

内容热度分析报告

报告生成于: 2025-05-30 18:48:12

分析目标

本报告识别基于周独立参与用户数最受欢迎的挑战（剧本/场景）。列出每周排名前 5 的挑战。

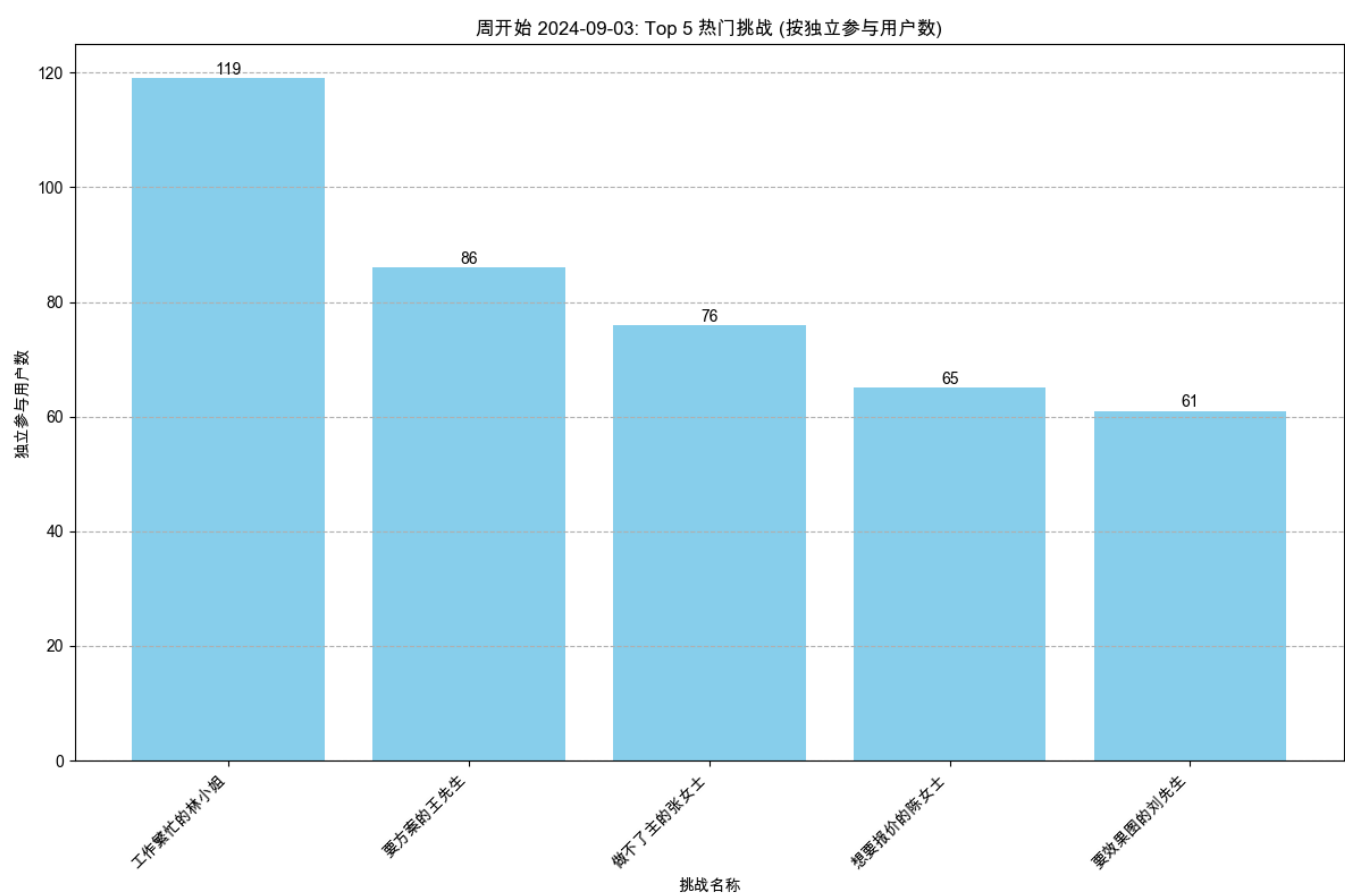
数据来源

- 输入数据文件: `filtered_online_data.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/filtered_data/filtered_online_data.xlsx`)

