

2013 年白酒行业网络舆情调查(1—4 月)

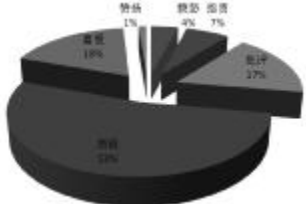
2012 年 11 月 19 日,一篇来自 21 世纪网,题为《致命危机:酒鬼酒塑化剂超标 260%》的报道在酒品行业内掀起轩然大波。报道称酒鬼酒中的塑化剂 DBP 超标量高达 260%。这则消息瞬间将拥有“中国驰名商标”之称的酒鬼酒推向舆论的风口浪尖,随后,茅台、水井坊、泸州老窖、五粮液等高端白酒也受波及。在公众的一片恐慌声中,酒类股票集体性大跌。

为了研究白酒行业经历了跌宕起伏的 2012 年后会出现怎样的变化趋势,特此对白酒行业中具有较高知名度和代表性的十家白酒生产企业进行网络舆情调查。此次报告结合新浪微博、腾讯微博及各大门户网站众多网友涉及讨论的结果综合统计后发布。

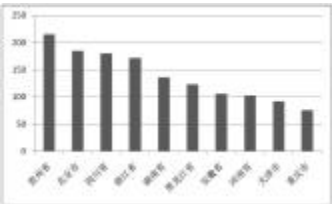
贵州茅台酒股份有限公司
媒体关注度:相关报道 676 条; 网民关注度:相关信息 456。

正面:26.3%;负面 27.7%;中性:35%。

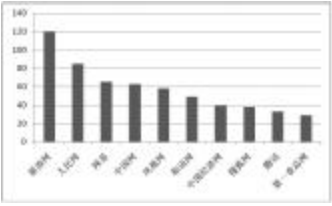
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



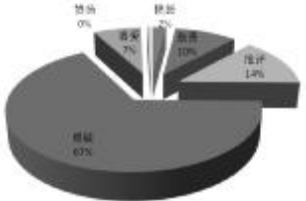
网络关注分布:



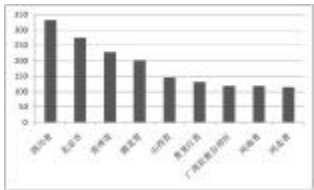
五粮液集团有限公司
点击次数:相关报道 1041; 转发次数:相关信息 584。

正面:10.3% ; 负面 27.9%;中性:43%。

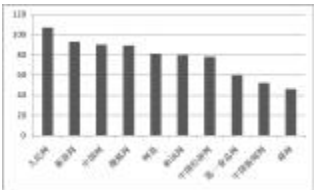
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



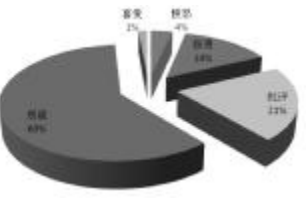
网络关注分布



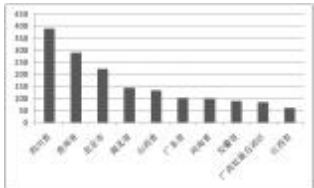
酒鬼酒股份有限公司
媒体关注度:相关报道 705 条;网民关注度:相关信息 210 条。

正面:6.8%;负面 40.2%;中性:37.8%。

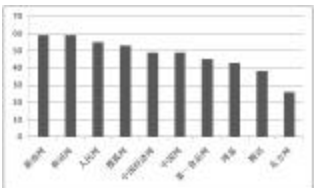
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



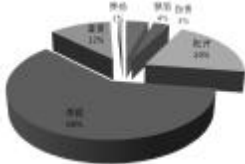
网络关注分布:



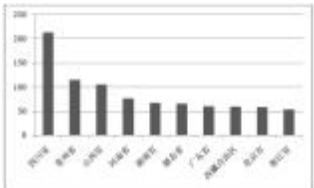
泸州老窖股份有限公司
媒体关注度:相关信息报道 365 条;网民关注度:相关信息 178 条。

正面:10.1%;负面 29.8%;中性:41.4%。

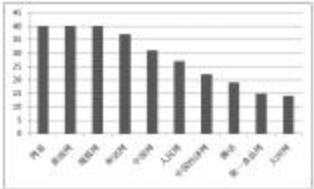
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:

