

# 2022年出版行业新媒体影响力榜单

榜单出品



PPMG

凤凰出版传媒集团



新榜

NEWRANK.CN

2023.02

---

# 榜单说明

- 本报告中包含单平台新媒体影响力榜单与跨平台新媒体影响力榜单两种榜单类型。为保证跨平台榜单公正性，相较2021年榜单，本期榜单算法中各平台权重与去年保持一致。
- 出版集团/出版社新媒体影响力榜单：是通过对各统计对象的总阅读数、总评论数、总赞看数等维度数据按新榜指数算法加权计算后得出，主要用以衡量各统计对象在新媒体平台的内容传播效果与传播影响力分布情况。
- 新榜指数：是由原始数据参照基数通过计算公式推导出来的标量数值，用以衡量原始数据在其所属维度的相对表现，衡量新媒体账号（包含但不限于图文、短视频等）的整体传播能力，此指数反映该新媒体主体的热度和发展趋势。
- 采样账号范围：共统计了全国45家出版集团以及国家新闻出版署的核验通过580家图书出版单位的活跃机构认证账号（具体图书出版单位见《[国家新闻出版署关于公布第一批通过2022年度核验图书出版单位名单的通知](#)》），账号总量2001个（不含报刊类账号）。
- 采样账号平台：根据活跃用户体量、内容综合性、行业认可度等指标，挑选了微信公众号、微信视频号、微博、抖音、快手、B站在内的6个平台作为出版行业新媒体账号统计平台。
- 数据统计周期：2022年1月1日至2022年12月31日。

# 1.0

—

## 出版行业新媒体运营概况



# 2022年出版行业新媒体布局趋于稳定，总评论数较去年大幅增长

从总体情况来看，2022年出版行业新媒体布局趋于稳定，总账号数和总作品数变化不大。因有2021年单平台高影响力出版社未进入总署2022年度核验图书出版单位名单，出版行业新媒体总点赞数和总阅读/播放量均有明显降幅，较去年分别下降了39.76%和67.57%，其中快手平台播放效果未及去年是主要原因。总评论数和账号平均评论数大幅增长，较去年分别增长了91.04%和74.86%，图书出版相关创作内容用户黏性逐渐增强。

年份	账号数	作品数		点赞数		阅读/播放量		评论数	
		总数	账号均值	总数	账号均值	总数	账号均值	总数	账号均值
2021年	1907个	27.0万条	141条	2657.8万次	1.4万次	11.1亿次	112万次	77.0万条	732条
2022年	2001个	27.1万条	135条	1601.1万次	8002次	3.6亿次	34.7万次	147.1万条	1280条

# 短视频平台用户评论数量激增

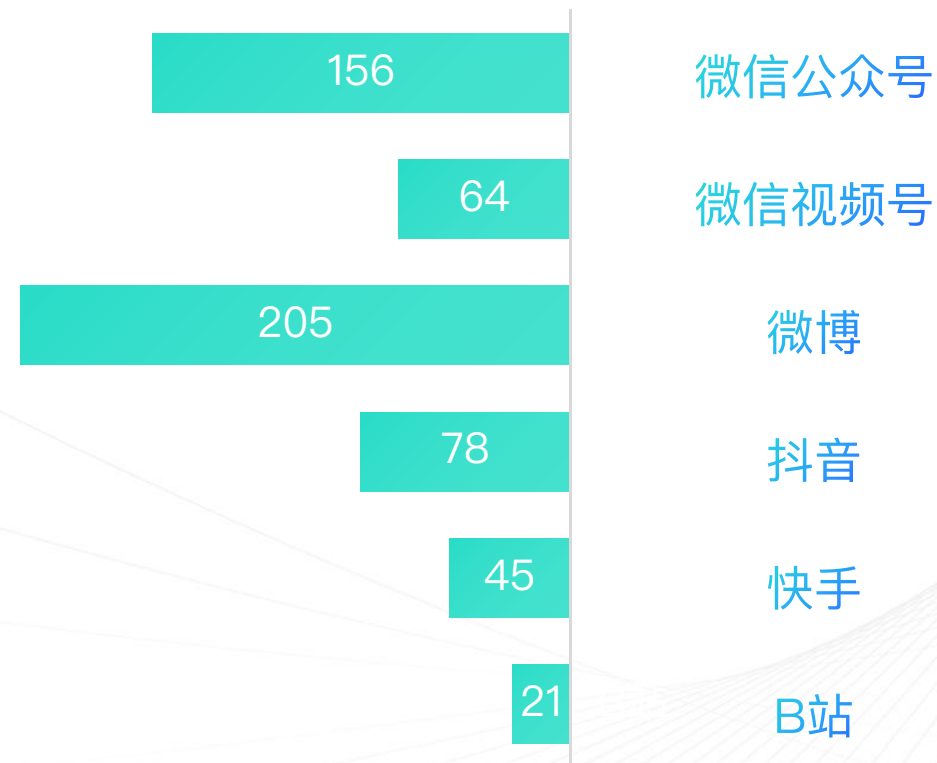
在各新媒体平台账号开设数量趋于稳定的前提下，微信视频号平台和抖音平台内容发布数量大幅提升，分别增长43.87%和28.57%。相较微信公众号、微博等图文传播平台，短视频平台用户评论数呈倍速提升态势，快手平台同比增长255.19%，抖音平台同比增长219.75%，说明短视频平台更易引起用户的评论欲望。

平台	账号数		作品条数		点赞数		阅读/播放数		评论数	
	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年
微信公众号	855个	852个	13.2万条	13.6万条	148万次	163.9万次	2.0亿次	2.3亿次	-	-
微信视频号	200个	203个	9017条	1.3万条	56.3万次	94.7万次	-	-	2.9万条	4.3万条
微博	415个	453个	10.7万条	9.2万条	108万次	124.4万次	-	-	42.8万条	52.7万条
抖音	302个	310个	1.4万条	2.4万条	422万次	637.0万次	-	-	16.2万条	51.9万条
快手	71个	97个	5293条	4506条	1857万次	511.4万次	9.0亿次	1.1亿次	9.4万条	33.5万条
B站	64个	86个	1993条	1859条	67.1万次	69.7万次	1338万次	1338万次	5.7万条	4.7万条
总计	1907个	2001个	27.0万条	27.1万条	2657.8万次	1601.1万次	11.1亿次	3.6亿次	77.0万条	147.1万条

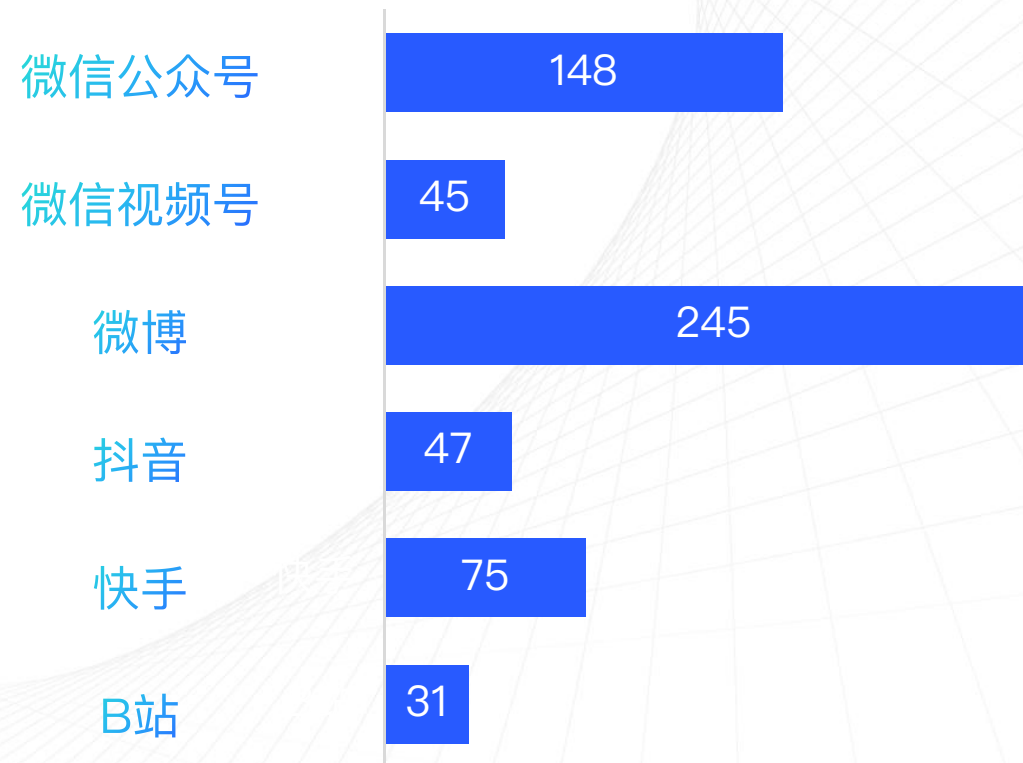
# 出版行业新媒体以图文内容发布为主，视频内容创作能力相对薄弱

2022年微博、微信公众号平均发文数居于6个平台平均发文数前二。对比2021年数据，仅有快手、B站平均发文数有所下滑。这表明出版机构在新媒体平台布局上虽然多点开花，但资源投放还是主要聚焦在“两微一抖”平台上，从一定程度反映出当前出版行业的媒体更擅长图文内容创作，视频内容创作能力相对薄弱。

2022年出版社账号各平台平均发文数



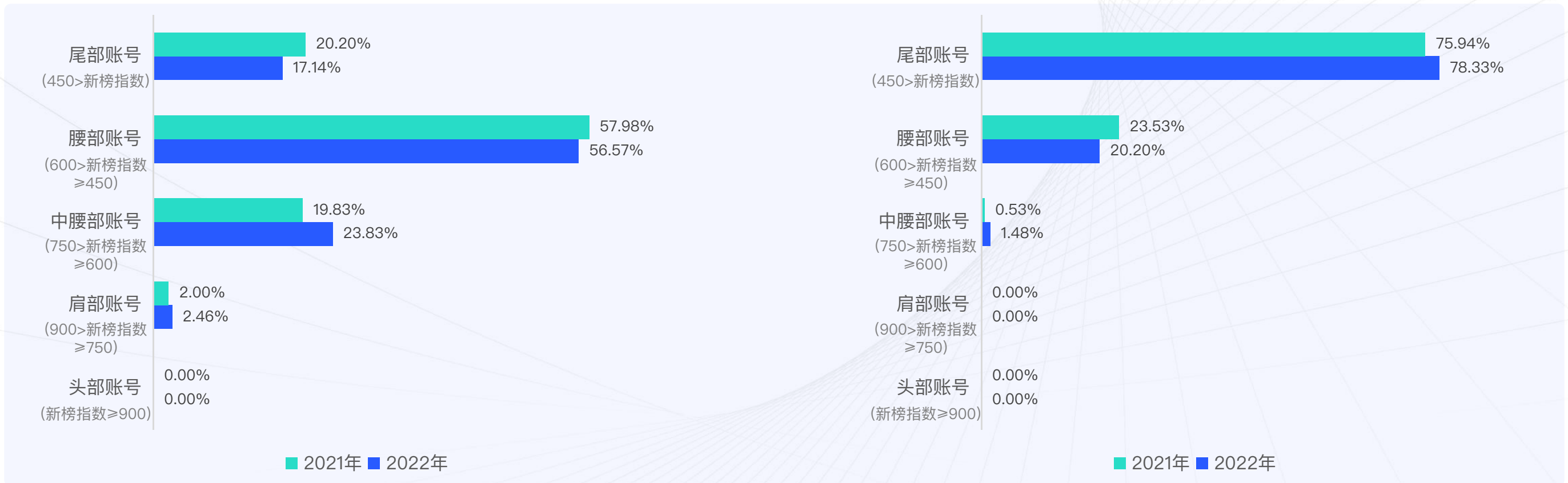
2021年出版社账号各平台平均发文数



# 出版行业微信公众号影响力渐强，视频号影响力存在较大提升空间

2022年出版行业微信公众号与视频号头部大号依旧缺失。相较2021年，出版行业公众号平台账号头部集中度有所加强，腰部及以下账号占比有所减小，中腰部及肩部账号占比有所提升。从微信视频号平台来看，对比2021年数据，出版行业视频传播能力并未有明显提升，影响力依旧较弱，更加证明了视频类内容创作对出版单位难度相对较高。

