

中国民用航空网 舆情大数据服务介绍

北京航采资讯有限公司

<http://www.ccaonline.cn> 010-82025566



目录

Contents

- 一、 舆情监测的普遍需求
- 二、 产品及服务介绍
- 三、 部分案例分享

輿情管理影响战略决策



【 危机管理 】

- ❖ 如何发现敏感负面信息?
- ❖ 有多少我的负面信息?
- ❖ 影响有多严重?
- ❖ 如何应对危机?



【 网络口碑 】

- ❖ 媒体的认知
- ❖ 网友的认知
- ❖ 用户的认知
- ❖ 意见领袖的态度



【 竞争情报 】

- ❖ 竞争对手的行业影响力
- ❖ 竞争对手的最新动向
- ❖ 竞争对手的营销策略
- ❖ 竞争对手的领导动向

媒体变革与监测手段

媒体环境的深刻变革 ▼

- 微博微信碎片化，随时随地产生
- 手机APP信息个性化、封闭化
- 传统媒体与新媒体的交互影响
- 搜索引擎被逐步边缘化

多平台 监测

- 微博、微信、抖音、APP等自媒体信息无缝监测
- 海量站点实时抓取，弥补搜索引擎的局限性
- 关注站点实时扩充

统一搜索 集中呈现

- 既可全平台信息集中呈现
- 亦可**按关注平台类型分类**检索

低成本 高效率

- 操作简单，不需人为干预
- 全网检索，实时获取推送信息

监测系统要解决的关键问题

全、快、准

- 7*24小时不间断监测
- 多平台监测布控
- 快速发现，随时按条件检索，保留历史数据
- 海量站点实时抓取

**全面、有效地监控
网络环境**

用户体验好

- 自主操作，条件检索多样性
- 支持移动终端，PC端与移动端同步
- 易学易用

**让用户真正能够有效
使用舆情系统**

与时俱进

- 跟进新媒体时代
- 产品迭代更新及时
- 拥抱市场变化

**不断满足舆情市场
快速变化的需求**

舆情服务与监测系统同样重要

- ① 基于云计算的舆情软件是保证舆情数据的及时、准确、全面性。数据挖掘与分析模型减少人为因素对客观数据分析结果的影响。24小时不间断提供服务。
- ② 专业舆情服务团队提供符合客户服务器的舆情服务、舆情分析、解决建议、舆情后续处理服务。



輿情管理体系



我们的服务优势——“三位一体”的服务宗旨。

互联网、民航背景

- ✓ 创始团队和核心开发团队都来自互联网公司
- ✓ 中国民用航空网是**民航业媒体**
- ✓ 服务了多个大型央企/国企、品牌企业、政府类客户，如民航总局、首都机场集团公司、首都机场股份公司、沈阳机场股份公司、东航股份分子公司等等。

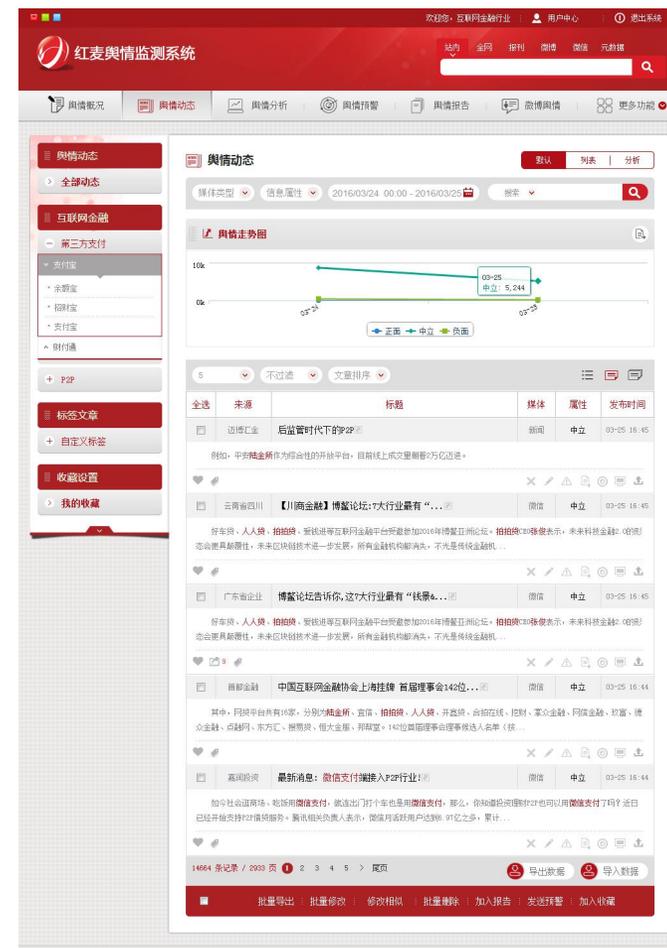
专业优势

- ✓ 提供舆情解决方案的服务商，从监测、分析到后续危机处理、品牌维护，提供全方位品牌管理服务。
- ✓ 具有丰富的民航媒体资源，懂媒体，懂民航客户需求。获得用户高度评价与赞赏。
- ✓ 第一时间直通服务商最高领导人，而不是主管、经办人。

