

2013 广东微生活白皮书



2013年11月

1、数据来源及说明

本报告中的数据均来源于新浪微博数据中心。

数据的样本范围从13年4月1日起，截止至2013年9月30日；

2、研究方法及介绍

本报告以定量分析为主，运用了对比分析、交叉分析、内容分析等研究方法进行分析。

3、名词解释

提及度：机构/个人在一定时间段内发布博文中出现该词的次数；

微博旅游兴趣用户：一定时期内发布含旅游相关关键词微博的用户。

微博汽车兴趣用户：一定时期内发布含汽车相关关键词微博的用户。

微博美食兴趣用户：一定时期内发布含美食相关关键词微博的用户。

微博购物兴趣用户：一定时期内发布含购物相关关键词微博的用户。

研究背景

从诞生那一刻起，微博就开始迅速融入人们的生活，改变大众接触和发布信息的渠道，重构网络社交关系链，在互联网上掀起了一场龙卷风。政治、经济、文化乃至社会生活的方方面面皆被裹挟其中。截止2013年3月底，新浪微博注册用户增长至5.36亿，截至到2013年9月底，日均活跃用户数已达到6020万，日均发布微博数据1.3亿条，已成为中国最大、最有影响力的微博网络平台。

微博对营销具有巨大价值。它不仅具备开放性和多元化的特点，还能适时化零为整，把个性化的受众快速聚拢在一起。在微博这个广阔的平台之上，具有前瞻意识的营销人已经敏锐而积极地开展着管理品牌、管理客户等工作，让品牌和受众互动、共鸣，不断上演营销佳话。

由于技术的不断进步，了解生活者现状在今天已不是什么难事。然而，问题的关键在于，我们所看到的往往都是表面现象，尤其是大数据的时代，引发生活者进行各种活动的心理机制和意愿动因的洞察和分析变得就更加复杂。所以，新浪广东充分整合门户影响力、微博传播效能，构建本地用户社区并改变用户在互联网交流分享的方式，更深入、更具体、更前瞻、更贴近人群的生活者的心理动态的观察和挖掘，实现对本地用户消费决策和消费方式的影响与改变。构建以创意传播为核心，服务机构社会化营销需求，上下游不断丰满的社会化网络生活服务平台。

鉴于此，新浪广东、新浪微博数据中心联合发布《2013年微生活白皮书》（以下简称《白皮书》）。《白皮书》包括四个主题研究。分别为：区域微博用户众生相、区域微博用户行为谱、区域微博用户价值录、区域微博机构营销志，为广东旅游、美食、购物、汽车行业今后微博营销提供数据支持及策略依据。

目录

第一章 广东微博用户众生相

1.1 广东微博用户属性分析

- 1.1.1 广东微博用户的年龄分析
- 1.1.2 广东微博用户的性别分析
- 1.1.3 广东微博用户的教育程度分析
- 1.1.4 广东微博用户的地区分析
- 1.1.5 广东微博达人用户分析
- 1.1.5 广东微博认证用户分析
- 1.1.7 广东微博用户的生肖分析
- 1.1.8 广东微博用户的星座分析

1.2 广东微博用户移动终端使用情况分析

- 1.2.1 广东微博用户终端使用分析
- 1.2.2 广东微博用户手机操作系统占比分析

第二章 广东微博用户行为谱

2.1 广东微博用户微博内容提及量TOP100热词

2.2 TOP500热词行业占比

2.3 广东微博旅游行业内容及兴趣用户分析

- 2.3.1 微博旅游内容提及量TOP100热词汇
- 2.3.2 微博旅游内容提及量TOP15热词榜
- 2.3.3 旅游兴趣用户微博搜索热词分类TOP15
- 2.3.4 广东微博旅游兴趣用户特征分析
 - 2.3.4.1 旅游目的地用户分析
 - 2.3.4.2 旅游出行方式用户分析
 - 2.3.4.3 旅游主题用户分析

目录

2.4 广东微博美食行业内容及兴趣用户分析

- 2.4.1 微博美食内容提及量TOP100热词汇
- 2.4.2 微博美食内容提及量TOP15热词榜
- 2.4.3 微博美食分类话题量及热词排行
- 2.4.4 美食兴趣用户微博搜索热词分类TOP15
- 2.4.5 广东微博美食兴趣用户特征分析

2.5 区域微博购物行业内容及兴趣用户分析

- 2.5.1 微博购物内容提及量TOP100热词汇
- 2.5.2 微博购物内容提及量TOP15热词榜
- 2.5.3 购物兴趣用户微博搜索热词分类TOP15
- 2.5.4 广东微博购物兴趣用户特征分析

2.6 广东微博汽车行业内容及兴趣用户分析

- 2.6.1 微博汽车内容提及量TOP100热词汇
- 2.6.2 微博汽车内容提及量TOP15热词榜
- 2.6.3 汽车兴趣用户微博搜索热词分类TOP15
- 2.6.4 广东微博汽车兴趣用户特征分析

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

- 3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜
- 3.1.2 广东行业意见领袖

3.2 广东媒体认证用户分析

目录

3.3 广东行业账号推荐

- 3.3.1 广东政务微博账号推荐
- 3.3.2 广东快消行业微博账号推荐
- 3.3.3 广东商超行业微博账号推荐
- 3.3.4 广东3C行业微博账号推荐
- 3.3.5 广东金融行业微博账号推荐
- 3.3.6 广东汽车行业微博账号推荐
- 3.3.7 广东运营商微博账号推荐

第四章：区域微博机构营销志

- 4.1 带着微博去旅行
- 4.2 五仁我挺你

第一章

广东微博用户众生相

微博用户市场规模不断壮大，如此庞大的用户群中呈现出哪些属性特征？我们将以广东微博用户为研究对象，进行全面的分析和解读，从年龄到性别，从星座到学历，从微博登陆习惯到移动设备，帮助企业全角度了解广东微博用户众生。

第一章 广东微博用户众生相

广东微博用户定义

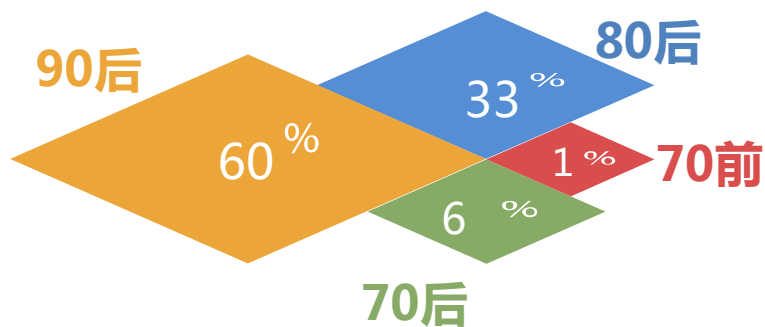
指微博注册地标注为广东省的所有微博用户

1.1 广东微博用户的基本属性分析

◆男性高于女性，80、90后是主体人群

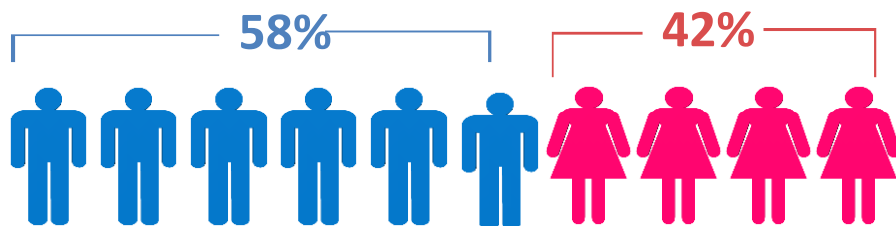
1.1.1

广东微博用户的年龄分析



1.1.2

广东微博用户的性别分析



第一章 广东微博用户众生相

1.1.3

广东微博用户的教育程度分析



大学及以上54.2%



高中16.5%

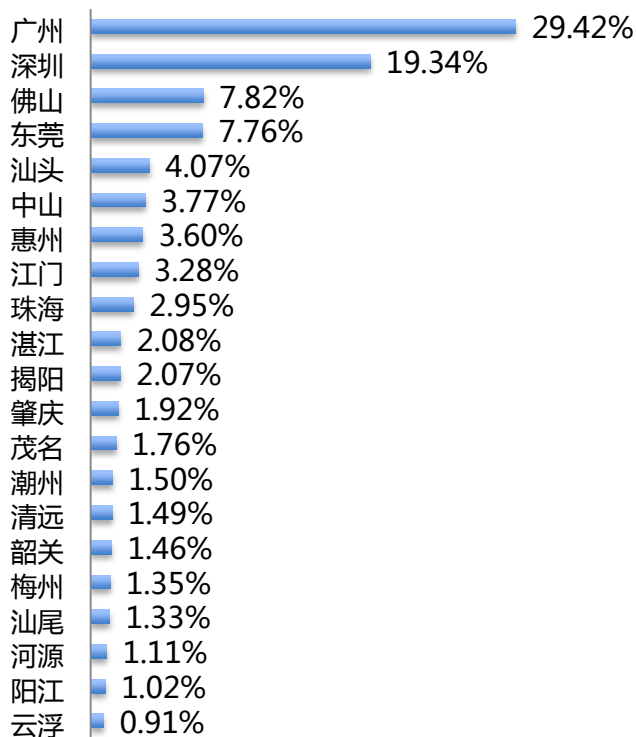
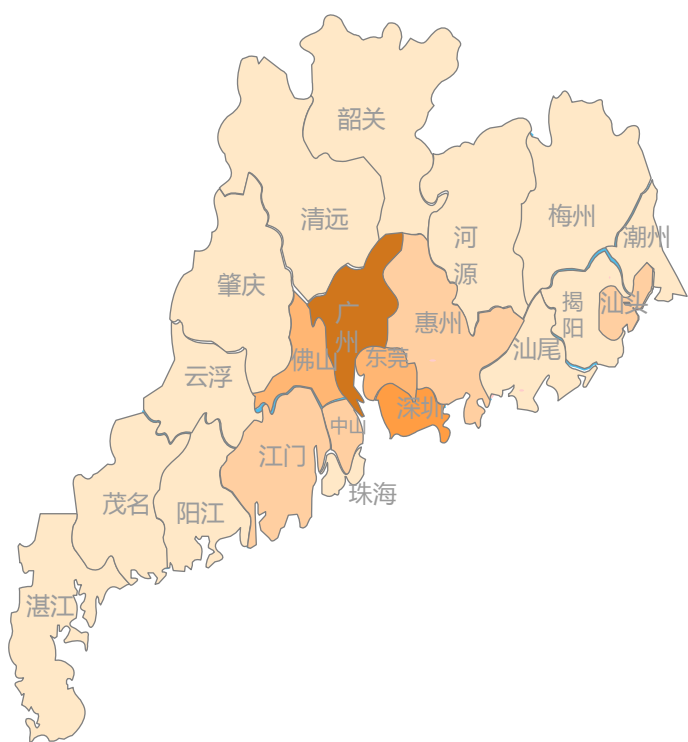
小学3.5%

