

# 城市政务微信号内容生产研究

## ——以“合肥发布”为例

孙一蕾

合肥市广播电视台

**[摘要]**政务新媒体已经成为各级政府沟通群众、连接群众、服务群众,促进政府职能转变的有效路径。如何生产权威性、时效性、可看性兼顾的政务新媒体产品,是众多政务微信公众号运营人员思考的问题。本文通过对政务微信公众号的内容演变、生成逻辑进行剖析,以“合肥发布”微信公众号为例,对其一年来内容生产、运营状况进行分析研究,探讨并提出地方政务微信公众号未来发展趋势的建设性意见。

**[关键词]**城市政务; 微信号

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1137

### 一、地方政务微信公众号的缘起与发展

2012年8月30日,广州市白云区应急办官方微信“广州应急一白云”开通,没想到第二天就派上了用场——8月31日下午13时52分,河源市发生里氏4.2级地震。14时33分,“广州应急一白云”就通过微信平台发布了这条消息。这条震情的发布,打造了广州政务微信首个成功运营的案例。人民网舆情监测室称,白云区应急办成为全国最早使用微信的政府部门,“广州应急一白云”微信公众平台主要功能是发布点对点突发事件预警信息,关注社会公众安全需求,加强互动交流的沟通桥梁。<sup>[1]</sup>

此后,政务微信悄然兴起,但由于当时尚属起步阶段,缺乏专业运营团队,发布内容基本以转载政务新闻为主,传播效果并不明显。此时,政务微信公众号还停留在内容的搬运形式上,只是将更多原先出现在电脑网站上的内容复刻到了手机公众号内。

表达形式的单一、内容的简单枯燥,使很多政务微信号停留在部门、单位的层面,无法走进大众,缺失了互联网受众的青睐。此时,寻找专业的人来做专业的事,成为政务微信号转变的开始。越来越多的传统媒体、网络媒体成为了政务公众号的代运营团队。专业的新闻采编团队以敏锐的新闻视角,将新闻选题进行整合与二次加工,让读者能够更加完整掌握信息的全貌,同时利用图片、短视频、动画等形式,增加内容的可看性、趣味性。政务微信公众号逐步呈现出百花齐放、百家争鸣的政务新媒体态势。

以安徽地区拥有较多粉丝量的政务微信公众号为例,“安徽发布”号由安徽新媒体集团代运营,“合肥发布”由合肥市广播电视台代运营,“合肥市人民政府发布”由合肥报业集团代运营。

### 二、找准城市政务公众号定位,厘清发布号长相

城市政务微信是政务微信公众号中最为常见的一种,几乎每个城市都有,有的甚至同时拥有两个发布类账号,如合肥市的“合肥发布”“合肥市人民政府发布”,六安市的“六安发布”“六安市人民政府发布”。虽然同叫XX发布,但是各家的风格完全不一样。发布的内容、频次、时段,甚至标题、封面图的选择,也是各有千秋。在众多城市政务微信中,上海市人民政府办公厅创办的“上海发布”表现亮眼,它于2013年6月8日正式上线,在新华社、人民网舆情中心等发布的政务微信排行榜中屡居榜首,拥有强大的粉丝基础,目前用户量已经突破一千万。因此它走的是一条规规矩

矩的政务发布路线,有着最传统的发布号长相——推送次数多、内容涉及面广,且几乎不标题党。也正是因为长久以来保持的良好形象,再加上千万粉丝的加持,“上海发布”目前头条稿件大多能达到10万+阅读量,是发布号中的佼佼者。

“南京发布”是南京市委市政府新媒体平台,一天三五发,每次只发一至两条稿件,但是他的亮点在于以图文取胜,它拥有庞大的图片素材库,几乎每一篇推送都配以精美的图片,赏心悦目。

“湖北发布”由湖北省委宣传部、湖北省新闻出版局共同创办,所有作品由湖北发布编辑部出品。这支团队的原创水平和创新能力在全国的发布号中名列前茅。《瞧你,又把小布惹哭了》《抽它,送给你》《走,一起去看2022第一场烟火》等等一系列操作,让一个年轻的、充满活力的、温暖人心的政务新媒体形象油然而生。

“合肥发布”2014年创办,2016年交由合肥市广播电视台代运营,因起步时间较晚,错过了吸粉的黄金期,至2021年时,粉丝量只有10万。2021年,“合肥发布”改变原有温吞吞的政务信息转载发布模式,在政务号与媒体号的形象中游走,既权威官方,同时也抢时效、跑民生,还通过创作大量的原创作品吸引更多受众的关注。

### 三、用户画像,为政务发布号受众定制内容

2021年5月,“合肥发布”的10万粉丝中51%是男性,并且有很多来自市直机关部门,所以在当时,人事任免类的稿件是最受欢迎的,单条破万几乎没有悬念。而一些民生类的、生活服务类的稿件反而不是很占优势。一直到11月,由于加大直播频次,举办多场跟少年儿童相关的活动,粉丝人员结构发生了明显的变化。女性用户数量首次超过男性,达到了54.7%。这之后,一些偏生活服务类、教育类稿件阅读量呈现了明显递增趋势。截至2022年1月,“合肥发布”粉丝27万多,其中女性用户15万多,男性用户12万多。

