



2013 年腾讯政务微博和政务微信 发展研究报告

人民网 舆情监测室

2013 年 12 月

目录

前言	2
一、政务微博和政务微信人文地图	3
(一) 政务微博发展现状	3
(二) 政务微信发展现状	11
二、政务微博影响力排行	14
十大公务人员微博	16
十大政务机构微博	17
十大公安系统机构微博	19
十大法院机构微博	20
十大检察院机构微博	21
十大司法机构微博	22
十大工商系统机构微博	23
十大旅游系统机构微博	24
十大卫生系统机构微博	25
十大团系统机构微博	26
十大铁路系统机构微博	27
十大气象系统机构微博	28
十大妇联机构微博	29
十大组织系统机构微博	30
三、政务微博案例分析	37
(一) 法院、检察院微博：2013 年政务微博发展新亮点	37
(二) 纪委微博：开辟网络监督新阵地	39
(三) 芦山地震：政务微博构筑绿色救援通道	43
(四) 余姚水灾：政务微博传递点滴爱心	46
(五) 厦门公交车起火案：政务微博进行情绪引导	50
(六) 特别推荐：“@中国政府网”——拉近中南海和普通民众的距离	53
四、政务微信运营案例推荐	57
(一) 微信“国家队”：政务公开的带头作用	57
(二) 服务型政务微信：创新型便民服务窗口	67
(三) 资讯型政务微信：充分体现部门职能	75
五、腾讯政务微博、政务微信发展总结	81
(一) 政务微博发展特征	81
(二) 政务微信发展特征	86

前言：

政务微博、政务微信将迎新一轮快速发展

历经2011年的洗礼，2012年的井喷，政务微博在2013年步入规范运营、务实应用的成熟阶段，政府信息公开制度建设也已迈入微政务时代。

2013年10月15日《国务院办公厅关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》发布，其中7处提到政务微博，并明确指出各地区各部门应积极探索利用政务微博、微信等新媒体，及时发布各类权威政务信息，尤其是涉及公众重大关切的公共事件和政策法规方面的信息，并充分利用新媒体的互动功能与公众进行交流。

2013年，在腾讯微博平台开通政务微博的级别呈现高而多的趋势。其中，外交部、国家地震局、教育部、商务部等部级微博位居全国政务微博影响力排行前列，部委以及部委级组织落户的官方微博数高达47个，仅6月份就开通了卫生及计划生育委员会、国土资源部、民政部三个正部级微博，尤其是在10月11日，国务院办公厅主办的中国政府网也入驻微博和微信，被网民称为“级别最高的政务微博”，引起强烈反响。

截至2013年10月31日，经腾讯微博平台认证的政务微博已达到160068个，其中党政机构92130个，党政官员67938个；经腾讯微信平台认证的政务微信已超3000个。

政务微博正在由功能单一的问政渠道向办公平台扩展。越来越多的政府部门借助微博发布信息、提供服务，微博逐渐成为政府信息公开的便捷平台，在化解社会矛盾、平息网络舆情方面，微博也发挥着越来越重要的作用。政务微信逐渐成为党政机构创新服务模式，进行形象展示的新窗口。人民网舆情监测室预测，在2014年，政务微博、政务微信将迎新一轮快速发展。

一、政务微博和政务微信人文地图

（一）政务微博发展现状

截至 2013 年 10 月 31 日，经过腾讯微博平台认证的政务微博已达到 160068 个，其中党政机构 92130 个，党政官员 67938 个。较去年同期水平的总增长率为 128.39%，其中政府机构增长率 104.60%，公务人员增长率为 171.17%。人民网舆情监测室对腾讯微博提供的党政机构和公务人员微博数据进行分析计算，绘制出 2013 年腾讯政务微博的人文地图，主要集中在政务微博地域分布、机构-个人组成、部门分布、活跃度特征以及政务微博听众特征等，直观地反映了政务微博 2013 年发展的现状和趋势。

自 2011 年政务微博元年以来，政务微博发展迎来黄金期，全国各地依据自身特点和需要，积极推进政务微博发展，微博平台也成为各地政府创新社会管理和公务人员加强与民众沟通的重要途径。各省市因为地域特点、管理意识、互联网普及程度等因素，客观上在各自发展过程中显现出了地域差异。以下是全国政务微博的总体分布以及政府机构和公务人员分别分布情况，颜色越深表示该地域政务微博数量越大，分段依据并非严格的等距分段，而是基于整体数量分布的调整和优化，其中港澳台等地区数据暂未列入。

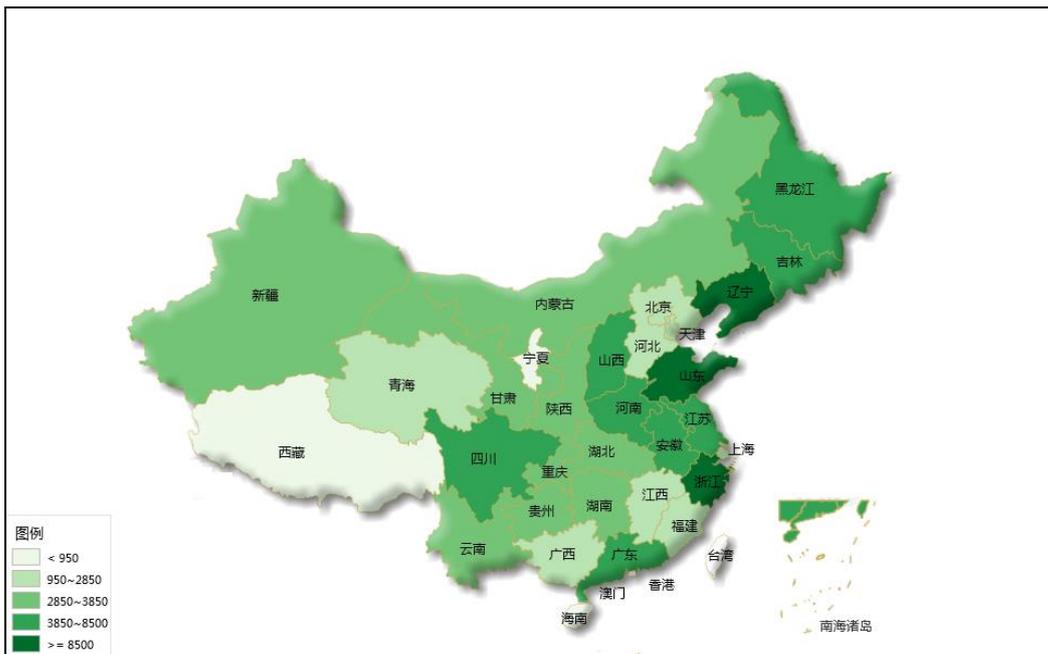


图 1.1：全国政务微博地域分布

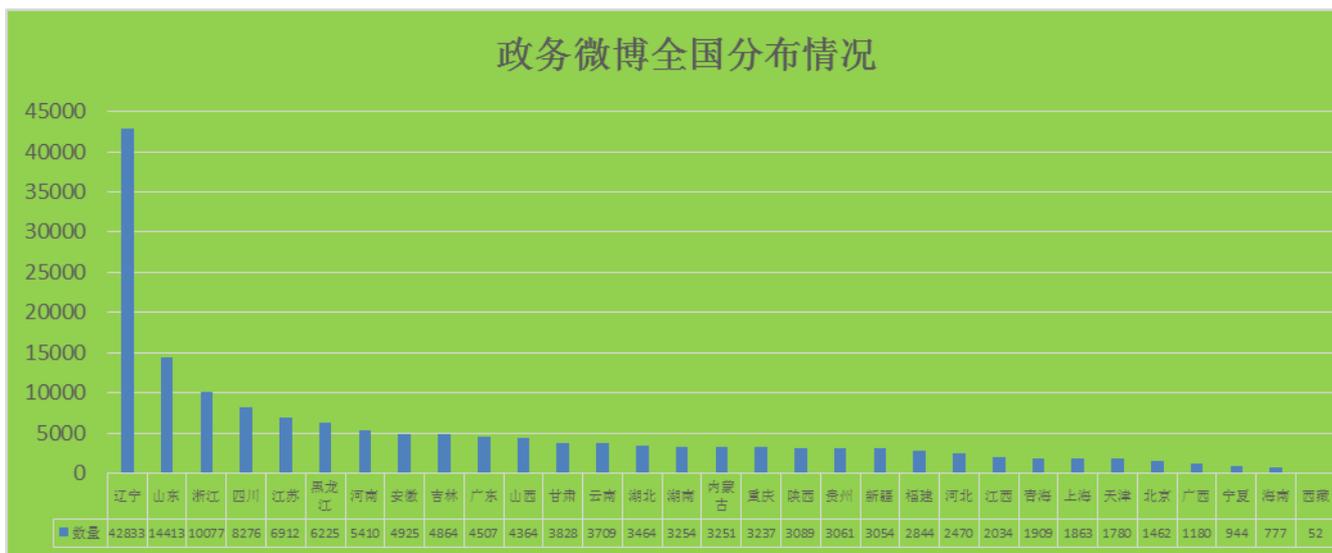


图 1.2: 全国政务微博地域总量分布

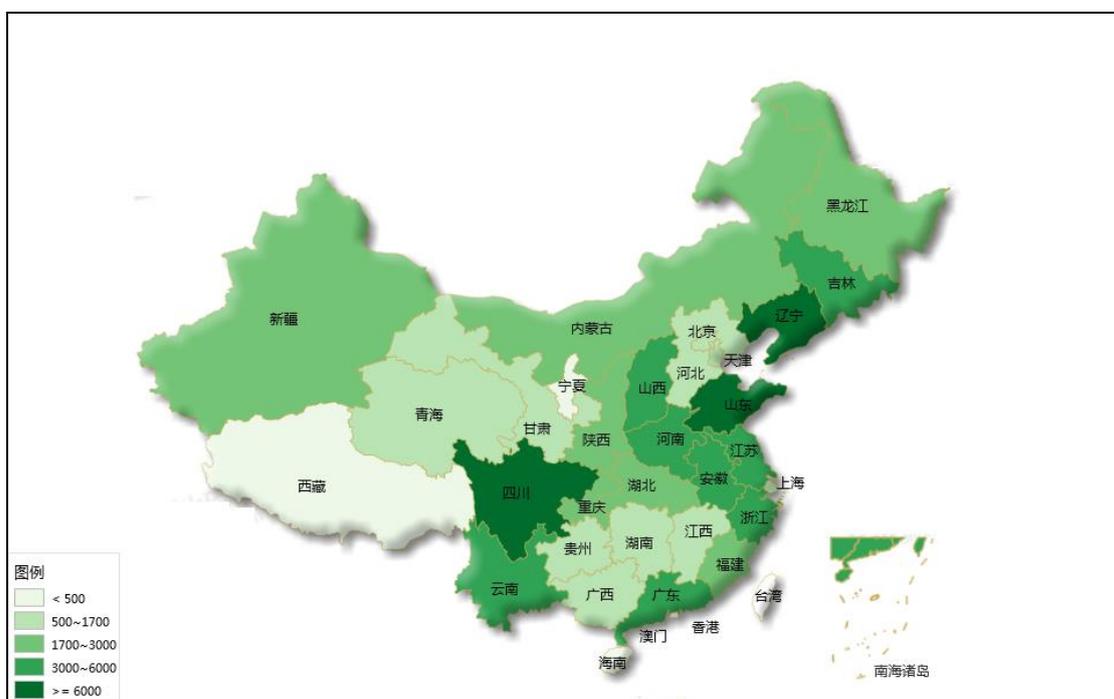


图 1.3: 全国党政机构微博地域分布



图 1.4: 全国党政机构微博地域总量分布

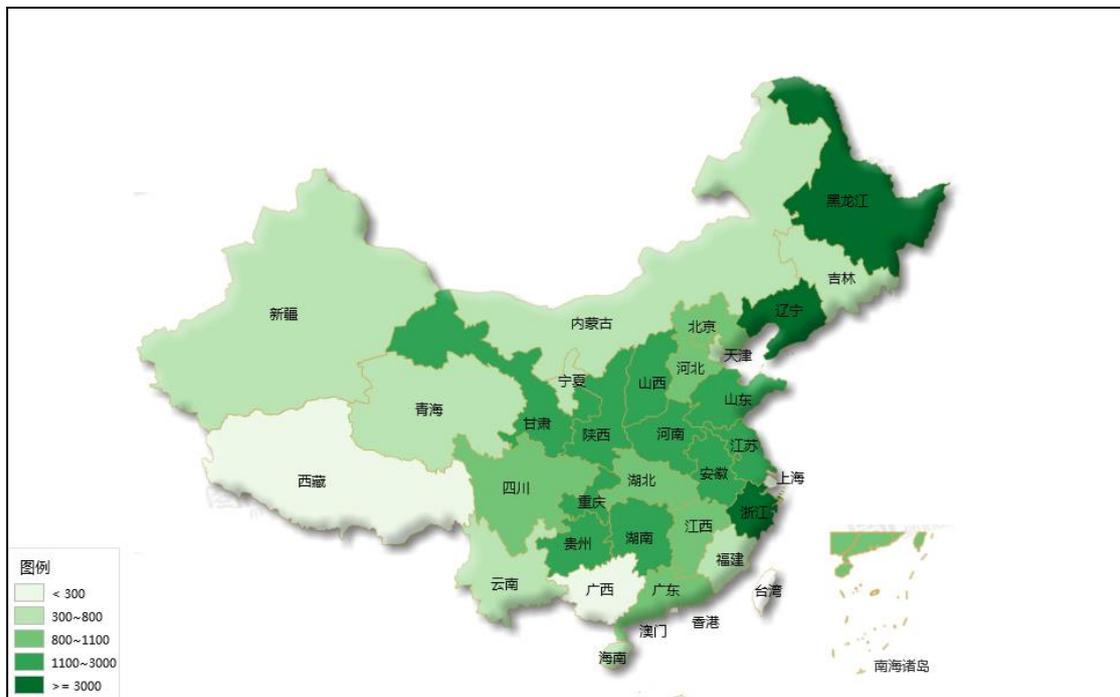


图 1.5: 全国公职人员微博地域分布

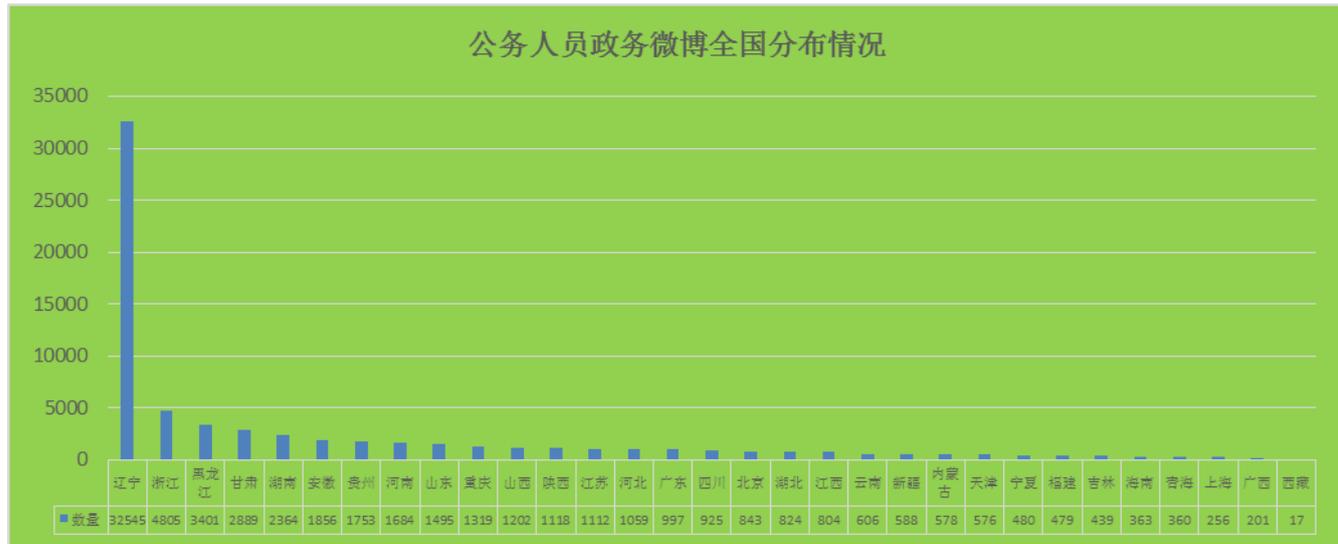


图 1.6: 全国公务人员微博地域总量分布

结合上述图表以及精确的数据来看，目前全国各地区政务微博数量超过一万的省份有三个，分别为辽宁、山东和浙江，其中辽宁以总数 42833 个领跑全国。但同时，不同地域之间差距也极大，政务微博数量小于 1000 的也有三地，分别是西藏、海南和宁夏，其中西藏数量最少，仅 52 个。更细致地比较可以发现，现在的政务微博发展呈现出如下特点：**沿海地区持续领先、中部地区紧随发展、边疆地区尚需突围。**

辽宁 2012 年的数据还不到两千，今年一跃成为第一，超过四万；而西藏去年的政务微博数为 51 家，今年仅增加了一个，为 52 家。极大极小值之间相差 800 多倍。这需要我们不仅仅只考察数量和增长率，在此之外还要考察机构与个人的构成以及政务微博的活跃度等指标。

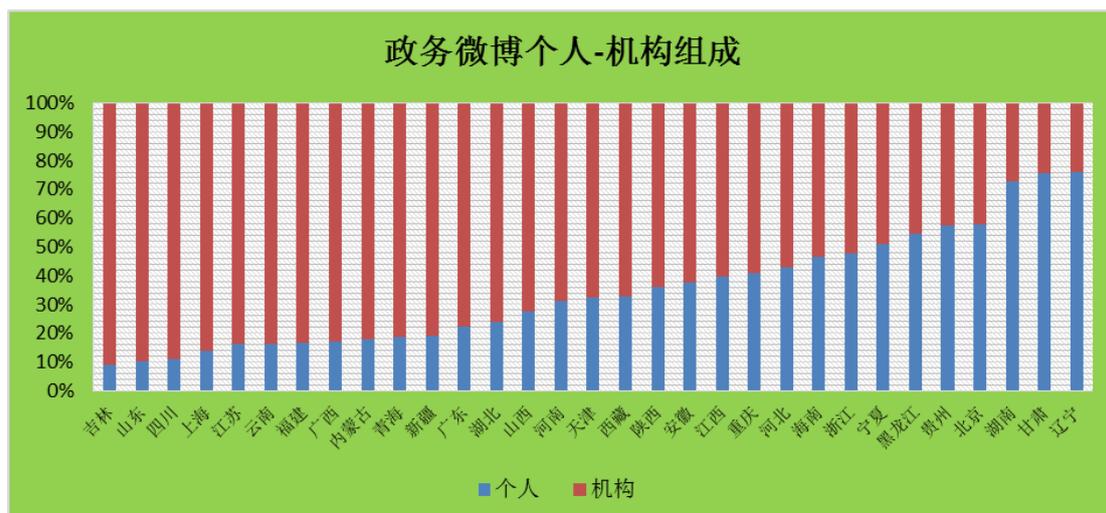


图 1.7：政务微博个人与机构组成情况

从数据呈现上，一般地，机构微博数量多于个人微博，此次考察的 31 个地区中，24 个地区机构微博比例超过半数，占 77%。全国总体的状况是机构政务微博占据约 58%，不过各地的个人-机构组成的差异也很大：吉林、山东、四川、上海等地个人微博比例远远低于机构微博，不到 15%；而辽宁、湖南、甘肃等地个人微博比例则全面超过 70%。我们无法简单地评判什么比例更合适，但一般经验上，机构微博更加权威但亲和力相对较低；个人微博相对个性化，针对性较好。

政务微博发展中，机构增长率和个人增长率差别也较大，机构基本保持 100% 的增长，而个人的增长速率则更快，超过 170%，这体现出公务人员逐渐认识到微博平台对于为民服务的重要性和先进性，在“观望期”后纷纷投入实践，说明政务微博已经开始深入人心，也体现出官员服务意识的转变。

