



# 微权力

小员工发挥大力量

陈洪安 陈书心 蒋信 诸志强 著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

# 微权力

小员工发挥大力量

陈洪安 陈书心 蒋佶 诸志强 著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

微权力：小员工发挥大力量/陈洪安等著. —北京：北京大学出版社，2016.6  
ISBN 978-7-301-27158-2

I. ①微… II. ①陈… III. ①企业管理—人力资源管理 IV. ①F272.92

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第113824号

- 书 名** 微权力——小员工发挥大力量  
WEI QUANLI
- 著作责任者** 陈洪安 陈书心 蒋 佶 诸志强 著
- 策划编辑** 杨丽明 姚文海
- 责任编辑** 旷书文 杨丽明
- 标准书号** ISBN 978-7-301-27158-2
- 出版发行** 北京大学出版社
- 地 址** 北京市海淀区成府路205号 100871
- 网 址** <http://www.pup.cn>
- 电子信箱** sdyy\_2005@126.com
- 新浪微博** @北京大学出版社
- 电 话** 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 021-62071998
- 印 刷 者** 北京大学印刷厂
- 经 销 者** 新华书店
- 730毫米×1020毫米 16开本 19印张 311千字  
2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷
- 定 价** 45.00元

---

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

**版权所有，侵权必究**

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系，电话：010-62756370

## 序：新的世界 新的力量

这是一个全新的世界。

人们的生活方式发生了翻天覆地的变化——越来越“简单”。动动手指按下手机，动动鼠标操作电脑，便可以完成许多事情。恐怕每个人都对此深有体会：滴滴打车、优步（Uber）等平台吸引了越来越多兼职出租车司机在高峰时期上路，在路边扬手半天叫不到车的情况越来越少，依靠这些手机软件轻松解决出行问题；当我们想在某城市驻足停留时，电话预订宾馆已经“老套”了，Airbnb 等房间出租服务让城市的临时住宿供应大大增加，点下鼠标就能订到富有特色、价格更为划算的旅店、民宿，更不用提那些早已经渗入大众生活的淘宝、阿里巴巴等电商平台了。

新的事物的出现旨在予人方便，让大众的生活变得越来越便捷。甚至有人说道：“因为人的本性是‘懒’的，所以希望开发出更多适宜懒人的技术；懒的力量，推动着这个世界在进步。”当然，这是一句玩笑话。不过，我们确实看到这个世界在变化，步入一个全新的时代。

传媒大师麦克卢汉说：媒介是区分不同社会形态的重要标志，每一种新媒介的产生与运用，都宣告一个新的时代的来临。是的，我们已经进入互联网时代，我们提及的这些新平台、新事物的运作大多都是基于互联网技术，但更重要的是，这些新鲜玩意儿的出现和发展，未必依靠强大的企业或者后台，而是由无数草根的力量支持着：他们以创业者、赞助者、参与者等各种不同的身份出现。移动互联技术，从某种意义上来说，是实现创意想法、联结各方力量、架起供需的辅助工具。

所谓移动互联时代，其实是人与人之间互相连接、碰撞频率更高的一个时代，借此放大细小的信息和微弱的声音，让小人物的想法也有实现的可

能,草根也有越来越多的上升途径——我们谓之曰“微时代”。“微时代”关注的正是“微”的力量,何为“微”?“微”是指体积、形态的微小甚至时间的琐碎,却不是微弱之意。相反,它具有坚韧、流动和瞬时性的特征。“微”,并非“不足道”。一方面,在“微时代”,传播的广度、瞬时性与多样性更为符合人们日益复杂而繁芜的信息。“微”而实“繁”,“简”而实“多”。微时代,是一个利用最少资源和最短时间获得最多信息和最大收益的时代。另一方面,确实,相对于时间的长河,相对于整个世界、整个社会,我们每个个体确实是微小的,但是,借助时代特性,我们每一个微小的个体都能通过各种各样、越来越多的渠道发挥力量。当“微”的力量集结,将是一股推动事件发展与创新的强大力量。

