

“2.0时代新媒体研究”系列⑤

陈禹安◎著

点击量法则



CLICK
RULES



杭州出版社

“2.0时代新媒体研究”系列③

点击量法则

■陈禹安 著

 杭州出版社
HANGZHOU PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

点击量法则 / 陈禹安著. —杭州: 杭州出版社,
2011. 10

ISBN 978-7-80758-520-6

I. ①点… II. ①陈… III. ①网站—开发 IV.
①TP393. 092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 192960号

点击量法则

陈禹安 著

责任编辑 郎震邦
封面设计 马圣燕
出版发行 杭州出版社(杭州市西湖文化广场32号6楼)
电话:0571-87997719 邮编:310014
排 版 浙江时代出版服务有限公司
印 刷 杭州钱江彩色印务有限公司
开 本 710×1000 1/16
字 数 135 千
印 张 10.5
版 印 次 2011年10月第1版 2011年10月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-80758-520-6
定 价 30.00 元

(版权所有 侵权必究)

如发现印装质量问题,影响阅读,请与本社发行部联系调换

前言

Preface

“媒介融合”可能是当前传统媒体最为关注的一个热门话题了。在Google中输入“媒介融合”这个关键词，可以得到多达827万条的相关结果。可以预料的是，在今后较长的一段时间内，这个话题仍将“长盛不衰”。那么，对于已经在试水“媒介融合”的传统媒体来说，当务之急就是尽快熟悉、了解、掌握网络这种独特媒介的特性与规律。也就是说，传统媒体只有掌握了“胜网之术”，才有可能走上“盛网之路”，并最终将网络运作与自身业已熟练的传统媒体运作方式互融互促，共进共荣。

本书的写作背景和写作意图就是立足于网络的后台数据，对网络媒介的采编规律和网民浏览偏好开展研究，以期为正处于“媒介融合”热潮中的传统媒体提供有益的参考。

本书作者曾供职的网站是“媒介融合”浪潮中一个颇具代表意义的样本。在担任网站内容总监期间，作者亲历了网站筹

建、上线、运营、成长的全过程。网站于2009年3月7日上线，和其他新闻网站一样，经历了初期的缓慢的增长，但仅仅半年之后，就实现了单日独立IP地址访问流量的密集爆发性增长：9月17日，超过11万；9月18日，超过14万；9月19日，超过18万。一个月后的10月17日，又突破了30万大关。而单日页面点击量（PV）也在这个过程中突破了120万。2010年7月，网站的单日独立IP地址访问流量突破了55万，单日页面点击量（PV）也突破了150万。这样的点击量增长速度相对于一般的新闻网站而言，是比较快的。当然，流量不是网站的唯一，但没有流量的网站就等于是一潭死水。我们不能仅仅通过访问量来判断一个网站的优劣及价值。但对于一个网站来说，尤其是新建的网站，如果缺乏一定规模的流量，显然是不能尽情展布其他举措的。

另外，网站在运营方面也初步形成了一些有望持续运作的盈利点或盈利方式。上线第一年的10个月内，网站的营收超过了200万元，而2010年的营收超过了700万元，初步实现盈亏平衡。

总之，从上述数据来看，网站表现了较好的成长性。那么，是什么促进了这个网站的快速成长呢？

探究起来，原因有很多。从宏观上来说，这个网站在架构设计上契合了媒介融合的规律，并体现出了框架性的一些优势。而从微观上来说，又与网站通过后台数据来积极探索网络采编规律与网民浏览偏好是分不开的（本书就是立足于微观，对于网络采编的规律进行了探索）。

网络先天的技术特性为研究网络的采编规律以及网民的浏览偏好提供了可能。网络的后台可以忠实地记录下网民的每一次鼠标点击。鼠标就等于网民的投票器，他们的兴趣、偏好、行为习惯就在这点击之间显露无遗。

数据是会说话的。对新闻网站来说，通过对网络后台数据的观察、追踪、分析、比对、提炼、总结，就完全有可能揭开这些隐藏在鼠标背后的秘密。而当我们把这些来自真实点击数据的规律用之于实践，并不断通过反馈加以验证或修正，就有

可能促进网站影响力的快速提升。

在网站上线之初，本书作者就根据网站的后台数据，提炼总结出了一些通适性的规律，以图文表格并茂的工作手记的形式记录下来，并即时运用到实践中去。作者既熟悉新闻采编，又了解网络技术，这些手记体现了这两者之间的无缝对接。

这些工作手记的写作时间跨度为2009年3月12日至2010年4月16日，本书就是这些工作手记依据不同主题精选的汇集。为了便于读者在时间脉络上了解这个网站的动态发展过程，每篇手记的末尾特意保留了最初的写作日期。

