

2022-2023

奢侈品品牌明星与社媒营销研究

——蓝血与红血品牌分析

艺恩出品 2023年5月

在顶级奢侈品品牌中，有6大蓝血品牌和8大红血品牌两大阵营。6大蓝血品牌包括：Chanel（香奈儿）、Dior（迪奥）、Louis Vuitton（路易威登）、Gucci（古驰）、Prada（普拉达）、Calvin Klein（CK）。8大红血品牌包括：Givenchy（纪梵希）、Giorgio Armani（阿玛尼）、Valentino（华伦天奴）、Yves Saint Laurent（圣罗兰）、Versace（范思哲）、Hermès（爱马仕）、Lanvin（浪凡）、Burberry（博柏利）。能成为“蓝血”和“红血”这些顶奢品牌的代言人，往往是艺人高商业价值的体现。从奢侈品品牌进入中国以来，各大奢侈品牌的代言人从周迅、李冰冰、胡歌等高国民度演员，到迪丽热巴、易烱千玺、肖战、王一博等一众小花和小生，顶级奢侈品品牌越来越看重中国Z世代年轻人的喜好和消费能力。

顶级奢侈品的品牌营销、选择代言人的对象和策略往往是其他行业的标杆。本次报告主要通过通过对近一年来6大蓝血品牌和8大红血品牌官宣代言人和在各大社媒平台投放KOL的表现进行分析，来还原当下这些顶级奢侈品品牌选择艺人合作时的策略，希望能为其他品牌在选择艺人进行商业合作时带来一些帮助和启发。

- 01 ● 奢侈品品牌代言合作概况
- 02 ● 蓝血&红血品牌代言人&KOL合作表现分析
- 03 ● 迪奥&纪梵希代言人&KOL营销案例分析



01

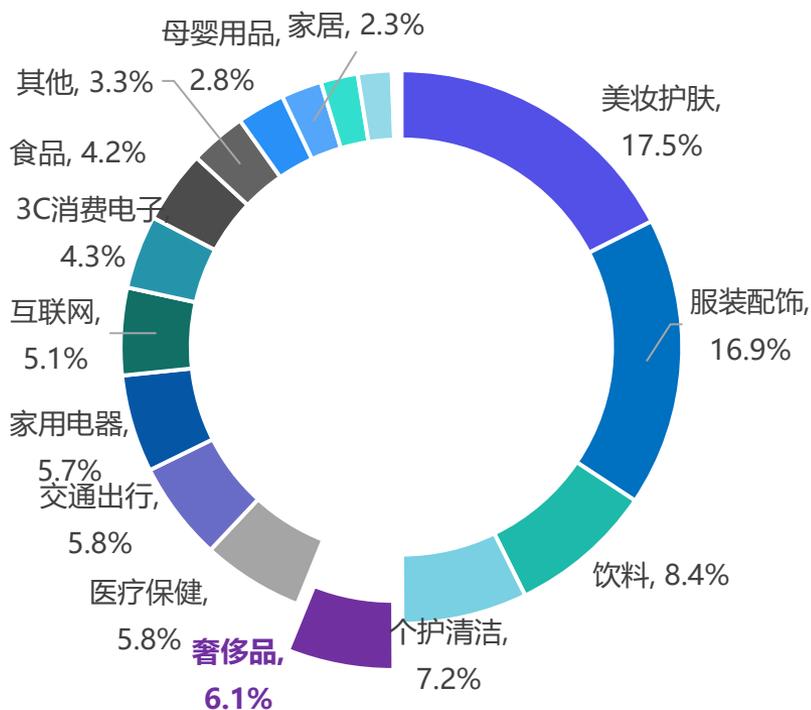
奢侈品品牌代言合作概况

行业概览：奢侈品代言人数量占比6%，行业排名第五

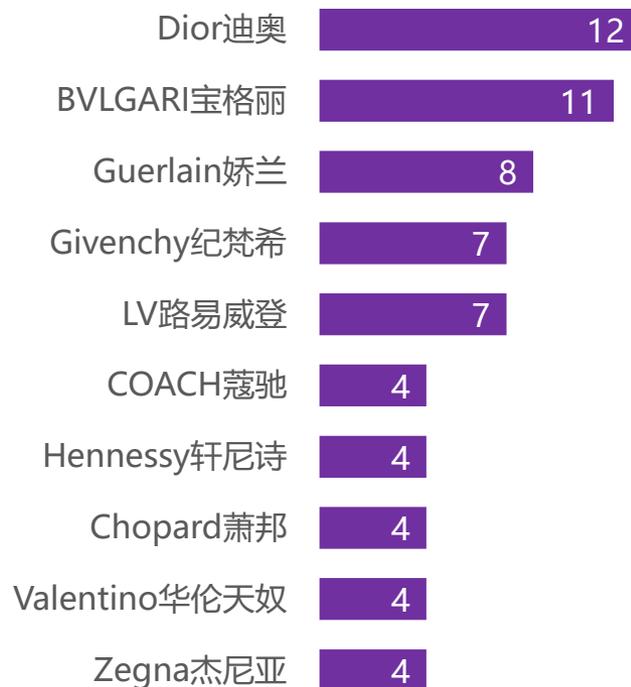


- 2022-2023年，官宣代言人数量最多的行业是美妆护肤行业，奢侈品行业官宣代言人数量排名第5位；
- 奢侈品品牌官宣代言人数量TOP10品牌中，迪奥官宣代言人数量最多，共官宣12位明星代言人。

2022-2023各行业官宣代言人数量分布



奢侈品品牌官宣代言人数量TOP10



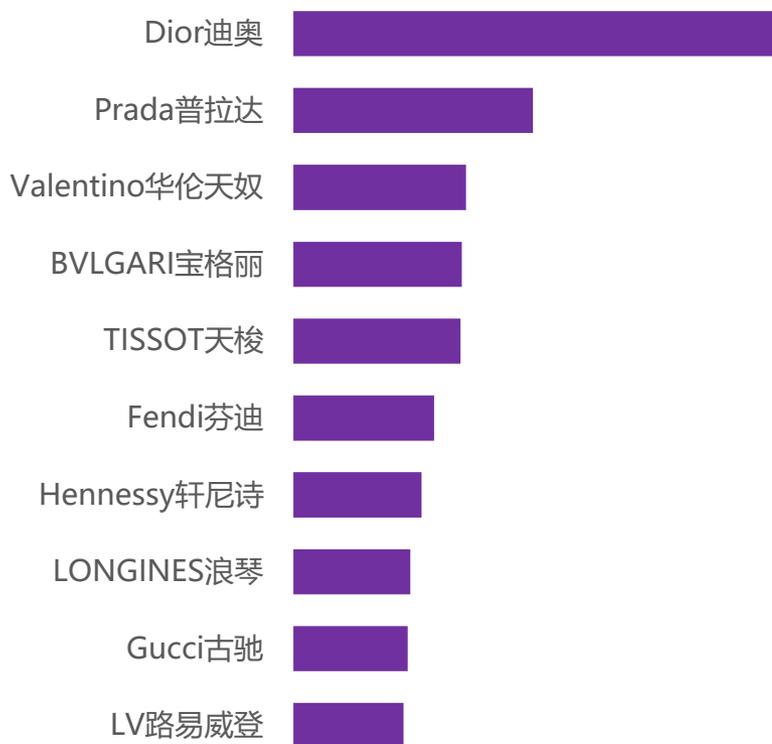
注：官宣代言人数量是指在本报告统计时间范围内品牌官方微博账号新官宣的明星代言人(包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等)数量

奢侈品品牌：迪奥代言人营销频率和营销效果表现突出



- 在奢侈品品牌中，迪奥、普拉达等品牌的明星代言人营销合作频率高，迪奥、路易威登、香奈儿、古驰等品牌明星代言人相关微博营销互动表现较好。

奢侈品品牌官宣代言人相关微博数量TOP10



奢侈品品牌官宣代言人相关微博互动量TOP20



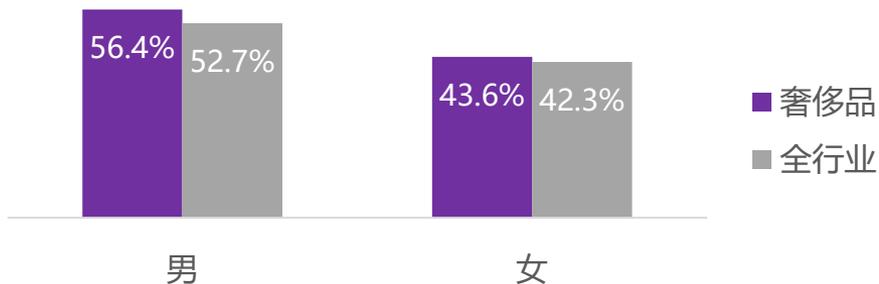
注：代言人相关微博数量是指品牌微博官方账号发布的与官宣代言人相关的微博条数

注：互动量=点赞量+转发量+收藏量（微博平台）

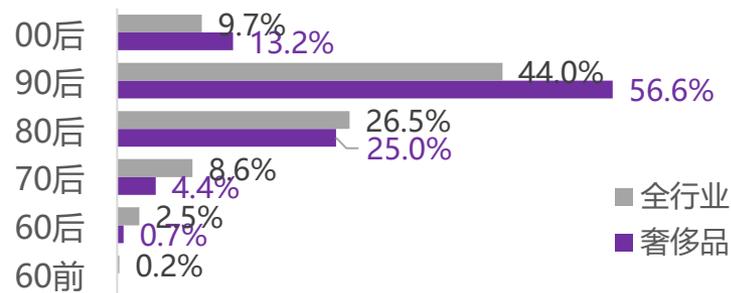
奢侈品品牌代言人：男性、90后、影视圈层占主流

- 近一年奢侈品品牌新增代言人中，男性艺人占比超过50%，且高于全行业官宣男性代言人占比；
- 从年龄分布来看，90后代言人数数量占比56.6%，在所有年龄段中占比最高；
- 从圈层分布来看，娱乐圈层代言人数数量占比超过9成，其中影视圈层艺人数量占比50%以上。