中专技校8.9%

初中16.9%

1.1.4

广东微博用户的地区分析



◆ 54.2%的用户受过高等教育

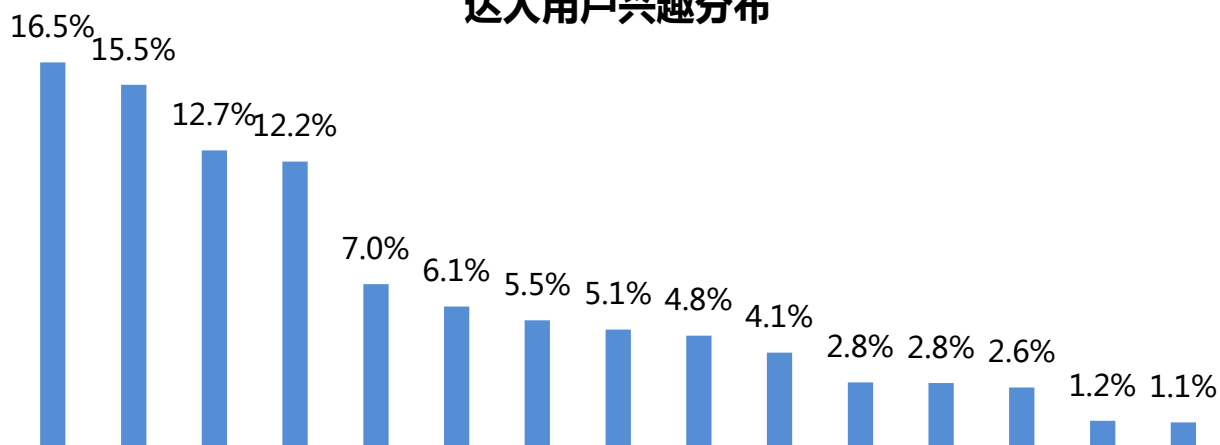
◆ 广东微博用户主要集中在广州，其次是深圳、佛山、东莞。

第一章 广东微博用户众生相

1.1.5

广东微博达人用户分析

达人用户兴趣分布

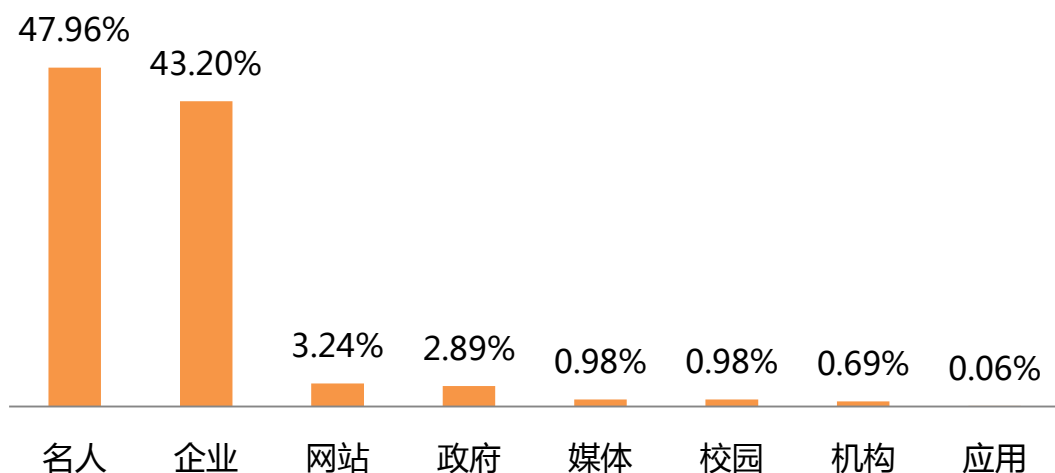


音乐 美食 旅游 电影 时尚 体育 动漫 游戏 摄影 宠物 星座 汽车 文学 公益 财经

*用户成为达人后可以选择3个兴趣

1.1.6

广东微博认证用户分析



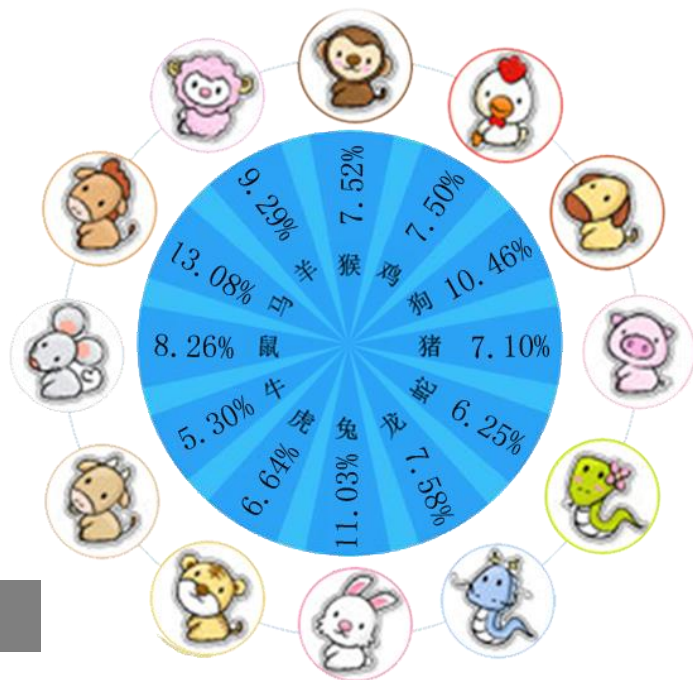
◆从数量上看，广东微博认证用户大部分是名人及企业。

◆广东达人用户的兴趣主要集中在音乐、美食、旅游、电影。

第一章 广东微博用户众生相

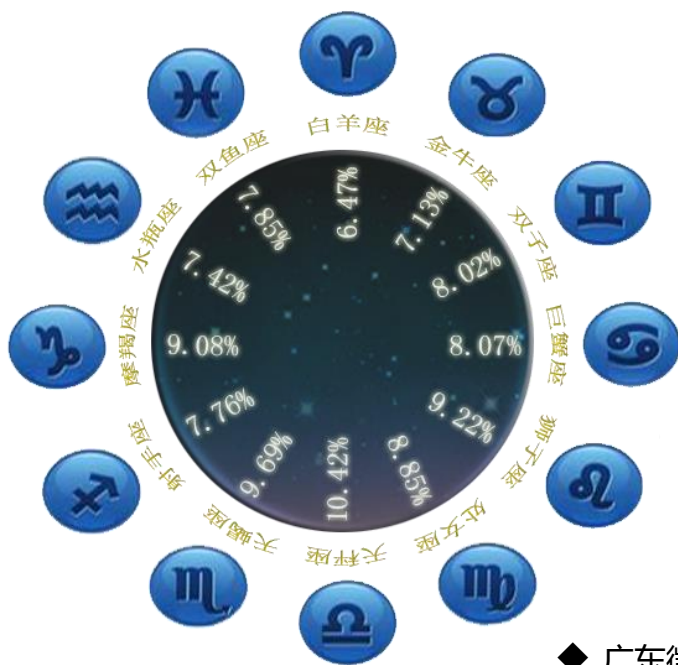
1.1.7

广东微博用户的生肖分析



1.1.8

广东微博用户的星座分析



- ◆ 广东微博用户中**生肖马**，**天秤座**最多。
- ◆ **生肖牛**、**白羊座**用户最少

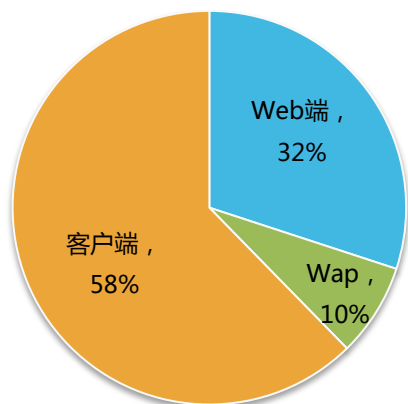
第一章 广东微博用户众生相

1.2 广东微博用户移动终端使用情况分析

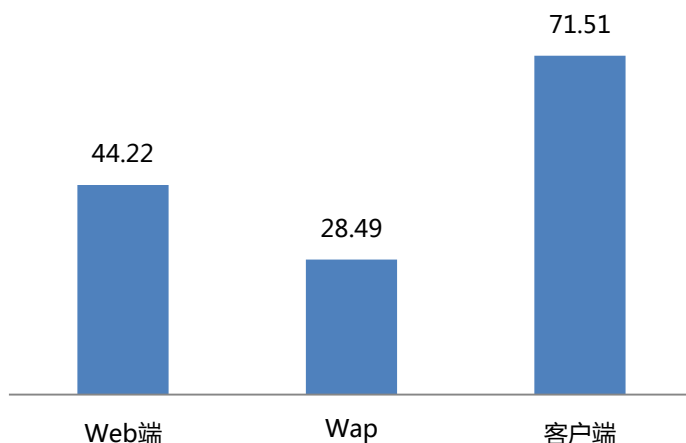
- ◆ 广东微博用户日均登陆时长中**客户端**登陆时长最长
- ◆ 通过**客户端**登陆微博的人数最多，移动端日渐成为微博用户的主阵地
- ◆ 使用**安卓系统**登陆的用户最多，**苹果IOS系统**排名第二

1.2.1

广东微博用户终端使用分析



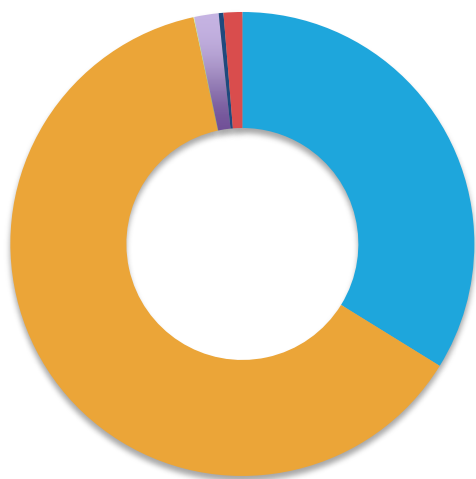
日均使用人数占比



日均在线时长 (分钟)

1.2.2

广东微博用户手机操作系统占比分析



- iOS: 33.8%
- android: 62.8%
- Blackberry: 0.05%
- Nokia: 1.7%
- java: 0.3%
- win: 1.3%

第二章

广东微博用户行为谱

微博“随时随地”的产品特性，决定了微博用户访问场景及内容的碎片化，那么用户的微博内容到底呈现出一幅怎样的营销图谱？

上一章广东微博用户众生相中，我们了解到，微博平台汇集了一群具备较高学历的年轻群体，那么，本章将以与用户日常生活密切相关的吃、游、购、行为内容，全面挖掘旅游、美食、购物和汽车四个行业用户的微博内容及行为，帮助企业了解区域微博用户的营销价值与消费潜力。

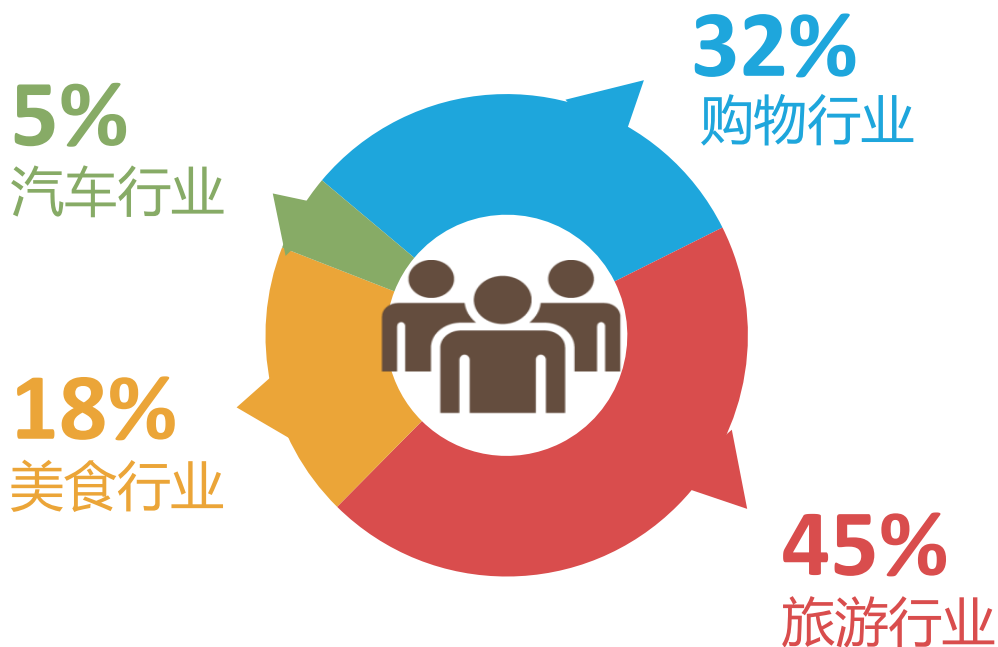
第二章 广东微博用户行为谱

2.1 广东微博用户微博内容提及量TOP100热词

广东微博用户美食、旅游、购物、汽车四大行业微博内容提及量TOP100热词：

spa t恤 奥迪 巴黎 保湿 冰淇淋 布丁 草原 衬衣 出发 大海 代购 岛 吊带 东京 豆浆
度假 防晒 风景 风衣 服饰 出行 服装 购物 海边 海鲜 汉服 行程 黑眼圈 护肤 化
妆品 火锅 洁面 金山 景点 酒店 烤肉 肯德基 出游 拉链 凉鞋 伦敦 罗马 宝马
旅行 旅途 旅游 麦当劳 毛衣 美景 美食 米粉 面膜 明信片 奶茶 祛斑 奶粉 南山 内
衣 纽约 女装 爬山 奔驰 拍照 潜水 巧克力 情侣装 裙子 日出 山水 烧烤 摄影
生姜 寿司 睡衣 酸奶 糖水 田园 卫衣 温泉 西雅图 西装 线路 香奈儿 香水 小吃
鞋子 邂逅 新界 雪纺衫 雪糕 腰带 景区 衣服 宜家 椅子 樱花 之旅 质地 抗衰老

2.2 TOP500热词行业占比



- ◆ 旅游行业热词占比最高。
- ◆ 广东微博用户最经常在微博中谈论旅游、购物相关内容。

第二章 广东微博用户行为谱

2.3 广东微博**旅游**行业内容及兴趣用户分析

2.3.1 微博旅游内容提及量TOP100热词汇

spa 巴黎 岛 白云山 波士顿 草原 出发 出行 出游 大海 登山 旅途 迪拜
钓鱼岛 东京 度假 法兰克福 风景 高尔夫 宫崎 购物 古迹 古镇 鼓浪屿 海
边 海岛 汉堡 行程 航班 护照 华尔街 华山 环游 黄山 会安 极光 郊游 金山 景
点 景区 九龙 酒店 伦敦 罗马 洛杉矶 旅行 马赛 曼谷 美景 美食 米兰 蜜
月 旅游 明信片 南极 南山 尼斯 纽约 爬山 拍照 骑行 签证 潜水 日出 日内
瓦 沙漠 山水 摄影 首尔 台北 泰山 天涯海角 田园 徒步 威尼斯 温泉 乌镇
西湖 西雅图 峡谷 夏威夷 仙境 闲逛 线路 邂逅 新界 艳遇 夜景 夜市 樱花 游
记 游览 游玩 游走 之行之旅 自驾 自由行 租车 足迹

2.3.2 微博旅游内容提及量TOP15热词榜

序列	热词	提及度
1	旅行	5,368,975
2	风景	4,593,596
3	美食	3,633,434
4	旅途	2,956,490
5	新界	2,869,946
6	旅游	1,907,423
7	岛	1,555,823
8	购物	1,526,212
9	摄影	1,398,790
10	出发	1,383,579
11	之旅	1,051,169
12	酒店	1,009,848
13	拍照	930,677
14	大海	575,999
15	海边	553,415

- ◆ 用户提及最多的地点是**新界、伦敦、巴黎、纽约**
- ◆ **自驾游、自助游**是广东微博用户最喜欢的出行方式
- ◆ 用户最关注的旅游目的地主题有**大海、田园、草原、温泉**
- ◆ 用户在旅行中喜欢做的事有**美食、购物、摄影**。

第二章 广东微博用户行为谱

2.3.3 旅游兴趣用户微博搜索热词分类TOP15

- ◆ 旅游兴趣用户较多使用微博搜索**省内**目的地
- ◆ 旅游兴趣用户对**exo、宋茜、鹿晗**等娱乐明星较为关注
- ◆ **影视娱乐、网购**等活动受到旅游兴趣人群的喜爱

序号	旅游词
1	汕头
2	深圳
3	广州
4	汕尾
5	江门
6	潮南
7	香港
8	普宁
9	湛江
10	珠海
11	旅游
12	惠州
13	番禺
14	澳门
15	揭阳

序号	热点词
1	进击的巨人
2	一吻定情
3	郭美美
4	小时代
5	我们结婚了
6	中国好声音
7	快乐男声
8	朱令
9	袁姗姗
10	听见你的声音
11	李天一
12	致青春
13	ios7
14	三亚海天盛宴
15	中国最强音

序号	娱乐词
1	exo
2	宋茜
3	鹿晗
4	吴亦凡
5	华晨宇
6	刘诗诗
7	郑爽
8	尼坤
9	周笔畅
10	权志龙
11	钟汉良
12	韩庚
13	古川雄辉
14	圭贤
15	赵丽颖

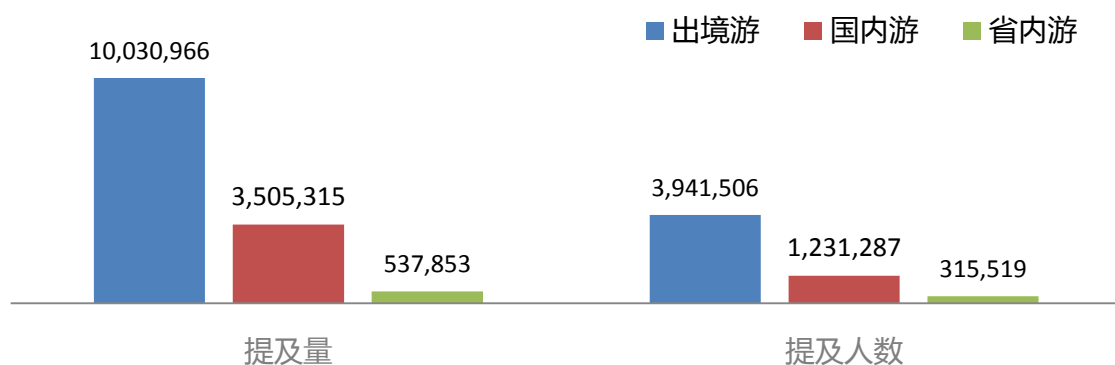
序号	其他词
1	恒大
2	电影
3	互粉
4	搞笑
5	scc
6	炫富大赛
7	nba
8	zr1000
9	微电影
10	香港代购
11	广州兼职
12	高考
13	毕业照
14	iphone5s
15	哈士奇

