2018中国企业舆情传播监测诊断报告系列之

当三三五五五







- 1 尚品宅配企业舆情诊断
- 2 尚品宅配企业舆情盘点
- 3 定制家居行业舆情对比
- 4 尚品宅配企业舆情点评



尚品宅配企业舆情诊断

2018尚品宅配企业舆情健康度诊断报告





负面预警



政策危机

无直接政策危机,但2018政 府工作报告中提到的房产政 策、环保标准等要点会影响 家居行业。



传播危机 知乎



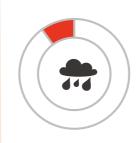






行业危机

负增长态势,亏损3297万元,同比下降29.19%。

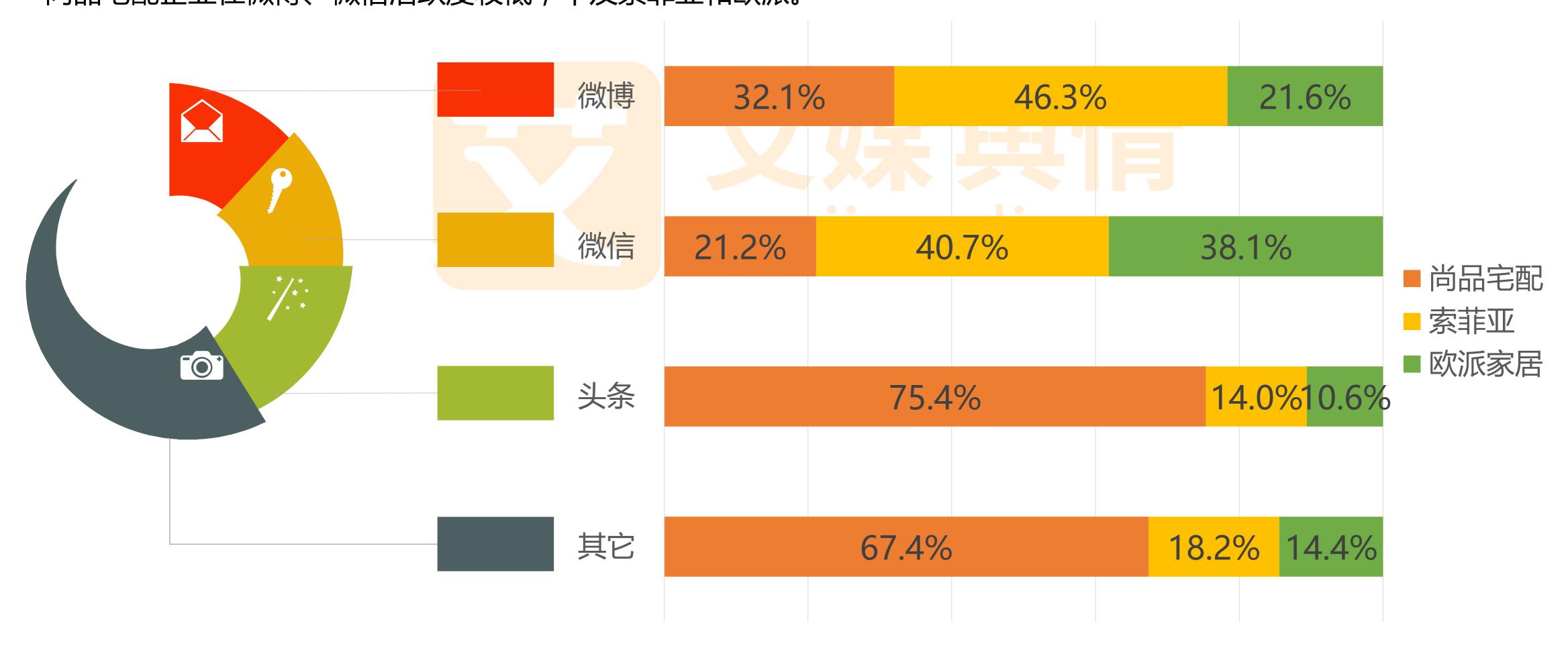


2018年初,索菲亚、欧派和尚品宅配 发起"套餐大战",加剧行业竞争。 欧派、维意等其他定制家居企业的负 面舆情事件对尚品宅配有一定影响。

尚品宅配企业舆情新媒体端活跃度高



艾媒舆情监测数据显示,头条号和其他新型自媒体是尚品宅配企业最为活跃的地带,远超同行业的索菲亚和欧派家居, 尚品宅配企业在微博、微信活跃度较低,不及索菲亚和欧派。



渠道活跃指数:艾媒舆情的原创指数,针对当事企业/当事人在微博、微信、头条号和其它自媒体这四个渠道,分别从其粉丝量、信息发布量、回复量、点赞量 和互动频率五大维度综合评判其活跃程度,比例越高表示当事企业/当事人在该媒体渠道上活跃度越高,比例越低则活跃度越低。

尚品宅配企业舆情热度指数持续提升



艾媒舆情监测数据显示,2018年以来,尚品宅配企业多次推出多次家居优惠活动,加入"套餐大战",举办"518智选套餐"活动,以及借助于"520"主题活动,尚品宅配企业舆情热度指数呈现出波动性上升趋势,企业受到持续关注,热度不减。