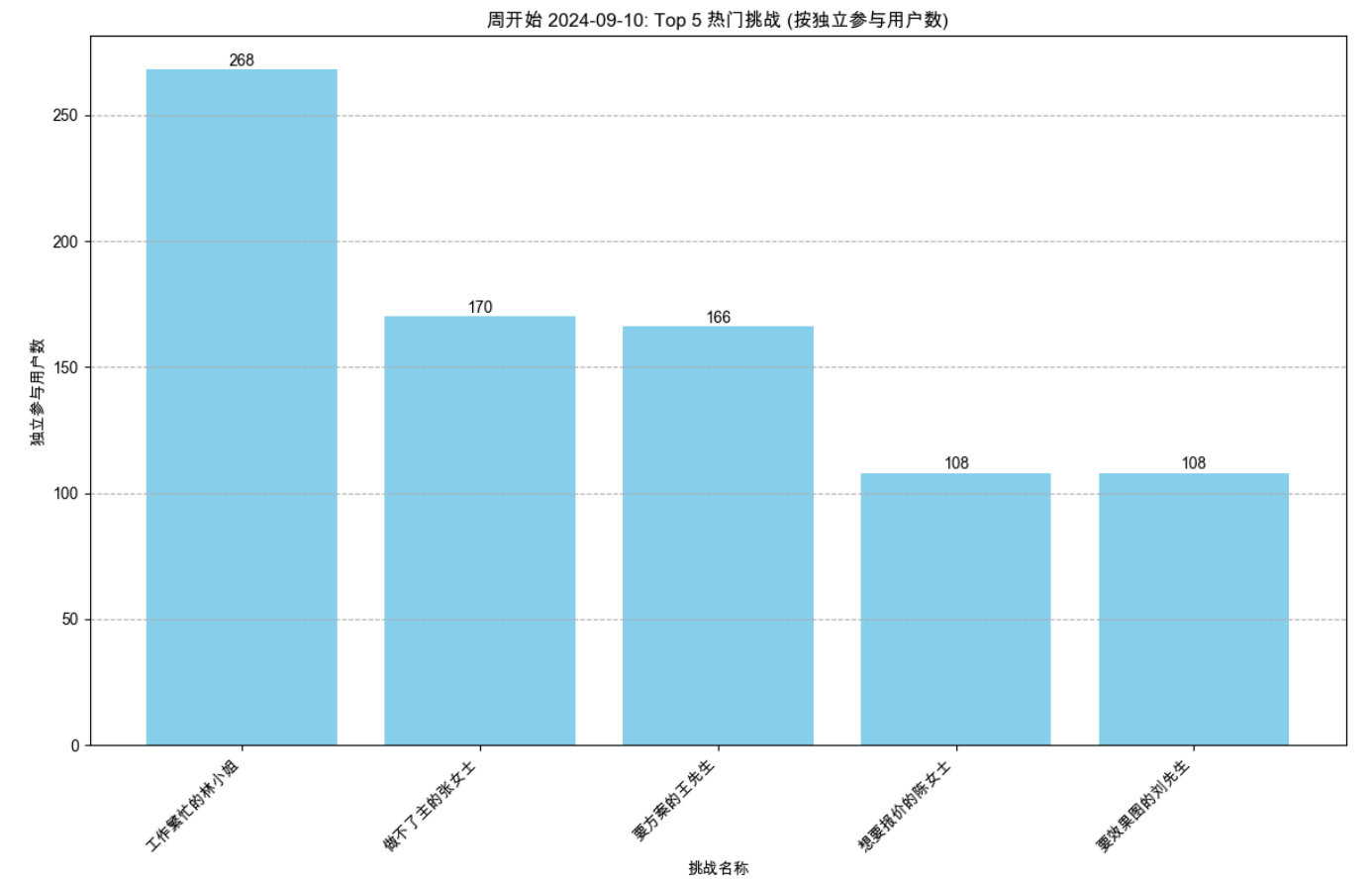
每周独立参与用户数排名前 5 的挑战

各周热门挑战图表

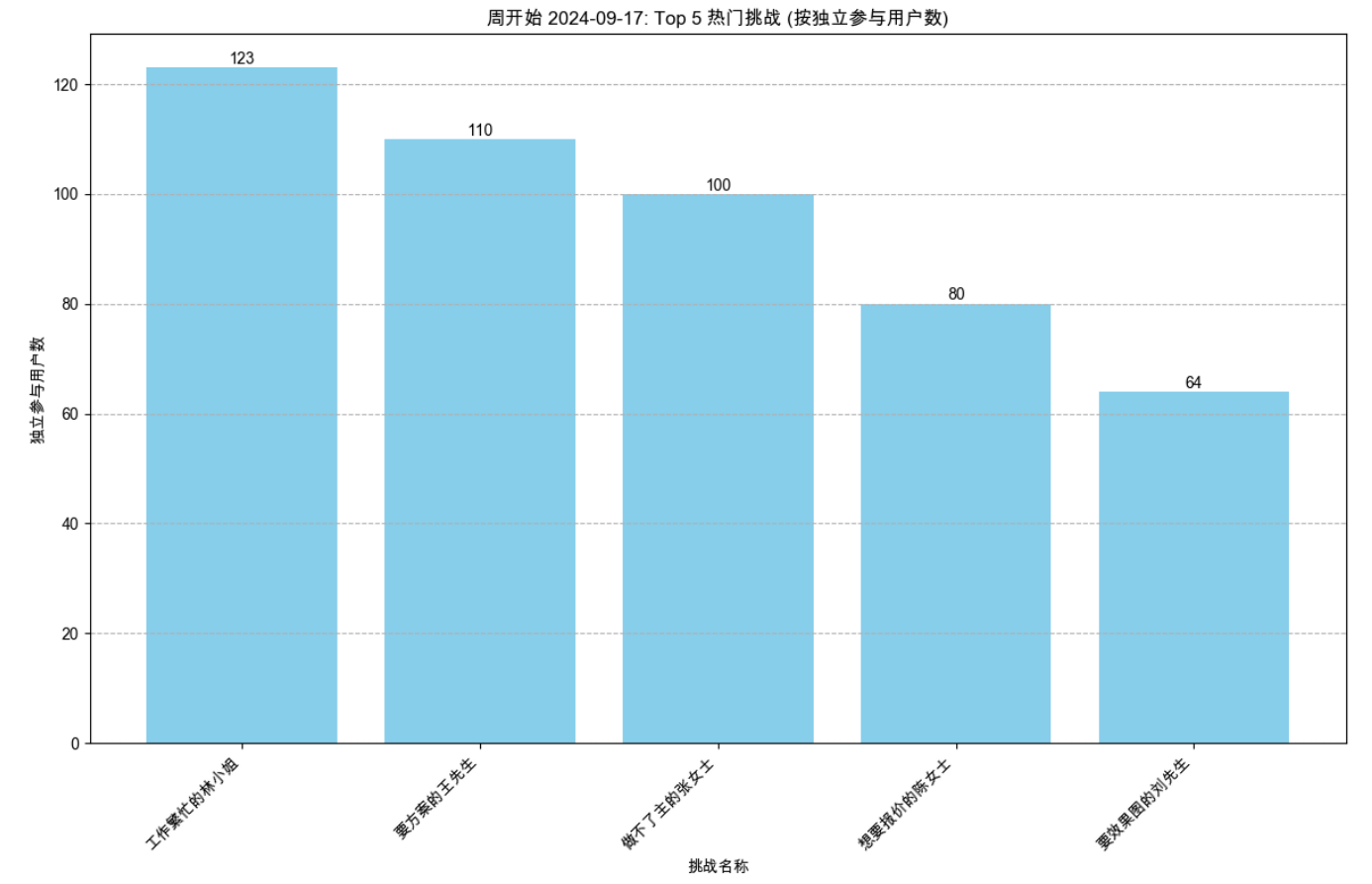
2024-09-03 开始的一周



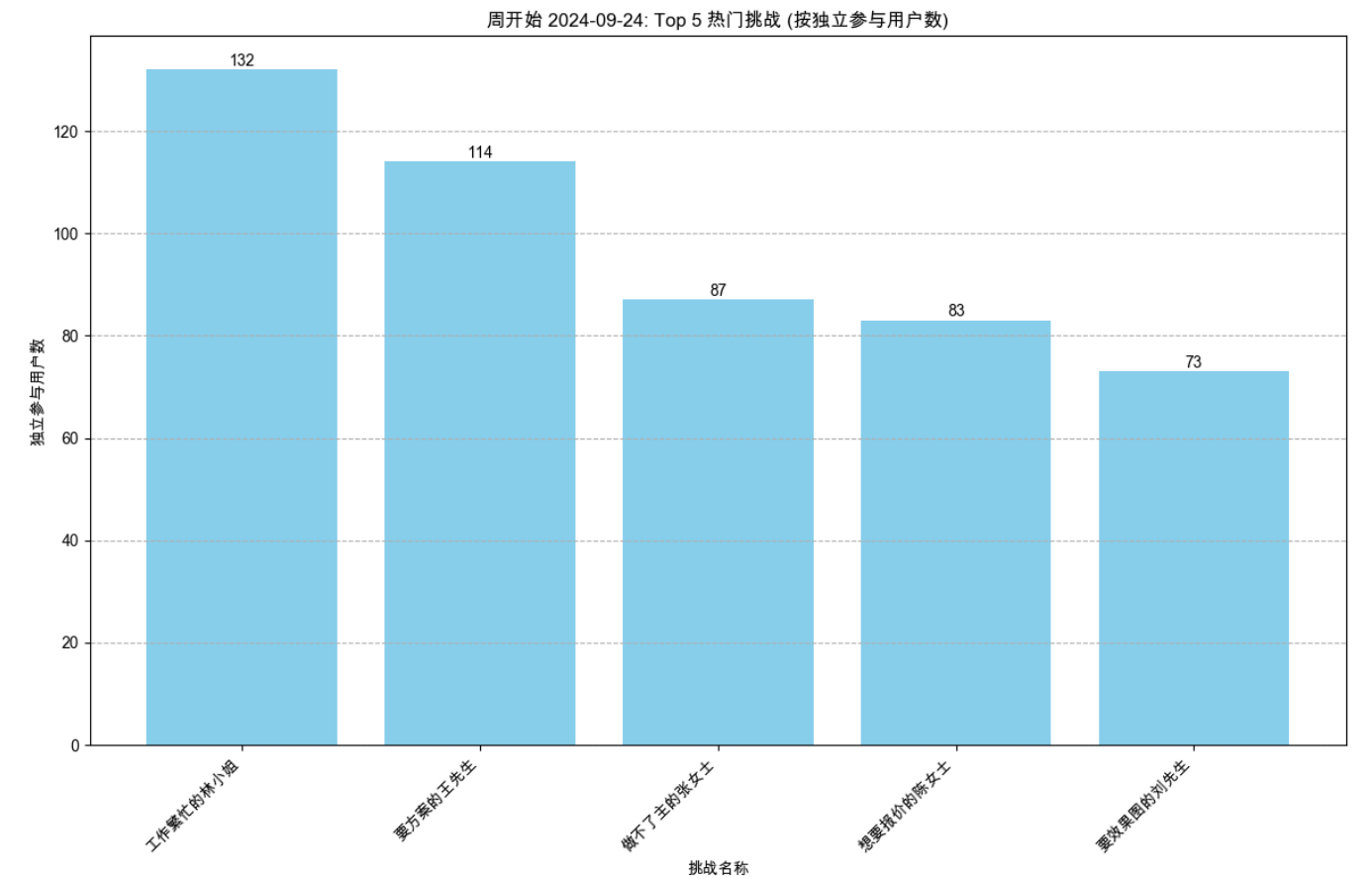
2024-09-10 开始的一周



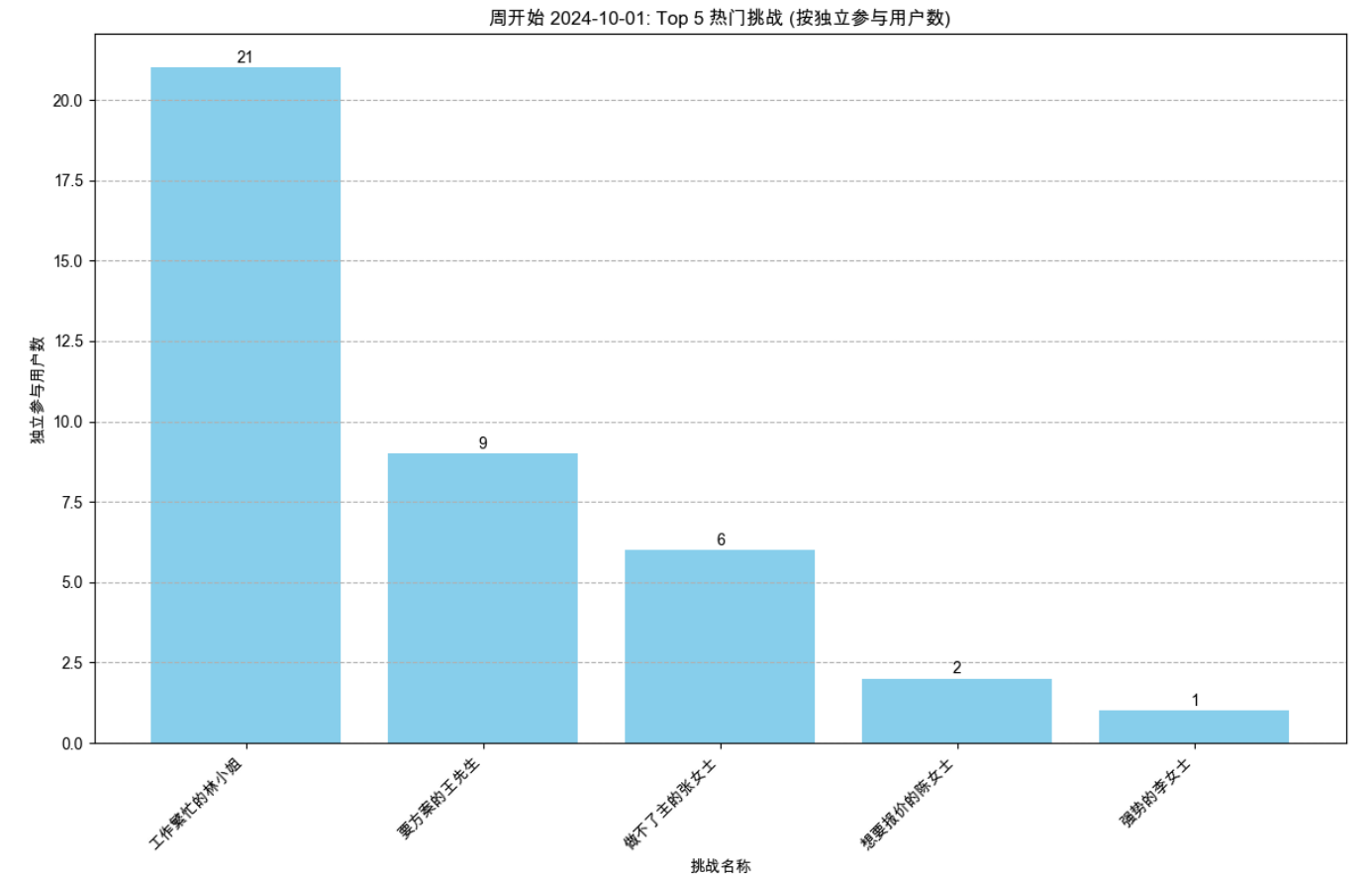
2024-09-17 开始的一周



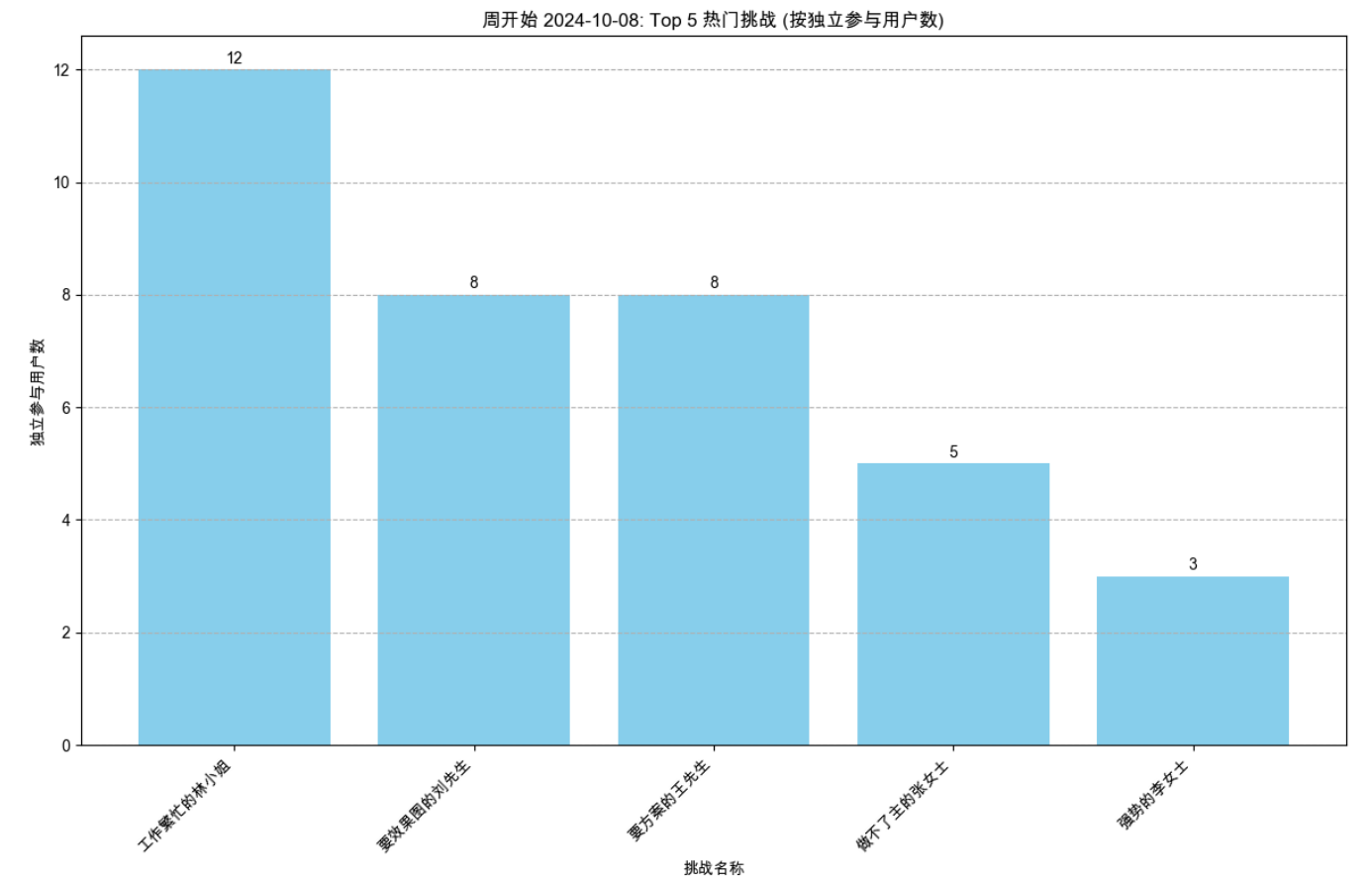
2024-09-24 开始的一周



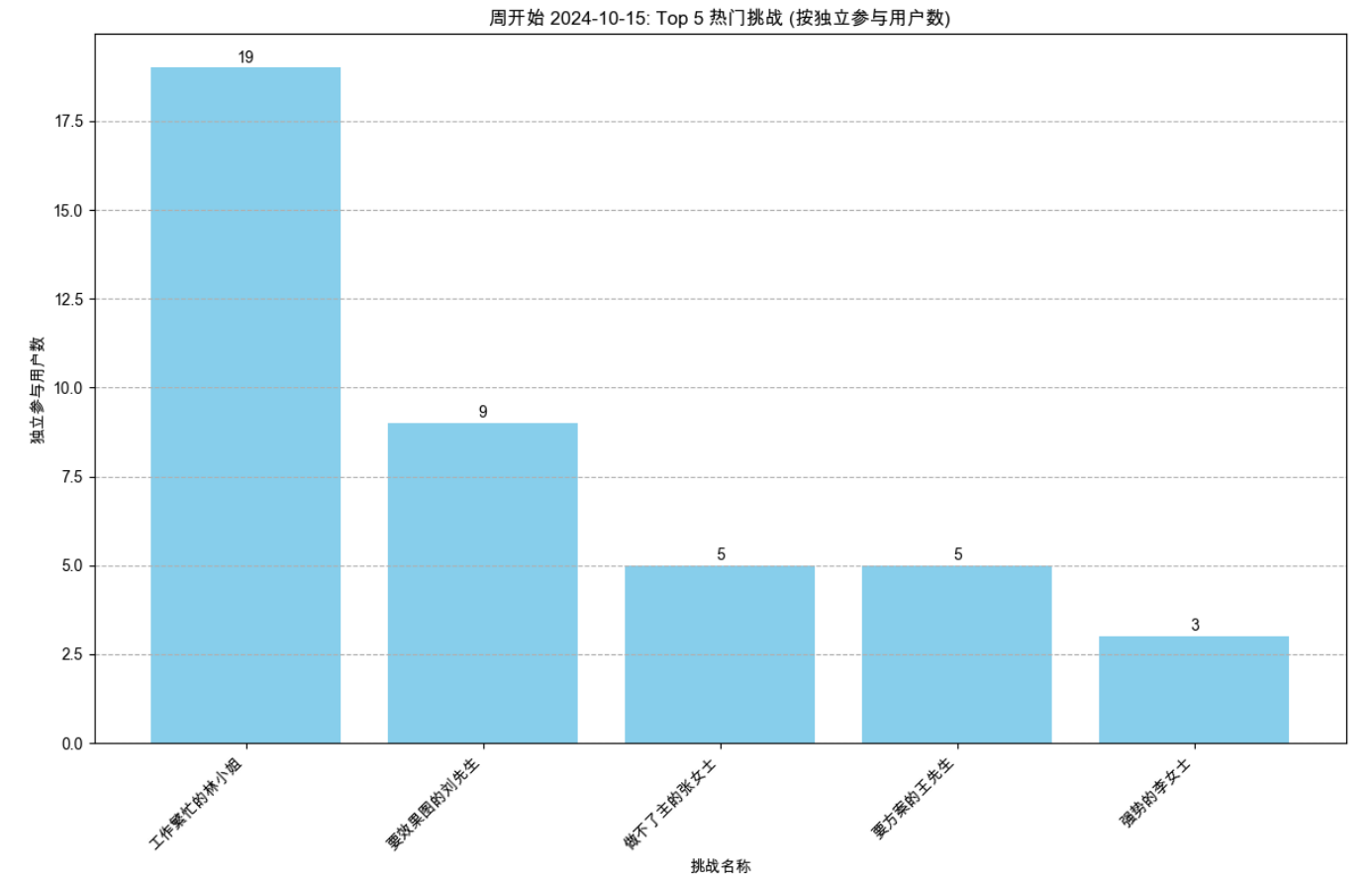
2024-10-01 开始的一周



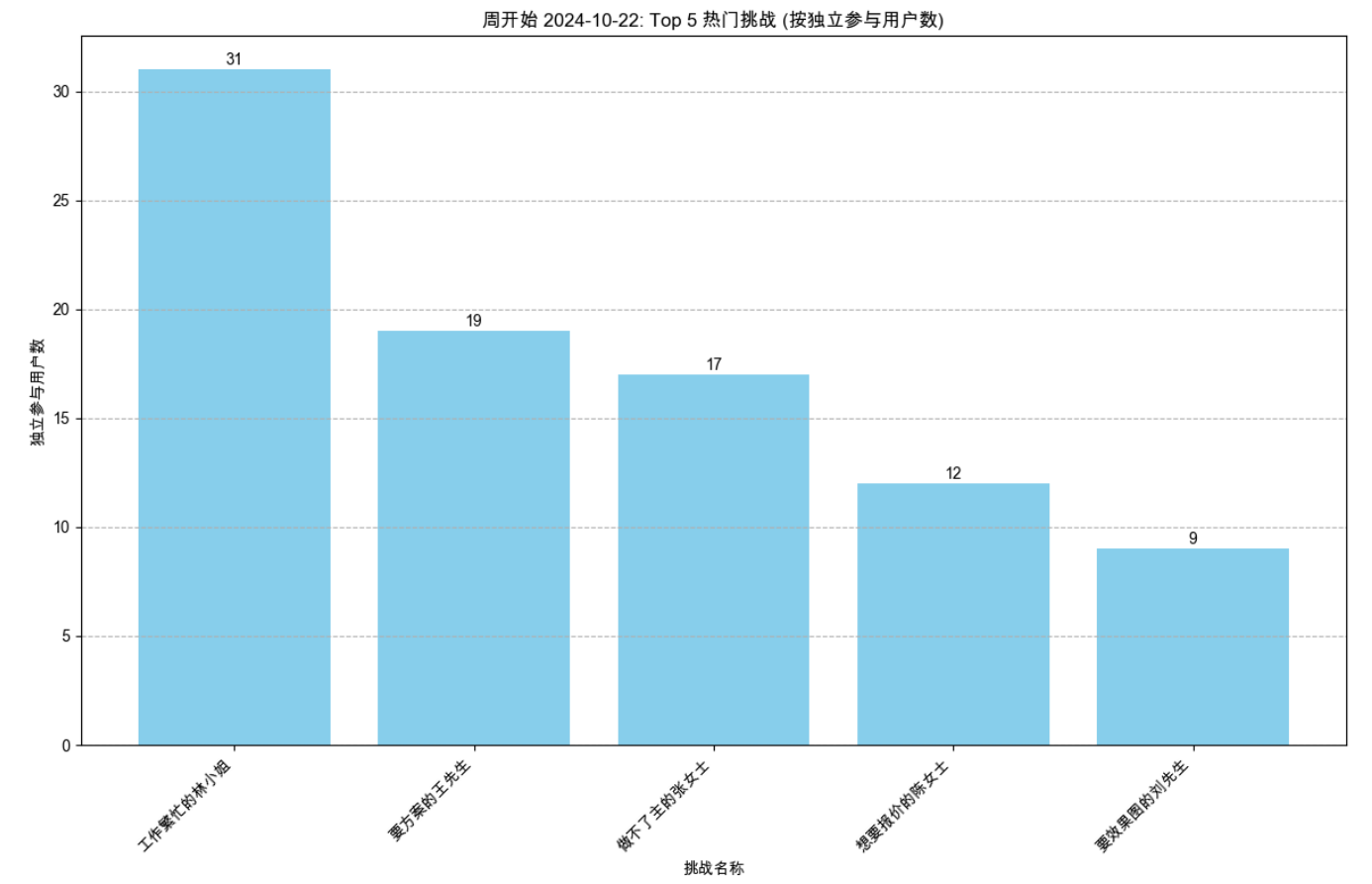
2024-10-08 开始的一周



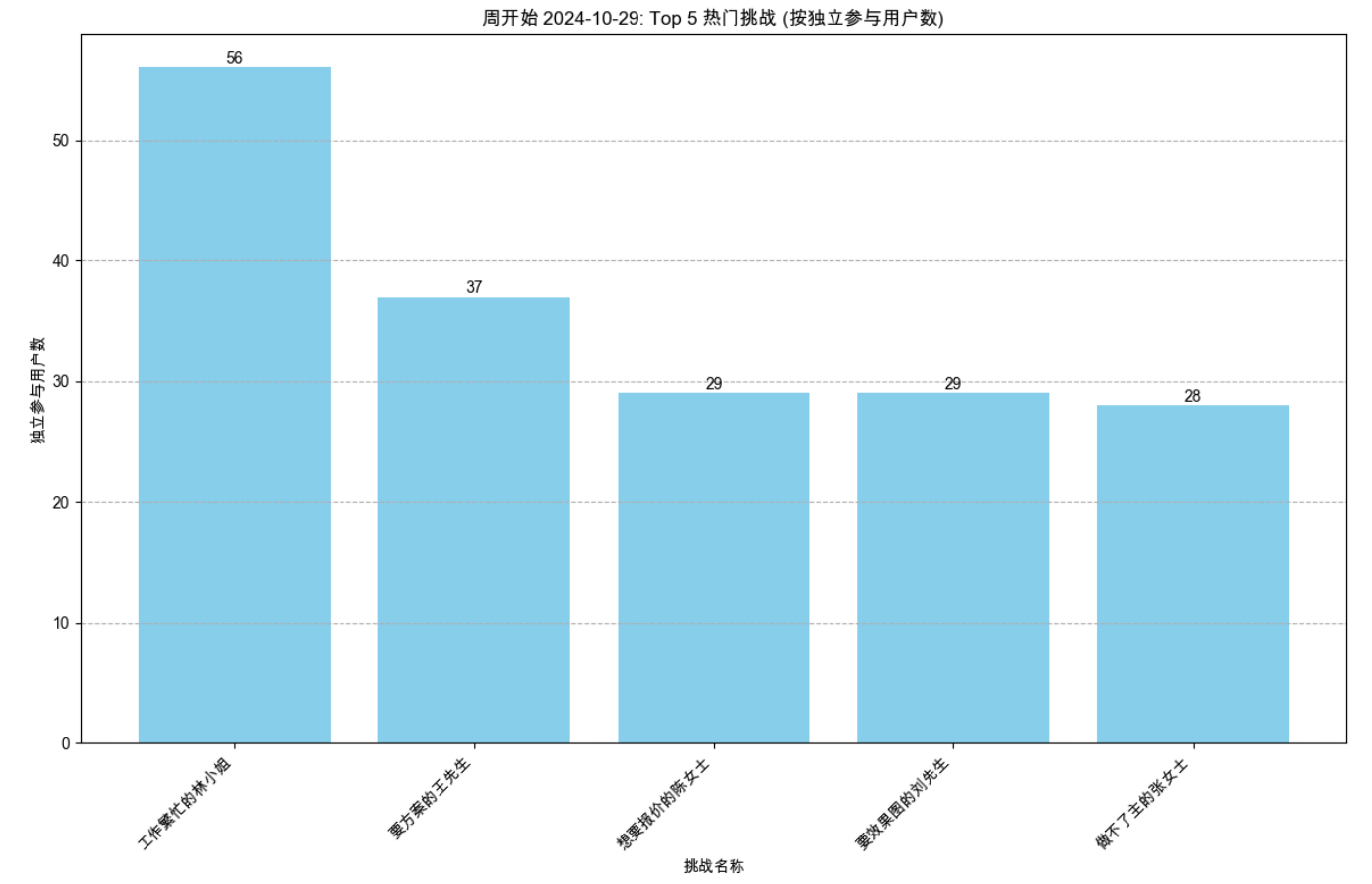
2024-10-15 开始的一周



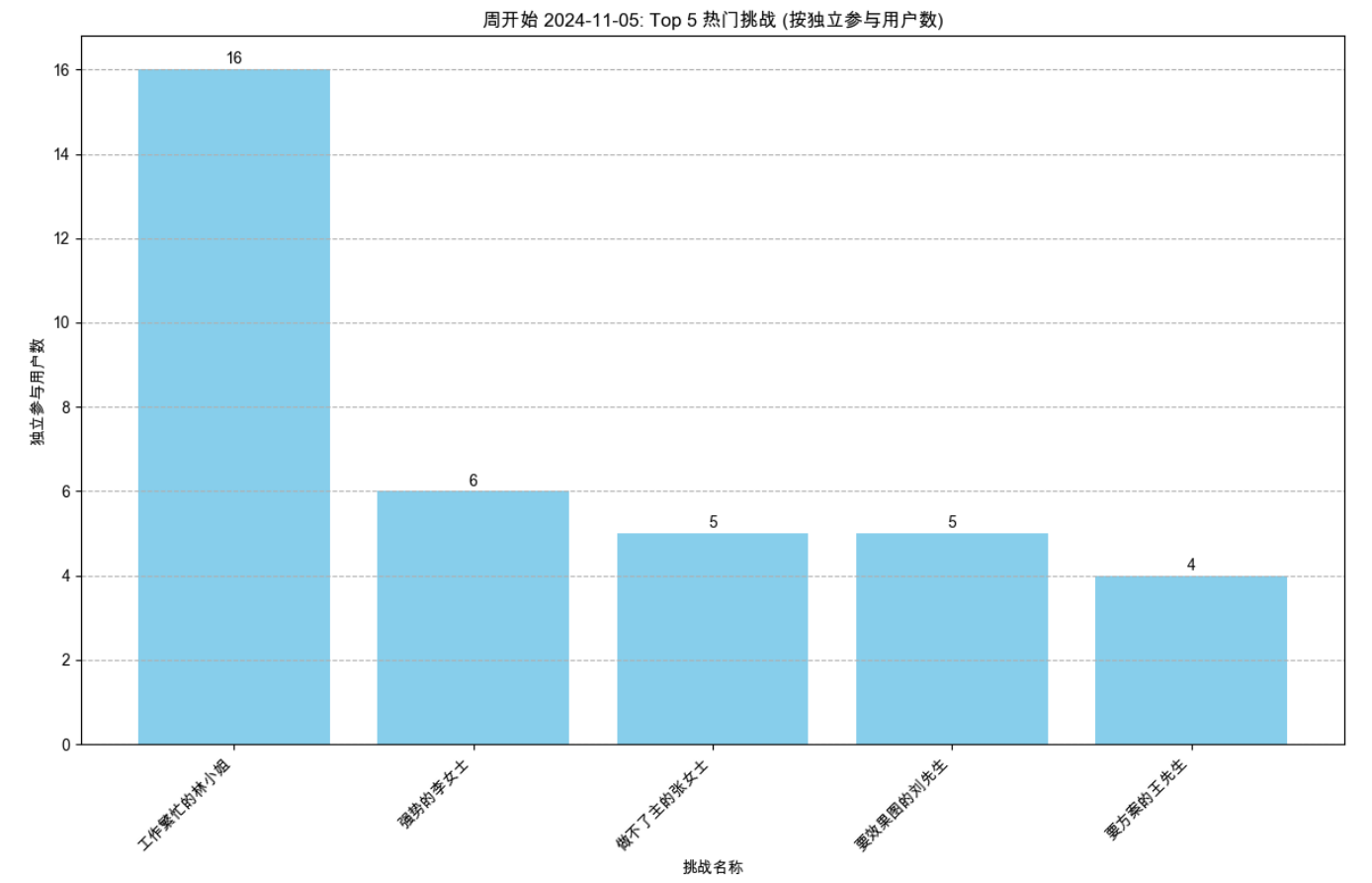
2024-10-22 开始的一周



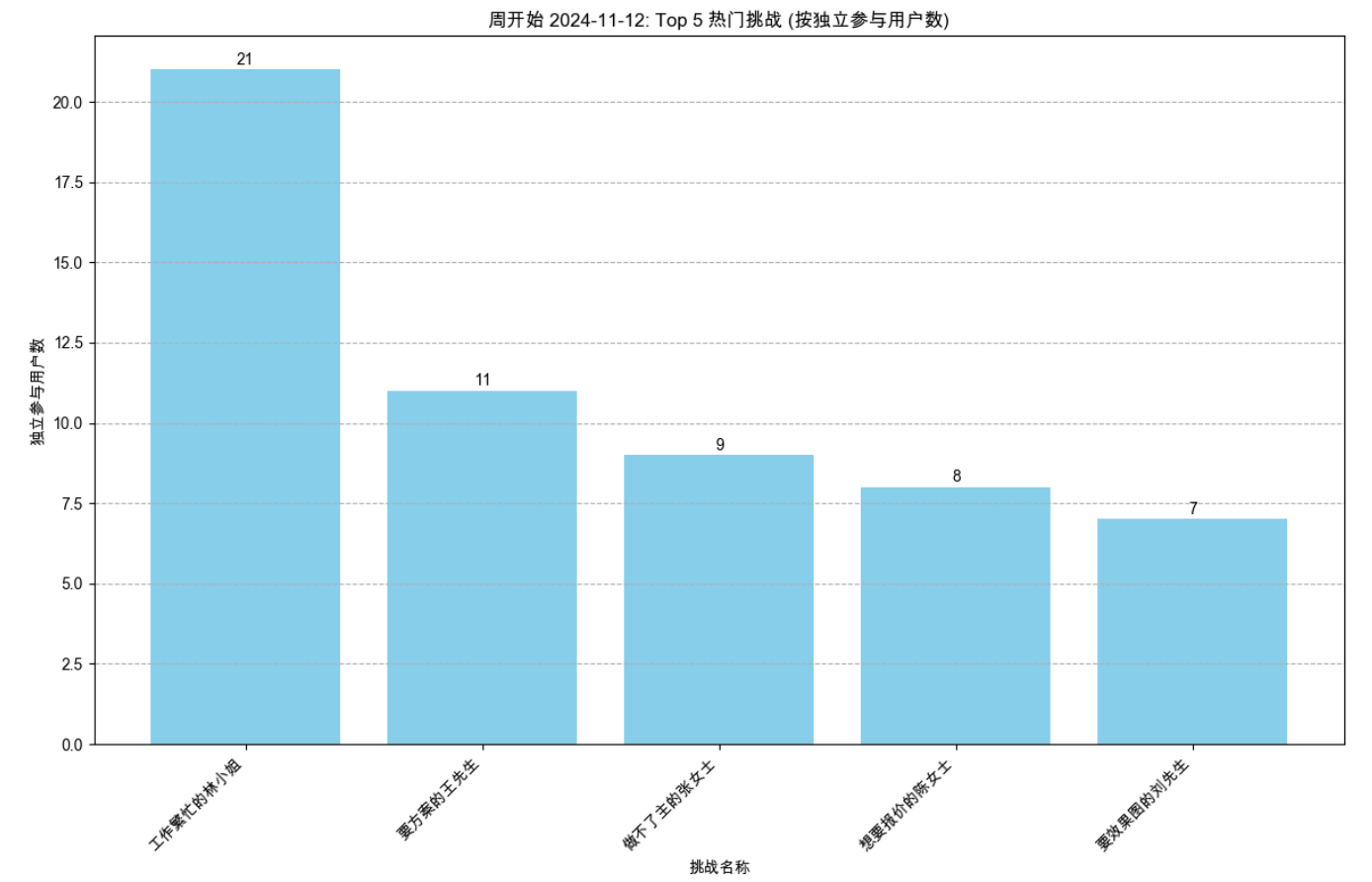
2024-10-29 开始的一周



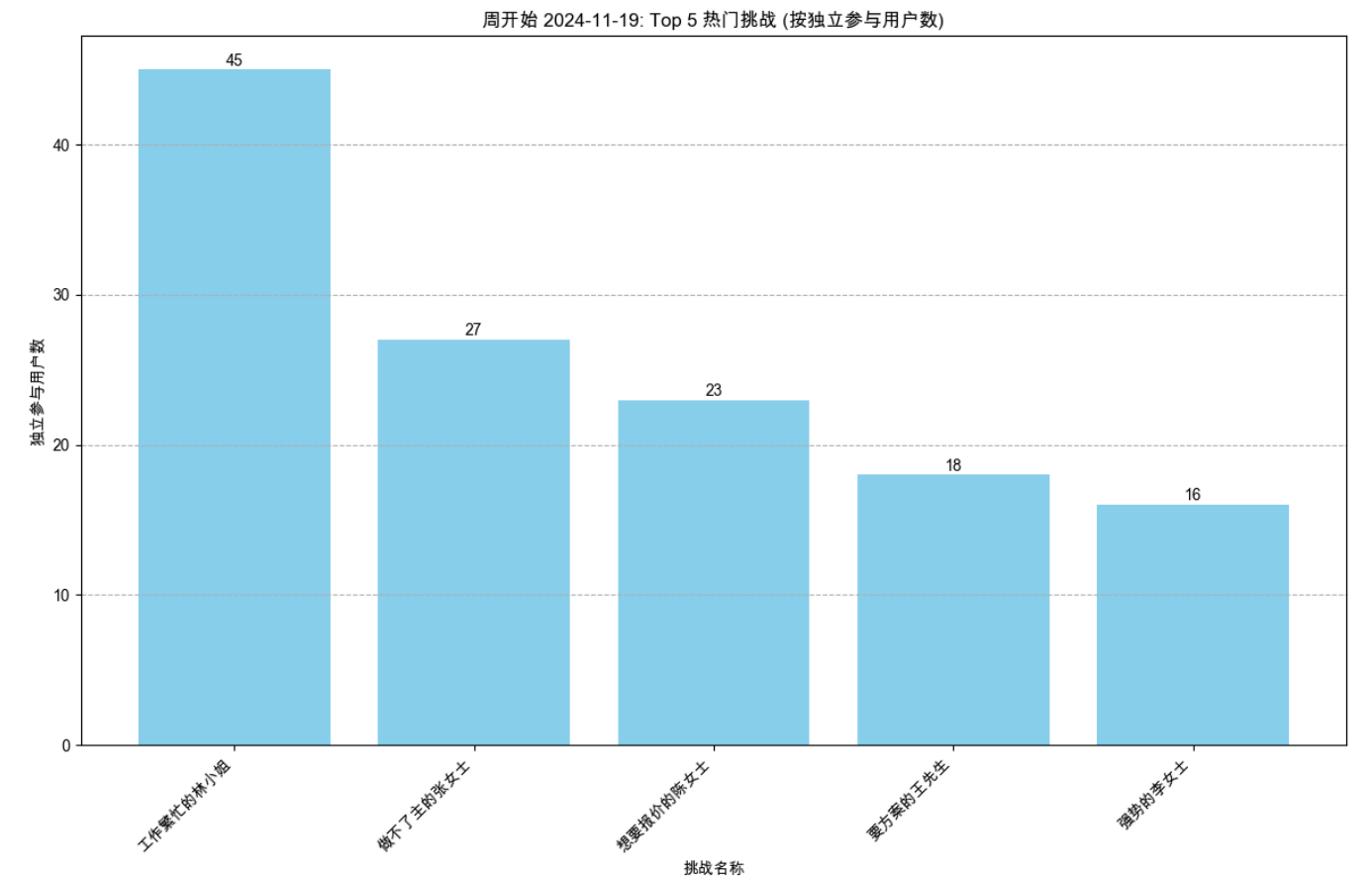
2024-11-05 开始的一周



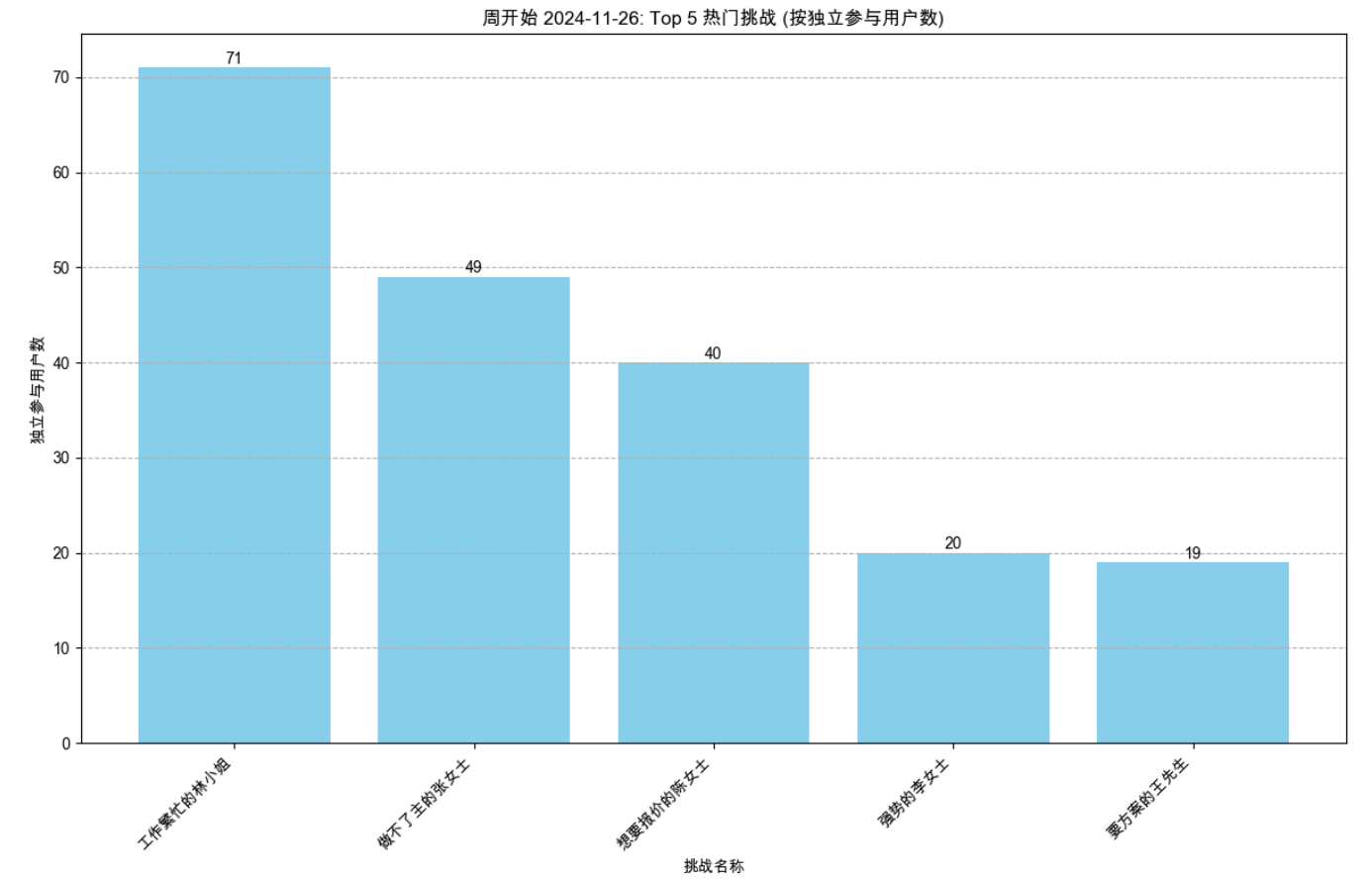
2024-11-12 开始的一周



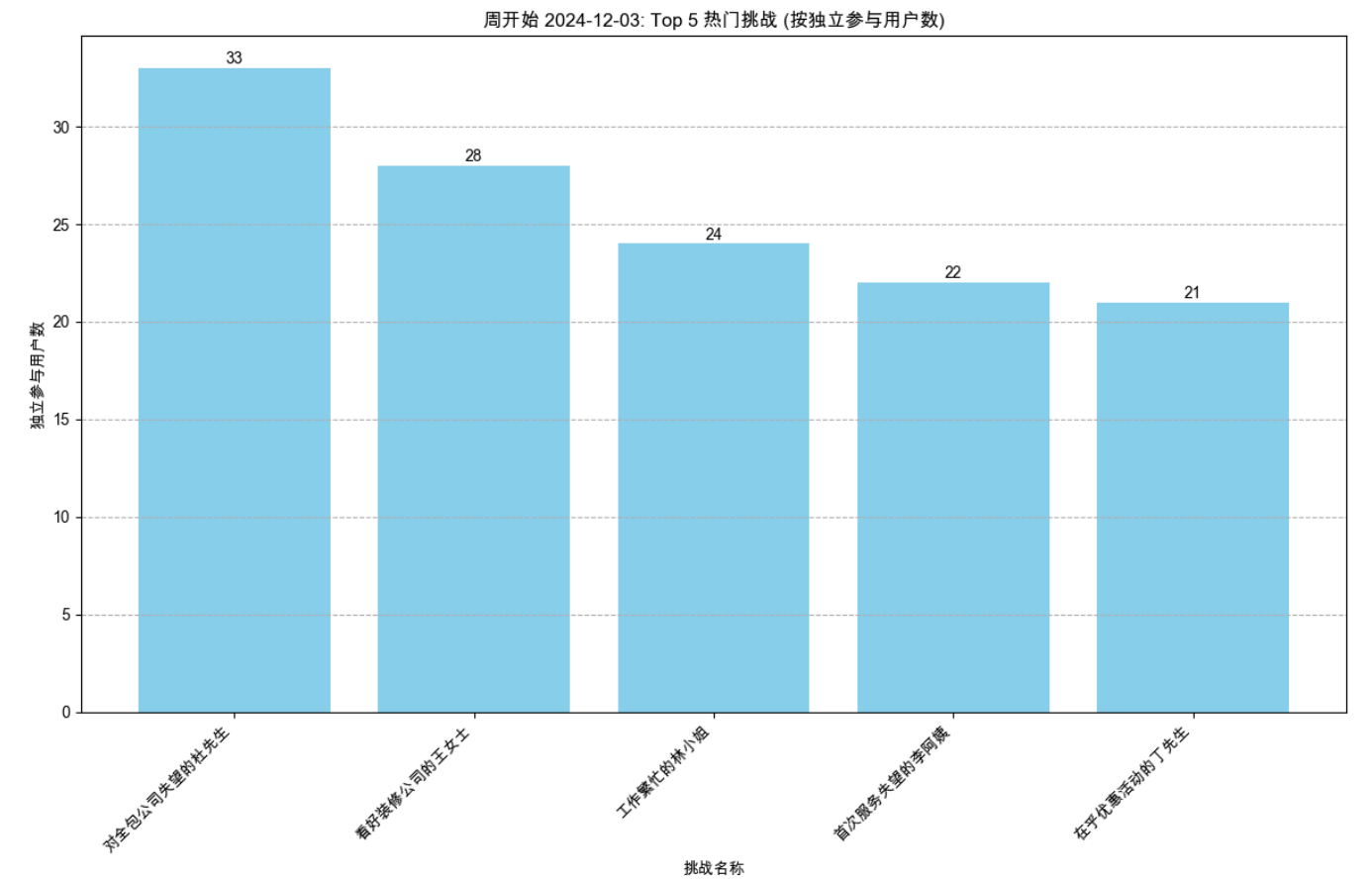
2024-11-19 开始的一周



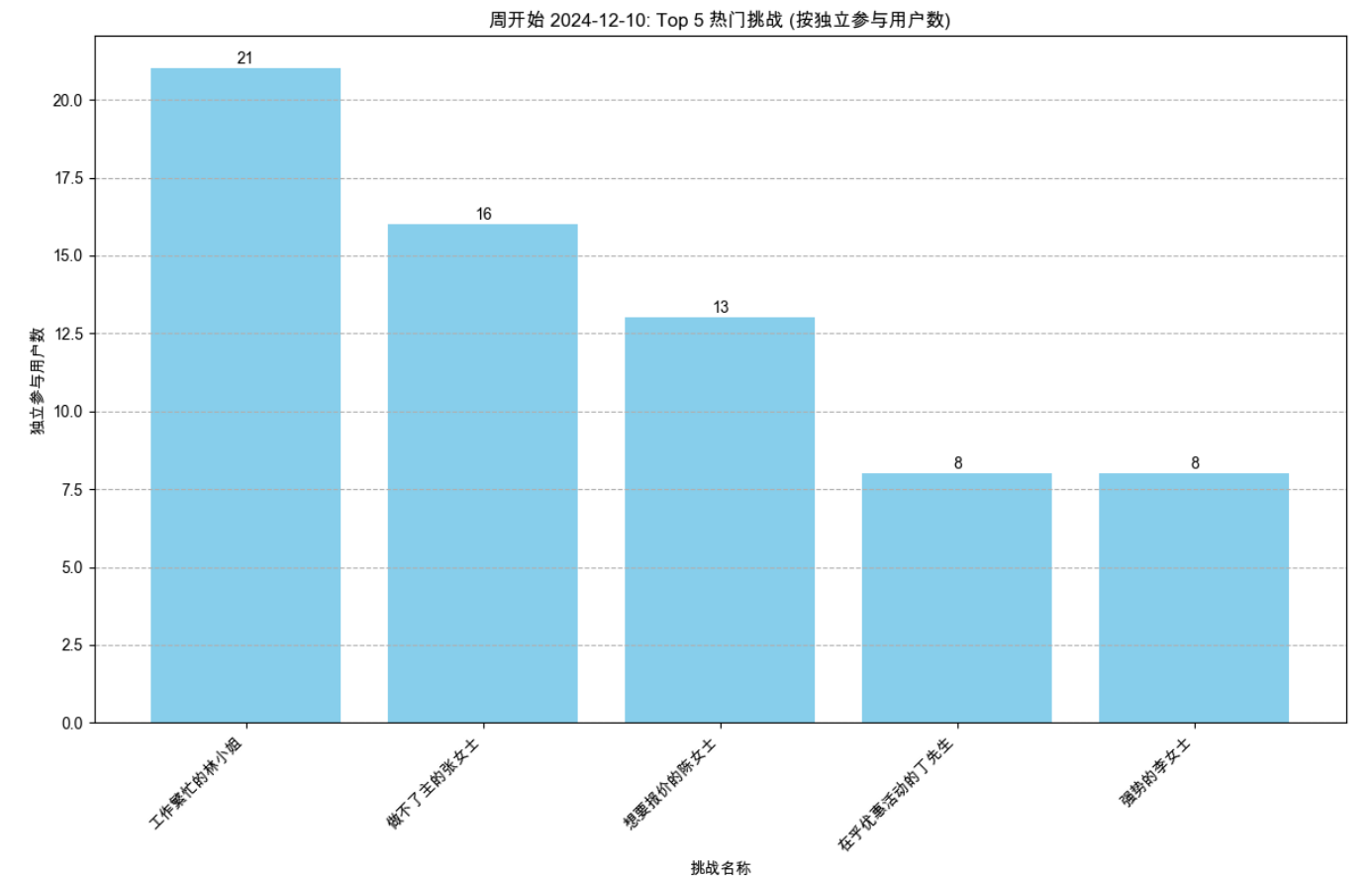
2024-11-26 开始的一周



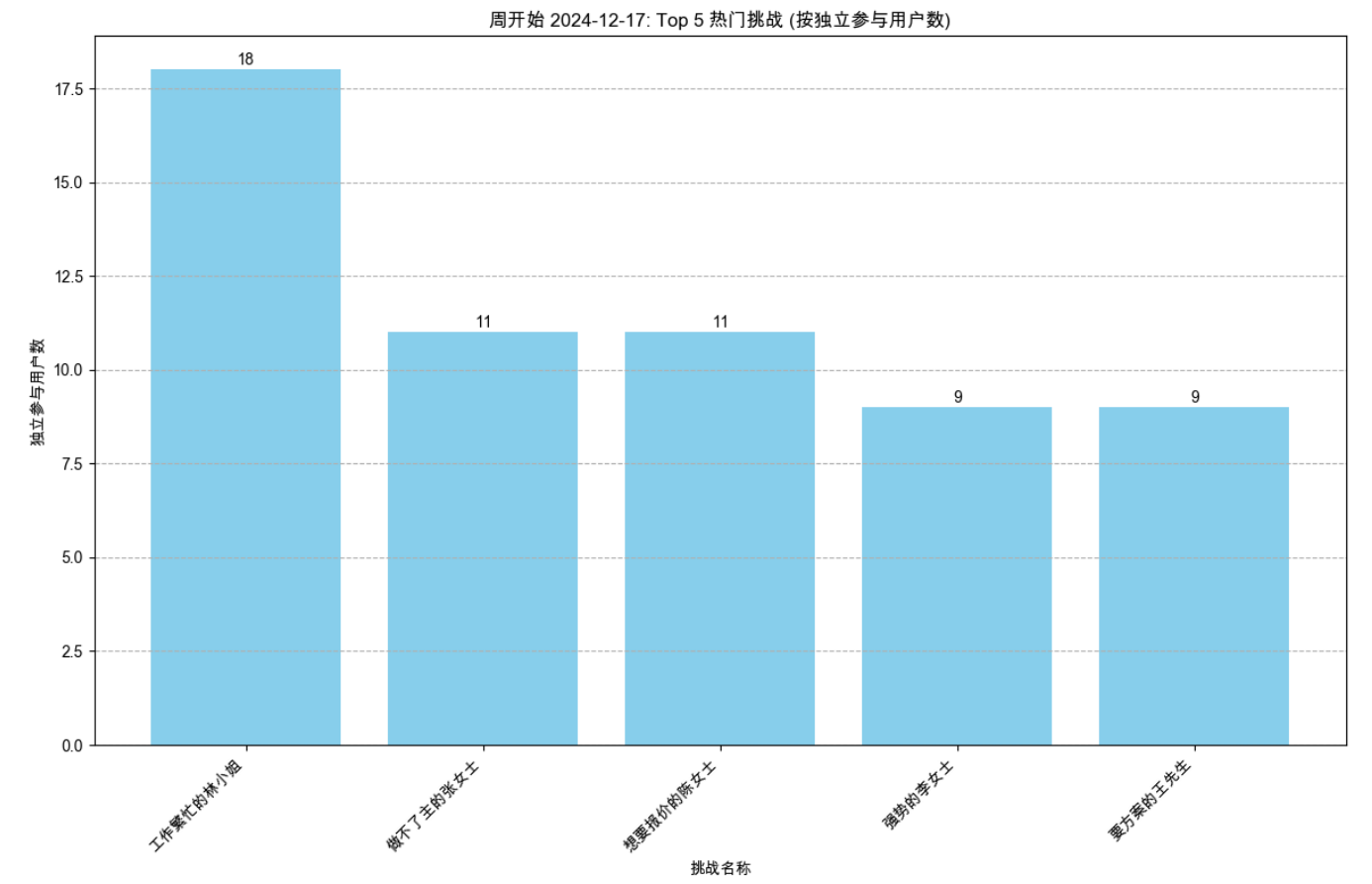
2024-12-03 开始的一周



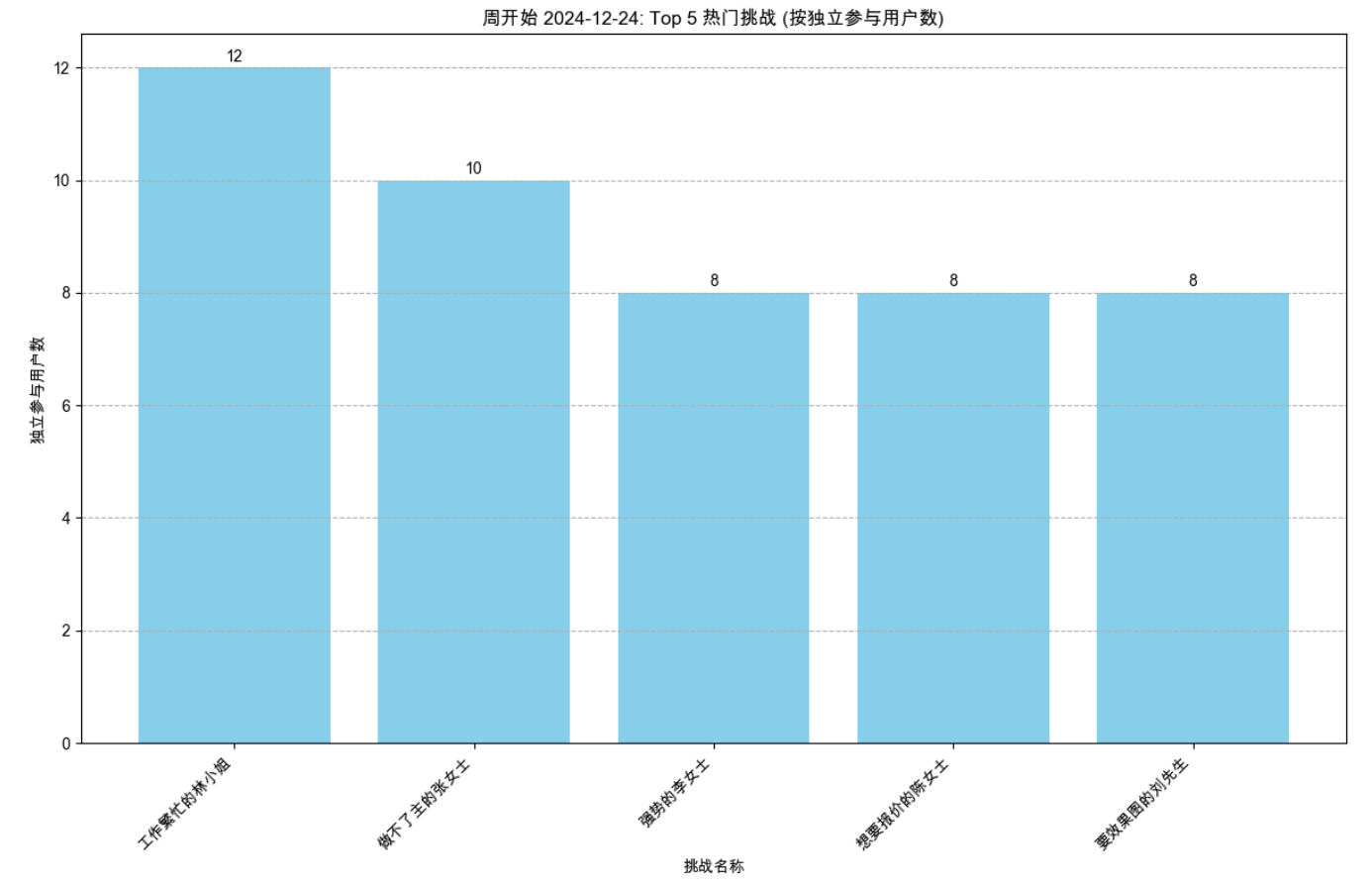
2024-12-10 开始的一周



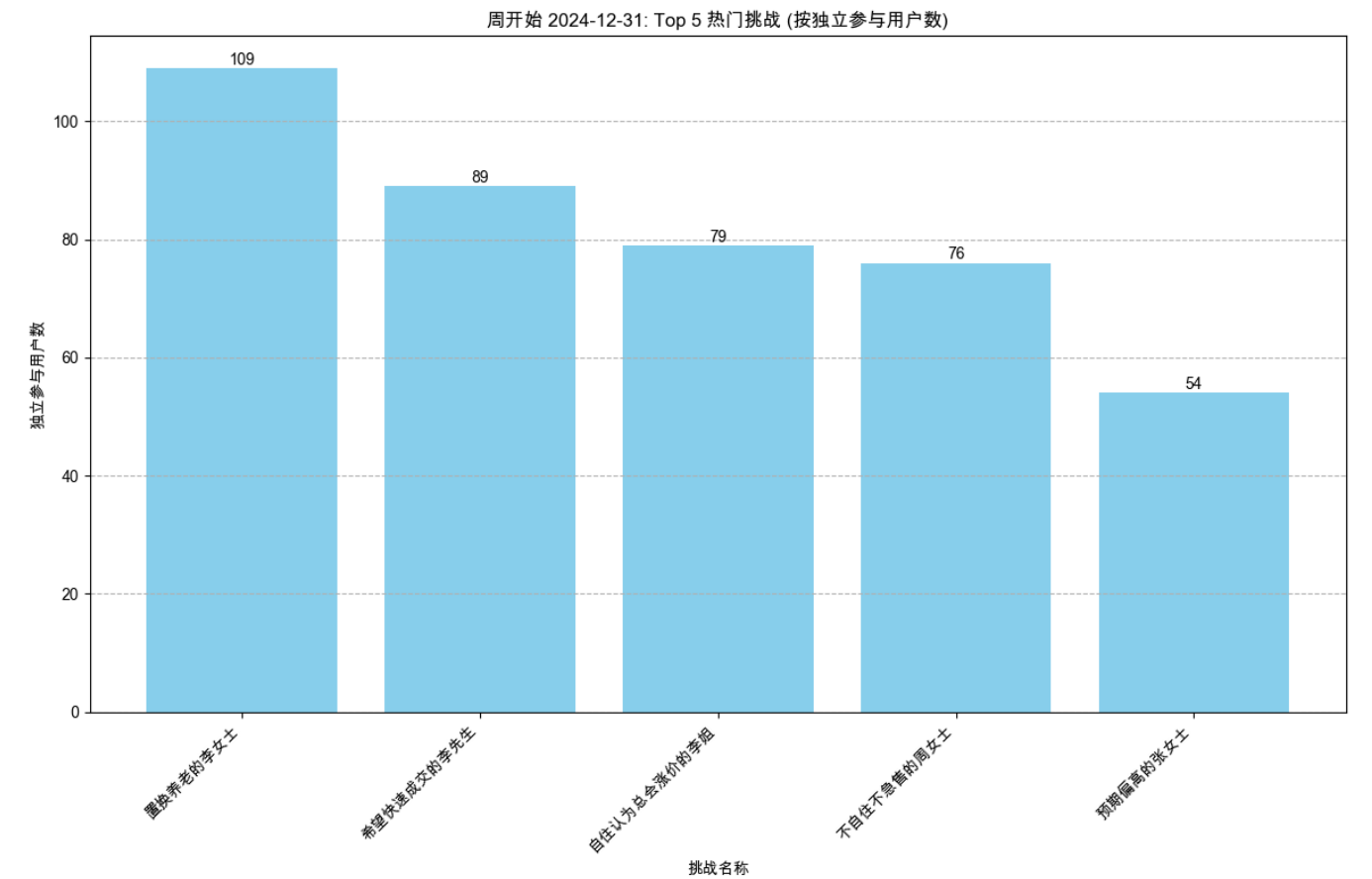
2024-12-17 开始的一周



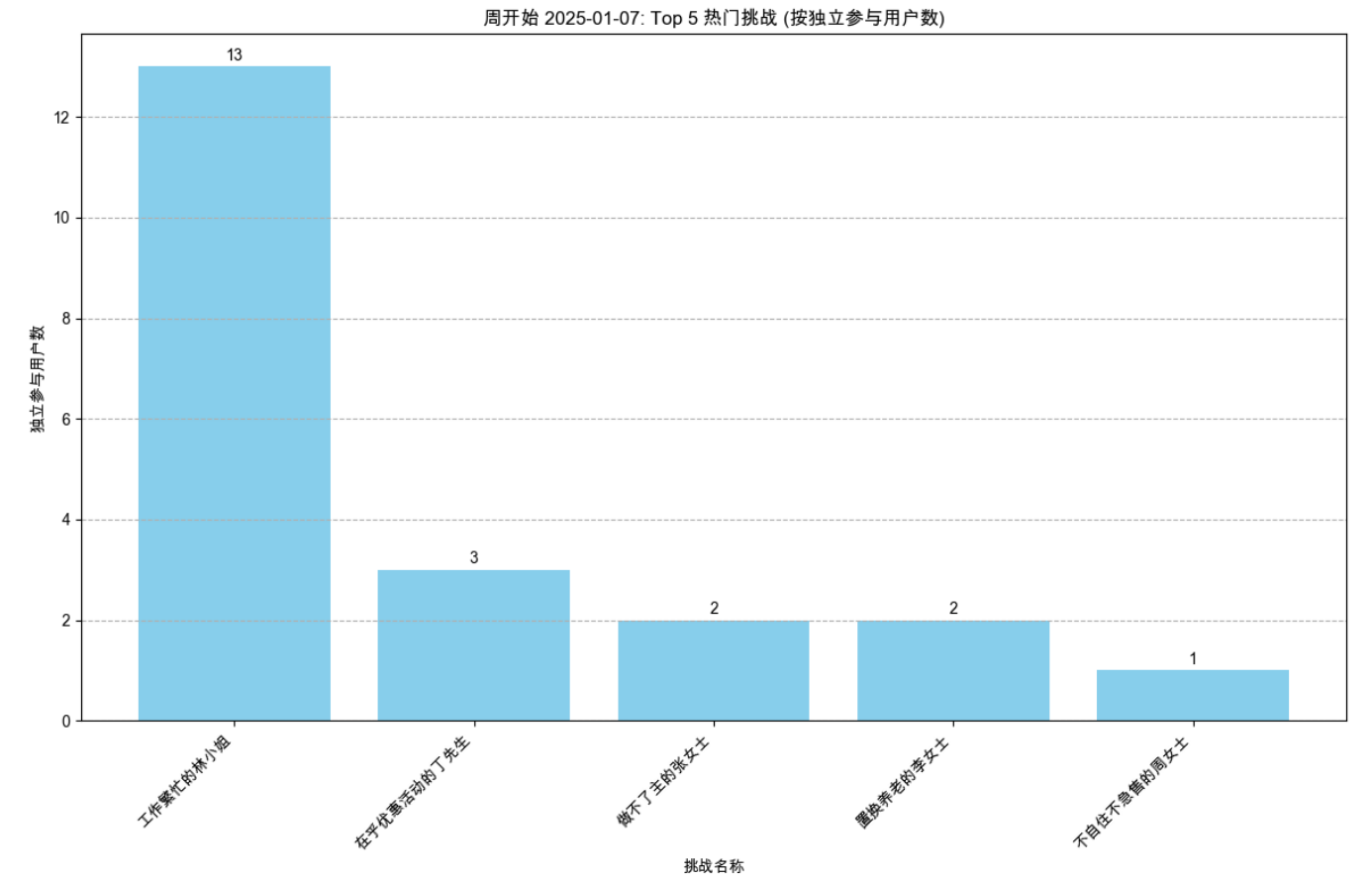
2024-12-24 开始的一周



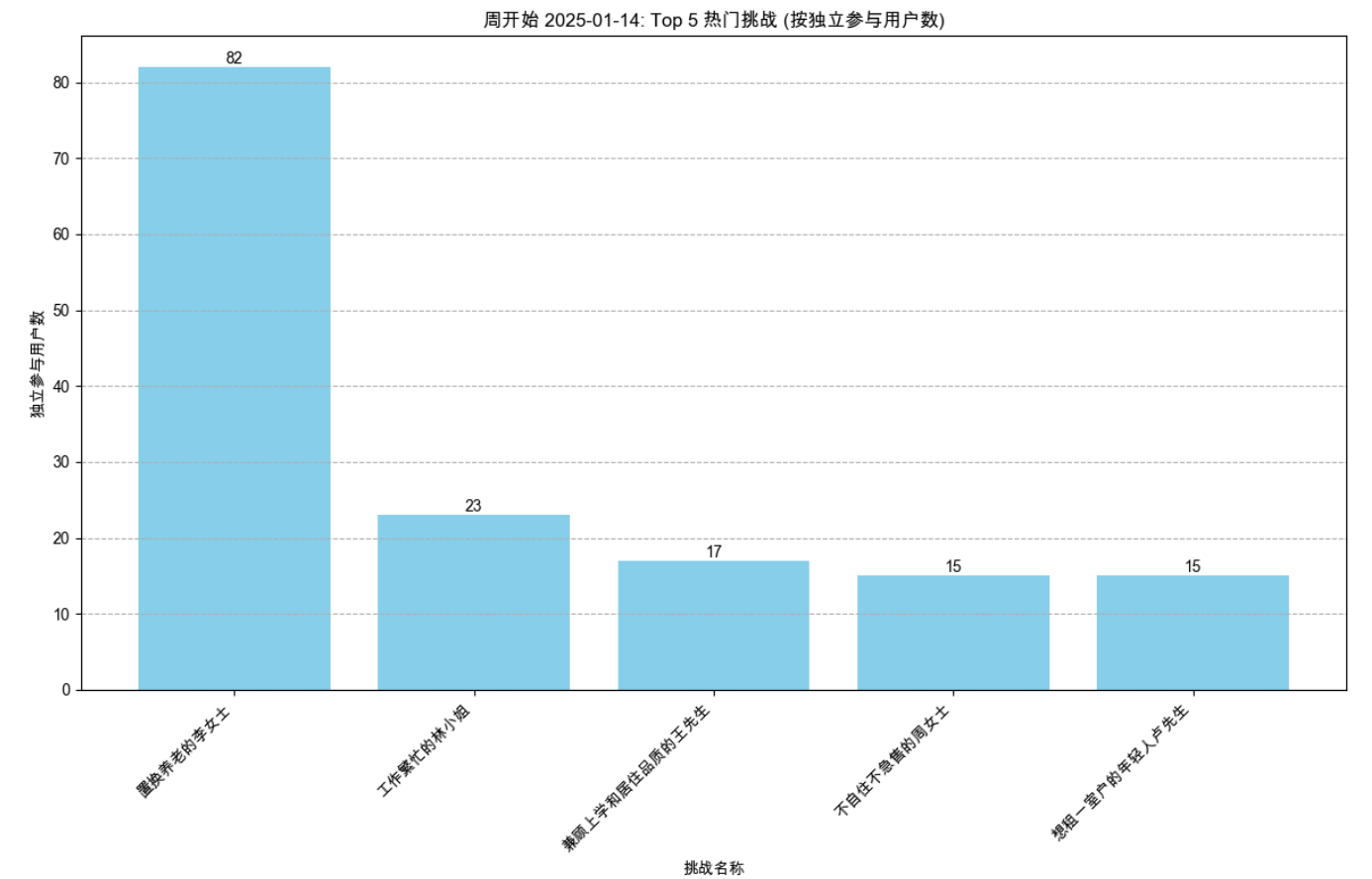
2024-12-31 开始的一周



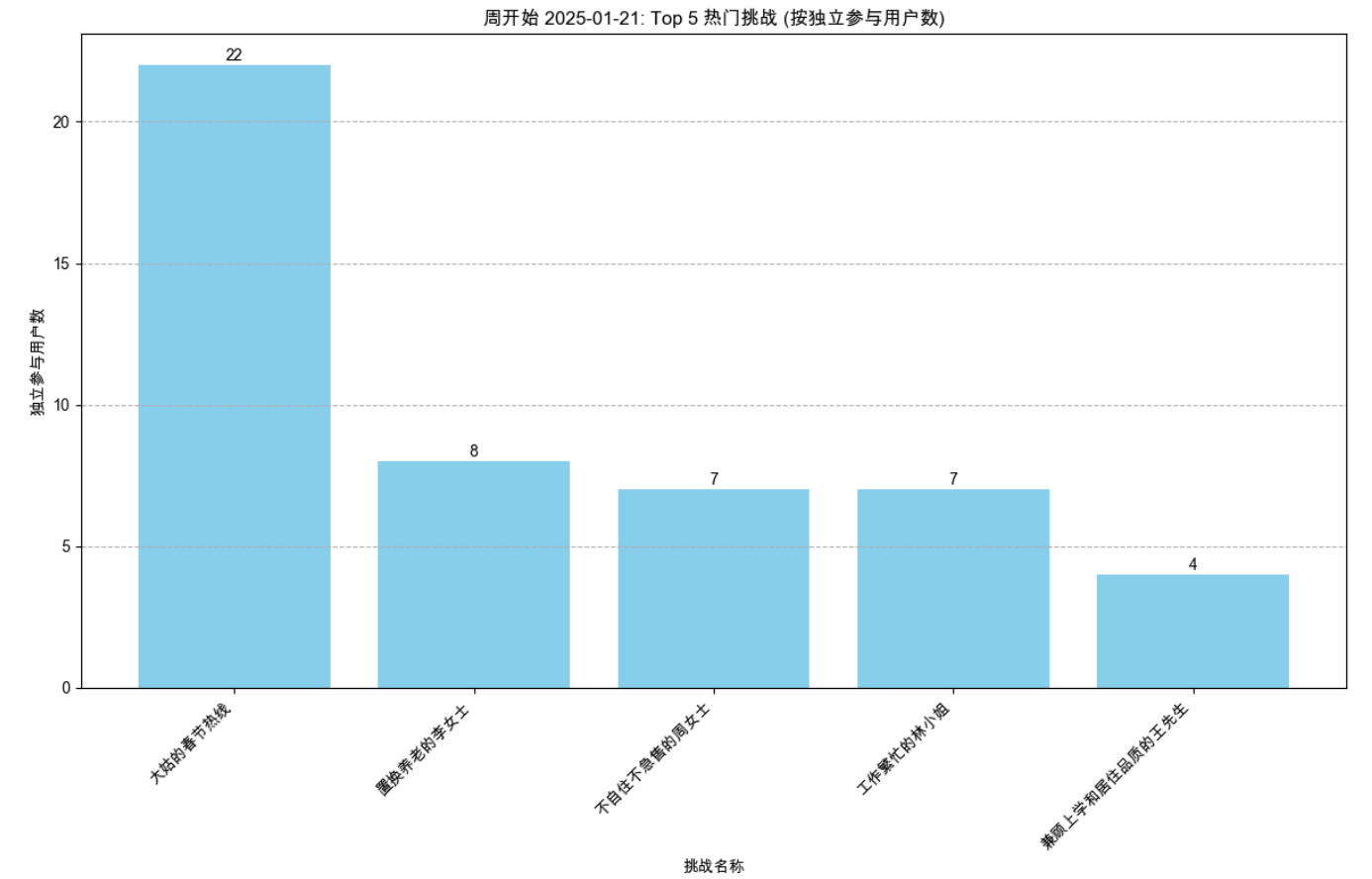
2025-01-07 开始的一周



