



2024年第一季度 明星营销市场与趋势观察

艺恩出品 2024年

目录 CONTENTS

● 明星代言市场扫描

● 明星社媒营销分析

● 明星营销趋势观察



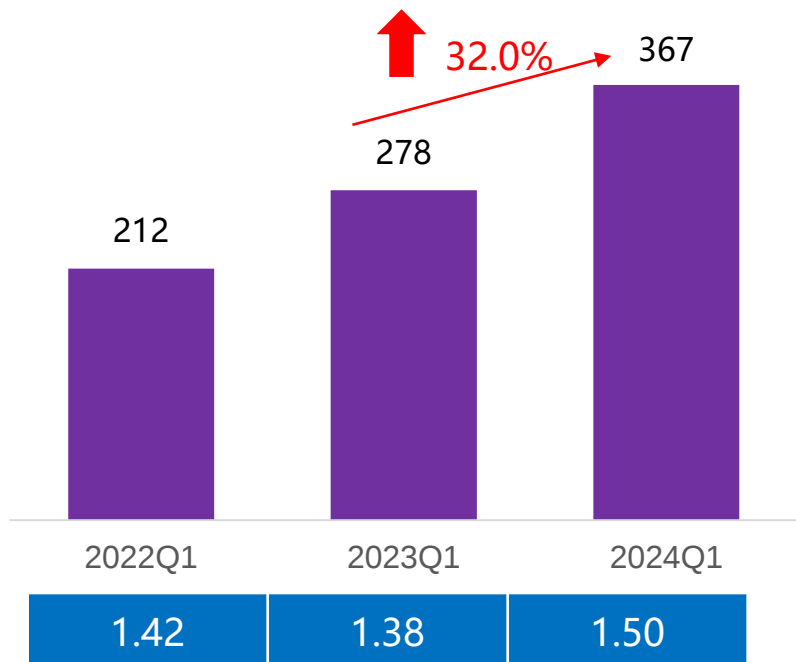
PART1

明星代言市场扫描

大盘|明星代言市场继续升温，代言市场稳中有增

- 代言人市场继续回暖，官宣代言人的品牌数量和代言人数同比提升。
- 2024年Q1共有367名明星接到品牌代言，相比2023年同期增长32.0%；2024年Q1共有366个品牌官宣代言人，相比2023年同期上涨27.5%。

