



# 微 博

## 3.15 消费者权益保护白皮书

PRESENTED BY 新浪微博数据中心



## 微博用户发展概述



## 微博用户消费维权概况



## 垂直领域案例盘点

## 微博：让消费者变得更加放心

作为中国目前最大的社交网络平台，微博成为消费者爆料投诉与企业公关的首选平台。通过提升自媒体影响力以及不断向垂直领域进行渗透。媒体性与网络化属性，使微博在信息传播方面蕴含着巨大的能量。在2015年，微博平台在消费维权方面，通过事件曝光与传播，表现出巨大的潜力。

2016年，微博推出三大机制保护消费者权益。微博数个部门联合运营#315曝光台#和11个行业曝光台，成为消费者投诉的固定入口，让消费者投诉得到企业响应更快更高效，实现消费者与企业在微博平台的双赢。



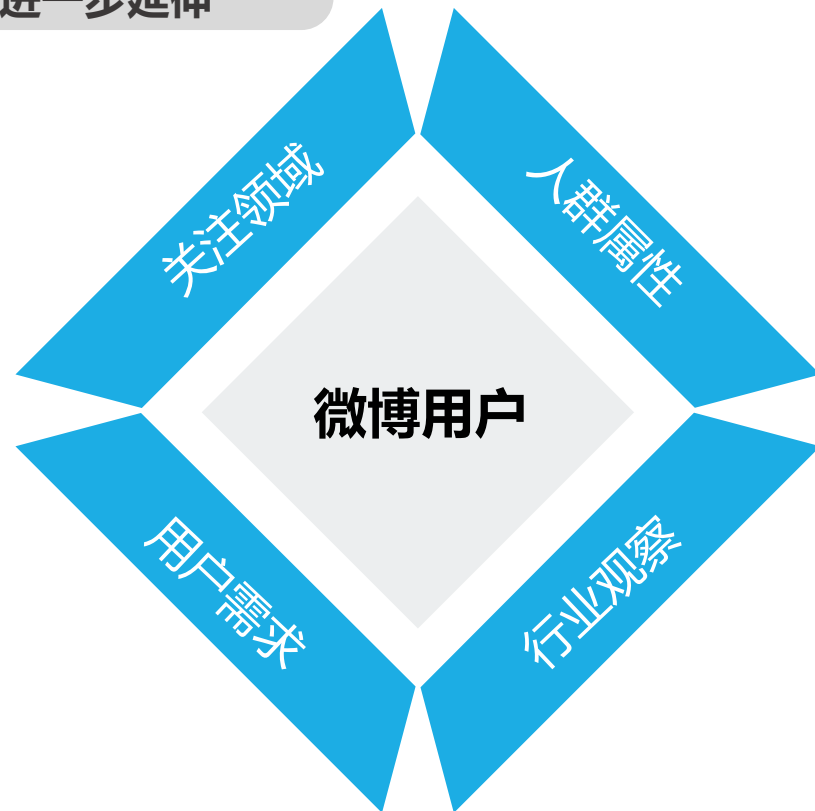
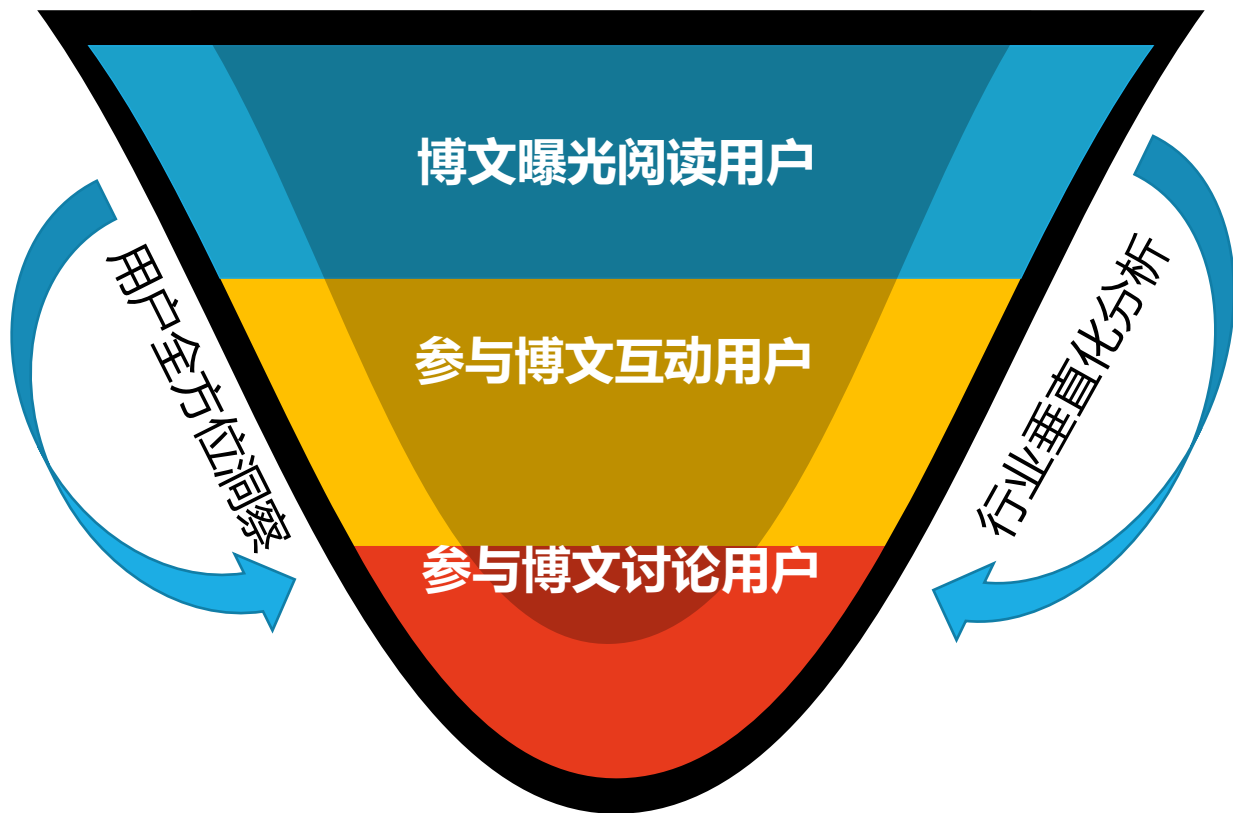
PART 1

# 微博用户发展概述

## 从被动阅读到主动关注，从兴趣用户到消费转化

微博用户对信息的关注，覆盖着从“新手小白”到“独孤求败”之间的广大用户群体。一般说来，博文已经发布，首先被微博用户自发的阅读与关注，然后通过点赞、转发、评论以及主动讨论。甚至有用户会对部分微博内容进行付费打赏。

微博用户发展正在向行业垂直化进一步延伸





2.36亿

**月活用户数量(MAU)**

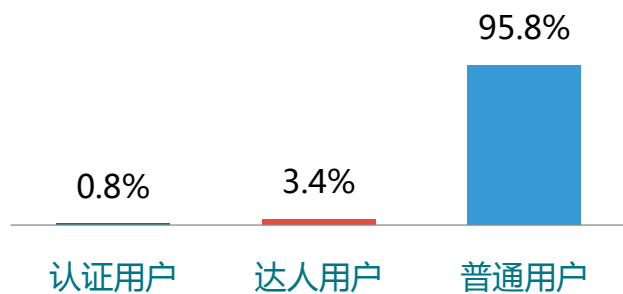


1.06亿

**日活用户数量(DAU)**

截止2015年12月，微博月活跃人数已达到2.36亿，较上年年同期相比增长34%；日活跃用户达到1.06亿，较去年同期增长32%。随着微博平台功能的不断完善，微博用户群逐渐稳定并保持持续增长。

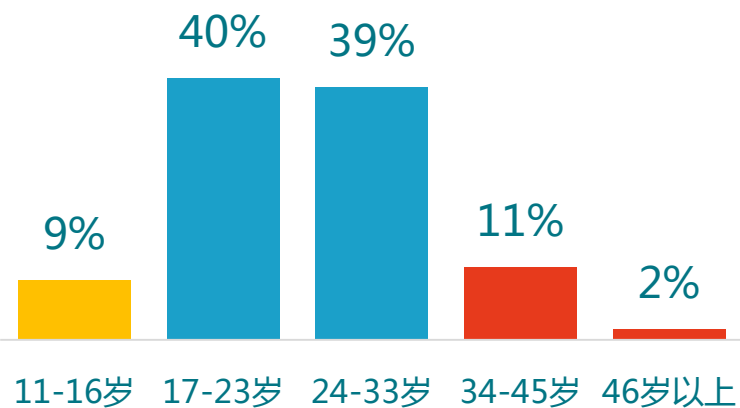
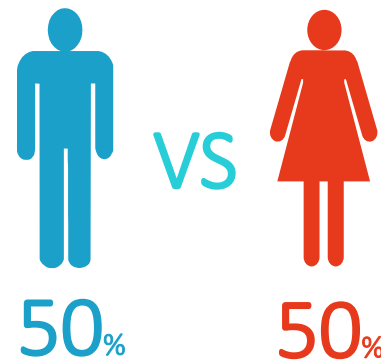
微博月活用户人群属性分布



类型



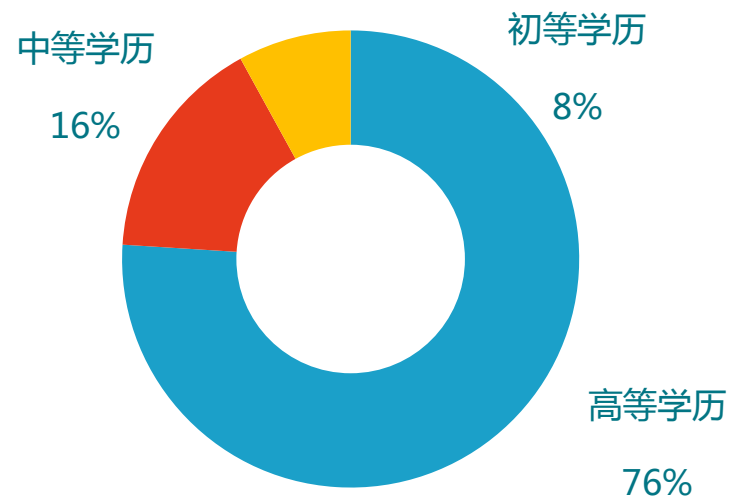
性别



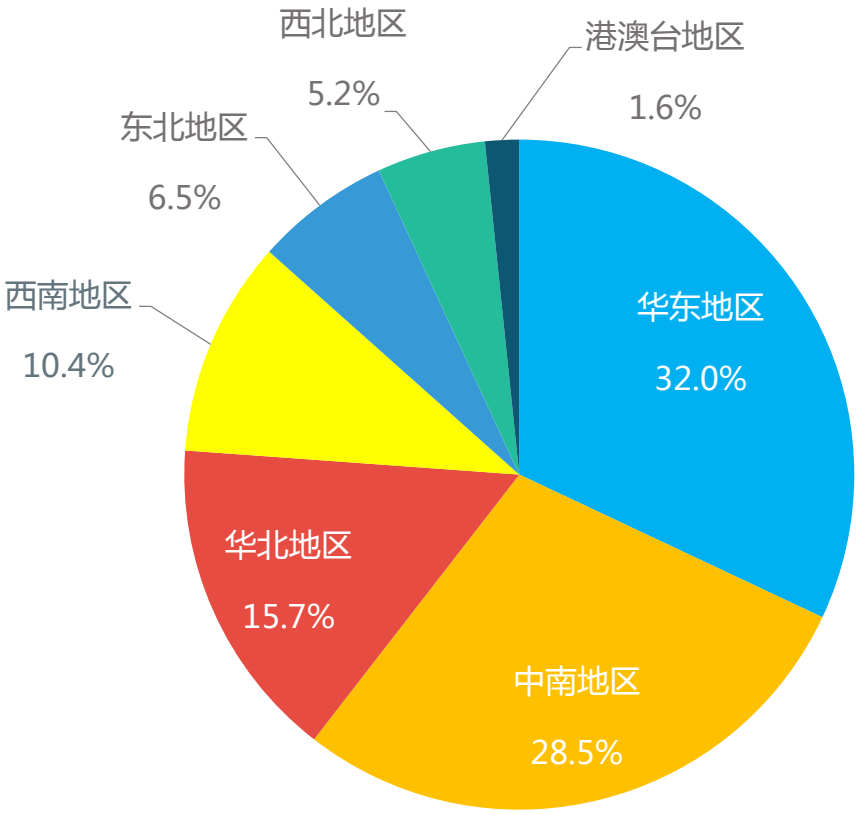
年龄



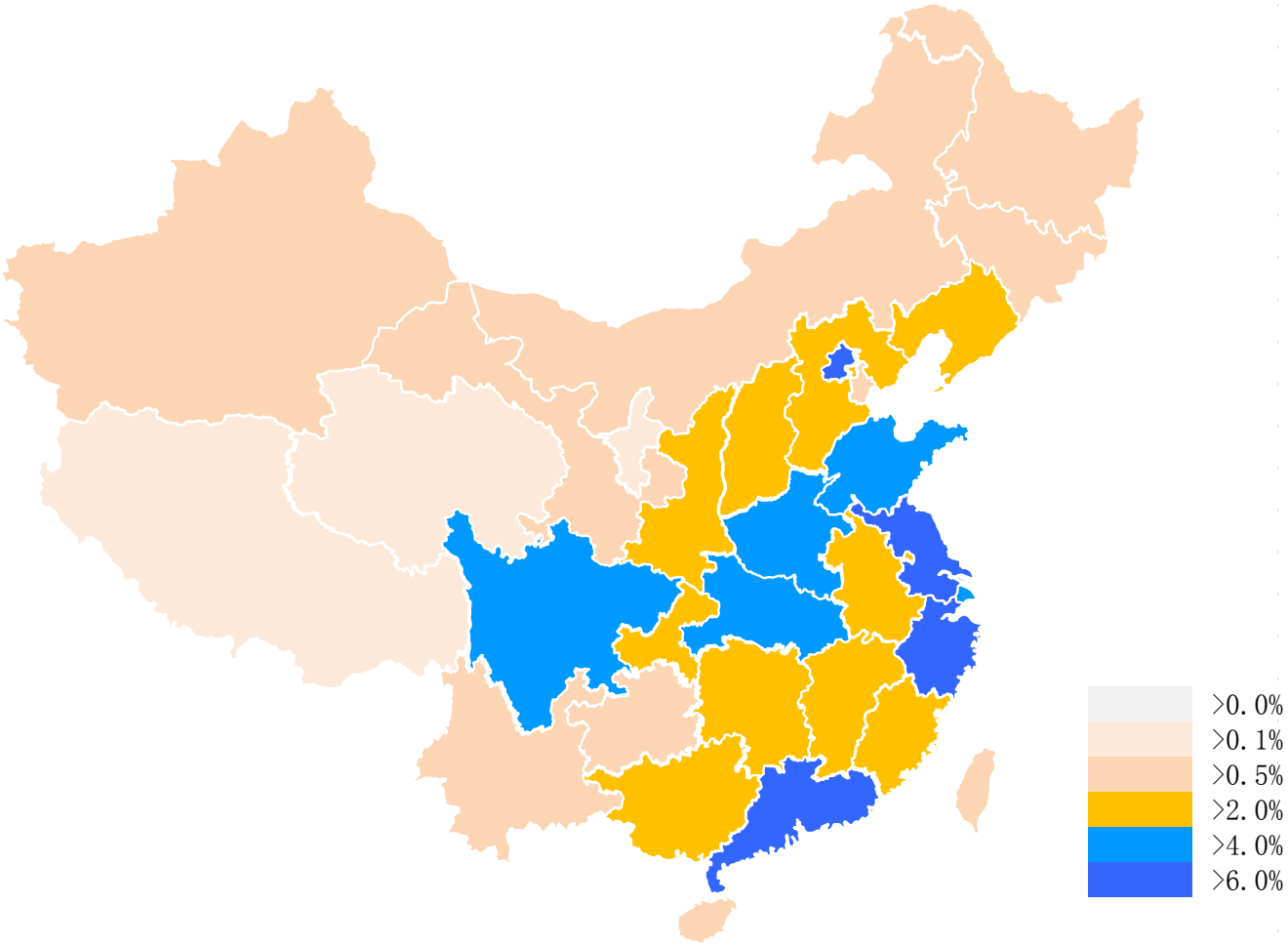
学历



全国六大地区及港澳台微博用户占比



全国各省份微博用户比例TOP10



基于新浪网在各垂直频道的成功经验，以各行业的相关官方或个人账号为依托，微博正在积极整合与拓展其各垂直领域的相关业务，进一步实现微博社会价值的最大化。







## 食品

2015年 微博领域涉及美食相关博文高达 10.8亿条。博文被阅读数总计超过900亿次。食品行业认证账号接近9万个，覆盖粉丝1.83亿

## 旅游

参与微博旅游的总用户数共计4574万人，其中提及旅游景点的用户数共计4494万人，签到用户数共计440万人，搜索用户数共计258万人。



## 科技

2015年，微博科技类账号达到23.7万个，包含互联网、航天、通信等多个高新技术领域，基本覆盖微博全部网民用户。





### 美妆

时尚、美容美妆类认证用户在微博超过4万。覆盖微博用户1.46亿。2015年，时尚、美容美妆类认证用户发博量1232.4万条。博文被阅读量超过1000亿次

### 医疗

目前与医疗服务有关的认证账号超过3万个，覆盖人群达1.4亿人次。



### 财经

截止到2015年底，微博股票用户接近3000万，其中核心用户2100万，潜在用户突破750万。财经类相关博文条数近2亿。





PART 2

## 微博用户消费维权概况



## 微博 与 维权

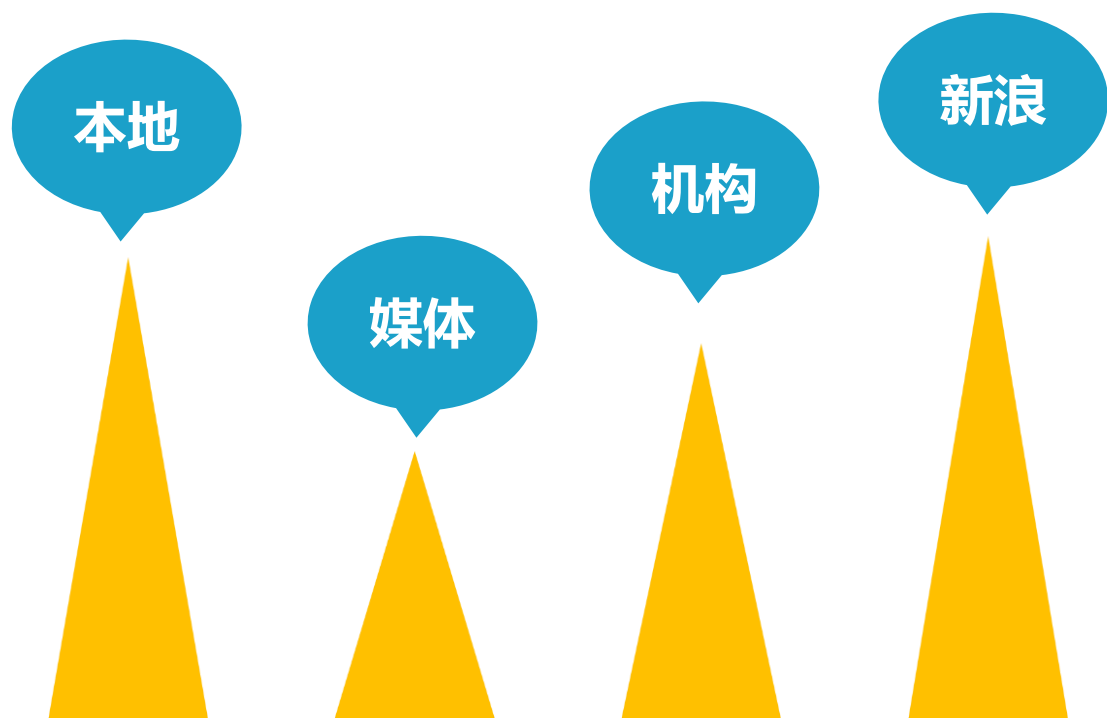
以自媒体平台为特色的微博经过数年的发展渐成气候。通过提升自媒体影响力以及不断向垂直领域进行渗透。媒体性与网络化属性兼具，使微博在信息传播方面蕴含着巨大的能量。这也促使微博这一平台在消费维权方面能够发挥较大的作用。

