



艾媒大数据舆情监控系统

艾媒舆情 | “中美贸易战” 舆情监测分析报告



艾媒 舆情
yq.iimedia.cn





1 “中美贸易战”事件概述

2 “中美贸易战”輿情分析

3 近年中美贸易摩擦事件盘点

“中美贸易战”事件概述

1

- “中美贸易战”事件概述及进展
- “中美贸易战”背景与原因分析
- “中美贸易战”社会影响

“中美贸易战” 事件概述

事件概述



北京时间3月23日凌晨，特朗普政府宣布，将对从中国进口约600亿美元商品大规模加征关税，限制中企对美投资并购。中国商务部随即反击，于23日发布针对美国钢铁和铝产品232措施的中止减让产品清单，拟对自美进口的约30亿产品加征关税。

事件进展

3月23日凌晨

中国商务部发言人表明立场，会奉陪到底，并发布针对美国进口钢铁和铝产品232措施的中止减让产品清单，拟对自美进口部分产品加征关税。

3月24日

中国商务部对美国等地进口苯酚进行反倾销调查。

3月29日

特朗普签署总统备忘录，对从中国进口的商品大规模加征关税。

3月23日

国务院副总理刘鹤与美国财长通话：中方有实力捍卫国家利益。双方同意继续保持沟通。

3月26日

中国商务部发言人称，中方不会接受在单方胁迫下展开任何的磋商。谈判也应该是建设性的、平衡的，需要双方共同努力。

“中美贸易战”事件详情

争端发展

光伏



水管



铝箔



2018年1月，美国宣布“对光伏产品和大型洗衣机实施全球保障措施，并分别征收最高税率达30%和50%的关税”。

2018年2月13日，美国宣布“对进口中国的铸铁污水管道配件征收109.95%的反倾销关税”。

2018年2月27日，美国宣布“对中国铝箔品厂商征收最高至106.09%的反倾销税，以及17.14%至80.97%的反补贴税”。

2018年3月22日，特朗普签署对中国输美产品征收关税的总统备忘录。很多研究者认为，这标志着新一轮中美贸易战的开启。

美方发起贸易争端原因

1. 中美贸易失衡

根据美国商务部公布的数据，2017年中国商品进口到美国与美国商品出口到中国的差额已增长到3752亿美元，贸易逆差达到历史最高，占美国货物贸易逆差的46.3%。美国需要迫使中国进一步对美开放市场。

2. 利好国内企业

2017年中国GDP达12万亿美元，相当于美国的63%，经济增长率为美国的3倍，以此增速，中国在2027年左右或成为世界第一大经济体。美国经济以服务业为主，其商品在中国市场存在竞争力不足的情况。

3. 或将利用“贸易保护”拉票

2018年是美国国会中期选举年，在5月会进入中期选举的密集投票期，特朗普可能选择打“贸易保护牌”向选民拉票，以维持共和党在参众两院的优势地位并争取连任。

中美贸易摩擦社会影响

全球股市受挫

当日沪指大跌3.90%，深成指跌4.68%，创业板指跌4.39%。恒指大跌2.98%，日经225指数跌4.31%，韩国KOSPI指数跌2.51%。美国三大股指均收跌逾2.4%，创六周以来最大单日跌幅。

创业板指 1776.02 -2.27% -41.20	沪深300 3896.41 -3.08% -123.94
恒生指数 30105.60 -3.11% -965.45	日经225指数 20741.00 -3.94% -850.99
上证指数 3161.23 -3.13% -102.25	深证成指 10574.04 -2.79% -303.21
标普500 2643.69 -2.52% -68.24	纳斯达克 7166.68 -2.43% -178.61

波及多个行业

从国内股市板块上看，仅有农业、养殖业、黄金等少数板块上涨；通信设备、钢铁、计算机设备等板块跌幅居前。

中美贸易争端的背后，受影响的不仅仅是中国企业，不少美国企业都将面临贸易争端带来的巨大冲击。具体到商品上来看，根据美国贸易代表处对中国的“301”调查结果，及中国商务部发布针对美国232措施的中止减让产品清单，航空、信息、机械、鲜水果、干果及坚果制品、葡萄酒、改性乙醇、花旗参、无缝钢管等产品将受到影响。

损害消费者利益

美国对他国奉行的贸易单边主义，放弃此前兼顾多国利益的国际规则的制订模式，即使抛出新规则，也很难再获国际社会广泛认可。提高关税实际上是双刃剑，贸易保护对美国部分行业形成利好，但也因此从税收上增加了消费者的压力，提高消费者的购买成本，间接损害了消费者的利益。

