

网站微博发展报告

2013年1月



新浪微博数据中心发布

目录



报告概述



网站微博短链分析



1月专题分析-订票网站



网站微博影响力排名



研究说明

- 1月新浪微博网站短链分享量、点击量和回流比TOP10中，视频类网站都显示出了明显的优势，占据比例很大，发展情况较好。
- 短链分享量排名TOP10的网站，所占比例总和较2012年下降，网站短链分享集中化现象有所减弱。短链点击量排名TOP10的网站，所占比例总和较2012年明显上升。由于1月春运购买火车票的热门事件，刷票利器@猎豹安全浏览器冲进点击量前10名。
- 短链回流比排行TOP10中，视频类和购物类网站占据9席，视频类网站较2012年整体上升，而购物类网站则整体下降。
- 1月，5家主流订票网站在微博的提及总数达到291.6万次，1月19日几大订票网站单日提及度总和达到月单日提及度最高值26.5万次，其中12306网站被提及14.4万次。
- 无论是微博影响力还是粉丝量，@艺龙旅行网、@携程旅行网和@同程网三家网站皆位列前三。对比影响力与网站运营行为分析，主动发博、评论行为频繁的网站影响力相对较高，但被转发量与被评论量则与博文质量有很大关系。
- 1月订票网站博文内容与春节相关者更容易获得广大微博用户青睐。