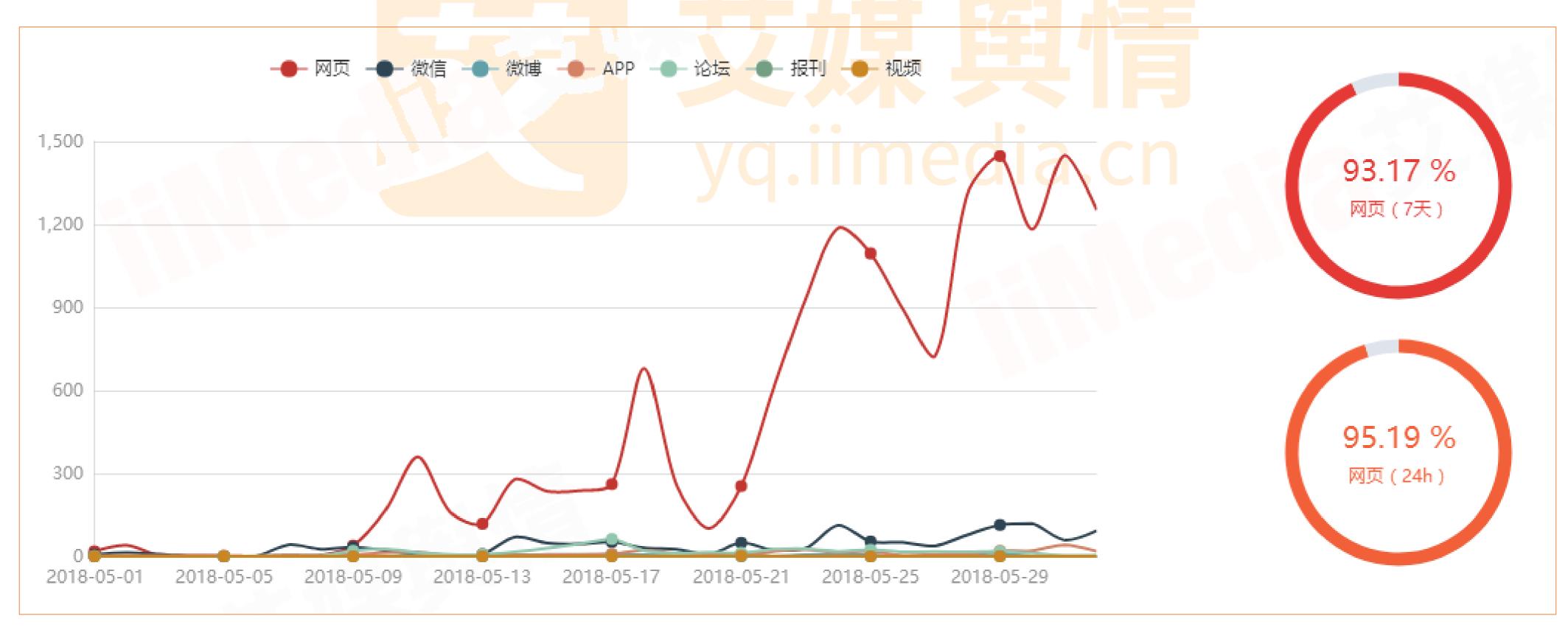
数据来源:艾媒大数据舆情监控系统、百度指数

尚品宅配企业舆情传播渠道分布



艾媒與情监测数据显示,网页、微信是尚品宅配企业舆情传播主要渠道。以2018年5月传播分布为例,尚品宅配通过举行"智选518"活动,同时借助"520"主题,扩大线上平台推广,铺设大量微信服务号,尚品宅配企业舆情传播量网页端和微信公众号最多。

2018年5月尚品宅配企业舆情的媒体传播渠道分布

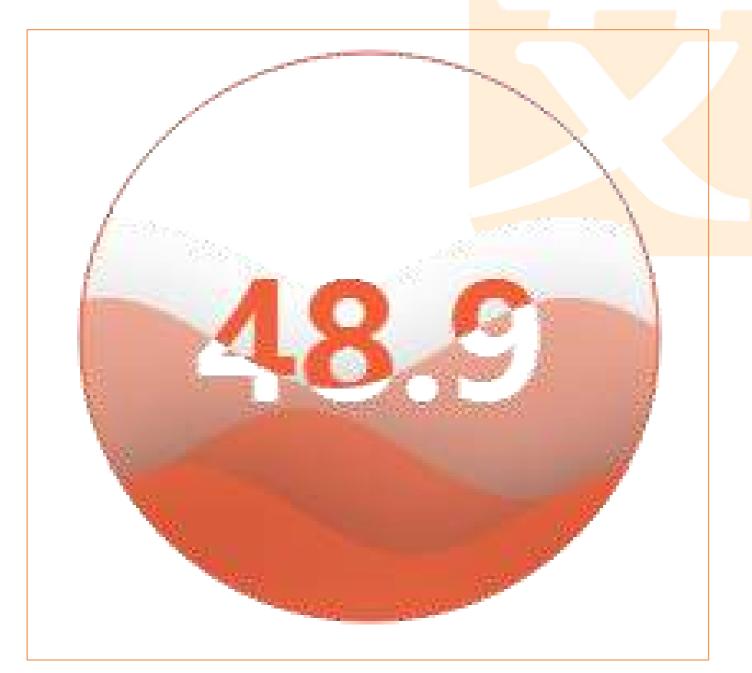


尚品宅配企业舆情情感偏向中性

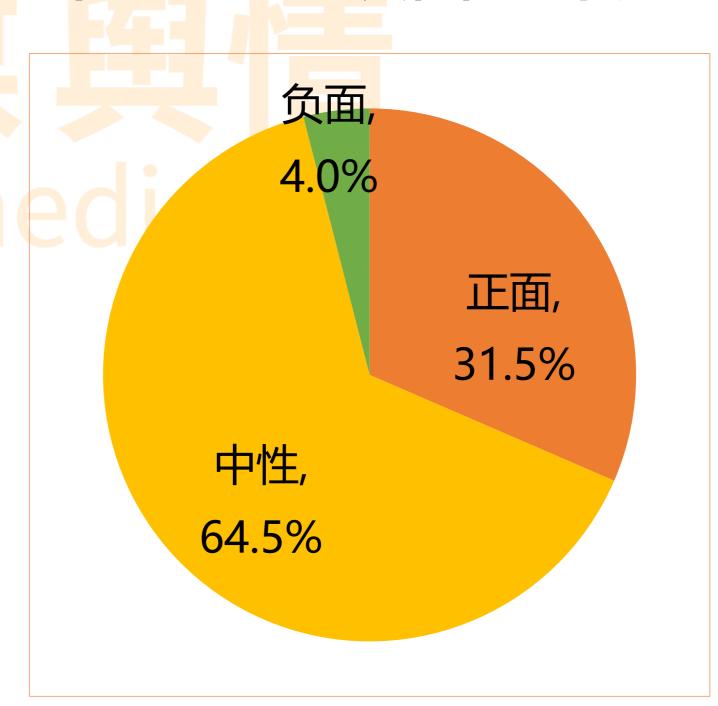


艾媒舆情监测数据显示,2018年1-5月尚品宅配企业舆情平均言值为48.9,媒体中性情感评价占比64.5%,尚品宅配企业总体网络舆论偏中性,但存在一定比例的负面舆论。

