

团 体 标 准

T/GDSES XX—202X

生态环境治理公众感知度提升宣传工作指南

Guidance to publicity work for improving public perception with the
ecological environment governance

（征求意见稿）

202X-XX-XX 发布

202X-XX-XX 实施

目 次

前言 III

引言 V

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语与定义 1

4 总体原则 1

5 工作策划 2

6 宣传内容 3

7 宣传方式与渠道 4

8 重点对象与场景 6

9 保障措施 7

10 效果评估与改进 7

附录 A（资料性） 公众生态环境感知度参考调查问卷 9

参考文献 14

前 言

本文件按照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》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广东省环境保护宣传教育中心提出。

本文件由广东省环境科学学会归口。

本文件起草单位：广东省环境保护宣传教育中心、广东省环境科学学会。

本文件主要起草人： 。

引 言

生态环境是关系民生的重大社会问题，有效的宣传工作是连接客观成效与主观感知的桥梁，能够通过科学的信息传播、深入的政策解读、广泛的公众互动，将生态环境治理的成果转化为公众可感知。为了顺应这一新形势、新要求，聚焦生态环境“宣传工作”与“公众感知度提升”之间的内在联系，建立生态环境领域公众感知度科学评估体系，准确把握公众生态环境需要，推动生态环境保护工作更好地服务社会公众，现依据《中华人民共和国生态环境法典》《广东省生态环境教育条例》等法律法规，结合广东省生态环境宣传工作实际，制定本文件。

生态环境治理公众感知度提升宣传工作指南

1 范围

本文件提供了生态环境治理公众感知度提升宣传的总体原则、工作策划、宣传内容、宣传方式与渠道、重点对象与场景、保障措施、效果评估与改进等方面的工作指引。

本文件适用于组织和开展以提升生态环境治理公众感知度为目标各类宣传活动。

2 规范性引用文件

本文件无规范性引用文件。

3 术语与定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

生态环境治理公众感知度 public perception with the ecological environment governance

公众对其在特定区域内所感知的生态环境质量、生态环境保护工作成效及生态环境公共服务等方面的知晓程度和认知水平。

4 总体原则

4.1 贴近公众需求

宣传内容贴近社会公众日常生活，紧扣民生关切的生态环境问题，及时回应社会诉求，用公众听得懂的通俗语言、喜闻乐见的传播形式，讲述可感可知的本土环保故事，使生态文明理念更加深入人心。

4.2 坚持问题导向

基于对相关群体公众感知度调查数据的深入分析，精准识别导致公众不满意的短板领域和重点关注问题，通过有效的沟通和宣传，消弭信息鸿沟，使公众清晰了解生态环境保护工作全貌，解除疑虑和误解，增强公众对生态环境工作的理解和信任。

4.3 注重科学精准

建立在科学事实和准确数据的基础上，确保所有发布信息的权威性和真实性。宜运用数据分析工具，对目标受众进行精准画像，实现宣传内容的精准推送和传播渠道的优化选择，提升宣传资源的利用效率。

4.4 强化互动参与

积极搭建和拓展公众参与的平台和渠道，将宣传工作从单向灌输转变为双向互动，鼓励支持公众现场体验、参与监督和建言献策，在互动中增进了解、形成社会共识，营造全社会共同关心、支

持、参与生态环境保护的良好氛围。

5 工作策划

5.1 现状研判

5.1.1 感知度基线调查

开展相关区域生态环境公众感知度基线调查（可参考附录 A），了解公众对生态环境质量的评价、对政府环境治理工作的感知、对环境信息的获取渠道和需求等，形成感知度画像。

5.1.2 问题诊断与成因分析

根据感知度调查结果，识别感知度短板及关键影响因素，分析“客观改善”与“主观感知”之间的差距成因，包括但不限于：

- a) 环境质量改善但公众不知晓——信息触达不足；
- b) 环境治理有成效但公众不满意——期望值偏差或参与感缺失；
- c) 特定环境问题引发集中不满——精准回应不够；
- d) 环境信息不透明导致信任缺失——信息公开与沟通不足；
- e) 知识普及不够导致的认知偏差——被舆论误导。

