

抖音粉丝排行榜(抖音2022最新排名)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/a22d8fe724479cee056c95029550ac77.html>

范文网，为你加油喝彩！

抖音粉丝量第一的达人不是刘德华了。

新抖数据，截至 3 月底，“疯狂小杨哥”的粉丝量已经超过 7000 万，一举超越原粉丝量最多的明星达人刘德华，成为抖音达人粉丝榜的top1。

最近，大家都在刘畊宏的《本草纲目》里瘸了腿、迷了眼，以为抖音顶流不过如此了，殊不知另一位“顶流”正在悄悄上位。

继刘德华入驻抖音一夜涨粉 1000 万轰动全网之后，刘畊宏 3 天涨粉 1000 万的“抖音速度”让大家再次惊讶于平台流量之大，达人吸粉能力之强。可在这“强者”之外，还有一个更强者。

我啥也不说了，直接看吧——

现在，抖音大部分粉丝都至少关注了刘德华、刘畊宏、疯狂小杨哥其中一位吧。

刘德华有名气，刘畊宏最近爆火，那疯狂小杨哥是谁，他有什么魔力让这么多人关注他？

疯狂小杨哥/大杨哥

疯狂小杨哥踏入短视频平台已经五年了。

早期，他主要靠着**整蛊女友的段子**

在快手上走红，其中“恶搞女友口红”、“间接恶搞女友闺蜜”等等段子笑点频出，为他吸引了第一批原始粉丝。

当时的短视频平台刚刚起步，

内容博主少，搞笑博主更少，小杨哥兄弟凭借**搞笑天赋**和**连续剧般的段子**

输出，成功在短时间吸粉百万。随着短视频平台愈发壮大，进入搞笑领域的博主也愈发多，不少人都想在其中分一杯羹。

在各类层出不穷的搞笑作品中，小杨哥的

“搞笑段子”开始变得**没有特色**，粉丝产生审美疲劳，一些

“**笑的假**”、“**剧情单一**”的吐槽也让小杨哥的内容创作进入了瓶颈。

18年，小杨哥入驻抖音，继续以家庭成员为主角拍摄搞笑段子，内容多为整蛊和斗嘴。

在不断尝试新题材和新内容的过程中，小杨哥

发现其中一期“**网瘾少年**”

的剧情段子数据很好，随后就开始了以“为弟弟戒网瘾”为主题整活之路，中间穿插其他家庭成员的花样日常。

凭借着源源不断的密集笑点输出和视频中一家人搞笑表现，小杨哥视频数据逐渐向好，粉丝直线上升，账号不仅出了不少爆款，部分视频点赞量也远超同期同类账号。**其中数据最好的一条视频累计获赞 422 万，预估播放量过亿。**

频出的爆款视频让小杨哥抖音账号吸粉无数。2020年6月1日，小杨哥的账号已经有 2911 万粉丝，2020年**仅上半年涨粉超过 1517 万。**

截至2022年3月底，“疯狂小杨哥”的粉丝量已经超过 7000

万，获赞7.2亿次，一举超越原粉丝量最多的明星达人刘德华，成为**抖音达人粉丝榜的top1。**

现在我们打开疯狂小杨哥的账号主页，能看到他每条视频几乎都是百万赞，很符合他“抖音第一网红”的地位。

那么这样的“第一网红”，直播带货数据如何呢？

新抖数据，近6个月内，**疯狂小杨哥带货72场，总GMV3.36亿元；近3个月内，带货总GMV1.12亿元。**

作为一个搞笑领域的短视频达人，**成功转型**
电商带货达人，小杨哥这波操作很厉害。因为对于搞笑达人来说，转型电商带货并不容易。

首先是**粉牛郎织女缩写400字丝画像不精准**
，他山之石可以攻玉无法给账号带
来大面积的有效转化；再是达人本身**并非电商赛道**
，商业化对达人继续分发搞笑内容有影响，**容易脱粉**
。因此不少剧情类搞笑账号爱惜羽毛，都不敢轻易开播带货。

