

萧秋水 秋叶 月光/著



名博

是怎样炼成的

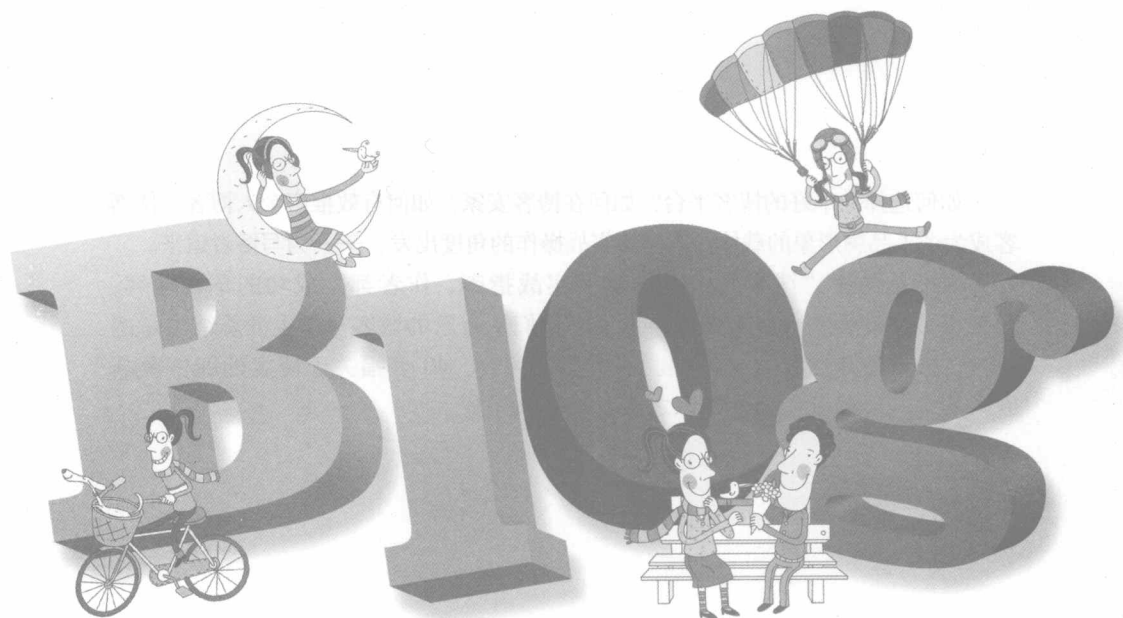
个人品牌博客全攻略

本书是关注“博客营销”群体的实战指南，本书的作者都是成功的草根博主，而且都在关注网络整合传播领域。他们从自己的博客写作生涯中总结出来的经验，更有趣味性和操作性。

本书图文并茂，40多幅关于博客的四格漫画嵌入其中，与您分享知识之余，给您带来更多的快乐！

机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





名博

是怎样炼成的

个人品牌博客全攻略

萧秋水 秋叶 月光/著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

如何选择一个好的博客平台？如何在博客安家？如何有效推广个人博客，使博客成为个人品牌形象的载体？本书从实战操作的角度出发，——为写博者道来。

本书是关注“博客营销”群体的实战指南，作者都是成功的草根博客，时刻在关注网络整合传播领域，本书是他们从自己的博客写作生涯总结出来的经验，极具趣味性和可操作性。本书图文并茂，40多幅关于博客的四格漫画嵌入其中，让读者在分享知识之余，感受快乐！

图书在版编目（CIP）数据

名博是怎样炼成的：个人品牌博客全攻略 / 萧秋水，秋叶，月光著.