5.1.3 受众分层与画像

根据人口学特征、环境感知水平、信息获取习惯等，对公众进行分层画像，为精准宣传提供依据。维度分层包括但不限于：

- a) 按地域：如不同城市或区域；
- b) 按城乡：如城市社区居民、乡镇农村居民；
- c) 按户籍：如本地户籍居民、外来常住人口；
- d) 按年龄：如青少年、中青年、老年群体；
- e) 按职业：如公职人员、企业职工、农民、学生、自由职业等；
- f) 按受教育程度：大专以上、高中、初中、小学及以下。

5.2 目标设定

5.2.1 总体目标

以提升生态环境公众感知度为核心，通过系统化、规范化、精准化的生态环境宣传引导，持续提升公众对生态环境的感知度，不断增强社会公众对生态环境的获得感、幸福感和安全感。

5.2.2 阶段目标

生态环境公众感知度提升宣传工作短中长期阶段目标：

- a) 短期目标：提升公众对生态环境质量改善的知晓率，缩小“客观改善”与“主观感知”的差距；
- b) 中长期目标：提升公众对生态环境治理的感知度，营造社会公众支持和参与生态环境保护的良好氛围。

5.2.3 量化指标

生态环境公众感知度提升宣传工作目标宜结合实际设定可量化的指标，包括但不限于：

- a) 生态环境公众感知度年度数值变化；
- b) 主要媒体对生态环境治理成效的宣传报道数量；

- c) 生态环境宣传教育活动覆盖区域;
- d) 公众对生态环境信息的知晓率。

5.3 方案编制

5.3.1 年度宣传工作方案

制定年度生态环境公众感知度提升宣传工作方案,明确工作目标、重点任务、责任分工、时间安排和保障措施。

5.3.2 专项宣传方案

针对重要时间节点、重点环境议题或感知度短板领域,制定专项生态环境公众感知度提升宣传工作方案,实现精准发力。

5.3.3 应急宣传预案

针对突发环境事件、环境舆情等特定情况,制定生态环境公众感知度提升宣传工作应急预案,明确信息发布、舆论引导、公众沟通等流程。

6 宣传内容

6.1 生态文明理念传播

6.1.1 习近平生态文明思想宣讲

面向党政机关、乡村、社区、学校、企事业单位等开展习近平生态文明思想宣讲活动。

6.1.2 生态文化传播

深入挖掘生态文化领域非物质文化遗产、民俗资源和自然资源禀赋,创作和传播具有地方特色的生态文化产品。

6.2 生态环境质量改善成效宣传

6.2.1 空气质量改善成效

重点宣传相关区域空气质量优良天数比例、六项主要污染物浓度等指标及排名变化,以数据对比、可视化图表等形式直观展示空气质量改善趋势。

6.2.2 水环境质量改善成效

重点宣传饮用水水源地保护、国考断面水质达标情况、黑臭水体治理成效、美丽河湖建设成效、近岸海域水质改善等。

6.2.3 土壤与固体废物治理成效

重点宣传“无废城市”建设成效、土壤污染风险管控成效等。

6.2.4 生态保护与修复成效

重点宣传美丽中国建设成效、生物多样性保护成果、生态修复成果等。

6.2.5 其他

重点宣传声环境质量改善、应对气候变化及减污降碳协同增效成效、新污染物治理成效、农村人居环境整治提升成果、核与辐射环境安全保障成效及预期效果，以及其他与公众切身感受密切相关的生态环境治理及预期改善成果。

