

上海市政务微信发展报告：现状、趋势与启示*

郑磊**^① 王栋^② 王玥^① 吕文增^①

①复旦大学国际关系与公共事务学院数字治理与移动政府实验室 上海 200433

②腾讯大申网 上海 200233

摘要：从整体分布、账号设计与运维、发布、互动、服务等多个维度对上海市政务微信的发展现状和趋势开展研究。研究发现，上海市政务微信开通数量稳步增长，多层级、多区县、多部门格局初步显现；微信界面与功能设计更趋人性化，但仍具提升空间；微信发布内容实用，形式多样，频率适中；微信互动方式人机结合，回复及时，众包合作；微信定制化信息服务初现端倪，全流程在线办事尚未突破。在此基础上，对上海市政务微信发展提出建议：基于实际需求，打造立体化交叉式的上海政务微信群；以用户为中心设计微信账号的界面、功能、内容和互动方式；提升信息服务水平，实现全流程微信办事；与微博、网站等渠道相结合，建立跨平台的协同联动机制。

关键词：电子政务；政务微信；移动服务；微治理；社交媒体；公共管理；公共服务；上海

一、前言

微信是为智能终端提供的、可实现跨终端操作系统平台和跨运营商的免费交互式即时通信应用程序，并支持单人和多人参与，形成了一种建立在移动终端上的新的社交互动和信息传播方式。微信由腾讯公司于2011年初开发，投入运营后广受社会欢迎并得到迅速普及。根据腾讯公司微信产品部提供的数据，自2011年1月21日发布首个微信版本以来，截至2011年11月，注册用户即突破5000万；2012年3月，注册用户突破1亿；2012年9月，注册用户突破2亿；2013年1月，注册用户更是突破3亿；2013年11月，已突破6亿。目前，微信已发布了20多种语言版本，用户覆盖全球200多个国家，国内外月活跃用户超过2.7亿。其中，微信公众账号在15个月内增长到200多万个，每天保持8000个的增长量，信息交互超过亿次。在微信的各种功能中，作为自媒体形态的微信订阅号和服务平台的微信服务号也如雨后春笋一般涌现出来，无论是公众、企业还是政府部门，在开发和

运营微信公众账号方面都呈现出强大发展势头。

微信公众号在发布信息的形式方面更具多样性，作为新兴的流媒体平台，公众账号发送图文、音频、视频都更加便捷，能更好地吸引用户，提升用户体验。相对于微博，微信公众号的互动性、针对性及私密性也更高。微信公众号对发布数量有限制，给用户以显著标记，使信息不易沉没；可针对特定用户进行一对一的信息传递，使信息投放更为精准和有效；还可实现私密的咨询、建议、点评、举报等点对点互动，保护用户隐私。因而，与微博所体现的媒体传播属性相比，微信表现为更强的社交服务属性。

在蓬勃兴起的微信大潮中，政府正面临全新的挑战和机遇。微信公众号的迅速崛起为政府行政和公众问政提供了更加便捷宽阔的平台。越来越多的政府部门开通官方微信公众号，发布即时政务与服务信息，覆盖了公众生活的方方面面，并根据用户需求提供个性化内容推送。有的政府部门还利用微信平台接受在线咨询、点评

*基金项目：上海市浦江人才计划资助项目“面向社会管理创新的政府官方微博管理机制研究”；上海市教委科研创新重点项目“政府官方微博应对突发事件管理机制研究”。

**通讯作者

收稿日期：2014-07-24

修回日期：2014-08-20

郑磊 王栋 王玥 吕文增·上海市政务微信发展报告：现状、趋势与启示

和投诉，进行政民互动，并发起众包活动，开展政民合作。还有的政务微信通过微信服务号开通了办事功能，使用户可进行线上预约和递交申请，并提供基于地理位置的服务，使公众可足不出户地随时获取政府服务。这些政务微信应用不仅有利于传播政府信息，还有利于提升公共服务水平，改善政民关系，提高政府公信力。

根据中国社会科学院在《中国新媒体发展报告(2014)》^[1]中的数据显示，中国政务微信账号总量已达5043个。其中，浙江最多，共621个，占比12.31%；其后依次是江苏、广东、山东、福建、新疆、陕西、河南、北京、内蒙古。在单类专业职能的政务微信账号中，数量位列前十的分别是：公安系统、共青团系统、政府办系统、税务系统、检察系统、文物旅游系统、医疗卫生与计划生育系统、党政新闻宣传系统、司法行政系统和法院。同时，该报告也指出了当前政务微信存在的“四大误区”，包括：以自我为中心，忽视用户体验；信息量上的贪大求全；重发布而轻服务，前端“发布”与后端“服务”未能兼顾；过度地追逐粉丝数等。王玥和郑磊^[2]通过观察法和测试法对截至2013年6月13日所认证过的中国政务微信公共账号的账号特性、发布内容和互动效果、问题进行了研究，并为其未来发展提出对策建议。本文将重点聚焦于上海政务微信的发展现状和趋势，并在分析结果的基础上提出发展建议。

二、研究方法

本文从多个维度对上海政务微信的发展现状和趋势开展研究，分析其特点与不足，并在此基础上为上海市政务微信的发展提出建议，希望能有助于提升政府部门运营微信公众号的能力和水平，并为全国政务微信的发展提供参考。

研究样本为截止到2014年6月30日的上海市各区县

以上政府部门或其下属事业单位开设的微信公众号，不包括国企和公用事业部门开设的微信公众号。样本总数为106个，其中订阅号94个，服务号12个。报告采用定量与定性相结合的分析方法，分别对微信订阅号和服务号的整体分布、账号设计与运维、发布、互动等维度进行分析，并重点对服务号的信息服务和办事功能进行评估（分析内容及说明参见表1）。