第二章 广东微博用户行为谱

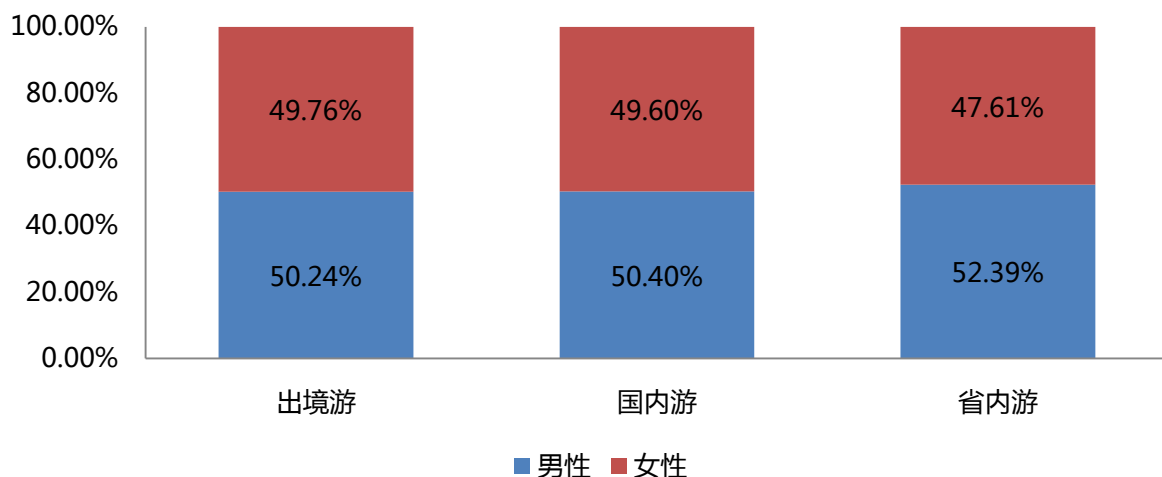
2.3.4 广东微博旅游兴趣用户特征分析

2.3.4.1 旅游目的地用户分析

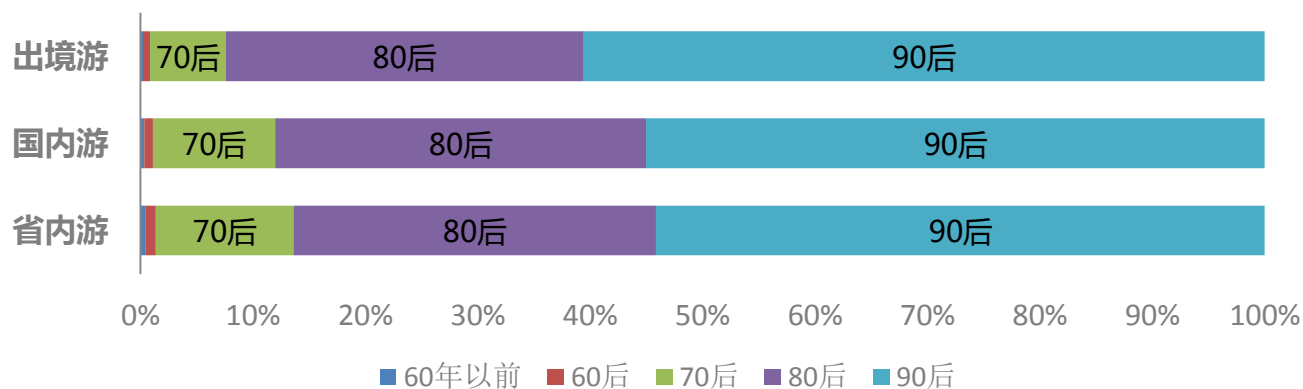
用户提及对比 I



用户性别对比 I



用户年龄对比 I

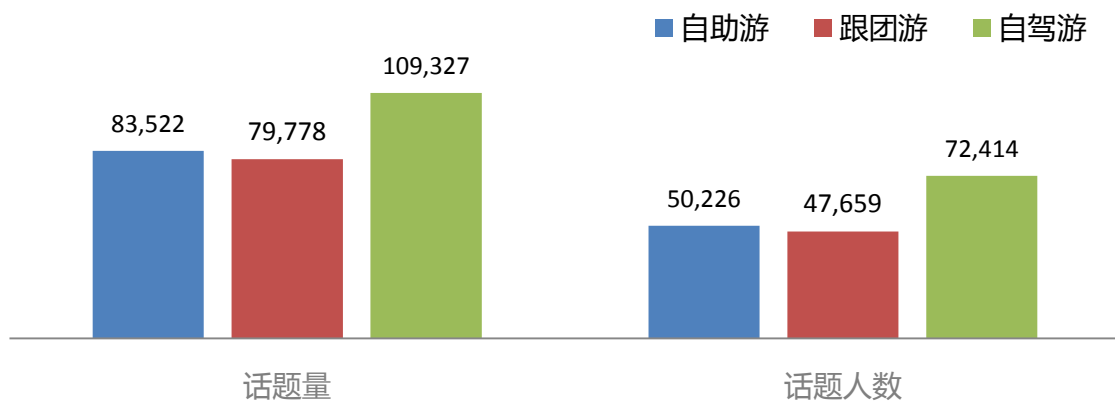


- **出境游**提及度和提及用户均较其他旅游目的地数量最大
- 各类旅游目的地用户中，**男性**均高于女性

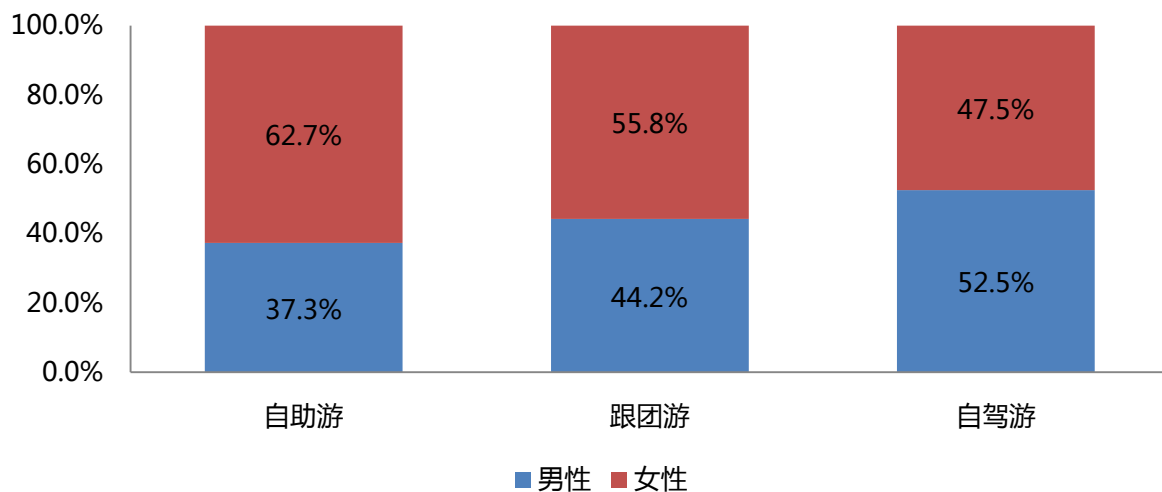
第二章 广东微博用户行为谱

2.3.4.2 旅游出行方式用户分析

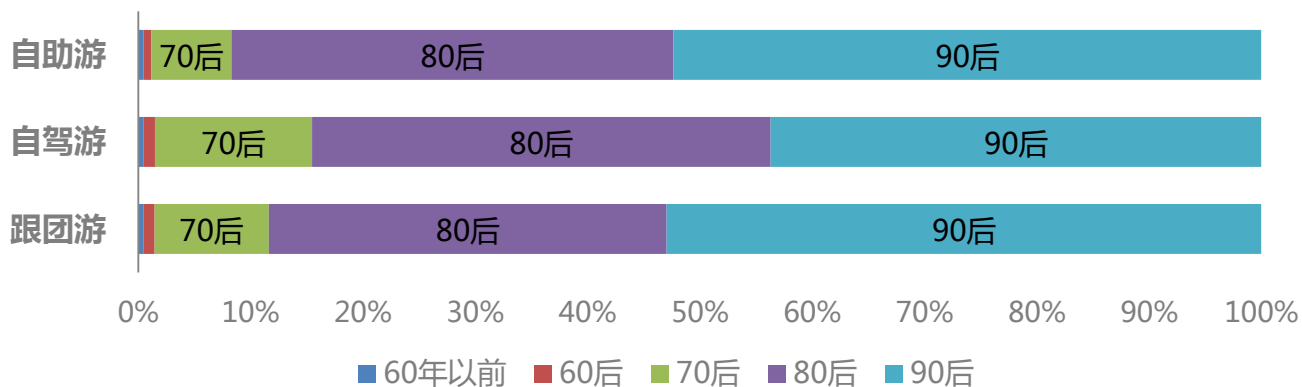
用户提及对比 |



用户性别对比 |



用户年龄对比 |

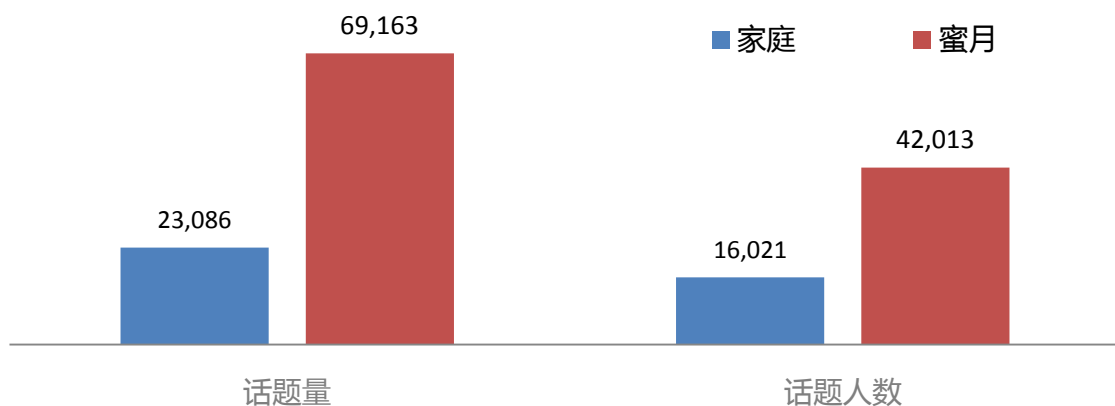


- **自驾游**是微博上热度最高的出行方式，提及自驾游的用户男性高于女性，其他出行方式则女性更多
- **80后**是旅游的主力人群，**70后**更加关注自驾游，**90后**则更多关注跟团游

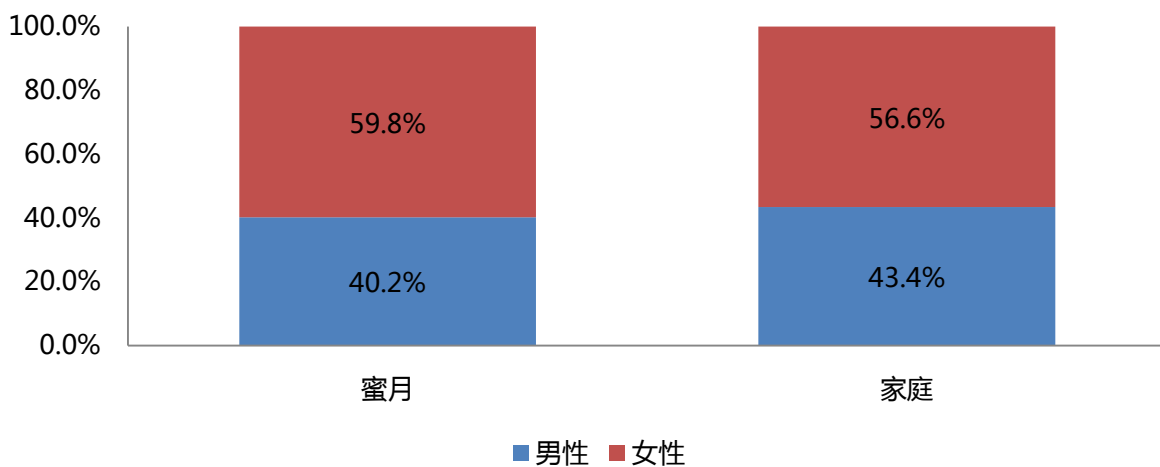
第二章 广东微博用户行为谱

2.3.4.3 旅游主题用户分析

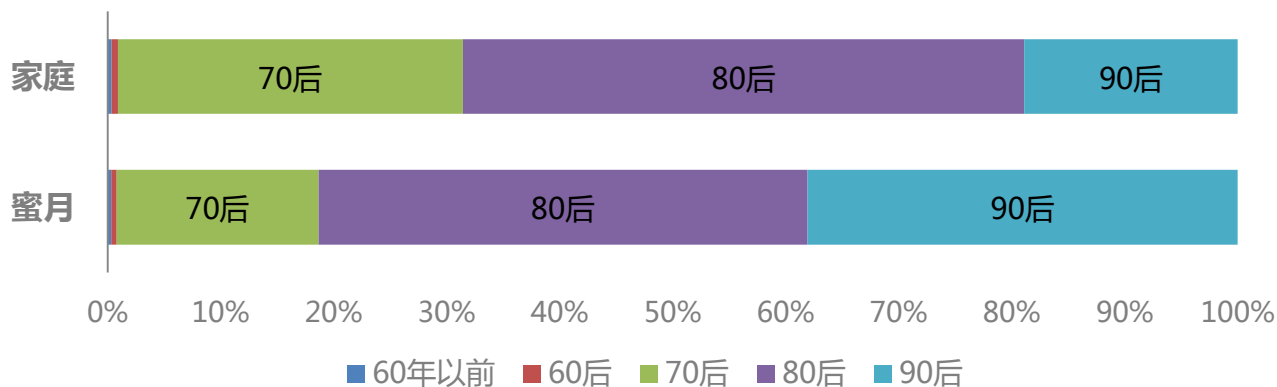
用户提及对比 I



用户性别对比 I



用户年龄对比 I



- **蜜月游**的提及量及提及人数均**高于**家庭游，人群以80、90后的女性为主
- **家庭游**人群的年龄则集中在70、80后

第二章 广东微博用户行为谱

旅游行业小结：

随着国民收入的不断提高和国民生活的不断改善，越来越多用户乐意为旅游买单。出境游被提及次数最大，其中欧洲和美国是出境游最受关注的旅游目的地，省内游中龙山最受网民关注。此外，自助游和自驾游是用户首选的出行方式，传统的跟团游模式逐渐衰退，企业应关注用户需求变化，及时调整产品及服务策略。

