

科协系统政务微信的传播力发展

——以今日科协及中国科协所属全国学会政务微信为例

王志芳¹, 贺占哲²

1. 中国科协信息中心, 北京 100863

2. 中国文物信息咨询中心, 北京 100029

摘要 今日科协及中国科协所属全国学会政务微信是科协系统重点工作对外宣传展示的重要窗口,有效拓展了信息传播的时效和空间。基于数据分析,将今日科协及中国科协所属全国学会政务微信作为研究对象,从整体分布、用户需求、用户属性、传播渠道等方面探究科协系统政务微信的发展态势及关注用户的访问规律。在此基础上,结合微信公众平台传播特点,针对运行过程中存在的突出问题提出优化发展策略,以期进一步提升科协系统信息资源的传播力,促进微平台的智能化服务。

关键词 科协系统政务微信;整体画像;用户需求;用户属性;优化策略

近年来,伴随移动智能终端、新媒体技术的蓬勃发展,微传播深刻影响着社会公众的工作方式和思维方式,改变并丰富了宣传工作的传播手段和传播方式。特别是微信公众平台(简称公众号)成为当前公众获取信息、开展阅读的主要渠道之一,在大众传播过程中发挥着极为重要的作用。党和国家对利用新媒体开展信息传播非常重视,习近平总书记强调,要坚持移动优先策略,让主流媒体借助移动传播,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点^[1]。

微信公众号自2012年8月上线以来,数量呈爆炸式增长。2019年1月腾讯公司发布的《2018微信公众平台政务、媒体类账号发展报告》显示,2018年政务及媒体类公众号粉丝总量达35亿,平均每个微信用户关注2.3个政务号和1个媒体号。

为贯彻落实新时期国家关于信息传播的理念,加强“网上科协”建设,充分利用新媒体宣传的扩散性,中国科协及所属全国学会等均开设了相应的政务微信。本文采用定量研究法,以中国科协官方微信“今日科协”及全国学会官方微信的2018年度运

收稿日期:2019-06-20;修回日期:2019-08-21

作者简介:王志芳,副研究员,研究方向为科学传播、新媒体,电子邮箱:wangzhifang@cast.org.cn

引用格式:王志芳,贺占哲.科协系统政务微信的传播力发展——以今日科协及中国科协所属全国学会政务微信为例[J].科技导报,2019,37(24):111-117;doi:10.3981/j.issn.1000-7857.2019.24.013

营数据为研究对象,开展用户群体画像和行为特征分析,为科协系统政务微信建设提供数据支撑和决策参考。针对用户行为反馈,从传播理念、内容、形式、手段等方面加强顶层设计,促进科协系统政务微信的精细化发展,提升整体传播效果。

1 科协系统政务微信传播力整体画像

1.1 建设情况及影响力分布

近年来,科协系统政务微信建设呈稳定增长态势,但发展尚不均衡,各学会对利用新媒体开展宣传与服务的认知和重视程度不同,主要表现为以下3个方面。

第一,活跃度参差不齐。截至2018年底,210个全国学会中,开设并保持更新的政务微信有145个,未开通或停止更新的为65个。其中,活跃度高、影响力大的有31个,占比15%;活跃度较高、影响力较大的有49个,占比23%;较为沉寂、更新迟缓的有65个,占比31%;未开通、停止更新的有65个,占比31%。具体运行情况如图1。此前统计,截至2016年6月,在开设的90个学会公众号中^[2]保持更新的有73个,相比来看,全国学会政务微信整体呈增长趋势,但在运行的深度和广度上仍有较大发展空间。

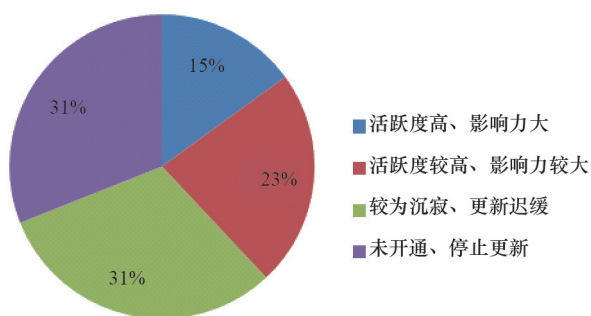


图1 全国学会政务微信运行情况

Fig. 1 Operations situation of the official WeChat of national academic societies of CAST

