

政务微信传播方式与效果研究

吕文增^① 石开元^② 郑磊^{**①}^①复旦大学国际关系与公共事务学院数字与移动治理实验室 上海 200433^②上海交通大学网络信息中心OMNILab实验室 上海 200030

摘要: 基于抓取的上海政务微信前台数据,从多种维度分析政务微信的用户阅读习惯及政务微信的标题、内容、形式与传播效果的关系,并基于以上分析提出政务微信运营的对策建议。

关键词: 政务微信;微政务;新媒体;公共服务;公共管理;政民互动

DOI: 10.16582/j.cnki.dzzw.2017.01.008

一、引言

政务微信已成为政府在移动端进行信息发布的新媒体、政民互动的渠道、公共服务的新平台。通过数据抓取与分析,探究政务微信的发布日期、发布时段、消耗流量、图文数量、标题文字、排布次序等传播方式与最终传播效果之间的关系,并基于分析对政务微信运营提出对策建议,希望有助于提升政务微信号的运营能力和传播效果。

二、文献综述

微信传播与传统媒介传播不同,受众不但有了自主权,也将在很大程度上影响传播者的行为,传播者可通过受众反馈,了解用户使用行为特点。徐田娣认为,微信的传播与表达方式具有较强的娱乐性,用户体验达到了非常高的愉悦程度,因此传播者要采取完全与众不同的形式,随时随地传播和自主的表达方式使得用户可选择文字、语音、图片、视频中的任何一种格式,体现个性化特点。^[1]马红岩的研究基于内容营销数据分析了商业微信号的传播效果,发现粉丝数和内容类型对平均阅读数有显著影响。^[2]

对于政府使用社交媒体的传播效果,甘家月的研究发现,信息源可信度、信息内容相关性、信息发布形式的多样性等因素,显著影响了政务微博传播效果。^[3]王芳和张璐阳通过调查访谈分析发现,公众对政务微信内容感知的有用性、有趣性、可理解性、更新速度、美观性等因素,影响了对政务微信的使用程度,其中前三个因素聚焦于传播的内容特点、更新速度和发布时间,美观性则体现了内容传播形式,涉及到标题和图文编写方式等。^[4]

以上文献综述发现,目前学界对于微信传播的影响因素主要聚焦于内容与传播形式,而缺少从发布时间、页面消耗流量、图文数量、标题文字和排布次序等维度,对政务微信的传播方式与传播效果关系的研究。

三、研究方法

本研究采集抓取了上海政务微信的前台数据。样本为上海市区县级以上政府部门或其下属事业单位、公共服务部门和公用事业单位开设的微信公众号,样本总数为233个,其中微信订阅号204个,微信服务号29个。采集的数据包括两部分:首先,对2015年1月1日到2015

**通讯作者

收稿日期:2016-11-25

年7月7日上海政务微信公众号所发布的15997篇图文的相关数据进行记录采集;其次,针对上海政务微信账号从2015年7月6日00:00:00到2015年7月13日00:00:00所发布的共2593篇图文,以每20分钟为单位实时跟踪采集相关数据。

研究对所采集的数据从发布日期、发布时段、消耗流量、图文数量、标题文字、排布次序等多种维度展开量化研究,分析政务微信传播方式与传播效果的关系,分析框架及说明参见表1。基于分析结果,本文对政务微信运营提出对策建议。

表1 阅读数相关因素分析框架及说明

数据维度	说明
发布日期	政务微信内容发布日期与阅读数的关系
发布时段	政务微信内容发布时段与阅读数的关系
页面消耗流量	政务微信内容页面所消耗数据流量与阅读数的关系
字数	政务微信内容字数与阅读数的关系
图片数	政务微信内容图片数与阅读数的关系
标题文字	政务微信标题文字与阅读数的关系
排布次序	政务微信内容排布次序与阅读数的关系

四、研究发现

(一) 发布日期与阅读数

基于历史数据,图1对每周发布篇数和阅读总量分布的分析表明,周一和周五发布图文的阅读数最高,周二至周四次之,周末最低。一方面,阅读数受到发布篇数的影响,例如周末发布政务微信篇数最低,阅读数也相应会偏低;另一方面,在周一至周五发布篇数基本相当的情况下,周一、周三、周五的阅读数明显高于周二、周四。

(二) 发布时段与阅读数

基于实时数据分析,图2中的每种颜色代表一种类型的微信公众号,颜色区域纵向越宽表明该类型的内容在该时段产生的平均阅读数越高。总体来看,每一类公众号的阅读数走势大致相同。阅读数最高波峰出现在下午六时左右,阅读数第二高峰时段出现在中午十一时和下午一时,阅读数第三高峰出现在早上八时,下午三时也出现了一个阅读小高峰,之后在晚上八时到十一时出

