

# 短视频时代政务微信公众号传播现状研究

## ——以“西安发布”为例

李国应

西安财经大学, 陕西 西安  
Email: li543239470@163.com

收稿日期: 2021年6月19日; 录用日期: 2021年7月12日; 发布日期: 2021年7月19日

---

### 摘要

本文以政务微信公众号“西安发布”2020年全年的推文数据作为研究样本,从内容选取、运营手段、文本形式等方面研究政务微信公众号在当前短视频时代的传播现状,对政务微信公众号突破当前的传播困境,为政务工作持续发挥作用提供参考性意见。

### 关键词

短视频, 政务微信, “西安发布”

---

# Research on the Current Situation of WeChat Official Account Dissemination in the Short Video Era

## —Taking “Xi’an Publishing” as an Example

Guoying Li

Xi’an University of Finance and Economics, Xi’an Shaanxi  
Email: li543239470@163.com

Received: Jun. 19<sup>th</sup>, 2021; accepted: Jul. 12<sup>th</sup>, 2021; published: Jul. 19<sup>th</sup>, 2021

---

### Abstract

This article uses the data of the government WeChat public account “Xi’an Publishing” for the whole year of 2020 as a research sample. From the aspects of content selection, operation me-

thods, text format, etc., we study the current communication status of government WeChat official accounts in the current short video era, and provide reference opinions on how government WeChat official accounts can break through the current communication difficulties and continue to play a role in government affairs.

## Keywords

Short Video, Government WeChat, “Xi’an Publishing”

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

5G 技术的逐步成熟，智能手机的大幅度普及，大数据、人工智能等新兴技术给人们的媒介使用习惯带来颠覆性改变，移动媒体形态从文字时代、图片时代快速演进到短视频时代。从微信到微博再到“抖音”、“快手”等短视频平台，意见表达有了更为丰富的载体。截至 2020 年 12 月，我国网络视频(含短视频)用户规模达 9.27 亿，较 2020 年 3 月增长 7633 万，占网民整体的 93.7%，其中短视频用户规模为 8.73 亿，较 2020 年 3 月增长 1.00 亿，占网民整体的 88.3% [1]。短视频的快速崛起，获得了最多的用户流量，也争夺了互联网上最大的“注意力经济”，为了更好地加强政策宣传，丰富政民交流通道，从 2018 年 4 月开始，一些中央和地方的党政机关先后入驻抖音开展政策宣讲、信息公开，取得了不错的效果，政务抖音也继政务微博和政务微信公众号之后成为当前政务新媒体的重要组成部分[2]。

然而微信仍然是当下最大的即时通讯应用程序，在新冠肺炎疫情期间其继续保持互联网应用渗透率第一，每天有 10.9 亿用户打开微信，有 3.6 亿用户读公众号文章。作为政务新媒体中的重要组成部分，微信政务公众号仍然在短讯息的传达、分享方面起着不可替代的作用，特别是由于微信的特殊属性，使得用户在阅读它的推文时有着更为便捷的操作。为了提高政务微信公众号的服务水平与服务质量，深度贴合人民群众的需求，政务微信运营者及运营机构需要深刻思考短视频时代的当下，如何突破政务公众号的传播困境，从而寻求提升政务服务平台建设的优化路径、为短视频时代的政务微信公众号的有效传播提供更大的空间。

## 2. “西安发布”政务微信公众号整体特征

“西安发布”是西安市互联网信息办公室，于 2014 年 4 月 30 日创办的政务微信公众号[3]。是作为西安市政府服务群众和征集民意的重要窗口，其主要功能包括权威信息发布、查询与服务、政策解读、建言献策等。

作为国家中心城市——西安最活跃也是影响力最大的政务公众号之一，关于“西安发布”的研究具有很强的代表性，通过统计其在 2020 年所有的推文数据，根据其发文数量，文章类别、阅读量、在看量、信息来源等，对该微信政务公众号的整体作出相应的探析，也对我国政务的发展现状有更深地了解。

### 2.1. 发布内容：定位本地，立足权威

“西安发布”从 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日累计发布推文 4212 篇，笔者以 4212 篇的标题为文本建立文档，排除标题中的无意义语句后，利用 Python 中 jieba 包分析文本文档的词频，将同一

含义的词汇并为同一词汇，通过统计主题词的频次并进行排序，再结合标题的背景，分析高频词后面所代表的含义信息，从而有效地揭示出“西安发布”的2020年的整体发布内容，结果如表1所示。

