

中国人的资讯故事

UC·2016白皮书



中国人的资讯故事 UC · 2016白皮书 序言

我们告别2016，颇为喧闹的一年，万千世态，大小悲喜，一些已经到站，一些还在路上，并将长远地影响我们。

这一年，名人家事、国际政坛、经济民生、科技产品，都自带话题，越来越多人站出来创作、更多人在移动端观看，一众KOL和吃瓜群众在大数据、精准画像、算法迭代的迷思中，和王宝强、林丹、特朗普、朴槿惠、房价、万科宝能、三星NOTE7、科比、中国女排、乔任梁、魏则西、徐玉玉一起，书写了这个频率高、节奏快、观点多、人人有声人人发声的内容时代。

期盼大时代，身在大时代，书写大时代。我们也想用相对擅长的方式留一份底给这个时代。希望此时和未来，从中看得出意思和门道。这一年，陪伴亿万中国及世界网民的UC浏览器正式更名为

“UC”，向“大数据新型媒体平台”方向进军，“UC订阅号”开始运营、“UC云观·媒体服务平台”开始服务，越来越多的媒体伙伴与UC建立战略合作关系，UC以150万篇/90亿曝光/天的效率向全球6亿（季活）用户传递着信息，推送、转发、评论、点赞、抓取的过程中，我们积累了宝贵的数据资产，通过分类、分析，将它们呈现为这份白皮书。

内容提要

白皮书由两部分组成，第一部分介绍移动资讯APP及UC内容大盘情况，特别是UC订阅号起势的过程，短视频粘性的增长，并对UC用户和UC订阅号作者进行画像分析，将内容市场主流参与者的特点予以呈现。白皮书还对2016年几个全民热点事件的传播特点进行了梳理。

第二部分，我们将娱乐、体育、汽车、健康、财经、科技、军事、动漫、情感、时尚等十个领域的内容进行分类梳理，用户阅读行为、喜好，各自领域的传播现象及用户反馈，也做了相对全面的呈现。

赋能媒体格局之下，玩家们拥抱变化，创作分发互惠格局显现。UC订阅号起势，代表巨头引导的新一轮新圈地运动开始，谁得内容电商谁得下一轮的天下。此外，垂类内容增长趋势：从依靠平台政策、全民热点走向分众深度，这是主要利好。短视频、图片蛋糕在做大，我们呼唤垂类。主流用户画像告诉我们：成长中的直男们值得期待，年轻的Y世代则任由“自由且无用”的兴趣生长。订阅号作者画像的启示是：不年轻的，还有机会，卖萌之外，还有洞天。最后，我们相信，阅读行为代表着你的偏好，我们了解这种偏好。

法律声明：UC2016资讯白皮书由UC云观·媒体服务平台制作，报告受中国知识产权法律法规保护。白皮书由云观分析团队产出，不代表UC官方立场。白皮书仅供参考。未经允许，不得加工或改造，如需转载或引用，需与云观团队联系并注明出处。

目录

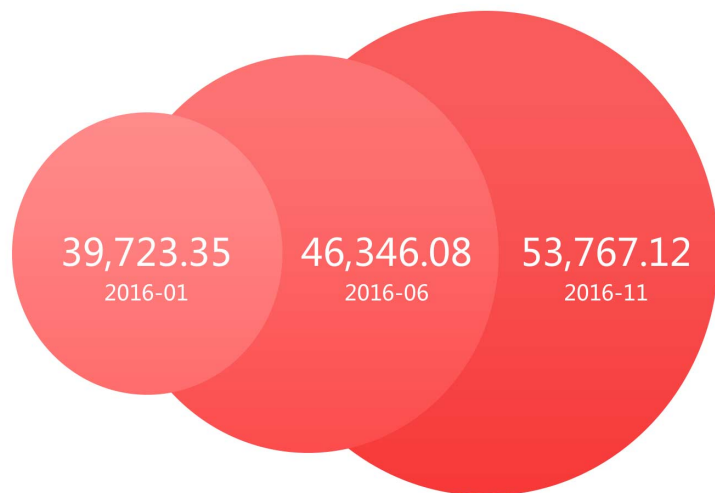
UC内容大盘宏观趋势

● 行业及大盘：站在风口的倍数增长	第6页
● 赋能媒体效果：拥抱变化 创作分发互惠格局显现	第7页
● 订阅号起势：新圈地运动 谁得内容电商	第8页
● 垂类内容增长趋势：从政策热点走向分众深度	第9页
● 多元呈现：短视频、图片 蛋糕在做大	第10页
● 风口上的短视频 呼唤垂类	第11页
● 主流用户画像：成长中的直男们	第12页
● 年龄画像：“自由且无用”的兴趣生长	第13页
● 订阅号作者画像：不年轻的 还有机会	第14页
● 年度全民热点：阅读行为与态度	第15页

主要领域热点及使用行为分析

● 娱乐类资讯：婚礼、娱乐纪检委、拼	第16页	● 科技类资讯：百度、网约车、手机	第21页
● 体育类资讯：退役、逆袭、女排	第17页	● 军事类资讯：南海、歼20、天宫二号	第22页
● 汽车类资讯：特斯拉、路怒、山寨	第18页	● 动漫类资讯：你的名字、阴阳师	第23页
● 健康类资讯：爱护自己、监管、医闹	第19页	● 情感类资讯：出轨、结婚、张靓颖	第24页
● 财经类资讯：万宝、房价、汇率	第20页	● 时尚类资讯：NMD、YSL星辰	第25页

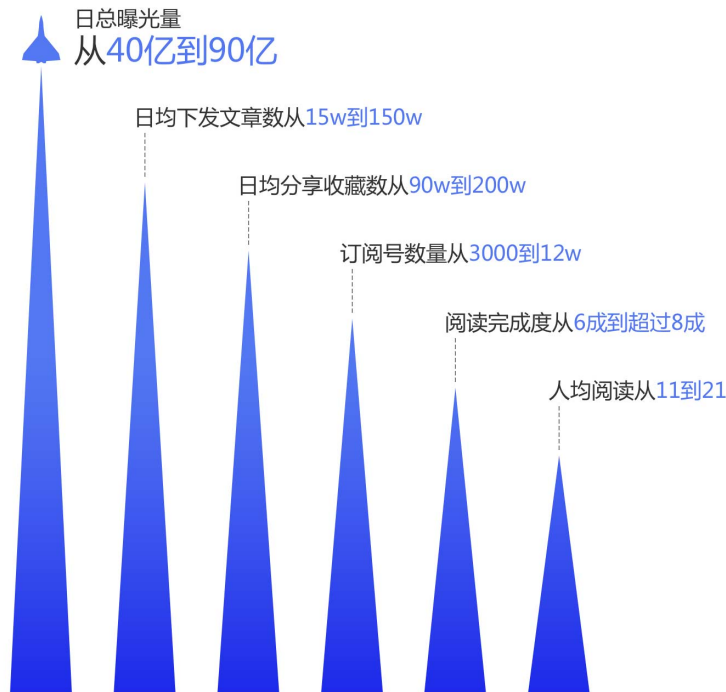
行业及大盘：站在风口的倍数增长



(月独立设备数(万台))