中美贸易战事件輿情分析

2

艾媒輿情
yq.iimedia.cn

➤系统监测：热度指数 媒体关注度分析

媒体传播分析 輿论情感分析

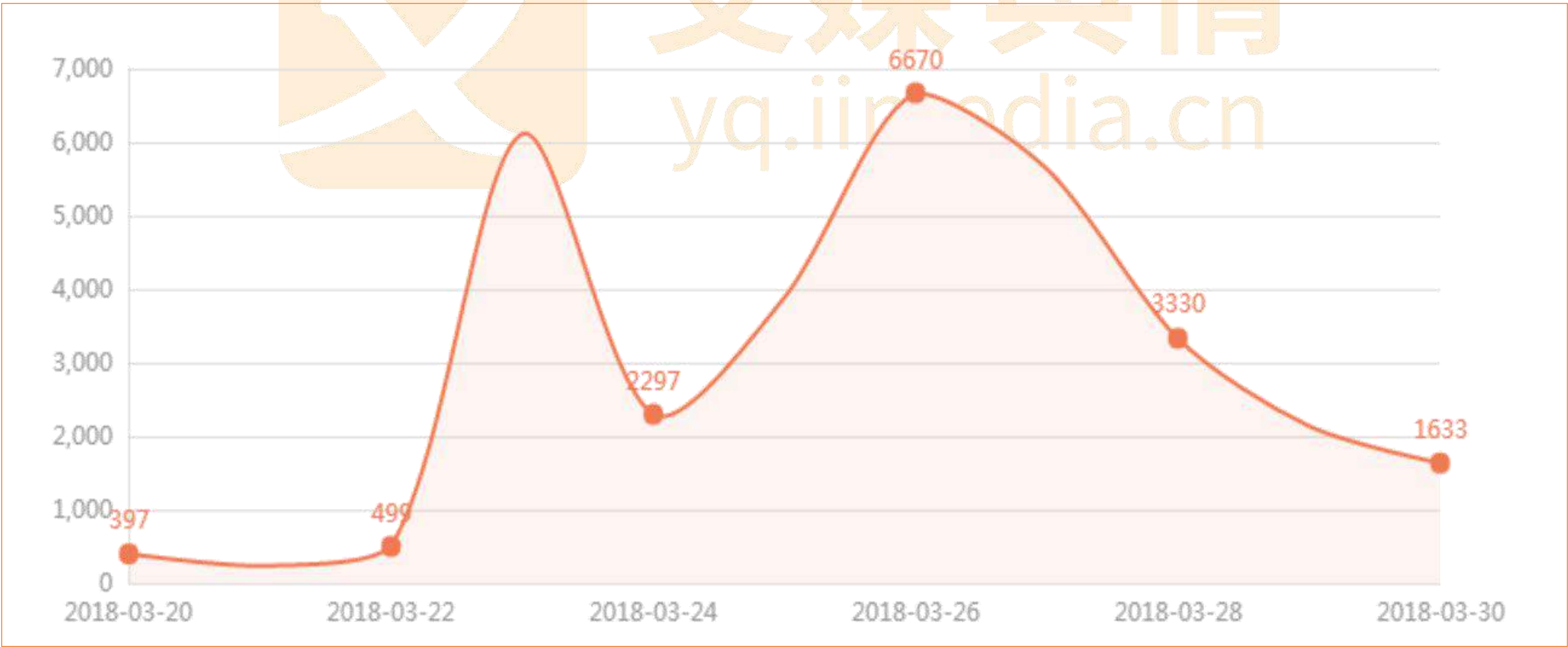
➤网民观点：媒体立场 专家观点

“中美贸易战” 舆情分析

热度指数

中美贸易战引发广泛讨论 热度值随事件进展波动

艾媒大数据舆情监控系统监测显示，3月20日以来，中美贸易战相关网络传播热度值较高并于3月26日达到峰值。可以看出，中美贸易战受到各方持续关注，并引起社会广泛讨论。事件发生以来，热度值居高不下，随着多日来双方政府言论发表时间上下波动，反映出网络媒体及网民对事件的高关注度。

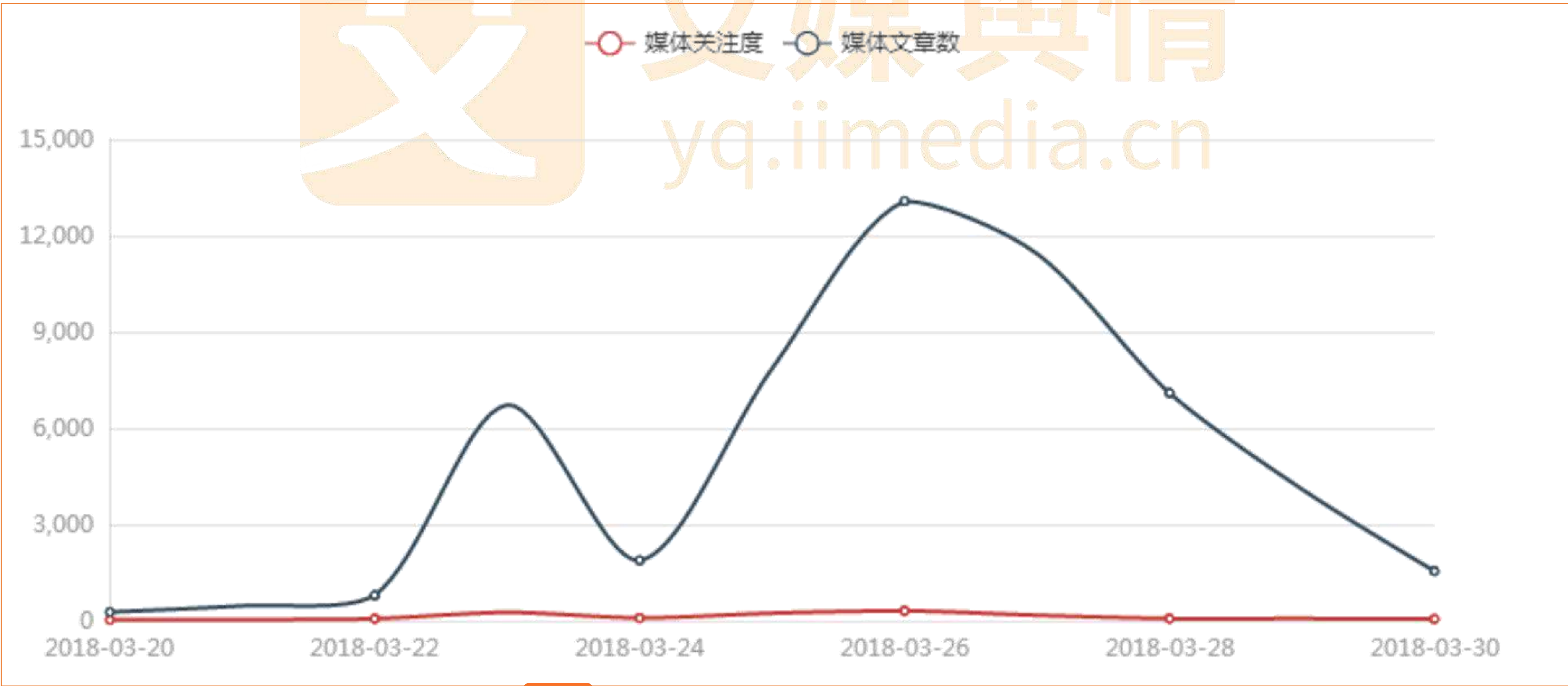


“中美贸易战” 舆情分析

媒体关注度

国内媒体关注度高 相关文章单日数量破万

“中美贸易战”开启后，立即引发网络大量关注和讨论，受事件进展影响，媒体文章数量与网络传播热度值走势一致。艾媒大数据舆情监控系统数据显示，国内媒体对中美贸易战关注度高，自3月22日，相关媒体文章数剧烈增加；3月26日当日，媒体发文数达13,073篇。3月20日—30日期间，微信公众号、百度新闻、雪球网、东方财富网等媒体发文量位居前列。



“中美贸易战” 舆情分析

媒体观点

中美贸易战打响后，国内主流媒体纷纷发表相关文章，表明立场：中方不希望打贸易战，但绝不怕贸易战，我们有信心、有能力应对任何挑战。特朗普想用贸易战逼迫中国让步，既伤害了中美关系，也损害了美国消费者利益，更对世界贸易带来极大负面影响。另外，还有媒体呼吁理性看待中美贸易摩擦影响，称中美贸易争端影响不大。



(人民网)



(新华网)



(澎湃新闻)

