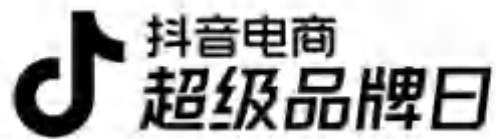


维达抖音电商 超级品牌日 传播 总结



项目背景：

维达首个抖音电商超级品牌日，希望借此来拉动棉韧奢柔的新品销量

目标：

- 人群资产：5A人群的增长
- GMV达成：拉动新品在抖音平台的销售增长

挑战：

- 棉韧奢柔在抖音中并未形成心智
- 纸巾婚纱品牌资产如何在抖音内承接销量转化

「品牌势能」&「销售
GMV」

核心洞察：

对于TA而言，**抖音就是一个大舞台**

TA们一边分享，一边汲取，见证着孩子的**韧性成长经历**

核心创意：

维达纸巾婚纱韧性初舞台

让每一个有孩家庭看见和分享，家有维达的韧性陪伴，孩子韧性长大的高光时刻



抖音电商
超级品牌日



—— 正品大牌在抖音 ——

韧在维达
超1亿⁺家庭的选择

维达品牌大使 乔欣

乔欣

维达纸巾婚纱 韧性初舞台



*维达纸业所提供之市场资讯，系根据央视市场研究股份有限公司之品牌消费者指数，针对全国具有代表性的40000个样本户，所投射到的1.89亿中国城镇家庭，在2021年10月1日至2022年2月15日期间实施之消费者调研所统计出的数据。本宣传数据仅供参考，不作为任何维达产品的品质保证。

抖音电商
超级品牌日

抖音商城

维达官方旗舰店



上抖音向左滑 遇见懂你的好物

项目核心成绩数据一览			
项目	Pre	Post	Uplift
项目周期	2023年2月28日 - 3月10日		
A3变化	11,916,476	27,405,051	增长129.97%
种草力 (IDEA)	13.44	16.29	增长21.20%
ROI	5.43	8.47	增长55.98%
GMV	1630万	4238万	增长160%
A3变化: 2023年2月27日 VS 2023年3月10日 种草力: 2023年2月21-27日 VS 2023年2月28日 - 3月6日 GMV: 2023年年货节 VS 2023年抖音电商超品日			

维达 | 以内容营销驱动抖音全链路的流转

行业标签：个护清洁（日化）

案例背景：

- 维达首个抖音电商超级品牌日，品牌资产纸巾婚纱影响着中国1亿家庭用户，带来超N亿的曝光，成为了维达营销IP资产

案例方案：

- 以纸巾婚纱全面渗透进每一个触点，成为内容的灵魂

亮点与创新：

- 全民任务2.7亿曝光，贴纸TOP榜
- 5A人群资产增加6000万，其中A3人群增长129.99%

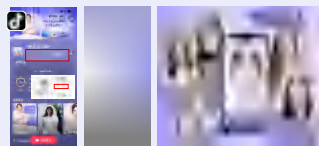
客户反馈：

- 营销场&卖货场的有效合一

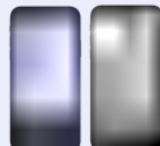
维达 | 以内容营销驱动抖音全链路的流转

内容建设增长5A转化A3

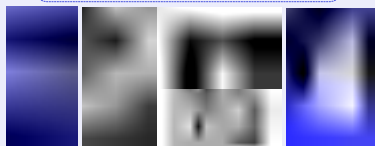
#维达纸巾婚纱 抖音挑战赛
纸巾婚纱从可看到可玩



抖音信息流+开屏
王牌硬广多点位轰炸引流



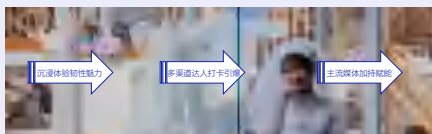
头部萌娃小麦活动爆款种草
单视频6000万播放奇迹



内容热推
主推达人种草内容破圈



维达纸巾婚纱空降上海外滩
从线上到线下全覆盖



品牌效果

项目总曝光 2.7亿+
全民任务总曝光 2.5亿+
全民任务总互动 4万+

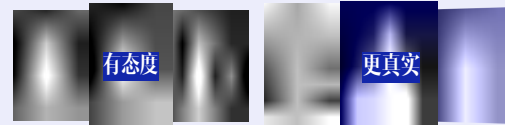
人群资产

5A人群总增长超 6400万+
A3人群增幅 130%

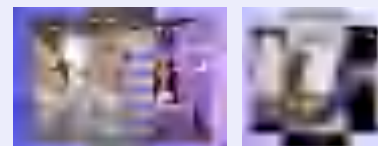
生意增长

经营阵地转化A4/A5

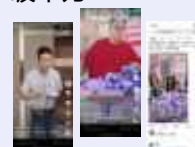
- bigday当天，乔欣携手小麦空降维达抖音官方旗舰店直播间，韧性初舞台引爆全网