第二,WCI指数(WeChat communication index, 微信传播指数)分布不均匀。WCI指数是中国新媒体大数据的权威平台清博平台综合各维度数据后

得出的综合指数,是目前应用最广泛的微信公众号传播力的评判标准^[3]。以“2018年度WCI指数500”(在公众号排序中超越90%)为基准,数据报告显示,今日科协超越WCI指数500,全国学会政务微信突破WCI指数500的共9个,分别为中国城市规划、中华护理学会、中国机械工程学会、中国计算机学会、中华中医药学会、中国指挥与控制学会、中国工业设计学会、中国化学会和中国野生动物保护协会(表1)。其中,工科类3个、理科类2个、医科类2个、交叉学科类2个。这些影响力广泛的学会公众号,关注人数普遍较多,更新频率基本为每日更新数条,其中,中国指挥与控制学会公众号2018年度推送篇数最多,达2620篇;中国城市规划公众号WCI指数最高,近700。

表1 2018年度WCI指数500以上的公众号排行榜
Table 1 List of public numbers with WCI over 500 in 2018

| 序号 | 公众号名称 | WCI指数 | 阅读量总量 | 发布篇数 | 点赞总数 | 学科类 |
|----|------------|--------|-------|------|------|------|
| 1 | 中国城市规划 | 699.60 | 220万+ | 584 | 1万+ | 交叉 |
| 2 | 中华护理学会 | 584.41 | 57万+ | 175 | 5930 | 医科 |
| 3 | 中国机械工程学会 | 557.72 | 63万+ | 240 | 3385 | 工科 |
| 4 | 中国计算机学会 | 545.29 | 79万+ | 687 | 5823 | 工科 |
| 5 | 中华中医药学会 | 540.07 | 72万+ | 503 | 5696 | 医科 |
| 6 | 中国指挥与控制学会 | 538.59 | 162万+ | 2620 | 6889 | 工科 |
| 7 | 中国工业设计协会 | 520.12 | 50万+ | 340 | 4621 | 交叉 |
| 8 | 中国化学会 | 510.78 | 46万+ | 221 | 2621 | 理科 |
| 9 | 中国野生动物保护协会 | 507.31 | 63万+ | 735 | 1万+ | 理科 |
| 10 | 今日科协 | 501.66 | 82万+ | 1717 | 8936 | 中国科协 |

就研究对象整体而言,传播力不高。在所开设并保持更新的145个学会公众号中,WCI指数处于

300以上(在公众号排序中约70%以上)的仅为21%。相对而言,医科类、工科类学会公众号活跃度、影响力较高,农科类、理科类、交叉类学会公众号运行水平较低。部分原因为医科、工科类学科或行业同经济、社会发展密切相关,与公众的日常生活更为紧密,相关信息更易传播,从而形成了平台与用户之间的良性循环。

第三,微服务功能呈现多元化。顺应新媒体发展趋势,公众号在开展宣传的基础上,进一步拓展了在线服务功能,主要体现在自定义菜单功能方面。注重利用自定义菜单功能提升用户转化率的关键为:1)让用户知道你是干什么的;2)告诉用户你能干什么;3)你正在进行的活动^[4]。目前,部分学会政务微信针对用户常用服务开设了相关自定义菜单,包括会员注册、会议在线报名、会议直播、证件下载、资料下载以及号内搜索功能等。开设会员注册的公众号有22个,方便用户随时随地加入学会,扩大了联系和服务科技工作者的范围;开设会议在线报名的有8个;设置年度学术活动计划表专栏的有4个;开设会议直播和号内搜索的各为1个。据了解,学术活动计划表和会议在线报名深受欢迎,满足了用户及时获取学术活动信息的刚需,同时为用户针对感兴趣的会议进行报名提供了便利。

设置微服务功能的学会公众号活跃度和影响力普遍较高。借助灵活便捷的移动端服务不仅维系了同已关注用户的情感,而且吸引了更多的潜在用户,进一步扩大了学会的影响力。例如WCI指数排位第2的中华护理学会,根据用户需求针对“学术继教”自定义菜单提供一站式服务,实现会议报名、住宿预订、直播赛事、资料下载与证件下载一体化服务,取得了良好的传播效果。就整体而言,提供微服务的公众号占少数,更多学会需进一步增强服务意识、增加服务功能,促进整体服务水平的升级。

