

第三章 全国主要媒体的售后服务关注度

一、调查方法说明

1、基本说明

本项调查的目的是，了解媒体对售后服务的关注报道，从而反映了社会各界对企业售后服务的关注情况，并为售后服务情况分析提供了数据基础。

本项调查的主要对象，为便于数据采集和统计，主要调查纸质报纸和网络媒体。本项调查的数据采集是不完全取样，主要选择有代表性和有影响力的报纸和网络媒体。

本项调查的数据为 2012 年内发表的报道。

2、媒体类型说明

第一类具有代表性和影响力的纸质媒体。我们参考了媒体发行量的排名并考虑媒体的代表性和影响力等因素共选择了 118 种报纸，其中选择了 55 种中央级别的报纸，如人民日报、光明日报、法制日报、经济日报、中国商报、中国消费者报和中国新闻网等。以及选择了覆盖各个省市、地区的 63 种地方级别的具有代表性和影响力的报纸，如新京报、东方早报、文汇报、南方日报、南方周末、环球时报、扬子晚报、南方都市报、新快报和各省市、地区的日报晚报等。

第二类是选择通过百度的新闻检索工具以“售后服务”为新闻标题关键词对全国公开网络媒体的相关新闻报道进行检索，然后对检索出的结果进行优化处理。

对言之，从样本的多样性、丰富性而言，我们选择的两种类型的媒体抽样框基本涵盖了国人可以接触的大众传播渠道，因而可以满足研究方法所需的科学性、广泛性和代表性原则。

2、纸质媒体新闻报道情况

1、数据采集说明

选择中国知网的“中国重要报纸全文数据库”。检索方式是以“售后服务”为关键词，在全库中检索得出 2012 年售后服务的相关新闻。并针对检索结果进行优化处理，

包括删除与售后服务无关的检索结果，共有新闻 180 条，合并不同报纸转载的相同内容的报道等，最后共采集到有效新闻 129 条。

需要说明的是，由于我们是用“售后服务”作为新闻标题的检索词，对没有标题中没有出现“售后服务”的相关新闻将会造成一定的遗漏和偏差，但这些遗漏和偏差不会对调研结果产生实质性的影响，可以忽略不计。

2、纸质媒体报道分布情况

通过对 129 条有效新闻进行分析，新闻报道共涉及纸质媒体 57 家，其中中央级别 40 家，地方级别 17 家。

3、纸质媒体报道时间分布情况

4、纸质媒体报道版面情况

5、纸质媒体报道篇幅的情况

三、网络媒体报道情况分析

1、数据采集说明

通过百度的新闻检索工具共检索出 2012 年以“售后服务”为新闻标题关键词的报道共 11668 条，通过内容分析，删除掉与售后服务无关的新闻，共有 11620 条新闻与售后服务相关。通过合并相同信息，最后有效信息共 3443 条。对这部分新闻报道进行了分析。

2、报道时间分布情况

3、报道网站情况分析

通过统计得出，这 3443 条报道共涉及 401 个网络媒体，主要包括网易、凤凰网、新浪网、腾讯网等几大门户网站，以及网上车市、易车网等行业网站，所涉及的宣传网站较广。

其次，从最新的网站用户覆盖数排名来看，排名前十位的网站对售后服务均有报道，且报道篇数都较多，这又进一步扩大了宣传广度。

四、售后服务报道内容分析

1、数据处理说明

以调查统计数据为基础，我们从四个方面分别对两种不同媒体的新闻报道进行内容分析。

(1)报道的主要内容：企业服务宣传；投诉、纠纷与建议；活动报道；政策法规宣传报道以及其他报道五大类。

(2)报道行业：分为电子通信业、家电行业、家居家装行业、汽车行业、网络购物行业和其他。

(3)报道信息来源：政府或相关行、协会、企业、专家学者、消费者和其他。

(4)报道立场、情感色彩：分为批评、中立、肯定和赞扬四个档次。

通过对比分析，网络媒体与纸质媒体在报道内容上基本相同，所以这部分对两种媒体进行合并分析，不再做单独分析。两种媒体合并后共有新闻 11800(纸质媒体 180 条+网络媒体 11620 条)条，合并相同新闻后共 3572（纸质媒体 129 条+网络媒体 3443 条）条，以下将基于这部分新闻进行分析。

2、报道内容分析

通过表 3-12 可以看出 2012 年售后服务相关的新闻报道中企业服务宣传的占了大部分，共 1646 条，占总数的比例为 46.08%，其次是活动报道，共为 1039 条，占总数的比例为 29.09%。报道数量最少的内容为政策法规的宣传报道总共只有 79 条，只占了总数的 2.21%。

对于报道数量占到 29.09%的活动报道的信息来源做进一步分析，可以发现，在活动报道中的信息主要来源于相关的企业，共 567 条，活动报道总数的 54.57%。这部分其实质亦是企业的服务宣传。可见，在新闻中企业服务宣传占绝大多数。

