

2012年社会化媒体分享行业报告

2012年12月

2012年社会化媒体分享行业报告

站点

社交网络、休闲娱乐、游戏、新闻媒体、在线视频、在线音乐站点分发了总分享量的56%

女性时尚、社交网络、在线音乐等站点内容的社会化传播能力强

社会化分享传播平台

2012Q4, Top15榜单排位轻微调整, 新浪微博的分享量占比上升3.35%

2012年, 社会化媒体分享量前三名占比之和达65%

分享平台的独立用户数与分享量大致成正相关, 人均分享量上搜狐微博领先

SNS平台和微博平台中, 百度空间、人人网回流比上涨最快

用户及行为特征

用户分享行为早上9点开始活跃, 早上11点达到顶峰

男性用户更愿意分享, 用户数和人均分享次数均领先

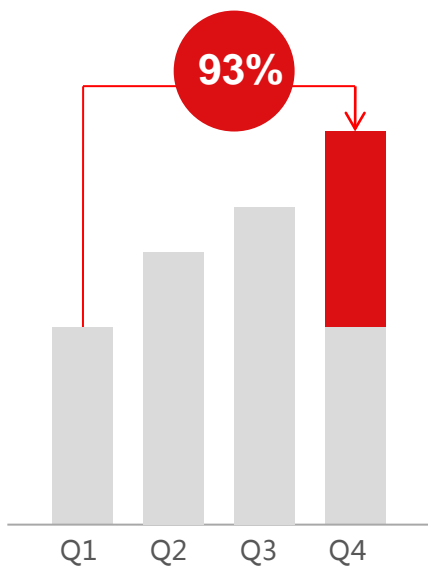
分享用户大专及以上学历过半数, 达56%

学历高的用户分享意愿强, 女性研究生人均分享次数最大

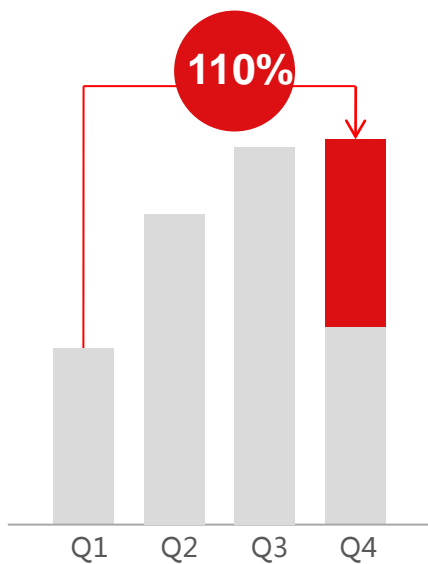
76%的分享用户最多使用2个分享平台

1 社会化媒体分享呈现强劲的上漲态势

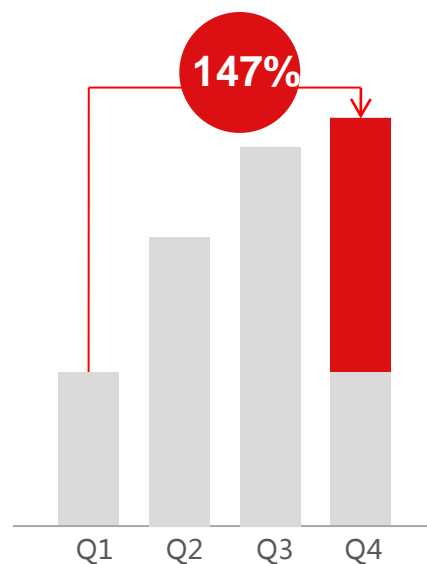
社会化媒体日均分享量*



社会化媒体日均活跃站点



分享站点日均总页面浏览量

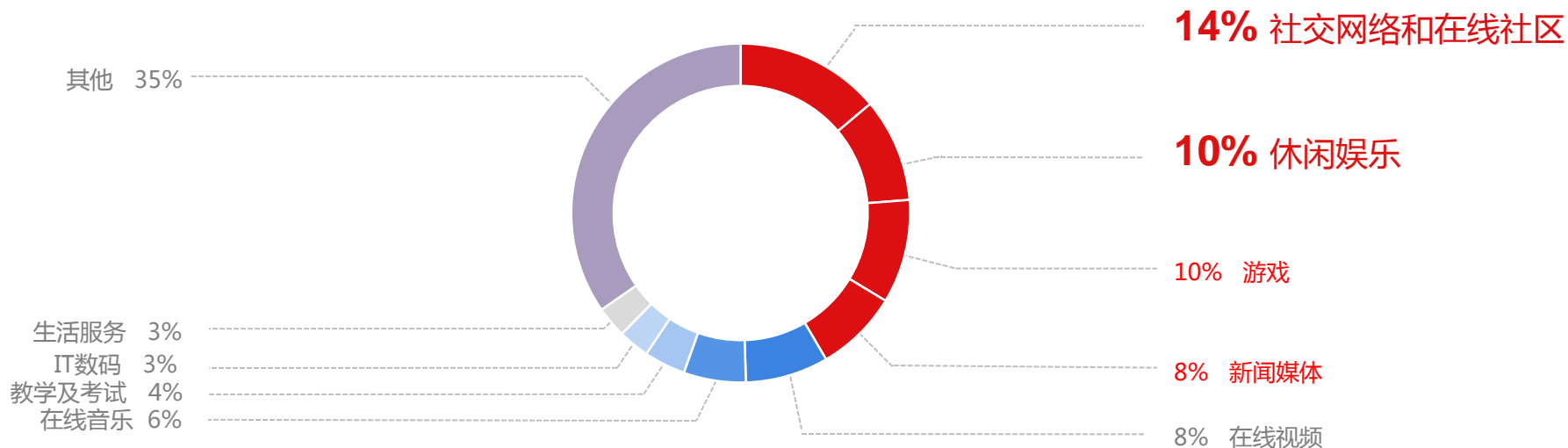


*分享量：网民使用百度分享工具将页面分享到某一社会化媒体的次数，报告下同

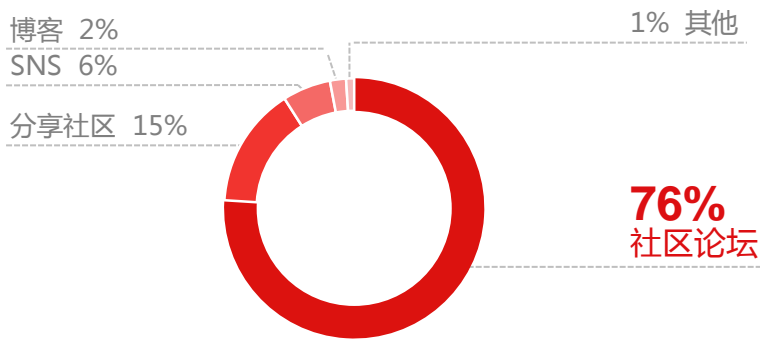
分享站点分析

2 社交网络、休闲娱乐、游戏、新闻媒体、在线视频、在线音乐站点分发了总分享量的56%

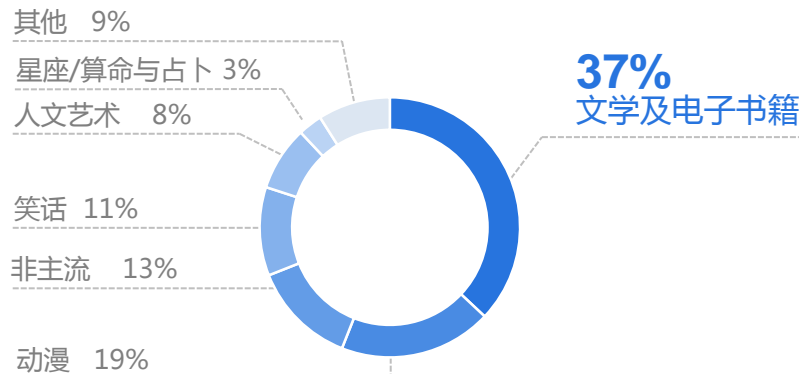
2012年，分享站点分享量占比



2012年，社交网络和在线社区分享量结构

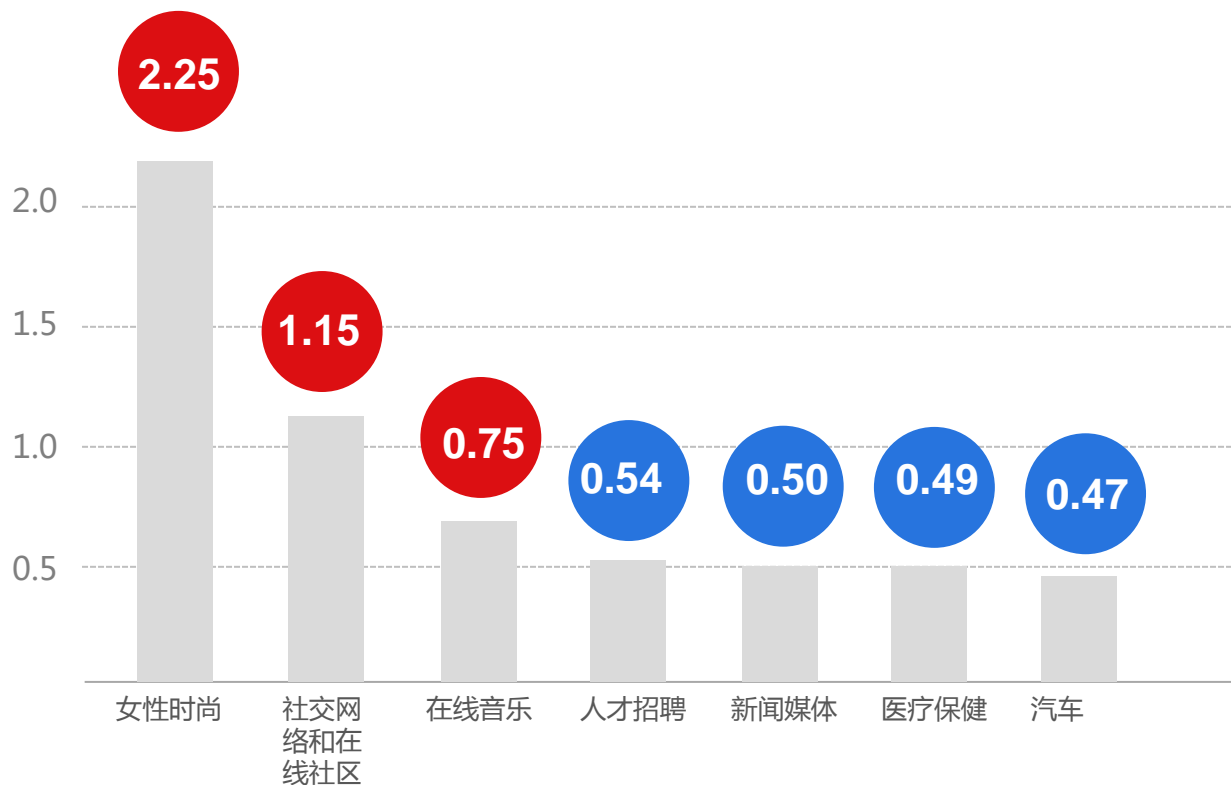


2012年，休闲娱乐分享量结构



