

Research on Official WeChat Public Platform of Provincial Veterans Affairs Transaction System's Disseminator Influence

Xiao Lihua

Abstract: The Official WeChat public platform of Veterans Affairs transaction system (Official WeChat) is the main field to develop the political education programs of veterans. It has important functions such as ideological guidance, information transfer, interaction, opinions leading, and so on. Analyzing the 2311 articles pushed by 31 Official WeChat of provincial administrative region in China with content analysis and quantitative analysis, this article analysed the effects of some factors as publish content, position, time, frequency, quantities, etc to disseminator influence. This article discussed the way promoting the disseminator influence of the Official WeChat public platform of Veterans Affairs transaction system from content construction, team development, interaction and so forth.

Key words: Provincial Veterans; Official WeChat; Disseminator Influence

省级退役军人事务系统官微传播效果研究

肖利花

摘 要: 退役军人事务系统官方微信公众平台（以下简称“官微”）是开展退役军人思想政治教育的主要阵地，具有思想引领、信息传递、互动交流和舆论引导等重要功能。本文通过对全

作者简介：肖利花，传播学硕士，湖南省退役军人服务中心思想政治工作科副科长，政工师。

文章引用：肖利花. 省级退役军人事务系统官微传播效果研究 [J]. 中国新闻评论, 2021, 2 (4): 61-69.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0204006>

国31个省级行政区的退役军人事务系统官微2021年3月份推送的2311篇文章进行内容分析和定量受众分析,分析了发布内容、推送位置、时段、发布频率、推送数量等因素对传播效果的影响,从内容建设、队伍建设和互动交流等方面探讨了提升退役军人系统官微传播效果的途径。

关键词: 省级退役军人; 官微; 传播效果

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



2019年1月25日,在十九届中共中央政治局第十二次集体学习时,习近平同志强调要“打造新型传播平台,建成新型主流媒体,扩大主流价值影响力版图”^①。政务微信作为移动互联网时代政府发布信息的一种全新的沟通交流方式,其信息传播“一对一”的特性,使得信息传播更精准,更高效,更易拉近政府和受众之间的距离,使得政务官微平台成为网络新媒体环境下国家大力建设发展的新型主流媒体平台。退役军人事务部门作为从2018年起新组建的政府工作部门,因退役军人群体的特殊性,退役军人事务系统宣传思想工作具有很强的政治性、政策性、专业性。与其他政府部门相比,退役军人系统官方微信平台建设普遍有起步较晚、内容同质化、传播效果偏低等问题。本文通过以省级退役军人事务系统官微为研究对象,对其推文情况以及受众阅读情况进行内容分析和定量分析,研究省级退役军人事务系统官微的传播效果,以期为退役军人事务部门扩大政务微信影响力,提升政务微信服务水平提供借鉴。

一、全国各省级退役军人事务系统官微运行现状

(一) 开设概况

2018年3月17日,十三届全国人大一次会议表决通过了关于国务院机构改革方案的决定,退役军人事务部正式批准组建。2018年4月16日,退役军人事务部挂牌成立。之后,

^① 新华社. 习近平主持中共中央政治局第二次集体学习并发表重要讲话[N]. 人民日报, 2019-01-25.

退役军人事务系统改革梯次接续、前后衔接、压茬推进，如雨后春笋般“破土而出”。截至2019年3月底，全国县级以上退役军人事务厅局全部挂牌运行^①。经统计，在全国34个省级行政区之中，除中国台湾地区、香港和澳门特别行政区之外，共有31个省级行政区开设了“官微”。其中以“省级区划名+退役军人”命名的5个，以“省级区划名+退役军人事务厅”命名的公众号25个，以“省级行政区划+服务中心”命名的1个。在官微开通时间方面，2018年开通4个，分别是天津、江苏、四川、贵州，2019年开通25个；2020年开通2个，分别是青海和西藏。

