

2025 五大平台
KOL粉丝分析研究报告

看得见的粉丝价值

抖音 | 快手 | 微博 | 小红书 | 哔哩哔哩

克劳锐出品



报告核心发现

达人变化

2024年腰部达人仍是平台重要的支撑力量，但比重同比下降，仅哔哩哔哩平台占比持续上升

内容消费变化

2024 年 TOP10 垂类吸引超 60% 用户关注，搞笑幽默成为最优质的吸粉赛道，围绕情绪释放、生活日常、爱好与审美等内容领域备受用户青睐

粉丝变化

小红书年龄结构优化，哔哩哔哩年轻群体优势明显

创作者变化

创作者打造独特记忆点内容吸睛，输出高质量内容满足粉丝信息、学习及娱乐需求，提升吸粉力与粉丝粘性



报告说明

研究对象

平台范围：抖音、快手、微博、小红书、哔哩哔哩五个平台，选取此五大平台的依据是平台内容形式多样，包括图文、短视频、中长视频、直播等，以KOL（不包括明星、新闻社会类账号、政务账号、机构认证账号）发布的内容为核心

数据说明

- 报告中所有数据如无特殊说明，均选取五大平台粉丝量TOP 20000的账号以及上述账号发布的互动量TOP 20000的内容，数据时间截至2024年12月31日
- 五大平台自有垂类分布具有差异化，本报告涉平台粉丝TOP账号所对应垂类为克劳锐统一化处理
- 互动量说明：抖音、微博、快手为转发+评论+点赞；小红书为点赞+评论+分享+收藏；哔哩哔哩为点赞+评论+分享+弹幕+投币

CONTENTS

< 目录 >

01

五大平台KOL
粉丝变化概览

02

五大平台KOL
粉丝画像解析

03

五大平台KOL
社交价值盘点

01 PART

五大平台KOL粉丝变化概览

- 腰部KOL仍然是各平台的中坚力量，哔哩哔哩腰部KOL占比绝对值增长超5%
- KOL内容创作持续精细化，提升粉丝互动、保持粉丝粘性

◆ 五大平台腰部KOL维持核心地位，但集中度微降、仅哔哩哔哩保持增长

- 2024年，抖音、快手、微博平台TOP20000粉丝量KOL集中度微降，100万-300万之间粉丝的腰部KOL占比呈下降趋势
- 2024年，哔哩哔哩10-50万粉丝腰部KOL占比增长6.28%；小红书10-50万粉丝腰部KOL占比仍高达80%以上，但比例下降2.86%

抖音



↓ 2.51%

快手



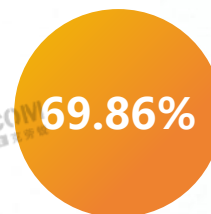
↓ 2.69%

微博
weibo.com



↓ 2.27%

bilibili



↑ 6.28%

小红书
全世界的好东西



↓ 2.86%

腰部KOL：
100万-300万之间粉丝量级KOL占比

腰部KOL：
10万-50万之间粉丝量级KOL占比

研究范围：抖音、快手、微博、小红书、哔哩哔哩五个平台账号粉丝量TOP20000账号（各平台达人粉丝量级头、腰、尾划分因平台基础流量不同而具有差异性）

腰部KOL定义：微博&抖音&快手：100w < 粉丝 < 300w、哔哩哔哩&小红书：10w < 粉丝 < 50w

数据来源：克劳锐指数研究院，数据周期：2024.1.1-12.31

◆ 内容创作周期拉长，用户互动内容更“挑剔”

2020-2024年各平台TOP20000粉丝量KOL月均发文量（条/月/人）



2020-2024各平台TOP10000互动量单条内容平均表现（万）



创作力

2024年五大平台KOL作品更新迭代时间延长；KOL原创内容创作时间变长，内容质量成为KOL创作的重要标准

内容力

2024年五大平台单条内容互动量均呈下降趋势；用户主动互动变得更加谨慎，贴合用户关注趋势的高质量内容才能吸引用户的互动

数据来源：克劳锐指数研究院

数据范围：（左图）平台粉丝量TOP20000的账号，（右图）平台互动量TOP10000内容，抖音、快手、微博平台互动量=转发+点赞+评论；小红书平

台互动量=分享+点赞+评论+收藏；哔哩哔哩平台互动量=分享+点赞+评论+收藏+投币+弹幕

1.1

五大平台垂类粉丝集中度及KOL分布情况

- 粉丝贡献度

五大平台TOP10垂类粉丝聚集度虽有下降，但仍保持高位

- 达人集中度

幽默搞笑达人集中程度上升明显，KOL主动创作轻松娱乐的内容

◆ 抖音TOP10垂类类目格局稳定，生活记录排位上升



2024年抖音TOP10垂类KOL粉丝量贡献占比



- 抖音TOP10垂类KOL数量类目无变化；粉丝贡献度增长至62.39%，其中幽默搞笑粉丝贡献度保持高位，美食、颜值、生活记录、游戏领域占据TOP5位置
- KOL数量占比中，生活记录领域“爆发”明显，KOL数量占比达8.38%，粉丝贡献度同步增长

◆ 抖音幽默搞笑垂类热度居高，生活记录领域KOL规模扩张



2023 VS 2024 抖音粉丝量贡献TOP10垂类变化情况

垂类	2023KOL占比	2024KOL占比	趋势	2023粉丝贡献度	2024粉丝贡献度	趋势
幽默搞笑	8.38%	8.56%	↑	10.85%	10.86%	↑
美食	7.09%	6.78%	↓	8.01%	7.61%	↓
颜值	8.65%	8.12%	↓	7.68%	7.35%	↓
生活记录	7.41%	8.38%	↑	6.10%	6.96%	↓
游戏	7.01%	6.61%	↓	7.20%	6.79%	↓
音乐	6.35%	6.24%	↓	6.71%	6.54%	↓
影视	5.07%	4.98%	↓	4.98%	4.85%	↓
剧情	3.81%	3.66%	↓	4.94%	4.73%	↓
情感	3.79%	3.56%	↓	3.67%	3.39%	↓
动漫	3.22%	3.33%	↑	3.33%	3.30%	↓

◆ 快手TOP10垂类保持稳定，美食、颜值、音乐、时尚排名上升



2024年快手TOP10垂类KOL粉丝量贡献占比



- 快手TOP10垂类粉丝贡献度与KOL数量占比均无新入榜单类目；美食、颜值、音乐与时尚领域排名同比提升
- 动漫领域KOL数量增长但粉丝贡献度同比下降

◆ 快手美食、颜值等四大类目KOL占比与粉丝贡献度双增



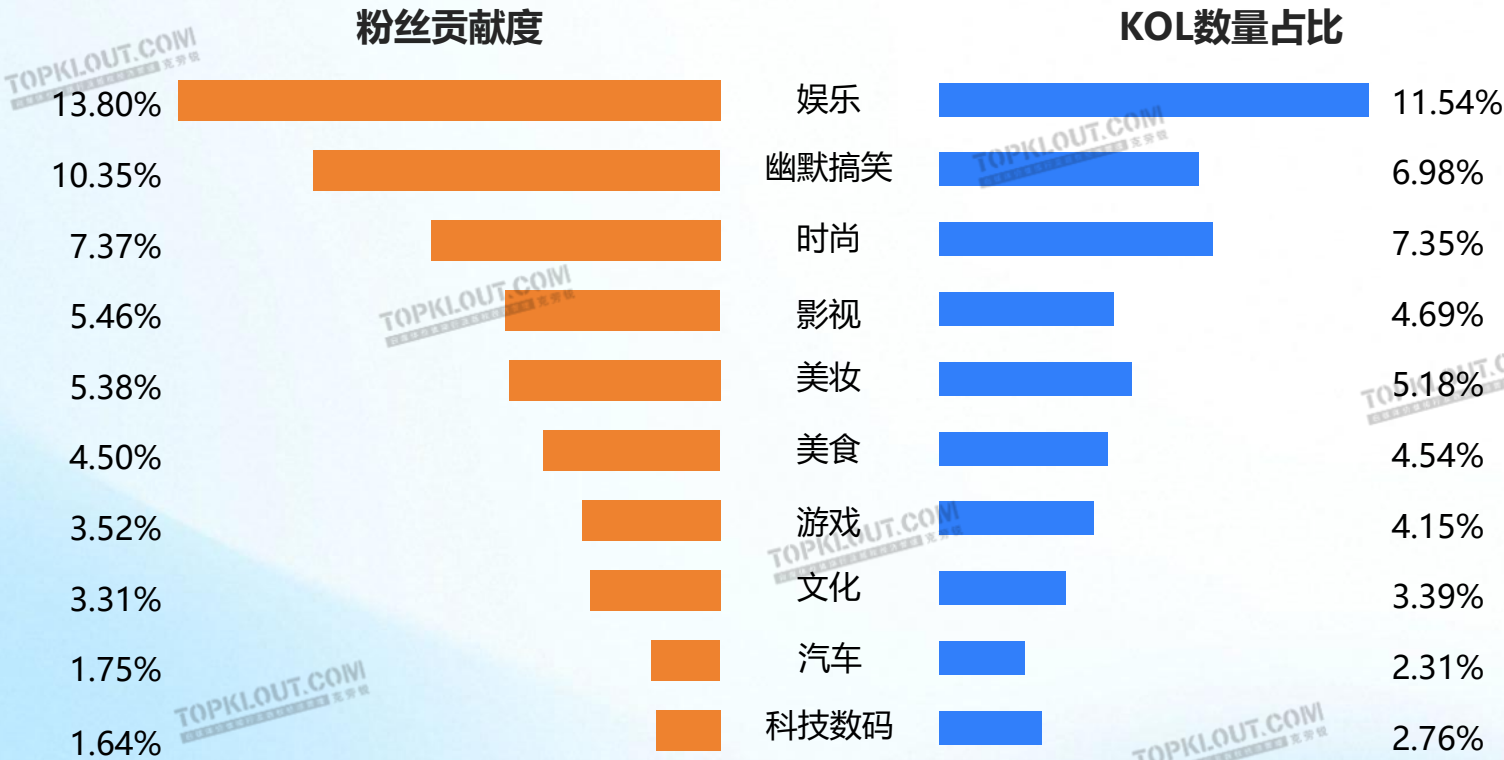
2023 VS 2024 快手粉丝量贡献TOP10垂类变化情况

垂类	2023KOL占比	2024KOL占比	趋势	2023粉丝贡献度	2024粉丝贡献度	趋势
游戏	12.09%	11.34%	↓	13.29%	12.60%	↓
幽默搞笑	8.14%	8.00%	↓	10.03%	9.93%	↓
美食	7.76%	7.83%	↑	8.50%	8.59%	↑
颜值	9.83%	9.90%	↑	8.27%	8.36%	↑
剧情	6.58%	6.50%	↓	8.08%	7.86%	↓
音乐	7.00%	7.18%	↑	6.54%	6.69%	↑
生活记录	7.05%	7.00%	↓	6.59%	6.30%	↓
情感	3.46%	3.35%	↓	3.44%	3.35%	↓
时尚	3.28%	3.45%	↑	3.09%	3.37%	↑
动漫	2.80%	2.82%	↑	2.78%	2.77%	↓

