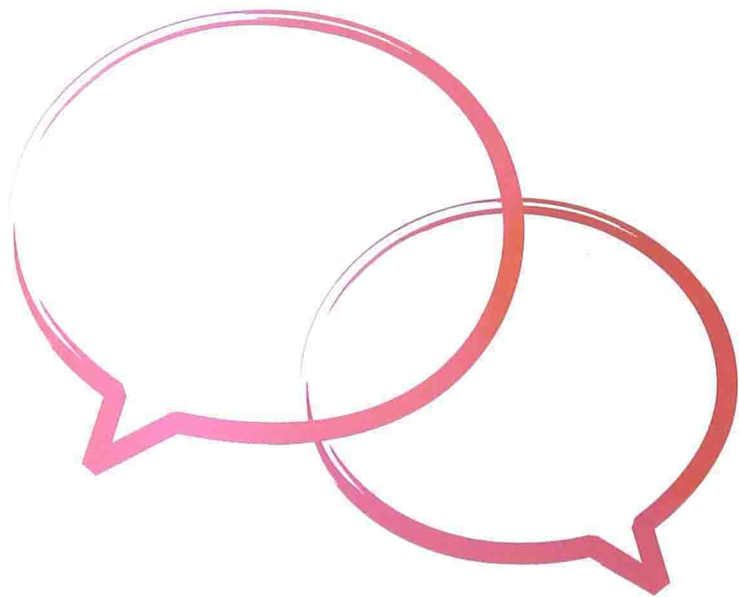


腾讯内部员工、微信公众平台开发者力作！
微软亚洲互联网工程院、微信公众平台应用开发专家编写。

根据最新微信5.3版撰写，切合微信公众平台的 latest 技术发展，全面解读微信公众平台的消息接口及九大高级接口、微信内置浏览器特性及Weixin JS接口。



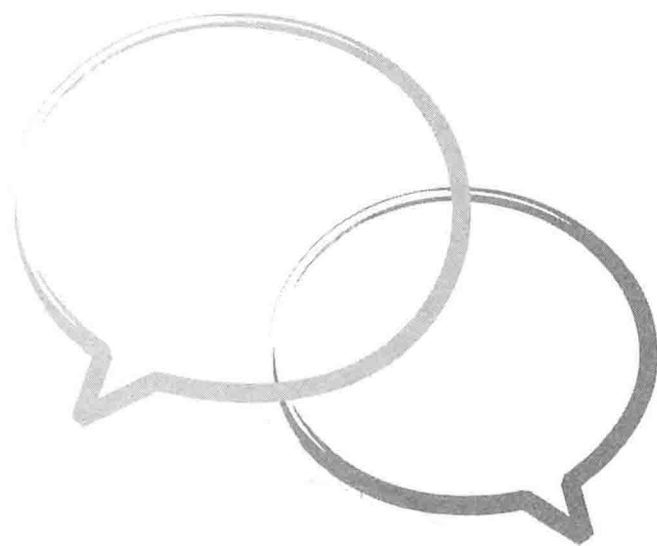
微信公众平台

开发基础与实战

闫小坤 周涛◎编著



机械工业出版社
China Machine Press



微信公众平台 开发基础与实战

闫小坤 周涛◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

微信公众平台开发基础与实战 / 闫小坤, 周涛编著. —北京: 机械工业出版社, 2014.9

ISBN 978-7-111-47819-5

I. 微… II. ①闫… ②周… III. 移动终端 - 应用程序 - 程序设计 IV. TN929.53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 196889 号

本书根据最新的微信 5.3 版撰写, 紧跟微信公众平台的最新技术发展, 是目前微信公众平台应用开发领域涵盖内容最全面、讲解最系统和深入的一本书。本书全面解读了微信公众平台的消息接口及九大高级接口, 更是首次较全面地解析微信内置浏览器特性及 Weixin JS 接口, 系统地讲解了开发微信公众号的流程、方法、技巧和注意事项。注重实际项目, 包含大量案例, 第三部分更是以实际项目为例, 结合二维码、LBS、WebSocket、HTML5 等热门技术, 为读者提供最新的微信公众平台开发技术。

