

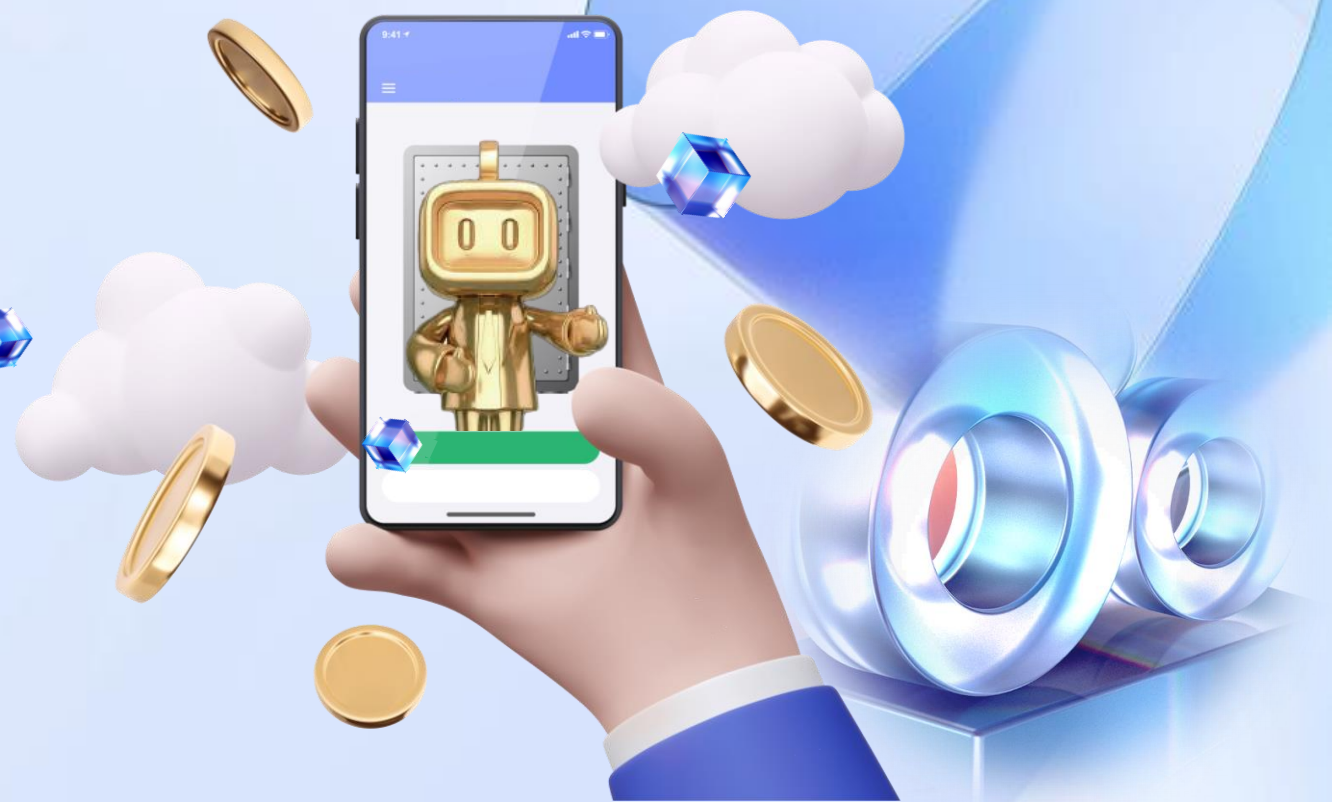
 快手 ·  磁力引擎

凝新剧力 全擎共生

2024年快手磁力引擎短剧行业营销通案

快手磁力引擎 | 传媒资讯业务中心 | 传媒资讯策划创意组

2024年3月



从“爆发式增长”到“健康发展”，短剧市场即将迈入成熟期



短剧行业发展历程
逐步迈向全新阶段



短剧进入规模化发展阶段，未来或撬动千亿市场

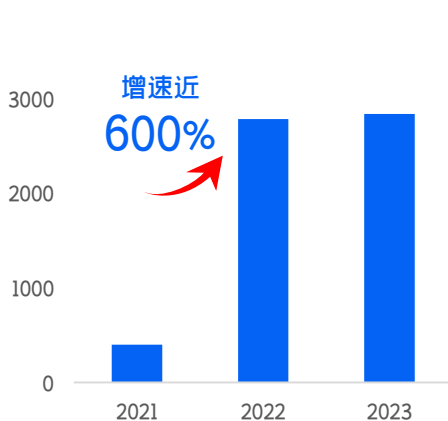
短剧数量急剧飙升

2023年上线总量超1400部，同比增长率达50%，相比全年近3000部左右的备案量，产量储备比并未达到平衡；

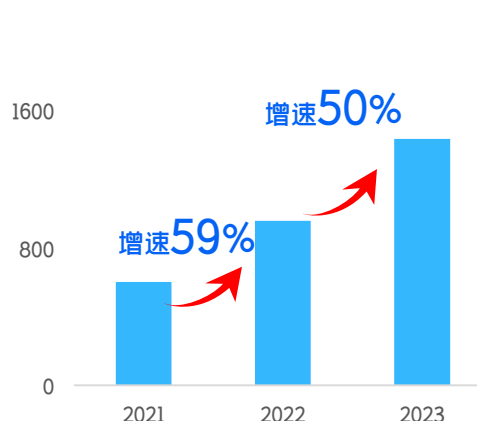
市场规模高速增长

2023年短剧市场规模近400亿，接近电影市场体量70%，五年内市场规模有望突破千亿元。

2021-2023年短剧备案数量（部）



2021-2023年短剧上线数量（部）



2021-2023年国内短剧市场规模及增长率

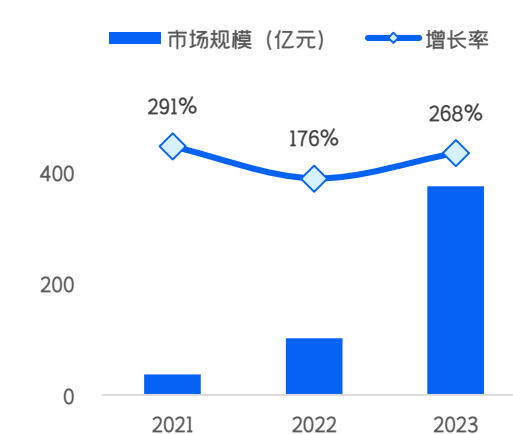


图1-广电总局网络微短剧备案；图2-艺恩内容智库；图3-艾媒咨询11月22日《2023-2024年中国微短剧市场研究报告》
数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

短剧已成视听新势力，各方争相入局促进市场良心循环

产业链上、中、下游众多公司各司其职，推动供给增长，共促短剧内容题材多元化和制作精细化



30万家

短剧相关企业数量
截至2023年12月

为2016年的近4倍



上游：
内容来源方

版权方自有IP或
数字文学网站

出版机构企业
1.7万家



中游：
内容制作端

影视制作公司
MCN机构

短剧制作机构
22.9万家



下游：
内容发行/营销

短剧投流
短剧播放平台

短剧发行5.9万家
短剧营销1.04万家

数据来源：合合信息启信宝12月27日《2023年短剧产业区域版图》

作为国民级的流量平台，快手是短剧行业的领军媒体

快手流量 = 国民流量

6.85亿

2023年Q3快手应用平均 MAU

9.4%
yoy



60%

快手覆盖了 60% 的网民

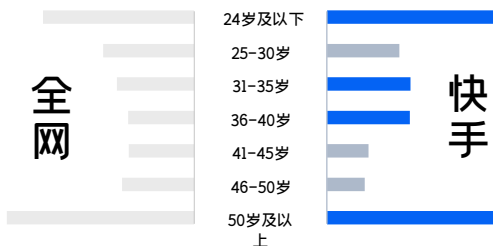
6.4%
yoy



3.87亿

2023年Q3快手应用平均 DAU

用户结构跟移动互联网网民结构趋同



快手人群 = 国民人群

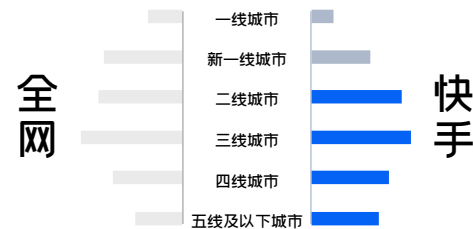
年 龄

年轻 / 中坚

区 域

二线及三线以下

用户结构跟移动互联网网民结构趋同



74%

2023年短视频平台
上线短剧数量超七成

60%

2023年行业的头部短剧
快手占比六成

近千部

截至2023年12月 快手星芒短剧
快手星芒短剧上线总量

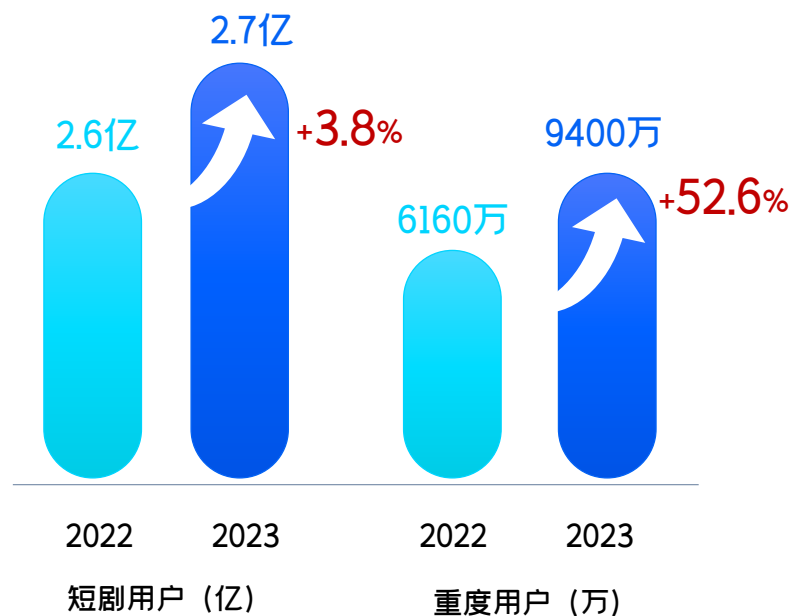
注：本页用户画像均指18岁以上人群

注：头部短剧为短视频平台播放量TOP50短剧，播放量截至2023年12月20日。数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