这是非常难得的关于新闻网站运营的第一手资料（包括近百幅数据图表），对于新闻网站的从业人员以及想要更加深入了解媒介融合、网络运作的其他人士也能提供较有价值的参考。

本书的部分内容曾经在中国传媒大学、《中国记者》杂志等单位举办的全国性新媒体论坛上公开交流过，获得了与会者的普遍认可。这次精心整理后结集出版，实属抛砖引玉之举，希望能促进更多的有识之士参与到“媒介融合”的理论研究和实践探索中来。

目 录

Contents

前 言..... 001

榜单篇

1. 搜索最多的是什么？
——鼠标揭示的注意力趋势 ① 003

2. 研究一下“怎么办”
——鼠标揭示的注意力趋势 ② 007

3. “是什么” VS “什么是”
——鼠标揭示的注意力趋势 ③ 011

4. 网络十大“家族”
——鼠标揭示的注意力趋势 ④ 015

关注篇

5. 关注“官员任免”
——对网民阅读偏好及搜索习惯的研判 ① 021
6. 关注“政策动向”
——对网民阅读偏好及搜索习惯的研判 ② 025
7. 关注“区域事件”
——对网民阅读偏好及搜索习惯的研判 ③ 028
8. 关注“实用信息”
——对网民阅读偏好及搜索习惯的研判 ④ 031
9. 关注“奇闻异事”
——对网民阅读偏好及搜索习惯的研判 ⑤ 034

炒作篇

10. 阿朵喂奶：昙花一现标题党 038
11. 奥巴马“捧”红的女郎？ 041
12. 谷姐傍谷歌 047
13. “公交胸罩门”在质疑中传播 050
14. 《蜗居》启示录 053
15. 波澜不惊“足浴门” 056

时效篇

16. 向“快新闻”索要点击量 060
17. “快新闻”的拉动效应及营销启示 063
18. 2009年的雪延误了2010年的航班
——北京暴雪带来的“时空错乱” 066
19. “快递风波”的新闻与旧闻 069

搜索引擎篇

- 20. “宝贝”新闻为何惊艳? 074
- 21. 用自己的“百度” 078
- 22. 站在Google的肩膀上 082
- 23. 国庆阅兵引发的“命题作文” 086
- 24. 网民信息需求的搜索引擎依赖性 088
- 25. “年终总结”的秘密 090
- 26. 海地到底在哪里? 093
- 27. 武广高铁关我甚事? 096
- 28. “自私”的地震 099

技术篇

- 29. 分页符的“乘数效应” 104
- 30. 点击量激增背后的“偏方秘诀”
——兼谈分页符的适用范围 108
- 31. “延伸推荐”的点击量拉动效应 ① 112
- 32. “延伸推荐”的点击量拉动效应 ② 116
- 33. “延伸推荐”的点击量拉动效应 ③ 119

关键词篇

- 34. 关键词：一叶而知天下秋 124
- 35. 关键词的关键作用 128
- 36. 关键词背后的“应激反应” 132

杂 篇

- 37. 报上一行字 网上数十评····· 136
- 38. “一鱼多吃”的网络新实践····· 140
- 39. 点击量最低的新闻意味着什么? ····· 143
- 40. “兽兽门”背后的信息兽行····· 146

附录：“交互易用性”与“注意力分流”的平衡
——以搜狐网对“西班牙德比大战”的报道为例··· 149



榜单篇

在网络出现以前，任何一种传统媒体（无论是报纸、广播，还是电视）都是无法准确获知受众的真实想法的。一般只能通过抽样调查来了解一二。但是，对受众进行的调查也往往会因为样本选择、问题设计、调查人员个体差异等因素而失真。

可问题是，如果我们不能比较准确地把握受众的想法与需求，又怎么可能在这个注意力极度稀缺的时代来赢得受众的眼球呢？

网络的出现则为我们提供了一种最为可靠的探知受众心理的途径。

网民在网上的每一次搜索、每一次点击都会被后台服务器完整地记录下来。网民的每一次搜索、点击可以说都是其心理不加掩饰的外显形式。所以，通过服务器的后台数据来观察网民的搜索点击行为并加以分析就是一种最好的调查受众的方式。

在这方面，百度与Google作为国内市场份额最大的两个搜索引擎，做得非常到位。所以，我们不妨根据这两大搜索引擎公布的一些点击数据来从宏观上对前已述及的“受众分析”方式做一个了解。

百度与Google连续几年都推出了年度搜索排行榜，其数据当量远远胜过地域性的网站。所以，我们可以在其发布的2009年度搜索总排行榜的基础上，从整体意义上来分析研判网民搜索点击背后透露的关于注意力的重要趋势。

（附注：Google因2010年退出中国市场的风波已经中断了这项连续多年的年度搜索排行榜业务。所以，我们现在能够看到的两大搜索引擎的搜索数据对比是最后一次，弥足珍贵。）

