

微博腾讯机构号运营情况分析

2021.1

目录

1. 分析背景	3
2. 分析目的	3
3. 各互联网公司机构号表现对比	3
3.1 各互联网公司微博机构号数量	3
3.2 各互联网公司微博机构号粉丝数	3
4. 腾讯各微博机构号表现	4
4.1 微博数-粉丝数对比	4
4.2 机构号运营效果对比-粉丝数/微博数	4
5. 腾讯的微博机构号整体表现	5
5.1 各维度数据变化情况-点赞数、评论数与转发数	5
5.2 发布话题	6
5.2.1 各话题发布数量	6
5.2.2 话题分类	7
5.2.3 话题运营效率	8
5.3 微博内容词频分析	10
6. 分析建议	11

1. 分析背景

随着社交媒体平台的发展，信息的传播方式发生了很大的改变，简单的信息能够在较大范围内迅速传播；微博作为国内社交媒体的龙头，发展迅速，成为了主流的信息传播平台，微博也得到了各大企业的重视，企业机构号也在企业的发展中起到了一定的作用。

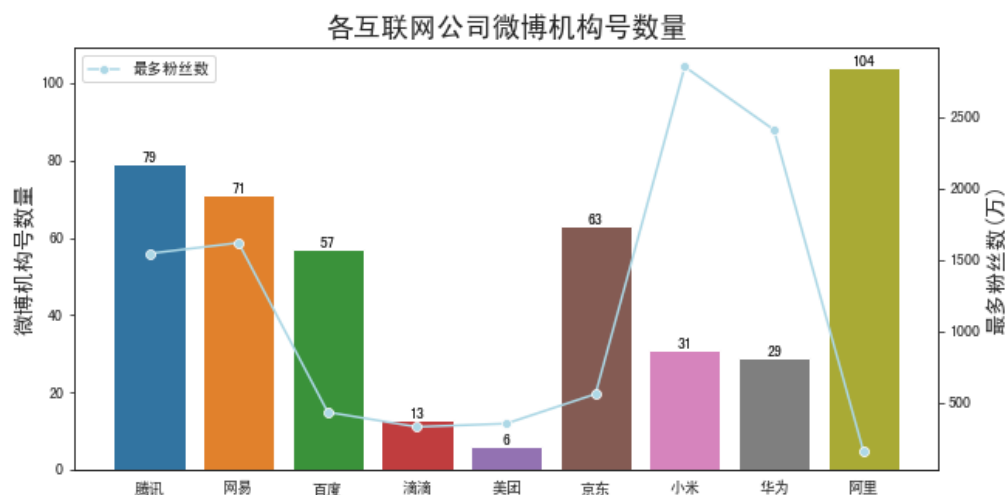
2. 分析目的

同一账号下，不同的博文的转发数、评论数与点赞数存在较大差异，可以由此推断不同类型的微博内容对于受众有着不同的影响力，并且特定的某几类内容能够引发公众更多的关注。企业可以通过对于其机构号微博内容与数据进行分析，优化微博内容，并对此加以利用发展，可以更好地推广企业品牌，巩固粉丝群体。