6.3 生态环境治理行动宣传

6.3.1 污染防治攻坚战

宣传蓝天保卫战、碧水保卫战、净土保卫战等重点行动的举措和成效，让公众了解政府“做了什么”“效果如何”。

6.3.2 减污降碳协同增效

宣传碳达峰碳中和行动、绿色低碳转型、碳普惠机制等，引导公众理解并支持绿色低碳发展。

6.3.3 环境监管执法

宣传生态环境执法成效、企业环境信用评价、环境信息公开等，增强公众对政府环境治理的信任。

6.3.4 环境惠民举措

宣传生态环境领域为民惠民的具体举措，如环境信访办理、送服务下基层、公众参与等，将“问题清单”转化为“幸福清单”。

6.4 绿色低碳生活方式倡导

6.4.1 绿色生活普及行动

围绕绿色出行、节水节电、垃圾分类、“光盘行动”、守护宁静等主题，开展形式多样的宣传倡导活动。

6.4.2 碳普惠机制推广

宣传和推广碳普惠机制，鼓励公众通过绿色行为获取碳积分、兑换激励，形成绿色低碳生活正向反馈。

7 宣传方式与渠道

7.1 媒体传播

7.1.1 主流媒体合作

加强各级主流媒体合作，开设生态环境保护专题栏目，加大生态环境正面报道力度。

7.1.2 新媒体矩阵

建设和运营生态环境政务新媒体矩阵（如微信、微博、抖音、视频号等），打造核心 IP 宣传品牌，运用短视频、直播、互动 H5 等形式提升传播力和触达率。

7.1.3 媒体深度融合

统筹整合传统媒体与新兴媒体各类传播平台资源，推动生态环境领域传统媒体和新兴媒体在内容生产、传播渠道、平台载体、技术支撑、运营管理等方面深度融合。

7.1.4 新闻发布

建立新闻发布制度，主动发布生态环境质量状况、生物多样性保护成效、污染防治攻坚战成效等信息，形成媒体集中报道声势，提升生态环境工作社会知晓度。

7.1.5 对外交流合作

积极发挥媒体外宣作用，依托联合国气候变化大会、联合国生物多样性大会、慕尼黑国际环博会及“一带一路”环境技术交流与转移中心等平台，加强对外交流合作，主动传播生态环境治理成效和美丽中国建设故事。

7.2 公众体验

7.2.1 基地联合行动

建设高品质的生态环境教育基地、科普基地、自然博物馆，开展自然观察、生态研学等体验活动，打造“沉浸式”生态环境体验场景。

7.2.2 环保设施公众开放

有序推进环境监测、城市污水处理、垃圾处理、危险废物处理等设施向公众开放，增强公众对环境治理工作的了解和信任。

7.2.3 科研机构社会开放

动员各地生态环境科研院所、重点实验室、工程中心等科研机构向社会开放参观，举办专家讲座、科学实验演示、科研成果展览与推广宣传等各类公众性科技宣传普及活动，提供社会公众近距离接触生态环境科技成果的机会。

7.2.4 生态环境科普和信息服务

运用科普传播方法，将生态环境监测数据转化为公众可感知的生活体验，开展新污染物、环境与健康等公众关切领域的科普宣传；做好生态环境政策发布与解读，提供精准化、个性化的环境信息服务，满足公众环境信息需求。

7.3 社区传播

7.3.1 社区宣传阵地

在社区宣传栏、电子屏、社区服务中心等阵地投放生态环境宣传内容，推动生态文明教育进社区。

7.3.2 社区活动

组织开展生态环境知识普及、问卷调查、生态集市、环保手工制作、环保科普课程等社区活动。

7.4 校园教育

7.4.1 生态文明进校园

将生态文明教育纳入国民教育体系，开展“生态环境第一课”、生态示范课等校园学习活动。

7.4.2 生态环境研学

鼓励青少年参与生态环境研学等实践活动，通过实地观察、科学探究、互动体验等方式，引导

青少年直观感受生态环境治理成效，提升生态环境科学素养，培育绿色生活习惯。

7.4.3 生态环境实践活动

主动与高校共建合作，依托大学生暑期“三下乡”、生态环境志愿服务、实习实践等各类实践活动，组织大学生深入基层一线开展环保宣传、调研和志愿服务，共建实习实践基地，将生态环境宣传融入高校社会实践体系，提升大学生生态环境意识和实践能力。