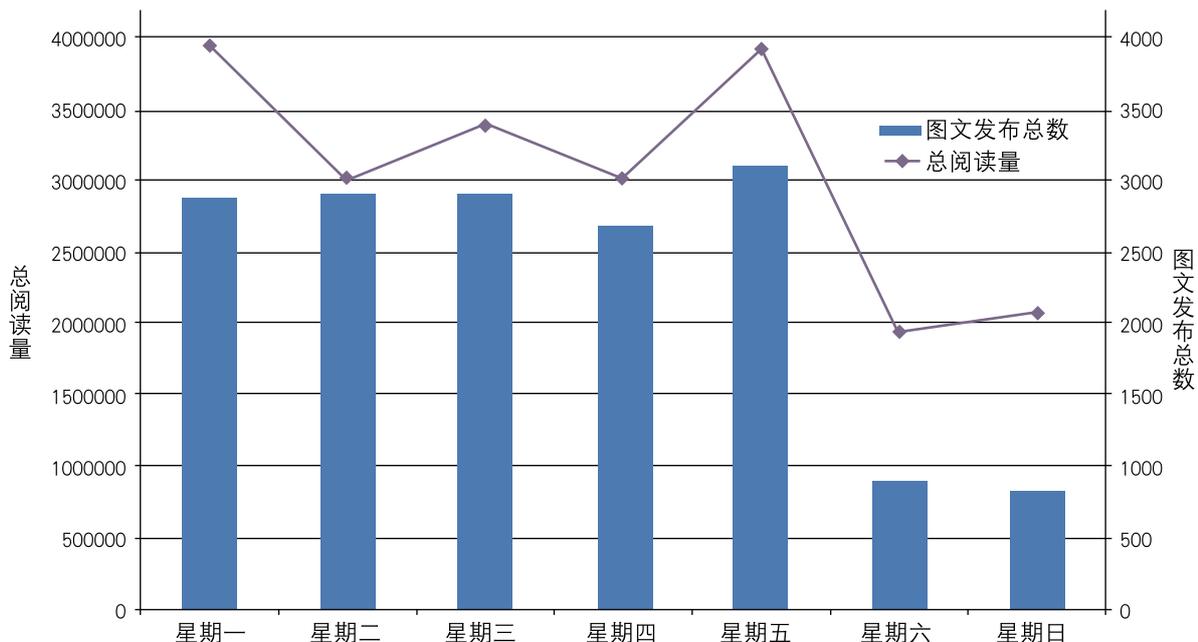
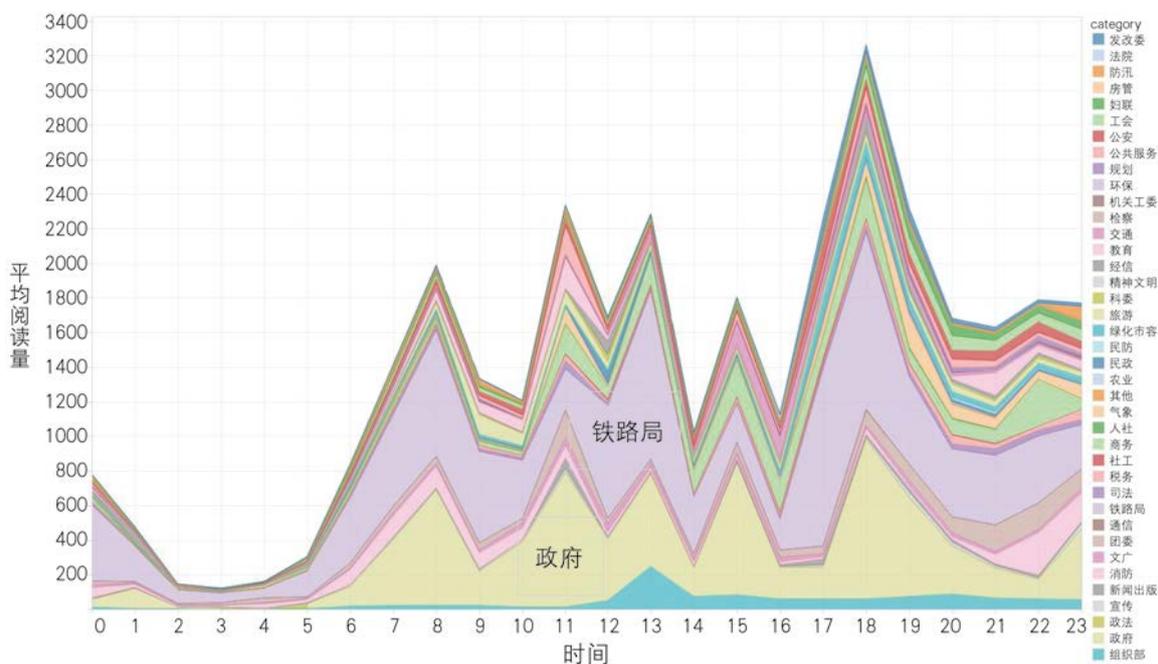