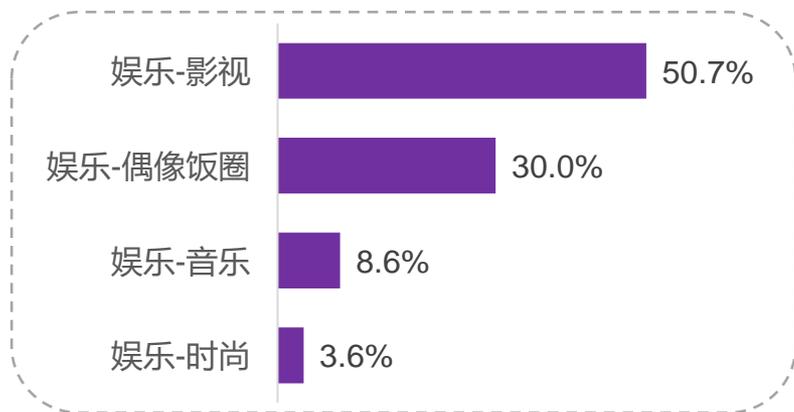
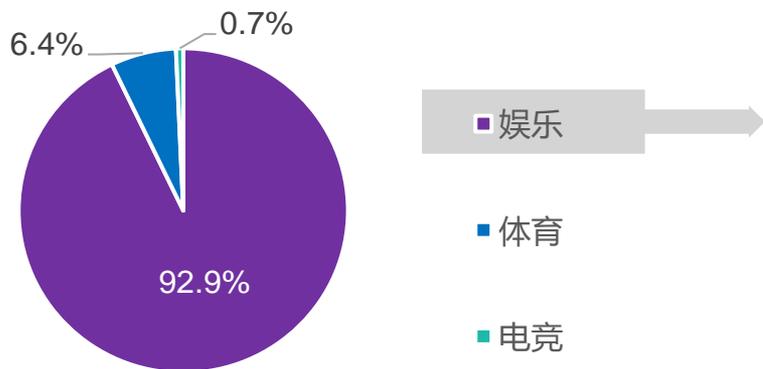
近一年奢侈品品牌官宣代言人性别分布



近一年奢侈品品牌官宣代言人年龄分布



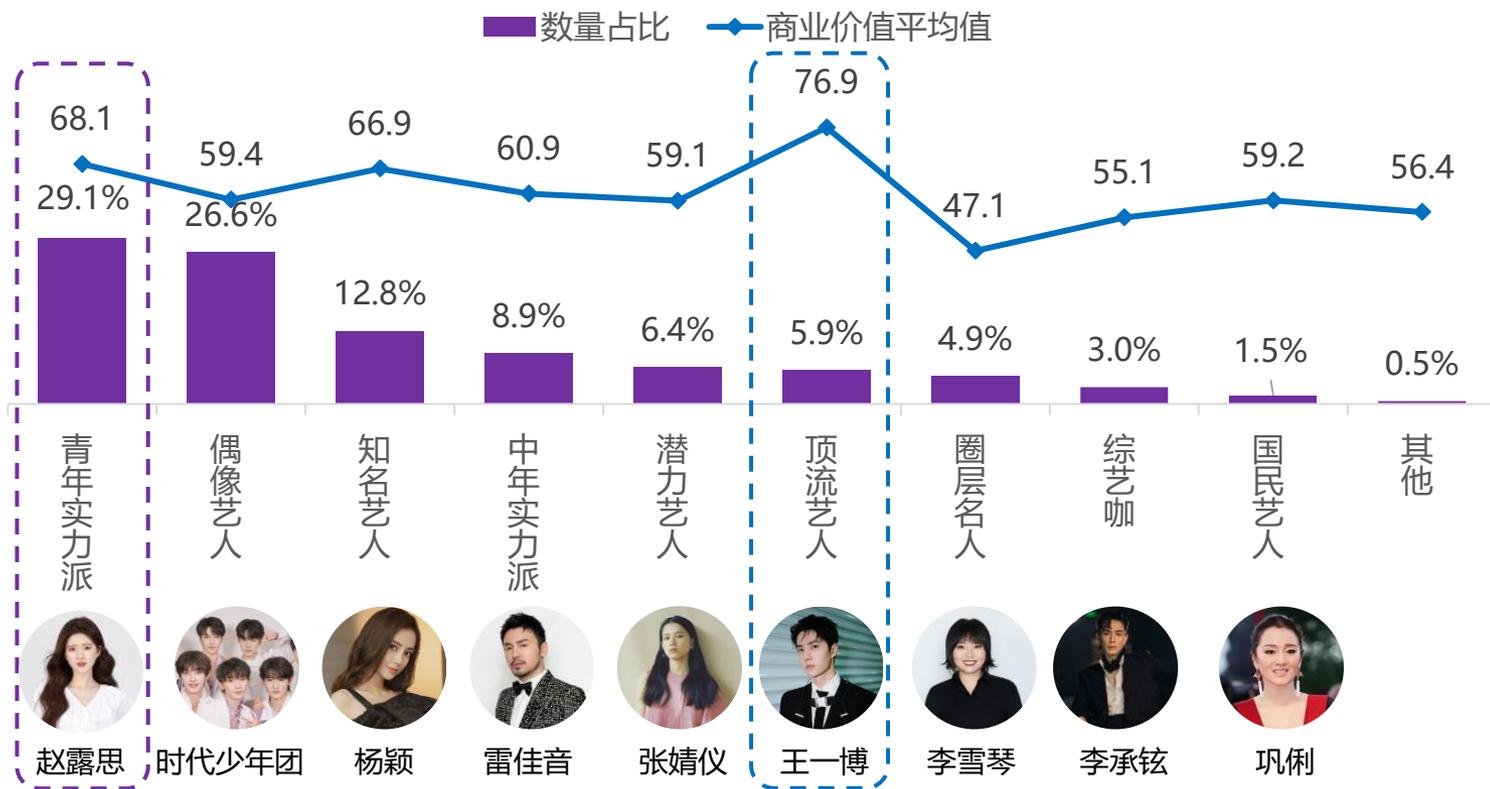
近一年奢侈品品牌官宣代言人圈层分布



奢侈品品牌代言人：青年实力派数量和商业价值双高

- 近一年奢侈品品牌新增明星代言人中，青年实力派艺人和偶像艺人数量较多，占比均超25%；
- 从商业价值看，顶流艺人的商业价值均值最高，最受品牌认可，其次是青年实力派艺人。

近一年奢侈品品牌官宣代言人类别分布



明星列举



注：艺人类别由艺恩根据艺人年龄、职业、形象标签、知名度等维度进行划分并整理得出。

source：艺恩营销智库，监测时间：2022年3月27日-2023年3月27日©2023.05 艺恩



02

蓝血&红血品牌 代言人&KOL合作表现分析

蓝血&红血品牌简介

- **6大“蓝血”品牌：**设计师风格显著的品牌，品牌广告投放量较大，会邀请很多超模代言，包括：Dior（迪奥），Chanel（香奈儿），Louis Vuitton（路易威登），Gucci（古驰），Prada（普拉达）和Calvin Klein（仅包括Calvin Klein collection）；
- **8大“红血”品牌：**包括Givenchy（纪梵希），Giorgio Armani（乔治阿玛尼），Valentino（华伦天奴），YvesSaintLaurent（YSL），Versace（范思哲），Hermes（爱马仕），Lanvin（浪凡），Burberry（博柏利）。

六大蓝血品牌



八大红血品牌

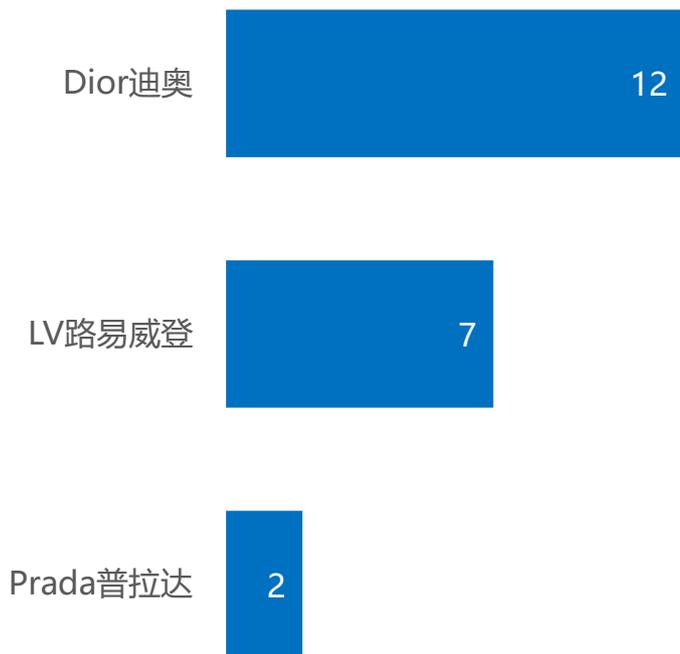


官宣代言人：蓝血品牌迪奥新增代言人数最多，红血品牌纪梵希代言合作艺人数较多

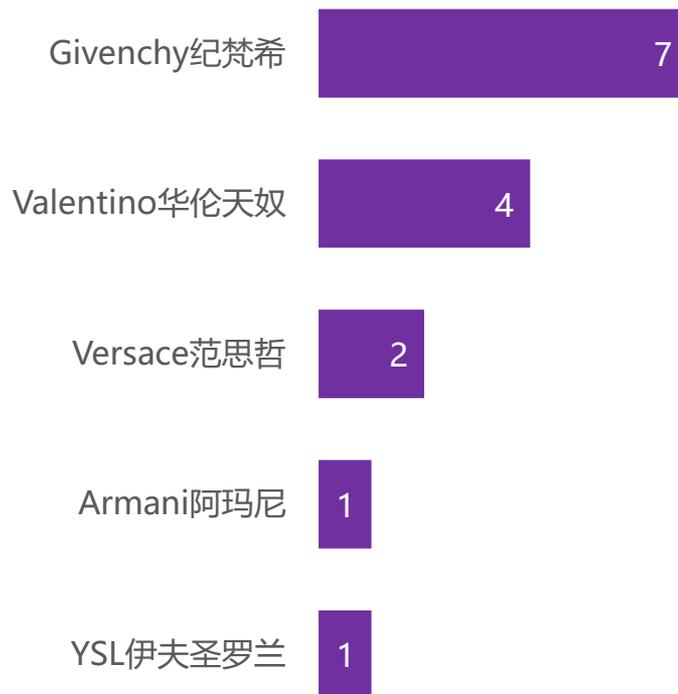


- 蓝血品牌中，迪奥近一年官宣代言人数最多，其次是路易威登；香奈儿、古驰、Calvin Klein三个品牌无新增官宣代言人；
- 红血品牌中，纪梵希近一年官宣代言人数最多；爱马仕、博柏利和浪凡无新增官宣代言人。

