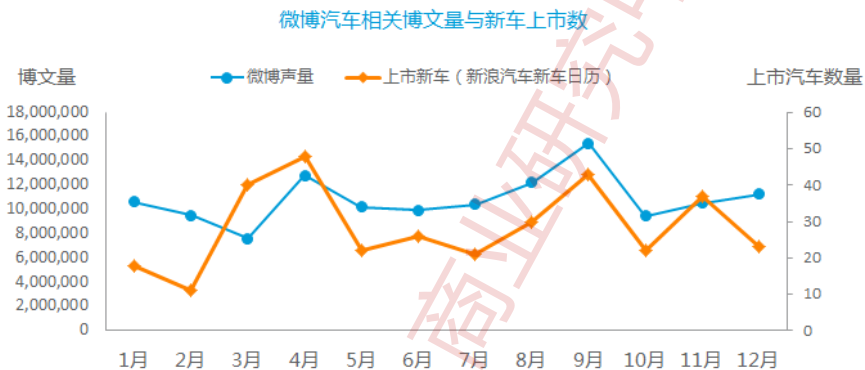


六、汽车行业微博舆情监测

1. 微博汽车相关博文量超过 1.3 亿，新车上市集中月份声量高

根据新浪全景大数据显示，2016 年全年微博汽车相关博文量超过 1.3 亿。回顾 2016 年，新车大量集中在 4 月和 9 月上市，微博作为汽车厂商新车上市营销的主要阵地，成功吸引了大量用户的关注与讨论，汽车博文量相应的在这两个月份攀至峰值。



数据来源：新浪全景大数据

2. 科技配置与动力系统：高声量好口碑

通过分析微博用户对汽车诉求点的讨论声量，我们发现动力系统、外观、科技配置和内部配饰是网友最关注的内容，而客户服务和内部空间的声量相对较小。

为了比较网友在微博平台上对各个主要诉求点的情感态度，我们定义了“好感度”这一指标，即“正面声量占正负面声量之和的比例”。通过计算各个角度的好感度可见，科技配置、动力系统、内部

空间以及安全性的好感度最高，而网友对客户服务和保养维修的满意度最低。

综合考量声量与好感度指标，科技配置和动力系统在声量和好感度两个维度上均有高于平均水平的表现，而内部配饰和外观虽然声量较高，但好感度却低于平均水平，满意度有待提高。

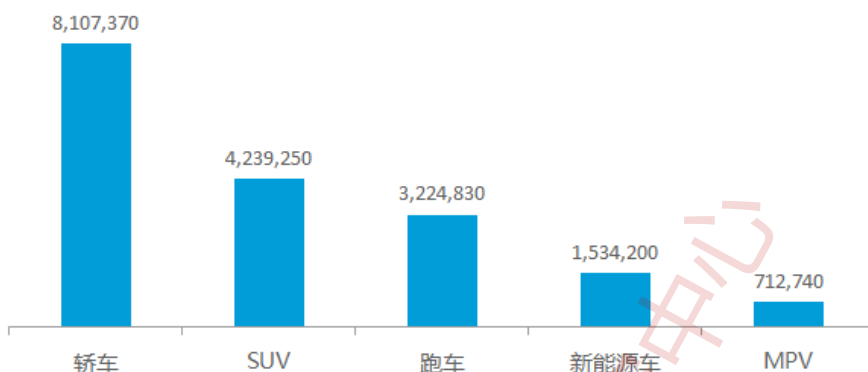


数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

3. 车型声量与好感度概览

回顾 2016 年的汽车销量情况，轿车依然是中国用户的首选，SUV 排名第二。与之相应地，在微博上，轿车和 SUV 的声量也分别位列第一和第二，二者在所有车型中的声量占比近七成。跑车、新能源汽车和 MPV 分列第三、第四和第五位。