可以说,“微时代”之下,个人手中的权力得到了主动或者被动的扩大,具体表现在话语权、行动权等方面。

这里,我们不得不提到对权力的重新理解。权力有其宏观与微观的含义。过去,人们总是从广义的、宏观的角度去理解权力,认为权力即国家权力、社会权力。从柏拉图的《理想国》、亚里士多德的《政治学》,到近代启蒙思想家如霍布斯、卢梭的社会契约理论,再到马克思主义的国家学说等,对权力的解读都重在统治权,尤其是国家权力。由谁掌握统治权,如何运用统治权,如何保护、巩固统治权,对谁施行统治权等,一直是权力理论的核心内容。对国家权力、统治权的关注恰恰说明,以往更多的人对权力的认知往往就是集权、话语霸权等,即认为权力总是掌握在一部分人的手中。

但是,随着时代的变迁,权力已经脱离了特定的、需要维护某种与生产相联系的阶级统治的角色,并且互联网技术的发展让个人手中的“微权力”通过许多路径产生更大的能量——使得权力的微观含义越来越突显。正如福柯的观点,权力是一种关系,一种内在的关系,它以网络的形式运作,无所不在,渗入社会的各个领域、各个角落。在这个网络之中,个人在流动,处于服从的地位,同时又运用权力。任何人都不能超脱于这个网络之外,这个网就是现实中各种政治、经济、文化等诸多因素之间复杂的关系以及这种关系的运作。

于是,我们可以这样来理解“微权力”。它可以被理解为一种新权力,是一种存在于每个人手中的力量,通过“社会网络”的各个渠道形成、运作,互联网、手机等也是其中独特的渠道。就如同杰里米·黑曼斯在《新权力时代》中所比喻的,在旧权力时代,权力是货币,人有我无,拥有权力的人对于

知识与社会性资源是独家占有；在新权力时代，权力如水流，没有单独一方拥有它。如果说旧权力是下载，当你下载一样东西时，电脑会告诉你如何做；那么新权力就像上传，你和大家分享一切，鼓励大家的参与和创新。现在所倡导的“工业 4.0”——重视让员工发挥出计划、协调、创新等能力，web2.0——利用 Web 的平台，由用户主导而生成内容互联网产品模式，以及创新“2.0”——以用户为中心，以社会实践为舞台，以共同创新、开放创新为特点的用户参与模式等“新鲜说法”，在理念上都尤其关注与利用“微权力”。

“微权力”正是这个时代的主角，是一种新的力量。

这种力量引起我们对经济以及其中企业的反思，对我们曾经孜孜不倦所追求的东西的反思。

现代经济学的核心，概括来说，是通过最佳的生产方式尽可能扩大消费。效率、利益是人们追求的重心。不可否认的是，这和人类自利的动机不谋而合，起初，确实推动着生产、组织乃至社会的进步。但是，这种发展方式源于人们的欲望，当欲望膨胀，人们希望在更短的时间内卖出更多的东西，获取更大的利润。攀比和竞争越来越激烈，贪婪就模糊了理智与道德。粗放式发展、泡沫经济等问题，多多少少来源于此。

这是一种“不环保”的思维。纪录片《公司的力量》说道：企业在推动整个社会进步的同时，也为人类带来持久的疼痛。历史上，传统手工业社会向工业时代转变时期，公司带来的确实是经济的超快速增长。而商人们不会满足于此，想要更多，于是，肆意发展与扩张，浪费大量资源，压榨众多劳工。至于商业道德，在巨大利益面前，被无视了。这样的发展模式带来的是劳资矛盾、贫富差距等众多社会问题。

2008 年金融危机的爆发让人们切实看到了这种“进步之痛”，也让人们意识到不顾一切追求规模与利益的粗放式发展方式并不合适。而随着技术的革命式发展，“微时代”终结了粗放式经济发展时代，“微权力”让人们看到：不止是强与大才能生存下来，“微权力”带来的想法、能量是无穷的。

显著的表现正是各种各样新的生产、服务模式，这种现象被称为“共享经济”——公众将闲置资源通过社会化平台与他人分享，进而获得收入的经济现象。这种现象让许多行业产生了颠覆性的创新，充分利用起了“微权力”，每个人既可以是生产者，也可以是消费者，企业可以借助社会化的力量来运作，企业之间甚至可以进行产能共享，实现协作双赢。这与“权力是一

