



微博数据中心
Weibo Data Center

2014年10月 电影微博月报

2014.11.31

研究目的

- 在微博中进行电影推广和传播已在近两年成为电影营销的重要手段，电影自身的话题性和故事性在微博中往往成为用户讨论和分享的关键内容。为此，微博数据中心特撰写本报告，对电影的热议度、热搜度、电影评分及其与电影票房的关系予以分析和探讨，希望能够使用户和行业对电影在微博上的讨论情况有基本的了解。

主要发现

- 本月，《心花路放》、《银河护卫队》、《亲爱的》、《痞子英雄》等影片在微博热议和票房表现上较为突出。《心花路放》、《亲爱的》、《银河护卫队》、《黄金时代》等影片在微博热搜和票房表现中较为突出。整体来说，获得较高票房收入的影片均在微博中受到网友的重点关注。
- 本月，国产高票房影片的热议和热搜均相对集中于上映前和上映中，除《痞子英雄》外，影片上映后的热议比重均高于上映前，外资片的热议均集中于上映前和上映中，热议度《宙斯之子》和《冰川时代2》集中于上映前，其他影片均集中于上映后，热搜度均集中于上映后。
- 10月上映的17部影片有12部开通官方微博，微博电影推广得到明显重视。本月重点针对《痞子英雄》、《亲爱的》、《心花路放》和《银河护卫队》的观影人群属性进行了简要分析。



