

微博热点伴随



- **报送公司:** 微博
- **开发时间:** 2023.01
- **参选类别:** 年度最佳数字营销服务工具

【微博热点伴随】系列产品工具 简介

开发背景

哪里有热点，哪里就有流量。但是，热点流量稍纵即逝，很多品牌无法及时抓住。

- 如何「有效」追热点？
- 从热点流量到品牌流量，品牌和平台需要做什么？
- 如何保证热点的「确定性」？

面对高质量且有商业价值空间的高频热点事件，如何有效帮助品牌借势热点&用足热点，成为品牌营销关键。

开发时间、核心目标及使用群体

应对上述营销痛点，微博于2023年一季度开发上线整套解决方案，即【微博热点伴随】系列产品工具

- 通过平台实时热点监控和分类系统，可以高效通过历史与近期热度的动态情况，完成上榜事件的预估，从而当热点引爆上线时，第一时间完成品牌信息植入，将热点流量转为品牌流量；
- 结合品牌客户优质传播素材，热点内容与品牌内容形成有效联结，最终完成热点兴趣用户与品牌的共情，实现品牌资产的积累和沉淀；

微博热点即用户关注度的一面镜子

剧综热点：狂飙

69个微博热搜 95个文娱热搜

TOP10热搜 23个

斩获2023年度剧集第一“爆”“爆”足4小时

超燃热点轮番霸榜，引发多重讨论

剧情点霸榜

- 1 安欣再送饺子 高启强再举杯 盛典 10838...
- 7 狂飙大结局 剧集 4538856
- 2 狂飙最大保护伞 剧集 1890514
- 2 安欣 小五 剧集 2717532
- 2 大嫂怎么死的 剧集 2449521
- 7 赵立冬死刑 剧集 1120222
- 7 黄瑶没有一天不恨高启强 剧集 1415988

#电视剧狂飙# #狂飙# 主话题

10.5亿话题阅读量 18.4万话题讨论增量

#狂飙大结局#主话题

11.8亿话题阅读量 14.1万话题讨论增量

狂飙大结局后一天(18小时)：

69个热搜；

整个周期主话题讨论量**18亿**

行业热点：时装周



我的 热搜 文娱 要闻 视频 同城

实时热点，每分钟更新一次

1	不负人民	盛典
1	GUCCI 盛典	8080259
2	孔乙己文学	1556044
3	新一代载人登月飞船模型首次展出	9567...
	透过财经看世界	
4	GUCCI CEO 盛典	942920
5	建议减少教师参与网络点赞转发工作	859568
6	肖战入场视频 盛典	840631
	大咖说财经	
7	水哥真帅	792936
8	TODS 盛典	792016

时装周期间截止2/28：

56个衍生话题上榜；

霸榜共**16000+min**；

赛事热点：世界杯



热搜登榜 3330个

🔥 场场有爆点 掀赛事高潮

- 1 #世界杯开幕#
- 1 #沙特反超#
- 1 #克罗地亚VS巴西#
- 1 #内马尔进球#
- 1 #阿根廷冠军#

全程爆点热搜 31个

🔥 C罗、内马尔成新晋顶流

- 1 #C罗创记录#
- 1 #内马尔状态#
- 1 #内马尔进球#

相关话题 阅读量 3527亿

世界杯热搜全程引爆：

共**3330个**热搜；

全网讨论量**2.68亿**

节日热点：520

微博热搜

热搜 文娱 要闻 视频 同城 综合 实时 热门 视频 图片

- 3 各地高考防疫政策汇总 9100204
- 4 520 2484641
- 5 成都震感 1336749
- 6 国际奥委会官宣苏炳添及队友获奥运银牌 111...
- 7 520表白日 1191952
- 8 劝分组 1009913
- 9 建议专家不要建议 684185
- 10 上海新增88例本土确诊770例本土无症状 79...
- 11 安徽海盐蓝印花布红毯造型 盛典 789962
- 12 520礼物 750284
- 13 LPR 747931
- 14 恋恋剧场2022片单 剧集 725090
- 15 60余名退役老兵参与北京房山抗震 709863

