



2018年7月 汽车行业互联网舆情 传播月度报告



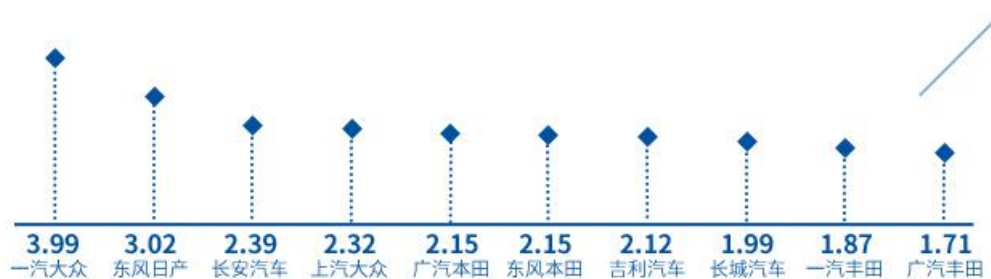
本报告对 2018 年 7 月汽车行业热点事件、各汽车厂商、在售车型、新上市车型、即将上市车型、各地车展等进行了综合梳理和分析，得出了关于 7 月汽车行业的网络关注之最。根据数据统计，在 7 月，**一汽大众**成为了最受网络舆论关注的车企；**丰田凯美瑞、哈弗 H6、本田奥德赛**领跑在售轿车、SUV、MPV 网络传播热度指数榜；**大众 T-ROC 探歌**成为了网友最关注的新上市车型；**大众全新 CC**成为了网友最期待的 7 月即将上市新车型；**比亚迪身陷“广告门”事件**成为了话题度最高的汽车行业新闻；**2018 贵州车展第二届汽车嘉年华**成为了网友较为关注的汽车展会。



一汽大众荣登车企榜榜首 明星助力新车发布会

通过对 2018 年 7 月销量在前 80 位的车企进行网络传播热度指数统计可以得出，一汽大众的热度指数高达 3.99。东风日产和长安汽车的热度指数排在第二位和第三位，数值分别为 3.02、2.39。上汽大众、广汽本田、东风本田、吉利汽车、长城汽车、一汽丰田、广汽丰田分列 4-10 位。从热度来看，较上月相比，本月车企热度整体呈现上升趋势，前两位热度均在 3 以上；第二至第六位的

热度指数也在 2 以上。

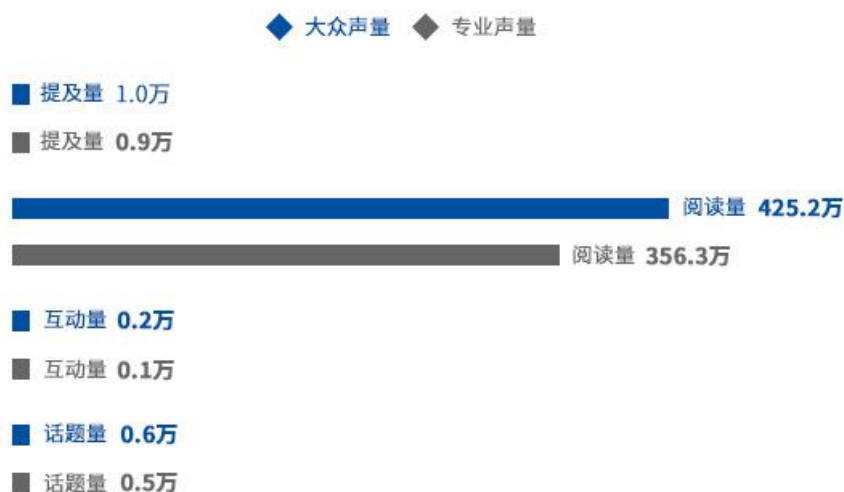


◆ 7月车企热度指数TOP10

据统计，7月，一汽大众成功登上车企榜单的首位，热度指数高达 3.99，相对高于其他车企。非新闻资讯类民营网站及微博平台仍是其相关信息主要来源，占比分别为 56.87%和 23.15%。来自于客户端的信息也相对较多，占 8.23%，其他信息来源分布较为平均。