图1 周发布数与阅读数分布

吕文增 石开元 郑磊 · 政务微信传播方式与效果研究

现一个平稳持续的阅读数“高原”。细分来看，不同类型内容的阅读数实时走势也存在细微差别，纵向宽度不完全相同。

基于实时数据，研究分析了微信公众号在不同时间段发布的图文数量分布。如图3所示，上海政务微信在下午四时与五时发布的图文数量最多，远高于其他时间



注：数据获取时间为2015.7.6至2015.7.13

图2 各类政务微信图文在不同时间段产生的实时阅读数

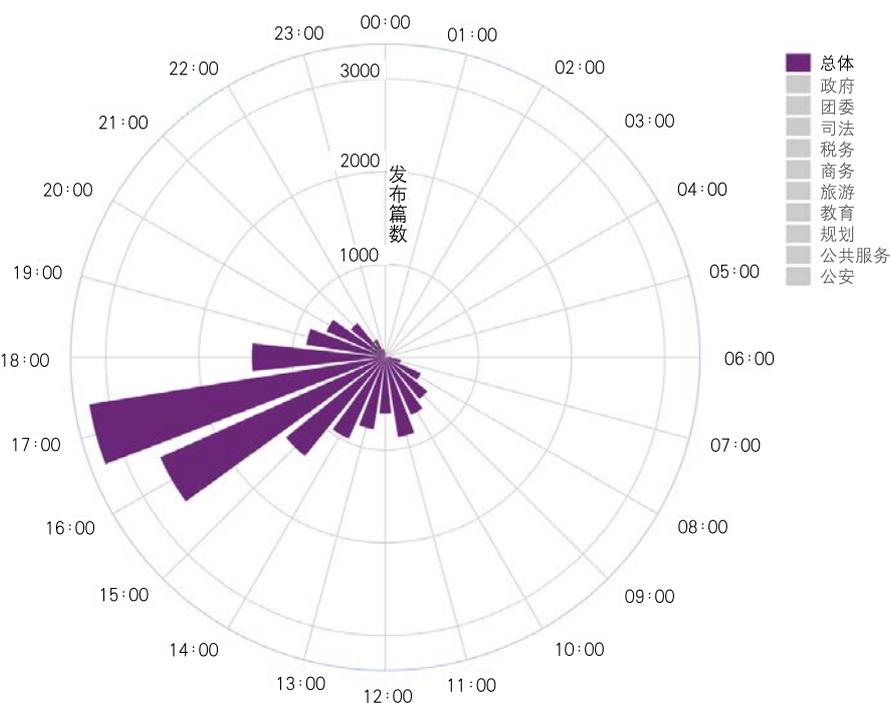


图3 发布时间与发布篇数

段,其次是下午三时与六时,而在晚上十时到早上八时发布图文的篇数最少。

研究又进一步分析了样本账号发布图文的时间及其产生的单篇平均阅读数之间的关系。从图4可以看出,凌晨一时发布的文章带来的平均阅读数最高,研究查看了在这个时间点发布的文章,发现篇数较少,内容多为“上海车展交通推荐路线”“区政府发布告居民书”等公众关注的热点,又具有一定的紧急程度。其次是早上六时、晚上八时与十一时发布的内容获得较高的平均阅读量,再次是下午六时、七时与零点时间,而其他时间段所发布的图文所带来的平均阅读数远低于以上时间段。图3表明,目前政务微信运营主体选择发布图文的时间多为下午四时与五时,但该时段所产生的平均阅读数并不居于阅读数前列,说明现有的发布时间与产生平均阅读数高峰的时间并不匹配。

研究又选择了公安、旅游、团委3个部门,来比较

不同部门的微信号发文时间与阅读数之间的关系。如图5、图6、图7所示,不同部门获得最大阅读数的发文时间存在差别,公安类微信获得最大阅读数的发文时间为凌晨三时,旅游类微信为上午八时,团委类微信则为上午六时、十一时和晚上八时。这些发现可能与不同部门微信号的内容属性、部门特点及用户特性有关。

(三) 页面消耗流量与阅读数

页面消耗流量(单位:KB)是指读取一篇微信内容所消耗的流量大小。消耗流量大小与页面内图片质量、图片数量和文字数等有关。如图8所示,流量消耗在180KB以内的文章,阅读数普遍高于消耗流量更高的文章。

