

北京市互联网信息办公室 北京网络媒体协会 编

微博发展研究报告 2011

佟力强 主编

RESEARCH AND DEVELOPMENT REPORT ON
MICROBLOG 2011

北京市互联网信息办公室 北京网络媒体协会 编

微博发展研究报告 2011

佟力强 主编



人 民 大 学 出 版 社

责任编辑：毕于慧

版式设计：杜维伟

图书在版编目（CIP）数据

微博发展研究报告 2011 / 佟力强 主编. — 北京：人民出版社，2012.9
ISBN 978-7-01-011039-4

I. ①微… II. ①佟… III. ①互联网络—传播媒介—研究报告—
中国—2011 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 153584 号

微博发展研究报告 2011

WEIBO FAZHAN YANJIU BAOGAO 2011

佟力强 主编

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

北京中科印刷有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：13.25

字数：195 千字

ISBN 978-7-01-011039-4 定价：30.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

本书编委会

主 编：佟力强 北京市互联网信息办公室常务副主任
北京网络媒体协会会长

副主编：(按姓氏首字母排序)

陈 华 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处处长
崔保国 清华大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师，
清华—网易未来媒体研究中心主任
方兴东 互联网实验室董事长
彭少彬 新浪网副总裁、新浪微博事业部总经理
魏 莞 北京网络媒体协会常务副会长兼秘书长

编 委：(按姓氏首字母排序)

曹增辉 新浪微博事业部副总经理
柴 玥 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处干部
陈晶晶 互联网实验室高级分析师
范 涛 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处副处长
高红冰 互联网实验室合伙人
何丹媚 清华—日经传媒研究所研究员
侯琰霖 清华大学新闻与传播学院博士后
黄 婧 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处干部
李 琳 新浪微博事业部政府运营经理
刘国辉 互联网实验室分析师
卢金珠 清华—网易未来媒体研究中心客座研究员
徐 磊 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处干部
徐丽华 新浪微博事业部政府微博编辑
杨 苏 北京网络媒体协会副秘书长
张 静 互联网实验室调研部总监
张笑容 互联网实验室副总裁

执行副总编：

杨 乐 北京市互联网信息办公室网络新闻管理处干部
中国政法大学传播法研究中心助理研究员

前言

2011年7月1日，胡锦涛总书记在庆祝建党90周年大会上发表重要讲话，强调要加强和创新社会管理，完善党委领导、政府负责、社会协同、公众参与的社会管理格局，建设中国特色社会主义社会管理体系，全面提高社会管理科学化水平。胡锦涛总书记就当前要重点抓好的工作提出八点意见之一即“进一步加强和完善信息网络管理，提高对虚拟社会的管理水平，健全网上舆论引导机制”。讲话中首次提出把虚拟社会的管理纳入社会管理，肯定了在纷繁复杂的社会管理课题中，加强和创新互联网社会管理是一项重要内容。

当前，随着微博对中国社会的影响力日益增强，微博舆论场也逐渐引起各级政府部门的高度重视。微博在反映民意、汇聚民智，信息传播、服务社会等方面发挥了积极作用。2011年政务微博迅速勃兴，凸显“网络问政”在走向制度化、常态化的同时，亦在不断进行创新探索。善用微博的同时规范微博的有序发展成为加强和创新社会管理的重要创新形式。目前，各级政府正在积极探索利用微博收集社情民意，通过政务微博构建密切联系群众、反映群众意见诉求的重要渠道。2011年，北京市依托新浪微博平台开辟首个省级政务微博群“北京微博发布厅”，以整合创新的手段打破传统民政网络沟通方式，为全国各地政务微博工作开展起到示范和推动作用。

2011年，随着微博的普及，微博网站已经发展成一种基于公众参与的社情民意表达与沟通平台。微博用户规模大幅提升，民众、政府、社会组织等多角色积极参与互动，多社会化群体在微博上集体发声，构建起了微博平台下的新社会生态。多元化社会群体参与对政府微博问政以及微博



治理的能力提出了新的考验，加大了政府社会管理的难度。深入了解我国微博发展形势，客观评价政务微博的运行能力，积极思考如何通过微博这种新兴的社会化媒体提升政府治理能力，是各级政府当下需要思考的重要方向。