◆ 微博游戏领域全面增长、汽车领域跻身粉丝贡献度TOP10



2024年微博TOP10垂类KOL粉丝量贡献占比



- 2024年微博TOP10垂类中，**汽车、科技数码**领域排名上升，进入TOP10行列
- 游戏**领域保持了粉丝贡献度、KOL数量占比正向增长的趋势

◆ 微博KOL占比及粉丝贡献度集中度下降、向游戏、文化、汽车等垂直领域分散

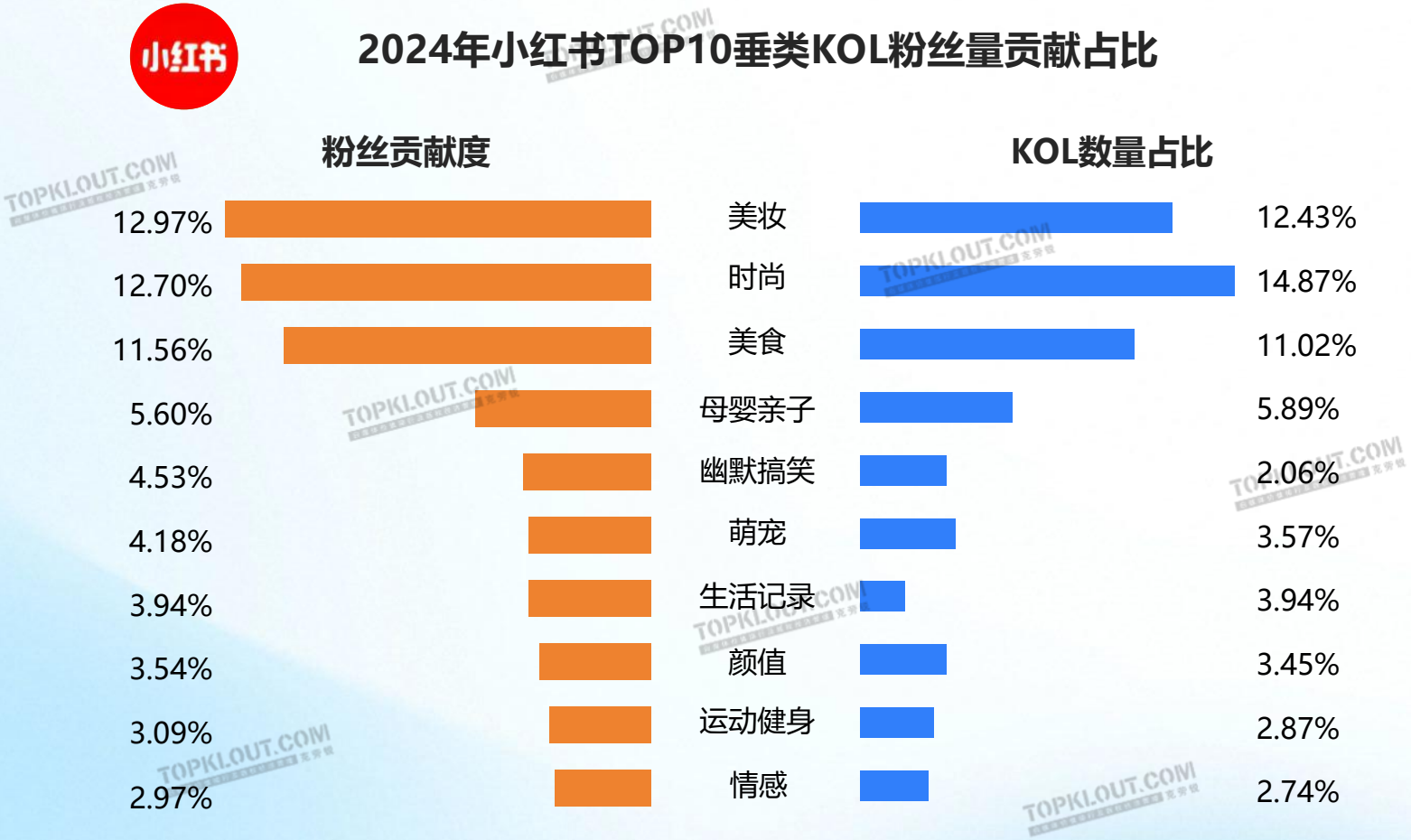


2023 VS 2024 微博粉丝量贡献TOP10垂类变化情况

垂类	2023KOL占比	2024KOL占比	趋势	2023粉丝贡献度	2024粉丝贡献度	趋势
娱乐	13.36%	11.54%	↓	14.89%	13.80%	↓
幽默搞笑	6.56%	6.98%	↑	9.82%	10.35%	↑
时尚	7.87%	7.35%	↓	8.00%	7.37%	↓
影视	5.09%	4.69%	↓	5.55%	5.46%	↓
美妆	6.01%	5.18%	↓	6.04%	5.38%	↓
美食	4.91%	4.54%	↓	4.75%	4.50%	↓
游戏	3.80%	4.15%	↑	3.27%	3.52%	↑
文化	2.87%	3.39%	↑	2.86%	3.31%	↑
汽车	1.58%	2.31%	↑	2.18%	1.75%	↓
科技数码	2.40%	2.76%	↑	2.72%	1.64%	↓

数据来源：克劳锐指数研究院，微博粉丝量TOP20000账号
时间范围：2024年1月1日-12月31日

◆ 小红书美妆、时尚、美食三大核心领域持续领跑，幽默搞笑粉丝贡献度稳步增长



- 美妆、时尚、美食仍然是小红书粉丝贡献度、KOL数量占比TOP3领域
- 2024年幽默搞笑KOL数量占比与粉丝贡献度增幅最高

◆ 小红书萌宠、生活记录等多领域粉丝贡献度与KOL占比双向增长

小红书

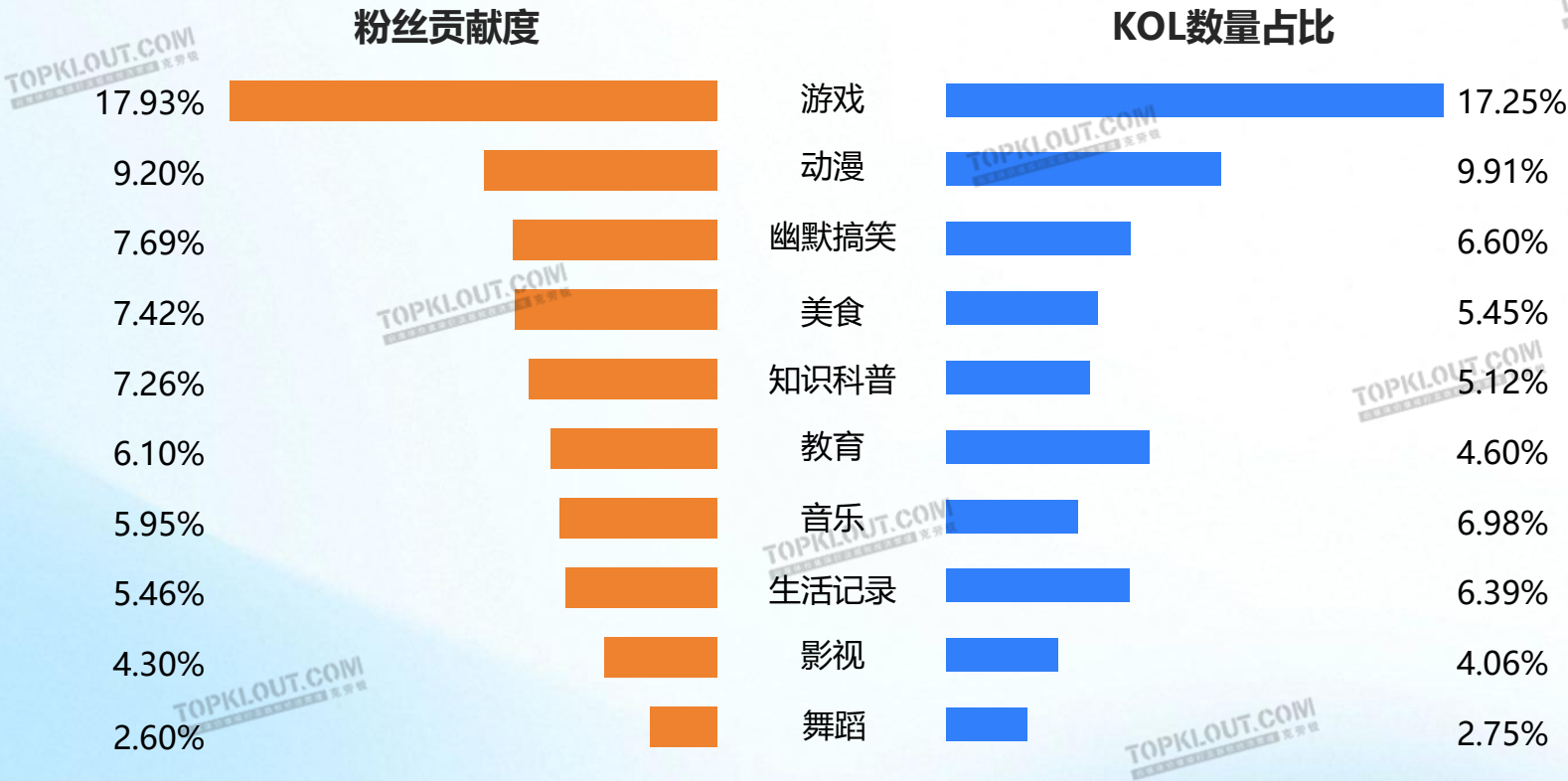
2023 VS 2024 小红书粉丝量贡献TOP10垂类变化情况

垂类	2023KOL占比	2024KOL占比	趋势	2023粉丝贡献度	2024粉丝贡献度	趋势
美妆	12.39%	12.43%	↑	13.45%	12.97%	↓
时尚	14.88%	14.87%	↓	12.93%	12.70%	↓
美食	10.89%	11.02%	↑	11.60%	11.56%	↓
母婴亲子	6.03%	5.89%	↓	5.53%	5.60%	↑
萌宠	3.42%	3.57%	↑	4.05%	4.18%	↑
生活记录	3.80%	3.94%	↑	3.86%	3.94%	↑
幽默搞笑	1.76%	2.06%	↑	3.85%	4.53%	↑
颜值	3.44%	3.45%	↑	3.53%	3.54%	↑
运动健身	2.93%	2.87%	↓	3.21%	3.09%	↓
情感	2.69%	2.74%	↑	3.04%	2.97%	↓

◆ 哔哩哔哩游戏类目核心地位稳固，教育领域加速吸粉



2024年哔哩哔哩TOP10垂类KOL粉丝量贡献占比



- 哔哩哔哩TOP10垂类KOL粉丝量贡献类目无变化；**游戏**领域仍是哔哩哔哩重要的吸粉领域，KOL数量与粉丝贡献度均排名前列
- **教育**领域KOL数量占比排名上升，更多教育KOL入驻哔哩哔哩，并吸引了用户的关注

◆ 哔哩哔哩TOP KOL垂类分散化发展，科普、教育潜力凸显

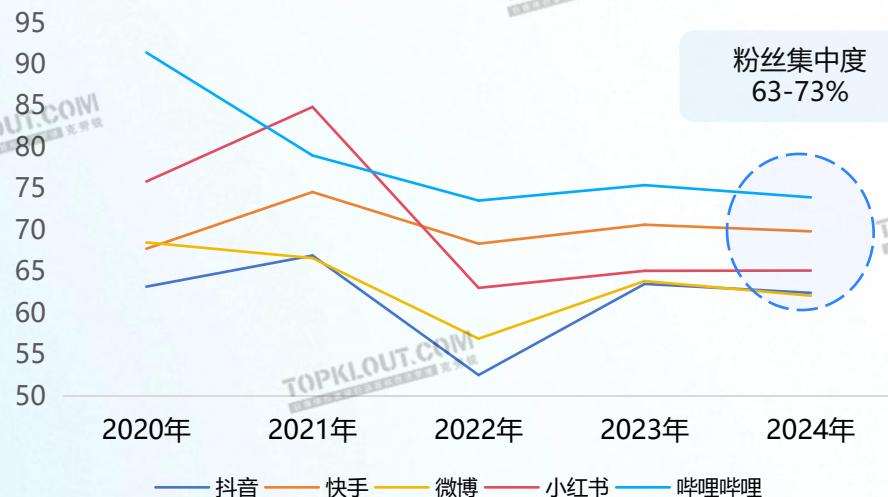


2023 VS 2024 哔哩哔哩粉丝量贡献TOP10垂类变化情况

垂类	2023KOL占比	2024KOL占比	趋势	2023粉丝贡献度	2024粉丝贡献度	趋势
游戏	17.96%	17.25%	↓	18.65%	17.93%	↓
动漫	9.93%	9.91%	↓	8.91%	9.20%	↑
幽默搞笑	6.66%	6.60%	↓	7.82%	7.69%	↓
美食	5.47%	5.45%	↓	7.73%	7.42%	↓
知识科普	5.19%	5.12%	↓	7.22%	7.26%	↑
教育	4.76%	4.60%	↓	6.03%	6.10%	↑
音乐	7.32%	6.98%	↓	6.36%	5.95%	↓
生活记录	6.61%	6.39%	↓	5.79%	5.46%	↓
影视	4.03%	4.06%	↑	4.32%	4.30%	↓
舞蹈	2.92%	2.75%	↓	2.55%	2.60%	↑

◆ 现象：五大平台垂类竞争格局稳定，幽默搞笑与美食是吸粉主力

2020-2024五大平台TOP10垂类粉丝贡献度累积占比变化



五大平台TOP10垂类集中度



- 2023-2024年，五大平台TOP10垂类粉丝贡献度走势基本一致；2024年仅小红书粉丝集中度略有增长，其他平台粉丝贡献度均呈下降趋势
- 五大平台TOP10垂类集中了6成以上的用户，粉丝集中度达到63%-73%之间，保持较高水平

- TOP10垂类中，搞笑幽默、美食领域是典型吸粉类目，五大平台均有上榜
- 搞笑幽默是2024年典型增长领域，抖音、微博、小红书平台中，该领域粉丝贡献度均呈现增长趋势，用户倾向于消费富有趣味性的内容

1.2

五大平台垂类粉丝增长及用户互动意愿情况

- 粉丝增长

分平台垂直领域差异化增长显著，二级类目持续多元化发展

- 用户互动

贴近生活、提供情绪价值的内容点燃用户互动趋势，娱乐化、生活化、工具化内容激活互动

◆ 抖音生活记录、文化与科学内容获用户青睐

2024年抖音增粉类目向文化科学、真实生活内容领域转换，一级类目中旅行与文化类目替换影视与教育类目、登上TOP10行列；二级类目中吃秀、科学科普、中华文化与音乐演唱类目焕新，反映出文化科学与贴近生活的内容受到更多用户欢迎

2024年抖音粉丝增长TOP10
一级内容类目



2024年抖音粉丝增长TOP10
二级内容类目



◆ 快手正能量内容驱动涨粉，三农、文化知识成新兴增长点

2024年快手粉丝增长TOP10一级类目中，正能量脱颖而出、成为最吸粉的领域；三农、文化与知识类目登上TOP10榜单，成为快手内容吸粉的新增长；二级类目中，生活日常粉丝增长明显，显示出与生活相关、艺术相关内容粉丝增长较快

