

2018中国环境保护社会舆情监测分析报告



艾媒咨询
iiMedia Research



艾媒舆情
yq.iiMedia.cn



目录

- 1 2017-2018中国环境保护发展概况
- 2 2017-2018中国环境保护社会舆情盘点
- 3 2018环境保护社会舆情监测分析
——以2018中央环保督察“回头看”为例
- 4 2018上半年生态环保产业上市公司舆情榜



2017-2018中国环境保护发展概况

环境保护的内涵与外延

自20世纪70年代开始，工业化与城市化快速发展的同时，促进了中国居民环保意识的增强以及环保产业的发展，环保的内涵也在不断发生变化。新时期的环境保护是指利用环境科学的理论和方法，协调人类与环境的关系，解决各种问题，保护和改善环境的一切人类活动。其主要内容包括：**防治污染、防止破坏和自然保护**。

防治污染

防治由生产和生活活动引起的环境污染。

防止破坏

防止由建设和开发活动引起的环境破坏。

自然保护

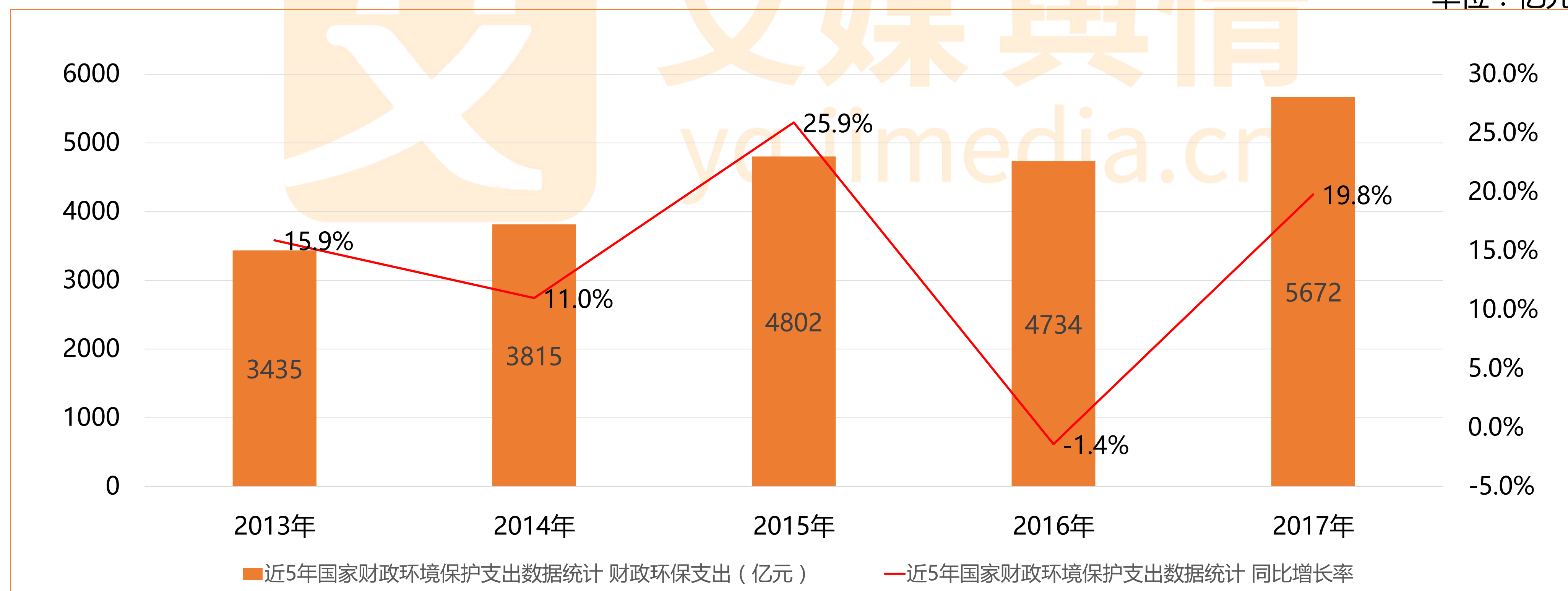
保护有特殊价值的自然环境。

政策推动中国环境保护快速发展

2017年国家财政环保支出5672亿元，同比增长19.8%。2017-2018年，国家持续开展以蓝天保卫战为典型的大气、水、土壤污染防治行动，分批进行中央督查“回头看”，深化和落实生态环保改革措施。政策的密集发布和快速推进体现了政府环境治理的决心和效率，中国环保处于政策机遇的快速发展期。

2013-2017国家财政环保支出数据统计

单位：亿元



数据来源：艾媒咨询、国家统计局

2017-2018年环境保护社会舆情事件盘点

2017年

中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于划定并严守生态保护红线的若干意见》

2月

3月

政府工作报告中提出“蓝天保卫战”新概念

环保部督查京津冀及周边378家企业，超七成存环境问题

5月

7月

环保部发布《固定污染源排污许可分类管理名录》

多省联合发布《京津冀及周边地区2017-2018年秋冬季大气污染综合治理攻坚行动方案》

8月

11月

财政部发布《关于规范政府和社会资本合作(PPP)综合信息平台项目库管理的通知》

外卖平台环保选项陷尴尬：仍给配餐具，形式大于内容

12月

2017-2018年环境保护社会舆情事件盘点

2018年

全国首个以环境保护为目标的绿色税种——环境保护税正式施行

1月

2月

全国环保工作会议全面部署污染防治攻坚战

“2+26”城市执行大气污染物特别排放限值环保提标

3月

4月

淘宝网“公开售卖”商用车排放造假设备

生态环境部通报6起环保案件问责进展情况，*ST三维、辉丰股份上榜

5月

6月

2018中央环保督查组环保督察“回头看”启动



2017-2018中国环境保护社会舆情盘点

节能减排、水污染和大气污染为环保舆论热点

2017年是全面实施《“十三五”生态环境保护规划》的重要一年，政府着力推进绿色发展、持续开展蓝天保卫战使得节能减排、水污染和大气污染成为环保的主要舆论热点所在，搜索热度较高。