参考快评：中美若打贸易战将“双输”，美国更疼
(参考消息)

【解读】中美经贸博弈分析：贸易战难持久，后市乐观
2018-03-29 香港商报 香港商报

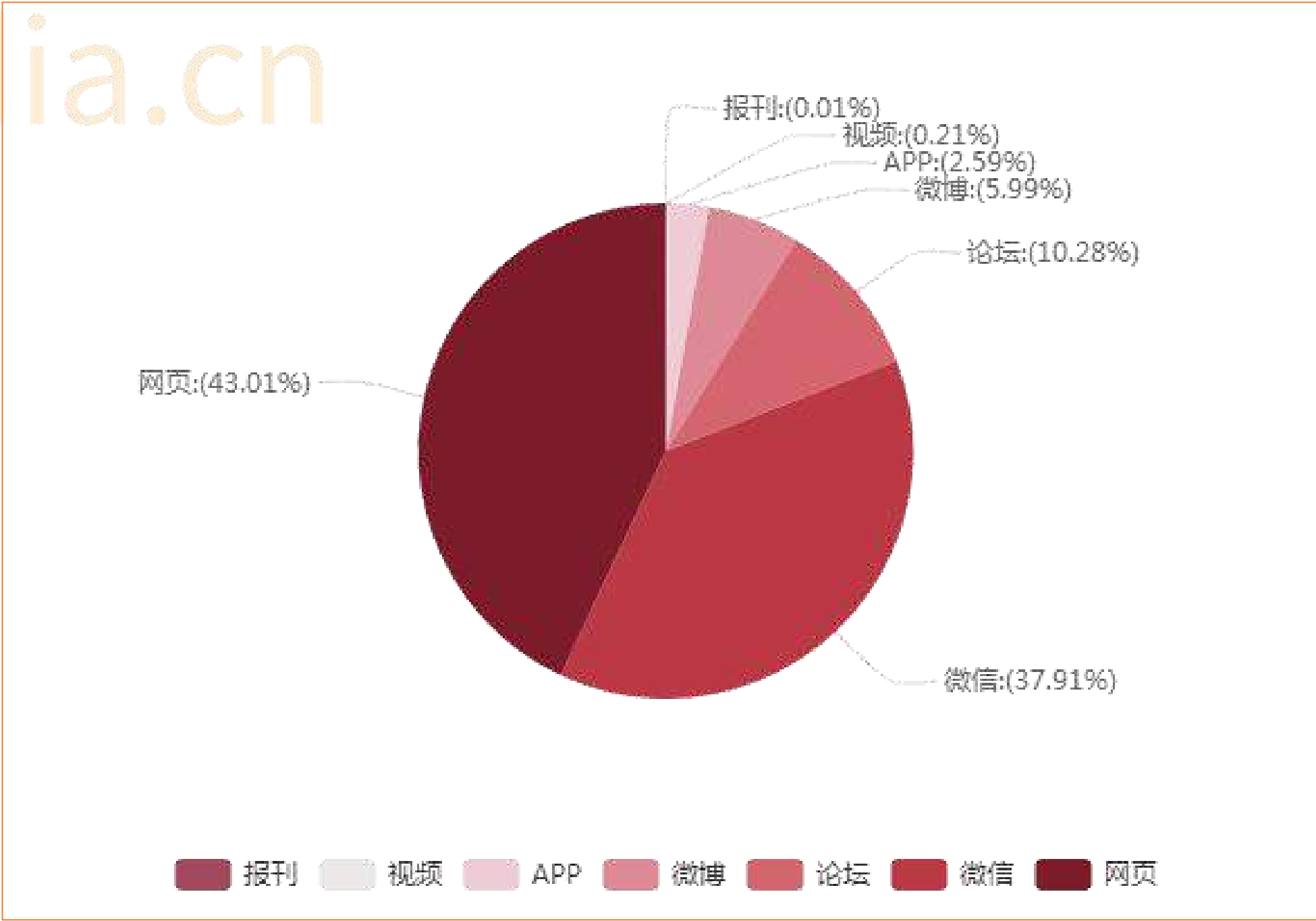
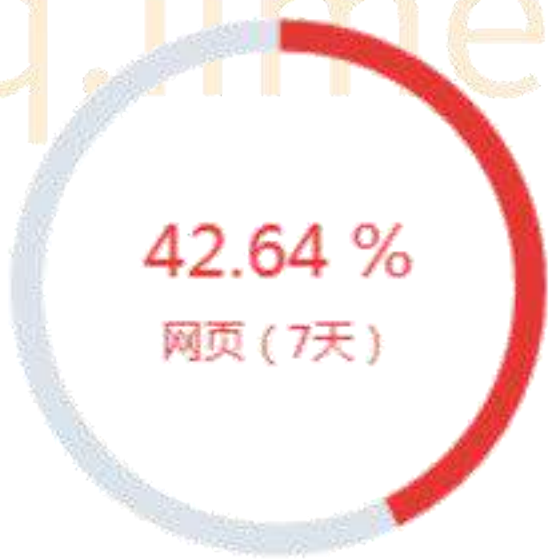
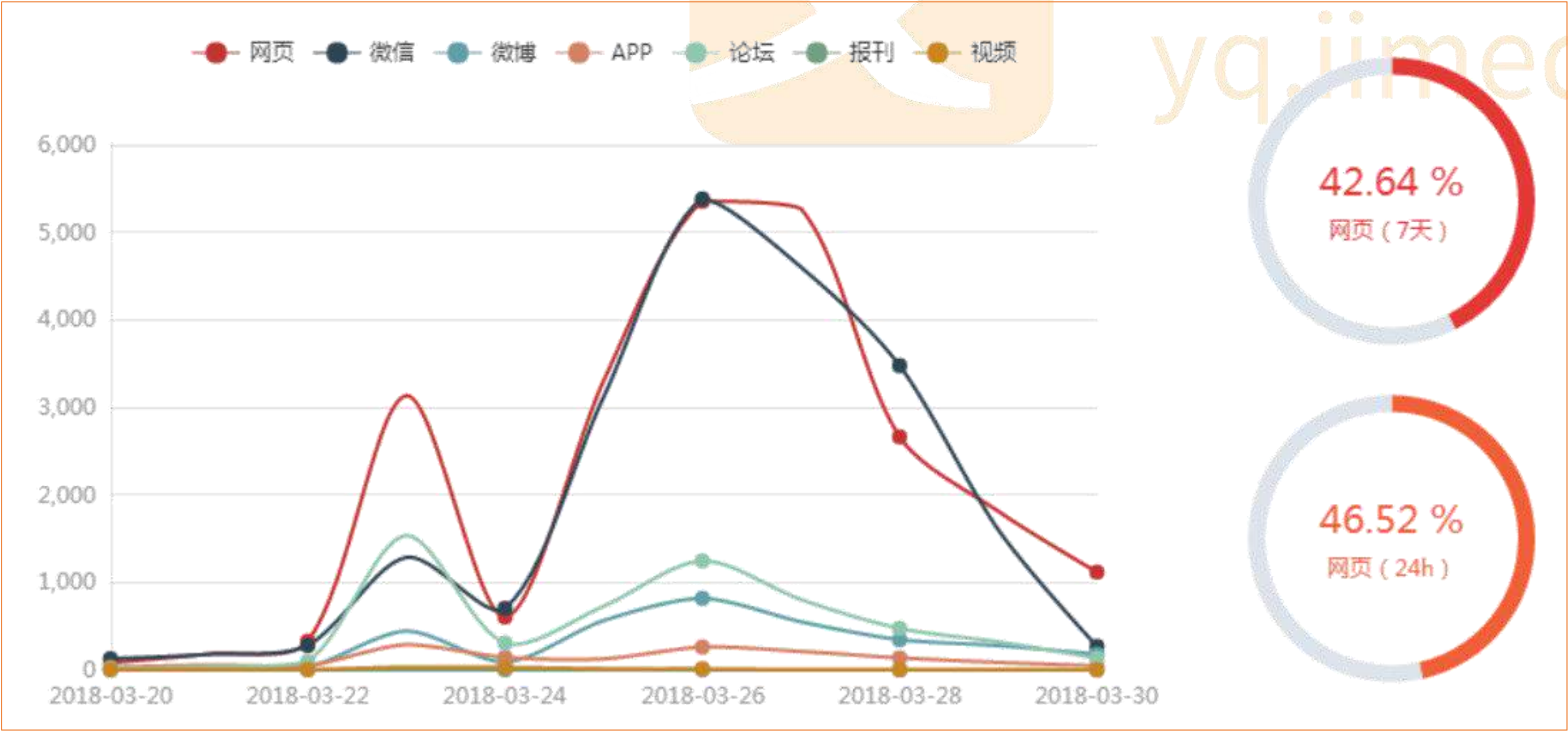
(香港商报)