(四) 字数与阅读数

字数是指一篇微信文章内的文字数。总体趋势表明(参见图9),用户并不倾向于阅读纯文字的长篇大论,总字数超过1200字的长文阅读量呈现下降趋势,然

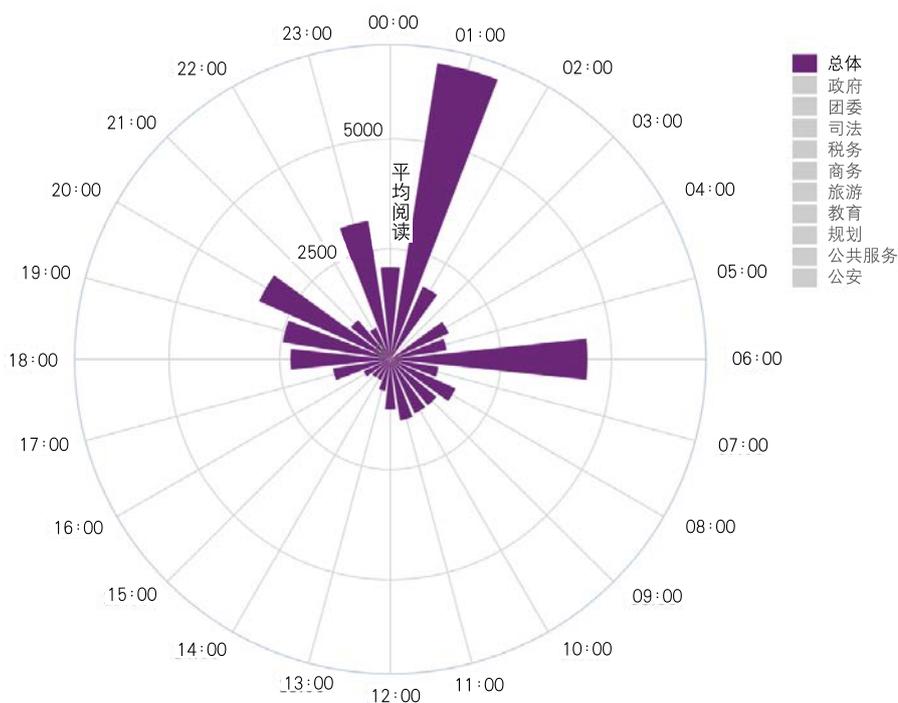


图4 发布时间与平均阅读数

吕文增 石开元 郑磊 · 政务微信传播方式与效果研究

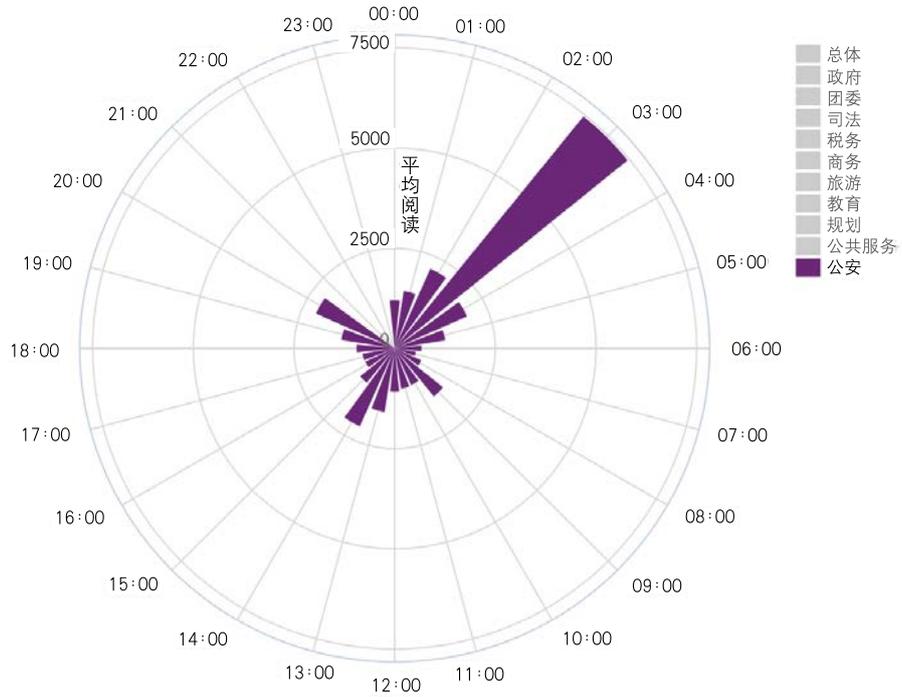


图5 公安类微信公众号发布时间与平均阅读数

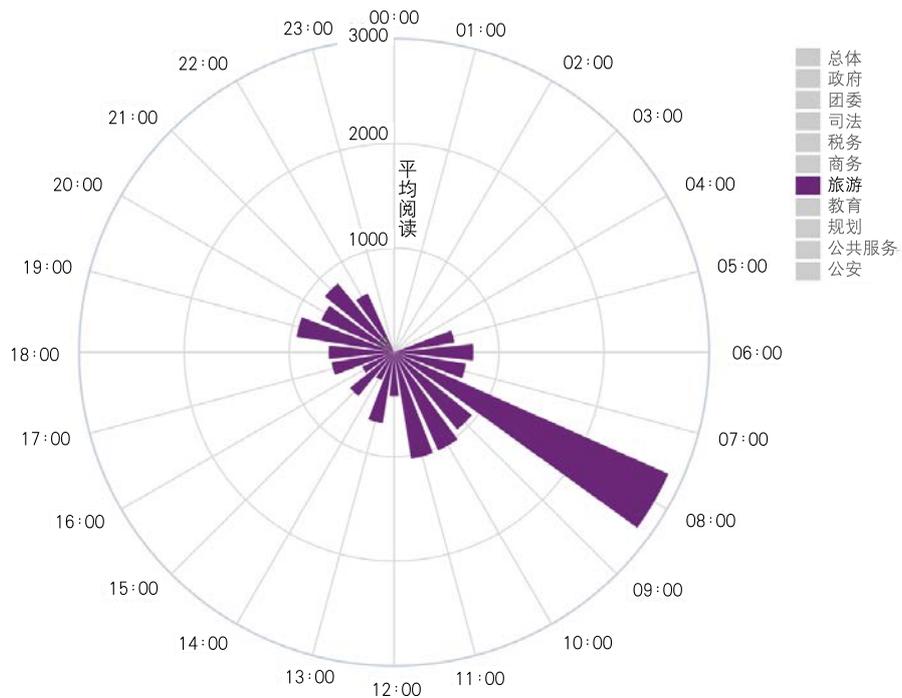


图6 旅游类微信公众号发布时间与平均阅读数

吕文增 石开元 郑磊·政务微信传播方式与效果研究

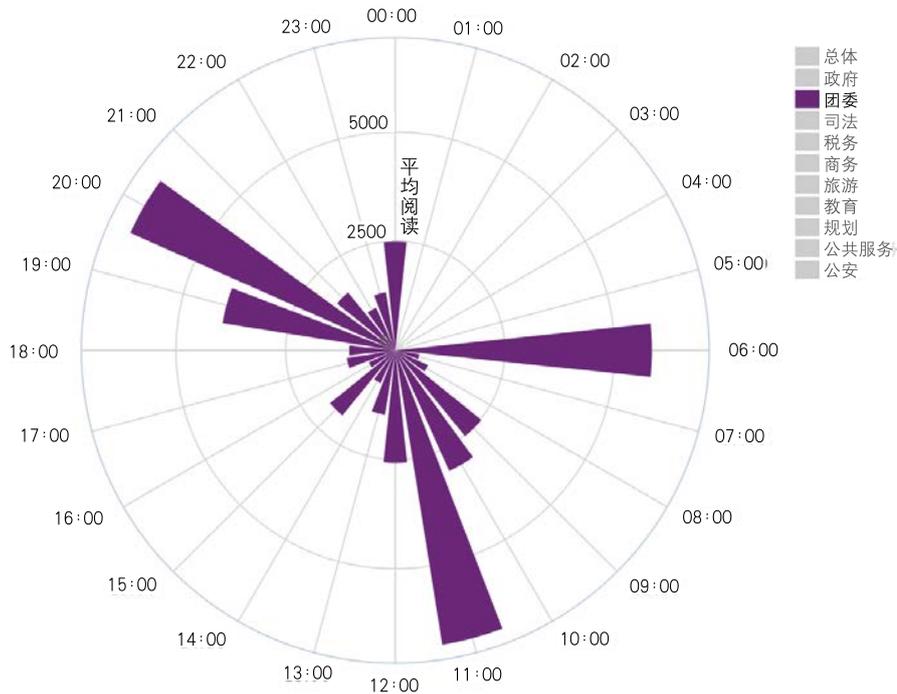


图7 团委微信公众号发布时间与平均阅读数

