



中国广告协会
内容营销及广告代言人工作委员会



2023-2024

明星营销市场与趋势观察

艺恩出品 2024年

目录 CONTENTS

● 明星代言市场扫描

● 明星社媒营销分析

● 明星营销趋势观察



PART1

明星代言市场扫描



明星定义

指知名艺人、娱乐明星、网络红人等在某个领域内具有一定影响力的人物及团体。

代言资格：按照相关法律法规进行代言活动，自觉抵制选用违法失德明星通过任何方式进行代言。

《明星广告代言行为合规指引》解读



明星广告代言行为认定情形

- 1) 在**广告中的推荐或证明**行为；
- 2) 在**影视剧综作品**中对商品进行推荐；
- 3) 以“**体验官**”等身份，或是“**合伙人**”等名义，作推荐、证明的；
- 4) **网络直播**中进行推荐、证明的；
- 5) 其他法律认定的商业广告情形。



明星广告代言义务

- 1) **事前审查**代言产品；
- 2) **充分使用**代言产品，且不得跨代代言；
- 3) **核验广告内容**；
- 4) **后续跟踪**代言产品及服务；
- 5) **主动配合**政府相关部门监管和社会监督。



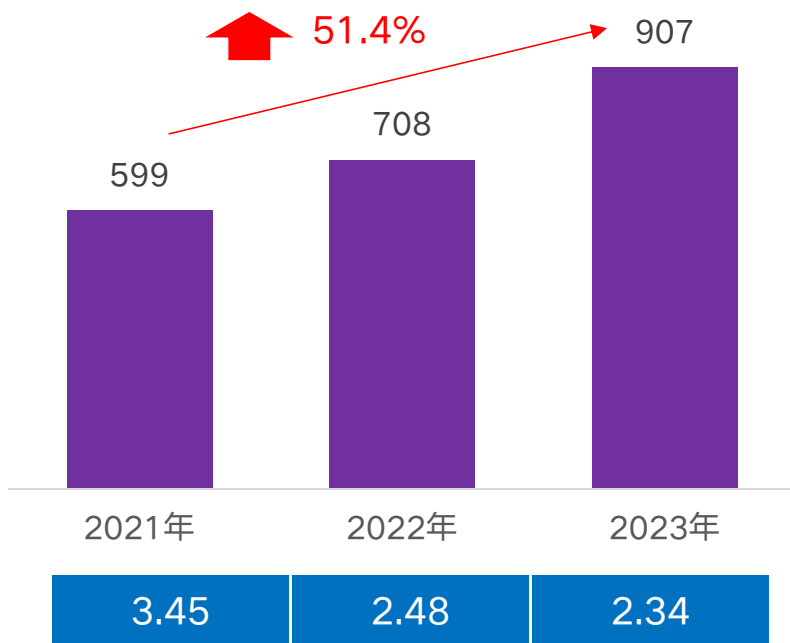
明星广告代言负面清单

- 1) **禁止对违法产品和无证经营、缺少资质的市场主体进行代言**；
- 2) **不得代言特殊行业**，包含①烟草及烟草制品、②面向中小学（含幼儿园）校外培训及其他教育、培训行业；
- 3) **不得虚假代言**：①夸大商品功效、②引用无从考证的数据、③对产品价格和优惠条件引起误解、④暗示保本保收益无风险的资产管理产品、⑤一味宣传低门槛、低利率、轻松贷等引发误解的借贷类金融产品；
- 4) **不得对其他经营者进行商业诋毁**。

大盘|明星代言市场回暖复苏，代言市场步入新周期

- 自2021年《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》实施以来，品牌在经历一年多摸索调整后，代言人市场步入新周期，市场回暖明显。2023年共有907名明星接到品牌代言，同比2021年增长51.4%；
- 选择明星进行代言的品牌数量触底回弹。2023年共有1081个品牌官宣代言人，同比2022年上涨8.6%。品牌平均官宣代言人数量逐年上升，越来越多品牌打造代言人矩阵。