快手短剧受众规模加速拓展，已沉淀2.7亿短剧日活

快手拥有庞大的短剧用户池

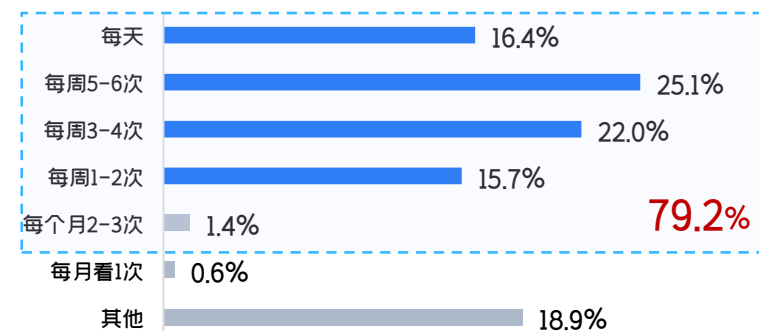
快手平台丰富、优质的短剧内容吸引大量用户观看，用户规模持续增长。2023年短剧用户达2.7亿，同比增长3.8%



快手短剧用户强粘性、高活跃

近8成短剧用户会每周观看短剧，短剧用户每日观看时长同比增长17.2%

快手短剧用户-通常多久看一次短剧



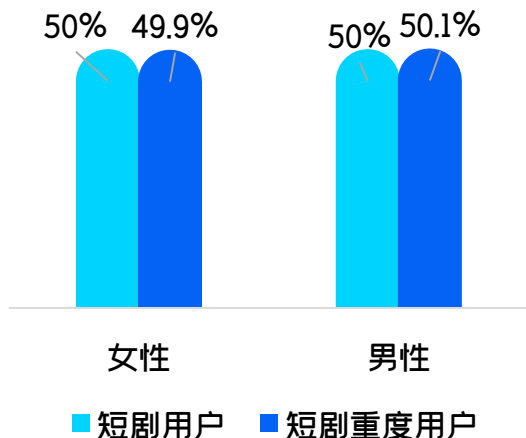
近**8成**短剧用户
每周都要看短剧

2023年快手短剧用户
日均观看短剧时长同比**+17.2%**

注：重度用户指每日观看10集以上短剧的用户。数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

快手所有类型的短剧用户画像：男女均衡、年龄广泛、新线城市为主

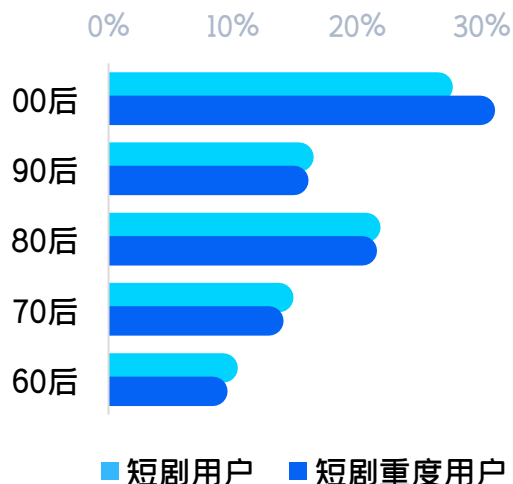
2023年快手短剧用户
性别分布



男性略高

2023年短剧重度用户男性占比
首次超过女性

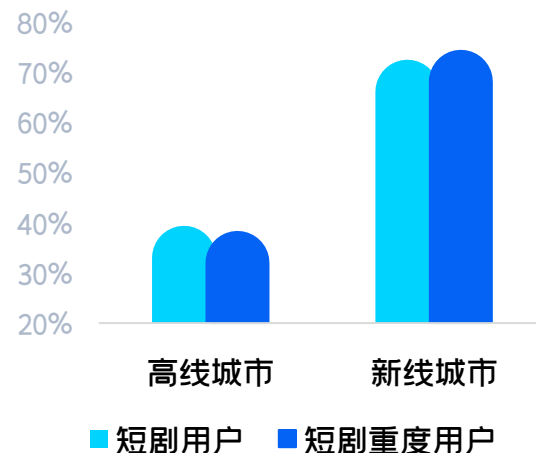
2023年快手短剧用户
年龄分布



熟龄居多

短剧用户80后及以上占**六成**
重度用户的年轻化趋势显著

2023年快手短剧用户
地域分布



新线强势

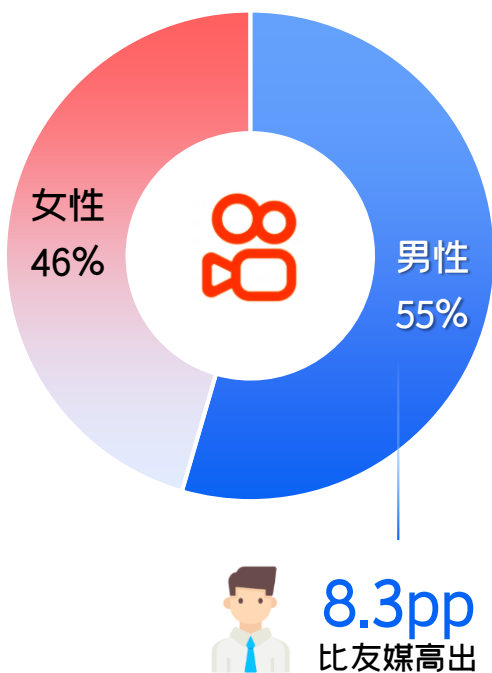
2023年短剧重度用户新线城市
占比达**68%**

注：本页用户画像均指18岁以上人群

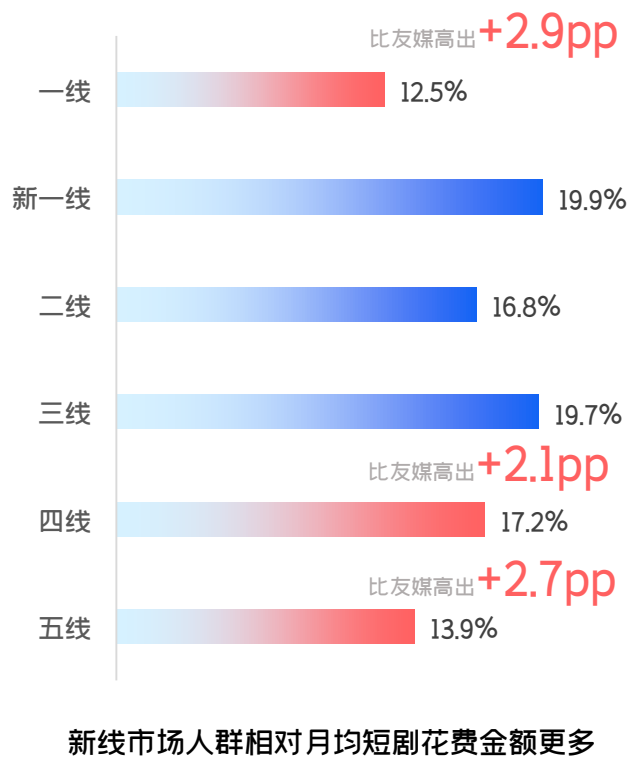
付费短剧用户中，快手平台内容消费人群具备差异化特色

快手付费短剧内容消费人群的男性、一线和四五线城市显著性更强；新兴势力和蓝海人群不断涌现

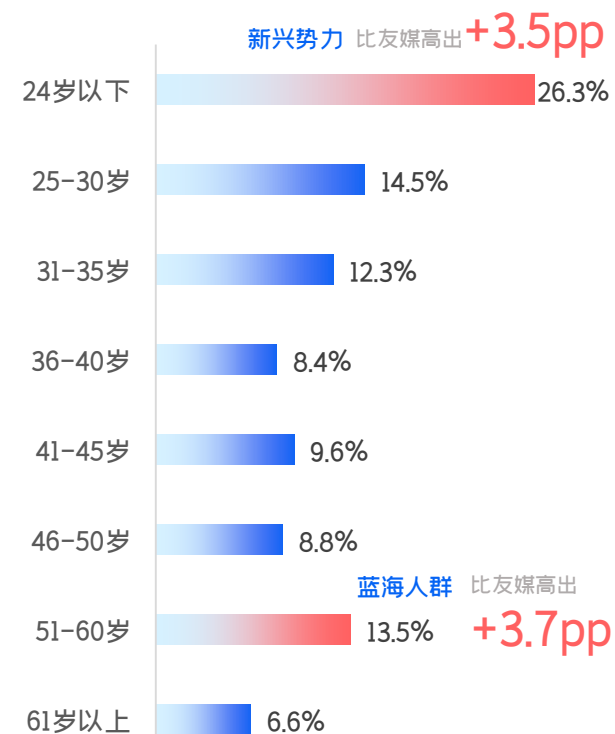
快手付费短剧内容
消费人群性别分布



快手付费短剧内容
消费人群地域分布



快手付费短剧内容
消费人群年龄分布



快手平台热播短剧用户渗透率高、互动意愿更强

2023年9月 快手与友媒平台短剧内容热度变化

友媒

2022年9月 2023年9月 占比变化

	发稿量占比	0.3%	3.3%	↑ 3.0%
	互动量占比	1.5%	2.0%	↑ 0.5%
	用户渗透率	34.1%	37.5%	↑ 3.4%

热播短剧	播放量
《二十九》	8.3亿
《逃出大英博物馆》	4.2亿
《归来竟是千金》	4.9亿

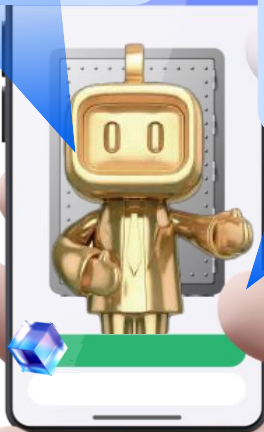
快手

2022年9月 2023年9月 占比变化

	发稿量占比	0.7%	2.4%	↑ 1.7%
	互动量占比	3.3%	9.5%	↑ 6.2%
	用户渗透率	42.9%	57.5%	↑ 14.6%

热播短剧	播放量
《拜托啦奶奶》	9.5亿
《我回到十七岁的理由》	5.0亿
《左辕右辙》	2.5亿

Source: QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库 2023年9月



快手短剧付费用户有钱有闲，注重营销玩法及观剧互动氛围



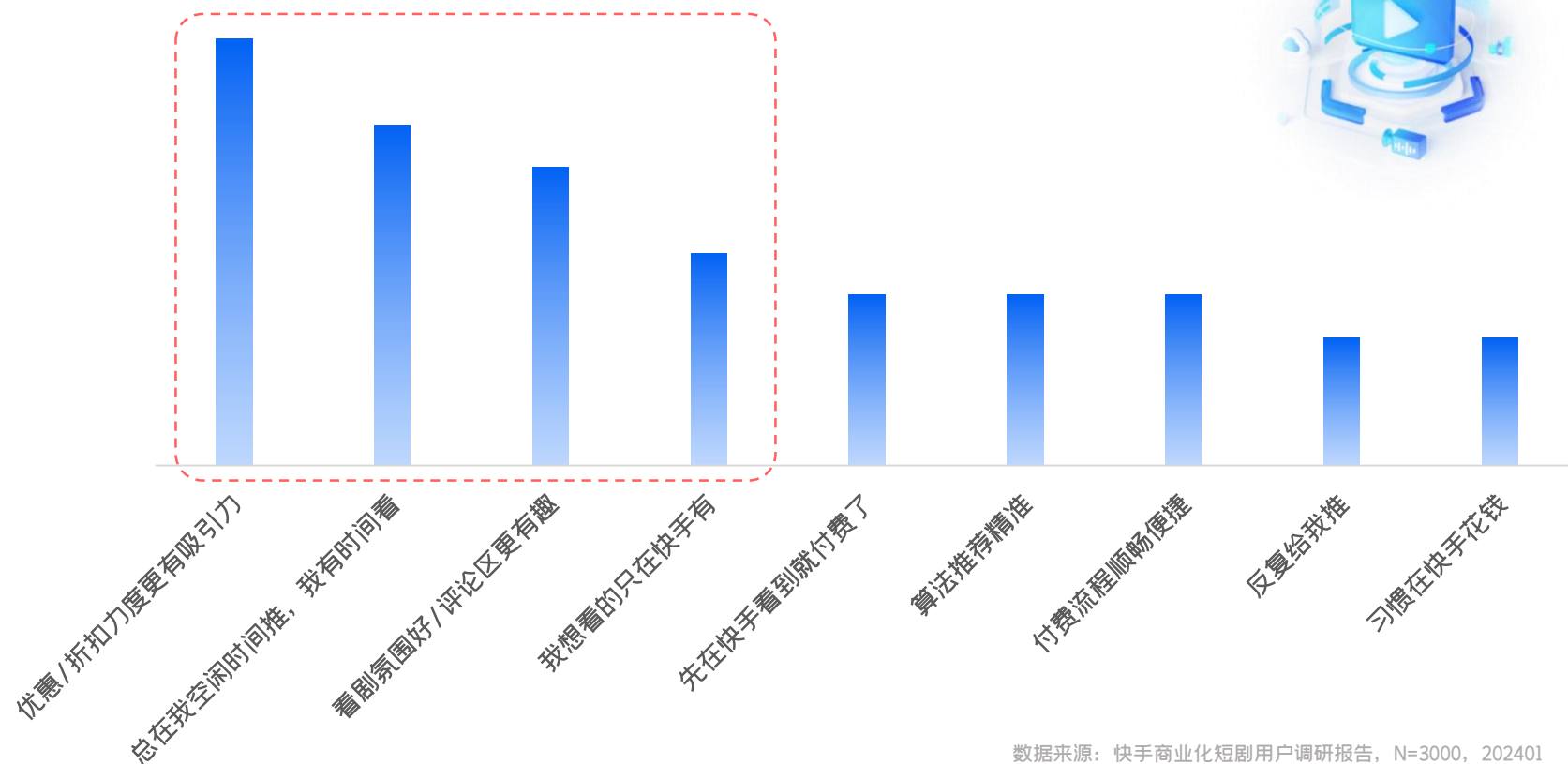
优惠玩法更易感

具备大量闲暇时间

热衷互动及口碑传播

平台忠诚与信任

快手和友媒双持用户中，选择在快手付费
而没有在友媒付费的原因



数据来源：快手商业化短剧用户调研报告，N=3000，2024Q1

不仅爱看更具付费实力，快手短剧用户持续释放消费潜能

快手短剧用户
消费力持续增长



快手短剧用户
消费金额TOP5品类 >>