2011年12月16日，为了进一步规范微博传播秩序，促进互联网新媒体健康发展，保障微博更好地服务社会，北京市人民政府新闻办公室、北京市公安局、北京市通信管理局、北京市互联网信息办公室制定了《北京市微博发展管理若干规定》（以下简称《规定》）。《规定》明确提出，要坚持积极利用、科学发展、依法管理、确保安全的原则，加强微博的建设、运用，发挥微博服务社会的积极作用。

为推动微博的健康有序发展，充分发挥微博在增加社会治理的透明度、互动性，提高社会治理水平等方面的重要积极作用，北京市互联网信息办公室组织编写了这本《微博发展研究报告 2011》。本书共分三篇，上篇从微博发展现状及趋势、微博社会的运行机制与影响力、微博热点主题、微博平台的公共监督与管理四大层面，对民众、政府、社会组织等多种角色全面解读 2011 年我国微博发展形势；中篇对我国政府机构及政务人员微博运营情况进行了综合评价；下篇从学术的角度进行思考，对微博沟通对公共政策的影响、微博政府传播新闻议程设置的影响、微博改变公众议程交互模式、微博提高党政机构的综合效能以及媒介发展视角下的政府形象塑造等问题，研究如何通过微博这种新兴的社会化媒体提升政府治理能力。希望本书能够为提升政务微博的运营能力，增强政务微博的服务能力，发挥微博社会管理创新作用提供借鉴和参考。

佟力强

2012年5月

目 录

前 言	001
-----------	-----

上 篇 微博发展形势研究报告

第 1 章 微博发展现状及趋势	005
-----------------------	-----

1.1 微博平台的新社会生态形成	005
------------------------	-----

1.2 微博平台发展现状	014
--------------------	-----

1.3 微博平台发展趋势	021
--------------------	-----

第 2 章 微博社会的运行机制与影响力	025
---------------------------	-----

2.1 微博平台对话影响力	026
---------------------	-----

2.2 微博社会化商业运行模式	032
-----------------------	-----

2.3 微博社会政务机构运行情况	036
------------------------	-----

2.4 微博社会媒体机构运行情况	046
------------------------	-----



第3章 微博热点主题分析	051
3.1 社会热点主题	051
3.2 参与主体新特征	059
3.3 生活化的社区氛围	064
第4章 微博平台的公共监督与管理	069
4.1 微博网站行业自律	069
4.2 民间自律	072
4.3 政府管理	073
4.4 对策建议: 构建并完善微博社会对话机制	078

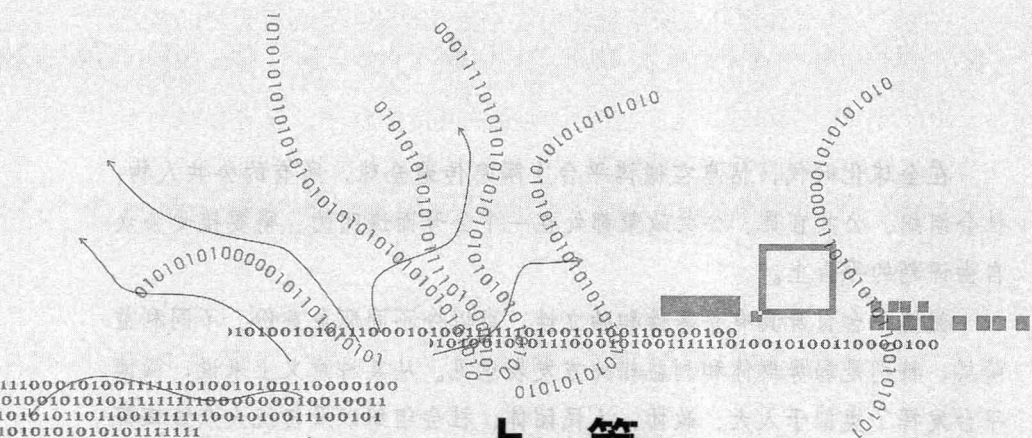
中 篇 政务微博发展报告

第5章 政务微博发展概况	083
5.1 政务微博排行榜	083
5.2 政务微博数量增长情况	085
5.3 政务微博地域分布	086
5.4 政务微博行业分布	087
5.5 政务微博行政级别分布	089
5.6 全国政务微博指数发展趋势	090