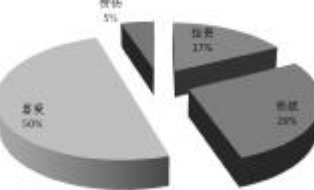


山西杏花村汾酒集团有限责任公司
媒体关注度:相关报道 48 条;网民关注度:相关信息 61 条。

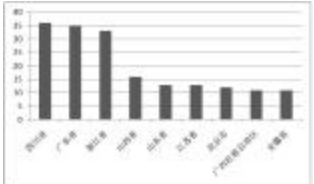
网络受众情绪分布:

正面:22.9%;负面 10.1%;中性:56.9%。

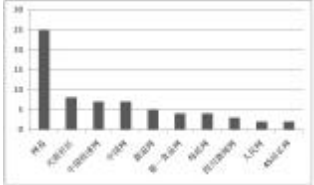
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:

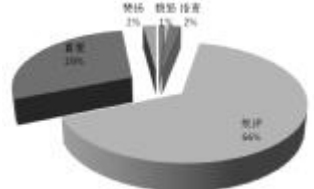


四川剑南春(集团)有限责任公司
媒体关注度:相关报道 179 条;网民关注度:相关信息 71 条。

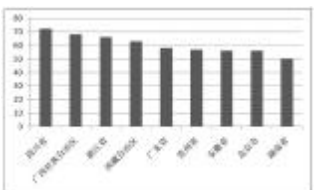
网络受众情绪分布:

正面:12.8%;负面 32.8%;中性:34%。

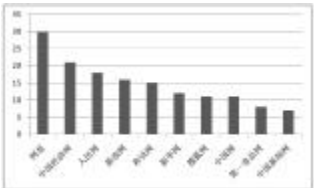
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:

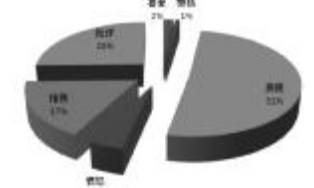


北京牛栏山酒厂
媒体关注度:相关报道 90 条;网民关注度:相关信息 47 条。

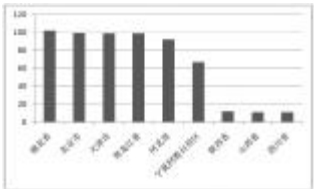
网络受众情绪分布:

正面:2.2%;负面 77.4%;中性:20.4%。

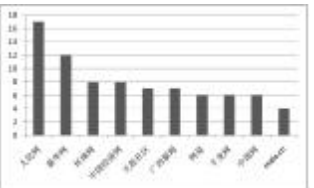
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:

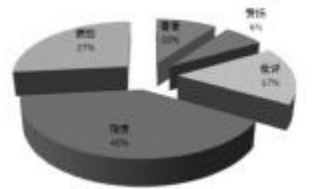


北京红星股份有限公司
媒体关注度:相关报道 58 条;网民关注度: 相关信息 81 条。

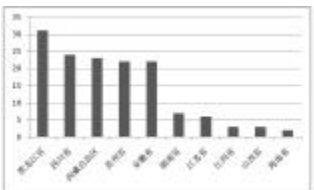
网络受众情绪分布:

正面:7.2%;负面 36.2%;中性:55.1%。

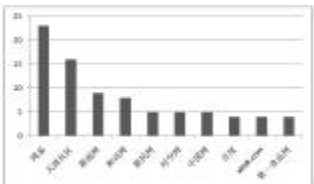
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



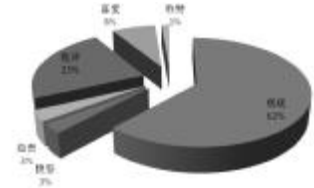
网络关注分布:



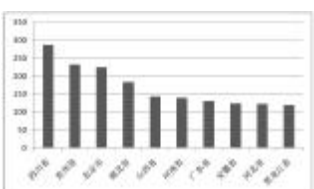
江苏洋河集团有限公司
媒体关注:相关报道 763 条;网民关注:相关信息 269 条。

正面:10.7%;负面 42.5%;中性:32.6%。

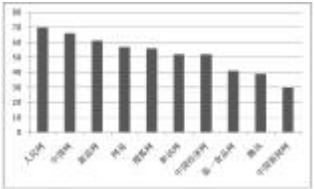
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:

