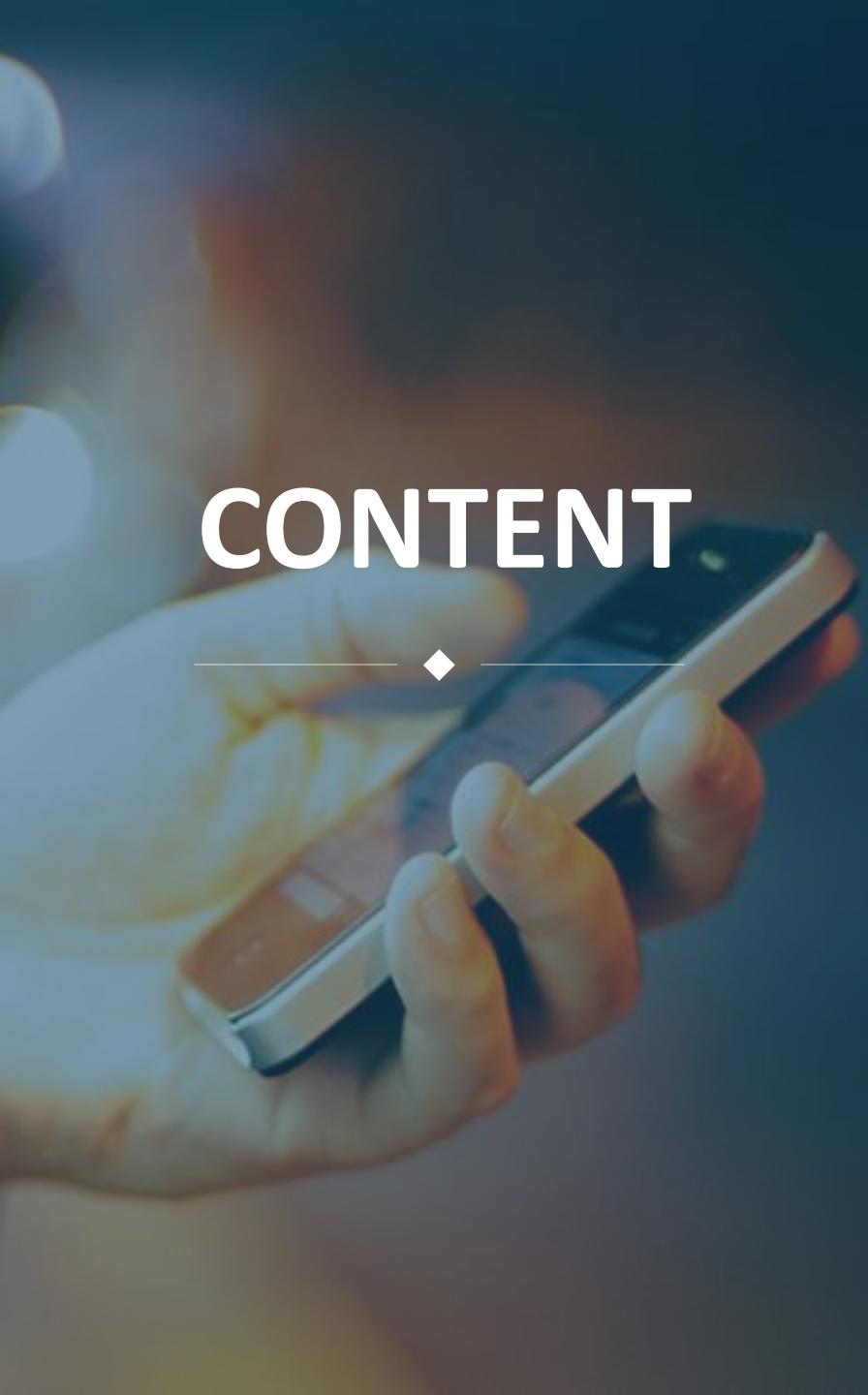




2016 微博 校园红人白皮书及榜单发布



CONTENT

- 01 裂变：互联网时代的校园红人
- 02 崛起：红人发展模式日臻成熟
- 03 争鸣：2016年校园红人盘点
- 04 纵横：校园红人向多元化拓展

01

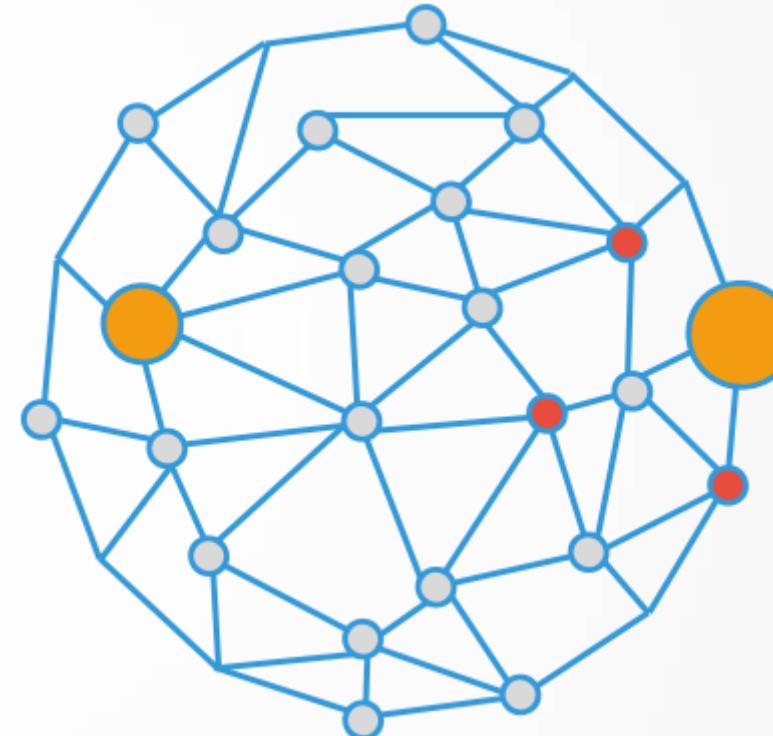
裂变：互联网时代的校园红人

“互联网+”时代的校园红人

校园红人，顾名思义，是指在校园日常学习生活中颇受关注的校园人物。

随着互联网的发展，对**校园红人的评估标准与方式日益多元化**，校园红人的认知度也逐渐从校园层面不断扩展向社会层面。

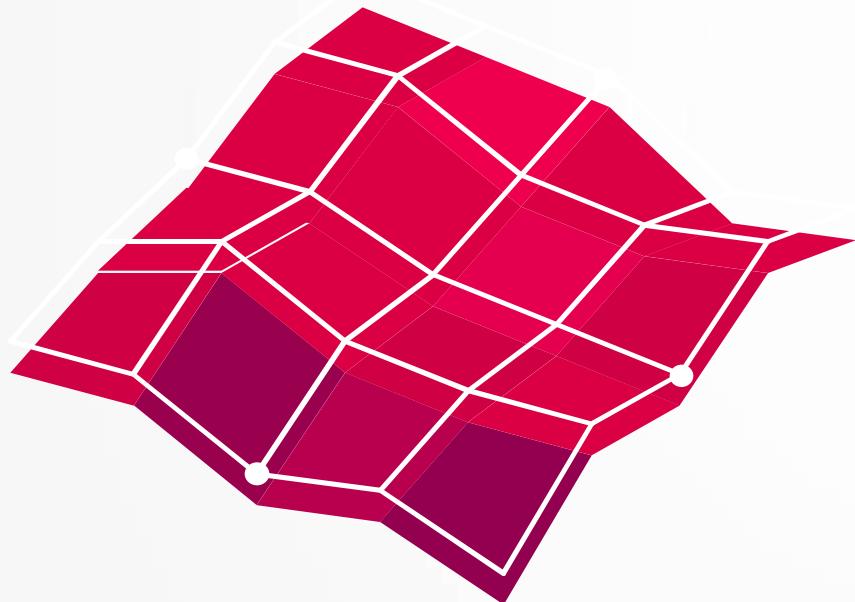
作为行业人才储备力量，校园红人的培养与关注势必受到各行各业的充分关注。**以互联网为媒介的自我呈现与分享，正在成为行业人才评估的一种新形式。**



【关键词】：互联网、学院派、校园红人、精英

校园红人受关注是多方面因素作用下的必然结果

校园红人受到关注，是互联网与校园生活结合的必然产物。通过互联网向更多的人分享自己，既是大学生积极自我展现的重要表现，同时也是当下多重社会因素作用的结果。



1. 内在动力

- 展示：自我实现的一种新途径；
- 共享：专业知识与业余爱好；
- 压力：大学生就业形势依旧严峻；

2. 外在需求

- 机会：互联网下网红经济的快速发展；
- 人才：对青年人群的人才储备需求；
- 环境：青年媒介素养培养，对净化网络环境的作用巨大；