520等节日，讨论度高、热搜上榜不断：

520上榜**70+**；总在榜**8000+min**

Tiffany与#520礼物#强绑定，借助热点达到品牌曝光需求

当热点来临时，你是否在场？

如何做好热点营销？

热点造势

新品发布会 | 明星官宣

Big day

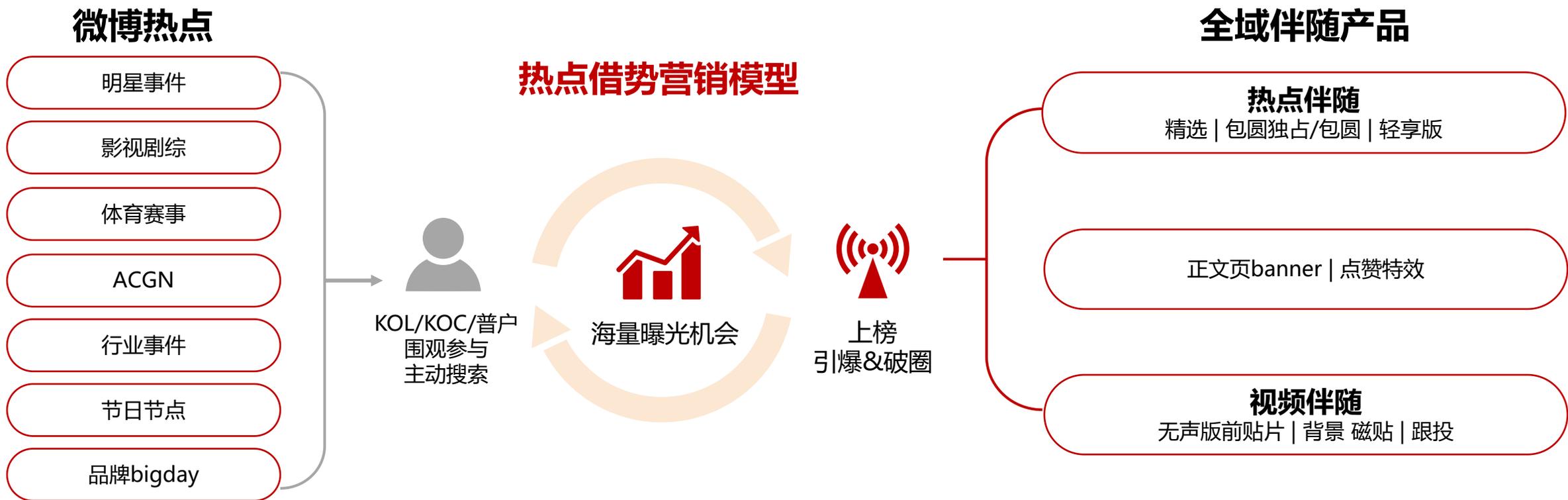
热点借势

影视剧综 | 自有/外部IP | 赛事 | 节日...

热点伴随

借东风：将热点流量转化为品牌流量

如何高效借势热点，将热点充分转化为品牌流量？





热点伴随-精选

—— 适合自有IP、赛事、节日、社会热点等大事件，品牌快速借势传播

- 1
- 2
- 3

1 上榜明确，精选内容热度高/内容相关性强

热点伴随精选，由运营前置沟通，更加定制化满足客户需求

2 运营加持，发酵更持久

上榜词投放后，运营持续发力，持续发酵热点内容，提升在榜时长和话题传播力

3 合作权益

标准版：海报/橱窗 + 第三条博文

高级版：标准版 + 小头图

热点伴随-包圆/包圆独占

广度覆盖，相关热点上榜后，即刻触发广告权益

节日、剧综、热搜密集爆发的热点事件，
品牌可实现高频覆盖，快速引爆品牌声誉

1

投放更高效 覆盖更有保证

根据历史预估热点数量，IP相关热点上榜即刻触发品牌内容

2

合作灵活 支持不同预算客户

- 包圆独占：优先独占客户合作，采购数量等于保底总量，则一周内（或周期内）所有相关热点，全部归此品牌
- 包圆：如采购数量小于保底总量，则周期内所有相关热点上够后仅支持最高50%溢出

3

支持多客户

多客户售卖，按照热搜词上榜顺序，**多客户轮番分配**，直到客户购买组数核销成功为止

4

合作权益

标准版：海报/橱窗 + 第三条博文



不同分类的热点主推方向

热点造势

内容伴随

视频伴随

深度触达

热点分类	主推方向		
	精选	包圆独占	包圆
自有IP (微博之夜)	√		√
热点赛事 (世界杯)	√		√
外部IP (台网剧综)		√	√
节日节点-大 (母亲节)	√		
节日节点-小 (龙抬头)			√
社会热点 (沙尘暴)	√		