电影票房与微博关联度综合分析

重点影片微博提及搜索与票房分析

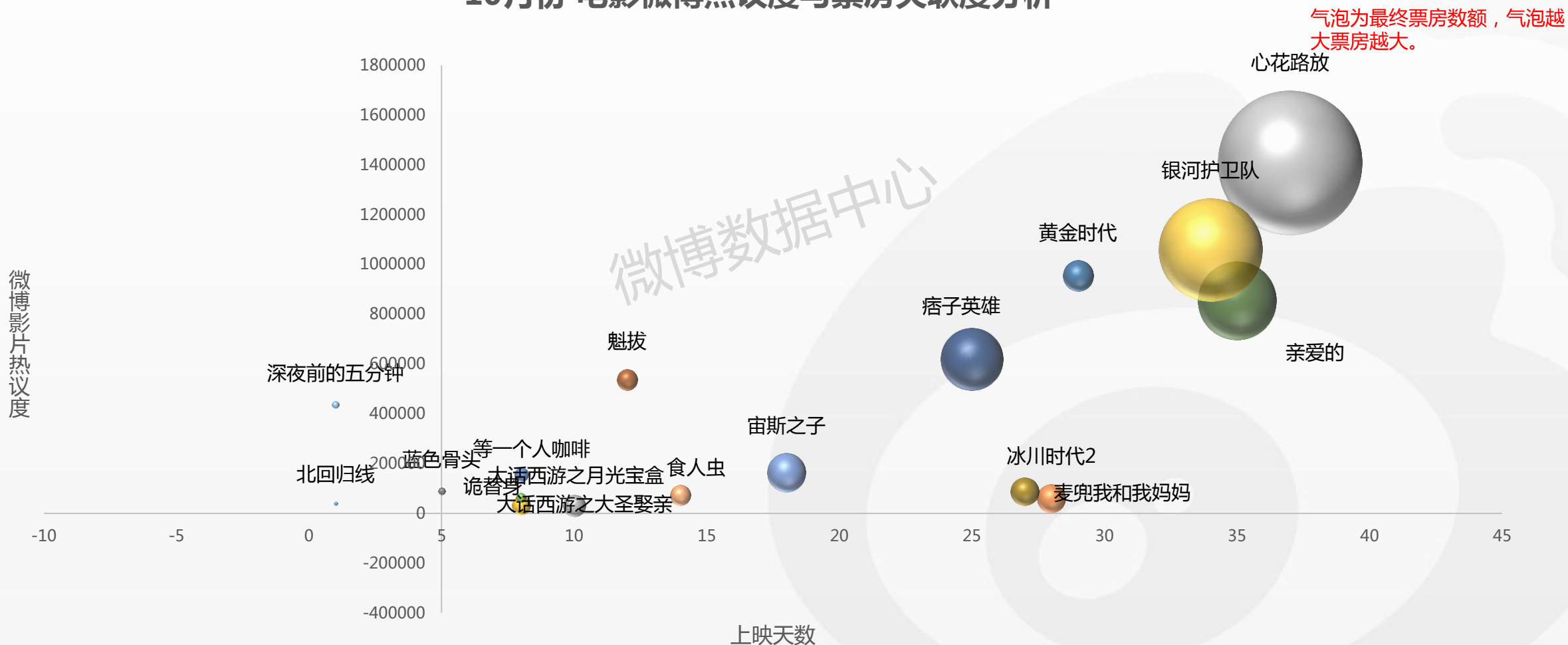
电影官方微博运营情况分析

重点影片观影人群属性分析

研究说明

➤ 本月，《心花路放》、《银河护卫队》、《亲爱的》、《痞子英雄》等影片在微博热议和票房表现上较为突出。

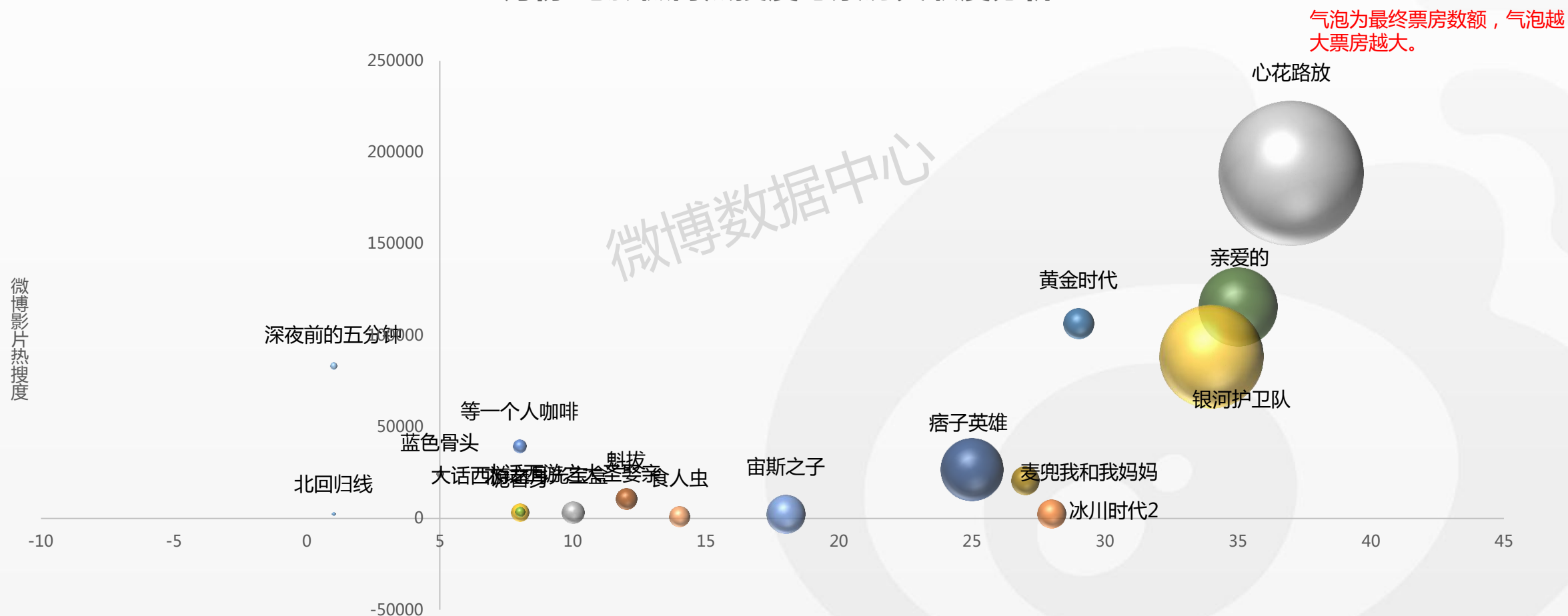
10月份 电影微博热议度与票房关联度分析



数据来源：微博数据中心，统计内容为影片上映前30天与上映档期中影片在微博中的提及量。

- 本月，《心花路放》、《亲爱的》、《银河护卫队》、《黄金时代》等影片在热搜和票房表现中较为突出。

10月份 电影微博热搜度与票房关联度分析

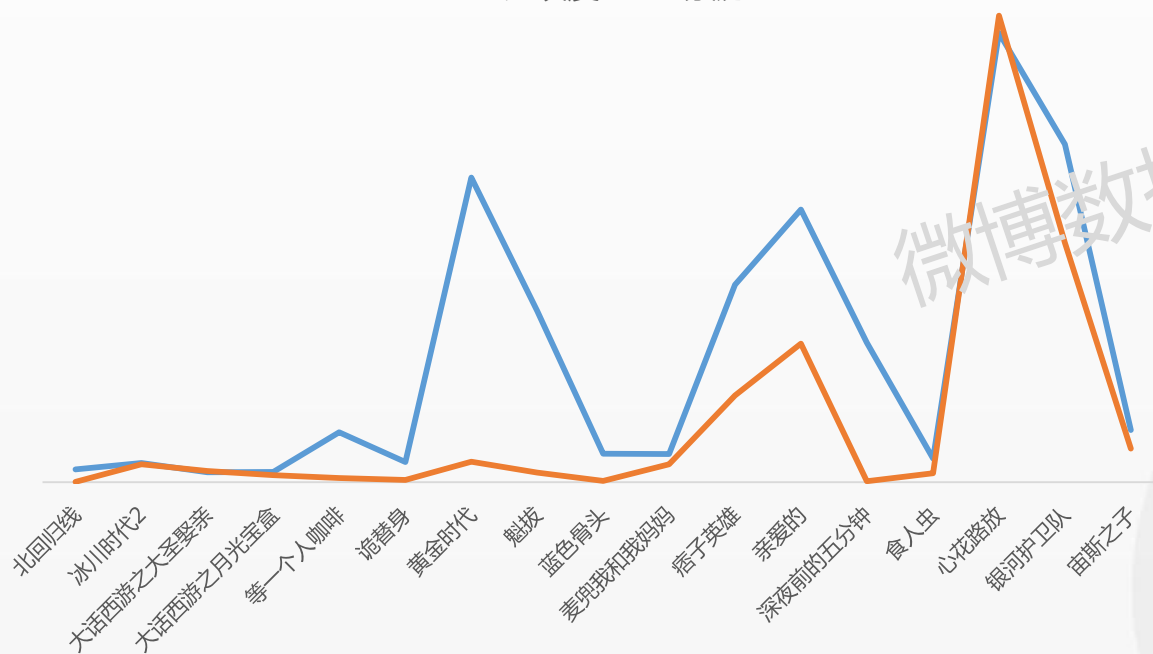


数据来源：微博数据中心，统计内容为影片上映前30天与上映档期中影片在微博中的搜索量。

- 本月，《心花路放》、《银河护卫队》、《黄金时代》几部大片在微博中受到热议，《心花路放》、《亲爱的》、《黄金时代》等片均受到观众重点搜索关注。整体来说，获得较高票房收入的影片均在微博中受到网友的重点关注。