2017-2018上半年环保舆论热度指数

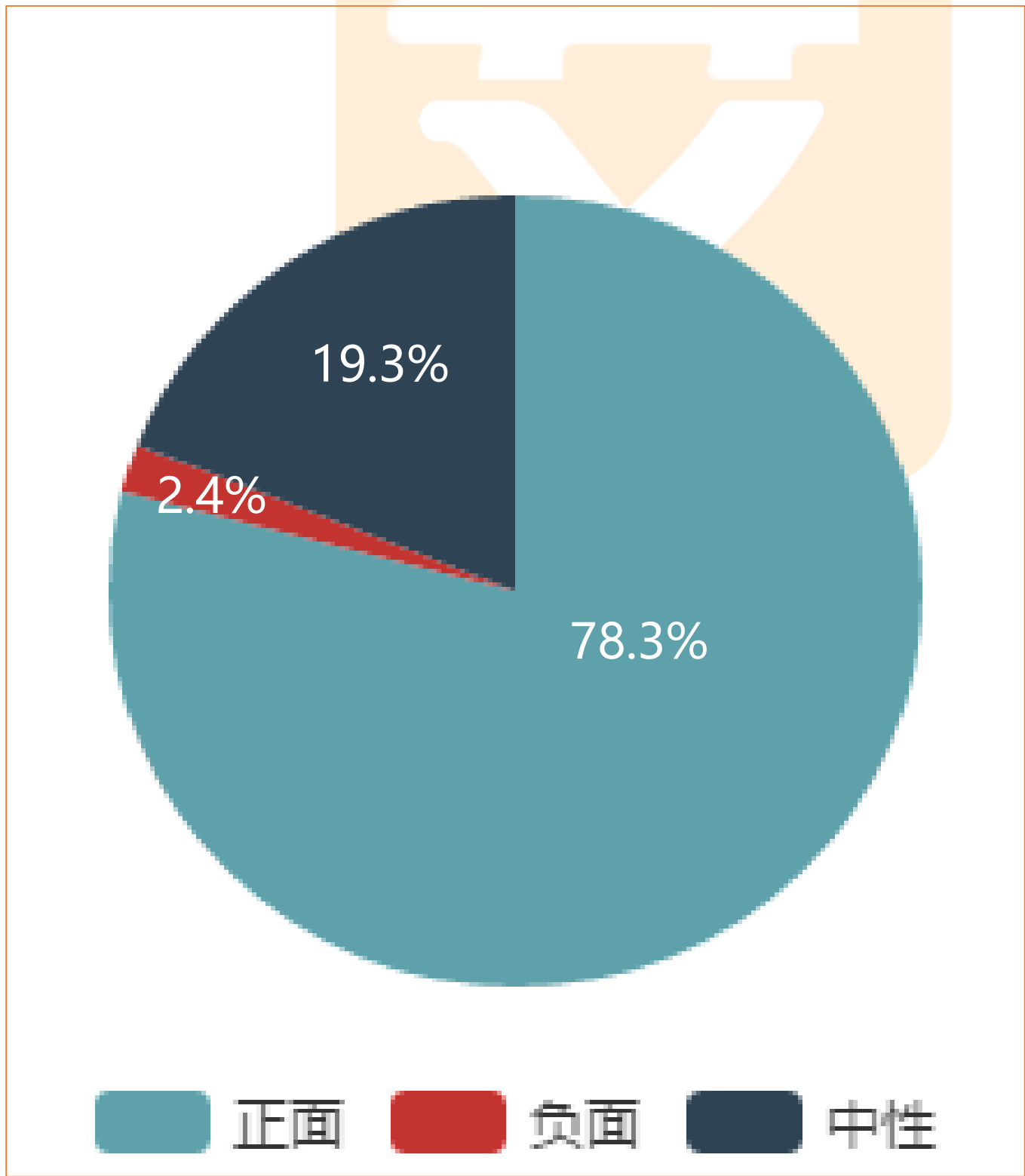


数据来源：艾媒咨询、百度指数

节能减排的热议话题较为正面

艾媒舆情监测数据显示，近八成关于节能减排的报道是正面的，关于节能减排的议题主要围绕低碳、减排、降耗等话题。2017年国家顺利启动全国碳排放交易体系，统筹推进低碳发展试点示范，并印发《国家鼓励发展的重大环保技术装备目录（2017年版）》。