全书共 10 章, 分为三个部分: 第一部分 (第 1 章 ~ 第 3 章) 介绍了公众平台的基础知识、编辑模式的使用和开发环境的搭建。通过本部分的学习, 读者可以使用编辑模式来运营公众账号, 并通过简单的配置来搭建开发环境, 开发出第一个 demo 应用, 为后面的学习打下基础。第二部分 (第 4 章 ~ 第 6 章) 重点介绍公众平台的消息相关接口及九大高级接口, 并提供了完整的封装类, 还介绍了 Weixin JS 开发。读者在学完本部分之后, 能够对公众平台提供的全部服务有所了解。本部分提供了众多的案例供读者学习。第三部分 (第 7 章 ~ 第 10 章) 以大项目为例, 每章实现一个公众号的功能。四个项目分别为餐厅管家、微商城、微酒店和游戏开发, 探讨的内容包括自定义菜单、二维码、微信支付、微信小店、位置服务等。学完本部分, 读者完全有能力开发企业级的公众号。

微信公众平台开发基础与实战

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 陈佳媛

责任校对: 殷虹

印刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

版次: 2014 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 186mm × 240mm 1/16

印张: 17.75

书号: ISBN 978-7-111-47819-5

定价: 59.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88378991 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjsj@hzbook.com

版权所有 · 侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

前 言

为什么要写这本书

移动互联网浪潮爆发之初，关于 Native App 和 HTML 5 技术谁是未来主流，曾有一段争议。经过几年的大浪淘沙，移动互联网的入口集中到少数几个 Native App 上，其中最重要的入口之一就是微信。大部分功能单一的 App 或无人问津，或火过一段时间就销声匿迹。相反，以 HTML 5 技术为主的轻应用开始崭露头角，微信公众平台就是其中之一。据报道，从 2012 年 8 月上线至今，微信公众平台的注册账号已经突破 200 万个，并且保持着每天 8000 个左右的增长速度。

出于对微信的关注，微信公众平台一出现，笔者就开始接触，并注册了账号来运营和开发。

微信公众平台越来越重视健康生态的构建，一些商业模式也开始慢慢明晰，如自媒体、O2O 业务、微信支付等。笔者希望能将自己的开发经验分享给读者，给大家开发公众号提供帮助，同时也希望借此书来认识更多对公众平台感兴趣的朋友。

读者对象

本书的读者对象包括：

- 对微信公众平台感兴趣的人
- 微信公众账号运营者
- 移动互联网开发者
- HTML 5 开发者
- 已有微信开发经验，希望深入了解的人
- 有编程经验，希望转型做微信公众平台开发的人

如何阅读本书

本书在内容逻辑上分为 3 个部分。

第一部分（第 1 章～第 3 章）介绍了公众平台的基础知识、编辑模式的使用和开发环境

的搭建。通过本部分的学习，读者可以使用编辑模式来运营公众账号，并通过简单的配置来搭建开发环境，开发出第一个 demo 应用，为后面的学习打下基础。

第二部分（第 4 章～第 6 章）重点介绍公众平台的消息相关接口及九大高级接口，并提供了完整的封装类，还介绍了 Weixin JS 开发。读者在学完本部分之后，能够对公众平台提供的全部服务有所了解。本部分提供了众多的案例供读者学习。

第三部分（第 7 章～第 10 章）以大项目为例，每章实现一个公众号的功能。四个项目分别为餐厅管家、微商城、微酒店和游戏开发，探讨的内容包括自定义菜单、二维码、微信支付、微信小店、位置服务等。学完本部分，读者完全有能力开发企业级的公众号。

勘误和支持

由于笔者水平有限，加之编写时间仓促，书中难免会出现一些错误，恳请读者批评指正。为了更好地与读者交流，笔者建立了一个微社区，读者可以用微信扫描以下二维码来访问，或者访问：<http://wx.wsq.qq.com/214671676>。



读者有任何问题可以发送邮件至 davidsp@foxmail.com 或 zhoutao908@gmail.com，笔者会尽快为您解答。书中的全部源代码可以在华章网站（www.hzbook.com）下载。