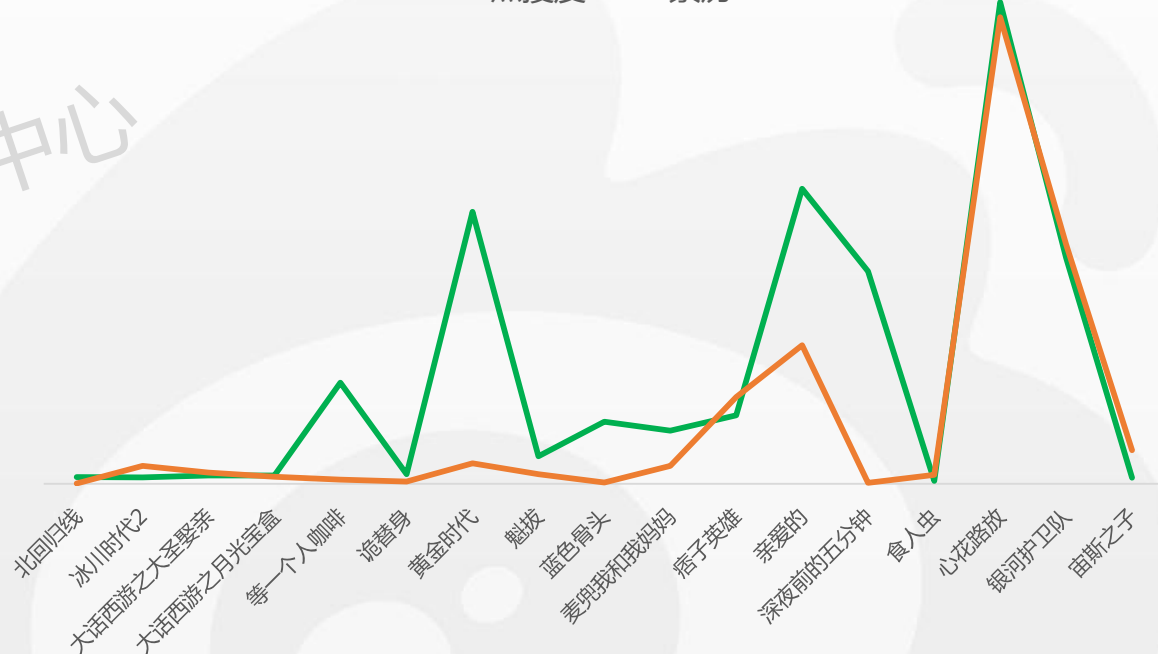
10月 影片 热议度与票房数

— 总热议度 — 票房



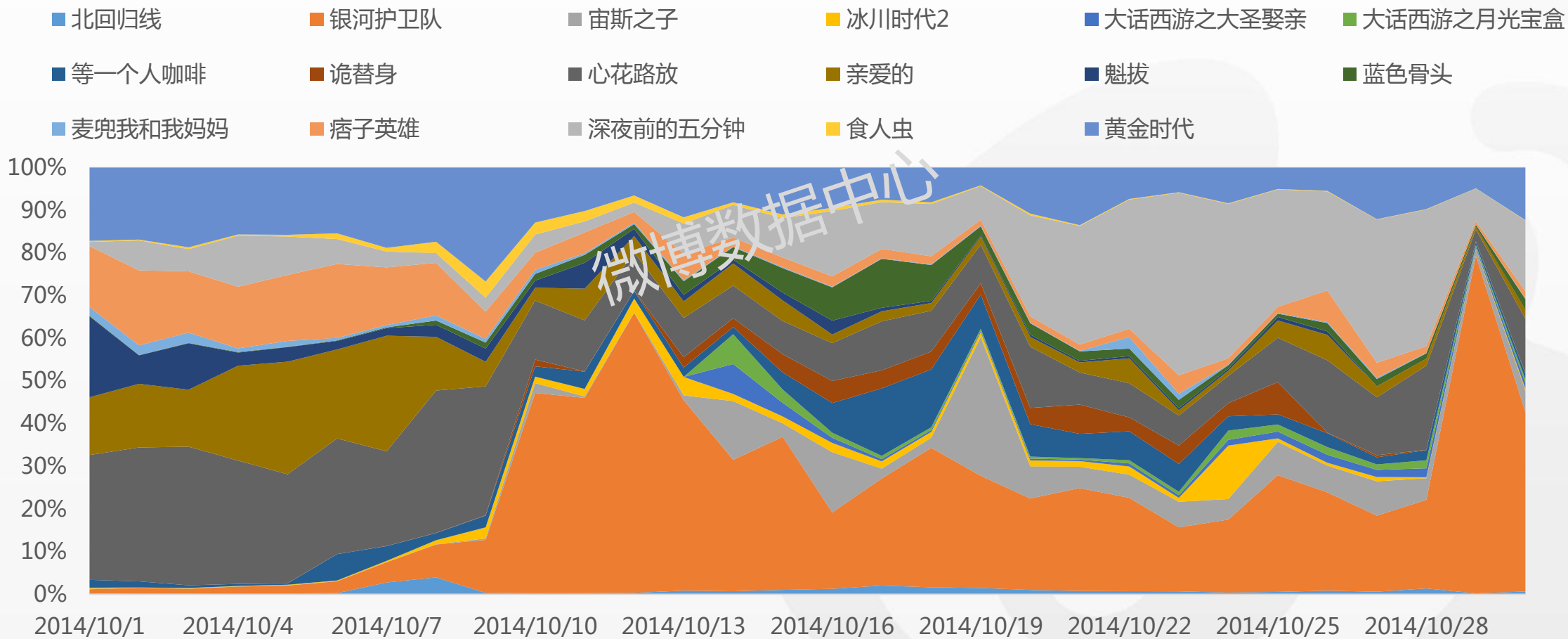
10月 影片 热搜度与票房数

— 热搜度 — 票房



➤ 10月，《心花路放》、《亲爱的》、《痞子英雄》和《黄金时代》在上旬属于重点讨论影片，中旬时段《银河护卫队》依旧是热点，下旬《深夜前的五分钟》和《银河护卫队》并列成为重点热议影片，《银河护卫队》在全月热议量中比重超过其他影片。