数据来源：艾瑞咨询mUserTracker数据库综合资讯类别

综合资讯类App总量越做越大，基于内容的移动互联网消费粘性得到业界共识，垂类资讯APP、主打特定趣味的APP涌现，拥有大数据资产能够进行媒体整合的第一阵营玩家形成，基于算法的推荐、营造自媒体圈层，成为较为常见的战略方法。

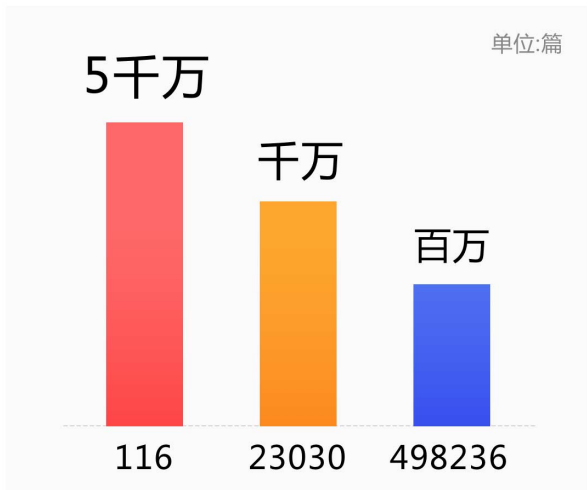


数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年

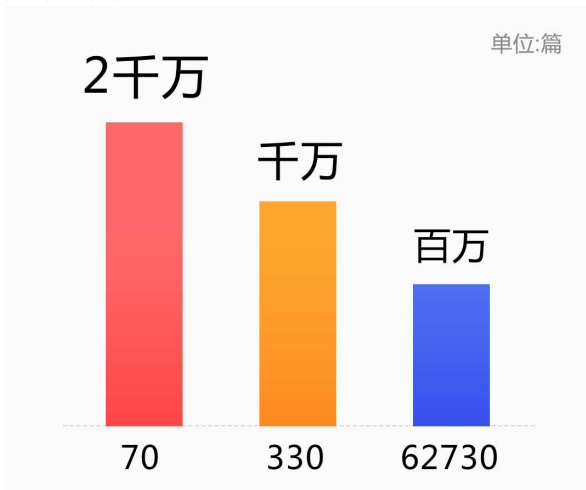
UC升级以来，信息流板块持重增加，从曝光量、文章数、分享收藏、人均阅读篇数、阅读完成度、订阅号增速角度看，用户已经形成内容印象及习惯。

赋能媒体：拥抱变化 创作分发互惠格局显现

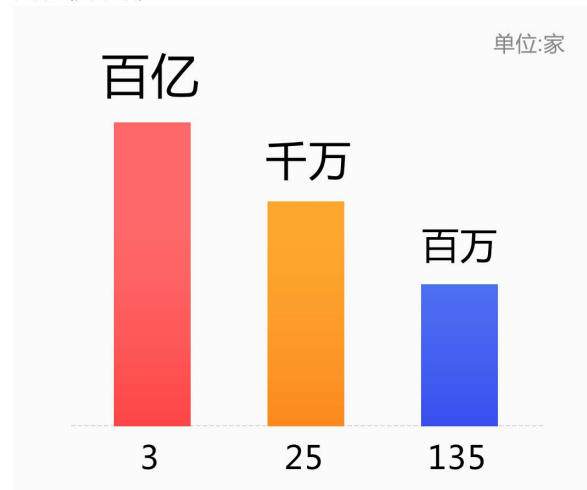
文章推荐量



文章访问量



百亿俱乐部



文章推荐量、文章访问量、过亿阅读媒体俱乐部三项指标呈增长趋势，UC已经与国内主流机构媒体、一线自媒体人、成长型自媒体玩家形成互惠同盟，基于UC十二年用户、品牌积累，甫一入场就成为内容分发的一极

机构媒体



封面传媒、第一财经、南方都市报等纷纷与UC建立战略数据、版权、媒体服务战略协议，其中第一财经与UC共建商业频道，用大数据盘活深度新闻，流量达到千万级。

订阅号

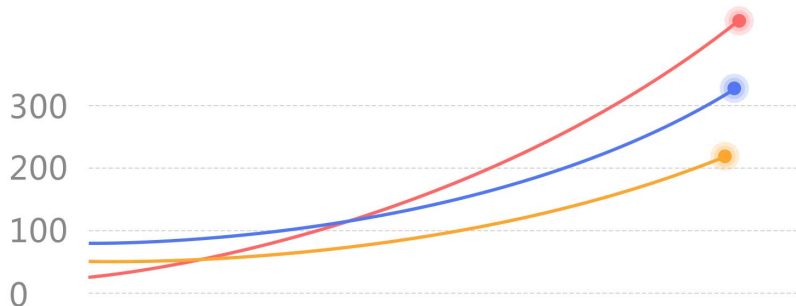


订阅号	累计阅读PV	累计阅读时长(分钟)
马云说	1亿700万	3.2亿分钟
诸葛小彻	1亿3千万	1.5亿分钟
毒舌电影	1亿6千万	3.6亿分钟
张召忠	1亿2千万	3.2亿分钟
每日人物	1亿3百万	1.7亿分钟

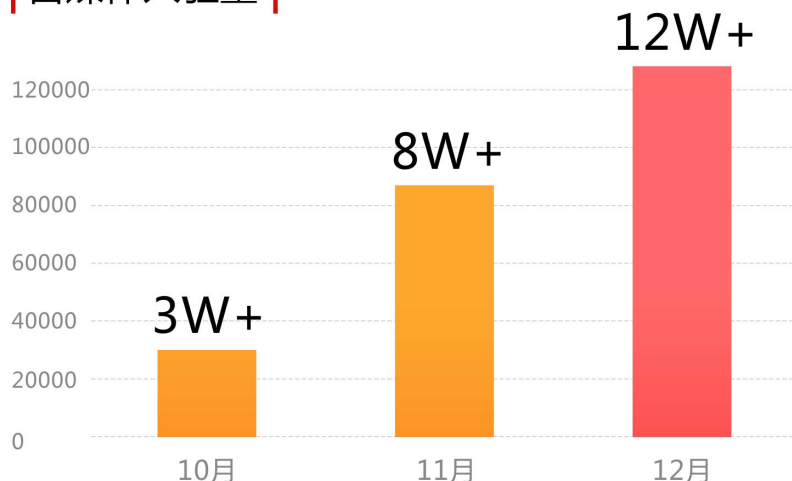
订阅号起势：新圈地运动 谁得内容电商

自媒体资讯量与阅读量增速

■ 总资讯量 (万篇) ■ 总阅读量 (亿次) ■ 总阅读时长 (亿分钟)
 增长率：2321% 增长率：314% 增长率：276%



自媒体入驻量



自媒体领域腰部力量开始展现，头部自媒体带动的品牌寡头效应促进商业玩法变革，腰部垂类对流量的渴求促进算法画像迭代。得益于积累和阿里势能，UC一方面具备电商系统支撑，另一方面以流量与数据打通，形成明晰的商业+技术驱动的内容平台变革模式。