技术领先

- ✓ 第一个开创技术和民航媒体合作的服务平台
- ✓ 第一家开创SAAS服务模式的公司
- ✓ 第一家做微博监测的公司
- ✓ 第一家做舆情移动客户端的公司
- ✓ 第一家做微信监测的公司

舆情监测系统



系统架构—分布式架构

云采集

- 自主研发的智能爬虫技术，新闻+平媒+微博+微信+APP+论坛+博客+贴吧多平台抓取
- 重点网站15分钟发现舆情，对客户关注网站可提升采集抓取频率
- 20余万站点库且实时扩充

云存储

- 抓取数据长期存储云端、可按照自定义时间查看以往数据
- 数据随时导出，随时下载，云端提供缓存
- 加密存储、加密传输，避免敏感信息外泄、云端提供多重备份，确保存储安全

云分析

- 垃圾信息处理技术自动过滤90%以上的无关信息、垃圾贴、广告信息
- 有效信息权重算法使重要信息一目了然
- 自动分类与情感判断对负面信息自动获取

云应用

- WEB端与手机APP、微信服务号数据同步
- 支持iOS/Android
- 支持舆情简报自动生成

舆情服务

信息分享

- 系统自动预警
- 专业人工推送（微信群/QQ群）

日报

- 当日信息简报，包含自身、竞品、行业当日重要信息，并对这些信息进行归纳和总结，提取要点

周报

- 一周信息回顾和总结，包含各类数据的对比分析

月报/季报/年报

- 舆情总结与分析：网络口碑分析、竞争情报分析、热点事件点评、市场效果反馈

专项分析报告

- 重要活动监测与分析
- 危机事件监测与分析

信息分享—系统预警

系统可提供舆情自动预警功能。
通过微信、邮件、短信等形式对
舆情负面敏感信息第一时间通知；
亦可提供人工信息推送。

重要信息提醒：

序号	标题	来源	发布时间	原文链接
1	工信部公布29款不良APP - 彩龙社区	都市快报数字报	2016-05-29 00:08:07	http://t.cn/R5LtKzM
2	工信部公布29款不良APP - 彩龙社区 - 昆明日报	昆明日报	2016-05-29 00:06:13	http://t.cn/R5LtKzx



信息分享—专人推送

建立微信/QQ分享群，专人值班服务；

自身重点公关稿件，竞品动态，行业热点，每日定时推送，实时掌控信息。



日报展示

日报：留精去粗，一目了然

分析维度（包括但不限于）：

- 当日重点话题
- 当日敏感话题
- 正负面占比
- 媒体平台分布
-

 舆情日报 2013年3月8日 10时				
概述：本阶段监测到敏感信息10条，内容主要集中在“新浪轻博客盗搬，或为网络搬运工敲响丧钟”“新浪微博自动推送广告 5亿用户或遭绑架”方面。企业品牌方面，“新浪微博试水移动支付角逐微信 牌照申请尚未获批”被报道。竞争对手方面，“搜狐和畅游早盘跌幅超7% 否认私有化影响”，“马化腾：国家应设立统一的互联网管理规划机构”，“丁磊：移动互联网商业模式需大环境推动”，“百度首次发布中国网站运营报告 将重点扶持原创类优质网站”被关注。				
信息分类	监测信息量	信息内容	相关信息量	
新浪信息	10	新浪轻博客盗搬，或为网络搬运工敲响丧钟	4	
		新浪微博自动推送广告 5亿用户或遭绑架	6	
企业品牌	30	新浪微博试水移动支付角逐微信 牌照申请尚未获批	4	
		新浪微博效仿微信内测公众平台 做加法体验混乱	5	
		新浪微博地区栏无“琼海”项 网友强烈呼吁增加	5	
		新浪微博仿微信做加法体验差	1	

信息分类	监测信息量	信息内容	相关信息量
搜狐信息	80	搜狐和畅游早盘跌幅超7% 否认私有化影响	1
		搜狗输入法“心有灵犀”看起来很美	26
		张朝阳的苦恼：我这么有钱却如此痛苦	7
		搜狐视频业绩稳步上扬 多点开花向盈利发起冲击	2
		搜狐辟谣私有化仍惹猜想：业内指称在逻辑之内	5
		搜狗有望“加速超越”大数据时代	2
信息分类	监测信息量	信息内容	相关信息量
腾讯信息	69	马化腾：国家应设立统一的互联网管理规划机构	20
		腾讯开放平台实施新扶持计划 为开发者送红利	7
		腾讯瞄准美国移动应用市场	10
		腾讯电脑管家保护用户隐私 安静守护电脑安全	5
		马化腾身价68亿美元成广东新首富	1
信息分类	监测信息量	信息内容	相关信息量
网易信息	31	丁磊：移动互联网商业模式需大环境推动	2
		网易企业邮箱联手苹果实现邮件即时推送	4
		中超首个新媒体落户网易客户端	5

