

# 旅游中心一周简报 ( 0418-0424 )

小编：Joy Vivian

## 国务院常务会部署交通基础设施扶贫等工作，再出旅游利好政策

国务院总理李克强 4 月 20 日主持召开国务院常务会议，会议指出，**鼓励中西部到东部招商引资，对东部地区加工贸易转移腾退用地经批准可转变为商业、旅游、养老等用途；要实施百万公里农村公路建设工程，实现乡镇和建制村通硬化路、通客车，改造公路危桥，改善贫困地区发展旅游等产业交通条件。**

**图解国务院常务会议**  
国务院总理李克强4月20日主持召开国务院常务会议

部署开展交通基础设施扶贫  
增强贫困地区脱贫致富能力

► 到2020年 ◀

在贫困地区建成广覆盖、深通达、提品质的交通网络。

**一是**实施百万公里农村公路建设工程，实现乡镇和建制村通硬化路、通客车，改造公路危桥，改善贫困地区发展旅游等产业交通条件。

**二是**实施高速公路、铁路、机场等百项骨干通道工程，实现二级及以上高等级公路基本覆盖所有县城，铁路和高速公路基本覆盖市（地、州）行政中心。推进沿边公路空白路段建设。



## 决定建设一批大众创业万众创新示范基地 推动双创迈向更高层次和水平



按照政府工作报告部署，遵循市场规律，建设一批高水平、有特色的双创示范基地，构筑完备的创业创新服务链，促进科技与经济融合发展。



首批选择部分省市的一个区域，同时选择若干高校和科研院所、已有成效的生产企业、网络平台企业等建设双创示范基地。



重点围绕简政放权、营造公平竞争环境、成果收益分配和科研经费使用制度、人才流动、协同创新和开放共享、发展分享经济等开展试点，并进行动态调整。



探索形成可复制、可推广的经验。



## 确定促进进出口回稳向好的政策措施 推进外贸转型升级



**一要**鼓励金融机构对有订单、有效益的外贸企业贷款，扩大出口信保保单融资，增加短期出口信保规模，提高部分机电产品出口退税率。

**二要**完善加工贸易政策，取消加工贸易业务审批，健全事中事后监管机制。实施支持中西部承接加工贸易转移的政策。鼓励中西部到东部招商引资，对东部地区加工贸易转移腾退用地经批准可转变为商业、旅游、养老等用途。



**三要**扩大跨境电子商务、市场采购贸易方式和外贸综合服务企业试点，支持企业建设境外营销和服务体系。培育外贸自主品牌。

**四要**实行积极的进口政策，重点支持先进设备和技术进口。更好发挥利用外资和对外投资对贸易的促进作用。



**五要**在符合条件的海关特殊监管区域探索货物状态分类监管试点，在税负公平、风险可控前提下，赋予具备条件的企业增值税一般纳税人资格。进一步降低出口平均查验率，年内将国际贸易“单一窗口”建设推广到有条件的中西部地区。打击侵权假冒等违法行为。



中国政府网制作

策划：黄林昊 制图：张春燕

我们再来看看本周关注的行业动态：

#### □ 【旅游动态】2016年《旅游绿皮书》发布 旅游投资快速增长



《旅游绿皮书》指出，2015年，各级政府高度重视旅游发展，旅游成为全面深化改革的交叉领域，有关旅游的投资、消费、用地、购物退税等政策相继出台；旅游部门积极推动管理体制、市场秩序治理及旅游公共服务设施建设；旅游行业投资并购形成热潮，中国企业海外拓展步伐加快，各种旅游融资方式有所创新；国民旅游需求旺盛，入境旅游止跌回升，但外国来华人次依然有所减少。

2016年及未来五年，中国将继续深化改革，通过大力推动市场化改革，尽快构建起新的可持续增长模式。中国旅游应围绕小康社会决胜阶段战略目标，以改革为手段，通过综合创新和集成创新，实现旅游的“产业升级”、“提质增效”和公共产品的“补齐短板”，实现旅游发展方式从投入驱动向效率驱动转变、旅游发展格局从“单点突进”向“全面提升”转变、旅游治理体

系从行政主导向社会治理转变。

《旅游绿皮书》详细信息浏览链接网址：

[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MjM5MjEzMzQ4MA==&mid=2652357084&idx=2&sn=896890703b3032ec0f9f306f32d59dee&scene=23&srcid=0424cGYkNMHQIT6AXTYEzPLX#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MjEzMzQ4MA==&mid=2652357084&idx=2&sn=896890703b3032ec0f9f306f32d59dee&scene=23&srcid=0424cGYkNMHQIT6AXTYEzPLX#rd)

## ▣ 【行业动态】发改委：2016 年从五个方面推进新型城镇化

19 日，国家发改委举行新闻发布会，介绍 2016 年推进新型城镇化的重点任务，同时推出中国的《国家新型城镇化报告 2015》。据悉，这份报告是一个最权威的反映中国城镇化进展的官方报告，今后每年都出一本，作为发改委在记录、描述中国城镇化发展的一个官方的、权威的报告。



国家发改委规划司司长徐林在发布会上透露，2016 年推进新型城镇化有五方面重点任务。

### **扎实有序推进农民工融入城镇**

加快推动非户籍人口在城市落户。“十三五”规划纲要提出到 2020 年中国常住人口城镇化率目标达到 60%，户籍人口城镇化率达到 45%，目前户籍人口城镇化率 39.9%，未来还要提高 5 个百分点，相当于要有 1 亿人在城镇落户。

对于农民工进城后的住房问题，我们也有一些具体的措施。”徐林表示，“下一步将建立购租并举的城镇住房体系，使得能够买得起房的人就买房。

而大多数农业转移人口进城买不起房，对于他们就要提供公租房、廉租房，满足不同层次住房需求的条件。如果购租并举的住房体制能够加快建立，农民工进城后的住房条件改善就会变得更快。

### **加快中小城市的培育和特色小镇的发展**

增加中小城市的数量，目前超过 10 万人的镇已经有 200 多个，需要在制度上为这些镇成为新的中小城市提供支撑。所以**今年准备加快出台设市标准，推动具备条件的县和特大镇有序合理地设置为城市**。同时，加快拓展特大镇的一些功能，下放一些事权、扩大一些财权、改革一些人事权，使得 10 万人以上的特大镇的管理权限进一步扩大，适应特大镇发展的需要。

### **全面提升城市功能**

大力推进棚户区和危房改造。很多城市都存在着一批棚户区包括城中村需要加快改造。今年还会集中一些公共资源来推进大概 600 万套左右的棚户区改造，同时还要支持全国 100 个城区的老工业区实施搬迁改造。此外，**要增加中小城市的数量，并加快特色小镇的发展，使得在中国的不同地方都有一批有特色的、具有吸引力、具有聚集能力的特色小镇发展起来**。

### **辐射带动新农村建设**

**带动农村产业发展、基础设施建设，推进易地扶贫搬迁与新型城镇化相结合。同时推动社会资本率先投向城市郊区的发展和建设**。缩小城乡发展差距，这是城镇化的重要目标。“到城镇化水平达到 70%以后，中国大概还会有 4 亿人口生活在农村地区，所以对农村的发展和农村的建设是不能忽视的一个重点。”徐林表示。

### **加快重点领域的改革**

**包括完善土地利用机制，包括城市土地的再开发和高效利用，也包括农村建设用地增减挂钩的进一步尝试。要创新投融资机制，为城市建设提供多渠道的、可持续的融资方式**。同时要完善城镇住房制度，加快建立购租并举的城镇住房制度，督促一些地方出台居住证持有人享有住房保障的一些政策措施。

## □ **【行业报告】2015 年度中国长租公寓发展报告**

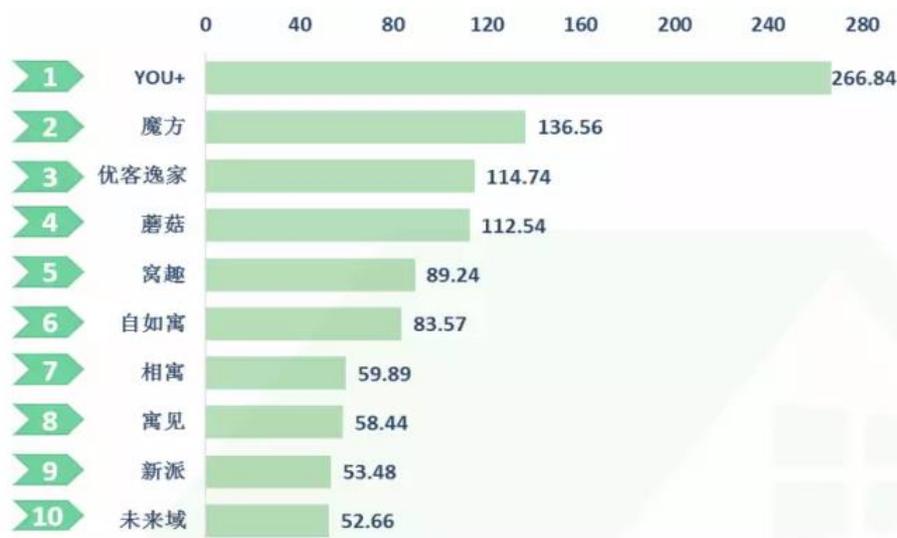
### **一、长租公寓品牌发展概况**

我国长租公寓企业最初从传统房产中介行业衍生而来，在 90 年代出现了二房东，2008

年前后出现品牌公寓企业。2014 年以来，资本、社会关注度提高，让行业进入快速发展期，行业进入品牌化时期。根据中国饭店协会公寓委员会统计，国内拥有规模公寓企业超过 500 家，公寓间数超过 100 万间。预计 2016、2017 年年底数字分别会达到 200 万、400 万。预计 2020 年年底，品牌公寓会超过 1000 万间，市场占有率超过 10%，将出现 5-10 家公寓数量超过 100 万的品牌公寓企业。

## 二、青年公寓品牌指数分析

### (一)2015 年度青年公寓品牌指数 TOP10



YOU+ 摘得 2015 年度青年公寓品牌指数榜单 NO.1，且遥遥领先。从品牌指数来看，青年公寓的各个品牌差异较大，只有较少的几个品牌比较突出。

### (二)2015 年度青年公寓搜索维度分析

#### 1. 搜索维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



从搜索维度来看,2家品牌未能入围总榜单 TOP10,但在搜索指数维度上进入前 10。相寓、新派这 2 家品牌虽然进入总榜单 TOP10,但在搜索方面表现欠佳,几乎为 0。