5.7 全国政务微博博文运营情况	090
5.8 各地政务微博影响力排名	091
第6章 区域政务微博发展分析	095
6.1 广东省政务微博	095
6.2 “北京微博发布厅”影响力评估	101
6.3 江苏省政务微博发展	106
 下 篇 政府微博应用研究报告 	
第7章 微博问政	113
7.1 微博现象	114
7.2 政务微博与微博问政	117
7.3 他山之石：美国政府微博体现新法则	119
第8章 微博带来的舆论环境变化	121
8.1 舆情非敌情，媒介素养显执政水平	122
8.2 微博舆论是缓释公共危机的安全阀	123
8.3 微博形成了双向对称的沟通模式	124
8.4 微博对政府传播新闻议程设置的影响	138
8.5 微博改变公众、媒介、政府议程交互模式	149

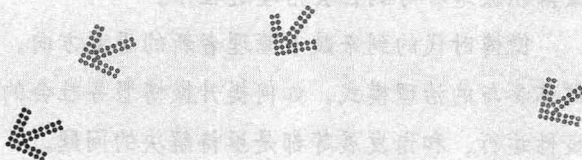


第9章 微博：公共政策沟通的新渠道	153
9.1 微博对公共政策的双重影响	153
9.2 合理发挥微博在公共政策制定中的作用	156
9.3 增强媒介素养，提升政府领导力	158
9.4 微博辟谣，增强意见领袖功能	159
9.5 [案例] 海宁司法开创微博公文	162
第10章 微博：提升政府治理能力的挑战与机遇	171
10.1 政府发声的新途径	172
10.2 媒介素养体现执政水平	173
10.3 微博活化电子政务	174
10.4 [案例] 微博银川打造微博政务群	177
10.5 [案例] 平安北京人人是形象，件件有回复	184
第11章 政务微博的创新之道	189
11.1 官方微博在政府形象塑造中容易产生的问题	189
11.2 积极利用官方微博，塑造政府自身形象	190
11.3 微博发言人：从官本位到专业本位	193
11.4 政务微博的创新之道	196
附录 国内微博网站一览表	201



上 篇

微博发展形势研究报告





在全球化时代，信息在微博平台上瞬息传遍全球，所有的公共人物、社会组织、公共官员、公共政策都处在一个公开而透明的、需要接受公众自由评判的平台上。

微博平台自身具有平等性和独立性，可以令不同职业身份、不同利益阶层，特别是弱势群体和利益相关方发表意见。从某种意义上来说，微博平台发挥了类似于人大、政协、人民团体、社会组织以及传统大众传媒等的社会利益表达功能。随着越来越多的各种群体参与到微博当中来，微博平台逐渐发展成为一个多元化群体主导的新社会生态模式，包括政府、非政府社会组织以及社会公众，这三者之间的相互沟通影响形成了微博社会运行的焦点。其中社会化商业运行和政务微博的运营这两种模式发展尤其突出。各社会群体广泛参与，沟通交流主题覆盖到全社会领域，公众通过微博积极地参与到社会治理进程中。

微博时代的到来赋予管理者新的思考方向。如何构建适应多元化社会群体参与的治理模式，如何提升微博服务社会的能力，如何实现微博社会良性运行、和谐发展等都是亟待解决的问题。

研究方法

本报告综合运用了在线实时监测、问卷调查法、案例分析等多种研究方法。

● 在线实时监测

通过连续的在线监测、全面获得报告中所涉及的微博网站的表现数据。在线监测手段包括计算机统计、手工统计、在线搜索查询等。通过在线实时监测获取大量数据用以定量分析获取报告结论。

● 调查法

本报告向主要的微博网站，例如新浪微博、网易微博、搜狐微博、腾讯微博、凤凰微博、和讯微博等发放调查问卷，获取关于微博用户、微博行业应用等方面的数据，回收后进行整理、统计和研究。

● 案例分析

在研究报告中大量运用了案例分析方法，特别在研究微博平台上的商业运行模式、政务微博运营模式、媒体微博运营模式部分，以典型案例为素材，并通过具体分析与解剖，定性分析微博平台的运行机制与特点。另外将发生在微博上的热点事件作为特定的研究对象或分析单位，分析其所反映出的微博社会热点主题机制与特征。