序号	网站	文章标题	类型	时间	文章URL
1	新浪	2012新浪娱乐电视年终盘点	新闻	2012-12-27 20:03:33	http://ent.sina.cn/?sa=t62d9354v31&pos=3&vt=4
2	凤凰网	阿里入股新浪微博“要等公告”	新闻	2012-12-28 08:12:00	http://finance.ifeng.com/roll/20121228/7493630.shtml
3	和讯	阿里入股新浪微博“要等公告”	新闻	2012-12-28 07:47:00	http://tech.hexun.com/2012-12-28/149580813.html
4	天津网	附表新浪主要股东股权变化	新闻	2012-12-28 03:11:00	http://www.tianjinwe.com/rollnews/201212/t20121228_6843528.html
5	财经网	赋理：新浪微博应考虑分拆股释价值	新闻	2012-12-27 23:10:00	http://comments.caijing.com.cn/2012-12-27/112397094.html
6	BiaNews	济南公安局“博警”状告新浪微博监管不力一审胜诉	新闻	2012-12-28 09:16:00	http://www.bianews.com/news/92/n-395792.html
7	农村大众报	济南公安局民警网上被骂 告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-27 17:01:00	http://www.dzwww.com/xinwen/xinwenzhuanti/2008/ggkf30zn/201212/t
8	现在网	济南公安局民警网上被骂 告新浪微博不作为胜诉	新闻	2012-12-27 20:51:04	http://news.cnxianzai.com/2012/12/462621.html
9	华龙网	济南民警网上被骂 告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-28 05:52:51	http://news.cqnews.net/html/2012-12/28/content_22959279.htm
10	中国日报网中文	警察网上被骂 告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-27 21:20:00	http://stock.chinadaily.com.cn/2012/1227/6273.shtml
11	和讯	民警告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-27 17:22:00	http://tech.hexun.com/2012-12-27/149560739.html
12	东方早报	民警告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-27 17:16:00	http://www.dfdaily.com/html/33/2012/12/27/919688.shtml
13	苏州热线	民警告新浪微博“不作为”胜诉	新闻	2012-12-27 19:54:05	http://www.sz.js.cn/tech/3408126.shtml
14	速途网	速途论道：未来谁来照耀新浪？	新闻	2012-12-27 18:28:00	http://www.sootoo.com/content/380240.shtml
15	新浪体育	新浪《一球成名》二周年庆典杯盛大开启，绝版道具等你来拿	新闻	2012-12-27 17:47:00	http://sports.sina.com.cn/games/onegoal/2012-12-27/17471741.shtml
16	天津网	新浪2012教育盛典在京落幕	新闻	2012-12-28 06:42:00	http://www.tianjinwe.com/tianjin/tjcn/201212/t20121228_6843888.html

周报展示

周报：梳理本周舆情，对本周重点议题进行分析小结

分析维度（包括但不限于）：

- 本周舆情走势
- 本周正负面占比/媒体分布
- 自身与竞品传播对比分析
- 重点话题汇总简析
- 竞品/行业热点汇总简析
-



目录

- 1 舆情综述
- 2 比亚迪媒体报道分析
- 3 比亚迪竞品对比分析
- 4 行业信息

报道内容分类

• 本周，共监测到比亚迪正面报道3921篇。其中，企业新闻1551篇，产品新闻2267篇，品牌活动43篇，车型试驾报道60篇，本周比亚迪相关报道的广告价值共计21775300元（RMB）；与上周相比新闻价值量明显上升。

• 本周，产品新闻报道量最大，占全部报道量的48.3%；企业新闻报道量排名第二，占报道总量的46.7%。在广告价值的排序中，产品新闻报道位居首位，企业新闻报道排名第二。

报道类别	数量	比例	广告价值(RMB)
企业新闻	1551	46.7%	6004000
产品新闻	2267	48.3%	15052700
品牌活动	43	2.4%	274500
车型试驾	60	2.6%	444100
合计	3921	100%	21775300

报道车型分类

车型报道量排行

信息分类	标题	主要内容	报道媒体	时间
宋	比亚迪宋EV300 预售预订 预售价补贴后20万	宋EV300已到店并开始接受预订，补贴后预售价20万，新车在动力上采用纯电动系统，综合工况下的续航里程为300公里。	腾讯	2017-3-31
唐100	比亚迪唐100开启环保节能双享受 假日出行新里程	随着又狼狽的假日出行旧方式，已经逐渐远去。没有环境污染困扰，没有城市油耗苦恼的骑行新时代已经到来。	文汇报	2017-3-31
元	比亚迪更拼实力 职场新人选元 “出道”一年	如今我家的比亚迪元快要满一周岁了，TA带给我的不仅是颜值上的赏心悦目，更是一种发自内心的温暖，是让家人安全出行的放心。	汽车时代网	2017-3-27