经分析，一汽大众在微博平台的大众提及量达 1 万余次，引发了 425.2 万的大众阅读量，近 2 千次的大众互动量以及近 6 千条大众话题量。而在汽车领域专业人士方面，一汽大众在微博平台共引发 9 千条汽车专业提及量，356.3 万专业阅读量，1 千余次专业互动量，近 5 千条专业话题量。

◆ 微博大众、专业传播数据对比



经分析，关注一汽大众的 KOL 中，汽车媒体网站官博较少；@YYP 颜宇鹏、

@汽车评中评、@30秒懂车、@汽车洋葱圈、@参谋长说车、@全球汽车潮流等汽车自媒体博主,成为了一汽大众在微博汽车专业领域中的核心传播人。

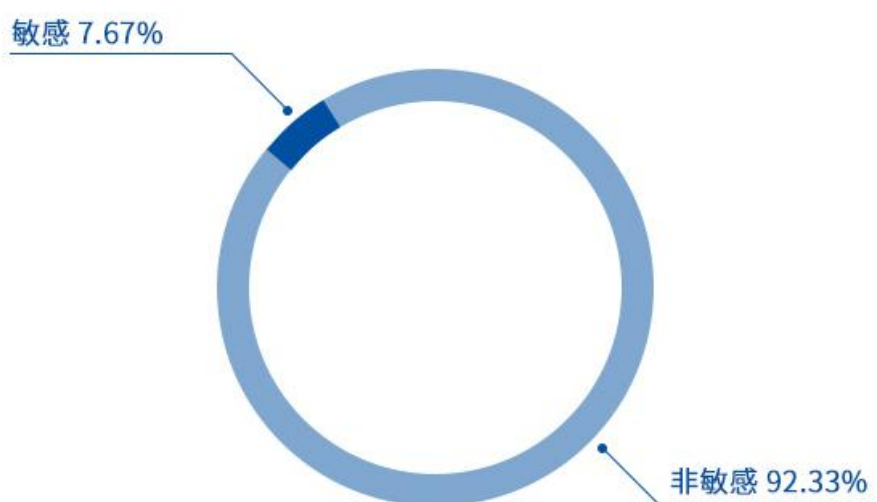


此外,经查询,一汽大众相关信息在7月份的走势整体波动较大,峰值较多,多与一汽大众相关活动、新车上市、购车优惠活动等方面因素有关。由@一汽-大众官方微博主持的微博话题#T-ROC探歌上市发布会#截至目前共获5799万阅读量及4198条讨论量,成为较为热门的话题。@迪玛希 Dimash、@林

