

# 2026

# 海外网红营销生态报告

洞察 · 变化 · 趋势

Nox聚星数据研究中心·2026/03

INFLUENCERS MARKETING



关注官方公众号  
及时获取营销干货



扫码咨询业务  
或加入出海社群

## 关于报告

Nox聚星基于自身1.5亿+网红数据库，对全球200+国家和地区网红营销中网红、品牌相关数据进行洞察与分析，帮助中国出海品牌洞悉全球市场、营销趋势，2026，笃定而行！

## 从70W+品牌网红营销中

## 获得启发

Nox聚星覆盖YouTube、Instagram、TikTok三大主流社媒平台1.5亿+网红资源与数据，全球网红合作创意已经超越1亿+，每天更新数百个合作视频创意。



# 报告说明

## 1. 数据来源

基于全球领先的海外网红营销一站式服务平台，Nox聚星数据团队为您呈现2025年跨境出海行业网红营销数据透视。我们在全球范围内通过采集方式收录数据，目前已经覆盖全球200+国家和地区，3个主流平台（YouTube、Instagram、TikTok）1.5亿+ +网红资源，合作70w+广告主，每天更新的广告数据多达百条。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察跨境出海行业的大盘趋势。

## 2. 数据周期

报告整体时间截止至：2025.12.31，具体数据指标请参考各页标注

## 3. 版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，没有经过本公司许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归本公司所有。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》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 4. 免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用大数据智能分析、桌面研究、行业访谈及其他研究方法，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。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Nox聚星无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

# 目录：

# CONTENTS

01	海外网红营销 行业数据概览	02	海外网红营销 行业十大趋势	03	全域社媒平台 生态深度解析
04	海外网红生态 发展特征	05	品牌海外网红 营销战略洞察	06	十大标杆案例 盘点解析
07	全球网红发展 排行榜单	08	品牌网红营销 排行榜单	09	海外网红营销 知识图谱

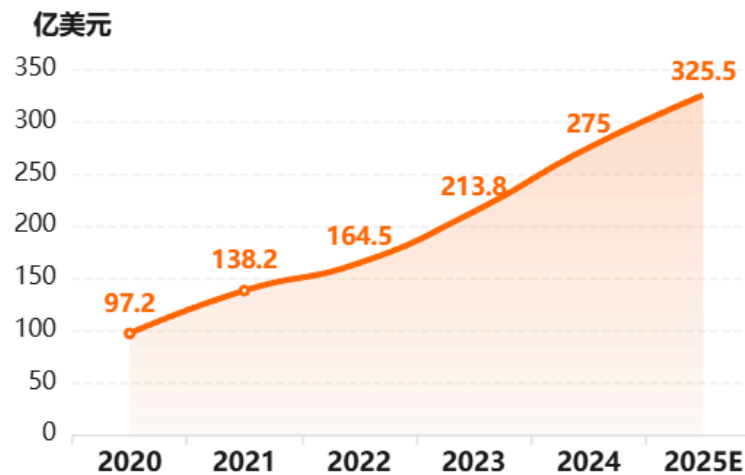
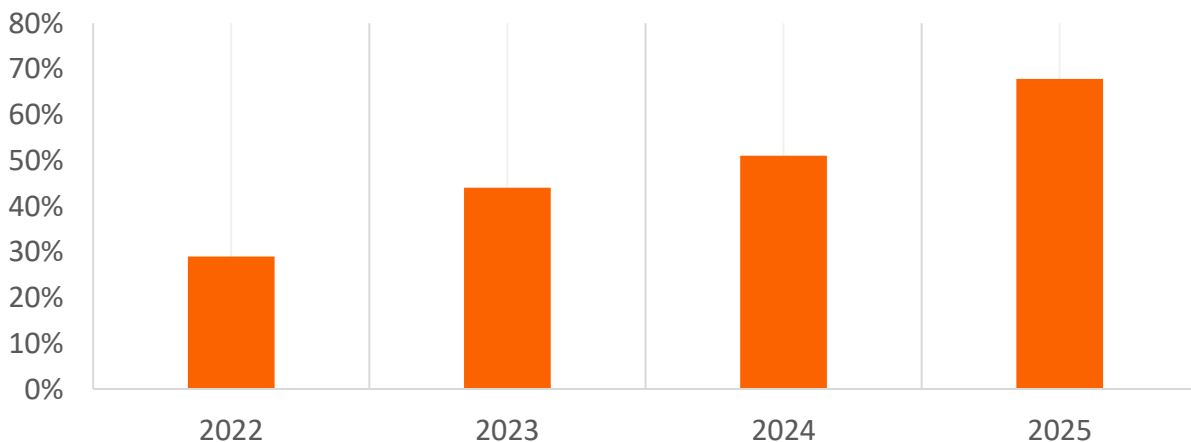
01

# 海外网红营销 行业数据概览

# 全球市场规模：破325.5亿美元，冲击400亿美元

- 2025年网红营销市场规模突破325.7 亿美元，预计到2026年底，预计直冲400亿美元，2031 年将达到 1525.6 亿美元，2026 年至 2031 年复合年增长率 (CAGR) 为 30.36%。
- 广告主在网红营销上预算持续增加，从2022年的20%+，递增到2025年的60%+；

广告主投放金额占整体营销预算比例



Source: mordorintelligence

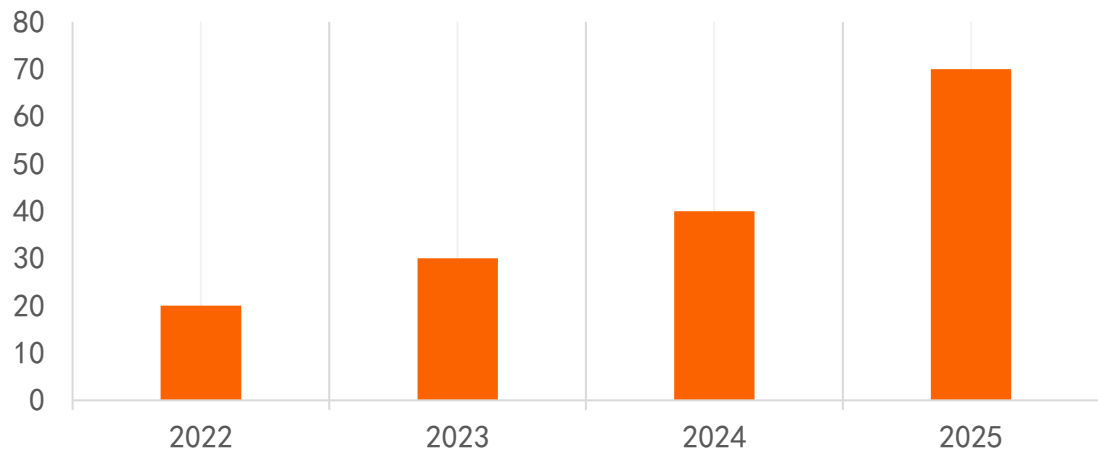
## 关键洞察

- 网红营销超越广告投放成为市场营销主力
- 市场规模持续高速增长，CAGR达30.36%
- 预计2030年市场规模将突破1525.6亿美元

# 入局品牌规模：破70万+，跨平台投放成趋势

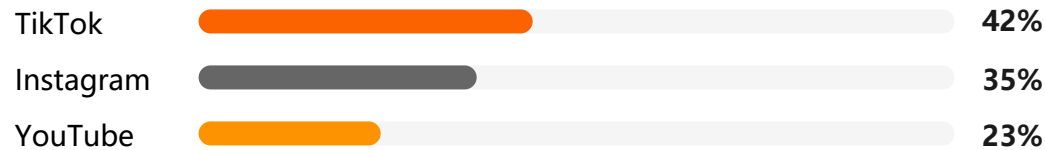
- Nox聚星平台广告主数量从2024年的40万，递增至2025年的70万，同比增长75%；
- 品牌倾向多平台组合，TikTok+Instagram为主流配置，TikTok商单量暴增，短视频+直播双驱动效应明显，北美仍然是品牌主投区域，欧洲市场逐渐升温；

Nox聚星平台广告主数量 (W)



## 选择平台占比

平台分布



## 区域预算分布

45%

北美

28%

欧洲

27%

亚太

58%

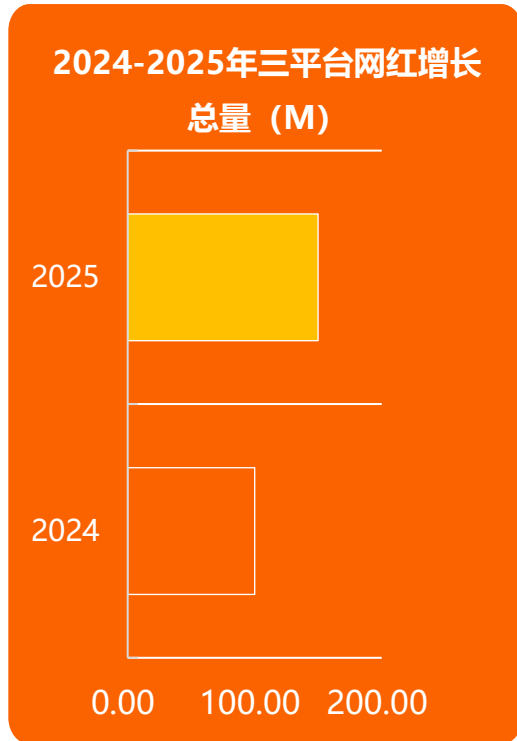
品牌选择跨平台投放

2.2

平均使用平台数

# 入局网红规模：破1.5亿+，爆发式增长

- Nox聚星平台，三大社交平台千粉以上网红总数2025年相对2024年增长50%+，达到1.5亿+，在行业内覆盖红人数量领先；
- TikTok、Instagram、YouTube三平台活跃用户数持续增长，TikTok突破20亿成为增速最快平台，Instagram是创作者（千粉以上）数量占比最多的平台；



 **TikTok**  
短视频平台

全球活跃用户数

**21.3亿+**

千粉以上网红占比

**5%-15%**

增速最快平台

短视频+直播双轮驱动，年轻用户占比超60%，内容消费时长持续增长

 **Instagram**  
视觉社交平台

全球活跃用户数

**20亿+**

千粉以上网红占比

**73%+**

Reels推动增长

Stories+Reels+Feed全矩阵覆盖，品牌合作成熟度最高，转化率稳定

 **YouTube**  
长视频平台

全球活跃用户数

**25.8亿+**

千粉以上网红占比

**10%-20%**

Shorts加速增长

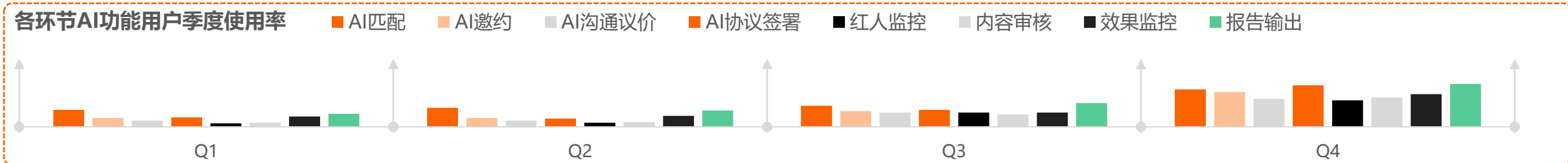
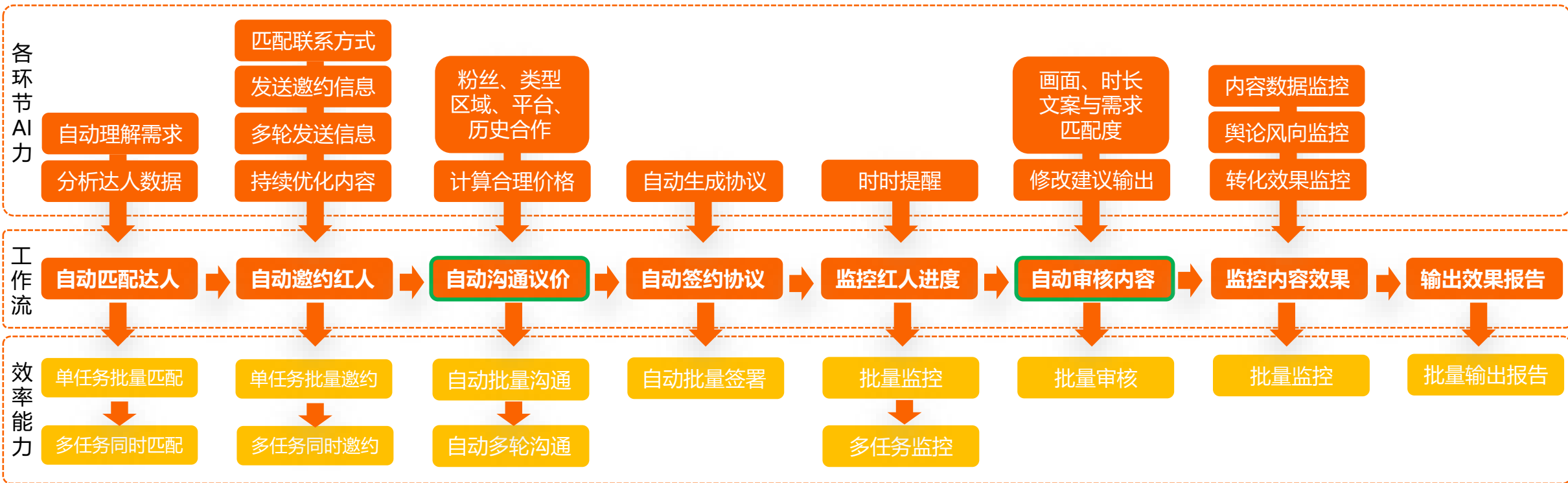
长视频深度种草+Shorts短视频触达，广告价值最高，品牌信任度强

02

# 海外网红营销 十大核心趋势

# 技术重构，AI全栈渗入，并规模化应用

- 2025年AI深入网红营销全流程，并深度运用，尤其是在**自动化沟通议价**、**自动审核内容**上，得到了广泛的实践应用。



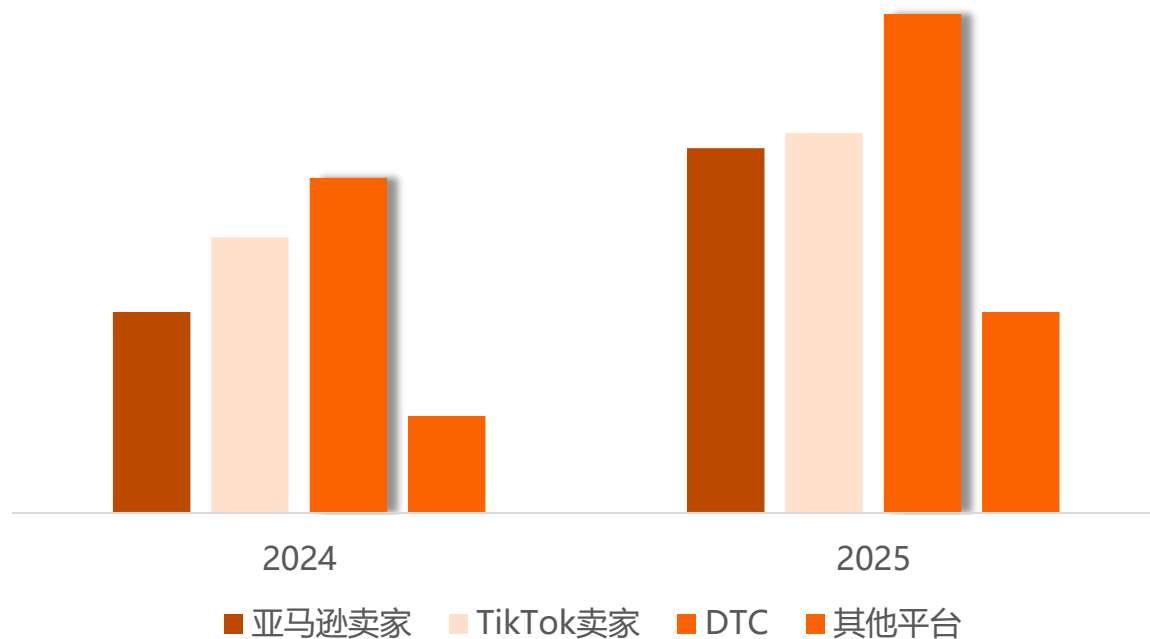
Source: Nox聚星, 根据后台用户数据整理后呈现  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 全域入局，从品牌到卖家，从C端到B端

- 从消费品牌到企业服务、金融、教育，从C端到B端，网红营销边界持续扩展，全行业的标配营销手段；
- 平台型卖家不断入局，尤其是亚马逊卖家、TikTok卖家，在2025年增长迅猛，除了站内红人引流，站外社媒引流也成为其重要的营销手段，另外一些区域性平台卖家也可以尝试网红营销。



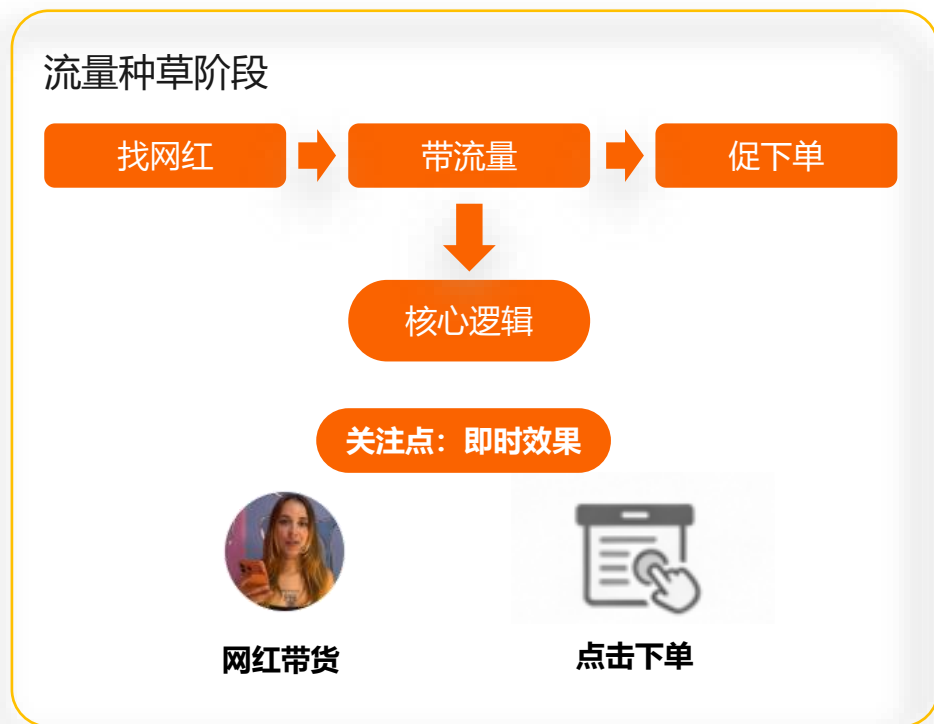
### 2024-2025年各类型用户增长趋势



Source: Nox聚星, 根据后台用户数据整理后呈现  
Date Range: 2024.01-2025.12

# 价值升级，从流量种草到品牌心智 + 可持续增长

- 2025年网红营销从之前的深度挖掘KOL流量价值，在内容传播品牌曝光的基础上，关注网红营销为品牌带来的直接转化能力，升级到成为快速引爆营销活动，成为品牌整合营销的一部分，带动传播，广告主重视KOL的传播效果与用户心智影响结果。



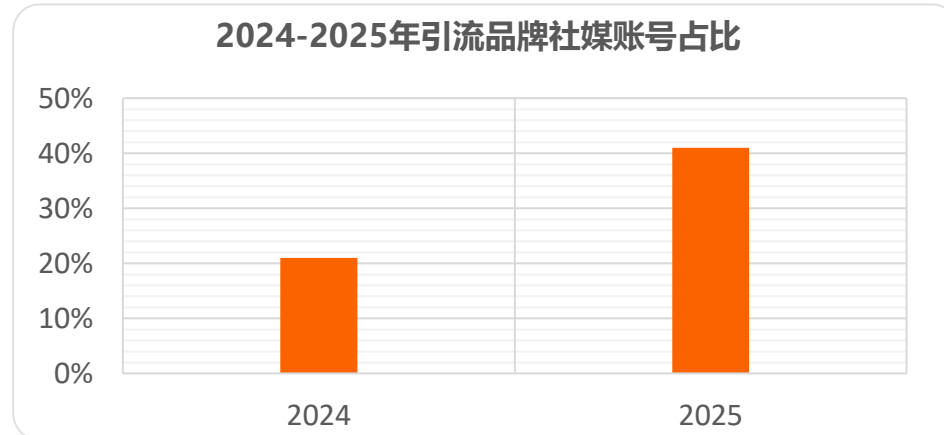
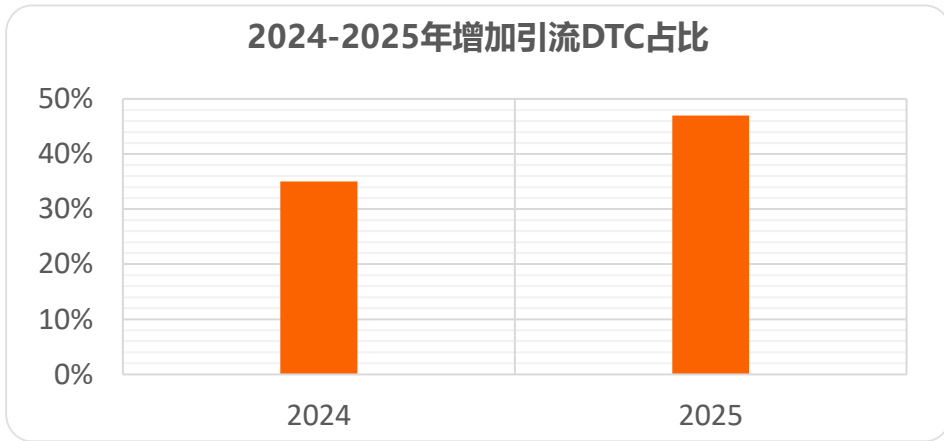
短期转化  
单次曝光  
销量驱动



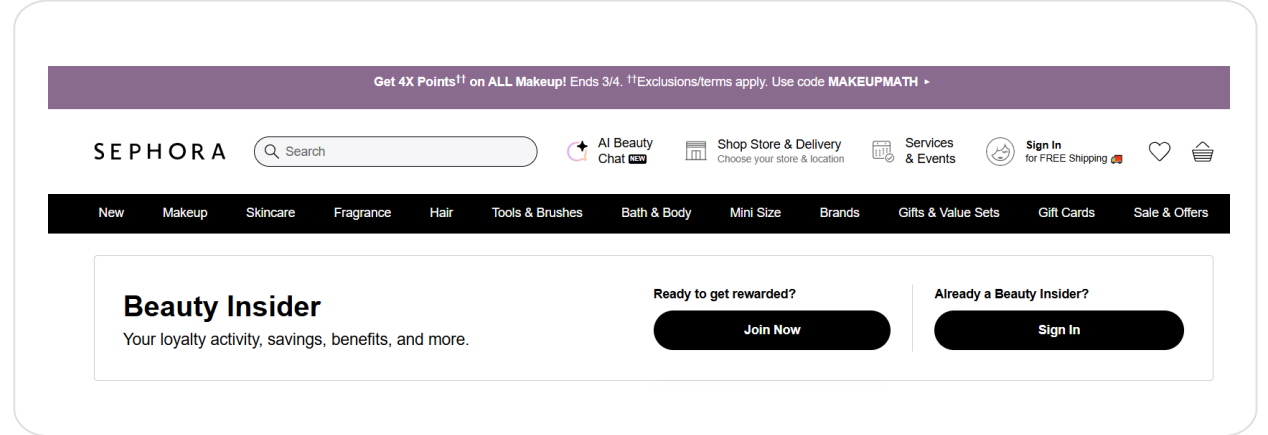
长期品牌价值  
持续心智占领  
品牌资产积累

# 玩法进阶，把“一次性流量”变成“长期留客”

- 不再只靠网红“一次性种草带货”，而是通过网红把公域流量（TikTok/Instagram 等平台）引流到品牌私域（WhatsApp 社群、品牌会员体系、邮件列表、Discord 频道等），再通过私域运营实现复购、口碑传播，形成“引流 - 沉淀 - 转化 - 复购”的闭环。



目标市场	核心私域渠道	辅助渠道
欧美	WhatsApp、Discord、EDM、独立站	Reddit、Facebook Groups
东南亚	WhatsApp、Line、Telegram	Instagram、Shopify 独立站
日韩	Line、Instagram DM	品牌 APP、会员体系
游戏 / 科技 / Z 世代	Discord、Twitch、YouTube 会员	TikTok、Reddit

