



# 食品饮料行业 明星与社媒营销数据洞察

2023年11月



食品饮料行业中，代言人以90后、演员&歌手为主，伊利、王老吉等品牌营销效率高，但效果不突出，而奥利奥、茶里、蒙牛真果粒等营销效率虽低，但代言人商业价值和粉丝互动量双高，不乏肖战、龚俊、王鹤棣等顶流艺人，故营销效果突出。另外，小红书为食品饮料行业品牌的主要营销阵地，其次为微博，少量品牌侧重于抖音营销。其中，伊利在三大社交平台均有大量KOL合作，在抖音的互动量最高。

- 01 ● 明星代言合作概况
- 02 ● 分品类代言人与KOL合作表现分析
- 03 ● 伊利、益达代言人与KOL营销案例分析



# 01

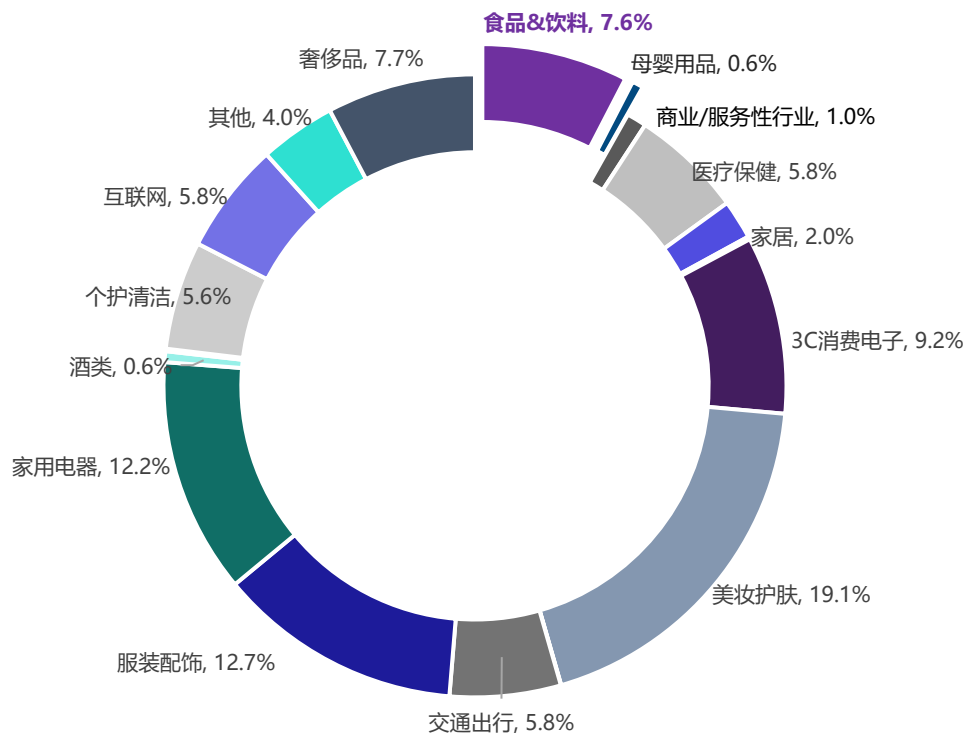
## 明星代言合作概况

# 行业概览：食品饮料代言人数量占比7.6%，处于TOP榜单中上游

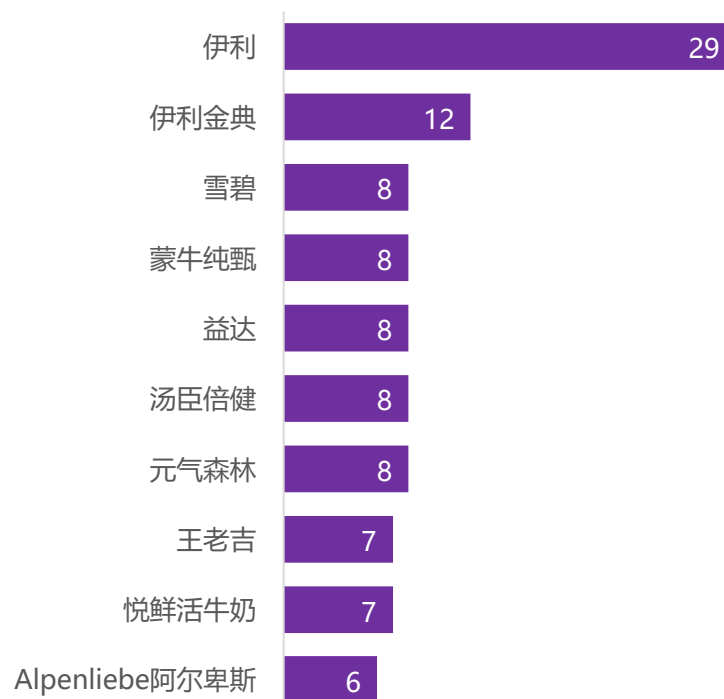


- 2022-2023年各行业中官宣代言人数量最多的是美妆护肤，食品饮料代言人数量排名第六；
- 食品饮料品牌官宣代言人数量TOP10品牌中，伊利代言人数量最多，高达29位。

### 2022-2023各行业官宣代言人数量分布



### 2022-2023食品饮料各品牌代言人数量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明星代言人（包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等）数量

source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2022年11月1日-2023年10月31日

©2023.12 艺恩 ENDATA Inc.

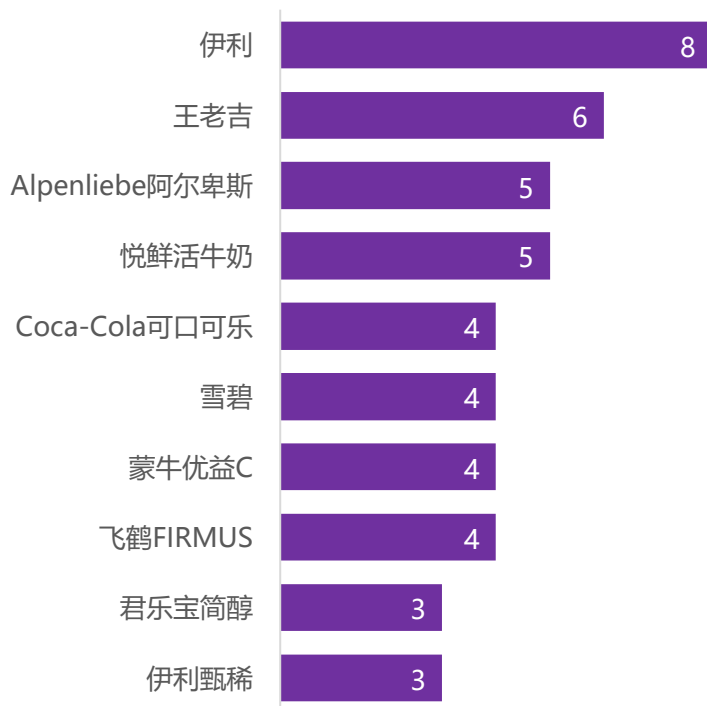
www.endata.com.cn

# 食品饮料品牌：Oreo奥利奥、茶里CHALI代言人营销效果突出



- 伊利、王老吉、Alpenliebe阿尔卑斯等代言人营销频率高，但效果并不突出；
- Oreo奥利奥、茶里CHALI、蒙牛真果粒等，虽然营销频率不高，但效果好。

食品饮料各品牌代言人官宣微博数量TOP10



食品饮料品牌官宣代言人微博平均互动量TOP20



注：代言人官宣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）

# 食品饮料品牌：高互动量品牌其官宣的明星数量少且商业价值高，点赞量最高达百万量级



- 以Oreo奥利奥为首的TOP5高互动量品牌在近一年官宣代言人数量多数为1人，具有高商业价值，带来高达百万点赞。

## 近一年食品饮料品牌TOP5（官宣代言人微博平均互动量）

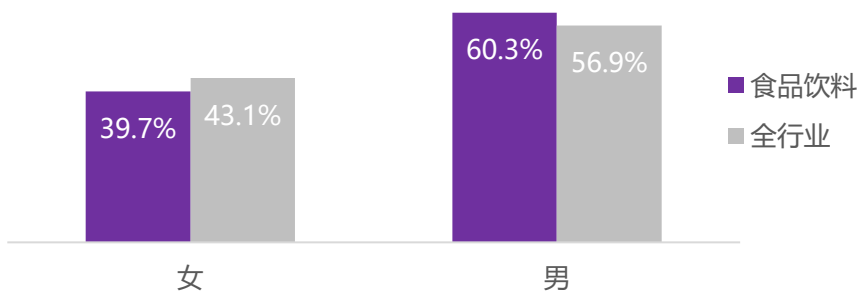
品牌名	官宣微博数量	代言人	商业价值	官宣文案	互动量	点赞量	评论量	转发量
Oreo奥利奥	1	肖战	88.23	放飞最初的玩心保持对生活的好奇。与@奥利奥官方微博 开启玩味无限之旅！#奥利奥放飞玩心# 肖战工作室的微博视频	431.9w	284.2w	58.2w	89.4w
茶里CHALI	1	肖战	88.23	一盏好茶初心不改。和@CHALI官方微博 一起品味#CHALI新一代中国茶#。好茶就要简单喝。肖战工作室的微博视频	277.8w	189.4w	36.8w	51.6w
蒙牛真果粒	1	龚俊	87.07	当橙花遇上蜜柚当花香遇见果粒初尝微苦的花与果会碰撞出怎样的味道？和@真果粒 一起品尝刚刚好回甘的花果奶昔遇见青春的味道#果真是你 龚回甘##真果粒 果真是你# 真果粒的微博视频	235.2w	188.7w	13.3w	33.2w
味全每日C	1	王鹤棣	88.49	于田间松弛，享受甄选优果，#和大自然贴贴# 很开心能成为味全果汁代言人，上天猫网页链接，快来和我一起体验@味全每日C官方微博 的健康、自然、好喝吧！#随时随棣每日C# 味全每日C官方微博的微博视频	171.6w	69.6w	16.5w	85.5w
Cornetto可爱多	1	吴磊	74.49	很开心成为@可爱多 品牌代言人[可爱多]现在逛可爱多京东上新日网页链接，可爱多全线花样新品重磅上市，就让可爱多承包你的快乐夏日！可爱多的微博视频#可爱多品牌代言人吴磊##吃可爱多长大的吴磊#	129.0w	95.1w	6.3w	27.6w