微博既是用户分享或吐槽的周边人或事儿的平台，同时也是了解自己感兴趣的资讯或信息的主要通道。而这也为用户利用微博渠道进行维权提供可能。微博用户消费维权的一般模式大致如下：“用户微博吐槽或曝光”——“媒体账号或大V转发”——相关信息引发“微博用户的关注与讨论”——“企业或有关部门对相关事件进行回应和处理”。





不少媒体账号及大V往往利用自己的影响力，加速消费权益事件的传播，从而增强事件的影响力。媒体如@央视新闻、@健康时报等；一些本地账号如@北京人不知道的北京事儿，@奏耐天津等，在区域范围内同样具有较高的传播力与影响力。此外，微博还聚集大量的明星，这无疑也吸引更多粉丝的关注，从而加速事件的发展。



随着微博在短视频业务以及微博垂直化业务的深入开展，@新浪视频、@新浪财经、@微博新鲜事儿等账号在事件传播中也扮演着越来越重要的角色。以话题#315曝光台#为例，话题阅读量接近10亿。此外，@房产曝光台、@健康曝光台等垂直领域账号也都积极发挥的影响力对消费者权益相关事件进行曝光与监督，以切实保障广大公众的切身利益。



PART 3

## 垂直领域案例盘点



PART 3.1

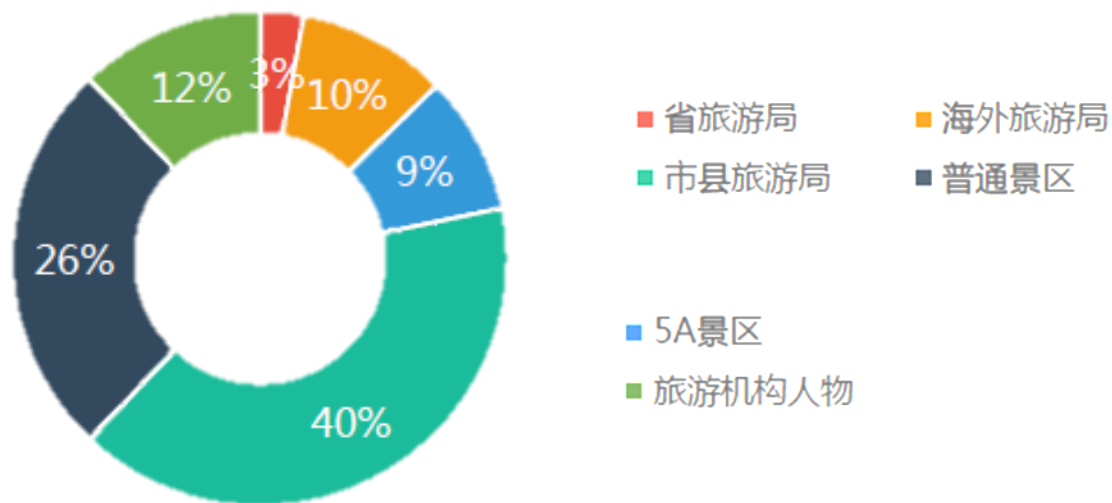
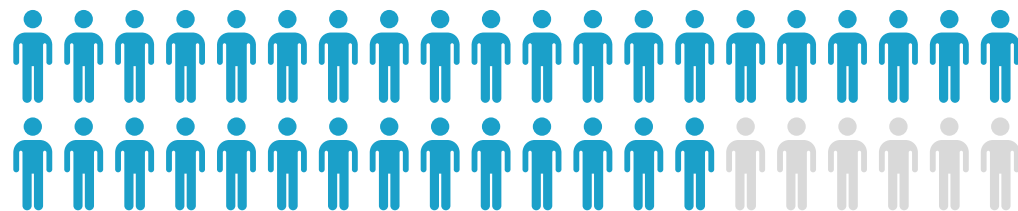
## 垂直领域案例盘点——旅游



本年度旅游景点热议度为5.47亿，景点签到数为1390万次，景点搜索数为1.33亿次。按以上维度，参与微博旅游的总用户数共计4574万人，其中提及旅游景点的用户数共计4494万人，签到用户数共计440万人，搜索用户数共计258万人。

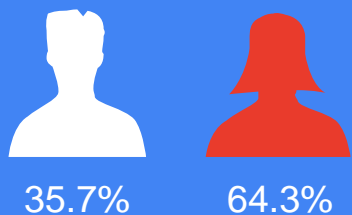
参与微博旅游用户  
4574万人

旅游机构认证账号  
2371个



从全年旅游用户的分布情况上看，旅游用户以女性为主，占全部用户的64%；全年活跃规律为从年初开始上升，7、8月为最高活跃月份，9月后活跃度下降；其中高等学府学历用户占74%；以在校学生和刚毕业青年为主；地域多分布于东、南沿海省市，北京也占有较大比例。

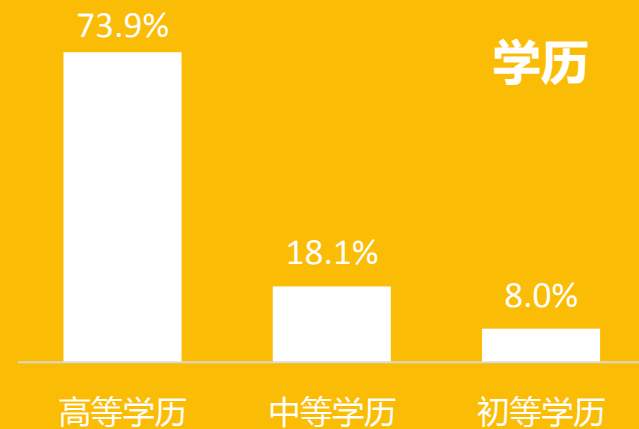
## 性别



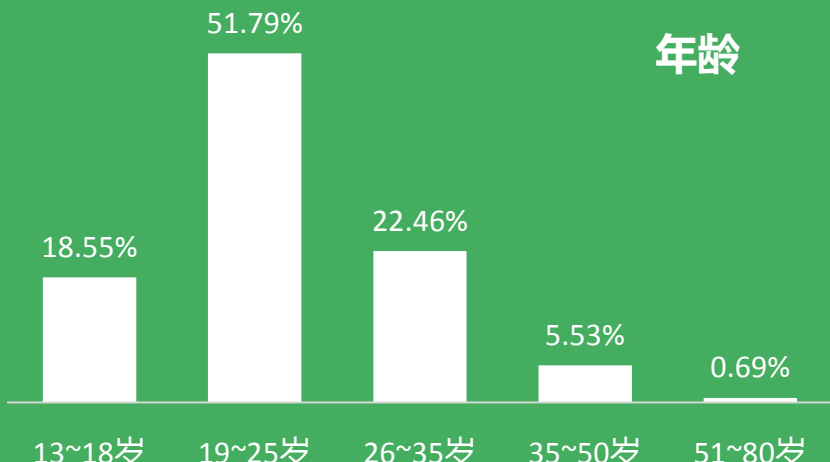
## 2015年旅游用户变动图



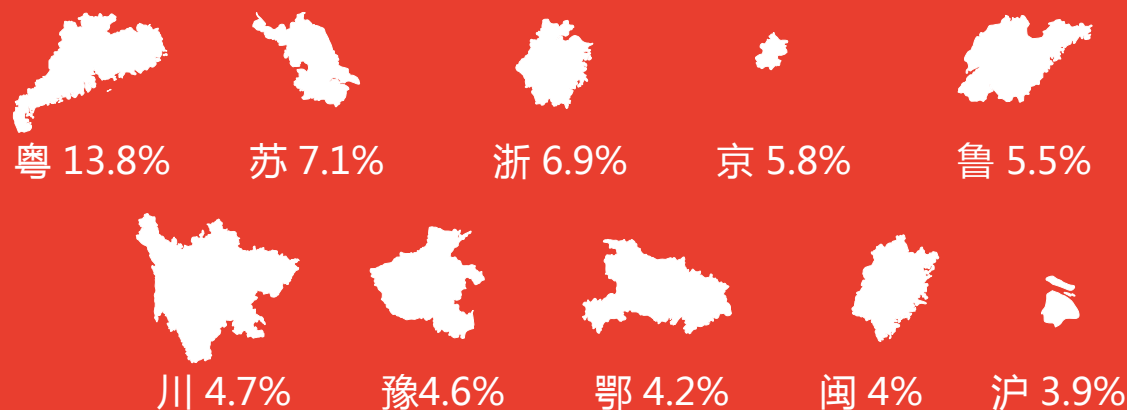
## 学历



## 年龄



## 地区TOP10



本年度旅游景点热议度为5.47亿，景点签到数为1390万次，景点搜索数为1.33亿次。按以上维度，参与微博旅游的总用户数共计4574万人，其中提及旅游景点的用户数共计4494万人，签到用户数共计440万人，搜索用户数共计258万人。



## 2015年微博旅游重点新闻事件盘点

青岛天价大虾

携程机票门

哈尔滨天价鱼

去哪儿遭三大航空公司围剿

云南旅游乱象：导游骂游客

赴港游拒绝高价购物被围殴致死

北京一日游黑导游 #游客欲下车被导游骂#

记者千里暗访海南旅游骗局

丽江古城女酒托

峨眉山猴年属猴免票骗局

## 有案可稽：青岛天价大虾一年度影响最深远的宰客事件

2015年10月4日，一家来自江苏南京的肖姓游客，在山东青岛一大排档“善德活海鲜烧烤”晚餐，点菜时已向老板确认过“海捕大虾”是38元一份，结果结账时变成是38元一只，一盘虾要价1500余元。和其一同就餐的朱先生也因此惊慌，两人立即报警。双方争执至5日凌晨，第二次报警后，双方被带到辖区辽宁路派出所。民警出面协调，肖、朱两人被迫支付800、2000元。4日晚，事主女儿在微博发博声讨，引发舆论争论。



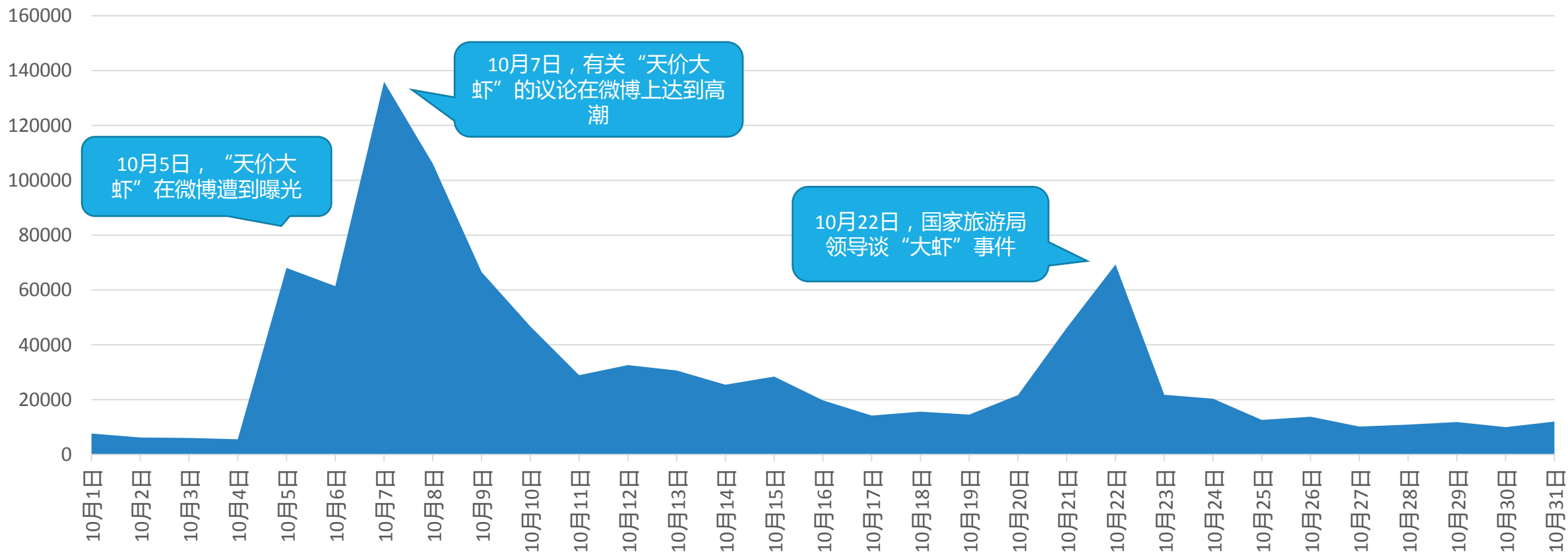
在青岛一家大排档吃海鲜 点菜时就问清楚虾是不是38一份 老板说是 结账时居然告诉我们38元一只 这不是宰客吗？万能的微博转起来

青島·青島科技街



10月4日 21:56 来自 iPhone 6 Plus

## 被网友疯狂讨论的“青岛大虾”



有影响力的微博转发是舆论引爆的关键



@头条新闻

影响力 [1207] | 粉丝[4533万] | 转发[30163]...



@人民日报

影响力 [1303] | 粉丝[4096万] | 转发[6685] ...



@青岛交通广播FM897

影响力 [681] | 粉丝[55万] | 转发[6079] ...

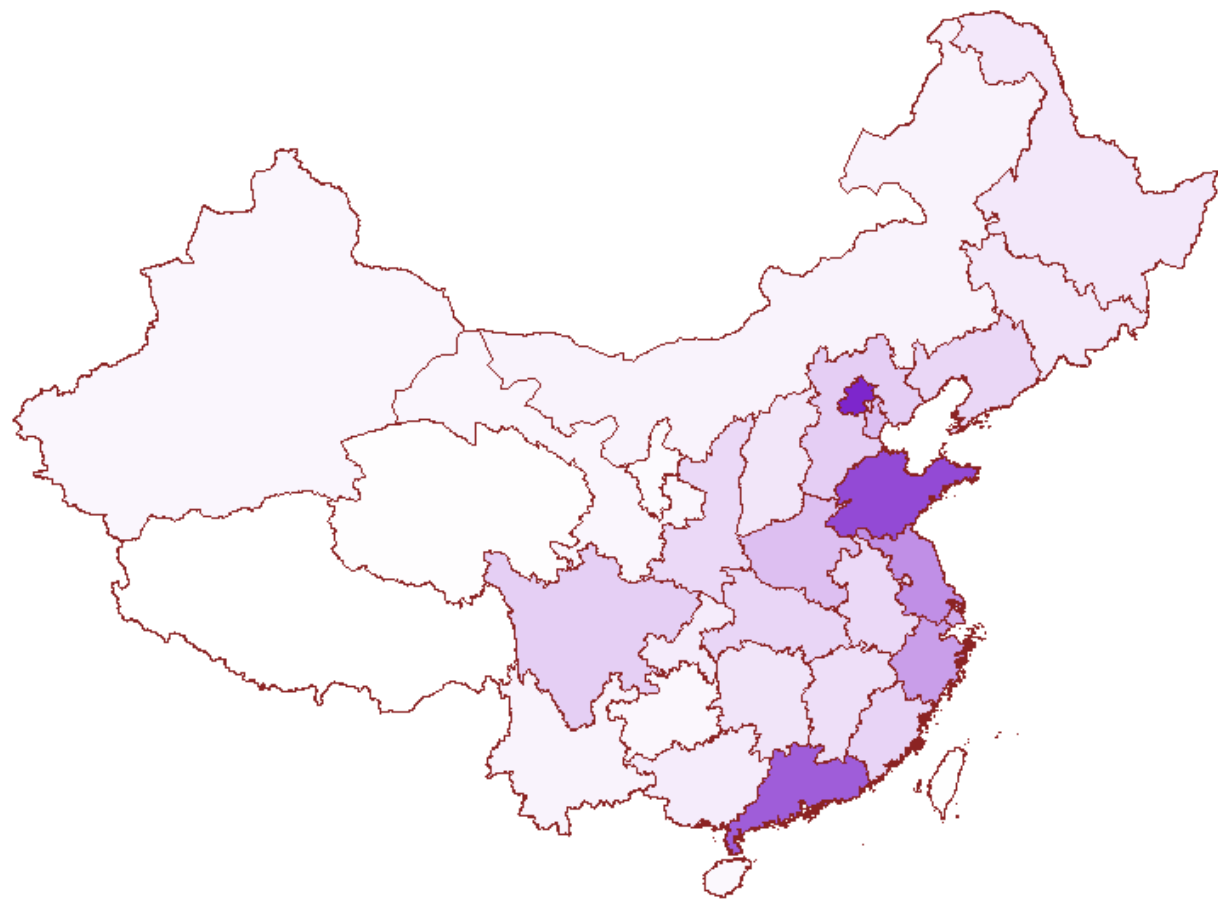
事件发生后，为部分具有较高影响力的新媒体账号的积极关注与转发，从而进一步增强该事件的传播与影响。

# 有案可稽：青岛天价大虾一年度影响最深远的宰客事件

315

事件在72小时内迅速传播到全国各地

72小时提及数：94632



## 网友对于青岛大虾事件的参与情况



数据截止至2015年10月24日



## 事件引发网民扎堆曝光旅游乱象

### Case1: #天价帝王蟹#

5日当天，同样有网友发博称在青岛遭遇宰客，一只帝王蟹消费三千元。

### Case2: #青岛官方态度缺席#

在6日之前，青岛相关政府机构并未对该事件做任何积极回应，甚至还出现消极回应。网友的攻击目标从无良商贩转至青岛政府。

### Case3: #线下媒体跟进#

9日东方卫视对相关事件继续进行追踪报道，使青岛宰客标签化

### Case4: #事件娱乐化#

网民用用编段子的方式来进行事件消费。以喜闻乐见的方式传播着对青岛的不满。

结果：有关部门介入处理，青岛旅游形象被贬低

## 有关部门介入处理

事发的大排档被罚款9万，责令停业整顿并吊销营业执照。  
青岛市北区市场监管局主要负责人被停职检查，市政府有关部门对该区物价旅游等部门主要负责人进行诫勉谈话，即日起在全市范围内开展拉网式市场秩序大检查，大整顿。