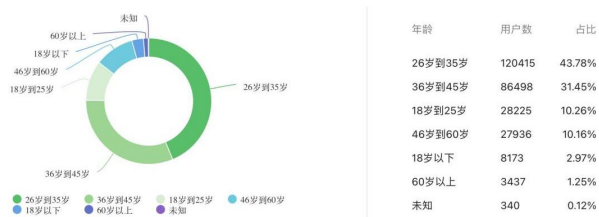
性别分布



性别	用户数	占比
女	150510	54.73%
男	124011	45.09%
未知	503	0.18%

用户年龄结构趋年轻化，以26到35岁居多，占43.7%，36到45岁次之，占31.5%。

年龄分布



分析常读用户数据发现合肥发布仍以男性用户居多。但对比2020年全年数据与2021年全年数据，女性比例数有上升趋势。



通过用户画像，“合肥发布”在稿件选择上会有所侧重，加大服务类信息的发布，尤其是和衣食住行、疫情防控相关的实用信息。同时增加图片、动图、短视频、互动软件的使用率，满足新用户的需求。例如在2021年12月31日，“合肥发布”推出原创融媒作品《您的2022年关键词已生成，请点击查看》，用户可点击图片生成专属新年关键词，此推送收获诸多参与与好评。

此外，2021年“合肥发布”还创作了一系列反映新时代、展示新成就的短视频、图文、H5作品。如《晒党龄、向党报到！》《今天，我在巢湖边给你寄出一张明信片》《您好，我是合肥！》等。在突发新闻、民生新闻和建设性舆论监督等方面，尤其是在疫情防控工作报道中，展现出主流政务新媒体责任担当。在合肥市持续严峻的疫情形势面前，“合肥发布”第一时间发布疫情防控信息，及时澄清谣言，制作各式各样科普图文、短视频，传递全市上下同心协力、共抗疫情的坚定决心。《最新！合肥抗疫数字报告》《缺“医”不可，感谢守护！》《“五月抗疫”，合肥究竟做对了什么？》等一系列融媒作品，实现流量口碑双丰收。2021年8月，面对周边兄弟城市纷纷出现散发疫情，“合肥发布”

推出评论作品《合肥，稳住！》，回应网友对疫情的关切，极大地缓解了市民的焦虑和恐慌心理。在“合肥发布”微信公众号首发三小时内就突破10万+。面对公共突发事件，这样充满温度与深度的权威声音，拉近了党委政府和网民之间的距离。

#### 四、城市政务微信的发展趋势

我们选取了20位年龄在30岁到60岁的用户手机进行公众号调研，他们关注的公众号从几十个到几百个不等，但大多日常点开的不会超过10个，城市政务类微信公众号不会超过两个。这些常被点开的号对用户来说最显著的特点是：及时、有用、好看。

以2022年疫情期间城市政务微信发布信息为例，几乎所有的疫情通告、通报类消息都是由政务微信公众号首发，政务公众号正逐步成为公众获取第一手资料的最重要平台。因此，未来政务公众号的响应速度将决定了其在传播过程中的地位。如何准确的获取信息，及时发布信息，组织相关部门进行权威解读，回应百姓关切的问题，邀请专家提出指导性的建议，是政务公众号需要具备的显著优势。<sup>[2]</sup>

同时，增加交互功能。目前，不少城市的发布号都与当地的大数据中心建立了信息渠道，例如点击“上海发布”底部菜单栏，可以直接跳转上海政务服务平台——随申办。在这里，可以实现社会保障、住房保障、医疗卫生、户籍办理等几十个政务服务事项办理。“深圳发布”底部菜单栏，嵌入“码上深圳”服务程序，点开之后包含可用于公共出行、通话费等服务的“深圳通”和具备各种办事功能的“粤省事”。“杭州发布”与前两个发布号形式不同，它并没有完全借助唯一的第三方官方政务平台，而是自己按照用户的使用属性定制了服务类别，再分别挂上第三方外链。不论是何种类型，发布号正在打通用户服务最后一公里，为常规新闻信息资讯平台增值赋能。

#### 五、探索城市政务微信公众号钱从哪来

与媒体号相比，城市政务微信公众号利用自身新媒体平台的广告营收能力相对较弱。以安徽地区的媒体微信公众号安徽交通广播和合肥晚报为例，几乎每周微信端都有不少推广文章。一篇头条推送的价格大约在三万元，以每周一条的量计算，一年的纯收入就有144万。新安晚报微信端每天早上推送中都会有一篇卖货的《新安生活馆》。甚至新华社在2021年12月4日的微信推送中，也出现了《听花生津白酒：开启“全感官品鉴新体验”》这样的硬广。但是目前政务发布号因其带有政府属性，与媒体号存在较鲜明的区别，大部分发布号并未开展与广告商的直接对接。存在一个很现实的问题就是运营成本过低，仅靠政府每年的财政拨款，很难支撑采编部门的正常运转。在此情况下，寻求与县区、市直部门的对接，利用平台影响力，发挥出政务号权威客观的宣传服务水平，将是发布号今后最重要的生存之道。

#### 参考文献

[1]共产党员网：《政务微信悄然兴起 截至5月2日不完全统计 全国政务微信总量突破1000》<https://news.12371.cn/2013/05/09/ARTI1368050510255128.shtml>

[2]李泉.城市政务微信公众号的内容生产逻辑研究——以“上海发布”为例[J].新闻与写作,2019(10):94-98.