# 食品饮料代言人：以90后、演员歌手为主

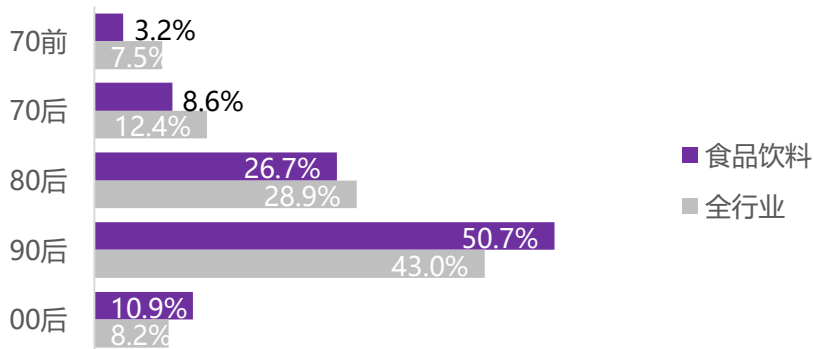
- 较全行业，食品饮料代言人男性比例略高、年龄更集中（90后）、娱乐圈层（演员、歌手）更突出。

## 代言人性别&年龄分布

### 近一年食品饮料品牌官宣代言人性别分布

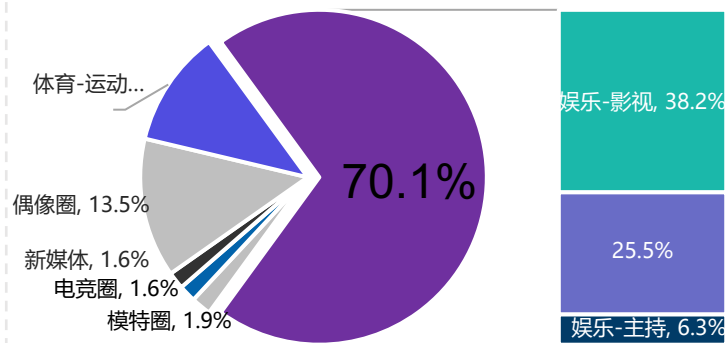


### 近一年食品饮料官宣代言人年龄分布

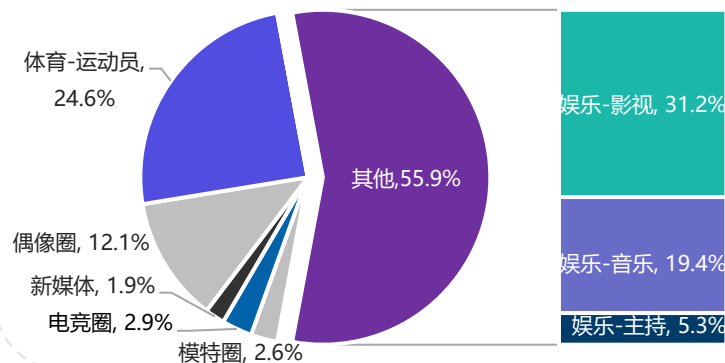


## 代言人圈层分布

### 近一年食品饮料品牌代言人职业圈层分布



### 近一年全行业品牌代言人圈层分布





## 02

# 分品类代言人与KOL合作表现分析

# 食品饮料行业细分品类树



# 官宣代言人：乳类饮品代言人最多，其次为零食小吃

- 食品饮料各品类中，乳类饮品近一年新增代言人最多，其中伊利新增29人，远高于其他品牌；
- 伊利旗下的品牌（巧乐兹、甄稀）也分别跻身食品饮料的其他品类TOP榜。