蓝血品牌官宣代言人数排名



红血品牌官宣代言人数排名

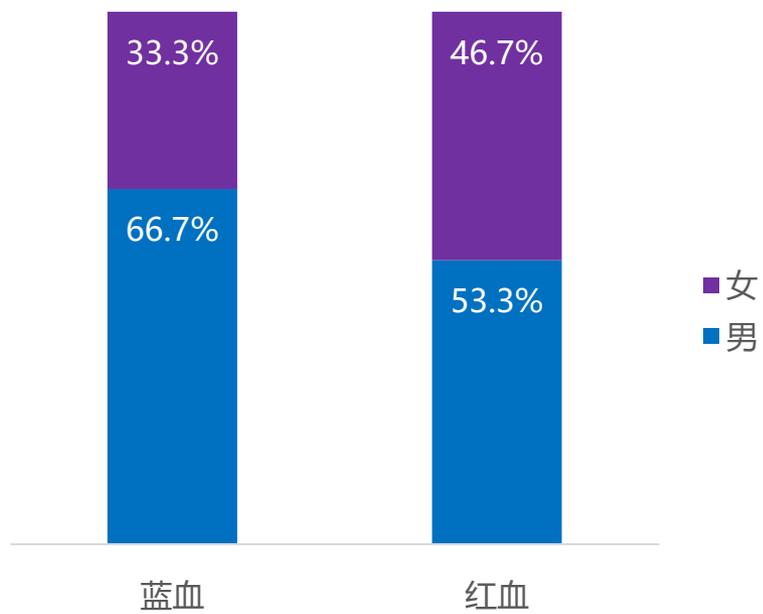


官宣代言人：蓝血、红血品牌男性代言人数量更具优势

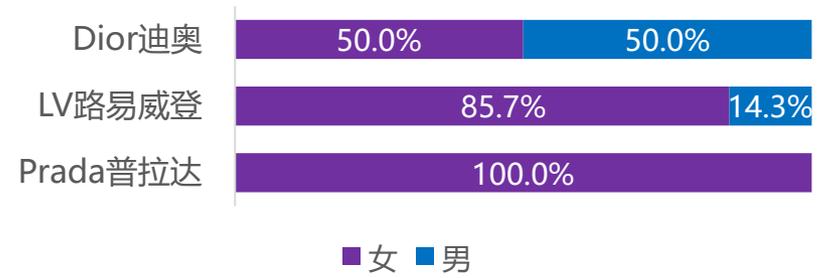


- 蓝血品牌官宣代言合作艺人中，男性艺人占比超6成；红血品牌新增代言人中，男性艺人占比也超过了50%；蓝血品牌中，迪奥、路易威登新增代言人中男性占比分别为50%和85.7%；红血品牌中纪梵希、YSL新增代言人中50%以上是女艺人。

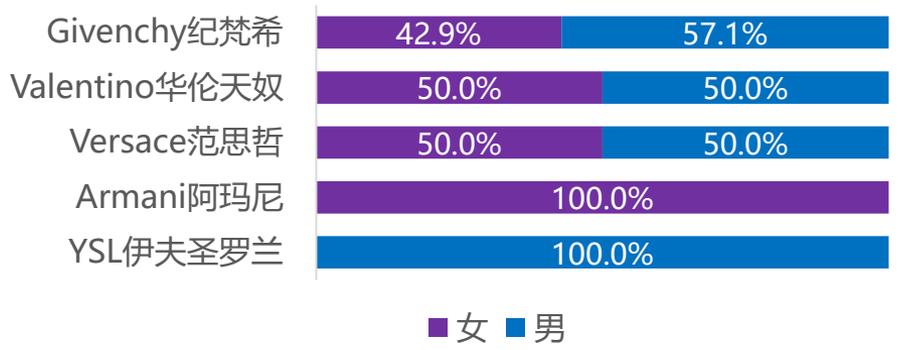
蓝、红血品牌官宣代言人性别分布



蓝血品牌官宣代言人性别分布



红血品牌官宣代言人性别分布



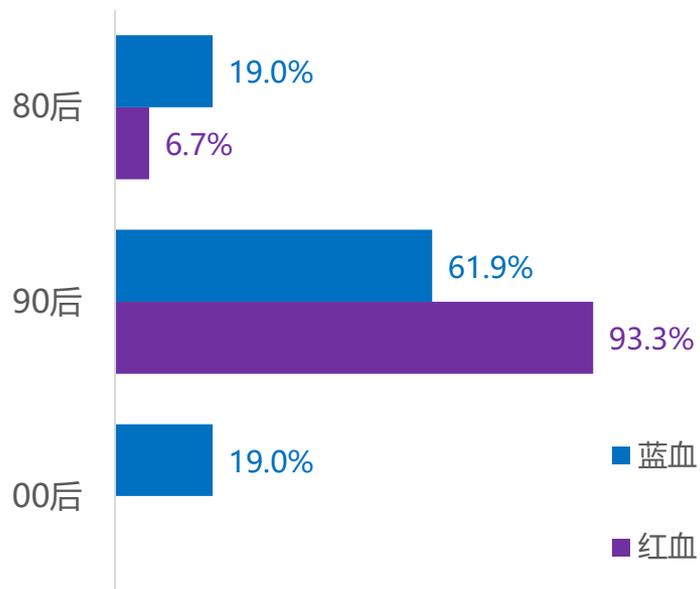
source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2022年3月27日-2023年3月27日

官宣代言人：蓝血、红血品牌均90后代言人占大多数

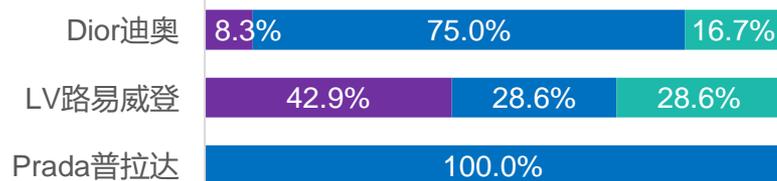


- 从整体来看，蓝血、红血品牌官宣代言人中90后艺人占比最高，其中红血品牌90后代言人占比超9成；
- 蓝血品牌中，迪奥、路易威登品牌代言人在80-00年龄段均有分布，较为均衡；红血品牌中，仅华伦天奴新增代言人中有25%是80后艺人，其余品牌新增代言人均为90后艺人。

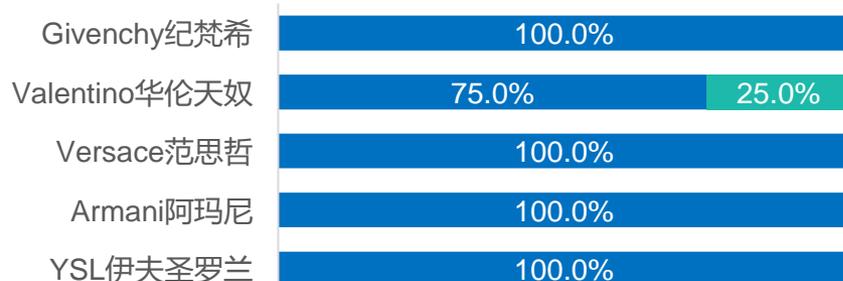
蓝、红血品牌官宣代言人年龄分布



蓝血品牌官宣代言人年龄分布



红血品牌官宣代言人年龄分布

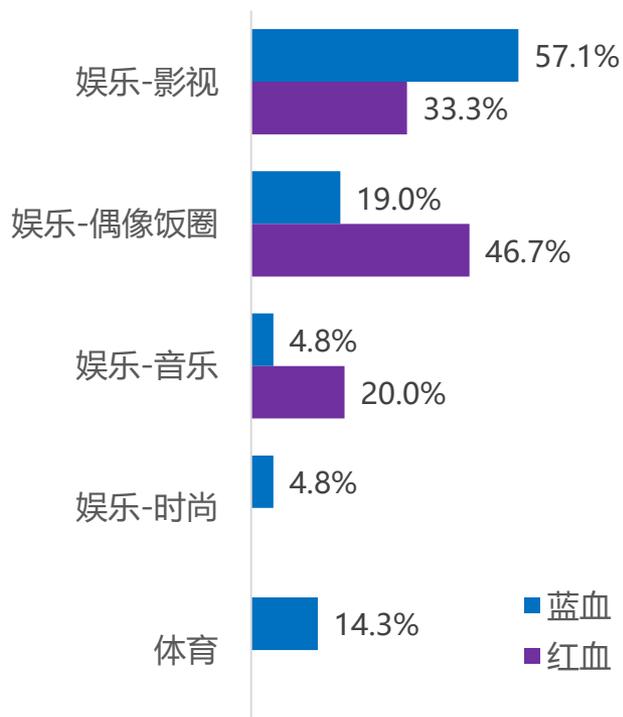


■ 00后 ■ 90后 ■ 80后

官宣代言人：影视演员、偶像饭圈是蓝/红血品牌合作频率较高的圈层

- 从蓝、红血品牌新增代言人的圈层分布来看，影视演员、偶像饭圈的艺人占比高于其他圈层；此外，体育明星和时尚圈层的艺人也是蓝血品牌热衷合作的对象，而音乐圈层艺人则在红血品牌代言艺人中占比超过了30%。