• 本周比亚迪正面报道总量为3921篇，其中报道提及具体车型的文章有2327篇，占总报道量的59.3%；

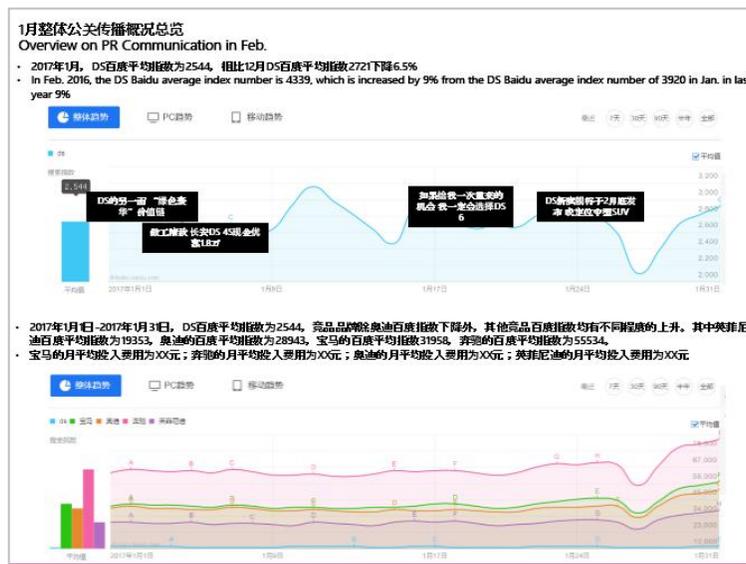
• 在监测的车型中，比亚迪宋、唐100、F3、S7、秦100、元报道量位居前列。

月报展示

月报：梳理汇总当月舆情，总结其中规律，提供阶段性分析小结

分析维度（包括但不限于）：

- 本月舆情走势
- 本月正负面占比/媒体分布
- 自身与竞品传播对比分析
- 本月竞品传播话题点
- 传播小结与建议
-

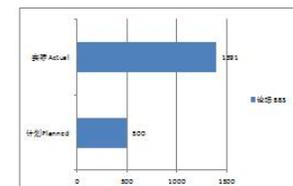
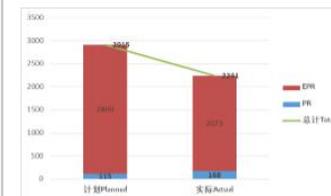


1月公关传播工作总结 PR Communication Summary, Feb.

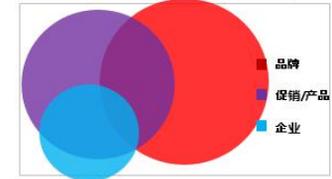
- > 1月整体公关传播概况总览
- > Overview on PR Communication in Feb.
- > 1月重点事件公关传播概述
- > Overview on Key Affairs' PR Communication in Feb.
- > 1月媒体试乘试驾车
- > Media Test Driving in Feb.
- > 1月论坛舆情统计
- > Statistics of Public Opinions on BBS in Feb.
- > 1月媒体分析及媒体关系建议
- > Media Analysis and Suggestions on Media Relations in Feb.

1月整体公关传播概况总览

- Overview on PR Communication in Feb.
- 2017年1月，共撰写并对外发布新闻稿件10篇，总计达成曝光量229万次，完成率69.39%，其中传统PR曝光量199万次，EPR落地量2073篇次；共撰写论坛稿件15篇，达成曝光量900篇次；共安排媒体书面采访、0家媒体面访，0次KOL群访，已有2篇专访稿落地，其他持续跟进中
 - In Feb. 2016, the total No. of news manuscripts written and released to the public is 9. Total No. of approaches reached 2251. Completion rate is 112.5%. In these, No. of traditional PR approaches is 199; No. of EPR approaches is 2099; Total No. of written manuscripts on BBS is 15. No. of approaches is 900; 0 media carried on interview in written form; 0 media carried on interview face to face; 0 KOL group interview; 2 exclusive interview manuscripts had been confirmed and we continue to follow up the others.