种关系”“权力如水流”等观点是相互映衬的。

再微观一些,说到企业,“微权力”在企业中的表现形式即是“员工力”。企业存在的价值在于员工价值与企业家的精神实现,企业家精神是企业前行的左脚,未来更上一层楼的动力来自员工力这只右脚,左右脚均衡,企业方可持续进化。随着组织结构的扁平化变革趋势,以及对员工个性化越来越关注,员工的创造力、监督力等能力更加得以发挥。越来越多的企业实践,如小米的“极速”架构、海尔的“全员创客”、海底捞的“授权艺术”等,都意在将员工的“微权力”释放。那些我们不绝于口的小企业、初创企业,正是抓住了这股力量。

主宰全球的权力正在悄然发生变化。有人说,科技会实现乌托邦梦想,互联时代带来民主和繁荣,大企业和官僚巨擘将陆续倒台,头顶自制的3D打印皇冠的群众成为主宰者。这就是“微时代”之下,你未必关注与了解的“微权力”,但却是影响着世界的新力量。

总之,无论是个人还是企业,想要在这个时代走得更远,就要抓住时代的特点,关注一些关于“微”的东西。而本书,则从“微权力”的角度来诠释经济、社会以及企业、个人的发展进步,给大家讲述一个关于新世界、新力量的故事。

# 目录

---

## 第一章 “微时代”下,“微权力”来了 / 001

### 第一节 “微时代”来了 / 002

- 1 时代,你的名字是什么? / 002
- 2 被“微”冠名的时代 / 004
- 3 “微”的力量 / 007

### 第二节 “微时代”的“微权力” / 009

- 4 “权力”离我们有多远? / 010
- 5 “能载舟亦能覆舟”的“微权力” / 012
- 6 以“微权力”解答钱学森之问 / 015

### 第三节 微权力的变迁 / 018

- 7 传统管理学视角下的权力 / 018
  - 8 用全新的眼光看“微权力” / 021
- 

## 第二章 细数那些与“微权力”相关的理论 / 025

### 第一节 个人与个人之间 / 026

- 1 员工主动性:成吉思汗的“员工们” / 026
- 2 懒蚂蚁理论:冯谖与诸葛亮的差别 / 030
- 3 员工内斗行为:徐阶高拱之争 / 033
- 4 员工职场嫉妒行为:战国那点事儿 / 037



第二节 个人与领导之间 / 041

- 5 建言行为与沉默行为:从官渡之战说起 / 041
- 6 领导—成员交换理论:唐太宗与房玄龄 / 045
- 7 领导授权理论:兵败滑铁卢 / 048
- 8 组织信任理论:崇祯皇帝的猜忌 / 052
- 9 组织支持理论:李牧抗击匈奴 / 056
- 10 “辱虐”管理:张飞之死 / 059

第三节 个人与组织 / 062

- 11 员工团队与群体:说说唐僧师徒 / 062
- 12 组织公民行为:弦高退兵的故事 / 066
- 13 公忠与私忠:晏子的故事 / 071
- 14 反生产行为:以吕布、庞涓为例 / 074
- 15 员工绩效管理:君主们的烦恼 / 077

---

**第三章 从当代企业实践看“微权力” / 081**

第一节 集权的终结——组织架构与领导方式之变 / 082

- 1 小米的“极速”——互联网+三层式架构 / 082
- 2 德邦之变革——矩阵式+项目式二合一 / 085
- 3 全员创客在海尔——平台式架构与“去领导化” / 088
- 4 扎克伯格的王国——“云”端领导与“云”力量 / 092

第二节 当员工被赋予权力 / 096

- 5 西南航空有多自由?——让员工成为企业的主人 / 097
- 6 海底捞真的学不会吗?——“一线授权”的艺术 / 100
- 7 通用电气的“无边界沟通”——让员工“说话” / 103
- 8 宝马看似混乱的会议——横向沟通的力量 / 107
- 9 腾讯管理模式——构建实现员工创新的平台 / 110
- 10 3M的创新源泉——给予员工失败的“权力” / 114