心如 现身发布会。也正因如此, 定于 2018 年 7 月 30 日 20:00 举办的“T-ROC 探歌上市发布会” 也较受关注。



同时, 在 7 月一汽大众的相关信息中, 敏感信息占 7.67%。一定程度上反映出其存在一定的负面信息, 还需引起重视。

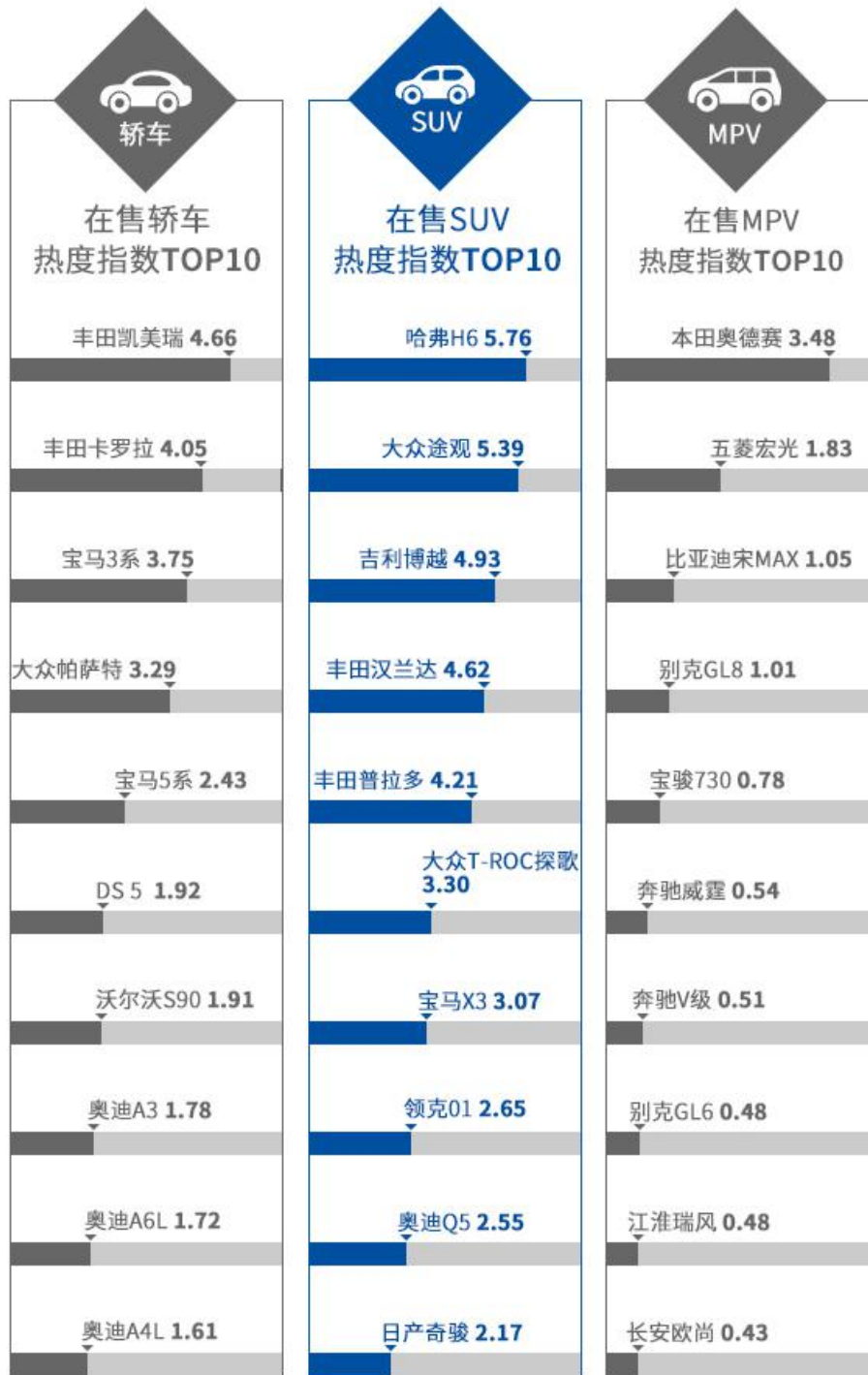


丰田凯美瑞、本田奥德赛再登顶 哈佛H6重回榜首位置

2018 年 7 月, 丰田凯美瑞、哈弗 H6、本田奥德赛分别位列在售轿车、SUV、MPV 热度指数榜 TOP1。轿车榜单中, 丰田凯美瑞以 4.66 的热度指数占据榜首,

丰田卡罗拉位列第二，热度指数为 4.05，丰田两大车型占据榜单第一、二位。

SUV 榜单中，哈佛 H6 重回榜首位置，热度指数为 5.76。大众探歌、日产奇骏成为 7 月新面孔，跃升至 TOP10。MPV 榜单中，本田奥德赛蝉联 MPV 榜榜首位置，热度指数 3.48，与五菱宏光拉开距离。同时，我们可以发现，与 6 月该榜单相比，TOP10 榜单中车型变动不大，仅排名有所变动。





探歌正式上市 价格备受争议

在 2018 年 7 月上市的新车中，大众 T-ROC 探歌热度相对较高。作为国内唯一一家没有 SUV 车型的合资品牌，一汽大众终于在 7 月 30 日迎来了首款 SUV 探歌 T-ROC 的上市，售价 13.98-20.98 万元。在 7 月，探歌的热度指数达 3.30，7 月信息量高达 8 万余条。同时，全新宝马 X3、全新奥迪 Q5L、Jeep 全新一代牧马人、Jeep 指挥官、新款奥德赛、雷克萨斯新 ES、保时捷新 Macan、领克 01 PHEV、2019 款帕杰罗等车型分列 2-10 位，网络关注度也相对较高。

