



汽车植入《变形金刚5》哪家强？

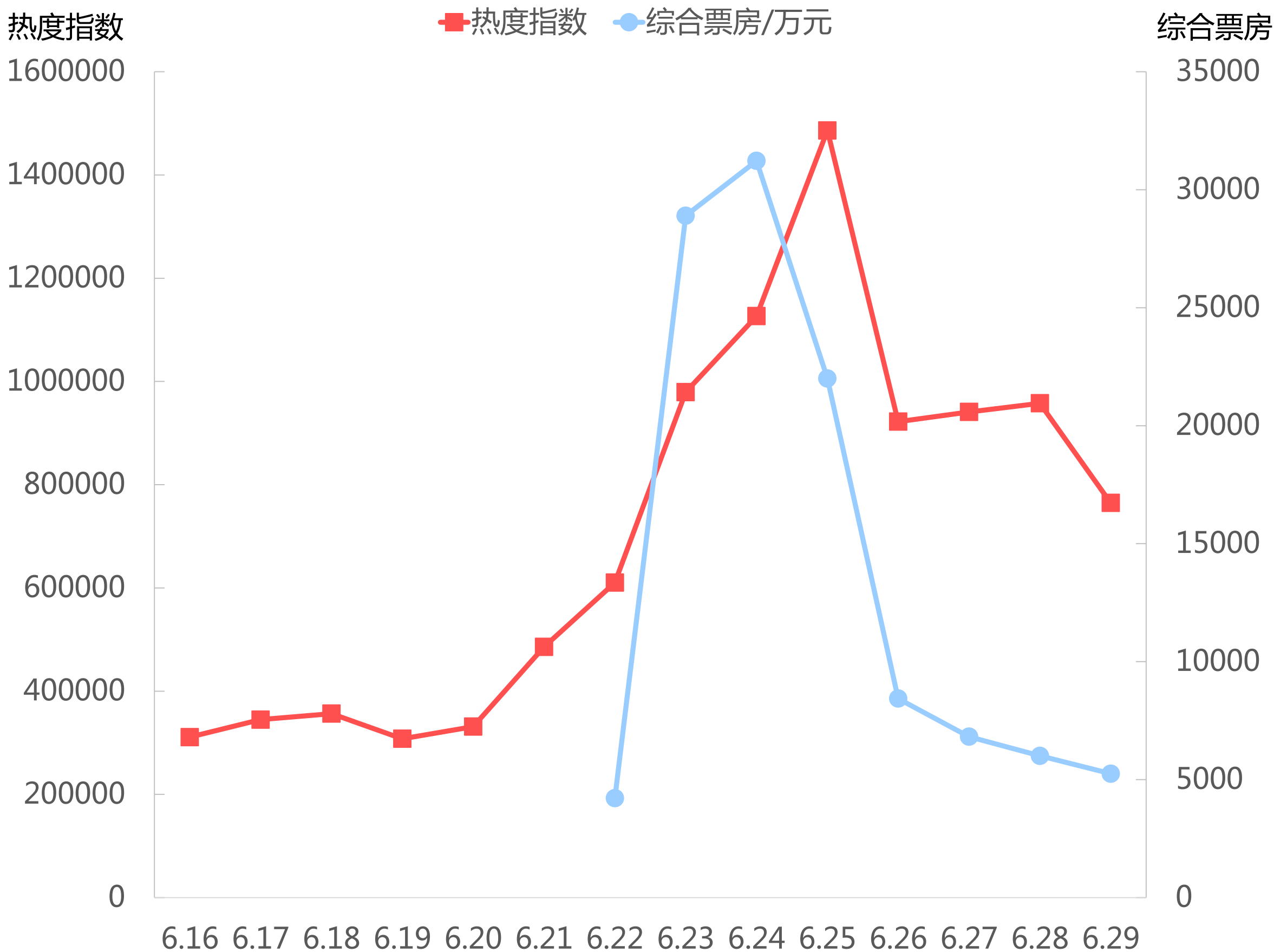


今日头条算数中心出品

《变形金刚5》 票房5天破10亿



《变形金刚5》 热度趋势及票房表现

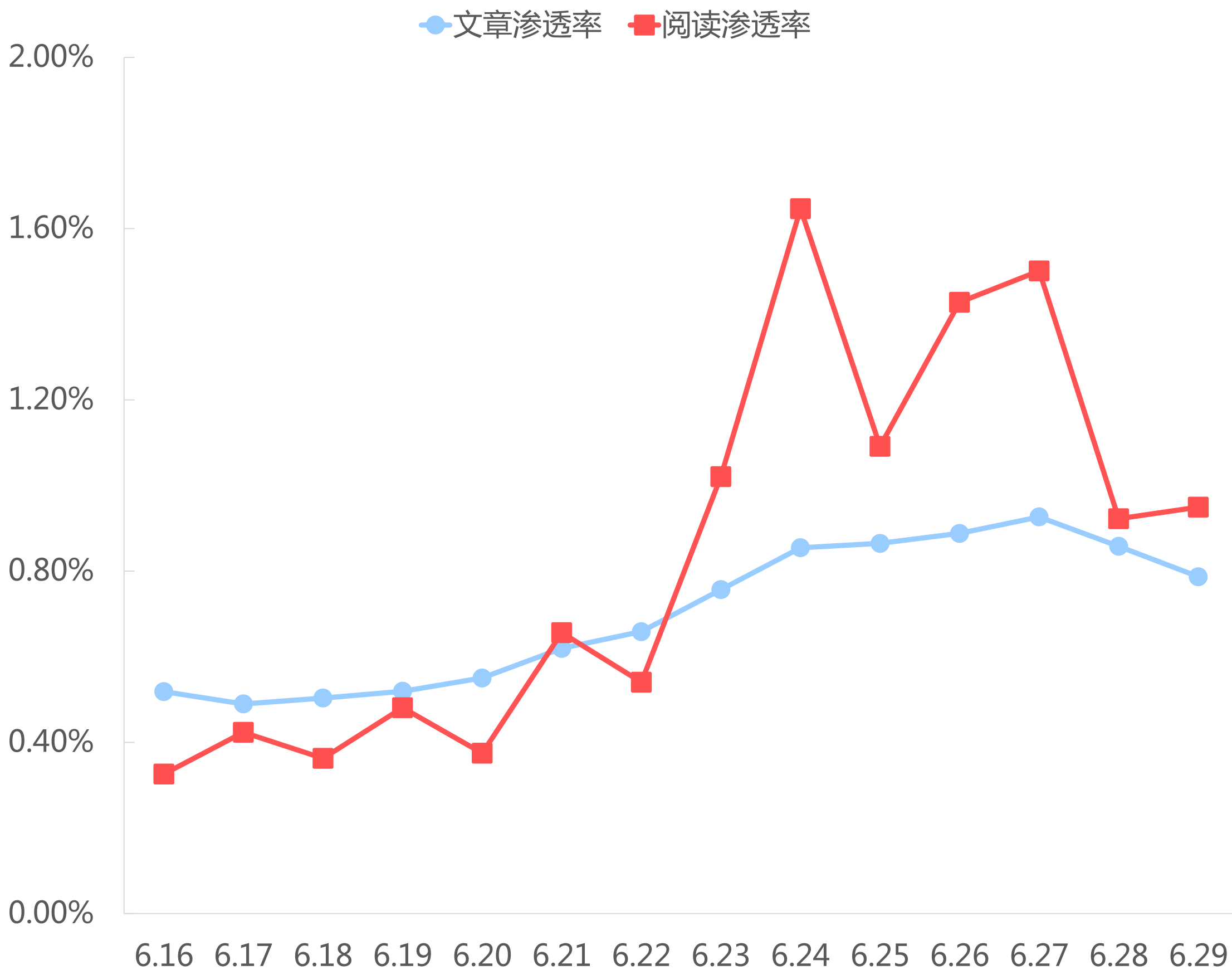


从热度趋势来看，上映前三天，影迷们已经蠢蠢欲动，20日开始便一路上涨，上映后的首个周日达到顶峰。周末结束后电影的热度开始下降，与票房走势基本一致。

数据来源：头条指数 & 猫眼电影专业版
注：6.22日票房数据为6.23日零点综合票房

© 2017.07 今日头条算数中心

《变形金刚5》在电影资讯中的表现



上映首日，《变形金刚5》的票房占比达到92.6%，影片的上映激发了创作者的热情，变形金刚相关的文章逐渐增多，阅读渗透率也得到提升。但与呈碾压之势的票房相比，资讯层面，公众的注意力更偏多元化，变形金刚在电影资讯中的阅读渗透率最高达到1.65%。

数据来源：头条指数

注：文章渗透率=电影资讯中《变形金刚》文章数/电影资讯文章总数

阅读渗透率=电影资讯中《变形金刚》阅读量/电影资讯阅读总量

© 2017.07 今日头条算数中心

《变形金刚5》上映前后评论热词