通过用户属性分析得出，旅游兴趣用户以女性为主，80后和90后是旅游行业的主要用户群体。但在自驾游和家庭游方面，70后占有较高的比重。

第二章 广东微博用户行为谱

2.4 广东微博**美食**行业内容及兴趣用户分析

2.4.1 微博美食内容提及量TOP100热词汇

bbq pizza 白粥 鲍鱼 爆米花 必胜客 冰激凌 **冰淇淋** 叉烧 肠粉 炒饭 臭豆腐
刺身 大排档 **布丁** 蛋卷 蛋挞 豆豉 豆腐花 豆花 **豆浆** 剁椒 番茄酱 **方便面**
肥牛 糕点 龟苓膏 果酱 海底捞 **海鲜** 汉堡 蚝油 河粉 **火锅** 鸡排 煎饼 叫花鸡
康师傅 烤鸡 **烤肉** 烤鱼 **肯德基** 快餐 凉粉 绿豆汤 麻辣烫 马卡龙 **麦当**
劳 慕斯 奶酪 年糕 牛排 **米粉** 牛肉面 牛肉丸 牛杂 泡芙 朋友聚会 披萨 葡萄
干 **巧克力** 请客 全麦面包 热狗 肉松 **奶茶** 三明治 三文鱼 色拉 沙拉 **烧烤**
寿司 薯片 薯条 双皮奶 水煮鱼 松糕 酸菜鱼 酸辣粉 **酸奶** 糖醋排骨 **糖水** 提
拉米苏 西餐 西米露 **小吃** 小笼包 **雪糕** 意大利面 意粉 意面 鱼蛋 鱼生 鱼丸
元宵 云吞 炸酱面 章鱼 芝麻糊 芝士蛋糕

2.4.2 微博美食内容提及量TOP15热词榜

序列	热词	提及度
1	巧克力	695,700
2	酸奶	568,402
3	奶茶	469,741
4	烧烤	452,070
5	海鲜	407,348
6	雪糕	399,817
7	寿司	372,419
8	冰淇淋	334,675
9	豆浆	316,861
10	火锅	312,318
11	糖水	310,345
12	小吃	279,563
13	麦当劳	256,280
14	米粉	227,824
15	布丁	206,327

- ◆ 用户提及最多的美食类型是**巧克力、酸奶、奶茶和烧烤**
- ◆ **请客、朋友聚会和婚宴**是广东微博用户提及最多的主题
- ◆ **甜品、小吃**则是广东微博用户提及最多的口味

第二章 广东微博用户行为谱

2.4.3 微博美食分类话题量及热词排行



小吃：话题量7,309,128
占比35.4%



甜品：话题量4,452,371
占比21.6%



西餐：话题量1,856,810
占比9.0%



海鲜：话题量1,291,269
占比6.2%



快餐：话题量1,274,023
占比6.1%



川菜：话题量938,298
占比4.5%



烧烤：话题量862,328
占比4.2%



日韩：话题量857,353
占比4.1%



粤菜：话题量771,067
占比3.7%



火锅：话题量571,749
占比2.8%



湘菜：话题量471,574
占比2.3%

◆ 美食兴趣用户提及最多的是各类**小吃**，**甜品**也备受青睐。

◆ 下面我们也将公布每个分类下**提及度最高**的词，以呈现用户关注热点，在制定菜式及优惠活动时，可以更有针对性的满足用户。

第二章 广东微博用户行为谱

小吃热词top10

序列	热词	提及度
1	酸奶	568,402
2	奶茶	469,741
3	烧烤	452,070
4	豆浆	316,861
5	糖水	310,345
6	小吃	279,563
7	米粉	227,824
8	炒饭	147,535
9	薯条	145,508
10	奶酪	131,739

甜品热词top10

序列	热词	提及度
1	巧克力	695,700
2	雪糕	399,817
3	冰淇淋	334,675
4	番茄酱	130,392
5	冰激凌	119,842
6	爆米花	83,613
7	芝士蛋糕	81,595
8	西米露	64,414
9	慕斯	56,058
10	元宵	47,051

第二章 广东微博用户行为谱

西餐热词top10

序列	热词	提及度
1	布丁	206,327
2	西餐	135,857
3	沙拉	134,476
4	汉堡	118,170
5	牛排	108,129
6	披萨	98,328
7	必胜客	91,728
8	蛋挞	72,195
9	色拉	69,326
10	pizza	61,927

海鲜热词top10

序列	热词	提及度
1	海鲜	407,348
2	三文鱼	129,057
3	蚝油	112,170
4	鱼蛋	75,664
5	章鱼	72,315
6	鲍鱼	62,296
7	鱼生	34,656
8	牡蛎	24,742
9	瑶柱	20,984
10	海胆	20,292

第二章 广东微博用户行为谱

快餐热词top10

序列	热词	提及度
1	麦当劳	256,280
2	肯德基	202,337
3	方便面	158,071
4	快餐	146,814
5	康师傅	90,930
6	真功夫	34,252
7	李先生	26,108
8	上校鸡块	16,441
9	小吃店	11,894
10	汉堡王	8,822

川菜热词top10

序列	热词	提及度
1	叫花鸡	45,602
2	水煮鱼	44,441
3	川菜	31,686
4	打老虎	26,001
5	鱼香肉丝	23,854
6	回锅肉	20,759
7	麻婆豆腐	19,729
8	麻辣火锅	19,168
9	芽菜	18,206
10	水煮牛肉	13,872

第二章 广东微博用户行为谱

烧烤热词top10 |

序列	热词	提及度
1	烤肉	183,255
2	bbq	43,744
3	烤翅	33,719
4	烤串	16,962
5	沙茶酱	12,249
6	鸡米花	10,867
7	烤羊肉串	4,386
8	烤羊排	3,324
9	蒲烧	973
10	牛里脊肉	487

日韩热词top10 |

序列	热词	提及度
1	寿司	372,419
2	刺身	39,444
3	日本料理	26,826
4	章鱼小丸子	21,226
5	炒年糕	17,500
6	辣白菜	17,230
7	紫菜包饭	16,581
8	海带汤	15,146
9	韩国泡菜	13,309
10	包肉	11,088

第二章 广东微博用户行为谱

粤菜热词top10

序列	热词	提及度
1	肠粉	142,057
2	叉烧	68,103
3	糖醋排骨	35,174
4	虾饺	28,246
5	打边炉	25,051
6	云吞面	24,271
7	叉烧包	19,433
8	盐焗鸡	18,559
9	粤菜	17,839
10	糯米鸡	16,498

火锅热词top10

序列	热词	提及度
1	火锅	312,318
2	海底捞	44,887
3	肥牛	40,794
4	小肥羊	21,790
5	老油	17,598
6	涮羊肉	2,844
7	毛肚	2,500
8	萝卜牛杂	2,159
9	东来顺	1,337
10	清汤锅底	724

第二章 广东微博用户行为谱

湘菜热词top10

序列	热词	提及度
1	剁椒	49,700
2	老干妈	25,746
3	剁辣椒	11,339
4	剁椒鱼头	10,236
5	粉蒸肉	8,027
6	手撕包菜	6,255
7	小炒肉	5,702
8	口味虾	4,421
9	木耳炒鸡	3,989
10	爽脆萝卜皮	3,506

第二章 广东微博用户行为谱

2.4.4 美食兴趣用户微博搜索热词分类TOP15

- ◆ 美食兴趣用户较多使用微博搜索的美食类型为**快餐和甜品**。
- ◆ 美食兴趣用户对**宋茜、exo、鹿晗**等娱乐明星较为关注
- ◆ 广东美食兴趣用户对**影视娱乐、购物**也有比较高的兴趣。

序号	美食词
1	美食
2	鸡排妹
3	麦当劳
4	蜂蜜
5	燕窝
6	蛋糕
7	咖啡
8	广州美食
9	星巴克
10	烘焙
11	深圳美食
12	海底捞
13	甜品
14	早餐
15	吃货

序号	热点词
1	一吻定情
2	进击的巨人
3	小时代
4	郭美美
5	我们结婚了
6	中国好声音
7	快乐男声
8	听见你的声音
9	主君的太阳
10	李天一
11	致青春
12	冲上云霄
13	恒大
14	ios7
15	三亚海天盛宴

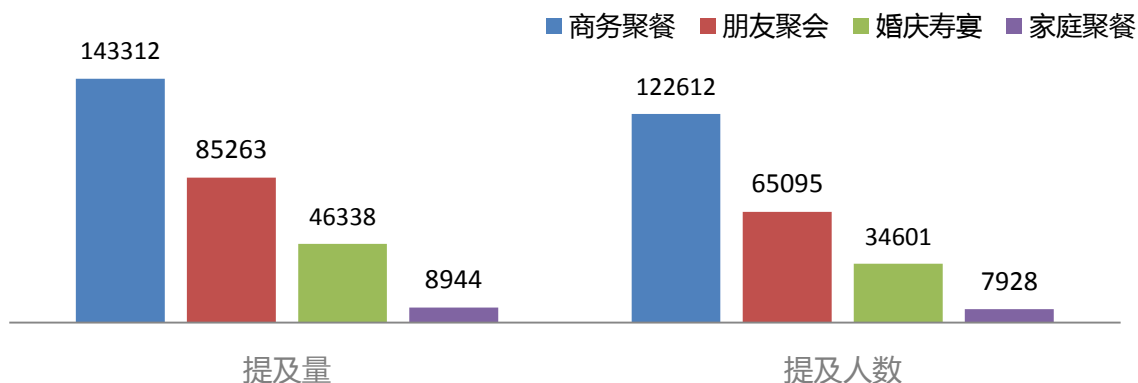
序号	娱乐词
1	宋茜
2	exo
3	鹿晗
4	吴亦凡
5	华晨宇
6	刘诗诗
7	郑爽
8	尼坤
9	权志龙
10	古川雄辉
11	周笔畅
12	圭贤
13	刘忻
14	李云迪
15	钟汉良

序号	其他词
1	电影
2	互粉
3	zr1000
4	香港代购
5	炫富大赛
6	微电影
7	搞笑
8	scc
9	广州兼职
10	死飞
11	深圳
12	毕业照
13	iphone5s
14	广州
15	天兔

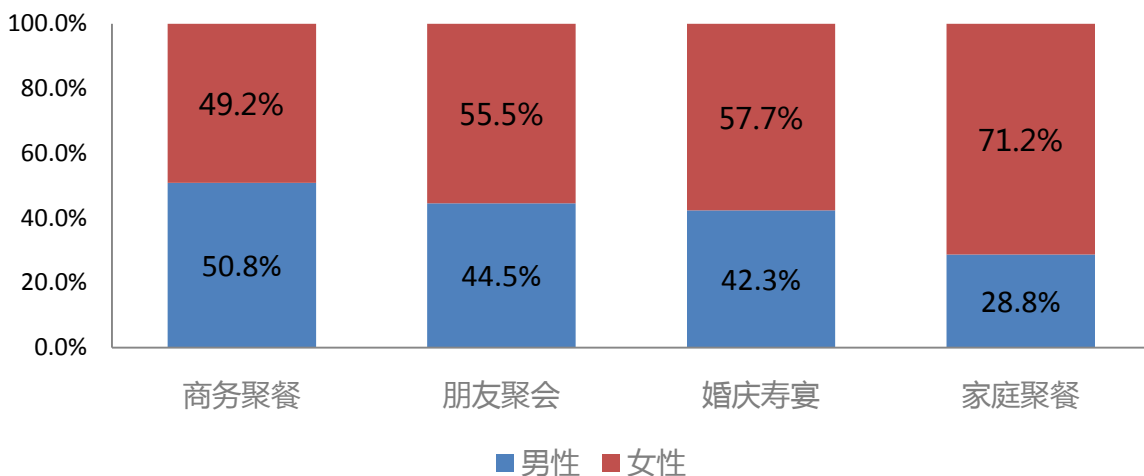
第二章 广东微博用户行为谱

2.4.5 广东微博美食兴趣用户特征分析

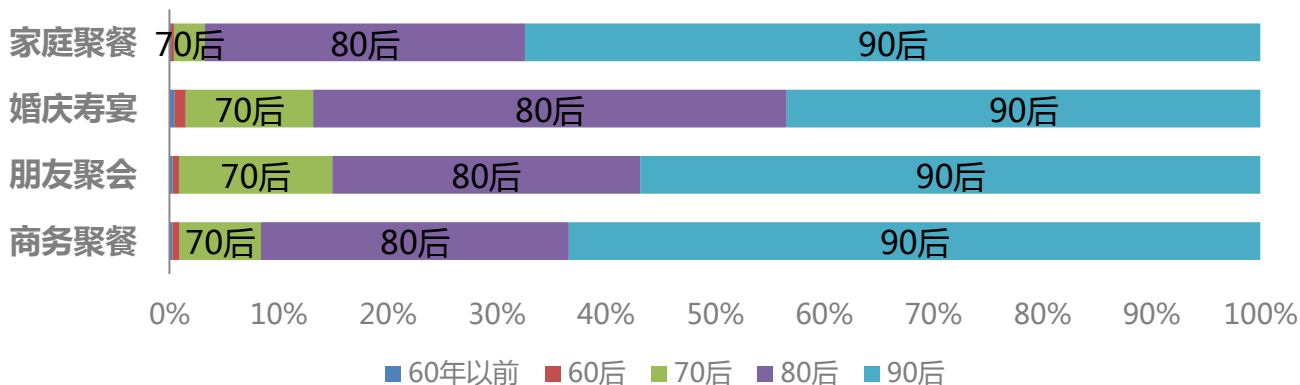
用户提及对比 |



用户性别对比 |



用户年龄对比 |



- **商务聚餐**提及度和提及用户均高于其他餐饮主题，女性用户提及更多。
- **80后及90后**为主体用户，朋友聚会中70后占较高比重。

第二章 广东微博用户行为谱

美食行业小结：

民以食为天，国民自古以来就重视和讲究吃，对美食也极为青睐，随着国民生活水平的提高，人们更喜欢在外就餐，享受美食。

通过广东微博用户行为分析显示，小吃、甜品和西餐是用户最为关注的美食类型。用户常以商务宴请、朋友聚会、婚庆寿宴等为主题在外就餐。

用户属性方面，美食用户女性整体大于男性。主要以80后90后年轻一族为主要目标对象。

第二章 广东微博用户行为谱

2.5 广东微博**购物**行业内容及兴趣用户分析

2.5.1 微博购物内容提及量TOP100热词汇

bb霜 dior nike t恤 爱丽 板鞋 保湿 比基尼 便面 彩妆 衬衣 唇膏 打底裤
大宝 代购 迪士尼 底油 吊带 防晒 防晒霜 粉刺 风衣服饰 服装 橄榄油 哈
伦裤 汉服 粉底 黑眼圈 胡萝卜素 护肤 化妆棉 化妆品 化妆水 徽章 胶原蛋白
洁面 睫毛膏 精油 抗衰老 口红 拉链 老中医 泪点 礼服 凉鞋 罗拉 毛衣 美甲
面膜 面霜 墨镜 奶粉 内衣 尼克 女装 披肩 皮鞋 平底鞋 漆皮 铅笔裤 情侣装
祛斑 去黑头 去角质 裙子 染发热裤 如新 乳液 润肤 闪粉 眼影 雪纺衫
施华洛世奇 时装 宜家 手工皂 手镯 爽肤水 睡衣 台灯 袜子 卫衣 西装
洗发水 洗面奶 香奈儿 香水 鞋子 薰衣草 牙膏 牙刷 眼霜 腰带 衣服 椅子
正装 指甲油 质地