圈粉型特色垂类账号，已在一年时间内实现可IP运作雏形



为准妈妈提供科学易懂的科普漫画 7亿次曝光，7573万准妈妈在看的科普漫画



贱嘴和好东西 情感问答二人组，为年轻人解忧排难 19-25岁用户中，有一半以上曾阅读贱嘴和好东西的文章



混子日 数据量表现非常好的原创漫画 1亿曝光，篇均阅读7万+



喃东尼 “友谊的小船说翻就翻” 作者 1.7亿曝光，篇均阅读6万+



利维坦 科学杂学，干货满满 21亿曝光，1863万分钟阅读时长

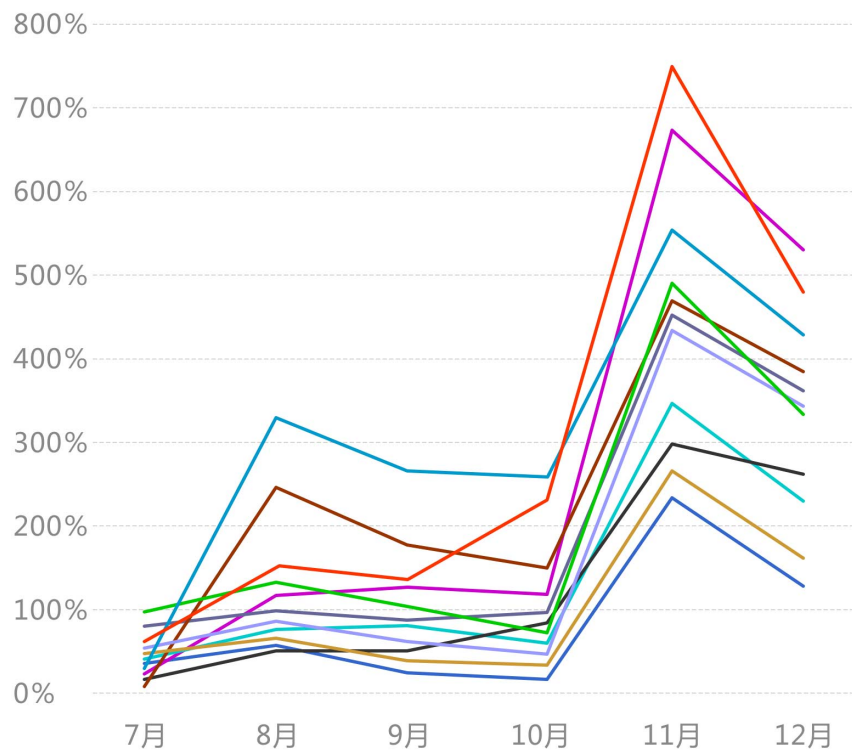


体育博士 斗志昂扬的大学生自媒体创业者 4.4亿曝光，篇均阅读7万+

垂类内容增长趋势：从政策热点走向分众深度

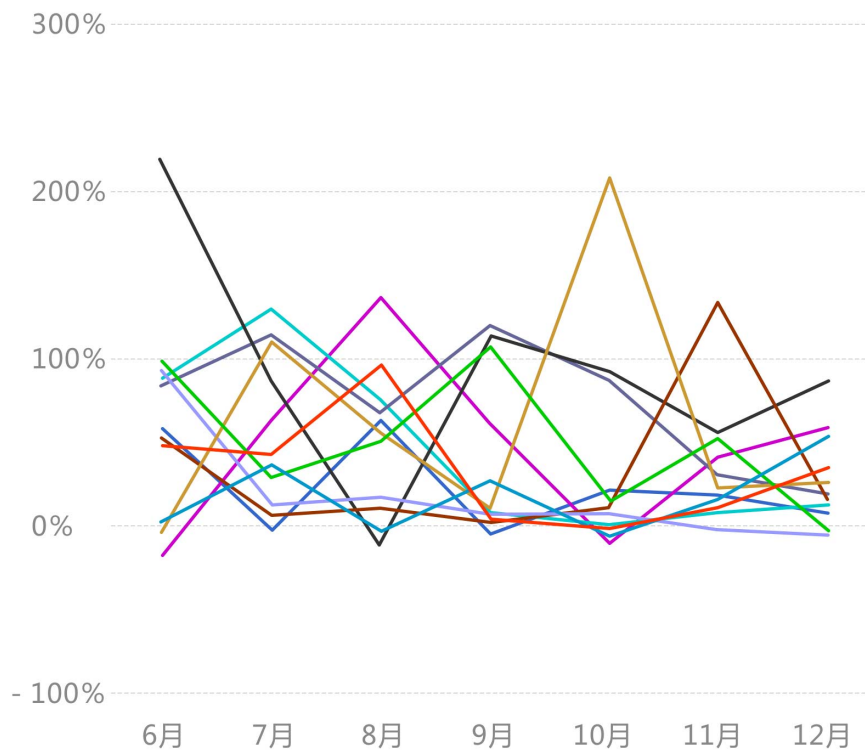
分类订阅号增速

— 财经 — 动漫 — 健康 — 军事 — 科技 — 两性情感
— 汽车 — 时尚 — 体育 — 星座 — 娱乐



不同领域阅读量变化

— 娱乐 — 汽车 — 财经 — 科技 — 体育 — 情感
— 军事 — 健康 — 动漫 — 时尚 — 星座



自媒体要从明显的政策市、热点市向分众市、深度市升级，平台利好政策或重要算法迭代对他们相当重要，而对全民热点、行业热点的捕捉延伸能力才是竞争格局的首位要义。可以发现娱乐、体育类获客成本相对低，但同行竞争也激烈，相比之下，财经、动漫、健康、军事仍有较大成长空间。

