

发现微博商业价值  
探寻企业、个人微博的自强之路

# 随时随地 秀 微博

王甲佳 崔强 吕顺雷 等编著

清华大学出版社



发现微博商业价值  
探寻企业、个人微博的自强之路

# 随时随地 微博

王甲佳 崔强 吕顺雷 等编著

清华大学出版社

## 内容简介

本书几位作者是多年的网络社区管理员或者活跃分子，非常清楚在这类环境下的定位与选择对于人们善用资源的好处。本书共9章，主要内容包括：如何通过微博去获取所需要的资源；通过微博去分享和表达；第三方应用案例；微群价值的开发。第五章以大佬和草根两类人的身份详细介绍了使用微博的过程；第六章介绍利用微博进行商业传播；第七章介绍企业微博运营的案例与分析；第八章基于警示之目的，了解微博生态圈里面另外一种非自然力量的操作；最后一章也就是第九章试图通过社交媒体演化的过程，对未来社会的一个假设。本书面向热衷于网络应用和微博的所有微博粉丝。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

## 图书在版编目(CIP)数据

随时随地秀微博/王甲佳等编著. —北京：清华大学出版社，  
2012

ISBN 978-7-302-28228-0

I. ①随… II. ①王… 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(2012)第038973号

责任编辑：夏兆彦

封面设计：柳晓春

责任校对：胡伟民

责任印制：张雪娇

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈：010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者：北京嘉实印刷有限公司

装 订 者：三河市溧源装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：140mm×203mm 印 张：8.5 字 数：200千字

版 次：2012年6月第1版 印 次：2012年6月第1次印刷

印 数：1~5000

定 价：39.00元

产品编号：043147-01

# 一个草根微博控的微体验

——读《随时随地秀微博》

(用友集团网络营销总监 贾琼)

《随时随地秀微博》的作者甲佳、崔强是我的良师益友，因此我有幸成为本书的首批读者。微博在短短两年多的时间里把这个时代打上了“微”标签，我们不知不觉地融入微时代，成为微用户，感知着微世界的万千气象，微力量颠覆了太多东西，这使我敬畏，更使我好奇本书的作者如何能够把这个在互联网历史中有着跨越式意义的“微”，明明白白地讲给大家。看过书稿，真的很佩服作者的功底，看似“随意”的笔端，精彩地秀出了“微”领域的“博”大！

工作关系，我总会成为互联网的尝鲜者，同样原因，我成为了微博最早的用户之一。今天，我在这里跟大家分享微体验，不是因为我的工作，更多因为我正是“随时随地秀微博”的草根微博控。我和这一角色中的众多微粒，在表达和有选择的转、评中，塑造了网络社会中真实的自己，而众多这样的角色和他们的产出组成了完整的微社会，所以，微博被称为了社会化媒体。“社会化媒体”的重点不是“媒体”，而是“社会化”，它是社会的网络化，有社会的各种基本形态，有真实社会的人群关系网络，也有社会的信息传播特点：





微博上的人群关系，以熟人为起点和核心，按兴趣、关注再有不同围度的聚合；而微博上的信息依赖口碑，有选择地被传递。

微博控不得不时刻把能上网的终端放在身边，几乎所有的等待时间都被微博占用，甚至晚上睡前的最后一件事一定是看一下微博，早上睁开眼睛的第一件事也一定是看一下微博……显然，这个虚拟社会把很多人变成了“瘾君子”，为什么会这样呢？微博到底哪里吸引了我们？

第一点是快。微博的开放与集成性使得人们可以通过手机、IM软件、微桌面、外部各种API接口等多种途径“随时随地秀微博”，充分降低了使用门槛，使最广泛的受众群成为了信息生产者和传递者，这就是微博的信息传递速度惊人的原因。自从微博诞生，很多新闻事件的首发不再来源于传统媒体，总是来源于微博。这使得占比最高的信息快餐者，没有理由不把阅读阵地从传统媒体转移到微博。近一年来，大家发现网络媒体比平面媒体受到微博的冲击更大，也是这个原因。此前，网络媒体的报道深度不及平面媒体，但它有速度的优势，而现在，网媒快不过微博，又深不过平媒，所以不转型即衰落。

第二点是微。微博140字的限制，降低了文字表达的门槛，网上看到一句话：“微博将平民和莎士比亚拉到了同一水平线上”，描述很贴切。微博似乎向世人宣告，提供无限舞台，而且不需选拔、不需排练、不需化妆就可以上台表演，于是世人疯狂了。与名人、媒体平等的公共话语权和“当家

