



汽车行业微博月度监测报告

2012年10月

益普索

微博介绍 及研究方法

微博介绍

- 微博是一种基于互联网技术的社交网络平台，它形式精简，功能强大，文字、图片、音视频等多媒体信息俱可即时分享，成为企业与公众零距离沟通的一个重要平台
- 在微博平台上，公众不仅是信息的受众，更是重要的信息制造源和传播者
- 截止**2011**年底，中国网民规模突破**5**亿，微博用户数量已达到**2**亿以上，比**2009**年底增长了**208.9%**，在网民中的使用率从**13.8%**提升到**40.2%**，微博的影响力日益扩大



监测范围和研究方法

- 监测范围是国内四大微博平台：
 - 新浪微博（weibo.com  ）
 - 搜狐微博（t.souhu.com  ）
 - 网易微博（t.163.com  ）
 - 腾讯微博（t.qq.com  ）
- 设定汽车行业相关关键词，并取出所有符合要求的微博信息
- 整体化自动进行话题分类及热词分析
- 样本手动分析：
 - 首先随机选取150条个人账户发表的微博内容
 - 标识出样本微博中的关键词和热词
 - 分析样本的热词类型，如是用车感受还是服务感受
 - 确定样本内容信息的正负面倾向及内容指向

报告说明

- 报告共分两部分：**汽车行业提及率监测** 与 **汽车行业话题监测**
- 汽车行业提及率监测包括
 - **品牌提及率**，指汽车品牌如：大众、通用等在微博中的提及次数
 - **厂商提及率**，指汽车厂商如：一汽大众、上海通用等在微博中的提及次数，且厂商提及将同时被计入品牌提及率，比如“一汽大众”的提及也被计入“大众”的提及
 - **车型提及率**，指车型名称如：速腾、福克斯等车型名称在微博中的提及次数
 - 报告期内Top5厂商**每日微博提及率变化**
 - **Top10车型热词提及**，指提及率Top10的车型，其相关微博中的热词分布情况分析
 - **Top10车型调性分析**，指提及率Top10的车型，其相关微博所表达的评价或情绪的正负面分析
- 汽车行业话题监测包括
 - 报告期内由汽车厂商官方账号发起的**#微博话题#** 或 **#微博活动#**的响应热度排名，并对热点话题的响应人群进行分析
- 本期数据监测时间：**10月1日——10月31日**



汽车行业提及率 监测

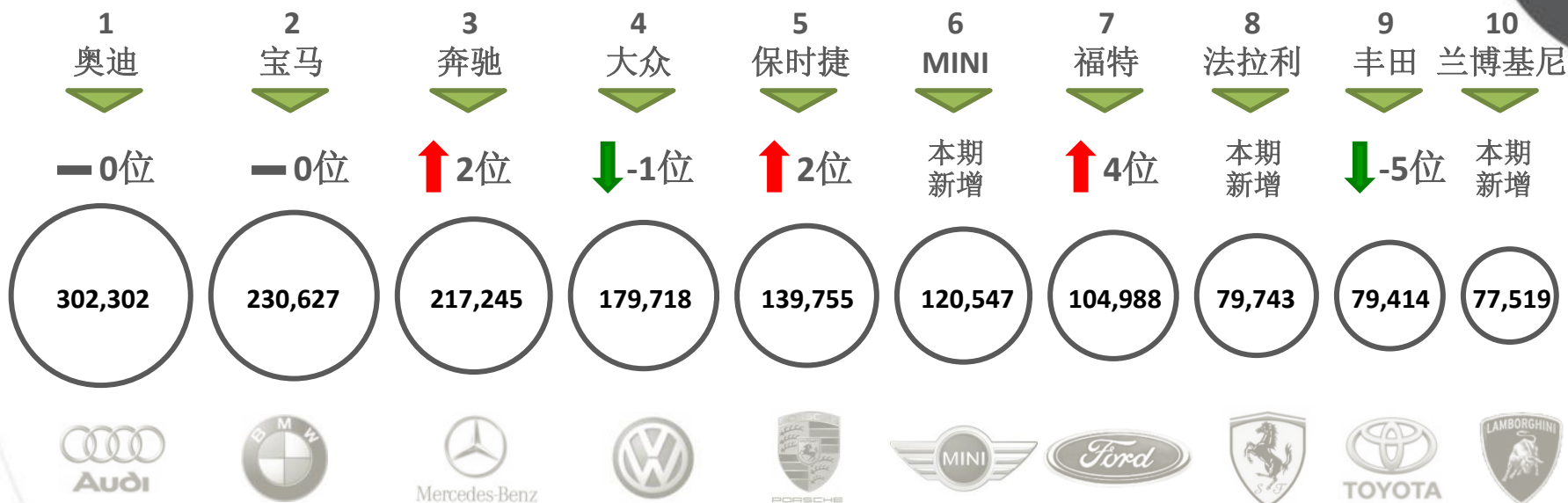
厂商和车型微博热词云

- 本月微博中豪车品牌依然是提及率较高的热词，海外和国内的车展让诸多知名的豪车品牌如宝马、奥迪、保时捷、兰博基尼等成为讨论的话题，同时“动力”、“引擎”、“最大功率”、“iPod”等表述性能装备的热词提及率也较高

车展 性能 本田 司机 SUV 宝马 奥迪 行车 新款
召回 大众汽车 试驾 引擎 概念车 宝马汽车 最大功率
别克 保时捷 扭矩 新车 现代 英菲尼迪 MINI 雷克萨斯 内饰
日产 福特 兰博基尼 驾驶 雪佛兰 奔驰 AMG 跑车
沃尔沃 东风汽车 动力 法拉利 大众 功率 iPod 丰田