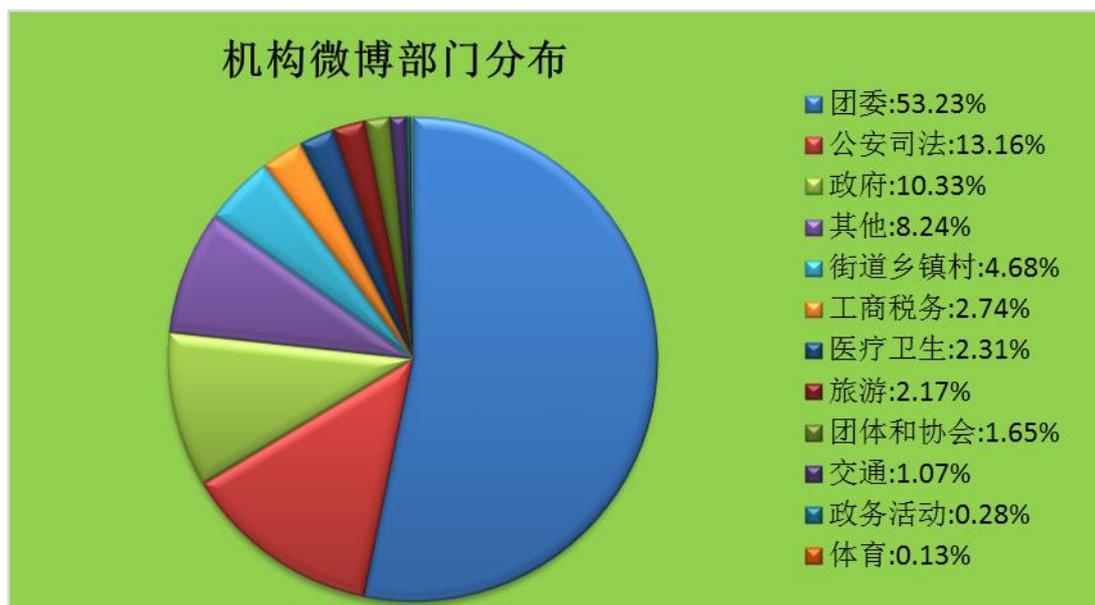


图 1.8：党政机构微博部门分布情况

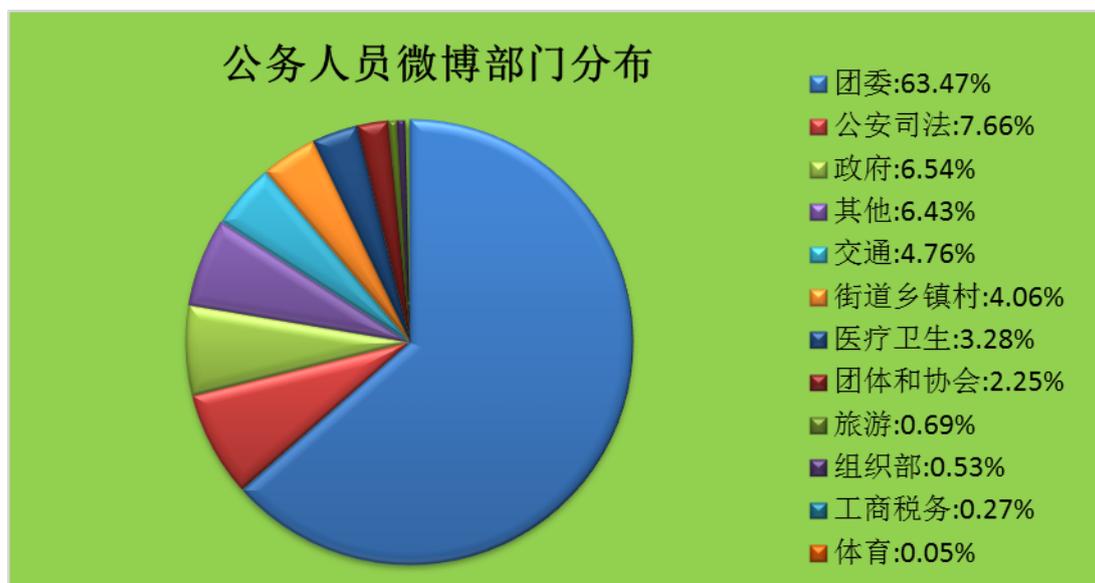


图 1.9：公务人员微博部门分布情况

从上图可以看出，政务微博的部门分布中，团委占去半壁江山，从中也可看出，团委、公安司法、政府依然是部门热点“三巨头”。团委分类下的公务人员微博比例达到近 65%。根据比较，去年同期水平，团委的机构和个人微博比例分别为 38.30%和 35.04%，整体数量爆发增长，所占比例进一步增加。相比而言，其他部门的微博虽然在整体比例上均有下降，但这是因为团委微博的快速增长所致，实际上数量增长平稳。

政务微博的“国家队”概况

截止到 2013 年 12 月 2 日，腾讯微博平台数据显示，目前部委（含下属司局）及部委级组织落户的官方微博数量多达 47 个，包括：国务院下属的组成部门（如外交部、教育部、公安部、卫计委、商务部、卫生部、国资委），直属特设机构（国有资产监督管理委员会），直属机构（如国家旅游局、国家地震局），部委管理国家局（如国家食品药品监督管理局）等；与此同时，各人民团体、群众团体领导机构（如共青团中央、全国妇联）也已开通微博。

已开通政务微博的中央机构、部委机构的部分重点名单（截止到 12 月 2 日）

开通单位	微博名字	微博地址	认证时间	听众数
国务院办公厅	中国政府网	http://e.t.qq.com/zhengfu	2013 年 10 月 11 日	4155483
国务院公报	国务院公报	http://e.t.qq.com/gwygbtx	2013 年 3 月 29 日	1285491
中国人民银行	央行微播	http://e.t.qq.com/renminyinhang	2013 年 12 月 1 日	新开通
证监会办公厅	证监会发布	http://e.t.qq.com/csrfabu	2013 年 10 月 15 日	1170929
公安部治安管理局	公安部打四黑除四害	http://t.qq.com/dshesh	2011 年 8 月 28 日	3423087
公安部刑侦局	全国打黑办	http://t.qq.com/qgdhb110	2011 年 9 月 20 日	1647423
公安部国际合作局维和处	中国维和警察	http://t.qq.com/zgwhjc	2011 年 7 月 26 日	3413867
公安部消防局	公安部消防局	http://t.qq.com/gabxfj2013	2011 年 4 月 21 日	354526
司法部	中国普法	http://t.qq.com/zhongguopufa	2013 年 6 月 24 日	93050
外交部公共外交办公室	外交小灵通	http://t.qq.com/wj_xlt	2012 年 3 月 5 日	2711807
海关总署	12360 海关热线	http://e.t.qq.com/customs12360	2013 年 9 月 30 日	619364
国家地震局	中国地震台网速报	http://t.qq.com/dizhentaiwang	2012 年 5 月 28 日	3148875
国土资源部	国土之声	http://t.qq.com/gtzyb123	2013 年 6 月 25 日	1000070
国家统计局	中国经济普查	http://e.t.qq.com/zgjpc	2013 年 12 月 2 日	新开通
民政部	民政微语	http://e.t.qq.com/minzhengweibo	2013 年 6 月 27 日	730661

国家博物馆	国家博物馆	t.qq.com/chnmuseum	2011年1月13日	2404902
国家卫生和计划生育委员会	健康中国	http://t.qq.com/jkzg2013	2013年6月18日	407101
国家卫生和计划生育委员会 12320 热线	全国卫生 12320	http://t.qq.com/national12320	2012年3月8日	1191456
国家食品药品监督管理总局	中国食品药品监管	http://t.qq.com/zhongguoyaojian sfda	2012年6月15日	568163
教育部办公厅	微言教育	http://t.qq.com/jybxwb	2013年1月4日	3010360
教育部扶贫司	滇西开发网	http://t.qq.com/jybdxkfw	2013年1月31日	105401
商务部新闻办公室	商务微新闻	http://t.qq.com/weibomofcom	2012年6月28日	1820608
商务部秩序司	中国市场秩序网	http://t.qq.com/ec12312	2012年7月11日	17140
国务院国资委新闻中心网络处	国资小新	http://t.qq.com/guo zixiaoxin	2013年4月22日	1348362
农业部	农业部乡镇企业局	http://t.qq.com/xiang zhenqiyeju	2012年2月14日	135070
中国铁路总公司	中国铁路	http://t.qq.com/chineserailways	2012年1月12日	833445
全国总工会	劳动我最美 【活动微博】	http://t.qq.com/a cftu2013	2013年3月15日	208612
团中央	团中央农村青年工作	http://e.t.qq.com/tz yncb	2012年1月6日	58767
团中央	团中央学校部	http://e.t.qq.com/g qt-tzyxxb	2011年11月4日	1453404
团中央	团中央青年志愿者工作部	http://t.qq.com/zy z1135125500	2013年2月20日	57854
团中央	维护青少年权益部	http://t.qq.com/g qtqyb	2012年8月16日	319736
团中央	团中央见习基地	http://t.qq.com/zy jxjd	2011年7月8日	80450
国家旅游局	中国国际旅游交易会	http://t.qq.com/chinatour	2012年5月9日	134288
全国妇联宣传部新闻宣传处	她之音	http://t.qq.com/g flxcb	2011年5月24日	49310
中国消费者协会	全国消协投诉调解技能大赛	http://t.qq.com/caorg	2013年11月1日	84901

中国红十字会	中国红十字会	http://t.qq.com/zghszzh	2011年7月4日	940408
中国疾控中心	中国结核病防治	http://t.qq.com/c hinantp	2012年2月24日	90689
中华全国工商业联合会	全国工商联新闻处	http://t.qq.com/a cfic-news	2011年10月18日	93863
中国气象局	中央气象台	http://t.qq.com/ weather_news	2011年3月10日	573272

（二）政务微信发展现状

2011年1月21日，腾讯公司发布微信的第一个版本，两年时间内，微信用户达到3亿。2012年8月23日，腾讯公司在微信的基础上新增“微信公众平台”功能模块。通过这一平台，政府、媒体、企业甚至个人都可以打造一个微信的公众账号，可以群发文字、图片、语音三个类别的内容。

据腾讯微博事业部提供的数据显示，微信用户目前已达5亿，海外用户超过1亿。截至2013年10月31日，微信平台已开通的公众账号已超200万个，公众账号日均注册量为8000个，其中经认证的公众账号超5万个，而政务微信总数超3000个，约占认证公众账号的6%。

在政务微信部门总量分布方面，公安、政府主要职能部门、共青团三大领域位列前三；在政务微信地域总量分布方面，浙江、江苏、广东三地占据前三位。

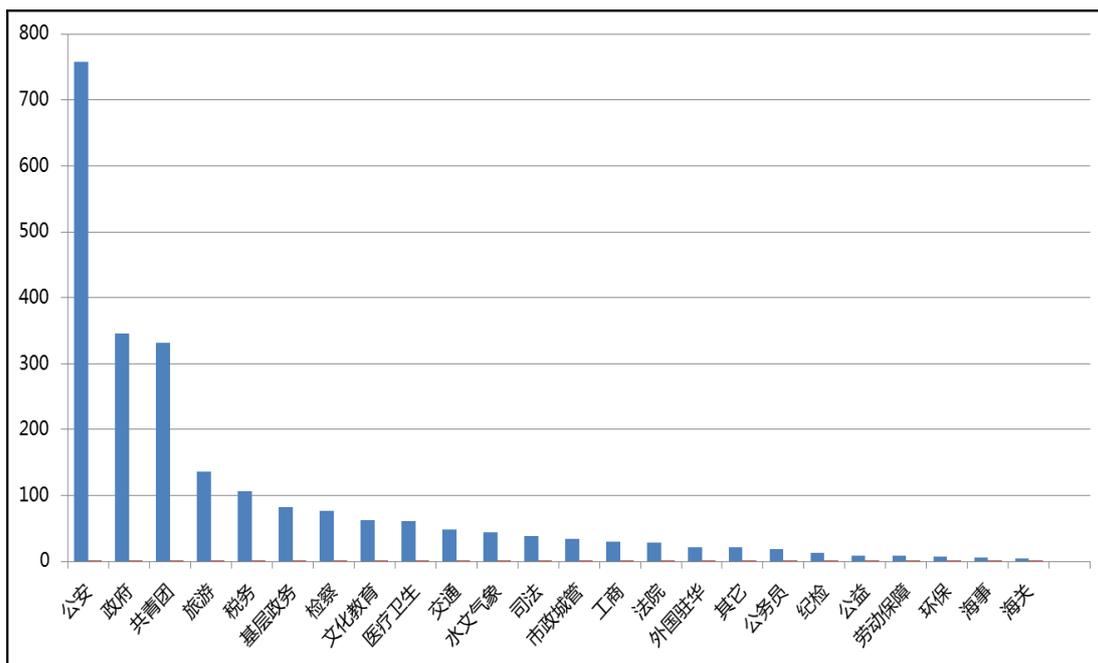


图 1.10: 政务微信部门总量分布情况

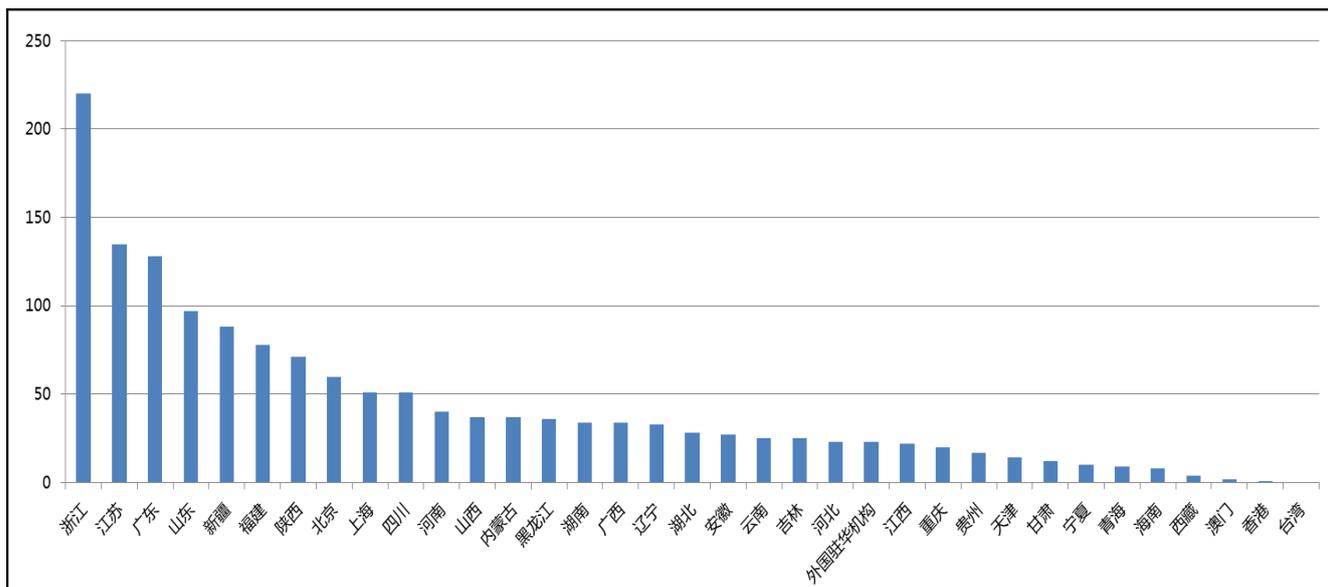


图 1.11: 政务微信地域总量分布情况

表: 开通政务微信的中央单位、部委机构名单

开通单位	微信名字
中国政府网	中国政府网 zhengfu
国务院公报	国务院公报
外交部公共外交办公室	外交小灵通 waijiaoxiaolingtong
国家卫生和计划生育委员会	健康中国

全国卫生 12320	全国卫生 12320
国家统计局	统计微讯 tongjiweixun
国资委	国资小新 guozixiaoxin
公安部维和处	中国维和警察 zghwhjc-
教育部	微言教育
证监会	证监会发布 csrcfabu

2013 年微信公众账号大量涌现。今年 4 月 1 日中央电视台新闻频道推出认证公众账号，仅第一天订户增长 22 万，收到用户回复信息 12 万多条。在央视《新闻联播》结束前，新闻主播都会提醒大家关注其官方微博、官方微信。在芦山地震中，许多政务微信均发布一些倡议和号召，如私家车为救援车辆让路等，有很强的号召力。还有不少政务微信充分利用了微信的私密性、客服性、资讯性等特点，为特定受众打造个性的微信内容服务。预计在 2014 年，政务微信将成为更多政府部门政务公开、沟通民意、服务群众的新窗口。

二、政务微博影响力排行

人民网舆情监测室对腾讯微博提供的92130个党政机构微博，67938个党政官员微博，总计160068个政务微博进行分析计算，得出党政机构微博和公务人员微博排行榜。

排行榜综合考察的一级指标包括：

(1) 微博数：相关微博所发微博总数（数据统计截至到2013年10月31日，以下数据如无特别说明皆同）。

(2) 微博频率：其日均所发微博数。

(3) 2013年发博数：其2013年所发微博数。

(4) 微博原创率：原创性微博占所发所有微博的比例。

(5) 微博被转发量：所发微博被转发总量。

(6) 微博被转发率：平均每条微博被转发量。

(7) 微博被评论量：所发微博被评论总量。

(8) 微博被评论率：平均每条微博被评论量。

(9) 微博评论数：对其他微博进行评论的总数。

(10) 听众数：相关微博听众总数。

(12) 听众活跃率：活跃听众占有所有听众的比例。

(13) 听众的听众数：其每一位听众的听众数之和。

(14) 2013年听众净增数：其2013年听众数净增总数。

(15) 听众认证率：获得腾讯微博认证的听众在所有听众中所占比例。

(16) 关注数：相关微博收听其他微博总数。

(17) 媒体关注度：媒体对该微博进行的报道或评论文章总量。

(18) 被@总数：相关微博被转发、提及总数。

排行榜综合考察的二级指标包括：

(1) 微博政务指数：表征微博内容政务含量的高或低。

(2) 微博情感指数：表征微博表达的情感积极或消极，内容正面或负面。

(3) 评论倾向指数：表征网友对微博进行评论内容正面或负面。

(4) 媒体倾向指数：表征相关媒体文章对微博进行评论内容的正负面。

其中一级指标为客观指标，直接通过数据统计得出；二级指标为主观指标，通过舆情分析师对相关微博进行科学抽样和内容分析后，还原为可统计量最终得出。

政务机构和公务人员微博排行主要依据三个指标：微博活跃度、微博传播力、微博引导力。

微博活跃度表征相关党政机构和公务人员通过微博参与官民互动的活跃程度，活跃度越高表示该微博进行官民互动越频繁。统计微博活跃度时所涉及的参数包括：2013年发博数增微博数、微博频率、微博原创率、微博评论数、关注数、微博政务指数。

微博传播力表征党政机构和公务人员微博发布信息的传播能力，传播力越高表示该微博所发布的信息在微博中传播的范围更广、速度更快、影响越大。统计微博传播力时所涉及的参数包括：2013年听众净增数、听众数、听众活跃率、听众的听众数、听众认证率、微博被转发率、媒体关注度、被@总数。

微博引导力表征党政机构和公务人员微博发布信息的舆论引导能力，引导力越高表示该微博所发布的信息在网民中关注度越高、认同度越高。统计微博引导力时所涉及的参数包括：微博被转发量、微博被转发率、微博被评论量、微博被评论率、听众数、听众活跃度、听众的听众数、听众认证率、媒体关注度、微博政务指数、评论倾向指数、媒体倾向指数。

人民网舆情监测室对腾讯微博中最具影响力和代表性的 500 个党政机构微博和 500 个公务人员微博的一级指标进行统计分析后，各得到 100 位活跃度较高影响力较大的知名微博，并对其进行二级指标统计。汇总两次统计结果，得到微博活跃度、微博传播力、微博引导力三项指标，对其进行权重叠加最终得到综合排名前十的党政机构微博和公务人员微博。以下两表列出了基本信息、微博数、听众数以及各指标分值：

十大公务人员微博

排名	微博	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	蔡奇	蔡奇，浙江省委常委、常务副省长。	浙江	10237447	2102	91.79	99.78	95.97	97.07
2	王郁松	王郁松，共青团中央委员会宣传部网络处副处长，浙江省衢州市柯城区人民政府副区长。	北京	7206364	1145	84.65	96.01	95.44	94.59
3	罗崇敏	罗崇敏，国家督学，云南省人民政府参事，原云南省教育厅厅长	云南	2894348	3525	97.57	94.50	93.65	94.38
4	朱永新	朱永新，中国教育学会副会长、苏州大学教授	北京	4596045	2674	94.41	95.67	90.35	92.89
5	陈士渠	公安部打拐办主任	北京	1565840	2470	93.37	93.21	88.02	90.63
6	刘维忠	刘维忠，甘肃卫生厅厅长	甘肃	2796077	3370	95.98	93.60	86.87	90.47
7	叶青	叶青，民进湖北委员会副主任，曾任中南财大外国财税教研室副主任，高等教育研究所所长，第十一届人大代表，现任湖北统计局副局长。	湖北	3502276	3862	96.31	94.18	84.99	89.80
8	刘五一	刘五一，河南省新郑市人民政府副市长。具茨山岩画中心主任，博士。新郑市枣树管理协会会长。	河南	976450	4077	95.25	93.26	84.73	89.19
9	郑继伟	郑继伟，浙江省人民政府副省长。	浙江	2164444	548	73.87	93.50	87.33	88.45
10	陈里	陈里，三农、社会学学者，管理学博士。	陕西	1111288	2746	96.10	90.49	82.39	87.00

十大政务机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	公安部打四黑除四害	公安部治安管理局官方微博	北京	3415775	3921	94.87	97.60	94.03	95.54
2	中国维和警察	中国维和警察官方微博	北京	3401352	2782	91.83	97.04	92.26	94.13
3	中国地震台网速报	国家地震台网官方微博	北京	3129482	2152	87.94	95.32	94.28	94.06
4	广东省公安厅	广东省公安厅网络问政平台，网络发言人互动平台，网站工作团队。 温馨提示：紧急警情请拨打当地 110 报警求助	广东	5991982	2919	91.63	99.31	89.96	93.87
5	上海发布	上海市人民政府新闻办公室官方微博	上海	5297153	7940	98.83	99.01	87.41	93.19
6	云南省人民检察院	云南省人民检察院官方微博	云南	474833	16229	96.84	91.85	91.81	92.33
7	中国政府网	国务院办公厅政府信息 公开办公室	北京	4186225	135	79.06	95.79	90.72	91.58
8	微言教育	教育部新闻办公室官方微博	北京	3008750	2016	97.01	93.38	86.58	90.35
9	国家博物馆	国家博物馆官方微博	北京	2404887	6227	95.66	96.27	84.01	90.08
10	外交小灵通	外交部公共外交办公室官方微博	北京	2715537	4974	87.04	95.59	85.69	89.79