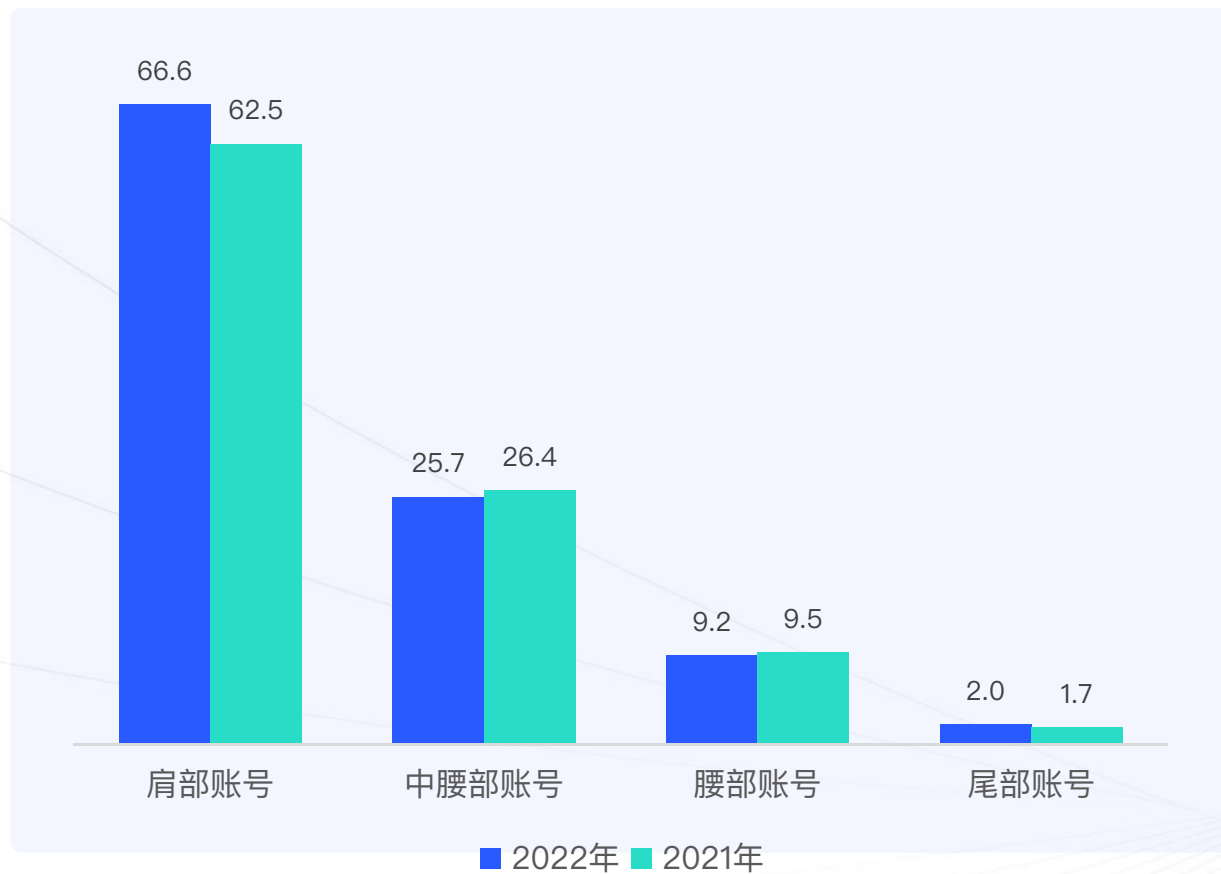
## 微信公众号平台分布情况对比



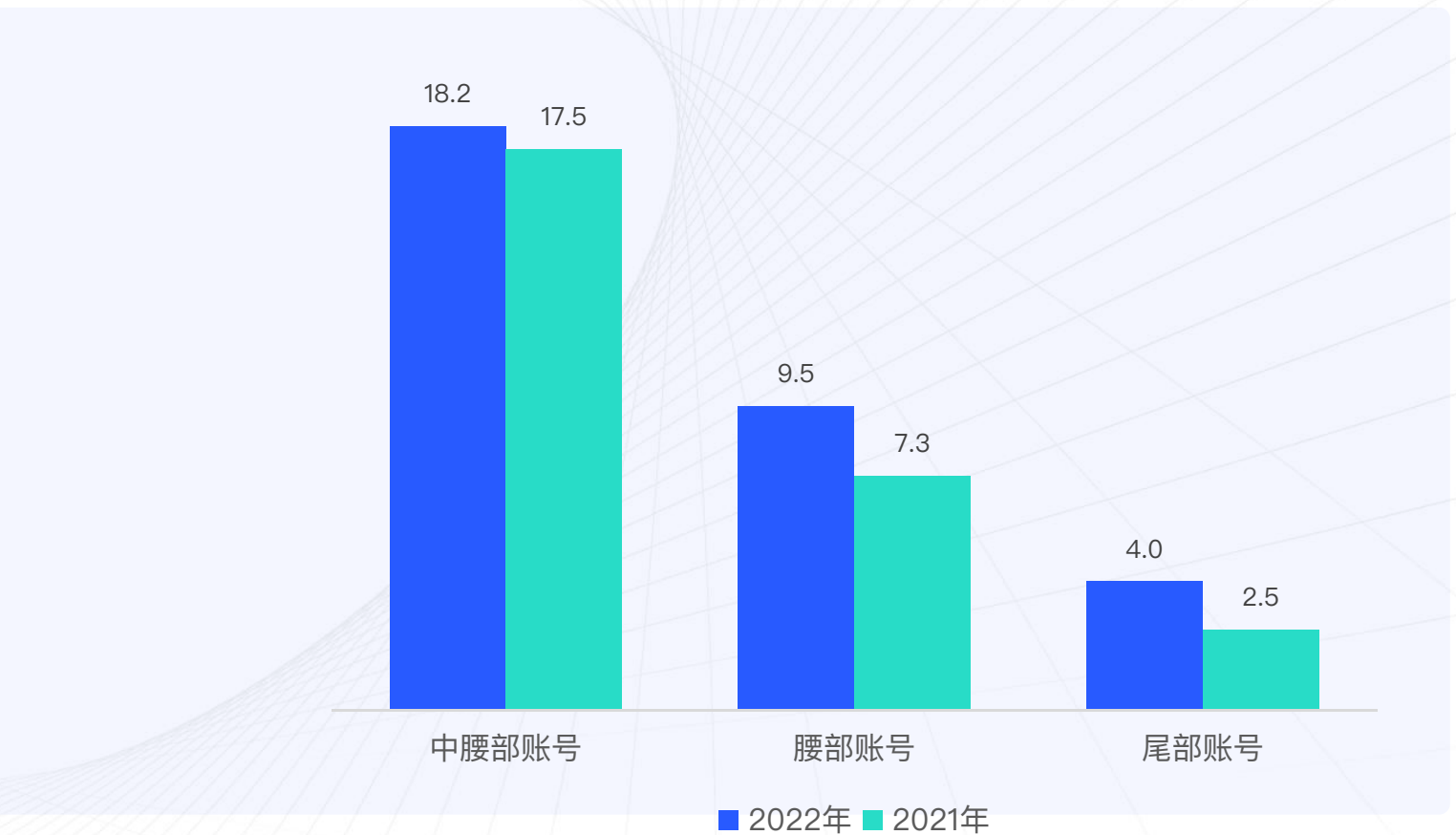
# 更新频率是新媒体影响力增强的重要因素

以微信平台为例，2022年出版行业肩部账号更新频率数倍于尾部账户。从视频号平台来看，此种差距相对较小，但中腰部与尾部账号内容发布数量间仍存在显著差异，影响力高的账号相对月均发布内容频率更高。

## 微信公众号单账号月均内容发布数分布



## 微信视频号单账号月均内容发布数分布

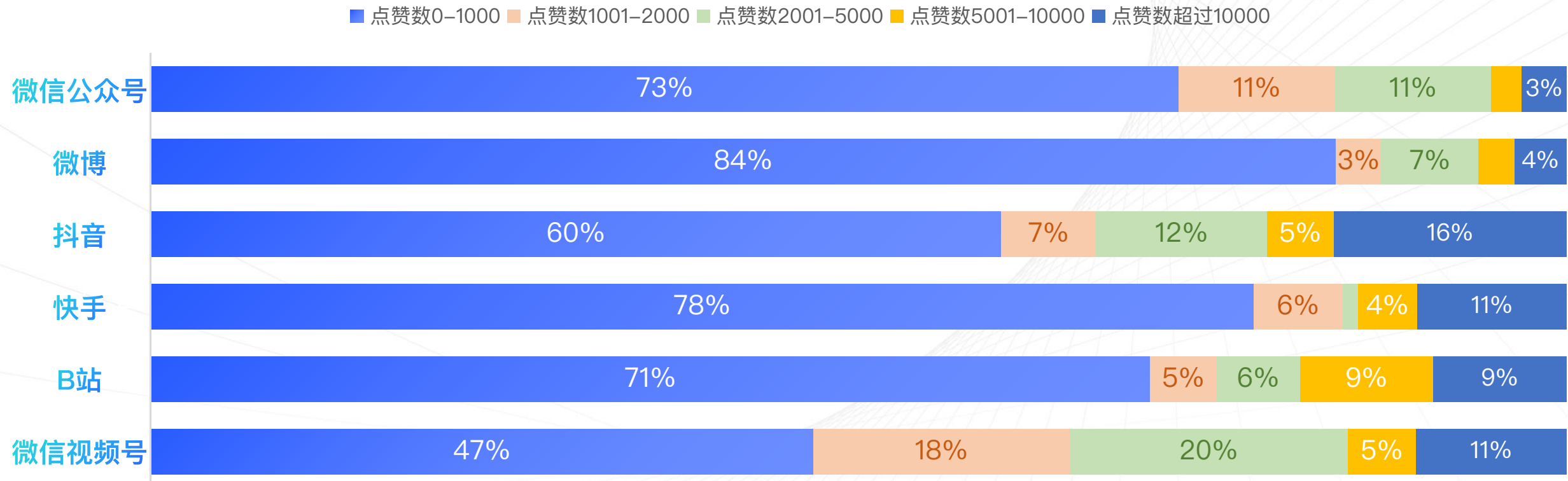




# 视频平台平均获赞数较高，整体传播效果优于图文平台

以点赞数超过1000作为新媒体内容传播取得较好效果判定标准，新榜数据显示，微信视频号、抖音、B站点赞数超过1000的占比相对较高，分别为53%、40%、29%，说明这三个视频平台更容易获得高赞。在打造爆款方面，抖音点赞超过10000条的数量占比最高，为16%，其次是微信视频号和快手均为11%，再次是B站9%。

## 2022年出版社账号各平台平均获赞数及获赞数分布情况



# 2.0

—  
出版集团  
新媒体影响力榜单



# 出版集团新媒体影响力榜单TOP10-跨平台总榜

## 2022年出版集团新媒体影响力跨平台总榜

年榜排名	对比2021年榜	集团名称	总分
1	-	中国出版集团	1000.00
2	↑ 1	江苏凤凰出版传媒集团	993.90
3	↑ 3	中国教育出版传媒集团	985.24
4	↓ 2	中信出版集团	984.10
5	↓ 1	上海世纪出版集团	979.54
6	↑ 4	安徽出版集团	977.64
7	-	浙江出版联合集团	972.30
8	-	中原出版传媒集团	965.84
9	↑ 8	天津出版传媒集团	963.06
10	↓ 5	中南出版传媒集团	960.31