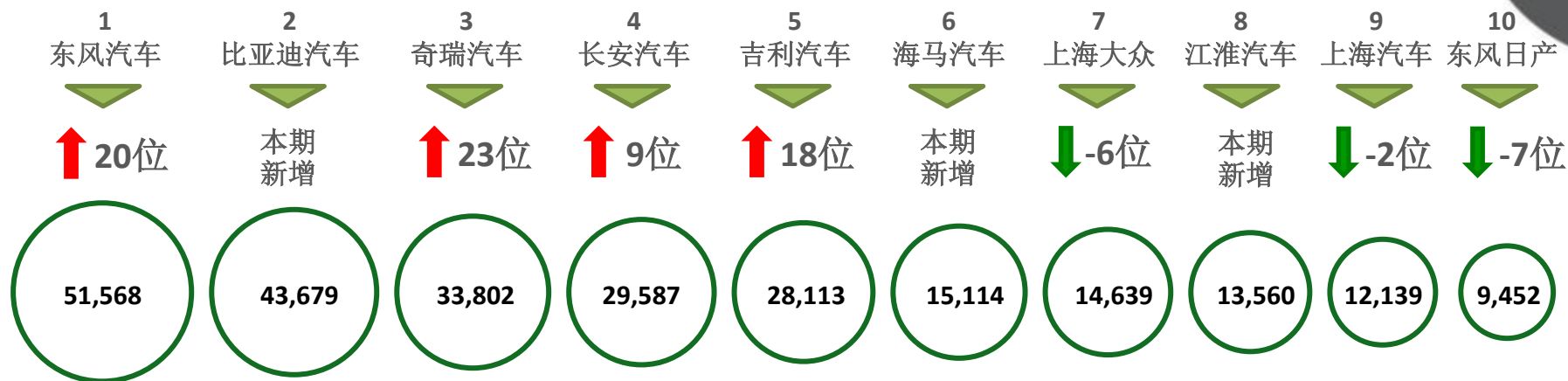
品牌提及TOP10

- 本月豪华品牌声量大涨，**奥迪、宝马、奔驰**三大德系豪华品牌提及率排名分列前三，**保时捷、法拉利、兰博基尼**三大豪华跑车品牌亦各占一席，自主品牌依旧没有进入前十
- 与上月Top10品牌相比，**丰田**提及率排名**下降**最多，跌至第9位



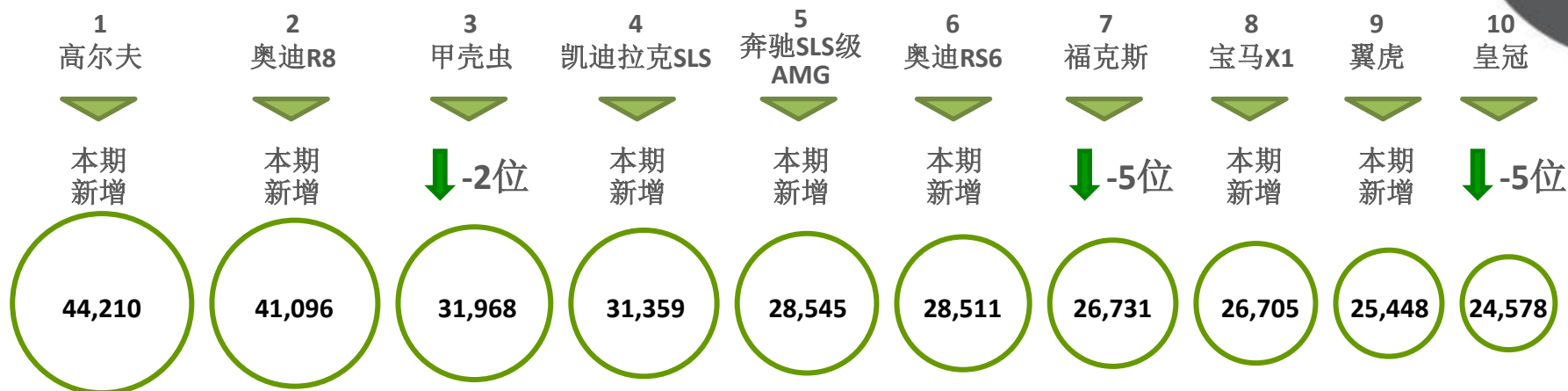
厂商提及TOP10

- 10月：自主品牌厂商集体发力，有8家自主品牌厂商提及率排名进入前十，东风汽车、比亚迪汽车、奇瑞汽车分列前三
- 合资厂商：上海大众与东风日产虽仍排在前十，但是排名下降很多
- 与前几期厂商提及率排名相比，有3个自主品牌企业首次进入Top10，分别是比亚迪汽车、海马汽车及江淮汽车