由于时间仓促和撰写人员能力的限制，报告中难免有错误和疏漏，恳请读者批评指正。



报告概述



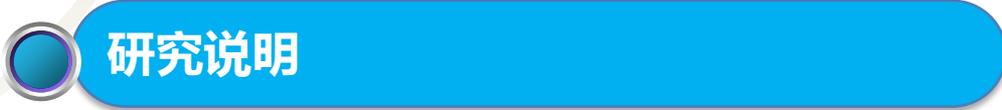
网站微博短链分析



1月专题分析-订票网站



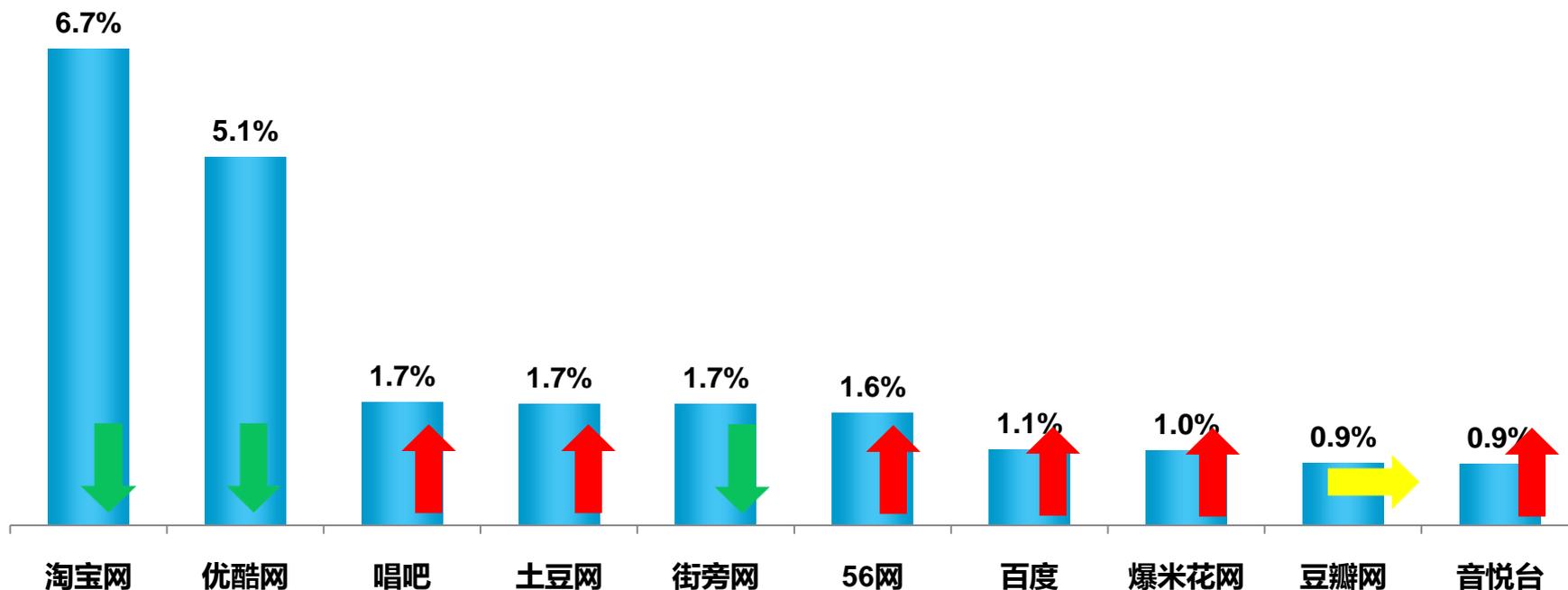
网站微博影响力排名



研究说明

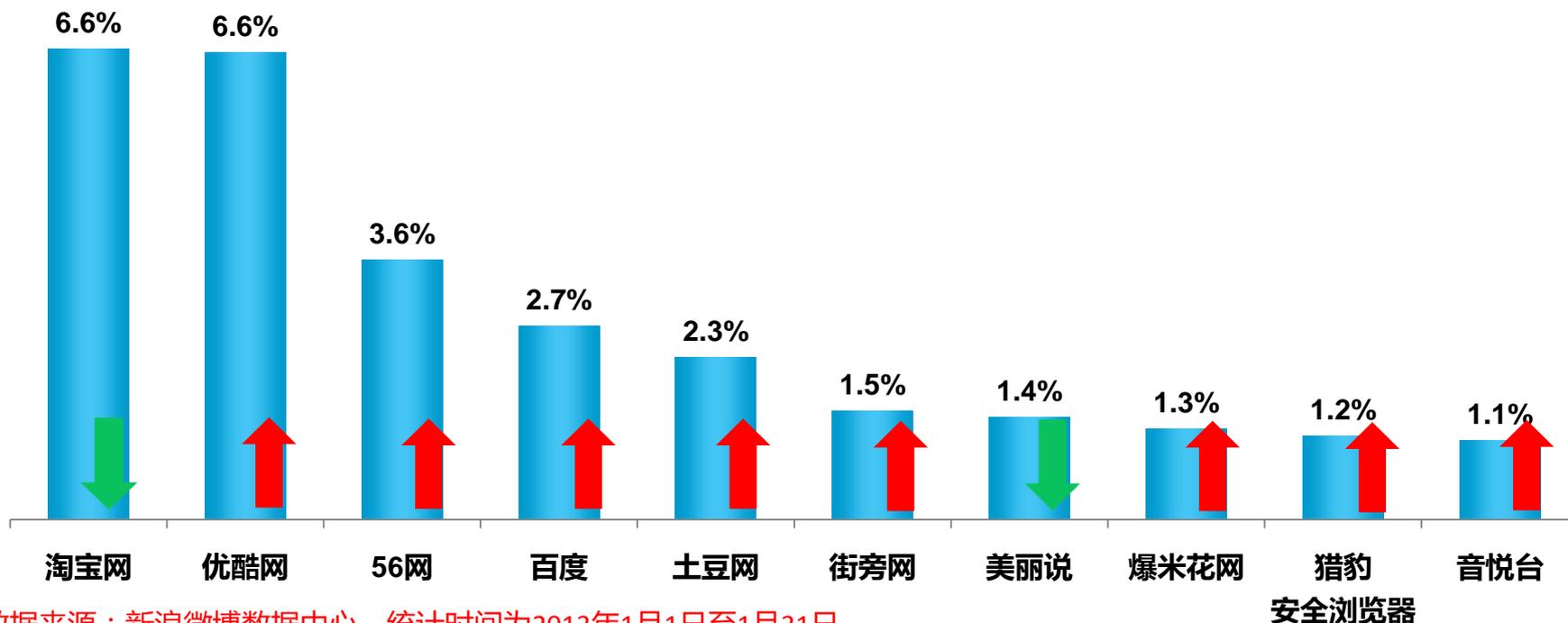
- 2013年1月新浪微博短链分享量TOP10网站共占总分享量的22.4%，较2012年呈下降趋势，网站短链分享集中化现象有所减弱。
- 1月各网站所占比例较2012年虽然有升有降，但整体趋势，视频类网站发展势头良好，不仅占据6席，且除优酷网微幅下降外，其他上榜视频网站所占比例皆呈上升趋势。
- 淘宝网和优酷网仍牢牢占前两位，且遥遥领先其他网站。百度则作为唯一一家搜索引擎网站出现在十名榜中。