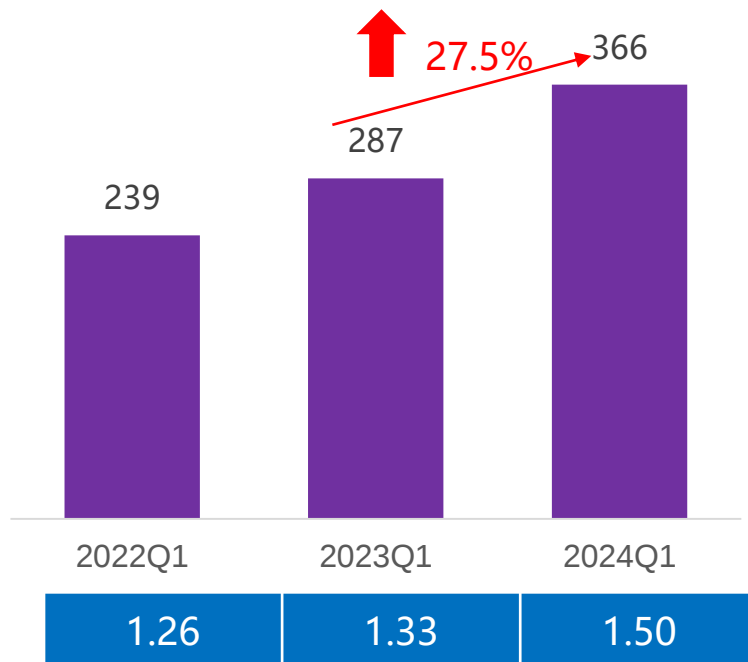
2022Q1-2024Q1官宣代言人数数量



明星平均代言品牌数量



2022Q1-2024Q1年官宣代言人品牌数量



品牌平均官宣代言人数数量



注：官宣代言人数量为去重数据，即XX明星官宣代言多个品牌，只计1次

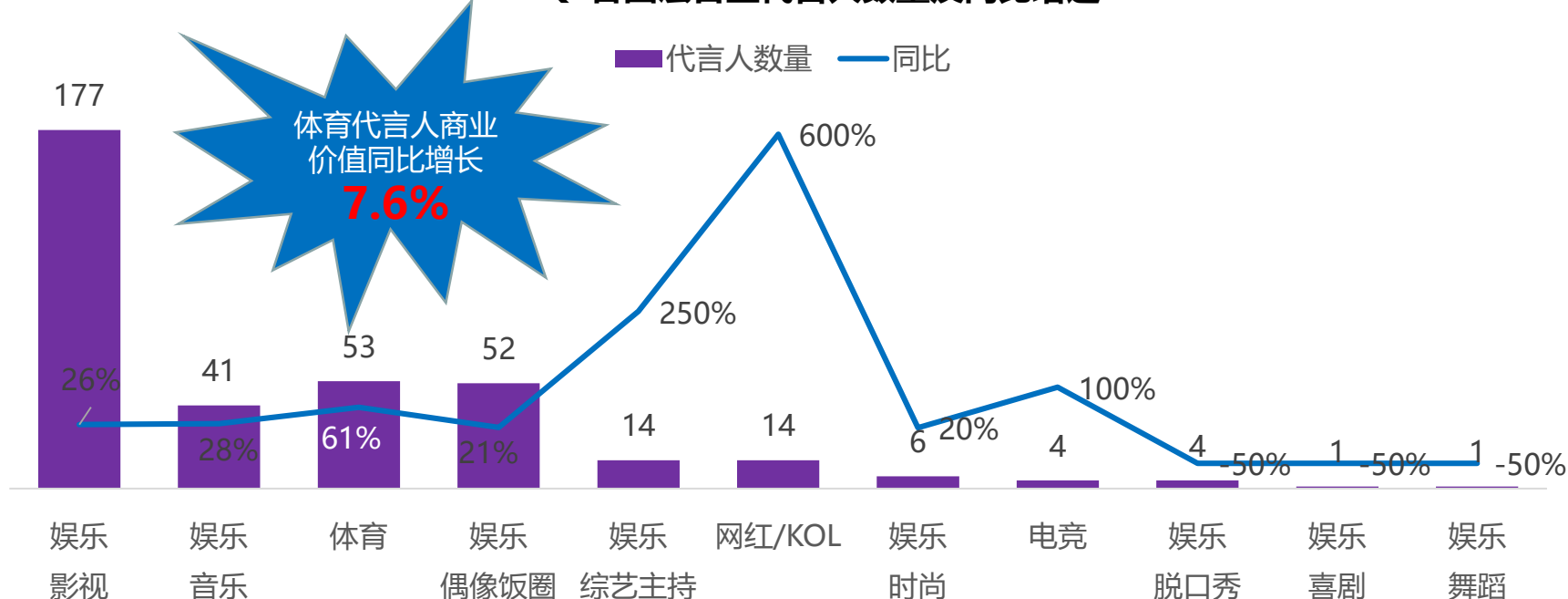
数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2024.1.1-2024.3.31

圈层|网红/KOL涨势明显，体育代言人数量和价值双升



- 2024年Q1娱乐圈明星依然是品牌选择的主要类型，从娱乐细分圈层来看，除脱口秀、喜剧、舞蹈类代言人数数量下滑外，其他各细分圈层均呈现增长趋势，其中综艺主持圈层增幅最多。
- 此外，网红/KOL代言人数数量增长较快，同比增长600%。2024年各项体育赛事不断，体育代言人数量和商业价值双双上升。

2024Q1各圈层官宣代言人数量及同比增速



2024Q1娱乐圈层代言人占比80.65%

圈层|品牌扩大代言人选择范围，网红不只卖货



- 在打造代言人矩阵成为趋势的背景下，2024Q1品牌官宣网红/KOL为代言人的数量同比大幅增长，官宣代言品牌的网红/KOL职业领域也更加多样，除了传统的企业名人、节目选手外，以直播带货为主的网红博主、微短剧演员、艺术家等也被品牌赋予代言身份，帮助品牌触达更多细分人群、深化品牌形象。

2024年Q1官宣代言网红/KOL

姓名	职业	代言品牌	姓名	职业	代言品牌
papi酱	原创视频博主	丸美、西门子	罗永浩	企业家	深蓝汽车
王显衍	《最强大脑》选手	伊利QQ星、西门子	滕泽文	微短剧主演	淘宝网
易梦玲	时尚博主	麦吉丽、巴黎卡诗	艾志恒	说唱歌手	Tuborg乐堡啤酒
帕梅拉·莱孚	健身博主	喜茶、益倍适	杨天真	经纪人	McCafe麦咖啡
孟羽童	直播博主	妖精的口袋	牛钰	最美马拉松女孩	PUMA彪马
何运晨	《令人心动的offer》 实习律师	须尽欢	马岩松	建筑师、企业家	宇舶表
杜华	企业家	闲鱼	冷建国	画师	Lululemon

