

三菱耗油门传播影响力深度分析报告

2016年5月

报告说明

研究背景

汽车产品在整个消费品领域中处于高端地位，在激烈的市场竞争环境下，汽车企业的发展一方面靠技术含量高的产品和高质量的服务，另一方面需要借助公关战略做品牌宣传。近年来，随着网络媒介的飞速发展，在品牌宣传及公关传播中网络传播的地位日益突出。【友盟+】一直以来借助自有大数据平台及数据监测和挖掘技术，持续监测汽车行业的网络传播情况，包括汽车品牌、企业、产品的传播效果，危机事件的传播影响等。近期，三菱油耗造假事件爆发后，【友盟+】针对这一企业舆情事件在互联网上的传播情况做了持续监测，并编制了这份数据报告供相关人士参考。

研究方法

以【友盟+】覆盖的汽车资讯网站监测数据为主，兼顾论坛、微博、微信、视频等传播渠道的页面爬取数据，侧重反映事件在网络媒体上的传播影响力。（研究局限性：本报告属于监测代码及搜索程序结合人工判断所生成的报告，而非严格意义的抽样调查研究，其意义在于为正式的科学研究所给出初探性结论。）

统计时间

2016年4月20日—5月19日

主要研究发现

- 1** 从网民关注热度看，事件发生以来未出现单日浏览量进入热点新闻排行前五十的情况。同时，事件关注人群以汽车兴趣人群为主。这说明该事件的核心影响力仍然局限于汽车行业，未进入重大社会热点的范畴，传播影响力有限。
- 2** 从媒体报道规模和网民关注规模的变化趋势看，事件发酵（恶化）及转折阶段明显高于事件爆发阶段。
- 3** 在事件转折阶段，12日晚间日产收购三菱，患难真情还是趁火打劫成了行业热议话题。随后，关于汽车行业格局变化、行业造假现象的讨论不绝于耳。这说明媒体和网友更加关注由此引发的汽车行业层面话题。
- 4** 结合传播渠道看，主流媒体新闻报道以造假事件描述及日产收购三菱为主；微信公众号及微博大V中对造假本身讨论较少，对收购话题讨论较多；论坛中以网友主观调侃造假负面影响为主；视频新闻内容以事件描述为主。
- 5** 网友评论声音中以负面声音为主，集中在对造假本身的抨击、对日本工匠精神的质疑、对汽车行业乃至商业界造假的调侃、对收购事件的调侃以及泛抵日情绪的宣泄等。少数正面声音中主要提到三菱发动机、日本品牌、诚信精神及政府监管等值得肯定。

目录

-  一、网络舆情概览
-  二、传播进程分析
-  三、传播渠道分析
-  四、网友声音分析



一、网络舆情概览

三菱深陷油耗门，被日产火速收购

事件概述

德日乃至欧美汽车通常是国人心目中技术先进、工艺精湛、性能出众的代名词，然而，汽车行业中国国际品牌的造假行为并非只在少数企业存在，也并非只在小企业存在。继大众“排放门”之后，三菱再曝“油耗门”：4月20日，三菱汽车社长承认，4款轻型汽车在油耗测试中存在“主观违规”行为，2013年公司向政府主管部门提供了虚假的轮胎阻力和空气阻力数据，从而在产品标注中降低了车辆油耗和污染物排放数值，不仅欺骗了消费者，对政府不诚实，更有违法嫌疑。尽管此次丑闻所涉车型并未在日本本土以外的地区销售，但就三菱汽车的公司形象和销售而言，将因此遭受重大打击。5月12日，日产“趁火打劫”，收购三菱汽车34%股权，成为三菱汽车最大单一股东。

事件起因

三菱油耗门中匪夷所思的“兄弟企业检举”与“老板自揭伤疤”，原因在于日本的市场信用体制，真正达到“众口铄金”。据报道，三菱汽车篡改燃效数据曝光是因为与三菱保持合作关系的日产质疑三菱汽车代工车型的实际油耗与三菱汽车方面提供的数据不符，要求三菱汽车加以确认。最后，三菱汽车的内部调查让篡改数据达25年之久的违规操作浮出水面。

