

# WEIQ红人营销平台



- **报送公司:** 北京天下秀广告有限公司
- **开发时间:** 2014年
- **参选类别:** 年度最佳数字营销平台



- WEIQ红人营销平台（简称：WEIQ 平台）（[www.weiq.com](http://www.weiq.com)）是基于大数据技术为红人（内容创业者）与企业提供营销连接的撮合与交易平台。
- **开发背景及开发时间：**随着红人经济的崛起和互联网去中心化趋势的加剧，广告主面临多平台流量分散、红人匹配效率低、营销效果难以量化等挑战。天下秀数字科技集团（IMS新媒体商业集团）基于23年红人营销行业经验，于2014年启动WEIQ平台的研发，旨在通过大数据技术连接广告主与红人，构建智能化的红人营销生态。
- **核心目标：**
  - 1、精准匹配：利用大数据模型为广告主筛选调性相符的红人，提升营销效率。
  - 2、全链路服务：覆盖“诊断-洞察-策略-评估”全流程，实现从选号、投放、追踪到复盘的闭环。
  - 3、降本增效：通过无差价交易、SaaS工具和自动化流程，降低广告主和红人的交易成本。
- **使用群体：**
  - 1、广告主：涵盖美妆、快消、汽车、3C等行业的品牌客户。
  - 2、红人/MCN：覆盖微博、微信、抖音等平台的头部至尾部红人。
  - 3、服务商：代理机构及中小商家，通过WEIQ实现资源整合与效率提升。

# WEIQ: 基于大数据为红人与企业精准匹配交易平台



## 平台数据情况

- WEIQ红人营销平台2021年全年订单量 **超380万笔**, 平均每天处理超1万笔;
- 2023年全年平台为红人群体带来超**33亿元**的收入;
- 2023年WEIQ-SaaS一站式跨平台投放模型、定制化团队协同管理等功能, 有效提升合作伙伴运营效率;
- 2024年上半年平台职业化红人账户数超**167万**, 较2023年末增长20.2万;

# WEIQ合作伙伴：成为各行业品牌的共同选择

## 受近800家一线大品牌认可



## 获近20万中小企业的信任



## 众多新消费品牌选择



- 使用步骤:

- 1、注册账号：广告主通过官网（[www.weiq.com](http://www.weiq.com)）注册并完成资质认证。

- 2、需求分析：输入营销目标（如曝光、种草、转化），平台基于行业标签、粉丝画像等生成策略建议。

- 3、红人筛选：

- (1) 使用“极速报价”工具输入预算、受众等条件，系统推荐匹配红人。

- (2) 支持“红人对比”功能，从粉丝数、互动率、报价等维度筛选优质账号。

- 4、投放执行：一键下单并支付，平台提供合同审核与资金担保。支持多平台（微博、微信、抖音、小红书、视频号、B站、快手）同步投放。

- 5、效果追踪：实时监测传播表现、互动数据、舆情分析，生成结案报告。

- 6、数据沉淀：投放数据存入品牌资产库，优化后续策略。

- WEIQ: 基于大数据为红人与企业精准匹配交易平台
- 应用范围: 1、行业: 美妆、快消、汽车、金融、3C等47个细分领域。  
2、平台: 覆盖微博、微信、抖音、快手、小红书、B站等主流社交平台。  
3、内容形式: 短视频、直播、图文、文章等全媒介形态。
- 广告模式: 无差价交易, 即平台直接对接红人与广告主, 价格透明。