1.2 关注内容需求分析

提供符合用户需求的内容,是公众号存在和发展的重要因素。统计数据显示,全国学会政务微信关注度靠前的推送文章,主要表现为专家观点类、

学术会议指南类、表彰奖励公示类、科技政策类、实用科普类与行业科技进展类等几个方面。同时,2018年度公众号单篇热文阅读量排行榜(表2),一定程度上也反映了公众的热点需求。其中,中国城市规划公众号关于河北雄安新区规划纲要的内容阅读量突破10万。

表2 2018年度公众号单篇热文阅读量排行榜(前10)

Table 2 List of articles with reading volume in top 10 in 2018

| 序号 | 标题 | 公众号名称 | 阅读总量 | 需求类别 |
|----|--------------------------|------------|------|------|
| 1 | 全文发布《河北雄安新区规划纲要》 | 中国城市规划 | 10万+ | 科技政策 |
| 2 | 中华护理学会2019年学术会议计划 | 中华护理学会 | 6.5万 | 会议指南 |
| 3 | 180页PPT,讲解人工智能技术与产业发展 | 中国指挥与控制学会 | 5.5万 | 专家观点 |
| 4 | 中国的科技创新被科研体系扼杀了吗 | 中国机械工程学会 | 4.0万 | 科技政策 |
| 5 | 工业设计,没想到你是酱紫的专业! | 中国工业设计协会 | 3.7万 | 实用科普 |
| 6 | 中药煎煮与服法图解(值得收藏) | 中华中医药学会 | 2.5万 | 实用科普 |
| 7 | 睡眠长短决定寿命 | 中国睡眠研究会 | 2.3万 | 专家观点 |
| 8 | 关于益生菌的科学真相 | 中国食品科学技术学会 | 2.2万 | 专家观点 |
| 9 | 20多只国家保护动物包括两只安哥洛卡象龟得救了 | 中国野生动物保护协会 | 2.1万 | 热点事件 |
| 10 | 重磅揭晓2018年度中国化学会青年化学奖授奖名单 | 中国化学会 | 2.0万 | 表彰公示 |

1.3 阅读来源分析

当前,公众号内容的阅读来源包括公众号会话、朋友圈、好友转发、历史消息页、搜一搜、看一看及其他,涉及单向传播、互动传播、人际传播及大众传播。科协系统政务微信所推送内容的阅读来源一般以公众号会话阅读为主。基于当今社交习惯,在传播形式上传播者和受众的关系趋于平等^[5],好

友转发和朋友圈分享也发挥着积极的传播作用。特别是点击率高的推送内容,朋友圈分享成为最主要的阅读来源。相对而言,搜一搜、看一看、历史消息与其他阅读来源占比较低。

1.4 关注用户属性分析

当前,伴随信息资源借助新媒体传播渠道进行扩散的趋势增强,公众号用户基数越来越大,对用户属性和行为的研究至关重要。

1) 关注用户群体定位。鉴于科协系统政务微信为社会团体政务资讯传播平台,关注用户相应地以科协工作者和科技工作者为主,进而扩展到社会公众。

今日科协是对中国科协网重点内容的精选和拓展,核心对象以科协从业人员为主,扩展到科技工作者。关注人数保持逐年稳定增长趋势,目前达3万多。据《中国科学技术协会统计年鉴2018》数据显示,各级科协从业人员为40429人,两级学会从业人员43047人^[6]。从今日科协所服务的重点人群看,关注用户占各级科协从业人员的76%,占系统全部从业人数的36%,还有进一步拓展空间。

全国学会政务微信的关注用户在涵盖学会工作者的基础上,扩展到广大学会会员乃至社会公众。特别是领域内科技工作者人数较多、公众感兴趣的前沿科技类或者同公众生活密切相关的学会公众号关注人数普遍较高,比如中华护理学会、中国人工智能学会,关注人数均达10万多。

2) 关注用户地域分布。地域因素对用户行为特征具有显著影响。参考今日科协 and 全国学会政务微信数据,从关注用户地域分布看,关注用户排位靠前的省份基本一致,北京、广东、上海、江苏、山东、浙江六省(市)的关注用户数占所有关注用户的60%左右。其中,北京的关注用户数占比为10%~30%,这同平台方处于北京而更利于在当地推广有关。西藏、宁夏、青海、新疆、贵州、内蒙古六省(自治区)的关注用户数仅占所有关注用户的5%。可见,用户人数与地区经济建设、科技水平、人员结构分布相关联,经济、科技发达的东部地区用户明显高于中部和西部地区。

