



# 一声“亲们” 开启微博问政时代

## 目前北京80%政府部门已开设政务微博,共发布6万余条信息;政府与公众实现“双向发布”



### 迎接北京市十一次党代会



### 【第1幕 开博】

## “不做僵尸不作秀”

剧中人：  
市政府新闻办主任王惠

剧情梗概：2011年11月17日，20个政府部门、5名新闻发言人“加盟”，北京微博发布厅正式上线。

这是一个红蓝底色布景、虚拟的“发布厅”。它没有实体的房间，而是架设在网络上。坐在这个“发布厅”里提问的，不仅仅限于媒体记者，全体网民都可以走进来，成为它的“客人”。

至今，北京已有80%的政府部门加入了它——北京微博发布厅。作为中国首创的省级微博“群落”，“发布厅”依然在不断壮大中。

与此同时，微博世界的“法则”也悄然改变着市民眼中的政府形象。曾经“一脸严肃”的政府机构，正试图通过一声“亲们”，叩响微博问政时代的新里程。

“我开微博的原则，就是不做僵尸不作秀。”北京微博发布厅的开通仪式上，一头短发的王惠走到主席台中央，干脆利落地说。2011年11月17日下午3时，北京宣布开通全国第一个省级政务微博群。

在发布厅正式上线前的两个小时，王惠利用午休时间，用ipad客户端发出了“北京王惠”的第一条微博，呼唤网友们“来当惠粉”。

那时，中国网民已经度过了被称为“微博元年”的2010年。2011年，配合政府部门工作的“政务微博”相继诞生。中国第一个开政务微博的，是云南省政府新闻办，北京也有少量部门和官员开通。这一切，令多年担任市政府新闻官的王惠觉得，政府是时候应该“从网下走到网上”了。

“微博已经成为了民众获取信息的新渠道，当然也应该成为政府发布信息的新渠道。”于是，她向各部门发出了开通微博的倡议。首批共有20个部门响应，包括市发改委、市公安局、市环保局、市卫生局等；还包括6名新闻发言人，都是各委办局的副局长。

王惠对于政务微博的定位，是“新闻发布创新的延

### 【第2幕 学“萌”】

## “北京发布”自称“小布”

剧中人：  
市卫生局12320中心综合办公室科员韩银平

剧情梗概：政务微博开通后，走入“微时代”的政府部门面临新课题，需要学习适应微博世界的“法则”。

早8时，办公室电脑屏幕上出现“首都健康”微博界面时，韩银平的心里有些忐忑，“不能不发，又不太敢发。”鉴于外省市有些政务微博开通数日不更新，被网友戏称为“僵尸微博”，王惠对各政务微博的要求是“不当僵尸”，及时发布信息。

韩银平是市卫生局下属12320服务中心综合办公室的科员，负责微博的日常维护。她自己的微博已经玩了大半年，但维护政务微博，她感觉截然不同，“你是在代表政府说话，不能说错话、办错事。”

开通之初，韩银平只敢挑些“保险”的内容发出去。市卫生局每周有一期“健康播报”，她将一篇文章拆成三条，往微博上搁。但网友的挑剔声还是接踵而至。一次一名网友留言：“卫生局大哥太淡定了，不但不回答问题，还把我拉黑。”韩银平哭笑不得：“我都不知道怎么拉黑。”

韩银平发控烟宣传的微博，马上有网友愤愤地留言“把烟厂全关了呗”；发一条关于无偿献血的微博，有网友立刻提起郭美美的LV包；科普宣讲活动启动，有网友指责“劳民伤财，不如干点实事”。

韩银平发现，传统的政府“强势姿态”在微博世界里不被买账。

随后，“首都健康”的语言风格在逐渐转变，开始走温暖型路线，刮风、下雨、降温都会发布健康小提示。41岁的韩银平每天注意身边的年轻人如何说话，学用网络语言。除了“亲们”之外，她发现“每句话加个‘哦’，就显得亲切一些”。

众多政务微博都逐渐学会了“卖萌”。“平安北京”推出了“包大人很忙”版本的诈骗提示；市政府新闻办“北京发布”叫自己“小布”。

今年4月，“首都健康”开通了集结120、卫监所、血液中心等各下属单位及各医院、医务人员微博的“健康微平台”，相当于北京微博发布厅里的“医疗分行”，每天各单位、医院、科室、个人发的微博都能在微平台上看到。

“首都健康”开通半年多以来，成为了粉丝增长最快的部门之一，至今已有34万粉丝，并正以每两天1万的速度增长。回复一个“爱特”的时候，韩银平打了几十个字，又全删掉了，停下来思索话该怎么说，“其实我生活中不是这样的人，我是个直脾气的人。”她忽然说。