校园红人的主要特征

凭借自身优势，校园红人能够在特定领域中获得相当的关注度，引领校园人群潮流趋势，在一定程度上，代表了校园3500万学生群体的兴趣及消费趋势，也正因如此，他们获得了比同龄人更多的机会和资源。

校园红人在不同领域通过多元的形式使自我得到尽情地表现。文字与图片是以往最为常见的内容形式。随着视频与直播业务在近年来的快速发展，红人表达自我的形式也不断丰富起来。

校花校草

以颜取胜；
通过直播、图文、视频
等形式分享生活点滴。
赢得粉丝关注。

校园资讯

校园周边新闻；
校园资讯、公告；
校园八卦、传闻；
地方生活新闻；
地方旅行分享；

社会时评

以图文为器；
点评社会新闻事件；
引领舆论；

专业领域

个人才艺展示；
课内知识讲解；
行业知识科普；

01

校园红人能够产生较大的社会影响与价值收益



校园红人不仅能够对凭借自身影响力在舆论引导、三观确立上产生积极的影响，还能够为不同领域培养和输送符合行业需求的业务新星。具有相当的社会模范价值和一定的潜在商业价值。

作为微博内容贡献与传播的重要参与者，大学生在微博生态中占据着重要的位置。大学阶段是大学生三观逐渐成熟的关键时期，较强的可塑性是大学生最为突出的特征之一。

02

崛起：红人发展模式日臻成熟

网红经济的发展模式值得校园红人借鉴

校园红人是当前网红经济中的重要组成部分

当前活跃的网红经济中，网红的展现形式与校园红人有着不少相通之处：1. 网络网红与校园红人在人员及粉丝上均有一定的重合；2. 与网络网红一样，校园红人在传播内容上也存在着垂直领域的分布；



