



艾媒大数据舆情监控系统

艾媒舆情|3·15专题：
“3·15晚会”
激发全民维权意识觉醒



艾媒 舆情
yq.iimedia.cn



研究方法

本报告数据主要来源于艾媒大数据舆情监控系统，并结合了行业深度访谈、桌面研究等方法。

- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，进行分钟级全网扫描与数据更新。
- 目前，艾媒大数据舆情监控系统提供全网监测分析、个性化定制数据和专业舆情报告等增值服务，服务客户涵盖政府部门、运营商、IPO上市公司等。
- 详情请咨询：yq_business@iimedia.cn

目录

1

2018年央视3·15晚会看点

2

“2018央视3·15晚会” 舆情监测

3

315晚会激发全民维权意识觉醒



PART ONE

2018年央视3·15晚会 看点

3·15晚会简介

3·15晚会是由中央电视台联合国家政府部门为维护消费者权益在每年3月15日晚共同主办并现场直播的一台大型公益晚会，致力于维护消费者权益、规范市场经济秩序、完善法律法规。

《2018年中央电视台3·15晚会》于2018年3月15日晚上8：00在CCTV-2财经播出，主题为“品质消费 美好生活”。

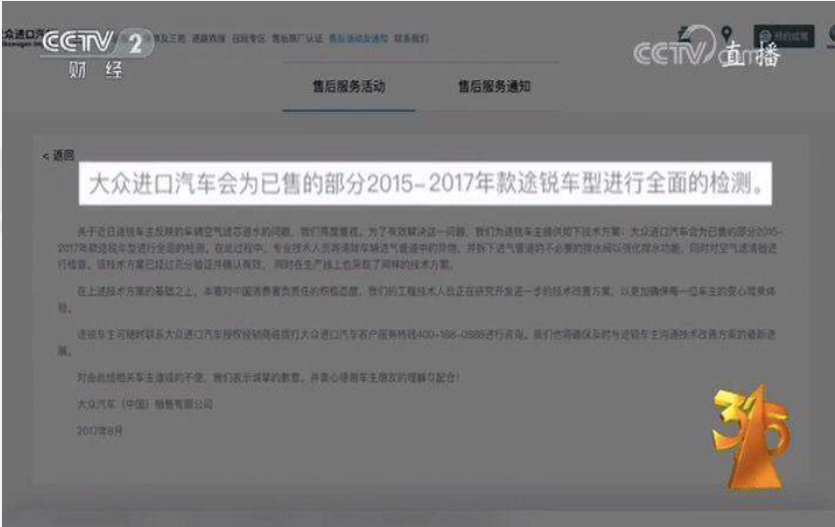
近十年3·15晚会主题及焦点问题：

2009年	3·15有你更有力量	国道乱收费
2010年	新规则、新动力	服务商乱收费
2011年	护航新消费	流氓软件
2012年	共筑诚信 有你有我	食品安全
2013年	我的权益我做主	智能手机
2014年	让消费更有尊严	投资骗局
2015年	消费在阳光下	手机实名
2016年	共筑消费新生态	外卖
2017年	用责任汇聚诚信的力量	消费升级
2018年	品质消费 美好生活	?

《2018年央视3·15晚会》之侵权现象

唯一被批的明星企业：大众

近年不少“途锐”车主反映发动机失灵现象，检查发现发动机进水，进气口位置的设计是导致发动机进水的重要原因。在质检总局启动缺陷调查和多次约谈敦促下，2018年3月7日，大众发布召回声明并给出解决方案：拆下进气管道的不必要的排水阀，在发动机进气口处安装额外的导流板。而车主们担心，这会影响途锐车的涉水。



存在多年的山寨饮料

各种添加剂+两吨纯净水+香精=市场热销饮料。一罐料汁能生产出8000瓶“核桃花生”。有的在外包装上也煞费苦心。产品都和某品牌核桃乳非常相似，“六个纯核桃”、“六个核桃”、“六禾核桃”，只是一字一笔一划的差别。外观设计让人难以分辨。这些跟风模仿的产品，主要销往一些三四线城市及农村市场。



《2018年央视3·15晚会》之 侵权现象

珠宝柜台抽奖骗局

买珠宝，随手刮出一等奖，只需支付“鉴定费”，轻松获得价值不菲的珠宝？其实，店里每天都会“安排”让顾客抽到一等奖。标价成千上万的玉石饰品，批发只有百十元，送你的红绳，也是用来标记暗号。销售人员：“在被骗顾客身上，一天能挣3万元。”



酷骑单车被“鞭尸”

从去年年中开始，不少共享单车出现了押金无法退还、平台倒闭的情况，酷骑被作为代表遭到了晚会的点名，中消协称接到的针对酷骑单车的投诉就多达 21 万次。



白色道路标线偷工减料

按照国家标准，夜间行车时，道路上的白色标线应通过反光提示道路的状况。但在很多地方，这种标线并未能达标，喷涂时使用了不符合规定的白色涂料。如果使用普通的料，会比平时的成本低上一倍，但这些普通料中的反光玻璃珠材料严重不足。



《2018年央视3·15晚会》之 科普辟谣.....