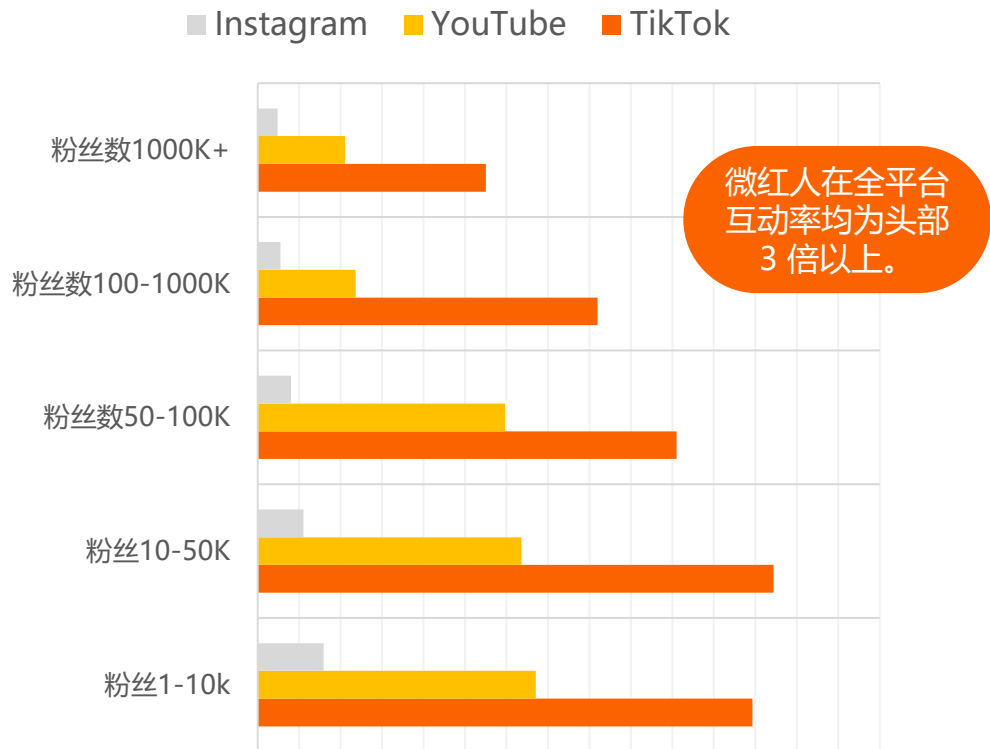


Source: Nox聚星, 根据后台用户数据整理后呈现  
Date Range: 2024.01-2025.12

# 需求精进，微垂类红人爆发，击中“小而美”高价人群

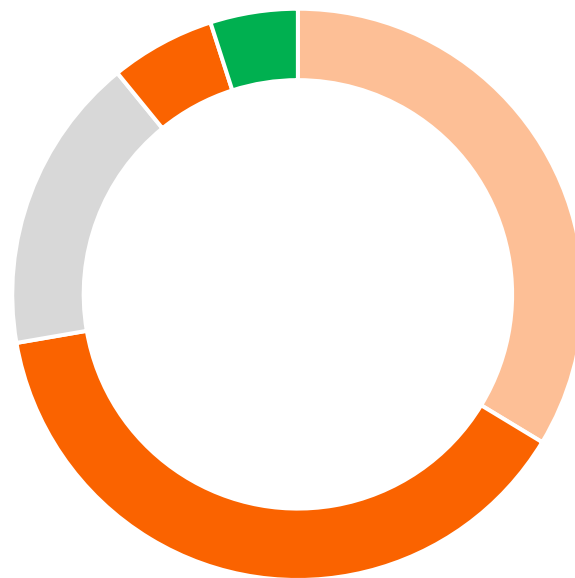
- 小众垂类红人正成为网红营销的新引擎，凭借强专业、高信任、高转化的特性，精准击中“小而美”高价人群，实现高客单与高复购的双赢，非常适合高客单、强决策、重体验的高端 / 细分品类。

2025年同类型同区域不同量级红人互动率趋势



2025年广告主各量级红人投放预算花费占比

■ 粉丝5万以下    ■ 粉丝5-10万    ■ 粉丝10-50万  
■ 粉丝50-100万    ■ 粉丝100万以上



美容护肤

敏感肌  
护肤

屏障  
修护

医美  
术后

孕期  
护肤

户外露营

精致露营

单人轻  
量化

-20°C  
冬季露  
营

房车车  
载露营

3C小家电

个护家电

头皮护  
理

鼻敏感  
加湿

化妆师  
化妆镜

Source: Nox聚星, 根据后台用户数据整理后呈现  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 效率升级，红人合作周期缩短，红人系统成标配

红人营销正经历效率革命：

AI 与系统工具将合作周期从 7-14 天缩短至 3 天内，效率提升 50%-70%，显著增强了市场敏捷性。越来越多的广告主入局，开始使用 AI 优化合作，总而言之，效率升级，通过缩短周期、降低成本提升了 ROI，成为红人营销规模化、可持续发展的核心驱动力。

筛选>建联>沟通>签约>内容制作>上线>监控

传统人工



7-14天

AI红人系统



3天左右

Nox聚星平台广告主数量 (W)



## 筛选效率提升：几周 → 数小时

- 利用标签、画像及历史ROI数据快速锁定精准红人
- 告别人工大海捞针，筛选周期压缩90%以上

## 合作周期缩短50%+，适配快营销需求

- 系统化管理打破传统数周壁垒，实现敏捷响应
- 完美适配大促爆发、热点追投等时效要求高的场景

## 合作流程全面线上化与标准化

- 需求、报价、签约、排期、交付全链路数字化流转
- 减少跨部门沟通成本，大幅降低人为操作失误率

## SaaS系统成为品牌增长基础设施

- 沉淀红人资产，实现数据复盘与效果归因一体化
- 让合作可复制、可追踪，支撑品牌长期高效增长

# 形式多元，品牌与网红合作告别单一模式，KOL+X成常态

广告主与网红合作形式逐渐从单一内容合作，演变成事件合作、授权合作、绑定合作、效果合作等多种形式，也不再以单一KOL为准，逐步转向通过KOL+关键词加热/信息流投放/搜索投放等多元化的组合方式投放。目的是通过对KOL优质的内容的加热，更精准的触达不同圈层的用户，达成品牌曝光/产品曝光/心智认知/消费转化等目的。

## KOL+X

KOL+品牌官号

KOL+KOC矩阵

KOL+线下探店

KOL+信息流投放

KOL+关键词加热

KOL+直播联动

合作层级	合作类型	核心形式	适用场景
基础内容合作	单品种草 / 测评	开箱、实测、优缺点讲解	新品上市、提升口碑
	场景化内容植入	穿搭、妆容、vlog、日常植入	自然种草、强化场景
	短视频 / 直播带货	挂车、优惠券、限时转化	冲销量、大促活动
	图文 / 笔记发布	Instagram图文	搜索曝光、沉淀口碑
活动事件合作	线下活动出席	发布会、快闪店、开业、探店	提升品牌调性、热度
	挑战赛 / 话题联动	网红带头参与品牌话题 / 挑战	打造爆款、扩大声量
身份授权合作	品牌大使 / 代言人	官方身份、全渠道宣发	品牌升级、长期背书
	体验官 / 推荐官	轻量级身份、低成本背书	中小品牌、快速起量
深度绑定合作	定制联名款	网红 × 品牌联名产品	话题 + 销量双赢
	长期独家合作	固定档期、内容矩阵	稳定输出、降低成本
效果类合作	纯佣金 CPS	无坑位费，按销售额分成	低风险、测品阶段
	产品置换	产品换内容，无现金费用	初创品牌、预算有限
	广告素材授权	网红内容剪成广告投流	扩流量、提升素材质感

# 合作绑定：品牌放弃一次性合作，聚焦长期深度绑定

70% 的领先品牌已放弃一次性网红合作，转向长期关系构建；82% 的品牌每个营销活动仅合作不到 20 名网红，“少而精”的长期绑定、大使计划成为高绩效品牌的核心策略，靠复利效应实现效率与效果双提升。

## 热门服装品牌：OQQ

总网红数  
1.98万

总内容数  
9.94万

总互动量  
1174.58万

0.35%

战略浓度 所有合作网红中头部网红的比例

52.81%

资产沉淀率 合作多次的网红比例

**总网红数 1.98 万 + 战略浓度仅 0.35%：**这两个数据直接印证了 OQQ 不依赖头部网红，而是以中腰部及以下的网红、KOC 为绝对主力。1% 不到的头部占比意味着它几乎不花高价绑定顶流，而是靠数万小网红的“蚂蚁雄兵”效应，实现更广泛的用户触达。

**资产沉淀率 52.81%：**一半多的网红会与 OQQ 多次合作。说明 OQQ 在持续沉淀自己的网红资源池：复投网红对品牌风格更熟悉，内容产出效率更高，粉丝信任度也更强，能稳定贡献转化。

## 热门电子产品品牌：文石BOOX

总网红数  
900

总内容数  
2674

总互动量  
380.3万

0.22%

战略浓度 所有合作网红中头部网红的比例

37.55%

资产沉淀率 合作多次的网红比例

**战略浓度仅 0.22%：**说明文石完全不依赖垂直领域的头部 KOL 做背书，而是以中腰部及以下的垂直网红、KOC 为绝对主力。

**资产沉淀率 37.55%：**近四成的网红会与文石多次合作，说明文石同样重视把网红变成长期伙伴。这些长期合作的网红会成为品牌的“圈层内容资产”，在新品发布、用户运营时提供稳定的内容支持，避免了单次投放的“流量断层”。

# 模式创新，内容 + 直播深度融合，种草和下单无缝衔接

## 01 内容铺垫

核心任务：深度种草 (短视频/长视频)

- ✓ 讲清差异化价值与使用场景
- ✓ 建立信任，激发用户“想要”的欲望

目标：从“知道”到“想要”，带着期待进直播间

## 02 直播承接

核心任务：即时转化 (直播间)

- ✓ 解决质量/售后顾虑，给出限时理由
- ✓ 营造氛围，推动用户“马上行动”

目标：从“想要”到“行动”，完成下单

## 03 即时成交

核心成果：完成购买闭环

- ✓ 实现“可复制、可放大”盈利模型
- ✓ 流量高效承接，用户体验连贯

目标：稳定盈利，最大化ROI

### 传统分离模式：种草与带货割裂

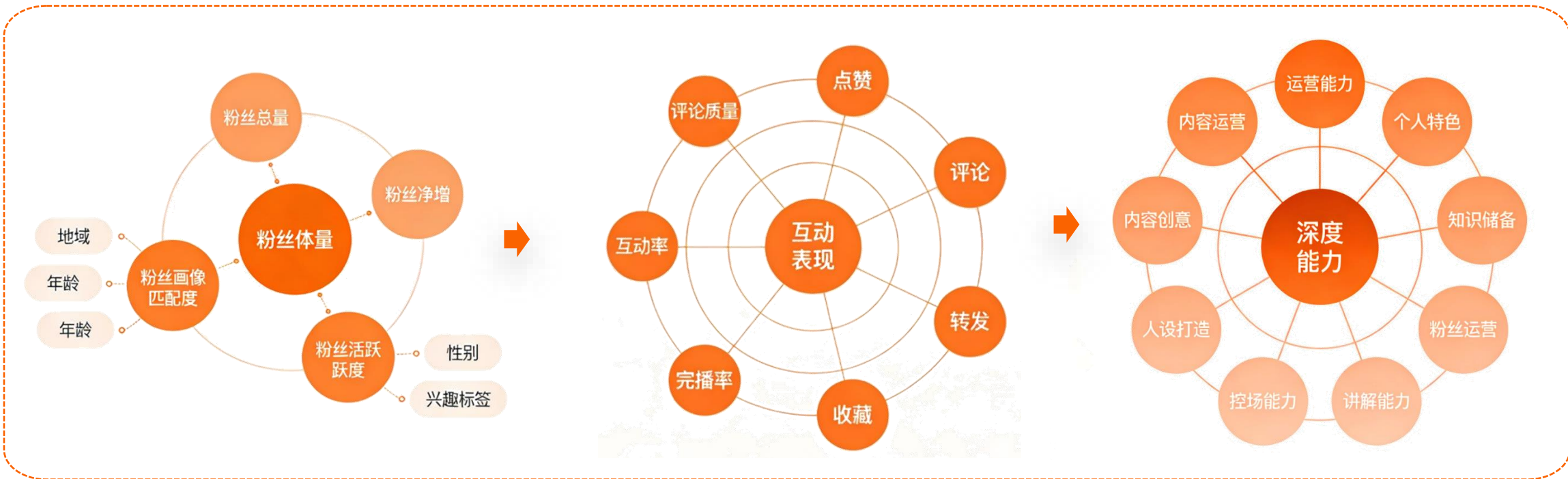
流量易流失，转化链路长，用户体验断层，ROI 提升受限。

### 内容电商一体化：全链路高效闭环

内容铺垫 + 直播承接 + 即时成交，流量不浪费，转化链路极短，体验连贯。

# 能力突破，红人价值被深度挖掘，综合能力升级

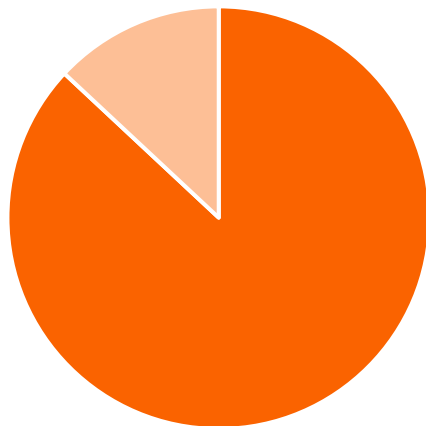
- 市场环境的变化促使广告主对KOL能力的要求从简单的粉丝量进化到互动表现，再到现在的转化价值、传播价值等多元能力，驱动KOL能力逐步升级，从单一内容与运营能力逐步拓展至品牌营销服务、直播电商等。



# 内容为王，高品质内容将铸就品牌、红人双高光时刻

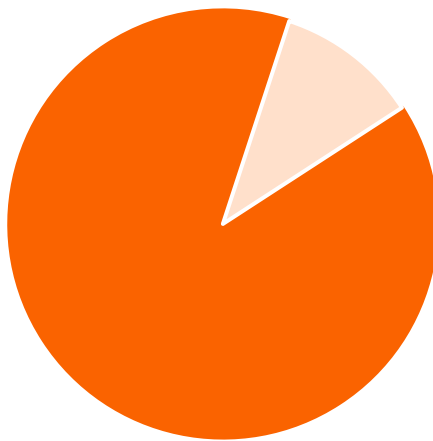
- “内容为王”早已成为海外网红营销的核心底层逻辑。不同于国内“网红+电商”的强带货导向，海外网红（多称creator，创作者）以内容为核心产品，品牌出海的核心诉求也从“短期引流”转向“长期品牌沉淀”。
- 流量可以通过算法短期撬动，热度可以通过话题刻意营造，但唯有高品质内容，能穿越海外文化壁垒、打破信息不对称困境，让品牌与海外网红形成双向赋能。

生长周期（天）



■ 爆款内容 ■ 非爆款内容

爆款内容商业形式占比



■ 浅自然植入 ■ 强植入

TikTok账号The Sapor合作品牌 Cosori，获得120万曝光，7.98点赞，账号粉丝30天内增长18.6万。

 the sapor  
美国 | 英语

 COSORI  
<https://cosori.co>



© 120万    7.98万    233

03

# 全域社媒平台 深度解析

# 2026海外社媒平台发展格局



**Instagram仍是核心阵地**，作为网红营销最常用的社交平台，在网红经济中保持绝对主导。

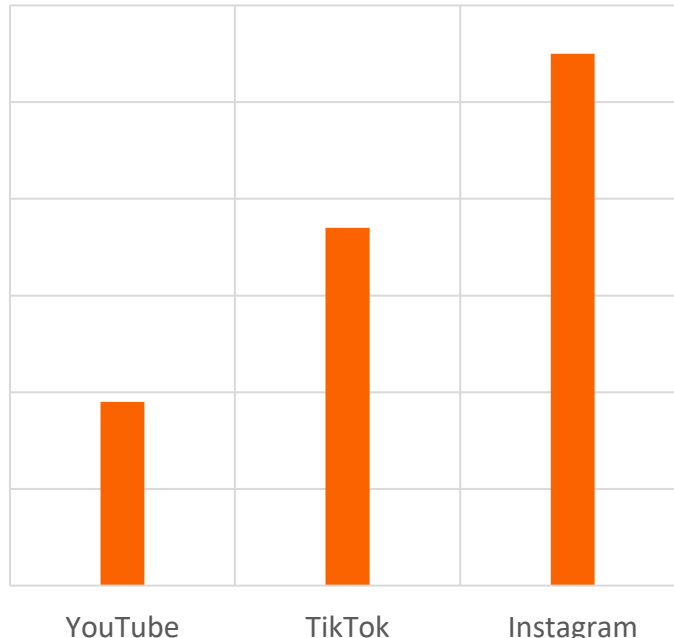


**TikTok是网红表现最佳平台**  
TikTok 的内容表现优于其他所有平台，是创作者眼中的首选表现平台。

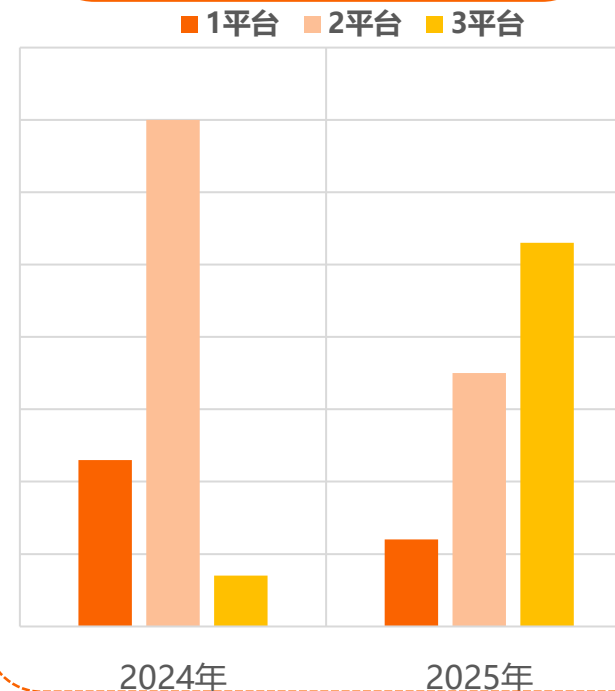


**YouTube 成品牌拓展首选**  
YouTube重新崛起，品牌选择的首要试验与拓展平台。

2025头部品牌平台投放网红数趋势



2024-2025多平台投放占比



海外社媒平台格局多元化发展，品牌选择多平台开展网红营销，Instagram与TikTok是品牌最认可的高ROI平台。小众平台崭露头角，Substack, Snapchat在品牌中的使用率逐渐提升。

# 2026海外社媒平台区域及用户特征



- **全球核心区：**印度、美国、巴西，三区月活稳居全球前三。印度男性用户偏多；美国女性用户主导；
- **高消费核心区：**中东（沙特、阿联酋）渗透率接近饱和，高净值人多
- **审美核心区：**西欧、日本，用户追求极简高级质感，偏爱小众设计、精致内容。
- **消费升级区：**东南亚（印尼、泰国），年轻中产快速崛起，平价时尚、高性价比美妆、家居好物需求旺盛。



- **全球爆款冲量区：**东南亚（印尼、越南）、巴西，用户基数大，Z世代占绝对主力；
- **成熟电商区：**美国，全球核心变现市场，用户消费习惯成熟，娱乐内容+电商转化链路完善。
- **高质消费区：**中东、日本，中东用户消费力强，偏爱高品质好物；日本用户审美严苛，反感夸张营销，适合中高客单。
- **理性消费区：**西欧，35+用户增速快，消费更理性，主打中高端精品转化。






- **全球第一大流量区：**印度，月活稳居全球榜首，男性用户占绝对主导，是全球最大的免费流量池。
- **高价值核心区：**美国、西欧（英、德、法），用户学历和收入双高，付费意愿强，偏爱深度测评、教程、知识类长内容。
- **高增长潜力区：**东南亚、巴西，年轻用户密集，日均使用时长久，泛流量充足
- **精细化小众区：**日本，用户素质偏高，偏好动漫、游戏、精致实测内容。

# 2026海外社媒平台网红特征

维度			
核心人设	专业 / 深度 / 权威	精致 / 审美 / 生活家	接地气 / 娱乐 / 潮流感
内容形式	长视频 (5-30min+)横屏为主, 制作精良	高清图 / 短视频 (Reels)主页风格统一、高质感	短视频 (15s-3min)竖屏、快节奏、强剪辑
内容专长	教程、测评、解说、讲逻辑 重细节、信息密度高	时尚、美妆、生活方式重视觉、 氛围感、场景种草	舞蹈、搞笑、挑战、短剧强情绪、 前3秒抓眼球
粉丝关系	深度信任、社区感强像 “老师 / 朋友”	情感共鸣、审美认同像 “闺蜜 / 榜样”	强互动、高参与感像 “身边玩伴”
商业风格	客观测评、理性种草强调产品功能与优势	品牌调性、精致植入强调生活方式与美学	病毒式传播、即时转化强调爆款与优惠
典型代表	MrBeast (挑战)、科技测评博主	时尚博主、美妆达人、旅行博主	Charli D'Amelio (舞蹈)、搞笑博主

# 2026海外社媒平台互动率特征

TikTok互动率最高，各量级平均互动率稳定在6%-15%，小体量账号表现更突出，YouTube互动率次之，约1%-10%，粉丝量越大互动率下滑越明显。Instagram互动率最低，仅0.17%-2.75%，随粉丝增长持续走低。

		粉丝<1k	粉丝1-10k	粉丝10-50k	粉丝50-100k	粉丝100-1000k	粉丝1000k+
	观看量/粉丝数	10.02%-33.28%	5.4%-23.35%	2.45%-9.03%	1.78%-10.9%	2.2%-9.92%	1.61%-9.48%
	平均互动率	6.4%-15.18%	8.04%-15.82%	8.18%-14.71%	7.32%-12.98%	6.14%-10.26%	6.05%-10.23%
	观看量/粉丝数	5.86%-25.97%	3.31%-14.37%	2.13%-9.95%	1.47%-7.88%	0.22%-1.3%	0.22%-1.3%
	平均互动率	3.49%-10.55%	3.64%-9.78%	3.65%-9.07%	3.59%-8.34%	1.17%-3.55%	1.11%-3.51%
	观看量/粉丝数	8.26%-19.67%	6.67%-16.29%	4.42%-11.64%	2.92%-9.23%	1.72%-5.21%	1.56%-5.3%
	平均互动率	0.73%-2.75%	0.59%-2.6%	0.41%-1.81%	0.26%-1.35%	0.21%-0.89%	0.17%-0.8%
标注：表中数值范围是三平台相似规模网红：观看量/点赞量、平均互动率两个指标的平均等级数值							

# 2026海外社媒平台网红合作价格特征

粉丝量级	特点			
纳米网红 (1K-10K 粉丝)	常接受产品置换+小额费用组合, 适合小众品类精准种草	\$20-\$200+	\$10-\$100	\$50-\$200
微型网红 (10K-100K 粉丝)	既能保证一定触达范围, 又具备强可信度和高互 动率, 是性价比突出的选择	\$200-\$1,000+	\$100-\$500	\$200-\$800
大型网红 (500K-1M 粉丝)	能实现规模化触达, 内容制作水准高	\$10,000-\$20,000+	\$5000-\$10000	\$800-\$5,000
超大型网红 (1M+粉丝)	定价定制化, 取决于知名度、热度 (时尚 / 美妆 / 健身等领域溢价高)	\$20,000-\$50,000+	\$10000+	\$5,000-\$50,000

