
2013 人民微博政务影响力报告

人民网微博事业部

2013 年 12 月

前言

2013年10月15日，国务院办公厅发布《关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》（以下简称《意见》），其中多次提到政务微博，要求各省（区、市）人民政府积极探索用政务微博、微信发布政务信息，确保在应对重大突发事件以及社会热点事件时“不失声”、“不缺位”。由此可见，国务院对政务微博的重视程度。

在这样的大背景下，2013年的政务微博发展迅猛。数据显示，截至2013年12月31日，人民微博平台政务微博账号总数达3万个，当年新增近2万个，实现了政务微博数量的跨越式增长。

在人民微博目前的政务微博账号中，中央和国家部委有21个，副部级以上个人和机构账号162个，实现了各级政务微博的全面扩张。

在对外交流与合作方面，人民微博继续发力。今年新增德国驻华使馆、阿根廷驻华使馆、联合国世界粮食计划署等15个驻华使馆或国际机构官方微博。截至目前，入驻人民微博的驻华使馆和国际机构官方微博账号达到38家。他们除了在人民微博上及时发布各种消息，还积极参与人民微博组织策划的“驻外使馆贺新春”、“驻华使馆看中国”等系列活动，取得了非常良好的传播效果。

除了这些，人民微博平台在2013年的运营中积极创新，实现了多项突破。

在问政平台建设方面，人民微博继续强化问政平台的实用性和沟通功能，今年继续在数量和形式上有所突破和创新。增加了（北京市）东城组工微家园、成都微社区等25家政务微博平台，使人民微博政务平台总数达112家，并开创了将微博垂直用于基层组工建设、现实社区管理等多种创新模式，实现了定制化、个性化，满足了不同政务平台的多样性的问政需要。

此外，2013年，人民微博出品的官民沟通平台政务通，每周推出“一周政务之星评选”活动，由网友票选出上一周在及时回应社会问题、解决百姓困难、颁布利民政令等方面反映迅速、表现最佳、赢得信任的政务微博机构和个人。截

至 2013 年 12 月 31 日，共计选出 42 期“一周政务微博之星”，得到了众多网友和政务微博账号的参与和支持。

尽管 2013 年政务微博得到了长足发展，但仍然处于发展的上升阶段，还存在很大的提升空间。

正如《意见》提出：与公众期望相比，当前一些地方和部门仍然存在政府信息公开不主动、不及时，面对公众关切不回应、不发声等问题，易使公众产生误解或质疑，给政府形象和公信力造成不良影响。各地区各部门应积极探索利用政务微博等新媒体，及时发布各类权威政务信息，尤其是涉及公众重大关切的公共事件和政策法规方面的信息，并充分利用新媒体的互动功能，以及时、便捷的方式与公众进行互动交流。

本报告对 2013 年人民微博平台上的政务微博账号相关数据进行分析，总结出当年在各个领域有突出表现的政务微博账号排行。同时，对 2013 年人民微博上的政务微博整体发展趋势、特征以及典型的案例进行了分析。此外，该报告还深入分析了政务微博目前尚存在的不足，也对今后的发展趋势做了预期，以期为政务微博健康、有序、迅速发展提供借鉴。

目 录

1. 2013年人民微博政务微博影响力排行	5
1.1 数据指标:	5
1.2 十大部级政务微博排行	7
1.3 十大省市级政务微博排行	8
1.4 十大公检法微博排行	9
1.5 十大最具影响力政务个人微博排行	10
1.6 十大政务微博发布厅排行	11
2. 人民微博政务特色分析	12
2.1 主题式发布厅构建官民沟通新平台	12
2.1.1 案例一:北京市东城组工微家园项目	13
2.1.2 案例二:“成都微社区”试点微平台	15
2.1.3 案例三:梅州发布微博议事厅	17
2.2 影响力用户集中发声汇聚权威态度	19
2.2.1 案例一:百名代表委员共述中国梦	20
2.2.2 案例二:听政——省级领导微博寄语	21
2.2.3 案例三:全国各地景区倡导文明旅游	22
2.3 重大事件微博直播助推信息公开	23
2.3.1 案例一:@济南中院 直播薄熙来案	24
2.3.2 案例二:@首都政法综治网 直播热点案件庭审	26
2.3.3 案例三:@黔办之声 直播省政府常务会议	28
2.4 热点事件及时回应减少民众误解	30
2.4.1 案例一:嘉兴市农经局就“黄浦江死猪事件”做客人民微博微访谈	31
2.4.2 案例二:@郴州发布 独家回应临武县“城管砸死瓜贩事件”调查进展	33
2.4.3 案例三:贵州副省长@陈鸣明回应微博争议言论:有话好好说 从我做起	35
2.4.4 案例四:北京市肿瘤防治研究办公室回应雾霾致癌	37

3. 政务微博发展的不足及建议	39
3.1 僵尸微博依然存在	40
3.2 内容同质化、原创性有待增强	41
3.3 互动、回应有待加强	42
3.4 缺少相应规范、规则	43
4. 2014 年政务微博发展趋势预测	44
4.1 中级用户粘性增加，力量壮大	44
4.2 个性化增强，找准自身定位	45
4.3 运营更加规范，把关严格	46
4.4 集群式发布厅将增多，作用增强	47
5. 结 语	48
附件 1：人民微博 2013 年大事记	49
附件 2：2013 年政务微博之星	50

1. 2013 年人民微博政务微博影响力排行

1.1 数据指标:

人民微博对站内排行前 500 位的政务机构微博和官员个人微博(认证时间截止到 2013 年 12 月 31 日)进行分析计算,得出人民网政务微博排行榜。政务机构和公务人员微博排行主要依据四个指标:活跃度、传播力、影响力、舆情应对能力。以下为这四个指标所包含的二级指标:

(一) 微博活跃度:

(1) 微博数:一年内所发微博总数(数据统计时限为 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日,以下数据如无特别说明皆同)。

(2) 微博频率:日均所发微博数。

(3) 微博原创率:原创性微博占所发全部微博的比例。

(4) 关注微博数:相关微博关注其他微博总数。

(5) 评论微博数:对其他微博进行评论的总数。

(二) 微博传播力:

(1) 微博被转发量:所发微博被转发总量。

(2) 微博被转发率:平均每条微博被转发量。

(3) 微博被评论量:所发微博被评论总量。

(4) 微博被评论率:平均每条微博被评论量。

(三) 微博影响力:

(1) 媒体关注度:媒体对该微博进行报道或评论文章的总量。

(2) 媒体倾向指数:相关媒体文章对微博进行评论内容的正面或负面。

(3) 网友讨论热度:网友对微博进行讨论和评论的微博总量。

- (4) 评论倾向指数：网友对微博进行评论内容的正面或负面。
- (5) 政务之星评选指数：本年度政务之星候选次数和获选次数。

(四) 舆情应对能力：

- (1) 舆情引导指数：表征微博内容政务含量的高或低。
- (2) 舆情应对指数：表征从突发事件引发网友关注到政务微博回应的的时间。
- (3) 网友接受指数：网友对政务微博回应的接受程度。

