

- 全彩印刷，图文对照
- 基于最新的微信版本
- 带你玩转超过三亿人使用的微信

玩转微信

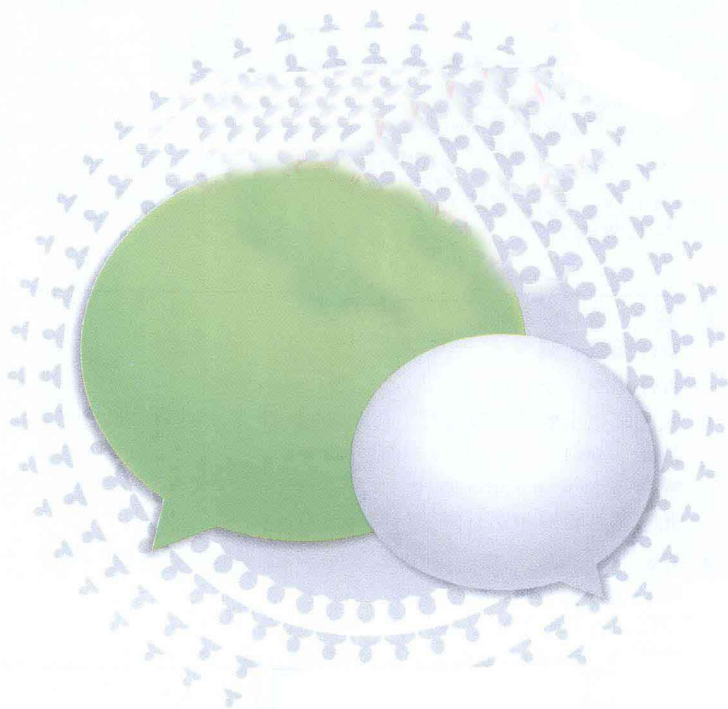
胡鑫洄 编著



 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

玩转微信

胡鑫洄 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

玩转微信 / 胡鑫洄编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2013.6
ISBN 978-7-115-31695-0

I. ①玩… II. ①胡… III. ①互联网络—软件工具—基本知识 IV. ①TP393.409

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第079822号

内 容 提 要

微信是当下流行的一款手机通信软件。本书以循序渐进的方式,全面系统地介绍了微信4.5版本的基本使用技巧和安装方法。

全书分为4个部分,第一部分包括第1章到第5章,这部分采用详细的图文并茂的方式介绍了微信的基本功能及一般玩法,主要面向想要快速玩转微信的用户;第二部分包括第6章和第7章,该部分详细、深入地介绍了微信公众平台、微信营销,主要面向企业、商家等微信的高级用户;第三部为第8章,该部分深入分析了微信产品开发所遵循的开发哲学,阐述一个成功的产品所蕴含的美学原理,该部分主要面向产品经理等对产品开发感兴趣的读者;第四部分举例说明了微信交友中实用的交友技巧以及交友中需要注意的安全知识,帮助读者成为微信交友达人。

本书图文并茂、技巧丰富实用、操作标注清晰,适合广大微信普通用户,以及对微信推广与营销感兴趣的专业人员阅读。

◆ 编 著 胡鑫洄
责任编辑 陈冀康
责任印制 王 玮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京精彩雅恒印刷有限公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/32
印张: 8.75
字数: 237千字
印数: 1-3500册

2013年6月第1版
2013年6月北京第1次印刷

定价: 39.00元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

前言

编写初衷

微信是腾讯公司于 2011 年 1 月 21 日推出的一款通过网络发送文字、语音、图片、视频等功能的手机聊天软件。微信将传统的短信、彩信的模式转移到移动互联网平台并进行再创新，提供了一个更灵活、更智能的全新沟通和传播信息的方式。在同年由《商业价值》杂志、极客公园联合举办的“中国互联网创新产品评选”中，微信获得了最佳人气奖。

微信从发布到注册用户数突破 3 亿，只用了 24 个月的时间。微信版本也从 1.0 迅速发展到 4.5，在最初的语音交流的基础上逐渐增加了群聊、陌生人交友、开放平台和公众平台等特色功能，使得微信从一个简单的沟通软件发展成为一个囊括了多种沟通渠道的移动平台，成为智能手机必备的软件之一。

微信在不断改变人们通过手机交流的方式的同时也为营销提供了可能的新途径，微博营销的成功先例，让人们对微信营销“寄予厚望”。微信公众平台的推出为这一愿望的实现提供了极大的可能性。