- 2017年1月，传播内容中，促销/产品占到34.14%，品牌占到59.41%，企业占到6.45%

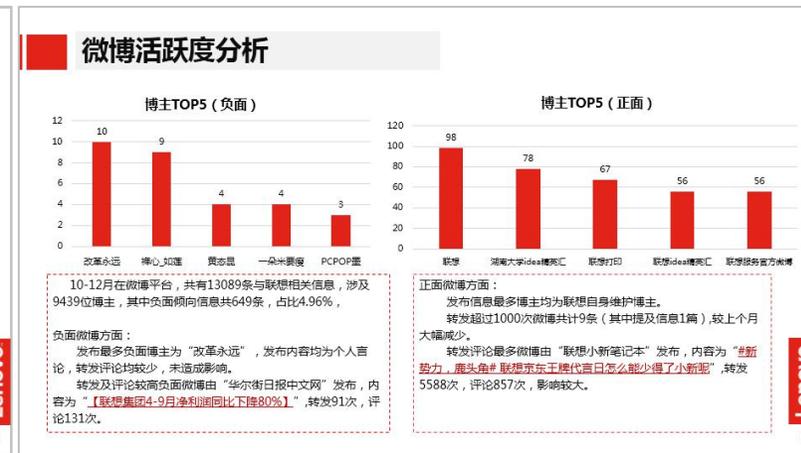


季报展示

季报：季度舆情分析，重点事件复盘，提供基于舆情数据的策略指导

分析维度（包括但不限于）：

- 季度舆情走势/峰值分析
- 季度正负面占比/媒体分布
- 媒体传播路径分布
- 季度重点事件复盘
-



年报展示

年报：全年舆情盘点，总结一年得失，梳理来年策略，为客户提供宏观舆情策略建议

分析维度（包括但不限于）：

- 年度舆情量化分析
- 年度大事件回顾
- 自身/竞品传播内容复盘
- 舆情与传播策略建议
-

实时
群信息
分享

监测期范围内，对盛大网络、政府、IT、文化产业、同行信息、海外信息等进行实时检索，并把相关信息以标题+链接的形式放到盛大网络&红麦软件群中，进行分享，以便及时了解。

服务期内，为盛大网络提供及时负面预警发送 每日对盛大集团 高层动态 等相关信息实时监测 实时通知，主要包括

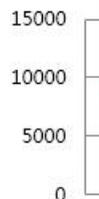
实时

408份
舆情
参考

服务期
考354份
府、海

服务期内为盛大网络
告5份、十八届三中
决定》专项监测报
往、网易易信、腾

年度舆情月度走势



数据显示
情走势相对平
《盛大网络状
事件成为媒体
热点事件；另
30强”》、《



年度舆情回顾——舆情媒体分布

本年度内舆情共计传播7150821条，微博平台为主体传播阵地，所占比例居高，且远高于其它媒体平台，其次以新闻媒体报道居多，相关舆情主要以新浪、今日头条、网易、人民网等门户主流及垂直类网站为主要集散地，报道内容多是企业及高层动态、业务动态等，提高了企业品牌的曝光度；社会化媒体论坛、博客用户活跃度居中，所占比例较小；平面媒体传播量较少，占比0.2%。

年度舆情月度走势



■平媒 ■新闻 ■论坛 ■博客 ■微信 ■APP ■微博

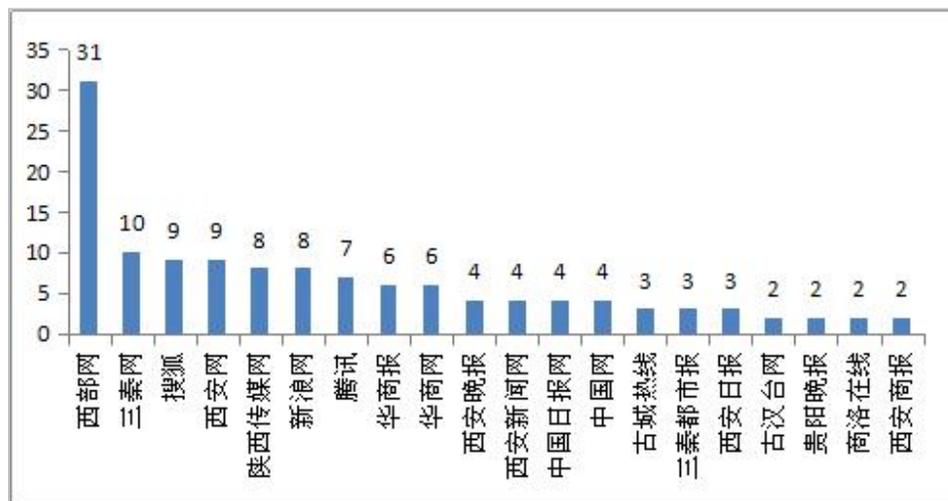
事件分析报告展示

事件分析报告：面对危机或热点事件，提供分析复盘及应对建议

分析维度（包括但不限于）：

- 事件背景
- 扩散情况
- 媒体报道声音
- 网民舆论倾向
- 事件影响
- 应对得失.....

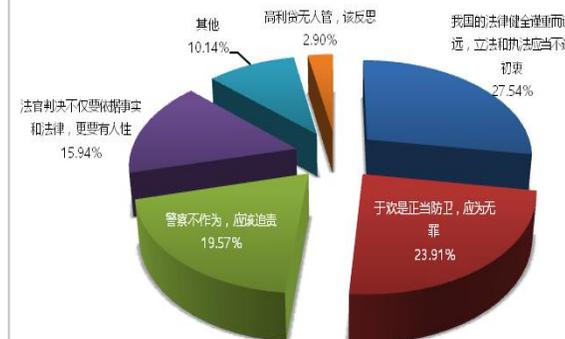
山东聊城于欢刺杀辱母事件舆情分析



目录

一、事件概述.....	5
二、媒体关注报道走势分析.....	6
三、微博关注走势分析.....	9
四、媒体分布情况.....	10
五、地域分布情况.....	11
六、部门回应.....	12
七、律师观点.....	13
八、网民观点倾向性分析.....	14
九、媒体评论.....	16
十、舆情点评.....	17
十一、舆情建议.....	19