（二）运行现状

经过对2021年3月全国31个省级退役军人事务系统官微运行相关数据进行统计，主要包括推文天数、篇数、原创篇数、转发篇数、总阅读数、总赞、总在看以及平均阅读数、平均赞、平均在看、原创率和转发率数据（表1）进行分析，当前各省级退役军人事务系统官微运行主要有以下特点：

表1 省级退役军人事务系统官微2021年3月推文数据情况一览表（数据截至2021年5月5日）

Table 1 List of tweet data in March 2021 of Provincial Veterans Affairs System's official wechat platform (Data as of May 5, 2021)

序号	官微名字	发布天数	发布篇数	平均篇数	原创篇数	转发篇数	总阅读	总赞	总在看	平均阅读数	平均赞	平均在看	原创率	转发率
1	北京市退役军人事务局	23	60	2.61	36	24	76182	558	284	1269.70	9.30	4.73	0.60	0.40
2	天津市退役军人服务中心	9	13	1.44	4	9	72335	214	147	5564.23	16.46	11.31	0.31	0.69
3	上海市退役军人事务局	24	121	5.04	56	65	65725	655	438	543.18	5.41	3.62	0.46	0.54
4	重庆市退役军人事务局	21	41	1.95	24	17	66584	763	309	1624.00	18.61	7.54	0.59	0.41
5	内蒙古退役军人	31	184	5.94	58	126	39692	184	160	215.72	1.00	0.87	0.32	0.68
6	广西壮族自治区退役军人事务厅	22	120	5.45	32	88	136087	1056	665	1134.06	8.80	5.54	0.27	0.73
7	西藏退役军人事务厅	3	16	5.33	2	14	1693	30	17	105.81	1.88	1.06	0.13	0.88
8	宁夏回族自治区退役军人事务厅	13	34	2.62	7	27	28327	143	84	833.15	4.21	2.47	0.21	0.79
9	新疆退役军人	14	51	3.64	45	6	52635	608	438	1032.06	11.92	8.59	0.88	0.12
10	河北省退役军人事务厅	31	122	3.94	65	57	30746	187	107	252.02	1.53	0.88	0.53	0.47
11	山西省退役军人事务厅	30	89	2.97	39	50	71176	440	335	799.73	4.94	3.76	0.44	0.56
12	辽宁省退役军人事务厅	22	39	1.77	8	31	31764	236	162	814.46	6.05	4.15	0.21	0.79
13	吉林省退役军人事务厅	12	19	1.58	8	11	17778	255	179	935.68	13.42	9.42	0.42	0.58
14	黑龙江退役军人事务厅	8	16	2.00	12	4	27614	209	145	1725.88	13.06	9.06	0.75	0.25
15	江苏省退役军人事务厅	16	50	3.13	42	8	41613	535	334	832.26	10.70	6.68	0.84	0.16
16	浙江省退役军人事务厅	23	148	6.43	136	12	40854	254	175	276.04	1.72	1.18	0.92	0.08
17	安徽省退役军人事务厅	25	94	3.76	37	57	144271	1110	520	1534.80	11.81	5.53	0.39	0.61
18	福建省退役军人事务厅	28	105	3.75	33	72	32415	446	395	308.71	4.25	3.76	0.31	0.69

① 新华网。以习近平同志为核心的党中央关心退役军人工作纪实 [N]. 人民日报, 2019-07-25.