2024年快手粉丝增长TOP10 一级内容类目



2024年快手粉丝增长TOP10 二级内容类目

生活日常

萌娃

剧情搞笑

模型手办

农村

COS

民间艺术

律师咨询

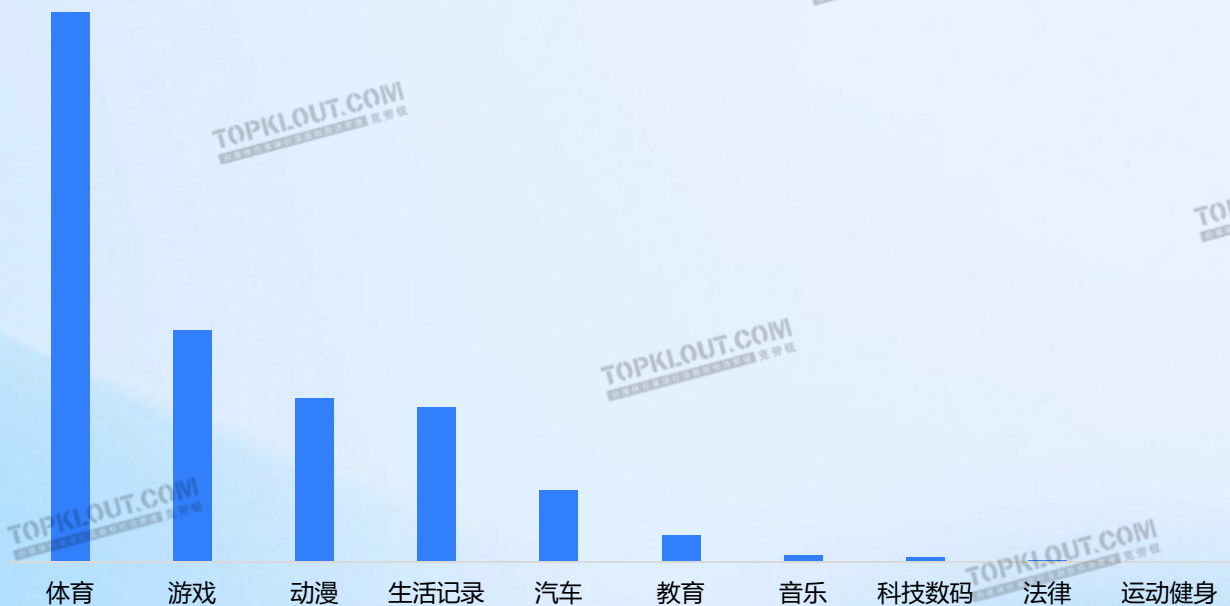
音乐演唱

中华文化

◆ 微博全球赛事赋能体育领域吸粉，游戏动漫保持增粉优势

- 2024年微博粉丝增长TOP10一级内容类目中，体育成为粉丝增长最多的领域；2024年微博精彩的全球赛事内容吸引了众多网友的关注，促体育领域吸粉能力升级；游戏领域保持吸粉优势；二级内容类目中，文化、历史内容被更多用户喜爱，登上TOP10二级内容类目名单

2024年微博粉丝增长TOP10
一级内容类目



2024年微博粉丝增长TOP10
二级内容类目



◆ 小红书重点类目粉丝量高增长，用户内容消费多元升级

- 美食、美妆、时尚依然是小红书最重要的三大内容类目，KOL内容创作能力与吸粉能力较强；搞笑幽默领域KOL数量增长，带动粉丝总量增长，显示出小红书用户内容消费进一步多元化，贴近生活、有趣的内容聚合粉丝关注

2024年小红书粉丝增长TOP10
一级内容类目



2024年小红书粉丝增长TOP10
二级内容类目



◆ 哔哩哔哩知识科普吸粉能力跃升，动漫衍生跻身二级类目前列

- 2024年哔哩哔哩舞蹈领域替代科技数码跻身粉丝量增长TOP0类目；知识科普类目排名跃升，用户在哔哩哔哩娱乐与学习“两不误”
- 二级类目中，动漫衍生COS类目登上二级内容吸粉TOP10行列，动漫游戏衍生内容吸粉能力升级

