



快手 | 磁力引擎

全民表达 始于快手

2021年H2 快手磁力引擎营销通案



01 行业趋势

02 快手平台特色

03 快手特色营销

04 快手产品生态

05 产品营销组合

06 快手招商玩法



CONTENTS

01 行业趋势

短视频平台和短视频内容 稳坐广告投放 头把交椅

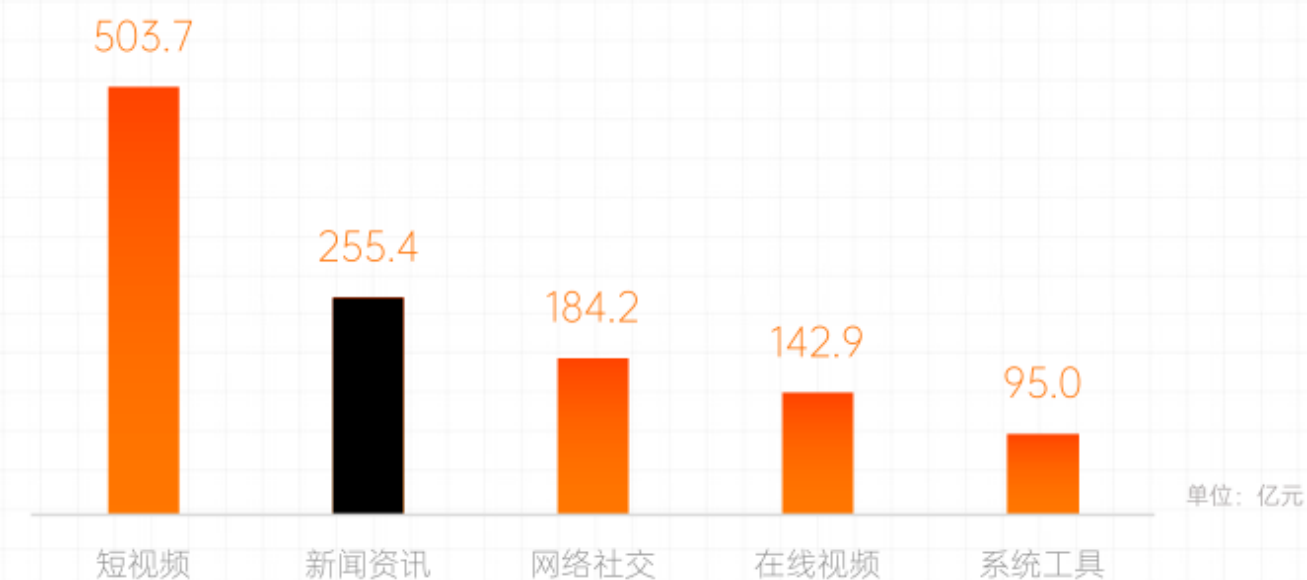
注：短视频信息流广告为短视频平台视频形式的信息流广告，视频信息流为短视频平台之外其他媒介的视频形式的信息流广告。

