

## 中国大陆地区**2010**年第二季度数字品牌指数发布

# 世界杯效应凸显 社会化媒体重新定义网络营销生态

## 消费电子品牌网络关注度最高

中国, **8月13日, 2010** – 国际公关公司爱德曼与品智公司今天联合发布了中国大陆地区**2010**年第二季度数字品牌指数 (DBI10.3)。该指数旨在提供中国大陆网民关于数字品牌在线讨论的热度和趋势分析。本次调查搜集和研究了**2010**年第二季度中国大陆网民网络行为以及科技/IT 品牌的在线行为。主要调查发现包括:

- **2010**年第一季度中国数字品牌指数调查在中国最有影响力的 **736** 个网络传播渠道共监测到 **518,028** 次在线对话, 涉及 **89** 个主要科技和 IT 品牌。调查显示, 大约每 **15** 秒便有一个主要科技和 IT 品牌在网上被提及, 比上一季度数字品牌指数 (DBI10.2) 的数据缩了 **27** 秒。
- 消费电子品牌的在线讨论量上升幅度最快, 其中三星、索尼和诺基亚位列品牌在线排行榜的三甲。这些品牌线下的市场营销活动以及在线互动和营销帮助其在**2010**年第二季度提升了相关排名。
- 佳能第一次进入品牌关注榜的前十。其在线上的产品推广和网络互动产生 **15,098** 主要网络对话。长期占据在线品牌关注榜前列的谷歌, 排名下滑至第六位。

本季指数的调查发现主要科技和 IT 品牌的在线对话总量上升很快, 部分原因是因为在世界杯期间上述品牌的网络推广和市场营销行为推动了大量网络讨论的产生。世界杯期间, 消费电子品牌以及电信通讯品牌围绕世界杯密集推出新的产品和服务, 并把互联网做为营销的重点平台。

论坛和微博依然是科技品牌在线对话发生的主要平台。以新浪微博为代表的微博平台成为IT/科技品牌在线的讨论的重要渠道之一。

主要科技和 IT 品牌在线关注总量以及对话总量的大幅增长显示了本土和国际品牌正在不断加大网络营销和在线互动传播的投入。同时调查也发现越来越多的企业和品牌对营销、公关和新媒体的协同和互动越来越重视, 并且利用各种新兴新媒体平台与消费者进行沟通和互动。

爱德曼国际公关中国区总裁航迈科 (Mark Hass) 说: “数字品牌指数 DBI10.3 让我们可以更加直观和全面地观察新媒体在品牌定义和品牌传播方面所起到的作用。作为企业和品牌的基本战略, 每一个消费品牌都应该把社会化媒体、公关和营销作为有效市场营销的三架马车, 而且社会化媒体应该放在第一位考虑。”

品智公司联合创始人兼北亚区董事总经理刘伟良表示: “爱德曼-品智的数字品牌指数是记录社会化媒体趋势的标尺。本季数字品牌指数的重要发现是企业对社会化媒体的接受度大幅提升, 特别是企业新浪微博用户快速增长。我们希望数字品牌指数能帮助公司和品牌更加重视新媒体, 了解社会化媒体在和影响消费者网络心理和行为的重要意义。”

### 消费电子品牌网络关注度升温

中国市场的主要消费电子品牌包括三星、索尼、诺基亚、佳能和华硕占据品牌关注榜前 **10** 的半壁江山。这些品牌在 **2010** 年第二季度的围绕世界杯以及新产品的在线营销和网络传播互动为这些品牌吸引了大量的网络关注度。

以本土新浪微博和开心网为代表的中国社会化媒体平台已经成为品牌精准网络传播和有效在线互动的主要平台。迄今为止，56%的主要科技、IT品牌都已经设立新浪微博账户，进行与消费者更直接、更高效的实时在线互动。

新浪微博不仅是一个直接倾听消费者对话、了解消费者在线行为和方式的渠道，同时也是品牌活动和产品推广、品牌影响力在线重构以及为消费者互动的主要平台。以诺基亚为例，在过去的一个季度，新浪微博一共产生了 31,019 关于诺基亚的微博条目，而其他在线渠道关于诺基亚的对话总量只有 16,760 条。另外一个例子是黑莓新浪的官方账户从 2010 年 6 月 16 日上线的一个月内就吸引了超过 7000 名关注者，相关的微博条目超过 24,609 条。

“当 Twitter 在其他亚太市场已经成为最重要平台的时候，新浪微博在中国正在成为现象级的互动平台。新浪微博以及其代表的互动模式正在重构品牌在线传播和互动的生态，” 爱德曼中国新媒体策略经理栗建说。

### 调查方法

此次DBI的调查在包括澳大利亚、中国大陆、香港、印度、印度尼西亚、马来西亚、台湾和新加坡在内的八个亚太地区的主要市场展开。亚太区数字品牌指数每个季度都会发布深入的在线调查分析，监测互联网和软件、消费电子、移动通信、商务资讯、IT 技术等领域的主要品牌，并分析有影响力的博客、论坛和在线新闻网站等被广泛使用的在线渠道。这些渠道的选择是基于对定性和定量调查基础上的对话的分析。如欲了解更多详情，请访问

[www.edelmandigital.com](http://www.edelmandigital.com) or [www.brandtology.com/page/digital-brand-index-10-3/](http://www.brandtology.com/page/digital-brand-index-10-3/).

### 关于爱德曼公司

爱德曼是全球领先的独立公关公司，在世界各地拥有52家分公司和超过3200名员工。公司曾被《公关周刊》(PRWeek)评为“2009年度最佳公关公司”；在过去的四年里曾三次荣获《公关周刊》授予的“年度最佳大型公关公司”称号；被荷氏集团 (Holmes Group)评为“2009年度最适宜工作的大型公关公司”；



并且于2007年、2008年入选《广告时代》(Advertising Age)评出的十强公关公司名单。爱德曼旗下还拥有Blue广告公司，StrategyOne调查公司，医疗教育和出版公司BioScience Communications以及体育娱乐公司Matter。

爱德曼公司在全球范围为众多科技公司提供公关服务，许多客户都荣登了数字品牌指数排行榜。有关爱德曼公司的更多信息，请访问[www.edelman.com](http://www.edelman.com)。

#### 关于品智公司

品智是世界最大的在线品牌监测服务之一。我们采用尖端的信息技术结合专业研究分析师对信息进行集成处理，为国际企事业单位提供精确的网络信息咨询。我们采用的信息摄取技术让企事业单位更好的了解和掌握多语种的数字信息，通过专业训练的社会媒体分析师的进一步信息集成，为客户提供高质量的相关信息咨询。品智的服务帮助品智客户及时获取网络信息并更好地制定战略方针，例如及时参与联合大众，危机处理，以及媒体运筹，宣传评估，产品开发，战略计划等各方位的决策优化。有关品智公司的更多信息，请访问 [www.brandtology.com](http://www.brandtology.com)。

如许更加详细的报告，请垂询：

栗建  
爱德曼  
Tel: +86 10 5828 6517  
Email: [vincent.lee@edelman.com](mailto:vincent.lee@edelman.com)

**Ashley Lim**  
Brandtology  
Tel: (65) 9661 2582  
Email: [ashley.lim@brandtology.com](mailto:ashley.lim@brandtology.com)



**brandtology**  
Business and Brand Online Intelligence