**Table 1.** Statistical table of the 50 thematic words with the highest frequency of “Xi’an Publishing”

**表 1.** “西安发布”标题使用频率最高的50个主题词统计表

序号	主题词	序号	主题词	序号	主题词	序号	主题词	序号	主题词
1	西安	11	王浩	21	通报	31	出院	41	英雄
2	晚安	12	新增	22	调度会	32	精神	42	交通
3	专栏	13	项目	23	学习	33	经济	43	权威
4	陕西	14	民声	24	检查	34	基地	44	新区
5	疫情	15	确诊	25	西安人	35	会议	45	患者
6	防控	16	复工	26	市委	36	国际	46	开放
7	建设	17	病例	27	习近平	37	秦岭	47	李明远
8	城市	18	十四运	28	战疫	38	治愈	48	出炉
9	走访	19	中国	29	群众	39	长安	49	恢复
10	地铁	20	肺炎	30	总书记	40	好消息	50	投用

通过统计可以发现，“西安发布”作为地方政务微信公众号，能够较好地坚持自身定位，立足本地，发布本地权威政务信息。“西安”成为其2020年推文标题中最高频的词汇，“西安发布”将本地的工作重点、发展现状、政策措施等相关信息及时发布，回应公众关切，做好服务连接，体现了一个积极有为的服务型政府形象。以地方政务为首要，也正是地方性政务新媒体的立身之本[4]。

同时“西安发布”坚持在推文使用专栏，以“夜读专栏《晚安·西安》”作为公众号特色，推出“生活是什么，你是答案”、“走稳脚下每一步，就是最好的路”等情感性文字，解放了政务新媒体语言上的约束感，更多了一份人情味，可以更好地拉近官方与民众的距离。同时2020年作为疫情爆发的一年，疫情的相关议题也自然被“西安发布”持续关注，“疫情”、“防控”、“新增”、“确诊”、“病例”等相关字眼频繁出现在“西安发布”的推文标题中，通过第一时间给人们带来相关的资讯，减少疫情带来的恐慌，为社会稳定，人们信心的提升发挥积极作用。另外，“十四运”、“地铁”等与民生息息相关的资讯也成为“西安发布”的重要议题。做到了既及时传递政府声音，又回应社会大众共同关注的热点议题的新时代政务新媒体的作用。

## 2.2. 运营策略：单次多篇，区段发布

“西安发布”采用单次多篇推文的发布模式，最多一次推送发布7篇文章。这样的发布模式，可以使得用户更多地接收信息资讯，同时也减少多次推送给用户带来的困扰。通过统计“西安发布”推文发布月份分布来看，每月发文量较为均衡，同时也较多，平均每天发文超过11篇，在政务微信公众号的运营方面保持高活跃度。

由图1“西安发布”发布时段分布图来看。2020年“西安发布”发文活跃时段长达22个时段，除凌晨3、4时以外，各时段均有推文发布。其中上午7时成为发文量最高的时段，共发布推文961篇，占全年发文量的22.8%。这一时段发布符合日常用户早起阅读的习惯，可以很好地提升公众号的打开率与相应推文的阅读量。同时8时发文数量也相对较多，共发布推文415篇。7~8时形成区段式传播，更大范围地满足不同时间点早起浏览公众号的用户。另外在夜晚21~22时形成另一推送高峰。这一时段则与现代人的夜晚休息时间较为吻合，可以吸引该时段的用户流量。

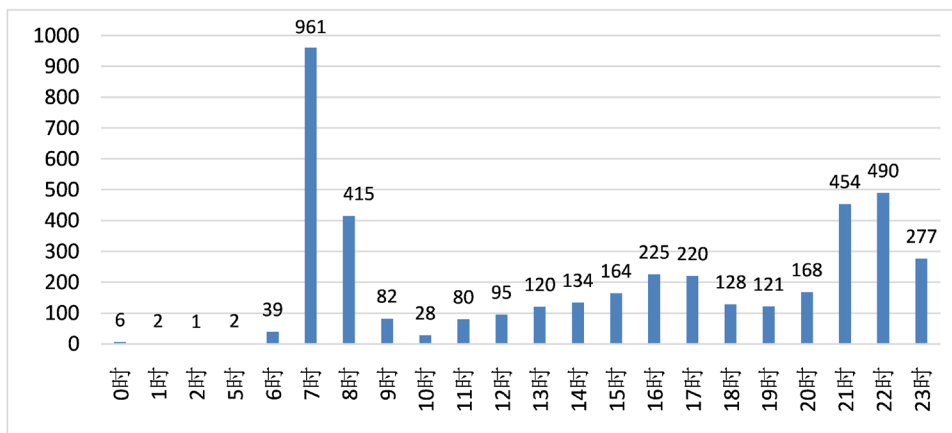


Figure 1. Time distribution of “Xi’an Publishing”