以上四个指标中，微博活跃度和微博传播力为纯粹客观指标，直接通过数据统计得出；微博影响力和舆情应对能力中包含部分主观指标，这部分数据通过舆情分析师对相关微博进行科学抽样和内容分析后，还原为可统计量最终得出。

1.2 十大部级政务微博排行

序号	微博账号	认证信息	微博数	活跃度	影响力	传播力	舆情应对能力	综合得分
1	国务院公报	国务院公报官方微博	514	83.23	98.78	97.88	93.25	93.29
2	中国普法	中国普法网官方微博	1722	91.36	92.66	94.35	92.11	92.62
3	健康中国	国家卫生和计划生育委员会官方微博	771	85.31	93.21	95.63	95.49	92.41
4	国资小新	国务院国资委新闻中心	1139	88.25	93.31	94.45	93.27	92.32
5	商务微新闻	商务部官方微博	3605	94.05	91.21	91.46	92.05	92.19
6	外交小灵通	外交部公共外交办公室	2487	92.85	92.65	91.28	91.47	92.06
7	国家安监总局	国家安全生产监督管理总局官方微博	135	80.09	95.78	94.98	91.95	90.70
8	国土之声	国土资源部官方微博	490	82.46	92.36	92.85	92.45	90.03
9	证监会发布	中国证监会办公厅新闻办官方微博	232	80.78	91.24	92.45	94.85	89.83
10	国家林业局	国家林业局官方微博	938	87.16	90.21	91.23	90.45	89.76

1.3 十大省市级政务微博排行

序号	微博账号	认证信息	微博数	活跃度	影响力	传播力	舆情应对能力	综合得分
1	广东发布	广东省人民政府新闻办公室官方微博	8555	97.58	93.46	94.69	95.74	95.37
2	成都发布	成都市人民政府新闻办公室官方微博	7583	95.23	92.54	94.23	96.41	94.60
3	拉萨发布	拉萨市委宣传部官方微博	1054	85.21	91.85	97.48	94.97	92.38
4	活力内蒙古	内蒙古自治区互联网信息办公室官方微博	441	80.23	93.46	96.98	93.89	91.14
5	湖南政务微博厅	湖南省互联网信息办公室官方微博	806	83.57	91.45	93.47	93.85	90.59
6	微博云南	云南省人民政府新闻办公室官方微博	1928	87.61	90.90	92.17	91.63	90.58
7	黔办之声	贵州省人民政府办公厅官方微博	1313	86.24	90.47	91.74	93.76	90.55
8	微博江苏	江苏省人民政府新闻办公室官方微博	7343	92.59	87.86	90.52	90.25	90.31
9	安徽发布	安徽省互联网信息办公室官方微博	5457	90.86	87.47	89.65	90.96	89.74
10	甘肃发布	甘肃省人民政府新闻办官方微博	5466	90.89	85.49	90.21	90.71	89.33

1.4 十大公检法微博排行

序号	微博账号	认证信息	微博数	活跃度	影响力	传播力	舆情应对能力	综合得分
1	济南中院	山东省济南市中级人民法院官方微博	225	88.74	98.97	98.88	92.11	94.68
2	平安北京	北京市公安局官方微博	9575	95.21	94.75	94.11	93.41	94.37
3	警民直通车-上海	上海市公安局官方微博	558	90.98	93.77	93.47	92.16	92.60
4	豫法阳光	河南省高级人民法院官方微博	12845	98.46	90.15	90.02	90.13	92.19
5	青海政法	青海省委政法委官方微博	3237	93.47	89.47	91.47	89.46	90.97
6	平安辽宁	辽宁省公安厅政务微博	16780	98.48	86.01	89.32	89.74	90.89
7	广州公安	广州市公安局官方微博	3451	94.21	86.74	90.65	90.96	90.64
8	广东省人民检察院	广东省人民检察院官方微博	181	83.16	90.59	92.87	88.46	88.77
9	浙江公安	浙江省公安厅官方微博	2562	91.85	84.76	88.68	89.11	88.60
10	安徽公安在线	安徽省公安厅官方微博	1635	89.46	83.46	88.75	89.41	87.77

1.5 十大最具影响力政务个人微博排行

序号	微博账号	认证信息	微博数	活跃度	影响力	传播力	舆情应对能力	综合得分
1	罗援	第十一届全国政协委员,军事科学院世界军事研究部原副部长,少将,研究员,博士生导师。	172	87.23	97.56	98.79	99.47	95.76
2	贺铿	十一届全国人大常委会、财经委副主任;中央财经大学统计学院院长、博士生导师	2265	93.46	94.27	94.13	98.60	95.12
3	柳斌杰	清华大学新闻学院院长、全国人大教科文卫委主任	73	87.16	95.04	94.85	97.16	93.55
4	王嵎生	中国前驻尼日利亚、哥伦比亚大使、中国前 APEC 高官、中国国际问题研究基金会战略研究中心执行主任	495	90.47	93.76	93.46	96.47	93.54
5	叶青	全国人大代表,湖北统计局副局长	9276	95.47	91.52	90.48	94.41	92.97
6	陈鸣明	贵州副省长	2990	93.41	92.07	91.96	94.19	92.91
7	陈里	三农、社会学学者,管理学博士	5810	94.89	91.89	90.78	93.08	92.66
8	罗崇敏	国家督学,云南省人民政府参事,原云南省教育厅厅长	4913	93.98	90.41	90.06	94.98	92.36
9	廖新波	广东省卫生厅副厅长	1566	91.78	90.75	90.76	94.75	92.01
10	毛新宇	“十八大”代表、全国政协委员、毛泽东嫡孙	228	87.76	97.19	92.47	89.06	91.62

1.6 十大政务微博发布厅排行

序号	微博账号	活跃度	影响力	传播力	舆情应对能力	综合得分
1	北京微博发布厅	95.68	95.13	94.96	93.56	94.83
2	广东微博服务厅	94.18	94.15	93.12	91.74	93.30
3	成都微社区	93.89	93.32	90.13	95.26	93.15
4	梅州发布微博议事厅	94.78	90.42	89.47	93.96	92.16
5	豫法阳光微博平台	92.16	90.25	90.86	91.23	91.13
6	山西省法院系统微博发布厅	91.41	89.16	88.43	90.07	89.77
7	河北高校微家园	93.52	85.29	86.74	87.12	88.17
8	北京市东城组工微家园	93.17	82.96	87.49	85.43	87.26
9	哈尔滨微博服务厅	90.14	80.76	83.15	82.56	84.15
10	浙江公安微博发布厅	89.24	80.75	83.98	80.46	83.61