## 2.搜索维度前 10 榜单

排名	品牌名称	搜索指数
1	YOU+	175.01
2	优客逸家	45.71
3	蘑菇	39.73
4	魔方	23.45
5	自如寓	14.95
6	未来域	7.07
7	寓见	6.48
8	水滴	3.4
9	爱上租	2.35
10	窝趣	2.14

整体来看,不同品牌的搜索指数差异较大。YOU+遥遥领先,这也是它夺得总榜单 NO.1 的优势。

### (三)2015 年度青年公寓媒体维度分析

#### 1.媒体维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



媒体维度来看,媒体指数前 10 与总榜单 TOP10 一致,仅排名先后有所出入。在所有细分维度中,媒体方面是唯一一个与总榜单一致的维度。

#### 2.媒体维度前 10 榜单

排名	品牌名称	媒体指数
1	魔方	106.74
2	YOU+	85.72
3	窝趣	81.5
4	优客逸家	63.97
5	自如寓	61.67
6	蘑菇	58.21
7	新派	50.58
8	相寓	48.13
9	寓见	46.55
10	未来域	44.5

媒体指数上,差异相较搜索指数要小很多。魔方荣登媒体维度榜首,在此方面优势较为明显,这也是其位列总榜单第二的原因。

#### (四)2015 年度青年公寓运营维度分析

##### 1.运营维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



运营维度前 10 与风云榜 TOP10 分化较大,总榜单 TOP10 中只有 5 家品牌在运营维度上依旧保持在前 10。其中有些品牌总排名虽然靠前,但运营上表现还需较大提升,比如优客逸家(总榜单第三)、窝趣(总榜单第五),运营方面未能进入前 10。

##### 2.运营维度前 10 榜单

排名	品牌名称	运营指数
1	蘑菇	14.6
2	置青春	12.01
3	相寓	11.65
4	蜗居	7.22
5	爱上租	7.22
6	自如寓	6.95
7	安心	6.78
8	魔方	6.37
9	YOU+	6.11
10	城家	6.05

相比搜索和媒体两个维度,整体而言,青年公寓在运营方面相对较弱,没有特别拔尖的品牌。表现最好的是蘑菇公寓,但仍有较大的提升空间。

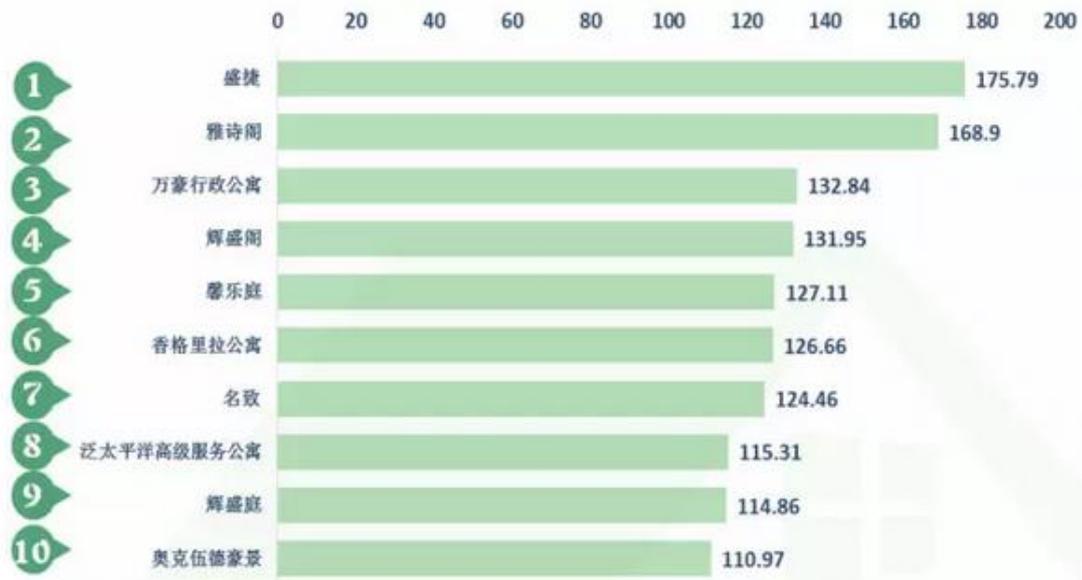
#### (五)三大维度的比较



媒体维度前10与总榜单TOP10一致,差距较大的是搜索和运营这两方面。整体来看,青年公寓在运营方面还需进一步加强,媒体方面表现最好。

### 第三章 服务式公寓品牌指数分析

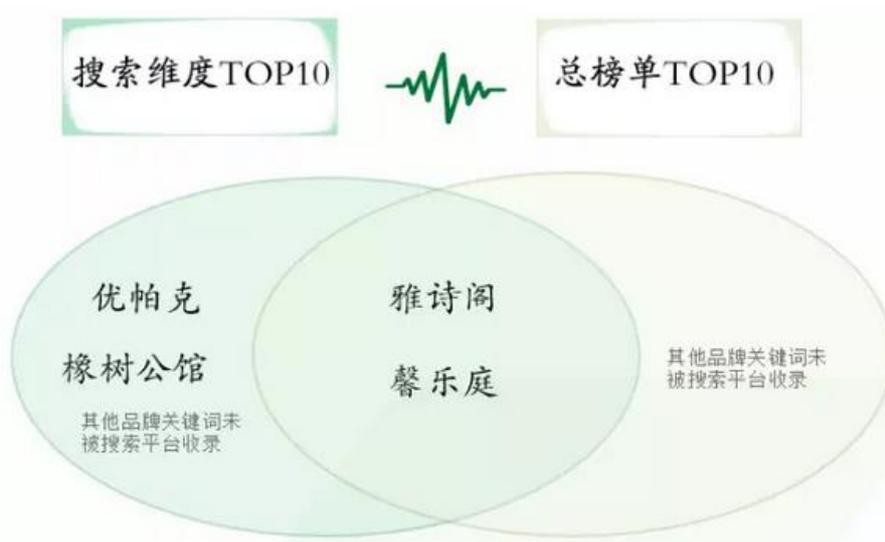
### (一)2015 年度服务式公寓品牌指数 TOP10



在过去的 2015 年中，盛捷摘得服务式公寓品牌指数 TOP10 的桂冠。位列榜单前 10 的品牌，均为国际品牌。

### (二)2015 年服务式公寓搜索维度分析

#### 1.搜索维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



2015 年纳入监测的服务式公寓品牌中，仅有四家在搜索维度表现尚可。优帕克在搜索维度排行第二，但舆情和媒体表现欠佳，未能入围总榜单 TOP10。

#### 2.搜索维度前 10 榜单

排名	品牌名称	搜索指数
1	雅诗阁	9.71
2	优帕克	4.17
3	馨乐庭	3.99
4	橡树公馆	3.24

注：其他品牌关键词未被搜索平台收录

搜索维度上，很多品牌的关键词并未被搜索平台收录，整体来说，在这个维度上，还有很大的提升空间。

### (三)2015 年度服务式公寓媒体维度分析

#### 1.媒体维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



媒体指数前 10 与总榜单 TOP10 出入不大，只有两个不一样。

具体来看，逸兰、恺信替代了泛太平洋高级服务公寓、奥克伍德豪景进入媒体前 10。但逸兰、恺信总体品牌指数比较落后，主要因为其在舆情维度表现不够。

#### 2.媒体维度前 10 榜单

排名	品牌名称	媒体指数
1	盛捷	49.52
2	雅诗阁	48.12
3	香格里拉公寓	46.35
4	万豪行政公寓	26.36
5	馨乐庭	19.18
6	辉盛阁	18.25
7	逸兰	17.07
8	恺信	15.75
9	名致	12.02
10	辉盛庭	11.17

整体来说,服务式公寓在媒体维度没有特别突出的品牌。从第四名开始与前三名有较大距离,整体优化进步空间较大。

#### (四)2015 年度服务式公寓舆情维度分析

##### 1.舆情维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



媒体指数前 10 与总榜单 TOP10 出入不大,仅有一个不一样,也是所有细分维度中差异最小的。

艾丽华替换了总榜单中的香格里拉公寓,进入舆情 TOP10。艾丽华位于总榜单的第 11 位, 舆情方面贡献最大, 其余几个方面还需加强。

## 2.舆情维度前 10 榜单

排名	品牌名称	舆情指数
1	盛捷	124.53
2	辉盛阁	112.77
3	名致	109.95
4	雅诗阁	109.7
5	泛太平洋高级服务公寓	104.27
6	艾丽华	104.1
7	馨乐庭	103.4
8	辉盛庭	102.9
9	万豪行政公寓	101.15
10	奥克伍德豪景	100.32

舆情维度上, 盛捷位列第一。在四个细分维度中, 有两个维度盛捷都是位列第一。

从具体数据来看, 各品牌在舆情维度的竞争比较激烈, 较其它维度表现更好。

## (五)2015 年度服务式公寓运营维度分析

### 1.运营维度前 10 与总榜单 TOP10 比较



运营维度前 10 与总榜单 TOP10 分化较大，总榜单 TOP10 中只有 5 家品牌在运营维度上依旧保持在前 10。

有些品牌总排名虽然靠前，但运营上表现还需较大提升。比如辉盛阁，总排名第四，但运营没能进入前十。盛捷位于总榜单第一，但运营维度已经排到第八，且与第一差距较大。

## 2.运营维度前 10 榜单

排名	品牌名称	运营指数
1	香格里拉公寓	8.07
2	诗铂	6.19
3	万豪行政公寓	5.33
4	优帕克	2.6
5	名致	2.49
6	Savills Residence	2.3
7	御庭酒店公寓	2.19
8	盛捷	1.74
9	雅诗阁	1.37
10	橡树公馆	1.36