- 纸巾婚纱主题直播间矩阵开启，沉浸式氛围直播促销售转化



- 头部达人@老板上班了、@郝邵文、@陈三废等直播助阵，达人带货GMV累计破千万



GMV个护家清品牌榜 TOP1
销售同比增长 160%
品牌搜索曝光人数超 1900万+

此次项目聚焦抖音平台

实现从话题曝光到销售

从内容到购买在同一平台实现

指标1：

活动期间5A人群的流转——了解、关注维达并进一步购买的人群增长，拉动品牌粉丝

指标2：

产品的沉淀——小蓝词的沉淀、看后搜的数据转化，产品在抖音内的销售转化

指标3：

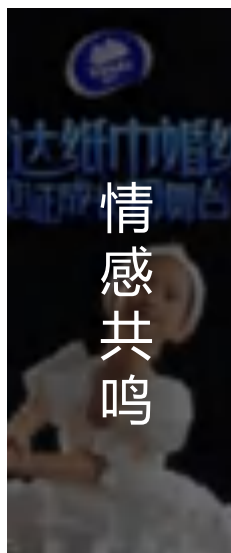
品牌资产的沉淀——纸巾婚纱创意话题与产品的结合，纸巾婚纱的话题沉淀

用户互动+商业化共存，维达纸巾婚纱实现

从全民认知到全民互动



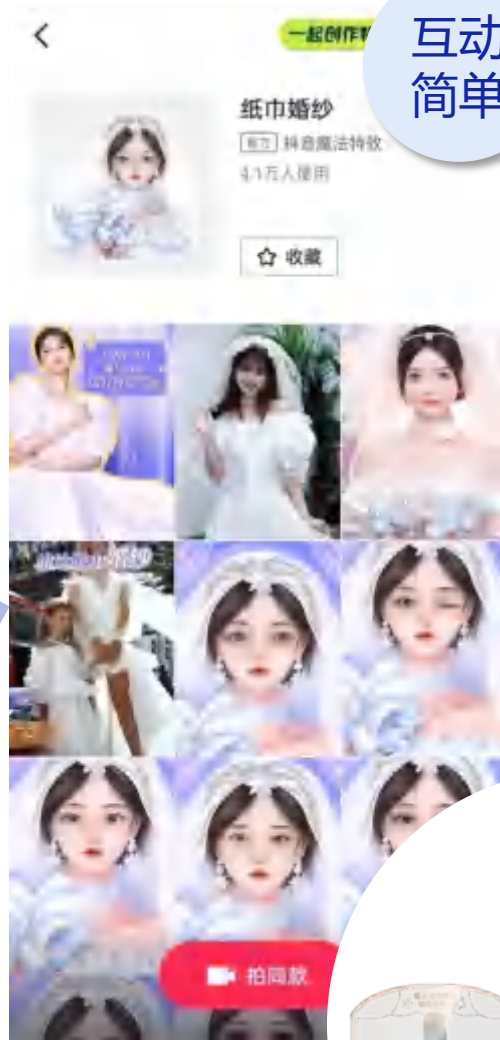
美的分享



情感共鸣



品牌社交



互动简单



奖励刺激

抖音全民任务让纸巾婚纱从可看到可玩

1超多头矩阵沉浸式多维度种草

共创爆款内容引爆流量狂潮

明星、达人共同助力，维达纸巾婚纱破圈传播



首次 明星沉浸开箱种草

1变N，全渠道扩散

A4人群流转
10w+



首次 超头部达人造爆款

单视频6000万播放奇迹



首次 多维达人破圈传播

累计曝光超2010万

深度种草行为激发用户「主动搜索」，缩短转化路径

明星+站内“顶流”直播加持，实现 品牌韧性理念传达&卖货种草同频

结合明星人设，直播间从卖货到卖生活



首穿纸巾婚纱呈现韧性初舞台
打造热榜话题



植入种草人设直播间卖货
沉浸种草产品

直播间完成品牌韧性态度输出，品牌资产创造性输出

超级IP+超级地标打造超级事件

纸巾婚纱空降外滩，创新网红打卡点



从抖音内循环到全渠道扩散，节点建立用户情感连接

执行回顾

传播 RECAP

传播主题	#维达纸巾婚纱#			
BIG IDEA	维达纸巾婚纱 韧性初舞台			
核心内容	借势抖音平台，让维达纸巾从可看到可玩到可买的一站式主题活动			
传播节奏	明星加持	全民卷入	韧性直播	社会声量
核心内容	1.品牌全渠道直发明星海报，官宣全新品牌大使乔欣 曝光近80w，总互动4.2w 2.明星种草视频，为维达棉韧奢柔羊绒感纸巾强势背书 累计曝光超178w，沉浸种草 3.发布明星ID预告、直播海报为3.4日直播互动持续造势 总曝光超92w，互动突破3w	1. #维达纸巾婚纱 贴纸互动全面开启 超5.1w投稿，4w用户踊跃参与 2.颜值类达人入局示范，助力话题爆发；萌娃、手工、种草达人素材种草扩散，引导用户跟玩 曝光超2019w次，互动超30w次 3.抖音开屏、硬广资源高频曝光放大内容，导流全民任务 总曝光1285w+，持续转化A3人群	1.乔欣携手达人小麦亮相抖音维达直播间，与亲子家庭共创韧性初舞台 单场直播同时在线人数1w+ 2.官方与工作室持续释出明星活动相关素材物料，延续直播热度 24.7w曝光，长尾释放活动声量 3【婚纱主题直播间】品牌个性化店播配合承接直播热度	1.超量级萌娃达人小麦发布品牌直播花絮视频，引发网友关注热议 单条视频6000w+播放，破125w点赞 2.纸巾婚纱展空降上海外滩，38节点助燃话题事件出圈 覆盖超10w人现场打卡
话题周边	抖音维达纸巾婚纱限定礼盒，电商销售买赠			

O-A1/A2

明星官宣+品牌内容双管齐下
抖音挑战赛「超级曝光+超级互动」

纸巾婚纱初曝光提升认知兴趣



纸巾婚纱先导片席卷全网

见证维达纸巾的极致韧性



维达Vinda

2月28日 17:27 来自 超话

#维达纸巾婚纱# 先导片全网上映 | 水中挑战，国潮刺绣，是维达纸巾婚纱的“韧性”故事，也是维达陪伴超1亿*中国月28日-3月9日，上DY搜索#维达纸巾婚纱#参与挑战赛记录每一个韧性成长瞬间，共同延展韧性故事。 ... 展开



