

杜子建

著 **一部微博前传 半部营销后传**

每个人都是潜伏者，每个人都是深喉，
每个人都是记录者，每个人都是在场直播……

微力无边

北京联合出版传媒(集团)股份有限公司

 万卷出版公司

微力无边

杜子建

著



北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
万卷出版公司

©杜子建 2011

图书在版编目 (CIP) 数据

微力无边 / 杜子建著. — 沈阳: 万卷出版公司,

2011. 10

ISBN 978-7-5470-1733-3

I. ①微… II. ①杜… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 196465 号

出版发行: 北方联合出版传媒 (集团) 股份有限公司

万卷出版公司

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 29 号 邮编: 110003)

印刷者: 中国电影出版社印刷厂

经销者: 全国新华书店

幅面尺寸: 170mm×230mm

字数: 183 千字

印张: 14.5

出版时间: 2011 年 10 月第 1 版

印刷时间: 2011 年 10 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭

特约编辑: 李瑞文

装帧设计:  本玉银文化
shenyang@yichao.cn

内版设计: 刘军

ISBN 978-7-5470-1733-3

定价: 45.00 元

联系电话: 024-23284090

传真: 024-23284521

E-mail: vpc_tougao@163.com

网址: www.chinavpc.com

常年法律顾问: 李福 版权专有 侵权必究 举报电话: 024-23284090

如有质量问题, 请与印务部联系。联系电话: 010-89779339

写这本《微力无边》时，我一直比较忐忑，我知道，微博于人类而言还只是个新鲜事物——它自身都还处在“未成型”的婴儿生长期呢。另外一点，真正从事传播学和社会学研究的各路专家学者都还没插手置评，我这个野路子的江湖派草民又有什么资格撰写对于这样一个“传播学和社会学”杂糅在一起的新型“传播机器”的评论呢？

问题是我敢，并且真的写了，还敢摆在你眼前等你拍砖。

今年8月底，我去解放军总医院做全身健康检查，其他毛病没有，只是有个医生说我“胆小”，顿时把我说得哈哈大笑。我说我大牢都坐过的，怎么可能“胆小”啊！

我这人，天生就是胆大，这也正符合我的投资人薛公薛蛮子对我的终极评语：“此人DNA非人类。”妄为才成就了我目前的“华艺传媒”，如果胆小，我想我至今在北京也顶多就是一个睡在地下室的永远的打工者吧。

我是妄为的。

自2009年9月，受新浪一个副主编的盛情邀约，我注册了当时还处于“内测”阶段的新浪微博，时至今日，已过两年；所写的微博也近7万了，与此同时，我也将原来只从事选秀的公司迅速转型到“快媒体营销”，并由此获得了风险投资。

公司目前发展的比较好，这个好，完全是基于微博的。

严格地说，如果没有微博就没有今天的杜子建，即使这个家伙很有争议——教父、大师、骗子、忽悠、专家、牛人等大堆的名号都为我所“享”了，好在我没有去较真，最多就是纠正了一次——请称呼我为“轿夫”吧。反正我没打算去伤天害理祸国殃民，怎么评我都无伤大雅。

微博是成就了我的，无论如何，仅现在受邀去讲课，都是需要提前预约的，有时还需要提前一个月。我说，我不能高攀为讲师的，我还有小公司的百多号人需要陪伴呢。

闲时，我总会用碎片的时间来写微博，去看它、了解它、亲近它，并尝试去驾驭它，没办法啊，我靠微博生存的，如同寄居蟹，我需要附着在这个强大的平台上为各大企业做网络营销呢，百十号人的生计啊，不可忽视的。

于是，“观察和研究”从一开始我就携带在动机里了，如同静电。我始终带电工作。

关于微博，我总是会写一些自己的心得的，这些心得，也陆续在微博上零散地发表了一些，如“微观察”、“微研究”、“微谬论”等系列主题的，有些帖子，口碑是比较好的，也被各路媒体转载过，业界的专家也说有些观点是比较靠谱的。当然，我知道我有一个很实际的缺点——喜欢夸大，但偶然呢，有些“预言”的结果是真的实现了的，比如“实名将是一个稀缺品”、“微招聘将冲击传统招聘”的观点等，我是有些小聪明了。其后，慢慢地，我发现微博可以构建我个人的品牌。

现在，这个品牌好像是有那么一点意思了，虽不知好坏，但有一点可以肯定，大家从微博上知道了我，并找到我来帮他们的产品进行营销或者受邀去讲课，并且，课酬不菲——传说都有一天八万的，哈哈，不靠谱，但因为我空闲出去的时间不多，企业们自己为我涨价的事情是有的。

