

目录

- [舆情分析报告](#)
 - [报告摘要](#)
 - [舆情事件发展脉络](#)
 - [舆情总体趋势分析](#)
 - [情感分布特征](#)
 - [情感异常点分析](#)
 - [传播场景分析](#)
 - [地理分布特征](#)
 - [发布者类型分布](#)
 - [舆论内容结构分析](#)
 - [主题分布特征](#)
 - [主题关联性分析](#)
 - [舆情风险研判](#)
 - [情感风险点](#)
 - [主题风险点](#)
 - [传播风险点](#)
 - [应对建议](#)
 - [情感管理建议](#)
 - [主题管理建议](#)
 - [传播管理建议](#)
 - [长期策略建议](#)

舆情分析报告

报告摘要

本次舆情分析基于2024年7月7日至8月31日期间的100条博文数据，涵盖了交通运输、社会民生、民众反应等多个主题领域。数据显示，整体舆情呈现以交通运输为核心的社会民生活题特征，情感倾向以乐观为主导（占比52%），但呈现下降趋势。北京地区成为舆情热点（占比28%），个人用户是最活跃的发布群体（占比47%）。互动总量达8988次，其中点赞为主要互动形式（占比87.2%）。

舆情事件发展脉络

根据情感趋势变化图分析，舆情发展呈现明显的阶段性特征。时间范围内共80个时间点，情感趋势整体呈下降态势，平均情感极性为3.24。

关键时间节点分析：

- 7月7日至7月22日：情感波动较为平稳，平均极性保持在3.5-4.0之间
- 7月22日：首次出现明显负面情绪，平均极性降至2.5

- 8月7日：舆情高峰期，单日发帖量达16条，但情感极性降至2.0，检测到发帖量异常（偏离2.4个标准差）
- 8月15日：发帖量异常高峰，单小时发帖6条（偏离6.6个标准差），情感极性为2.0
- 8月24日：情感极性回升至4.0，但仍伴随发帖量异常（偏离2.4个标准差）

主题演化分析显示，交通运输、社会民生和民众反应三个主题呈现上升趋势：

- 交通运输：从前期平均0.86条/日上升至后期1.33条/日，增长55.56%
- 社会民生：从前期平均1.0条/日上升至后期1.53条/日，增长53.33%
- 民众反应：从前期平均0.5条/日上升至后期0.6条/日，增长20.0%

舆情总体趋势分析

情感分布特征

情感分析显示，乐观情感（极性4）占比最高，达52%（52条），悲观情感（极性2）次之，占34%（34条）。中性情感占9%（9条），极度乐观占4%（4条），极度悲观仅占1%（1条）。

不同发布者类型的情感倾向存在显著差异：

- 个人用户：情感倾向最为积极，平均极性3.68，其中63.83%为乐观内容
- 自媒体：情感倾向偏负面，平均极性2.25，80%为悲观内容
- 官方新闻媒体：情感倾向同样偏负面，平均极性2.15，92.31%为悲观内容
- 旅游部门、旅游博主、学生和企业账号：情感倾向均为积极，平均极性在3.83-4.0之间

情感异常点分析

检测到5个情感异常时间点：

1. 2024-07-13 11:00：情感极性异常低至1.0（偏离2.5个标准差）
2. 2024-08-07 16:00：发帖量异常（偏离2.4个标准差）
3. 2024-08-07 18:00：发帖量异常（偏离2.4个标准差）
4. 2024-08-15 11:00：发帖量异常高峰（偏离6.6个标准差）
5. 2024-08-24 22:00：发帖量异常（偏离2.4个标准差）

传播场景分析

地理分布特征

地理信息覆盖率达100.0%，共涉及20个地区。北京地区最为活跃，占比28%（28条），其次为无位置信息（25条，占比25%），浙江（7条，占比7%）、上海（5条，占比5%）、湖北（4条，占比4%）和江苏（4条，占比4%）紧随其后。

地理热点分析识别出2个热点区域（北京和无位置信息），占总量的53.0%。不同地区的情感倾向存在明显差异：

- 浙江：情感极性最高（3.86），正面主导，正面占比71.43%，负面占比0%
- 北京：情感极性为3.32，中性，正面占比60.71%，负面占比32.14%
- 上海：情感极性为3.2，中性，正面占比60.0%，负面占比40.0%
- 无位置信息：情感极性最低（2.68），中性，正面占比32.0%，负面占比64.0%

发布者类型分布

共识别出11种发布者类型，个人用户占比最高（47%），自媒体次之（20%），官方新闻媒体占13%，旅游部门占6%，旅游博主占4%，学生和企业账号各占3%，其余类型各占1%。

不同发布者类型的互动影响力差异显著：

- 官方新闻媒体：虽然仅占13%的发布量，但总互动量最高（8420次），平均转发18.92次，评论57.15次，点赞571.62次
- 个人用户：占比47%，总互动量390次，平均转发0.02次，评论1.79次，点赞6.49次
- 自媒体：占比20%，总互动量73次，平均转发0.1次，评论1.5次，点赞2.05次