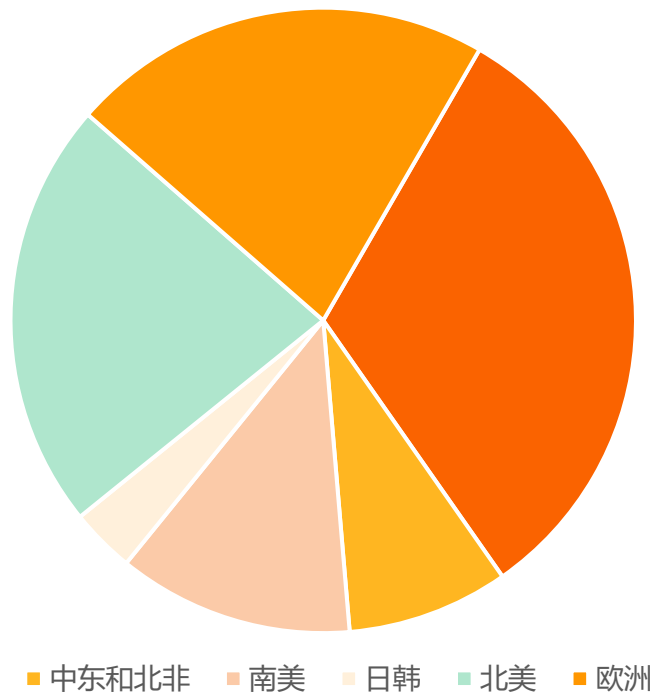
04

# 海外网红生态 发展特征

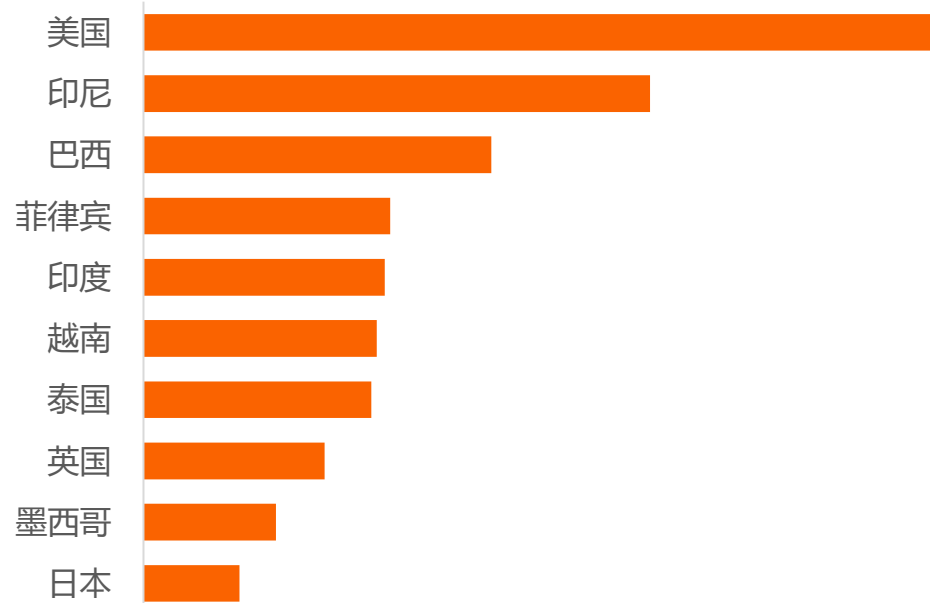
# 2026海外网红各区域分布特征

东南亚区域占比最高，是网红经济的核心增长极。其具有人口红利、移动互联网渗透率高的特点，网红成为品牌触达年轻消费者的核心渠道，推动了创作者数量的爆发式增长。北美在区域分布中占比第二，而美国在 TOP 排行里以绝对优势领跑，北美网红经济的头部效应极强；美国拥有最成熟的内容平台、MCN 体系和品牌营销生态，网红的全球影响力和商业化能力遥遥领先。

### 全球网红各区域分布 (%)



### 2025全球TOP地区网红数量排行榜单



# 2026海外网红平台分布特征

网红的核心阵地已从长视频 (YouTube) 转向短视频 (TikTok) 和图片社交 (Instagram)，内容生产更轻量化、碎片化，契合移动互联网用户的消费习惯；东南亚是 TikTok 的“绝对主场”，欧美呈现多平台并重的格局。

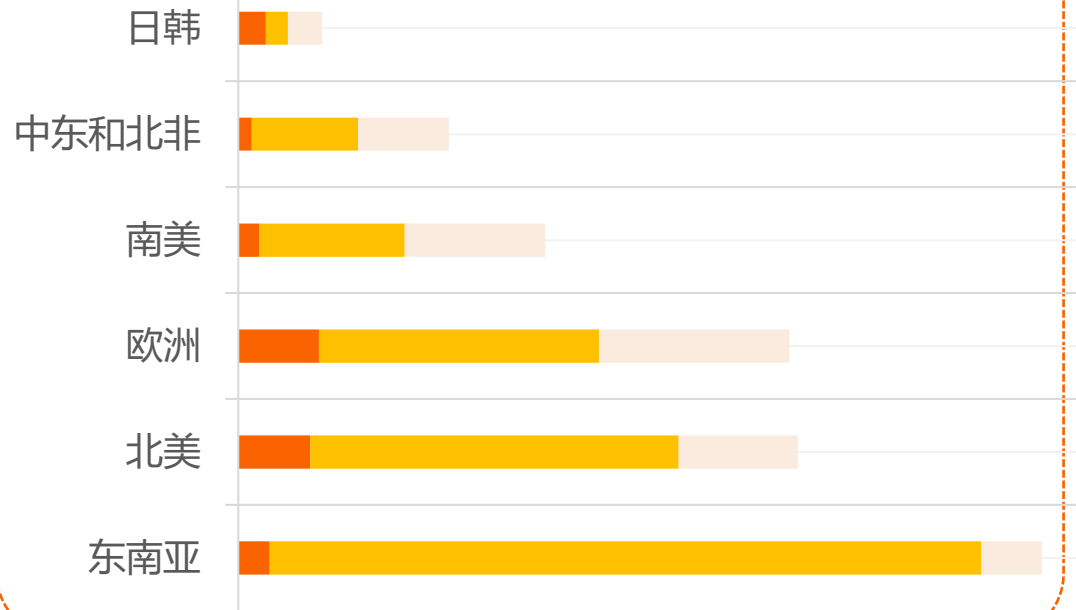
## 2026年三平台网红数量占比

■ YouTube ■ Instagram ■ TikTok



## 2026年全球网红社媒平台分布

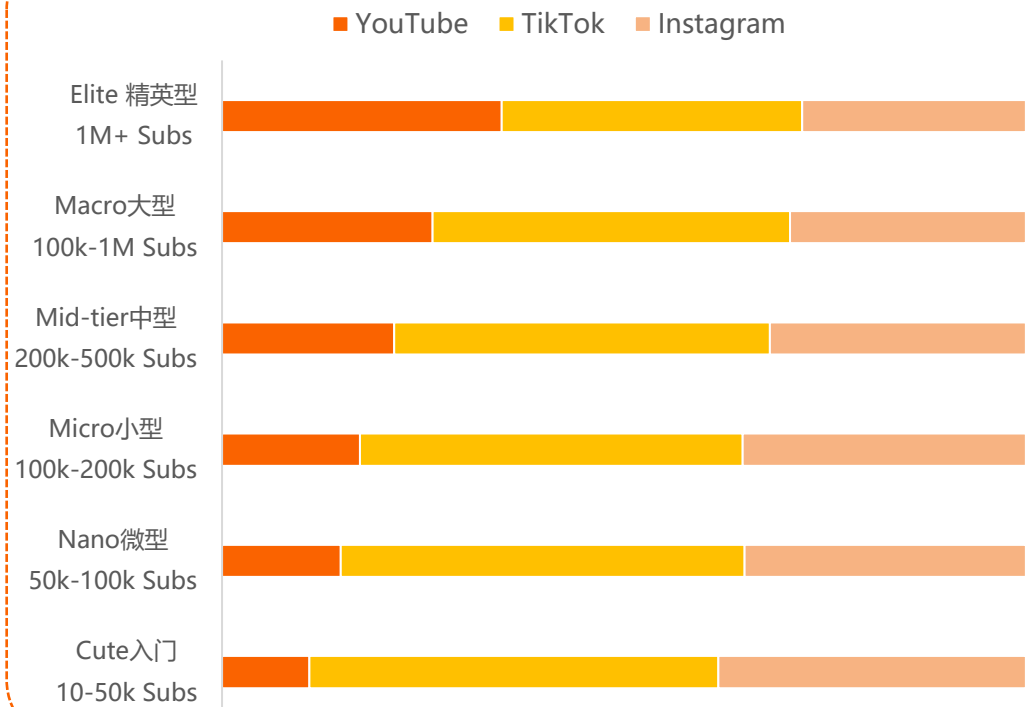
■ YouTube ■ TikTok ■ Instagram



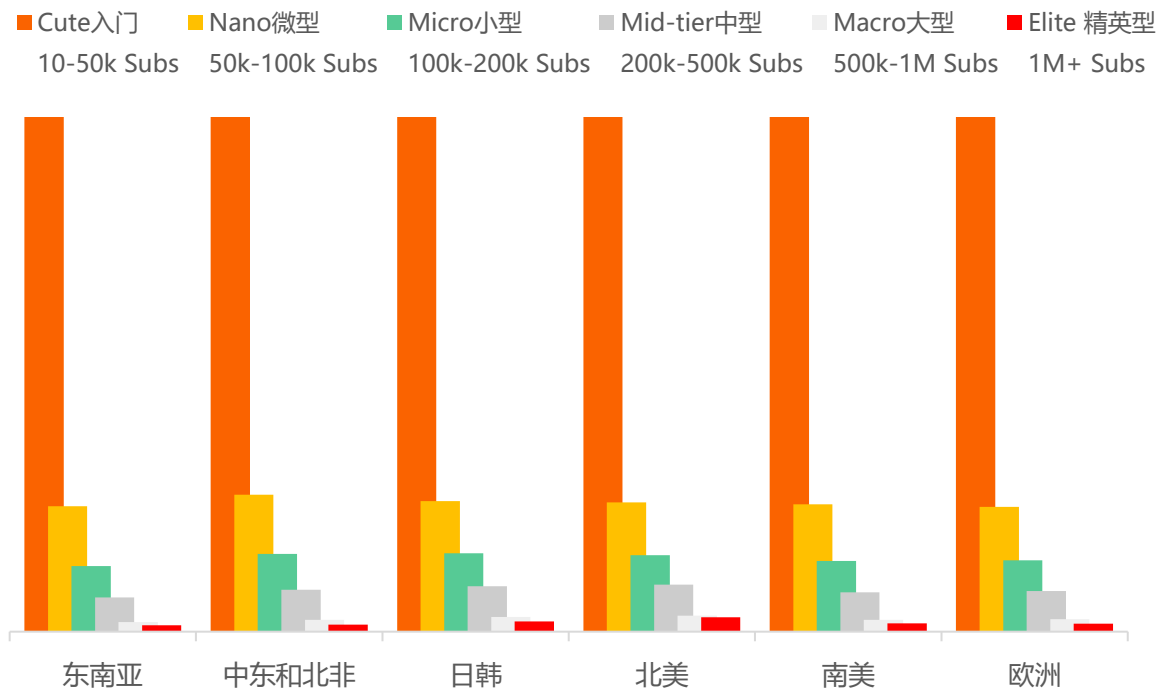
# 2026海外网红量级分布特征

全球网红生态呈现极致的金字塔结构，平台分层竞争加剧，TikTok 继续作为流量孵化器，YouTube/Instagram 深耕IP价值；品牌方需因地制宜——在东南亚重点布局 TikTok 低层级网红的直播带货，在北美 / 欧洲侧重中腰部网红的品牌合作，以最大化营销效果。

## 全球各层级网红平台占比(%)



## 各地区网红层级占比 (%)

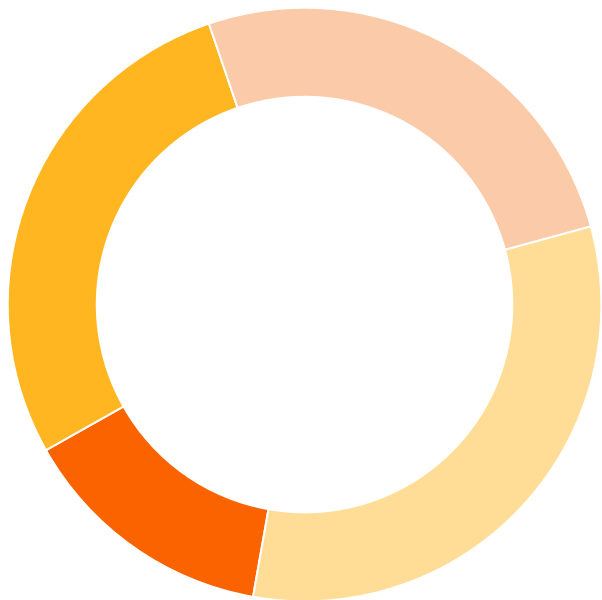


# 2026海外网红类型分布特征

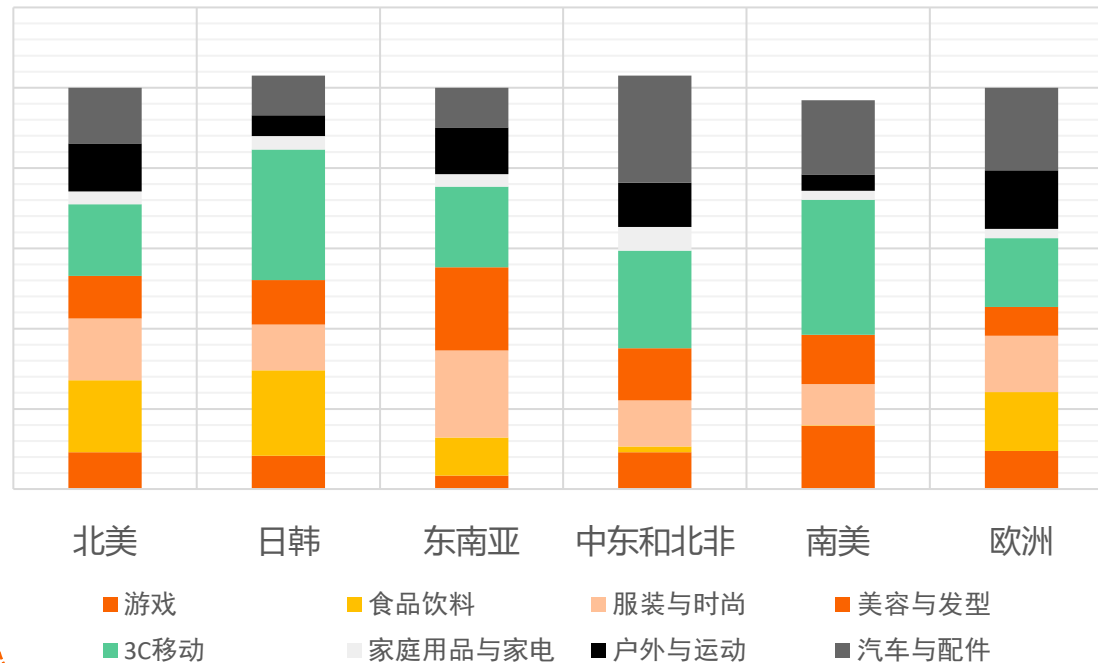
全球网红内容逐渐从娱乐化转向生活化；早期网红经济靠“搞笑、猎奇”等泛娱乐内容吸引流量，但如今用户更愿意关注能提供实用价值的内容（比如穿搭技巧、户外体验、生活好物）。这也反映了网红的“创作者”属性在增强，不再只是“娱乐主播”，而是通过内容成为用户的“生活向导”，这种转变让内容更易与品牌带货、场景营销结合，变现效率更高。

## 2025年海外网红类别分布占比 (%)

泛娱乐类 时尚生活类 3C科技类 户外生活类



## 2025年全球各地区网红类别分布 (%)

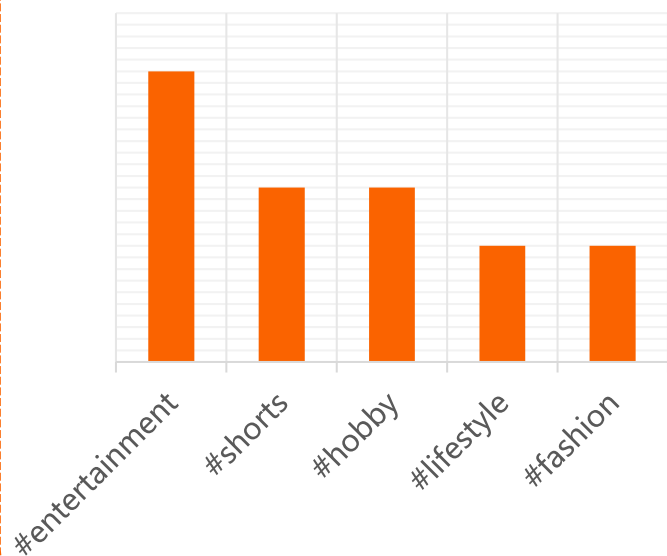


# 2026海外网红内容标签特征

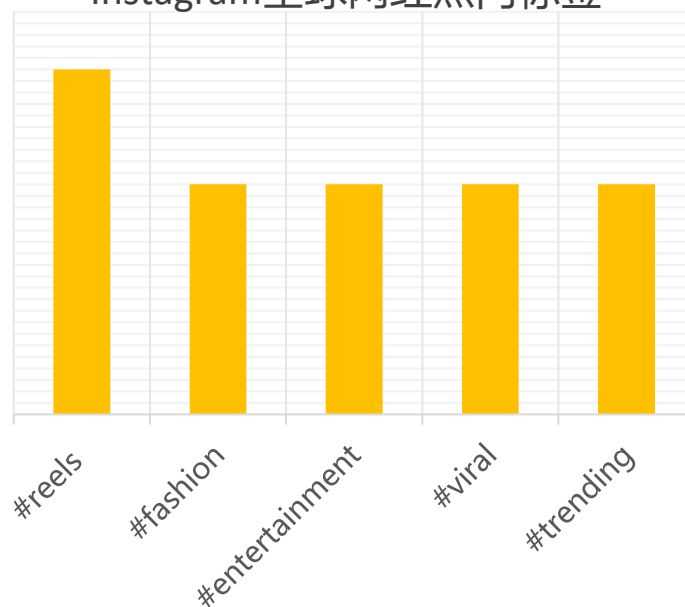
每个平台的热门标签，本质是其原生用户行为和产品形态的延续。#shorts (YouTube)、#reels (Instagram) 和 TikTok 本身的短视频标签共同说明短视频已经从“TikTok 专属”演变为全球内容平台的标配功能，是各平台争夺用户停留时长的核心战场。但不同平台的短视频定位仍有差异：YouTube 的 #shorts 是“长视频的补充”，用于吸引用户从短视频转向长视频；Instagram 的 #reels 是“视觉种草的延伸”，强化其时尚、潮流属性；而 TikTok 的短视频是内容本身，通过算法推荐实现流量普惠。

## 2025年三平台热门标签

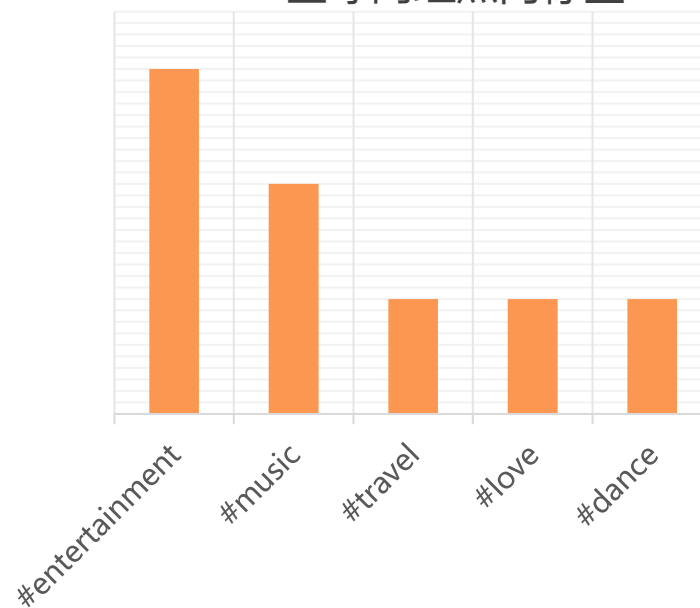
### YouTube全球网红热门标签



### Instagram全球网红热门标签



### TikTok全球网红热门标签



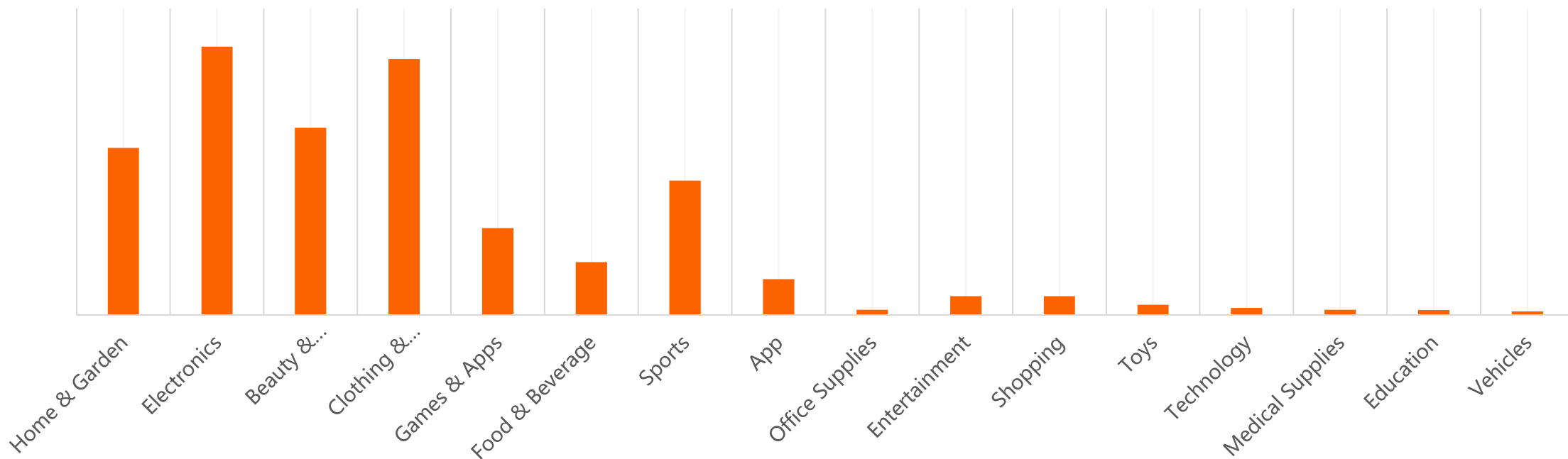
05

# 品牌网红营销 数据洞察

# 2026品牌网红营销热门品类特征

Electronics (电子)：以绝对优势位居榜首，是投放品牌数量最多的行业，说明时尚品类高度依赖网红带货和内容种草。Clothing & Fashion (服装时尚)、Beauty & Makeup (美妆)、Home & Garden (家居园艺) 紧随其后，属于第二梯队，可见快消与时尚类(服装、美妆、家居、电子、食品)是网红营销的绝对主力，这类产品决策链路短、视觉展示性强，非常适合通过网红内容实现转化；专业/耐用品类(汽车、教育、医疗、科技)投放较少。

## 2025热门品类KOL营销排行

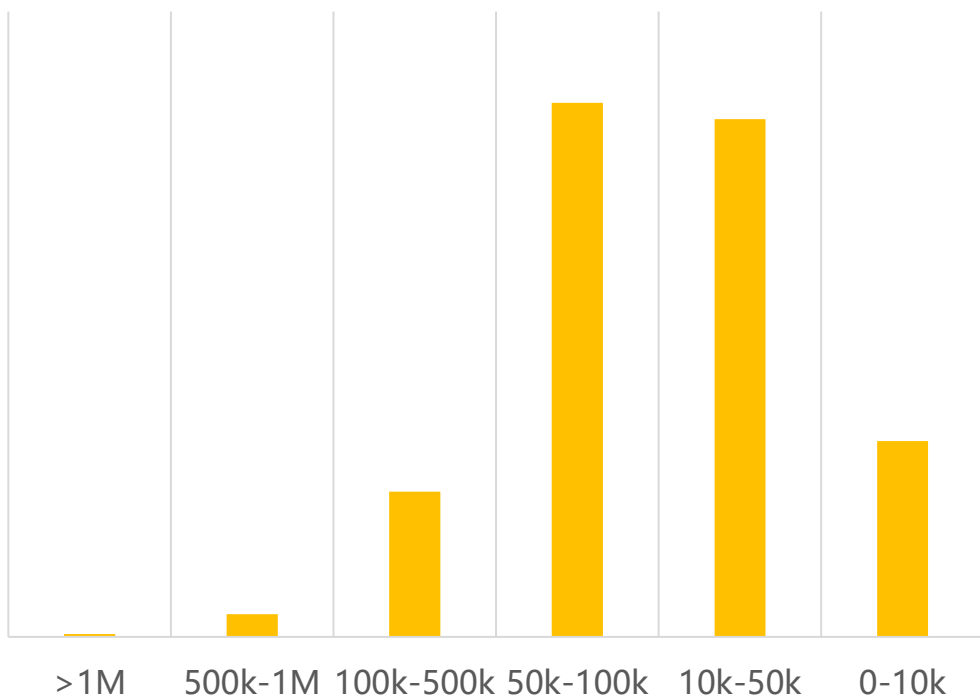


Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2026品牌网红营销热门KOL量级

头部 KOL 合作占比大幅下降，精细化分层运营成为主流。无论是整体排行还是各平台数据，>1M 粉丝的头部 KOL 合作订单数 / 占比都极低，品牌营销逻辑已从“流量优先”转向“价值优先”，不再单纯追求曝光量，而是更注重 KOL 内容与品牌的契合度、粉丝画像的匹配度以及实际转化效率；50k-100k和10k-50k粉丝量级的 KOL 订单数遥遥领先，远超头部和尾部KOL，品牌更倾向粉丝量适中、互动性更强、性价比更高的中腰部 KOL，以实现更精准的用户触达和更高的 ROI。