网民观点倾向性分布图



活动分析报告展示

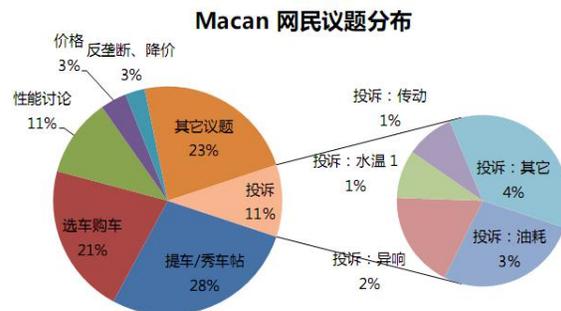
活动分析报告：活动影响力评估，传播效果分析

分析维度（包括但不限于）：

- 活动传播亮点
- 媒体关注关键词
- 传播扩散情况
- 媒体报道分布
- 关注人群分布
- 传播实现价值分析
-

网民议题分析 ——Macan

对汽车之家、爱卡、太平洋汽车3个垂直论坛进行重点监测：



VML IM2.0

受众分析 ——网民兴趣分布

兴趣分布方面，关注揽胜极光的网民对于“影视Fans”标签的偏好明显高于“爱车一族”，而在Macan的关注者中，“爱车一族”则高于“影视Fans”，这一现象说明：

- 一定数量的揽胜极光的关注者同时也关注影视话题；
- 揽胜极光与影视话题的关联度较高；
- 因此，执行视频植入内容的投放，对于提升网民关注将有一定帮助。



VML IM2.0

受众分析 ——网民关注度



尽管在媒体指数（衡量媒体发稿量）方面，揽胜极光仅为Macan的一半，但在搜索指数（反映网民关注度）方面，揽胜极光是Macan的1.4倍。

这一现象说明，与Macan相比，揽胜极光的媒介投放ROI明显占有优势。

VML IM2.0

受众分析 ——网民地域分布

地域层面，与Macan相比，关注揽胜极光的网民相对集中于二线城市（如济南、青岛、西安）和中西部地区；而Macan则比较集中于东南部沿海城市（如宁波、温州）。

- 形成这一现象，一方面说明路虎品牌、揽胜车型的形象已深入人心，一些二线城市、中西部地区的受众也在关注揽胜极光；
- 另一方面，可能与两个车型市场策略的差异有关。