致谢

感谢腾讯公司的微信团队，是他们创造了这款伟大的产品！

感谢北京天河文化的王叶和机械工业出版社的李华君编辑，感谢两位在写作过程中提供的帮助和支持，正是有你们的鼓励，本书才得以顺利出版！

感谢我的女友连晓倩的支持、理解与付出，她的鼓励让我能够从零开始写一本书！

谨以此书献给我的家人，以及微信公众平台和所有离不开微信的朋友们！

闫小坤

2014年6月于北京

目 录

前 言

第 1 章 微信公众平台简介 1

- 1.1 微信：连接一切 1
 - 1.1.1 物联网 1
 - 1.1.2 二维码革命 2
- 1.2 微信公众平台 4
 - 1.2.1 大事记 4
 - 1.2.2 分类：服务号与订阅号 5
 - 1.2.3 微信认证 5
 - 1.2.4 公众号运营 6
 - 1.2.5 微社区 7
 - 1.2.6 微信公众平台管理后台 8
- 1.3 本章小结 9

第 2 章 编辑模式——轻松玩转公众号 10

- 2.1 开启编辑模式 10
- 2.2 自动回复消息 11
 - 2.2.1 添加自动回复 11
 - 2.2.2 消息自动回复 12
 - 2.2.3 关键词自动回复 13
 - 2.2.4 自动回复优先规则 15
- 2.3 自定义菜单 16
 - 2.3.1 设置自定义菜单 16
 - 2.3.2 设置动作 18
- 2.4 投票 19

2.5 案例分析 21

- 2.5.1 利用自动回复实现
我的书目功能 21
- 2.5.2 自定义菜单的典型案列：
小道消息 23

第 3 章 搭建开发环境 25

- 3.1 启用公众平台开发模式 25
 - 3.1.1 申请网址接入 26
 - 3.1.2 数据交换方式 26
 - 3.1.3 接口列表 27
- 3.2 SAE 环境搭建 28
 - 3.2.1 应用创建 28
 - 3.2.2 搭建本地开发环境 34
 - 3.2.3 SAE 常用服务 36
- 3.3 BAE 环境搭建 39
 - 3.3.1 创建工程 40
 - 3.3.2 BAE 常用服务 42
- 3.4 开发第一个应用 42
 - 3.4.1 下载 PHP SDK 42
 - 3.4.2 微信公众平台接口测试
账号申请 43
 - 3.4.3 上传服务器 45
 - 3.4.4 扫描二维码 45

第 4 章 消息接口 API 47

- 4.1 开发者模式接入 47

4.2 基础支持	48	5.1.1 自定义菜单的创建	88
4.2.1 申请测试账号	48	5.1.2 自定义菜单的查询和删除	91
4.2.2 获取 access_token	49	5.2 上传下载多媒体文件	92
4.3 接受消息	51	5.2.1 上传多媒体文件	92
4.3.1 文本消息	52	5.2.2 下载多媒体文件	93
4.3.2 图片消息	54	5.2.3 测试案例	95
4.3.3 语音消息	55	5.3 用户管理	95
4.3.4 地理位置消息	56	5.3.1 管理分组	96
4.3.5 链接消息	57	5.3.2 获取用户基本信息	101
4.3.6 视频消息	59	5.3.3 获取关注者列表	103
4.4 接收事件消息	60	5.4 获取用户地理位置	105
4.4.1 关注/取消关注事件	60	5.5 OAuth2.0 网页授权	106
4.4.2 扫描二维码事件	61	5.5.1 配置授权回调域名	107
4.4.3 上报地理位置事件	64	5.5.2 OAuth2.0 授权流程	108
4.4.4 自定义菜单事件	65	5.5.3 代码实现	111
4.5 回复消息	66	5.5.4 案例	112
4.5.1 回复文本消息	67	5.6 高级群发接口	114
4.5.2 回复图片消息	68	5.6.1 上传图文消息素材	114
4.5.3 回复语音消息	69	5.6.2 根据分组进行群发	116
4.5.4 回复视频消息	70	5.6.3 根据 OpenID 列表群发	121
4.5.5 回复音乐消息	72	5.6.4 删除群发	121
4.5.6 回复图文消息	74	5.6.5 事情推送群发结果	122
4.6 生成带参数的二维码	76	5.7 多客服功能	123
4.6.1 创建二维码 ticket	77	5.8 微信小店	125
4.6.2 通过 ticket 换取二维码	79		
4.7 客服接口	79		
4.8 语音识别	83		
4.8.1 让微信听懂你的话	83		
4.8.2 翻译助手	84		
第 5 章 高级接口	88	第 6 章 微信内置浏览器	
5.1 自定义菜单	88	Weixin JS 接口	127
		6.1 微信浏览器	127
		6.1.1 特征	128
		6.1.2 WeixinJSBridge	129
		6.2 WeixinJSBridge 使用说明	131