—北京：机械工业出版社，2008.10

ISBN 978-7-111-25246-7

I. 名… II. ①萧… ②秋… ③月… III. ①互联网络-网页-基本知识 ②成功心理学-通俗读物 IV. TP393.409.2B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 154086 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：曹雅君 责任校对：侯 灵 版式设计：张文贵

封面设计：柏拉图 责任印制：杨 曦

三河市宏达印刷有限公司印刷

2009 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·14.75 印张 1 插页·194 千字

0 001-8000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-25246-7

定价：29.80 元

凡购本书，如有缺页，倒页，脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话：(010) 68326294

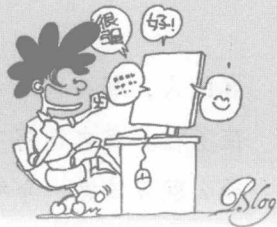
购书热线电话：(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话：(010) 88379706

封面无防伪标均为盗版

推荐序

当个人博客遭遇网络品牌



有一本名叫《名博是怎样炼成的：个人品牌博客全攻略》的书即将出版，作者是萧秋水、秋叶和月光，曾广宇配图。看书名就知道，这是一本讲如何写博客的书。不过，这个名字显得文绉绉的，我以为不如叫《怎么成为著名博客》来得好。

就我个人而言，对如何进行自我营销或者建立个人品牌没有丝毫兴趣。因为这是病句，人怎么可能拿来营销呢？个人如何能成为品牌呢？但是，这个时代好像就是这样，每个人或多或少都是商业社会的某种产品。如果想要在商业社会里插上一脚，那么就得服从商业规律。此外，我还有一重担心，因为我在山里的时间太长，不了解现实和当下人们的想法，以至于仅凭个人的好恶对一事物进行评价，当然不是很好。

每个网人都有自己的选择权，不存在高低的问题。别人选择了我不赞赏的选项，那是他们的自由。比如前段时间大批网络写手进入作协，我只是表示了惊讶，但是并没有指责谁。别人要洗掉网络的底，要摘掉写手的帽子换上作家的头衔，我完全理解。毕竟，每个人想要的东西并不一样，上网的目的也不一样。只不过，我不会在自己的博客里吁请大家都去加入作协，但是会聊聊月光他们的这本书。

从章节的标题上看，这本书教授了一些写博客的技巧，以及如何吸引读者、扩大影响的方法，算是第一本实用性的博客指导手册。我相信，网上一定有许多想写好博客的人，有许多希望成为著名博

客的人，那么这本书的内容对于他们会有所帮助，这也就是它的价值所在。我自己写不了这方面的书，但是现在知道有这么一本书，那么就应该做一介绍。

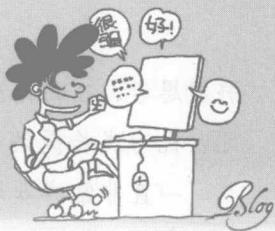
同时，因为博客而出书，大多是个人博客内容的聚合，相当于攒一个文集。这种专门谈技巧的书，还是第一次看到。对此我也很好奇，想看看这是否是博客盈利的一种可能渠道。据我所知，在网上做 Google AdSense 广告的，没有写如何用 Google AdSense 赚钱的人收入高。这也是一种普遍现象——当很多人都去钓鱼的时候，钓鱼高手就开始写钓鱼教程，写教程获得的收入远远高于钓鱼本身。当很多人都去炒股的时候，操盘手就放弃操作，而是开设炒股课程、撰写炒股心得，收入也远高于自己操盘。

面对汹涌而来的欲望，谁能说满足欲望不是一种仁慈呢？

因此，在这里先预祝三位博客出书顺利，新书大卖。

和菜头

博客生涯不是梦



算起来，真正写博客的时间，应该是从2005年算起。当时，在公司内部组建产品规划委员会，平台使用的就是博客。那时候在研发网，无法登录外部博客，所以都发在内部网。

到2006年，搬到公司南区，进入外部网络，上网非常自由，而又适逢接到畅享网（<http://www.vsharing.com>）的邀请，于是在畅享网开立外部博客，虽然作为测试，在Google、MSN Space、新浪等都开过，但终究畅享是一个主阵地。坚持到现在，也有两年的时间了。2007年9月，工作调动，从知识管理部到友商社区，从社区规划、运营的角度，也算成为BSP（博客提供商）。至此，可以说与博客水乳交融，而我试图用知识管理中的概念——实践社区（CoP，Community of Practice）——作为社区经营思路。