● 文献研究

通过搜集专家和学者的相关研究资料，经过深入学习和理解，梳理和升华关于微博的最新科研成果。为整个项目研究进行理论和方法论的铺垫和指导。同时参考其他机构监测数据用以支持报告结论。



概念界定

● 微博

微博是一个基于用户关系的信息分享、传播以及交友平台，具有传播和社区两种属性，用户可以通过网页、手机以及各种客户端组件参与个人社区，实现即时交流。

● 政务微博

政务微博指政务机构与公务人员开设的官方微博账户。政务微博在社会管理创新、政府信息公开、新闻舆论引导、倾听民众呼声、树立政府形象、组织群众参与等方面起到了积极的作用。

● 实时搜索

实时搜索就是对互联网上的一些信息进行即时、快速搜索，实现即搜即得的效果。目前各大搜索引擎都在致力于实时搜索的实现。微博由于内容的实时性，传递信息的时效性成为了实时搜索最重要的搜索资源。

● 微博营销

微博营销是随着微博的火热，催生出的与之相关的一种营销方式。微博营销以微博作为营销平台，企业通过微博向网友传播企业、产品的信息，树立良好的企业形象和产品形象，以达到企业营销的目的。

● 微博开放平台

微博开放平台是一个基于微博系统的开放的信息订阅、分享与交流平台，即可通过平台开放接口（Open API）对微博系统进行读写，由第三方开发新应用。新浪微博、腾讯微博、搜狐微博都开放微博 API 接口。通过 API，第三方基本上可以获得微博基础数据、微博搜索、微博话题数据等信息。

第 1 章 微博发展现状及趋势

1.1 微博平台的新社会生态形成

2011 年,随着微博的普及,微博网站已经发展成一种基于公众参与的社情民意表达与沟通平台。微博用户规模大幅提升,民众、政府、社会组织等多角色积极参与互动,多社会化群体在微博上集体发声,构建起了微博平台下的新社会生态。

中国微博用户规模增长迅速。截至 2011 年 12 月底,中国微博用户数量达到 3.2 亿,较 2011 年 1 月份增长 68.42%。从整体来看,自 1 月到 12 月,微博用户数量基本保持增长态势。其中最高月度增长率为 15.38%。

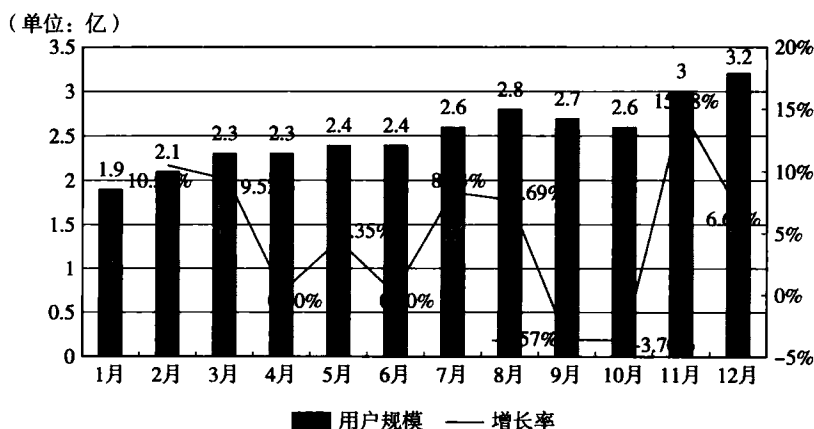


图 1—1 2011 年 1—12 月中国微博用户发展规模

数据来源: 互联网实验室



截至 2011 年 12 月底，中国网民规模突破 5 亿。这意味着，超过半数的中国网民使用过微博，每两个网民中就有一个用过微博。

2011 年微博上的用户行为 TOP5 分别是：(1) 写微博，发表自己观点或情绪 (72.1%)；(2) 浏览关注的人动态情况和观点 (65.4%)；(3) 随便看看大家的讨论，了解热点话题 (57.8%)；(4) 参与热点话题的讨论 (45.7%)；(5) 查看对自己或者某人的口碑评价 (18.9%)。