网红经济的产业模式值得校园红人借鉴

网红经济的快速增长使其已经形成具有专业化产业化特色的经济模式。这对校园红人的运营发展来说值得参考与借鉴。

02

校园红人发展模式逐渐成型

校园红人发展，从现象成长为互联网经济产业的一部分，其内部也逐渐形成一套完整的人才输出系统，并要求其在系统内部的社会分工不断细分，专业化。

01 优质人才储备

具有高学历、年轻化等特征的大学校园人才；
知识专业教育或培训；

02 内容制作专业化

具有专业知识的个人
具有IP内容制作能力的机构等等

04 多元化的发展路径

电商导流、打赏获赠等直接变现模式；
广告代言、品牌投资等间接变现模式；
具有明星化、专家化的专业化道路；

03 平台战略化合作

深化与平台的战略合作关系：
微博、微信等多平台运营



高校提供专业化内容制作的实践基地

校园红人从“无序”逐渐发展出一套符合自身定位的可行的、稳定的运营模式，离不开相关单位机构在各环节的相互配合与支持。

高校、团委、社团

学生群体三观培养和树立
专业的知识技能教育
实训中心的搭建者，且部分高校开始尝试PGC模式

校园红人

年轻，成长，寻找自我价值
属于校园，成长于校园
在校学习专业知识，提升能力，
参加兴趣社团
通过平台展示自我，实现价值

资源平台

发现潜力红人，资源扶持
“社交化名片”背书
联动垂直兴趣领域，影响
兴趣人群
IP孵化

多元化内容展现校园红人风采

内容，是红人触达受众最为核心的板块。专业、创意以及用户关注，是评估一个内容能否成就撑起红人的主要参照标准。

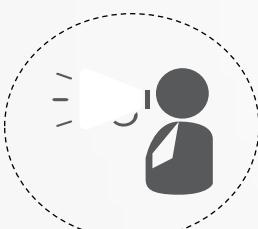
内容生产专业化与表现形式多元化，是正在快速发展的校园红人在内容板块两大特征。

校园红人的内容表现形式呈现多元化趋势



微博平台传播优势凸显

拥有庞大用户规模，能够支撑多元化功能发布，是作为红人投放平台并取得良好传播效果的重要特征。2015年以来，以微博为代表的公共信息分享平台，在这方面的传播优势和效果逐渐展现出来。



微博用户保持积极稳健的增长；

- 月活用户连续多个季度保持持续增长；
- 明星、名人资源的聚合优势；
- 多元化网络红人的快速崛起；

支撑多元化内容IP发布能力的不断提升；

- 视频、直播等内容发布功能的完善；
- 电商橱窗、超级话题等新功能的开发；

微博业务向各垂直领域的快速延伸

- 微博在娱乐(电影、电视、音乐)领域的区位优势还将持续；
- 根据用户需求开发不同垂直领域的业务资源；
- 扶植垂直领域内部具有专业化内容IP生产的账号；

2014-2016年微博月活跃人数(MAU)增长情况



多元化发展是校园网络红人的最终目标

影响力迅速提升

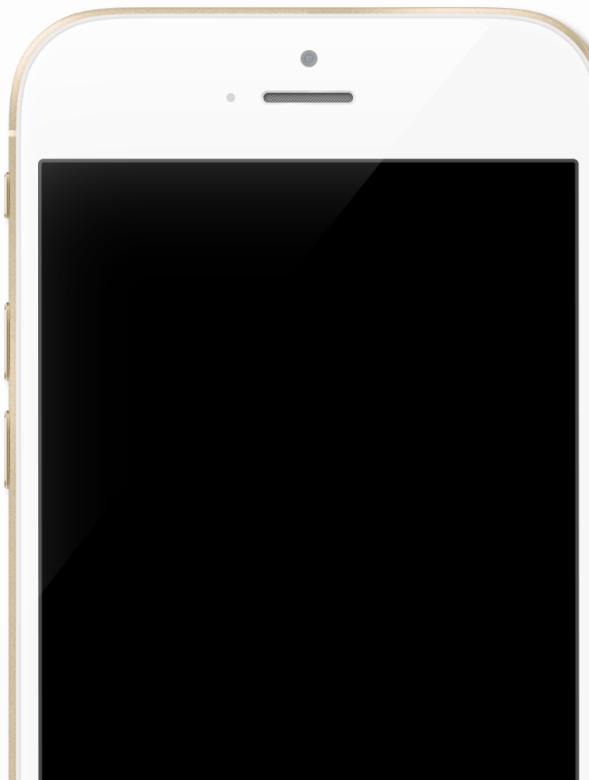
网红人或将作为评估个人能的标准之一

1

变现形式多元化增强

网民用户越来越愿意对高质量的直播、文章内容进行消费

2



3

品牌增值

IP、品牌价值提升
账号与红人均具有投资价值

4

精英人才储备

配合职业规划，
延伸红人价值；

03

争鸣：2016年校园红人盘点



克劳锐自媒体价值排行

校园红人榜

TOP20
9月/September

排名	微博名称	TKI	排名	微博名称	TKI	排名	微博名称	TKI
1	胡楚靓	96.18	8	唱歌的大牛	93.22	15	Blue巴扎嘿	88.09
2	神經科喵科長	95.72	9	_鹿的角	92.68	16	Kitty叶雅婷_	87.22
3	盛蕙子	95.68	10	马文超	91.15	17	王之一_	87.01
4	豆得儿得儿得儿	95.46	11	任雨萌--	90.57	18	猴艾米-Emily	86.68
5	吕明蕊_RG	95.21	12	璇璇_baby	90.43	19	Sunny是个小太阳_	86.47
6	艾败败	94.34	13	王梓薇	90.40	20	葵ziyooni	85.46
7	Flora王菲儿	93.75	14	冯朗朗i	89.44			