十大宣传系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	上海发布	上海市人民政府新闻办公室官方微博	上海	5297153	7940	98.83	99.01	87.41	93.19
2	熊猫首都-生态雅安	四川省雅安市人民政府新闻办公室的官方微博。	四川	490349	4120	93.82	90.46	85.57	88.35
3	四川发布	四川省人民政府新闻办公室官方微博	四川	2599485	4793	96.02	93.04	82.85	88.25
4	重庆市政府新闻办	重庆市人民政府新闻办公室官方微博	重庆	1526966	4810	96.16	92.15	83.02	87.99
5	广东发布	广东省人民政府新闻办公室官方微博	广东	1375145	6419	98.25	92.62	81.62	87.68
6	安徽发布	安徽省互联网信息办公室官方微博	安徽	971938	5181	96.73	88.61	84.84	87.54
7	中国广州发布	广州市互联网新闻信息中心官方微博	广东	979810	8241	98.40	91.92	80.99	87.10
8	甘肃发布	甘肃省人民政府新闻办官方微博	甘肃	842692	3460	93.85	91.33	82.28	87.05
9	河北发布	河北省人民政府新闻办官方微博	河北	988069	6250	98.08	90.38	81.77	86.84
10	北京发布	北京市人民政府新闻办公室官方微博	北京	1342203	2076	97.94	86.77	83.73	86.37

十大公安系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	公安部打四黑除四害	公安部治安管理局官方微博	北京	3415775	3921	94.87	97.60	94.03	95.54
2	中国维和警察	中国维和警察官方微博	北京	3401352	2782	91.83	97.04	92.26	94.13
3	广东省公安厅	广东省公安厅网络问政平台，网络发言人互动平台，网站工作团队。	广东	5991982	2919	91.63	99.31	89.96	93.87
4	深圳公安微网	深圳市公安局腾讯微网	广东	3020752	4218	95.66	89.67	84.01	89.78
5	济南公安	济南市公安局官方微博	山东	2698202	7402	98.32	94.41	84.17	89.68
6	河北公安网络发言人	河北省公安厅官方微博	河北	3957948	2731	90.71	95.49	83.83	89.18
7	广州公安	广东省广州市公安局官方微博	广东	614234	7340	99.02	91.69	84.44	88.79
8	西安公安	陕西省西安市公安局官方微博	陕西	510319	2171	93.75	91.31	84.96	88.38
9	山西公安发布	山西省公安厅官方微博	山西	356177	3090	97.54	90.69	83.92	87.99
10	平安中原	河南省公安厅官方微博	河南	829164	7144	98.79	89.90	84.16	87.92

十大法院机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	河北省高级人民法院	河北省高级人民法院官方微博	河北	785362	149	61.53	84.24	87.14	83.42
2	浦江天平	上海市高级人民法院官方微博	上海	150497	2204	88.53	83.54	79.03	81.79
3	公正肇庆	广东省肇庆市法院官方微博	广东	562469	4460	95.95	87.65	72.33	80.82
4	法耀岭南	广东省高级人民法院官方微博	广东	377243	833	75.16	88.65	75.11	80.53
5	豫法阳光	河南省高级人民法院官方微博	河南	1571430	8578	94.75	85.95	71.97	79.84
6	山西省高级人民法院	山西省高级人民法院官方微博	山西	516497	632	70.69	87.83	71.56	77.98
7	恩施州中级人民法院	湖北省恩施州中级人民法院官方微博	湖北	230271	486	67.50	85.00	70.40	75.95
8	宿州市中级人民法院	安徽省宿州市中级人民法院官方微博	安徽	276699	1763	83.72	83.28	68.49	75.93
9	深圳中院	深圳市中级人民法院官方微博	广东	676694	238	57.81	87.27	66.04	73.71
10	长治城区人民法院官方微博	山西省长治市城区人民法院官方微博	山西	198056	1502	81.24	79.99	67.03	73.63

十大检察院机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	云南省人民检察院	云南省人民检察院官方微博	云南	474833	16229	96.84	91.85	91.81	92.33
2	湖北省人民检察院	湖北省人民检察院官方微博	湖北	638324	1063	78.81	89.94	83.78	85.75
3	未央检察	陕西省西安市未央区检察院官方微博	陕西	151143	4304	95.94	84.87	79.18	83.13
4	宁夏检察	宁夏回族自治区人民检察院官方微博	宁夏	217397	1812	85.34	84.26	80.02	82.25
5	正义肇庆	广东省肇庆市检察院官方微博	广东	558068	5536	96.69	86.41	73.82	81.14
6	上海检察	上海市人民检察院官方微博	上海	255091	2127	88.27	86.15	73.45	80.01
7	正义红河	云南省红河州人民检察院官方微博	云南	65326	3393	92.31	71.91	83.43	79.71
8	曲靖检察	云南省曲靖市人民检察院官方微博	云南	23385	2310	88.58	67.37	83.18	77.40
9	深圳市人民检察院	深圳市人民检察院官方微博	广东	243717	370	63.09	85.90	69.74	75.54
10	浙江检察	浙江省人民检察院官方微博	浙江	172104	285	61.04	84.69	70.50	75.23

十大司法机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	中国普法	中国普法网官方微博	北京	93210	1359	94.26	76.67	77.20	78.69
2	浙江普法	浙江省司法厅、浙江省普法办官方微博	浙江	145745	462	66.53	84.20	71.98	76.32
3	四川司法	四川省司法厅官方微博	四川	79340	3488	94.49	72.82	75.08	76.12
4	山东司法	山东省司法厅官方微博	山东	100003	346	80.31	75.95	71.99	74.40
5	罗湖普法人	广东省深圳市罗湖区司法局官方微博	广东	460780	214	54.72	80.88	70.97	73.31
6	雒水寿司-如皋司法局	江苏省如皋市司法局官方微博	江苏	389887	305	62.31	82.98	67.47	73.16
7	江西省德兴市司法局	江西省德兴市司法局官方微博	江西	179134	271	60.99	82.64	66.89	72.60
8	上海司法行政发布	上海市司法局官方微博	上海	68918	1880	87.17	71.97	68.81	71.91
9	河北省司法厅	河北省司法厅官方微博	河北	104242	394	63.69	73.85	71.32	71.57
10	济南市司法局	济南市司法局官方微博	山东	47224	720	71.97	70.20	71.58	71.07

十大工商系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	中原红盾	河南省工商行政管理局官方微博	河南	1058910	2526	89.93	87.17	76.48	82.10
2	广东省工商局	广东省工商局官方微博	广东	1206503	219	56.82	90.30	74.76	79.18
3	上海工商	上海市工商行政管理局官方微博	上海	424689	567	70.30	85.20	71.47	76.85
4	广州工商	广州市工商行政管理局官方微博	广东	465296	790	73.52	85.23	69.34	76.11
5	郑州工商	河南省郑州市工商行政管理局官方微博	河南	175988	1321	80.75	81.74	69.79	75.66
6	江苏省工商局	江苏省工商行政管理局官方微博	江苏	203999	522	71.45	82.65	69.47	74.94
7	洛阳工商	河南省洛阳市工商行政管理局官方微博	河南	125845	1139	79.23	81.32	68.80	74.85
8	武汉工商	武汉市工商行政管理局官方微博	湖北	58065	1173	82.73	74.10	72.44	74.13
9	浙江工商	浙江省工商行政管理局官方微博	浙江	109800	268	65.74	77.34	72.85	73.94
10	甘肃省工商局	甘肃省工商局官方微博	甘肃	49668	289	71.50	75.41	72.91	73.77

十大旅游系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	山东省旅游局	山东省旅游局官方微博	山东	1516452	7610	98.71	92.15	83.25	88.36
2	浙江旅游	浙江省旅游局官方微博	浙江	495772	2615	91.01	89.74	79.27	84.63
3	广西旅游局	广西旅游局官方微博	广西	742926	2507	90.55	89.09	79.20	84.29
4	嵊泗旅游	嵊泗县旅游局	浙江	449025	1180	79.91	88.52	80.92	83.86
5	四川省旅游局	四川省旅游局官方微博	四川	662677	1285	80.71	89.35	78.96	83.29
6	婺源旅游	婺源旅游局官方微博	江西	312320	2108	86.89	87.42	79.10	83.21
7	好客山东	山东省旅游信息中心，负责山东省旅游信息化建设和旅游咨询服务工作。	山东	851475	5243	96.70	86.22	76.92	82.62
8	江西风景独好	江西省旅游局官方微博	江西	593015	2675	90.99	88.43	75.75	82.35
9	福建省旅游局	福建省旅游局官方微博	福建	262324	4076	95.28	86.08	76.14	82.03
10	青城山都江堰	青城山-都江堰景区，世界自然与文化遗产，国家5A级景区，国家级风景区。	四川	175808	2535	90.43	87.44	75.32	81.68

十大卫生系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	全国卫生 12320	全国卫生 12320 官方微博	北京	1167987	3804	94.02	87.72	80.31	84.64
2	健康中国	国家卫生和计划生育委员会官方微博	北京	401108	537	78.62	85.13	77.04	80.43
3	浙江省红 十字会	浙江省红十字会官方微博	浙江	309971	383	68.80	85.41	75.12	78.60
4	浙江卫生	浙江省卫生厅官方微博	浙江	365940	82	50.14	86.53	75.89	77.57
5	甘肃省卫 生厅	甘肃省卫生厅官方微博	甘肃	144944	1455	82.08	82.50	71.34	76.88
6	深圳药监	深圳市药品监督管理局官方微博	广东	163691	1241	79.71	81.90	70.11	75.78
7	甘肃省血 液中心	甘肃省红十字血液中心官方微博	甘肃	136545	970	75.76	80.81	71.44	75.62
8	北京卫生 监督	北京卫生监督网官方微博	北京	379509	479	67.77	85.58	68.56	75.29
9	哈尔滨市 卫生局	哈尔滨卫生宣传官方微博	黑龙 江	284755	361	61.54	81.36	67.53	72.46
10	健康山东	山东省卫生厅官方微博	山东	190489	105	53.06	82.30	68.02	72.24

十大团系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	安徽共青团	共青团安徽省委员会官方微博	安徽	391950	4110	94.64	88.90	82.02	86.04
2	广东共青团	共青团广东省委员会官方微博	广东	834067	10210	99.11	90.75	78.24	85.33
3	共青团贵阳市委	共青团贵州省贵阳市委员会官方微博	贵州	183561	1441	81.01	87.55	83.08	84.66
4	深圳共青团	共青团深圳市委官方微博	广东	968523	5374	96.63	88.46	78.24	84.17
5	黑龙江团省委学校部	共青团黑龙江省委学校部官方微博	黑龙江	374882	9536	96.25	84.00	81.74	84.09
6	共青团12355	团中央权益部12355青少年服务台官方微博	北京	292855	935	76.37	89.00	80.19	83.33
7	石家庄共青团	共青团石家庄市委官方微博	河北	404755	5433	97.57	87.94	74.84	82.35
8	河南共青团	共青团河南省委官方微博	河南	285256	4662	95.43	87.66	75.48	82.35
9	三秦青年-陕西共青团	共青团陕西省委官方微博	陕西	139817	9794	98.97	85.50	76.49	82.35
10	青春湖北	共青团湖北省委官方微博	湖北	234001	3590	94.10	85.95	76.39	81.99

十大铁路系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	中国铁路	中国铁路总公司官方微博	北京	833219	4470	97.04	89.38	85.90	88.40
2	广州铁路	广州铁路（集团）公司官方微博，实时发布铁路服务资讯。	广东	1169058	4056	94.81	91.24	82.71	87.33
3	郑州铁路局	郑州铁路局官方微博	河南	1405818	10111	98.37	89.96	82.80	87.22
4	沈阳铁路局	沈阳铁路局官方微博	辽宁	295375	20244	98.83	82.49	84.01	84.88
5	南昌铁路	南昌铁路局官方微博。	江西	883355	7656	98.29	87.85	78.58	84.26
6	上铁资讯	上海铁路局官方微博	上海	586582	13746	98.50	85.55	79.19	83.66
7	北京铁路局	北京铁路局官方微博。	北京	666244	3194	93.23	89.47	76.85	83.54
8	呼铁宣传	呼和浩特铁路局官方微博	内蒙古	796458	6068	97.36	86.66	77.96	83.38
9	武汉铁路局	武汉铁路局官方微博	湖北	902894	14842	98.60	88.26	76.06	83.19
10	西南铁路	成都铁路局官方微博	四川	695210	7623	98.14	86.67	77.01	82.99

十大气象系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	中央气象台	中央气象台官方微博	北京	571480	2091	87.27	89.86	81.14	85.24
2	广东天气	广东省气象局官方微博	广东	1235396	2603	90.12	89.69	80.20	84.99
3	深圳天气	深圳市气象局官方微博	广东	754015	3600	93.95	86.47	78.55	83.26
4	河北天气	河北省气象局官方微博	河北	696433	3329	93.24	87.09	76.66	82.49
5	浙江天气	浙江省气象局官方微博	浙江	229811	2627	90.85	85.02	73.94	80.06
6	陕西气象	陕西省气象局官方微博。	陕西	426985	1682	84.51	85.17	75.07	80.06
7	四川气象	四川省气象局官方微博	四川	177425	3193	92.92	84.67	73.24	79.78
8	气象北京	北京市气象局的官方微博。	北京	141495	2351	88.96	85.10	73.05	79.46
9	广州天气	广州市气象局官方微博	广东	245112	3438	93.53	83.25	72.97	79.14
10	河南气象	河南省气象局官博。	河南	318643	2088	87.13	83.32	71.12	77.60

十大妇联机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	闽姐姐	福建省妇联官方微博	福建	1226013	4303	95.26	89.33	77.64	84.08
2	丽水妇联	丽水市妇女联合会官方微博	浙江	176549	4645	95.23	81.93	71.38	77.99
3	宁波妇联	宁波市妇女联合会官方微博	浙江	187608	3188	93.10	82.63	71.25	77.99
4	上海女性 shwomen	上海市妇女联合会官方微博	上海	165234	1819	85.27	81.06	69.92	75.91
5	浙江省妇联	浙江省妇女联合会官方微博	浙江	108503	1231	79.84	74.19	74.94	75.13
6	巾帼秀辽宁	辽宁省妇女联合会官方微博	辽宁	118291	2197	87.95	77.31	66.58	73.01
7	岱山县妇联	浙江省舟山市岱山县妇女联合会官方微博	浙江	95314	1312	81.81	73.48	70.33	72.74
8	武汉市妇联	武汉市妇联宣传部官方微博	湖北	61094	1009	78.70	71.33	71.39	72.10
9	巾帼雷锋	抚顺市妇女联合会官方微博。	辽宁	46342	1612	84.95	70.10	67.85	70.46
10	衢州妇联	浙江省衢州市妇女联合会官方微博	浙江	10268	1594	83.85	63.10	73.22	70.24

十大组织系统机构微博

排名	昵称	认证信息	省份	听众数	微博数	活跃度	传播力	引导力	总分
1	之江先锋	中共浙江省委组织部	浙江	1321840	4707	94.36	92.85	85.18	89.16
2	西湖先锋	中共杭州市委组织部	浙江	693875	5764	96.32	89.12	83.06	86.81
3	绿谷先锋	中共丽水市委组织部	浙江	608354	8963	97.85	89.77	79.57	85.48
4	南太湖先锋	中共湖州市委组织部	浙江	806691	5001	95.05	88.76	78.81	84.41
5	兰江先锋	浙江省兰溪市委组织部官方微博	浙江	198601	5487	95.70	85.15	81.56	84.41
6	浙西先锋	中共衢州市委组织部	浙江	495500	2949	91.03	88.62	79.35	84.22
7	八婺先锋	中共金华市委组织部	浙江	510934	10726	97.11	87.66	78.78	84.17
8	港城先锋	中共宁波市委组织部	浙江	573744	6076	97.12	88.94	77.49	84.03
9	红船先锋	中共嘉兴市委组织部	浙江	524132	6352	96.66	87.42	76.58	82.92
10	姚江先锋	浙江省宁波市余姚市委组织部。	浙江	96062	7184	97.97	81.53	80.39	82.61

人民网根据腾讯微博提供的数据，综合各类指标提取出机构和公务人员的政务微博 TOP500，以下着重分析了两类政务微博的活跃度情况，提供了微博总数、日均发布量、被转评数量、转评指数以及原创率等。



图 2.1：党政机构政务微博 2013 年发布微博总量分布情况



图 2.2：党政机构政务微博 2013 年日均发博分布情况



图 2.3：党政机构政务微博被转发率（被转发率=被转发总量/微博总数）



图 2.4：党政机构政务微博被评论率（被评论率=被评论总量/微博总数）



图 2.5: 公务人员政务微博 2013 年发布微博总量分布情况



图 2.6: 公务人员政务微博 2013 年日均微博分布情况



图 2.7：公务人员政务微博转发率



图 2.8：公务人员政务微博评论率

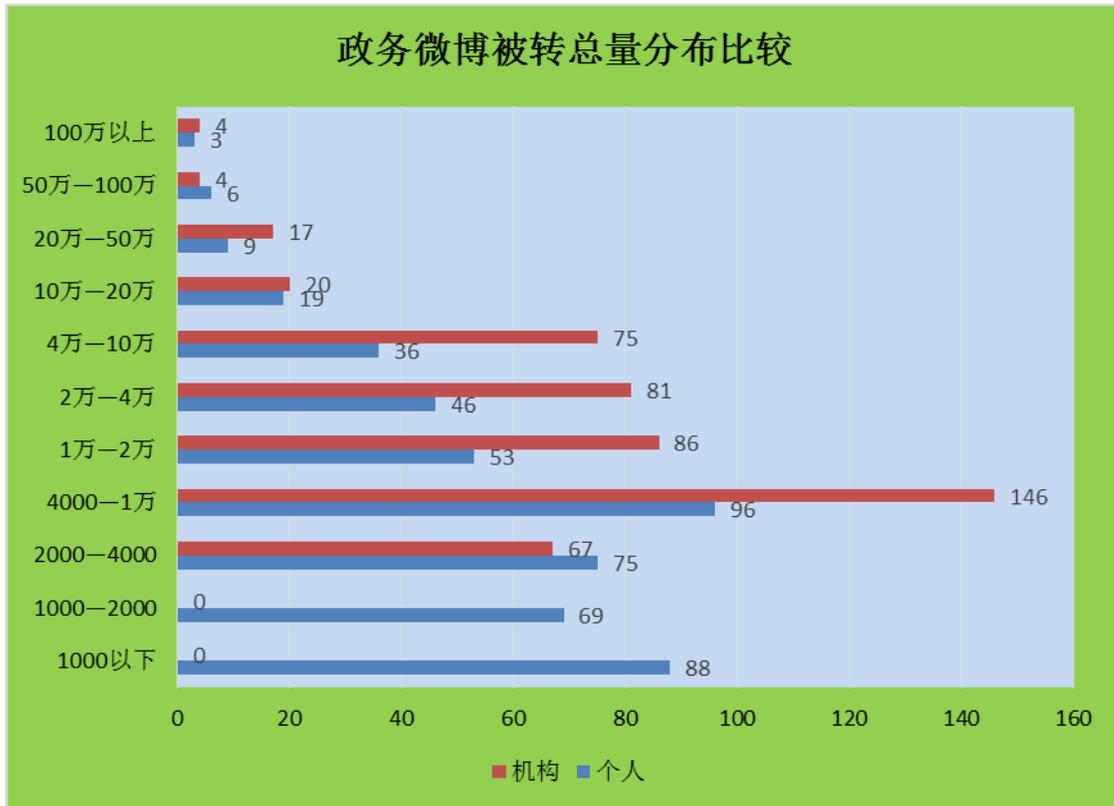


图 2.9：政务微博被转发总量分布比较

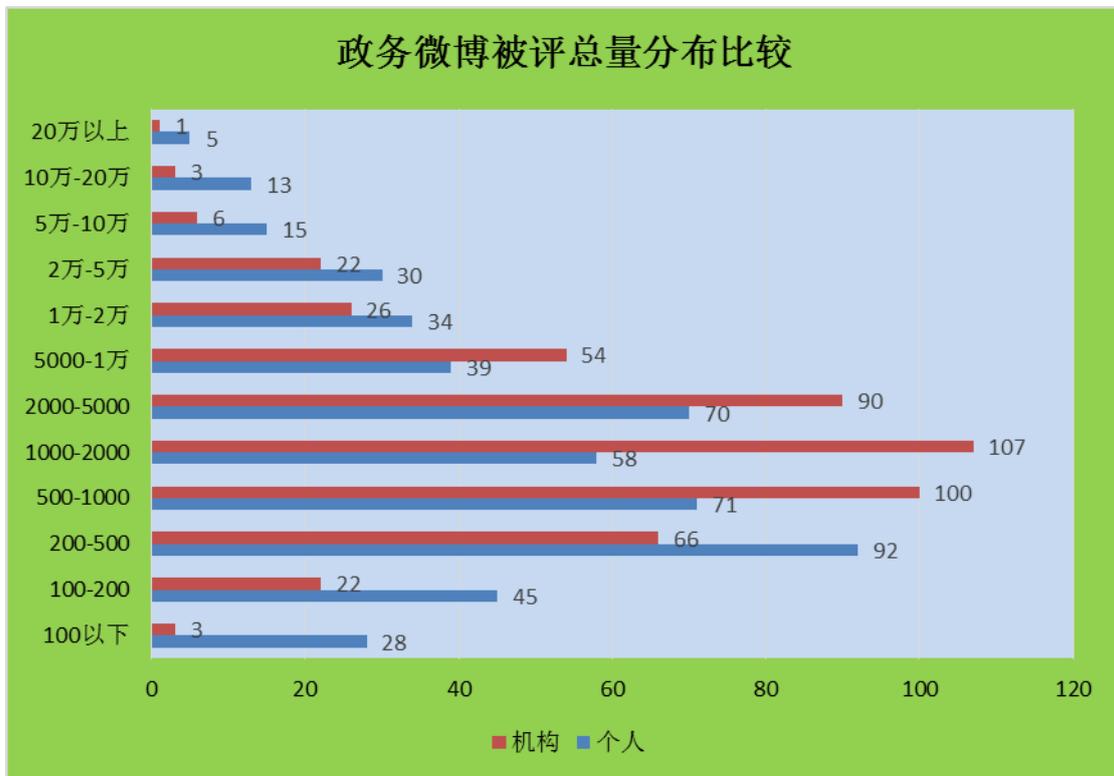


图 2.10：政务微博被评论总量分布比较

通过综合分析，我们可以得出一些基本结论，2013 年政务微博的活跃度进一步提升，全年机构政务微博发布微博数量超过 212 万条，公务人员政务微博发布微博总数也超过 135 万条。机构政务微博被转发总数接近 3000 万次，公务人员政务微博被转发数量也接近 2000 万次。结合另一个数据——政务微博粉丝的平均粉丝数量也接近 8600 万，转发带来的二次传播效果不可估量。除了转发带来的传播效果，政务微博主动发布也引发热议讨论，数据显示，机构政务微博的被评论数量达到 370 万，公务人员政务微博被评论超过 730 万。可见，政务微博不仅活跃度进一步提升，影响力进一步增大。

