

# 沃尔沃汽车品牌舆情监测报告



艾媒咨询  
iiMedia Research



艾媒舆情  
iiMedia Public Opinion Consultation



## 目录

- 1 2018年沃尔沃汽车品牌概况
- 2 2018年沃尔沃汽车品牌舆情传播声量分析
- 3 2018款沃尔沃汽车车型舆情传播声量对比分析  
——以XC60、S60和XC90为例



## 2018年沃尔沃汽车品牌概况

# 9月沃尔沃汽车销量13205辆，同比增长14.4%

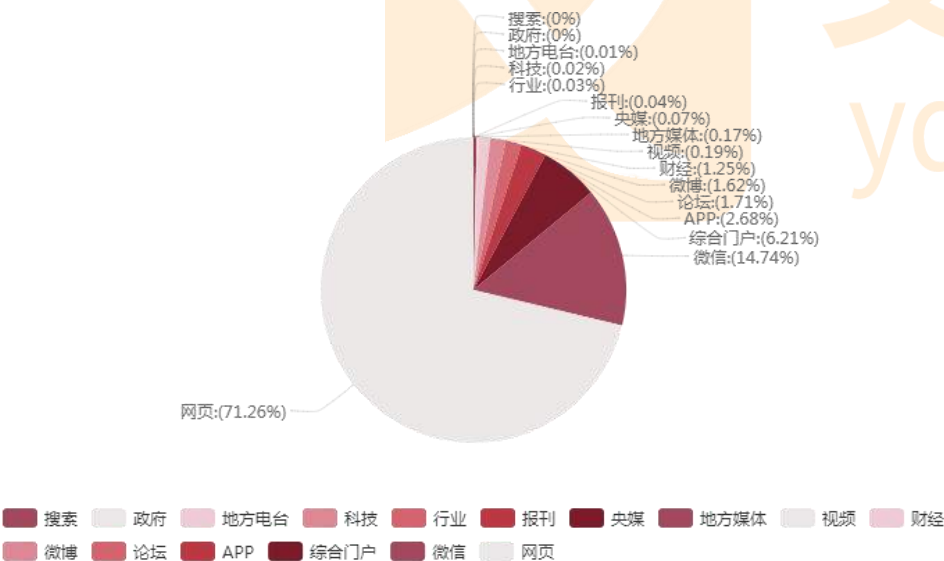
2018年9月，沃尔沃汽车全球销量13205辆，较去年同期攀升12.9%，上月沃尔沃共售出60,622辆汽车。



# 垂直媒体为沃尔沃汽车品牌主要传播渠道

艾媒大数据舆情监测系统显示，沃尔沃汽车品牌的传播渠道以网页、微信为主，并与综合门户、APP、论坛等共同构成传播矩阵其中，网页端报道数量达55914条。且垂直媒体在扩大沃尔沃汽车品牌传播声势中也发挥重要作用。