## 食品饮料各细分品类品牌代言人数TOP5



### 食品



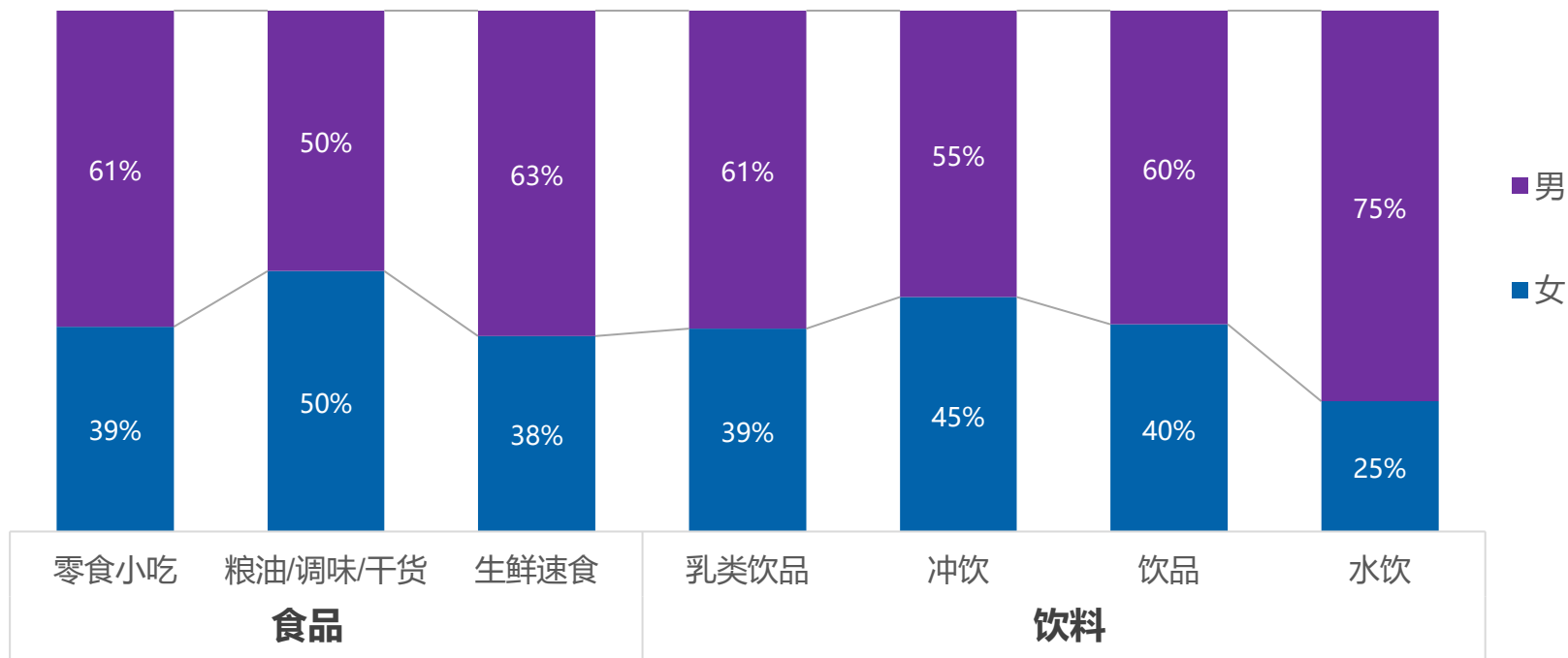
### 饮料



# 官宣代言人：除粮油/调味/干货类性别比例持平，其余品类均为男代言人占比更高

- 饮料各品类中水饮的官宣代言人性别比例差异最大，男女超过7成；
- 粮油/调味/干货的官宣代言人性别比例持平。

## 食品饮料各品类官宣代言人性别分布

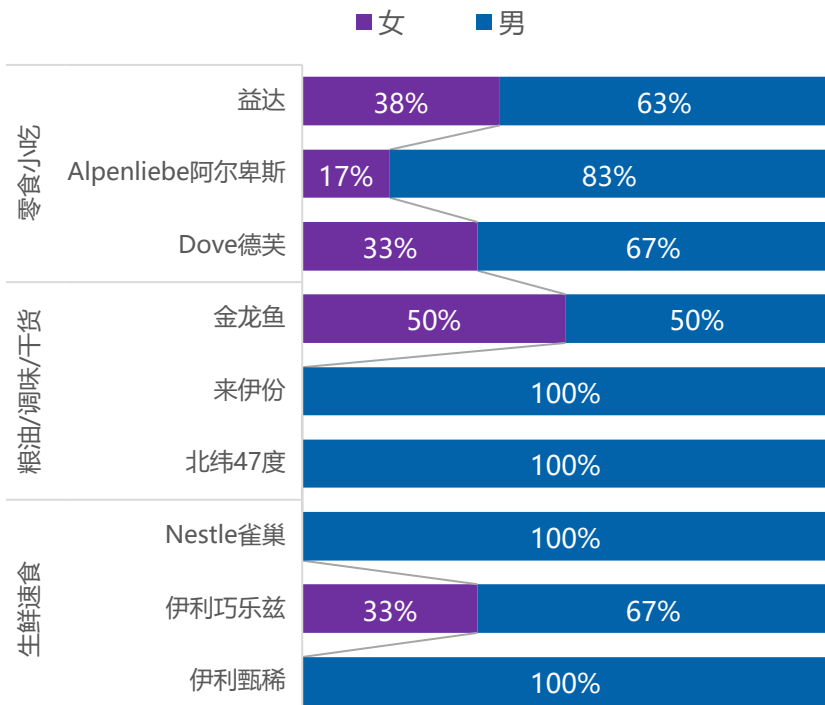


# 官宣代言人：粮油/调味/干货、生鲜速食、冲饮和水饮品类中均有全部为男性代言人的品牌

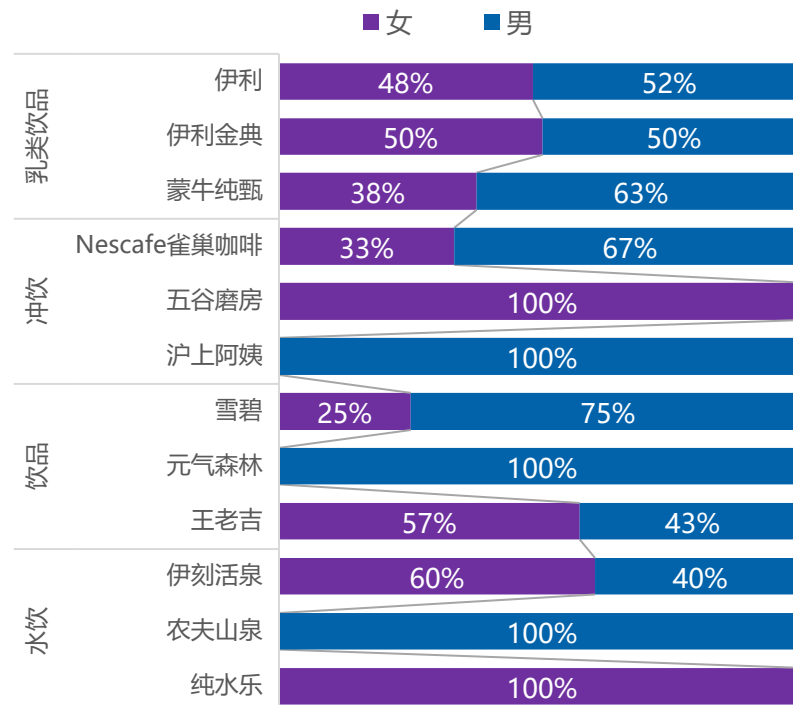


- 食品品牌官宣代言人中，除金龙鱼（粮油/调味/干货）男女比例持平，其他品牌均以男性为主，其中来伊份&北纬47度（粮油/调味/干货）、Nestle雀巢&伊利甄稀（生鲜速食）男性占比100%；
- 饮料品牌官宣代言人中，除五谷磨房（冲饮）、纯水乐&伊刻活泉（水饮）和王老吉（饮品）和女性占比高，伊利金典（乳类饮品）男女持平，其余品牌均男性居多，其中沪上阿姨（冲饮）、元气森林（饮品）和农夫山泉（水饮）男性占比为100%。

## 食品品牌官宣代言人性别分布



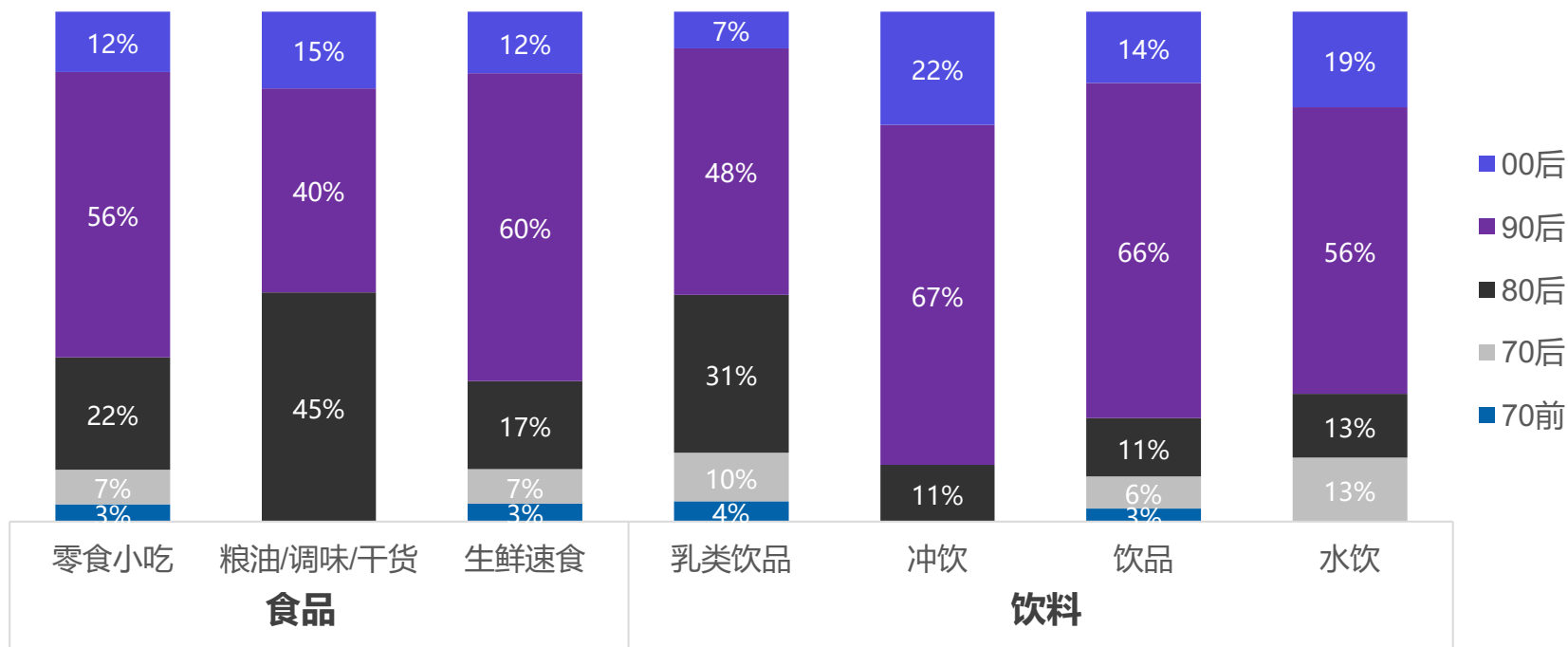
## 饮料品牌官宣代言人性别分布



# 官宣代言人：90后代言人是绝对主力

- 冲饮品牌代言人整体最年轻，其次为饮品品牌；
- 乳类饮品品牌代言人年龄相对较高，70前后占比最高达13.5%。

## 食品饮料各品类官宣代言人性别分布



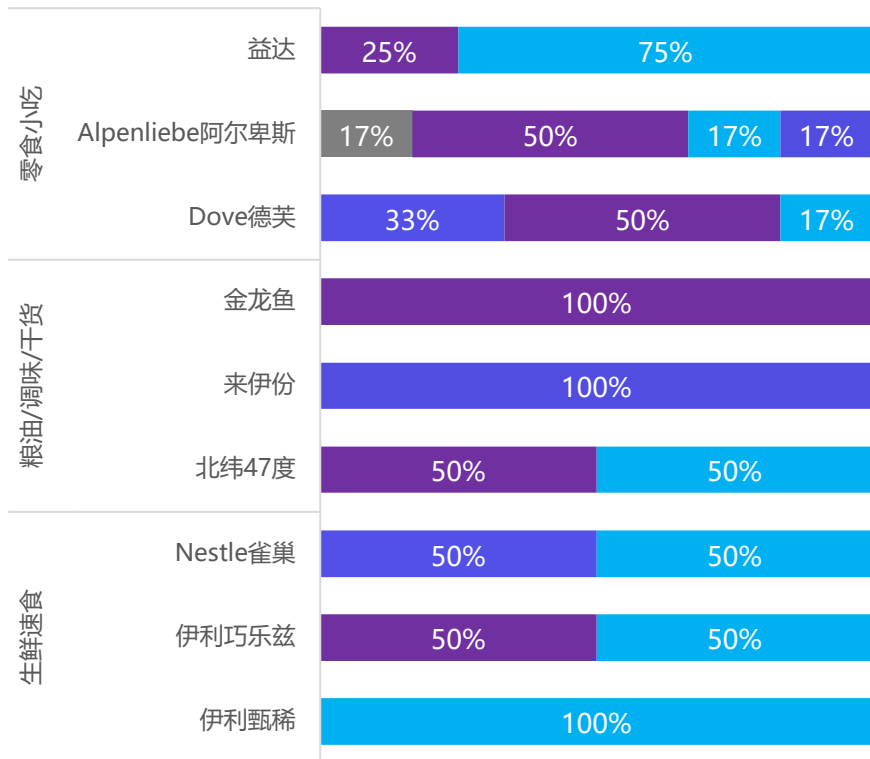
# 官宣代言人：生鲜速食、乳类饮品、饮品和水饮品类各品牌均为90后代言人居多



- 食品品牌中，阿尔卑斯代言人年龄分布最广，分别以90后和80后为主；
- 饮料品牌中，伊利、雪碧和元气森林代言人年龄分布最广，其中雪碧代言人以80后和90后为主。