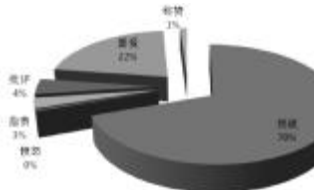


安徽古井集团有限责任公司
媒体关注度:相关报道 591 条;网民关注度: 相关信息 279 条。

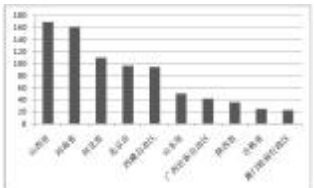
网络受众情绪分布:

正面:35.5%;负面 33%;中性:24.4%。

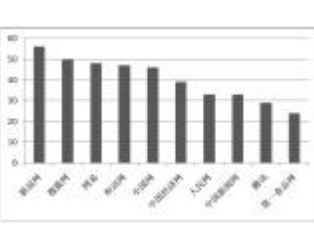
网络受众情绪分布:



主要影响区域分布:



网络关注分布:



根据以上数据分析整理,
现发布以下榜单:

食品安全网络舆情媒体热度榜单:

五粮液集团有限公司	热度:1041
江苏洋河集团有限公司	热度:763
酒鬼酒股份有限公司	热度:705
贵州茅台酒股份有限公司	热度:676
安徽古井贡集团有限责任公司	热度:591
泸州老窖股份有限公司	热度:365
四川剑南春(集团)有限责任公司	热度:179
北京牛栏山酒厂	热度:90
北京红星股份有限公司	热度:58
山西杏花村汾酒集团有限责任公司	热度:48

食品安全网络舆情网络受众热度榜单:

1、五粮液集团有限公司	热度:584
2、贵州茅台酒股份有限公司	热度:456
3、安徽古井贡集团有限责任公司	热度:279
4、江苏洋河集团有限公司	热度:269
5、酒鬼酒股份有限公司	热度:210
6、泸州老窖股份有限公司	热度:178
7、北京红星股份有限公司	热度:81
8、四川剑南春(集团)有限责任公司	热度:71
9、山西杏花村汾酒集团有限责任公司	热度:61
10、北京牛栏山酒厂	热度:47

食品安全网络舆情网络受众好评度榜单:

1、安徽古井贡集团有限责任公司	好评度:35.5%
2、贵州茅台酒股份有限公司	好评度:26.3%
3、山西杏花村汾酒集团有限责任公司	好评度:22.9%
4、四川剑南春(集团)有限责任公司	好评度:12.8%
5、江苏洋河集团有限公司	好评度:10.7%
6、五粮液集团有限公司	好评度:10.3%
7、泸州老窖股份有限公司	好评度:10.1%
8、北京红星股份有限公司	好评度:7.2%
9、酒鬼酒股份有限公司	好评度:6.8%
10、北京牛栏山酒厂	好评度:2.2%

点评



2012 年下半年开始,中国白酒行业社会环境真可谓“异常严峻”。究其根源在于,经过了连续几年的高速发展,白酒行业的风头一时无二,无论在规模还是效益上,都达到了前所未有的“顶峰”。特别是在传统支柱产业纷纷遭遇下行的情况下,该产业受到资本的强烈追捧。在资本市场的推波助澜下,酒业上市公司由于频繁引发“事件”,显得尤为“扎眼”。

从食品安全网络舆情媒体热度榜单和食品安全网络舆情网络受众热度榜单的企业受关注程度我们不难发现,茅台、五粮液作为中国白酒行业的龙头和代表,无论白酒行业出现怎样的情况,都会首先被提及和关注。无论是天价酒、塑化剂风波还是垄断保价风波,两家企业都被置于媒体监督的放大镜下,所以两家企业占据两个榜单的榜首也不足为奇。

而在食品安全网络舆情网络受众好评度榜单中,安徽古井贡击败其他企业登顶。事实上,正是古井贡在 2012 年 8 月的一次公开发言,将整个白酒行业卷入勾兑门,然而在此之后,古井贡对企业的公关形象变得更加积极主动。在白酒行业整体风雨飘摇之际,古井贡低调、扎实的发展为其在这一阶段赢得了良好的口碑。

在食品安全网络舆情网络受众差评度榜单中,洋河和酒鬼酒的位居前列并不令人奇怪,两家企业近一段时期麻烦缠身,也成为资本市场上被炒作最严重的酒企。而牛栏山、红星两家二锅头之所以上榜,主要是 4 月中旬,一系列二锅头造假案告破的新闻,使牛栏山在网络上短时间的提及率增加,也使企业与负面评价的关键词联系在一起。