运营维度上，整体来说，各品牌在该方面表现欠佳。

从榜单来看，诗铂运营排名第二，但舆情和媒体表现欠佳，未能入围总榜单 TOP10。

## (六)四大维度的比较



舆情维度前 10 与总榜单 TOP10 最为接近，差距较大的是运营维度。可以看到，各个品牌在搜索和运营有进一步优化和提升的巨大空间。

## 附录

## 服务式公寓完整榜单

排名	品牌名称	品牌指数	排名	品牌名称	品牌指数
1	盛捷	175.79	16	奥克伍德华庭	93.01
2	雅诗阁	168.9	17	诗铂	92.02
3	万豪行政公寓	132.84	18	悦珞廷	83.92
4	辉盛阁	131.95	19	乐嘉	83.08
5	馨乐庭	127.11	20	辉盛坊	83.06
6	香格里拉公寓	126.66	21	逸兰	82.77
7	名致	124.46	22	瀚域	79.08
8	泛太平洋高级服务公寓	115.31	23	源沫	75.13
9	辉盛庭	114.86	24	恺信	50.27
10	奥克伍德豪景	110.97	25	Savills Residence	47.17
11	艾丽华	104.61	26	悦槿	6.48
12	优帕克	104.1	27	奥克伍德雅居	5.28
13	御庭酒店公寓	94.88	28	尚臻	2.57
14	莎玛	94.52	29	荣尚荟	0.27
15	橡树公馆	94.19	30	莎玛 luxe	0.05

## 青年公寓完整榜单

排名	品牌名称	品牌指数	排名	品牌名称	品牌指数
1	YOU+	266.84	36	万科驿	21.17
2	魔方	136.56	37	米舍	20.93
3	优客逸家	114.74	38	蛋壳	20.12
4	蘑菇	112.54	39	GO 寓	19.62
5	寓趣	89.24	40	湾流	19.32
6	自如寓	83.57	41	漫果	18.9
7	相寓	59.89	42	咖啡猫	18.48
8	寓见	58.44	43	青桔	18.47
9	新派	53.48	44	金芒	18.33
10	未来城	52.66	45	摩居	18.27
11	安心	47.71	46	好熙家	18.25
12	青客	45.87	47	艾家	18.05
13	城家	45.45	48	壹人壹家	17.28
14	蜗居	45.27	49	青年汇	14.6
15	逗号	45	50	如米	12.8
16	置青春	40.86	51	爱家	11.93
17	水滴	36.41	52	大象	8.39

18	友社	34.28	53	自在寓	6.1
19	爱上租	33.58	54	寓青春	6.1
20	包租婆	32.38	55	乐活家	4.23
21	集家	31.5	56	悦玩	4.1
22	微家	31.1	57	C9	3.23
23	函数	28.85	58	乐璟	2.78
24	贝客	27.8	59	果果	2.5
25	寓尚	27.21	60	WoWo 心家	1.87
26	左邻右舍	26.9	61	艾客	1.61
27	驻客	26.82	62	唐巢	1.11
28	寓到家	22.78	63	青柠	1.09
29	馨家	22.59	64	海派	0.83
30	普乐门	22.43	65	一托 Home	0.82
31	达人嘉	22.39	66	筑梦居	0.65
32	对邻	21.76	67	IHome	0.58
33	企鹅村	21.41	68	唔嗨	0.17
34	蜜柚	21.33	69	璞寓	0.1
35	米果	21.28	70	UONE	0.01

## □ 【体育数据】《2015 年微博体育白皮书》



### 综述





内容概述

**1,380亿**

体育类相关话题阅读量

**4,157万** 体育类相关话题讨论量

**1,623万** 用户参与体育类相关话题讨论



内容概述

**81,263万**

体育类相关博文总量

**1,700万**

体育类认证账号  
博文量

**833亿**

体育类认证账号  
博文阅读量

**21,961万** 人参与点赞

**9,253万** 人参与转发

**4,911万** 人参与评论

**3,283万** 人参与收藏

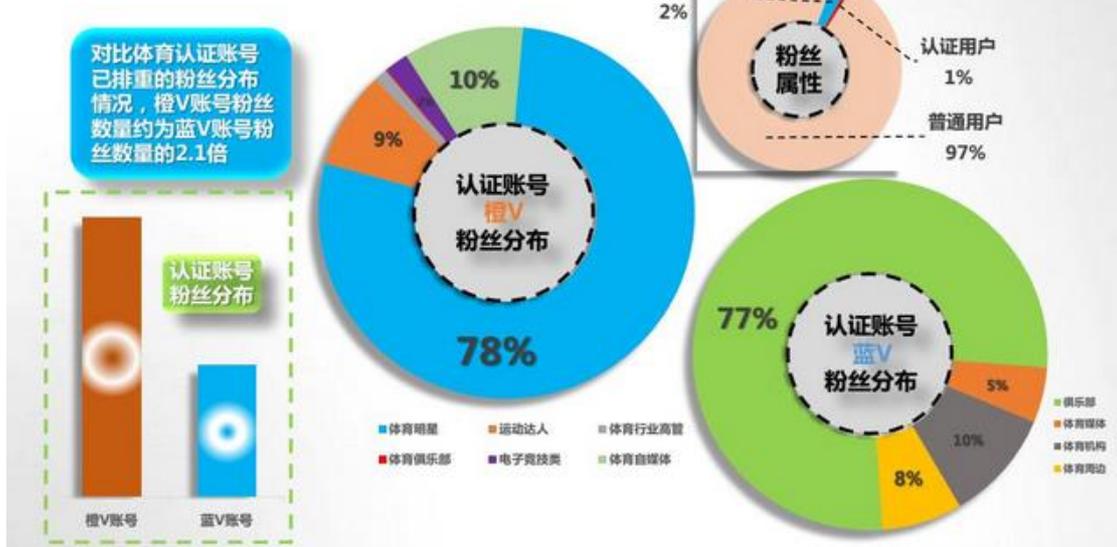
账号概述

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



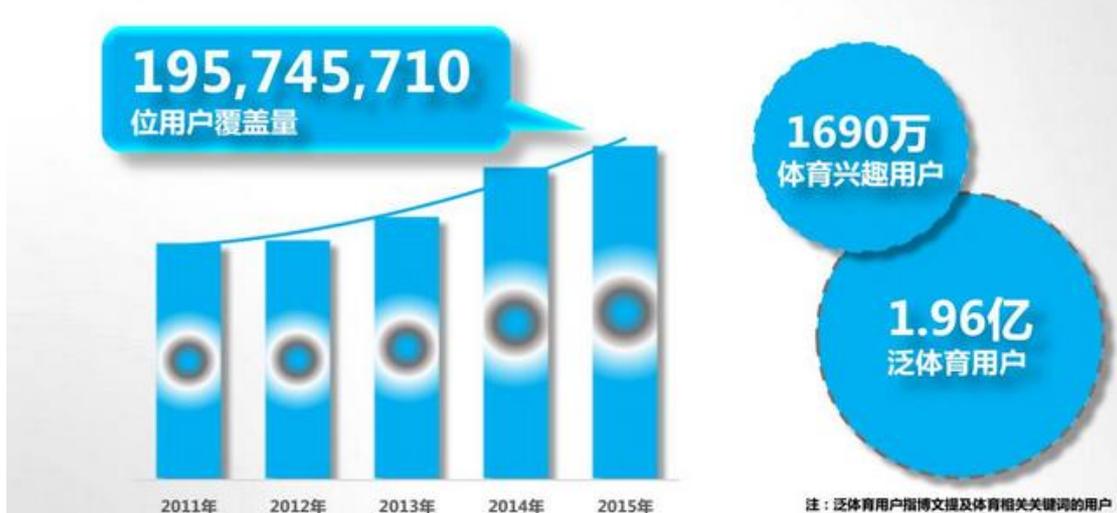
账号概述

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



用户概述

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



## 微博核心价值

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

核心价值①

在最大的社交媒体上，要有自己的位置，让想找你的人能够找到你

触达实际用户

塑造公众形象

能够充当企业机构的耳目，倾听用户的声言，从而提高公共能力

核心价值②

核心价值③

根据微博覆盖广、传播强的特点，做好微博营销，积累社交资产，发展粉丝经济

维护客户关系

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

## 竞技体育类年度话题榜单

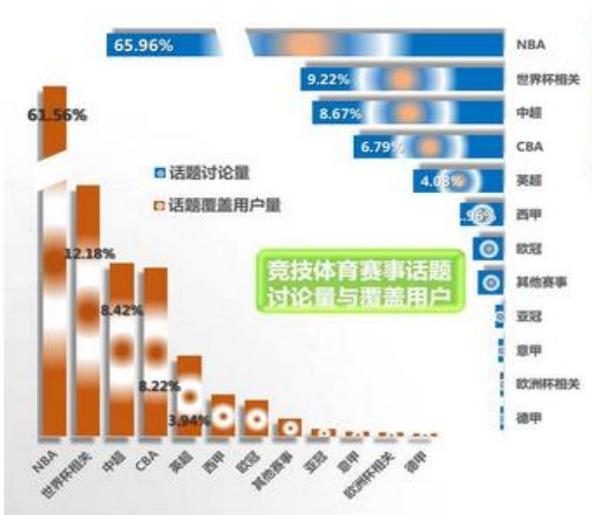
新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

排名	话题	阅读量	话题类别	排名	话题	阅读量	话题类别
No.1	#NBA精彩GIF#	48.5亿	NBA	No.11	#NBA#	8.2亿	NBA
No.2	#NBA脆圈#	42.9亿	NBA	No.12	#逐鹿欧冠#	7.9亿	欧冠
No.3	#世界杯#	42.9亿	世界杯	No.13	#北京田径世锦赛#	6.4亿	田径
No.4	#微5NBA#	35.7亿	NBA	No.14	#2015年中超#	4.9亿	中超
No.5	#国足再起航#	34.3亿	世界杯	No.15	#曼联新闻#	4.1亿	英超
No.6	#国足加油#	24.1亿	世界杯	No.16	#新赛季倒计时#	3.5亿	NBA
No.7	#NBA零距离#	15.5亿	NBA	No.17	#北京张家口申冬奥#	3.5亿	其他
No.8	#北京国安#	10.3亿	中超	No.18	#季前赛#	3.2亿	NBA
No.9	#CBA#	10.0亿	CBA	No.19	#梦想照进里约#	2.8亿	奥运会
No.10	#NBA篮球国度#	9.5亿	NBA	No.20	#2015男篮亚锦赛#	2.7亿	其他

