

2020年Q3

最具社交影响力KOL盘点

【克劳锐出品】

2020.11

研究说明

研究平台

报告选取微博、抖音、快手、小红书、B站涨粉量TOP-1000 KOL以及粉丝量TOP-1000 KOL进行研究，分析各平台热门垂类中社交影响力较高的KOL特点和玩法，重点分析微博、抖音、快手三个平台最具社交影响力的TOP-10 KOL及其特点

研究数据

微博、抖音、快手、B站、小红书五个平台粉丝增量TOP-1000 KOL、粉丝量TOP-1000 KOL，数据维度包括账号名称、粉丝量、粉丝增量、所属垂类、互动量（转、评、赞、收藏等）、内容更新数量、周平均内容更新频率

数据周期：报告中如无特殊说明，数据统计时间均为2020.7.1-9.30

数据来源：克劳锐指数研究院

目录

CONTENTS

1. 2020年Q3各平台热门垂类盘点

2. 2020年Q3微博、抖音、快手最具社交影响力KOL盘点

3. 2020年Q3各平台大动作盘点

4. 附录

/01

2020年Q3各平台热门垂类盘点

- 抖音、快手、微博、小红书、B站的热门垂类涨粉情况、互动情况、内容更新情况盘点
- 各平台热门垂类头部KOL代表案例

抖音、快手涨粉量大的KOL集中于幽默搞笑和游戏垂类



抖音2020年Q3涨粉量TOP-1000 KOL所属垂类占比



抖音涨粉量高的KOL多分布于幽默搞笑、游戏、美女帅哥领域



快手2020年Q3涨粉量TOP-1000 KOL所属垂类占比

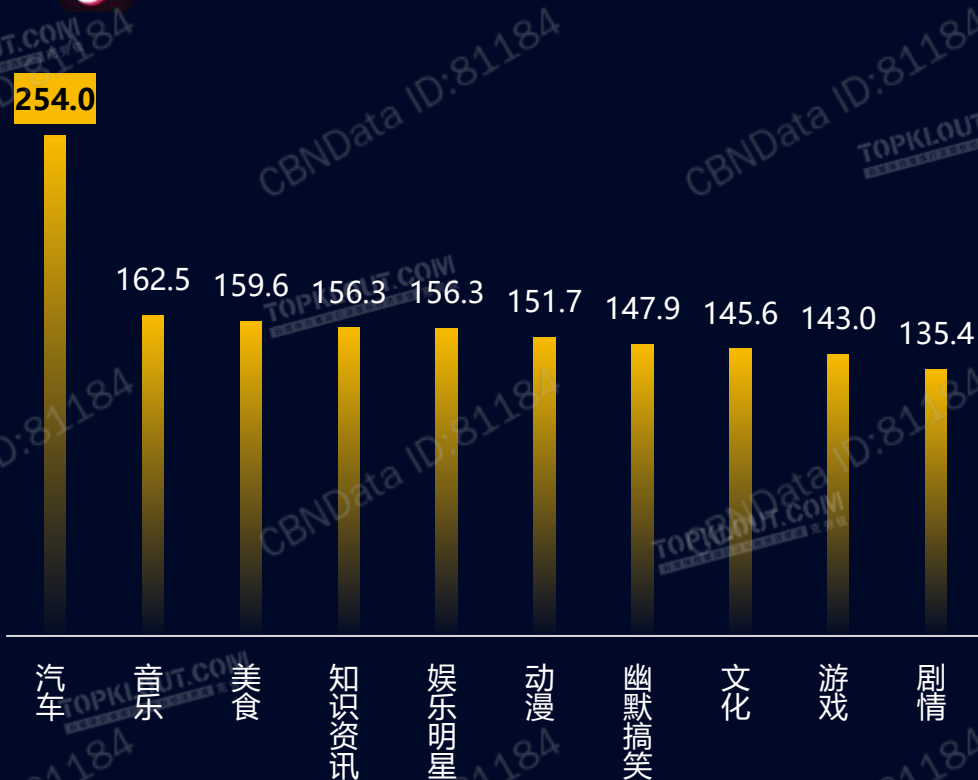


快手涨粉量高的KOL仍集中于游戏、幽默搞笑、美食、音乐领域

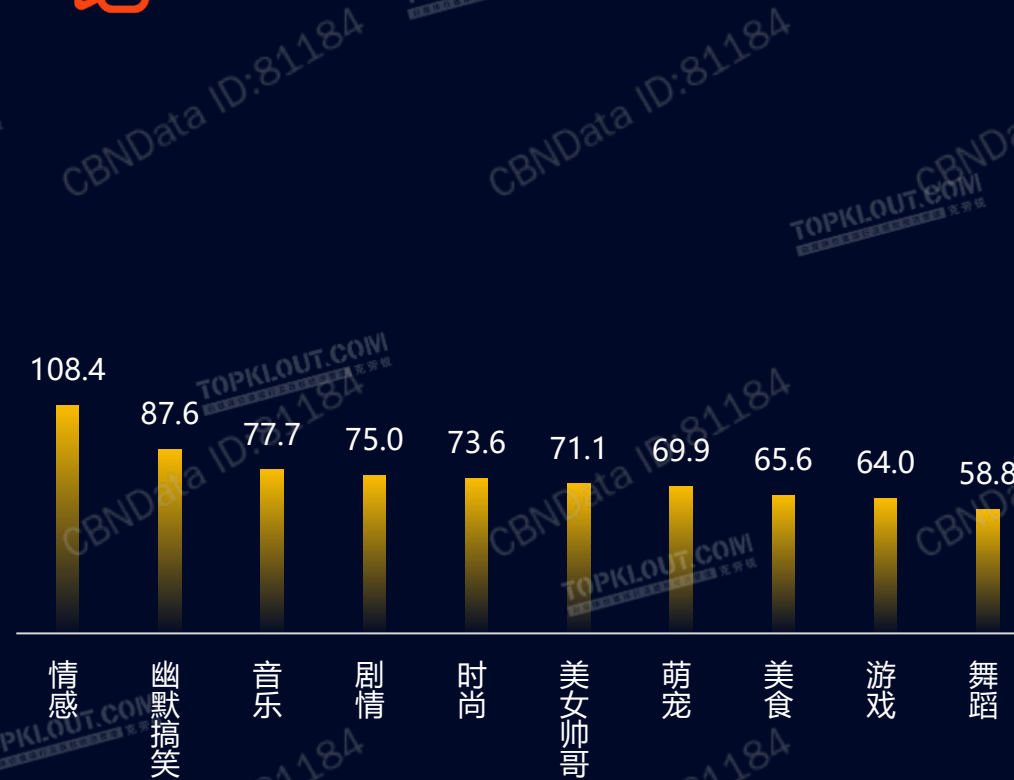
抖音泛生活类内容引关注，汽车类账号涨粉量大，快手泛娱乐类内容受追捧



抖音2020年Q3部分垂类KOL平均涨粉（万）



快手2020年Q3部分垂类KOL平均涨粉量（万）



数据来源：克劳锐指数研究院
数据周期：2020-7-1至2020-9-30

抖音用户爱互动，快手创作者热情高

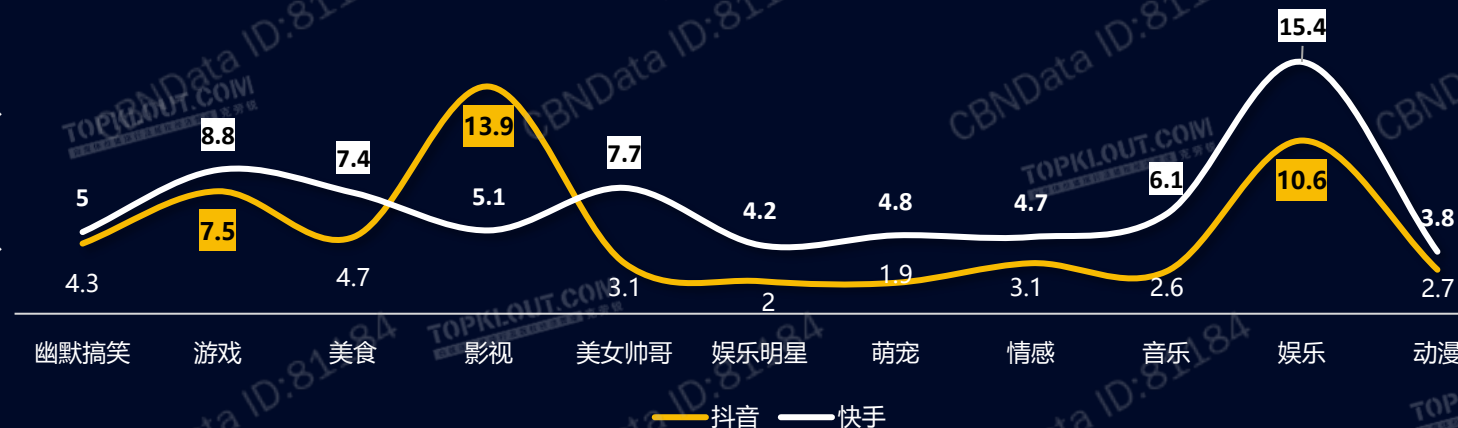
抖音、快手2020年Q3热门垂类平均单条内容互动量 (万)



- 高颜值的全屏视频具有视觉吸引力，大量明星驻扎，激发抖音用户的互动热情