## 2025品牌KOL合作层级订单数排行

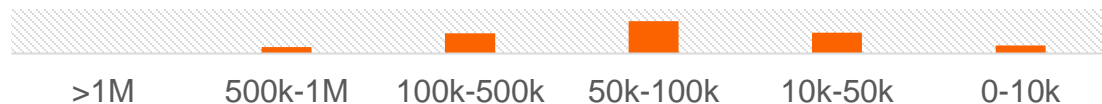


## 2025各平台 KOL合作层级订单数占比

### 2025年YouTube KOL合作层级订单数占比



### 2025年Instagram KOL合作层级订单数占比



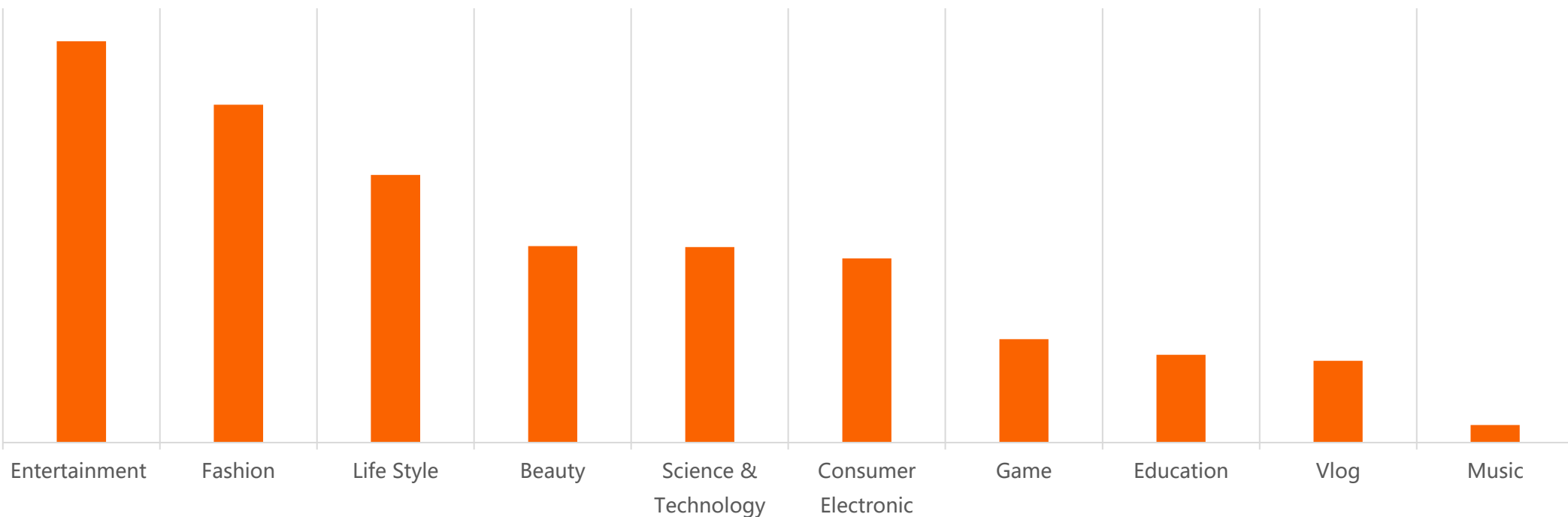
### 2025年TikTok KOL合作层级订单数占比



# 2026品牌网红营销热门KOL类型

大众娱乐与生活场景仍是核心阵地,科学与技术领域 KOL 商业价值显著提升。娱乐、时尚、生活方式类 KOL 占据榜单前三,是品牌投放的首选;科技、消费电子类 KOL 分别位列第四、五位,超越了游戏、教育等垂直领域,表明科技类内容的专业度和粉丝信任度,成为品牌(尤其是数码、科技品牌)建立技术形象和产品口碑的关键。

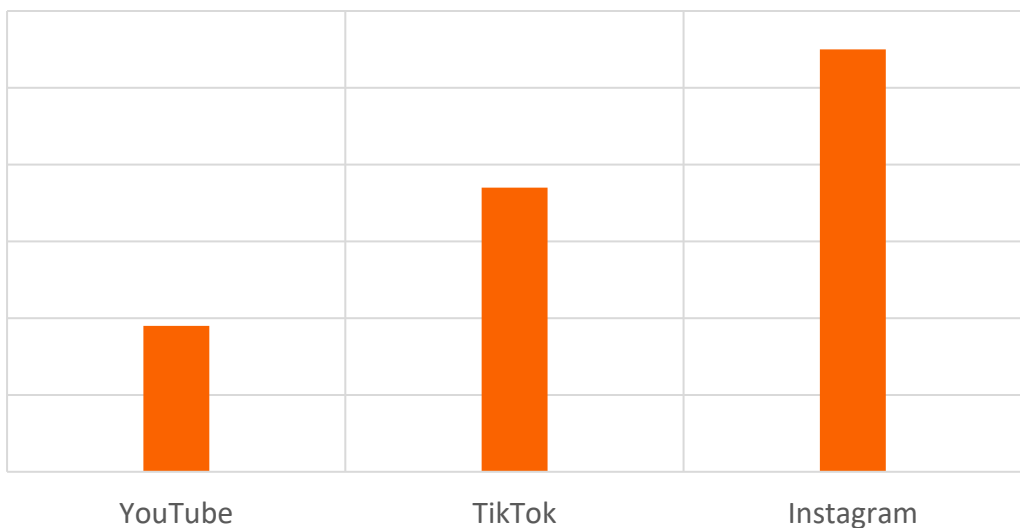
## 2025年度最受品牌投放青睐的KOL类型Top10



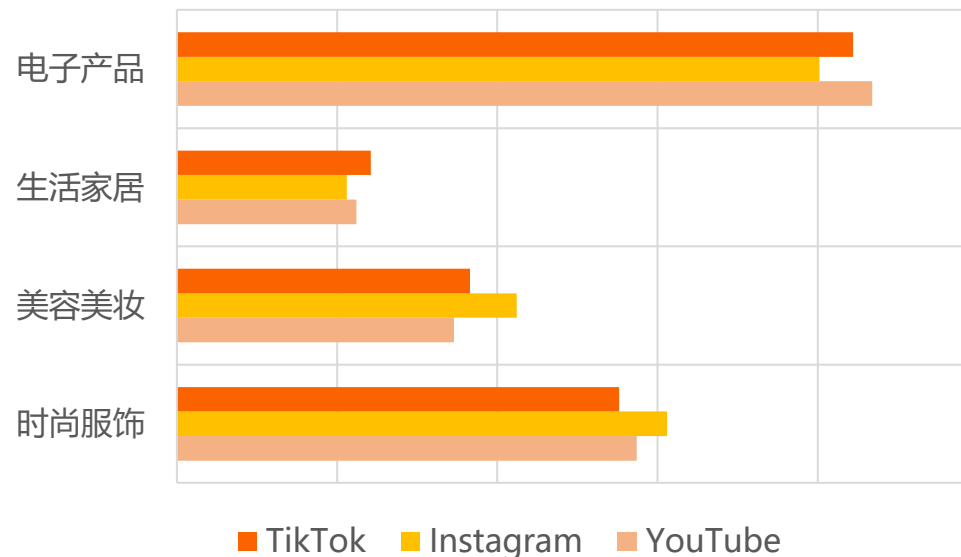
# 2026品牌网红营销热门平台特征

Instagram仍是品牌高端形象与视觉营销的首选，尤其适时尚、电子品类；TikTok：正在快速追赶，在美妆、家居品类已实现反超，是品牌破圈的关键渠道；YouTube：虽然总网红数最少，但在专业内容、长期种草上不可替代。电子产品可以利用 Instagram 做品牌美学、TikTok 做功能演示、YouTube 做深度评测；而时尚服饰Instagram 为主阵地，TikTok 辅助爆款单品传播，YouTube 做穿搭教程，美容美妆可以TikTok 为核心增长引擎，Instagram 做品牌形象，YouTube 做成分 / 教程内容；生活家居可TikTok 做场景化种草，YouTube 做产品测评，Instagram 做生活方式营造。

## Top品牌在三平台总合作网红数分布（万）



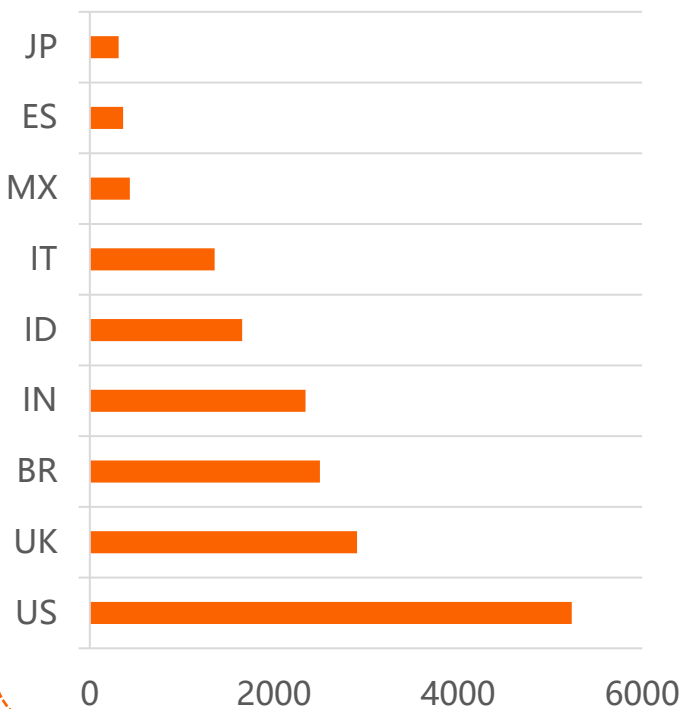
## 热门品类合作网红数平台分布概况



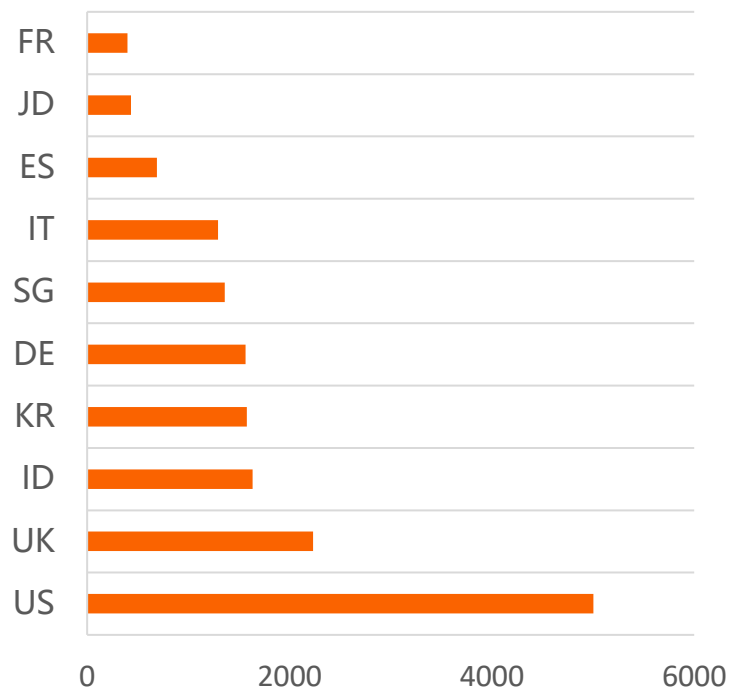
# 2026品牌网红营销热门地区特征

美国 (US) 在三大平台均为 TOP1，是品牌网红营销的必争之地，其次英国、德国、法国商单稳定增长，在三平台商单均衡，日本 (JP)、西班牙 (ES)、墨西哥 (MX) 商家数量最少，尤其在 YouTube 上的投放相对保守，新兴市场增长最迅猛，印尼和墨西哥，成为 TikTok 上的热门投放区域，商家数量在该平台显著高于其他两个平台。

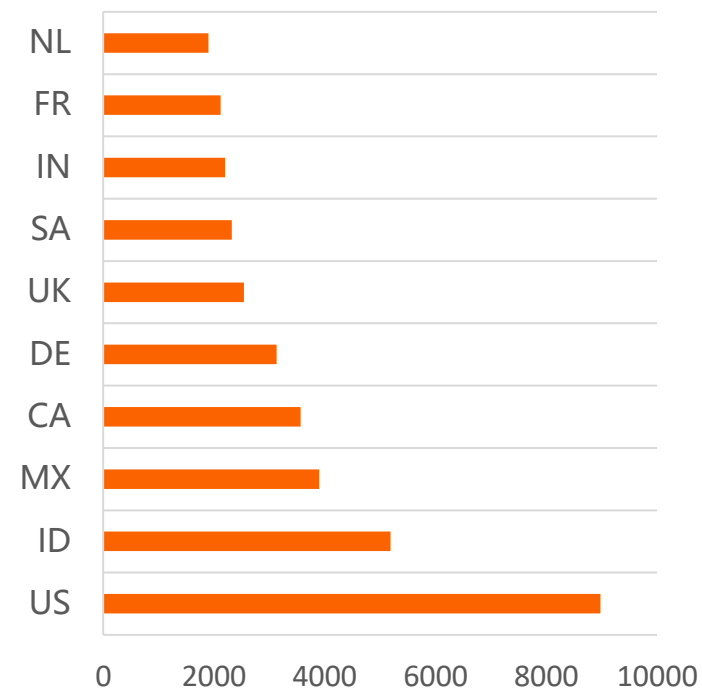
### YouTube25年各区域商单数量TOP排行



### Instagram25年各区域商单数量TOP排行



### TikTok25年各区域商单数量TOP排行

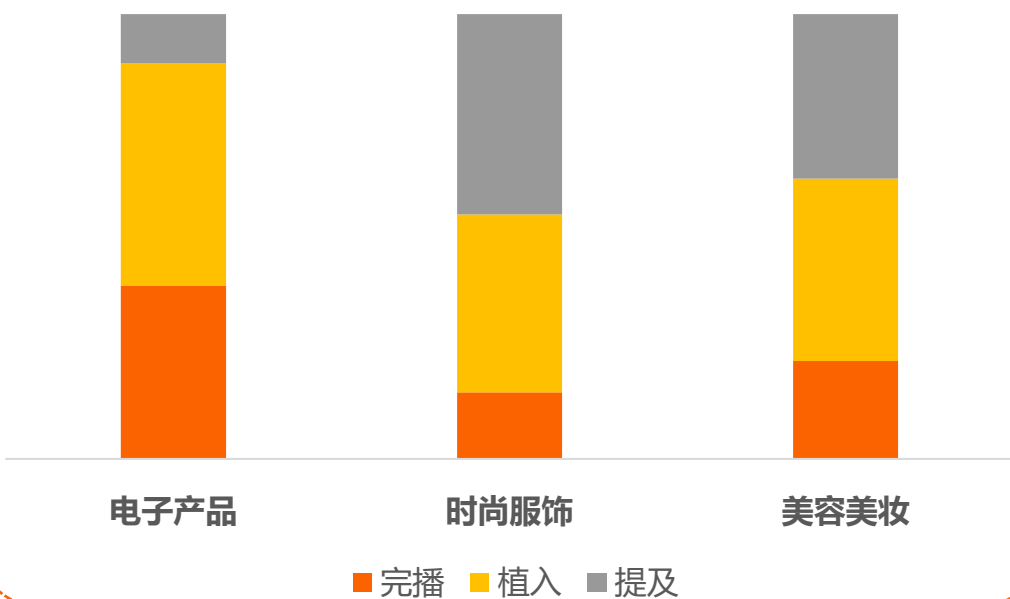


Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

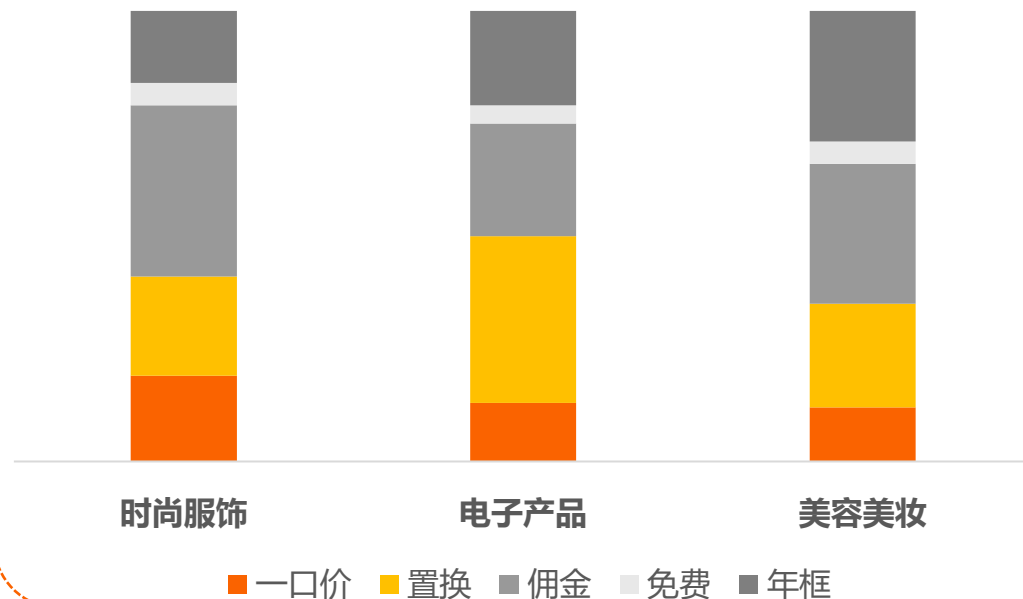
# 2026品牌网红营销热门合作形式

“教程 / 测评内容的自然植入”与“口播安利的口碑提及”成为品牌最常用的合作形式，而完播更适合电子产品，将产品功能深度融入长视频或完整剧情（植入 + 完播），以建立权威专业认知。三大行业均较少使用免费合作，说明品牌更愿意为 KOL 价值付费，年框模式在电子、美妆中占比不低，体现了头部 KOL 的长期绑定需求。

## 2025年热门行业品牌KOL营销合作形式组合占比



## 2025年热门行业品牌KOL营销合作模式组合占比



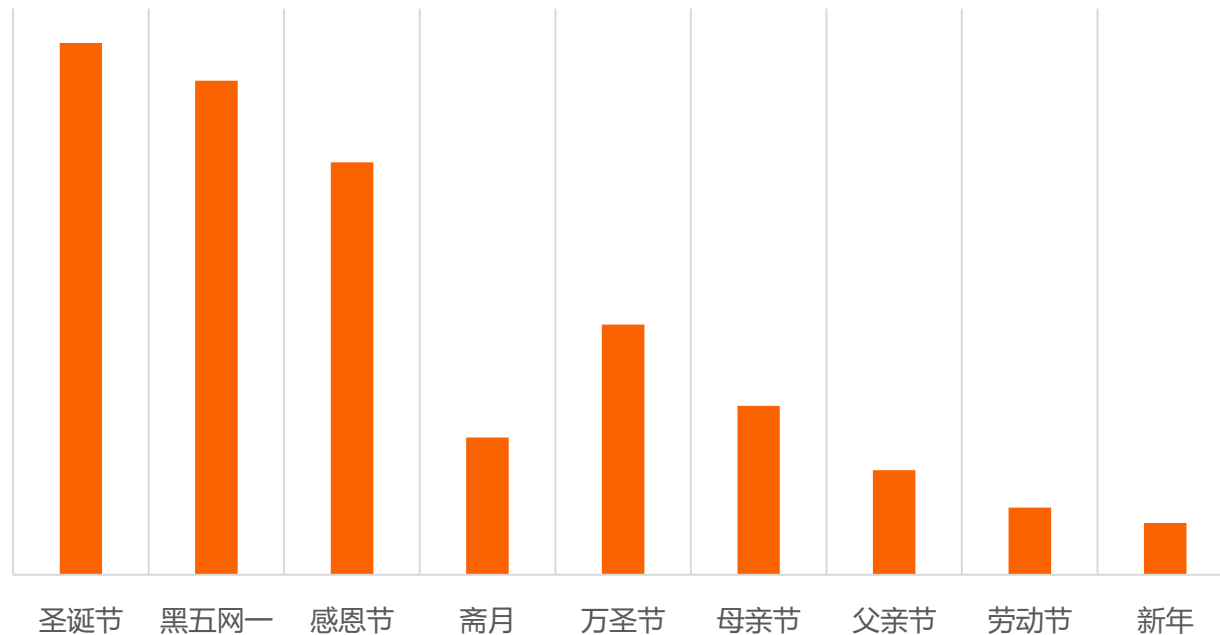
# 2026品牌网红营销热门时间节点

从季度划分上来看，Q4 占比主导，是全年营销黄金期，但是除了Q1之外，Q2、Q3商单表现也不错，另外从时间节点上看圣诞节、黑五网一为订单峰值，是海外营销核心节点；感恩节紧随其后；斋月、万圣节等属于中高势能节点；劳动节、新年等节日订单相对平缓，可见网红营销已经逐渐从节日化走向日常化。

## 2025年各季度商单占比



## 2025年主要节日品牌KOL营销订单量分布趋势

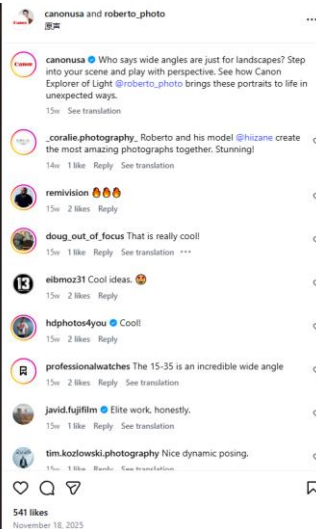


# 2025品牌海外网红营销热门创意形式

有时跳出传统硬广模式，通过真实、互动、场景化的内容，让用户从“了解产品”走向“信任产品”，才能更好实现品牌传播与商业转化的双重目标。

## 1 分享幕后花絮

### 佳能与网红摄影师合作，分享幕后创作过程



核心是通过专业创作者的真实创作过程，展示产品在专业场景下的价值，而非单纯的功能宣传。

通过幕后创作过程，佳能不仅展示了“产品是什么”，更教会了用户“产品怎么用”。比如视频中摄影师用广角镜头打破“只适合风景”的刻板印象，展示其在人像创作中的创意用法。

这种教育式种草降低了用户的学习门槛，提升了产品的使用价值感知，让用户觉得“买的不仅是设备，更是创作能力”。

## 2 举办直播问答活动

### 丝芙兰在 Instagram live上举办问答活动



直播问答能在品牌与消费者之间建立真实联结。消费者不再只是阅读产品说明，还能获取专业建议、主动提问，并亲眼见证产品的实际使用效果。这既建立了品牌信任、维持了观众参与度，也让购物体验更具个性化。

比如美妆直播中，用户问“混油皮夏天用什么粉底”，KOL现场试用并给出链接，用户往往会直接购买，转化效率远高于静态图文。

且实时弹幕提问是第一手用户调研数据：品牌能直接看到用户最关心的痛点（比如“敏感肌能不能用”“保质期多久”），甚至能测试新品接受度，比传统问卷更真实高效，帮助优化产品和后续营销。

# 2025品牌海外网红营销热门创意形式

紧跟或制造病毒式传播的热门趋势，是品牌维持话题热度、以趣味且自然的方式触达消费者的最佳途径之一。其中的关键在于把握加入的时机与方式——要让品牌自然融入当下的热点氛围，而非显得急于蹭热度“薅流量”。

