

How Businesses Can Thrive in the
New Global Neighborhoods

新浪执行副总裁 总编辑陈彤力荐

140字推爆全世界

有限字数的无限力量

在信息比我们还快的时代，微博比信息更快！

「美」谢尔·以色列 (Shel Israel) 著 任文科 译

微博力

微博力

140字推爆全世界

How We Got So Close to the Heart of the Matter

「美」谢尔·以色列 (Shel Israel)◎著 任文科◎译

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

微博力 / (美) 以色列著; 任文科译.

北京: 中国人民大学出版社, 2010

ISBN 978-7-300-10183-5

I. 微…

II. ①以…②任…

III. ①互联网络-传播媒介-基本知识

IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 008650 号

微博力

[美] 谢尔·以色列 著

任文科 译

Weiboli

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 [http:// www. crup. com. cn](http://www.crup.com.cn)

[http:// www. ttrnet. com](http://www.ttrnet.com) (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司

规 格 170 mm×250 mm 16开本

版 次 2010年1月第1版

印 张 11.25 插页2

印 次 2010年1月第1次印刷

字 数 162 000

定 价 32.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换



今天，你微博了吗

21 世纪的第一个十年，三款全球性互联网产品从根本上改变了我们的生活：Facebook，YouTube 和 Twitter。如同在上个世纪末，百度复制谷歌的奇迹一样，在这三款产品改变世界的同时，一些同类产品也在国内遍地开花——校内和开心取代 Facebook，优酷和土豆上位 YouTube。

那，谁覆盖了 Twitter？

这个问题，如果你在 2007 年回答，那应该是，饭否。2008 年呢，也许会是滔滔。然而，到了 2009 年，答案只能是：新浪微博。除了新浪的孤注一掷之外，老牌微博产品的歇业、新生代的疲软，也将这个内测仅数月的微博品牌推到了风口浪尖。紧守“明星战略”的新浪再一次成功押宝。无论是粉丝 80 万的“女王姚晨”、一条留言 8 000 次转发的李宇春，还是“再见，谷歌”的李开复、“不是一个人战斗”的黄健翔，这些名字带来的人气，给 2009 年这个严酷的冬天带上了一条“围脖”，让我们在恶寒中看到了一股暖意。

而就在我写这篇文章的同一天，伊能静为贫血症儿童寻找赞助手术费医院的微博留言，在 24 小时内就得到响应，三家医院挺身而出。这让我们不得不感叹：微博不微。

在个人微博大获成功的同时，不少企业和商家也搭起了微博平台。虽然是否能成功复制 Twitter 上的企业盈利模

式还未可知，但就像新浪一号人物、2009年央视经济年度人物曹国伟所憧憬的那样：希望“围脖”能给明年的经济带来温暖。当然，这温暖拯救的也许不仅仅是经济，还有我们逐渐疏离的生活和冷淡的人性。这才是微博，力之所在。

常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008 年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们 2008 年以后的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？

★ 您是否常常在阅读过一本书籍后，才发现不是自己要看的那一本？

★ 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？

★ 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

老 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。

时间才是读者付出的最大阅读成本。

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

老 选择合适的图书类别

目前市场上的**图书来源**可以分为**两大类，五小类**：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) 专业书：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) 大众书：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。

2. 本土图书：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

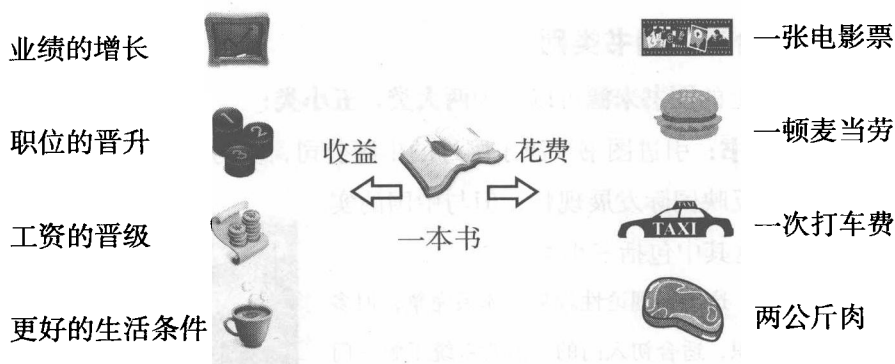


a) “著”作：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。

b) “编著”图书：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

七 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，**应用于自己的工作和生活，**获得品质的**改善和提升**，由此，油然而生一种无限的**满足感**。