◆ 7月新上市车型热度指数TOP10

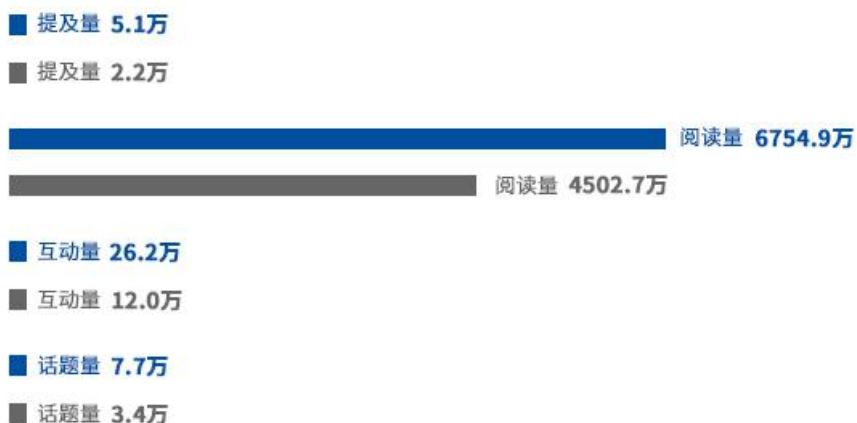


经监测，探歌的全网信息量在 7 月中旬就已有一定的关注度，网友似乎对其上市较为期待。来自微博平台的信息量为探歌相关信息的主要来源，占比共 66.03%。经分析，探歌在微博平台的大众提及量达 5.1 万，引发了 6754.9 万大

众阅读量，26.2 万大众互动量，7.7 万大众话题量。此外，探歌也引发了微博汽车圈的关注。经梳理，7 月，探歌在微博平台的汽车专业提及量达 2.2 万，引发了 4502.7 万专业阅读量，12 万专业互动量，3.4 万专业话题量。

◆ 微博大众、专业传播数据对比

◆ 大众声量 ◆ 专业声量



探歌在微博中的专业声量主要由微博中的汽车媒体和汽车自媒体引发和构成。例如，在探歌专业阅读量的关键传播者中，不乏@爱卡汽车、@汽车之家、@新浪汽车等汽车媒体、网站官博；以及@CarShooter、@萝卜报告、@初晓敏、@蔡试场、@胖哥杨力、@汽车洋葱圈等汽车自媒体。





一些汽车博主及关注探歌的网友，对探歌汽车驾驶乐趣、价格、新能等方面给予发表自己的看法。**@CarShooter** 博主在发布相关微博时表示，“能够灵活以 7 种驾驶形式灵活应对各种路况挑战，完全轻松应对越野和砂石路段[坏笑]绝对可以称得上是一款年轻时尚，内外兼修的 SUV”；原创汽车自媒体**@胖哥杨力** 则表示“这个顶配的价格，不多说了，确实同价位有不少更大更舒服的 SUV 可以选择。而全系中便宜的车型，配置甚至悬挂都有所降低。”