- 动漫类内容更能引起快手用户互动行为

抖音、快手2020年Q3热门垂类KOL周平均内容发布频率 (次)

- 快手更新频率高的垂类包括娱乐、游戏、美女帅哥、美食、音乐
- 抖音更新频率高的垂类包括影视、娱乐、游戏



代表案例：@周同学 – 超强明星IP，极强号召力触达大众市场



@周同学

快手粉丝：**3009.8万** 垂类：**明星**

Q3增粉：**879.1万** 克劳锐指数：**95.25**



独家短视频平台具有稀缺性和话题性

周杰伦作为顶流超人气国民偶像，其首个中文社交媒体、直播首秀、全部歌曲的短视频平台版权，只在快手



大量铁粉感情深，迅速实现冷启动

“一代人的青春记忆”，对于明星深层次的情感寄托使得粉丝自愿转化为快手用户



粉丝年龄层跨度大，大众用户潜力被激活

国民偶像知名度高，歌迷粉丝年龄层横跨几代人，超强的个人IP释放大众用户和下沉市场中巨大的流量

代表案例：@彭十六elf – 靠高颜值和创意内容成功圈粉



@彭十六elf

抖音粉丝：**3375.2万** 垂类：**美女帅哥**

Q3增粉：**380.8万** 克劳锐指数：**94.44**



🎧 高颜值的视听盛宴，迅速吸睛

超高的颜值、精致的妆容和服装、酷炫的特效，快速吸引眼球；用抖音热曲作背景音乐吸引用户驻足，对口型视频将本人气质和制作精良的声音乐素材完美结合

🔄 造型多变，新鲜感十足

变身换装视频有创意，古风、帅酷、萝莉、青春校园等造型多变，不断制造新鲜感，促使用户持续关注

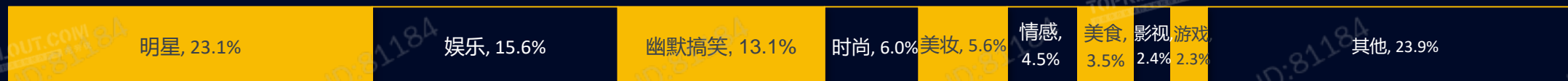
📱 账号矩阵实现粉丝积累和导流

彭十六账号矩阵中的@彭十六的日常 和 @彭十六的小棉袄 均已积累百万粉丝，从多视角展示彭十六的拍摄花絮和生活日常，为主账号导流，增强主账号的影响力

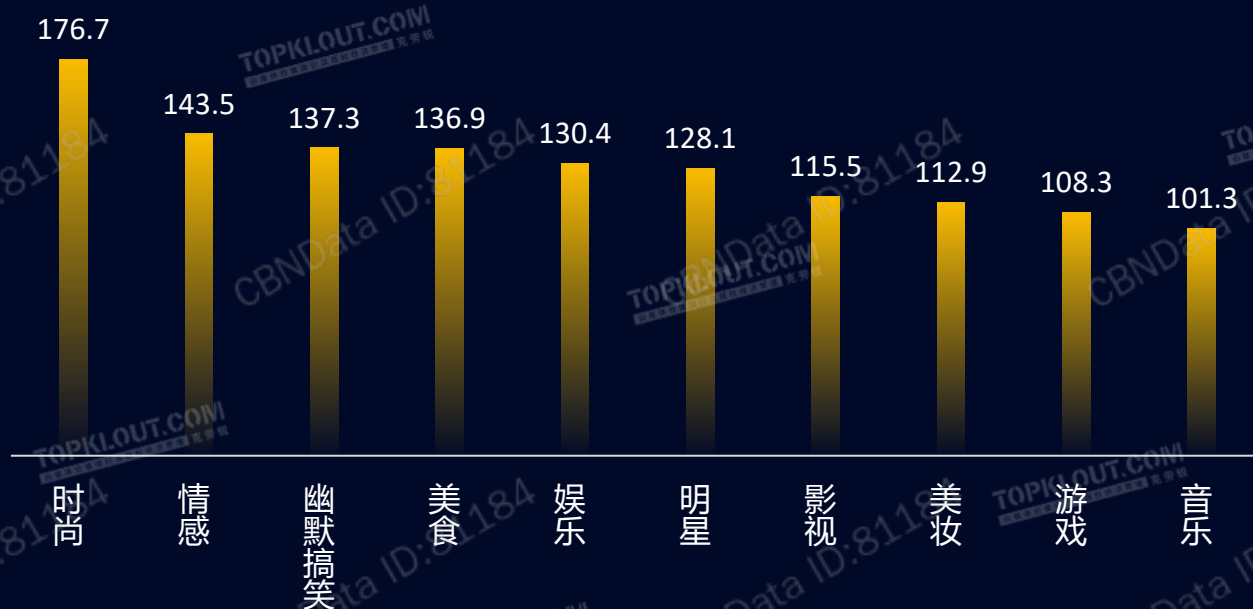
微博：用户兴趣在泛娱乐领域加深



微博2020年Q3涨粉量TOP-1000 KOL所在垂类占比



微博2020年Q3热门垂类KOL平均涨粉量（万）



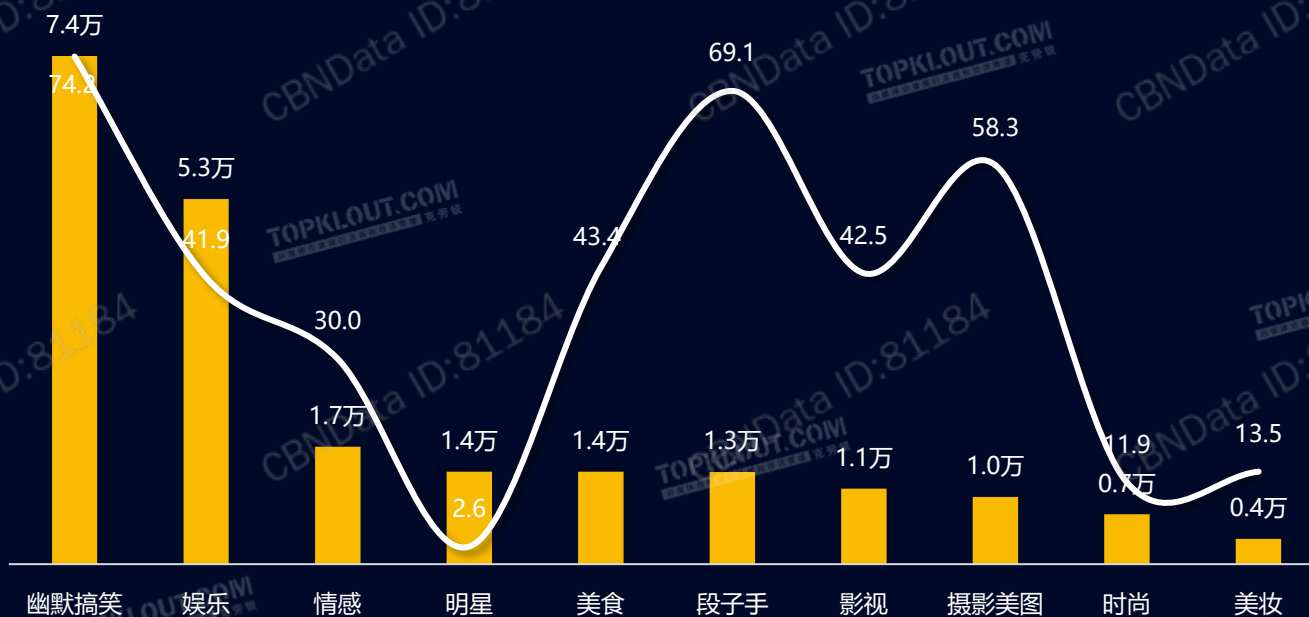
- 微博仍然是**明星**扩大影响力和粉丝追星的主战场
- **泛娱乐**领域创作者最受关注

