

# 2018苹果秋季新品发布会

## 传播效果及重点舆情监测分析报告



艾媒咨询  
iiMedia Research



艾媒舆情  
iiMedia Public Opinion Consultation



## 目录

- 1 2018苹果秋季新品发布会概述
- 2 2018苹果秋季新品发布会舆情监控
- 3 大数据解读 “果粉”



# 2018苹果秋季新品发布会概述

# 2018苹果秋季新品发布会传播时间轴

8月29日

苹果公布2018年秋季新品发布会的确切日期及地点。

8月31日

苹果正式宣布将于北京时间9月13日凌晨1点举行秋季新品发布会，邀请函在网络上曝光。

9月11日

中国移动、中国联通、中国电信相继发布海报，媒体猜测新一代iPhone将支持双卡双待功能。

苹果宣布将首次在推特上直播新品发布会，但仍需点赞才能收到推送。

9月12日

9月13日，苹果公司在美国苹果总部乔布斯剧院召开2018苹果秋季新品发布会。

9月13日

# 2018苹果秋季新品发布会传播情况



4500万+ 次  
发布会视频播放量



8.0亿+ 次  
微博话题阅读



4500万+ 次  
头条话题阅读



10000+ 条  
微信报道量



4000+ 条  
东方头条报道量



3000+ 条  
百家号报道量

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# 2018年主要手机发布会热度排行

发布会名称	时间	热度指数
苹果2018秋季发布会	2018.09.13	81.4
小米8发布会	2018.05.31	78.3
锤子科技2018鸟巢新品发布会	2018.05.15	71.0
三星 Galaxy S9发布会	2018.02.26	70.7
华为P20系列新品发布会	2018.03.27	68.3
VIVO NEX发布会	2018.06.12	64.3
OPPO手机Find X发布会	2018.06.20	62.9
魅族E3发布会	2018.03.21	54.6