表1 对上海微信订阅号和服务号分析的维度和内容

整体分布	开通时间	微信账号开通时间或发布首条信息的时间
	行政层级	分为市级和区县级两级
	地域分布	指所在区县名称
	整体类与部门类	由一级政府开设的账号为整体类账号，由具体政府职能部门开设的为部门类账号
	部门分布	部门类账号的部门类型分布
	粉丝数	账户的粉丝数目
账号设计与运维	名称特征	分为标准和亲切两类
	头像特征	分为正式和人性化两类
	功能介绍	在介绍页面上对本微信账号的功能介绍是否详细或简略
	账号认证	账号是否认证
	自定义菜单	是否为用户提供更详细的自定义菜单栏目
发布	首次问候方式	分为简单问候、数字导航和搜索指导
	发布内容	分为服务类、政务类、社会新闻、活动宣传
	发布形式	分为图文信息、纯文本信息、视频信息、音频信息等类别
	发布频率	为发布信息的总数除以运营时间的总月数
互动	回复方式	分为人工回复、人工回复和自动回复相结合
	回复速度	分为即时、当天、隔天、不回复
服务	信息服务	分为人群分类、简单自动回复、关键词自动回复、查询检索
	办事功能	分为位置服务、预约服务、业务受理、线上支付、进度查询、评价投诉

三、发展现状与趋势分析

（一）整体分布

1. 开通时间

随着微信的不断普及与功能升级，政务微信也逐步

受到上海市各级政府部门的高度重视。从总体趋势来看,政务微信订阅号从2013年初第一个政务微信号开通以来,一直保持着稳健的增长速度;尤其是2014年2月以来,发展势头愈发迅猛。政务微信服务号数量自2014年2月后也不断增长,在2014年4月和5月间出现一波开通高潮(参见图1)。以目前趋势来看,政务微信订阅号和服务号还将继续稳定增长,两相比较,订阅号和服务号发展还不够均衡,无论在市级还是区县级,服务号都落后于订阅号的发展规模。下一步,预计订阅号将继续向纵深发展,服务号有着更巨大的发展潜力,将着力重点开发民生服务功能。

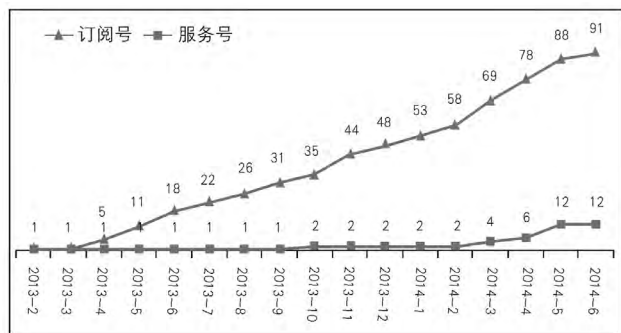


图1 上海政务微信开通的时间分布趋势

2. 行政层级分布

据统计,在全部94个政务微信订阅号样本中,区县级政府部门开通的账号共有72个,约占76.6%;市级账号共有22个,占总数的23.4%。服务号的开通情况也大致相同,在全部12个服务号中,区县一级账号有9个,占总数的75%;市级层面开通的政务微信服务号有3个,占25%(参见图2)。总体来看,政务微信服务号在市级层面还有很大的发展空间,而在区县级层面上正呈现出良好的发展态势。

3. 地域分布

从地域分布情况来看,政务微信公众号在上海各区县之间的发展尚不均衡,目前开通政务微信公众号较多

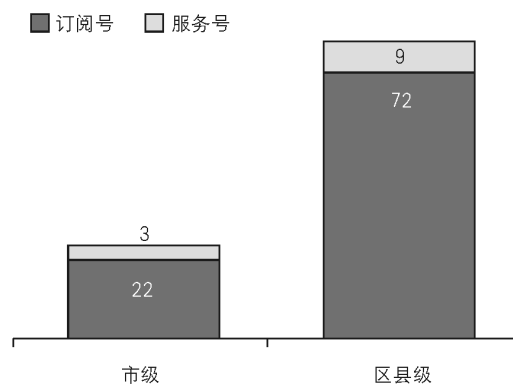


图2 上海政务微信的行政层级分布

的地区有徐汇、嘉定、松江、闵行、静安、浦东、杨浦、长宁等区县(参见图3)。中心城区与郊区之间的开通数量差距不大,基本平衡。

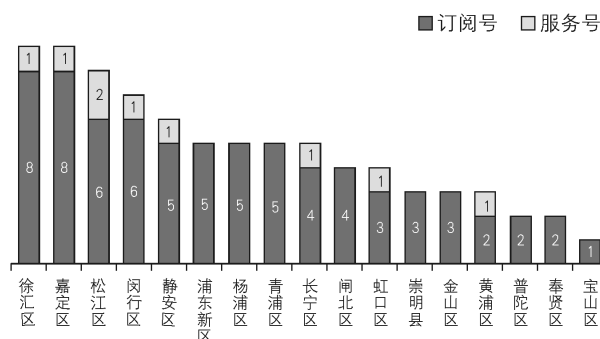


图3 上海政务微信的地域分布

4. 整体与部门分布

本文还将政务微信公众号按照整体与部门类进行分析,整体类微信账号是指由一级政府开通的、代表该级人民政府的账号,而部门类是指由某个具体的政府职能部门或其直属机构开设的微信账号。统计发现,在全部94个政务微信订阅号样本中,整体类微信账号共有16个,占总数的17%,其余的则为部门类,而所有的服务号都为部门类(参见图4)。

调研还发现,已开通的上海市政务微信在部门间的分布并不均衡,其中公安局、旅游局、团委、税务局、气象局所开通的微信公众号遥遥领先于其他部门,其中

郑磊 王栋 王玥 吕文增·上海市政务微信发展报告:现状、趋势与启示

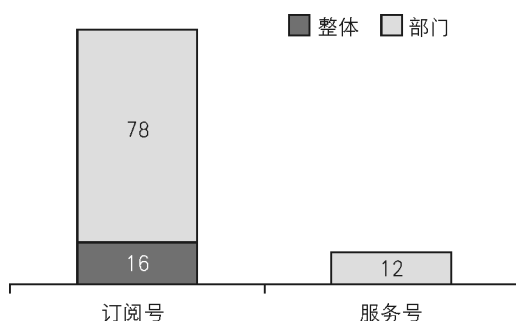


图4 上海政务微信的整体类和部门类分布情况

尤其以公安部门开设最多，达到14个；旅游、团委紧随其后，各开通了11个；税务、气象局各开通了6个，工会、文广、检察、科委也开通了3个，其余部门开通的微信公众号则都在2个及以下（参见图5）。这些开通政务微信较多的部门大多具有较强的公共服务、社会管理和社群工作等职能属性，由于直面民生需求，有通过新技术改进工作、优化服务的迫切需要。