2014年10月 在映电影微博热议度份额变化



电影票房与微博关联度综合分析

重点影片微博提及搜索与票房分析

电影官方微博运营情况分析

重点影片观影人群属性分析

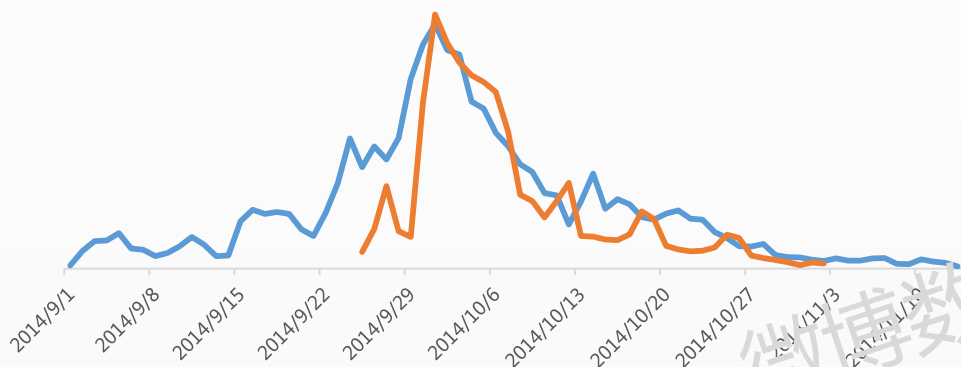
研究说明



➤ 本月，国产电影和外资电影均在上映阶段产生大量的热议，而在热搜方面，二者的热搜都相对集中于上映中。

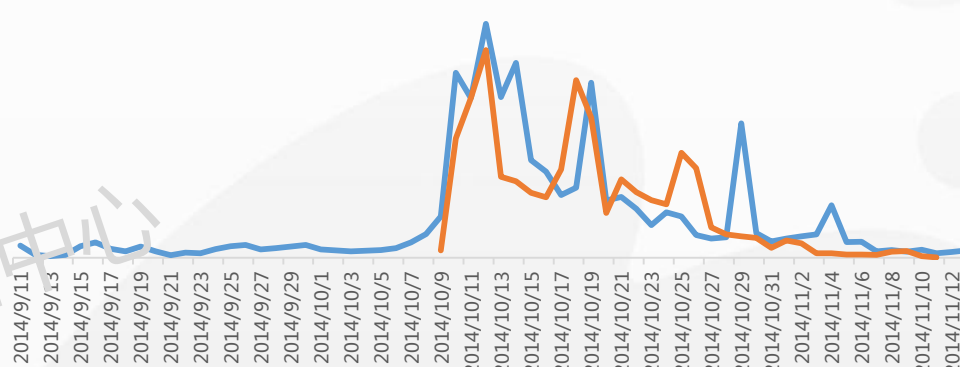
国产影片 热议度与票房数

— 热议度 — 票房



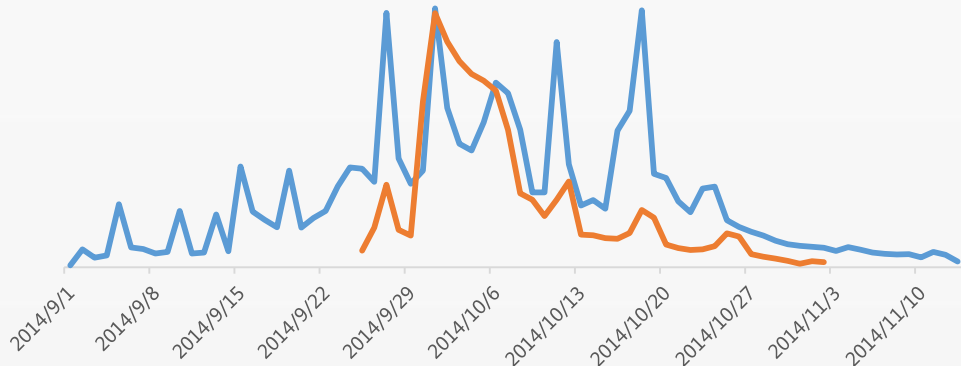
外资影片 热议度与票房数

— 热议度 — 票房



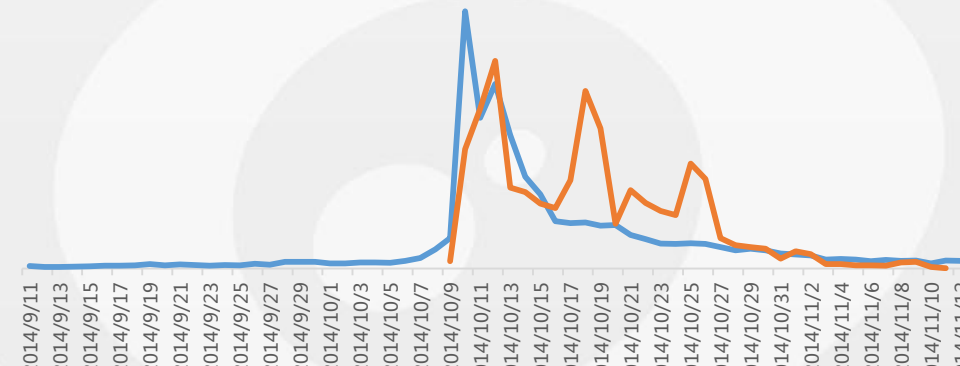
国产影片 热搜度与票房数

— 热搜度 — 票房



外资影片 热搜度与票房数

— 热搜度 — 票房

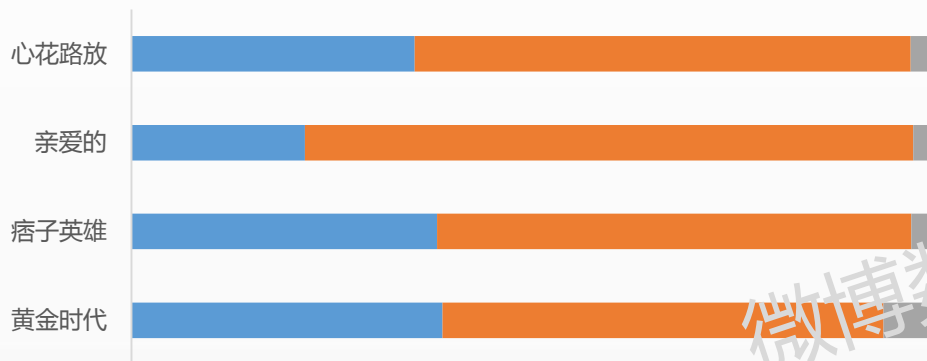


上映前后微博热议度比重

- 本月，国产高票房影片的热议和热搜均相对集中于上映前和上映中，除《痞子英雄》外，影片上映后的热议比重均高于上映前，外资片的热议均集中于上映前和上映中，热议度《宙斯之子》和《冰川时代2》集中于上映前，其他影片均集中于上映后，热搜度均集中于上映后。