舌尖上的谣言

本届315晚会破解了食物相克：临床试验证明“食物相克”并不存在。西红柿和螃蟹同吃会导致砒的生成、榴莲和牛奶一起食用会有咖啡因产生、菠菜和豆腐同吃也是大忌.....都是谣传。我国也没有“中国营养协会”这么一个机构，正确的名字应该是“中国营养学会”。

塑料做的蔬菜、西瓜太红是因为注射了增红剂、葡萄上的白霜是农药残留.....这些谣言也几乎是季节性的谣言了。含有碳水化合物、脂肪的薯片等食物可以燃烧也是很正常的。



民生安全预警

“卡在扶手电梯里致儿童脚踝扭伤”，“因‘洞洞鞋’卷入电梯而造成左腿骨折”.....在过去的几年里，诸如此类的事故层出不穷。原因是由于“洞洞鞋”的鞋底大多过软，容易被扶手电梯夹住，带动整个脚随着鞋子的变形而扭伤，造成儿童受伤。

此外，近年来，充电事故引发了国内80%的电动自行车火灾。电池过载充电，容易发生爆炸，引燃电动车的塑料部件，释放出大量有毒烟气，导致人员和财产损失。



PART TWO

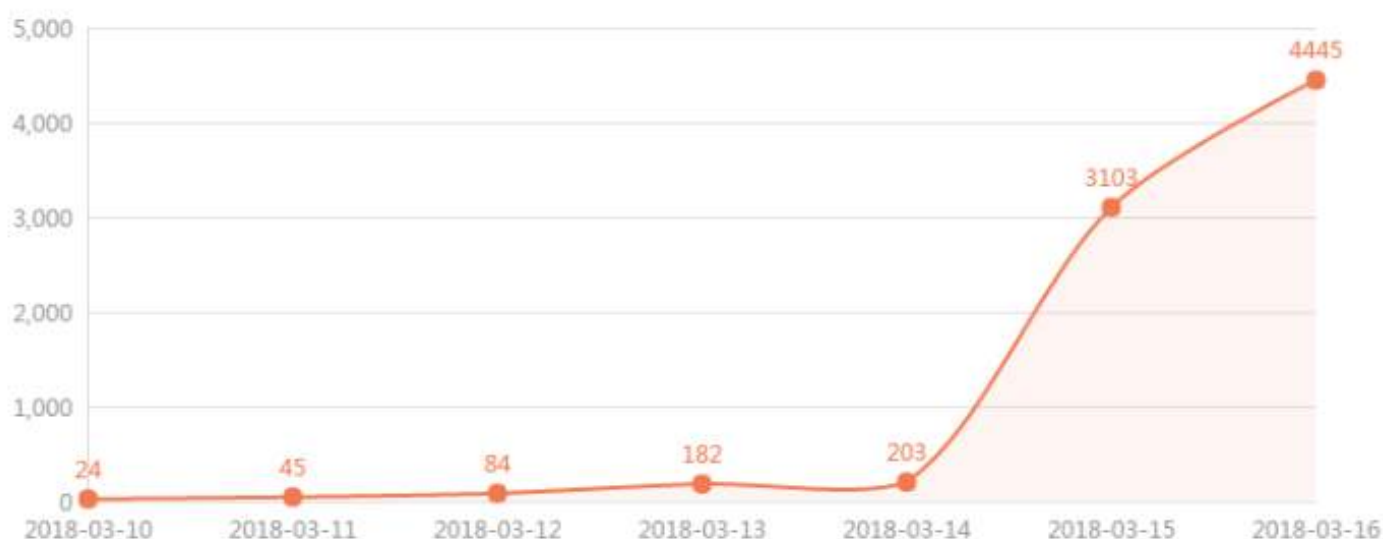
“2018央视3·15晚
会”

輿情监测

热度指数

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，“315晚会”相关热度在3月15日开始剧烈上升，并持续扩大影响。

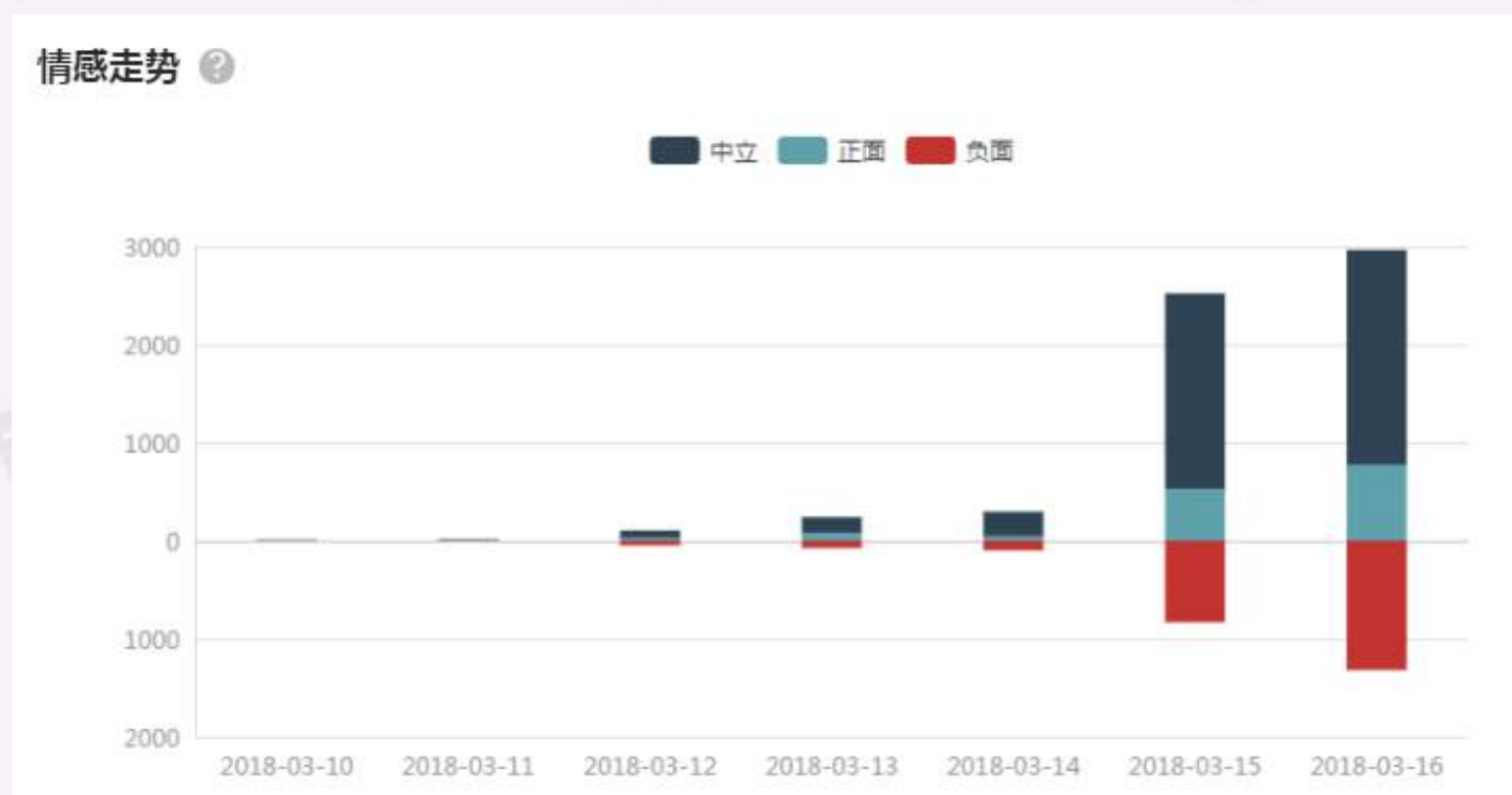
热度指数 ?



