《企业品牌安全信息舆情管理规范》团体标准

（征求意见稿）

编制说明

标准编制组

2023年9月7日

《企业品牌安全信息舆情管理规范》团体标准

（征求意见稿）编制说明

1. 任务来源

全国商报联合会是1989年于民政部注册成立的国家一级新闻社团，隶属国务院国有资产监督管理委员会。联合会作为全国性新闻媒体社会组织，覆盖全国各省及自治区，在中国经济领域影响力巨大，成员包括117家中国中央新闻媒体及全国主流经济新闻媒体的报纸、网站、期刊、新媒体。在中共中央宣部、国新办工作指导下，不断加强规范新闻传播秩序，健全舆情引导机制、正确引导社会思想意识，发挥国家新闻社团的高度协作力，大力推动媒体创新融合发展。依托新闻职能服务国家大局，深化跨国家、跨文化合作与交流，持续搭建全球经贸合作及文化互鉴平台，多年来为推动国家经济社会的繁荣与发展做出卓越贡献。

鉴于目前缺少一套完整的网络舆情信息收集监测、分析研判、引导应对机制，没有形成网络舆情管理合力;同时缺乏科学、合理的网络舆情处理行为程序和行为规则。2023年4月，全国商报联合会提出了编写《企业品牌安全信息舆情管理规范》团体标准的想法，并进行了相关资料的收集整理，2023年5月28日经专家评审，成功立项。

1. 制定标准的必要性与意义

随着社会信息化程度的进一步提升和即时信息传播速度的加剧，企业及商品品牌的传播速度与传统媒体时代已不可同日而语，但同时也带来了一些涉企类虚假不实信息和侵权信息的传播，其中包括有：捏造事实、主观臆断、歪曲解读、恶意关联、蓄意炒作和翻炒旧闻等涉企六大类虚假不实信息；泄露个人隐私、诋毁侮辱谩骂、虚构私生活话题、关联炒作负面新闻、捏造违法犯罪事实、违规使用姓名肖像等涉企六大类侵权信息。这些不良信息严重损害了企业和企业家的形象声誉，甚至触犯了从中牟取非法利益的违法违规行为。

为深入清理网络谣言和虚假信息，营造风清气正的网络环境，中央网信办2023年4月6日以来，开展“清朗·规范重点流量环节网络传播秩序”专项行动，全面清理违规采编、违规转载、炮制虚假新闻等扰乱网络传播秩序信息，坚决守住网上新闻信息规范有序传播重要关卡。

作为企业，应肩负社会责任、积极响应贯彻中央精神，自觉维护“网络安全与网络清朗”，指导网站平台建立健全长效工作机制，维护广大网民获取权威真实新闻信息合法权益。

该团体标准的制定对产业、行业有着重大的意义。一是对于业务的必要性：

1、提高企事业单位的互联网声誉，保护品牌形象

实时监测社交媒体、博客、论坛、新闻站点等平台，第一时间发现有关该企事业单位的网上信息，这样就可以在问题升级之前，处理好这些相关信息，避免网络舆情危机。

2、把握行业发展动态，拓展销售机会

监测企事业单位所处行业相关的产业动态、法律法规、行业政策等，有效把握行业招标信息、用户需求、法律风险、供应链信息等内容，帮助企业实现业务创新，拓展销售机会。

1. 主要起草过程
2. 前期标准预研

2023年4～5月，由全国商报联合会和希而思共同组织工作组开展前期资料收集与研究工作，通过对文献及相关标准检索查新，梳理国内外品牌舆情标准的建设情况，总结企业舆情处理实际及经验，拟定了标准框架及草案内容。

1. 标准立项

2023年5月底，标准工作组讨论并确定了标准的适用范围、框架及关键点要求，填写了团体标准制修订立项申请书，向全国商报联合会提交立项申请。

2023年5月28日成功立项，立项评审会上专家组成员对标准立项的可行性、必要性、先进性等进行评审，同时对标准草案进行讨论并给出建设性的意见。专家组一致认为该标准立项意义重大，对提高企业舆情控制能力，保障企业美誉度和知名度，促进企业高质量发展具有重要促进作用。该标准制定的方案切实可行，操作性强，项目单位工作基础扎实，开展了一系列调研与查新分析，提出了标准中的关键内容及科学规范主要指标阈值，方法先进。该标准产业需求度高，有利于防止企业虚假新闻、提高企业为社会服务的能力，打造知名品牌。

1. 标准起草过程

立项之后，根据全国商报联合会立项评审会情况，在前期查阅大量相关标准及文献资料的基础上，成立编制小组，确定项目计划及职责分工。为使标准更具有符合性、充分性和有效性，多次召开讨论会，反复对标，对标准中关键指标，尤其是舆情计算公式进行确定及完善，并形成工作组讨论稿。

项目负责人将工作组讨论稿以函征的形式发给相关人员进行意见征求。编制小组根据相关意见及资料，对标准进行完善，形成标准征求意见稿，并编制标准编制说明。

1. 标准编制的原则和依据
2. 标准编制原则

1.合规性原则

标准编制符合相关法律法规与国家强制标准的要求。

2.适用性原则

结合全国商报联合会对企业品牌舆情安全信息的规范，充分梳理、分析目前的优势及缺陷，设定适用的评价指标项目及范围。

3.目的性原则

围绕企业品牌安全信息舆情管理这块没有详细、统一的标准，增强其标准的适用性和规范性等问题。

4.规范性原则

本标准编写格式依据 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》给出的规则编写。

1. 标准编制依据

1.本文件依据GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定进行编写。

2.规范性引用文件：本标准没有规范性引用文件。

（三）与我国现行法律、法规和标准的关系

本标准与法律法规及相关标准相协调，没有与有关现行法律、法规和强制性标准、行业标准冲突部分。

1. 主要条款的说明
2. 范围

本文件规定了企业品牌安全信息舆情管理的职责、原则、发展阶段及处置要求、处理情况评估等要求。

本文件适用于商务领域的企业、产品等商标化信息舆情管理。

1. 术语和定义

本标准定义了“起点分散”、“舆情管理”等2个术语。

1. 核心技术内容

本标准的核心技术要素包括5个章节，分别为第4章管理职责、第5章管理原则、第6章舆情发展阶段及处置要求、第7章管理程序、第8章处理情况评估。

其中，第4章主要规定了舆情危机应对领导小组、舆情监测部门和舆情处理部门的职责，第6章简述了舆情发展阶段以及各阶段具体表现情况及其处置要求，第7章描述了舆情信息监测、分析、处理及宣传的具体要求，第8章概述了舆情信息评估的流程、评价指标体系、等级划分依据以及结果评价与反馈的内容，并在附录中详细介绍了风险演变指标计算的方法。

1. 重大意见分歧的处理依据和结果

无。

1. 与现行相关法律、法规和标准的关系

本标准的编制符合舆情信息安全的政策法规要求，并以相关标准为依据，与相关要求相一致。

1. 贯彻标准的措施建议

目前国内尚无专门针对企业品牌舆情信息控制与管理的标准，亟需制定和贯彻一个有针对性和可操作性强的企业品牌安全信息舆情管理规范，为保障企业高质量发展提供必要的依据。

标准发布后，建议相关部门有重点、有针对性地组织开展标准宣贯工作。重点加强对企事业单位内的标准宣贯工作。

标准编制组

2023年9月7日