

微信城市服务是平台通过对政府部门及有关事业单位所能提供的服务进行整合，利用微信这一紧贴群众的社交 APP，使用户可以通过微信便捷地进行医疗、交通、交管、社保、户政、教育等业务的办理，以此为公众的生活工作带来更多便利。本文是关于微信城市服务的产品分析，enjoy~



2020 年 2 月 17 日，微信发布《微信战“疫”数据报告》，就多个业务场景进行了一系列数据展示。截至 2 月 14 日，疫情动态收获 11.75 亿次阅读量、城市服务平台访问量达 17.76 亿人次。1 月 20 日至 2 月 13 日，环比去年 12 月 1 日至 12 月 25 日，政务类小程序用户环比增长近 60%、教育类疫情小程序累计使用用户 1.3 亿，环比增长 82%、医疗类小程序用户环比增长达 347%。2 月 3 日-2 月 13 日，办公类小程序活跃用户较上月环比增长达 485%。

疫情使线上服务的需求量激增，特殊市场急切推动城市服务发展。回望腾讯研究院去年 11 月在《WeCity 未来城市-智慧城市进化之道》报告中提到的“一网办通、只进一扇门、最多跑一次”，如今这个愿景变成了迫切的任务，甚至乎要达到“一网办通、不进一扇门、不用跑一次”。本文将就当前的特殊场景，结合市场、功能和用户等方面对城市服务平台进行分析，并提出一定的优化观点。