Source: Questmobile AD-INSIGHT 广告洞察数据库 2021年6月

短视频热度不减， 仍为主要投放媒介

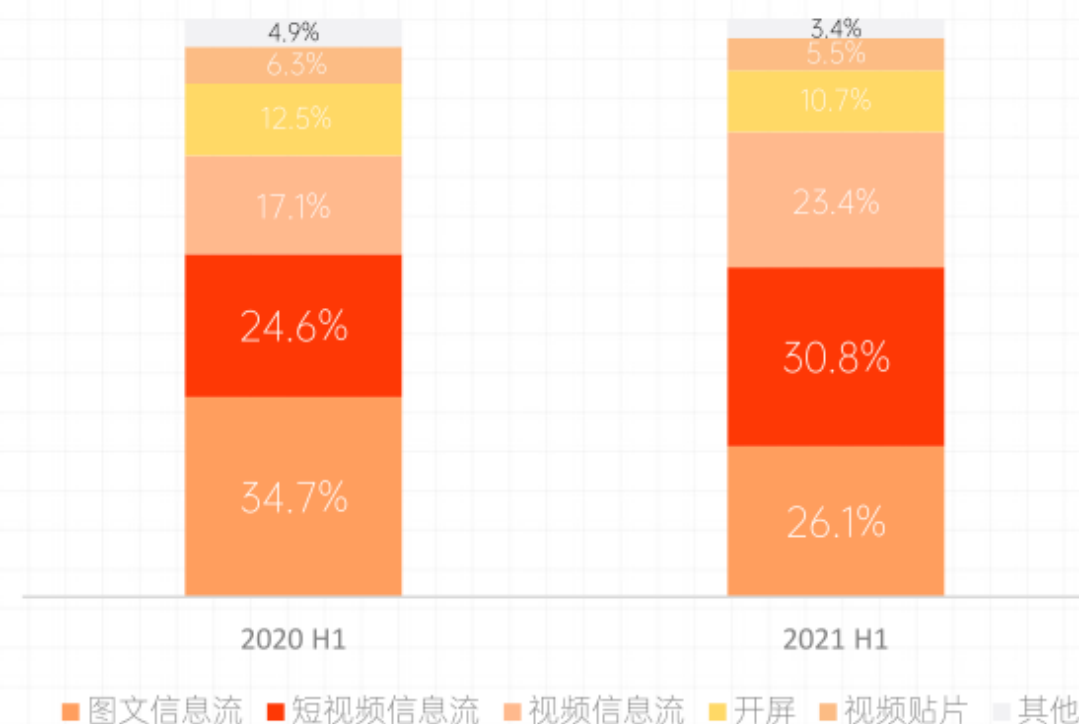
媒介投放集中在视频、资讯和社交类媒介

2021年上半年媒介行业的互联网广告收入TOP5



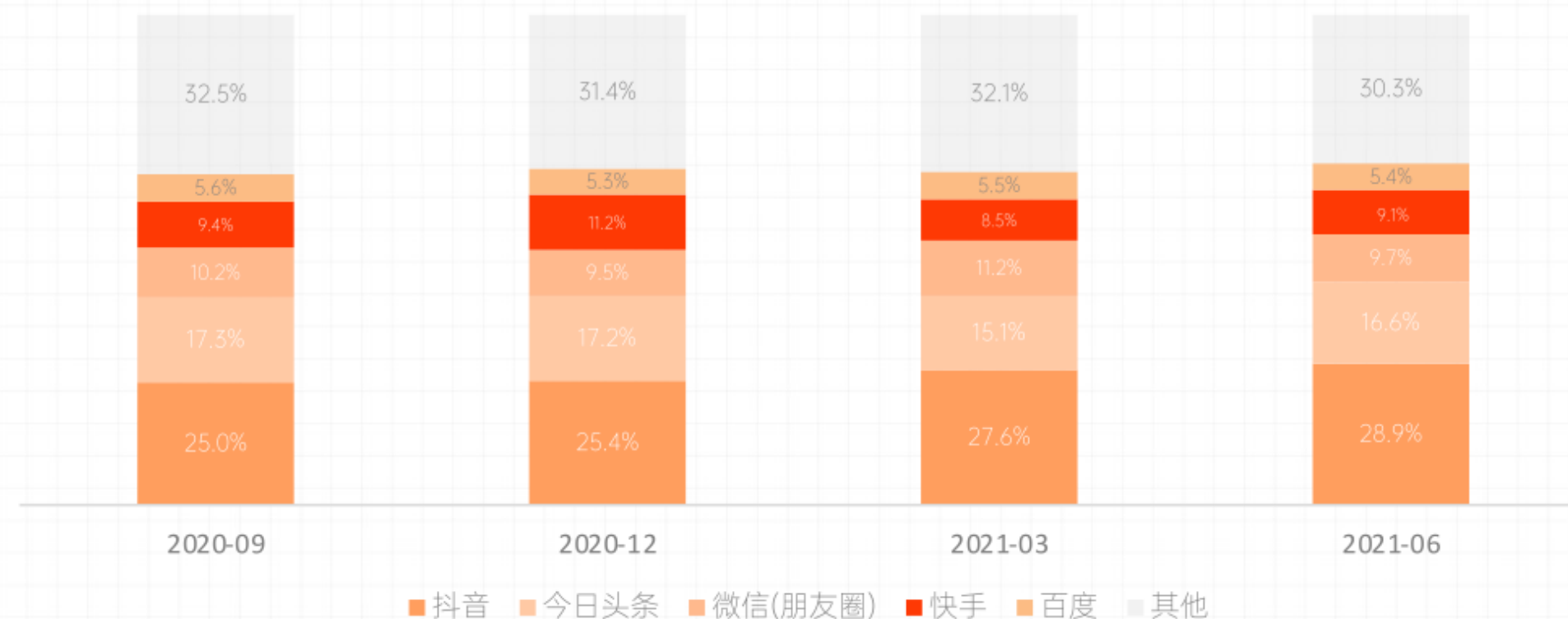
从广告点位来看， 短视频信息流广告 增长更为明显