2024年哔哩哔哩粉丝增长TOP10
一级内容类目

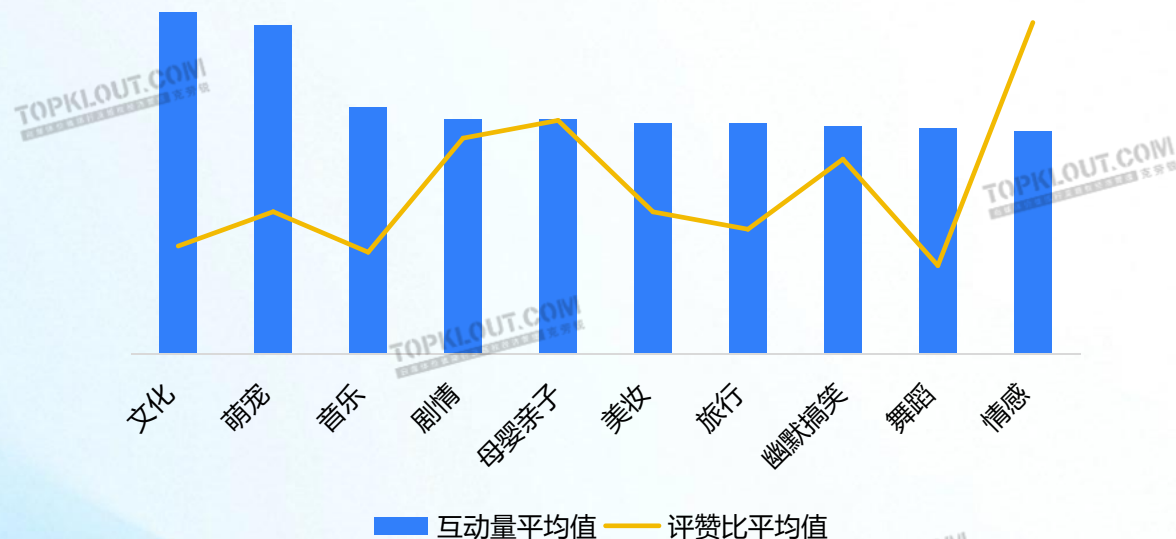


2024年哔哩哔哩粉丝增长TOP10
二级内容类目



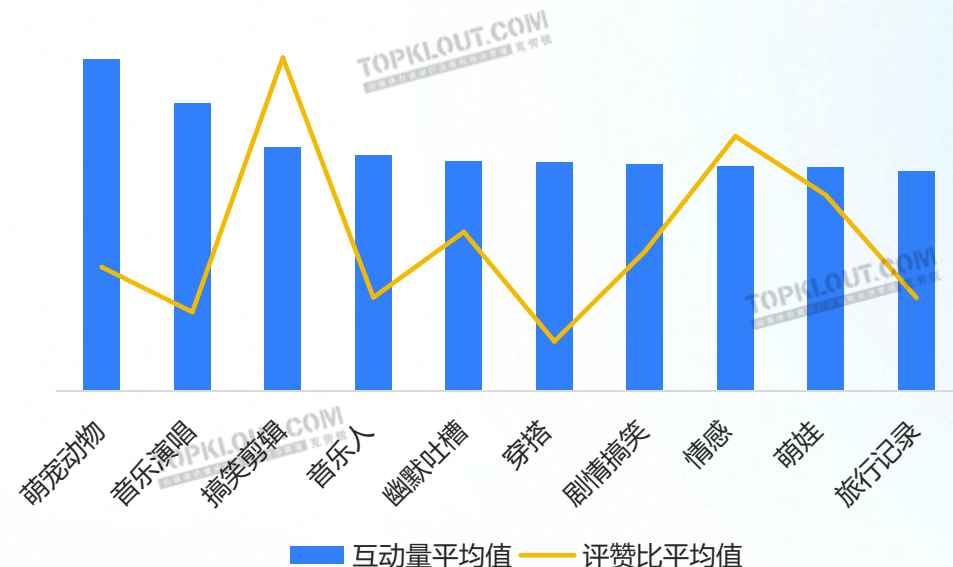
◆ 抖音用户主动互动文化、宠物内容，用户参与搞笑内容互动意愿强烈

2024年抖音TOP10一级内容类目互动量以及赞评比



抖音一级内容平均互动量TOP10领域包括文化、萌宠、音乐、剧情、母婴亲子、美妆、旅行、搞笑幽默、舞蹈与情感领域，其中情感领域赞评比较高，用户互动意愿较强

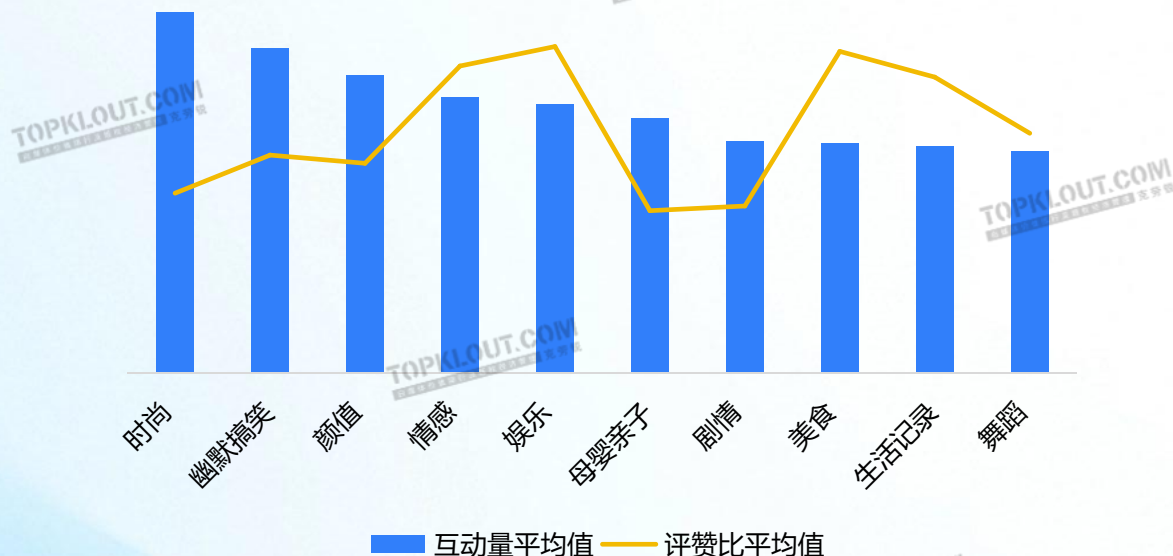
2024年抖音TOP10二级垂类内容类目互动量以及赞评比



二级类目中，萌宠动物、音乐演唱领域用户互动活力较高，搞笑剪辑评赞比突出，用户主动参与评论、互动

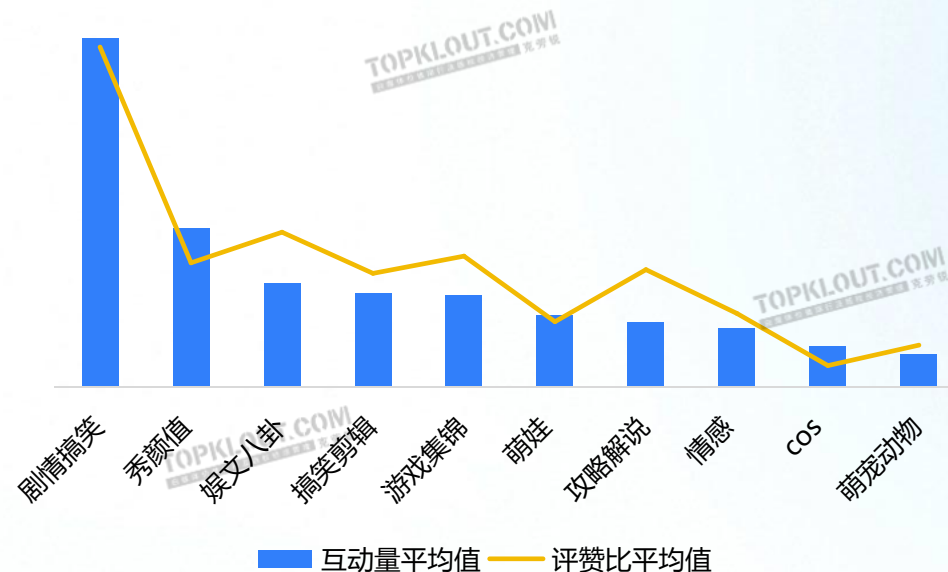
◆ 快手时尚、幽默搞笑互动量突出，娱乐类内容用户参与度高

2024年快手TOP10一级内容类目互动量以及赞评比



快手TOP10互动量一级类目内容中，时尚成为互动量平均值最高的领域，其次是幽默搞笑和颜值领域；情感、娱乐、美食与生活记录领域评赞比均处于较高位置

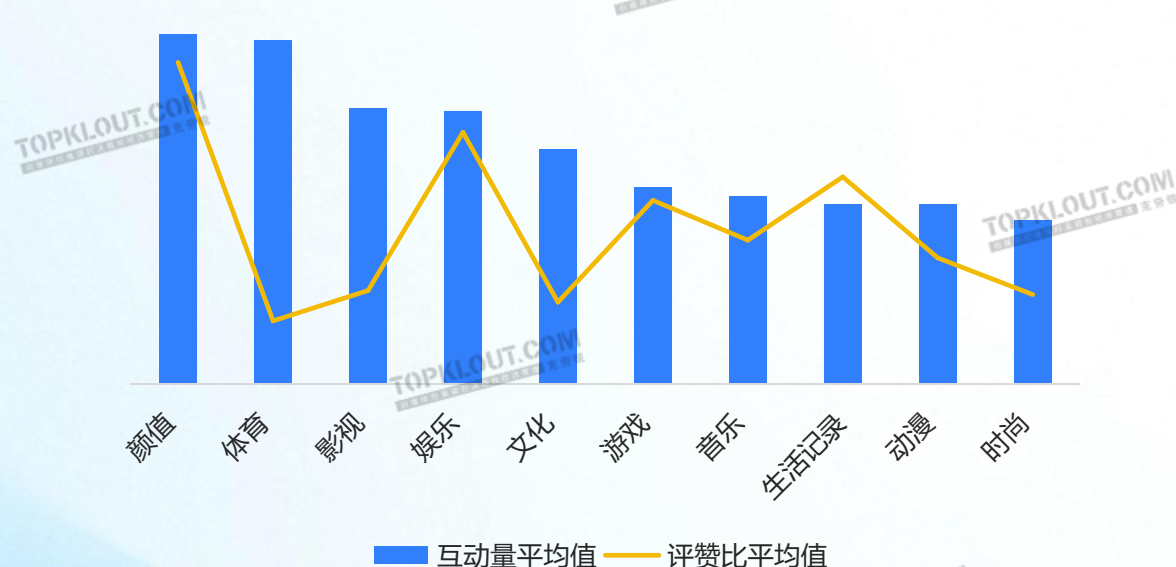
2024年快手TOP10二级内容类目互动量以及赞评比



二级类目中剧情搞笑等内容互动量处于高位；秀颜值、文娱八卦等与日常生活、娱乐相关的内容领域吸引了用户的讨论与互动，评赞比均值排名前列

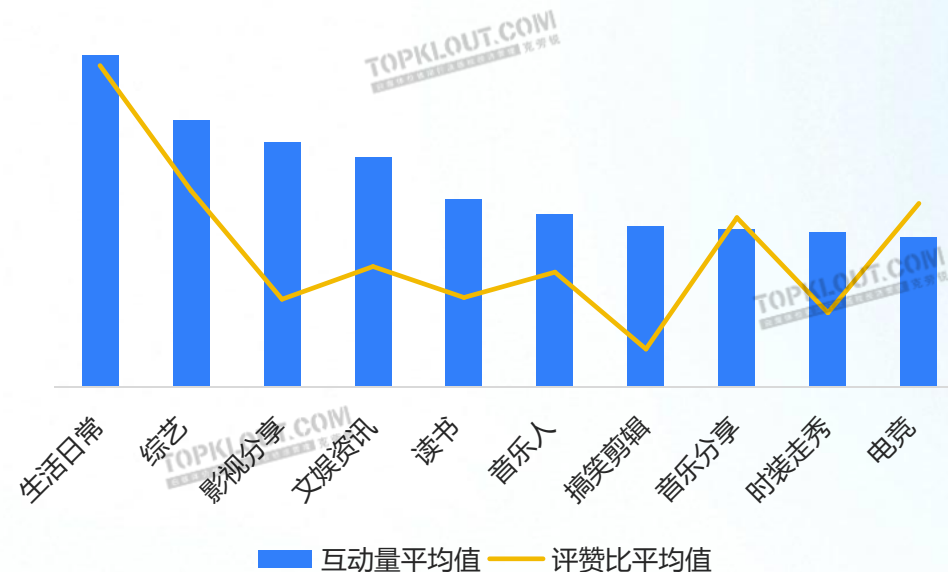
◆ 微博生活化内容吸引用户互动，体育互动量保持高位

2024年微博TOP10一级内容类目互动量以及赞评比



一级类目中，颜值与体育领域互动量突出，影视、娱乐、文化领域互动量保持高位，用户倾向于参与爱好相关内容的互动

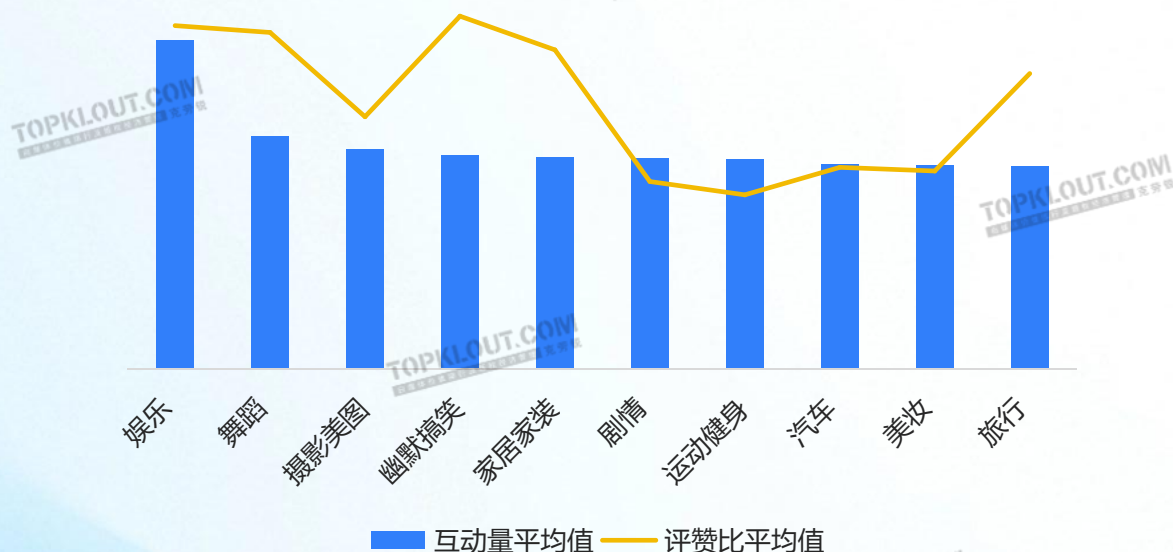
2024年微博TOP10二级内容类目互动量以及赞评比



二级类目中，生活日常互动量突出，赞评比同步保持高位；综艺、音乐分享和电竞领域赞评比也处于较高水平，娱乐化内容吸引用户互动

◆ 小红书娱乐领域互动量登顶，剧情搞笑点燃用户互动意愿

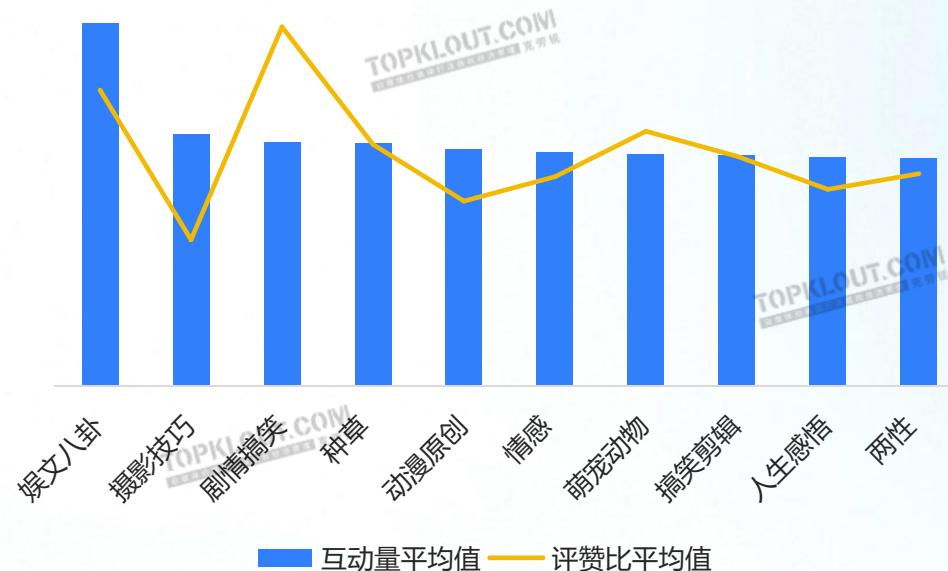
2024年小红书TOP10一级内容类目互动量以及赞评比



小红书

一级类目中，娱乐领域互动量与赞评比平均值登顶，文娱八卦相关内容吸引用户点赞、评论；幽默搞笑与家居家装领域引领用户互动趋势增强，创造生活乐趣与家居生活内容受到更多关注

2024年小红书TOP10二级内容类目互动量以及赞评比



小红书

二级类目中，文娱八卦互动量突出，用户交互意愿强烈；同时，剧情搞笑赞评比处于高位，有趣内容吸引更多用户参与讨论

◆ 哔哩哔哩手作、摄影与科技互动活跃，游戏测评引发用户热议

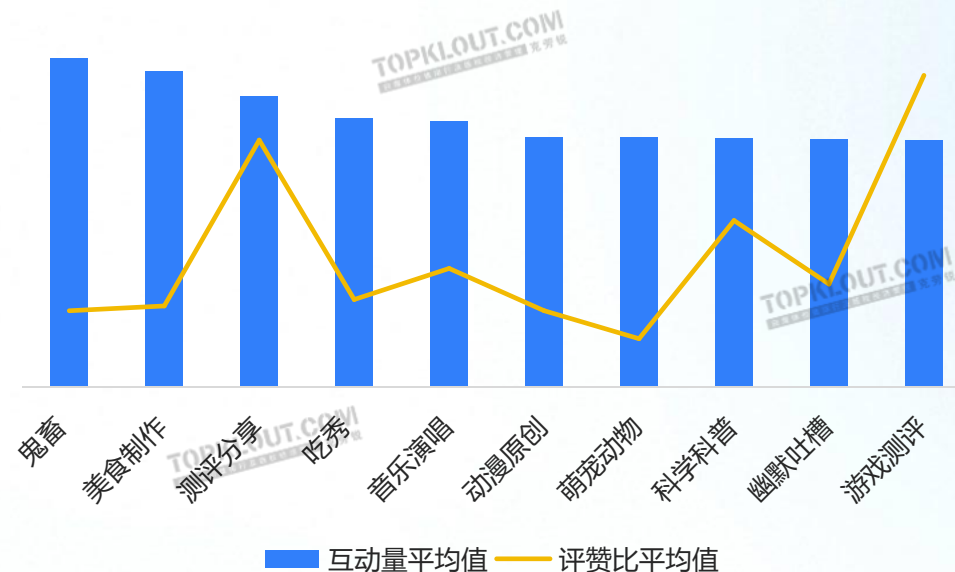
2024年哔哩哔哩TOP10一级内容类目互动量以及赞评比



bilibili

一级类目中，科技数码、教育、文化与音乐领域互动量、评赞比处于前列，用户主动互动意愿强烈

2024年哔哩哔哩TOP10二级内容类目互动量以及赞评比



bilibili

二级类目中，游戏测评领域评赞比突出，用户主动互动优质内容；此外测评分享领域也吸引了大量用户参与互动，评赞比表现突出

◆ 总结：聚焦生活/爱好/审美分享与工具属性的内容互动量更高

- 一级类目中，2024年高互动量类目聚焦在解压、生活、爱好与审美内容相关领域，用户积极参与情绪释放、生活记录、个性化爱好与追求美相关内容的互动，希望从内容中获取生活的美好
- 二级类目中，与文体艺术相关的小众细分类目持续表现出色；用户在娱乐化、工具化、生活化的内容中收获生活必备的知识与技能

高互动量一级类目

01 解压内容

基于生活、情感或演绎的剧情内容，需求压力的释放
典型类目：幽默搞笑、情感

02 生活内容

围绕生活日常相关的内容，记录美好生活
典型类目：生活记录、美食、亲子、旅行

03 爱好内容

从个性化爱好出发，从内容中获得愉悦感受
典型类目：游戏、娱乐、影视、音乐

04 审美内容

追求美的多元化，欣赏与美相关的内容
典型类目：颜值、美妆、时尚、舞蹈

高互动量二级类目

01 娱乐化内容

典型类目：秀颜、剧情搞笑、文娱八卦、搞笑剪辑

02 工具类内容

典型类目：游戏集锦、攻略解说、美食制作、摄影技巧

03 生活化内容

典型类目：生活日常、萌娃、穿搭、萌宠



五大平台KOL粉丝画像解析

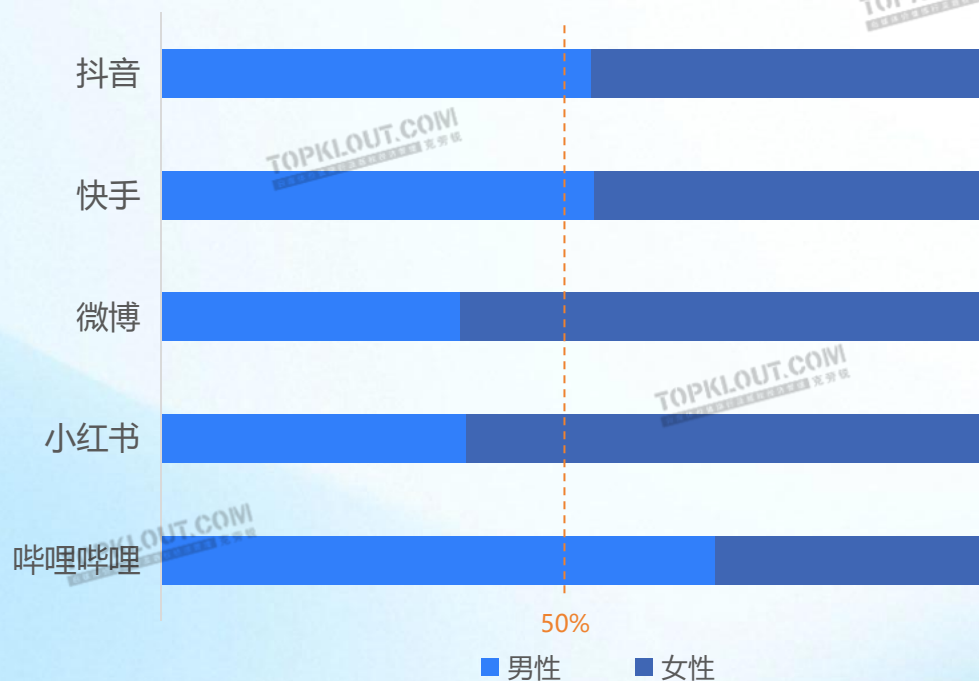
- 五大平台粉丝主要聚集在东南沿海及中部人口大省
- 五大平台粉丝年龄层差异化发展