汽车圈热评		
博主	微博认证	车评
@CarShooter	微博知名汽车视频帐号	试驾一汽大众 T-Roc 探歌充实的一天，T-ROC 配备 4MOTION 四驱系统，能够灵活以 7 种驾驶形式灵活应对各种路况挑战，完全轻松应对越野和砂石路段 [坏笑] 绝对可以称得上是一款年轻时尚，内外兼修 SUV。
@汽车之家	汽车之家官方微博	作为一汽 - 大众首款 SUV 车型，T-ROC 探歌从出生就带着些许光环，大众这么多年在华积累的口碑可不是空穴来风。所以，它未来的销量一定不会差。
@蔡试场	资深汽车达人	一汽大众 T-Roc 探歌试驾：作为拉力粉，我觉得大众宣称探歌是能跑拉力的 SUV，戏多了。我们不瞎扯飞跳，试驾开始那段公路选用公路运动驾驶模式，我已经觉得悬架有点太颠了，跑拉力还不颠散架了？我靠，人家有越野模式！高速穿行在草原之中满是碎石的砂石路上，探歌就像是在海上航行，被海浪柔和地托起又放下，完全没有公路运动模式时的冲击感（后续上车载视频）。如果是 BRZ 自驾，这样的非铺装道路我是不敢跑的。即便是“别人的车”，如果不是 SUV 不是跨界车，z 我相信也是不能跑的。以前我非常排斥 SUV，看来我井底之蛙了。SUV 意味着更多的路线选择、不同的乐趣、自由和回忆。SUV 并非一无是处。
@胖哥杨力	《胖哥汽车频道》创始人	这个顶配的价格，不多说了，确实同价位有不少更大更舒服的 SUV 可以选择。而全系中便宜的车型，配置甚至悬挂都有所降低。
@闫闯-	资深汽车达人	刨除最低配的手动，真正的起步价是 15.38 万，不便宜啊...
@逗斗车	原创汽车自媒体	一汽大众首款 SUV，T-ROC 探歌正式上市，售价 13.98-20.98 万元。1.2T+5MT，1.4T 高低功+7 速双离合。探歌主打年轻消费者，高配有四驱，大众称这是“一台可以跑拉力赛的城市 SUV”。空间，配置，舒适性同级都不算差，也算是半个“网红车”了。算差，也算是半个“网红车”了。

经统计，探歌微博专业提及量的参与者普遍更关注外观、售前售后服务、车辆价格三大元素。此外，汽车动力、车内装饰、车内空间、油耗、驾驶操控等元

素也成为汽车专业人士的关注热点。



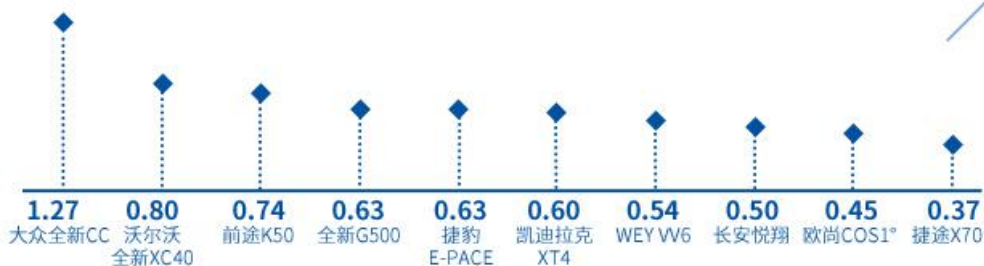
而从探歌在微博的传播关键词来看，“探歌”、“一汽大众”、“车型”、“上市”等词语成为传播中出现次数较多的词。而从“SUV”、“售价”、“动力”、“年轻”等词语中，可以侧面看出网友对探歌配置上的关注点。





大众全新CC即将上市 外观最为亮眼

在 8 月即将上市车型当中，“大众全新 CC”最受关注，热度指数达 1.27，数值略领先于其他即将上市新车，全网信息量近 2 万条。沃尔沃全新 XC40、前途 K50、全新 G500、捷豹 E-PACE、凯迪拉克 XT4、WEY VV6、长安悦翔、欧尚 COS1°、捷途 X70 等车型也跻身上市车型热度指数 TOP10。