◆ 2022年采样全国45家出版集团1151个账号，总作品数15.3万条，总点赞数699万次，总阅读/播放量1.5亿次，总评论数79.9万条。

### ◆ Top10出版集团运营情况

• 从出版集团影响力Top10榜单来看，头部集团影响力有集中趋势。Top10出版集团账号近600个，在所有出版集团账号中占比52%；Top10出版集团累计发布内容近9.8万条，占到出版集团内容总条数的64%，相较2021年的62%有所提升；Top10出版集团累计带来超628万次点赞，在所有出版集团总点赞量中占比90%，同比提升9%。

### ◆ Top10榜单分布情况

• 对比2021年榜单，2022年榜单中，中国出版集团仍居于首位，原因主要有两个方面：一是中国出版集团账号数量较多，6个平台共139个活跃账号，账号数量位居各出版集团首位。二是因为账号更新频率较高，内容高产，中国出版集团发文数量位居各出版集团第一，因此能够带来相对较高的传播水平。

• 得益于双微端账号影响力的大幅提升，天津出版传媒集团排名变化较大，排名上升8位，跃至第9。

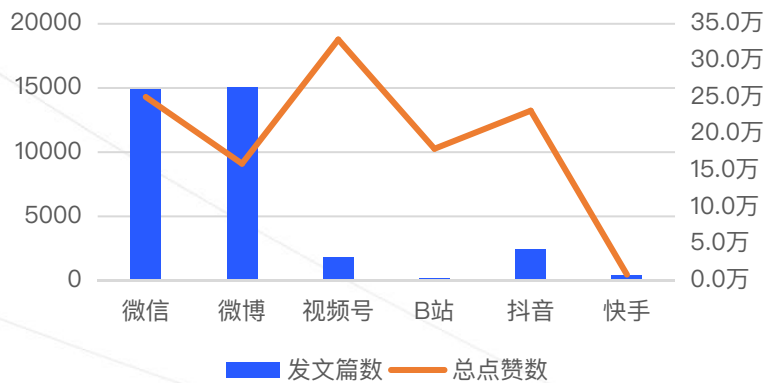
# 出版集团案例分析

## 中国出版集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中国出版集团139个新媒体账号累计发布内容近3.5万条，全平台获赞超115万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

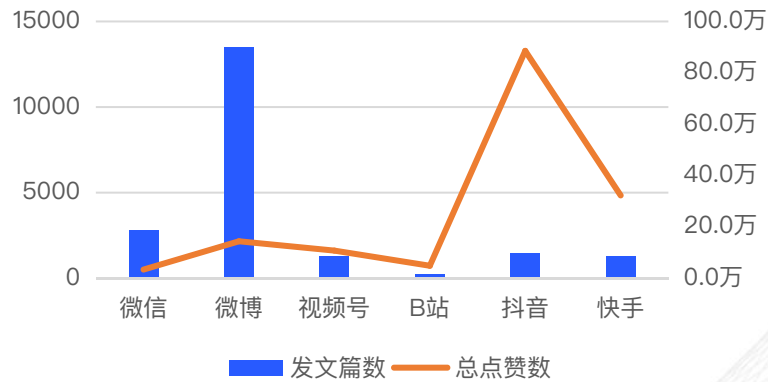
- 中国出版集团视频号端有明显运营优势。2022年，其微信视频号“人民文学出版社”总点赞量超22万次，位列微信视频号影响力第一。此外，其视频号“荣宝斋”同样入围微信视频号前十。

## 江苏凤凰出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，江苏凤凰出版传媒集团113个新媒体账号累计发布内容近2.1万条，全平台获赞超154万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

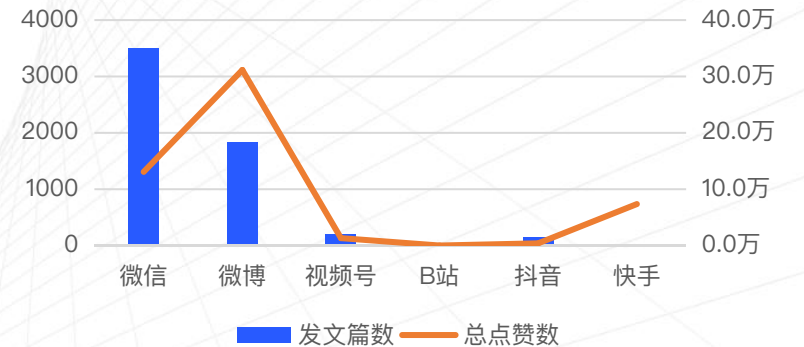
- 微博账号“译林出版社”内容高产，在微博账号发文数量中位列第一。
- 微信视频号“青鸟新知”累计获赞超4.2万次，在微信视频号影响力中位列第三。

## 中国教育出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中国教育出版传媒集团26个新媒体账号累计发布内容超5600条，全平台获赞超53万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“人教教材培训”2022年推文超720篇，总阅读量超1500万次，为微信公众号平台总阅读量最高账号。

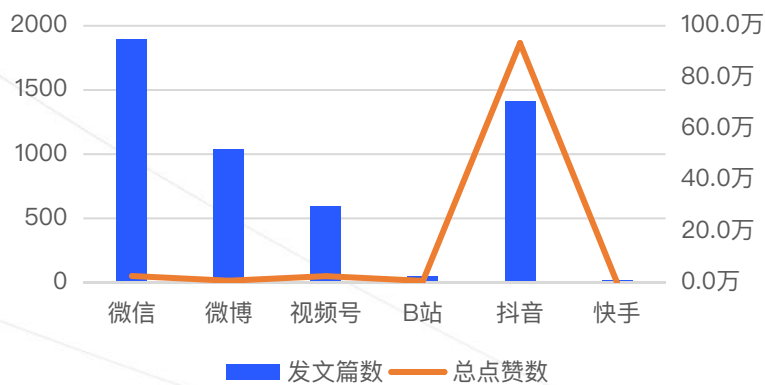
# 出版集团案例分析

## 中信出版集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中信出版集团40个新媒体账号累计发布内容超5000条，全平台获赞近百万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

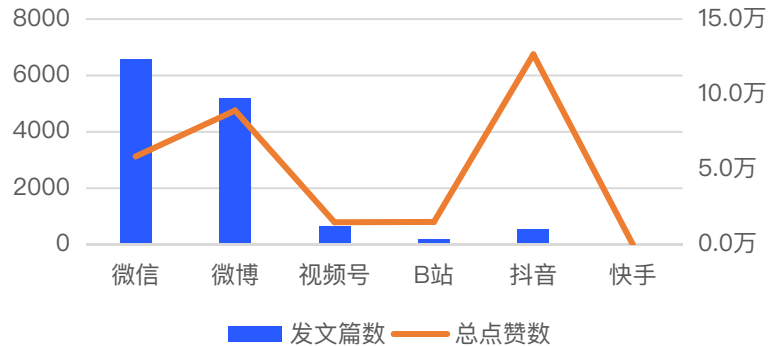
- 抖音账号“中信出版童书旗舰店”累计发布作品667条，累计获赞超61万次，在抖音账号影响力中位列第二。

## 上海世纪出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，上海世纪出版传媒集团104个新媒体账号累计发布内容超1.3万条，全平台获赞超30万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 上海世纪出版集团主要发文阵地集中于双微平台，贡献了89%的内容数。
- 其抖音账号“上海译文出版社”“世纪文景”累计获赞超11万次，对集团抖音影响力有突出贡献。

## 安徽出版集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，安徽出版集团28个新媒体账号累计发布内容近1800条，全平台获赞超77万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 安徽出版集团点赞量主要来自于抖音平台，其抖音账号“安徽少年儿童出版社图书旗舰店”2022年累计发布内容191条，累计获赞超68万次，在抖音账号影响力中位列第一。

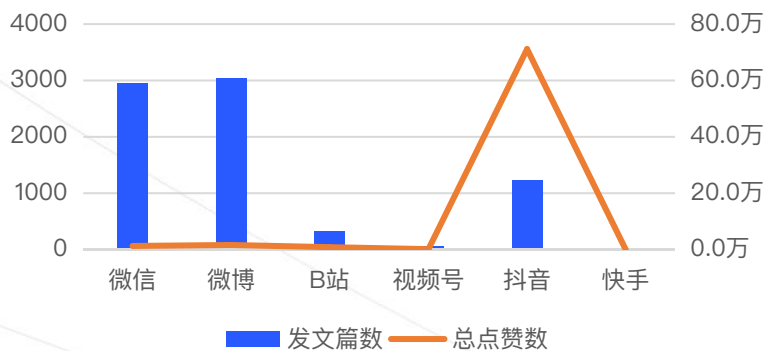
# 出版集团案例分析

## 浙江出版联合集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，浙江出版联合集团32个新媒体账号累计发布内容超7600条，全平台获赞超75万。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

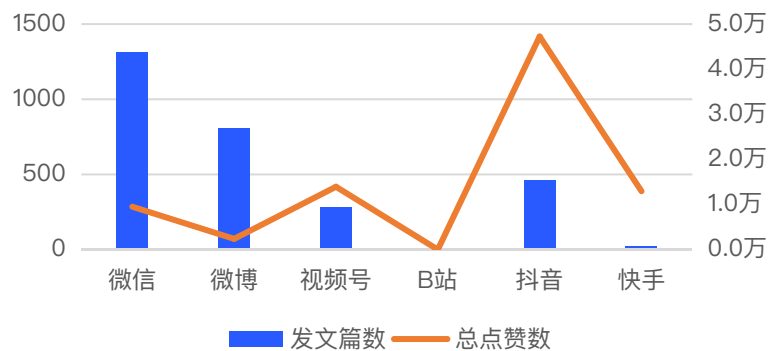
- 抖音账号“浙江文艺出版社”累计获赞近70万次，为其抖音平台传播提供了有力支撑。
- 微信公众号“浙江教育出版集团”累计阅读量超40万次，也为集团传播贡献了声量。

## 中原出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中原出版传媒集团38个新媒体账号累计发布内容超2800条，全平台获赞超8.6万。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 包括“河南科学技术出版社”“大象出版社”等多个抖音账号累计获赞过万次，为其抖音平台传播提供了有力支撑。
- 微博账号“河南文艺”2022年发文超700条，显著提升了集团微博平台影响力。

## 天津出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，天津出版传媒集团39个新媒体账号累计发布内容超3700条，全平台获赞超5.3万次。

### ◆ 优质新媒体账号

- 微博账号“天津教育出版社”获阅读量超21万次，显著提升了集团传播水平。

## 中南出版传媒集团

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中南出版传媒集团34个新媒体账号累计发布作品超2300条，内容累计获赞超8.1万次。

### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“家校共育网”总阅读量超155万次，在中南出版传媒集团微信公众号中位居第一。

# 3.0

—  
出版社  
新媒体影响力榜单

---

# 出版社新媒体影响力榜单TOP10-跨平台总榜

## 2022年出版社新媒体影响力跨平台总榜

年榜排名	对比2021年榜	出版社名称	总分
1	↑ 1	人民文学出版社	1000.00
2	↓ 1	中信出版社	994.26
3	↑ 2	北京大学出版社	992.34
4	-	译林出版社	992.08
5	↑ 3	人民教育出版社	990.51
6	↑ 5	清华大学出版社	988.96
7	↓ 1	商务印书馆	988.08
8	↓ 5	外语教学与研究出版社	984.81
9	↓ 2	中国科学技术出版社	982.88
10	↑ 7	人民卫生出版社	981.14