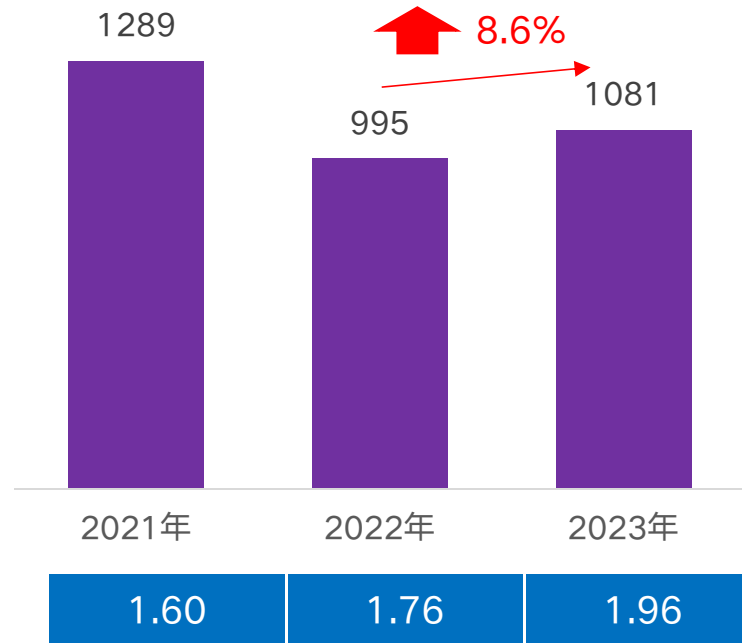
2021-2023年官宣代言人数量



明星平均代言品牌数量



2021-2023年官宣代言人品牌数量



品牌平均官宣代言人数量



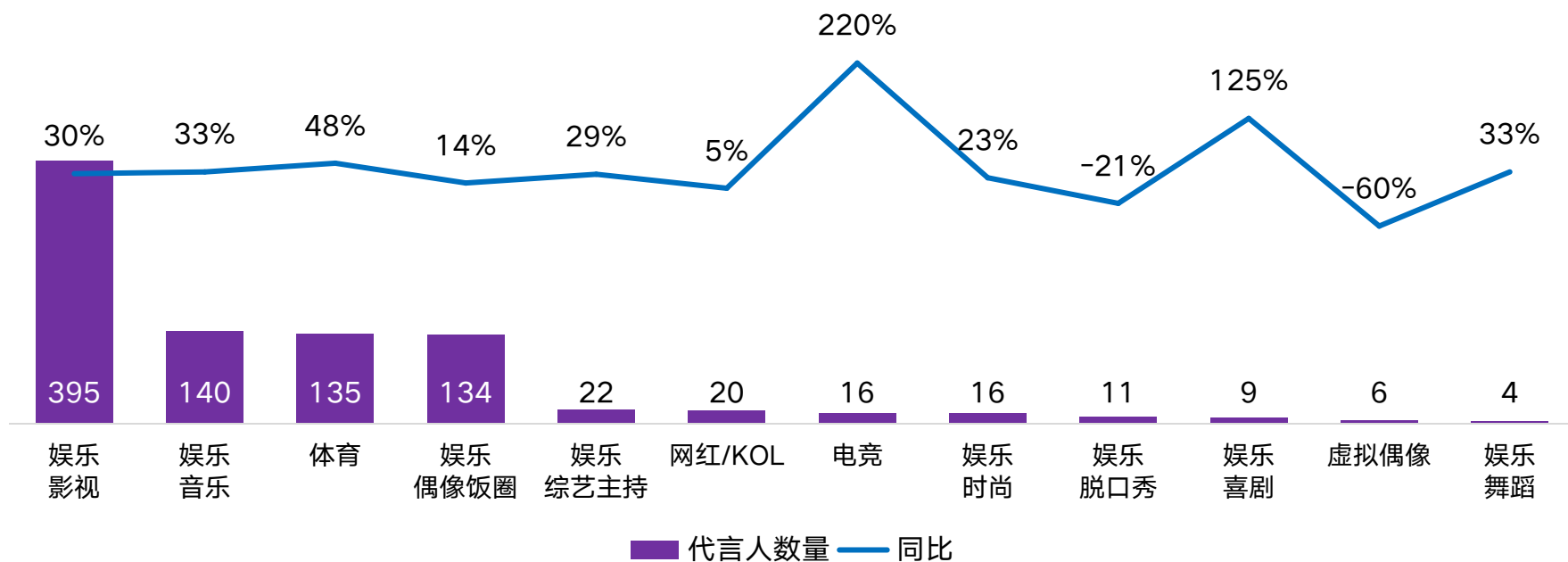
注：官宣代言人数量为去重数据，即XX明星官宣代言多个品牌，只计1次

数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

圈层|赛事举办助推电竞、体育圈层代言人价值上升

- 2023年娱乐圈明星依然是品牌选择的主要类型，从娱乐细分圈层来看，除脱口秀演员受年初事件影响代言人数数量下滑外，其他各细分圈层均呈现增长趋势，其中电竞圈层增幅最多。
- 电竞赛事进入亚运会让电竞选手备受瞩目，2023年电竞选手代言人同比增长220%。此外2023年亚运会等赛事的举办让体育代言人数量增幅近50%。

2023年各圈层官宣代言人数量及同比增速



2023年娱乐圈层代言人占比80.51%

圈层|电竞赛事提升选手商业价值，徐必成斩获4个代言

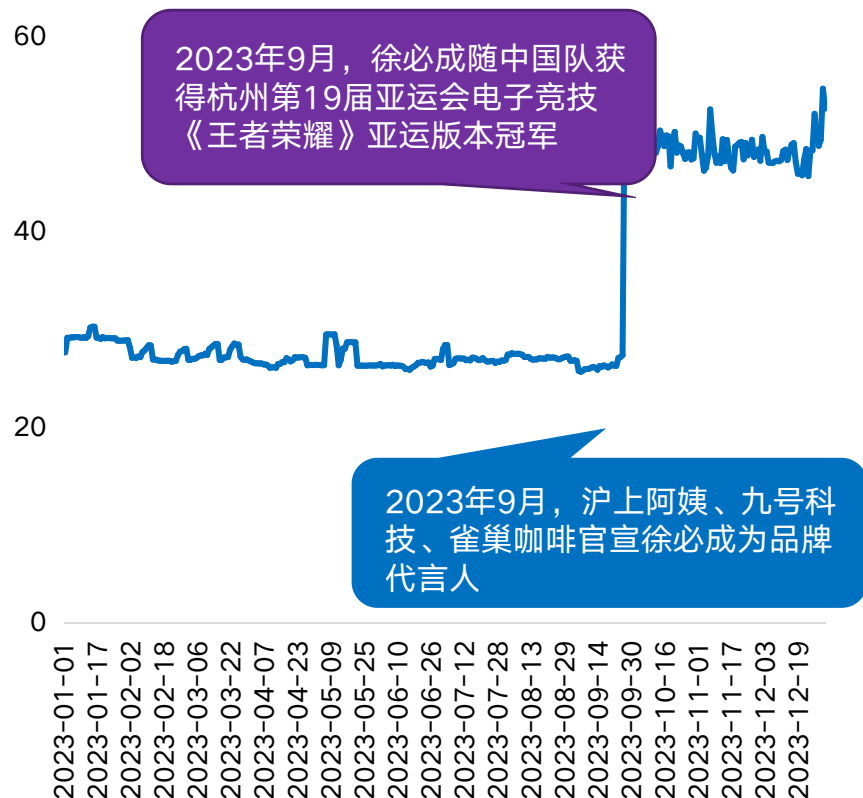


- 2023年9月，徐必成作为《王者荣耀》选手备战历程的纪录片《动感杭州》上线备受关注，叠加杭州亚运会赛事临近，品牌主纷纷押宝徐必成官宣代言合作，2023年9月共有3个品牌相继官宣徐必成为代言人，亚运会电竞赛事夺冠让徐必成关注度快速上升，商业价值飙升。

2023年官宣电竞选手代言数量TOP5

头像	姓名	代言品牌数量	代言品牌
	徐必成	4	伊刻活泉、九号科技、沪上阿姨、雀巢咖啡
	姜承録	2	茶百道、外星人
	简自豪	2	美团外卖、伊利
	罗思源	2	锐澳、动感地带
	杨涛	2	雀巢咖啡、外星人

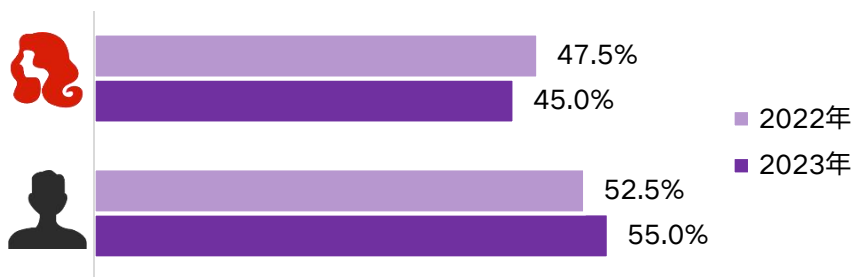
2023年电竞选手徐必成商业价值走势



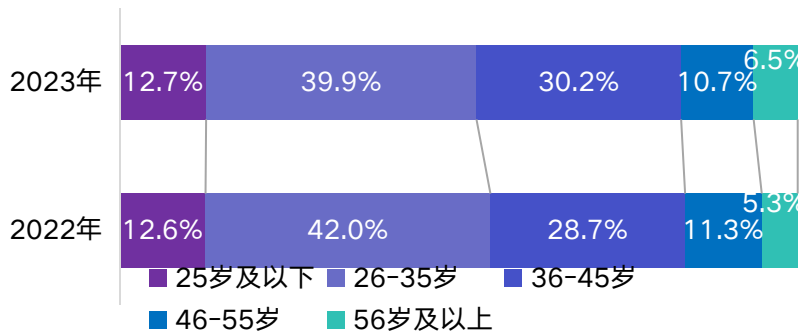
结构|男性、实力派数量上涨，品牌年轻化迎来新定义

- 从性别上看，2023年男性代言人占比上涨，数量同比增长35.4%。
- 从年龄上看，36-45岁的中年实力派明星占比上涨；与此同时，以吴彦姝为代表的高龄国民实力派明星备受关注，品牌年轻化定义不仅限于代言人年龄，与气质贴合的高龄代言人合作成为新尝试。