圈层| 乒乓赛事不断，“莎头”商业价值快速上升



- 2024年作为体育大年，体育运动员备受关注，现役运动员中，马龙、谷爱凌、孙杨、王楚钦、孙颖莎、苏翊鸣、樊振东等运动员代言不断，商业价值名列前茅。其中随着乒乓球各项赛事的大量举办，王楚钦、孙颖莎商业价值大幅提升。

2024年Q1官宣代言的体育运动员商业价值TOP10

姓名	职业	商业价值	官宣代言品牌
马龙	乒乓球	74.00	南孚NANFU
谷爱凌	冰雪	71.67	Porsche保时捷
孙杨	游泳	70.61	天玺中式礼服
王楚钦	乒乓球	68.38	伊利
孙颖莎	乒乓球	67.18	伊利
李娜	网球	66.53	Sealy丝涟
苏翊鸣	冰雪	66.02	伊利甄稀
田亮	跳水	65.38	重庆啤酒、骆驼Camel、巴拉巴拉Balabala
樊振东	乒乓球	62.86	伊利、Jellycat
易建联	篮球	62.49	IndivBio因微、欧莱雅男士

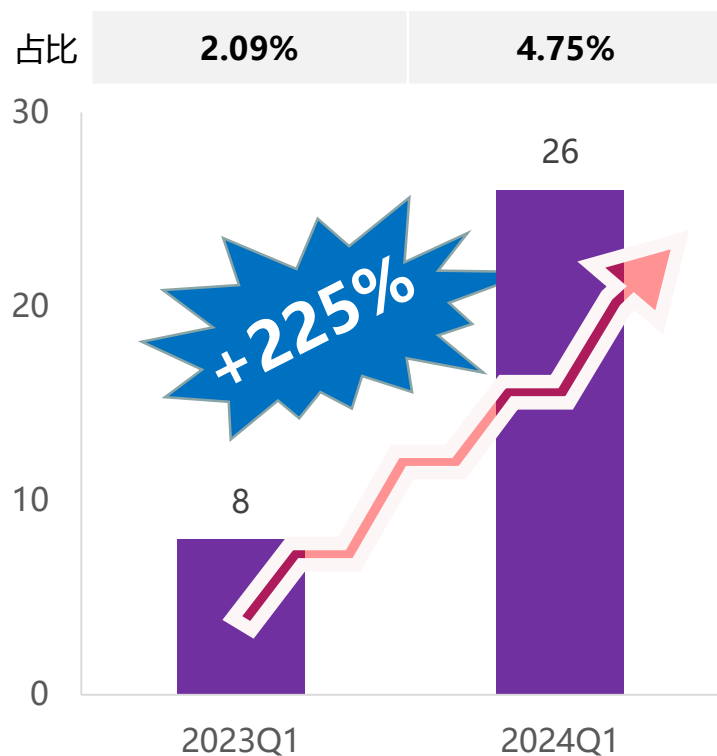
排名上升
25名

排名上升
10名

代言身份|品牌借助节日创新更多代言身份

- 品牌在创新代言身份上一路“狂飙”，借助节日官宣代言人并赋予节日相关代言身份的数量增长明显。2024Q1节日相关代言身份的数量同比增长22%，占比从2023Q1的2.09%上升为4.75%。

2023Q1-2024Q1节日代言人身份数量



2024Q1节日代言人身份案例



代言身份|代言身份更具大众亲和力和情绪价值

- 2024年第一季度品牌通过推出头号车主、健康睡眠体验官、生活梦想家、好工作推荐官等各种别具心裁的代言人身份，拉近品牌受众和代言人的距离，传递情绪价值，提高营销效果。

产品使用者身份代言

案例：东风日产×探陆头号明星车主

东风日产将刘烨打造为“探陆头号明星车主”，深度共创视频短片《春分》，以车主角度阐述“春分人生”