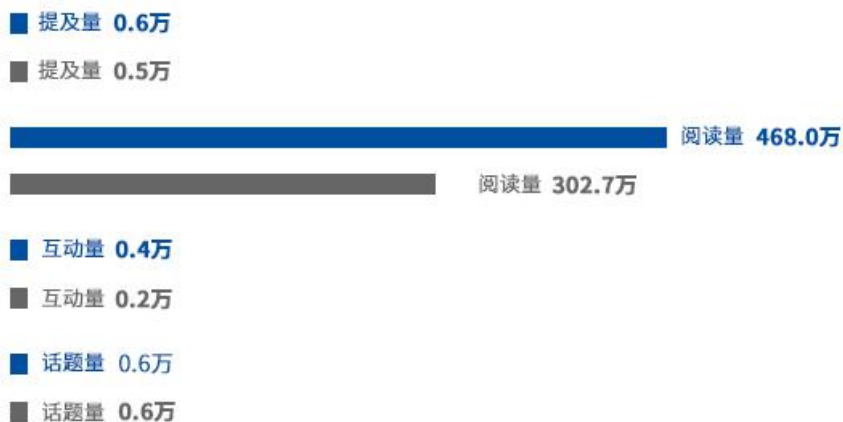


◆ 即将上市车型热度指数TOP10

大众全新 CC 在 7 月的全网信息量近 2 万条，其中来自微博的信息占全部信息的 35%，成为其信息传播过程中的主要平台。经分析，大众全新 CC 在微博平台的大众提及量达 0.6 万，引发了 468 万大众阅读量，0.4 万大众互动量，0.6 万大众话题量。同时，大众全新 CC 也引发微博汽车圈的关注。经梳理，在 7 月，大众全新 CC 在微博平台的汽车专业提及量达 0.5 万，引发了 302.7 万专业阅读量，0.2 万专业互动量，0.6 万专业话题量。

◆ 微博大众、专业传播数据对比

◆ 大众声量 ◆ 专业声量



@新浪汽车 官方微博发布的相关微博获 66 万+的阅读量。@汽车之家、@爱卡汽车、@百姓评车、@车酷酷车、@百家车坛_许永福、@车友汇 等知名汽车媒体、自媒体官方微博及网站媒体官方微博均成为了大众全新 CC 的专业微博核心传播者。其中，一些博主及网友对大众全新 CC 表达了看法。例如@新浪汽车 表示“新一代 CC 前脸中网处采用大面积镀铬横幅装饰，绝对与众不同”；@车友汇 则表示“全新一汽大众 CC，真是太漂亮了，不过价格有点小贵。”





百姓评车 **V**
阅读量 250516



爱卡汽车 **V**
阅读量 222045



车酷酷车 **V**
阅读量 205608



网上车市 **V**
阅读量 39337



深圳-榕宏兴东弟 **V**
阅读量 22365



爱极客 **V**
阅读量 17847



达铃王 **V**
阅读量 11886



车界微视 **V**
阅读量 10049



购车帮帮忙 **V**
阅读量 9676



车之炫-Tommy吴 **V**
阅读量 2462



轮下de青烟 **V**
阅读量 1904



予墨Auto **V**
阅读量 1802

博主	微博认证	车评
@新浪汽车	新浪汽车	我们已经在北京车展见到了大众全新一代CC，严谨的科技感给我留下了深刻的印象。虽然说大众长得都一样，（好看就行[doge]）但是新一代CC前脸中网处采用大面积镀铬横幅装饰，绝对与众不同（一语双关，厉害厉害）。
@爱卡汽车	爱卡汽车网官方微博	日前，我们从相关渠道获悉，大众全新一代CC将于8月底正式上市。新车外观应用了大众最新的设计语言，被誉为“最美大众车”。
@车友汇	车友汇官方微博	全新一汽大众CC，真是太漂亮了，不过价格有点小贵。
@购车帮帮忙	资深汽车达人	全新一代CC的内饰非常前卫、运动、舒展，采用了新一代内饰设计语言，大量使用转折线，更加突出环抱式设计，充满现代时尚的感觉，凸显水平延伸感的设计主题。
@马麟1578	北京德贝思营销管理有限公司总经理	日前，我们从官方获悉，一汽-大众全新一代CC将于8月底正式上市销售。新车外观变化较大，但内饰和动力略显中庸。该在德国已经开启预售，其中2.0T顶配售价为4.9万欧元，折合成人民币仅34万，这个价格在国内相当于优惠完的奥迪A6。不过在中国卖不到这么贵，根据我们的推断，预计国产CC指导价很可能在23万-33万之间，当然如果加价提车就另当别论了。
@轮下de青烟	资深汽车达人	要加价的赶脚