注：此处所指微平台，是以一定数量、互有关联的政务机构账号为基础，具有信息披露、回应民意等政务功能的微博客平台。

2. 人民微博政务特色分析

2.1 主题式发布厅构建官民沟通新平台

主要特征：

人民微博主题发布厅开创了政务微博运营的三“新”：**新模式**。打造政府与人民新的互动交流平台，创新管理模式；**新格局**。打破之前官方账号简单发布信息传统格局，打造多功能、多类型的宣传推广新格局；**新态度**。打通官民之间多重隔阂，通过网络面对面访谈或者直播等形式，拉近政府和群众距离，让政府放下身段，倾听老百姓的心声。

2.1.1 案例一：北京市东城组工微家园项目



图 2-1：北京东城组工微家园人民微博平台页面

●账号速读：

“北京市东城组工微家园”由人民网微博事业部与北京市东城区委组织部合作搭建，旨在通过理论研讨、教育培训、经验交流、在线服务，凝聚组工力量、构建组工文化、打造模范部门、建设过硬队伍，营造组工干部互动交流的精神家园、服务党员群众的新兴载体。主要通过微访谈、发布党建知识、展示先进人物事迹等方式运营微博。

链接：<http://t.people.com.cn/dchzzb>

●案例简介：

2013年5月开通后，经过半年多的时间，微家园现已入驻17个街道工委，13个委办局党（工）委，100个基层党组织，60名组工干部。期间，策划推出“创享红色东城”系列微访谈，目前已组织开展七期，共参与提问数316，回复数129，问题回复率为41%。期间，在党网“党员风采”版块及人民微博“微博访谈”发布稿件8篇。

目前，微家园正在进行二期改造升级，增添即将认证入驻的2000多个党员账号，以及增加微博问答互动版块。并首批投放了600份宣传海报，张贴至东城区187个街道社区，开展了随手拍活动予以宣传推广，有效地激发用户活跃度和

参与度。

●影响力：

通过这种微博新媒体形式，不仅打造出组工干部交流互动新平台，创新社会管理的模式，还能让平台服务于组织管理，有利宣传推广，和谐党群关系，传递正能量。

随着功能的拓展，东城区委组织部表示将把这一平台打造成为全区组工干部和广大党员干部理论学习的园地、工作宣传的窗口、经验交流的媒介、联系群众的纽带、为民服务的桥梁，搭建起全区党员、干部、人才和广大群众的网络家园，探索和积累运用信息化手段开展组织工作的有益经验。

2.1.2 案例二：“成都微社区”试点微平台



图 2-2：成都微社区人民微博平台页面

●账号速读：

“成都微社区”平台旨在对成都市的相关工作通过微博发布、专题等形式进行宣传、推广，建立微社区试点平台，并及时对突发、热点事件进行应对和回复。

链接：<http://t.people.com.cn/cdwbMain.action>

●案例简介：

“成都微社区”平台基于成都市网信办与人民网的合作，主要包括五大方面的内容。包括专题宣传，主要围绕成都市中心工作等主题宣传需求，策划组织大型活动或论坛，人民网以专题形式进行重点推广；根据成都市工作重点，成都市向人民网提供大量信息进行发布推广；在人民网开设特约专题，围绕成都市发生的主题实践，进行专题制作和宣传推广，部分评论性内容还会向观点频道推送；建立成都市微社区试点平台，以成华区、温江区、邛崃区委为试点单位，建设全国首个微社区平台，根据试点效果逐步推广，并提供人民网多平台微博管理系统的免费使用；最后是突发事件应对与舆情处置。

●影响力：

通过“成都微社区”，实现了政府官方账号与人民微博平台的有效对接，并

实现了可行性的复制模式，为今后更多有需求的政府部门提供了借鉴；此外，“成都微社区”推出的试点微平台，也将打造全国首个创新型社会管理平台，为主题式平台的创建提供更多的案例参考，具有更多实际意义。

2.1.3 案例三：梅州发布微博议事厅



图 2-3：梅州发布微博议事厅人民微博平台页面

●账号速读：

作为世界客都的梅州在人民微博开设的宣传、沟通窗口。设有“梅州新闻”、“市领导访谈”、“市直机构负责人访谈”、“梅州议事”等栏目，并通过新闻播报、视频展示、系列访谈等方式对梅州新政策、新成果进行宣传。

链接：<http://t.people.com.cn/meizhoufabu.action>

●案例简介：

2013年全国两会期间邀请谭君铁市长做客人民网视频，取得了良好的效果。之后，人民微博又先后在该发布厅进行市长（包括副市长）访谈共计6场；市直机构负责人访谈7场。前后共入驻涵盖县、区、委办局的账号共计52个。

人民微博为“梅州微博议事厅”系列访谈搭建汇总专题。包括：汇总往期微访谈以及视频访谈；汇总每期微访谈落地人民网的新闻稿件；梅州市直机构及区县账号集群展示，及微博滚动播报等。

此外，每场访谈结束后，人民微博会根据访谈内容编发稿件，对访谈内容进行二次传播，加强对梅州发布微博议事厅优质内容的推广。

●影响力：

“梅州发布微博议事厅”的模式颠覆了传统发布厅只做微博滚动展示的格局。在保留发布厅固定模块的基础上，引入系列微访谈，实现市领导定期与网友见面，让市民感受到政府在倾听民意方面所做的努力和改变，并把“对话市长、市领导”作为日常生活中的一件“家常事”，积累正能量。也让访谈逐渐成为了梅州社会稳定的减压阀，取得了良好的社会效果。

2.2 影响力用户集中发声汇聚权威态度

主要特征：

截至 2013 年 12 月 31 日，人民微博平台今年新增的政务微博用户数中，中央和国家部委 21 个，驻华使馆及机构 38 个，副部以上账号 162 个，实现了**权威用户持续增长**；针对全国两会、文明出游、记者责任等热门话题，用户集中参与人民微博的各种策划、访谈，发表自己的看法或是表达符合自己身份的立场，形成强大的规模效应，实现了**热点事件集中发声**；通过这些具有影响力和号召力的权威用户发声，引领了一些社会热点事件的舆论导向，提高了主题策划的传播力和影响力，也让一些社会倡议得到广大网友的积极响应，**影响力成倍扩大**。

2.2.1 案例一：百名代表委员共述中国梦



图 2-4：百名代表委员共述中国梦专题

●账号速读：

2013 年两会期间，人民微博推出特别策划“百名代表委员共述中国梦”，137 位来自各行业、各界的全国人大代表、政协委员通过人民微博述说自己的“中国梦”，表达对中国发展的愿景与期待，人民微博也因此成为两会期间全国代表和委员开通账号数目最多的微博平台。

链接：<http://www.people.com.cn/GB/347065/349026/357195/index.html>

●案例简介：

在参与此次策划的代表中，既有关注生存环境的全国工商联专职副主席，也有关注农民工权益的人民日报社副总编辑；既有普通村干部，也有知名企业董事长……大家都用自己独特的视角表达了对中国梦的看法。