微博：明星声量+流量“双高”，泛娱乐类内容产量大



微博2020年Q3热门垂类发博数情况

■ 发博数 — KOL周平均发布频率



微博平均单条内容互动数 (万)



- 微博依旧是**明星**大事件热议阵地
- **幽默搞笑、娱乐类**内容受创作者青睐

数据来源：克劳锐指数研究院
 研究范围：微博粉丝量TOP-1000 KOL
 微博互动数=转发数+评论数+点赞数
 数据周期：2020-7-1至2020-9-30

小红书：明星涨粉量最大，生活方式类内容吸睛

小红书

小红书2020年Q3涨粉量TOP-1000 KOL所属垂类占比



小红书2020年Q3热门垂类KOL平均涨粉量（万）



- 小红书涨粉量大的KOL集中于**美妆护肤、时尚领域**
- **明星**在小红书成**流量收割机**
- 去美妆化的**多元种类内容**圈粉势头强

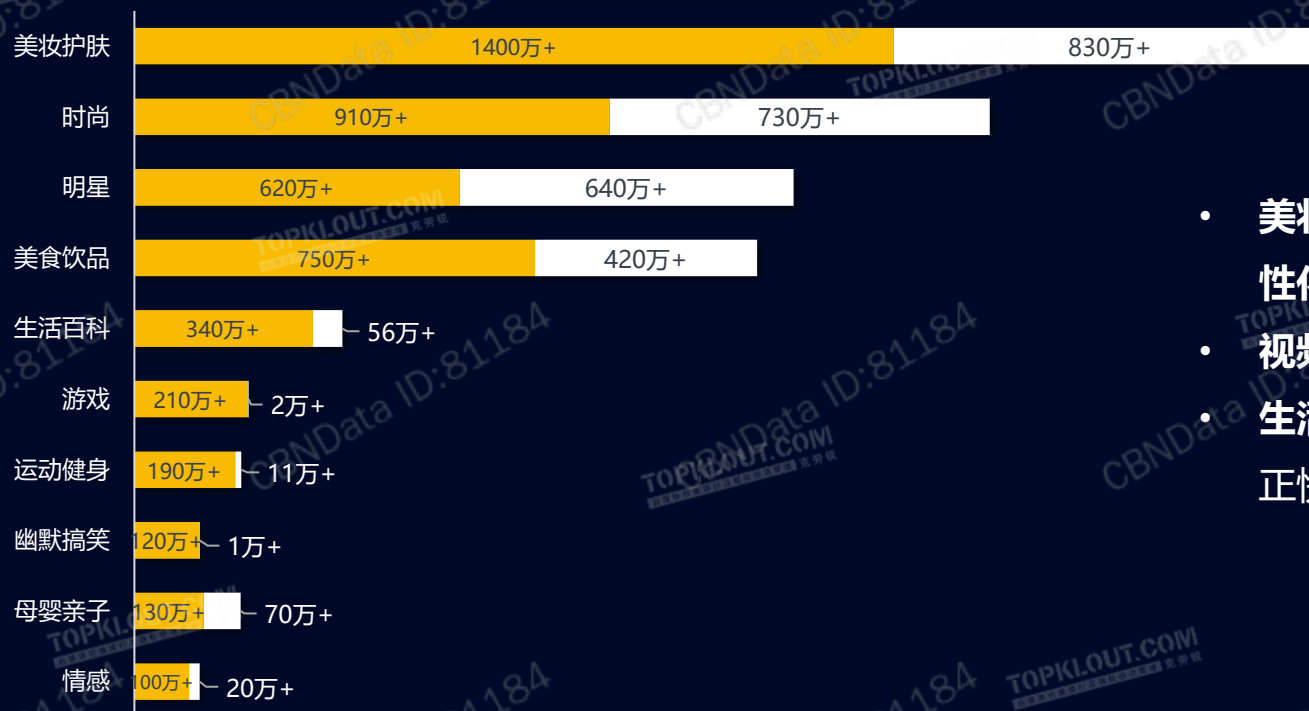
数据来源：克劳锐指数研究院
数据周期：2020-7-1至2020-9-30

小红书：美妆内容消费占主体，视频内容更受欢迎，去美妆化垂类发展快

小红书

小红书2020年Q3热门垂类互动情况

■ 视频互动数 ■ 笔记互动数

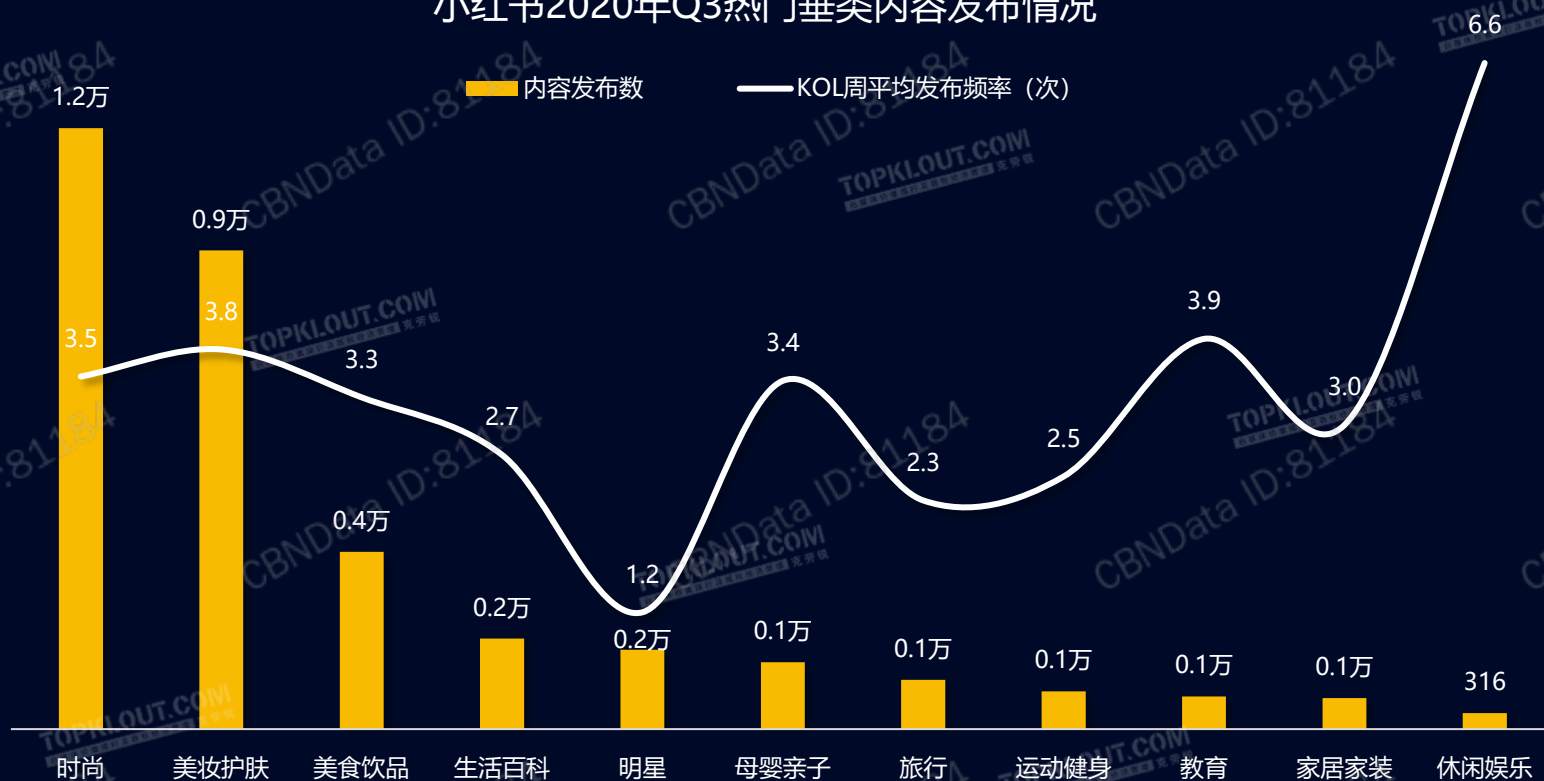


- 美妆护肤类内容最易调动用户活跃互动，平台女性化特征仍显著
- 视频内容更受用户青睐，尤其是美妆护肤视频
- 生活百科、游戏、幽默搞笑、情感类视频内容，正快速激发用户参与的热情

数据来源：克劳锐指数研究院
 研究范围：小红书粉丝量TOP-1000 KOL
 小红书互动数=点赞数+评论数+收藏数
 数据周期：2020-7-1至2020-9-30

小红书：颜值即正义，小红书成追星新阵地

小红书2020年Q3热门垂类内容发布情况



小红书

- 高颜值类的女性化内容仍是小红书内容生态的中流砥柱
- 明星更新频率低，传播力强
- 休闲娱乐类内容接近日更

数据来源：克劳锐指数研究院
研究范围：小红书粉丝量TOP-1000 KOL
数据周期：2020-7-1至2020-9-30

代表案例：@赵露思 – 热播影视剧引流，社交资产迅速提升



@赵露思