◆ 小红书熟龄群体激增，快手年轻用户微增

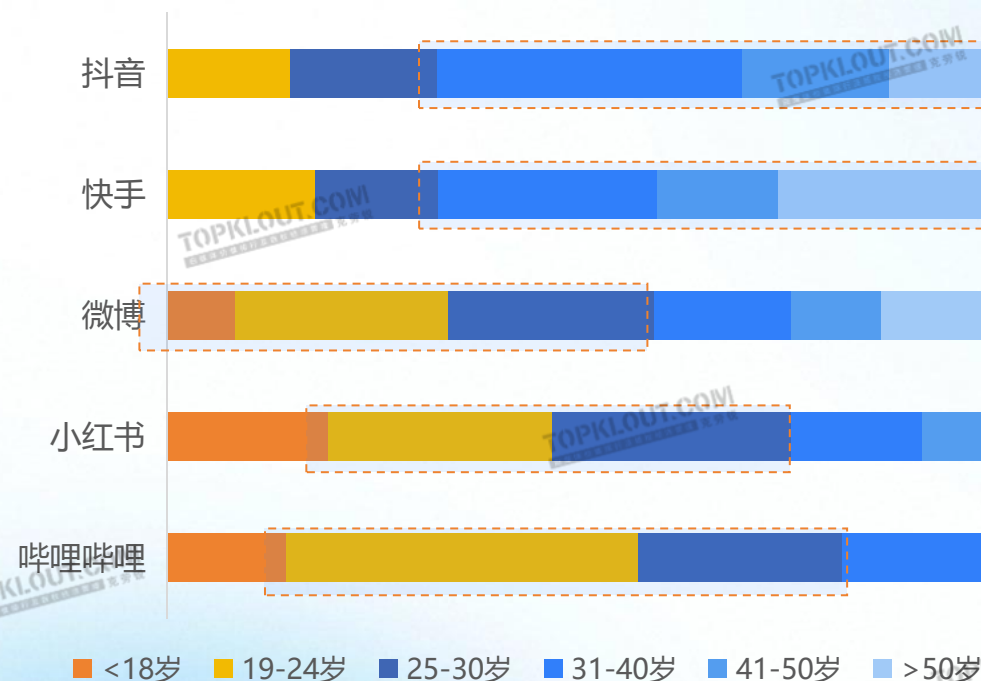
- 五大平台性别分布进一步向**均衡发展**，其中小红书男性用户比例提升明显；抖音、快手、哔哩哔哩男性用户仍为主要用户，小红书、微博平台女性用户占比超过60%

- 五大平台中，抖音用户年龄分布保持稳定，快手30岁以下用户比例略微增长，微博30岁以下用户比例下降，小红书年长用户增长明显，24%的用户年龄大于30岁，哔哩哔哩仍以19-30岁年轻人为主，用户比例超60%

2024年五大平台粉丝性别比例分布



2024年五大平台粉丝年龄段比例分布



◆ 五大平台粉丝聚集东南沿海及中部，山东集中度显著提升

- 2024年五大平台粉丝区域分布依然以东南沿海省份及中部人口大省为主，其中上海取代河南成为粉丝量TOP5集中地区
- 五大平台中，抖音、哔哩哔哩粉丝用户分布无变化，快手平台中河南粉丝占比提升，成为第二大粉丝集中地区；小红书与微博平台中，山东分别替代上海与浙江，成为TOP5粉丝集中地区



2024年五大平台粉丝地域分布TOP5

抖音	广东	江苏	山东	河南	浙江
快手	河北	河南	山东	广东	江苏
微博	广东	北京	江苏	上海	山东
小红书	广东	江苏	山东	浙江	河南
bilibili	广东	江苏	浙江	山东	上海

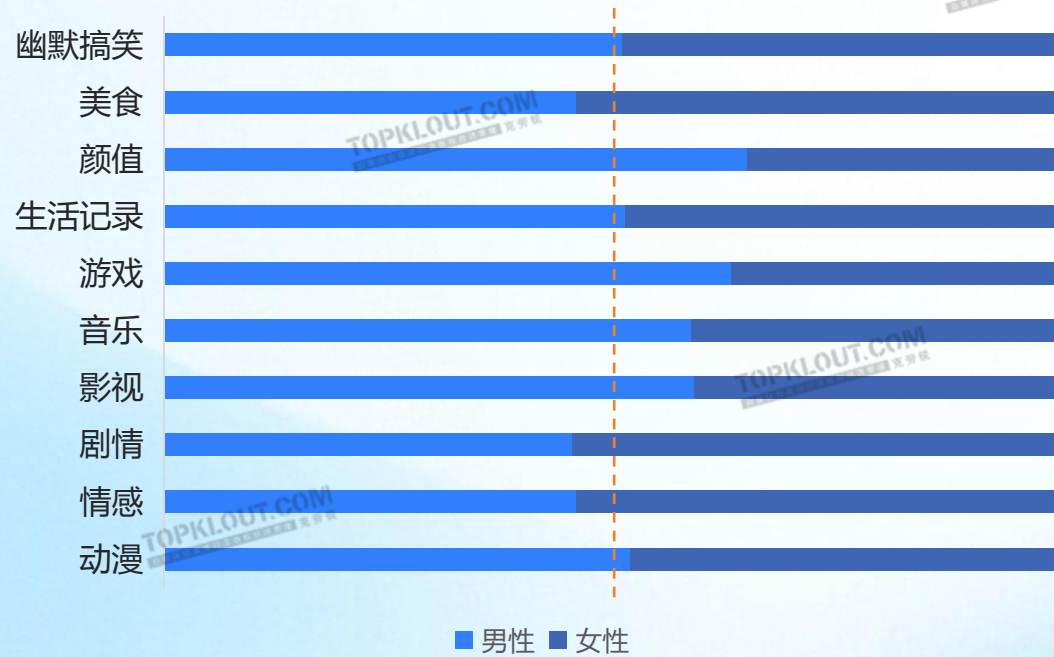
◆ 抖音中青年粉丝关注生活记录、影视与剧情领域，颜值类聚合年轻用户



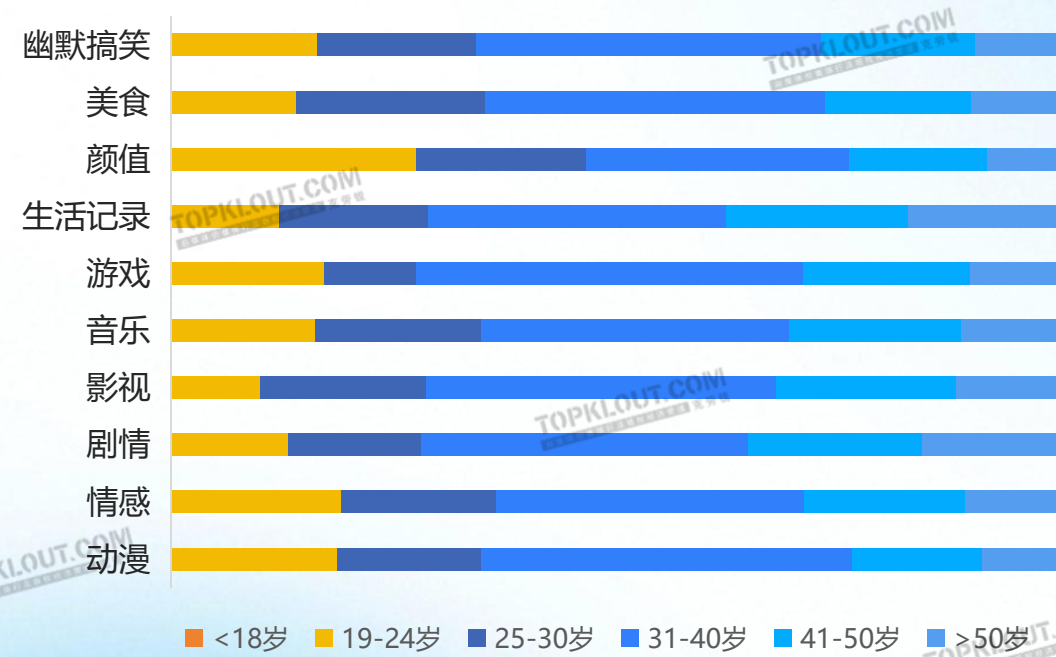
抖音TOP10垂类粉丝性别分布中，70%的垂类以男性用户为主；仅美食、剧情与情感领域女性用户占比略高于男性