第三节 企业文化与员工力量 / 117

- 11 华为的“狼性文化”——文化让员工保持活力 / 117

- 12 惠普的“以人为本”——企业文化的聚拢效应 / 120
  - 13 罗孚汽车的神话——学习型组织及其文化 / 123
  - 第四节 “微权力”的激励之道 / 126
    - 14 微软的留人之道——人才培养 / 126
    - 15 谷歌如何俘获人心? ——福利驱动 / 129
    - 16 阿里的幸福员工——最好的激励是什么? / 132
- 

#### 第四章 “员工力”之塑造 / 139

##### 第一节 执行力 / 140

- 1 准确定位——员工须找准位置 / 141
- 2 能力为本——打铁还需自身硬 / 144
- 3 善于学习——自我提升不能停 / 148

##### 第二节 创新力 / 152

- 4 创造力自我效能感——员工自信是关键 / 152
- 5 制造创新环境氛围——近朱者赤,近墨者黑 / 156
- 6 构建创新激励机制——创新力的背后功臣 / 160

##### 第三节 监督力 / 166

- 7 鼓励建言献策——解放员工的话语权 / 166
  - 8 建立反馈机制——让员工有地方发声 / 171
- 

#### 第五章 “员工力”在职场 / 175

##### 第一节 写在进入职场之前 / 176

- 1 选择工作:第一份工作很重要 / 176
- 2 参加面试:你是否作好了准备 / 178
- 3 职业规划:职场永恒的第一话题 / 182
- 4 走出校园:坚持是一门必修课 / 184

##### 第二节 职场必修课——进入职场后,你该知道的 / 186

- 5 初入职场:度过“蘑菇期” / 187

- 6 面对制度:没有规矩,不成方圆 / 189
- 7 进入环境:谁都要融入集体 / 191
- 8 团队合作:信任是关键要素 / 194
- 9 高效工作:学会设定工作目标 / 196
- 第三节 职场沟通与人际交往 / 199
  - 10 沟通法则:第一步是勇敢 / 199
  - 11 平行沟通:与同事交流 / 202
  - 12 上行沟通:与领导对话 / 204
  - 13 沟通智慧:学会倾听 / 207
  - 14 沟通技巧:懂得说“不” / 210
  - 15 人际交往:记住三原则 / 212
  - 16 人际暗礁:面临糟糕的上级 / 215
- 第四节 运用好小员工权力,发挥大力量 / 218
  - 17 执行力:拒绝“职场拖延症” / 218
  - 18 创新力:小员工也可以创新 / 221
  - 19 监督力:运用好自己的“话语权” / 223
- 第五节 寻求更好的发展 / 226
  - 20 保持学习:必须持续“充电” / 226
  - 21 自我推荐:酒香也怕巷子深 / 228
  - 22 寻求发展:跳槽,如何抉择? / 231

---

## 第六章 “微权力”的发展 / 235

- 第一节 员工的未来 / 236
  - 1 一切的开端——员工价值正在转变 / 236
  - 2 雇佣制度的变化——从雇佣到联盟 / 240
  - 3 工作内容的革命——基于工业 4.0 的思考 / 243
  - 4 “8 小时”的消失——救赎被绑架的自由 / 247
  - 5 让薪酬回归价值——“人才经济”的到来 / 251
  - 6 新型福利来了——员工的福,成就企业的利 / 254

- 第二节 企业的改变 / 258
  - 7 计划:众筹与众包下的企业转型 / 258
  - 8 组织:中层管理者在“崩塌” / 262
  - 9 领导:蓝海领导力与权力开放 / 265
  - 10 控制:“去 KPI”,更好的工作标准? / 269
  - 11 创新:从精英创新到全员创新 / 273
- 第三节 对于“大环境”的“微思考” / 278
  - 12 一切都在年轻化 / 278
  - 13 逃离生命周期曲线 / 281
  - 14 互联网带来的“边缘模糊” / 283
  - 15 共享经济的到来 / 286
  - 16 谁拥有未来? / 289
  - 17 没有结束的话 / 292

## 第一章

# “微时代”下，“微权力”来了



“微时代”是这个时代特有的名称,其蕴含的价值观是:一切都变得“碎片化”,“微文化”“微体验”等都在流行。移动互联网能将这些碎片相连,创造出一个全新的世界。许多企业已经采纳了这样的价值观,借力“微时代”,玩出新花样。而“微权力”呢,则是“微时代”的产物——小人物拥有的权力越来越大,可以“任性”发挥自己的力量,做喜欢的事;每个人都可以成为话语中心、能量中心,上升的途径也越来越多。