上映前1周

2017.06.16-2017.06.22



上映首周

2017.06.23-2017.06.29

影片上映后，豆瓣评分一路走低至 4.8分，而不久前上映的好莱坞大片《异形：契约》达到7.4分（7月10日数据）。从用户在今日头条上的评论来看，“特效”和“剧情”是《变形金刚5》上映前后出现频率最高的词。值得一提的是，上映后，有不少网友吐槽《变形金刚5》令人失望，“睡着”成为新的高频词。

数据来源：头条指数（2017.06.16-2017.06.29）

注：仅选取TOP20的评论高频词汇

© 2017.07 今日头条算数中心

《变形金刚5》兴趣用户画像

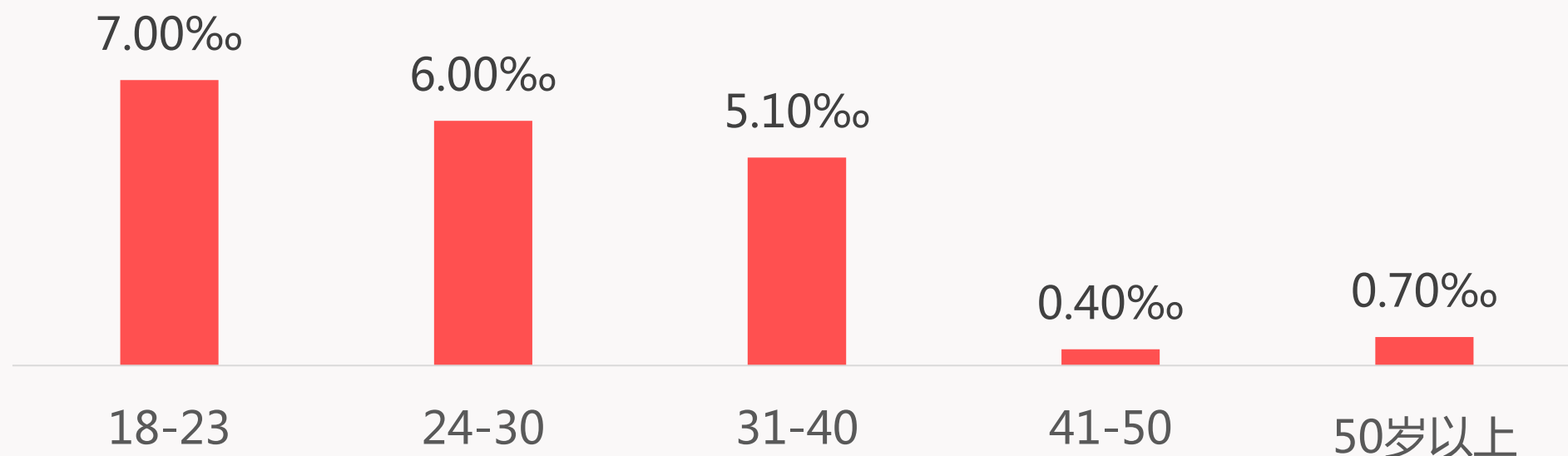
《变形金刚5》兴趣用户阅读渗透率

性别分布



《变形金刚5》兴趣用户阅读渗透率

年龄分布



变形金刚系列电影的IP源于上世纪80年代推出的变形金刚动画片，一经上映便通过“回忆杀”牢牢锁定了80后消费者，但随着电影拍到第5部，粉丝逐渐偏年轻化：头条指数显示，18-23岁用户对变形金刚5的关注度最高，渗透率随着年龄的上升呈下降趋势，但50岁以上用户的关注度稍有提升；而阅读了变形金刚的用户中，40%对汽车感兴趣。