◆ 2022年采样全国580家图书出版单位1891个账号，总作品数25.4万条，总点赞数1579万次，总阅读/播放量3.5亿次，总评论数146万条。

### ◆ Top10出版社运营情况

• 从出版社Top10榜单来看，Top10出版社共有179个新媒体账号，在出版社所有账号中占比9%；Top10出版社累计发布内容6.5万条，在所有出版社内容中占比26%；Top10出版社累计获赞859万次，在总点赞量中占比54%。

### ◆ Top10榜单分布情况

• 对比2021年榜单，2022年出版社新媒体影响力榜单中上榜出版社基本保持稳定，其中有8家曾在2021年榜单中上榜。仅有2家为新上榜出版社，一是清华大学出版社，在全平台运营基础上，强化抖音平台运营，出版社排名上升5名，位列第六。二是人民卫生出版社，双微端影响力有显著提升，排名上升7名，冲入前十。

• 出版社新媒体影响力榜单Top10-跨平台总榜中，人民文学出版社凭借“双微”与抖音平台的传播优势，位列各出版社新媒体影响力榜首。其微信视频号“人民文学出版社”全年获赞超22万次，总点赞量位列微信视频号第一。



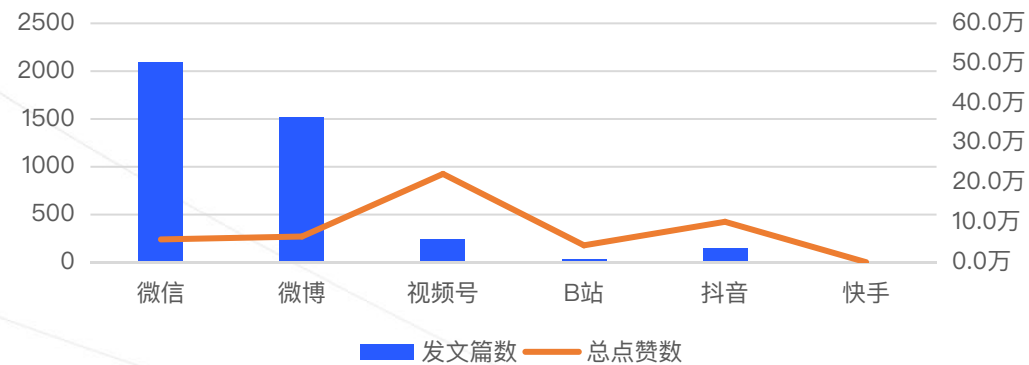
# 出版社案例分析

## 人民文学出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，人民文学出版社14个新媒体账号累计发布内容超4000条，全平台获赞超49万次，微信公众号总阅读量超710万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

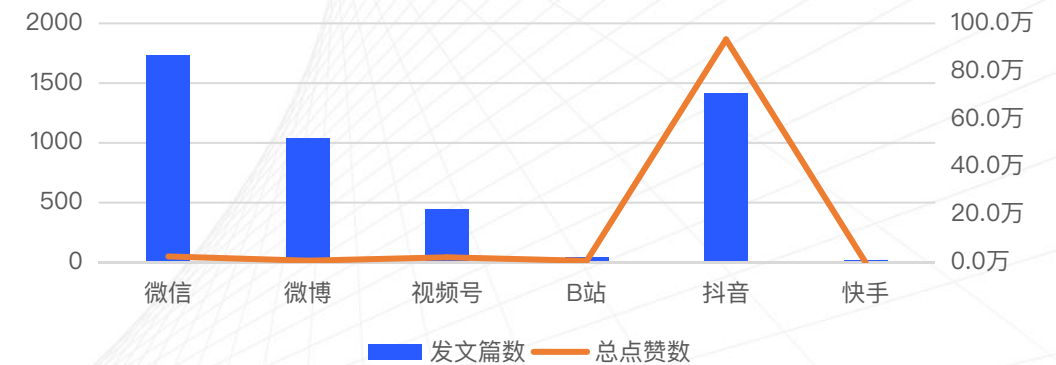
- 微信视频号“人民文学出版社”2022年发布内容近250条，累计获赞超22万次，账号总点赞量位列视频号平台第一。
- 抖音账号“人民文学出版社”全年累计获赞超10万次，账号总点赞量在抖音账号位列第九。

## 中信出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中信出版社38个新媒体账号累计发布内容超4700条，全平台获赞超99万次，微信公众号总阅读量达593万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“中信出版”2022年累计推文超700篇，总阅读量超420万次，在微信公众号平台影响力靠前。
- 抖音账号“中信出版童书旗舰店”2022年发布内容超660条，累计获赞超61万次，在抖音账号影响力中位列第二。

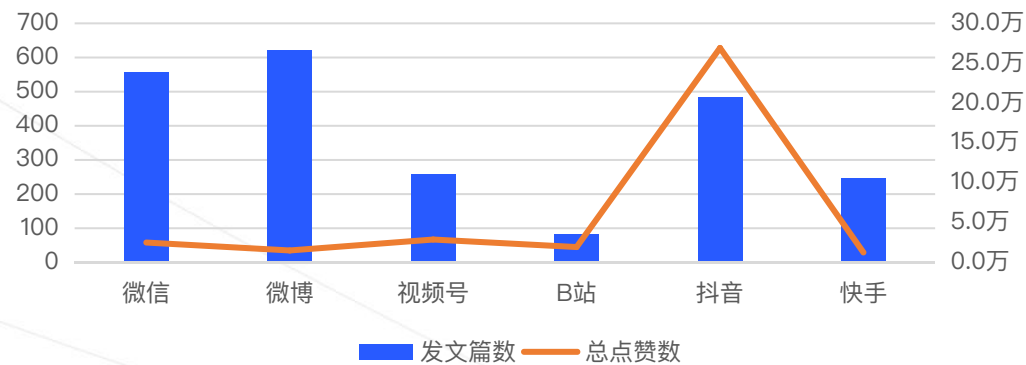
# 出版社案例分析

## 北京大学出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，北京大学出版社7个新媒体账号累计发布内容超2200条，全平台获赞超36万次，微信公众号总阅读量超320万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

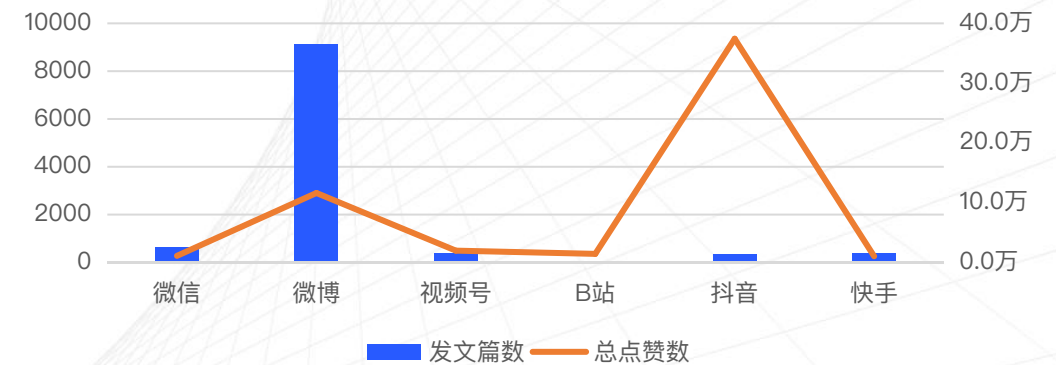
- 微信公众号“北京大学出版社”2022年共发文超550篇，总阅读量超320万次。
- 抖音账号“北京大学出版社”2022年累计发布内容超480条，总点赞量超26万次，在抖音平台总点赞量位列前十。

## 译林出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，译林出版社25个新媒体账号累计发布内容超1万条，全平台获赞超54万次，微信公众号总阅读量超147万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“译林出版社”2022年累计发布内容超500篇，总阅读量超120万次，账号在微信公众号影响力靠前。
- 抖音账号“译林出版社”2022年累计发布视频近200条，获赞超29万次，总点赞量在抖音账号中居于前十。

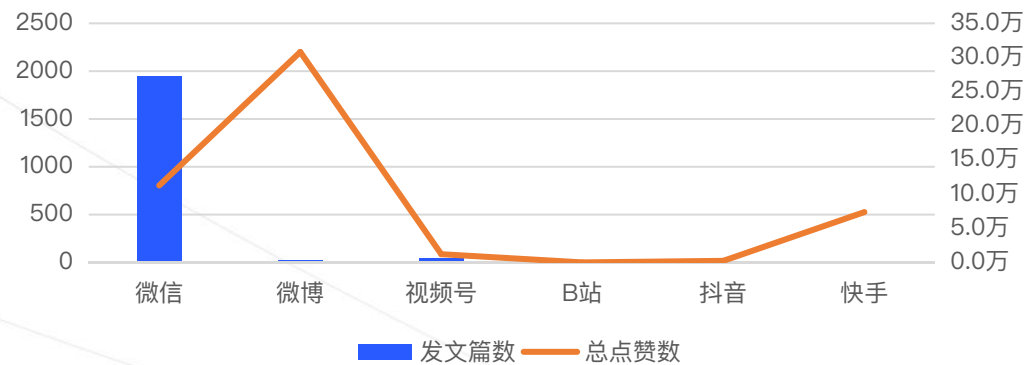
# 出版社案例分析

## 人民教育出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，人民教育出版社11个新媒体账号累计发布内容超2000条，全平台获赞超50万次，微信公众号总阅读量超1900万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“人教教材培训”2022年共发布内容超720条，累计阅读量超1500万次，位列微信公众号影响力第二。
- 微博账号“人民教育出版社微博”2022年累计推文19条，累计获赞超30万次。

## 清华大学出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，清华大学出版社20个新媒体账号累计发布内容超5800条，全平台获赞超423万次，微信公众号总阅读量超1641万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“清华大学出版社”2022年累计推文984条，阅读量超900万次，位居微信公众号影响力第四。
- 快手账号“清华大学出版社”2022年共发布视频104条，累计获赞408万次，在快手影响力排名中位列第一。

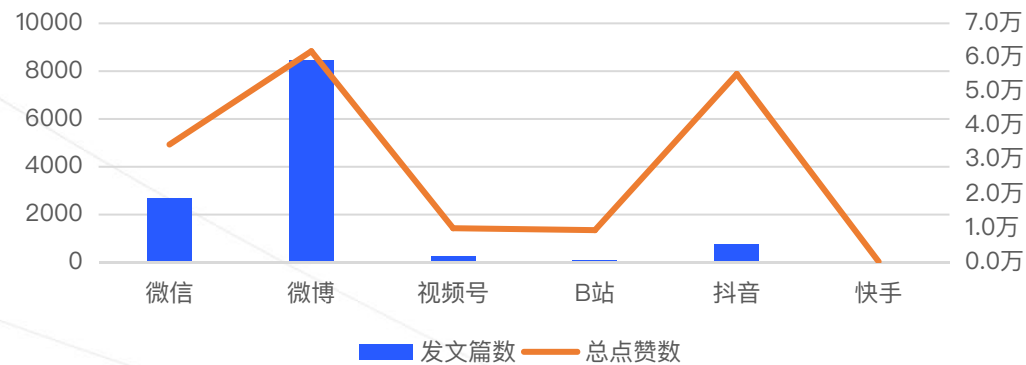
# 出版社案例分析

## 商务印书馆

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，商务印书馆18个新媒体账号累计发布内容超1.2万条，全平台获赞超17万次，微信公众号总阅读量超437万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