TOP10垂类粉丝年龄分布中，除颜值领域外，其余领域30-50岁用户比例较高，吸引中青年粉丝

2024年抖音粉丝量TOP10垂类性别占比



2024年抖音粉丝量TOP10垂类年龄占比

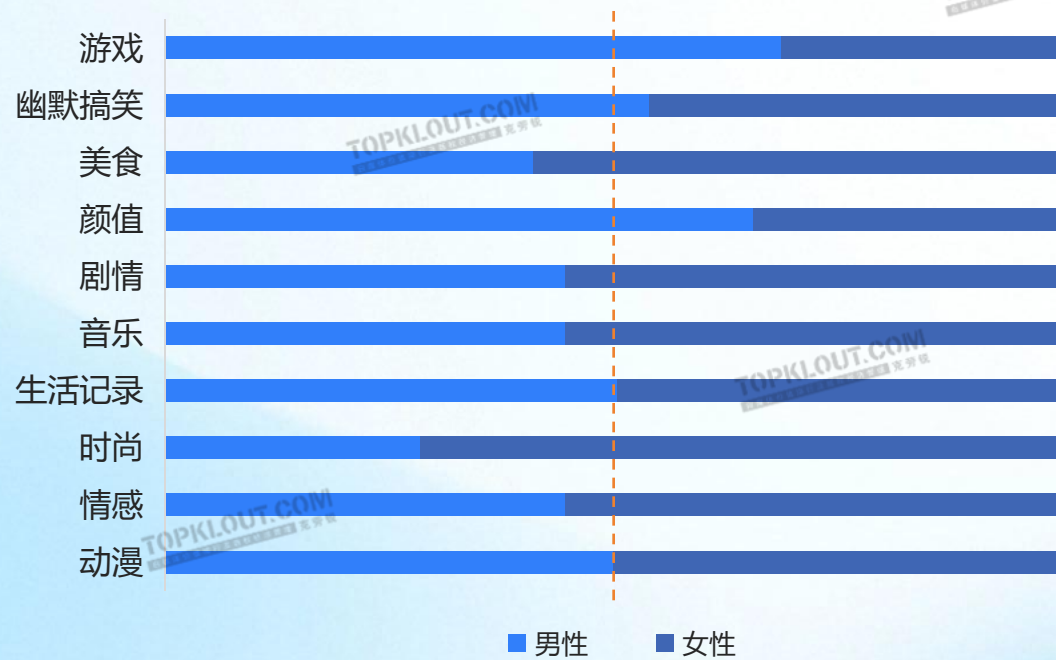


◆ 快手年轻用户偏好游戏、幽默搞笑与颜值领域

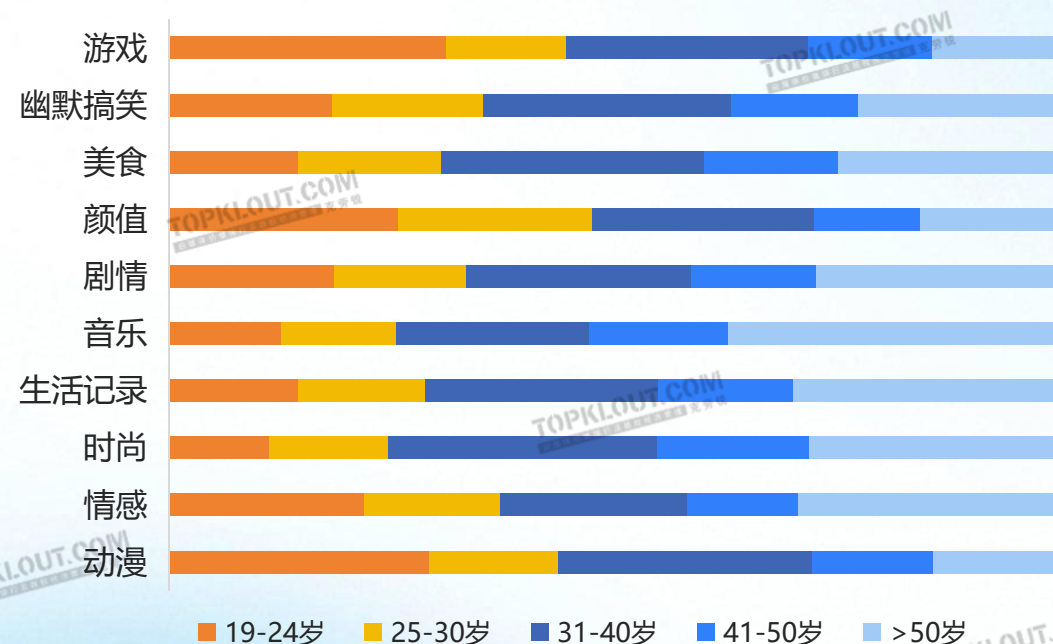


快手粉丝量TOP10垂类用户性别分布差异明显，时尚、美食领域女性用户比例较高
粉丝年龄分布中，颜值、游戏、动漫领域年轻用户比例较高

2024年快手粉丝量TOP10垂类性别占比



2024年快手粉丝量TOP10垂类年龄占比



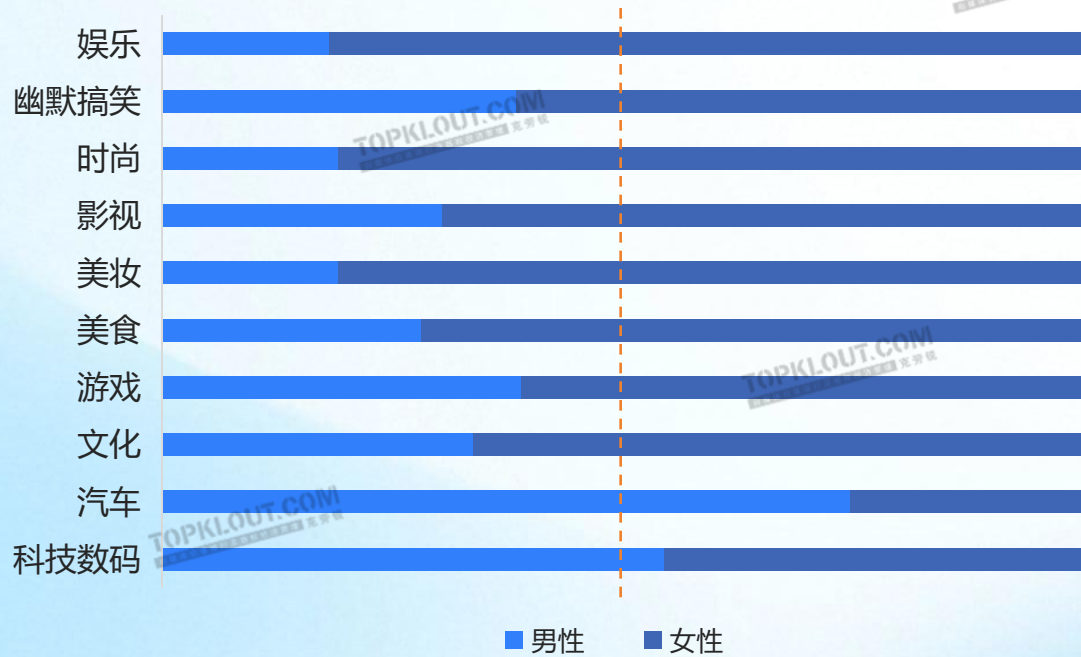
◆ 微博中青年粉丝聚焦美食领域，年轻用户消费娱乐、游戏类目



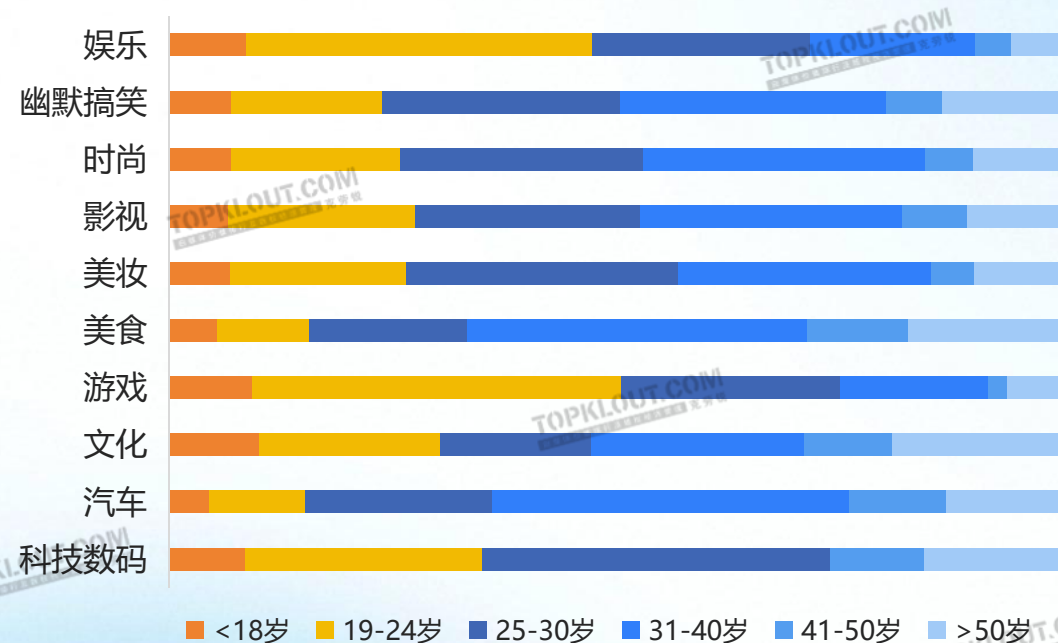
微博粉丝量TOP10领域中，女性用户比例突出，仅汽车与科技数码领域男性粉丝量占比超50%

粉丝年龄分布中，分领域粉丝年龄层差异明显，娱乐、游戏领域以30岁以下用户为主，美食、汽车领域中超过50%用户年龄大于30岁

2024年微博粉丝量TOP10垂类性别占比



2024年微博粉丝量TOP10垂类年龄占比

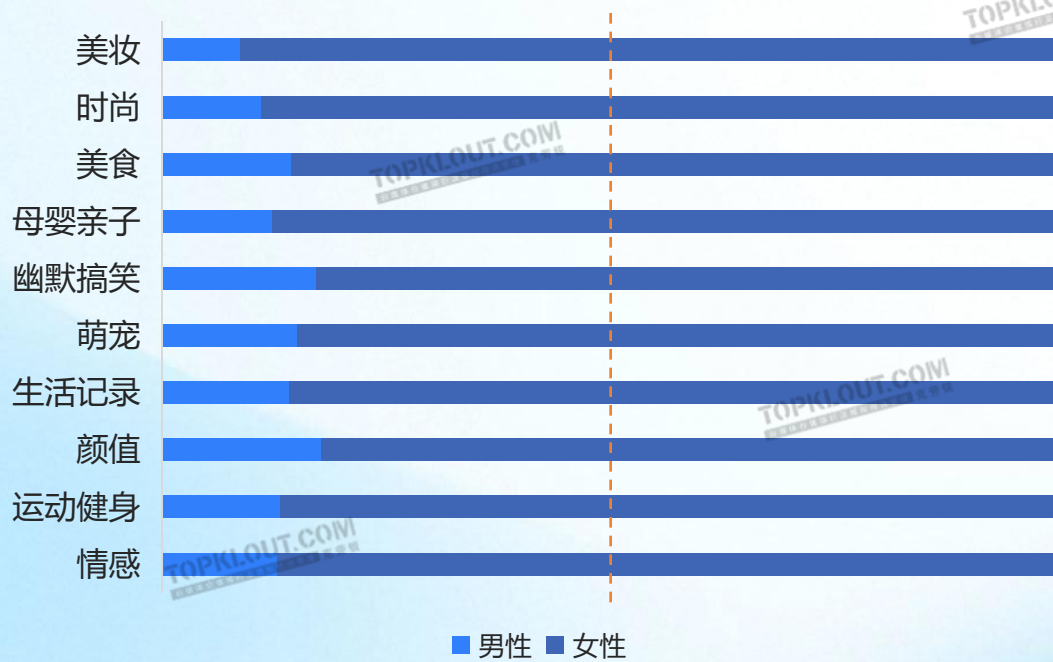


◆ 小红书美妆时尚年轻用户占比超80%，母婴亲子等领域年龄结构均衡化

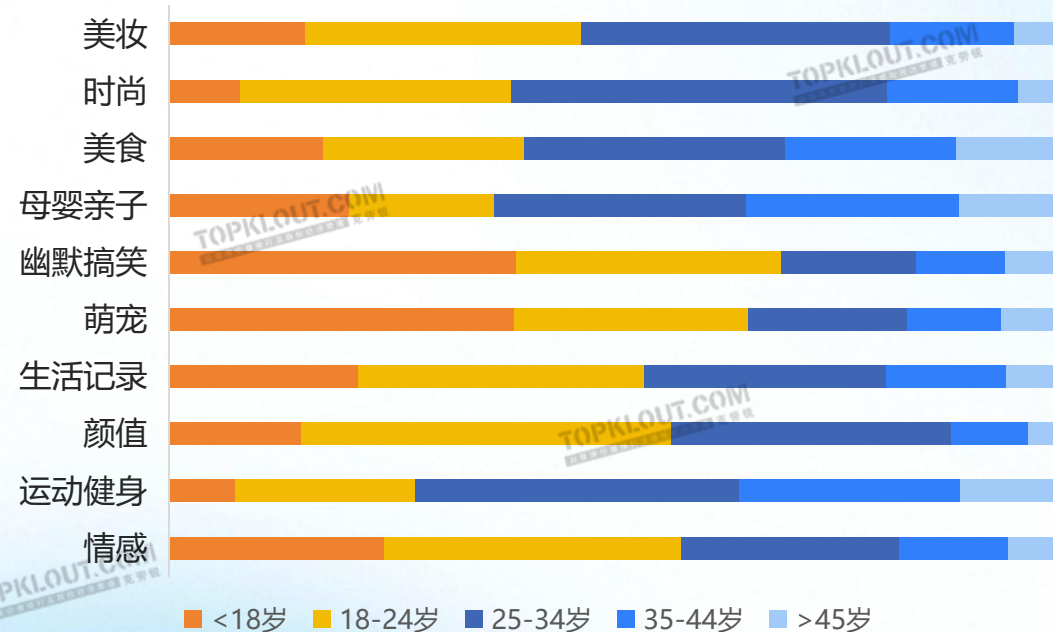
小红书

小红书粉丝量TOP10类目用户依旧以女性用户为主，搞笑与颜值领域性别比例进一步平衡，男性用户比例持续增长；粉丝量TOP10类目中，母婴亲子、运动健身与美食领域用户年龄层较为均衡，其余领域年轻用户比例突出，35岁以下用户比例接近8成