Ps：微信城市服务功能和虽然依附于微信 APP，但和微信的主体产品定位实则有较大差异，因此本文将会以“产品”的角度来对微信城市服务进行分析。

## 1. 产品概述

### 1.1 产品简介

产品名称：微信城市服务

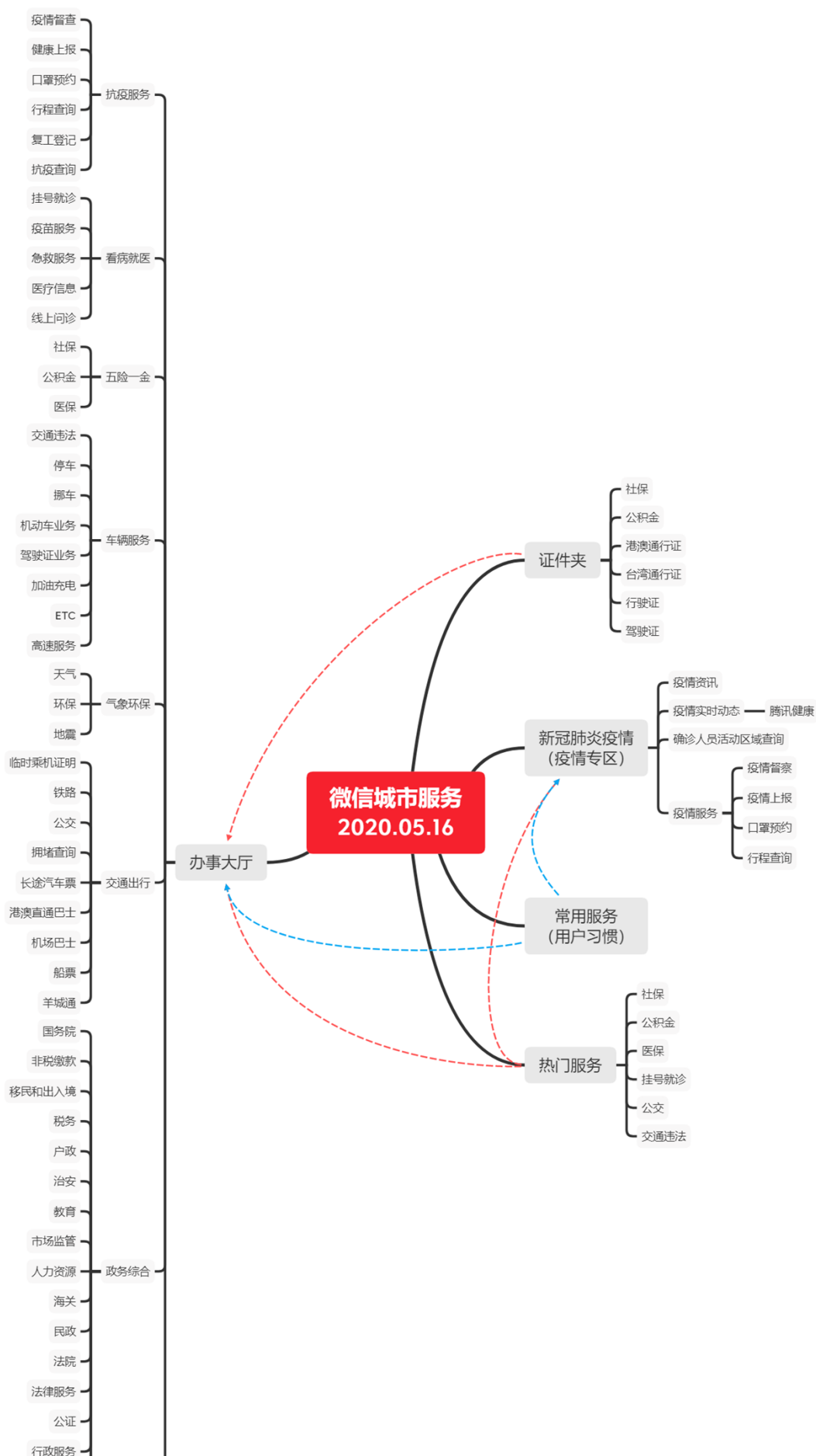
产品定义：依附于微信 APP 的综合民生服务平台

使用入口：微信>我>支付>城市服务

产品介绍：微信城市服务是微信团队于 2014 年 11 月首发于广州的综合民生服务平台。

平台通过对政府部门及有关事业单位所能提供的服务进行整合，利用微信这一紧贴群众的社交 APP，使用户可以通过微信便捷地进行医疗、交通、交管、社保、户政、教育等业务的办理，以此为公众的生活工作带来更多便利。

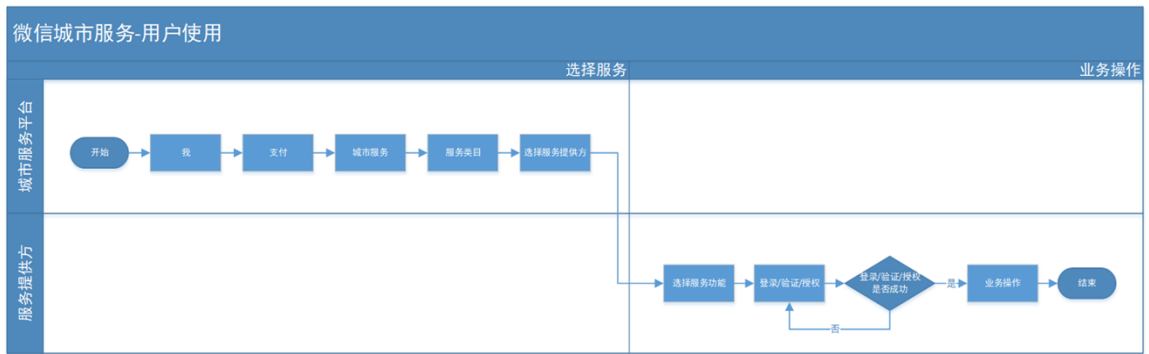
1.2 产品功能结构



1.3 基本使用路径

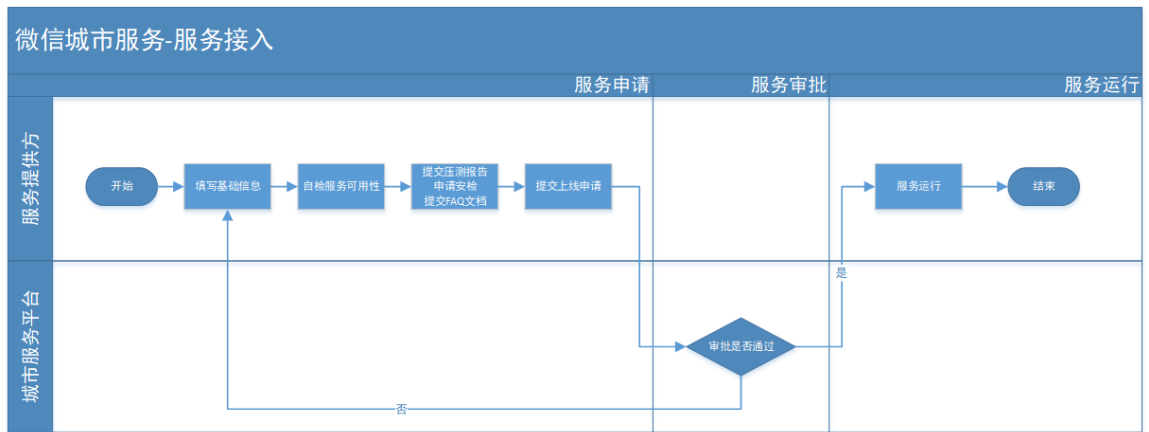
1.3.1 用户使用流程

微信城市服务是集成各地政务、医疗、交通等多端功能，并依附于微信 APP 的综合服务平台。这个平台中虽不乏腾讯参与建设的项目，但主要构成还是来自各地相关行业的第三方服务提供商。因此用户的使用流程基本上可以概括为：在微信城市服务上找到服务，并通过城市服务平台跳转到服务提供方去接受服务。



1.3.2 服务接入流程

和提供内容的微信公众号一样，城市服务的功能一样由服务提供方在微信公众平台上自行申请并负责运行。



2. 市场分析

2.1 智慧城市发展不可或缺的一环

城市信息化是推动城市发展的重要动力，而智慧城市是城市信息化的一种高级形态。在科技高度发展的当今，充分利用信息技术、开发信息资源，以此促进经济高质量增长和推动社会转型已然是世界各国的共识。而现代城市作为人口、经济、政治、文化、科技相对集中的聚落，自然成为信息化的先头部队。

智慧城市的建设与国家城镇化发展密切结合，城镇化程度越高，越需要构建智慧城市来辅助决策、达成城市运作降本增效等目标。近年城镇化速度的加快，不仅在方方面面体现出智慧城市发展的必然性，也在局部暴露出建设智慧城市的紧迫性。