更仔细地分析，我们还能发现机构与公务人员微博之间的差异和特点。机构微博发布信息数量大，更权威，原创比例高，网友的转发行为大于评论行为；与之相对的，公务人员微博数量略低，原创率相对较低，但话语个性，内容多远，亲和力大于权威性，网友的评论行为大于转发行为。

三、政务微博案例分析

（一）法院、检察院微博：2013 年政务微博发展新亮点

1. 全国至少 17 个省份开展法院微博庭审直播

2013 年，政法系统微博发展较为迅速，而法院、检察院微博尤其活跃。根据统计，2013 年公安司法类微博总数达到 17331 个，其中，机构政务微博数量 12128 个，较去年同期水平增长 60.93%，公务人员数量 5203，增长率 16.87%。

据人民日报 9 月 23 日报道，最近两年来，全国至少有 17 个省份开展了庭审微博直播工作，法院通过网络发布庭审相关情况渐成常态。

最高法新闻发言人孙军工接受采访时则表示，庭审微博直播是司法公开的一种有效载体，是司法公开的手段创新，满足了人民群众对司法审判的知情权。各级人民法院可以根据实际情况积极稳妥地推进包括庭审微博直播在内的司法公开活动。

目前法院官方微博发布内容主要集中于本院与民生、本地重大事件有关的信息；全国法治重要热点、重大活动；以及本地典型案例、不限于本地的社会关注度高、教育意义强的案例等几个方面。

人民网舆情监测室认为，三类案件进行微博庭审直播意义重大：

一、大案要案。其中，济南中院微博直播薄熙来案最为典型。8 月 22 日到 26 日，济南中院对该案进行了持续微博直播，引发全国对案件本身和微博直播形式的关注。

二、关注度高、社会影响大的案件。如湖南永州唐慧案、王书金案、北京大兴摔童案等案情复杂、社会关注度较高的案件。

三、案件事情本身比较小，但往往具有普法和教育意义的案件。这类案件直播可以成为一些基层法院微博直播的优选，也是目前各地直播的案件中最为普遍的。

2. “@河北省高级人民法院” 全程直播 “王书金案”

6月25日，河北省高级人民法院在邯郸市中级人民法院开庭审理王书金故意杀人、强奸上诉案，并通过官方微博“@河北省高级人民法院”微博进行庭审直播。

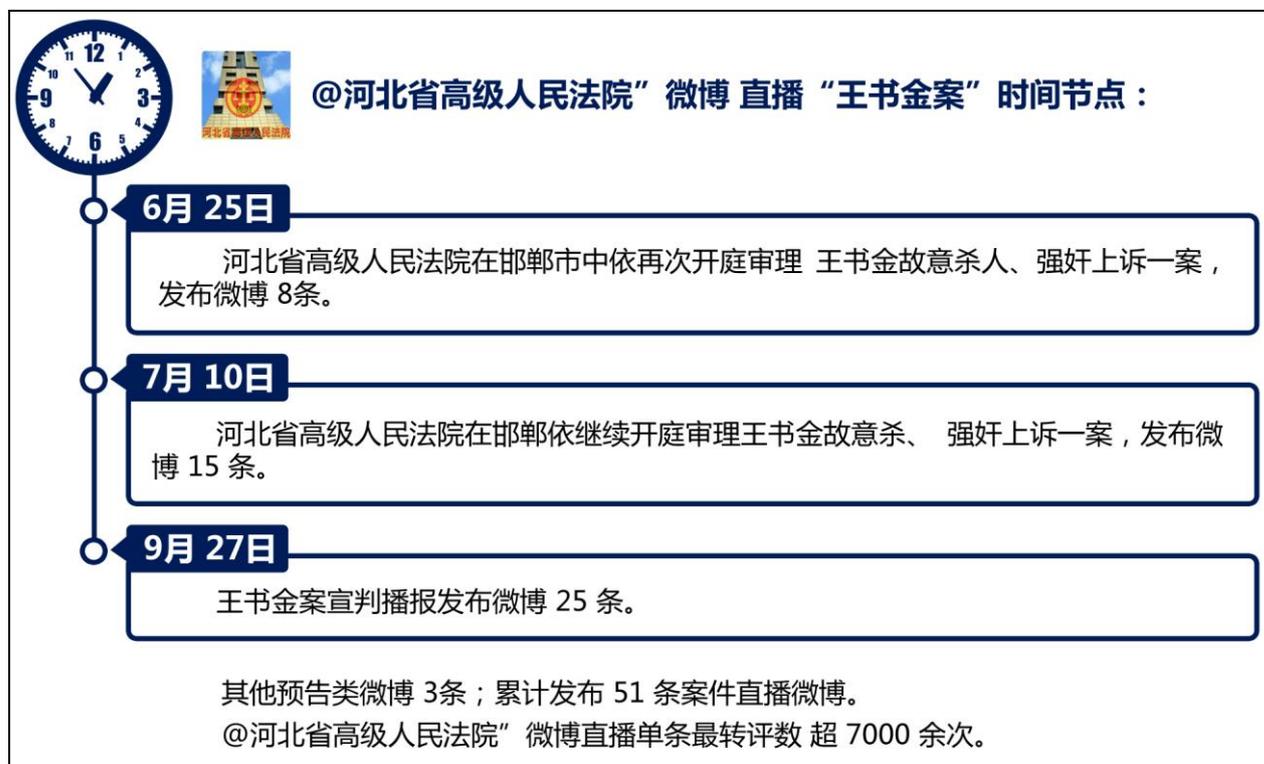


图 3.1：“@河北省高级人民法院” 微博播报王书金案



微博点评：

通过微博直播，能够克服时空限制，很好地实现审判公开的要求。人民网舆情监测室综合媒体、专家学者的观点，对微博直播庭审提出以下三点建议：

一是全面直播。微博具有受众广、媒介多、接收信息方便的特点，给公众了解相关案件的审理过程提供了一个广阔的公共平台，这就要求微博直播庭审不仅要公开案件事实、证据，控辩双方的意见也应该平等公开，注重平衡。尽可能做到不改动、不隐瞒、不节选。

二是同步直播。微博庭审直播要尽量做到不间断。不仅通过文字直播，技术条件许可的情况下，最好能够充分利用图片、音频等形式直播，让公众通过微博身临其境，了解庭审情况。

三是保障法官不受舆论干扰。微博具有声音多元、信息海量、传播迅速的特

点，通过微博直播庭审，可能面临全民关注的压力，引发“全民透视”效果。因此在微博直播庭审时，如何避免社会公众非专业的评论干扰法官的独立思考，尤其是避免媒体对司法形成不良引导是很重要的问题。严格来说，在微博直播后，法官需要主动回避相应的社会评论，选择性的屏蔽与案件有关的信息，尽可能保持独立的思考。

（二）纪委微博：开辟网络监督新阵地

1. 纪委微博催生反腐“正能量”

纪检监察机关作为党内监督和行政监察的专门机关，肩负着推进党风廉政建设和反腐败斗争的神圣职责。党和政府对纪检监察干部寄予厚望，社会也高看一眼。在微博时代，各级纪委开通官方微博赢得了许多关心党风廉政建设和反腐败工作的网民关注。

在网络越来越发达的今天，监督的途径、方法和手段已经越来越多样化、现代化。比如网络爆料，微博监督，在给监督工作带来巨大方便、让纪检监察部门和广大人民群众感受到网络监督的巨大力量同时，更给贪污腐败分子极大压力、产生巨大威慑力。网络监督具有很强的开放性、时效性，能够在最短时间让监督部门了解到举报的事实和具体内容，是推进社会主义廉政建设和法制建设的有力手段。

纪委微博催生反腐“正能量”，充分利用微博的特点和优点，对反腐和监督工作有极大促进作用。每天上微博看看新闻信息，了解网上反映的问题，并及时回复、及时解决，充分发挥纪检监察部门和纪检干部的主动性、积极性，掌握网上动态、掌握贪污腐败分子的腐败事实。一旦了解实情、确定了事情的真实性，就要以迅雷不及掩耳的速度，给予其“致命一击”。

今年1月7日，广州市纪委官方微博“@廉洁广州”发出一条有趣的微博，教网友、市民如何写举报信。微博列出了信访举报信的标准格式、参考范本，还标明了五种举报途径。广州市纪委称，此举便于群众更好地对违法违纪问题进行检举、控告，有利于纪检监察机关尽快核实查处各类违纪问题。

今年9月12日，中央纪委常委、秘书长崔少鹏就“中央纪委监察部网站建设与发展”在中纪委网站上与网友在线交流，这是自中纪委监察部网站上周一开通以来，首次在线访谈。崔少鹏表示，中央纪委会在第一时间将查办案件在网站发布，**中纪委下一步还将开通微博微信等途径，加强与网友的交流。**

2013年11月30日中央纪委监察部网站刊文《主动运用新媒体 回应网民新期待——纪检监察政务微博发挥积极作用》一文中提到“近年来，纪检监察机关适应互联网发展新形势，主动运用新媒体，开设了一批政务微博，在党风廉政建设和反腐败工作中发挥了积极作用，受到了广大网民的欢迎和好评。据不完全统计，目前，各级纪检监察机关开设的政务微博已近千个。其中，在腾讯网等上开设的政务微博有700多个，在人民网、新华网上开设的政务微博有200多个。上海市纪委、重庆纪委、广西壮族自治区纪委、湖南省纪委率先开通了省级纪检监察机关政务微博，南京、广州、宁波、成都等副省级城市纪委也已开通了政务微博。广东省中山市纪委、四川省宜宾市纪委、河南省漯河市纪委、山西省晋城市纪委等还开通了政务微博群，形成了上下联动，快速回应、办理群众诉求的工作机制，充分发挥了政务微博的积极作用。”

纪委微博听众数 TOP10

序号	微博	认证信息	广播数	收听数	听众数
1	清风高邮	江苏省高邮市纪委监察局官方微博	3,153	200	395,097
2	廉洁上海	上海市纪委市监察局官方微博	529	13	318,930
3	廉洁晋城	晋城市纪委监察局政务公开平台	3,058	300	310,539
4	廉洁广州	中共广州市纪律检查委员会、市监察局、市预防腐败局官方微博	2,594	55	236,111
5	湛江清风	中共湛江市纪律检查	1,243	311	157,370

	竹影	委员会官方微博			
6	廉洁佛山	中共佛山市纪律检查委员会、佛山市监察局官方微博	355	101	142, 183
7	东坡区纪委	中国共产党眉山市东坡区纪律检查委员会官方微博	304	114	58, 316
8	乐山市中区纪委	四川省乐山市市中区纪律检查委员会官方微博	63	22	44, 055
9	高平市纪委监察局	高平市纪委监察局政务公开平台官方微博	485	641	34, 959
10	泽州县纪委监察局	泽州县纪委监察局政务公开平台官方微博	964	15	34, 089

2. “@廉洁上海”回应上海法官招嫖

2013年8月1日，上海某公司负责人倪某通过网络公布一段视频，举报上海高院陈雪明、赵明华等人接受吃请、去夜总会娱乐，并集体招嫖，舆论场一片哗然。8月2日，上海市高级人民法院、上海市纪委皆做出回应，称已高度重视并组织专人开展调查，将根据查清的事实和有关规定严肃处理，并向社会公布结果。

3日上午，爆料人向上海市纪委提交了时长30多个小时的完整视频证据。4日，《京华时报》刊登的采访写道，该案爆料人称他对自己涉及的一起民事案件判决有严重质疑，并质疑赵明华可能在案件审理中有干预行为，为获得其违纪的相关证据，爆料人持续一年的追踪，掌握了一系列视频，衡山度假村的视频只是其中之一，而拍摄到视频中的其他人纯属意外。本已热闹的舆论场经主流传统媒体的报道愈发被点燃。

8月5日中午，@廉洁上海 发布消息称上海市高院民一庭庭长陈雪明等4人已停职接受调查。

涉“上海法官招嫖”事件中关注度较高的政务微博

发布人	认证信息	发布时间	广播	转评数
廉洁上海	上海市纪委 市监察局官 方微博	8月5日 11:19	#微评# 4名法官涉“夜总会娱乐事件”，令法律失去尊严、司法蒙羞、正义受损。	5121
		8月4日 13:33	市高院民一庭庭长陈雪明等4人已停职接受调查。	3160
		8月2日 21:40	上海市纪委对该院民一庭庭长陈雪明等四人在某度假村夜总会娱乐的情况开展调查。	2898
浦江天平	上海市高级人民法院官方微博	8月2日 17:57	上海高院高度重视，已组织专人开展调查，并将根据查清的事实和有关规定严肃处理。	1056
八双鞋	李国富，一个近30年警龄的铁路老警察	8月9日 9:15	【专访“上海法官招嫖案”爆料人】	550
上海发布	上海市人民政府新闻办公室官方微博	8月8日 19:32	【上海市人大常委会会议决定撤销陈雪明、赵明华等审判职务】	80
		8月6日 18:45	【上海公布市高院公职人员在夜总会娱乐并参与色情活动的调查处理结果】	160
66哥	山东省济南市公安局历城区分局民警	8月4日 9:13	#热点追踪#【法官集体招嫖门爆料人向纪委提交30小时视频】	147
周蓬安	中国民主同盟盟员，第十一届芜湖市政协委员。	8月3日 22:04	《周蓬安：上海法官集体招妓，暴司法腐败不堪》	104
		8月5日 13:56	【媒体盘点招嫖法官语录：对工作要对得起工资】	32
检察官何文凯	何文凯，广西防城港市检察院副检察长	8月3日 23:38	#网曝上海高院法官集体招嫖#很无语，算司法界的大丑闻了！	85
贾永华	贾永华，河北省公安厅政治部主任	8月6日 21:24	央视报道：上海“集体招嫖”法官被双开！	51

从8月1日网上的爆料，到次日上海市高级人民法院、上海市纪委分别做出

回应，再到初步公布处理事件的结果，只有不到 2 天的时间。8 月 7 日，上海市委书记韩正就此事件在法院系统领导干部大会上表示，对知法犯法、明知故犯、顶风作案的人必须零容忍，不回避、不遮掩。从处理时间到领导人的态度都表明了坚决清除腐败分子的决心和魄力。尽管“@廉洁上海”、“@上海检查”等政务微博发布了有关本事件的信息，但数量和内容都较为有限，最关键的是没有形成本地政务微博的联动，这对公众及时了解信息和有效缓解舆情不利。同时，在舆情应对之后，全面完善各项规章制度，建立健全各项违纪违规的处罚规定刻不容缓。

（三）芦山地震：政务微博构筑绿色救援通道

1. 芦山地震中快速反应的政务微博

4 月 20 日 8 时 02 分，四川省雅安市芦山县发生 7.0 级地震，震源深度 13 公里，成都、重庆、西安等地震感强烈。“又是四川。”许多人担忧、惶恐。“5·12”大地震还在人民心中产生“余震”，芦山地震又来冲击人们敏感的神经，但与“5·12”地震不同，微博、微信等社交平台使得我们更快、更广泛地了解灾区情况，联系灾区亲友。

腾讯微博网友积极发布地震的相关情况，组织爱心捐赠，并分享地震中的常识与经验，使微博成为地震相关信息的集散地。其中不少腾讯政务微博也发挥重要作用，例如地震发生后，@成都交通运输 迅速及时地发布灾区的交通情况，给很多民间组织的救援行动带来了帮助。此外，“人员拥堵”、“物资短缺”、“关注媒体视野外的灾区”等消息通过微博得到了相关部门的重视及解决，许多网友也因微博信息的传播变得更加理性。

地震发生后，各大互联网公司如腾讯、搜狐、谷歌、百度等都开通了寻人服务，腾讯微博也在地震发生后，第一时间通过积累的 5.4 亿用户量以及微博舆论场的强大扩散优势，紧急推出“微频道-心系芦山”，以及“芦山地震寻人”专区，以及微信的寻人帐号“芦山地震救助”，形成网络平台的寻人和手机移动客户端寻人的对接、信息的集合、寻人效率的提高，在本次地震寻人救灾中，腾讯成为国内地震综合寻人平台中的佼佼者，在突发灾害事件中，实现信息的平台对接，

对用户的人文关怀的到达。

“@中国地震台网速报”迅速发布震情信息

国家地震台网官方微博@中国地震台网速报 成为最早发布震情信息的微博，“中国地震台网自动测定：04月20日08时02分在四川省雅安市雨城区附近(北纬30.1度，东经103.0度)发生5.9级左右地震，最终结果以正式速报为准”。8点14分，@中国地震台网速报 发布正式测定的地震级别和震源深度，正式测定信息在四小时内即转发超过十万余条。

发布紧缺物资信息，呼吁网民关注、扩散

无论是政务微博，还是“同城微博”，他们都关注到了灾区紧缺的物资，如四川省雅安市人民政府新闻办公室的官方微博“@熊猫首都-生态雅安”即时在微博发布急需物资信息，呼吁网民关注、扩散：“目前，调配的医疗物资基本能满足需要，板房问题已解决。但由于交通拥堵，医疗物资运送存在问题。因进入灾后防疫关键时期。急需消杀用品若干，亟待解决。”政务微博的理性建言，为灾区的救援工作打开一条绿色通道。

参与芦山地震信息播报的政务微博和公务人员账号一览表

微博名称	认证信息	听众数	广播数	相关博文量
中国地震台网速报	国家地震台网官方微博	3149617	2874	100多
熊猫首都-生态雅安	四川省雅安市人民政府新闻办公室的官方微博	405796	5528	2000
雅安共青团	雅安市共青团官方微博	21264	336	129
雅安市旅游局	四川省雅安市旅游局官方微博	19335	231	157
四川发布	四川省新闻中心官方微博	99487	7189	339
四川省人大	四川省人大宣传处官方微博	282228	322	16
四川气象	四川省气象局官方微博	165216	2632	156
四川省旅游局	四川省旅游局官方微博	511484	3096	52
熊猫卫生	四川省雅安市卫生局官方微博	8515	35	32
雅安市环境保护局	四川省雅安市环境保护局官方微博	1036	17	14
雅安市农业局	四川省雅安市农业局官方微博	1033	52	54

雅安市国土资源局	四川省雅安市国土资源局官方微博	991	108	18
腾讯微博和微信地震寻人账号				
微博寻人	腾讯微博寻人官方平台，如果你有寻人的信息，请告诉我们，我们一起协力。	2927866	3521	3521
芦山地震救助	腾讯“芦山地震救助”微信官号，所有寻亲、救助信息来自微信网友。	611801	78	78

2. 国家地震台网如何速报震情讯息

4月20日8点02分，四川雅安芦山发生7.0级大地震，国家地震台网官方微博“@中国地震台网速报”成为最早发布震情讯息的微博，“中国地震台网自动测定：04月20日08时02分在四川省雅安市雨城区附近（北纬30.1度，东经103.0度）发生5.9级左右地震，最终结果以正式速报为准”。8点14分，“@中国地震台网速报”发布正式测定的地震级别和震源深度。

“@中国地震台网速报”于2012年5月28日正式上线运营，以“震情信息速报，地震知识科普”为主要定位。芦山发生7.0级地震后，“@中国地震台网速报”通过自主研发的“地震速报系统”在2分钟内通过短信、网站、微博等自动发布了信息，为中国地震局应急预案启动“抢出”了5—10分钟。这是该系统今年4月1日启用以来遇到的最大一次地震。

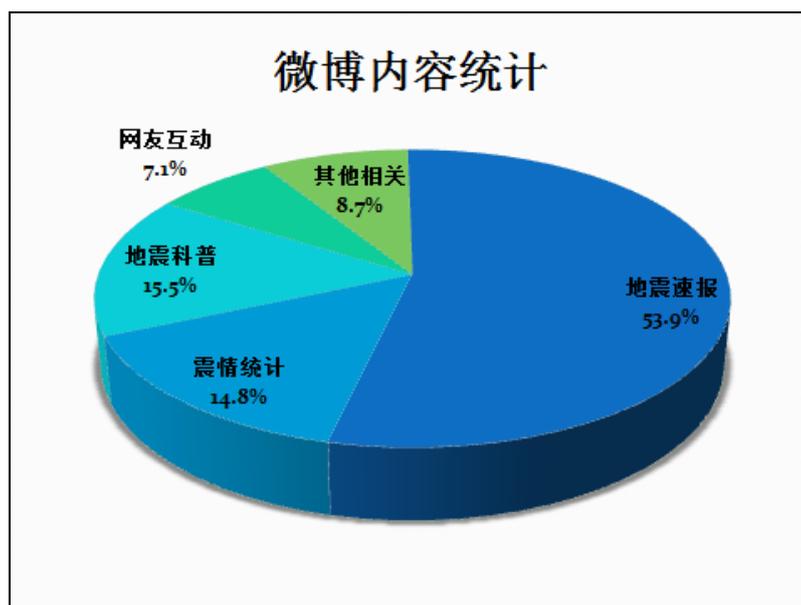


图 3.2：“@中国地震台网速报”微博主要内容分类

互联网的飞速发展让知识的传播越来越纵深，一些专业知识得以在震后第一时间影响普通民众。据中国地震系统的理论研究表明，如果预警时间为3秒，可使人员伤亡比减少14%；如果为10秒，人员伤亡比减少39%。预警时间短暂（1~5秒）可以就地紧急防灾、做好心理准备，预警时间较长（10~20秒），可以进行人员的疏散，并尽快关闭城市供电、燃气、化工设施，手术室等，启动应急措施。越来越多的网民期望中国地震台网能做出更快速的反应，更准确的监测，而“@中国地震台网速报”在震情速报方面取得了重要突破。