车型提及TOP10

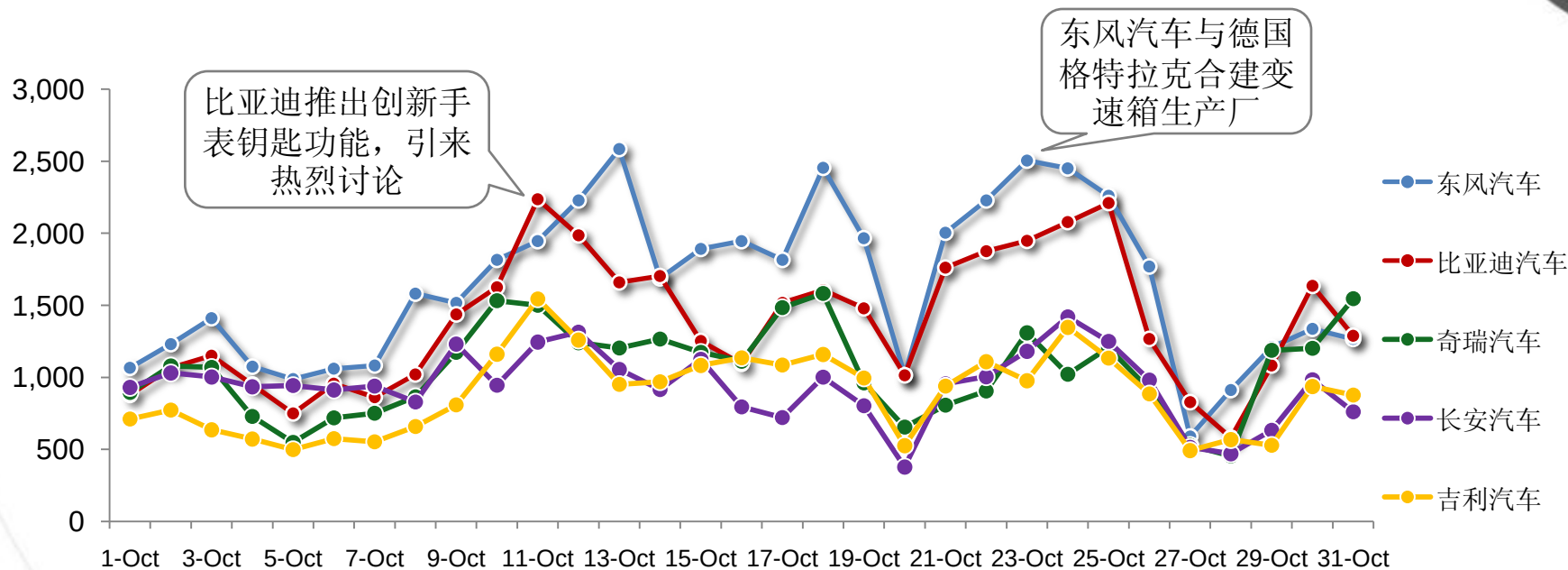
- 10月：本期有7个新增车型进入Top10，其中高尔夫提及率排名第一
- 大众系车型依旧表现抢眼，Top 10中占据4个席位
- 与上月Top10车型提及率排名相比，本月排名靠前的多为新进榜车型，本月仍在Top10中的甲壳虫、福克斯、皇冠提及率排名均有所下降



TOP5厂商每日提及率对比

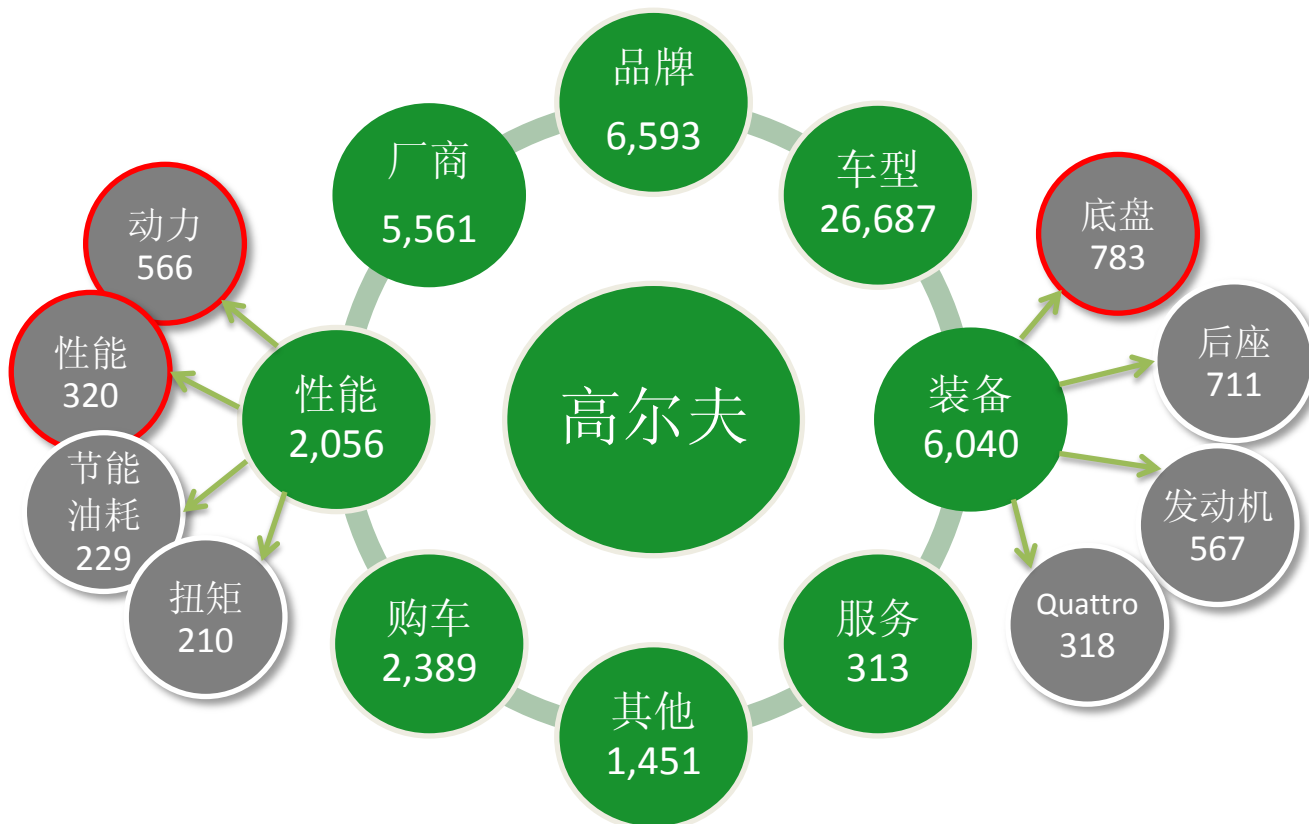
- 10月：Top5厂商在4大微博平台上的日均提及率为1,181次/天，比上月的日均提及量有显著提高
- 东风汽车与德国格特拉克合建变速箱生产厂的新闻被多次转发和评论，使得东风汽车本月微博曝光率大涨，23日达到最高值2,505次/天，东风汽车旗下多个企业和车型的相关新闻、活动也推高了东风汽车的提及率