2020年上半年-2021年上半年 广告投放费用点位分布



广告主投放 逐渐趋同， 预算集中在头部 媒介身上

2020年9月-2021年6月 典型媒介收入分布



从预算分配来看，行业营销打法创新力不足
除头部媒体外，其他媒体的市场份额被不断挤占

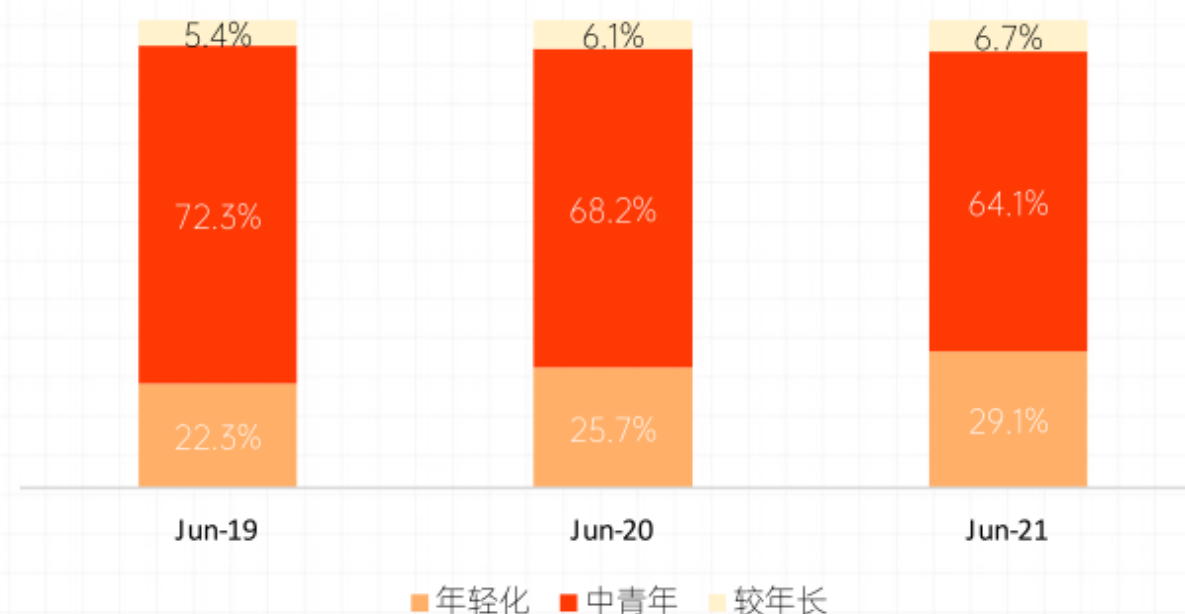
注：以上广告投放形式互联网媒介广告，不包括搜索广告、电商平台内广告、直播、软植、综艺节目冠名、赞助等广告形式及硬件广告如手机厂商广告、OTT开机广告。