## 3借社媒热门趋势与挑战开展营销

### 各品牌蹭“Very Demure”端庄梗



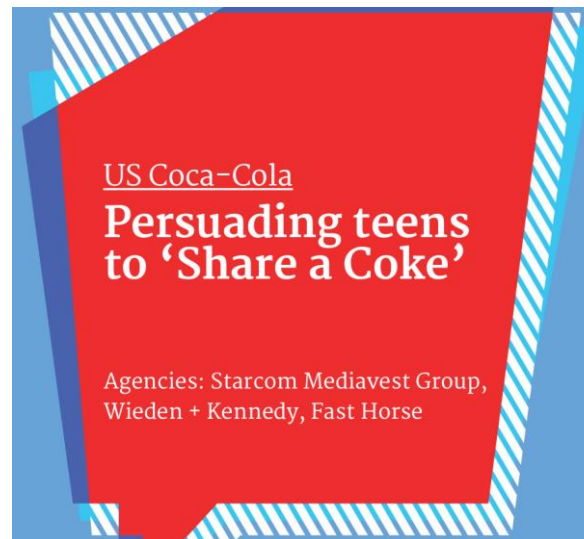
TikTok创作者Jools Lebron发起了“极致端庄 (Very Demure)”挑战，该趋势以趣味化的方式诠释了日常场景中“克制、审慎”的状态。

这一趋势迅速爆火，网友们用这个短语形容从职场行为到社交互动的各类场景。Netflix、Zillow、Lyft等品牌直接与网红合作，打造契合该趋势的内容。

例如，Lyft 拍摄了一支视频，让她体验了一次“端庄风”的乘车服务；Netflix 则整理了一份贴合该主题的剧集推荐清单。

## 4发起 UGC活动

### 可口可乐的发起“Share a Coke”活动



可口可乐的这一活动是UGC营销的经典成功案例。品牌将瓶身与罐身上的标志性Logo替换为热门人名，鼓励顾客找到印有自己名字的可乐，并带上#ShareACoke话题标签在社交平台分享照片。

通过产品个性化设计，可口可乐让每位顾客都感受到被重视，进而促使他们分享独特体验。这种个人情感联结将顾客转化为品牌大使，以真实且富有吸引力的方式自发传播品牌声量。

# 2025品牌海外网红营销热门创意形式

品牌以网红真实体验 + 沉浸式场景为核心，用真实、具象的内容替代抽象宣传，既提升了用户信任度，又实现了从种草到转化的高效闭环。

## 5 拍摄开箱视频

ikkotech通过网红发布开箱测评视频，吸引用户购买



开箱测评是“无滤镜”的真实体验，比硬广更具说服力。视频里网红直接展示 ikko 耳机的粉色外观、屏幕交互，让用户直观看到产品质感。尤其是对 3C 产品，这种眼见为实的展示能直接降低购买决策门槛。

结合ASMR和美学，ikko 把耳机从音频设备变成了时尚配饰 + 生活方式单品，精准戳中 Z世代用户对颜值、质感、氛围感的需求。

## 6 邀请网红参加线下活动

Halara在迪士尼博览会中设置了展位，并邀请网红亲临现场



线下活动让网红从摆拍式推广变成沉浸式体验，产出的内容更有说服力。网红在帖子里提到“轻便、修身，非常适合忙碌的迪士尼活动”，是真实体验后的直观感受，而非生硬的产品话术，更容易让用户相信“Halara 确实适配日常休闲 / 运动场景”。

互动游戏、试穿体验等环节，能直观展示产品的核心卖点（如透气、修身、易活动），打消用户对网红推荐是否靠谱的顾虑，信任度直接转化为购买意愿。

06

# 标杆行业案例 洞察解析

# 热门出海品牌分析——时尚服饰-SHEIN

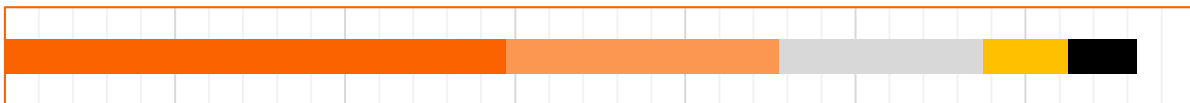
## 用海量网红实现快速破圈

SHEIN一年之内合作了 77.25 万网红，产出397.17 万条内容，收获795.11 亿总互动量，是典型的“广撒网”策略——不靠少数头部网红引爆，而是用海量素人/长尾网红渗透全球市场，触达不同圈层的年轻用户，实现全域曝光。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	47.48万	194.89万	475.97亿
Instagram	21.02万	166.03万	255.6亿
YouTube	8.59万	36.26万	63.54亿

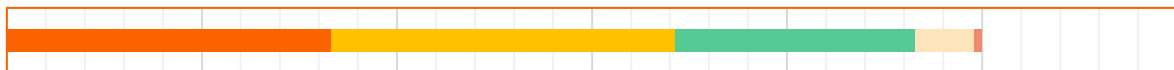
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 娱乐 ■ 美妆 ■ Vlog ■ 生活方式

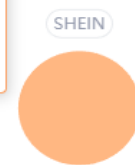


## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



**SHEIN**  
爆款制造率: 5%  
品牌合作总粉丝量: 478.38亿  
网红CPE: \$0.38



478.38亿



## 合作网红受众区域占比

- 美国 ■ 巴西
- 墨西哥 ■ 西班牙
- 英国 ■ 阿根廷
- 哥伦比亚 ■ 法国
- 加拿大 ■ 其他





# 服装品牌优秀网红营销案例创意解析

品牌：House of Errors



案例 1：用极端大小反差制造记忆点 —— 大面积柔软绿色毛绒面料，与网红衣服上 3 个极小的「斗笠旅人」形成强烈对比，瞬间抓住眼球。后疫情时代，人们对「探险、自由、在路上」的情绪需求被放大，这个创意把抽象的旅途向往变成了可触摸、可穿着的实体，让衣服成为情绪出口。

案例 2：用超现实视觉错觉制造冲击 —— 将网红放大到与伦敦地标时钟同尺度，网红伸手抓住时钟指针的画面，打破现实比例，充满猎奇感与戏剧张力，通过「仅持续 1 小时」的稀缺性制造紧迫感，同时衣服的色彩与时钟的搭配十分巧妙，不仅起到了宣传作用，还让促销活动本身成为值得分享的话题。

# 热门出海品牌分析——美妆个护- Wavytalk

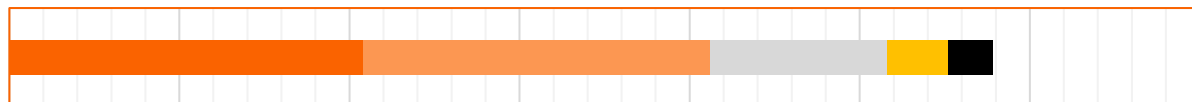
## 极致轻量化的「中腰部 + 尾部」长尾矩阵

中小型网红占比高达87%，头部/超级网红合计仅1%，完全放弃对头部流量依赖，是典型铺量策略。擅长用场景化实用内容种草，其高互动视频均围绕美发实用场景展开。例如直接展示产品使用效果，演示直发梳顺滑力、介绍产品的多种功能，用带货视频直观传递产品解决痛点。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	4.17万	15.44万	33.83亿
Instagram	2940	5615	8.86亿
YouTube	1268	2464	1.21亿

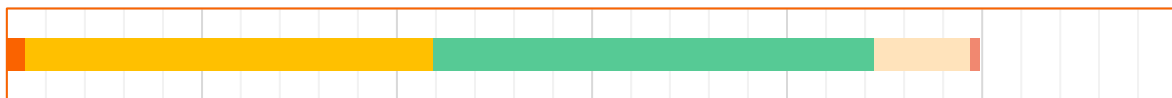
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 美妆 ■ 娱乐 ■ Vlog ■ 生活方式



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



## 合作网红受众区域占比

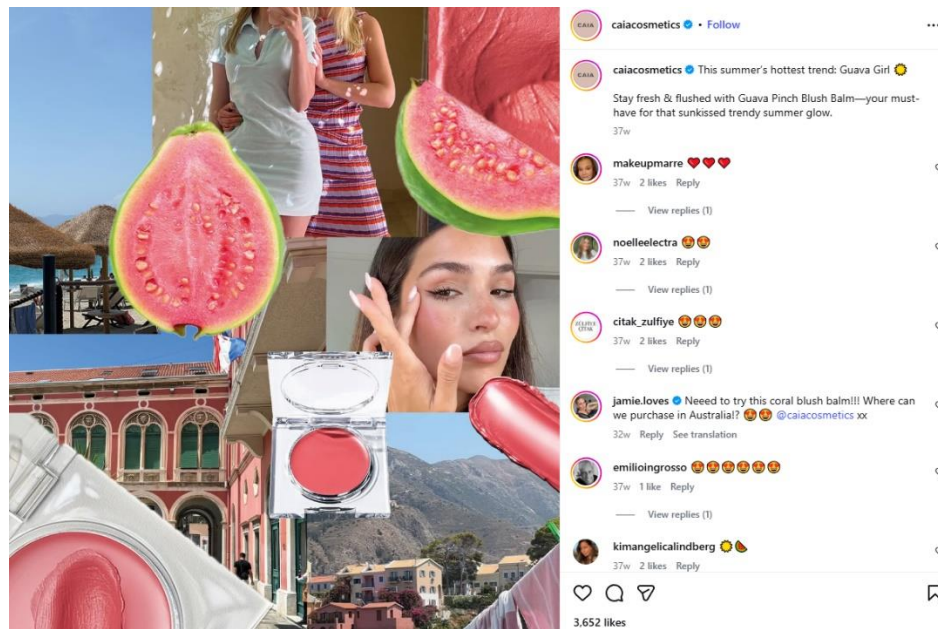
■ 美国 ■ 墨西哥  
■ 加拿大 ■ 英国  
■ 澳大利亚 ■ 西班牙  
■ 阿根廷 ■ 德国  
■ 哥伦比亚 ■ 其他





# 美妆品牌优秀网红营销案例创意分析

品牌：caiacosmetics



案例 1：用悬浮式场景叙事打破传统摆拍 —— 网红在街头从包里倒出彩妆产品，让粉底、腮红、化妆刷等物品悬浮在空中，模拟日常出门时“包里的小世界”，营造随性、真实的生活感，直观传递「便携、随用随带」的产品属性。

案例2：用拼贴式视觉 + 水果意象打造氛围感 —— 将番石榴粉嫩果肉、产品实拍、网红上脸试色、度假场景（海滩、建筑、阳光）拼贴在一起，色彩明快充满夏日感，用番石榴的天然形态直观传递产品色号与“清新、元气”的妆效感知。

# 热门出海品牌分析——珠宝配饰- TEWIKY

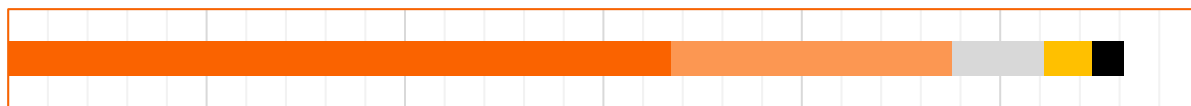
## 垂直品类的「TikTok 流量池绑定」

只与 TikTok 网红合作，集中所有资源吃透 TikTok 流量规则、内容生态和用户偏好，避免多平台分散精力；时尚和美妆网红合计占比近 24%，是绝对主阵地，完全贴合饰品的「配饰」属性，绑定 TikTok 时尚美妆流量池，精准触达年轻用户，提升内容匹配度与互动效率。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	3155	7733	1726.76万
Instagram	2	2	564
YouTube	3	4	2338

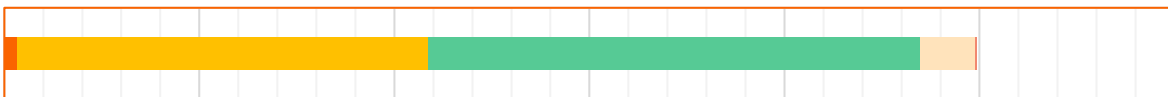
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 美妆 ■ 娱乐 ■ 教育 ■ 生活方式



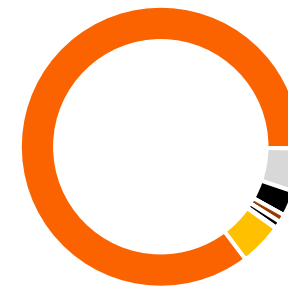
## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



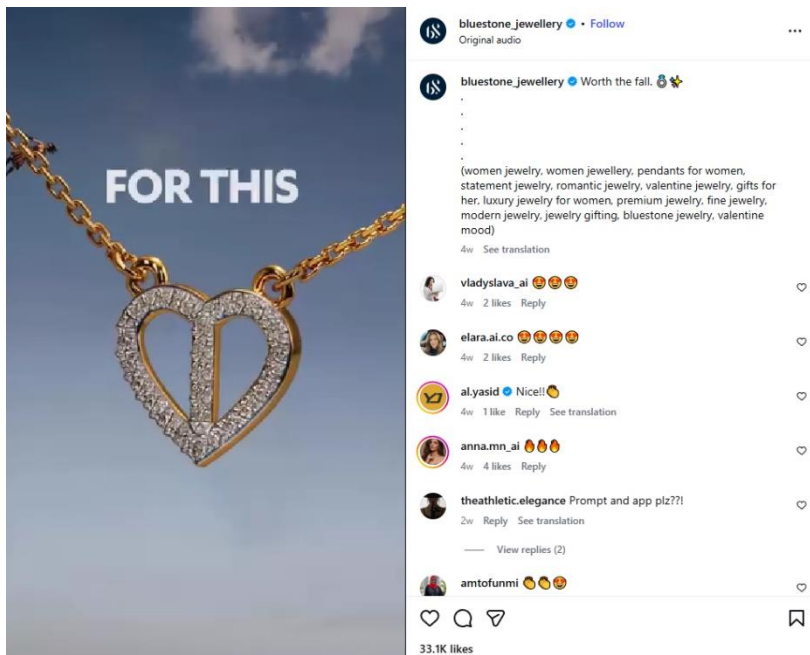
## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 加拿大  
■ 英国 ■ 澳大利亚  
■ 墨西哥 ■ 西班牙  
■ 阿根廷 ■ 哥伦比亚  
■ 丹麦 ■ 其他



# 珠宝品牌优秀网红营销案例分析

品牌: bluestone\_jewellery



案例 1: 用超现实微缩场景 + 悬念叙事制造冲击 —— 网红从项链链条上“坠落”，与精致的心形钻石吊坠形成强烈视觉反差，干净的天空背景让珠宝成为绝对焦点，画面自带戏剧张力，在短视频信息流里瞬间抓眼。

案例2: 用生活化教程 + 实用场景拉近距离 —— 网红亲切演示“珍珠项链 + 丝巾”的搭配技巧，把珍珠项链从“正式场合专属”拉回日常穿搭配饰，解决用户“珍珠太老气 / 不好搭”的核心痛点，重新定义珍珠珠宝的使用场景。

# 热门出海品牌分析——消费电子- UGREEN

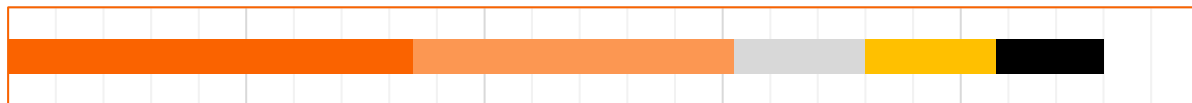
以垂直聚焦 + 场景拓展为主，打破品类局限

绿联科技受众集中于美国、菲律宾、越南、印尼、马来西亚等北美 + 东南亚核心市场；其中合作的电子产品类网红占比最高，贴合 3C 配件的专业属性，精准触达科技爱好者和数码用户；同时布局时尚、美妆、游戏、娱乐等品类，将充电线、支架配件融入穿搭、美妆、游戏日常场景。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	4.47万	16.23万	10.12亿
Instagram	4074	1.76万	1.36亿
YouTube	1.01万	3.2万	3.07亿

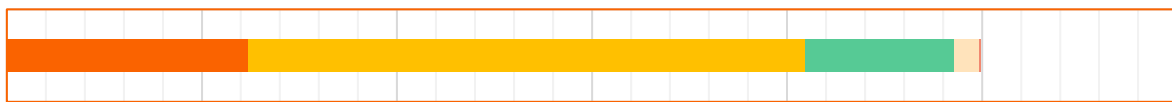
## 各类型网红数量占比

■ 电子产品 ■ 时尚 ■ 美妆 ■ 游戏 ■ 娱乐



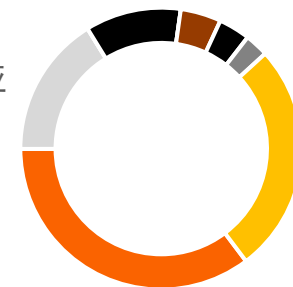
## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



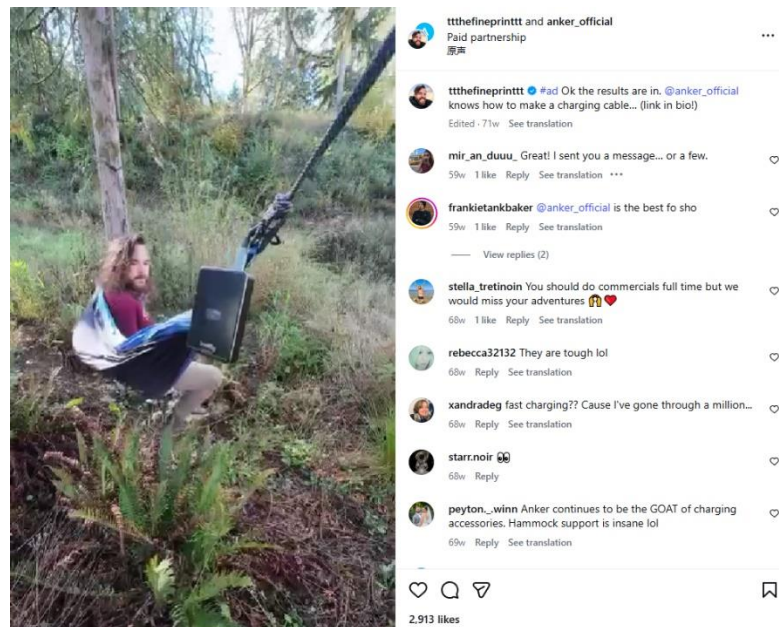
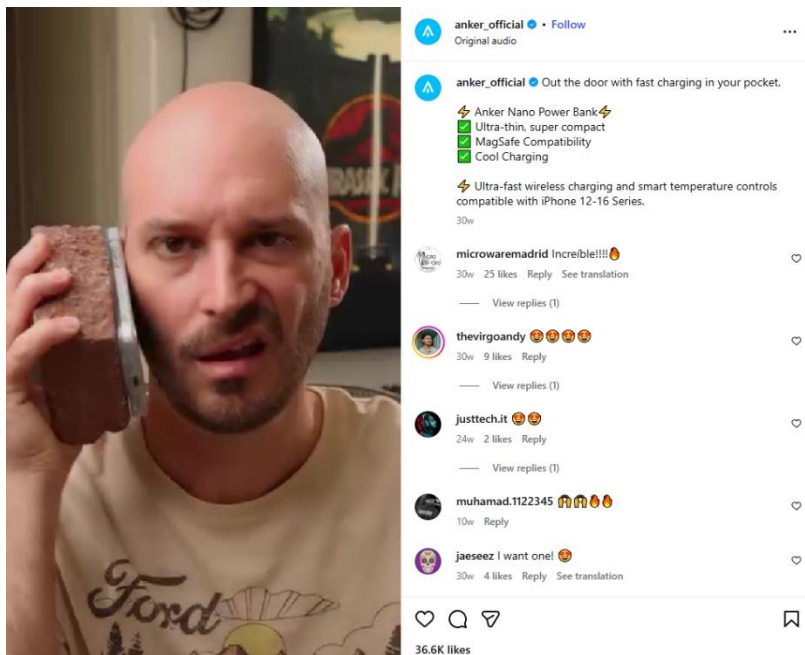
## 合作网红受众区域占比

- 美国
- 菲律宾
- 越南
- 印度尼西亚
- 马来西亚
- 泰国
- 墨西哥
- 英国
- 新加坡
- 其他



# 消费电子品牌优秀网红营销案例分析

品牌：Anker



案例 1：用极端反差的幽默夸张制造记忆点 —— 网红将一块厚重的“砖头”（模拟传统笨重充电宝+旧手机）贴在耳边打电话，用荒诞感直观反衬 Anker Nano「Ultra-thin, super compact（超薄小巧）」的核心卖点，让“便携”这个抽象参数变成一眼可见的视觉冲击。

案例2：用极限场景的猎奇测试传递可靠性 —— 在野外吊床环境中，用充电线直接吊起网红，用夸张的“抗拉扯”场景，直观展示充电线「坚固耐用、不易断裂」的核心卖点，替代了传统实验室里枯燥的拉力测试。

# 热门出海品牌分析——母婴- Momcozy

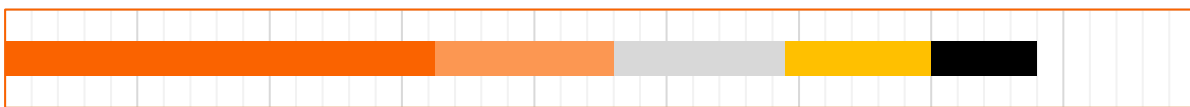
## 多平台协同，用短视频起量，长视频收口

TikTok是绝对核心阵地，通过海量短视频铺量实现全域曝光和快速破圈，完美适配母婴产品的场景化展示；其相关视频环比增长率178.41%，体现出持续加码内容投放的决心；同时用Instagram做视觉运营、YouTube做测评，形成短视频破圈 + 长视频转化的闭环。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	3.86万	32.36万	30.66亿
Instagram	5047	1.56万	6.58亿
YouTube	2510	3.56万	8987.98万

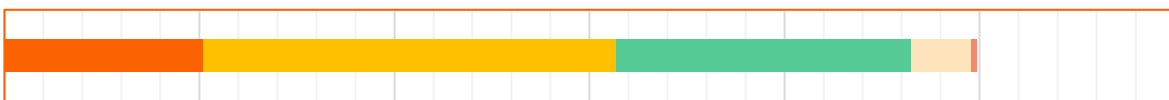
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 美妆 ■ 娱乐 ■ Vlog ■ 生活方式



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 英国  
■ 加拿大 ■ 菲律宾  
■ 法国 ■ 澳大利亚  
■ 德国 ■ 墨西哥  
■ 西班牙 ■ 其他

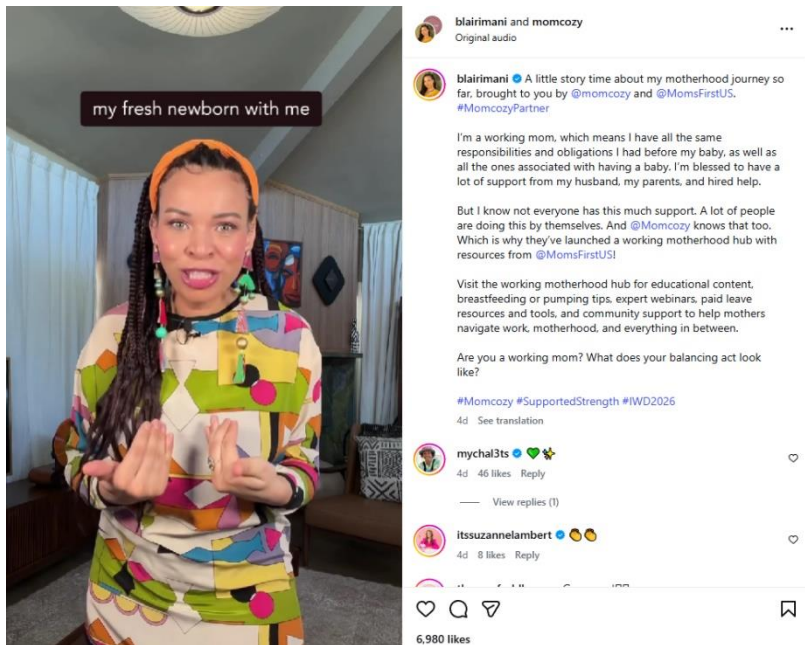




# 母婴品牌优秀网红营销案例分析



品牌：Momcozy



案例 1：网红真人出镜，用亲切的聊天感 + 字幕「my fresh newborn with me」，营造真实的全职妈妈育儿场景，没有硬广的刻意感，像朋友分享生活故事，瞬间拉近距离。再引出 Momcozy 与 MomsFirstUS 合作的全职妈妈资源中心，提供哺乳技巧、社区支持等，把品牌从「母婴产品商」升级为「全职妈妈的盟友」，结合 #IWD2026（国际妇女节），锚定女性权益议题，提升品牌格局。