9月 Top5厂商每日微博提及率变化



TOP10车型热词分布-高尔夫

- 大众高尔夫的相关微博中，除车型品牌类热词外，装备和厂商类热词也较多
- 装备类词中：底盘、后座、发动机等装备是网友谈论较多的话题；而性能类词中，由于高尔夫GTI小钢炮声名在外，所以“动力”、“性能”等词汇被提及较多



提及TOP10车型调性分析-高尔夫

- 负面：比例约**3.3%**。对高尔夫不满的声音主要集中在其价格上，网友认为其优惠幅度相比其他大众车型太少
- 正面：比例约**8%**。提及较多的是其外观好，又安全



@ 1313743450

炫霓

为什么速腾能便宜一万，而**高尔夫**只能便宜4000？！😭

10月5日 11:22来自新浪微博

负面



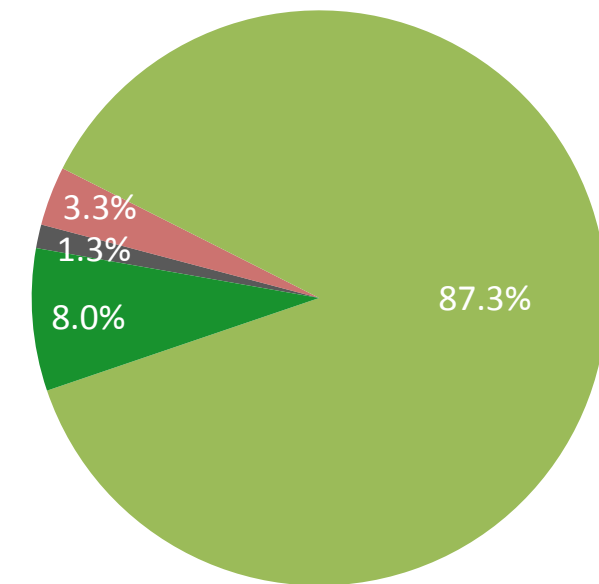
@ 1745697530

谁是陈龙啸

买车就要买大众**GOLF**。。连撞四个塑料隔离带，三根铁质隔离棒，外观无损。@Barbran @梁琪浩说陈丹是笨蛋 @陈仁安-想好好拍照 @王双飞再苦也就一年 @Yvonne_Yeah @-逸琪喜欢云淡风轻 @金暴力today @阿许阿杰