注：热度指数由艾媒舆情综合艾媒舆情大数据监测系统（yq.iimedia.cn）、百度指数、新浪微博、微信公众号、头条指数、知微数据等综合计算。



## 2018苹果秋季新品发布会舆情监控

# 苹果秋季发布会当天舆情热度指数骤升

2018苹果秋季发布会舆情热度指数



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日12:00



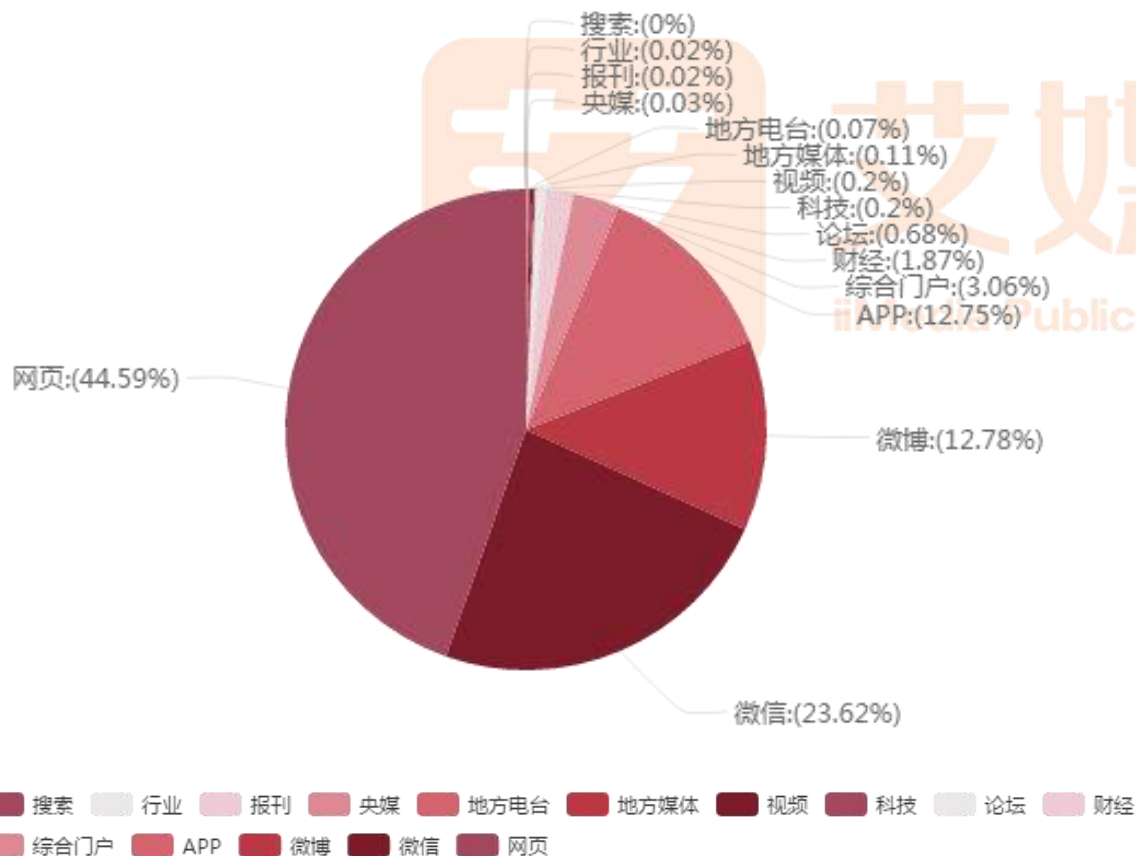
# 2018苹果秋季发布会热点舆情话题

话题	热度指数
苹果2018秋季发布会	  
Iphone XS系双卡双待特供中国	  
苹果的地区标注方式触动中国主权	  
苹果发布史上最贵苹果手机	  
苹果公司股价下跌	 
王力宏晒与库克合照	 
苹果新品发布后华为稳了	 
杜蕾斯等借势营销	

注：热度指数由艾媒舆情综合艾媒舆情大数据监测系统（yq.iimedia.cn）、百度指数、新浪微博、微信公众号、头条指数、知微数据等综合计算。

# 网页为苹果秋季发布会传播主渠道

2018苹果秋季发布会传播渠道监测



2018苹果秋季发布会词云



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# 媒体谴责苹果的地区标注方式触动中国主权



2018年苹果秋季新品发布会中，苹果公司在介绍其新一代iPhoneXS会于9月21日在哪些地方上市的时候，列出了“中国”“香港”“台湾”，但同时也列出了“美国”和“美国维尔京群岛”。《人民日报》称这种标注方式，触动了中国领土主权问题，并首先针对这一问题进行抨击，此后《中国青年报》《北京日报》等主流媒体也转载了相关新闻。

跨国企业在对待中国领土主权上的“标识”问题，很容易在中国市场引起较大的争议，而且这种标注上存在的“双重标准”更会让中国消费者感觉自己不被尊重，这最终都会影响这些跨国企业在中国的品牌形象，并带来潜在的政策法律风险，损害自己的利益。所以，我们希望苹果以及宜家等一众跨国企业能够在及时纠正中国国家主权的“标注”问题时，做到起码符合商业标准的“严谨”。

——人民日报《苹果，你发布会上这是什么意思？》

# 双卡专供获支持，缺乏创新遭吐槽

双卡专供



苹果此次专为中国市场提供了有两个实体卡槽的iPhone XS Max和iPhone XR手机。苹果专门针对中国市场推出实体双卡手机，加之对整个亚洲市场投其所好的超大屏幕设计，都显示出苹果想要抓住中国消费者的迫切心情。从全球同步开售到将中国纳入全球联保方案，再到目前实体双卡“特供版”，可以看出，中国市场销量占比越高，苹果对中国市场的“关照”就越多，对中国监管要求和市场特点的服从性也就越强。