7.5 志愿服务传播

7.5.1 生态环境志愿服务

组建生态环境志愿者队伍，通过志愿服务加强生态环境治理宣传。

7.5.2 生态环境社会组织联动

持续支持社会组织开展生态环境志愿服务，充分发挥民间生态环境社会组织的宣传动员作用。

8 重点对象与场景

8.1 重点对象

8.1.1 基层社区居民

针对社区居民开展重点宣传，通过社区宣传阵地和活动公开环境治理成效、普及环保知识，提升居民对生态环境治理的感知度和参与感。

8.1.2 青少年群体

通过生态环境课程、校园社团、研学实践、亲子活动等方式，宣传习近平生态文明思想和环保科普知识，提升青少年生态环境科学素养。

8.1.3 企业从业人员

通过企业培训、政策解读、典型案例宣传等方式，宣传环保法律法规、污染防治标准、碳达峰碳中和政策，告知企业环境责任，引导企业绿色转型。

8.1.4 乡镇农村居民

通过村广播、村务公开栏、文化下乡、农技培训等方式，宣传农村人居环境整治、农业面源污染防治、饮用水水源地保护等涉农环保知识和政策。

8.1.5 外来常住人口

通过新媒体平台、用工单位宣传、社区融入活动等方式，宣传居住地环境质量状况、环保政策法规和绿色生活方式，提升外来人群环境感知度和归属感。

8.2 重点场景

8.2.1 重要环境日节点

围绕“全国科技活动周”“国际生物多样性日”“六五环境日”“全国低碳日”“全国生态日”“全国科普日”等重要节点，开展主题宣传活动。

8.2.2 突发环境事件

发生突发重大环境事件时，及时发布权威信息、回应公众关切，引导公众正确认识突发环境问题处置。

8.2.3 重大政策出台

生态环境领域重大政策法规出台前后，同步开展政策解读和宣传，增进公众对政策的理解和支持。

9 保障措施

9.1 人员保障

加强生态环境宣传教育专业队伍建设，提升宣传策划、AI 工具服务内容制作、新媒体运营、舆论引导等能力。

9.2 经费保障

鼓励和引导通过设立环保专项资金、科普经费、文明创建经费等多种方式撬动更多资金投入，支持环保公益项目培育和生态文化产品开发，保障生态环境宣传教育经费。

9.3 阵地保障

统筹建设和用好环保设施公众开放单位、环境教育基地、社区宣传栏等宣传阵地，对各类宣传阵地实行“一场一策”管理，明确宣传内容、更新频率和责任人员。

9.4 技术保障

搭建融媒体平台，用人工智能等技术辅助新闻内容生产、传播效果分析和个性化内容推荐，提升宣传工作效率和精准度。

10 效果评估与改进

10.1 评估原则

坚持客观公正、数据驱动、持续改进的原则，开展生态环境公众感知度提升宣传效果评估，以生态环境公众感知度变化为核心衡量指标。

10.2 评估指标

10.2.1 过程性指标

生态环境公众感知度提升宣传过程性指标宜包括但不限于：

- a) 宣传活动开展次数及覆盖人次；
- b) 正面媒体报道数量及传播量；
- c) 新媒体平台粉丝量、阅读量、互动量；
- d) 志愿服务活动次数及参与人数；
- e) 环保设施公众开放参观人次。