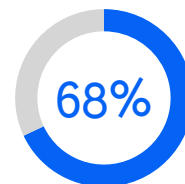
26.8%

近一年快手短剧用户
消费金额同比增长

56.0%

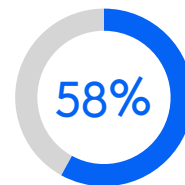
近一年快手短剧重度用户
消费金额同比增长

高净值、女性、新线城市用户
释放强大消费势能



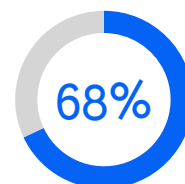
女性用户占比

2023年有电商消费的短剧重度
用户女性占比



高净值用户占比

2023年有电商消费的短剧重度用户90后及以下占比



新线城市用户占比

2023年有电商消费的短剧重度用户三线及以下城市占比



快手短剧热门题材：平台短剧偏家庭生活、付费短剧以都市为主

平台商业化短剧热门题材 更偏家庭生活烟火人间

家庭生活题材

由于与用户生活场景贴近
可植入场景多样

售卖占比最高达 **32%**

都市爱情题材

内容消费数据好
植入内容真实自然

占比为 **20%**

校园生活类题材

与短剧用户群高度匹配
更针对年轻人群

占比为 **16%**

家庭生活
32.26%

都市爱情
19.35%

校园生活
16.13%

都市生活
3.23%

都市职场
9.68%

青春甜宠
6.45%

古装奇幻
12.90%

付费短剧赛道热门题材 男频为主、女频高速增长

以2023年11-12月双月趋势为例



男频



女频



其他

消耗占比

54%

35%

11%

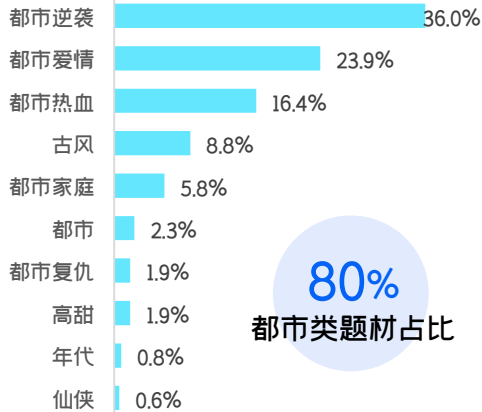
短剧数量

43%

31%

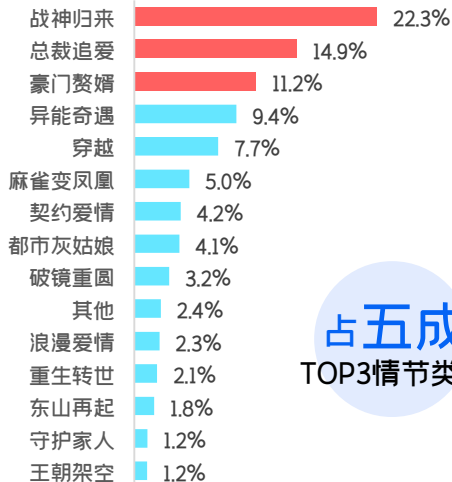
25%

TOP题材



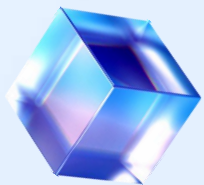
80%
都市类题材占比

TOP情节



占五成
TOP3情节类型

优质好剧，促进广告主与产业链经营扩界 拥抱平台生态，构建具有吸引力的内容磁场



PART ONE

内容生产

多元产业链入驻快手完善内容储备
既往高处行，也向深处游

内容营销“三部曲”



PART THREE

内容消费

不断优化广告创意层层占领用户心智
产品组合与策略加持，冷启/冲量节节攀升

PART TWO

内容分发

原生链路优化体验，搭载丰富流量场景
助力优质好内容实现全域化触达



搭建多元短剧创作生态，快手成为孕育爆款的绝佳土壤



10万+
快手短剧创作者规模

9.2%
快手尾部短剧
创作者年同比增长

7.8%
快手中部短剧
创作者年同比增长

1.7%
快手头部短剧
创作者年同比增长

各类短剧创作机构制爆不停



出品方：冬漫社
播放量：9.8亿+



出品方：常乐映像
播放量：5.5亿+



出品方：超级视
播放量：9.6亿+



出品方：仟亿影视
播放量：5.0亿+



出品方：古麦嘉禾
播放量：11.0亿+



出品方：四格工作室
播放量：3.3亿+

*头中尾部创作者按账号粉丝量级10w以下、10-100w、100w以上进行划分
数据来源：《2023年度快手短剧价值报告》，endata艺恩

流量密码有迹可循，爆款素材往往集结多个高能要素

爆款素材内容结构解析

开场吸引用户

背景解说、人物冲突、大场景等爆款元素

中部衔接紧凑

高能情节层层递进，主角逆袭爽点拉满

关键剧情留悬念

设置关键卡点引导观看后续



男频



女频

逆袭情节居多，剪辑手法多以解说混剪/原片放送为主，23年11-12月起新增古风穿越剧情，在幽默高能的情节中男主逆袭，短剧拍摄质量，服化道更为优质

以萌娃、女性飒爽装扮、大场景+众人争论质疑场景居多，都市灰姑娘、麻雀变凤凰等情节，搭配总裁追爱、有甜宠有虐恋剧情，素材内容不乏时下热门爆梗，让用户对后续内容更有期待性和话题性