Source: Questmobile AD INSIGHT 广告洞察数据库 2021年6月

营销向更多元 人群拓展， 无边界媒体营销， 成为未来 竞争拐点

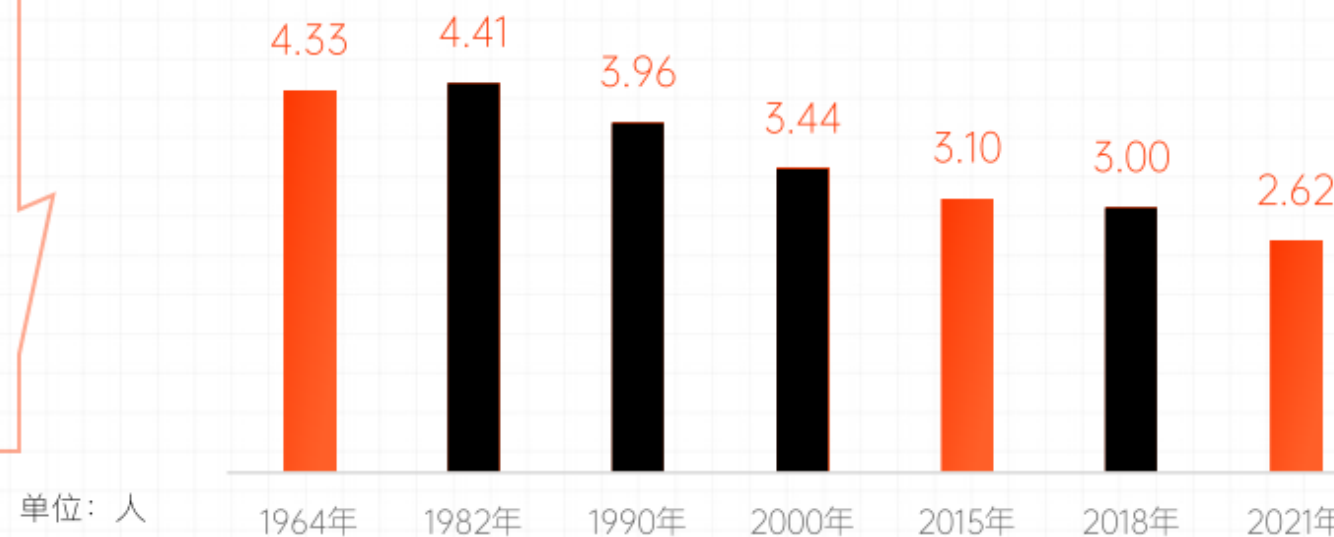
从网民结构快速变化来看
**更多元的人群成为
互联网服务的对象**

2019年6月-2021年6月 移动互联网用户代际分布



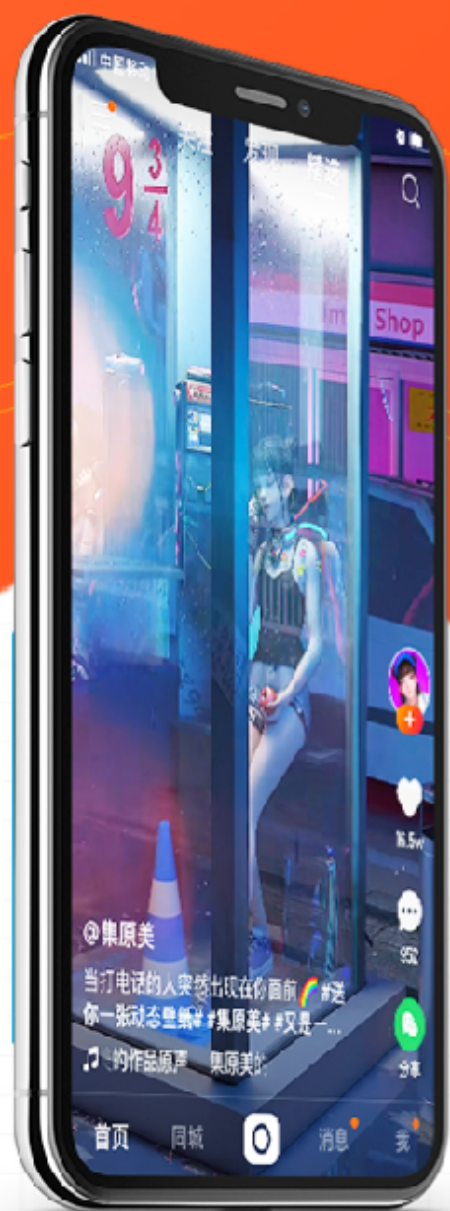
小家庭的概念已经形成
**家庭成员之间的
消费决策互相影响**

1964年-2021年家庭户均人数变化



人群多元、内容无边界 坚持普惠流量分发的快手 形成了自己差异化的营销优势

单列信息流



双列信息流



2021年上半年



362 亿

2021年上半年快手总收入



近4 倍

快手平台品牌广告商数量
同比增幅



730 亿

东京奥运会期间快手平台奥运
相关作品及话题视频总播放量



57.9 %

2021年第二季度快手应用
平均DAU/MAU比率

02 快手平台特色



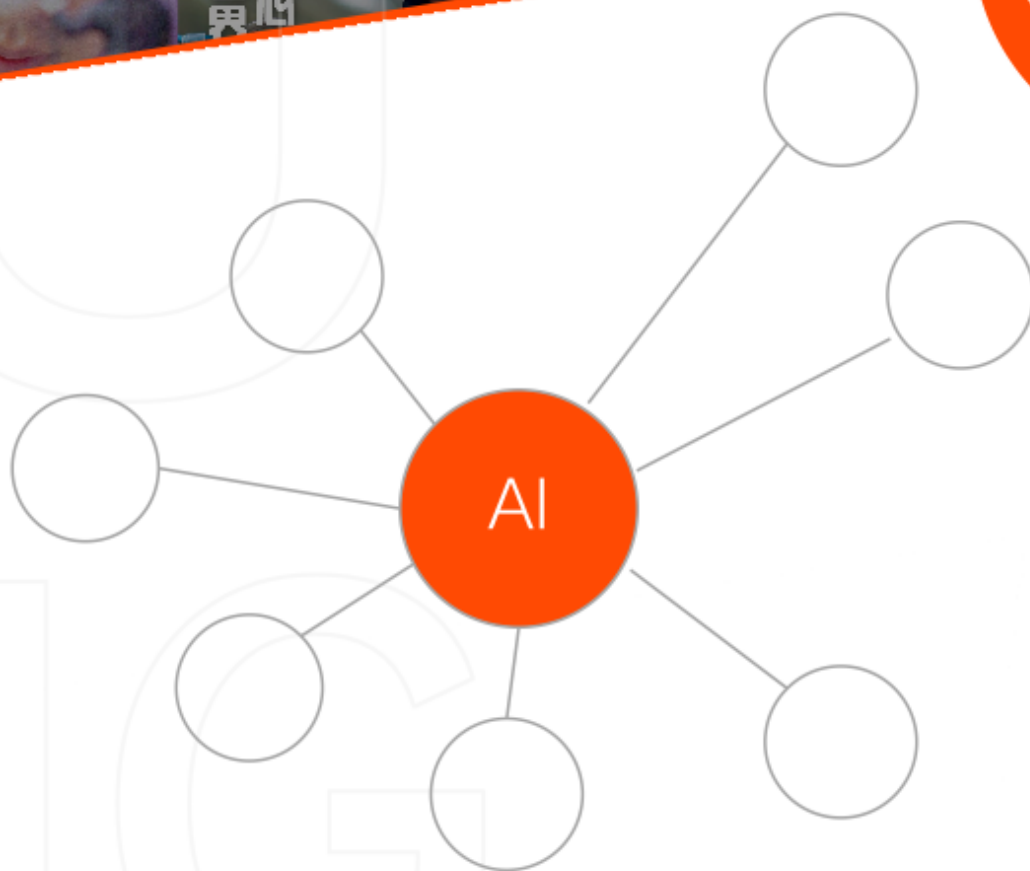
快手是什么？