小红书粉丝：**520万**

垂类：**明星**

Q3增粉：**102.6万**

克劳锐指数：**98.32**



内容有趣养眼，多面形象惹人爱

拍戏日常、生活点滴、养猫心得、护肤经验等内容种类丰富，多维度激发粉丝兴趣点，多角度制造讨论话题



自用平价好物安利，拉近与粉丝距离

产品介绍方式活发生动，上脸亲测提升真实感，价格亲民易圈粉

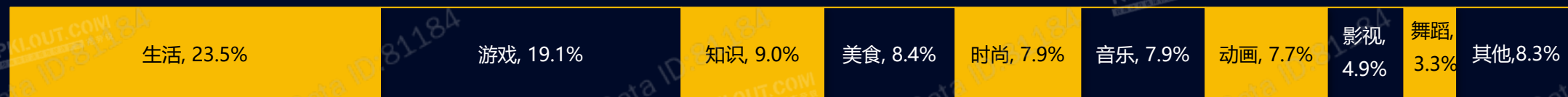


热播网剧引人注目，迅速曝光

《我，喜欢你》《传闻中的陈芊芊》热播影视剧迅速走红，辨识度高，频上热搜，引发关注

B站：兴趣圈层更加丰富，涉及生活、知识、美食、数码、影视

bilibili B站2020年Q3涨粉量TOP-1000 KOL所属垂类占比



B站热门垂类KOL平均涨粉量 (万)



- B站涨粉量大的KOL集中于**生活**和**游戏**领域
- **知识类**KOL涨粉快，通过接地气的方式讲解高深的知识，激发用户对非学术类知识的兴趣

B站：活跃的社区互动氛围向非二次元的垂类扩展



B站热门垂类单条视频平均互动量（万）



B站热门垂类单条视频平均弹幕数（条）



- 鬼畜、二次元仍是B站活跃社区氛围的底色
- 受益于B站得天独厚的活跃社区环境，非ACG类的up主正在收获粘性大、热衷主动参与、忠诚度高的用户

数据来源：克劳锐指数研究院

研究范围：B站粉丝量TOP-1000 KOL

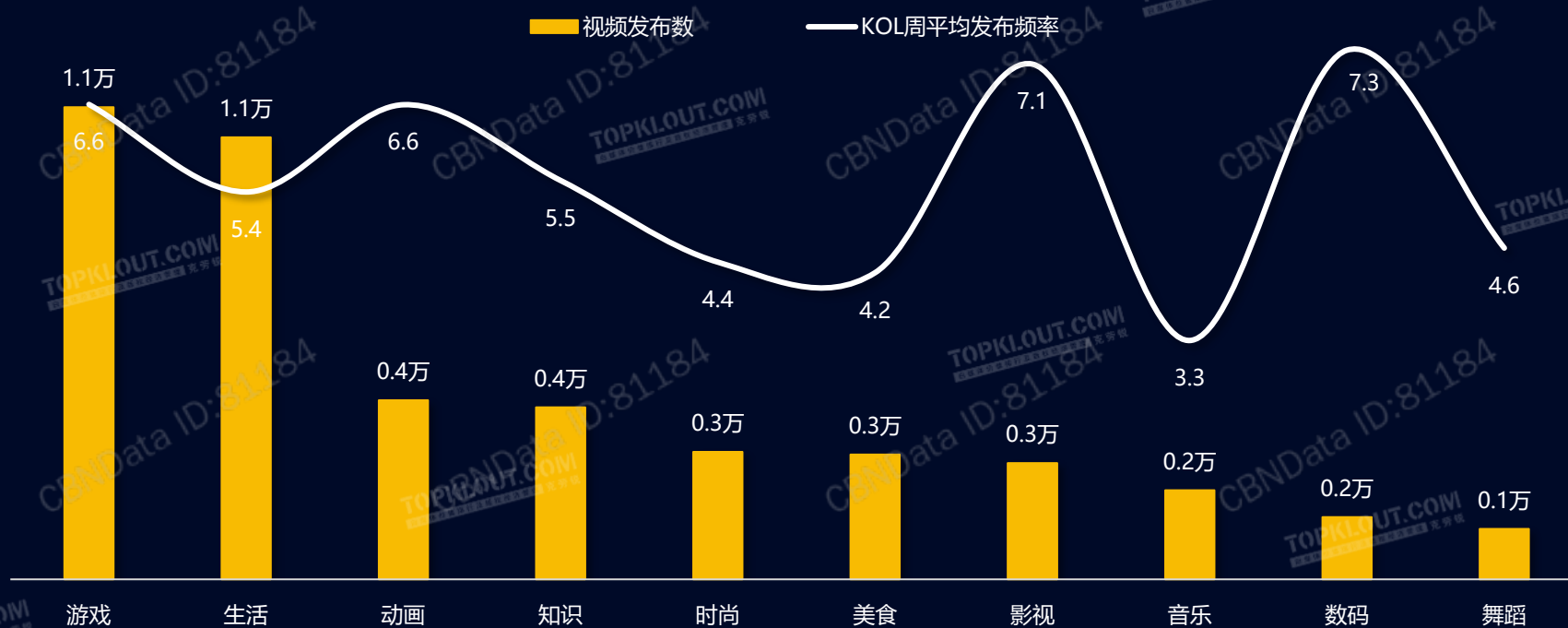
B站互动量=点赞量+评论量+分享量+投币量

数据周期：2020-7-1至2020-9-30

B站：年轻用户热衷参与，促使游戏类和生活类up主“高产”



B站2020年Q3热门垂类内容发布情况



数据来源：克劳锐指数研究院
研究范围：B站粉丝量TOP-1000 KOL
数据周期：2020-7-1至2020-9-30

代表案例：@卢正义的雕刻时光 – “喜欢二次元的老人” 实力吸粉



@卢正义的雕刻时光

B站粉丝：**131万**

垂类：**生活**

Q3增粉：**34.7万**

克劳锐指数：**94.78**



✔ “反差萌” “受关注”