为了论证的准确度,以活跃度较高、地处浙江

省的中国茶叶学会公众号为样本。数据显示,其用户人数主要集中于浙江、广东、福建、山东、江苏、上海与北京,其中浙江省居于首位,一定程度上证实了平台方主办地在关注人数方面的优势,体现了公众号的地域传播模式。这几个省(市)同之前统计得出的关注人数靠前位整体相似。西藏、青海、宁夏、甘肃、吉林、新疆六省(自治区)关注人数占比少,同之前统计得出的关注人数靠后位整体相似。

3) 关注用户性别分布。从性别比例看,关注用户的男女分布略有所差异,一般男性多于女性。以今日科协为例,男性用户占比60%,女性用户占比40%。个别女科技工作者会员比例较高的学会公众号,关注用户女性占比高于男性,如中华护理学会,女性用户占比86.5%,男性用户占比13.5%。

2 今日科协用户特征分析

2.1 内容需求分析

基于今日科协发文量较高,且与学会业务密切相关,今日科协整体推送内容访问量的分布可呈现用户在今日科协平台所表达出的访问需求。经统计,栏目排序(按阅读人次由高到低)依次为科学家人物宣传类、重要通知及公示类、科技政策及领导讲话类、科协系统品牌活动展示类、科协系统要闻、科协历史类、科技快报类。

通过重点考察点击量超过2000的100篇文章,分析得出科学家人物宣传类、重要通知和公示类、科技政策及领导讲话类、品牌活动展示类是用户需求的主要构成。其中,处于绝对优势的栏目为科学家人物宣传,占比43%;其次为重要通知和公示类(尤其是各类针对科技工作者的表彰奖励公示、项目申报和评审公示等),占比28%;最新科技政策及领导讲话也是用户重点关注的栏目,占比共为15%;品牌活动展示类占比8%,例如关于中国科协年会、全国科技工作者日等;科协系统要闻和最新科技进展类占比较少,均为3%。这些需求类型排序同公众号推送内容的整体点击率的栏目排序相吻合。

从整体上看,今日科协与全国学会政务微信用

户所关注的内容基本相似,集中为重要通知及公示类、科技政策等。相比而言,全国学会政务微信对科学家人物宣传类内容推送较少,所推送的各领域专家观点、科普类知识点击率普遍较高,表现了公众汲取知识的热度。特别是与公众生活密切相关的学会公众号,如医学类学会、中国茶叶学会等,相关知识受关注度颇高。

2.2 内容关注度高的原因分析

依据当前信息传播的特点,从政务微信的政务属性、人文属性,同关注对象的有关性、有用性、有趣性等方面进行分析。

首先,从内容建设看,科学家人物宣传类的点击率、转载率和留言量均为最高,体现了平台的人文属性。留言量表现最突出,占今日科协2018年全年累计留言总数的近90%。该栏目点击率普遍高的原因,归纳为以下3点:(1)遵循以人为本的理念,以科技工作者之家的视角,弘扬科学家精神,引导公众感知科学家、了解科学;(2)基于对被宣传者的重视和尊重,内容引起科学家本人亲朋好友及科研团队的共鸣而得以大力转载和留言互动;(3)这些内容以图文结合的形式进行表达,具有一定可读性。

其次,首发权威资讯是政务微信提升自身影响力的重要因素,体现了信息的政务属性。今日科协依托中国科协官网及时发布的各类通知和公示、科技政策及领导讲话,满足用户第一时间获取具有强烈需求的权威信息。同时,这些内容既同科协工作者的工作密切相关,也关乎科技工作者的切身利益,证明了传播内容受关注度同对于用户有用性之间的关联。同关注者利益越相关、越有价值的内容,受关注度越高^[7]。如《国务院关于科技工作者的政策礼包》一文,因关乎科学共同体的切身利益,而得到广泛传播。

2.3 内容表现形式需求分布

形式新颖、感染力强的新媒体传播方式深受公众喜爱。今日科协所推送内容在表现形式上综合应用文字、图文结合、微视频、音频与H5(一种主要用于移动端的传播载体)等。特别是微视频已成为互联网时代公众乐于接受的最重要的一种方式。

