

跨语言大数据舆情服务方案介绍

中译语通科技股份有限公司

中译语通作为专业的跨语言大数据与舆情服务解决方案提供商，承接多个中央部委、政府部门、大型企业的舆情服务项目，积累了丰富的经验。中译语通大数据以跨语言大数据平台，通过关键技术获取 60 多个语种的数据，覆盖 200 多个国家和地区，形成了面向政府和企业的成熟的大数据解决方案。

我们为企业和政府分别构建一体化大数据服务体系，助力企业和政府构建舆情管理闭环。

政府：1、舆情监控；2、舆情分析；3、应急响应预案；4、专家智库服务；5、新闻发言人培训；6、舆情指挥大屏。

企业：1、舆情监控；2、舆情分析；3、舆论话题管理；4、危机预警预案；5、竞争对手调研。

1、舆情监控（政府和企业通用）

我们通过技术智能信息抓取，将抓取到的信息情感分析。然后通过 7×24 小时“系统+人工”的工作模式，将机器确定的负面信息进行人工识别，最终确认为负面信息以后，进行负面预警。

境内外全媒体信息抓取，覆盖 200 多个国家和地区，包括 65 种语种；智能分析网络观点、情感倾向，准确率不低于 80%；

7×24 小时“系统+人工”，确保监测及时、准确、全面；通过邮件、短信、微信、QQ 等方式发送预警信息。

2、舆情分析服务（政府和企业通用）

（1）常规分析报告

分类：根据时间节点，分为日报、周报、月报、季报、年报。
（也有半月报、半年报）

作用：常规分析研判，辅助舆情管理。

日报：提交时间按客户需求。每个工作日提供一份舆情日报，摘录国内外与客户有关的热点新闻，监测客户相关的每日互联网舆情。

周报：每周结束后，提交上周的周报。包括：整体情况、舆情声量、情感分析、话题分析、竞争品牌、行业信息等。

月报：每个月月初，提交上个月的月报。包括：统计本月企业的社会关注度、品牌宣传、生产经营、产品创新等方面的重要信息，同时分析舆情态势，研判存在的风险。

季报：每个季度结束后，提交上个季度的季报。包括：季度舆情概况、本季度重要舆情和重要舆情事件分析等。与月报模块类似，但从整个季度的维度，能发现更深层次的问题。

年报：每年 1 月底前提提交头 1 年的年报。包括：年度舆情概况、本年度重要舆情、重要舆情事件分析、舆情类别分布情况、舆情涉及单位级别（领导、生产经营环节、分布、产品、商品、

人员) 概况、与同业伙伴对比、大数据图表、建议、研判等。

(2) 宣传效果评估

对客户或竞企的主体宣传进行效果评估, 并给出建设性意见, 辅助客户的宣传工作。

(3) 舆情事件专报

负面事件发生后, 在 12 小时内提供舆情事件专报, 并给出专业的处置意见, 辅助客户采取有效措施, 快速处置舆情。

(4) 大型专题报告

为客户提供行业宏观环境、政策环境、舆论环境等多个主题和维度的研究性报告, 为客户的决策提供参考。

3、应急响应预案/危机预警预案 (分属政府和企业)

突发事件具有不可预知性和巨大的破坏性, 若处置不当, 会对企事业单位的品牌声誉和政府部门的公信力带来巨大的负面影响, 甚至会威胁到企业的生存和发展, 影响政府部门政策方针的推行。

(1) 适用范围

适用于政府部门和企事业单位各类突发事件处置过程中舆论危机的应对工作。包括安全生产事故、公共卫生事件、自然灾

害（突发事件）、群体性突发事件、海外突发事件、资本市场突发事件、网络与信息安全事故等突发事件的综合处置。

（2）危机分类

突发事件依据危急程度分为以下两级：

重大突发事件（一级）。

主要指由重大突发事件引发，在中央主流媒体出现对相关政府部门和企事业单位明显不利的报道，或在自媒体出现大规模（数量在万级以上）的舆情信息，对政府部门职能和企业生产经营重要工作产生严重不良影响的紧急事件。

一般性突发事件舆论危机（二级）。

主要指由一般性突发事件引发，在社会公众媒体持续出现对企业明显不利的报道和言论，或在自媒体出现较大规模的舆情信息，对政府和企事业单位的工作和生产经营产生较大不良影响的紧急事件。