事件影响

1. 事件共涉及62.5万辆车。三菱已经终止相关四款车型的生产和销售，并承诺对客户进行赔偿。有分析称，三菱损失近9.5亿美元。
2. 事件公布后两天的时间里，公司就接到客户投诉电话800多个，一些刚签订的购车合同被取消。
3. 后续测试中，将核查销往海外的车辆在油耗测试时是否也进行了作弊。
4. 三菱汽车股价暴跌，公司市值迅速蒸发了三分之一。
5. 三菱品牌形象又一次受到重创，经营管理体制及社会责任感和道德感也受到公众的质疑，日本民众甚至希望三菱汽车早点倒闭。
6. 一系列问题曝光后，其影响也扩大到了三菱汽车的合作伙伴。东京商工调查4月26日发布的调查数据显示，日本国内与三菱汽车有直接交易的企业为1356家，总员工人数为41万2876人。
7. 三菱汽车社长相川哲郎表示对燃油消耗造假负责，将辞去三菱汽车社长的职务。
8. 日产“趁火打劫”，速将三菱汽车收归旗下后，剑指全球汽车销量第三；同时，会助推日产扩张东南亚市场。

三菱造假由来已久，公开承认后一石激起千层浪

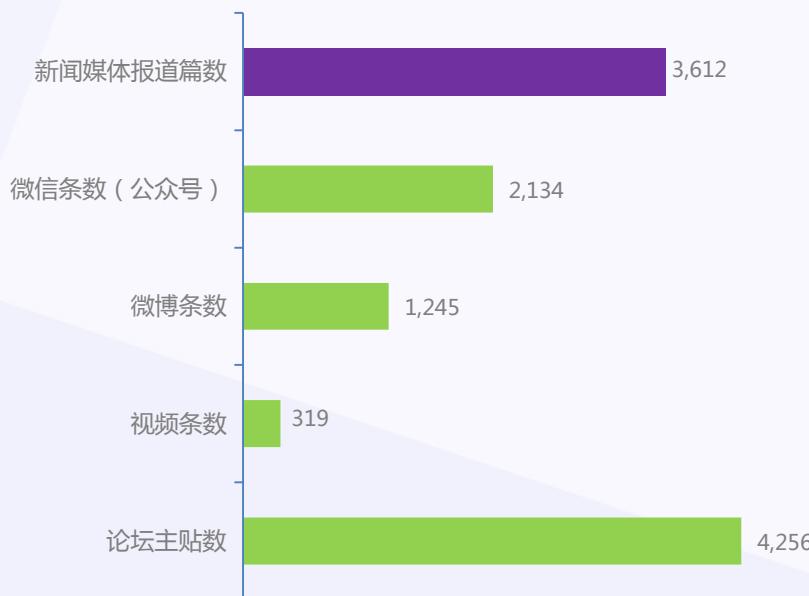
事件进程（大事指向图）



网络传播以主流媒体为主导

- 包括中央重点新闻媒体、商业门户网站等在内的主流媒体大力报道，迅速扩大了事件的网络传播影响力。
- 围绕着主流媒体的报道内容，社会化媒体尤其是汽车圈内也闻风而动。

