

基于微博消费者反馈数据的手机类 产品营销内容选题预测 ——以iQOO品牌为例

 答辩学生：张茜玥

 指导老师：龙思薇，刘杉

绪论

研究背景

01

手机市场竞争激烈，营销内容丰富多样

国内的手机市场进入存量竞争时代，各家新机发布密集，营销方式多样。手机品牌若想在这场竞争中取得优势地位，不仅需要做好手机功能的迭代升级，还需要格外关注**营销内容选题的实用性和创新性**。

02

新媒体时代下消费者反馈数据有一定作用

通过消费者反馈数据，品牌可以清晰了解到消费者对于各类产品或服务的具体需求，**帮助品牌找到当前痛点**，进而进行针对性的产品升级；品牌可以根据消费者对营销活动的不同态度，**对营销活动进行优化**。

03

品牌官方微博成为其营销传播的一大阵地

基于庞大的用户优势，目前微博已经成为各个企业进行营销传播的一大阵地，品牌的官方微博能够帮助品牌实现**形象塑造、进行内容传递以及获取消费者最新反馈数据**。

研究问题

问题一

目前iQOO品牌在社交媒体平台上的营销内容有什么特点、已有的营销内容选题有哪些

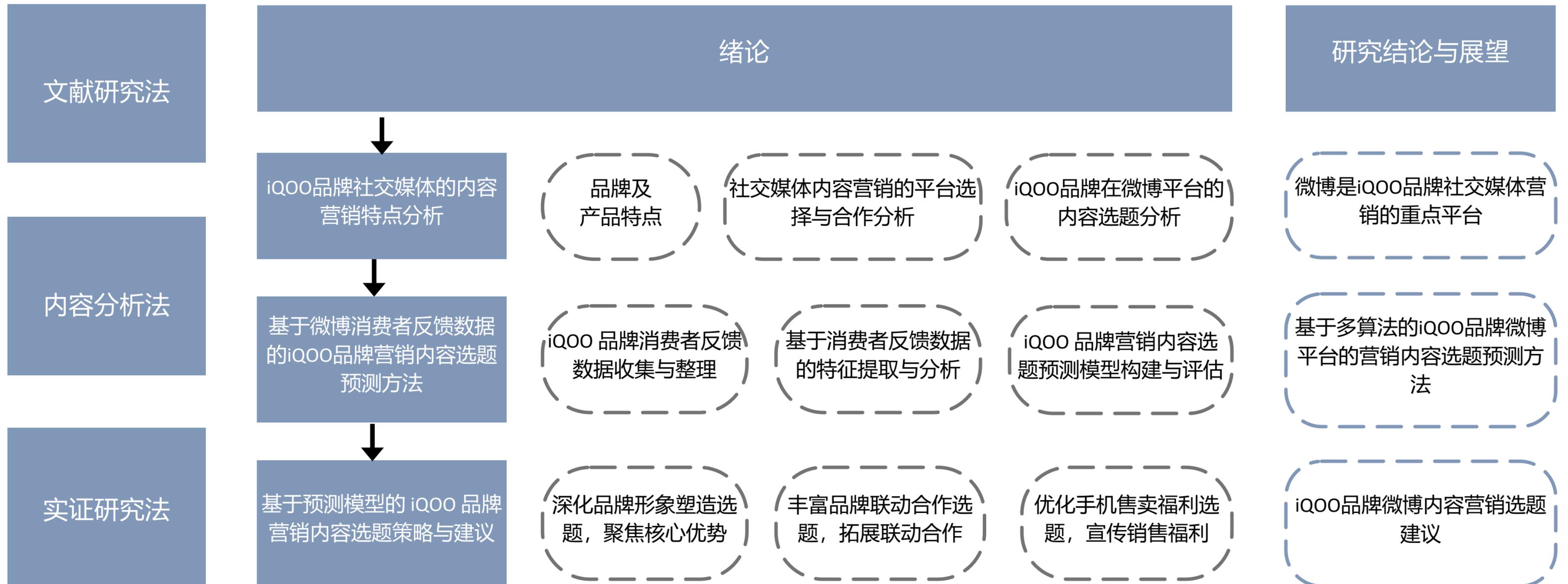
问题二

基于官方微博账号中发布的营销内容及消费者反馈数据，如何构建一个内容选题预测模型

问题三

根据模型结果，能够为iQOO品牌提供哪些营销建议

绪论



iQOO 品牌社交媒体内容营销特点

品牌特性

- 目标消费者：追求高性能和性价比的年轻用户，特别是游戏爱好者
- 品牌形象：游戏手机

各平台账号开设情况

结合iQOO品牌在各个社交媒体平台上的自有账号和合作的自媒体账号开设情况来看，微博平台上的iQOO官方账号粉丝基数大、内容主题丰富，因此选择微博平台上的iQOO官方账号“iQOO手机”作为数据来源