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年6-12月

多元呈现：短视频、图片 蛋糕在做大



视频：增长10倍

曝光量：近10亿

每天下发：20w+视频

日均分享、收藏超过10w+

图片：增长15倍

曝光量：5亿+

每天下发：5w+

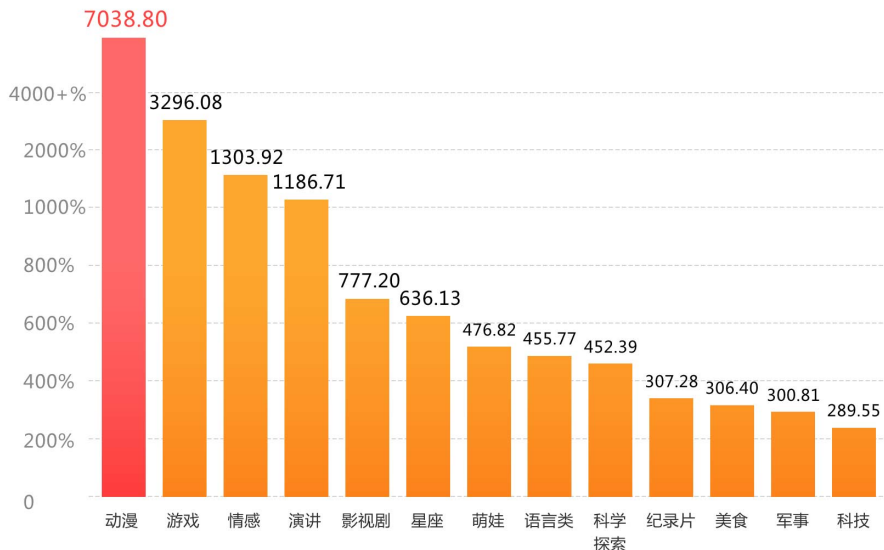
日均分享、收藏：5w+、2w+

短视频、图片新闻增速显著，分享、收藏比例高，存在比较明显的重复曝光，同时，相关领域内容生产仍有相当大的补齐空间，是粘性与入场的蓝海，但在对比中也发现，垂直优秀内容的增速更为显著，泛类（动漫、影视）入门门槛相对高，也对差异化提出了较高要求。随着更大屏手机、更快网络的普及，图片产品将着重发力高清内容和VR内容，提升用户阅读体验

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年

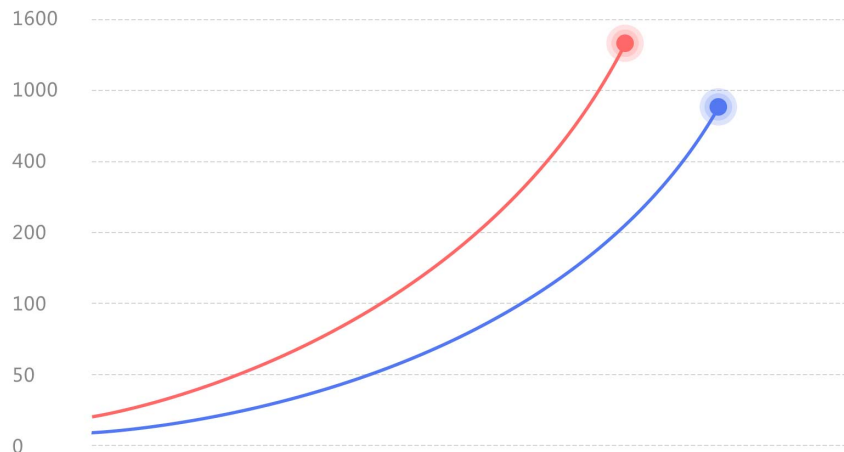
风口上的短视频 呼唤垂类

近5个月短视频内容播放增长率



短视频订阅号增长率
增长：1428%

短视频订阅号曝光量占比增长率
增长：914%



数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年8-12月

8月以来，因应趋势UC加大短视频的扶持力度，在流量层面予以倾斜，此外，视频类订阅号也在各自领域补充站位，动漫、游戏、情感、演讲等传统资源板块很快获得数十倍提升，带有视频的订阅号也更受欢迎。此外，未详细展示的历史、财经、时尚、汽车、育儿等板块仍有显著补充空间。一批头部账号入驻不久，已经在UC平台获得与主流视频平台类似的分发表现。



入驻仅一个月 Papi酱&papitube 单条
最高曝光量过千万 总曝光量过六千万



梨视频 总曝光量过8千万

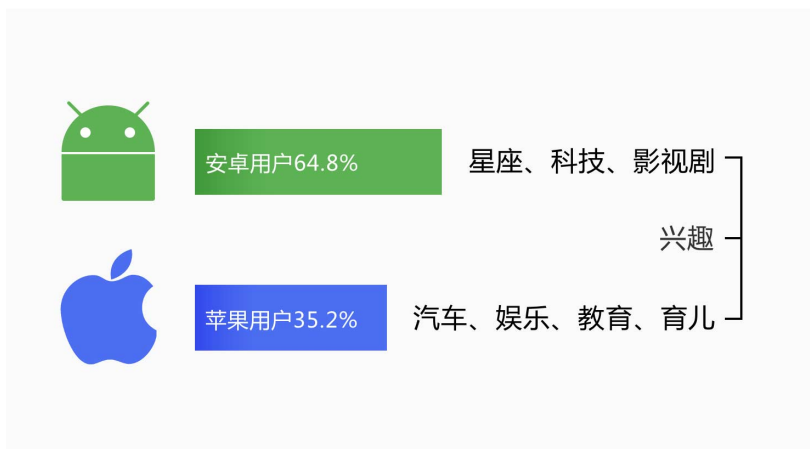
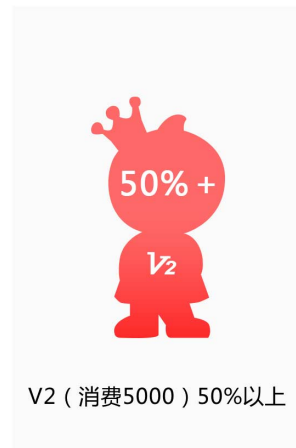
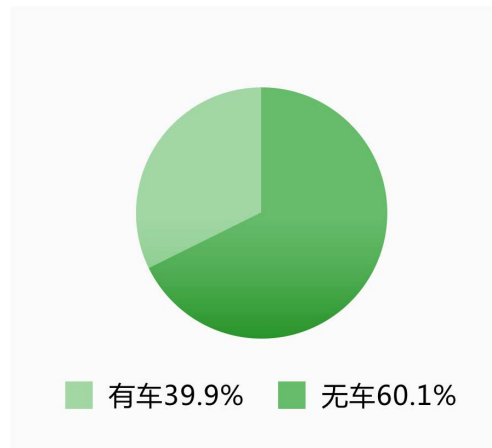
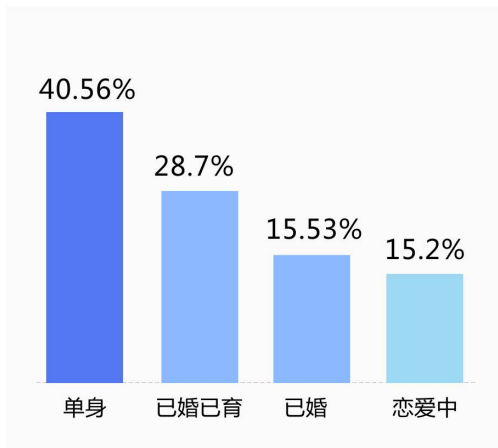


ZEALER中国 总曝光量过8千万



BizBang即刻 总曝光量过6千万

主流用户画像：成长中的直男们



年轻、男生多、有较强网络购物习惯、多来自相对发达地区、处在人生机遇与变化的关键阶段、求知欲较强，是UC用户的基本特征。

数据来源：阿里巴巴用户数据、UC云观·媒体服务平台 2016年

年龄画像：“自由且无用”的兴趣生长



■ 00后 (6.3%)

