

新闻稿

中国第二季度数字品牌指数 (DBI2.0) 发布 手机品牌仍居在线关注排行榜前列

据爱德曼与品智公司联合推出的数字品牌指数 (DBI) 显示, 随着手机制造商在第四季度推出新款手机产品和 iPhone 在中国市场的正式亮相, 手机品牌再次成为网络关注焦点

中国, 2010 年 1 月 19 日 —今天, 爱德曼国际公关和品智公司联合发布了中国第二季度数字品牌指数 (DBI2.0) 报告。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 2009 年第四季度中国大陆网民网络行为以及第四季度科技和 IT 品牌的在线行为。主要调查发现包括:

- 2009 年 10 月至 12 月期间, 中国数字品牌指数调查在中国最有影响力的 472 个网络传播渠道共监测到 210,598 次在线对话, 涉及 93 个主要科技和 IT 品牌。调查显示, 平均大约每 38 秒便有一个主要科技和 IT 品牌在网上被提及, 相比第一季度数字品牌指数的数据缩短了 7 秒。
- 中国两大电信运营商: 中国电信和中国联通跃居网络关注度排行榜前十位, 位列第三和第七位。这主要归功于两大电信运营商在新媒体领域对 3G 的推广。中国联通是中国唯一获得授权的 iPhone 销售商, 关于这一话题的讨论也帮助中国联通登上数字品牌排行榜。
- 微软依然吸引了大量的线上关注。据中国第二季度数字品牌指数显示: 微软的品牌提及率和网络对话指数(Conversation Index)分别上涨了 22%和 41%。微软新的操作系统 Windows 7 以及其他新产品的推出帮助微软获得了更多的网络关注。
- 在网络传播渠道方面, 天涯经济论坛的品牌提及率上升了 192%, 一跃成为科技和 IT 品牌讨论集中的频道之一。
- 总体来看, 电信和手机品牌仍然是在线谈论最多的品牌, 电子消费类品牌如惠普, 索尼紧随其后, 这与第一季度数字品牌指数一致。但是, 甲骨文公司是在线品牌关注度 10 大品牌中唯一的 B2B 品牌。



“如果爱德曼和品智公司第一季度数字品牌指数成功地让我们了解了中国科技和 IT 品牌在线传播的状况和趋势, 那么第二季度数字品牌指数则显示了消费者和网民的线上行为因为受到品牌的在线活动的影响所发生的转变, ”爱德曼中国新媒体策略经理栗建说。“第二季度数字品牌指数在第一季度指数调查的基础上精炼并拓宽了原来监测的品牌数量, 以便于对网络传播系统进行更加精确的分析。我们很高兴看到排名的轻微变化, 这和我们关于线上线下品牌活动会影响网上讨论的预期是一致的。同时, 调查结果还进一步证明了我们的观点: 还没有充分利用互联网的品牌应该充分利用网络口碑力量。”

西方假期经济和美国 CES 电子展对中国科技和 IT 品牌的在线活动也产生了影响

虽然西方的圣诞和新年假期的消费习惯在文化上对中国还没有产生影响，但是在此期间新技术产品的发布却对中国科技和 IT 市场产生影响。在 2009 年最后一季度，随着关于美国 CES 电子展开幕前的各种传闻和讨论的升温，关于科技和 IT 品牌的在线讨论也因此增加。这一现象再次证明了网络世界是没有时空界限的。所有在线行为和品牌的在线行为在全球互联网上交织在一起，甚至独特的网民网络行为也是其中的一部分。



排名 DBI 2.0	排名 DBI 1.0	在线传播渠道	提及品牌次数	变化
1	-	天涯论坛-股市论谈	31,431	-
2	3	天涯论坛-电脑网络	23,051	110%
3	5	天涯论坛-经济论坛	22,551	192%
4	2	PCOnline 论坛-手机品牌讨论区	22,108	56%
5	-	天涯来吧-IT科技	16,586	-
6	-	宠物中国论坛-供求信息专版	12,638	-
7	1	百度贴吧-诺基亚	12,309	-48%
8	4	天涯论坛-手机数码	12,186	26%
9	6	天涯来吧论坛-电脑科技	11,347	81%
10	-	世界经理人社区-资料下载	10,393	-
前10大渠道提及品牌总数			174,600	91%

Source: Edelman and Brandtology (Oct-Dec '09)

品智公司联合创始人兼北亚区董事总经理刘伟良表示：“对于任何一个公司和品牌来说，获知消费者网络行为和趋势并了解关于消费者‘品味和偏好’的动态模式是极为重要的。了解消费者的思维方式将是保证新媒体战略竞争力的关键。在新媒体的应用越来越广泛的情况下，成熟品牌应该在这一重要领域建立新的、独特的竞争优势。”

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.edelmanapac.com/index.jsp?series=36 或 www.brandtology.com/index.php/press_release/dbi2。

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 51 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.edelmanapac.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，为国际企事业机构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机构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。

媒体垂询， 敬请联系：

栗建

爱德曼

Tel: +86 10 5828 6517

Email: vincent.lee@edelman.com



张蕾

品智上海分公司

Tel: +86 21 6217 8833-128

Email: canna.zhang@brandtology.com

brandtology

Business and Brand Online Intelligence