2018年新上市车型传播效果监测及用户评价报告系列

福特2018款探险者

传播效果监测及用户评价报告









2018年探险者新车型概况

2 2018款探险者与同类新车型舆情传播声量对比分析

2018款探险者与同价位新车型舆情传播声量对比分析

4 2018款探险者车友用户画像





2018年探险者新车型概况



2018年8月福特推出五款探险者新车型

探险者8月上新车型

2018年8月,福特探险者新增2.3L风尚版、精英版和3.5L风尚版、精英版铂金版五款车型。



探险者2.3L风尚版



探险者3.5L铂金版



探险者2.3L精英版



探险者3.5L风尚版

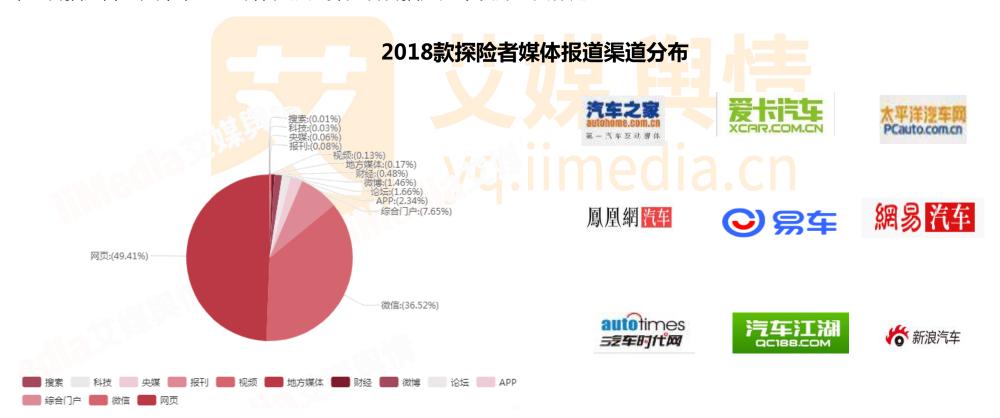


探险者3.5L精英版



垂直媒体为2018款探险者的主要传播渠道

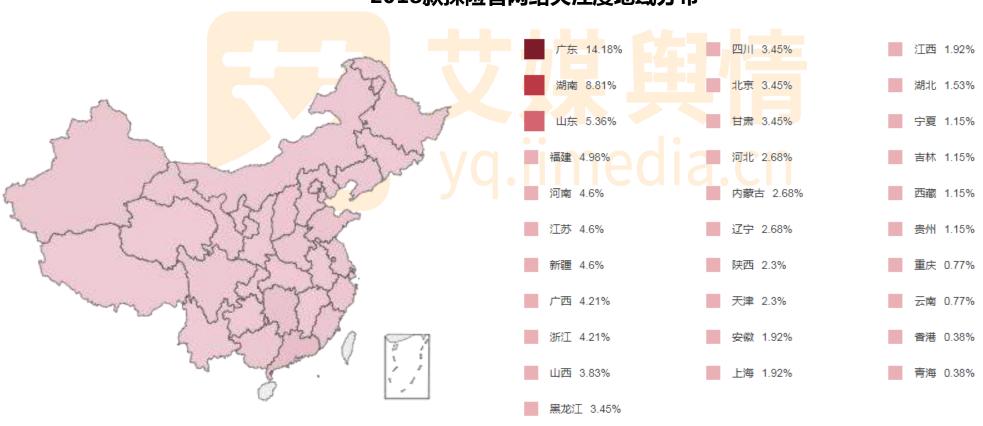
艾媒大数据舆情监测系统显示,探险者新车型的传播渠道以网页、微信为主,并与综合门户、APP、论坛等共同构成探险者新车型传播矩阵。其中,垂直媒体在扩大探险者传播声势中发挥重要作用。