尚品宅配企业舆情言值



尚品宅配企业舆情情感评价



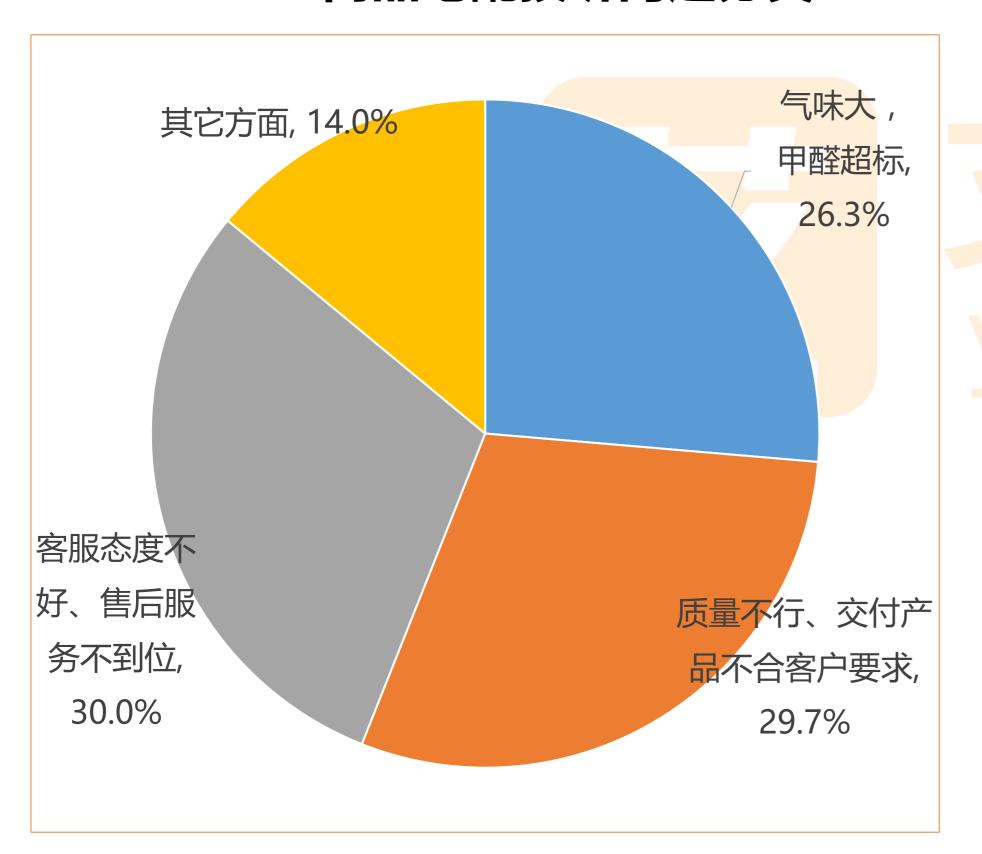
言值:是艾媒大数据的原创指数,用于监测网络报道及评论的态度倾向。

言值范围为0-100,50分为正负占比相当,分数越低则负面舆情越多,分数越高则正面舆情越多。



客户服务、产品质量和甲醛超标是投诉重灾区

尚品宅配投诉问题分类



网友典型负面评论

"自从买了尚品宅配的定制家具,我就走上了一条与甲醛做斗争的路。"

"尚品宅配的柜子摸起来质量实在不怎么 样,和本地作坊生产的差不多。"



尚品宅配企业舆情盘点

2018尚品宅配企业正面事件的传播热点



与中国电信合作

5月16日,中国电信广东公司和尚品宅配达成品牌合作,推出以"智能•美学•新家居"为核心的生活新理念,倡导以智慧家庭产品和美学定制设计相结合的居住方式,并联手打造线下体验空间让消费者提前感受未来智慧美学生活。中国电信农林下路营业厅、尚品宅配高德置地旗舰店开放体验,将整合双方优势,将科技、时尚、人文、艺术等不同维度的生活元素融合到家居环境当中,打造从网络配置、个性化家居定制,到智能应用一体化的"智能化家居"生态链。

智选518活动

2018年3月,尚品宅配推出2018全新全屋定制套餐"智享套餐518",首推"智享套餐518",首推"智享套餐518元/m2"活动,宣告正式加入定制行业的"套餐大战",2018年5月21日,尚品宅配"智选518"发布会在广州召开,发布会的主要内容是尚品宅配正式推出"智选518套餐"产品,基于产品、技术、服务等创新举措来进行降维"反击",并邀请张智霖作为活动的特别嘉宾,化身"Captain Cool"空降现场,和现场的消费者一起启动"智选518"航班,开启尚品宅配大定制时代。

与中国电信达成合作事件舆情媒体传播分析



艾媒與情监测数据显示,尚品宅配与中国电信达成品牌合作这一舆情事件,网页端传播量最高,多家知名官方媒体如新浪网、人民网和新华网等对其进行了多次报道,且媒体情感偏向正面。

尚品宅配与中国电信达成合作事件传播渠道分布

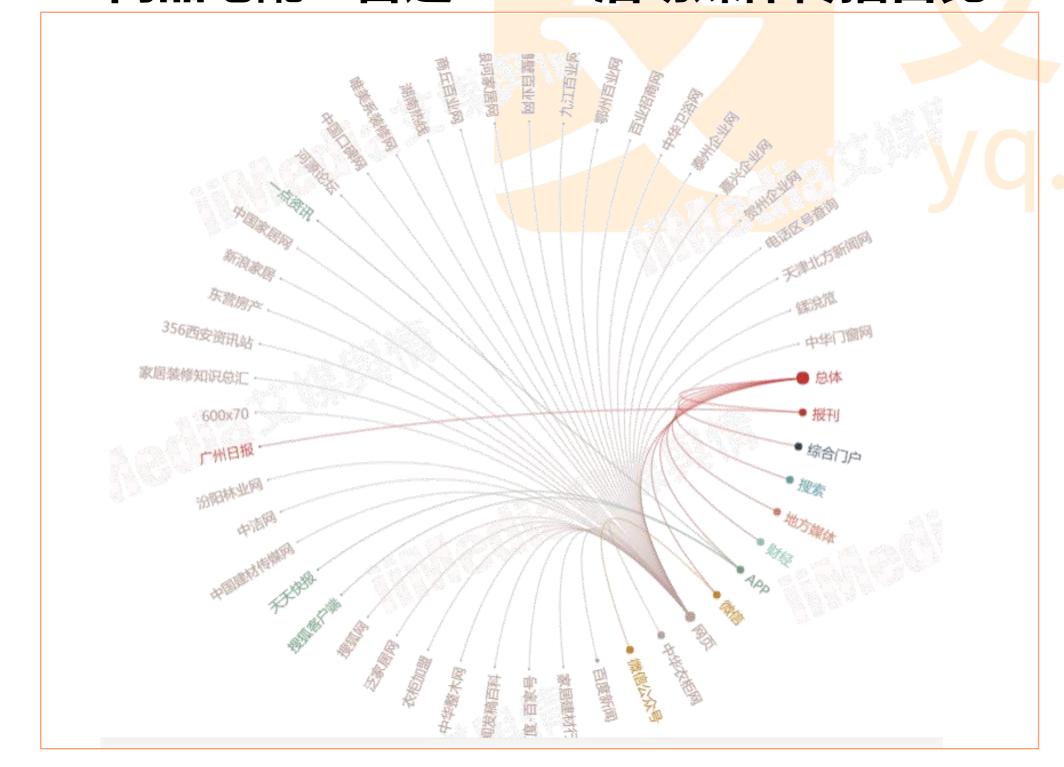
典型媒体报道



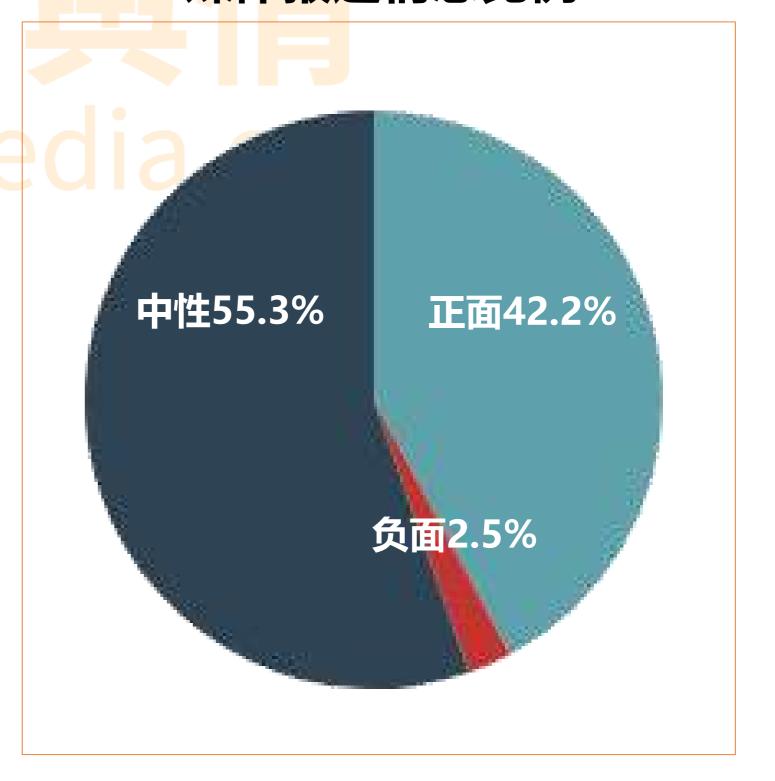
尚品宅配"智选518"活动传播广且媒体态度较正面

艾媒舆情监测数据显示,多家知名媒体对尚品宅配企业"智选518"活动进行了报道,且媒体情感偏向正面。 报道媒体中,中华衣柜网、家居建材行业网等垂直类媒体报道量占比较高。