## WEIQ红人营销平台：核心功能及服务链路

01

海量红人  
深度洞察

293.5万+红人资源，  
47个行业大类，  
整合全领域社交平台。

02

一站式跨平台  
智能投放

主流社交平台全覆  
盖，一站式解决多  
平台订单管理。

03

红人直连  
高效沟通

一键直连，  
实时沟通，  
与红人零距离交流。

04

数据沉淀  
制定新策略

数据沉淀，  
助力下次投放  
科学定制新的策略。

05

交易安全  
多重保障

支付流程简单，  
可快速生成订单，  
保障交易安全。

- 案例一：网剧《司藤》短视频营销



- **策略&创意：让旗袍古风国民化，发起“奇迹藤藤仿妆挑战”**
- **1、KOL内容定制，完成剧集“普及”吸引用户入场：**
- 第一波种草通过WEIQ大数据平台精选17+KOL输出定制向内容，辐射3000+W抖音用户，以“立人设、强吸睛、高撒糖、提口碑”为主要传播线，通过“艺人角色适配度、司藤女王气质、司藤猎奇内容元素、女A男O另类CP、原著还原度”等主题方向进行内容传播；
- **2、司藤本藤“真人发糖”，形成线上线下相互赋能：**
- 策划主演景甜、张彬彬扫楼短视频内容，并进行短视频拍摄及传播。以亮点剧情剧外“上演二番”的方式，有效拉动粉丝互动热情。
- **3、多维度物料捆绑输出，提升艺人粉丝流量池并转化为剧粉：**
- WEIQ平台精选的红人以趣味、恶搞、扎心、沙雕等多角度剧情点进行短视频传播；以主创过往物料+剧集物料混剪等方式，输出人设同时多线剧情增强看点，激活艺人粉向娱乐粉、外围粉扩散；
- **4、充分将旗袍风“国民化”，以挑战赛激发互动：**
- 契合网友关注，以女主景甜颜值、气场为切入点，发起#奇迹藤藤仿妆挑战，挑战赛收获3.3亿播放量，并引发抖音官方模版生成，超800万用户自发入场参加，活动后劲十足；
- **5、舆情反哺内容，官方账号联动让剧集突破其原有圈层：**
- 剧集拍摄取景为一大优势，在特效不足的情况下，强打景色突出特点，引起“云南省文化和旅游厅”等众多地方旅游类官方账号争相点赞。



## #放肆藤你

5105.9w次播放

☆ 收藏

### 简介

《司藤》是由李木戈执导，景甜、张彬彬领衔主演，李沐宸、张亦驰、金泽灏、潘一祎、张定涵、王冠、于渊主演的电视剧。该剧改编自尾鱼同... [查看详情](#)

综合 最新 最热 相似话题



## #奇迹藤藤仿妆挑战

4.7亿次播放

☆ 收藏

### 简介

奇迹藤藤的衣柜到底有多少套美衣？速来解锁你中意的那款司藤造型，用实力为司藤打call~《司藤》邀请你带话题#奇迹藤藤仿妆挑战 参与投稿，... [展开](#)

综合 最新 最热 相似话题



## #景甜张彬彬售后甜过正片

1289.5w次播放

☆ 收藏

### 简介

《司藤》是由李木戈执导，景甜、张彬彬领衔主演，李沐宸、张亦驰、金泽灏、潘一祎、张定涵、王冠、于渊主演的电视剧。该剧改编自尾鱼同... [查看详情](#)

综合 最新 最热 相似话题



- **效果:**
- 1、**大众认知:** 女主景甜SNS平台涨粉60+W, 男主张彬彬SNS平台涨粉110+W, 直至收官, “放肆藤你” CP向相关话题热度仍居高不下, 上榜比例占剧集总体热点话题33%;
- 2、**社交热度:** 共揽抖音热搜117个, 上榜186次, 霸榜时长960+小时, 抖音渠道总话题播放量120+亿, 最高日均增长 4亿, 共2333+支10W+爆款视频;
- 3、**口碑维护:** 豆瓣开分7.7, VLinkage、骨朵、德塔文、云合、灯塔五大权威数据榜单登顶TOP1最高累计20天, 书籍类高权重抖音KOL点评解说, 以短视频形式拔高IP影视化口碑;
- 4、**破圈扩散:** 融入环保、法制、旅游、时尚等社会向话题, 其中, 仿妆活动发起30分钟便登上抖音热点榜, 相关话题词#奇迹藤藤仿妆挑战 最高登至热点榜TOP 5。