平台工具精准度与效果说明

为保障热点伴随产品前期预估上榜词内容&个数，投放中确保客户营销内容与上榜词内容的关联度，投放结束后第一时间可获得数据效果分析以及案例包装，多个智能化后台协同共建热点伴随，全投放周期保障产品的准确度以及效果。

1、实时上升系统：

为提升客户关注到的热点第一时间可植入伴随权益，开发了实时上升系统，可拆分查询37类不同热点分类情况，不同行业客户在热点词在上榜前可立刻观测到，保障实效性。

2、热点内容分类系统：

通过搜索智能化系统，结合历史热点数据跟内容描述可细分为单个关键词分类热点，更灵活广泛精准的将热点词方向推介给客户。

3、IP上榜词预估系统：

为更准确预判未来某时段某内容向上榜情况，上线IP上榜词预估系统，结合历史数据以及近期热点方向的热度趋势判断提升预估准确度。

4、库存管理系统：

可将热点词进行人群、地域分析，自动制作上榜情况趋势图以及热点分析，帮助客户筛选定向人群，了解热点趋势。

5、智能投放系统：

根据AI智能识别，可结合客户营销节点、营销内容进行上榜词内容判定，筛选无关以及负面词，从而更准确得进行定向投放。

经典案例

1 盛典IP+群星 见证火热出圈的名场面

纯甄x微博之夜：群星「决战」梅奔之巅，纯甄站在微博之夜「热度」之巅

破圈力 | 以一条博文撬动内娱流量池

热点力 | 以38个热搜提升纯甄品牌力

现场力 | 以一场盛典抓住用户关注度

38个热搜

纯甄 | 微博之夜全程热点伴随

6个爆词热搜

纯甄 | 收割微博之夜最热焦点

#微博之夜#

#刘亦菲微博QUEEN#

#微博之夜百花齐放#

#胡歌微博King#

#刘亦菲胡歌坐一起#

#微博之夜世纪同框#

123亿+伴随曝光

纯甄 | 伴随热点话题曝光

数据来源:微博社交用户数据银行, 截至2023/3/28 >>



经典案例

1

盛典IP+群星 见证火热出圈的名场面

纯甄x微博之夜：群星「决战」梅奔之巅，纯甄站在微博之夜「热度」之巅

破圈力 | 以一条博文撬动内娱流量池

热点力 | 以38个热搜提升纯甄品牌力

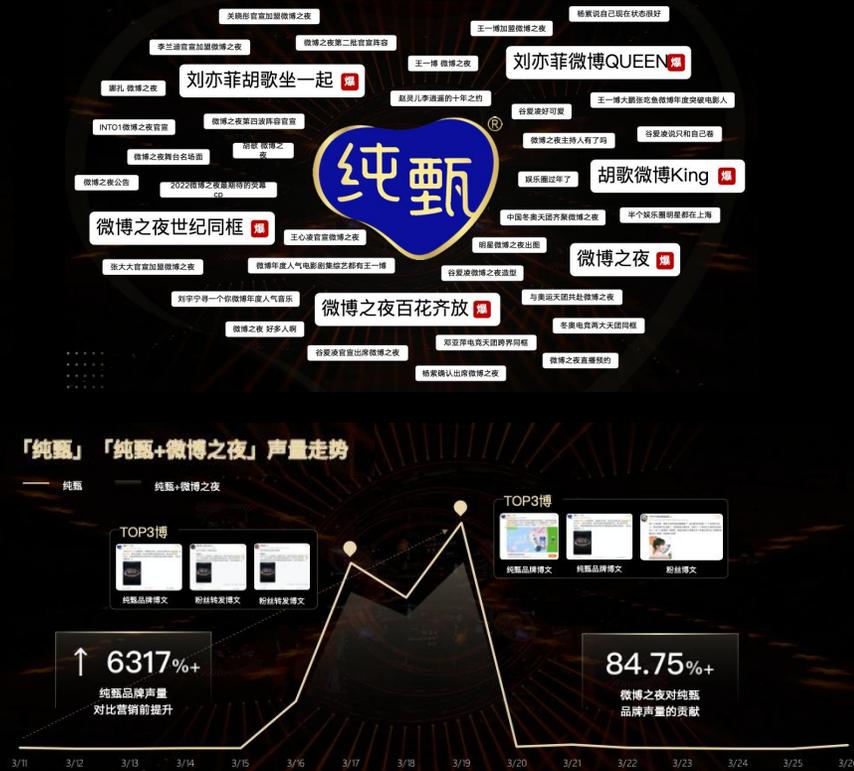
现场力 | 以一场盛典抓住用户关注度

纯甄绑定微博之夜热点内容刷屏



部分热搜展示

热点话题页内权益展示 (banner+推荐博文)