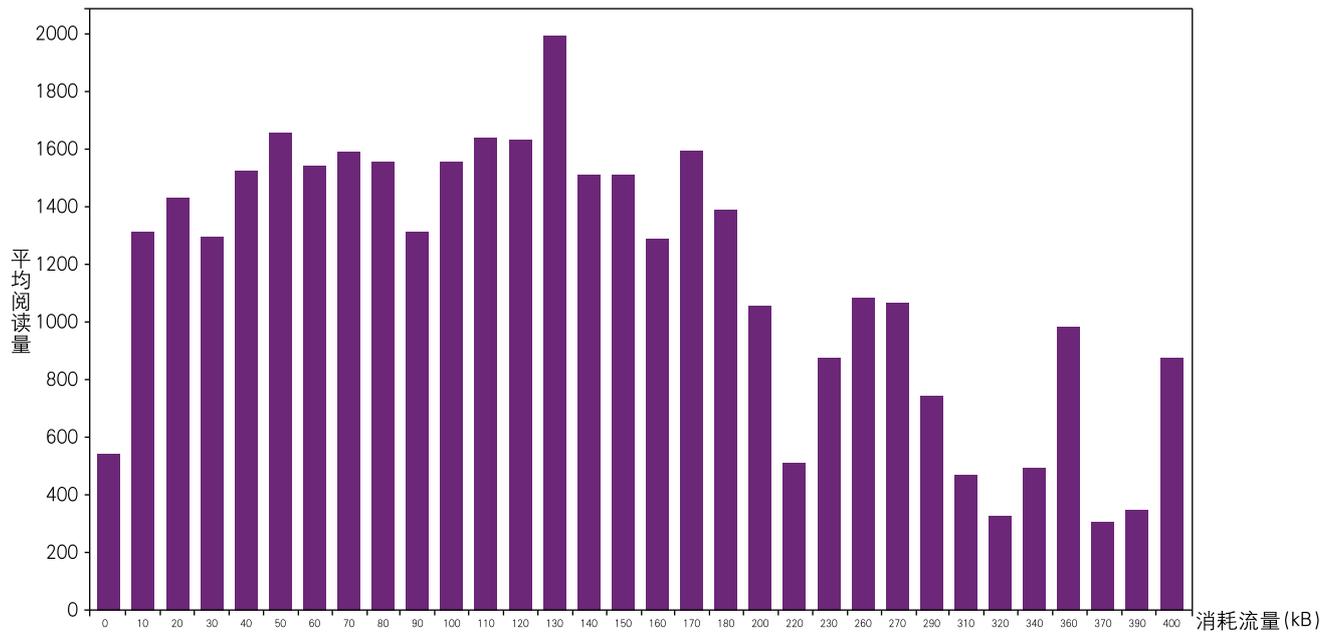


图8 页面消耗流量与阅读数

而图中也发现不少异常值，一部分深度长文仍然受到读者欢迎，文字数并不必然决定阅读数，可能还受到文章质量和内容吸引力等其他因素的影响。

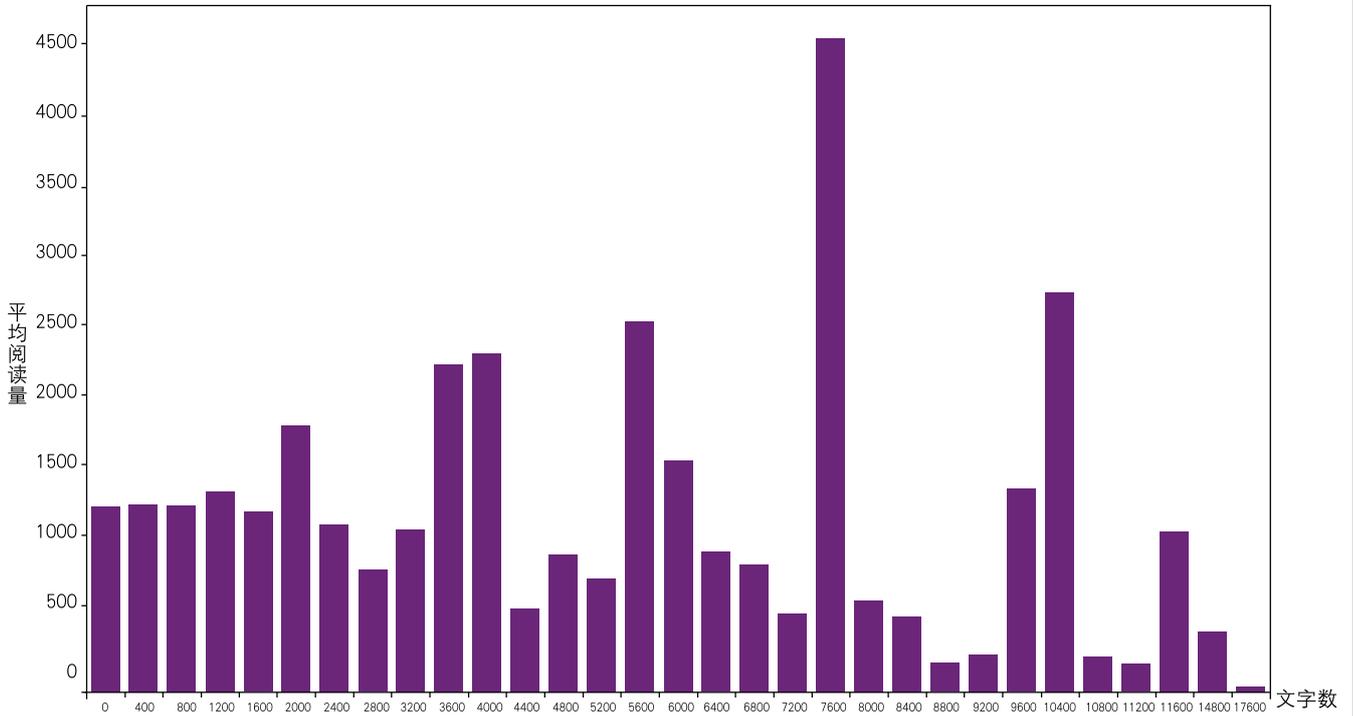


图9 文字数与阅读数

(五) 图片数与阅读数

图片数是指文章中所插入图片的个数，除了正文中的图片外，也包括公众号logo在内的其他图片。如图10所示，图片数在30个以下时，整体阅读数随着图片数增加而增加，当图片数超过30之后，文章阅读数递减。但也存在例外，超过50张图片的文章的平均阅读数达到了最大的阅读数。研究查阅了这类图文，发现内容多为漫画故事、100幅世界名画、100种花等主要以图片为主的微信内容。

