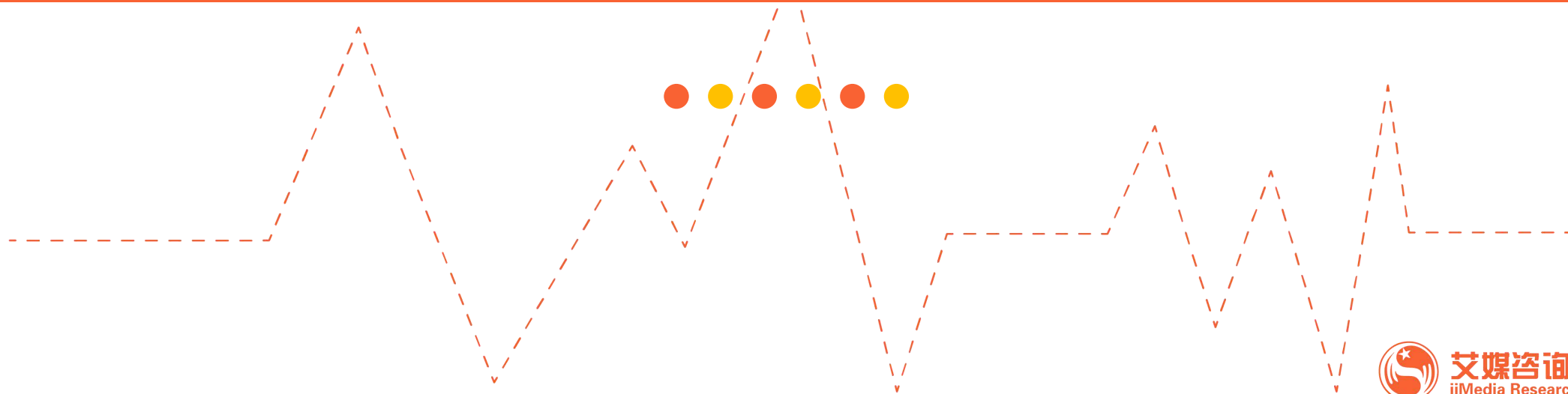


2017年 中国微信公众号刷量专题研究报告



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统、大数据舆情管控系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2017年6月底，北极星采用自主研发技术已经实现对7.65亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 艾媒大数据舆情管控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情管控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



中国微信公众号刷量相关事件回顾

微信公众号自2012年8月上线，发展至今，生态步入稳定期，流量红利消失，公众号大号格局固化，小号举步维艰。面对数量众多的微信公众号，广告主往往以阅读量、粉丝数、点赞数等数据作为微信公众号影响力的评判标准，刷量服务随之衍生并形成规模化黑色产业，微信公众号成为刷量造假重灾区。在腾讯官方严格监控下，微信技术刷量工具暂时大面积失效，随着刷量平台技术升级又快速卷土重来，微信平台与刷量平台之间技术抗衡激烈，刷量价格波动明显。