6.2.1	WeixinJSBridge 接口一览	131	第 8 章 微商城	214
6.2.2	界面接口	132	8.1 抽奖系统	214
6.2.3	分享接口	134	8.1.1 前端展示	214
6.2.4	监听事件	137	8.1.2 抽奖动画	215
6.2.5	功能接口	138	8.1.3 中奖概率	215
6.2.6	第三方 APP 接口	139	8.1.4 抽奖控制逻辑	216
6.3	案例	142	8.1.5 数据表设计	217
6.3.1	WeixinJSBridge 的加载 顺序	142	8.1.6 代码实现	218
6.3.2	隐藏 / 显示 WebView 右上角的分享按钮	143	8.2 微信支付	222
6.3.3	隐藏 / 显示 WebView 底部的导航栏	145	8.2.1 介绍	223
6.3.4	跳转到扫描二维码界面	146	8.2.2 JS API 支付	224
6.3.5	关闭 WebView	148	8.2.3 安全支付	228
6.3.6	发邮件	149	8.2.4 订单查询	231
6.3.7	图片预览	151	8.3 微信小店	232
第 7 章 餐厅管家		154	8.4 多客服功能	237
7.1	功能设计	154	8.4.1 服务开通	237
7.1.1	需求分析	154	8.4.2 添加客服工号	237
7.1.2	功能演示	155	8.4.3 在电脑上使用多客服	238
7.1.3	注意事项	159	8.4.4 在微信上使用多客服	240
7.2	“餐厅管家”的实现	160	8.5 本章小结	240
7.2.1	自定义菜单	160	第 9 章 微酒店	241
7.2.2	数据库操作类封装	161	9.1 微酒店功能及设计	241
7.2.3	微信消息接口	171	9.1.1 功能	241
7.2.4	预约管理	179	9.1.2 数据库设计	242
7.2.5	菜单管理	186	9.2 功能实现	243
7.2.6	二维码优惠券	189	9.2.1 自定义菜单	243
7.2.7	路线导航	201	9.2.2 消息处理	244
7.3	本章小结	213	9.2.3 位置消息	245
			9.2.4 附近酒店	246
			9.2.5 预订酒店页面	248
			9.2.6 用户注册页面	252

9.2.7 添加订单页面.....	255	10.1.3 数据表设计.....	266
9.2.8 我的订单页面.....	257	10.2 代码实现.....	267
9.2.9 退订.....	259	10.2.1 消息判断.....	267
9.2.10 订单后台管理.....	260	10.2.2 创建游戏.....	269
9.2.11 我的会员卡.....	263	10.2.3 创建房间.....	269
第 10 章 游戏开发——		10.2.4 换词.....	272
 谁是卧底.....	265	10.2.5 改词.....	272
10.1 谁是卧底功能及设计.....	265	10.2.6 加入房间.....	273
10.1.1 游戏规则.....	265	10.2.7 后台操作.....	274
10.1.2 核心流程.....	265	10.3 效果展示.....	275

第 1 章 微信公众平台简介

坐拥 6 亿注册用户的微信，已成为不少人的装机必备软件。人们发语音聊天，刷朋友圈，读公众账号文章，过着离不开微信的日子。对广大开发者有利的是，这个移动互联网上的重要入口，一开始就以开放姿态面世。微信提供了公众平台和开放平台，分别供公众账号运营者和移动应用开发者使用。

再小的个体，也有自己的品牌。无论是企业、组织，还是媒体、个人，微信公众平台都可以以轻应用的形式提供服务。公众平台的编辑模式，使不会编程的用户也能轻松使用；而开发模式和众多的开放接口，则为开发者提供了广阔的想象空间和难得的机遇。

本章重点介绍一下微信、微信公众平台及公众账号，希望读者在投入微信公众平台开发时，能对微信公众平台能做什么、鼓励做什么有一定的认识，在开发过程中少走弯路。

1.1 微信：连接一切

不止一种技术幻想过这样的场景：快下班时对空调说“温度降到 27 度”，对热水器说“烧热水要洗澡”。企业以智能家居为物联网技术的突破口，已经使这样的场景变为了现实。微信不光连接人，还可以连接能上网的机器。每个机器都有个二维码作为设备 ID，在微信里可以通过和设备对话来控制设备。微信作为连接者，成为最有价值的用户与用户最满意的产品之间的桥梁。