2022-2023官宣代言人性别占比



2022-2023年官宣代言人年龄分布



注：组合、虚拟人物、未公开出生年份的艺人不在统计范围内

数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

©2024.04 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

案例：Songmont x 吴彦姝

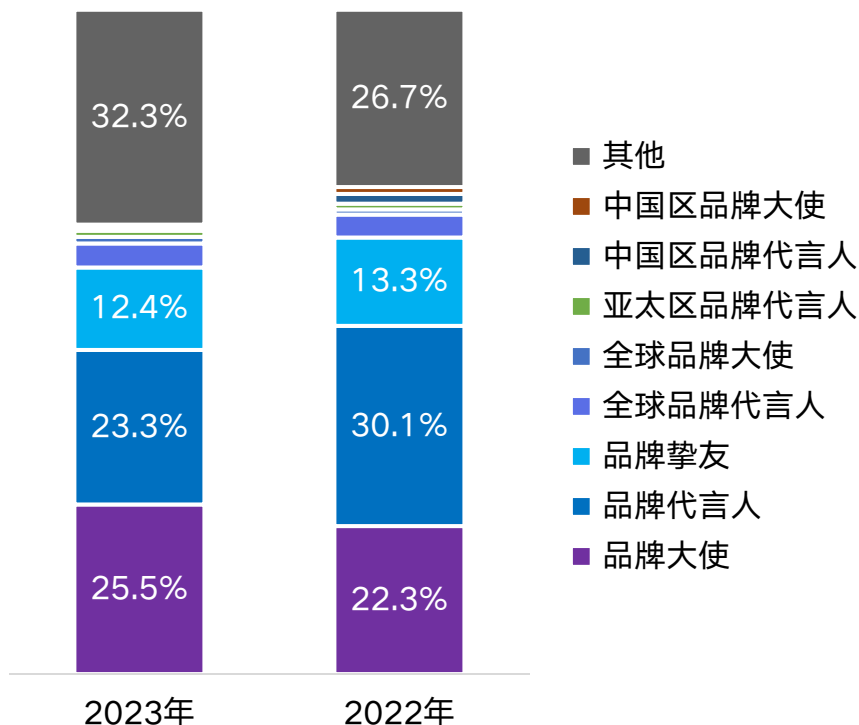
吴彦姝奶奶独特的个人气质更加凸显品牌内涵，且不动声色地笼络了年轻人的心。



代言身份|明星合作身份更灵活多样，代言头衔更细分

- 2023年明星与品牌合作时，代言身份更加多样、头衔越发细分。2023年除常见的代言身份外，车型体验官、光影美学家、首席放松师、全球品鉴官等其他代言身份的占比进一步上涨，由2022年的26.7%上升为2023年的32.3%，占比增加5.6%。

2022-2023年品牌官宣代言人身份分布



2023年品牌官宣创新代言身份案例



Audi奥迪×范丞丞×车型体验官



喜茶×田曦薇×尝鲜官



OPPO×朱一龙×光影美学家



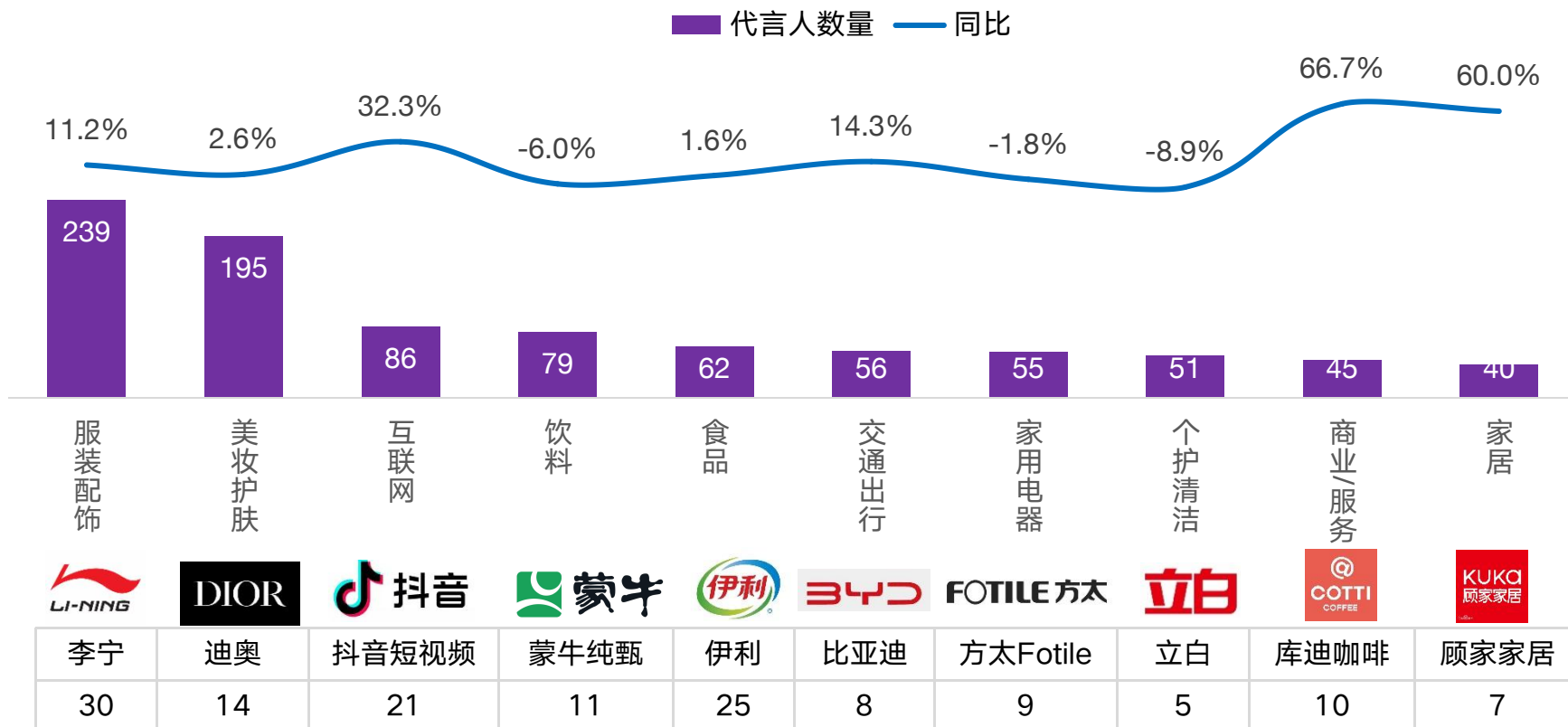
益达×杨迪 首席放松师

行业|服饰、美护数量多，商业/服务、家居品牌增幅快



- 2023年服装配饰、美妆护肤、互联网行业品牌官宣代言人数量居前三。
- 2023年商业/服务业性行业、家居品牌官宣代言人数量同比增长均超60%，增长幅度居行业前二，其中库迪咖啡以10名代言人数量居于商业/服务品牌榜首。饮料、家用电器、个护清洁品牌官宣代言人数量同比下降。

2023年行业官宣代言人数量TOP10及同比增速



数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

©2024.04 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

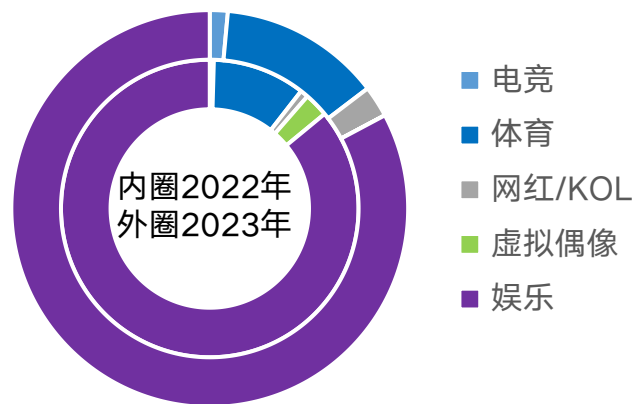
广告主|头部广告主代言人向圈层名人倾斜

- 内蒙古伊利实业集团以官宣80位代言人位居代言人数量第一，TOP10广告主平均代言人数由2022年的34.7增加到2023年的36.3，风险分散化和多圈层人群触达成为广告主选择代言人的重要方向。
- 2023年头部广主代言人圈层多样化趋势明显。电竞、体育、网红/KOL等圈层代言人数量占比均有所增加，娱乐代言人占比下降。2023年多项体育赛事和电竞赛事的举办让赛事相关圈层明星备受关注。