第43次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,短视频应用迅速崛起,使用率高达78.2%,2018年下半年用户规模增长率达9.1%^[8]。今日科协所推送的以微视频、H5形式展示的重大活动报道点击率处于高位,如以视频、H5形式展示的第二十届中国科协年会。此外,“一图了解”的长图宣传方式,利用新媒体简洁明了的特征,凝练核心内容和特点,使不了解相关工作人群迅速了解相关内容,迎合了用户碎片化、短平快的阅读习惯。

2.4 应用特点分析

第一,从信息服务、资源汇聚为主的模式,融入以人为本的理念和有温度、有情感的人文关怀,凸显服务者形象。

第二,基于中国科协网首发优势,及时在公众号发布重要信息和活动资讯,最大限度地提高了关注人群接受信息的时效性。

第三,原创、半原创内容增添亮点。在以往主要转载中国科协网、主流媒体相关信息的模式基础上,开展针对科技人才、科协历史、科协数据方面的原创、半原创内容,着力推进科学文化建设。

第四,利用新媒体技术助力内容传播。在原有以图文为主的传播载体的基础上,增加了微视频、H5、视频直播等形式,进一步增强了传播效果。

3 存在问题及优化建议

科协系统政务微信取得了一定成效,关注人数逐年稳定增长,进一步扩大了微信公众号的影响力。多篇阅读量过万的文章,有效提升了信息传播力。在取得成绩的同时,我们发现当前科协系统政务微信还存在如下一些问题。

3.1 存在问题

1) 僵尸账号影响科协系统整体形象。部分全国学会公众号内容不更新或更新迟缓,严重影响用户体验,导致粉丝量和阅读量稀少,尚未发挥“互联网+学会”公共服务平台的价值。

2) 内容总体打开率有待提升。整体而言,科协系统政务微信发布篇数、均篇点击率普遍较低。部分学会推送内容的更新率虽然较高,但存在点击

率较低的情况。这些学会的关注人数普遍较低,亟待推广上下功夫。

3) 以转载模式为主,欠缺深度内容。所推送内容主要转载科协系统官网、主流媒体相关信息,深度报道和原创内容生产加工欠缺,从历史和人才视角开展科学文化建设内容相对较少。

4) 展现形式较单一,文案创作技巧运用较少。在内容呈现上主要以图文推送为主,运用H5、视频、动图与漫画等新媒体方式展现较少。在语言表达方面,多为严谨的官方用语,接地气的新时代公众话语体系和文案创作技巧运用不足。

3.2 优化建议

为进一步提升科协系统政务微信的整体影响力和显示度,需强化服务理念,遵循“用户中心”“需求导向”原则,借鉴传播力强、影响力大的政务微信经验,从内容质量、功能服务、推广机制等方面创新传播格局。各学会应在思想上加强重视,给予配套经费、人员及制度上的基本保障。

1) 在内容运营方面,以优质内容吸附用户。重点针对用户关注的内容,加强策划,提升价值。第一,满足用户通过政务微信及时获取所关注的刚需,如重要通知、会议指南、科技政策等。第二,加强科学文化建设,夯实人物宣传的品牌优势,倡导开展科技人物系列宣传。贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅于2019年6月印发的《关于进一步弘扬科学家精神加强作风和学风建设的意见》精神,广泛宣传基层一线科技工作者和创新团队典型^[9]。呈现人物的闪光点,讲好科学家背后的故事,丰富公众对科学家、科学的认知。第三,发挥智力资源建设,传递深度思想,展现领域内科学家的核心观点及科技热点问题。此外,注重运用多种传播载体和微信体文案创作技巧,增强内容的可读性。

2) 在微服务方面,增强服务功能建设,提升用户的心理认同感。“《中国新媒体发展报告(2017)》显示,我国政务微信已步入发展快车道,……政务改革已从之前的‘微宣传’进入‘微服务’的时代”^[10]。传播力较强的科协系统政务微信普遍设置了相关服务功能,特别是针对用户重点关注的参会

流程实现一体化服务,传播效果显著提升。首先,倡导各学会加强平台服务功能整合,积极开启优质服务模式。其次,进一步完善推送内容数字标签建设,直观展现用户核心需求。搭建好科技政策库、科技人才库、重要信息库、科技知识库、科技资讯库、视频库等,为用户查询各类信息提供便利。第三,设置关键词用户回复,了解用户原始需求。后续可以围绕这些关键词,继续创作类似的优质内容^[11]。