2016年9月28日，微信后台端口升级，许多微信公众大号阅读量集体“断崖式”下跌。

2017年6月2日，微信安全中心揭秘“微信群控”产业链，通过公众号刷量、虚假养号等途径恶意营销。

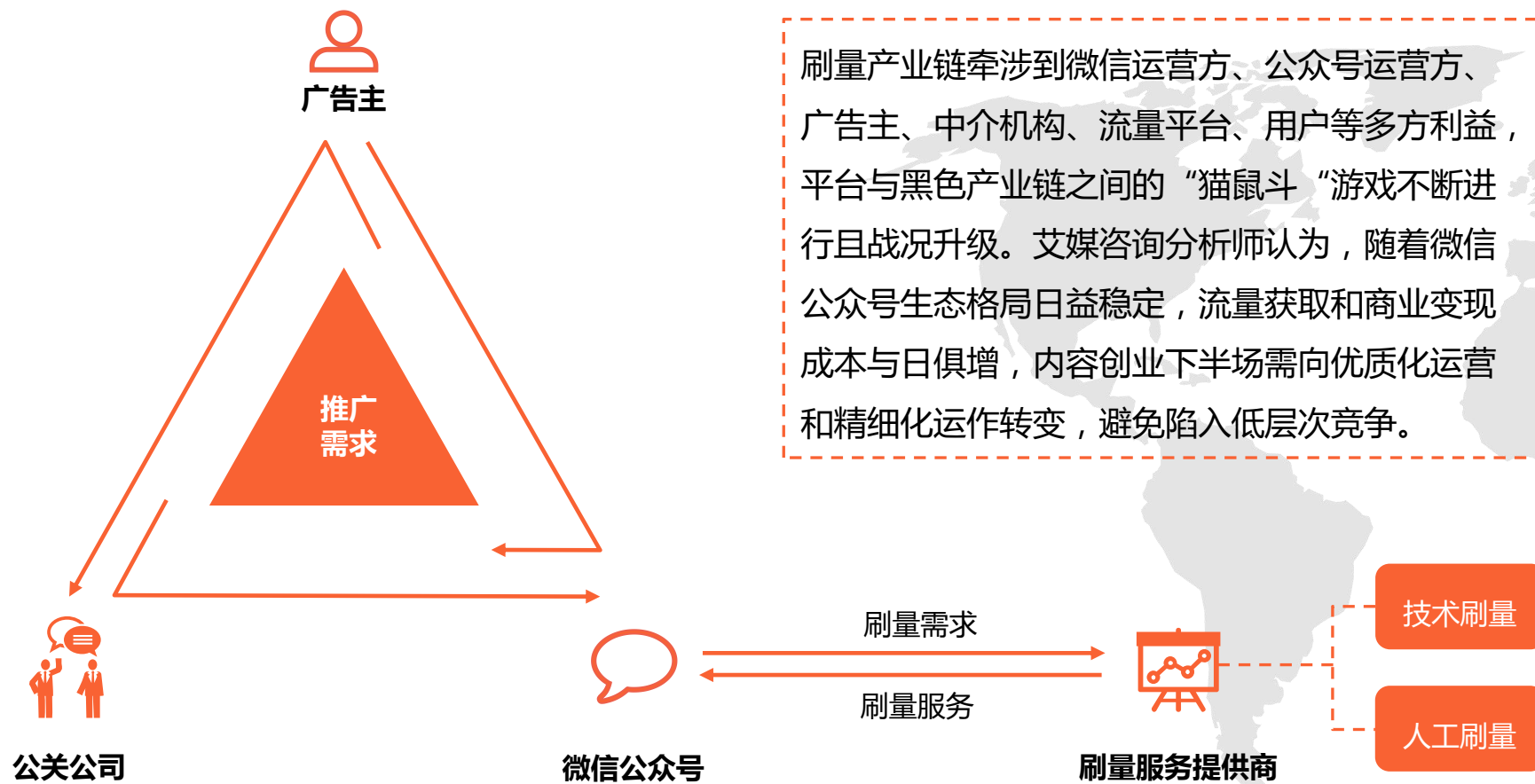
2017年9月22日媒体报道，微信刷量成本自2017年9月初开始暴涨，从十几元突破百元大关。