10月12日 22:50来自S60客户端

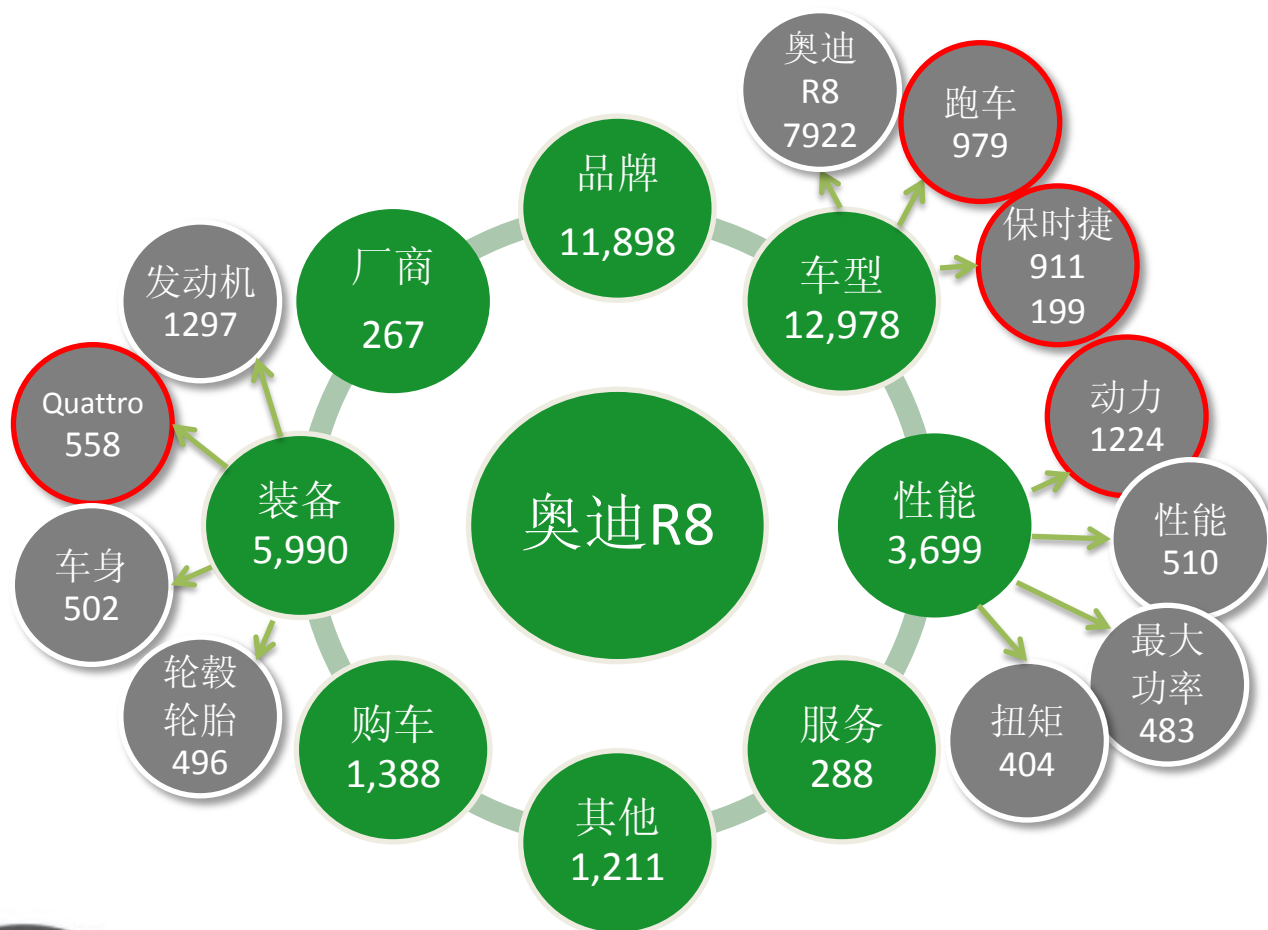
正面



■ 混合 ■ 负面 ■ 中性 ■ 正面

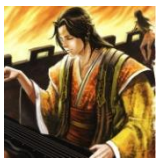
TOP10车型热词分布-奥迪R8

- 奥迪R8的车型类热词提及占34%，除自身提及外，主要提及的有同为“跑车”的“保时捷911”等车型
- 装备类：R8作为奥迪旗下首款中置引擎超级跑车，“发动机”、“Quattro”等词提及率较高；同时，性能类词中，“动力”、“最大功率”等词较受关注



提及TOP10车型调性分析-奥迪R8

- 负面：比例约**0.7%**。网友对奥迪R8负面评论极少
- 正面：比例约**14%**。网友多数是对奥迪R8的憧憬和羡慕，最多的评论就是“帅”“酷”