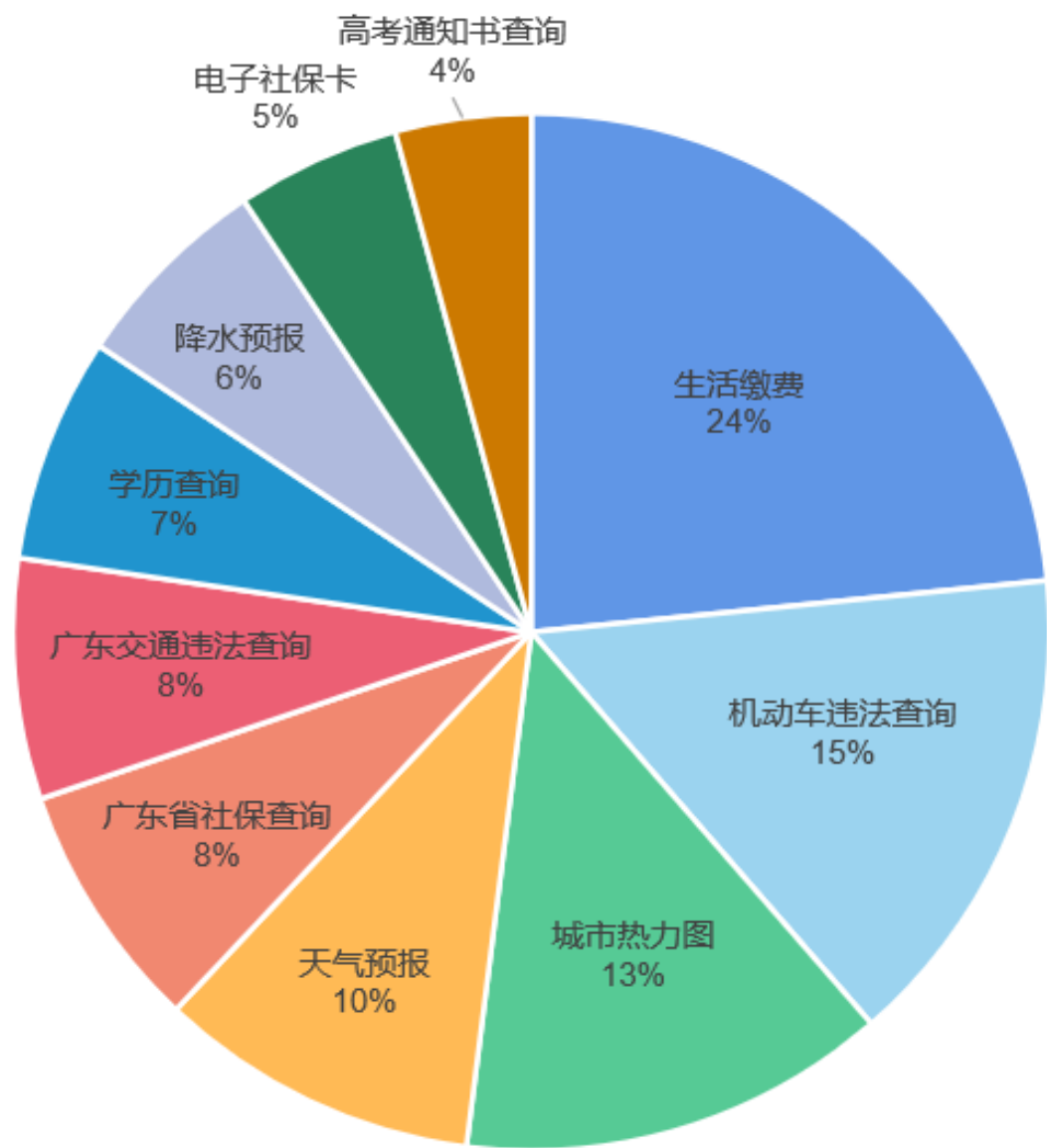
图片来源：亿欧智库 数据来源：国家统计局

2019 年 11 月，腾讯研究院以习总书记多次提出的“城市是人民的城市，城市建设要坚持以人民为中心”为核心观点，发布了《WeCity 未来城市-智慧城市进化之道》报告。

该报告从多个维度剖析了腾讯将持续深耕 “WeCity 未来城市” 的愿景和规划，其中提到智慧城市要 “以人为中心”、“服务即时”，且做到 “人人可参与”，因此月活用户量达 11.5 亿（来自 2019 微信数据报告）的微信必将是腾讯构建智慧城市过程中面对 C 端用户的重要战场之一。而微信中带有明确功能指向，且具有相对完备设计的 “城市服务” 功能则将可能成为推进的重点之一。