蓝、红血品牌官宣代言艺人圈层分布



蓝、红血品牌不同圈层代言人示例

	李现 范思哲全球香水代言人	娱乐-影视
	时代少年团 路易威登品牌大使	娱乐-偶像饭圈
	李荣浩 华伦天奴品牌大使	娱乐-音乐
	杨英格 迪奥中国品牌挚友	娱乐-时尚
	苏翊鸣 路易威登品牌大使	体育

官宣代言人：蓝血品牌大使、红血品牌挚友合作身份艺人占比超5成



- 蓝血品牌代言合作对象中，56%的艺人与品牌的合作身份是品牌大使，其中Dior/LV常与艺人以品牌大使的身份合作；红血品牌代言合作对象中，52%的艺人与品牌的合作身份是品牌挚友，其中Versace、Givenchy、Valentino与艺人以品牌挚友的身份合作频率较高。

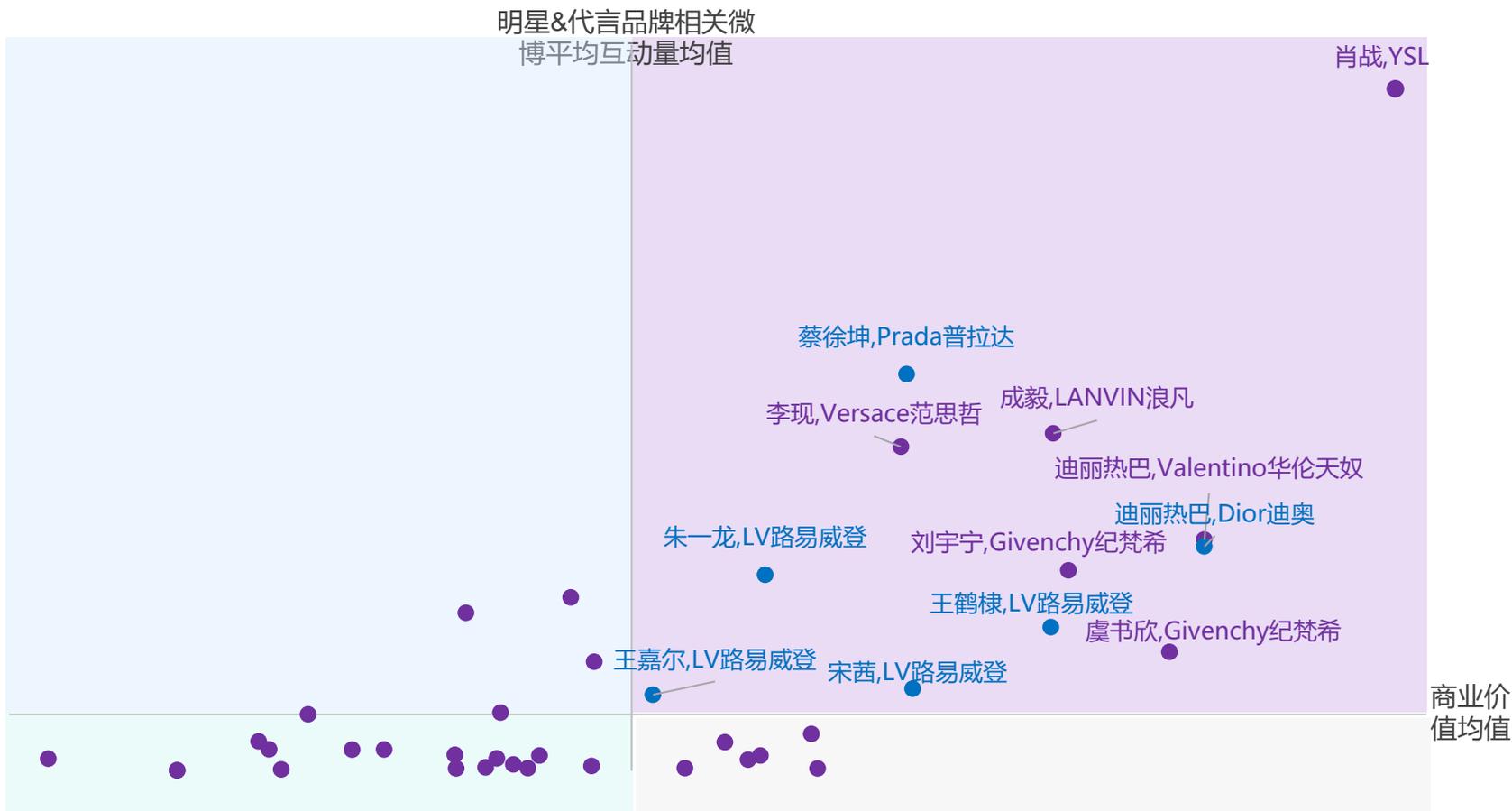
蓝、红血品牌代言合作艺人合作身份分布



官宣代言人：肖战等顶流艺人商业价值和粉丝互动量双高

- 肖战、蔡徐坤、李现、迪丽热巴等11位蓝、红血品牌代言合作艺人的商业价值和微博互动表现均高于所有蓝红血品牌代言人平均值，不仅自身商业价值遥遥领先于其他艺人，且品牌代言合作的互动效果较好。

蓝、红血品牌官宣代言人商业价值 X 微博互动量

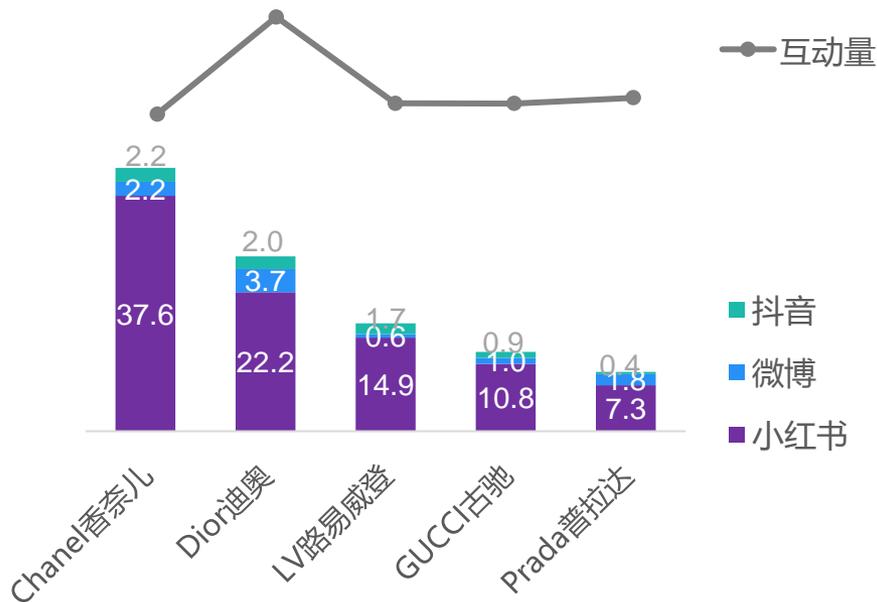


KOL发文：香奈儿、爱马仕KOL种草内容多，迪奥、圣罗兰KOL种草内容互动热度高

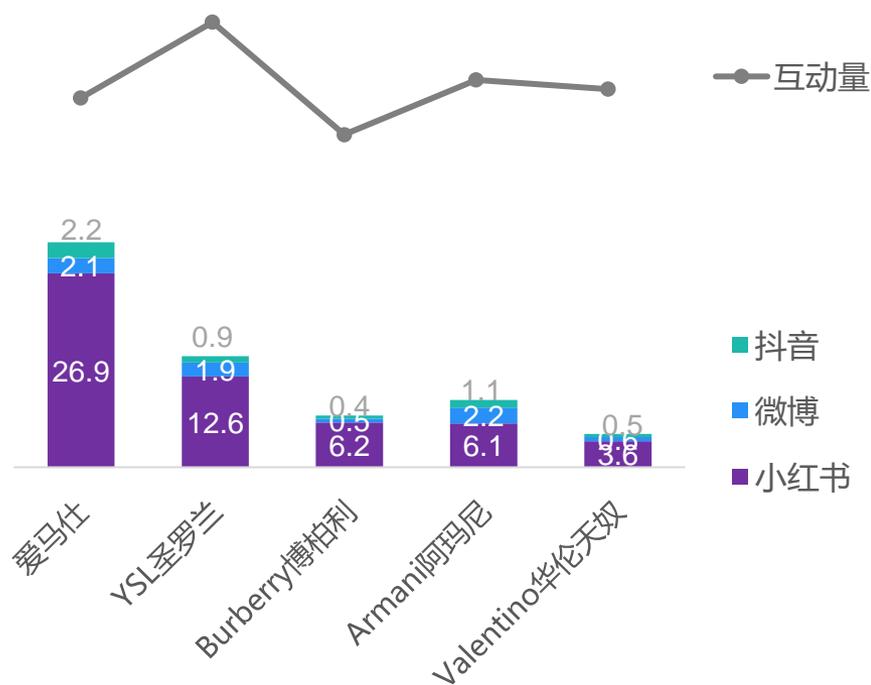


- 蓝血品牌中，KOL在小红书、微博和抖音平台发布的香奈儿品牌相关作品数量最多，其次是迪奥品牌；从互动表现来看，迪奥品牌相关KOL发文的互动表现最好。
- 红血品牌中，KOL在小红书、微博和抖音平台发布关于爱马仕品牌的作品数量最多，其次是YSL圣罗兰品牌；从互动表现来看，圣罗兰品牌相关KOL发文的互动表现最好。

蓝血品牌KOL发布作品数量&互动量
(单位：万)



红血品牌KOL发布作品数量&互动量
(单位：万)