2013年1月新浪微博短链分享量TOP10网站



- 1月短链点击量前10名网站的点击量之和占总点击量的28.3%，较2012年呈上升趋势。
- 短链点击量TOP10排名中，呈下降趋势的网站仅两位，皆为购物类网站，1月新浪微博用户购物热情有所消退。视频类网站大放异彩，晋身前十的所有视频网站点击量占比皆上升；优酷网仍然是视频类网站点击量的领头羊。
- 由于1月春运购买火车票的热门事件，刷票利器@猎豹安全浏览器冲进十名榜。

2013年1月新浪微博短链点击量TOP10网站

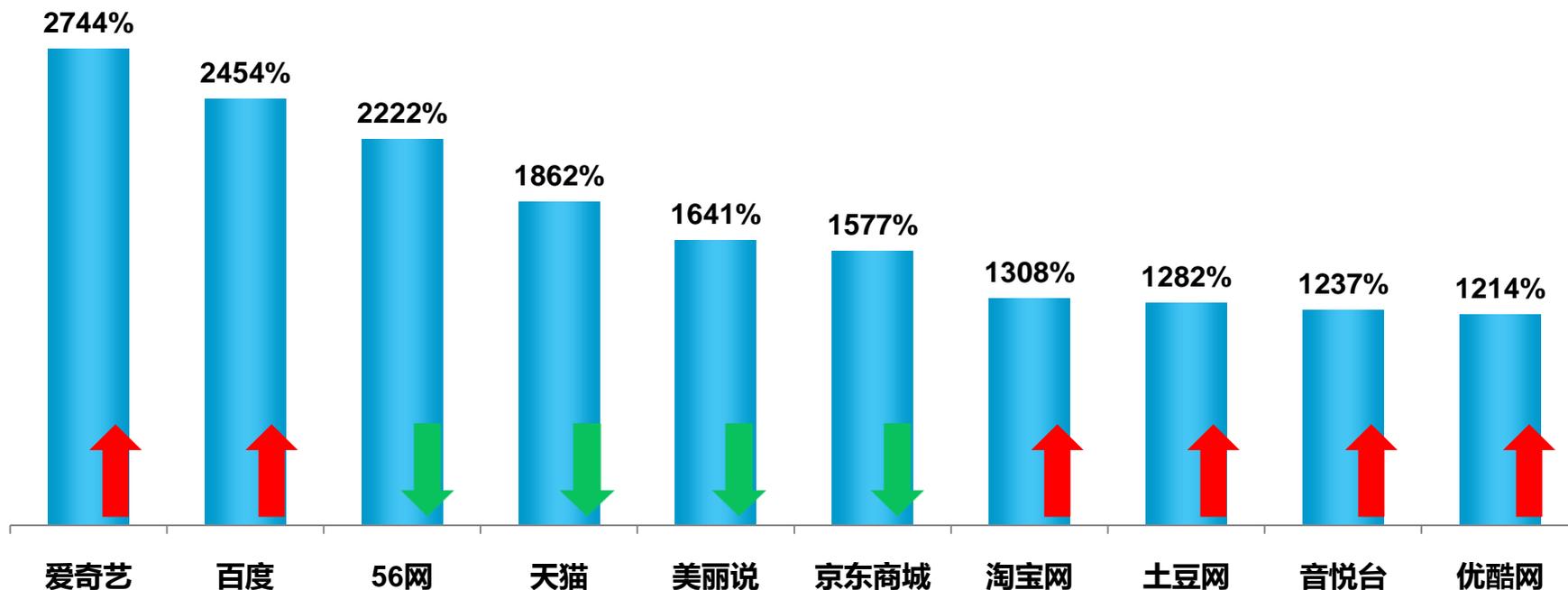


数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年1月1日至1月31日

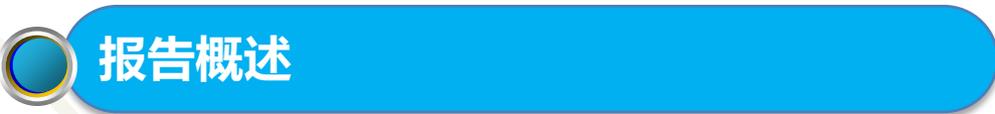
短链回流比排名

- 1月新浪微博短链回流比TOP10排行榜除百度一位搜索引擎类网站外，其他9席皆被视频类网站和购物类网站包揽。
- 视频类网站回流比较2012年整体呈上升趋势，视频类网站短链博文内容质量较高，微博都起到了明显的引流作用。爱奇艺网站虽在短链分享量和点击量中未出现在TOP10排行榜中，但却凭借其较高的短链博文质量荣登回流比榜首。
- 购物类网站整体回流比有所下降，仅B2B的淘宝网出现微幅上升。