《微力无边》我是斗胆写的，而且写了十个月，而且这封面是我自己的意思——必须是个砖头，要么是别人拿来砸我，砸多了我存起来盖房子；要么呢，我就当这本书是武器，把你这个读者砸晕。反正，两样后果我都接受的。

《微力无边》的书名，也是经过多轮纠结的，找了很多好词，但都觉得不给力，都觉得无法说出微博自身的感觉，于是就勉强用了目前的这个书名。因为我感觉，这小小的微博确实是不可小觑的，我想，它最近的这个威力，连网络管理者都惊惶不安吧。

书，或者砖头，摆在你面前，看不看在你，买不买也在你。

如果你买了读了，觉得不错，请去微博捧个场。

如果你买了读了，觉得是个垃圾，也请你去微博拍几砖，要拍就直接点名，反正我做好了准备了。

都受着，都按照我的秉性对待，不解释、不反抗、不纠结、不拒绝、不负责。

微博，是人生最好的修行道场。所以，无论如何，感谢微博，感谢你们！

杜子建

2011年9月

【微书评】以#微力无边#为话题，在新浪微博分享你的微力心情并@杜子建，试试会发生什么。



引子 大家开始吧…… / 1

01

微博，一个异类的存在

【微观察】所有的人，都在低估微博的威力，即使他认为他已经很高估了。

微博是个怪东西 / 9

中国微博，近亲？远亲？远房表亲？ / 14

你是哪种“微生物”？ / 15

微博不是“你方便”，而是“你随便” / 17

微博是战场 / 19

微博是“活”的答案 / 21

02

在场，微博威慑力的核心

【微观察】每个人都是潜伏者，每个人都是深喉，每个人都在记录，每个人都是在场直播。

微博，让每个普通人拥有了最强大的背景 / 27

每个人都是“在场直播” / 28

微博的第三只眼 / 30

无处不在的裸曝力 / 34

03

“发生关系”， 微博社交的本质

【微观察】这是一个迁徙的社会，虚拟的“弱关系”成了“精神家园”，你有了自己的“关系部落”，这个“部落”作用在你的灵魂上。你成家了。

社交平台的第一核心，“发生关系” / 41

姜子牙，“发生关系”第一人 / 42

5天，一个“发生关系”的美好奇迹 / 46

04

给力的“人人” 传播

【微观察】传播的核心是人，传播的爆发力是内容，传播的速度是基于工具的发达与否，但无论什么样的工具，都离不开“人的作用”。传播，就是“人的接力”。

“临时共性”与“临时速配” / 51

“人人” ≠ “人群” / 56

微博传播者的四种身份 / 59

传播，就是“人的接力” / 61

05

微博的传播力， 从声音到质疑

【微观察】就大事件而言，微博是谣言。微博的快感就潜伏在围观、等待、质疑、求证这个谣言的整个过程当中。此类微博，传播力最强，也最恐怖。

传播力不等于影响力 / 71

微博信用链，你盖章你负责 / 72

声音，影响力的终极体现 / 78

“推客”作用于传播力 / 81

粉丝值决定传播力 / 84

传播环与传播伞 / 88

“丑陋优先”，歪嘴巴说的都相信？ / 89

谣言之“威” / 90

谣言能被终止吗？ / 94

环境协同下的临时共性 / 98

06

微博的影响力，从信从到改变

【微观察】微博上发生的每一次小高潮都是一场小小的袖珍戏剧，但它所产生的链式反应却不仅仅止步于微博本身，它的变革性力量直接影响到现实社会，并有可能引发对已经做出的决策进行必要的微调。

信从，才是真正的影响力 / 107

水能覆舟，强大的协同影响力 / 116

环境协同下的舆论洪流 / 120

“点客”作用于影响力 / 122

链式反应与信息当量 / 125

影响力即是改变力 / 129

07

一条微博能走多远

【微观察】微博，不是玩文字质量的，而是玩信息当量的。好的传播跟你的粉丝数多少关系不大，如果你能在140个字中做出一个“带当量”的信息，就算你只有5个粉丝，照样会出现“链式反应”。

微博是不是个菜市场 / 137

同一个实验，为什么差别那么大 / 140

发轫端，疑似谣言 / 147

传达端的强化力 / 149

发酵端的威力 / 152

爆发端，一爆即发 / 154

传播终止，抑或开始 / 156

08

微博的四大属性，让一切落地生根

【微观察】微博，是信息集成平台；微博，是人骨拼图。你必须用“明天”的眼光来看待“今天”的事物。否则，眨眼就落伍，转身就淘汰。

不得不说的“四大属性” / 163

社交，现实关系链的虚拟迁徙 / 164

媒体，新闻已死现场降临 / 177

渠道，二度空间时代 / 188

平台，一片广袤的“大地” / 194

结语 已经发生的未来 / 199

后记 好书，是“炖”出来的 / 217



引子

大家开始吧……

@杜子建

微博，正因为它的小，而茂盛了它的大，几乎每一天它都在上演新的传奇……

一段4月的故事，像一个照相馆。

在奔驰的北京地铁里，一个男生，一个女生，邻座，各自捧着一本英文书。女生的书是包着书皮的，男生问：“你喜欢 Ayn Rand 吗？”

