

福特众泰合作舆情报告



今日头条算数中心

前言

Introduction

很少有两家车企的合作像福特和众泰这样引发争议。

8月22日，世界第五大汽车集团福特汽车宣布：已与安徽众泰汽车股份有限公司（众泰汽车）签署了一份合作备忘录，拟建新合资公司，为中国消费者提供采用自主品牌的纯电动汽车，合资双方将各持50%股份。

一家是拥有百年历史的全球主流车企，一家是才成立14年的中国民营企业，从体量上看相差甚远；而令外界更感到意外的是两者在品牌形象上的差距，有媒体评论到，众泰通过与福特合资，一下子从“丑小鸭”蜕变成为“白天鹅”。

福特和众泰的品牌形象及关注用户的差异有多大？对于此次事件，媒体和用户的评价如何，合作原因又有哪些猜测？今日头条算数中心通过分析今日头条的海量用户数据和文本数据，试图为以上问题作出解答。

品牌形象：“百年福特”

福特相关评论词云



福特生产了世界上第一辆属于普通百姓的汽车——T型车，在国内已有长安福特和江铃股份两家整车合资企业，业务涉及轿车、SUV和商用车。从高频词来看，用户对福特品牌更多持肯定态度：“百年”、“不错”等正面词都是高频词汇。但福特旗下车型曾发生的断轴（翼虎、蒙迪欧、金牛座、锐界）和漏油（福克斯）事件为福特品牌带来了负面影响，“漏油”、“断轴”等负面词也有较高频次。

品牌形象：“山寨众泰”

众泰相关评论词云



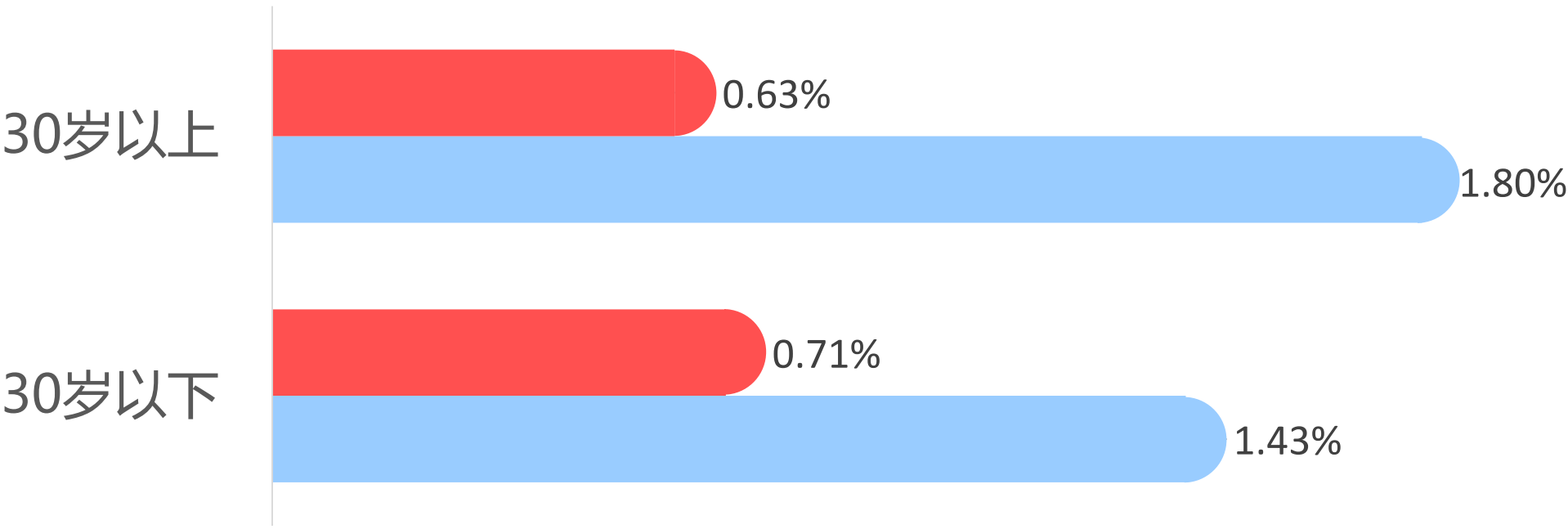
相比之下，众泰的评论中出现了较多负面词，“皮尺”、“抄袭”、“模仿”、“山寨”等词汇的频次很高。这是因为众泰旗下汽车的外观造型过度“借鉴”保时捷等豪华品牌，今年上海国际车展上，保时捷CEO在众泰展台前“不可描述的微笑”在社交媒体上广泛传播。

