

喜马拉雅平台听单的运营体系研究

22级新闻与传播（品牌营销传播方向）



申请人：严心怡



指导老师：马澈

目录

01. 研究背景及意义
02. 研究设计
03. 研究成果展示
04. 研究结论

研究背景及意义

研究背景

为了发挥平台创造连接的作用，促使内容创作者创作出更多优质内容，使用户在平台的内容需求能够被满足，平台需要尽可能追求精准匹配的效果，最终达成交易的目的。因此平台需要不同的推荐形式，让不同的内容触达不同的人群。

听单是喜马拉雅平台在多种推荐场景下选择展示给用户的一种推荐列表，每个听单都有相应的标题和推荐语，听单类型有声音听单或专辑听单。目前，喜马拉雅站内正在进行推荐分发的听单均为平台所创建，并在首页和各频道占有一定的推荐位，平台同时采用算法推荐与人工运营的方式对听单进行内容组织和更新。

本文将喜马拉雅平台的听单作为主要案例对象，并对比其他内容平台听单的特征，对听单目前运营体系进行梳理与分析，指出可能存在的不足之处，探讨听单的全流程运作，分析影响听单推荐列表数据的因素，为喜马拉雅平台改进听单的运营方式提供参考。

研究意义

相对于从学术角度对内容平台的研究和分析，本文更大程度上从实践角度和目的出发，以喜马拉雅听单为主要调研与分析案例，最终形成的报告内容对平台的听单推荐机制更具有针对性，也能为其他互联网内容平台提供参考作用。

由于喜马拉雅平台中的内容同时包括PGC、UGC和PUGC（Professional User Generated Content，专业用户生产内容）三种，平台的内容推荐方式兼具人工运营与算法推荐，因此选择喜马拉雅作为主要的调查对象具有一定的代表性。

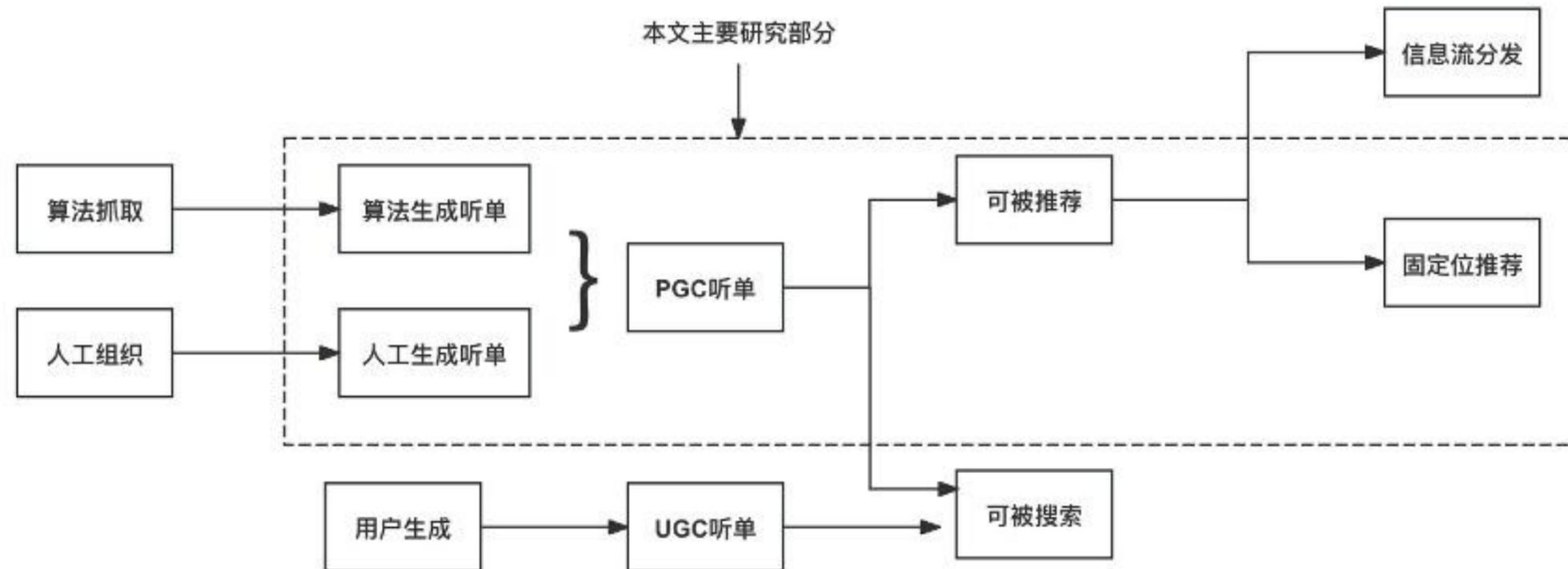
研究听单的运营手段和流程，有利于内容平台优化推荐算法，筛选更优质内容，对用户进行更精准的推荐，在推荐列表的标题、标签、推荐语等方面的设计上更具有针对性，并在运营工作中做出相应的调整，因此本文具有一定的研究意义。