尚品宅配"智选518"活动媒体传播占比



媒体报道情感比例



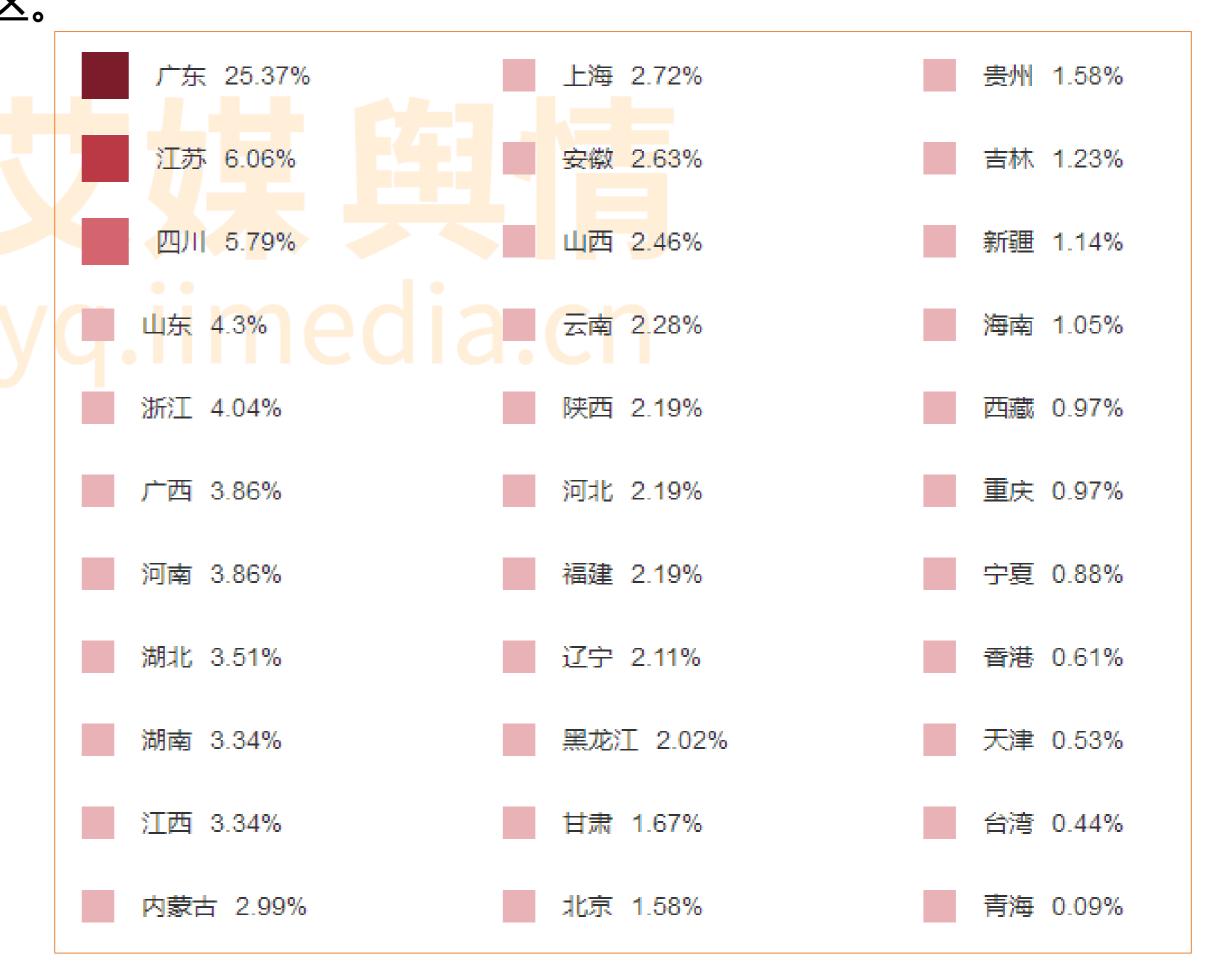


尚品宅配"智选518"活动地区热度分布

艾媒舆情监测数据显示,从尚品宅配企业"315"推出"智选518"套餐到5月21日举行发布会,广东、江苏、四川等地是尚品宅配企业"智选518"活动的热度最高的地区。

尚品宅配"智选518"活动热度地区分布





2018年尚品宅配企业负面舆论事件盘点



服务问题饱受诟病

2018年,有较多尚品宅配客户在知 乎、妈妈网等媒体平台上,吐槽尚品 宅配公司的客服和售后服务不到位, 时常出现客服电话打不通,责任推诿, 安装工人业务不熟练,售后服务质量 差。并有较多消费者反映称,尚品宅 配的服务态度极差,交钱之前,服务 态度还比较好,交钱之后便对客户不 管不顾,并且对于出现的问题,则是 各种推诿。

质量问题频遭投诉

2018年以来,在多位消费者在知乎、 头条和天涯论坛等媒体平台上发帖 吐槽尚品宅配公司的家居存在严重 的质量问题,更有消费者向质监局 实名举报称在尚品宅配定制的家装 频频出现刺激性气味严重、甲醛超 标、尺寸不符问题,交付的家居产 品不符合客户规定和要求,并存在 以次充好,以别家产品替代的问题。

加盟商卷款跑路

2018年1月,尚品宅配湖北荆州万达店被曝该店在倒闭前大肆促销,揽客收钱后突然关店。2018年2月,《天天315》栏目报道,尚品宅配泉州一分店促销收全款后突然关店,消费者维权遭遇"踢皮球"。2018年3、5、6月,尚品宅配在石家庄、长治、南宁的多个加盟店先后关门停业,导致百余位已付款的消费者既无法安装家具,也退不了款。

