深圳天河城·金啤坊

舆情监测月报

2026年7月

数据来源：清博舆情系统 + 小红书爬虫补齐 | 报告日期：2026年08月04日

一、舆情概述

3,463	2,747	578	111
有效舆情总量 ?	独立事件 ?	正面内容	日均声量 ?

本报告覆盖 **2026年7月**（共 31 天）。深圳天河城·金啤坊相关有效舆情共 **3,463 条**（2,747 个独立事件），日均 111 条。

情感方面，正面 578 条（16.7%），中性 2,882 条，负面 3 条，整体舆论环境健康。

本月亮点：肯德基×刘宇宁明星代言应援 + 西西弗书店夏日活动 + 金啤坊拍照打卡。肯德基「线下主题店上线 / 品牌代言人刘宇宁」相关内容在微博形成大规模粉丝应援声量；天河城西西弗书店「次元集结漫游夏日」活动、金啤坊工业风出片机位、天河城 SUPER MINISO 超级店开业及名人（陈凯琳）偶遇等，共同构成本月正面与高声量主力。

二、数据说明

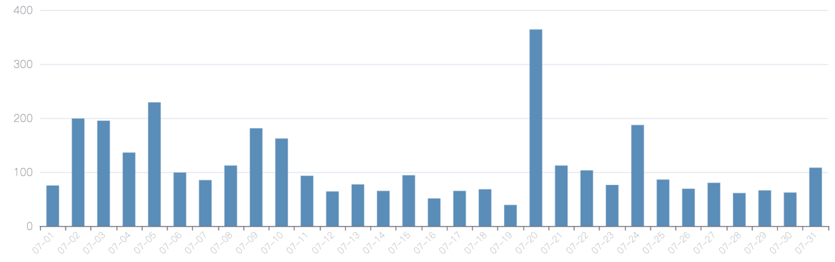
本报告覆盖 2026年7月1日 — 7月31日（共 31 天）。数据来源：清博舆情系统 + 小红书爬虫补齐。

处理步骤	说明	条数
清博 7月原始数据	去重后筛选 2026-07-01 至 2026-07-31	5,591
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	3,466
相关性审核	AI + 人工逐条审核；剔除 2 条旅游/订房广告偶然命中金啤坊的记录	3,464
情感修正	AI + 人工复核，纠正系统误判（中性→正面 460 条），并剔除 1 条投诉对象非天河城的记录	3,463
集成小红书互动	对小红书内容补充互动数据作为声浪参考	**3,463**

※ 清博舆情系统对小红书互动字段未采集，本项目通过爬虫对部分小红书内容补充互动数据作为声浪参考。

三、声量趋势分析

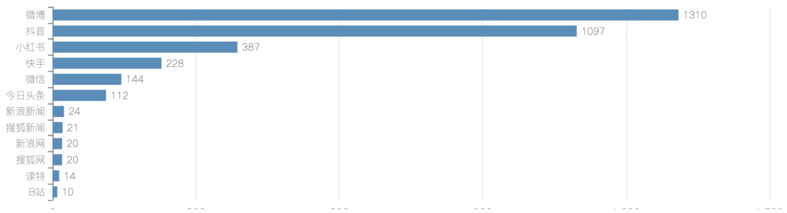
每日声量趋势（7月1日 — 7月31日）



7 月声量较 6 月明显放量，日均约 111 条。声量最高点出现在 **7/20（364 条）**，由肯德基「线下主题店上线」叠加品牌代言人刘宇宁的微博粉丝应援集中转发驱动；7/2—7/5 亦有连续高点，来自暑期开启后的餐饮探店、金啤坊拍照打卡与西西弗书店活动。7 月微博因明星代言应援出现大量转发型内容，是本月声量放量的主因。

四、平台分布分析

平台分布



本月**微博跃居声量第一（1,310 条）**，主要由肯德基×刘宇宁明星代言应援与西西弗书店活动的粉丝转发贡献；抖音（1,097 条）仍是餐饮探店、拍照打卡、名人偶遇等原创内容的主要来源；小红书（387 条）以金啤坊出片机位、天河城新店开业、遛娃与宠物生活等内容为主。短视频（抖音+快

手）合计占比约 38%。

五、声浪分析

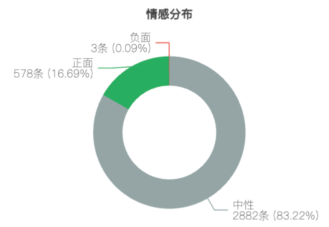
> 声浪 = 阅读数 + 点赞数×3 + 评论数×5 + 转发数×10。部分平台因反爬虫机制限制，互动数据暂无法采集。 （点击表头可排序）