案例2：生活化纪实场景，网红爸爸用婴儿背带背着宝宝，同时叠衣服做家务，画面真实不摆拍，直观展示「带娃 + 家务」可以并行，既传递育儿分工理念，又自然植入 Momcozy 婴儿背带产品。

# 热门出海品牌分析——储能- EcoFlow

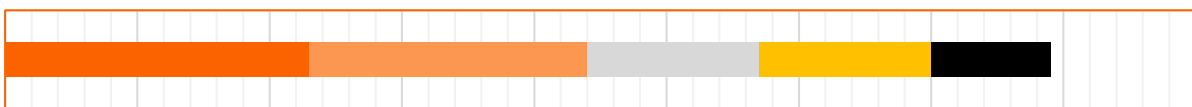
## 网红策略兼顾专业度与受众广度

选择电子产品垂类网红+专业测评建立可信度，跨界时尚类网红将户外电源融入日常穿搭、旅行场景，触达广泛非专业用户，打破专业工具印象；7.83亿的总粉丝覆盖量证明营销网络的广度；低CPE和高资产沉淀率，验证了中小网红合作模式的性价比。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	9417	5.17万	4.81亿
Instagram	5218	2.19万	1.57亿
YouTube	6028	2.61万	4.23亿

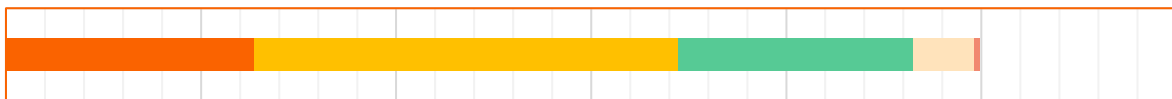
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 电子产品



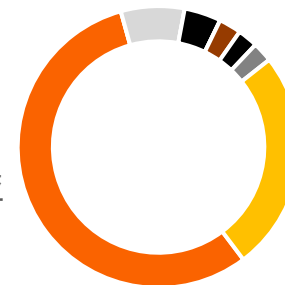
## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



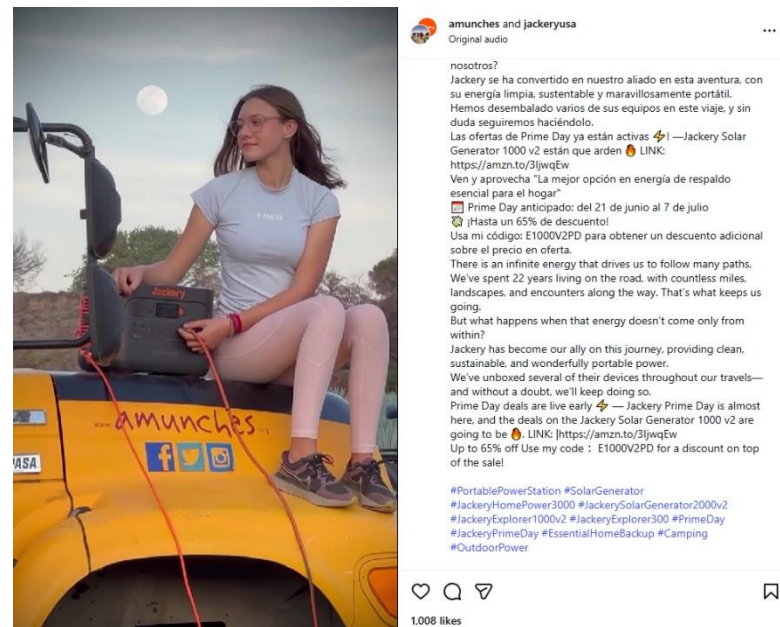
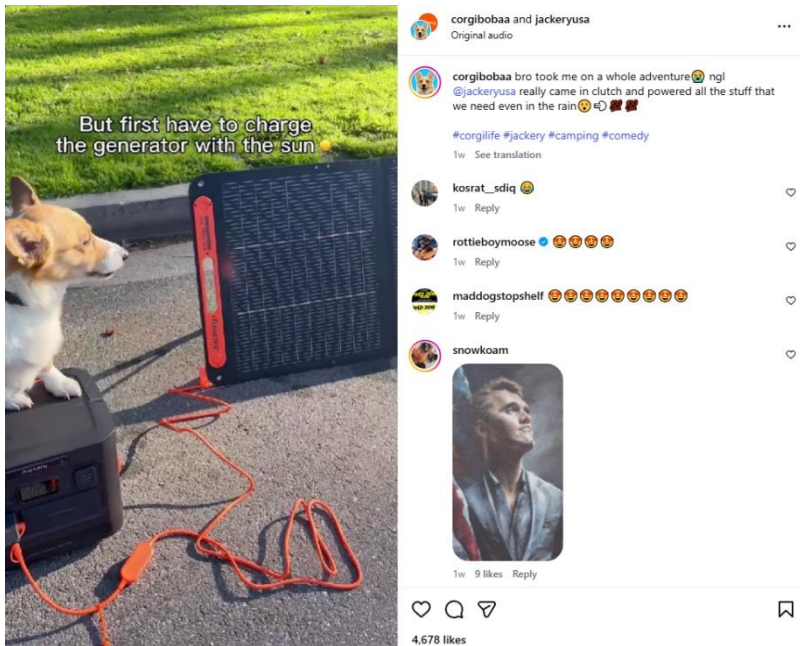
## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 墨西哥  
■ 菲律宾 ■ 巴西  
■ 德国 ■ 英国  
■ 加拿大 ■ 澳大利亚  
■ 泰国 ■ 其他



# 储能品牌优秀网红营销案例分析

品牌：Jackery



案例 1：用萌宠 + 荒诞幽默制造记忆点 ——以“网红狗狗视角”吐槽「bro 带我去冒险」，点明 Jackery 的产品在雨天也能稳定供电的核心优势，把产品塑造成「户外冒险的可靠伙伴」，用 #camping #comedy 等标签，精准触达户外爱好者 + 萌宠受众，拓宽传播边界。

案例 2：用纪实户外场景 + 生活方式叙事传递质感 ——网红坐在拖拉机上操作 Jackery 电源，背景是荒野与太阳，营造「长途旅行、野外探索」的氛围感，直观展示产品在「远离城市的户外场景」中的实用性，同时双语（西语 + 英语）文案覆盖更广泛海外受众。

# 热门出海品牌分析——旅行户外-Naturehike

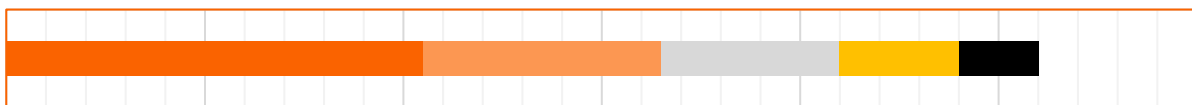
深耕美国、突破东南亚，通过长期复投和低 CPE 实现高效增长

通过本土网红合作，巩固在这一市场的份额；东南亚的露营和户外市场正处于快速增长期，且文化和消费习惯更易接受“轻量化、高性价比”的产品，Naturehike 通过本土网红快速抢占这些新兴市场的心智，形成“美国稳基本盘 + 东南亚抢增长”的格局。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	3259	1.01万	1.09亿
Instagram	1164	4018	2203.44万
YouTube	1385	4551	4100.36万

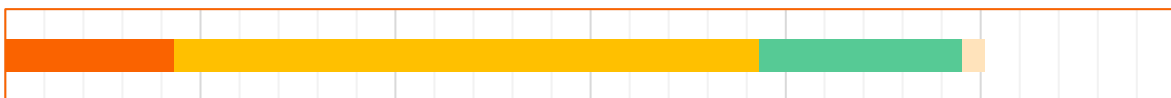
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 娱乐 ■ 生活方式



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 泰国  
■ 菲律宾 ■ 印度尼西亚  
■ 马来西亚 ■ 英国  
■ 新加坡 ■ 越南  
■ 加拿大 ■ 其他





# 旅行户外品牌优秀网红营销案例分析

品牌: arcteryx



arcteryx and cannonjtc  
El Capitan, Yosemite

arcteryx This spring, Jordan Cannon (@cannonjtc) successfully completed the 4th free ascent of the original Salathe Wall (VI 5.13c) on El Capitan, a line that has helped define big-wall free climbing in Yosemite.

This wasn't just a personal milestone. It was a nod to those who came before.

Climbing alongside Mark Hudon, a pioneer of Yosemite free climbing in the 70's, Jordan took on not only the physical challenge of the wall, including the elusive Pitch 19, but also embodied the legacy of those who first envisioned freeing El Capitan.

"Some things in climbing, like classic routes or pushing personal limits, never go out of style. They're timeless and evoke a permanent sense of fashion that embodies what I look for in climbing and my life."

Jordan's ascent is a powerful reminder: progress doesn't mean forgetting the past, it means carrying it forward.

@samuelcrossley

#arcteryx  
Edited - 40w See translation

insta\_chalisa 🙌❤️❤️❤️👏  
40w 1 like Reply

joekinder Amazing shots. So proud of that guy!!!!👏👏👏  
40w 4 likes Reply See translation

Liked by nattapol\_keng and others



dk\_outdoorgirl  
Outdoorgirl @ Sofie · 2025-3-15 关注

What did I miss? 🌲 #wildcamping #campinggear #outdoors #hikingadventures #packing  
查看翻译

🎵 original sound - Lxuisoundz 🎧

👍 59.8K 💬 372 📺 13.5K 🏠 49 📱 40 🌐 6

[https://www.tiktok.com/@dk\\_outdoorgirl/video/7481943...](https://www.tiktok.com/@dk_outdoorgirl/video/7481943...) 复制链接

评论 (372) 创作者视频

Stace ca  
why both a sleeping mat and foam?  
2025-4-5 回复  
查看 3 条回复

Ambrose\_89  
Depending on how adventurous you are getting something like a Garmin inReach is useful for emergencies. I'd also take a paper map and sunscreen  
2025-3-15 回复  
查看 10 条回复

khswartz  
fire kit, hygienic kit, repair kit  
2025-3-16 回复  
47

what rain pants/ jacket do you have? how durable are

案例 1: 用极致户外纪实摄影, 呈现网红在优胜美地 El Capitan 岩壁的攀登瞬间, 画面充满力量感与敬畏感, 始祖鸟 logo 低调出现在衣物上, 完全服务于「极限攀登」的场景, 没有任何硬广痕迹。

案例2: 采用「平铺翻包」的直观视觉, 把全套野营装备整齐铺开, 字幕 What I bring wild camping 直接点明主题, 让观众一眼看清装备品类、品牌和收纳方式, 替代了枯燥的产品摆拍, 极具真实感和参考性。

# 热门出海品牌分析——运动健身- MERACH

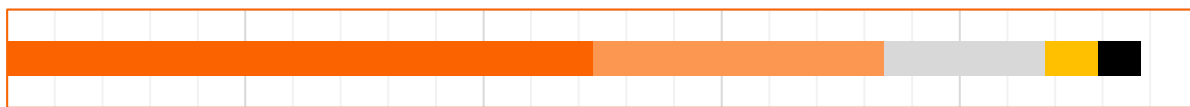
不局限于纯健身博主，通过美妆、时尚博主触达潜在健身人群

MERACH合作网红覆盖时尚、美妆、娱乐、生活方式等多元品类，无单一主导垂类，打破健身器材 = 专业运动的刻板印象，将深蹲机、滑雪模拟器等产品融入美妆挑战、居家日常、趣味挑战等场景。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	1.92万	10.06万	10.24亿
Instagram	911	1688	4801万
YouTube	779	2672	1086万

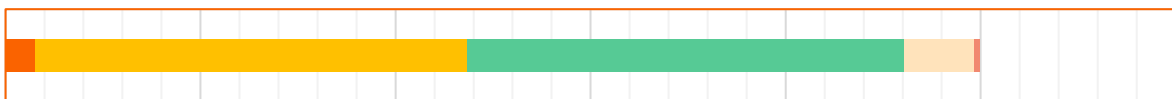
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 美妆 ■ 娱乐 ■ 生活方式 ■ 教育



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



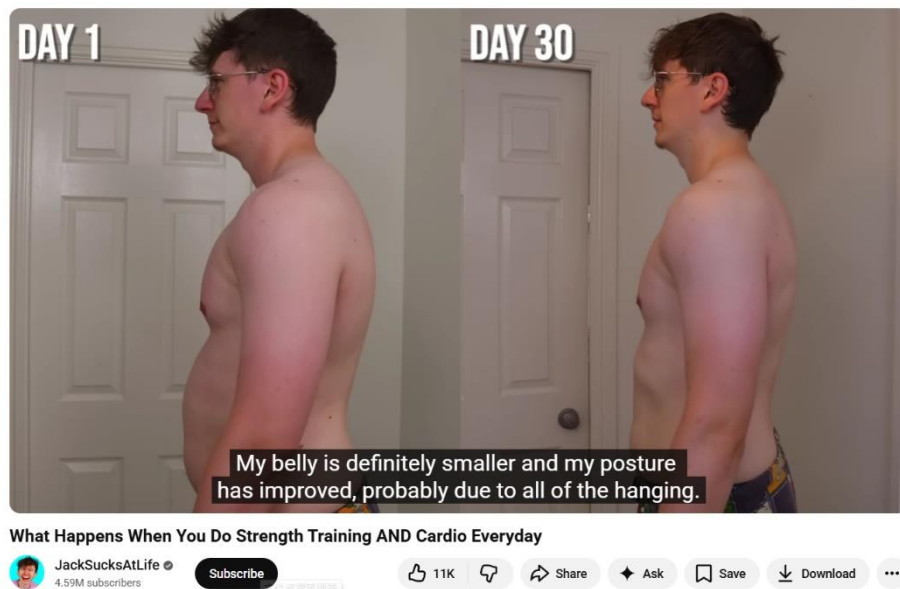
## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 英国  
■ 加拿大 ■ 澳大利亚  
■ 墨西哥 ■ 德国  
■ 西班牙 ■ 法国  
■ 日本 ■ 其他



# 运动健身品牌优秀网红营销案例分析

品牌：MERACH



案例 1：用「Day1 vs Day30」的直观对比图，清晰展示腹部缩小、体态改善的身体变化，吸引用户观看。以网红的自我挑战为切口，传递「普通人无需专业器械 / 极端自律，30 天日常训练也能获得明显改变」的理念，再在整个过程中自然植入健身相关产品。

案例 2：网红在车库里站在超薄走步机上做轻运动（举水瓶、边缘蹲走），直观展示产品「不占空间、便携、适合低强度运动」的核心卖点，生活化场景让功能一目了然。文案把产品包装成「给妈妈的健康礼物」，将冰冷的健身设备转化为孝心关怀的情感载体，传递「家庭轻运动、长辈也能轻松锻炼」的理念，弱化硬广感。

# 热门出海品牌分析——宠物- Petlibro

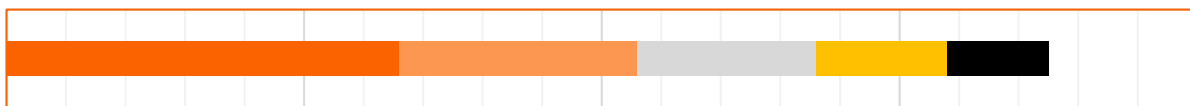
头部KOL做品牌背书, 用高爆款率和长期合作沉淀品牌资产

Instagram是欧美中产养宠人群的主阵地, 这类用户更关注生活品质、家居美学和品牌质感, Ins 高质量图片 / 短视频恰好契合他们的消费决策场景, Petlibro 通过精致的产品场景图 (如智能喂食器融入北欧风家居), 把宠物智能设备塑造成高端生活方式配件, 而非单纯的养宠工具。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	862	2229	8437.87万
Instagram	359	747	1.08亿
YouTube	295	579	913.82万

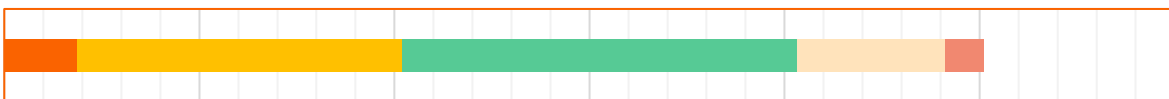
## 各类型网红数量占比

■ 时尚 ■ 娱乐 ■ 美妆 ■ Vlog ■ 生活方式



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 加拿大  
■ 英国 ■ 澳大利亚  
■ 法国 ■ 德国  
■ 日本 ■ 丹麦  
■ 印度 ■ 其他



# 宠物品牌优秀网红营销案例分析

品牌：Petkit



案例1：文案「Thanks @petkitus for helping us care for our kitty cats」，把 Petkit 定位为「守护宠物幸福的伙伴」，用猫咪的极致快乐间接证明「Petkit 的产品让猫咪生活更舒适、更开心」，传递品牌「让养宠更轻松、让宠物更幸福」的核心理念。

案例2：以呆萌的湿毛猫咪为绝对主角，无辜懵懂的表情瞬间抓住注意力，Petkit宠物烘干机自然出现在视频中，不抢萌宠风头却清晰露出品牌标识，生活化场景让产品功能一目了然。

# 热门出海品牌分析——生活家居- Roborock

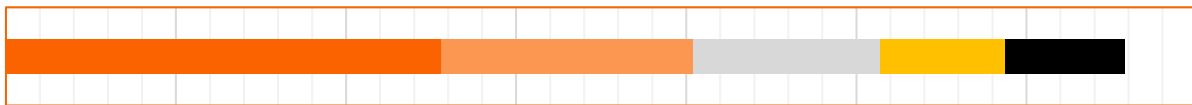
## 三平台均衡发力，构建“专业信任 + 破圈引流 + 品牌调性”闭环

YouTube是Roborock三大平台中合作网红数最多的渠道。Roborock 通过科技垂类 KOL 的深度内容（如 LDS 激光导航实测、AI 避障技术拆解、自清洁基站长期使用测试），建立“技术领先”的专业认知，为高客单产品筑牢信任基础。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	5806	1.78万	8.55亿
Instagram	4072	1.17万	6.13亿
YouTube	5924	1.86万	2.56亿

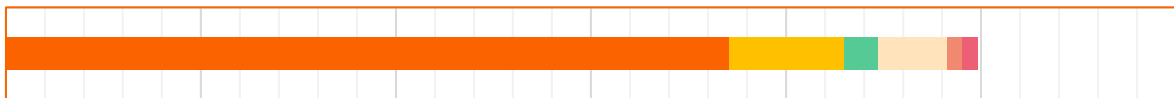
### 各类型网红数量占比

■ 电子产品 ■ 科学与技术 ■ 生活方式 ■ 娱乐 ■ 游戏



### 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



#### Roborock

爆款制造率：6%  
品牌合作总粉丝量：15.28亿  
网红CPE：\$6.71



1.60%

战略浓度 所有合作网红中头部网红的比例



40.47%

资产沉淀率 合作多次的网红比例

### 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 韩国  
■ 俄罗斯 ■ 加拿大  
■ 英国 ■ 印度  
■ 土耳其 ■ 澳大利亚  
■ 泰国 ■ 其他



# 生活家居品牌优秀网红营销案例分析

品牌：BOSCH



**\_createyourtaste\_ 和 boschhomein**  
shreyabasuofficial • Tum Ho Toh - Shr...

**\_createyourtaste\_** 30周  
Kisi aur ko GREEN Kitchen chahiye kya 🤔 ? Behan ne brief mein sirf 3 words bole the - Woody, Green & Elegant.

I finally gave her kitchen a MAKEOVER, andddd I think it DOES fit the bill! Hai na, aap log kya bolte ho ?

So iss project mein bahot saare chote chote upgrades the -

Backsplash Tiles: Existing tiles pe maine pattern draw karke chalk paints fill kar diya. Will it peel off ? NO because I sealed it with lacquer. Can it get dirty due to oil splashes ? YES, so near the stove area I covered...

49.7万 4,671 2025年8月6日



**jackkinsey** DIY home bar 关注 ...

**jackkinsey** 26周  
ad OMG so many of you have asked me to DIY a home bar 🍹 and the day finally came! I found this old cabinet and gave it a glow-up without losing its charm (don't worry, no shabby chic in sight). Think roaring 20's glamour, Orient Express vibes, and a cheeky DIY wine rack made out of guttering because... apparently I'm obsessed with gutters 🤪

Big thanks to @boschhomeuk for sending me their new Series 6 ErgoMaster as part of this challenge. This thing isn't just a blender, it's a cocktail-making dream — it crushes ice, blends like a boss, and makes the smoothest strawberry daiquiris (yes, that's my cocktail of choice... I'm hardly cracking open a beer) From pool noodle upholstery in...

44.7万 8,320 2025年9月5日

案例 1：网红为姐姐改造「木质 + 绿色 + 优雅」的厨房，用粉笔漆给瓷砖画花纹、用酒瓶做装饰，打造温馨的印度家庭厨房场景，BOSCH作为合作品牌默默赋能改造，弱化产品出镜，强化「品牌支持家庭生活升级」的认知。

案例2：网红将旧木质橱柜改造为 20 年代复古风家庭酒吧，英式乡村红砖 + 爬藤背景自带氛围感，搅拌机作为调酒工具自然出镜，字幕「and Bosch were on board to make this happen」点明品牌参与，让产品成为「打造精致生活」的一部分。

# 热门出海品牌分析——短剧- Dramabox

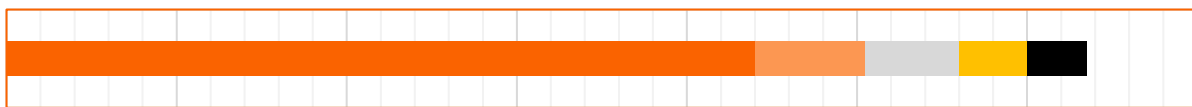
以TikTok平台为核心，精准拿捏全球用户对“爽剧娱乐 + 碎片化消遣”的需求

通过网红截取剧里最爽的片段（如逆袭打脸、霸总强制爱），配上下一集更刺激的引导，引导下载 App 看全集，实现 15 秒种草→即时转化；合作网红受众覆盖美国、巴西、英国、加拿大、新加坡、印尼等，形成英语区稳基本盘 + 西语 / 葡语区抢增长 + 东南亚拓边界的全球化格局

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	2337	2.43万	9.61亿
Instagram	520	2529	1.94亿
YouTube	929	3.71万	9.87亿

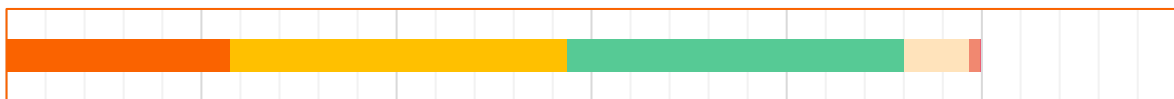
## 各类型网红数量占比

■ 娱乐 ■ 音乐 ■ 时尚 ■ 美妆 ■ 生活方式



## 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



## 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 印度尼西亚  
■ 巴西 ■ 马来西亚  
■ 英国 ■ 菲律宾  
■ 加拿大 ■ 墨西哥  
■ 新加坡 ■ 其他



# 短剧优秀网红营销案例分析

品牌：Reelshort



案例 1: 以演员 Richard 的个人视角, 分享「想念工作搭子」的日常情绪, 文案@搭档和reelshortapp, 既联动了演员之间的合作关系, 又把reelShort植入成「两人新内容 / 合作阵地」, 完全消解硬广感, 本质是用网红私域流量 + 职场情绪梗为短剧平台导流。

案例2: 以「幕后花絮」为切口, 消解影视的距离感, 把“片场笑料”变成内容看点, 同时 @reelshortapp, 直接号召「GO STREAM DAUGHTER OF ZEUS」, 把花絮变成剧集导流工具, 目标是为平台和剧集拉新。

# 热门出海品牌分析——游戏-Black Myth: Wukong

## 以YouTube 为核心，构建专业信任 + 深度沉浸的宣发底座

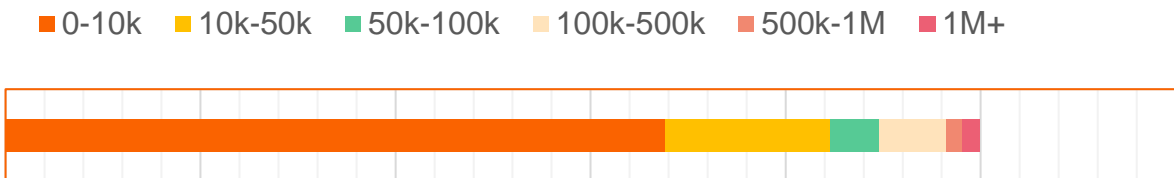
YouTube是硬核玩家的信任阵地，网红通过实机演示、剧情解析、画质测评等视频，精准展示游戏的战斗系统、美术、东方神话内核，；超高资产沉淀率说明不是一次性宣发，而是从预热、测试、发售到售后，持续和优质网红合作，产出攻略、剧情解析、二创内容，维持话题热度