TWITTERVILLE

推荐序

微博：推动互联网信息传播革命

新浪执行副总裁、总编辑 陈彤

刚刚过去的 2009 年，Twitter 是当之无愧的互联网“明星”，短短不到两年的时间，Twitter 全球用户实现了爆发式的增长，一举突破 5 000 万。

不超过 140 个字符，关注（follow）一下，通过手机随时随地发布信息，公民记者等，这些看似简单的关键词正在推动着一场前所未有的互联网信息传播革命。

如今这场革命已经进入国内。去年下半年，新浪微博甫一推出，即引起了极大关注，并成为当下国内最火爆的微博产品。我想，这也是这本书的意义——微博就在我们身边。本书的作者通过大量详实生动的案例，再现了 Twitter 的诞生、成长，以及个人和企业利用 Twitter 的经历。

的确，微博，作为一个全新的互联网交流工具，正在改变着我们的生活，我们与周围人沟通的方式，乃至沟通的范围。它正在慢慢成为每个人网上的一个“交流中心”，就像一个触角，通过它，我们接入和感受着这个社会。

毋庸置疑，社交网络正在发展成为下一代的互联网中心，用户通过社交平台分享他们的信息，通过朋友关系网络了解来自四面八方的消息。这些消息是他们所选择的。信息的流动更有针对性，更加可控，传播效率也更高。这也恰恰是社交平台的魅力。

除了个人信息的分享外，Twitter 平台也成为企业营销的利器。本书作者通过大量的案例详述了包括戴尔、星巴克、Comcast 等企业如何利用 Twitter 平台塑造品牌、获得收入，甚至是拯救一个企业的声誉。这些案例对于国内微博的实践者们而言，弥足珍贵。

与以往的互联网产品不同，微博提供了一个企业与客户直接交流的机会。每个账号都是一个真实的人，通过真诚的交流，企业可以提升形象，获得客户的信赖，继而通过用户的关系网络形成口碑传播。可以说，微博是一个天然的口碑传播平台。

其次，企业通过微博可以形成自己的客户关系网络，尤其对中小企业而言，更是如此。只要产品足够好、足够有吸引力，客户就在你身边。更为深远地讲，基于微博的客户网络还可以与企业自身管理系统打通，形成更为强大的客户互动平台。

我想，本书名为“微博力”，其力不仅在于微博对人们生活交流的改变，也在于对新的企业营销理念的渗透。微博可能是一款从根本上改变人们传递、获取信息和沟通方式的互联网产品。让我们一起期待！