续表

序号	官微名字	发布 天数	发布 篇数	平均 篇数	原创 篇数	转发 篇数	总阅读	总赞	总在看	平均阅 读数	平均赞	平均 在看	原创率	转发率
19	江西省退役军人事务厅	23	152	6.61	102	50	65615	681	356	431.68	4.48	2.34	0.67	0.33
20	山东省退役军人事务厅	5	9	1.80	1	8	37293	171	81	4143.67	19.00	9.00	0.11	0.89
21	河南省退役军人事务厅	21	75	3.57	23	52	49166	400	240	655.55	5.33	3.20	0.31	0.69
22	湖北退役军人	23	84	3.65	45	39	50194	494	289	597.55	5.88	3.44	0.54	0.46
23	湖南省退役军人事务厅	18	43	2.39	27	16	39930	310	172	928.60	7.21	4.00	0.63	0.37
24	广东省退役军人事务厅	23	71	3.09	38	33	174121	1517	940	2452.41	21.37	13.24	0.54	0.46
25	海南省退役军人事务厅	31	138	4.45	38	100	50914	341	180	368.94	2.47	1.30	0.28	0.72
26	四川退役军人事务厅	24	68	2.83	30	38	86877	846	528	1277.60	12.44	7.76	0.44	0.56
27	贵州省退役军人事务厅	23	84	3.65	62	22	187957	1417	1038	2237.58	16.87	12.36	0.74	0.26
28	云南省退役军人事务厅	23	97	4.22	75	22	61559	631	394	634.63	6.51	4.06	0.77	0.23
29	山西退役军人	23	48	2.09	23	25	22667	139	46	472.23	2.90	0.96	0.48	0.52
30	甘肃退役军人	30	106	3.53	47	59	51425	636	385	485.14	6.00	3.63	0.44	0.56
31	青海省退役军人事务厅	8	14	1.75	7	7	5206	29	22	371.86	2.07	1.57	0.50	0.50
总数		630	2311		1162	1149	1860415	15495	9565					
全国平均数		20.32	74.55		37.48	37.06	60013.39	499.84	308.55	1124.48	8.31	5.07	0.48	0.52

1. 更新频率差异较大

主要体现在推文天数和篇数上,其中“内蒙古退役军人”“河北退役军人事务厅”“海南省退役军人事务厅”三个平台是推文天数最多的平台,做到了1个月31天不间断推送;从推文篇数来看,“内蒙古退役军人”共推送184篇,是推文总篇数最多的平台;而从平均每日推文数量来看,“江西省退役军人事务厅”共推送23天153篇,平均每天6.6篇,为平均每日推送之最。推送篇数较少的省份有山东9篇,天津13篇,青海14篇,西藏16篇。存在巨大差异的原因包括重视程度、工作机制、专业化队伍等等。

2. 发布内容转载较多

从推文来源来看,主要有两大类,一是各级退役军人事务系统宣传自身工作的原创来源占比48%,一是转载人民日报、新华网、中国退役军人等国家级政务媒体的消息的转载来源,占比52%。其中原创篇数最多的是“浙江省退役军人事务厅”,推送的148篇推文里有136篇是本系统原创推文,原创率92%;转载篇数最多的则是“内蒙古退役军人”,推送的184篇文章里有126篇属于转载推文,转载率为68%。转载率较高源于退役军人工作本身具备政治性、原则性、严肃性等特点,官微内容较多引用权威官媒发布的相关内容。转载率较高,再加上退役军人官微的限定性内容生产特征,即退役军人官微的内容生产必须围绕退役军人而进行,导致各省退役军人事务系统官微在内容发布上存在同质化的问题。

3. 传播效果整体偏低

“阅读量”和“点赞量”是衡量微信公众号传播效果的两个最重要的参数。统计时段内,31个官微的2311篇推文的总阅读量是1860415人次。从总阅读量来看,贵州省阅读量是187957人次,占总阅读量的10.1%,比全国平均阅读量超出127944人次;从总“赞”来看,

广东省收获的“赞”数最高，为1517个，比全国平均“赞”500超出1017个。按篇来分析，2311篇推文平均阅读量为805、平均“赞”为8个，其中，是天津市平均每篇推文“阅读量”5564人次为最高，广东省平均每篇推文的“赞”21个为最高。导致传播效果整体偏低的原因，一方面取决于粉丝的数量，退役军人官微关注的粉丝比较特定，相对较少，另一方面是发布的内容整体为政务信息，在吸引力方面无法与娱乐、体育等类别信息相比。