“中美贸易战” 舆情分析

媒体传播

网页、论坛始发讨论 微信端后来居上

随着国内媒体对此事件的关注程度增加，传播事件的媒体渠道占比也出现变化。艾媒大数据舆情监控系统数据显示，该事件首先在网页端传播，随着事态升级，网页、论坛文章数量自3月22日剧增。3月24日起，微信端的相关文章开始爆发，数量直逼网页端。可以看出，以官方媒体为首的网页端率先传播事件进展报道，引起网络广泛关注，讨论热度蔓延至微信端，不少公众号开始跟进报道事态发展。

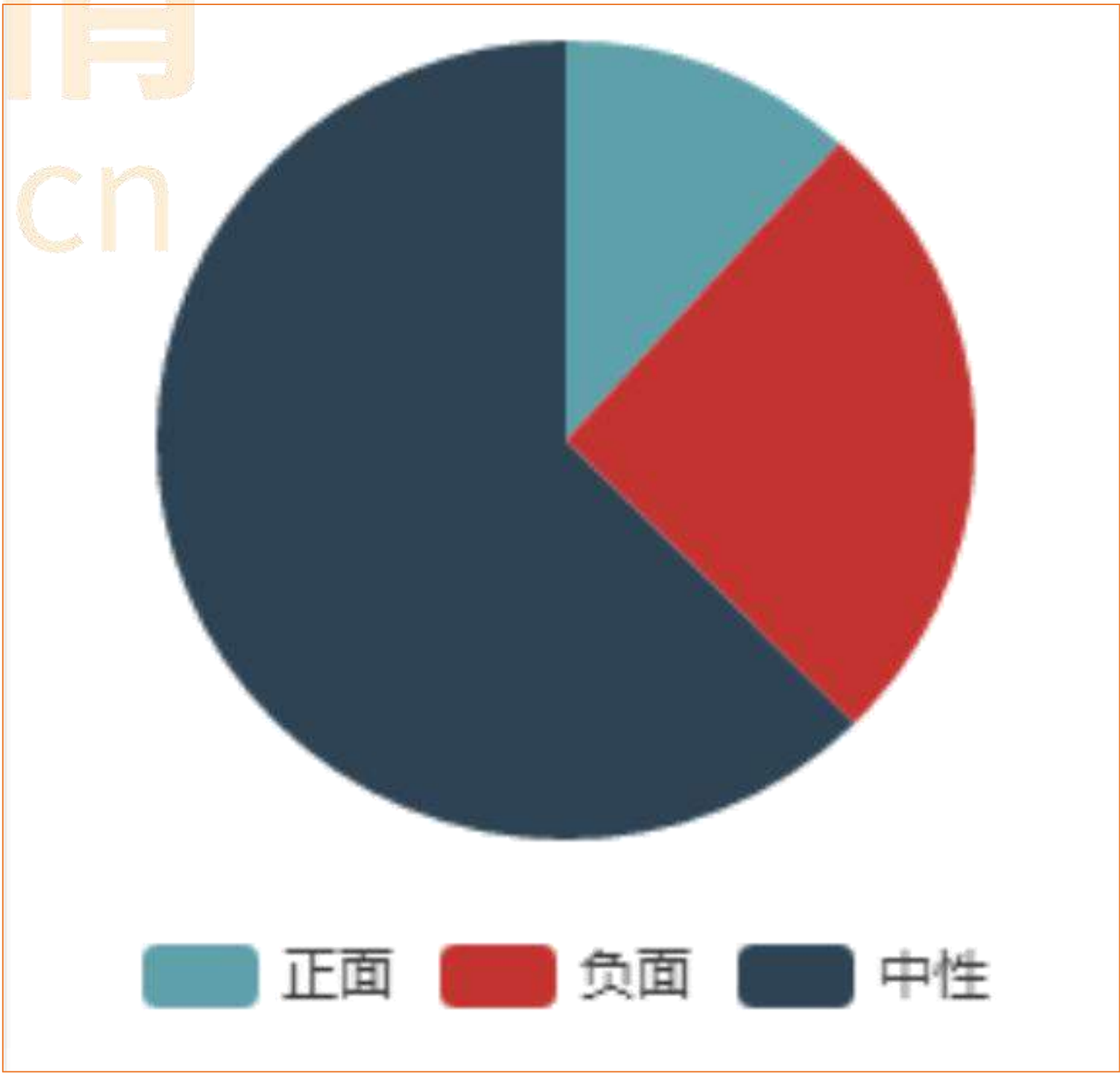
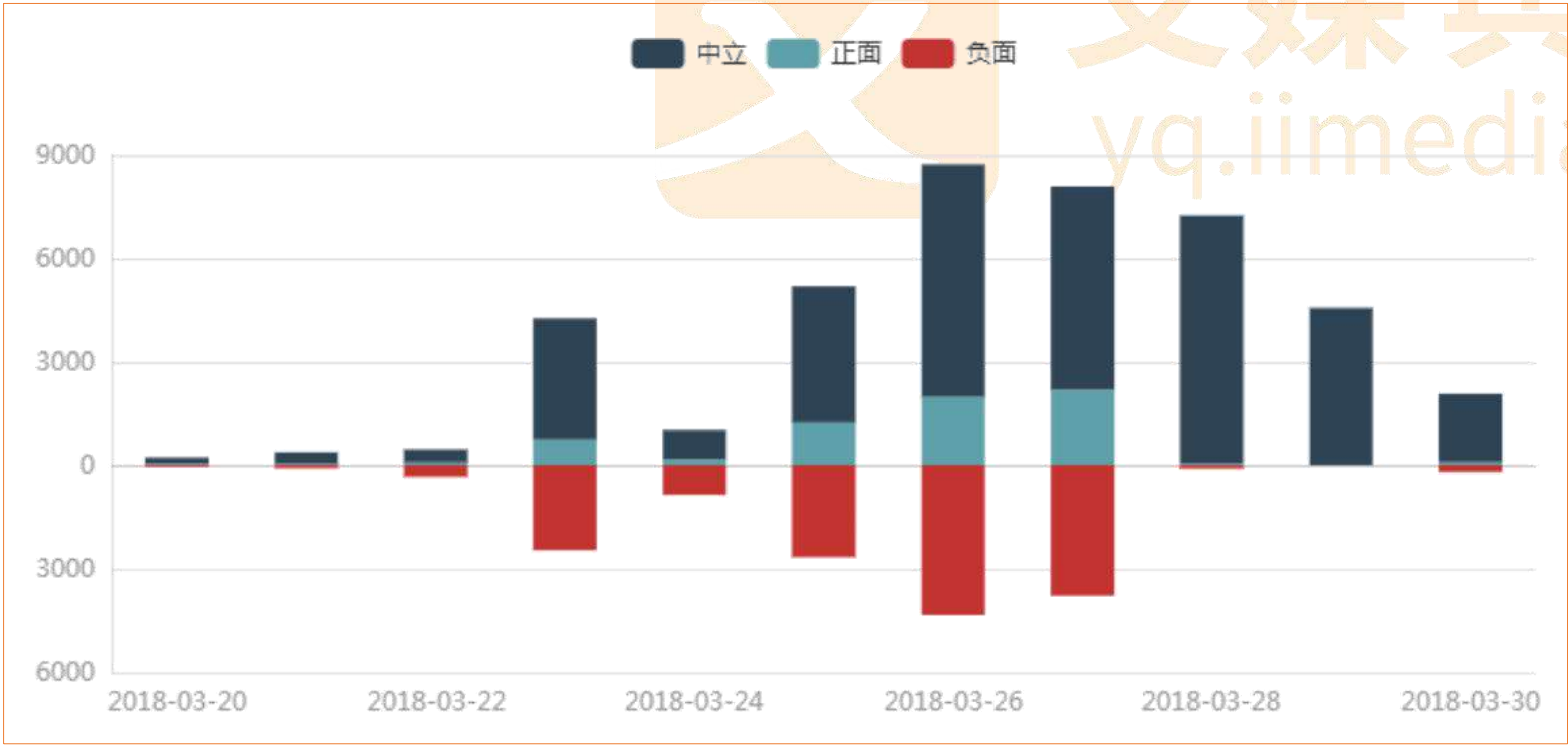


“中美贸易战” 舆情分析

情感分析

负面舆论数量两倍于正面舆论

中美贸易战事件发生后，相关网络舆论数量猛增。艾媒大数据舆情监控系统监测所得，3月20日—30日期间，负面舆论数量一直多于正面舆论数量，比例约为1:2。负面舆论大部分是网友对于美国发起贸易战的愤怒，以及对贸易市场未来的担忧；正面舆论则多为网友对中国政府“不惧战”的认同与支持。



“中美贸易战” 舆情分析

国内外观点分析