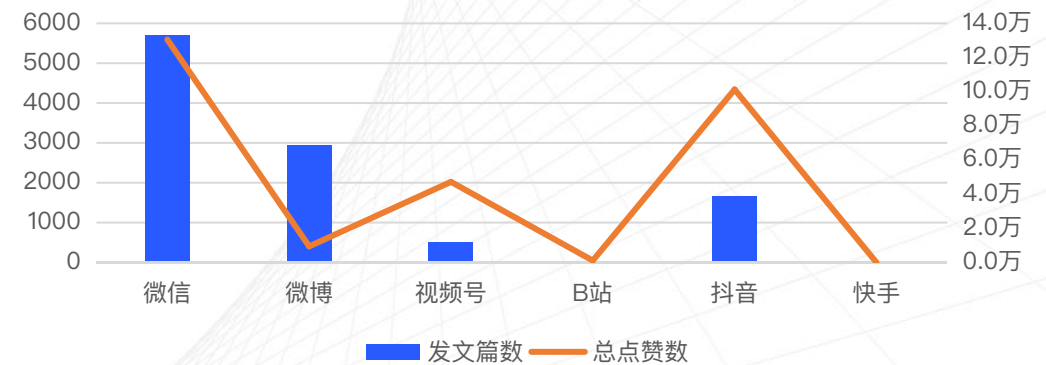
- 微博账号“商务印书馆”2022年累计推送博文超3300条，发文数在所有出版社中位列第五。
- 抖音账号“商务印书馆”2022年累计推送视频超500条，总点赞量超5.4万次，位列抖音账号影响力排名前二十。

## 外语教学与研究出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，外语教学与研究出版社31个新媒体账号累计发布内容超1万条，全平台获赞超28万次，微信公众号总阅读量超1900万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“外研社Unipus”2022年累计发布内容超900篇，账号影响力在微信公众号中位列第五。
- 抖音账号“外研社官方旗舰店”2022年累计发布视频超1400条，获赞近10万次，在各出版社抖音账号中排名靠前。

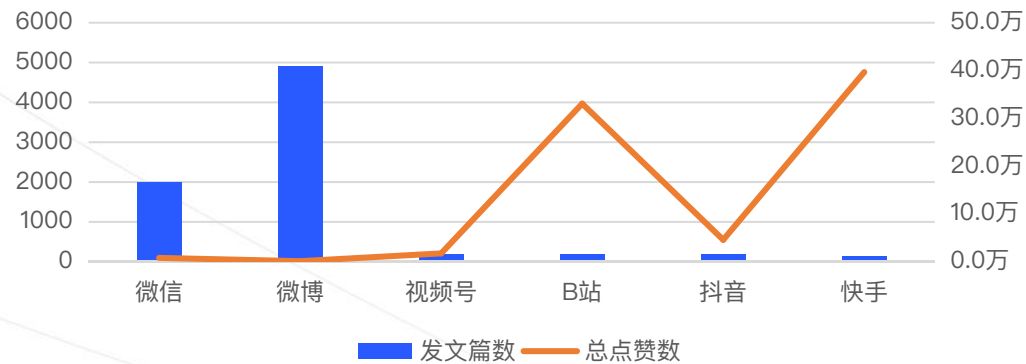
# 出版社案例分析

## 中国科学技术出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，中国科学技术出版社10个新媒体账号累计发布内容超7600条，全平台获赞近80万次，其微信公众号总阅读量超160万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

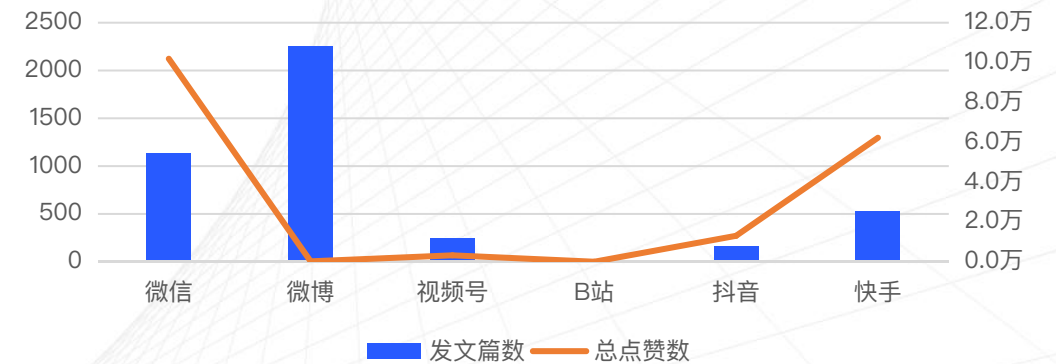
- B站账号“科普中国”2022年累计发布视频194条，累计播放超538万次，位列B站账号影响力第一。
- 快手账号“中国科学技术出版社”2022年累计发布视频150条，累计播放量超1200万次，在快手账号影响力中位列第二。

## 人民卫生出版社

### ◆ 总体传播效果

- 2022年，人民卫生出版社5个新媒体账号累计发布内容超4300条，全平台获赞超18万次，微信公众号总阅读量超1200万次。

### ◆ 各平台运营表现



### ◆ 优质新媒体账号

- 微信公众号“人卫健康”2022年累计发布内容超360篇，阅读量超1200万次，位列微信公众号影响力前三。
- 快手账号“人民卫生出版社”2022年累计发布内容500条，账号播放量在出版社快手账号播放量中位列第五。

# 微信公众号TOP10出版社及案例分析

## 出版社微信公众号榜单

排名	出版社名称	总分
1	金城出版社	859.49
2	人民教育出版社	857.96
3	外语教学与研究出版社	848.42
4	清华大学出版社	841.41
5	人民卫生出版社	840.50
6	中国中医药出版社	830.84
7	中国建筑工业出版社	810.41
8	人民文学出版社	804.59
9	中信出版社	795.61
10	高等教育出版社	785.17

## 金城出版社

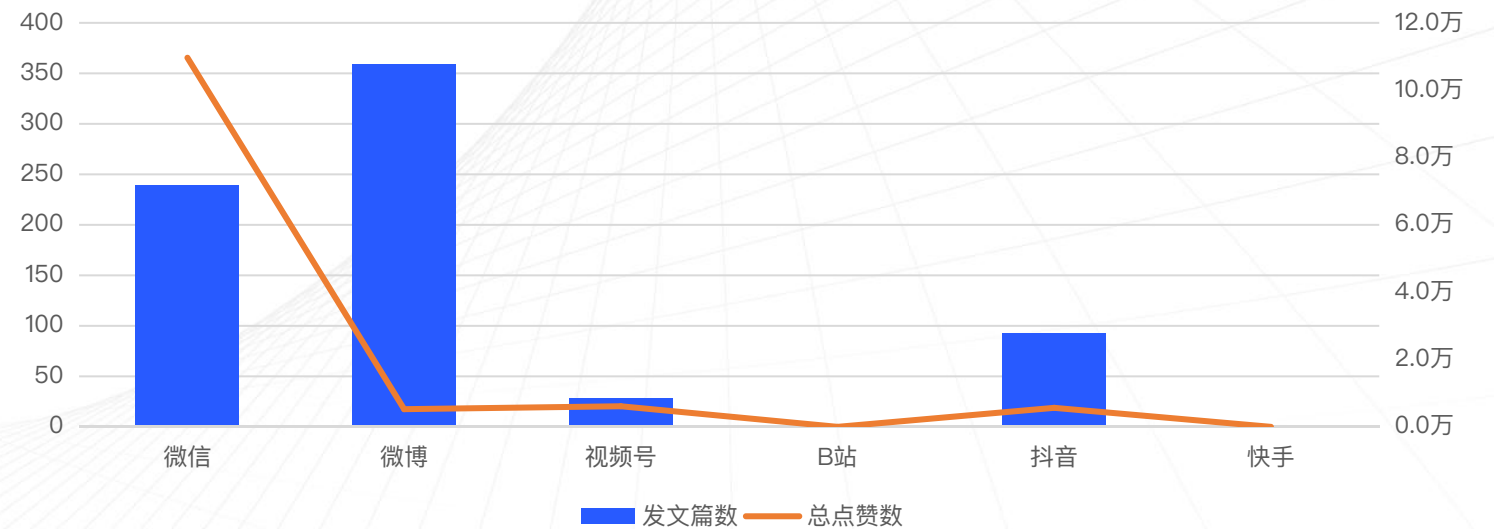
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，金城出版社在监测的6个平台共5个账号累计发布内容超700条，全平台获赞超12万次。出版社主要影响力来源于微信平台，公众号贡献了86.6%的点赞数。

### ◆ 优质新媒体账号

- 其微信公众号“保密观”延续2021年优势，为出版社带来了超1300万次阅读。金城出版社微博账号内容发布积极性高于微信平台，但影响力略有不足。

金城出版社各平台运营表现



# 微信视频号TOP10分榜及影响力案例分析

## 出版社微信视频号榜单

排名	出版社名称	总分
1	人民文学出版社	706.82
2	山东教育出版社	652.82
3	江苏凤凰科学技术出版社	609.49
4	清华大学出版社	586.67
5	外语教学与研究出版社	585.96
6	北京大学出版社	580.32
7	中央音乐学院出版社	578.44
8	荣宝斋出版社	576.04
9	中华书局	572.18
10	中国科学技术出版社	558.91

## 人民文学出版社

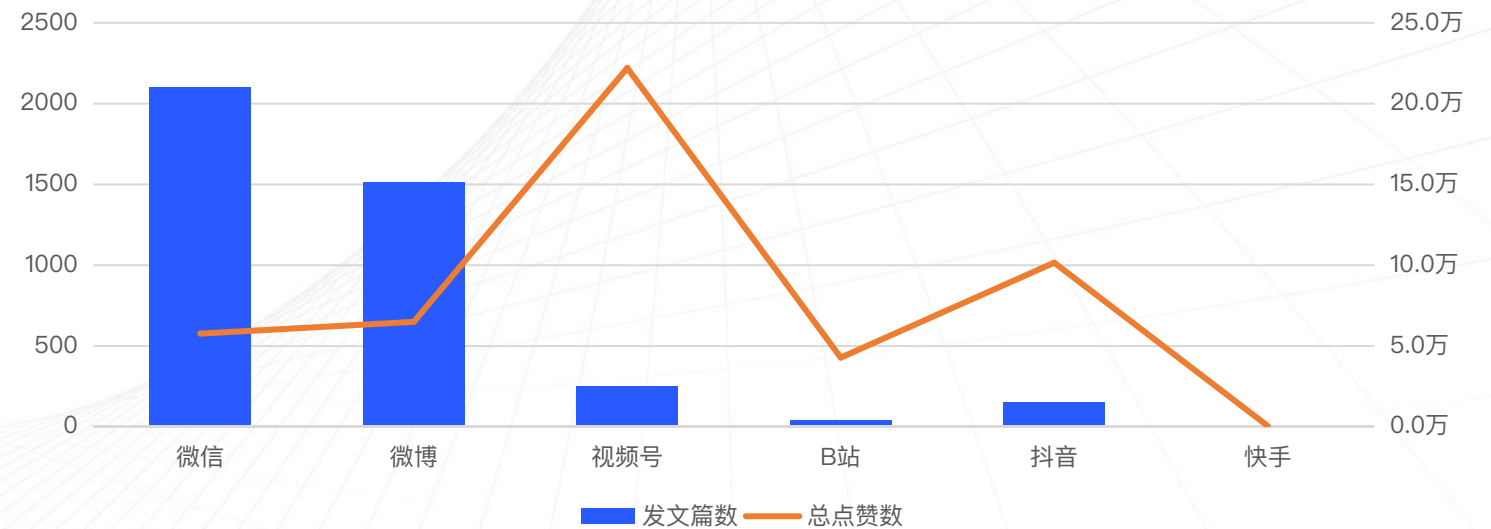
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，人民文学出版社在监测的6个平台共14个账号累计发布内容超4000条，全平台获赞超49万次。89%的内容来自双微平台，微信公众号对总阅读数贡献显著，同样，有89%的阅读量来自公众号平台。

### ◆ 优质新媒体账号

- 微信视频号“人民文学出版社”延续2021年运营经验，持续输出“名家语录”类内容，账号影响力依旧突出，账号总点赞量相较2021年增长145%。

人民文学出版社各平台运营表现



# 微博TOP10出版社及案例分析

## 出版社微博榜单

排名	出版社名称	总分
1	广西师范大学出版社	664.42
2	译林出版社	629.16
3	人民教育出版社	624.94
4	人民文学出版社	619.59
5	社会科学文献出版社	605.55
6	上海译文出版社	592.25
7	商务印书馆	591.50
8	华中科技大学出版社	587.77
9	新星出版社	583.87
10	北京时代华文书局	548.47