72岁爷爷被亲切称为“小卢”，传统木雕展示潮流文化，老爷子玩转年轻人喜爱的二次元

👍 高手在民间，高超技艺引围观

硬核的手艺+精致的做工，用户直呼“厉害”“想学”，解压治愈的雕刻过程令人倍感舒适

👤 符合平台调性，直击用户心头好

卢正义雕刻的手办与热衷于二次元的B站用户的喜好高度相符

代表案例：@罗翔说刑法 – 通俗易懂的“普法”，幽默又有梗



@罗翔说刑法

B站粉丝：**1017.7万** 垂类：**知识**

Q3增粉：**33.3万** 克劳锐指数：**97.02**



⚡ 讲解风格幽默易懂，降低用户观看门槛

举例生动形象，法律知识深入浅出，用户易于接受，非法学专业的用户都可以听得津津有味

💬 有梗引调侃，活跃气氛激发用户主动参与

视频中常出现的案例主角“法外狂徒张三”成为其他up主进行衍生创作的素材，并与罗翔高调互动；罗翔“战术摊手”也成弹幕热梗

🕒 内容有时效性，更新频繁，用户粘性大

内容紧贴时下热点与社会关注焦点，立意有高度，引人深思，每周平均更新4条视频，用户记忆强

克劳锐洞察

抖音

- 随着消费线上化加强，线下营销场景关联大的行业借助抖音打通全场景营销的潜力巨大
- 打入下沉市场，用户增量潜能大，用户画像更为丰富，致使抖音用户生态更为活跃

快手

- 快手加码运营，引导内容方向，吸引对游戏和动漫有内容消费需求的高线城市用户，快手“老铁”氛围中的内容生态被渐渐补足、扩大
- 娱乐属性强的内容更符合快手用户的兴趣所在，同时也是快手创作者最为活跃的领域

微博

- 微博上明星带动的粉丝效应势能依旧强劲，泛娱乐类大V的影响力持续扩大
- 娱乐、幽默搞笑、情感类这些能在情感上对用户进行触动的内容品类，受用户关注度高，也是创作者着重发力的几大垂类

小红书

- 美妆类和女性化突出的内容，仍是小红书内容生态和创作生态的主体
- 视频化速度快，去美妆标签的多元垂类与抖音快手有重合的态势
- 多元垂类内容创作者围绕“精致、高颜值、实用”进行内容生产，更易在小红书扩大社交影响力

B站

- 拥抱更多圈层的用户、商业化加速、内容品类更加多元化，核心用户对B站出圈的接受度和包容度值得衡量，增量同时还需“留”量
- B站开放营销投放，up主与用户的紧密抱团关系使B站up主商业价值极高，是营销蓝海

/02

微博、抖音、快手最具社交影响力KOL盘点

- KOL社交影响力综合评估体系
- 微博、抖音、快手最具社交影响力TOP-10 KOL盘点
- 2020年Q3 KOL社交影响力要素洞察

社交影响力：KOL社交营销价值的重要体现

粉丝数

活跃粉丝数

阅读量

播放量

点赞量

评论量

转发量

分享数

收藏量

内容发布数

社交影响力

综合实力展现

粉丝力

创作力

传播力

互动力



体现KOL在各平台上的**社交资产沉淀**与影响力



显示KOL对**用户参与度和活跃度**的调动力



反映KOL通过社交平台**扩大传播力**的能力



展现KOL**占据用户心智**的能力



衡量KOL**自身声量**

微博2020年Q3最具社交影响力TOP-10 KOL



排名	名称	所属垂类	克劳锐 社交影响力指数
1	微博搞笑排行榜	段子手	95.58
2	李佳琦Austin	美妆	94.52
3	李子柒	美食	94.30
4	papi酱	幽默搞笑	93.67
5	思想聚焦	文化	93.16
6	回忆专用小马甲	段子手	92.35
7	韩国me2day	娱乐	92.24
8	薇娅viyaaa	时尚	92.07
9	日食记	美食	91.92
10	新剧不能停	影视	91.91



@papi酱



@李佳琦Austin



@李子柒



@薇娅viyaaa

头部KOL人设独特鲜明，用户记忆点深刻，个人IP影响力大，直播带货持续曝光，具有话题属性，号召力强

数据来源：克劳锐指数研究院

克劳锐社交影响力指数说明：基于微博粉丝数，播放数，互动数等基础运营指标综合得出

代表案例：@李佳琦Austin - 带货与微博深度绑定，关注度持续走高



@李佳琦Austin

微博粉丝：2165万

垂类：美妆

Q3增粉：109万

克劳锐指数：94.52



独特人设，具有标志性

招牌式的“Oh my god”、“买它买它”深入人心，战胜马云的口红一哥的令人印象深刻



话题属性突出，造梗能力强，频上热搜

直播观看人数过亿、直播间送奢侈品等极具话题属性；#冲啊尾款人#激发消费者共鸣，引热议调侃；金靖做客造梗#李佳琦带了喇叭金靖带了锣#，制造出脱离带货环境也可传播

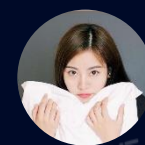


微博的强互动属性助推主播的影响力

充分利用微博中多种互动及抽奖玩法，直播带货为微博引流，通过礼品红包等鼓励用户在微博深度互动，微博上的热度为KOL影响力及直播带货造势

抖音2020年Q3最具社交影响力TOP-10 KOL

排名	名称	所属垂类	克劳锐 社交影响力指数
1	一禅小和尚	动漫	96.20
2	陈翔六点半	幽默搞笑	96.16
3	一条小团团OvO	游戏	95.37
4	祝晓晗	幽默搞笑	95.02
5	大狼狗郑建鹏&言真夫妇	幽默搞笑	94.84
6	彭十六elf	美女帅哥	94.44
7	疯狂小杨哥	幽默搞笑	94.28
8	涂磊	情感	93.73
9	AG超玩会梦泪	游戏	93.60
10	张大仙	游戏	93.53



@祝晓晗



@大狼狗郑建鹏
&言真夫妇



@疯狂小杨哥

头部KOL以幽默搞笑为主，内容具有“剧情+”属性，贴合生活的内容好理解，受众范围广，KOL形象辨识度高，记忆点独特

数据来源：克劳锐指数研究院

克劳锐社交影响力指数说明：基于抖音粉丝数，播放数，互动数等基础运营指标综合得出

代表案例：@疯狂小杨哥 – 人物标签化、恶搞有笑果，引发期待



@疯狂小杨哥

抖音粉丝：**3886.4万** 垂类：**幽默搞笑**

Q3增粉：**875.4万** 克劳锐指数：**94.28**



人设鲜明，易形成深刻的记忆点

爱打游戏屡遭恶搞的小杨哥、喜欢整蛊的大杨哥、网瘾越来越强的老爸、严厉的老妈，一家人各有特点，具有戏剧性。视频中的道具奇特有创意，也成为用户调侃的话题

家庭喜剧幽默搞笑，观看门槛低

恶搞、整蛊元素被发挥的淋漓尽致，成为笑果的来源，创作力强；网瘾少年打游戏频频受阻，有类似爱好的用户易激起共鸣

固定时间更新，培养用户观看习惯

每周六11点更新，粉丝期待程度高，粉丝甚至形成准时等待视频更新的习惯，致使粉丝粘性大，忠诚度高

快手2020年Q3最具社交影响力TOP-10 KOL

排名	名称	所属垂类	克劳锐 社交影响力指数
1	辛有志 辛巴 818	音乐	98.81
2	白小白	音乐	97.19
3	牧童♡和平精英-童家堡	游戏	96.80
4	散打哥	正能量	96.45
5	二驴的晚十点	生活记录	96.17
6	小伊伊	舞蹈	95.55
7	AG超玩会王者梦泪	游戏	95.45
8	浪胃仙	美食	95.45
9	初瑞雪 勿忘初♡	音乐	95.43
10	猫妹妹🐱	美食	95.27