影视剧、萌娃、动漫、书画

■ 90后 (47.6%)

影视剧、娱乐、财经、房产、萌娃、

■ 80后 (31%)

科学探索、彩票、音乐、育儿、旅游

■ 70后 (11.7%)

搞笑、教育、体育

■ 70前 (3.4%)

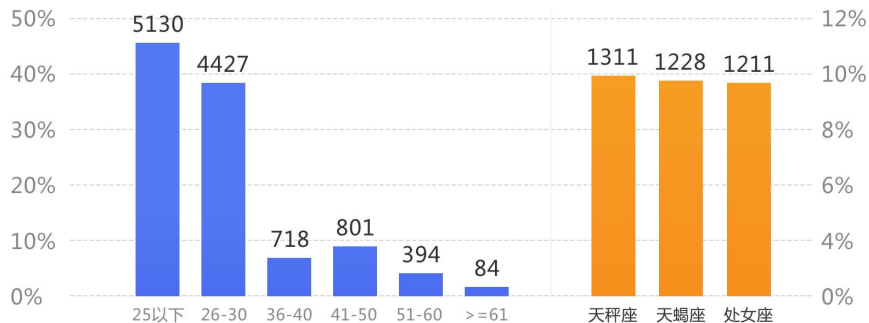
教育、体育、移民

相对清晰的代际特征，我们发现，本还是“孩子”的群体对“萌娃”的关注度也较高，侧面佐证，对非迫切需求兴趣的关注是新世代的特征之一。

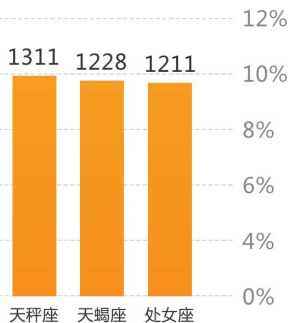
数据来源：阿里巴巴用户数据、UC云观·媒体服务平台 2016年

订阅号作者画像：不年轻的 还有机会

自媒体作者年龄分布

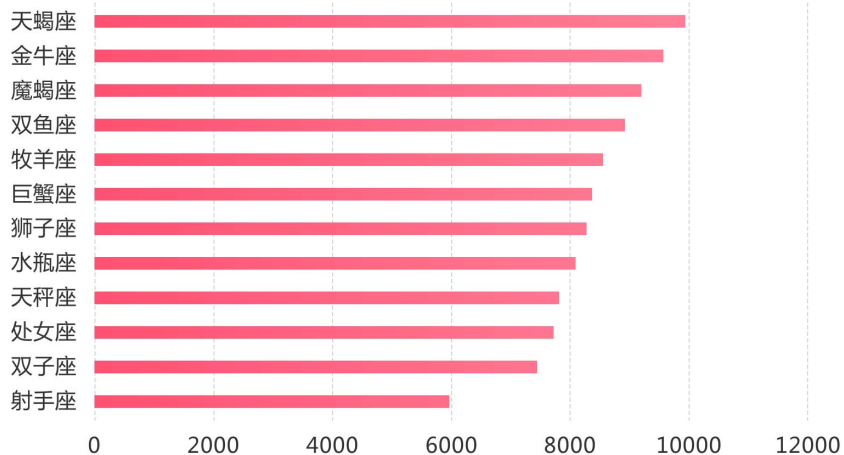


星座排名前三

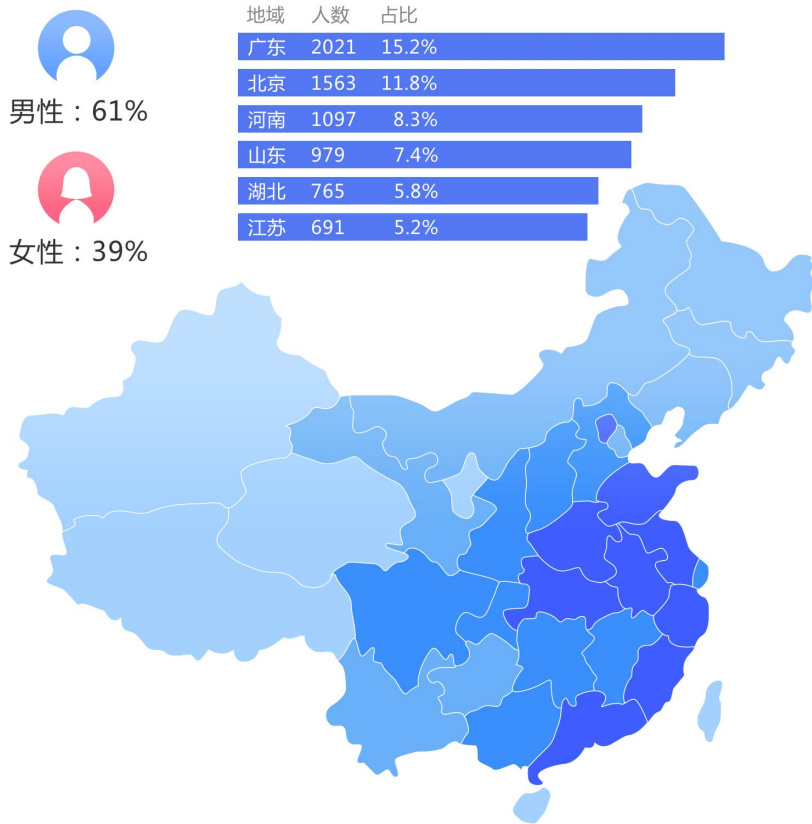


30岁以下的年轻人是自媒体创作的主流，结合UC的数据，年中出生的人，似乎表达欲望更强

各星座作者每账号阅读量 天蝎座、金牛座、摩羯座写的文章更受用户欢迎



自媒体作者地域分布



广东、北京、中东部省份是自媒体的主要聚集地

数据来源：UC云观·媒体服务平台采用随机抽样法选取定量样本得出的参考结论

年度全民热点事件：阅读行为与态度

关联热词热度 (百度138505、陕西129577、失独26321、莆田25377、医改17676、李彦宏、14052)

关联热词热度 (马蓉1173909、宋喆1004951、亲子326273、大闹天竺313443)

关联热词热度 (韩国472489、在野党325263、崔顺实297515、首尔264381、弹劾234747、亲信干政208981)



6月
英国脱欧



8月
中国女排



11月
特朗普

5月
魏则西



8月
王宝强



10月
朴槿惠



关联热词热度 (英镑108911、汇率92011、公投63101、首相43210、民调9101)

关联热词热度 (郎平1146211、奥运会984948、朱婷812343、惠若琪438801、最佳阵容320921)

关联热词热度 (美国465757、希拉里324845、奥巴马218020、白宫175369、互联网174670)

