

2018中国企业舆情传播监测诊断报告系列之 小熊电器



艾媒咨询
iiMedia Research



艾媒舆情
yq.iiMedia.cn



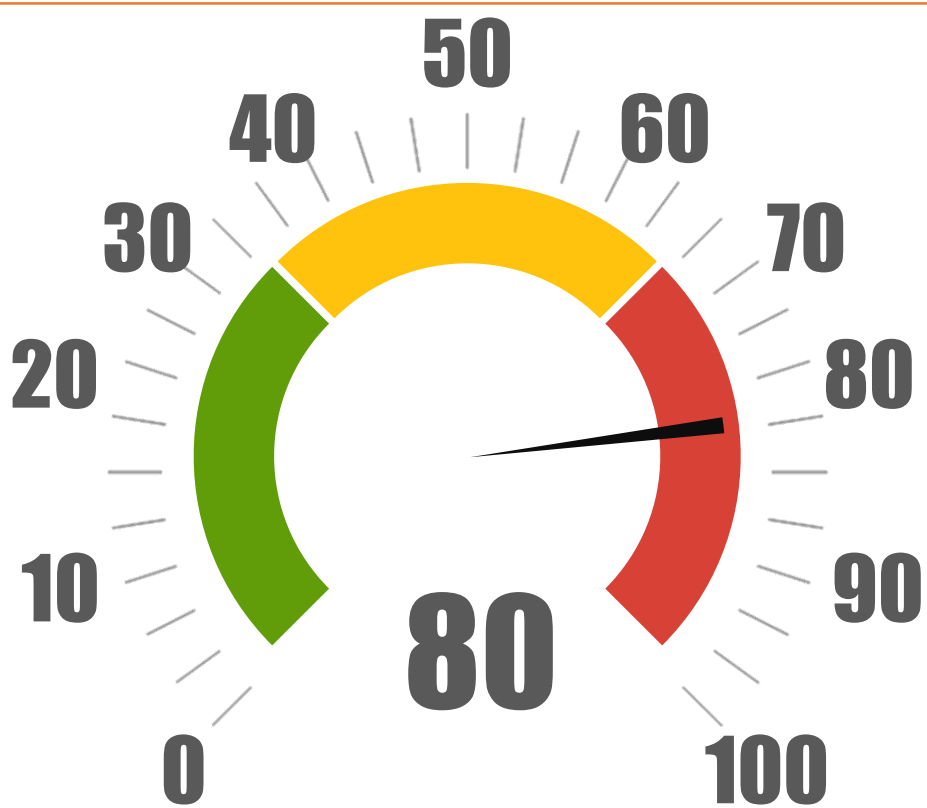
- 1 2018小熊电器企业舆情诊断
- 2 2018小熊电器IPO事件舆情监测
- 3 小家电行业企业舆情对比
- 4 小熊电器企业舆情点评



2018小熊电器企业舆情诊断

2018小熊电器企业舆情健康度诊断报告

2018年小熊电器企业品牌健康舆情诊断：预警指数80，建议**中高度预警**应对



1 项
舆情声量改进



1 项
正面传播



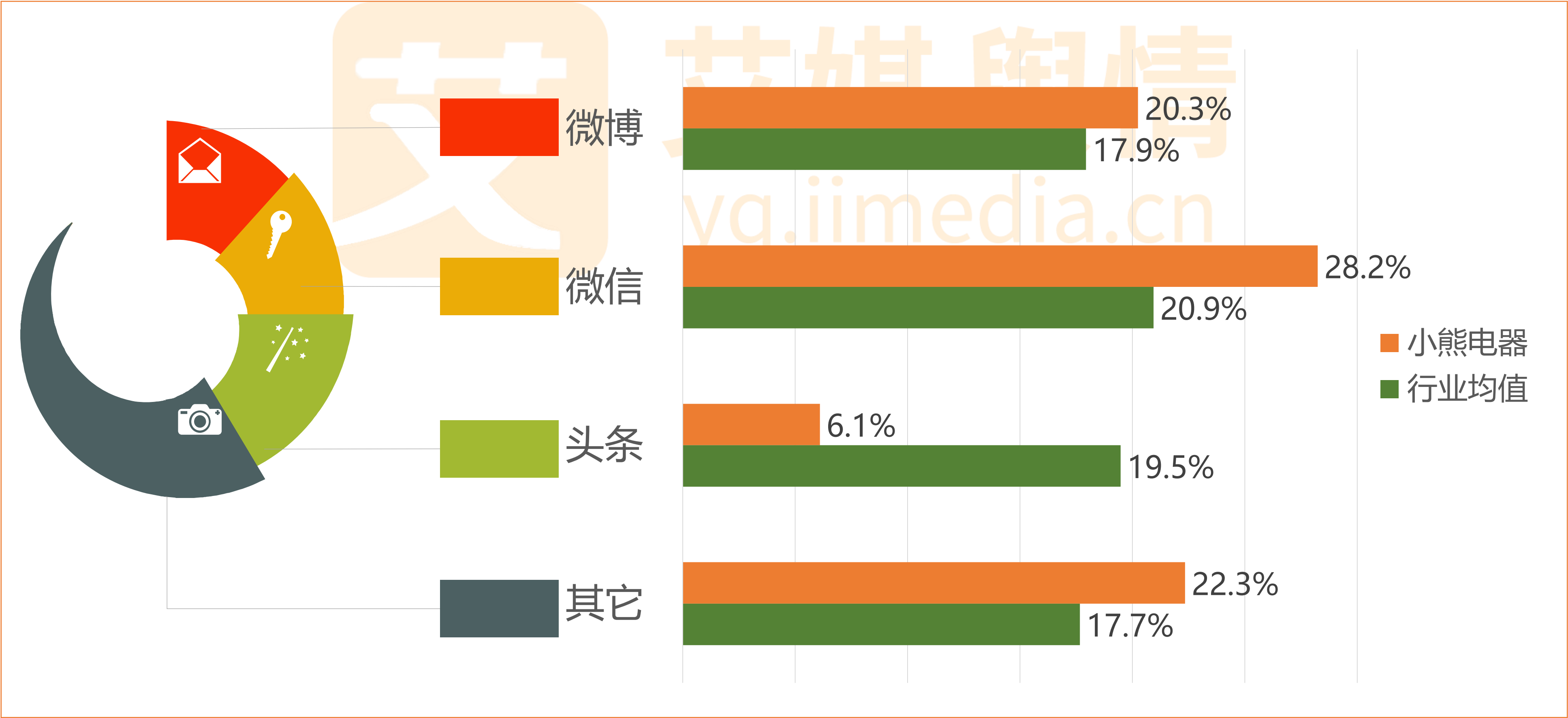
4 项
负面预警

	网络热度	传播矩阵	网络口碑
企业 舆情声量	409.5 热度指数 436 月均报道量	   	47.6 媒体口碑 43.4 网民口碑
重点 舆情事件	 2月，Strix以小熊电器的电子壶（养生壶）器具侵犯其知识产权为由向上海知识产权法院提起专利侵权诉讼。	 3月10日，小熊电器紫砂电炖锅斩获AWE艾普兰金口碑奖。  2018年小熊电器产品多次因质量问题而上黑榜，频频曝光。	 2018年5月，小熊电器冲击IPO，在证监会网站预披露了招股说明书（申报稿），拟在深交所中小板上市，招股说明书内容令媒体质疑，多方媒体报道引发舆情。
负面预警	 政策危机 无直接政策危机，但国内供给侧改革去产能战略的推进和多个省市的质检结果对小家电行业有一定影响。	 传播危机      	 行业危机 2018年新飞电器等个别传统企业破产清算，小米等新兴企业入局小家电行业，格力等企业积极开拓小家电新领域，加剧了行业竞争与担忧。

2018小熊电器企业舆情微信端活跃度高

艾媒舆情监测数据显示，微信端是小熊电器企业舆情传播最为活跃的地带，远超同行业的平均水平，小熊电器企业在微博和其他自媒体方面也有一定的活跃度，但在头条号方面活跃度最低。

