

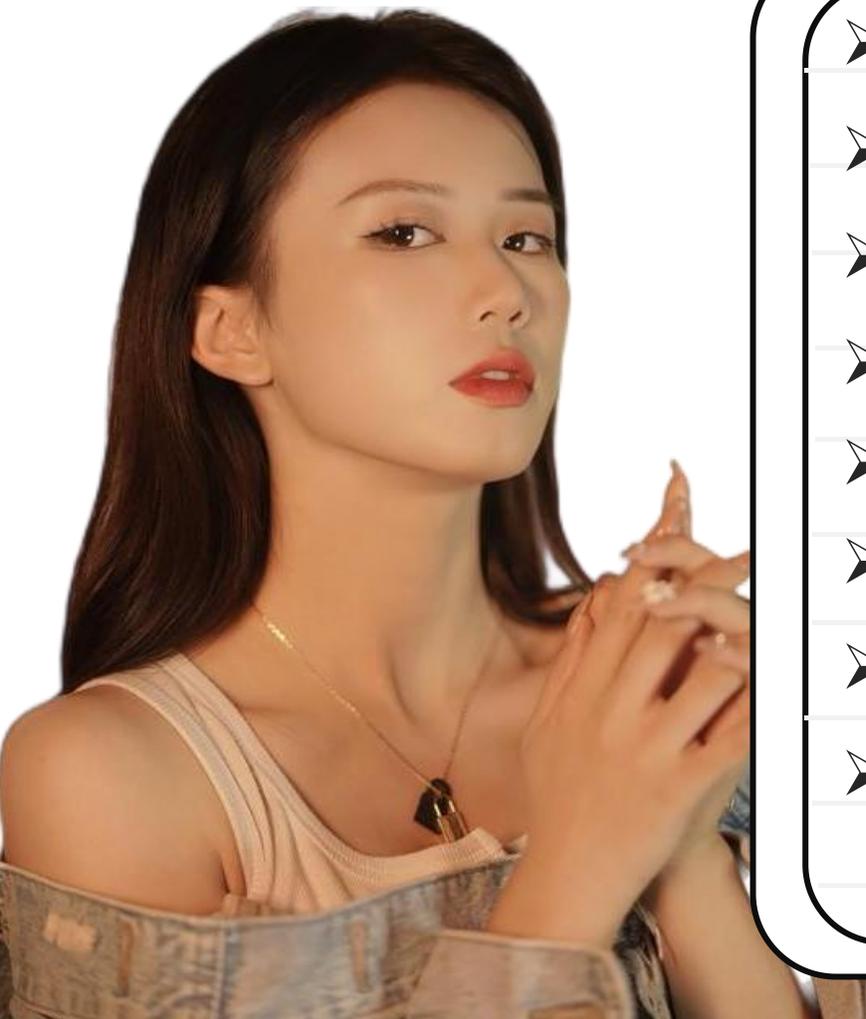
亿昂羊 美妆达人

粉丝口中千变万化的人间小精灵，做有原则且有特色的内容
两年网剧演员，一人分饰多角中饰演过100+个角色

亿昂羊



ONE 达人介绍



- 肤质：混合皮，夏天混油，冬天混干，黄二白
- 脸型：瓜子脸
- 长相：鸟系玲珑少女
- 星座：美商在线天秤座
- 风格：古灵精怪，风格多变，话痨
- 从业经历：3年平面兼广告信息流，2年网剧小演员，7年美术生
- 擅长领域：分享美妆/护肤/生活，各种美妆小剧场
- 合作品类建议：各类护肤产品、彩妆产品、洗护类产品、生活类产品等

TWO 达人亮点



重度臭美，爱研究妆容，最爱研究妈生底妆与飞天睫毛。



全网第一个把[美妆垂类]和[物品拟人]深度结合的原创美妆账号，至今独一无二。
账号初建前期发布了连续三条爆款视频，点赞近50万，播放近千万。之后每期点赞数据稳定过万。