@散打哥



@白小白



@辛有志 辛巴 818

头部KOL带货能力强，人设与内容江湖气质浓，契合平台调性，老铁粉丝情感链接深，用户粘性大

数据来源：克劳锐指数研究院

克劳锐社交影响力指数说明：得分基于快手粉丝数，播放数，互动数等基础运营指标综合得出

代表案例：@猫妹妹 - 深耕美食垂类，符合平台调性



@猫妹妹 

快手粉丝：**3645.2万** 垂类：**美食**

Q3增粉：**80.4万** 克劳锐指数：**95.27**



深耕美食领域，助力粉丝沉淀

猫妹妹专注美食带货、吃播、食品饮料测评和种草，深耕美食垂类，有助精准触达用户，为直播带货引流

吃播中通过反差制造话题点

猫妹妹外表娇小可爱，饭量却惊人，形象与饭量不符从而制造反差，激发用户好奇心，吸引用户观看

辛巴家族受快手老铁喜爱

猫妹妹是辛巴徒弟，辛巴家族自带话题属性，有助猫妹妹积累热度，辛巴家族KOL在快手处在头部位置，深受快手用户喜爱

品牌合作代表案例：YeeHoo英氏 X papi酱



@papi酱

微博粉丝：**520万**

垂类：**幽默搞笑**

Q3增粉：**102.6万**

克劳锐指数：**93.67**



2020年9月7日，papi酱正式宣布回归。翌日，YeeHoo英氏官宣papi酱为品牌代言人

🔍 长期粉丝沉淀，KOL自身声量加持

长期以来所积累的大量粉丝与KOL之间存在深层次的情感链接，粉丝愿意接受她的恰饭行为与广告推广

🧠 品牌调性与KOL人设高度契合

papi酱作为新手母亲+独立女性，与品牌调性和目标消费群体高度契合

🔥 品牌借KOL话题热度成为关注焦点

papi酱强势回归，微博话题阅读量达5亿，微博互动数超过562万，话题热度极高，复出后的第一个代言成为粉丝关注的焦点，吸引大波流量

品牌合作代表案例：九州仙剑传 X @疯狂小杨哥



@疯狂小杨哥

抖音粉丝：**3886.4万** 垂类：**幽默搞笑**

Q3增粉：**875.4万** 克劳锐指数：**94.28**



疯狂小杨哥的视频中多次推广游戏“九州仙剑传”，该游戏在视频中由大杨哥介绍为“评论区中领福利的游戏”

广告推广衔接自然，用户接受度高

视频内容与广告植入之间的过渡平滑不突兀，“可以领福利的游戏”巧妙地融入到剧情中，同时突出产品特点

产品调性与KOL人设契合，精准触达用户

疯狂小杨哥在视频中的人设是沉迷游戏的网瘾少年，与产品属性高度匹配，视频中的游戏相关剧情精准触达游戏玩家，助力品牌精准触达用户

粉丝专属福利，加速导流

为粉丝提供小杨哥专属现金福利，利用KOL自身口碑，为产品积累好感度，加速KOL粉丝向产品用户的转变

KOL扩大社交影响力的要素洞察

打造个人品牌、把握平台调性、优化内容创意、强调用户参与

@辛有志 辛巴 818
农民的儿子激发快手老铁共鸣



@欧阳娜娜
日常好物分享满足小红书用户种草需求



@毒角SHOW
变粉丝为“毒角SHOW分角”，让用户主动为自己代言



@罗翔说刑法
视频中的“张三”为粉丝提供创作灵感



契合平台调性，了解平台用户习惯，将粉丝价值最大化

平台

鼓励用户从被动观看者转化为主动给创作者打call的传播者

用户

KOL

找准自身定位，独特的KOL个人IP打造差异化，更易提高用户粘性

内容

大众易接受的内容题材中增加戏剧性、可看性、趣味性，有助快速攻占大波流量



@我是田姥姥
常被恶搞的国民姥姥、“田式突突枪”



@李佳琦Austin
口红一哥、人间唢呐、“oh my god”金句频出



@疯产姐妹
沙雕、互怼元素有趣味，表演真实不做作



@papi酱
取材日常生活，有温度，有思考，有笑果

/03

2020年Q3各平台大动作盘点

- 抖音、快手、微博、西瓜视频、小红书、微信视频号、B站

抖音：强化社交，完善抖音内电商生态



种子计划 新商家政策

7月、8月新商家政策强势助力小店

帮助新商家尽快扎根抖音电商阵地，强势助力抖音小店



培训指导与亿级流量补贴**三农**，鼓励乡村景象、美食、手工艺、农业科技和丰收果实的内容创作



将音乐与短视频+直播的内容场景进行深层次融合，**长期扶持音乐人**，优化内容生态



宣布抖音直播间不再支持第三方电商平台链接，**打造抖音内电商交易闭环**



全新的日记模式上线

👉 每日瞬间 🕒 快速发布 📁 聚合展示

马上试试

日记功能上线：好友圈内分享仅一天可见的短视频，强化以短视频为介质的**社交功能**

2020.7月中

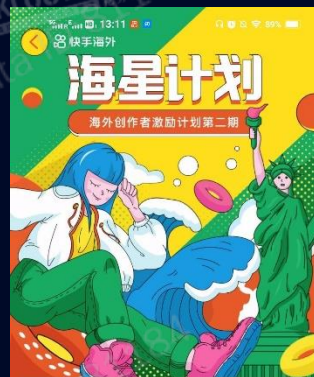
2020.8月初

2020.8月底

2020.8月底

2020.9月底

快手：产品迭代助推品牌升级，电商“百亿补贴”常态化



亿万级流量扶持海外创作者

快手电商

招募公告

快手电商官方公告

快手百亿补贴专场
主播招募

千万级流量扶持百亿
补贴专场直播，提供
价格补贴，招募百亿
补贴专场主播



拥抱每一种生活



快手8.0版本来袭，支持1080P
高清视频上传与播放，优化用
户体验

新增“精选”Tab提供沉浸式浏
览体验，同时单列全屏上下滑
浏览模式保持双列点选浏览模
式，“流量普惠”的社区内容
生态与精选优质内容扶持并行

底部新增导航栏



好物联盟与“小店通”上线，从商品
供给、商家推广、涨粉及销售效率方
面全面赋能商家

2020.7月底

2020.8月底

2020.9月中

2020.9月底

微博：助力视频创作者和主播变现



微博视频号计划

扶持10000个百万粉视频号
100家MCN月播放量上亿 30家MCN年收入过亿

通过**现金分成、曝光资源、专属服务**，聚焦垂类打造**百万粉视频号**，扶持**视频MCN机构**



综合视频播放量、观看时长、互动量等给予创作者**广告位的分成**，帮助创作者（个人创作者、MCN机构成员、蓝V用户）**实现流量变现**



微博电商直播以**资源补贴、流量扶持、热点视窗曝光**等助力优质主播提升**人气和收入**

2020.7.11

2020.7.17

西瓜视频：价值主张焕新，扩大盘活创作者生态，争夺优质内容



“活字计划”持续火热进行，流量加码、运营服务、产品工具**全面扶持创作者**，为优质图文创作者转型视频创作赋能



为优质的**影视科普类**内容创作提供流量、现金奖励、专业培训与签约机会



官宣**品牌升级**，明星代言，为“点亮对生活的好奇心”**价值主张**背书；

合作剪映，提高内容创作便捷度



流量与现金奖励**萌宠类**内容创作

2020.7月初

2020.8月初

2020.9月初

2020.9月中

小红书：扶持品牌，为创作者提供更大发挥空间，净化内容生态



首次发布**品牌扶持政策**：企业号**免费认证**、KOC连接计划、为优质直播商家提供**曝光资源**，**流量扶持**新入驻企业号。

2020.7-8月



重点扶持**美妆时尚**创作者，提供**流量加持**、**现金奖励**、**合作资源**与**运营指导**

2020.8月初



直播间外挂
淘宝链接内测

2020.8月中



视频号上线，视频时长上延长，推出**视频合集**，为优质创作者提供**流量扶持**、**运营指导**、**商业合作推荐**、**现金奖励**，开放**创作中心**&视频数据为**视频创作者赋能**