案例：小鹏汽车×最佳骑友

张卫健从车主角度为小鹏X9代言



聚焦大众焦虑，传递情绪价值



京东X乔杉
健康睡眠体验官



迪巧X陶昕然
儿童身高关怀大使



海尔HaierX容祖儿
智慧生活体验官

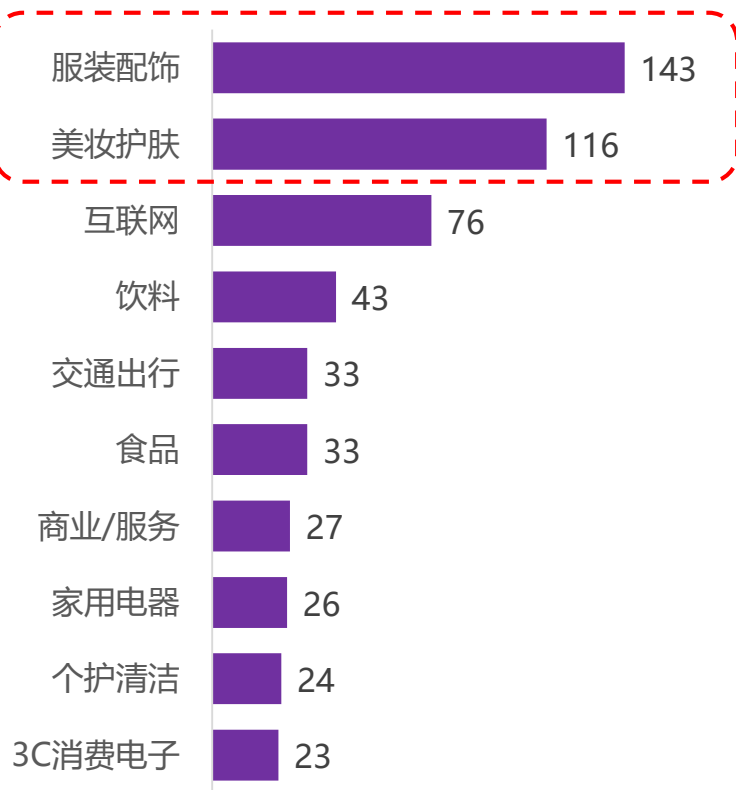


Nespresso奈斯派索X王星越
生活梦想家

行业|布局前置，防晒服饰、美妆护肤抢占消费者心智

- 2024Q1服装配饰、美妆护肤、互联网行业品牌官宣代言人数量居前三。
- 伴随着夏季到来，服装配饰和美妆护肤品牌纷纷提前进行布局，签约多个明星进行防晒产品代言，提前抢占防晒市场。

2024Q1行业官宣代言人数量TOP10



2024Q1美护服饰品牌代言案例

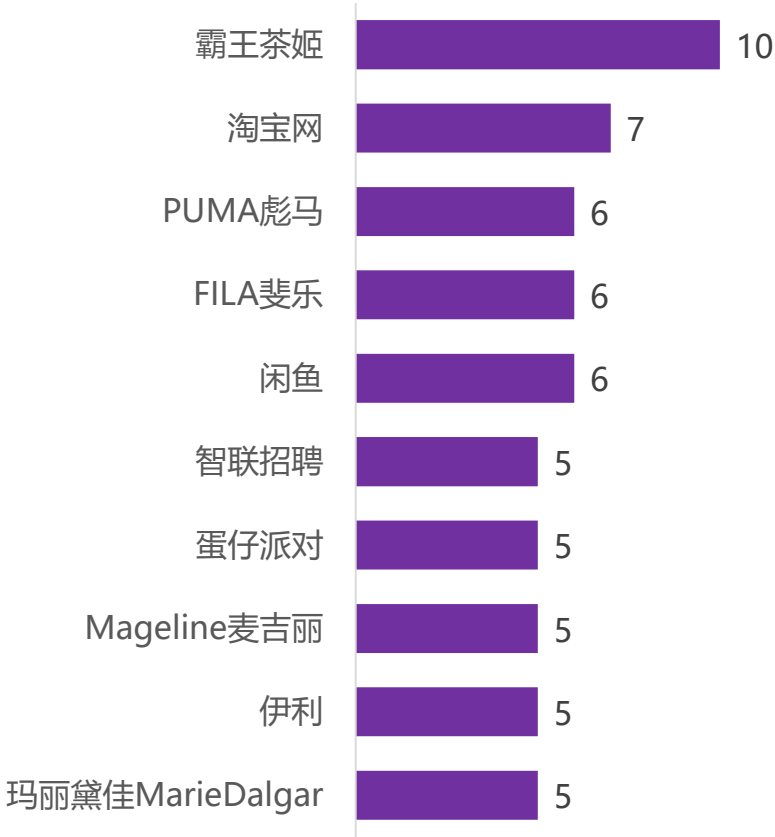


品牌|霸王茶姬携手众多演员/歌手位居代言人数量榜首



- 2024年第一季度，霸王茶姬发起“控糖慢跑计划”，一口气官宣6位“控糖助力官”扩大活动影响力，最终以10名代言人位居榜首。

2024Q1官宣代言人数量TOP10品牌



2024Q1霸王茶姬官宣合作艺人列表

姓名	职业	官宣日期
陈星旭	演员	2024/1/6
王栎鑫	演员	2024/2/2
张远	歌手	2024/2/4
罗一舟	演员，歌手	2024/3/4
夏之光	演员，歌手	2024/3/21
王子奇	演员，导演	2024/3/21
朱正廷	演员	2024/3/21
毕雯珺	演员	2024/3/21
丞磊	演员	2024/3/21
唐九洲	演员	2024/3/21