粤湘鲁地区对2018款探险者的关注度最高

2018款探险者网络关注度地域分布







2018款探险者与同类新车型 舆情传播声量对比分析



2018年8月中大型SUV新车型一览表

汽车车型	等级	价格/万
探险者	中大型SUV	50~100
大切诺基	中大型SUV	50~100
帕杰罗	中大型SUV	35~50



2018款探险者关注度远超同类型新车

2018款中大型SUV新车型网络关注度排行榜

车型	8月网络关注度	7月网络关注度
探险者	65.8 ↑	19.3
帕杰罗	50.1 ↑	30.1
大切诺基	45.0 ↑	14.6

注:网络关注度,是结合艾媒舆情热度指数、百度指数、微信指数、ACI汽车指数的综合指数。数值越大则热度越高,数值越小则证明热度越低。



2018款探险者口碑不及同类新车

2018款中大型SUV新车型网民口碑榜

车型	口碑
大切诺基	47.0
帕杰罗	44.2
探险者	41.6

注:口碑榜的衡量指标为"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。





2018款探险者与同价位新车型 舆情传播声量对比分析



2018年8月50~100万元新车型一览表

汽车车型	等级	价格/万
探险者	中大型SUV	50~100
沃尔沃V60	中型	50~100
保时捷Macan	中型SUV	50~100
大切诺基	中大型SUV	50~100
奔驰CLS 300	MPV	50~100
沃尔沃S90	中大型车	50~100



2018款探险者网络关注度增幅最快、关注度最高

2018款探险者及同价位新车型网络关注度排行榜

车型	8月网络关注度	7月网络关注度
探险者	65.8 ↑	19.3
沃尔沃S90	52.7 ↓	55.3
沃尔沃V60	45.6 ↑	11.8
大切诺基	45.0 ↑	14.6
保时捷Macan	44.3 ↑	33.9
奔驰CLS 300	42.8 ↑	7.0

注:网络关注度,是结合艾媒舆情热度指数、百度指数、微信指数、ACI汽车指数的综合指数。数值越大则热度越高,数值越小则证明热度越低。



2018款探险者的网民口碑较低

2018款50~100万元新车型口碑排行榜



55.5



大切诺基

47.0





49.2 media. c48.8



沃尔沃V60



探险者

43.8

41.6

注:口碑榜的衡量指标为"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。





2018款探险者车友用户画像



2018款探险者获得128万+网民关注



注:发帖量、讨论用户量和总阅读量是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关论坛帖子的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



网友对探险者"提车帖"的关注度较高

2018款探险者论坛帖子点击量TOP10

排名	帖子名称	来源	点击量
1	新大探提车作业,2.3T精英摩纳哥蓝!	爱卡汽车	139637
2	提大探半年有感 附夜拍大探美图	易车网	76000
3	看上霸气外观,17款探险者2.3T风尚版提车记	汽车之家	35295
4	探险者在美国	爱卡汽车	34470
5	从被颜值吸引到被舒适性折服,再次发帖说说探险者2.3T的用车感受。	汽车之家	27599
6	怒提17款探险者3.5精英,与三好友结伴青岛吃海鲜	汽车之家	26366
7	家人与FORD-福特探险者提车作业	汽车之家	15022
8	新提探险者的关键性小改装	汽车之家	14819
9	新雷凌185T尊贵版来袭!驾龄11年的"伪老司机"提2.3T精英大黑探来交作业! 新增六大配置!(亮点双炮筒加胎压)	汽车之家	14620
10	你们那里的大探降价了吗?我这里降价10万,坑死了	汽车之家	12553

注:点击量是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关论坛帖子的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



