

全彩印刷，图文对照

基于最新的微信6.0版本，详解小视频和支付等功能
带你玩转超过4亿人使用的微信



玩转 微信6.0

周聪 王璨 章佳荣 编著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

玩转 微信6.0

周聪 王璨 章佳荣 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

玩转微信6.0 / 周聪, 王璨, 章佳荣编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015.3
ISBN 978-7-115-38413-3

I. ①玩… II. ①周… ②王… ③章… 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(2015)第027938号

内 容 提 要

本书以循序渐进的方式, 全面系统地介绍了微信 6.0 版本的安装、使用技巧、微信营销等内容。尤其是对 6.0 版本新增的支付功能、小视频、游戏中心及改版后的微信公众平台等的使用方法进行了详细的介绍。

全书共 15 章, 分为 4 个部分: 第一部分包括第 1 章~第 4 章, 采用图文并茂的方式介绍微信的功能、安装及基本设置, 让大家对微信的功能有一个整体的了解; 第二部分包括第 5 章~第 11 章, 详细、深入地介绍了微信的使用技巧, 包括支付功能的使用、小视频功能的使用及游戏攻略等, 让读者能够顺利玩转手中的微信 6.0; 第三部分包括第 12 章~第 14 章, 详细介绍了改版后的微信公众平台使用方法、微信营销策略及微信产品所遵循的开发哲学, 主要是为商家和产品经理提供一个利用微信进行产品营销的思路; 第四部分是第 15 章, 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, 希望读者在成为微信达人的同时不忘保护自己的人身财产安全。

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 周 聪 王 璨 章佳荣

责任编辑 陈冀康

责任印制 张佳莹 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京缤索印刷有限公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 9

字数: 200 千字

2015 年 3 月第 1 版

印数: 1—4 000 册

2015 年 3 月北京第 1 次印刷

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

前言

编写初衷

微信,是一种新的生活方式,是一款超过 3 亿人使用的手机应用。它于 2011 年 1 月 21 日由腾讯公司推出,能通过网络实现发送文字、语音、图片、视频等功能。它将传统的短信、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、更智能的全新的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,它不仅仅是一款聊天软件,更是一种时尚,一种娱乐的新方式,一种产品营销的新手段。

微信从发布到注册用户数突破 3 亿,只用了 24 个月的时间。截至 2014 年 7 月底,微信月活跃用户数已接近 4 亿;微信公众帐号总数 580 万个,且每日新增 1.5 万个;接入 APP 总量达 67000 个,日均创建移动 APP 达 400 个;微信广告自助投放平台上已拥有超过 10000 家广告主,超过 1000 家流量主。微信版本也从 1.0 迅速发展到了 6.0 版本,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,从一款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。同时,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,让人们对于微信营销“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。

最新的微信 6.0 版本新增了小视频功能,对支付功能进行了升级,加强了支付的便捷性与安全性,同时,对游戏平台也进行了整合,推出了更多更好玩的游戏,用户体验也明显提高。本书是在《玩转微信 5.0》基础上升级正文版而成,借鉴了编写《玩转微信 5.0》时的经验及用户的反馈信息,以期为读者提供更好的阅读体验。

内容安排

全书共 15 章，分为 4 个部分：第一部分包括第 1 章～第 4 章，采用图文并茂的方式介绍微信的功能、安装及基本设置，让大家对微信的功能有一个整体的了解；第二部分包括第 5 章～第 11 章，该部分详细、深入地介绍了微信的使用技巧，包括支付功能的使用、小视频功能的使用及游戏攻略等，让读者能够顺利玩转手中的微信 6.0；第三部分包括第 12 章～第 14 章，该部分详细介绍了改版后的微信公众平台使用方法、微信营销策略及微信产品所遵循的开发哲学，主要是为商家和产品经理提供一个利用微信进行产品营销的思路；第四部分为第 15 章，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，希望读者在成为微信达人的同时不忘保护自己的人身财产安全。

本书特点

（1）内容充实、技巧实用：本书以微信 6.0 版本为对象，涵盖了 6.0 版本新增内容、微信基础操作及实用技巧，同时介绍了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功能。

（2）循序渐进，层次合理：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）图文并茂，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，并对关键步骤进行详细的标注，光看图也能迅速掌握操作技巧，减轻读者的阅读负担、提高读者的阅读兴趣。

本书主要由王璨、周聪和章佳荣编写。在编写本书期间，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，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。