作为一个移动互联网新产品，微信显然还没有像 QQ 那样“深入人心”，不少人对它还比较陌生，急需要一本比较系统、全面的书来向人们介绍微信，帮助人们认识微信并玩转微信。基于这样的需要，作者编写了本书，希望能为微信玩家提供比较全面的帮助。

内容安排

全书分为 4 个部分，第一部分包括第 1 章到第 5 章，这部分采用详细的图文并茂的方式介绍了微信的基本功能及一般玩法，主要面向想要快速玩转微信的用户；第二部分包括第 6 章和第 7 章，该部分详细、深入地介绍了微信公众平台、微信营销，主要面向企业、商家等微信的高级用户；第三部为第 8 章，该部分深入分析了微信产品开发所遵循的开发哲学，阐述一个成功的产品所蕴含的美学原

理，该部分主要面向产品经理等对产品开发感兴趣的读者；本书最后的第四部分举例说明了微信交友中实用的交友技巧以及交友中需要注意的安全知识，帮助读者成为微信交友达人。

写作特点

(1) 内容充实：本书涵盖了微信的绝大部分功能和各种新奇趣味的玩法，同时介绍微信公众平台及微信营销，内容丰富充实，让读者可以从书中学到感兴趣的内容，发现你不知道的微信玩法。

(2) 结构合理：本书根据读者的需求进行了合理的划分，内容循序渐进具有层次感，让不同需求的读者都能从书中找到有用的知识。

(3) 图文对照，简单易学：在软件的具体操作过程中，我们避免了大量冗繁的文字叙述，通过大量的详细操作截图来展示具体应用，做到图文对照、简单易学，能更好地吸引读者的注意力并提高读者的兴趣速度和阅读兴趣。

编者编著期间，得到业内多方的帮助与支持，在这里向给予本书无私帮助的同仁和朋友表达最真诚的感谢。感谢张阳、李广鹏、马会来、马宏、卞长笛、郑琪、王命达和杜强等参与本书的编写，特别感谢张铮先生，在策划与编著期间提供了大力帮助，促成本书顺利成稿。

尽管本书编者尽了最大努力，但仍难免会有不尽如人意之处，敬请广大读者提出宝贵意见和建议，欢迎通过下面的方式与我们联系：

新浪微博：@网络推广 SEO-JackCheung

微信公众平台：acekiwi



作者

2013年4月

目 录

第1章 邂逅微信	1
1.1 什么是微信	2
1.1.1 认识微信	2
1.1.2 微信的发展历程	3
1.2 微信初体验	4
1.2.1 “对讲机”功能	4
1.2.2 查看附近的人	6
1.2.3 摇一摇	6
1.2.4 漂流瓶	8
1.3 我适合用微信吗	9
1.3.1 微信支持的手机	9
1.3.2 微信需要花多少钱	10
1.3.3 哪些人在使用微信	11
第2章 安装微信	13
2.1 安装微信	14
2.1.1 下载前的准备工作	14
2.1.2 下载微信到手机	16
2.1.3 在手机上安装微信	21
2.1.4 微信的其他安装方法	23
2.2 注册微信	25

第3章 设置自己的微信..... 29

3.1 微信界面说明 30

3.2 设置个人信息 32

3.2.1 头像设置 32

3.2.2 名字 35

3.2.3 微信号 37

3.2.4 性别 40

3.2.5 地区 40

3.2.6 个性签名 42

3.3 通用设置 42

3.3.1 进入通用设置 43

3.3.2 新消息提醒 43

3.3.3 语言设置 47

3.3.4 字体大小 49

3.3.5 其他通用设置 49

3.4 隐私设置 50

3.4.1 加好友权限 51

3.4.2 通讯录黑名单 52

3.4.3 朋友圈权限 58

3.5 其他设置 61

3.5.1 我的账号 61

3.5.2 聊天背景 63

第4章 微信找朋友..... 65

4.1 快速导入联系人 66

4.1.1 导入手机通讯录里的联系人	66
4.1.2 邀请手机通讯录里的联系人	71
4.1.3 导入 QQ 好友	73
4.1.4 邀请 QQ 好友	76
4.2 微信“扫一扫”	78
4.2.1 微信二维码名片	79
4.2.2 二维码添加好友	82
4.2.3 登录微信网页版	86
4.3 附近的人	89
4.4 微信“摇一摇”	91
4.4.1 摇一摇找朋友	91
4.4.2 摇一摇搜歌	94
4.4.3 摇一摇传图	97
4.4.4 摇一摇其他设置	104
4.5 缘分漂流瓶	106
4.5.1 漂流瓶设置	106
4.5.2 扔瓶子	110
4.5.3 捡瓶子	112
4.5.4 查看我的瓶子	115
第 5 章 玩转我的微信	117
5.1 聊天	118
5.1.1 发起聊天	118
5.1.2 聊天玩游戏	119
5.1.3 实时对讲机	122