经典
案例

1

盛典IP+群星 见证火热出圈的名场面

纯甄x微博之夜：群星「决战」梅奔之巅，纯甄站在微博之夜「热度」之巅

视频链接：<https://hd.weibo.com/senior/view/31611>



经典案例

2 节日+电影 见证假期热点的多场景种草力

优衣库x五一小长假：聚焦五一 3大热点流量，热点伴随深化产品认知

以微博热点打造品牌热点，助力优衣库“五一欢乐购”场景化沟通用户热议，全面激发优衣库线上线下的购物热情

热点场景-1 借势五一劳动节「节日热点」汇聚全网关注 打造过节仪式感

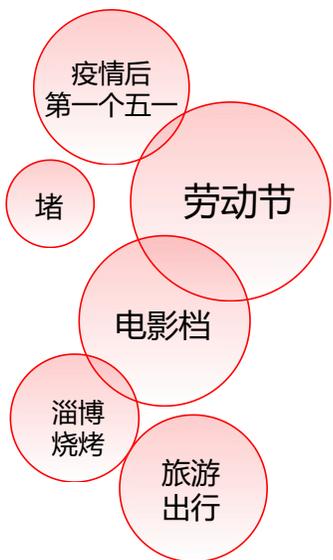
社交数据洞察：

过往五一期间，大众对“出行”及“电影”最为关注 其他假期选择也很多元（飞盘/露营/徒步/宅家...）

近三年热搜相关词统计		
出行相关内占比27%，排第一；电影相关内占比16%，排第二		
2020	2021	2022
1 五一	1 五一假期	1 五一假期
2 机票	2 五一假期	2 五一假期
3 五一假期	3 出游	3 五一劳动节
4 假期	4 出游	4 五一小长假
5 疫情	5 一档	5 五一小长假
6 香港	6 订座	6 强拆
7 一前	7 酒店	7 暂停
8 堵车	8 调休	8 2022年
9 3天	9 五一劳动节	9 66人
10 出游	10 安排	10 全国五一劳动奖章
11 失眠	11 十天	11 宅家
12 游客	12 重点	12 调休
13 五一档	13 西湖	13 中青宝
14 湖北五一假期共接待	14 拥堵	14 票房
15 酒店	15 五一小长假	15 国内
16 高危人群	16 真实	16 五一档
17 宅家	17 不出门	17 一半
18 赵立坚	18 8天	18 露营
19 上海	19 人均	19 干麻
20 美食	20 票房	20 疫情
21 性价比	21 堵车	21 央视五一晚会
22 入籍	22 疫情	22 飞越
23 前三天	23 疫情	23 未成年入
24 电影	24 电影	24 腾讯
25 花式	25 张雨绮	25 员工
26 均价	26 发放	26 了不起
27 一副	27 消费	27 奋斗
28 中商	28 一档	28 舞会
29 检测	29 徒步	29 6亿
30 风险	30 电影	30 县城

过往三年“五一”热搜核心词汇

众多热点汇聚的五一小长假



五一当天节日话题热搜上榜

序号	热搜内容	热度/互动
32	山东一文旅局长为游客跳霹雳舞	164157
33	孙红雷谁说张颂文不能当大哥	160977
34	库里扛着勇士	154373
35	cp29	149114
36	广州圣心大教堂石碎了	146867
37	专家称交换城市旅游有法律风险	147423
38	巴特勒真的太硬了	142617
39	五一	136650
40	seventeen是命运	138314
41	失恋对一个人的伤害有多大	132427
42	B太太刚许昌群东来	124591
43	女子为亡夫销户痛哭民警为其留户籍页	
44	夫妻进对方族群一定要发红包吗	121527
45	勇士晋级西部半决赛	121056
46	NBA春晚	