比亚迪身陷“广告门” 引多方关注

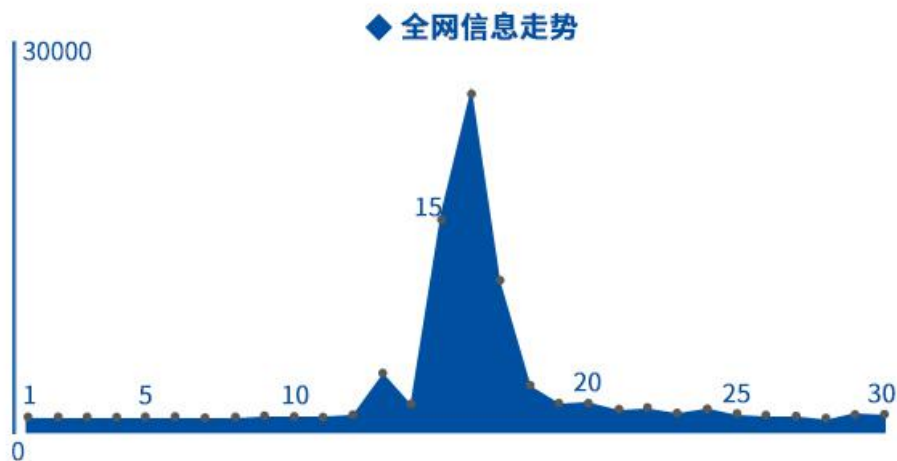
通过对7月汽车行业热点事件网络传播热度指数的分析发现，“比亚迪身陷‘广告门’”一事成为了最受网络舆论关注的汽车行业热点事件，热度指数为1.47。此外，“恒大造新能源汽车业内人士称或为行业带来质的飞跃”、“长安

牵手华为共促汽车智能化发展”等汽车行业事件也较受关注。

排行	7月汽车行业热点事件TOP10	热度指数
1	比亚迪身陷“广告门”事件	1.47
2	恒大造新能源汽车业内人士称或为行业带来质的飞跃	1.23
3	长安牵手华为共促汽车智能化发展	1.23
4	2018年6月国内SUV销量：博越获得亚军途观跌至第五	1.19
5	哈弗销量连续13个月下滑 长城汽车发力新能源	1.06
6	百度无人车量产下线已拿到国内外订单	1.01
7	新能源汽车股比限制正式取消	0.97
8	一汽发文澄清一汽东风长安整合传闻：是项目战略合作	0.90
9	长城宝马开启汽车“新合资”大门	0.73
10	观致汽车公布最新产品规划全面发力SUV车型	0.67

7月12日，比亚迪股份有限公司官方微博@比亚迪 发布《关于李娟等人冒用比亚迪名义开展相关业务的声明》，自此拉开了一场广告公司“手撕”比亚迪大战的序幕。根据微热点大数据平台统计，在7月1日至31日期间，相关事件的全网相关信息量达7.3万条，来自微博的信息量达到5.6万条，占比为76.7%，说明微博是该事件的主要传播平台和舆论发声场。由此形成的微博话题#比亚迪陷广告门#阅读达到5172万次，讨论数达到2万条。