2003次观看

转发

2



官方矩阵累计曝光

300万+

明星种草视频接棒上线沉浸式种草

柔软开箱强化维达羊绒感纸巾柔软认知，形成心智卡位



官方视频累计曝光**178万+**，粉丝互动**1.4万**



同步预告抖音直播信息引发粉丝期待



超级
线下

维达纸巾婚纱展空降上海外滩出圈

抖音、小红书KOL数十位现场打卡主动触达

线下曝光**400万**



以韧性品质与更多消费者建立情感连接



#维达纸巾婚纱 挑战赛重磅上线

定制婚纱贴纸绑定全民任务玩法
首次实现全民穿上纸巾婚纱

视频总播放量

2.5亿+

视频总点赞量

301万+

视频互动率

1.55%

挑战赛参与人数

3.9万

挑战赛参与视频数

5万

贴纸使用人数

4.1万

贴纸使用量

5.1万

参考相似资源投入量级的挑战赛，平均数据如下：

总播放量1.5亿；视频互动率0.94%；挑战赛参与人数2万+；贴纸使用人数1.5万+

维达携手品牌大使乔欣发起抖音挑战赛邀请

互动教程视频带你见证纸巾婚纱韧性初舞台



286W+曝光
为挑战赛预热蓄水

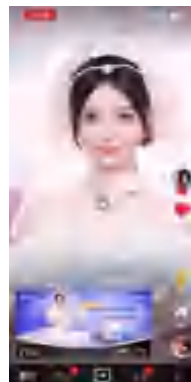
平台资源助阵 全面曝光品牌全民任务

多维入口触达用户 高频导流话题页

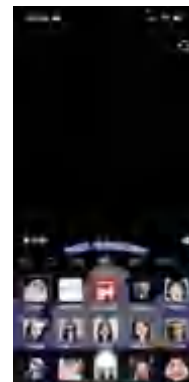
上滑
开屏



内容
热推



贴纸
面板



单页
信息流



任务
列表





王牌硬广开屏轰炸引流

强曝光高点击助推贴纸互动热度飙升

2.28

开屏曝光
108万

点击跳转
18万

点击率
17.01%

总曝光
269万

3.01

开屏曝光
161万

点击跳转
17万

点击率
10.39
%

平均点击率
13.03%

Benchmark: 常规开屏点击率日化行业均值2.1%; 上滑开屏点击率日化行业均值2.8%



单页信息流二次加热明星视频

种草精华片段圈定泛意向人群持续导流挑战赛

曝光量 **476万+**

完成率 **112%**

点击量 **61153**

点击率 **1.28%**



Benchmark: 单页信息流点击率日化行业均值为0.84%

A1/A2→A3

达人示范+搜索组件缩短转化路径

达人互动种草+搜索转化

从认知到互动，从参与到搜索，纸巾婚纱走入更多家庭



抖音挑战赛三大颜值达人率先卷入

卡点变装视听体验点燃贴纸互动氛围



触达 1481万 粉丝

视频播放 656万 次

累计互动量超 10万

达人分析-Yuki雪雪



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
颜值类	308w	37300	181	769	319	38569	1.25%	¥0.027	¥2.178	26.72%	4.23%	1.25w	352	2.82%



投后5A人群规模增长**69万**

A3人群拉新**17万**，增长**91%**

曝光人群搜索**3.2万**次

KEEP

- 高互动率+低CPE&低CPM，互动、曝光性价比高，后续UGC互动仍可适当向此类达人预算倾斜作为大曝光保证
- 配合bgm音画卡点，提升镜头冲击感，整体可看性强

IMPROVE

- 前奏产品露出镜头过多，进入变装节奏缓慢，播放率偏低，整体节奏可更紧凑

达人分析-星狗



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
颜值类	305w	56200	306	1035	1024	58565	2.07%	¥0.017	¥0.896	21.40%	3.14%	9471	52	0.56%



投后5A人群规模增长**44万**

A3人群拉新**7.4万**，增长**134%**

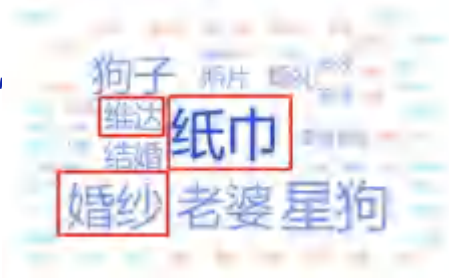
曝光人群搜索**2万**次

KEEP

- 高互动率+低CPE&低CPM，播放成本仅 ¥0.017，互动成本 ¥0.90，作为挑战赛示例视频性价比高
- 「维达」「纸巾」「婚纱」的评论提及率高，心智有效沉淀

IMPROVE

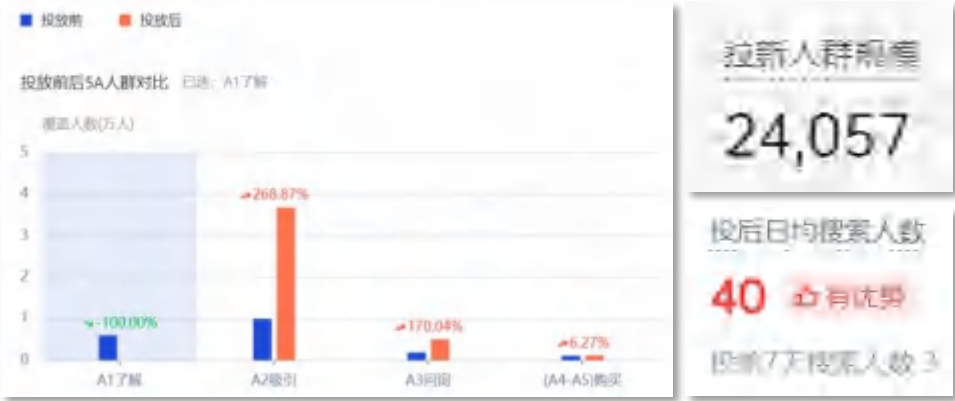
- 对比以往作品，视频前后反差稍显不足，可加强反差感及与观众的互动感，建立用户期待



达人分析-vsice王奇子



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
颜值类	42w	4232	38	61	48	4379	1.03%	¥0.063	¥5.995	30.72%	5.84%	2756	11	0.40%