（3）工作预案

完善预案机制 预防为主

建立完善的突发事件应急响应机制，对政府部门和企事业单位的舆情信息保持时刻的警惕和监控，建立完善舆情预判机制和突发事件舆论应对预案，强化舆情管理基础工作，做好突发事件的预防和舆论危机应对的准备。

建立联动机制 合力响应

我们作为第三方服务机构，与客户一道建立起紧密协作的联动机制，共同应对突发事件。突发事件发生后，由我公司成立研究咨询及危机处置小组与客户的相关部门领导和直接负责人一起，建立起突发事件应急小组，由客户方相关部门负责统一的指挥，配合客户方完成突发事件的实时追踪和处置。

统一领导 分级处置

建立健全分类管理、分级负责的应急管理体制。一般性突发事件舆论危机，由客户宣传部或其它相关部门负责指挥处置，我方配合处置。重大突发事件舆论危机，由客户突发事件应对工作领导小组负责指挥处置，我方部门领导负责协调整个部门的资源协助应对。

快速反应 协同应对

完善信息报告和联动协调机制，形成突发事件舆论危机应对工作合力。第一时间启动应急预案，第一时间引导舆论。快速形成处置方案，迅速开展应对工作，最大限度避免或减少公众猜测和新闻媒体的不准确报道，掌握新闻舆论的主动权。

4、专家智库服务（政府）

1) 我司可根据客户的要求，组建5-7人的舆情专家顾问团队。当客户发生特别重大敏感舆情事件时，由专家顾问团出面协助客户方的领导及工作人员进行应对。

2) 并在重大事项事前，针对其本身潜在的舆情等方面进行风险评估，已提前制定预防措施。

3) 并可根据实际需求，我司牵头邀请专家顾问团队成员，为客户方工作人员提供咨询服务；并可帮助客户方，结合经济、政策及发展形势，为下一年的潜在重大舆情进行提前应对及风险评估咨询。

4) 根据客户的需求，定期举办专题研讨会，并邀请相关部门的负责人、智库、专家顾问（已建立专家顾问团队）等，为客户舆情管理建言献策。

5、新闻发言人培训（政府）

舆情方法培训：围绕网络舆情管理、突发事件舆情应对、新媒体新技术新应用、互联网产业升级等领域开展培训、舆情监测分析方法、舆情报告撰写方法、舆情应对处置方法与技巧、新闻发布方法、新媒体运行方法、政府舆情机制与能力建设等。政府可以根据需要，选择某项或多项培训内容。

互联网技术培训：培训内容还将对新媒体的新技术信用，包括信息技术，互联网安全技术，信息传播技术，人工智能等方面的应用和影响以及互联网产业升级宏观方向的形式态势定期培训。针对开发区下辖街道或相关部门新闻发言人开展小范围实战演练培训。

6、舆情指挥大屏（政府）

舆情总体概况通过可视化的方法呈现在大屏幕上，便于政府机构快速了解日常舆情。

7、舆论话题管理（企业）

通过持续对企业进行媒体报道内容建设与管理，获得媒体的关注和转发，持续地制造话题声量，实现舆情话题管理，提升企业品牌知名度、美誉度和忠诚度。

设置话题 制定计划（话题设置方向，制定传播阶段性计划）

话题设置方向：战略合作、活动出席、企业动态、领导人专访、新品发布、产品优势、产品促销、企业庆典、公益活动、社区活动等，设置话题，策划活动。

单个话题传播大致可分为四个阶段：

前期预热 吸引关注 前期预热：对话题的部分内容、热点内容、关键吸引点进行透露，吸引关注，可利用部分媒体发出先导预热稿件。

启动宣传 引流报道 启动阶段：根据话题预热情况，启动正式传播，大量引流媒体报道，获得百度收录。

舆论造势 传播发酵 造势阶段：不断深入揭晓话题的不同层次和深度，结合群众和粉丝舆论正向反馈，持续传播发酵。

事后跟进 二次传播 二次传播：引起大众关注后，媒体和自媒体会进行二次传播和转发，再次传播话题。

8、竞争对手调研（企业）

采用先进的数据分析技术，通过大数据采集+摸底调研的方式，利用专业的调研队伍对竞争对手进行背景调查和摸底调研，及时掌握竞争对手的第一手资料，便于企业及时掌控市场动态，调整市场布局。

调研内容包括：企业简介、企业品牌、企业优势、企业信用、企业负面、企业投资、投资风险、经营风险、司法风险。