在这一章,我们就来说说“微时代”与“微权力”。

## 第一节 “微时代”来了

不管是提出新定义、新理论还是新事物,我们都会去关注它处在什么样的时代背景之下。而每个时代都有一些关键词,向人们诉说着这个时代的故事。现在,一个被冠名为“微”的时代,正在缓缓开启……

### 1 时代,你的名字是什么?

“时代”,是一个很大、很宽广的词汇,相对于人类个体不足 100 年的寿命而言,时代轻而易举地就跨越了很长的时间跨度。

“时代”,也是一个有意思的词汇。每当人们提及时代,就意味着,在那段时间内,某些东西被人们深深地铭记了。

每当我们回望历史,会发现,每个时代都有专属于它的事物和故事。大家普遍把一个有相同特征的时间段称为时代,时代也因此而变成了历史学上的一个大词汇。根据考古学的观点,人类的历史从大的方向上可以划分为石器时代、青铜时代、农耕时代、工业时代以及现如今我们所处的信息时代。同时,这五大时代中的任意一个,又能够被再分。就以石器时代为例,石器时代是考古学对早期人类历史分期的第一个时代,大约始于距今二三百万年,止于距今六千至四千年左右。顾名思义,石器时代就是指人们用石

头作为工具使用的时代。随着时代的推进,人类在制石工艺上也不断发生进化,由此可以划分为三个独立的阶段:旧石器时代、中石器时代和新石器时代。

从最古老的旧石器时代开始,人们的一段段历史就开始被铭记了。青铜时代见证了人们冶炼技术的发展与对金属利用的开始;而工业时代和信息时代则代表着人类社会上的两次巨大飞跃式发展……

其实,我们之所以会把某一段时间称为一个时代,个中原因在于,在这个时间段中,社会在某个方面会集中表现出不同于以往的一种特征、趋势或者说是潮流,并且这种表现是统一的。

于是乎,时代就被冠名了。进入石器时代,人们最重要、不可或缺的工具就是各类石器,人们学会了用石头打造器具,而不再是直接使用石头进行作业。当然,这可不是瞎命名的,人们总会选择一个最具有代表性的事物去命名一个时代,这个词汇可能代表着这个时代最大的飞跃。

如今,我们进入了信息时代,或者说,进入了计算机时代、网络时代、数字化时代等等。1946年,当世界上第一台电子计算机在美国问世时,谁也不会预料到今天它们的盛况。当时,这个叫作ENIAC的大家伙占了三间房子,有三十多吨重。但是它的计算速度达到了手工的20万倍,对于用惯了纸和笔的人来说,这已经是神话了。计算机的出现,预示着一个全新时代的来临,这个时代是在经历石器时代、铜铁器时代、机械时代(包含蒸汽机、发电机、内燃机)这样的一个发展过程之后,所形成的以电子与信息为主旋律的时间段。

如果你要问,这个时代的名字到底是什么?可能答案不仅仅是计算机,还有移动互联网、大数据等等。计算机只是一个个基本的单元、工具,移动互联网是联结人与人、企业与企业之间的桥梁,而大数据,则是由此产生的爆炸般的信息的聚合……

这个时代有如此多的名字,这充分显示出我们处在一个多样、多彩的时代,处在变化的潮流之中。

这个时代还有更多的名字等着我们去“认识”。因为在移动互联网发展无比迅速、分享成为一种常态的趋势之下,新生事物的出现速度越来越快。

历史学家也乐于做这些事情,从一堆的史料当中寻得某一些不为人所知的规律,如每个时代的人们所讨论话题的变迁过程。不仅仅是历史学家,

事实上,许多人都对一个时代的特征、潮流非常感兴趣。Google(谷歌)甚至还推出了一项神奇的服务叫做“Google Ngram Viewer”,它能帮你搜索到1500—2008年之间出版的520万册书中所出现的词汇并统计出每个时间段里某一个词出现的频率。

可是,说到底,我们为什么要去了解时代的“名字”呢?其实道理很简单,无论身处哪里、从事什么,如果不了解时代背景,无法抓住时代的核心价值,也就无法让自己做的事价值最大化。