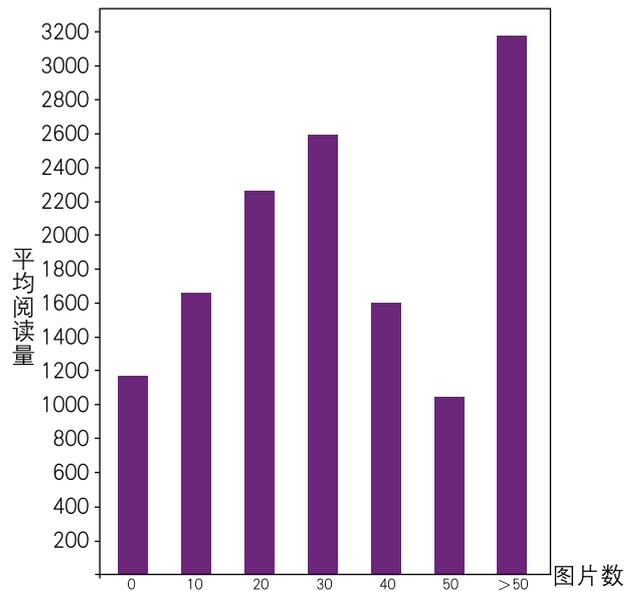


图10 图片数与阅读数

(六) 标题文字与阅读数

研究分析了15997篇图文的标题内容，对于出现频率最高的150个热词做了词云分析，词云中字体越大，其对应的内容在标题中出现的频率越高。如图11所示，除了“上海”以外，出现较多的是“活动”，此外“文化”“服务”“青年”“工作”“提示”“安全”等均

是出现频率较高的字段。

研究又进一步对阅读数最高的1000篇图文的标题关



图11 所有样本标题中出现的高频度关键词

关键词（去除最常见的关键词“上海”）进行了分析，以寻找最受用户欢迎的图文在标题中用了哪些关键词。如图12所示，在地区上，“崇明”“金山”“浦东”这三个区县的关键词出现频率最高。在主题上，“孩子”“高铁”“诈骗”“知道”“免费”“最新”等关键词则反映了用户的普遍关注点，而这些热词与政府目前普遍使用的标题词（参见图11）并不重合。



图12 阅读数最高的1000篇图文的标题中出现的高频度关键词

（七）排布次序与阅读数

排布次序是指一篇图文在多图文同时发布时的排序。如两篇文章同时发布，头条的文章排布次序为1，第二条的排布次序为2。基于历史数据，研究统计了样本微信号发布图文的排布次序与阅读数的关系。如图13的散点图所示，其中每一个点代表一篇图文，发布等级为1的文章数最多，2其次，依次类推，从每一类中点的分布来看，排布次序为1的微信图文对应的阅读数大多数处于3万以下，排布次序为2的图文阅读数在1.5万以下，而到了排布次序3以后，阅读数多数处于2000以内。然而，研究也发现了一些排布次序为6的高阅读数文章，这些文章主要来自“上海发布”公众号推送的天气信息，内容多以紧急发布的极端突发天气为主。可见，即使发布序列靠后，如果内容紧贴民生热点，同样能够得到广泛关注，并产生很高的点击率。