2023年官宣代言人数TOP10广告主



2022-2023年TOP10广告主官宣代言人圈层分布



TOP10广告主平均官宣代言人数

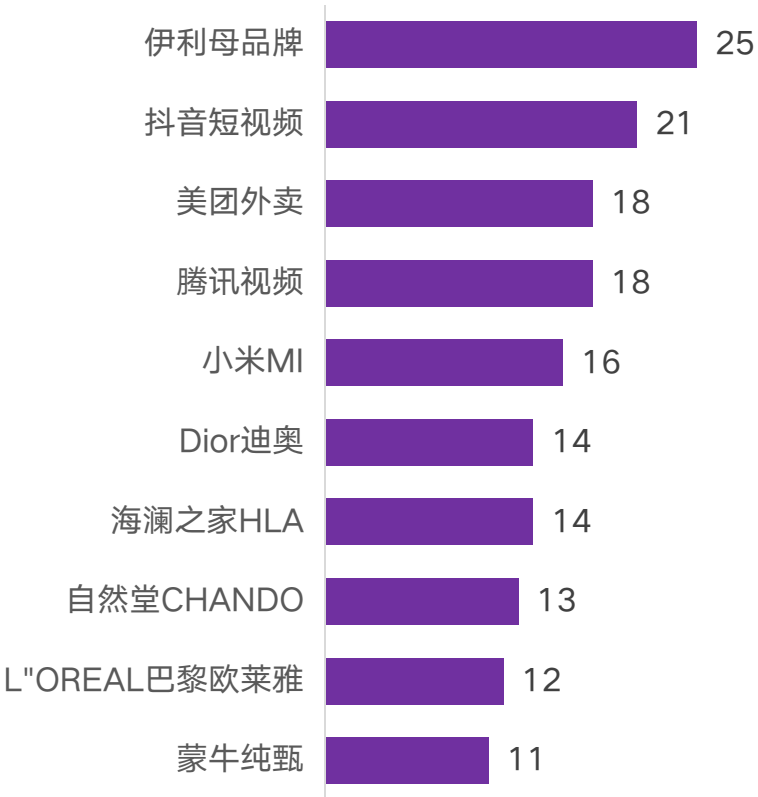


品牌|伊利携手多风格明星/名人位居代言人数量榜首



- 伊利母品牌以官宣25位艺人的数量居于榜首，合作的明星多为圈层名人，其中19位为体育圈层名人。
2023年多项重大体育赛事举行，体育明星大受关注。

2023年官宣代言人数量TOP10品牌



2023年伊利官宣合作艺人列表

姓名	职业	姓名	职业	姓名	职业
张雨霏	运动员	阿不都沙拉木	运动员	闫锦锦	运动员
周琦	运动员	孙铭徽	运动员	简自豪	电竞选手
崔永熙	运动员	吴艳妮	运动员	曾舜晞	演员,偶像
刘清漪	运动员	葛曼棋	运动员	董洁	演员
杨倩	运动员	覃海洋	运动员	程潇	歌手,偶像
汪琳琳	运动员	沈梦雨	运动员	王子璇	演员
王哲林	运动员	张琳艳	运动员	王建国	脱口秀演员
赵继伟	运动员	朱钰	运动员		
胡明轩	运动员	肖裕仪	运动员		



PART2

明星社媒营销分析

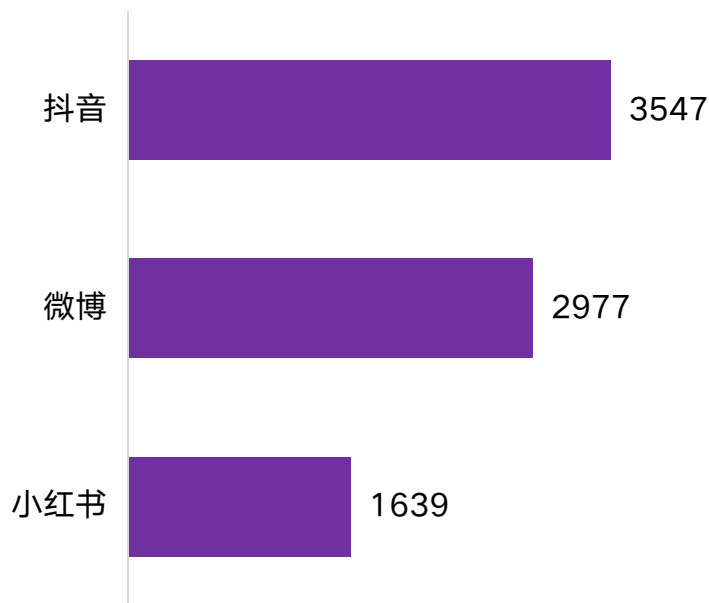
渠道|抖音成明星品牌营销新阵地，微博发布量大幅领先



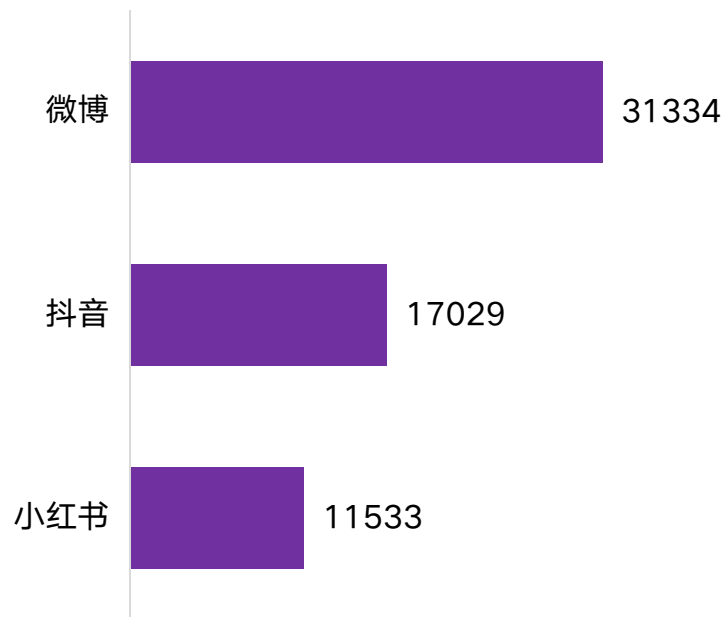
- 近年大量明星入驻抖音、小红书发布品牌相关内容。得益于抖音集短视频、直播和电商于一体的商业闭环，2023年在抖音发布品牌相关内容的明星数量超过微博。但从发文数量来看，明星在微博的商业发布数量依然处于绝对优势。