一月

三月

六月

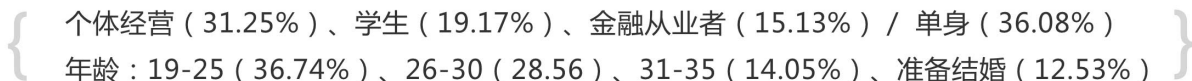
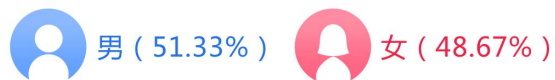
九月

十二月

数据来源：UC云观·媒体服务平台 分析事件高峰期数据

娱乐类资讯：婚礼、娱乐纪检委、拼

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：明星 (36%)、电影 (18%)、综艺 (13%)、电视 (11%)、演出 (10%)，TOP1000账号中278个

POINT 现象1

“明星婚礼，带火出境游、段子手”

- 刘诗诗&吴奇隆：最吸睛明星婚礼 (UV：2亿7800w+、分享超过20w)
- 巴厘岛：林心如&霍建华大婚也在这，成为最热关键词，主动搜索巴厘岛的用户占到话题总量16%，旅游频道热度随之提高
- 好友：第二热词，标题露出率37%
林霍，舒淇&冯德伦相关话题带火订阅号“好人卡”、“云备胎”等二级热词

@东方IC

POINT 现象2

“泛娱乐圈纪检委订阅号圈层形成出轨、撕逼、入狱，真相与口水在围观中层层推进，直至高潮”

- 王宝强阅读量 (13亿+)、林丹 (7亿+)、冯小刚王思聪 (亿+)、宋冬野 (八千万+)、陈冠希林志玲 (三千万+)、郭德纲曹云金 (亿+)
- 其中21%的账号连续追踪了全部话题 43%的账号同一话题发文两次以上
- 撕逼公关水准提高，用户使用时长显著提升万字长文、恩怨解读的篇均平均用户使用长度达到了20分钟左右
话题反复阅读程度也达到27%。

@陈鸿博/东方IC

POINT 现象3

“爱拼才会赢，明星宣发入驻分发平台、圈层粉丝现象级围观成为常态”

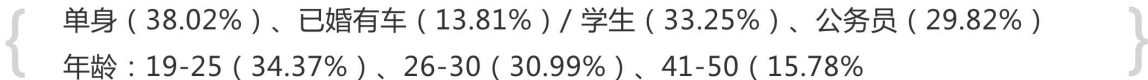
- 杨洋 UC搜索位居所有电视剧之首，文章热度过4亿，搜索和评论热度达到亿级
- 《微微一笑很倾城》全网点击量破160亿，集均5.33亿播放量，全网第一
- 柳岩工作室、汪峰工作室等 入驻UC订阅号平台，进行聚合分发模式探索。

问
啊

年度问题 “14日凌晨，王宝强发表离婚声明，称妻子马蓉与经纪人宋喆有不正常两性关系，马蓉回击：“善恶自有真相”。又网友爆料早就发现端倪，撕逼大战正式拉开，你怎么看？” (好奇值98) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

体育类资讯：退役、逆袭、女排

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：NBA+CBA (37%)、足球五大联赛 (23%)、羽毛球 (8%)、排球 (7%)，TOP1000账号中102个

POINT 现象1

“青春退役 科比、加内特、邓肯、克洛泽、杰拉德”

- 退役相关话题中，26—40岁的用户占比超过64.89%，超出同一年龄区间的总体体育用户17%。
- 科比退役当日，“再见”、“青春”上升为评论区热词，热度盖过“老司机”。当日阅读最高，达到1亿7669万，女性用户贡献了45.6%，超出女性用户对体育内容的平均阅读贡献近7%。

@WWDREXShutterstock/东方IC

POINT 现象2

“奇迹诞生，在艰难中取胜的一年 NBA骑士、英超莱斯特城、欧洲杯葡萄牙，热爱转折、热爱逆袭”

- 逆转取胜事件发生后的1小时内，UC体育分类的阅读量和该时段均值有3—7倍提升。
- 在最后一轮还剩3轮时，用户投票中，莱斯特城夺冠支持率超过了80%，完胜当时还有夺冠希望的热刺。

@BPIREXShutterstock/东方IC

POINT 现象3

“中国女排，举国振奋”

- 2016年最受UC网友关注的十大球队中，中国女排位居第一，每6个人就有1个关注中国女排，关注人数是第二名NBA骑士队的5倍。

性别占比：男52.1%，女47.9%
年龄占比：18以下 (15.95%)、19-25 (31.37%)、26-30 (23.99%)、31— (28.69%)
相对均匀，中国女排真正成为老幼咸宜的居家良品。

@MICHAEL REYNOLDS/东方IC

问
啊

年度问题 “中国女排接连击败巴西、荷兰，在12年之后拿到决赛入场券。21日上午 09:15对阵塞尔维亚，女排姑娘能否重返巅峰？”
(好奇值86) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

汽车类资讯：特斯拉、路怒、山寨

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



男 (74.2%)



女 (25.8%)

{ 单身有车 (28.7%)、已婚已育有车 (19.59%) / 公司职员 (46.26%)
年龄：26-30 (34.02%)、31-35 (31.63%)、19-25 (15.96%) }

二级分类：导购 (36%)、保养 (17%)、改装 (11%)、车展 (8%)，TOP1000账号中98个

POINT 现象1

“特斯拉无人驾驶致死，迷人的不确定性”

- 关注特斯拉新闻的读者中iPhone用户占比超过48%
- 男性用户显著高于女性用户，达到71%
- “无人驾驶”、“新能源车”、“混动车”等话题在汽车分类流量占比更高，达到26%。
- 订阅号主更愿意用特斯拉做标题，超过子类资讯中传统媒体12%。

POINT 现象2

“比亚迪唐撞朗逸，叫好的多”

- 交通事故类视频、冲突性事件会成为汽车类视频的峰值所在
- 各种版本剪辑的唐撞朗逸的视频播放量超过2亿2千万
- 19-25岁群体对这段视频的关注度更高，达到28%，尽管他们中的多数还没有购车
- “法律”、“人情”、“做得好”成为评论区TOP3热词

POINT 现象3

“本田告双环，国人也不待见山寨”

- 盘点山寨车是汽车分类日常的主要流量节奏点，“山寨”在汽车分类的阅读总量超过21.3亿
- “众泰”、“双环”、“陆风”，成为主要二级关键词，但话题订阅用户数较少
- “滑稽”成为评论区的热词冠军
- “山寨”与“国产”同时出现的关联度降低，只有11%。“国产”与具体车系间的关联度提升

@IC东方IC

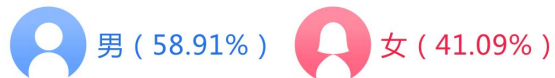
问
啊

年度问题 “1米7长腿妹纸，想买台15万左右的车上下班，注重车外观，有什么推荐吗？”