作主人”的诱惑实在太大，这一点导致微博大量原创内容爆发性地生产，在微博上形成了事件的多角色、多角度的立体化报道，这也是微博吸引读者青睐的另一个原因。

第三点是动。微博上的人和信息完全公开，可以直接被搜索到；微博主的每条发布信息直接出现在关注者的首页，无须主动访问；微博的评论、转发简单方便，一键完成。这些特点使微博的互动性极强、参与度极高。微博的参与者，在互动中可以有选择地传播和接收信息，这种主动式传播，不但使信息在传递中的衰减最少、记忆最深，从而更有影响力，而且，微博参与者在传播过程中也大有做主角的兴奋感，从而不遗余力，甚至不能自拔。

微博使人们更快速地获取多角度的立体信息，在主动地取舍中对信息去伪存真，并方便地参与其中，甚至成为了传播中的主角——确实是奇妙的体验。

“微博是我的工作，也是我的生活”，一年前我说这话时，有人说微博运营商应该请我去做代言，呵呵。作为一个草根微博控，微博是我的阅读、学习平台，是我的社会关系维护平台，是我在这个虚拟社会中真实自我的展示平台；而作为用友集团的网络营销负责人，微博也是我的工作平台。

我可以聚焦我关注领域中的专家和微媒体，实时阅读领会最新观点，近距离地学习、请教、探讨问题，指点和反馈迅速有效，实操性强。这种学习高效，还绿色——非常实惠，嘿嘿。

我的朋友圈子也因为微博在不断扩大，而且黏性逐渐增



强。不论身在何处，只要互相关注了微博，就知道彼此今天的所思、所想、所为，一次转发、一条评论、一个私信，一分钟的时间又完成了一次交流，真的感觉天涯咫尺，时空穿越。

没有微博的互联网岁月中，我是因自卑而沉默的羔羊。没个好文笔，没有大段的时间，怎么可能长期经营自己的博客、沉淀知识、分享观点？微博让我没有了负担，一句话的分享，咱还是会写的，而智能终端和移动互联网的发展，也解决了时间占用问题，以前发呆的细碎时间，都可以用来读、写微博了。每个人都有表达的欲望，分享是愉悦的。

博客时代，某些专业博客和名人博客其实是有很大水分存在的，被人代劳的名博比比皆是。而现在，被代劳的名人微博却少之又少，顶多是被“辅助”。一方面，对于名人来说，经营微博的压力不算太大；另一方面，“随时随地秀”的特点，使微博上的“代劳”太容易穿帮。所以，微博上更容易找到真实的目标受众，并与他们产生关联和互动。而且，微博充分体现着“物以类聚，人以群分”的圈子特点。每一个微博的周围都聚集着属性相关的人群，这对于营销来说，精准度是非常高的。以前我们的传播和营销只能借助外部媒体和供职公司的自媒体，而现在，有影响力的个人媒体的传播价值非常值得关注。微博不但可以做营销、传播，还可以与业务相结合，为目标受众提供服务，进行客户关系维护，再进一步，可以实现微博的电子商务。微博本身在个人用户和企业用户的需求探索中在改进成长，而企业也在新媒体时

代思考、创新营销的体现。

因为微博，我一个普通人的电脑丢失事件，几小时吸引几百转发和评论，安慰、帮助、出谋划策，让我惊诧感动得说不出话。因为微博，我认识了旅居德国十几年的一位知心姐姐，姐姐专程飞回中国，就为见见每天互动的微博网友们，她说：“因为你们，中国更可爱”。因为微博，我这个泡在互联网里十几年的“默客”开始说话，并成为了经常被受邀分享观点专业人士。因为微博，我改变了自己的阅读习惯、学习习惯、交流习惯，甚至思维习惯……微博改变了如我一般的草根的生活，创造了一个时代！

微博不是中国人的创新，但中国人创新了微博。互联网的神奇是要靠体验来真实感知的，其实所有的理论都是浮云，如果你读了、听了、想了，以为自己就明白了，那就大错而特错了。所以，想了解微博，那就上场去随时随地秀一秀吧。

2011年12月9日



# 微博驱动的大世界

(代序)

关于微博的书随着微博兴起，逐有汗牛充栋之势。在2009年，当微博进入我们视野的时候，和许多人一样，我们感知到微博是热门话题，渗透在热的生活中，自然也引发了很多热的思考。

出现才几年工夫的微博，它的变化速度日新月异已经不能形容了。你表达出来的就已经落后了。它的风靡带来的是一个怎样的变化？在决定写这本书的时候，作者渴望这本书能透彻地表达微博的方方面面，后来发现，这其实是一个不可能实现的企图。微博用两年的时间就俘获了二十多年互联网用户中的一半，甚至还多。各种和微博有关的应用层出不穷，你已经没有办法为微博“立传”，能做的只有记录现在和做看上去比较宏伟的展望。即便如此我们还是非常认真地对待每一行文字，期待它能为大家熟悉基本玩法、在随时随地秀微博的过程中有参照，借此，继续缔造属于我们，属于这个世界的未来。