研究设计

研究对象说明与界定

本文的研究对象为喜马拉雅平台听单运营体系。对于运营体系，本文将分为功能运营和内容运营两部分进行展开讨论，功能运营涉及听单产品的功能设计、不同类型，及与其他平台听单相比的异同点。内容运营主要围绕听单生成与推荐展开，包括听单内的专辑选取、主题与简介拟定以及后续更新等部分。

下图展示的是喜马拉雅平台听单生成和推荐的运作流程，需要说明的是，虚线框处为本研究的主要分析部分，即关于听单的人工可运营部分，其余部分仅作简要描述与说明，不涉及算法生成和推荐的底层逻辑，也不探讨用户生成的听单。



研究方法

参与式观察

从2023年8月24日至10月24日，本人对有声书运营部门的听单运营动作进行持续跟踪记录，数据和资料来源包括整理钉钉工作群中与听单相关运营信息、文件、周报、公告及活动措施等。

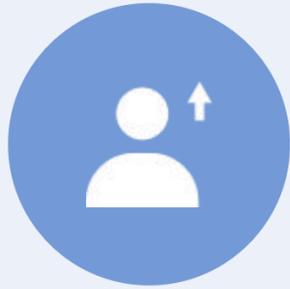
案例分析法

以喜马拉雅平台的听单为研究对象，对观察记录收集得到的听单运作流程，以历史视角分析听单产品的演变过程，以比较视角分析听单与其他内容平台推荐列表的异同。

统计分析

对于收集得到的听单数据进行统计分析，对各变量进行分类编码和统计，采用SPSS26.0对听单数据进行描述统计、相关性分析和回归模型构建，搭建关于听单数据的多元回归线性模型。

研究执行



样本选取及其合理性

听单每日数据情况，包括听单的标题、曝光PV、点击PV、播放PV、收藏PV等综合数据，通过喜马拉雅数据后台进行数据采集，共计得到55000个条目的数据，分别为980个听单每天的分发数据。选择有声书频道的听单数据合理性在于：一方面，有声书频道每周活跃用户量为55万至65万之间，为喜马拉雅平台用户量最多的频道；另一方面，有声书频道的听单包含各个长度层级的内容，一定程度上可以代表全平台的声音内容。



功能建设类目建构说明

根据狩野纪昭的KANO模型，主要对用户需求和优先程度进行排序，以分析用户需求对用户满意的影响为基础，体现了产品性能和用户满意之间的非线性关系。本文参考该模型，将调查的平台推荐列表的功能划分为：基本型功能；期望型功能；魅力型功能，以此对三个平台推荐列表的产品功能进行分类探讨，以期听单的功能建设提供参照。

研究成果展示

喜马拉雅平台听单的功能运营

基于对KANO 模型构建的功能建设构建的框架，可以从基本型功能、期望型功能、魅力型功能三个维度较好反映音频与网络文学平台内容推荐列表的功能建设的层次水平。本文选取喜马拉雅平台的听单，网易云音乐平台的歌单，以及网络文学内容平台番茄小说的书单分别对比，从内容栏目、互动界面两个层面对内容推荐列表的功能建设进行分割，形成较为完整的框架。

		基本型功能	期望型功能	魅力型功能
喜马拉雅听单	内容栏目	搜索、简介、收藏管理列表	首页推荐	
	互动界面	点赞、评论、分享、收藏、订阅、一键播放、关注	找书话题推荐	
网易云音乐歌单	内容栏目	搜索、简介、收藏管理列表、歌单播放历史	分类、首页推荐、个性推荐、相关推荐	每日推荐、个性电台
	互动界面	点赞、评论、分享、收藏、订阅、一键播放、关注	评分	UGC歌单发布于推荐
番茄小说书单	内容栏目	搜索、简介、收藏管理列表、书单浏览历史	分类、评分显示、题材显示	推荐理由、书友热读榜
	互动界面	点赞、评论、分享、收藏、订阅、关注	找书话题推荐	UGC书单发表（回答、推书、提问）

喜马拉雅平台听单的内容运营

1、听单生成：内容组织与更新

听单类型	AI听单	人工听单
标题	简略、模版化	包含关键信息
简介	无	详尽、补充说明
声音/专辑标题	含无意义数字等	包含关键信息
内容排布逻辑	1、分组杂乱无序 2、与主题不相关内容 3、不包含推荐理由	1、分组有序 2、内容与主题强相关 3、含推荐理由