汽车行业车型微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



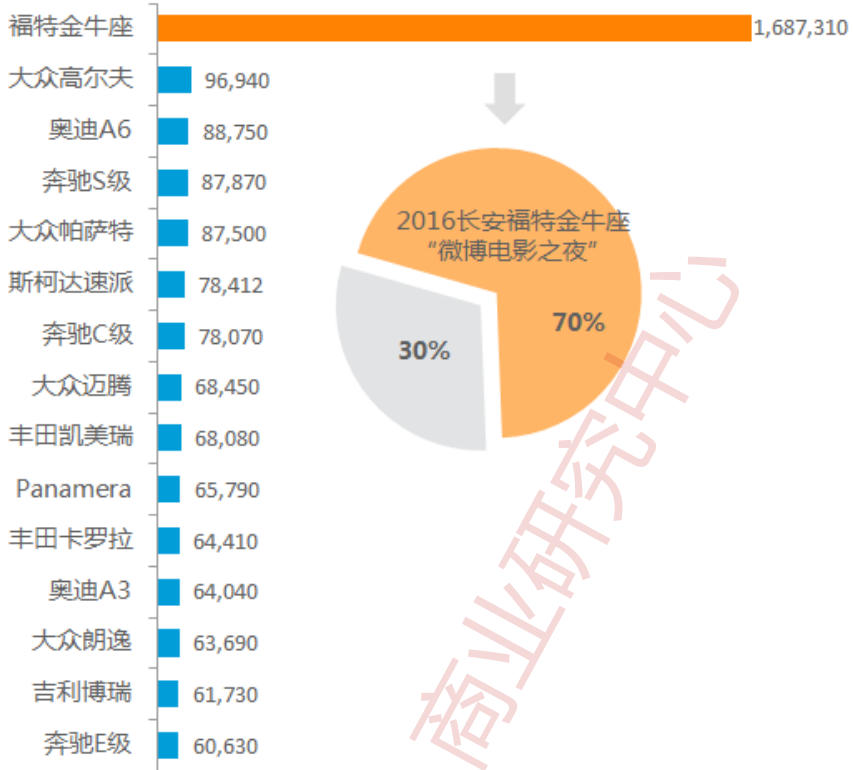
数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

3.1 轿车车型声量与好感度总览

在轿车车型的声量排名中，长安福特金牛座声量拔得头筹，且远高于第二名的大众高尔夫。金牛座的声量主要得益于和微博合作的“微博电影之夜”活动，通过“福特金牛座购车返现红包”、为支持的电影作品或明星投票等方式，激发了网友的热情参与，提高了车型的提及量。该活动共为金牛座车型贡献了约 70% 的声量。

除福特金牛座以外，大众高尔夫、奥迪 A6 等也是微博平台广受热议的轿车车型。在车型微博声量排名前 15 中，德系车型如大众、奔驰和奥迪数量最多。

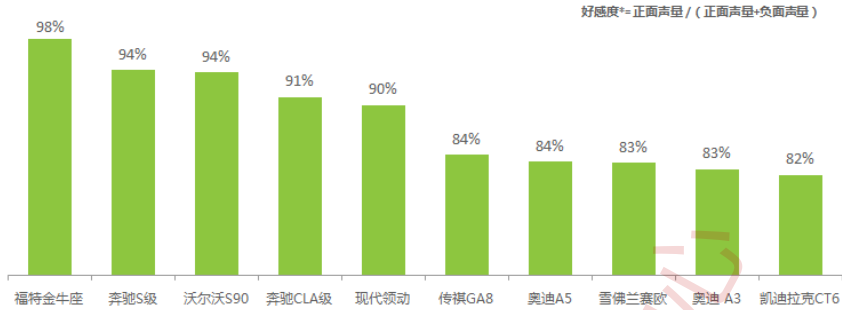
轿车车型微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

福特金牛座不仅声量排名第一，在微博好感度上也取得了突出的表现，福特金牛座 2016#微博电影之夜#活动功不可没。此外，2016年上市的新车，如奔驰S级、沃尔沃S90、奔驰CLA、现代领动等在微博平台上取得了不凡的好感度表现。

轿车车型微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月



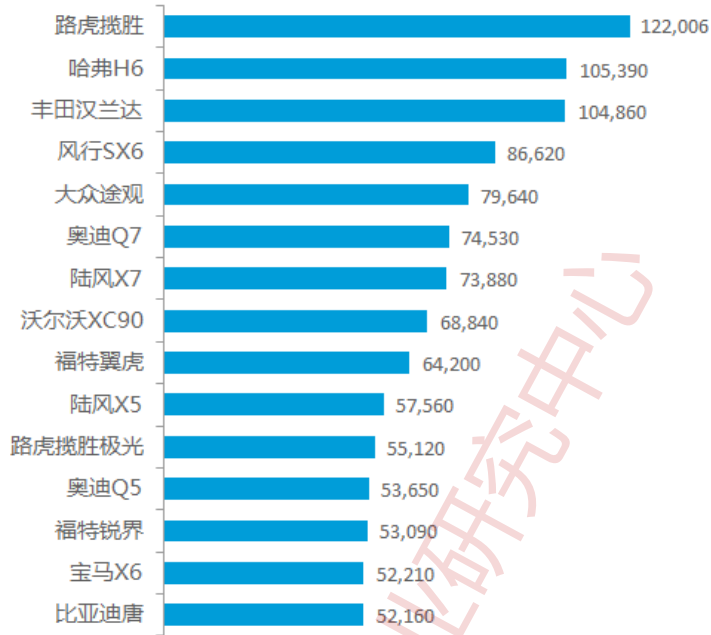
数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