2013年1月新浪微博短链回流比TOP10网站



数据来源：新浪微博数据中心，统计时间为2013年1月1日至1月31日
为避免极端值的出现，排名以分享量处于前80%的网站为样本



报告概述



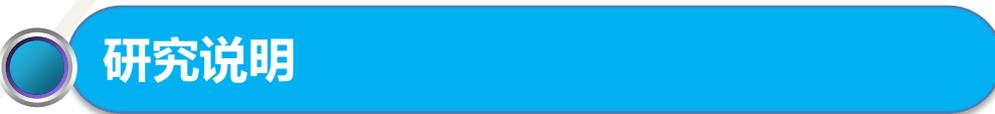
网站微博短链分析



1月专题分析-订票网站



网站微博影响力排名

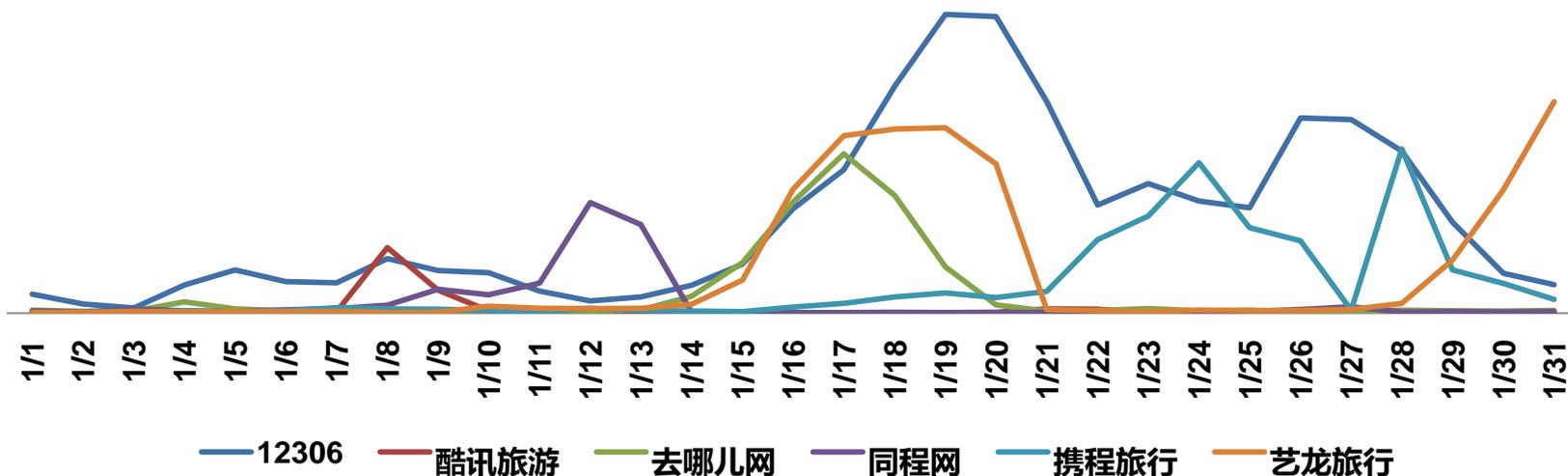


研究说明

1月订票网站提及度分析

- 1月，5家主流订票网站在微博的被提及总数达到291.6万次，12306的提及度在春节购票高峰期时整体遥遥领先于其他网站，1月19日达到提及度最高值。
- “12306”、“去哪儿网”、“艺龙旅行”、“携程旅行”4个词体现了显著的“春运”特征，在1月17日到1月29日回家购票与返程购票高峰期出现较大波动，提及度明显高于1月其他时间段。