@ wuliao zhishen

苏子杰

我去！什么玩意啊~~**奥迪R8**既然跑不过奔驰 sls amg，我去！！！！失望了！

10月17日 18:35来自QQ空间说说

负面



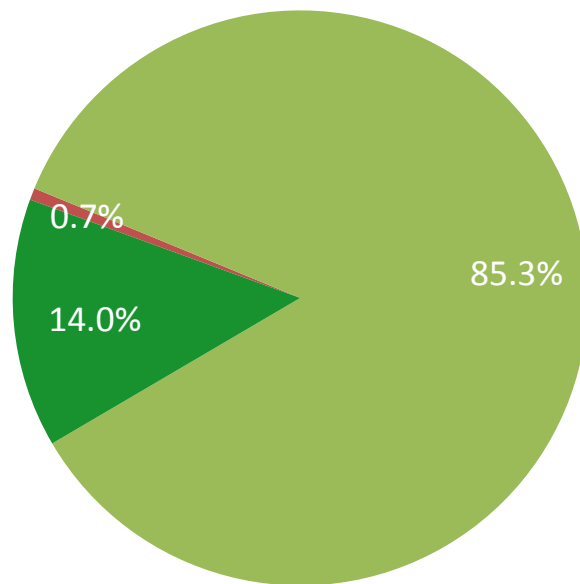
@ 2707691702

青子紫

德国改装厂 Graf Weckerle推出一款**奥迪R8** Collection Sport，简直是美学和性能的升级，其中轮毂帅呆了！！😍😍

10月18日 17:47来自Android平板客户端

正面



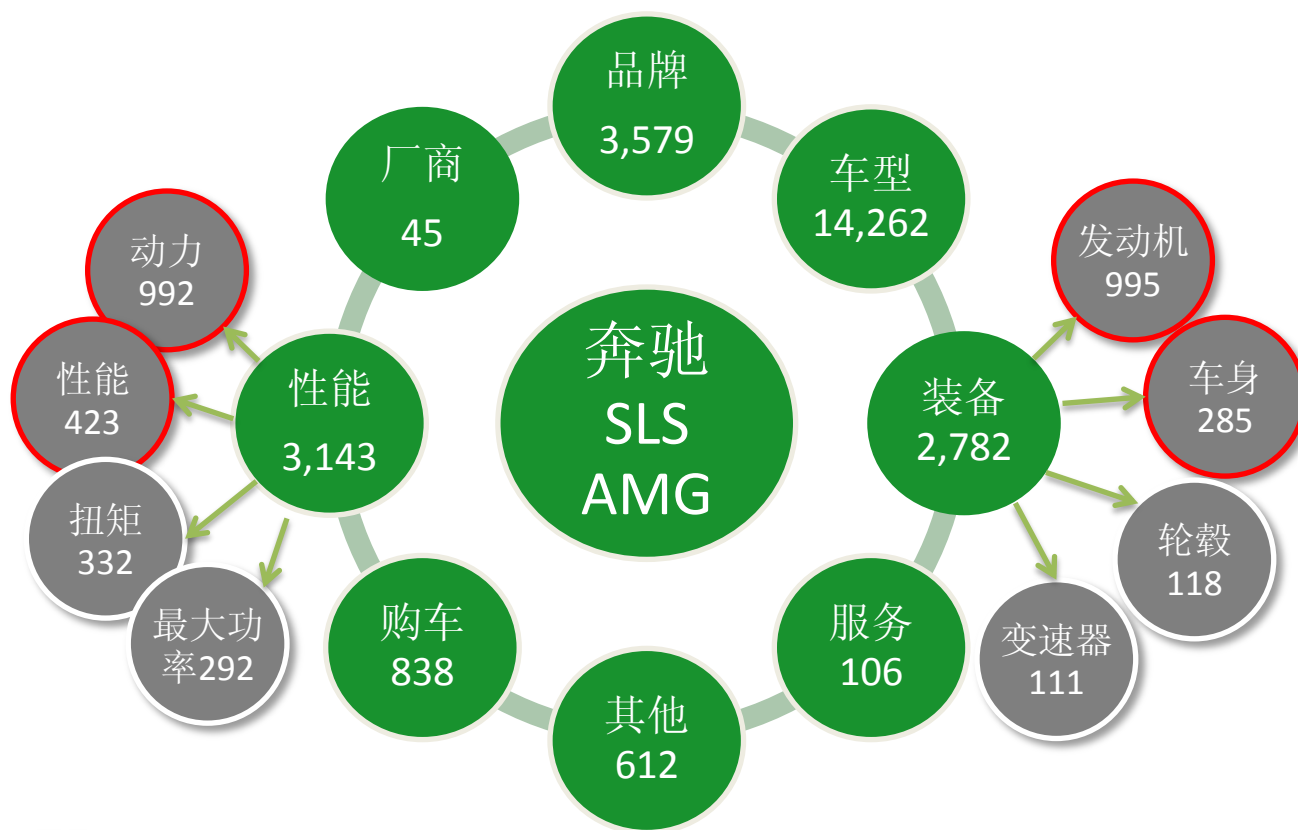
负面

中性

正面

TOP10车型热词分布-奔驰SLS AMG

- 奔驰SLS AMG的相关微博中提及比例较高的是车型类、品牌类和性能类词
- 装备类：“发动机”、“车身”等词提及率较高
- 性能类：作为一款豪华改装跑车，奔驰SLS AMG的“动力”、“性能”、“扭矩”等话题也较受关注



提及TOP10车型调性分析-奔驰SLS AMG

- 负面：比例约**0.7%**。奔驰SLS AMG的负面评论极少，只有路试的车祸报道
- 正面：比例约**8.7%**。正面评价较多集中其超级跑车的性能以及独特的车门造型

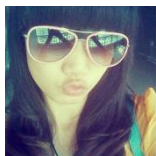


@ 1240779204
宇林1

发表了博文 《2014款奔驰SLS AMG德国路试发生车祸》 - 昨日，本博客报道了2014款**奔驰SLS AMG**黑色系列车型在德国赛道路试的谍照，但是好景不长，路试的时候发生车祸，导致车毁还好人员没有 <http://t.cn/zllQRex>