3.2 SUV 车型声量与好感度总览

在 SUV 车型中，路虎揽胜微博声量最高，揽胜极光声量表现可圈可点，排名 11 位。

回顾 2016 汽车行业销量情况，自主品牌 SUV 销量增长显著。在 SUV 车型微博声量排名前 15 中，自主品牌也有较好表现，共有五个车型上榜，分别是哈弗 H6、风行 SX6、陆风 X7、陆风 X5 以及比亚迪唐。

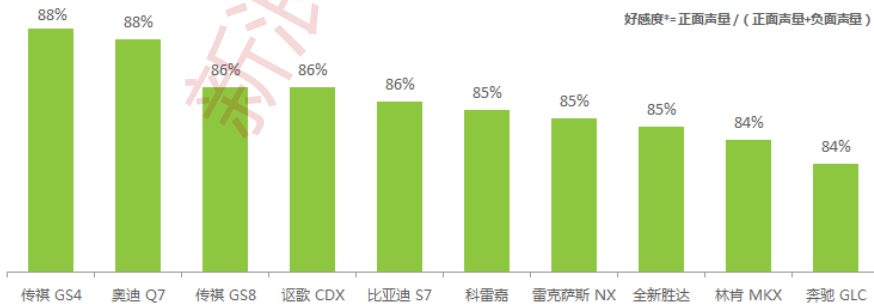
SUV车型微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

在 SUV 车型微博好感度上，传祺 GS4 得分最高，奥迪 Q7 紧随其后。此外，自主品牌车型，广汽传祺的 GS8、比亚迪 S7 的微博好感度都有较好的表现。

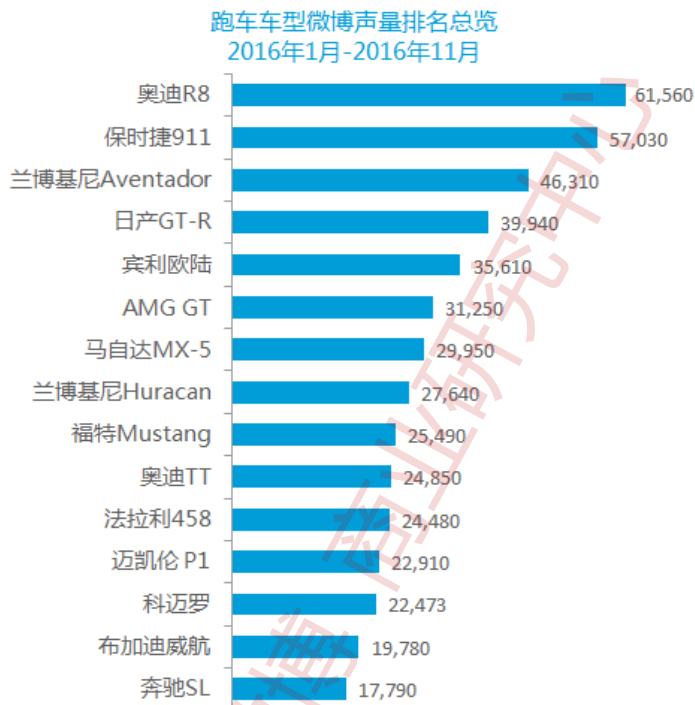
SUV车型微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