面对知识经济时代带来的信息焦虑，竞争的加剧，学习进步已经成为每家企业、每个人都关注的事情。“我们淹没在信息的海洋中，却找不到知识。”这是很多人面临的困境；同时，即使我们拥有知识，在诸多的知识源中，吸收、消化也是一个难题。

知识管理因此越来越显出其必要性，而博客则为知识管理提供了适宜的平台。

相比技术门槛较高、一般人难以操作的个人网站，博客更显随意，有很大可发挥的空间，例如便利的时间维和内容检索，发布的简易。一方面，我们可以从别人的博客上学习，通过评论等与专家直接交流；另一方面，我们也可以通过别人对自己文章的关注度来

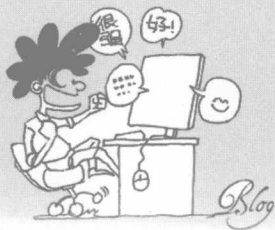
引发思考，在讨论里共同促进。这种方式有益于知识的沉淀、共享，可以说为成长提供了很好的途径。

一直非常喜欢席慕蓉说的一句话，“写东西就是用文字整理你的生命”。在博客上展示的，也许是我们生活的点滴，也许是专业的思考、生命的感悟、读书的心得、成长的历程。有时候，慢慢地回头翻阅自己的文章，会感觉到自己清晰蜕变的一个过程，也因此而更加坚定了追求的方向。博客，既是里程碑，也是路标，期望与追求、梦想与现实，都在这里交汇，在回顾与展望中，不曾忘却的，是自己的方向。

由于我个人从事知识管理，这是一个相对来说比较前沿的领域，通过在我的博客上发表心得、体会、经验、教训，再加上论坛的配合，也集聚了不少业内和业外的友好，大家一起交流，形成一个CoP（实践社区），共同探讨和发展，这使我获益良多。和有些朋友在网下就熟悉，他们在实际工作和学习中给我很多指引；和有些朋友在网上认识，但是通过博客，彼此信赖合作，如秋叶就是这样。在关心与友情之中，让人备感人世的温暖。同时，通过在博客对知识管理的推广，也唤醒了很多人的知识管理意识。帮助别人成长，也是一种快乐。

世界越来越平，博客，是一种见证！

萧秋水



打造你的网络名片

这是一个网络时代，也是全民皆博的时代，每个人都应有一个博客，你我都不会例外。

2006年的一天，突然发现身边的很多朋友都开了博客，感觉自己落后了，于是一冲动就开了一个博客，但是很快发现自己已经无可救药地喜欢上了这种形式。反正写博客没必要太追求文字完美，只要把心情写下来，把知识总结出来，喜欢的朋友多来看看，不喜欢的也可以转身走人，不像原来写文章是为了发表，总不免委屈自己。

一个朋友说坚持写博客的人都不太可能是“坏人”，他们往往是真诚的人，有思考的人，这自然让我不免沾沾自喜，现实中不能获得的虚荣心在网络上得到满足也好啊！

写得多了，慢慢就会有自己的风格，就会有人喜欢，有人读懂你，有人羡慕你，有人欣赏你，当然也有人指摘你，不过这些都是写博过程中的享受。时间长了，你说你是哪个博客的博主，往往比你的真实姓名更让人尊敬。

写博，就是打造个人的闪亮的网络名片！

现在我的名片就是：

网络专业品牌推广顾问

想找我，就去 Google  百度 搜！

秋叶

搜索一下

喜欢就加入叶子群：53410599

秋 叶

网络名片



通过博客展现自我



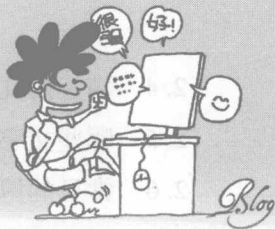
我是在2004年底才知道博客这个概念的，在方兴东的影响下在博客中国网站上建立了一个博客。用了半年时间，发觉这个东西很有意思。然而我的博客开始受到BSP的流量限制，于是我就开始使用一些独立博客程序自己架设博客网站，自此一发而不可收。