Embrace the everyday
拥抱熟悉的生活

去中心化公平普惠
更具大众特色的内容平台

WHAT ARE
YOU
DOING



AI

- 让每个创作者可以得到同样的注意力,
- 让人与人之间通过内容缔结紧密关系

左：中心化分发模式 右：快手流量去中心化生态化分发模式

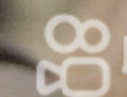
公平创作

展现自我

关系圈层

亲密社交

中国原产： 快手十年 初心表达

 快手 |  磁力引擎



拥抱繁荣互动

拥抱多元文化

拥抱简单信任

拥抱海量创作者

拥抱消费新蓝海

2011



GIF快手成立
图文社交时代，率先开启动图社交

2013



率先开启短视频社交
中国第一款短视频移动端APP

2016



正式开启直播服务
开启短视频+直播模式

2018



开启电商及商业化业务
加速商业化、布局电商

2021



快手科技上市
国民级APP平台开启新篇章

- 糖糖
被小动画里的爱情感动！
- 李大胆
爷爷奶奶的爱情，太可了！
- 火锅底料
吃了纸皮核桃，就会拥有爱情吗？
- 牛牛的幸福时光
我也想在上面刻我家猪猪的名字
- 马什么梅
想要一个刻着“春梅”的核桃