## 网民微博相关调侃



追风少年刘全有 V  
微博知名博主

+ 关注

38元天价虾事件，店家被罚九万，老板一听九万，觉得还好还好，能赔的起。后来才知道是一只虾罚九万。

10月8日 23:00

收藏

转发 12493

评论 1725

11100

## 国家旅游局局长谈话



新京报 V

【国家旅游局局长：一只38元虾抵掉山东几个亿广告】对发生在“十一”黄金周期间的“天价大虾”事件，国家旅游局局长李金早近日表示，一只38元的虾就抵消掉了山东旅游局几个亿的广告费。李金早指出，旅游部门的管理职权在工商和物价等部门，旅游部门虽然是在主动作为，但是已经越权了。  
报) <http://t.cn/RUhpJAV>



## 青岛被评国庆最“坑爹”





PART 3.2

## 垂直领域案例盘点——金融

财经相关企业、员工以及相关产  
品可以通过微博不断提升企业的品牌  
影响力；而相关运  
营平台如证交所，  
监管机构如证监会，  
以及财经媒体的  
加入则使微博逐渐  
形成一条较为完善  
的财经产业链



企业



产品



企业员工

以运营平台如证交所为基础



运营平台

由证监会制定相关政策

并与媒体发布信息及监督市场运营



监管层



媒体

## 微博股票用户 接近3000万

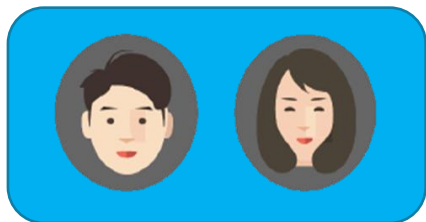
截止到2015年底，微博股票用户接近3000万，其中核心用户2100万，潜在用户突破750万。用户通过微博不仅能够及时了解最新市场资讯，还能通过社交互动获得最便捷、最高效、最有用的投资建议。

## 微博财经

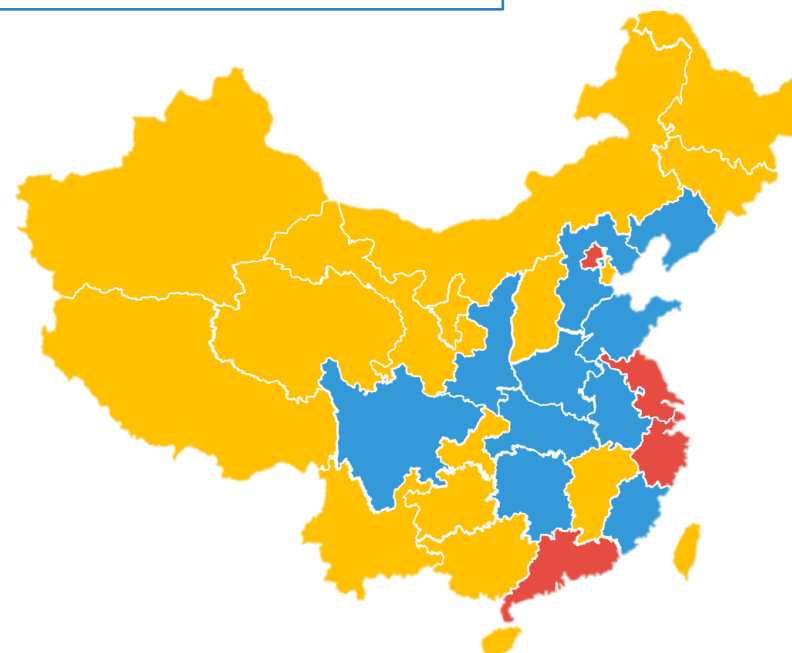
## 财经类博文 近2亿条

截至2015年底，财经类相关博文条数近2亿，目前每天微博上产生的个股原创股评达到30万条。微博博文以被阅读、点赞、转发、评论等形式在微博用户中广泛传播。

## 性别

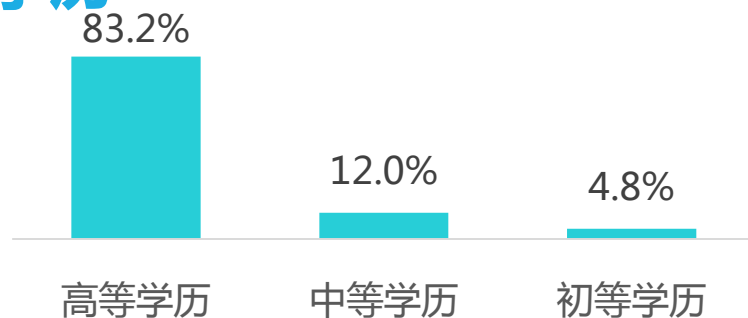


55.6% 44.4%

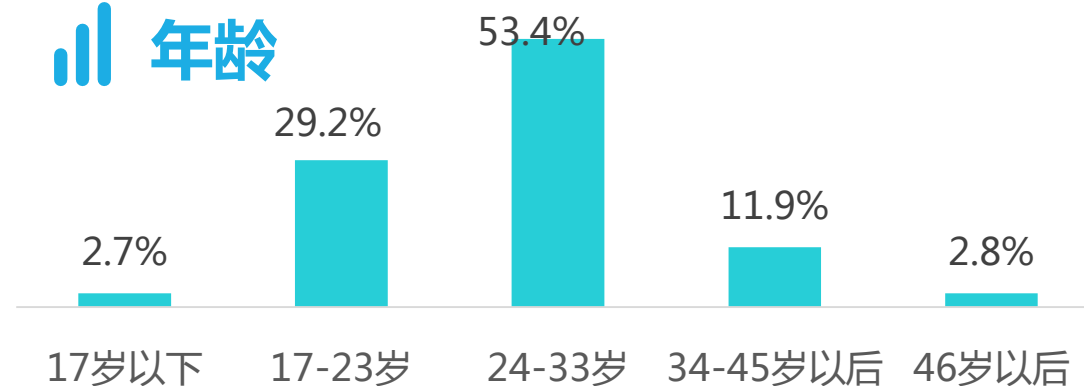


>0.0%  
>2.0%  
>6.0%

## 学历



## 年龄



- e租宝非法吸资500多亿
- 泛亚贵金属事件
- 金赛银事件
- MMM金融互助
- 1166家P2P平台倒闭跑路

- 湖南近千的哥莫名“被办信用卡”
- 平安保险为集资诈骗业务办理保险
- 河南男子银行柜台丢失现金要看监控遭拒
- 四川汇通担保事件、河北融投事件
- 河南农村信用社亿元存款丢失 曝贴息存款乱象

民间借贷  
互联网金融  
假基金假信托  
假福利彩票  
银行存款丢失

2015年度，我国P2P借贷行业累计交易规模约为9750亿元，是去年3倍有余。2015年参与人数首次突破千万。活跃借款人和投资人分别在280万和720万左右，分别为去年的3.5和3.1倍。但与此同时，打着“互联网金融”口号的不少P2P企业也涉及到“非法集资”、“金融诈骗”等犯罪问题。这其中以“e租宝”事件的发酵最为典型。





## 事件跟踪



**2015.12.08**  
e租宝涉嫌违法经营正接受调查 已暂停日常业务



**2015.12.08**  
快讯：昨天下午数名警察进入北京e租宝公司



**2015.12.07**  
e租宝21个月吸金740亿 业务模式备受质疑 被称看不懂



**2015.12.05**  
北青报记者探访e租宝 其员工称公司在缅甸开银行



**2015.12.03**  
e租宝官方确认：代销公司员工被带走协助调查



**2015.12.03**  
疑涉嫌非吸 E租宝40余人被带走



**2015.12.08**  
e租宝京沪办公场所均被调查 多部委参与其中



**2015.12.08**  
e租宝北京两处办公地点被警方调查



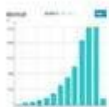
**2015.12.07**  
e租宝在安徽蚌埠的大本营长什么样？



**2015.12.06**  
被“实查”的e租宝：一家“谜”一样的公司



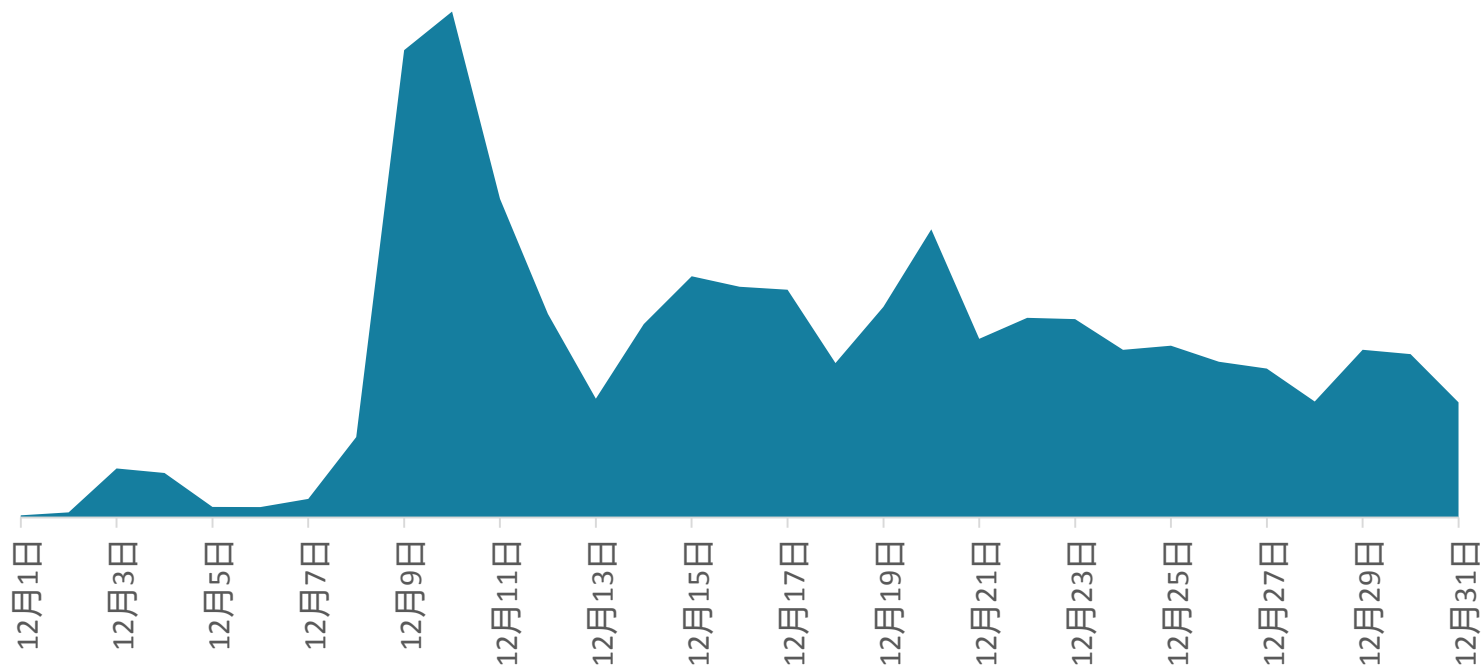
**2015.12.04**  
e租宝最新进展：被带走代销公司员工已全部返回



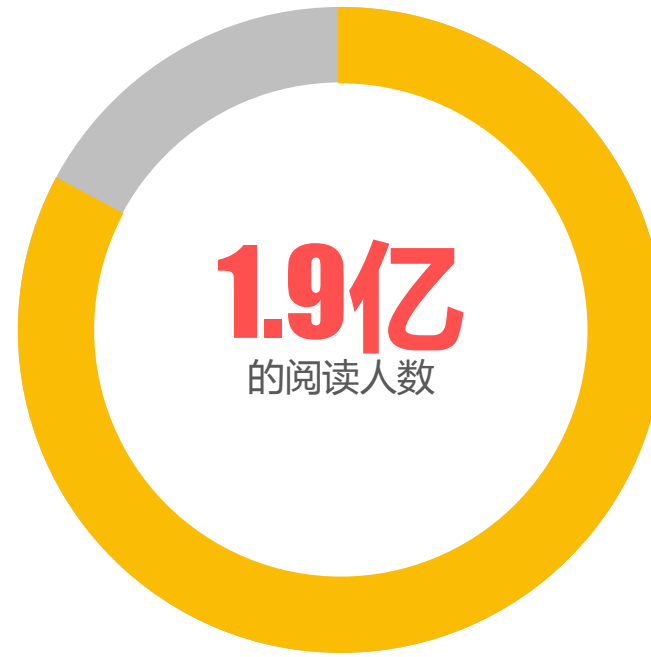
**2015.12.03**  
e租宝被调查员工系深圳公司

## e租宝事件微博讨论趋势

e租宝事件在2015年12月被曝以后，网民开始对这家曾在央视登过广告的企业进行热议，与此同时，有关P2P行业的投资风险也再度被网友拿出。



## 网友对于e租宝事件的参与情况



数据截止至2015年10月24日

权威媒体在事件传播过程中相对弱势



@朦胧小女孩

粉丝[9312] | 转发[24941]...



@樱花开海边

粉丝[19122] | 转发[9377]...



@半月谈蓝色经济区

粉丝[16858] | 转发[8334]...



从博主发布e租宝相关博文的转发量来看  
**传统媒体在该事件的信息传播中相对弱势**  
**这种谨慎在一定程度上会增加广大投资者的恐慌**

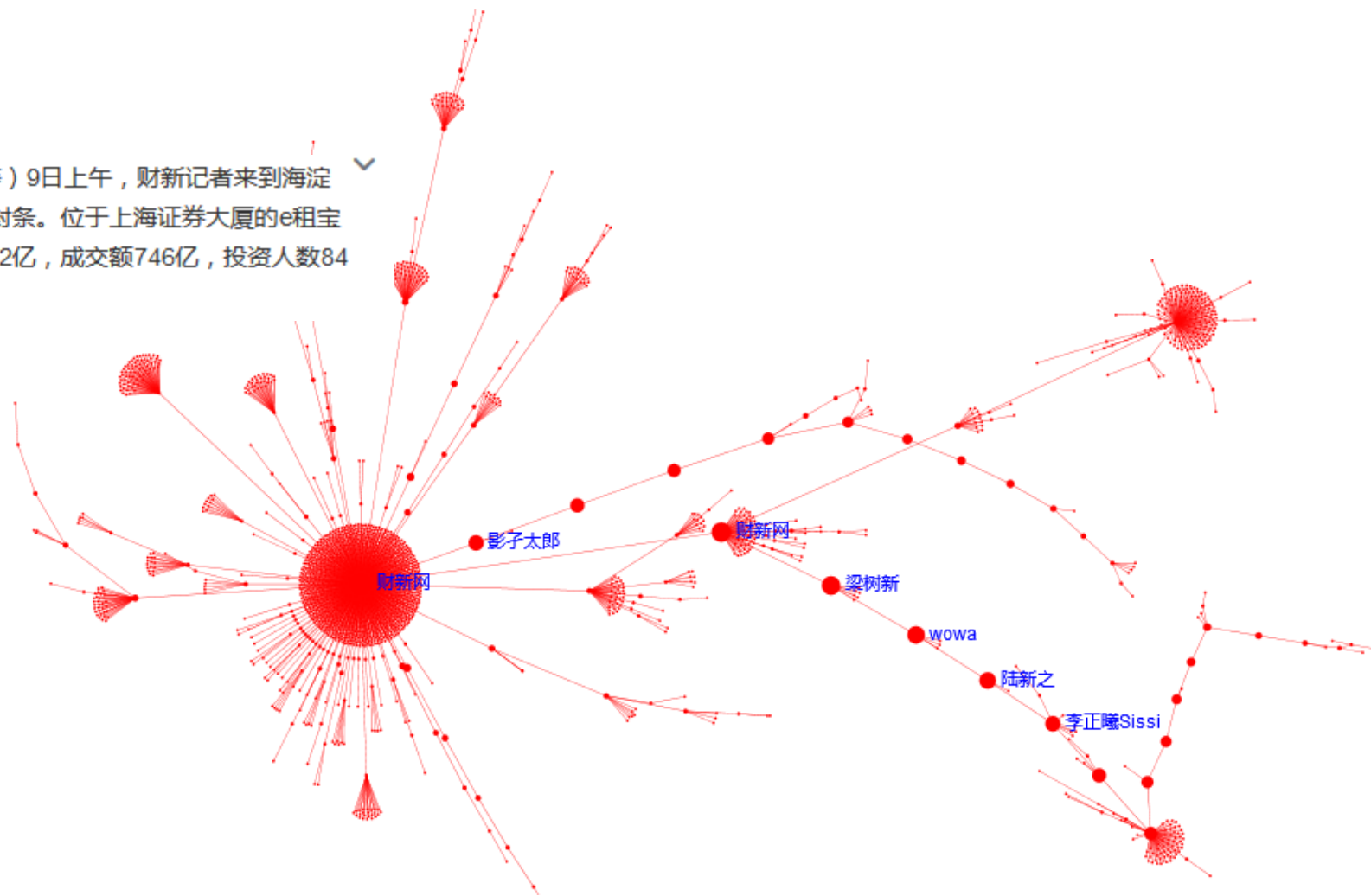
## 转发量最多的E租宝相关博文传播走势



财新网 V 认证

【e租宝京沪办公室全面关闭 投资人聚集】（吴红毓然 等）9日上午，财新记者来到海淀区的e租宝信息化研发中心，发现今天无人上班，也没贴封条。位于上海证券大厦的e租宝在9日上午也关闭了，截至12月8日，e租宝贷款余额近702亿，成交额746亿，投资人数84万人，借款人数3255人 [e租宝京沪办公室...](#)