2016年9月29日，微信团队回应公众号刷量问题，称会继续加强技术手段，打击刷量行为。

2017年8月9日，微信安全团队协助警方破案，犯罪团队利用木马病毒为公众号刷量、点赞。



中国微信公众号刷量产业链

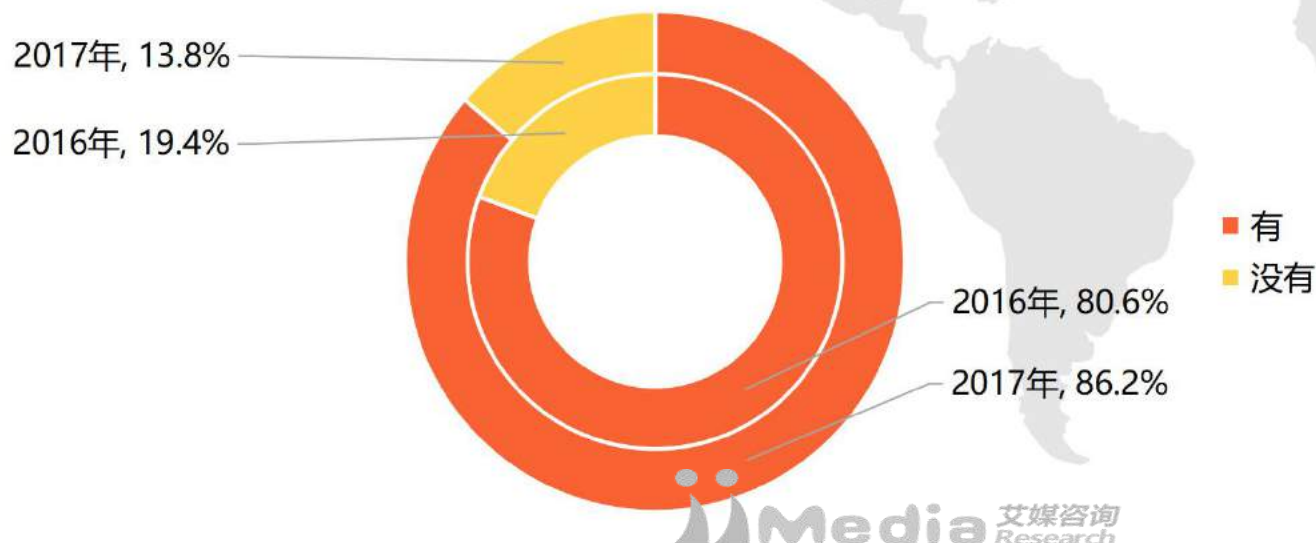




微信公众号行业刷量现象愈发普遍

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年营运类微信公众号行业刷量行为调查中，86.2%微信公众号运营者曾有过刷量行为，占比超过八成，与2016年相比上升5.6%。艾媒咨询分析师认为，历经一年，微信公众号刷量现象愈发猖獗，越来越多的微信公众号运营者在流量变现思维的主导下，利用刷量方式欺瞒读者和广告主，营造繁荣假象。然而，虚假刷量无法长期维持公众号优势地位，日渐频繁的刷量行为将反噬公众号内容创造和输出，破坏微信公众号生态平衡。