5.1.4	视频通话	129
5.1.5	聊天记录	132
5.2	朋友圈	140
5.2.1	进入朋友圈查看	141
5.2.2	拍照片分享	141
5.3	微信语音	148
5.3.1	语音记事本	148
5.3.2	语音提醒	152
5.4	其他功能	155
5.4.1	关注公共账号	155
5.4.2	群发助手	159
5.4.3	QQ 离线助手	162
5.4.4	通讯录安全助手	164
第 6 章	微信公众平台	169
6.1	认识微信公众平台	170
6.1.1	微信公众平台的发展	170
6.1.2	微信公众平台的功能	170
6.1.3	微信公众平台的账号	171
6.2	注册微信公众平台	171
6.3	微信公众账号设置与管理	175
6.3.1	设置账号的信息	175
6.3.2	实时消息	177
6.3.3	用户管理	177
6.3.4	素材管理	178

6.3.5 群发消息	185
6.3.6 高级功能	187
6.4 公众号手机助手	197
6.5 公众号的推广	201
6.5.1 公众号推广的两个思路	201
6.5.2 公众号推广的方法	201
第7章 微信营销	213
7.1 初窥微信营销	214
7.1.1 微信营销的特点	214
7.1.2 微博营销 VS · 微信营销	216
7.2 微信营销的六大渠道	218
7.2.1 附近的人	218
7.2.2 漂流瓶	221
7.2.3 二维码	222
7.2.4 开放平台	222
7.2.5 语音营销	228
7.2.6 微信公众平台	230
7.3 微信营销的成功案例	232
第8章 微信产品分析	239
8.1 微信的逻辑	240
8.1.1 微信的产品经理——张小龙	240
8.1.2 微信的发展逻辑	241
8.1.3 简单就是美	242

8.2 微信与其他产品对比	245
8.2.1 微信 VS · 米聊	246
8.2.2 微信 VS · 陌陌	252
8.3 牛人评微信	255

第9章 微信交友技巧与安全..... 259

9.1 微信交友的六个技巧	260
9.2 微信交友注意安全	265
9.2.1 微信交友安全需要注意四个方面	265
9.2.2 微信诈骗案例	268

1

邂逅微信

今天，你微信了吗？
相忘的江湖里。
是谁抛下的漂流瓶？
我小心翼翼地捞起。
又悄悄扔回大海。

这是网友“诗歌学院二年级”发表于《诗歌报》论坛的题为《今天，你微信了吗？》诗中的一段，描述的正是网络新宠“微信”带给人们的新玩法。

微信，堪称中国近年来最火热的移动互联网应用，她的蹿红速度甚至超过新浪微博，业内已公认其为中国移动互联网领域最成功的产品之一。

腾讯 CEO 马化腾在第四届中英互联网圆桌会议上曾表示“创新就是对用户体验的极致追求，这种开放的眼光与创新的精神是将微信引领至今并获得成功的根本。”

微信到底有哪些创新呢？本章将为您揭开她神秘的面纱，带领读者了解微信有趣、丰富的新玩法。

1.1 什么是微信

近年来移动互联网领域发展迅速，智能手机迅速普及，手机上网不再是“鸡肋”，全民互动的移动互联网时代已经到来。在这样的背景下，一款基于移动互联网的手机软件诞生了，她就是微信。

本节将对微信的基本功能稍做介绍，让读者一窥微信的“芳容”。

1.1.1 认识微信

微信，英文名 WeChat，微信徽标 (logo) 如图 1.1 所示。



图 1.1 微信徽标 (logo)

简单地讲,微信是一款主要基于手机的多功能新型移动通信工具,具有便捷性、及时性和有趣性等特点。微信于2011年1月21日由腾讯公司推出,用户可以通过微信以文字短信、语音短信、视频短信、实时视频、图片等与其他微信用户或者QQ用户进行交流。