话题参与



话题参与



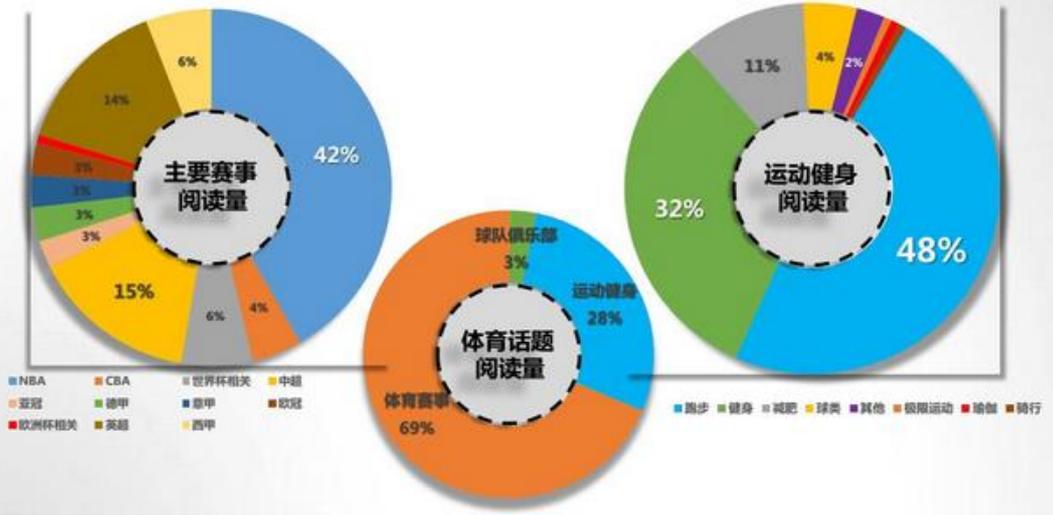
体育赛事类话题是竞技体育话题中的主要内容，赛事类话题中NBA及中超话题参与讨论程度最高，NBA话题用户平均参与讨论5.1次，中超话题用户平均参与讨论4.3次

运动健身类话题中跑步及减肥类话题参与讨论程度较高，其中跑步类话题用户平均参与讨论7.4次，减肥类话题用户平均参与讨论5.9次



注：用户平均参与讨论次数为话题讨论量与话题覆盖用户量的比值

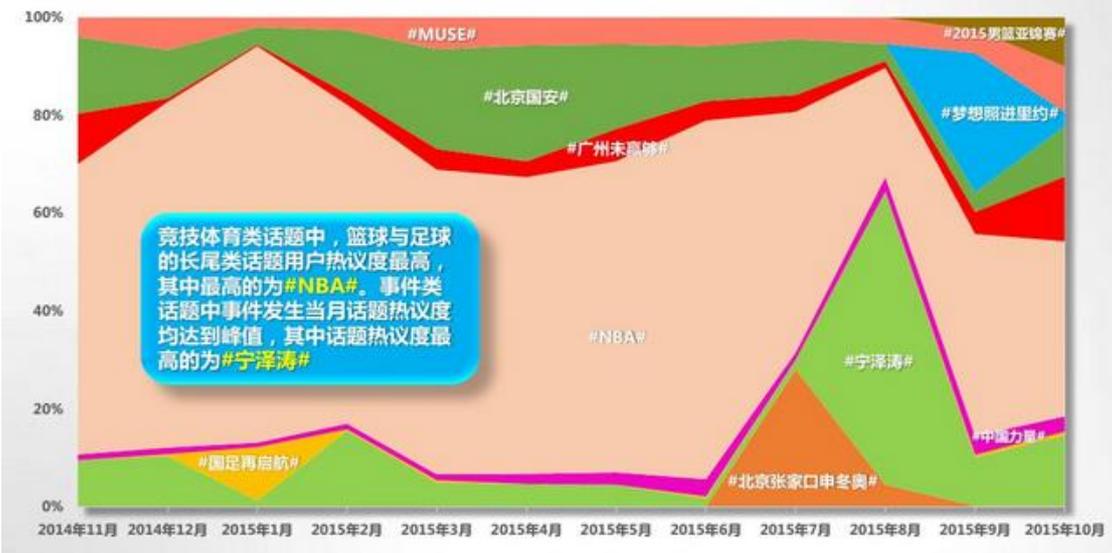
话题阅读



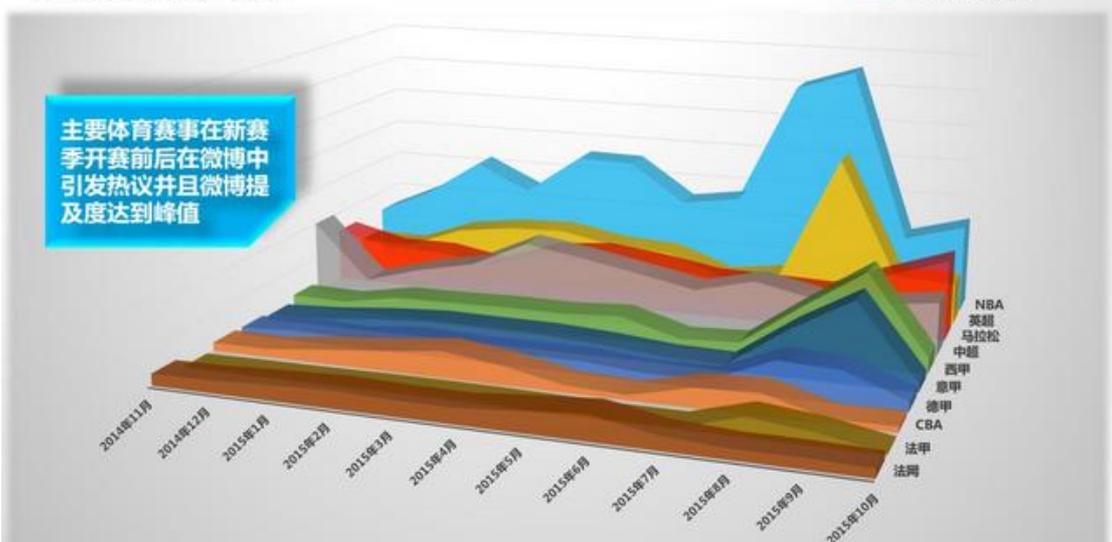
### 话题互动



### 竞技体育类话题热度趋势



### 主要赛事热度趋势







认证账号概述



**313,827个**  
体育类认证账号  
环比上涨**18.75%**

507个地方政府及体育机构官方认证账号  
1,237个俱乐部官方认证账号  
156,286个体育运动员认证账号

认证账号内容

**1,700万** 体育类认证账号博文量

**821万** 体育明星认证账号博文量



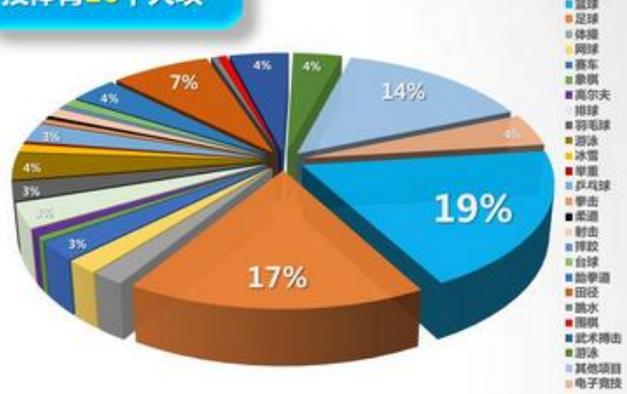
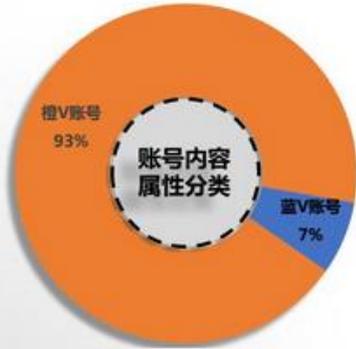
**22,650万** 次被点赞  
**9,800万** 次被转发  
**6,040万** 次被评论  
**3,316万** 次被收藏

**13,189万** 体育明星博文点赞量  
**2,305万** 体育明星博文转发量  
**2,275万** 体育明星博文转发量  
**388万** 体育明星博文转发量

### 认证账号分类

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

4万个竞技体育类  
橙V账号，覆盖竞  
技体育26个大项

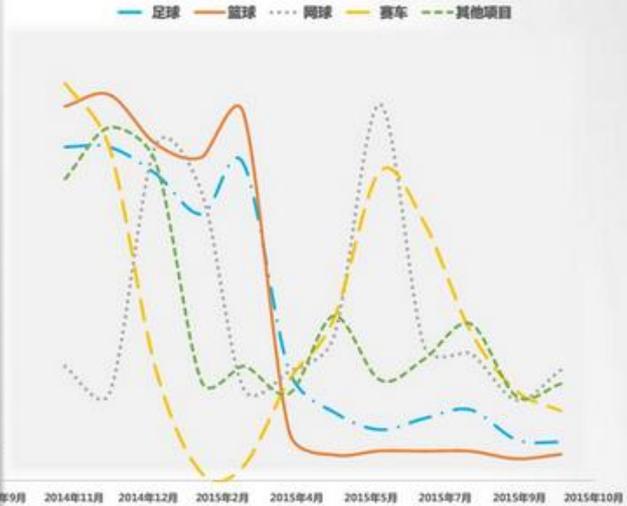


### 认证账号行为

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

**篮球** **足球**

账号在与粉丝互动的同时，增加优质的微博内容一方面可以吸引更多的粉丝关注，从而提高粉丝数量，另一方面可以增加粉丝粘性，提升账号影响力

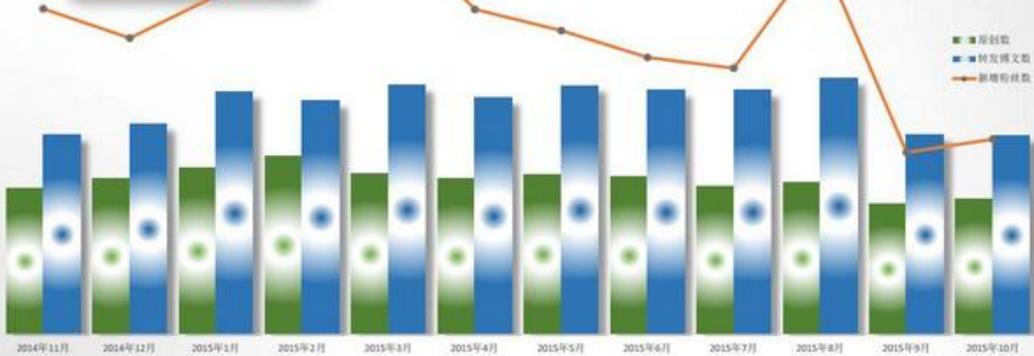


### 体育明星账号

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

**38,779个**  
体育明星认证账号

认证账号通过不断提供优质有趣的有针对性的原创内容，可以增加大量直系优质活粉



## 体育明星账号

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

## 年度俱乐部影响力榜单

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

排名	微博昵称	影响力	活跃度	传播力	覆盖度	赛事类别
No.1	广州恒大淘宝足球俱乐部	986.05	458.3	112.59	415.16	中超
No.2	利物浦足球俱乐部	759.07	358.26	49.03	351.78	英超
No.3	拜仁慕尼黑足球俱乐部	730.65	351.92	39.57	339.16	德甲
No.4	北京国安官方微博	712.92	324.99	41.87	346.07	中超
No.5	曼联足球俱乐部	627.44	258.25	30.48	338.71	英超
No.6	切尔西足球俱乐部	627.25	288.69	18.93	319.63	英超
No.7	山东鲁能	620.03	275.76	24.81	319.46	中超
No.8	绿地申花官方微博	607.25	255.79	40.45	311.01	中超
No.9	阿森纳足球俱乐部	569.74	237.86	21.22	310.65	英超
No.10	贵州人和国酒茅台足球队	568.37	265.36	36.72	266.29	中超