——新华国际《苹果手机为中国“搞特供”：市场吸引+竞争者“倒逼”》

缺乏创新

新京报

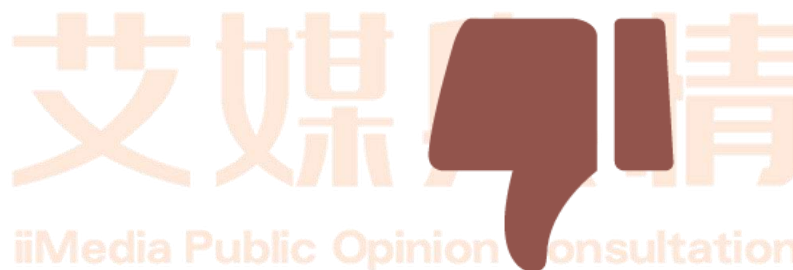
这次发布的3款iPhone，给人的感觉是除了尺寸在继续加大、颜色有了增加等“外在”功能外，在最为本质的核心性能上依旧缺乏亮点。苹果在技术及产品的创新性似乎却停滞了……如今的苹果，则主要依赖于价格越来越贵、机型越来越多的市场销售主导模式。

——新京报《努力讨好市场的苹果为何越来越不受待见？》

# 苹果新品遭九成网民吐槽



正面评论：9.7%

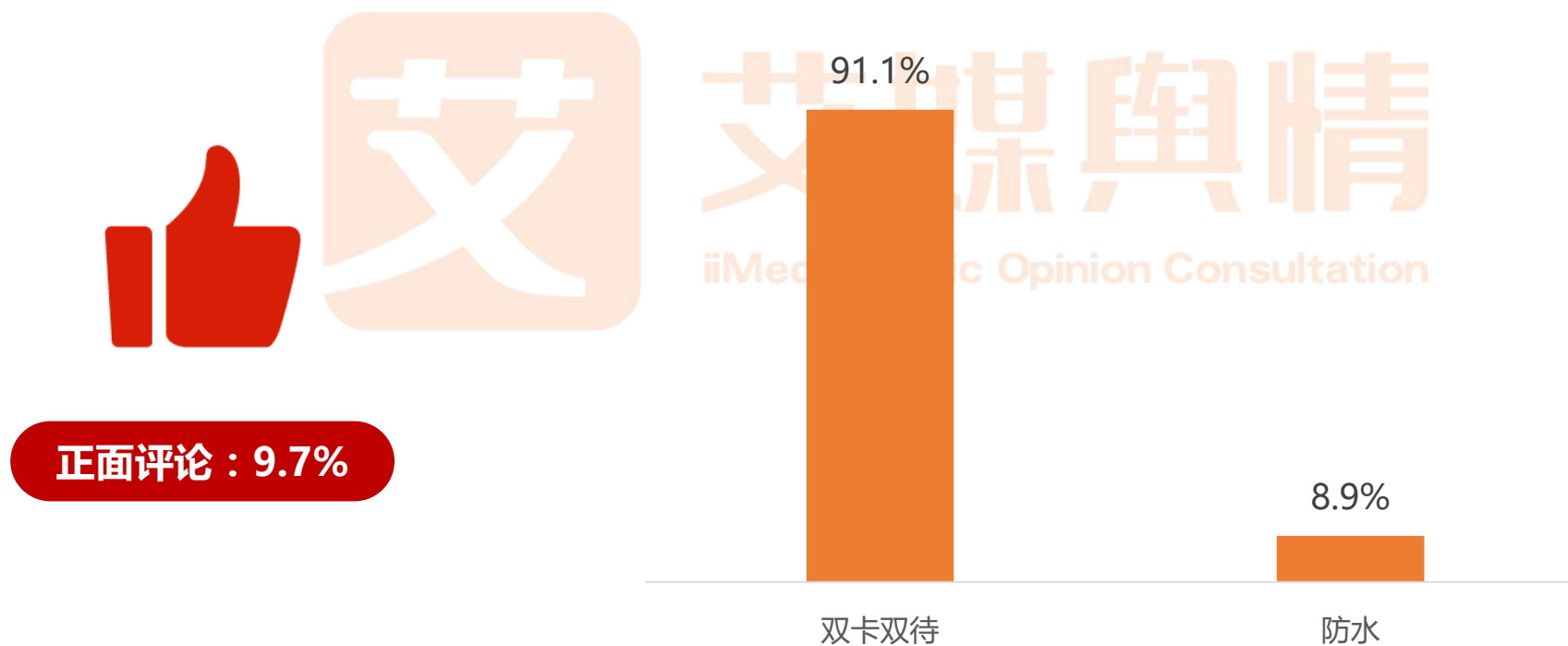


负面评论：90.3%

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iiimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# 双卡双待获得网民点赞