媒体报道情感比例



节能减排词云分布

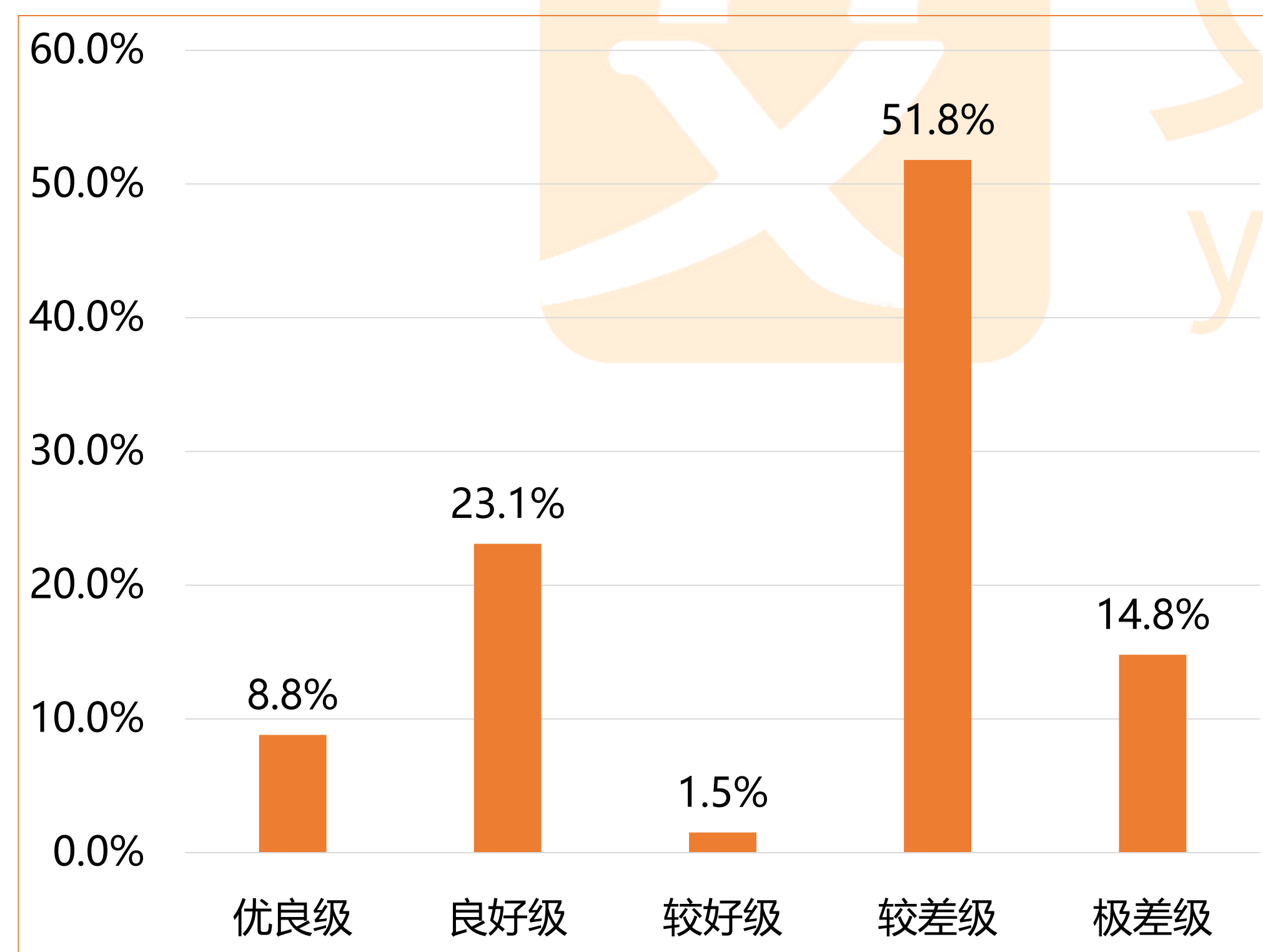


数据来源：艾媒大数据舆情监测系统

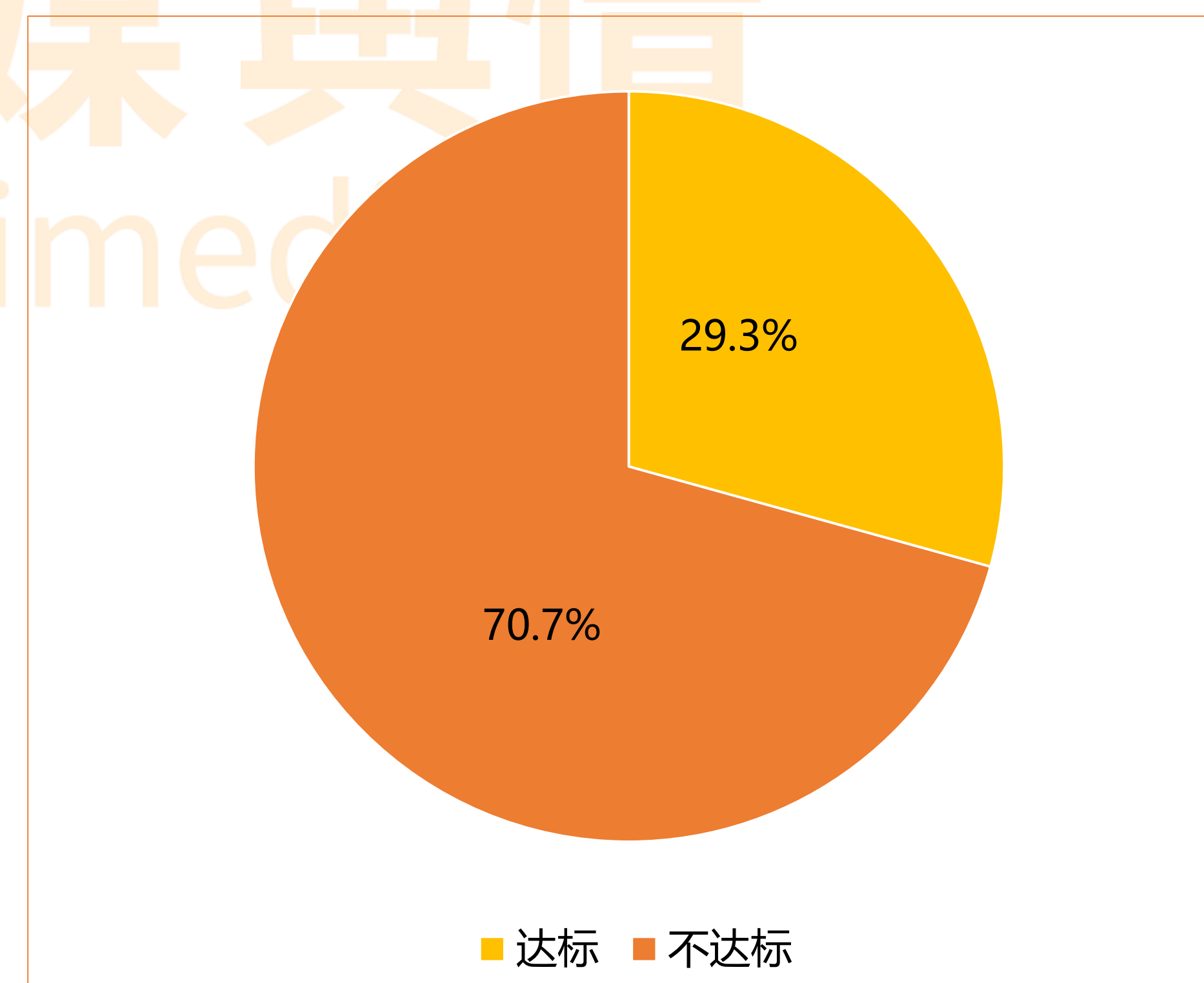
大气污染和水污染仍普遍影响着居民生活

生态环境部发布的《2017中国生态环境状况公报》显示：全国31个省（区、市）223个地市级行政区的5100个监测点中66.6%的监测点地下水水质较差，影响居民饮用水安全。全国338个地级及以上城市中，70.7%的城市空气质量超标，以PM2.5为首要污染物的天数占重度及以上污染天数的比例很高，雾霾中的PM2.5仍是社会居民的“心肺之患”。

