

微博改变一切

CHANGING THE WORLD MICRO-BLOG: CHANGING THE WORLD
MICRO-BLOG: CHANGING THE WORLD
CHANGING THE WORLD MICRO-BLOG: CHANGING THE WORLD

李开复

著

告诉你关于微博的一切



改变了我的生活
改变了你的未来
李开复

上海财经大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微博: 改变一切 / 李开复著. —上海: 上海财经大学出版社, 2011. 2

ISBN 978-7-5642-0502-7/F. 0502

I. ①微… II. ①李… III. ①互联网络—传播学—研究
IV. ①G206②TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 261947 号

- 责任编辑 温 涌 朱世祥
- 特约监制 刘杰辉 叶光森
- 特约策划 王泽阳
- 特约编辑 韩 宇
- 版式设计 刘弘毅
- 封面设计 水玉银文化

微博: 改变一切

李开复 著

上海财经大学出版社出版发行

(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

北京盛通印刷股份有限公司

2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

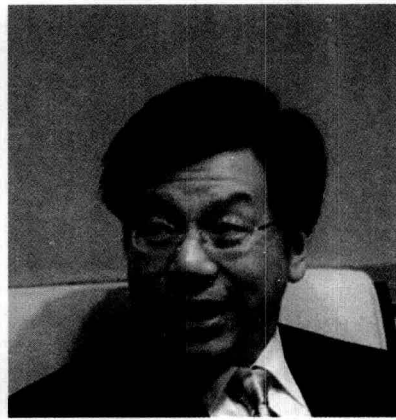
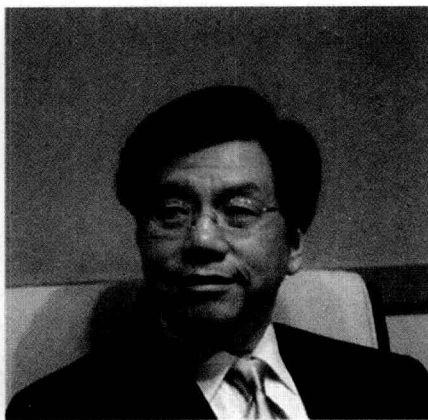
787mm × 1092mm 1/16 12 印张 172 千字

定价: 28.00 元

致谢



写微博的书不容易：以微博的发展速度，如果动作不够快，书出版时就已过时！感谢朋友们：@沈浩波 @老沉 @曹增辉 @何兴中 @Thirty @Chenggang @Liguoxun @王肇辉 @陶宁；还有幕后英雄W和Z，他们的文字比代码更精彩；@蔡文胜 @冷笑话精选 私信我“如何写好微博”的建议也为本书增色不少！微博上见！



MICRO-BLOG:

Changing the World **微博：改变一切**

引言——相爱在微博

第一章 我与微博的故事

- 006. 我的微博之路
- 006. Twitter上的“真假李逵”
- 009. 在国内开微博
- 011. 从微博新手到拥有千万粉丝
- 014. 我的微博故事
- 014. 从谷歌离职前后
- 018. 2009年的那一场雪
- 021. 1000万！我是对的
- 022. 10分钟微博援助

第二章 我看微博现象

- 026. 从Twitter到微博：新媒体是这样炼成的
- 026. “推神”的奇思妙想
- 029. 中文微博：曾经的探路者
- 031. 门户网站引领微博风潮
- 036. 微博现象：用140个字改变世界
- 037. 方舟子微博打假
- 039. 宜黄“血拆”中的微博传播与救助
- 041. 舟曲泥石流灾害中的微博救援
- 042. 微博上的“3Q”大战
- 043. 从“大小恋”看微博娱乐
- 044. 金庸在微博上的“死而复生”

第三章 微博的魅力从哪里来

- 048. 微博是高度社会化的传播平台
- 049. 微博降低了内容门槛
——人人都是发布者
- 052. 微博使媒体平民化、大众化
——人人都是新媒体
- 054. 微博增加了内容的真实性
——呈现最真实的自己
- 059. 微博传播信息的新模式
——基于信任的病毒传播
- 064. 微博让信息阅读更个性化
——可以定制的新媒体
- 067. 微博满足了最基础的需求
——生活因微博而完整
- 074. 今天你微博了吗

第四章 开复教你写微博

- 076. 做好准备
- 079. 写好自我介绍
- 081. 真诚的态度，做真实的自己
- 084. 写什么内容好
- 088. 大众最喜欢什么
- 093. 随时留意，随时积累
- 094. 如何写好140个字
- 100. 图片至关重要
- 102. 用幽默吸引人
- 106. 用真情打动人
- 108. 用智慧征服人
- 110. 如何发“广告”

第五章 如何吸引粉丝

- 114. 吸引粉丝，从0到100
——交换关注
- 116. 吸引粉丝，从100到1 000
——请人转发和推介
- 118. 最佳发微博时间
- 119. 利用节假日效应
- 120. 如何转发
- 123. 合适的发微博频率
- 124. 与粉丝互动