另外，可以看出虽然企业服务宣传的新闻报道数量最多，但是其平均转载率却是最低。而对于政策法规宣传报道的平均转载率很高，达到 1:5，投诉纠纷与建议的平均转载率也较高，达到 1:4 以上。这也充分说明了全国媒体对售后服务的关注点主要在于政策法规的宣传以及投诉纠纷与建议上。

3、报道行业分析

首先，对新闻报道的行业分类统计分

析如下。

通过表 3-14 可以看出，从报道行业来看，汽车行业的报道数量依然居首位，共有 1767 条，占总报道数的将近 50%。家电行业、电子通讯行业、家居家装行业以及网购依次分别占报道总数的 11.59%、9.57%、7.64%、2.69%。值得关注的是其他行业，680 条，占总报道数的 19.04%，位居第二，远高于家居家装、家电等传统行业，这说明，售后服务所涉及的范围越来越广，涉及的行业越来越多，不再仅限于一些传统的大行业。

从平均转载率上来看，电子通讯、网购、家电等三个行业的转载率较高，分别为 4.11、3.92、3.83，而报道量最大的汽车行业的转载率并不高。这与行业性质有一定的关系：首先，网络信息的发布和转载都需要电子通讯工具，电子通讯行业本身使得信息的发布与转载变得便捷；其次，电子通讯的产品相比汽车等产品所涉及的消费者范围更广，有关售后服务也基本涉及到普通大众，这也会使得平均转载率较高。网购平均转载率位居其次的原因基本相同，首先网购消费者有了网络信息传播的工具；其次，网购行为本身在网络上发生，当出现有关的售后服务问题的时候，网络报道的信息量与转载率都会提高。

其次，新闻报道的行业分类与内容分类统计分析如下。

(1)由表 3-15 可以看出，在投诉纠纷与建议的报道中，针对家电行业的最多，为 153 条。从行业的角度看，其投诉纠纷与建议的报道内容占了行业报道内容的 36.96%，居首位。

(2)在汽车行业，企业服务宣传占了大部分的内容，占行业报道的 54.90%。其次是活动报道，共 613 条，占行业总报道数的 34.69%。相比之下，对投诉纠纷与建议的报道以及政策法规的宣传报道较少，分别占行业报道总数的 5.77%与 0.4%。对消费者及行业法规的关注度不够。

(3)电子通讯行业的新闻报道中，投诉纠纷与建议的报道占 35.38%，但有关政策法规的宣传报道却为 0，说明电子通讯行业急需相关政策法规的规范。在网购方面也

有同样的状况，投诉纠纷与建议的比例最高占到 40.63%，而法规的宣传报道仅 1 条。

再次，新闻报道行业分类和报道态度的统计分析如下。

通过表 3-16 可以看出在电子通讯行业的报道中批评和中立占绝大多数，共 255 条，占行业报道总数的 74.57%。家电行业的报道中，持批评态度的占了大多数，为 38.41%，且在持批评态度的报道中也是家电行业占的最多，从两个方面都说明了家电行业的售后服务措施有待进一步提高。在家居家装以及汽车行业中，持中立态度的报道最多，分别是 47.99%、64.63%。在团购方面，持批评态度的报道最多，为 47.92%，这与我国网购的发展还不完善成熟有一定的关系。这也不同程度地说明了不同行业的售后服务措施成效反映。

4、报道来源分析

在所有新闻报道中，其消息来源大部分为相关企业 (61.84%)，其次是相关行业 (20.83%)，两个来源共占到 82.67%，再次是消费者 (7.50%)。这印证了某些学者所指出的，在很多情形下，信源的人群与阶层分布极为不均，记者习惯于过度依赖“常规信源”而忽略或屏蔽其它消息来源，形成“信源标准化”现象。信源单一会带来一定的负面影响，售后服务的对象是普通消费者，而消费者声音的缺乏会使行业容易忽略和隐藏一些实际存在的问题，阻碍售后服务的发展。同时专家学者的声音的缺乏会导致报道缺乏关于售后服务科学的信息。因此，媒体应该广开信源，尤其是多倾听普通消费者的声音。

在信源来源与霸道态度的统计分析中，可以看出，来自消费者的报道中，持批评态度的占了绝大多数，占到 81.72%。其他行业均持中立态度的最多。在持肯定和赞扬的态度报道中，汽车行业的均为最多。可见，在企业的报道中一般持肯定与赞扬的态度，而消费者则一般持批评态度，这是现状，也是问题。企业的售后服务对象是消费者，应努力达到让消费者说肯定说赞扬，而不是一味单方面地做售后服务宣传，而不能保证售后服务质量。

表 3-1 纸质媒体报道分布情况			
报纸级别	报纸数量	报道数量	报道百分比
中央级	37	100	77.52%
地方级	20	29	22.48%
总计	57	129	100.00%