数据来源：克劳锐指数研究院

2016年微博校园红人TOP20 盘点---- 榜单评估标准

评估维度

媒体资产

社交影响力

品牌效应

关键指标

微博、视频阅读总量
秒拍视频播放总量
一直播播放峰值

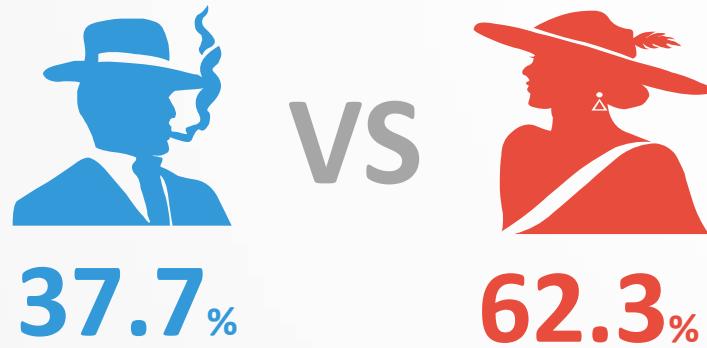
微博、视频转评赞总量
秒拍评论量
一直播互动量

各平台发布总量
各平台总量、粉丝增量

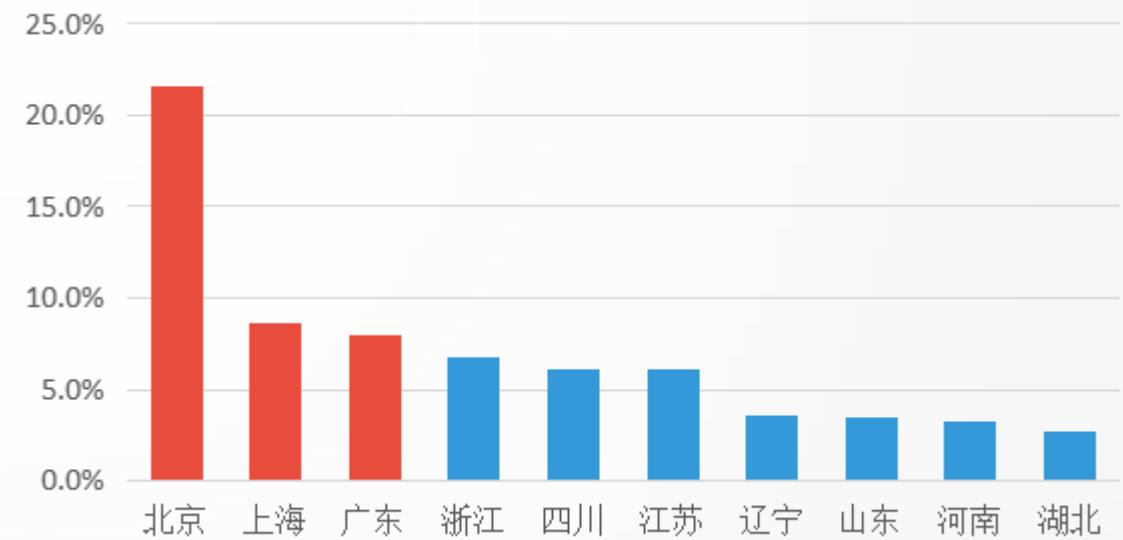
微博校园红人的用户特征

- 分性别来看，校园红人用户性别比例大致为四六开；
- 分地域来看，微博校园红人主要分布在北京、上海等地；高校云集的陕西、湖北则相对弱势；

校园红人用户性别分布



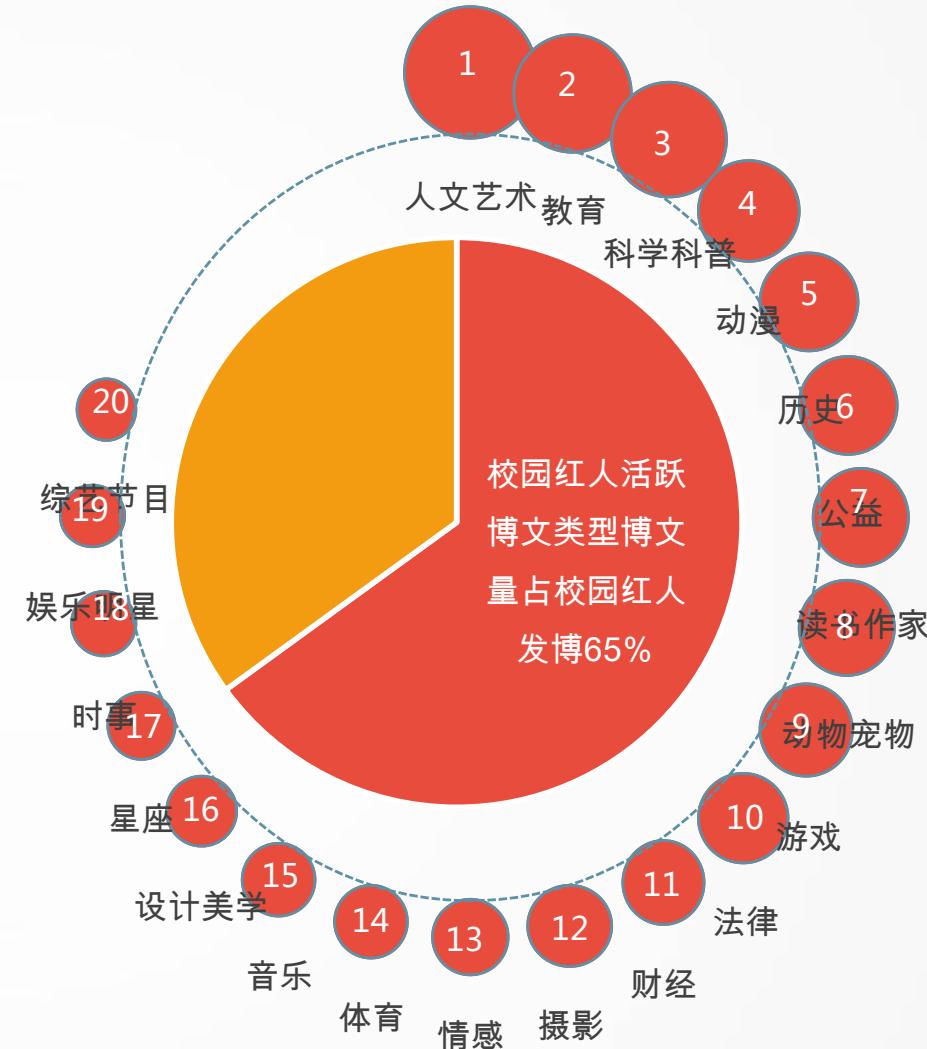
校园红人用户地域分布



校园红人活跃的主要类型

校园红人发博活跃类型TOP20

目前，校园红人活跃的主要类型大概可分为人文艺术、教育、科学科普、动漫、历史分享等多个类型。相关内容通过图文或视频与直播形式表达出来，颇受关注者的青睐与欢迎，top20活跃博文量占红人发布博文65%。