2011年12月19日，西城区政府，刚刚上任的西城区区长王少峰召开微博访谈，与网友就西城区的“大事小情”进行交流。 本报资料图片/新京报记者 李飞 摄

### 【第3幕 转型】

## 政务微博强化服务功能

剧中人：  
市公安局新闻中心科长赵峰

剧情梗概：走入“微时代”的政府部门，在微博上强化了服务功能。专家认为，微博促进、甚至倒逼政府转型。

微博发得太多了，也不行。

“平安北京”诞生于2010年7月，是北京开设最早的政务微博，至今已发布8000多条。

市公安局新闻中心科长赵峰还记得，他领衔的“平安北京”有一次做直播活动，由于“太志形”发了过多微博，形成了刷屏，结果一天“掉粉”1000多个。针对“一天发多少条合适”，赵峰特意走访了专家。在专家的建议下，“平安北京”大约10人的团队每天按照10条至15条的频率发微博，延续至今。

“平安北京”将自己定位于“警营围脖”，内容包括警方资讯、防范提示、服务举措等，服务性占据的比例越来越重。今年高考的前一天，“平安北京”连续发了十余条微博，都是对考生的提示。

赵峰的团队还为“平安北京”设计了一些品牌化栏目，都是服务性的，比如直播警情、反诈提示、网银安全等，“这才是为人民服务。”一名网友留言。

其他政务微博中，服务功能也在逐渐强化。“交通北京”一大早便开始播报路况；“首都健康”时常发布诸如“吃海鲜时为什么不宜喝啤酒”的民生提示。

“微博通过互动、诉求，促进、甚至倒逼政府转型。”国家行政学院教授汪玉凯表示，通过网络问政，政府会不断调整管理方式，提高管理效果，并提升政府对公众诉求的回应度。

去年年底，人民网舆情监测室发布首份政务微博年度报告，北京微博发布厅成为新浪微博中全国最大的政务微博群，“平安北京”摘得全国政务微博冠军。

### 【第4幕 问政】

## “双向发布”不惧“拍砖”

剧中人：  
市环保局原副局长、新闻发言人杜少中

剧情梗概：北京80%政府部门已开设政务微博，政府、公众形成“双向发布”，部分负面信息、谣言通过微博化解。

杜少中已经是一名作者了，他的新书叫《微薄之力在微博》。

“巴松狼王”杜少中，116万粉丝的数量超过了华尔街日报中文网。开微博时，他的身份是北京市环保局副局长、新闻发言人。去年底，他和伍皓、叶青、陈士渠等人的微博，被列为公务人员“十大微博”，杜少中是北京惟一入围的官员。

和诸多官员的微博相比，“巴松狼王”罕有地将个性本色同职务角色融为一体。“你胡说八道，我也拍砖。”他说，微博上讲求是平等，不能居高临下，也无须低三下四。人民网舆情监测室秘书长祝华新对杜少中的评价是，和网友的沟通沉着坦诚，即使面对尖锐批评也能认真听取；王惠则说他“艺高人胆大”。

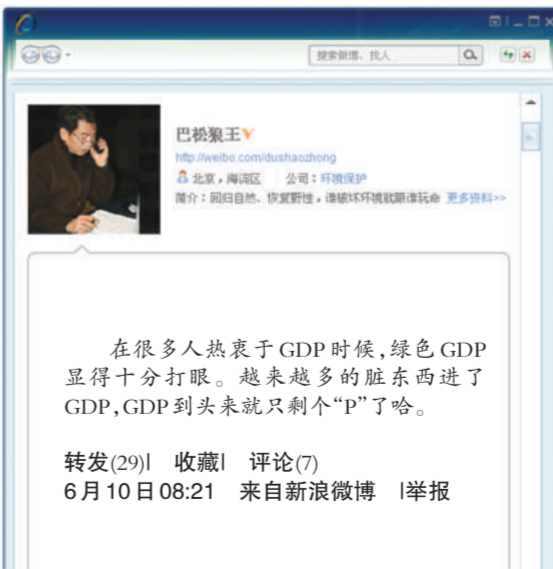
他开微博，是为“问政”。他认为，为适应网络发展的需要，自己工作的平台应延伸到微博中。杜少中是上世纪90年代便“触网”的老网民了，但即便如此，也没想到