2023年明星发布品牌相关内容社媒分布

发布品牌相关内容的明星数量（个）



明星发布品牌相关内容数量（条）

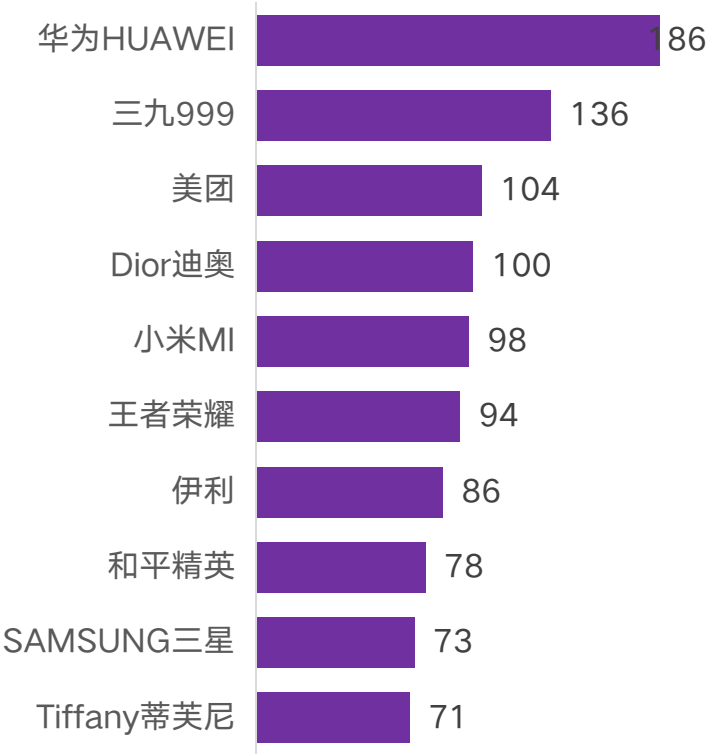


微博|服装配饰、美妆护肤、奢侈品合作艺人数量居前三

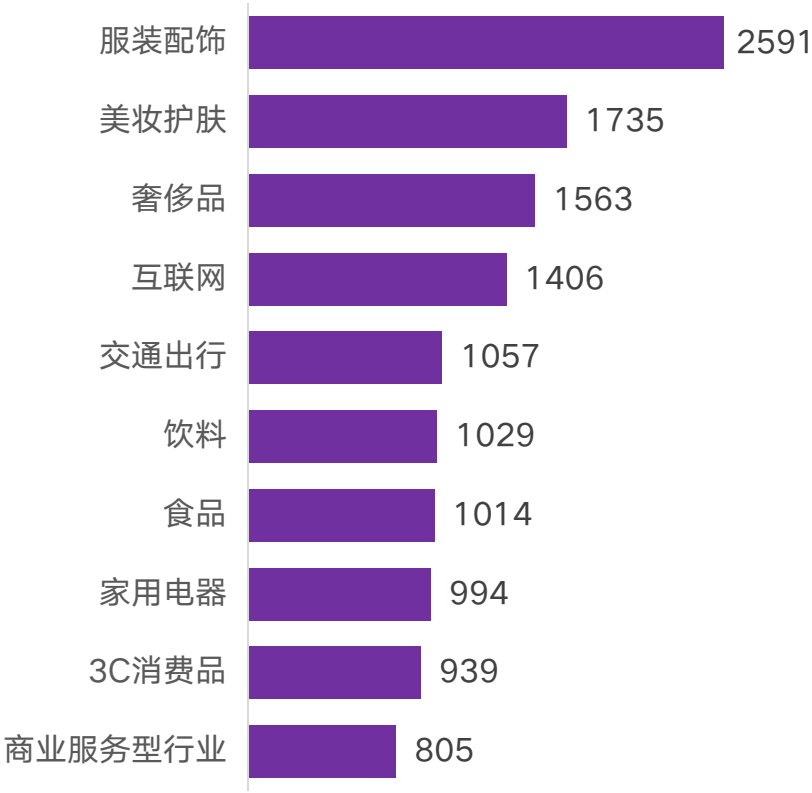


- 2023年，以李宁为代表的服装配饰、兰蔻等美妆护肤品牌、迪奥等奢侈品牌成为合作明星数量最多的三大品类。
- 颇受国民喜欢的品牌华为合作艺人数量最多，万茜、关晓彤、易烱千玺等纷纷为华为新机发布、新店开业等发布微博。

2023年在微博平台合作艺人数量TOP10品牌



2023年在微博平台合作艺人数量最多TOP10品类

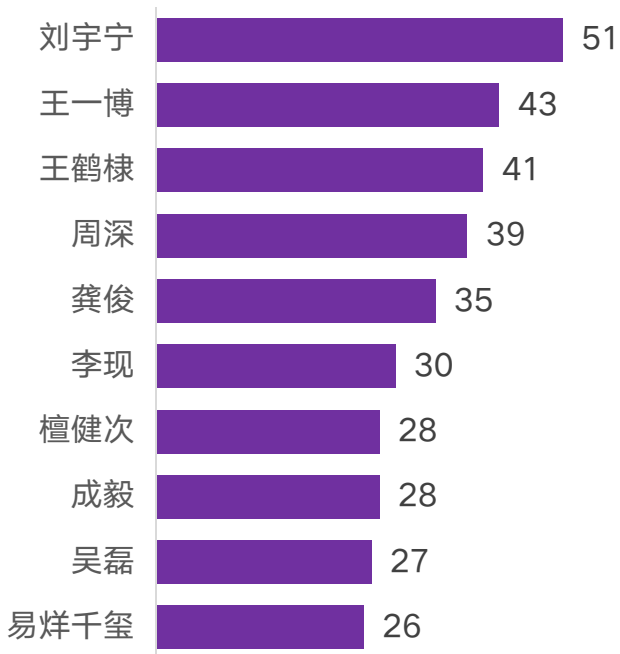


微博|王一博发布品牌相关微博数量和互动量均居于前列



- 2023年《一念关山》《安乐传》等剧的热播让刘宇宁获得较多商业合作，以51条品牌相关微博成为发布数量最多的明星，《安乐传》为龚俊吸引了一大波粉丝，发布的品牌相关微博互动量位居第一。王一博发布的品牌相关微博数量和互动量均居于第二。

2023年头部提及品牌微博中
发布微博数量TOP10明星（条）



2023年头部提及品牌微博中
互动量TOP10明星（万）



注：头部提及品牌微博指明星提及品牌的微博中互动量TOP1000的微博

小红书|明星青睐发布穿搭护肤彩妆等时尚潮流商业笔记

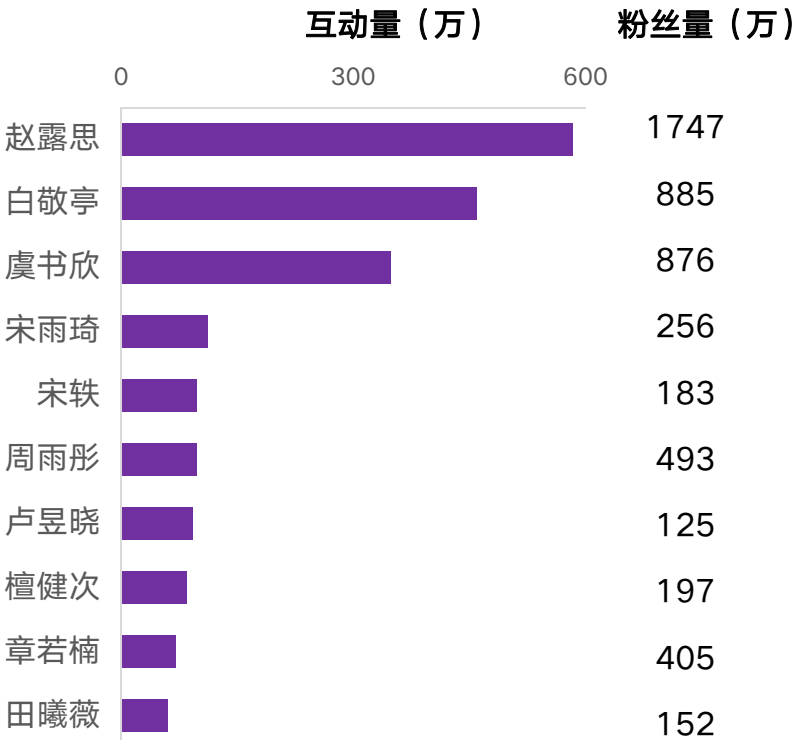


- 小红书作为引领时尚潮流的阵地，也成为明星展示穿搭、护肤、时尚美容的重要平台。2023年明星发布的品牌相关笔记中，穿搭、彩妆、护肤等成为最多的品牌笔记，赵露思的服饰穿搭笔记获得最高互动。