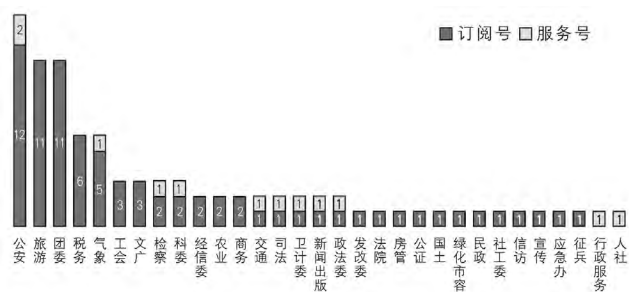


图5 上海政务微信的部门分布情况

5. 粉丝数

本文将粉丝数量分为9档，分别为：100人以下、100—500人、500—1000人、1000—3000人、3000—5000人、5000—10000人、10000—20000人、20000—30000人及30000人以上。根据统计，粉丝最多的账号出现在上海市、浦东新区、崇明县等市区县政府，以及旅游、团委、文广、新闻传媒等职能部门开设的公众号。

如图6显示，大部分公众微信账号的粉丝数目在1000—5000人，少数账号的粉丝数过万，显示了其强

大的影响力，也间接反映了其运营能力。同时，需要特别强调的是，由于部门属性和用户特性的不同，政务微信号不应盲目追求粉丝数，而忽视粉丝质量以及实际传播、互动和服务实效。

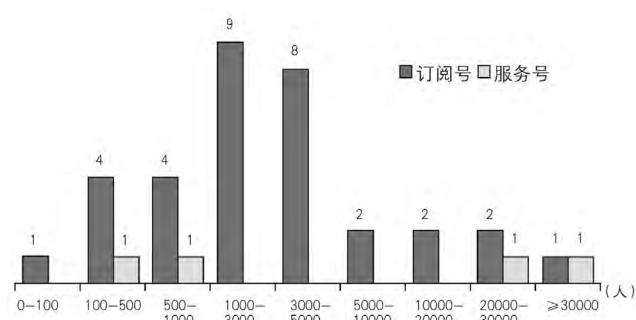


图6 样本微信账号的粉丝数

(二) 账号设计与运维

1. 名称特征

调查发现，政务微信账号的名称可分为两大类，即标准类（如上海发布、上海徐汇等）和亲切类（如闵晓法、房可圆）。统计显示，在上海地区政务微信订阅号中使用标准名称的微信账号有68个，所占比例为72%；使用亲切名称的微信账号有26个，占28%；而在服务号中，使用标准名称的微信账号共有9个，所占比例为75%，使用亲切名称的微信账号有3个，占25%。政务微信使用标准名称和亲切名称各有利弊，前者便于公众搜索，而后者有利于塑造亲民形象、拉近政民距离。

2. 头像特征

观察发现，政务微信账号所使用的头像各异。本研究将卡通形象和人物照片归为人性化头像，部门标志和办公建筑图片归为正式头像。正式头像在订阅号与服务号中都占大多数。在订阅号中，使用正式头像的微信账号共有59个，占63%；使用人性化头像的微信账号有35个，占37%；而在服务号中，使用正式头像的微信账号共有9个，占75%，使用人性化头像的微信账号有3个，

占25%。总体来看，政务微信使用人性化头像更有利于塑造政府生动亲民的形象。

3.功能介绍

本文对微信公众号首页的功能介绍进行分析，分为详细和简略两类。报告发现，在全部94个上海政务微信订阅号样本中，只有24个账号的功能介绍详细，比例仅为26%；而在12个政务微信服务号中，仅有4个账号中的功能介绍是具体详细的，比例为33%。无论在政务微信订阅号还是在服务号中，对功能介绍的重视程度仍有很大提升空间。

4.账号认证

报告发现，在政务微信订阅号中，已通过认证的达到89个，占总数的95%；而在政务微信服务号中，获得认证的占总体的92%。研究发现，仍有少数政务微信没有进行认证，这将降低公众对于该微信账号的信任和关注度，影响其运营效果与粉丝数。

5.自定义菜单

我们还观察了政务微信公众账号是否设置有自定义菜单。若账号下方呈现详细的服务栏目，则标为有自定义菜单。自定义菜单可为用户提供更有针对性和自主性的信息服务，提升用户体验。统计发现，分别还有36%的上海市政务微信订阅号和8%的服务号账户没有开发自定义菜单，而只有文字输入框（参见图7）。

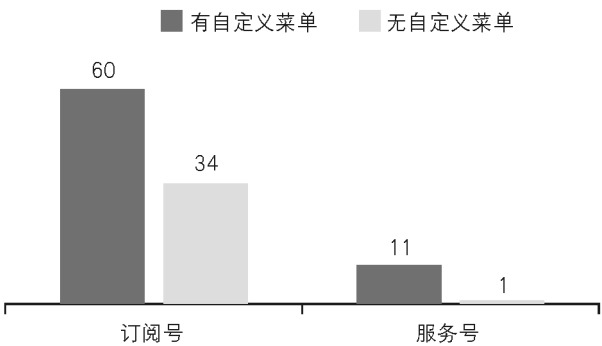


图7 有无自定义菜单

6.首次问候方式

首次问候方式是指用户在关注微信公众号之后所接收到的首条问候消息的形式。本报告将首次问候方式分为简单欢迎、数字导航和搜索指导三类。简单欢迎是指用简洁的语言表示感谢或对该账号的简单介绍；数字导航指的是在首条信息中列出数字代码来引导用户查找相关信息；搜索指导指的是在首条消息中描述账号详细使用说明或文字搜索指南，有些账号还引入了图文介绍和视频讲解。

目前，上海政务微信的首次问候方式以简单欢迎为主，占67%，搜索指导占20%，数字导航占13%（参见图8）。简单欢迎无法向用户明确说明账号的使用方法，而数字导航和搜索指导则能有效告知用户该账号的信息检索方法，值得推广。在后两者之间，搜索指导的方式使用户可使用自然语言，通过关键词进行检索，便于理解与使用，其友好程度又高于数字导航的方式，而数字导航的方法较为机械，搜索的局限性也更大。

