

建模背景

在文化传媒领域，评估内容的传播效果是衡量传播策略有效性的重要环节。为了系统性地量化内容在多维度上的表现，构建一个可解释性强、逻辑清晰的传播效果评估模型具有重要意义。该模型综合考虑内容质量、受众触达、用户互动、二次传播潜力以及外部媒体关注等多个关键因素，旨在为内容优化、资源分配和传播策略调整提供数据支持。

建模公式

$$score = content_quality \times 0.3 + reach \times 0.1 + engagement_rate \times 15 + shareability \times 20 + media_coverage \times 25$$

该公式将不同维度的指标加权融合为一个综合得分，得分范围为 0 至 100，数值越高表示传播效果越佳。各项权重的设定基于对传播过程中各要素影响力 的评估，强调高质量内容、可分享性与媒体曝光度在传播中的主导作用，同时兼顾触达广度与互动深度对整体传播效果的支持性贡献。