3 女性时尚、社交网络、在线音乐等站点内容的社会化传播能力强

2012年，不同类分享站点的分享回流比



*回流比=回流量/分享量，即1次分享带来的回流次数，可反映社会化分享媒体的传播深度和广度

分享传播平台分析

1

2012Q4，Top15榜单排位轻微调整，新浪微博的分享量占比上升3.35%

2012Q4，社会化媒体分享量占比Top15

	社会化媒体	分享量占比	回流量占比	回流比
1	QQ空间	40.33%	37.79%	0.60
2	新浪微博	15.04%	26.14%	1.12
3	腾讯微博	10.87%	8.03%	0.48
4	百度搜藏	6.62%	5.44%	0.53
5	人人网	6.53%	6.91%	0.68
6	开心网	3.08%	0.09%	0.02
7	百度贴吧	2.71%	12.54%	2.99
8	百度空间	1.94%	1.06%	0.35
9	腾讯朋友	1.91%	0.57%	0.19
10	QQ收藏	1.90%	0.26%	0.07
11	豆瓣	1.73%	0.14%	0.05
12	搜狐微博	1.31%	0.12%	0.06
13	和讯微博	1.10%	0.06%	0.04
14	淘宝	1.02%	0.07%	0.04
15	网易微博	0.33%	0.06%	0.12

1 与2012Q3相比，前三名保持不变，依次为QQ空间、新浪微博、腾讯微博。新浪微博的分享量占比上升3.35%

2 前十五名发生轻微变化，百度空间上升1位，腾讯朋友下降1位；搜狐微博上升1位，和讯微博上升2位，淘宝下降2位

3 网易微博重返Top15榜单

回流量：分享到某一社会化媒体后，用户通过点击分享链接返回到分享页面的次数，报告下同

回流量占比：回流到分享站点的回流次数，占全部社会化媒体的回流次数总和的百分比，报告下同

2 2012年，社会化媒体分享量前三名占比之和达65%

2012年，社会化媒体分享量占比Top15

	社会化媒体	分享量占比	回流量占比	回流比
1	QQ空间	42.39%	43.48%	0.61
2	新浪微博	12.80%	26.19%	1.22
3	腾讯微博	9.66%	7.21%	0.44