TWITTERVILLE

目录CONTENTS

引 言 一切从“推”开始 / 1

第 1 章 诞生之日 / 11

@jack 一个人可以用 140 个字改变世界。

第 2 章 炫目登场 / 23

掌控 # 该微博被转发 8 699 次。

第 3 章 建立平行多渠道 / 29

促销 # 尽享 50 款完美圣诞礼品，29 元起。

第 4 章 挽回声誉 / 44

客户 # 关注官方微博，有机会得千元大奖。

第 5 章 客户接掌一切 / 54

@pkedrosky: 存在即合理，这由不得你。

第 6 章 品牌账号 / 62

@ED_Dale: 你由市场掌握。

第 7 章 B2B 之路 / 74

@Wossy: 我推，故我在。

第8章 小企业，大足迹 / 86

人人 # 微博时代，人人都是媒体。

第9章 个人品牌 / 97

@ Upbeat New: 想让你的留言令人过目不忘，
该怎么做？

第10章 公民记者 / 108

@ Jkrums: 有一架飞机落在了哈德逊河上。

第11章 与民众交流 / 118

@ Astro_Mike: 发射上空的感觉真棒。

第12章 慈善事业 / 129

慈善 # 壹基金连接了粉丝平台和慈善理念。

第13章 尺度以及建议 / 139

建议 # 一个写病毒的人写的杀毒软件，你
敢用吗？

第14章 全球性社区 / 156

微博 # 这个产品会成为下一代互联网的平台。

译者后记 我推，故我在 / 162

TWITTERVILLE

引言 一切从“推”开始

詹姆斯·巴克在 Twitter 上的留言只有一个词：“被捕”。

这条留言最终让他获释出狱，也启发我撰写本书。但是，2008 年 4 月 10 日早上 9 点 33 分，当坐在警车后座上的巴克，正在被带往埃及马哈拉市的一座看守所时，我们都没有意识到这一点。

巴克是一位正在加州大学伯克利分校攻读新闻摄影学的研究生。他来这座城市的目的是，拍摄一起因食物导致的罢工事件。

几天之前，街道上的暴力事件已经变得随处可见。有人在纵火，也有人受伤。警察挥舞着警棍驱散人群，并逮捕了几位示威者。

4 月 10 日，巴克采取了谨慎的做法。他远离抗议人群，用远距镜头捕捉他的故事。

最终，他还是被抓了。

对于埃及警察，我还是有些了解的。2007 年，作为我的“社会性媒体全球报道”博客系列的内容之一，我曾经对瓦埃勒·阿巴斯（@WaelAbbas）进行过采访。阿巴斯是一位埃及裔记者，他不断地将一些还没有被起诉的“嫌疑犯”在埃及警察局中被折磨的视频发布在 YouTube 上。

直到在 Twitter 上看到“被捕”这个词时，我才意识到这个新的社会性媒体通讯工具已经变得如此流行。

我并不认识詹姆斯·巴克。在这个留言之前，我并没有在 Twitter

上关注过他。我甚至不知道我与他之间存在联系。

#BB# “重型 β -地中海贫血症”患儿 BB 是幸运的。2009 年 1 月 10 日 16:18, 伊能静在新浪微博发布留言, 号召全民为 BB 寻找可以赞助手术费用的医院。

在 Twitter 上留言的人, 被称为“推客”(tweeter)。当一位推客阅读另一位推客的留言, 并认为这个留言值得复述时, 他或她会在前面加上字母 RT, 然后将其再次发布出去。随后, 另一个人或许会看到这条消息, 然后重复这一步骤。这种行为被称为“锐推”(retweeting), 它是消息在 Twitter 上快速传播的一项必不可少的程序。

正是锐推, 成就了 Twitter 的神奇: 你或许仅仅关注了一小部分人, 或者仅仅被一小部分人关注。但是, 即便只有一个人关注你, 仅仅通过若干分隔空间, 你便可以同全世界数百万正在使用 Twitter 的人产生联系。

詹姆斯·巴克是一位新推客。他仅仅有不多的几位粉丝; 正如我已经表明的那样, 我并不是其中之一。但他的一位朋友把这条“被捕”的留言转发给了我, 并添加了简短的解释。我的一位朋友看到这条消息之后, 也将其转发了出去。我与巴克间隔了 4 个步骤。我是在他从警车上发布这条消息大约 30 分钟之后看到它的。

几周前, 当巴克与一帮朋友在伯克利道别时, 他的一位朋友建议他使用 Twitter。这位朋友认为, 一旦有紧急事件发生, 如果他的黑莓手机可以上 Twitter, 或许是有好处的。

当巴克坐在看守所中的时候, 他使用 Twitter 发送给大学好友的这条只包含了一个词的消息, 不停地在传播。也不知道出于何种原因, 埃及警察并没有没收他的黑莓手机, 这样他就可以在 Twitter 上不断地发布留言。他很小的私人网络一直在转发这些留言。消息在 Twitter 上四处传播。有人联系到美国国务院, 国务院这次一反常态, 旋即采取了行动。