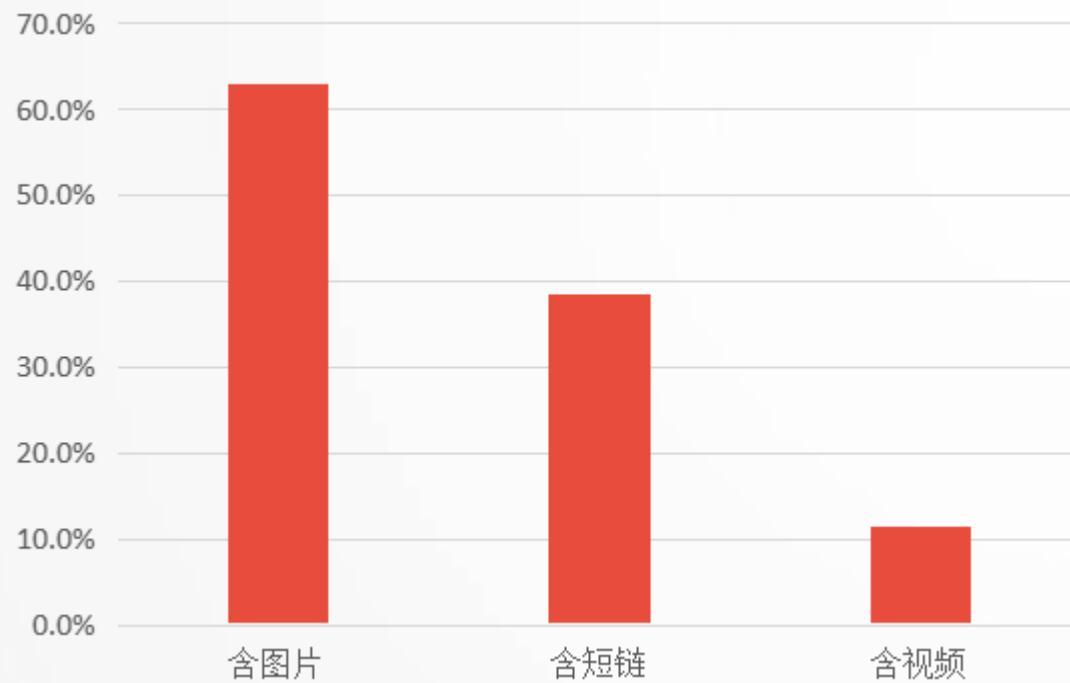


03

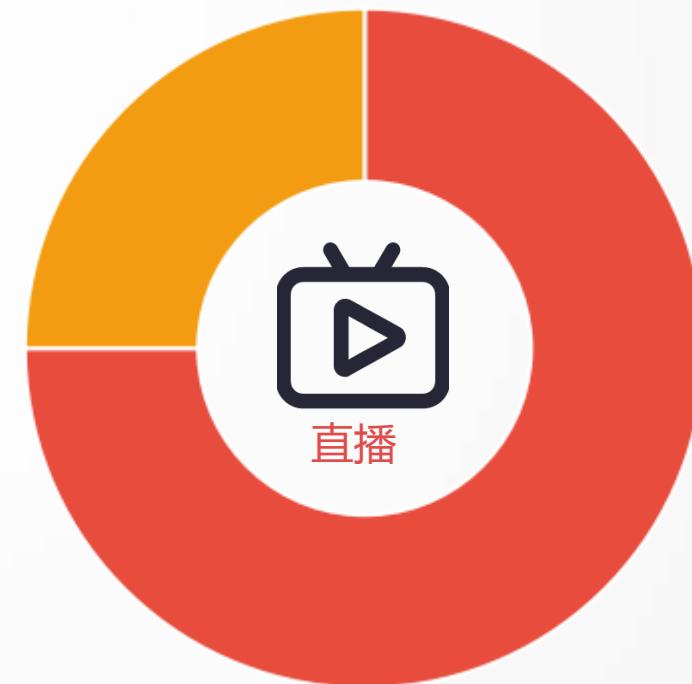
图文是校园红人博文分享内容的主要形式

- 就博文形式来看，图文形式的博文是校园红人最常用的博文形式；
- 直播作为当下最红的传播工具，也引发了校园红人的积极参与，1月份以来，有75%以上的校园红人曾经使用过直播；