2013年1月主要订票网站新浪微博提及度



1月订票网站影响力分析

- 1月份恰逢春节出行购票时机，火车票一票难求的现状令很多居民选择飞机为交通工具。打折机票信息成为微博用户关注的一大重点，各订票网站微博推出了较多针对春节的活动信息。
- 本文选取了5家主流订票网站进行分析。5家网站的新浪微博影响力排名@艺龙旅行网、@携程旅行网和@同程网分列前三。从内容上三家网站着重开展了有针对性的春节活动，包括“特价机票信息”、“旅游路线推荐”和“酒店优惠信息”等，对微博传播起到了一定作用。

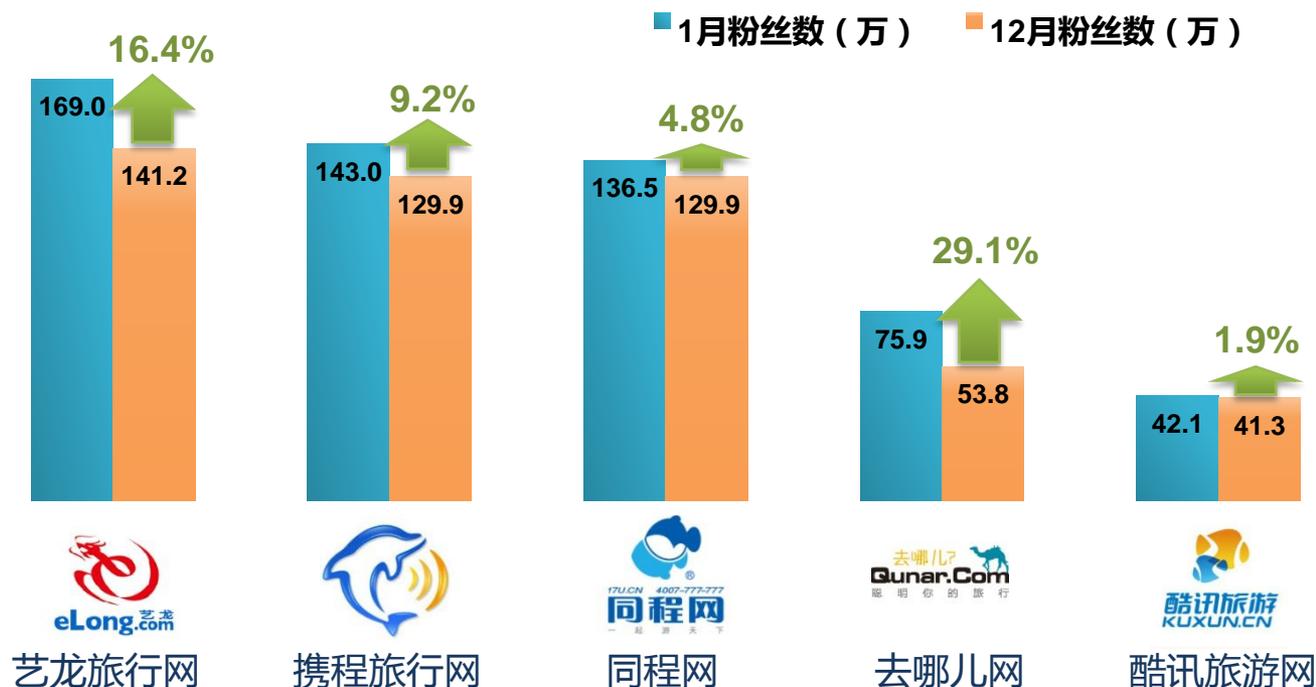
2013年1月主要订票网站新浪微博影响力



1月订票网站账号发展情况

- 1月在新浪微博平台中，订票网站官方微博呈现良好的发展态势，吸引了越来越多的关注。本文选取的5家订票网站中，半数粉丝量超过百万，@艺龙旅行网粉丝总量居榜首。
- 5家主流订票网站1月的粉丝增长率两家超过10%，其中@去哪儿网增长幅度接近30%，成为本月净增粉量冠军。@去哪儿网1月在新浪官方微博具有针对性的发布带有鲜明主题的#特价机票信息#、#酒店优惠信息#，#旅游攻略#，#大减价#等信息，博文内容更加条理性、多样化，吸引了大量微博用户关注。