- 投后5A人群规模增长2.4万
- A3人群拉新3161，增长170%
- 曝光人群搜索2787次

KEEP

- 带「维达纸巾婚纱」「维达羊绒感纸巾」双品牌关键词评论置顶，有效激发小蓝词，带动观众的主动搜索行为

IMPROVE

- 画面镜头单一，应避免硬切，丰富纸巾婚纱展现镜头，自然带出核心信息，提升变装的美感与可看性

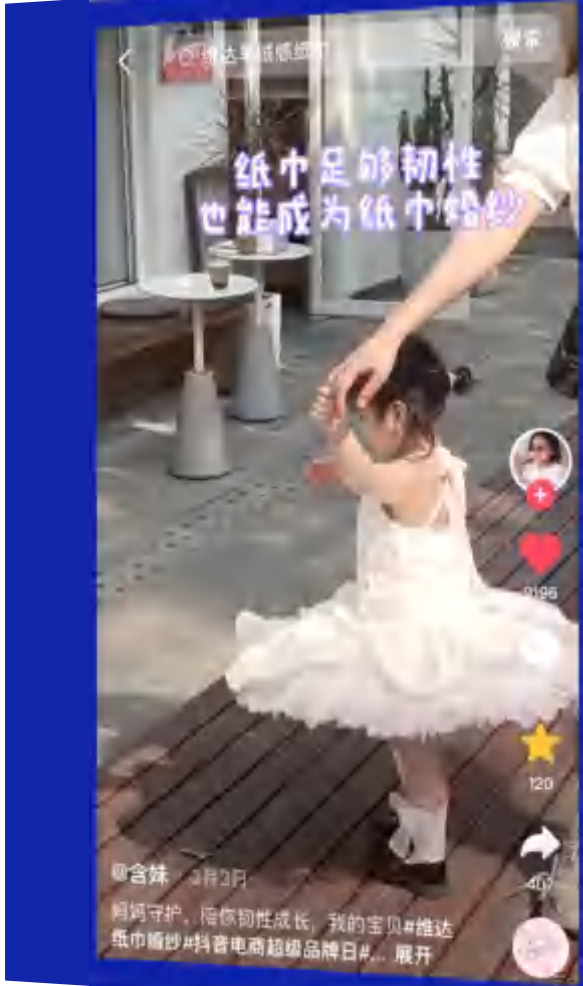
真纸巾婚纱变装 萌娃上身诠释韧性成长故事引发热议

517万曝光精准影响有孩家庭导流全民任务

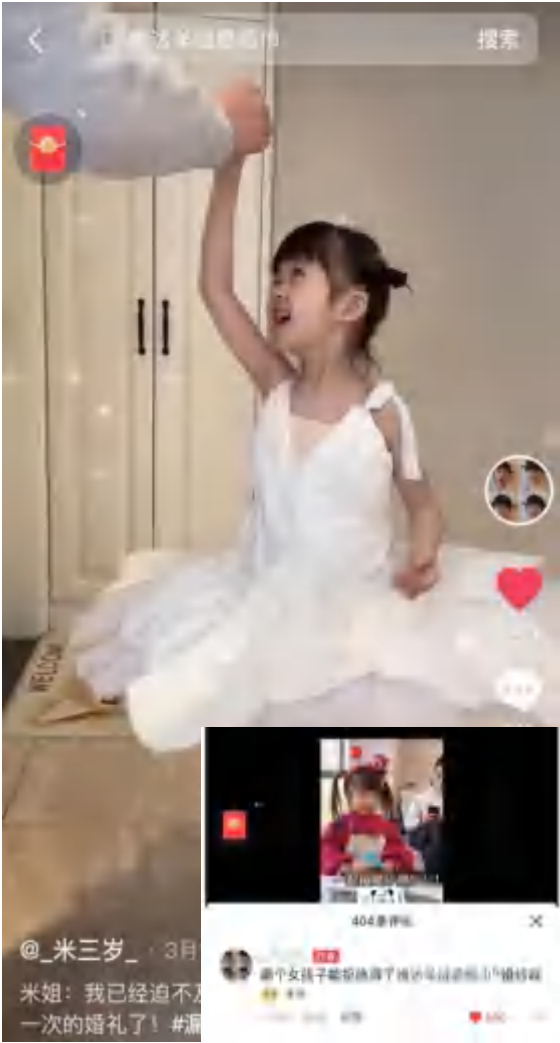


尾部萌娃@含妹

粉丝量：140万
播放量：137万
互动量：9831



达人分析-米三岁



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
萌娃类	428w	72000	806	6988	3427	83221	1.97%	¥0.020	¥1.009	61.89%	14.10%	50400	307	0.61%



投后5A人群规模增长**129万**

A3人群拉新**51万**，增长**270%**

曝光人群搜索**2.6万**次

KEEP

- 前5s以趣味亲子剧情吸引观看，品牌植入衔接自然，完播表现优秀，5s播放率达62%，远超行业TOP 5%品牌均值（35.76%）
- 本次投放触达人群主要为31-40岁女性高消费家庭用户，与品牌TA高度契合

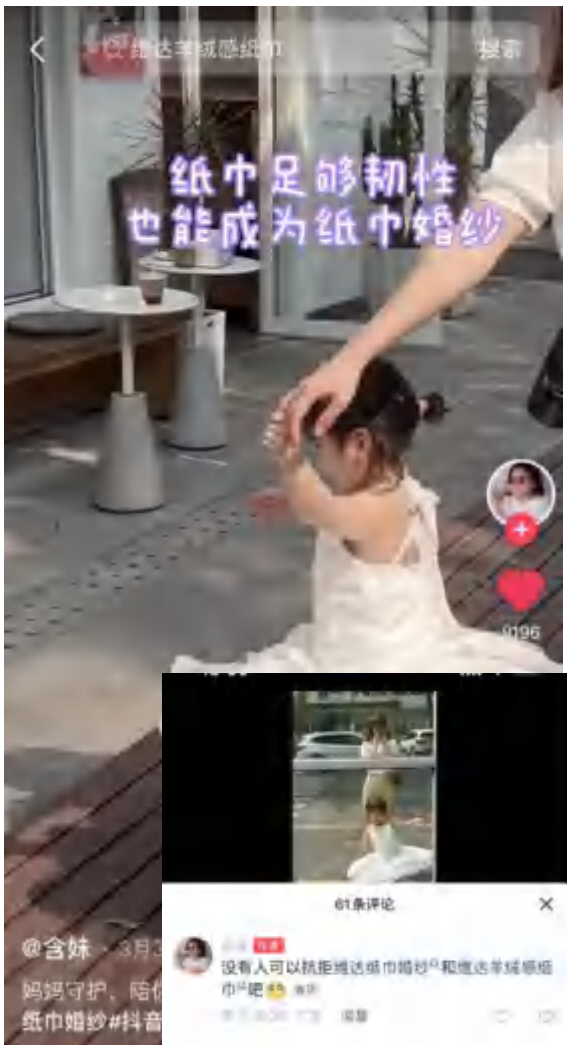
IMPROVE

- 建议更聚焦维达纸巾婚纱信息点，增加露出

本轮投放中，全部触达人群 主要画像为：

年龄与性别：31-40，女，广东，广州，三线城市，高消费，华为，基础服务业，家有儿女，手机价格1000-1999，Z世代，头条，低活跃，月活，西瓜，低活跃，月活，火山，低活跃，月活，抖音，高活跃，月活。