（四）余姚水灾：政务微博传递点滴爱心

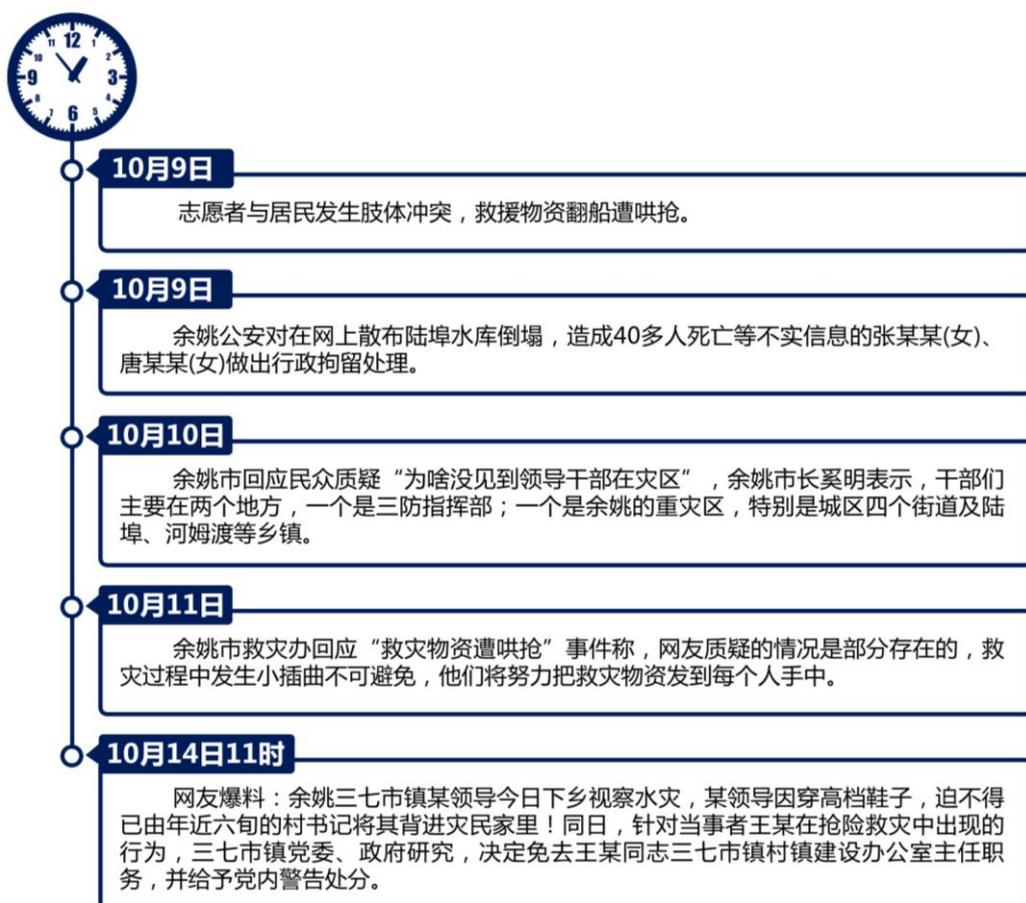
1. 余姚多个政府部门因水灾遭遇负面舆情

2013年10月，受台风“菲特”影响，余姚灾情严峻。2013年10月9日，浙江余姚遭遇新中国成立以来最严重水灾。70%以上城区受淹，主城区城市交通瘫痪。因为进水导致部分变电所、水厂、通行设备障碍，供电供水出现困难。截止至2013年10月9日，余姚是受“菲特”影响最大的区域，雨情大、水情险、灾情重。全市21个乡镇、街道均受灾，受灾人口832870人，城区大面积受淹，主城区城市交通瘫痪，大部分住宅小区低层进水，主城区全线停水、停电，商贸业损失严重。



图 3.3：浙江余姚市“台风灾害”微博关注度走势（单位：条）

台风造成余姚洪水灾害事件所引发的危机接连而至，谣言传播、救援物资遭哄抢、“背官员”等次生危机使得灾害本身的舆情热度升温。



2. 省内政务微博努力修复余姚形象

台风菲特登陆，宁波余姚告急！网民纷纷质疑政府抗灾不力，但宁波政务微博群与时间赛跑，跑出了一个“快”字！宁波市气象局官方微博“@宁波气象”每日跟踪发布强台风菲特最新位置；“@宁波公安”进行抢险抗灾情况播报。“@宁波共青团”以“志愿者在行动”为话题，捕捉草根群众在救灾中的善举。

浙江省内政务微博在灾害之中凝聚，纷纷发博声援余姚，宁波本地政务微博，既要应对网民汹涌的质疑与批评，但依旧保持了乐观的心态，发布了不少正能量的帖文，在微博中传递无私大爱。在以“@余姚共青团”为主的各级政府微博形成微博矩阵，实现消息的高频次快速发布，满足了民众信息的需求，借助新媒体，

有效发布信息，增强官民交流。

普陀先锋 : #大水围城 情系余姚#【别给余姚造成舆论负担】余姚水灾救援牵动着政府部门与社会各界。解放军、公安、特警人的辛苦老百姓都看在眼里,教室简陋地铺设床铺,睡不好吃不好,为了就是余姚的救灾。看看水淹余姚之时再看看如今重建家园之景,若不出手救灾与重建,就别被人利用引发骚动,这样只会加重余姚的负担。

余姚阳明先锋 : #微观阳明#今天下午,富巷社区的倪胜普大爷拿着一封长长的感谢信来到社区,激动地告诉社区干部,要谢谢3楼的孙爱娣老婆。水灾时,倪大爷一楼的家受灾严重,多亏孙阿婆收留他们老两口,才平安度过了水灾。在富巷,这样的好心人还有很多,当洪水如浪般向我们袭来之时,爱心也如潮水般涌动在我们周围。

宁波共青团 : #甬城万人圆梦行动#【一楼图书馆】前阿根廷国家图书馆馆长博尔赫斯说:"如果有天堂,天堂应是图书馆的模样。"菲特"来袭,余姚等多地学校中设于一楼的图书馆受淹破坏。团市委、市志愿者协会发起"一楼图书馆行动",号召大家一起,捐出一本书,搭建一个馆。一楼图书馆,等您来接力!"(详情见图)



乐清市城南党建 : #支援余姚#【为救灾抢险出一份力】“一到那里,我们就惊呆了”,但“想到灾区里面有不少人急需物品,我们就非常着急,想快点给他们送过去。”近日,刚参加完余姚水灾救灾抢险回到工作岗位的张月飞和屠荣飞如是说。这次的救灾抢险他们每天搬运矿泉水、饼干等物资,几乎每晚都要忙到夜里一二点。



图 3.4: 余姚水灾中政务微博的“正能量”帖文

余姚市多个政府部门遭遇负面舆情,中共浙江省委组织部部长“@蔡奇”为此发声建言,希望网民能支持余姚的救灾工作:“抗台救灾对本地外地人员都是一视同仁。有无疏漏或不周?肯定有,在受淹停电情况下在所难免。但一旦发现就改进。至于昨日上访,不必扩大化。有怨气可以反映,也要理解。救灾是大局,

人人有责。”

余姚灾后，“@蔡奇”发博反思：哪些做得不够，如何完善预案，加强排灌调度，以利今后防灾减灾。注意到网络上一些关注，这些关注一定要从事实出发，理性对待，不可情绪化，甚至采取攻击、谩骂方式。作为当地政府，也不必回避问题，及时回应社会关切。要学会与网民打交道，用好新媒体。这方面能力需加强。

在余姚因灾遭遇负面舆情时，浙江省内政务微博不回避、不缺位，勇于担当，保持了信息传达的畅通，善于挖掘动人故事，极大修复了因灾受损的余姚城市形象。

3. 余姚市内政务微博成为重要沟通桥梁

面对因台风“菲特”带来的小流域次生灾害频发、内河水位急剧上涨、城镇内涝严重等严峻形势，“@之江先锋”在10月5日发出第一条台风预告帖，阅读量超23万。余姚市委组织部腾讯微博“@姚江先锋”在第一时间开设“抗台进行时”专题，截至11日上午9时，累计发布最新信息、群众自救、互帮互助、一线战斗等内容微博548条，微博累计阅读量540余万。总体而言，余姚市内政务微博在应对水灾舆情当中，突出了四个“第一”。

突出时效性，信息在第一时间发布。为确保群众及时了解“菲特”信息，让受灾群众科学实施自救行动、援灾群众有效提供帮扶举措，余姚组织部官方微博24小时不间断广播，第一时间发布重要信息。如每隔1小时发布天气灾害时况，包括雨量雨情实况、水库江河水位及地质灾害情况等；即时发布交通运行和路况信息，包括高速班车、城乡公交、城区公交、路面积水等；即时发布乡镇（街道）救援安置点、联系电话等，方便群众就近安置。一定程度上降低了群众的受灾损失。

突出权威性，谣言在第一时间澄清。这次“菲特”台风中，不少谣言在网上传播，在社会上造成较坏影响。例如，有网民即在微信、微博上散布陆埠、梁辉水库即将倒塌言论，“@姚江先锋”获悉后，及时向水利部门进行核实，广播陆埠、梁辉水库坝体安全、警方已对2名涉嫌造谣女子实行行政拘留等信息，有效遏制了不实信息的扩散；有网民在微信平台发布消息称余姚自来水不能饮用，“@余姚组工”经多方确认，发布了我市供给的自来水符合标准，请市民放心饮用等信息，

避免了群众恐慌。

突出号召性，力量在第一时间凝聚。针对“菲特”灾情的不同阶段发布“姚江号召”，凝聚网络正能量，号召群众关注左邻右舍，主动敲敲门，伸出双手开展自救互救；号召广大党员发挥先锋模范作用，开展“联社区、联群众”，“进楼道、进家庭”活动；号召全社会力量参与抗洪救灾，如宁波市委市政府抽调精干人员组成 19 个工作组，奔赴余姚开展“三送三有”，支援抗洪救灾。

突出互动性，困难在第一时间解决。“@姚江先锋”、“@余姚组工”积极与网民互动，对网民提出的问题困难，及时进行答复或解决。10 月 9 日傍晚，一网名“@余姚组工”，梨洲街道有一名尿毒症患者急需做透析但被困水中，“@余姚组工”向志愿者发出私信，成功联系到“@大奥 Lance”，历经 6 个小时将该名患者送到医院。又如，“@姚江先锋”主动发布路况信息，网友跟帖即时更新，“@姚江先锋”再次发布，通过多次互动，确保“@姚江先锋”发布内容新、准、实。

（五）厦门公交车起火案：政务微博进行情绪引导

1. “@厦门警方在线” 巧妙介入公交起火事件讨论

6 月 7 日 18 时 30 分左右，厦门一 BRT 公车发生爆炸，造成 47 人死亡，引发各界广泛关注。据厦门网 6 月 10 日报道，综合人证、物证、技术鉴定等各方面调查结果，警方确认犯罪嫌疑人陈水总于 6 月 7 日在闽 DY7396 公交车上实施了放火案。6 月 11 日，遇难者遗体身份鉴定工作已全部完成，除犯罪嫌疑人陈水总外的 46 名遇难者名单公布。

由于厦门市政府新闻办并未开通官方微博，其通报“厦门 BRT 公车起火案”的主要方式是新闻发布会，属于“政府新闻发布”到“媒体集中报道”的传统通报方式，使得政府部门较难应对网民爆发性的质疑与追问。

作为厦门市公安局官方微博“@厦门警方在线”在公交爆炸发生后，即关注到相关事件动态。并通过播报路况的方式巧妙介入到事件讨论：“【即时路况】现在云顶北路仙岳路口双向交通滞留，希望大家尽量绕行此路段，从监控中看到很多人在围观 brt 事故，希望大家让出施救道路，不要围观啦。”

作为厦门本地微博，“@厦门警方在线”体现出了本土人情味，发布了“今晚无眠，厦门之痛”、“坚强厦门，爱厦门，共努力”等充满哀思的微博。在“厦门BRT 公车起火案”事件中，@厦门警方在线 发布的微博数仅 9 条，其中属于情感类微博数占 4 条，累计收获网民阅读总数近 10 万次。



图 3.5：“@厦门警方在线”的情绪引导帖文

2. 舆情应对效果分析

“@厦门警方在线” 微博数据一览（截至 2013 年 11 月 25 日）

微博名	微博数	听众数	收听数	日均发博量	原创率	微博平均被转发评论数
厦门警方 在线	4470	53 万	531	7	68%	63%

“@厦门警方在线” 涉“厦门 BRT 公车起火案” 微博信息一览

发博时间	微博内容	网友认可度
6 月 7 日 23:12	厦门一公交车起火造成人员伤亡 6 月 7 日 18 时 22 分，厦门快速公交(简称 brt)快一线公交车(车号闽 DY7396，由集美区火车北站开往思明区第一码头)行驶至蔡塘路段时突然起火，造成重大人员伤亡，截至 22 时 30 分，	2.7

	已造 42 人死亡，33 人受伤。	
6 月 8 日 06:24	#爱厦门#不眠之夜，为逝者祈福！[蜡烛][蜡烛]	4.0
6 月 8 日 10:50	#快讯#经厦门警方全力侦查，目前“6·7”案件已锁定犯罪嫌疑人，案件取得突破性进展。	2.5
6 月 8 日 18:56	【厦门公交车纵火案件告破】经公安机关缜密侦查，7 日发生在福建省厦门市的公交车纵火致多人死伤案件告破。犯罪嫌疑人陈水总被当场烧死。	2.1
网友平均认可度		2.825

注：网友认可度系通过对单条微博网友评论进行抽样，然后将网友言论进行分档赋值，网友言论分“非常不认同”、“比较不认同”、“中立”、“比较认同”、“非常认同”五档，依次赋予 1 至 5 分，然后通过计算均值得到单条微博网友认可度。网友评论抽样 200 条。

“厦门 BRT 公车起火案”成功告破，网民一方面哀悼逝者，一方面也在关注犯罪嫌疑人陈水总。据厦门市政府新闻办公布的消息，陈水总因自感生活不如意，悲观厌世，而泄愤纵火。他和妻子都无固定工作，因外出打工低保被取消，多次上访。

厦门公交车纵火嫌犯陈水总因泄愤纵火引发网民深思，有的网民问道，“这是个人悲哀还是社会悲哀？”有的网民为无辜去世的平民默哀，有的网民则认为“可恨之人也有可怜之处”。许多网民向@厦门警方在线 留言，希望警方能够公布陈水总的遗书。

人民日报法人微博题为《别再让个人的伤成为社会的痛》的微评说道，“一个人的不如意，却让 40 多个无辜生命为之殉葬，血与泪的悲剧应该让我们警醒起来：从更高起点打造平安中国，不仅要当救火队长，更要注重源头治理，民心舒畅才能减少社会戾气，百姓心安才有社会平安。”草根网民@厦门户外胡哥 则认为，“那辆被炸毁的公交车，很像一个意味深长的隐喻：大家都在同一辆车里，如果一个人绝望，那么所有的人都不安全。所以，永远不要对他人的苦难无动于衷，因为谁也无法保证下一个不是你我。”

“@厦门警方在线”称此案是“厦门之痛”，呼吁市民“爱厦门，共努力”，

这凝聚了不少网民。微博在许多时候仍是情绪型舆论场，客观理性的声音容易被情绪化的言论所淹没。要引导微博走向成熟、健康发展，党政部门责无旁贷。而政务微博通过情绪引导，能在一定程度上令网友讨论趋于理性发展。

（六）特别推荐：“@中国政府网”——拉近中南海和普通民众的距离

10月11日，由国务院办公厅主办的中国政府网正式开通腾讯微博，作为目前入驻腾讯微博级别最高的政府官博，在网友中产生强烈反响的同时，引发多家主流电视媒体在黄金时刻进行报道，仅央视就有6个新闻频道进行报道，其中就包含新闻联播、东方时空、朝闻天下等重要新闻频道。

“@中国政府网”微博基本情况概览（截至2013年11月25日）

微博名	听众数	发博量	收听数	日均发博量	原创率	微博平均被转发评论数
中国政府网	398万	265	37	10	98%	443

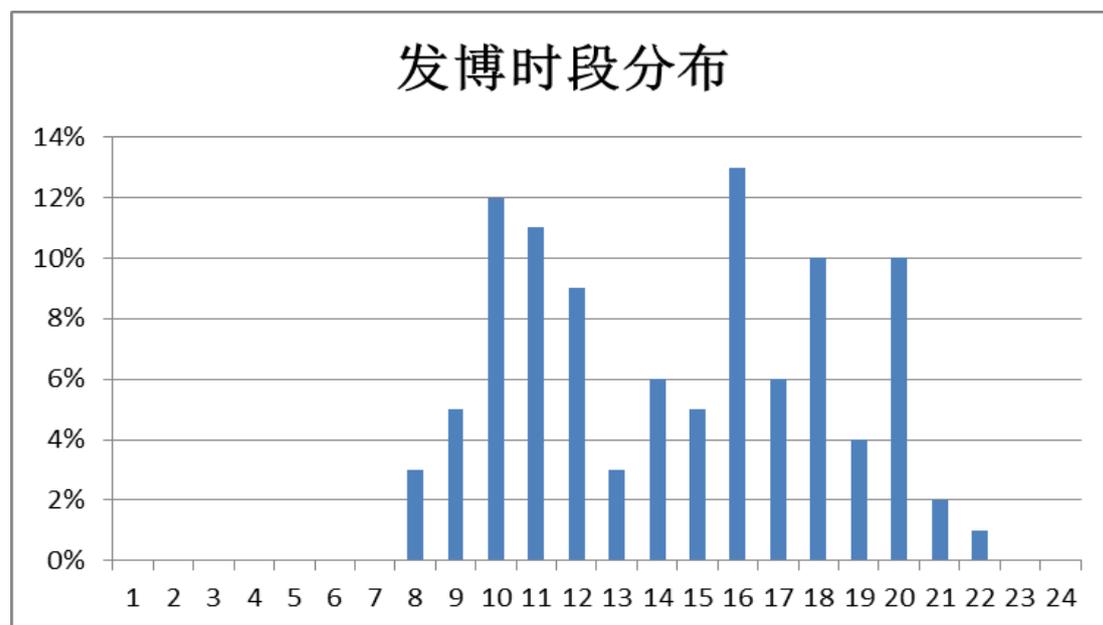


图 3.6：“@中国政府网”发博时段分布

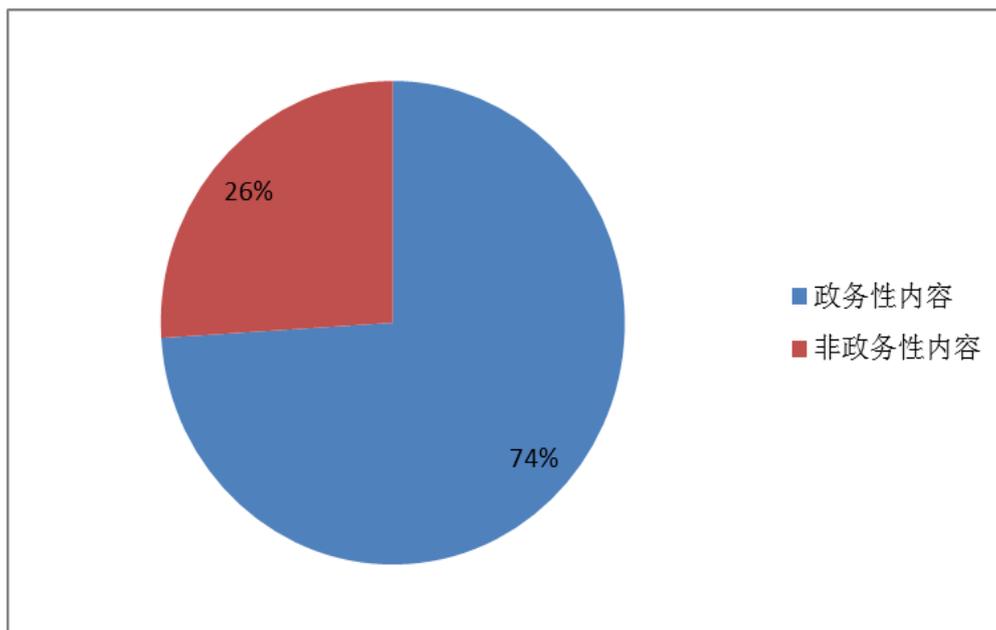


图 3.7：“@中国政府网”发博帖文政务性与非政务性所占比例

媒体评论摘编：

新华社：中国政府网及时开通官方微博和微信，有利于广大网民通过新媒体平台更快地获取国务院重要政策信息，同时，也将大大增强中央重大决策部署和政策文件的“落地率”，拉近中南海和普通民众的距离，进一步提升政府的透明度和公信力。

新华网：广大网民既是信息传播终端又是信息发布者，这种包含点对点、点对面的裂变式传播，将大大增强中央重大决策部署和政策文件的“落地率”，拉近中央政府和普通民众的距离，进一步提升政府的透明度和公信力。中国政府网及时开通官方微博和微信，极大方便了广大网民通过新媒体平台最快获取国务院重要政策信息。我们应为中国政府网官方微博、微信的开通叫好。

中国日报：在自媒体高度发达的今天，政府创新社会管理方式、依法推进政府信息公开，是大势所趋，也是政府密切联系群众、转变政风的内在要求。中国政府网开通官方微博和微信，拓宽了政府和百姓交流沟通渠道，用网民“看得到、听得懂、能监督”的方式回应关切、释疑解惑，将使政府各项经济社会政策更透明、权力运行更透明。事实上，一个政府只有更廉洁高效透明，才会吸引更多粉丝的忠实拥趸，赢得最广泛群众的大力支持。

