深圳天河城·金啤坊

舆情监测临时简报

五一假期

2026 年五一假期（5 月 1 日—5 月 5 日）

数据来源：清博舆情系统 | 报告日期：2026年05月06日

一、舆情概述

447	317	82	89
有效舆情总量 ?	独立事件 ?	正面舆情	日均声量 ?

本简报覆盖 **2026 年五一假期（5 月 1 日—5 月 5 日）**（共 5 天）。深圳天河城·金啤坊相关有效舆情共 **447 条**（317 个独立事件），日均 89 条。

情感方面，正面 82 条（18.3%），中性 364 条，负面 1 条，整体舆论环境健康，未发现传播风险事件。

本期亮点：「神奇宠物在哪里」宠物市集（5/1–5/5 在天河城购物中心）、罗湖区亲子趣味定向嘉年华（5/1 启动）、青啤 1903×DREAMLIGHT 数字工厂（金啤坊艺术街区开业）三条主线撑起本期主要正面声量；电竞粤超五一档延续 23 条传播。

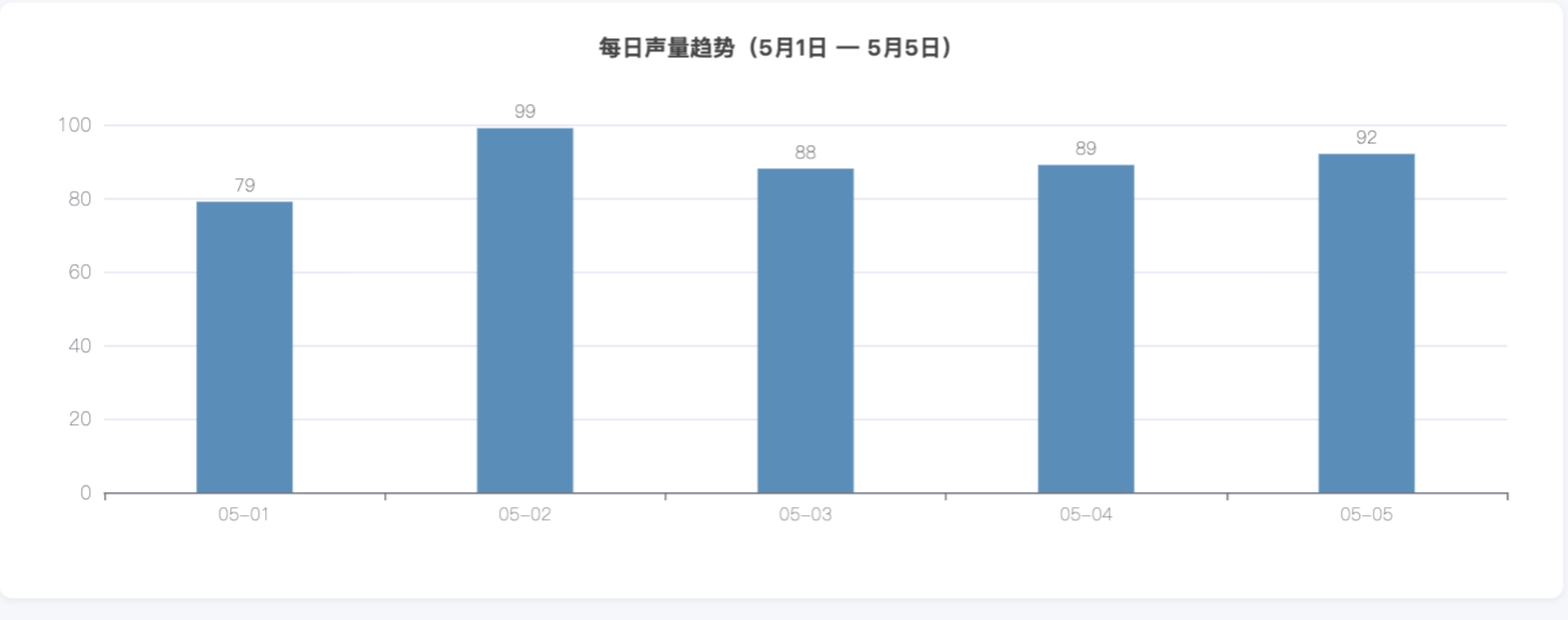
二、数据说明

本简报覆盖 2026 年 5 月 1 日 — 5 月 5 日（共 5 天）。数据来源：清博舆情系统。

处理步骤	说明	条数
清博原始数据	去重后筛选 2026-05-01 至 2026-05-05	820
规则初筛	移除汽车论坛 / 房产广告 / 视频打卡噪音 / 新闻聚合噪音	497
相关性审核	AI + 人工复核，剔除外地天河城 / 服务广告 / 偶然路过等无关条目	447
情感修正	规则批量 + 人工复核，纠正系统对反语 / 营销话术 / 误标的判断	**447**