营运类微信公众号行业刷量行为调查

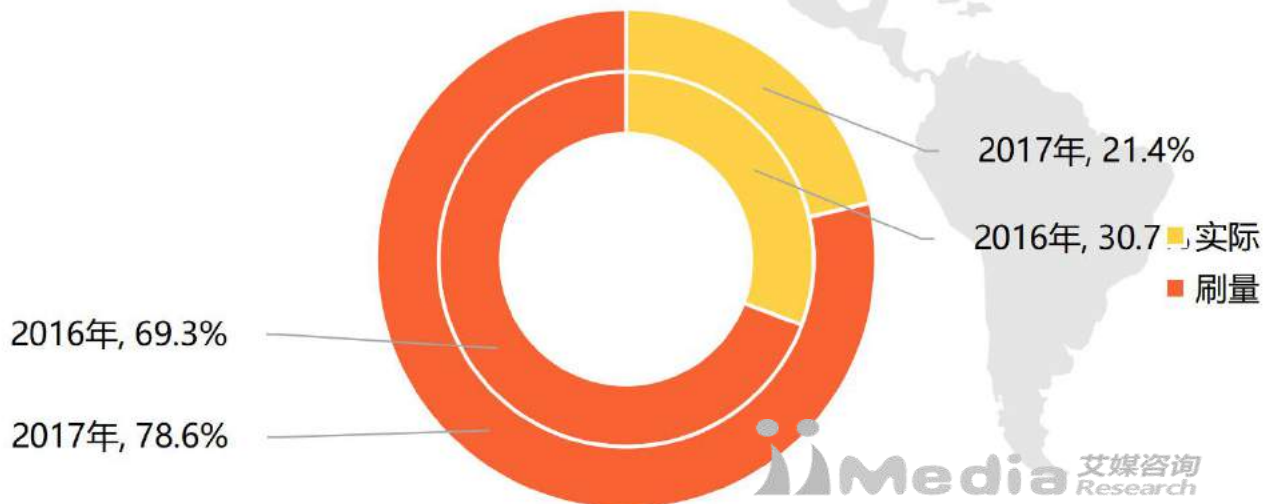




微信公众号数据水分虚高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年, 曾有过刷量行为的营运类微信公众号中, 实际数据量仅为显示数据量的21.4%, 与2016年相比下降9.3%, 数据水分近八成。艾媒咨询分析师认为, 2017年微信公众号刷量形势更为严峻, 数据水分居高不下, 动辄过10万+的刷量数据不仅让读者难辨真假, 也让微信公众号运营者迷失在虚假繁荣的现状中。随着行业监管趋严, 数据泡沫破裂, 资本缩水, 自媒体行业遭受新一轮信任危机。

营运类微信公众号数据真假比例监测

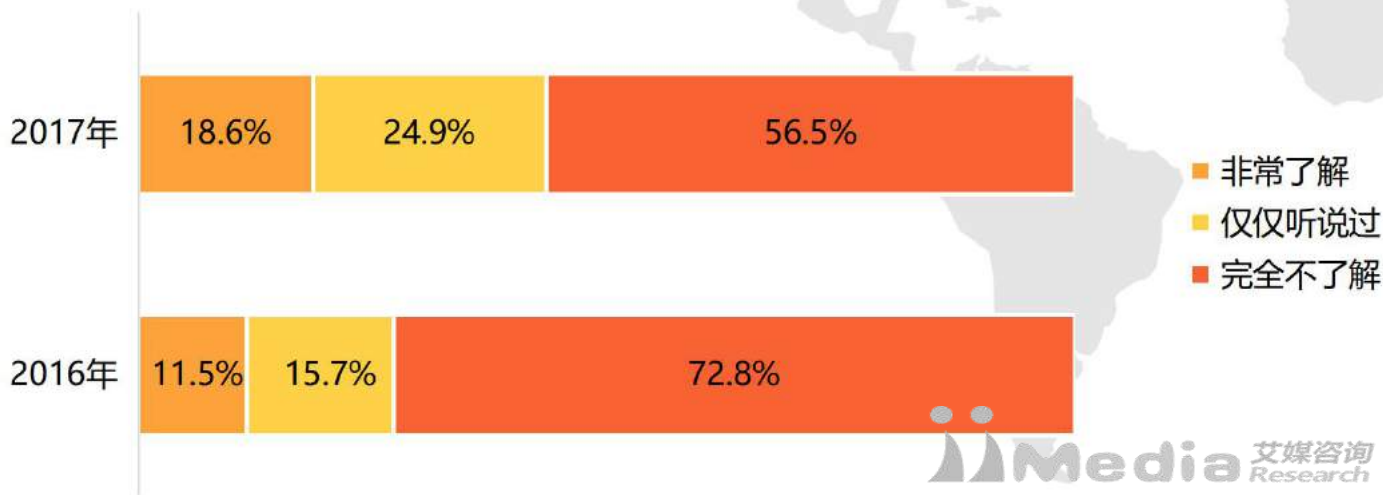




超五成微信公众号读者处于刷量认知盲区

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年, 完全不了解微信刷量事件的微信公众号读者占比56.5%, 与2016年相比下降16.3%, 而非常了解微信刷量这一行业内幕的读者占比不足两成。艾媒咨询分析师认为, 经过媒体广泛报道, 2017年微信公众号读者对于微信刷量事件了解程度有所上升, 但仍有超过半数的读者被虚假数据蒙蔽, 建立在错误信息基础上的消费决策无法受到保障, 消费者或广告主的利益都会遭到损害, 长此以往将造成微信公众号经济生态的崩坏。