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	6282	1.86万	4.88亿
Instagram	2020	4138	9954.28万
YouTube	7111	6.55万	8.04亿

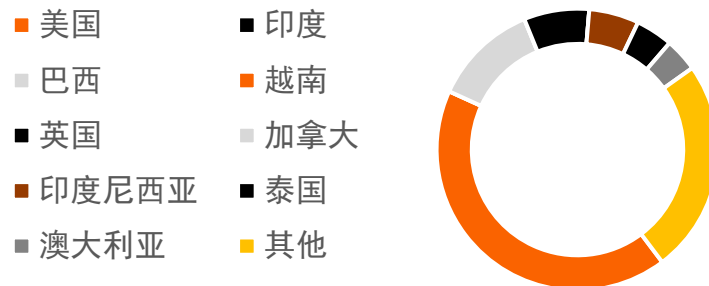
### 各类型网红数量占比



### 各量级网红数量占比

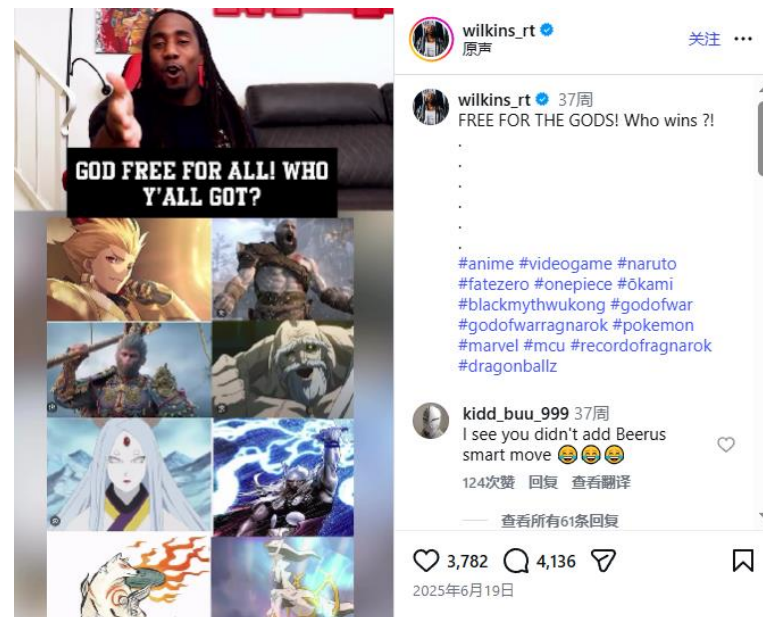


### 合作网红受众区域占比



# 游戏网红营销案例分析

品牌：Black Myth



案例 1：以二创形式传播，标题「Zhong Kui x Wukong」制造角色联动悬念，标签精准覆盖 #blackmythwukong #edit 等游戏 / 二创圈层，本质是用 UGC 内容传递游戏的美术质感与东方神话世界观，无任何硬广痕迹。

案例2：分屏拼贴 + 跨 IP 角色 PK，把《黑神话：悟空》与全球知名 ACG 神级角色（金闪闪、奎托斯、大筒木辉夜等）放在同框，制造「诸神战力 PK」的话题感，让中国 IP 与全球顶流 IP 同台，配上网红的解说，瞬间提升游戏的全球认知度。

# 热门出海品牌分析——AI应用-Seedance

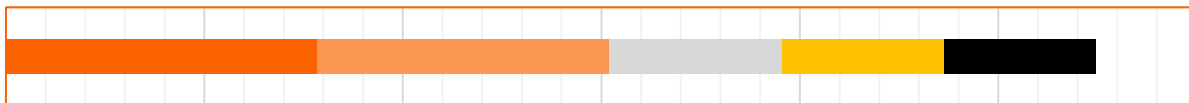
## 中长尾矩阵主导，头部适度引爆，成本与效率平衡

战略浓度 2.89%，同时 0-10k、10k-50k 的中长尾网红占比极高，形成“中长尾铺量 + 头部引爆 + 长期沉淀”的三层矩阵；合作网红受众区域中，美国占比最高，这是因为美国是全球创意产业最发达的市场；同时覆盖巴西、法国、加拿大、印尼等地。

	合作网红数	合作内容数	总观看量
TikTok	1010	2271	1.53亿
Instagram	1070	1892	2.1亿
YouTube	1968	3223	5774.27万

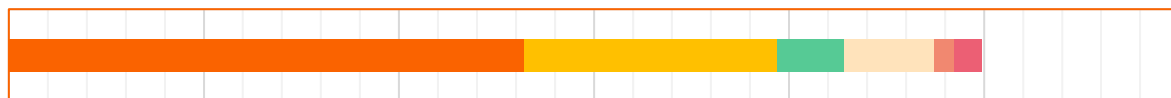
### 各类型网红数量占比

■ 娱乐 ■ 科学与技术 ■ 新闻与政治 ■ 游戏 ■ 教育



### 各量级网红数量占比

■ 0-10k ■ 10k-50k ■ 50k-100k ■ 100k-500k ■ 500k-1M ■ 1M+



### 合作网红受众区域占比

■ 美国 ■ 印度  
■ 巴西 ■ 英国  
■ 法国 ■ 中国台湾  
■ 加拿大 ■ 澳大利亚  
■ 印度尼西亚 ■ 其他



# AI网红营销案例分析

品牌：Chatgpt



案例 1：用「传统乡村妈妈 + 现代 AI 概念」制造强烈反差。精准戳中印度市场「重视家庭、亲情至上」的文化内核，乡村妈妈的质朴形象 + “AI 不如妈妈” 的对比，唤起全年龄段用户「妈妈永远是最好的」的情感共鸣，同时用轻松搞笑的语气消解科技的高冷感，让内容更易传播。

案例 2：借势「ChatGPT 使用隐私」的热点，用夸张自嘲的文案「如果有人看我的 ChatGPT 记录，我要么进监狱，要么去治疗」，把 AI 变成都市生活的搞笑载体，调侃当代人用 AI 时的“私密 / 离谱行为”，纯情绪向喜剧内容，大众接受度高。

# 07 全球网红 Top 100榜单

# 2025年YouTube海外网红榜单Top100

2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)		类型	粉丝	2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)		类型	粉丝
1	MrBeast  66% @MrBeast	娱乐类	4.69亿 0.2% ↑	11	WWE  51% @WWE	体育类	1.12亿 -
2	T-Series  a @tseries	音乐类	3.1亿 -	12	PewDiePie @PewDiePie	游戏类	1.1亿 -
3	Cocomelon - Nursery Rhy...  63% @CoComelon	教育类 娱乐类	2亿 -	13	Goldmines @GoldminesTelefilms	电影与动画	1.09亿 -
4	SET India @SETIndia	娱乐类	1.88亿 -	14	Alejo Igoa  66% @AlejoIgoa	娱乐类	1.09亿 1.8% ↑
5	Vlad and Niki @VladandNiki	娱乐类	1.49亿 -	15	Sony SAB @SonySAB	娱乐类	1.05亿 -
6	Kids Diana Show  a  50% @KidsDianaShow	娱乐类	1.38亿 -	16	BLACKPINK  33% @BLACKPINK	音乐类	1亿 -
7	Stokes Twins  71% @StokesTwins	人物与博客	1.37亿 -	17	Alan's Universe  93% @AlanChikinChow	娱乐类	9970万 0.1% ↑
8	Like Nastya  a @LikeNastyaofficial	娱乐类	1.31亿 -	18	ChuChu TV Nursery Rhy...  52% @ChuChuTV	教育类	9810万 -
9	김프로KIMPRO  97% @kimpro828	人物与博客	1.25亿 -	19	Zee TV @zeetv	娱乐类	9720万 -
10	Zee Music Company  a  67% @zeemusiccompany	音乐类	1.22亿 -	20	Topper Guild  76% @topperguild	娱乐类	8480万 0.1% ↑







































Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年YouTube海外网红榜单Top100

2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)				类型	粉丝	2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)				类型	粉丝				
21	1 ↓		Baby Shark - Pinkfong ... @Pinkfong	 44%	教育类	8430万	-	31	1 ↓		UR • Cristiano @cristiano	 66%	体育类	7820万	-
22	1 ↓		BANGTANTV @BTS		音乐类	8230万	-	32	1 ↓		Aaj Tak @aajtak		新闻与政治	7440万	-
23	1 ↓		Toys and Colors @toysandcolors	 30%	娱乐类	8220万	0.1% ↑	33	1 ↓		Shemaroo Filmi Gaane @filmigaane	 30%	音乐类	7430万	0.1% ↑
24	1 ↓		Colors TV @colorstv		娱乐类	8190万	0.1% ↑	34	1 ↓		ISSEI / いっせい @issei0806	 98%	娱乐类	7320万	0.1% ↑
25	1 ↓		KL BRO Biju Rithvik @KLBROBijuRithvik1	 75%	娱乐类	8180万	0.1% ↑	35	1 ↓		Mark Rober @MarkRober	 83%	科学与技术	7310万	0.3% ↑
26	-		ZAMZAM BROTHERS OFFICIAL @zamzam_brotherss_official	 100%	人物与博客	8160万	0.4% ↑	36	1 ↓		Fede Vigevani @fedevigevani	 47%	娱乐类	7250万	0.1% ↑
27	2 ↓		T-Series Bhakti Sagar @TSeriesBhaktiSagar	 35%	音乐类	8150万	-	37	1 ↓		Infobells - Hindi @infobellshindirhymes	 66%	教育类	7210万	-
28	1 ↓		5-Minute Crafts @5MinuteCraftsYouTube		日常知识分享	8080万	-	38	1 ↓		HAR PAL GEO @HarPalGeoOfficial	 32%	娱乐类	7200万	0.1% ↑
29	1 ↓		Tips Official @tipsofficial	 40%	音乐类	8080万	0.1% ↑	39	1 ↓		YRF @yrf	 89%	音乐类	7130万	-
30	1 ↓		HYBE LABELS @HYBELABELS	 47%	音乐类	7960万	-	40	1 ↓		El Reino Infantil @ElReinoInfantil	 50%	音乐类	7090万	-

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年YouTube海外网红榜单Top100

2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)		类型	粉丝	2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)		类型	粉丝				
41	1↓	 Bispo Bruno Leonardo  44% @BispoBrunoLeonardo	公益性活动	7050万	0.4%↑	51	1↓	 PANDA BOI  94% @PANDABOI	搞笑类	6250万	-
42	1↓	 Sony Music India  a  55% @SonyMusicIndia	音乐类	7020万	0.1%↑	52	1↓	 Dude Perfect  a  85% @dudeperfect	体育类	6180万	-
43	1↓	 Wave Music  a @WaveMusicIndia	音乐类	6950万	0.1%↑	53	1↓	 LooLoo Kids - Nursery Rhymes an... @LooLooKids	音乐类	6180万	0.2%↑
44	-	 Anaya Kandhal  47% @AnayaKandhal	娱乐类	6850万	0.7%↑	54	1↓	 Shemaroo @shemaroo	娱乐类	6140万	-
45	-	 Zhong  85% @zhong	娱乐类	6820万	0.4%↑	55	1↓	 Saregama Music  a @SaregamaMusic	音乐类	6100万	-
46	3↓	 Canal KondZilla  38% @KondZilla	音乐类	6800万	-	56	1↓	 Dangal TV Channel @DangalTVChannel	娱乐类	6020万	0.2%↑
47	1↓	 YOLO AVENTURAS  73% @YOLOAVENTURAS	娱乐类	6750万	0.3%↑	57	1↓	 आचार्य प्रशान्त - Acharya Pra... @ShriPrashant  98%	教育类	5990万	-
48	1↓	 ARY Digital HD  39% @ARYDigitalasia	娱乐类	6730万	0.1%↑	58	1↓	 Маша и Медведь  45% @MashaBearRUSSIAN	电影与动画	5970万	-
49	1↓	 Movieclips  a @MOVIECLIPS	电影与动画	6590万	0.2%↑	59	1↓	 SonyMusicIndiaVEVO  a @sonymusicindiaVEVO	音乐类	5950万	-
50	1↓	 Taylor Swift @TaylorSwift	音乐类	6300万	-	60	1↓	 ToRung  100% @ToRung	搞笑类	5950万	-

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年YouTube海外网红榜单Top100

2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)			类型	粉丝	2025年YT网红榜单 (粉丝数排序)			类型	粉丝
61	1↓	 Ed Sheeran   @EdSheeran	音乐类	5900万 -	71	1↓	 Juan De Dios Pantoja  @juandediospantojaa	人物与博客	5550万 -
62	1↓	 Marshmello  @marshmello	音乐类	5840万 -	72	1↓	 JuegaGerman @JuegaGerman	游戏类	5490万 -
63	1↓	 JioHotstar Kids  @jio_hotstar_kids	娱乐类	5810万 -	73	1↑	 Celine Dept  @CelineDept	体育类	5470万 0.4%↑
64	1↓	 Mikecrack  @Mikecrack 	游戏类	5800万 -	74	2↓	 Masha and The Bear @MashaBearEN	电影与动画	5470万 0.2%↑
65	1↓	 Billion Surprise Toys @BillionSurpriseToys	娱乐类	5800万 -	75	2↓	 ABS-CBN Entertainment @abscbnentertainment	娱乐类	5460万 -
66	1↓	 Alfredo Larin  @alfredolarin 	娱乐类	5780万 0.2%↑	76	-	 MrBeast Gaming @MrBeastGaming	游戏类	5450万 0.4%↑
67	1↓	 Get Movies  @getmovies 	电影与动画	5700万 -	77	2↓	 Jess No Limit  @JessNoLimit 	游戏类	5440万 0.2%↑
68	1↓	 StarPlus  @starplus 	娱乐类	5630万 -	78	1↓	 HUM TV @HUMTV	娱乐类	5370万 0.2%↑
69	1↓	 MrBeast 2  @MrBeast2 	人物与博客	5600万 0.2%↑	79	1↓	 LUCCAS NETO  @lucasneto 	娱乐类	5340万 -
70	1↓	 shfa  @shfa-1 	人物与博客	5560万 0.2%↑	80	1↓	 shfa2 - شفا @shfa2	人物与博客	5320万 0.2%↑

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年YouTube海外网红榜单Top100

2025年YT网红榜单（粉丝数排序）			类型	粉丝	2025年YT网红榜单（粉丝数排序）			类型	粉丝
81	1↓	Ishtar Music <b>a</b> <span>🔥 92%</span> @IshtarMusic	音乐类	5290万 0.2%↑	91	1↓	PowerKids TV @PowerKidstv	电影与动画	5010万 -
82	1↓	Real fools shorts official <span>🔥 100%</span> @realfoolsshorts63	人物与博客	5260万 -	92	1↓	ABP NEWS @ABPNews	新闻与政治	5000万 -
83	1↓	T-Series Bollywood Classics @tseriesoldisgold	音乐类	5200万 -	93	1↓	Shakira @Shakira	日常知识分享	4990万 -
84	1↓	BETER BÖCÜK <span>🔥 86%</span> @beterbocuk	娱乐类	5190万 -	94	-	Dushyant kukreja <b>a</b> <span>🔥 87%</span> @Dushyant_kukreja	娱乐类	4990万 0.2%↑
85	1↓	IShowSpeed @IShowSpeed	游戏类	5110万 0.2%↑	95	2↓	Karla Bustillos <b>a</b> <span>🔥 81%</span> @KarlaBustillos	娱乐类	4980万 -
86	-	Sierra & Rhia FAM <span>🔥 90%</span> @SierraRhiaFAM	娱乐类	5050万 0.4%↑	96	1↓	Genevieve's Playhouse - Learn... <b>a</b> @GenevievesPlayhouse	电影与动画	4950万 0.2%↑
87	2↓	IndiaTV @indiatv	新闻与政治	5030万 -	97	1↓	MR. INDIAN HACKER <b>a</b> @MRINDIANHACKER	科学与技术	4940万 0.2%↑
88	1↑	Techno Gamerz @TechnoGamerzOfficial	游戏类	5030万 0.4%↑	98	1↓	BeatboxJCOP <span>🔥 100%</span> @BeatboxJCOP	娱乐类	4910万 -
89	2↓	Fernanfloo <span>🔥 33%</span> @Fernanfloo	游戏类 人物与博客	5010万 -	99	1↓	Goldmines Gaane Sune Ansune @GaaneSuneAnsune	音乐类	4890万 -
90	2↓	Maria Clara & JP <span>🔥 71%</span> @MariaClaraeJP	音乐类	5010万 -	100	1↓	Ricis Official <span>🔥 87%</span> @RicisOfficial1795	娱乐类	4880万 -
































Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年TikTok海外网红榜单Top100

2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率	2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率
1		Khabane lame @khaby.lame	1.6亿 -	6.63%	11		domelipa @domelipa	7590万 0.1%↓	12.65%
2		charli d'amelio @charlidamelio	1.56亿 -	10.76%	12		cznburak @cznburak	7400万 -	2.59%
3		MrBeast @mrbeast	1.25亿 0.1%↑	7.26%	13		Real Madrid C.F. @realmadrid	7060万 0.1%↑	14.42%
4		Bella Poarch @bellapoarch	9270万 -	6.6%	14		user68305292024 @vilmeijuga	6880万 0.4%↑	3.37%
5		Addison @addisonre	8820万 0.1%↓	10.29%	15		Jason Derulo @jasonderulo	6570万 -	8.1%
6		Zach King @zachking	8440万 -	5.37%	16		fcbaselona @fcbaselona	6410万 0.2%↑	14.52%
7		WILLIE SALIM @williesalim	8430万 0.2%↑	2.61%	17		Kylie Jenner @kyliejenner	5970万 -	11.22%
8		Kimberly Loaiza @kimberly.loaiza	8370万 -	11.59%	18		Selena Gomez @selenagomez	5900万 -	1.22%
9		The Rock @therock	7970万 -	12.71%	19		YZ @youneszarou	5740万 -	4.41%
10		Will Smith @willsmith	7880万 -	9.07%	20		ESPN @espn	5670万 0.2%↑	8.38%





















Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年TikTok海外网红榜单Top100

2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率	2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率
21	1↓	 <b>バヤシ Bayashi</b>  @bayashi.tiktok	5490万 -	3.89%	31	1↓	 <b>Netflix</b>  @netflix	5080万 0.4%↑	8.85%
22	-	 <b>Champions League</b>  @championsleague	5430万 0.2%↑	10.26%	32	1↓	 <b>Kris HC</b> @kallmekris	5050万 -	14.72%
23	2↓	 <b>dixie</b>  @dixiedamelio	5420万 -	0.87%	33	1↓	 <b>Brent Rivera</b>  @brentrivera	5050万 -	7.69%
24	1↓	 <b>HOMA</b> @homm9k	5410万 -	7.89%	34	1↓	 <b>Michael Le</b>  @justmaiko	5010万 0.2%↓	3.63%
25	1↓	 <b>Spencer X</b> @spencerox	5400万 -	4.36%	35	1↓	 <b>Barstool Sports</b>  @barstoolsports	4850万 -	7.97%
26	1↓	 <b>Loren Gray</b>  @lorengray	5290万 0.2%↓	8.83%	36	1↓	 <b>omari.to</b> @omari.to	4770万 -	7.26%
27	1↓	 <b>Ria Ricis</b>  @riaricis	5260万 0.2%↑	6.79%	37	-	 <b>Carlos Feria</b> @carlosferiag	4720万 100%↑	4.73%
28	1↓	 <b>ROSÉ</b> @roses_are_rosie	5210万 -	22.45%	38	2↓	 <b>Pongámoslo a Prueba</b>  @pongamoslo_a_prueba	4620万 -	7.03%
29	1↓	 <b>BLACKPINK</b> @bp_tiktok	5180万 0.6%↑	16.68%	39	2↓	 <b>nianaguerrero</b> @nianaguerrero	4620万 -	10.23%
30	1↓	 <b>psg</b> @psg	5120万 -	10.87%	40	2↓	 <b>Joelle Siwa</b>  @itsjojosiwa	4600万 -	7.17%


































Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年TikTok海外网红榜单Top100

2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率	2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率
41	2↓	 Katteyes @katteyes	4550万 -	11.37%	51	2↓	 Virginia @virginiafonseca	4220万 0.2%↑	9.01%
42	2↓	 Brooke Monk @brookemonk_	4520万 0.2%↑	6.61%	52	2↓	 avani @avani	4140万 -	10.44%
43	2↓	 noelgoescrazy @noelgoescrazy	4460万 0.4%↑	7.26%	53	2↓	 Bad Bunny @badbunny	4140万 0.5%↑	12.79%
44	2↓	 Joe Albanese @joelbanese	4400万 -	9.13%	54	2↓	 Big Chungus @bigchungus_oficial	4110万 -	4.55%
45	2↓	 spursofficial @spursofficial	4370万 0.2%↑	6.14%	55	2↓	 Mia K. @miakhalifa	4100万 -	5.01%
46	2↓	 tuzelity @tuzelitydance	4340万 0.2%↑	2.39%	56	2↓	 Gordon Ramsay @gordonramsayofficial	4090万 -	8.92%
47	2↓	 Juventus @juventus	4320万 0.5%↑	9.05%	57	2↓	 James Charles @jamescharles	4070万 -	13.11%
48	2↓	 LALIGA @laliga	4290万 0.2%↑	9.32%	58	2↓	 Ruben Tuesta @rubentuestaok	4070万 -	8.03%
49	2↓	 Shakira @shakira	4270万 0.2%↑	9.12%	59	2↓	 Anokhina Liza @anokhinalz	4040万 0.2%↓	8.56%
50	2↓	 ROD @elrodcontreras	4230万 -	8.17%	60	2↓	 Lucas and Marcus @dobretwins	4030万 -	8.26%





















Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年TikTok海外网红榜单Top100

2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率	2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率
61	2 ↓	 Montpantoja @montpantoja	3920万 -	11.8%	71	2 ↓	 Sabrina Carpenter  @sabinacarpenter	3690万 -	18.28%
62	2 ↓	 Surthycooks @surthycooks	3900万 -	5.22%	72	2 ↓	 BabyAriel  @babyariel	3670万 -	13.04%
63	2 ↓	 KEEMOKAZI  @keemokazi	3880万 -	6.41%	73	2 ↓	 spider_slack  @spider_slack	3650万 -	6.48%
64	2 ↓	 Netflix Latinoamérica @netflixlat	3860万 -	8.81%	74	2 ↓	 BORREGO @lagranjadelborrego	3620万 -	9.77%
65	2 ↓	 Fujiiian  @fujiiian	3840万 -	7.98%	75	2 ↓	 wigofellas @wigofellas	3610万 -	2.75%
66	2 ↓	 HotSpanish @hotspanishmx	3840万 -	5.98%	76	2 ↓	 BRIANDA   @briandadeyanara	3600万 -	11.38%
67	2 ↓	 Its.michhh   @its.michhh	3800万 0.3% ↑	12.4%	77	-	 Arnaldo Mangini  @arnaldomangini	3580万 0.6% ↑	3.62%
68	2 ↓	 Emir Abdul Gani @emirabdulgani	3770万 -	6.19%	78	3 ↓	 ondy mikula @ondymikula	3570万 0.3% ↓	5.38%
69	2 ↓	 Q Park  @qpark	3760万 -	5.91%	79	3 ↓	 Enejota @neymarjr	3560万 -	10.48%
70	2 ↓	 Scott  @scottsreality	3710万 -	0.9%	80	1 ↓	 Bader Al Safar  @baderalsafar	3520万 0.6% ↑	2.23%

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年TikTok海外网红榜单Top100

2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率	2025年Tk网红榜单 (粉丝数排序)			粉丝	互动率
81	1↓	 Stray Kids @jypestraykids	3510万 0.3%↑	23.72%	91	2↓	 Lele Pons @lelepons	3320万 -	16.1%
82	4↓	 Benji Krol @benjikrol	3510万 -	17.48%	92	2↓	 noah beck @noahbeck	3310万 -	11.5%
83	2↓	 Alejandro Nieto @soybans	3490万 -	15.89%	93	2↓	 EN enhyphen @enhyphen	3300万 -	26.45%
84	2↓	 WWE @wwe	3480万 0.3%↑	5.52%	94	2↓	 La Rosalia @rosalia	3300万 -	14.34%
85	2↓	 Manchester City @mancity	3460万 0.3%↑	9.76%	95	-	 Vanessa Lopes @vanessalopesr	3280万 0.3%↑	14.12%
86	2↓	 Kunno @.kunno	3420万 -	9.03%	96	3↓	 Ignacia Antonia @ignaciaa_antonia	3280万 -	11.06%
87	2↓	 Devon Rodriguez @devonrodriguezart	3410万 -	8.45%	97	3↓	 Merrick @merrickhanna	3280万 -	6.4%
88	2↓	 Kirya Kolesnikov @thekiryalife	3400万 -	1.43%	98	2↓	 Ibnu Wardani @ibnuwardani	3280万 0.6%↑	4.49%
89	2↓	 Doris Jocelyn @dorisjocelyn	3370万 -	5.05%	99	2↓	 Joe Mele @mmmjoemele	3230万 -	11.73%
90	2↓	 Taylor Swift @taylorswift	3360万 -	11.54%	100	2↓	 Cardi B @iamcardib	3230万 0.3%↑	4.52%