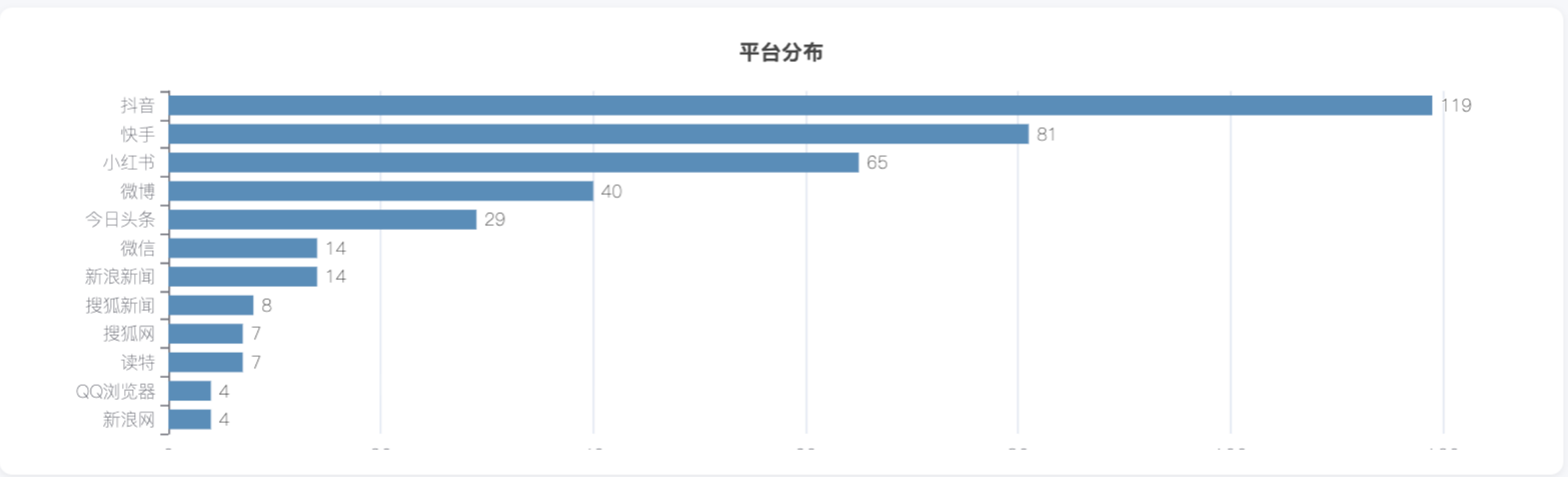
※ 本期为五一假期临时简报，**未进行小红书爬虫互动数据补齐**，小红书条目互动数据以清博采集为准（部分偏低）。月报正式版将按完整流程出具。

三、声量趋势分析



五一假期 5 天声量曲线平稳，日均 89 条，无突发尖峰也无塌陷，呈"持续运营+话题接续"的常态化分布。**5/2–5/3** 因「神奇宠物在哪里」宠物市集的小红书/抖音密集打卡叠加罗湖亲子定向嘉年华媒体集中转载略高于均值；**5/5 假期末**因电竞粤超东莞站收官报道（含深圳赛事品牌的延续提及）保持热度。整体反映五一期间天河城/金啤坊在深圳本地的稳定关注度，无负面发酵迹象。

四、平台分布分析



短视频平台（抖音 119 条 + 快手 81 条）合计占总量 **45%**，仍是声量主力，主要由餐饮租户的团购视频和现场打卡构成。小红书 65 条（占 15%），以「神奇宠物在哪里」宠物市集打卡、金啤坊艺术街区出片、五一遛娃攻略三类内容为主。新闻聚合平台（搜狐/今日头条/新浪等）则集中转载罗湖区文旅五一推广通稿。