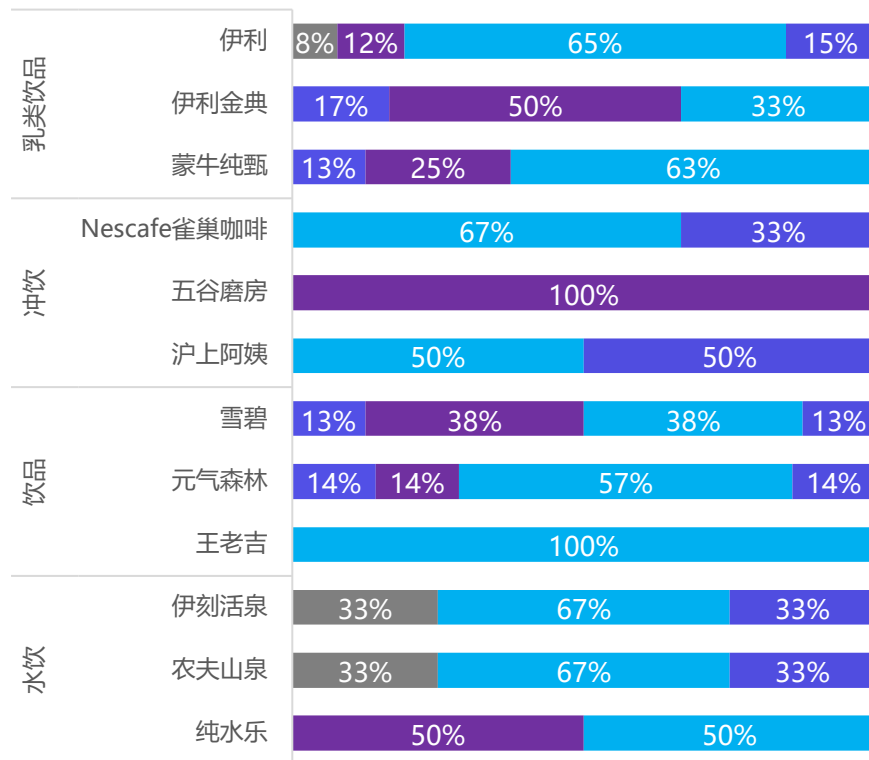
## 食品品牌官宣代言人年龄分布

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后 ■ 00后



## 饮料品牌官宣代言人年龄分布

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后 ■ 00后

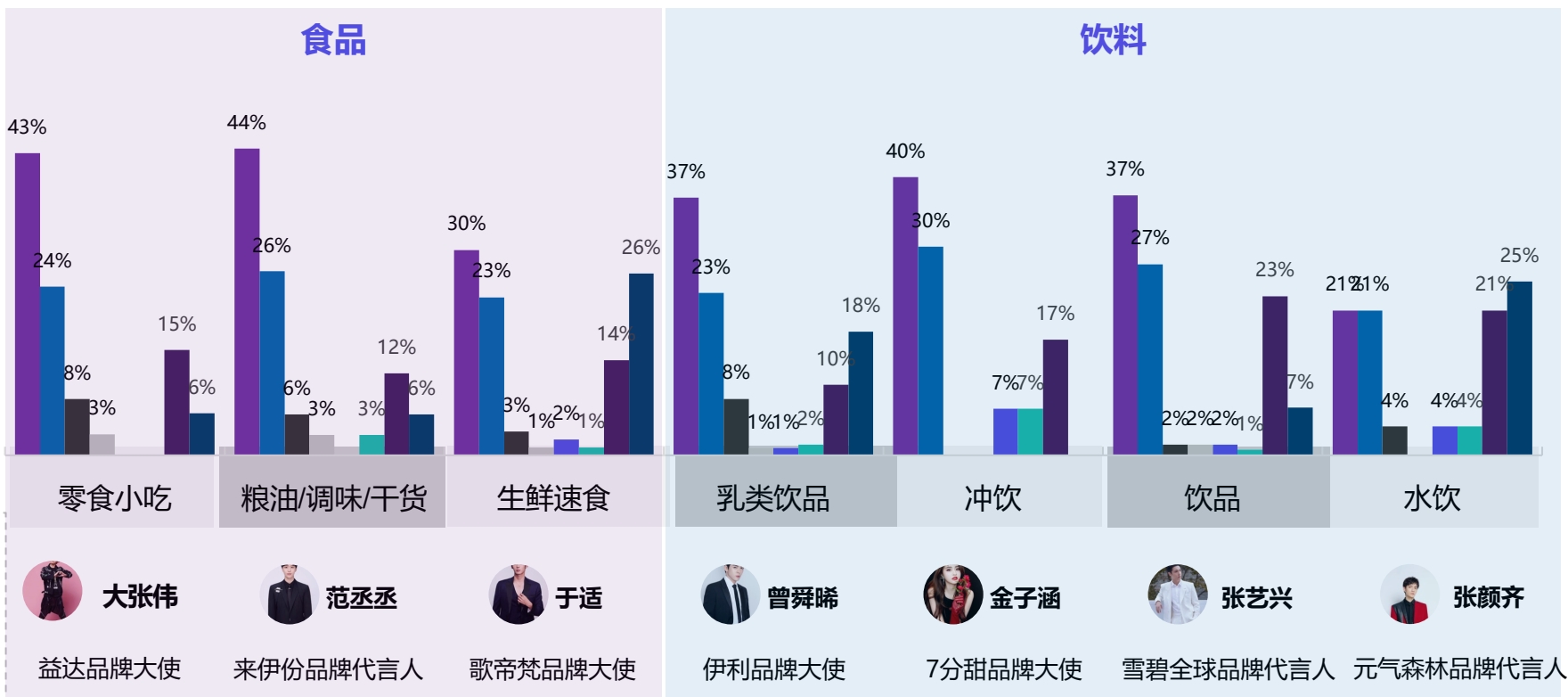


# 官宣代言人：影视演员为食品饮料各品类合作频率最高的圈层，其次为音乐人、体育运动员

- 粮油/调味/干货品牌官宣代言人除影视演员圈层占比最高为44%，音乐人占比也较高，为26%；
- 生鲜速食品牌官宣代言人除影视演员圈层占比最高为30%，运动员占比也较高，为26%。

## 食品饮料各品类官宣代言人职业圈层分布

■ 娱乐-影视 ■ 娱乐-音乐 ■ 娱乐-主持 ■ 模特圈 ■ 电竞圈 ■ 新媒体 ■ 偶像圈 ■ 体育-运动员



# 官宣代言人：品牌挚友、品牌大使和品牌代言人总占比约70%



- 食品饮料各品类合作艺人中，**1%**的艺人以**全球/亚太区品牌代言人**身份与品牌合作；**26%**的艺人以**品牌代言人**身份与品牌合作；**39%**的艺人以**品牌大使**的身份与品牌合作；**4%**的艺人以**品牌挚友/其他**身份与品牌合作；除此之外还有**31%**的艺人与品牌以**单品宣发**（其他）的形式合作。