## 广西师范大学出版社

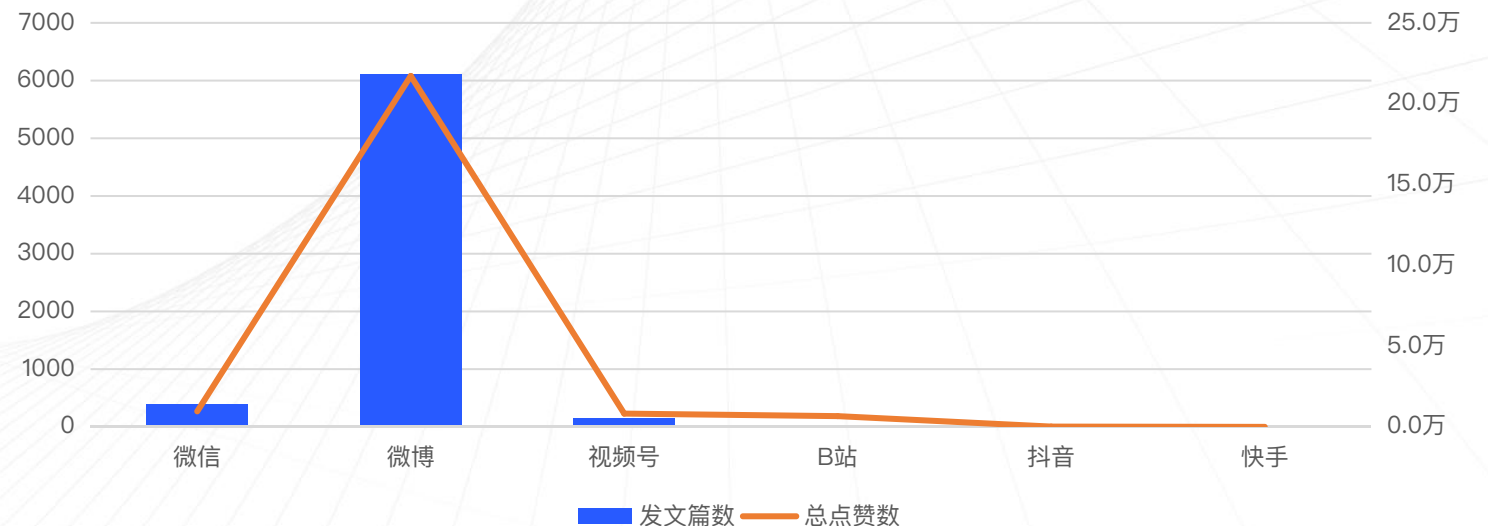
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，广西师范大学出版社在监测的6个平台共13个账号累计发布内容近7000条，全平台获赞24.2万次。广西师范大学出版社54%的账号在微博平台布局，同样也是主要内容发布及获赞平台，90%的点赞量来自于微博平台。

### ◆ 优质新媒体账号

- 微博账号“广西师大出版社”发布内容条数超3700条，总点赞数超18万次，在微博账号中，影响力位列第一。账号点赞主要来源于高频的抽奖活动。

广西师范大学出版社各平台运营表现





# 抖音TOP10出版社及案例分析

## 出版社抖音榜单

排名	出版社名称	总分
1	安徽少年儿童出版社	819.79
2	中信出版社	775.20
3	浙江文艺出版社	764.23
4	西泠印社出版社	717.14
5	复旦大学出版社	702.22
6	上海三联书店	692.08
7	江苏凤凰科学技术出版社	688.95
8	译林出版社	649.22
9	北京大学出版社	647.80
10	机械工业出版社	639.32

## 安徽少年儿童出版社

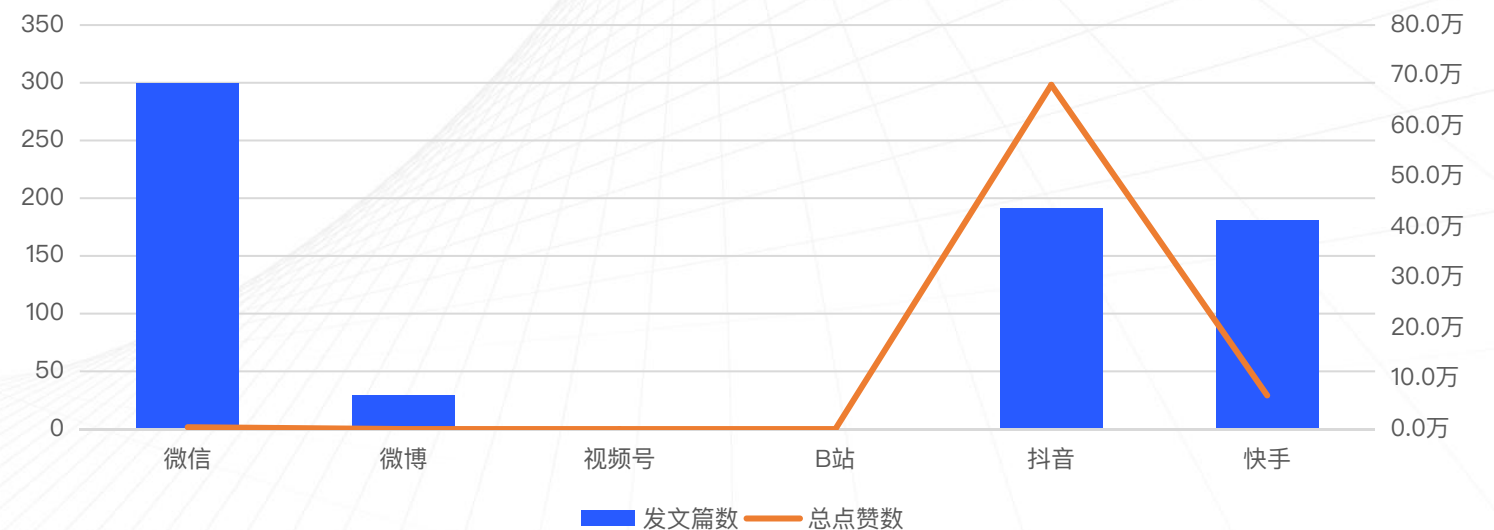
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，安徽少年儿童出版社在监测的6个平台共6个账号累计发布内容超700条，全平台获赞超75万次。安徽少年儿童出版社账号主要布局集中在微信平台，半数账号为公众号。总点赞量则主要来自抖音平台，抖音平台点赞量在总体中占比91%。

### ◆ 优质新媒体账号

- 其抖音账号“安徽少年儿童出版社图书旗舰店”发布内容近200条，总点赞数超68万次。该抖音账号影响力位列第一，其内容中有多条“奥特曼”相关内容传播效果较好。

安徽少年儿童出版社各平台运营表现



# 快手TOP10出版社及案例分析

## 出版社快手榜单

排名	出版社名称	总分
1	清华大学出版社	792.25
2	中国科学技术出版社	718.25
3	江苏凤凰美术出版社	640.38
4	人民教育出版社	595.25
5	安徽少年儿童出版社	567.13
6	江苏凤凰科学技术出版社	545.88
7	人民卫生出版社	541.25
8	中国农业出版社	531.88
9	河南科学技术出版社	505.00
10	译林出版社	488.38

## 清华大学出版社

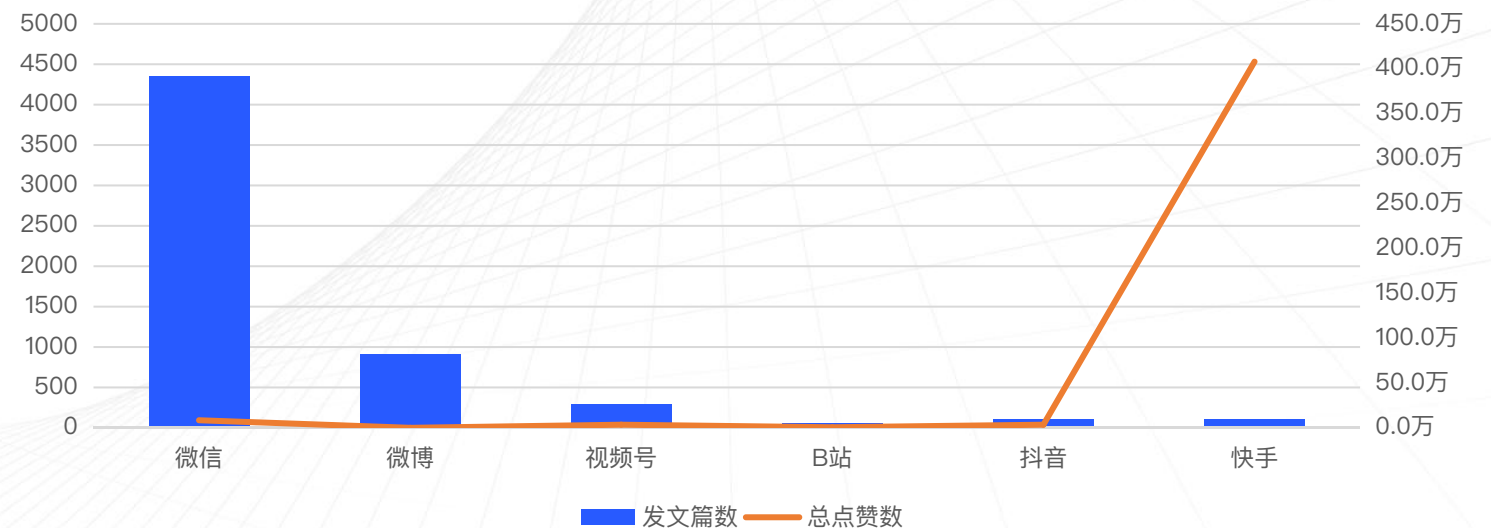
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，清华大学出版社在监测的6个平台共20个账号累计发布内容超5800条，全平台获赞423万次。清华大学出版社账号影响力主要来源于快手平台，其快手账号“清华大学出版社”影响力突出。

### ◆ 优质新媒体账号

- 其快手账号“清华大学出版社”发布内容超100条，总点赞数超408万次。该账号位列出版社快手影响力第一，其关于学习、励志的内容更容易激起用户情绪共鸣，整体传播效果相对可观。

清华大学出版社各平台运营表现



# B站TOP10出版社及案例分析

## 出版社B站榜单

排名	出版社名称	总分
1	中国科学技术出版社	758.35
2	中华书局	706.29
3	人民文学出版社	699.44
4	北京大学出版社	652.88
5	译林出版社	643.87
6	中国人民大学出版社	642.03
7	江苏凤凰科学技术出版社	596.50
8	商务印书馆	575.28
9	中信出版社	573.12
10	广西师范大学出版社	561.06