中华工商时报：中国政府网微博的出现，也再度聚焦公众对政务微博的关注。

事实上，作为倾听民间声音、与民间互动交流的重要渠道，政务微博一直受到了各级政府的高度重视，开通的级别也越来越高。而在不少地方，政务微博甚至列入了政府政绩考核机制里。

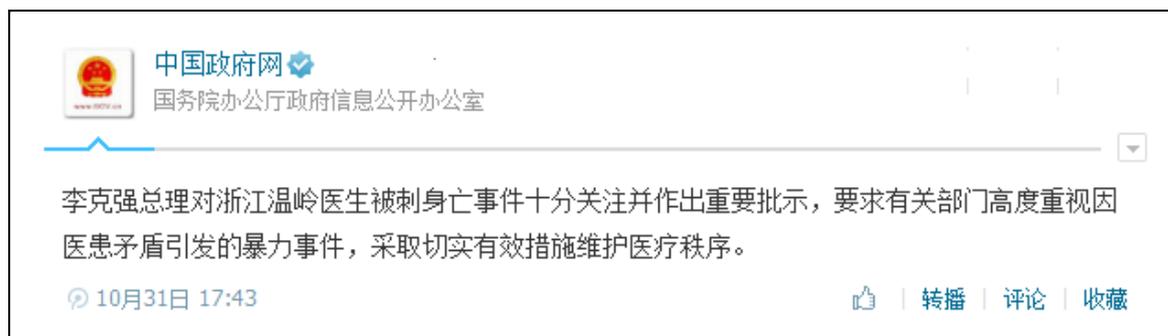


微博点评：

10月25日早晨8点27分，浙江省台州市温岭市第一人民医院发生一起故意伤害案件，3名医生在门诊为病人看病时被一名男子捅伤，其中耳鼻咽喉科主任医师王某某因抢救无效死亡。

“@中国政府网”通过官方微博报道，国务院总理李克强对浙江温岭医生被刺身亡事件十分关注并作出重要批示，要求有关部门高度重视因医患矛盾引发的暴力事件，采取切实有效措施维护医疗秩序。

11月22日凌晨3时许，山东青岛的中石化黄潍输油管线一输油管道发生破裂，造成原油泄漏。当天，“@中国政府网”通过官方微博报道，故发生后，李克强总理立即作出重要批示，要求全力搜救失踪受伤人员，核实伤亡情况，深入排查控制危险源，密切监测周边环境，防范次生事故。妥善做好各项善后工作，查明事故原因，及时回应社会关切。要深刻总结教训，加强检查督查，严格落实安全责任。



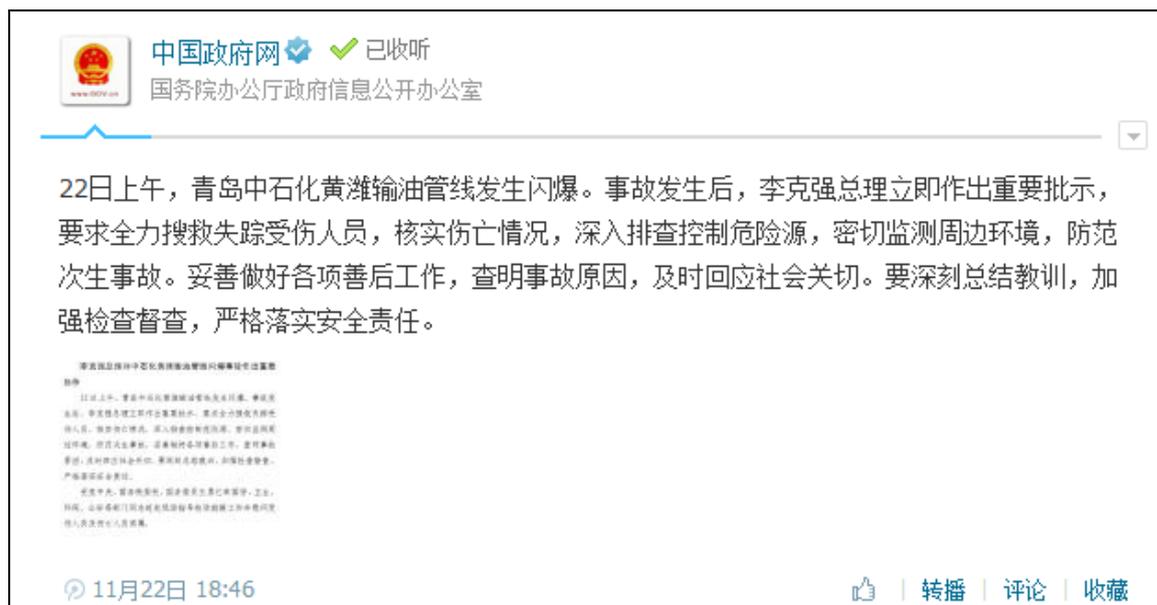


图 3.9：“@中国政府网”报道李克强总理的重要批示

在重大事件中不失声，在敏感事件上不缺位，可以说“@中国政府网”很好地做到了“第一时间权威发布国务院重大决策部署和重要政策文件、国务院领导同志重要会议活动等政务信息，是国务院和国务院办公厅政府信息公开的又一重要平台”的开博要求。

运用新媒体推进信息公开，转变政府工作作风，新一届中央政府对此非常重视。今年3月份，国务院总理李克强在谈及政务公开时就强调指出，当前我国微博的用户数以亿计，有些政府信息不及时公开，社会上就议论纷纷，“与其如此，还不如我们主动及时地公开”。这次中国政府网开通官方微博和微信，就是中国政府提高政务透明度、建设服务型政府的重要举措。

“@中国政府网”开通微博，是一种亲民姿态，无形中加快了国家方针政策的传递速度，最大限度地提高实现国家方针政策的效率。

四、政务微信运营案例推荐

（一）微信“国家队”：政务公开的带头作用

1. 中国政府网

【5句话帮你了解“@中国政府网”】①“中国政府网”微信系国务院办公厅政府信息公开办公室官方微信。②其推送内容包括了政治、经济及文化等多个方面。③微信功能定位：立足政策 落脚民生。④内容主要分为“领导人出行、访问”等8大类。⑤微信内容不乏“节假日放假时间的意见征集”等小事。

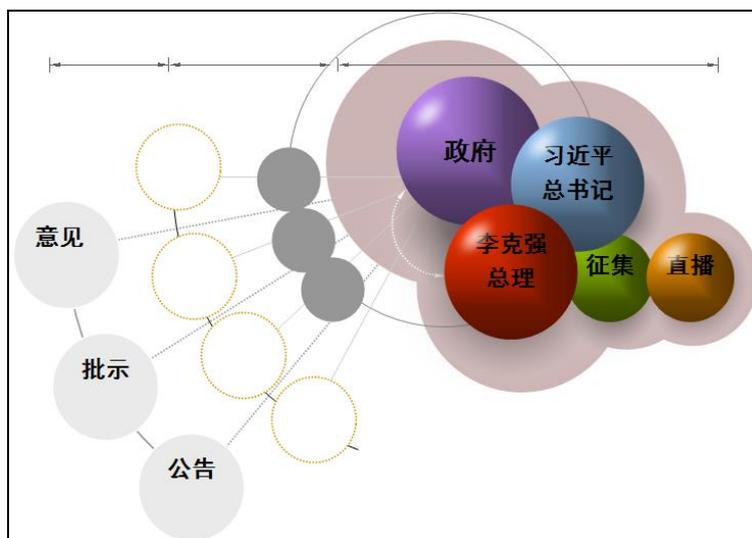


图 4.1：“中国政府网”微信内容关键词示意图

【功能定位：立足政策 落脚民生】“中国政府网”微信以“立足政策，落脚民生”为自己功能定位，微信中大量出现“政府”、“习近平总书记”、“李克强总理”、“国务院”、“征集”、“直播”、“意见”、“批示”以及“公告”等关键词，虽然以政策发布为主，但这些政策大多又与国计民生息息相关，用以指导我们的社会治理与社会生活。

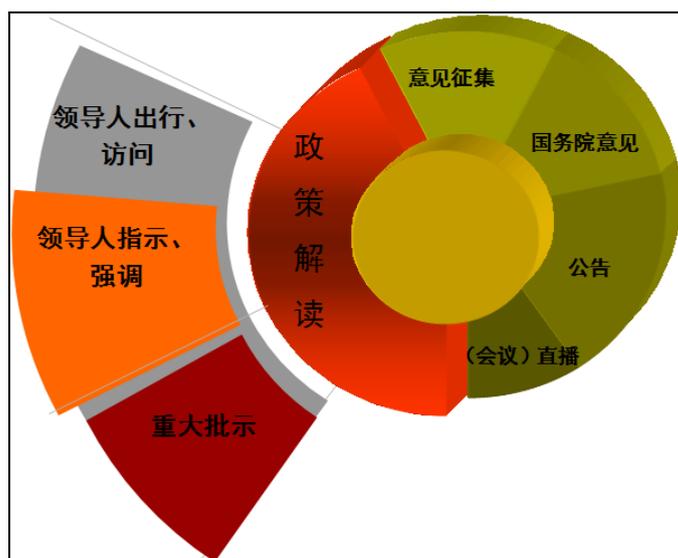


图 4.2：“中国政府网”微信内容主要类型：

【内容分析：“政策”与“批示”为主】通过对“中国政府网”微信内容的分析，发现其消息内容主要分为“领导人出行、访问”、“直播”、“意见征集”、“政策解读”、“领导人指示、强调”、“公告”、“国务院意见”以及“重大批示”这 8 个种类。

其中，“政策解读”与“重大批示”成为“中国政府网”微信的“拳头”、“主干”内容，并因其信息发布的权威性而备受关注。例如，在“政策解读”类内容中，添加“中央编办负责人就行政审批制度改革答记者问”；在“重大批示”类内容中，及时添加“李克强总理对浙江温岭医生被刺身亡暴力事件作出重要批示”，都彰显了政务微信的权威性。

【微信特色：推送内容涉及国计民生】“中国政府网”微信所关注的内容都关涉到国计民生，虽然大事不缺，但“小情”也有。例如，既有“国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见”这样的大事，也有类似“节假日放假时间的意见征集”这样的身边“小情”。

“中国政府网”微信关注的内容以政治与经济领域为主，同时收纳其他重大政策与领导指示。例如，对“统计局新闻发言人介绍 2013 年前三季度国民经济运行情况”的“直播”属于经济领域的内容，而对“十八届三中全会精神”的相关播报则属于政治领域。



(微信号“zhengfu”： 微信二维码)

2. 全国卫生 12320

【5 句话帮你了解“@全国卫生 12320”】①“全国卫生 12320”微信系全国卫生 12320 官方微信。②以其贴近生活而又权威的科学常识普及。③微信功能定位：是手上的科普书，也是身边的健康师。④内容主要分为“医疗”、“健康”等 5 个类型。⑤“全国卫生 12320”微信发布呈现出“专题化”的特征，每天所发的微信内容基本上都是围绕一个主题展开，针对性强。

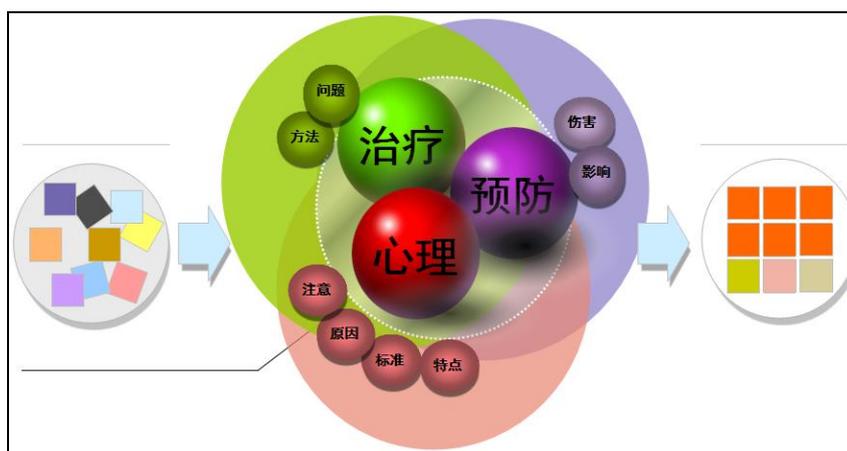


图 4.3：“全国卫生 12320”微信内容关键词示意图

【功能定位：手上的科普书 身边的健康师】“全国卫生 12320”微信内容以“治疗”、“预防”、“心理”、“问题”、“方法”、“伤害”、“影响”、“注意”、“原因”以及“标准”为关键词，内容贴近生活而又服务公众，既有科普性，又从公众健康角度出发进行信息发布，堪称网友“手上的科普书，身边的健康师”。

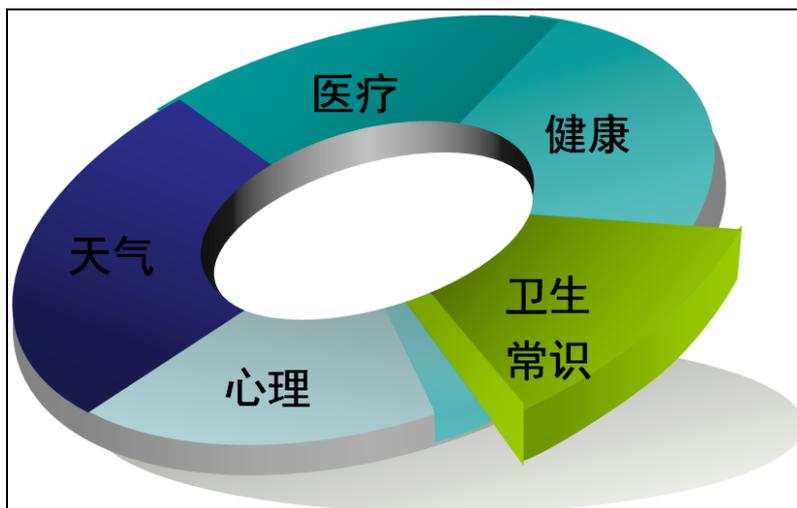


图 4.4：“全国卫生 12320” 微信内容主要类型：

【内容分析：常规内容与特色内容相结合】“全国卫生 12320” 微信内容主要分为“医疗”、“健康”、“天气”、“心理”以及“卫生常识”5个类型。

其中“医疗”与“健康”类的信息最多，内容较为常规，如关于“合理用药”和“营养补充剂”等问题均属于这两类；而“心理”与“卫生常识”则是“全国卫生 12320”微信的特色内容，例如“儿童心理问题”与“化妆品常识”等就属于这两类，受到网友的欢迎；而“天气”类微信则是紧跟天气变化，从保健的角度为公众提出建议，例如在冬季来临后，“全国卫生 12320”微信就发布了一系列关于“冬季养生需注意”的内容。

【微信特色：发布形式“专题化”】“全国卫生 12320”微信发布呈现出专题化的特征，每天所发的微信内容基本上都是围绕一个主题展开，针对性强，通过层层深入以及多角度的诠释将科普知识深入人心。

例如在提到肺病时，下设“肺病的原因”、“怎样区分肺结核和感冒”以及“肺结核治疗与预防”三个小标题；在提到“化妆品常识”时，下设“化妆品包装应具有标注”、“化妆品有哪些安全隐患？”“什么是 SPF？”以及“如何根据不同年龄和类型选择化妆品？”四个小标题。

“全国卫生 12320”微信的内容实用性很强，条条有用、个个有效，例如“食物中毒”、“男性健康”、“婴儿口臭”、“吸烟与戒烟”、“肥胖症”、“运动健身”以及“老年人健康”等内容，每一条都对几乎所有的家庭适用。



(微信号“全国卫生 12320”： 微信二维码)

3. 国资小新

【5 句话帮你了解“@国资小新”】①“国资小新”微信系国务院国有资产监督管理委员会新闻中心官方微信。②主要关注国企、央企等经济领域信息。③微信功能定位：在这里“读懂国资”。④通过开设诸如“微征集”、“微视点”、“微发布”、“微数据”以及“央企责任”等栏目，吸引网友。⑤“国资小新”微信不仅有常态的信息发布机制，当突发事件发生后，其微信平台也成为了信息流通的“公告口”。

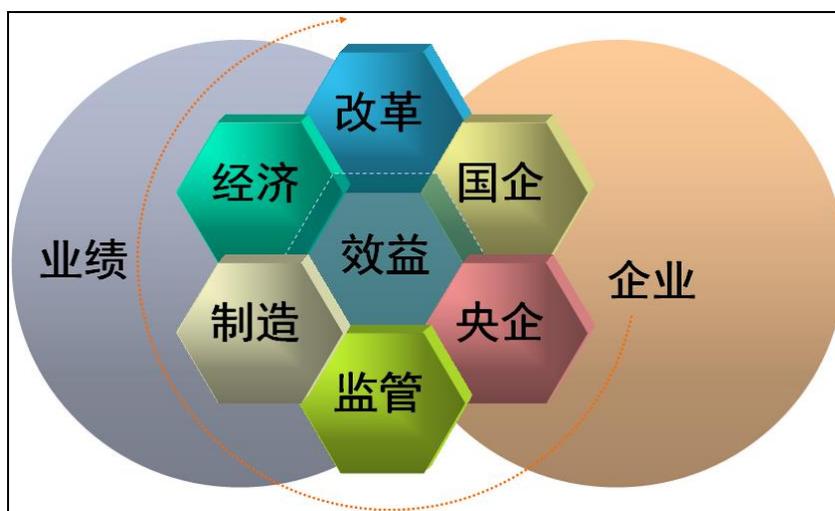


图 4.5：“国资小新”微信内容关键词示意图

【功能定位：在这里“读懂国资”】“国资小新”是国务院国有资产监督管理委员会新闻中心官方微信，其微信发布内容中相当一部分信息都将关注点聚焦在国企与央企上，同时对其经济效益、改革措施、业绩波动以及管理监督予以关注，形成对国有资产情况的全方位解析。

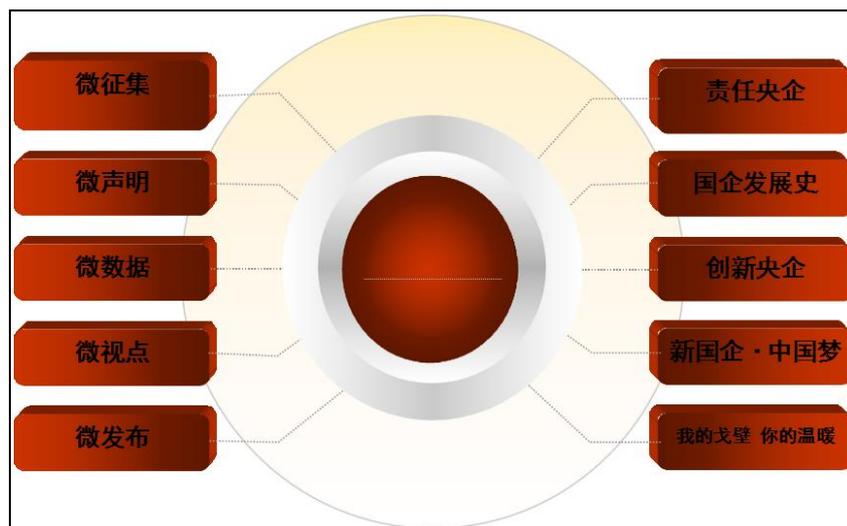


图 4.6：“国资小新”微信内容主要类型：

【内容分析：丰富的内容 多样的栏目】“国资小新”微信设置了丰富多样的栏目，既有信息发布类的“微声明”、“微数据”和“微发布”提供第一手的国资新闻与咨询，又有“微视点”、“责任央企”、“国企发展史”和“创新央企”这类的深度解析，还有“微征集”、“新国企·中国梦”和“我的戈壁 你的温暖”的活动发起与成果展示，层级多样，角度新颖，成为一份集纳了多种类型、内容的行业“微杂志”。

【微信特色：行业“微杂志” 信息“公告口”】“国资小新”以其多样的栏目设置和丰富的板块内容，已经将自身打造成了一份国资行业的“微杂志”。在这里，既有“中国企业微博运营最佳案例”的征集、戈壁滩上“奇怪的”红柳人的故事、“网上影像大赛”等线上线下活动的开展与成果展示，又有“航天科技研制风云卫星 可全天监测雾霾”这样央企创新的实践案例，还有对“黄金产业”的回顾与详解。

“国资小新”微信不仅有常态的信息发布机制，当突发事件发生后，其微信平台也成为了信息流通的“公告口”。

例如，2013年11月13日，“国资小新”发布：关于网传“武汉4称央企拒经济普查”不实报道的声明，有力地回击了网络中对央企的负面谣言。“国资小新”在回应不实报道时，还运用了“我伙呆”等网络词汇，一方面表现出了亲民的姿态，另一方面又将真实的情况一一细数，在声明的结尾还号召大家“转发就是传播真相！一起努力建设阳光央企！”



(微信号“guozixiaoxin”: 微信二维码)

4. 统计微讯

【5句话帮你了解“统计微讯”】①5月16日，国家统计局推出其官方政务微信平台——“统计微讯”，实现统计数据实时微信发布。②其微信充分利用微信公众平台客服功能，以丰富的多媒体形式、亲切的语言打造“数据速递”、“指标解读”、“统计入门”、“统计观点”等栏目。③微信功能定位：大数据时代的统计与解读。④内容主要分为数据发布、常识普及与互动交流。⑤微信内容深入浅出，既有关涉国计民生的重大统计数据，也有与我们日常生活息息相关的统计运用。