2016年1-8月校园红人常用博文形式



2016年1-8月校园红人参与微博直播比例



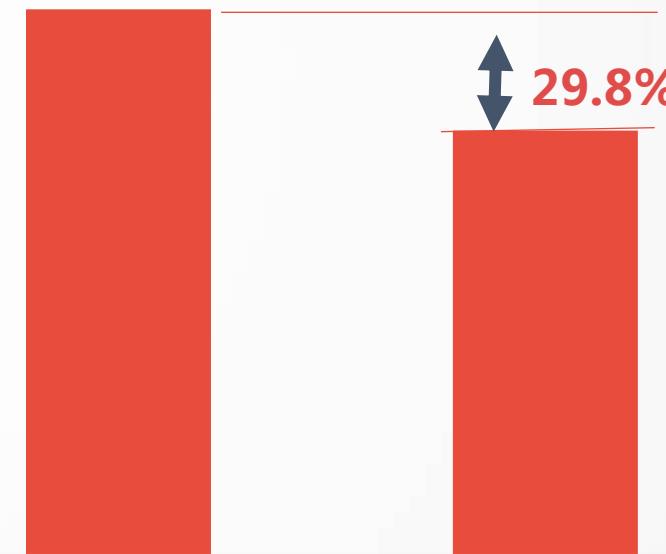
微博校园红人用户的粉丝规模

- 最新数据统计，截止到2016年5月微博校园红人用户的粉丝规模高达1.24亿。
- 校园红人的校园粉丝占比较当前网络红人的校园粉丝占比量高30%左右

2016年微博校园红人覆盖粉丝规模



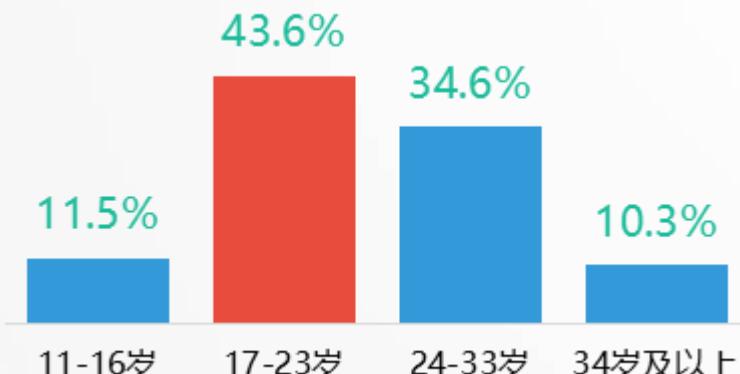
校园红人的校园粉丝占比情况