结合微信城市服务各项功能的用户量分布，下文将主要以政务服务的线上发展来剖析城市服务的市场情况。

2018年12月微信城市服务类型用户数Top10

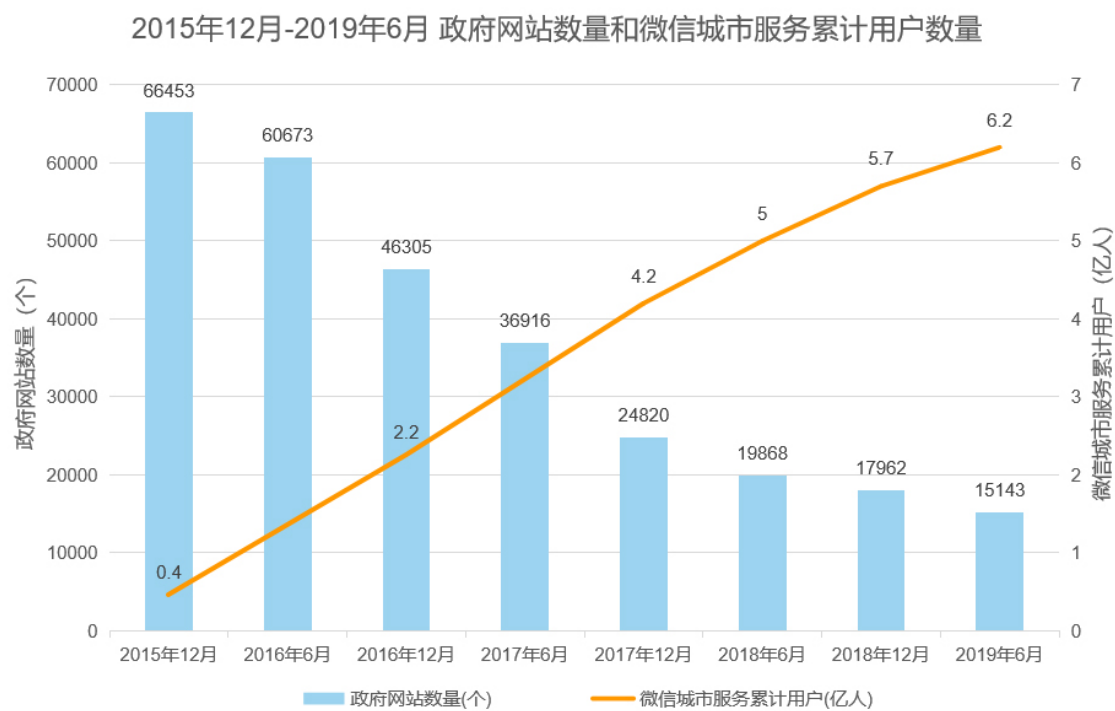


数据来源：腾讯

横向来看，自 2015 年 7 月公布全国首次政府网站普查摸底情况以来，历年数据和报道都能看到政府网站均朝着规范化、精简化、集约化的方向发展。2018 年 9 月，国务院发布

的《国务院办公厅关于加强政府网站域名管理的通知》中也明确提到对政府网站要“落实管理责任、强化监管职责、建立协同管理机制”，对大量不规范网站、闲置网站予以回收注销。

同时推动政府网站集约化，对各分支业务系统、办事平台等结合实际情况予以整合，不再作为独立网站。同时也支持各级机关积极运用微博、微信、客户端等“两微一端”新媒体，实现“一网、一门、一次”，即“政务服务一网通办”和群众办事“只进一扇门、最多跑一次”。



数据来源：开普云、腾讯



各类互联网政务服务用户使用率



综上不难看出，在政务服务方面国家很好地做到了简政放权。不仅对于早期遗留的不规范服务机构、服务模式和一些过于细分的分支等都坚决地予以整改，同时也积极地对微信、支付宝、微博等新媒体加以应用，对自身的服务模式进行融合创新。

政府部门作为城市服务的主要提供方，在服务优化过程中主动借助流量平台来传播服务资讯、通过多渠道提供服务、也支持各大互联网公司建设自己的综合服务平台，将群众眼中“麻烦、繁琐”的办事入口迁移到群众群众身边，以达到便民利民的真正目标。