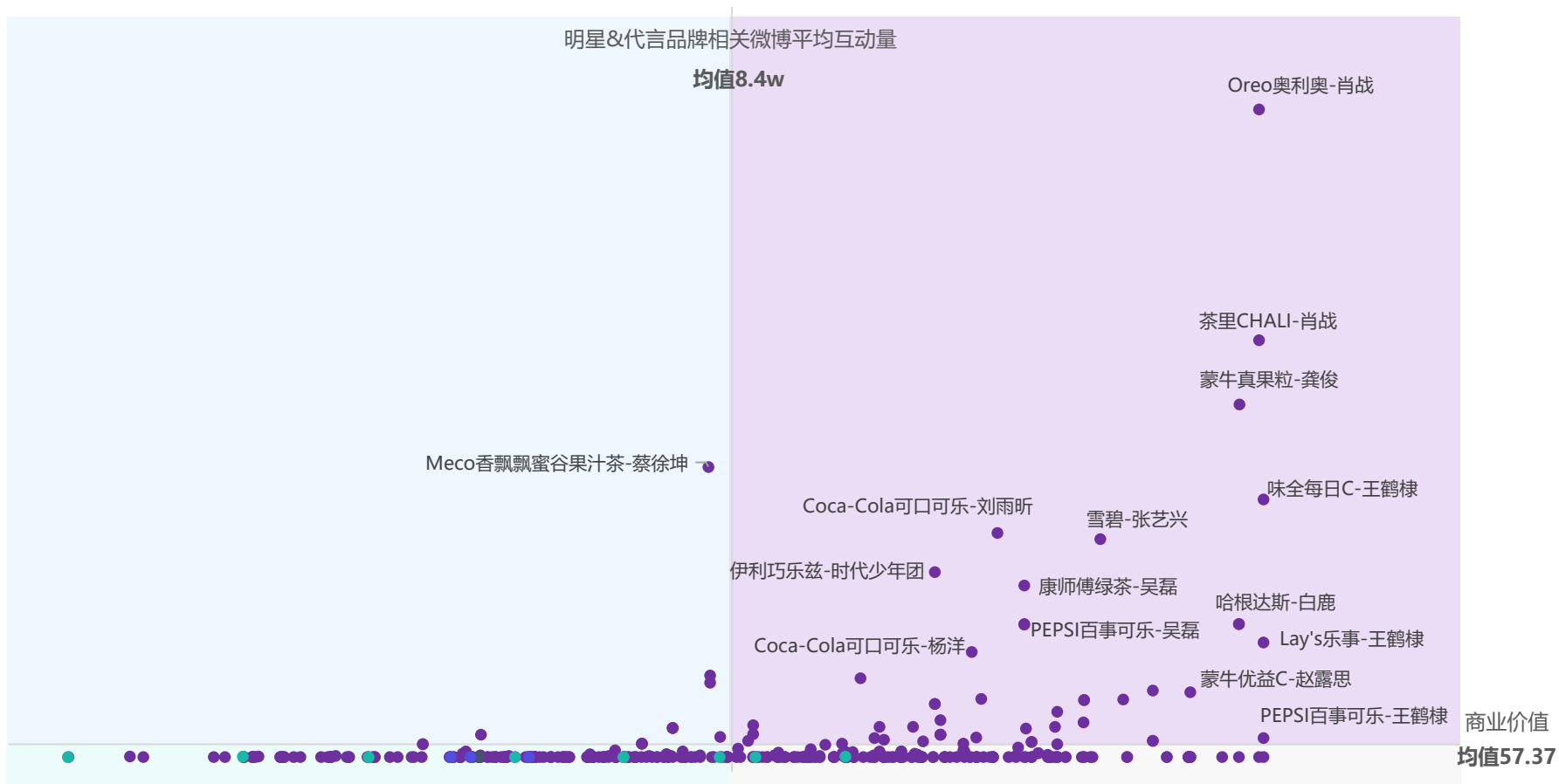
## 食品饮料各品类品牌合作艺人合作身份分布



# 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、龚俊、王鹤棣等31位食品饮料各品类品牌代言人的商业价值和微博互动表现均高于均值，不仅商业价值突出，且微博互动效果较佳。

## 食品饮料各品类品牌官宣代言人商业价值 X 微博互动量

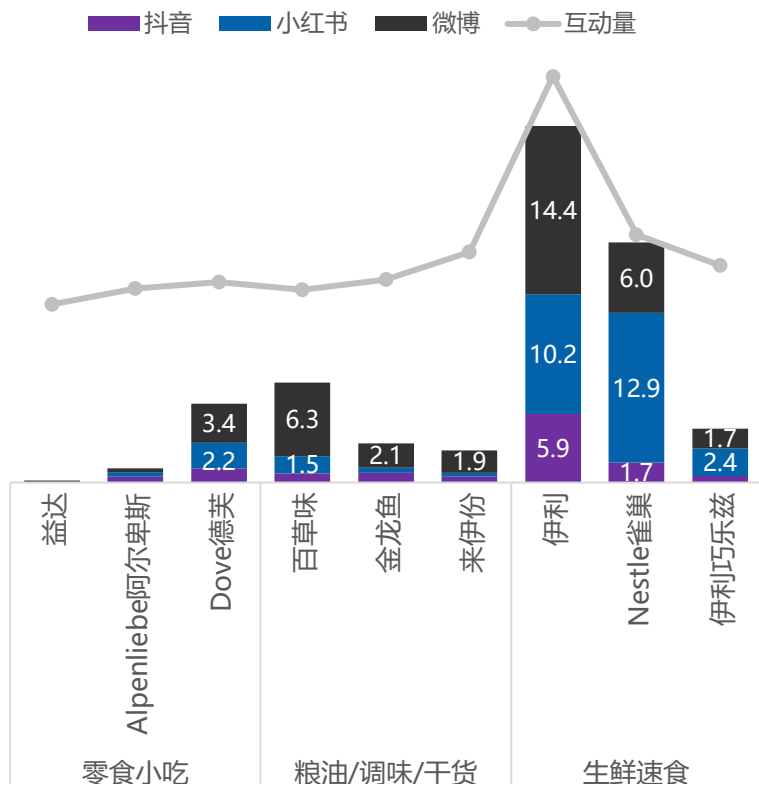


# KOL种草：微博和小红书是食品饮料品牌种草最主要渠道

- 伊利在三大社交平台（微博、小红书、抖音）均有大量KOL合作内容；
- 大部分食品饮料品牌以小红书种草为主，其次为微博。

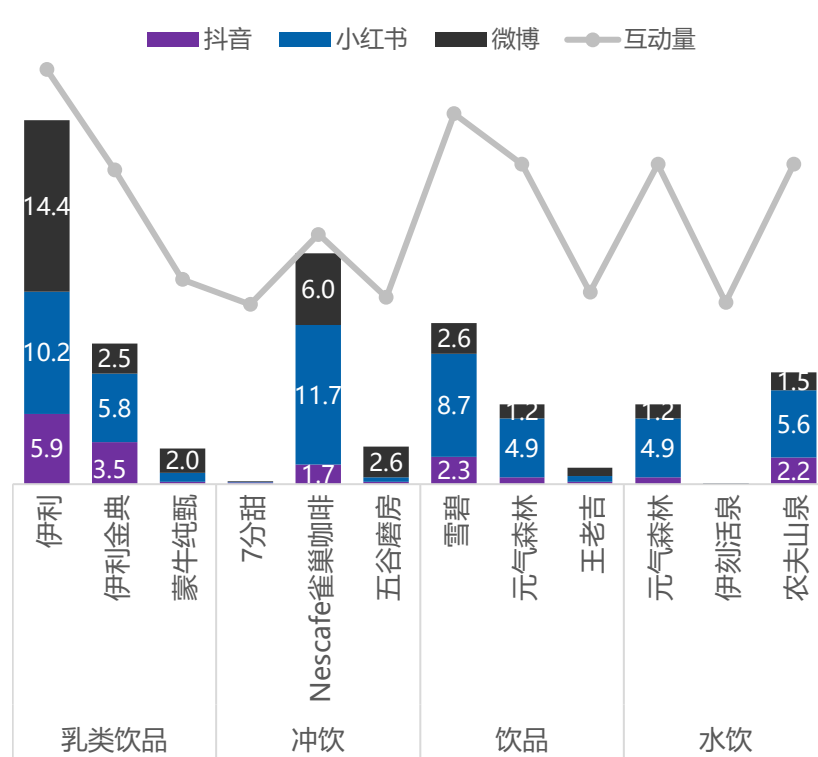
## 食品品牌KOL发布作品量&互动量

(单位: 万)



## 饮料品牌KOL发布作品量&互动量

(单位: 万)





# 03

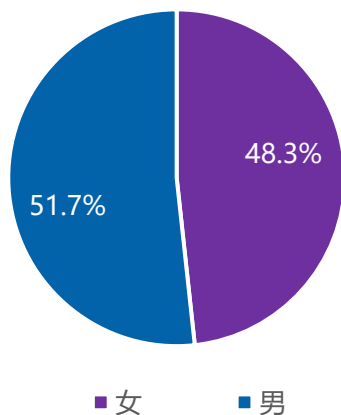
## 伊利、益达

### 代言人与KOL合作表现分析

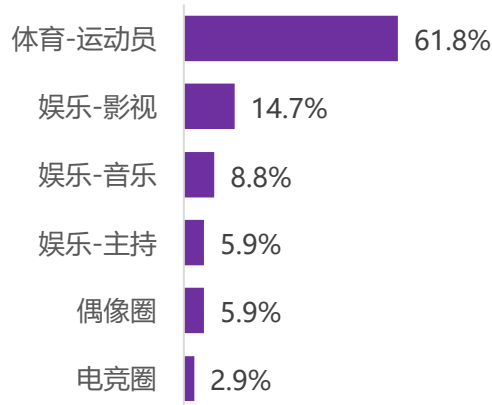
# 伊利代言人分布：女运动员、体育圈层为主流

- 伊利近一年合作的明星代言人中女性占比略高于男性；
- 体育圈层艺人占比达60%+；
- 多数为品牌代言人，少量为品牌合作大使。

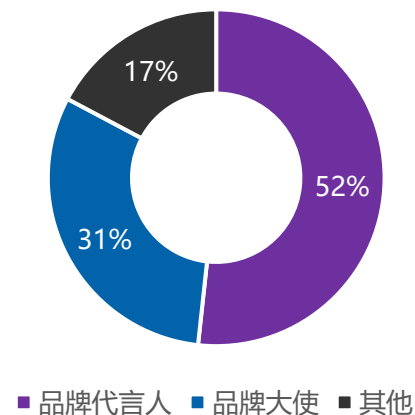
### 伊利品牌代言人性别分布



### 伊利品牌代言人职业圈层分布



### 伊利品牌代言人身份分布

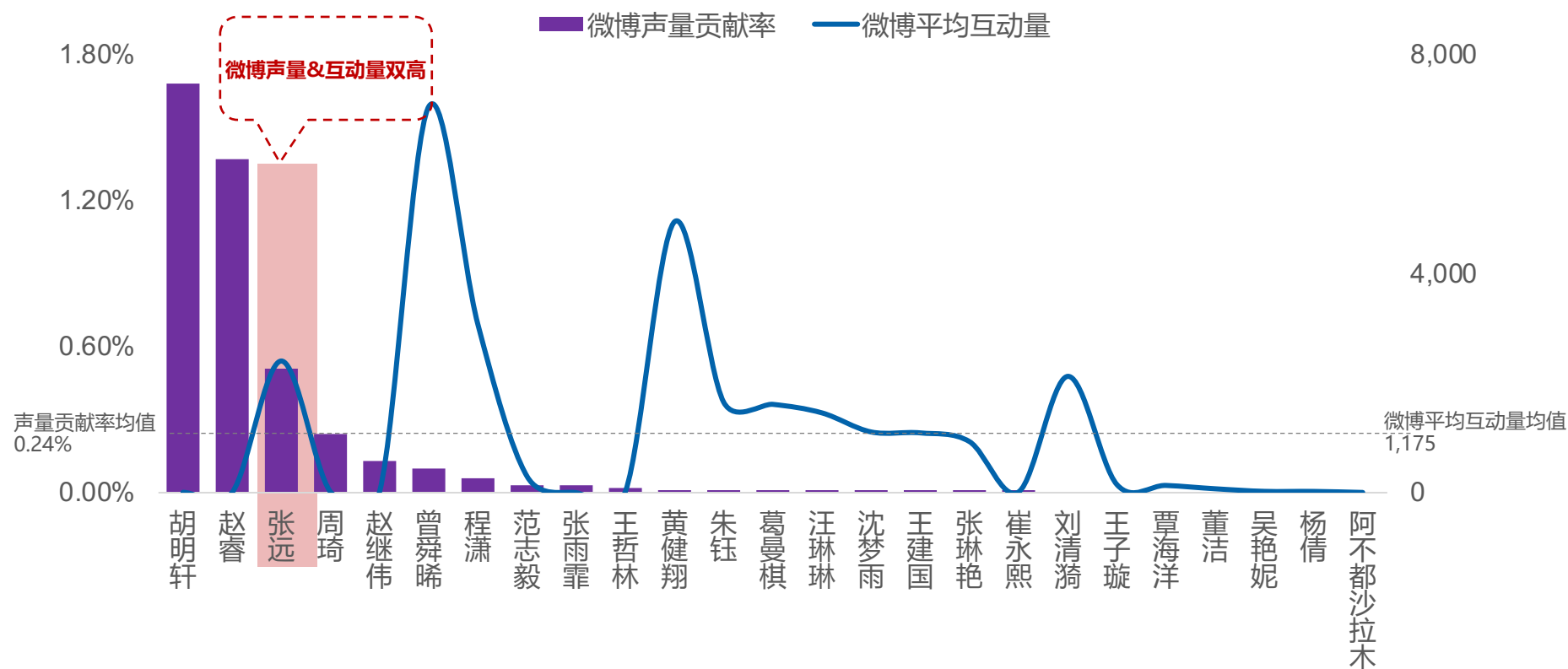


注：品牌代言人统计范围包括近一年品牌官方微博账号发布过与代言人（包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等）相关内容的所有明星

# 伊利代言效果：张远品牌号召力及粉丝互动热情最高

- 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，张远对于伊利的声量贡献率及微博互动量高于其他艺人，其次，黄健翔和曾舜晞的号召力较强（高声量贡献率），赵睿及胡明轩的粉丝黏性较突出（高互动量）。