PART2

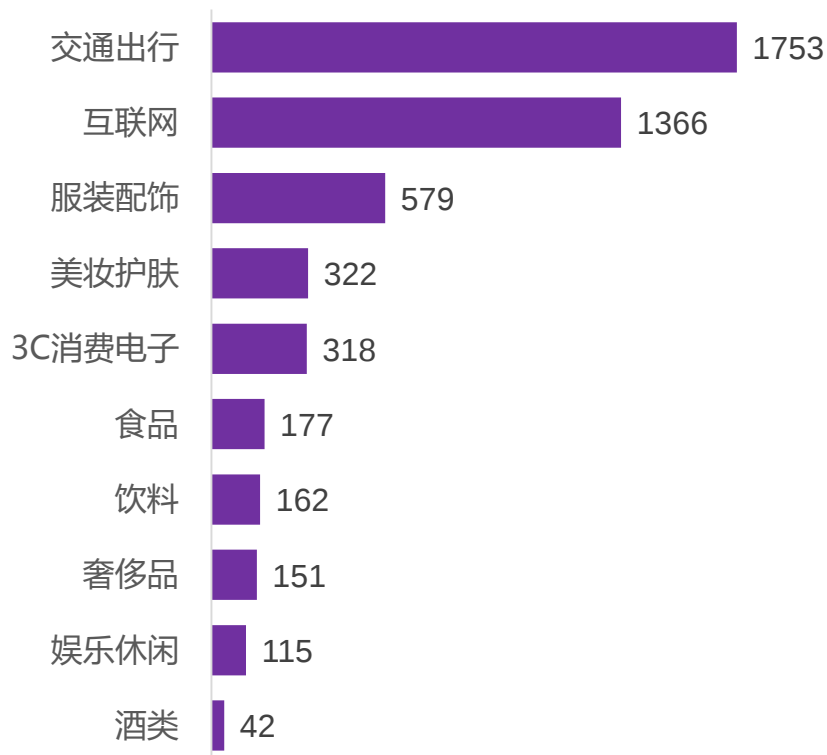
明星社媒营销分析

微博|交通出行合作艺人数量最多，传统车企数量领先

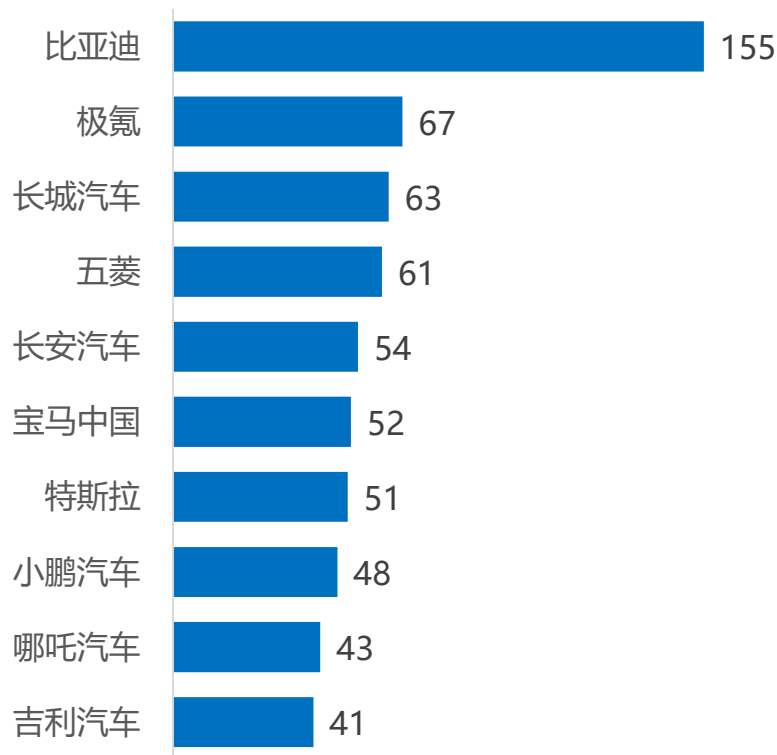


- 2024年第一季度，交通出行、互联网品牌、服装配饰品牌成为合作明星数量最多的三大品类。
- 在交通出行品牌中，比亚迪、长城汽车、宝马中国等传统车企合作艺人数量领先。