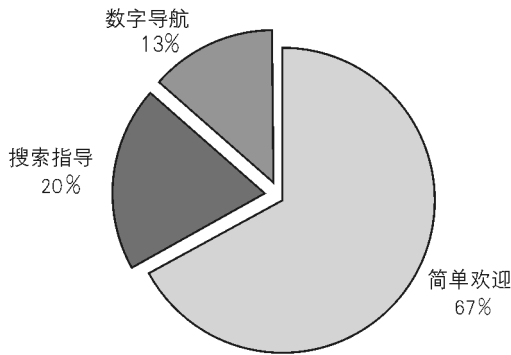


图8 首次问候方式

(三) 发布

1.发布内容

政务微信的发布内容大致可以分为服务类、政务类、社会新闻类、活动推广类。其中，服务类信息主要指便民利民的实用信息，例如天气预报、应急防灾小贴

郑磊 王栋 王玥 吕文增·上海市政务微信发展报告:现状、趋势与启示

士、旅游攻略等;政务类信息主要是指有关政府内部工作事务,与公众生活不直接相关的信息;社会新闻类是指近期发生的公共事件,以及某些引起公众热议的新闻解读;活动推广类是指有关该账号所组织的活动和推广该地区、该部门的信息。

观察发现,在上海政务微信订阅号发布的内容中,出现最多的是便民利民的服务类信息(参见图9),共有77个账号发布过服务类信息,约占总数的81%;其次,发布过活动推广信息的微信账号有56个,约占总数的60%;再次是政务类信息(47个)和社会新闻(47个)。与微博的媒体属性相比,微信具有更强的互动服务属性,微信订阅号点对点推送的服务类和活动推广类信息,多受到用户欢迎。同时,也有少数政府微信的发布内容多为本地区领导活动和会议报道,甚至直接链接政务网站,或发布与政府不直接相关的社会新闻,弱化了微信的信息服务功能。

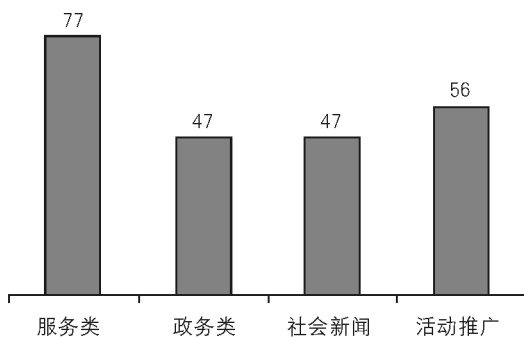


图9 订阅号发布内容

2. 发布形式

政务微信的发布形式主要分纯文本信息、图文结合信息、语音信息和视频信息四类。由图10显示,图文结合信息是目前绝大多数订阅号采用的发布形式,在所有94个政务微信订阅号中有88个,约占94%;其次是纯文本(23个)和视频信息(16个),各约占总数的24%和17%,语音信息最少,约占4%。整体上,政务微信使

用图文结合信息或纯文本信息更为普遍,对音视频功能的使用度不高,原因可能在于图文信息更直观、信息量更大且使用流量较小。

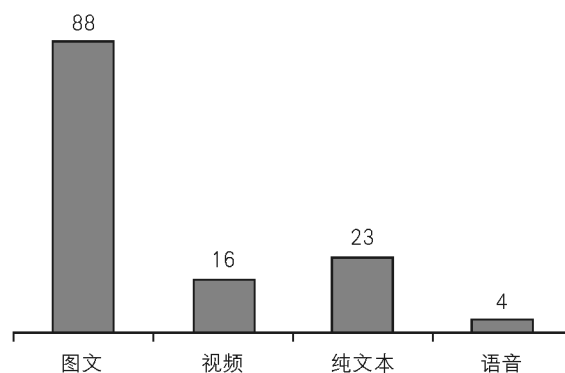


图10 订阅号发布形式

3. 发布频率

报告将发布频率划分为6个区间:每月少于5条,每月5—10条,每月11—15条,每月16—20条,每月21—30条以及每月30条以上。统计结果显示,每月发布少于5条的账号有15个,占全部94个账号的16%;每月发布5—10条的有27个,占29%;每月发布11—15条的有27个,占29%;每月发布16—20条、21—30条和30条以上的分别有10个、11个和3个,分别占11%、12%和3%(参见图11)。在本次调研的政务微信订阅号中,大部分都控制在每月5—15条的发布量,总体保持较为合理适中的频率。不过,一方面,有部分政务微信发布信息频率过低,成为僵尸账号,有损政府形象;另一方面,也有部分微信账号一味追求信息数量,忽视信息质量和实用性,对用户形成事实上的“信息骚扰”。

(四) 互动

1. 回复方式

政务微信的回复形式主要分为人工回复、自动回复和人工自动回复相结合的形式。调查显示,目前上海政务微信账号中,采用自动与人工回复相结合方式的

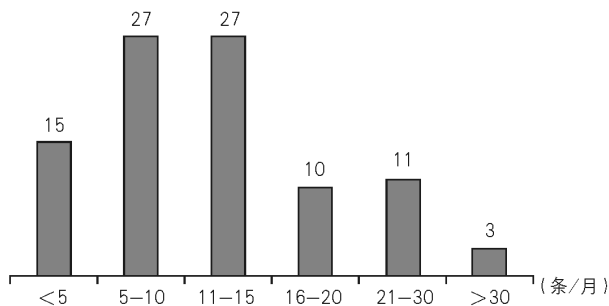


图11 订阅号发布频率

微信账号占大多数(约70%),只采用人工回复的约占22%,8%只采用自动回复,且全部是服务类账号(参见图12)。人工回复针对性和准确性较强,能更有效地解答公众问题,但对后台的互动能力和即时性要求较高;而自动回复与人工回复相结合的方式,既能给用户以及时答复,又为后台留有一定的缓冲时间,是一种兼顾公众感受和政府内部能力的回复方式。同时,也有一些自动回复仅告知用户问题已收到,从此再无下文,或仅提供给用户一个标准化的答案,却没有解决用户的实际问题。