微信公众平台：acekiwi

新浪微博：@ITSafe_Jack

个人微信号：congcongyixiao



编者

2014 年 11 月

作者简介

周聪，1982年生，新媒体微信营销教练、清华大学特色讲师、北京大学特聘导师、贵友网 CEO。自 2003 年进入互联网行业，在互联网行业已从业 10 余年。2005 年先后就职于视频网站、悠视网等行业网站；2008 年在新浪乐居房产任设计 leader 职务；2009 年开始创业，曾经投资过游戏公司，创建过第三代社交网站；2012 年正式转型从事新媒体教育工作，主讲微信营销。2012 ~ 2014 年走遍大江南北，获得无数好评！清华大学，北京大学先后聘请演讲。周聪本人实战派出身，擅长将互联网思维与新媒体文化精神巧妙结合。于 2014 年初撰写第一本国内可升级，互动社区，多媒体演示的畅销电子书《新媒体微信营销》。



微信号：congcongixiao

目录

第 1 章 邂逅微信 1

1.1 神马是微信 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 7

1.2.4 漂流瓶 9

1.2.5 小视频 10

1.3 我适合用微信吗 11

1.3.1 微信支持的手机 11

1.3.2 微信需要花多少钱 11

1.3.3 哪些人在使用微信 13

第 2 章 新功能 15

2.1 微信小视频 15

2.2 微信卡包 16

2.3 游戏中心全新改版 17

2.4 微信连 WiFi 17

第 3 章 安装微信 19

3.1 使用 360 手机助手安装 微信 19

3.1.1 安装 360 手机助手 19

3.1.2 搜索微信并安装 21

3.2 通过网页下载安装微信 22

3.2.1 下载微信 22

3.2.2 安装微信 24

3.3 注册微信 25

3.4 登录微信 26

第 4 章 个性化设置 27

4.1 微信界面说明 27

4.2 个人信息设置 29



4.2.1 头像.....	30	4.7.2 绑定 QQ.....	53
4.2.2 昵称.....	31	4.7.3 绑定手机号.....	54
4.2.3 性别.....	31	4.7.4 邮箱地址.....	56
4.2.4 地区.....	32	4.7.5 设置独立密码.....	56
4.2.5 二维码名片.....	33	4.7.6 帐号保护.....	57
4.2.6 个性签名.....	33		
4.3 消息提醒设置.....	34	第 5 章 微信找朋友 58	
4.3.1 常规消息提醒设置.....	34	5.1 快速添加微信好友.....	58
4.3.2 勿扰模式设置.....	36	5.1.1 添加手机联系人作为 微信好友.....	58
4.4 聊天设置.....	37	5.1.2 添加 QQ 好友为微信 好友.....	60
4.4.1 语音播放设置.....	38	5.1.3 雷达添加朋友.....	61
4.4.2 字体大小.....	38	5.2 微信“扫一扫”.....	62
4.4.3 聊天背景设置.....	39	5.2.1 微信二维码名片.....	63
4.5 隐私设置.....	39	5.2.2 二维码添加好友.....	63
4.5.1 加好友权限.....	40	5.3 附近的人.....	65
4.5.2 通讯录黑名单.....	41	5.4 微信“摇一摇”.....	67
4.5.3 朋友圈权限.....	45	5.4.1 摇一摇找朋友.....	67
4.6 通用设置.....	48	5.4.2 摇一摇搜歌.....	69
4.6.1 横屏模式.....	48	5.4.3 摇一摇其他设置.....	71
4.6.2 高速录音模式设置.....	48	5.5 缘分的漂流瓶.....	72
4.6.3 朋友圈小视频自动播 放功能设置.....	49	5.5.1 漂流瓶设置.....	72
4.6.4 多语音设置.....	50	5.5.2 扔瓶子.....	73
4.6.5 辅助功能设置.....	50	5.5.3 捡瓶子.....	75
4.7 帐号与安全.....	51	5.5.4 查看我的瓶子.....	77
4.7.1 微信号.....	52		