提车分享话题最能引起网民互动交流

2018款探险者论坛帖子回复量TOP10

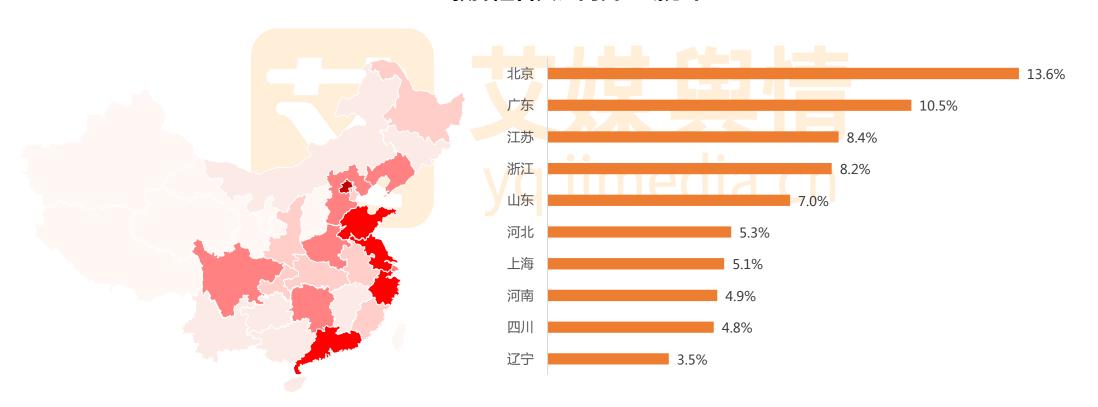
排名	帖子名称	渠道	回复量
1	提车作业第二弹,来篇实在的大探图解及感受	易车网	141
2	提大探半年有感 附夜拍大探美图	易车网	126
3	探险者SYNC3系统升级2.2,地图升级315教程	爱卡汽车	85
4	驾龄11年的"伪老司机"提2.3T精英大黑探来交作业!	汽车之家	75
5	修不好的探险者	汽车之家	60
6	黑探2.3T精英8000公里共享	汽车之家	59
7	二胎刚需,途昂还是探险者???	汽车之家	54
8	探险者出现自动点刹车	汽车之家	53
9	怒提17款探险者3.5精英,与三好友结伴青岛吃海鲜	汽车之家	52
10	今天在4s店看到18探险者了	汽车之家	48

注:回复量是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关论坛帖子的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



