

5元至10元可以买一个活跃粉丝

微博热搜商业链：半天标价100万

本报记者 马秀岚 李静 北京报道

2月3日，新浪微博热搜遭遇下线整改之后似乎来了个大变样。

在某明星粉丝制造的疑似“紫光阁地沟油”事件不久后，新浪微博热搜榜等数个栏目被要求下线一周进行整改。2月3日完成整改后，微博在热搜中增加了“新时代”频道，内容以中央媒体、政务微博发布的内容为主。

然而《中国经营报》记者在调查

明星的营销工具

微博的热搜榜、热门话题本身是引起大量曝光和互动的位置，用户会把该事件当成热门话题或热门搜索。

“到2月4日微博方面才有消息，不会下架太长时间，因为这个商业价值大。”1月31日自称微博广告服务商的陈东（化名）告诉记者。

陈东的同事周海（化名）则告诉记者：“这两天热搜榜下线了，所以热搜包集中了很多资源。”其口中所称的热搜包，即微博首页“发现”页面中的“大家正在搜”一栏，该处会根据时间推移展示搜索量较多的话题。

微博热搜的价值究竟有多大？据记者调查了解，热搜榜单的第三、第五位其实就是对外招商的广告位，主要面向明星经纪公司、品牌广告公司、网红营销公司，可为明星、影视节目以及相关品牌炒作、营销事件。另外，据了解在“大家正在搜”一栏、首页的热门话题榜单、PC端的1小时和24小时榜单、以及关键词搜索中都可以植入明星营销、品牌广告。

根据陈东的介绍，热搜榜价格根据时间段和位置的不同而有差异。热搜榜单的刊例价为65万4小时、100万12小时，每个广告位全天会有8个广告轮播。热搜榜第三位可以全天购买，第五位则按照小时购买。如果是纯粹给明星进行事件营销可以直接放在第五位，如果是“明星+商业活动”的方式则可以在第三位进行推广。

而热门搜索包的净总价则是54万元每天，会在搜索一栏“大家正在搜”中直接展示关键词，陈东表示全天有两个广告轮播。热门话题榜单在第三条位置的价格为36万元每天，两个广告轮播。关键词搜索的价格中普通词3500元一周，次热词、热词两万元以上一周。

中发现，此次遭遇整改的新浪微博热搜榜并非全部由用户搜索自动生成，其中实则暗含广告。

而对于微博未来热搜榜单的变化以及在广告营销内容监管上的变化，记者2月4日询问微博方面，对方表示：“还在整改中，有具体情况会后续告知。”记者在2月8日查看微博热搜榜发现，除了每日有一条置顶的政务新闻，前十榜单中依然有不少明星娱乐八卦内容。

对于营销效果的提问，陈东告诉记者：“这个你不用担心，也不用弄得那么复杂，关键是粉丝现在的第一反应是，上热搜的肯定是热门的话题或者事件了。”

在其看来，微博的热搜榜、热门话题位置本身就是微博上引起大量曝光和互动的位置，而微博在这个位置开广告位，用户会在潜意识里把该事件当成热门话题或热门搜索。

为了进一步向记者推销，陈东表示：“因为我们是微博的服务商，能拿到一手的价格，在刊例价价格上统一打6折。”

而本报记者在猪八戒网找到的另一个营销公司的人士告诉记者，一般微博的热门话题榜在刷上前三以后才会显示在首页位置，不然系统也不会推荐。“话题榜是靠技术手段刷上去的，热度消失后就靠水军。”该人士表示。

陈东告诉记者，一般已经在微博体系内自带流量的明星只需要在热搜榜上进行炒作，即会引起巨大关注。而对于一些粉丝基数少的明星而言，在策划营销之前推荐先使用微博推出的“超级粉丝”通晓20万的粉丝，5至10元可以买一个活跃粉丝。在此基础上再去淘宝买5万到10万的僵尸粉装点门面。其表示，一般网红和明星都会买僵尸粉来装点门面。

不同广告位效果不同，也会因明星的粉丝基数而有别。通过热门榜单吸引用户到明星的微博关注明星，再通过粉丝通和粉丝进行长期的互动并维持关系。当粉丝基数足够以后，再买热搜广告位进行炒作，做过多单明星微博营销方案的陈东告诉本报记者。