2023年明星提及品牌笔记类型



2023年服饰穿搭笔记互动量TOP10明星



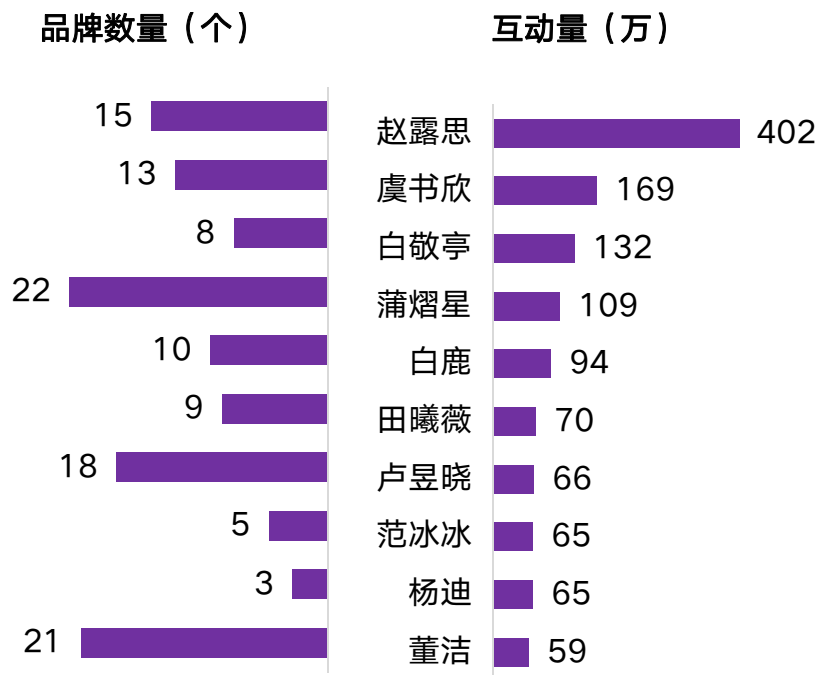
数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

小红书|赵露思小红书营销最活跃，极萌合作艺人数最多

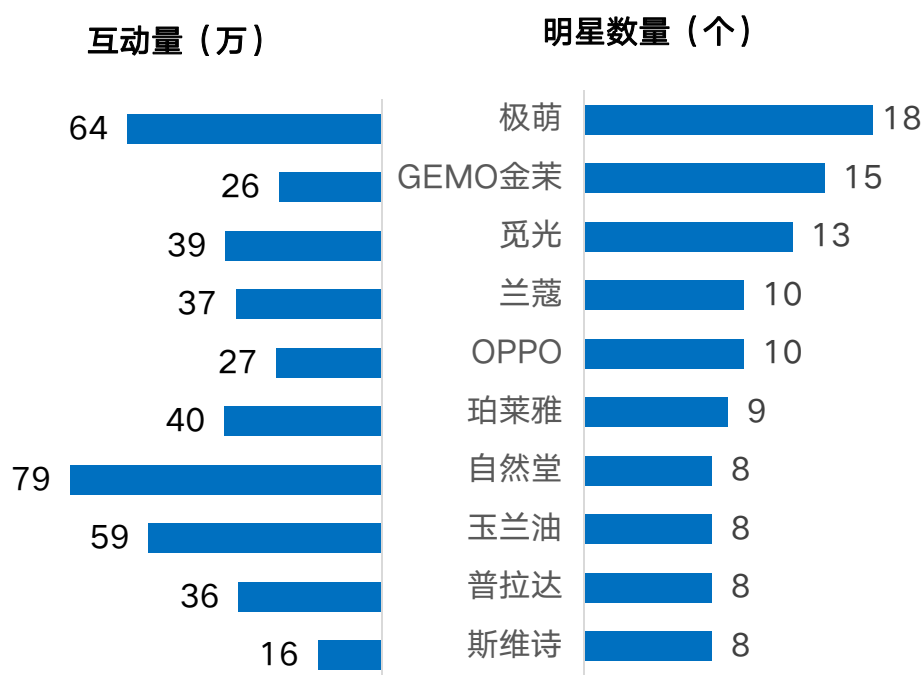


- 2023年明星在小红书上发布的头部品牌相关笔记中，赵露思、虞书欣、白敬亭的笔记互动量最高。
- 品牌方面，美容护肤类品牌获得较多明星推荐和互动量，在互动量前1000的笔记中，合作明星数量前10的品牌中，7个均为美容护肤类品牌。

2023年头部提及品牌笔记中 互动量TOP10明星



2023年头部提及品牌笔记中 明星数量TOP10品牌



注：头部提及品牌笔记指明星提及品牌的笔记中互动量TOP1000的笔记

- ### 2023年头部提及品牌视频中 明星数量TOP10品牌

2023年明星抖音提及品牌视频类型 词云图



抖音|以短剧形式为品牌种草的李宗恒互动量夺冠

- 2023年李宗恒凭借近2000万的抖音粉丝，以短剧形式成为提及品牌视频互动量最高的艺人明星，受到众多品牌青睐。此外，白敬亭、車保罗提及品牌视频的互动量分别居于二三名。

2023年头部提及品牌视频中 互动量TOP10明星

排名	明星	互动总量（万）	提及品牌
1	李宗恒	9509.7	周黑鸭、海底捞、安慕希
2	白敬亭	2332.2	雀巢、耐克、劳斯莱斯
3	車保罗	1906.7	长安汽车、喜茶
4	陈紫函	1625.8	SK-II、雅萌、宫芙
5	章若楠	962.2	东阿阿胶、宫芙、圣罗兰
6	杨颖	872.1	蒂芙尼、高露洁
7	王一博	727.9	惠美寿、阿道夫、台铃
8	鞠婧祎	711.1	花西子、索尼、完美日记
9	张大大	700.7	安井、特步、拍立得
10	张予曦	651.7	AKF、润百颜、东阿阿胶