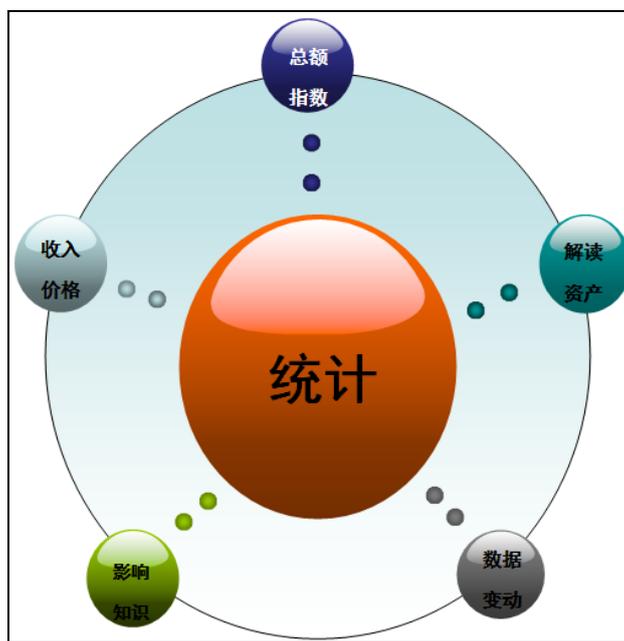


图 4.7：“统计微讯”微信内容关键词示意图：

【功能定位：大数据时代的统计与解读】“统计微讯”微信内容以“价格”、“收入”、“影响”、“知识”、“数据”、“变动”、“解读”、“资产”、“总额”、“指数”以及“统计”为关键词，既有经济领域的数据统计，又有相关数据波动的原理解读，为大数据时代公众了解“数字国情”提供了一个新窗口。

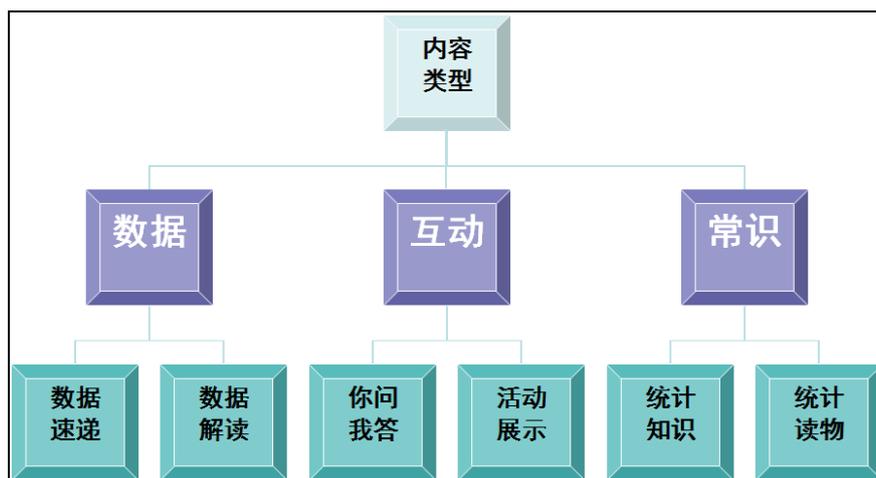


图 4.8：“统计微讯”微信内容主要类型

【内容分析：数据发布 常识普及 互动交流】“统计微讯”微信内容主要分为三个种类：“数据发布”、“科学普及”以及“互动交流”。其中数据发布包括“数据速递”与“数据解读”两类，常识普及包括“统计知识”与“统计读物”的介绍与推荐，互动交流则包括“你问我答”与“活动展示”两类。

【微信特色：“阳春白雪”亦有“下里巴人”也可】“统计微讯”微信中的内容，既有关涉国计民生的重大统计数据，如“2013年1—10月份全国固定资产投资增长20.1%”这样“阳春白雪”般的数据；也有与我们日常生活息息相关的统计运用，如一篇题为“统计思想和方法在网购中的应用”的微信内容，将如何利用统计学知识选商品、选卖家、谈价格以生动的方式传达给网友。

微信因其主要的传播载体是手机等移动客户端，不同于电脑和其他传统媒体可以长篇大论，短小是其重要特点。“统计微讯”微信深知微信内容的短小特点，其数据信息通过解读的方式深入浅出、由繁到简。例如，通过对“反映居民收入实际增长要扣除价格上涨影响”的解读使得公众对价格与收入之间的关系有了清晰的认知，又通过“国家统计局城市司高级统计师余秋梅解读2013年10月份CPI、PPI数据”，使得公众在面对各类数据发布时保证必要的背景知识储备。

除此之外，“统计微讯”微信还开设了一个名为“少年统计之梦”的栏目，刊发中小学生对一些统计相关场景的描画，如《2012年最受欢迎的江南经典》何《中国七大城市PM2.5统计表》等，都十分活泼有趣，提高了整个微信的趣味性与公众参与度。



(微信号“tongjiweixun”： 微信二维码)

5. 外交小灵通

【5 句话帮你了解“@外交小灵通”】①2013 年 5 月 7 日，外交部公共外交办公室官方微信——“外交小灵通”开通，首个中央部委政务微信正式上线。②发布形式丰富，除了信息，还可以发布图片、声音、视频等。③微信功能定位：外交走下高坛 来到你我身边。④内容主要分“外交小灵通”微信内容主要分为三大类型：领导人活动、深度解析以及活动与注意。⑤“外交小灵通”微信使用容易让网民接受的语言，顺应了信息化、网络化的时代潮流以及新媒体的发展趋势，是外交部推进公共外交的又一次尝试。

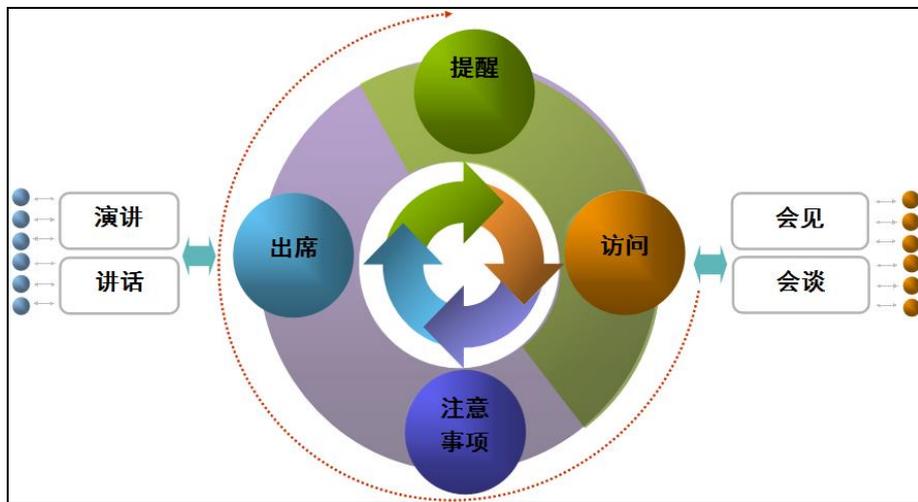


图 4.9：“外交小灵通”微信内容关键词示意图

【功能定位：外交走下高坛 来到你我身边】“外交小灵通”微信内容以“提醒”、“会谈”、“出席”、“演讲”、“会见”、“注意事项”、“访问”以及“讲话”等为关键词，利用提醒以及注意事项等板块吸引公众眼球，同时将外交政策与关系寓于故事和解读中，使得本来“高高在上”的外交新闻走下高坛，被普通人所感知、熟知。



图 4.10：“外交小灵通”微信内容主要类型

【内容分析：层次分明 环环相扣】“外交小灵通”微信内容主要分为三大类型：领导人活动、深度解析以及活动与注意。其中，领导人活动又包括“领导人出行、访问”与“领导人出席国际性会议的讲话”；而后的深度解析基本上与第一类型的“领导人活动”一脉相承，例如，当“李克强总理越南行剪影”在“外交小灵通”微信上以头条的形式发布，那么紧接着就是对中越关系的回溯与解析；第三类的“活动与注意”内容，与普通公众贴切度最高，例如“在毛里求斯加强安全防范”、“切勿购买、携带象牙等违禁动物制品”、“南苏丹冲突不断，请谨慎前往”以及“关于乘坐国际航班的提醒”等，均受到了网友的关注。

【微信特色：公共外交的新尝试 了解世界的新窗口】“外交小灵通”微信使用容易让网民接受的语言，不讲官话套话。顺应了信息化、网络化的时代潮流以及新媒体的发展趋势，是外交部推进公共外交的又一次尝试。

“外交小灵通”微信还以话题连载的形式，通过“讲故事”使得公众了解中国及其外交发展。例如，进入 2013 年 11 月以来，“外交小灵通”微信发布了“中国与周边国家间的故事”连载，分别以“有好故事暖人心 守望相助见真情”、“真心回报当地 诚意拉近距离”和“编织共同利益网 互惠合作促发展”为主题，连发三天，从一定程度上培养了公众的忠诚度，并为其打开了了解世界的新窗口。



(微信号“waijiaoxiaolingtong”： 微信二维码)

(二) 服务型政务微信：创新型便民服务窗口

1. 武汉交警

【4 句话帮你了解“@武汉交警”】①“武汉交警”微信系武汉市公安局交通管理局官方微信。②为公众提供交通违法查询、服务提醒、交通路况资讯、交管信息等服务。③微信特色一：司机助手 专业搜索。④微信特色二：动态与规制 尽在掌握中。

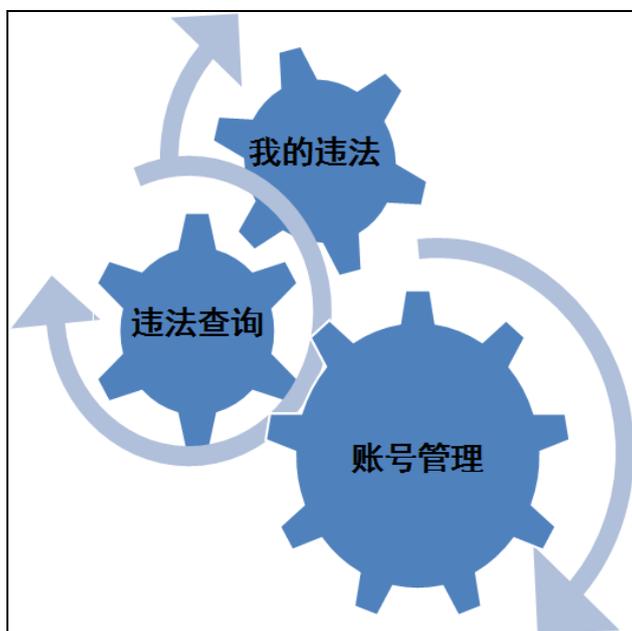


图 4.11：“武汉交警”微信“违法查询”板块主要内容

【微信特色一：司机助手 专业搜索】“武汉交警”微信在 5.0.0.16 版本中将“违法查询”设置为独立板块，其中包括“我的违法”、“违法查询”以及“账号管理”三个内容，只要输入相关号码即可随时查询违法违规情况。



图 4.12: “武汉交警”微信账号管理页面

“武汉交警”微信通过智能化的页面设计,为广大的司机朋友们提供了以“驾驶人”和“车辆”为标准的两种违章查询方式,并允许微信账号与驾驶证号码绑定,为多次查询提供了便利。



图 4.13: “武汉交警”微信路况地图页面

“武汉交警”微信通过后台的技术开发,使得网友在打开路况地图页面后自动定位,为公众的出行提供方便。



图 4.14: “武汉交警” 微信交管动态页面

【微信特色二：动态与规制 尽在掌握中】“武汉交警” 微信的信息传播采取的是“主动发布”与“按需索取”相结合的方式，即根据道路以及相关交通规则的变化发布动态信息，但是只有网友按照提示进行数字回复后，才能通过“交管动态”和“微博发布”两个栏目对应获取相关信息。这就从一定程度上实现了信息到达的准确性，保证了需要交管动态信息的公众可以在第一时间获知，又避免了冗余信息对其他不需要此类信息的公众的“干扰”。



图 4.15: “武汉交警” 微信办事指南页面

【微信特色二：动态与规制 尽在掌握中】政务微信核心应用主要侧重于两方面：一是后端的移动政务办事服务平台应用，比如通过智能化信息库建设，让公众足不出户就可以了解办事的业务流程，或者通过及时回应公众的咨询、投诉、

举报等，实现政民之间“点对点”的客户服务系统。二是前端的主动发布，比如及时发布辖区的政务信息、民意调查、警情舆情等，使政务微信成为应急管理、舆情应对和组织动员的媒介应用。

而“武汉交警”则属于“点对点”客户服务系统的典范，特别是它的“办事指南”，条分缕析，为需要办理与交通有关手续的公众提供了“按图索骥”的便利。



(微信号“wuhanjiaojing”： 微信二维码)

2. 广州公安

【4 句话帮你了解“@广州公安”】①广州首家开通政务微信的主流官博。②非紧急的治安问题都可以通过微信反映，有关值班人员会转到相关单位跟进处理。③可以通过微信与值班干警进行在线语音对话。④向市民群众免费提供 46 项业务查询、6 项网办服务和 4 项预约服务。

【微信特色一：业务解答设计完备】“广州公安”政务微信平台建立了自动回复口径库，涵盖“招警、消防、交通、出入境、户政、刑事侦查、报警投诉”等七大板块内容，网友通过输入阿拉伯数字指令或是“消防、交通、护照、身份证”等关键词，便能立即获得相关自定义回复的业务解答。考虑到时效性问题，警方不建议网友通过微信报警。“广州公安”微信能市民群众免费提供 46 项业务查询、6 项网办服务和 4 项预约服务。完备的业务指南为市民提供各类办事指引和办事网点信息。

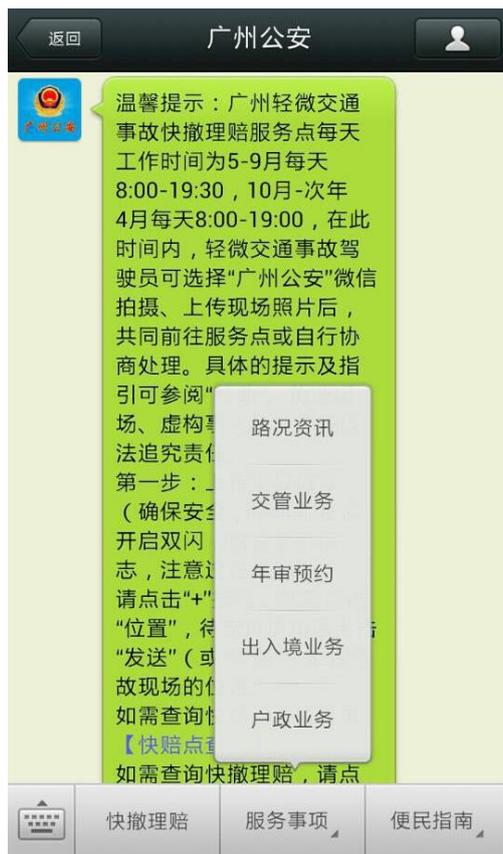


图 4.16：“广州公安”微信三大板块

【微信特色二：路况信息智能语音服务】用户可以通过语音与系统进行交互，查询路况信息。在路况地图模块，用户可按住说话按钮，说出自己想要查询的道路名称，系统会根据用户的语音识别出道路关键字，对该道路拥塞情况、交通管制、突发事件等进行实时语音播报。



(微信号“gzsgaj”： 微信二维码)

3. 北京公交集团

【4 句话帮你了解“@北京公交集团”】①“北京公交集团”微信是北京公交集团的官方微信。②自 2013 年 7 月 1 日正式开通以来，开设的栏目有“关于公

交”、“服务台”、“线路信息”3大模块和9个功能。③微信特色一：完善的功能设计，便捷的查询搜索。④微信特色二：一段亲切的问候 带来贴心的服务。

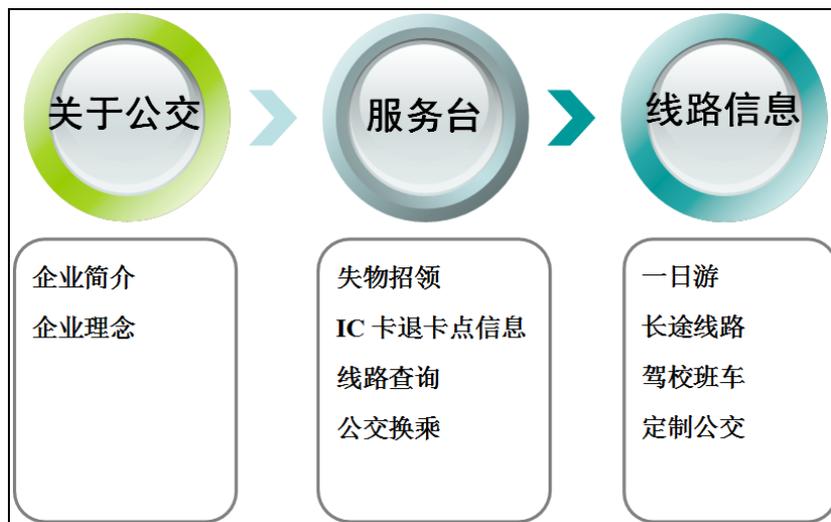


图 4.17：“北京公交集团”微信三大板块主要内容

【微信特色一：完善的功能设计 便捷的查询搜索】关注“北京公交集团”微信不仅可以随时了解最新出行信息，还可查询车厢遗失物信息、定制公交招募线路、IC卡退卡点、一日游线路、驾校班车、长途线路、线路调整、出行提醒、公交常识等信息。10月1日，公交集团官方微信正式“升级”，升级后的微信平台，更加体现为乘客出行服务的理念，新开通公交线路查询、公交换乘信息2大功能。用户可以通过微信页面自定义菜单中的服务台模块，找到线路查询、公交换乘的2个菜单，点击进入便可查询。

【微信特色二：一段亲切的问候 带来贴心的服务】凡是关注了“北京公交集团”微信的网友，都会收到一段来自北京公交窗口行业优秀代表李素丽的亲切问候。公共微信平台因其功能与定位的不同，它的首条微信内容也各具特色。有些公共微信以文字的形式说明本账号的功能，特别是一些服务类账号，会根据不同的数字回复提供不同的特色服务；而另一些公共微信则选择以“语音播报”的方式，来完成与网友的“第一次亲密接触”，“北京公交集团”微信就属于后者。

李素丽是公交“李素丽服务热线”负责人，曾任北京市公交总公司公汽一公司第一运营分公司21路公共汽车售票员。她认真学习英语、哑语，并努力钻研心理学、语言学，利用业余时间走访、熟悉不同地理环境，潜心研究各种乘客心理和要求，有针对性地为不同乘客提供满意周到的服务。并获“全国‘三八’红旗手”等荣誉称号。利用李素丽本身的知名度以及美誉度，再加上语音播报的形

式，使得网友在听到这段话后倍感亲切，成功地塑造了公共微信账号的形象。



(微信号“bjgjtt”： 微信二维码)

4. 北京地铁

【4 句话帮你了解“@北京地铁”】①“北京地铁”微信系北京市地铁运营有限公司官方微信。②提供与乘客出行相关的地铁运营服务信息，随时发布北京地铁线路图调整、首末班车时间变化、车站设备设施、服务举措等信息。③微信特色一：清晰的板块 及时的新闻。④微信特色二：细致入微的栏目 沟通彼此的平台。



图 4.18：“北京地铁”微信三大板块主要内容



图 4.19：“北京地铁”微信“失物招领”页面

【微信特色一：清晰的板块 及时的新闻】“北京地铁”微信拥有 3 大板块 7 项功能。其中，“地铁新闻”与“地铁发展”分别以及时的新闻推送与站外链接的方式，为公众了解北京地铁开辟通道；而在“贴心服务”板块中，每日更新一次的“失物招领”极具时效性和实用性；“线路信息”板块中的“线路图下载”，则为公众将电子地图随身携带提供了便利。

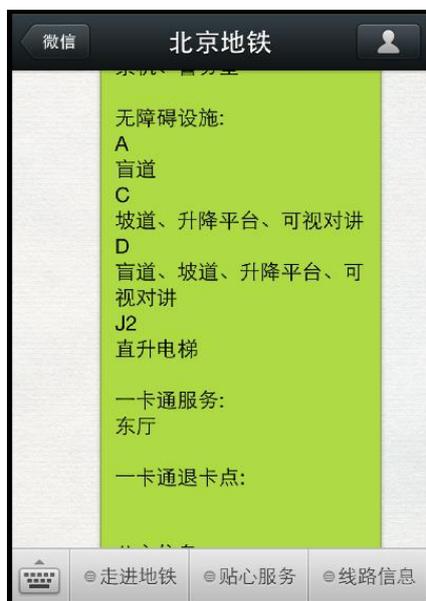


图 4.20：“北京地铁”微信“无障碍设施”提醒

【微信特色二：细致入微的栏目 沟通彼此的平台】“北京地铁”微信的站点信息提供全面而又细致入微，在“站点信息”功能一栏中，只要用户回复查询站

点名，即可得到关于该站点的“首末车时间”、“服务设施”、“无障碍设施”、“一卡通服务”以及“公交信息”等内容。特别是其中的“无障碍设施”提醒，为残障人士出行提供了方便，体现了公共场所应有的人文关怀。



图 4.21：“北京地铁”微信“用户意见”页面

“北京地铁”微信不同于其他交通服务类微信，该公共微信不仅为公众提供了查询线路的途径，还特意将“用户意见”加入“贴心服务”一栏。通过网页跳转链接的方式，为公众与“北京地铁”的交流搭建了专门的平台，供用户提出意见。



(微信号“bjsubwaywx”： 微信二维码)

(三) 资讯型政务微信：充分体现部门职能

公共微信中有一类微信以发布各类信息、提供各种咨询为主，这类微信分布在不同的行业和领域中，虽然它们都需要以提供信息为第一要旨，但因为所属领

域有别，所以需要有不同的定位，由此也表现出不同的“亮点”。

1. 国家博物馆

【4 句话帮你了解“@国家博物馆”】①及时推送国家博物馆展览信息、藏品信息、讲座的活动信息。②开通微信语音导览信息查询服务，查询数量超过 16 万次。③用微信看画展相当“赞”。④未来，国家博物馆官方微信还将拓展语音导览的数量，并实现票务预约功能。