微博校园红人粉丝用户的主要特征

微博校园红人粉丝用户属性

- 分性别来看，校园红人用户男性粉丝占比较高；
- 分年龄来看，微博校园红人粉丝重要集中在17-23岁及24-33岁之间；

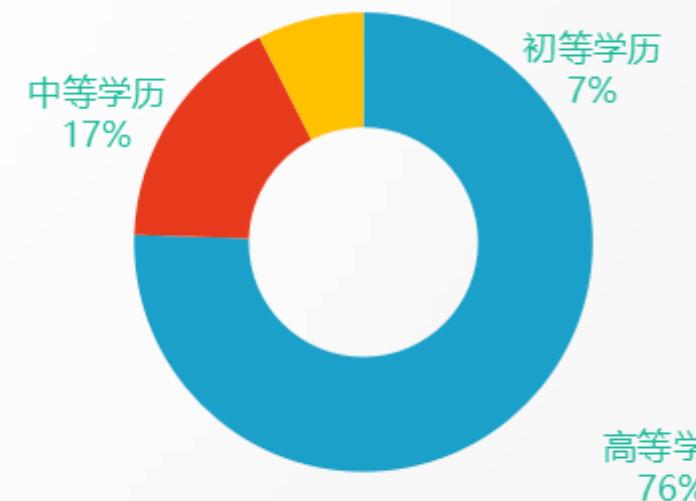
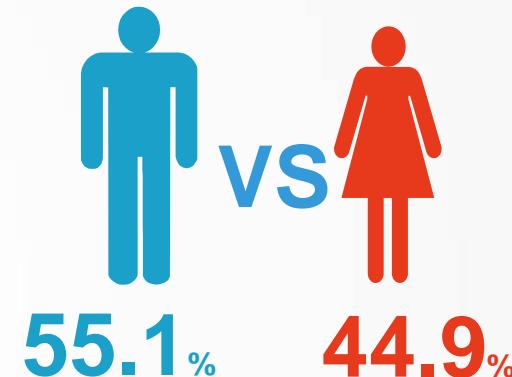


年龄

性别



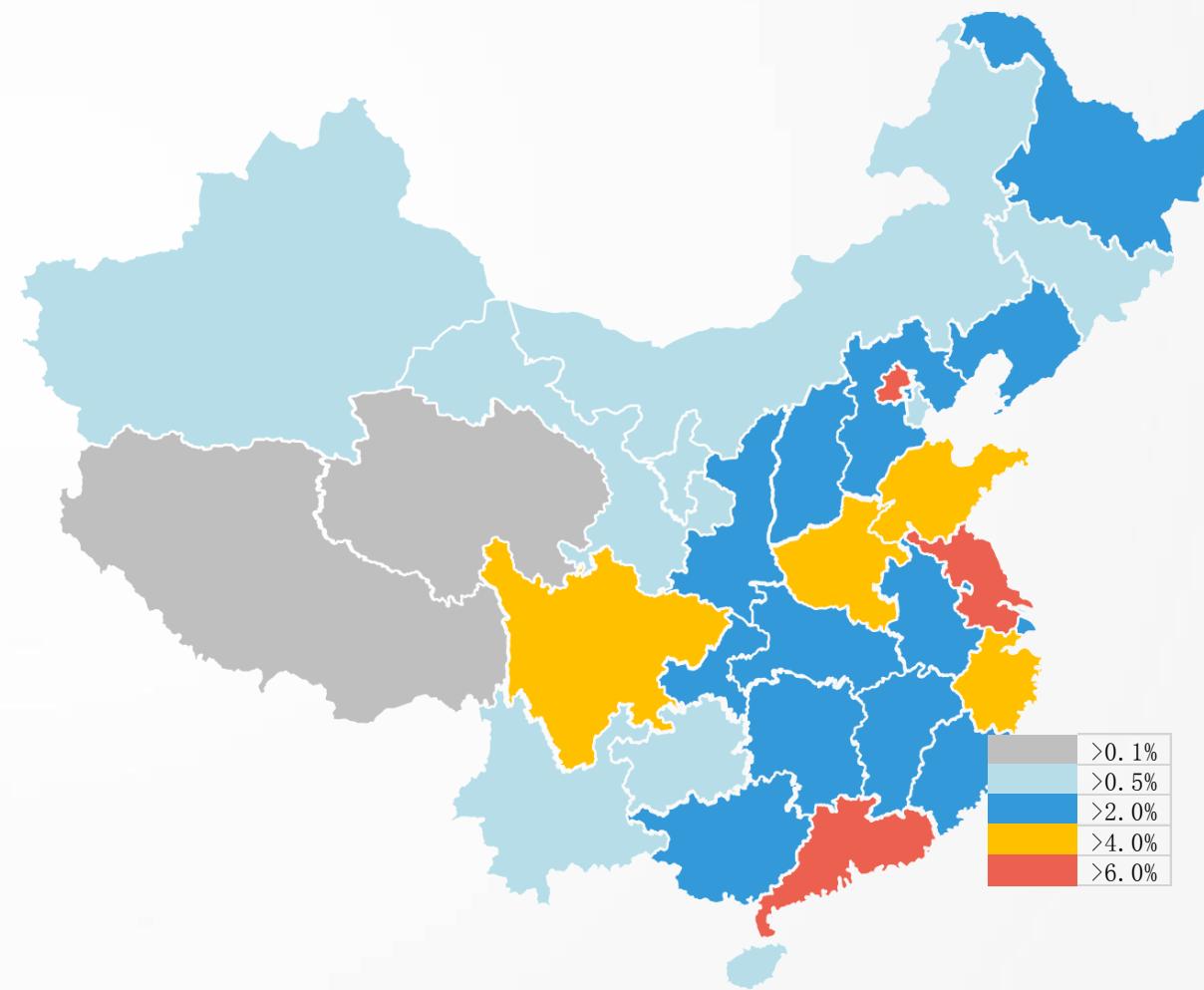
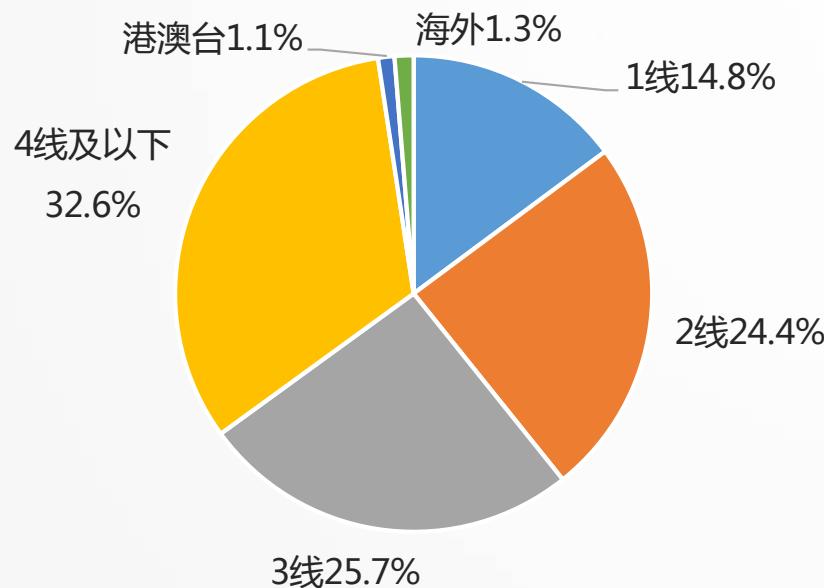
学历