AI听单与人工听单比较

喜马拉雅平台听单的内容运营

2、听单推荐：多维度运营场景

- (1) 搜索界面关联
- (2) 作者合集
- (3) 文字栏目入口
- (4) 会员精选界面



听单文字栏目入口



以作者“尾鱼”为关键词的搜索聚合界面

喜马拉雅听单数据的影响因素

1、影响听单数据表现的因素

(1) 曝光因素

- 算法推荐：流量分配不均
- 消费场景：节假日平台整体流量波动
- 听单位置：听单入口位置有限

(2) 点击因素

- 听单题材：题材内容是用户选择专辑的最主要因素
- 听单主题：吸引用户点击的主要要素

类型	具体表现	举例
内容题材	1、题材背景	“高分推荐，军旅题材有声书”
	2、情节发展	“超强兵王，一路虐渣”
	3、悬念铺垫	“不听到最后，不知道谁才是凶手！”
用户场景	1、区分目标用户人群	“推荐给70岁长辈的听单”
	2、结合生活场景	“深度睡眠，重度失眠者专用听单”
	3、夸张修辞	“一辈子都要听的真理”
口碑热度	1、结合热点，紧跟时事	“从中东看世界：听懂巴以冲突”
	2、口碑平台或机构	“人民日报力荐图书，收藏慢慢听”
	3、知名人物或作者	“侦探女王阿加莎经典作品集”
系列更新	1、持续更新系列听单	“上新榜VOL. 69每周爆款新书都在这”
	2、特殊节日活动	“国庆限免：300本精选小说免费畅听”

听单主题分类统计

喜马拉雅听单数据的影响因素

2、构建听单播放数据模型

点击PV与曝光PV的VIF为5.3<10，可以进行进一步的回归模型构建。

根据文中模型，播放PV为因变量，自变量为点击PV和曝光PV，构造多元回归模型进行分析。

点击PV与曝光PV的显著性都为0.00<0.05，说明两个自变量与播放PV显著相关，根据以上结构，得到的回归方程表达式为：

$$\text{听单播放PV} = (-0.009) \text{ 曝光PV} + 4.474 \text{ 点击PV}$$

模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性	共线性统计	
		B	标准错误	Beta			容差	VIF
1	(常量)	60.651	305.148		.199	.842		
	点击PV	4.474	.106	1.050	42.089	.000	.189	5.300
	曝光PV	-.009	.002	-.123	-4.914	.000	.189	5.300

a. 因变量：播放PV

模型	R	R 方	调整后 R 方	标准估算的错误	德宾-沃森
1	.941 ^a	.885	.885	8803.692	2.006

a. 预测变量：(常量), 曝光PV, 点击PV

b. 因变量：播放PV

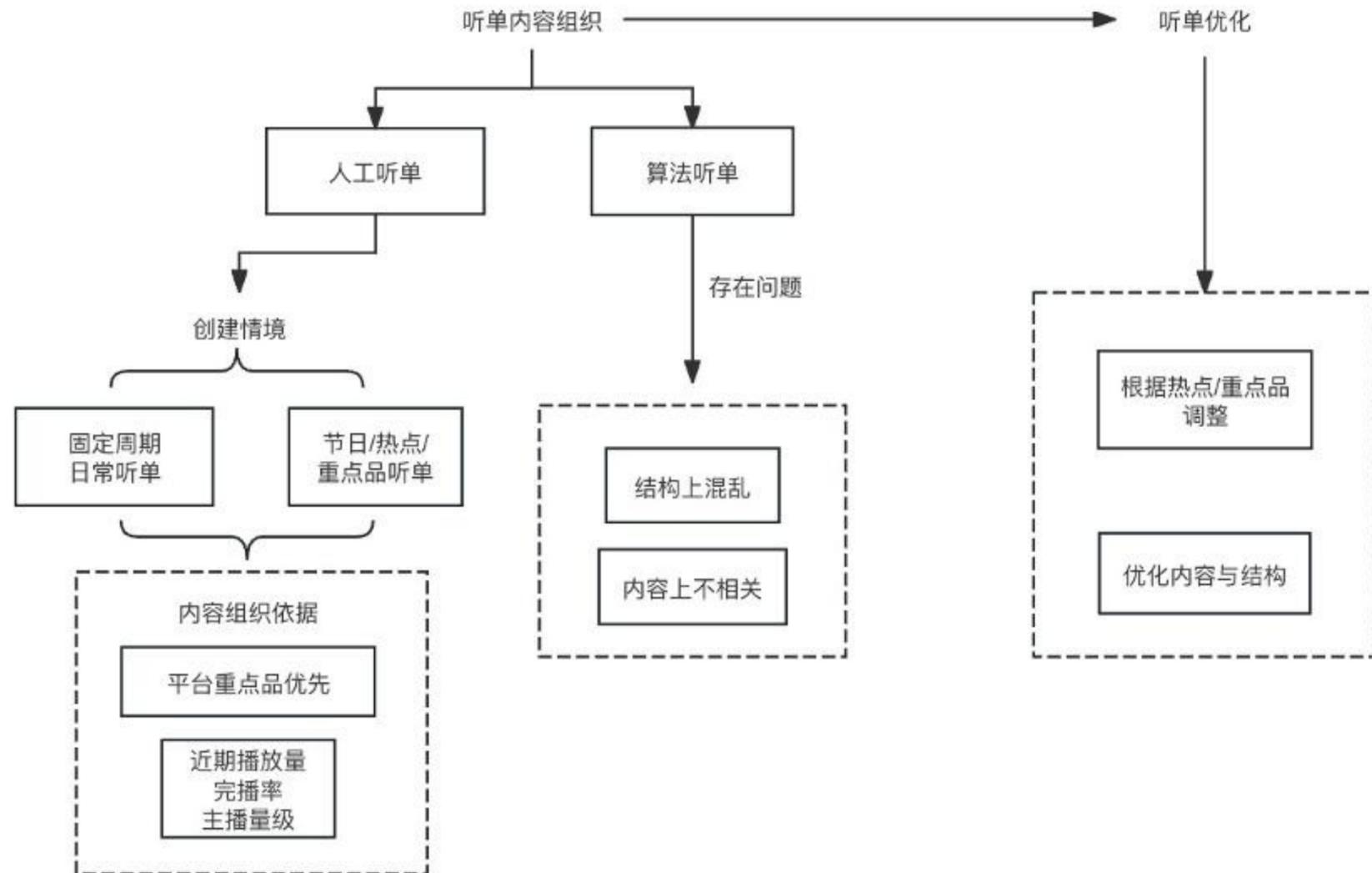
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性	共线性统计	
		B	标准错误	Beta			容差	VIF
1	(常量)	60.651	305.148		.199	.842		
	点击PV	4.474	.106	1.050	42.089	.000	.189	5.300
	曝光PV	-.009	.002	-.123	-4.914	.000	.189	5.300