针对中美贸易战爆发，国内外专家亦于各大媒体平台上发表看法观点，其中不乏对美国发起贸易战的解读与对中国应对的推测。基于双方政府的回应发言与主流媒体传播观点，艾媒舆情分析师认为，两国观点都从己方国情出发，着眼于本国在贸易战后的未来发展，美国方面更多聚焦在企业与人民的负担；中国方面则坚持追求贸易关系的公平与正义，更多集中讨论应对策略，以快速缓解贸易战爆发带来的不利社会影响。

美国的做法在世界贸易组织（WTO）的规则中是不合法的，这一举措对中国来说不会起到决定性的作用，美国的消费者会因此而承担更大的压力。

——英国《Financial Times》副主编、首席经济评论员 马丁·沃尔夫

应理性面对前期刺激政策带来的资产价格泡沫和隐性不良等问题，继续实行渐进和稳健的货币政策。

——丝路国家战略（厦门）研究中心咨询部部长、清华大学社会科学学院博士后 陈树志

特朗普曾宣称，贸易战是好事，很容易赢。实际上，贸易战从来不会是好事情，而且根本不容易赢。事实上，在美中之间巨大的贸易赤字中，很大一部分是统计造成的错觉。中国出口的很多产品，实际上是把其他地方，尤其是韩国和日本生产的零部件组装起来。在美国对中国的贸易逆差中，很可能将近半数实际上是对那些向中国出售零部件的国家的赤字。

——美国《纽约时报》专栏作家 保罗·克鲁格曼

对于美方挑起的贸易战，我们完全有底气采取强有力措施精准还击。作为全球第二大经济体，中国可以在对七类、128个税项美国进口产品加征关税之外，同时采取更加精准的反制措施，打到美国经济政治的“七寸”。