我的月光博客是专注于技术方面的，因为我本身也是一名高级开发工程师。通过博客这种形式，我找到了一个张扬个性的最佳舞台，甚至开始有点“指点江山，激扬文字”的感觉。博客已经融入了我的生活，成为我自己的精神家园。

虽然从技术人员的角度看，博客是很简单容易的东西，但是还有很多普普通通的网民不知道如何使用，将博客视为神秘复杂的技术。我想，通过我们的努力，人人都可以拥有自己的博客。每个人就是一个世界，每个世界都可以发出自己的声音，表达自己的想法，通过每个人一点点的努力，我们将拥有一个全新的世界，在这个属于自己的世界中，每个人都可以勇敢地发出自己的声音，表达自己的态度，我们可以改变我们的未来！

月 光

目 录



推荐序 当个人博客遭遇网络品牌

前言一 博客生涯不是梦

前言二 打造你的网络名片

前言三 通过博客展现自我

和菜头

萧秋水

秋 叶

月 光

第一章 博客安家

1.1 你知道这些牛人牛博吗 / 3

1.2 什么是博客 / 10

1.3 博客精神 / 14

1.4 谁适合写博 / 17

1.5 给自己一个理由：为什么要开博 / 20

1.6 博客平台的分类 / 27

1.7 BSP 推荐 / 30

1.8 你计划开什么博 / 32

1.9 哪种平台适合你 / 34

1.10 选择一个适用的博客平台 / 36

1.11 博客平台功能考核要点 / 37

第二章 博客写作

2.1 如何让你的博客有特色 / 41

2.2 博客页面风格和排版 / 44

2.3 日志分类的艺术 / 48

- 2.4 博客的文字风格 / 50
- 2.5 哪些文字在博客中很敏感 / 53
- 2.6 常见的博文写作结构 / 54
- 2.7 持续的高质量的内容是博客流量的根本 / 66
- 2.8 如何写出高质量的博客文章 / 67
- 2.9 高质量的博客有什么标准 / 70

第三章 博客推广

- 3.1 设计一个好网名 / 79
- 3.2 好博名的推广指标 / 83
- 3.3 设计你的博客签名 / 85
- 3.4 博客更新 / 87
- 3.5 博客文章的发布时间 / 87
- 3.6 设计博客关键词 / 88
- 3.7 设计日志关键词 / 89
- 3.8 WordPress 十大 SEO 优化技巧 / 92
- 3.9 增加博客的互动性 / 94
- 3.10 做好友情链接 / 97
- 3.11 博客订阅 / 102
- 3.12 群发博客 / 107
- 3.13 进入博客平台首页推荐 / 108
- 3.14 博客圈子 / 111
- 3.15 博客和论坛 / 113
- 3.16 利用订阅工具推广博客 / 116
- 3.17 利用百度推广博客 / 118
- 3.18 利用 Google 推广博客 / 120
- 3.19 利用 Twitter 推广博客 / 121
- 3.20 IM 营销 / 122
- 3.21 附件营销 / 126