传播规模



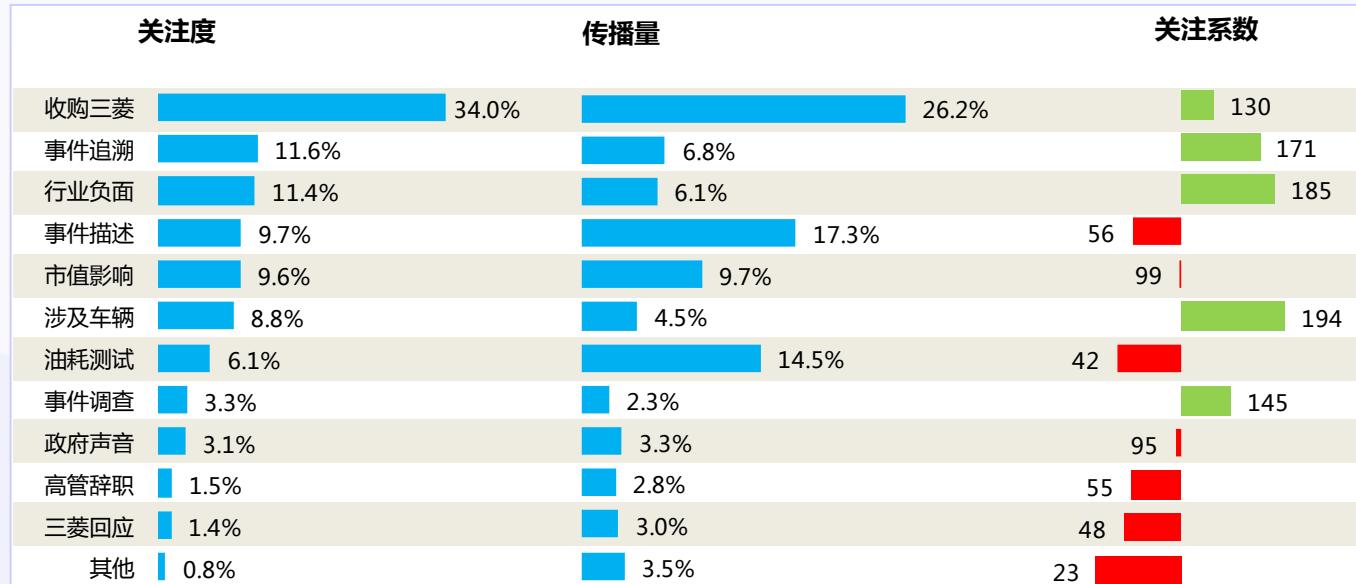
新闻报道TOP10媒体



日产收购三菱最受关注

- 日产收购三菱最受媒体和网民关注。
- 从关注系数反映的传播效率看，涉及车辆方面新闻传播效率最高，其次是事件报道中引发的行业负面报道。

新闻报道主题及传播效率分析



注：图中关注度数据为关注度份额，以浏览量为准进行统计；传播量数据为传播量份额，以发稿量为准进行统计；关注系数体现关注度份额与传播量份额之间的对比关系，系数越大表示传播效率越高。