表 3-3 地方级别纸质媒体报道分布情况表			
序号	报道媒体	报道数量	报道百分比
1	第一财经日报	4	13.79%
2	通信信息报	4	13.79%
3	21 世纪经济报道	3	10.34%
4	北京商报	2	6.90%
5	潮州日报	1	3.45%
6	江苏经济报	1	3.45%
7	解放日报	1	3.45%
8	金华日报	1	3.45%
9	经济视点报	1	3.45%
10	兰州日报	1	3.45%
11	民营经济报	1	3.45%
12	闽西日报	1	3.45%
13	南京日报	1	3.45%
14	宁波日报	1	3.45%
15	上海证券报	1	3.45%
16	深圳商报	1	3.45%
17	新金融观察	1	3.45%
18	中山日报	1	3.45%
19	重庆商报	1	3.45%
20	自贡日报	1	3.45%
合计		29	100.00%

表 3-2 中央级别纸质媒体报道分布情况表			
序号	报道媒体	报道数量	报道百分比
1	中国质量报	13	13.00%
2	中国工业报	12	12.00%
3	中国消费者报	10	10.00%
4	中国船舶报	9	9.00%
5	消费日报	5	5.00%
6	中国经济时报	4	4.00%
7	中国商报	4	4.00%
8	政府采购信息报	3	3.00%
9	中国电子报	3	3.00%
10	法制日报	2	2.00%
11	经济参考报	2	2.00%
12	通信产业报	2	2.00%
13	中国高新技术产业报	2	2.00%
14	中国建设报	2	2.00%
15	中国交通报	2	2.00%
16	中国贸易报	2	2.00%
17	中国企业报	2	2.00%
18	中国邮政报	2	2.00%
19	国际商报	1	1.00%
20	华夏时报	1	1.00%
21	机电商报	1	1.00%
22	健康报	1	1.00%
23	经济日报	1	1.00%
24	人民邮电	1	1.00%
25	商务时报	1	1.00%
26	世界金属导报	1	1.00%
27	中国城乡金融报	1	1.00%
28	中国服饰报	1	1.00%
29	中国计算机报	1	1.00%
30	中国旅游报	1	1.00%
31	中国民航报	1	1.00%
32	中国石化报	1	1.00%
33	中国冶金报	1	1.00%
34	中国证券报	1	1.00%
35	中国政府采购报	1	1.00%
36	中华工商时报	1	1.00%
37	中华合作时报	1	1.00%
合计		100	100.00%

表 3-4 2012 年纸质媒体各月份相关报道数量统计表		
报道时间	报道新闻数	百分比
1 月	6	4.65%
2 月	7	5.43%
3 月	24	18.60%
4 月	11	8.53%
5 月	4	3.10%
6 月	8	6.20%
7 月	13	10.08%
8 月	17	13.18%
9 月	7	5.43%
10 月	9	6.98%
11 月	16	12.40%
12 月	7	5.43%
合计	129	100.00%

表 3-5 3 月份纸质媒体报道数量统计表		
报道时间	报道数量	报道百分比
3.10-3.20	16	66.67%
其他	8	33.33%
合计	24	100.00%

表 3-6 纸质媒体报道版面统计表		
报道所在版面	数量	百分比
头版	9	6.98%
2-5 版	33	25.58%
5-10 版	35	27.13%
其他	52	40.31%
合计	129	100.00%

表 3-7 头版报道的纸质媒体		
头版报道媒体	报道数量	媒体级别
消费日报	3	中央级
中国船舶报	2	中央级
中国工业报	2	中央级
中国交通报	1	中央级
中国商报	1	中央级
合计	9	□

表 3-8 纸质媒体报道篇幅统计表		
报道篇幅	数量	百分比
短	44	34.11%
中	69	53.49%
长	16	12.40%
合计	129	100.00%

表 3-9 网络信息报道时间统计表		
报道时间	报道数量	报道百分比
1 月	131	3.80%
2 月	212	6.16%
3 月	481	13.97%
4 月	238	6.91%
5 月	250	7.26%
6 月	226	6.56%
7 月	370	10.75%
8 月	367	10.66%
9 月	291	8.45%
10 月	242	7.03%
11 月	344	9.99%
12 月	291	8.45%
合计	3443	100.00%

表 3-10 报道数量前 20 名的网站及报道数量统计表					
序号	网站名称	报道数量	报道百分比	转载量统计	平均转载率
1	网上车市	323	9.38%	743	2.30
2	易车网	312	9.06%	799	2.56
3	网易	164	4.76%	1238	7.55
4	凤凰网	125	3.63%	913	7.30
5	新浪	125	3.63%	582	4.66
6	慧聪网	112	3.25%	169	1.51
7	腾讯	112	3.25%	613	5.47
8	和讯	108	3.14%	319	2.95
9	搜狐	99	2.88%	370	3.74
10	21cn	81	2.35%	378	4.67
11	中国广播网	73	2.12%	130	1.78
12	太平洋	69	2.00%	115	1.67
13	中国日报	57	1.66%	448	7.86
14	车讯网	48	1.39%	150	3.13
15	汽车之家网	46	1.34%	137	2.98
16	北方网	44	1.28%	103	2.34
17	中关村在线	44	1.28%	217	4.93
18	新华网	43	1.25%	289	6.72
19	焦点房产网	40	1.16%	147	3.68
20	人民网	37	1.07%	160	4.32