——中国人民大学重阳金融研究院高级研究员 董希淼

“中美贸易战” 舆情分析

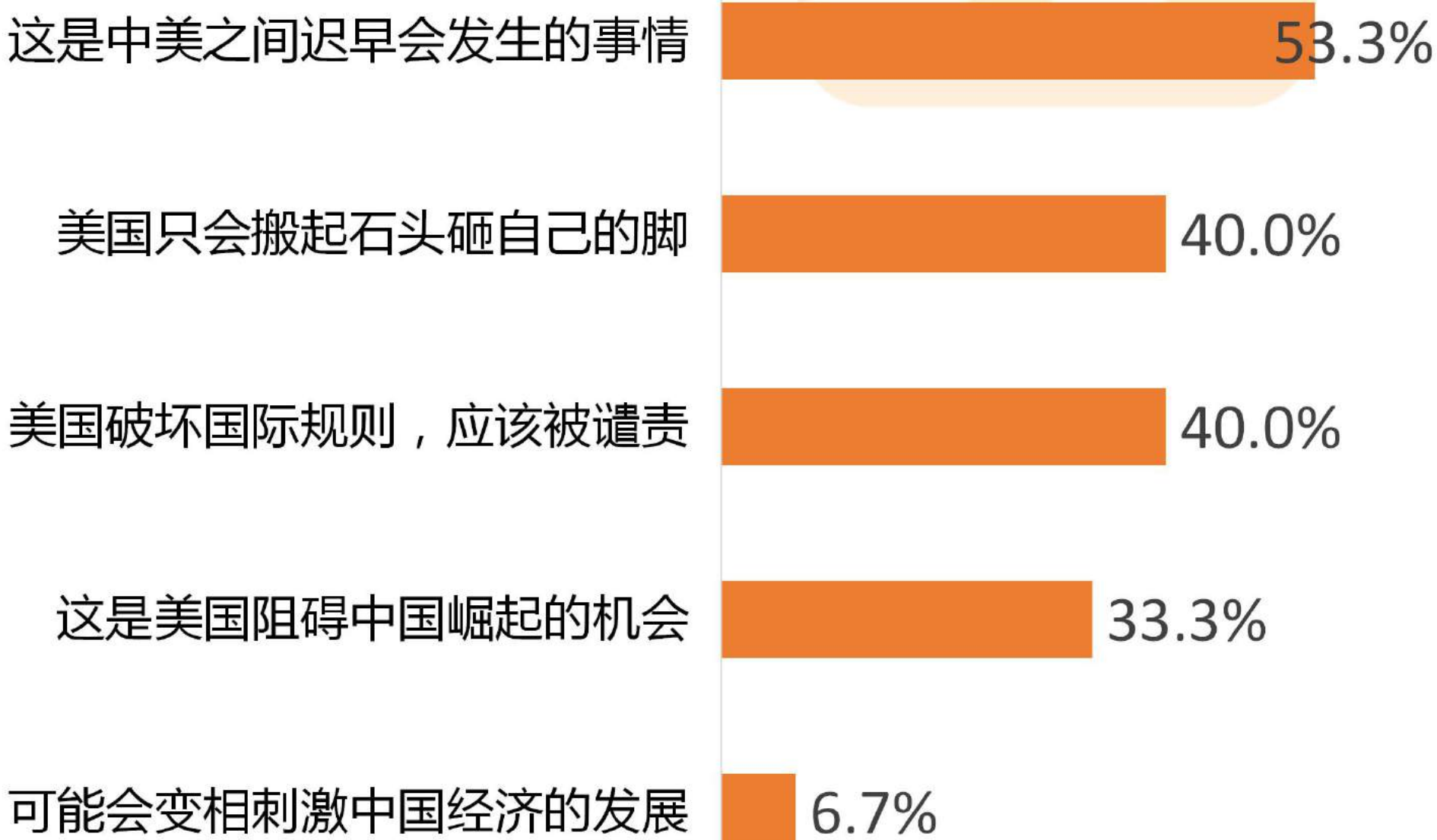
受访者看法

超五成受访者对中美贸易战持积极态度

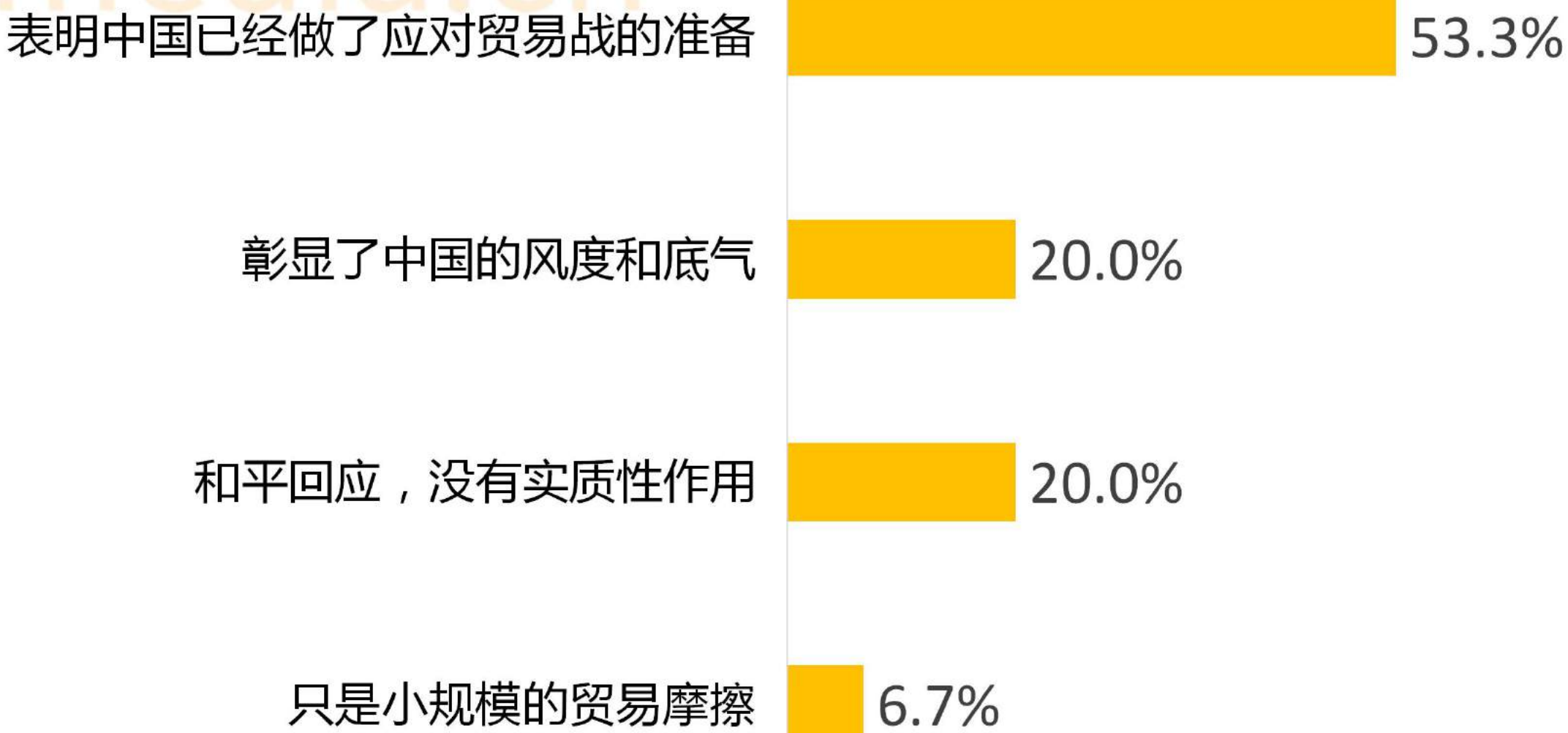
根据艾媒调查数据显示，过半数受访者对于中美之间爆发贸易战表示“迟早的事”，受访者普遍认为美国破坏贸易规则，获将自尝苦果。另外，超五成受访者对中国应对贸易战表示期待。