03

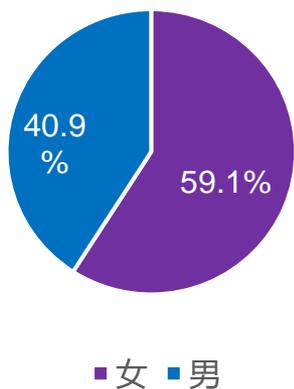
迪奥&纪梵希 代言人&KOL营销案例分析

迪奥代言人分布：男艺人、影视圈层是主流，以品牌代言人身份合作的艺人占比近3成

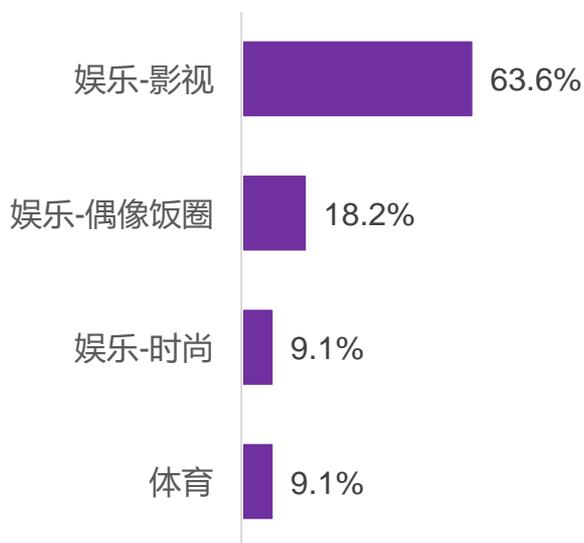


- 迪奥近一年有营销合作的明星代言人中，男性占比接近6成，影视圈层艺人占比63.6%；从代言身份来看，以代言人身份进行合作的艺人占比接近30%，品牌大使占比31.8%，品牌挚友占比40.9%，艺人代言身份分布较为均衡。

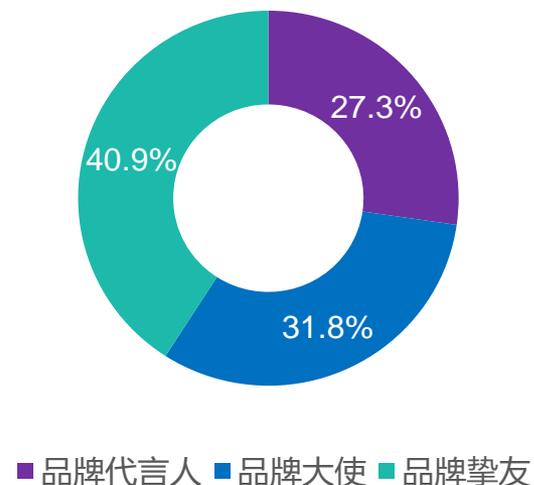
迪奥品牌代言人性别分布



迪奥品牌代言人职业分布



迪奥品牌代言身份分布



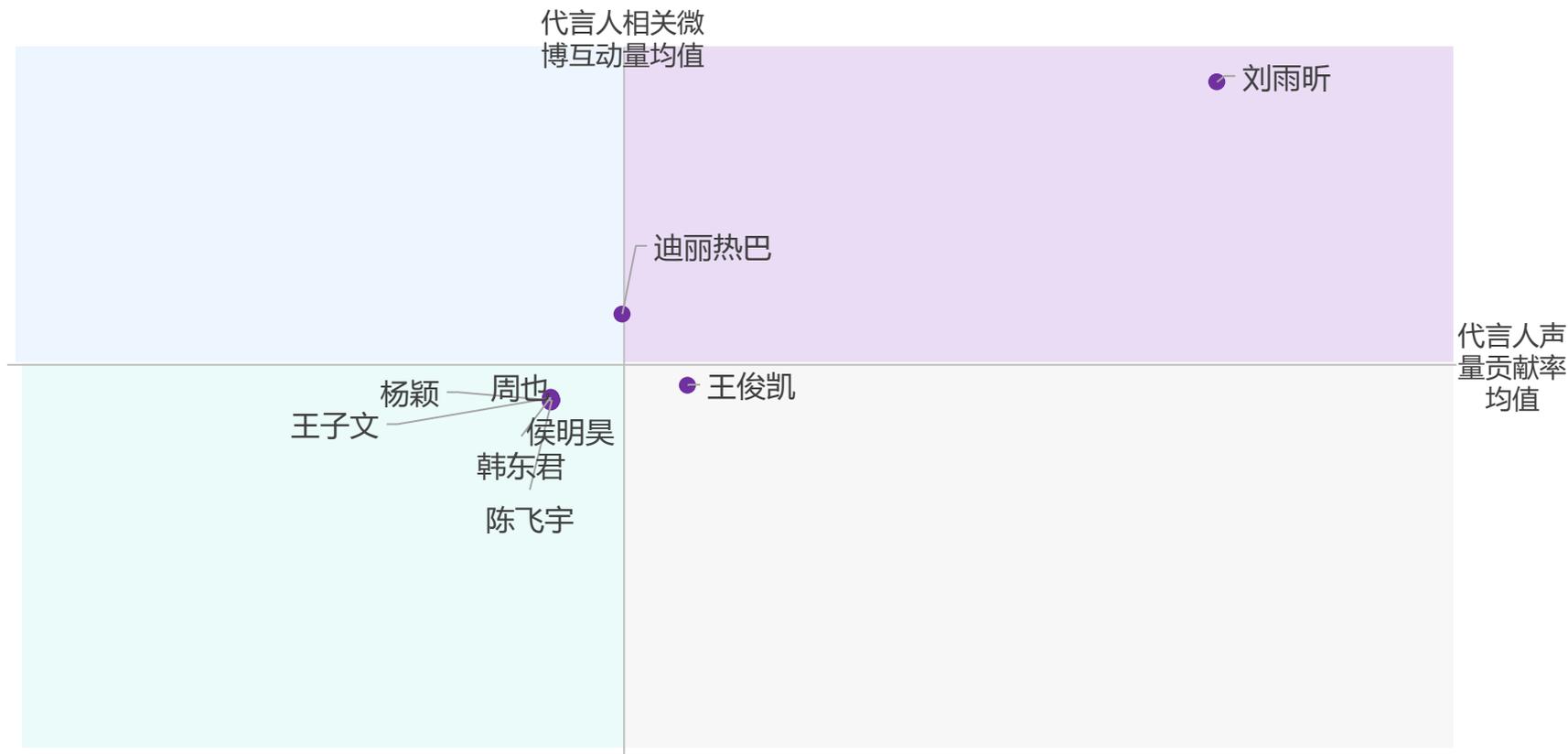
注：品牌代言人统计范围包括近一年品牌官方微博账号发布过与代言人（包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等）相关内容的所有明星

迪奥代言人合作表现：刘雨昕粉丝互动热情高、品牌号召力强劲



- 从近一年品牌在微博发布的与代言人相关营销内容的互动表现来看，刘雨昕、迪丽热巴的粉丝黏性和忠诚度均较高，品牌营销活动的互动表现活跃，对迪奥的品牌声量贡献率和品牌合作微博的互动表现均好于杨颖、王子文等其他代言人；此外，王俊凯的对于迪奥的声量贡献率也高于迪奥所有代言人均值。

迪奥品牌代言人声量贡献率X相关微博互动量



迪奥代言人合作表现：刘雨昕主推美妆类产品，迪丽热巴倾向于在服饰领域进行品牌传播

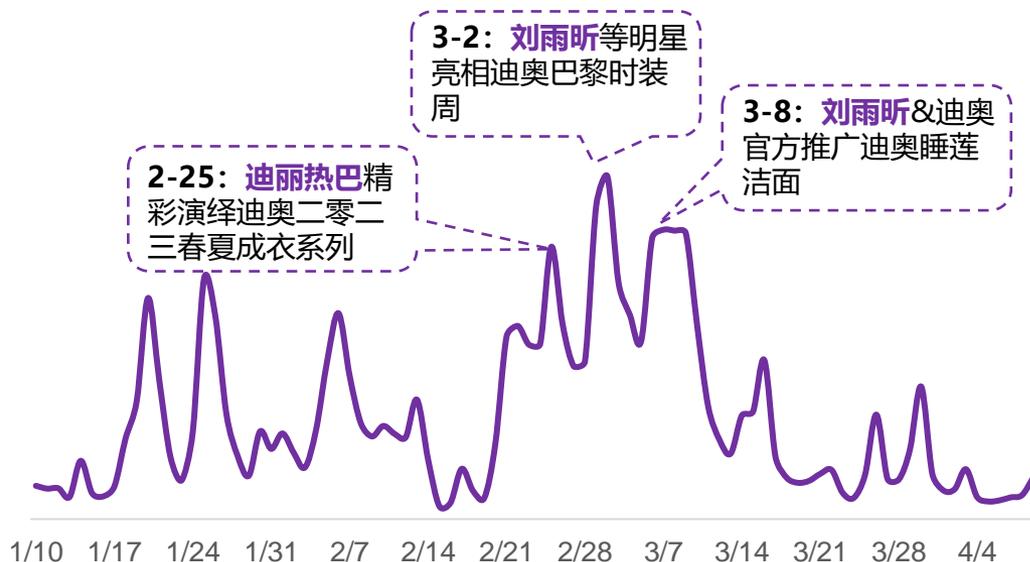


- 近一年迪奥全网舆情热词中，刘雨昕、迪丽热巴、金智秀等品牌代言人的提及度较高；
- 近三个月，迪奥的多次代言人营销事件均引发了全网舆情声量高峰，其中，迪奥巴黎时装周当天刘雨昕等代言人的亮相为品牌带来了较高的曝光量；此外，刘雨昕官方微博推广迪奥美妆产品、迪丽热巴为迪奥服饰推广相关营销事件也引发了较高的讨论热度。

近一年迪奥全网舆情热词词云



近三个月迪奥全网舆情声量传播趋势



注：舆情声量指舆情声量指微博、短视频、新闻、论坛、APP、微信等平台原创、转发、评论中包含相关关键词的内容条数。

source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2022年3月27日-2023年3月27日

©2023.05 艺恩 ENDATA Inc.