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

輿情态度

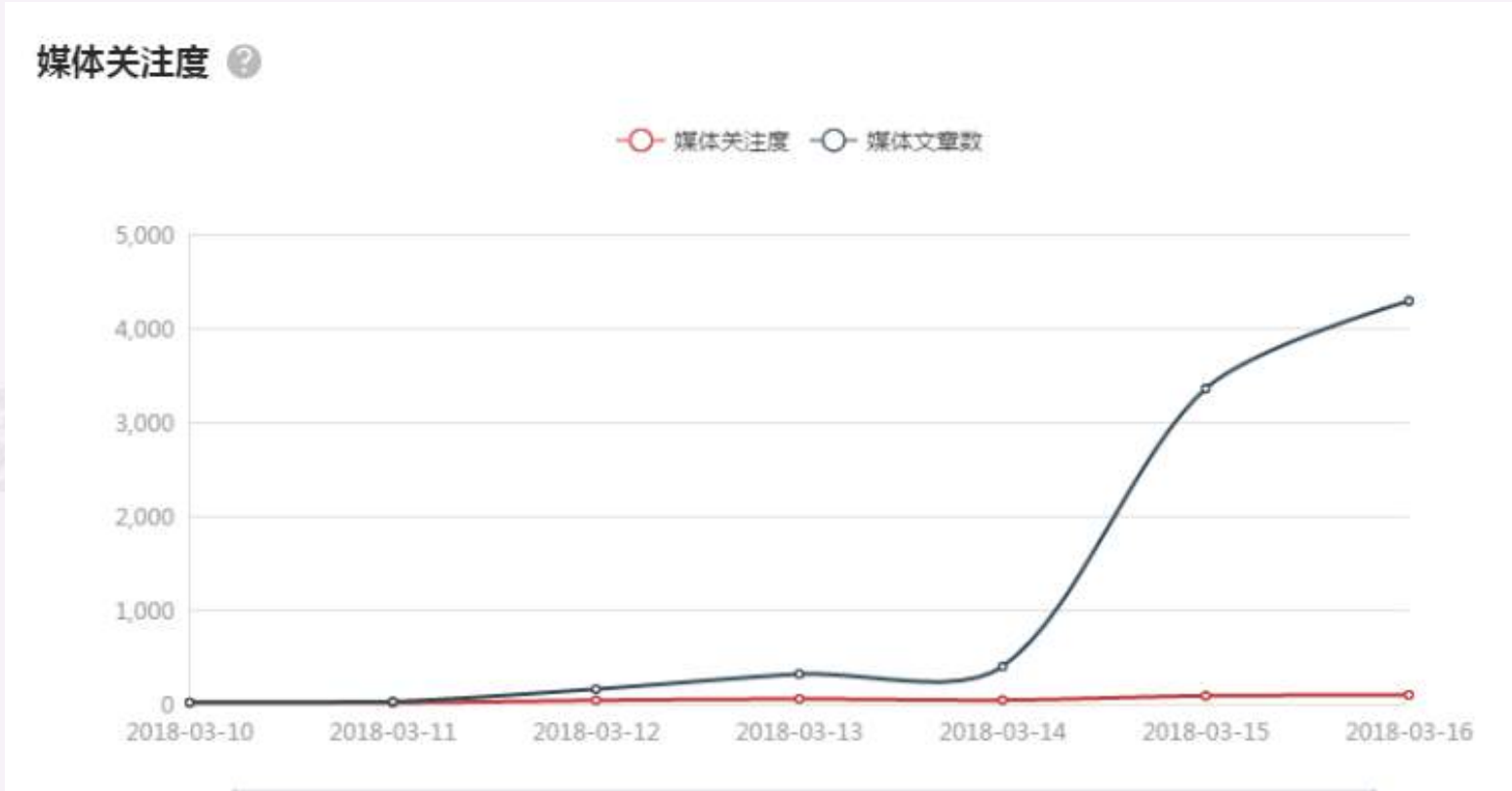
艾媒大数据輿情监控系统数据显示，“315晚会”相关言论在3月15日显著增加，其中负面言论明显多于正面言论，并有继续恶化扩散趋势。