代表委员纷纷表示，希望能为国家的建设多多献计献策，充分发挥自己的职能、尽到自己的义务。在很多代表委员对自己心中“中国梦”的描述中，涉及了民生、农民工权益保障、促进社会和谐发展等方方面面的问题。

●影响力：

本专题作为人民微博两会期间重点栏目之一，受到了网友的广泛关注，许多网友也通过微博参与到#中国梦#话题的相关讨论中。通过代表们对中国梦的阐述，让网友们了解到各行业的中国梦，也激发了更多网友的中国梦，实现了影响力和参与性的统一。

2.2.2 案例二：听政——省级领导微博寄语



图 2-5：听政-省部领导两会微寄语专题

●账号速读：

2013 年两会期间，为传达省部级领导们的声音，让他们将对两会的想法直接展现给网民，@人民日报法人微博与人民微博联合推出 2013 年两会特别策划，邀请全国多个省部级主要领导通过微博平台发声、寄语。

链接：<http://www.people.com.cn/GB/347065/349026/358098/index.html>

●案例简介：

两会期间，共有 19 位省部级主要领导通过人民微博发表了寄语。包括中共中央政治局委员、广东省委书记胡春华、中共中央政治局委员、上海市委书记韩正、中共中央政治局委员、重庆市委书记孙政才、江苏省委书记罗志军、四川省委书记王东明等领导。

中共中央政治局委员、广东省委书记胡春华和中共中央政治局委员、上海市委书记韩正、中共中央政治局委员、重庆市委书记孙政才在寄语中都谈到了“改革”；江苏省委书记罗志军、内蒙古自治区主席巴特尔讲到转变工作作风、防治贪污腐败；四川省委书记王东明，贵州省长陈敏尔则更关注人民权益，侧重如何为人民服务，让人民群众生活得更好。

●影响力：

省部级领导两会微寄语策划得到了各位领导的大力支持，并分别做出了提纲挈领性的寄语。这种形式也广受网友欢迎和媒体关注，不少网友表示通过这种形式可以直接倾听省部级领导的想法，很清晰、很亲切。

2.2.3 案例三：全国各地景区倡导文明旅游



图 2-6：全国各地景区倡导文明旅游专题

●账号速读：

端午节期间，为了营造文明、和谐旅游环境，人民微博联合全国多家景区推出策划专题《全国各地景区倡导文明旅游》，共同呼吁“文明出游”，拒绝在景区刻划“到此一游”。

链接：<http://www.people.com.cn/GB/347065/349026/364882/index.html>

●案例简介：

2013年5月底，江苏南京一名初中生在埃及3500年前的文物上刻“到此一游”事件，引起舆论强烈关注，同时也引发社会对国人旅游陋习的声讨和反思。针对此，人民微博6月3日推出“全国各地景区倡导文明旅游”活动，邀请国内知名景区景点，通过人民微博共同呼吁网友文明出游，拒绝刻划“到此一游”。

活动得到多家景区官方微博账号的积极响应，共有@中国风景名胜区协会官方微博@中国风景 @山东省旅游局 @黄山风景区 等67家景区参与。

●影响力：

通过此次倡导活动，针对如何实现文明旅游，人民微博收集到了不少景区行之有效的建议；另一方面，这一活动更是引起了网友的重视，让更多的网友认识到文明旅游的重要性，并做到“从我做起”。起到了良好的警示作用和宣传效果。

2.3 重大事件微博直播助推信息公开

主要特征：

2013年，济南中院庭审薄熙来案、李某某涉嫌轮奸案、北京机场爆炸案等多起大案要案均通过人民微博直播。此外，另有上百家官微账号开始尝试**官微直播**，并取得良好的社会效果。及时公布相关信息和进度，成为越来越多官方账号的发展趋势。尤其是涉及到大案、要案、政府新政等一些老百姓最为关注的问题，做到了**公开透明**。当然，每当这些重大事件进行直播时，都会引发网络上一次次关注度爆棚。带来的社会影响力和舆论影响更是不容小觑。

2.3.1 案例一：@济南中院 直播薄熙来案



图 2-7：@济南中院 人民微博平台官方账号

●账号速读：

山东省济南市中级人民法院官方微博于 2013 年 8 月在人民微博开通官方账号@济南中院，发布案件审理、法律知识、工作进展等方面的微博。

链接：<http://t.people.com.cn/jinanzhongyuan>

●案例简介：

8 月 18 日，@济南中院官方微博发布公告：将在微博公开审理薄熙来受贿、贪污、滥用职权一案，引起社会关注。

8 月 22 日至 26 日，@济南中院 运用文字、图片、音视频、长微博等多种表现形式，在人民微博实时直播了薄熙来案庭审内容。截至 8 月 26 日 18 时，@济南中院 共发布薄案相关微博内容 142 条。

除了微博上多种形式的播报，济南中院还在薄熙来案通报会现场设置了两块大屏幕向庭外记者滚动播报庭审消息，用于播放微博页面，供现场记者录像报道。

●影响力：

通过 5 天的直播中，@济南中院官方微博页面的访问量与转发、评论数均创造新高。截至 8 月 26 日 18:00，@济南中院 粉丝数增长至 51 余万，总阅读数达 5.2 亿，总转发数 71284 次，总评论数 44446 条，平均每条阅读数 364 万，平

均每条转发 502 次，评论 313 条。整体来看，此次通过微博新媒体进行的实时播报，成功有效的使案情进展以最快速度得到传播和推广，同时也得到了网友的广泛关注、支持和肯定，也使人民微博形象和影响力得以提升。

在庭审播报过程中，hao123 等导航网站长期在头条位置推荐人民微博链接；路透社发布的每篇相关中文稿件，都在文末推荐济南中院的人民微博链接。

2.3.2 案例二：@首都政法综治网 直播热点案件庭审



图 2-8：@首都政法综治网 人民微博平台官方账号

●账号速读：

@首都政法综治网，是北京市委政法委门户网站、首都政法综治网在人民微博开通的官方微博账号。2013年6月26日注册，主要发布社会热点事件案件直播、司法系统先进人物、权威新闻等。并先后对李某某强奸案一审宣判、二审，大兴摔童案一审、二审，首都机场爆炸案等社会反响恶劣、影响巨大的案件进行微博直播。

链接：<http://t.people.com.cn/12045758>

●案例简介：

8月28日，首都政法综治网微博发布消息：当日将开庭审理李某某等人涉嫌强奸一案。

9月26日，账号又对李某某等人涉嫌强奸一案进行微博直播，并请来李某某案审判长、合议庭成员和人民陪审员做客首都政法综治网，及时将网友的问题进行解答，并通过微博进行回复。

11月27日上午9时，北京市第一中级人民法院一区西中法庭依法公开宣判李某某等五人强奸上诉一案。二审宣判驳回上诉，维持原判，李某某被判十年成为既成事实。@首都政法综治网 通过微博对此事进行直播。