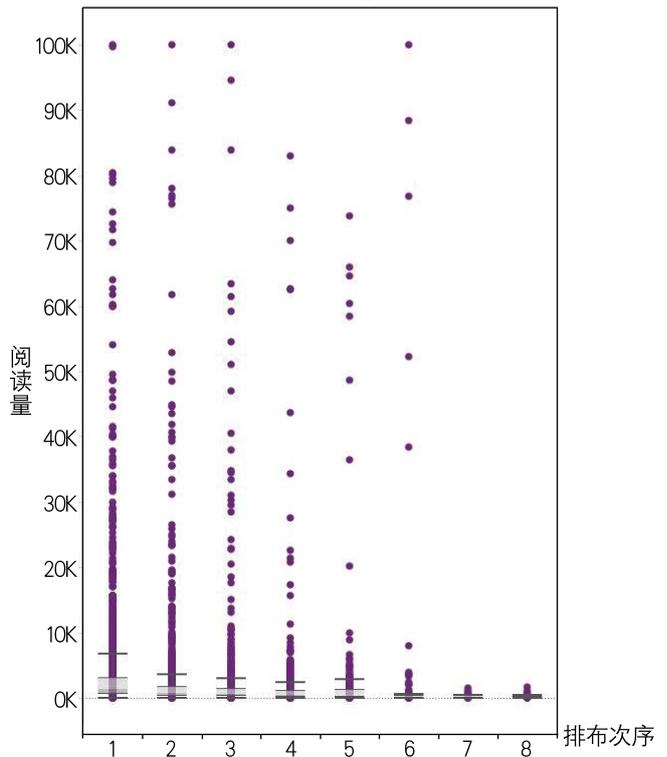


图13 排布次序与阅读数

五、总结与建议

从发布时间来看,微信公众号在双休日发布的文章篇数与产生的阅读数明显少于工作日,而且大多数账号选择在一天下午四时到五时左右发布图文。这样的时间选择一方面和政府机关、事业单位的作息规律有关——在经过一天的工作后于下班前推送文章,而且此时政府主要的政务事件已基本结束,发布重大政务信息的可能性较小。然而,基于发布时间和阅读数的实时数据分析表明,下午四至五时并不是发布微信图文的最佳时间。微信内容在早中晚共有三个阅读高峰期,其中下午六时到晚上十时带来的阅读量更高。这些高阅读量的时间段吻合了用户的生活和工作习惯,微信公众号如能根据用户的阅读习惯而不是基于运营部门自身的作息时间来发布文章,可能带来更好的阅读效果。此外,研究也发现,虽然总体趋势相近,不同类型的微信账号对应的用户存在不同的阅读习惯,因此不同部门在最佳发布时间的选择上,还需要充分针对其面对的特定用户的阅读习惯。

对于阅读数和标题文字、文章排序、消耗流量大小、图片数、文字数的分析表明,文章排序越靠前、消耗流量较小、图文数量适当的内容能带来更高的阅读量。但这种规律也并非绝对,热点话题、突发情况通知和民生新闻等内容无论排列次序、消耗流量和图文数量如何都能获得较高关注。最后,标题内容的词云分析结果也表明,标题与民生服务相关的内容获得的阅读数更高。

综上所述,政务微信运营方应基于用户的内容偏好与阅读习惯选择合理的发布时间、发布内容和发布方式,精准地将优质内容推送到真正需要的用户眼前,只有真正受到用户欢迎的内容和形式才是获得高阅读数的保证。

参考文献:

- [1]徐田娣. 微信的传播特点研究[D]. 长春: 吉林大学, 2015.
- [2]马红岩. 基于内容营销的微信传播效果研究[J]. 商务研究, 2014(11).
- [3]甘家月. 基于传播视角的不同类型政务微博传播效果影响因素研究[D]. 北京: 北京邮电大学, 2015.
- [4]王芳, 张璐阳. 中国政务微信的功能定位及公众利用情况调查研究[J]. 电子政务, 2014(10).
- [5]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).
- [6]郑磊, 王栋, 王玥, 等. 上海市政务微信发展: 分析与启示[J]. 电子政务, 2014(10).
- [7]郑磊, 吕文增, 王栋. 上海市政务微信发展: 从发布走向服务[J]. 电子政务, 2015(2).

作者简介:

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, 研究方向包括电子治理、政府社会化媒体应用、移动互联时代的公共服务等。

石开元, 上海交通大学电子信息与电气工程学院硕士研究生, OMNILab数据开放创新实验室成员。

郑磊, 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, 纽约州立大学Albany校区公共管理与政策博士。研究领域包括电子治理与电子政务、开放政府数据、跨边界信息共享、移动公共服务、政府社会化媒体应用等。