美国政府在 24 小时内进行了干预。他被释放了, 尔后, 有一辆车

会送他去机场——这次返乡之旅是由埃及政府免费提供的。

在上车前，他停顿了一会，输入了另一条只有一个词的信息，或者如全世界所称的那样，“推”（tweet）了一条消息。

这则消息是，“自由”。

爱心 # 2009 年 1 月 10 日 23:04, @ 苏溪漫漫为 BB 联系到了第三军医大学新桥医院等三个赞助单位。BB 的生命中射入一道曙光。

这一事件改变了我个人对 Twitter 的看法。在此之前，我觉得这个小玩意用起来有点意思，偶尔还可以用来做生意。Twitter 曾经让我获得过几个付费演讲的机会。我有一些居住在外国的朋友，对我们来说，这是一种更快捷、更容易的联系方式。

但詹姆斯·巴克的这次经历，却让我惊讶不已。我意识到，Twitter 现象的内涵，要比我之前所理解的更为深刻。我开始更加密切地关注这一现象，并将其记录了下来。

戏剧性的时刻

我开始注意到，Twitter 会不时出现戏剧性的时刻。在之后的几个月中，一位正在中国南方一家书店中购书的荷兰学生，在 Twitter 上记录了四川地震第一波致命的震动。底特律的几位外科医师将一台自动机器从病人身上摘除肿瘤的实时进展情况，“推”给正在洛杉矶召开会议的医学专家。一位年轻的企业家在哈德孙河的一艘渡轮上，亲眼目睹了一架客机突然停顿，尔后开始坠落的景象。

撰写一本描述这些生死时刻的书，并非难事。这种时刻已经展现得够多了，未来无疑还会出现很多类似的事件。但戏剧性并非事情的全部。

在很长时间里，Twitter 仅仅是普通人谈论家常事的载体而已。但随着时间的推移，它已逐渐成为一项极其有效的商业交流工具。这本书的侧重点在于告诉你，人们是如何应用 Twitter 与客户保持更加密切

的接触。

在 Twitter 上，你还会在无意中碰到熟人。在巴克输入“被捕”一词的那天，我正舒舒服服地坐在家中，与刚刚在 Twitter 上巧遇的一位老友聊天。我们将字数不多的内容不断地发送给对方，详尽地交流与工作、旅行、宠物和孙子相关的事情，一起追忆我们失去联系之后这 30 年的岁月。

同样，在 Twitter 上，你还可以遇到一些在生意上，抑或其他你感兴趣的领域中与你相关的陌生人。你可以很容易地找到他们，然后开始进行简单的交流，而这样的对话经常会迅速而深入地发展起来。

归根结底，这本书谈论的是 Twitter 可以为你做什么。我会告诉你很多其他人已经做过的，以及他们正在做的事情。我希望，这本书能给予你一些有趣或有用的理念。

微博力 # BB、@ 苏溪漫漫、伊能静，一个个微小的力量，在微博的穿针引线下，成就了伟大的爱与善。微博虽微，力量却大。

Twitter 与电话

正如 Twitter 城最受尊敬的开创者之一克里斯·布罗根（@Chris-Brogan）经常说的那样，“它与电话非常相似。”他说的对，电话是一个很好的切入点。但在我看来，Twitter 的意义远不止如此。

布罗根坚称，同电话一样，Twitter 是一种私人交流工具。你可以用它从事你想展开的任何交谈。

然而，电话中的这些谈话通常带有私人性质。你可以在 Twitter 上，通过一种叫私信（DM）的功能私下交流。但在大多数情况下，当谈话公开，任何人都可以看到你的交谈内容，这样任何人都可以对你说的话做出反应（或者说，将其转发）时，Twitter 才会发挥出它最大的功效。