3) 在渠道运营方面,充分优化搜索引擎推荐,建立垂直化传播矩阵,拓展传播空间。协作化是微信公众平台发展的必然途径。当前,科协系统微信公众号推送内容的搜索引擎可见度普遍较低,建议入驻百度百家号等开放平台,便于公众从网站、微信搜索渠道上精准找到公众号。建议加强同各大主流平台开展合作,构建垂直化传播矩阵,包括今日头条、网易号、搜狐号等活跃度高的开放性平台,根据用户群体的行为习惯,有针对性地推送个性化服务内容,增强传播效果。同时,在各公众号内建设站内搜索,便于用户查询历史消息,进一步提升信息的使用率。

4) 在用户运营方面,采用线上与线下相结合的方式,维系有效用户并吸引潜在用户。数据显示,科协系统重大活动期间,公众号开展的线上与线下结合推广对关注人数的增加起到显著成效。如2018年全国科技工作者日宣传期间今日科协新增1164名订阅用户,占全年总增加人数的12%。加强重大活动公众号推广的同时,进一步将其各类基层科协及各级学会纳入发展群体,实现宣传工作接长手臂,向基层延伸。此外,良好的互动关系对促进公众号发展至关重要。如有奖参与、需求调研,一方面激发粉丝的活跃度,另一方面,根据用户需求进一步改进工作。

5) 在团队建设方面,强化人员的业务能力和专业素养。专业的新媒体团队建设是微信公众平台运行发展的重要保障。加强团队人员新媒体方面的专业培训,与时俱进,掌握新媒体相关政策、传播理念、传播规律与技术进展等。学习并借鉴其他优

秀政务微信的运行模式,在内容、形式上不断创新,使公众号建设更加专业和科学。

参考文献(References)

- [1] 《求是》杂志发表习近平总书记重要文章《加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局》[EB/OL]. (2019-03-05)[2019-05-30]. http://www.xinhuanet.com/2019-03/15/c_1124240041.htm.
- [2] 王志芳. 全国学会信息化现状及发展对策研究[J]. 科协论坛, 2016(8): 28-31.
- [3] 朱婷. 地方政务微信公众号的现状、问题与发展对策研究——以潍坊市主要的46个政务微信公众号为例[J]. 新西部, 2019(1): 66-68.
- [4] 魏艳. 微信公众号深度解析[M]. 北京: 化学工业出版社, 2017: 46.
- [5] 叶小鱼, 勾俊伟. 新媒体文案创作与传播[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2017: 109.
- [6] 中国科学技术协会. 中国科学技术协会统计年鉴 2018 [M]. 北京: 中国科学技术出版社, 2018: 3.
- [7] 王志芳. 中国科协政务微信发展初探[J]. 科技传播, 2017, 9(18): 75-77.
- [8] CNNIC发布第43次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2019-03-01)[2019-05-30]. <https://finance.china.com/tech/13001906/20190301/35337854.html>.
- [9] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于进一步弘扬科学家精神加强作风和学风建设的意见》[EB/OL]. (2019-06-11)[2019-06-12]. http://www.xinhuanet.com/politics/2019-06/11/c_1124609190.htm.
- [10] 陈川. 基于宣传和服务维度的地方政务微信发展研究——以福建省为例[J]. 成都理工大学学报(社会科学版), 2019, 27(1): 26-33.
- [11] 勾俊伟, 哈默, 谢雄. 新媒体数据分析: 概念、工具、方法[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2017: 66.

The communication power of the official WeChat of China Association for Science and Technology: With the official WeChat of CAST Today and national academic societies of CAST as an example

WANG Zhifang¹, HE Zhanzhe²

1. Information Center of China Association for Science and Technology, Beijing 100863, China

2. China Cultural Heritage Information and Consulting Center, Beijing 100029, China

Abstract The official WeChat of the CAST Today and national academic societies of CAST are an important window for the communications with the outside world of the CAST. Take the official WeChat of the CAST Today and national academic societies of the CAST as an example, this paper explores the development of the official WeChat of the CAST and the access states in terms of the whole distribution, the user demand, the user attribute and the dissemination channel. Based on this analysis, combined with the communication characteristics of the WeChat Public Platform, the optimal development strategies are suggested.

Keywords the official WeChat of CAST; overall portrait; user demand; user attribute; optimized strategy ●



(责任编辑 傅雪)