微博平台的内容选题分析

自有账号的选题

涵盖产品介绍、转发抽奖和品牌形象塑造



合作的自媒体账号的选题

包括产品测评、转发抽奖和品牌形象塑造，且合作账号类型丰富，覆盖体育、游戏、科技等领域



基于微博消费者反馈数据的iQOO品牌营销内容选题预测方法

STEP 1 数据收集与整理

·利用网络爬虫技术爬取了微博账号“iQOO手机”近两年内（2023年3月5日至2025年2月5日）发布的微博内容数据以及相应的评论数据，并进行数据清洗和去重，最终得到**547条博文内容数据以及54708条评论数据**。

表 3.2 不同营销选题下的基本数据情况表

主题名称	该主题下的博文数	该主题下的评论文本数	博文平均点赞量	博文平均转发量
品牌形象塑造	216	21180	3149	3892
品牌联动合作	190	20404	2571	3782
手机售卖福利	140	15823	3174	1738

·利用LDA主题模型方法对博文内容主题进行归纳，总结出三个营销选题。

主题序号	关键词
主题 1	护眼, 游戏, 首发, 电竞, 性能, 超分, 超帧, 体验, 系列, 2K
主题 2	NBA, 性能, 抽送, KPL, 续航, 系列, 新品, 游戏, 用机, 电池
主题 3	京东, 开售, 渠道, 分期, 天猫, 现货, 购买, 速发, 满血, 享至

STEP 2 基于消费者反馈数据的特征提取与分析

对**消费者评论内容数据**进行了基于 TF-IDF 算法的关键词提取与分析。得到了不同主题下消费者评论文本中重要性排名前五的关键词。

表 3.2 各个内容主题下 TF-IDF 关键词表

内容主题	TF-IDF 关键词
品牌形象塑造	手机, 性能, 续航, 支持, 国货之光
品牌联动合作	nba, 恭喜, 詹姆斯, 官方时刻, 加冕
手机购买福利	超稳, 期待, 特爆, 系列, 不错

接下来使用 **LDA 主题模型**，具体挖掘不同内容选题下消费者反馈数据中潜藏的主题结构

表 3.3 品牌形象塑造主题下的关键词分布表

子主题序号	关键词
子主题 1	期待, 性能, 不错, 续航, 手机
子主题 2	厉害, 试试, 护眼, 喜欢, 锦鲤
子主题 3	支持, 想要, 好看, 抽奖, kpl

表 3.4 品牌联动合作主题下关键词分布表

子主题序号	关键词
子主题 1	nba, 恭喜, 詹姆斯, 官方时刻, 篮球
子主题 2	期待, 不错, 喜欢, 想要, 周奇
子主题 3	支持, 试试, 锦鲤附体, 年货节, 我要

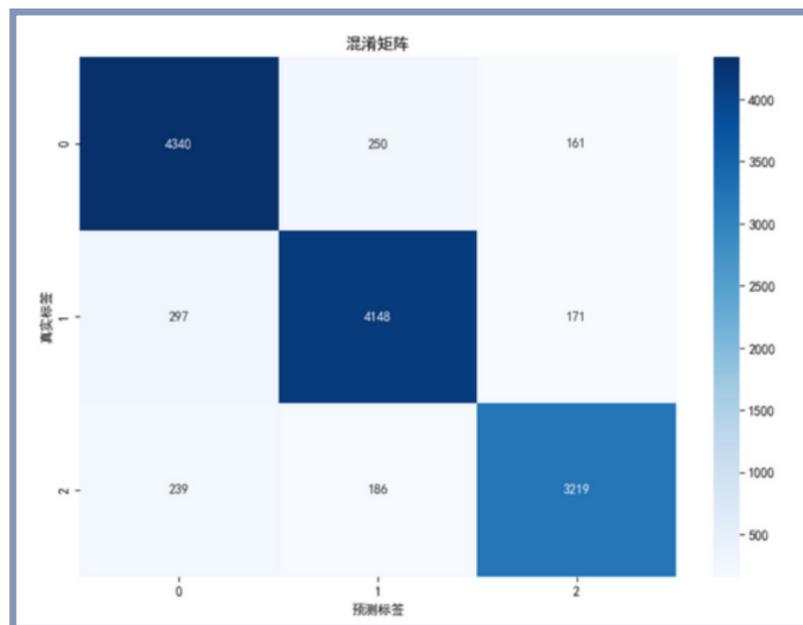
表 3.5 手机售卖福利主题下关键词分布表

子主题序号	关键词
子主题 1	特爆, 现场, 决赛, kpl, 抽奖
子主题 2	超稳, 期待, ag, 性能, 支持
子主题 3	系列, 想要, 超狠, 喜欢, 666.