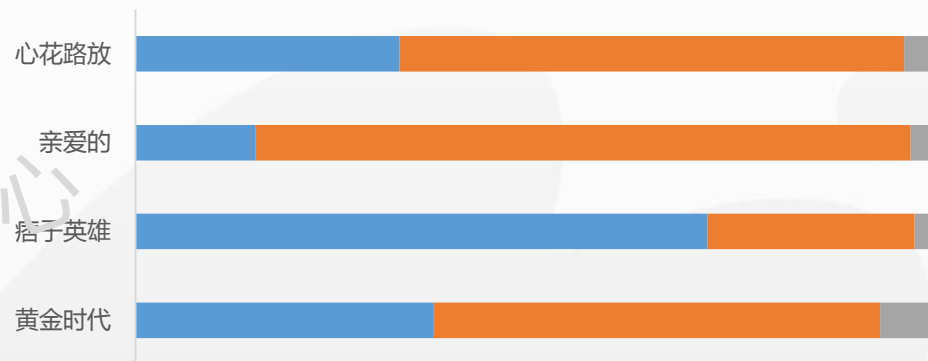
10月 部分国产影片上映前后微博热议度比重

■ 上映前4周 ■ 上映 ■ 下映后2周



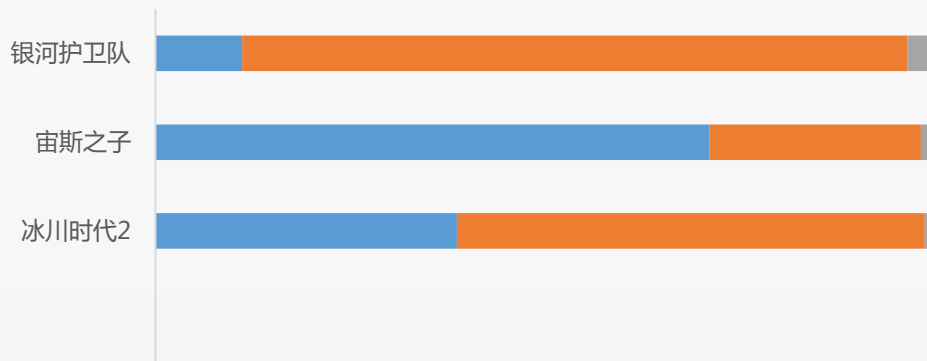
10月 部分国产影片上映前后微博热搜度比重

■ 上映前4周 ■ 上映 ■ 下映后2周



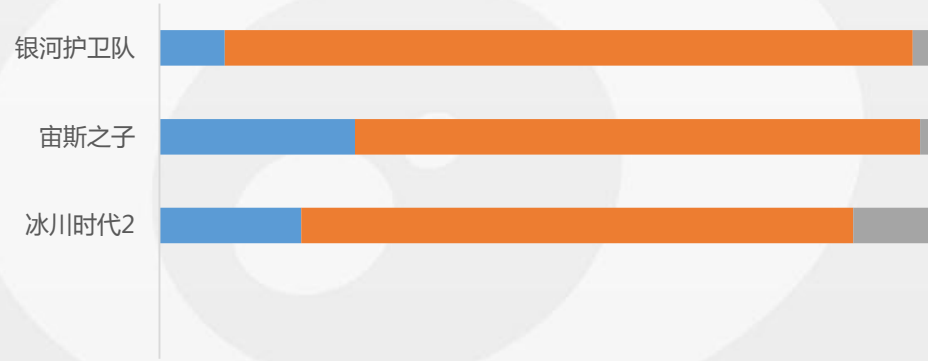
10月 部分外资影片上映前后微博热议度比重

■ 上映前4周 ■ 上映 ■ 下映后2周



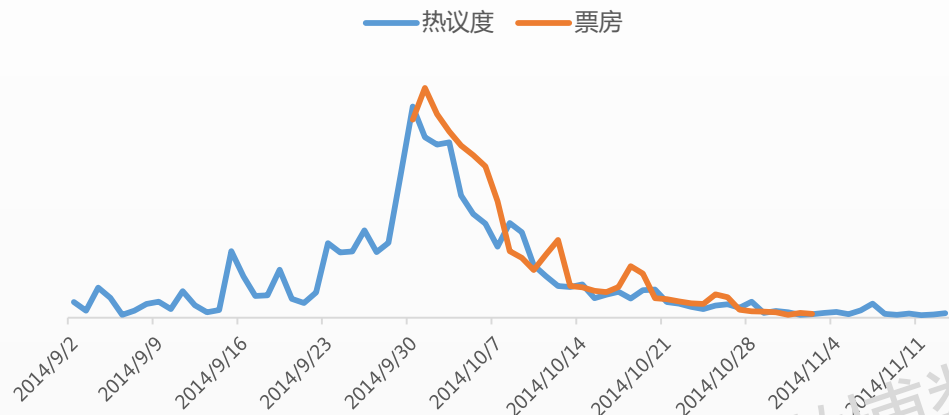
10月 部分外资影片上映前后微博热搜度比重

■ 上映前4周 ■ 上映 ■ 下映后2周

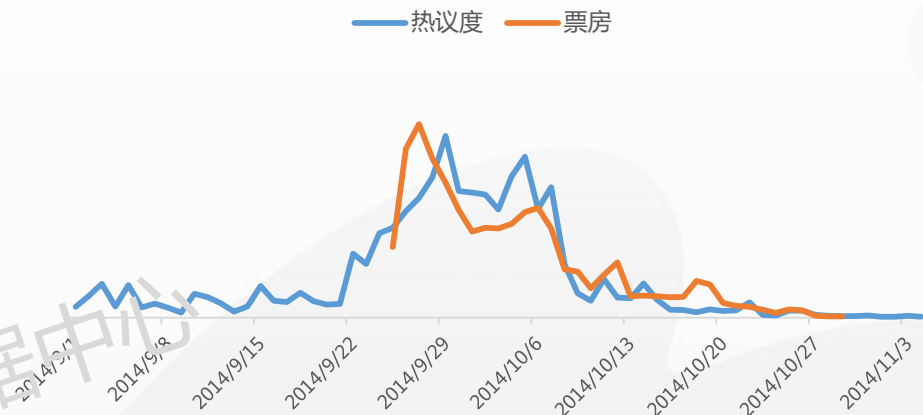


➤ 本月，以下四部影片能在上映前出现明显的热议峰值，说明前期的推广对于热议的提升有一定的效果。

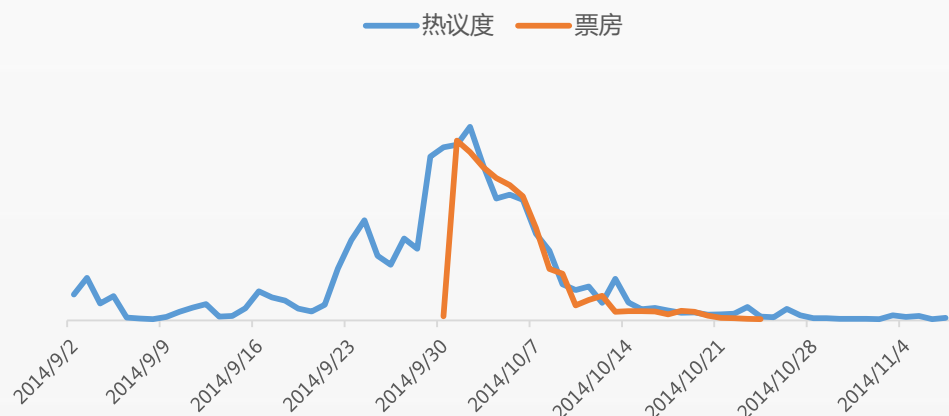
心花路放 热议度与票房数



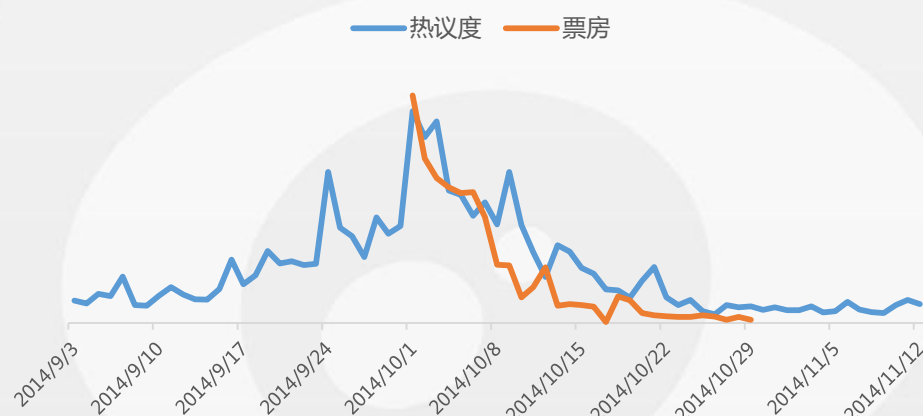
亲爱的 热议度与票房数



痞子英雄2 热议度与票房数

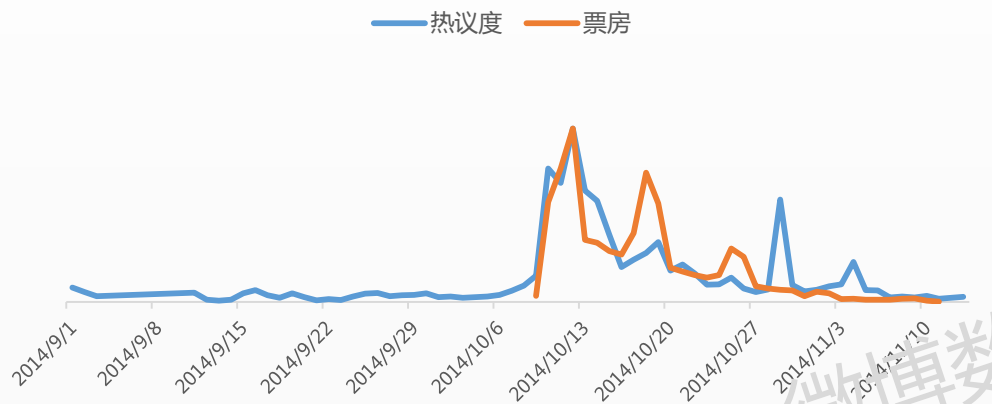


黄金时代 热议度与票房数

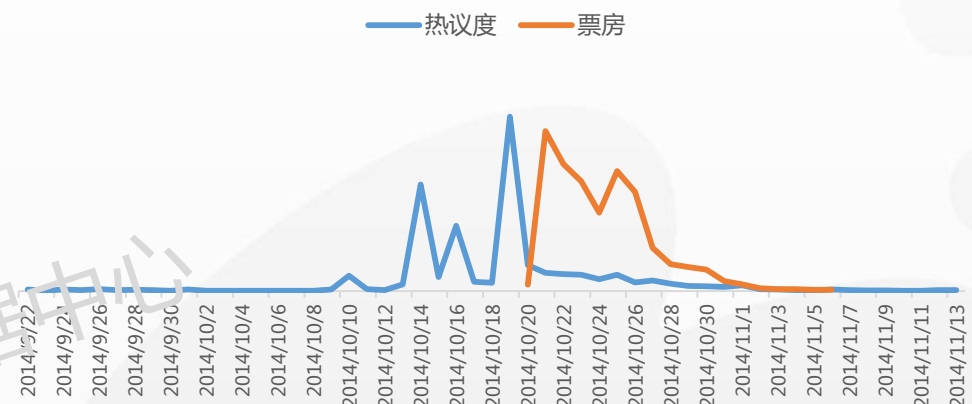


➤ 对于外资影片来说，微博热议多为用户自发而来，因此微博热议走势与其票房走势紧密相关。

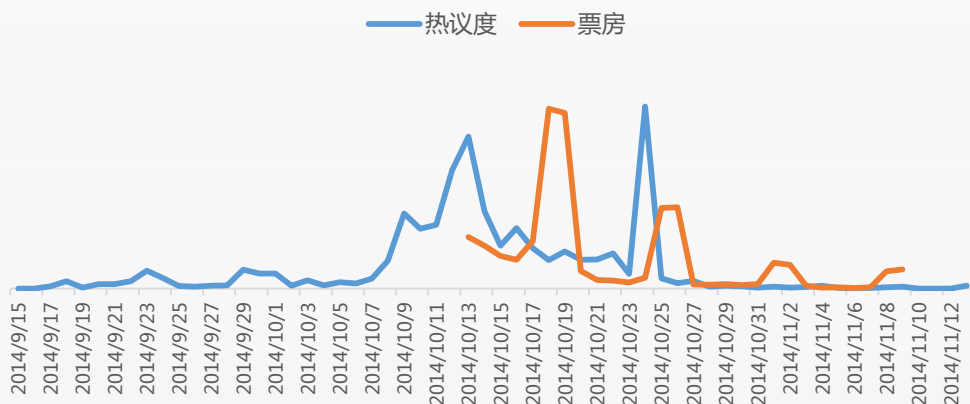
银河护卫队 热议度与票房数



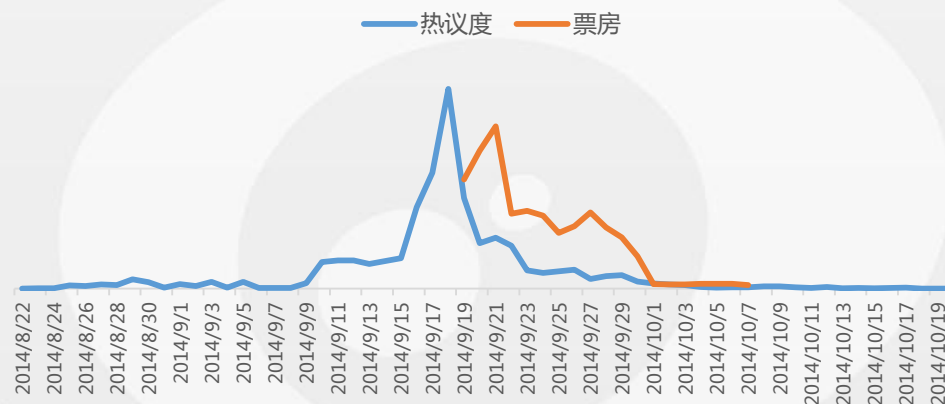
宙斯之子 热议度与票房数



冰川时代2 热议度与票房数

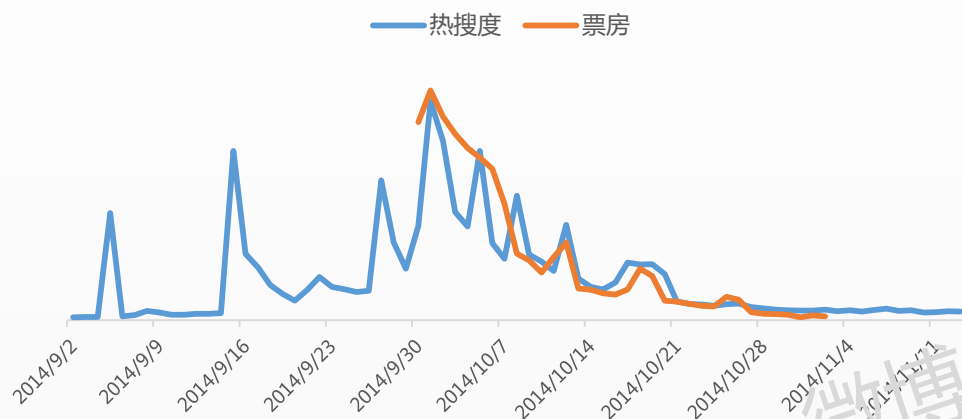


空中营救 热议度与票房数

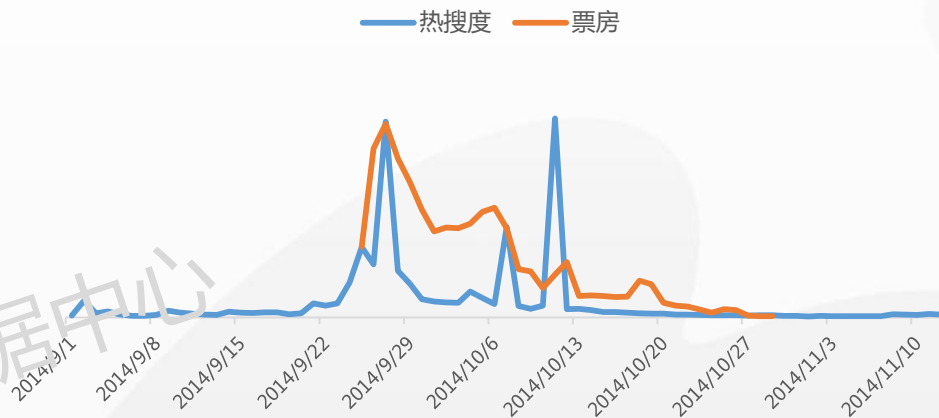


➤ 对于国产影片来说，除《亲爱的》外，部分国产片的映前推广，使得其上映前就出现热搜峰值。