数据来源：艾媒大数据輿情监控系统

媒体关注度

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，3·15临近，媒体关注度有一定程度的上涨，并于3月15日开始剧烈上涨，3月16日媒体关注度进一步增加。



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

“山寨” 饮料成本届3·15晚会关注焦点

根据艾媒舆情网络调研分析，本届3·15晚会曝光的问题中，山寨饮料的网友关注度最高（47%），其次分别是“刷单炒信”、共享单车押金难退，以及大众“进水门”（27%）；保健品造假窝点、洞洞鞋引发电梯事故、“再生料”水管等问题也受到了一定程度的关注（20%）。

本届3·15晚会曝光的问题中，最受关注的是？



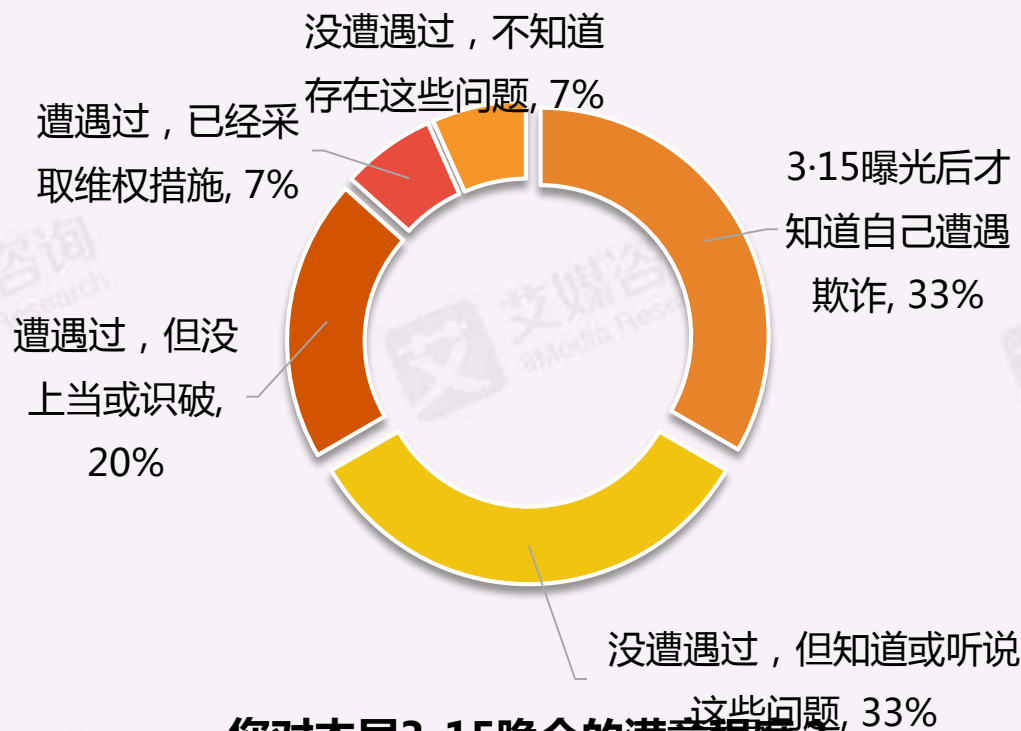
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

本届3·15晚会反响平平

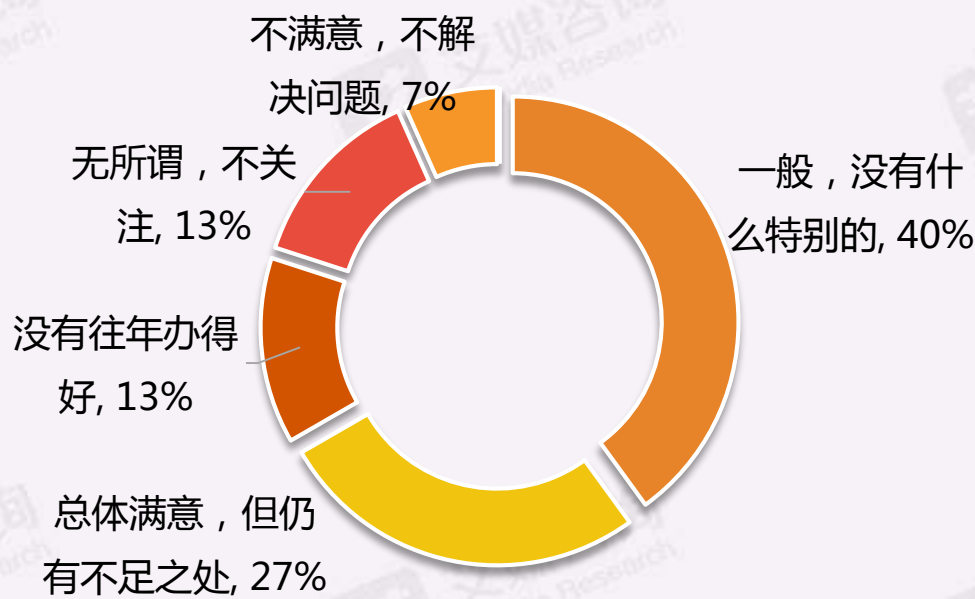
根据艾媒舆情网络调研分析，分别有33%的网友表示没有遭遇过本届3·15曝光的问题，或者没遭遇但知道这些事情的存在；20%的网友表示遭遇过这些问题，但没有上当或者及时识破；此外，分别有7%的网友表示遭遇过，并采取了维权措施，或者没有遭遇过，且不知道存在这些问题。