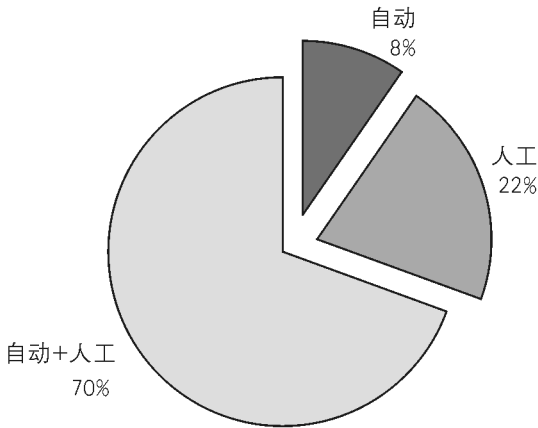


图12 公众号回复方式

2. 回复速度

目前上海各机构政务微信对用户信息的回复频率也存在差异。调查显示,约33%的公众号能够即时与粉丝

进行互动,40%的账号能够在当天进行回复,20%的公众号会在隔天做出回复,只有约7%的账号不曾对用户回复任何信息。虽然能够即时回复用户的政务微信占少数,但共有73%的账号能在一天内回复用户,也体现了大多数上海政务微信对互动反馈的重视(参见图13)。

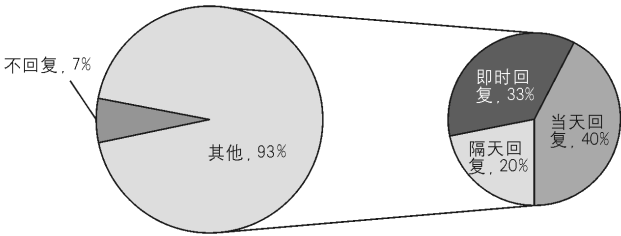


图13 政务微信公众号回复速度

(五) 服务

1. 信息服务

本部分重点针对样本中的12个政务微信服务号,通过人群分类、简单自动回复、关键词自动回复、查询检索4个维度进行分析。人群分类是指账号根据用户特征对栏目进行分类,如将用户分为企业类和市民类,以更精确地投送相关信息;简单自动回复意为只是通过后台事先设置,对用户发送的消息进行简单回复;关键词自动回复是指用户可通过发送数字代码或关键词来获得对应信息;查询检索是指账号提供类似于搜索引擎的功能,方便用户从大量信息中筛选出指定内容。

如图14显示,12个服务号在信息服务方面还有很大发展空间,其中仅有6个服务号实现了简单自动回复,占总数的50%;关键词自动回复和查询检索分别只有4个服务号做到;而最欠缺的是人群分类功能,只有2个账号开设此功能。微信服务号着力于为公众提供服务,而信息服务作为基础的服务功能,亟需得到改进。

2. 办事功能

调查从位置服务、预约服务、业务受理、线上支付、进度查询、评价投诉六个维度,对服务号的办事功

郑磊 王栋 王玥 吕文增·上海市政务微信发展报告:现状、趋势与启示

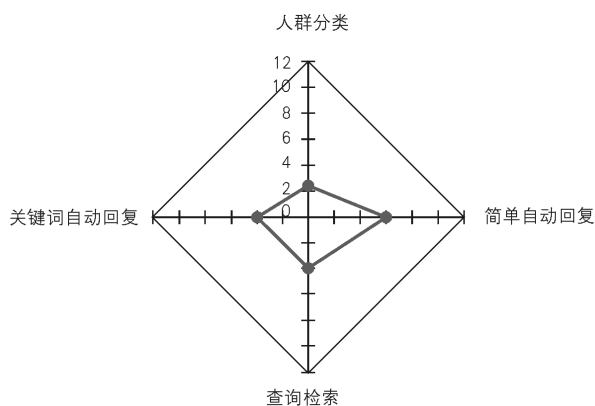


图14 服务号信息服务

能进行分析。位置服务是指基于用户所在位置提供附近的服务地点；预约服务是为用户预约办事时间；业务受理可在线接受用户提交的服务申请；线上支付是指用户可在线支付服务费用；进度查询是指用户可在业务被受理后在线上查询办事进度；最后，用户还可对所获得的服务进行评价或投诉。这六个维度基本形成一个全流程服务闭环，使公众可随时随地获取政府服务，可全面反映微信服务号的办事功能。

在所有12个被考察的服务号中，能达成以上维度的服务号仅占少数，达成率最高的是投诉评价功能，也只有4个服务号；此外，只有3个服务号可实现位置服务和业务受理；预约服务和进度查询则只有2个服务号可以提供；线上支付目前还没有1家服务号实现突破（参见图15）。总体来说，上海目前政务微信服务号的在线办事功能还有很大的提升空间，尤其是业务受理、线上支付两项核心办事功能还有待政府部门的大胆创新，以便为公众提供全流程的、深入到核心层面的微信服务。

四、案例分析

（一）信息发布

不少微信公众号的发布内容紧扣热点，贴近民生，实用实在。“上海公交”微信公众号对春运、重大节假日

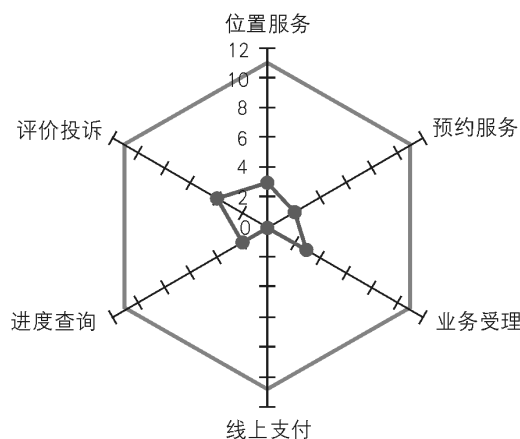


图15 服务号办事功能

日、大型赛事、清明扫墓、上海国际旅游节、防台防汛等市民密切关注的交通保障工作及时发布信息。“乐游上海”在选题上注重新闻性、亲近性，内容制作上强调信息量和服务性，话题设置上强调主题性，活动设计上强调策划性。“上海发展改革”公众号既发布重大政策解读、自贸试验区最新进展、碳交易情况等信息，又可查询今日菜价、最新超市比价、当前上海成品油价格以及政府定价等民生价格信息。“嘉定发布”公众号发布的内容既有政务信息，又有社会便民信息，同时设置符合嘉定古韵气质的人文板块。