2017全国223个地级市地下水水质监测结果



2017全国338地级及以上城市空气质量达标情况

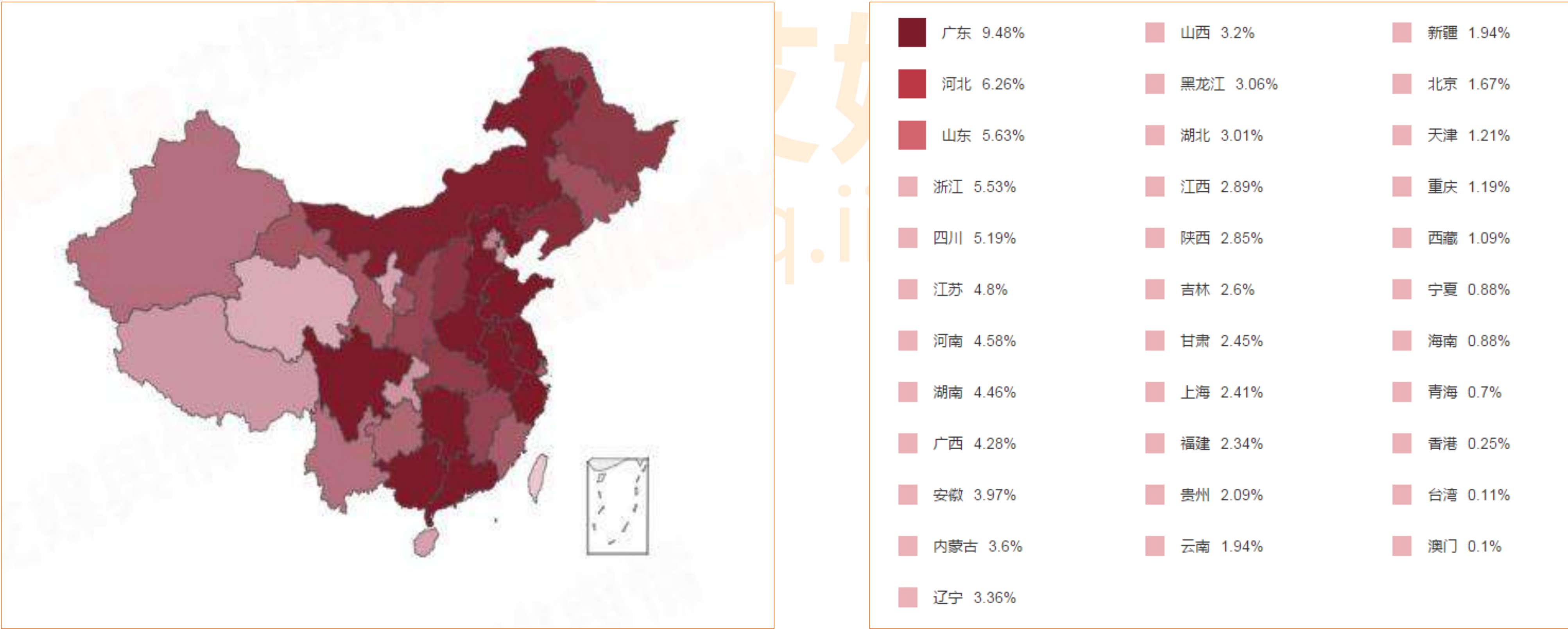


数据来源：艾媒咨询、《2017中国生态环境状况公报》

广东省的水污染话题热度较高

艾媒舆情监测数据显示，广东省的水污染备受关注。2018年城市黑臭水体整治环境保护专项行动工作中，广东省涉及黑臭水体环境举报条数位居全国前三。

2018水污染话题热度地区分布

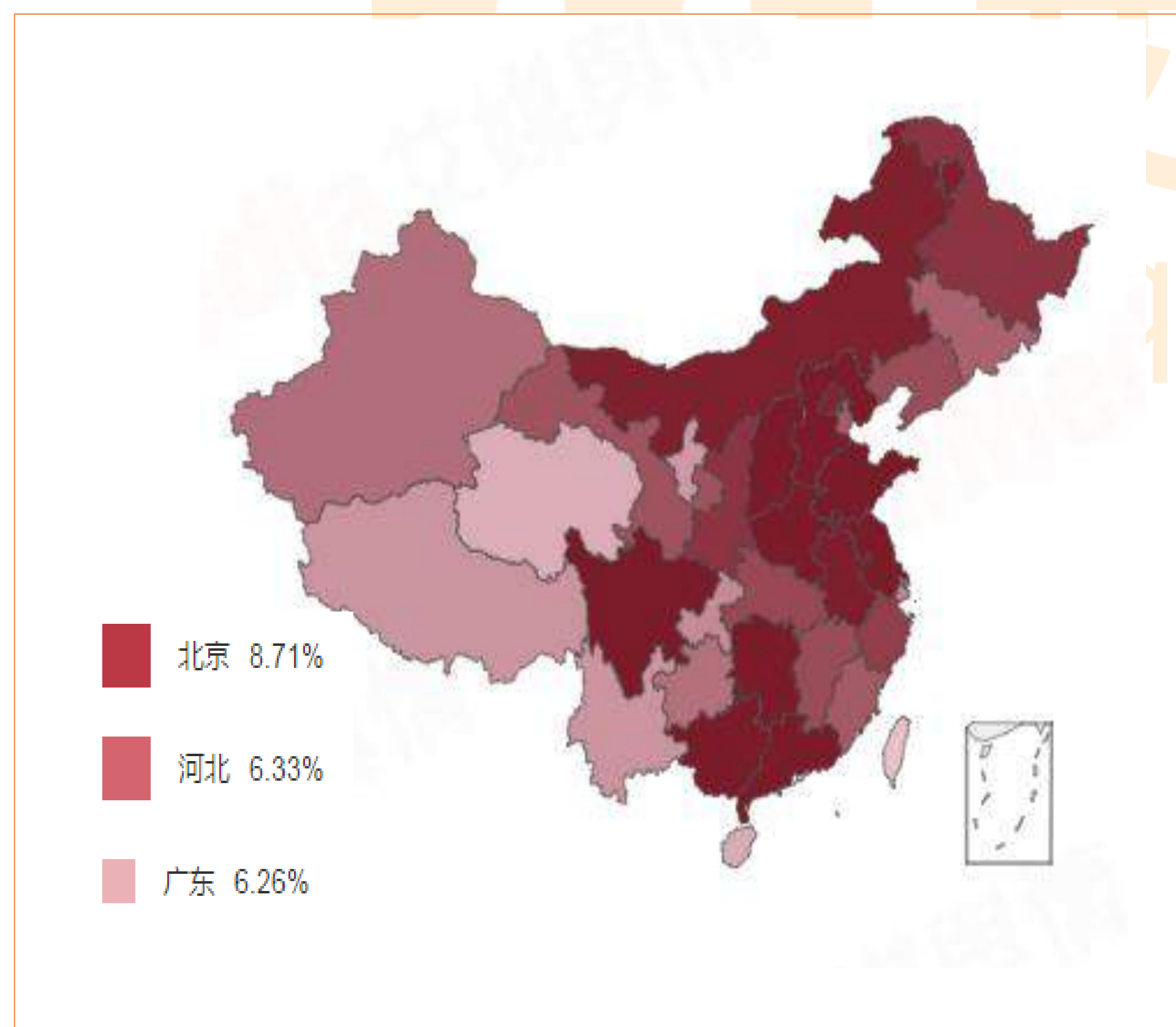


数据来源：艾媒大数据舆情监测系统

京津冀大气污染防治为关注热点

艾媒舆情监测数据显示，大气污染的话题高发地主要集中在北京（8.7%）、河北（6.3%）、广东（6.3%）等地。在有关大气污染的热议话题中，“大气污染防治”“京津冀”“治霾”等词汇频频出现。2017-2018年环保部启动了对京津冀及周边地区“2+26”城市开展为期一年、共计25轮次的大气污染防治强化督查。

大气污染话题热度的区域分布



大气污染的词云分布



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统



2018环境保护社会舆情监测分析

——以2018中央环保督察“回头看”为例

“回头看” 受理群众举报3.8万件，问责4305人

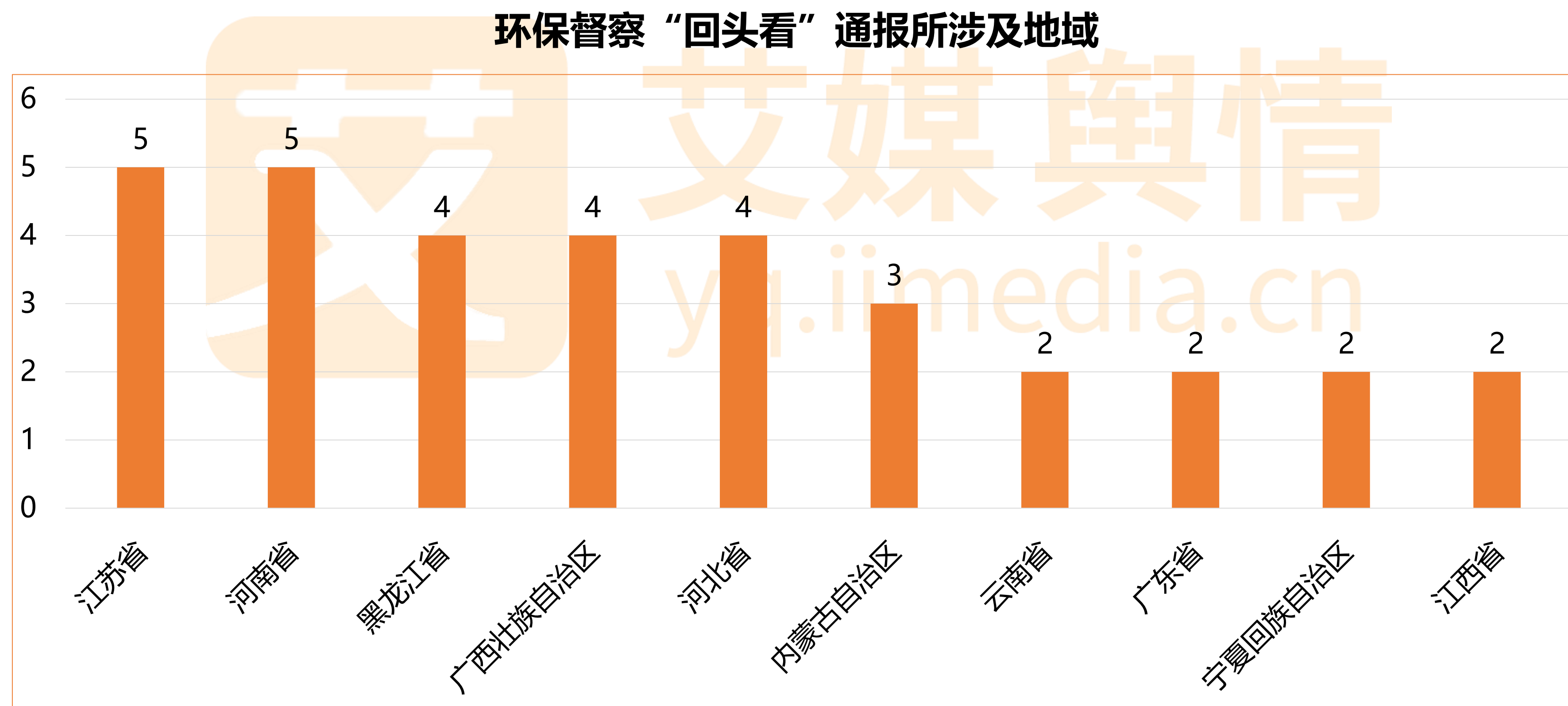
第一批中央环境保护督察“回头看”6个督察组于2018年陆续对河北、等10省（区）实施督察进驻。截至7月7日，6个督察组全部完成督察进驻工作。期间共受理群众举报3.8万件，问责4305人。