2018年沃尔沃汽车品牌媒体报道渠道分布



人民网  
people.cn 汽车

鳳凰網 汽車  
auto.ifeng.com

汽车之家  
autohome.com.cn

網易 汽車  
auto.163.com

搜狐汽车  
auto.sohu.com

新浪汽车

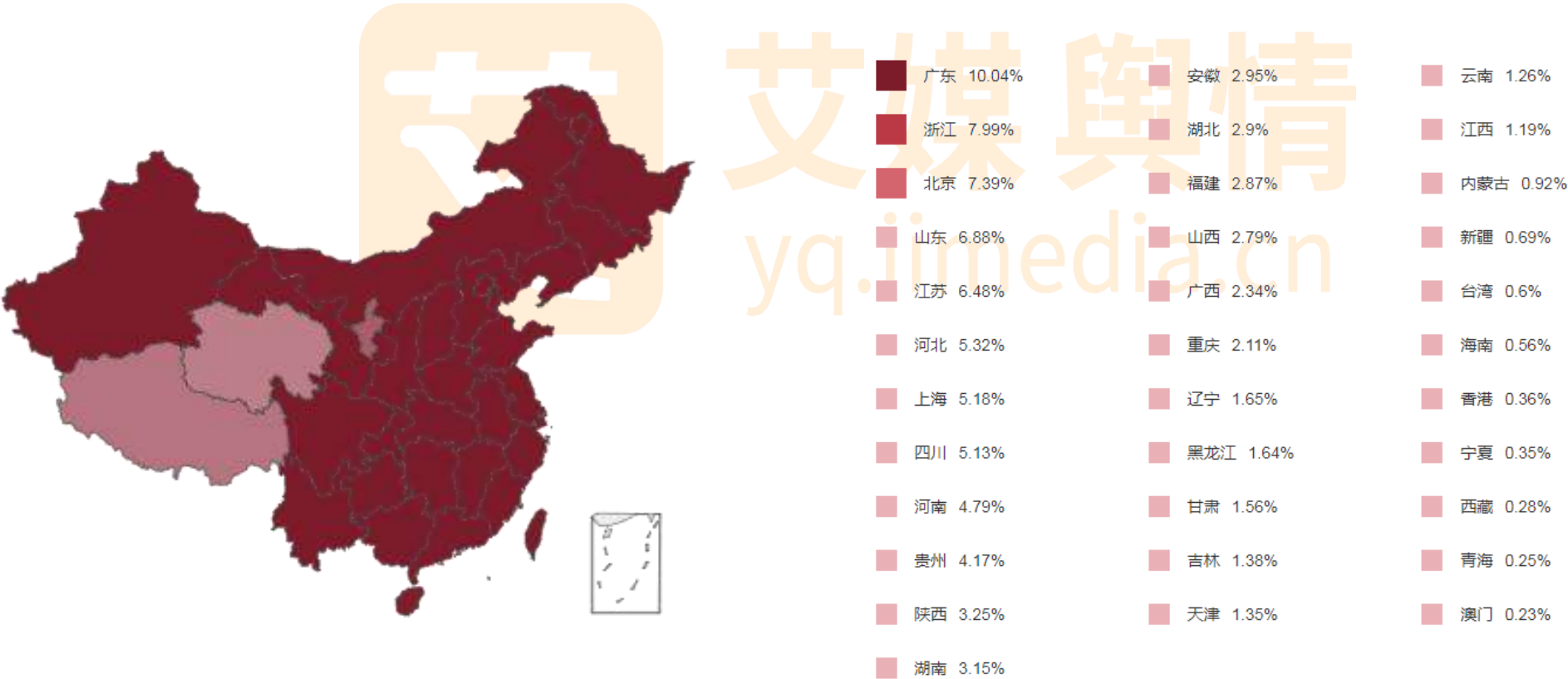
太平洋汽车网  
Pcauto.com.cn

汽车江湖  
QC188.COM

爱卡汽车  
XCAR.COM.CN

# 全国范围内网络舆论较为关注沃尔沃汽车品牌

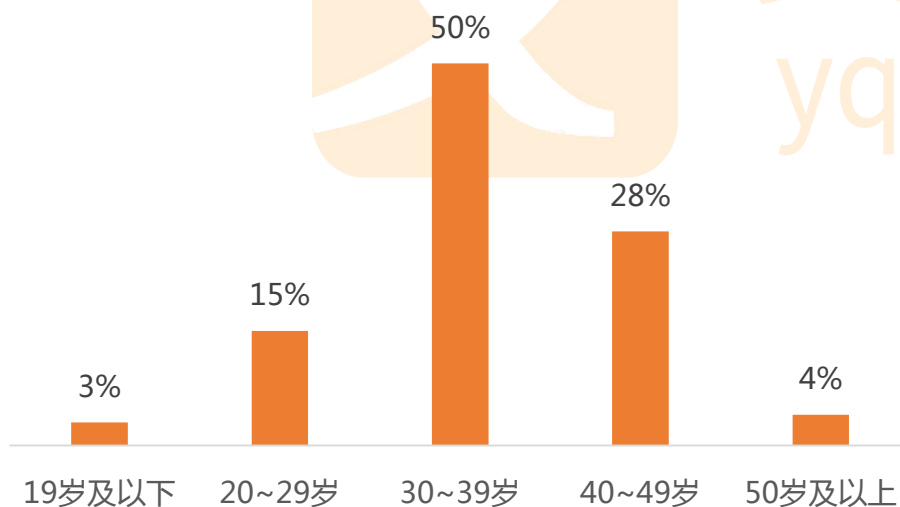
2018年沃尔沃汽车品牌网络关注度地域分布



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn） 监测时间截至2018年10月26日12:00

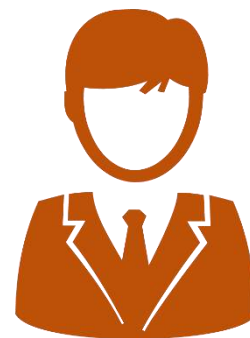
# 中青年较为关注沃尔沃汽车品牌

沃尔沃汽车品牌关注网民年龄分布