3.3 跑车车型声量与好感度总览

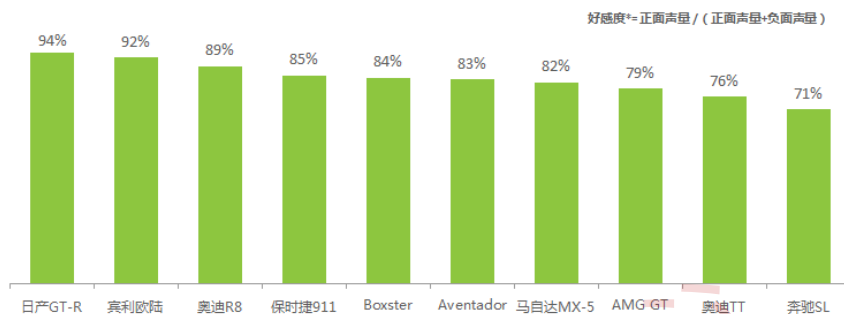
在跑车的声量排名中，奥迪 R8 和保时捷 911 声量最高，其次是兰博基尼 Aventador、日产 GT-R。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

在跑车车型好感度排名中，日产 GT-R 和宾利欧陆表现最好，分别摘得冠军和榜眼的位置，好高度得分超过 90%。声量排名前两位的奥迪 R8 和保时捷 911 在好感度上也有突出表现，排名第三第四位。

跑车车型微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月

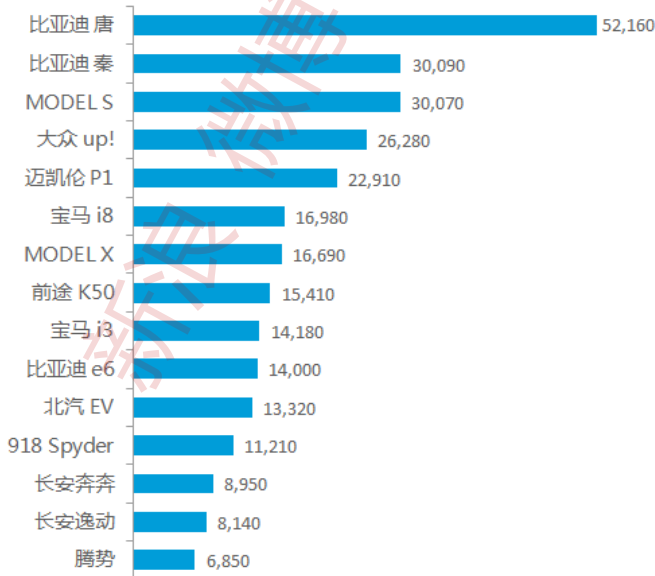


数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

3.4 新能源汽车车型声量与好感度总览

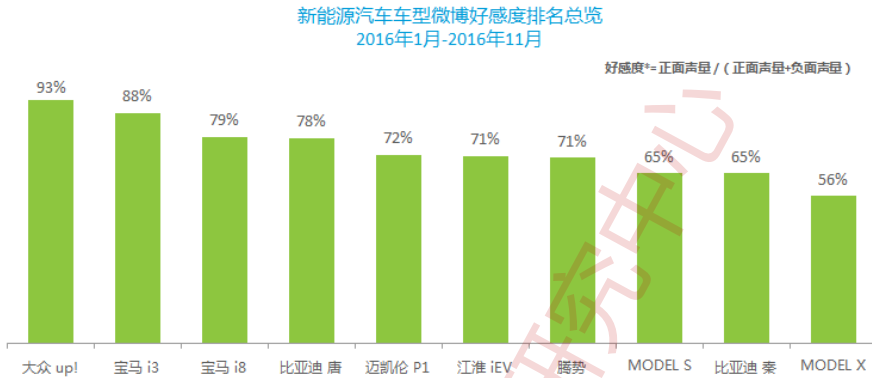
在新能源汽车车型微博声量中，比亚迪表现强势，旗下新能源汽车比亚迪唐、比亚迪秦和比亚迪 e6 均出现在前 15 的榜单上，其中比亚迪唐的声量最高，比第二名比亚迪秦声量高出 73.3%。