1. 搜索最多的是什么？

——鼠标揭示的注意力趋势①

网民在网上搜的最多的是什么？

这个问题的答案应该是对网民注意力倾向的最具说服力的揭示。

从Google和百度的榜单来看，重合度很高，集中反映了网络发展的最新趋势和网民的注意力动向。如下表所示。

Google搜索榜单

排序	搜索关键词	类别
1	百度	搜索引擎
2	uusee	网络电视平台
3	淘宝	购物网站
4	开心网	SNS网站
5	优酷	视频网站
6	校内网	SNS网站
7	QQ	即时通讯工具
8	163	门户网站
9	土豆网	视频网站
10	Sina	门户网站

百度搜索榜单

排序	搜索关键词	类别
1	开心网	SNS网站
2	NBA	体育赛事
3	QQ	即时通讯工具
4	优酷	视频网站
5	校内网	SNS网站
6	DNF	网络游戏
7	小说	网络小说
8	迅雷	下载软件
9	摩尔庄园	儿童网络游戏
10	淘宝	购物网站

在Google搜索榜单上，第一位是其最主要的竞争对手——百度。

这一方面充分显示了Google的诚实（没有对搜索榜单予以任何人工改动），另一方面则如实反映了两者之间的真实市场对比。目前百度的市场份额在70%以上，Google的市场份额为20%左右，其余零星份额由其他搜索引擎瓜分。而这么多的网民竟然使用Google来搜索百度，说明百度在市场推广上更胜一筹，也确实更“适应”中国本土市场。

“开心网”在百度榜单上排名第1，在Google榜单上排名第4；校内网在百度上排名第5，在Google上排名第6。这两个网站都属于SNS网站。这正说明了SNS网站在2009年度的盛行与火爆。

（附注：“校内网”现已改名为“人人网”。）

SNS是英文Social Networking Services的缩写，意即社会性网络服务，是为网民提供社会性交往的网络应用服务。随着网络进入Web2.0时代，网络不再是单向地发布信息的渠道，而是可以双向互动交流的平台。由此，人们对通过网络进行社会交往的需求进一步加大。所以，诸多的SNS网站才会如此火爆。而这也是网络改变人们社会生活、社会交往方式的重要证明。

“QQ”在两个榜单上分列第7位和第3位，说明这个黏性极强的即时通讯工具依然具备很大的发展空间。而事实上，通过QQ进行沟通，也是网络社会化的一种重要方式。

“淘宝”在Google榜单上排名第3，在百度上排名第10。这又充分说明了网络购物的迅猛发展。“淘宝”在网购领域的强势地位由此也可见一斑。另外，从“淘宝”在两个榜单上排名次序的不同也可以看出，惯于使用Google的网民显然比惯于使用百度的网民更喜欢网购这种非传统的购物模式。

“UUSEE”、“土豆网”、“优酷”这类视频网站出现在榜单上，说明很多年轻的受众已经不那么迷恋传统的电视了。在上述视频网站上，几乎能看到所有的热门电视节目，而且不用受传统电视播出时间的约束，可以随时点击观看。这也说明，电视和报纸这两种传统媒体，同样面临着网络的巨大冲击。

“163”和“新浪”入选榜单，说明第一代互联网应用的代表——Web1.0时代的门户网站还没有在2.0时代完全落伍，在增加了很多因应2.0时代的网络应用后，仍然成为网民浏览资讯的重要选择。当然，这也有资深网民的使用惯性在起作用。而后建的门户网站，特别是区域性门户网站，由于缺乏先发优势，要想取得流量和盈利上的成功，依然是不容乐观的。

在百度榜单上，有DNF和摩尔庄园这两个网络游戏。在Google上则没有。但这并不代表Google的使用者不喜好网络游戏。事实上，像开心网、校内网以及QQ等都内嵌了很多游戏功能。

总体而言，网络游戏占据了网民大量的上网时间。而与此同时，网游也是植入式广告的优质平台。这对于探索网络盈利模式的网站来说，是值得重点考虑的一环。

“迅雷”的入选，说明下载仍然是网民的重要行为方式之一。

总的来说，Google榜单中的前十位清一色是网络应用，而百度榜单中也只有“NBA”和“小说”两项属于传统项目。不

过，尽管是传统项目，网民也已经转而改用网络方式来加以体验观看。这说明，网络的各项应用更趋全面、成熟，而且正在日益取代传统的生活行为模式。

网民在网络上的行为纷繁复杂，但这两份榜单却给我们揭示了一些重大的趋势与动向，从而也为我们了解网络、把握网络、利用网络提供了重要参考。

（写于2010年4月16日）

2. 研究一下“怎么办”

——鼠标揭示的注意力趋势②

我们先来看通过搜索引擎Google和百度来搜索“怎么办”的2009年排行榜单，如下表所示。

Google搜索榜单

排行	搜索关键词
1	输入法不见了怎么办
2	孕妇感冒了怎么办
3	皮肤过敏怎么办
4	痛经怎么办
5	牙疼怎么办
6	甘油三酯高怎么办
7	便秘怎么办
8	失眠怎么办
9	本地连接受限制怎么办
10	C盘空间不足怎么办