多个爆款要素复合式集结，持续撩拨用户心弦

以付费短剧行业2023年11-12月双月投放趋势为例

快手付费短剧投放爆量热门创意素材解析

都市热血（男频）



蒙面美女招婿
丈母娘反对、逆袭开场

开场:

男主带着定情信物现身，女主认出多年来苦苦寻找的叶天

衔接:

女主父母现身反对这门婚事，并拿出绝世财宝逼迫叶天离开自己的女儿，叶天信心满满的舌战众人，后续如何带入高潮

都市热血（男频）



战神归来
赘婿

开场:

场外解说全主线，搭配浪漫韩剧bgm，前情提要介绍男女主小时候的纠葛

衔接:

苏家大小姐正是当年救了沈浪的小女孩，沈浪心甘情愿留下来当赘婿保护苏家大小姐，男主为了留在苏家去找工作，剧情搞笑诙谐

古风（男频）



武侠古风
穿越、逆袭

开场:

穿越小伙枪击福桑剑圣，众说纷纭，对手质疑男主作弊；

衔接:

朝堂之上上帝欲封小伙为武威大将军，朝臣不满，多般阻挠，激将林枫去剿匪，小伙开着跑车举起枪剿匪，反差感十足

都市逆袭（女频）



都市灰姑娘
逆袭、总裁追爱

开场:

男主知道女主养大了孩子，此刻接到女主求救电话

衔接:

女主送外卖被人当众欺负，得知被抢走继承权，女主为了保护自己的孩子受尽侮辱，男主赶到现场，逆袭爽点十足

都市逆袭（女频）



麻雀变凤凰
灰姑娘逆袭

开场:

欢迎二小姐回家，解说描述女主此前痛苦经历

衔接:

正片开场女主回到全球首富爷爷的家里，因为迪拜展会的缘故众人齐聚齐家寿宴，发现女主逆袭出场，故事情节跌宕起伏，未完待续引人入胜

都市爱情（女频）



逆袭、萌娃认亲
美女服化道

开场:

宴会厅里飒爽美女带萌娃上门认亲，美女互相争论，萌娃身份扑朔迷离

衔接:

机场男主现身，小女孩认亲场景幽默诙谐，切回宴会厅众人仍在争论不休，飒爽妈咪被众人质疑围攻，让人期待逆袭萌娃身份更加吊人胃口。

内容分发突破现有流量瓶颈 前置入场优质「蓝海资源」，实现全域触达

3.87亿

2023年Q3快手应用平均 DAU

广告主寸土必争

软广资源
硬广资源
必争之地

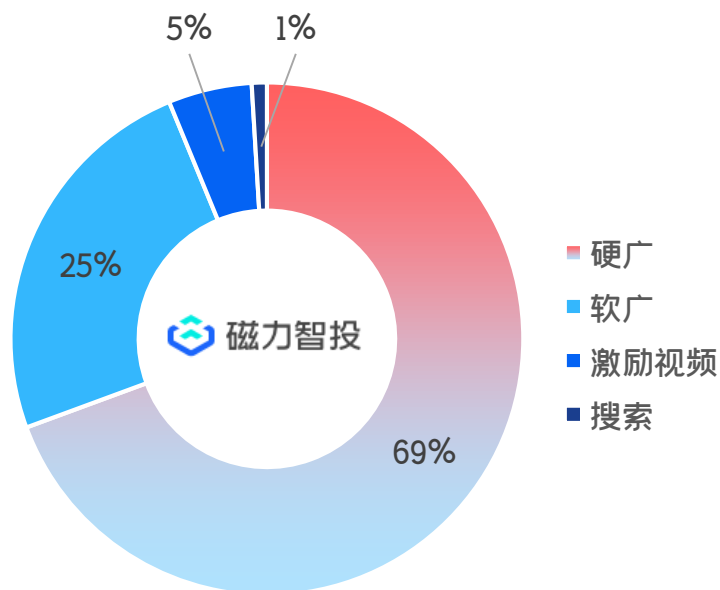
搜索资源
高效转化

激励视频
独有激励

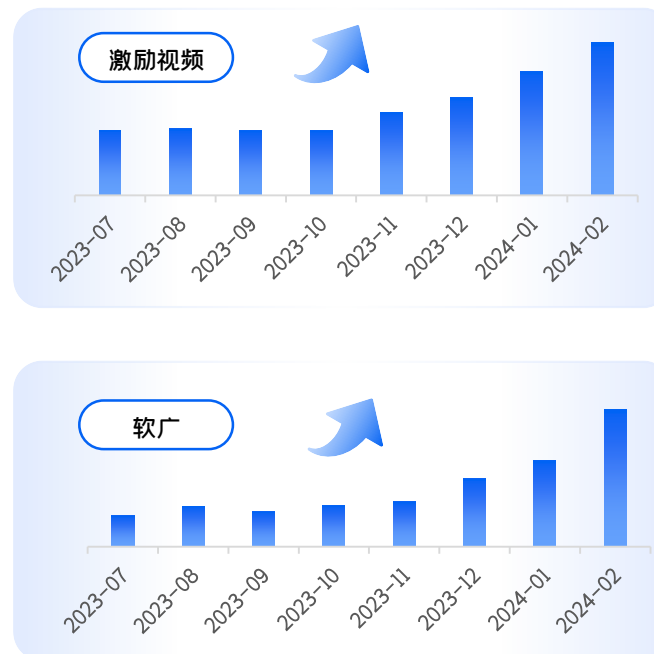
广告资源位及增长现状



付费短剧在磁力智投各资源的消耗占比



付费短剧在磁力智投的增量资源消耗趋势

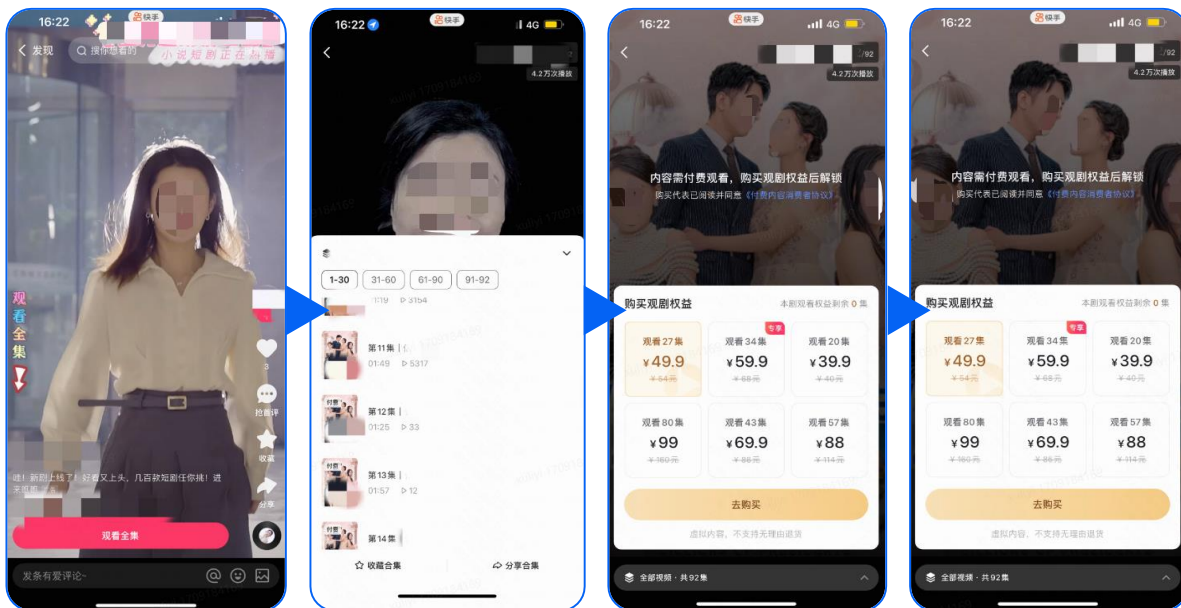


什么是快手付费短剧自建（Native）链路？



快手自建-Native链路示意

以快手号/蓝V为载体，依托商业+自然流量组合，有效实现短剧的上传、分发、回收，在快手生态内闭环，链路更短、转化率更高，ROI更优，在广告投放的同时获得更多优质流量