对于这一系列措施的根源，可以举一个很简单的例子：没人会每天去中国气象局官网查天气预报。

## 互联网+城市服务

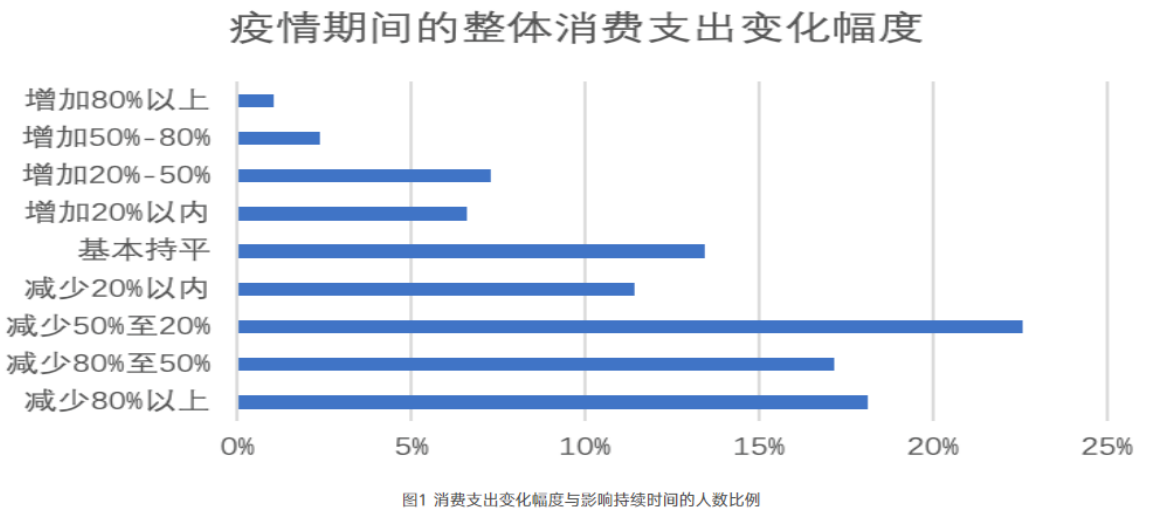


### 2.2 疫情下爆发式增长的需求

新春伊始，一场前所未有的灾难席卷我国，造成湖北省几近封省，全国群众居家抗疫、企业延期开工、学校延期开学等局面，而全球范围的态势同样十分严峻。这样现象自然也催生了一反常态的特殊市场现象——线上政务、线上教学、线上医疗、远程办公、社区电商等多种需求持续暴增。用户需求的激增宛如给城市服务系统来了一次大规模的生产环境“压力测试”。除了常见的服务器过载、连接异常等常见问题，业务上“测试”出来的问题才更为凸显。

持续的远程办公和线上教学暴露出了特殊场景线上化的局限性，除了常规的实时音视频通讯和文件传输外，真正普及且常用的功能甚少，但很多情况造成的效率低下则更为严重（如公司事务无法及时对接、学校课堂无法逐一解答）。而线上医疗更是极为有限，除了远程预约、挂号和简单问诊外，绝大部分业务显然无法在线上进行。

此外旅游、餐饮住宿、交通物流、教育培训等和线下场景紧密结合的行业者更是大受影响、局部区域几近停滞。在大部分群众出行严重受限的情况下要保持城市健康运转，这个特殊需求愈加突显前文所述智慧城市建设的必然性和紧迫性。



图片来源：腾讯研究院

此次疫情涉及的人群数量多、地域范围广，全国共情的现象带来负面影响的同时也激起全面的正向驱动。“无接触式”场景迫使消费者主动学习参与线下活动的线上化，办公、教育、医疗、政务等方面表现突出。

我们都知道政务和医疗的线上化长期以来都是各地信息化发展过程中的重点，这种与所有群众息息相关的业务往往会被当作前期的突破口。虽然这次疫情造成的特殊场景不可能成为常态，但是大量用户主动参与的现象和反馈可以很好地体现出这类业务信息化、线上化的重要价值。

此外值得一提的是，全民出行受限的情况可以称为“特殊场景”，但个人出行受限的情况则比比皆是，当所有人都切实体会到出行难人群的境遇，就会更加知道：城市的发展不只是面向大多数人，而是面向所有人，城市服务智能化是必然走向。

以最具代表性的微信和支付宝的城市服务平台为例，各类城市线上服务基本都是不同部门/单位依照某种规范各自进行构建信息系统，再通过集成的方式汇总到具体某个平台上。理想状态下用户只需要在某一款应用或某一个网站上，就可以足不出户完成多个不同场景下的业务操作。

这次疫情下至少可以看出两点关键突破：

一是激增的大量新用户让平台方看到潜在市场价值；二是让广大群众被迫接受新模式，成为新的用户群体。

前者自不消说，不止各个平台发布的数据报告可以看到，我们每个人都可能是“激增”的潜在用户之一。后者同样的，被困在家只能选择生鲜上门、远程办公，而此外的政务、医疗等服务也自然会希望在线上完成。

而作为平台建设方去稍加延伸，联想一下行动有碍的少数人，就会知道我们一时的窘境其实也是一部分人的常态。



### 3. 需求分析



#### 3.1 服务提供方

微信城市服务的主要提供方是政府及公共事业单位，对前者来说，无疑是如何以最低成本及最高效的方法来向社会公众提供基本服务，后者虽然部分带有盈利性质，但是在连接用户并提供基础的咨询、预约服务，最主要需求仍是降本增效。

政府方是在提供服务过程中的痛点可以概括为“各类网站没人用，群众办事懒得跑”，进而导致大量闲置、废弃网站和闲职人员的诞生。而对医院、车站等来说也同样的“线上预约冷清，线下排队一大堆”，以上问题基本都是无法合理利用信息技术带来的便利而造成高成本低效率。

近年来，各级政府机构一直在审视并不断尝试新的方式来改变自身服务模式，不仅如上文所述对自身服务渠道进行整改，也积极利用各类新平台。而微信城市服务就是在这样的契机中诞生的，月活用户量高达 11.5 亿的微信 APP 无疑是连接广大群众最好的纽带。

对于服务提供方来说，任何一个可信赖的流量平台都可以是服务提供的渠道，这也是微信、支付宝、百度和今日头条等产品相继推出城市服务功能的原因。而微信作为中国市场流量的集大成者，又是社交这种与日常息息相关的产品，自然会成功服务提供方的主要目标。

### 3.2 服务接受方

对服务接受方来说，实际上也是寻求一个降本增效的目标，本是查找服务的时间成本、线下参与的时间成本和交通等带来的金钱成本；效本质上也是成本的集合，即通过最合理的分配，将时间或金钱所带来的利益最大化。