迪奥KOL种草：各大社媒平台均着重投放腰部达人

- 分平台来看，相较于微博和抖音平台，迪奥在小红书平台投放的达人数量较多；分达人层级来看，迪奥在小红书平台投放的初级、腰部达人数量较多，在微博平台投放的头、腰部达人数量较多，在抖音投放的腰部达人数量较多。

迪奥相关KOL级别分布-小红书



明星
(认证信息为艺人、演员、歌手等明星相关的账号)

320

0.1%

头部达人
>=50w

1067

0.5%

腰部达人
5w-50w

1.3万

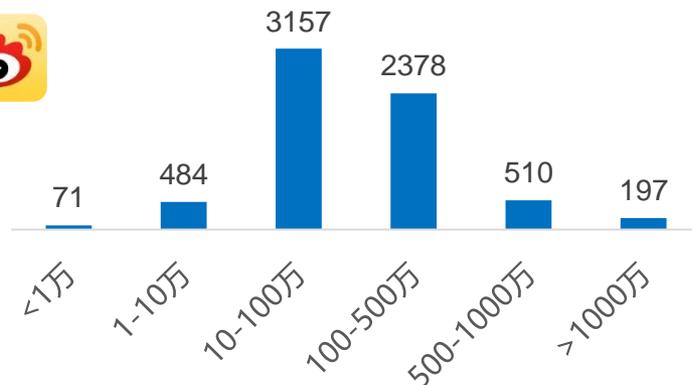
6.0%

初级达人
5K-5w

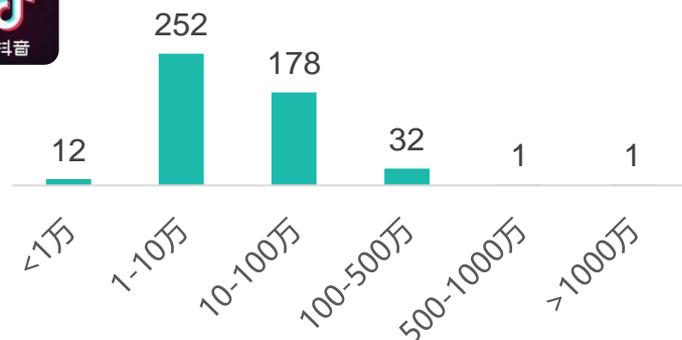
4.2万

18.9%

迪奥相关KOL级别分布-微博



迪奥相关KOL级别分布-抖音



迪奥KOL种草：小红书平台头腰部、美妆类达人种草效果较好



- 近一年小红书平台KOL发布的迪奥品牌相关笔记中，由头、腰部达人发布的美妆类产品相关笔记互动量表现较为突出。其中，美妆教程类、好物分享类、动漫类和剧情类笔记的互动量较高，品牌种草效果好。

小红书

近一年小红书平台迪奥相关达人笔记互动量TOP10

排名	标题	达人昵称	达人属性	笔记分类	笔记关键词	达人粉丝(万)	互动量(万)
1	办公室的花豹小姐	都市女孩Vivian	头部达人	美妆	迪奥999,迪奥720	75.1	26.6
2	化妆师不允许你不知道这两个宝藏!	以为会化妆	腰部达人	美妆	彩妆	24.6	23.5
3	大牌 but 小众香合辑 全是干货 📖	Oliver Walsh	头部达人	美妆	dior香水	119.7	21.8
4	天呐 仙女的dior 好久没有这么惊艳的了!	大虎的口红日记	初级达人	美妆	口红	1.1	13.9
5	你相信猫咪会投胎转世吗?	喵掌柜老李	头部达人	动漫	迪奥玫瑰小粉钻	232.4	13.9
6	意大利街坊 揭秘🔒歪果仁都在用什么香水?	火火火火在意大利	腰部达人	美妆	dior花漾甜心	6.6	13.8
7	激情开箱❤️🎁生日礼物 富婆闺蜜的胜负欲	淦诗岐	腰部达人	美妆	香水	21.0	13.4
8	众所周知, 闺蜜暴富=我是富婆!	糖一	头部达人	美妆	粉底液	68.7	11.3
9	方圆脸肿眼泡都来化这个韩系嫩妹妆!!重返18	爱吃榴莲	腰部达人	美妆	粉底液	22.1	10.8
10	你身上有光...	圻夏夏	头部达人	影视	迪奥烈艳蓝金唇膏	71.4	10.8

迪奥KOL种草：抖音平台头部达人发布的剧情、个人随拍、变装类视频互动表现较好

- 近一年抖音平台KOL发布的迪奥品牌相关互动量TOP10短视频中，头部达人发布的剧情类、个人随拍类、变装类内容的短视频互动量较高，品牌传播效果突出。



近一年抖音平台迪奥相关达人视频互动量TOP10

排名	标题	昵称	KOL级别	笔记类型	粉丝数(万)	互动量(万)
1	《如何成为一个国际超模之迪奥》#变装 #Dior#迪奥	垫底辣孩	头部	变装	1226.9	230.9
2	我居然跟自己的老板网恋了3年！难道我要一夜成为老板娘了吗？#迪奥逆转面霜 #奔现	田小野	头部	剧情	2946.8	54.4
3	秋天会有我的颜色嘛 迪奥磨砂黑管458	008	腰部	个人随拍	95.9	59.7
4	你走在风中 似花开在风里 #迪奥小姐花漾淡香水 #为爱绽放	黄玉瑶	头部	个人随拍	267.6	45.1
5	尊重所有声音 但只成为自己 #抖音电商开新大赏 #这一下美豹了 #迪奥豹纹系列	何丹彤	头部	剧情	1436.3	40.9
6	每次画完妆，都想找个红毯走一下 #抖音电商开新大赏 #这一下美豹了 #迪奥豹纹系列@唐梓Neil	大魔王呸	头部	个人随拍	1355.8	40.6
7	事实证明,越帮越忙是真的！有情人终成眷属也是真的！#0011 #迪奥逆转面霜	0011	头部	剧情	509.5	34.5
8	拜托！列表第一当然会给你买啦！！#Dior #口红	蝴蝶居🐼	初级	个人随拍	26.8	43.2
9	化个前任落泪妆，顺便拍个粉碎前任照？#迪奥豹纹系列	Thurman猫一杯	头部	个人随拍	1558.0	35.2
10	新老板上任，没想到居然是熟人！#迪奥逆转面霜 #情人节礼盒	姜十七	头部	剧情	3145.9	26.6

迪奥KOL投放：微博平台明星发布的美妆类产品推广内容营销效果突出



- 近一年微博平台KOL发布的迪奥品牌相关互动量TOP10内容中，明星代言人发布的关于美妆类产品营销推广类内容的互动量较高，品牌营销效果突出。其中，刘雨昕发布的微博营销内容互动表现最好，迪丽热巴和王俊凯也贡献了较高的互动量。



近一年微博平台迪奥相关明星/KOL博文互动量TOP10

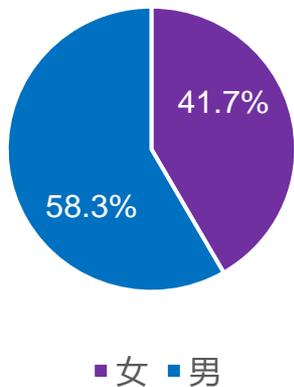
排名	内容	达人昵称	分类	达人粉丝 (万)	互动量 (万)
1	#迪奥二零二三春夏成衣秀# 即将👉@DIOR迪奥 邂逅于浪漫的巴黎杜乐丽花园....	THE9-刘雨昕	美妆	2325.5	240.1
2	让肌肤时刻保持柔雾哑光，#新一代迪奥锁妆粉底液#，干净持久才能不改初色！.....	THE9-刘雨昕	美妆	2325.5	265.3
3	煦☀春日，清新淡雅的香气，带来春天祝福，@DIOR迪奥 幸运风铃香氛新风貌限量版....	THE9-刘雨昕	美妆	2326.1	247.4
4	全新@DIOR迪奥 魅惑唇膏720豆沙红棕，盈润亮泽妆效，经典黑现代优雅，帅丹宁个性态度。.....	THE9-刘雨昕	美妆	2326.1	200.8
5	用先锋型格诠释冒险姿态，@DIOR迪奥 秋季成衣系列，探索空间里的自由边界。	THE9-刘雨昕	服饰配饰	2326.1	230.3
6	#迪奥二零二三夏季男装秀#用精湛的美学工艺对艺术与自然进行拆分，重塑，融合，让经典呈现出更加鲜明的形象。.....	TFBOYS-王俊凯	服饰	8199.8	152.0
7	隽永玫瑰，璀璨绽放。携@DIOR迪奥 LA ROSE DIOR系列珠宝...	Dear-迪丽热巴	珠宝	7865.0	117.4
8	以 #迪奥锁妆气垫# 南法假日限量版 开启悠闲☀日~清透无瑕，搭配清新BAYADÈRE条纹图案，为夏天增添更多清新活力。.....	THE9-刘雨昕	美妆	2326.1	200.4
9	#DIORLADY9522# 📷 @DIOR迪奥	THE9-刘雨昕	服饰配饰	2347.2	164.8
10	很开心成为DIOR迪奥中国彩妆代言人，还收获了底妆新朋友——#新一代迪奥锁妆粉底液#，.....	Dear-迪丽热巴	美妆	7867.7	115.7