a. 因变量：播放PV

研究结论

平台听单内容组织与优化机制

由于平台大量的听单都是由人工创建并组织内容，本文对喜马拉雅听单的组织 and 优化机制进行归纳整理



听单的组织方式主要分为人工与算法两种形式。算法生成的听单主要基于专辑标签进行内容组织，从结构上看较为杂乱；从内容上看声音内容与主题不甚关联。人工创建听单的情境一种为固定周期的生产；一种根据节日、专辑上架以及热点临时组织内容。

听单的优化工作由人工负责。一方面，算法生成的听单在内容结构和排序不理想；另一方面，出于追随热点的需要，运营部门会即时对已有听单按需调整。

平台听单存在的问题

1、听单生成：算法生成听单质量参差，人工选取专辑集中

算法生成听单质量参差

算法生成的听单质量较低，用户所需要的关键信息无法被算法抓取或自动生成，在提升专辑或声音的播放数据以及付费转化上起到的作用较小，且可能给用户造成平台专业性有限的错觉。而人工进行包装需要耗费较多的人力资源，如果后续算法生成的听单依然需要大量人工校正，那么算法生成听单这个流程是否具有意义则有探讨空间。

人工生成听单专辑选取集中

由运营人员创建的听单收录的专辑多为头部专辑，主要宣传平台重点专辑、影视热剧合作专辑、上榜专辑或是头部主播团队录制的专辑，对于中尾部专辑的选取数量较为有限，使这些专辑得不到曝光机会。一方面，选取重点专辑是出于与利益合作方的考量，为平台创造更高的收益；另一方面也说明了，平台中尾部专辑无论在制作的质量还是配音的专业度上，相比于头部专辑明显逊色

平台听单存在的问题

3、听单用户：相比于其他平台，互动积极性较低

用户生成听单不被推荐

目前喜马拉雅平台的用户生成听单不被算法推荐。就算是在官方创建的听单中，也少有用户进行评论或是点赞行为，说明用户在听单产品的互动意愿并不高。为了激发用户分享的积极性，平台可以采取流量等方式进行奖励，鼓励用户创建高质量听单，帮助专辑得到更多呈现机会。

用户分享意愿不高

相比于其他平台，用户在喜马拉雅平台中的主动行为较不足。相较于番茄小说书单与网易云听单，喜马拉雅用户在听单上的评论、点赞和收藏等互动量较低。喜马拉雅虽然也建立了“书荒广场”，但对于积极分享书单或专辑的用户未能建立长效的奖励机制，用户主动建立话题的积极性不够高。

感谢观看

22级新闻与传播（品牌营销传播方向）



申请人：严心怡



指导老师：马澈