财新网发布有关e租宝的博文得到部分投资者、大V的响应与转发。在一定程度上增进了广大投资者对e租宝以及P2P的认识。



## e租宝事件的发展结果



庞氏骗局：e租宝负责人及相关人员被警方批捕



有关部门正在加紧取证追赃挽损



警方提示广大投资者警惕“高收益低风险”的承诺陷阱

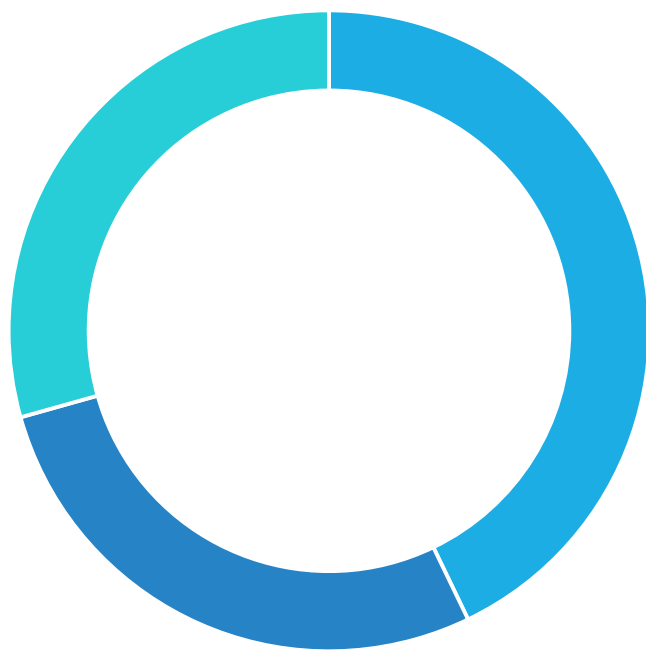


事件引发P2P市场恐慌，大量投资人都在申请赎回投资款项，部分企业相关业务受到影响。



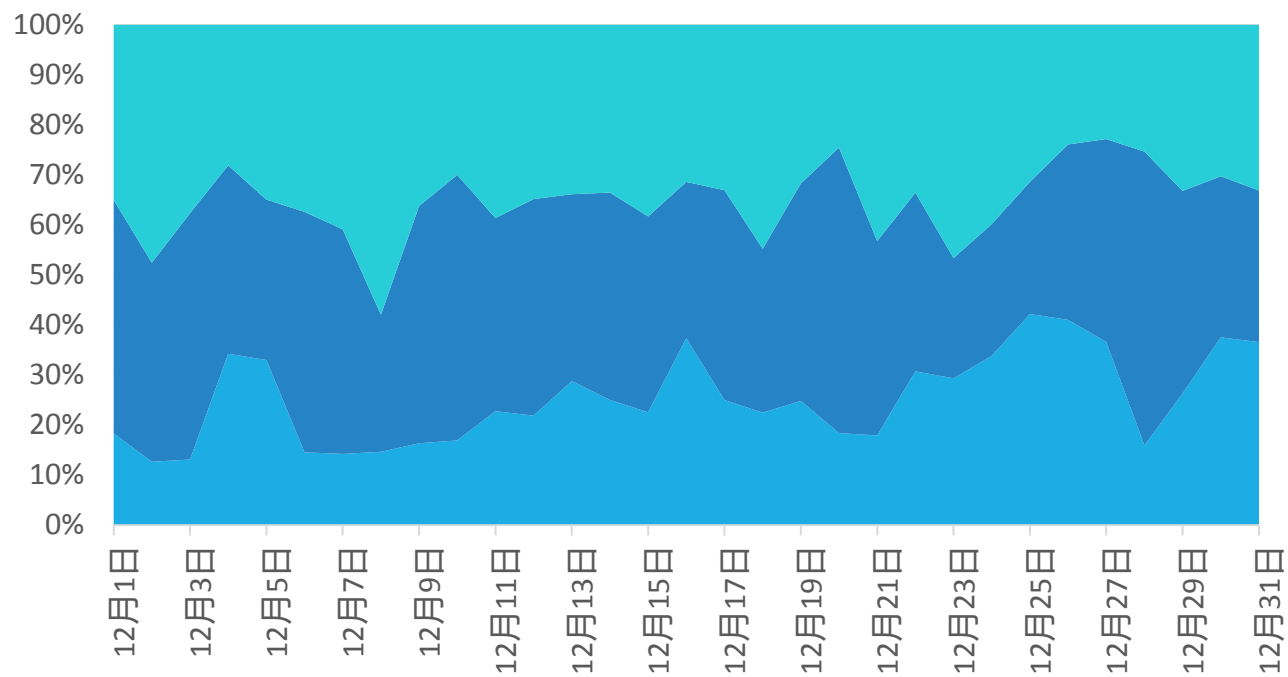
新华社发文定性e租宝非法集资事件

## 网友对于e租宝事件的评价



■ 负面评议 ■ 中性评议 ■ 正面评议

## 网友对于P2P业务的评价



■ 负面评议 ■ 中性 ■ 正面评议

e租宝事件对P2P互联网金融在网民用户的负面印象有所增加。



PART 3.3

## 垂直领域案例盘点——食品

互联网科技的快速发展，使美食相关信息的共享更加快速和便捷。微博兼具社交与媒体属性，使美食相关在传播的过程中，多了几分人文关怀。目前，微博汇集与餐饮美食类认证账号近9万个。集媒体曝光、广告营销、公关处理等多重属性与功能。这不仅有利于美食资讯的传播，也有助于对食品安全的保障。

2015年 微博领域涉及  
**美食**

相关博文高达 **10.8亿条**

博文被阅读数总计超过 **900亿次**

**88853个**

认证账号

**81132个**

蓝V用户

**7721个**

橙V用户

**1.83亿人次**

覆盖用户量





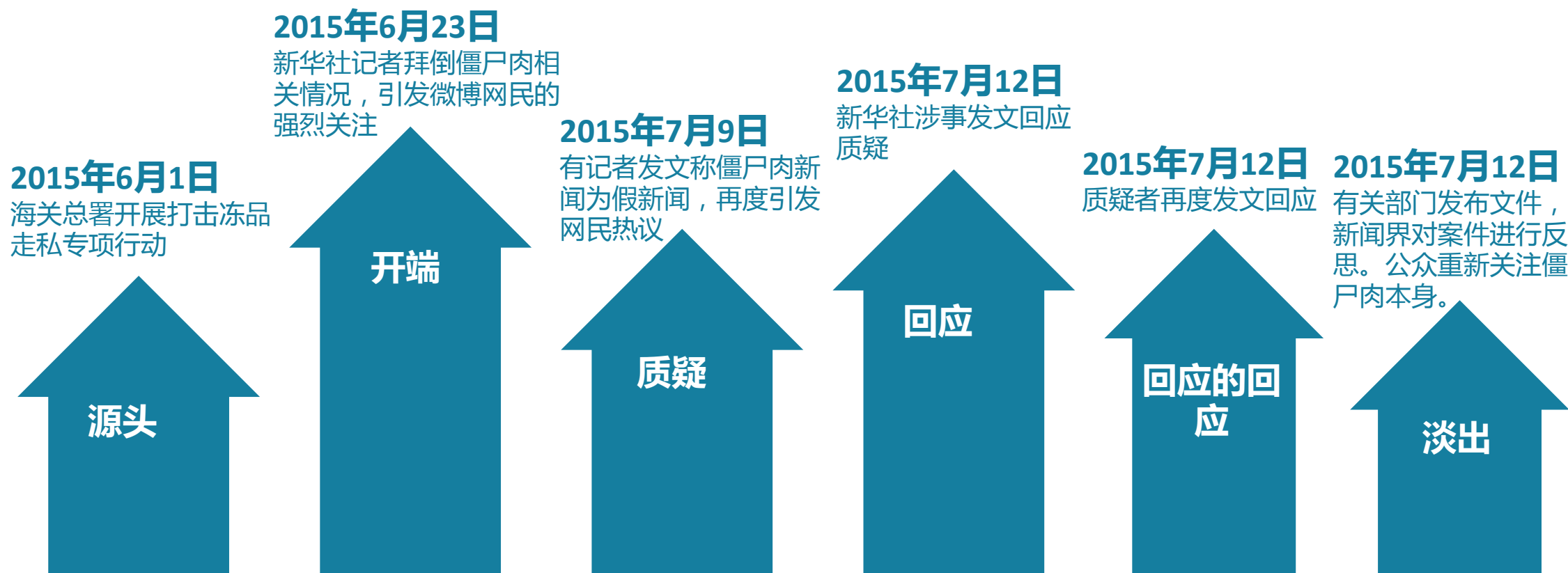
## 食品安全事件盘点

有毒有害物质、餐饮卫生、服务质量...

## 2015年食品安全热点事件盘点

- 五常大米掺假
- 走私“僵尸肉”流入餐桌
- 沃尔玛旧标签撕下换新标 家乐福临过期肉馅拆包散卖
- 青岛天价虾
- 顾客火锅内吃出手机电池 煮一个小时未爆炸
- 饿了么后厨被曝脏乱差
- 周黑鸭、胡大等35餐企使用罂粟壳被查
- 哈尔滨天价鱼
- 金鼎轩被曝将客人喝过的开水重新倒进开水壶
- 士力架中竟吃出烂牙

“僵尸肉”指冰冻多年销往市场的冻肉，“僵尸肉”多为走私品，质量安全不能保证。用化学药剂加工调味品后变成“卖相”极佳的“美味佳肴”。海关总署2015年初部署对包括冻品在内的重点商品物品开展集中专项打击。截至6月23日，全国海关共查证走私冻品42万吨。





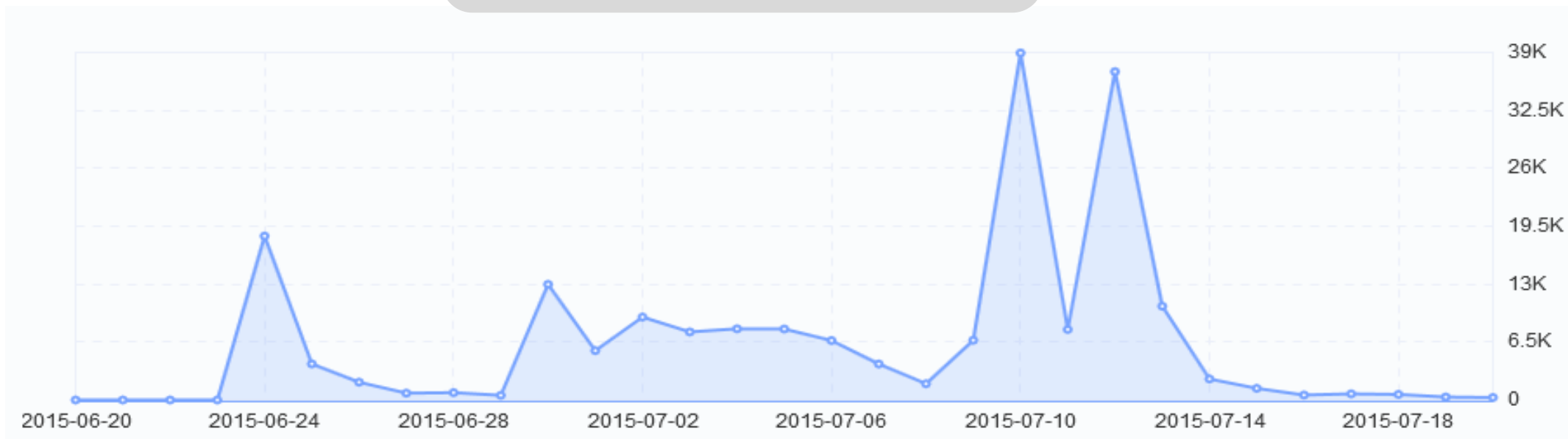
于公众：是否真的存在僵尸肉？“70年走私冻肉”是否真实出现过？



于新闻界：报道是否属实？新闻是否作假？

“僵尸肉”

“僵尸肉”相关博文传播走势



## 事件发酵



事件结果：公众进一步了解僵尸肉真相与走私肉品存在的问题。僵尸肉也和注水肉、地沟油等成为网民日常生活中调侃食品安全的段子素材。

报道称部分走私肉品为“僵尸肉”，凤爪、猪手、鸡肉、牛肚等为重灾区。

“僵尸肉”多为国外战略储备，未检疫，流向二三线城市的小餐馆。更令人担忧的肉龄检测难问题

网民对走私肉类表示担忧。部分冻肉市场销量锐减。

理不辩不明！新媒体端就“僵尸肉”新闻的真实性进行辩论



阳光果园园主

中国的食品安全问题不仅仅是一个转基因大豆的问题，什么地沟油、粉条、假鸡蛋、注水肉、注水鸡、打胶冻的鱼虾……数不胜数。吧，国人！在伤害别人的同时你也伤害了自己！拯救的只有自己



来自中国农大的信

小崔：我们是比你年龄还要大  
发布者：崔永元



2015-12-31 20:39 来自 iPhone客户端



江南都市报

【老鼠屎与食材作伴,发臭鸭肠上桌...南昌九宫阁你还敢吃吗?】重庆九宫阁百年老灶火锅南昌天虹店对待食材“马虎”的程度简直令人发指。不洗也就算了，竟然还有“僵尸肉”，不新鲜的菜还有“独门秘方”让其重返青春。更可恨的是，作为一家火锅店，竟然重复使用顾客吃剩的口水油。 <http://t.cn/R42jqHG>

食品安全快速检测网

#食安哨兵#【贵州集中销毁走私冷冻肉：余渣可制水泥及发电】走私冷冻肉除了有可能是冰冻多年的“僵尸肉”外，还有可能携带禽流感、口蹄疫、疯牛病等病毒，如果流入餐桌，后果不堪设想。走私冷冻肉多流通到川渝的火锅店，正在吃火锅，刚吃完火锅的们，是不是后背发凉@质检员晓素 <http://t.cn/RUBCJuC>



2015-11-25 16:36 来自 360手机助手



烟台食品药品安全

炒作冷冻时间，其实是把走私产品的风险因素引向了不重要的方面，反而忽视了重要的方面。当强调“僵尸肉”、“过期冷冻肉”的时候，是否会给公众一种错觉：如果是“没有过期”的走私食品，就没有安全问题了呢？ <http://t.cn/RLxX8r8>

2015-7-21 08:21 来自 百度分享

2015年

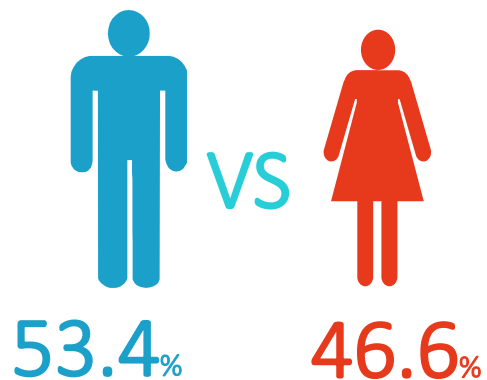
有关僵尸肉相关博文阅读量达到

5.3亿

“僵尸肉” 相关话题阅读量

与僵尸肉有关的话题名称	话题阅读量
#走私僵尸肉#	2304万阅读量
#走私“僵尸肉”#	838万阅读量
#僵尸肉竟是假新闻#	925万阅读量
#僵尸肉真假之争#	399万阅读量
#僵尸肉进入武汉#	212万阅读量
#僵尸肉流入广东#	38万阅读量
.....	.....

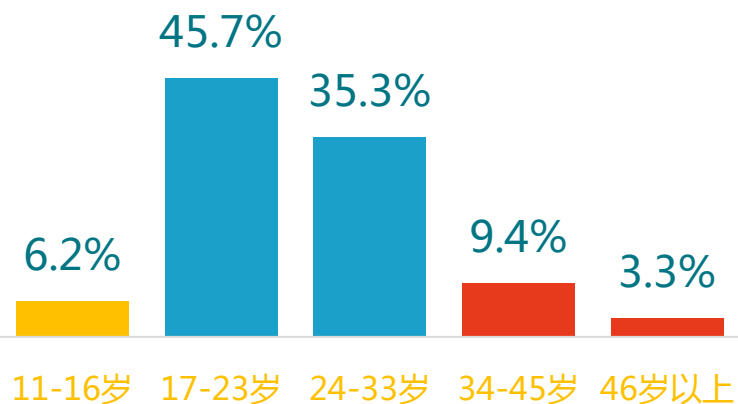
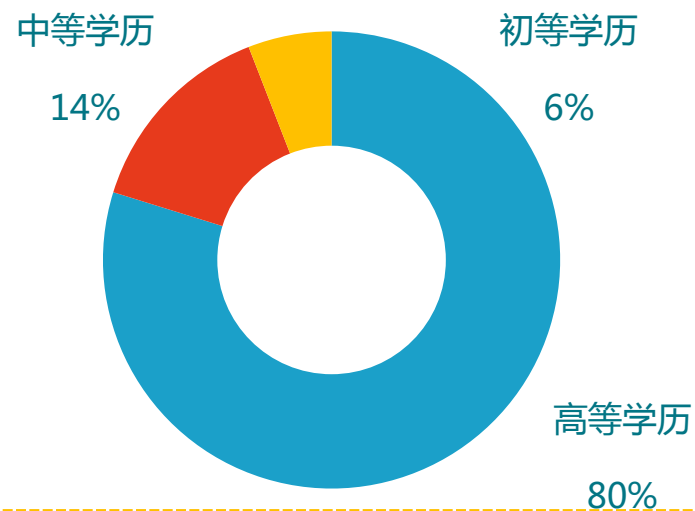
## #僵尸肉#话题讨论用户属性



### 性别



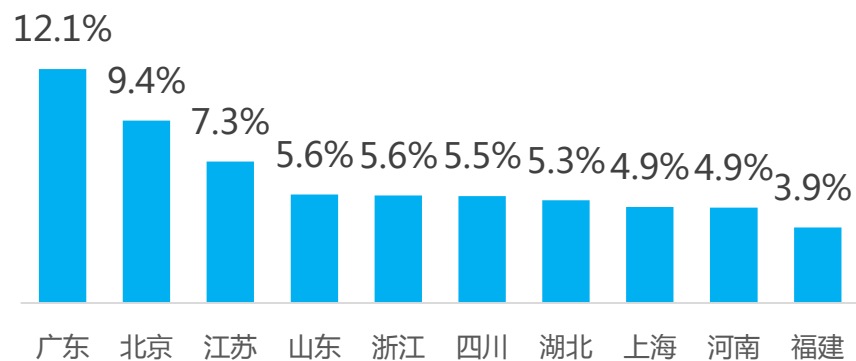
### 学历



### 年龄



### 地域



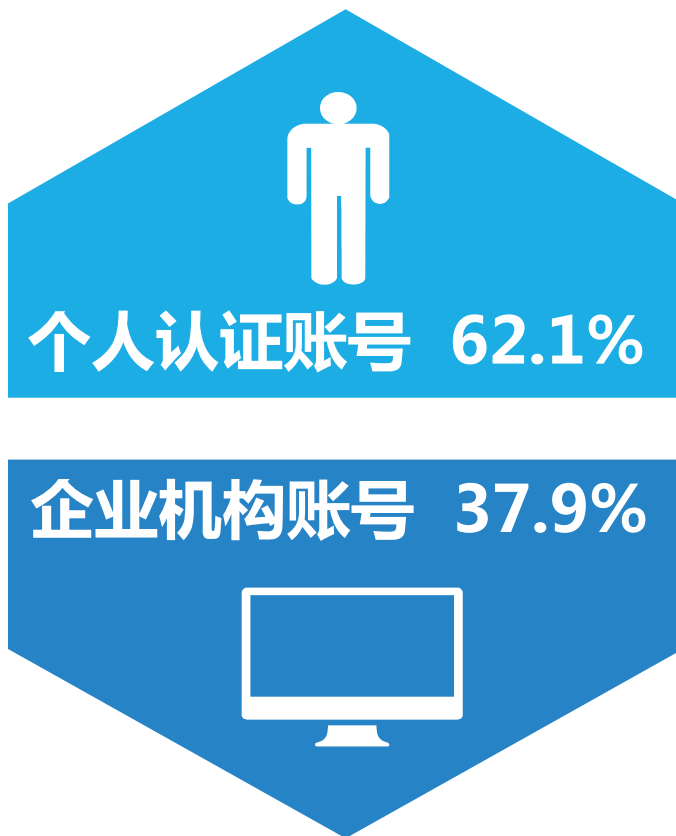


PART 3.4

## 垂直领域案例盘点——医疗



互联网的快速发展丰富了网络用户了解医疗健康相关信息的渠道，并且正在快速成长为网民了解医疗咨询的主流渠道。网民对互联网渠道，尤其是社会化服务平台的需求也越发强烈。数据统计，目前与医疗服务有关的认证账号超过3万个，覆盖人群达1.4亿人次。