用户属性：福特粉更成熟

福特众泰资讯阅读渗透率

年龄分布

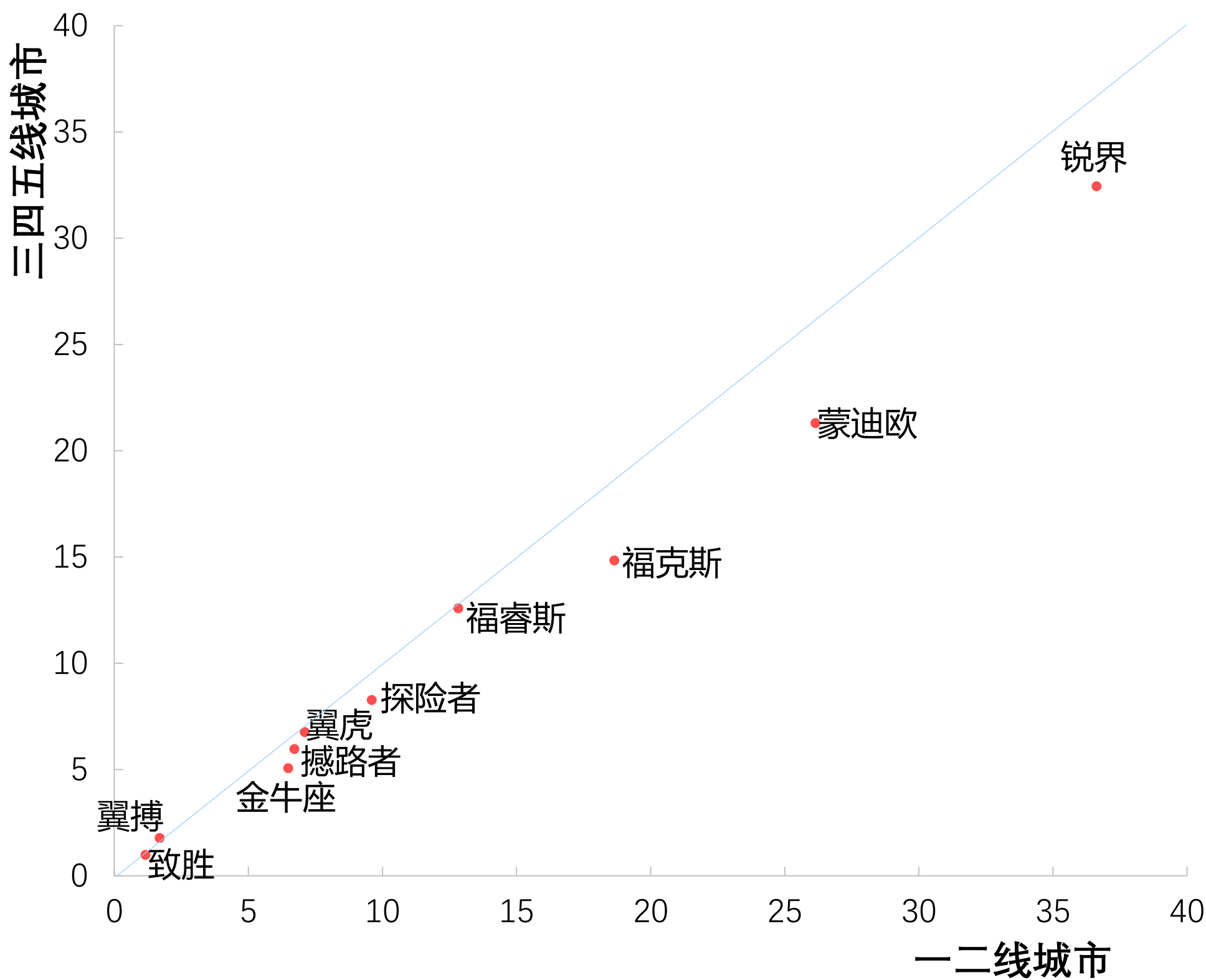
■ 众泰 ■ 福特



从年龄来看，30岁以下用户对众泰的关注度更高，而福特兴趣用户则较为成熟，30岁以上用户关注度更高。

福特城市级别分布

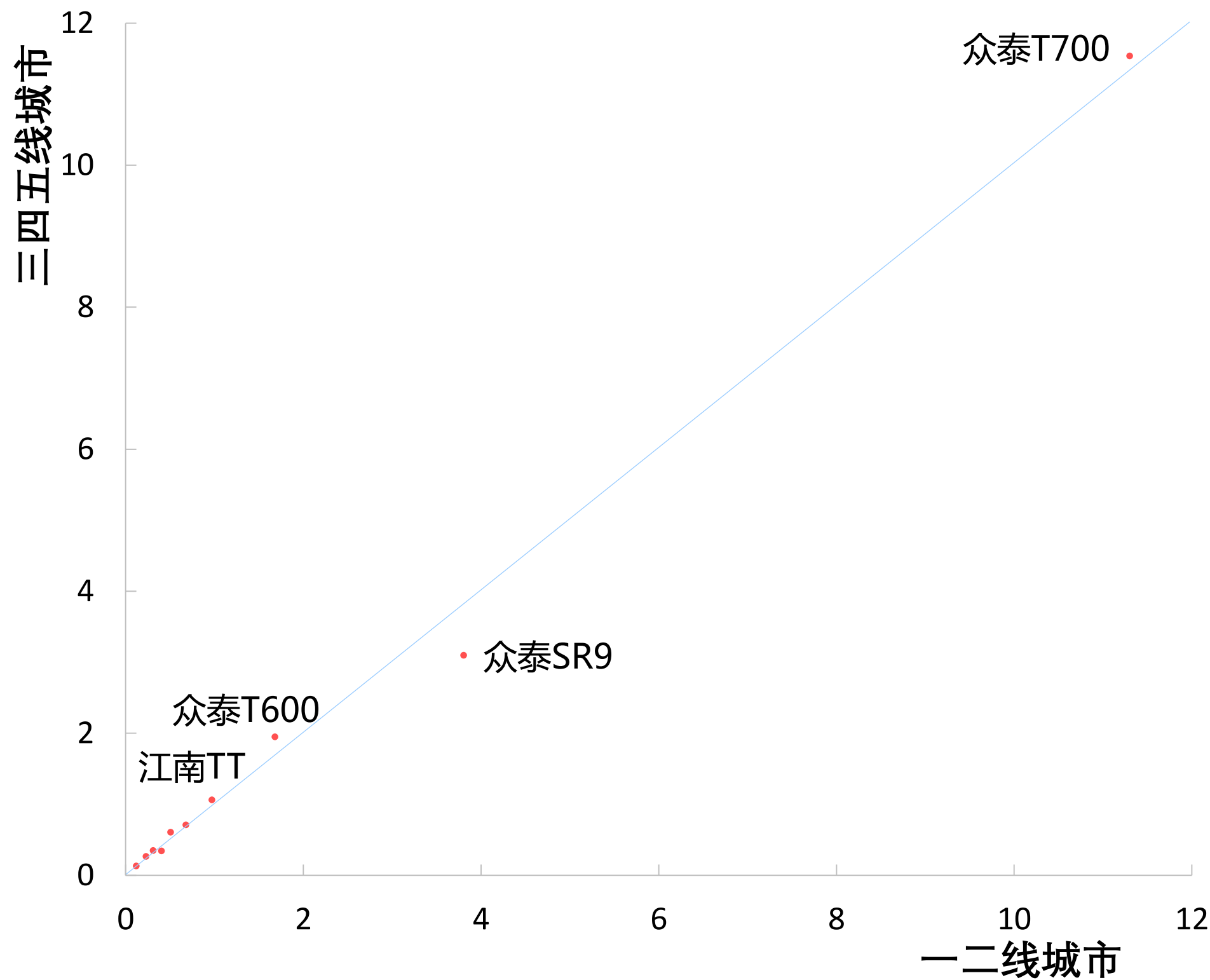
福特各车型关注指数



关注指数=某车型阅读渗透率*10000
数据区间：2017.05.20-2017.08.20

众泰城市级别分布

众泰各车型关注指数



关注指数=某车型阅读渗透率*10000
左下角车型从下至上分别为众泰芝麻、众泰SR7、大迈X7、众泰E200、众泰T700、众泰Z700
数据区间：2017.05.20-2017.08.20
© 2017.09 今日头条算数中心