2024Q1在微博平台合作艺人数量TOP10品类



2024Q1交通出行合作艺人数量TOP10品牌



微博|成毅微博互动量第一，王俊凯为芙拉贡献最高声量

 艺恩
endata

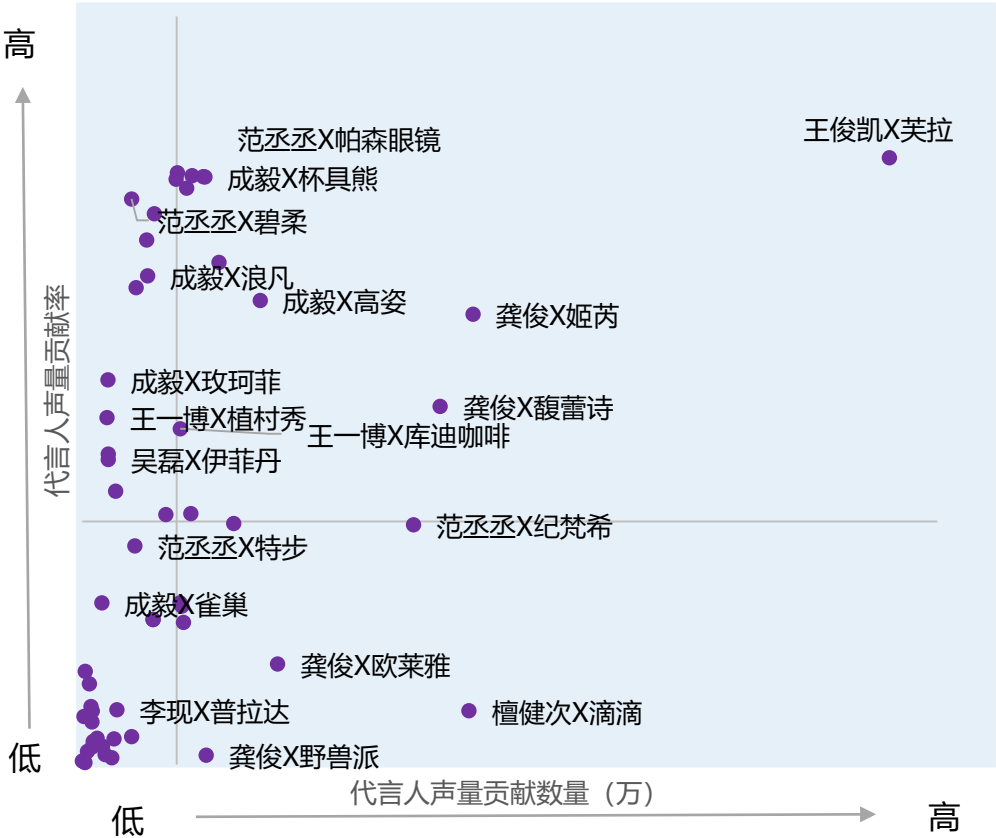
- 《莲花楼》为成毅吸引了一大波粉丝，2024Q1成毅发布的品牌相关微博互动量位居第一，为品牌代言的声量也高居前列。王俊凯为芙拉代言带来的品牌声量位居第一。

2024Q1头部提及品牌微博中
互动量TOP10明星（万）



注：头部提及品牌微博指明星提及品牌的微博中互动量TOP1000的微博
互动量：指明星个人发布微博的转、赞、评之和
数据来源： 艺恩营销智库；数据统计时间：2024.1.1-2024.3.31
©2024.06 艺恩 ENDATA Inc. www.endata.com.cn

2024Q1高互动量代言人品牌舆情声量贡献



注：代言人声量贡献数量：指全网平台作品、评论、转发中含有明星和品牌关键词的内容数量。
代言人声量贡献率：指代言人声量贡献数量/品牌全网内容数量。

小红书|吐提古丽热杰互动量第一，卢昱晓合作品牌最多

 艺恩
endata

- 在2024年第一季度明星发布互动量前1000的品牌相关笔记中，吐提古丽热杰、虞书欣、吴千语的笔记互动量最高，卢昱晓合作的品牌数量最多。

2024Q1头部提及品牌笔记中互动量TOP10明星

明星	互动量（万）	提及品牌数量	典型品牌
吐提古丽热杰	68	7	希思黎，优思明，科颜氏
虞书欣	39	15	JOOCYEE酵色，UBRAS
吴千语	30	5	潘婷，华伦天奴，lululemon
白鹿	26	15	玉兰油，花西子，ALLIE
章若楠	21	10	珀莱雅，馥绿德雅
奚梦瑶	19	3	圣罗兰，飞鹤，好爸爸Kispa
高海宁	19	3	海蓝之谜，谷雨，兰蔻
卢昱晓	18	27	蒂芙尼，拍立得，songmont
伊能静	17	3	香奈儿，研生，tomorrowlabs
孙千	16	6	戴森，VIVO，Ms.Lola