观看快手信息流广告
点击行为按钮

点击及打开
合集播放器

看到付费节点
付费解锁

看到第二次付费节点
完成后续付费解锁

Native链路对广告主的优势

数据可自闭环

更完整的前后链路数据和内容IP标签信息，更有利于优化算法模型，提升投放效果

更强玩法自由度

在数据基建更完备的基础上，不依赖开发者配合就能够实现很多功能

例如23年9月上线的SO破圈工具（即新用户专享补贴）

顺应市场趋势

投流+付费形成闭环是大势所趋，应对行业监管压力，风险更为可控

Native链路对用户更友好

链路更短

用户全程无需跳出，免费+付费内容均在合集播放器内完成播放，观剧更沉浸

模式丰富

支持多集现金/剧豆解锁模式且可经营者平台自定义设置

流量破圈

长效经营价值，快手号持续经营，获取额外自然流量加持，实现大于ROI更优的效果

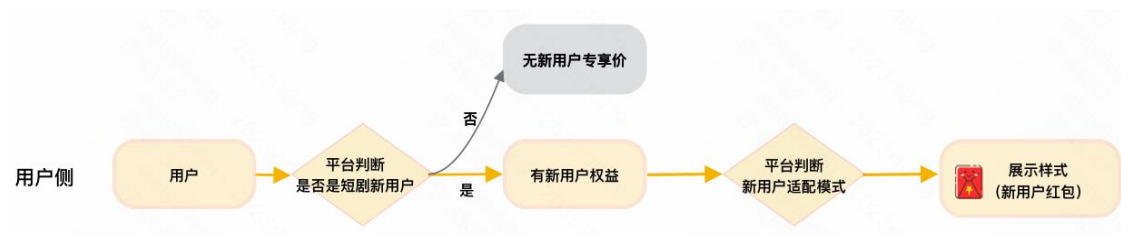
Native链路创新产品玩法：新用户专属补贴促进付费率提升

磁力智投

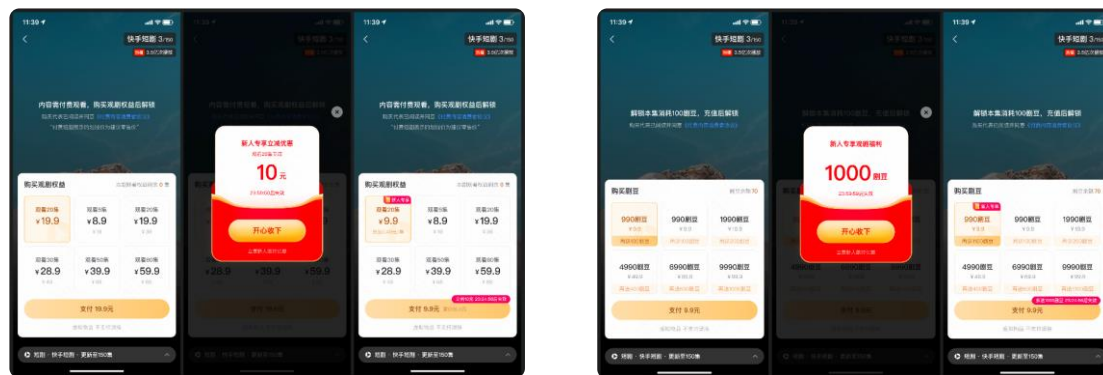
新用户专享价

付费短剧智能化破圈SO工具 (Smart Offers)

在Native链路下，针对通过新用户专享价完成付费转化的用户，每个新用户多给广告主补贴一定金额，实现付费率、ROI、消耗增长的提升



用户端样式



新用户唤起付费面板展示奖励弹窗，突出显示-新用户额外降价福利信息，点击立即领取后进入付费面板

适配客户与参与方式

- 因「新用户专享价」平台针对新用户智能化调优展示付费面板，参与计划则同意平台根据策略自动修改商家配置的付费面板打包金额和集数，并且结算时平台给予补贴
- 建议搭配ROI出价投放广告的剧集使用

参与方式

Step1 登陆选择:

进入快手经营者管理平台--> 多集优惠包列表，点击「补贴计划」

Step2 参与操作:

选择是否参与补贴计划、勾选参与范围

Step3 搜索/批量添加操作:

支持搜索短剧名添加及批量添加短剧名

某客户
Show Case

48.01%

使用“新用户专项价”后
曝光付费率提升

22.01%

使用“新用户专项价”后
投放ROI提升

达人内容分发与种草合作的优势

优势 1

一口价+达人分佣模式相结合
符合广告主对提升总体GMV的预期

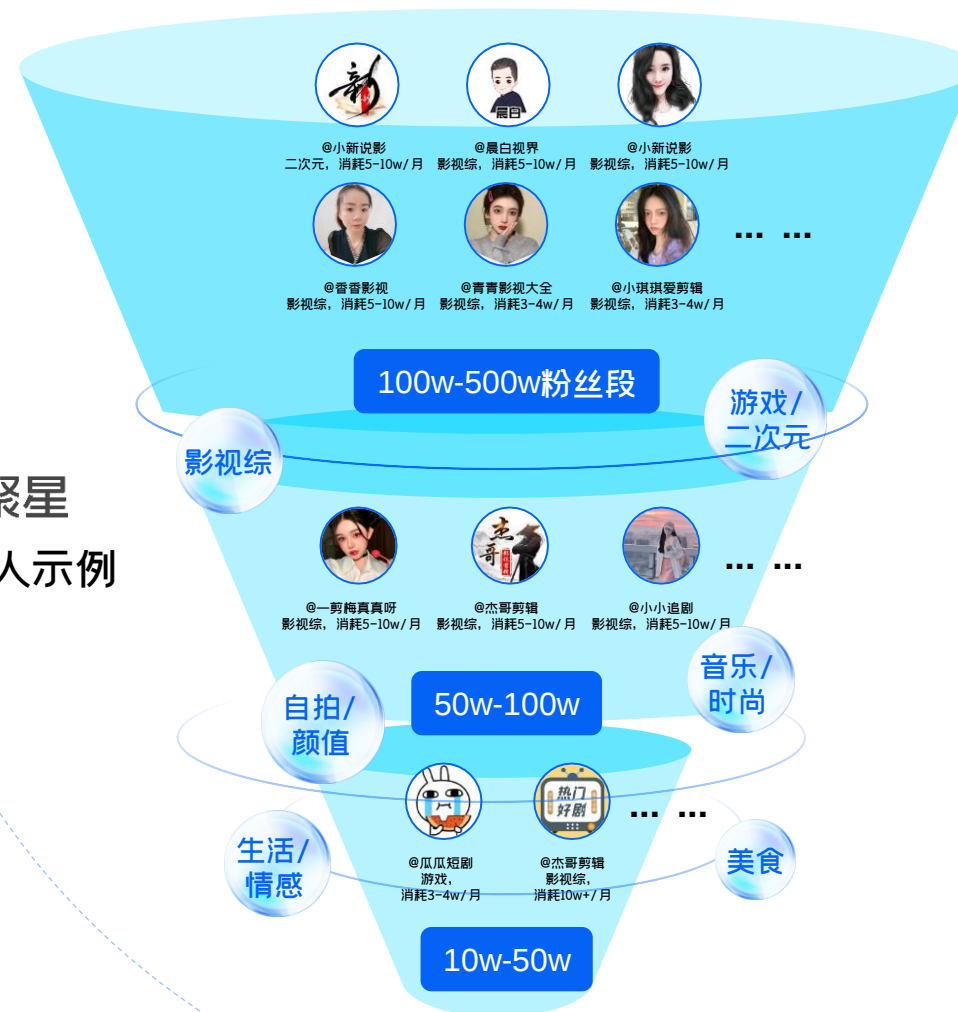
优势 2

聚星与DSP差异化分发策略助力人群破圈
聚星付费人群与效果信息流重合度 < 10%

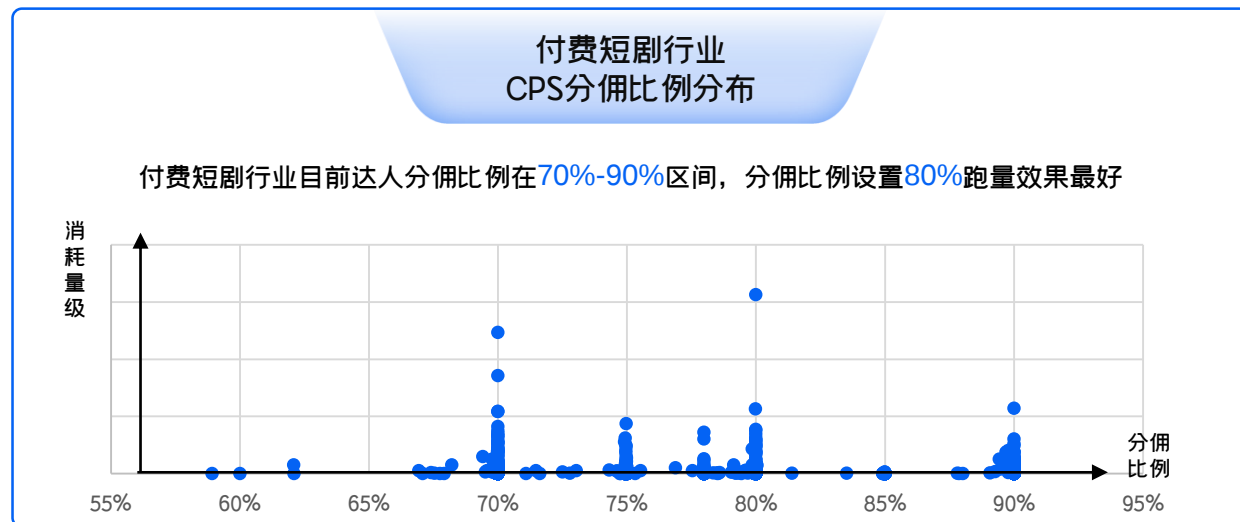
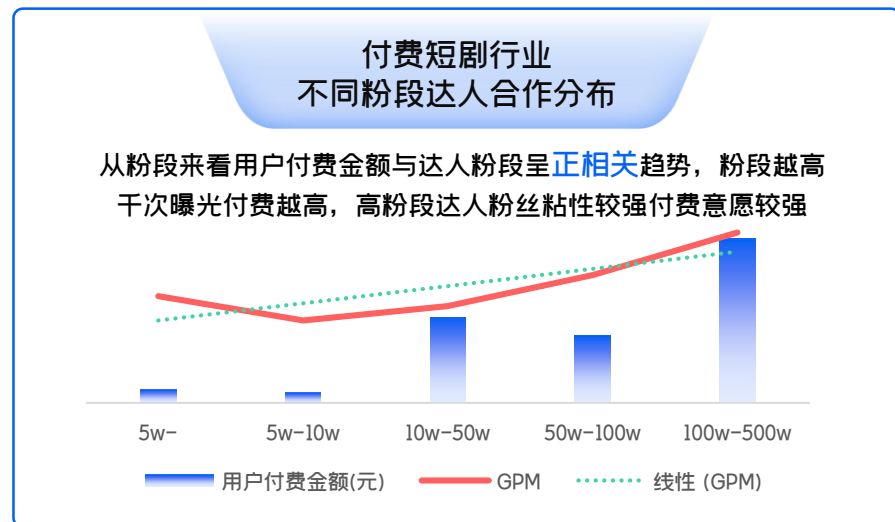
优势 3