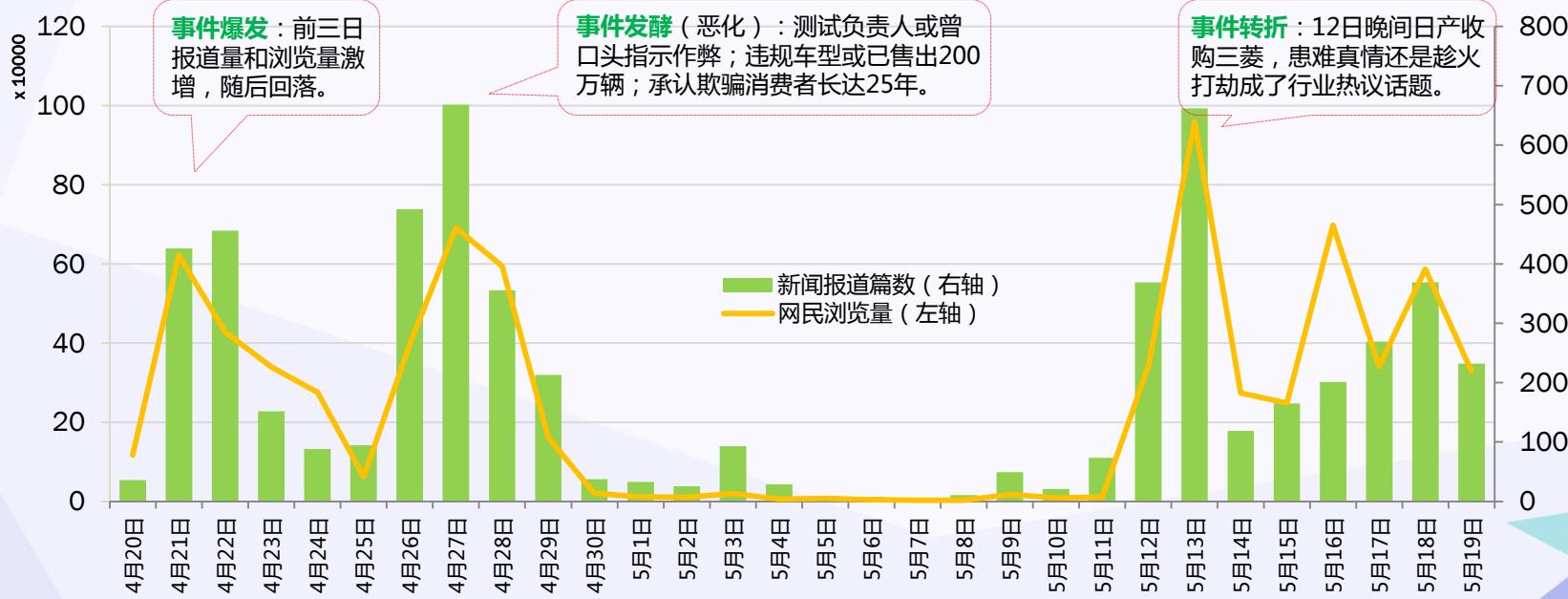


二、传播进程分析

事件一波三折，撼动汽车行业诚信及格局

- 从媒体报道规模（含转载）和网民关注规模的变化趋势看，事件发酵（恶化）阶段高于事件爆发阶段。
- 事件转折阶段，12日晚间日产收购三菱，患难真情还是趁火打劫成了行业热议话题。随后，关于汽车行业格局变化、行业造假现象的讨论不绝于耳。18日，日本另一家汽车生产商——铃木承认了其燃油效率检测方法不当，铃木汽车也卷入了造假丑闻，不过事态没有三菱严重。

媒体报道及网民关注热度走势



报道重心变化：曝光-发酵-困局-收购-行业-铃木

媒体报道主题演进情况

词热度排名	4月20日	4月21日	4月22日	4月23日	4月24日	4月25日	4月26日	4月27日	4月28日	4月29日	5月12日	5月13日	5月14日	5月15日	5月16日	5月17日	5月18日	5月19日
1	承认	油耗	油耗	油耗	油耗	油耗	油耗	造假	造假	油耗	日产							
2	油耗	造假	测试	造假	造假	造假	造假	丑闻	作弊	造假	收购	收购	造假	收购	油耗	收购	收购	收购
3	造假	市值	造假	丑闻	发酵	测试	承认	油耗	丑闻	作弊	造假	数据	收购	油耗	收购	作弊	油耗	油耗
4	测试	丑闻	违规	承认	测试	发酵	测试	违规车型	日产	丑闻	数据	造假	作假	合作	作弊	油耗	企业	造假
5	股价	测试	市值	研究中心	丑闻	丑闻	丑闻	作弊	揭发	深陷	注资	股东	兼并	作弊	举报	数据	数据	数据
6	燃油	作弊	涉及车辆	发酵	承认	政府	欺骗	发酵	油耗	困局	作弊	兼并	合作	股东	合作	作假	辞职	辞职
7	违规	检查	数据	燃效	涉及车辆	回购	发酵	承诺	违规车型	企业	兼并	合作	股权	举报	燃油	曝光	股东	企业
8	燃效	承认	日本	数据	政府	问题车	市值	消费者	承认	危机	股份	资本	测试	兼并	援手	车企	全球	全球
9	被曝	致歉	燃油	涉及车辆	回购	市值	违规车型	测试	消费者	大众	油耗	日本	燃油	数据	造假	全球	合资	股东
10	惊传	股价	日产	举报	研究中心	承认	负责人	美环保署	25年	销售	日本	作弊	作弊	测试	车企	合资	丑闻	铃木

注：热词统计中已经去除三菱一词。词热度按词频及所在文章的浏览量加权统计得出。



三、传播渠道分析

新闻报道以造假事件描述及日产收购三菱为主

- 从热点新闻报道的来源媒体看，以中央重点新闻媒体、财经类及汽车类媒体为主。
- 从热点新闻报道的内容看，以造假事件描述及日产收购三菱等为主。
- 从网民关注热度看，事件发生一月以来，未出现进入热点新闻日排行前五十的情况。这说明该事件的核心影响力仍然局限于汽车行业，未进入重大社会热点的范畴。

新闻媒体热点报道排行 (TOP10)

来源媒体	热点报道标题	点击量
经济参考报	大众之后三菱困局：企业受损 公众惊呼又上当了	366,941
猫突车评	专业帮造四十年，三菱汽车如何成就韩国现代？	267,875
21世纪经济报道	一家中国大型车企竞购三菱汽车遭日产突袭	216,596
网易汽车	占股34% 日产成为三菱汽车单一大股东	179,742
第一财经日报	三菱陷造假门：日产汽车主动揭发 尚未影响在华销售	169,477
北京商报	200万辆三菱违规车型或已售出	144,497
盖世汽车	三菱汽车油耗造假 市值崩落66亿美元	141,792
每日汽车观察	先黑三菱再低价收购 日产真的是心机boy？	122,375
中国新闻网	三菱汽车承认油耗造假：测试负责人或曾口头指示作弊	108,478
第一财经日报	日产吃下三菱汽车：不是冤家不聚头	104,717