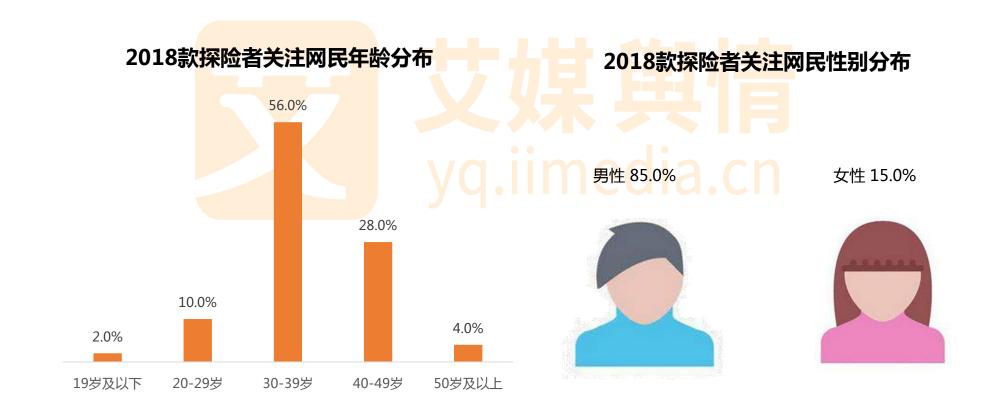
关注2018款探险者的网民集中于京粤苏等地区

2018款探险者关注网民区域分布





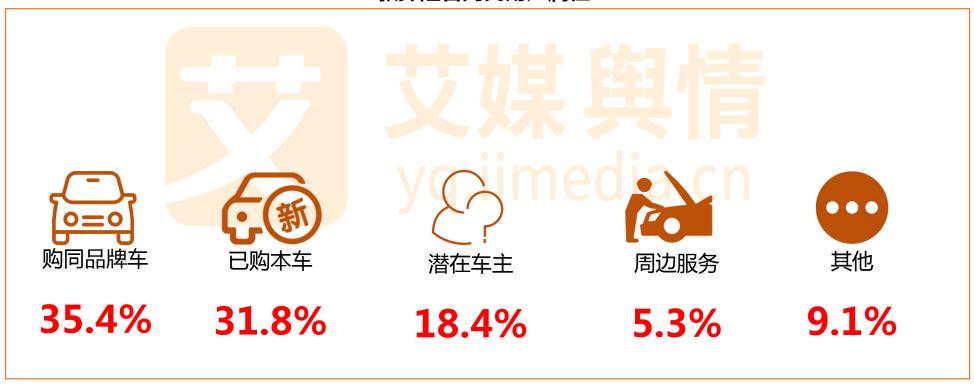
关注2018款探险者的网民以中年男性居多





探险者关注网民中近七成为探险者车主

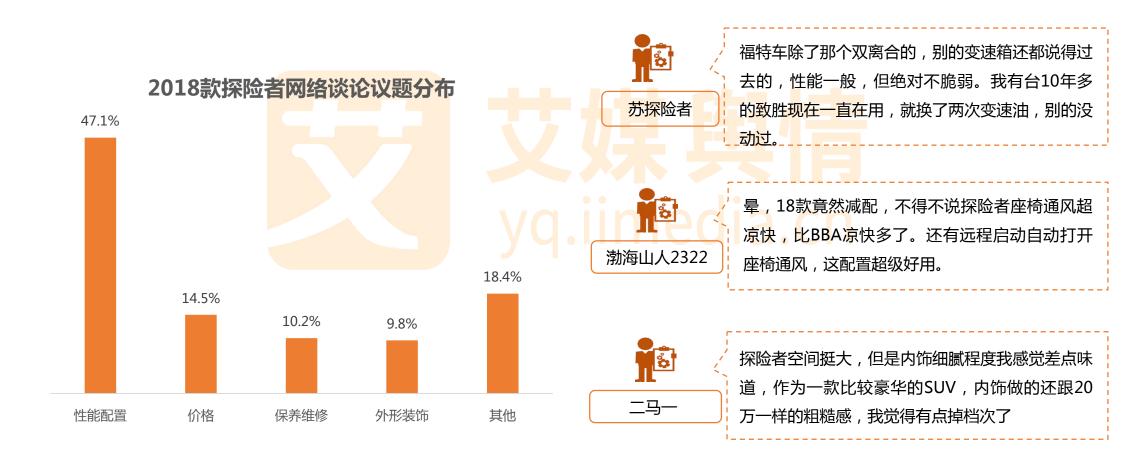
2018款探险者网民用户属性



注:用户属性是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关评论的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



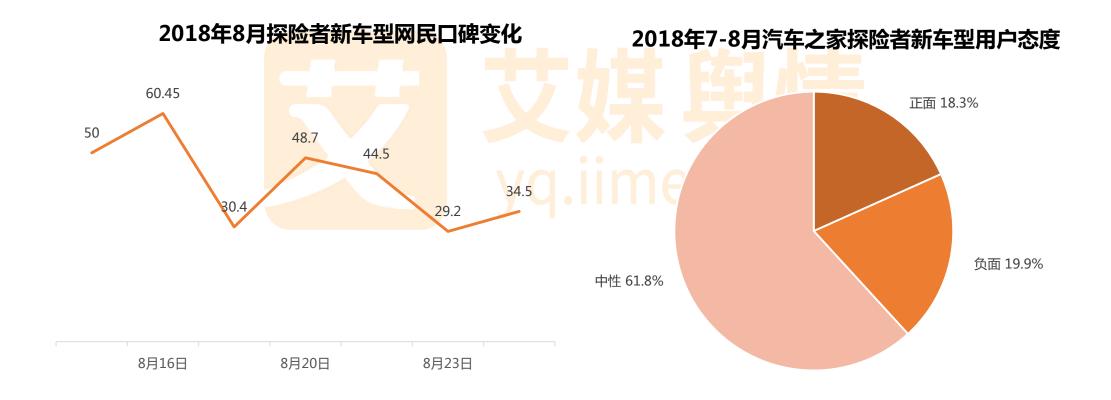
性能配置、价格为网民谈论焦点



注:网络谈论议题分布是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关评论的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