许多政务微信公众号的发布形式也越发丰富多样。“上海静安”将发布资讯的语言定位为“萌”，语言活泼可爱，并推出首家区县微信表情“静宝”供网友下载和使用。“嘉定发布”不定期推出“图说嘉定”，以图解的形式解读政府工作报告、经济运行指标等，十分受网民欢迎。“青春上海”公众号在视觉呈现上，对每期主要栏目做头图设计、重要内容绘制信息图，通过视觉与内容的组合搭配形成独特风格，还在图文内容中大量运用图标，制作原创信息图。

不少政务微信还充分运用了多媒体形式发布信息，“浦东发布”开通了微电台，以语音方式向用户发布发

送“每天浦东话题精选”“创业故事汇”“小布点歌台”。“上海天气”运用自然语言处理及语音技术,可与用户进行语音聊天,回答天气、科普、生活百科类问题,增强用户体验。“闵晓法”公众账号用微电影、视频、语音等方式宣传、解释法律法规,用丰富的形式帮助市民了解法律知识。例如,发动司法行政工作人员、法宣志愿者、律师甚至普通居民等多元主体录制“晓法说”语音节目,以1-2分钟的语音向广大用户讲述法律知识;还推出首部晓法微电影,结合新颁布的《上海市非机动车管理办法》,自编自导自演了微电影《自行车上的幸福》,通过幽默风趣的演绎形式来普及新法新规。“上海静安”公众号也推出过“文明静安”的宣传片和机器猫交警梦想的微电影。

在发布频率上,不同的政务微信也根据用户需求和信息属性制定了不同的发布战略。“上海发布”微信公众号平时每天主动推送一条“1+5”的多图文消息,即1条上海当日重要信息和其他5条与市民生活密切相关的服务类信息,而当上海有重大新闻消息需及时让市民知晓时,均在第一时间专题推送1条图文信息。“徐汇文创”公众号坚持在每个工作日推送信息,每天发布内容包含一条主新闻和数条简讯,每条新闻尽量以多幅插图的形式反映活动场景和现场气氛,增强信息的趣味性和可读性。“上海崇明”周一、三、五进行对外发布,每期3条消息,注重发布的每条消息的质量,以内容增加对网友的吸引力。“三农维度”的常规发布为每周两期,每周二、周五推送;有相关领域的重大主题活动时,增加推送次数,控制微信推送信息量,减少对订阅用户的“骚扰”。

(二) 互动反馈

在与公众开展互动和接受反馈方面,上海政务微信也出现不少亮点。“浦东发布”首批开通微社区服务,

互动常态化且参与度较高,“乐游上海”建立了金牌粉丝俱乐部,以吸引微信草根活跃分子,通过民间口碑传播扩大影响力。“上海虹口”实现常态化的互动活动,每2周1次文化活动抽奖,每周2次联系《虹口报》以曝光台方式公布百姓投诉的问题。“长宁检察”公众号包含“微社区”“微客服”“举报、控告、投诉”“法律咨询”等功能,打造了一个“检民”互动的社区平台,使用户与用户之间、用户与平台之间进行“多对多”的沟通模式,为公众带来了更便捷和畅快的互动体验。此外,“一对一”的“微客服”功能也使该院能够与民众面对面进行线上实时交流,在互动中切实解决百姓关于法律方面的疑惑,打造“指尖上的检察院”。

“上海交通”微信公众号则开设了“答网友问”专栏,并与相关业务部门和职能机构进行对接,就网民关心的热点问题公开回答网友咨询,积极解决市民诉求,对于未能及时解决的政策法规层面问题,由信息员负责汇总相关内容制作专题进行统一发布。“上海闵行”公众号则通过“你问我答”,鼓励公众为闵行发展出谋划策。“上海崇明”在互动反馈方面对于网友自动回复外的咨询,当天人工回复,做到让每条咨询都得到回应。

“文化上海”通过微互动板块提供了一个与粉丝互动的平台,粉丝可以方便地留言,后台及时回复。“上海静安”也及时回复后台信息,接受粉丝的反馈建议,欢乐的互动使得“上海静安”越做越活。

(三) 信息服务

许多政务微信公众号充分利用微信的相关功能,通过自定义菜单、查询检索、关键词回复等方式为公众提供个性化信息服务。“上海发布”微信公众号,通过“自定义菜单”,使用户可根据自己的需求,按菜单指示点击查找信息。不仅可在主页看到当日最重要的5-6条信息,在页面底端还有“微互动”“今日推荐”

“专题信息”等三个一级菜单,点开一级菜单,又可分别进入多个二级菜单页面,丰富了内容层次,拓展了信息容量。“上海发布”还首推了“便民信息数据库”查询,对过去一年多时间里积累的涉及交通、社保、教育、卫生等领域的便民服务信息进行全面梳理、更新,设置了200个关键词,用户可输入关键词进行互动查询。在“上海黄浦”微信公众号上,用户可通过“品读黄浦”栏目细品慢读黄浦景、黄浦人、黄浦情,在“最in活动”栏目里找到上海人气最旺的文化活动信息,还可跟着手绘地图畅游黄浦12个申城地标,动动手指一键找到想要的实用资讯。“闵晓法”微信公众号也在自定义菜单中设有法律咨询、法律援助、金牌调解预约等功能,可满足用户的不同需求,进行有效服务。“上海静安”等设计的自定义菜单包括专题、每日推荐、办事服务三大板块,每周及时更新,成为来静安办事的企业居民的贴心“手机窗口”。“长宁检察”公众号则包含“法律文书查询”“行贿犯罪档案查询”等功能。

(四) 在线办事

上海政务微信服务号在为企业和公众提供办事服务方面也出现了一些优秀案例。“上海公安出入境管理”公众号使用户可通过微信预约办理出入境证件、查询出入境证件办理进度等,其中预约办理服务可精确到小时,并可享受专窗受理,免去现场填表和排队的麻烦,有效缩短办证时间。“长宁检察”公众号在“在办案件申请”和“律师接待”栏目中也开设了预约功能,还提供了诉讼进程查询服务。此外,一些政务微信开始为用户提供基于地理位置的服务。在“上海闵行”公众号上,用户可查询离所在位置最近的5-20个公共自行车,发送自己所在的地理位置就可看到上海闵行推送的附近公交线路。