数据来源：艾媒咨询、新华网

10省市被问责，河南、江苏问题最突出

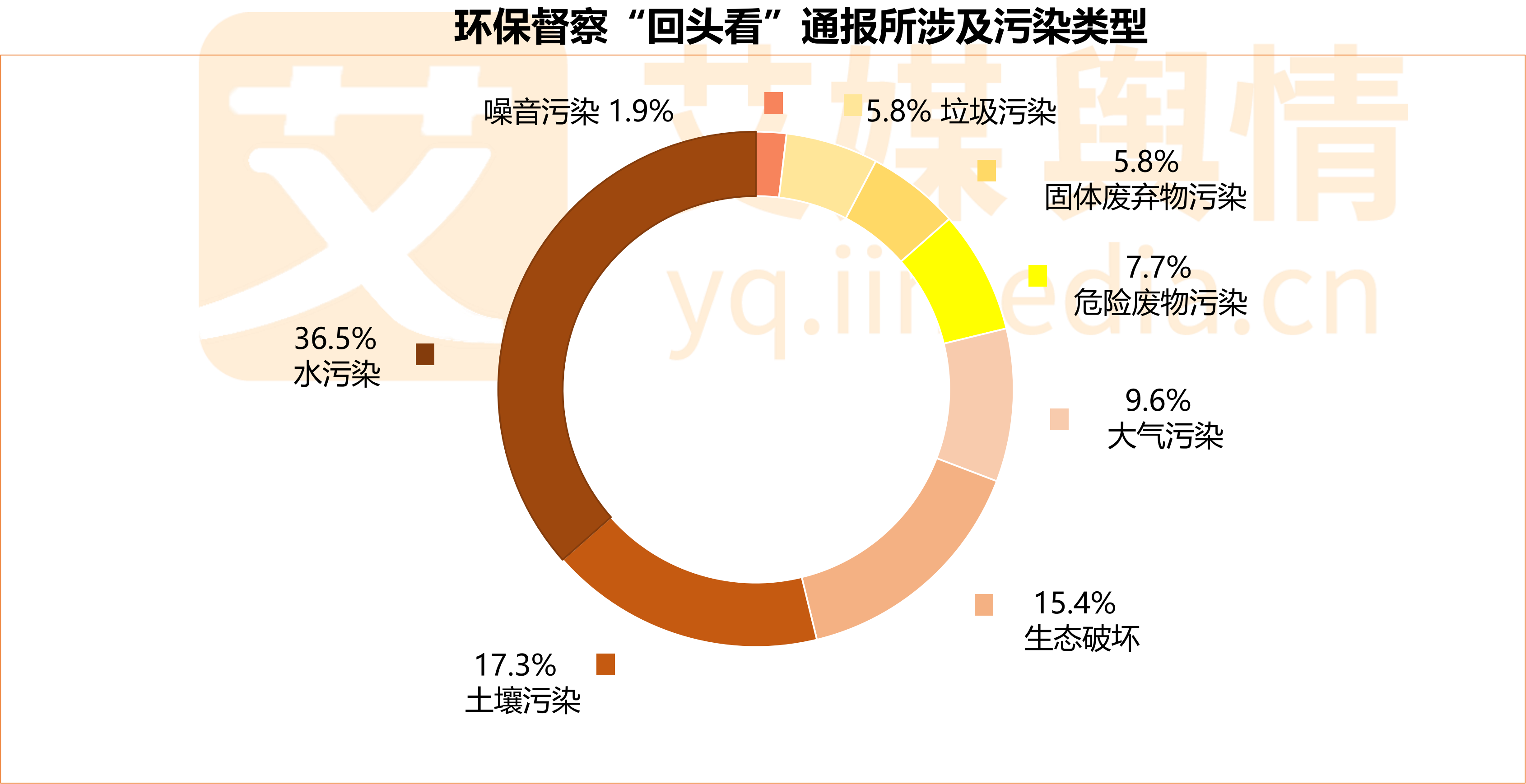
根据生态环境部通报的30余个典型案例，所进驻的10省市均被问责，其中，河南省、江苏省均被通报5起，成为此次“回头看”过程中违法违规问题高发地域。



数据来源：艾媒咨询、生态环境部

污染问题相对集中，近水污染比例36.5%

在生态环境部通报的典型案例中，环境污染类型相对集中，其中，水污染占比达36.5%，成为此次“回头看”污染问题最突出的类别。此外，土壤污染、生态破坏和大气污染问题依旧突出，总量占比四成。



数据来源：艾媒咨询、生态环境部

中央环保督察“回头看”案例舆情应对评价指数

据艾媒大数据舆情监测系统，在“回头看”督察组进驻的十个省份中，广东（9.5%）、河北（6.3%）和江苏（4.8%）三个省份对水污染具有较高的关注度。从三个省份各城市对水污染事件的舆情应对情况来看，徐州对重大的负面舆情事件能够做出即时响应，响应态度和善后技巧方面同样较为突出。而东莞在应对负面舆情方面，持续处理和善后技巧有待提升。

事件	响应速度 (0~20)	响应态度 (0~20)	持续处理 (0~20)	善后技巧 (0~20)	艾媒言值 (0~20)	应对评价 (0~100)
徐州一公司废水问题整改不力	12	15	13	15	11	66
定州市河堤现3公里“垃圾带”	12	14	11	13	10	60
东莞一电子厂污水重金属超标	12	11	8	9	10	50

舆情应对评价指数：艾媒舆情的原创指数，包括当事企业/当事人的响应速度、响应态度、持续处理、善后技巧和艾媒言值五个维度。
分数取值范围为0-100，分数越低表示处理方式越差，则负面影响越大

事件一：徐州一公司废水问题整改不力

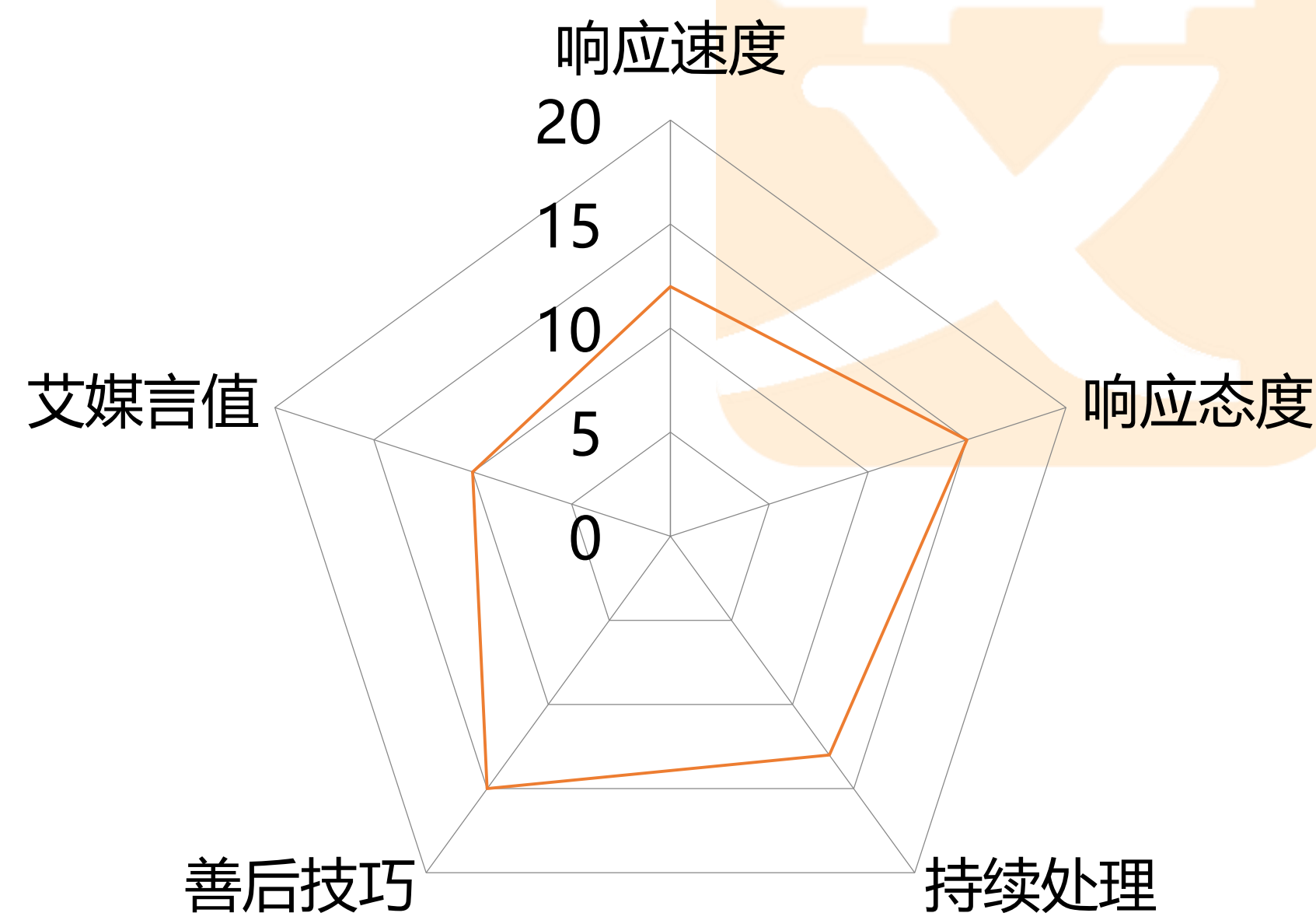
督察组发现徐州市在2016年整改后保留下来的泽龙公司在厂墙北侧有多个污水渗坑，酸性废水随意排入其中，没有任何防渗措施，给周边环境带来污染隐患；次日督察人员再次来到现场，公司酸性废水没有做任何处理，挖掘机和铲车却正在对污水渗坑进行掩埋。