年度俱乐部影响力top10榜单中全部为足球俱乐部，中超俱乐部占据5席，英超俱乐部占据4席

## 年度运动员影响力榜单

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

排名	微博昵称	影响力	活跃度	传播力	覆盖度	项目类别
No.1	宁泽涛	1,031.87	423.42	120.47	487.99	游泳
No.2	我就是我邹市明	904.48	405.72	75.57	423.19	拳击
No.3	易建联	868.76	413.76	37.19	417.8	篮球
No.4	郎林	848.99	319.56	93.9	435.53	足球
No.5	张琳芃	742.79	267.61	54.35	420.84	足球
No.6	郭艾伦	724.02	224.38	67.21	432.42	篮球
No.7	StephonMarbury	706.84	305.85	90.13	310.86	篮球
No.8	王大雷	692.13	284.17	70.45	337.51	足球
No.9	李根LG1	685.81	289.92	58.03	337.86	篮球
No.10	于大宝Alex	661.08	250.28	57.19	353.62	足球

## 年度赛事及媒体影响力榜单

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

年度体育赛事机构影响力榜单

排名	微博昵称	影响力
No.1	NBA	997.49
No.2	CSL中超联赛	790.03
No.3	CUBA联赛官微	614.37
No.4	premierleague	543.76
No.5	CBA官网	429.55
No.6	NFL中国	415.27
No.7	FIBA国际篮联	397.7
No.8	ATP世界巡回赛	377.29
No.9	德国足球甲级联赛	374.16
No.10	西班牙足球甲级联赛 LigaBBVA	344.98

年度体育媒体影响力榜单

排名	微博昵称	影响力
No.1	新浪体育	990.93
No.2	CCTV5	896.10
No.3	微博赛事	859.83
No.4	虎扑篮球	833.23
No.5	乐视足球	641.20
No.6	微博足球	625.02
No.7	第五频道	522.98
No.8	体育画报	509.11
No.9	五星体育	504.63
No.10	足球周刊	475.24

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

## 足球俱乐部用户关注排行榜

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

排名	俱乐部微博昵称
No.1	曼城足球俱乐部MCFC
No.2	曼联足球俱乐部
No.3	广州恒大淘宝足球俱乐部
No.4	北京国安官方微博
No.5	山东鲁能
No.6	巴塞罗那足球俱乐部
No.7	天津泰达官方微博
No.8	绿地申花官方微博
No.9	阿森纳足球俱乐部
No.10	切尔西足球俱乐部

排名	俱乐部微博昵称
No.11	拜仁慕尼黑足球俱乐部
No.12	英格兰足球队
No.13	大连实德俱乐部
No.14	杭州绿城
No.15	皇家马德里足球俱乐部
No.16	巴黎圣日耳曼
No.17	河南建业
No.18	托特纳姆热刺足球俱乐部
No.19	长春亚泰官方微博
No.20	辽宁宏运足球俱乐部

### 篮球俱乐部及体育明星用户关注排行榜

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

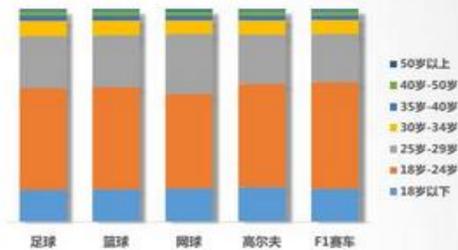
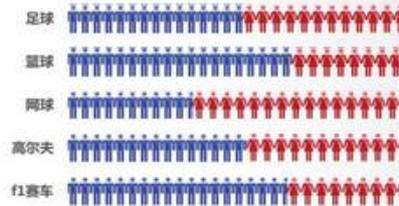
排名	俱乐部微博昵称
No.1	迈阿密热火
No.2	俄克拉荷马城雷霆
No.3	多伦多猛龙
No.4	江苏南钢篮球俱乐部
No.5	佛山龙狮篮球俱乐部
No.6	四川金强蓝鲸篮球俱乐部官方微博
No.7	东莞新世纪烈豹
No.8	福建SBS浔兴男篮
No.9	江苏肯帝亚篮球俱乐部
No.10	吉林东北虎男篮

排名	体育明星微博昵称
No.1	孙杨
No.2	易建联
No.3	郜林
No.4	朱芳雨
No.5	王仕鹏7
No.6	王大雷
No.7	大鲨鱼刘炜
No.8	DwyaneWade
No.9	KobeBryant
No.10	JeremyLin林书豪

### 体育兴趣用户及运动项目

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

足球迷会是篮球迷或者赛车迷



### 体育兴趣用户关注其他行业

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



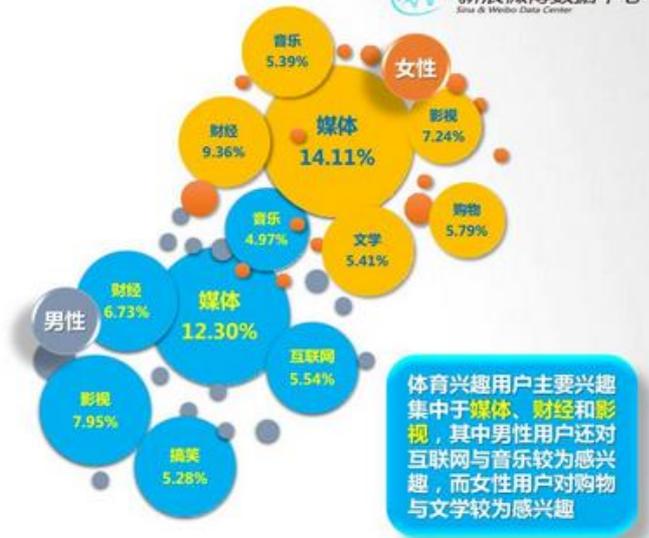


### 体育兴趣用户属性

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

兴趣用户关注蓝V账号榜单

排名	微博昵称
No.1	NBA
No.2	微博赛事
No.3	新浪体育
No.4	CCTV5
No.5	CSL中超联赛
No.6	虎扑篮球
No.7	premierleague
No.8	德国足球甲级联赛
No.9	CBA官网
No.10	体育画报



新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 年度运动健身类话题榜单

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

年度跑步类话题榜单

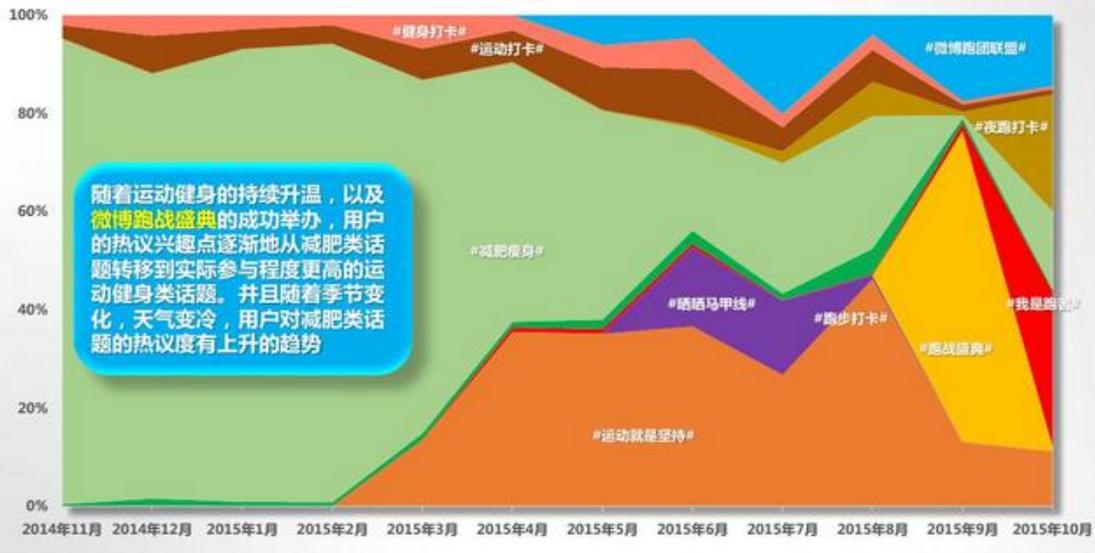
排名	话题	阅读量
No.1	#厦门马拉松#	18.0亿
No.2	#北京马拉松#	9.0亿
No.3	#天天跑#	3.5亿
No.4	#跑战盛典#	2.6亿
No.5	#我是跑者#	2.2亿
No.6	#跑步日记#	1.8亿
No.7	#夜跑打卡#	1.3亿
No.8	#微博跑团联盟#	1.0亿
No.9	#杭州马拉松#	5,649万
No.10	#飞跑团·慢跑爱上一座城#	5,257万

年度减肥健身类话题榜单

排名	话题	阅读量
No.1	#全民学健身#	6.3亿
No.2	#运动就是坚持#	3.6亿
No.3	#反手摸到肚脐身材好#	3.5亿
No.4	#运动打卡#	1.9亿
No.5	#瘦腿大法#	1.7亿
No.6	#晒晒马甲线#	1.6亿
No.7	#坚持锻炼一百天#	9,700万
No.8	#健身爆照#	8,309万
No.9	#一起健身#	8,040万
No.10	#健身打卡#	7,965万