尚品宅配企业负面舆情应对评价指数较低



艾媒舆情监测数据显示,尚品宅配三大事件的舆情应对评价指数均较低,其中服务问题事件舆情应对评价指数为 三个事件中最高,加盟商卷款跑路事件舆情应对评价指数最低。

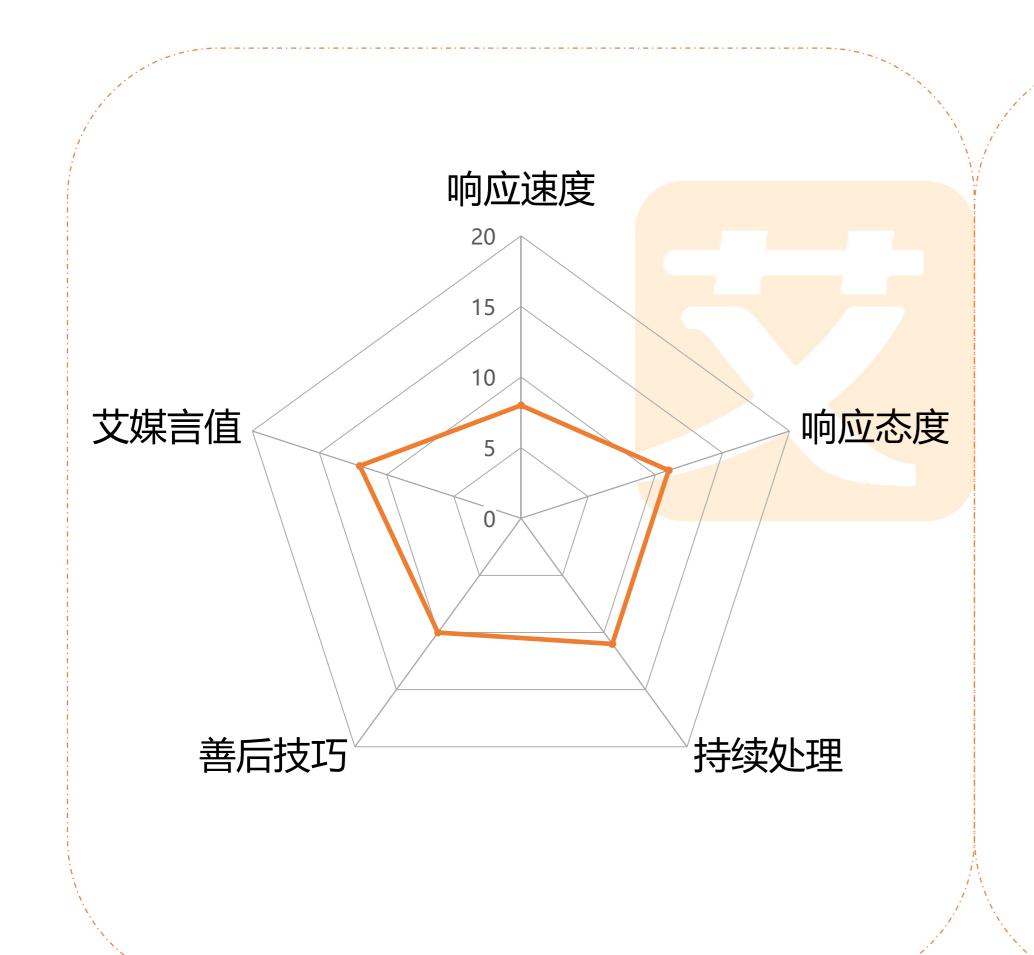


事件	响应速度 (0~20)	响应态度 (0~20)	持续处理 (0~20)	善后技巧 (0~20)	艾媒言值 (0~20)	舆情应对评价指数
服务问题保守诟病	8	11	11	10	12	52
质量问题频遭投诉	8	12	10	9	11	50
加盟商卷款跑路	7	8	9	8	10	42

舆情应对评价指数:艾媒舆情的原创指数,包括当事企业/当事人的响应速度、相应态度、持续处理、善后技巧和艾媒言值五个维度。 分数取值范围为0-100,分数越低表示处理方式越差,则负面影响越大。



服务问题饱受诟病舆情处理评价



处理方案

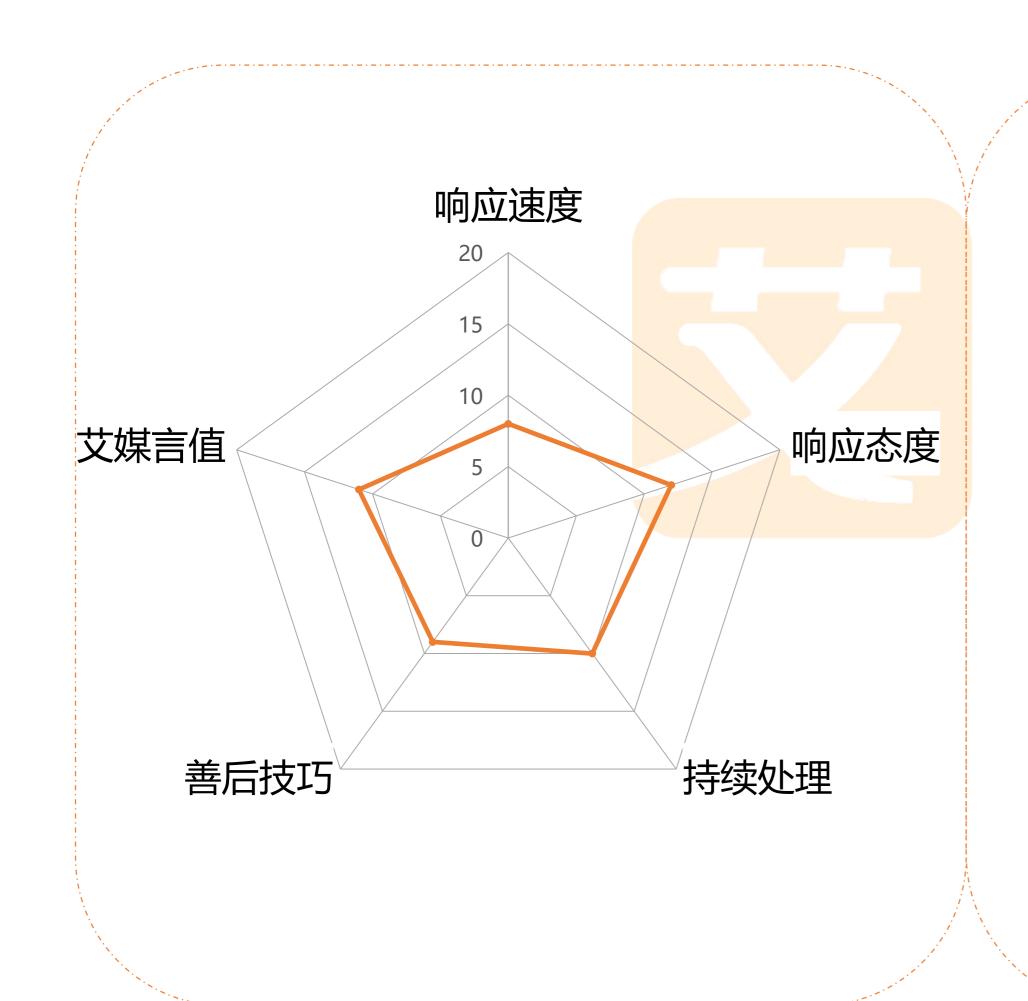
在尚品宅配企业由于相关客户服务和售后服务问题的舆情事件中针对消费者提出的相关正当的服务要求,尚品宅配企业并未采取积极主动的方式回应客户和公众疑虑,其官方售后投诉电话打不进去,并长达两个多月也未解决,尚品宅配门店也没有消息,事件不了了之,对于发生的问题,售后人员找借口与责任推诿,但对于相关负面报道与评论,尚品宅配通过公关善后处理减轻了部分负面舆论及其传播。

