

重塑价值

2021年KOL发展年报

克劳锐指数研究院 2022-04

目录

CONTENTS

01 2021行业发展大事记

02 发展变化中的KOL生态

03 KOL发展趋势洞察

01 2021行业发展大事记



平台生态升级、进化，支持KOL更多商业可能



抖音电商**DREAM UP计划**
激发达人事业无限可能



快手电商**新市井商业**达人三大特
征**关系铁、会整活儿、烟火气**



聚焦四个专注，帮助KOL实现**影响
力、商业价值、社会价值多重提升**

商业赋能、价值提升、生态进化



以KOL为媒介、内容为载体构建
B2K2C模式，发挥营销价值



花火平台赋能商业内容产出
提升KOL品牌合作效率



快速迭代开放直播、带货等功能
成为**微信生态的“流量枢纽”**

KOL身份多元，多样内容涌现，社会责任逐步提升

新时代青年

从学校走向社会
展现硬核科技的浪漫



老师好我叫何同学

返乡青年

以短视频“建设”家乡
激励更多人参与乡村振兴



张同学

公益主播

宣传反诈知识
拓展政务传播新渠道



反诈老陈

物理教授

同济大学物理教授
将晦涩知识寓教于乐



不刷题的吴姥姥

虚拟数字人

元宇宙加持破圈
“永不塌房”



柳夜熙

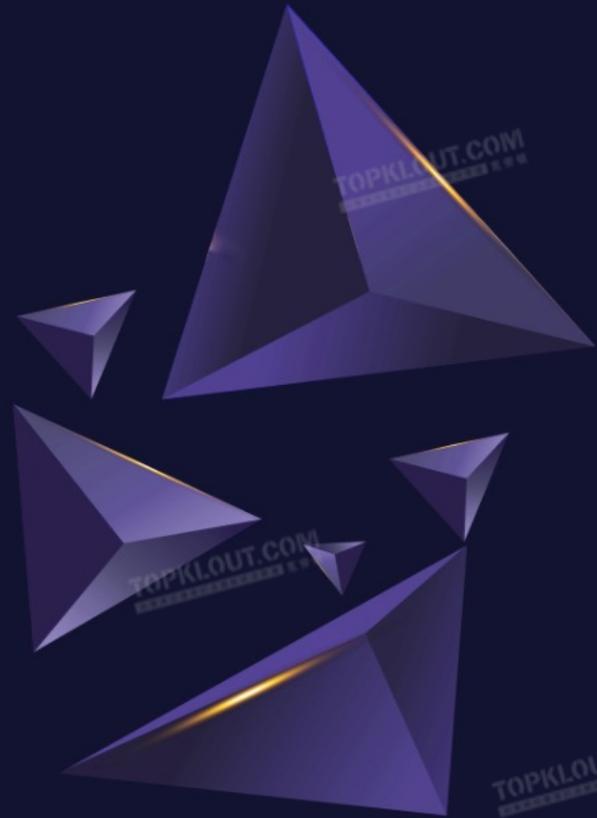
行业规范发展，多项标准和管理办法进入应用阶段

互联网营销师国家职业技能标准出台
“严控质量”被写入其中的职业守则中

七部委联合发布《网络直播营销管理办法（试行）》
明确直播营销活动红线，促进新业态健康有序发展



02 发展变化中的KOL生态



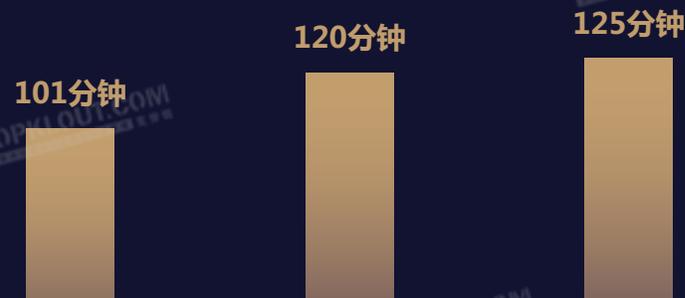
短视频用户规模红利“见顶”，日均使用时长超2小时

- 第49次《中国互联网发展状况统计报告》显示，中国短视频用户规模已到达9.34亿，纵观2019-2021三年数据，短视频用户增速放缓，用户规模红利逐渐“见顶”。短视频已成为社交内容中的重要形式，用户日均使用时长超过2小时。

2019-2021短视频用户规模



2019-2021短视频用户日均使用时长



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_40724