新能源汽车车型微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

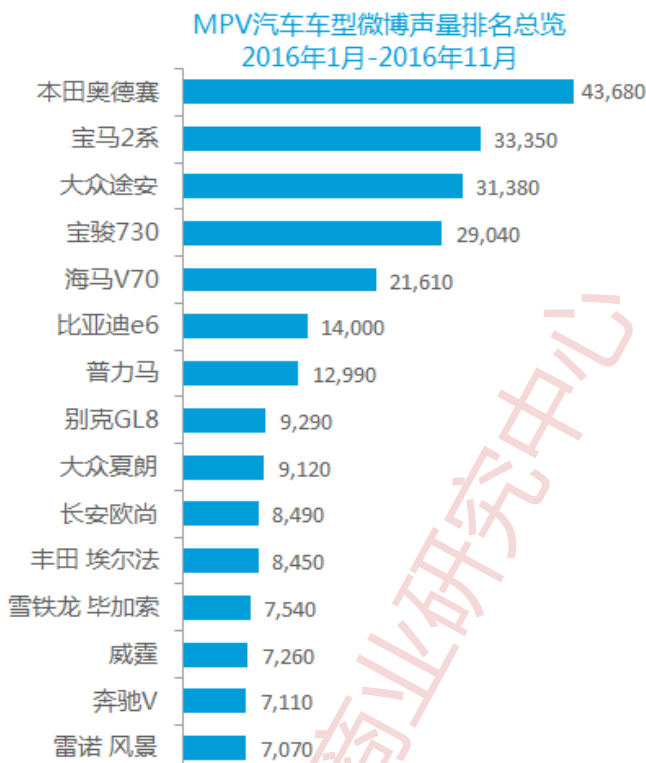
在好感度排名上，大众 up! 电动版和宝马 i3 得分最高。而受到召回新闻和自动驾驶失事的负面影响，特斯拉 MODEL S 和 MODEL X 好感度表现一般，均低于 70%。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

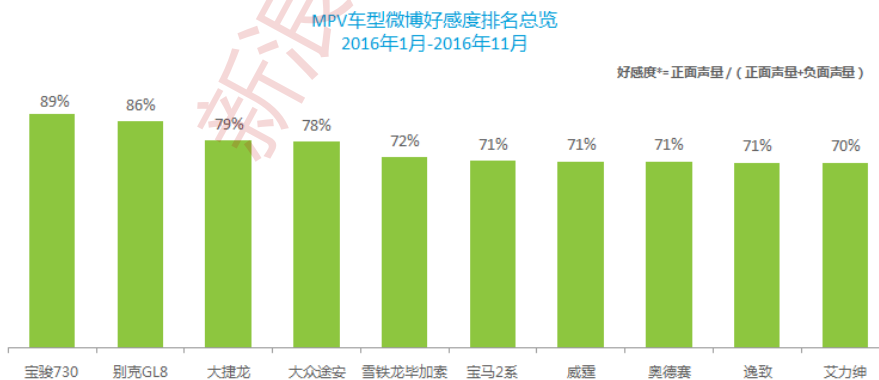
3.5 MPV 车型声量与好感度总览

本田奥德赛在 MPV 中微博声量排名第一，其次是宝马 2 系和大众途安。此外，自主品牌 MPV 车型，如宝骏 730、海马 V70、比亚迪 e6、普力马以及长安欧尚，在微博上也有较好的声量表现。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

