



烧酒栗子

南京西西里传媒

短视频营销IP

达人简介



- 1、抖音最新、最热门美妆，“沉浸式”化妆头部博主
- 2、达人颜值高、亲和力强，粉丝粘性高；女性粉丝占比高达92.7%，18岁以上用户占比近90%
- 3、持续涨粉，近30天涨粉65w+，涨粉表现超越99.8%的同类达人
- 4、预期CPM15.5，双十一预期CPM26.5，性价比表现超越99.9%的同类达人
- 5、爆款视频频出，阿玛尼广告合作视频播放量达2574w+，点赞量92w+；美日记广告合作视频播放量达3445w+,点赞量83w+

粉丝画像

511W+

全网粉丝

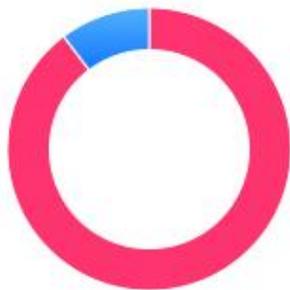
210.2W+

抖音粉丝

8000W+

互动人次

性别分布

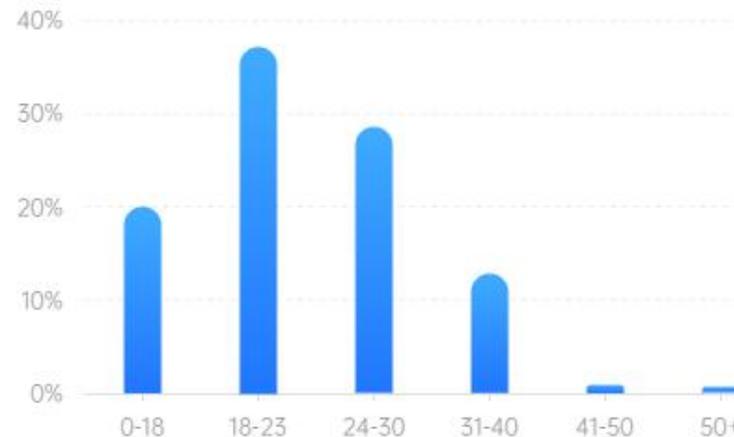


男性占比
10.3%

女性占比
89.7%

年龄分布

占比



达人数据

2538W+

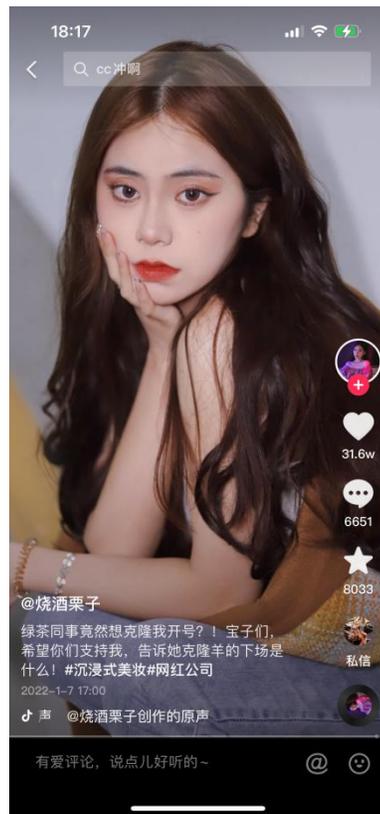
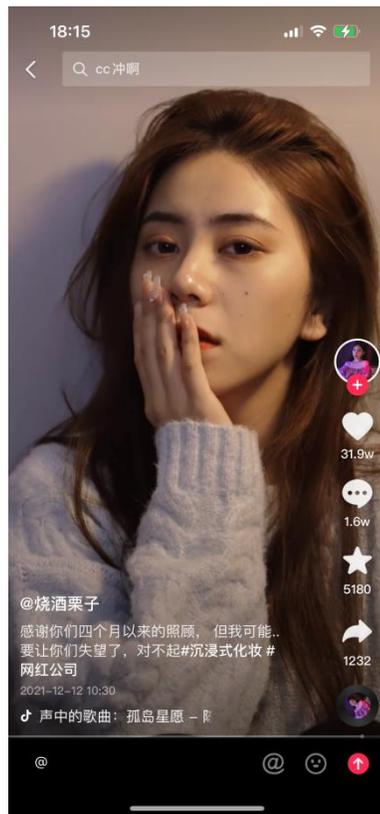
总播放量

2340W+

总点赞量

2538W+

单条视频最佳播放



一直欺负我的绿茶同事居然遇上了克星，这次我一定要抓紧机会好好回怼她！#沉浸式美妆#网红公司#阿玛尼大师粉底液
2538.3w 6873 91.6w
已发布 2021年12月15日 19:40 星图视频