## 伊利品牌代言人微博声量贡献率X相关微博平均互动量

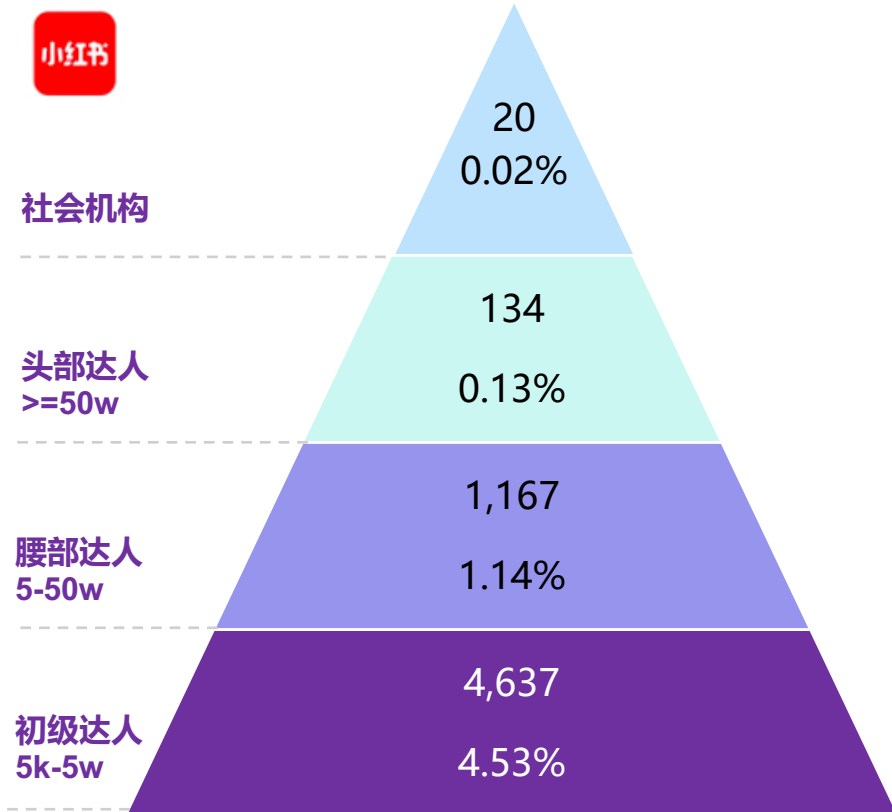




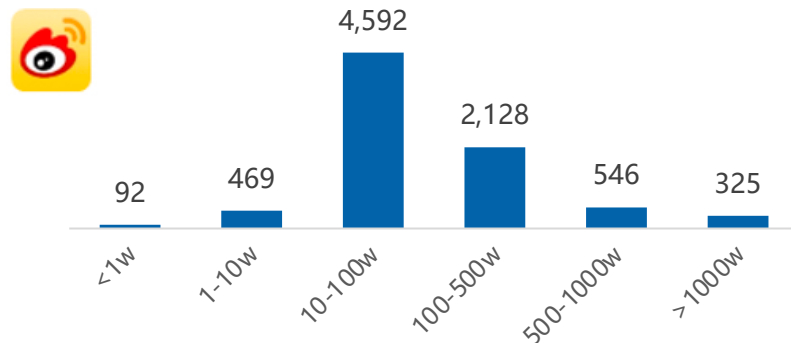
# 伊利KOL种草：抖音及小红书重点投放初级达人，微博主要投向腰部达人

- 近一年伊利KOL合作主阵地在抖音平台，主要合作初级达人（10w-50w）及普通用户（5k-10w）；
- 其次为微博平台，主要合作腰部及以上达人（粉丝10w以上）；小红书平台相对较少，主要合作初级达人（粉丝5k-5w）。

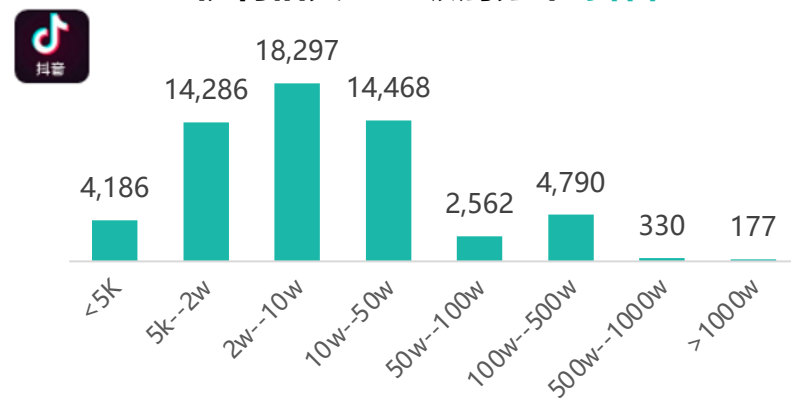
## 伊利相关KOL级别分布-小红书



## 伊利相关KOL级别分布-微博



## 伊利相关KOL级别分布-抖音



# 伊利KOL种草：抖音头部达人送礼类或吃货类视频效果好

- 近一年抖音平台KOL发布的伊利相关视频中，一位头部达人（我是晴天）发布吃货教程类视频获得最高互动量，为伊利带来较大声量；其余达人大多以送礼或美食场景进行种草。



## 近一年抖音平台伊利相关达人视频互动量TOP10

排名	标题	达人昵称	达人属性	视频话题	达人粉丝	互动量
1	高温天里 在家自制了几百根冰棍儿 来了一顿冰凉美食自助餐 也太爽了 #桃花坞同款宝藏鲜奶 #高原有机加原生A2 @金典鲜牛奶	我是晴天	头部达人	#桃花坞同款宝藏鲜奶#高原有机加原生a2	1,376.3w	245.1w
2	咱们一起呀!!! 过大年!!! #伊利奶酪 #高冷男神 #全民抖包袱	熬一耶.	头部达人	#高冷男神#全民抖包袱	371.1w	202.9w
3	世界上只有一种英雄主义，那就是认清了生活的真相后依然热爱它。	好吃阿毛	初级达人	#路边摊美味#街边小吃#热爱生活	28.5w	181.4w
4	今儿去内蒙古探寻好品质牛奶的秘密！快来一起#环球品质寻踪 #打卡夏日精致生活	是个泡泡	头部达人	#环球品质寻踪#打卡夏日精致生活	1,921.5w	181.4w
5	当在东北生活了60多年的大爷第一次去三亚#送爸妈的礼物 #伊利欣活	周大爷不服老!	头部达人	#送爸妈的礼物#伊利欣活	1,335.7w	181.2w
6	甲方：你懂我意思吧？	王七叶	头部达人	#吃货节的吃嫩仪式#一口官酪爱上嫩酸奶	1,355.1w	157.5w
7	放假第一件事，当然是来超市采购啦~ #挑剔妈妈选更好A2 #QQ星挑剔妈妈说#qq星原生a2β酪蛋白纯牛奶	百变小丸子	头部达人	#挑剔妈妈选更好A2#QQ星挑剔妈妈说#qq星原生a2β酪蛋白纯牛奶	261.5w	138.6w
8	快跟仙女学礼仪！ @锅盖wer @爆胎草莓粥 #畅快嗨吃万事畅意	河马君	头部达人	#畅快嗨吃万事畅意	2,318.4w	121.4w
9	第一次发现我弟这么离不开我#典范的卑微生活 #伊利欣活 #秋日的走心礼物#送爸妈的礼物	晨晨🐱	头部达人	#典范的卑微生活#伊利欣活#秋日的走心礼物#送爸妈的礼物	2,658.6w	114.6w
10	哥哥的爱也许会消失，但妹妹的爱雨露均沾...#王小麦的精神世界 #挑剔妈妈选更好A2 #QQ星挑剔妈妈说 #qq星原生a2β酪蛋白纯牛奶	小麦	头部达人	#王小麦的精神世界#挑剔妈妈说更好A2#QQ星挑剔妈妈说#qq星原生a2β酪蛋白纯牛奶	1,812.6w	104.7w

# 伊利KOL投放：微博明星和官方账号发布产品推广内容效果突出



- 近一年微博平台KOL发布的伊利相关微博中，明星李现本人与伊利官方的共创微博带来的互动量最高；由伊利巧乐兹官方账号发布的关于时代少年团的微博也带来较高互动量。



## 近一年微博平台伊利相关达人博文互动量TOP10

排名	内容	达人昵称	微博分类	达人粉丝	互动量
1	嗨，和我一起抬头看看这片夜空吧！在这里，你我皆是星🌟@伊利#亚运会电竞#即将开赛，#伊利为中国电竞点	李现ing	体育赛事	2,353.5w	124.3w
2	端午节准备做什么？除了给自己的生活充充电，也不要忘了常回家看看哦。端午伴手好礼，选择伊利倍畅羊	李现ing	母婴	2,350.1w	97.1w
3	大赛在即，期待女足新生代的姑娘们踢出自信，#凭热爱，场上见#!现在get伊利女足定制脱脂奶，和@伊	李现ing	体育赛事	2,357.2w	88.8w
4	#兔年就跳伊利兔子舞# 新“伊”年就要到来，大家有什么心愿想在新年实现？带话题#万事如伊 大吉大利#分	李现ing	文化娱乐	2,301.6w	73.7w
5	纯粹热爱，拥有打动人心的力量让我们一起见证从大山走出的篮球队，如何一路登上世界的舞台 #来FIBA决	李现ing	体育赛事	2,354.5w	73.0w
6	兔年的满满仪式感，从#兔年就跳伊利兔子舞#开始！新的一年，我们用这支集结好运的舞蹈，寄托对未来的	时代少年团	文化娱乐	1,149.9w	70.4w
7	新的一年即将到来，希望大家好好照顾自己，保持好的状态。愿大家在@伊利奶粉之家 倍畅羊奶粉的营养滋养	李现ing	科技数码	2,298.0w	63.5w
8	#巧乐兹20岁 喜欢多滋味#生日派对预热了这么久，是时候放大招了！巧乐兹20岁生日会，怎么能少了#时代	伊利巧乐兹	影视	143.4w	58.2w
9	多样的热爱才组成了我们所热爱生活。#无热爱 不青春#这个五四和@伊利一起热爱生活吧！热爱生活才	李现ing	生活记录	2,351.0w	53.8w
10	#巧乐兹20岁 喜欢多滋味#🔔叮~一份特殊的生日祝福已收到——巧乐兹品牌代言人@时代少年团 青春来袭	伊利巧乐兹	影视	143.4w	47.4w

# 伊利KOL种草：小红书腰部达人、美食相关类笔记种草效果好



- 近一年小红书平台KOL发布的伊利相关种草笔记中，一位情感类腰部达人（海棠慕七）发布的种草笔记互动量最高，以校园情感为主题，一人分饰多角的形式进行产品软植入，达到较好种草效果；
- 以下排名中，TOP3均为腰部达人，约一半为美食相关笔记，种草效果良好。