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年Instagram海外网红榜单Top100

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

排名	头像	用户名	帖子数	互动率	粉丝数
1		Cristiano Ronaldo @cristiano	4017	45.55%	6.72亿
2		Leo Messi @leomessi	1462	--	5.12亿
3		Selena Gomez @selenagomez	2156	--	4.15亿
4		Kylie @kyliejenner	7371	27.29%	3.91亿
5		Dwayne Johnson @therock	8305	6.81%	3.91亿
6		Ariana Grande @arianagrande	481	--	3.72亿
7		Kim Kardashian @kimkardashian	6604	6.24%	3.53亿
8		Beyoncé @beyonce	2437	--	3.08亿
9		Khloé Kardashian @khloekardashian	4790	0.05%	2.99亿
10		Nike @nike	1612	2.18%	2.98亿

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

排名	头像	用户名	帖子数	互动率	粉丝数
11		Justin Bieber @lilbieber	8873	8.07%	2.92亿
12		Kendall @kendalljenner	598	--	2.85亿
13		Taylor Swift @taylorswift	704	--	2.81亿
14		National Geographic @natgeo	3.14万	4.49%	2.75亿
15		Virat Kohli @virat.kohli	1047	51.79%	2.75亿
16		Jennifer Lopez @jlo	1127	17.13%	2.46亿
17		Neymar Jr @neymarjr	6051	38.95%	2.34亿
18		Kourtney Kardashian Barker @kourtneykardash	4669	16.23%	2.16亿
19		Miley Cyrus @mileycyrus	1500	184.99%	2.11亿
20		KATY PERRY @katyperry	2693	--	2.01亿

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12












# 2025年Instagram海外网红榜单Top100

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数

互动率

粉丝数











21		Real Madrid C.F. @realmadrid	1.95万	8.78%	1.81亿
22		Kevin Hart @kevinhart4real	9792	11.99%	1.76亿
23		Zendaya @zendaya	3502	39.53%	1.76亿
24		Cardi B @iamcardib	1898	7.01%	1.64亿
25		 @kingjames	2862	225.19%	1.57亿
26		Demi Lovato @ddlovato	80	16.36%	1.52亿
27		badgalriri @badgalriri	5025	7.76%	1.49亿
28		FC Barcelona @fcbarcelona	2.65万	17.59%	1.47亿
29		BROWN @chrisbrownofficial	7913	17.66%	1.44亿
30		champagnepapi @champagnepapi	672	35.55%	1.42亿

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数





















互动率

粉丝数

31		Ellen DeGeneres @ellendegeneres	1.21万	4.66%	1.34亿 -
32		Kylian Mbappé @k.mbappe	1447	--	1.3亿 -
33		BILLIE EILISH @billieeilish	1037	--	1.25亿 -
34		UEFA Champions League @championsleague	2.95万	7.31%	1.21亿 -
35		LISA @lalatalisa_m	1203	310.63%	1.07亿 -
36		Gal Gadot @gal_gadot	1915	--	1.06亿 -
37		Vin Diesel @vindiesel	2203	--	1.05亿 -
38		Narendra Modi @narendramodi	1212	6.86%	1亿 0.4% ↑
39		NASA @nasa	4623	233.29%	9899.85万 0.2% ↑
40		Shakira @shakira	2606	12.38%	9585.48万 0.1% ↑

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年Instagram海外网红榜单Top100

2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)				2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)										
		帖子数	互动率	粉丝数		帖子数	互动率	粉丝数						
41	-		Shraddha * @shraddhakapoor	2198	51.97%	9485.79万	-	51	-		दीपिका पादुकोण @deepikapadukone	650	--	8045.93万
42	-		Priyanka @priyankachopra	4028	24.07%	9427.44万	0.1% ↑	52	-		JISOO @sooyaaa__	1304	--	8032.12万
43	-		NBA @nba	9.9万	5.54%	9016.17万	-	53	-		Premier League @premierleague	3.93万	6.58%	8000.87万
44	-		J @jennierubyjane	1350	--	8967万	0.1% ↑	54	-		Victoria's Secret @victoriasecret	5506	4.94%	7969.19万
45	-		DUA LIPA @dualipa	499	--	8872.53万	-	55	-		Ronaldo de Assis Moreira @ronaldinho	3667	43.84%	7846.62万
46	1 ↑		snoopdogg @snoopdogg	6.91万	2.96%	8852.56万	-	56	-		BTS official @bts.bighitofficial	5	9.51%	7815.36万
47	1 ↓		David Beckham @davidbeckham	2170	28.59%	8851.6万	-	57	-		Neha Kakkar @nehakakkar	235	4.7%	7795.54万
48	-		Alia Bhatt ♡ @aliaabhatt	2208	40.57%	8686.82万	-	58	1 ↑		433 @433	4.53万	9.11%	7756.73万
49	-		MrBeast @mrbeast	458	17.71%	8498.6万	0.1% ↑	59	1 ↓		Khabane Lame @khaby00	626	2.57%	7754.89万
50	-		ROSÉ @roses_are_rosie	1192	--	8458.66万	-	60	-		Raffi Ahmad and Nagita Slavina @raffinagita1717	2.86万	12.91%	7694.85万

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12

# 2025年Instagram海外网红榜单Top100

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数

互动率

粉丝数

61	 Gigi Hadid @gigihadid	3452	--	7586.35万
62	 Karim Benzema @karimbenzema	108	--	7522.97万
63	 Salman Khan @beingsalmankhan	1576	8.4%	7256.99万
64	 Millie Bobby Brown @milliebobbybrown	720	--	7240.66万
65	 Georgina Rodríguez @georginagio	1042	23.74%	7221.81万
66	 KAROL G @karolg	3409	21.48%	7138.08万
67	 Jacqueline Fernandez @jacquelinefernandez	2807	179.76%	7050.67万
68	 V @thv	152	--	7034.56万
69	 Urvashi Rautela @urvashirautela	1988	5.39%	6931.32万
70	 Will Smith @willsmith	2498	6.47%	6917.25万

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数

互动率

粉丝数

71	 AnushkaSharma1588 @anushkasharma	1325	6.91%	6872.9万
72	 Marcelo Vieira @marcelotwelve	3305	17.73%	6850.73万
73	 Sergio Ramos @sergioramos	2901	6.29%	6765万
74	 Akshay Kumar @akshaykumar	2475	5.92%	6642.13万
75	 Manchester United @manutd	3.66万	12.82%	6631.82万
76	 Mohamed Salah @mosalah	1138	--	6616.02万
77	 Paris Saint-Germain @psg	1.98万	6.55%	6585.51万
78	 Paul Labile Shakur Pogba @paulpogba	1582	--	6496.32万
79	 MALUMA <sup>a</sup> @maluma	432	33.2%	6447.52万
80	 Marvel Entertainment @marvel	1.1万	9.23%	6422.31万

# 2025年Instagram海外网红榜单Top100

## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数

互动率











粉丝数











## 2025年Ins网红榜单 (粉丝数排序)

帖子数

互动率

粉丝数

81	 Zlatan Ibrahimović @zlatan	1206	6.23%	6412.84万
82	 camila @camila_cabello	188	--	6344.98万
83	 Anitta @anitta	519	16.32%	6290.35万
84	 Tom Holland @tomholland2013	1308	--	6276.92万
85	 Lady Gaga @ladygaga	3830	25.81%	6240.93万
86	 ZARA @zara	5183	4.1%	6227.12万
87	 disha patani (paatni) @dishapatani	2201	44%	6162.58万
88	 Bella @bellahadid	1088	334.4%	6084.67万
89	 Juventus @juventus	2.36万	10.44%	6007.89万
90	 Leonardo DiCaprio @leonardodicaprio	2012	3%	6000.5万

91	 flame @travisscott	3341	--	5996.05万
92	 CHANEL @chanelofficial	7179	6.46%	5987.68万
93	 Vinicius Jr. ⚡BR @vinijr	742	--	5905.71万
94	 Chris Hemsworth @chrishemsworth	1287	17.89%	5888.15万
95	 BLACKPINK @blackpinkofficial	2097	32.97%	5885.81万
96	 Kriti Sanon @kritisanon	2748	22.73%	5859.5万
97	 Wardell Curry @stephencurry30	1521	18.69%	5831.01万
98	 Michelle Obama @michelleobama	1250	9.76%	5794.53万
99	 Joko Widodo @jokowi	5826	3.06%	5757.45万
100	 Robert Downey Jr. @robertdowneyjr	616	51.91%	5756.85万

Source: Nox聚星平台数据  
Date Range: 2025.01-2025.12











08

# 品牌网红营销 Top 100榜单

# 2025年品牌网红营销榜单Top100

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

1		Temu <a href="https://temu.to">https://temu.to</a>
2		SHEIN <a href="https://sg.shein.com">https://sg.shein.com</a>
3		ZARA
4		Nike <a href="https://www.nike.com">https://www.nike.com</a>
5		Adidas <a href="https://www.adidas.com">https://www.adidas.com</a>
6		Yves Saint Laurent <a href="https://www.ysl.com">https://www.ysl.com</a>
7		H&M <a href="http://www.hm.com">http://www.hm.com</a>
8		GymShark
9		Dior <a href="https://diorboutique-il.com">https://diorboutique-il.com</a>
10		Armani <a href="https://armaniexchange.com">https://armaniexchange.com</a>

1288.88亿

755.14亿

451.45亿

410.65亿

290.33亿

252.45亿

175.08亿











137.99亿

131.9亿

131.4亿

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)











## 总观看量

11		Chanel <a href="https://www.chanel.cn">https://www.chanel.cn</a>	124.02亿
12		UNIQLO <a href="https://store-kr.uniqlo.com">https://store-kr.uniqlo.com</a>	119.83亿
13		GUCCI	109.81亿
14		Victoria's Secret <a href="https://victoriasecretbeauty.com">https://victoriasecretbeauty.com</a>	108.1亿
15		Champion	99.07亿
16		HERMES	96.84亿
17		Miniso <a href="http://miniso.com.gr">http://miniso.com.gr</a>	95.81亿
18		ROLEX	80.89亿
19		PRADA	66.61亿
20		Lululemon	62.59亿

# 2025年品牌网红营销榜单Top100











## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

21	 New Balance	58.9亿
22	 Ralph Lauren	56.68亿
23	 trendyol	53.99亿
24	 Cartier	52.64亿
25	 Tiffany&Co	50.45亿
26	 Valentino <a href="https://www.valentino-beauty.co.uk">https://www.valentino-beauty.co.uk</a>	47.15亿
27	 Halara <a href="https://thehalara.com">https://thehalara.com</a>	46.46亿
28	 Girlfriend Collective	44.4亿
29	 Swatch	42.66亿
30	 Calvin Klein <a href="https://www.calvinklein.com">https://www.calvinklein.com</a>	41.5亿

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)











## 总观看量

31	 LOUIS VUITTON	41.31亿
32	 Burberry	41.04亿
33	 Dolce & Gabbana	40.4亿
34	 Janji	38.58亿
35	 SWAROVSKI	38.39亿
36	 Ray-Ban	36.78亿
37	 CELINE	34.83亿
38	 Skims	33.67亿
39	 T.J. Maxx <a href="https://tjmaxx.vip">https://tjmaxx.vip</a>	33.55亿
40	 LACOSTE	33.42亿

# 2025年品牌网红营销榜单Top100











## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

41	 ASICS <a href="https://asics.hk">https://asics.hk</a>	33.31亿
42	 Balenciaga	33.24亿
43	 Givenchy	31.52亿
44	 Oakley	31.07亿
45	 Aelfric Eden <a href="http://aelfriceden.com">http://aelfriceden.com</a>	30.77亿
46	 Carolina Herrera	30.72亿
47	 The North Face <a href="https://www.thenorthface.com">https://www.thenorthface.com</a>	30.19亿
48	 FILA <a href="https://www.fila.co.kr">https://www.fila.co.kr</a>	28.23亿
49	 GUESS	28.08亿
50	 GAP	27.94亿

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)











## 总观看量

51	 ASOS <a href="https://www.asos.com">https://www.asos.com</a>	27.92亿
52	 Bershka	27.71亿
53	 REVOLVE <a href="http://www.revolve.com">http://www.revolve.com</a>	27.4亿
54	 TOM FORD	26.68亿
55	 Puma	25.64亿
56	 Comfi <a href="https://comfiwear.com">https://comfiwear.com</a>	25.45亿
57	 Zalando	24.55亿
58	 Under Armour <a href="https://www.underarmour.co.jp">https://www.underarmour.co.jp</a>	24.21亿
59	 Converse	23.46亿
60	 American Eagle <a href="https://aeo.in">https://aeo.in</a>	23.04亿

# 2025年品牌网红营销榜单Top100











## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

61	 Timberland <a href="https://www.timberland.com.hk">https://www.timberland.com.hk</a>	22.96亿
62	 Doen	22.48亿
63	 BAGSMART <a href="https://www.bagsmart.com">https://www.bagsmart.com</a>	21.05亿
64	 Pandora <a href="https://to.pandora.net">https://to.pandora.net</a>	20.67亿
65	 Oner Active <a href="https://us.oneractive.com">https://us.oneractive.com</a>	20.52亿
66	 Levi's <a href="https://www.vintage.levi.com">https://www.vintage.levi.com</a>	20.19亿
67	 Jimmy Choo	19.77亿
68	 Tommy Hilfiger <a href="https://japan.tommy.com">https://japan.tommy.com</a>	19.62亿
69	 CIDER <a href="https://shop.shopcider.com">https://shop.shopcider.com</a>	18.88亿
70	 Stradivarius	18.45亿

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)











## 总观看量

71	 Peppermayo	18.24亿
72	 Maison Margiela <a href="http://www.maisonmargiela-fragrances.eu">http://www.maisonmargiela-fragrances.eu</a>	17.69亿
73	 Michael Kors <a href="https://www.michaelkors.com">https://www.michaelkors.com</a>	17.31亿
74	 edikted <a href="http://edikted.me">http://edikted.me</a>	17.04亿
75	 Reebok <a href="https://www.reebok.hk">https://www.reebok.hk</a>	16.39亿
76	 Dolce Vita	16.12亿
77	 Abercrombie & Fitch	15.88亿
78	 Victoria Beckham	15.68亿
79	 KENZO	15.48亿
80	 Havaianas <a href="https://www.havaianas-store.com">https://www.havaianas-store.com</a>	15.13亿

# 2025年品牌网红营销榜单Top100











## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

81		FeelinGirl	14.74亿
82		Birkenstock	14.45亿
83		Kohl's	14.13亿
84		Skechers <a href="https://skechers-twn.com">https://skechers-twn.com</a>	14.06亿
85		Glowmode	13.64亿
86		Boden <a href="https://bodenusa.com">https://bodenusa.com</a>	13.34亿
87		Motf	13.23亿
88		Richard Mille	13.22亿
89		Undefeated	13.18亿
90		FENDI	13.12亿

## 2025年品牌网红营销榜单 (观看量排行)

## 总观看量

91		Lenskart	13.03亿
92		FIGS	12.86亿
93		Garage Clothing <a href="https://www.garageclothing.com">https://www.garageclothing.com</a>	12.65亿
94		ROMWE <a href="https://romwe.com">https://romwe.com</a>	12.37亿
95		Urban Outfitters <a href="https://www.urbanoutfitters.co.uk">https://www.urbanoutfitters.co.uk</a>	12.23亿
96		American Tourister	12.21亿
97		LOEWE	11.9亿
98		Supreme <a href="https://www.supremenewyork.com">https://www.supremenewyork.com</a>	11.06亿
99		Free People	11.04亿
100		Pacsun	10.95亿

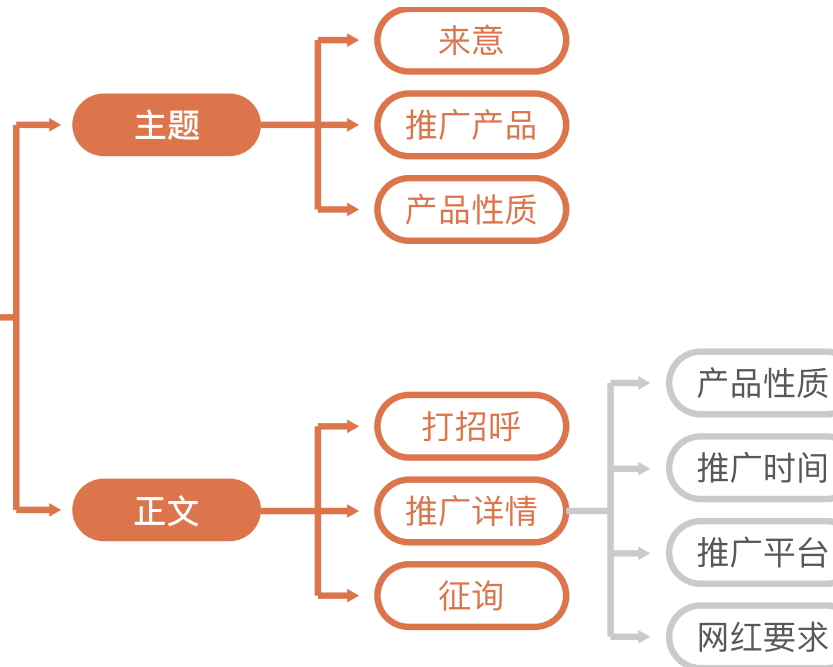
09

# 网红营销 知识图谱

# 海外网红营销知识

## 邀约文案策略

### 邀约文案



## 邀约邮件注意点

### 邮件邀约 Tips

#### 内容明确

方便网红快速评估合作难度，从而增加回复率

#### 预算合理

需根据当地消费、物价、流量成本等因素综合制定

#### 语言本地化

最好使用当地语言进行邀约

#### 注意时差

注意海外时间，一个合适的发送时间可以有效提高邮件打开率

#### 发送失败

通常体现在邮箱地址错误被退信或者收件人邮箱已满

# 海外网红营销知识

## 如何议价

### 01 充分调研

网红背景调研  
明确 campaign 目标与预算  
行业定价基准与竞品合作参考  
合作价值预评估 (ROI 预判)

### 02 个性化谈判

量级分层策略  
沟通话术优化  
打包合作方案

### 03 明确边界

核心交付物约定  
权责条款细化  
绩效与时间边界

### 04 透明沟通

谈判阶段透明  
合作期同步  
冲突处理透明

### 05 高效签约

合同标准化  
法律与技术合规  
流程简化

### 06 优先长期合作

价值绑定  
信任积累  
对长期合作网红提供专属权益

### 07 数据驱动

用过往数据提升谈判说服力  
设定清晰的成功指标  
基于合作数据调整后续策略

### 08 及时止损

风险预警  
止损机制  
备选方案

### 09 绩效激励

正向激励  
风险共担  
长期激励

### 10 排除合作

明确列出不合作的场景  
终止流程  
设置黑名单

# 海外网红营销知识

## 网红价格因素及心理

当下品牌定价已摆脱粉丝量等虚荣指标，转向数据驱动，按网红实际带来的流量、转化等价值付费。网红定价受多方面影响，YouTube 报价远高于 Instagram、TikTok，因长内容制作成本高、长尾收益大；品牌更看重真实互动质量而非粉丝数，交付内容复杂度、排他条款、内容使用权限及行业属性也会左右报价。

### 网红收入现状

1. 收入跨度极大：网红单条内容收入从5美元到数百万美元不等，头部网红收入2k-2w美元，超头部网红收入可达百万级；部分小微网红单条 Instagram Reel 仅赚 50 美元，收入远低于头部。
2. 定价逻辑颠覆：品牌不再唯粉丝量等虚荣指标论价，转向数据驱动定价——按网红实际带来的流量、转化、销售额付费，有时5k粉高转化网红收入可超5万粉低互动网红。

### 网红定价的核心影响因素

1. 平台差异：内容制作难度、长期价值决定报价，YouTube > Instagram > TikTok
2. 互动质量 > 粉丝数量：受网红数据造假影响，品牌更关注真实互动，而非单纯点赞 / 评论数，收入与真实互动、转化行为挂钩。
3. 交付复杂度与排他条款：内容难度越高报价越高（如15分钟YouTube测评 > Instagram图片轮播）；含排他条款的合作需额外补偿，因网红会损失竞品合作收益。

### 网红定价的核心影响因素

4. 内容使用权限：品牌易忽视的隐形成本，若未明确复用权限（如广告、产品页、邮件营销），擅自使用会面临高额罚款；网红对“品牌借自身账号投合作广告”和“品牌复用内容做自有广告”的报价不同。
5. 行业属性：美妆、旅游等高 ROI 行业，以及金融科技、编程等需专业知识的领域，网红报价更高。

# 海外网红营销知识

## 不同视角议价心理

品牌 / Agency的核心谈判原则是以数据定价值，以公平换双赢，而非单纯压低价格；借助Nox聚星这样的专业分析平台，能精准预估网红价值、规避隐形成本。

### Agency视角谈判合作价格

1. 以数据为谈判核心：通过网红分析工具，结合粉丝质量、真实互动等数据定价，避免网红按虚荣指标漫天要价。
2. 明确预算底线：设定可接受的薪酬上浮范围，若网红报价远超底线，果断放弃，避免过度消耗预算。
3. 利用预测分析：通过Nox聚星等平台预估网红能为品牌创造的价值，以此为依据协商报价，精准匹配成本与收益。

### 网红视角谈判合作价格

网红报价基于自身投入与潜在价值，核心参考因素如下：

1. 时间与创意投入：制作时长、创意要求越高，报价越高（如长内容 > 静态图片）。
2. 制作成本：道具、造型、视频剪辑等直接成本，会全部计入报价。
3. 合作周期：单次合作报价高于长期合作，因长期合作能为网红带来稳定收益，网红愿意让渡部分利润。

### 品牌合作谈判技巧

1. 主动主导谈判：先给出自身预算基线，而非直接询问网红报价，避免后续引发矛盾。
2. 尊重创作价值：认可网红的创意与时间投入，这是建立长期合作、获得优质内容的关键。
3. 协商交付内容而非砍价：预算有限时，减少内容交付量（如从 3 条视频减为 1 条），而非强制压低单价，兼顾双方尊重与内容质量。

# 海外网红营销知识

## 如何持续开展网红营销

流量复刻

对同品类竞品的网红营销策略进行网红营销策略复刻

持续在线且有节奏的网红营销能保持品牌信息及时准确的传递

持续投入

简化引流

对于引流，越简单有效的方法越好，不必追求过于复杂的策略

巧用网红营销工具能大大提升效率，从而获得较好的营销效果

巧用工具

## 如何制作出优秀的创意

结合热点

优质创意除了自己独特的想法外，还需要结合当前热点，使受众更容易记住创意内容

拒绝模仿

应该从别人好的创意方面学习，而不是盲目模仿，保持不变

脚本创意

明确想要表达的主题和中心，更好把握受众心理，从而引起关注和共鸣

巧用特效

制作视频还可以添加各种创意特效，给人一种明亮的视觉体验



# 海外网红营销知识

## 内容发布策略

### 固定时间

每天固定一个时间段发布，满足受众的同时，还能让品牌能够提前准备

### 热点发布

受众都喜欢关注热点，借助热点的话题都就很容易登上热门

### 错开高峰

很多品牌都会把发布时间定在下午16-20点之间，因此可以错开高峰时间，提前或延迟发布内容

### 粉丝活跃时间

网红都有自己的发布时间以及发布规律，其粉丝也会有特定的活跃时间

## ROI提升方法

选用垂类KOC

垂类KOC受众精准，转化率高，投入回报比高

约定预期ROI

与网红达成一个预期ROI，比如单个预估视频曝光量等。网红ROI完成度可与网红收益挂钩

复盘优化ROI

需要对营销指标数据进行复盘分析，为下一次营销提供参考，从而不断提高ROI

# 2026

# 海外网红营销生态报告

洞察 · 变化 · 趋势

Nox聚星数据研究中心 · 2026/03

INFLUENCERS MARKETING



关注官方公众号  
及时获取营销干货



扫码咨询业务  
或加入出海社群