注：头部提及品牌笔记指明星提及品牌的笔记中互动量TOP1000的笔记

小红书|美妆护肤品牌互动量高，希思黎排名第一



- 2024Q1美容护肤类品牌获得较多明星推荐和互动量，在互动量前1000的品牌相关笔记中，互动量前10的品牌中，7个为美妆护肤类品牌。

2024Q1头部提及品牌笔记中互动量TOP10品牌

明星	互动量（万）	合作明星数量	品牌类型	典型合作明星
希思黎	49.0	1	美妆护肤	吐提古丽热杰
谷雨	17.3	9	美妆护肤	李艾，吴昕，刘畅
JOOCYEE	16.2	2	美妆护肤	徐璐，虞书欣
UBRAS	15.3	1	服饰内衣	虞书欣
蕉内	13.8	2	服饰内衣	赵露思，陈婧霏
阿玛尼	12.9	10	美妆护肤	蒲熠星，陈都灵，朱珠
OPPO	12.0	4	3C电子	王小羽，田曦薇，刘梦
玉兰油	11.7	2	美妆护肤	刘畅，白鹿
珀莱雅	11.5	8	美妆护肤	章若楠，万鹏，陈昊宇
天露芬	11.4	3	美妆护肤	杨之楹，孙悦，澜曦

注：头部提及品牌笔记指明星提及品牌的笔记中互动量TOP1000的笔记

数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2024.1.1-2024.3.31

©2024.06 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

抖音|李宗恒互动量持续夺冠，抖音成代言官宣新渠道



- 2024Q1李宗恒凭借近2000万的抖音粉丝，以短剧形式成为提及品牌视频互动量最高的艺人明星，受到众多品牌青睐。SINSIN、柳丝木等品牌在抖音官宣品牌代言人，抖音成为代言人官宣新渠道。

2024Q1头部提及品牌视频中 互动量TOP10明星

排名	明星	职业	互动总量 (万)	提及品牌数量
1	李宗恒	演员，网红	23...	6
2	章若楠	演员	22...	3
3	一个在版纳的化妆师兔子	化妆师，网红	1059.5	3
4	戚薇	演员，歌手	7...	6
5	张予曦	演员，模特	423.1	11
6	虞书欣	演员，歌手	340.8	3
7	杨雪	演员	288.4	16
8	赵昭仪	演员	255.7	10
9	陈紫函	演员	250.5	10
10	洪剑涛	演员	241.4	9

2024Q1明星抖音官宣代言身份案例



注：头部提及品牌视频指明星提及品牌的视频中互动量TOP1000的视频

数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2024.1.1-2024.3.31

©2024.06 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

抖音|护肤类品牌合作艺人数量居榜首



- 2024Q1明星艺人在抖音平台为美容护肤类品牌发布的相关视频最多。在2024Q1，合作艺人数量TOP10的品牌中，美容护肤类品牌占6席。

2024Q1头部提及品牌视频中合作明星数量TOP10品牌

排行	品牌	品牌类别	相关艺人数量(个)	相关视频数量 (条)	典型艺人
1	珀莱雅	美妆/护肤	22	26	王艳，孙坚，杨雪
2	HBN	美妆/护肤	12	13	杨雪，赵昭仪，澜曦
3	欧莱雅	美妆/护肤	9	12	贾乃亮，肖战，余诗曼
4	欧诗漫	美妆/护肤	9	10	王瑞昌，裴佳欣，陈靖可
5	飞鹤	食品	9	10	李雪琴，沈涛，王栎鑫
6	娇兰	美妆/护肤	8	12	李宗恒，张予曦，曾黎
7	王者荣耀	游戏	7	10	杨超越，杨幂，戚薇
8	谷雨	美妆/护肤	7	8	舒畅，何蓝逗，杨雪
9	雅萌	家居	6	11	张雅萌，赵昭仪，徐可
10	巴黎世家	时尚消费	6	8	徐冬冬，芮丹尼，陈赫

注：头部提及品牌视频指明星发布的提及品牌视频中互动量TOP1000的

数据来源： 艺恩营销智库；数据统计时间：2024.1.1-2024.3.31



PART3

明星营销趋势观察

观察一| “隐形” 代言人为新品上市造势

- 2024Q1有品牌将代言转向“隐形”式代言，在观众不经意间完成对品牌的宣传。张颂文结合个人习惯，以小米手机拍摄生活照片发博引关注。在小米汽车发布之时，张颂文通过和小米雷军的微博互动直接使得多个话题冲上热搜、热梗不断，为小米SU7上市带来一波关注度。

2024Q1张颂文代言小米互动量趋势



用户热评（部分）

- 张老师有时间领吗？没时间的话我去替你领了吧@张颂文
- 这代言人太值了，有的代言人代言着产品，用着其他产品
- 大气，不过张颂文老师也是小米最合格的代言人，没有之一
- 雷总，我应该怎么暗示你一下？
- 这个代言人给我签一辈子
- 小心半个娱乐圈都跟雷总要车