注：点击量数据是指原创报道在自身网站及被转网站上产生的点击量之和。

微信公众号文章以收购话题为主

- 从微信的传播情况看，此次事件主要集中于汽车圈，并未上升到重大社会热点的层面，很少引起汽车行业以外的大号关注。从阅读量看，未出现单条阅读量突破十万的情况。
- 从热文排行中的来源公众号看，覆盖受众以汽车欲购人群和汽车资讯兴趣人群居多。对“收购”的关注度明显超过了“造假”。

微信（公众号）热文排行（TOP10）

来源（公众号）	热文标题	阅读量
汽车之家	日产将收购三菱？是的，你没看错！	32736
汽车之家	震惊！三菱汽车承认62.5万车辆油耗测试造假	18339
百家车坛	惊爆：日产将以2000亿日元并购三菱汽车，成为三菱汽车最大单一股东！	16381
后视静	三菱油耗造假，6000名车主曝光20款日系车真实油耗！	15890
汽车生活	日产收购三菱34%股份，是套路还是真诚？	13494
每日汽车观察	三菱油耗造假遭日产举报，市值蒸发66亿美金股民排队跳楼	12066
每日汽车观察	先黑三菱再低价收购，日产真的是心机BOY嘛？	11381
汽车行业关注	日产22亿美元收购三菱汽车股权 成为最大股东	10356
啊车	日产2000亿收购三菱股份，趁火打劫还是雪中送炭？	10583
汽车爆料	日产计划收购三菱汽车34%股份	9130

注：阅读量数据是指微信公众号原创或转发文章在自身公众号中产生的阅读量（不含转载）。

微博大V中对造假本身讨论较少，对收购话题讨论较多

- 从微博的传播情况看，此次事件的传播方不局限于汽车圈，但所发微博的热转程度不高。尚未出现转发量过千的微博。
- 从大V的认证情况看，“三菱汽车油耗造假”这一微博的话题主持人以及热转前五微博多来源于个人认证博主。

热门微博话题及热转微博排行（TOP5）

#三菱汽车油耗造假#

话题主页 | 图片墙 | 主持人推荐 | 话题榜 | 13.6万阅读

导语：4月26日周二晚，三菱汽车公司承认，其在长达25年的时间里使用了不符合监管规定的燃油经济性测试方法，时间比此前已知的要长得多。其在美国及日本出售的车辆使用了这种造假方法。

新华国际
【午报 | 5月12日全球主要媒体头条一览】<http://t.cn/RqrpfOK> 三菱汽车考虑接受日产汽车出资；WHO统计显示全球逾80%城市人口面临PM2.5超标；张根硕执导《伟大遗产》将亮相富川国际奇幻电影节

5月12日14:06 来自 新国际 收藏 667 转发 223 评论 232

PS3保罗
日产今天宣布将以约22亿美元收购三菱34%的股份，成为三菱汽车最大的股东。日产汽车曾在上月揭发三菱燃油数据存在问题，后三菱公司承认操纵燃油经济数据持续时间长达25年，三菱汽车市值蒸发一半。先举报，再收购，这套路。日产表示收购将形成双赢局面，三菱可以利用日产的小车优势资源，而日产... 展开全文

5月12日17:52 收藏 507 转发 245 评论 282

小野妹子学吐槽
日产正式入主三菱汽车，收购34%股份成为最大股东，然而重点是日产社长（右）和三菱社长这眉毛角度...霸道总裁攻受分明

5月13日10:17 来自 对方扔来的iPhone 收藏 968 转发 687 评论 2576

im4S
继大众汽车“排放门”后，汽车界又一重大丑闻爆出。三菱汽车承认油耗测试造假，三菱汽车社长相川哲郎在东京的新闻发布会上鞠躬道歉。事件导致三菱股价暴跌15%，市值蒸发66亿美元。<http://t.cn/Rq9nMdu>

4月20日22:58 来自 微博 weibo.com 收藏 514 转发 234 评论 76

陈震同学
先是举报了三菱的违规行为使其市值瞬间蒸发了快一半，紧接着又收购了三菱34%的股份，全是套路.....不过我只关心lancer evolution会不会复产~