拍上来的“砖”如此犀利。去年北京遭遇雾霾天，“50年的骂，几天全挨完了”，但他依然认为，微博对他的工作有很大推动作用。

作为新闻发言人，他需要知晓公众的反应。在政令“单向发布”的时代，政府难以收到公众的意见反馈，“通过微博，政府、公众能实现双向发布”。杜少中说，已有一些官员就如何开微博向他“取经”，“我觉得他们都能适应，但需要做一些准备和锻炼。”

截至目前，70个政务微博已经加盟了“发布厅”。王惠近日表示，“发布厅”开通以来，各政府部门已经发布了6万余条信息，各单位在网上直面pm2.5等单位在网上直面pm2.5等民生热点，不回避、不沉默，发言人在重大事情中不缺位、不越位，政府与市民的信息互动明显改善。

6月6日早上，已卸任新闻发言人的杜少中就pm2.5问题又发了一条微博，不到3小时，转发800多条。他说：“好久没人骂我了，还挺闹得慌。”



在很多人热衷于GDP时候，绿色GDP显得十分打眼。越来越多的脏东西进了GDP，GDP到头来就只剩个“P”了哈。

转发(29) | 收藏 | 评论(7)  
6月10日08:21 来自新浪微博 | 举报

### 10北京经验

## 部门问政:从“独唱”到“合唱”

2011年11月17日，北京微博发布厅正式上线，成为全国第一个省级政务微博群。

和此前各省市零散开设的政务微博相比，北京微博发布厅的特点在于将城市各个重要职能部门聚合在一起。用市政府新闻办主任王惠的话说，就是变部门“独唱”为“合唱”。

在北京微博发布厅上，各部门使用同一个平台发布政务信息。市民只要登录发布厅，就能看到各个部门即时发布的微博，包括最新政策法规，最

新工作进展，回应热点和社会关切的问题。

这样的“一体化”发布形式，也有助于解决很多网友对于各委办局的职能划分不甚了解，出现有问题“找错门”的现象。

在人民网舆情监测室秘书长祝华新看来，政府网站“原先是一串马铃薯，而不是一串螃蟹，互相没有咬合。”而北京微博发布厅以微博集群“联合舰队”的整体面貌出现，有助于克服政府网站之间互不往来的弊端，体现了推进官民互动、而不是把微博当

成一个时髦的网上名片的超前政务微博思路。

北京微博发布厅的扩容也相当迅速。至今年3月1日，短短几个月时间里，职能部门已有80%被聚合在这一平台上。

北京开设发布厅仅11天后，上海市政府即发起城市政务微博群“上海发布”；广州、重庆也纷纷开设了类似的政务微博群。这意味着，由北京首创的“微博集群化”政务服务模式，同时也影响着其他省市，渐渐成为政务微博的主流发布形态。

### ■ 排行榜(数据截至6月10日)

#### 北京微博发布厅部门粉丝前10名微博

平安北京	(北京市公安局)	320万
北京消防	(北京市公安局消防局)	125万
首都健康	(北京市卫生局)	38万
安居北京	(北京市住房和城乡建设委员会)	37万
北京市旅游发展委员会	(北京市旅游发展委员会)	29万
北京西城	(北京市西城区)	27万
畅游公园	(北京市公园管理中心)	25万
文明北京	(首都文明办)	23万
创新创业中关村	(中关村科技园区管理委员会)	21万
首都职工之家	(北京市总工会)	20万

### 10北京表情



## 政务微博“准博主”接受集训

2011年12月8日，来自23个政府部门的45位政务微博“准博主”，参加了开博前的“集训”，培训内容含“适应拍砖”。“准博主”中既有区县的新闻发言人，也有宣传部门的新闻干事。按要求，政务微博要做到“不应单向宣传政绩”，还包括不应与网民大开口水战；不应打官腔；遇到突发性公共事件，不应轻率回复妄下结论。“对于开政务微博，我们还是小学生。”大兴区委宣传部新闻科一名参与培训的干事说；通州区委宣传部参与培训的是一名“80后”干事，他称，感觉政务微博的运行是一项精密的过程，相当于办了个小型媒体。

本报资料图片/新京报记者 王嘉宁 摄



本版写作  
新京报记者 温燕  
新京报制图/林军明

### 10北京档案

●2010年7月29日  
北京市公安局“平安北京”微博上线，为北京首个政府微博。

●2011年1月5日  
时任市环保局副局长的杜少中开通微博，为北京首个开通实名微博的新闻发言人。

●2011年11月17日  
北京微博发布厅上线，首批“官微”加盟。21个政府部门、6个新闻发言人开通个人微博。

●2011年12月22日  
第二批“官微”加盟，数量也是21个，16区县均开通微博。

●2012年3月1日  
第三批“官微”加盟，共28个。至此，北京微博发布厅的“成员”达到70个。