处理效果

艾媒数据监测显示,尚品宅配企业服务问题的舆情言值为42.7, 媒体报道及相关评论负面评价占1.80%。







处理方案

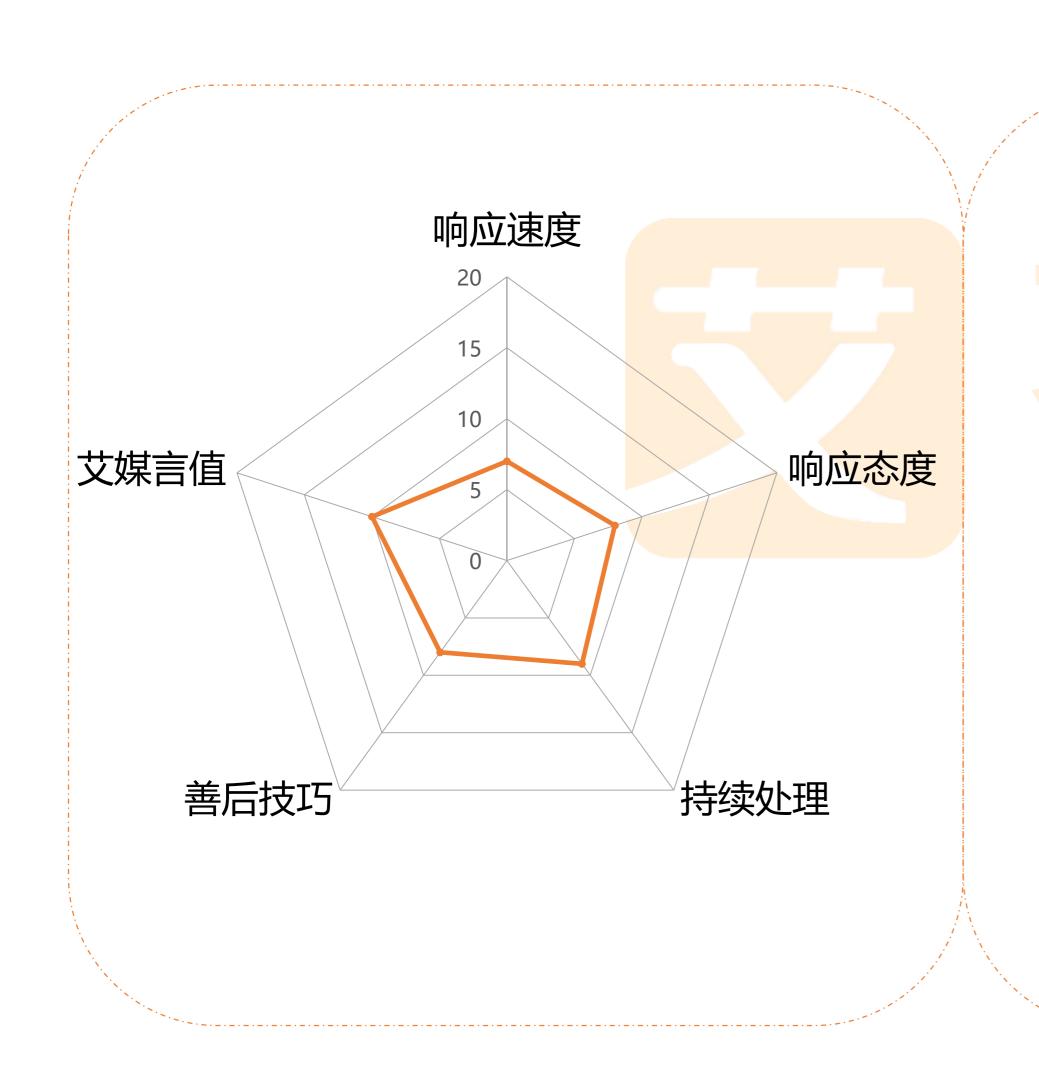
在尚品宅配企业由于家居产品质量问题频遭投诉的舆情事件中,对相关质量问题曝光后尚品宅配企业采取不承认态度,对多种室内空气、甲醛含量的检测结果和板材以次充好问题尚品宅配方面都表示不认可。对曝光的质量问题尚品宅配表示若客户认为产品有问题,需要客户自行把橱柜送检,态度消极,且未采取积极主动的方式回应公众疑虑,但在后续应对中,尚品宅配通过公关善后处理,相关媒体的负面报道有所减少。

处理效果

艾媒数据监测显示,尚品宅配企业产品质量问题频遭投诉事件言值为42.7,媒体报道及相关评论负面评价占1.47%。

加盟商卷款"跑路"舆情处理评价





处理方案

在尚品宅配企业由于加盟商卷款跑路的舆情事件中,对于消费者和投资者多次针对加盟商倒闭问题提出的疑问,尚品宅配方面表示未出现加盟商卷款跑路现象,或者以尚品宅配厂家和加盟店的合作已经到期,不再续约,厂家让消费者自己去找加盟店老板退钱或继续下单为理由,搪塞消费者。这成为用户和媒体舆论抨击的一个焦点。

