部；从粉丝画像来看，直播间观众的女性占比更高，30岁以下年轻消费者是直播间的购买主力；带货品类呈集中状态，个护化妆，食品饮料和服饰鞋包类产品占比更高

 从快手KOL的粉丝画像上看：**以男性为主，30岁以下用户深度活跃，一二线城市日活跃用户已超过 6,000万**

 从各粉丝量级KOL粉丝的互动积极性上看，视频播赞比效果最好的为**粉丝量在300-500万区间的账号，这个梯队的KOL内容质量最稳定，是广告主进行红人原创视频合作的新选择**；从KOL发布视频的赞评比上看，头部KOL依然优秀，粉丝活跃程度更高

 基于快手创作者商业能力与其他短视频平台表现的差异，卡思数据联合火星营销研究院，给出了**针对快手各粉丝量级KOL的组合营销、投放节奏和内容玩法建议**，并从影响力、种草力、转化力3个方面，全面评估KOL商业价值

 **快手创作者商业价值本源-私域流量**。独特的分发机制，让**流量归于创作者**。与粉丝间的“半熟人”社交关系，让快手创作者拥有**更优质的私域流量价值，具备强大的粉丝影响力、互动性以及商业带货力**。私域流量所蕴含的高商业价值，让快手创作者能够更好地通过与客户的商业合作，实现高效变现

数据来源

Data sources

卡思数据

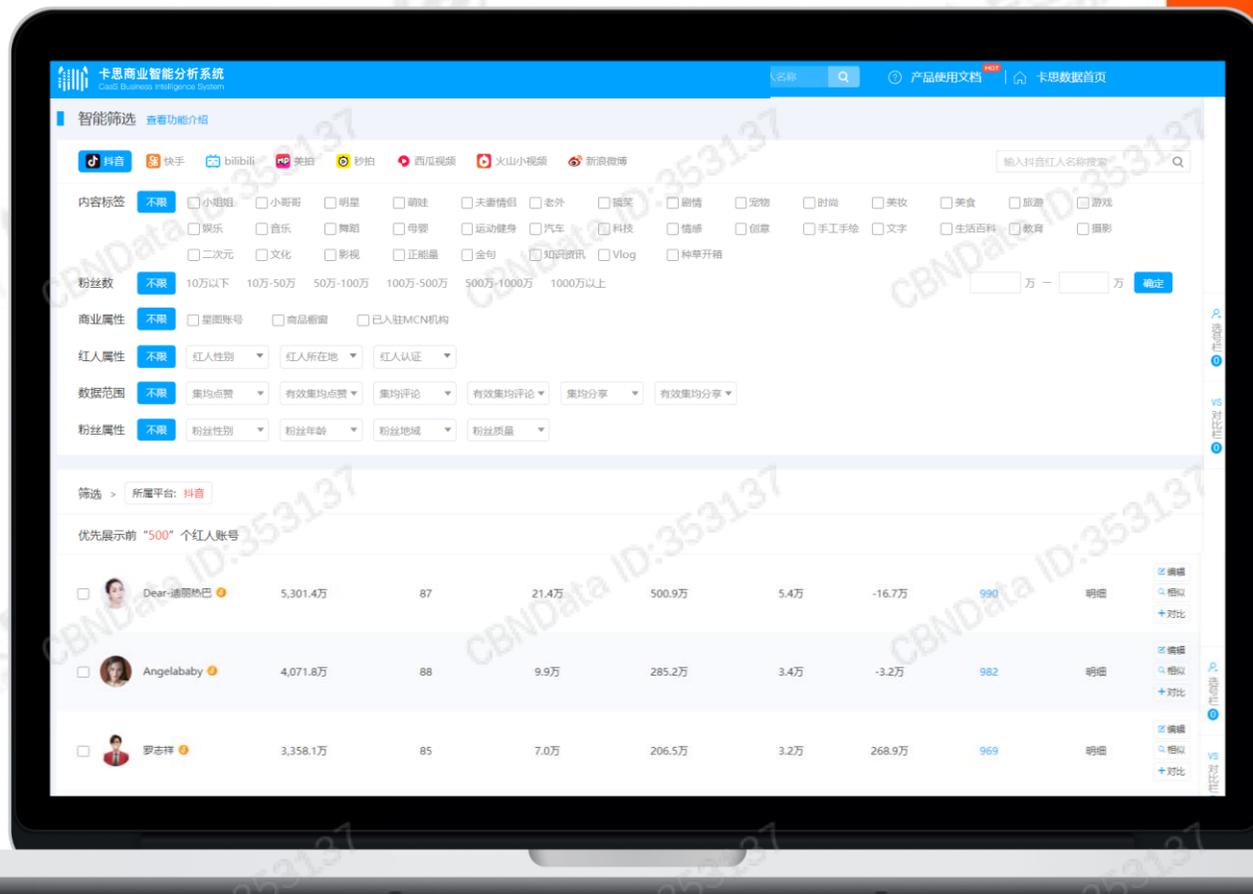
(www.caasdata.com)