自建号以来，亿昂羊一直坚持原创，高质量高频率输出美妆价值。一直被模仿，从未被超越。



账号建立以来已拍摄近两百条视频，视频主题丰富多样。一人分饰多角，镜头表现力极强，口播能力出众。



账号女性粉丝占比高达93%，铁粉数量占81%，粉丝黏性极高，平均年龄分布在18-35，具有较强的消费能力。

THREE

平台分布



37.8W

抖音粉丝



11.2W

小红书粉丝



23.7W

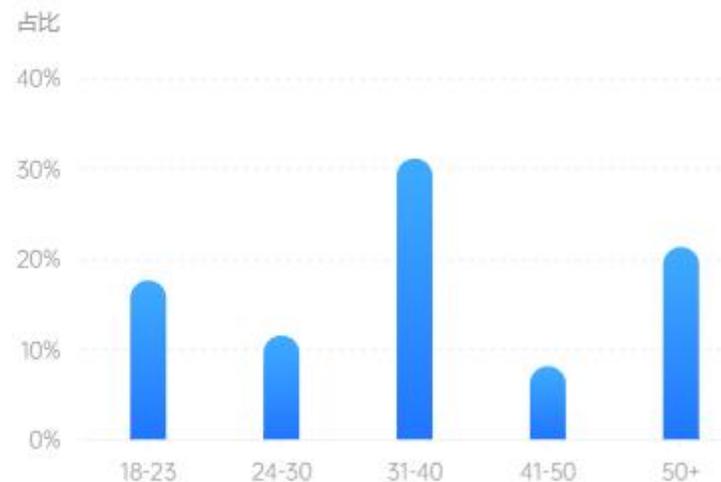
快手粉丝



性别分布

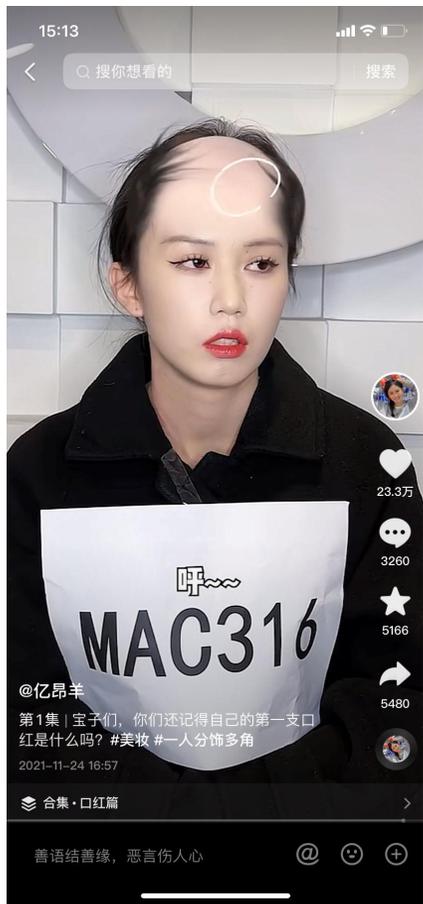


年龄分布



FOUR

我的爆款



视频数据

视频播放量: **771.9W+**

点赞量: **23.3W+**

评论量: **4K+**

爆款分析

口红内卷是亿昂羊一人分饰多角的第一条视频也是第一条爆款, 并且被抄袭最多次的视频。小羊代入了自己的亲身经历, 面对化妆柜的一堆口红, 却只对316情有独钟, 也是戳中了观众的痛点: 女生们涂口红弱水三千却只取一瓢饮; 并且因为严格选品的原因, mac316是非常火爆的色号, 视频发布后一小时内, 相关搜索词条就是《mac316》并且一直持续至今; 在此之后亿昂羊又陆续产出内卷1/2/3/4; 数据持续稳定。



视频数据

视频播放量: **458.9W+**

点赞量 **11.4W+**

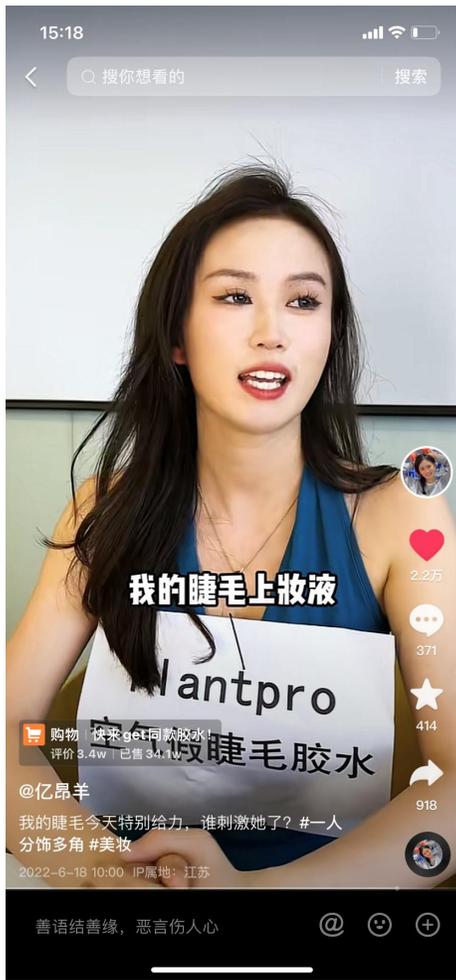
评论量: **2K+**

爆款分析

红之是亿昂羊抖音平台发布的第一条广告, 也是第一条结合甄嬛传的形式创作的广告, 发布后即获得10W+的点赞。甄嬛传一直是炙手可热的话题, 观众讨论欲很强; 视频通过拿卸妆油与卸妆膏和卸妆水对比, 更突出了红之卸妆油的优点

FIVE

品牌合作案例的故事



「亿昂羊」 x plantpro

视频播放量：**109.4W+**

完播率：**34%**

广告创意：

- 1、模仿综艺的话术套路和剪辑节奏，视频更具有可看性。
- 2、将化妆品拟人，以她们的视角呈现故事，更富有趣味性。
- 3、结合夏天出油出汗、降雨频繁、湿度大等季节热点，解决观众的痛点需求。

客户反馈此次合作视频脑洞很大，很有创意，相比之下多了更多的温情和感动，评论也都很正向，非常满意。

FIVE

品牌合作案例的故事



「亿昂羊」 × 慕苏

视频播放量: **63.6W+**

点赞量: **1.2W+**

广告创意:

利用慕苏美容仪的卖点结合现代年轻女性“熬最晚的夜，用最贵的面霜”将不同护肤品拟人化后叠加“熬夜急救队”的新颖概念、代入女生熬夜护肤的情景，引发年轻人的好奇。

慕苏美容仪是亿昂羊的第一条挂车视频，对于知道、用过美容仪的观众，展示慕苏区别于其他产品的技术和功效优势。慕苏美容仪单价700+，视频发布后实际ioi超1，

FIVE

品牌合作案例的故事



「亿昂羊」 × 玉泽

视频播放量: **720.8W+**

点赞量: **8.1W+**

广告创意:

1. 视频从敏感肌修护屏障的角度入手，按需安利产品
2. 结合闺蜜、恋爱脑等热点话题构造场景、展开故事，引发观众共鸣，提高讨论度和娱乐性
3. 将不同产品拟人化，以他们的视角呈现故事，输出产品利益点

SIX

部分合作品牌



BIOHYALUX
润百颜



CLARINS

Kiehl's
SINCE 1851

L'ORÉAL
PARIS
欧莱雅

PROYA
珀莱雅