注：头部提及品牌视频指明星提及品牌的视频中互动量TOP1000的视频

数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

©2024.04 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

2023年抖音明星品牌营销方式

剧情演绎、广告片发布、生活日常、话题挑战是主要营销方式



剧情演绎
通过短剧形式植入品牌



广告片发布
明星抖音账号发布代言广告



明星日常
明星通过生活日常分享等方式直推产品

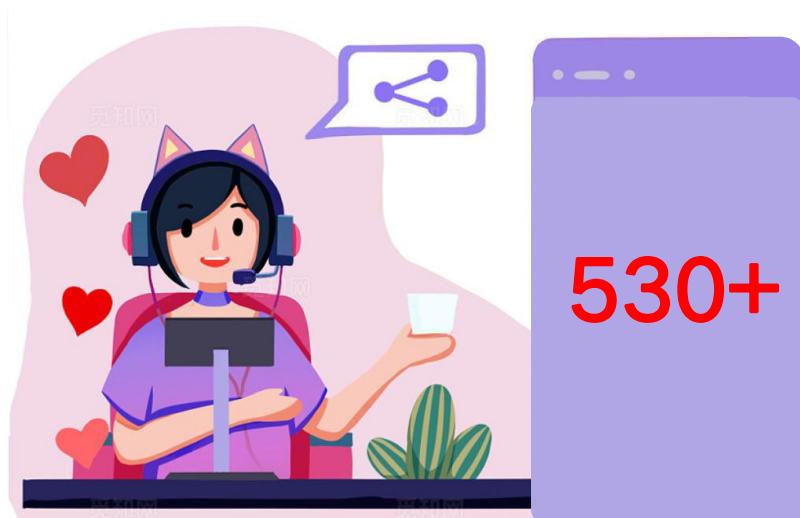


话题活动挑战
明星参与话题挑战，实现品牌漏出

直播|朱梓骁直播带货场次居首

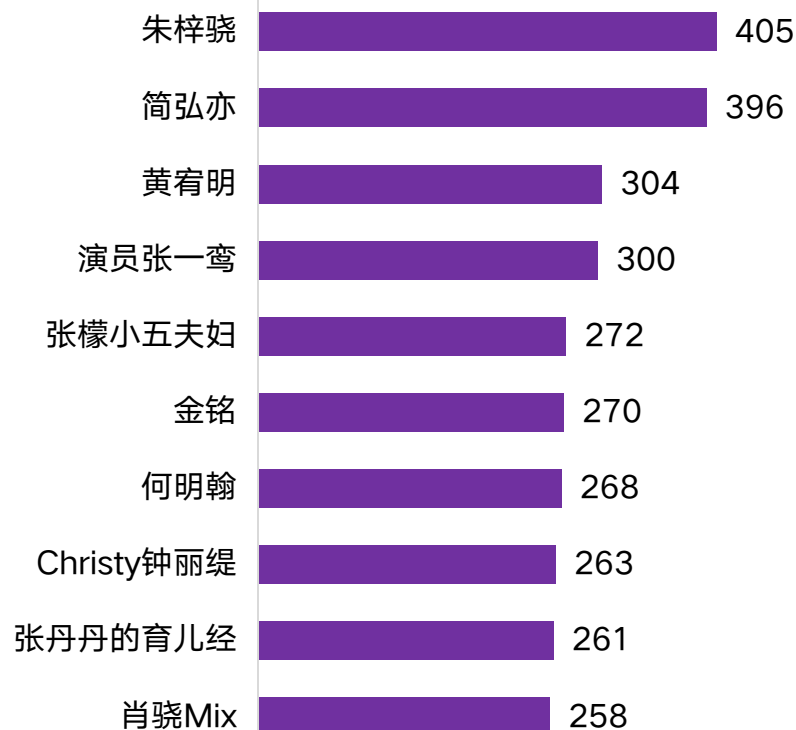
- 明星利用闲暇时间直播带货已成趋势，2023年超530名艺人在抖音平台进行了直播带货，其中朱梓骁的直播场次最高，全年超400场次。

2023年参与抖音直播带货的
明星数量（个）



2023年明星抖音直播带货场次TOP10

单位：场



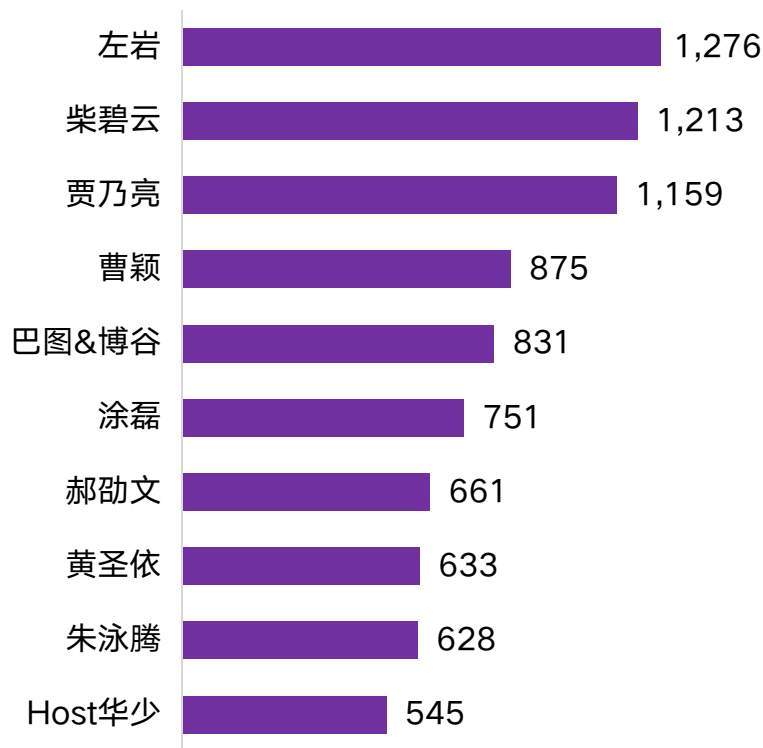
直播|左岩直播带货销量最高，贾乃亮带货销售额夺冠



- 从直播带货销量来看，左岩在抖音平台的直播带货销量最高，其次是柴碧云和贾乃亮；
- 从直播带货销售额来看，贾乃亮在抖音平台的直播带货销售额夺冠，其次是左岩、柴碧云。

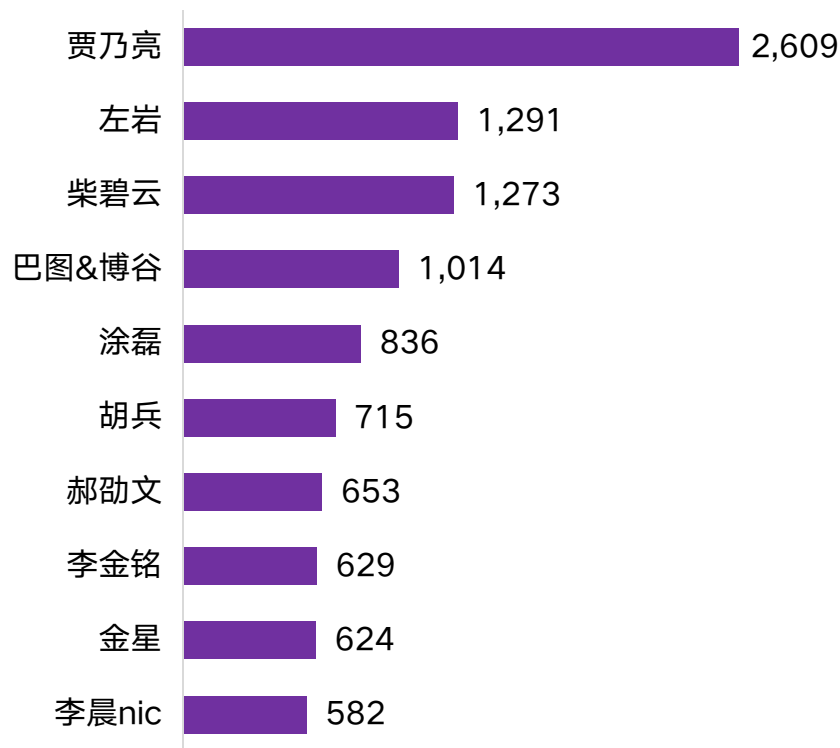
2023年明星抖音直播带货销量TOP10

单位：万



2023年明星抖音直播带货销售额TOP10

单位：百万元



直播|快手明星“家宴”直播为品牌营销开辟新玩儿法



- 明星IP直播形式更加多样化，快手联手成龙和京东共建成龙龙运短片，并打造“新春家宴”直播，通过成龙龙年独特的结合方式，为京东品牌年货节助力，品牌在全网社交平台广泛传播，实现超强曝光。