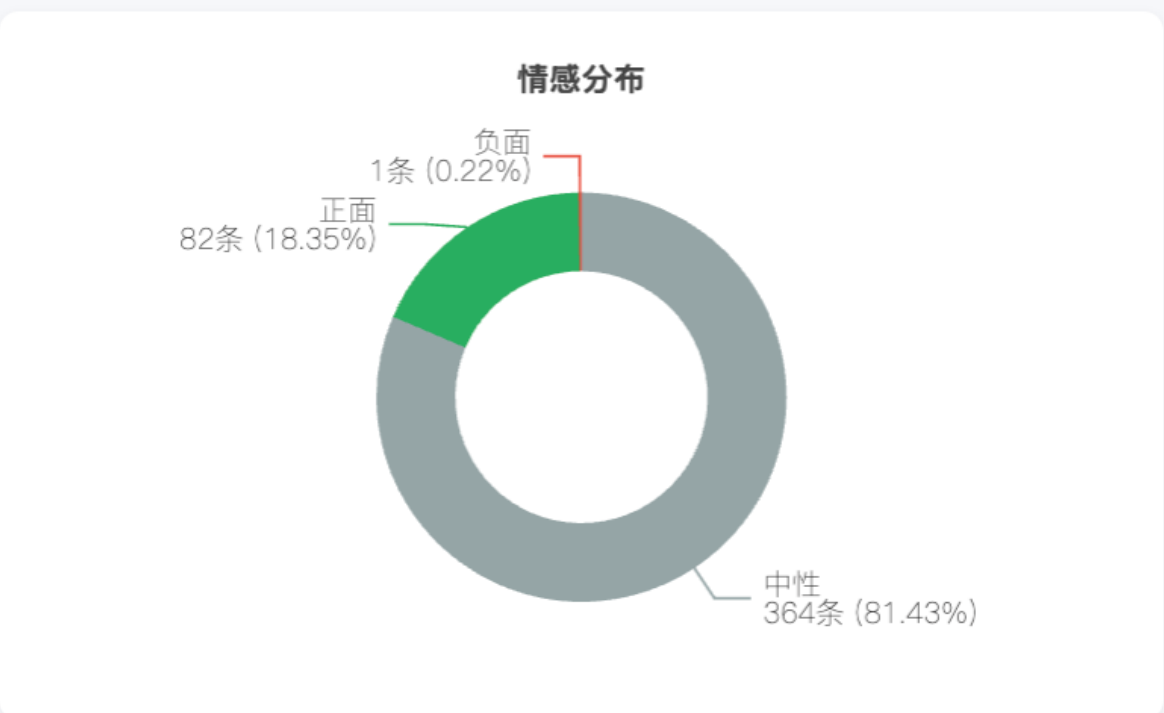
五、声浪分析

声浪 = 阅读数 + 点赞数×3 + 评论数×5 + 转发数×10。部分平台因反爬虫机制限制，互动数据暂无法采集。（点击表头可排序）

平台 ⇅	声量（条数） ⇅	声浪（互动加权值） ⇅
抖音	119	2,186
快手	81	338
小红书	65	—
微博	40	23
今日头条	29	—
新浪新闻	14	—
微信	14	—
搜狐新闻	8	—
搜狐网	7	—
读特	7	—
QQ浏览器	4	—
新浪网	4	—
UC头条	4	—
腾讯新闻	3	—
人民网	3	—
腾讯网	3	—
一点资讯	3	—
携程旅行网	3	15
百家号	3	—
百度新闻	2	2
新浪财经	2	—
网易	2	—
深圳新闻网	2	—
网易新闻	2	—
羊城派	2	—
新浪财经头条	2	—
金羊网	2	—
快资讯	2	—
人民日报	2	—
深圳Plus	1	—
小鹏互联网汽车	1	—
澎湃新闻	1	—
澎湃新闻网	1	—
同花顺金融服务网	1	—
同花顺资讯	1	—
同花顺iFinD	1	—
南方财经网	1	—
南方Plus	1	—
人民网+	1	—
人民日报全国党媒信息公共平台	1	—
趣头条	1	—
21世纪经济报道	1	—

抖音是本期声量与声浪双高平台，主要由餐饮租户密集投放的团购视频驱动；小红书条数虽不及抖音/快手，但内容质量高，是金啤坊艺术街区类打卡的最大来源。新闻媒体平台（读特、深圳新闻网、人民日报等）的声量贡献集中于罗湖区文旅推广通稿的多平台转载。