治理打击**虚假推广**营销内容、评论区**广告引流**，**算法+人工**双重排查，**打造真实分享**的内容生态

2020.9月底

微信视频号：赋能创作者，联合微信生态，增加视频号入口

视频号



视频号视频分享至朋友圈可直接显示视频卡片样式，跳转至视频号观看视频，取代点击链接跳转方式



视频号助手 beta

视频号助手上线，PC端可直接发布内容，支持绑定四个运营者，支持1G以内高清视频发布

2020.7月底

2020.8月中

2020.9月初

2020.9月底

B站：开放营销投放，打造多样化的垂类内容



丰富知识区内容生态，鼓励法律推理、热点话题、科学科普、职场类内容创作

bilibili



鼓励美食领域的腰、尾部up主及新人进行多维度内容创作



效果营销“Z+计划”帮助代理商和广告主连接用户，为效果营销赋能，共享B站高粘性高活跃Z时代用户增长红利



发布B Brand新品牌成长计划，招募品牌商，为新锐品牌提供曝光资源、up主招募资源和内容电商合作优先权

2020.7-9月

2020.8月

/04

附录

- 2020年Q3各平台涨粉量、互动量、内容发布数TOP-10 KOL

抖音、快手2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



抖音2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



@刘思瑶nice

粉丝增长: 1233.2万
美女帅哥



@猴哥说车

粉丝增长: 1073.6万
汽车



@疯狂小杨哥

粉丝增长: 875.4万
幽默搞笑



@涂磊

粉丝增长: 850万
情感



@车哥测评

粉丝增长: 825万
汽车



@大LOGO吃垮北京

粉丝增长: 813.5万
美食



@李佳航MVP

粉丝增长: 804.1万
明星



@我是田姥姥

粉丝增长: 741.6万
幽默搞笑



@小梦游戏解说

粉丝增长: 712.5万
游戏



@吴岱林

粉丝增长: 707.6万
音乐



快手2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



@周同学

粉丝增长: 879.1万
娱乐明星



@辛有志 辛巴 818

粉丝增长: 667万
音乐



@祝晓晗

粉丝增长: 508.2万
幽默搞笑



@疯狂小杨哥

粉丝增长: 502.9万
幽默搞笑



@渔民海鲜-喜哥喜嫂

粉丝增长: 426.1万
美食



@阿溪【JS】

粉丝增长: 412.7万
幽默搞笑



@阿君Monica

粉丝增长: 412.6万
幽默搞笑



@饭思思

粉丝增长: 409.9万
音乐



@叶公子ye

粉丝增长: 394.2万
剧情



@AG超玩会王者梦泪

粉丝增长: 322.5万
游戏

微博、小红书2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



微博2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



@成毅

粉丝增长: 444.6万
明星



@综艺圈小主

粉丝增长: 408.6万
娱乐



@好奇心研究院

粉丝增长: 388.2万
母婴亲子



@THE9-刘雨昕

粉丝增长: 375.1万
明星



@好物安利种草君

粉丝增长: 374.9万
美食



@豆小组

粉丝增长: 369万
娱乐



@星娱大教主

粉丝增长: 361.1万
娱乐



@娱乐界大魔王

粉丝增长: 359.7万
娱乐



@扒圈小妹妹

粉丝增长: 339.3万
娱乐

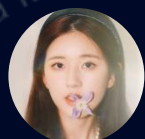


@娱乐毒舌菌

粉丝增长: 338.4万
娱乐

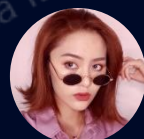


小红书2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



@赵露思

粉丝增长: 102.6万
明星



@豆豆_Babe

粉丝增长: 49.2万
美妆护肤



@王霏霏Fei

粉丝增长: 47.9万
明星



@虞书欣Esther

粉丝增长: 44.8万
明星



@老爸测评

粉丝增长: 38.6万
生活百科



@欧阳娜娜Nana

粉丝增长: 37.4万
明星



@关晓彤

粉丝增长: 36.5万
明星



@张予曦 yci

粉丝增长: 31.5万
明星



@赵大喜

粉丝增长: 26.7万
时尚



@李子柒

粉丝增长: 25.7万
美食饮品

B站2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



B站2020年Q3涨粉量TOP-10 KOL



@卢正义的雕刻时光

粉丝增长: 34.7万
生活



@罗翔说刑法

粉丝增长: 33.3万
知识



@卡特亚

粉丝增长: 31.5万
游戏



@绵羊料理

粉丝增长: 26.3万
美食



@撻大师-木源

粉丝增长: 25万
生活



@所长林超

粉丝增长: 24.1万
知识



@进击的金厂长

粉丝增长: 22.7万
动画



@木鱼水心

粉丝增长: 17.7万
影视



@毕导THU

粉丝增长: 17.1万
知识



@papi酱

粉丝增长: 16.6万
生活

抖音、快手2020年Q3互动量TOP-10 KOL



抖音2020年Q3互动量TOP-10 KOL



@AG超玩会王者梦泪

互动数：8700万+
游戏



@凡尘君

互动数：8300万+
新闻社会



@彭十六elf

互动数：7200万+
美女帅哥



@陈赫

互动数：6800万+
明星



@林颜

互动数：6800万+
旅行



@一条小团团ovo

互动量：6700万+
游戏



@陈三废gg

互动量：5700万+
幽默搞笑



@我是田姥姥

互动量：5700万+
幽默搞笑



@猴哥说车

互动量：5700万+
汽车



@张庭

互动量：5600万+
明星

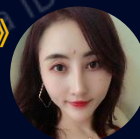


快手2020年Q3互动量TOP-10 KOL



@顶梁柱《热门游戏》

互动量：6900万+
游戏



@半姐在广州开服装工厂

互动数：5200万+
时尚



@和平精英铃苏夕

互动数：5100万+
游戏



@孟小伙的

互动数：3300万+
美食



@锐哥「旅游户外」

互动数：3300万+
旅行



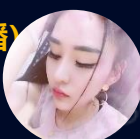
@凡尘君

互动量：3100万+
新闻社会



@雨姐（每晚6点直播）

互动量：2700万+
美女帅哥



@涓涓二姐超宠粉

互动量：2600万+
电商



@六公主服装源头工厂

互动量：2500万+
音乐



@装饰设计-海阁

互动量：2300万+
家居家装

微博、小红书2020年Q3互动量TOP-10 KOL



微博2020年Q3互动量TOP-10 KOL



@UNIQ-王一博

互动量：10000万+
明星



@韩国me2day

互动量：7000万+
娱乐



@TFBOYS组合

互动量：7000万+
明星



@wu2198

互动量：7000万+
金融



@努力努力再努力x

互动量：6000万+
明星



@TFBOYS-易烊千玺

互动量：5000万+
明星



@蔡徐坤

互动量：5000万+
明星



@UNIQ-李汶翰

互动量：5000万+
明星



@李现ing

互动量：4000万+
明星

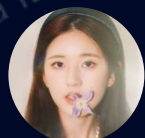


@TFBOYS-王源

互动量：4000万+
明星

小红书

小红书2020年Q3互动量TOP-10 KOL



@赵露思

互动量：200万+
明星



@开心豆ht

互动量：100万+
美食饮品



@喵招诗雨

互动量：80万+
生活百科



@陈说美食

互动量：70万+
美食饮品



@夹性芝士

互动量：70万+
知识咨询



@豆豆_Babe

互动量：70万+
美妆护肤



@虞书欣Esther

互动量：70万+
明星



@欧阳娜娜Nana

互动量：60万+