对于本届3·15晚会，40%的网友评价一般，认为没有什么特别的；27%的网友表示虽有不足之处，但总体满意；认为没有往届办得好，或者没有关注的网友均占比13%；有7%的网友表示不满意本届3·15晚会。

您遭遇过本届3·15晚会曝光的问题么？



您对本届3·15晚会的满意程度？



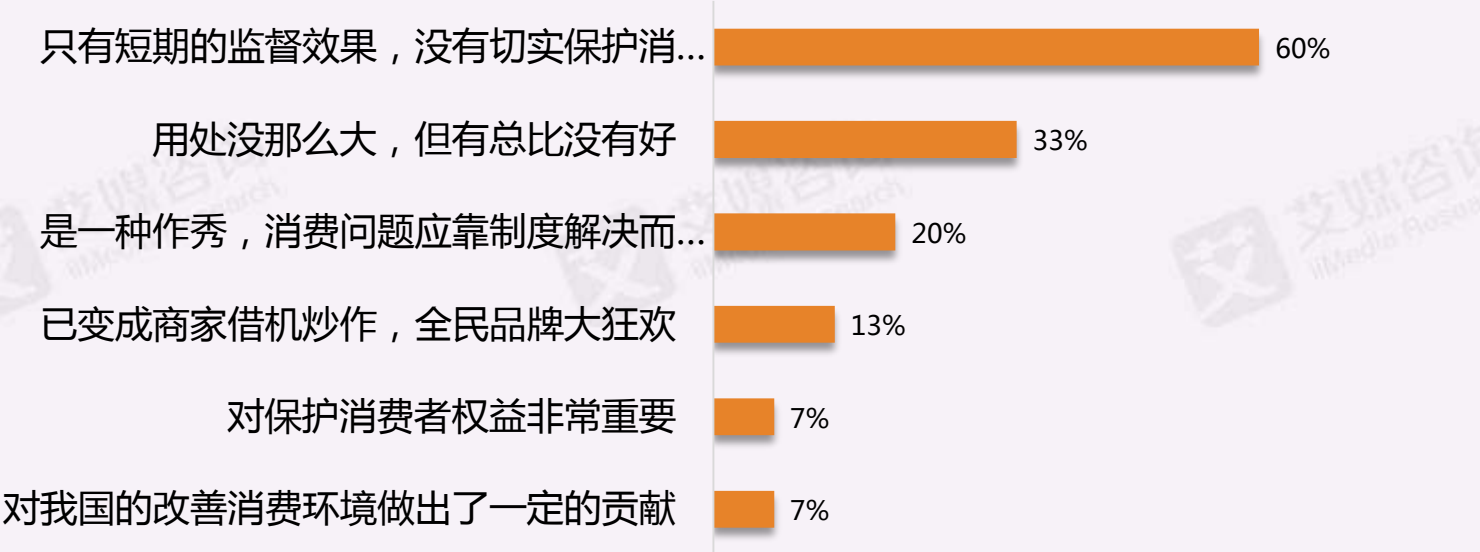
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

多数网友对3·15晚会态度消极

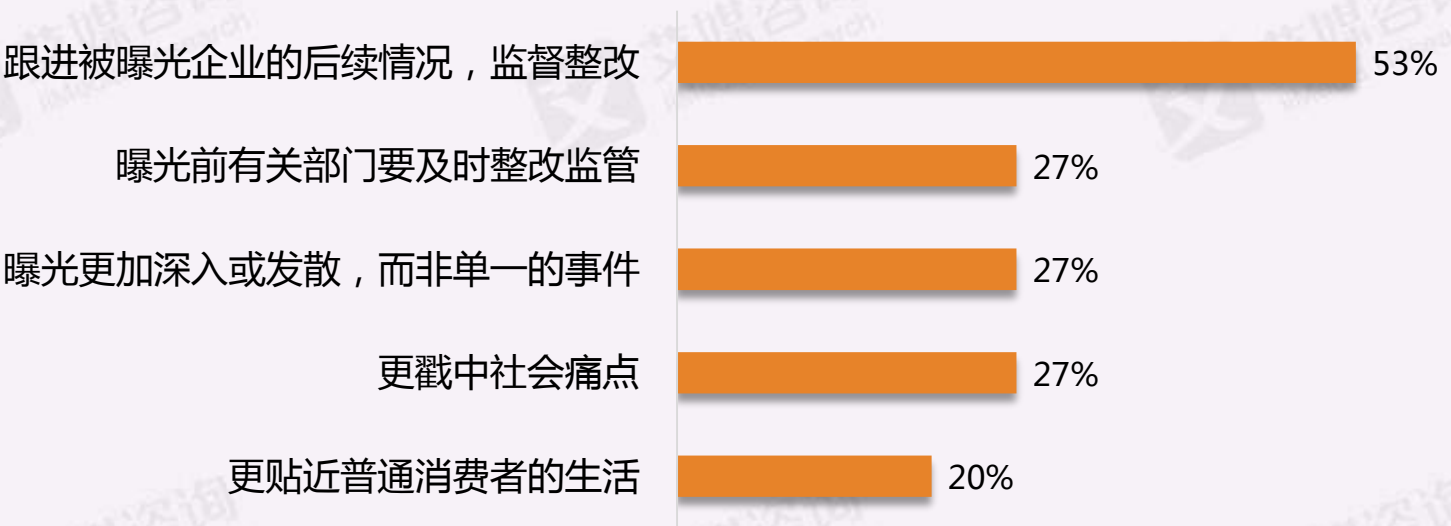
根据艾媒舆情网络调研分析，六成网友认为3·15晚会只有短期的监管效果，没有切实保护消费者权益；33%的网友认为晚会作用没那么大，但仍希望有3·15晚会；20%的网友认为3·15晚会是作秀，消费维权不应依靠晚会曝光，13%的网友表示3·15已变成商家借机炒作的品牌狂欢。分别只有7%的网友认为3·15晚会非常重要，为改善消费环境做出了相应的贡献。