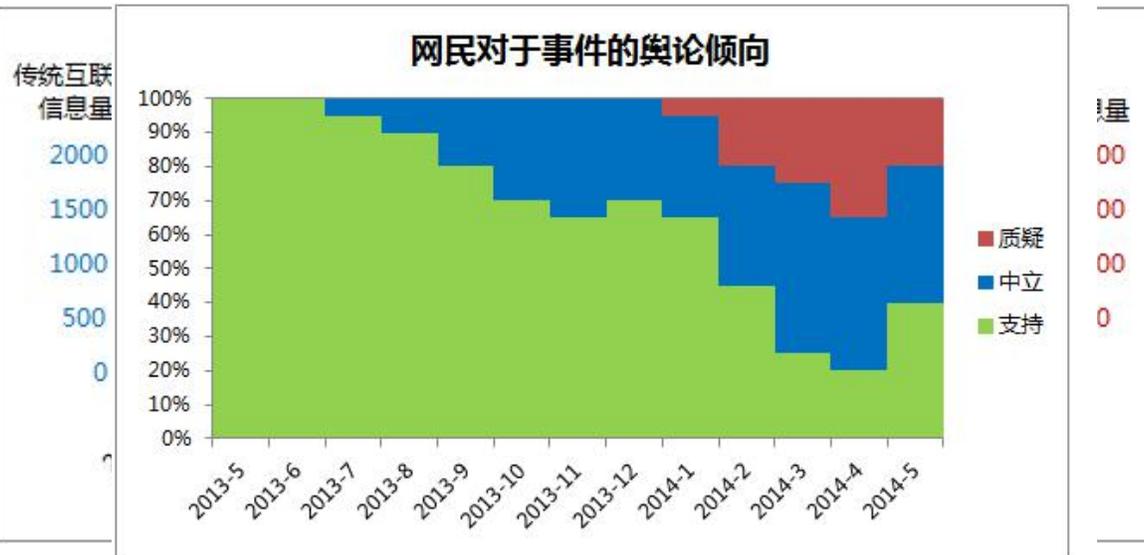


VML IM2.0

其它分析报告展示

行业分析、专项调研等报告

根据具体命题的不同，结合舆情数据、外源数据，基于科学分析模型和方法论提供策略指导和意见建议。

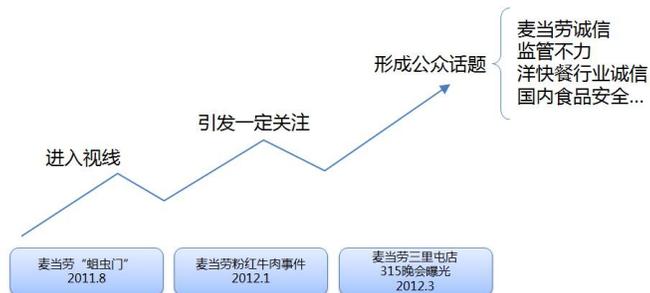


舆情分析模型

新闻事件：新闻事件的曲折性与构成事件的元素



公众话题：由一个或一连串事件引发的全社会讨论，分析重点体现各方言论

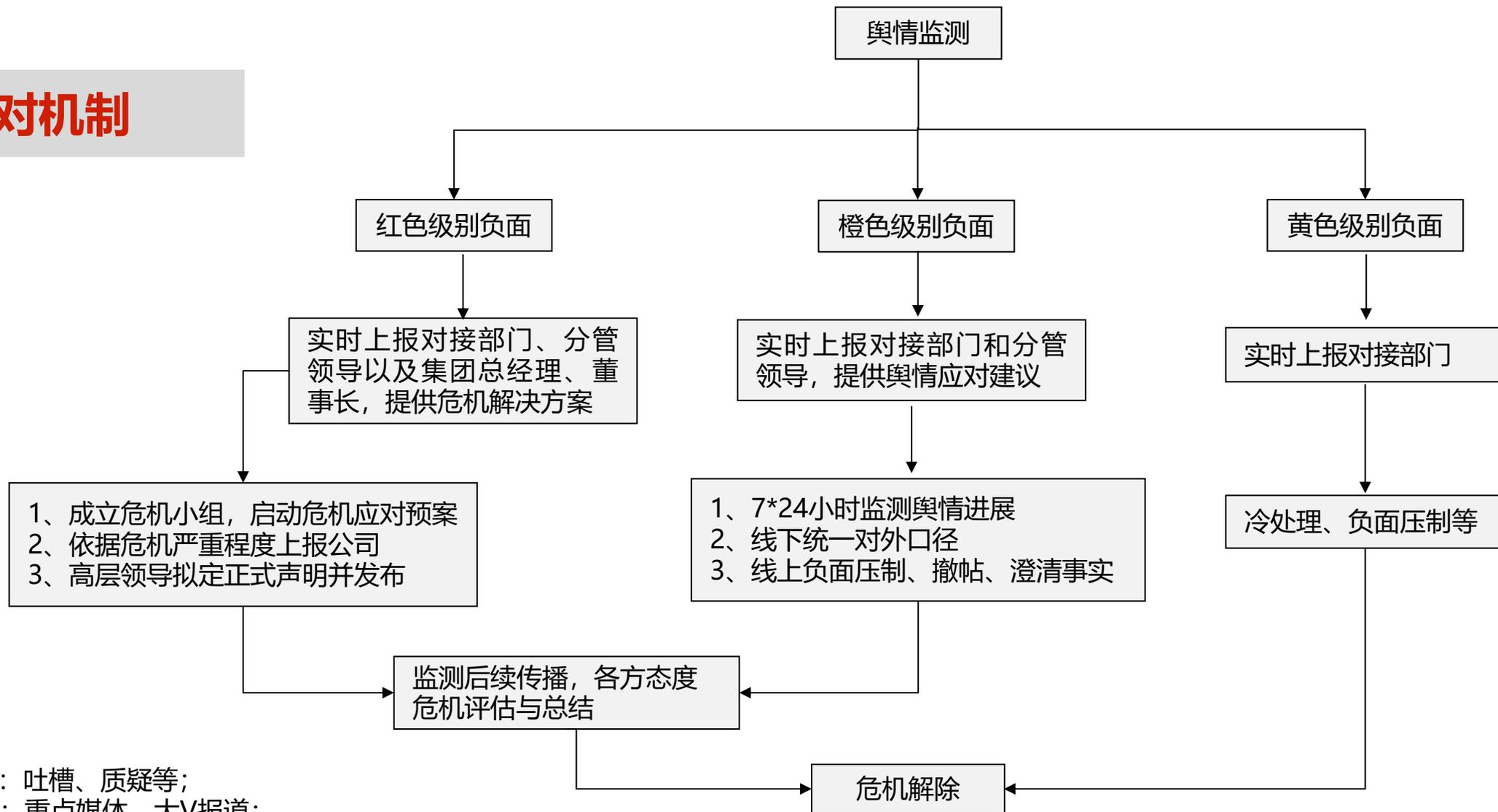


热点现象：一类事件广泛且长期存在，分析更注重体现这2个属性



舆论应对机制

应对与处理措施



注：1、黄色级别负面：吐槽、质疑等；
2、橙色级别负面：重点媒体、大V报道；
3、红色级别负面：对集团、领导产生较大影响。

合作模式

SAAS监测云平台

- SAAS平台
- 移动客户端
- 自动预警
- 自动报告

系统自动采集汇总数据

SAAS+标准服务

- SAAS平台
- 人工预警
- 人工舆情分析报告

标准化人工舆情服务

SAAS+定制化服务

- SAAS平台
- 专人服务
- 定制化报告
- 提供策略与建议

定制化高级人工服务

公司介绍

中国民用航空网 (<http://www.ccaonline.cn>) 创立于2005年7月28日, 是中国民航业垂直门户网站。

网站设有“民航舆情”频道, 监控民航全行业的舆情动态, 对行业和企业重大舆情进行实时监测, 提供对策与建议出版“中国民航舆情白皮书”。

并通过招投标成为首都机场集团、首都机场股份、沈阳机场、东航等多家民航单位的舆情监测机构, 并为中国民航局等政府机构提供重点舆情的监测跟踪。

民航舆情
yq.ccaonline.cn

中国民航舆情白皮书 (2012)