商业化与内容角力

“广告位的价格和位置以及内容都未变，和之前一样。但是涉及到微博在2018年1月28日公布的刷榜明星综艺等3个月内不能上榜，榜单投放词涉及明星的审核将加严，标题党则禁止投放。”

据媒体报道，2016年度热搜榜显示，“郑爽过去一年119次登上微博搜索榜，42次问鼎热搜榜第一位，创造15亿搜索热度，霸屏138670分钟。”

实际上，相关“流量担当”的明星常年占据微博热搜榜已成为公认的事实。据报道，在一些电影的宣传费用中，互联网投放占比超过四成，其中微博营销占比很大，话题、热搜次数已经成为一项必备的采购项目。

“现在的微博用户体验和2012年以前完全不同，以前热搜榜功能是每天必访问的一个功能。那时明星刷榜还没有这么疯狂，只要浏览一遍热搜榜所有的新闻大事基本就了解了。”一位微博用户向记者表示。

微博在成立之初，邀请了很多知名人士。这些知名人士在重大事件时的发声和讨论，让微博逐渐形成一个巨大的公共舆论场。2010年到2012年是微博的黄金时期。随着微信的崛起和监管的趋严，大部分用户进行了迁移。

随着微博商业化，微博生态内用户结构的变化以及内容的倾斜，微博以前扮演的公共舆论场的角色似乎在逐渐消失。

2013年遭遇发展瓶颈后，微博实施用户下沉策略，开始进行垂直化运营。“这一步拯救了微博”，微博副总裁曹增辉曾表示。但是也被很多人认为“微博变了”。

如今微博用户结构发生了本质变化，一是用户年轻化，16岁到25岁的用户（初中生、大学生、大学毕业两三年的年轻人）占了微博用户的70%，成为微博最核心的人群，2013年以前的那批公知为代表的用户基本被稀释。二是用户地域下沉，三四线甚至五线用户占到微博月活跃用户的50%以上。

曹增辉曾经表示：“我们做的很大一项工作就是调整我们的运营方向和产品结构，扶持中小微博主的成长，让微博不再是大微博主独大的平台。”



完成整改后，微博在热搜中增加了“新时代”频道。

本报资料室 / 图

2013年4月，阿里巴巴战略

投资微博。此后在微博上除了明星，电商网红也成为一种现象。目前，微博共有55个垂直领域，包括了动漫、摄影、搞笑、美食、游戏、时尚、美妆、舞蹈等垂直细分领域的专业人士和KOL（意见领袖）。

微博的变化带来的粉丝经济红利，让很多明星、网红获利，也给微博带来了广告收入。2016年全年净营收6.558亿美元，较上年度增长37%。广告和营销营收较上年度增长42%，至5.71亿美元，微博增值服务（微博VAS）营收较上年度增长12%，至8480万美元。2016年微博的净利润较上年度增长211%，至1.08亿美元。

微博提供各类营销广告产品，包括粉丝通、粉丝头条、热门搜索等产品给这些明星网红和电商企业。而在一些用户看来体验和内容的角力不如前，“满屏的广告挤占着微博的角角落落，两年前关注过的一些科普、奇闻逸事大V微博现在已经成为硬广软文的广播站。”

微博用户王大大可在写微博的文章

中如此描述。

陈东所称的微博广告位中，记者发现此前的热搜榜第三位写着“荐”字样，而第五位则并未明显标明任何字样。询问多位用户，对于其他广告的位置并不知情。本报记者就此采访微博方面，对方回复称以公告为准。

中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领认为：“互联网广告管理暂行办法第七条规定，互联网广告应当具有可识别性，显著标明‘广告’，使消费者能够辨别其为广告。按照广告法和互联网广告管理办法应该标注是广告性质，不能误导用户。”同时，赵占领认为微博对于微博生态内的内容是有管理和核实的义务，不能让一些诸如“紫光阁地沟油”等虚假信息、谣言等违法信息进一步传播。