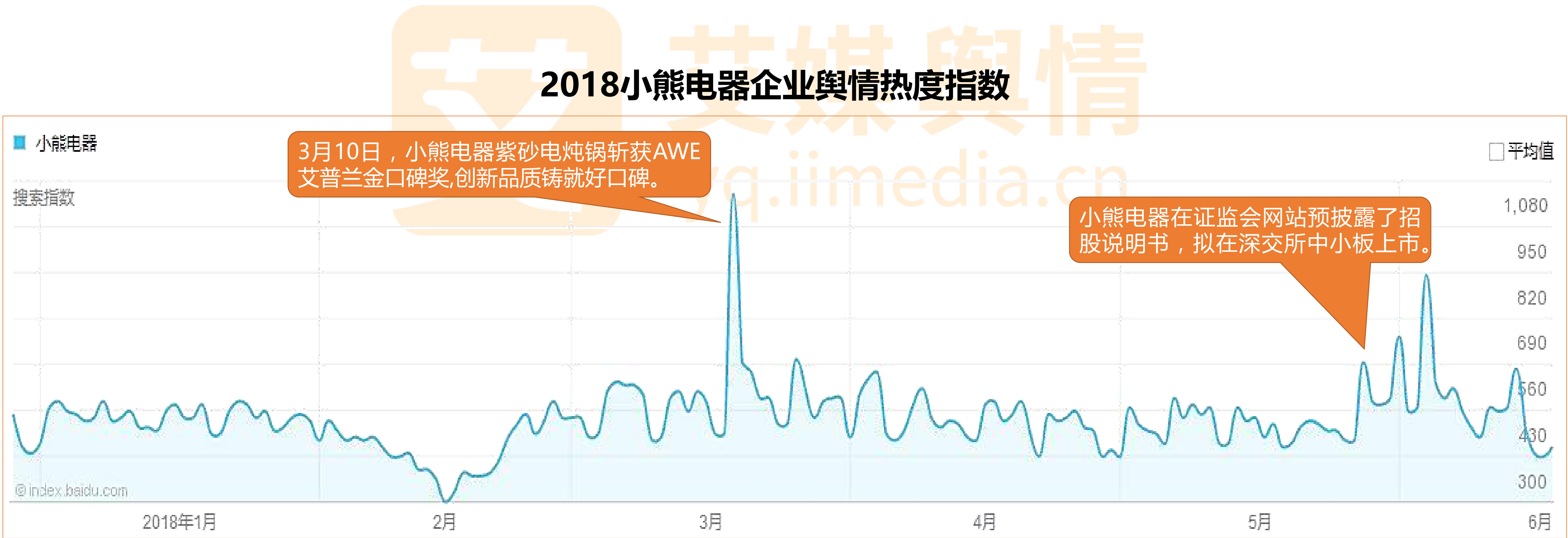
2018小熊电器与行业平均传播活跃度对比



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。

2018小熊电器企业舆情热度指数较高

艾媒舆情监测数据显示，小熊电器获得2018艾普兰金口碑奖和准备上市IPO令舆情热度指数呈现波动性上升趋势。

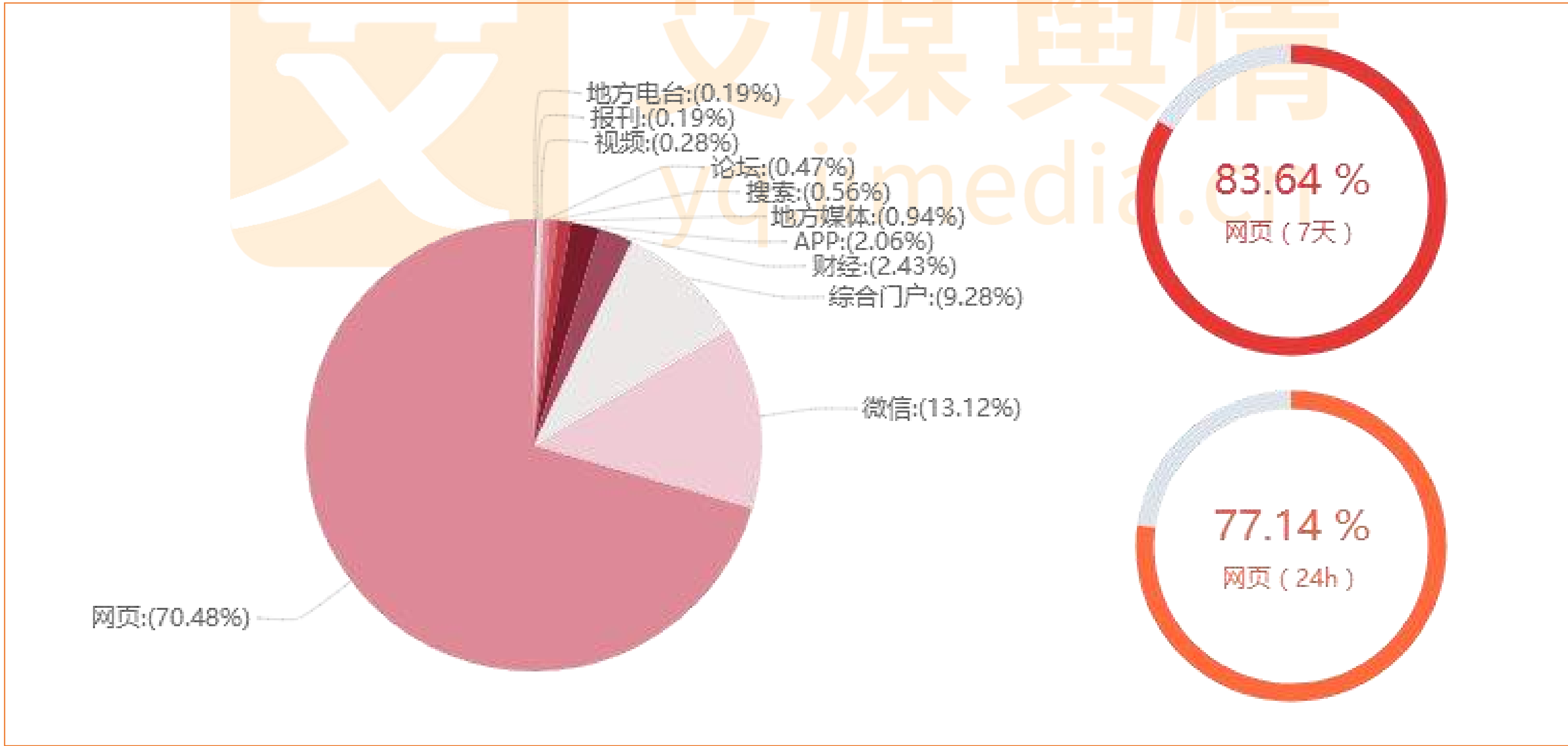


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统、百度指数

2018小熊电器企业舆情传播渠道分布

艾媒舆情监测数据显示，网页、微信是小熊电器企业舆情传播主要渠道。小熊电器通过扩大线上平台推广，铺设大量微信服务号和微信小程序，提高了企业舆情传播声量。

2018年小熊电器企业舆情的媒体传播渠道分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

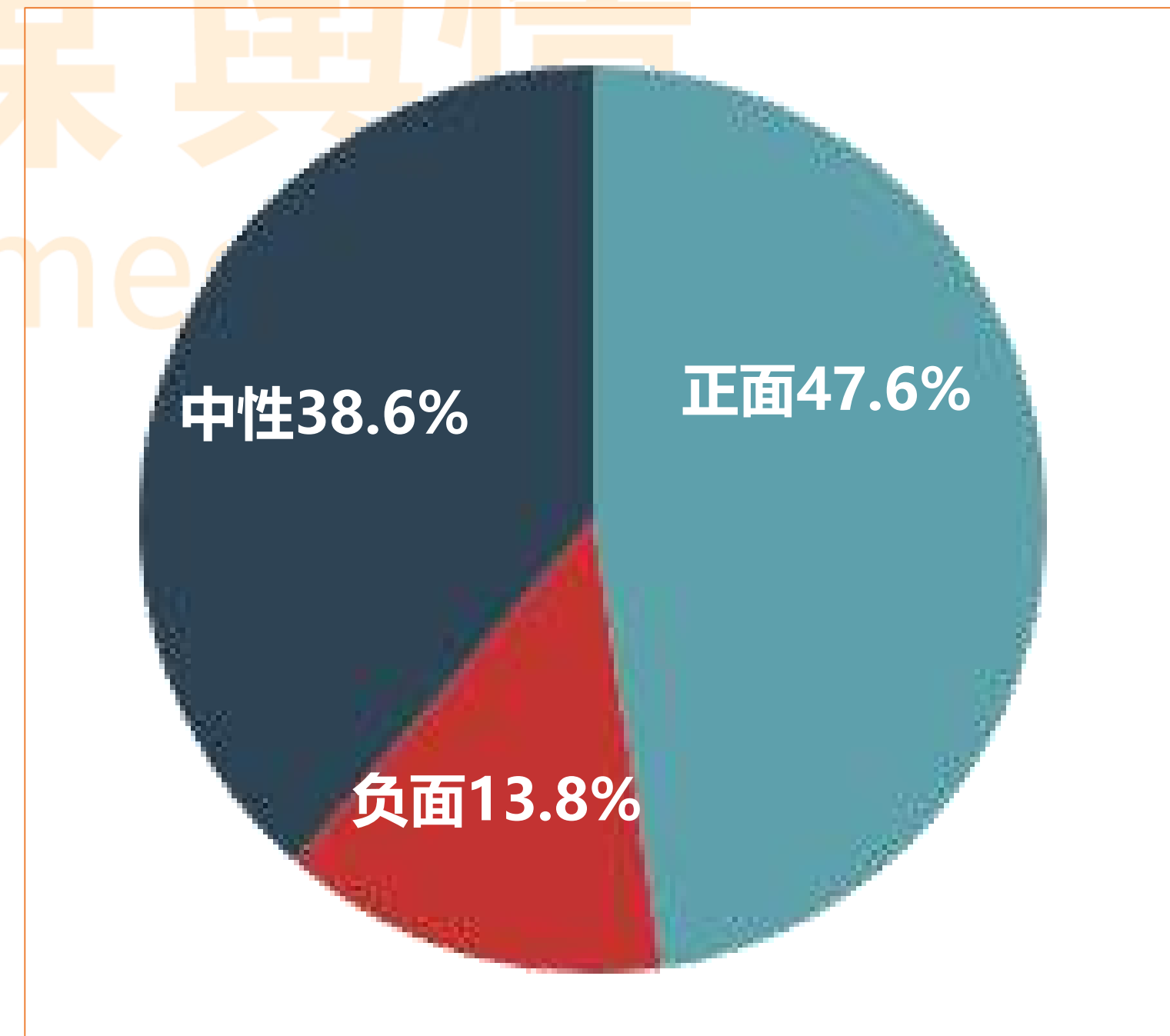
2018小熊电器企业舆情情感偏向中性

艾媒舆情监测数据显示，2018年1-6月小熊电器企业舆情平均言值为43.4，媒体正面情感评价占比47.6%，小熊电器企业总体网络舆论偏中性，但存在一定比例的负面舆论。