10.2.2 结果性指标

生态环境公众感知度提升宣传结果性指标宜包括但不限于：

- a) 生态环境公众感知度年度得分；
- b) 公众对生态环境信息的知晓率；
- c) 公众对政府环境治理工作的认可度；
- d) 舆情反馈及时率。

10.2.3 感知性指标

生态环境公众感知度提升宣传感知性指标宜包括但不限于：

- a) 公众对居住地环境质量的评价；
- b) 公众对环境问题反映渠道的感知度；
- c) 公众对环境问题处理结果的满意程度。

10.3 评估方法

10.3.1 感知度调查

定期开展生态环境公众感知度调查，了解公众感知度（参考附录 A）。

10.3.2 传播效果分析

利用新媒体数据分析工具，定期分析宣传内容的传播量和互动量，进行宣传工作净效应的归因分析，评估传播效果及公众感知度提升效果。

10.4 持续改进

10.4.1 问题诊断

根据评估结果，识别宣传工作的薄弱环节和短板，分析原因。

10.4.2 策略调整

根据问题诊断结果，调整宣传策略、优化宣传内容、改进宣传方式。

10.4.3 经验推广

及时总结宣传工作中的良好实践和成功经验，进行推广交流。

- B. 环境确实变好了，但我并不了解具体改善了哪些方面
- C. 环境治理有成效，但我反映的意见建议很少得到回应
- D. 某些突出的环境问题长期存在，未见到针对性解决措施
- E. 环境信息公开不够透明，我对官方发布的数据持保留态度
- F. 我对环保知识了解不多，面对网络信息有时难以辨别真伪

A. 2. 2 主体问卷

Q1-a. 您对所在地区空气质量的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q1-b. 与去年相比，您认为所在地区的空气质量有什么变化？

- (1)好很多 (2)好一些 (3)没变化 (4)差一些 (5)很差 (6)不清楚或不了解（不读出）

Q2. 您对所在地区饮用水水质的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q3. 您对所在地区河流、湖泊或附近海域环境状况的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意
(5)所在地区没有河流湖泊、也不靠海（不读出） (6)不清楚或不了解（不读出）

Q4. <仅提问农村居民>您对所在地区土壤环境质量的满意程度是：（如是否存在工矿企业废水、废气、废渣排放污染耕地的情况，假冒伪劣农药、化肥是否严重等）

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q5-a. <仅提问城镇居民>您对所在地区居住、生活环境的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q5-b. <仅提问农村居民>您对所居住村庄环境（包括村容村貌等）的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q6. 您对所在地区污水处理情况的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q7. 您对所在地区生活垃圾处理情况的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q8-a. <仅提问城镇居民>您对所在地区公共厕所卫生条件（不包括商场、写字楼和餐厅等）的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意
(5)没有公共厕所（不读出） (6)不清楚或不了解（不读出）

Q8-b. <仅提问农村居民>您对所在地区家用卫生厕所的建设和改造情况的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意
(5)没有建设/改造卫生厕所（不读出） (6)不清楚或不了解（不读出）

Q9. 您对所在地区噪声影响情况（声环境质量）的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q10. 总体来看，您对所在地区生态环境的满意程度是：

- (1)非常满意 (2)比较满意 (3)不太满意 (4)很不满意 (5)不清楚或不了解（不读出）

Q11. 与去年相比，您认为所在地区的生态环境有什么变化？

- (1)好很多 (2)好一些 (3)没变化 (4)差一些 (5)差很多 (6)不清楚或不了解（不读出）

Q12. 总体来看，您认为所在地区的政府对生态文明建设的重视程度是：

- (1)非常重视 (2)比较重视 (3)不太重视 (4)很不重视 (5)不清楚或不了解（不读出）

R1-a. 【针对 Q1-a 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的空气质量不满意，请问原因是什么？（多选）

- | | |
|----------------------|---------------|
| (1)雾霾、沙尘暴等重污染天气多 | (2)工业企业废气污染严重 |
| (3)工地或裸露地面扬尘污染严重 | (4)养殖场排放恶臭气体 |
| (5)餐饮企业的油烟、异味、废气污染严重 | (6)采暖季烧煤污染严重 |