舆论内容结构分析

主题分布特征

主题覆盖率达100.0%，最热门的父主题为“交通运输”（62条，占比62%），其次为“社会民生”（51条，占比51%）和“民众反应”（20条，占比20%）。其他主题如“地理区域”（8条，占比8%）、“媒体传播”（5条，占比5%），“政府工作”（5条，占比5%）等占比较小。

子主题分析显示，“居民生活”（34条，占比34%），“出行安全”（28条，占比28%）和“交通事故”（20条，占比20%）是最受关注的子主题。具体来看：

- 社会民生>居民生活：34条，占比34%
- 交通运输>出行安全：28条，占比28%
- 交通运输>交通事故：20条，占比20%
- 民众反应>民众情绪：13条，占比13%
- 社会民生>公共秩序：11条，占比11%

主题关联性分析

主题共现分析发现8对显著共现主题（阈值≥2），其中“交通运输”与“社会民生”共现频率最高（19次，支持度19.0%），其次是“民众反应”与“社会民生”（8次，支持度8.0%）和“交通运输”与“民众反应”（6次，支持度6.0%）。

其他显著共现主题对包括：

- 交通运输与政府工作（5次）
- 交通运输与地理区域（3次）
- 交通运输与媒体传播（3次）
- 地理区域与社会民生（3次）
- 交通运输与经济影响（2次）

舆情风险研判

情感风险点

1. **情感趋势下降风险**：整体情感趋势呈下降态势，从初期的平均极性3.5-4.0下降至后期的2.0-3.0区间，表明公众情绪逐渐转向负面。
2. **异常时间点风险**：检测到5个情感异常时间点，尤其是8月7日和8月15日的发帖量异常高峰，可能预示着舆情危机事件的发生。
3. **自媒体负面情绪风险**：自媒体发布者中80%的内容为悲观情感，平均极性仅为2.25，可能放大负面情绪传播。

主题风险点

- 交通运输问题集中**: 交通运输主题占比高达62%，且与交通事故、交通拥堵等负面子主题高度关联，表明交通问题是公众关注的焦点问题。
- 社会民生议题升温**: 社会民生主题呈现53.33%的增长率，与居民生活、公共秩序等子主题关联密切，可能反映民生问题的日益突出。
- 媒体传播主题兴起**: 作为新兴主题，媒体传播主题从无到有，后期平均0.13条/日，可能预示着舆情传播方式的转变。

传播风险点

- 地理集中风险**: 北京地区作为舆情热点（占比28%），且情感倾向中性偏负面，可能成为区域性舆情爆发的中心。
- 官方媒体负面倾向**: 官方新闻媒体发布的内容中92.31%为悲观情感，平均极性仅为2.15，可能加剧公众负面情绪。
- 无位置信息负面情绪**: 无位置信息的博文情感极性最低（2.68），负面占比高达64%，可能反映匿名环境下的负面情绪宣泄。

应对建议

情感管理建议

- 建立情感监测预警机制**: 针对检测到的5个异常时间点，建立情感波动预警系统，特别关注8月7日和8月15日类似的发帖量异常高峰，提前介入引导。
- 加强自媒体内容引导**: 针对自媒体发布者中80%的悲观情感倾向，开展自媒体沟通会，提供正面素材支持，平衡内容情感倾向。
- 提升官方媒体正面发声**: 针对官方新闻媒体92.31%的悲观内容占比，调整官方媒体内容策略，增加正面报道比例，提升平均情感极性。

主题管理建议

- 重点解决交通运输问题**: 针对占比62%的交通运输主题，特别是交通事故和交通拥堵子主题，开展专项整治行动，并定期公布进展和成效。
- 关注民生需求变化**: 针对社会民生主题53.33%的增长率，建立民生需求快速响应机制，优先解决居民生活和公共秩序领域的突出问题。
- 优化媒体传播策略**: 针对新兴的媒体传播主题，加强与各类媒体的沟通协作，建立统一的信息发布平台，确保信息传播的准确性和及时性。

传播管理建议

- 加强北京地区舆情引导**: 针对北京地区28%的舆情占比和32.14%的负面情感比例，开展区域性舆情引导，重点解决当地民众关切的问题。
- 完善匿名信息管理**: 针对无位置信息博文64%的负面情感占比，加强平台内容审核，引导用户理性表达，减少负面情绪宣泄。
- 提升互动质量**: 针对点赞占87.2%的互动形式，鼓励更有深度的评论互动，开展线上线下相结合的互动活动，提升公众参与度。

长期策略建议

- 建立舆情分析常态化机制**: 定期开展类似本次的深度舆情分析，建立舆情数据库，追踪长期趋势变化。
- 构建多元化沟通渠道**: 针对11种不同类型的发布者，建立差异化的沟通策略，特别是加强与个人用户、自媒体和官方新闻媒体三大主要群体的互动。

3. **完善舆情应对预案**: 基于本次分析发现的情感异常点和主题关联性, 制定针对性的舆情危机应对预案, 提升快速响应能力。

通过以上措施, 可有效管理当前舆情态势, 防范潜在风险, 提升公众满意度, 维护良好的社会舆论环境。