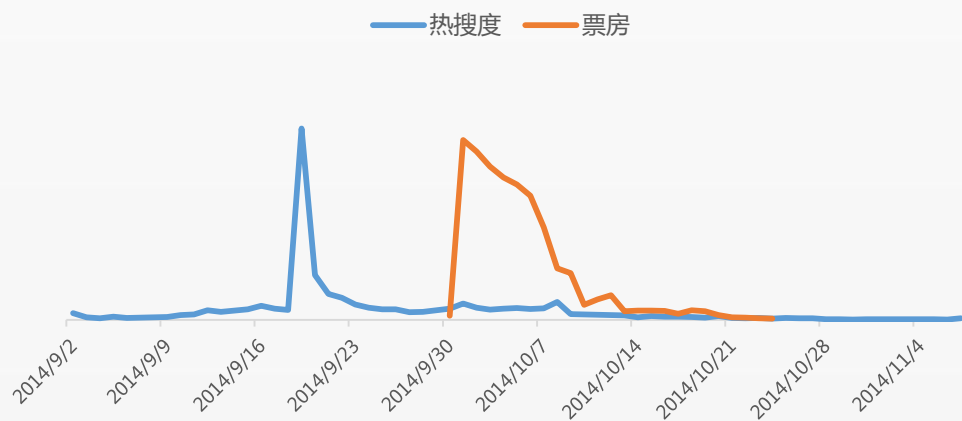
心花路放 热搜度与票房数



亲爱的 热搜度与票房数



痞子英雄2 热搜度与票房数

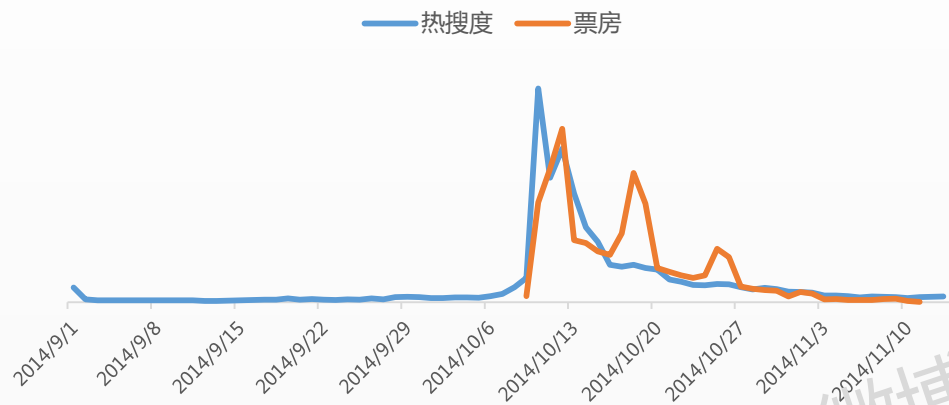


黄金时代 热搜度与票房数

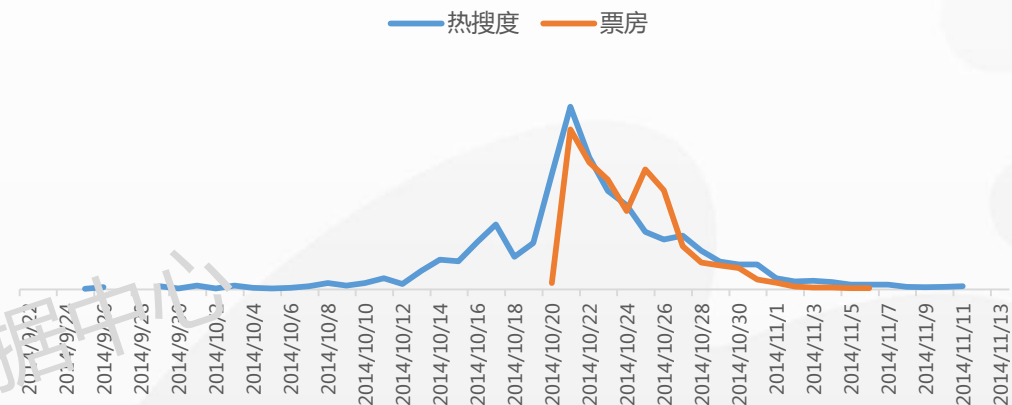


➤ 对于外资影片来说，由于部分外资影片在微博上进行相应推广活动，因此部分影片出现了上映前热搜的情况。

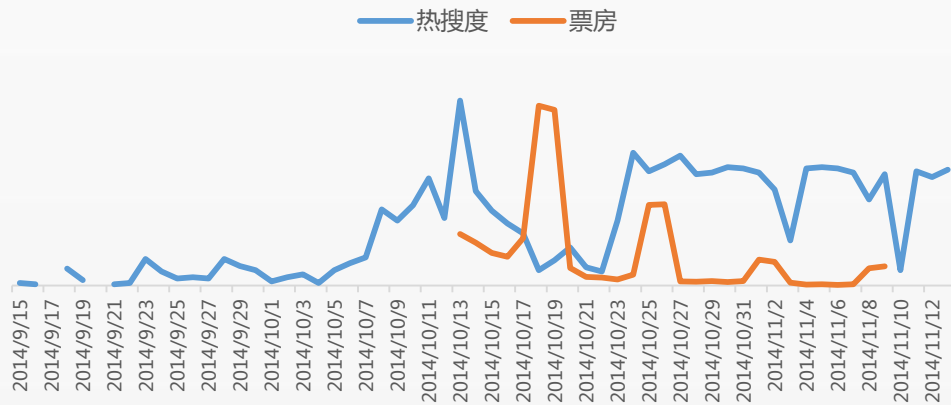
银河护卫队 热搜度与票房数



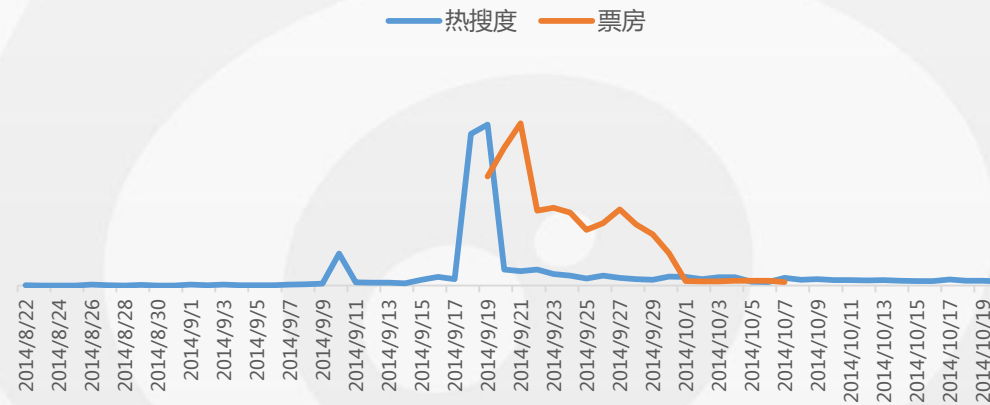
宙斯之子 热搜度与票房数



冰川时代2 热搜度与票房数



空中营救 热搜度与票房数





电影票房与微博关联度综合分析

重点影片微博提及搜索与票房分析

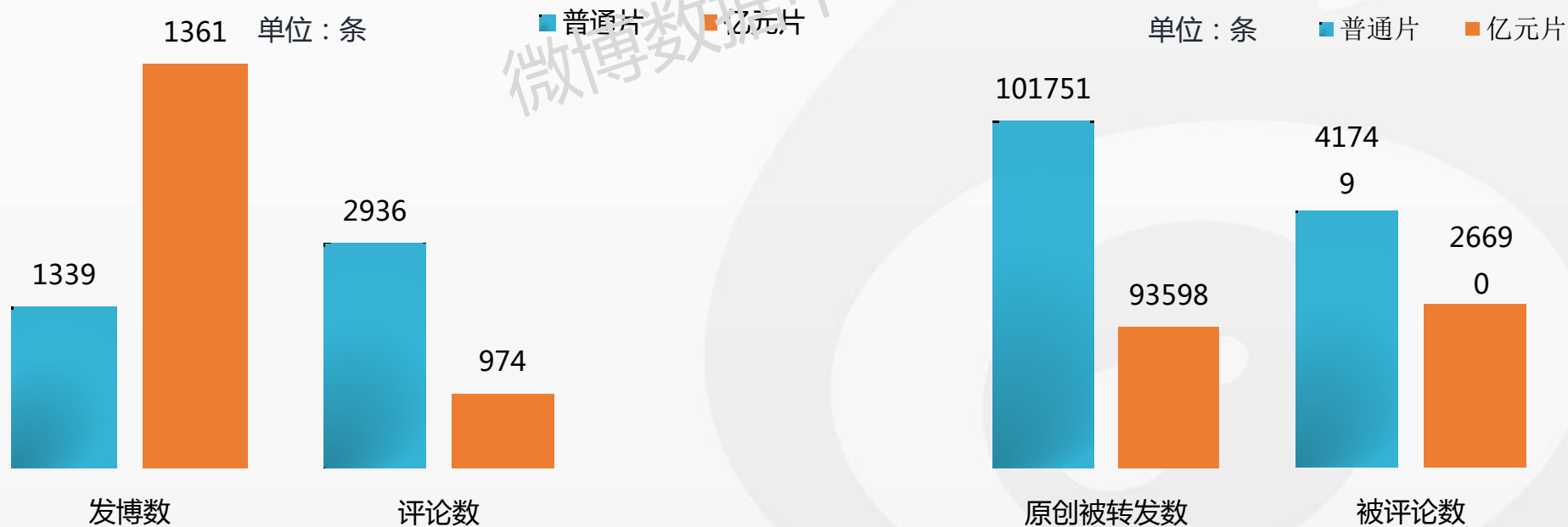
电影官方微博运营情况分析

重点影片观影人群属性分析

研究说明

- 10月 亿元票房片的微博账号的平均发博数是非亿元片微博账号平均水平的1.02倍，主动评论数为普通影片账号的0.33倍；10月 非亿元票房片的博文被转发数和被评论数明显高于亿元片水平，其中原创被转发数非亿元片是亿元片账号的1.09倍，被评论数则是1.56倍。
- 10月上映的17部影片有12部开通官方微博，微博电影推广得到明显重视。

电影官方微博账号主动行为与被动行为分析（平均值）



2014年10月 部分上映电影官方微博账号影响力排名

微博昵称	影响力排名	活跃度排名	传播力排名	覆盖度排名
深夜前的五分钟 movie	1	1	1	1
电影等一个人咖啡	2	2	3	2
魁拔	3	3	4	4
电影心花路放	4	6	5	3
电影亲爱的官博	5	7	6	6
电影黄金时代	6	8	7	5
电影痞子英雄	7	5	8	7
电影-蓝色骨头	8	9	9	9
电影宙斯之子赫拉克 勒斯	9	4	2	11
电影麦兜我和我妈妈	10	10	10	8

- 10月 上映的影片中有12部影片开通了电影官方微博与公众互动；
- 当月国产电影《深夜前的五分钟》影响力排行第一。
