

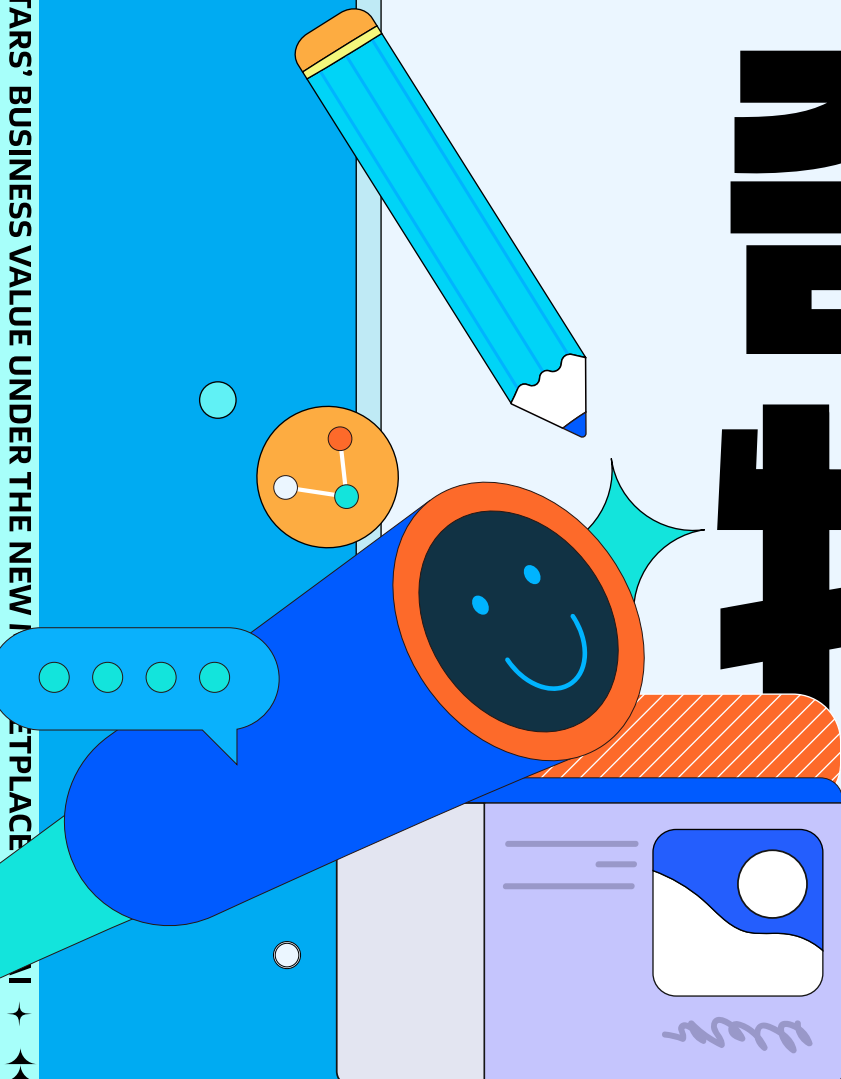
THE WHITE PAPER OF INTERNET STARS' BUSINESS VALUE UNDER THE NEW MEDIA ENVIRONMENT  
ETPLACE  
THE WHITE PAPER OF INTERNET

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



## 快手新市井

达人商业价值白皮书



# 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

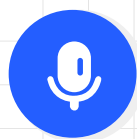


# 短视频成为用户心智聚集地， 达人营销价值不断攀升



短视频用户规模<sup>【1】</sup>

8.88 亿



网络直播用户规模达<sup>【1】</sup>

6.38 亿



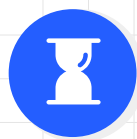
每天都会看短视频的网民近<sup>【2】</sup>

54 %



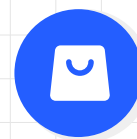
占网民整体的<sup>【1】</sup>

87.8 %



短视频人均单日使用时长<sup>【2】</sup>

125 分钟



电商直播用户规模为<sup>【1】</sup>

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)