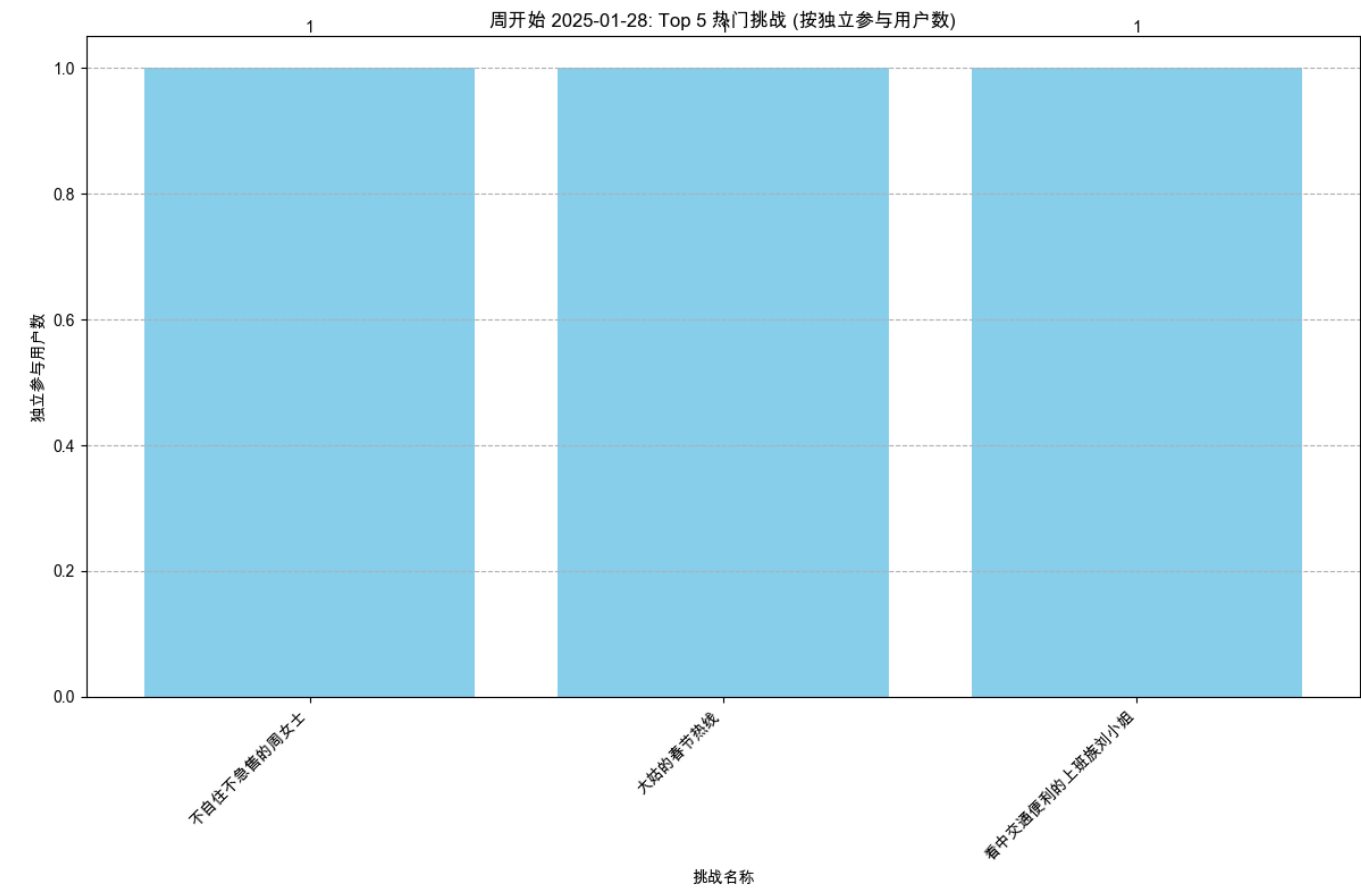
2025-01-14 开始的一周



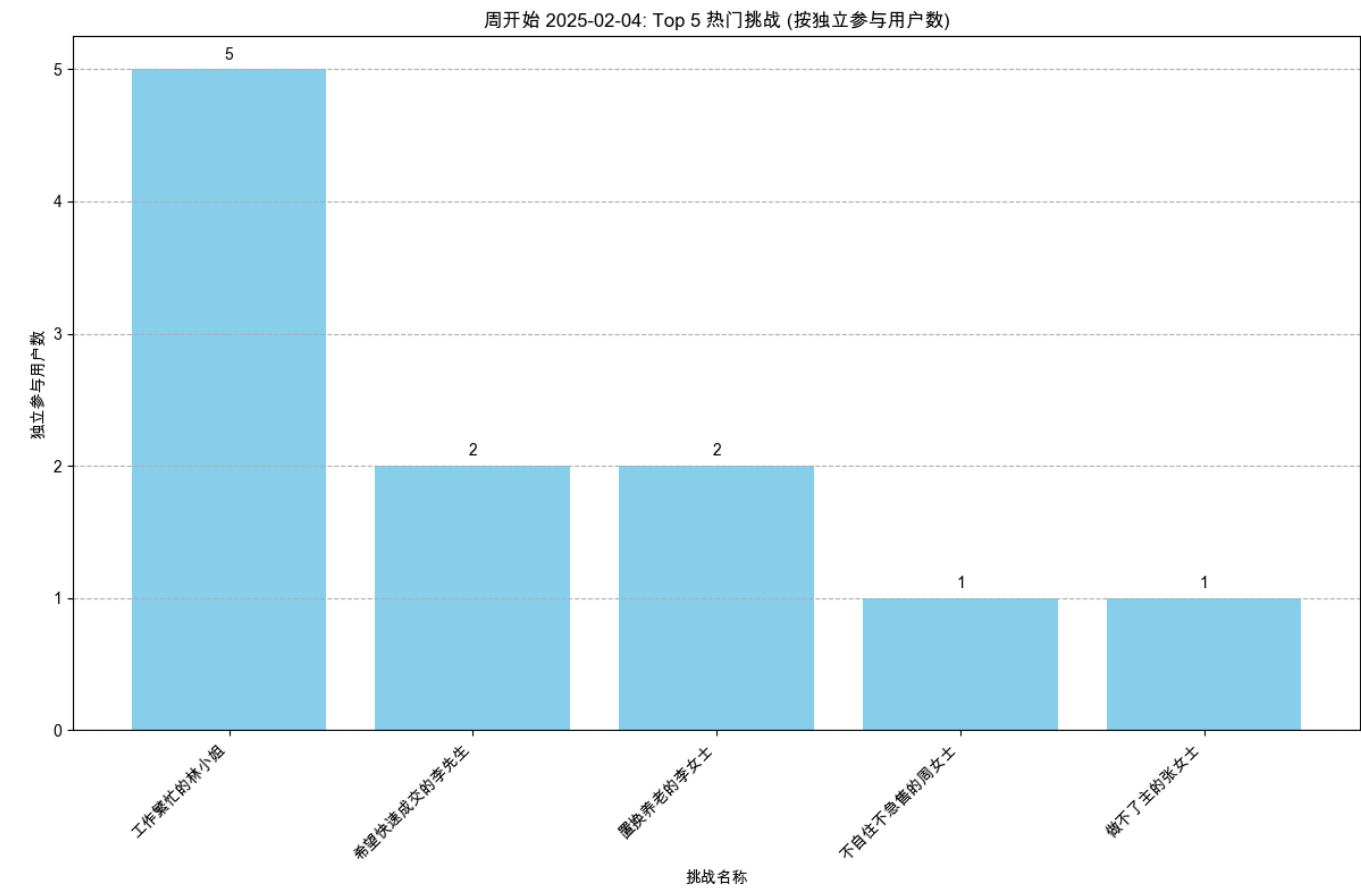
2025-01-21 开始的一周



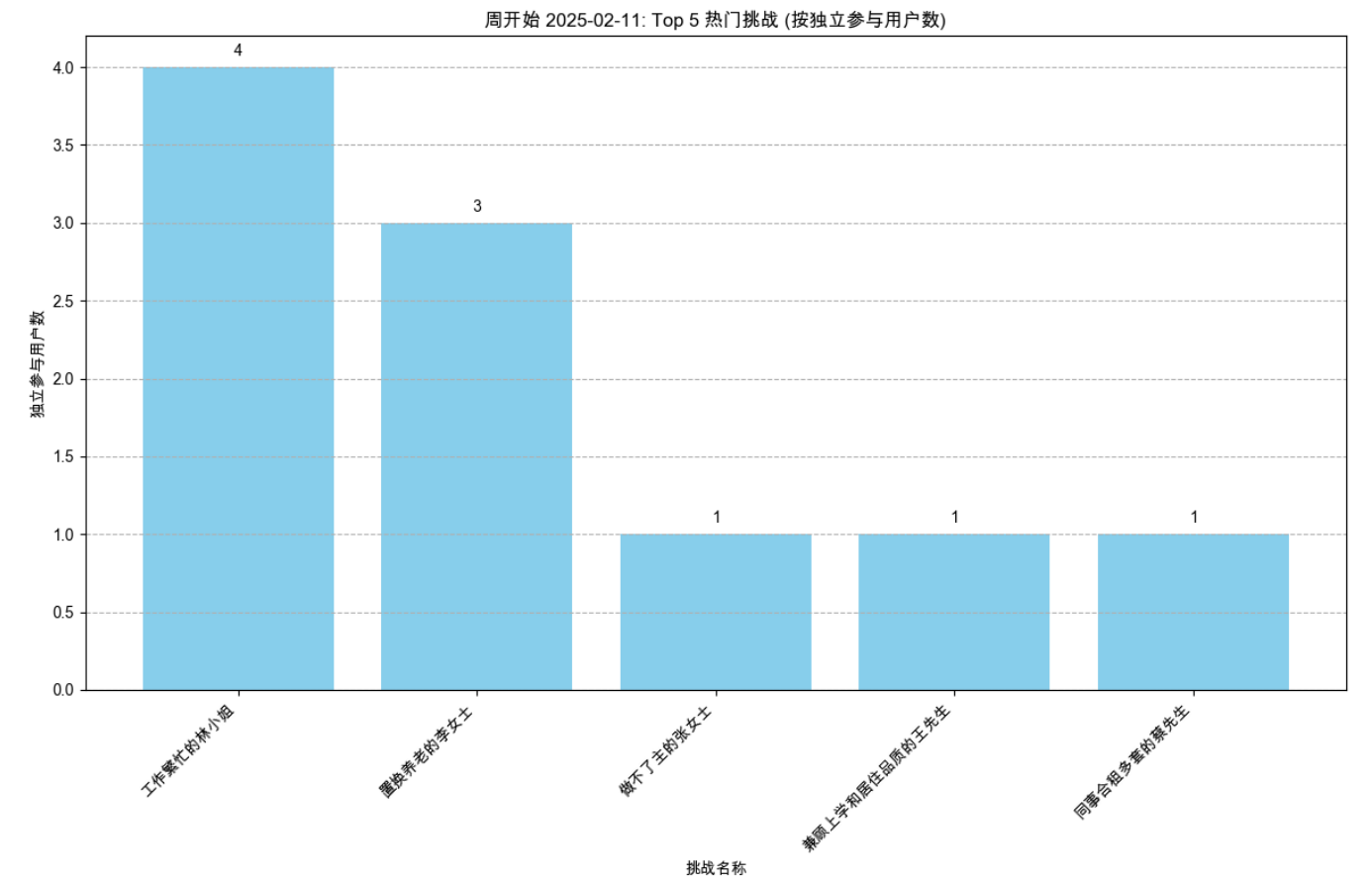
2025-01-28 开始的一周



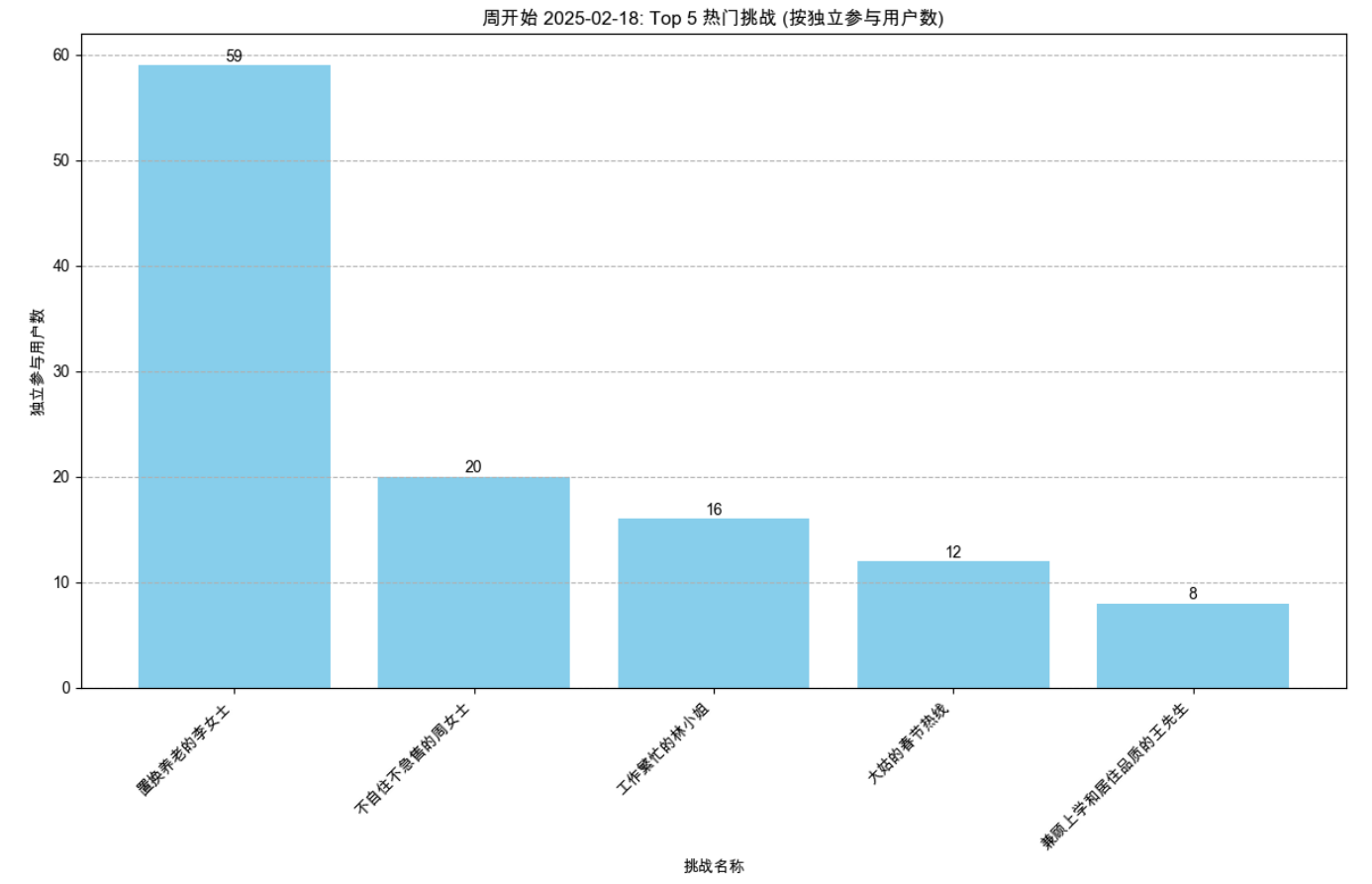
2025-02-04 开始的一周



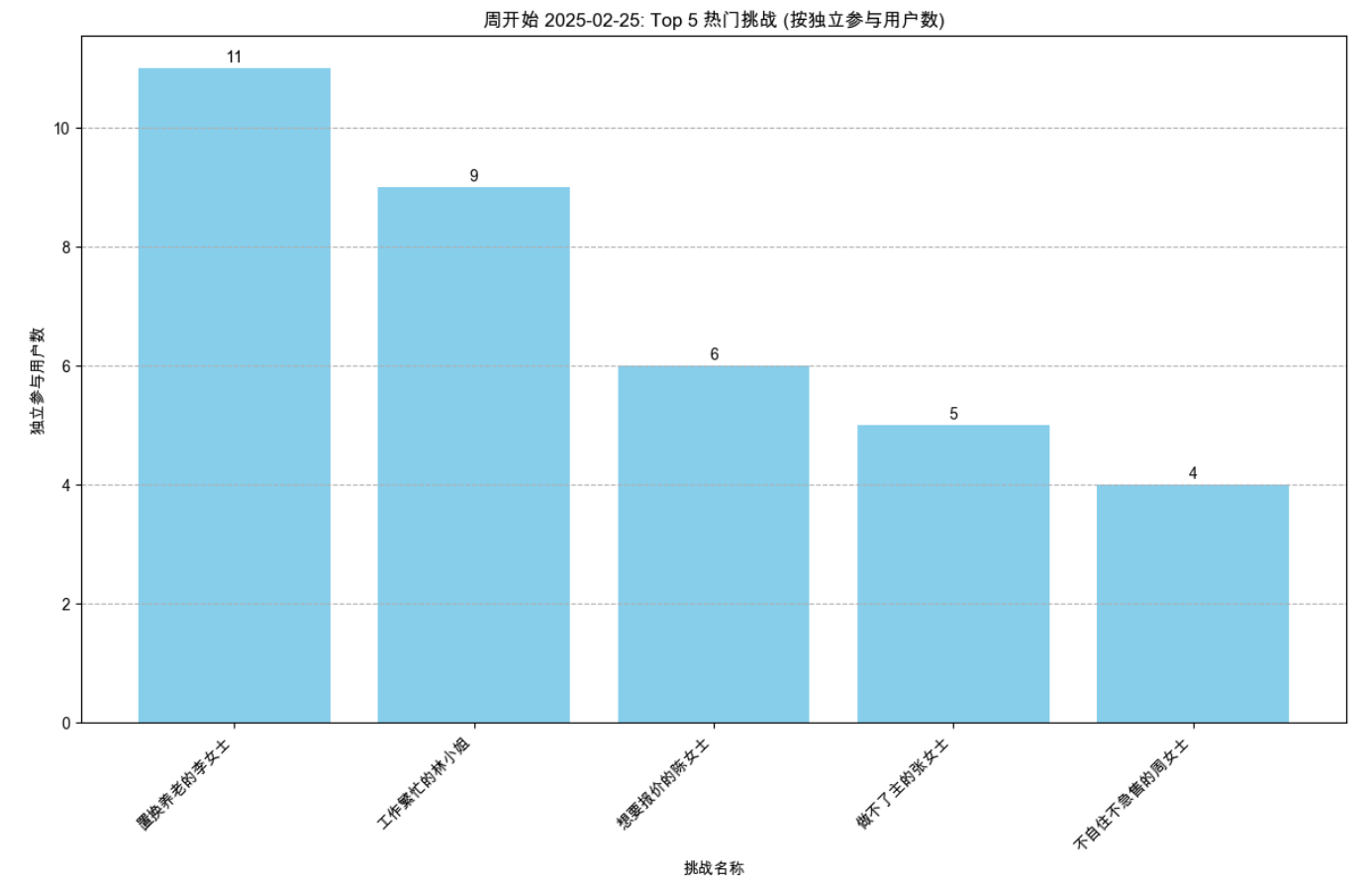
2025-02-11 开始的一周



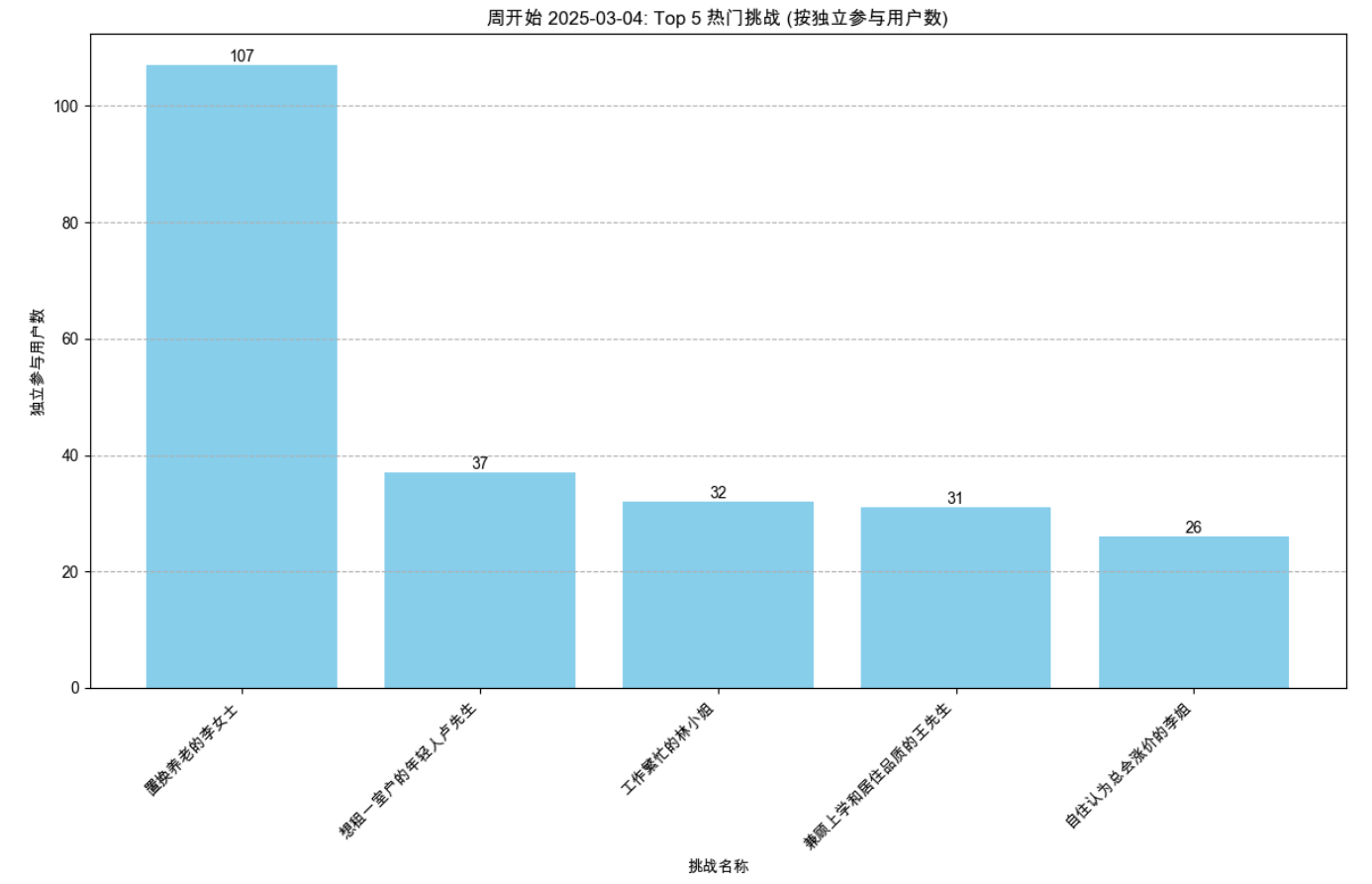
2025-02-18 开始的一周



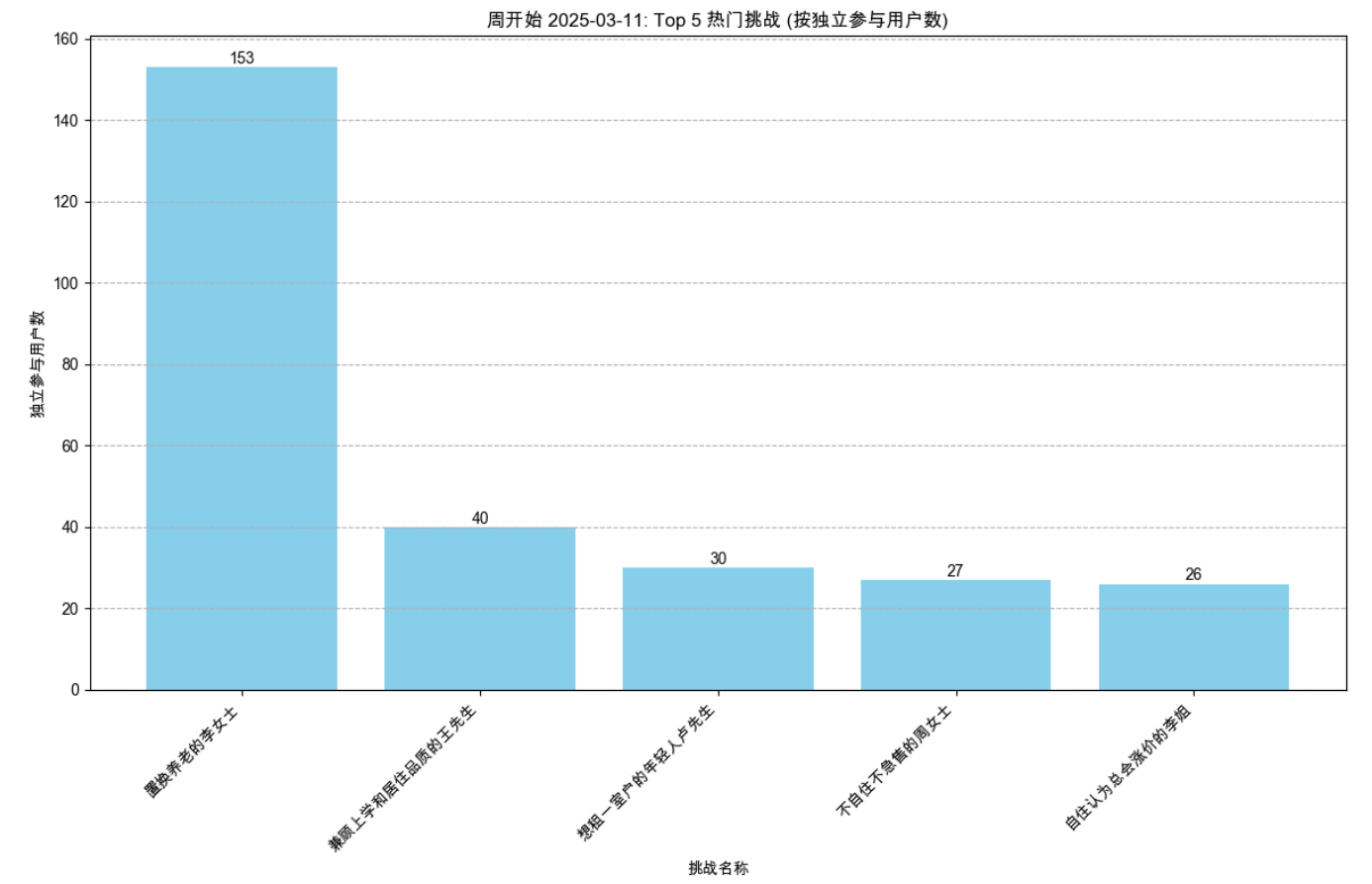
2025-02-25 开始的一周



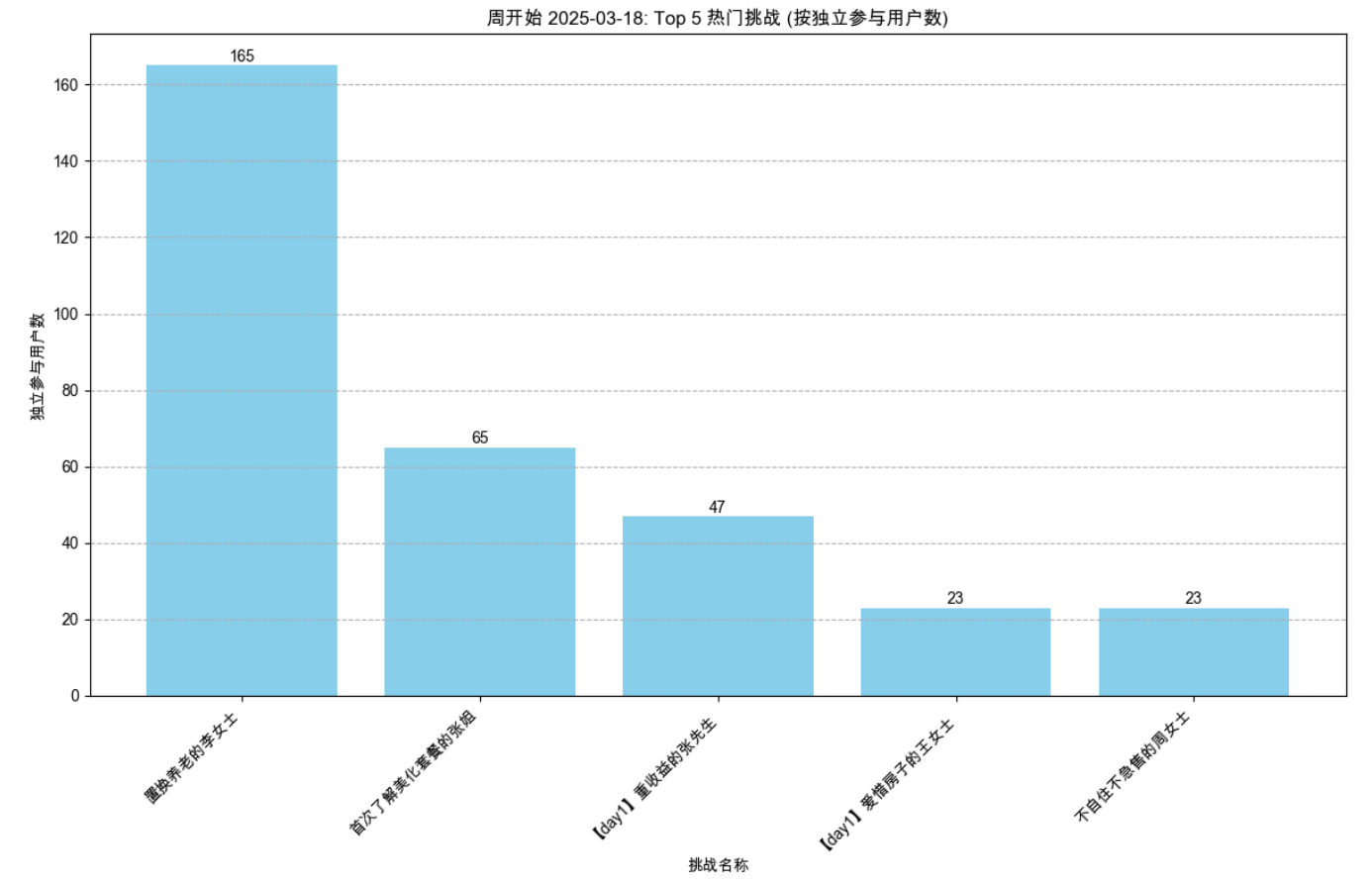
2025-03-04 开始的一周



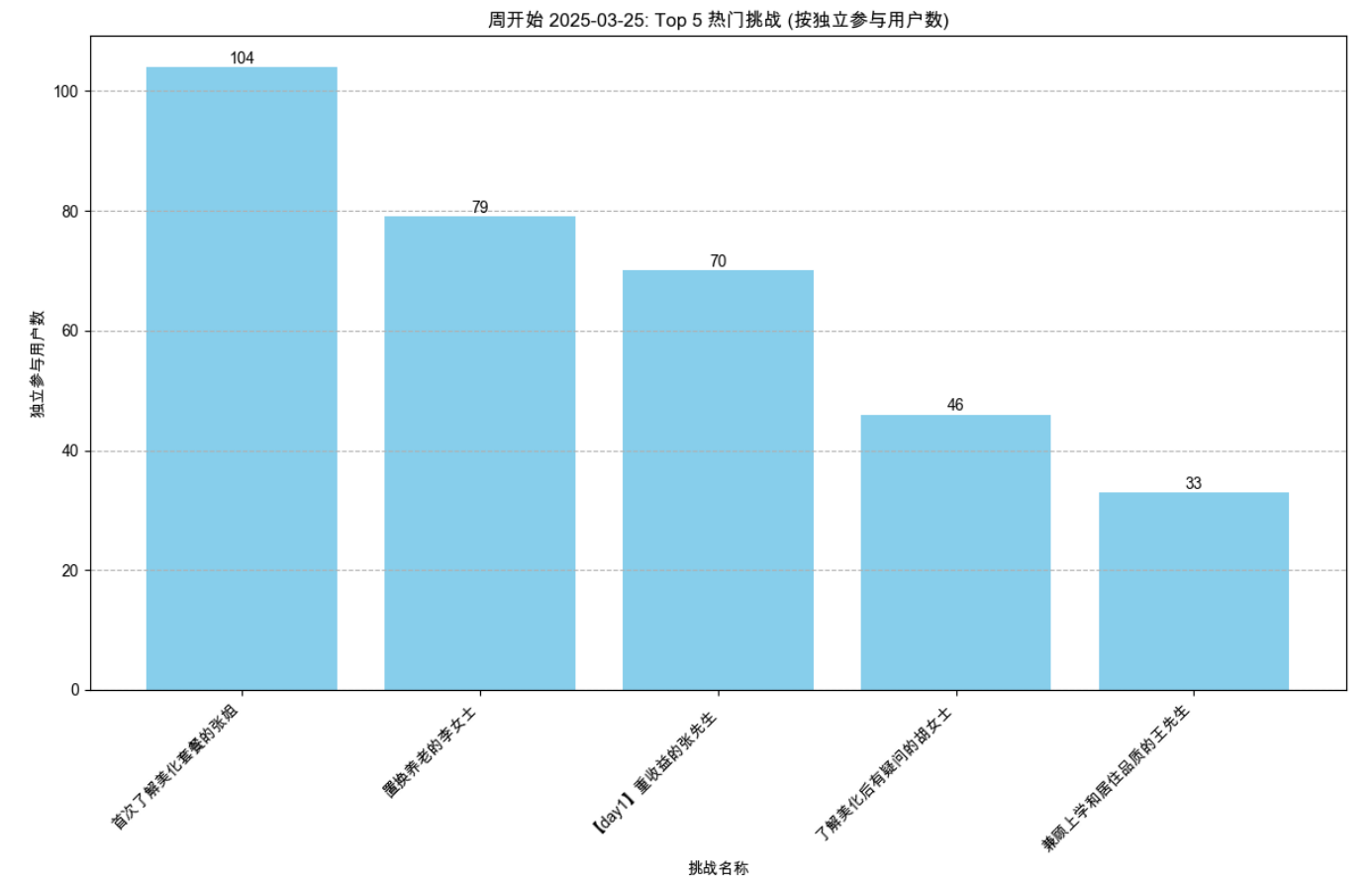
2025-03-11 开始的一周



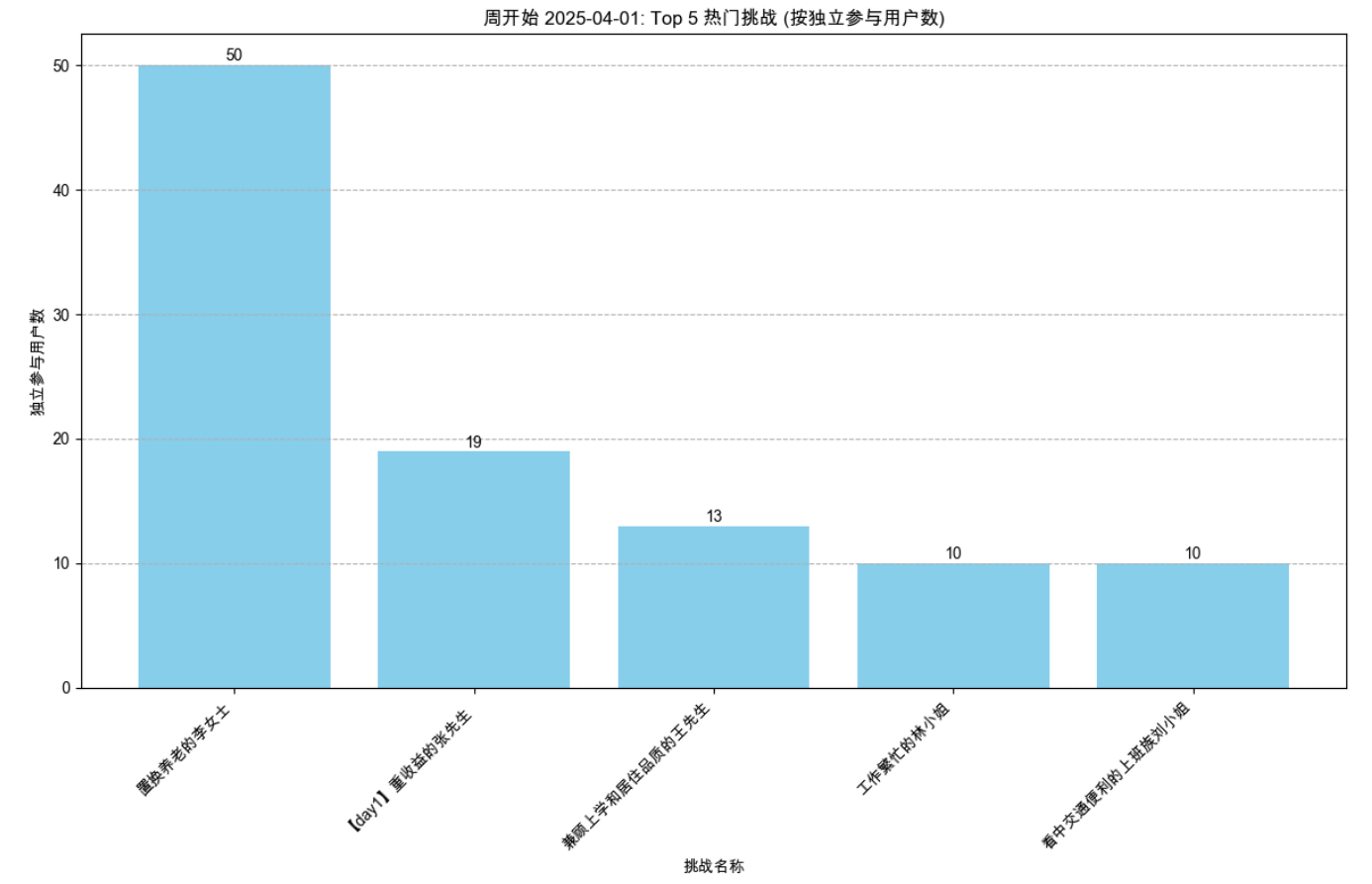
2025-03-18 开始的一周



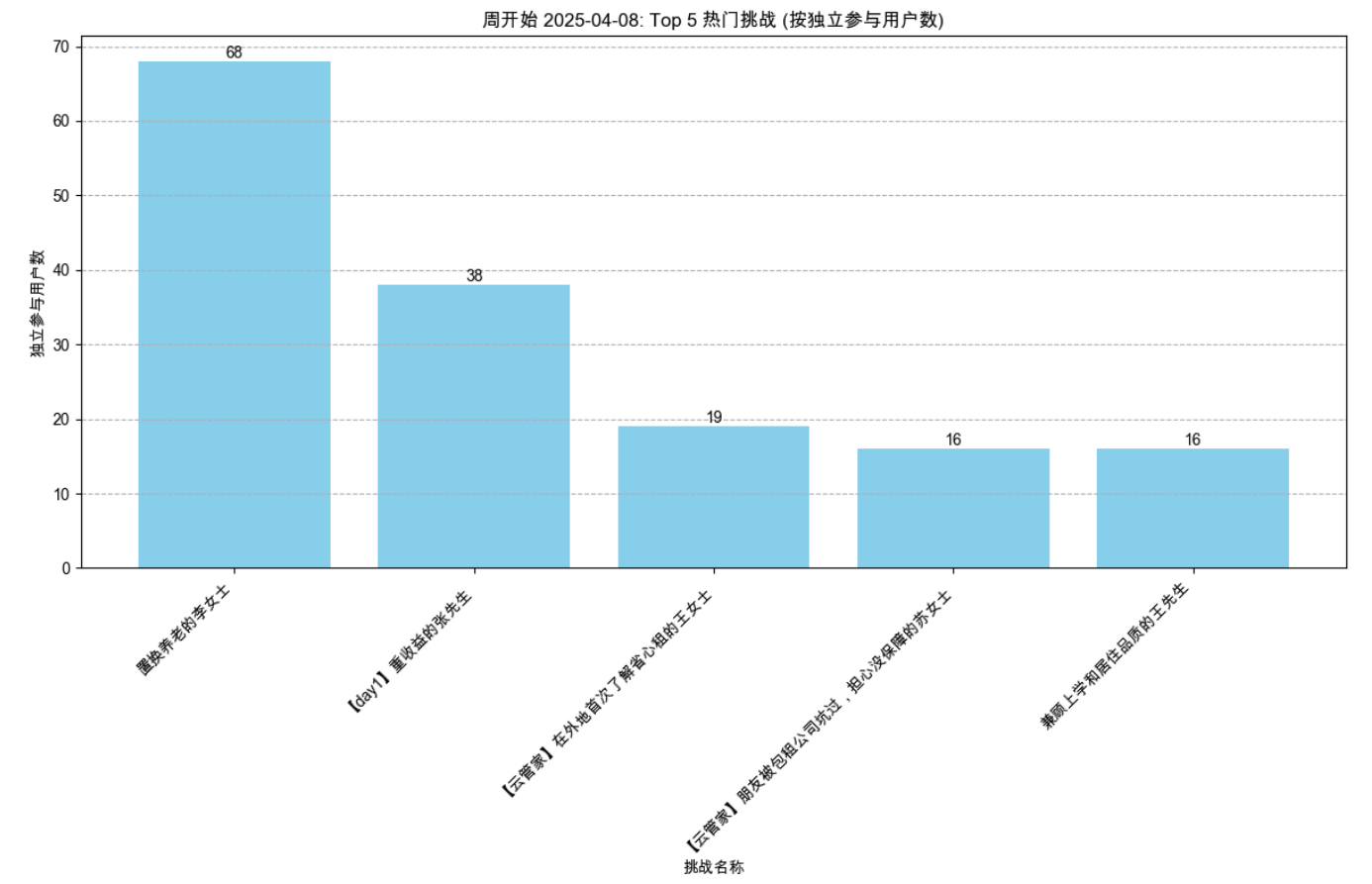
2025-03-25 开始的一周



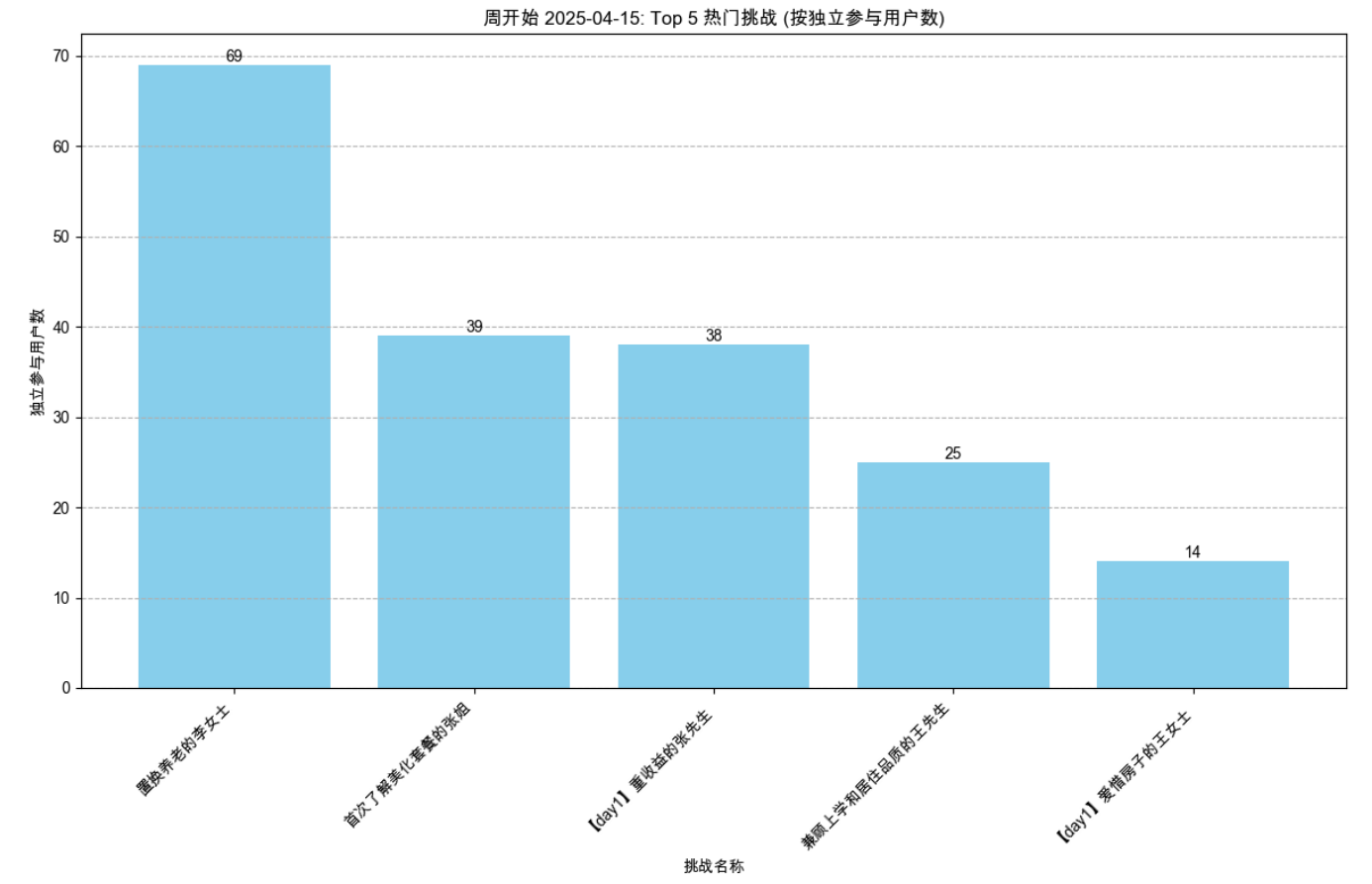
2025-04-01 开始的一周



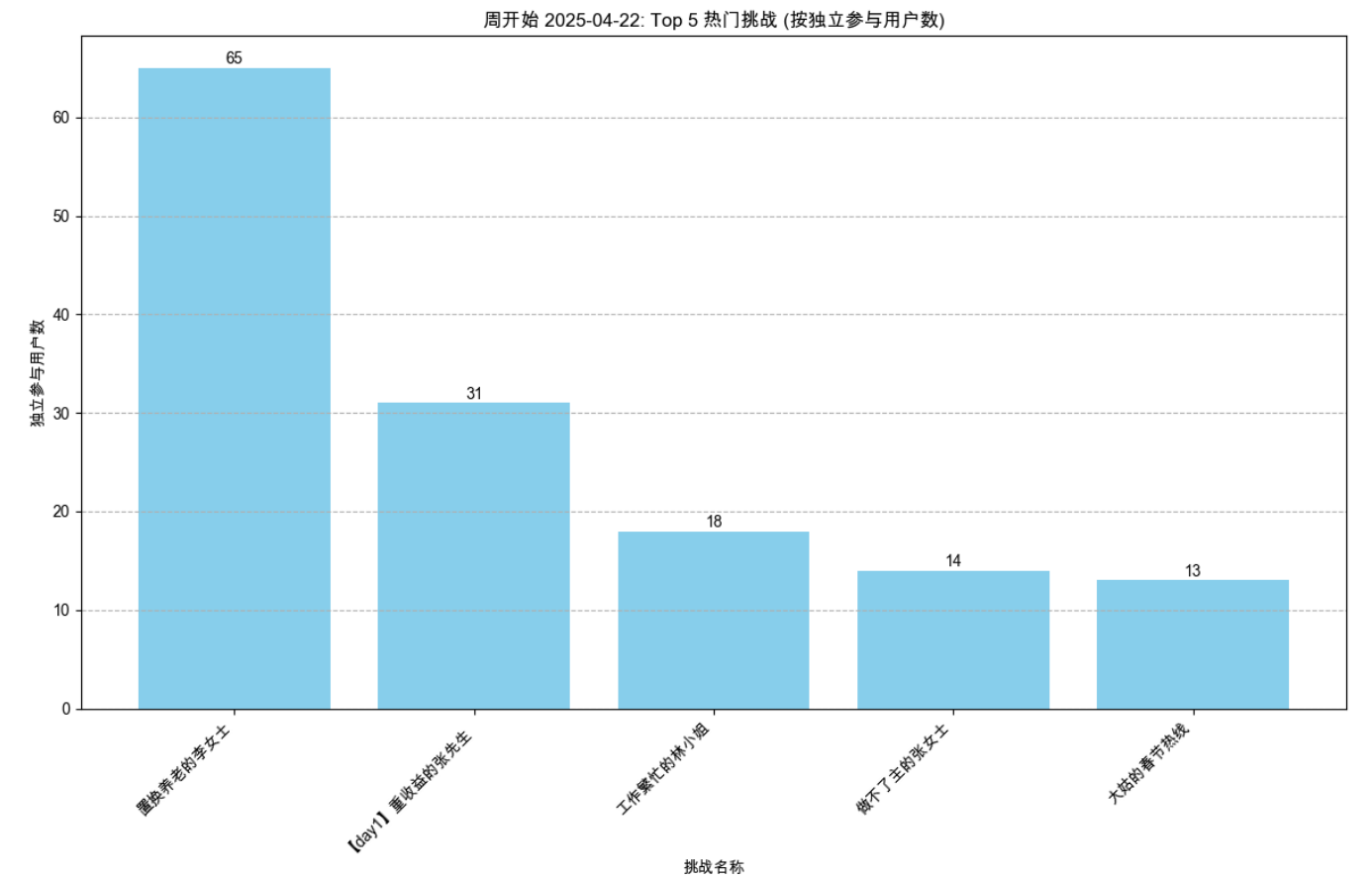
2025-04-08 开始的一周



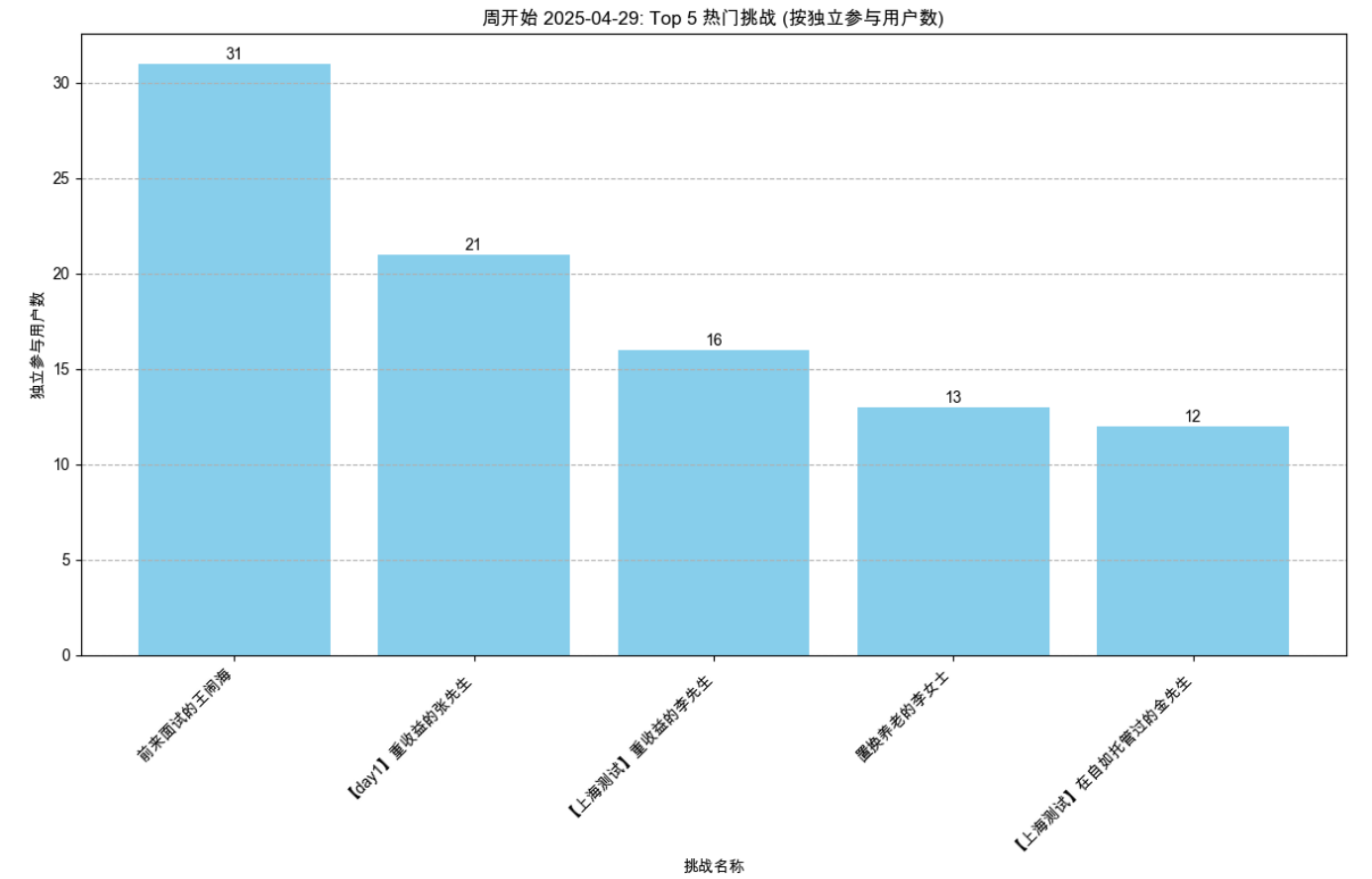
2025-04-15 开始的一周



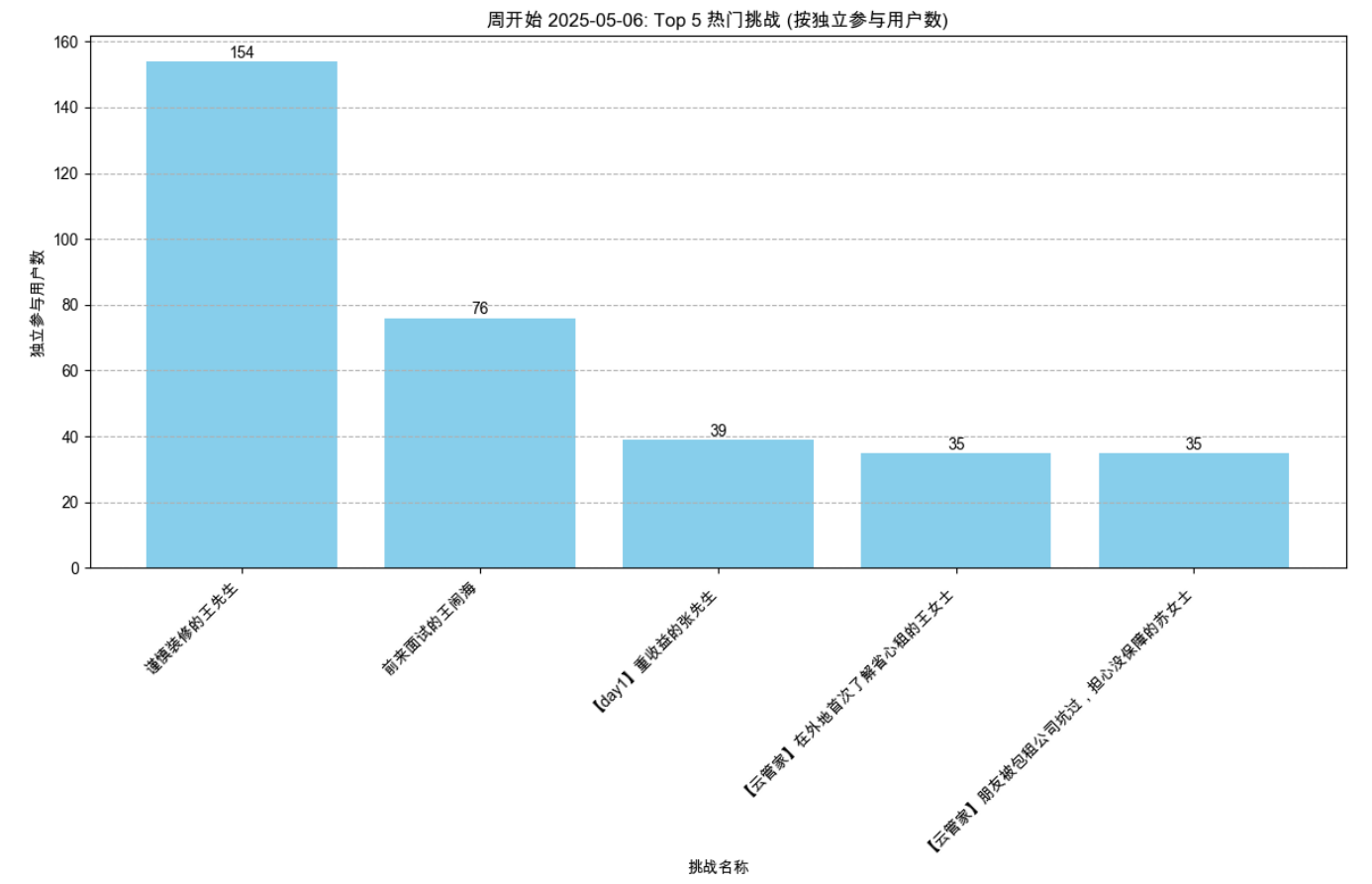
2025-04-22 开始的一周



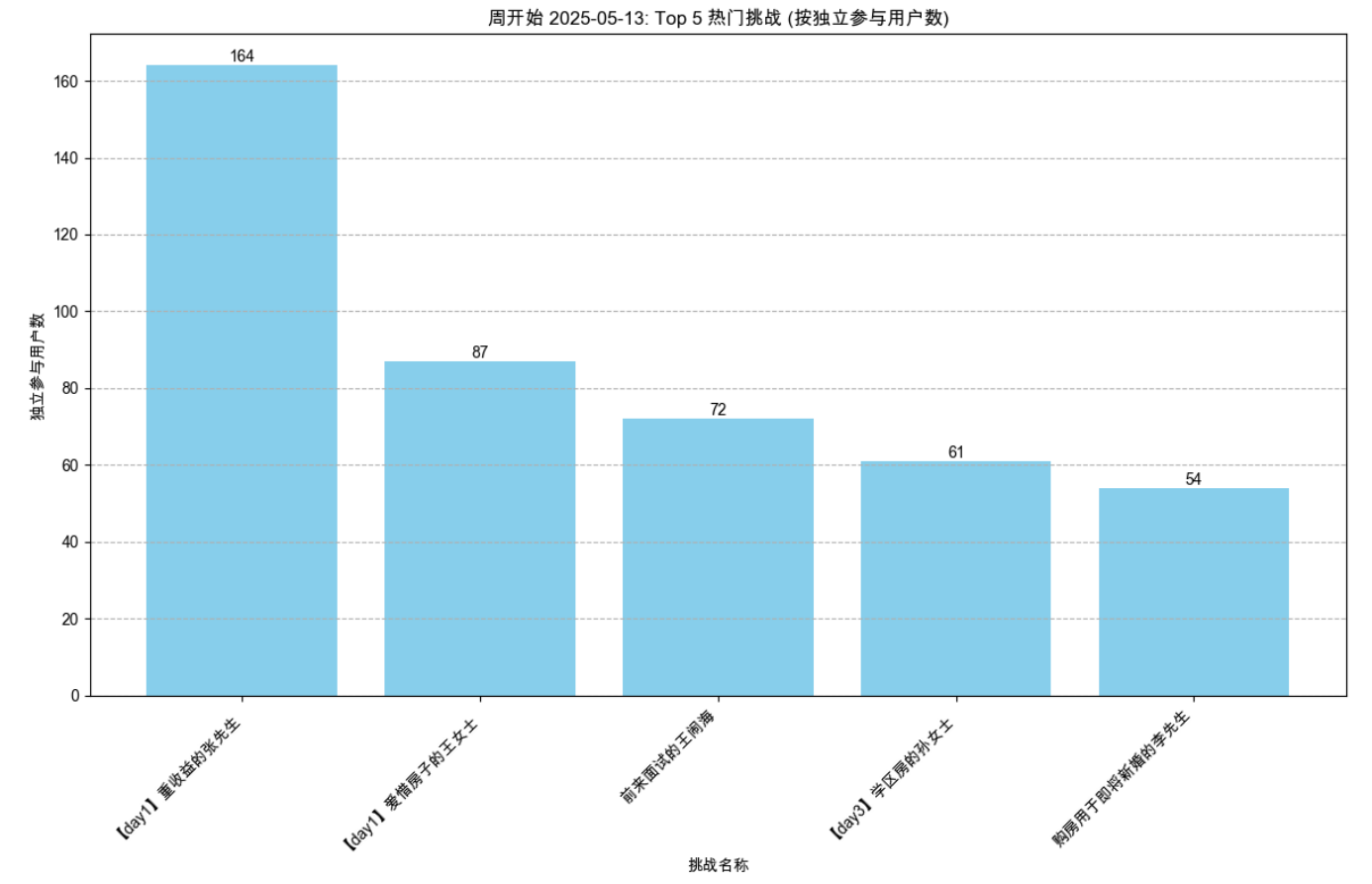
2025-04-29 开始的一周



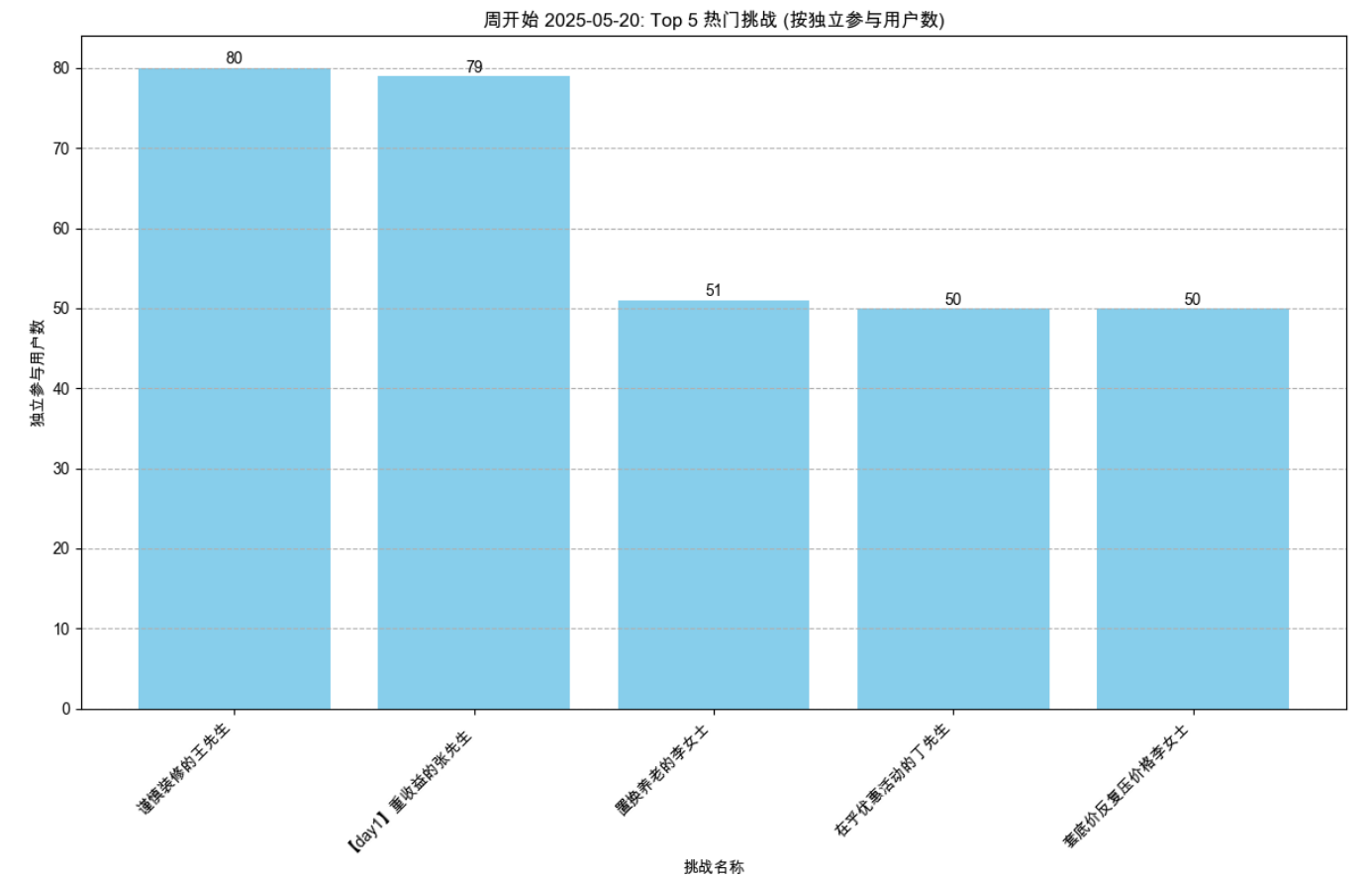
2025-05-06 开始的一周



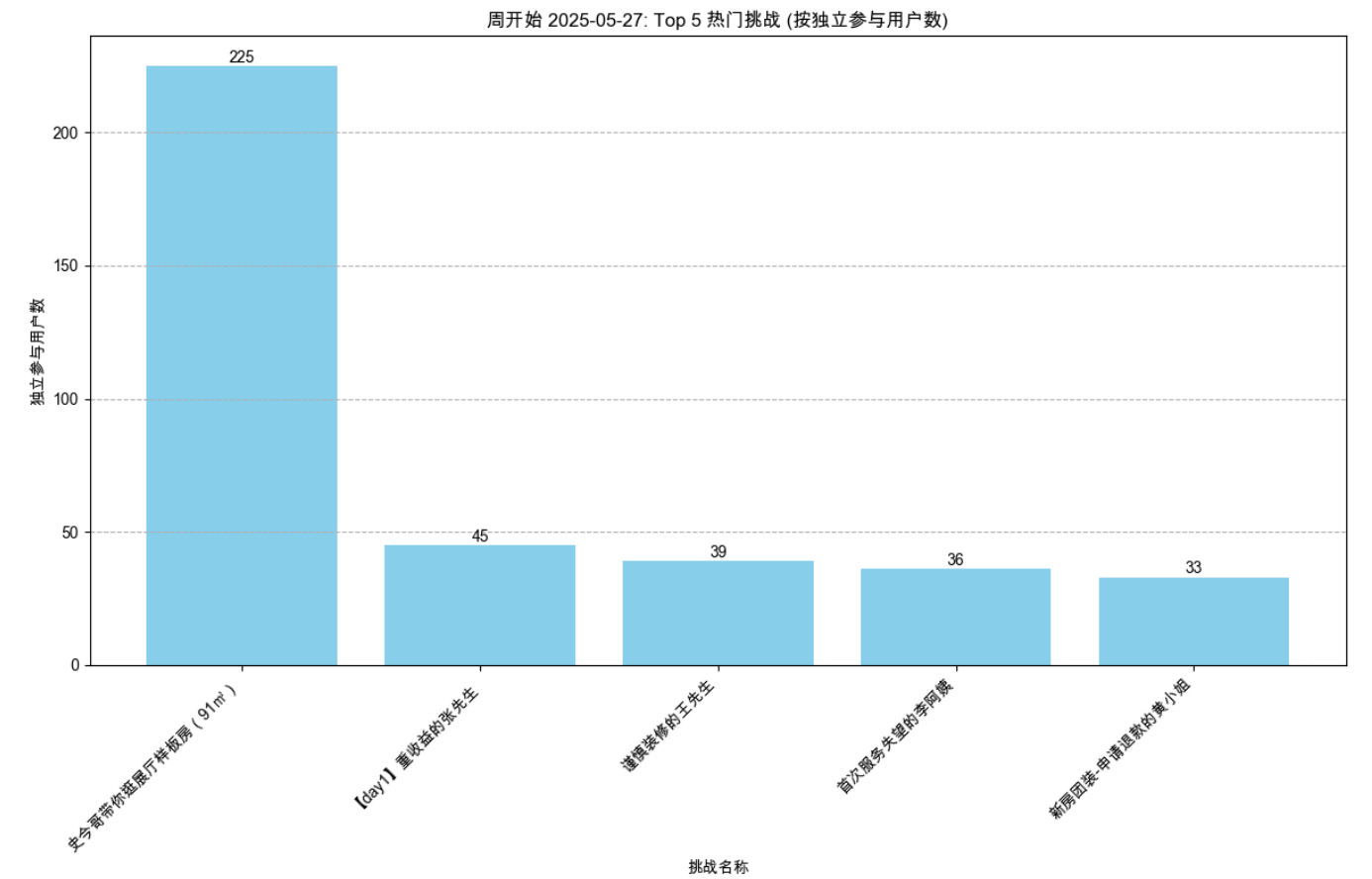
2025-05-13 开始的一周



2025-05-20 开始的一周



2025-05-27 开始的一周



数据表

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2024-09-03	工作繁忙的林小姐	119
2024-09-03	要方案的王先生	86