### 运动健身类话题热议度趋势

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 跑步类话题

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

**296.8亿**  
跑步类认证账号博文阅读量



**244万** 跑步类相关话题博文转发量  
**104万** 跑步类相关话题博文评论量  
**184万** 跑步类相关话题博文点赞量  
**40万** 跑步类相关话题博文收藏量

### 跑步类赛事地理分布

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



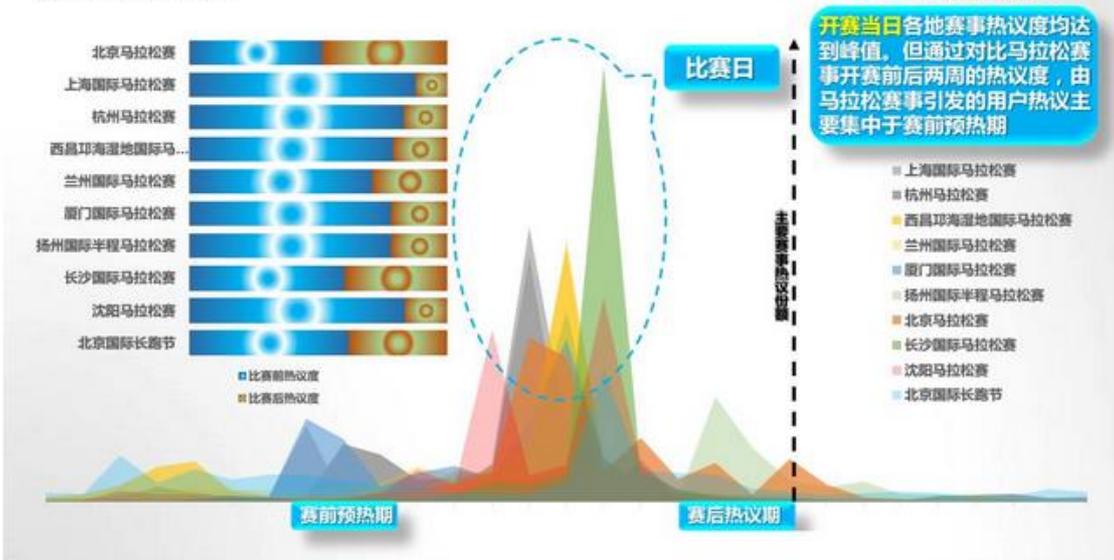
### 年度跑步圣地

- 1 北京奥林匹克森林公园
- 2 北京朝阳公园
- 3 厦门环岛路
- 4 杭州西湖沿线
- 5 上海世纪公园
- 6 长沙橘子洲
- 7 珠海情侣路
- 8 成都白鹭湾湿地公园
- 9 广州天河体育中心
- 10 上海滨江大道

数据来源：4万人次网友历时7天投票而成。这也是首份由网友票选出的年度跑步圣地TOP10榜单

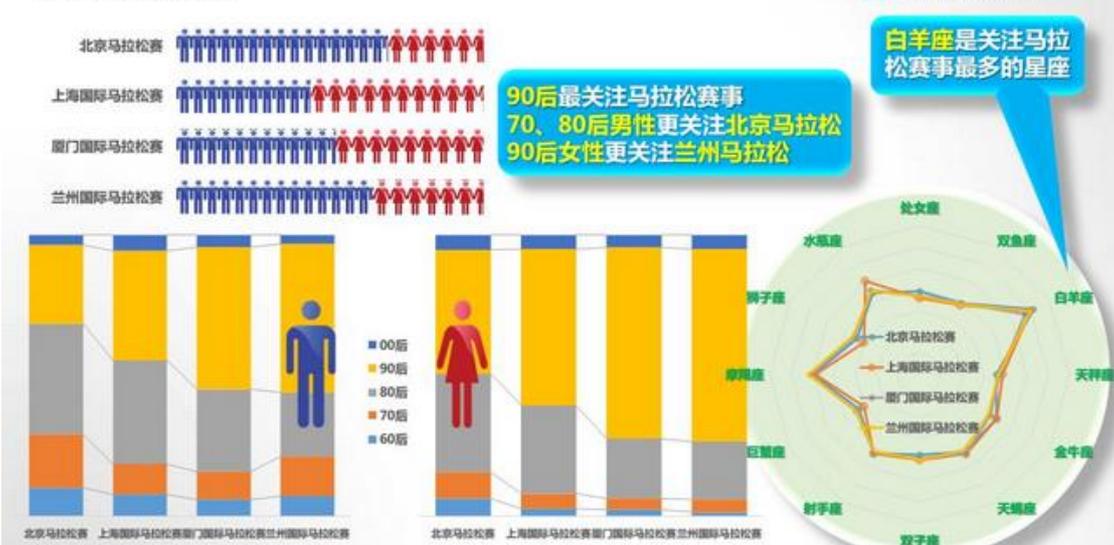
### 跑步类主要赛事

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



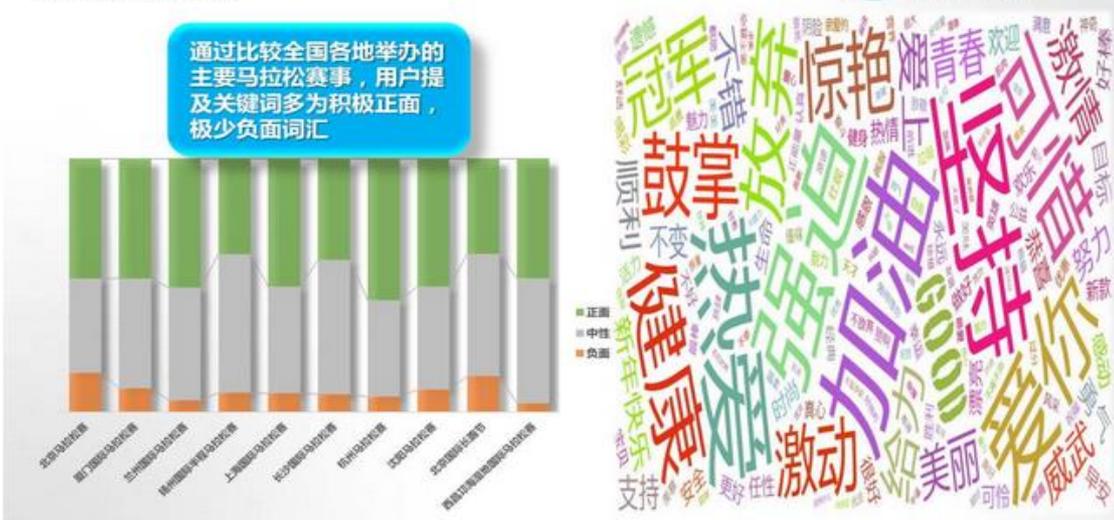
### 跑步类主要赛事

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



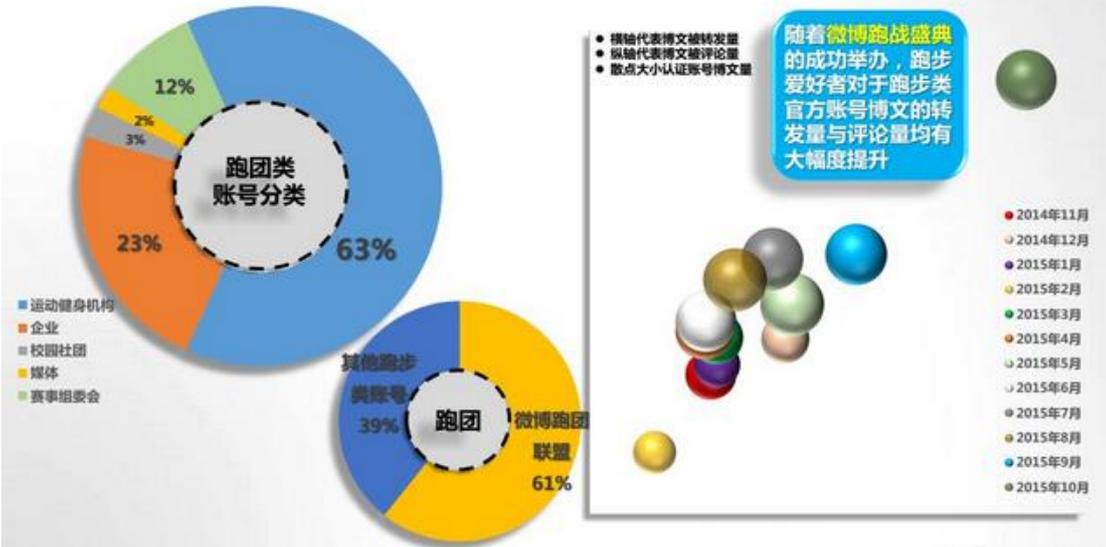
### 跑步类主要赛事

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 跑步类认证账号

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 微博跑团联盟

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 微博跑团联盟

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 年度跑团影响力榜单

排名	昵称	影响力	活跃度	传播力	覆盖率
No.1	王源跑跑团	611.17	294.98	41.55	274.64
No.2	约跑者	523.22	213.4	39.48	270.34
No.3	R跑团	248.87	102.84	2.09	143.94
No.4	VictoryRunningClub	224.01	81.37	2.91	139.73
No.5	MonsterCrewRunning	200.88	59.22	0.82	140.84
No.6	CBN越野	194.25	60.64	3.43	130.19
No.7	NuclearKitty女子跑团	180.56	30.2	4.19	146.18
No.8	尖跑团Jian-Running	179.83	52.03	3.62	124.18
No.9	劲跑团_ExtremeCrew	179.07	66.59	4.33	108.15
No.10	RID CLUB	170.02	44.99	0.17	124.86