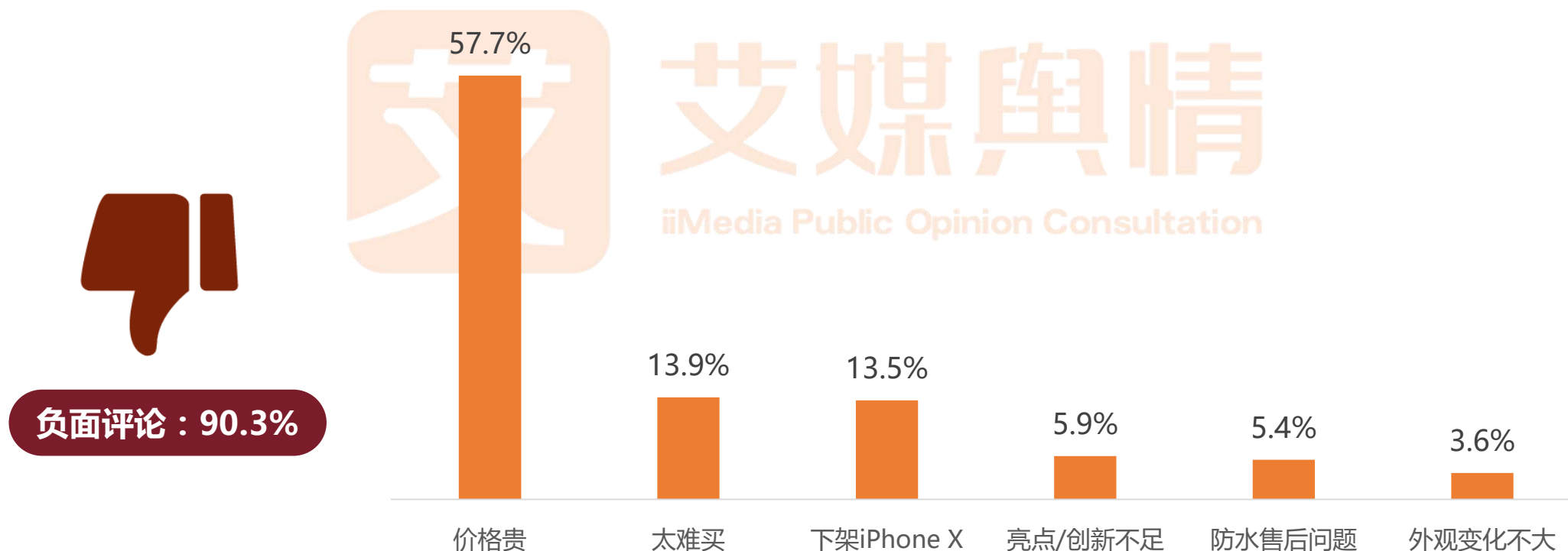
2018苹果秋季发布会网民点赞议题分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# 价格太高引起网民吐槽

