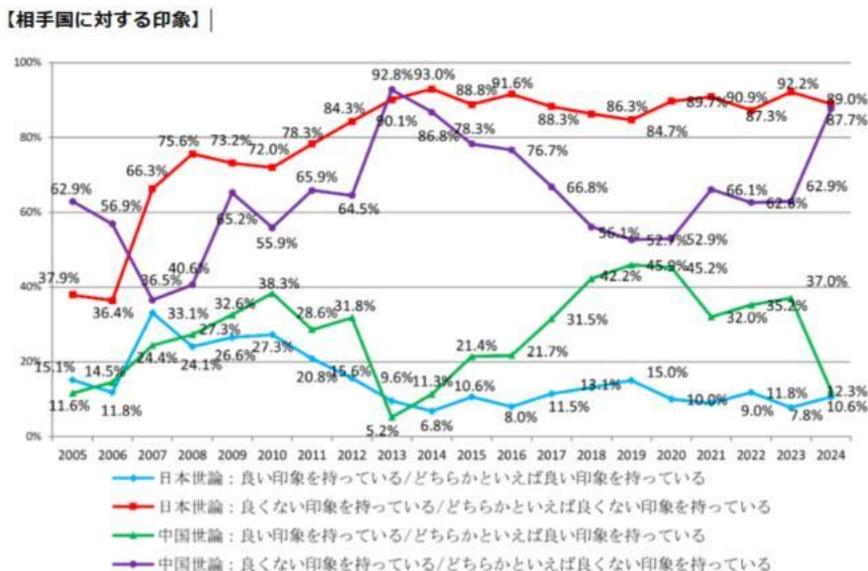


抗日情绪升温背景下企业涉日舆情风险与应对防范



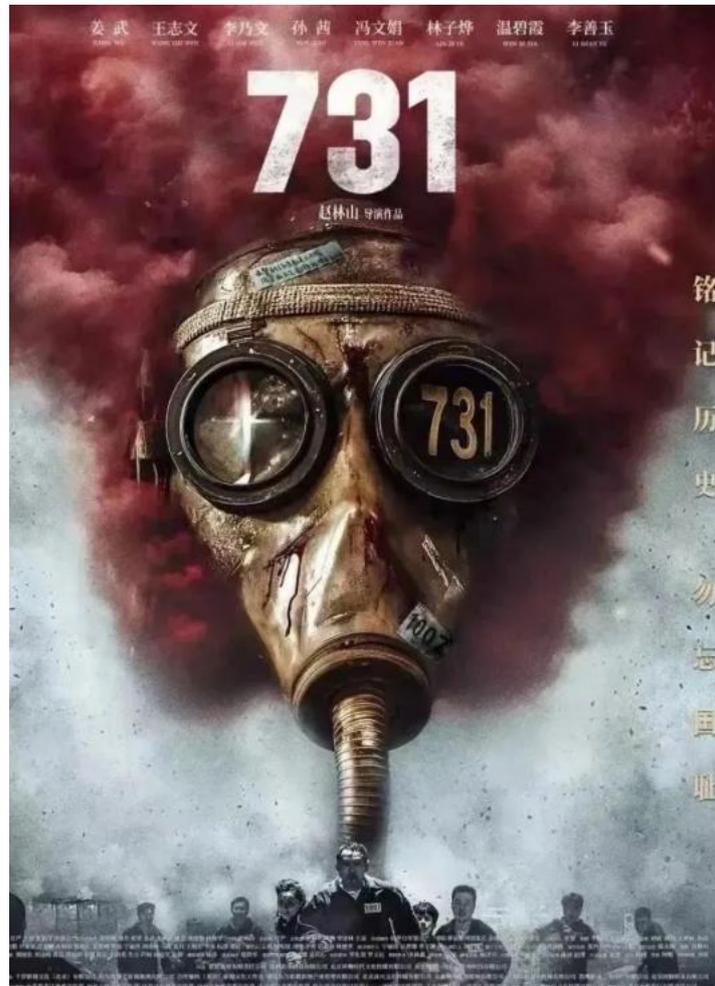
(中国外文局和日本言论NPO共同实施的中日关系舆论调查结果)