2.5.2 微博购物内容提及量TOP15热词榜

序列	热词	提及度
1	衣服	2,652,546
2	t恤	1,607,588
3	女装	1,245,653
4	面膜	1,061,271
5	鞋子	770,044
6	代购	759,226
7	保湿	687,847
8	裙子	686,373
9	护肤	673,032
10	宜家	569,291
11	防晒	539,937
12	服装	421,559
13	西装	414,728
14	凉鞋	404,026
15	雪纺衫	388,939

- ◆ 用户提及最多的商品类别是**衣服、化妆品、鞋子及日用品**
- ◆ **保湿、美白、抗衰老和祛斑**是最被关注的美容效果。
- ◆ 用户最热衷的优惠方式有**代购，免费试用**也成为不可忽视的消费潮流。

第二章 广东微博用户行为谱

2.5.3 购物兴趣用户微博搜索热词分类TOP15

- ◆ 购物兴趣用户较多使用微博搜索**网购和数码产品**
- ◆ 购物兴趣用户对**exo、宋茜和鹿晗**等娱乐明星较为关注
- ◆ **影视娱乐、就业、美食**等主题受到购物兴趣人群的喜爱

序号	购物词
1	zr1000
2	香港代购
3	tr150
4	shop
5	iphone5s
6	奢侈品
7	淘宝
8	代购
9	美甲
10	香港
11	红米
12	小米
13	丝袜
14	new balance
15	闲置数码

序号	热点词
1	进击的巨人
2	一吻定情
3	小时代
4	郭美美
5	我们结婚了
6	兰陵王
7	中国好声音
8	快乐男声
9	袁姗姗
10	听见你的声音
11	致青春
12	李天一
13	冲上云霄
14	ios7
15	三亚海天盛宴

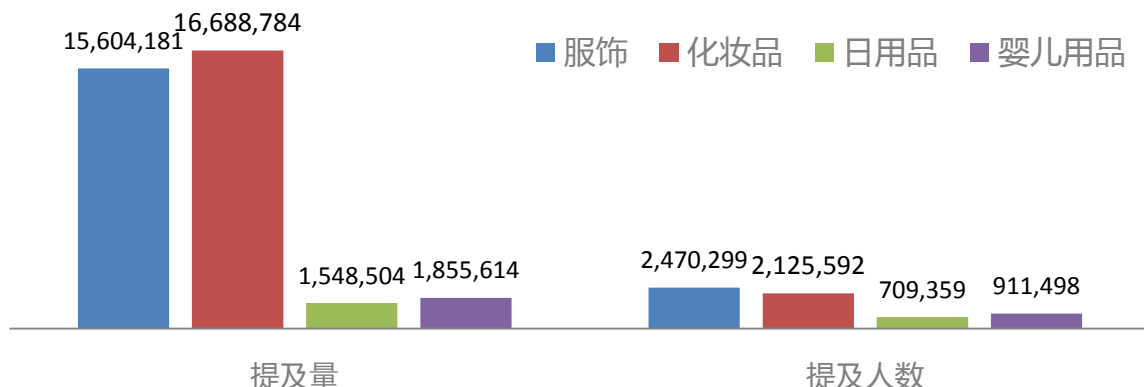
序号	娱乐词
1	exo
2	宋茜
3	鹿晗
4	吴亦凡
5	华晨宇
6	刘诗诗
7	郑爽
8	权志龙
9	韩庚
10	尼坤
11	刘忻
12	古川雄辉
13	周笔畅
14	杨幂
15	钟汉良

序号	其他词
1	互粉
2	电影
3	恒大
4	搞笑
5	死飞
6	广州兼职
7	nba
8	美食
9	scc
10	毕业照
11	天兔
12	抽奖
13	减肥
14	兼职
15	招聘

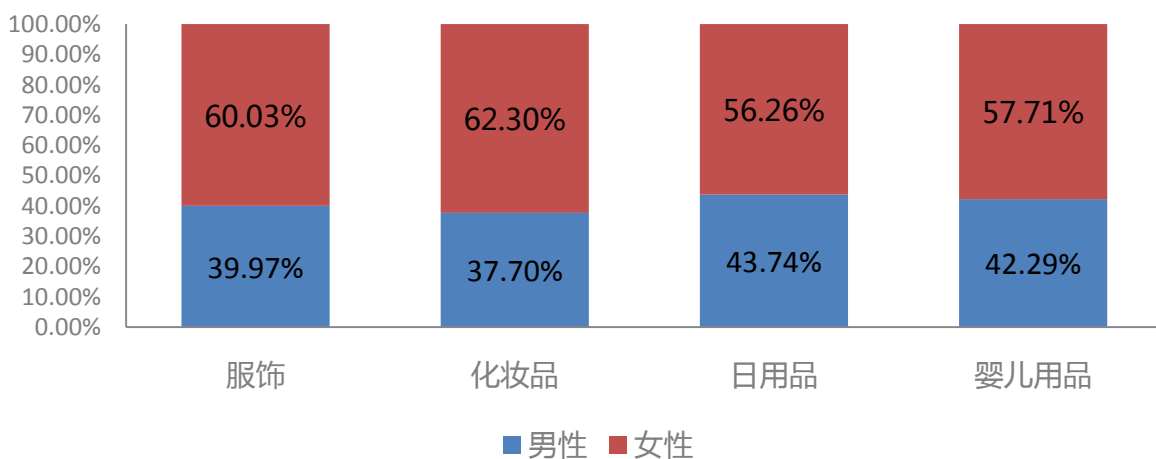
第二章 广东微博用户行为谱

2.5.3 广东微博旅游兴趣用户特征分析

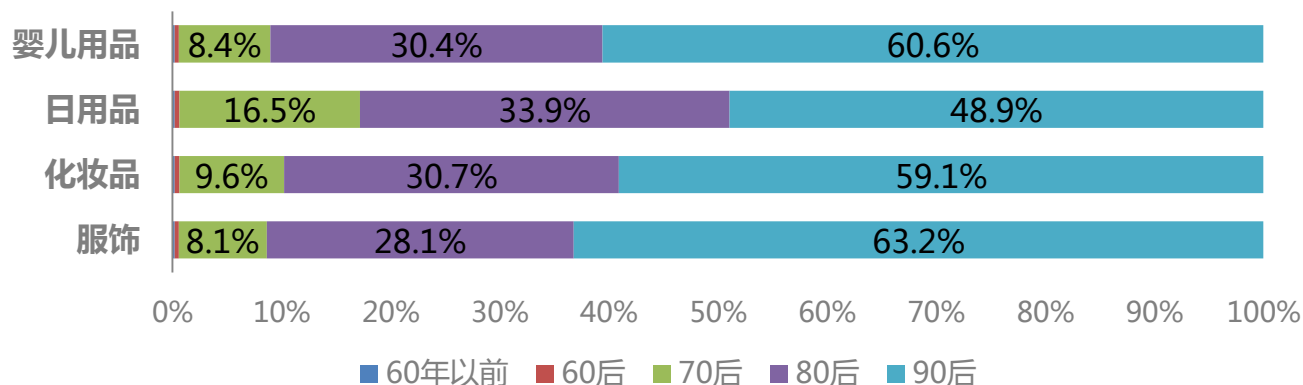
用户提及对比 I



用户性别对比 I



用户年龄对比 I



- **化妆品**的提及度最高，**服饰**的提及用户最高，各种类型下女性用户均远高于男性用户。
- 80及90后是购物主力军，70后则更愿意在日用品上形成消费。

第二章 广东微博用户行为谱

购物行业小结：

微博发展的风生水起在某种程度上催生了社会化电子商务的兴起，不可否认，微博是一种强有力的营销工具，对于想通过社会化营销带来流量、收益的商家来说，必须将它纳入到今天的营销战术中并穷尽其所能。

针对广东微博用户的购物行为的分析，可以看出微博用户的消费能力较高，化妆品、服饰及日用品是他们最为关注的商品。

用户属性方面，女性是购物行业的主要消费群体，同时体现出年轻化的趋势，80后90后是主要目标对象，其中，日用品中，70后有较高的比重。

第二章 广东微博用户行为谱

2.6 广东微博汽车行业内容及兴趣用户分析

2.6.1 微博汽车内容提及量TOP100热词汇

aventador gallardo gtr nissan panamera rav4 阿斯顿马丁 **奥迪** 奥迪a3 奥迪q3 奥迪r8 **宝马** 宝马3系 宝马m3 **保时捷** 保时捷911 北汽 **奔驰** 奔驰s级 本田 比亚迪 别克 宾利 布加迪 车贴 大切诺基 道奇 东风风神 **法拉利** 飞度 菲亚特 丰顺 **丰田** 锋范 福克斯 **福田** 广汽 汉兰达 悍马 **华晨** 华泰 **机油** 吉普 甲壳虫 捷豹 捷达 卡罗拉 **福特** 卡宴 凯迪拉克 凯美瑞 科鲁兹 克莱斯勒 **兰博基尼** 揽胜 揽胜极光 朗逸 劳斯莱斯 **乐风** 雷克萨斯 雷诺 铃木 陆风 **路虎** 马自达 马自达6 **玛莎拉蒂** 迈腾 明锐 讴歌 欧陆 帕萨特 **奇瑞** 起亚 汽车保养 汽车改装 **日产** 荣威 锐志 三菱 桑塔纳 上海大众 思域 斯巴鲁 斯柯达 速腾 通用汽车 途观 途胜 沃尔沃 **洗车** 修车 **雪佛兰** 雪铁龙 雅阁 **一汽** 逸致 翼虎 英菲尼迪 英朗

2.6.2 微博汽车内容提及量TOP15热词榜

序列	热词	提及度
1	宝马	361,256
2	奔驰	276,186
3	奥迪	194,067
4	华晨	167,746
5	兰博基尼	141,307
6	福田	139,675
7	丰田	134,449
8	保时捷	124,626
9	法拉利	118,844
10	乐风	100,361
11	日产	99,934
12	福特	93,345
13	洗车	87,190
14	本田	86,502
15	路虎	71,343

- ◆ 用户提及最多的汽车相关信息是**车型**、**汽车品牌**、**维修保养**。
- ◆ 用户最关注的汽车类型依次是：**豪华型车**、**中型车**、**紧凑型车**、**SUV**。
- ◆ **宝马**、**奔驰**、**奥迪**是广东汽车兴趣用户最关注的汽车品牌。

第二章 广东微博用户行为谱

2.6.3 使用微博搜索用户的搜索热词TOP15

- ◆ 汽车兴趣用户较多使用微博搜索**汽车品牌**
- ◆ 汽车兴趣用户对**华晨宇、鹿晗、exo**等娱乐明星较为关注
- ◆ **影视娱乐、体育**等活动受到汽车兴趣人群的喜爱

序号	购车词
1	汽车
2	scc
3	车模
4	锐志
5	兰博基尼
6	广汽本田
7	深圳车展
8	法拉利
9	广汽传祺
10	车展
11	痛车
12	广汽丰田
13	上海车展
14	汽车保养
15	二手车

序号	热点词
1	快乐男声
2	进击的巨人
3	小时代
4	一吻定情
5	我们结婚了
6	中国好声音
7	兰陵王
8	李天一
9	中国最强音
10	朱令
11	袁姗姗
12	ios7
13	致青春
14	快乐大本营
15	听见你的声音

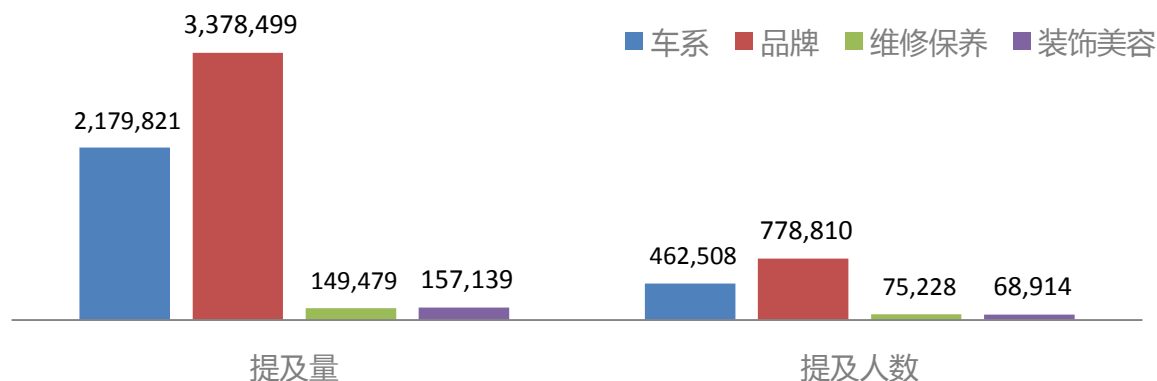
序号	娱乐词
1	华晨宇
2	鹿晗
3	exo
4	韩庚
5	吴亦凡
6	刘忻
7	宋茜
8	周笔畅
9	李炜
10	魏晨
11	黄子韬
12	陈翔
13	李宇春
14	吴奇隆
15	胡夏

序号	其他词
1	联通
2	番禺
3	互粉
4	深圳
5	汕头
6	恒大
7	搞笑
8	广州
9	电影
10	惠州
11	丝袜
12	江门
13	死飞
14	炫富大赛
15	奢侈品