## 2018苹果秋季发布会网民吐槽议题分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00



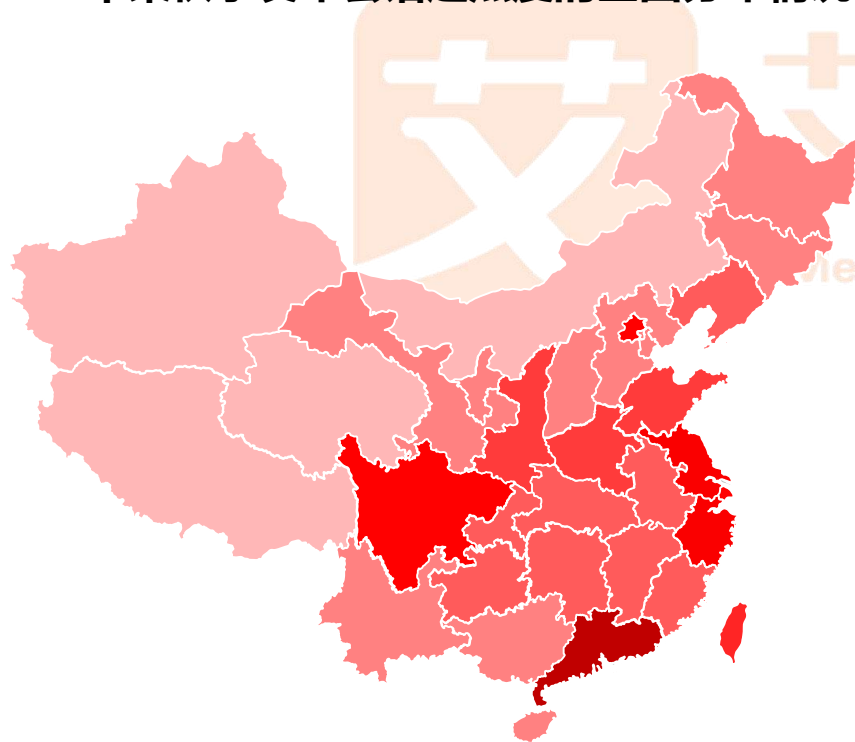
## 大数据解读“果粉”



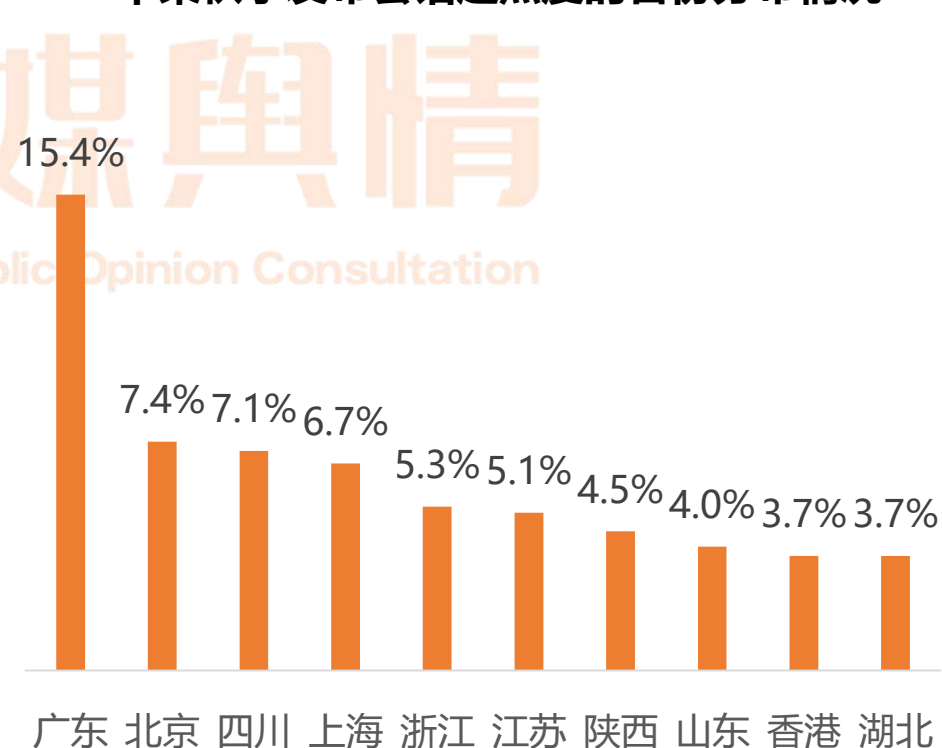
# 广东网民最为关注苹果秋季发布会

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，广东网民最为关注2018苹果秋季发布会，其次为北京网民。