达人分析-含妹



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
萌娃类	137w	9233	70	126	411	9840	0.71%	¥0.019	¥2.668	36.81%	6.67%	5786	17	0.29%



投后5A人群规模增长**94.25%**

A3人群拉新**2万**，增长**149%**

曝光人群搜索**2286**次

KEEP

- 延续账号日常的「人类幼崽跳舞」内容吸引停留，播放成本仅¥0.019，曝光性价比高

IMPROVE

- 镜头画面、节奏、bgm的处理不够流畅，对互动率有一定影响，服装、场景的选取可更吸睛
- 未充分传达维达纸巾婚纱韧性理念及产品信息，建议在人类幼崽生活记录中软性带出产品核心卖点，结合以往优质视频关键词增加互动

打造全网优质作品混剪视频实现互动二次发酵



放大精选内容效应，加强A1-A3人群资产蓄水

撬动品牌人群资产的流转：

挑战赛传播期间，维达5A人群规模大幅上涨

A3总拉新 **1129万** 人，增幅达 **402%**

投 放 前

5A人群规模

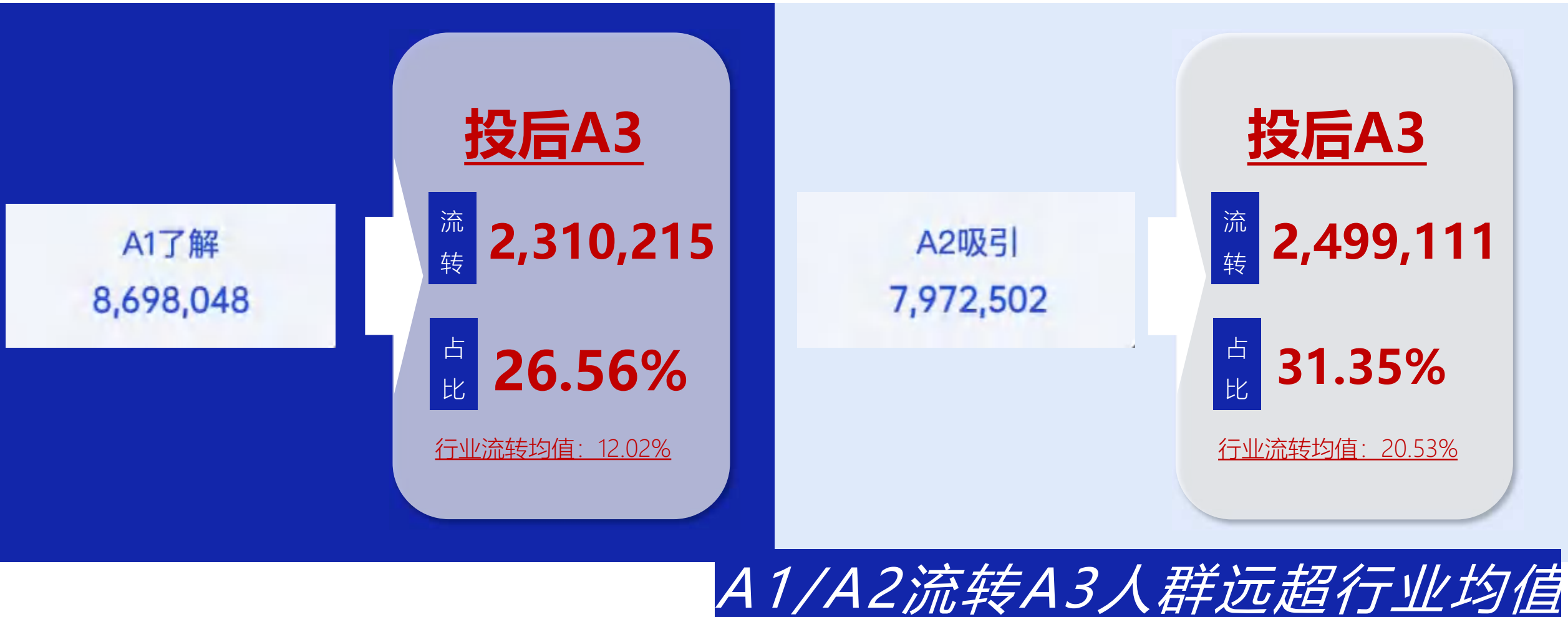
2238万

投 放 后

5A人群规模

5758万

抖音挑战赛吸引用户深度交互参与品牌事件 实现规模化人群蓄水，集中引爆品牌势能



改造类、生活类达人接力矩阵种草引爆大促



累计曝光
793万

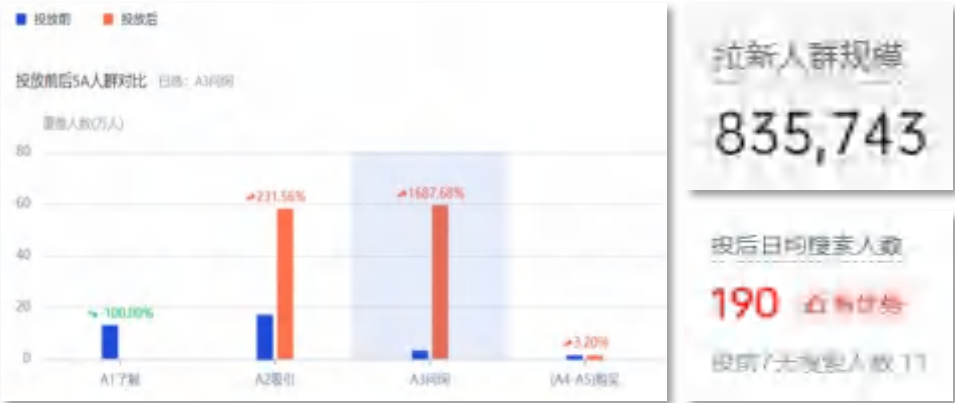
引发互动
10万+

辐射粉丝
793万

达人分析-开心好奇妈



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
改造类	294w	45000	927	17000	2968	65895	1.67%	¥0.035	¥1.578	73.96%	24.99%	274400	2008	0.73%