艾媒咨询CEO张毅认为此前的微博热搜榜娱乐八卦、低俗内容及各种花边新闻居多，整改以后对于社会舆论的正确引导是积极的。“作为一名家长，我非常赞赏网信办及时出手，让网络空

间得到净化，尤其在已经进入的学生寒假有一个健康的网络环境。”张毅说道。

记者在2月7日询问陈东有关微博广告位位置和内容要求的变化，对方表示：“广告位的价格和位置以及内容都未变，和之前一样。但是涉及到微博在2018年1月28日公布的刷榜明星综艺等3个月内不能上榜，榜单投放词涉及明星的审核将加严，标题党则禁止投放。”

中国人民大学新闻传播研究所副所长周俊表示，热炒的“10万+”、基于所谓算法的推送、热搜等许多充斥着“黄色信息”（即新媒体传播中裹挟的色情、煽情、血腥、暴力等内容），这种信息比“黄色新闻”危害更严重，涉及的受众范围更广。仅靠短期效应的行政处罚或许是治标不治本。需要一定时间的系统治理，包括新媒体和公众的社会责任意识意识的树立、新媒体行业的自律体系、国家的法治体系、公众（尤其是中小學生）新媒体素养的教育普及和提高。

国科微的“烦恼”：风口下靠传统芯片支撑业绩

本报记者 李哲 吴可仲 北京报道

2018年1月31日，上市半年的湖南国科微电子股份有限公司（以下简称“国科微”，300672.SZ）公布了公司的第一份年度业绩预告。预计公司2017年全年实现净利润4800万元至6000万元，与2016年净利润5110.89万元相比，变动区间为-6.08%至17.40%，大致持平。

国科微表示，报告期内，因全球范围内固态硬盘闪存颗粒缺货，导致公司与之配套的固态硬盘控制器芯片产品销售情况低于预期。此前，国科微股价一路飙升，但在上述业绩预告发布的当天，国科微股价罕见跌停。在外界看来，这与其披露的业绩不及市场预期相关。

另据国科微财报披露的数据，其主营业务的季节性波动十分明显，业绩增长仍然需要依赖传统的广播电视芯片业务。在投资方面，国科微使用公司总资产15.5%的资金购买保本理财产品，这一数值超过了该公司2017年全年的研发费用。对此，国科微证券部人士向《中国经营报》表示，保本理财属于企业公司的一项正常投资，其他公司也会这样做。

高股价低营收

随着物联网、5G、人工智能等概念的兴起，与之相关的芯片及半导体行业受到空前的关注。而国科微虽为国产芯片行业龙头之一，但目前的主营业务仍以传统的广播电视芯片为主，与时下人工智能等风口并不完全相符。

此前，在2017年7月12日，国科微在筹备了两次IPO之后成功登陆创业板。公开数据显示，上市之后的国科微股价一路飙升。经历了112天暴涨后涨幅达到548%。

然而，这样的股价似乎与国科微的营收能力并不相符。记者

营收季节性波动大

回顾国科微的发展史不难发现，国科微的发展与广播电视芯片业务密不可分。2008年6月“中星9号”直播卫星成功发射，从此农村偏远地区、有线数字电视未通达的地区也可以收看卫星数字电视直播节目。

国科微创始人向平看到了“中星9号”带来的巨大的广播电视芯片市场。三个月后，国科微在长沙成立，专门从事设计生产广播电视系列芯片。广播电视芯片的功能就是来自直播卫星的电视信号转换为画面呈现在电视上。

伴随着广播电视业务的快速增长，国科微的业绩也实现了快速增长。2015年，广播电视系列芯片业务销售收入同比增长87%。然

查阅国科微发布的2017年三季度报告发现，2017年前三季度，国科微实现总营收1.8亿元，相较上年同期减少15.08%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润在相较2016年同期增长32.11%的情况下仍然亏损4874.8万元。

尽管国科微预计2017年实现净利润4800万元至6000万元，但在业绩预告中，国科微亦表示，报告期内预计公司非经常性损益对净利润的影响金额约为5500万元。对于这一情况，上述国科微证券部人士向《中国经营报》记者回