中国民用航空网民航舆情监测室 撰写

一、2012年中国民航舆情的热点	3
二、2012年中国民航舆情的特点	7
1. 2012年中国民航舆情事件的数量统计特征	7
1.1 全年舆情事件的关涉民航实体分布	7
1.2 全年民航舆情事件的涉及领域分析	12
1.3 全年民航舆情事件的首发媒体分布	13
2. 网络名人在民航网络舆论中的角色和作用	13
2.1 网络“意见领袖”关注民航热点事件	13
2.2 网络名人挑刺民航服务	14
3. 网络论争非理性化，业内外压力有待释放	17
3.1 民航旅客与民航业内人士相互攻击	18
3.2 民航员工抱怨渐多	18

2013年1月8日,由中国民用航空网(<http://www.ccaonline.cn>)民航舆情监测室撰写的《中国民航舆情白皮书(2012)》发布,这是中国民用航空网民航舆情监测室首次发布民航舆情白皮书,同时也是中国民航业的首份舆情白皮书。全文如下:

摘要: 2012年中国民航共发生686起舆情事件,航空公司和机场成为民航舆情的重点关涉主体,“旅客投诉与纠纷”和“航空安全”则成为涉及最高的领域。从首发媒体来看,网络媒体和传统媒体平分秋色。网络名人在民航舆论中发挥的作用日渐增大。网络论争非理性化,业内外压力有待释放。民航实体在舆情应对方面,不乏可圈可点的成功案例,但整体而言仍然存在很多问题。

关键词: 民航舆情 网络舆情 微博 意见领袖 空怒 中国式乘飞机

中国民用航空局——孟非事件

民航舆情
yq.ccaonline.cn

“孟非叫板民航局长”事件

网络舆情报告

(2013年8月22日)

中国民用航空网民航舆情监测室 撰写

民航典型客户案例

中国民用航空局

ccaonline.cn 民航舆情
中国民用航空网 yq.ccaonline.cn

网络舆情分析报告

核心提示

2013年8月16日，新浪微博@孟非（新浪认证，《非诚勿扰》《非常了得》主持人）发布微博，对于当前航班晚点现象日益普遍表达了不满，并建议取消民航局长的飞行保障，深切体会民众疾苦。在随后一周内，孟非连续共发布9条微博，进一步要求民航局长致歉辞职，引发了媒体和公众的大范围关注。

在探讨相关部门管理得失，征求问题解决办法的同时，面对突如其来的舆论危机，如何赢得公众的理解与谅解，凝聚人心，维护政府机构的权威与形象，也是值得探讨的话题。

ccaonline.cn 民航舆情
中国民用航空网 yq.ccaonline.cn

网络舆情分析报告

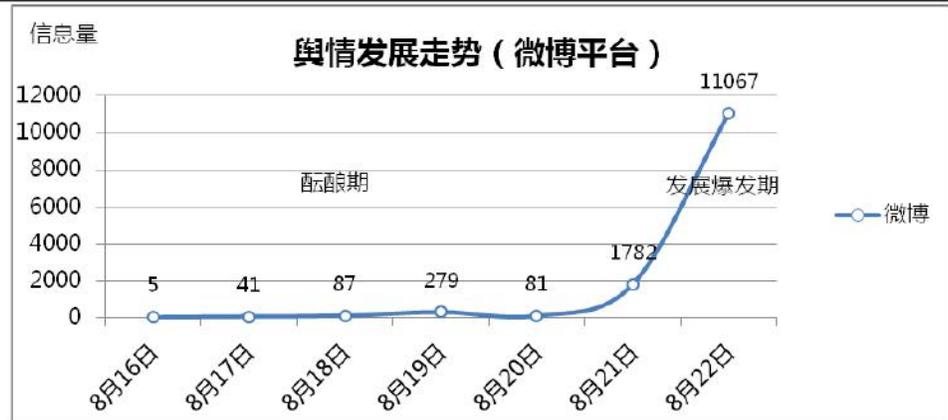


图2

微博于8月19日出现一波传播小高峰的同时，在新闻、论坛渠道亦出现了相关话题的报道和讨论，并于8月21日起开始大规模扩散，包括人民网、新浪、凤凰网等知名门户网站均发布了相关报道，微博与其他媒体渠道的信息扩散同步进行，相辅相成。