- 投后5A人群规模增长**235.12%**
- A3人群拉新**56万**，增长**1688%**
- 曝光人群搜索**9632**次，占**0.20%**
- 日均搜索人数提升**1610.90%**

KEEP

- 延用「双胞胎PK」爆款IP作为流量保证，以“孩子为妈妈改造纸巾婚纱、妈妈陪伴孩子韧性成长”为主线自然种草产品，引发有孩家庭共鸣，调动粉丝互动热情
- 小蓝词+落地页带动搜索、导流促购，5A人群拉新能力、关系加深能力均领先于行业

IMPROVE

- 手工改造重在美观，建议选择更具有美感的改造成品，降低跟学难度，吸引更多用户观看

达人分析-牛苦苦



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	搜索词展示量	搜索词点击量	搜索词点击率
改造类	104w	8511	185	184	359	9239	0.87%	¥0.025	¥2.841	41.81%	17.02%	10900	84	0.77%



- 投后5A人群规模增长**27.34%**
- A3人群拉新**5万**，增长**67%**
- 曝光人群搜索**2.7万**次，占**2.22%**
- 日均搜索人数提升**1507.86%**

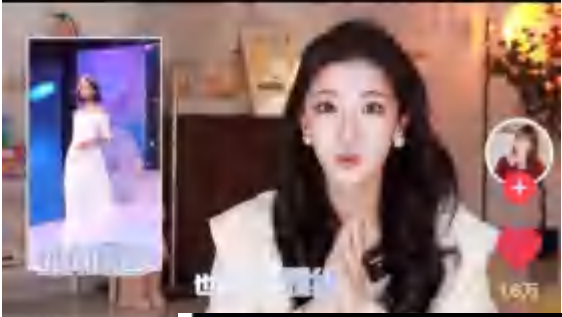
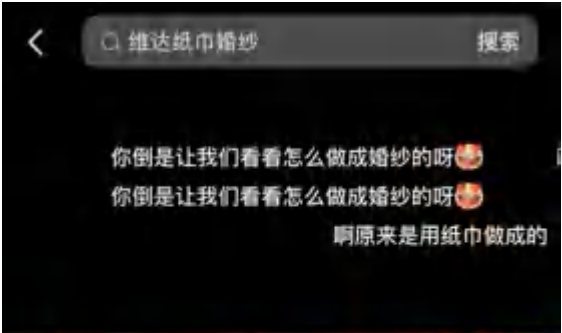
KEEP

- 「用纸巾做婚纱」与达人以往内容调性契合，自然且深度融合羊绒感纸巾卖点；结合抖感bgm、卡点留住观众，画面镜头丰富，节奏紧凑，可看性极高
- 达人评论有效引导搜索，曝光人群中产生品牌关键词搜索行为的用户占比超2%

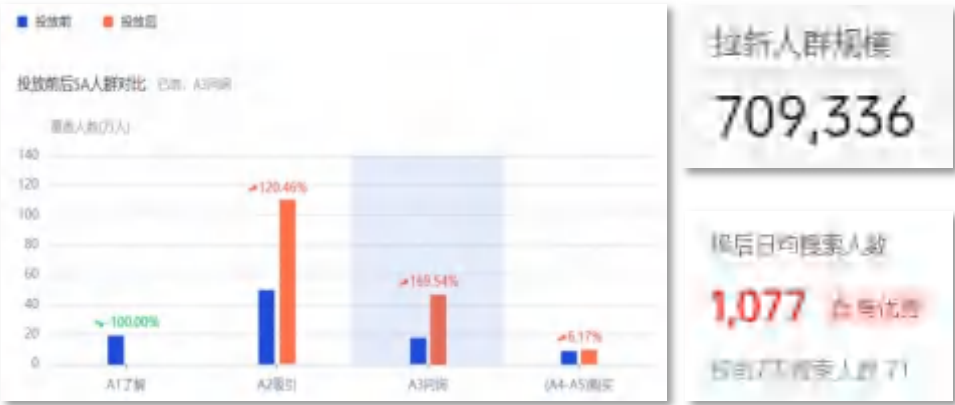
IMPROVE

- 受限于达人粉丝量级，拉新人群规模、关系加深人群规模有所不足，后续投放建议向有一定粉丝基础的账号倾斜

达人分析-一千瑶



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	直播组件展示量	直播组件点击量	直播组件点击率
种草类	247w	16000	134	1281	702	18117	0.67%	¥0.016	¥2.202	29.29%	1.98%	274400	2008	0.73%



投后5A人群规模**709万**

A3人群拉新**30万**，增长**170%**

曝光人群搜索**5.9万**次，占**0.92%**

日均搜索人数提升**1399.73%**

KEEP

- 从春日好物切入种草维达羊绒感纸巾，卖点讲解详细，结合大量趣味的图片、gif素材辅助解说，提升粉丝观看与互动兴趣
- 直播组件刺激站内直接转化，投后A4-A5人群增加**5656人**

IMPROVE

- 视频时长1分54秒，易使粉丝观看疲劳，建议缩减信息点，节奏更紧凑

达人分析-无敌千斤



账号类型	播放量	点赞量	评论量	收藏量	转发量	互动总量	互动率	播放成本	互动成本	5s播放率	完播率	直播组件展示量	直播组件点击量	直播组件点击率
种草类	146w	13000	112	232	51	13395	0.88%	¥0.029	¥3.135	10.10%	0.37%	15000	28	0.18%



- 投后5A人群规模增长**236.59%**
- A3人群拉新**2448**, 增长**499%**
- 曝光人群搜索**3021**次, 占**2.74%**
- 日均搜索人数提升**1030.61%**

KEEP

- 结合春日节点, 好物种草羊绒感纸巾, 吸收节点自然流量, 引发用户兴趣, 同时与产品卖点浅关联
- 卖点讲解中融合亲测实验, 增强真实感, 沉浸式种草体验
- 直播组件缩短销售转化路径, 用户实现边种草边下单, 投后A3人群增幅489.57%