处理方案

徐州市委、市政府成立针对泽龙公司一事成立整治工作领导小组，安排工作人员全天候驻厂落实整改工作；并对水池周边进行取样检验，根据检验情况制定生态修复方案；此外也对泽龙公司进行立案查处，对企业两名责任人实施刑拘，相关党政人员也受到责任追究。

处理效果

被督察组点名“失职失责”之后，徐州市委、市政府反应迅速，及时着手整改问题、制定生态修复方案和追究相关的责任。政府部门对问题的有效解决遏制了因企业处理方式不当引发的舆情危机。



事件二：定州市河堤现3公里“垃圾带”

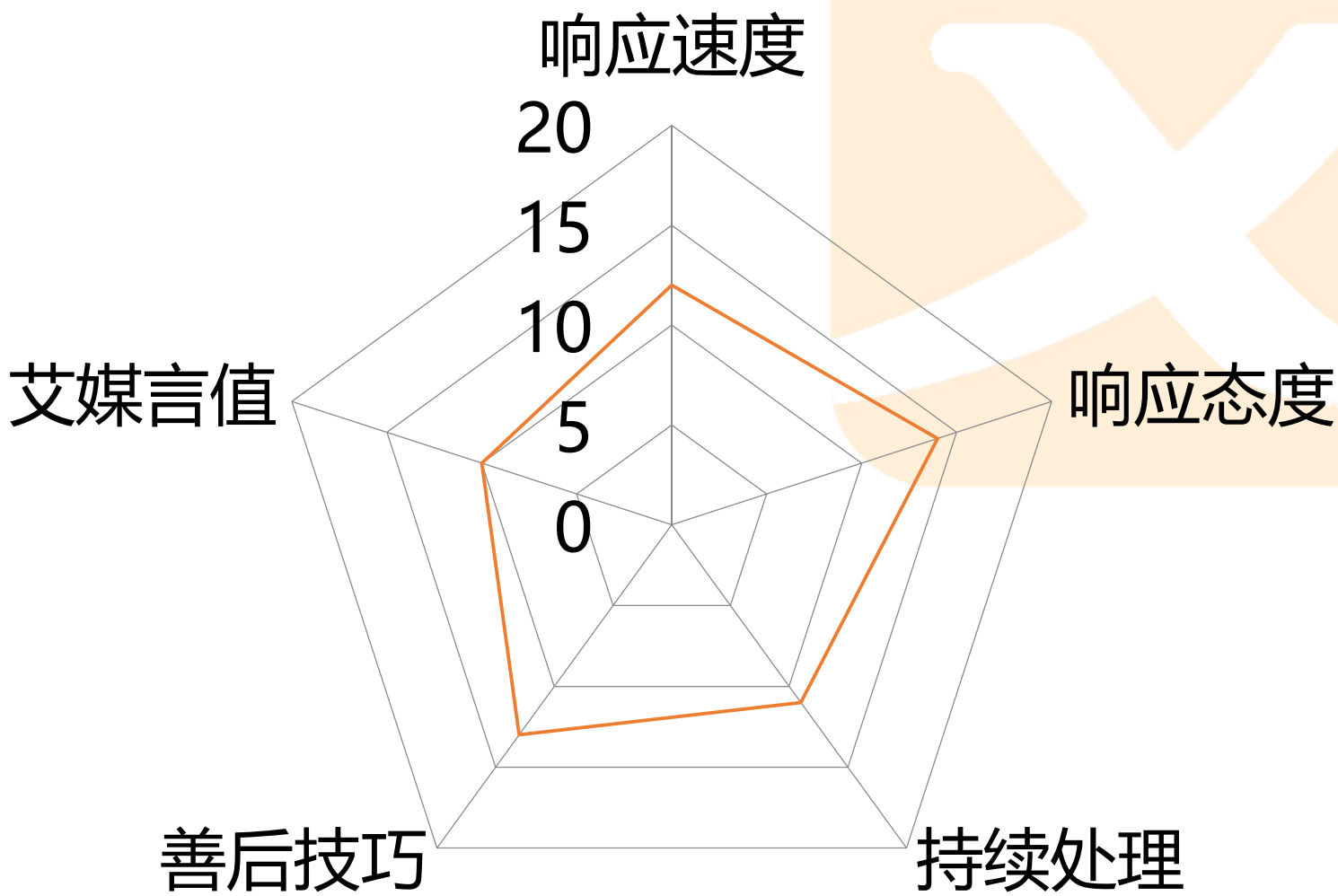
督察组发现河北石家庄、定州两市大沙河河长制形同虚设，两市大沙河河段存在堆放垃圾、倾倒污水等对水环境有严重威胁的问题。其中，大沙河定州段河堤现3公里“垃圾带”，河长制有关要求基本没有落实。