- 其他小型电影也通过微博推广获得了高人气。

2014年9月至11月 部分上映电影官方微博账号影响力排名变化

影响力排名	2014年9月	2014年10月	2014年11月
1	电影亲爱的官博	深夜前的五分钟movie	魁拔
2	电影心花路放	电影等一个人咖啡	电影等一个人咖啡
3	魁拔	魁拔	电影黄金时代
4	电影痞子英雄	电影心花路放	电影心花路放
5	电影黄金时代	电影亲爱的官博	深夜前的五分钟movie
6	电影等一个人咖啡	电影黄金时代	电影亲爱的官博
7	深夜前的五分钟movie	电影痞子英雄	电影痞子英雄
8	电影麦兜我和我妈妈	电影-蓝色骨头	电影宙斯之子赫拉克勒斯
9	电影-蓝色骨头	电影宙斯之子赫拉克勒斯	电影麦兜我和我妈妈
10	电影3D食人虫	电影麦兜我和我妈妈	电影-蓝色骨头

- 从三个月的影响力变化来看，随着上映期的不同，官方微博的运作强度有较大变化：
- 第一名在三月之中陆续轮换，9月《亲爱的》位列第一，10月《深夜前的五分钟》位列第一，11月《魁拔》位列第一；

电影票房与微博关联度综合分析

重点影片微博提及搜索与票房分析

电影官方微博运营情况分析

重点影片观影人群属性分析

研究说明

因题材和主演原因，《心花路放》和《银河护卫队》都属于男性观众比重相对较高的影片，此外，好莱坞影片在一线城市较受追捧，而国产爱情片则在三四线城市获得更多关注。

性别	痞子英雄	亲爱的	心花路放	银河护卫队
男性	29.07%	25.57%	36.06%	39.58%
女性	70.93%	74.43%	63.94%	60.42%

年龄段	痞子英雄	亲爱的	心花路放	银河护卫队
00后	2.51%	3.16%	1.71%	1.69%
95后	30.79%	26.53%	20.21%	25.40%
90后	48.31%	46.48%	54.87%	50.83%
85后	13.35%	16.39%	17.42%	16.90%
80后	3.48%	4.84%	3.85%	3.87%
70后	1.10%	2.13%	1.61%	1.13%
60后	0.30%	0.37%	0.21%	0.09%
55岁以上	0.16%	0.10%	0.13%	0.10%

学历	痞子英雄	亲爱的	心花路放	银河护卫队
初中	8.81%	9.07%	5.36%	6.43%