小杨哥带货数据这么很优秀，怎么做到的？

1) 直播氛围令人上头together

疯狂小杨哥直播带货时候的形象与视频里所展现出来的人设没有差别，一样搞笑无厘头，令人上头。

粉丝点开小杨哥的视频，是为了乐呵，点开小杨哥的直播，一样可以乐呵，甚至可以获得更即时的欢乐。

直播时候，小杨哥充分
发挥搞笑天赋，频出爆梗惹得粉丝驻足许久不
肯离去，比如
卖拖鞋的时候，兄弟俩会很无厘头地用嘴把鞋咬断
；卖螺蛳粉的时候，他一边说香一变说臭，一边笑着吃一边哭着吐...此处无图，画面自己想象.....

可能是看多了小杨哥的视频，小杨哥不少粉丝也具备段子手属性，不停在弹幕区发表出圈评论，例如：

卖七度空间卫生间的时候，粉丝——“包安装吗？”

卖沙琪玛的时候，粉丝——“杀什么马？”“日本航空123号为什么要杀马？”“公马还是母马？”

以上搞笑片段只是小杨哥的直播日常，他的直播比短视频还要无厘头还要搞笑。相关直播切片被部分网友制作成鬼畜视频发表在其他平台上，让小杨哥又火了一把。

还有不少粉丝每天催更小杨哥，他们追小杨哥的视频追不过瘾，干脆几个小时的直播追下来尽兴互动，还能顺手买几样好东西。

2) 选品排品有策略

小杨哥直播间重点在人，不在货，所以在货品的选择上并不以利润为最终选择标准。

通过分析小杨哥直播间的商品排品我们发现，
小杨哥直播间

鲜少有高于100元的产品，多是一些客单价在

9.9-99元的标品，例如食品饮料、生活家电和日用百货等等，全都是可以无脑下单的刚需货品。

在排品上，小杨哥上架链接产品也多以跑量款为主，以利润款为辅，团队通过走量来拉高带货GMV。

不论是纸巾

、辣条还是精油、四件

套，这些产品在小杨哥兄弟的搞笑演绎下，仿

佛焕发新生，粉丝公子欢喜庸君买了小杨哥手里介绍的产品，就好像买到了今日份的快乐。

再加上产品的价格也实在是比官旗优惠，真的很难让人不心动。

像小杨哥这样拥有大批量粉丝开播带货的搞笑主播，在平台还有许多。大家把带货的落脚点都放在了维护人设上，只要主播人设不崩，只要直播跟视频一样搞笑有趣，这场带货直播就能继续播下去。

在这种情况下，选品排品反而成了次要的。选标品、选爆品成了团队的一致想法。

因此此类直播间在货品上没有想象空间，但是在卖货发挥上可以有很大发挥空间。

作为一个能够长期输出内容吸粉的创作型达人，小杨哥本人鲜明的性格特点和灵活应变能力在直播间里愈

发突出，而联动粉丝输出爆梗再创作的能力也让直播间在一众卖货直播间里脱颖而出。

大家追的不是小杨哥一个人的直播间，大家追的是小杨哥与他的段子手粉丝们~

对粉丝来说，买东西只是顺便点点小黄车的事儿；对小杨哥来说，卖东西只是围绕商品展开的搞笑脚本创作。

双方你来我往的勾心斗角中，粉丝收获了快乐，小杨哥收获了数据，商家收获了销量，平台收获了流量，四方共赢！

听我这么说，可能很多人都想蹲一蹲小杨哥的直播，亲眼目睹普通的商品怎么在小杨哥的演绎下变得“活色生香”。但是！等等！大家别跑空了啊，小杨哥已经很久很久都没开播了。

小杨哥最近一次的直播还是在4月2日，距今已经24天了。

停播原因不详，网传小杨哥是因为近期人气太过火爆，有点担心“树大招风”，所以选择低调一点，暂先停播，开播时间不详~

更多 作文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/92_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发