



疫情下的中国社交媒体社会 价值研究报告

艾瑞与微博联合发布

2020年



海量行研报告免费读



疫情之下，中国社交媒体行业逆势上扬，发挥重要作用：

从**单机有效使用时间**来看，受疫情影响社交版块用户黏性增强，且超过其他内容消费版块始终保持高位；从**各大主要社交媒体平台举措**来看，各大平台根据自身属性、内容风格和受众特征彰显了不同的媒体传播价值。



以微博为例，对疫情之下社交媒体的社会价值进行洞察：

产品侧，微博独有的广场属性和背后的新浪产品矩阵，构建最佳社交传播媒介；**头部账号侧**，微博拥有完整的政务账号矩阵、丰富的媒体及KOL资源和多样化垂直领域，能够快速触发社交裂变传播的关键节点；**用户侧**，通过用户下沉和多样化内容形态，夯实社交传播的优质土壤。

在此次疫情中，微博凭借天然的社交传播优势，**发挥着舆情发酵中心、事件记录中心、力量集聚中心和谣言粉碎中心的作用，社会价值凸显。**



未来中国社交媒体的发展趋势：

整体趋势：社会价值凸显，成为社会治理的重要补充。

社交生态：不断增多平台用户节点数，丰富用户关系链条。

合作共赢：社交媒体坐拥流量宝藏，强强联合互相增益。

技术赋能：大数据和5G发展为场景创新、互动创新奠定基础。

疫情之下的中国社交媒体

1

微博社交媒体社会价值洞察

2

中国社交媒体未来发展趋势

3

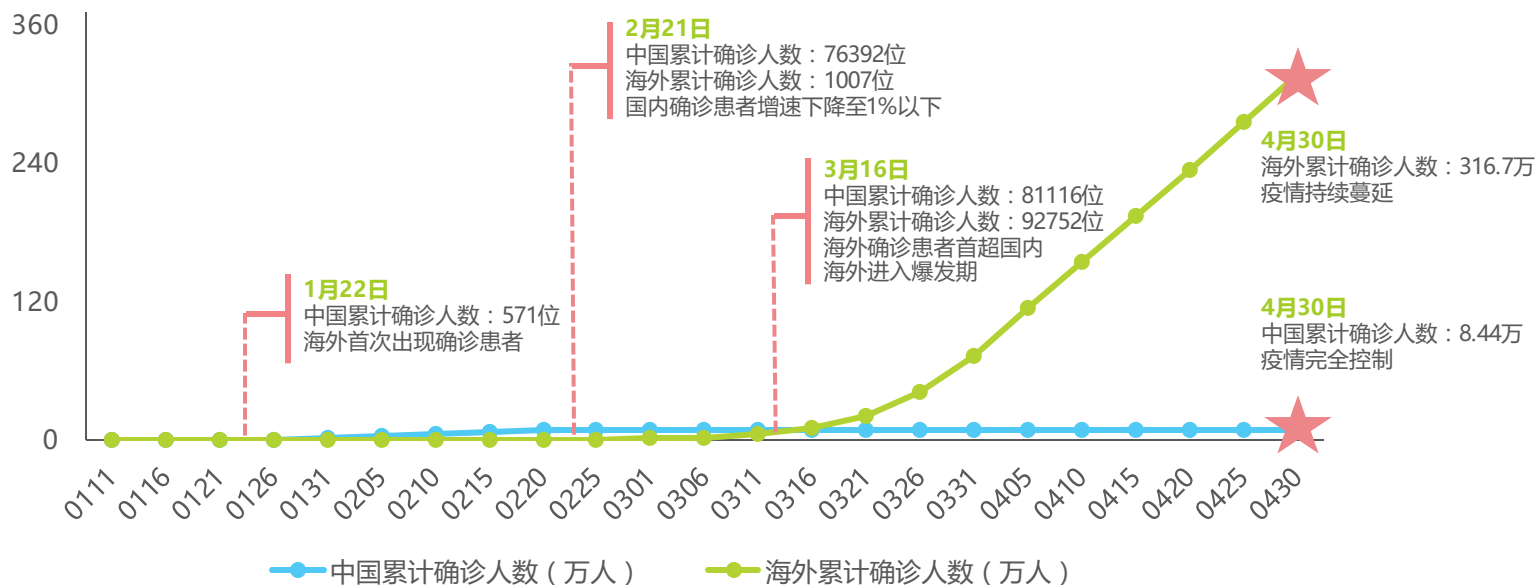
2020年新冠肺炎疫情复盘

截至2020年4月30日，全球新冠肺炎确诊人数达325.1万

疫情第一阶段，更多体现在国内的集中爆发，2020年1月20日至2月20日，国内新冠肺炎确诊人数从258例飙升至7.6万例，恰逢中国聚集型行为高发和人口大量流动的春节假期，在高传染性的疫情阴云下武汉封城使得社会恐慌情绪达到顶点。2月21日后随着政策严控和人们防护意识的提高，我国疫情进入转折点，日平均增幅低于1%，至4月30日，国内疫情已经完全控制，人们日常工作和生活逐步恢复。

疫情第二阶段，由国内集中爆发演变成海外爆发，从2020年3月16日至4月30日，国外新冠肺炎确诊人数从9.28万增长至316.7万，增速始终保持较高水平且有长期持续的趋势，部分国家甚至出现区域失控，海外输入病例的增多让人们仍不能放松警惕，时刻保持对疫情动态的关注。