(好奇值92) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

健康类资讯：爱护自己、监管、医闹

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



{ 公务员、教师、个体经营总量 (42.92%) / 已婚已育有车者最多 (31.51%)
年龄：31-35 (28.87%)、36-40 (26.77%)、19-25 (15.86%) }

二级分类：健康养生 (26%)、疾病药品 (17%)、减肥健身 (13%)，TOP1000账号中57个

POINT 现象1

“追逐梦想的路上不要让自己太累”

- 乔任梁抑郁症自杀 (UV：1亿2千多万、分享30w+)
- 春雨创始人张锐心梗去世 (UV：7千2百万、分享11w+)
- 关注人群：80后、60后
关注地区：北上广深、关注自身健康，为爱分享
二级兴趣：健身、保险

@东方IC

POINT 现象2

“症结在于责任而非技术，这不是监管体系的终点，更像是开始”

- 毒跑道事件 (UV：329万，分享4w+)
- 5.7亿非法疫苗案 (UV：408万、分享1w+)
- 关注人群：70、80后、已婚已育有车者
关注地区：江苏、北京、深圳、山东

@ailes blanches/东方IC

POINT 现象3

“医患关系现极端案例，暴力令人心碎”

- 医生陈仲伟被砍身亡事件 (UV：969万、分享46712)
- 关注人群：公务员、教师群体
评论关键词：🕯️ 蜡烛、走好

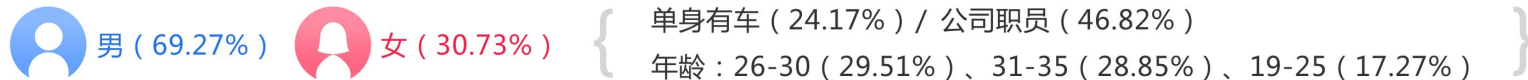
@潘文峰/东方IC

问
啊

年度问题 “成都三甲医院医生炫富，晒万元羽绒服，称每年买衣服花20万且有三套房，反感医疗圈哭穷，你怎么看？”
(好奇值78) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

财经类资讯：万宝、房价、汇率

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：民生 (48%)、股票 (31%)、期货 (17%)、房地产市场 (13%)，TOP1000账号中29个

POINT 现象1

“宝万之争，财经科普课”

- 宝万之争跌宕起伏，关注人群平均阅读相关内容6篇，平均阅读时长超过35分钟
- 宝万之争带动了“停牌”、“重组”、“毒丸计划”等经济学名词的搜索量攀升，“毒丸计划”搜索量提升530倍。
- 宝万之争中，王石的阅读热度超过5亿，是姚振华的32倍
- 与王石一同被阅读最多的名人依次是“田朴珺”、“郁亮”、“姚振华”、“褚时健”、“冯仑”、“许家印”。

@牛牛/东方IC

POINT 现象2

“人民币贬值，监管先知”

- 金融从业者和公务员是最关心人民币贬值的人群
- 其中87.3%的金融从业者用户
51.5%公务员
26.7%公司职员
24.9%个体经营者浏览人民币贬值等相关内容
- 人民币贬值成为热点话题时期，财经内容的整体阅读热度也会走高，超出平时34%
- 关联搜索TOP3：“黄金”、“美元”、“房价”

@东方IC

POINT 现象3

“一根房价，牵动两端”

- 同时关注“二套房”、“贷款”、“公积金”的用户超过26%
- 房价上涨最牵动生活在这三大城市的人的神经：
1.北京、2.上海、3.深圳
- 关于房价走向的专题投票调查：看涨44.6% VS 看跌 55.4%
- 关于“限购”的新闻在房价话题中，关注度更高

@小桃/东方IC

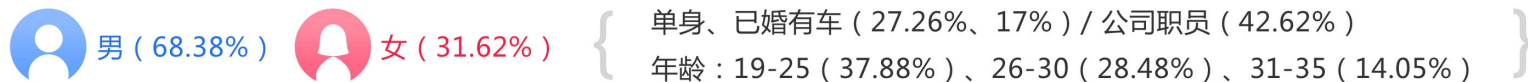
问
啊

年度问题 “今年媒体曝出多起校园网贷恶性事件，校园网贷会走向何方？”

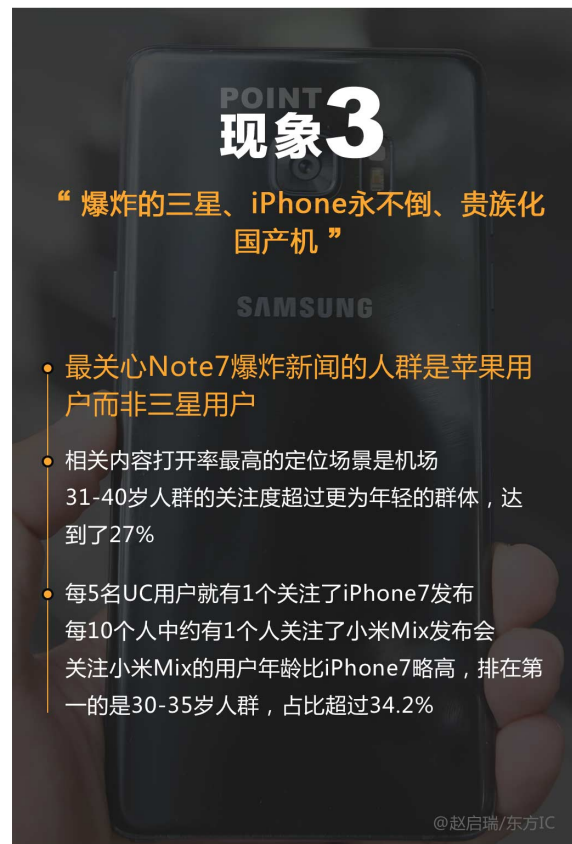
(好奇值94) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

科技类资讯：百度、网约车、手机

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：手机 (38%)、互联网 (35%)、智能硬件 (13%)，TOP1000账号中40个



问 年度问题 “三星note7最近因电池爆炸被全球召回，手机安全事故频发，如何保证安全？”
啊 (好奇值90) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

军事类资讯：南海、歼20、天宫二号

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



男 (73.9%)



女 (26.1%)



单身 (37.15%) / 学生 (26.67%)

年龄：19-25 (28.38%)、26-30 (26.09%)、31-35 (14.86%)

二级分类：中国军情 (41%)、国际军情 (28%)、武器 (25%)，TOP1000账号中48个

POINT 现象1

“南海仲裁，深入浅出最受欢迎”

- UC平台产出南海仲裁热点漫画，介绍南海问题渊源
- 热点漫画专题当日斩获578W+用户关注，其中外部访问151W+，自传播率高达18.43%
评论用户破万，“琳翰老叔”订阅号发文后亦引起UC端外其他媒体转载
- 南海仲裁自媒体文章中，“习近平”、“军演”成为TOP2，民族情绪可见一斑

@JASON LEE POOL/东方IC

POINT 现象2

“歼20，局座之火，其来有自”