## 中国科学技术出版社

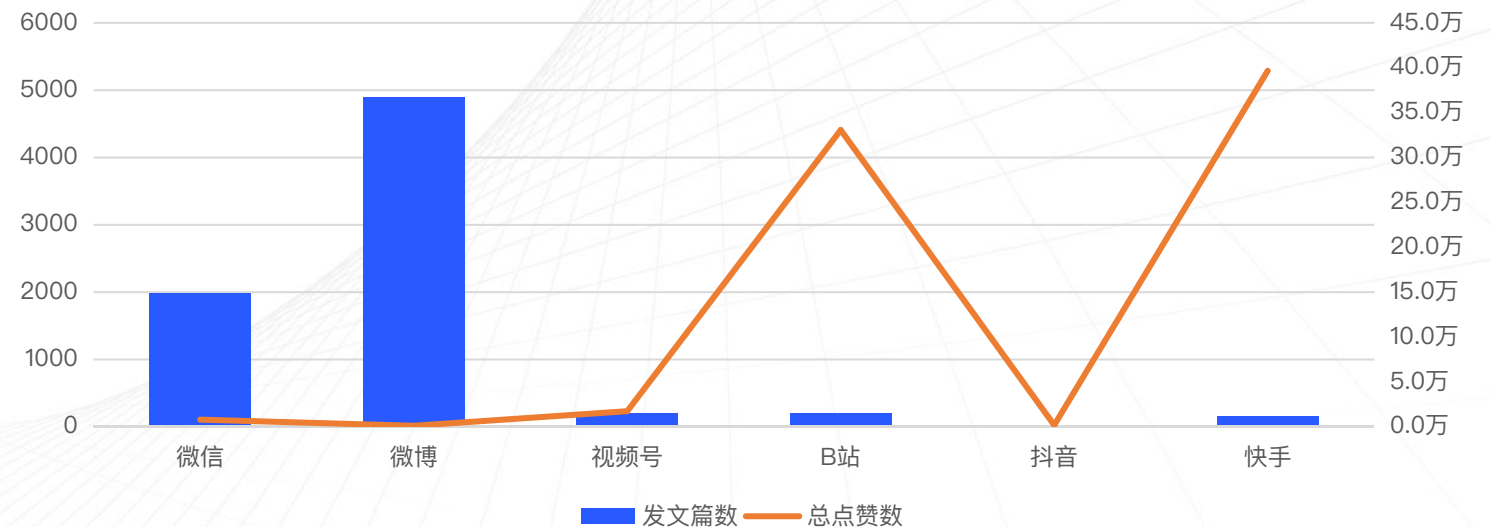
### ◆ 总体传播效果

- 2022全年，中国科学技术出版社在监测的6个平台共10个账号累计发布内容超7600条，全平台获赞近80万次。出版社60%的账号来自于双微平台，但主要影响力来自于快手、B站，两平台总播放量在总体占比达91.6%。

### ◆ 优质新媒体账号

- 其B站账号“科普中国”发布内容近200条，B站总播放数超538万次。视频最高播放超150万次，为B站影响力最高账号。其产出的高价值的知识内容更受用户认可。

中国科学技术出版社各平台运营表现



# 4.0

—

## 各平台TOP5账号



# 微信公众号TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 – 微信公众号

排名	账号名称	所属出版社	发布次数	发文数	阅读数	点赞数	新榜指数
1	保密观	金城出版社	190	239	1379万	11.0万	859.49
2	人教教材培训	人民教育出版社	360	727	1572万	8.5万	855.13
3	人卫健康	人民卫生出版社	366	1132	1273万	10.2万	840.50
4	清华大学出版社	清华大学出版社	365	984	900万	5.8万	823.17
5	外研社Unipus	外语教学与研究出版社	364	905	767万	6.6万	815.72

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 微信公众号TOP5榜单中，入围账号与去年基本一致，仅“人卫健康”为新入围账号。头部账号运营情况稳定，TOP5账号中4个接近“满勤”，年度推送内容达360次。微信公众号“保密观”运营情况亮眼，推文次数及推文总量在各公众号中最少，但总点赞数及新榜指数名列前茅。一是其账号粉丝基数大，据其官方微信透露，微信公众号关注人数达2000余万。二是其内容选题贴近用户生活，能有效唤起用户的好奇心，带动参与。一方面，科普保密知识，如《[物业利用摄像头长期监控业主：我们的个人隐私谁来守护](#)》，内容获10万+次阅读。另一方面，分享保密故事，如《[古代保密那些事儿|雍正皇帝的保密之道](#)》，8.2万次阅读。

# 微信视频号TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 – 微信视频号

排名	账号名称	所属出版社	作品数	点赞数	平均点赞数	最高点赞数	新榜指数
1	人民文学出版社	人民文学出版社	248	22.2万	895	2.5万	706.81
2	山东教育社	山东教育出版社	213	8.0万	377	3.1万	653.53
3	青鸟新知	江苏凤凰科学技术出版社	195	4.2万	244	0.6万	611.37
4	北京大学出版社	北京大学出版社	260	4.8万	110	0.7万	580.27
5	中央音乐学院出版社	中央音乐学院出版社	93	5.1万	207	1.6万	578.43

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 出版社新媒体账号影响力榜单（视频号）中，“人民文学出版社”依旧稳居第一且大幅领先，2022年该账号共产出248条内容，同比增长18%。其内容依旧以名家访谈内容为主。通过对名家访谈的短视化剪辑，借名家影响力输出高价值内容提高账号影响力。其中《蔡志忠：虽然天下有万物，但我只取一瓢饮。》以近2.5万次点赞居点赞量榜首。

# 微博TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 – 微博

排名	账号名称	所属出版社	博文数	评论数	转发数	点赞数	新榜指数
1	广西师大出版社	广西师范大学出版社	3784	11.3万	8.4万	18.6万	653.48
2	人民教育出版社微博	人民教育出版社	19	12.1万	3.3万	30.8万	624.94
3	人民文学出版社	人民文学出版社	1146	5.3万	4.7万	6.2万	614.70
4	译林出版社	译林出版社	4649	3.7万	4.7万	9.3万	611.92
5	华中科技大学出版社	华中科技大学出版社	1581	1.8万	3.8万	3.7万	587.77

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 出版社新媒体账号影响力榜单（微博）TOP5账号整体推送频率相对较高，“译林出版社”全年推送超4600条，在各出版社中位列第一。其中，“广西师大出版社”蝉联榜首，在各出版社微博账号中位居第一。主要原因依旧可以归于“每日一抽”的运营活动，从相关博文转发、评论、点赞数据来看，显著高于其日常博文。2022年，广西师大出版社开展了49期“每日一抽”活动，显著提高了账号传播水平。

# 抖音TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 – 抖音

排名	账号名称	所属出版社	发文数	点赞数	分享数	评论数	新榜指数
1	安徽少年儿童出版社图书旗舰店	安徽少年儿童出版社	223	65.3万	23.3万	8.5万	816.08
2	中信出版童书旗舰店	中信出版社	667	61.3万	9.7万	3.1万	761.45
3	解物旗舰店	西泠印社出版社	663	59.4万	2.4万	2.6万	708.99
4	上海三联READWAY	上海三联书店	153	20.9万	1.2万	5.0万	692.07
5	青鸟新知	江苏凤凰科学技术出版社	145	40.1万	1.8万	1.5万	682.45

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 出版社新媒体账号影响力榜单（抖音）中，“安徽少年儿童出版社图书旗舰店”位居榜首，该账号早期凭借一条奥特曼相关图书推荐内容取得了较好的传播效果，其内容：[《别的男孩子有的，我的男孩子也必须有！...》](#)，内容获赞达15万次。并以此进行内容延伸，围绕“奥特曼”这一主题，后续又产出了多条万赞内容，整体传播效果相对突出。



# 快手TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 – 快手

排名	账号名称	所属出版社	发文数	播放数	点赞数	分享数	评论数	新榜指数
1	清华大学出版社	清华大学出版社	104	4164万	407.8万	19.8万	8.9万次	792.25
2	中国科学技术出版社	中国科学技术出版社	150	1273万	39.7万	4.9万	5.9万次	718.25
3	作家康纳	江苏凤凰美术出版社	36	603万	25.5万	5.1万	0.4万	638.25
4	人民教育出版社	人民教育出版社	10	335万	7.4万	2.9万	0.2万	595.25
5	安徽少年儿童出版社	安徽少年儿童出版社	181	1369万	6.7万	0.1万	0.2万	567.12

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 出版社新媒体账号影响力榜单（快手）头部账号影响力尤为突出，清华大学出版社旗下账号“清华大学出版社”位居第一，账号累计播放量超4000万，超榜单后四个账号播放量总和。该账号以学习方法、励志内容分享为主，其作品：[《学不下去的时候 看看这个视频 #快手新知 #快手新知播 @快手新知》](#)获赞超230万次。

# B站TOP5账号

## 出版社新媒体账号影响力TOP5 — B站

排名	账号名称	所属出版社	发文数	播放数	点赞数	分享数	评论数	收藏数	弹幕数	投币数	新榜指数
1	科普中国	中国科学技术出版社	194	538万	33万	1.5万	1.6万	5.4万	14897	2.2万	758.35
2	中华书局	中华书局	59	396万	12.5万	9295	6908	2.4万	8227	9584	706.29
3	人民文学出版社166	人民文学出版社	38	797万	4.3万	5335	3014	3.8万	3642	1.1万	699.44
4	北京大学出版社官方	北京大学出版社	84	37.3万	1.9万	3255	963	1.4万	2900	6234	652.88
5	中国人民大学出版社	中国人民大学出版社	70	54.3万	3.0万	3223	2154	1.3万	1915	4933	642.03

### ◆ TOP5榜单分布情况

- 出版社新媒体账号影响力榜单（B站）中，“科普中国”账号发布内容仍以知识科普、生活百科分享为主，其最高播放视频为关于新型毒品的科普内容《[眼药水、电子烟、多肉植物……新型毒品到底有多会伪装？](#)》，带来超156万次播放、7.7万次点赞。账号其余发布内容也仍以知识科普为主，涉及动物、健康、科技等诸多领域。

# 5.0

—

## 典型热门内容



# 微信公众号热门内容

## 微信公众号热门内容榜

排名	账号名称	所属出版社	内容名称	阅读数	在看数	点赞数
1	人教教材培训	人民教育出版社	今晚8点《开学第一课》节目单来啦! (附观看方式)	10万+	6252	10054
2	人教教材培训	人民教育出版社	教育部通知: 2022年《开学第一课》 9月1日晚8点播出, 请老师家长知悉 (附观看方式)	10万+	2286	4071
3	人民教育出版社	人民教育出版社	教育部发布: 人教社小学数学教材插图 重绘工作已完成	10万+	918	3446
4	保密观	金城出版社	全国小学生为什么都在唱《孤勇者》? 从它的歌词里, 我们想到很多.....	10万+	827	2765
5	全国产业工人学习 社区	中国工人出版社	独家! 3天直播表+全景云巡馆入口, 首届大国工匠创新交流大会明天来了!	10万+	529	2362
6	人卫健康	人民卫生出版社	心梗患者4个不同阶段应该如何运动? 做好运动康复, 改善心脏功能	10万+	1678	2254
7	保密观	金城出版社	两地通报多起最新泄密案例: 怎样做 才能不碰保密底线?	10万+	771	1485
8	人民教育出版社	人民教育出版社	关于人民教育出版社小学数学教材插图 的说明	10万+	515	1229
9	复旦大学出版社	复旦大学出版社	张文宏   何以中国现代医学发端, 何以 颜福庆.....	10万+	825	1142
10	人民文学出版社	人民文学出版社	2022年诺贝尔文学奖揭晓! 人民文学 出版社作家获奖!	10万+	470	946

### ◆ 微信公众号热门内容分析

- 从微信热门内容发布账号来看, 主要以专业大号为主。如人教教材培训、保密观、人民教育出版社均为新榜指数750分以上的高影响力大号, 其内容传播度也相对更高。
- 从微信热门内容类型来看, 健康和教育类内容更易受关注。此类内容有较强的信息传递价值, 所以关注度较高。
- 除健康类、教育类内容外, 强时效性的热点内容也具有较好的传播效果。如《全国小学生为什么都在唱<孤勇者>? 从它的歌词里, 我们想到很多.....》《2022年诺贝尔文学奖揭晓! 人民文学出版社作家获奖! 》等多篇内容, 阅读量均在10万+以上。