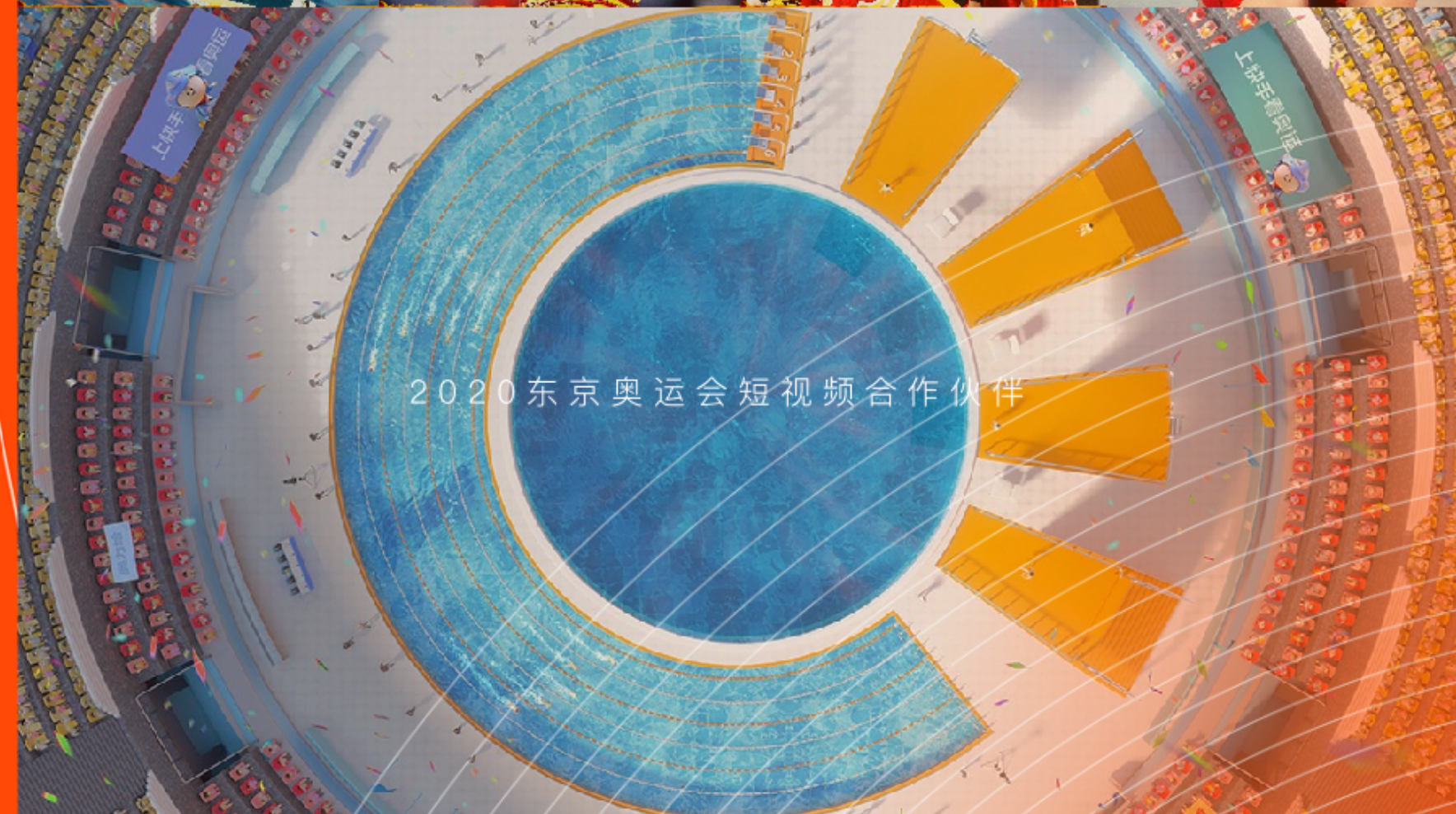
快手 | 磁力引擎



展望未来
快手希望将
普惠价值赋予到
全民共同富裕
的建设中来



什么是快手?



快手B端营销定位

“大众创作与交流的 发源地”



「大众」

人群基数大

家庭特色



「交流」

互动圈层

信任社交



「创作」

原创真实

多元包容



「发源地」

第一家中国原创的短视频平台

原生态

创作源头



「大众」

快手 | 磁力引擎

人群基数大

家庭特色

3.792亿

2021年第一季度快手中国应用程序及小程序
平均日活用户数3.792亿，同比增长26.4%

5.13亿

快手应用平均月活用户数

*快手应用：指快手主站、快手极速版及快手概念版
移动应用的统称，不包含海外市场

2.4亿

快手亲子类型魔法表情“牛气挑战”
在除夕当天作品播放量

7千万

据不完全统计，快手上约有7000万
个家庭（即一家多口都在使用快手）

3.792亿普通人不普通的经历

超过7000万家庭在快手记录生活

外婆|姥姥
27000亿+

外公|姥爷

妈妈|母亲
27000亿+

儿子
39000亿+

爷爷
20000亿+

孙子

奶奶
24000亿+

爸爸|父亲
45000亿+

快手相关视频播放量

「创作」

快手 | 磁力引擎

原创真实

原创真实

1000万+

2021年第一季度
快手每月平均新增内容创作者

2400万+

2021年3月31日12个月内
近2400万用户通过若干形式在快手
应用上获得收入

2.1亿

用户在快手看短剧

截至2021年3月31日，快手短剧已吸引
超过60000名内容创作者，其中拥有10
万以上粉丝的创作者超过8000人

40多个大型的内容类目、8万个兴趣点
拥有庞大的内容创作者 | 更长更多元

「交流」

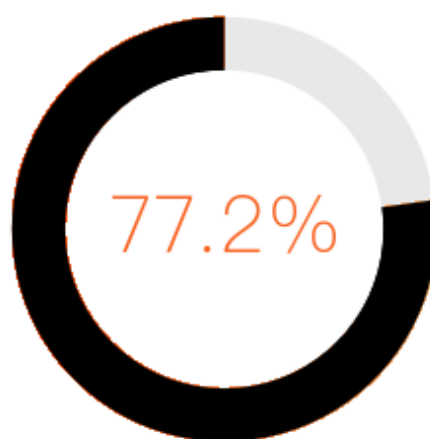
快手 | 磁力引擎

互动圈层

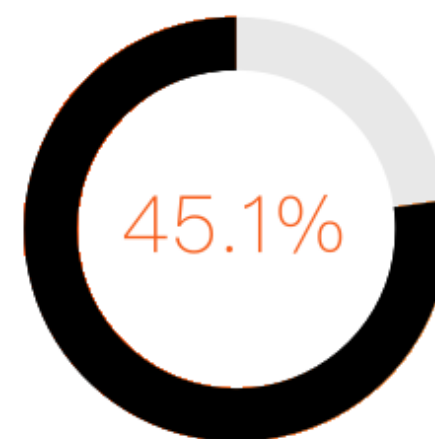
信任社交

通过参与表达热爱 让内容不止看看而已

快手用户在视频和直播端均有较高互动率
2021年3月观看视频互动率高达77.2%，
直播互动率为45.1%



视频互动率



直播互动率

126亿

截至2021年第二季度，快手应用互
关用户对数（即两名用户互相关注）

60.6亿

东京奥运会期间端内总互动人次

15.8亿

除夕当天快手用户红包分享总次数

“发源地”