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

#### 跑团类

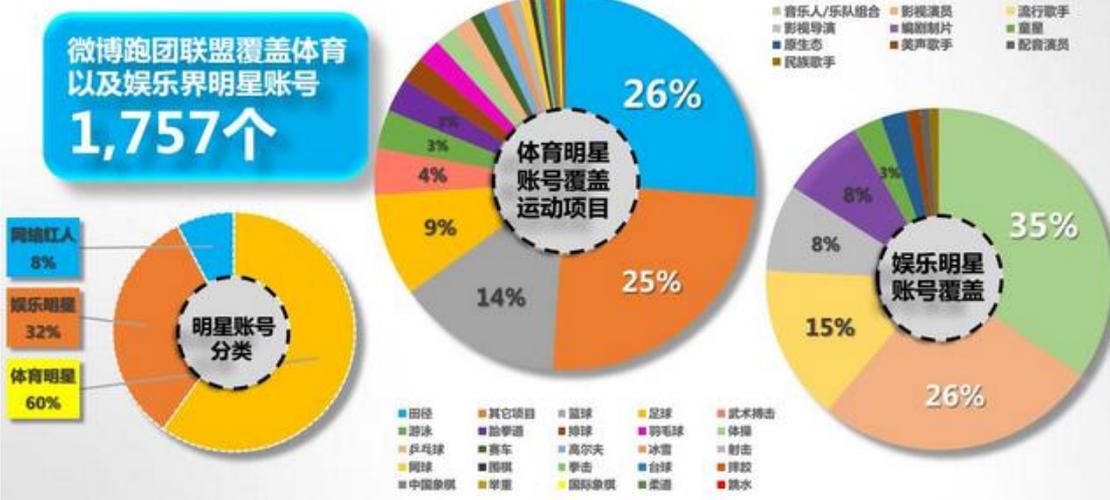
微博年度最具跑步精神跑团  
@IRC南充爱跑团  
微博年度最具号召力跑团  
@MonsterCrewRunning  
微博年度最具创意跑团  
@DyRunners跑团

#### 团长类

微博年度最有毅力团长  
柳毅 (R-unique演员公会)  
微博年度最具活力团长  
朱益华 (R跑团)  
微博年度最具朝气团长  
林文颖 (选择题全队)

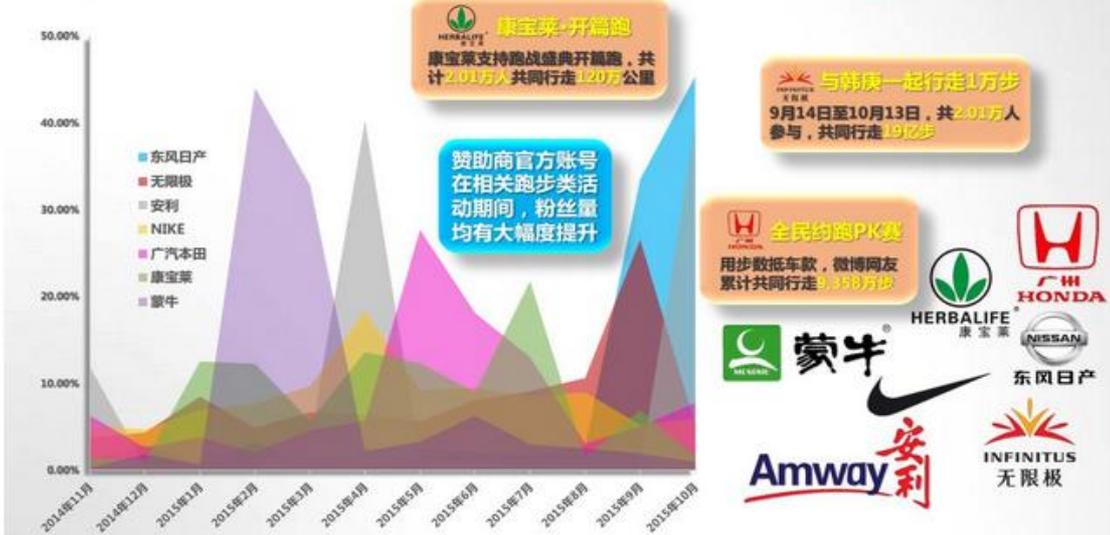
### 跑团联盟覆盖明星账号

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 赞助方

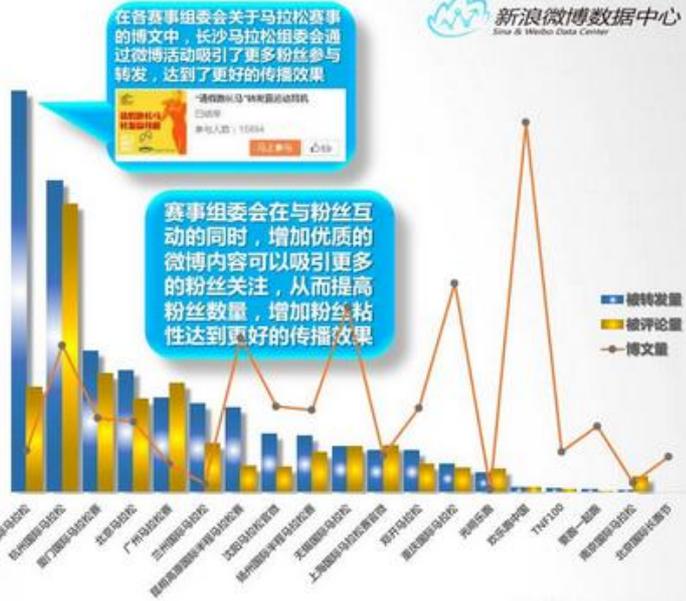
新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 跑步赛事组委会

#### 年度跑步赛事组委会官博影响力榜单

排名	赛事组委会	影响力
No.1	厦门国际马拉松赛	311.99
No.2	广州马拉松赛	280.7
No.3	北京马拉松	205.66
No.4	兰州国际马拉松	198.49
No.5	杭州国际马拉松	193.21
No.6	长沙国际马拉松	177.44
No.7	欢乐跑中国	173.39
No.8	上海国际马拉松赛官微	167.63
No.9	沈阳马拉松官微	167.34
No.10	TNF100	166.08



### 跑步爱好者

2015年10月24日，“跑战盛典”在北京奥林匹克公园激情开跑，打造史上最大规模的跑团聚会！

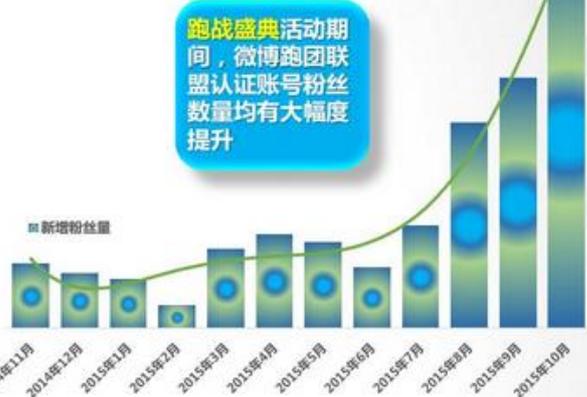
**线上打卡 线下嗨跑**

**9.21亿** 话题累计阅读量

**803万** 人次线上互动

“跑战盛典”期间  
微博跑步爱好者累计共同行走  
**13,121亿步**

#跑战盛典#



### 跑步爱好者

60.16% 39.84%

18岁以下 2.69% 5.82%

18岁-24岁 13.06% 23.40%

25岁-29岁 12.29% 19.69%

30岁-34岁 5.98% 6.37%

35岁-40岁

40岁-50岁

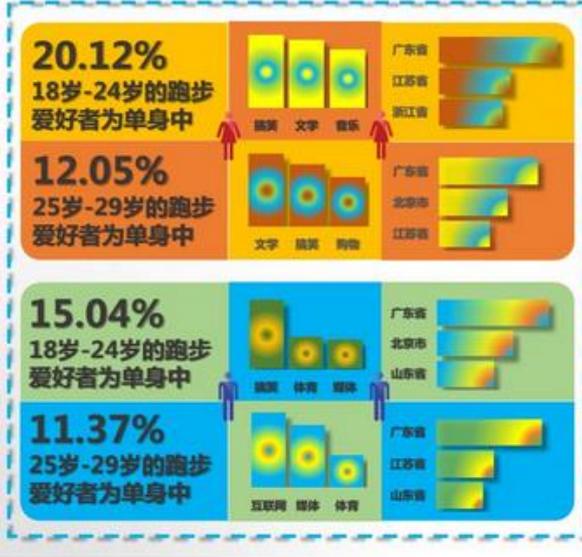
50岁以上

学历分布: 初中 4%, 高中 12%, 大学本科以上 83%

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

跑步爱好者

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



注:本页数据来源为“年度跑者调研”  
调研时间为2015年11月,有效问卷N=41,784份  
样本以排除不跑步的跑者

跑步爱好者

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



跑步爱好者

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 跑步爱好者

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 微博运动

新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



### 年度跑者调研

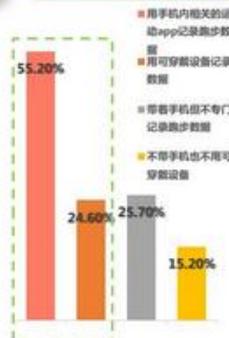
新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center