2018年1-6月小熊电器企业舆情言值



2018年1-6月小熊电器企业舆情情感评价



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。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统



2018小熊电器IPO事件舆情监测

2018小熊电器IPO事件概述



2018年5月14向证监会提交IPO申请材料，公司招股说明书于5月25日挂网，小熊电器拟在深交所中小板上市，预计发行股票3000万股，发行后总股本不超过12000万股，募集资金10.8亿元。

新浪网、家电消费网等多个媒体就其披露的财务数据进行分析报道，关于小熊电器企业线上营收占比过高带来多重风险；研发投入不足2%，低于行业平均水平；有钱请代言没钱做研发等的报道见诸报端，《有钱找代言没钱搞研发，严重依赖渠道》一文引发多方转载报道，引发舆论。

2018小熊电器IPO事件典型媒体报道

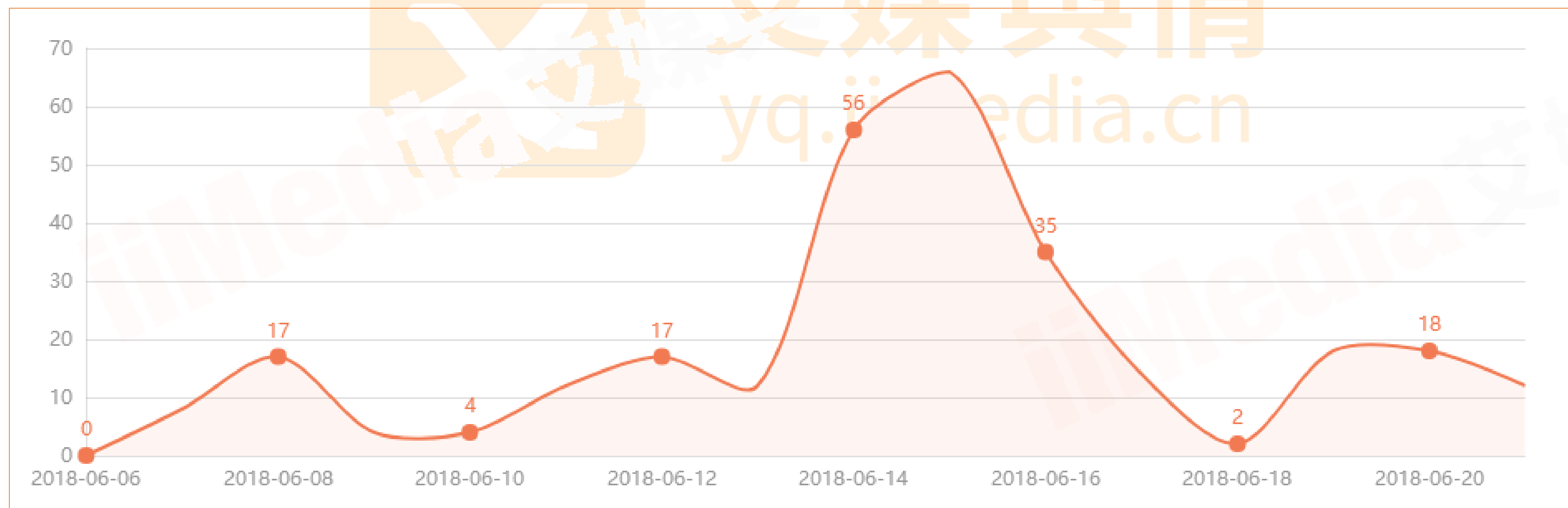
凤凰网	“小熊电器IPO，盈利能力保持增长态势”
搜狐网	“小熊电器IPO 销售模式是否可持续”
商业观察网	“小熊电器拟登陆深交所上市，产品质量优势突出品质化趋势明显”
新浪网	“小熊电器闯IPO：有钱找代言没钱搞研发 严重依赖渠道”
百家号	“小家电小熊电器冲刺IPO，开口就是融资十亿”