## 对微博的欲罢不能

对于许多控制力不足的人来说，它的作用还是值得商榷的。有一段时间，我们的作者之一几乎24小时都挂在微博上，

而且是在没有借助诸如“皮皮时光机”这类约定时间发微博的应用工具的前提下。虽然他是为了在充分体验的基础上，为读者朋友们提供真切的感受，但是一旦依赖上，就会变得上瘾一般。当然要熟悉并掌握如何秀微博，我们需要这个过程，但是一定是适可而止。

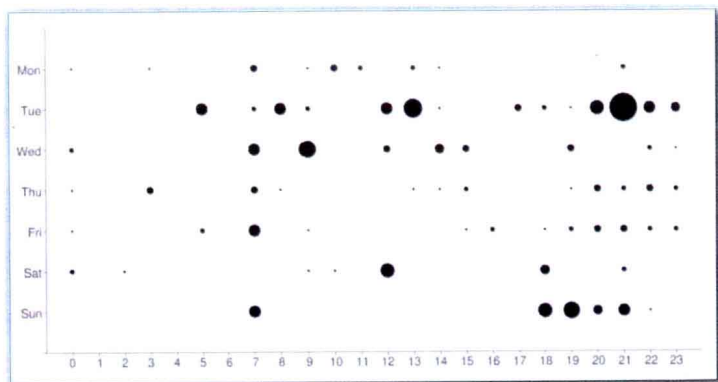


图 0-1 作者之一的微博活跃时间示意图（来自微博考勤卡的应用）

## 微博与人行为的碎片化

当然不是因为微博才造就了碎片化的时空，并且让人乐此不疲，微博只是让这个碎片化更显得清晰而已。互联网的出现，让人的行为具有碎片化存在的可能，或者说加剧了某一类人群的行为碎片化。碎片化让我们可以实现多任务的并行，可以同时做多种响应。记得在2003年前后就有一位朋友，他用几个QQ和几个方面的人交流工作，同时还要做文档，接待客户。我（作者之一）说打几个电话不就成了？他白了我一眼。到现在我还不习惯用QQ同时和几个人聊事情，

这当是一种类似 OUT 的遗憾。然而微博的出现，特别是在手机上安装了客户端之后，却会频频刷屏。说起来，是充分利用各种碎片时间，实际上却可能是主动让时间碎片化，微博的出现，至少让时间碎片增加一倍乃至数倍。虽然还是在思考，还是在记录，但是越来越不连续，越来越不深刻了。不由得反思，到底是落后了，还是我们确实不再需要“深刻”了？

如何在让微博为我们带来更多有价值有秩序资讯前提下，促进我们的思考，增强信息处理能力，并持续地改善工作？这不是一个小话题。我们问一位朋友他的微博怎么不更新？他说：“我需要集中思考。”道理是客观的，或许有人能做到既那么快餐化，也能那样深邃思考，但是确实，对习惯书面表达的人来说是一个重大考验。据说有些人现在写一篇 2 000 字的文章都显得有些吃力了。

碎片化是因为多次“换型”引起的。在制造业里面，我们非常注重设备换型对整体产能的影响，多次换型，无法深度记忆作业过程，造成品质问题和交付困难。在人的世界里面，一拨人的碎片化必将促进其他人的碎片化。

## 微博的秩序

实际上，上面也是我们曾经的困惑，好比进入一个花花世界，容易在廉价获取及选择中迷失。几位作者是多年的网络社区管理员或者活跃分子，非常清楚在这类环境下的定位与选择对于我们善用资源的好处。在本书的写作过程中，我们高度注意在这个方面的考虑。

第一章重点介绍如何通过微博去获取我们所需要的资源，特别是在信息汪洋大海中的选择方法，让我们在遨游的同时把握住方向，在获取的同时不会迷失自己。

第二章则介绍如何通过微博去分享，去表达自己，持续扩大自己的人际圈子和活动范围，有效地提升自己的综合产出能力。

第三章则是在成百上千的第三方应用中挑选几款做介绍，目的是为大家选取应用做参考；实际上有些应用是一次性的，体验性质的，但是并不妨碍我们。更多的应用可以在微博行为导引、专业学习、存储、生活便利、工作支持等方面起到非常好的作用。

第四章说的是对于微群价值的开发，微群是一群有相同相似诉求的微博朋友的集合，覆盖各种层面，可以更有针对性地分享资讯、取长补短，更是拥有极大的商业应用价值。

第五章以大佬和草根两类人的身份详细介绍了使用微博的过程，对我们许多个人用户来说，颇有参考价值。当然，每个人的需求不一样，特别是有一类人，用微博并不是想那样地去表达自己，而是与社会共呼吸的一种途径。