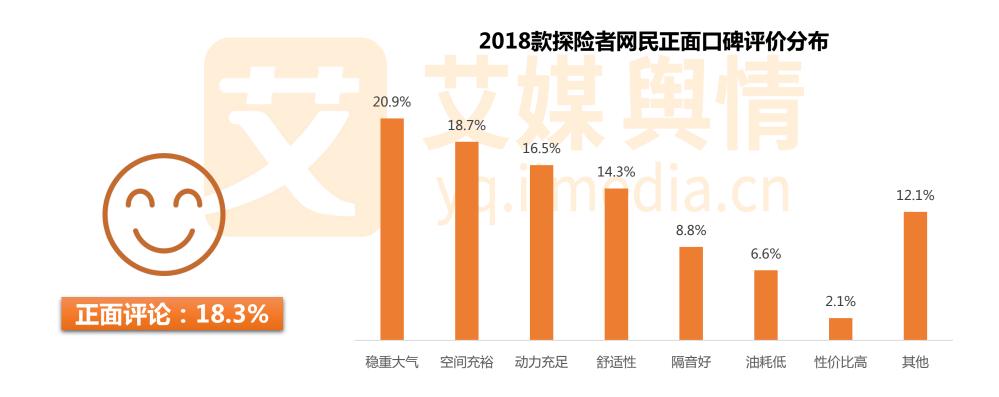
网民态度智能分析:2018款探险者评价中,负面略高于正面



注:用户态度是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关评论的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



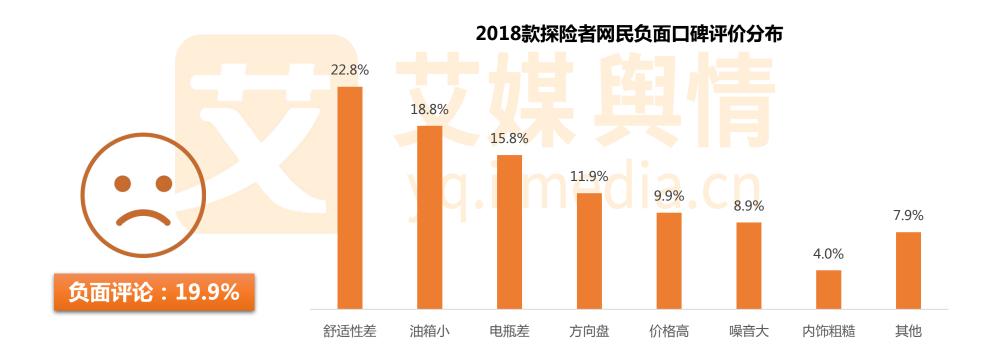
正面评论智能分析:外观、空间和动力等最受用户支持



注:用户正面评论态度是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关评论的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



负面评论智能分析:舒适性差、油箱小等为用户吐槽点



注:点击量是基于艾媒大数据舆情监测系统(yq.iimedia.cn)对汽车之家、易车网、太平洋汽车论坛、爱卡汽车等垂直类汽车论坛中该款汽车相关评论的定向抓取、智能聚类、分析统计而得。



2018款探险者新车上市传播情况评价

传播效果:热度高但口碑低

与2018年同期上市的同类中大型SUV以及50-100万同价位车型相比,福特探险者在8月的网络关注度上升幅度最大,获得的网络关注度最高,但网民口碑最低。

传播问题一:

论坛网民参与度低、负面讨论较多

艾媒舆情监测发现,探险者品牌的论坛宣传引导力度不足,在汽车之家等垂直类汽车论坛的影响力相对较弱。2018款探险者7-8月的总体论坛发帖量仅600篇+、最高回复量141次,远低于同期新款上市车型(以广汽雷凌为例,发帖量2万篇+,最高回复量840次,详见《艾媒舆情 | 广汽丰田2018款雷凌舆情监测及用户评论报告》),建议加强论坛管理和正面引导。

传播问题二:

网络传播发力地区与论坛网民属地不匹配

艾媒舆情监测发现,在垂直类汽车论坛中,最关注2018款探险者的网民集中于北京、广东和江苏等地,而网络舆情热度较高的地区为广东、湖南和山东。换言之,目前福特探险者的网络传播发力点,与其网络讨论较多的潜在客户未能完全匹配。因此,建议通过大数据提高对用户属性的了解,加强论坛与地区宣传力度。



POilMedia(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。





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。

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。

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



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/



全球舆情咨询行业领导品牌