遑论受教育程度较低、对互联网不熟悉的大部分群众，很多时候受教育程度高且熟悉掌握互联网产品的青年，也经常会无法合理利用网络渠道来提供效率。当然，后者往往会通过搜索引擎键入“\*\*证去哪办、\*\*服务怎么预约”等问题，进而得到一个相对可行的方案。而对于前者来说，很多时候就只能线下走到对应的服务机构去询问、办理有关业务。

更重要的前文也提到：城市是人的聚落，城市服务平台要为所有人准备。虽然微信城市服务作为依托微信这一社交 APP 的一个附属功能，对于无法使用智能手机的幼儿、老者、残障者、贫困户等人群来说依然存在无法使用的问题。但是依托微信巨大的影响力和用户量，则极有可能辐射到上述特殊人群的周边，无法使用微信的部分特殊需求者仍可以通过亲友代办来完成一些服务。

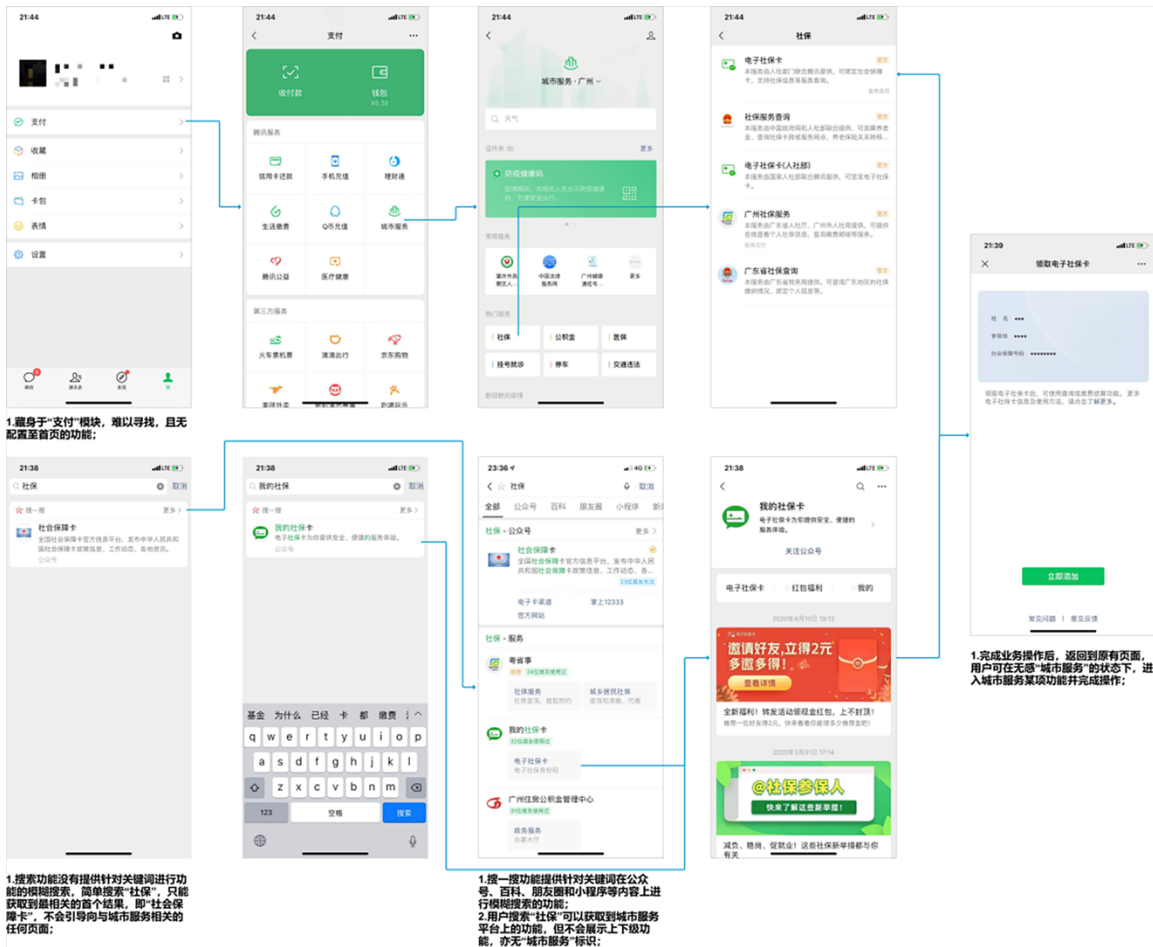
所以借助微信的影响力，将常规民生服务集成到目标用户最熟悉的产品上，实现服务授受双方的高效交互，这就是城市服务带来的最大价值。

## 4. 功能分析

### 4.1 功能入口

上文长篇大论讲述城市服务如何重要，但实际上在微信 APP 中，很难体会到这一点，至少从功能入口的设计上。使用微信的城市服务，有两个主要功能入口，一是我>支付>城市服务，另一个则是直接通过搜索/搜一搜功能进入。