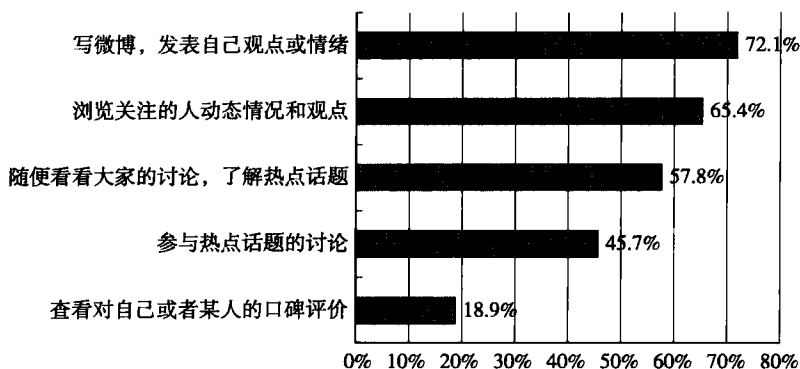


图 1—2 2011 年微博用户行为 TOP5

数据来源：互联网实验室

2011 年，政府和有关社会组织参与到微博社会中，并对其表示出极大的关注。其中有相当一部分机构正在尝试着适应并掌握这种新型沟通渠道，他们表示出积极回应社会关切的姿态，展示了一种良好的、互动的发展。政府、社会组织、公众成为了微博新社会生态中最重要的三种社会群体。

1.1.1 政府——井喷元年

2011 年，中国的政务微博快速发展，呈现出“井喷”的增长态势，具有个人特色、职能特色和地域特色的政务微博如“雨后春笋”层出不穷，这一年被称为“政务微博元年”。经新浪认证的政府机构微博和公务人员微博总数已从年初的 5000 多个增至目前约 2.04 万个，覆盖内地所有省级行政区域。其中政府机构微博数量约 1.14 万个，公务人员微博达 9000 个。

在腾讯开通的政务微博已达 1.85 万个，其中副厅级以上官员机构已经达到 266 个，政府机构微博 11420 个，公务人员微博 7580 个。2011 年，政务微博已从局部尝试走向全面应用，微博问政从理念变为现实。

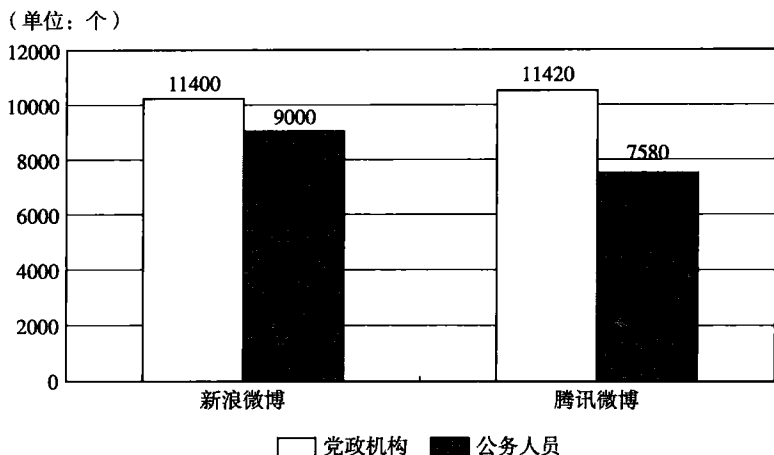


图 1—3 2011 年新浪和腾讯微博平台政务微博开通数量

数据来源: 新浪、腾讯

2011 年，在政务微博中，从开通微博数量来看，公安微博最为活跃，新浪公安微博占 46.7%，腾讯为 47.6%。政府微博位居其次，新浪政府微博占 15.3%，腾讯为 12.4%。

据公安部 2011 年 9 月 26 日在北京召开的公安微博研讨会统计，各级公安机关在新浪、腾讯开设的政务微博已经有 4000 多个，经过认证的民警个人工作微博则有 5000 多个。北京市公安局的“平安北京”微博开通一年来，已收到网友评论留言超过 18 万多条，广东省公安厅微博关注者已突破 440 万人，上海公安部门自 2011 年初开通微博以来，已拥有“名警、名所、名队”微博 440 个，全年发表博文 17 万篇。

对比新浪、腾讯两个平台政务微博(政府机构和公务人员)分布情况，新浪平台团委微博数量占比为 8.9%，明显高于腾讯 5.3 个百分点。政府微博开通情况也是新浪平台多于腾讯平台。不过，腾讯公安微博开通数量占比略高于新浪。