2020年1-4月中国及海外新冠肺炎累计确诊人数情况



来源：微博疫情地图。

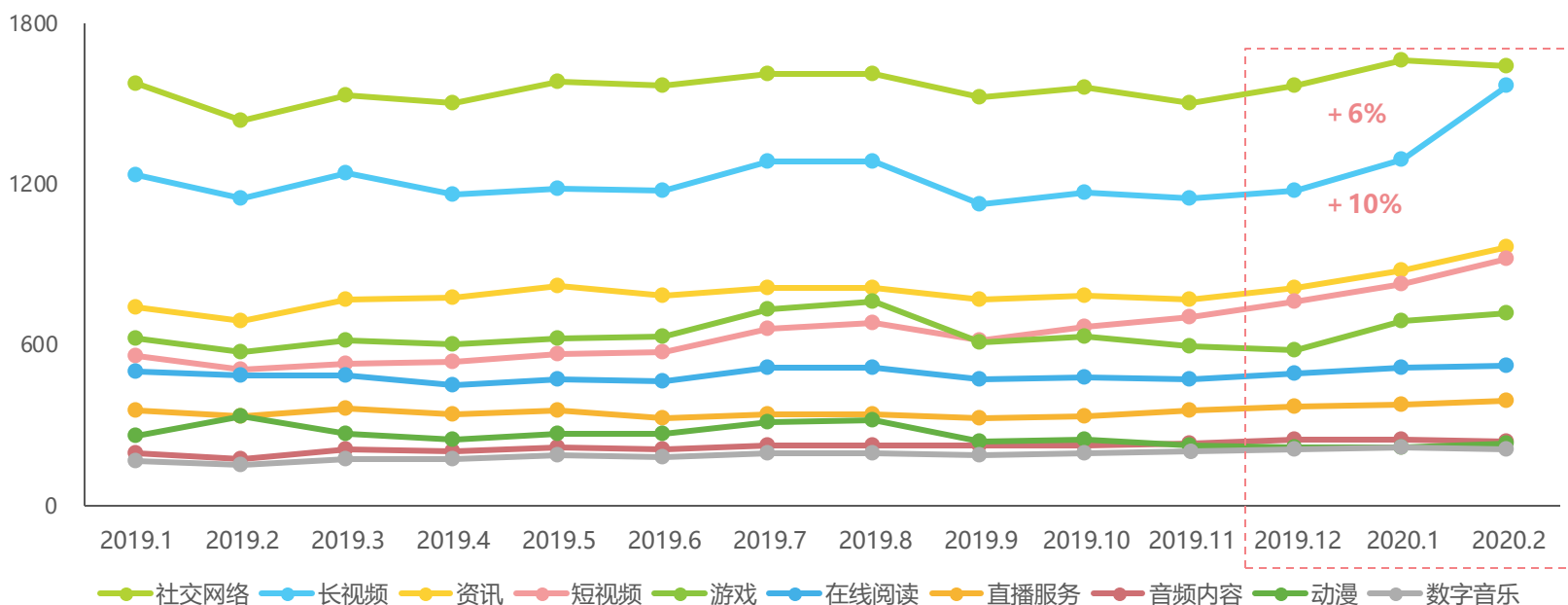
疫情之下社交媒体行业逆势上扬

社交媒体作为信息分发中心，成为民众了解疫情的重要工具

疫情之下社会停摆，人们陷入焦虑情绪，一方面武汉及湖北的危机牵动着全国人民的心，另一方面疫情的高传染性使得人人自危，在这一非常时期，信息的快速传播显得尤为重要。

各大社交媒体作为信息分发中心，初期发挥科普和警示作用，聚合分发疫情最新动态和相关政令；中期有效调动社会力量，对灾区同胞提供帮助，监督疫情防治全过程；后期海外疫情爆发后，海内外信息的畅通也为提高国内防护警惕性创造条件，进一步推动我国在国际局势中负责任大国形象的树立。根据艾瑞UserTracker数据显示，疫情期间长视频、社交网络等内容版块单机有效使用时间增速迎来新高峰。

2019年1月-2020年2月各内容版块单机有效使用时间（分钟）



来源：Usertracker艾瑞咨询移动智能终端用户行为监测系统（桌面及智能终端）。

疫情之下各社交媒体应对举措

各大社交媒体平台各显神通，助力全国战疫

在这场举国战疫中，各大社交媒体平台纷纷发力，实现信息的公开、透明、真实、快速传播，消除和减少由于信息孤岛所带来的社会恐慌和不确定性。各大平台根据自身属性、内容风格和受众特征彰显了不同的媒体传播价值。

微信公众号凭借熟人社交关系链实现信息的快速分发，多篇疫情主题文章阅读量破百万；知乎发挥其问答社区的优势，上线新冠肺炎防控系列专题，涵盖科学辟谣、防护指南、心理援助等抗击肺炎专区，并联合阿里健康、好大夫等在线医疗健康平台开通义诊通道，疫情期间“新型肺炎”相关回答获17.3亿次阅读；而微博作为唯一的广场式社交媒体，更是在此次疫情中发挥信息中枢作用，集政令传达、疫情求助、社会监督、人文关怀、科普辟谣、社会维稳多功能于一体，以疫情地图为载体，汇集疫情最新动态和国内外疫情发展，减少信息传递过程中的不对称风险。