●影响力：

以李某某案为例，一审二审期间，@首都政法综治网共计发布消息36条，阅

阅读量近 5 万，转发评论上百条。其他案件直播也得到了诸多网友的转发和支持，在当期@政务通政务之星评选中，@首都政法综治网 以百余名网友支持的绝对优势获选一周政务微博之星。

2.3.3 案例三：@黔办之声 直播省政府常务会议



图 2-9：@黔办之声 人民微博平台官方账号

●账号速读：

贵州省人民政府办公厅官方微博@黔办之声 是全国省级政府办公厅中首家开设并实名认证的政务微博。从 2013 年 7 月 15 日开通以来，致力于发布贵州最新政策、民生及风土人情。主要有#政务要闻#、#各地动态#、#名人名言#等多个知名栏目。

链接：<http://t.people.com.cn/12309925>

●案例简介：

党的群众路线教育实践活动中，贵州省政府办公厅利用@黔办之声 政务微博等新媒体收集民意，拓宽密切联系群众渠道。

从贵州省第十二届人民政府第 12 次会议到第 21 次会议，@黔办之声 已经通过人民微博对省政府常务会议进行 10 次微直播，取得了良好的效果。贵州省政府常务会议由省长、副省长、省政府特邀咨询、省长助理、秘书长组成。会议主要任务是讨论决定省人民政府工作中的重要事项，讨论地方性法规草案等。

目前通过人民微博直播贵州省常务会议，已经纳入常态化发展趋势。

●影响力：

微博直播省政府常务会议乃全国首创，开创了政府信息公开化、透明化的新渠道。

通过直播形式，贵州省政府和省政府办公厅出台的各种重要文件网民当天就能查询，省直各部门每年的财政预决算和“三公”经费预决算等信息也可“一网打尽”。《人民日报》对此种创新模式表示关注并专门进行了报道。

2.4 热点事件及时回应减少民众误解

主要特征：

突发事件发生之后，往往会引发各种社会舆论。及时回应舆论关切、再现事件过程、播报事件进展和结果至关重要。很多官方账号对社会热点事件作出**及时回应**，避免了事态恶化。当然，回应社会突发事件不仅需要快速及时，也要真实可信，态度诚恳。人民微博不少账号在回应社会热点事件中与网友真诚沟通，做到了**认真坦承**。对事件进行及时回应，第一时间公布真相，可以减少围观者猜疑、误传的机会，使**舆论迅速降温**。

2.4.1 案例一：嘉兴市农经局就“黄浦江死猪事件”做客人民微博微访谈



图 2-10：嘉兴官方回应上海黄浦江死猪事件访谈

●账号速读：

@嘉兴市农经局是浙江嘉兴市农业经济局开设在人民微博平台的官方微博账号，2013年3月13日注册后，主要针对网友提出的社会热点问题进行回应，发布相关信息。

链接：<http://t.people.com.cn/talk/541.html>

●案例简介：

2013年3月，黄浦江陆续出现死猪漂浮事件，一时间，网上谈猪色变。浙江嘉兴市也因黄浦江死猪事件成为关注焦点。

3月13日，人民网微博事业部独家邀请到嘉兴市农经局在人民微博开通官微，并通过微访谈回应此事件。访谈及人民网编发的相关新闻受到广泛关注。

在一个小时的访谈中，嘉兴市农经局介绍了事件的最新进展和该市采取的主要措施，并对网友提出的疑问做出解答。嘉兴市农经局表示，发生此类事件很惭愧，该地未发生生猪疫情，欢迎公众加强监督。

●影响力：

访谈在进行期间就吸引了多个有影响力的媒体及名人微博的关注，@人民日报

报法人微博编发相关内容 4 条，@新华视点、@央视新闻和@王旭明、@任志强、@薛蛮子等微博名人，在新浪、腾讯等微博平台纷纷引用访谈内容。

访谈结束后，人民网编发稿件《浙江嘉兴：未发生生猪疫情 欢迎公众加强监督》。截至 3 月 14 日上午 8 时 30 分，60 余家网络媒体编发或转载了新闻；上海电视台黄金档新闻对该访谈进行了报道。

2.4.2 案例二：@郴州发布 独家回应临武县“城管砸死瓜贩事件”调查进展



图 2-11：@郴州发布 微博回应城管砸死瓜贩事件

●账号速读：

@郴州发布 作为湖南郴州市互联网新闻宣传管理中心官方微博，通过发布郴话题、社会热点等多种内容，用长文本、图片等多种形式展现当地风采、发布社会新闻、回应突发事件。

链接：<http://t.people.com.cn/394919>

●案例简介：

2013年7月17日上午，临武县南强镇莲塘村村民邓正加在与县城市管理行政执法局工作人员执法过程中发生争执，突然倒地死亡。“突然倒地死亡”的说法引起不少质疑，有媒体报道称，多名目击者曾表示城管队员殴打邓正加。临武瓜农死亡事件发生后，网络媒体快速行动，文字报道和相关视频很快在网上传播开来。

18日下午，郴州临武县委县政府举行新闻通气会，@郴州发布在人民微博独家发布“临武县迅速处置‘7.17’事件调查进展”，称“此事件发生后，县委县政府组织了专案组，在‘7.17’事件中涉事的县城管工作人员及事件的目击者正在接受公安调查。县公安部门对周边群众及目击者也正在进行调查。在征得死者家属同意后，请市里法医到临武对邓正加进行法医鉴定，并将尸检结果第一时间

对外公布。成立了事件调查组、群众工作组、维护稳定组、善后工作组等工作组，要求依法依规、公平公正，全力查清事件原因，全力做好善后处置工作。”

●影响力：

@郴州发布 的及时回应，让“城管打死瓜农”的猜测和质疑开始降温，郴州官方及时回应的态度也让一度高涨的舆论势头得到了控制，从而避免引发更大的骚乱和质疑。

2.4.3 案例三：贵州副省长@陈鸣明回应微博争议言论：有话好好说 从我做起



图 2-12 : @陈鸣明 通过人民微博平台官方账号回应争议

●账号速读:

陈鸣明，贵州省副省长，全国人大代表。从 2012 年 3 月注册人民微博以来，一直以亲民、近民的态度发声，从贵州新政到社会热点，从清晨到凌晨，都能看到他在微博上的活跃。

链接：<http://t.people.com.cn/chenmingming>

●案例简介:

7 月 28 日，贵州省副省长陈鸣明在其实名认证的微博上转发点评一条美国枪击案的博文，因关于爱国的个别言词欠妥引发网友“拍砖”。

陈鸣明在回应中表达了对微博的喜爱和肯定，对欠妥言词表示歉意，并表示：“有话好好说，从我做起”。他说，网友在微博上发表观点，对党和政府的工作提出批评和建议，这对党和政府改进工作有很大的帮助和促进，微博红火本身就是中国社会不断进步的表现。作为一个公务员，发微博不是我的本职工作，但我觉得有必要上微博，听听网民都在说什么，大家对我们的工作有什么批评和建议，这对我的工作有帮助，也是对群众路线教育的一种实践方式。上微博两年多，我从与网民的交流中学到了很多东西，工作和认识水平都有提高，可以说微博是我的良师益友。我是一个喜爱微博的普通网民，还是一个副省长，对自己说的话更要负责，更要注意，以后，有话好好说，从我做起。有话好好说，观点才会被更多网民接纳。