他们不认识。

一个简单的邂逅。

然后，会发生什么呢？

2011年4月11日，新浪微博已经开通20个月了。从2009年8月14日，新浪微博发放第一个邀请码开始，一路狂奔到新浪微博的用户总数突破一亿五千万，@姚晨已然“世界第三”的时候，这个男孩和女孩的故事都还不曾发生。但是，4月，将是他们一生当中都不会忘记的“一个温馨的插曲”。

4月17日的夜晚，一个刚刚注册的，叫“@10号线金台夕照”的ID，在新浪微博上发送了一条很突兀的微博：

@10号线金台夕照：2011年4月，北京地铁10号线，往劲松方向，你在读 Ayn Rand's "The Fountainhead"，我在读 Tony Blair 的自传，我们聊了几句，你在金台夕照站下车，没有留下联系。我想认识你。

这才是故事的开始，或者说，这才是整个微博的开始。

“我想认识你！”

4月19日，这位来自斯坦福大学的高材生又写了一条微博：“当时我都想好如何开口了，我想说：不是每天我都能在地铁上遇到读 The Fountainhead 的姑娘，我想再能见到你。但地铁的速度快过我的勇气。”

4月20日，他制作了一个名为“金台夕照”的小视频。

“谢谢大家！这么多人帮忙一定能找到。我把事情的经过做了个小视频，希望她能看到：<http://t.cn/hdL2tY>。”

想象一下，这是一段配着“Jason Maz”音乐的温暖的视频。

之后，在无数人的期待和祝愿下，奇迹突然发生。

4月22日午夜2点，一个陌生人突然在回复中说道：

○ 4月11号，我回到北京整整一年了。在地铁上，突然有人问我：你喜欢 Ayn Rand 吗？我非常诧异。要知道，我是包了书皮的，别人是不可能知道我在看什么书的。你回答说：I can read upside down。

这个童话一样的回复会不会让时间静止？

99个小时。女主角出现了，并且是特意为此新注册的微博，她说：“非常感谢你的真诚，所以我也特别注册了一个微博来回答你。要知道，对于一个没有开心、没有校内、没有微博、没有 qq 的人来说，这也真是很不容易了。”

而在男生微博的时间轴上，出现了一行忐忑的文字：

“就在这一分钟，找到了！此时突然不知道说些什么。”

“请大家帮我转告大家：找到了，谢谢！”

而几乎在同一时间，在女生微博的时间轴上，另一行字开始出现：“对不起，我已经有男朋友了。就是那个下午在南岸和我一起看书的人。上周有朋友问我：Who do you picture when you read about Roark？我说：No

one and definitely not Wright. 其实我常常想到他，只是我不好意思说出来。”

4月22日，应该是一个怎样的不眠夜。

4月23日，9点：

@10号线金台夕照：一周以来，呼啸而过，仿佛过山车。看到简单的故事打动很多人。凤凰主持人说，这鼓舞人追求幸福。正希望如此，哪怕你追求幸福的方式如我此举般不靠谱。我这结束了，大家开始吧！

这其实可以写一个长长的故事，小说、剧本或者电影，很美好。但是，这不是一本写爱情的书籍，而是由微博说开去，一些关乎传播的奥妙。

如此温馨的一个邂逅，在微博上到底是如何传播的？

一个刚刚注册微博的人，连一个像样的粉丝都没有，甚或根本就没有粉丝，那么随后的事情是如何形成传播的？

一个零粉丝者的帖子，竟然被转发了8 687次，活生生在人间飞奔了一遭，而且在地缘上找不到任何轨迹。在偌大的北京，如何“大海捞针”，并且奇迹般“找到”的？

微博是一个森林，一个博大无边的原始森林。

如果你是行者，试图穿越，那你就会发现这个森林当中有着各样的美好，同时也有着种种的不美好。你可能惊艳地发现你从未见过的野花，但同时，你也

可能遇到可以吃人的毒草。毫无疑问，微博上卧虎藏龙，但与此同时，森林中也有鸡鸣狗盗。

微博，正因为它的小，而茂盛了它的大。

几乎每一天它都在上演新的传奇……



01

微博，
一个异类的存在