

报告大纲模版示范

！ 为确保Agent遵循自定义报告分析需求，请仔细阅读大纲说明和示例，按照说明撰写自定义大纲。

报告大纲说明【重要!!】

大纲组成

- 报告大纲模版由以下板块组成

板块	板块说明	板块示例
报告章节模块	通常指一份正式报告（如项目报告、分析报告、实验报告、商业计划书等）的 标准结构 和 组成部分 。这些章节模块是通用框架，旨在确保报告的逻辑性、完整性和专业性，方便读者理解和查找信息。	
报告文字内容	通常指报告中的文本描述性内容，为实现报告目标而组织起来的事实、数据、分析和论证	
报告图表内容	通常指报告中的将复杂数据、关系和流程进行可视化呈现的表格、柱形图、折线图、饼图、词云图等	
报告数据说明	通常指报告中所有事实、数字、统计信息和证据的原始出处或获取途径。包括分析维度、分析指标	

数据说明

！ 为确保Agent遵循，报告大纲中提及的分析方法，如分析的指标、维度。需要和所需要分析的数据源字段保持一致，以确保报告数据分析可使用。

- 数据源字段：指报告中分析使用的数据源中基本的数据信息
- 分析指标：指报告中分析使用的指标，如声量
- 分析维度：指报告中分析使用的数据维度，如站点维度、情感维度等
- Agent标准数据说明：
 - 数据类型：目前仅支持社媒平台的内容类型数据
 - 常见指标说明：

数据名称	数据说明	别名
声量	关键词或策略召回的内容发文量总和（包含所有题材类型）	提及量、命中量、发文量、提及数、命中数、发文数
互动数	内容发文相关消费数据量总和，通常把扩分享、评论、点赞	消费量
阅读数	内容被查看、浏览、阅读的次数	
分享数	内容发文被分享的次数	
评论数	内容发文被评论的次数	
收藏数	内容发文被收藏的次数	
点赞数	内容发文被点赞的次数	
粉丝数	内容发布作者的粉丝总数	
NSR净情感度	内容发文中(正面声量 - 负面声量) / (正面声量 + 负面声量) × 100%	
SOV声量份额	监测本品声量 / (监测本品+对标竞品声量之和) *100%	声量份额
SOE互动份额	监测本品互动量 / (监测本品+对标竞品互动量之和) *100%	互动量份额
情感类型	内容发文的情感分类特征	
正向声量	情感分类为正向的发文量总和	正面声量
中性声量	情感分类为中性的发文量总和	中立声量
负向声量	情感分类为负向的发文量总和	负面声量
内容分类（自定义标签）	基于命中发文内容，算法打标业务分类标签	

平台	内容发布的站点域名	站点、域名、平台、信源、渠道、传播渠道
链接	内容发布的站点URL	链接、URL、内容原文链接
发布时间	内容发布时间	发文时间
作者名称	内容发布的作者	作者名、媒体名称
标题	内容的标题信息	
正文	内容的正文信息	
ocr	内容中的图片模态转文本信息	
asr	内容中的音频模态转文本信息	
信源等级	根据业务规则针对内容发布作者进行的等级分类	
信源标签	根据业务规则针对内容发布作者进行的分类打标	

报告大纲撰写指南

- Step0: 查看示范说明
- Step1: 明确所需要产出报告的所有段落章节结构
- Step2: 明确章节结构中，需要预期输出的文本内容、图表内容、数据
- Step3: 明确数据源字段说明、分析指标口径设计

报告大纲示例：市场传播活动分析

- 说明：**{标蓝内容信息}** 可根据报告分析需求进行替换
- 以下大纲模版以**市场传播活动分析洞察报告**为例

代码块

```
1  报告分析主题
2  请帮我分析 {xx企业/品牌/产品/人物} 的社媒洞察分析报告
3
4
5  报告说明
6  数据来源：基于本地上传数据文件和互联网公开信息，主要为社媒内容数据
7
```

8 报告章节模块

9 {活动背景}

10 章节内容：{介绍该活动的主题、活动时间、活动地点、活动形式等基础信息}

11

12 {活动声量/互动量情况}

13 文字内容：{总结该活动统计周期范围内，整体总传播声量/互动量数据概况，如相关话题全网传播声量累计xx条，有效声量xx条；总计活动声量传播的关键阶段}

14 图表分析：

15 图表1：{数据统计周期范围内，日维度声量趋势折线图}

16 图表2：{数据统计周期范围内，日维度互动量趋势折线图}

17 {活动情感分布}

18 文字内容：{总结该活动统计周期范围内，整体总情感分布数据情况，如活动以正面讨论为主，占比93%，及5个讨论原文内容示例}

19 图表内容：

20 图表1：{数据统计周期范围内，全量声量情感分布饼图}

21 图表2：{数据统计周期范围内，日维度情感声量分布百分比堆积柱形图}

22

23 {活动NSR净情感度分析}

24 文字内容：{总结该活动统计周期范围内，整体NSR数据情况，以及NSR变动归因，如活动整体NSR为XX %}

25 图表内容：

26 图表1：{数据统计周期范围内，日维度NSR趋势折线图}

27

28 {活动传播渠道}

29 文字内容：{总结该活动统计周期范围内，按照不同平台站点的声量分布情况，并展示TOP 5 按占比倒序；按照端内、端外的声量分布情况；按照信源标签分布情况；按照UGC/PGC分布情况}

30 图表内容：

31 图表1：{数据统计周期范围内，不同平台站点来源，总声量柱形图}

32 图表2：{数据统计周期范围内，不同平台站点来源，日维度声量折线图}

33 {活动观点分析}

34 文字内容：{总结提炼该活动的原文内容，提炼出正面讨论的观点、负面讨论的观点、中立观点}

35 图表内容：

36 图表1：{数据统计周期范围内，按照表格的方式，输出正面、负面、中立的各TOP 5个观点，及其对应的原文文本内容和URL链接}

37 图表2：{数据统计周期范围内，解析原文内容的关键词词频，并以词云图的方式输出}

38

39 {活动总结与建议}

40 文字内容：{结合活动的统计数据 and 社媒原声内容，提炼总结出活动的亮点与不足，从品牌形象、品牌相关产品上提出关键可行的建议}

41

42

43 报告数据说明

44 分析指标口径

45 {声量：指社媒内容的主贴内容数量之和}

46 {互动量：指原文主贴内容转发量、评论量、点赞量、收藏量等互动数据之和（主贴转、评、赞之和）}

47 {NSR：用于文本分析中，衡量某一话题或品牌的整体情绪倾向，（正面声量 - 负面声量） / （正面声量 + 负面声量） × 100%。NSR 值越高表示该话题越正面，好感度越高。}

48 分析维度

49 {站点：平台站点名称}

50 {情感分类：正向、中立、负向}

51

52 数据源字段

53 数据类型：上传数据均为社媒平台站点内容数据，每一行为独立的一条内容数据

54 文章ID：该内容发文的唯一标识

55 链接：该内容的原文URL链接

56 发布时间：该内容发文时间信息，年月日

57 平台：该内容发文的社媒内容平台

58 标题：该内容发文的标题信息

59 正文：该内容发文的正文信息

60 评论数：该内容被评论的数量

61 转发数：该内容被转发的次数

62 获赞数：该内容被点赞的次数

63 作者名称：该内容的发布作者名称

64 作者ID：该内容发布作者的唯一标识

65 文本：该内容标题和正文拼接的文本信息

66 相关性：业务自助加工字段指该条内容有效，还是无效

67 情感：业务自助加工字段指该条内容的情感分类，枚举值有正面、负面、中性