IMPROVE

- 3s片头内容较普通, 未实现「需求场景」关联。后续可在前3s切中核心TA需求和痛点, 吸引关注避免流失
- 内容以种草口播为主, 辅助素材较少, 缺乏「视觉演示」, 降低了用户心动值。后续可突出「效果对比」、「亲身体验」、「卖点联想」等多种素材, 让用户产生强烈的购买冲动



产品心智率有效沉淀

达人视频多点位激发品牌小蓝词
挂载搜索组件缩短拔草路径

 搜索词累计展现量**518万次**

 引导点击**4.5w次**，点击率达**0.86%**



品牌资产—纸巾婚纱有效沉淀

抖音站内搜索指数同比增长2250%

抖音关键词搜索指数 2023.02.20~2023.03.20

■ 纸巾婚纱

同比 +2250.00% | 环比 +1466.67%
平均值 47

关键词搜索指数



A3→A4/A5

明星直播+头部加持+达人种草放大销售势能
实现「吸引力」-「诱惑力」-「行动力」转化

维达纸巾婚纱从全民互动到爆品销售，提升收割效果



官方持续发布乔欣直播预告 ID、直播海报

为3.4明星站内直播加持热度，邀请全民见证纸巾婚纱韧性初舞台



直播预告总曝光 **92W+**，互动突破 **3W**

明星工作室、粉丝团强势助力扩散





抖音电商
超级品牌日

乔欣×小麦空降抖音超品直播间

首穿纸巾婚纱惊艳亮相造话题

直播亮点



乔欣 × 亲子家庭
共同完成韧性初舞台



乔欣 × 小麦
默契同台分享韧性故事



“欣”推荐上线
化身种草官超强安利



实时在线人数超1w+

承接直播热度 多渠道响应扩散活动物料持续炒热话题

乔欣婚
纱造型
美图

工作室 &
品牌官
方矩阵

直播现
场实拍 &
种草花
絮视频

娱乐号
& P 营
销媒体

萌娃小
麦活动
花絮片

小麦账
号矩阵



官方&乔欣工作室&娱乐媒体多维发力

各大微博娱乐媒体自发扩散明星物料，长尾效应释放活动声量



24.7万曝光量 1.4万互动量



千万级头部萌娃超级声量助阵!

小麦直发活动花絮，6千万+曝光引爆关注，站内外流量沸腾

以抖音为首发主阵地

多平台同步分发打造矩阵传播阵地

小麦韧性成长历程迅速点燃社媒引粉丝自传播



抖音播放 **5845万**

斩获点赞 **125万+**

全网曝光 **6530万**

卷入互动 **151万+**

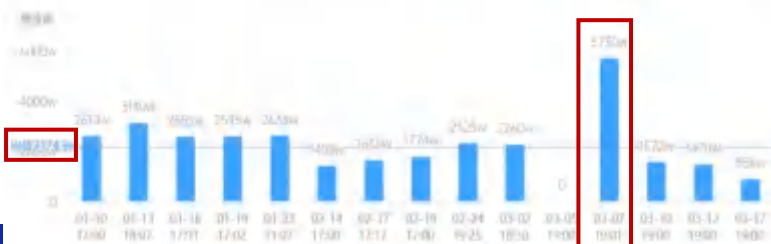
品牌触达

近3个月商业视频TOP 1，流量表现优异

最新15个视频表现柱状图

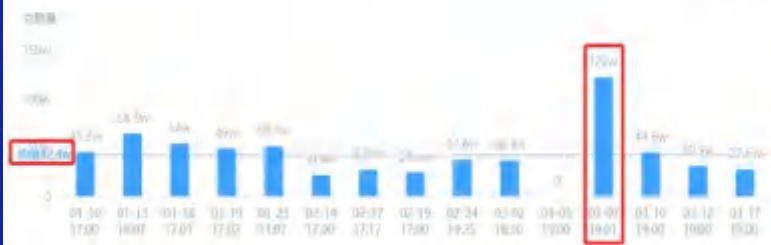
最新15个视频播放量: 5,730.4w (播放量环比: 0%)

播放量 点赞量 评论量 转发量



最新15个视频点赞量: 122.2w

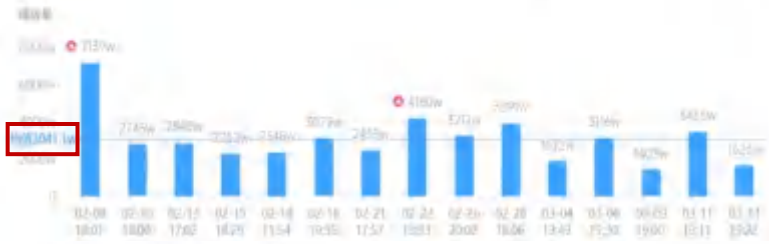
播放量 点赞量 评论量 转发量



最新15个视频表现柱状图

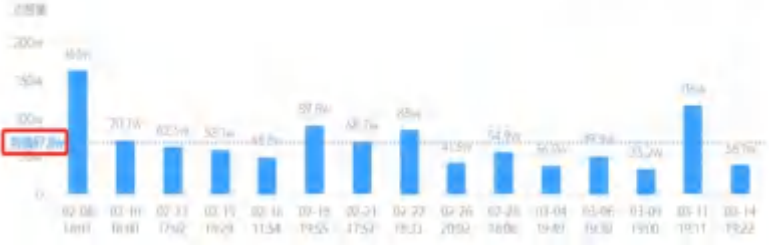
最新15个视频播放量: 1,405w (播放量环比: 13.3%)