#五一#



第7位热搜最高
超213分在榜时长

#劳动节#



第21位热搜最高
超154分在榜时长

热点伴随

引流品牌
定制话题页



经典案例

2 节日+电影 见证假期热点的多场景种草力

优衣库x五一小长假：聚焦五一 3大热点流量，热点伴随深化产品认知

以微博热点打造品牌热点，助力优衣库“五一欢乐购”场景化沟通用户热议，全面激发优衣库线上线下的购物热情

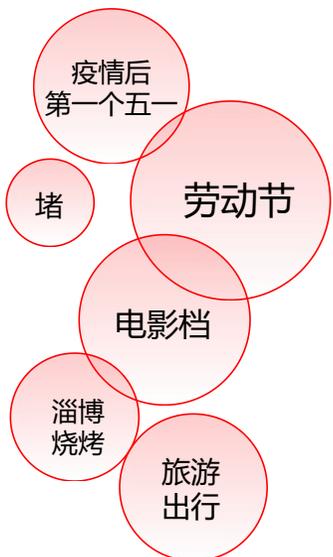
社交数据洞察：

过往五一期间，大众对“出行”及“电影”最为关注
其他假期选择也很多元（飞盘/露营/徒步/宅家...）

近三年热搜相关词统计		
出行相关内容占比27%，排第一；电影相关内容占比16%，排第二		
2020	2021	2022
1 五一	1 五一假期	1 五一
2 机票	2 五一假期	2 五一假期
3 五一假期	3 出游	3 五一劳动节
4 假期	4 门票	4 出游
5 疫情	5 一档	5 五一小长假
6 香港	6 订座	6 强停
7 一前	7 酒店	7 暂停
8 堵车	8 调休	8 2022年
9 3天	9 五一劳动节	9 66人
10 出游	10 安排	10 全国五一劳动节
11 央视	11 斗天	11 宅家
12 露营	12 景点	12 调休
13 五一档	13 西藏	13 中青宝
14 湖北五一假期共接待	14 拥堵	14 票房
15 酒店	15 五一小长假	15 国内
16 高危人群	16 真实	16 五一档
17 宅家	17 不出门	17 一半
18 赵立坚	18 8天	18 露营
19 上海	19 人均	19 干嘛
20 美食	20 票房	20 疫情
21 性价比	21 堵车	21 央视五一晚会
22 入超	22 疫情	22 飞越
23 前三天	23 奇闻	23 未成年人
24 电影	24 电影	24 腾讯
25 花式	25 张雨绮	25 员工
26 均价	26 放假	26 了不起
27 一副	27 露营	27 奋斗
28 中餐	28 一档	28 舞台
29 检测	29 徒步	29 6亿
30 风险	30 县城	30 电影

过往三年“五一”热搜核心词汇

众多热点汇聚的五一小长假



热点场景-2 伴随五一电影档火热上映 借「电影热点」渗透假期观影娱乐核心场景

三部五一档热门电影合作

- 《人生路不熟》
- 《倒数说爱你》
- 《这么多年》

热点包圆

超26个自然热搜 品牌热点伴随

- 5 范丞丞情商 综艺 789536
- 13 范丞丞分点脖子给张百乔吧 305160
- 13 孙千好美 330437
- 17 张新成孙千互曝朋友圈 354261

超50小时 热搜累计在榜时长

热点伴随



热点伴随

经典
案例

2 节日+电影 见证假期热点的多场景种草力

优衣库x五一小长假：聚焦五一 3大热点流量，热点伴随深化产品认知

结案视频链接：<https://hd.weibo.com/senior/view/31615>



经典案例

3 大剧+明星 见证流量的种草转化力

丝塔芙x长月烬明：巧借大剧热点助力品牌增长

2023爆剧《长月烬明》热播期，丝塔芙借助热点伴随产品工具，占位多元热搜实现品牌强势曝光和社交种草促进转化。

包揽热搜话题榜21个，累计在榜时长达50H+，微博阅读增量19.5亿+

- 精准洞察到流量爆发，丝塔芙直接对多类型热搜进行包断，包括剧情向、CP互动、明星宣发向、热梗衍生向，丝塔芙都通过热点伴随进行高效拦截和导流。
- 通过对热搜的有效分流和对热点流量的有效分拣，实现品牌宣传+电商导流助推转化。
- 网友评论“被罗云熙的演技感动到哭，幸好有小云朵，洗净泪痕安抚肌肤”，共情大剧爆点和产品有效融合，体现社交种草强势转化力。



经典
案例

3 大剧+明星 见证流量的种草转化力

丝塔芙x长月烬明：巧借大剧热点助力品牌增长

结案视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3NzlxNTg2NA==.html?spm=a2hcb.playlist.page.19&playMode=pugv