- (7)机动车尾气污染排放严重
(8)露天焚烧秸秆、落叶等产生烟尘
(9)周边地区空气污染输入
(10)空气中经常有异味
(11)空气质量达到优良的总天数少
(12)其他（请注明：_____）
(13)拒答（不读出）〈与选项（1）至（12）互斥〉
- R2. 【针对 Q2 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的饮用水水质不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)水碱多
(2)水质浑浊、有杂质、不清澈等
(3)水有异味
(4)高层水箱清洗不及时
(5)附近的饮用水水源存在污染
(6)其他（请注明：_____）
(7)拒答（不读出）〈与选项（1）至（6）互斥〉
- R3. 【针对 Q3 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的河流、湖泊或附近海域环境状况不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)水质浑浊
(2)水体有腥臭等异味
(3)水量减少、水位下降、湖面萎缩
(4)水域内藻类等过度生长
(5)水域内鱼类等生物大量死亡
(6)水面有垃圾或污染物漂浮
(7)有生活、工业废水违规排入水体
(8)有垃圾违规倾倒入水体
(9)河湖海域附近有垃圾堆放存储填埋
(10)河湖淤泥缺乏疏通
(11)其他（请注明：_____）
(12)拒答（不读出）〈与选项(1)至(11)互斥〉
- R4. 【针对 Q4 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的土壤环境质量不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)超标超量使用化肥农药
(2)生活垃圾倾倒、堆放、填埋
(3)生活污水直排乱排
(4)工业废渣、建筑垃圾等倾倒、堆放、填埋
(5)医疗废物、有毒化学品等乱丢乱弃
(6)其他（请注明：_____）
(7)拒答（不读出）〈与选项(1)至(6)互斥〉
- R5-a. 【针对 Q5-a 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的居住、生活环境不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)居住小区环境卫生脏乱
(2)居住小区绿化面积小或管护不当
(3)居住小区路面不平整
(4)常有人在电梯、楼道等公共场所吸烟
(5)楼道等公共场所堆放杂物
(6)违规群租房多，经常扰民
(7)蚊蝇蟑螂等家庭害虫多
(8)房屋老旧，管道“跑冒滴漏堵”等故障多
(9)居民环境卫生意识差
(10)居住小区内环境污染的经营环境
(11)其他（请注明：_____）
(12)拒答（不读出）〈与选项(1)至(11)互斥〉
- 【访问提示：管道“跑冒滴漏堵”指管道跑气、冒水、滴水、漏水、堵塞。】
- R5-b. 【针对 Q5-b 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的村庄环境（包括村容村貌等）不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)村内垃圾随意堆放、乱丢乱弃，清理不及时
(2)村内生活污水直排乱排
(3)村内路面未硬化，刮风扬尘下雨泥泞
(4)蚊蝇蟑螂老鼠等害虫多
(5)村庄附近土地、池塘、河流污染
(6)村庄附近有污染企业
(7)村民环境卫生意识差
(8)其他（请注明：_____）
(9)拒答（不读出）〈与选项(1)至(8)互斥〉
- R6. 【针对 Q6 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的污水处理情况不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)生活污水乱倒乱排
(2)工业污水乱倒乱排
(3)入河入海排污口监管不到位
(4)其他（请注明：_____）
(5)拒答（不读出）〈与选项(1)至(4)互斥〉
- R7. 【针对 Q7 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的生活垃圾处理情况不满意，请问原因是什么？（多选）
(1)垃圾随意倾倒、抛撒、堆放
(2)没有实行垃圾分类投放
(3)缺少分类垃圾桶等分类投放设施
(4)垃圾分类规则复杂，分类回收负担重
(5)垃圾清运不及时
(6)垃圾清运过程中混装混运

(7)垃圾敞开式收运，臭味大

(9)其他（请注明：_____）

(8)垃圾清运过程中有散漏

(10)拒答（不读出）〈与选项(1)至(9)互斥〉

R8. 【针对 Q8 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的噪声影响情况（声环境质量）不满意，请问原因是什么？（多选）

(1)工业生产噪声大

(3)夜间有建筑施工作业

(5)交通工具喇叭噪声大

(7)广场舞噪声扰民

(9)文化、娱乐、体育、经营等场所噪声大

(11)公交、地铁等乘客噪声大

(13)其他（请注明：_____）

(2)建筑施工噪声大

(4)交通工具行驶/轰鸣噪声大

(6)车站/港口/机场等人群噪声大

(8)公共场所空调/风机/变压器/油烟净化器等设备噪声大

(10)邻居休闲娱乐噪声大

(12)室内装修噪声大

(14)拒答（不读出）〈与选项(1)至(13)互斥〉

R8-a. 【针对 Q8-a 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的公共厕所卫生条件（不包括商场、写字楼和餐厅等）不满意，请问原因是什么？（多选）