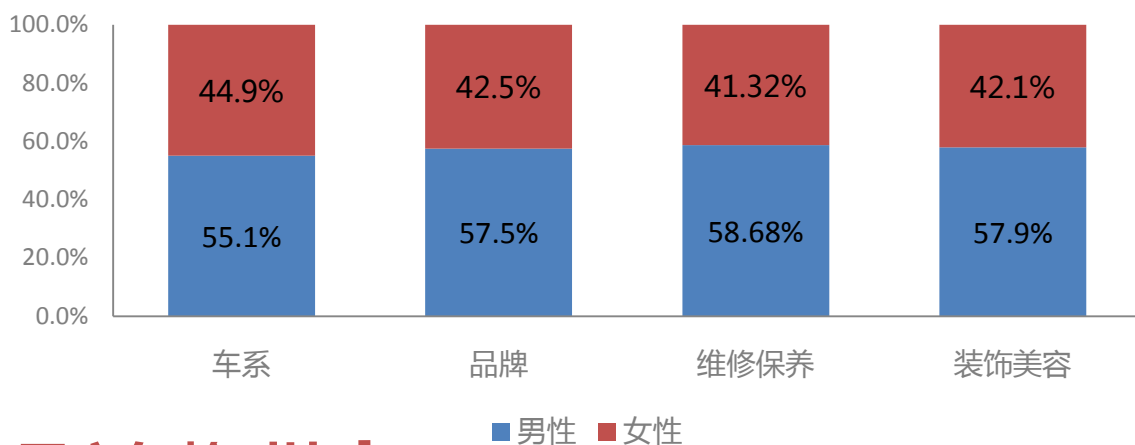
第二章 广东微博用户行为谱

2.6.4 广东微博汽车兴趣用户特征分析

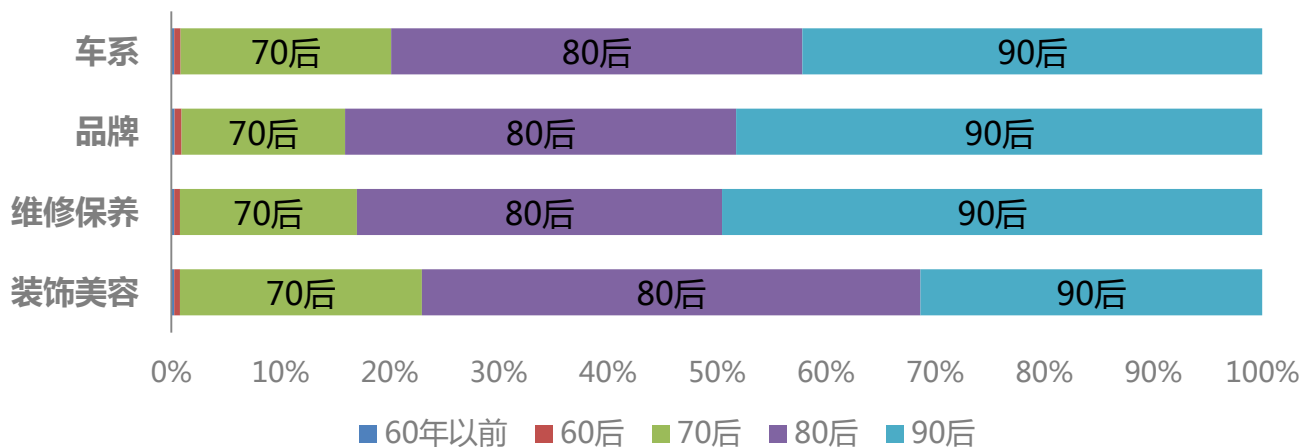
用户提及对比 |



用户性别对比 |



用户年龄对比 |



- **汽车品牌及车系**提及度和提及用户均占比较高，男性用户对各类话题均表示出高于女性用户的关注度。
- **80后及90后**为主体用户，70后则明显更看重装饰美容。

第二章 广东微博用户行为谱

购车行业小结：

随着汽车行业在中国的蓬勃发展，和人民生活收入水平的不断提高，汽车已经成为国民的重要生活物品之一，新车型的不断涌现和老车型的更新换代，加快了爱车一族购车换车的步伐。

针对广东微博用户的购车行为的分析，大部分汽车车用户偏爱豪华品牌轿车，宝马、奔驰、奥迪是用户最为关注的三大品牌，说明广东汽车用户具有较高的经济实力，对购车用车方面具有高品质追求。

用户属性方面，男性用户对于汽车的关注度均高于女性用户，年轻一族的（80后90后）在各方面提及中占比较高。其中装饰美容中，70后有较高的比重。

第三章

广东微博账号价值录

影响力是衡量企业微博运营情况的一个重要指标，也是微博账号的价值体现，本章将为您列举出广东地区最具价值账号名录及媒体热门微博传播概况，旨在帮助您了解高影响力的账号都具备哪些特点，以及传播力强的微博，有哪些因素在传播过程中起到了至关重要的作用。

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜

整体来看，媒体人、作家及企业人的优质用户居多，这部分用户通常在自己的行业内具有较高的人气和影响力，也最受粉丝的追捧和关注。

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
1	思想聚焦	校导网编辑、时评作者吴雁	3,642,898	1241
2	八卦_我实在是太CJ了	天涯社区娱乐八卦版版主 新浪微博社区委员会专家委员	1,488,861	1080
3	王石	万科企业股份有限公司董事会主席	11,252,469	949
4	顾剑	广州媒体人	3,185,058	880
5	封新城	新周刊执行总编	3,323,914	823
6	坚挺先生	深圳弘高文化传播有限公司总经理	490,721	821
7	班主任的课	《新文学》杂志编辑	164,397	813
8	纪许光	著名媒体人。重庆（雷政富）事件、河南洛阳性奴案揭露者。	488,846	807
9	但斌	深圳东方港湾投资管理有限责任公司 董事长 但斌	5,933,203	805
10	吳大偉 DvWooooo	韩国朴尔因子生物科技有限公司 总经理	1,028,927	799
11	中国书画艺术	女画家焦琨	529,684	784
12	数字尾巴	知名数码博客数字尾巴官方围脖	276,859	767
13	作家-天佑	作家，代表作品《富豪俱乐部》系列《终极高手》	217,120	762
14	王牧笛	《财经郎眼》制片人主持人王牧笛	337,105	720
15	面膜小王子-	伊人童话美容有限公司 美容顾问	71,361	715
16	李佳佳Audrey	《佳访》制片人、主持人，新浪财经专栏作者	293,139	696
17	咨询师张平	广州箴言心理咨询中心首席咨询师，专栏作家	536,752	691
18	蓝蓝占星	广州著名星座专家、风水师、专栏作家	676,824	680
19	龚文祥	深圳触电电子商务有限公司创始人	178,042	679
20	超级无敌小葡萄	童星，网络红人，真人版阿拉蕾小葡萄	1,363,579	673

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
21	潇湘墨人	潇湘墨人书法工作室 艺术总监	64,448	665
22	染香姐姐	时评作者，作品《我的家族史》等	110,454	663
23	医生哥波子	新浪名博医生哥波子	3,602,538	661
24	余承东	华为技术有限公司高级副总裁余承东	2,901,248	660
25	极品霏	微漫画作者，代表作《我的前任是极品》系列漫画	821,958	659
26	hugo的一些事 一些情	loveq.cn创始人CEO Hugo	463,421	638
27	我是西蒙周	香港商报副总编辑周刚	98,522	625
28	神經病楊承熹	《中国最强音》全国亚军 HOPE 组合成员 杨承熹	933,115	624
29	武志红	心理学家，咨询师，著有《为何家会伤人》	160,529	623
30	CherishMa梓 豪	《M'J娱乐》策划总监、摄影师及模特马梓豪	428,237	616
31	孔智勇-	佛山市三沙陶瓷有限公司 董事总经理	163,740	610
32	陈朝华	知名诗人，资深媒体人	1,964,272	606
33	Esports海涛	国内著名电子竞技解说；优酷网DOTA首席 解说 周凌翔	337,467	605
34	广州区伯	广州草根明星 广州公车私用监督达人	65,157	599
35	风雨下黄山-黄 生的博	职业投资人黄生，《钓鱼岛背后的货币战 争》作者。	713,725	598
36	鹏B专业代购	广州友货贸易有限公司 总经理	149,793	597
37	旅行家苏泽尉	地产商，广东天露山旅游度假区有限公司 董事，禅龙峡漂流 创始人	752,955	596
38	广州陈扬	新闻评论员，南方都市报专栏作者 陈扬	253,963	590
39	美容美发师 MUOUM	优美造型美发工作室 发型师	10,975,435	589
40	马志海	《马后炮》节目主持人	146,664	585

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
41	千百芬-许金丽	汕头市千百芬服饰有限公司销售部总监 许金丽	49,245	584
42	庚仔妈咪V	深圳市庚博贸易有限公司 营销总监	95,188	580
43	作家阿喜	历史作家,代表作品《南朝凶猛》	243,120	578
44	IT观察猿	深圳市兰德博探测技术有限公司 IT主管	5,208,883	576
45	信力建	民办教育专家、信孚教育集团创办人及董事长	83,864	575
46	易建联	中国男篮 广东宏远球员易建联	12,137,844	572
47	梁君诺_nicolson	中国好声音学员 广东歌手梁君诺 代表作《心虚》	311,758	571
48	中频炉周代	佛山市益飞电炉设备有限公司总经理	157,096	567
49	陈劲松	深圳世联地产顾问股份有限公司董事长	339,239	563
50	马千里咨询	深圳市旁园文化工作室 创始人兼首席咨询师	49,005	562
51	卓越兄	媒体人	377,257	562
52	徽剑	深圳徽剑网络科技有限公司CEO	517,553	558
53	李哲教你学解剖	广东医学院人体解剖学教师	141,094	556
54	月光博客	知名IT独立博客作者	308,776	556
55	哲野狂人	爱搞机 商务经理	131,020	552
56	余英	全国房地产经理人联盟副主席	601,112	551
57	时尚_吕宁	北京汇众公司 时尚新媒体事业部 总经理助理	8,974,588	551
58	老七mob	老七评测室主播	55,064	544
59	大学城周sir	广州大学城小谷围派出所华南理工大学社区民警 周泓	95,297	542
60	御座的黄山	知名动漫装效师黄山	379,695	541

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
61	林大B	微漫画平台认证作者,代表作《我和我的小伙伴们都惊呆了》	70,711	540
62	KiKi的DIY美食	腾讯美食频道特约撰稿人	427,657	536
63	愚-言	广东聚友律师事务所 律师	46,753	535
64	广州-蚊子开心吧	广东国利信息有限公司金宝事业部经理	238,203	535
65	彭晓芸	时政评论员	137,042	535
66	慕容雪村	知名作家。长篇小说《成都,今夜请将我遗忘》、《天堂向左,深圳往右》;最新小说《原谅我红尘颠倒》	4,055,586	534
67	RU_____	COSER RU cosplay服装设计师及COS化妆师	56,425	533
68	阿智的一些事 一些情	电视台节目监制阿智	413,936	533
69	金池jinchi矜持	歌手金池,作品:《心醉了》《昨日重现》《ENDLESS LOVE》《想太多》等	766,546	530
70	达达兔	漫画家,“达达兔”、“萝莉猫”的创作者。	443,956	530
71	鄢烈山	著名杂文家、时评家鄢烈山	108,348	527
72	钟祖剑	天娱盛世影视文化传播有限公司 演员	3,033,394	525
73	宁宁旷	宁宁家工作室 创始人	142,305	525
74	英语警察	亚美英语创办人蔡巧云	110,371	525
75	行者孙冕	《新周刊》创办人	366,675	523
76	李太林-绩效导师	2010广东省最具价值人力资源总监 珠海市宏成企业管理咨询有限公司总裁	322,959	523
77	培儿屋儿科医生	儿科医生,培儿屋儿童保健普及社发起人	103,335	522
78	狐狸犬君	星座专家 新浪星座专栏作家	91,149	520
79	朱芳雨	中国男篮队员朱芳雨	5,669,652	519
80	尹香武_半求	房地内参www.BANQ.cn创始人尹香武、有中国“民间第一房地产分析师”之称,深圳房地产20年20人入选人之一	95,704	517

第三章 广东微博账号价值录

3.1 广东名人认证用户分析

3.1.1 广东名人认证用户影响力排行榜

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
81	易虎臣	湖南卫视《变形计》之《少年何愁》城市主人公	609,945	517
82	剑网3制作人郭炜炜	西山居副总裁，《剑侠情缘网络版叁》制作人	657,482	517
83	我爱数码IT科技	深圳市兰德博探测技术有限公司 市场总监	3,104,677	515
84	丁冰	漫画作者	695,638	513
85	木尔	新浪名博	119,234	512
86	莫七七_	知名美容彩妆达人，服饰搭配达人，时尚博主，人气美女主播	402,050	512
87	黄佟佟	专栏作家黄佟佟，作品：《最好的女子》、《傲慢即偏见》等。	90,019	511
88	锋潮_烈枫	安卓论坛/锋潮评测室 负责人	249,165	511
89	明伦书院魏东林	明伦书院创始人、董事长	55,759	510
90	潮流燕燕	时尚摄影师，浙江省摄影家协会会员 江燕	1,206,589	509
91	粥悦悦	绘本漫画作者，著有《悦妈怀孕日记》、《悦妈成长记》	130,841	509
92	风水命理取名手相易经--林明贤	中国易学明师，企业风水、策划、管理顾问	608,853	509
93	苏妙玲Wan	歌手，2011快乐女声全国4强	1,162,004	507
94	杨牧师	广州基督教锡安堂牧师	48,883	507
95	王仕鹏7	中国男篮队员王仕鹏	5,431,925	505
96	嘉嘉BABY_	北京新元世纪影视文化传媒有限公司 签约模特	60,408	503
97	56网微播江湖女主播默默	56网微播江湖女主播 默默	646,356	503
98	阳光佳妮	佛山市禅城区永佳佳金属材料经营部 销售经理	51,573	502
99	小党	媒体人	63,069	500
100	我系彭彭	南方电视台《今日最新闻》主持人	334,399	499

第三章 广东微博账号价值录

3.1.2 广东行业意见领袖

广东行业意见领袖是指对某行业兴趣用户影响最大的广东名人认证用户。

旅游行业的意见领袖主要集中在旅游部门官员及行业相关从业人员；美食行业的意见领袖也以从业人员为主。他们的社会身份及对行业的理解，决定了他们对兴趣用户的影响力。

旅游



璇棱 V

广东 广州 <http://weibo.com/lingchik>

CFP签约摄影师、携程旅行网特约撰稿人

关注 644 | 粉丝 9万 | 微博 3136



劳毅波广州大波波 V

广东 广州 <http://weibo.com/gzdabobo>

资深旅游策划、评论专家，广州尚知咨询顾问机构总经理

关注 1897 | 粉丝 1万 | 微博 69197



七月娃娃 V

广东 广州 <http://weibo.com/wawa020>

广东金融学院教师 自由撰稿人 摄影师 新浪名博

关注 1182 | 粉丝 22万 | 微博 2494



刘森华peter仔仔 V

广东 珠海 <http://weibo.com/peterlao>

广东商学院学生，“环球80天”环保旅游主题活动使者，香港乐活低碳大使，2010年亚运会赛会志愿者

关注 1227 | 粉丝 9万 | 微博 2264

+ 加关注



谭旅游 V

广东 广州 <http://weibo.com/u/1989422625>

广东省从化市旅游协会会长

关注 1847 | 粉丝 18万 | 微博 1832



顺德公叹世界 V

广东 佛山 <http://weibo.com/523410598>

顺德区大良广食坊饮食店 职员

关注 52 | 粉丝 10万 | 微博 1131

美食



真功夫董事长蔡春红 V

广东 东莞 <http://weibo.com/u/2067361847>

真功夫创始人蔡达标之妹 蔡春红

关注 79 | 粉丝 4万 | 微博 83



三狗 V

广东 深圳 <http://weibo.com/lhsangou>

深圳市品尚品商贸有限公司董事总经理. 国际品师, 葡萄酒讲师

关注 962 | 粉丝 1万 | 微博 1702



张新民 V

广东 汕头 <http://weibo.com/a13556308819>

美食家，著作有《潮菜天下》和《潮州帮口》

关注 383 | 粉丝 3万 | 微博 9723



嘉辉chris V

广东 东莞 <http://weibo.com/chris0769>

东莞广播电视台主持人嘉辉

关注 724 | 粉丝 2万 | 微博 4792

第三章 广东微博账号价值录

3.1.2 广东行业意见领袖

购物行业的意见领袖主要集中在时尚人士及媒体人员，汽车行业的意见领袖主要集中在汽车从业者及相关媒体人员，他们的社会身份及对汽车行业的理解，决定了他们对汽车兴趣用户的影响力。