2024年小红书粉丝量TOP10垂类性别占比



2024年小红书粉丝量TOP10垂类年龄占比



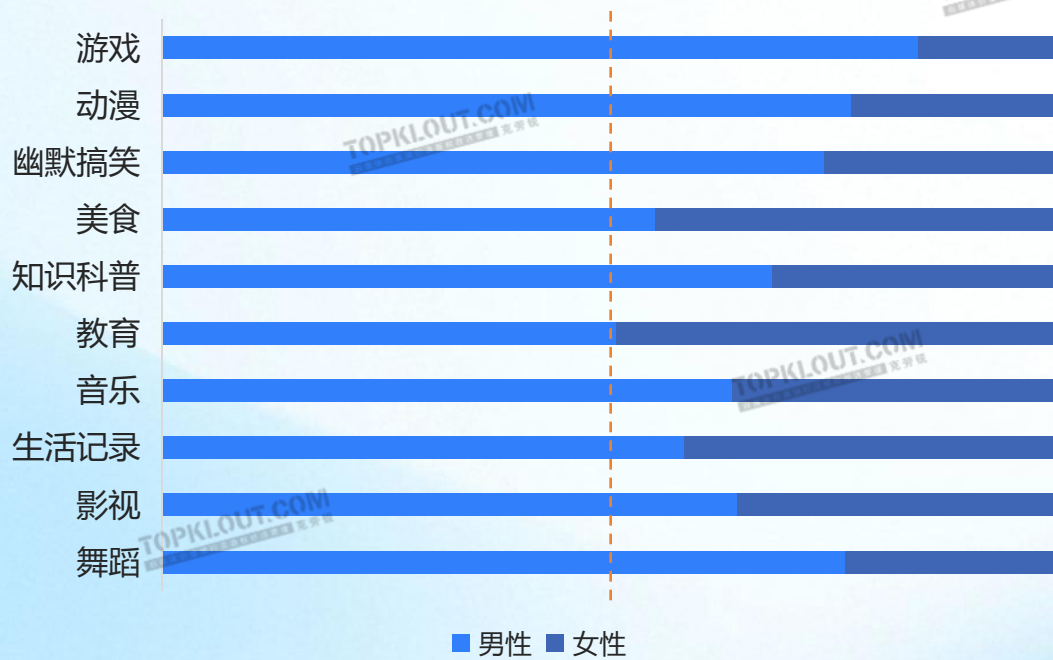
◆ 哔哩哔哩以年轻用户为主，粉丝量TOP10领域7成用户小于30岁

bilibili

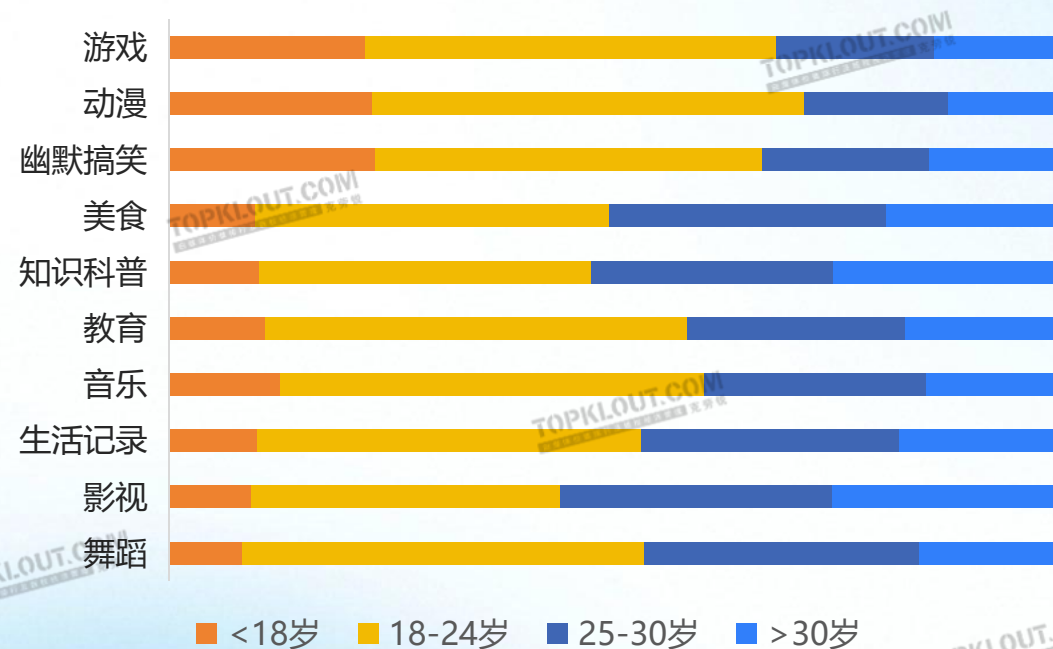
哔哩哔哩粉丝量TOP10领域中男性用户占主导地位，美食与教育领域性别分布持续向均衡发展；

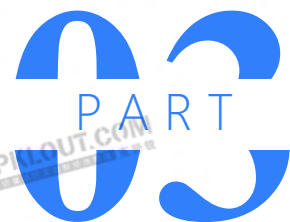
TOP10垂类中30岁以下年轻用户占比突出，游戏、动漫与幽默搞笑30岁以下用户占比超过70%，知识科普与影视领域，年龄结构更均衡，30岁以上用户比例超过25%

2024年哔哩哔哩粉丝量TOP10垂类性别占比



2024年哔哩哔哩粉丝量TOP10垂类年龄占比





五大平台KOL社交价值盘点

- 用户在各种内容中寻找真实的生活，追求轻松、美好的生活
- 旅行、汽车等热门类目激活创作活力，满足生活消费需求

增粉代表

抖音 & 快手：2024年度增粉TOP代表KOL



抖音2024年增粉代表KOL



@ 木森 (卷土重来)

涨粉量：2034万+

直播主播



@ k总

涨粉量：1576万+

颜值



@ 听风的蚕

涨粉量：1565万+

知识科普



@ 李子柒

涨粉量：1250万+

文化



@ 蓝战非

涨粉量：1058万+

旅行



@ 陈泽-

涨粉量：957万+

游戏



@ 江寻千 (九月)

涨粉量：937万+

文化



@ 巨爱吃的周黑鸭

涨粉量：901万+

美食



@ 脱缰凯

涨粉量：855万+

搞笑幽默



@ 大冰

涨粉量：842万+

生活记录



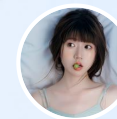
快手2024年增粉代表KOL



@ 马晓伟百戏大舞台

涨粉量：1355万+

幽默搞笑



@ 王大山sanmei

涨粉量：1024万+

美食



@ 可乐 小樊同学

涨粉量：954万+

生活记录



@ 初瑞雪等等安安一家

涨粉量：911万+

母婴亲子



@ CHEN天赐

涨粉量：881万+

游戏

王者荣耀



@ 陈嘉树

涨粉量：817万+

剧情



@ 小何岩

涨粉量：808万+

音乐



@ 赵梦澈

涨粉量：781万+

美妆



@ 樊二娃【629】

涨粉量：583万+

幽默搞笑



@ 十三周一十点食品现货日

涨粉量：549万+

幽默搞笑

◆ 增粉代表

微博 & 小红书：2024年度增粉TOP代表KOL



微博2024年增粉代表KOL



@ 李子柒

涨粉量：208万+

文化



@ 种地吧蒋敦豪

涨粉量：204万+

娱乐



@ 初晓敏

涨粉量：174万+

汽车



@ Tinoke不是tinker

涨粉量：165万+

体育



@ 野生11

涨粉量：163万+

汽车



@ 高尚GSS

涨粉量：157万+

科技数码



@ 三倍速科技

涨粉量：156万+

科技



@ 刘恋MrMiss

涨粉量：149万+

音乐



@ 汽车君

涨粉量：142万+

汽车



@ 夏弃疾_回乡冲浪版

涨粉量：23.35万+

摄影美图



小红书2024年增粉代表KOL



@ 姜妍小红婶儿

涨粉量：276万+

美食



@ 七颗猩猩

涨粉量：231万+

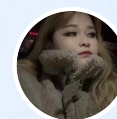
幽默搞笑



@ 古怪小琦

涨粉量：198万+

美食



@ 肚肚小盆友

涨粉量：188万+

模型玩具



@ 张天琪

涨粉量：166万+

幽默搞笑



@ 小龙同学

涨粉量：164万+

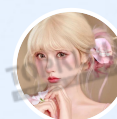
幽默搞笑



@ 爆笑办公室

涨粉量：161万+

幽默搞笑



@ 宋黛cony

涨粉量：153万+

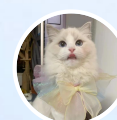
时尚



@ 刘格格

涨粉量：147万+

母婴亲子



@ 五月妈和院儿里的小流浪们

涨粉量：139万+

萌宠

◆ 增粉代表

哔哩哔哩：2024年度增粉TOP代表KOL

bilibili 哔哩哔哩2024年增粉代表KOL



@ 潜艇伟伟迷

涨粉量：431万+

游戏



@ 鲤鱼Ace

涨粉量：200万+

游戏



@ 阿蔡美食雕刻

涨粉量：311万+

美食



@ 燕三嚶嚶嚶

涨粉量：196万+

知识科普



@ BLGBin

涨粉量：169万+

游戏



@ 影视飓风

涨粉量：301万+

科技数码



@ 咸鱼梦想家vlog

涨粉量：192万+

美食



@ 小Lin说

涨粉量：161万+

金融财经



@ 食贫道

涨粉量：293万+

美食



@ 宋浩老师官方

涨粉量：181万+

教育

◆ 抖音代表KOL：深度时政分析圈粉、专业内容出圈@听风的蚕



垂类：颜值

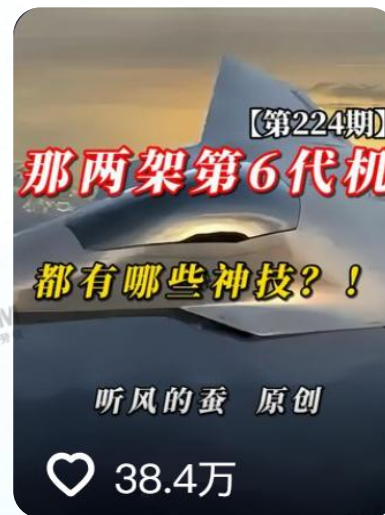
粉丝数：1816万+

2024年涨粉量：1565万+

近90日作品播放量中位数：461万+

近90天作品完播率：10%

优于54.29%同类达人



通俗视角解读专业内容

以通俗的视角解读军事、政治实事，视频中使用通俗易懂的话语进行讲解，良好平衡专业性与通俗性

抽丝剥茧的内容讲解

内容围绕政治军事，以“抽丝剥茧”的方式串联信息，形成完整逻辑，让观众听得懂复杂的问题

幽默叙事风格

讲述风格幽默风趣，通过段子、比喻的手法，降低理解难度，增加趣味性

◆ 快手代表KOL：游戏直播段子手，技术与趣味性齐飞@CHEN天赐



垂类：游戏

粉丝数：2290万+

2024年涨粉量：881万+

近90日作品播放量中位数：58万+

近90天作品完播率：14.1%

天赐会飞连麦小姐姐
竟被认成林更新

解说小鹿疯狂毒奶天赐
(毒奶真的管用?)



游戏段子手

直播间专注于王者荣耀游戏直播，以主播随机组队的形式开展，游戏过程中互动趣味十足，直播间气氛轻松有趣，吸引了大量用户的关注

直播感染力

@CHEN天赐被称为“全能打野王”，其过硬的实力让直播具有技术性，让观众在轻松氛围中享受专业的游戏操作手法

◆ 微博代表KOL：汽车博主跨域多元领域、破圈吸粉@初晓敏



垂类：汽车

粉丝数：551万+

2024年涨粉量：174万+

2024年克劳锐影响力平均指数：53.01

30日作品阅读量中位数：12.75万+

30日作品互动量中位数：261

新车介绍/用车测评



新车资讯、用车体验，全方位介绍新车，
精品内容聚焦汽车领域

多领域跨域内容



跨域美妆、时尚、家装、数码等多领域，
内容高互动吸粉

汽车精品内容

原创汽车精品内容，围绕汽车品牌新品，第一时间传播新车资讯、全面深度试车、多角度介绍车型，高质量精品内容受到用户喜爱

跨域多元内容

汽车内容出发，发布跨美妆、时尚，家居，数码等领域内容，高质量、高互动性内容，多圈层吸粉

◆ 小红书代表KOL：高识别度、少女风内容@宋黛cony



垂类：时尚

粉丝数：350万+

2024年涨粉量：153万+

2024年克劳锐影响力平均指数：92.54

30日作品互动量中位数：2640

30日作品作品互动率：6.60%



少女可爱风格浓烈

人设为可爱少女，妆造凸显人设特点，一头淡黄色长发和可爱风服饰具有强烈的视觉识别度。视频大量运用高饱和度色彩，强调氛围感和个人魅力

聚焦美妆、潮玩主题

选题聚焦潮玩消费、妆造视频与情侣生活等，人设和内容风格高度一致

活力浓烈的氛围感

视频中达人会通过夸张的表情、语气和动作来表达情绪，让内容充满活力感，感染观众

◆ 哔哩哔哩代表KOL：聚焦海外，精品长视频满足用户好奇心@食贫道



垂类：美食

粉丝数：701万+

2023年涨粉量：241万+

2024年克劳锐影响力平均指数：56.06

30日作品阅读量中位数：7.05万+

30日作品互动量中位数：211



旅行vlog栏目

以纪录片形式讲述内容，结合旅行见闻，形成精美的旅行vlog；制作“中东大宝荐”“南洋大宝荐”“穿越新大陆”系列视频，探访美洲、中东等地，以创作者视角展现本地风土人情



付费视频栏目

付费栏目，主题聚焦海外各国社会热点，以访谈形式展开内容，通过实地拍摄与调研采访，深度探讨热点对社会的影响，引人深思

◆ 2024年度克劳锐社交影响力榜——上榜最多的KOL

2024年度克劳锐社交影响力榜“霸榜”KOL入围基准



具备强大的 社交影响力指数

- 采集自媒体账号在各大媒体平台上的**综合表现**
- **多个数据考核维度**，加权计算为指数直观体现



垂直领域内 持续处于高位的社交影响力

- 垂直领域内各项维度优秀，为**该领域的代表账号**
- 月度为周期，社交影响力**持续登榜**



多领域横向对比下 社交影响力TOP

- 各垂直领域社交影响力**TOP账号横向对比**
- 优选**上榜次数高、社交影响力MAX**达人账号

◆ 霸榜KOL

抖音：2024年度克劳锐社交影响力榜“霸榜” KOL代表

覆盖**33个**垂类累积**7920个**
账号上榜**914个**账号
连续12个月“霸榜”“霸榜”率
11.53%

抖音2024年“霸榜” KOL代表



@ 张百乔

上榜次数：12次

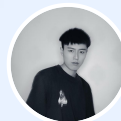
搞笑幽默



@ 瑶一瑶小肉包

上榜次数：12次

母婴亲子



@ 万宁叔-

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 我是晴天

上榜次数：12次

美食



@ 巨爱吃的周黑鸭

上榜次数：12次

美食



@ 高泽宇

上榜次数：12次

情感



@ 特别乌啦啦

上榜次数：12次

美食



@ 榴莲阿

上榜次数：12次

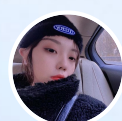
剧情



@ 吃不饱仨战士

上榜次数：12次

美食



@ 晚安的日记

上榜次数：12次

情感

霸榜KOL

快手：2024年度克劳锐社交影响力榜“霸榜” KOL代表



覆盖30个垂类

累积7200个账号
上榜829个账号
连续12个月“霸榜”“霸榜”率
11.51%

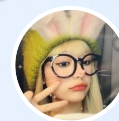
快手2024年“霸榜” KOL代表



@ 酷二狗

上榜次数：12次

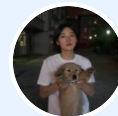
游戏



@ 晨晨 (本人!)