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

2018小熊电器IPO事件舆情热度指数

艾媒舆情监测数据显示，小熊电器IPO事件舆情热度指数较高，新浪网、家电消费网等多个媒体就其披露的财务数据进行了持续报道，引发多方关注。

2018小熊电器IPO事件舆情热度指数分布

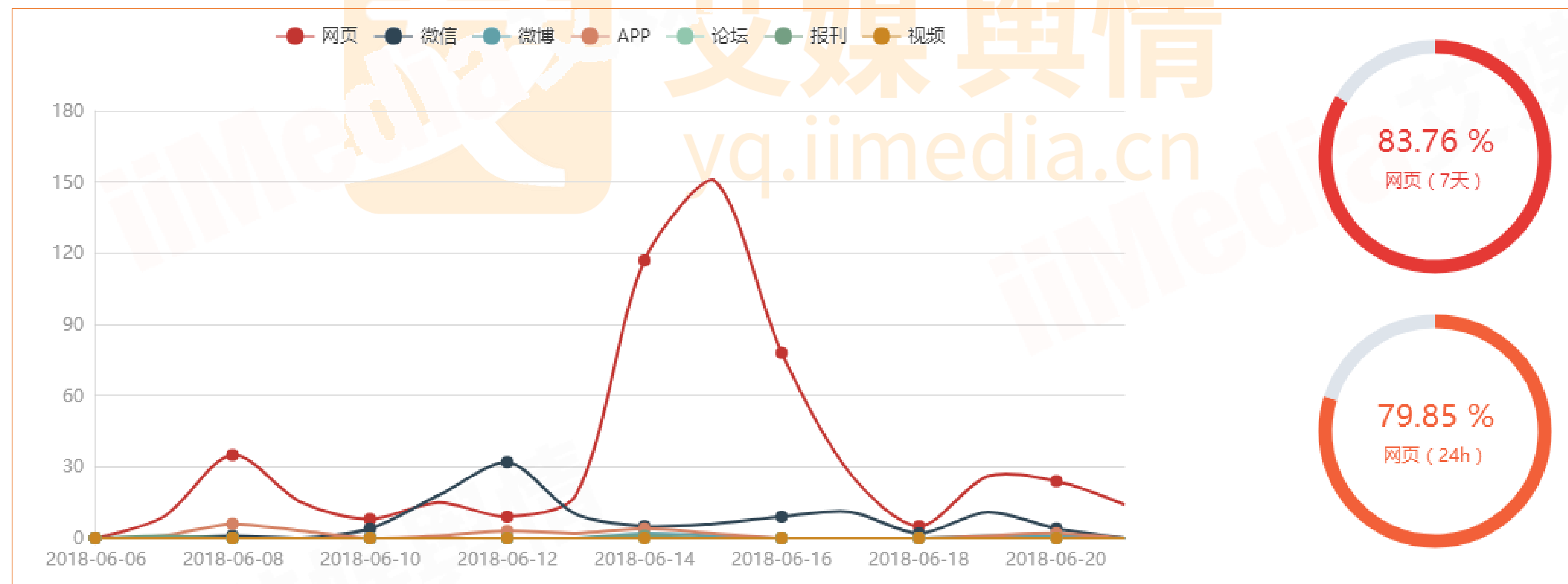


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

2018小熊电器IPO事件舆情传播渠道

艾媒舆情监测数据显示，网页端和微信端是小熊电器IPO事件的主要传播渠道，新浪网、凤凰网等媒体进行了多次持续的报道，其他相关媒体和微信号进行了转载。

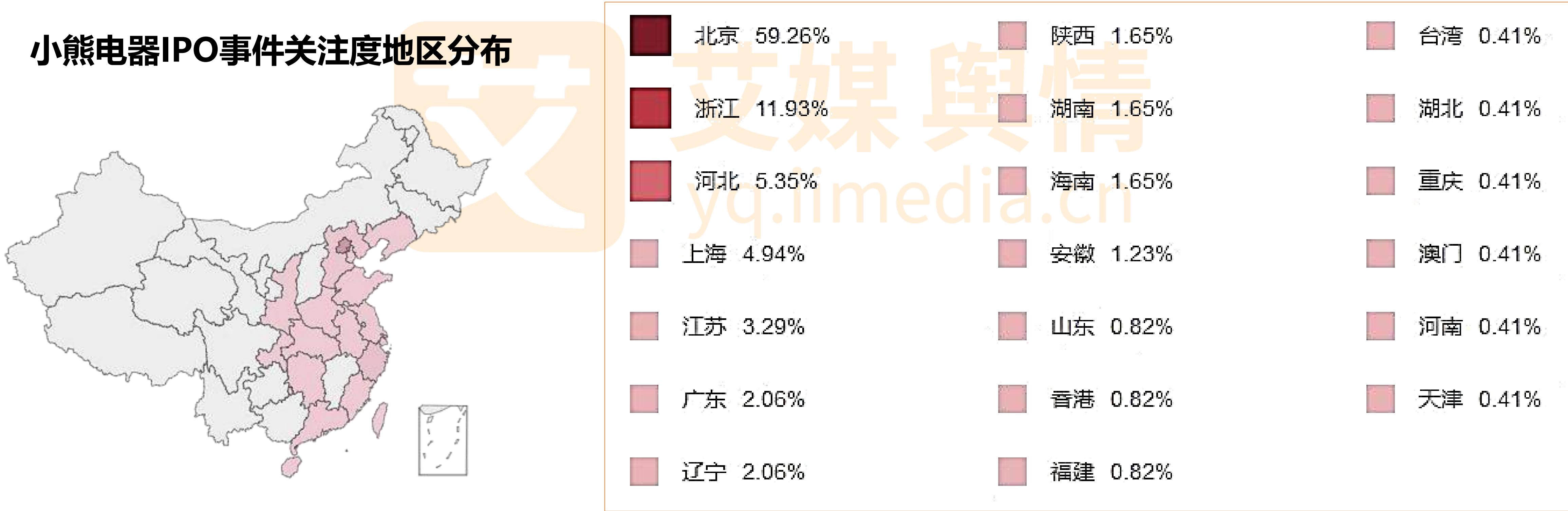
2018小熊电器IPO事件舆情的媒体传播渠道分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

2018小熊电器IPO事件舆情关注地区分布

艾媒舆情监测数据显示，北京、浙江、河北等地对小熊电器IPO事件的关注度较高。



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统
监测时间：2018年5月25日至2018年6月26日