(五) 众包合作

“爱天气”微信公共号除了可为用户提供全国2345个城市权威的气象数据、天气资讯外,每天从与用户互动的街拍照片中选出推送的题图,通过众包方式,实现了政民合作。“青春上海”微信公众号与粉丝进行线上线下互动,真正走向“好友”,通过微信招募举办了“春日拍花”活动,招募了近百位粉丝前往鲜花港教学拍摄鲜花,并举办小型摄影比赛。“上海徐汇”开通了投票功能,围绕热点话题发起投票活动,充分调动用户的参与度,在菜单栏开设“美丽行动”专栏,邀请用户参加“十大美丽楼道”&“十佳创全黑板报”的评比。“浦东旅游”公众号也在2014年春节期间,发动用户票选上海“人气景点”。

五、发展现状与趋势总结

以上针对上海政务微信进行的分析表明,政务微信已成为上海市各级政府部门发布信息的新形式、开展政民互动的新渠道和提供公共服务的新平台;政府信息公开、服务型政府建设和群众路线实践已迈入微信时代。总体上,政务微信呈现发布、互动、服务和合作四个阶段,越往高级阶段发展,公众的参与程度越高,微政务效果也越好。研究表明,上海政务微信由单向发布平台迈向双向互动服务平台的态势已十分明显。下文将全面总结上海政务微信在整体分布、账号设计与运维、发布、互动与服务等多方面所呈现的整体现状与趋势。

(一) 开通数量稳步增长,多层次、多区县、多部门格局初步显现

上海政务微信在2013年初起步后,整体开通数稳步增长,政务微信发展已进入了高速车道。订阅号自2013年初以来逐月稳步增加,服务号自2014年3月以来增长显著。目前,上海区县级以上政府部门开通的政务微信

号总数已超过100个,订阅号数量仍远高于服务号。在粉丝数分布上,多数公众号的粉丝量大多在1000—5000人之间,少数账号的粉丝数过万,影响力巨大。政务微信已成为政府发布信息、提供公共服务、开展政民互动的重要渠道。

上海政务微信发展已初步显示出多层次、多区县、多部门齐头并进的势头,呈现立体化格局。在层级分布上,区县一级成为主体。此外,由具体职能部门开通的部门类账号在数量上高于由一级政府开通的整体类账号。开通政务微信数量最多的部门大多具有较强的公共服务、社会管理和社群工作等职能属性,由于直面来自公众的需求,这些部门的大胆创新和探索可为未来政务微信在全市层面的拓展积累经验,形成多层次、多区县、多部门集群联动。然而,研究中所发现的部门类政务微信多基于各自职能单独开通,尚未发现有围绕公众需求和应用场景实现跨部门跨职能合作的政务微信号。

(二) 界面与功能设计更趋人性化,但仍具提升空间

调查发现,上海政务微信账号的名称愈趋亲切,头像设计更具人性化,功能介绍细致详尽,数字导航和搜索指导等首次问候方式实用便捷,有助于改善政府正式、刻板和严肃的形象,有利于提高政务微信在公众中的亲和力与影响力。开发自定义菜单的账号比没有自定义菜单的账号多近一倍,有利于提升用户体验。此外,经过认证的政务微信账号已占绝大多数,有利于用户搜索识别。然而,在整体上,大多数政务微信账号在界面和功能设计方面还具有很大的提升空间。

(三) 发布内容实用,形式多样,频率适中

目前,在上海政务微信订阅号发布的内容中,服务类和活动推广类信息占大多数,也很有用、实用。也有一部分政务微信仍将自身定位为政务信息发布平台,而

非公共服务平台,表现为发布信息时从部门自身视角出发,而不是从用户需求出发。

在发布形式上,多数政务微信能做到图文并茂,并结合视频和语音等多种方式。在发布频率上,不同的政务微信根据用户需求和信息内容采取了不同的做法,多数保持在每月5—15条之间,基本做到频率适当、间隔稳定。但也有部分政务微信发布信息频率过低,或盲目追求数量而频率过高。

(四) 采用人机结合互动方式,回复及时,众包合作

在信息回复方式上,上海政务微信账号大多采用自动与人工相结合的方式。大多数账号能做到即时回复或当天回复。然而,也有些不少回复仅限于简单的自动回复,不能解决用户的实际问题;互动社区评论寥寥,活跃度低。部分上海政务微信还实现了“一对一”“一对多”或“多对多”的实时互动。除了在线回答咨询类问题,一些账号还能接受评价投诉,及时解决市民问题和诉求。此外,一些政务微信还开展了线上线下联动,进一步拉近了政府与公众的关系;或发动公众参与到政府工作中来,与政府合作完成公共服务或社会管理工作。

(五) 定制化信息服务初现端倪,全流程在线办事尚未突破

少数上海政务微信公众号已开始通过人群分类、查询检索、关键词回复等方式,为用户提供定制化、个性化的信息服务。还有些政务微信实现了在线办事,如位置服务、预约服务、业务受理、进度查询、评价投诉等。但总体上,上海政务微信账号中能实现在线办事功能的仍屈指可数,服务大多停留在查询和预约层面,尚未深入到后台核心层面,也未实现全流程办结,尤其在支付环节尚未实现突破,政务微信重发布轻服务的情况仍较为普遍。

六、发展建议

(一) 基于实际需求, 打造立体化交叉式的上海政务微信群

目前, 上海市的政务微信仍集中在少数区县和部门, 而公众对于政府公共服务的需求却遍布各个条块, 微信的应用也已经深入到社会的各个角落。建议上海市各级政府部门基于实际需求, 本着群众走到哪个平台, 政府就把服务送到哪个平台的原则, 开通政务微信, 并将其视为在线上实践群众路线和便民利民的民生工程。

尤其是在工作上直接面对社会公众, 提供公共服务的政府部门应尽早开通这一平台, 打造跨层级、区县与部门的上海政务微信群。此外, 还应积极带动具有公共服务属性的国企和公用事业单位开通政务微信, 例如公交地铁、铁路航运、医院、图书馆、博物馆、水电煤气公司等, 实现跨界联动。