2024-09-03	做不了主的张女士	76
2024-09-03	想要报价的陈女士	65
2024-09-03	要效果图的刘先生	61
2024-09-10	工作繁忙的林小姐	268
2024-09-10	做不了主的张女士	170
2024-09-10	要方案的王先生	166
2024-09-10	想要报价的陈女士	108
2024-09-10	要效果图的刘先生	108
2024-09-17	工作繁忙的林小姐	123
2024-09-17	要方案的王先生	110
2024-09-17	做不了主的张女士	100
2024-09-17	想要报价的陈女士	80
2024-09-17	要效果图的刘先生	64
2024-09-24	工作繁忙的林小姐	132
2024-09-24	要方案的王先生	114
2024-09-24	做不了主的张女士	87
2024-09-24	想要报价的陈女士	83
2024-09-24	要效果图的刘先生	73
2024-10-01	工作繁忙的林小姐	21
2024-10-01	要方案的王先生	9
2024-10-01	做不了主的张女士	6
2024-10-01	想要报价的陈女士	2
2024-10-01	强势的李女士	1
2024-10-08	工作繁忙的林小姐	12
2024-10-08	要效果图的刘先生	8
2024-10-08	要方案的王先生	8
2024-10-08	做不了主的张女士	5
2024-10-08	强势的李女士	3

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2024-10-15	工作繁忙的林小姐	19
2024-10-15	要效果图的刘先生	9
2024-10-15	做不了主的张女士	5
2024-10-15	要方案的王先生	5
2024-10-15	强势的李女士	3
2024-10-22	工作繁忙的林小姐	31
2024-10-22	要方案的王先生	19
2024-10-22	做不了主的张女士	17
2024-10-22	想要报价的陈女士	12
2024-10-22	要效果图的刘先生	9
2024-10-29	工作繁忙的林小姐	56
2024-10-29	要方案的王先生	37
2024-10-29	想要报价的陈女士	29
2024-10-29	要效果图的刘先生	29
2024-10-29	做不了主的张女士	28
2024-11-05	工作繁忙的林小姐	16
2024-11-05	强势的李女士	6
2024-11-05	做不了主的张女士	5
2024-11-05	要效果图的刘先生	5
2024-11-05	要方案的王先生	4
2024-11-12	工作繁忙的林小姐	21
2024-11-12	要方案的王先生	11
2024-11-12	做不了主的张女士	9
2024-11-12	想要报价的陈女士	8
2024-11-12	要效果图的刘先生	7