●影响力：

作为副省长，陈鸣明虚心听取网友意见，并通过微博平台及时回应的做法，得到了网友们的一致认可。不少网友认为，陈鸣明坚持自己动手更新微博，和网民坦承沟通，不藏不掖，更应该得到支持和理解。而陈鸣明也因回应此事件，与网友更近了一步，发布微博的转发评论数也借机攀升。

2.4.4 案例四：北京市肿瘤防治研究办公室回应雾霾致癌



图 2-13：@北京市肿瘤防治研究办公室 回应雾霾致癌访谈

●账号速读：

北京市肿瘤防治研究办公室作为肿瘤防治方面的权威机构在该领域有很高的发言权。2013年9月，北京市肿瘤防治办公室官方微博在人民微博开通账号，针对网友关注的环境污染、肿瘤防治问题发布消息。

链接：<http://t.people.com.cn/13094417>

●案例简介：

9月12日，网友“红墙下的猫”的一则微博引发网友强烈关注，他称“北京癌症发病率惊人，需要流行病学专家关注。我是77级入学82年毕业，大学本科同班同学在京工作三十多人，现有八人癌症。而毕业出国就业者二十余人无一癌症。”微博发出1天后，转发超过3万条，引发部分微博网友的恐慌。

9月13日下午，人民微博独家邀请到北京市肿瘤防治研究办公室副主任王宁做客微访谈回应此事。一个小时内，@北京市肿瘤防治研究办公室 回复网友31个问题，并赞叹人民网网友提出的问题非常专业。

●影响力:

人民网健康频道根据访谈内容编发稿件，被近300家媒体转载。京华时报、北京晨报等媒体也对访谈进行了报道，产生了极大的社会影响力。@北京市肿瘤防治研究办公室的回应，不仅有力驳斥了谣言，也让更多网友认识到科普的重要性，传播了防癌知识。

3. 政务微博发展的不足及建议

2013年11月，政务通所做的一份关于《2013年，政务微博这一年，有哪些长进？》的调查显示：网友们对政务微博的关注度有所提升，整体对政务微博的满意度也有所提升。同时，网友们认为政务微博在关注民生、亲民、便民等方面还存在一些不足。

2013政务微博满意度调查

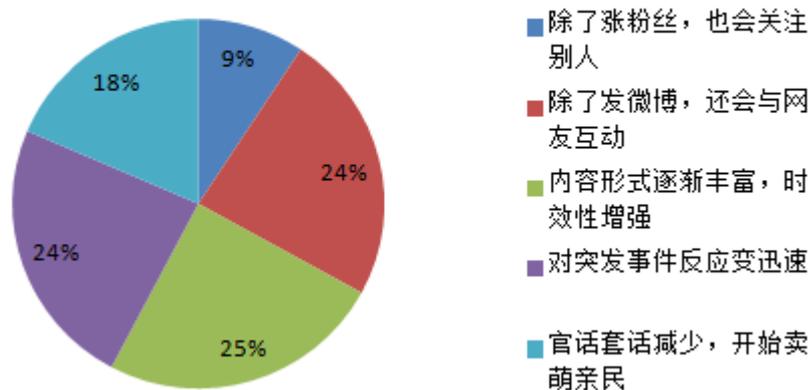


图 3-1：2013 政务微博满意度调查结果饼状图

从图表中可以看出，今年一年，网友们普遍认可政务微博的是与网友互动（占比 24%）、内容形式丰富，时效性强（占比 25%）和对突发事件的反应迅速（占比 24%）三个方面。部分网友认为政务微博在官话套话方面已经减少，开始卖萌亲民（占比 18%），但还有待加强；不过，只有 9%的网友认为政务微博“除了涨粉丝，还会关注别人”，可见，政务微博在与网民相互关注方面，还有待提高。

从调查的部分结果可以看出，政务微博虽然在 2013 年取得了很大的进步，有些做法已经成为常态且获得不少网友的认可，但在一些方面还是存在不足。主要包括以下几点：

3.1 僵尸微博依然存在

开设微博后,却因为各种原因不再更新,或者很少更新的政务微博账号依然存在,这种微博也被网友戏称为“僵尸微博”。

僵尸微博主要存在两种情况,一种是微博开通后,没有发布过或者仅发布过一两条微博就再也不更新;或者是微博开通后,长时间不更新,偶尔会几个月更新一两条,且内容不具有连贯性;另外一种,则是网友们调侃一些政务微博,在当地发生重大、突发等社会事件时,相关政务微博却对此视而不见,依旧发一些无关紧要的内容,导致“失声”的账号。

僵尸微博的存在,不仅会大大降低相关政务部门的权威性、亲民度,也给政务微博整体口碑带来不良的影响。开了微博却不负责到底,发了微博却不说“正事”,这种当摆设的微博,让网友们很抵触。

3.2 内容同质化、原创性有待增强

数据显示，在政务微博运营中，原创微博的转发率远远高于转发的微博。而且，原创微博的特色越强、与微博账号的性质契合度越高，越容易受到网友关注和转发。

但是，由于政务微博账号人力、经验各方面的限制，如今还有大量政务微博账号的内容以转发为主，除了一些新闻性消息的发布，很少会有成系列、独家的内容发布，造成众多政务微博账号“千篇一律”、没有特色，这也导致很多官方账号看起来发了很多内容，却粉丝很少的原因。

3.3 互动、回应有待加强

政务微博的性质要求其除了具备发布信息的功能，还要承担汇集民意、回复民声的责任，这与我国正在建立的“网上信访制度”息息相关。

在 2013 年政务微博的发展过程中，虽然有不少政务微博做到了及时回应社会热点事件、平息社会舆论，但依旧有大量网友反映的问题不能得到及时回复。不少网友将反应的问题在微博中@相关账号，但往往如石沉大海，被这些账号忽视。

另一方面，官方政务微博与网民互动性不强还表现在部分官方账号关注的网友少，往往有几十万甚至几百万的粉丝，关注人数却只有几十个甚至几个。

3.4 缺少相应规范、规则

据了解，目前，对于政务微博，不同政务机构存在着千差万别的看法和做法。从人员配置、内容发布、审核到保障机制，都没有形成一整套系统。另外，由于政务微博发展时间短、速度快、规模大，各地方、各行政级别、不同职能部门之间是否也该有需要遵循的规则，也没有相应的政策或者规则出台。