## 微信城市服务功能入口-以电子社保卡为例

从上图可以看出两种入口都差强人意：

第一种是直接通过“城市服务”图标进入，但这一方式尤为隐蔽，在用户未被告知的的前提下，是很难将“支付”和“城市服务”两个功能模块联系到一起的。除了借助支付功能的高频使用率外，实在难以琢磨其他设计用意。而反观早已不再流行的“摇一摇”和“附近的人”等功能依然却牢牢占据“发现”tab的前列。

第二种方式是通过搜索进入，用户在知道微信有相关功能后，直接搜索进入。笔者虽然没有对搜索进行过深入的了解，但是从本次的使用场景代入也可以知道，搜索功能并没有提供针对关键词进行功能的模糊搜索，简单搜索“社保”只能获取到最相关的首个结果“社会保障卡”，不会引导向与城市服务相关的任何页面。而微信的“搜索”和“搜一搜”功

能是分割开的，因此用户如果不点击搜索结果中的搜一搜“更多”按钮，是很难通过模糊关键词来寻找自己想要功能的。

在“搜索”功能上，必须键入相对完整的功能点名称才可以搜索到具体功能，且这样的搜索结果也没有提供上下级关联结果，即搜索社保菜单下的我的社保卡，你只会看到我的社保卡功能，而与之关联的社保、社保查询等是完全不展示的。

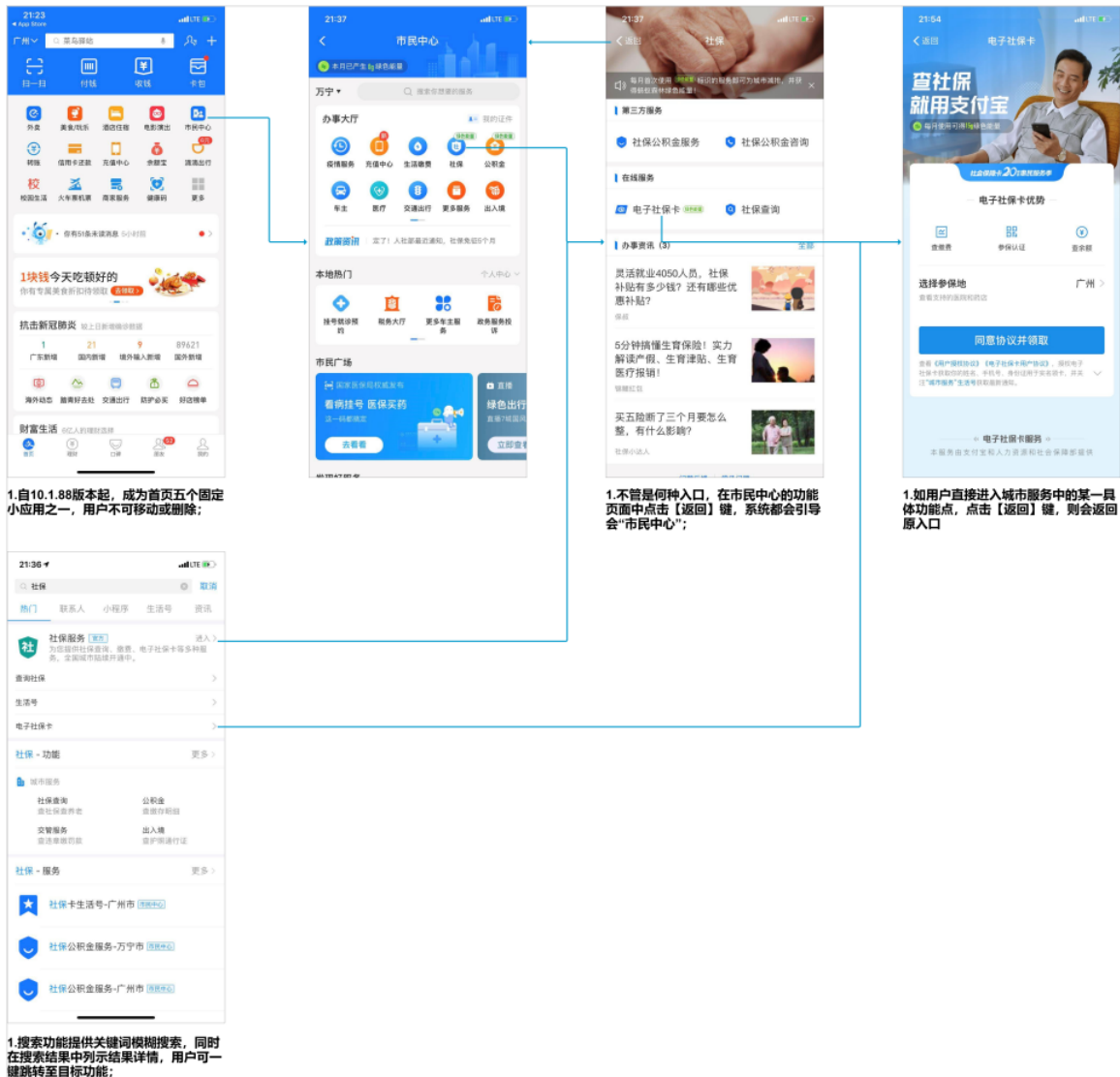
同时这个业务场景的交互逻辑也是“从哪来回哪去、用完即走”，因此用户在使用完我的社保卡后点击返回按钮，便会回到搜索结果，所以哪怕你使用了城市服务平台里的某项功能，整个城市服务平台及用户搜索的相关功能也很可能完全不被用户所感知。