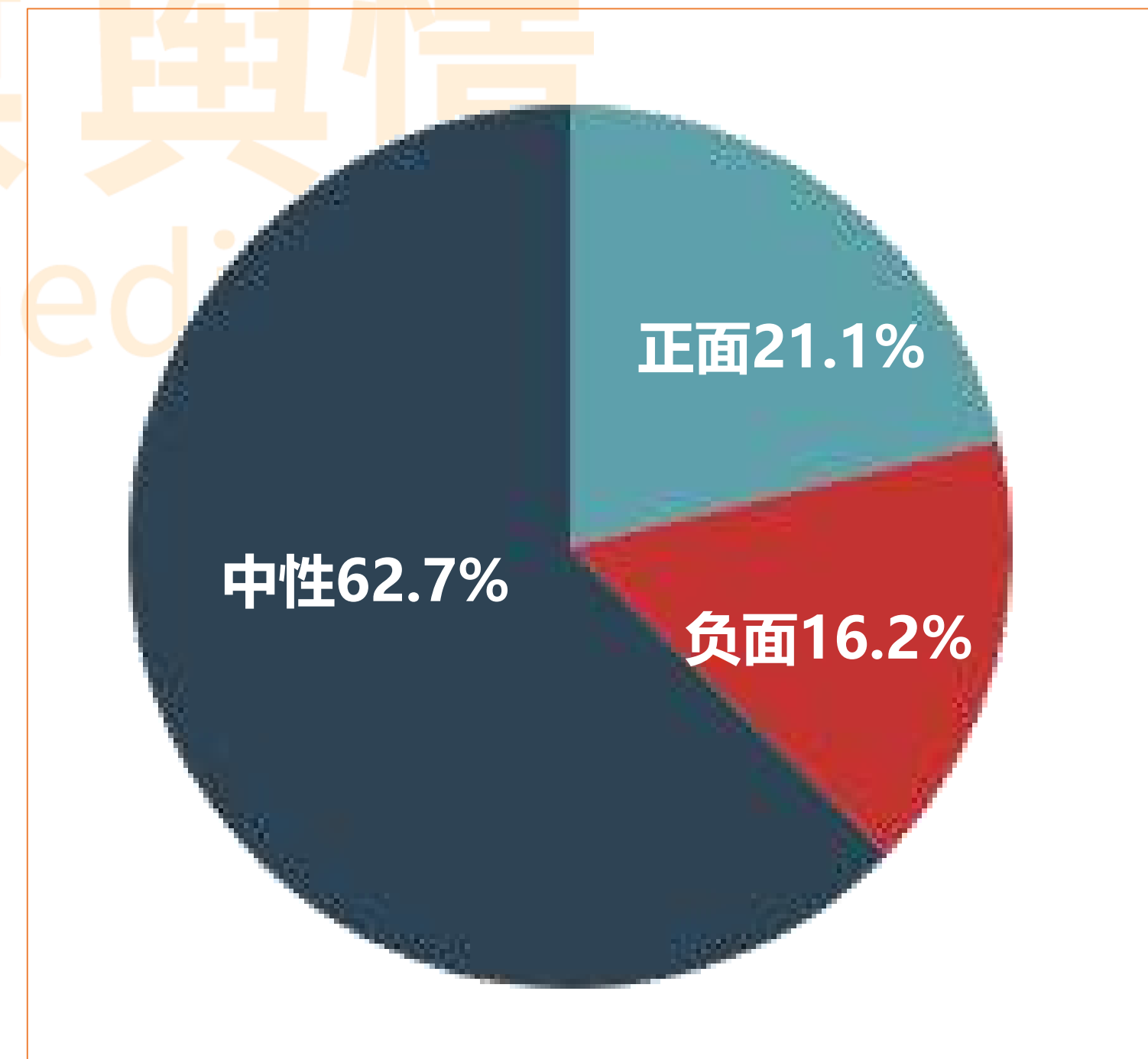
2018小熊电器IPO事件舆论情感偏向

艾媒舆情监测数据显示，2018年小熊电器IPO事件舆情言值较低，媒体中性情感评价占比62.7%，正面情感评价占比21.1%，负面情感占比16.2%，小熊电器IPO事件舆论情感整体偏向中性。

2018小熊电器IPO事件舆情言值



2018小熊电器IPO事件舆情情感评价



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。

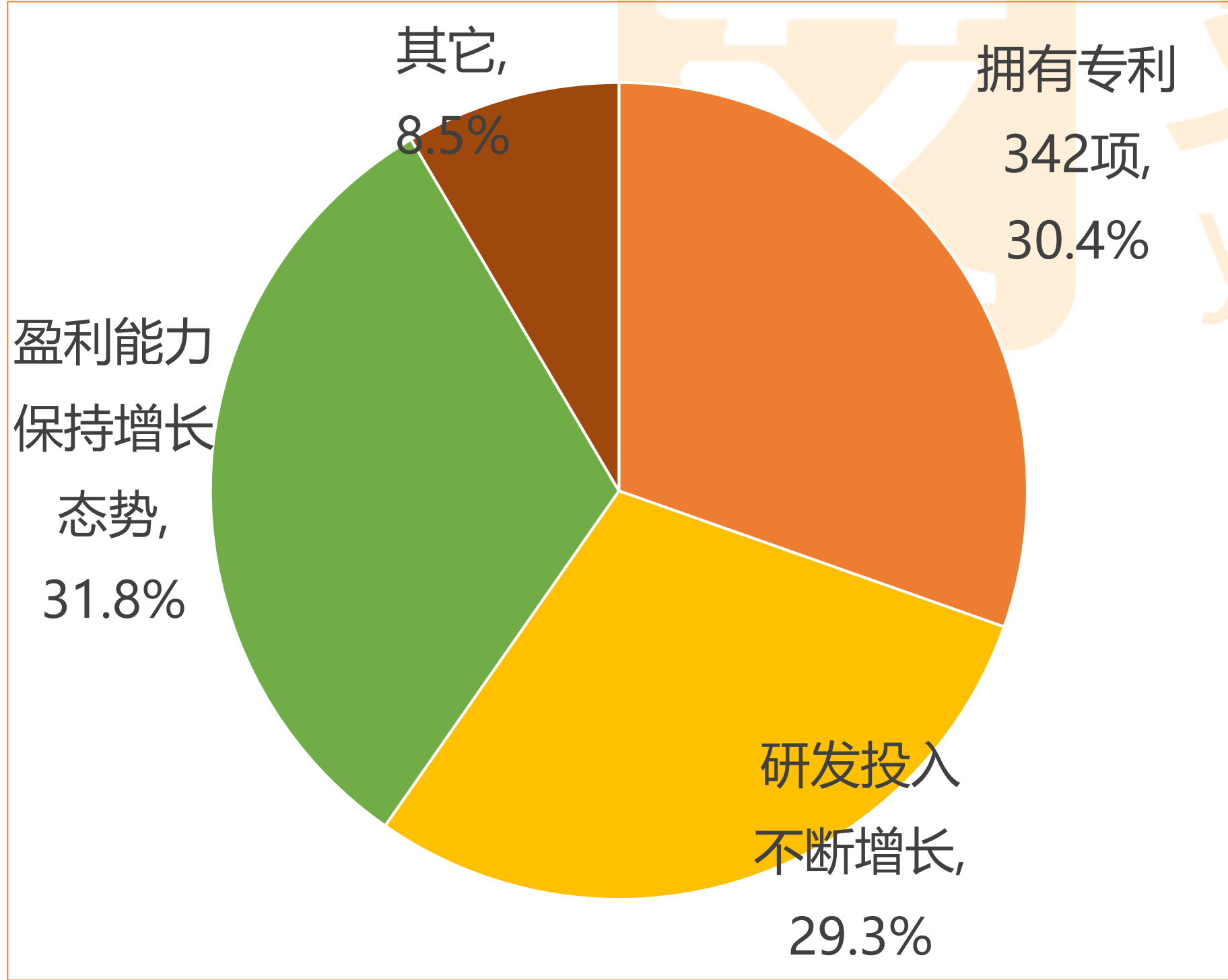
言值范围为0-100,50分为正负占比相当，分数越低则负面舆情越多，分数越高则正面舆情越多。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