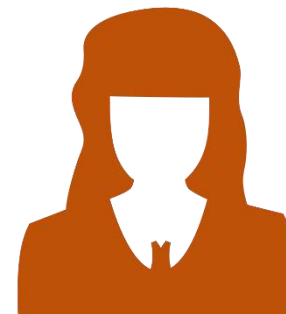


沃尔沃汽车品牌关注网民性别分布

男性 71.0%



女性 29.0%



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn） 监测时间截至2018年10月26日12:00



## 2018年沃尔沃汽车品牌輿情传播声量分析



# 2018年8-10月沃尔沃汽车品牌的关注度起伏大

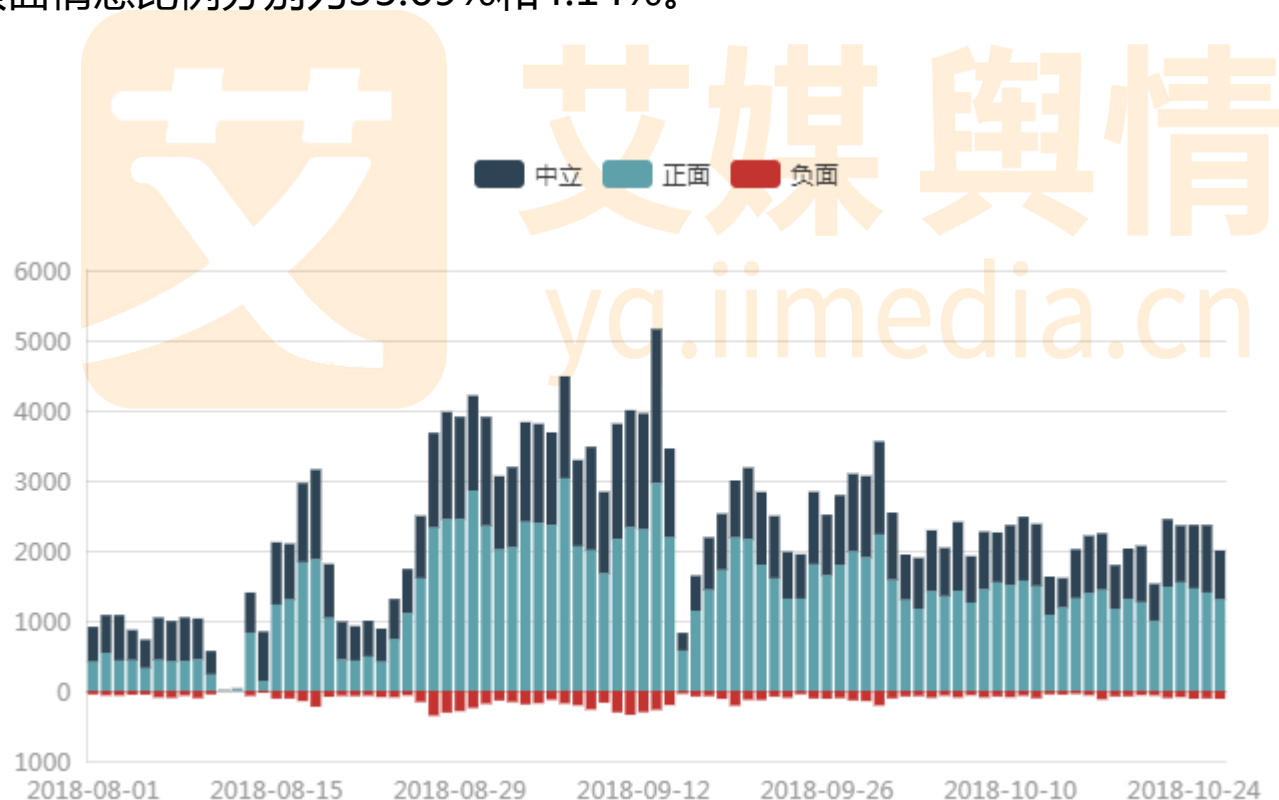


注：关注度的依据为“热度”。热度为艾媒大数据的综合监测指数，用于监测网络新闻及网民评论的热度值，数值越大表示热度越高，关注量越大。

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn）监测时间截至2018年10月26日12:00

# 沃尔沃汽车品牌网友评价以正面为主

2018年8-10月沃尔沃汽车的网络口碑为54.7，网民情感走势正面和中性居多。其中，正面情感比例达60.17%，中性情感比例和负面情感比例分别为35.69%和4.14%。