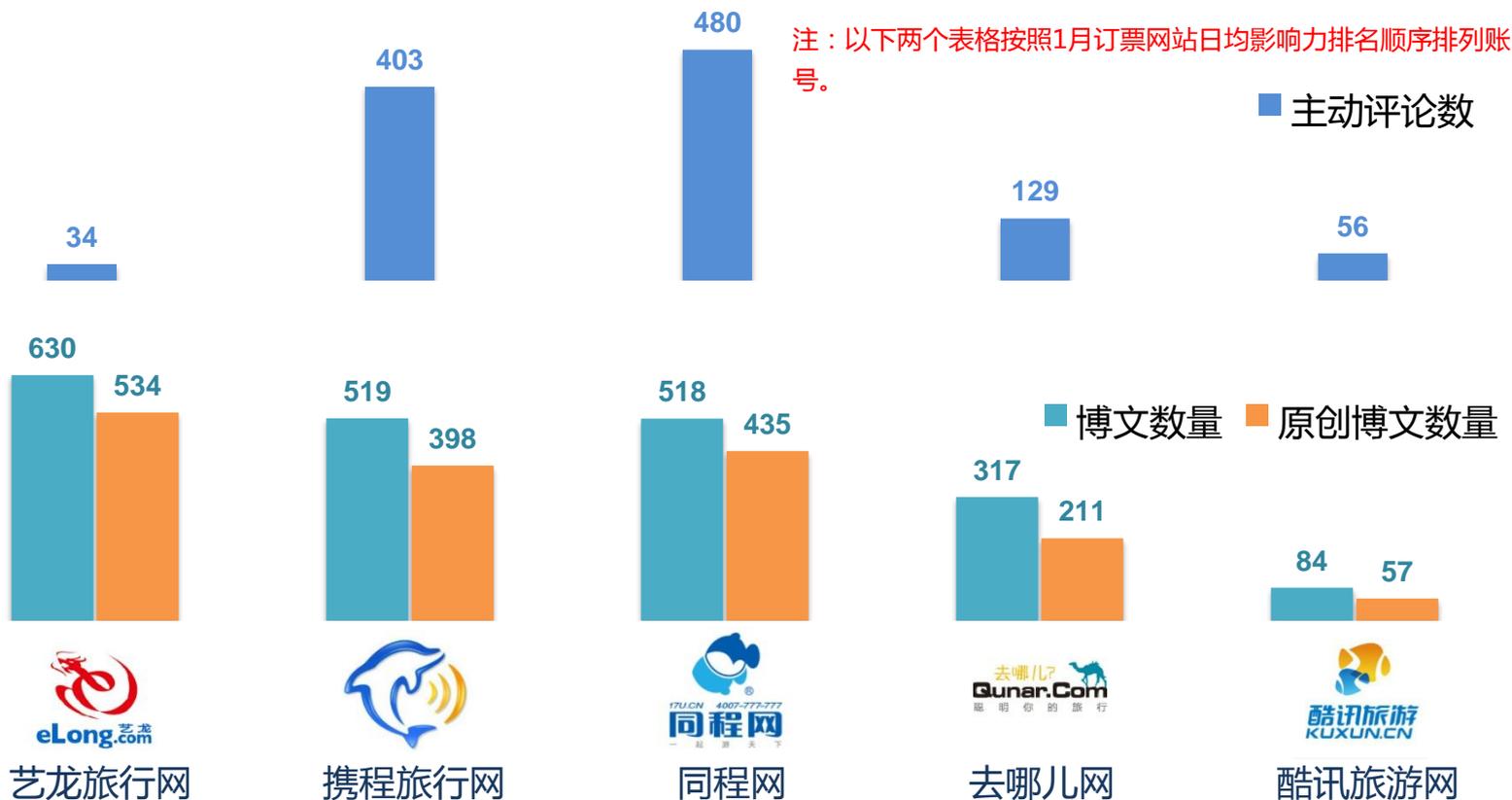
2013年1月主要订票网站新浪微博粉丝数



1月订票网站运营情况分析

- 从主动评论情况看出，数量呈现极端化，@携程旅行网和@同程网与网友互动性高，而@艺龙旅行网和@酷讯旅游网两个微博几乎不与网友互动。
- 订票网站微博整体保持了较高的发博数量，其中4家日均超过15篇，原创比例均超过60%。对比订票网站账号1月影响力排名可以看出，发博量与影响力呈现明显的正相关，加强主动行为可以更好的提高网站影响力和人气。