图 1. “西安发布” 发布时段分布图

### 2.3. 传播效果

2020 全年，“西安发布”微信公众号共发布 78 篇阅读量 10,000+ 的推文，全年共获得点赞数 93,204，在看数 242,728，作为地方性的政务公众号，其运营理念和模式可以认为是成功的。通过以阅读量和在看数为参考，统计分析“西安发布”2020 年阅读量 10,000+ 的推文，可以发现，围绕西安当地的资讯信息成为用户最关心的部分，其中“西安发布”推出的关于方言 MV《我在西安等你》的两条推文，成为 2020 年传播力最强的两条推文，视频中地道的关中方言，丰富的西安美食，精彩的西安美景让用户纷纷评论表示“西安味道回来了”、“陕味十足”。另外关于延长供暖时间、疫情防控、企业复工等信息也成为受众最关心的信息，可以看出，作为地方政务媒体，反映家乡变化，勾起大众回忆的等趣味性内容和与大众生活密切相关的实用性资讯会获得较好的传播效果。

### 3. “西安发布”存在的主要问题

梳理“西安发布”的推文发现，西安的推文下面的评论多为单向性的表达，市民用户在下面的评论未能得到官方的回复，这不利于促进政府与公众的沟通互动。同时统计推文来源了解到，“西安发布”的推文来自西安报业、新华社人民网等媒体，其自身原创度较为有限。另外由上文图 1 可以看出，“西安发布”的推文集中于早上 7~8 时，收获大量早上通勤时间的用户流量，但同时信息高度集中式投放，易出现信息冗杂致使部分文章传播效果降低。

### 4. “西安发布”在短视频时代传播的改进建议

#### 4.1. 注重受众反馈，增强互动表达

在发挥信息发布、政策披露的功能同时，作为一个政务公众号，“西安发布”也应注重受众的反馈，增强“人情味”，与用户建立情感联系，要及时了解用户的情感或者生活信息需求，并给予良好的反馈，可以通过设置互动话题，鼓励读者分享、点赞文章。在运营政务公众号时，运营者必须摆正自身的位置，树立服务理念，同时也要结合群众实际需求，以此为出发点，学习与公众网络沟通的技巧。在实际运营中巧妙地融入主流话语声音，通过有效的方式传递相关讯息。

#### 4.2. 提升原创能力，打造自身特色

作为政府官方的政务公众号，其在获取信息的能力有着别人所不具备的优势。在与第三方合作的同

时, 也应当提升其自身的原创能力, 加强政务媒体的新闻传播属性, 建立政府内部的新媒体运营团队, 针对西安作为十三朝古都的深厚文化背景, 与即将到来的全运会相结合, 打造自身特色, 抓住新闻热点, 抓住自身地方政务媒体定位, 凭借资源信息优势, 精耕推文质量, 进一步提升政府服务能力和原创信息输出力度, 努力为西安的城市发展贡献更大的力量。

### 4.3. 调整传播时段, 优化发布方式

午后 12~14 时段和下午 18~20 时同样作为用户微信公众号阅读较多的时段, 后期可加强推文推送时段的调整, 多时段地获取用户流量。另外根据前文传播效果的研究, 实用和有趣的信息资讯更能引起用户的关注, 政务公众号应当在信息发布上保持亲民态度, 以较小的切口发布与市民现实生活中切实相关的内容, 不断拥抱技术, 丰富传播内容, 优化发布方式。

### 4.4. 加强与视频号的连接, 打破两者壁垒

微信公众号作为最早的政务新媒体形式, 其内容不够丰富、过于依赖图文的问题, 使得在短视频时代受到掣肘。随着 2020 年 1 月 22 日微信视频号的内测上线, 微信公众号的发展有了新的可能性, 建立视频号与公众号的联动, 可以实现微信流量池的闭环, 同时也可以公众号中实现与短视频的无缝链接, 更好地解决互联网用户对短视频平台的注意力依赖问题, 实现短视频+图文的深度融合, 进一步放大政务公众号的传播声量, 这是短视频平台不具备的优势。

## 5. 结语

政务微信公众号在国家治理体系的与治理能力现代化推进过程中具有重要意义。短视频时代, 政务微信公众号一方面面临自身以图文输出为主的劣势, 一方面也拥有了新的发展机会。其应当继续保持权威性、易得性、简洁性的传播特性, 同时也继续研究与视频号的深度融合, 加强互动反馈, 提升原创能力, 充分利用 5G、大数据等新兴技术, 在政务新媒体矩阵中扩大传播声量, 在党和政府与百姓沟通交流中继续扮演重要角色。

## 参考文献

- [1] 《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 中国报业, 2021(3): 122.
- [2] 赵雯. 政务新媒体的短视频传播分析[J]. 传媒, 2019(5): 25-27.
- [3] 宁艺瑶. 地方政务微信公众号对于城市形象的建构与传播研究——以“西安发布”为例[J]. 新媒体研究, 2020, 6(13): 34-36.
- [4] 白倩云. 政务微信的现状与发展研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 郑州大学, 2017.