反观支付宝，在市民中心（原城市服务）搜索引流上则略有“心机”。用户从搜索入口进入市民中心的功能页面（如社保），点击返回按钮依然会返回到市民中心主页，而直接进入具体功能点（如电子社保卡）再点击返回，则会返回原入口，不会进行引流。

这一设计笔者认为是足以体现支付宝对市民中心的引流，用户在搜索中进入功能页面，是很有可能不知道市民中心这一功能的，但考虑到减少“引流”对老用户的影响，对于那些直接进入具体功能点的操作，则不会进行引导，即“从哪来回哪去”。

（插一句~由于拖延症严重，这篇文开始写的时候还没有市民中心，这一变化可见支付宝团队对城市服务板块还是较为重视的）





支付宝市民中心（原城市服务）功能入口-以电子社保卡为例

出现这一差异，笔者首先认为是微信对搜索和搜一搜两个功能在搜索范围划分上产生的问题。搜索功能仅针对联系人、群聊、关注的公众号和聊天记录等进行搜索，而其它诸如公众号、百科、朋友圈和小程序等信息都需要通过搜一搜来完成。因为支付宝没有这一功能包袱，所以才能一次搜索得到完整的结果。但通过很快就能发现，这并不是搜索范围的问题。

通过使用场景代入的结果就可以知道，搜一搜虽然提供针对关键词在公众号、百科、朋友圈和小程序等内容上进行模糊搜索的功能，但搜索“社保”关键词时，用户即便获取到城

市服务平台上对应的有关功能列表，也无法得到上下级关联功能，更看不到任何有关城市服务的标识或引导，用户依然无感城市服务。



## 支付宝的搜索结果出现多处“城市服务/市民中心”标识

支付宝搜索结果与微信搜一搜结果-以社保为例

## 4.2 功能设计

由于城市服务的有关功能大都不是平台自主开发，而是来自第三方接入，简单的服务能力对比除了体现平台建设程度，在产品分析中并没有多大意义。因此我选择在功能定位和主要功能模块设计的角度来对微信城市服务进行分析。

结合上文功能入口设计和两个搜索功能的搜索结果来看，城市服务在微信中可能并没有被当作一个独立的功能模块来看，更没有被认为是一个需要推广的平台，而更像是完全融入了微信 APP，成为微信的一部分。

从微信的角度来看，城市服务平台通过生活缴费、政务办理、医疗预约等与民生息息相关的服务提供，可以为微信伸张多业务触角，并提高用户粘性。此外城市服务在挂号就诊、公交、交通违法等业务的支付渠道占领上也十分有力，这类功能虽然触发频次不一定高，但却是极为重要的，在占领用户首次支付渠道后，会大大增加用户迁移成本，从而抓住用户。

在“民生服务平台”的角度下，还能获取到更多普通社交软件难以获取的深层用户信息（如社保、政务、医疗信息等）来完善用户画像。可以说业务多元化、重要支付渠道占领和深层用户信息获取，是城市服务为微信带来的最大价值。



### 证件夹

- 1.用户可存入个人证件、账户信息，完成证件信息电子化；
- 2.绑定后便于有关业务高效开展；



### 热门服务

- 1.功能随平台所有用户使用频次变化而调整，区别于个性化的“常用服务”；
- 2.目前配置是两险一金及医疗、交通，其中两险一金与用户职业、收入等信息高度相关，挂号就诊、公交、交通违法与支付相关，且支付渠道相对固定；



### 新冠肺炎疫情

- 1.突发重大公共事件时的信息公开同步窗口；
- 2.截至2月14日，该模块收获11.75亿次阅读量；



### 办事大厅

- 1.城市服务的基础服务模块，着重民生服务提供；
- 2.详细服务随平台发展而完善；

微信城市服务的主要功能简介

## 5. 总结

微信城市服务作为依附于微信的一个民生服务平台，不仅在日常中切实解决了有关服务授受双方的问题，更在疫情爆发的特殊社会环境下凸显其潜在的价值。同时，它密切结合了腾讯“WeCity 未来城市”的基本愿景，也在助推微信完成业务多元化、重要支付渠道占领和深层用户信息获取上取得重要成果，在各个角度上看都可以算是一个利民利己的正向产品。

但是，因为城市服务“太好地”融入在微信 APP 中，也导致大部分用户不能很好地了解平台服务。用户很多时候只知道微信能查社保、知道微信能挂号，但对于微信这一内置的城市服务平台并不了解，这也导致用户无法通过进入平台来一举三得（如通过某一个服务进入平台，再通过平台获得其它服务的信息）。甚至会有用户因为通过简单翻查看不到有关功能后，直接放弃在微信上寻求服务。

最后笔者认为，虽然微信城市服务平台目前必须依附于微信，且短期也看不到任何独立发展的契机，但是在微信中以民生服务平台进行推广，打响“城市服务”的名号，并通过更多的交互完善和引导来将单一业务场景的用户引导到平台中，仍不失为一个好的改进方向。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议