同时,随着我们步入更加发达的时代,大量信息涌来,速度只会更快、数量级也只会更大。在这样的背景下,如果没有洞察价值的能力,就会被淹没在无尽的数据之中。而把握时代特征、时代价值就是洞察能力中重要的一个环节。

《古兰经》中有一句话:“每个时代都有自己的书。”意思是说,每一个时代都拥有属于自己的传奇,而这些最为绚丽的故事与传奇帮助我们定格了每一个时代,铭记了每一个时代。这就是时代的名字。这些传奇或许是思想、观念、价值观。这种追随于时代的思想、观念以及价值观,会产生极大的影响,形成一股“时代潮流”。这,是应该被人们所了解的。

所以,我们要问时代,你的名字是什么?

### 微点评

“每个时代都有自己的书”,时代用它最鲜明的一面让我们记住了它,我们会根据这最鲜明的一面去回忆曾经的每个岁月,久而久之最鲜明的一面就成为时代的代名词。那么,你说,我们这个时代的名字又是什么?

## 2 被“微”冠名的时代

在这个时代,正如我们先前所提及的,也是大家都不可否认的:计算机、互联网、大数据等等,是时代的显著标志,是时代的名字。

其实,三十多年前,有人就曾经预言,今后将是网络与计算机统治的时代。只是,在那个年代里,动辄数十万美元的计算机,只是研究所或者政府部门能够拥有的“奢侈品”,普通人根本无法接触到。所以,许多人认为这个预言只是个戏言罢了。

从某个层面上说,这个预言已经实现了。如今,社会的网络化程度正在



不断被加深。仅以我国为例,在中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第36次中国互联网络发展状况统计报告》中显示,截至2015年6月,我国网民规模已经达到了6.68亿,中国手机网民规模达5.94亿。这是个什么概念?13亿中国人中每十个人就有超过四个人使用互联网!要知道中国人中超过一半是农民,而且整个中国还只是在发展中。如果再看欧美发达国家的话,你就会发现这个比例还要高很多。

在这个时代,随着无线技术的不断进步,网络的无线化和移动化已经被实现得越来越透彻,被人们不断应用。也因此,无论是生活还是工作,我们都处在计算机、互联网等技术的包围之中:办公时,基本人人都需要一台计算机;娱乐时,手机、iPad、Kindle等工具不离手……有人开玩笑道,有必要在马斯洛需求理论上再加一个比生理需求更基础的需求——Wi-Fi需求。当然,这只是夸张的说法,但请先别笑,想想你是否也如此:走进饭店、茶楼,先叫来服务员,不是点菜,而是开口先问一句:“服务员,你们这儿Wi-Fi密码是多少?”可以说,互联网已经渗入我们每一个人的日常生活之中。

所以,这个时代被冠以“互联网”时代不无道理。那些有远见的企业,早就已经或正在转变为“互联网+”的形态,利用信息通信技术以及互联网平台,创造新的发展机遇。这就是一种把握时代核心特点的聪明做法(照我们先前的说法,这些企业已经问出了、了解了时代的“名字”)。

当然,这个时代带来的不仅仅是这些而已。我们总觉得,Web时代带来的都是大变革,但实际上,变化往往也发生在极其“微小”的地方。

我们来说说一个数字——140。这个数字是所有生活在当代的大多数人都非常熟悉的一个数字。140最初起源于Twitter(推特)。“Twitter”一词的原意是鸟鸣声,其本意就是要传递即兴而短小的信息。Twitter这款产品在设计之初就考虑到了要与手机捆绑在一起使用,而非单纯在固定互联网上进行书写。将有线互联网和无线互联网结合起来,正是Twitter当初能脱颖而出的根本原因。创始人杰克这样描述Twitter的神奇之处:“当你在任意地方,只要有手机,一样可以发布信息,让别人的网页或他自己的手机上(前提是必须是你的粉丝)随时看到,实现一对多的传播。”

但是,这中间存在一个问题,就是用手机进行书写会牵涉运营商的收费问题。众所周知,发送短信会被收取短信费,特别是超过160个字符的短信,将被编成多个短信按顺序发送,这就使得传达同一条信息(特别是在这条信息超过160个字符时),短信费用相比之前会有所增加。因此多数人担心使