第六章介绍当下利用微博进行商业传播的情况，清楚这些机制有利于我们了解正在微博上崛起的“江湖”。

第七章是企业微博运营的案例与分析，这些案例是新浪微博推荐的，有一定的代表性，实际上是企业挖掘微博资源，有效利用微博的内在规律的示范，蕴藏着营销、服务、传播、品牌、业务过程等多方面的内容，是企业官方运营微博的重

要参照。这有别于很多微博营销公司的方案。

第八章基于警示之目的，让我们了解微博生态圈里面另外一种非自然力量是如何操作的，如何弄虚作假甚至是欺诈，我们有效地规避乃至构建一个“防火墙”对净化微博空间发挥微博积极因素有莫大意义。

最后一章也就是第九章试图通过社交媒体演化的过程，对未来社会的一个假设，这个假设基于越来越丰富的微博应用，让人、物、社会乃至自然界进行没有障碍的对话，那时候，我们才是真正地随时随地秀微博。

“面壁十年图破壁”是一种气概，虽然我们不一定需要那样的投入，但是一定需要一定程度的定力，定力会让宇宙的力量汇聚于你。社会资源越来越呈现着非结构化的倾向，谁有能力将这些非结构化的资源通过微博进行一定程度的结构化，让资源能被自然语言所检索，并联结成为支撑生活、工作的资源，谁就不会被微博这个大世界淹死，就能赢得新一代的智慧。

期望本书能为大家带来某种程度的帮助，也期待我们在后续的持续的交流中，共同促进微博文化的健康与繁荣。

这本书所奉献的，是一个开始。

@ 王甲佳 @ 崔强 @ 剩女 V5

2011年11月



## 第一章 | 微博首先是你的“动媒体”

---

- |     |                |    |
|-----|----------------|----|
| 第一节 | 开始微博之旅——飞一般的感觉 | 7  |
| 第二节 | 发现和创造直指人心的话题   | 14 |
| 第三节 | 个人和网络社交        | 18 |
| 第四节 | 好的标签会说话        | 23 |
| 第五节 | 让你的微博动起来吧      | 26 |
| 第六节 | 衍生阅读微博改变了世界的入口 | 31 |

## 第二章 | 秀我自己

---

- |     |             |    |
|-----|-------------|----|
| 第一节 | 随时随地发微博     | 38 |
| 第二节 | 多少人为认证折腰    | 41 |
| 第三节 | 如何进行评论?     | 43 |
| 第四节 | 如何转发别人的微博内容 | 46 |
| 第五节 | 带V微博用户的社会责任 | 52 |
| 第六节 | 收藏出你的未来     | 54 |



### 第三章 | 基于微博的扩展应用

---

第一节	微博大屏幕	59
第二节	移动终端微博应用	64
第三节	第三方应用	68
第四节	个人的典型应用推荐	72
第五节	企业官网中的嵌入式微博应用	74

### 第四章 | 微群是一个什么样的世界?

---

第一节	微群就是一个开放又方便的市场	78
第二节	认识微群	81
第三节	如何利用新浪微群做推广	88
第四节	企业玩转微群案例分析	94

### 第五章 | 他们怎么用微博?

---

第一节	李开复的微博之路	104
第二节	从微博菜鸟到拥有百万粉丝	114
第三节	开复先生的微博故事	118
第四节	剩女的微博之路	123
第五节	我的微博开始赚钱了	127
第六节	斩获万元大奖	133
第七节	微博被封	137

第八节 微博达人的微博模式	139
---------------	-----

## 第六章 如何利用微博营销平台赚钱?

第一节 国内的几大微博推广平台	145
第二节 如何承接微博营销平台的任务	153
第三节 如何利用微博赚钱	156

## 第七章 企业微博运营案例

第一节 首都航空的“微航班”预约	168
第二节 神州租车的全局微博传播	170
第三节 建立微博平台，融通产业“微关系”	177
第四节 快书包私信卖书	181
第五节 电商企业利用微客服逆转用户体验	183
第六节 嘀嗒团：微博连接，团购网站影响力升级	187

## 第八章 从粉丝作假开始的灰色产业链

第一节 僵尸粉	194
第二节 加V	197
第三节 刷粉	200
第四节 调查——走近“虚假粉丝产业链”	202
第五节 假粉丝的围剿与反围剿	207
第六节 粉丝买卖的深层原因	210





第七节 如何解决僵尸粉问题	212
---------------	-----

## 第九章 微博与人类的新世代迁徙

第一节 冰箱的微博	220
第二节 诸地址的融合与“微地址”的诞生	221
第三节 微地址对人类社会的重构	223
第四节 SNS 时代电子商务模式的迭代	228
第五节 管理软件公司和互联网公司的战争	234
后 记	242
参考文献	246
微 辞 典	247