在遇见陌生人方面，Twitter 也是电话所不能比拟的。一位陌生人

给你打电话，通常都是为了向你兜售某种你不想要的东西。在电话上，这种做法已经泛滥成灾，约束电话兜售者的法律已经出台。

但在 Twitter 上，与陌生人会面可能是一种既有趣又有价值的体验。假如你遇到了一位你不愿接触的人，Twitter 的过滤功能可以比较有效地阻止他与你接触。与冷不丁接到一个电话比较起来，这样的经历几乎总是更让人舒服些。

人们使用 Twitter 可能是出于私事，也可能是生意方面的原因。我们中的很多人会情不自禁地将二者融为一体，就如同许多人在电话上或面对面接触时经常做的那样。

有人问我，为什么一位神志清楚的雇主会允许他的员工在上班时使用 Twitter。答案很简单，这同上班时使用电话、电邮以及传真的道理是一样的：使用 Twitter，是为了交流。主题由你确定。

Twitter 与博客

正如 Twitter 类似电话一样，它与博客也极其相似，只不过你需要构想一个字数很少的博客留言。事实上，Twitter 在所谓的微博客软件中占据着领导性地位。你发布自己想说的话，如果人们愿意的话，他们会做出回应。你可以发给某一个人，也可以发给整个世界，人们用相同的方式予以回应。

空间是有限的，最多 140 个字；因此，讯息必须直截了当。简略的表达方式必然成为 Twitter 语言的一大特色；由于人们在 Twitter 页面上以相等的长度，在相同的位置予以回应，所以，与占据最大空间的博客相比，Twitter 更具平等主义精神。空间的局限导致迅捷的交流速度。Twitter 的运行速度比任何博客都快。

有好几本书会告诉你如何使用 Twitter，以及你为何应该使用它的原因。在这两方面，本书都有所涉及，但它们并非我关注的中心。我要和你分享的是，人们在全球性企业中使用 Twitter 的故事。人们使用它，为各种事业募集资金；让政府作出更积极的反应；发现并传播新闻；构建私人或商业网络；或者仅仅是为了同自己喜欢的人一起打发

时间。

我相信，我们中的许多人会从他人的故事中获得极大的收获。如果我告诉你，有人运用 Twitter 改善了他的个人品牌，让更多顾客进入一家咖啡店，让更多人选择某个市场购买东西，那么我的愿望在于，在读到某个故事后，你会将 Twitter 应用在你所做的事情上。

Twitter 是一种非常简单的工具。大多数人只要摆弄几分钟，就可以掌握其操作方式。一旦你开始与人们交谈，他们往往会十分慷慨地帮助新加入者熟悉这一工具。你也会不知不觉地帮助跟随你进入 Twitter 城的其他人。

全天候工具

我是在 20 世纪 30 年代以来最恶劣的经济环境中，开始撰写本书的。我由衷希望，在你开始阅读这本书之前，我们的日子会更好过一些。

我可以断言的是，Twitter 特别适合于艰苦的岁月。当险恶的经济环境导致大多数企业进行痛苦的瘦身时，它们依然需要同客户沟通；在面对面交流方面，Twitter 是最富效率、最有成效的工具。

这不仅仅是就顾客而言，对于企业的整个商业生态体系（企业的潜在客户、合作伙伴、员工、投资人、分析师以及媒体）而言，亦是如此。当你迈入 Twitter 城时，你或许会发现他们中的很多人已经在那里扎根了，正在交流与你的生意相关的话题。你加入这些谈话的时间越早，你就能越快地从你所面临的商业压力中摆脱出来。

但当你认真思考这一话题时，你会发现 Twitter 不仅仅是一种与你共度时间的工具，而且是一种适合于任何时间的利器。无论在哪一种经济环境中，企业都需要同利益相关方沟通。而在绝大多数情况下，采用最经济的沟通方式是最明智的。

在我们生活的这个时代，很多过去被认为是最佳的做法，已经没有昔日那般有效。很多已存在了好多年，一直被人们提炼、优化的方法，已经无法获得它们昔日的功效了。这其中包括客户支持服务、传统营销以及产品研发。