1.1.1 物联网

微信有两大逆天功能：摇一摇和扫一扫。前者曾创造了“点亮广州塔”的辉煌事迹，后者则培养了用户见黑白方块就扫的习惯。见到下面印有二维码的奶牛，读者是不是有扫一扫的冲动呢？

真的能扫！你会发现打开了网页，上面这样介绍这头奶牛：

名字：Shamrock

品种：黑白花乳牛

每天产 30 ~ 40 升牛奶。

夏天到野外吃新鲜青草，冬天青草不再生长时，改吃青贮饲料。

需要平衡的饮食。

时常有农业科学家来和农场主讨论青贮饲料和谷物的比例，并制定一系列计划来保证它的健康。

这是一篇来自 BBC 的报道，农场主给奶牛身上涂上二维码来宣传牧场。只要扫一下牛身上的二维码，即可知道这头奶牛的所有资料。

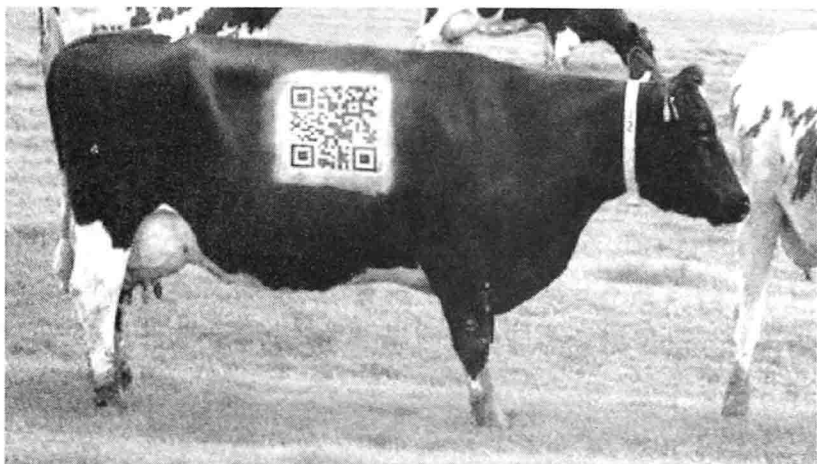


图 1-1

奶牛二维码的内容是一个短链接：<http://goo.gl/yAE1Q>，完整 URL 为 <http://www.thisisdairyfarming.com/news-press/in-the-news/lady-shamrock/> 不能扫一扫的读者，可以访问此链接。

这在技术上并不神奇，生成二维码，扫描二维码，都是业界成熟的技术。但利用微信“扫一扫”连接奶牛（物理世界）和互联网（信息世界），或者用微信控制家用电器，这种人与物、物与物之间的连接，正是物联网的基础。

1.1.2 二维码革命

奶牛身上印有二维码，扫描后显示链接（文字），再跳转到相应的网页。这说明二维码是一种编码方式。这里介绍一下二维码及其前景。

1. 什么是二维码

二维码英文为 Quick Response Code，简称为 QR code。通俗地讲，二维码是二维的条形码，可以在水平和垂直方向同时存储信息。生成的二维码图形一般为正方形，根据特定的编码方式，在平面（二维方向）上绘制黑白相间的图形。例如微信公众平台的二维码如下：



从条形码到二维码

大家是否见过下图的两张火车票？

我相信大多数读者都见过右边的蓝票，左边的红票可能没见过。这里简单介绍一下：红票为软纸票，是1997年确定的车票统一式样。2009年12月，铁路部门对火车票进行升级改版，并在2010年春运前推出磁卡票（蓝票）。

蓝票与红票最明显的变化是车票下方的条形码变成二维码。



图 1-2

2. 为什么二维码是一场革命

人类社会的信息革命，常常伴随着一种新的编码方式而出现。

1836年萨缪尔·摩尔斯发明了摩尔斯电码（Morse Code），它是一种时断时续的信号，由点、划、停顿长短等作为基本单位，通过不同的排列顺序来编码不同的文字符号。这项技术使得通信距离大大增加，而信息几乎瞬时到达。后来摩尔斯电码被用于电报业务，并且被作为海事通信的国际标准一直使用到1999年。

诺曼·约瑟夫·伍德兰在1952年注册了条形码专利。22年后的1974年，俄亥俄州一家超级市场的口香糖成为首个扫描条形码的商品。这项技术使得输入效率和准确率大幅提升。现在，条形码广泛用于各个领域和行业，如零售业、书籍、服装、商品、银行、医疗及电子产品等。