处理方案

事发后，定州市政府组织对市域内河道及两侧垃圾进行全域、全面彻底清理，全力推进河长制落实，并于7月10号发布了针对沙河河道的整改方案和问责情况。

处理效果

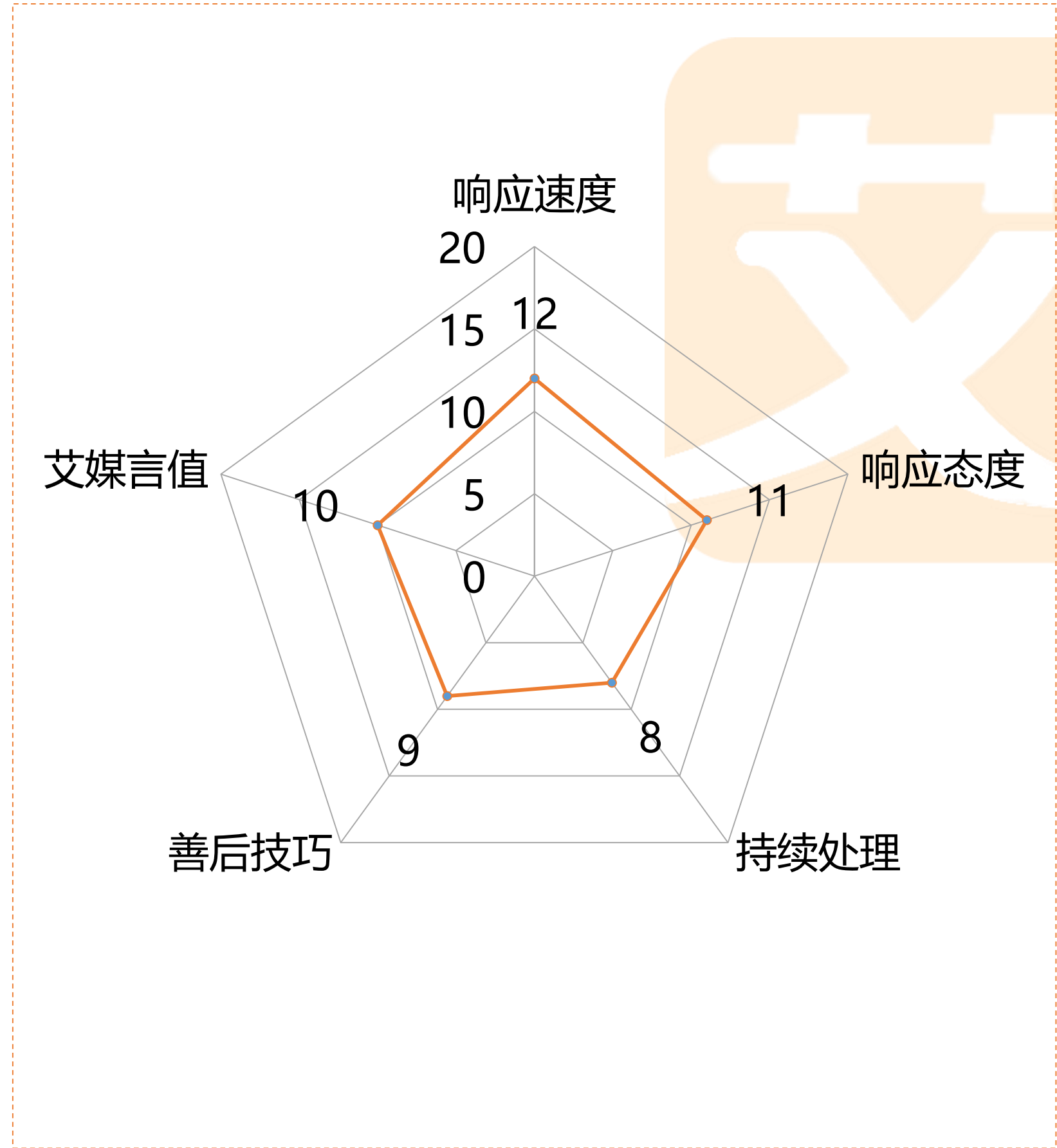
定州市政府应对舆情的速度较快，态度上也较为诚恳，但其在通报中将问题的部分原因归结为乡村两级干部重视不够，“上热下冷”问题存在，这一说法在网民看来有推脱责任的嫌疑。



事件三：东莞一电子厂污水重金属超标

东莞市接到中央环保督察组交办件，反映位于大朗蔡边富民工业园的东莞同达电子有限公司存在环境违法问题。

——广东省环境保护厅公众网



处理方案

东莞市环保局立即进行检测，发现该公司偷排的污水中重金属铬、镍含量严重超标，涉嫌污染环境犯罪。东莞市大朗公安分局已依法对该公司的经营者、管理人员等5人进行刑事拘留。

处理效果

虽然东莞市环保局迅速对污染电子厂的负面舆情进行了响应，但其处理方式引发了一定的质疑。刑事拘留具有临时性特征，在防治污染的攻坚期，政府部门没有回应案件如何进展以及如何解决现实环境污染问题，带来了进一步的次生舆情危机。

环保行业虚假整改现象政府层面原因分析

落实中央政策部署不到位

现阶段，生态文明建设仍处于由理念到行动的转化过程中，部分地方政府因调查研究不够深入、整改方案不够全面等，存在着落实中央决策部署不到位的情况。

侥幸心理依然存在

基层管理者的思想认识不到位，责任担当不到位，没有真正领会落实“习近平生态文明思想”的核心要义。在处理经济发展和环境保护的关系上，利害关系难突破，以环境为代价获得经济利益的侥幸心理依然存在。

客观条件薄弱

在客观层面，一些地方环保部门的人员编制、执法能力与物资保障等方面还存在相对滞后的现象。环保政策缺乏系统性协同性，需要投入大量人力物力财力解决问题。

“.....对绿色发展理念的认识存在差距，没有正确处理好环境保护与经济发展的关系；生态环境保护法律学习宣传运用缺乏力度；大气污染治理的长效机制尚未健全；政府工作中存在作风不扎实的问题.....”

——新华社《以法律的武器治理污染，用法治的力量保卫蓝天》

战略

要在战略层面高度重视环境和生态问题，高度重视生态环境对经济社会建设的基础性作用和支撑作用，将环境保护作为调整经济结构和宏观调控的重要手段，平衡经济发展和环境保护的关系，建立可持续发展经济、循环经济等经济模式，推动科学发展和可持续发展。

法律

制定相关政策，借鉴国际上环境立法的经验，通过立法的形式，制定适合我国国情的循环经济法律，规范企业和公民的环保行为，对企业生产全过程进行监督管理，针对工业企业、工业产品，制定相关的环保指标和标准，从而减少污染物的产生。