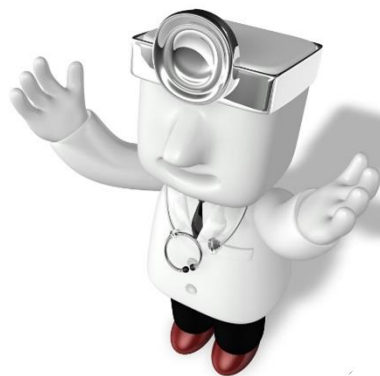


个人认证账号覆盖粉丝  
9178.2万

企业机构账号覆盖粉丝  
6760.2万



假药、假保健品、医疗服务质量、网络医疗假信息等是目前医疗领域常见的矛盾。



#女子怒斥医院票贩#

#南航急救事件#

#百度贴吧门#

#壮阳神药实为牲口饲料#

#北医三院产妇事件#

#25岁模特隆胸殒命手术台#

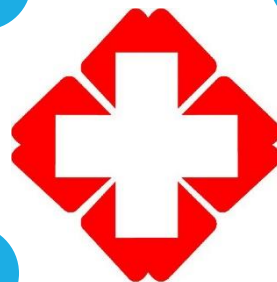
#民营医院竞价买患者#

#女白领花14万赴韩国整容失败  
在韩维权被关看守所#

#假减肥药成本3毛#

#华西医院拒诊#

消费者协会在处理  
医疗纠纷上还处于  
比较尴尬的地位。



1月25日，@新浪视频发布一条视频微博：一名女孩在北京某医院站了一两天没挂上号，怒斥票贩子和保安里应外合，把300块钱的号炒到了4500。“这大北京，如果今天我回家死道上了，那这社会真没希望了。这是北京，首都啊。”该条微博发出后，迅速引发微博网民的关注与热议。进而引起新京报、新华网等主流媒体的跟进，以及有关部门的高度关注。有关“挂号难”的问题再次进入到公众舆论的视野内。

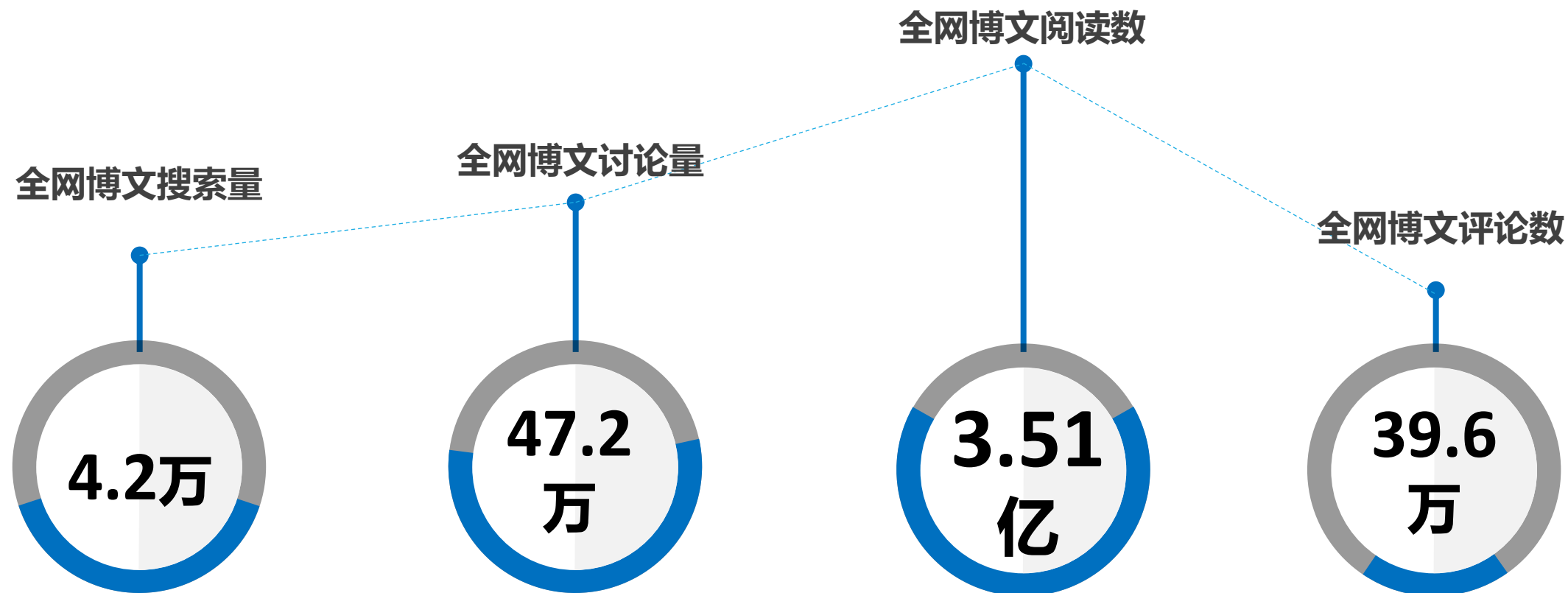
#女子怒斥医院票贩#相关博文热议趋势



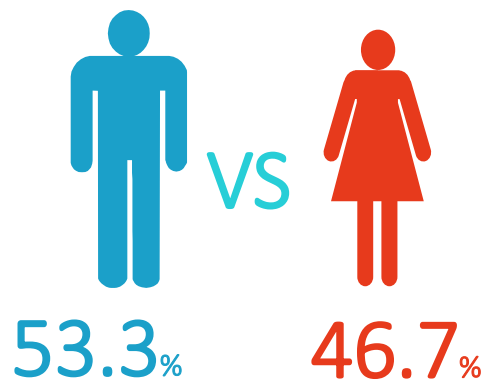
## #女子怒斥医院票贩#相关博文72小时热议趋势



#女子怒斥医院票贩#事件引发网民的积极关注与热议



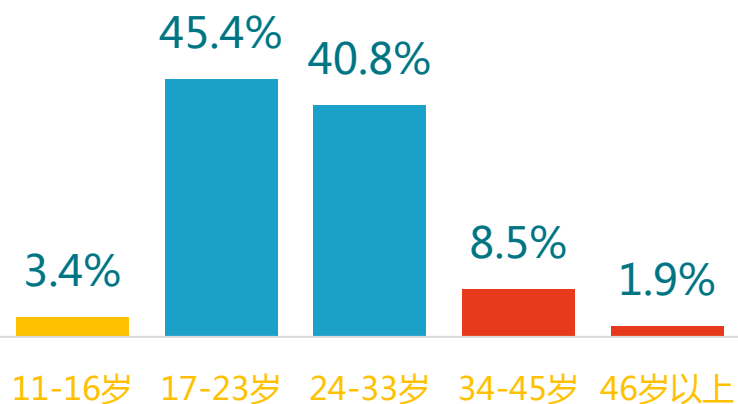
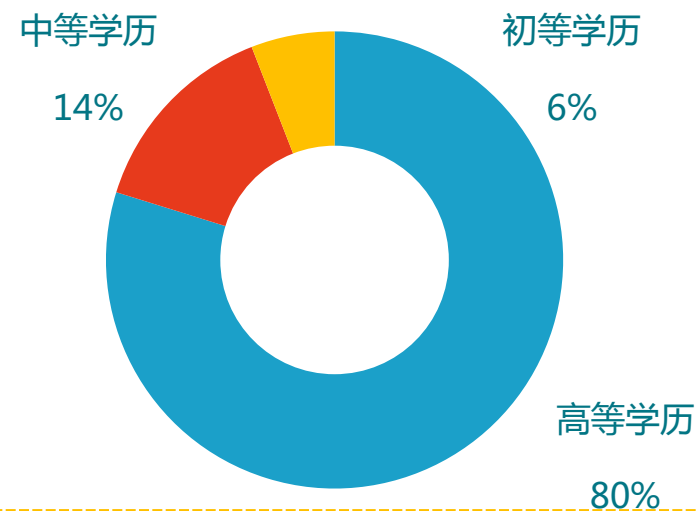
#女子怒斥医院票贩#话题讨论用户属性



性别



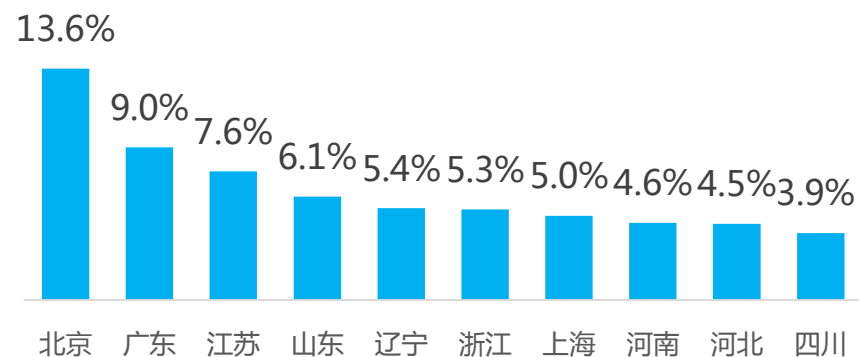
学历



年龄



地域

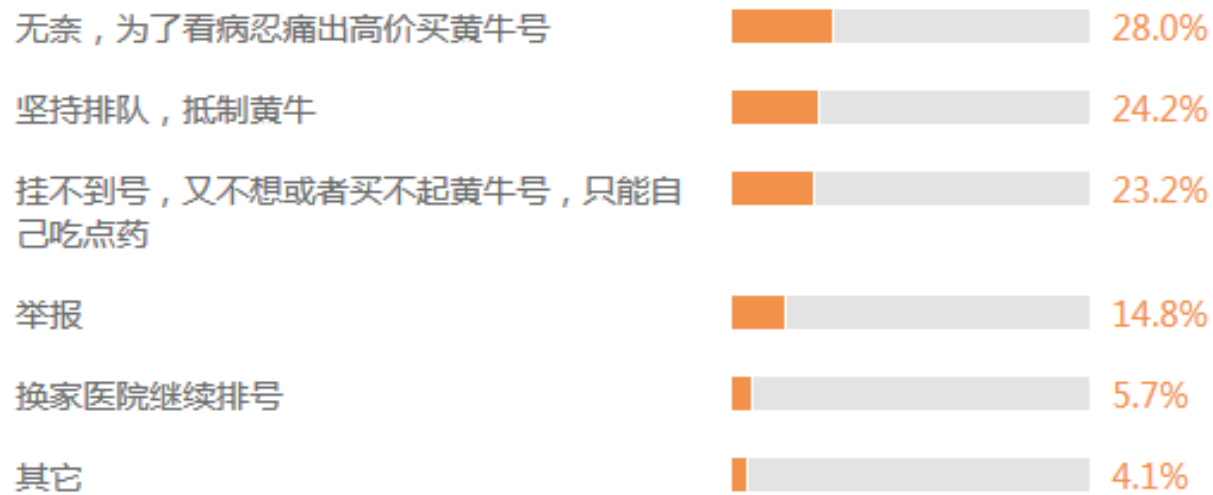


## 面对票贩子，公众们的态度

### 1、看病时是否遇到过黄牛？



### 2、如遇到黄牛你会怎么办？



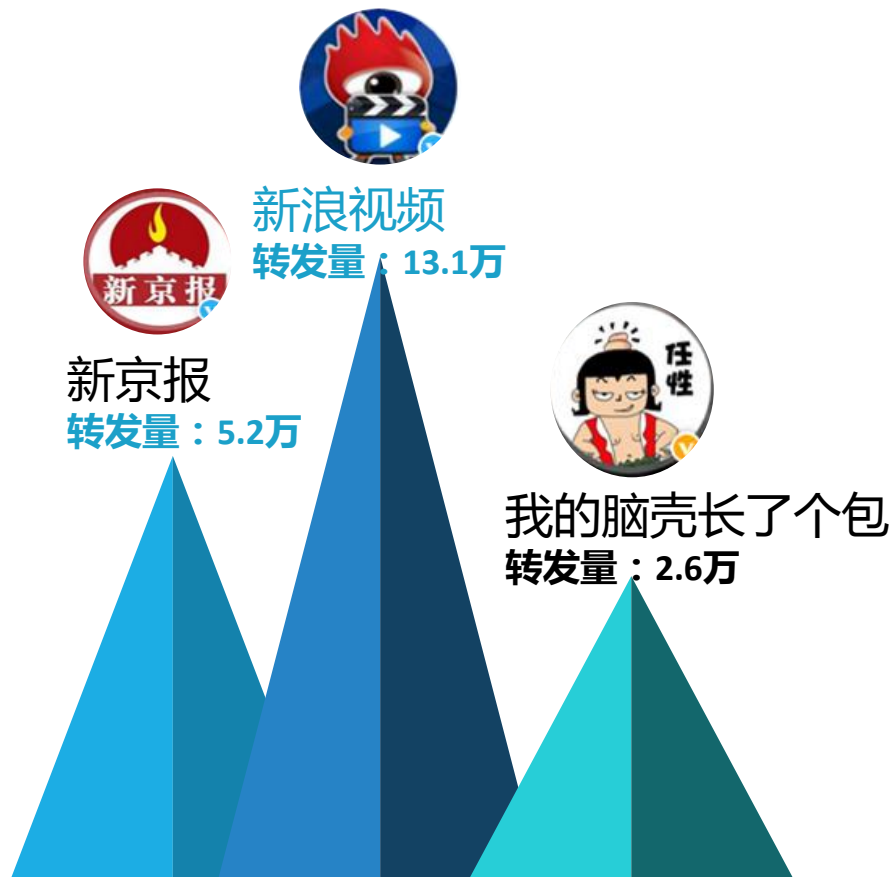
(数据来自：新浪调查)

在优质医疗资源稀缺的情况下，往往会出现“供不应求”的局面，这也是票贩子存在的重要原因。面对这种情况，不少患者只能通过高价购买票贩子手里的号。

表面上是稀缺医疗资源的供不应求，但病根还在于医疗体制上。



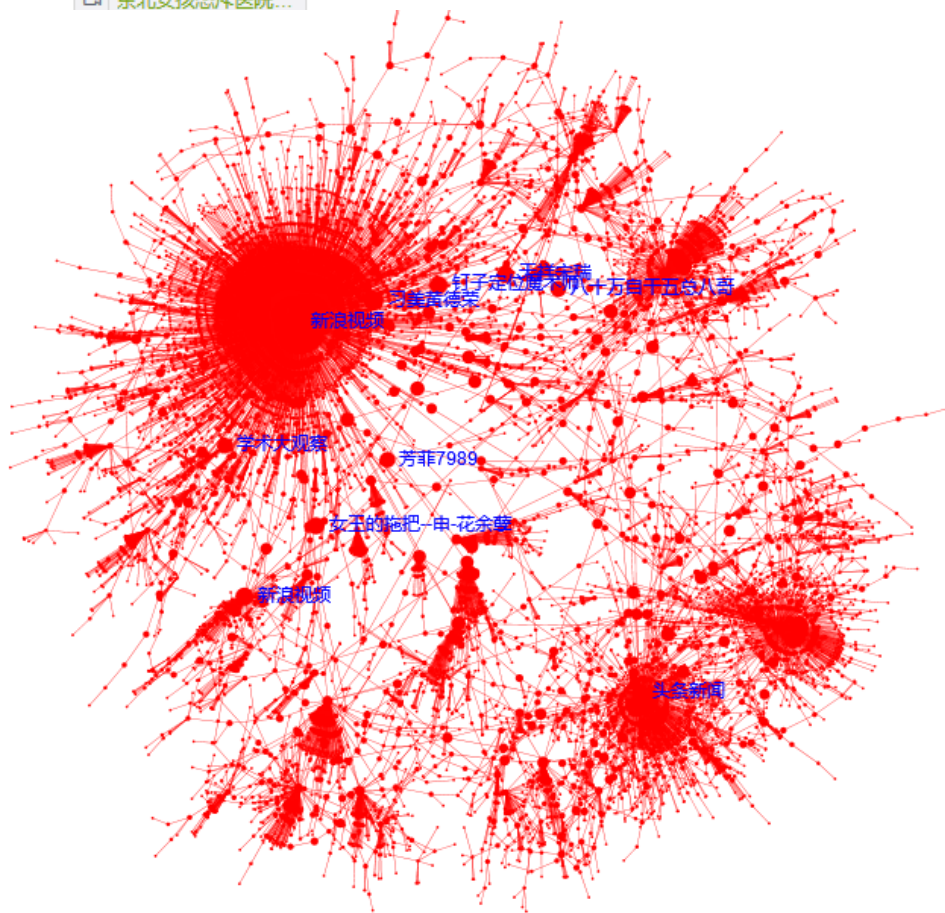
有影响力的媒体是该事件得以快速传播的最大动力



新浪视频 V

【女孩怒斥医院票贩子：300元号炒到4500】近日，一名女孩在北京某医院站了一两天没挂上号，怒斥票贩子和保安里应外合，把300块钱的号炒到了4500。“这大北京，如果今天我回家死道上了，那这社会真没希望了。这是北京，首都啊。”说到最后，女孩落泪了……

东北女孩怒斥医院...