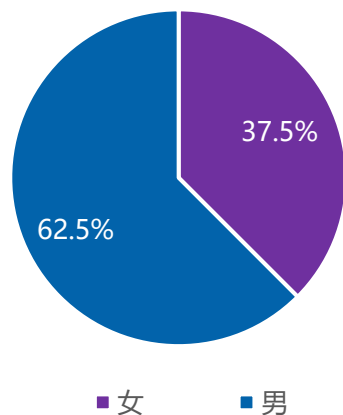
## 近一年小红书平台伊利相关达人笔记互动量TOP10

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	互动量
1	闺蜜哥哥居然是校霸?!	海棠慕七	腰部达人	情感日常	奶酪、奶酪棒、奶酪弹	36.96万	14.1w
2	懒人必看! 学会这减肥神器, 一招狂掉秤	赖床阿乐	腰部达人	减肥其他	减肥、奶粉、变美	31.13万	11.2w
3	🔥荤素搭配的美食拼盘来啦~	呆呆猪🍓	腰部达人	美食展示	奶酪棒、日记、肥牛金针菇	7.13万	10.2w
4	月月可能要离开了	七月月	头部达人	手机游戏	蛋仔派对	104.98万	7.9w
5	《小黑蛋》51集: 小黑蛋为了表白也是拼了!	是暖冬啊	头部达人	手机游戏	派对、蛋仔女孩	62.89万	7.6w
6	你们谁比我高?	借东西的小糖豆儿🍬	腰部达人	啮齿类	仓鼠、奶酪弹、宠物	15.26万	7.5w
7	巨好吃蒜香芝士面包虾🍤又酥又嫩, 一口爱上!	朱诺太太	腰部达人	美食教程	芝士、早餐、面包	14.23万	7.1w
8	春节前我妈来我家懵了😳我还送了她这个...	张以宝	头部达人	美食展示	奶粉、养生、家居好物	117.97万	6.9w
9	万物皆可蘸奶粉👉蘸了奶粉都会变好吃?!	馋音仙子	头部达人	美食测评	奶粉、好物推荐、礼物	38.08万	6.6w
10	离谱~ 奶酪棒都出盲盒了?	天天的玩吃日记	腰部达人	美食展示	盲盒、奶酪棒、奶酪弹	14.96万	6.3w

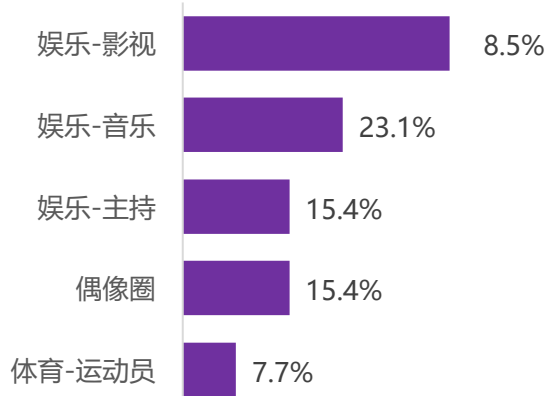
# 益达代言人分布：女艺人、影视圈层、品牌大使为主

- 益达合作的艺人中女性占比远高于男性；
- 影视圈层艺人占比最高，其次为音乐人和主持人；
- 多数以品牌大使身份合作，少量以其他身份合作。

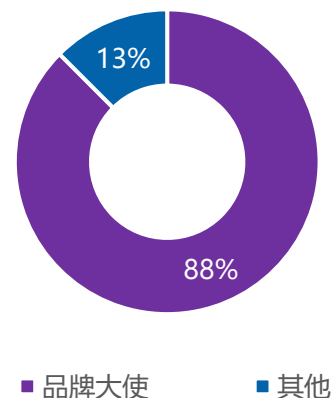
### 益达品牌代言人性别分布



### 益达品牌代言人职业圈层分布



### 益达品牌代言人身份分布

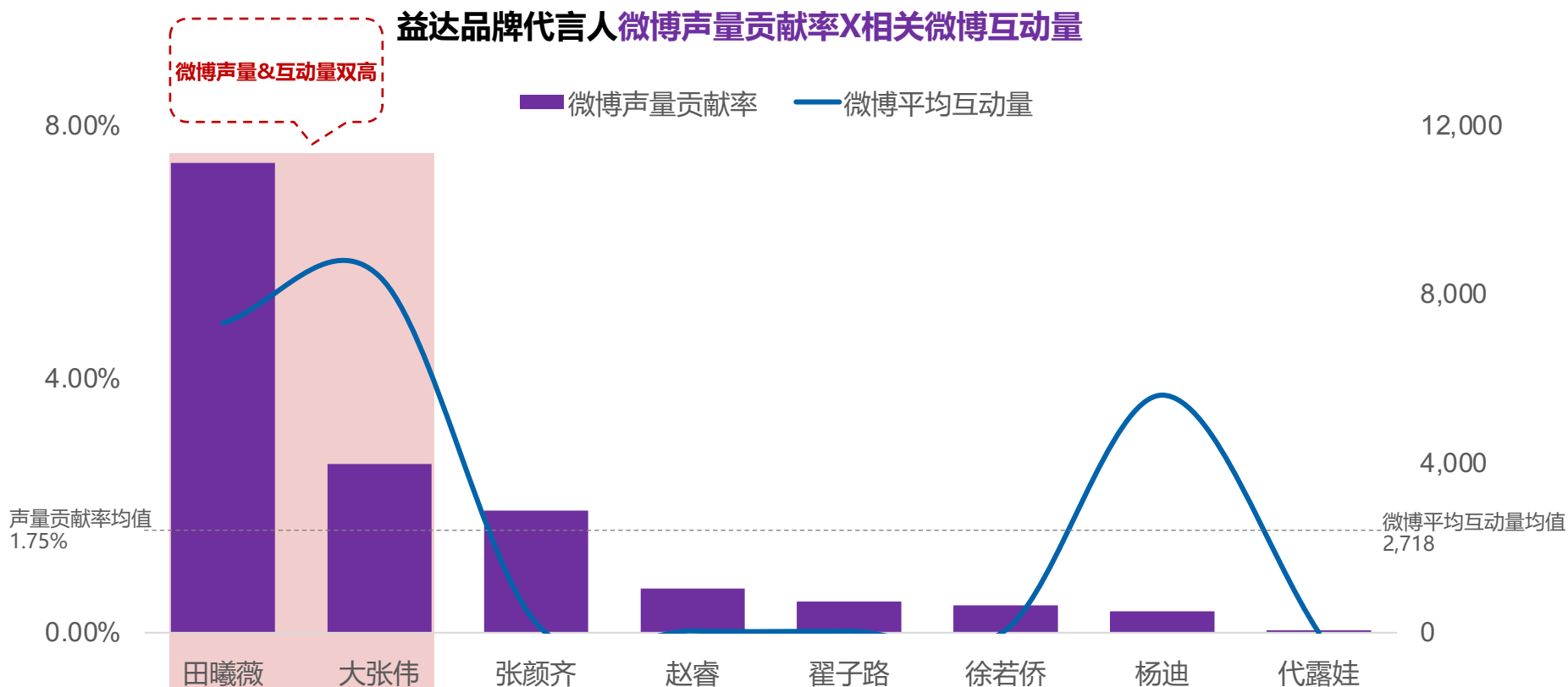


注：品牌代言人统计范围包括近一年品牌官方微博账号发布过与代言人（包括品牌代言人、品牌大使、品牌挚友等）相关内容的所有明星

# 益达代言效果：田曦薇、大张伟粉丝互动热情高，品牌号召力强



- 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，田曦薇和大张伟粉丝黏性和忠诚度均较高，品牌营销活动的互动表现活跃，对益达的品牌声量贡献率和品牌合作微博的互动表现均好于其他代言人；此外，张颜齐的声量贡献率、杨迪的微博互动量也分别高于益达所有代言人均值。