处理效果

艾媒数据监测显示,尚品宅配企业加盟商卷款跑路事件言值为42.7,媒体报道及相关评论负面评价占24.83%。

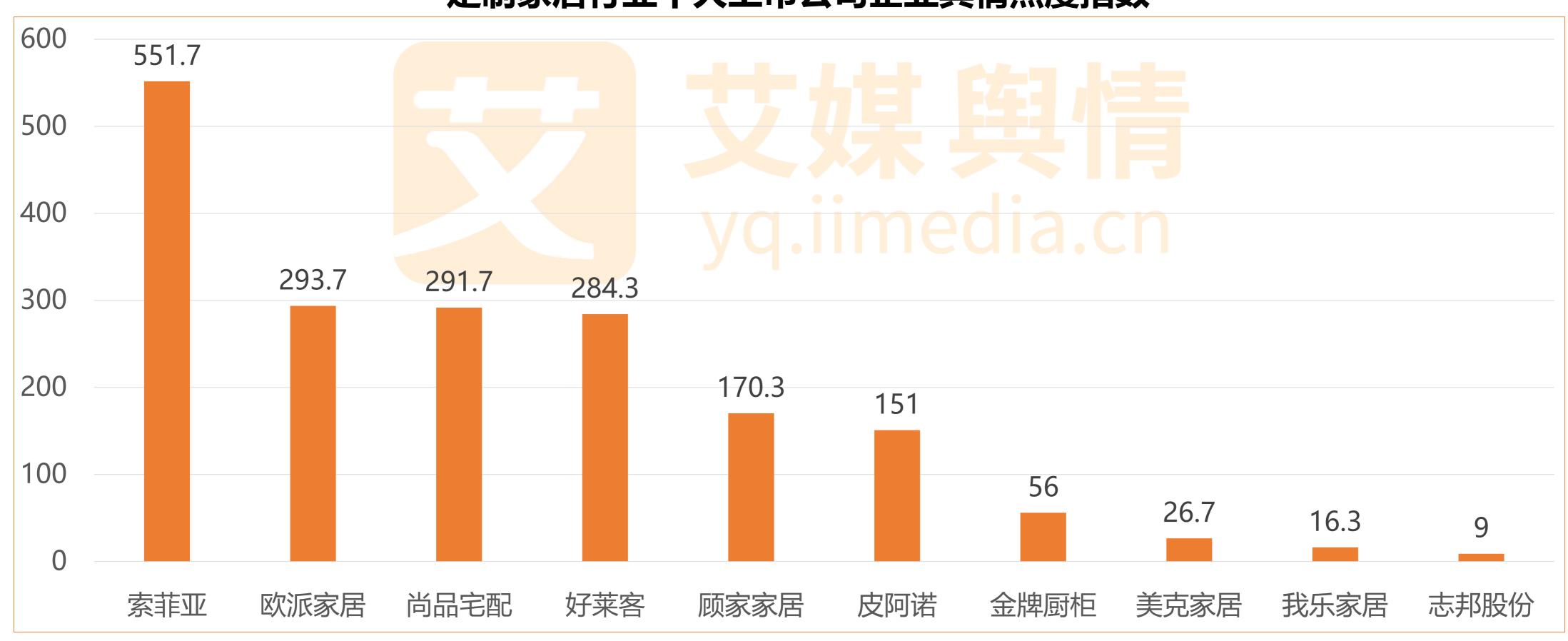


定制家居行业舆情对比

2018定制家居行业十大上市公司企业舆情热度



定制家居行业十大上市公司企业舆情热度指数



2018 定制家居行业热点事件

索菲亚、欧派、尚品宅配、好莱客掀起价 格套餐营销大战。同时,好莱客湖北定制 家居工业4.0制造基地正式动工。

3月 14

总投资30亿元的尚品宅配工业4.0项目华 东生产基地正式开工,主要建设智能定制 家居生产车间、华东配套中心智能立体结 构仓库及相关设施。

4月 18

诗尼曼首家"智慧整装体验店" 在广州正 式对外开业。尚品宅配"智选518"大定 5月 20 制套餐发布会在广州盛大举行。

索菲亚携手天猫共同打造全国首家全屋 定制"智慧门店"。同时,尚品宅配 3000+平方米的全球首家"超集店" 在上海开业。

4月

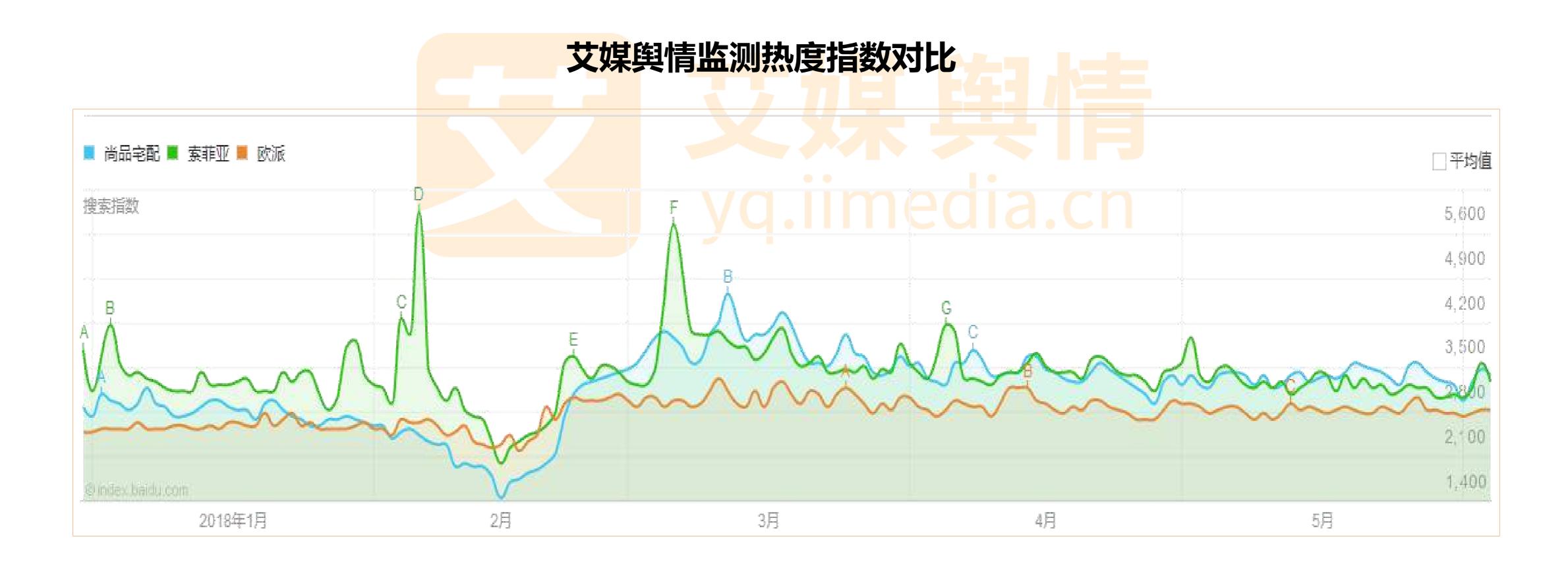
5月5日,欧派整装大家居西南旗舰店在 四川省宜宾市盛大开业。

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

尚品宅配企业舆情热度呈中上等水平



艾媒舆情监测数据显示,索菲亚的传播热度较高,且波动性较大,欧派家居在三家定制家居企业中热度值最低,且 波动较为平稳,尚品宅配企业的舆情热度呈现中等偏上水平。



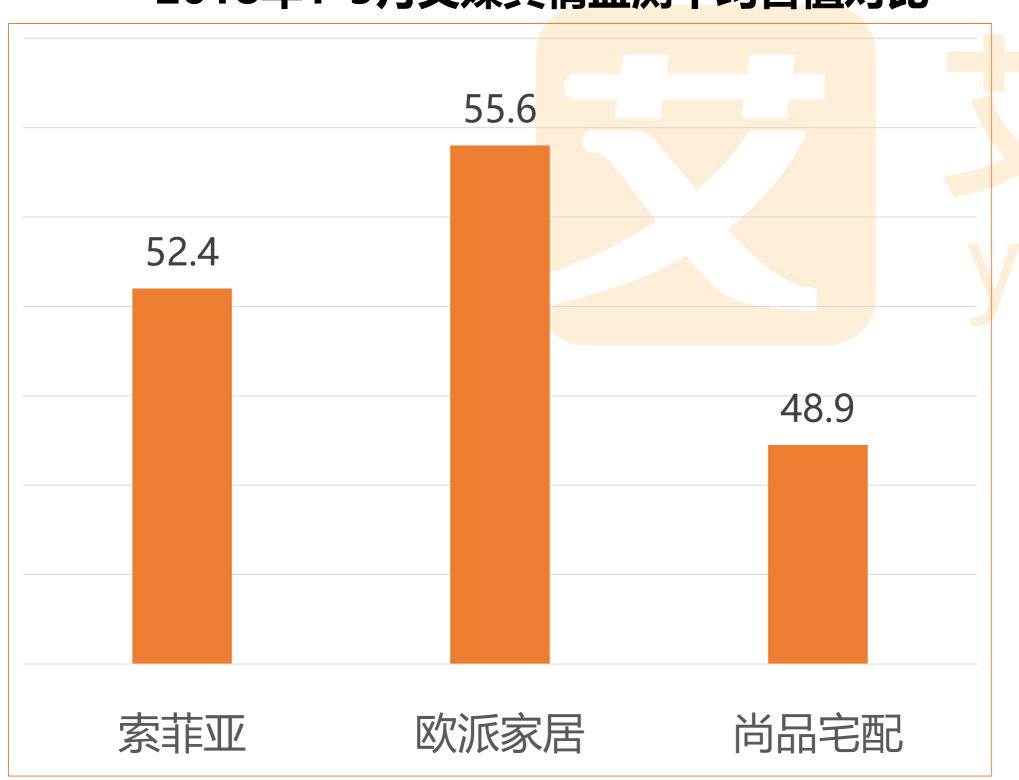
数据来源: 艾媒大数据舆情监控系统, 百度指数

负面情感占比高致使尚品宅配企业言值较低

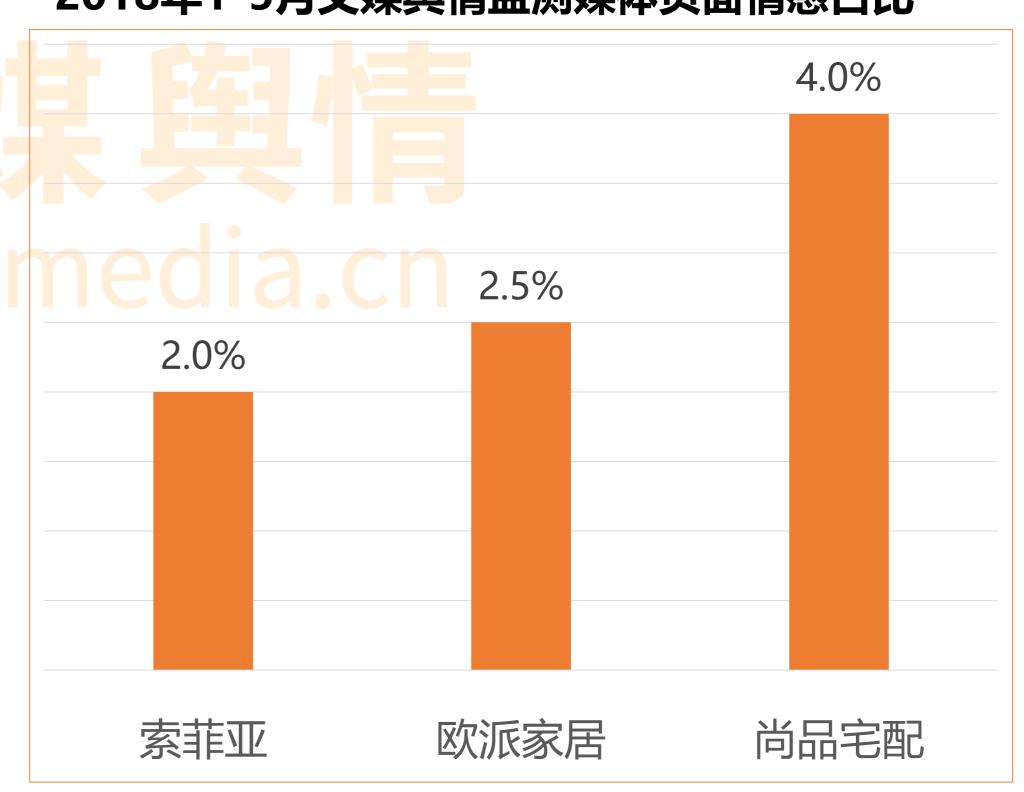


艾媒舆情监测数据显示,2018年1-5月三大定制家居企业中,尚品宅配企业平均言值最低,且舆情传播负面情感占比最多,为4.0%。

2018年1-5月艾媒舆情监测平均言值对比



2018年1-5月艾媒舆情监测媒体负面情感占比



言值:是艾媒大数据的原创指数,用于监测网络报道及评论的态度倾向。 言值范围为0-100,50分为正负占比相当,分数越低则负面舆情越多,分数越高则正面舆情越多。



尚品宅配企业舆情点评

尚品宅配企业舆情诊断点评



体检诊断

- 总体而言,2018年1-5月尚 品宅配的企业健康度相对稳 定,但发现3项负面预警,需 慎重稳健应对。
- 网民口碑相对较低,负面评论主要集中于产品质量不好、售后服务不到位和加盟商卷款跑路。
- 诸如今日头条、网易财经和 妈妈网等媒体,以及知乎等 自媒体大V都有针对尚品宅配 的负面报道。



- 从传播结构和传播渠道方面看,尚品宅配在头条号和其他新型自媒体平台都有一定的影响力,媒体活跃度高。
