# A8 =

# "紫光阁地沟油"意外成为微博搜索热点

# 微博热搜榜花10万就能进前三?

据《北京青年报》报道,1月7日晚,有网友发现在微博热搜榜上出现了"紫光阁地沟油"一词。对此,紫光阁官微以幽默的语气公开回应:"#紫光阁地沟油#上热搜了?这种负面舆情该怎么应对?紫宝宝只能躲在楼下食堂紫光阁饭店里瑟瑟发抖。"微博方面昨日则回应称,热搜榜的确存在推广和广告,但是要经过审核,而且会有"荐"字样。有粉丝群截图显示,"紫光阁地沟油"上热搜是粉丝策划的"刷热点"事件。

1月8日,有网友在微博热搜榜中发现了"紫光阁地沟油"一词,原来这是某明星的粉丝为了报复紫光阁对该明星的评论而购买,不过紫光阁并非饭店而是一本权威杂志,因此闹出了大笑话。在该事件中,微博的营销体系和非自然热搜词登榜被牵出。对此,微博回应"紫光阁地沟油"并未登上热搜榜,而是登上了"实时上升热点";热搜榜的确存在推广和广告,但是要经过审核,而且会有"荐"字样,像"紫光阁地沟油"是不可能作为热词被购买的。



紫光阁的微博主页



"紫光阁地沟油"成搜索热点截图

## 事件

## "紫光阁地沟油"上了微博热搜榜

1月7日晚,有网友发现 在微博热搜榜上出现了"紫 光阁地沟油"一词,同时在微 博搜索"紫光阁",除了排名 第一的地沟油之外,其他的 话题还有"卖香炉"、"营销 号"、"餐厅"等。紫光阁到底 是什么,为什么会登上热搜 呢?紫光阁官方微博显示, 紫光阁是中共中央国家机关 工作委员会《紫光阁》杂志社 开设的微博,该杂志为国务 院系统的重要党刊。紫光阁 作为一家权威媒体,和饭店 并没有任何关系。

紫光阁登上热搜,源于 1月4日发布的一条微博: "教唆青少年吸毒与公开侮辱妇女!这次你可能摊上大事了!"该微博针对歌手王昊 (PG ONE)歌曲《圣诞夜》进行评论,认为"作为公众人物,在网络舆论场应该给青少年以正确的价值观引导,传播社会正能量,而不是相反!假如真的'纯白色的粉 末在板上走',那么已涉嫌触 犯国家相关法律!"此后,该 微博引起其粉丝不满,并有 人以为"紫光阁"是一家饭 店。有该歌手粉丝群截图显示,其粉丝在看到该微博后 策划了一场"刷热点"事件, 群内有人提到"联系了卖热 搜的,明天做一个热搜出来, 大家到时候去刷评论"。

1月7日,"紫光阁地沟油"出现在了"微博热搜榜"的"实时榜"。

# 回应

#### 微博称只是"实时上升热点"

在"紫光阁地沟油"上榜后,这一令人啼笑皆非的事件引起了更多网友的关注。紫光阁官微以幽默的语气公开回应:"#紫光阁地沟油#上热搜了?这种负面舆情该怎么应对?紫宝宝只能躲在楼下食堂紫光阁饭店里瑟瑟发抖。"

1月8日,微博也公开回应,称"紫光阁地沟油'昨天并没上过热搜榜!"微博表示,该词从1月7日19:30开始有用户搜索,在正常搜索量中,只有3.26%的用户关注了"红花会PG\_ONE",其余是大量(围观)用户的热情参与,导致热度持续上升,在20:42进入了"实时上升热点"中展示,持续十多

分钟,但由于搜索量不足最终未能登上热搜榜。也就是说,网友截图的"热搜榜"并非排名前列的"热搜榜",而是"实时上升热点",因为围观群众的参与导致热度上升,后来没能上真正的热搜榜。

"热搜榜"和"实时上升 热点"可以通过左侧是数字 还是箭头来区分,有数字的 就是热搜榜的排名,黄色箭 头的是短时间内热度上升但 并未上榜的热词。

微博方面还表示,热搜 榜的确存在推广和广告,榜 单右侧有"荐"字显示的就是 广告。不过,"紫光阁地沟 油"是不可能作为热词被购 买的。"广告也是有审核机制 的,要合法合规才可以上。"