平台 ⇅	声量（条数） ⇅	声浪（互动加权值） ⇅
微博	1,310	40,881
抖音	1,097	40,038
小红书	387	21,410
快手	228	5,604
微信	144	—
今日头条	112	26
新浪新闻	24	—
搜狐新闻	21	—
新浪网	20	—
搜狐网	20	—
读特	14	—
B站	10	159
微信视频号	9	425
百家号	6	—
百度知道	6	10
乙方宝招标	5	—
南方Plus	3	—
网易	3	—
网易新闻	3	—
羊城派	3	—
人民日报	3	—
腾讯网	2	—
新浪财经	2	—
百度新闻	2	2
QQ浏览器	2	—
新浪财经头条	2	—
中关村在线	2	—
人民网	2	—
腾讯新闻	2	—
搜狐焦点网	2	—
齐鲁壹点网	1	—
腾讯自选股	1	—
齐鲁壹点	1	—
金羊网	1	—
简书	1	4
21世纪经济报道	1	—
深圳新闻网	1	—
深圳政府在线	1	—
深圳Plus	1	—
快资讯	1	—
奔流新闻	1	—
咸宁新闻网	1	—
博客园	1	—
全国12315互联网平台	1	—
佛山加	1	—
一点资讯	1	—
齐鲁晚报网	1	—

本月微博与抖音声浪并列最高：微博由肯德基×刘宇宁应援、罗湖 City Walk 旅行 VLOG（单条互动超 6000）等转发型高互动内容贡献；抖音则由天河城名人偶遇、DQ 暑期冰淇淋、暑期旅游探店等原创爆款贡献。**小红书经本月爬虫补齐互动后声浪显著提升，跃居第三**（金啤坊出片机位、天河

城新店开业等）。部分平台（微信公众号、部分新闻站、小红书长尾笔记）因反爬虫机制限制，互动数据暂无法采集，声浪值仅反映部分真实传播。

六、情感分析



2,882
中性

578
正面

3
负面

情感以中性为主（83%，主要为新闻报道和活动转载），正面占16.7%（主要为金啤坊打卡、餐饮探店推荐和消费好评）。负面仅3条，整体舆论环境健康。

七、负面舆情分析

经人工逐条复核后，本月**最终确认负面 3 条**：

日期	平台	标题	摘要	性质
07–05	小红书	深圳天河城七鲜超市麻辣烫好贵 拿了一些素菜，几根香肠，39.5元，又贵又难吃，还	深圳天河城七鲜超市麻辣烫好贵 拿了一些素菜，几根香肠，39.5元，又贵又难吃，还不如多走几步去吃同在负一的杨国福，味道比七鲜超市的好多少倍#麻辣烫 #不懂就问有问必答 #万能的小红	租户消费体验
07–10	全国12315互联网平台	深圳市罗湖区凯文美发店（个体工商户）	投诉信息：2026年07月01日，消费者陈**（手机尾号 5580，用户ID ****3870）反映其于2026年06月27日在其他平台（米可造型烫染接（深圳天河城店））通过网购购	到店服务体验
07–10	小红书	...	...JUL10深圳天河城鸡必胜你那边肉糊弄谁呢30多块连一只鸡腿的肉都不够JUL10深圳天河城鸡必胜你那边肉糊弄谁呢30多块连一只鸡腿的肉都不够	租户消费体验

舆情风险等级：低（本月 3 条负面均为个案租户消费/服务体验，无集中传播或维权）

- **租户消费体验**：小红书两条针对天河城负一楼餐饮的吐槽——七鲜超市麻辣烫「又贵又难吃」、鸡必胜炸鸡「分量不足」。均为单条个案，无扩散。**建议提醒相关餐饮租户关注性价比与出品口碑。**
- **到店服务体验（12315 官方渠道，需留意）**：一条经全国 12315 平台的正式投诉，指向米可造型（深圳天河城店）烫发消费。虽为单条，但属官方投诉渠道。**建议商场关注该商户的售后处理与消费者沟通。**

※ 5 月遗留的「益趣轮滑摔伤维权」事件经本月全网检索**持续平息，无新增维权或摔伤内容**，益趣轮滑相关内容均为门店正常招生营销；6 月的低烈度服务差评帖亦未见延续。