5月13日09:27 来自 超级顺手的iPhone SE 收藏 332 转发 265 评论 605

论坛中以网友主观调侃造假负面影响为主

- 从热帖来源看，论坛这一“战场”已经移到汽车圈之外，网友声音中表现出较为明显的“抵日”与“非抵日”情绪的交锋，对事件本身的兴趣低于情绪宣泄和态度表露。

论坛热帖排行（TOP10）

来源	热帖标题	浏览量
超级大本营论坛	鬼子真是没落了（三菱之后无信誉）	198914
佳礼资讯网论坛	美国EPA插手调查三菱，全美市售车需重测油耗！	10625
超级大本营论坛	居然是日产举报三菱油耗造假	9879
佳礼资讯网论坛	三菱汽车丑闻升级油耗造假25年之久！	8155
超级大本营论坛	友谊的小船说翻就翻：三菱油耗造假遭日产举报	7879
佳礼资讯网论坛	日产汽车或收购三菱汽车1/3股份！	7598
超级大本营论坛	三菱汽车承认油耗测试造假，涉62.5万辆	7279
超级大本营论坛	趁火打劫 日产计划收购三菱汽车34%股份	5444
凯迪社区	三菱汽车油耗数据作弊 涉及车辆62万	5022
爱卡汽车论坛	三菱汽车造假 / 承认造假长达25年 / 看看日托怎么翻盘	4182

注：浏览量数据是指原创贴文在自身论坛或社区中产生的浏览量（不含转载）。

视频新闻内容以事件描述为主

- 视频新闻内容以事件描述为主。
- 从播放量看，凤凰视频占优势。其他视频网站相关新闻单篇播放量相对较小。

视频热播排行 (TOP10)

来源	热点视频标题	播放量 (万)
凤凰视频	车业爆丑闻 三菱涉操控油耗数据	16.0
凤凰视频	三菱汽车耗油测试造假 至少涉及62万辆车	6.8
凤凰视频	三菱汽车总社涉嫌造假 遭日本政府突击搜查	4.5
凤凰视频	三菱汽车一研究中心遭搜查	2.0
凤凰视频	日系车油耗造假接连曝光	2.0
凤凰视频	政府部门对三菱实施入社调查	1.9
凤凰视频	三菱承认油耗造假 日本市场共涉62.5万辆车	1.9
凤凰视频	三菱汽车油耗测试造假 七家车企自查 未发现违规	1.7
凤凰视频	日版“排放门”！三菱汽车承认测试作假	1.5
凤凰视频	三菱汽车承认油耗测试造假	1.1

注：播放量数据的统计范围为单条视频在单一网站上的播放量，不含转载。



四、网友声音分析

网友评价热词：关注点超出了事件本身

- 从评论热词看，网友对于油耗本身的关注热度并不高。对日产举报三菱、收购三菱、三菱发动机、中日对比等话题兴趣较浓。
- 此外，网友对汽车行业层面话题关注热度较高，因而大众、德国等词出现的频率也较大。成龙曾代言三菱，出现的频率也较高。

网友评价热词云图



网友正面及中性评价

网民观点	网友语言
日本品牌比中国品牌强	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 我们需自查。更摆脱不了嫌疑。 ➤ 别笑人家，按这个标准，在中国生产的所有汽车都在造假！ ➤ 天朝工信部的油耗数据好像更造假！ ➤ 买日系车总比买国产车好，日系车省油在全世界是有口皆碑的！
这个在中国叫事儿吗	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 这在中国叫事儿吗？ ➤ 不知道我们的民族品牌的汽车油耗数据如何？ ➤ 建议都把总部转到中国了，专门经营中国市场，这些问题在中国都不叫事。
日本人还是讲诚信	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 无论如何日本的诚信是世界第一的。 ➤ 日本人以造假为耻，天朝人以造假为荣。 ➤ 日本的产品质量还是信得过。
敢于承认，监管得力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 真心佩服人家政府的监管行为，从长远看也是保护企业提高竞争力的方法。 ➤ 在我国 燃油数据哪家没造假 在日本 分分钟让你倒闭 这就是信用的价值 齐全的监管。 ➤ 在天朝，监管都是吃饭。
三菱发动机不错	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 日系汽车即使造假，其性能也远胜于美系。 ➤ 听说好多车用的都是三菱的发动机。 ➤ 大众三菱都是顶级汽车发动机公司。