那么自然热搜是如何生 成的? 微博方面表示:"微博 实时热搜榜每10分钟更新 一次,按照短时间内的搜索 量进行排序。短时间内搜索 量非常高、上升趋势非常快 的词都有可能进榜。对参与 搜索的用户质量会有多个维 度的综合判断,另外,为了防 止恶意刷榜行为,也有相应 的监测机制。"另外,据微博 解释,"热点热搜榜的规则是 根据24小时搜索量排序的, 灰色数字代表搜索量",那 么,在网友截图中的"紫光阁 地沟油"旁的灰色数字是 "5463",该搜索量与目前热 搜排名前列的"106万"不在 一个量级。

# 调查

#### 微博热搜前三名 每小时要10万元

微博搜索,已成为营销的一种常用手段。目前微博有3亿多月活用户,微博热搜榜产品报告称,2016年每日用户主动搜索25亿次,引导1.35亿搜索热度,在搜索结果页创造33亿微博曝光机会;80%的用户每月15天以上使用搜索获取信息,每人日均搜索超过12次。因此,"热门搜索"的位置便格

一家广告文化传媒网站此前的服务报价为"热搜榜单:50万元左右一周(固定排名前三位),需要提前一个月预约"。另一家营销公司此前的报价则以小时为单位,算下来就贵了许多:"微博热搜榜(实时榜):前10名=6万元,前20名=5万元,前50名=4万元。上不了不收费,存活在1个小时左右,收费会按上榜排名收费,上到哪个排名收哪个排名的费用。如果要包名次,价格则是上面的两倍。"

另一家推广公司此前的报价为实时热搜:前三10万,前五8万,前十4万,首页2万。该报价也是一小时的价格,按照一小时10万元的价格算下来,一天24小时保持在热搜榜就是几百万。不过,真正推广后却不会按照这样的方法计算,上榜一小时后,如没有其他热搜词超越,就会一直在榜,该网站写道:"包在榜一小时,但一般在上榜后会在榜很久,运气好的话,几天、十几天也是有的。"同时,在榜的时间还可以进行选择,"时间段客户可以选,一般早上效果比较好"。

此外,据业内人士透露,花钱 不仅可以上微博热搜榜单,还可以 把已经上榜的热搜"撤下来"。

### 追访 🏻

#### 多数代理商 已不做热搜业务

不过,记者咨询了数家微博推广代理商,对方均表示目前不做微博热搜服务,理由分别是"目前资源正在维护中""暂时不做该项服务"等。一家代理商表示,之前一直有代理微博热搜业务,去年公司将该项业务下架。不过,一些代理商在网站页面仍有对该项业务的介绍,从中可见微博热搜的生意经。

除了热搜,微博的其他热门推荐 也可以购买。包括热门话题榜、热门 微博、名人热搜榜、新建搜索词、购买 粉丝、点赞、阅读数、讨论人数等多项 业务可以购买,报价也从几千元到几 万元不等。

由于微博方面自己在做热搜榜的推广和广告,因此微博和代理商对业务的推广存在冲突,这也是微博不愿代理商进一步代理的原因。微博愿意将推广的业务自己来做,而非让代理商从中分一杯羹。微博可以监测到人为刷榜的热搜词,并作出反应,有代理商直言:"微博那边现在管得太严了,不好做。"

据了解,微博搜索的商业化是微博营收的来源之一,不过占比较小。

在微博最新一期的财报电话会议上,新浪方面提到,微博的广告系统是一个公开的广告系统,针对一些垂直搜索、一些中小客户是竞价的模式;同时微博从去年下半年开始,在搜索中进行一些商业化,"它的行业模式其实和微博主页新闻信息流广告系统有些相似,基于热点的搜索和主页信息流的变现模式比较类似",微博 CEO 王高飞解释道。也就是说,微博或将对粉丝精准投放搜索广告,追求投放效果,而非笼统的曝光量。

(温婧)