2024-11-19	工作繁忙的林小姐	45
2024-11-19	做不了主的张女士	27
2024-11-19	想要报价的陈女士	23
2024-11-19	要方案的王先生	18
2024-11-19	强势的李女士	16

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2024-11-26	工作繁忙的林小姐	71
2024-11-26	做不了主的张女士	49
2024-11-26	想要报价的陈女士	40
2024-11-26	强势的李女士	20
2024-11-26	要方案的王先生	19
2024-12-03	对全包公司失望的杜先生	33
2024-12-03	看好装修公司的王女士	28
2024-12-03	工作繁忙的林小姐	24
2024-12-03	首次服务失望的李阿姨	22
2024-12-03	在乎优惠活动的丁先生	21
2024-12-10	工作繁忙的林小姐	21
2024-12-10	做不了主的张女士	16
2024-12-10	想要报价的陈女士	13
2024-12-10	在乎优惠活动的丁先生	8
2024-12-10	强势的李女士	8
2024-12-17	工作繁忙的林小姐	18
2024-12-17	做不了主的张女士	11
2024-12-17	想要报价的陈女士	11
2024-12-17	强势的李女士	9
2024-12-17	要方案的王先生	9
2024-12-24	工作繁忙的林小姐	12
2024-12-24	做不了主的张女士	10
2024-12-24	强势的李女士	8
2024-12-24	想要报价的陈女士	8
2024-12-24	要效果图的刘先生	8
2024-12-31	置换养老的李女士	109
2024-12-31	希望快速成交的李先生	89
2024-12-31	自住认为总会涨价的李姐	79
2024-12-31	不自住不急售的周女士	76
2024-12-31	预期偏高的张女士	54

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2025-01-07	工作繁忙的林小姐	13
2025-01-07	在乎优惠活动的丁先生	3
2025-01-07	做不了主的张女士	2
2025-01-07	置换养老的李女士	2
2025-01-07	不自住不急售的周女士	1
2025-01-14	置换养老的李女士	82
2025-01-14	工作繁忙的林小姐	23
2025-01-14	兼顾上学和居住品质的王先生	17
2025-01-14	不自住不急售的周女士	15
2025-01-14	想租一室户的年轻人卢先生	15
2025-01-21	大姑的春节热线	22
2025-01-21	置换养老的李女士	8
2025-01-21	不自住不急售的周女士	7