六、情感分析



364	82	1
中性	正面	负面

情感以中性为主（81%，主要为新闻报道、租户团购投放和地点 LBS 打卡），正面占 18.3%（餐饮探店推荐 + 五一活动好评 + 金啤坊艺术街区出片好评）。负面仅 1 条，整体舆论环境健康。

七、负面舆情分析

清博系统初判负面 3 条，经人工逐条核查后剔除 2 条系统误判（"深圳周末打卡攻略"整体正面但被误判负面、"跳海(罗湖店)"因品牌名"跳海"触发情感模型负面），**最终确认负面 1 条**：

日期	平台	内容	性质
05-05	微博	你们来天河城的#peetscoffee皮爷咖啡# 吃东西要注意了，凳子上会有狗毛，店员提醒了不能把狗放到凳子上，两个人还是不听劝，很没有公德心，现在的狗狗经济，	店内消费体验吐槽

舆情风险等级：低（个案为主，未形成传播发酵）

- **店内消费体验吐槽**：消费者在 Peet's Coffee（深圳天河城店）就餐时发现凳子上有狗毛，并指出有顾客无视店员劝阻把宠物放上凳子，对带宠就餐行为的公德问题表达不满。**该条吐槽对象不是商场或租户的服务，而是其他顾客的行为**。建议商场层面提示有宠物到访的餐饮租户加强桌台管理（明确禁宠桌台/提供清洁），降低同类吐槽再次出现的概率。

八、热点内容分析

互动量 Top 10（优先强相关：含天河城/金啤坊/罗湖/太白路明确字样）

#	平台	标题	相关依据	情感	点赞	评论	转发
1	抖音	［深圳金啤坊］ 干杯🍻 深圳味道！🍻	金啤坊	中性	85	8	0
2	抖音	#上热门 #深圳跑步打卡	深圳天河城	中性	60	21	0
3	抖音	摄影日记2026.4.25。摄影 | 过期的保鲜膜 相机 | 尼康Z5 镜头 | 尼康Z24-200	金啤坊	正面	15	2	0
4	抖音	保持很多的热爱，和一点点的🤏野心，让优秀成为习惯👑#销冠 #私教一对一 #健身女孩的日常	深圳天河城	中性	9	3	0
5	抖音	来，开始我们的约会/战斗吧！@小熊糯叽叽 #时崎狂三 #约会大作战 #金啤坊#二次元少女	金啤坊	中性	8	0	0
6	抖音	#5.1快乐 #逛吃逛吃	金啤坊	正面	6	1	0
7	抖音	广东省·深圳市·罗湖区·东晓街道东昌路与太白路交汇处西南侧地块(宗地号H409-0140)	金啤坊	中性	6	0	0
8	抖音	跑的时候有点累，但是跑完很舒服 #运动 #因为热爱所以坚持 #跑步 #你的坚持终将美好 #	深圳天河城	中性	5	0	0
9	抖音	深圳。#复古连衣裙 #五一 #夏季复古礼服 #深圳天河城#天河城	深圳天河城	中性	5	0	0
10	微博	这个五一拒绝人挤人！不如和小星来一场跨越时空的都市漫游🚶小星为大家定制了一条耗时约2.5–	金啤坊	正面	1	2	1

正面舆情典型

平台	标题	内容概要	互动
抖音	羊驼深圳逛商场了 #萌宠治愈时刻 #商场随拍 ##萌宠成精了 #羊驼坐电梯 #萌宠日常记录随手拍	神奇宠物市集打卡	18
抖音	摄影日记2026.4.25。摄影 | 过期的保鲜膜 相机 | 尼康Z5 镜头 | 尼康Z24-200 地址 | 深圳	金啤坊艺术街区	17
抖音	五一快乐，今天参加罗湖区举办的亲子打卡活动，准备出发，耶耶耶#五一 #加油你是最棒的	餐饮探店推荐	17
抖音	用美食填饱肚子，治愈所有不开心😋#生活碎片 #美食diy #抖音记录美好生活#top #bottom	美食餐饮内容	8
抖音	#5.1快乐 #逛吃逛吃	快乐逛吃逛吃	7