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	微博	#旅行VLOG开拍季##这次旅行VLOG一下#在罗湖走漫步🚶。东门的老街和年轻人的笑声挤在	金啤坊	中性	5,077	545	524
2	微博	在罗湖走了两天，最后站在梧桐阁上往下看的时候，突然觉得，这座城市其实是把最好的东西都藏起来	金啤坊	中性	3,077	547	524
3	抖音	老板我明天请假！	深圳天河城	中性	525	115	849
4	小红书	太幸运了，深圳天河城偶遇陈凯琳，真人很漂亮很瘦，笑容满面很nice～#陈凯琳 #乘风202	深圳天河城	正面	437	38	80
5	小红书	深圳真正出片的地方都是免费的‼️附❶❽机位‼️	金啤坊	中性	386	16	91
6	抖音	总要来一趟深圳吧。随着暑假的到来，深圳这座旅游之城又开始有了夏日的气息，本期的主题就是带来	金啤坊	正面	377	13	67
7	抖音	我好想养一只小狗，但是我怕我招呼不好	金啤坊	中性	394	19	33
8	小红书	深圳天河城新店🔥SUPER MINISO超级店开业！	深圳天河城	中性	55	27	302
9	小红书	深圳免费拍照地📍如果时间在此刻静止⏰	金啤坊	中性	229	85	57
10	小红书	很癫！摸鱼都有比赛了吗！赢了有666💰	金啤坊	中性	118	47	184

正面舆情典型

平台	标题	内容概要	互动
小红书	太幸运了，深圳天河城偶遇陈凯琳，真人很漂亮很瘦，笑容满面很nice～#陈凯琳 #乘风2026	天河城商场推广	555
抖音	总要来一趟深圳吧。随着暑假的到来，深圳这座旅游之城又开始有了夏日的气息，本期的主题就是带来一些深圳的	餐饮探店推荐	457
抖音	赶紧抢！DQ上了19.9一个的温泉小熊雪山杯冰淇淋啊！#冰淇淋 #DQ #雪糕 #谁懂这一口的好吃程	餐饮探店推荐	432

小红书	罗湖遛娃｜喂鸽子承包小朋友一下午的快乐🕊	罗湖遛娃喂鸽子承包小朋友	108
抖音	不吃不吃又吃了#深夜放毒模式打卡 #夏天必吃甜品推荐 #爱吃的人先享受世界 #吃货的含金量	餐饮探店推荐	93

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 ? ⇅
肯德基/KFC	552	872	80
西西弗书店	394	11	0
谷田稻香	96	4	61
江南椰林	94	37	56
KK桌球	73	8	1
滨寿司	63	22	19
麦当劳	59	27	36
星巴克	51	179	15
绿茶餐厅	22	223	11
盛香亭	13	8	3
MINISO/名创优品	9	88	0
DQ	5	312	1
七鲜超市	5	4	1

本月租户传播呈现「餐饮 + 文化零售」双主力。肯德基借品牌代言人刘宇宁与线下主题店上线，在提及量上遥遥领先（微博粉丝应援为主）；西西弗书店凭「次元集结漫游夏日」活动跃居第二；谷田稻香、江南椰林、滨寿司、麦当劳等餐饮探店声量稳定，DQ 暑期冰淇淋、MINISO 超级店开业则贡献了高互动的单条爆款。建议乘暑期档联动头部餐饮与文化零售租户做联合促销与内容传播。

十、总结与建议

- **舆论环境总体健康、声量放量**：有效舆情较 6 月上升，正面 578 条，负面仅 3 条且为个案租户消费/服务体验，无集中传播。
- **肯德基×刘宇宁明星代言应援是本月最强声量引擎**：品牌代言人叠加线下主题店上线，在微博形成大规模粉丝转发，7/20 为全月峰值。
- **文化零售 + 拍照打卡构成正面主力**：西西弗书店「次元集结漫游夏日」、金啤坊工业风出片机位、天河城 SUPER MINISO 超级店开业、名人（陈凯琳）偶遇等持续贡献正面声量。

下阶段建议

方向	建议	优先级
明星代言/联名流量承接	肯德基×刘宇宁代言与线下主题店带来大量微博粉丝应援与到店打卡。建议在商场内配套主题打卡点位与导流动线，并联动其他租户承接这波客流，把明星代言的线上声量沉淀为商场实际客流。	高
暑期档餐饮 + 文化零售联动	西西弗书店活动、DQ 暑期冰淇淋、MINISO 超级店开业、谷田稻香/江南椰林等餐饮探店本月声量强劲。建议乘暑期与开学季，联动头部餐饮与文化零售租户推出联合套餐/优惠券，并把高互动内容二次分发。	高
金啤坊拍照打卡内容放大	金啤坊「工业风出片机位」在小红书/抖音持续作为深圳免费拍照地被推荐。建议围绕出片场景配套动线、机位指引与餐饮联动，把拍照流量转化为到店消费。	中
米可造型 12315 投诉留意	本月一条经全国 12315 平台的正式投诉指向米可造型（天河城店）烫发消费。虽为单条，但属官方投诉渠道。建议商场关注该商户售后处理，避免升级。	中
益趣轮滑事件归档	5 月「益趣轮滑摔伤维权」经本月全网检索持续平息，无新增维权/摔伤内容，相关内容均为门店正常招生营销，转入常规观察即可。	低

数据来源：清博舆情系统 + 小红书爬虫补齐 | 分析范围：2026年7月 | 报告日期：2026年08月04日