除此之外，部分领导对政务微博的重视程度也有待加强。现在很多政务微博的发布没有形成一套完善的机制，这会直接导致政务微博权威性不够或者相关回应不及时。

4. 2014 年政务微博发展趋势预测

4.1 中级用户粘性增加，力量壮大

2013 年，在人民微博平台的政务微博中，除了省部级微博账号等发展起来的大 V，粉丝增长量一直处于稳步增长态势，一些市县级微博也开始发力，开始显现出中 V 的爆发力，粉丝数量逐级递增，发布微博数也逐渐增多，优质内容也引起不少网友的转发与评论。

这些中 V 多以原创、优质内容取胜，在行政级别上也多以市县级政务微博账号为主。除此之外，一些个人政务微博账号，也因内容丰富、更新及时且微博发布时间更长，而迅速成长为中 V。

相比于传统的省部级政务微博的大 V，中 V 政务微博账号具有基数大、分布广、地域性强、更亲民等特点。

2014 年，随着大 V 用户粉丝量逐渐趋于平稳，将会有越来越多的网友开始关注某一领域的中 V，如市级政府、政法机构等。而中 V 在对政务微博越来越熟悉、重视的基础上，相信会迎来一次全面大发展。

4.2 个性化增强，找准自身定位

在信息爆炸的自媒体时代，一条新闻消息在短时间内就会登上各大官方微博的头条。在内容同质化的信息海洋中，如何将内容做到更好，吸引网友的眼球，成为政务微博在发展过程中必须跨越的门槛。

在人民微博排行前 500 名的政务账号中，不少微博账号都是凭借符合自身定位的个性化内容取胜，从而吸引网友关注，增加用户粘性。

例如，在交通安全提示方面的微博中，警方原创的内容往往比其他部门的更加具有权威性和说服力，从而也会得到更多网友的关注，起到预期的传播和警示作用。尤其是对一些权威发布的内容，例如“因雾霾天导致私家车限号”的消息，交管部门发布的内容就会比环保部门更加权威。

除此之外，不少政务微博也在个性化方面寻求突破。例如制作一目了然的图表，或是用“案例说法”等形式直接进行宣传教育，还有利用本地“方言”、“小吃”等来吸引粉丝关注的做法，都得到了网友们的认可。

一些个人账号还会通过开设短评频道来发表自己的观点，形成自己独特的语言风格与账号风格。

例如北京市政府新闻办公室主任王惠（@北京王惠）推出的#惠说北京#，以自己的名字作为话题的一部分，既具有亲和力，又能传达实用的信息，每个话题都会受到网友不错的评论、转发。



北京王惠

#惠说北京#电动出租车3公里内8元，之后每公里2元，又实惠又环保，但现在还是示范运营阶段，车还比较少~明年1月昌平区再添100辆电动出租车，是北汽E150小轿车，比老款电动车型能多充2个小时的电，续航能力更好[good]，期待有更多、性能更好的电动车~

图 4-2：北京市政府新闻办公室主任王惠微博内容

可见，在这样的趋势下，政务微博想要获得良好发展，仅仅闷头转发或者发

布一些枯燥的内容并不合适，还应该结合自身账号特点，挖掘账号潜力，打造属于自己的有特色的新型政务微博，才会在新的一年里有新的收获。

4.3 运营更加规范，把关严格

今年以来，人民微博平台新增政务微博账号近 2 万个，这从另一个侧面反映，随着政务微博影响力的加大，越来越多的政务部门开始开通官方微博，并对政务微博的运营进行相应的人员、设备的配置。大量政务微博都具有专职的微博运营编辑，一些政务账号还分别在不同微博平台配置运营编辑。

此外，领导对政务微博的重视还表现在亲自把关微博内容、严格控制微博发布流程等方面。

据商务部官方微博@商务微新闻 负责人介绍，该官方账号每条微博都需要值班编辑报送部门领导之后，经过签发等严格程序之后才能发布。

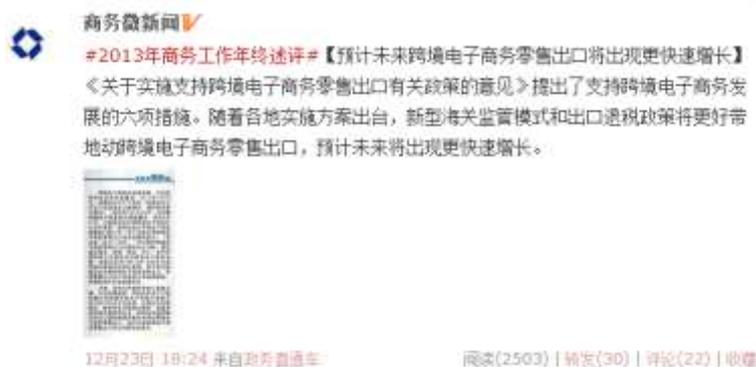


图 4-3：一篇微博要经过选题→编辑→作图→审核→送签→发布等多个环节。

当然，除了部委级政务微博之外，越来越多承担着“新闻发言人”角色的政务微博都将面临着加强机制建设、完善监督体制等多种关键问题，这也是《意见》所要求的内容。由此可见，2014 年的政务微博，将会得到政府部门更多的重视，相关配置、机制、监督体系也将逐步构建，这也将成为 2014 年政务微博发展的一大趋势。

4.4 集群式发布厅将增多，作用增强

鉴于微博只能发 140 字的内容限制和“新闻速食”时代的特征，单纯滚动快、更迭迅速的微博内容已经越发难以满足广大网友的需求。

2013 年，人民微博先后开通多家集群式微博发布厅，从省市级政府到共青团委，实现了政务微博常态化、平台化发声，既有利于网友们随时互动沟通、反映问题，也利于政务微博形成区域效应、规模效应，从而更有利于一些政务问题的快速解决。



图 4-4：广东微博服务厅在集群新闻和服务方面都处于领先地位

5. 结 语

回首 2013 年，政务微博数量越来越多、范围越来越广、互动越来越勤、发展越来越成熟。政务微博大军们在整体稳步前进的同时也开始逐渐划分成梯队；展望 2014，这个梯队划分将愈发明显：部分出色的政务微博将会日益出类拔萃，越来越受到网友关注、支持，让微博成为政府公开、官民互动、信息交流不可分割的一部分；部分政务微博会在现有的基础上继续摸索，探寻属于自己的独特发展道路。

政务微博的迅速发展，与党和国家领导人的重视分不开，与各级政府部门领导的支持分不开，也与在政务微博道路上一路摸爬滚打的一线微博编辑的努力分不开。

且行且强，政务微博，2014 再创辉煌！

附件 1：人民微博 2013 年大事记

- 2013年1月，推出政务微博导航网站——政务通，该产品是国内首款专注于政务微博的导航产品，涵盖了六大微博平台20万微博账号。
- 2013年2月7日，“国务院公报”微博正式落户人民网微博平台，并发出首条微博，给广大网友拜年。账号开通2小时，发布4条微博，吸引近两万粉丝关注。
- 2013年3月25日，人民微博发布《2013两会代表委员微博影响力报告》。报告指出，2013年两会期间，六大微博平台上活跃着335位代表委员。其中285名代表委员在人民微博开通账号，包括代表183位，委员102位。
- 2013年8月22日至26日，济南中院在人民微博开通账号直播薄熙来案庭审，人民微博成为此次公审直播唯一官方媒体。9月22日，@济南中院通过其在人民微博的账号直播了薄熙来案一审宣判。
- 2013年10月20日，人民微博推出多平台政务微博管理系统——人民微管家。轻松管理多平台微博账号，信息安全垂直管控，获取实时权威资讯，让微博运营更便捷、更安全、更科学。
- 2013年12月18日，国务院信息公开平台、中华人民共和国中央人民政府门户网站，中国政府网官方微博正式入驻人民网，国务院重要政务信息将第一时间通过官方微博向社会公众公开。