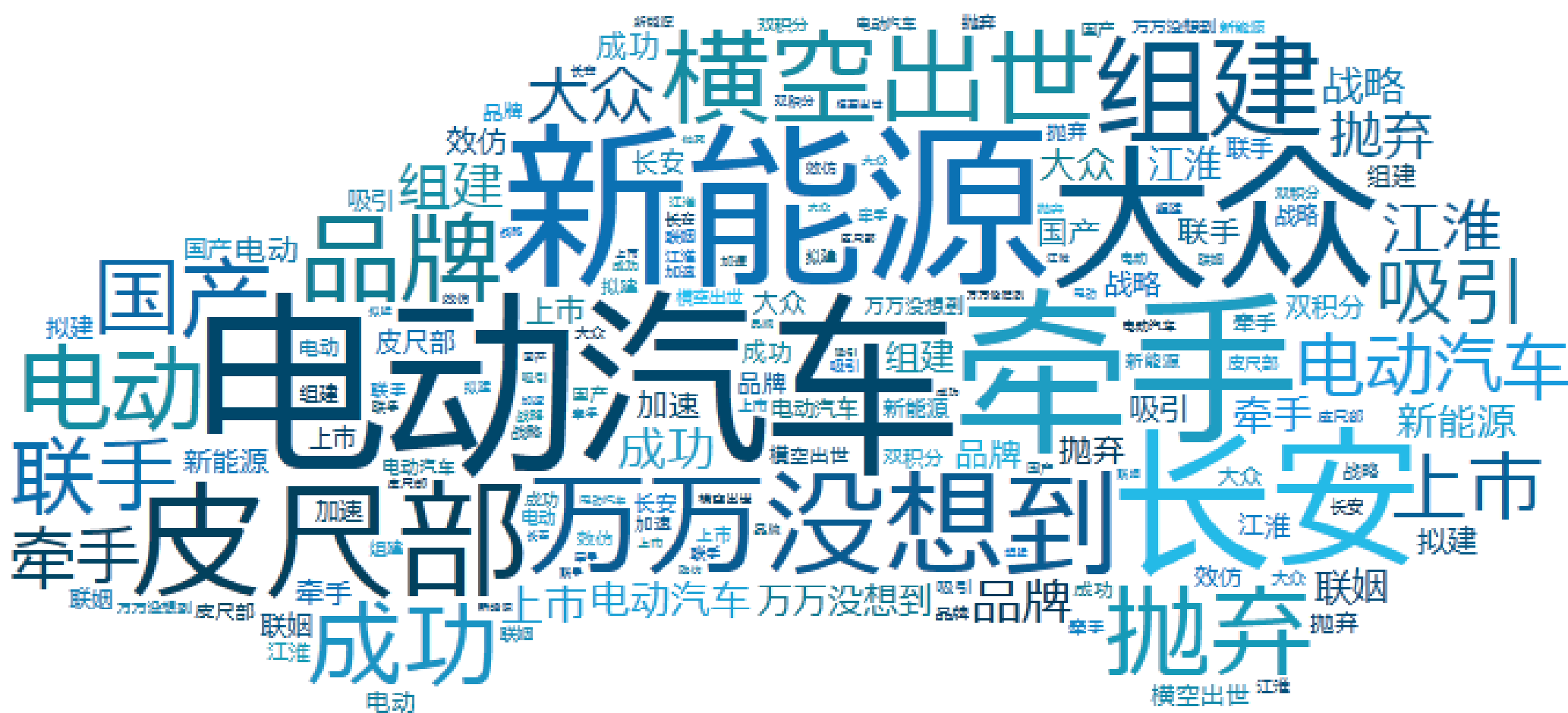


福特的10款车型中，除翼博更受三四五线城市用户关注外，其余9款均更受一二线城市用户关注；众泰则呈现出鲜明的差异性，最受关注的10款车型中，众泰SR9、众泰E200更受一二线城市用户关注，其余8款车均更受三四五线城市用户关注。

当一二线城市的车市逐渐进入存量市场，三四五线城市早已成为各大合资品牌努力争夺的战场，众泰和福特在品牌关注度和销售网络上的差异性也不失为一种互补性，可见福特也不是“病急乱投医”。

媒体表示 “万万没想到”