中日邦交正常化53年来，两国关系长期受困于民族历史问题、东海划界与钓鱼岛主权争议、台湾问题、福岛核污水、日本右翼势力动向以及美国外部干预等复杂因素，导致民间相互好感度持续走低。2024年中日联合民调显示，日本民众对华负面印象比例达89%，中国民众对日负面印象比例亦高达87.7%。



历史照片

在国内，曾因民族情绪激化出现一系列非理性排日行为，包括打砸日系车辆、抵制日货、网上网下人身伤害，烧毁日本旗帜、冲击涉日使馆建筑以及抵制日本文化元素（动漫、和服）等。



电影《731》海报

当前，正值中国人民抗日战争胜利80周年纪念之际，多部反映日本侵华题材的电影陆续上映或进入宣传期，叠加国内多部涉日本侵华题材电影上映或进入预热期、日本政要“拜鬼”、560亿“正确形象”公关费等涉华不当言论与动作，激化抗日民族情绪达到近年高点。在此背景下，任何涉日敏感事件

都可能被舆论放大，甚至被部分自媒体或势力炒作，成为民族情绪的宣泄口，进而对中日关系构成冲击。

基于历史经验与当前态势，研判在华日企及涉日企业近期主要面临以下七类风险：

一、生产经营与供应链中断风险

在华日企及涉日企业市场运营可能因突发性抵制活动、罢工而受到影响。例如，相关生产类或材料加工类企业大门被堵，导致货物运输受阻。

二、品牌形象与舆论抵制风险

日本品牌及其产品可能因多重因素而遭到中国消费者的自发抵制。历史经验表明，舆论发酵往往导致日系产品销量骤降、品牌价值受损，甚至引发线下冲击事件。

三、政策与合规风险

当前紧张背景下，可能促使个别地方政府加强对日资企业或涉日企业的监管审查，包括环保、劳动、税收等方面的突击检查，或在准入许可、政府采购、行业标准等方面设置隐性壁垒。

四、文化冲突与本地化适应风险

日本企业和涉日企业在中国开展文化、娱乐、教育等领域的合作项目时，可能因民族情绪高涨而遭遇抵制。例如，涉及日本动漫、服饰、节日等文化元素的推广活动需格外谨慎，避免引发公众反感。

五、员工安全与劳动关系风险

日企在华员工或涉日企业相关员工可能面临人身安全威胁或网络暴力，企业需加强安保措施和员工心理支持。同时，劳资关系也可能因民族情绪影响而变得敏感，甚至引发罢工或抗议活动。

六、长期战略与投资不确定性风险

若民族情绪持续高涨，日本企业在华长期投资意愿可能下降，已有项目或投资也可能因政策变动或舆论压力而调整或终止。

七、无良自媒体摆拍操弄风险

部分自媒体或机构为博取流量，可能通过摆拍、造假等方式制造涉日虚假事件或煽动性内容（如伪造食品安全、编造冲突等），刻意激化民族对立情绪。此类内容传播速度快、欺骗性强，易引发误读和舆论震荡，使企业无辜卷入争议，严重损害企业形象甚至引发线下冲击行为。

应对建议

一、加强企业安保水平。一是提升实体安防等级，做上网上网下监测、维安工作，制定应急预案；二是排查内部风险隐患，研判风险等级；三是优化供应链布局，增加关键物资库存，拓展替代性供应渠道。

二、弱化涉日元素宣传。一是非必要不宣传，避免使用敏感文化符号；二是去除公开环境中的涉日元素，防止恶意拍摄剪辑。

三、强化媒体平台合作。与主流媒体、主流社交平台建立常态沟通，及时澄清不实信息，处置不良有害信息。

四、确保合规经营与政府沟通。一是全面排查环保、税务、劳工等领域合规风险；二是保持与当地政府的密切沟通，积极回应监管关切。

五、履行社会责任，提升品牌形象。一是在教育、环保、社区服务等领域开展社会责任项目；二是通过务实贡献改善公众认知，积累社会信任资本。