4. 交流互动严重不足

通过对31个省级退役军人事务系统官微进行分析发现，统计时段内的2311条推文中没有一条网友评论或留言，说明目前暂未开发官微的互动性，没有真正发挥微信作为新媒体特有的实时互动的传播优势。产生的原因主要是官微版块设置的原因，绝大部分官微没有设置能够让受众或者退役军人及时交流互动的板块，缺少交流互动的渠道；加上推文的形式比较单一，主要集中于推送图文信息，能够让受众或退役军人互动参与的问卷调查、意见征集等内容较少。

二、省级退役军人事务系统官微传播效果分析

统计时段内，阅读量超过2000的推文共有164篇。通过对推文的内容属性、推文时段、版面位置进行分析，研究影响退役军人事务系统官微传播效果的因素。

（一）推文内容分析

1. 推文内容

主要集中在日常工作、政策解读、榜样力量、就业创业、领导调研、时政热点六大类。其中就业创业类57篇，占35%；日常工作类37篇，占22.5%；政策解读26篇，占15%；时政热点22篇，占13.5%；榜样力量和领导调研分别是12篇和11篇，各占7%左右。在阅读量前20的推文中（表2），内容类别为就业创业的16篇，占80%；其次为日常工作3篇、政策解读1篇。与退役军人生活息息相关的就业创业工作是高阅读量的“主角”，传播效果较好。

表2 省级退役军人事务系统官微阅读量前20推文一览表

Table 2 List of the top 20 most-read tweets of Provincial Veterans Affairs System's official wechat platform

序号	省(市、区)	推文日期	文章名	内容类别	文章来源	阅读	赞	在看
1	广西壮族自治区	3.17	致烈士亲属、退役军人和社会各界的一封公开信(清明祭英烈)	日常工作		100000	658	427
2	北京市	3.15	2021年北京市退役军人网络招聘会来啦! 岗位6000+	就业创业		35000	147	86

续表

序号	省(市、区)	推文日期	文章名	内容类别	文章来源	阅读	赞	在看
3	贵州省	3.18	贵州省清明期间祭扫英烈倡议书	日常工作		33000	91	56
4	天津市	3.16	@广大退役军人! 2021年退役军人春季就业招聘系列活动首批招聘岗位来啦(3月16日发布)	就业创业		26000	35	26
5	重庆市	3.12	退役不褪色 新岗立新功 2021年“重庆市春季老兵招聘月”开始啦!	就业创业		25000	92	45
6	广东省	3.01	免费参加价值19800元的公务员考试培训 助力光荣退役的您“公”成名就	就业创业		25000	114	84
7	广东省	3.01	直招军官, 退役军人可优先!	就业创业	中国退役军人、中国火箭军等	24000	54	37
8	天津市	3.04	2021年天津市公务员定向招考退役士兵公告	就业创业	天津市人民政府征兵办公室	21000	85	58
9	四川省	3.04	面向退役士兵定向招录公务员参公人员的考前公益培训班来了	就业创业		17000	84	97
10	贵州省	3.22	@退役军人 2021年贵州贵阳退役军人春季专场招聘活动具体安排来了	就业创业		15000	52	31
11	宁夏回族自治区	3.19	宁夏回族自治区退役军人网络专场招聘会公告	就业创业		14000	47	31
12	黑龙江省	3.04	黑龙江省退役军人2021年春季网上专场招聘周开幕在即	就业创业		13000	39	28
13	四川省	3.17	@退役军人及军属, 四川省2021年春季退役军人及军属网络专场招聘会来了	就业创业		13000	68	38
14	天津市	3.24	@广大退役军人! 2021年退役军人春季就业招聘系列活动第二批招聘岗位来啦(3月24日发布)	就业创业		12000	26	12
15	山东省	3.24	直招军官, 退役军人可优先!	就业创业	中国退役军人	12000	26	11
16	贵州省	3.3	黔西南州退役军人创业e贷为退役军人创业提供贷款217万元	就业创业		11007	12	16
17	北京市	3.24	就业创业信息采集开始啦! 欢迎广大退役军人参与	就业创业		11000	72	44
18	云南省	3.22	云南清明烈士祭扫活动倡议书	日常工作		9606	71	42
19	广东省	3.15	事关退役养老保险和职业年金, 战友们看过来	政策解读	中国退役军人	9292	52	57
20	安徽省	3.24	直招军官, 退役军人可优先	就业创业	中国退役军人	9155	10	7