可以看出，在中国政府明确反击的态度下，对贸易战持积极态度的受访者占多数。受访者的态度在一定程度上反映了我国民众的态度，国家强硬实力的展现成为了国民积极发表看法的坚实基础，或将进一步成为我国应对美贸易战工作部署的推动力。

您如何看待美国总统特朗普发动中美贸易战？



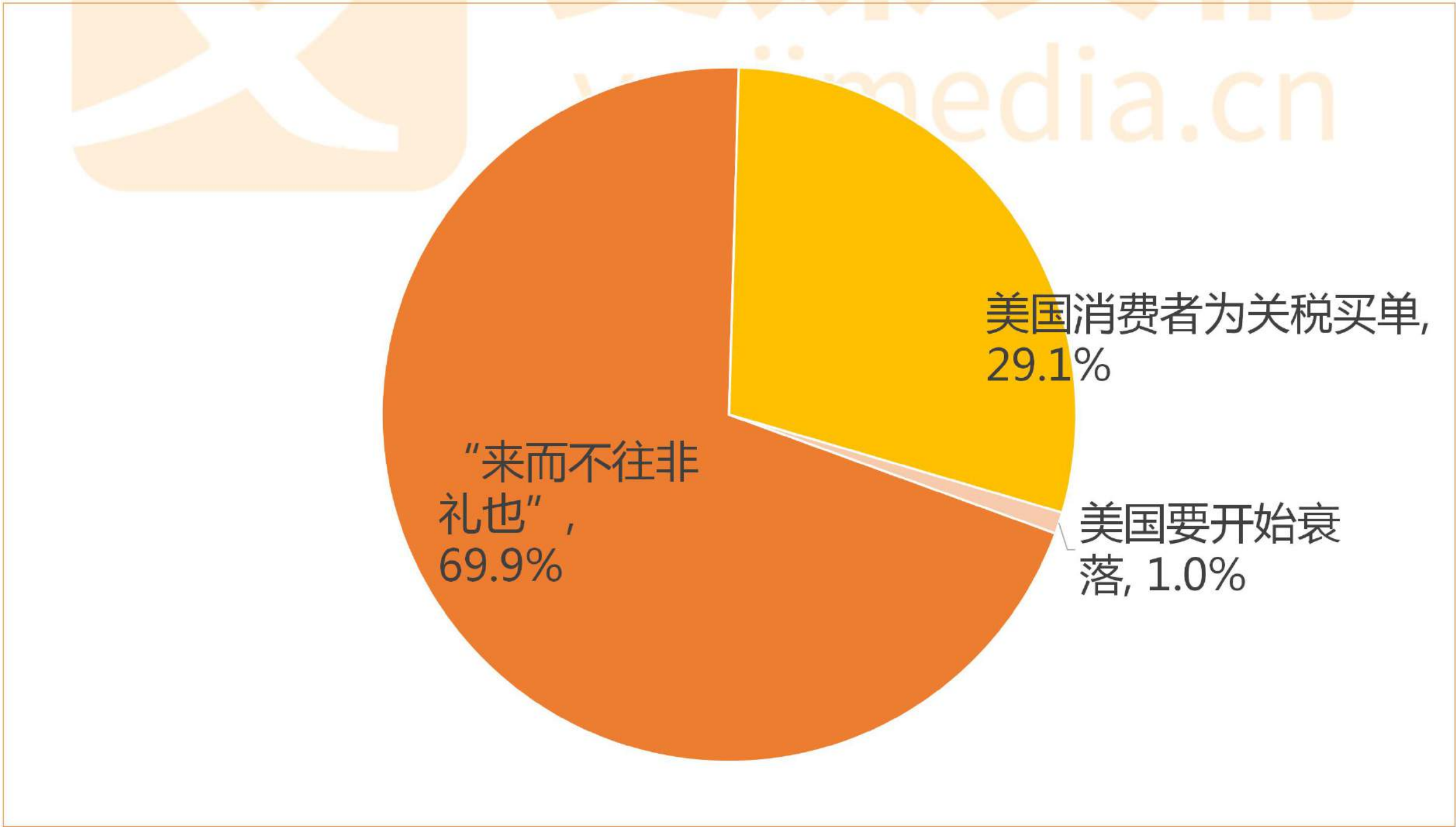
您如何看待中国商务部的回击和反应？



网络评论走向

通过艾媒大数据舆情监控系统对中美贸易战事件引起的网络评论监测发现，网民对事态发展表现出较强的关注度。目前网民讨论观点主要集中为“来而不往非礼也”“美国消费者为关税买单”“美国要开始衰落”三大方面，各项观点分别占比69.9%、29.1%、1.0%。艾媒舆情分析师认为，基于当前全球经济共同体的发展趋势，网民对国家实力具备相当信心，对中美贸易战普遍持乐观态度。