3. 各互联网公司机构号表现对比

3.1 各互联网公司微博机构号数量

在爬取腾讯机构号数据之前，先统计了各大互联网公司开通知乎机构号的数量情况，其中阿里认证的机构号有 104 个、腾讯有 79 个、网易遥遥领先于其他互联网公司。



3.2 各互联网公司微博机构号粉丝数

在粉丝方面，主要对粉丝最多账号的粉丝数进行了统计，“小米手机”2800 万粉丝独占鳌头；也可以发现粉丝数和企业在微博开设机构号总体数量无明显相关性，推测可能

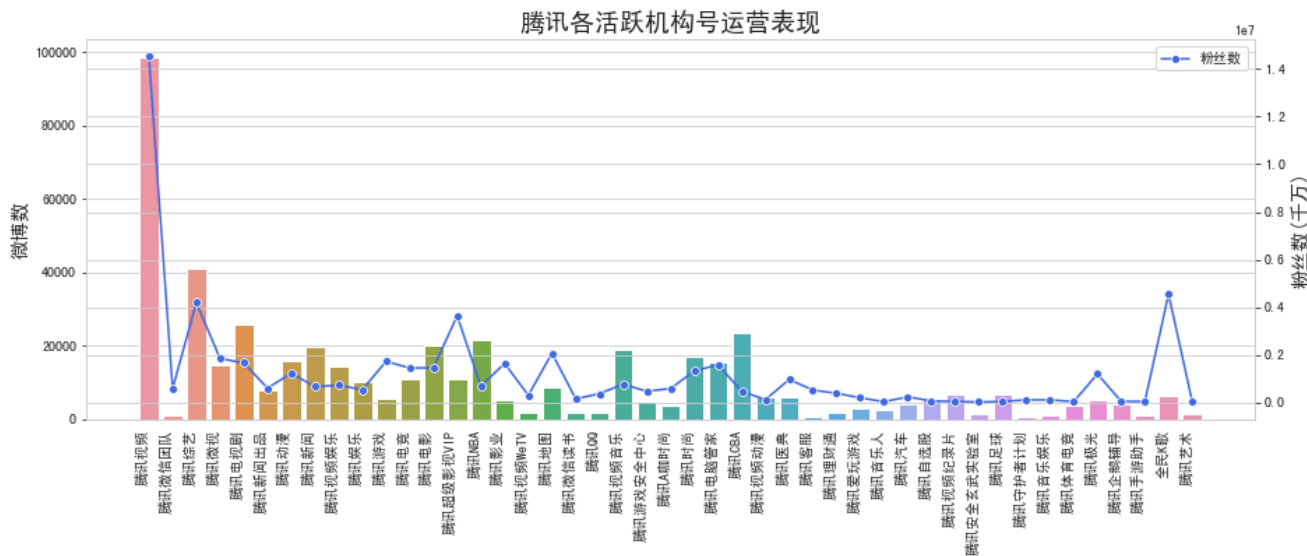
与用户对于产品的参与度相关，例如小米手机、网易云音乐以及腾讯视频等产品都覆盖了深度用户体验（user engagement）。

整体来看，腾讯和网易对微博平台的重视度最高，其他平台对知乎平台重视不足，没有专门针对微博进行持久有效的运营

4. 腾讯各微博机构号表现

4.1 微博数-粉丝数对比

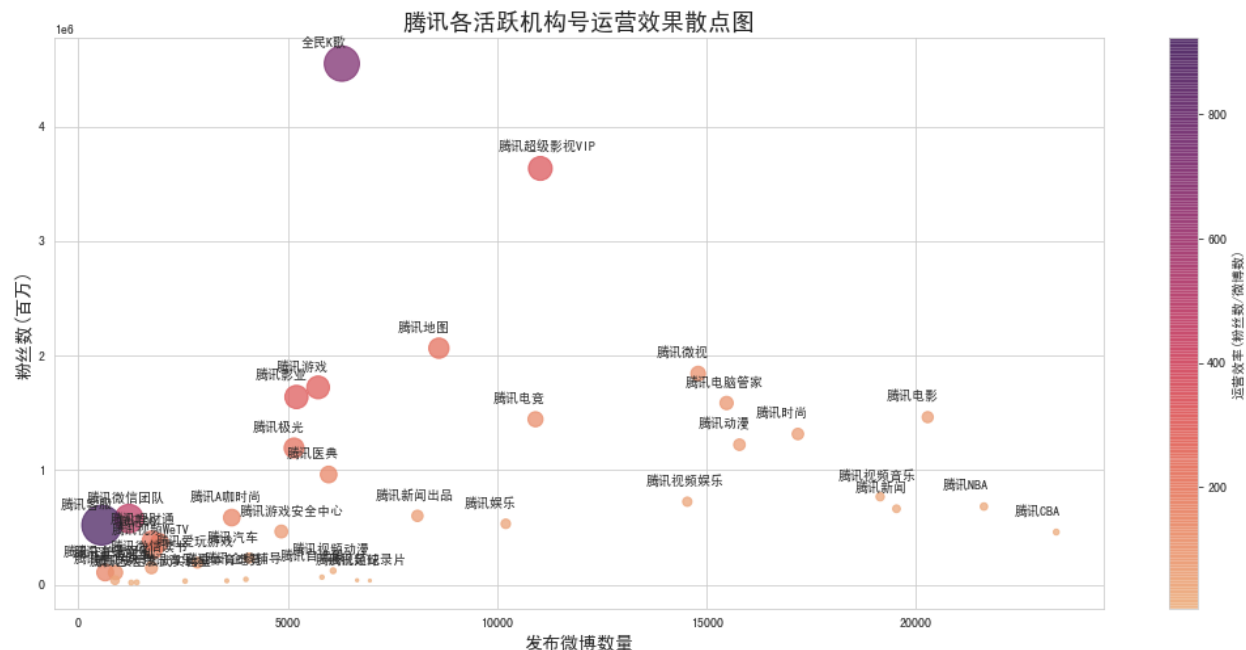
爬取近一个月的动态后，发现个别账号发送微博数量小于 10，列为不活跃账号，不与研究；经过统计，腾讯在微博平台共有 45 个活跃账号。