纪梵希代言人分布：男艺人、偶像饭圈是主流，品牌代言人占1/3

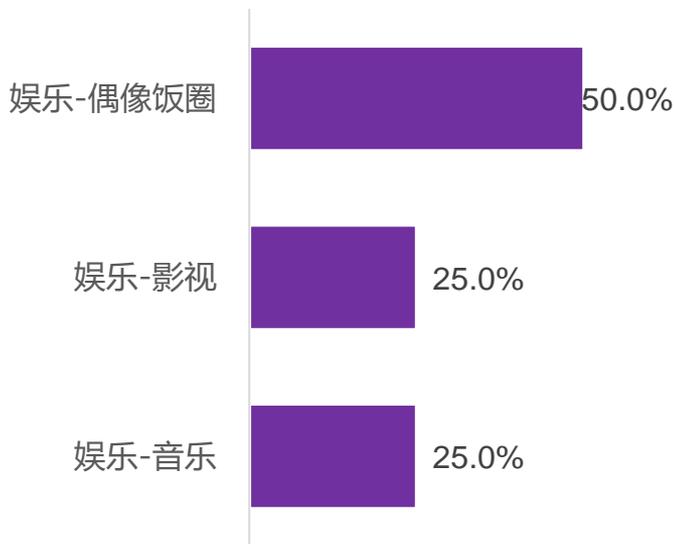


- 纪梵希近一年有营销合作的代言人中，男性占比58.3%，偶像饭圈艺人占50%；从代言身份来看，以代言人、品牌大使和品牌挚友身份合作的艺人分别占比33.3%，艺人代言身份分布较为均衡。

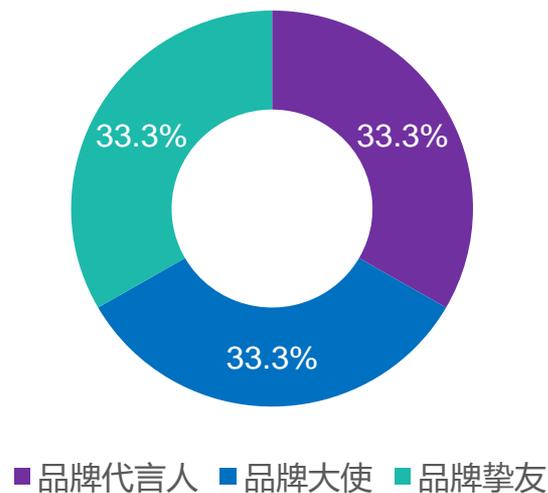
纪梵希品牌代言人性别分布



纪梵希品牌代言人职业分布



纪梵希品牌代言身份分布



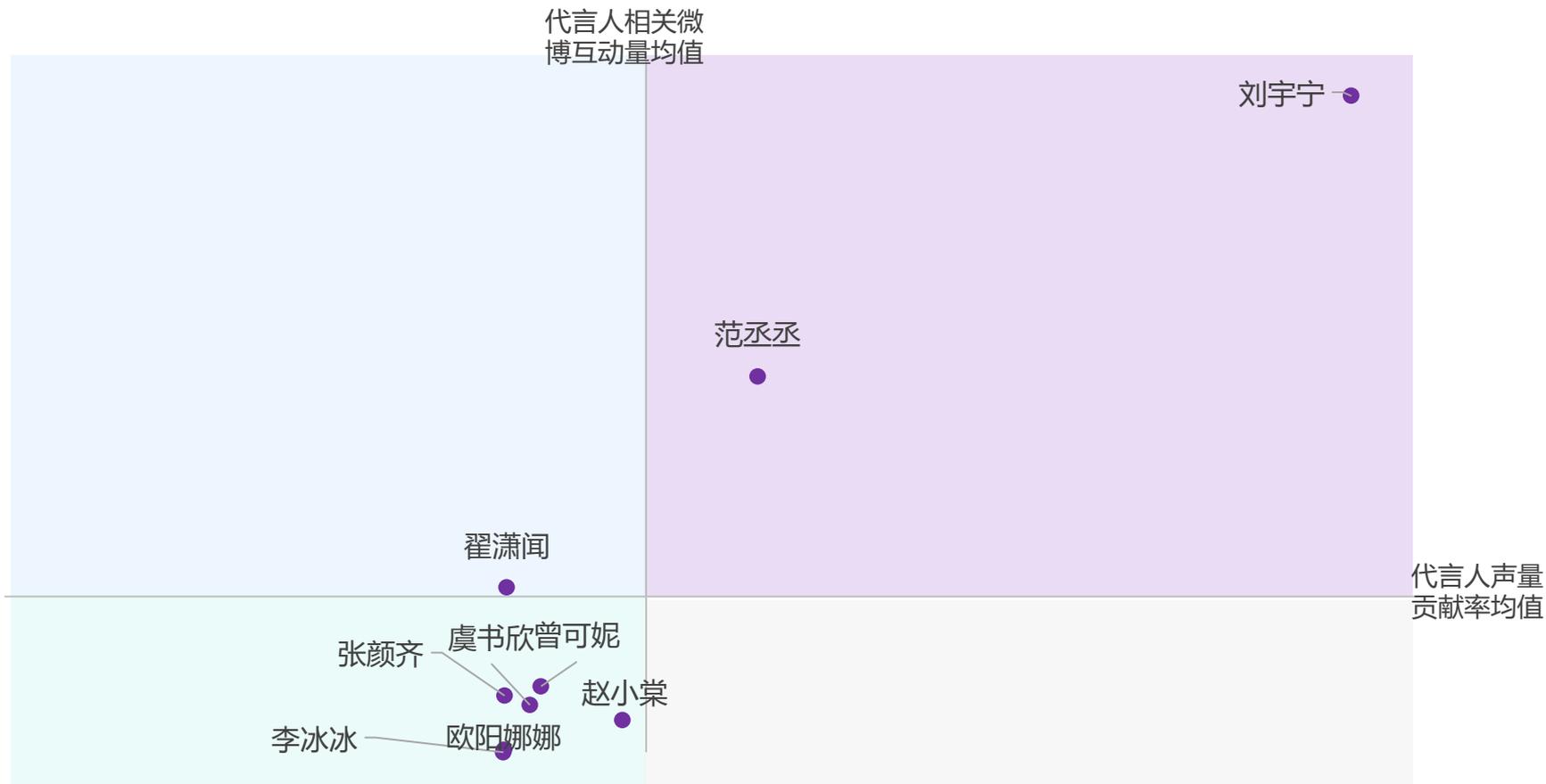
注：品牌代言人统计范围包括近一年品牌官方微博账号发布过与代言人（包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等）相关内容的所有明星

纪梵希代言人合作表现：刘宇宁、范丞丞品牌声量贡献率和互动量表现脱颖而出



- 近一年品牌营销合作微博，刘宇宁、范丞丞的粉丝对于品牌代言人相关营销活动内容的互动热情较高，对纪梵希的品牌声量贡献率和品牌合作微博的互动表现均好于虞书欣等其他代言人。

纪梵希品牌代言人声量贡献率X相关微博互动量

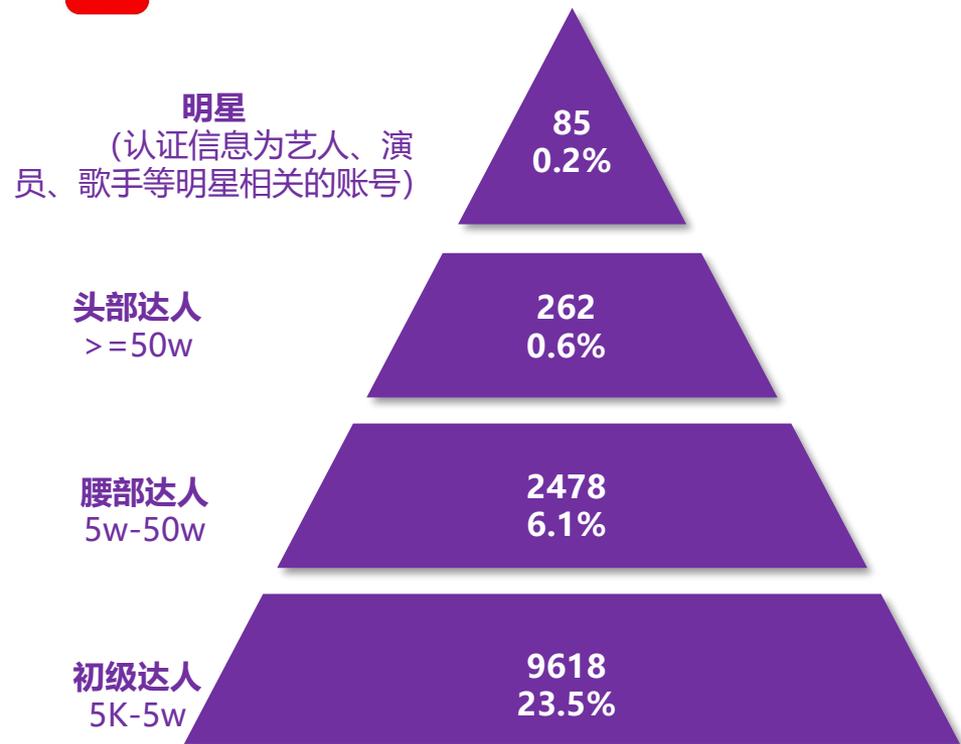


纪梵希KOL种草：腰部达人投放数量较多

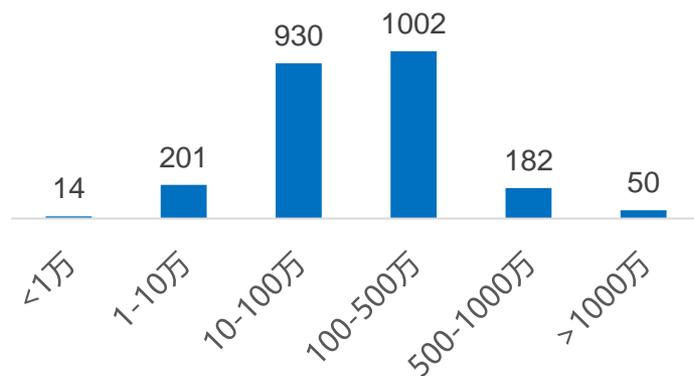
- 分平台来看，相较于较微博和抖音平台，纪梵希在小红书平台投放的达人数量较多；分达人层级来看，迪奥在小红书平台投放的初级、腰部达人数量较多，在微博平台投放的头、腰部达人数量较多，在抖音投放的腰部达人数量较多。