4	人人网	7.13%	5.31%	0.44
5	百度搜藏	6.36%	5.62%	0.53
6	百度贴吧	3.73%	8.25%	1.32
7	开心网	3.28%	0.51%	0.09
8	百度空间	2.07%	0.44%	0.13
9	腾讯朋友	2.01%	0.68%	0.20
10	QQ收藏	1.95%	0.23%	0.07
11	豆瓣	1.89%	0.16%	0.05
12	搜狐微博	1.32%	0.18%	0.08
13	淘宝	1.28%	0.06%	0.03
14	和讯微博	0.42%	0.02%	0.03
15	网易微博	0.37%	0.20%	0.31

1 SNS平台是目前社会化媒体分享的最重要的平台，QQ空间位列首位

2 微博平台中新浪微博和腾讯微博分列第二和第三位，占比呈现快速上升态势

3 书签平台中，百度搜藏、QQ收藏分列第五和第十位

回流量：分享到某一社会化媒体后，用户通过点击分享链接返回到分享页面的次数，报告下同

回流量占比：回流到分享站点的回流次数，占全部社会化媒体的回流次数总和的百分比，报告下同

3 小众平台的回流比整体上仍高于大型社区平台

2012年，社会化媒体回流比*Top15

	社会化媒体	回流比	分享量占比	回流量占比
1	凤凰网	6.90	0.02%	0.18%
2	Delicious	5.65	0.01%	0.13%
3	推他	5.64	0.02%	0.15%
4	139说客	4.09	0.02%	0.13%
5	抓虾	3.78	0.02%	0.13%
6	鲜果	3.48	0.03%	0.16%
7	Twitter	2.65	0.03%	0.13%
8	百度贴吧	1.32	3.73%	8.25%
9	新浪微博	1.22	12.80%	26.19%
10	Facebook	1.02	0.99%	0.16%
11	QQ空间	0.61	42.39%	43.48%
12	百度搜藏	0.53	6.36%	5.62%
13	腾讯微博	0.44	9.66%	7.21%
14	人人网	0.44	7.13%	5.31%
15	网易微博	0.31	0.37%	0.20%