通过分析发现，“腾讯视频”极为活跃，拥有极高的微博数量与庞大的粉丝群体。对于“腾讯视频”仔细研究后发现，由于其视频类账号的特殊性质，需要高频率地更新推送影视产品信息，并且粉丝从众多影视明星粉丝基础当中获得绝对优势，在一众腾讯机构号当中表现相当突出。

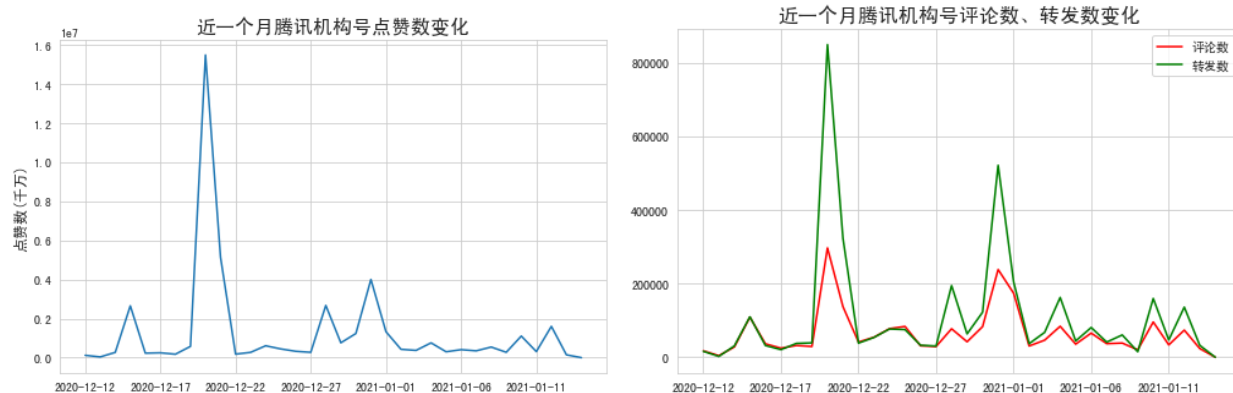
4.2 机构号运营效果对比 – 粉丝数/微博数

在运营效率方面，主要以粉丝数/微博数作为主要维度进行衡量，在分析的过程中，由于前文提到的“腾讯视频”与“腾讯综艺”等视频类账号的性质，在效率分析当中排除了这类账号。在下图中可以直观地观察到，大部分腾讯机构号在运营效率处于中下水平，软件、游戏、影视类账号的运营效率能够维持在较好水平。



5. 腾讯的微博机构号整体表现

5.1 各维度数据变化情况 – 点赞数、评论数与转发数



其中点赞、评论与转发的峰值出现在 2020 年 12 月 20 日，总点赞数达到 15506289。

通过对 12 月 20 日所发布的微博内容分析发现，由于当日举行腾讯星光大赏，有 40 余条微博更新一众明星参会情况，伴随着粉丝效应，星光大赏有关内容得到了空前互动。