附件 2：2013 年政务微博之星

第 1 期（1 月 18 日）

政务通评选本周政务微博之星 中国铁路当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0118/c347079-20253261.html>

第 2 期（1 月 25 日）

河南高院当选本周政务微博之星 曝光“赖账户”见成效

<http://www.people.com.cn/n/2013/0125/c347079-20329483.html>

第 3 期（1 月 28 日）

@深圳微博发布厅 @何留进 分别当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0205/c347079-20440595.html>

第 4 期（2 月 26 日）

@广州铁路 @嘉善老顾 分别当选本周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0226/c347079-20607930.html>

第 5 期（3 月 5 日）

@宗庆后、@巩汉林分别当选“两会·一周政务微博之星”

<http://www.people.com.cn/n/2013/0305/c347079-20685359.html>

第 6 期（3 月 12 日）

人大代表@钟南山 当选“2013 两会·一周政务微博之星”

<http://www.people.com.cn/n/2013/0312/c347079-20765335.html>

第 7 期（3 月 19 日）

政协委员李忠杰当选“2013 两会·一周政务微博之星”

<http://www.people.com.cn/n/2013/0319/c347079-20841584.html>

第 8 期（3 月 26 日）

@广东工会 @柳斌杰 分别当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0326/c347079-20921299.html>

第 9 期（4 月 2 日）

@新疆发布 @周蓬安 分别当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0402/c347079-21004360.html>

第 10 期（4 月 10 日）

@上海发布 @韩可胜分别当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0410/c347079-21083589.html>

第 11 期（4 月 16 日）

@平安辽宁 @周蓬安分别当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0416/c347079-21158550.html>

第 12 期（5 月 14 日）

@平安北京 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0514/c347079-21478860.html>

第 13 期（5 月 21 日）

@常熟公安 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0521/c347079-21561309.html>

第 14 期（5 月 28 日）

@柳斌杰 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0528/c347079-21646427.html>

第 15 期（6 月 4 日）

@深圳交警 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0604/c347079-21734325.html>

第 16 期（6 月 14 日）

贵州省副省长@陈鸣明 原云南省教育厅厅长@罗崇敏 当选政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0614/c347079-21843486.html>

第 17 期（6 月 25 日）

@平安徐州 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0625/c347079-21967943.html>

第 18 期（7 月 2 日）

@打四黑除四害 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0702/c347079-22050104.html>

第 19 期（7 月 9 日）

司法部网站官微@中国普法 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0709/c347079-22134805.html>

第 20 期（7 月 16 日）

@微播南川 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0716/c347079-22216286.html>

第 21 期（7 月 23 日）

@郴州发布 当选一周政务微博之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0723/c347079-22295062.html>

第 22 期（7 月 30 日）

@定西发布 当选一周政务之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0730/c347079-22378315.html>

第 23 期（8 月 7 日）

@广州公安打假“撑伞女孩” 获选一周政务之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0807/c347079-22474879.html>

第 24 期（8 月 13 日）

@国土之声通报干部吃请死 当选本周政务之星

<http://www.people.com.cn/n/2013/0813/c347079-22547976.html>

第 25 期（8 月 21 日）

政务之星评选：“大事件”当道 @微昭阳当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0821/c347079-22643084.html>

第 26 期：（8 月 28 日）

政务之星：@济南中院 因播报薄熙来案高票当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0828/c347079-22720133.html>

第 27 期：（9 月 5 日）

政务之星：@微播南川传递“政能量”当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0905/c347079-22812569.html>

第 28 期：（9 月 11 日）

政务之星：习近平出访受网友关注 @外交小灵通高票当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0911/c347079-22887397.html>

第 29 期：（9 月 17 日）

政务之星：@微播南川 村小故事戳中网友“泪点”当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/0917/c347079-22950847.html>

第 30 期：（9 月 24 日）

政务之星：@济南中院 宣判薄熙来案当选 网友热议“法治周”

<http://www.people.com.cn/n/2013/0925/c347079-23032739.html>

第 31 期：（10 月 1 日）

政务之星：@外交小灵通 关注习近平出访高票当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/1011/c347079-23165452.html>

第 32 期：（10 月 17 日）

政务之星：@北京消防 关注消防英雄高票当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/1017/c347079-23239693.html>

第 33 期：（10 月 24 日）

政务之星：@安徽公安在线 用一封刑警妻子的信让网友泪奔

<http://www.people.com.cn/n/2013/1023/c347079-23304550.html>

第 34 期：（10 月 30 日）

政务之星：@平安北京 通报故宫食堂杀人案引关注

<http://www.people.com.cn/n/2013/1030/c347079-23379120.html>

第 35 期：（11 月 6 日）

政务之星：@平安北京 及时通报天安门恐怖袭击案再次当选

<http://www.people.com.cn/n/2013/1106/c347079-23453359.html>

第 36 期：（11 月 13 日）

政务之星：@山西发布 及时通报山西爆炸案告破

<http://www.people.com.cn/n/2013/1113/c347079-23531061.html>

第 37 期：（11 月 20 日）

政务之星：@广东政法 通报原汕头市委书记案件开审引关注

<http://www.people.com.cn/n/2013/1120/c347079-23603812.html>

第 38 期：（11 月 27 日）

政务之星：@青岛发布 通报青岛管道爆燃事故获支持

<http://www.people.com.cn/n/2013/1127/c347079-23674471.html>

第 39 期：（12 月 4 日）

政务之星：@首都政法综治网 直播李某某二审宣判引网友叫好

<http://www.people.com.cn/n/2013/1204/c347079-23743795.html>

第 40 期：（12 月 12 日）

政务之星：@平安北京 为“讹老外”大妈正名

<http://www.people.com.cn/n/2013/1212/c347079-23825146.html>

第 41 期：（12 月 19 日）

政务之星：@微播南川 百姓版《决定》获百姓赞

<http://www.people.com.cn/n/2013/1219/c347079-23890539.html>

第 42 期（12 月 26 日）

政务之星：@深圳微博发布厅 通报疫苗事件揪人心

<http://www.people.com.cn/n/2013/1226/c347079-23952124.html>

出品单位：

人民网微博事业部

课题组主要成员：

李娜、孙婷、谷江曼、谷欣航、姚茜、于红林