从GIF快手到短视频
快手是全民创作时代开启者

用户 | 真实交流

文化 | 源自生活

生意 | 自然生长



从「发源地」 特征 到营销价值「扩圈」

价值扩圈



快手特色营销
拓宽营销边界

扩圈

再多迈出一步
激活更多可能

03 快手特色营销

快手扩圈营销

用户
扩圈

价值
扩圈

文化
扩圈

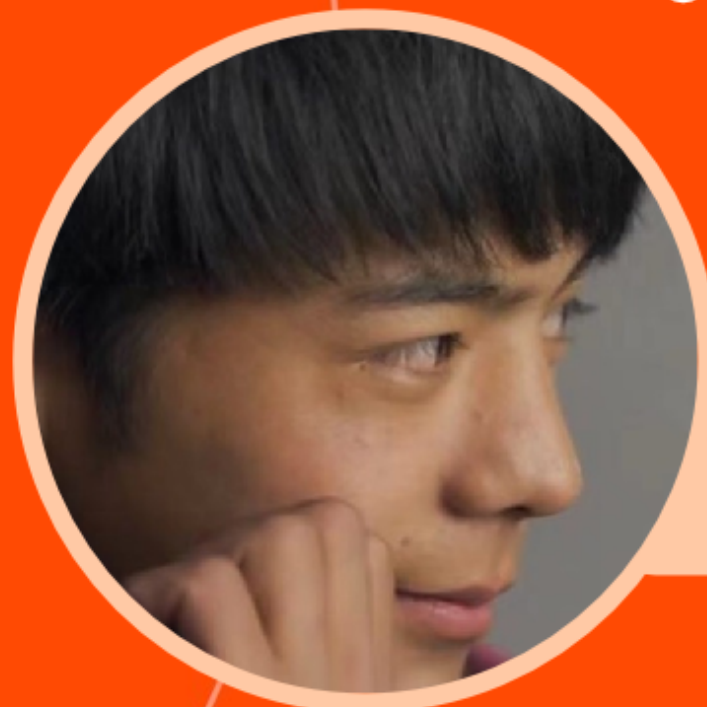
生意
扩圈

扩圈 用户 发源地

快手 | 磁力引擎



乙世代人群



新线人群



泛技能人群

扩圈

用发源 户地

Z世代人群在快手

快手 | 磁力引擎

他们不仅关注，而且创造

头像 朋友 文案 电影 宠物 音乐 动画 美甲

朋友 生活 情侣 搞笑 美食 情感 影视 游戏 孩子

▲ 快手青年用户搜索热词

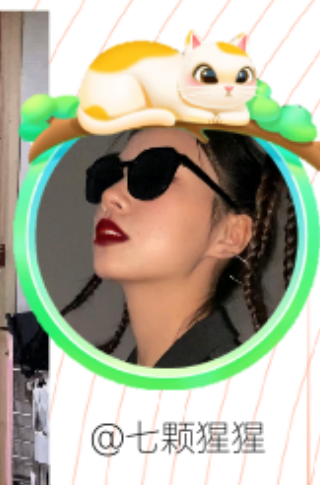
▲ 快手青年作者热门作品类型

快手占比
16.3%

网民占比
12.6%

快手Z时代用户占比
远高于网民平均水平

他们边娱乐，边成长



@七颗猩猩

00后达人@七颗猩猩 将快手当作创业起点
一年后，月入70万、积累700万粉丝关注

多维青年群体

互联网原住民

潮流引领者

斜杠职业

热爱表达善于分享

颜值主义

扩圈

用发源户地

新线人群在快手



快手占比
40.6%



网民占比
32.9%

快手新线用户占比
远高于网民平均水平

新线年轻人群是平台
最活跃的人群之一

28亿+

每年在快手上发布视频数

26000亿+

每年在快手上视频播放数

800亿+

每年在快手上视频获赞数

180亿+

每年在快手上视频评论数

他们热爱的：
小众破圈，打开新线
人群的沟通密码

“不是下沉，而是增长”