(1)臭味大

(3)地面不干净，如有积水、垃圾等

(5)墙壁、顶棚、门窗、灯具、洗手池等不干净

(7)其他（请注明：_____）

(2)蚊虫多

(4)大小便池常有污垢

(6)厕所无法冲水

(8)拒答（不读出）〈与选项 (1) 至 (7) 互斥〉

R8-b. 【针对 Q8-b 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的家用卫生厕所的建设和改造情况不满意，请问原因是什么？（多选）

(1)经常堵塞或冲不净

(3)便器、水箱、水管等建材维修不便

(5)村内排污管道等配套设施没建好

(7)地面和内墙没有防水处理，地面没有地漏

(9)厕所建设未能“入院入室”

(11)粪便未能资源化利用

(13)其他（请注明：_____）

(2)便器、水箱、水管等建材质量差

(4)化粪池渗漏

(6)厕所没有屋顶或门窗

(8)冬季结冰无法正常使用

(10)粪污清掏不方便，价格贵

(12)仍在使⽤老式旱厕

(14)拒答（不读出）〈与选项 (1) 至 (13) 互斥〉

R9. 【针对 Q9 选择(3)或(4)】您刚才表示对所在地区的噪音影响情况（声环境质量）不满意，请问原因是什么？（多选）

(1)工业生产噪声大

(3)夜间有建筑施工作业

(5)交通工具喇叭噪声大

(7)广场舞噪声扰民

(9)文化、娱乐、体育、经营等场所噪声大

(11)公交、地铁等乘客噪声大

(13)其他（请注明：_____）

(2)建筑施工噪声大

(4)交通工具行驶/轰鸣噪声大

(6)车站/港口/机场等人群噪声大

(8)公共场所空调/风机/变压器/油烟净化器等设备噪声大

(10)邻居休闲娱乐噪声大

(12)室内装修噪声大

(14)拒答（不读出）〈与选项(1)至(13)互斥〉

R12. 【针对 Q12 选择(3)或(4)】您刚才表示所在地区政府对生态文明建设不重视，请问具体表现在哪些方面？（多选）

(1)缺乏顶层设计和长期规划

(3)生态环境执法不严格

(5)长效机制不健全，环境问题易反弹

(7)生态文明建设的资金投入不够

(9)其他（请注明：_____）

(2)生态环境保护规章制度不健全

(4)改善生态环境的政策落实不到位

(6)长期存在的环境问题没有明显改善

(8)对生态环境保护的宣传教育引导不足

(10)拒答（不读出）〈与选项(1)至(9)互斥〉

R13. 您认为所在地区的生态环境工作，还有哪些方面需要改善？（最多选 3 项）

(1)进一步加大对空气、水、土壤等自然环境的污染防治力度

(2)进一步提高对污水、生活垃圾处理，公共厕所卫生，噪声防治等治理效果

(3)进一步优化城市/农村生态环境保护规划，使城市/农村环境更加美丽宜居

(4)进一步加强生态环境（空气、水质、声环境、污染源等）的监测，及时做好应对处理

(5)加强对重点排污单位等监管，进一步提高生态环境执法效能

(6)推动经济绿色转型，鼓励引导企业走绿色低碳发展之路

(7)大力弘扬“绿水青山就是金山银山”的理念，引导居民践行绿色低碳生活方式(8)其他（请注明：_____）

(9)无（不读出）

后续我们可能会邀请您进行电话回访，如方便，请您留下电话号码：_____

注：可根据需要适当增减问题和内容。

参 考 文 献

- [1] T/GDSES 33—2025 生态环境志愿服务指南
 - [2] 国家统计局. 公众生态环境满意度调查制度（2026年）
-