京东独家冠名项目，TVC+直播全周期露出品牌信息，全网曝光**102亿+**，全网热榜**140个**

场景融入

品牌根据场景不同，植入直播场地内



内容互动

品牌元素融合环节策划，立体式实现直播时与嘉宾互动



联手打造接龙运短片

品牌与快手联手打造以成龙为主角的品牌短片





PART3

明星营销趋势观察

观察一|实力与热度兼顾，银发代言人受追捧

- 近年流量明星塌房频发，品牌将目光转向实力与热度兼具的体育运动员和银发明星，彰显品牌更多价值。

“实力”与“热度”兼顾，收获网友热赞

案例：Prada X 中国女足

Prada将代言人选择由“流量”转向“实力派”。2023年7月Prada宣布与中国女足达成合作。



用户热评（部分）

- 早点找这样靠谱的你也不至于品牌形象稀碎
- 穿prada的女王们
- 哇哇哇~Prada成为中国女足的官方赞助商！太优秀了！中国女足666！支持女足姑娘们！希望在绿茵场上看到你们飒爽英姿！
- 早点把 花在这种有价值，具有正面意义，实用还靠谱的合作上就不要经历那么多塌房了，多给我们铿锵玫瑰提供些好衣服哈

银发代言人数量激增

目标用户以年轻人群为主的美妆、服饰类品牌，不断扩大代言人年龄群，实力派银发代言人数量猛增。

2023年美妆/服饰类品牌，60岁以上代言人



杨紫琼成为BALENCIAGA全球品牌大使

观察二|绑定代言人跨界深度合作，代言人效用最大化

- 为挖掘代言人更多价值，实现代言效用最大化，品牌利用明星营销的方式也越发多样，除了常规的拍摄广告片外，绑定代言人作品、演唱会赞助、短视频种草、直播带货、推出联名产品等合作方式层出不穷。

品牌与代言人合作方式



品牌与代言人深度合作案例

蕉下X周杰伦 广告片



纯甄冠名杨紫新剧《长相思》



赵露思发布玉兰油短视频



赵丽颖参与燕之屋直播



金典冠名代言人李宇春演唱会



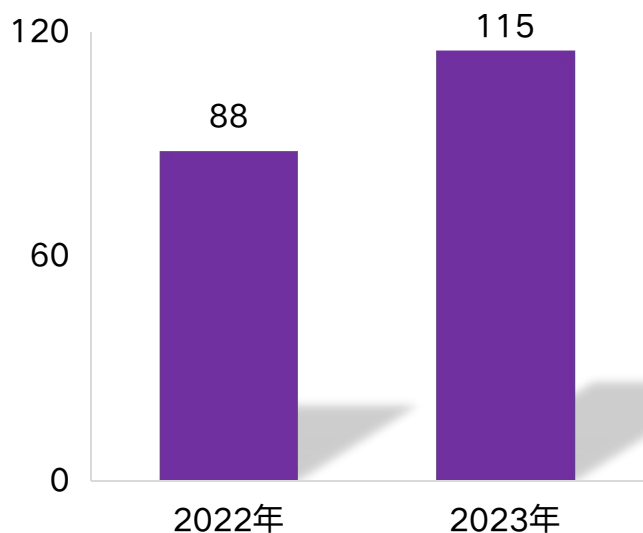
Redmmi推出王一博联名款



观察三|代言人矩阵打造为品牌触达更多圈层消费者

- 为触达更多更广泛的圈层人群、分散代言人风险，越来越多以蒙牛、OPPO等为代表的品牌打造“1+N”的代言人矩阵。2023年代言人数量超3位的品牌数量同比增长30%。

近2年官宣代言人数量>3的品牌数量



2023年官宣代言人数量大于3的品牌，
数量同比2022年增长**30.7%**

案例：OPPO



2023年OPPO官宣合作明星7名，其中涉及影视演员、喜剧演员、主持人、国内外运动员等多个领域。



朱一龙



胡先煦



舒淇



金靖



张大大



卡卡



石宇奇

观察四|从流量走向热点，“及时”热度成品牌新追求



- 观众“看一部剧换一个老公”的快速更迭，让品牌认识到明星“及时”热度的价值，品牌对代言人的选择从流量至上向热点至上转移。

《封神第一部：朝歌风云》热映。各品牌借势《封神》，“质子团”收获多个代言

蒙牛纯甄借势《长相思》热播，签约多位主演，为品牌带来巨大声量。

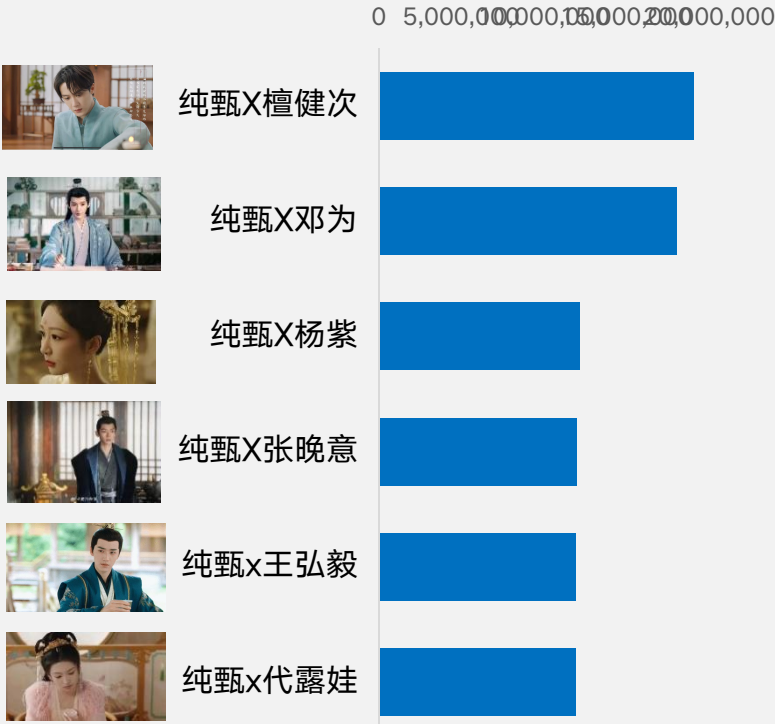
7&8月新增代言TOP10品牌中 “质子团”代言情况

“质子团”代言碧欧泉		
明星	代言时间	代言身份
李昀锐	2023/8/14	品牌挚友
此沙	2023/8/14	品牌挚友
陈牧驰	2023/8/14	品牌挚友

“质子团”代言娇兰		
明星	代言时间	代言身份
于适	2023/8/31	品牌挚友
此沙	2023/8/31	品牌挚友
侯雯元	2023/8/31	品牌挚友
单敬尧	2023/8/31	品牌挚友

“质子团”代言库迪咖啡		
明星	代言时间	代言身份
陈牧驰	2023/8/9	新品体验官

《长相思》演员品牌声量贡献



数据来源：艺恩营销智库；数据统计时间：2023.1.1-2023.12.31

观察五|顽梗式代言助推代言广告破圈

- 传统的代言人广告宣传语让观众印象模糊，甚至完全没印象。2023年多个品牌将目光转向“玩梗”式代言，长安马自达请梁家辉代言力破“你坐马自达，怪不得你赛车”的“谣言”，让广告爆笑出圈。

案例：长安马自达 X 梁家辉

“黑粉”梁家辉代言长安马自达，力破26年前电影中“你坐马自达，怪不得你赛车”的“谣言”，爆笑玩梗引热赞。



用户热评（部分）

- 牛啊[允悲][允悲][允悲]格局打开了
- 这策划太牛了！
- 你们把压力给到了凯迪拉克了
- 20岁闯的祸，60岁还在擦屁股
- 解铃还须系铃人，马自达车主无条件撑影帝
- 马自达终于找到了最合适的代言人！我话讲完，谁赞成，谁反对？

案例：古力娜扎代言哪吒汽车

哪吒汽车请娜扎代言，“哪吒，娜扎”绕口令让发布会现场气氛爆棚。





www.endata.com.cn