10月12日 08:31来自新浪博客

负面



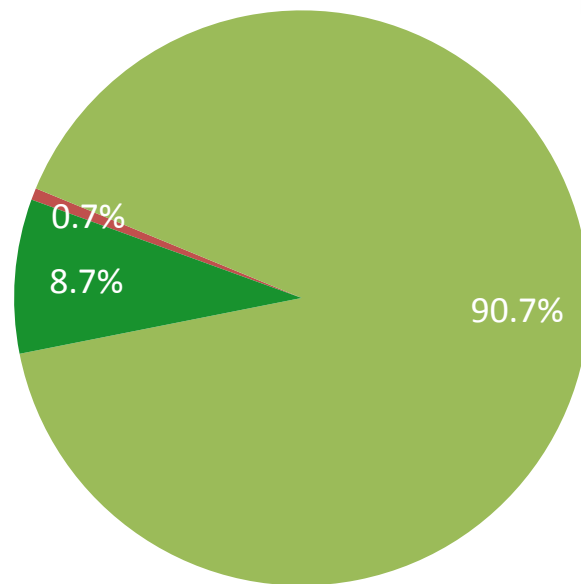
@ z1270701099
张蕾

喜欢鸥翼车门 我的**奔驰SLS AMG**等我中五百万一定带你回家



10月26日 10:47来自QQ空间说说

正面



■ 负面

■ 中性

■ 正面

汽车行业话题监测

10月官方微博热点话题TOP10

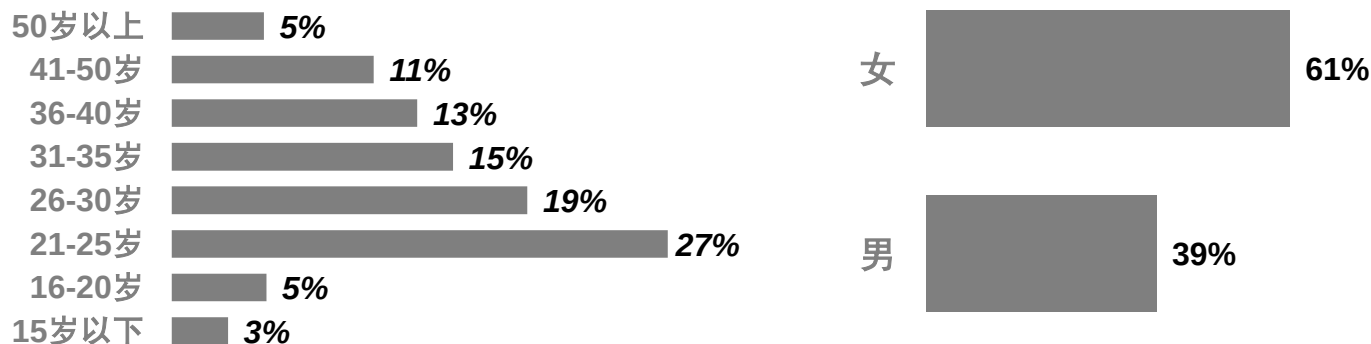
- 10月的Top10官方微博热点话题中，通用系厂商发起的话题略占优势，有3个话题活动的参与热度排名靠前
- 同时亦有3个自主品牌厂商发起话题排名进入了前十，力帆汽车的X60俄罗斯上市有奖转发活动甚至进入了前三，该活动既有iPhone手机奖品又是为民族企业加油，短短一周时间就吸引了5万网友的积极参与，品牌宣传效果较好

排名	话题名称	微博数	响应人数	转发数	评论数	(转发+评论)总数	厂商
1	新MAZDA2全国上市	22	97599	187804	184117	371921	长安马自达
2	坚持那件小事	1	69038	114163	115144	229307	上汽通用五菱
3	为力帆X60俄罗斯上市加油 赢IPHONE4S	1	54072	87500	82680	170180	力帆汽车
4	追逐无限十二星座微电影	12	84227	106528	14342	120870	上海通用
5	全新同行一起同寻	1	54936	60335	51392	111727	起亚汽车中国
6	心回MALIBU	41	69148	96429	11888	108317	上海通用
7	CS35双城体验上市	161	43082	73006	7980	80986	长安汽车
8	全新桑塔纳	57	31259	42663	17252	59915	上海大众
9	奔腾全系促销季 微博转发有好礼	10	7082	30953	25244	56197	奔腾
10	福特嘉年华“灵动驾驭”大奖赛	26	19285	46337	9170	55507	长安福特

#新MAZDA2全国上市# 参与者的特征分析

- #新MAZDA2全国上市#的话题参与者：主要是20、30群体，其中21-30岁的年轻群体占比48%，31-40岁的青年群体参与者占比28%；马自达2作为一款代表活力时尚的紧凑型车，更加吸引女性群体，活动参与者中女性占比61%，高于男性（39%）
- 由于参与人群以女性为主，因此群体标签特征倾向感性，“真心”、“思念”、“恋爱”、“结婚”等标签词较多

年龄
和
性
别
分
布



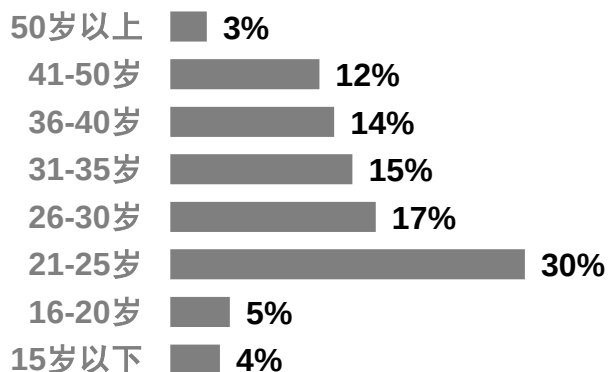
标
签
云

工具 单身 思念 恋爱 车模 紧凑型车 福特 失望 马自达 年代 长安福特
 感悟 期盼 中型车 前轮 钥匙 结婚 信任 离异 长安马自达 轻信
 怀疑 心情 后轮 真心 英语 小型车 天蝎座 心理 包容

坚持那件小事# 参与者的特征分析

- 上汽通用五菱发起的**#坚持那件小事#**活动规则简单，主题贴近生活，受到许多年轻人的关注，参与话题的**21-25岁**的青年人占关注人群的**30%**，同时，**26岁**以上的各年龄段关注群体也不少；关注人群中女性人群（**64%**）高于男性
- 参与人群的年龄分布广泛，标签中既有“思念”、“恋爱”等感性类词，也有关注如“商用车”、“工具”等现实生活类的词