大学本科以上	68.61%	68.94%	77.61%	73.59%
高中	17.95%	16.81%	13.28%	16.32%
小学	1.10%	1.46%	1.03%	1.15%
中专技校	3.52%	3.72%	2.73%	2.50%

城市级别	痞子英雄	亲爱的	心花路放	银河护卫队
1线	25.59%	26.67%	26.34%	30.72%
2线	25.96%	23.74%	24.23%	27.03%
3线	26.17%	26.05%	26.98%	23.65%
4线及以下	21.84%	23.06%	21.90%	17.67%
港澳台	0.14%	0.05%	0.05%	0.05%
海外	0.30%	0.44%	0.50%	0.88%



电影票房与微博关联度综合分析

重点影片微博提及搜索与票房分析

电影官方微博运营情况分析

重点影片观影人群属性分析

研究说明

名词解释

提及度：提及度是指某个关键词在原创博文和转发博文中的提及次数。

搜索数：搜索量指微博用户在微博搜索中检索关键词的次数。

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。

微数据访问地址：<http://mydata.weibo.com> 风云榜访问地址：<http://top.weibo.com>

微指数访问地址：<http://index.weibo.com> 微报告访问地址：<http://data.weibo.com/report>

样本说明

- 本报告中博文的样本范围是截止到2014年10月31日新浪微博中提及到2014年10月 在映电影的博文。
- 本报告中电影票房数据为互联网公开数据收集整理而来。

法律声明

本报告为微博数据中心制作，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“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，部分数据不能够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。



微博数据中心
Weibo Data Center

谢谢观看！

2014.11.31