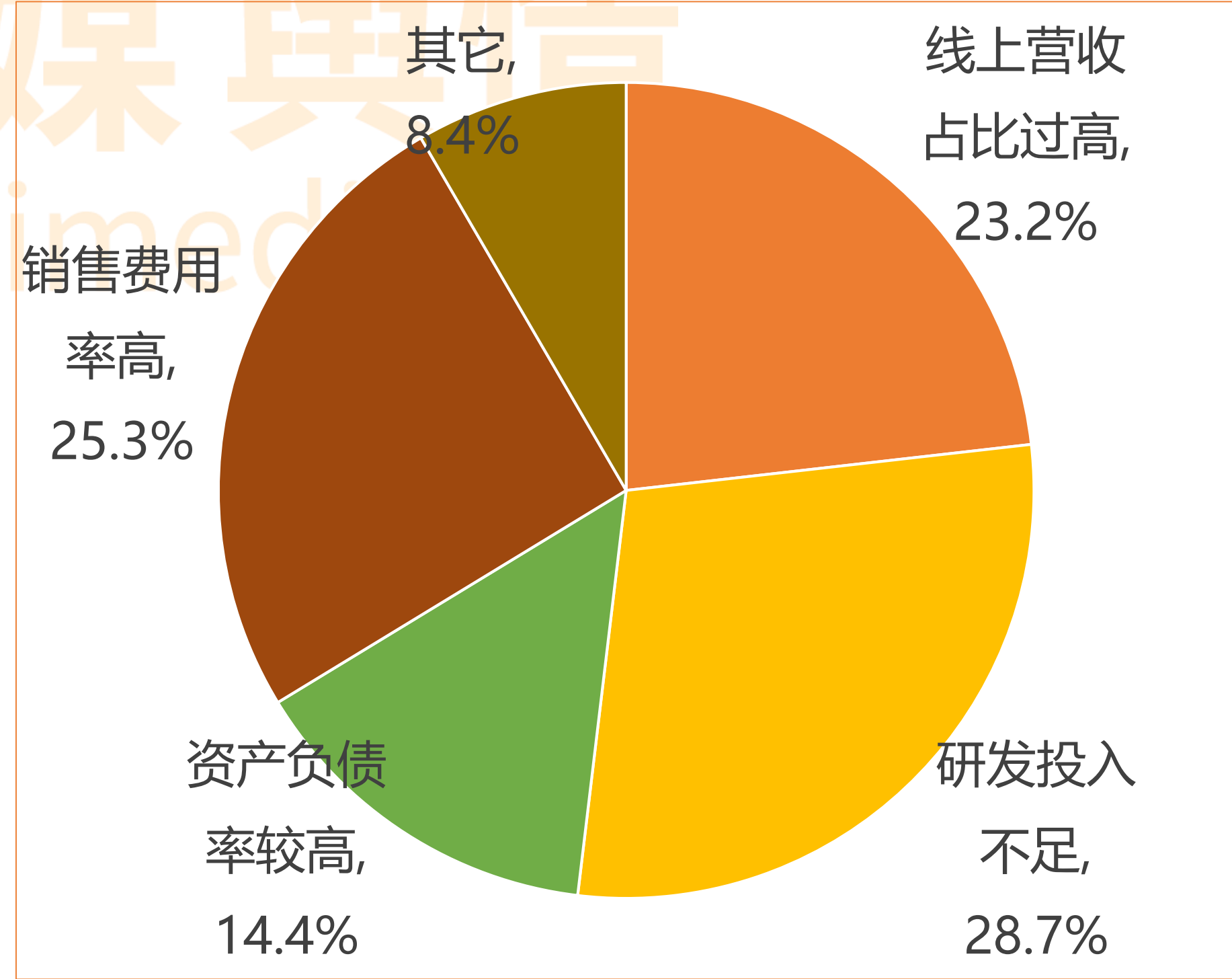
2018小熊电器IPO事件媒体报道情感分布

艾媒舆情监测数据显示，媒体正面报道主要集中于小熊电器盈利能力保持增长，媒体负面报道主要集中于小熊电器线上营收过高和研发投入不足。

2018小熊电器IPO事件正面报道的主要方面

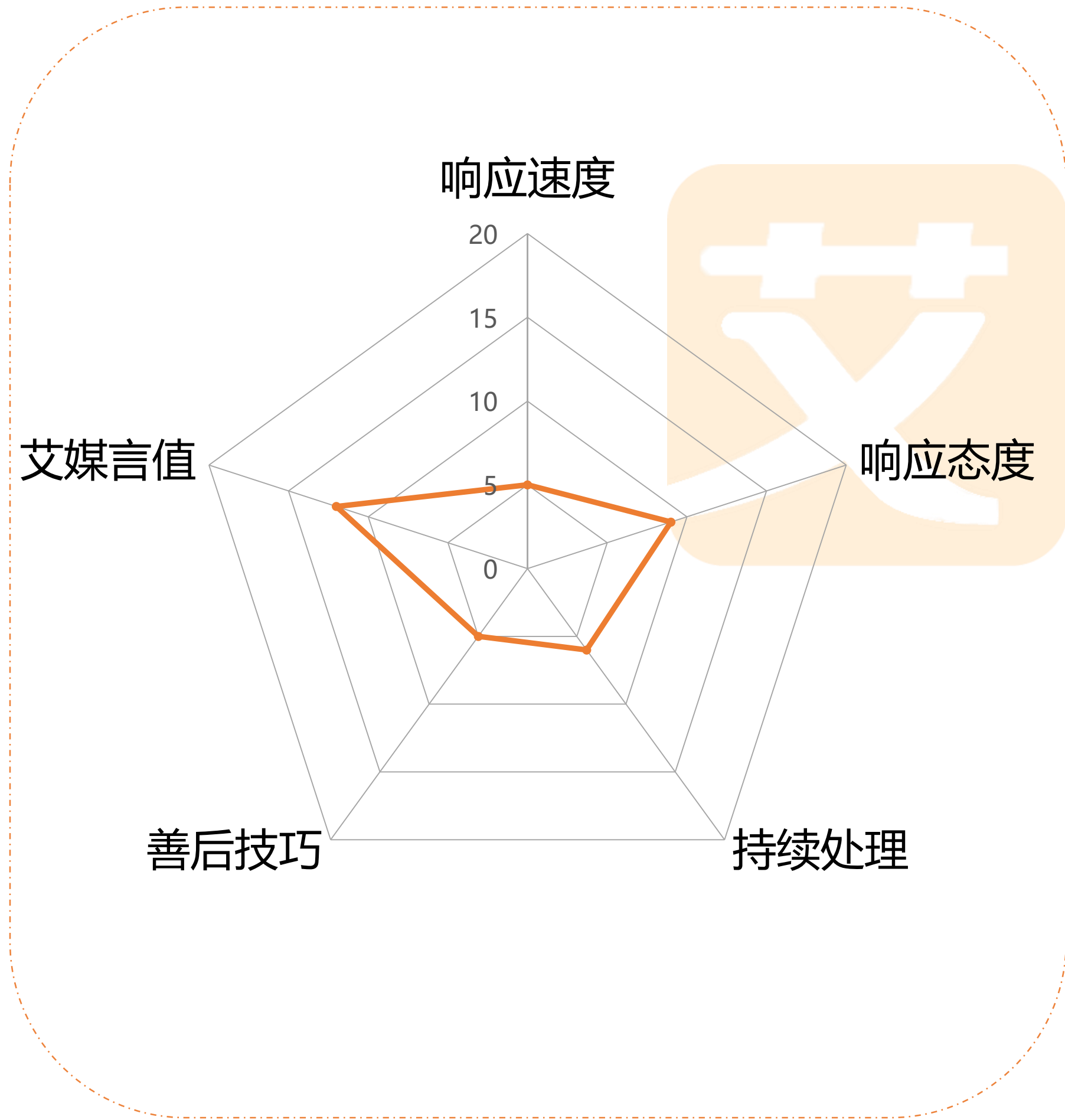


2018小熊电器IPO事件负面报道的主要方面



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

2018小熊电器IPO事件舆情处理评价



处理方案

在小熊电器企业IPO的舆情事件中，对于媒体和投资者多次提及的线上营收占比过高，依赖线上渠道带来多重风险问题，小熊电器方面表示这是因为小家电行业季节性强，并且由于线下渠道拓展存在着两大风险，导致线下推广效果有限。对小熊电器研发投入不足的质疑，小熊电器方面尚未进行公开释疑。

处理效果

艾媒数据监测显示，小熊电器企业IPO事件言值为31.5，媒体报道及相关评论负面评价占16.2%。



小家电行业企业舆情对比

2018 小家电行业热点事件

2018年中国家电及消费电子博览会（AWE）在上海举行，国内知名小家电企业纷纷亮相，小熊电器等小家电企业斩获奖项。

3月 8

厦门市市场监督管理局对厦门市部分经营者销售的电饭锅、电压力锅、电水壶、电磁灶、食品加工器等进行了抽查检验，7批次被检不合格，不合格商品移交属地市场监督管理所依法查处。

4月 4

2018年亚洲消费电子展(CES Asia)在上海新国展中心举行，吸引了来自80多个国家的500余参展公司，总参会人数达到40000+人次，展馆规模也达到了50000平方米。