微信公众号读者针对微信刷量事件了解程度调查

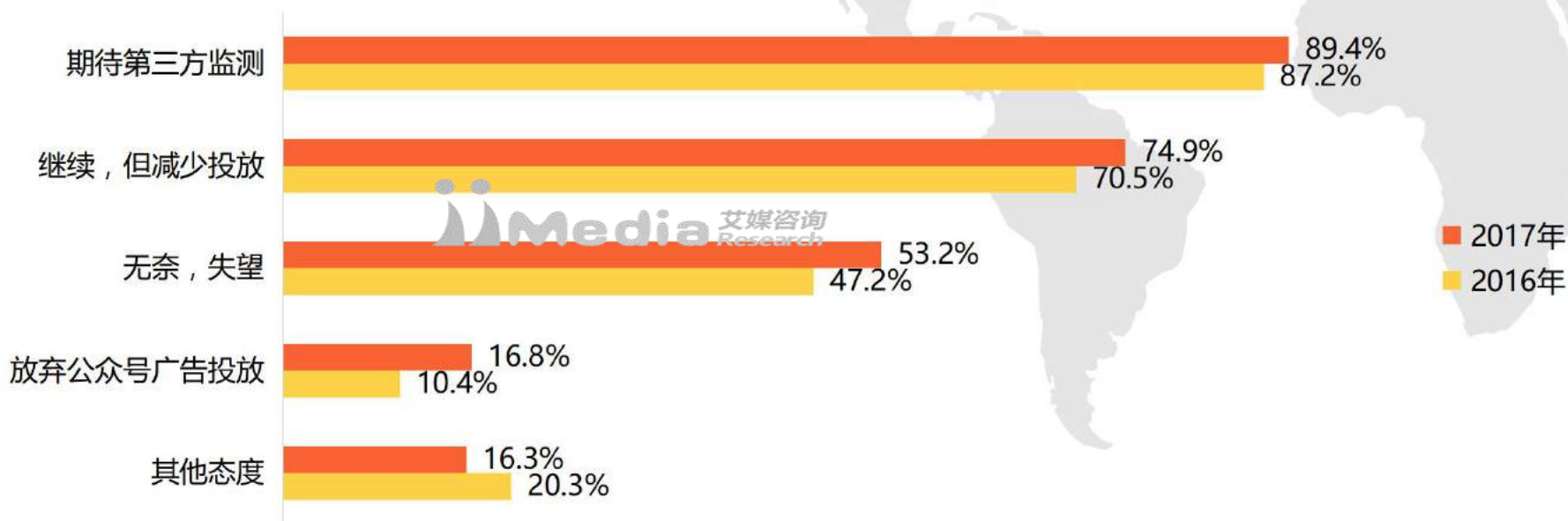




微信公众号刷量现象影响广告主广告投放积极性

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年, 在微信公众号行业刷量现象猖獗的形势下, 16.8%受访广告主表示放弃公众号广告投放, 与2016年相比上升6.4%, 而74.9%受访广告主表示仍会继续在微信公众号投放广告, 但会减少投放力度。此外, 近九成受访广告主期待引入第三方检测, 保障数据真实性。艾媒咨询分析师认为, 微信公众号刷量现象对广告主广告投放积极性产生一定程度的负面影响, 且影响程度随着行业刷量行为普遍化而加深。为了营造良性的社交媒体生态, 摆脱微信公众号公信力危机, 必须加快制定数据监测行业标准、引入第三方数据监测机构, 形成有资质的数据监测体系。