优质达人素材同步DSP复投
为效果广告投放补充丰富的素材供给

 磁力聚星
TOP消耗达人示例



充沛的达人储备规模，适配短剧赛道高速增长的内容分发需求



磁力聚星全投放场景满足多元营销诉求

一口价-星视频

消耗占比**43%**

短视频具备成本低，规模越大成本越稳的特性，因此适合全年常态化的批量投放，并在达人的原生内容中，植入商业权益，并通过权益吸引用户转化，实现用增、拉活的营销目标；内容前置讨论，把控更强，内容质量更高



@奕菲_孙嘉慧

拿出你的崽崽！我来画～

#崽崽ZEPETO #崽崽安利

#崽崽春节穿搭爆改挑战

一口价-星直播

消耗占比**12%**

直播具备高效触达用户、私域用户占比更高的特性，因此可通过高粉达人直播，高效率，大体量帮助客户实现快速收割用户，满足客户脉冲式高峰流量需求；指定达人接单，单人核对内容，实现内容精细化



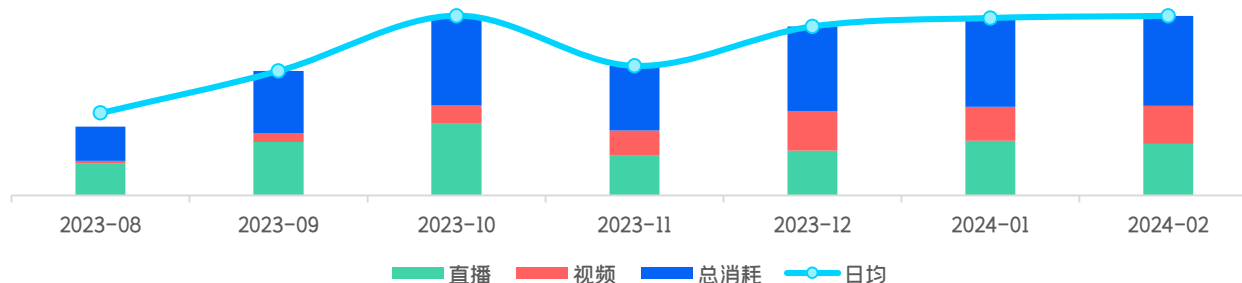
招募任务-星任务

消耗占比**44%**

广告主在任务广场发布任务，并招募中小达人接单（500w以下达人），基于效果结算，充分保护客户成本，达人接单意愿受出价、任务要求、达人偏好等多种因素影响；招募达人，达人自主接单生产，运营成本低；收费方式更灵活，更贴近后链路需求



付费短剧聚星推广类型
(23年8月-24年2月)



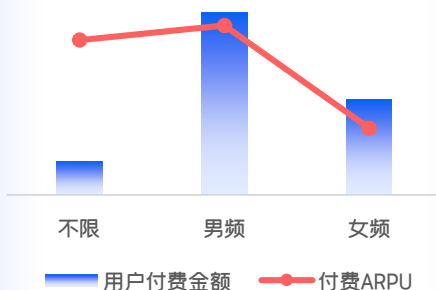
- 行业整体以星任务为主
- 总消耗趋势稳中有进
- 星视频的占比提升显著

洞悉聚星爆款剧目的趋势，高效合作达人营销

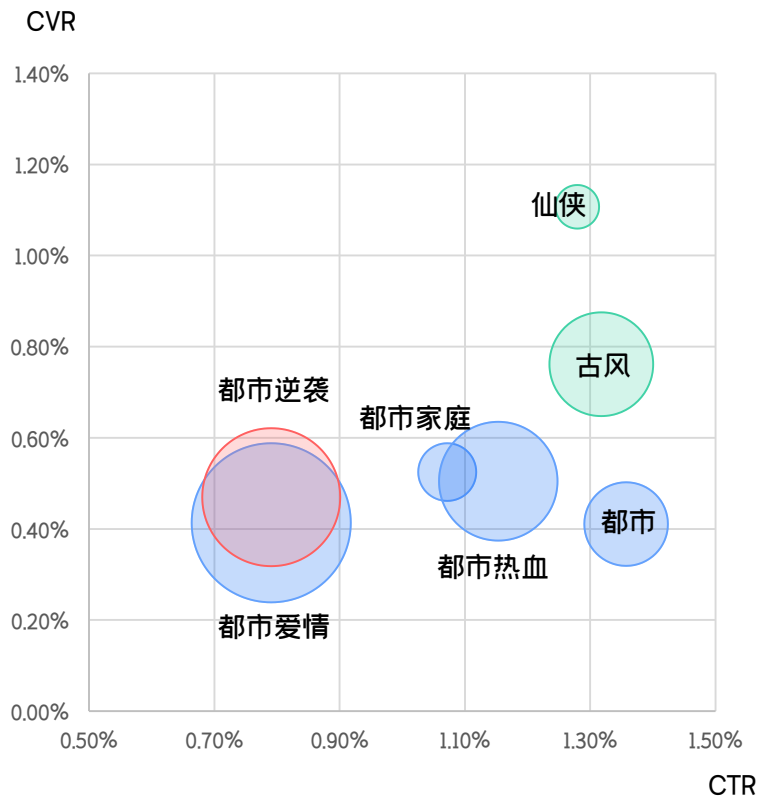


男频效果持续领跑

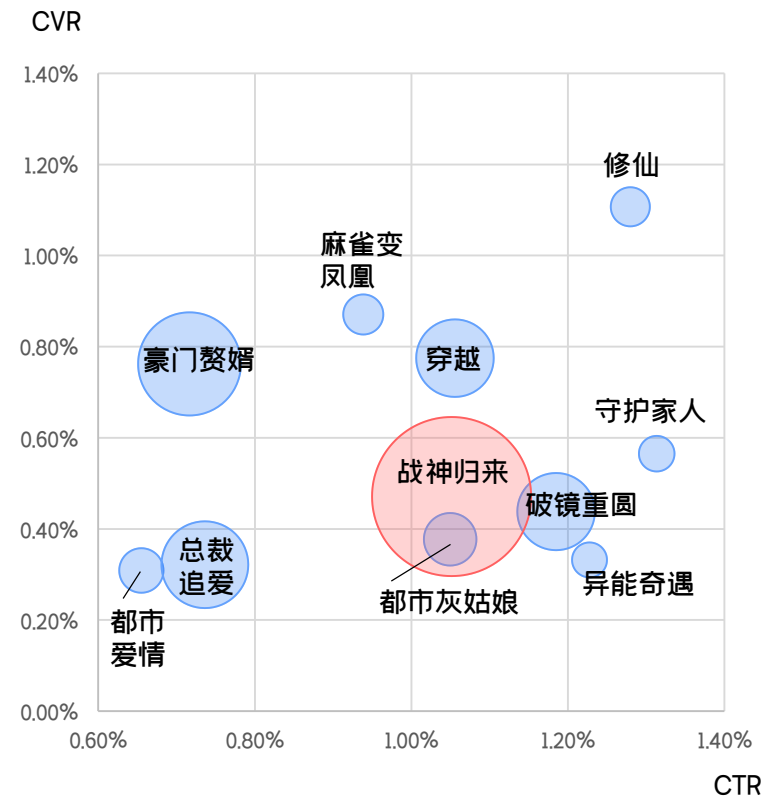
聚星爆款剧目占比短剧大盘收入
26%，爆款剧内容质量优且能持续跑量；从GMV来看目前短剧更容易爆款的为男频类**都市逆袭/战神归来**的内容GMV占比最高，从转化效率来看男频类都市热血类的仙侠/古风等情节内容的更有竞争力；综合来看，优质爆款男频-都市逆袭类内容无论在视频/直播场景下，跑量效果都稳居top1



聚星合作爆款题材类型



聚星合作爆款情节内容



聚星爆款剧目定义：23.11.25-24.2.25累计消耗大于10w的短剧；气泡大小代表用户付费金额大小；
数据来源：磁力聚星，2024Q2

磁力聚星达人内容分销营销玩法

聚星投放策略

星任务CPS达人分销模式优先布局，素材复用进行买量投放，充分放大素材价值

行业投放表现亮眼

短剧行业增速+186%，目前为星任务消耗TOP1行业

聚星运营策略解析

1. 充足任务数量和剧目保证达人接单稳定
2. 精细化达人运营，稳定任务接单达人数
3. 投放适合平台消费人群的短剧内容
4. 针对不同付费人群设置付费面板：男频的优势在单次付费 < ¥50，女频优势在单次付费 > ¥50；



内容创意策略

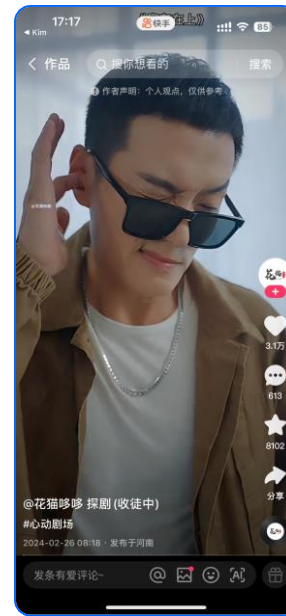
(以星任务为例)