2. 内容来源

退役军人事务系统报道自身事务性工作的原创来源90篇, 占54.9%, 主要集中在日常工作、就业创业和领导调研三个类别; 转载人民日报、新华网、中国退役军人等国家级官微的转载推文74篇, 占比45.1%, 主集中在政策解读、时政热点以及榜样力量三个类别。在阅读量和传播效果方面, 原创性推文和转载性推文数量虽有差异, 但差异不大。

（二）推送时段分析

1. 推文时间段的影响

经过对 164 篇推文推送时间进行分析, 07:00-08:00 期间推送 2 篇, 11:00-15:00 期间推送 15 篇, 15:00-17:00 期间推送 4 篇。17:00-18:00 期间推送的 34 篇, 18:00-19:00 期间推送 46 篇, 19:00-20:00 期间推送 25 篇, 20:00-21:00 期间推送 15 篇, 21:00-22:00 期间推送 12 篇, 22:00 以后推送 11 篇。大部分传播效果好、阅读量高的推文是在 17:00-22:00 之间推送的, 占比 80%, 符合受众下班后至睡觉前高频次使用手机获取信息的作息规律; 少部分推文是在 22:00 以后以及早晨上班前和中午休息时间推送, 也满足部分受众早晨或中午午休时候使用手机获取信息的需要。

2. 重要时间节点、事件的影响

统计时段内, 春季新兵入伍工作开启、党史学习教育开始, 全国两会召开, 清明节即将来临……从日常工作类推文来看, 内容主要集中在新兵入伍、清明祭英烈、建党百年军旅作品征集、志愿服务倡议等; 从时政热点类推文来看, 内容主要集中在全国两会、建党百年以及党史学习教育三大块……日常工作类和时政热点类阅读量高的推文, 基本上都和统计时段内的重要时间节点和事件吻合, 紧贴重要事件节点和热点事件编辑内容并进行推送, 对于省级退役军人事务系统官微的提高阅读量和传播效果具有明显的作用。

（三）推文版面位置分析

根据官微的版面特点, 将推文位置分为头条和非头条两种类型。从版面位置来看(表 3), 164 篇阅读量在 2000 以上文章中, 有 100 篇推文的版面位置是头条, 占 61%, 64 篇不在头条的位置, 占比 39%。相对来说, 头条的位置更加容易吸引受众阅读, 传播效果更好。从在头条的推文看, 就业创业类 31 篇, 占 31%; 日常工作类 27 篇, 占 27%; 时政热点 15 篇, 政策解读 12 篇, 领导调研 10 篇, 榜样力量 6 篇。从不在头条的推文来看, 就业创业类 26 篇, 占 41%; 政策解读类 14 篇, 占 22%; 日常工作类 10 篇, 时政热点类 7 篇, 榜样力量类 5 篇, 领导调研类 1 篇。就业创业类的推文不论其版面位置如何, 都受到比较普遍的关注, 传播效果相对较好。

表 3 阅读量 2000+ 推文版面位置与传播效果对比图

Table 3 Comparison chart of layout position and Disseminator Influence of reading 2000+ tweets

序号	内容类别	文章数量		转载数量		阅读量		赞量		在看量	
		头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条
1	榜样力量	6	5	2	0	18351	14606	342	216	129	91
2	就业创业	31	26	12	14	276370	181233	1148	613	757	439
3	领导调研	10	1	1	0	35434	2376	428	19	264	27

续表

序号	内容类别	文章数量		转载数量		阅读量		赞量		在看量	
		头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条	头条	非头条
4	日常工作	27	10	3	0	215504	37733	1733	396	1127	226
5	时政热点	15	7	15	7	50371	25247	409	187	226	121
6	政策解读	12	14	12	8	38738	48348	199	290	179	189
合计		100	64	45	29	634768	309543	4259	1721	2682	1093

