快手

参选类别：金鼠标10周年——数字营销创新力互联网媒体/平台

简介及核心优势

快手秉持“记录世界，记录你”的核心理念，以“提升每一个人的幸福感”为使命。快手是记录和分享大家生活的平台，每天有 1500 万条原创新鲜视频正在诞生。在快手，用户可以看到广阔的世界，也可以被广阔的世界所看见，通过记录和分享，让用户找到身份认同感，提升了独特幸福感。快手历经七年多的积淀，日均活跃用户已达 1.6 亿，原创短视频库存 80 亿，用户日均使用时长 60min+。快手作为短视频 APP 的领跑者，在这里你能够发现真实有趣的世界。

快手凭借强大的数据能力和人工智能技术，将 AI 技术应用于记录到分发的各个环节，包括视频生产、视频理解、用户理解、视频分发等。并且，AI 让每一个人的记录形式更丰富有趣，从魔法表情、肢体识别、AR 特效等功能帮助提升用户感知。同时，通过“多媒体内容理解”能够利用 AI 等技术让机器高效地看懂海量视频，对用户有更加深度的认知，基于用户行为数据理解用户潜在兴趣，帮助用户探索更大的未知领域。

自从 2018 年 10 月 30 日，快手商业化元年正式全量开启。快手营销平台的口号是“让社交商业更有效”,定位于“社交商业引擎”，包括快手广告与快手商业开放平台两个体系，致力于为客户提供“高效+长效”的双擎营销解决方案。

一、快手营销平台包括快手广告与快手商业开放平台两个体系。

1、快手广告的目标是让你的广告更高效。包括信息流广告、话题标签页、粉丝头条三种形态。

粉丝头条：广告主与用户均可购买粉丝头条实现内容放大，通过粉丝定向、多标签定向定位，精确获取高价值粉丝。

信息流广告：面对 B 端用户，包括了信息流和效果两类。快手广告的独特优势体现在：优质流量红利；广告更高效、效果更真实；操作智能、简单、灵动。快手广告独有的粉丝定向能力和兴趣定向能力让广告主能够锁定更加精准，颗粒度更加细分的人群。

2、快手商业开放平台是快手向短视频营销产品链上下游， 开放快手流量能力、社交能力、内容能力，普惠商业合作伙伴的商业开放平台。以内容生态和社交生态两类产品为核心，为商业伙伴提供“老铁经济”下的长效营销解决方案。

社交生态体系，包括快接单（开放快手网红能力），快享计划（开放网红站内社交流量），快手小店（快手社交电商能力）。内容生态体系，包括商家号和内容创作平台。

快手商业开放平台以“长期效果”为导向，主要目标是将这些商业能力开放给商家和红人们，帮

助大家更好的实现自己的商业价值，最终达到商家、红人、普通用户与快手的四方共赢。

二.与其他互联网广告平台相比，快手广告独有的优势体现在：

1.快手平台覆盖潜力人群及区域为商业拓展带来新机遇

快手用户地域分布结构与中国移动互联网的人群地域结构相同，活跃用户分布与互联网人口一致，映射出真实中国市场。

而且，在移动互联网流量红利趋于尾声的时候，快手仍能覆盖其他平台覆盖不到的流量红利地区，可以让商家触达在其他平台接触不到的用户。而这些流量红利并未被充分挖掘的潜力区域，将是电商行业必须拓展的增量市场。快手下沉市场基础好，电商拓展空间大。相比主流电商人群，快手人群较为依赖性移动互联网，具备很强的网购潜力。

2、短视频社交商业第一入口。

快手营销平台发布会上提出了“Fe+新商业”这一概念，Fe 就是快手原生商业能力的符号，也是对快手“老铁经济”社交商业优势的最佳诠释。

正是快手丰厚的社交土壤催生了独一无二的“老铁经济”，“有温度、有信任度、有忠诚度”的强社交关系链让快手拥有得天独厚的原生商业场景。快手拥有 80 亿条原创短视频内容，用户日均使用时长60min+，天然具备极强的社交属性。快手平台上每时每刻诞生各种各样的原生消费场景，通过老铁之间天然的社交链路来发挥“老铁经济”效能，可以形成从“种草”到“拔草”的闭环。同时，这样种强社交关系，也意味着更高的转化率和复购率。

3、快手坐拥“用户粮仓”，年轻化群体是消费主力。

快手用户是一个非常年轻化的有未来消费潜力的人群。

快手用户以 Z 世代人群为主，62.5%的快手用户正处于 25 岁及以下的年龄段，整体呈现年轻化。并且， Z 世代人群即将迈入婚恋期，是未来市场的主力消费人群。与此同时，随着中国经济的全面发展和消费分级趋势的不断加强，三四线及以下城市“小镇青年”所爆发的消费实力不容小觑，深耕“下沉市场”多年的快手更懂用户心态，具备先发优势。

4、更细的人群颗粒度，以内容划分的标签体系天然带有商业属性。

快手多年以来沉淀，有了庞大用户基数的支撑，并且这些用户具有垂直细分属性以及个人带有极强的内容标签，从而让广告主找到目标人群成为了可能。比如，希望精准定位于厨师群体的联合利华旗下家乐辣鲜露，与希望面向卡车司机投放润滑油广告的壳牌，都在快手平台上找到了这两个垂直领域的大量用户。正因为快手流量巨大且类型多元，分布广泛，“快手江湖”才能找到各种细分门派。

同时，相比其他平台用户对传统广告比较敏感排斥的态度，大量快手用户对于广告的态度更加友好。正因为快手重在记录与分享，商业化内容与快手生态的结合更加紧密，在不损害用户体验的前提下，广告内容与风格具有“真实”和“真诚”的特点，从而达成用户、广告主和平台三方共赢。

数字营销领域突出成绩

第六届梅花网营销创新奖

营销创新年度整合营销大奖、最佳社媒营销创新金奖；

2018 年第五届 TMA 移动营销大奖

短视频营销铜奖；

2018 年第十届金网奖

短视频营销金奖；

金投赏

商业创新奖入围奖；

TalkingData

电商人群最具投放价值媒体奖；

2018 金旗奖

数字营销金奖；

第 13 届金瑞营销奖

最佳短视频营销奖

服务的主要客户

尚品宅配、小米、魅蓝、哈尔滨啤酒、联合利华、百雀羚、壳牌、荣威、荣耀、酷我音乐、腾讯游戏