男性对变形金刚阅读渗透率接近女性的4倍，可见科幻的剧情和激烈的打斗场面主要吸引的是男性用户。

数据来源：头条指数（2017.06.02-2017.06.29）

注：阅读渗透率=某性别或年龄段用户《变形金刚》资讯阅读量/全网该性别或年龄段用户总阅读量

© 2017.07 今日头条算数中心



擎天柱-西部之星



大黄蜂-雪佛兰科迈罗



热破-兰博基尼Centenario



准星-雪佛兰科尔维特



Cogman-阿斯顿马丁DB11



探长-奔驰乌尼莫克



漂移-奔驰AMG GT R

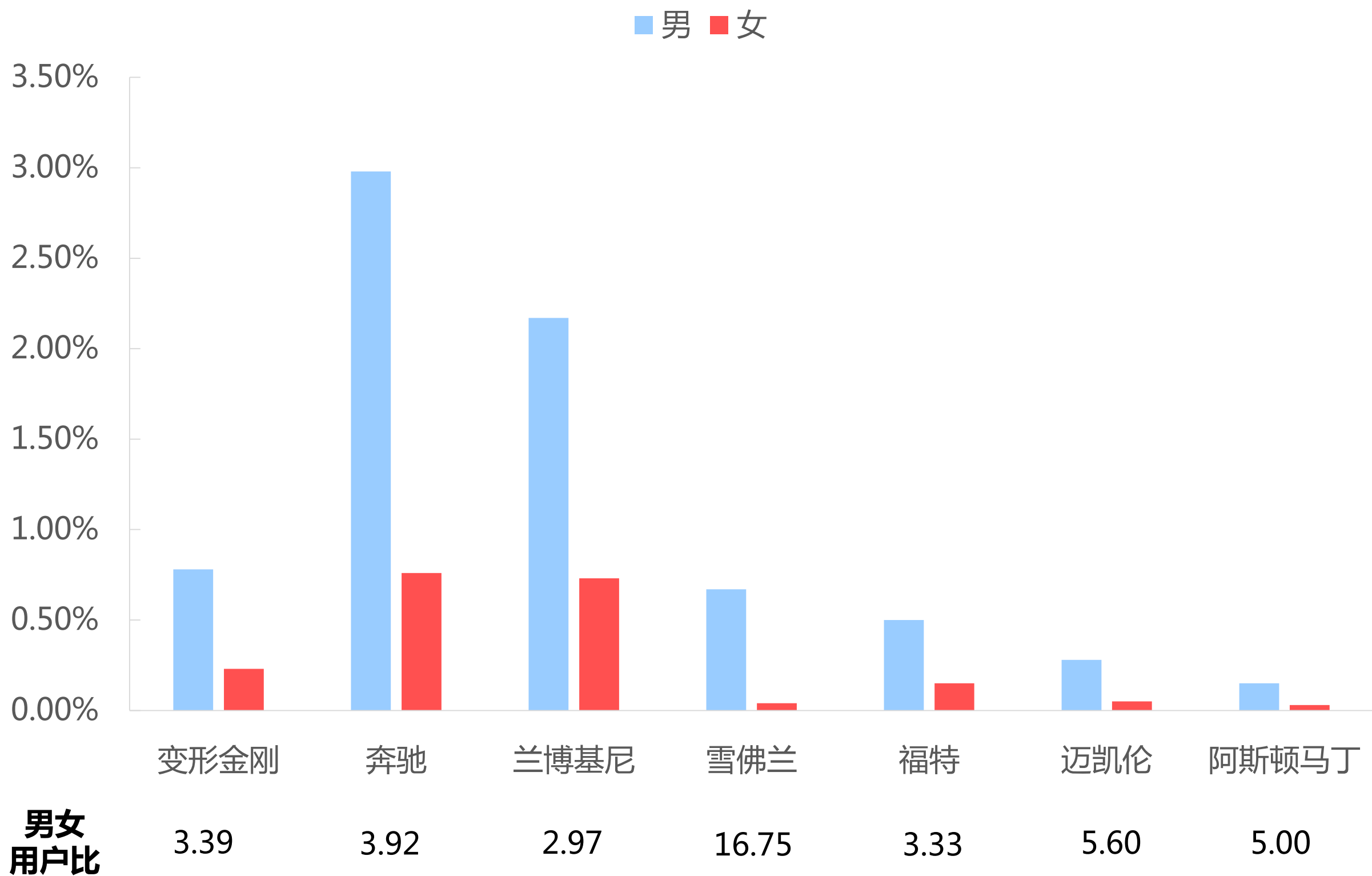


路障-福特野马

匹配度：兰博基尼粉丝与变形金刚最相符



《变形金刚5》与各汽车品牌兴趣用户性别渗透率

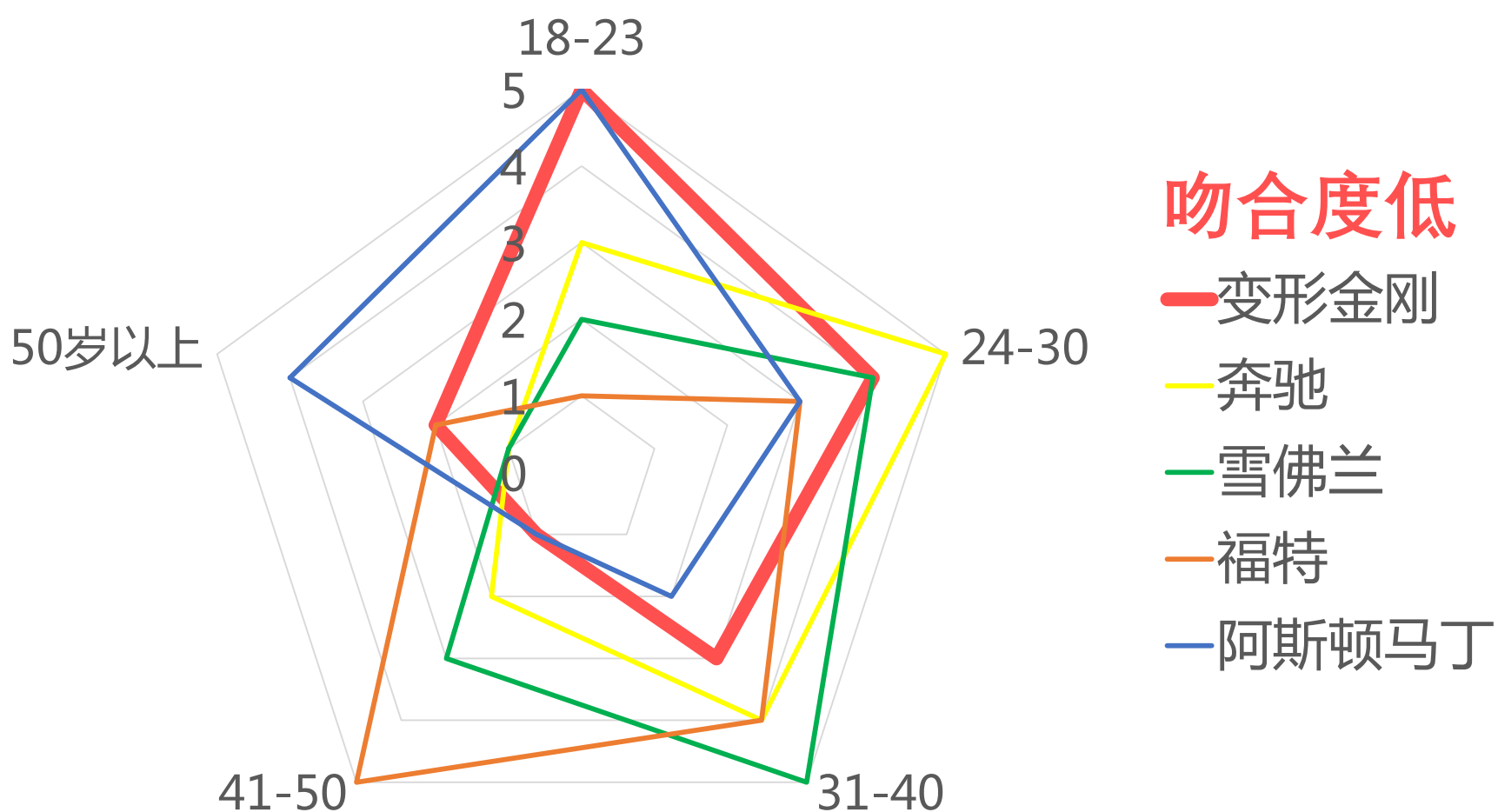
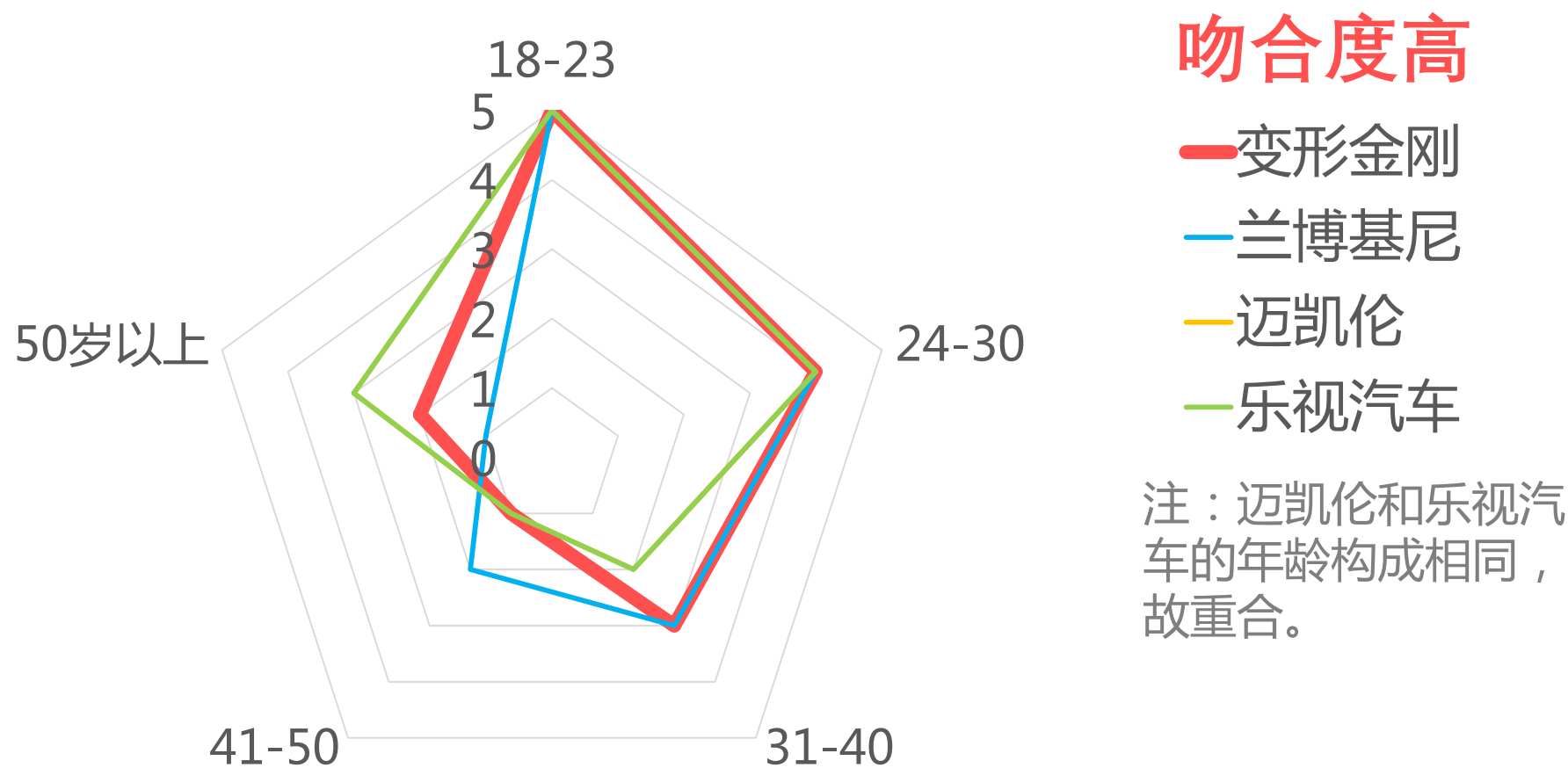