购物



袁一诺vivian 
♀ 广东 深圳 <http://weibo.com/viviananderic>
凤凰卫视翻译、精品网生活客、时尚达人
关注 606 | 粉丝 23万 | 微博 693



篤森在路上 
♂ 广东 深圳 <http://weibo.com/windsam>
中国高级时装知名品牌ELLASSAY(歌力思)品牌总监王篤森
关注 942 | 粉丝 3万 | 微博 2095



許有杰Rene 
♂ 广东 广州 <http://weibo.com/277339632>
宝洁大中华区传播与公关副总裁
关注 315 | 粉丝 5万 | 微博 3108



吴莹菲WYF 
♀ 广东 <http://weibo.com/nikafei>
平面模特 吴莹菲，2009、2010年亚洲小姐，美宝莲化妆秀特约模特
关注 63 | 粉丝 4万 | 微博 123



封新城 
♂ 广东 <http://weibo.com/fengxincheng>
新周刊执行总编
关注 869 | 粉丝 350万 | 微博 13066

汽车



深圳佳倩 
♀ 广东 深圳 <http://weibo.com/u/1771895862>
深圳电台FM942深圳私家车广播节目主持人
关注 735 | 粉丝 3万 | 微博 1722



Qoo爱汽车 
♂ 上海 <http://weibo.com/u/2506964742>
上海保隆汽车科技股份有限公司 客户经理
关注 284 | 粉丝 102万 | 微博 1362



江湖车侠 
♂ 广东 广州 <http://weibo.com/u/2186199741>
广州陆风汽车销售有限公司销售总监
关注 519 | 粉丝 30万 | 微博 1213



肇庆车迷汇 
♂ 广东 肇庆 <http://weibo.com/zqcmh>
广州飞俊商务咨询有限公司 开拓部经理
关注 498 | 粉丝 10万 | 微博 677



深圳田雨 
♀ 广东 深圳 <http://weibo.com/u/2043764343>
深圳电台交通频率节目主持人田雨
关注 266 | 粉丝 1万 | 微博 3972

第三章 广东微博账号价值录

3.2 广东媒体认证用户分析

媒体对微博的应用改变了网民获取信息的方式，引发了媒体自身报道模式的改变。在品牌影响力、舆论引导力、声音传播力等方面都取得了阶段性的胜利，微博弥补了传统媒体在应对网络新媒体冲击下时效性、互动性不足的先天缺陷。

以下表格是广东地区优质媒体用户影响力排行榜，整体来看，整个榜绝大部分报纸官博所组成，占比超过50%，其余包含5个杂志官博、3个网媒官博、1个电视官博。

排名	用户昵称	认证说明	粉丝数	影响力
1	南方都市报	《南方都市报》官方	5,129,459	1105
2	广州日报	《广州日报》官方微博	3,825,449	1083
3	新周刊	《新周刊》官方微博	7,397,481	1083
4	南方日报	南方日报官方微博	1,748,368	1016
5	羊城晚报	羊城晚报官方微博	2,080,268	939
6	南方周末	《南方周末》官方微博	4,838,919	911
7	21世纪经济报道	21世纪经济报道官方微博	2,175,103	908
8	南方人物周刊	《南方人物周刊》官方微博	2,924,723	878
9	南都周刊	南都周刊官方微博	4,177,714	867
10	新快报	羊城晚报报业集团《新快报》官方微博	4,092,238	865
11	信息时报	信息时报官方微博	902,499	788
12	电商报	电商报官方微博	393,191	766
13	南风窗	南风窗官方微博	1,574,656	760
14	新闻日日睇	广州电视台《新闻日日睇》官方微博	324,681	759
15	南都深度	南方都市报深度新闻部	326,688	752
16	佛山日报	佛山日报官方微博	669,046	691
17	香港文匯網	香港文汇网官方微博	158,492	678
18	证券时报网	证券时报网官方微博	235,083	654
19	晶报	深圳晶报官方微博	400,343	652
20	摄影之友	摄影之友官方微博	435,369	649

第三章 广东微博账号价值录

3.3 广东行业账号推荐

3.3.1 广东政务微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：拥有较大的粉丝量和影响力，利用微博平台积极发布政府动态信息，倾听民意，体察民情，增加公务透明，获得民众信任，成为与民众进行有效沟通的新桥梁。



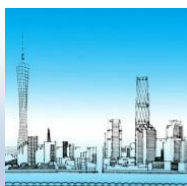
@广州公安

1.微博发布安全防范知识，教粉丝保护人身和财产安全；2.微博直播案件侦办新闻通报会，增加公安系统透明度和公信力；3.微博播报社会热点，通过案例进行安全教学。



@深圳交警

1.微博播报安全出行的便民信息，如路况、警讯、天气等信息；2.微博通报违法行为，全网监督；3.微博建立沟通互动平台，警民双方进行及时互动，信息互通。



@中国广州发布

1.微博进行了详细的栏目规划，全方位播报广州城事；2.微博内容便民实用、与粉丝关联度高，能引发粉丝关注传播。



@虎门服装

1.微博定位明确，全方位播报虎门服装业各项动态；2.善于与虎门各服装品牌企业联合互动，提升微博活跃度。



@广州交警

1.微博实时播报交通消息，快捷便民、实用；2.微博普及交通安全知识，符合粉丝关注点；3.微博互动及时，能迅速解决粉丝们在微博上提出的疑问。



@平安南粤

1.微博内容集中在安全防范、社会治安维护、寻人等便民信息；2.播报相关案件动态，增强信息透明度和公信力。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.1 广东政务微博账号推荐（排名不分先后）



@广东共青团

1.微博进行了详细的栏目规划，内容聚焦在青春、奋斗、奉献、梦想等核心点，易引发关注者共鸣；2.通过微博传递正能量，建立良好的微博环境。



@广州共青团

1.微博定位明确，打造广州青年的活动根据地；2.微博分享社会正能量，给青少年提供积极正面的社会观；3.微博播报志愿活动，与志愿者热情互动，提升凝聚力。



@虎门太平

1.微直播互动城市动态；2.虎门便民信息推送，方便市民日常生活；3.微博互动做得好，及时沟通互动，拉近政府与民众的距离，提升办事效率。



@广东天气

1.微博推送天气信息、应急信息、预警信息等便民信息；2.发布与气候变化相关的保暖、养生知识，深受粉丝喜爱；3.微博文案趣味化，易接受。



@深圳公安

1.关注深圳大小事，为粉丝提供深圳动态；2.重点新闻标签化，便于阅读及加深印象；3.提供各种生活防骗和安全防范资讯，充分发挥公安局官方微博的能动作用。



@广州地铁

1.为市民带来广州地铁的相关资讯，还提供早晚高峰期提醒，便利又贴心；2.栏目分类富有人情味，“爱在地下铁”将地铁与人文精神相结合，体现广州地铁的特别之处。



@深圳微博发布厅

1.发布与深圳相关的重要资讯，微博中尤其关注深圳的公共建设及人们的文化生活，体现其以人为本的理念；2.栏目规划融合深圳地方特色，增加亲切感。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.1 广东政务微博账号推荐（排名不分先后）



@广州铁路

1.内容栏目规划明确，传达广铁重要资讯；2.除了官方新闻外，还提供娱乐、生活资讯等轻松内容，使微博内容更为丰富和贴近人们生活。



@广东政法

1.传递广东政法类消息，此外提供生活类重要资讯，既权威又贴心；2.积极响应市民的反馈，体现官方亲和力。



@莞香花开

1.发布东莞市主要新闻，同时为东莞市民的生活提供便利贴士；2.栏目规划融合地方特色，“影响中国的东莞人”体现东莞的文化底蕴；3.官微名称富有意境，一改官方冰冷形象。



@欢乐长安

1.汇集长安的重要新闻，传达官方声音；2.通过有奖问答等活动与粉丝互动，普及知识的同时又消除与市民的距离感；3.栏目分工明确，涵盖动态、新闻及长安历史。



@广东发布

1.聚焦广东省内热点新闻，成为官方发声的重要阵地；2.栏目规划仔细，包揽广东民生、就业、天气、新闻等各大版块；3.融合广东特色，通过“粤”栏目增添个性。



@南海发布

1.发布南海市的相关新闻，成为南海市的官方资讯平台；2.通过组织举办各种线下活动拉近与市民的距离，并通过线上反馈体现官方的亲和力。



@公安主持人

1.内容丰富，关注人们生活中的每一细节，从空气质量到环保防毒，为粉丝提供生活上的指南；2.与网友积极互动，打破警民之间的距离感。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.1 广东政务微博账号推荐（排名不分先后）



@深圳天气

能看天气变化趋势，还能看网络流行潮流；能为上下班出门做提醒准备，还能为晒被子收衣服做参谋，都市天气就看他。



@平安肇庆

全国首个公安政务微博，引发微博“平安阵容”。掌握治安形势，及时公布事件真相，警民互动有问有答、有答有办、未办必督，真正实践为民服务。



@广州天气

细心，贴心，用心，为市民提供生活出行的天气锦囊。



@汕头市政府应急办

用心打造各类突发事件信息发布最快、种类最全、最具权威的政务微博，让真相大白天下，让谣言不攻自破，让市民信任安心。



@佛山发布

千年古镇有新韵，以开放的姿态拥抱网络问政，栏目丰富，资讯及时，互动迅速。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.2 广东快消行业微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：在日益受到冲击的快消领域，利用微博成为实体店和电商有效沟通的平台，结合全新的营销模式，提升行业营销水平。



@宝洁精彩每一天

1.微博内容轻松活泼，紧扣“精彩”主题；2.产品推荐部分趣味适当，不会让人觉得反感；3.设置了不少微博小活动，提升了微博活跃度。



@Tide小幸福

1.微博栏目规划合理，契合品牌理念；2.日常微博内容与微博热点结合紧密，提升了品牌关注度；3.不少微博内容有实际的参考价值，引发传播；4.互动细致。



@去渍霸-爸爸去哪儿

1.定位清晰，将粉丝锁定为新型辣妈潮爸，推送育儿知识；2.产品赞助了时下热门的电视节目《爸爸去哪儿》，微博借势推广比较好。



@舒肤佳Safeguard

1.栏目规划非常好，微博内容重点放在“健康”、“卫生”、“细菌防护”方面，契合产品价值；2.善于结合时令、节日、微博热点配合生活百科知识推广产品。



@燕京鲜啤

1.日常微博突出“鲜”的产品定位，非常直观地宣传品牌形象；2.微博与运动、赞助商活动、时下热点结合紧密，一定程度上提升了微博活跃度。



@糊涂老酱香

1.微博装修契合企业形象；2.有明确的栏目规划；3.日常微博与微博热点联系紧密。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.2 广东快消行业微博账号推荐（排名不分先后）



@雨洁去屑洗发露

1.微博内容紧扣雨洁产品；2.善于与热点互动，提升微博活跃度。



@黑人牙膏官方微博

1.微博内容定位精确；2.官方微博和线上线下活动配合紧密，粉丝乐于分享互动；3.与粉丝互动频繁，亲和力足；4.适度的微博活动很好地调动了围观粉丝的关注和参与。



@Free一起飞

1.有清晰的栏目规划，微博发布规范；2.微博内容轻松活泼，十分符合品牌理念；3.善于与微博热点互动。



@珠江纯生啤酒派对

1.围绕产品做了较好的栏目规划，紧扣音乐和派对活动，吸引精准粉丝关注；2.微博装修契合品牌形象和主张理念。

3.3.3 广东商超行业微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：作为传统的商业零售形态，在微时代找到营销服务的新平台，更加有效的传递品牌的商业价值。



@广州地王广场

1.官方微博和线下商家活动配合紧密，共同宣传；2.设置适量微博活动提升线下导流；3.互动积极。



@广东永旺综合百货

1.微博实时推送商超活动，将线下信息线上扩散，吸引粉丝进商超；2.推送轻松内容，营造休闲娱乐氛围。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.3 广东商超行业微博账号推荐（排名不分先后）



@天河城

1.官微常与商超进驻的品牌微博做蓝v互动，达到互赢；2.商超品牌门店活动信息推送扩散；3.发起适量微博活动，提升微博活跃度，同时进行进店导流。



@广百百货北京路店

1.商超门店活动推送，线下活动线上宣传；2.展开线上活动进行门店导流；3.会员信息推送，用微博实现部分客服功能。



@广州正佳广场

1.微博有清晰的栏目规划，内容发布规范；2.线下门店活动微博推广及时，同时善于借助推广门店活动提升微博活跃率；3.借助节日、时令做微博活动，吸引粉丝关注。



@万菱汇

1.微博实时推送商超活动，将线下信息线上扩散；2.微博上频繁推荐优惠打折活动，易形成粉丝围观。



@广州友谊官方微博

1.微博装修展示了商超形象和商超活动，给人直观印象；2.微博内容集中在产品和活动推广，推广力度十足；3.适量微博活动提神微博活跃度和信息传播广度，进行门店导流。



@广州百信广场

1.日常微博内容轻松娱乐；2.官方微博推送商超门店活动，进行信息扩散；3.小活动吸引粉丝参与互动。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.3 广东商超行业微博账号推荐（排名不分先后）



@廣州西城都荟

1.官微进行线下活动推送，善于借助活动（明星到店）进行推广造势，吸引粉丝关注；2.优惠打折信息频繁发布，便于信息传播扩散。



@天河城百货官方微博

1.门店线下活动微博上实时推送，吸引粉丝关注；2.微博上结合节日、时令推送商超内相关优惠信息，便于导流转化。

3.3.4 广东3C行业微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：利用微博在日常运营中树立品牌形象，注重与粉丝之间的对话，建立有效、平等、持续的沟通机制，通过微博短链接的跳转，吸引更多潜在客户，将粉丝转化为消费者。



@魅族科技

1.微博装修精美，视觉效果很好；2.微博发布紧贴时事热点；3.结合产品相关信息和活动宣传，内容丰富。



@vivo智能手机

1.微博栏目规划合理，内容多样却不杂乱；2.创意微博富有趣味性，文案配图简洁有力；3.定期推出抽奖活动，获得高转的同时不断吸引新粉关注。



@酷派官方微博

1.微博内容进行了栏目规划，定位明确，2.集产品宣传及互动客服于一身，回应反馈迅速；3.结合网络热点发布微博，具有趣味性。



@OPPO

1.互动积极，凸显品牌亲和力；2.将产品及创意活动相结合，产品宣传更具趣味性；3.制作不同的产品玩法视频，体现产品的功能性强大。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.4 广东3C行业微博账号推荐（排名不分先后）