QR二维码由日本丰田子公司 Denso Wave 于1994年发明并开始使用。微信的“扫一扫”功能，使得二维码的作用发挥到极致。墙壁、门窗、纸张上印刷的二维码，扫一下就能打开网页、调用App、完成校验、购买物品、支付费用，瞬间完成从线下到线上的转变。而微信公众平台提供的生成带参数的二维码功能，可以为线上的URL连接、商品、支付信息生成二维码，该二维码可以被查看、下载、印刷，完成线上到线下的转变。

二维码的信息容量大，能够编码数字、字母、汉字、图片等信息。拿纠错级别L的Version 40二维码来说，能够容纳2953字节，或1817个utf8编码的中文字符。这个容量级别，能够放下个人名片、电子票务凭证、优惠券、电子回执等，能够适应于各行各业的应用。

在移动互联网时代，手机就是一个天然的二维码扫描器，随着手机的普及和移动网络的发展，未来肯定会出现更多二维码相关的产品，二维码也终将影响到各个行业。

1.2 微信公众平台

微信有两大公众平台分别为：开放平台和公众平台。

- 开放平台。针对移动应用开发。开发者接入微信开放平台后，可以使移动应用支持微信分享、微信收藏和微信支付。官方网站为：<https://open.weixin.qq.com>。
- 公众平台。接入微信开放平台公众账号开发，提供类似于轻应用的服务。<https://mp.weixin.qq.com>。本书主要关注公众平台账号开发。

1.2.1 大事记

- 1) 2012年8月17日，公众平台面向普通用户开放注册。
- 2) 2013年3月19日，公众平台开放“自定义菜单”内测资格申请。
- 3) 2013年8月5日，公众平台将公众号细分为服务号和订阅号。服务号每月只能群发一条消息；订阅号每天可发一条，但消息被折叠到订阅者分类中。
- 4) 2013年8月29日，公众平台增加数据统计功能。
- 5) 2013年10月29日，公众平台新版公测，主要开放高级接口。
- 6) 2013年12月，公众平台发布了一系列公告，打击违法违规的内容和行为，主要包括以下内容：
 - 打击假冒伪劣商品销售推广行为。
 - 打击诱导分享行为。反对不正当利用公众号群发消息的功能破坏用户体验的行为，特别是通过群发消息等手段强制或诱导用户分享至朋友圈的营销行为是我们所不鼓励的（例如通过奖励诱使用户进行分享、强制要求分享至朋友圈即可查看等行为）。
- 7) 2014年3月5日，公众平台发布微信支付申请指引，标志着微信支付正式对服务号开放。
- 8) 2014年4月4日，公众平台发布《微信公众平台运营规范》，明文规定平台反对和禁止的行为及处罚机制与举报机制。
- 9) 2014年4月15日，公众平台进行服务号群发策略调整。所有服务号的群发次数由原来的每月1次改为每月（自然月）4次。此外对已微信认证的服务号，开放公众平台高级群发接口，开发者可以通过高级群发接口实现更灵活的群发。
- 10) 2014年5月6日，腾讯公司宣布成立微信事业群（WeiXin Group，简称WXG），腾讯公司高级执行副总裁张小龙出任微信事业群总裁。这意味着微信的发展进入一个崭新的阶段。
- 11) 2014年5月9日，公众平台新增投票和多客服功能。
- 12) 2014年5月22日，微信认证结果拆分为资质审核和名称审核。
- 13) 2014年5月29日，公众平台增加微信小店功能，已接入微信支付的服务号，可以申请开通微信小店功能。
- 14) 2014年6月6日，公众平台发布清理“集赞”行为的公告，对利用朋友圈“集赞”的行为进行打击。处罚力度很大，公众号累计发现四次有“集赞”行为，永久封号，不可解封。

1.2.2 分类：服务号与订阅号

公众账号分为两种：服务号和订阅号。这两种账号的应用范围和所能获得的服务各不相同。服务号给企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，帮助企业快速实现全新的公众号服务平台。对于企业和组织，可选用服务号。订阅号为媒体和个人提供一种新的信息传播方式，构建与读者之间更好的沟通与管理模式。对于媒体和个人，可选用订阅号。