## #女子怒斥医院票贩#发展结果



讨论：医疗行为中存在公共性与市场性并存的情况，在涉及一些医疗纠纷中，消费者协会的位置相对尴尬。有关消费者协会与医疗调解委员会在医疗领域中的关系以及职权有待进一步的解释和完善。



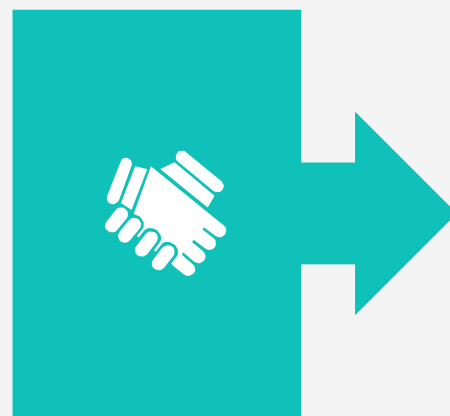
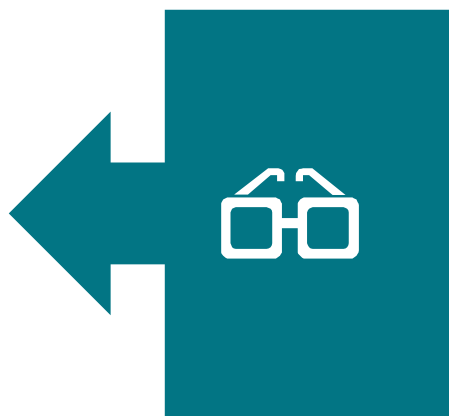
## PART 3.5

### 垂直领域案例盘点——电商&科技

科学技术是第一生产力。微博作为信息传播共享的媒体平台，对于科学技术在全社会进行信息传递以及技术推广方面发挥着重要的作用。2015年，微博科技类账号达到**23.7万个**，包含互联网、航天、通信等多个高新技术领域，基本覆盖微博全部网民用户。其中，尤其以电商、移动设备、移动应用等与当下移动智能生活息息相关的科技类账号，在官方消息、广告营销、活动推广等方面，颇受微博用户的关注与青睐。科技类官方账号同时还是企业公关的窗口。

个人认证账号

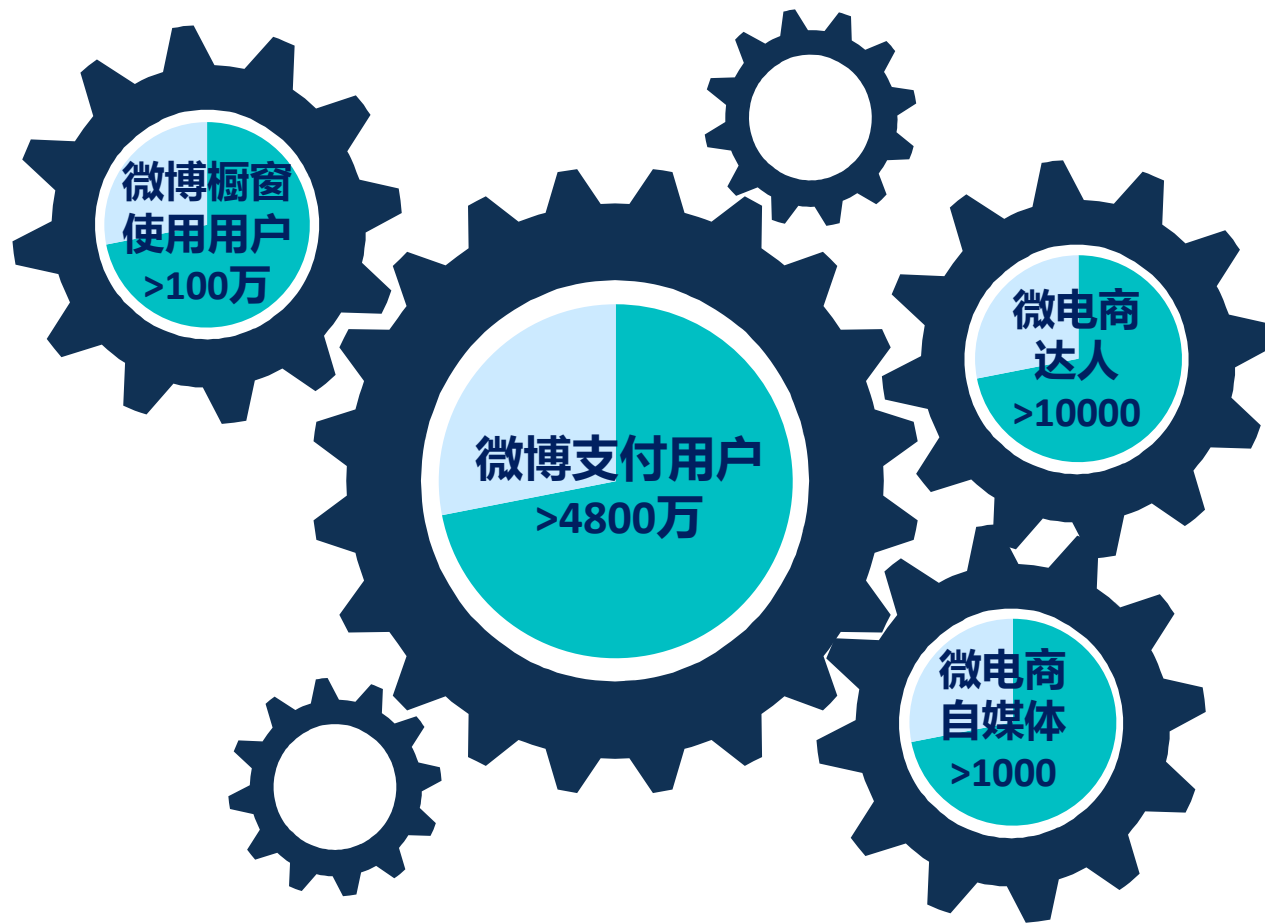
83115个



企业机构认证账号

153809个

2015年微博橱窗使用用户规模破100万，微博支付用户突破4800万，签约的微电商达人超过1万人，微博电商自媒体扩大至千人。微博致力于让企业、自媒体人和普通用户们建立关系。营造微电商生态氛围，建立最具权威的微电商发声平台。





科技领域消费者权益事件特征盘点：  
虚假宣传、产品质量、霸王条款、  
服务态度差、不正当竞争等

## 科技领域消费者权益事件盘点

工信部公开恶意扣费APP名单

流量不清零之后运营商偷跑流量

百度贴吧门

携程售卖假机票事件

唯品会被曝甩卖茅台酒系假货

快递申诉大比拼

美团刷单调查

六六投诉京东派送腐烂水果

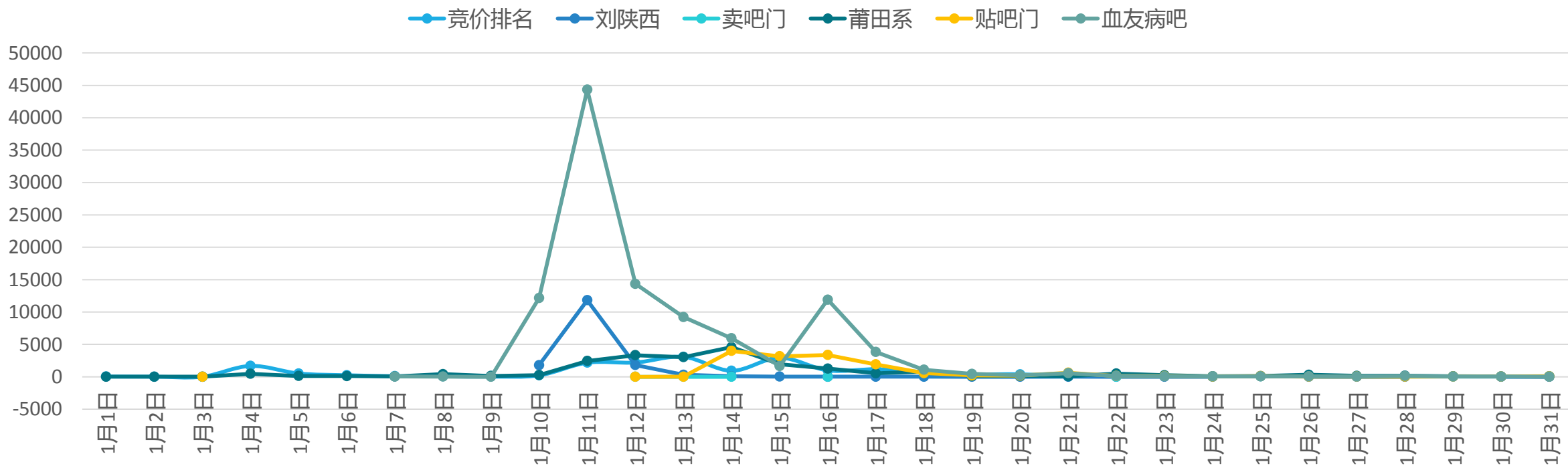
小米4C手机虚假宣传被罚款

网络二手车数据造假



百度血友病吧被卖新闻一经传播，微博博文相关提及度在短期内迅速增长。买主“刘陕西”也成为网民热议的对象。与此同时，百度搜索的竞价排名以及“莆田系一时间也都有被网民提及。

## #百度贴吧门#相关关键词热议趋势





## #百度贴吧门#相关博文表现

相关博文量

12.6万

博文被阅读

1.35亿

博文被评论量

7.3万



## #百度贴吧门#相关博文传播情况

## 被转发最多的贴吧门相关博文传播图



烧炖

转发数：15274



Nevian

转发数：9734



我是你认识的王小熊

9634

## #百度贴吧门#相关博文被转发最多博文

建议看完支持最多的那个答案，再看看下面，转给你们欣赏一下我国互联网企业的节操，并自掏腰包买推广让更多人看到：『据说百度贴吧的血友病吧被卖了……如何看待百度这样的行为』 [百度贴吧的血友病...](#)



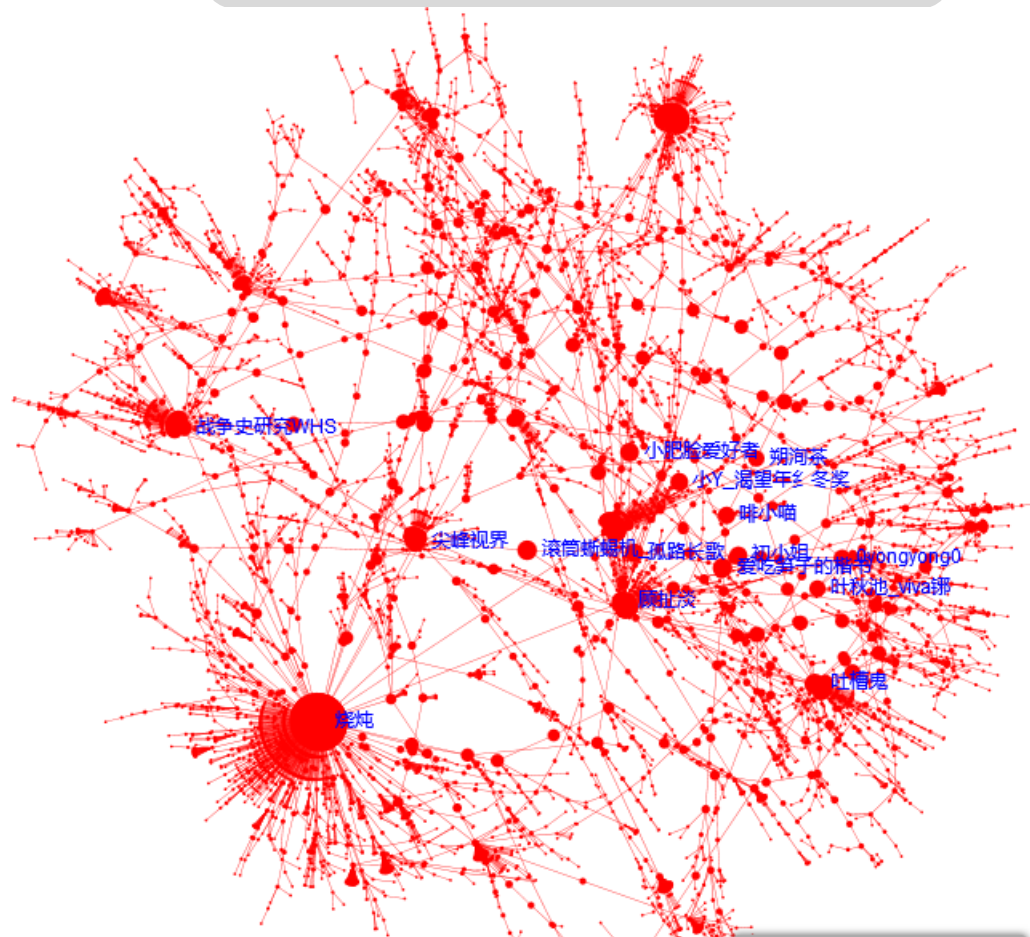
百度贴吧的血友病吧被卖了，原吧...

查看详情

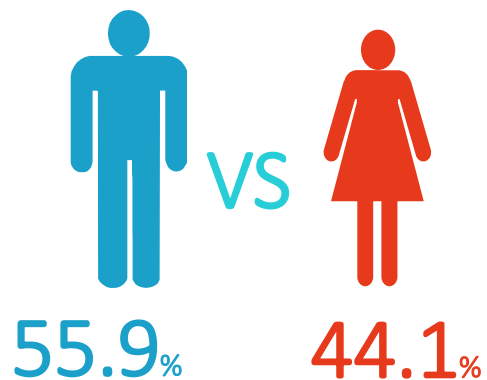
81

标签： [贴吧](#) [血友病吧](#) [百度](#)

1月10日 17:20 来自 微博 weibo.com



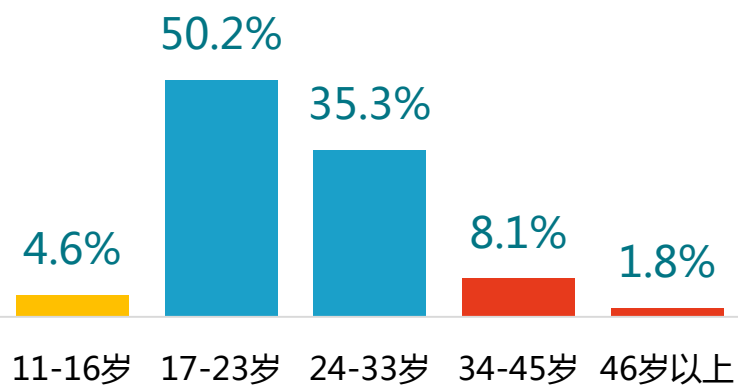
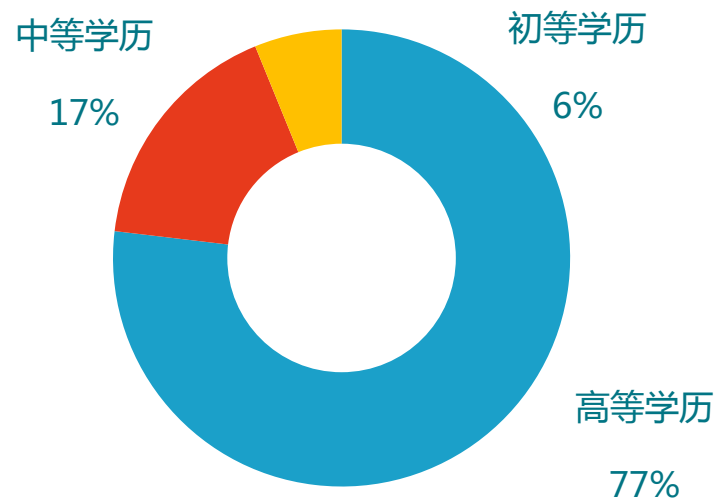
## #百度贴吧门#话题讨论用户属性



性别



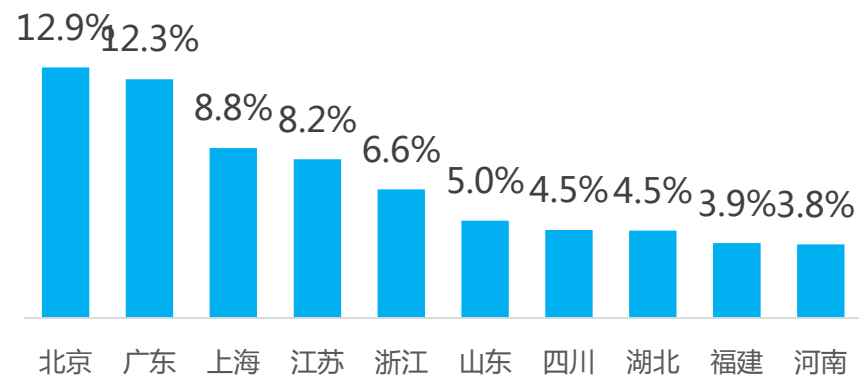
学历



年龄



地域



后续

“贴吧门”引发网民对百度百度商业模式的声讨与反思

1

2

陕西医大血友病研究所称，  
血友病吧与其关系不大。

3

刘陕西状告原贴吧吧主及央视

4

点评：该事件使百度在声誉上颇受打击，但这事儿还没结束。百度搜索的竞价排名以及贴吧盈利模式并未因此而发生根本性的变化。



## PART 3.6

### 垂直领域案例盘点——美妆



时尚设计、美容美妆类是大众生活，尤其是女性日常生活中不可缺少的一部份，微博的快速发展，使前卫、个性、流行的时尚元素得以最快最优地影响到每一个微博用户。



据统计，时尚、美容美妆类认证用户在微博超过**4万**。覆盖微博用户**1.46亿**

个人认证账号(橙V)28608个，占全部类别认证账号的**69.6%**。企业机构类账号(蓝V)账号占比不到三成



2015年，时尚、美容美妆类认账用户发博量**1232.4万条**

2015年，时尚、美容美妆类认账用户发布博文被阅读量**超过1000亿次**



## 微博美妆类消费者保护事件盘点



- 警方捣毁假冒欧莱雅工厂
  - 韩国马油造假团伙被抓，产品价值10亿多韩币
  - 热卖花印水漾润颜面膜大忽悠
  - 广州破获特大产销假冒名牌洗发水案
  - 韩国10万多假面膜销往中国
- 
- 多个国际大牌化妆品检出重金属
  - 30批次化妆品被查出问题
  - EOS唇膏过敏
  - 临期化妆品被涂改生产日期售卖
  - 8批面膜检出激素类禁用物质