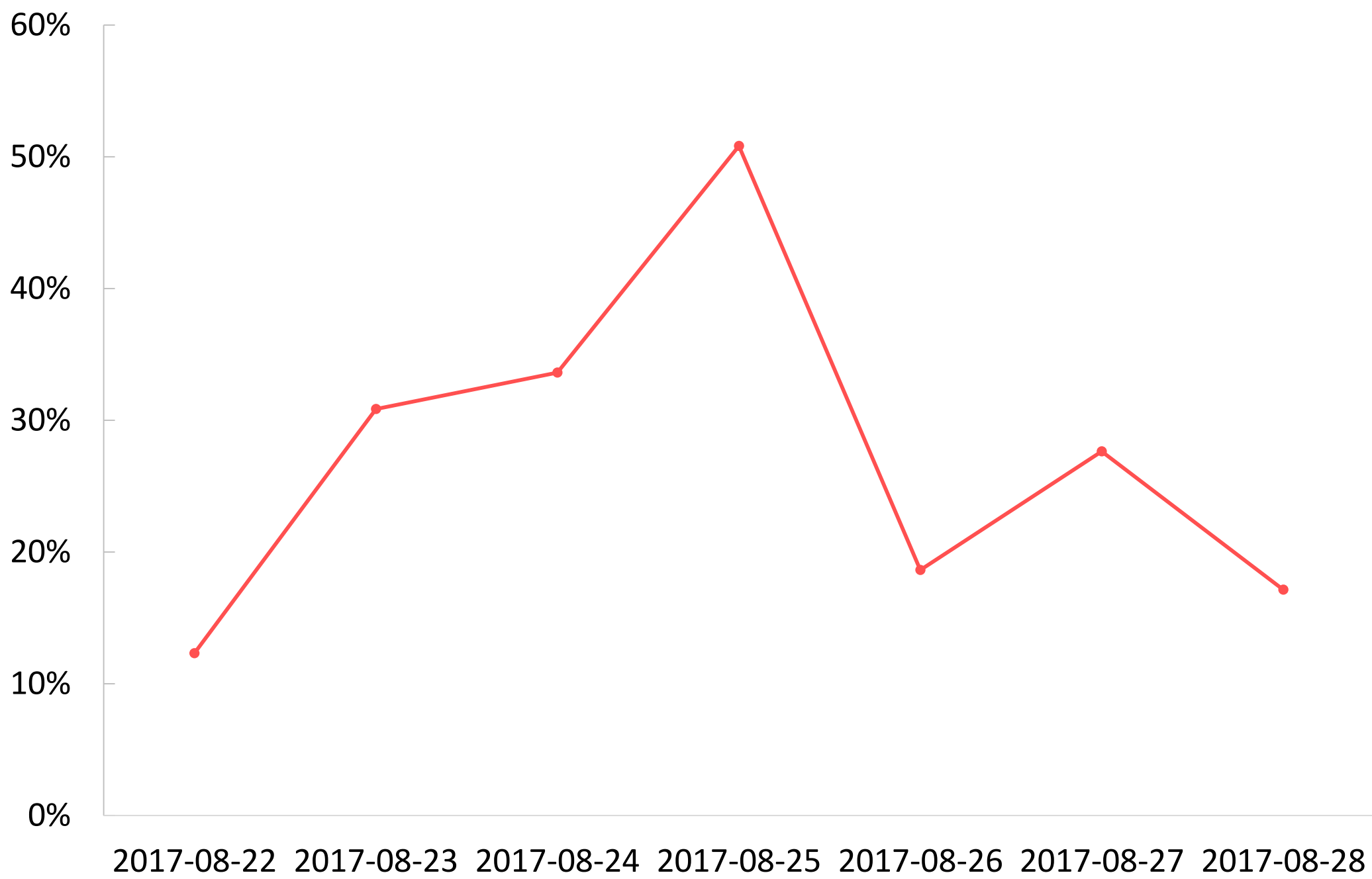
福特众泰合作资讯标题词云



福特与众泰并不是我国新能源汽车领域第一家整车合资生产企业，今年6月，大众与江淮在两国总理的见证下正式签署合资企业协议，打破了“同一家外商可在国内建立最多两家生产同类整车产品的合资企业”的规定。但媒体对于品牌形象上具有高度反差的两个品牌的合作表示意外，“横空出世”、“万万没想到”成标题中的高频词汇。