当品牌和影片的目标受众相契合时，植入营销往往更能达到理想的效果。从关注用户的性别渗透率对比来看，福特与《变形金刚》的关注用户最接近；但从年龄结构看，中年用户对福特的关注度更高，兰博基尼、迈凯伦、乐视汽车的关注群体都偏年轻化，与变形金刚匹配度较高。

数据来源：头条指数 (2017.06.02-2017.06.29)

注：性别渗透率=某性别用户对品牌的关注度 / 该性别用户全网总关注度 © 2017.07 今日头条算数中心

《变形金刚5》与各汽车品牌兴趣用户 年龄渗透率



豪车品牌经常出现在娱乐和社会类资讯中，容易吸引年轻用户的关注，综合而言，兰博基尼的粉丝与变形金刚更为匹配。需指出的是，关注度与达成购买中间还受到多种因素影响，如收入水平。

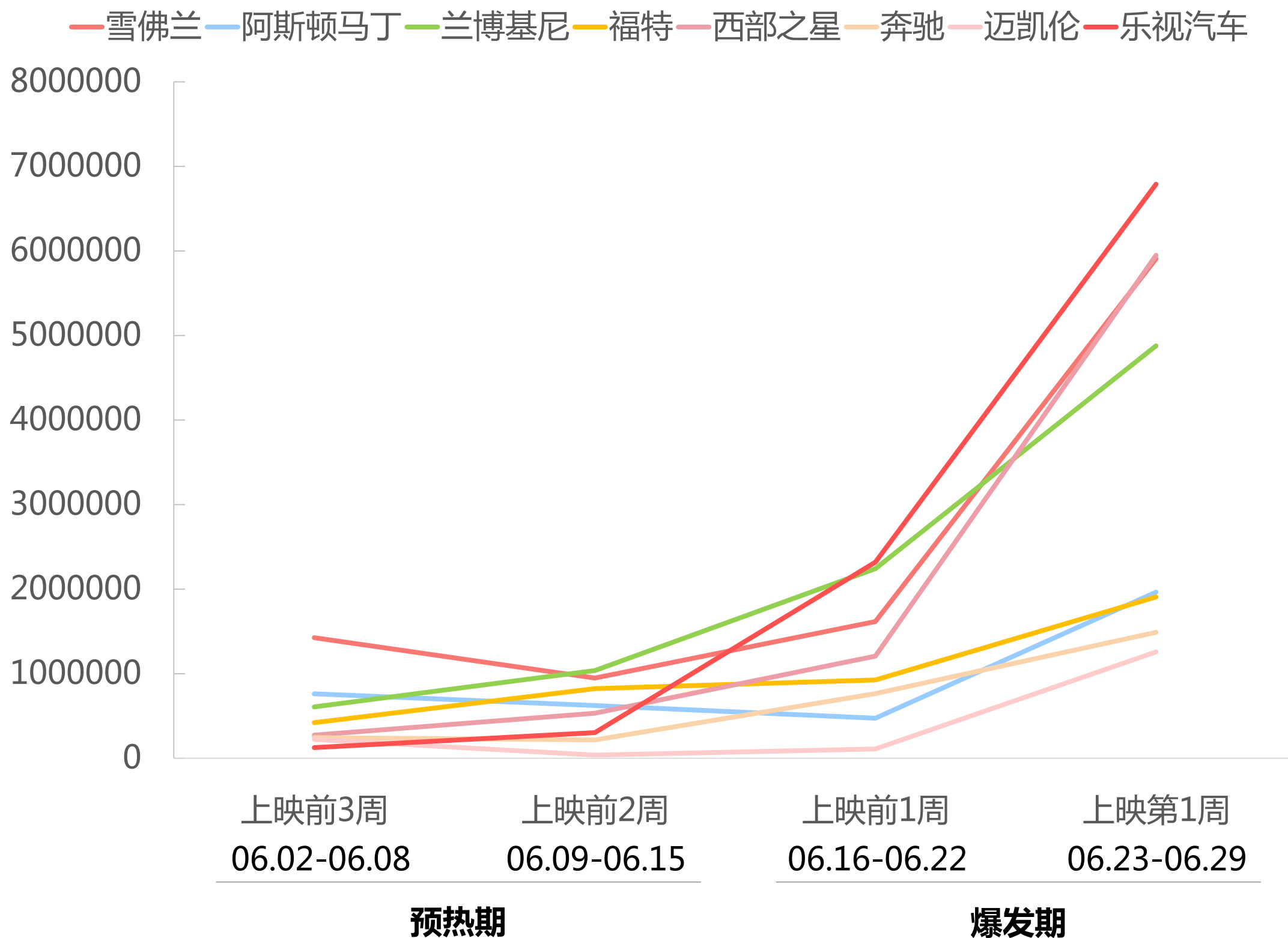
数据来源：头条指数（2017.06.02-2017.06.29）

注：年龄渗透率=某年龄段用户对关键词的关注度 / 全网年龄段用户总关注度

1-5分别代表关注度排名，数值越大，代表关注度越高

© 2017.07 今日头条算数中心

各汽车品牌与《变形金刚5》的相关度



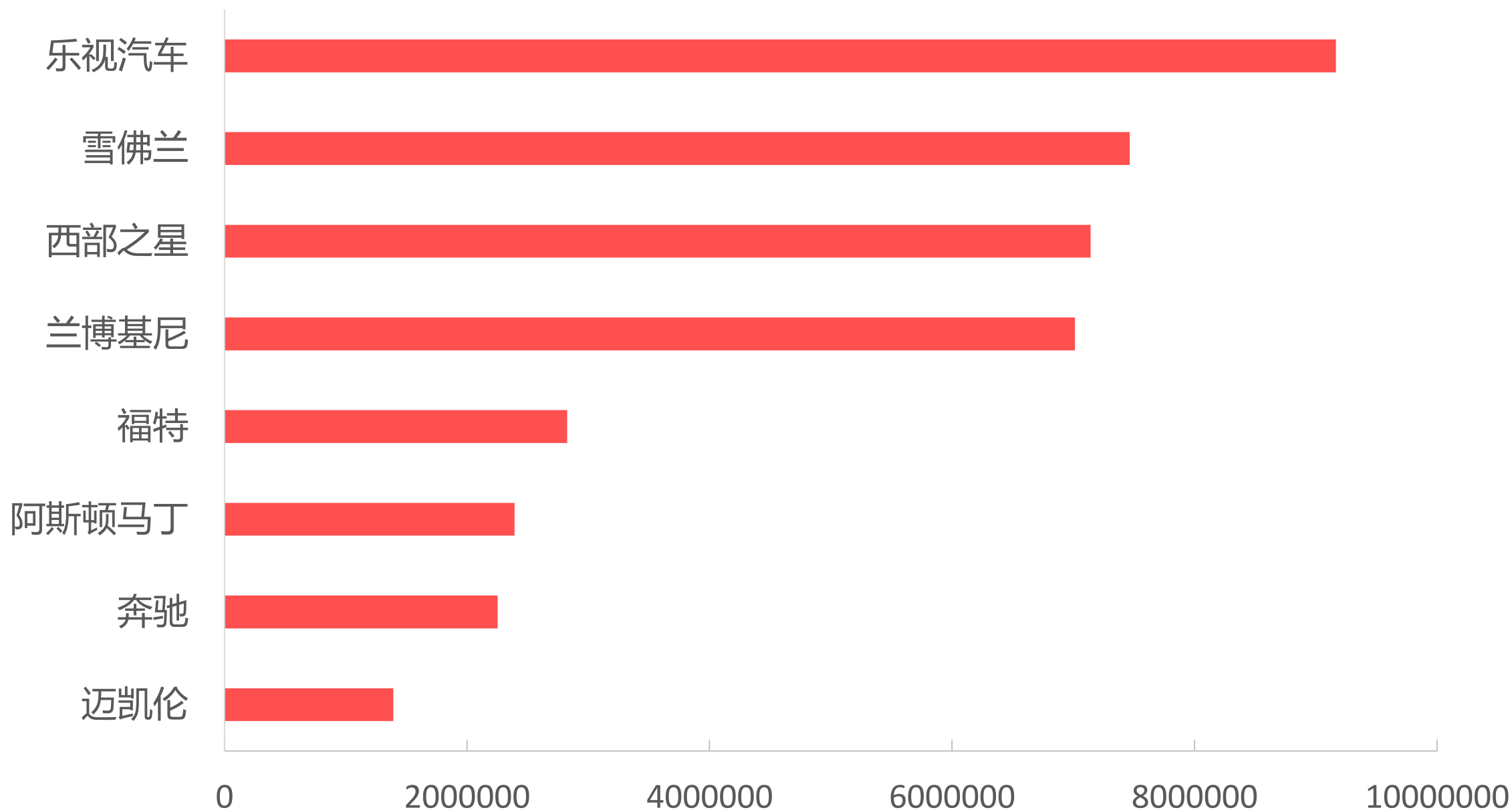