服务号的功能如下：

权限	描述
语音识别	通过语音识别接口，用户发送的语音，将会同时给出语音识别出的文本内容。
客服接口	通过客服接口，公众号可以在用户发送过消息的24小时内，向用户回复消息。
OAuth2.0网页授权	通过网页授权接口，公众号可以请求用户授权。
生成带参数二维码	通过该接口，公众号可以获得一系列携带不同参数的二维码，在用户扫描关注公众号后公众号可以根据参数分析各二维码的效果。
获取用户地理位置	通过该接口，公众号能够获得用户进入公众号会话时的地理位置（需要用户同意）。
获取用户基本信息	通过该接口，公众号可以根据加密后的用户OpenID，获取用户的基础信息，包括头像、名称、性别、地区。
获取关注者列表	通过该接口，公众号可以获取所有关注者的OpenID。
用户分组接口	通过分组接口，公众号可以在后台为用户移动分组，或创建、修改分组。
上传下载多媒体文件	通过该接口，公众号可以在需要在微信服务器上上传下载多媒体文件。

图 1-3

订阅号的功能较少，没通过认证前只有消息接口。通过认证后会增加自定义菜单功能。

服务包	内容	操作	状态
基础接口	接收用户消息		有效
	向用户回复消息		
	接受事件推送		

图 1-4

1.2.3 微信认证

微信的审核和认证流程很严格，因此读者在申请认证前，务必要谨慎对待，这里列出一些需要注意的地方。

1. 名称不易修改

微信公众号的名称一旦设定，不易修改。如果需要修改，可以发邮件给微信公众平台官方（weixinmp@qq.com）。

2. 关联微博认证

目前提供腾讯微博认证。如果你已经获得腾讯微博认证，可以在“设置”页的账号信息

下，申请认证。微博认证失败最常见的情况是微信名称和微博名称不一致。这时，除了改微信名称或微博名称外，可以申请人工审核。其方法仍是向微信公众平台官方发送邮件进行申请。针对此类申请的基本要求包括：

- 1) 你的微博认证资料能证明你是某领域专业人士。
- 2) 你的公众号应明确属于该领域。
- 3) 需要你提供以下材料：
 - 提供微信认证过程截图
 - 微信公众号昵称、ID、公众号内容说明
 - 认证微博的地址
 - 认证过程分享二维码的微博地址及分享的二维码截图

微信公众平台在 7 个工作日内会通过邮件给出审核结果。

3. 微信认证

2014 年 5 月 22 日，公众平台发布公告，微信认证结果拆分为资质审核和名称审核。从当天起，微信认证结果将分为账号主体资质审核和账号名称审核。

1) 代表企业资料真实性的账号主体资质，审核成功后，订阅号可立即获得自定义菜单，服务号可立即获得公众平台所有高级接口和功能。

2) 代表企业标识的账号名称，审核成功后，订阅号和服务号均可获得认证的“勾”和相关信息备注。

以上策略更新后，操作上没有任何变化，但整个认证流程会分成两个阶段的结果通知到运营者。对公众号最大的好处是：只要账号主体资质审核通过，就会获得所有高级接口和功能——订阅号获得自定义菜单，服务号获得开放的所有高级接口。通俗地说，假设我有一个公众号叫兔子，但其实“兔子”是兔子饭庄。这样在认证的时候，名称审核肯定不能通过，因为“兔子”是一个通用词，不可能认证为一个饭店的名称。但你的主体资质是饭店，主体资质就能通过，就能获得自定义菜单和所有高级接口。著名的自媒体人青龙老贼对《微信认证规则调整办法》有一个通俗版解读，有兴趣的读者请参考：<http://url.cn/QXheG1>。

1.2.4 公众号运营

2014 年 4 月 4 日，公众平台发布《微信公众平台运营规范》，为建设绿色、健康的微信生态环境，做到了“有法可依”。对于“执法必严，违法必究”，对于诱导用户分享到朋友圈、“集赞”等行为，处罚相当严重。对于公众号运营者来说，运营活动不仅要给用户带来真正有价值的信息和服务，而且要遵守规范，不要触碰底线。这里和读者分享几点提示。