2025-01-21	工作繁忙的林小姐	7
2025-01-21	兼顾上学和居住品质的王先生	4
2025-01-28	不自住不急售的周女士	1
2025-01-28	大姑的春节热线	1
2025-01-28	看中交通便利的上班族刘小姐	1
2025-02-04	工作繁忙的林小姐	5
2025-02-04	希望快速成交的李先生	2
2025-02-04	置换养老的李女士	2
2025-02-04	不自住不急售的周女士	1
2025-02-04	做不了主的张女士	1
2025-02-11	工作繁忙的林小姐	4
2025-02-11	置换养老的李女士	3
2025-02-11	做不了主的张女士	1
2025-02-11	兼顾上学和居住品质的王先生	1
2025-02-11	同事合租多套的蔡先生	1
2025-02-18	置换养老的李女士	59
2025-02-18	不自住不急售的周女士	20

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2025-02-18	工作繁忙的林小姐	16
2025-02-18	大姑的春节热线	12
2025-02-18	兼顾上学和居住品质的王先生	8
2025-02-25	置换养老的李女士	11
2025-02-25	工作繁忙的林小姐	9
2025-02-25	想要报价的陈女士	6
2025-02-25	做不了主的张女士	5
2025-02-25	不自住不急售的周女士	4
2025-03-04	置换养老的李女士	107
2025-03-04	想租一室户的年轻人卢先生	37
2025-03-04	工作繁忙的林小姐	32
2025-03-04	兼顾上学和居住品质的王先生	31
2025-03-04	自住认为总会涨价的李姐	26
2025-03-11	置换养老的李女士	153
2025-03-11	兼顾上学和居住品质的王先生	40
2025-03-11	想租一室户的年轻人卢先生	30
2025-03-11	不自住不急售的周女士	27
2025-03-11	自住认为总会涨价的李姐	26
2025-03-18	置换养老的李女士	165
2025-03-18	首次了解美化套餐的张姐	65
2025-03-18	【day1】重收益的张先生	47
2025-03-18	【day1】爱惜房子的王女士	23
2025-03-18	不自住不急售的周女士	23
2025-03-25	首次了解美化套餐的张姐	104
2025-03-25	置换养老的李女士	79
2025-03-25	【day1】重收益的张先生	70
2025-03-25	了解美化后有疑问的胡女士	46
2025-03-25	兼顾上学和居住品质的王先生	33
2025-04-01	置换养老的李女士	50
2025-04-01	【day1】重收益的张先生	19