随着电影上映日期的临近，各汽车品牌与电影的相关度逐渐升高。

预热期（上映前3周至前2周），各汽车品牌与电影的相关度总体较低，但高人气的大黄蜂让雪佛兰的相关度得到提升；尽管擎天柱是变形金刚系列的主角，但由于其汽车原型是西部之星卡车，与公众的消费需求相隔较远，预热期并未获得太多关注。

数据来源：头条指数（2017.06.02-2017.06.29）

注：相关度为汽车品牌与变形金刚5同时出现在一篇文章中并被阅读的次数

爆发期各汽车品牌与《变形金刚5》相关度



到了爆发期（上映前1周与后1周），影片的上映使片中角色受到热议，原型车和其他露脸的汽车热度也水涨船高。乐视投入巨额广告费将超级汽车 LeSEE Pro作为演员座驾，作为唯一植入的国产汽车品牌，自然受到了国内媒体的热议，其相关度拔得头筹，成为此次植入营销中的一匹“黑马”。

随着擎天柱的亮相，卡车西部之星再度走入公众视野，相关度仅次于雪佛兰。新角色热破的出现拉升了兰博基尼的相关度，位列第四。奔驰此次花大手笔将漂移(Drift)的原型车布加迪威航换成了AMG GT-R跑车，但爆发期的相关度却不及乐视汽车的四分之一，可见若想让植入效果最大化，除了植入影片，还需在后续传播上发力。