九、租户品牌传播分析

（点击表头可排序）

品牌 ⇅	提及量 ? ⇅	累计点赞 ? ⇅	正面 ? ⇅
滨寿司	26	14	7
谷田稻香	25	2	14
星巴克	21	51	4
麦当劳	16	0	1
肯德基/KFC	14	5	6
KK桌球	12	0	0
湛龙牛庄	9	0	3
老郑家	6	17	3
壹品健身	4	2	1
棒约翰	4	2	2
越小品	4	0	0
小菜园	3	3	0
绿茶餐厅	3	1	0
达美乐	3	0	0
皮爷咖啡	2	0	0
盛香亭	2	2	0
米可造型	2	0	0
跳海	2	2	0
DQ冰淇淋	1	0	0
吴庄	1	1	1
陶陶居	1	0	1
哈曼卡顿	1	0	0
OPPO	1	0	0
蒙自源	1	0	0
DS玩偶社	1	1	1
鸡柳大人	1	0	0

五一期间租户传播以餐饮品牌为绝对主力。**滨寿司、谷田稻香、星巴克、麦当劳、肯德基**占据前五，主要由抖音/快手的团购代金券视频驱动，覆盖密度高但内容同质化。值得关注的是：**湛龙牛庄·潮汕牛肉火锅**（南区 3 楼）通过密集团购视频投放在五一首日聚集 9 条传播，实际投放力度高于过往；**跳海酒馆（金啤坊B栋）和老爷鲜酿**等啤酒类业态借力金啤坊"啤酒文化"主题获得了较好的探店内容产出。

十、总结与建议

- **舆论环境健康**：负面仅 1 条，五一假期未出现任何具备扩散风险的舆情事件。
- **三大正向主题撑起本期声量**：「神奇宠物在哪里」宠物市集、罗湖亲子趣味定向嘉年华、TSINGTAO1903×DREAMLIGHT 青啤数字工厂开业，均为天河城/金啤坊本期主动运营的活动，触达精准。
- **餐饮租户团购密集投放**：5 天内仅滨寿司、谷田稻香、星巴克三家就贡献了 70+ 条短视频内容，团购视频是天河城内餐饮租户的常态化获客渠道。
- **电竞粤超品牌延续**：5/1 深圳站正式开赛 + 5/5 东莞站收官期间，电竞粤超相关传播 23 条，深圳站赛事的品牌效应在五一假期持续发酵。

下阶段建议

方向	建议	优先级
消费体验管理	Peet's Coffee（深圳天河城店）出现"顾客带宠物上桌椅"的公德吐槽。建议商场层面与有宠物到访比例较高的餐饮租户（咖啡/茶饮/西餐）沟通桌台管理预案：明确禁宠桌台标识 / 配备座椅清洁工具 / 培训店员遇到不听劝顾客的应对话术，避免类似吐槽再次扩散。	高
主题活动持续运营	「神奇宠物在哪里」「亲子定向嘉年华」「青啤数字工厂」三大主题在五一档表现良好。建议在 5 月剩余周末持续孵化关联内容（市集回顾长图、亲子运动后续场次招募、青啤数字工厂周末场次），把假期流量沉淀为常态化客流。	中
金啤坊艺术内容运营	小红书的金啤坊艺术街区出片类内容（速写深圳/工业风/银色星球/夜景）数量稳定但发酵相对慢。建议邀请本地生活/摄影/穿搭类博主在 5 月做集中投放（每周一个主题，如"金啤坊夜景"/"金啤坊咖啡地图"/"金啤坊速写深圳"），形成持续话题流。	中
啤酒业态联动	金啤坊 D3 栋的老爷鲜酿、青啤 1903×DREAMLIGHT、跳海(罗湖店) 三家啤酒业态共同形成"啤酒文化打卡集群"。建议联合三家做"金啤坊啤酒地图"主题套餐（一票通游 / 优惠联券），把单店流量串成集群叙事。	中
餐饮租户团购内容差异化	滨寿司/谷田稻香/星巴克/麦当劳/肯德基的抖音团购视频内容同质化严重（"超值/速抢/团购福利官"模板）。建议在 5–6 月与租户协商引入差异化内容（厨师故事 / 新品试吃 / 季节限定），提升团购视频之外的内容质量。	中

※ 本简报为应客户要求出具的五一假期临时性观察，**5 月完整月报将按标准流程于月底出具。**