1) 不要骚扰用户。无论服务号还是订阅号，用户的关注与取消关注都十分便捷，因此不要过度营销，不要骚扰用户。

2) 不要乱碰朋友圈。微信的朋友圈是一个由熟人关系链构建而成的小众、私密的圈子，用户在朋友圈中分享和关注朋友们的生活点滴，从而加强人们之间的联系，它并不是一个营销平台。简言之，朋友圈和公众平台是微信的两个独立产品，其定位和功能不同。朋友圈是

院子，公众平台是广场。把广场的东西堆满院子，是谁都不想看到的。当然，用户自愿分享优质内容，不在此列。

3) 不要使用外挂。插件、外挂等大多使用模拟登录方式，而非公众平台开放的接口。使用外挂来规避群发限制策略，用公众平台的单发功能来实现群发功能，意图规避公众平台对于群发次数的限制等，这些都是不可取的。

4) 重视线下的推广。微信担负着 O2O 业务的重任，所以鼓励开发者进行 O2O 相关产品的开发。例如一栋大楼的二维码，扫描关注后，能看到大楼的概况、楼层配置、物业情况、写字楼租赁信息，甚至能知道电梯停靠在几层；或者商店在店面放置二维码来推广，用户在微信上就可完成下单和支付。

1.2.5 微社区

相信读者都见过这样的公众号，自定义菜单加上社区链接，俨然一个手机 App 的样子。图 1-5 是“大象公社”的自定义菜单截图，其中的大象社区是微社区。



图 1-5

提到社区论坛，读者也许会想到 Discuz!。Discuz! 是全球安装量最大的论坛软件系统。“老树开新花”，在移动互联网时代，Discuz! 团队开发了手机上的新社区：“微社区”。

微社区是基于微信公众账号的互动社区，其官网地址为：<http://wsq.qq.com>。它可以广泛应用于微信服务号与订阅号，微信公众账号的粉丝们可以在微社区里自由交流，发帖、回帖、上传照片等，是微信公众账号运营者打造人气移动社区、增强用户黏性的有利工具。

如果说微信公众平台提供了“一对多”的单向消息流，那么微社区无疑是“多对多”的沟通模式。用户与用户、用户与运营者之间可以双向交流，给用户带来更好的互动体验，让互动更便捷、更畅快。

微社区具有以下优点：

- 轻量级。不需要客户端，在微信的公众账号、手机 QQ 和手机 Qzone 里即可访问。
- 与 PC 端论坛打通。一些站长运营着 PC 端论坛，微社区官方有计划跟 PC 端论坛的数据打通，这样即可利用原来社区的内容，又可吸引原来社区的用户。
- 获取用户的成本降低。
- 与公众账号的推送能力相结合，增加用户回流和活跃度。

那么如何运营好微社区呢？

- 第一，定位要清晰。微社区官方希望推荐给用户一些垂直化、本地化的信息，更好地满足用户个性化的需求。比如根据用户的兴趣或用户的所在地，推荐用户比较感兴趣、与之相关联的信息。

- 第二，要有优质内容。能够吸引用户，并且使其有分享和传播的欲望。
- 第三，合理利用社交关系来引流。我们可以利用朋友圈、QQ 群、微信好友和 QQ 好友等社交关系来吸引流量。

1.2.6 微信公众平台管理后台

读者登录公众平台后，会进入如下界面：



图 1-6

左侧是导航菜单，分为功能、管理、服务、统计、设置五个部分。右上显示新消息、新增人数和总用户数。右下显示系统公告、公众平台发布的公告和更新说明。

功能包括群发功能和高级功能。群发功能可以将文字、语音、图片、视频、图文消息等类型的内容，下发给粉丝，而且人数不限。群发消息的到达率和阅读量都远高于其他渠道，而且作者能够自由控制推送的时间，能够接受读者的反馈，所以这个功能一开始就得到了广大媒体用户的欢迎，“自媒体”概念也随之产生和流行。高级功能包括编辑模式和开发模式。编辑模式的使用将在第 2 章探讨，而开发模式正是本书的重点，将在第 3 章及后续章节中详细说明。

管理分为消息管理、用户管理和素材管理。在消息管理中，可以查看最近 5 天的消息，并能回复用户。用户管理显示用户列表，能够对用户进行分组、修改备注名、拉黑名单等操作。素材管理可以上传图片、语音、视频，并可以编辑图文消息。

服务分为服务中心和我的服务。服务中心显示所有可申请的服务，而我的服务显示我已经获得的服务。

统计功能分为用户分析、图文分析、消息分析和接口分析。其中用户分析可以查看用户