纪梵希相关KOL级别分布-小红书

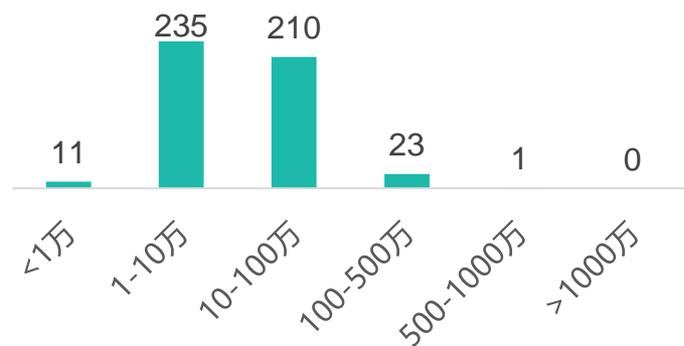
小红书



纪梵希相关KOL级别分布-微博



纪梵希相关KOL级别分布-抖音



纪梵希KOL投放：小红书平台头腰部、美妆类达人合作效果较好

- 近一年小红书平台KOL发布的纪梵希品牌相关笔记中，由头、腰部达人发布的美妆类产品相关笔记的互动量表现较为突出。其中，沉浸式化妆类、专柜蹭妆类、美妆测评类和好物分享类笔记的互动量较高，品牌种草效果好。



近一年小红书平台纪梵希相关达人笔记互动量TOP10

排名	标题	达人昵称	达人属性	笔记分类	笔记关键词	达人粉丝(万)	互动量(万)
1	沉浸式化妆 生日party妆	马宝儿	头部达人	美妆	化妆	185.2	72.4
2	沉浸式化妆 姐妹拜年篇	马宝儿	头部达人	美妆	化妆	235.8	41.7
3	相似度99%👉大牌口红平替我找到了👉	圆脸xixi	腰部达人	美妆	口红	6.4	25.8
4	专柜蹭妆系列纪梵希！冲！	美讶	腰部达人	美妆	专柜蹭妆	24.8	15.0
5	沉浸式化妆 乖巧女仆妆	马宝儿	头部达人	美妆	化妆	113.7	13.7
6	沉浸式化妆 白猫仿妆	马宝儿	头部达人	美妆	化妆	120.1	12.1
7	专柜口红试色	美讶	腰部达人	美妆	口红	5.6	9.9
8	16款秋冬热门大牌粉底液合集!!掏心窝子分享	大婉是婉婉呀	腰部达人	美妆	粉底液	18.2	9.4
9	情有独钟的四支白开水色💕谁涂谁好看!	GiGi	腰部达人	美妆	口红	8.4	9.0
10	几支温柔纯欲的嫩妹色👉素颜清冷白开水~	妮可丝莱曼 manny	腰部达人	美妆	唇蜜,口红	24.5	7.4

纪梵希KOL投放：抖音平台头部达人发布的美妆、变装类视频互动表现较好

- 近一年抖音平台KOL发布的纪梵希品牌相关互动量TOP10短视频中，头部、腰部达人发布的美妆类、变装类内容的短视频互动量较高，品牌传播效果突出。



近一年抖音平台纪梵希相关达人视频互动量TOP10

排名	标题	昵称	KOL级别	笔记类型	粉丝数(万)	互动量(万)
1	《如何成为一个国际超模之纪梵希》#变装 #GIVENCHY#纪梵希	垫底辣孩	头部	变装	1226.9	222.3
2	有你是她的福气哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈#万万没想到#纪梵希散粉	李赛和 (饭饭)	初级	美妆	12.6	44.0
3	专柜蹭妆系列！纪梵希！冲！#美妆 #社牛 #专柜蹭妆 #搞笑	美讶	腰部	美妆	89.0	26.8
4	专柜蹭妆系列纪梵希2.0！冲！#美妆 #搞笑 #社牛 #专柜蹭妆	美讶	腰部	美妆	89.0	25.9
5	《如何成为一个国际超模之纪梵希》#国际超模穿搭挑战 #变装 #纪梵希 @垫底辣孩	黄潇	腰部	变装	59.2	34.6
6	今日份社死！！姐妹们用纪梵希散粉千万记得铺开！！#纪梵希	萌小兔🐰	初级	美妆	1.2	24.2
7	彩妆新品大试用！竟然每一个都好看得让我开心到飞起#美妆 #口红 #纪梵希 #ysl	乔安Joanne_	头部	美妆	259.1	9.8
8	我的青春回来了，用真爱散粉一键拍启个性滤镜！#纪梵希 四宫格散粉#底妆	了不起的黛西	头部	美妆	163.9	9.2
9	“她本身就是焦点”#纪梵希油皮救星	沙特阿拉白公主	头部	美妆	731.6	8.8
10	纪梵希新款也太绝了吧！！音乐节涂上SLAY全场！！#新品抢先发#纪梵希全新小羊皮#京东小魔方 #京东新百货	小野豆子	头部	美妆	326.9	7.8

纪梵希KOL投放：微博平台明星发布的美妆类产品推广微博营销效果突出

- 近一年微博平台KOL发布的迪奥品牌相关互动量TOP10内容中，明星代言人发布的关于美妆类产品营销推广类内容的互动量较高，品牌推广效果突出。其中，刘宇宁发布的多条微博营销内容互动表现较好，蔡徐坤、李汶翰等明星也为品牌贡献了较高的互动量。



近一年微博平台纪梵希相关博文互动量TOP10

排名	标题	达人昵称	达人粉丝 (万)	互动量 (万)
1	#呼叫油皮救星#粉底液，加入纪梵希底妆家族，与#明星四宫格散粉#携手搭档，锁定出众光采！ @GIVENCHY纪梵希美妆	蔡徐坤	3768.0	185.6
2	#呼叫油皮救星#，执掌底妆光采！邀你一同在#天猫大牌日#邂逅来自 @GIVENCHY纪梵希美妆 的全新锁光搭档.....	UNINE_李汶翰	1403.5	105.5
3	描绘出彩真我本色，尽绽不懈自信光采。很高兴解锁全新身份。高定魔法四色。拍启个性滤镜。释放无畏光芒。#四色滤镜 饰我本色#	摩登兄弟刘宇宁	1723.0	81.8
4	当高定彩妆冲破现实次元。一切美好皆可随心所“遇”。很高兴和 @GIVENCHY纪梵希美妆 一起。以色彩美学解锁玩妆乐趣。.....	摩登兄弟刘宇宁	1708.7	77.9
5	#双向奔赴 心动同频# 用@GIVENCHY纪梵希美妆 高定「心」礼。...	摩登兄弟刘宇宁	1720.3	64.1
6	#一周穿搭# 一周穿搭准时来报到！夏天悄悄来临，季节过渡时要怎么穿？哥哥们给出了自己的解答~丁程鑫 身穿Moose Knuckles卫衣套装，搭配 Article No短靴，简约时尚~檀健次 身穿一套Givenchy....	时尚先生Esquire	533.6	18.3
7	很高兴和@GIVENCHY纪梵希美妆 一同“遇见你”，邂逅光采底妆！#纪梵希油皮救星#粉底液，柔雾哑光，轻盈持妆，无惧斑驳；搭配#四宫格散粉#，四色匀亮，一拍开启个性滤镜。.....	UNINE_李汶翰	1403.5	39.3
8	猜猜今晚为你解锁哪对“新搭档”？今天20:00准时打开点淘APP搜索“纪梵希美妆”，我在淘宝直播间与你不见不散！网页链接	UNINE_李汶翰	1403.5	34.8
9	#纪梵希革纹气垫##纪梵希革纹唇膏#高级感与个性稳稳拿捏。是时装，也是时“妆”！....	THE9-赵小棠	436.3	29.4
10	#纪梵希全新小羊皮#，重塑奢美经典，诠释唇间高定。冲破禁忌，无畏释放个性之美。....	曾可妮Jenny-Z	806.7	29.7

典型KOL分析：垫底辣孩“国际超模”系列、美讶“专柜蹭妆”系列因独创性、反差感受粉丝热捧

- 头部达人垫底辣孩因其独创拍摄的“国际超模”系列短视频而涨粉迅速，且吸引了较多品牌与其进行合作；
- 腰部达人美讶因为“专柜蹭妆”系列视频收获大批粉丝，也促成了纪梵希等高端美妆品牌的商务合作。



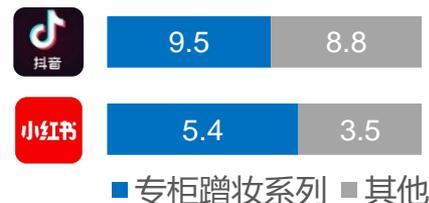
“国际超模”系列VS.其他视频平均互动量 (万) 对比

垫底辣孩 (头部达人)
 达人类型：穿搭、摄影
 抖音粉丝数：1229.8万
 小红书粉丝数：168.9万



“专柜蹭妆”系列VS.其他视频平均互动量 (万) 对比

美讶 (腰部达人)
 达人类型：美妆、生活记录
 抖音粉丝数：89.0万
 小红书粉丝数：55.9万



近一年蓝、红血品牌相关视频互动量 (抖音)



近一年蓝、红血品牌相关视频互动量 (抖音)



报告说明与免责声明

本次报告研究说明：

□数据来源：艺恩营销智库；

□如无特别说明，数据选取周期：2022年3月27日-2023年3月27日；

□名词释义：商业价值：由专业热度、关注热度、预测热度、带货力加权汇总计算得出，综合反映明星作品、带货表现，近期热度及舆情口碑。小红书互动量=点赞量+评论数+收藏量；抖音、微博互动量=点赞量+评论数+分享量。

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。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》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。