他们创造的：
真实基因，多态生活，
信任社交

他们扩容的：
中熟人社交在快手
完成线上转移

扩圈

用发源 户地

泛技能人群在快手

快手 | 磁力引擎



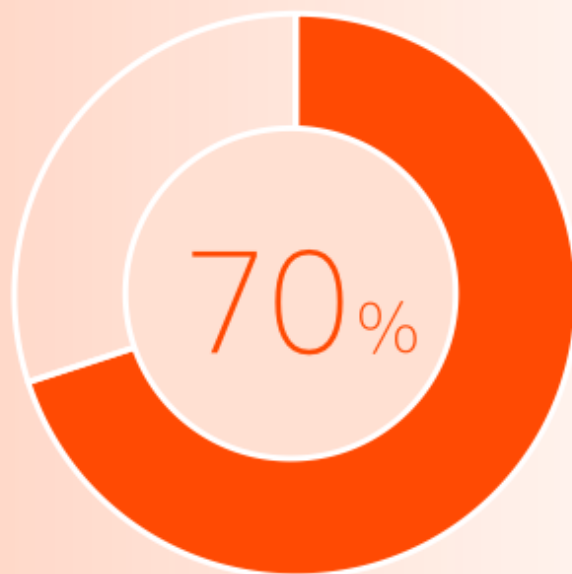
在快手陪伴最爱的毛孩子

每5.4秒
就有一场宠物直播
在快手展开

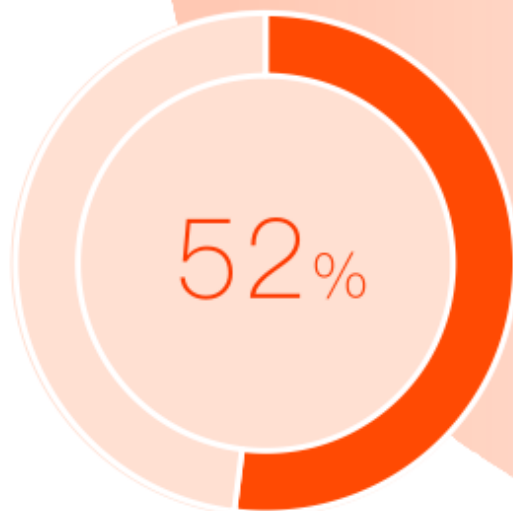


在快手用自律创造快乐

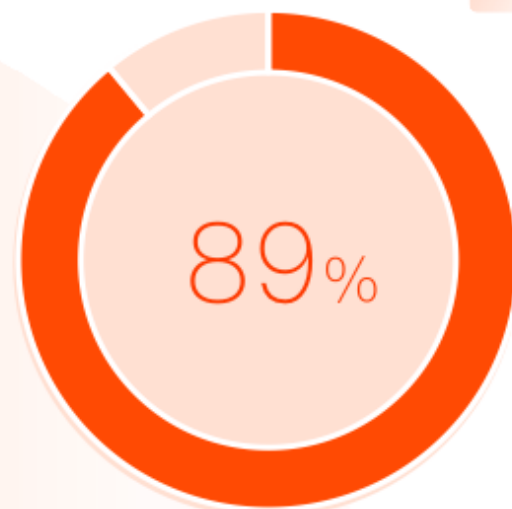
超过3.4亿
用户关注了
健身相关的内容



国内所有可被视频化的职业里
有70%已经出现在快手



快手知识内容创作者中
职业创作者占比



快手用户对泛知识内容的
态度：愿意被推送



在快手育儿培新

每3位
快手母婴创作者 就有
一位在快手获得收入



徐灵菱
上海市锦天城
律师事务所合伙人

国际品牌本土用户影响

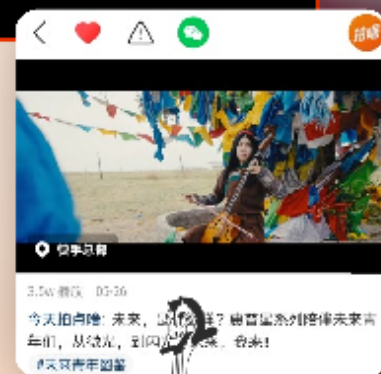


非遗青年

面人郎第三代
传承人
95后北大研究人



快手用户@郎佳子彧



民族青年

蒙古族传统乐器
马头琴演奏者



快手用户@孙快快马头琴



扶贫青年

云南省扶贫助农
直播电商主播



快手用户@云南小花



科技青年

民用航空产品研发
和液体火箭发动机
设计师



快手用户@极客少年

惠普Hewlett-Packard 未来青年图鉴

惠普借助快手平台特色文化属性，完成“过去+未来”，“传承+科技”的交互
深耕中国本土文化，作出了国际品牌迈向本土化的重要一步



品牌美誉

品牌在平台美誉度提升
用户赞扬其深耕本土文化

理念透传

“未来我来”概念实现透传
品牌理念实现用户心智占领





本土文化



传承文化



新潮文化

扩圈 文化 发源地