第 6 章 微信聊天 78

6.1 聊天 78

6.1.1 发起聊天 78

6.1.2 发送文本消息 79

6.1.3 发送语音信息 80

6.1.4 发送表情信息 81

6.1.5 发送图片信息 86

6.1.6 发送小视频 86

6.1.7 共享自己的位置信息

给好友 87

6.1.8 发送名片给好友 88

6.1.9 实时对讲机 88

6.1.10 视频通话 92

6.2 消息的转发与收藏 94

6.3 聊天记录管理 96

6.3.1 备份聊天记录 96

6.3.2 恢复聊天记录 98

6.3.3 聊天记录删除 100

6.4 电脑上如何使用微信 ... 102

6.4.1 登录微信网页版 102

6.4.2 手机与电脑互传

文件 104

第 7 章 朋友圈 105

7.1 进入朋友圈查看

好友状态 105

7.2 在朋友圈分享照片 107

7.2.1 编辑照片信息和可见

范围 109

7.2.2 设置“黑名单”

屏蔽部分好友对你

照片的查看 109

7.2.3 设置照片查看

专属权 110

7.2.4 特别提醒某人

看照片 110

7.3 在朋友圈发表文字

状态 111

7.4 分享网页链接到

朋友圈 112

7.5 分享小视频 112

7.6 删除分享内容 114

第 8 章 微信语音 115

8.1 语音记事本 115

8.1.1 打开语音记事本 115

8.1.2 查看语音记事本 116

8.1.3 同步记事本到

QQ 邮箱 117

8.1.4 清空消息记录 118

8.2 语音提醒 118

8.2.1 打开微信“语音

提醒” 118

- 8.2.2 使用“语音提醒”...120
- 8.3 语音识别输入.....121
- 8.4 语音消息转换成
文字.....122

第9章 微信钱包 123

- 9.1 如何打开微信钱包.....123
- 9.2 添加银行卡.....124
- 9.3 银行卡解除绑定.....125
- 9.4 密码管理.....125
 - 9.4.1 修改密码.....125
 - 9.4.2 忘记支付密码.....126
 - 9.4.3 手势密码.....127
- 9.5 微信支付.....127
 - 9.5.1 手机话费充值.....127
 - 9.5.2 滴滴打车.....128
 - 9.5.3 转账给朋友.....132
- 9.6 微信收款.....134
 - 9.6.1 面对面收钱.....134
 - 9.6.2 AA收款.....134
- 9.7 微信提现.....135
 - 9.7.1 已绑定银行卡
用户提现.....136
 - 9.7.2 未绑定银行卡
用户提现.....137
- 9.8 钱包常见问题.....137

第10章 微信其他常用 功能 138

- 10.1 收藏功能.....138
 - 10.1.1 收藏文字说说.....138
 - 10.1.2 收藏图片.....139
 - 10.1.3 收藏网页和网页
文章.....140
 - 10.1.4 查看“我的
收藏”.....140
- 10.2 “扫一扫”新功能.....141
 - 10.2.1 二维码/条码
扫描.....141
 - 10.2.2 封面扫描.....142
 - 10.2.3 街景扫描.....143
 - 10.2.4 翻译扫描.....143
- 10.3 公众号关注.....144
- 10.4 群发助手.....144
- 10.5 QQ离线助手.....147

第11章 玩转微信 游戏 152

- 11.1 游戏中心.....152
- 11.2 天天风之旅.....154
 - 11.2.1 游戏介绍与启动...154
 - 11.2.2 冲关方法和技巧...157

11.2.3 分享结果到 朋友圈	160	12.2 微信营销的六大渠道... 180
11.2.4 选择角色、宠物 和装备	161	12.2.1 附近的人
11.3 飞机大战	163	12.2.2 漂流瓶
11.3.1 游戏介绍与启动... 163		12.2.3 二维码
11.3.2 高分攻略	164	12.2.4 开放平台
11.3.3 向朋友索要飞机... 166		12.2.5 语音营销
11.4 全民飞机大战	166	12.2.6 微信公众平台
11.4.1 游戏介绍与启动... 166		12.3 微信营销的成功案例... 190
11.4.2 合体空战玩法 大揭晓	168	
11.4.3 闯关技巧	170	第13章 微信公众 平台
11.4.4 高分技巧	170	13.1 认识微信公众平台..... 195
11.4.5 如何开启无敌 模式	171	13.2 微信 6.0 公众平台特色 功能介绍
11.5 节奏大师	172	13.2.1 微信 6.0 公众号 和订阅号
11.5.1 高分技巧	172	13.2.2 微信广告主功能... 198
11.5.2 常用道具功能 介绍	173	13.3 微信公众平台注册..... 199
11.6 其他新游戏	174	13.4 微信公众帐号设置 与管理
第12章 微信营销	175	13.4.1 帐号的信息设置... 205
12.1 初窥微信营销	175	13.4.2 实时消息
12.1.1 微信营销的特点... 175		13.4.3 用户管理
12.1.2 微博营销 VS. 微信营销	178	13.4.4 素材管理
		13.4.5 群发消息
		13.4.6 高级功能
		13.4.7 数据统计功能