年龄
和性
别分
布



女

64%

男

36%

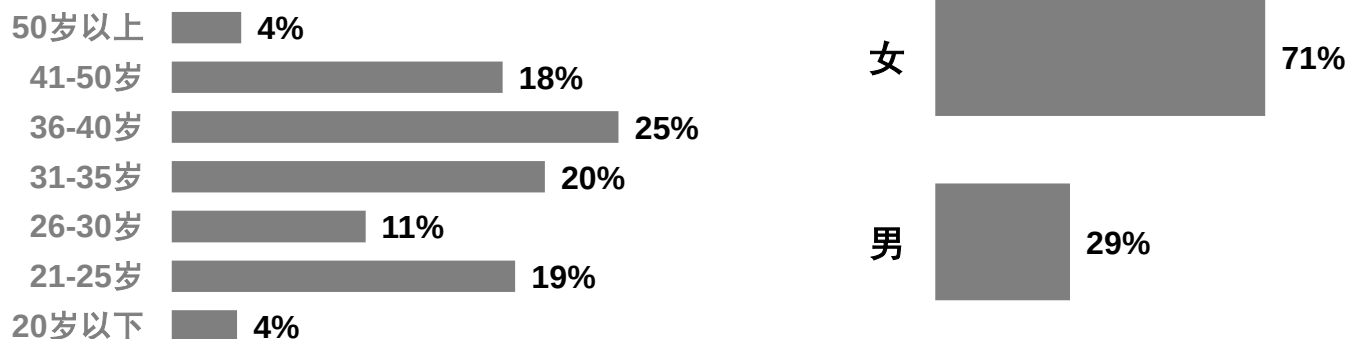
标
签
云



#为力帆X60俄罗斯上市加油 赢IPHONE4S# 参与者的特征分析

- 力帆汽车作为知名自主品牌，发起的#为力帆X60俄罗斯上市加油 赢IPHONE4S#活动除了奖品诱人，为民族企业在海外市场加油的主题也吸引了多个年龄层的网友参加，参与者中30岁以下群体占34%，31-35岁和36-40岁群体分别占20%和25%，41-50岁的中年群体也占到了18%；而关注人群中女性人群（71%）明显高于男性
- 参与人群中女性较多，标签词特征更加感性，对汽车相关的话题集中在“车模”、“商用车”，“力帆”等

年龄和性别分布



标签云



社会化倾听的应用

针对的是消费者生成海量的自发的、不受限的、非结构化的评论与信息

产品研发和改进

- 1 消费者需求及产品创新
- 2 新品上市和用户反馈
- 3 使用行为的研究

市场与营销

- 4 品牌地位
- 5 品牌健康度和消费者决策流程
- 6 营销活动的指导和效果跟踪

服务

- 7 满意度、服务体验和流程改进
- 8 企业声誉以及危机预警

益普索(Ipsos)汽车研究

益普索 (Ipsos) 汽车行业研究简介

<http://www.ipsos-gc.com/Auto>

益普索 (Ipsos) 汽车研究部在中国拥有强大的研究及客户服务团队, 运用集团先进的研究模型, 同时充分结合中国的消费者和市场状况, 为汽车零部件企业、汽车生产厂家、汽车销售渠道以及汽车售后服务商提供研究咨询服务; 包括新产品设计的评估和定位、价格测试、实车测试 (car clinic)、竞品比较、市场细分、目标用户的特征、神秘顾客、顾客满意度和忠诚度、品牌健康、概念测试、用户购买行为等; 通过“提供面向问题的解决方案”助力客户实现可持续发展。

关于益普索Social Listening社会化倾听

<http://www.ipsos-gc.com/digital>

Social Listening 社会化倾听是以各类社会化媒体(新闻, Blog, BBS, SNS, 微博等)为对象, 利用网络爬取技术和自然语言文本分析技术, 倾听网络中消费者的声音, 归纳他们对品牌的评价, 分析他们的情感倾向; **Social Listening**可以帮助我们碎片化的网络信息转变为知识和洞察。

益普索Ipsos三十多年消费者调研经验和充足的行业词库积累, 更准确契合客户需求。同时, 无论新闻、论坛、博客、微博还是SNS, 每天可监测关于品牌和产品信息高于600万条, 处理信息能力可达到1T。严密算法让软件自动抓取、过滤信息, 同时对应自有词库以保证词语识别的高准确率以及调性判断的正确率。成熟的网络技术可以确保按小时、按天、按周、按月实时获取数据。

关于益普索大中华区(Ipsos in Greater China)

<http://www.ipsos-gc.com>

益普索(Ipsos)是全球领先的市场研究集团, 于1975年成立于法国巴黎, 1999年在巴黎上市, 是全球唯一由研究专业人士拥有并管理的市场研究集团。益普索(Ipsos)目前拥有约16,000名员工, 服务5,000多个客户, 每年在全球84个国家和地区开展超过7千万次的访问、执行100,000多个项目。益普索(Ipsos)大中华区在上海、北京、广州、成都、武汉、杭州、深圳、香港和台北等9个城市设有分公司, 拥有专业人员约2,000名, 营业额超过10亿元人民币。

益普索(Ipsos)在中国为最大的市场研究公司。我们目前有研究专长的丰富的产品线和行业范围—研究领域覆盖广告和品牌研究(Ipsos ASI)、营销研究(Ipsos Marketing)、媒介研究(Ipsos MediaCT)、公众事务与社会研究(Ipsos Public Affairs)、满意度与忠诚度研究(Ipsos Loyalty)、数据采集与处理(Ipsos Observer), 汽车研究以及金融与服务研究。

我们的愿景坚定不移: 让研究成为洞察当代社会的最首要方法之一, 让益普索成为那些希望更好地了解世界的有识之士的战略合作伙伴。我们的雄心壮志是: 丰富并加强在各研究领域的产品, 为客户提供最上乘的服务。

我们遵守市场、民意和社会调查ISO20252及ESOMAR标准等相关法规和专业准则, 欢迎登录www.ipsos-gc.com了解更多关于益普索产品、服务及实力的信息。



益普索 汽车部

联系我们:

Vivien.fei@ipsos.com

Feiteng.zhao@ipsos.com

Herman.zheng@ipsos.com

Sheng.ye@ipsos.com

地址: 上海市南京西路1038号梅陇镇广场31层

邮编: 200041 传真: 86-21-22319999