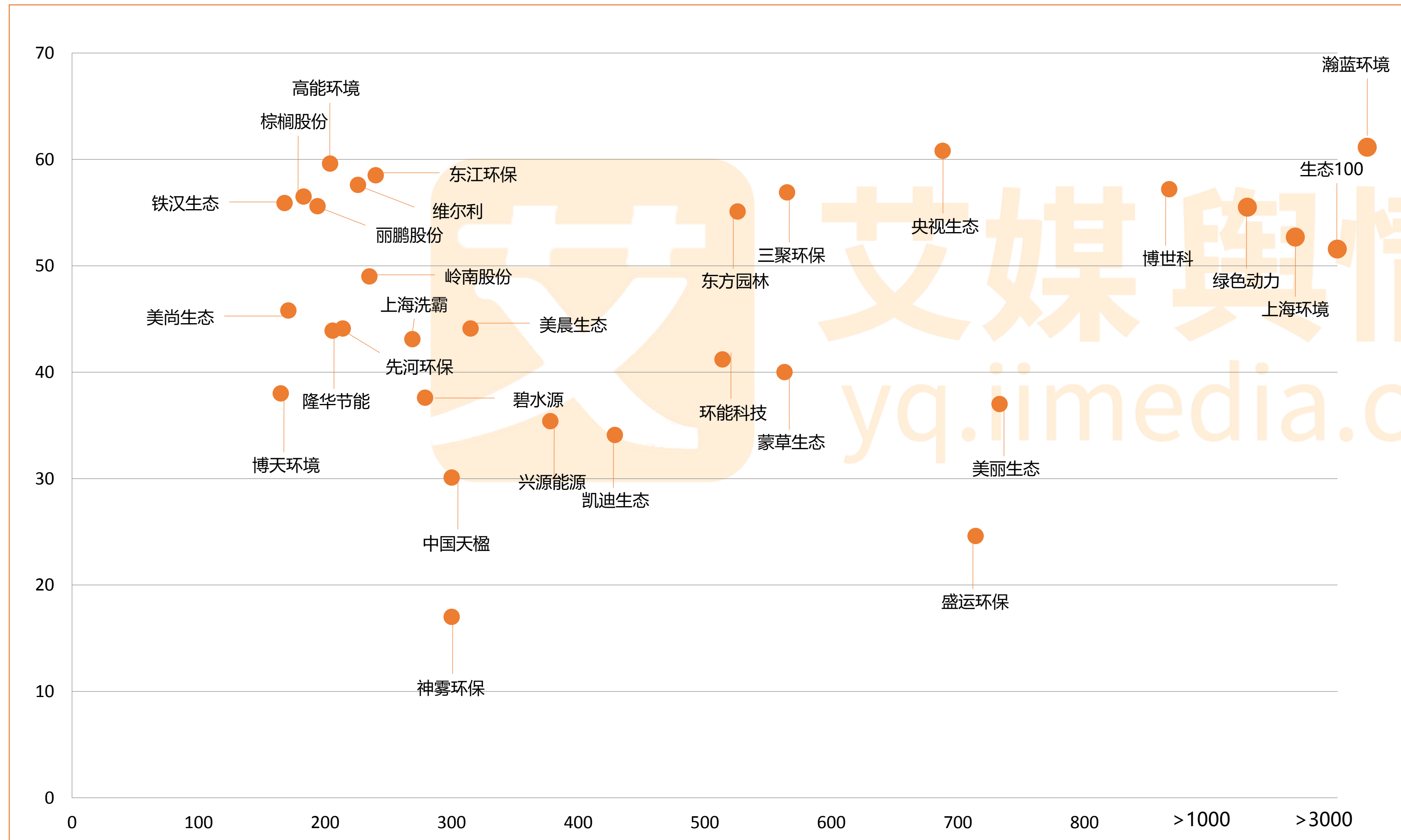
监管

加大监管力度和执法力度，持续开展执法检查、跟踪监督、听取审议工作报告等，坚决从源头遏制高污染高能耗高排放企业。对没有达到环保法规要求的企业要依法严惩，对重点企业、敏感企业、群众上访企业实行重点监管。



2018上半年生态环保产业上市公司舆情榜

2018上半年生态环保类上市公司的言值和热度分布



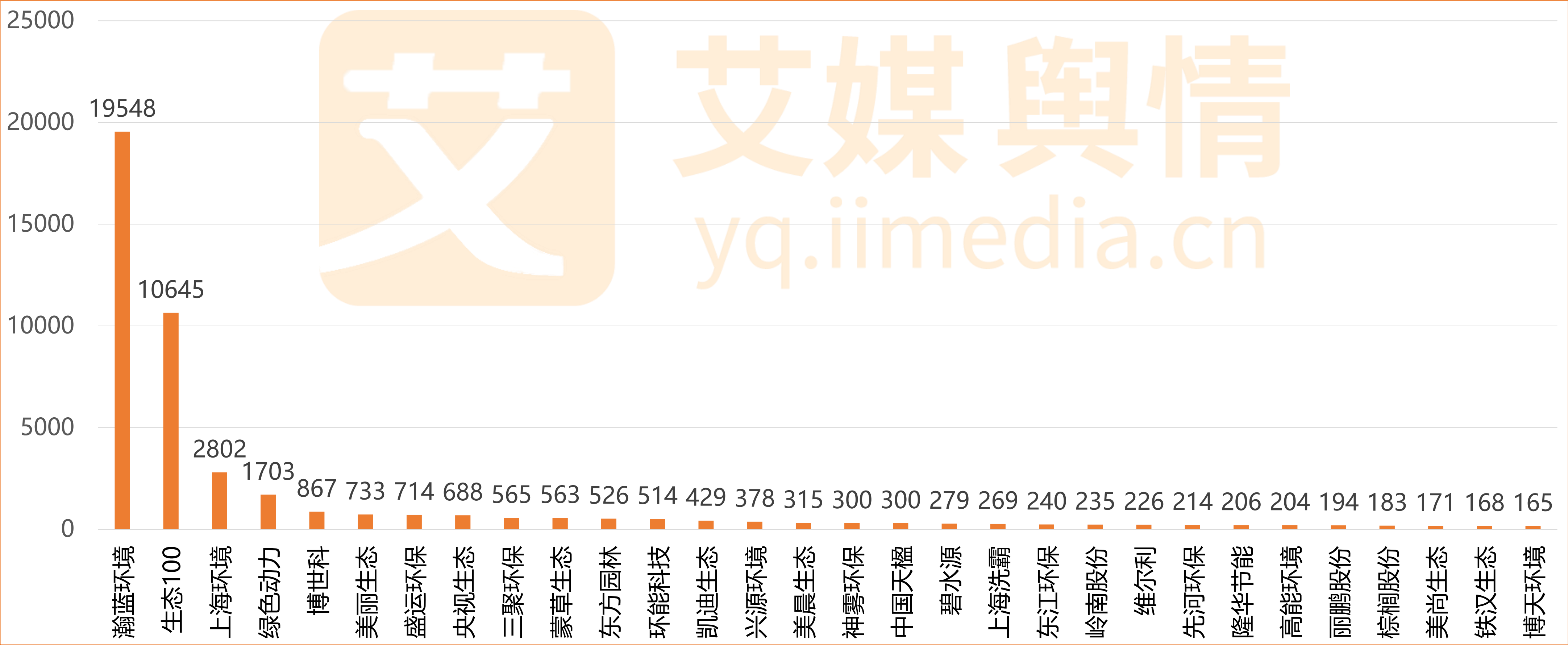
横轴：言值为艾媒大数据的原创指数，用于监测网络报道及评论的态度倾向。言值取值为0-100，分数越高表示正面舆情越多，分数越低表示负面舆情越多。

纵轴：热度为艾媒大数据的综合监测指数，用于监测网络新闻及网民评论的热度值，数值越大表示热度越高，关注量越大。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

2018上半年生态环保类上市公司热度榜

从搜索指数这一指标来看，瀚蓝环境雄踞榜首，生态100和上海环境紧随其后，分别位居第二和第三，热度远远高于其他上市公司。



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统

2018上半年生态环保类上市公司口碑榜

2018上半年环保类上市公司口碑红榜

名称	口碑（言值）
天域生态	65.7
久吾高科	64.8
瀚蓝环境	62.9
央视生态	60.8
云投生态	60.7
中材节能	60.1
高能环境	59.6
聚光科技	59.5
三维丝	59.2
绿色动力	59.1

2018上半年环保类上市公司口碑黑榜

名称	媒体情感比例（负面）
凯迪生态	45.4%
神雾环保	37.4%
富春环保	26.6%
盛运环保	26.5%
神雾节能	25.5%
绿茵生态	21.1%
南华生物	20.0%
普邦股份	19.3%
丽鹏股份	18.6%

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统

2018上半年生态环保类上市公司企业舆情透视

- 瀚蓝环境、生态100、上海环境和绿色动力在保持高社会关注度的同时，也能保持较好的社会口碑，社会的负面舆情相对较少。
- 美丽生态、盛运环保和蒙草生态则在高关注度的同时，社会口碑有所欠缺，负面舆情更应引起高关注度房企的警惕。
- 富春环保、华控赛格、诚邦股份和世纪星源在网络中存在感较低，社会口碑亦表现不佳。
- 巴安水务、科融环境和杭州园林虽然网络存在感较低，但具有较高的网络口碑。

低言值高热度

美丽生态、盛运环保
蒙草生态

高言值高热度

瀚蓝环境、生态100
上海环境、绿色动力

低言值低热度

富春环保、华控赛格
诚邦股份、世纪星源

高言值低热度

巴安水务、科融环境
杭州园林

POiiMedia(艾媒輿情)
大数据輿情监控系统
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DatallMedia(艾媒北极星)
移动应用运营监测
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia(草莓派)
用户感知与体验监测
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SoicaliiMedia
微信微博媒体监测
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingsiiMedia(艾媒金榜)
权威消费品牌评价监测
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia
移动广告效果监测
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，为学术研究作品，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容用以学术研究，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由艾媒大数据监测系统、行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



全球舆情咨询行业领导品牌



扫描二维码了解更多

咨询

网址：<http://yq.iimedia.cn>

邮箱：ywr@iimedia.cn

艾媒舆情医生： 舆情诊断 | 舆情咨询 | 舆情处置

我们的优势：独创企业健康度诊断模型，专业大数据监测基础，丰富的舆情咨询处置经验

<http://www.iimedia.cn/#yuqing>



全球輿情咨詢行業領導品牌



艾媒輿情
yq.iimedia.cn



艾媒諮詢
iiMedia Research



艾媒諮詢集團
iiMedia Research Group