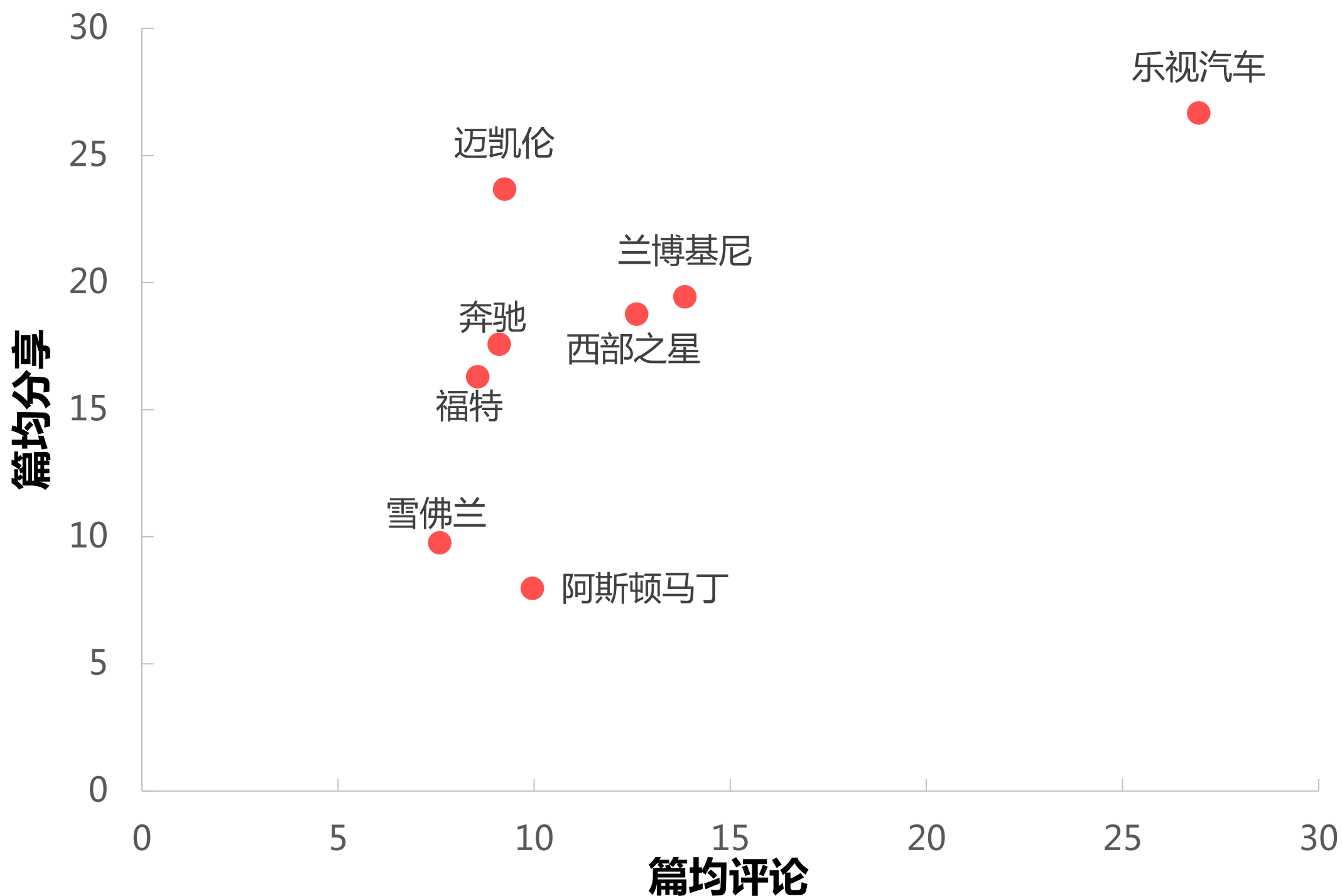
数据来源：头条指数

注：爆发期：2017.06.16-2017.06.29

相关度为各品牌与变形金刚同时出现在一篇文章并被阅读的次数

© 2017.07 今日头条算数中心

《变形金刚5》与汽车品牌关联文章阅读行为



相关文章若能引发互动和主动分享，会起到更好的传播效果。从篇均评论和篇均分享数据看，乐视汽车均得分最高；雪佛兰虽然相关阅读量较高，但由于大黄蜂形象早已深入人心，缺乏新的话题点，在两方面都得分较低。

但对于乐视的植入，评论褒贬不一。最热的一条评论是：“**4000万美元拿去做广告也不愿意把钱花在技术上和发动机上。**”

当然，也有评论表示支持：“**乐视汽车是我在电影里唯一自己看到的中国品牌，酷狗那个纯属听到的，感觉除了那辆兰博基尼，最帅的就是它了。**”

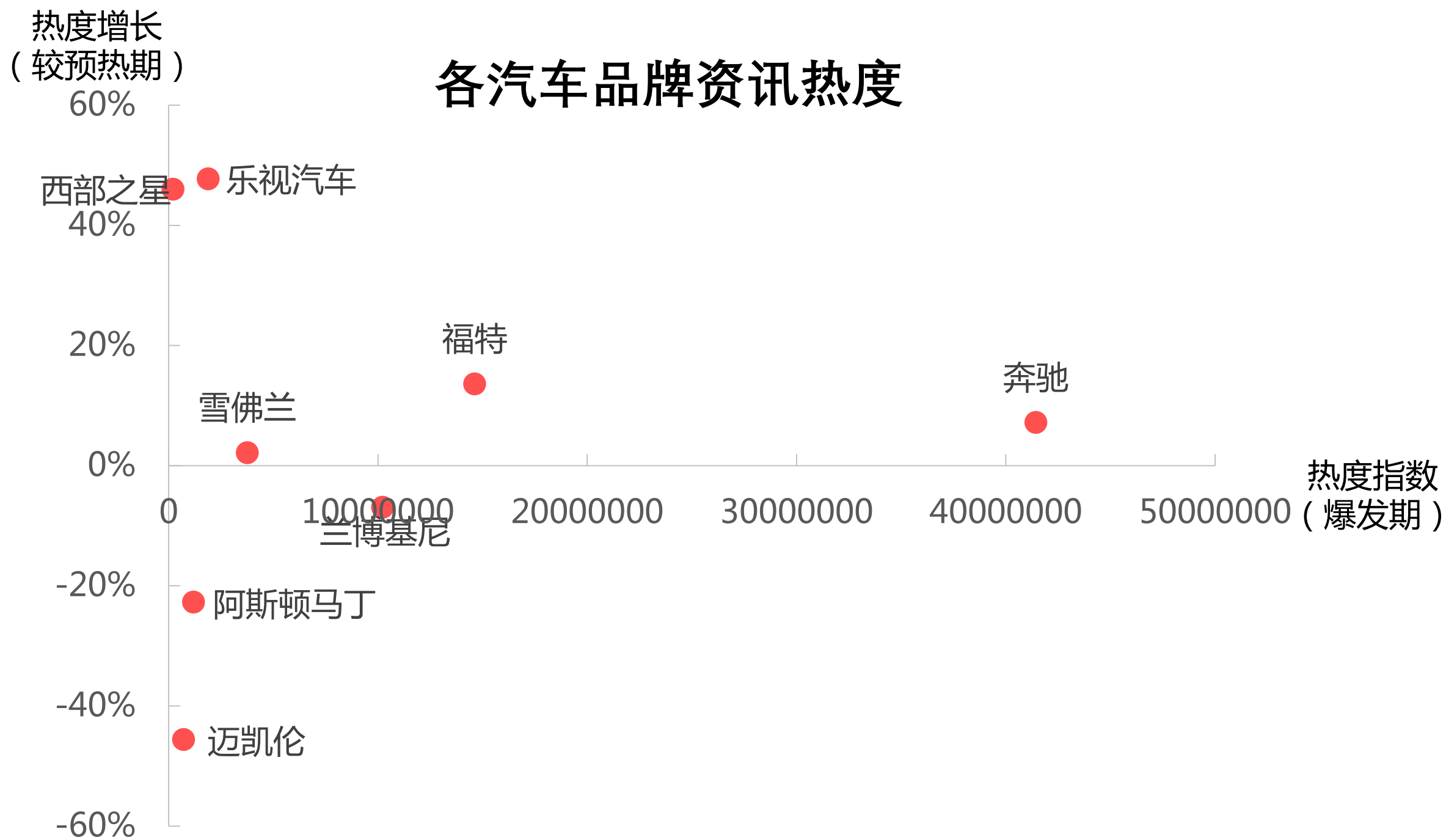
数据来源：头条指数（2017.06.16-2017.06.29）

注：篇均分享=某品牌相关资讯分享数/该品牌文章数

篇均评论=某品牌相关资讯评论数/该品牌文章数

© 2017.07 今日头条算数中心

整体热度增量：乐视汽车领跑，豪车不升反降



一次成功的品牌植入，除了要让品牌与影片产生关联，还应使品牌的整体热度得到提升。

综合各汽车品牌的全网热度发现，乐视汽车和西部之星在爆发期的热度增长明显，涨幅均超过了40%，但总体排名依然落后；福特和奔驰虽然在相关度上略逊一筹，但凭借多年的品牌积累，热度依然有所增长。