广告主对于微信公众号存在刷量行为的态度调查



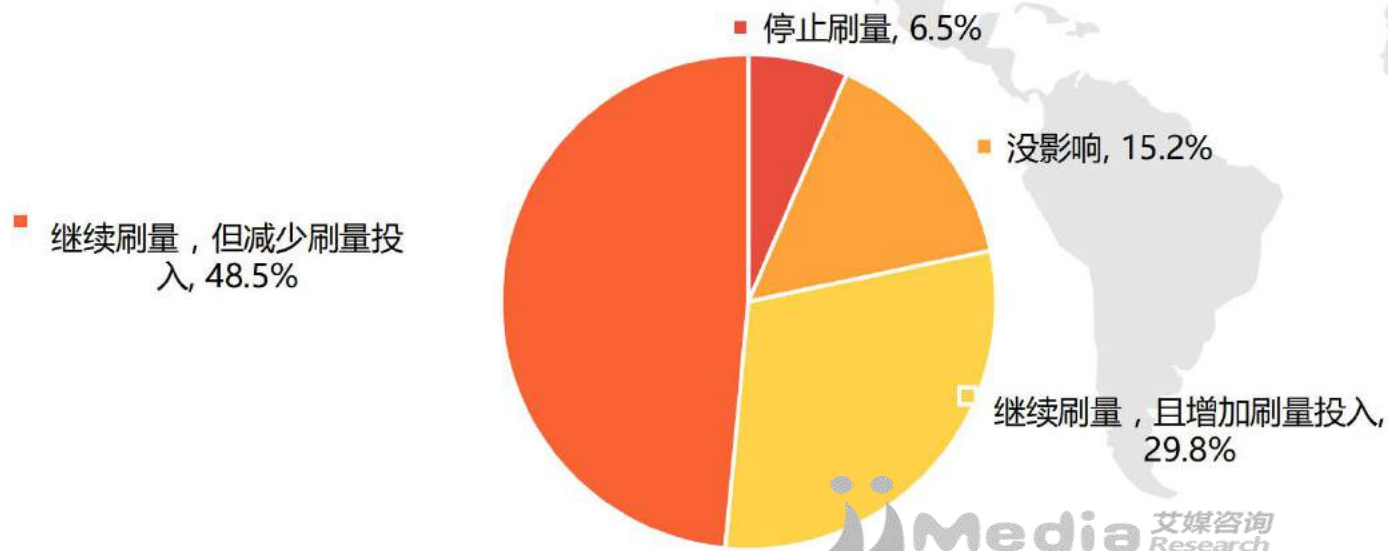
数据来源: iiMedia Research



刷量成本上涨难以有效抑制需求

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在微信公众号刷量成本上涨的形势下，48.5%受访运营者表示会减少刷量投入，而29.8%受访运营者表示会增加刷量投入，仅6.5%受访运营者表示会停止公众号刷量。艾媒咨询分析师认为，虚假刷量已成为微信公众号运营者普遍依赖的运营手段，即使刷量成本上涨也难以有效抑制刷量需求。普遍的刷量行为反映出当前微信公众号贫乏的商业变现模式和对流量思维的过度倚重，运营者必须找准自身定位，拓宽运作模式，挣脱当前刷量牢笼。