网友负面评价

网民观点	网友语言
出事了才说查，应该重罚	<ul style="list-style-type: none"> ➤国家工伤总急，丧务部的老爷们，你们准备又装着没有看见？？把三零拿出来重罚！！！100亿美元。 ➤唉，原来外国的也是一个吊样，没啥区别，出事了才说查！ ➤早知如此，何必当初！
故意造假欺骗，工匠精神何在	<ul style="list-style-type: none"> ➤整了半天别最后日系车节油主要靠调表... ➤工匠精神呢？所以说日本企业不是所有企业都是匠心制造，不要盲目崇拜。 ➤研究中心就是研究怎么造假？
日本车本来就不安全，省油也扯	<ul style="list-style-type: none"> ➤日车不安全，看来油耗也是作假的。 ➤没觉得鬼子车有多省油！！！ ➤日本车就是个塑料车，而且燃油指标早就是造假，还自吹省油。
天下乌鸦一般黑	<ul style="list-style-type: none"> ➤商人都一样，别再认为国外的商人都比中国商人道德底线高了！！！！ ➤原来所有车都造假啊，连最讲认真二字的德国人和日本人都造假。 ➤全世界生产的汽车在油耗上那个不造假。
三菱要悲剧了	<ul style="list-style-type: none"> ➤雪上加霜啊，本来三菱的汽车就不景气。 ➤在日本搞欺诈，三菱要悲剧了。 ➤诚信的小船翻了又翻，这次三菱彻底翻船了。
不买日系车	<ul style="list-style-type: none"> ➤不买鬼子车！ ➤你们说日本车好的赶紧买吧！要不然我们砸谁的去。 ➤日系车是不是油耗都造假？我还准备出手日系车。 ➤大家不要买日本车！
收购三菱是日产的套路	<ul style="list-style-type: none"> ➤日产先是举报三菱的违规行为使其市值蒸发了快一半，紧接着又收购了三菱34%的股份，全是套路...会玩~ ➤说收购就收购，速度太快了！ ➤日产先举报再收购 高实在是高。 ➤要想收服你，先要搞臭你。

报告综述

继大众汽车“排放门”之后，4月20日三菱汽车再曝“油耗门”，即油耗测试数据造假丑闻，该公司也因此事接受调查，直接损失巨大，品牌形象遭受重创。5月12日，事件出现惊人转折——合作伙伴日产收购三菱，患难真情还是趁火打劫成了行业热议话题。随后一周，关于汽车行业格局变化、行业造假现象的讨论不绝于耳。从事件爆发到出现转折，一直吸引着媒体的目光，包括中央重点媒体在内的主流媒体大力报道，迅速扩大了事件的网络传播影响力。

【友盟+】针对这一重大企业舆情事件在互联网上的传播情况做了持续监测和分析，初步得出如下结论：

- 1.该事件的核心影响力仍然局限于汽车行业，未进入重大社会热点的范畴。
- 2.从媒体报道规模和网民关注规模的变化趋势看，事件发酵（恶化）及转折阶段明显高于事件爆发阶段。
- 3.媒体和网友更加关注事件引发的汽车行业层面话题（负面）。
- 4.结合传播渠道看，主流媒体新闻报道以造假事件描述及日产收购三菱为主；微信公众号及微博大V中对造假本身讨论较少，对收购话题讨论较多；论坛中以网友主观调侃造假负面影响为主；视频新闻内容以事件描述为主。
- 5.网友评论声音中以负面声音为主，集中在对造假本身的抨击、对日本工匠精神的质疑、对汽车行业乃至商业界造假的调侃、对收购事件的调侃以及泛抵日情绪的宣泄等。少数正面声音中主要提到三菱发动机、日本品牌、诚信精神及政府监管等值得肯定。

关于【友盟+】

【友盟+】，全球领先的第三方全域大数据服务提供商，2016年初由友盟、CNZZ、缔元信.
网络数据三家国内顶尖的大数据公司合并而成。

【友盟+】集三家公司优势于一身，通过全面覆盖PC、手机、传感器、无线路由器等多种设备数据，打造全域数据平台。秉承独立第三方的数据服务理念，坚持诚信、公正、客观的数据信仰，为客户在基础统计、运营分析、数据决策和数据业务四个方向提供数据产品和服务，帮助企业缩减运营成本、提高运营效率，从而促进整个数据产业链高效有序地发展。

截止2016年第一季度，【友盟+】每天可触达全球独立互联网活跃用户数超过9亿，每天收集线上线下各类应用场景的数据200多亿条，其中网页数据120多亿条，移动APP数据80多亿条。总数据量达20P+，服务APP应用接近100万款，服务大中小型网站共计近500万家。

谢谢 !