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2025-04-01	兼顾上学和居住品质的王先生	13
2025-04-01	工作繁忙的林小姐	10
2025-04-01	看中交通便利的上班族刘小姐	10
2025-04-08	置换养老的李女士	68
2025-04-08	【day1】重收益的张先生	38
2025-04-08	【云管家】在外地首次了解省心租的王女士	19
2025-04-08	【云管家】朋友被包租公司坑过，担心没保障的苏女士	16
2025-04-08	兼顾上学和居住品质的王先生	16
2025-04-15	置换养老的李女士	69
2025-04-15	首次了解美化套餐的张姐	39
2025-04-15	【day1】重收益的张先生	38
2025-04-15	兼顾上学和居住品质的王先生	25
2025-04-15	【day1】爱惜房子的王女士	14
2025-04-22	置换养老的李女士	65
2025-04-22	【day1】重收益的张先生	31
2025-04-22	工作繁忙的林小姐	18
2025-04-22	做不了主的张女士	14
2025-04-22	大姑的春节热线	13
2025-04-29	前来面试的王闹海	31
2025-04-29	【day1】重收益的张先生	21
2025-04-29	【上海测试】重收益的李先生	16
2025-04-29	置换养老的李女士	13
2025-04-29	【上海测试】在自如托管过的金先生	12
2025-05-06	谨慎装修的王先生	154
2025-05-06	前来面试的王闹海	76
2025-05-06	【day1】重收益的张先生	39
2025-05-06	【云管家】在外地首次了解省心租的王女士	35
2025-05-06	【云管家】朋友被包租公司坑过，担心没保障的苏女士	35
2025-05-13	【day1】重收益的张先生	164
2025-05-13	【day1】爱惜房子的王女士	87

周开始日期	挑战名称	独立参与用户数
2025-05-13	前来面试的王闹海	72
2025-05-13	【day3】学区房的孙女士	61
2025-05-13	购房用于即将新婚的李先生	54
2025-05-20	谨慎装修的王先生	80
2025-05-20	【day1】重收益的张先生	79
2025-05-20	置换养老的李女士	51
2025-05-20	在乎优惠活动的丁先生	50
2025-05-20	套底价反复压价格李女士	50
2025-05-27	史今哥带你逛展厅样板房（91m²）	225
2025-05-27	【day1】重收益的张先生	45
2025-05-27	谨慎装修的王先生	39
2025-05-27	首次服务失望的李阿姨	36
2025-05-27	新房团装-申请退款的黄小姐	33

输出文件