6月 13

国家质检总局发布电热水壶产品质量国家监督抽查结果，抽查发现有5批次产品不符合标准的规定，并公布了质量不合格的产品和企业名单。

3月 13

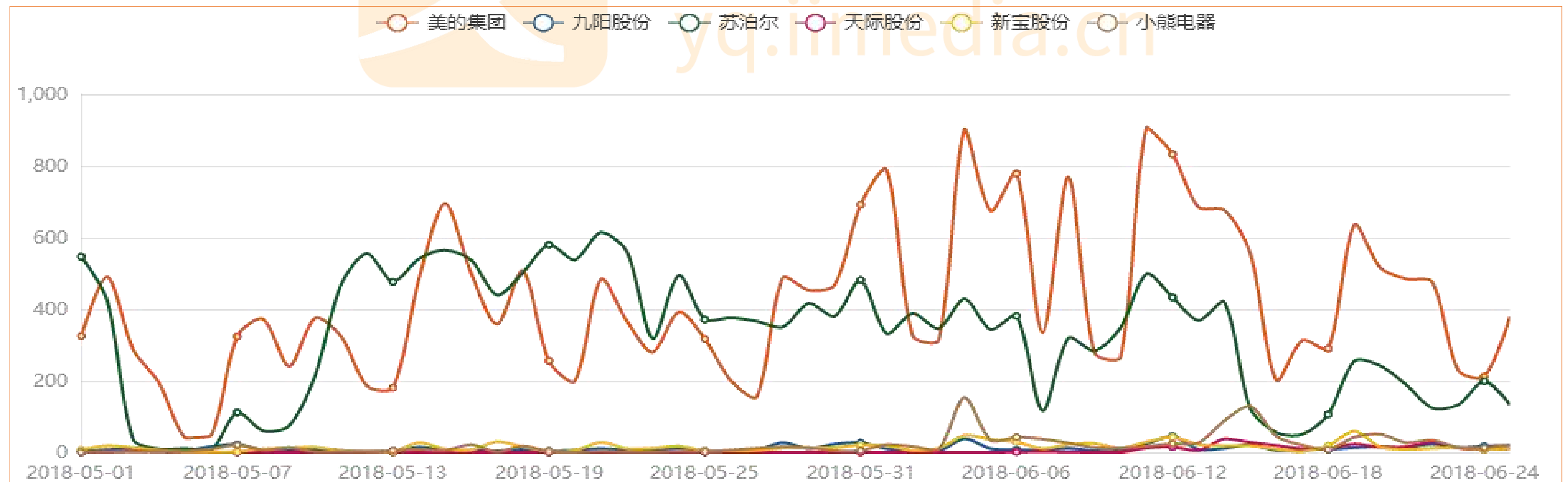
湖北省质监局组织开展了小家电产品质量安全风险监测，有14批次存在质量安全风险，湖北省质监局发布小家电产品质量安全风险预警。

6月 11

小熊电器企业舆情热度相对较低

- ◆ 小熊电器在招股说明书中将美的集团、九阳股份、苏泊尔、新宝股份和天际股份视为公司的主要竞争对手。艾媒舆情监测发现，美的集团、苏泊尔等并非只专注于小家电行业，因此，2018上半年美的集团和苏泊尔的企业舆情平均热度指数较高，且大幅高于同类其他小家电品牌。
- ◆ 小熊电器在2018年5月提出IPO上市计划，尽管这一期间小熊电器的传播量有一定增加，但传播声量与其他主要竞争对手相比仍有相当差距。