微博校园红人粉丝用户的主要特征

- 分地域来看，微博校园红人粉丝用户主要分布在广东、北京、上海等地；
- 分城市等级来看，3、4线城市红人粉丝占比较大，比例达58%。

微博校园红人粉丝地域分布



04

纵横：校园红人向多元化拓展

校园红人的培养符合新时代青年人才储备的战略需求

2015年以来，网红经济的产业化趋势，使以微博为代表的传播平台迎来了新的发展机遇。在这一背景下，发展校园红人业务，不仅是网红经济向垂直领域延伸的结果，同时也是校园培养综合型、社会型人才的一种表现。

数据显示，当前校园红人在表现内容与题材上，既有满足校园粉丝的文化需求，也能够迎合社会粉丝的心理需要。但是，也应该注意到校园粉丝与社会粉丝在内容需求上存在着明显差异。

随着互联网与校园生活的不断融合，可以预期，在未来一段时间内，校园红人的发展路径将逐渐成熟，不仅将进一步满足不同人群的文化消费需要，也很可能将成为新时代青年人才培养及储备的一种新形式。



红人职业化与账号品牌化的趋势更加明显

#红人职业化及账号品牌化趋势明显

#内容IP及专业性不断增强

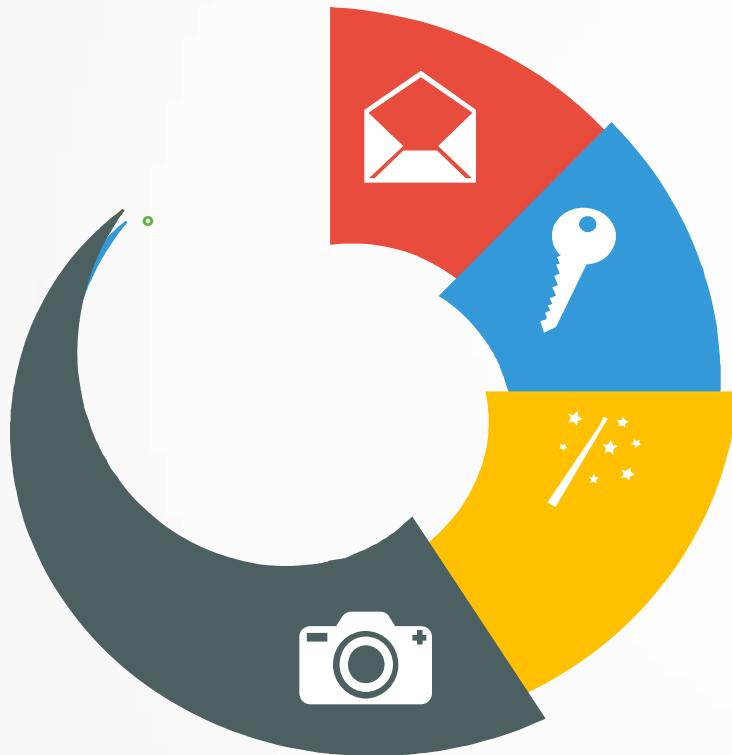
#红人孵化加速

品牌影响力：校园红人的影响力在职业道路上的延伸；账号日益品牌化；

IP资源：IP资源的品牌效应是校园红人业务推进的重要支撑，具有个性、特质或制作精良的内容仍旧是稀缺资源。

网红孵化：市场的红人需求，势必推动校园红人从无组织状态向组织化靠拢，围绕校园的各方力量的合作将不断加强。

高校合作升级，微博将推进校园红人职业化进程



- **合作升级，微博与众多高校联手构建校园红人孵化中心——微博校园红人学院**
- **资源整合，微博联手多家专业机构，传播推广平台，为校园红人发展制定专项资源策略**
- **红人实践场，微博引入权威机构背书，“社交化名片”为校园红人赢得更多认可，更多可能**
- **发展机会，微博为大学生发现自我，实现自我价值提供了成长，实践和试错的机会**



The End