从好感度上来看，宝骏 730、别克 GL8 和大捷龙排名前三，大众途安、雪铁龙毕加索紧随其后。

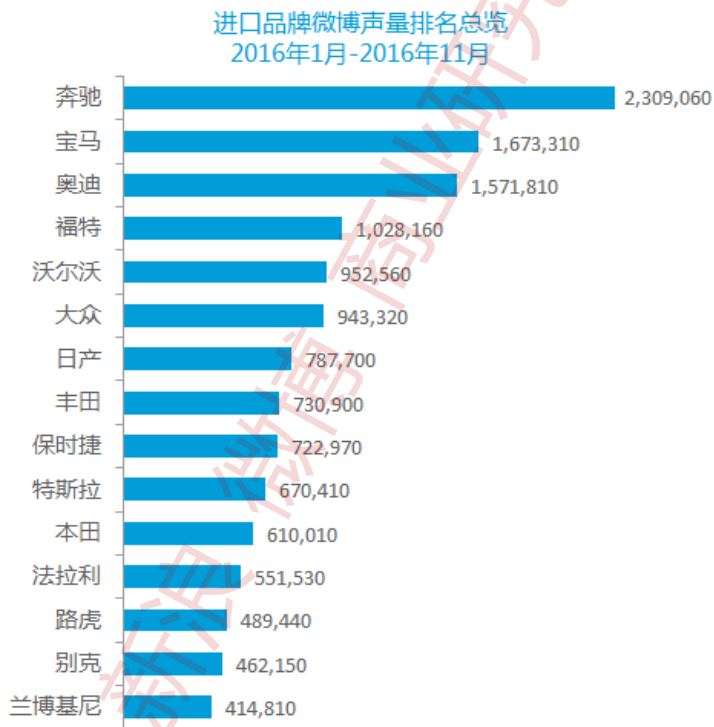


数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

4. 品牌声量与情感度分析

4.1 进口品牌声量与好感度总览

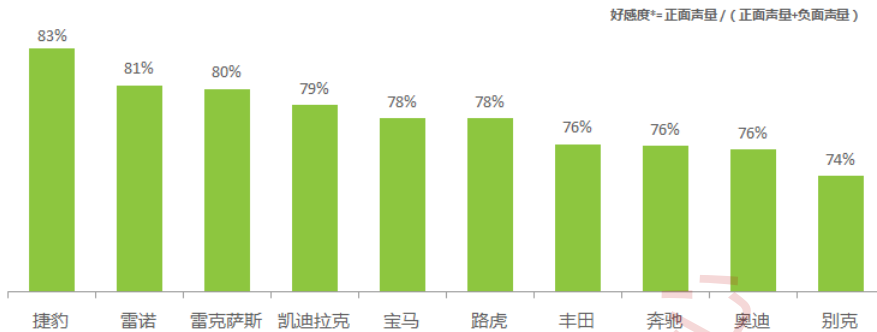
在微博平台上，德系汽车品牌，奔驰、宝马、奥迪、大众和保时捷声量较高，其中 ABB 以较大优势排名前三，大众第六，保时捷第九。福特排名第四，高于大众。日产、丰田、本田三大日系汽车品牌同样进入前五的榜单。而特斯拉由于其在新能源汽车和自动驾驶技术上的领先地位，同样在微博上赢得了较多关注，排名第十。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

我们通过对声量前 30 的热门进口品牌，发现捷豹、雷诺和雷克萨斯好感度均在 80% 以上，分列前三甲。

热门进口品牌微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

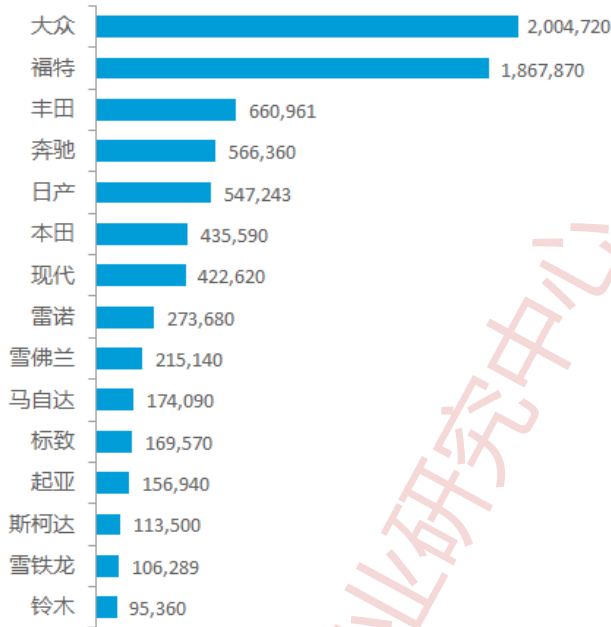
4.2 合资品牌声量与好感度总览

在合资品牌微博声量排名中，大众和福特以绝对的优势，排名前两位。

大众汽车进入中国市场早，一汽大众和上海大众作为大众的两个合资企业在国内享有很高的知名度。作为普及度相当高的品牌，大众当之无愧地成为合资品牌微博声量排名榜单的鳌头。合资品牌微博声量排名第二的是福特，略低于大众。除了本身较高的知名度外，福特在2016年与微博合作的长安福特金牛座“微博电影之夜”活动以及多款新车上市，都为福特声量作出了巨大的贡献。