2017年微信公众号刷量成本上涨对公众号运营者刷量行为影响调查



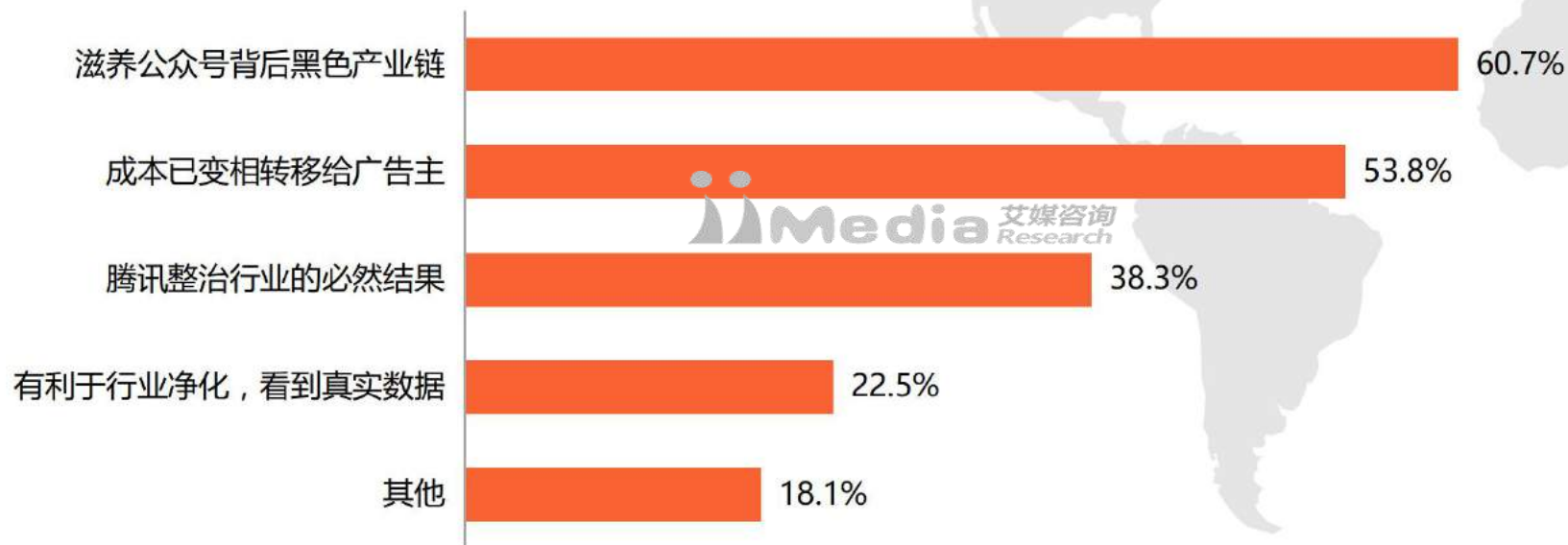
数据来源：iiMedia Research



微信公众号刷量成本变相转移

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，60.7%受访广告主认为刷量成本上涨滋养公众号背后黑色产业链，53.8%受访广告主认为上涨的刷量成本继续变相转移给广告主。艾媒咨询分析师认为，微信公众平台的虚假繁荣，反倒造就了背后黑产业链的“滋润”。虽然成本上涨提高了公众号的“作弊”成本，但在公众号持续跟进的情况下，黑色产业链的收入暴增，同时大多广告主更是间接承受了成本的上涨，行业生态的恶化仍在持续。