注：口碑的衡量指标为“言值”，言值为艾媒独创指数，是对媒体评价和网友评论的综合反映，以50为基准，分数高于50则正面舆论较多，分数低于50则负面舆论较多。

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn）监测时间截至2018年10月26日12:00

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为



# 2018款沃尔沃汽车车型舆情传播声量对比分析 ——以XC60、S60和XC90为例

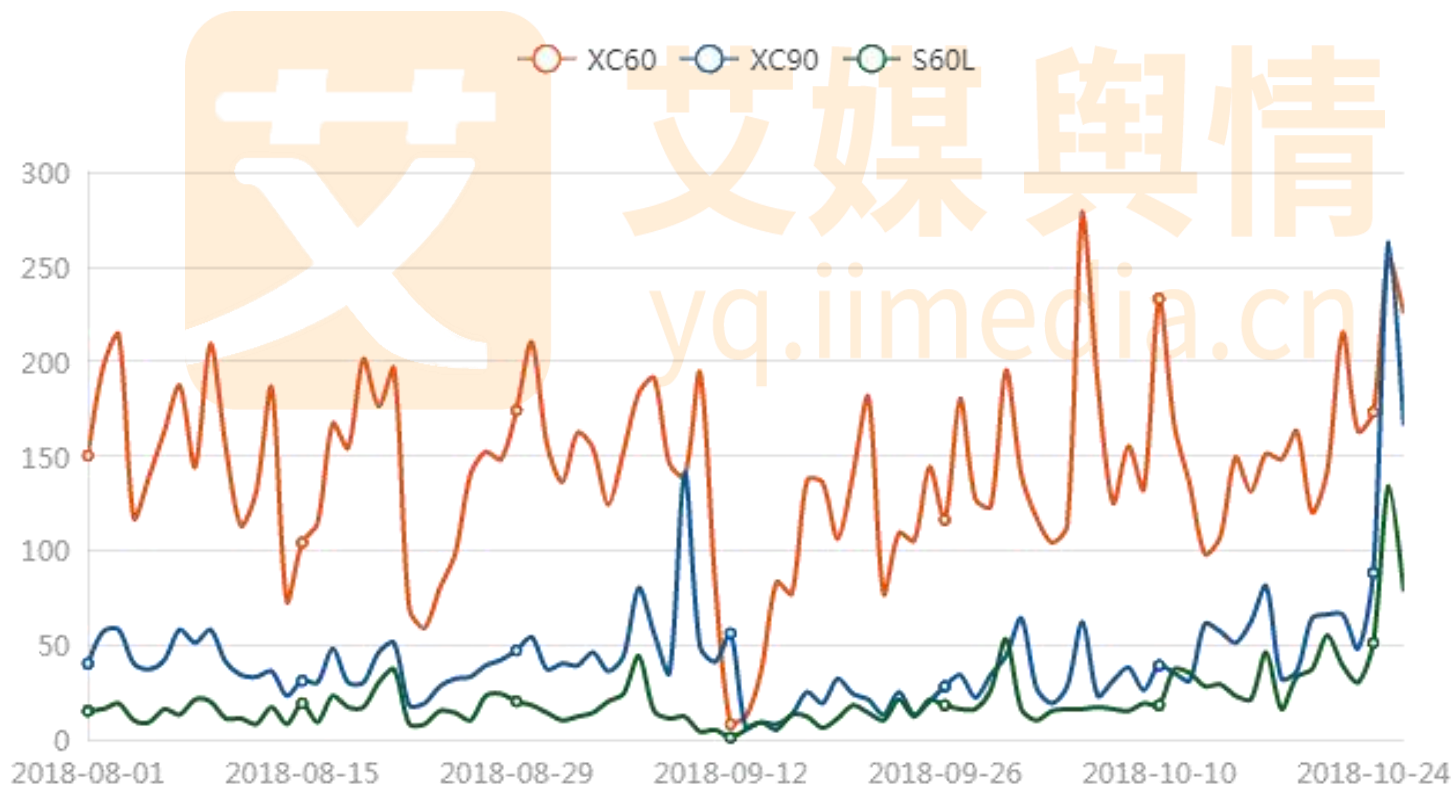
# 沃尔沃汽车品牌对比车型一览表

汽车车型	等级
XC60	中型SUV
S60	中型车
XC90	中大型SUV

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn）监测时间截至2018年9月20日12:00

## 三款车型的关注度均起伏较大

三款车型中，XC60的关注度最高，S60和XC90的网民关注度整体不高，但是XC90车型在9月9日和10月25日出现两次较为明显的峰值。



注：关注度的依据为“热度”。热度为艾媒大数据的综合监测指数，用于监测网络新闻及网民评论的热度值，数值越大表示热度越高，关注量越大。

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn) 监测时间截至2018年9月20日12:00

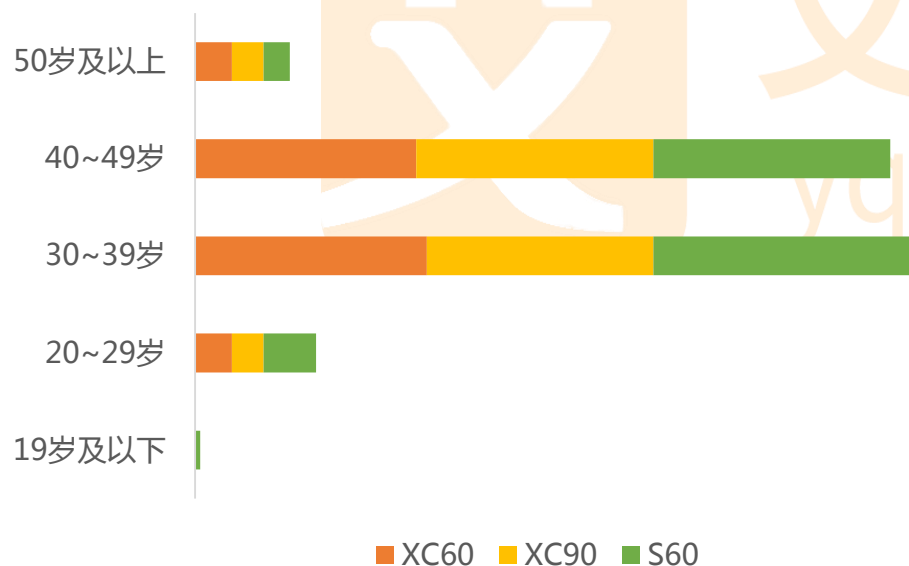
# 沃尔沃车型中XC60的口碑较高

沃尔沃汽车对比车型网民口碑

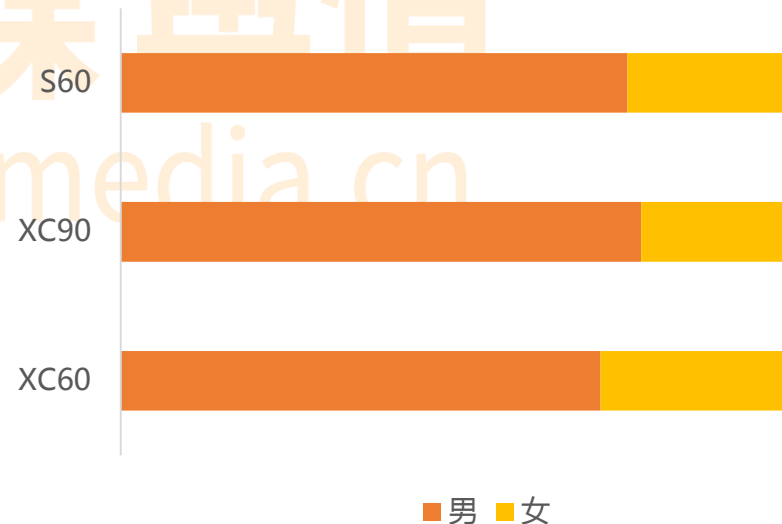
车型	口碑
XC60	55.5
S60	51.8
S60	44.7

# 中青年较为关注沃尔沃XC60、XC90、S60车型

沃尔沃三款汽车关注网民年龄分布



沃尔沃三款汽车关注网民性别分布



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统（yq.iimedia.cn）监测时间截至2018年10月26日12:00

**POIIMedia(艾媒舆情)**  
**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。

**DatallMedia(艾媒北极星)**  
**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。

**SurveyIIMedia(草莓派)**  
**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。

**SoicaliiMedia**  
**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。

**RankingIIMedia(艾媒金榜)**  
**权威消费品牌评价监测**  
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

**ADiimedia**  
**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。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——



# 法律声明

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，为学术研究作品，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。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容用以学术研究，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由艾媒大数据监测系统、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。



全球舆情咨询行业领导品牌



扫描二维码了解更多

咨询

网址：<http://yq.iimedia.cn>

邮箱：[ywr@iimedia.cn](mailto:ywr@iimedia.cn)

艾媒舆情医生： 舆情诊断 | 舆情咨询 | 舆情处置

我们的优势：独创企业健康度诊断模型，专业大数据监测基础，丰富的舆情咨询处置经验

<http://yq.iimedia.cn/>



# 全球輿情咨询行业领导品牌



艾媒輿情  
iiMedia Public Opinion Consultation



艾媒咨询  
iiMedia Research