- 话题相关文章3000+，吸引超过200万人关注，阅读量4200万
- 航展期间，局座张召忠解读关键词：战机、装备、运20、歼31、东风导弹、VT系列坦克，词频平均出现超过10次，为局座增添厚度
军事知识、持续扩展发散能力，是局座保持领先的原因
- 武器类发散搜索热度高：歼20细节、通场飞行、技术数据、设计、F22成为二级关键词TOP5

@李建东/东方IC

POINT 现象3

“天宫二号，躺着中枪”

- 评论区最热一条视频：台媒：神七是水下拍摄，根本没有进太空 视频当日播放量超过300w
- 评论热词TOP3：奇葩、小岛、茶叶蛋
- 陈冬、景海鹏、杨利伟、神十一、神舟、太空成为二级关键词TOP5
- 北京、河北、山东、江苏、安徽用户关注度最高

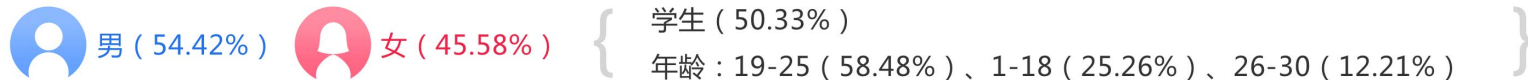
问
啊

年度问题 “中国目前装备哪些突击步枪，都有什么性能？”

(好奇值75) (好奇值是问啊频道阅读量、点赞数、评论值的综合计算结果)

动漫类资讯：你的名字、阴阳师

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：日漫 (28%)、美漫 (19%)、清新素颜 (17%)，TOP1000账号中8个

现象1

“国漫情怀上映”

- 关注《大鱼·海棠》话题的用户超过1263万，其中单身用户比例高，达到72%
- 大鱼海棠传播舆情两极情况较为严重，但关注人群变化不显著
- 在发声、吐槽、回应、思考的递进环节中，用户关注损失较小，仅为17%

现象2

“日漫依旧狂奔”

- 《你的名字》成为年度最火动漫作品，有超过3000万人关注了相关信息
- 关于《你的名字》的最佳传播路径是方言评论和创意PS
- “泥似哪过”、“请签收快递”、“请出示您的证件”成为关注度最高的蹭热点方式，文本出现率达到24%、17%、11%
- 电影同款滤镜也带活了家乡美景话题，同话题内，动漫与科技频道的跳转率达到8%

现象3

“阴阳师大火：ACG的主流化”

- 欧、非、SSR、玄学等特定词汇因为阴阳师而火
- 泛动漫类成为定义语象的主要因素，成为今年二次元元界的最大成就
- 这背后是阴阳师相关话题文章高达6%的收藏率

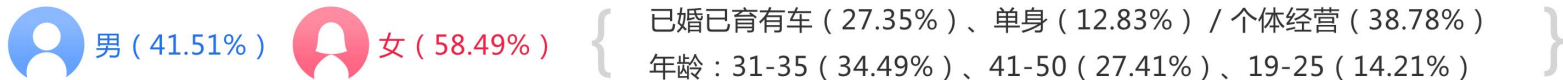
问
啊

年度问题 “《你的名字》真的那么好看？”

(好奇值82) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

情感类资讯：出轨、结婚、张靓颖

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：情感 (56%)、两性健康 (28%)、测试 (10%)，TOP1000账号中56个

POINT 现象1

“出轨、离婚，现代情感生活浓度的顶峰”

- 马蓉、林丹“出轨”，话题也延伸到情感领域
- “出轨”的二级关键词是“分家产”，标题共同出现次数超过7万次
- “离婚”的二级关键词是“买房”，标题共同出现次数超过12万次
- 出轨离婚的高经济属性，让人印象深

@大庆/东方IC

POINT 现象2

“结婚，话题延展性最强”

- “闺蜜”、“父母”、“生孩子”，围绕结婚的三大关联词
- 以这三个词与结婚结合，其关注用户占到结婚总分类的63%。
- 该不该结婚、婚前种种考验，成为百论不衰的流量之王

@于谭阳/东方IC

POINT 现象3

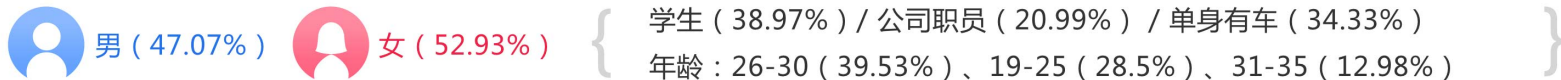
“非典型“婆媳”关系，张靓颖挑起热点”

- 婆媳矛盾、老公妈宝、生男生女等往年婆媳话题TOP3
- 今年的情感类大号主要围绕张靓颖进行集中讨论，“女婿”取代“婆媳”有超过2225万人关注
- 这次传播出现的剧情翻转，迭代“炒作”、“搞笑”等二级词汇TOP2
- 有超过16个订阅号在张靓颖中获得两次增粉高潮，增粉频率平均超过7万

问 年度问题 “最近在和室友讨论婚前性行为，大家说法不一，你们怎样看待婚前性行为？”
啊 (好奇值84) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

时尚类资讯：NMD、YSL星辰

数据来源：UC云观·媒体服务平台 2016年



二级分类：时装 (52%)、彩妆 (20%)、奢侈品 (11%)，TOP1000账号中19个

POINT 现象1

“限量营销事件 怕不in 只能看 - 全都是套路”

- 阿迪达斯NMD，3月内，超过1500万人关注了这个话题
- TOP30文章中有超过44%的评论区头条被“代购”覆盖
- 关注阿迪达三相关话题的用户中，同时关注耐克 (NIKE) 品牌的达到76%
- 全年搜索、阅读耐克和NIKE的用户总数更是达到了1.6亿

POINT 现象2

“美妆话题男友力爆棚 低龄化成为新看点”

- YSL星辰热门初期，男性关注者甚至高于女性
- 关注人群呈现出低龄化特点，超过24%的用户年龄在19-25岁以上
- 二级关键词TOP2：色号、代购
- MAC、迪奥、香奈儿、阿玛尼等品牌的用户阅读量也在同期提高

问
啊

年度问题 “个性安静的女生如何才能穿的合适漂亮乃至有气质呢？”

(好奇值81) (好奇值是问啊频道阅读数、点赞数、评论值的综合计算结果)

关于我们

“UC云观”是UC推出的媒体服务平台，服务对象包括自媒体、机构媒体。其中对内后台系统提供数据展示、账号运营、创作编辑、权限控制、分成管理等功能；对外部分称为“数读舆情”，包括“UC热词、UC媒体榜、UC热门榜”三大模块：热词提供舆情及事件关联分析，热点提供排行、预测分析、并支持实时爆料展示，媒体榜提供影响力、地域、人群等多维度拆解。UC云观也会定期产出资讯行业数据报告。透过以上服务，旨在给予媒体及资讯重度用户数据辅助。



UC订阅号官方公众号



订阅号开讲啦 UC平台官方入口



UC云观官方公众号