日系合资品牌丰田、日产和本田声量分别排名第三、第五和第六，在微博上仍然有较高的曝光量。

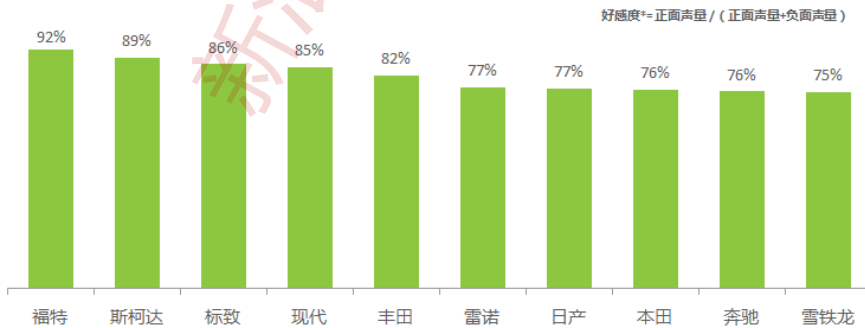
合资品牌微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

福特不仅在声量上表现突出，在好感度上也有很好的表现，排名第一，好感度超过 90%。此外，斯柯达、标致、现代和丰田好感度也在 80% 以上，表现良好。

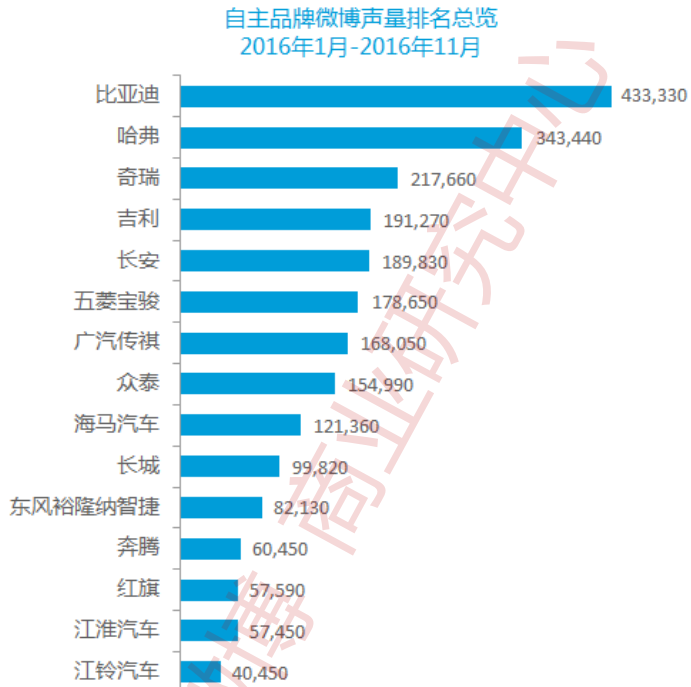
热门合资品牌微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

4.3 自主品牌声量与好感度总览

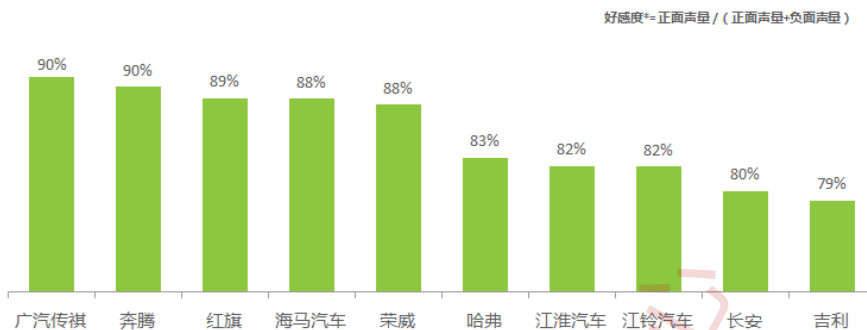
比亚迪和哈弗是微博声量最高的自主品牌；奇瑞、吉利、长安紧随其后，第三到第八名差异不大。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