2018苹果秋季发布会话题热度的全国分布情况



2018苹果秋季发布会话题热度的省份分布情况

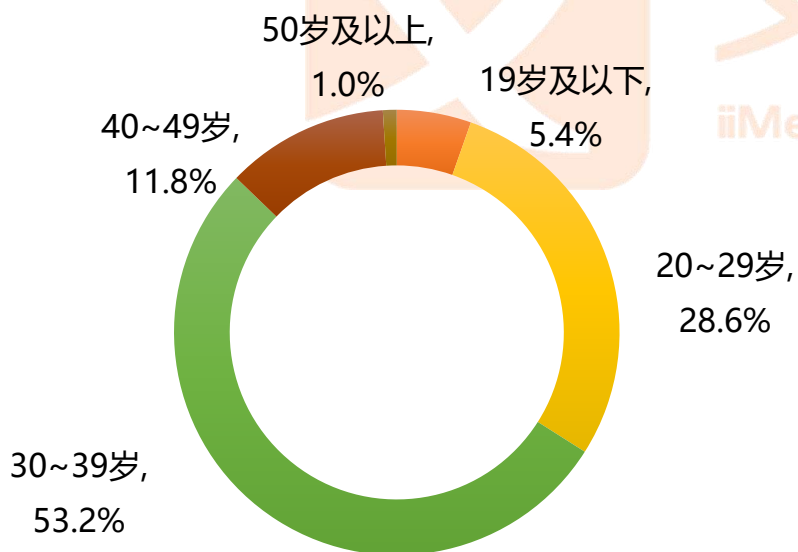


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（[yq.iimedia.cn](http://yq.iimedia.cn)），监测时间截至2018年9月13日18:00

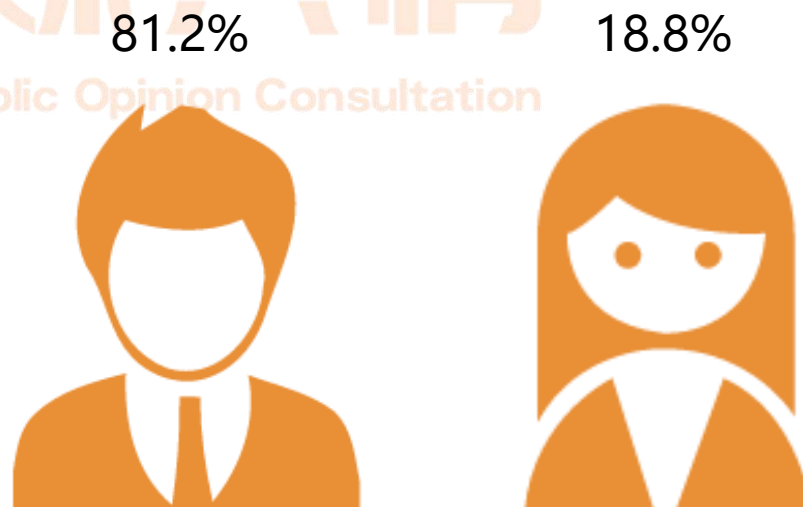
# 中年男性最热衷苹果秋季发布会

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，关注苹果秋季发布会的网民年龄以30~39岁为主，其次是20~29岁，相比女性，男性更热衷于苹果秋季发布会。