超半数网友希望3·15晚会能跟进被曝光企业的后续情况；分别有27%的网友希望在曝光前有关部门就及时整治，曝光更深入或发散而非只是单一事件，曝光更戳中社会痛点；另有20%的网友希望3·15晚会更贴近普通消费者。

您对3·15晚会的看法是？



您最希望3·15晚会在哪些方面改进？



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统



PART THREE

315晚会 激发 全民维权意识觉醒

打假狂欢？公关年会？

3·15晚会遭质疑

3·15晚会由于其特殊性，在广受关注的同时，一直以来遭到了不少非议。消费者们认为维权问题不应指望一台晚会，或者该晚会消极影响多过积极；甚至，3·15晚会更多只是在考验企业公关.....



每逢315，企业公关提心吊胆、严阵以待，亿万消费者信赖的维权舆论阵地俨然变成“公关年会”。央视315晚会凭借强大的号召力和流量，以及“播出即处理”的效果，震慑了制售假冒伪劣者、违法违规经营者。但315晚会开放赞助商，这种公关可以合法地以广告和赞助的方式进行，使晚会的公信力遭到质疑。

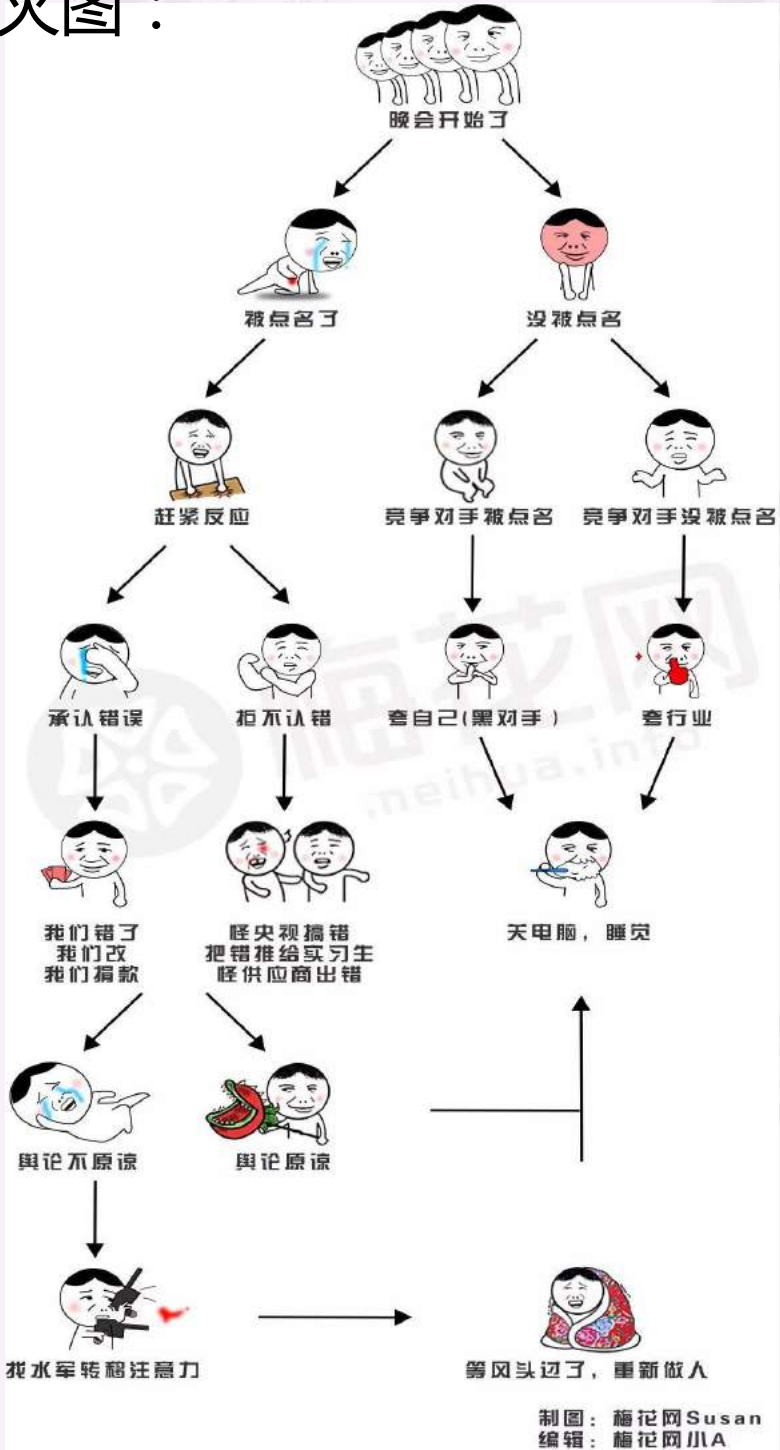
如今人们乐此不疲预测哪些“倒霉蛋”会被砸中，也心领神会地热议出现在央视315晚会的广告商是否获得了“免死金牌”。

这种集中式、运动式的打假，将人们一年中积累的不满情绪集中在一天释放，必然会走向杀鸡骇猴、杀一儆百的杀伐之路。观众在痛快一时的同时，付出的代价是无法进行理性的思考。而企业在这种杀威式的报道中，会觉得谁被盯上谁倒霉，而很难关注更有意义的制度建设。