1 在大型社区平台中，用户在社交网络中，回流比较低。
Twitter、百度贴吧、新浪微博的回流比位居前列

2 在小众平台中，凤凰网、Delicious、推他等分享量小，回流量相对较高，用户粘性高，分享内容社会化传播广度较高

*回流比=回流量/分享量

4 分享平台的独立用户数与分享量大致成正相关，人均分享量上搜狐微博领先

2012年，社会化媒体分享独立用户数Top15

	社会化媒体	独立UV	分享量占比
1	QQ空间	39.81%	42.39%
2	新浪微博	16.92%	12.80%
3	腾讯微博	13.40%	9.66%
4	人人网	9.69%	7.13%
5	百度搜藏	7.10%	3.28%
6	开心网	4.46%	3.73%
7	腾讯朋友	3.23%	2.01%
8	百度贴吧	3.22%	2.07%
9	百度空间	2.96%	1.95%
10	QQ收藏	2.90%	1.89%
11	豆瓣	2.69%	1.32%
12	搜狐微博	2.05%	6.36%
13	淘宝	1.71%	1.28%
14	和讯微博	1.67%	0.42%
15	网易微博	0.50%	0.81%

1 从独立用户数上看，分享平台的独立用户数与分享量成正相关

2 从人均分享量*上看，搜狐微博、网易微博、QQ空间位居前列

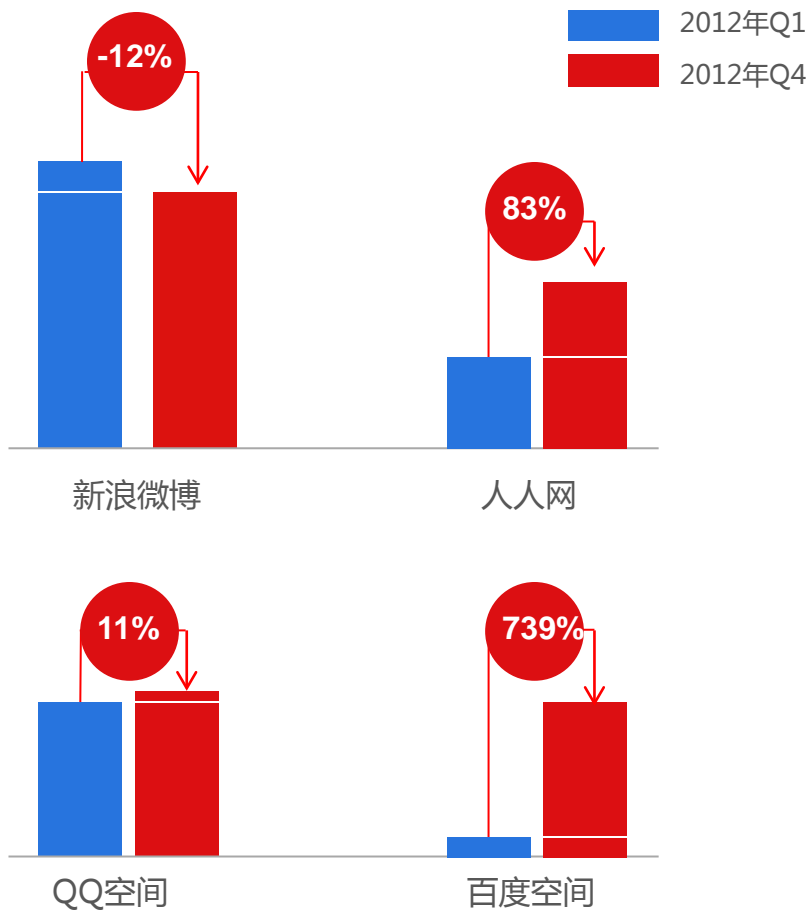
*人均分享量=分享量/独立用户数

分享传播平台分析

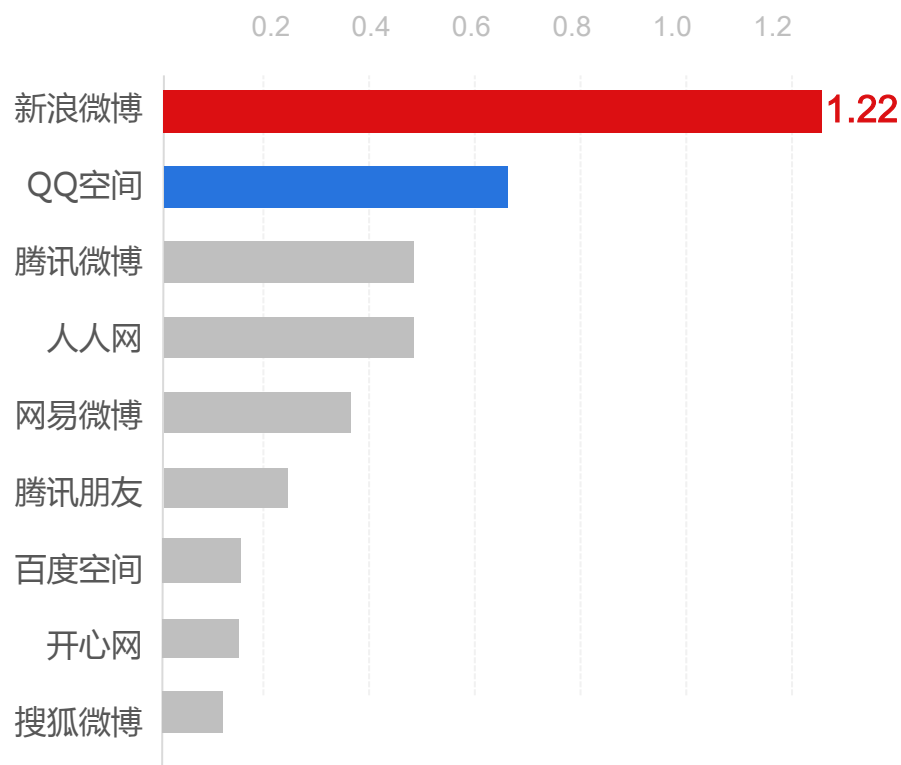
5

SNS平台和微博平台中，百度空间、人人网回流比上涨最快

2012年，主要SNS平台和微博平台分享回流比*变化情况



2012年，SNS平台和微博平台的分享回流比*情况



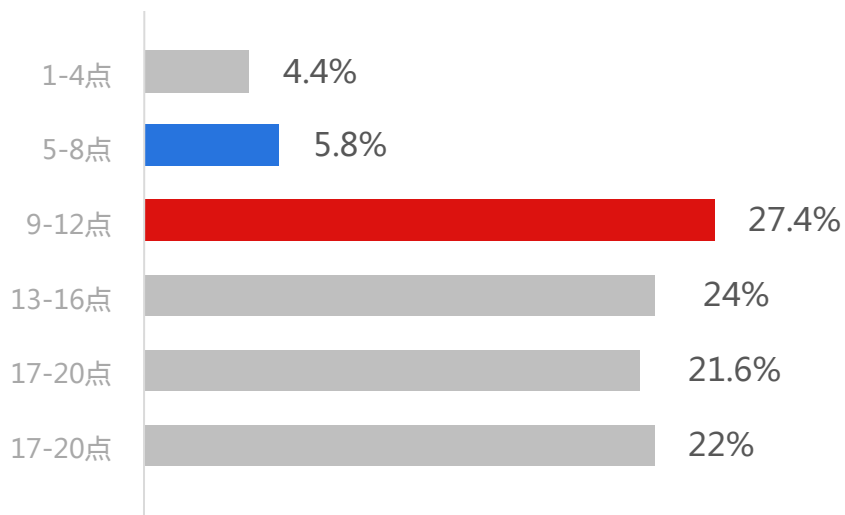
*回流比=回流量/分享量

用户及行为特征

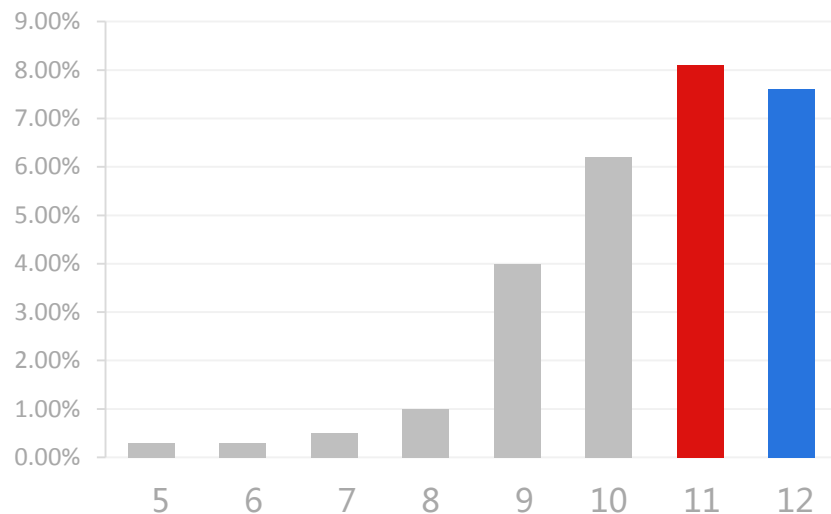
1

用户分享行为早上9点开始活跃，早上11点达到顶峰

2012年，分享用户一天分享行为分布



2012年，分享用户5-12点分享行为分布



用户分享时段与用户上网时段大致重叠，社会化分享已经融入社交网络用户的互联网生活

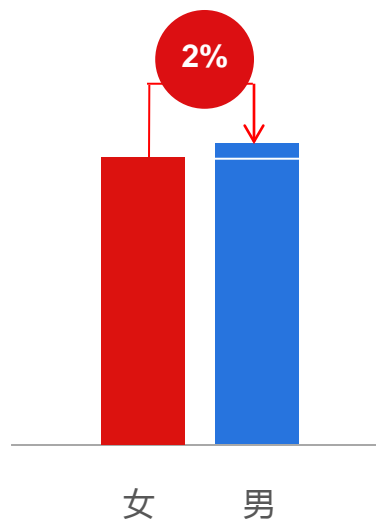
用户及行为特征

2 男性用户更愿意分享，用户数和人均分享次数均领先

2012年，分享用户性别分布