2015年11月进行的“年度跑者调研”，共收集微博网友问卷47,066份，其中有效问卷41,784份。根据根据调研数据显示：

超过80%的跑者更喜欢通过微博了解跑步相关内容

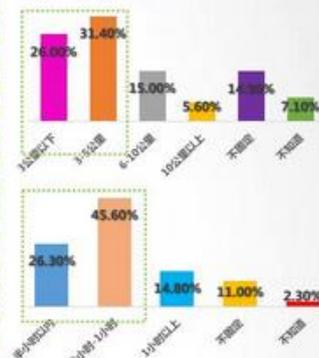


手机是跑者记录跑步数据的主要工具

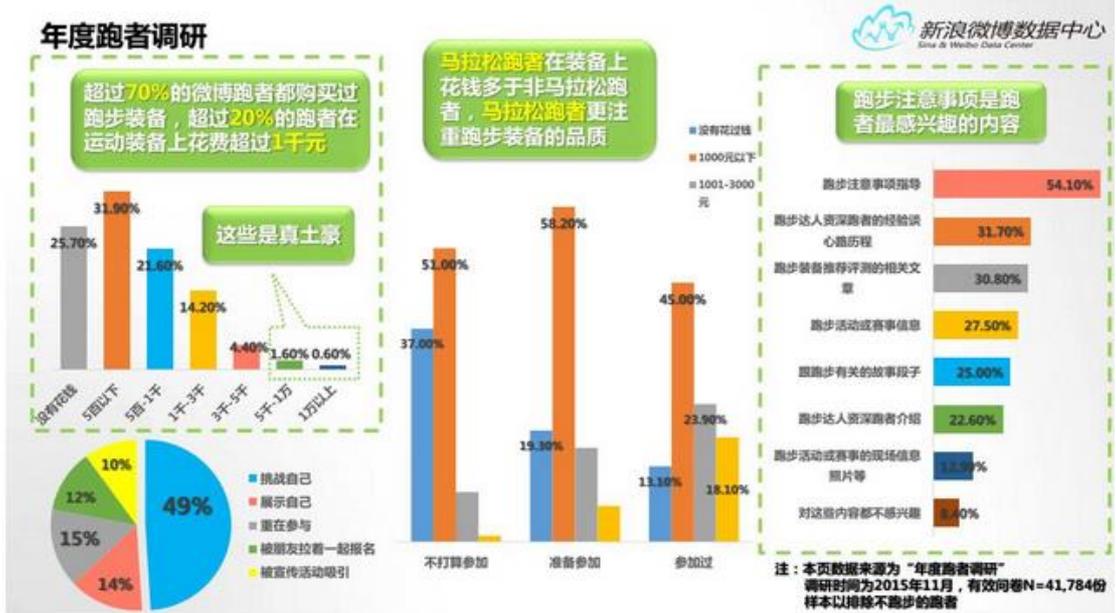


大部分的跑者在跑步时会记录跑步数据

大部分跑者每次跑步都在5公里以下，跑步时长在1小时以内



注：本页数据来源为“年度跑者调研”调研时间为2015年11月，有效问卷N=41,784份样本以排除不跑步的跑者



### 研究说明

- **影响力**：影响力来源于新浪微博数据中心的“微数据”产品，是根据活跃粉丝数、发布博文数、被转发数、被评论数等关键指标经过一些列计算得出的数值，是用来反映单个账号运营水平及用户反响的指标。关于更详细的影响力指标请点击：<http://mydata.weibo.com/>
- **互动指数**：是指转发量、评论量、点赞量之和，用来衡量博文互动情况。
- **热议数**：也称为提及度，是指某个关键词在原创博文和转发博文中的提及次数。
- **体育兴趣用户**：在微博中自定义标签和微博数据挖掘标签中包含体育以及其他体育相关标签的真实用户人群。

➢ 本报告用于统计2015年相关信息的数据取样时间范围为2014年11月1日至2015年10月31日。如无特殊说明，相关信息的数据样本均取自此时间范围。

➢ 为保证研究的有效性和完整性，具体的博文取样时间范围参考其所在分析页面的所示范围。

➢ 报告中的数据全部来源于新浪微博数据中心，并经过层层筛选。

➢ 《年度跑者调研》：2015年11月以微博调研平台问卷为基础，由@微博跑步、新浪微博UDC-客户体验中心共同调研而成。

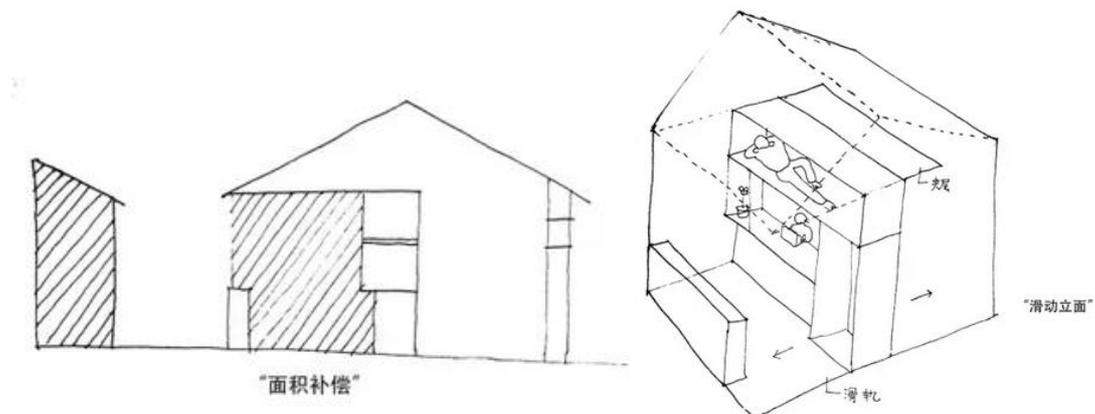
## 【每周一例】2016年四个中国新锐设计建筑 A+奖 (A+Awards) 的作品

### NO.1 谦虚旅社

老北京四合院，大多是独门独院的状态。后来，大杂院里来了一群年轻人，想在一些空着的房子里安营扎寨，建立青年旅社。可是院子已被居民搭建的小厨房占满，自行车停在其中，杂物四处堆放。

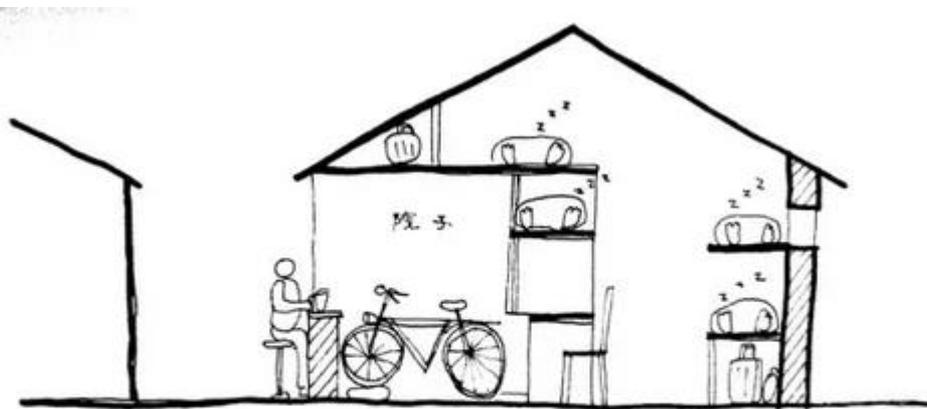


为了和老街坊和平共处，设计选择了“退让”的谦虚态度。通过一组带有床、写字台和门的可滑动立面，改变房间和室外面积配比，在没有那么多人居住的时候，把一定面积还给院子，用以“偿还”私搭厨房所占据院子的面积。





6~8 人居住



2~6 人居住

屋檐下的室外面积可以作为公共休闲空间使用，也可以用来停放自行车，也可能成为招待老街坊的室外吧台.....





## NO.2 胡同茶舍——曲廊院

胡同茶舍 ( Tea House in Hutong ) 位于北京旧城胡同街区内，用地是一个占地面积约 450 平米的“L”型小院。院子原本是某企业会所，后因经营不善而荒废。在搁置了相当一段时间之后，小院现在即将被改造为茶舍，以供人饮茶阅读为主，也可以接待部分散客就餐。



根据房屋的年代和使用价值，设计采取选择性的修复方式：北房以保持历史原貌为主，仅对破损严重的地方做局部修补，替换残缺的砖块。



同时，把建筑中的流线视觉化，转化为“廊”的形式，在旧有建筑的屋檐下加入一个扁平的“曲廊”将分散的建筑合为一体，创造新旧交替、内外穿越的环境感受，新与旧相互产生对话。





廊在原有院子中划分了三个错落的弧形小院，使每一个茶室有独立的室外景致，在公共和私密之间产生过渡。



曲廊的玻璃幕墙好似一个悬浮地面之上的弧形屏幕，将竹林景观和旧建筑形式投射到茶室之中。



### NO.3 哈尔滨文化中心

哈尔滨文化中心没有像其他大剧院一样,选址在城市的行政中心,作为一座孤立的都市地标而存在,而是以当地自然文脉为背景,让哈尔滨大剧院、职工文化艺术宫、万人广场和原生态湿地景观公园共同构成一个“文化岛”。



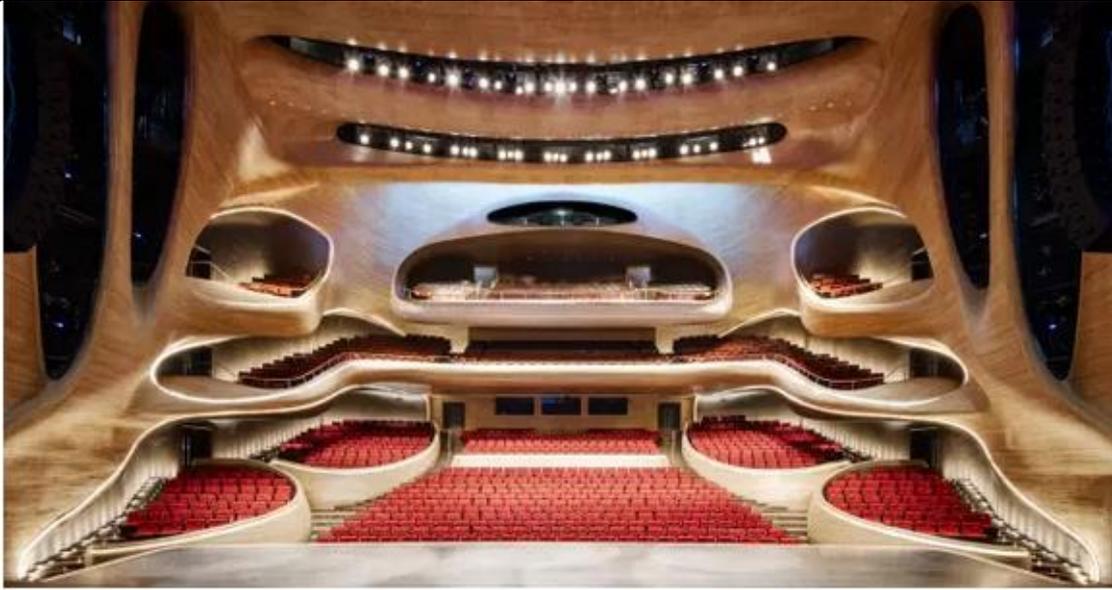


文化岛四面环水，以开阔的江岸为背景，犹如延绵的冰川彼此相连，在凝聚与流动之间浑然天成。



大剧院内部，大堂顶部巨大的天窗成为焦点，阳光通过天窗上金字塔般的结晶幕墙单元倾泻而入，洒满整个大堂。





#### NO.4 管·白塔寺

白塔寺区域作为北京市旧城更新的新来者，在北京设计周期间设置了临时信息中心来展示其更新策略。众建筑使用了风管这一随处可见的设备材料来制作这一区域的 logo 标识与一整套展示家具。



其中外立面“白塔寺”三个超大汉字使得公众能以不同方式立刻与这整个区域的空间产生互动，远可作为标识被看到，近可利用内置的六组潜望镜看到 700 年前的白塔寺，看到 50 年代社会主义大楼，看到街道行人。同时，这组装置的底部还可作为街道沙发，供人休息与观看

折射镜面。



在不同楼层，利用风管设计制作了互为组合的展台与展板系统，以及吧台，座椅与休息接待台等家具。