总体来看，近一个月内的互动主要伴随着节日、活动的出现出现小幅增加，整体水平较为平稳。

5.2 发布话题

5.2.1 各话题发布数量

近一个月内，腾讯所有机构号发布的话题当中，对发布次数最多的 20 个话题进行统计，统计结果如下表：

话题	点赞数	评论数	转发数	相关微博数
CBA 联赛	61600.0	9518.0	3370.0	954
鹅娘星光	371733.0	40639.0	68884.0	440
腾讯视频星光大赏	17899286.0	285614.0	847256.0	408
CBA 真香	13422.0	1914.0	699.0	245
腾讯视频星光日	2278495.0	64492.0	57049.0	219
腾讯娱乐年度盛典	3303861.0	199740.0	353733.0	211
CBA 红包飞	8341.0	1249.0	371.0	199
敲娱的星鲜事	152816.0	16689.0	26379.0	194
星光大赏	21112127.0	380606.0	981633.0	194
湖南卫视跨年	683075.0	65688.0	94058.0	183
电视剧有翡	393458.0	54881.0	81801.0	162
江苏卫视跨年	1142321.0	86374.0	95913.0	157
向着宵夜的方向	4467.0	2249.0	283.0	154
大江大河 2	24623.0	6502.0	7783.0	136
平行时空遇见你	140743.0	12630.0	7405.0	131
一日之食	4359.0	1975.0	268.0	127
星光大赏红毯	807157.0	41277.0	122808.0	124
小风暴之时间的玫瑰	56777.0	8408.0	7114.0	120
星光大赏星星眼大片	380439.0	22191.0	52343.0	120
腾讯娱乐白皮书	845557.0	78416.0	117282.0	117

可以发现其中发布数量较多的话题基本集中在娱乐、体育板块，因为其需要实时更新相关活动信息，所以相关话题的有关内容发布数量多。

5.2.2 话题分类

随机选择 3000 个话题进行详细分类，其余话题（讨论性质、日常性质居多）不做分类，发现腾讯机构号发布的话题多位以下几类：

话题类别	点赞数	评论数	转发数	相关微博数量
体育	158055	25419	10739	1772
娱乐	69441414	3091234	6189627	7555
游戏电竞	38998	12517	14005	301
社会热点	182192	24167	39134	507
科技	104	142	141	15
腾讯相关	189251	16001	77096	146

其中娱乐板块相关内容占绝大多数，体育板块紧随其后；社会热点内容虽然相关微博数量不多，但在点赞数维度上可圈可点，可见公众对于社会热点问题的关心。

选择娱乐与社会热点进行详细分类，发现其包含的内容可以简单归为一下几类：

话题板块	详细分类	点赞数	评论数	转发数	相关微博数
娱乐	影视	3922255	373492	681539	2231
	时尚	1198	159	68	7
	明星	10753699	1004701	2001352	2994
	晚会	1405036	31771	113997	69
	热点	4611	1101	459	56
	热点话题	22	4	2	3
	节目	493498	33948	25273	194
	跨年相关	15943795	966406	1669192	1174
	音乐	5361	464	240	20
社会热点	人物	3134	303	726	7
	时事新闻	18	7	5	4

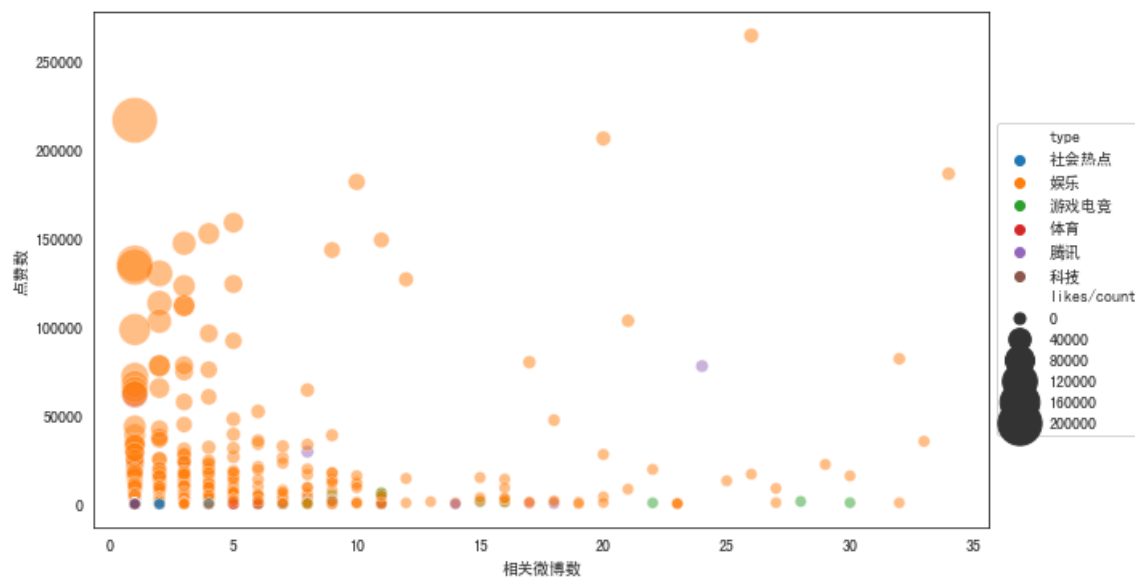
疫情	163856	20574	31328	427
跨年相关	2443	1693	2061	16