内容精准贴合用户兴趣

视频场景下**剧情解说+原片放映相结合**，跑量效果更好



461万
达人视频播放量



磁力聚星新功能及新政策highlight

聚星短剧自建链路

玩法

聚星上线短剧推广组件，让内容分发与消费形成完整自闭环

优势

自建链路效率SCVR=0.007%
对比之前链路效率提升+80%
用户体验与效果收益更好



短剧共建活动

玩法

客户×聚星×垂类联合提供达人激励资源和活动宣发资源，在平台内发起达人招募活动

优势

利用平台资源位，增加任务曝光
引流社群，深度运营，提升达人接单
提升达人运营规模和消耗；
定制人群包，精准触达，高效转化

非标资源加持

达人高效触达

H5定制页

短信通知

站内资源

社群通知

话题置顶

Push通知

内容培训指导

流量资源扶持

星视频星任务×流量助推

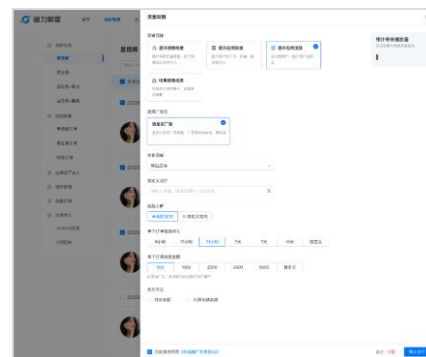
*规划中

玩法

升级ROI出价策略，
支持达人已投稿视频投放流量助推，
有效供给跑量素材规模

优势

稳定达人作品曝光量级，保障达人作品后端效果；优质素材供给+买量
高效拓展用户规模



星直播×流量助推

*规划中

玩法

直播直投助推，实现高质量进人、
高质量涨粉、高质量转化

优势

通过模型算法，精准触达目标TA，
脉冲式高流量迅速拓展人群

流量助推-直播推广

达人直播分销/版权方直播间

提升场观

提升涨粉

提升转化

优质内容+优质流量资源，带动快手付费短剧快速起量

快手老铁沉浸追剧纷纷上头，2023年快手付费短剧GMV激增

23年10月日均GMV同比增长 **414%**

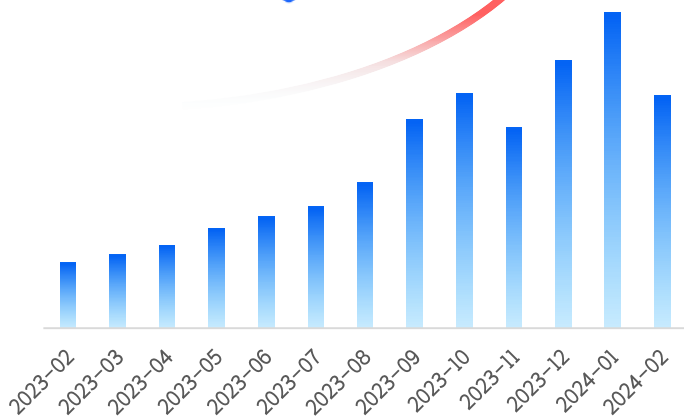
优质短剧量级与日俱增

+4.4倍

优质短剧数量同比去年2月

日均优质短剧数量

磁力智投



* 优质短剧：累计消耗>5万元

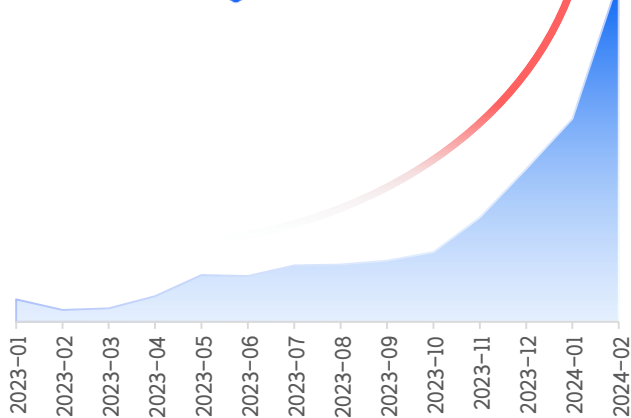
新增付费用户不断涌现

+31倍

新增付费用户数同比去年2月

新增短剧付费用户数

磁力智投



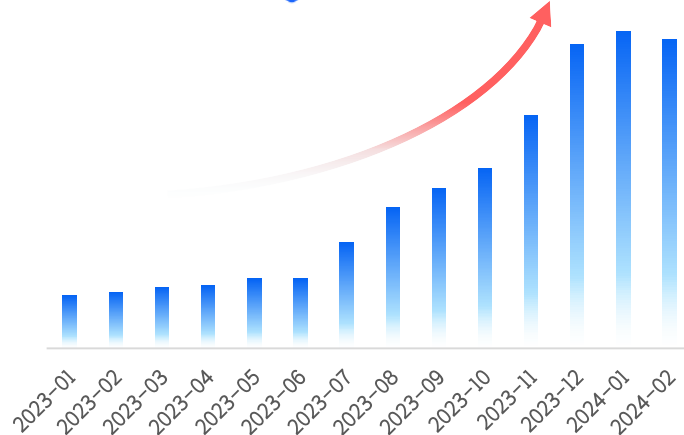
在投广告主数稳步增长

+5.5倍

在投广告主数同比去年2月

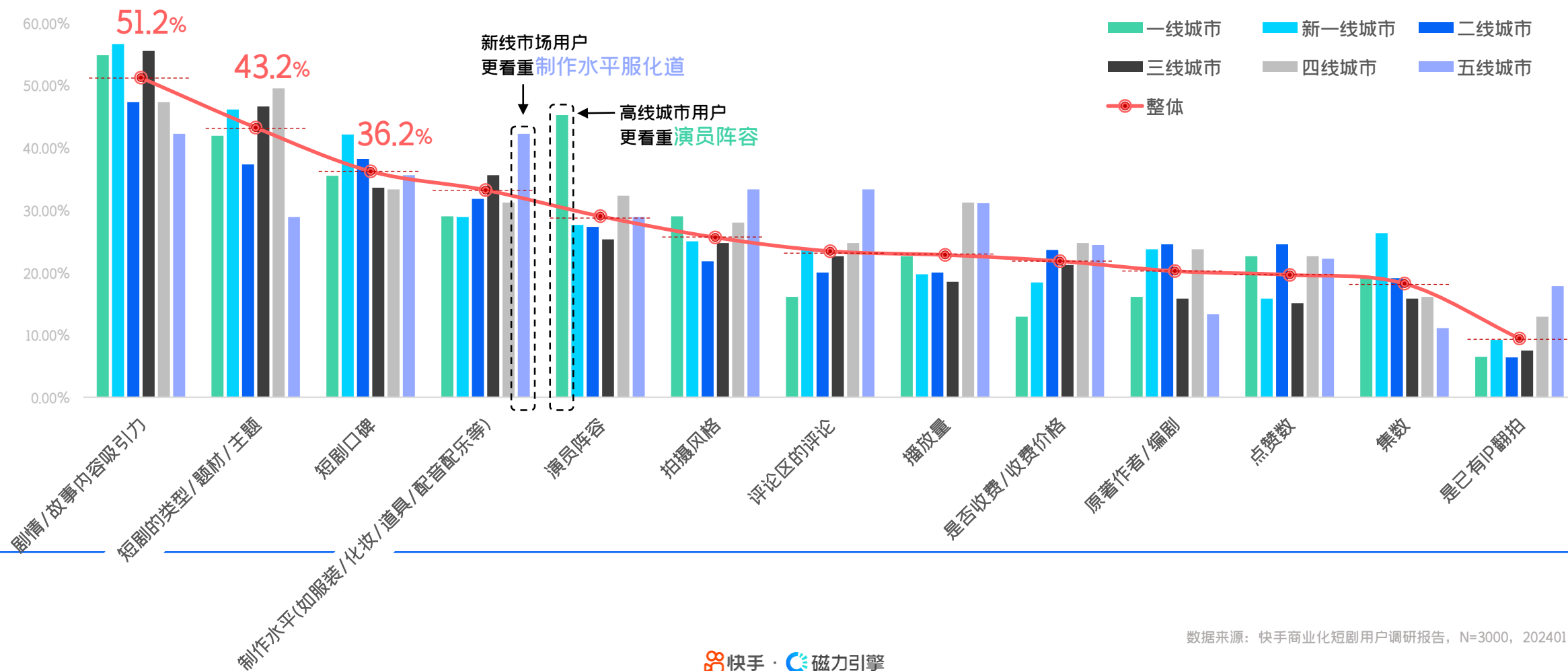
付费短剧行业在投客户数

磁力智投



内容与口碑是影响付费短剧用户进行追剧的核心因素

故事吸引力、题材和短剧口碑是影响付费用户追剧并付费的TOP3核心因素



「质」与「量」协同突破，磁力智投素材应用效率极致提升

TOP消耗素材类型

*以付费短剧2024年1~2月跑量素材趋势为例

69%
> 3min素材消耗占比



56%
> 3min素材数量占比

10~20min

视频时长10~20分钟的解说型素材消耗量级最多



11min, 解说



13.5min, 解说



21.9min, 解说

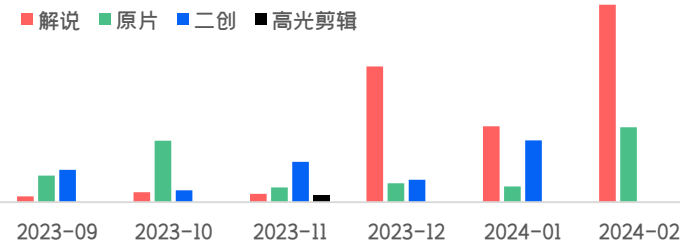


9.4min, 解说



17min, 二创

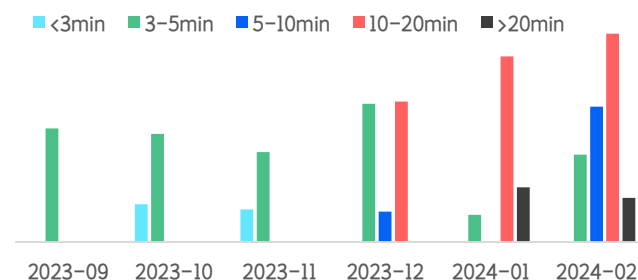
剪辑手法突破



素材来源突破

- 1) 自产素材 → 剪辑创新，提升素材多样性
- 2) 达人一口价/CPS → 竞价广告投放复用，拆解逻辑和套路复用于剪辑
- 3) 直播场景 → 保障效果收益，同时放大素材剪辑收益