三、提升省级退役军人事务系统官微传播效果建议

通过对省级退役军人事务系统官微进行推文内容分析和受众定量分析，发现阅读量大、传播效果好的推文主要集中在政策解读、时政热点以及就业创业、领导调研等类别，且大多数是推送在头条的位置、推送时间相对集中在 17:00–20:00 时间段内；而推文的发布篇数、发布天数以及推文数量以及推文来源对传播效果的影响相对较小。故省级退役军人事务系统官微要扩大自己的影响和传播效果，还需要在做退役军人政策的解读者、就业创业的引领者、事务工作的分享者和退役军人的服务者方面多下功夫，为退役军人提供更精准、更有效的服务。

（一）回应退役军人关切，做政策的解读者

政务微信作为党和政府的喉舌，以宣传党和政府的大政方针、战略部署为主要工作内容，退役军人事务系统官微更是如此。通过对省级退役军人事务系统官微进行分析，时政热点、退役军人政策解读等内容占据阅读量 2000 以上推文的 29%，及时编辑发布退役军人政策信息以及有关国家重大方针政策的出台、变化等信息，做好政策的解读，做好退役军人政策的解读，既是各级退役军人事务官微职责所在，也对提升官微的传播效果和公信力具有明显作用。

（二）贴近退役军人生活，做就业创业的引领者

促进退役军人就业创业、引导其积极投身“大众创业、万众创新”实践，对于更好实现退役军人自身价值、助推经济社会发展、服务国防和军队建设具有重要意义^①。通过对省级退役军人事务系统官微推文内容进行分析，就业创业类的内容占据阅读量 2000 以上推文的 35%，且在阅读量前 20 篇中占 80%，即使不在头条版面位置，阅读量也相对偏高。编辑发布提升退役军人就业创业能力、加大就业支持力度、积极优化创业环境、建立健全就业创业服务体系方面的信息，

^① 中华人民共和国退役军人事务部. 关于促进新时代退役军人就业创业工作的意见 [EB/OL]. (2018-08-02). http://www.mva.gov.cn/gongkai/zfxxzdgkml/fgzc/gfxwj/201903/t20190321_23376.html.

对于提升省级退役军人事务系统官微传播效果具有直接作用。

（三）紧盯退役军人事务工作，做日常工作的分享者

退役军人事务工作涵盖移交安置、权益维护、拥军优属、优抚帮扶、荣誉激励、军休管理等各个方面，每个方面都与退役军人的切身利益挂钩，受到退役军人的深切关注。通过对省级退役军人事务系统官微进行分析，系统内领导调研、系统工作会议、养老保险和职业年金等日常事务性工作内容占据阅读量 2000 以上推文的 58%，传播效果好。可发挥官微一对一精准传播的特性和系统内各条战线工作人员熟悉各自业务的优势，动员人人参与宣传，及时传递日常工作动态，并充分利用 17:00-20:00 这个受众获取资讯的高峰时间段，积极分享退役军人事务系统本职工作，做深做实做细，不断提升官微的传播力和引导力。

（四）注重互动交流，做退役军人的服务者

随着技术的发展，政务微信不仅具有信息发布功能，同时也能提供便民服务。这也为今后退役军人事务系统官微的进一步发展提供了方向。各级退役军人事务部门可以把部分职能搬到网上，通过后台数据库设置相应关键字，使退役军人通过官微平台实现数据多跑路、退役军人少跑路，从而让网络问政在官微实现“秒回”，进一步提升政务服务功能和官微的传播力。除自动回复之外，还可以开通官微的留言和评论功能，探索建立人工回复机制，让官微从一个单向的政务传播工具变成一个有情感温度的“人”，进一步提升为退役军人服务的“威信”；还可以开发设计意见征集功能或版块，收集退役军人的相关意见和建议，并在一定时间和范围进行答复和公开，以此丰富和拓宽官微的互动沟通渠道，提升影响力。