通过表格可以直观地发现，娱乐板块内容以明星、影视相关内容居多，并且用户互动量较高，其中跨年相关、晚会相关话题由于年末、节日相关等原因，各维度数据也非常突出。在社会热点方面，由于进入冬季，新冠肺炎各地局部病例有所增加，在该板块下，疫情相关信息更新的内容居多，并且公众在各个维度上也给予较多关注。

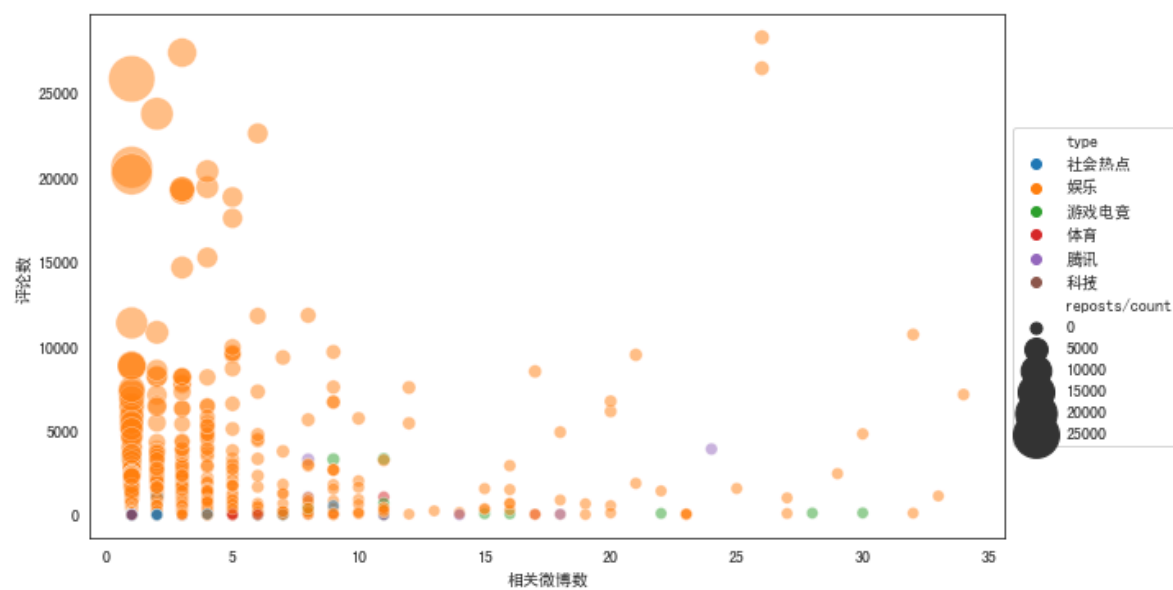
5.2.3 话题运营效率

在话题的运营效率方面，根据可视化结果可以发现娱乐类话题不仅互动量大、相关内容多，并且微博平均影响力大。

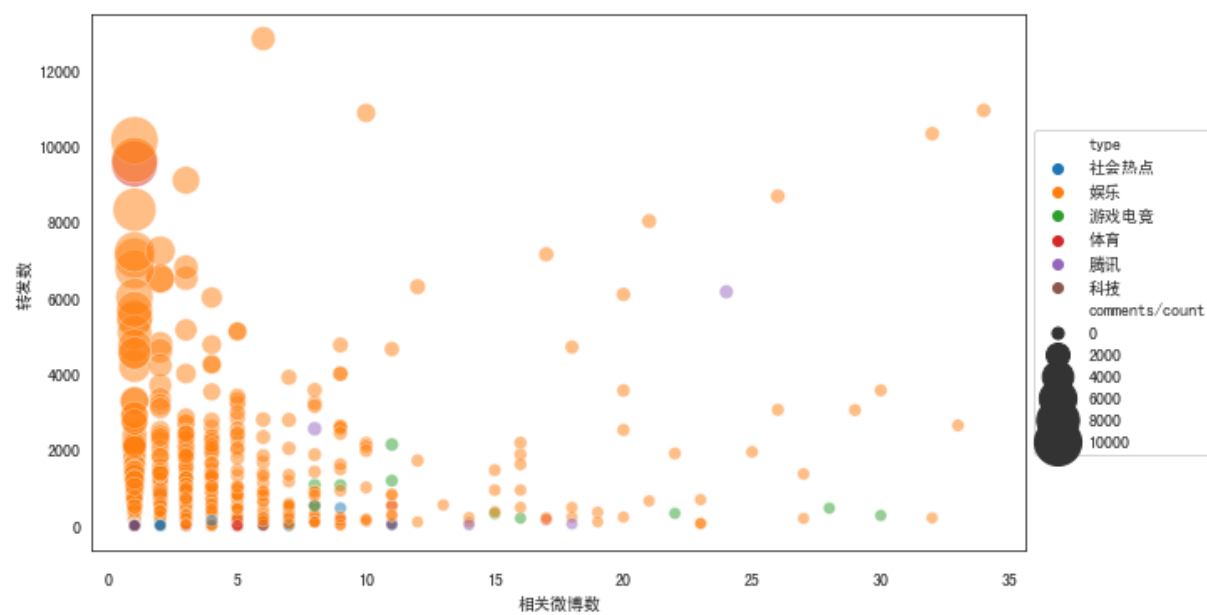
点赞数



评论数



转发数



5.3 微博内容词频分析



因为腾讯视频等视频类机构号发布微博数量过多，导致词频较高，过滤相关内容后的词频分析如下：



通过词频分析可以发现，近一个月内的腾讯机构号微博内容主要以跨年活动、新年展望与疫情信息为主。“确诊病例”、“核酸检测”、“无症状感染者”的高频率出现侧面反映出近一个月内国内局部疫情的紧张态势与媒体和公众对疫情相关内容的极大关心；由于年末时间的特殊性，许多的节目活动也成为了腾讯机构号微博的主要推送内容；2020 年，新冠疫情给社会的发展与人们的生活带来了挑战，过去一个月内在新年之际，对于新一年的期待也成为了热门的微博内容。

6. 分析建议