是国内领先的视频全网数据开放平台，可支持多维度PGC/KOL数据查询、趋势分析、舆情分析、商业分析以及电商带货分析，并提供PGC/KOL背后的粉丝画像、粉丝兴趣和粉丝质量分析查询等。

依托于领先的数据挖掘与分析能力，卡思数据致力于为短视频内容创作机构在CRM管理、红人经纪、内容创作和用户运营方面提供数据支持；同时，为广告主的广告投放提供权威数据参考和更全面的商业价值考量，致

力于解决广告主投前KOL筛选和创意洞察、投中分钟级监测与优化、投后效果评估与建议等综合难题，并推出了商业化、工具化数据产品——卡思商业智能分析系统。

该报告中所使用的数据和结论，主要来源于卡思商业智能分析系统所采集到的7个短视频平台的KOL数据，也有对平台官方数据的整理，对业内资深人士的访谈。数据为卡思数据收录，不完全代表平台官方数据。火星营销研究院资深数据分析负责对以上内容给出专业分析和判断，并给出方法论整理和策略建议。



NEXT PAGE →



CONTENT

目录

前言 / 研究目的、数据来源、研究总结与发现

01 / 短视频行业进入“高光时刻”

02 / 快手创作者发展生态

03 / 快手创作者粉丝画像及价值解析

04 / 快手创作者营销玩法建议与典型行业投放偏好

NEXT PAGE →



PART.01

短视频行业进入 「高光」时刻

NEXT PAGE





短视频行业的“高光”时刻

短视频风头正茂，月活跃用户规模8.21亿，同比增速32.3%，与在线视频差距进一步缩小；从用户月均使用时长看，短视频月人均使用时长22小时，同比上涨8.6%，逐步“侵蚀”其他泛娱乐行业的使用时间，成为使用时长增量最快的细分领域。



数据来源：Questmobile短视频2019半年报告



短视频全景用户画像

相比于短视频全量用户画像，短视频用户中：**女性，24岁以下，生活在一线城市的用户活跃度更高**；而从用户地域分布上看，南方相对比北方用户更活跃；从活跃时间上看，呈现出周一到周日均匀活跃的现象，并没有出现明显的“周末效应”。

NEXT PAGE

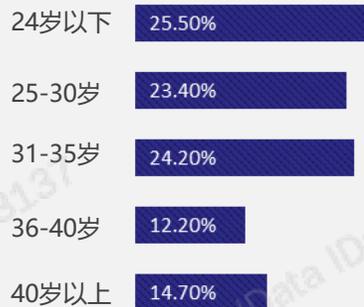
短视频全量用户画像

性别分布



52.60 : 47.40

年龄分布



短视频活跃用户画像

性别分布



48.33 : 51.67

年龄分布



TOP10省份占比



TOP10城市占比



活跃用户：指的是在短视频平台有参与过其他创作者视频互动（转、评、赞）的用户

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_17021



数据来源：今日头条数据