- 案例二：999感冒灵与B站UP主共创毕业名场面



- **策略&创意：让旗袍古风国民化，发起“奇迹藤藤仿妆挑战”**
- **1、洞察目标受众，建立品牌连接**
- 结合国民级药品品牌999感冒灵一直传播的“温暖、体贴、关心”调性，走入Z世代群体，以全新温度视角“青春”走入校园，以一种年轻燃向的温度，用最“敢冒”的毕业仪式开启全新生活。
- **2、借助洞察，构想策略性创意**
- 通过WEIQ大数据平台精选创造创意营销内容与999感冒灵基因相匹配的多方UP主，联动其共创毕业名场面内容、奖励刺激UGC内容产出，突出品牌“敢冒”态度、强化品牌年轻印象，和平台泛年轻用户拉近距离，传递“青春”温度。
- **(1) #毕业名场面预警#超级话题上线，开启999毕业敢冒之旅**
- 在B站上线#毕业名场面预警#活动，以整合性话题营销集中爆发优质内容，打造先导预告、征稿奖励刺激、UP主分区等多个站内频道内容，丰富999感冒灵毕业季专题营销，形成节点内毕业。
- **(2) 分区赛道UP主共创投放，解锁多元化毕业正片**
- 通过WEIQ大数据技术精准选择年轻毕业群体高度兴趣的触媒赛道，共创999感冒灵名场面毕业季内容，进一步为品牌深入B站兴趣圈层打下基础，同时引发后续自发性创作传播，累计超过UGC视频760+个，形成对话题的全面扩散。

# #毕业名场面预警# - 超级话题

- 超级话题#毕业名场面预警#上线，开启999毕业敢冒之旅

话题首屏



先导預告



征稿刺激



分区标题



- **效果:**
- 主话题#毕业名场面预警#浏览量: 1100万+, 讨论量: 3万+。
- 副话题#这波毕业双击999# 浏览量: 1100万+, 讨论量: 2万+。
- 运用商业起飞工具达到总曝光1800万+、点击次数15万+, 点击率0.88%, 表现优于平均水准
- 投放总共17位UP主: 实现全投放视频总播放量: 840万+, 总互动量: 105万+
- 话题征稿扩散引发超过30位UP主自发投稿, 累计产出话题相关的UGC视频760个+。

- **行业评价:**

- 1、匠心计划创作者,鲲鹏计划获奖作者,知名媒体人 阑夕发表文章: “刷墙” 上热搜的WEIQ, 背后是一艘红人新经济数据航母 (<https://www.163.com/dy/article/FQ4R4BKD0511857T.html>)
- 2、投资界发布文章WEIQ令营销领域提前沸腾, 中小企业市场成为天下秀新蓝海?  
<https://news.pedaily.cn/20201028/6588.shtml> , 其中对WEIQ评价道, WEIQ红人广告大数据投放平台不仅有助于天下秀为广告主提供更加高效的个性化广告精准投放服务, 同时也可作为MCN机构及自媒体平台增信、增流量, 促进平台活跃度和交易量的提升。
- 3、上海证券报发布文章: 天下秀2020年营收增长55% WEIQ平台链接十万商家与百万红人-上市公司-上海证券报·中国证券网  
[https://company.cnstock.com/company/scp\\_gsxw/202104/4690223.htm](https://company.cnstock.com/company/scp_gsxw/202104/4690223.htm)

- **行业认可:**

- WEIQ凭借自身在帮助品牌营销数字化转型方面的突出贡献，曾揽获十余项行业内大奖!

- 举例:

- 1、天下秀WEIQ入选「品牌拍档BrandPartner20|50」数字化创新产品! 获奖链接:

<https://mp.weixin.qq.com/s/UJX-53rJzQyPUyfk5nnzXQ>

- 2、天下秀旗下WEIQ红人营销平台入选Fmarketing【2022年TOP100数字营销公司】榜单! 获奖链接:

<https://mp.weixin.qq.com/s/em0hbRnJY43RkeCM3ELKzQ>

- 3、WEIQ红人营销平台荣获「年度数字营销创新平台」奖! 获奖链接:

<https://mp.weixin.qq.com/s/r2XEFE1f-puBUyaFKzasgQ>