通过对于微博平台上腾讯机构号整体运营情况、发布话题与微博内容分析发现，娱乐相关的机构号粉丝水平处于上游位置，娱乐相关的话题、微博也能获得更多的点赞、评论与转发，其次社会热点问题也能够得到部分公众关注。基于这个分析结果，我对于未来腾讯机构号在微博平台的运营提出以下建议：

1. 我认为腾讯在微博这个信息流量极大的平台上，应该充分利用娱乐相关庞大的粉丝基础，以娱乐类的账号，如腾讯视频、腾讯综艺等为主，首先扩展业务，将明星或其作品与腾讯的产品进行有机结合；再其次依托明星效应，与腾讯的企业价值进行结合，达到潜移默化地在大众当中推广腾讯的效果。
2. 对于其余运营效率不理想的机构号，在阅读部分微博内容后发现，这些机构号应该适当减少流水账式微博的发布，适当提炼精简内容，改变语言风格，从文风上作出尝试来吸引关注。
3. 另一方面，随着人们对社会热点问题的关心，相关的机构号也要紧跟热门社会问题，及时提供准确关于相关事件的更新，在法律道德等重要问题上，坚持并阐明原则，有利于树立腾讯的形象与价值。
4. 特别地，现在冬季疫情反复，腾讯也需要在这样一个特殊的时段承担作为国内互联网龙头企业的社会责任，跟进各地疫情发展的最新情况，达到信息的短时有效地传播，在提供服务的同时也能过深化腾讯的企业形象。
5. 总体来讲，腾讯各机构号发布的微博内容：

- a. 精简日常发布内容，凝练观点，集中在“小而精”的内容而不是频繁发布没有重点的流水内容
- b. 契合当下社会价值取向
- c. 反映当下社会热点话题信息
- d. 改变平铺直叙的微博内容，创新语言风格，用新颖的文风来吸引大众
- e. 与娱乐相关话题进行结合，利用娱乐板块的大流量扩充粉丝基础