明星



@阿末的美食日记m

互动量：60万+
美食饮品



@悠悠食记

互动量：60万+
美食饮品

数据来源：克劳锐指数研究院
仅限各平台粉丝量TOP-1000 KOL，微博互动数=转发数+评论数+点赞数，小红书互动数=点赞数+评论数+收藏数

B站2020年Q3互动量、弹幕数TOP-10 KOL

bilibili

B站2020年Q3互动量TOP-10 KOL



@凉风Kaze

互动量: 2000万+
动画



@老番茄

互动量: 1100万+
游戏



@小片片说大片

粉丝增长: 1000万+
影视



@籽岷

互动量: 1000万+
游戏



@罗翔说刑法

互动量: 990万+
知识



@指法芬芳张大仙

互动量: 890万+
游戏



@中国BOY超级大猩猩

互动量: 800万+
游戏



@小潮院长

互动量: 800万+
游戏



@记录生活的蛋黄派

互动量: 700万+
美食



@绵羊料理

互动量: 700万+
美食

bilibili

B站2020年Q3弹幕数TOP-10 KOL



@老番茄

弹幕数: 280万+
游戏



@中国BOY超级大猩猩

弹幕数: 230万+
游戏



@某幻君

弹幕数: 190万+
游戏



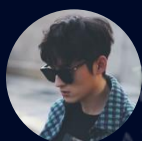
@徐大虾咯

弹幕数: 120万+
生活



@凉风Kaze

弹幕数: 110万+
动画



@啊吗粽

弹幕数: 89万+
生活



@指法芬芳张大仙

弹幕数: 87万+
游戏



@科技美学

弹幕数: 79万+
数码



@罗翔说刑法

弹幕数: 64万+
知识



@福乐小哥

弹幕数: 61万+
生活

抖音、快手2020年Q3内容发布量TOP-10 KOL



抖音2020年Q3发布量TOP-10 KOL



乔乔
好物

@乔乔好物

发布数：3500+
开箱测评



@小果仁

发布数：2400+
开箱测评



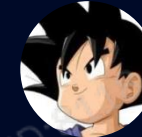
@凡尘君

发布数：1500+
新闻社会



@明星双喜哥

发布数：1300+
幽默搞笑



@刘半仙解说

发布数：700+
游戏



@老牛酒局

发布数：600+
美食



@小小莎老师

发布数：500+
旅行



@星辰传媒-诗诗

发布数：500+
影视



@宋忠平

发布数：400+
明星



@25狗

发布数：400+
游戏



快手2020年Q3发布量TOP-10 KOL



@顶梁柱《热门游戏》

发布数：1800+
游戏



@半姐在广州开服装工厂

发布数：1800+
时尚



@和平精英 铃苏夕

发布数：1200+
游戏



@孟小伙的

发布数：900+
美食



@锐哥「旅游户外」

发布数：800+
旅行



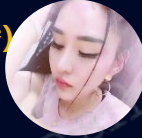
@凡尘君

发布数：700+
新闻社会



@雨姐（每晚6点直播）

发布数：700+
美女帅哥



@涓涓二姐超宠粉

发布数：700+
电商



六公主

@六公主服装源头工厂

发布数：700+
音乐



@装饰设计-海阁

发布数：600+
家居家装

微博、小红书2020年Q3内容发布量TOP-10 KOL



微博2020年Q3发博数TOP-10 KOL



@最搞笑趣事精选

发布数: 8000+
幽默搞笑



@笑长日记

发布数: 8000+
幽默搞笑



@搞笑图片会

发布数: 8000+
幽默搞笑



@韩国me2day

发布数: 5700+
娱乐



@但斌

发布数: 5500+
商界名人



@小杰街拍

发布数: 5400+
摄影美图



@义勇军--鬼谷子

发布数: 5100+
军事



@吃货爱做饭

发布数: 5100+
美食



@每日家常菜

发布数: 5100+
美食



@wu2198

发布数: 4800+
金融

小红书

小红书2020年Q3发布量TOP-10 KOL



@大高教英语

发布数: 230+
教育



@海蒂的花园

发布数: 220+
休闲娱乐



@早教小斑斑

发布数: 170+
母婴亲子



@少年成长智库

发布数: 150+
教育



@小姨妈_阿h

发布数: 140+
时尚



@韩国媳妇大璐璐

发布数: 130+
生活百科



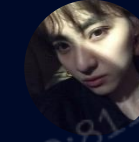
@小仙女汁

发布数: 110+
时尚



@护肤代表鸭学长

发布数: 110+
美妆护肤



@犬角夫

发布数: 110+
时尚



@桃树妖

发布数: 110+
美妆护肤

B站2020年Q3内容发布量TOP-10 KOL



B站2020年Q3发布数TOP-10 KOL



@火影秋风实况

发布数：1400+
游戏



@大霓奈

发布数：500+
生活



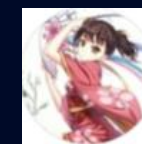
@楊沫沫

发布数：400+
时尚



@火播君

发布数：400+
游戏



@生活就是画画画

发布数：400+
生活



@湊-阿库娅Official

发布数：300+
动画



@动画学术趴

发布数：300+
影视



@pcyxjy

发布数：300+
音乐



@神楽Mea_Official

发布数：300+
动画



@YouTube精选字幕组

发布数：300+
生活

CITATION DESCRIPTION

引用说明

【克劳锐指数研究院】

报告获取途径

- 1、克劳锐所出品的原创报告均于克劳锐官方微信公众号原始首发，若想第一时间获取，请关注克劳锐官方微信公众号。
- 2、克劳锐出品的原创报告均可在官网下载获取。

报告引用授权途径

登录克劳锐官方网站 (<http://www.topklout.com>) 填写引用报告相关信息

报告及相关文章链接转载途径

关注克劳锐官方微信公众号，并在后台进行转载留言

LEGAL STATEMENT

法律声明

【克劳锐指数研究院】

版权声明

本数据报告为克劳锐制作完成，报告页面中所有的内容，包括但不限于文字、图片、图表、标识、商标等均属克劳锐所有，并受相关商标及著作权的法律保护，部分文字和图片来源于公共信息，所有权归原著者所有。

未经本公司（克劳锐）书面授权，任何组织和个人不得以任何形式复制、转载、修改、重制本报告部分或全部内容。任何未经授权使用本报告的相关商业行为，都将违反《中华人民共和国著作权法》及相关法律、公约的规定，属于侵犯克劳锐版权的行为。一经发现，克劳锐将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

免责条款

本报告行业数据及相关市场监测主要来源于公司研究人员案头研究、行业访谈、市场调查、及其他研究方法与克劳锐监测产品数据、统计预测模型结合所得；受调研方法、调研范围、调研样本的限制，该报告中所涉及数据仅代表调研时间内调研对象的基本情况，仅服务于本报告撰写周期内的调研目的，所涉及的企业数据、样本分析结果仅为市场和用户提供基本参考，克劳锐对该报告的数据和观点不承担法律责任。

立足数据 服务自媒体生态

全球领先自媒体价值排行及版权经济管理机构

提供专业自媒体大数据价值评估体系、多维度商业价值判定、深度行业观察报告及高效的版权经济管理等一站式综合服务。



克劳锐小助手联系方式



克劳锐官方微信



克劳锐指数小程序

克劳锐官网（获取更多报告）：www.topklout.com

克劳锐指数研究院邮箱（报告合作需求）：research@topklout.com

更多需求请联系克劳锐小助手！

克劳锐核心业务

自媒体价值排行

自媒体榜单覆盖28大垂直行业，品牌榜单覆盖8大行业，合作榜单20多家企业单位。

行业洞察报告

行业报告年产出百余份，为新媒体从业者梳理行业规则、树立行业标杆。成为自媒体人生存发展必备的参考资料。

版权经济管理

上千位自媒体人版权签约，成功为自媒体人提供版权监测，维权诉讼，版权交易等全方位服务。

新媒体生态圈活动

新媒体行业峰会论坛，从自媒体人到品牌，全力搭建新媒体商业交流及资讯探讨平台。

自媒体“奥斯卡” TOPKLOUT AWARDS

一年一度新媒体界颁奖盛典，千人峰会荟聚内容行业TOP人物，百大奖项见证自媒体人年度荣耀。

THANKS!

克劳锐出品
www.topklout.com