用户负面情绪陡增后下降

负面词汇阅读渗透率趋势图



为了研究公众对双方合作的态度，我们用含有“山寨”、“皮尺部”等负面词文章的阅读量在合作资讯总阅读量中的占比表示负面情绪。数据显示，福特与众泰合作的消息公布后，负面情绪逐渐走高，并于8月25达到顶点，超过50%；而随着事件的降温，负面情绪开始回归到正常水平。

用户评论讽刺味浓

福特众泰合作资讯评论词云



福特与众泰并不是我国新能源汽车领域第一家整车合资生产企业，今年6月，大众与江淮在两国总理的见证下正式签署合资企业协议，打破了“同一家外商可在国内建立最多两家生产同类整车产品的合资企业”的规定。但媒体对于品牌形象上具有高度反差的两个品牌的合作表示意外，“横空出世”、“万万没想到”成标题中的高频词汇。

原因猜测 或被双积分政策“逼婚”？

福特众泰合作资讯关注点

双积分
1868273

产品
1084311

量产
537387

口碑
393939

落地
319043

新能源资质
315096

共赢
173592

品牌形象
122292

研发能力
18551

当两家体量、品牌调性和用户属性差异巨大的车企宣布拟建新合资公司时，势必引发媒体的猜测，我们从海量文本中提取出关键词，按照相关阅读量进行了排名。

双方合作的产品、落地和量产时间、口碑和品牌形象的影响等后续动作都是媒体的关注点，而对于双方合作的原因，双积分政策的关注度最高。

双积分是指新能源汽车积分（ZEV）和平均油耗积分（CAFC）。去年9月22日，工信部发布《企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理暂行办法（征求意见稿）》，计划于2018年开始实施，该政策对两项积分均做出硬性要求，如果新能源积分不达标，车企只能通过购买方式抵消，否则将会被削减传统燃油汽车产量。

政策实施前，国内开始了新能源汽车新一轮合资潮：江淮大众合资、戴姆勒入股北汽新能源、长城入股河北御捷、福特牵手众泰、雷诺-日产合资东风.....

不少媒体猜测，福特牵手众泰，也是被双积分政策“逼婚”。

而据财新网8月29日报道，中国新能源汽车积分政策将延后至2019年开始实施，平均油耗积分按计划于2018年实施。对此，《21世纪经济报道》向多位业内人士核实，得到回复均是尚未确定，但可能性很大。

总结

Conclusion

- 品牌评价：用户对福特品牌更多持肯定态度，“百年”、“不错”等正面词在评论中高频出现，但断轴和漏油事件带来了负面影响；众泰品牌评价偏负面，“抄袭”、“山寨”等负面词在评论中的频次很高。
- 用户属性：从年龄来看，30岁以下用户对众泰的关注度更高，而福特兴趣用户则较为成熟，30岁以上用户关注度更高。
- 城市分布：福特车型更受一二线城市用户关注，众泰车型更受三四五线城市用户关注，两者在品牌关注度和销售网络上的差异性也不失为一种互补性。
- 事件评价：媒体表示意外，“横空出世”、“万万没想到”成标题中的高频词汇；用户负面情绪陡增后下降，评论讽刺味浓，但也不乏“鼓掌”、“厉害”等正面词汇。
- 关注点：双方合作的产品、落地和量产时间、口碑和品牌形象的影响等后续动作都是媒体的关注点，而对于双方合作的原因，双积分政策的关注度最高。

重要声明

Declaration

本报告由今日头条算数中心（以下简称“算数中心”）制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法律法规保护。除注明的引用第三方数据及公开信息，本报告所有权归今日头条算数中心所有。

算数中心致力于更及时、更全面、更深度的阅读数据挖掘和数据应用创新。未经允许，不得对本报告进行加工或改造。如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处“**今日头条算数中心**”，同时不得删减或改写报告内容。

特此声明。

关于我们 About Us

今日头条算数中心依靠今日头条海量用户每天数以百亿次级的阅读行为产生的数据，测量每一则资讯的传播力，描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户阅读行为下更深层的动机，致力于更广更深的阅读数据挖掘，用数据服务各个行业。

联系方式

电子邮箱：datadance@bytedance.com

地址：北京海淀区中国卫星通信大厦



官方头条号
(汽车算数)



官方微信公众
号 (汽车算数)