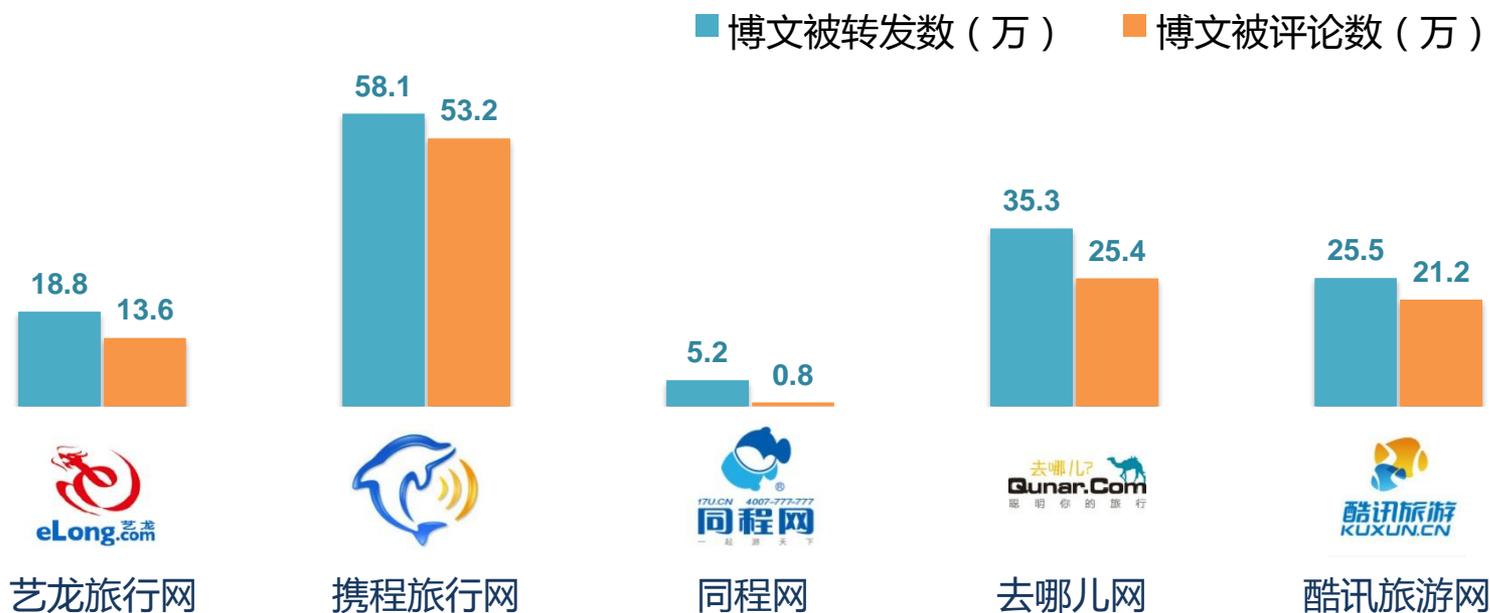
2013年1月主要订票网站新浪微博主动行为



1月订票网站运营情况分析

- 1月份主要订票网站新浪微博博文被转发数、被评论数，不同账号间差距较大，@携程旅行网凭借其较高的博文质量成为被转评量第一，平均每条博文被转发1119次。
- @携程旅行网在1月份开展#春节特惠机票#、#每日特惠机票播报#、#度假Tips#、#酒店Tips#等专题，吸引了很多微博用户的关注。同时开展多次有奖活动，尤其是#携程全球酒店体验员加拿大站#活动非常成功，博文获得了巨大的转发量和评论量。

2013年1月主要订票网站新浪微博被动行为



1月订票网站博文内容分析

- 1月在春运期间获得较高提及度的3个网站——@艺龙旅行网、@去哪儿网和@携程旅行网在博文内容上都针对春运出行难、订票难、春节旅行多的情况作了专门运营推广。网站微博内容形式一致性强，大多采用“主题+内容+短链+长图”的形式。



携程旅行网

【购票小妙招】定制携程网的机票低价提醒，可以设置目的航线、期望价格折扣、时间段区间等，如果发现符合亲们要求的价格，携程先森就会及时的通过邮件或者短信提醒亲们及时预订。这样亲就不需要时时都在电脑前面刷新刷新了~ <http://t.cn/zjp9YMt>