——著名媒体人王志安



网传315公关救火图：



关于中央电视台315晚会相关报道的声明

我们收看了中央电视台315晚会对我司（ ）问题的报道，这种个别的行为侵犯了消费者的利益（一定要强调是个别），构成了对我司品牌的极大伤害（表明公司也是受害者）。对此，我们将彻查并督促其作出整改，我们始终会把客户满意和消费者的权利放在首位，我们身为国际一流企业，致力于提供最好的产品和服务给中国消费者，这个初衷我们不会改变，也是我们生存的价值基础。（顺道再帮公司打个广告）今后我们将严格监督，避免此类事情再度发生。（再发生再说呗）我们将及时向公众和媒体通报此事的进展情况，感谢央视和各媒体对我们的关注与监督。（过一周舆论差不多就过去了）

图片来源：网络图片

315晚会：品牌们的“机遇”和“挑战”



3·15临近，企业借势营销

不过，每年的央视 315 晚会都会提前展开广告招标，对晚会当晚的广告进行额外的安排，这也被视为企业避免被 315 晚会曝光的最佳方式之一。至少截止目前，尚未看到过在 315 晚会投放广告的企业遭到过曝光。

那么，今年的 315 晚会有哪些企业交了这一“保护费”呢？我们来简单盘点一下：

最重磅的广告：京东

谁有广告谁安全

央视315晚会曝光“山寨奶” 正品承德露露涨超4%

2018-03-16 09:50:42 和讯 查看全文

格隆汇16日讯，昨晚央视315晚会曝光第二枪打到了“山寨奶”，今天正牌承德露露(000848.SZ)和养元饮品(603156.SH)二级市场上都出现了一定的涨幅，其中昨天一度跌破IPO价格的养元饮品(603156.SH)开盘涨幅在1%以上，承德露露(000848.SZ)目前涨幅超4%。看来央视315的效应不可小窥，昨天第二枪一曝光，有网友就调侃道这次315晚会在为某品牌打了个广告。

央视昨晚曝光称，山东省枣庄市多家企业大量山寨核桃露、核桃花生饮料、杏仁露等市面上流行的饮品，有的甚至连包装设计也一并模仿。据央视曝光视频，各种山寨的“小茗同学”、“红牛饮料”、“椰汁饮料”等充斥在农村市场中。这些产品类型上偷梁换柱，产品包装上打擦边球，跟风模仿的手段可谓是五花八门。

露露打假多年，不如3·15一晚

图片来源：网络图片

2017年，消费维权制度建设逐步完善

修订《反不正当竞争法》

推动《电子商务法》和《消费者权益保护法实施条例》出台

工商总局90号令《网络购物七日无理由退货暂行办法》出台

开展放心消费创建和消费者满意度测评等活动

开通上线全国12315互联网平台

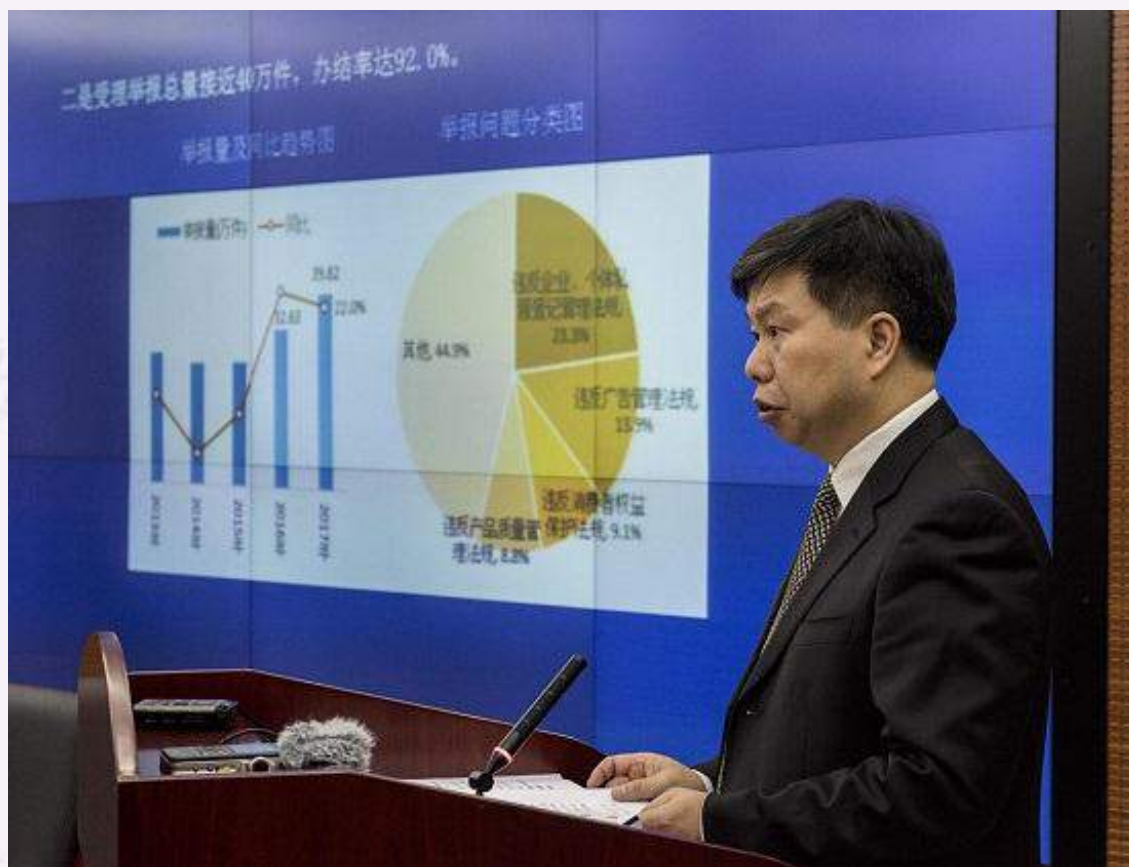
.....