从该事件的全网信息走势来看，事件在短时间内掀起一阵风浪，于7月16日达到整个事件信息量最高峰，当日信息量在2.7万条以上，而后信息走势逐渐平息。



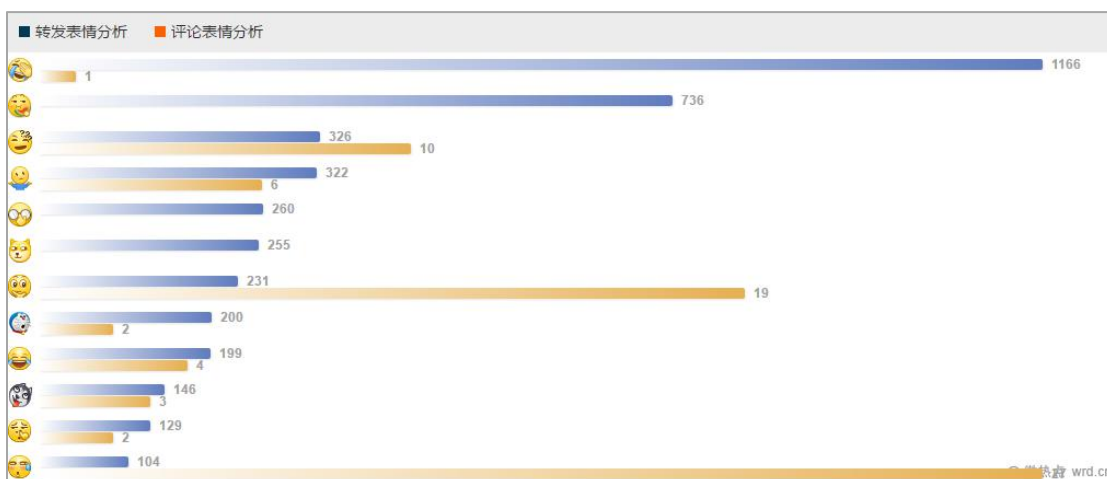
对事件的微博传播，媒体官博、机构官博均起到了重要的推动作用，如@头条新闻、@财经网等媒体；涉事方@比亚迪、@阿森纳足球俱乐部、@比亚迪汽车等机构官博。在推动事件微博传播的核心机构、核心媒体中，汽车专业媒体、机构有5家，侧面说明事件引发汽车圈一定的震动。

头条新闻 转发数 32418	财经网 转发数 4795	界面 转发数 421	微辣Video 转发数 376	环球汽车快.. 转发数 366
汽车驾动手.. 转发数 268	电商报 转发数 244	第一财经日.. 转发数 212	EC品牌观察 转发数 206	
比亚迪 转发数 627	鼓楼微讯 转发数 235	阿森纳足球.. 转发数 178	比亚迪汽车 转发数 170	im4S 汽车营销分.. 转发数 132
深度News... 转发数 53	创业家传媒 转发数 51	广告门 转发数 45	安徽反邪教 转发数 30	黄冈网警巡.. 转发数 18

经分析，“比亚迪”、“李娟”、“广告公司”、“假冒”、“上海”等词成为相关事件微博传播过程中的核心词。从“阿纳森”、“俱乐部”、“竞智广告”、“供应商”、“比亚迪公司”、“比亚迪电动车”等热词，可见事件涉及几方主体。



从微博网民转发、评论相关信息中，“允悲”、“费解”、“摊手”、“并不简单”、“思考”、“挖鼻”等表情成为最常使用的表情。



2018贵州车展第二届汽车嘉年华 获最高热度

据统计，在7月80余场汽车展会中，“2018贵州车展第二届汽车嘉年华”的热度指数为0.19，信息量为2229条，排在首位。“2018（第52届）深圳西部国际车展”热度指数0.10，排名第二，也较受关注。

时间	车展	热度指数
7月20日-7月22日	2018贵州车展第二届汽车嘉年华	0.19
7月7日-7月8日	2018（第52届）深圳西部国际车展	0.10
7月27日-7月29日	2018中国天津平行进口汽车精品博览会	0.06
7月28日-8月5日	2018（第11届）中国·银川国际汽车博览会	0.04
7月21日-7月24日	2018第七届郑州中原国际车展	0.04
7月13日-7月22日	2018第十五届中国（长春）国际汽车博览会	0.03
7月14日-7月15日	2018汽车安全中国行天津站	0.03
7月7日-7月8日	2018重庆夏季汽车展览会	0.02
7月13日-7月15日	2018（第十四届）北京国际节能与新能源汽车及充电桩展览会	0.02
7月19日-7月22日	2018年中国海南国际汽车博览会 暨海南首届新能源汽车展	0.02

数据来源：文中汽车销量统计数据来源于汽车销量网；其他数据及内容来自于微热点2018年7月1日至7月31日期间统计结果。

热度指数：指在各互联网媒体平台采集海量信息的基础上，提取与指定关键词相关的信息，并对所提取的信息进行标准化计算后得出的指数。

出品方：新浪汽车 微热点 新浪商业研究中心