2017年广告主对公众号刷量成本上涨态度调查

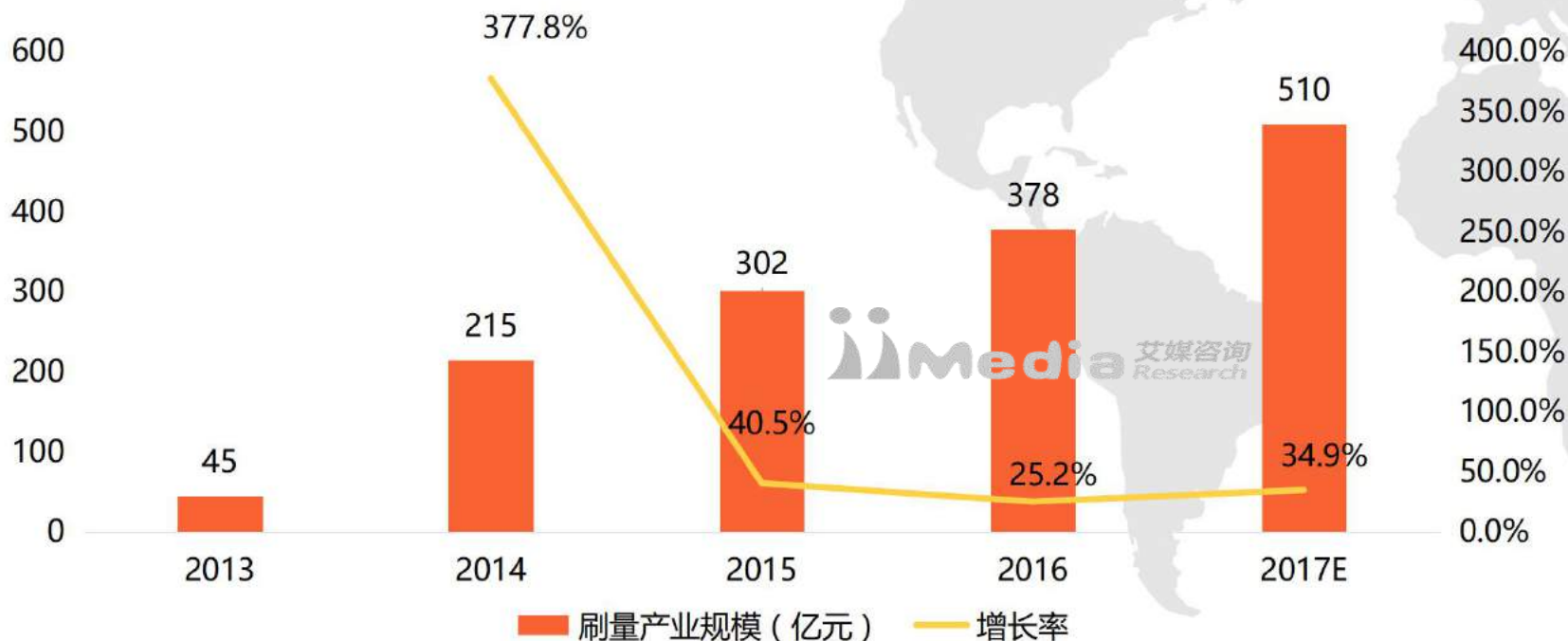




微信公众号刷量产业规模增长再提速

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在过去四年中，围绕着微信公众号的刷量市场始终活跃，市场规模持续增长，2016年中国微信公众号刷量市场规模达378亿元，预计2017年市场规模将达到510亿元，增长率达34.9%。艾媒咨询分析师认为，随着公众号刷量成本上升，微信公众号刷量市场规模增长再次提速。同时，旺盛的刷量需求将进一步滋养刷量产业链，造就高度工业化、分工精细化的刷量产业。

2013-2017年中国微信公众号刷量市场规模及预测



注：本页数据于2017年7月根据市场实际情况作出调整。

数据来源：iiMedia Research



公众号刷量不降反升 生态整治难见成效

随着大量制造业、传统品牌进入微信营销，在流量思维主导下，微信公众号数据造假风气盛行，滋生了大规模刷量产业。艾媒咨询分析师认为，自2016年9月底微信公众号刷量现象大规模曝光，至今一年，微信公众号生态并未发生根本性改变，行业刷量现象依旧普遍，日益上涨的刷量成本也并未能抑制公众号运营者旺盛的刷量需求。调查显示，公众号整体刷量行为不降反升，同时，在公众号团队与刷量产业的激烈对抗当中，刷量成本持续上涨，大大增加公众号日常运营成本。总的来说，当前平台对刷量的黑色产业链条整治成果甚微，当前公众号平台的监管还无法适配平台内的生态发展。未来，平台仍需大力完善反刷量技术，同时配合行业监管和政策监管，打击刷量黑产链条，实现微信公众号生态环境的有效净化。





移动应用运营监测
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

大数据舆情管控系统
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

用户感知与体验监测
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

微信微博媒体监测
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

移动广告效果监测
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

<http://report.iimedia.cn> 一键定制 

因为专注，所以专业！

Since 2017, we focus on New Economy!



全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group