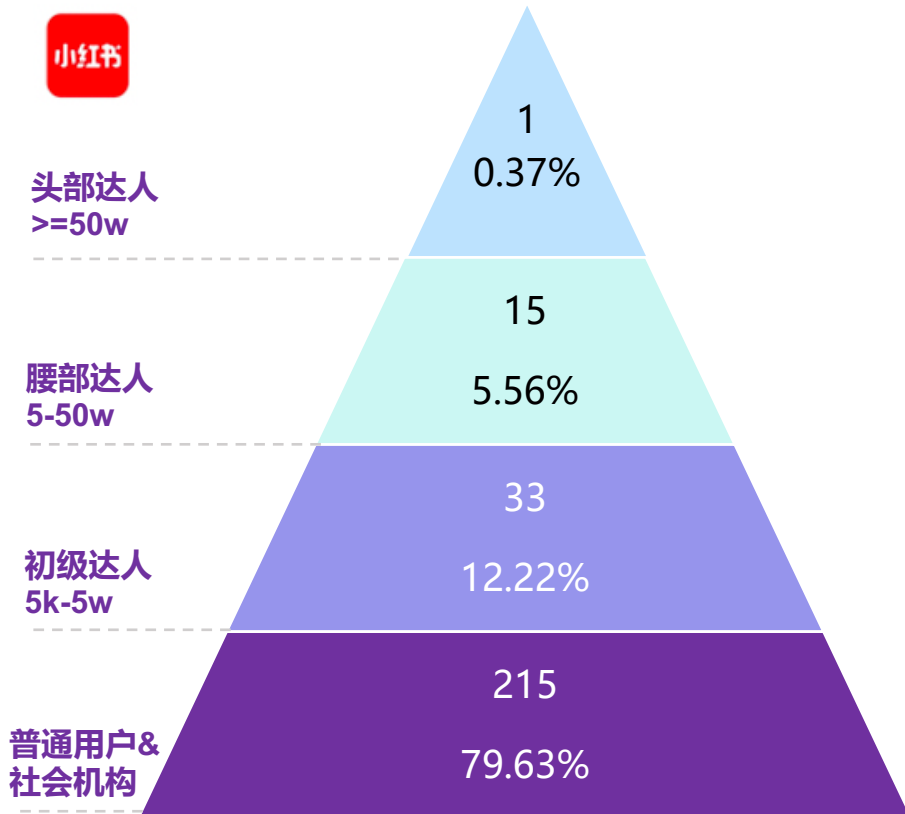




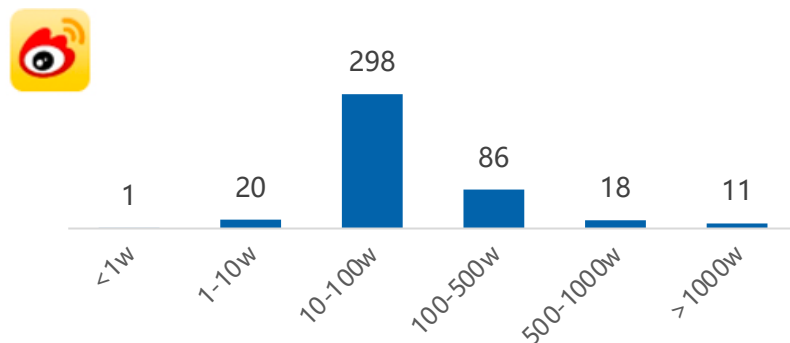
# 益达KOL种草：侧重于微博平台，重点投放腰部达人

- 近一年益达KOL合作主阵地在微博平台，主要合作腰部及以上达人（粉丝10w以上）；
- 其次为抖音平台，主要合作初级达人（10w-50w）及普通用户（5k-10w）；小红书平台少量合作初级、腰部达人。

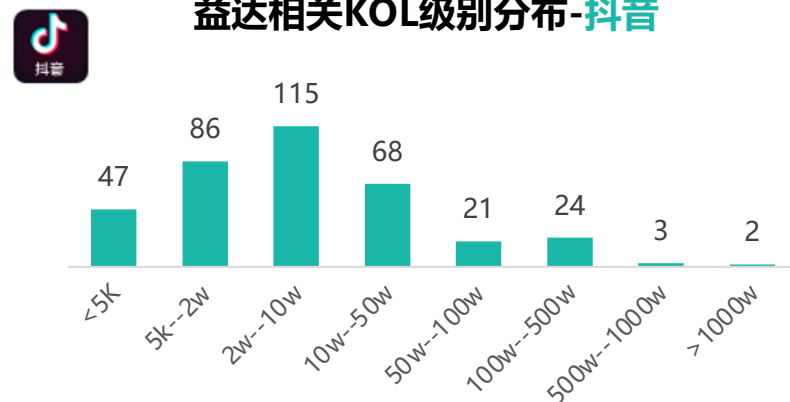
## 益达相关KOL级别分布-小红书



## 益达相关KOL级别分布-微博



## 益达相关KOL级别分布-抖音



# 益达KOL投放：微博头部达人（红V、黄V）产品推广内容效果好



- 近一年微博平台KOL发布的益达相关微博中，由微博大V带来的互动量最高；
- 主要由生活记录、医疗健康及科技数码类带来较高互动量。



## 近一年微博平台益达相关达人博文互动量TOP10

排名	内容	达人昵称	微博分类	达人粉丝	互动量
1	论高能还得是#益达首席放松师杨迪#，@杨迪 @孟子义 不用刻意就透露着搞笑氛围是怎么肥四！成年人的世界总是伴随着各种压...	可可爱健身	生活记录	169.3w	1.5w
2	家人们~新人销售压力谁懂啊！一上班就开始联系客户，不是在找客户的路上就是在路上给客户打电话，只能说都是KPI惹的祸！...	博露齿一笑	医疗健康	3,587.1w	1.3w
3	早八人通勤，人都麻了，生怕迟到扣工资！还好随身带了益达口香糖，来两粒嚼一下，瞬间感觉放松了不少#打工嚼益达 轻松营业...	社畜日常	生活记录	497.0w	9978
4	关关难过关关过，打工人虽然有做不完的工作，但咱当然也有放轻松的小绝招哇，我可是早就跟着#益达首席放松师杨迪# @杨迪 ...	感情	医疗健康	192.3w	9799
5	听说了吗？这次@饿了么 和益达来给打工人送福利了！#买益达上饿了么 放心点准时达#更有满两件减三元运费的折扣，咱就是说谁能...	扒圈匠	科技数码	100.2w	7,566
6	职场人最不缺的就是工作任务了吧？各种要求换着来，反正我是已经麻了，躲不过就扛起来，跟着#益达首席放松师杨迪# @杨迪...	拾点醉心事	科技数码	453.6w	7480
7	项目上线赶工期，连轴转让人头大，这还怎么轻松营业啊！听杨迪的话，嚼嚼益达不紧绷，心态放松再赶工。#打工嚼益达 轻松营...	摸鱼办公室	科技数码	804.7w	5,719
8	音乐打磨我的灵魂，跃动的音符赋予我自由与洒脱；嚼着口香糖沉浸于音乐，独特的我不该被谁定义。#是我的益达#勇敢地去感受...	Veegee徐若侨	文化娱乐	413.0w	5,023
9	这里有一份你优的新年祝福，快来接住一起#新年讨个好彩头#! 新的一年：一祝，大家像徐福记米格玛能量棒一样全年高能！二...	Yuki_优酱	宠物	398.1w	3,413
10	老板的大饼我是真吃够了，全负荷的工作，真让人头大 还好看到杨迪送出的妙招，嚼两粒益达营业都轻松啦！#打工嚼益达 轻松营...	打工人迷惑行为	医疗健康	646.9w	2,494

source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2022年11月1日-2023年10月31日

©2023.12 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

# 益达KOL种草：抖音平台各类达人发布的音乐类、回忆类相关视频互动表现较好

- 近一年抖音平台KOL发布的益达相关视频中，一位头部达人（大牛玩音乐）发布音乐类视频获得最高互动量，为益达带来较大声量。



## 近一年抖音平台益达相关达人视频互动量TOP10

排名	标题	达人昵称	达人属性	笔记话题	达人粉丝	互动量
1	5秒内能听出来的都是大神！#音乐密码键盘 #炙热计划 #打击乐 #somebody #玩儿个很新的东西	大牛玩音乐	头部达人	#音乐密码键盘#炙热计划#打击乐 #somebody#玩儿个很新的东西	196.6w	173.7w
2	盘点童年时的沙雕广告，小时候看的广告，你还记得哪些？#沙雕广告 #童年回忆 #儿时记忆	迷惑侠	初级达人	#沙雕广告#童年回忆#儿时记忆	43.7w	29.2w
3	报告：今日是童年局 回忆里想起模糊的小时候#酒蒙子的日常 #日常vlog #下班一杯酒 #记录真实生活	饮咩嘢	腰部达人	#酒蒙子的日常#日常vlog#下班一杯酒#记录真实生活	51.3w	6.3w
4	无糖可乐致癌？#商业新说	周媛	头部达人	/	524.4w	5.6w
5	唯美的益达口香糖我要孝出强大	阿巴斯	普通用户	/	7.5w	5.1w
6	艾特一个小伙伴让他来看张伟那罐过期的益达口香糖#爱情公寓	雨洋混剪★	普通用户	#爱情公寓	8.2w	4.8w
7	盘点童年时的洗脑广告，小时候看过的广告，你还记得多少#沙雕广告 #童年回忆 #儿时记忆 #8090经典怀旧	笑中乐	头部达人	#沙雕广告#童年回忆#儿时记忆#8090经典怀旧	156.5w	4.4w
8	打工也要照顾好自己哦，来两粒“你的益达”，轻松一下！#打工嚼益达 618买益达上#天猫美食大牌日	杨迪	明星	#打工嚼益达#天猫美食大牌日	1,993.8w	3.8w
9	炫迈 深情男人的第三件装备 #童锦程 #江南第一深情 #炫迈 #口香糖	童锦程	头部达人	#童锦程#江南第一深情 #炫迈#口香糖	273.4w	3.7w
10	快乐无价，享受当下！#出游嚼益达伴我轻松浪 #情侣日常 #音乐节	如沐清风	头部达人	#出游嚼益达伴我轻松浪 #情侣日常#音乐节	293.5w	3.2w

# 益达KOL种草：小红书多数初级、腰部达人职场、测评类笔记效果较好，达到较多品牌声量



- 近一年小红书平台KOL发布的益达相关笔记中，多为普通用户，少量初级、腰部达人，其中职场干货类、测评推荐类为品牌带来一定声量。



## 近一年小红书平台益达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	互动量
1	糖果自由！玛氏2023春招开启！附笔试题💕	筑梦求职 (海归版)	初级达人	职场干货	糖果、招聘、面试	1.4w	3,107
2	国内首发实测HARIBO蜡烛真的很好闻！	亮亮坨	普通用户	家居装饰	蜡烛、软糖、口香糖	1,462	2,614
3	99%的人都不知道的绿箭和益达的小秘密!!	刚静的生活 小妙招	腰部达人	美食展示	零食、口香糖、益达	27.4w	2,337
4	迷你厨房最小益达口香糖	小于迷你厨房 (迷你食玩)	腰部达人	益智玩具	口香糖、美食、食玩	47.3w	1,503
5	品牌营销   别讲优势，讲感觉！	营销学长	初级达人	职场干货	市场营销、品牌营销、职场	3.8w	1,428
6	怡颗莓蓝莓007和009区别是什么？你选对了吗	金桔人生	初级达人	美食展示	蓝莓、水果、蓝莓自由	2.6w	973
7	关于益达的品牌策略讨论	Erin的思考 笔记	初级达人	职场行业	郭碧婷、肖战、益达	1.2w	636
8	日货就是好用，买就买日货	黑桃炸弹	普通用户	接地气生活	日货、超市、卫生巾	10	513
9	等我有钱要买断它！	一个湘琴鬼	普通用户	个人护理	身体乳、身体护理	2033	501
10	广州珠江妇幼剖腹产（一）	百变小英	普通用户	孕产经验	剖腹产、待产包、矿泉水	100	352

## 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11月1日 – 2023年10月31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，综合反映明星整体商业价值
  - 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](http://www.endata.com.cn)