针对中美贸易战的网络评论观点



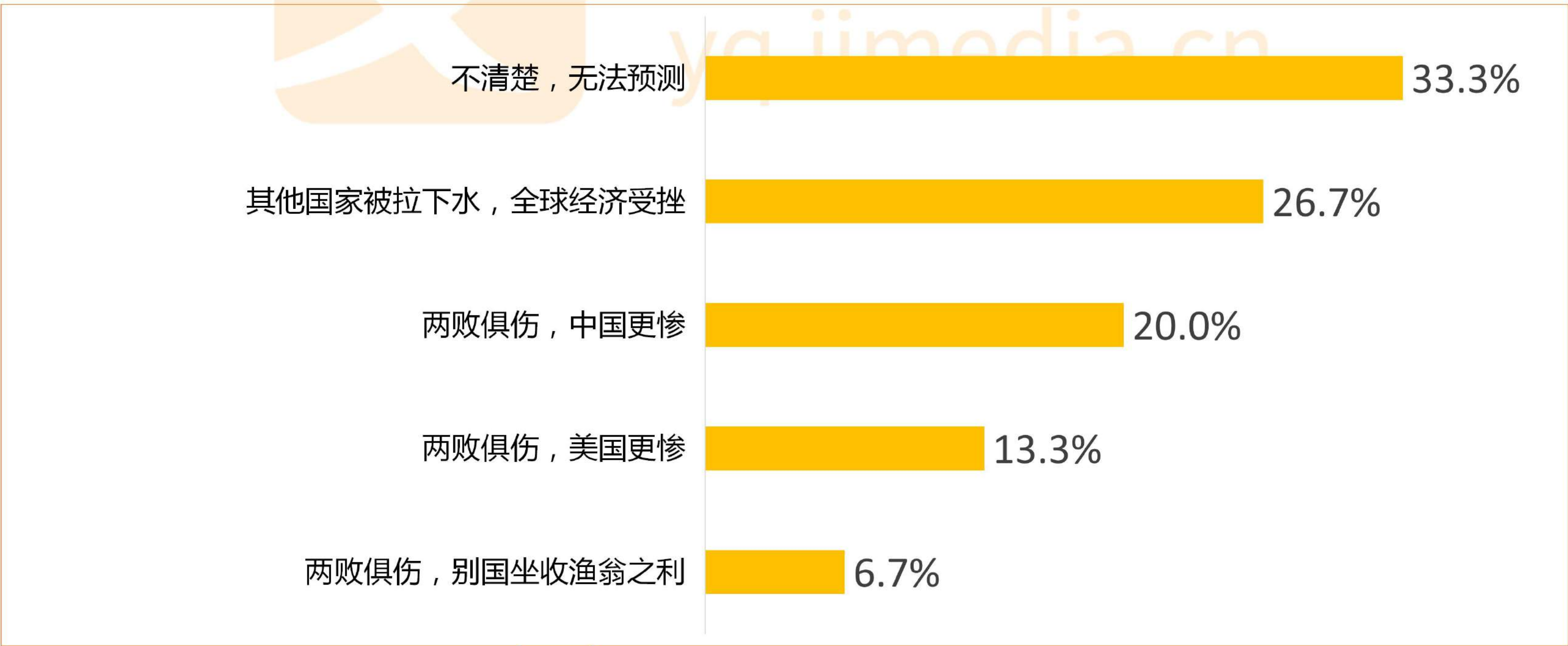
“中美贸易战” 舆情分析

受访者看法

积极支持下，大部分受访者理性看待中美贸易战

根据艾媒调查数据显示，超三成受访者对中美贸易战全面展开的结果的推测为“不清楚，无法预测”，更有认为贸易战中会出现经济受挫的情况。艾媒分析师认为，大部分受访者站在本国立场上，对本国行动予以支持的同时，也理性看待中美贸易战的发展，面对尚未明朗的事态结果与本国实际行动结果的情况下，对未来经济走向表示担忧也在情理之中。

若中美两国贸易战全面展开，您认为最终结果会是怎样？



艾媒 輿情

3 近年中美贸易摩擦案例盘点

中美贸易摩擦案例盘点

2009年：奥巴马执政时期
对华最大的轮胎特保案



2011年：中国征收美
进口车双反税



2012年：三一重工将
奥巴马告上法庭

美国国际贸易委员会以中国轮胎扰乱美国市场为由，建议美国在现行进口关税的基础上，对中国输美乘用车与轻型卡车轮胎连续三年分别加征55%、45%和35%的从价特别关税。

2011年12月14日，中国商务部发布公告称，将对原产于美国的排气量在2.5升以上的进口小轿车和越野车征收反倾销税和反补贴税，实施到2013年12月14日止。

2012年9月，奥巴马签署了22年来首个禁止外国投资的总统令，否决三一重工在美的风电投资。三一重工向美国哥伦比亚特区联邦地方分区法院递交诉状，将奥巴马总统和美国外国投资委员会列为共同被告。



美国会称华为中兴威胁
国家通信安全



美终裁中国产晶体硅光伏电池
存在倾销和补贴

2012年10月8日，美国众议院发布调查报告，以国家安全为由，阻止中国两家通信设备制造商华为和中兴进入美国系统设备领域。华为称，美国会的目的是阻挠中国公司进入美国市场、阻碍竞争。

2012年10月10日，美国商务部终裁判定，中国向美国出口的晶体硅光伏电池及组件存在倾销和补贴行为。10月13日，美国太阳能公司Solyndra向中国最大的三家光伏制造企业尚德、英利和天合提起“反垄断”诉讼。

中美贸易战未来预测

中美或将协商解决

中美两国多年来贸易摩擦不断，多以协商合作解决。随着经济实力日益增长，中国一改在国际话语权格局中的弱势局面，逐渐占据主动位置，面对美国的贸易威胁也展现出了强硬的一面，正如商务部所说的“希望美方悬崖勒马，否则我们将奉陪到底”。但考虑到对民众生活的间接影响与国内企业发展的需求，中方或将在部署贸易战爆发工作前，优先选择进行谈判协商，以求最大限度缓解国内社会影响。

贸易战或打开经济新格局

全球经济尚处于复苏状态，全球化紧密联系注定中美贸易战的影响不止存在于两国，蔓延至全球只是时间问题。美国单方面升级两国贸易摩擦的原因多样，大部分人倾向于美国急需逆转逆差带动内需，结合美国经济对于2017年全球GDP下滑至24.4%的情况，反映出美国金融经济、贸易政策无法独立于全球之外。市场动荡是国家经济实力碰撞的结果，也是经济格局变动的象征。2017年，中国对全球GDP比重提升至15%，或许正好体现了这一点。

“一带一路”将成为未来贸易突破关键

近年来，中国实力增长影响着世界对中国的看法，“一带一路”战略实施更在加深与其他国家交流共赢的同时，进一步提升了中国在国际的地位。相较于美国近年来的经济战略，中国在推动内需的时也着重对外扩展市场，“一带一路”战略的推进在未来可能成为我国贸易突破的关键，与欧盟、亚洲、非洲等国的进出口贸易升级，为彼此创造投资与贸易机会，增强市场开拓能力与国际竞争力。



—— 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，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。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、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。

yq.iiMedia.cn



艾媒輿情
yq.iimedia.cn

艾媒家族：艾媒咨询 | 艾媒輿情 | 艾媒北极星 | 艾媒监测 | 鲜闻引擎