2020年疫情中典型社交媒体的部分应对举措



熟人社交链裂变分发



微信公众号爆款文章

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



广场式社交媒体信息中枢



肺炎患者求助专区

抗击肺炎专区



问答社区的专业权威优势



抗击肺炎专区

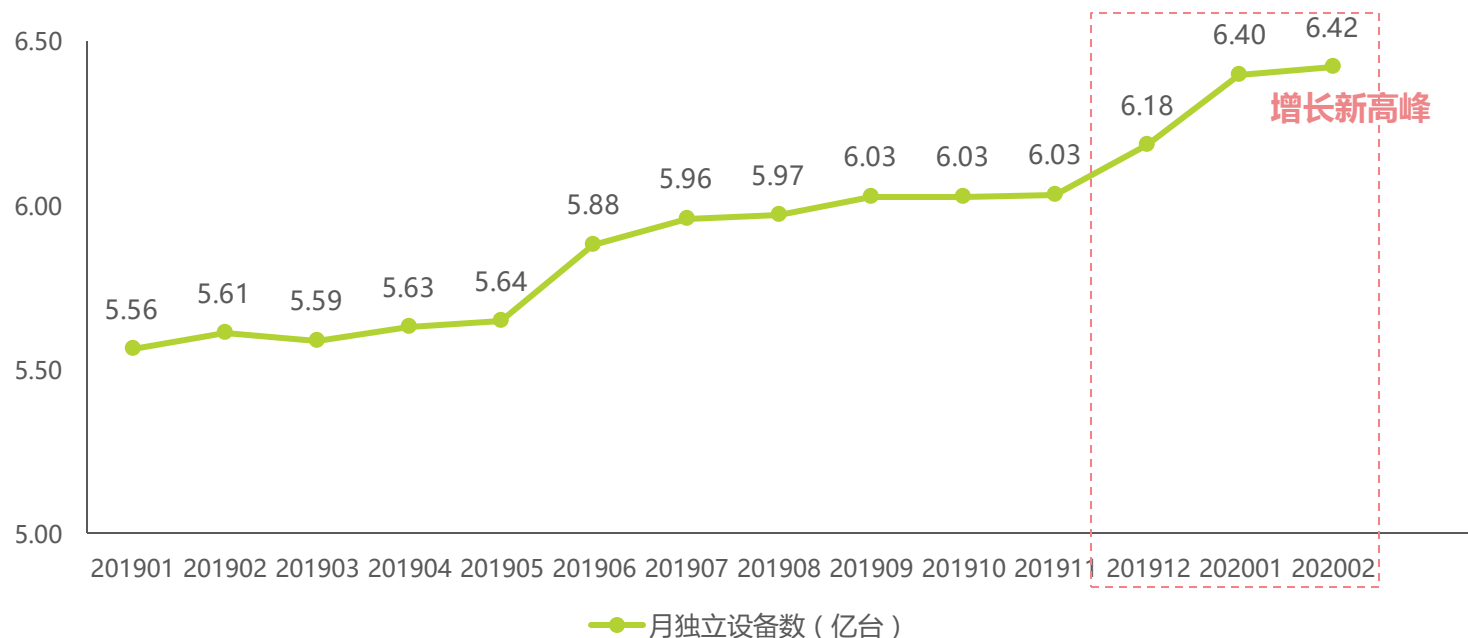
疫情相关圆桌议题

疫情之下的微博

疫情期间，微博月独立设备数持续走高

受疫情影响，2019年12月至2020年2月间，微博月独立设备数持续走高。从12月8日开始，首例不明原因肺炎患者发病，到12月12日华南海鲜市场商户多名员工出现高烧、干咳症状，到12月30日，武汉市卫健委发布《关于做好不明原因肺炎救治工作的紧急通知》的文件在微博上热转，微博成为疫情相关的信息中枢，从2019年12月到2020年2月，微博出现月独立设备数增长的新高峰，在大基数下仍达到3.8%的增速，迎来新一波发展机遇。

2019年1月-2020年2月微博月独立设备数变化情况



来源：Usertracker艾瑞咨询移动智能终端用户行为监测系统（桌面及智能终端）。

疫情之下的微博

重大事件面前，微博社交媒体的社会价值凸显

进一步聚焦2020年1月至3月疫情严重期，前期疫情尚未明朗，人们纷纷通过微博快速获取最新疫情动态，微博日独立设备数从1月10日的19827.7万台增至1月20日21508.5万台，增速高达8.5%，而1月20日后，钟南山院士明确新冠病毒人传人，抗疫战役正式打响，微博肺炎患者求助专区开通，微博日独立设备数从1月20日的21508.5万台增至2月6日22831.7万台，达到疫情期间微博日独立设备数的新高峰，2月6日后抗疫救灾事项有条不紊展开，微博成为最新政策动态发布、肺炎患者救助、社会物资调配、公益项目推进和疫情谣言破除的核心平台，日独立设备数逐渐趋于稳定。

2020年1月10日-3月10日微博日独立设备数



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20906