# 抖音热门内容

## 抖音热门内容榜

排名	账号名称	所属出版社	内容名称	点赞数
1	中信出版童书旗舰店	中信出版社	犯了错，说句对不起就完了嘛？#对不起 #绘本	16.6万
2	安徽少年儿童出版社	安徽少年儿童出版社	别的男孩子有的，我的男孩也必须有！我不允许我的男孩羡慕别人。#你可以永远相信光 #奥特曼	15.0万
3	安徽少年儿童出版社	安徽少年儿童出版社	我的男孩正在慢慢长大，庆幸你成长一直有我~ #奥特曼	14.8万
4	青鸟新知	江苏凤凰科学技术出版社	羽生结弦，挑战人类极限虽败犹荣，他的奥运精神燃爆全网！#羽生结弦 #北京冬奥会 #王者归来 #花滑 #科普 #上热门	14.0万
5	复旦大学出版社 国学号	复旦大学出版社	南怀瑾：世界上有两种学问不要去碰。#南怀瑾 #修心 #国学智慧	9.5万
6	安徽少年儿童出版社	安徽少年儿童出版社	别的小朋友有的，你也有~#奥特曼 #礼物	5.9万
7	安徽少年儿童出版社	安徽少年儿童出版社	没有男孩能拒绝这个礼物吧~#奥特曼 #礼物	4.8万
8	青鸟新知	江苏凤凰科学技术出版社	好忙好忙的蛞蝓宝宝 #蛞蝓 #生物 #大自然 #星河知识计划 #璀璨科学星 #科普 @抖音青少年	4.6万
9	中信精选书品	中信出版社	你最爱吃的川菜是什么？#美食 #川菜 #四川 #美食趣胃计划 #萌知计划 @DOU+小助手	3.5万
10	人民文学出版社	人民文学出版社	哪本大火的书，是人文社的编辑觉得不能理解的？欢迎评论区留下你的看法哦~~#欢乐办公室 #真实还原 #文学	3.5万

### ◆ 抖音热门内容分析

- 从总点赞量排名前十的抖音内容来看，其所呈现的以下几个特点值得借鉴。
- 释放用户情绪价值：无论是中信出版童书旗舰店还是复旦大学出版社国学号，都巧用了情绪价值。通过内容的输出，让用户产生“共鸣感”，以此收获较好的传播效果。
- 借势流量热点：安徽少年儿童出版社有4条“奥特曼”相关内容上榜前十。主要是归因于奥特曼自身流量所致，时至今日，奥特曼已从单纯的动画IP发展为网络热梗，包括“相信光”等内容为奥特曼积累了大批兴趣用户，仅抖音平台#奥特曼话题下视频播放量就超1200亿次。

# 出版社抖音号直播销售榜单

## 出版社抖音号直播销售榜

排名	出版社账号名称	总销售额
1	中信出版童书旗舰店	2958.3万
2	浙江文艺出版社	1591.5万
3	机械工业出版社	1217.1万
4	阿信读书	832.7万
5	外研社	782.3万
6	中信出版好书	400.9万
7	中信读书会	293.8万
8	江苏凤凰教育出版社	273.5万
9	中国中医药出版社	259.1万
10	解物旗舰店 (西冷印社旗下账号)	258.7万

### ◆ Top10出版社直播电商运营情况

- 从Top10出版社抖音号来看，出版社影响力分布相对均衡。据新榜数据，Top10出版社抖音号在所有出版社总销售额中占比达80%。此外，中信出版集团在直播领域影响力突出，在上榜的10个账号中，有4家来自中信出版集团。

### ◆ 优秀账号分析

- 中信出版集团旗下账号“中信出版童书旗舰店”总销售额有明显优势。2022年中信出版童书旗舰店累计带货直播达581场，累计带货商品901件，累计销量超30万次。从其12月直播来看，79%的直播时长大于2小时，周五直播频率最高，12点-15点为最常直播时段，在所有直播中占比49%。
- 从其12月直播带货商品结构来看，98%以上的商品为图书音像类，12月销售额前三产品均为图书产品，从产品价格构成来看，带货商品以百元以下产品为主。

# 6.0

—

## 附录



# 附录：报告及榜单算法说明

## 01 报告说明

- 在所有报告数据统计中，“发布作品条数”、“点赞数”维度数据统计的是微信公众号、微信视频号、微博、抖音、快手、B站六个平台的账号；“总阅读/播放数”维度数据仅统计微信公众号、快手、B站三个平台的账号；“评论数”维度数据仅统计微博、抖音、快手、B站四个平台的账号。
- 报告榜单中，红色数字含义为排名有上升，绿色数字为排名有下降，表格中标蓝数据即表示该数据在该项数据维度下排名第一。
- 本报告中包含单平台新媒体影响力榜单与跨平台新媒体影响力榜单两种榜单。

## 02 单平台榜单算法说明

- 单平台新媒体影响力榜单：通过标准化转发数、点赞数、评论数等指标，使得相关指标能反映该对象在全部样本中的独立表现，而后进行加权计算得到单平台的新榜指数。
- 算法涉及榜单：出版社新媒体影响力榜单（微信、微博、视频号、B站、抖音、快手分榜）。

- **微信平台榜单算法**：微信榜单新榜指数= $0.75 \times [\ln(\text{总阅读数}) / \ln(\text{阅读理论最大值})] + 0.05 \times [\ln(\text{最高阅读数}) / \ln(\text{最高阅读数最大值})] + 0.1 \times [\ln(\text{平均阅读数}) / \ln(\text{平均阅读数理论最大值})] + 0.05 \times [\ln(\text{头条阅读数}) / \ln(\text{头条阅读数理论最大值})] + 0.05 \times [\ln(\text{总赞看数}) / \ln(\text{总赞看数理论最大值})]$ 。
- **微博平台榜单算法**：微博榜单新榜指数= $0.25 \times [\ln(\text{评论}) / \ln(\text{评论理论最大值})] + 0.625 \times [\ln(\text{转发数}) / \ln(\text{转发理论最大值})] + 0.125 \times [\ln(\text{点赞数}) / \ln(\text{点赞数理论最大值})]$ 。
- **视频号平台榜单算法**：视频号新榜指数= $(0.75 \times [\ln(\text{总点赞数}+1) / \ln(\text{总点赞数理论最大值})] + 0.15 \times [\ln(\text{平均点赞数}+1) / \ln(\text{点赞数理论最大值})] + 0.1 \times [\ln(\text{最高点赞数}+1) / \ln(\text{点赞数理论最大值})]) \times 1000$ 。
- **B站榜单算法**：B站新榜指数= $(0.1 \times [\ln(\text{播放数}) / \ln(\text{播放数理论最大值})] + 0.2 \times [\ln(\text{弹幕数}) / \ln(\text{弹幕数理论最大值})] + 0.35 \times [\ln(\text{投币数}) / \ln(\text{投币数理论最大值})] + 0.35 \times [\ln(\text{收藏数}) / \ln(\text{收藏数理论最大值})]) \times 1000$ 。
- **抖音榜单算法**：抖音新榜指数= $(0.3 \times [\ln(\text{分享数}+1) / \ln(\text{分享数理论最大值})] + 0.2 \times [\ln(\text{评论数}+1) / \ln(\text{评论数理论最大值})] + 0.1 \times [\ln(\text{点赞数}+1) / \ln(\text{点赞数理论最大值})]) \times 1000 / 0.6$ 。
- **快手榜单算法**：快手新榜指数= $(0.3 \times [\ln(\text{分享数}+1) / \ln(\text{分享数理论最大值})] + 0.15 \times [\ln(\text{评论数}+1) / \ln(\text{评论数理论最大值})] + 0.25 \times [\ln(\text{点赞数}+1) / \ln(\text{点赞数理论最大值})] + 0.10 \times [\ln(\text{播放数}+1) / \ln(\text{播放数理论最大值})]) \times 1000 / 0.8$ 。



# 附录：报告及榜单算法说明

## 03 跨平台榜单算法说明

- 各平台权重计算方式：综合微信、微博、抖音、快手、B站平台的用户独立设备数，以及出版集团、出版社所监控到的新媒体账号（不含报刊类账号）在各平台的开通比例，加权计算各平台的权重系数后得到。为保证跨平台榜单算法时效性与公正性，本期榜单算法中各平台权重已根据各平台开通账号比例进行调整。
- 平台计算权重=该平台账号开通比例\*该平台独立设备数/六大平台总独立设备数
- 其中微信公众号、微信视频号均基于微信生态，无法单独统计用户独立设备数，故公众号以微信整体独立设备数为基数，视频号则通过对比公众号与视频号的样本账号比例，推算视频号月活。即微信视频号月活=微信视频号开通比例\*微信月活/微信样本账号开通比例。
- 跨平台榜单计算方式：通过计算出版集团及出版社在单个新媒体平台上的整体影响力，结合各个平台权重系数，加权得出跨平台的新榜指数。
- 本报告中对应的榜单分别为：出版集团新媒体影响力榜单-跨平台总榜、出版社新媒体影响力跨平台榜单-跨平台总榜。
- 出版集团新媒体影响力榜单账号统计范围：包含各出版集团及其旗下出版社所监控到的新媒体账号，不含报刊类账号。
- 出版社新媒体影响力榜单账号统计范围：包含各出版社及其旗下出版社所监控到的新媒体账号，不含报刊类账号。

- 跨平台榜单具体算法如下：

- I. 跨平台新榜指数得分=LN(出版集团/出版社跨平台新榜指数总分)/LN(MAX(Σ出版集团/出版社跨平台新榜指数总分))\*1000。
- II. 出版集团/出版社跨平台新榜指数总分=微信指数得分\*微信平台权重+微博指数得分\*微博平台权重+视频号指数得分\*视频号平台权重+B站指数得分\*B站平台权重+抖音指数得分\*抖音平台权重+快手指数得分\*快手平台权重。
- III. 各平台得分=微信/微博/视频号/B站/抖音/快手单平台榜单算法计算后得分。
- IV. 各平台权重=（平台用户月活或月独立设备数\*该平台账号开通比例）/（Σ平台用户月活或月独立设备数\*该平台账号开通比例）×100%。

# 附录：榜单相关定义说明

各榜单算法中涉及的数据指标说明：

- “**图文平台**”指微信公众号、微博；
- “**视频平台**”包括抖音、快手、B站、微信视频号；
- “**作品数**”指统计周期内该统计对象发布的作品数量；
- “**总阅读数/总播放量**”指统计周期内该统计对象所有发布内容的阅读数/内容播放量总和；
- “**转发数/分享数**”指统计周期内该统计对象发布的所有作品获得的转发/分享数之和；
- “**总点赞数**”指统计周期内该统计对象发布的所有内容获得的点赞数之和；
- “**评论数**”指统计周期内该统计对象发布的所有作品获得的评论数之和；
- “**平均阅读数**”仅涉及微信榜单，指统计周期内该统计对象所有发布内容的阅读数平均值；
- “**最高阅读数**”仅涉及微信榜单，指统计周期内该微信公众号所有发布内容中的单篇最高阅读数；
- “**头条阅读数**”仅涉及微信榜单，指统计周期内该微信公众号发布位置为头条的内容的阅读总数；
- “**总赞看数**”仅涉及微信榜单，指统计周期内该微信公众号所有发布内容的点赞数与在看数总和；

- “**平均点赞数**”仅涉及视频号榜单，指该视频号发布的所有视频获得的点赞数均值；
- “**最高点赞数**”仅涉及视频号榜单，指该视频号发布的所有视频中，单个视频获得的最高点赞数；
- “**弹幕数**”仅涉及B站榜单，指统计周期内该统计对象发布的所有作品所获得的弹幕数之和；
- “**投币数**”仅涉及B站榜单，指统计周期内该统计对象发布的所有作品所获得的投币数之和；
- “**收藏数**”仅涉及B站榜单，指统计周期内该统计对象发布的所有作品所获得的收藏数之和。

# THANKS

媒体支持：

中国出版传媒商报

出版商务周报  
CHINA PUBLISHING TODAY

中国新闻出版广电报

出版人  
CHINA PUBLISHERS

现代快报+ ZAKER南京

2023.02