@华为荣耀

1.微博装修精细，与华为荣耀的调性相符合；2.内容丰富，根据产品的不同宣传需求创作原创内容，且趣味性很足；3.与粉丝的互动度强，体现其重视每一个粉丝的运营态度。



@TCL电视

1.微博栏目在传达内容重点之外还体现了TCL电视官方微博拟人化形象，亲近度大增；2.打造蓝V联盟，跟其他企业微博积极互动；3.贴近生活热点发布微博内容。



@中兴通讯智能终端

1.微博互动工作做得好，和用户、意见领袖、粉丝互动频繁，愿意聆听大众声音；2.官方微博善于利用微博热点做内容；3.善于利用合作伙伴资源，打造各种微话题与赞助共同造势。4.微博宣传中兴的产品和各种线上线下活动。



@长帝电烤箱官方微博

1.微博装修能突出展现品牌形象，赏心悦目；2.微博内容定位精准，专注推送食物烘烤的相关知识和技巧，和产品契合度非常高，粉丝乐于接受；3.官方微博乐于互动，常常发起互动话题，引发粉丝探讨互动，聚集粉丝智慧；4.亲和力强，积极回复粉丝问题和疑问。



@邦华手机官方微博

1.建立了非常清晰的栏目规划，内容发布规范；2.微博全方位推广邦华手机信息；3.和业内媒体账号和粉丝建立了良好的互动关系；4.小活动频繁做，微博活跃度提升。



@TCL手机

1.微博装修富有特色，突出TCL手机新品特性；2.栏目规划与主题活动都跟产品紧密结合；3.通过适当的互动增加亲和力。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.5 广东金融行业微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：充分利用新浪微博平台传播企业服务理念、金融产品知识，通过跟消费者的直接互动，提升消费者对产品及服务的满意度，树立良好的品牌形象。



@招商银行

1. 微博内容集中在理财、金融资讯，与业务重合度高，能留住粉丝；2. 善于抓住微博热点并进行演绎互动，提升了微博活跃度。



@广发银行信用卡

1. 微博上推送业务相关的优惠信息，以黏住用户和粉丝；2. 发布微博有奖活动，吸引新的粉丝；3. 微博上进行业务介绍，并通过互动实现了部分客服功能。



@中国平安

1. 微博推送大量金融理财资讯，参考实用性强；2. 通过微博发送企业资讯、业务介绍、社会活动等，塑造了良好品牌形象。



@中信银行信用卡

1. 微博有清晰的栏目规划，日常内容轻松活泼；2. 微博上善于联合合作伙伴推送优惠业务信息，进行业务推广与转化；3. 微博上良好地粉丝互动，完成了部分客服活动，并提升了品牌亲和力。



@平安银行

1. 日常内容轻松活泼，有栏目规划；2. 微博上会推送财商课、业务推介办理，为粉丝理财提供指引。



@广发证券

1. 广发证券微博内容多集中在广发资讯方面，非常适合和其有业务来往的粉丝关注；2. 微博推广线上线下公益品牌活动，提升品牌形象。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.5 广东金融行业微博账号推荐（排名不分先后）



@鹏华基金管理有限公司

1.微博有清晰的栏目规划，内容集中在基金货币理财，契合企业业务性质；2.微博活动频繁，提升微博活跃度；3.善于捕捉微博热点并与粉丝互动，拉近与粉丝的距离。



@广州证券官微

1.微博有清晰的栏目规划，与广州证券业务紧密联系；2.展开与业务结合的微博有奖活动，进行业务推广。



@广东华兴银行

1.微博内容与华兴银行业务联系紧密，非常适合华兴银行的现有用户；2.大量微博有奖活动提升了微博关注度和活跃度。



@招商信诺人寿

1.微博有清晰的栏目规划,紧扣理财和保险业务；2.微博上多推送企业公益活动，提升了企业形象。

3.3.6 广东汽车行业微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：在民众汽车消费需求日益增长的环境下，根据自身品牌优势和区域特性，利用微博和他们的用户及潜在用户及时交流，提升关注度和满意度，并刺激销量的增长。



@一汽-大众广州锦众

1.微博定位和栏目规划明确，主要为汽车相关资讯；2.不仅为粉丝提供汽车产品资讯，还整理出相关的汽车保养知识，对粉丝来讲非常实用。



@广州锦龙奥迪家园

1.微博有清晰的栏目规划，规范有序；2.微博内容全面聚焦奥迪汽车资讯，吸引奥迪品牌粉丝关注；3.规划车友交流栏目，打造车友交流俱乐部；4.规划驾车学堂、醒神提示等栏目，宣传行车文化，实用具有参考价值；5.微博发布线下活动预告，线上平台宣传效果明显。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.6 广东汽车行业微博账号推荐（排名不分先后）



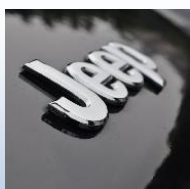
@有道长城

1.互动积极，转发粉丝微博解答疑问的同时体现其专业性；2.有属于自己企业特色的栏目规划，为粉丝提供汽车保养及相关知识。



@仁孚怡邦

1.微博全面推送奔驰汽车产品介绍、售后、保养等实用信息；2.微博多发布与实体门店服务相关的内容，方便线下导流；3.微博开通网上4S店，可以直接在微博上看车，选车；4.官方微博善于与微博热点互动，增加了微博活跃度。



@Jeep-Chrysler广东鸿粤

1.微博装修能突出展现品牌形象，高端大气；2.官方微博与业内微博互动频繁，联合宣传；3.微博配图精美；4.微博播报线下活动，与粉丝亲切互动，提升亲和力；5.分享专业的测评、试驾，让粉丝对产品有更直观的了解；6.粉丝可以通过微博了解产品、销售、渠道、价格等全面信息。



@北京现代南现店

1.栏目规划精细，且与企业品牌相结合，让人印象深刻；2.通过传授汽车专业及保养知识提升微博影响力，体现专业度。



@广州宝悦MINI

1.微博装修与汽车品牌大方、高端大气的调性相符合，使人印象深刻；2.主要分享MINI的相关资讯，为MINI爱好者提供一个交流平台；3.贴合时事热点发布或转发内容，即时性强。



@东风日产广州东风南方中大

1.线上线下活动相结合，进行双方导流；2.分享汽车资讯，进行产品宣传，扩大微博影响力和活跃度。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.6 广东汽车行业微博账号推荐（排名不分先后）



@广东浩伟汽车

1.微博栏目规划仔细，传达的资讯明确；2.除提供汽车资讯外，还为粉丝们提供生活分享，增添人性化特色。

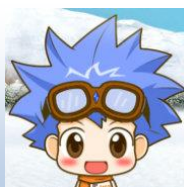


@广州广保丰田

1.微博栏目分工明确，传达丰田汽车资讯；2.提供新闻导读及天气预报等便民信息阅读，丰富微博内容。

3.3.7 广东运营商微博账号推荐（排名不分先后）

推荐理由：在移动互联的飞速发展下，利用微博进行全方位的品牌展示，打造专业的互联网信息平台，与用户进行线上线下的交叉互动，提升用户黏性。



@中国联通广东客服

1.能够结合时事热点、网络热点发布微博；2.定期以不同的有奖活动来吸引粉丝关注；3.通过用户调研来了解用户，充分利用微博的功能性。



@中国电信广东网厅

1.微博装修富有特色，凸显品牌的拟人化形象；2.栏目规划明确，以“沃提醒”体现客服答疑功能。



@广东移动10086官方微博

1.微博装修结合活动宣传，引人注目；2.栏目进行了合理规划，并结合品牌特色，如“翼自助”，微博进行业务推广。



@中国电信广东客服

1.对微博页面进行了装修，体现其“客服”的拟人化形象；2.内容主打互动及答疑等客服功能，此外多为资讯分享。

第三章 广东微博账号价值录

3.3.7 广东运营商微博账号推荐（排名不分先后）



@139邮箱

1.对微博内容进行了栏目规划，主打分享；2.能紧贴网络热点发布微博内容，增加微博的趣味性和可读性。



@广东天翼

1.微博装修富有品牌个性，让人印象深刻；2.能够结合热点制作微博内容，使微博有趣而不枯燥。



@移动MM的微博

1.贴合时事热点发布微博，体现其即时性强及趣味性高；2.栏目进行分类规划，传达的信息明确，为网友提供移动品牌资讯；



@中国移动广东公司

1.微博装修让人眼前一亮，充分体现中国移动的品牌特性；2.微博内容贴合近期热点“4G”发布，提升粉丝关注度。



@12580深圳官网

1.栏目规划清晰，贴近生活人们生活，微博内容实用性强；2.微博装修体现品牌官网功能，将主要业务功能置于微博版面中，让他人一目了然。



@中国电信爱音乐

1.内容丰富多样，从娱乐到音乐应有尽有；2.能结合网络 and 时事热点制作微博，体现趣味的同时增强可互动性。

第四章

区域微博机构营销志

微博等社会化媒体的蓬勃发展，正在深刻影响着机构营销方式的变革——“以客户为中心的精准营销和主动式服务营销，在正确的时间把正确的信息传递给正确的人”的微博营销理念，也为机构营销带来了新的挑战 and 机遇。机构可以通过微博预测消费趋势，主动发现潜在客户的需求；可以有针对性的解答客户咨询，促进购买决策的达成；可以了解客户对产品的意见和建议，可以更好地维系客户，及时了解舆情信息……

正是这简短的140个字，善用其效之机构，可以尽享其能事半功倍。机构营销的主战场已经从传统媒体推广与线下宣传逐渐转移到以微博为核心的新媒体营销。那么如何利用好微博，就成为越来越多机构的研究重点。以下，我们就将选取10大案例进行深入分析，希望给机构带来更多的营销启示。

Case¹ 带着微博去旅行

“带着微博去旅行”是2013年新浪主打的一大型互动类主题活动。本次活动与旅游行业紧密关联，集合全站资源强势推广，整合“新浪网+新浪微博+移动手机端”黄金资源，结合时下最新的互联网线上活动互动形式，全面覆盖微博用户，大量生成旅游攻略和带有城市及景点关键字的微博内容，抽出高人气参与者及旅游达人进行新鲜旅线下体验。

行业：旅游 时间：2013年8月12日-10月25日 案例核心：微博+旅行

推广目标

全国各站点运营#带着微博去XX#话题，借助推广资源为目的地打造深远的品牌影响力。

传播
分析

活动推出



全站点运营



打通PC端和移动端，建立以旅游目的地页为主体的活动平台，以旅游攻略和旅游线路为主要内容。整合“新浪网+新浪微博”双平台黄金广告资源，掀起旅游主题微博活动。

全国涉及25个站点、73个目的地运营，#带着微博去长隆#是目的地之一，借助新浪广东宣传平台，增加长隆景区的品牌与官方微博的曝光度，提高长隆品牌的影响力。

第四章 广东微博机构营销志

网友互动

置顶 <http://t.cn/zQNpgeU> #带着微博去京城 对于北京来说，湛蓝的天空里飘着形状各样的白云，就足以让人感动。红墙黄瓦的紫禁城，在蓝天白云之下，显得更加的森严、霸气，皇家的魅力显露无疑。置身其中，令人不得不起想争权夺利、后宫争宠的精彩历史与清宫大戏。@东城旅游 @新鲜旅



8月30日 17:40 来自带着微博去旅行

(49369) | 转发(42032) | 收藏 | 评论(697)

#带着微博去福建#听说有个上海的论坛把福州评为最宜居的城市，那么福州最宜居的地方在哪里？在我的心里，应该是福建的每一所大学都美丽的像一幅画，学校里花团锦簇，处处是风景。猜猜这个画里是福建的哪所大学呢。金秋十月，又是开学季，想来福建上学的孩子们就努力吧，带着微博上大学哦。



8月30日 18:49 来自新浪微博

(38742) | 转发(25499) | 收藏 | 评论(515)

每一个参与者都是活动的传播者，贯穿始终的微博发布与传播，将每一个用户的每一个关键参与动作传递到粉丝圈，影响更多的粉丝加入，形成良好口碑的裂变式传播，保证了活动强大的传播力与影响力。

抽取高人气参与者及旅游达人参与线下新鲜旅，深入体验景点，扩大品牌形象和活动影响力。

新鲜旅体验



总结

1、整合“新浪网+新浪微博”双平台黄金广告资源，最大化传播效果。

2、全国站点总动员，跳出思维框架，创新的互动营销完成了品牌推广、提升人气、聚集用户的完美结合。

3、企业账号借势新浪微博平台增加与消费者间的互动，提高品牌影响力。

Case² #五仁我挺你#

在五仁“是与非”的舌战之下，消费者的观战态度彰显。新浪广东以内容运营撬动营销，吸引金九饼业切入，瞄准话题的发酵，通过新浪微博对用户的融入，有针对性地融合热点新闻，迎合网友的关注点，使其成为清除负面影响的品牌营销，最大化了金九饼业和新浪微博两个品牌的影响力。

行业：金九月饼 持续时间：2013年9月12日-16日 案例核心：五仁月饼

推广目标

扩大微博在舆论中的导向作用，转化为消费者表达不同诉求的平台，从而达到话题运营升级为品牌营销的目的。

传播分析

话题炒作

#五仁我挺你#！这两天#五仁滚出月饼界#这话题很火啊，五仁这是招谁惹谁了？作为广式月饼的鼻祖级人物，在历史舞台上努力了那么久，让无数中华儿女品尝到最原始的中秋味道，怎么可以那么残忍地对它说“滚”，五仁月饼的粉丝们可是很愤怒的，如果你挺五仁月饼，就来这里支持下吧 <http://t.cn/z8NKsOE>

查看大图 向左转 向右转

#五仁我挺你#



在#五仁滚出月饼界#话题火热的时候，推出对立面话题#五仁我挺你#，运用广东本土的五仁情结力挺五仁月饼，赢得大多数的关注和支持。



邀请本地美食大V、知名美食达人参与#五仁我挺你#话题，发布优质原创内容，并发长微博“你不懂的我”介绍五仁月饼的历史渊源，在排行榜上首次超越对立话题。

抢占人气

第四章 广东微博机构营销志

引发营销



因#五仁我挺你#话题在微博上产生巨大影响力，且话题正好切入金九饼业主营（五仁月饼），金九饼业主动介入网络宣传，通过新浪广东为澄清其黑名单事件作系列宣传。

新浪广东为金九饼业新闻发布会进行视频直播，并做系列新闻报道，在#五仁我挺你#话题中巧妙切入金九月饼的内容，充分利用时机为金九月饼做正面宣传，在最短时间内协助客户扭转负面新闻的印象。



巧妙整合

总结

1、抓住适时热点，充分利用网友的参与围观，将传播到达率提到最高点，实现网民和消费者的转化。

2、充分利用运营细节，采用新浪广东小编原创的漫画内容，契合王菲离婚“#五仁我挺你#，王菲我也挺你！”，周五晚“#五仁我挺你#看#中国好声音#，吃五仁好月饼，这个可以有”等等，拉近热点，贴近用户。

谢谢观看！