而，2016年国科微广播电视系列芯片业务销售收入却同比下滑37.8%。

对此，国科微认为，此次销量下滑主要由于国家新闻出版广电总局计划于2017年上半年正式推出户户通第四代直播卫星机顶盒。户户通第四代直播卫星机顶盒无论从硬件还是软件上跟目前市场主流的户户通第三代直播卫星机顶盒存在较大区别。

受政策预期的影响，直播卫星机顶盒生产厂家减少了户户通第三代直播卫星机顶盒的产量，从而减少对直播星标清系列芯片的采购量，导致标清芯片市场竞争加剧。因此，短期内对公司广播电视系列芯片的销售造成了一定影响。

应称：“财务怎么核算我这边不清楚，以公告中提到的内容为准。”

记者了解到，目前国科微主营业务包括广播电视芯片、智能视频监控芯片、固态硬盘芯片业务以及芯片设计。2017年中报显示，国科微主营业务营收中，广播电视系列芯片产品营收同比减少57.68%，智能视频监控系列芯片产品营收同比减少66.04%，固态硬盘系列芯片产品营收同比增加5067.55%，集成电路设计收入同比减少47.97%。四大主营业务收入情况波动幅度较为明显。

对于主营业务的收入情况，上

由此可见，广播电视芯片业务受政策影响较大。往往广电总局对参数进行调整后，企业也必须进行相应调整。此外，该领域增量市场已经不明显，主要以存量市场为主。

2017年三季报显示，在国科微四大主营业务中，广播电视业务收入占总营收的比重降至40.5%，虽然这个数值为国科微近年来的最低值，但目前广播电视芯片业务仍占据国科微的半壁江山。

根据国科微公告披露，其主要客户中，中国电子器材国际有限公司、深圳中电国际信息科技有限公司、中国电子器材深圳有限公司这三家企业在2015年和2016年的采购金额均占国科微销

述国科微证券部人士告诉记者：“从往年业绩趋势来看，第四季度业绩会比前三季度要好。季节性的波动以及行业形势对业绩都会有影响。”然而当记者追问为何国科微的经营业绩季节性波动如此之大时，该人士表示：“具体产品这一块，我还是不太了解。证券事务代表比较了解情况。”然而，记者多次联系国科微，均未能得到证券事务代表的正面答复。

记者梳理国科微2017年三季报发现，截至2017年9月，国科微拥有总资产9.68亿元。而其他流动资产这一项，相较2016年增长

售金额的40%以上。这三家企业采购的主要产品就是国科微的广播电视芯片。

国科微在上市之初的招股书中提到，公司智能视频监控芯片及其整体解决方案将成为公司未来新的利润增长点。然而，2017年半年报中，智能视频监控系列芯片产品较上年同期减少66.04%，占总营收18.4%。此外，国科微的另一个主营业务物联网芯片业务仅占国科微总营收的4%。

对此，国科微的解释仍然是受季节性波动影响。其表示，智能视频监控系列芯片主要应用于网络摄像机，一般来说，受天气以及春节影响，一、三季度为淡季。因此，智能视频监控系列产品四季度收入最高。

892.26%。对此，国科微解释称：这是由于公司在2017年三季度购买了1.5亿元的保本理财产品，占总资产的15.5%。与此相对应的是，在2017年业绩预告中国科微表示：为了继续加大研发投入，2017年研发费用比上年同期增加，预计将达到1.15亿~1.2亿元。作为一家科技型企业，但国科微购买理财产品的开支显然超过了企业的研发投入。

对此，上述国科微证券部人士向记者表示：“这很正常，保本理财这个属于企业的一项投资，其他公司也会这样做保本理财的。”

然而，当记者追问出现这一情况究竟是何原因时，上述国科微证券部人士以不了解情况为由拒绝了记者的采访。

该人士向记者表示：“我们对公司可能造成的风险是有提示的，至于企业状况，投资者要有自己的判断。”

不过，华泰联合证券有限责任公司在关于国科微2017年度现场检查的报告中指出，国科微为集成电路设计企业，专注于芯片产品的研发。集成电路产业迭代速度较快，在量产成熟产品的同时需要研发下一代产品，以确保产品的领先性。研发过程中，需要投入较大的人力和资金，存在一定的风险，建议公司审慎研判，以获得更好的业绩。