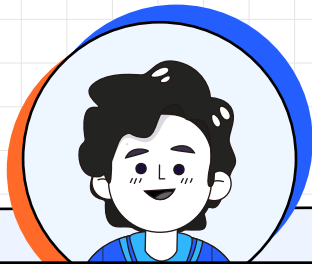
数据来源：【1】CNNIC《第48次中国互联网络发展状况统计报告》

【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

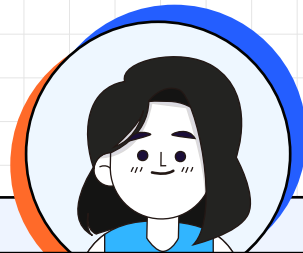


## 广告主营销需求升级

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

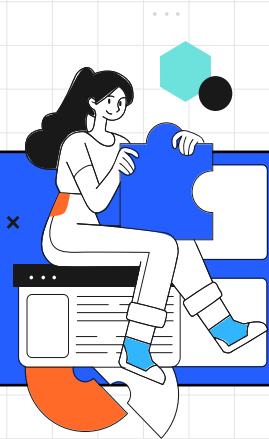
### 内容能力

- 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

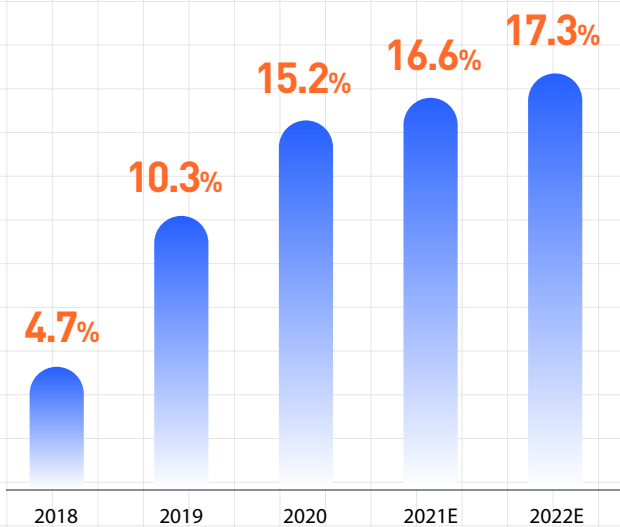
# 达人商业市场容量逐年扩大， 成为广告主营销“推手”



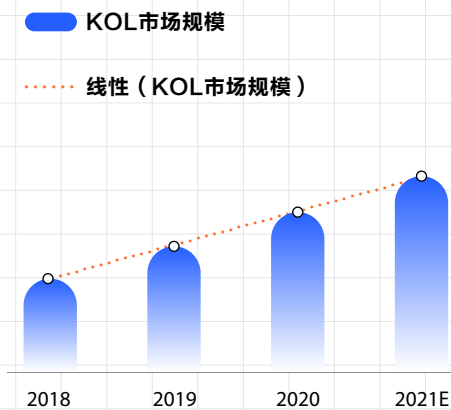
超 **62%**<sup>[1]</sup> 的广告主在2021年将社会化营销重点放在短视频及KOL推广

快手平台品牌广告商  
数量同比增幅

**近4倍**<sup>[2]</sup>



典型媒介广告中短视频广告市场份额占比变化情况<sup>[3]</sup>




近三年KOL整体投放市场规模变化<sup>[4]</sup>

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

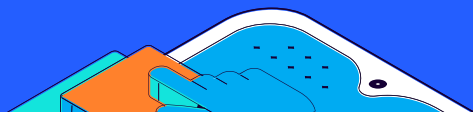




# 02 生态

## 新市井下的快手内容生态

THE CONTENT ECOLOGY OF KWAI UNDER  
THE NEW MARKETPLACE



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\\_38263](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38263)