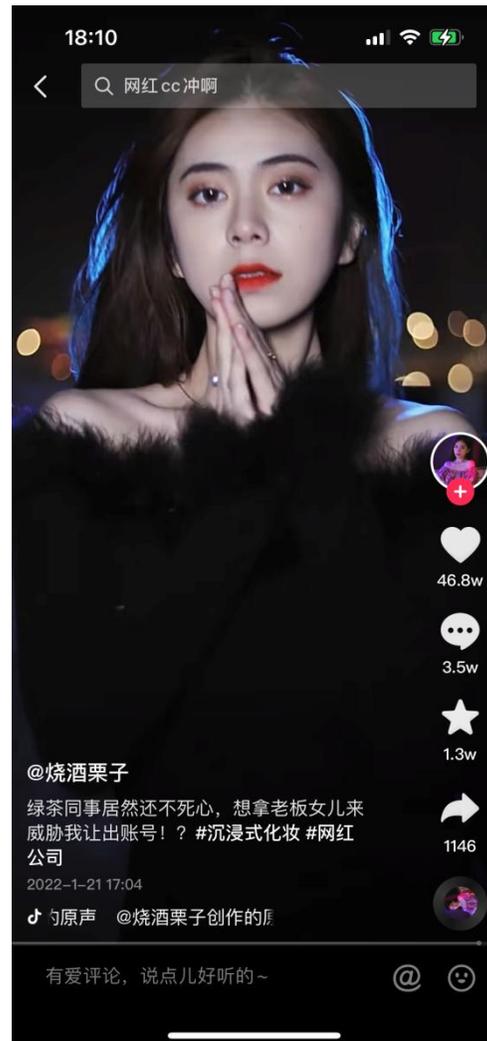


感谢你们四个月以来的照顾，但我可能..要让你们失望了，对不起#沉浸式美妆#网红公司
899.3w 1.6w 31.9w
已发布 2021年12月12日 10:30



绿茶同事竟然想克隆我开号?! 宝子们，希望你们支持我，告诉她克隆羊的下场是什么！#沉浸式美妆#网红公司
1504.0w 6651 31.6w
已发布 2022年01月07日 17:00 星图视频

达人数据



本来以为这次要升职了, 没想到...? 宝子们, 这次我一定要让偏心领导心甘情愿的离开公司!! #沉浸式化妆#网红公司

906.2w 1.9w 54.2w

已发布 2022年01月25日 17:00 星图视频



绿茶同事居然还不死心, 想拿老板女儿来威胁我让出账号! ? #沉浸式化妆 #网红公司

816.3w 3.5w 46.8w

已发布 2022年01月21日 17:04

部分合作案列



阿玛尼大师粉底液

开辟全网首个网红公司“区别对待”的情景式美妆系列，受到大量粉丝的喜爱，实现阿玛尼产品快速种草粉丝。



美宝莲

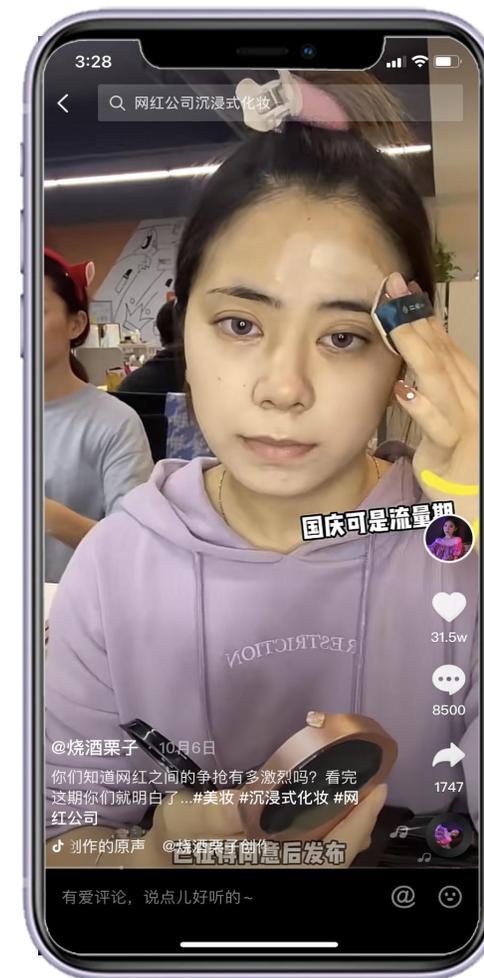
通过展示博主化妆后的状态，直接告诉受众如何使用美宝莲产品、为什么要买这个商品，并通过口播的形式，短时间内充分显示产品的亮点，让粉丝产生购买欲，做出下单的动作。

部分合作案列



完美日记银翼小细跟口红

将广告融入剧情，该条视频不仅获点赞量超过31.5W，很多感同身受的粉丝都纷纷在评论区中表示自己已经代入了，评论总量多达3.8W。



花西子

团队将产品植入到化妆步骤中，通过栗子专业化妆的动作，再结合文字呈现产品的优越点，展现花西子产品的优势。

部分合作案列



美蒂菲玫瑰软膜

烧酒栗子爆款视频，网红公司区别对待系列视频之一，剧情与美妆结合，点赞量达54.1W+，评论量1.1W+。



颐莲元气精华

团队将产品植入到化妆步骤中，通过栗子专业化妆的动作，再结合与Lucky的互动详细介绍产品的成分分析及多种使用方法，配合上脸效果全方面展现颐莲元气精华的优势。

部分合作案列



柏瑞美眉毛定型膏

烧酒栗子爆款视频，网红公司区别对待系列视频之一，剧情与美妆结合，点赞量达34.2W+，评论量1.4W+。



the ordinary

沉浸式化妆的天花板，栗子团队本期广告采用了“蹭网红化妆品”的创意点，整个视频改变以往栗子直接推荐化妆品的形式，改由他人安利的方式去突出the ordinary精华，直接拉近了粉丝之间的距离，也更具说服力。

部分合作品牌