基于微博消费者反馈数据的iQOO品牌营销内容选题预测方法

STEP 3 iQOO 品牌营销内容选题预测模型构建与评估

- 选择**随机森林**分类器作为预测模型。在构建预测时，首先**优化文本特征提取参数、标准化数值特征**，接着利用python中的hstack函数将**文本特征矩阵、标准化后的点赞数特征数组和标准化后的转发数特征数组水平合并成一个完整的特征矩阵**，这个矩阵作为预测模型的输入变量，不同的内容选题为预测模型的输出变量。
- 采用了网格搜索的方法自动搜索最优超参数；**训练集：测试集为7：3**。
- 最终模型的**准确率为0.905**，各项指标数据较好，模型的预测效果较好。



主 题名称 \ 评估指 标	精确率	召回率	F1-分数
品牌形象塑造	0.89	0.93	0.91
品牌联动合作	0.92	0.90	0.91
手机售卖福利	0.90	0.88	0.89

基于预测模型的 iQOO 品牌营销内容选题策略与建议

深化品牌形象塑造选题， 聚焦核心优势

·该选题下的模型预测准确率为0.927

·营销建议：强化性能与配置宣传，突出护眼等独特功能体验

表 4.1 品牌形象塑造选题的模型预测准确率表

主题名称	模型预测准确率
品牌形象塑造	0.927

表 4.2 预测结果为品牌形象塑造选题示例

关键词	点赞数	转发数	生成的选题名称
游戏, 电竞, 性能	2280	2900	品牌形象塑造

丰富品牌联动合作选题， 拓展联动合作

·该选题下的模型预测准确率为0.910

·营销建议：强化性能与配置宣传，突出护眼等独特功能体验

表 4.3 品牌联动合作选题的模型预测准确率表

主题名称	模型预测准确率
品牌联动合作	0.910

表 4.4 预测结果为品牌联动合作选题示例

关键词	点赞数	转发数	生成的选题名称
游戏, 户外运动, 热血比赛	1543	2134	品牌联动合作

优化手机售卖福利选题， 宣传销售福利

·该选题下的模型预测准确率为0.889

·营销建议：强化性能与配置宣传，突出护眼等独特功能体验

表 4.5 手机售卖福利选题的模型预测准确率表

主题名称	模型预测准确率
手机售卖福利	0.889

表 4.6 预测结果为手机售卖福利选题示例

关键词	点赞数	转发数	生成的选题名称
开售, 新机升级, 优惠	1683	888	手机售卖福利

研究结论

01

微博是iQOO品牌社交媒体营销的重点平台

iQOO品牌在微博上的官方账号“iQOO手机”粉丝数量最多，发布营销内容选题最丰富，合作的自媒体账号类型最多。

目前iQOO品牌在微博上的自有账号内容主要包含三个选题，分别是产品介绍、转发抽奖和品牌形象塑造。iQOO品牌在微博平台上的合作自媒体账号选题主要包含品牌形象塑造、产品测评和转发抽奖三个部分。

02

基于多算法的iQOO品牌微博平台的营销内容选题预测方法

利用LDA主题模型、TF-IDF算法提取消费者评论文本特征，利用随机森林算法构建一个营销内容选题预测模型。实验结果表明，该模型的准确率、精确率、召回率、F1分数都约为0.9，效果较好。

03

iQOO品牌微博内容营销选题建议

- 深化品牌形象塑造选题，在该选题下聚焦产品的性能与配置，突出产品独特的功能体验，从而强化iQOO品牌的品牌形象。
- 在品牌联动合作选题下，加强与体育、游戏领域的深度合作，拓展合作对象。
- 针对手机售卖福利选题，开展促销活动，结合消费者购买动机调整营销策略。

THANK YOU FOR WATCHING

恳请各位老师批评指正

 答辩学生：张茜玥

 指导老师：龙思薇，刘杉