播放量 点赞量 评论量 转发量



最新15个视频点赞量: 35.2w

播放量 点赞量 评论量 转发量



观看人数百分比



5s播放率
66.89%

完播率
15.68%

优质案例打造平台爆文、商单代表
曝光、互动均优于往期作品

有效带动观众搜索行为，真实口碑收割

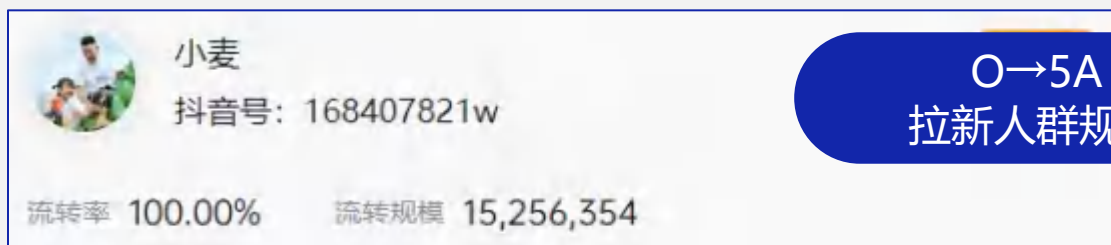


-
- 品牌搜索趋势图 (2020.01 - 2021.01)
- | 日期 | 品牌搜索指数 |
|------------|--------|
| 2020.01.01 | ~100 |
| 2020.02.01 | ~100 |
| 2020.03.01 | ~100 |
| 2020.04.01 | ~100 |
| 2020.05.01 | ~100 |
| 2020.06.01 | ~100 |
| 2020.07.01 | ~100 |
| 2020.08.01 | ~8,000 |
| 2020.09.08 | 12,268 |
| 2020.10.01 | ~6,000 |
| 2020.11.01 | ~4,000 |
| 2020.12.01 | ~3,000 |
| 2021.01.01 | ~2,000 |

引导点击**4万+**次 点击率**0.9%**

- 曝光人群中，近**11万**人投后产生品牌相关词搜索，总搜索次数**36万+**
- 与投前7天相比，日均搜索人数提升**2024.13%**，搜索增益效果显著

投后人群资产增长1526万，A4流转10万+



-投后5A人群规模增长**79.3%**

-5A状态加深人群占比达**48.2%**，关系加深能力**领先于**行业TOP 5%品牌均值
(Benchmark: 行业TOP 5%品牌均值为31.3%)

维达 × 抖音超极品牌日营销破圈

引导舆论风潮 联合渠道建立品牌营销范式



超品业绩成交

GMV达成4238万，同比增长160%

5A人群的流转

5A人群增加6435万，增幅40.89%

A3人群增加1548万，增幅129.97%

1 超级成交 2 超级互动 3 超级事件 4 超级人群



人群资产价值流转人群 拉动抖音内品牌粉丝增长

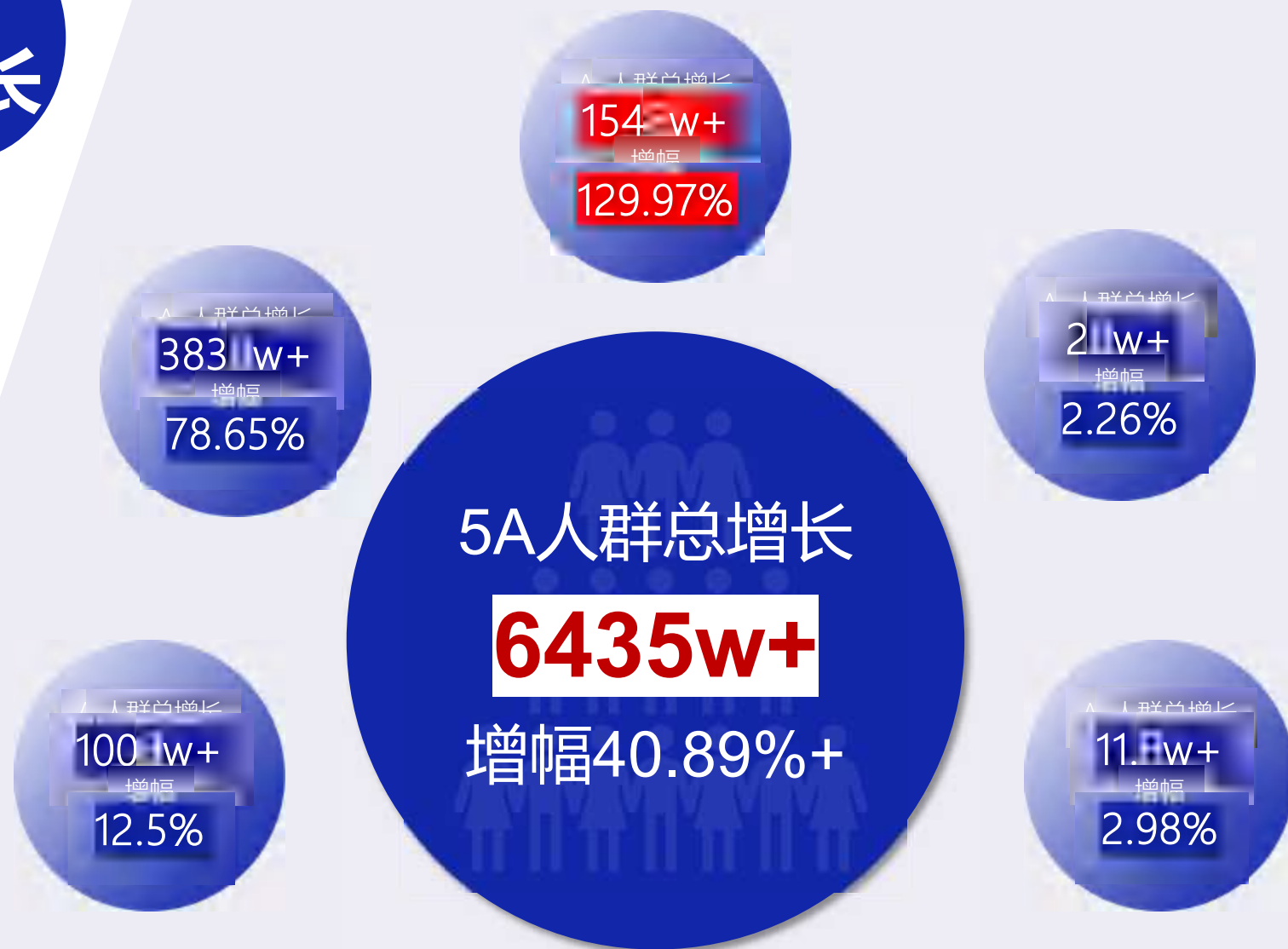
GenZ人群流转411万

TOP1

精致妈妈人群流转率208万

TOP2

抖音八大人群：GenZ、精致妈妈、新锐白领、都市蓝领、
资深中产、都市银发、小镇青年、小镇中老年



THANKS