2018小熊电器及其主要竞争对手企业艾媒舆情监测热度指数对比

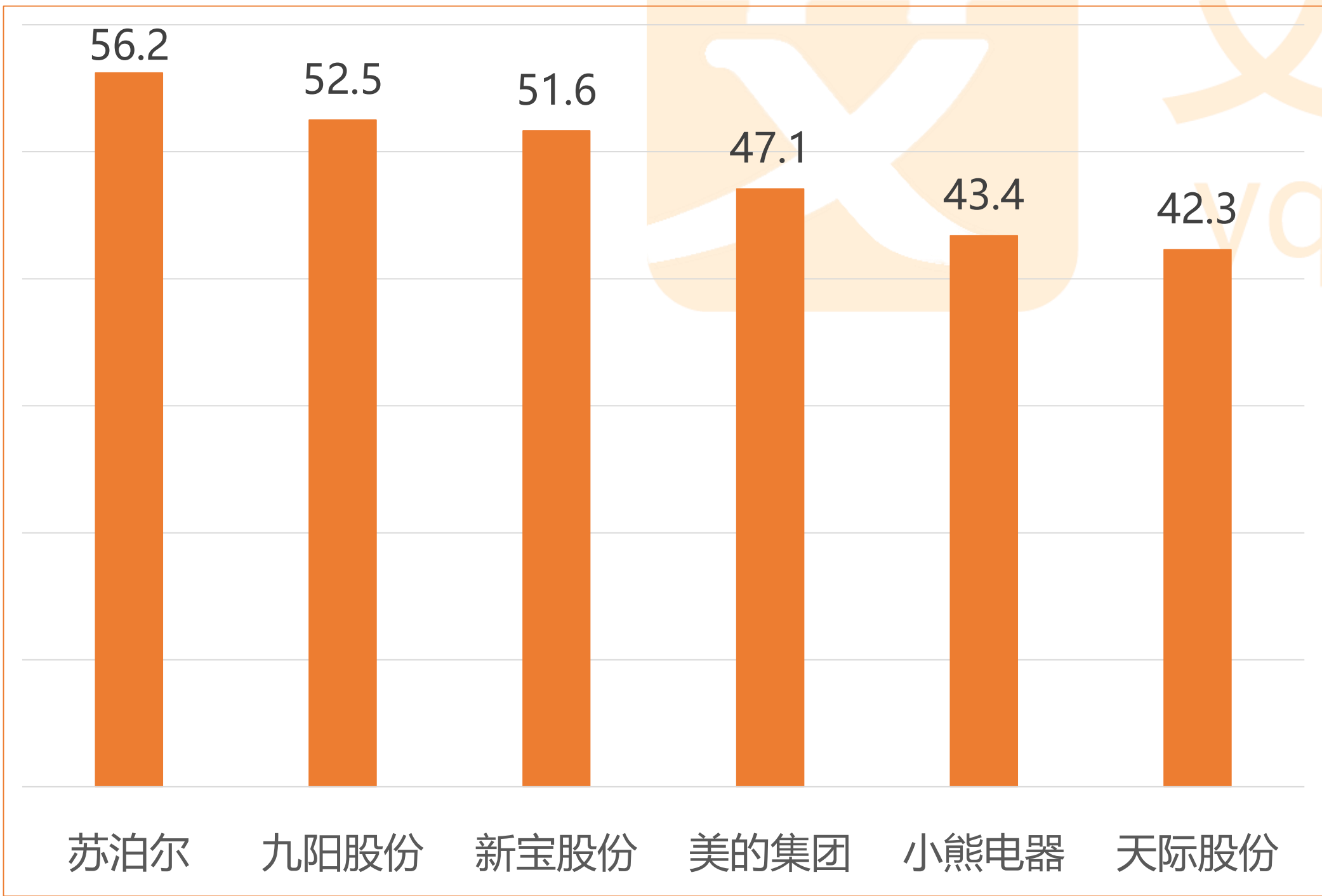


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

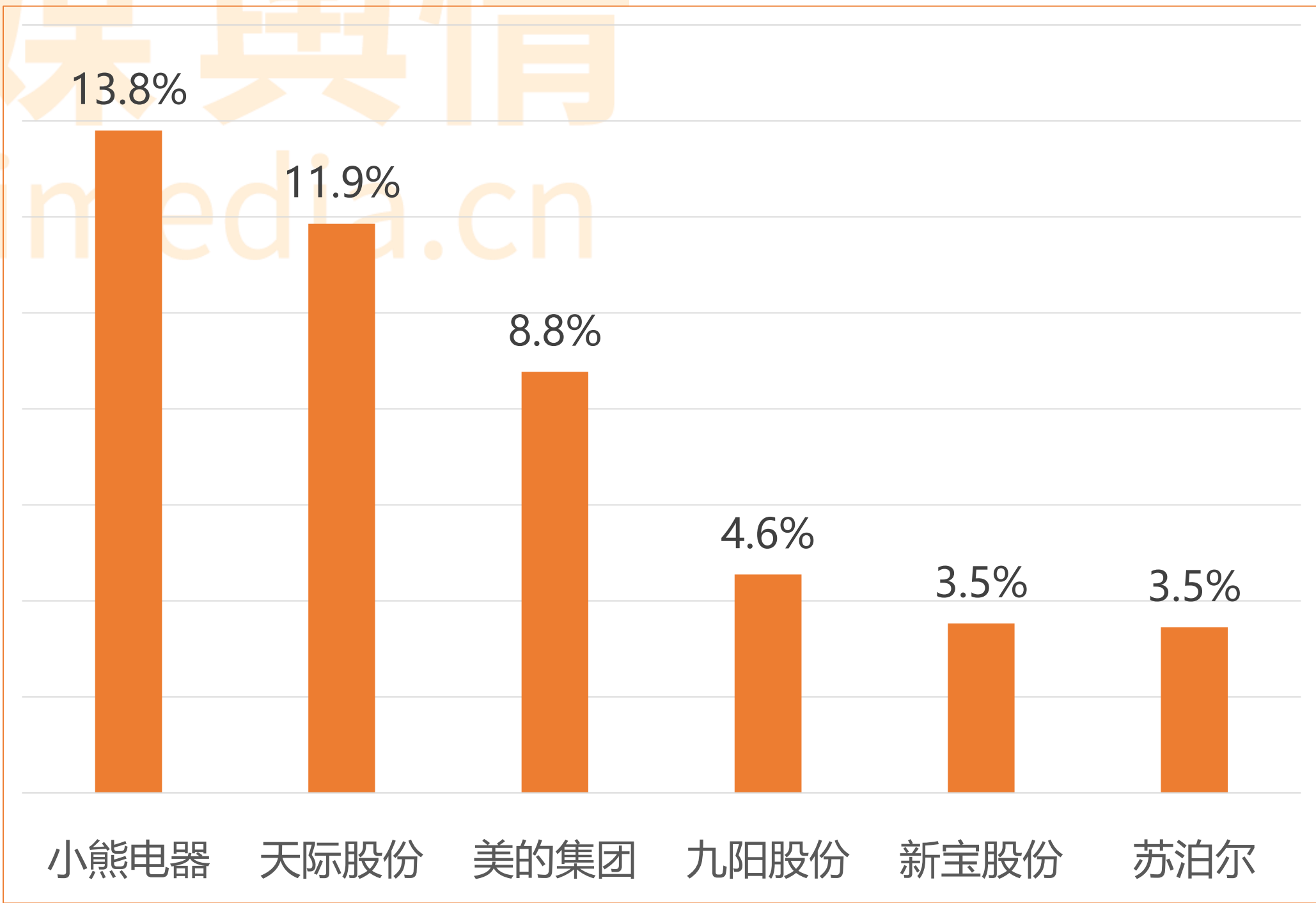
负面情感占比较高致使小熊电器企业言值较低

艾媒舆情监测数据显示，2018年1-6月小熊电器及其主要竞争对手企业中，小熊电器企业平均言值偏低，且舆情传播负面情感占比较高，为13.8%。艾媒舆情分析师认为，在当前小熊电器面临IPO上市审批的关键时段，较多的负面舆情可能引发实际扩大效应，因此，建议小熊电器积极应对与谨慎处理。

2018年1-6月艾媒舆情监测平均言值对比



2018年1-6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。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

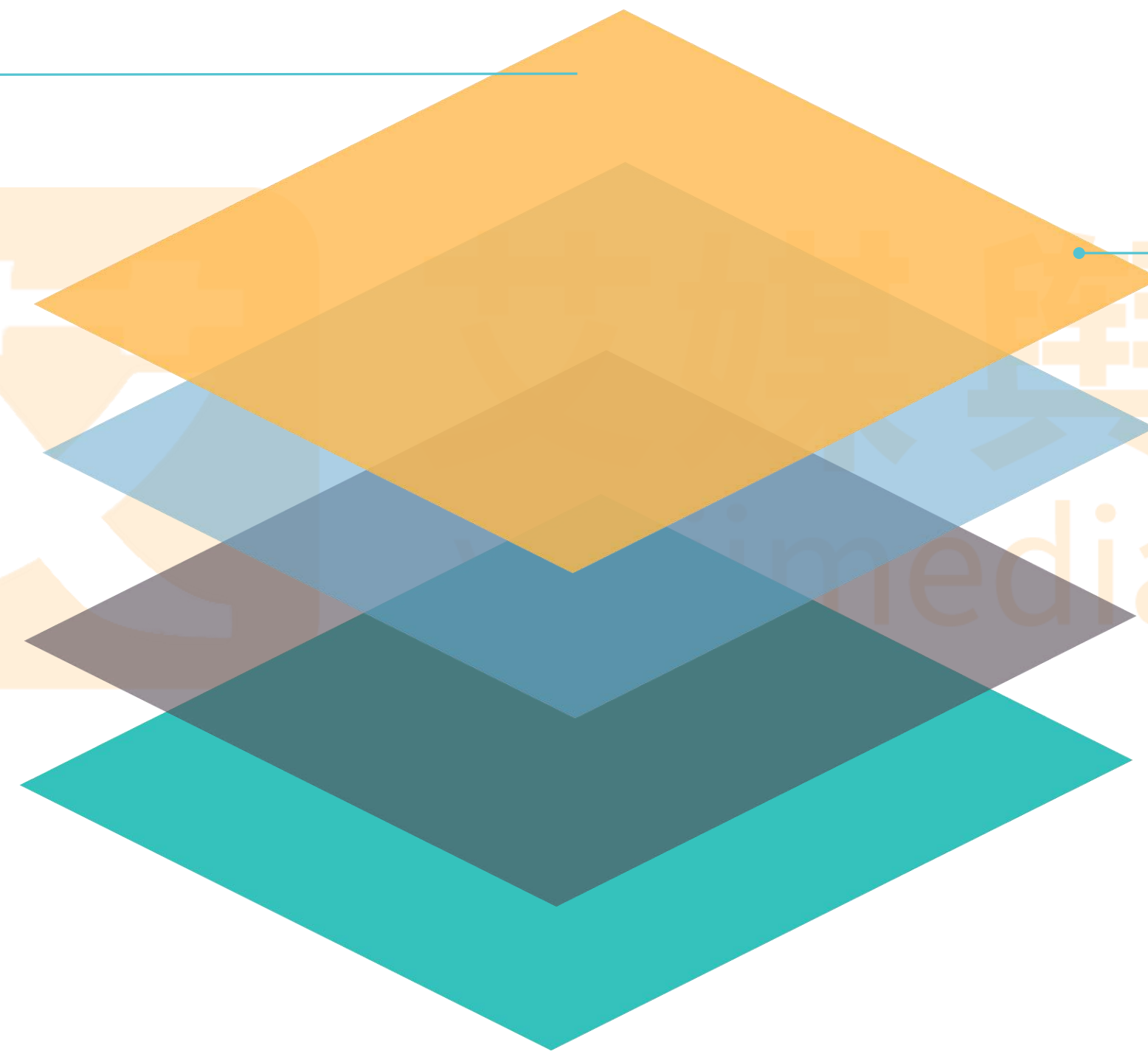


小熊电器企业舆情点评

小熊电器企业舆情诊断点评

体检诊断

- 总体而言，2018年上半年小熊电器的企业健康度相对稳定，但发现4项负面预警，需慎重稳健应对。
- 网民口碑言值相对较低，负面评论主要集中于产品质量不好与售后服务不到位。
- 诸如凤凰网、新浪科技和搜狐网等媒体，以及知乎、百家号等自媒体大V有针对小熊电器的负面报道。



传播结构

- 从传播结构和传播渠道方面看，小熊电器在微信端具有较强的影响力，媒体活跃度较高。在头条、微博和其他新型自媒体平台等媒体社交平台中影响力有待加强。
- 小熊电器IPO事件引起较大舆论关注，传播热度高，且负面舆论较多，这可能与小熊电器欲低调上市的意图相背，建议谨慎应对。

小熊电器企业舆情总结及小家电行业发展建议

舆情总结

2018年，小熊电器企业舆情传播热度较高，传播渠道较广，企业舆论整体偏中性。2018年小熊电器IPO事件受到广泛关注，并引发多方媒体关于小熊电器企业的正面和负面报道。

小家电行业发展建议

政府机构

- ◆ 应制定统一的小家电行业相关服务规范和标准，完善家电产品生产标准。
- ◆ 要定期组织执法人员对小家电产品进行抽样检测，加大市场监管力度。

小家电企业

- ◆ 应在确保产品质量的同时，加强品牌建设，提升品牌形象，对相关企业舆情要及时应对与处理。
- ◆ 要加大产品研发投入，以科技推动产品，走好线上线下两条渠道。

消费者

- ◆ 在购买家电品时要提高警惕，学会辨别产品真伪，选择市场覆盖率较高的品牌及技术成熟的产品。
- ◆ 应保存好有关票据，提高家电产品消费维权意识。

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。

RankingsiiMedia(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

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/>



全球輿情咨詢行業領導品牌