2012年，不同性别分享用户人均分享次数

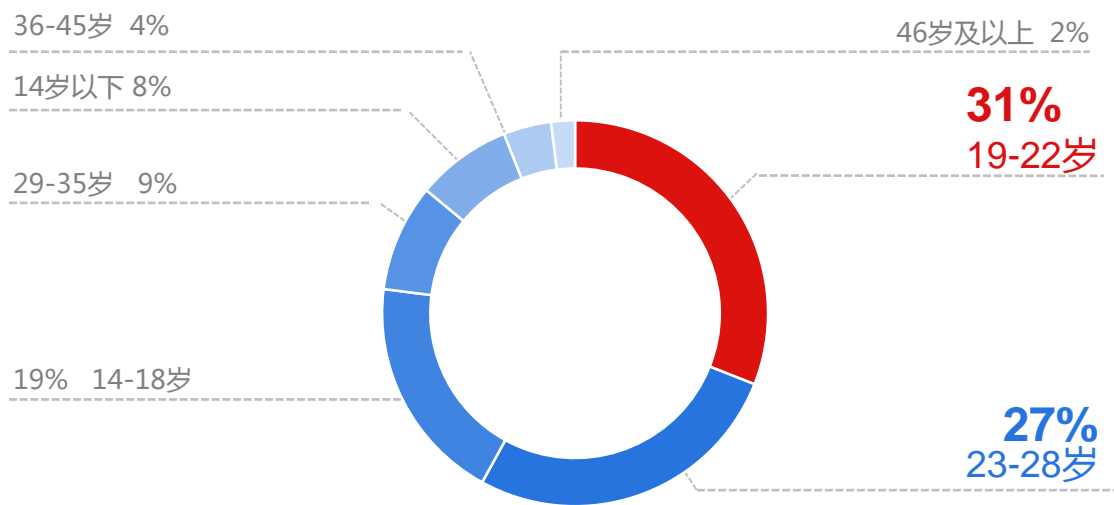


从性别比例来看，男性更愿意分享，占65%，高于男网民比例55%
从人均分享次数来看，男性人均分享次数也略高于女性

用户及行为特征

3 用户年龄集中在14-28岁，占比达77%

2012年，分享用户年龄分布

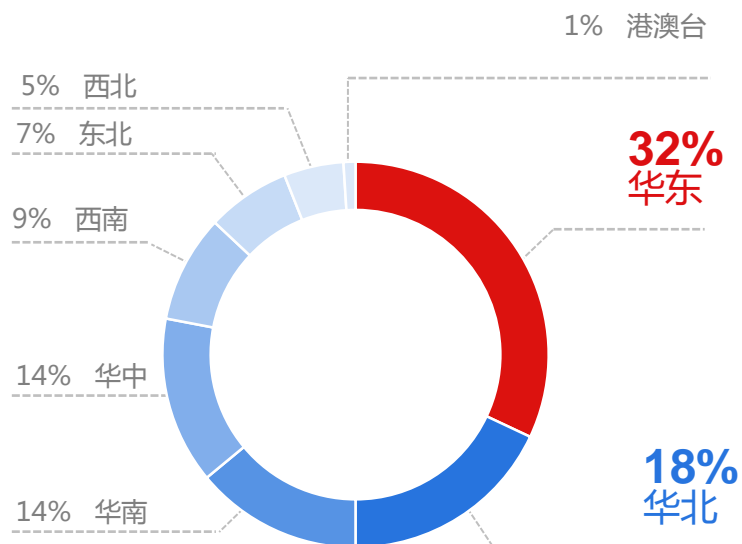


14-28岁分享用户占比高达76%

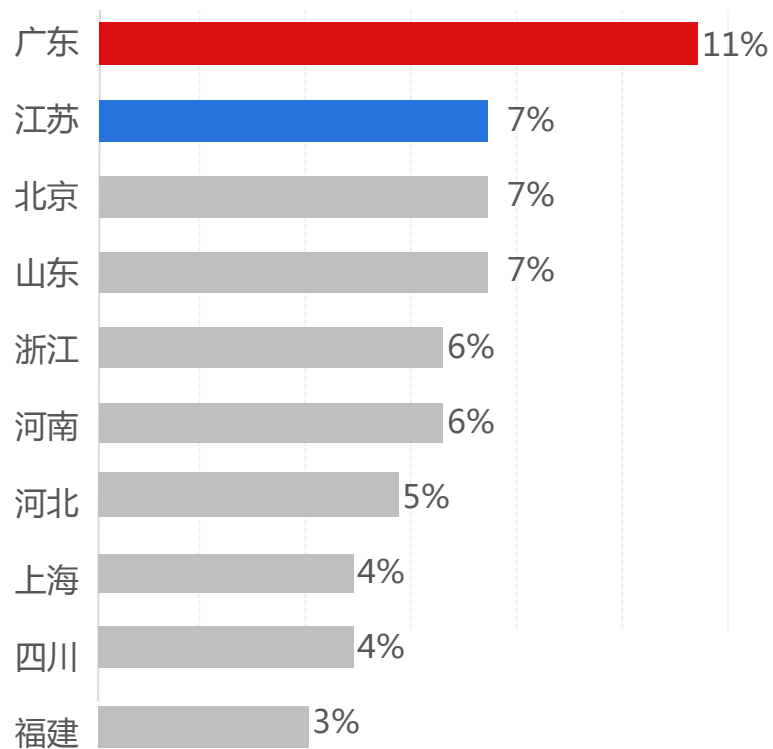
用户及行为特征

4 华东地区用户占三分之一，广东用户比例最高

2012年，分享用户地域分布



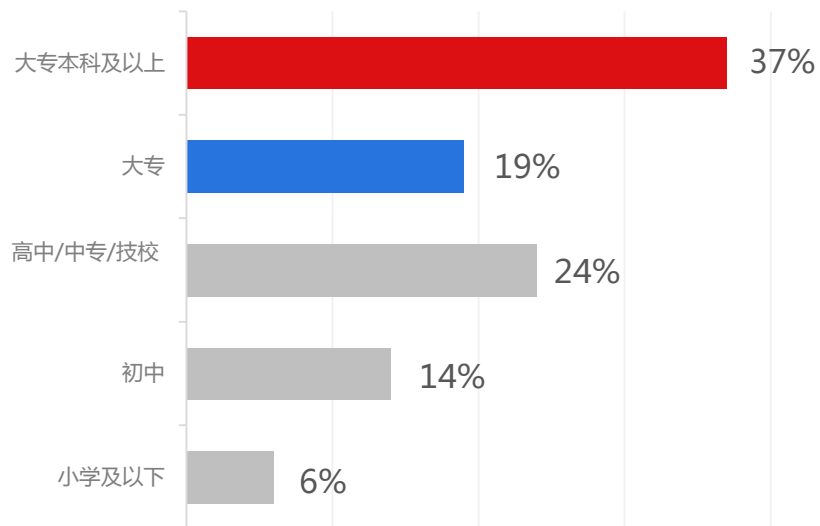
2012年，分享用户Top10省市



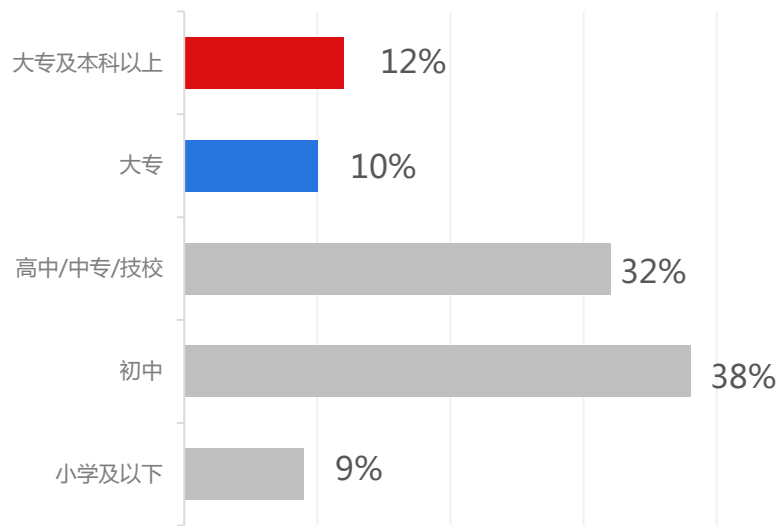
用户及行为特征

5 分享用户大专及以上学历过半数，达56%

2012年，分享用户教育程度分布



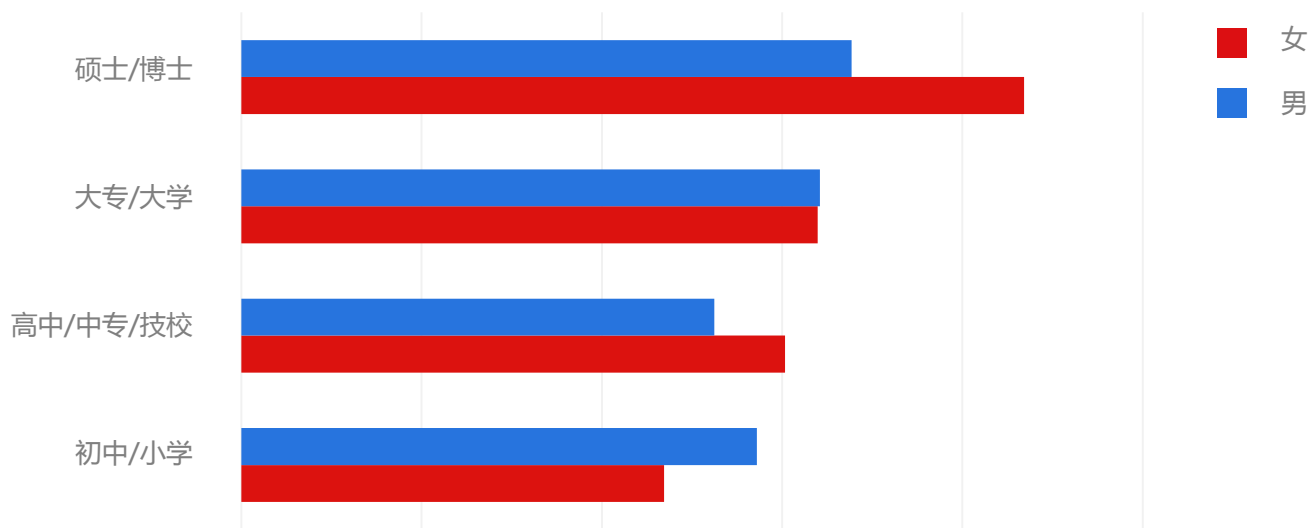
2012年，互联网用户教育程度分布