- 3.22 借势营销 / 127
- 3.23 口碑传播 / 128
- 3.24 幽默营销 / 129
- 3.25 整合营销 / 137

第四章 博客工具

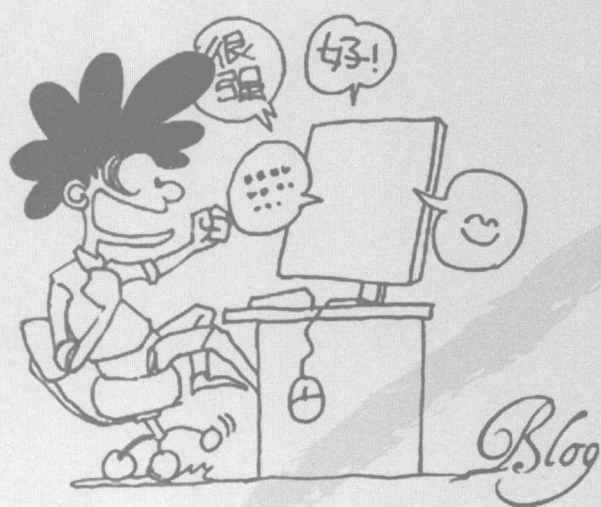
- 4.1 畅享博客 DIY / 141
- 4.2 X-Space 个人空间 DIY / 145
- 4.3 WordPress 系统的安装和使用 / 153
- 4.4 如何分析博客的推广效果 / 156
- 4.5 博客群发工具 (Windows Live Writer) 使用指南 / 162
- 4.6 如何配置 Office 2007 发表博客 / 171
- 4.7 博客搬家工具 Blog Mover / 172
- 4.8 博客备份工具 / 173
- 4.9 博客玩具箱 / 175
- 4.10 博客游戏 / 178

附录 忙人的时间管理 (QQ 群聊版, 保留原生态) / 181

后记 / 220

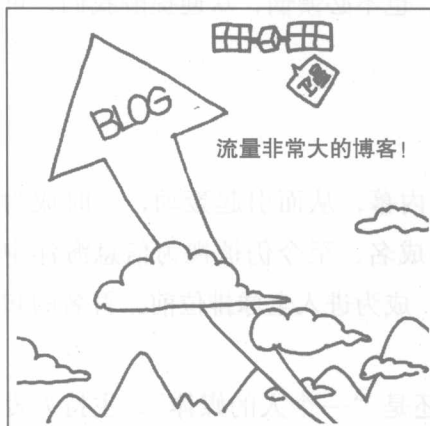
第一章

博客安家



1.1 你知道这些牛人牛博吗

什么是牛博



这是最好的时代，也是最坏的时代……这是一个牛人牛博辈出的时代……网络代有牛博出，各领风骚 N 多天。牛中更有牛，没有最牛，只有更牛。你可以没有做牛博的追求，但这些牛博，你不可不知。以下牛博，排名不分先后。限于篇幅，不能把所有牛博一网打尽，所以，如果牛博们没在这里面看到自己的名字，也不必懊恼，欢迎提醒我们，可在第 2 版中增编。😊

1. 德拉吉

当年率先揭露了克林顿的性丑闻内幕，从而引起轰动，一时成为“舆论领袖”。德拉吉博客网因此一举成名，至今仍被视为信息海洋中的导航标，每日访问量高达一千万次，成为进入全球排位前三百名的知名网站。

令人惊奇的是，这个博客网至今还是“一个人的媒体”，主持人麦特·德拉吉不过是一位哥伦比亚广播公司的附属公司礼品店的老板。在传播史上已经将之称为“德拉吉现象”。

2. 徐静蕾

中国女子小资第一人，当可爱小资遇上才气，才女的帽子就跑不掉了，我们就看着小徐自称“老徐”一路演而优则导，导而优则博，博而优则出书、出电子杂志、开“鲜花村”地走来，这一写真是不得了，居然成就了“中国博客流量过亿第一人”！

不过“老徐”人长得好看，电影导得也不错，写博也厉害，写书却不好卖，据说是因为内容失去了神秘感的书不好卖。

3. 王小峰

他的博客叫“不许联想”，因为他的文章总是让你去联想一些不该想的东西，他的网名叫“带三个表”（粉丝们亲昵地称为“三表哥”），你联想到啥了？说了不许联想，你偏联想，那是你的问题，不是他的问题。

看看他的自我介绍：本人，复姓王小，全名王小峰，现任《三联