1.1.2 微信的发展历程

微信产品于2010年10月20日立项,2011年1月21日软件的1.0版本发布。自发布后,借助QQ用户数量的优势,微信的用户数量在短期内就得到了急剧的增加。2012年3月29日,随着腾讯CEO马化腾的一条微博“终于,突破一亿!”,标志着微信的发展已经进入“亿”时代;2012年9月17日,腾讯微信团队发布消息称,微信用户数突破2亿;2013年1月15日,微信用户已经突破3亿。

从发布到突破3亿,微信平均每天的用户增长量约40万,如此快速的增长,足以印证微信产品的成功性。

在支撑微信用户快速增长的因素中,除了庞大的QQ用户数外,最重要的是微信团队惊人的开发速度,微信产品以平均每三个月发布两个版本的速度持续更新并推出新的功能。

虽然微信从出生就有腾讯强大的渠道能力、规模庞大的QQ用户和优秀的开发团队作支撑,但不可否认的是,微信产品的发展经历了从模仿到创新,从量变到质变的过程,达到让后来者不能望其项背,难以超越的高度,造就了移动互联网领域的产品神话。

图1.2主要展示了到目前为止微信产品的发展脉络,为便于比较,图中也列出了与微信具有类似功能定位的一些国内外其他产品的情况。



图 1.2

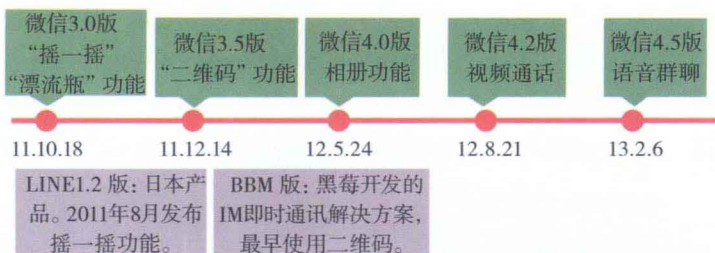


图 1.2 (续)

1.2 微信初体验

本节将微信一些富有特色的功能直接呈现给读者，让读者初步体验微信的魅力所在。

1.2.1 “对讲机”功能

当同学或朋友聚会需要商定时间和地点，抑或是临时组建的车队需要结伴远行，此时如果能给团队成员配备对讲机则能极大地提高组织的效率，但是若非经常性的活动，配备专业的对讲机又略显浪费，微信就成为一个非常优秀的替代品。

和一般的对讲机相比，微信对讲机还有如下一些特点。

- 不受距离限制。只要手机网络覆盖的地方都可以使用“对讲”功能。
- 使用方便。只需给手机安装微信软件，手机即可当对讲机使用。
- 费用极低。用户只需支付通讯产生的流量费用，而经过压缩处理产生的流量很低。
- 不受移动速度限制。普通对讲机在高速公路上显得相形见绌，而微信更稳定。

图 1.3 展示了多人“群聊”时的对讲界面。微信对讲功能的更新变化主要发生在微信 2.0 及微信 4.5 两个版本。微信 2.0 推出语音对讲功能，且支持多人聊天，但使用后用户体验还是不尽人意，不能像真实的对讲机那样实时讲话。



图 1.3

在微信 4.5 推出语音实时聊天后，微信对讲功能就真正意义上使手机成为对讲机，可以代替对讲机的基本功能，并且用户还可以使用微信实时多人对讲功能建立聊天社区，一起聊天，一起听歌或者一起学习。图 1.4 展示了多人实时语音聊天的界面。



图 1.4

1.2.2 查看附近的人

自微信 2.3 版本后，新增了一个非常有用有趣的功能就是“附近的人”，通过这一功能，用户可以看到距离自己 1000 米之内的其他微信用户。该功能拉近了微信用户之间的距离，使交流不仅仅局限在熟人之间，也可以让陌生人互相认识。

该功能一经推出就吸引了大量的用户，包括一些需要 LBS（基于位置的服务）营销的商家。图 1.5 展示了“附近的人”功能的操作界面。



图 1.5

1.2.3 摇一摇

“摇一摇”是微信推出的一个随机交友应用，是微信的又一大特色功能。用户通过摇动手机，可以找到也在同一时间内（3 秒内）摇动手机的微信用户。在许多场合“摇一摇”功能都能派上用场，比如在朋友聚会上，大家都同时摇动自己的手机，就能在微信里互相添加对方为好友。

图 1.6 展示了微信摇一摇功能的操作界面。