分享用户具有高学历的特征，大专及以上学历占56%，高于互联网用户中大专及以上学历的比例22%

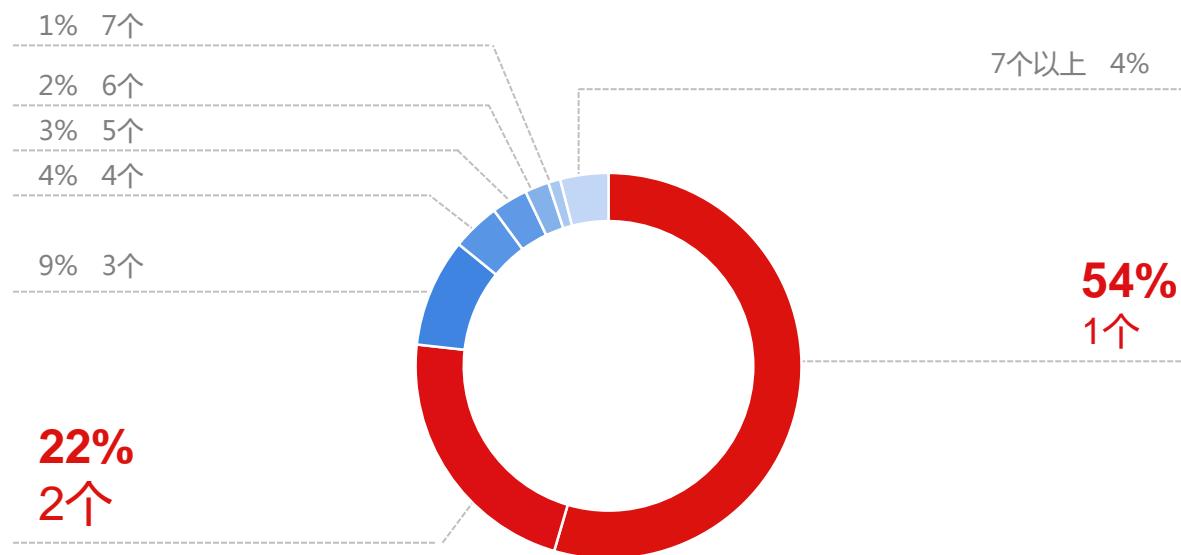
6 学历高的用户分享意愿强，女性研究生人均分享次数最大

2012年，不同学历分享用户的人均分享次数



7 76%的分享用户最多使用2个分享平台

2012年，分享用户使用的分享平台个数分布



什么是百度分享

百度分享除了提供基本的分享功能外，普通用户在使用网站时产生的分享数据还能够形成与百度搜索引擎之间的良好互动。

百度分享的优势

为网站引入社会化流量

用户在浏览网页内容的时候产生的分享行为会将网页链接推荐到社会化网站中，通过社会化网站用户点击分享链接为自己网站带来流量。

提升网站抓取速度

对于没有使用百度分享的网页，需要通过已存在的网页外链来帮助百度爬虫抓取。

展示网页的分享量

安装百度分享的网页，在用户浏览网页时产生的分享次数会被记录，这些网页的分享次数将在百度的搜索结果页上展示，帮助用户判断网页的质量，提升搜索引擎带来的流量。

请登录百度分享

<http://share.baidu.com/>

法律声明

本报告为百度分享制作，由百度在线网络(北京)有限公司(以下简称本公司)享有完整的著作权(包括版式权)。报告中所有的文字、数据、版式、图片、图标、图表、表格、研究模型、创意均受到中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。未经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得基于任何商业目的使用本报告中的信息(包括报告全部或部分内容)。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，相关权利为原著者所有。未经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于任何商业目的。

撰写本报告的研究人员对采集到的数据严格把关，多次进行细致的人工筛选，保证其信度和效度，最后通过专业统计分析平台进行数据清理和分析，找出数据间的相关性，做出相应的判断和推测。本报告发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给社交媒体分享用户作为社会化媒体发展现状的参考资料，本公司对报告的数据准确性和分析、预测结果不承担任何法律责任。