#特价机票#【春节】2月7日成都飞拉萨1.9折288元<http://t.cn/zYvFINu> 2月4日北京飞无锡2.9折309元<http://t.cn/zYvFdD9> 2月4日上海飞天津2.8折289元<http://t.cn/zYvsvVE> 2月8日广州飞杭州3.5折368元<http://t.cn/zjRdEWA> 2月8日深圳飞上海4.4折615元<http://t.cn/zYvsLbF>



eLong 艺龙
艺龙旅行网

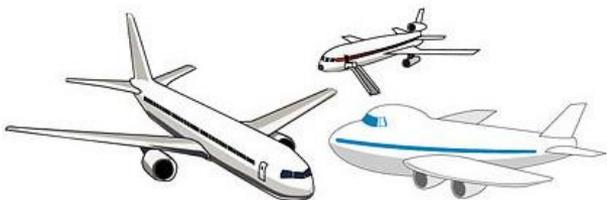
春运期间，难免会有“人在囧途”，飞机晚点？火车夜车？各种突发情况？不过不要紧，小艺来帮忙，找个落脚的地方舒适的等待吧，99元如家全国1800家门店通用。有团购一券在手，让春运变得更加从容>>> <http://t.cn/zjkzdm4>



1月22日 16:30 来自

1月20日 20:05 来自皮皮时光机

转发(35) | 收藏 | 评论(13)



目录

报告概述

网站微博短链分析

1月专题分析-订票网站

网站微博影响力排名

研究说明

网站账号影响力综合排名



2013年1月网站账号影响力综合排名

新浪微博昵称	影响力排名	活跃度排名	传播力排名	覆盖度排名
音悦台	1	1	3	1
猫扑	2	2	13	2
暴走漫画	3	3	1	4
韩流音悦Tai	4	4	2	7
糗事百科	5	6	5	10
蘑菇街	6	13	27	5
果壳网	7	8	12	17
美丽说	8	11	81	6
风行网	9	7	15	24
佛教微博	10	5	4	74

数据来源：新浪微博数据中心“微数据”产品，统计时间为2013年1月1日至1月31日



报告概述

网站微博短链分析

1月专题分析-订票网站

网站微博影响力排名

研究说明

名词解释

- **影响力**：影响力来源于新浪微博数据中心的“微数据”产品，是根据活跃粉丝数、发布博文数、被转发数、被评论数等关键指标经过一些列计算得出的数值，是用来反映单个账号运营水平及用户反响的指标。关于更详细的影响力指标请点击：data.weibo.com/mydata。
- **短链分享量**：某一网站的短链分享量是指，包含该网站域名短链的原创博文数量。
- **短链点击量**：某一网站的短链点击量指，用户点击该网站短链的次数。
- **回流比**：某一网站的后流比计算方法为
$$\text{回流比} = \frac{\text{该网站的短链点击量}}{\text{该网站的短链分享量}}$$

样本说明

- 本报告中账号的样本范围是截止到2013年1月31日新浪微博中带有“V”字标识的网站类微博账号。
- 本报告中短链的样本范围是2013年1月1日至2013年1月31日在新浪微博中被用户创建和点击的短链。

研究方法

- 本报告以定量分析为主，借助微数据、风云榜和微指数三大产品，运用了对比分析、交叉分析、内容分析等研究方法。
- 报告中的数据全部来源于新浪微博数据中心，并经过层层筛选，对垃圾账号、垃圾网站予以过滤，保证了各项排名的公正性。

法律声明

- 本报告为新浪微博数据中心制作，由新浪技术（中国）有限公司（以下简称本公司）享有完整的著作权。报告中所有的文字、数据、图片、表格、均受到中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。未经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得基于任何商业目的使用本报告中的信息（包括报告全部或部分内容）。如果用户在非商业、非盈利、非广告的目的时需要引用报告中内容，需要注明出处“新浪微博数据中心”。
- 撰写本报告的研究人员对采集到的数据严格把关，多次进行细致的人工筛选，并且通过专业统计分析平台进行数据清理和分析，找出数据间的相关性，做出相应的判断和推测。但是由于研究方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分研究内容有可能不能完全反映真实市场情况，因此本公司对报告的数据准确性和分析、预测结果不承担任何法律责任。

谢谢观赏

—— 新浪微博数据中心发布