【微信特色之“语言导览”】“想了解什么参观信息，可以尽管提问哦！您可以试试以下关键词：开放时间、开放展览、展览预告、参观门票、讲解导览……看看是否可以解答您的疑问呢？”这是国家博物馆微信账号推送出的一段信息。

“国家博物馆”微信在“参观导览”里有“微信语音导览”服务，观众用手指点击这项服务，只需按照国博微信平台发送特定展品的编号或名称，几秒钟后手机屏幕上就会出现展品图片，随后还附上该展品的语音介绍。



图 4.22：“国家博物馆”微信三大板块

【微信特色之“二维码导览”】使用智能手机设备可在中国国家博物馆进行的免费个性化自助导览——二维码导览。这项特色服务率先在中国国家博物馆全面推广，该馆举办的临时展“光荣与梦想——逢小威奥运冠军肖像摄影作品展”、“国博百年·中国雕塑百年作品展”，国际交流展“佛罗伦萨与文艺复兴：名家名作展”、“道法自然——大都会艺术博物馆精品展”，专题陈列“小品大艺——明清扇面艺术展”，基本陈列“古代中国”，无处不闪动着二维码的身影。



(微信号“ichnmuseum”： 微信二维码)

2. 上海发布

【5句话帮你了解“@上海发布”】①“上海发布”微信系上海市人民政府新闻办公室官方微信。②自我功能介绍为：“生活在这座梦幻的城市，与TA共同成长。我们提供上海的资讯，更希望成为您又一个喜欢上海的理由。这里是上海市人民政府新闻办微信平台。”③微信特色之“巴掌响”：角度多样 层级鲜明 覆盖面广。④微信特色之“拳头强”：重点推荐与常规化播报结合。⑤微信特色之“结合新媒体特点 主动设置议程”。



图 4.21：“上海发布”微信关注后推送的首条内容与页面

【微信特色之“巴掌响”：角度多样 层级鲜明 覆盖面广】从“上海发布”微信关注后推送的首条微信来看，其内容包括了交通、教育、医疗、社保、文化、体育以及旅游等多个角度，涵盖面广；另外，“上海发布”微信的层次性也十分鲜明，既有常规信息的推送，例如天气预报、重要提示以及天气预警等内容，又

有“你问我答”的互动栏目设置，还有关于“自贸区”的重大政策解读与议程设置。

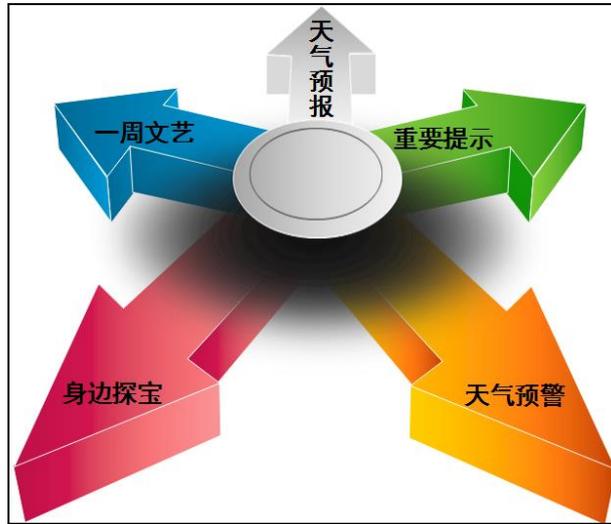


图 4.22：“上海发布”微信“今日推荐”板块主要内容

【微信特色之“拳头强”：重点推荐与常规化播报结合】在微信界面，“上海发布”微信将“今日推荐”设置成单独的板块，此板块包括“天气预报”、“一周文艺”、“重要提示”、“身边探宝”和“天气预警”5个栏目，此为常规化的播报，基本每天都会有推送。但与此同时，有突发事件发生时，也会将其最新消息加入当日的微信中去。例如，2013年11月15日这天，因受外来污染输送及本地污染排放共同影响，当日14时全市空气质量指数为218重度污染，在启动了应急减排措施后，“上海发布”微信及时向用户推送了已经施行的措施以及各种针对市民的建议与应对方法。



图 4.23：“上海发布”微信“自贸区”板块主要内容

【微信特色之“结合新媒体特点 主动设置议程”】微信相对于报纸、电视以及广播来说属于新媒体，在传统媒体“叱咤风云”的时代，媒体所传播的信息以及主题往往也是普通受众热议的焦点，但在网络、微博以及微信出现后，这种议程设置的功能很多时候都被“网络名人”所主导。“上海发布”微信充分利用了新媒体的特点，一方面将关于“自贸区”的政策要点和热点新闻分类，形成“信息超市”，供用户自主选择；另一方面，对用户集中关注的某些问题进行作答，并将问答汇集在一起，统一呈现。这就避免了将政策事无巨细、脱离重点地提供给用户，而是提供那些最受公众关心的信息，保证了信息传播效果，并为其设置了关注与讨论的主题与议程。



(微信号“shanghai fabu”： 微信二维码)

3. 广州国税

【3 句话帮你了解“@广州国税”】①“广州国税”微信系广州国税官方微信。②以税收为核心，每条微信都与税收等内容相关。③微信特色：查询与信息使用

便捷。



图 4.26: “广州国税” 微信主要内容与板块



图 4.27: “广州国税” 微信发票查验页面

【微信特色：以“税”为核心 查询与信息使用便捷】“广州国税” 微信每条内容都与税收等相关，既有办税指南，又有税收及发票等业务的自助查询，还有不定期的通知公告，信息有效性高，没有任何冗余信息。特别是“广州国税”的发票查验栏目设置，为用户随时随地自助查询发票真假提供了可靠权威而又便利的服务。



(微信号“guangzhouguoshui”: 微信二维码)

五、腾讯政务微博、政务微信发展总结

（一）政务微博发展特征

1. 冲破樊篱：腾讯政务微博呈井喷式发展

据人民网舆情监测室发布的《2012年腾讯政务微博报告》显示，截至2012年11月11日，腾讯政务微博总量达70084个。而到2013年10月31日，腾讯政务微博总量翻了一番，达到160068个，其中党政机构92130个，党政官员67938个。随着微博大V的消沉，新闻客户端的发展，加上微信的分流，微博热度大幅度下降。腾讯政务微博可谓在“逆境中”生长，实现了井喷式发展。

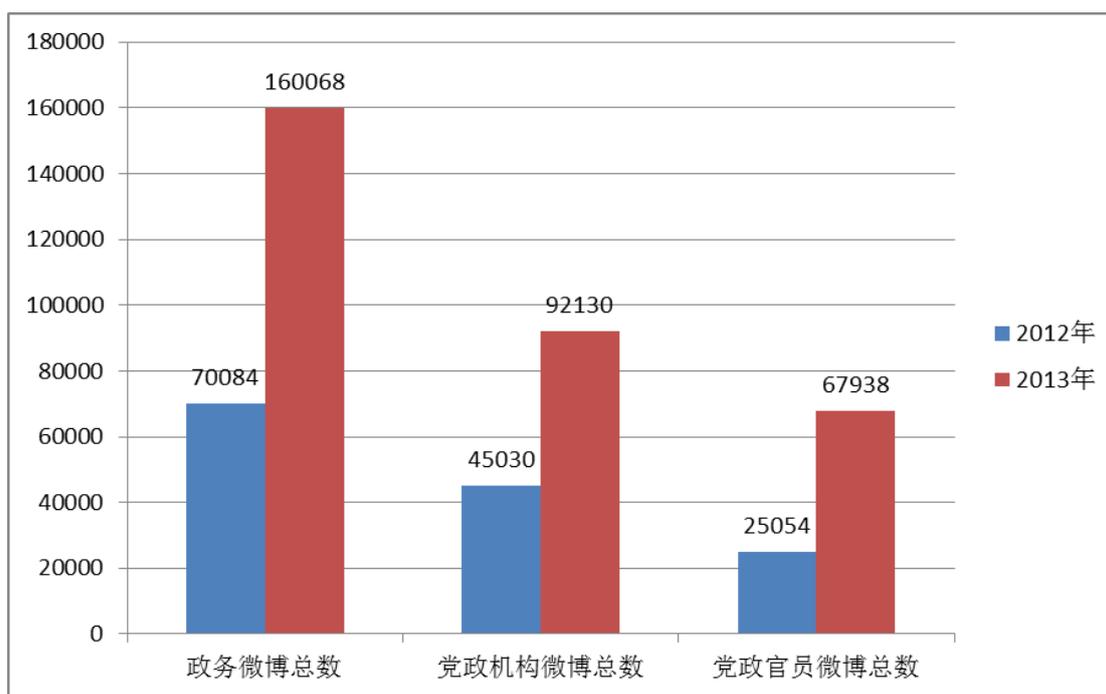


图 5.1：2012 年政务微博总量与 2013 年政务微博总量对比

不过，政务微博虽然堪称海量，但微博运营的质量却更为重要，要避免久不更新、装聋作哑等现象。政务微博不应仅满足于宏观数量的增长，不要流于形式作秀，而要在巨大数量的基础上，充分联接“地气”，发挥自己应有的作用。

2. 群众路线：政务微博架起官民沟通桥梁

据腾讯 2013 年第三季度财报显示，腾讯即时通信服务月活跃账户数达到 8.156 亿；“微信和 WeChat”的合并月活跃帐户数达到 2.719 亿；“QQ 空间”月活跃账户数达到 6.233 亿。

腾讯多个产品积累了庞大的用户基数，为腾讯微博的发展打下了群众基础。政务微博的发展离不开网民，离不开听众的批评与建议，而政府部门通过微博“问政于民，问需于民，问计于民”也日益成为常态。

当今社会，利益多元、观点多样，如何最大限度达成社会共识？党的十八大报告提出“要更加注重改进党的领导方式和执政方式；凡是涉及群众切身利益的决策都要充分听取群众意见，凡是损害群众利益的做法都要坚决防止和纠正”。政务微博无疑为推动社会管理创新、改进执政方式插上了无形的翅膀。

2013 年，某些弱势群体在处境艰难的煎熬下，失去对社会的信心和耐心，选择以个人暴力的方式宣泄不满。6 月 7 日，厦门中年男人陈水总在快速公交纵火导致 47 人死亡，包括一些高考生遇难。7 月 20 日，山东农民冀中星因上访无门在首都国际机场引爆了自制炸弹。冀中星在进京前最后一篇博客写道：“我叫天，天不应，叫地，地无声。”有网民对此做出点评：领导多融入群众，就不会产生冀中星、陈水总，这应该在当下的群众路线教育实践中引起足够的重视。

作为官员大 V 的“@陈里”就认为，政务微博是实践群众路线的新方式。他建议政务微博用“@”的方式到群众中去。

通过政务微博践行群众路线，要求政务微博至少要具备两个功能，一是表情，二是达意。所谓表情，就是要放下身段，不怕“板砖”，以真诚负责的态度拉近政府与民众的距离，这绝非使用几句“亲”、“童鞋”那么简单。所谓达意，就是要“边做边说”，让网民实实在在地看到所发布政策的实效，看到“倾听”之后的“作为”。

政务微博只有积极拓展倾听民声的信息渠道、建立服务于民的便利途径，以实时的服务和倾听提升社会管理的科学化水平，在服务中实施管理、在管理中体现服务，通过强化服务提高社会管理实效，才能逐步构建政府与网民间的互信。

3. 转型升级：政务微博发展面临的新课题

10月15日,《国务院办公厅关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》发布,《意见》明确提出,各地区各部门应积极探索利用政务微博、微信等新媒体,及时发布各类权威政务信息。这无疑给各地政务微博发展提出了更高的要求。而在10月11日,“@中国政府网”在腾讯微博平台上线,国务院重要政务信息将第一时间通过微博、微信等新媒体形式向社会公众公开。中央政府的示范效应和具体的指导意见,无疑也为政务微博的发展注入新动力。



图 5.2: “@中国政府网” 上线首条微博

人民网舆情监测室预测,在国办意见的指导下,政务微博将迎来新一轮快速发展期,同时也为政务微博的发展提出了转型升级的要求:

第一,向“以人为本”转型。政务微博运营必须人性化,需要亲和力,不能“吃老本”,不能“唱独调”。政务微博需放下身段,俯下身子,拜民为师、问情于民,同时敢于倾听骂声,并通过与网民的双向互动寻找不足,最大限度地消除误解增进社会共识。

第二,从“信息发布”向“务实应用”转型。政务微博掌握行政资源,不仅是信息发布平台、舆论沟通平台,更应是民生服务平台,是电子政务在社交媒体上的延伸。因此,政务微博必须承担起了解民生,关注民意,解决民愿的责任。

第三,从“单打独斗”向“矩阵合力”转型。政务微博背后需要多部门的协同运营机制,需要各级政务微博、各跨职能政务部门之间的互动,构建有机协同的微博矩阵,真正形成微博账号之间的分工协作、线上与线下的双重互动,而非形式上微博账号的聚合。

4. 矩阵合力：政务微博从“独唱”到“合唱”

8月20日，北京市政务微博群“北京微博发布厅”在腾讯微博平台正式上线运行。55个委办局、16个区县，共计71个单位入驻“北京微博发布厅”。北京市政府新闻办主任王惠表示，政务微博多平台集群化发声，将进一步扩大网络舆论引导影响力。



图 5.3：“北京微博发布厅”上线

“北京微博发布厅”自上线以来，成员单位对重要事件和焦点热点话题进行及时、权威‘集群式回应’，澄清事实，消除误解，驳斥谣言，积极扩大正能量。除重点发布北京市政务信息外，“北京微博发布厅”成员单位还注重发布与市民密切相关的衣食住行、社会公益等方面的服务资讯。

“微博发布厅”是新形势下网络问政的一次突破性创新，减少了民情“上传”和政令“下达”的中间环节，为政民互动、舆论互通创造了更便捷的条件；政务微博从“独唱”到“合唱”，改变了个别账号单兵作战的格局，开启了多部门在微博矩阵中联合办公的时代，有助于提升虚拟社会管理能力和网络舆论引导水平。

5. 双剑合璧：微博微信打通运营

微博本身是媒体平台，以内容为核心，更多地用来发布和传播信息；微信是交流平台，关注的是人，人与人之间的交流是微信平台的价值所在。许多党政机关已经尝试将微博、微信打通运营，实现“双微合璧”，让政府部门的信息发布与政务服务更好地结合起来。

早在 2009 年，厦门市公安局就先行一步，试水了警务微博“@派出所值班那些事”。现今，厦门市公安局又运用微信与警务工作相结合，为警民双赢积极探索打造的网络为民服务平台，更是为治安管理工作提供了无穷力量，也让警民之间有了更紧密的互动。截至 2013 年 10 月 31 日，厦门市共有 197 个警务微博、28 个微信公共账号以及 10 多个用于工作交流的微信群，其中，包括“@厦门警方在线”、“@厦门市智能交通控制中心”等在内的多个微信平台。

“@厦门市智能交通控制中心”微信服务平台已拥有近 24 万用户，平均每 4 个汽车类驾驶人就有 1 个在使用。平台的路况查询日均 2.8 万次，道路交通违法查询日均 3.7 万次，道路交通拥堵上报日均 60 条……如今，“@厦门市智能交通控制中心”被誉为“东南政务微信第一大号”，市民也对交通信息化带来的便利赞不绝口——出门前查路况，堵车时报路况，已经成为大多数市民的习惯。

政府部门通过打通微博、微信来开阔传播渠道、传递权威声音、服务人民群众。政府部门能够打破围墙置身于网民之间，这是政府部门主动贴近群众的进步表现，网民积极通过新政务平台广泛参与议政也同样值得鼓励。但网民的构成元素也将会更加复杂，面对不同的人、不同的提问、不同的思想，政务微博、微信是否能够处理好这些问题，还需进一步的考验。希望政务微博、微信作为开放性的问政方式，能在形式上“回应”民众诉求，更重要的是切实改进作风，积极解决网民问题，把作用真正发挥到最大。

（二）政务微信发展特征

1. 方兴未艾：政务微信发展前景广阔

2013年1月，微信用户突破3亿，腾讯2013年第三季度财报显示，“微信和WeChat”的合并月活跃帐户数达到2.719亿。另据腾讯微博事业部提供的数据显示，截至2013年10月31日，经认证的微信公众账号超5万个，而政务微信总数超3000个，约占认证公众账号的6%。与政务微博超16万的总量相比，政务微信仍方兴未艾。

微信不同微博，它可以把用户分类，然后把信息定点投放给感兴趣的市民，并且不会被别的信息刷走，用户可以随时查看。而且微友们与他们沟通的信息也具有隐秘性，不会被第三者看到。

在微信上，政府机构没法像微博一样每天发布几十条信息，作为公众账号的政务微信，一天只能发一条重点内容。因为它是点对点发送，胜在一对一、个性化的深度沟通。政务微信可主要用来为群众解答个人具体的实际问题。

2. 信息发布：政务公开的重要平台

政务微信作为新媒体使用的典范正逐渐撬动“社会舆论新格局”，这个撬动的“支点”正是基于微信平台的互动性和精准性。

不少政府部门通过政务微信实现公众问答、网上调查、信息推送等功能，做到“听”民声、“答”民疑、“解”民忧，建立起新媒体环境下政府信息公开集中互动机制。

微信可以精确表达，实时反馈。网民通过以移动互联网为基础的微信使用，可以方便实现与政务微信的“一对一”、“一对多”以及“多对多”的实时互动。政府信息公开之后具体效果如何，就可以通过政务微信互动来解决。

此外，微信可以实现精准推送。微信的应用基础多为手机终端和平板终端，具有天然的私密性，推送信息的价值量大增。微信针对信息的精准推送，具有大众媒体无可比拟的优势。而政务微信即可借此推送政策信息，成为政府信息公开的权威信源。

3. 指尖服务：社会管理的创新之举

今年4月20日，四川雅安芦山发生强烈地震，110公里外的成都震感强烈，19分钟后，成都市政府新闻办管理的“微成都”微信公众账号发出一条包含地震震级、震源、影响范围等信息的微信，13万关注了“微成都”的成都人第一时间在手机上收到了官方权威消息，渐渐从广场散去。

“@平安梅州”是广东省梅州市公安局的官方微信，可以提供24小时全天候咨询。关注该微信的市民通过输入数字即可了解110工作、交通管理、户政业务等方面的问题。对此，有网友称：“@平安梅州”微信俨然成了大家身边的“随身小秘书”。

微信公众平台具备良好的客服特性，政务微博如能根据微信特性打造个性服务，让数据多跑腿，让群众少跑腿，那将是创新社会管理的重要举措。

4. 政务微信发展的问题与对策

当前，中国的政务微信数量已经过千，虽然地域分布数量和行业分布数量的差别还很大，但与早期政务微博的发展状况颇为相似。当前，大量政务微信的发展其实就是依托于政务微博的基础。不过，在未来的政务微信发展很可能会脱离甚至超越政务微博，打造个性化的政务信息平台。

从管理上看，目前管理体制较为顺畅的政务微信都源于政务微博建立的体制、机制基础，拥有较好的组织优势和团队优势；从运营上看，运营体系比较完备的政务微博团队也是有影响力的政务微信平台的团队，政务微博管理员兼任政务微信管理员，实现“一套班子，两个产品，交差运营”的管理原则。

尽管如此，随着政务微信的发展，这一平台新的独特的传播影响力必然会逐渐显现，从政务微博到政务微信应具备两个运营思维的转变。

第一，政务微信打造“关系”，弱化“信息”。政务微博的发展初衷为扭转党政机关不善网络表达的信息偏向，实现打通“两个舆论场”和话语权均衡。现今，政务微博已经成为政府重大信息通报、突发事件应急管理和公众沟通的良好信息平台，其传播和互动等方面的优势全面提升了政府危机应对的速度和综合能力。

但政务微信的发展要强调的是“关系”的打造，反而弱化“信息”的传播。与微博的“弱关系”不同，微信具有较强的“唯一性”，具有“强关系”传播优势，所以政务微信所面对的“听众”不同于微博“粉丝”那样具有明显的互动价

值。政务微信的运营应该摒弃宣传意识，要通过信息的传播实现良好互动关系的搭建，从简单的听众逐渐发展成政务信息的义务宣传员，而纽带正是打造“强关系”的微信。

第二，政务微信强调“传播”弱化“平台”。政务微信的传播主体为手机用户或者基于移动终端的互联网用户，与微博相比具有较强的私密性和直达性，传播效果更好，因而使用者在信息传播方式的处理上要区别于政务微博。通过几年的发展政务微博已经从“单打独斗”升级为“集体作战”，形成了“航母”般的政务微博集群。

但对于政务微信而言，这种“优势”甚至会成为阻力。政务微信传播中要实现“个性化”和“价值化”，以公共平台为例，仅从每日的发布量上看，每天一条的限制就要求政务微信的运营者具备更强的信息筛选能力，同样，针对公共平台的听众留言和信息反馈进行解答也是个性化运营政务微信的重要途径。

预计在 2014 年，我国移动社交软件将继续高速发展，移动社交网民和微信公共账号数量必然大幅增长，在突发公共事件与社会热点话题中，网民应用微信参与传播和讨论的情况相应会进一步扩大。对此，党政机构对微信平台的认识和应用要领先或同步于新媒体自身的发展，从现在开始要树立“领地意识”，从体验开始，以政务微博运营为蓝本打造新的政务微信平台，在移动互联时代不断创新网络问政和信息传播方式，开创“群众路线”工作的新形式。

出品

人民网舆情监测室

主笔

陈宁 舆情分析师

课题组主要成员

潘宇峰 特约主任舆情分析师 周培源 特约舆情分析师

周亚琼 特约舆情分析师

数据支持

腾讯微博