消费维权工作持续向好

工商总局提供的数据显示，2017年，全国工商和市场监管部门查处商品消费违法案件40192件，案值128969.87万元，罚没金额32599.6万元;查处服务消费违法案件6778件，案值3375.09万元，罚没金额6522.28万元。

2017年，全国工商和市场监管部门通过各种渠道共受理消费者诉求898.61万件，同比增长11.2%，为消费者挽回经济损失35.67亿元，同比增长95.6%。其中，受理咨询618.75万件，同比增长1.6%;受理举报39.82万件，同比增长22.0%;受理投诉240.04万件，同比增长44.0%，投诉的热点主要集中在服装鞋帽、家居家装、家用电器、以手机为主的通讯器材、以汽车及零部件为主的交通工具、以美容美发洗浴服务为主的居民服务、餐饮住宿、互联网服务、文体娱乐、租赁服务等10个方面。

2017年第四季度全国消费维权指数达91.97，较去年同期上涨0.17个百分点，连续6个季度超过90，表明我国消费环境持续向好。

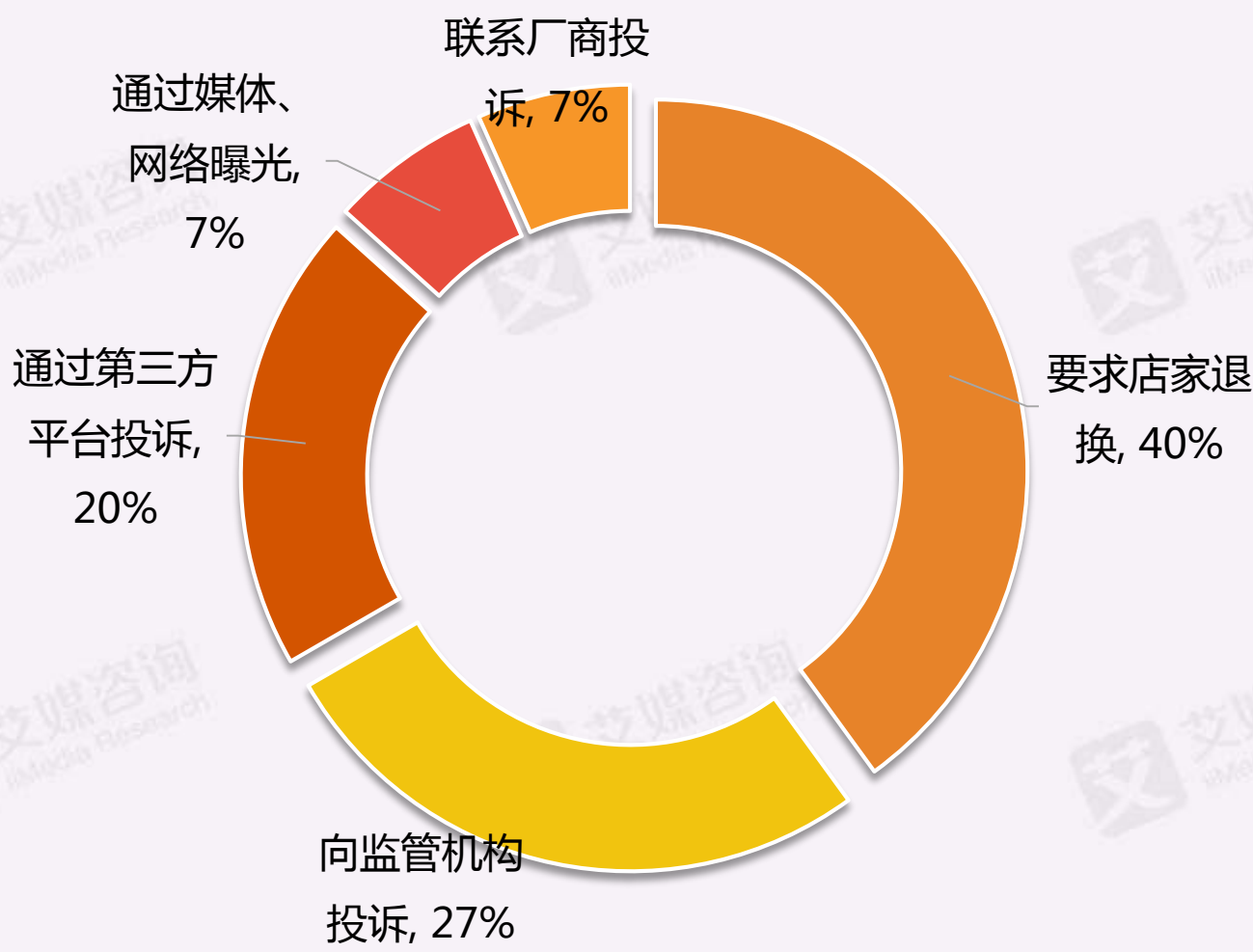


图片来源：中国消费者报·中国消费网

维权，消费者不再沉默

根据艾媒舆情网络调研分析，几乎所有消费者在遭遇消费欺诈后，都会选择拿起维权武器保护自己的权益。40%的网友会要求商家退换产品，27%的网友选择向监管机构投诉，20%的网友则通过第三方平台投诉，分别有7%的网友选择媒体、网络曝光，或联系厂商理赔。

当遭遇消费欺诈后，您会如何维权？



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

yq.iimedia.cn



因为专注，
所以专业！

We focus on New Economy!



艾媒 輿情
yq.iimedia.cn