- 周热门挑战数据: [top_challenges_weekly.xlsx](#) (路径: [data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/content_hotness_analysis/top_challenges_weekly.xlsx](#))
- 本报告: [content_hotness_report.md](#) (路径: [data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/content_hotness_analysis/content_hotness_report.md](#))

深度分析

1. 内容生态洞察

- "常青树"与"爆款"内容并存:
 - 常青树内容: 部分核心场景，如 "工作繁忙的林小姐" 和 "置换养老的李女士"，在长达数月的时间里持续吸引大量用户，构成了产品内容生态的基石。这些是经过验证的、具有普遍吸引力的优质内容。
 - 爆款内容: 产品的活跃度呈现出明显的"爆款驱动"模式。新内容的上线能迅速拉动用户参与。最典型的例子是 "史今哥带你逛展厅样板房（91m²）"，在上线当周（2025-05-27）即吸引了225名独立用户，远超其他任何时期的单个剧本热度，与我们在用户活跃度分析中观察到的5月29日DAU峰值（342人）高度吻合。这表明，高质量、有吸引力的新内容是拉动用户增长和活跃度的核心引擎。
- 内容迭代与主题演进:

- 从热门剧本的名称演变可以看出清晰的内容策略迭代路径：从早期的通用销售异议处理（如"要方案"、"要报价"），到后期引入的房产交易（"置换养老"、"学区房"）、增值服务（"美化套餐"、"云管家"）以及特定活动（"逛展厅"、"面试"）等，内容正朝着更垂直、更细分的场景发展。

2. 内容的生命周期与用户疲劳

- **内容疲劳现象:** 曾经的绝对王者"工作繁忙的林小姐"在维持了近6个月的统治地位后，其热度在2025年第一季度开始逐渐下降，并最终被新的热门内容取代。这揭示了即便是最优质的内容也存在生命周期和用户疲劳效应。
- **持续更新的必要性:** 为了维持用户的新鲜感和参与度，必须建立一个持续的内容更新迭代机制。不能仅仅依赖少数几个"常青树"剧本，而是要不断推出新的、多样化的场景来满足不同用户的需求，并驱动整体活跃度的提升。

3. 策略建议

- **打造内容矩阵:** 建议将内容策略明确为"常青树内容"+"爆款内容"的矩阵模式。
 - **稳定输出:** 保证核心业务场景的"常青树"内容覆盖全面、质量精良。
 - **持续创新:** 定期（如每月）策划和上线具有话题性或新颖性的"爆款"内容，作为拉动用户活跃度的关键抓手，并配合运营活动进行推广。
- **加强内容宣发:** 对于"史今哥"这类潜力爆款，应在上线前、后进行预热和推广，通过公告、推送等方式告知用户，最大化其影响力。