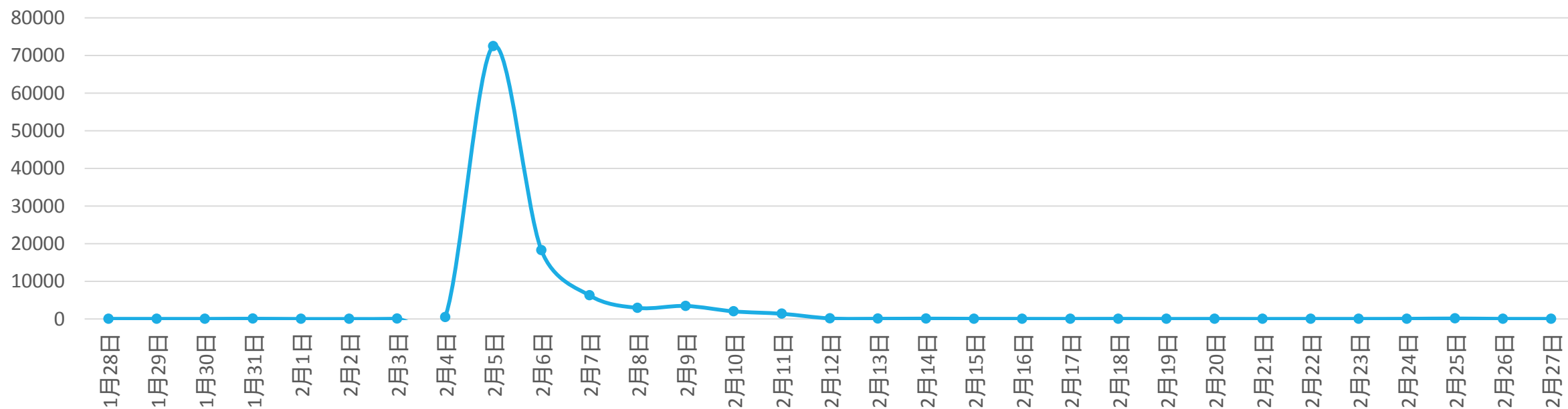
## 微博美妆类消费者保护事件特征分析



整体来看，劣质产品，产品成分、虚假宣传等是当前美妆消费品最常见美妆消费中遇到的问题。

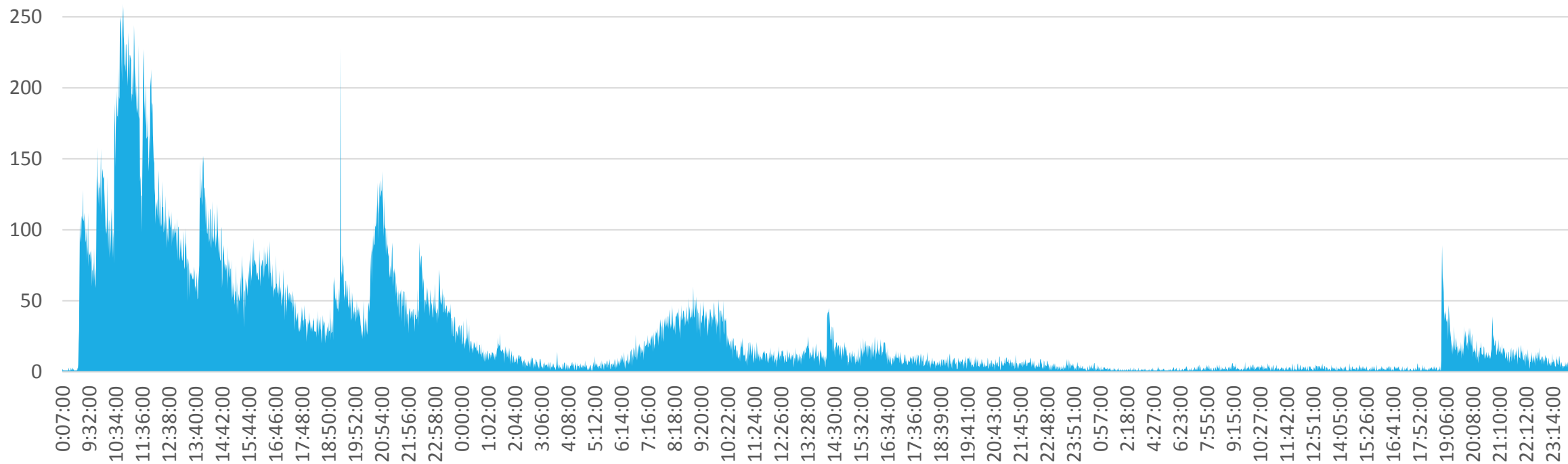
2015年2月，据中国之声《全国新闻联播》报道，韩国专利厅查获一处制造假冒某品牌面膜的窝点，没收15万张假面膜。据推测，已有10万多张假面膜流入中国。假面膜的外包装与正品没有什么差别，但是具有抗皱功效的成分却一点没有，反而添加了很多对人体有害的防腐剂成分。引起大量爱做美容的女生惊慌。假面膜已经曝光，迅速在以微博为代表的社交网络传播开来，使相关信息以最快的方式传播给大众。

#假面膜# 相关关键词热议趋势





#假面膜# 消息传出前后72小时博文提及趋势



博文阅读数  
9600万



“假面膜”相关话题阅读量

#韩10万假面膜销往中国# 4310万

#韩10万假面膜流入中国# 45万

#韩国假面膜销往中国# 43万



讨论数

11.1万



评论数

62695

## 假面膜信息传播最给力的账号TOP3



@央视新闻

转发量 56766



@人民日报

转发量 8889



@仙纳面膜

转发量 3938

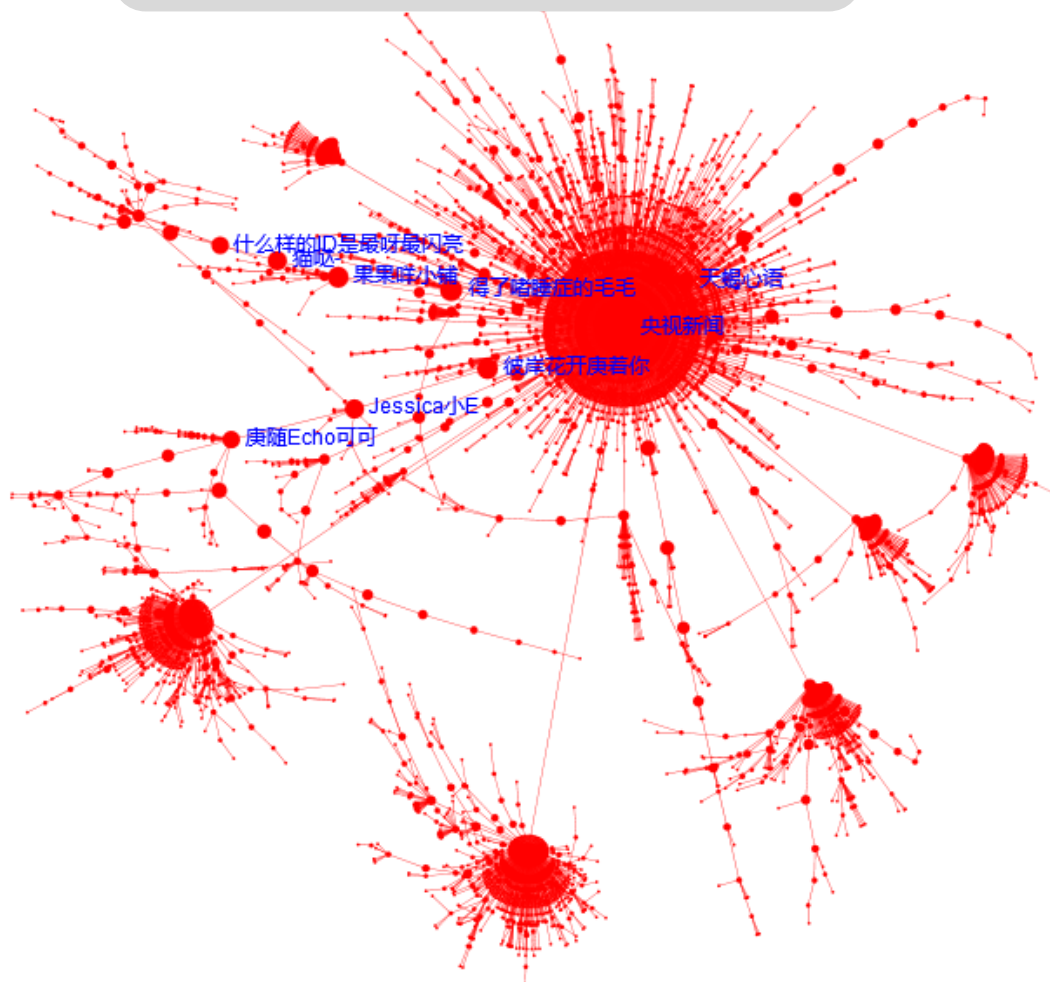
## 被转发最多的假面膜相关博文



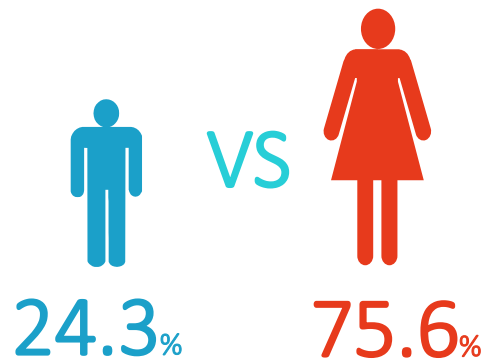
央视新闻

【急转给她！韩国10万多假面膜销往中国🤖警惕！】前两天，韩国专利厅查抄了一处制造假冒丽得姿面膜的窝点。此窝点已制造26.6万张丽得姿针剂补水面膜！更可怕的是，已有10万多张面膜销往中国。假冒品含有害防腐剂！提醒：韩国并非没假货！#韩10万假面膜销往中国#别被骗！扩散！  
[韩国查抄造假窝点...](#)

## 被转发最多的假面膜相关博文传播图



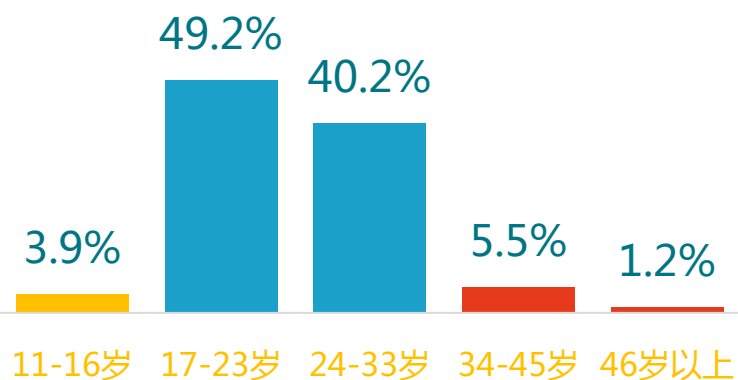
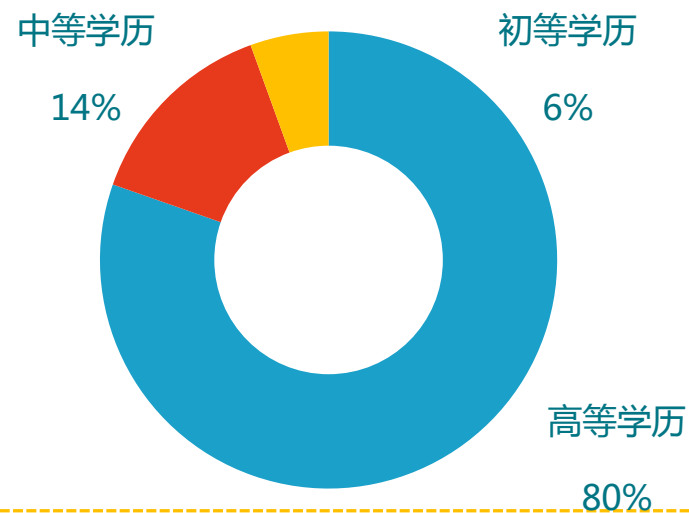
#假面膜#话题讨论用户属性



性别

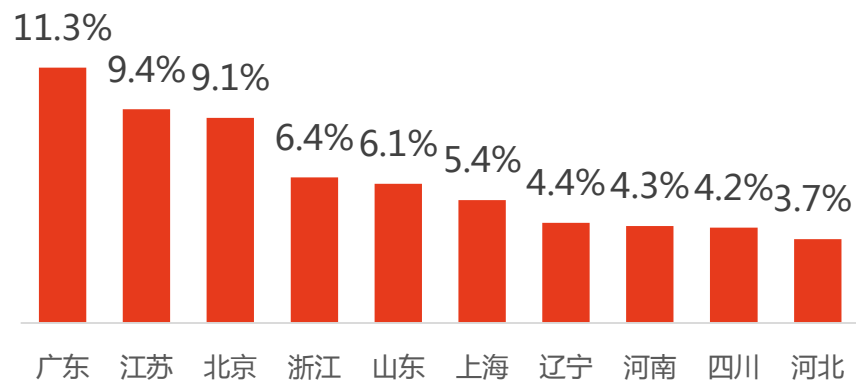


学历



年龄

地域



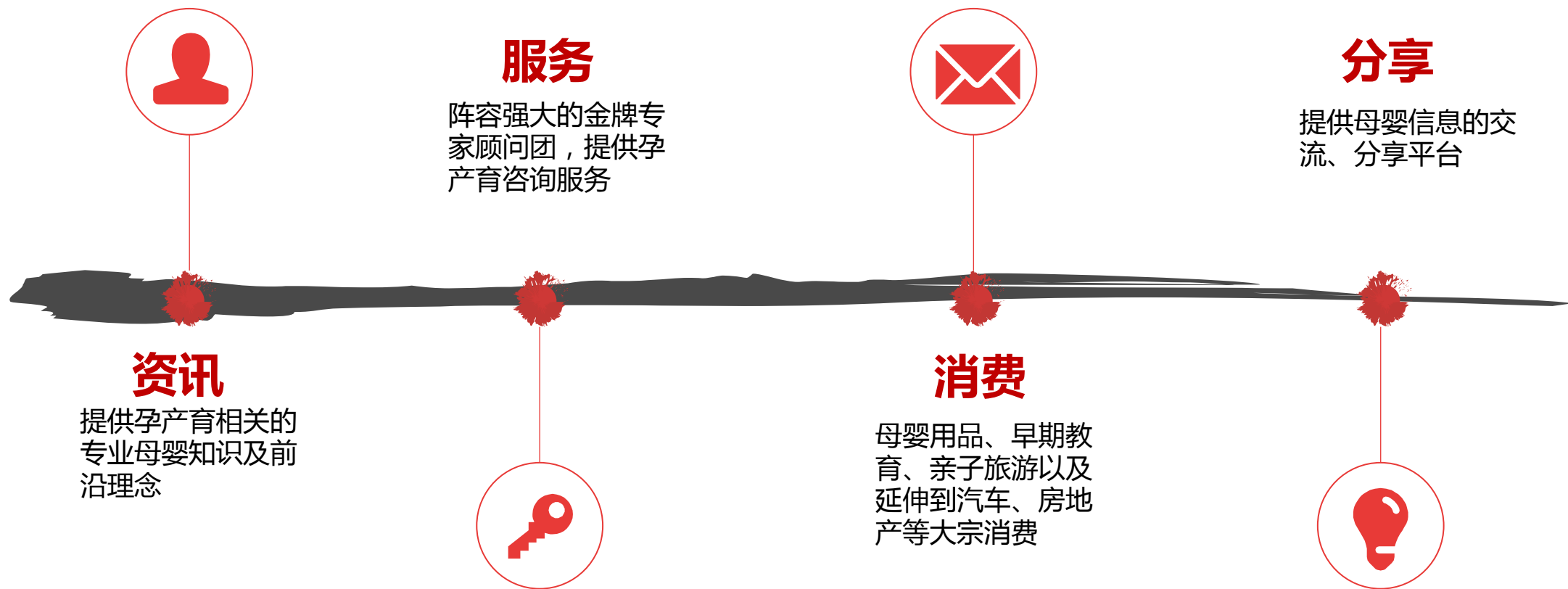
## PART 3.7

# 垂直领域案例盘点——母婴

美赞臣严格品控

与微博  
共同关注 315

## 互联网母婴行业产业链



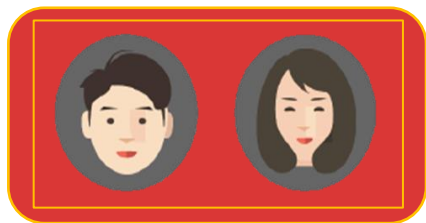
# 微博在母婴领域拥有活跃的用户群

美赞臣严格品控  
与微博  
共同关注 315

315



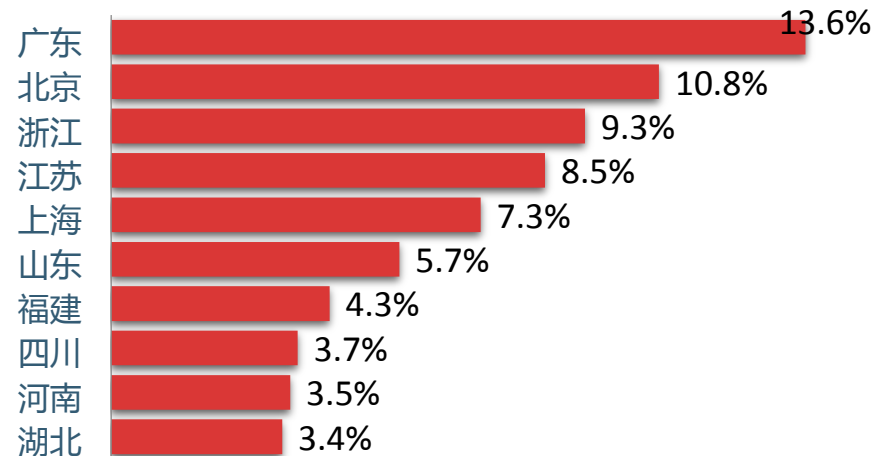
## 性别



13% VS 87%



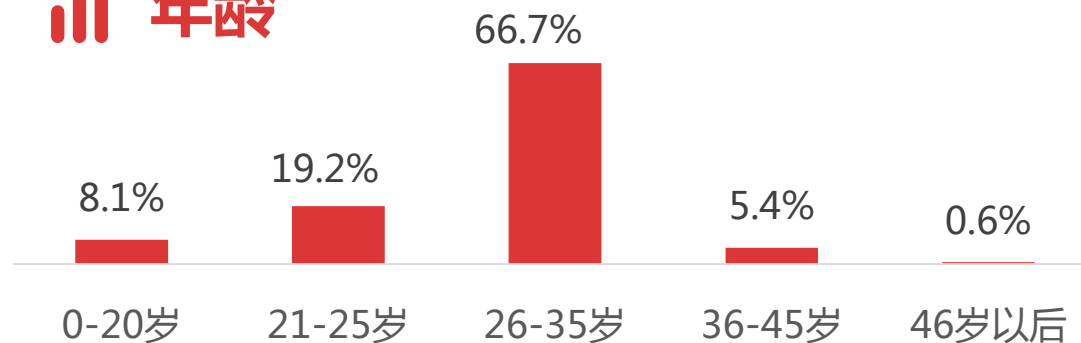
## 地域



## 学历



## 年龄





# 用户群价值属性----母婴品类讨论偏好

美赞臣严格品控  
与微博共同关注315

315

奶粉、玩具、纸尿裤是讨论最多的品类



## 母婴领域消费权益事件盘点

- ◆ 惠氏启赋奶粉被曝冲出黑色片状物
- ◆ 强生全球召回中国例外
- ◆ 帮宝适湿巾被指对肝脏有毒
- ◆ 儿童智能手表再曝隐患
- ◆ 塑料书皮或致性早熟

- ◆ 京东拒绝消费者“现红臀”纸尿裤检测要求
- ◆ 康贝婴幼儿湿巾检出防腐剂
- ◆ 49批次国产婴幼儿奶粉上黑榜
- ◆ 母婴电商平台蜜芽被指售假
- ◆ 天价催乳师：催乳服务3小时被要价2万5千元