13.5 公众号手机助手	231	14.1.3 简单就是美	250
13.6 公众号的推广	233	14.2 微信与其他产品对比...	253
13.6.1 公众号推广的		14.2.1 微信 VS. 米聊	254
两个思路	233	14.2.2 微信 VS. 陌陌	260
13.6.2 公众号推广的			
方法	234		
13.7 公众号的认证	244		
第 14 章 微信产品		第 15 章 微信交友技巧与	
分析	247	安全	264
14.1 微信的逻辑	247	15.1 微信交友的 6 个	
14.1.1 微信的产品经理...	247	技巧	264
14.1.2 微信的发展逻辑...	249	15.2 微信交友注意安全	269
		15.2.1 微信交友安全	
		4 件事	269
		15.2.2 微信诈骗案例	272

第 1 章 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？》的诗中的一段，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，它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 神马是微信

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。在这样的大背景下，一款基于移动互联网的手机软件诞生了，它就是微信。

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）

简单地说，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，经过不断更新，于 2014 年 9 月发布了最新版本 6.0。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。在微信 6.0 中，新增了微信小视频功能，可以在聊天或朋友圈拍摄一段小视频，让朋友们看见你眼前的世界；还有微信卡包，你可以把优惠券、会员卡、机票、电影票等放到微信卡包里，方便使用，还可以赠送给朋友。除此之外，微信的游戏中心也进行了全新改版……

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时间内就得到了急剧地增加。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，微信用户突破 3 亿；2014 年 6 月底，微信用户已经突破 4 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，足可以印证微信产品的成功。

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 3 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。

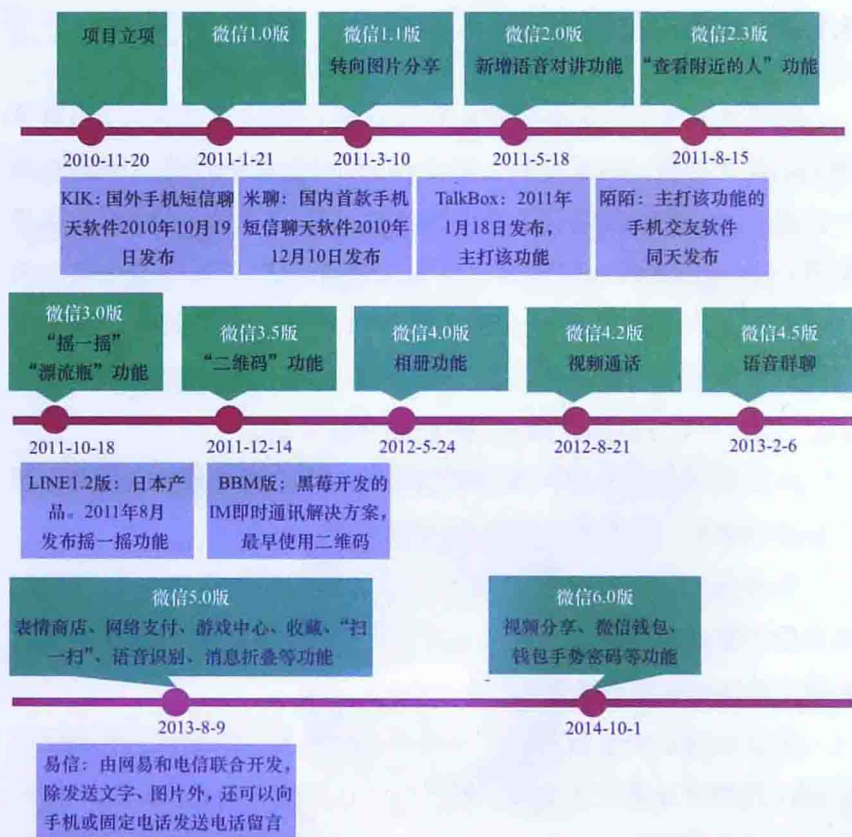


图 1.2 微信产品发展脉络及其他相似网络聊天软件

1.2 微信初体验

本节主要向大家简要介绍一下微信的一些富有特色的功能, 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