- 但尚品宅配在微博、微信等媒体社交平台中影响力较弱,不及同行业的索菲亚和欧派等企业。

尚品宅配企业舆情总结



情

- ◆ 2018年,尚品宅配公司因家居产品质量和相关服务问题被频频投诉,产品甲醛超标、交付产品不合客户 要求、客服和售后服务不到位以及加盟商收钱跑路等舆论问题的引发与扩大都对尚品宅配公司的日常经 营与公司长远发展产生了负面影响,并在一定基础上对家装、家居定制行业的发展产生了负面影响。
- ◆ 同年,尚品宅配与中国电信达成合作,推出"智选518"活动,积极寻求变革,具有正面传播效果,赢 得了一定的正面口碑。

理

- ◆ 尚品宅配作为定制家居行业的知名品牌,在面对因产品质量、客户服务和加盟商跑路等问题而产生的舆 情时,主要通过后续跟进处理方式,在一定程度上缓和了负面舆论。
- ◆ 但存在响应速度不及时,响应态度较差,致使三大事件的舆情应对评价指数较低,在一定程度上加剧了 舆论对企业的负面影响。

家居行业定制消费各方建议



当前,我国已进入家居定制化时代,公众对生活质量抱有更高期待。在家装、家居的消费过程中,消费者的知情权、消费自由权和财产权应当受到法律保护,企业也都有守法的义务。唯有企业、消费者和监管部门保持良性互动,共同精准发力,消费者的合法权益才能得到更有效的保护。

政府机构

- ◆ 建议完善家居行业相关 法律法规,查提升漏补 缺,使有法可依。
- ◆ 建议完善与规范投诉维 权渠道,保障消费者权 益。

Media.CI

◆ 家居企业要以消费者为中心,注重自身品牌建设,提高定制家居质量,提升员工技能,为客户提供全套一站式服务,提升客户服务质量,积累口陪。此外、要正视企业经营存在的问题,对存在欺诈消费者等违法违规行为的,依法承担相应的法律责任。

消费者

- ◆ 在进行家居定制时,要充分 了解企业信息,综合考量, 避免被误导。
- ◆ 当合法权益受到侵害时,要积极投诉,勇于维护自己的合法权益。



POiiMedia(艾媒與情)

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。

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。



DataiiMedia(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。

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。

RankinsiiMedia(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



咨询 网址: http://yq.iimedia.cn 邮箱: 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/



全球舆情咨询行业领导品牌