张颂文&小米汽车 相关微博热搜

微博热搜词条	最高热度	微博最高排名
雷军回复张颂文	2820757	1
雷军 我为张老师准备的车是顶配	1872496	1
雷军送张颂文的SU7真车现身	1849886	1
小米代言人	1538538	1
雷军张颂文 霸道总裁爱上我	847541	2
张颂文说还没去提小米SU7	634043	2
网友回应帮张颂文跟雷军要到小米SU7	477546	13
雷总好宠张颂文	396854	15
张颂文称喜欢橄榄绿SU7	381644	17

观察二| “反向” 代言助推产品破圈

- 品牌别出心裁，“反向”邀请明星进行代言。2024Q1，作为知名奶茶品牌的喜茶，却邀请全球顶流健身博主帕梅拉进行代言，为用户传递了喜茶产品“轻负担、真健康”的良好印象，拓宽品牌目标客户。
- 霸王茶姬推出“控糖慢跑计划”，并签下唐九洲、丞磊等多个明星作为“控糖助力官”，意在传递产品健康、清爽、低负担的理念。

案例：喜茶×帕梅拉·莱孚



案例：霸王茶姬“控糖慢跑计划”

霸王茶姬发起“控糖慢跑计划”，传递健康理念



霸王茶姬控糖助力官



观察三|第一季度成为品牌借势节日营销旺季

- 2024年第一季度伴随着春节、情人节、妇女节等节日的到来，品牌借助节日营销的势头高涨，不少品牌借势推出了节日宣传海报、品牌宣传短片、节日限定产品、线下主题点等活动，为品牌引流。

案例：半亩花田×迪丽热巴

妇女节期间，半亩花田推出线下花开主题店，抽送幸运儿获得半亩花田与热巴准备的一束鲜花，吸引粉丝进店



半亩花田

3-5 16:53 来自 微博网页版 已编辑

花蜜们快看过来

迪丽热巴 X @半亩花田 X @THECOLORIST调色师

联手打造的线下花开主题店

正式上线啦

美美的热巴让整个空间变得无比柔美

这么美的主题店，大家还不赶紧来打卡？

即日起至4月3日

前往主题店，入手热巴同款身体乳产品

也能获得迪丽热巴明信片哦

先到先得，送完即止

详细地址：长沙市雨花区湘府中路18号德思勤城市广场四季汇负一楼-调色师商铺

#调色师早春焕新# #热巴代言半亩花田养白瓶# #花中观己 留住美好# 收起



案例：HOGAN×檀健次

2024年3月6日,HOGAN品牌借白色情人节拍摄浪漫短片，加强观众对品牌印象并推出白色情人节限定产品



HOGAN

3-6 11:30 来自 微博视频号

怦然巨响#心动频「次」#，尽览#HOGAN品牌代言人檀健次#@MIC檀健次JC-T浪漫剧场。点击网页链接，解锁同款HOGAN 2024白色情人节限定H630运动鞋履。檀健次超话 HOGAN的微博视频



5.2万

2万

10.1万

观察四|小剧场之外，剧集番外剧情融合代言浑然天成

- 2024Q1，影视剧综艺营销依然火热。品牌除了常见的以片头/中插/片尾等形式植入广告以外，与剧内参演明星短期合作拍摄热门剧集番外为品牌带来较好营销效果，在弥补观众意难平的同时，自然而又贴切的剧情植入，提升观众对品牌的好感和购买意愿。

案例：《南来北往》番外×纯甄酸奶

《南来北往》推出番外篇《爱未远离，纯真真好》，让电视剧中观众喜欢的角色“复活”在亲人的记忆里，并借以酸奶传递幸福生活的简单淳朴的价值观，通过巧妙自然的营销提高产品的热度、口碑和购买意愿。



《爱未远离，纯真真好》用户评论

- 纯甄这波赢麻了
- 这广子牛逼
- 我马上去去买
- 我买了一百箱
- 纯甄你配享太庙[哇]马燕和爸爸真的哭死我
- 纯甄坐主桌！！番外1拍得比大结局好！！！！
- 谢谢纯甄给了马燕和爸爸告别的机会，这个番外看得我们都哭成了狗
- 这个广子，真的比大结局好看多了，哭的我稀里哗啦
- 我真的哭死了，纯甄你怎么这么会拍啊！金晨你怎么这么会表达情感啊

本次报告研究说明：

▣数据来源：艺恩营销智库

▣数据选取周期：见每页报告source

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。



www.endata.com.cn