此外, 随着政务微信的不断开通和数量增长, 应避免政务微信之间各自为政、条块分割, 形成碎片化的“微信孤岛”。建议在业务职能上关联性强的政府部门打破部门壁垒, 整合资源, 围绕用户需求和应用场景开展跨部门合作, 联合推出政务微信, 形成交叉式的政务微信架构, 为公众提供一站式、无缝隙的微信公共服务。

最后, 还应避免无视业务属性和用户特性, 一刀切一窝蜂地要求所有层级和部门开通政务微信。一个地区或部门是否开通政务微信应以实际需求作为根本出发点, 充分考虑部门特性和用户属性。

(二) 从用户视角出发, 界面与功能设计以人为本

政务微信公众账号的名称、头像、功能介绍、账户认证、自定义菜单设计和首次问候方式对于政务微信的形象和应用都至关重要。应在政务微信设计和开发过程中, 以人为本, 将从政府自我视角出发转变为从用户视

角出发。政务微信账号名称和头像设计应既便于公众查找和识别, 又能体现政府的亲和力。功能介绍应详细明确, 能反映该账号的性质、内容与特色, 便于用户理解。推广开发自定义服务, 为用户提供更有针对性和自主性的信息和服务, 提升用户体验。用户关注公众号后发送的首次欢迎词, 应避免空话套话, 多使用数字导航和搜索指导等方式, 使用户能迅速方便地找到自己所需要的信息和服务。

(三) 发布内容实用便民, 发布形式丰富多样, 发布频率适当稳定

不同于微博点对面的发布方式, 微信更注重基于朋友圈的点对点的信息递送, 对信息质量的要求大于对递送数量的要求。因此, 政务微信发布的内容应力求实用、便民利民, 多为用户推送服务类、实用类信息。在发布形式上, 应充分结合图文、视频、音频等多种方式, 做到喜闻乐见。发布频率应保持适度, 间隔稳定, 应根据内容决定发布频率, 对服务类信息和有迫切民生需求的信息提高发布频率, 注重信息质量而不是数量, 力争做到既不沉寂, 也不扰民。

(四) 运用多种互动反馈方式, 解决公众实际问题

政务微信应更多开展平等双向的互动。在信息回复方式上, 应多采用自动与人工相结合的方式, 既能给用户及时答复, 又为后台留有一定的缓冲时间, 兼顾用户互动体验和政府内部回应能力。对具有共性的、简单的、标准化的问题, 可更多使用自动回复, 对复杂的个性化的问题, 可更多采用人工方式予以答复, 回复时间应迅速及时。

政务微信可通过互动社区、互动问答等多种形式, 开展丰富多样的互动方式, 实现用户与政府部门之间的“一对一”“一对多”或“多对多”的实时互动。互动应更加注重实效, 避免互而不动, 除了问答资讯类问

题,还应接受评价投诉,解决公众的实际问题。此外,还应通过微信开展众包,充分发动公众与政府合作完成公共服务或社会管理工作。

(五) 提升信息服务水平,实现全流程微信办事

微信服务号为政府带来了一个提供公共服务的新渠道。政府微信可通过关键词自动回复、信息查询等功能,为公众提供自动化、个性化的信息服务。同时,政府部门也应充分利用微信服务号,将线下的办事服务搬到线上,通过位置服务、预约服务、业务受理和办结、线上支付、进度查询、评价投诉等功能,实现全流程、闭环式的微信办事,使公众足不出户、随时随地就能获得政府提供的服务,切实地为公众的生产生活服务带来便利。此外,需要强调的是,微信办事不仅仅是对既有办事模式的微信化,即不只是将现有服务流程未经优化和改造即原封不动地照搬到微信上,而是应在微信环境下实现既有模式转型、流程再造和机制创新。移动互联网已经深刻改变了我们的生产和生活方式,在传统技术条件下形成并已行之多年的办事模式和服务流程,在新技术环境下可能已经不再合理和必要,应在将其转入微信平台前,先对既有流程进行简化、优化和再造。

(六) 多渠道全覆盖,建设O2O跨平台协同联动机制

微信的兴起,并不意味着网站、热线、微博等发布和服务渠道已经过时。由于不同人群获取信息的能力不同,使用习惯各异,政府部门应基于各个平台的功能特色和用户特征,围绕不同人群的实际需求来选择和运用平台。在前台,政府部门应充分运用多种渠道,全方位立体化地发布信息和提供服务。而在后台,应打通微信、微博、网站、热线等不同平台的管理运维,实现跨平台协同与联动。例如,政府门户网站上的重要信息也可同时在微信和微博平台上以图文形式发布,政府热线

电话的接线员也可回答来自微信平台的公众语音提问,电子政务系统的办事功能也能在微信端登入。同时,也应注意在发布、互动、服务等方面实现线上线下的连接和协同,避免出现线上线下两条线各自平行、不相往来。政府部门在前台无论通过哪种发布渠道和服务平台,形式上有什么差异,其核心都是提供信息与服务,在基础层面和后台管理上应实现协同与整合。

参考文献:

- [1]唐绪军,吴信训,黄楚新,等.中国新媒体发展报告No.5(2014)[M].北京:中国社会科学院新闻与传播研究所,社会科学文献出版社,2014.
- [2]王玥,郑磊.中国政务微信研究:特性、内容与互动[J].电子政务,2014(1):66.

作者简介:

郑磊,博士,复旦大学国际关系与公共事务学院副教授、数字与移动治理实验室主任、《复旦公共行政评论》副主编,并担任国际数字政府学会常务理事、纽约州立大学政府技术研究中心研究员及中国信息协会电子政务专家咨询委员会委员。研究领域包括电子治理与电子政务、政府社会化媒体应用、开放政府数据、移动公共服务、跨边界信息共享与协同等。

王栋,腾讯大申网总裁,毕业于美国密苏里大学新闻学院“媒体管理”专业。2006年任职大洋网副总裁,2011年加入腾讯。著有《卓越媒体的成功之道:对话美国顶尖杂志总编》一书,为多所大学传播专业推荐书目。

王玥,复旦大学国际关系与公共事务学院硕士研究生,数字与移动治理实验室研究助理。

吕文增,复旦大学国际关系与公共事务学院硕士研究生,数字与移动治理实验室研究助理。