关注2018苹果秋季发布会的网民年龄分布情况



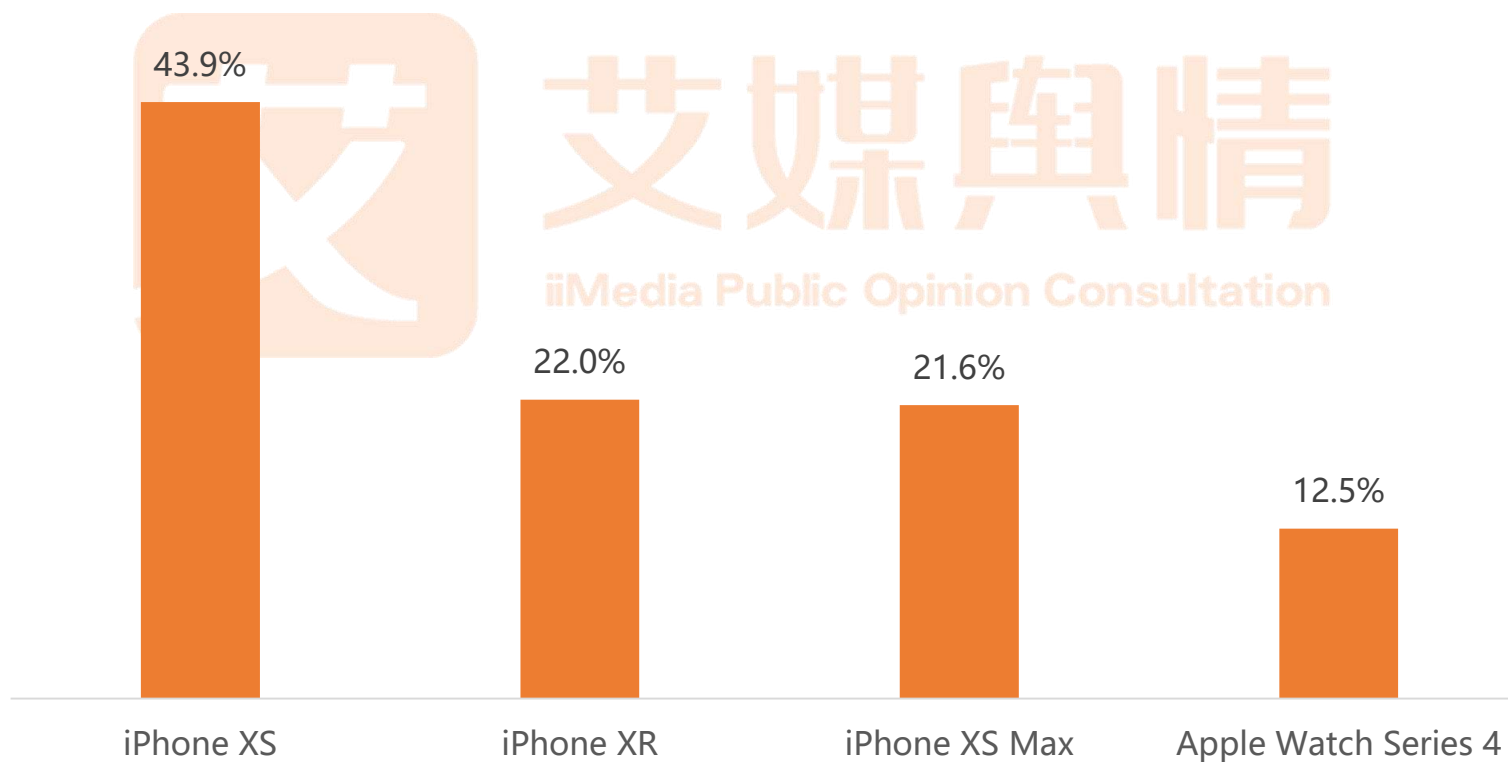
关注2018苹果秋季发布会的网民性别分布情况



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# iPhone XS系产品最受关注

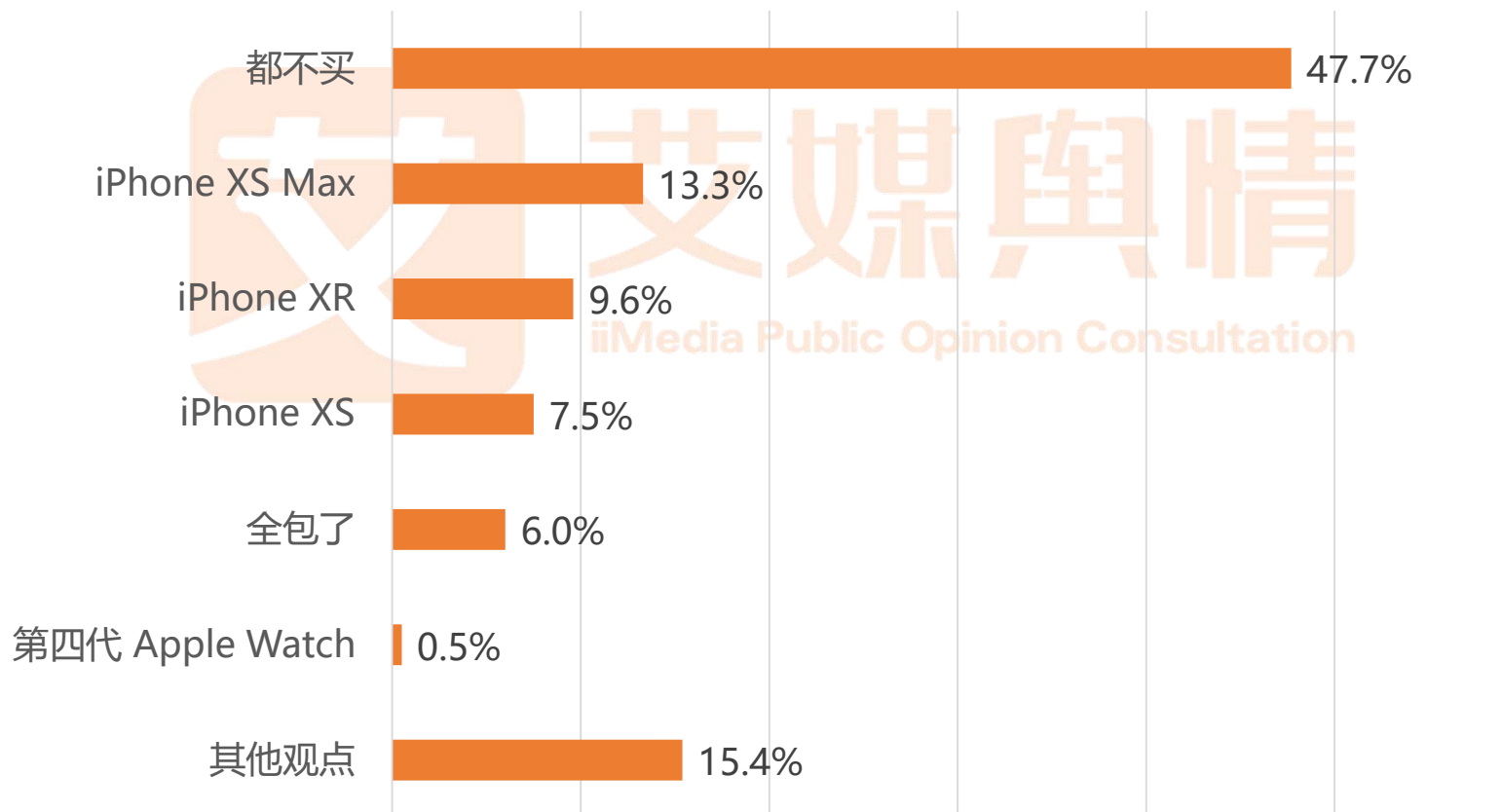
2018苹果秋季新品的网民关注度分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)，监测时间截至2018年9月13日18:00

# 网民对苹果新产品的购买意愿普遍不高

2018苹果秋季新品的购买意向分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

# 2018苹果秋季发布会传播情况评价



## 发布会传播效果



## 发布会传播亮点

覆盖网民：约 **4亿**

传播力Max渠道：

最受关注产品：**iPhone XS系**

2018年主要手机发布会热度排行：**第一**

最受关注功能：**双卡双待、国行特供**



## 媒体态度



## 网民态度

- 媒体正面评价双卡双待功能但总体认为苹果新机创新不足
- 央媒谴责苹果的领土标注方式触动中国主权
- 部分媒体关注苹果股价、华为、王力宏等周边议题



90.3%

57.7%认为新品价格太高

47.7%表示对所有新品均不愿购买



9.7%

91.1%点赞网民支持双卡双待功能

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月13日18:00

**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