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 周周啊

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 郑丽芬er

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 秦文龙

上榜次数：12次

颜值



@ 脱缰凯

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 奥黛丽厚本

上榜次数：12次

幽默搞笑



@ Y瑶一瑶小肉包

上榜次数：12次

母婴亲子



@ 邢三狗

上榜次数：12次

搞笑幽默



@ 晚安的日记

上榜次数：12次

搞笑幽默

◆ 霸榜KOL

微博：2024年度克劳锐社交影响力榜“霸榜” KOL代表

覆盖**27个**垂类累积**6480个**
账号上榜**901个**账号
连续12个月“霸榜”“霸榜”率
13.91%

微博2024年“霸榜” KOL代表



@ 杰森聊车

上榜次数：12次

汽车



@ 麻尾

上榜次数：12次

动漫



@ 李银河

上榜次数：12次

文化



@ 学霸课长

上榜次数：12次

教育



@ 管大能

上榜次数：12次

体育



@ 豹纹儿er

上榜次数：12次

美食



@ 超能李女士

上榜次数：12次

母婴亲子



@50岁阿姨自驾游

上榜次数：12次

旅行



@ 不喜哥哥

上榜次数：12次

情感



@ 元气少女miumiu酱

上榜次数：12次

时尚

◆ 霸榜KOL

小红书：2024年度克劳锐社交影响力榜 “霸榜” KOL代表

小红书

覆盖25个垂类

累积5500个
账号上榜591个账号
连续12个月“霸榜”“霸榜”率
10.75%

小红书2024年“霸榜” KOL代表



@ 叮叮猫

上榜次数：12次

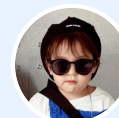
剧情



@ 我是机灵姐

上榜次数：12次

母婴



@ 小麦

上榜次数：12次

母婴



@ 小林高智

上榜次数：12次

幽默搞笑



@ 一只静猪

上榜次数：12次

母婴



@ 旖旎小虎

上榜次数：12次

宠物



@ 大眼东

上榜次数：12次

幽默搞笑



@ 老爸评测

上榜次数：12次

开箱测评



@ 米雷-RayDog

上榜次数：12次

运动健身



@ 房琪kiki

上榜次数：12次

情感

◆ 霸榜KOL

哔哩哔哩：2024年度克劳锐社交影响力榜“霸榜” KOL代表

覆盖**25个**垂类累积**6000个**
账号上榜**680个**账号
连续12个月“霸榜”“霸榜”率
11.33%

B站2024年“霸榜” KOL代表



@ 小潮院长

上榜次数：12次

游戏



@ 小约翰可汗

上榜次数：12次

知识科普



@ 绵羊料理

上榜次数：12次

美食



@ 高斯Goh

上榜次数：12次

游戏



@ HOLA小测佬

上榜次数：12次

美食



@ 泛式

上榜次数：12次

美食



@ 影视飓风

上榜次数：12次

科技数码



@ 老番茄

上榜次数：12次

游戏



@ 星有野

上榜次数：12次

动漫

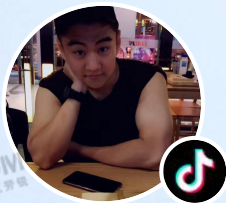


@ 盗月社食遇记

上榜次数：12次

美食

◆ 抖音代表：一碗饭大快朵颐的美食博主@巨爱吃的周黑鸭



达人基本数据

垂类：美食

粉丝数：1650万+

2024年克劳锐影响力平均指数：101.57

2024年克劳锐社交影响力排行榜上榜次数：12

达人核心数据表现

近90天作品平均播放量：3011万+

近90日作品平均获赞：104万+

近90日作品平均互动量：77万+



鲜明特色



感染力风格



吃播标签

创作关键词

鲜明个人特色：一张桌子、一碗饭为固定场景的，搭配剪辑蒙太奇让吃饭具有故事性、趣味性

富有感染力的吃相：视频中丰富的美食、配合博主夸张的语言风格和丰富的表情，让视频极具个人感染力

◆ 快手代表：搞笑“名媛”微短剧博主@奥黛丽厚本



达人 基本数据

垂类：幽默搞笑

粉丝数：1035万+

2024年克劳锐影响力平均指数：90.99

2024年克劳锐社交影响力排行榜上榜次数：12

达人核心 数据表现

近90天作品播放量中位数：293万+

近90日作品获赞中位数：23万+

近90日作品互动量：16万+



创作关键词

微短剧形式：每一集都有一个主题，剧情紧凑但富有感染力，让观众快速关注剧情，带入剧情

个人鲜明特色：博主打造自信、搞笑的“名媛”人设，与自身外形形成强烈反差感，吸引用户关注

◆ 微博代表：50岁独自一人重新出发的旅行博主@50岁阿姨自驾游



达人基本数据

垂类：旅游

粉丝数：76.1万+

2024年克劳锐影响力平均指数：98.49

2024年克劳锐红人影响力排行榜上榜次数：12

达人核心数据表现

近90天作品播放量中位数：12.67万+

近90日平均互动量：5980



创作关键词

- 房车旅行生活：从个人生活视角出发，记录苏敏阿姨自驾游的生活点滴，深度结合目的地人文风貌和旅行见闻，向用户展示旅行者不一样的所见所闻
- 50岁阿姨自驾：讲述50岁敢于走出家门的女性独自探索世界的故事，内容从自驾游向外延伸至生活的方方面面，全面展现独自一人房车旅行生活的全貌

◆ 小红书代表：海外三胎家庭小學生的日常@我是机灵姐



达人基本数据

垂类：母婴亲子

粉丝数：679万+

2024年克劳锐影响力平均指数：104.62

2024年克劳锐红人影响力排行榜上榜次数：12

达人核心数据表现

近30天作品阅读量中位数：37万+

近30日作品互动互动量中位数：2.3万+



创作关键词

三胎家庭的海外生活：以“三胎”日常为切入点，内容聚焦家庭生活、儿童成长和生活趣事，全面展示中国多子家庭在海外的生活

小学生做主角：账号主角为小学生“机灵姐”，凭借超越同龄人的机灵、聪明等特点，让人眼前一亮，吸引用户持续关注

◆ 哔哩哔哩代表：以美食为媒介探索全球@HOLA小测佬



达人基本数据

垂类：美食

粉丝数：486万+

2024年克劳锐影响力平均指数：102.89

2024年克劳锐红人影响力排行榜上榜次数：12

达人核心数据表现

近180天最新5个作品播放量中位数：369万+

近180天最新5个作品互动率中位数：6.6%

90日互动量中位数：15万+



创作关键词

探秘全球美食：以美食为媒介，探秘全球特色地区、特色美食，如北极美食、奥运庆功宴等；以亲身经历，带观众感受全球美食

内容真实接地气：视频内容多以第一视角展开描述，配合UP主幽默风趣的话语风格，真实、有趣的呈现当地美食与人文特色

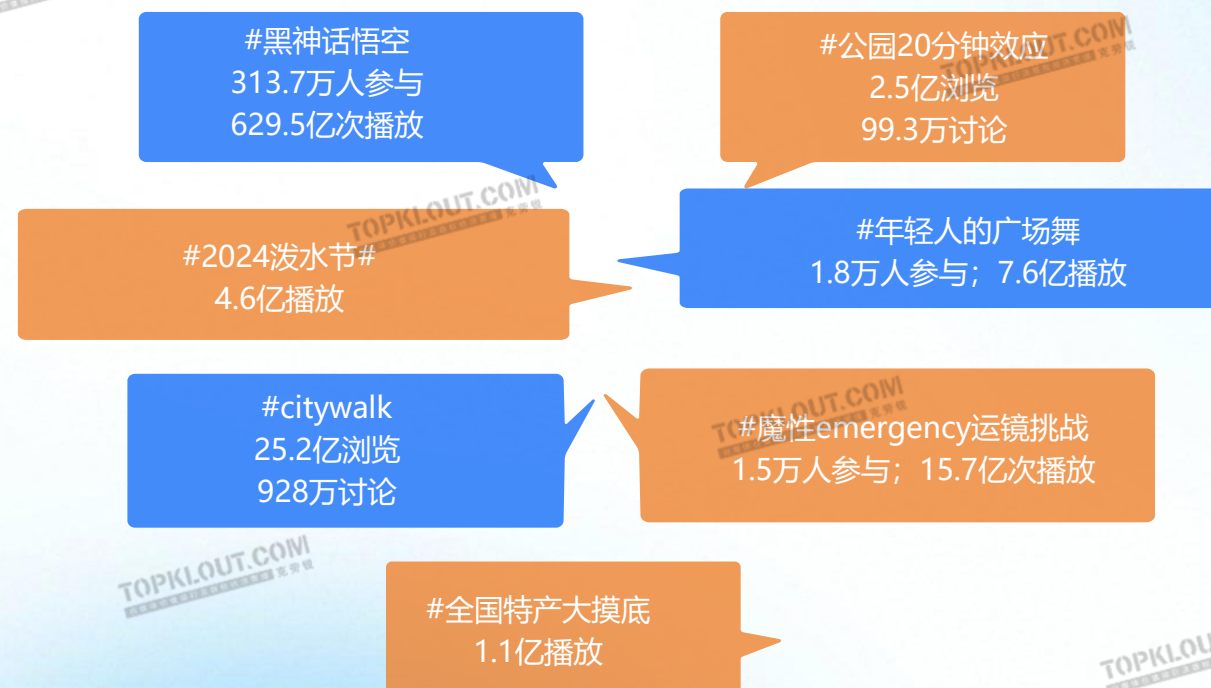
◆ 2024年KOL创作趋势洞察：内容向生活化、高质量、具有独特性演化

2024年KOL创作从身边人物和事物出发，以分享生活、创造美好生活为主题，创作质量更高、富有乐趣、更具生活气息的内容

TOP20000作品主题关键词



2024年五大平台典型话题



数据来源：克劳锐研究院、五大平台互动量TOP20000内容

《2024抖音生活服务年度数据报告》《小红书2024年度生活趋势观察报告》《2024快手年度数据报告》

◆ 2024年用户内容消费趋势洞察：用户主动消费生活化、高质量、独特内容

用户内容消费倾向于关注有趣、生动且能够产生情绪价值、助力用户释放生活压力的内容，其中搞笑幽默的剧情类内容获得用户的“点赞”

内容消费追求压力释放



01

搞笑兼具紧张感的剧情
内容收获点赞

@薯条妹妹 🍷



02

日常情景剧情，
带入感满满

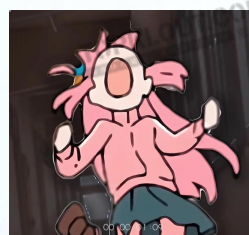
@美丽的臭小汁



05

生活场景现场“直播”，
发生在身边的故事唤醒
对生活的记忆

@张软迪



04

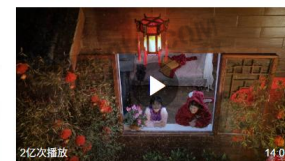
音乐娱乐内容，热门歌
曲再创作，点燃“死去
的记忆”

@学姐圆

高质量、高情绪价值内容互动量表现优异

李子柒 2024-11-12 来自 微博视频号

这个大漆视频迟到了四年
“漆”同“柒”
我给这幅雕漆隐花的漆器作品取名“紫气东来”
麒麟回首，万事不愁
也把这份祝愿送给看到视频的每一个你，很想你们❤️
#李子柒紫气东来# #朝花柒拾# #焕新非遗计划# 李子柒的微博视频



萌娃视频，
感受人类幼崽的可爱
抖音：2165万互动



李子柒回归发布漆器视频，
收获全网关注

哔哩哔哩：1054.6万播放

微博：2亿播放

◆ 克劳锐洞察：用户消费需求驱动KOL内容创新与能力迭代

用户内容消费正重塑创作者创作逻辑，从“创作者主导内容生产”向“用户消费数据影响内容生产”演化，倒逼创作者向高质量、贴近生活的内容方向靠拢、创作

更多中腰部作者成为平台精品内容的支撑者，促创作者在选题内容、内容质量与平台曝光等方面加强投入，迭代创作能力

创作者与用户权重颠覆，主导逻辑被重塑

创作者围绕创作与投放、全方位能力升级



现在：用户主导观看内容，推动创作者贴合用户关注趋势而创作
过去：创作者主导内容生产，决定内容消费方向



◆ 引用说明

CITATION DESCRIPTION

【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

◆ 法律说明

LEGAL STATEMENT

【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。

◆ 克劳锐

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.TOP-klout.com

克劳锐指数研究院邮箱（报告合作需求）：research@TOP-klout.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” TOP-KLOUTAWARDS

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