素材时长突破



原生软广键位突破

将原有植入生硬板块拆分成【植入生硬】和【原生软广】两部分，使一部分原植入生硬素材可以通过原生且拿到软广流量，放宽了准入原生的要求

数据来源：快手商业化，2024年1~2月

夯实数据回传基础，配合深度出价能力，促进行业稳健增长

广告链路

曝光



点击



激活



付费



复充&金额

优化目标

付费单出价

优化新增付费人成本

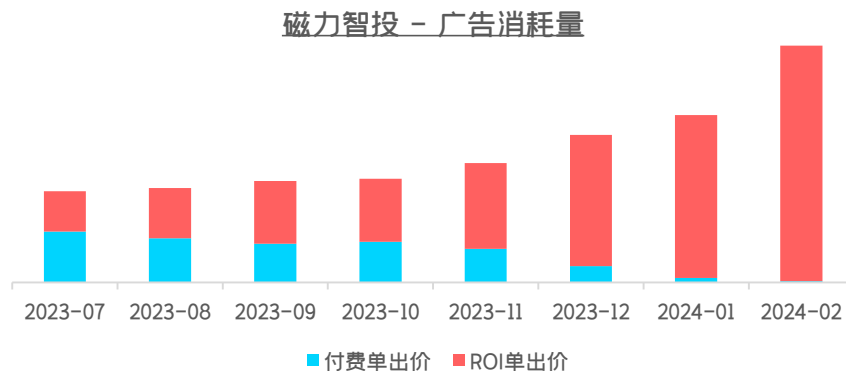
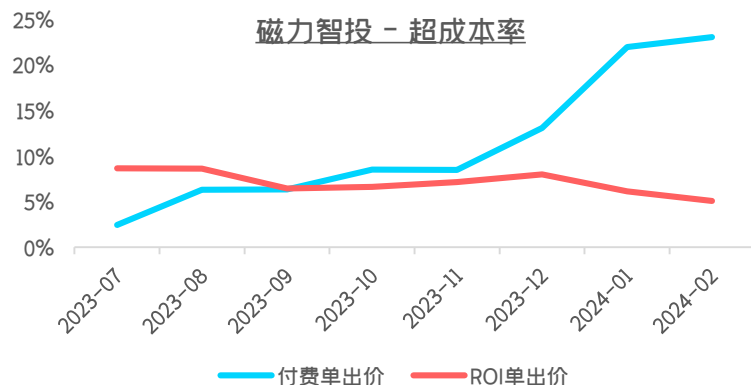


ROI单出价

优化激活用户24小时的ROI，适配ROI强考核的产品

Native天然的全量归因优势，让ROI出价更贴合广告主真实考核诉求，ROI成本达成率更优稳定性更强

随着快手链路自闭环的推进，Native大盘渗透率逐月提升，ROI出价效果稳定，消耗占比已接近100%，成为主流出价方式



「长周期」+

「快手自主监测归因」

- 1) 无需广告主回传
- 2) 广告投放同时获得更多优质流量

SDPA-行业专属标签，助力人群探索更高效

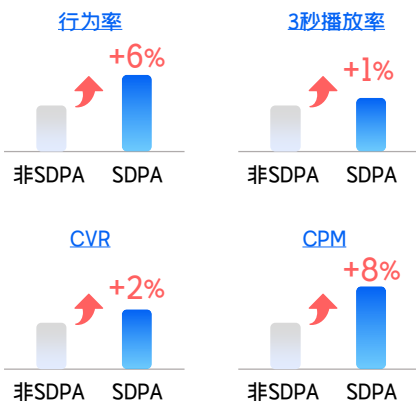
男女频

题材
类型付费
模板情节
特征剧集
价格剧集
时长

SDPA付费短剧独有属性特征入模型，
为广告找到更精准的人，提高广告冷启动&效果

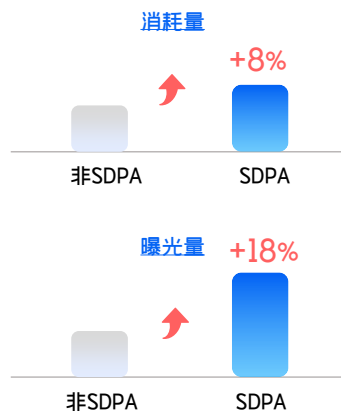
过程指标全面上涨

SDPA赋能模型提升预估准确性，行为率、播放率等指标均明显优于常规信息流，优化成本的同时提升跑量能力



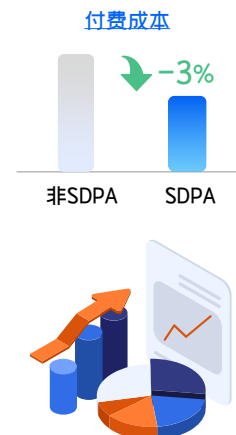
跑量能力提升

SDPA跑量能力更优，起量、人群探索价值显著



效果指标更优

使用SDPA对比未使用，付费成本更低



剧名识别能力升级

为提升短剧客户剧名与绑定视频的准确度，快手上线广告素材剧名识别功能，如识别与绑定商品剧名不一致比例过高，会将识别剧名自动覆盖到SDPA商品信息中

剧名填写方式：
「仅需填写中文及数字」

示例

历史填写方式：

离婚后首富身份藏不住了2!

后续填写方式：

离婚后首富身份藏不住了2

「五大必选」起量策略，付费短剧新天花板摸高

新剧过冷启

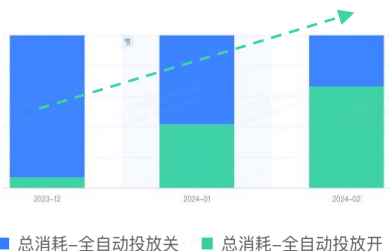
UAA+ROI出价

+28pp

起量效率

+46%

活跃计划ARPU



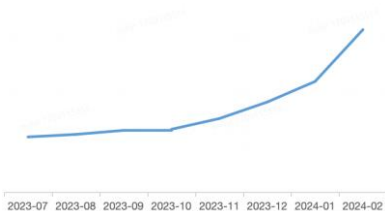
爆款创峰值

产研运营专项扶持
新剧、爆款好就扶，力度更大

近200万

单剧DAY2破峰

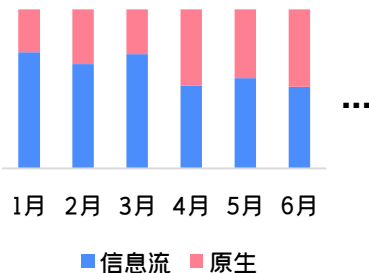
运营扶持专项日均消耗持续提升



原生做增长

优质人群优质流量全覆盖
投放更稳定

2023年投放类型消耗趋势



约九成

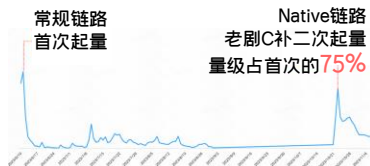
2024年原生消耗渗透率

老剧新高度

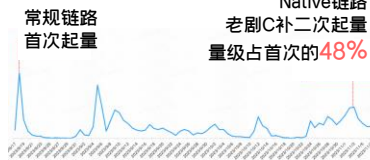
「付费剧集后移+新用户C补
+小小额面板」组合放量

新用户C补
助力多部老剧二次起量

案例 1



案例 2

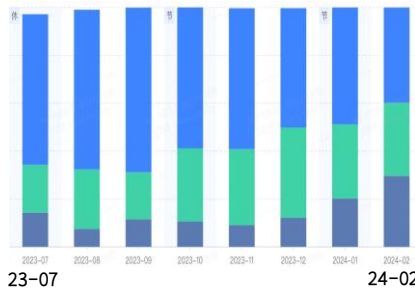


类型不设限

女频占比逐月增长
轻松实现人群破圈



■ 总消耗-男频 ■ 总消耗-女频
■ 总消耗-不限



数据来源：快手商业化，2024.03.

UAA短剧专项扶持：专属功能上线，爆款剧轻松投放

短剧行业扶持额外叠加

● **bonus补贴**
提升冷启成功率和跑量能力

● **广告链路优化**
粗排、召回阶段胜出率提升

AIGC上线

解决素材供给
基建效率+19pp

短剧行业UAA * AIGC，已打通自建经营者平台，将通过经营者平台免费集内容，单独剪辑生产AIGC素材用于提升供给

SDPA上线

解决一户多品
投放问题

同账户内，同时投放多部剧集/账户内A剧集暂停后，更换B剧集投放时，不会串品

UAA自动挂包



UAA在基础自动基建等能力的基础上，支持智能人群包能力，系统自动针对冷启动和跑量期，分别挂载不同人群包测试，选优质的包进入智能人群包的池子

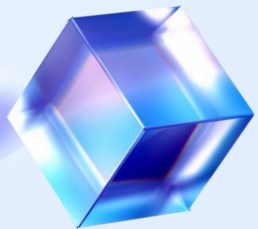
+11pp
冷启动率提升

- **渗透情况**：头部客户UAA渗透率+60%
- **基建效率**：UAA自动增加基建，在投单元数+40%，在投创意数+91%
- **ROI对比**：效果达成来看，UAA ROI 明显> 非UAA+4.5pp
- **素材生命周期**：UAA素材生命周期更长，UAA素材+20%
- **账户跑量能力**：首日ROI出价下，全自动投放的转化起量率表现更优+15.5pp

行业客户渗透率
持续加强

账户跑量趋势：





突破增量限制，全面探索新流量场景 把握短剧行业「破圈」先机

信息流Native链路触达

营销必争 · 运营赋能

聚星达人内容共创

心智占领 · 人群拓量

更多优质场景不断上线

流量助推 / 行业直播 /
喜番APP合作 ...

敬请期待!