广汽传祺和奔腾以 90% 的得分，成为 2016 热门自主品牌微博好感度的前两位。

热门自主品牌微博好感度排名总览
2016年1月-2016年11月

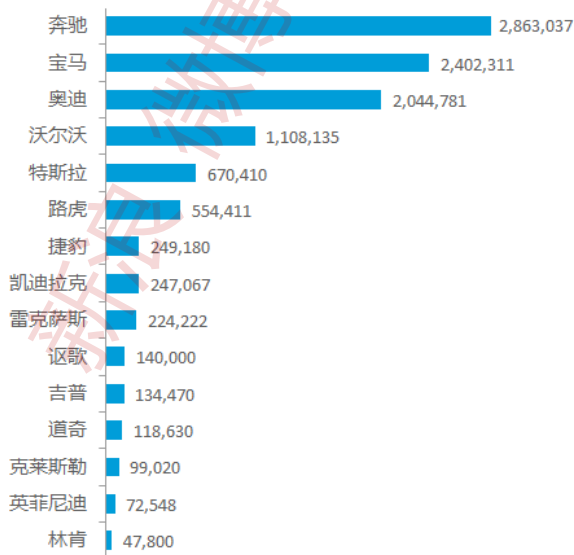


数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

4.4 豪华品牌声量与好感度总览

奔驰、宝马和奥迪作为豪华品牌的代表性车企，其声量在微博上仍处于绝对优势的地位。沃尔沃排名第四，位于其后的是特斯拉和路虎。

豪华品牌微博声量排名总览
2016年1月-2016年11月



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

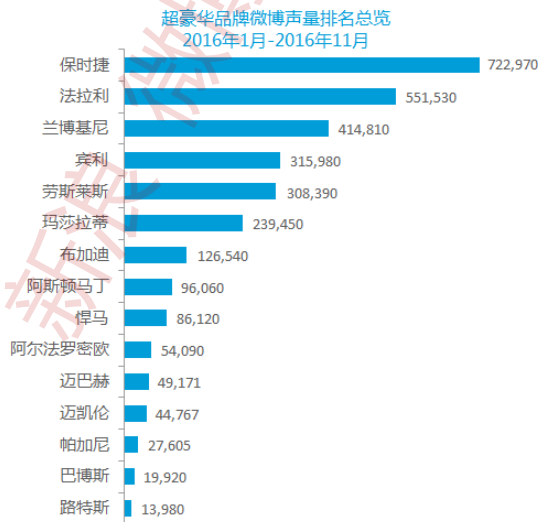
热门豪华品牌中，捷豹和雷克萨斯好感度最高，为 80%。凯迪拉克、奔驰、宝马等位列三至八位的品牌，好感度差异不大，在 75%-79% 之间。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

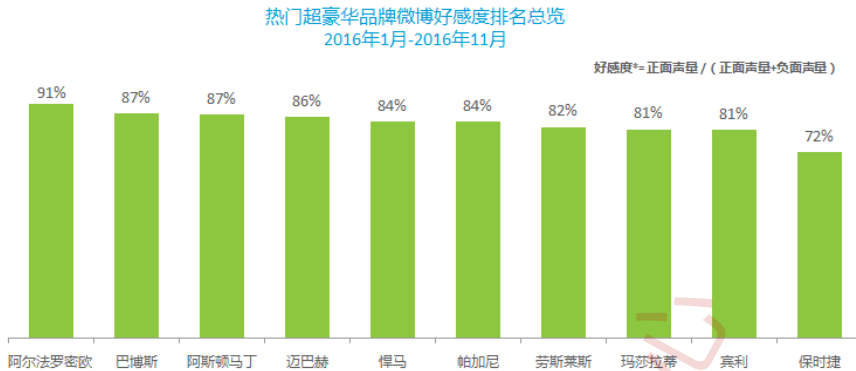
4.5 超豪华品牌声量与好感度总览

超豪华汽车品牌中，保时捷微博声量最高，其次是法拉利和兰博基尼。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

盘点超豪华品牌微博好感度情况，阿尔法罗密欧以 91% 的高分摘得桂冠。巴博斯、阿斯顿马丁、迈巴赫紧随其后。



数据来源：新浪全景大数据&尼尔森社会化媒体研究

七、微博汽车社交资产与传播影响力

我们将汽车微博账号分成四类，即汽车官方账号、汽车媒体账号、汽车微博签约自媒体账号和汽车营销账号，并作了如下定义。

账号类型	定义
汽车官方账号	汽车厂商旗下公司账号、车型账号、活动账号等官方账号，是品牌微博信息推广和活动营销的主要阵地。
汽车媒体账号	微博媒体认证账号，包括如门户网站、垂直汽车媒体等。
汽车微博签约自媒体	认证信息为微博签约自媒体的认证账号，一般是已加入微博自媒体，且月被阅读数大于100万的自媒体认证账号。
汽车营销账号	非前三类的账号，包括普通自媒体账号、普通用户等。

2016年，自媒体账号不仅在高质量账号数量上有所增加，其对用户的影响力也在不断提高。汽车品牌在开展微博营销的时候，可以联手微博汽车自媒体，提升传播效果。此外，在微博运营上，汽车厂商