值得注意的是，植入的三大豪车品牌在爆发期的总体热度出现了下降，其中阿斯顿马丁和迈凯伦不仅相关度较低，总体热度的下降幅度也较大。迈凯伦此次植入了一辆570S，但由于没有变身，存在感上远不及汽车人，又由于话题不够，与同样没有变身的乐视汽车相比相差较大。

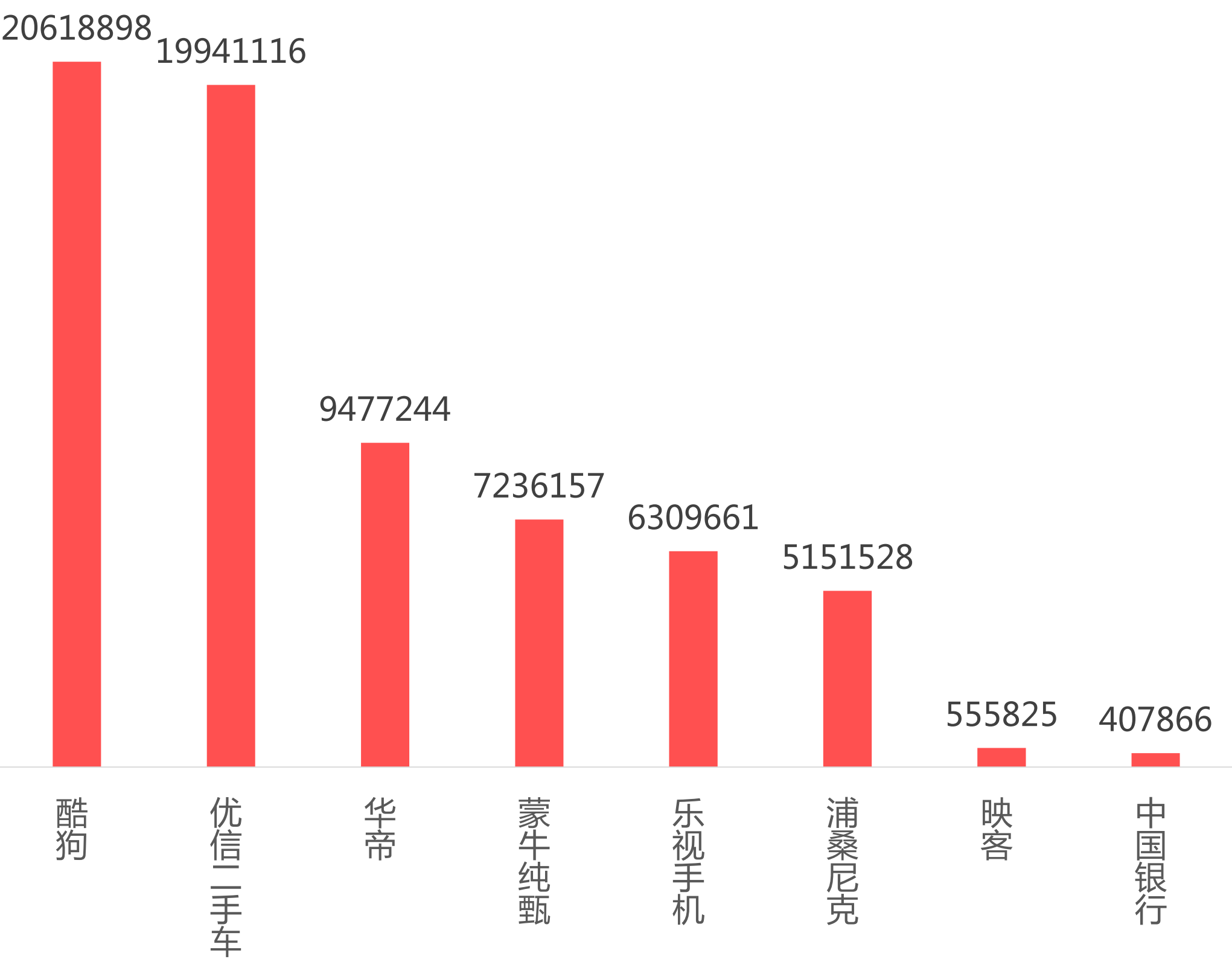
数据来源：头条指数（2017.06.16-2017.06.29）

注：热度指数根据阅读数、分享数、评论数等赋予不同权重后综合得来。 © 2017.07 今日头条算数中心

品牌	搜索量增幅
西部之星	75.89%
乐视汽车	66.95%
福特	6.44%
雪佛兰	4.57%
奔驰	3.90%
兰博基尼	-6.04%
迈凯伦	-7.15%
阿斯顿马丁	-8.60%

影片的热映也带动了品牌的搜索量，相比预热期，爆发期搜索量增幅最大的是西部之星和乐视汽车，福特、雪佛兰和奔驰的搜索量均有小幅增长。

非汽车品牌与《变形金刚5》的相关度



尽管《变形金刚》是一部十足的汽车人主题电影，但也有许多非汽车品牌借此进行植入营销，头条指数显示，酷狗音乐是与《变形金刚》最相关的非汽车品牌：这可能与其稍显特别的植入方式相关——利用独特而熟悉的音效“Hello , Kugou” 和字幕吸引了诸多关注，这也是首次有国产品牌通过声音播放和字幕露出的方式进行广告植入。

数据来源：头条指数（2017.06.16-2017.06.29）
注：相关度为各品牌与变形金刚同时出现在一篇文章中并被阅读的次数 © 2017.07 今日头条算数中心

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
(汽车算数)