# 奶粉、纸尿裤等用品仍是用户最关切的母婴消费品



奶粉、纸尿裤等用品仍是  
用户最关切的母婴消费品



数据显示，奶粉仍是目前母婴用户最为关切的母婴消费品。玩具、纸尿裤、儿童洗浴等相关产品也多少受到网民用户积极关注。

就2015年来看，奶粉、儿童贴身用品仍是目前母婴市场中假冒伪劣产品的重灾区。



目前来看，母婴产品需要监管机构与企业的共同协作。例如，美赞臣与广东食药监局积极合作，与其主导的广东省婴幼儿配方乳粉追溯平台紧密联系，通过信息共享来确保奶粉的质量安全。

此外，母婴产品质量也需要经受得起媒体的持续监督。例如，强生爽身粉的“致癌”新闻就一度引起了母婴恐慌，但最终得到官方的辟谣与解释。



# 有案可稽：强生爽身粉

美赞臣严格品控  
与微博  
共同关注 315

315



2月24日

2月24日凌晨，媒体对强生致癌事件进行报道。

健康时报对该新闻进行转发，引发网络热议

2月26日

2月28日

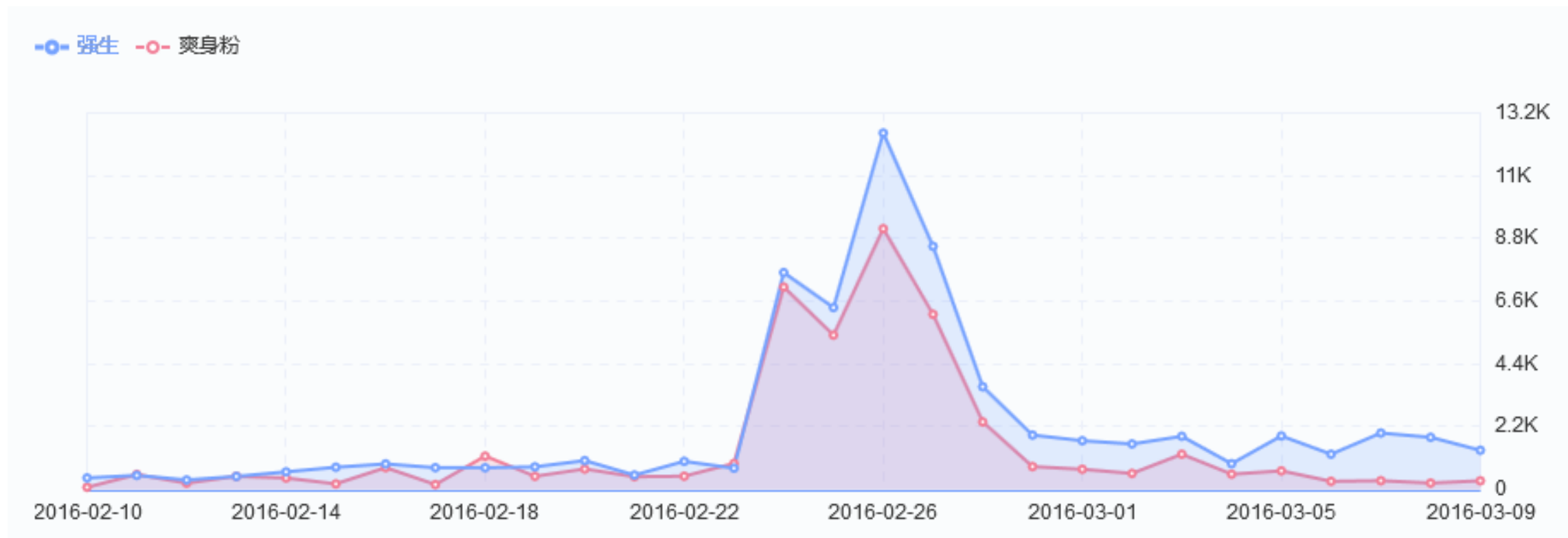
强生中国称没有充分证据证明滑石粉和卵巢癌有关

中国香化协会表态：用于化妆品原料的滑石粉安全无害

3月4日

2月24日凌晨 路透社称，美国密苏里州一个陪审团裁定，强生公司须向一位因使用该公司含滑石粉的卫生用品而患癌死亡的女受害者福克斯的家庭赔偿7200万美元(约合人民币4.7亿元)，包括1000万美元实际损害赔偿和6200万美元惩罚性损害。据悉福克斯曾在长达30多年的时间里使用强生的婴儿爽身粉和优润佳沐浴露。该事随之在国内引起轰动，尤其是在母婴圈引起“妈妈”们的不安。

强生爽身粉相关关键词趋势盘点



权威媒体和颇具人气自媒体在事件传播过程中作用突出



健康时报

转发[5072]



兔君www

转发[2871]



韩国me2day

转发[1817]



新浪财经

转发[1411]



## 转发量最多的强生爽身粉相关博文传播走势

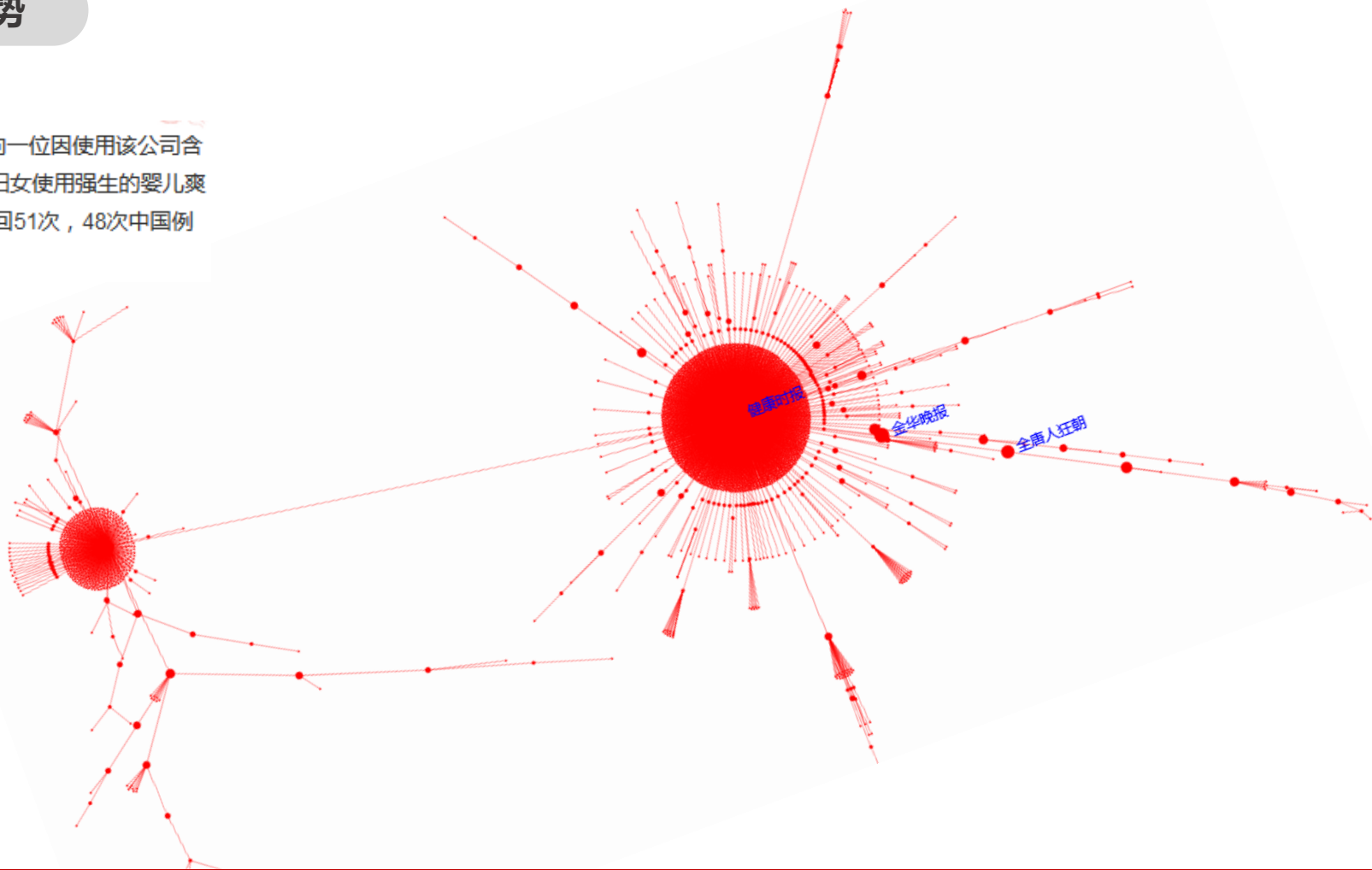


健康时报 V

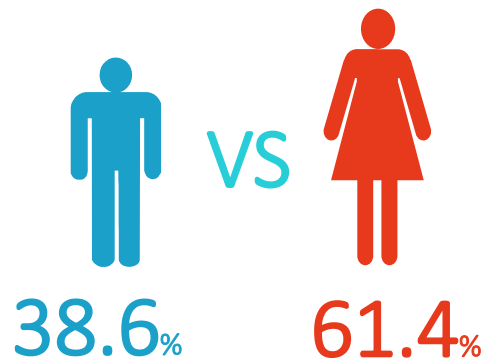
据英国、《卫报》，美国密苏里州一陪审团22日裁定，强生公司须向一位因使用该公司含滑石粉的卫生用品而患癌死亡的受害者家庭赔偿7200万美元，这位妇女使用强生的婴儿爽身粉和优润佳沐浴露30多年。此前@健康时报 曾报道【强生全球召回51次，48次中国例外】[#强生公司51次产品...](#) [#强生全球召回中国例外#](#)



2月26日 10:01 来自 微博 weibo.com



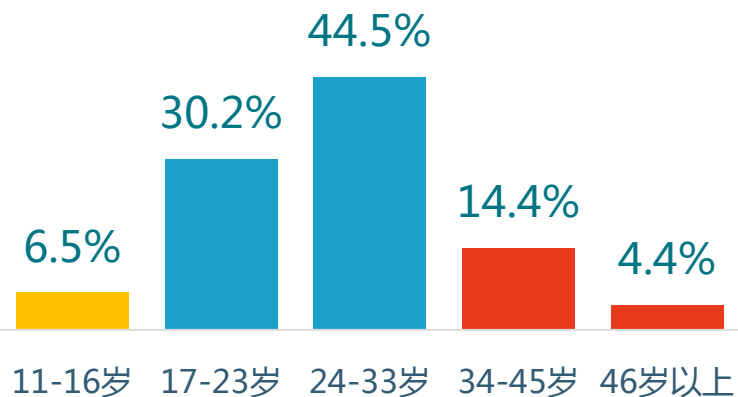
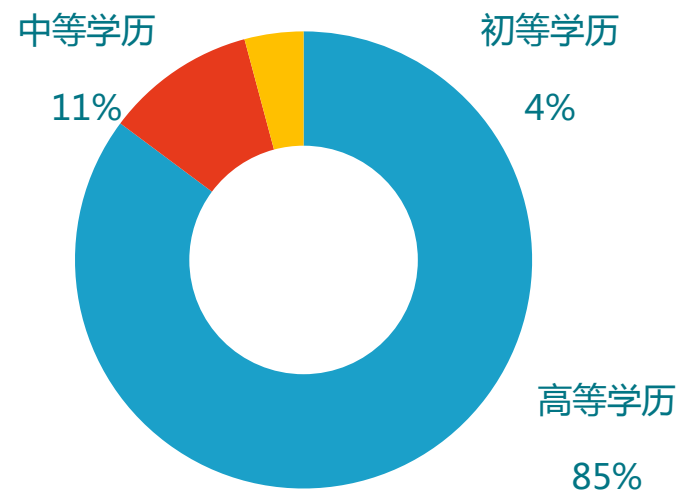
## “强生爽身粉”事件相关讨论用户属性



性别



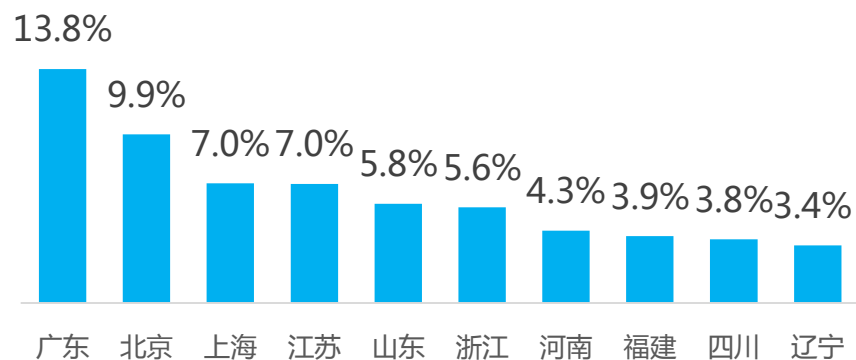
学历



年龄



地域



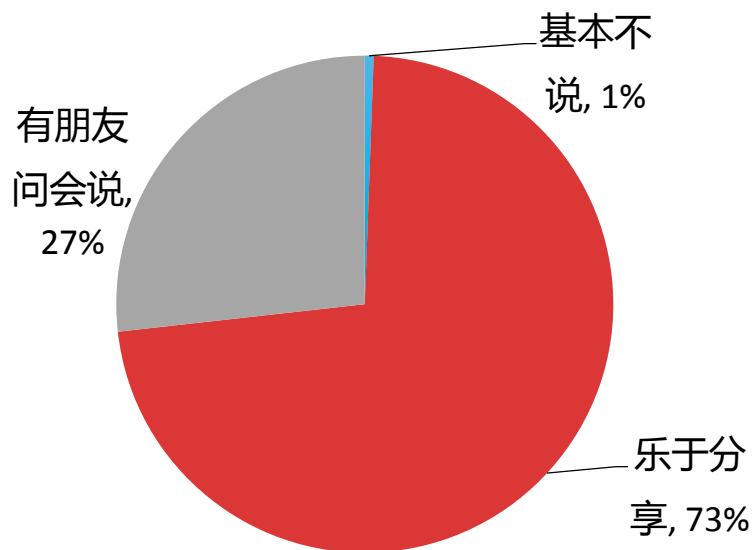


# 微博的社交与媒体属性更有利于对母婴产品质量进行监督

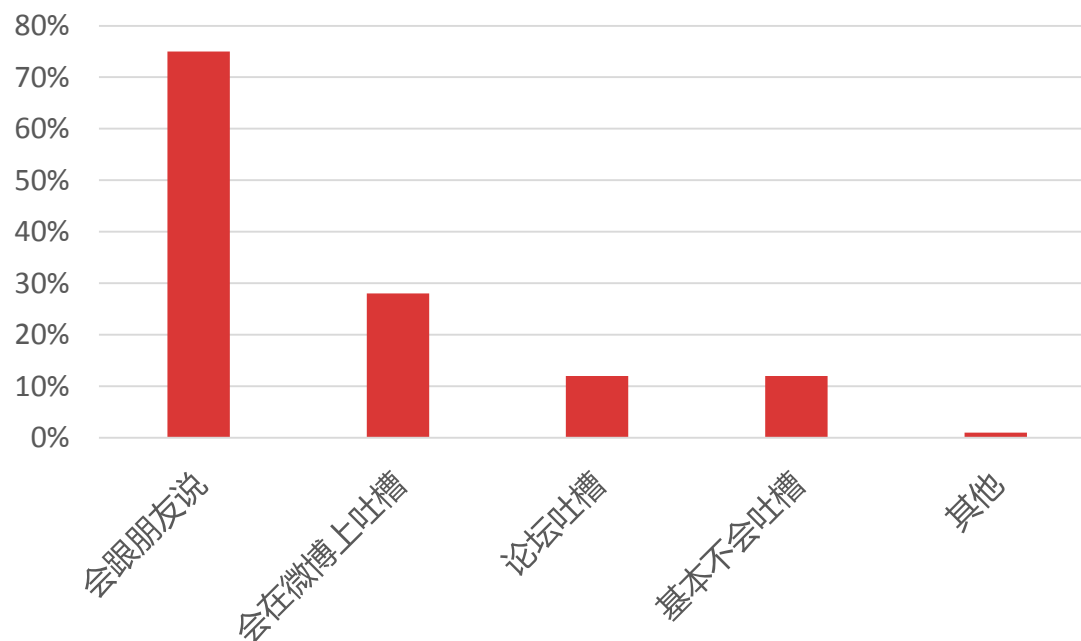
- 数据显示，99%的用户对于好的母婴咨询、服务或者产品都会分享；且73%的用户乐于分享；
- 对于存在质量或售后问题的产品99%的用户也会选择吐槽；不少用户更是会在微博、论坛等网络渠道吐槽；

总体来看，微博的社交与媒体属性更有利于对母婴产品质量进行监督，同时用户可以借助于微博(搜索、曝光)等渠道进一步了解产品质量或品牌口碑。

对于母婴咨询、服务、产品的分享态度



对于母婴咨询、服务、产品的吐槽渠道





PART 4

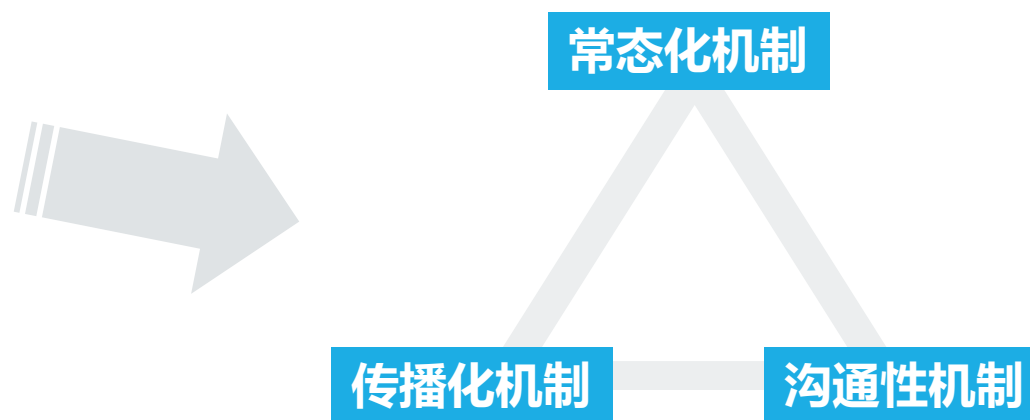
# 总结

微博联合垂直运营方打造  
**#315曝光台#**和**行业曝光台**，  
成为消费者投诉的固定入口



微博不同属性的用户组成三大联盟：  
**消费者权益联盟（行业）、区域消费者权益大使和消费者媒体联盟**。让大v和媒体的声音成为帮助消费者权益保护的声音。

2016年，微博将在消费者维权领域推动三大机制，对各领域消费维权事件进行曝光以及有效的监督，从而保障广发微博用户的合法权益。



**打通消费者投诉与企业客户服务的快速通道**，让消费者投诉得到企业响应更快速高效，实现消费者与企业在微博平台的双赢

**THANK  
YOU**