第六章 微博的商机和未来

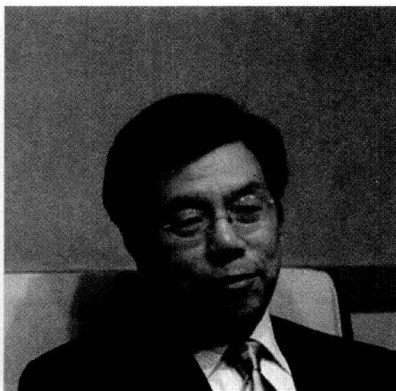
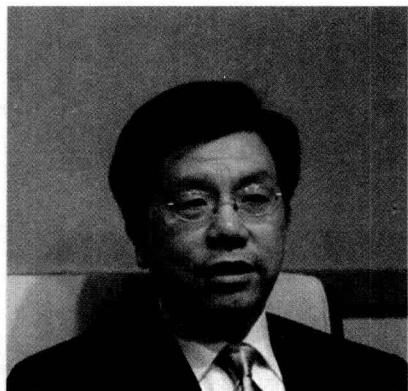
- 130. 微博的商业模式
- 133. 微博与企业营销
- 136. 微博与应用开发平台
- 139. 微博的未来——改变一切

附录一 开复微博语录

- 144. 投资与创业
- 148. 业界分析评论
- 155. 我与谷歌
- 157. 关于创新工场
- 159. 教育理念分享
- 161. 格言警句
- 165. 人物推介
- 167. 独家新闻
- 168. 读书、看电影、玩游戏感想
- 169. 家庭琐记
- 172. 美食
- 176. 旅行见闻
- 179. 小知识、小常识
- 180. 趣事、笑话

附录二 新浪、腾讯推荐名博

- 184. 新浪微博推荐
- 186. 腾讯微博推荐



MICRO-BLOG:
Changing the World **微博：改变一切**

引言 相聚在微博

说起求婚，大家一定知道单膝跪地、手捧钻戒的经典方式，也一定听说过9 999朵玫瑰的求婚，甚至见识过跳伞求婚、潜水求婚、电影求婚、登山求婚等各式各样的新奇招数。但大家可知道，微博上的求婚又是怎样的一桩浪漫故事吗？

“啊？微博？什么是微博？”

怎么，你还不知道微博？你还没用过微博？你 out 啦。

什么是微博？

微博就是每次发布都不超过140个字的微型博客，是表达自己，传播思想，吸引关注，与人交流的最快、最方便的网络传播平台。

“那……难道微博不就是个虚拟世界里的沟通工具吗？除了多说几遍‘我爱你’、‘嫁给我吧’以外，微博这玩意儿，还真能用来求婚吗？”

能呀，当然能了！而且，还是我亲身经历的真实故事！

故事的主角，女生叫权静，男生叫李琪缘，非常巧我都认识。女生是我在媒体界认识的朋友，男生曾在创业过程中得到过我的指点和帮助。当然，最浪漫的地方在于，男生和女生是完全通过微博相识、相恋，一直到求婚并步入婚姻殿堂的。

一年前，男生在互联网大会上见到了作为主持人出现的女生，其实他已经在微博上默默关注这个女孩很久了。第一次见面，他决定不放弃这个机会，不过不肯媚俗的他选择了另外一种方式让女孩认识自己——通过微博向现场的嘉宾提出了一个问题，这个问题很快被主持人注意到了，并现场问了出来。这使女孩增加了对微博中这个男孩子的好感。

接下来的故事和所有人憧憬的一样幸福和浪漫：男女主角在微博上一见如故，从加关注开始，到发评论，成粉丝，再到互发私信，互诉衷情。相识、相知、

相恋的全过程居然都没有离开微博的帮助。经过将近一年的感情孕育，2010年的8月28日，男主角在微博上对女主角大声说（其中“@权静”是微博中的常用记号，表示对昵称为“权静”的人说）：



琪缘：❤求婚啦请转发❤一年前在微博上认识了她，从加关注、发评论、成粉丝和发私信，从相遇、相识、相知和相恋，因为她我感到幸运和幸福，她就是@权静，我想大声在围脖上对@权静说：我爱你，嫁给我吧！希望能和你一起实现我们的梦想：建一个幸福的家庭，做一件伟大的事情！

这条微博里，还附了一张男女主角在一起的温馨照片：



看到如此炽烈的求婚誓言，女主角权静用微博回复男生并出了一个题目：



权静：好吧，既然是通过微博认识的，那求婚也得有点门槛吧——如果，能有10000个人帮你转发，我就嫁给你！

10000个人的转发？这看起来不是一个简单的任务。权静和李琪缘的粉丝们在第一时间注意到了这浪漫、新奇的求婚方式，祝福的话语纷至沓来，转发的人数越来越多。我也在看到这条求婚微博的第一时间做了转发。真情无价，求婚微博感动了微博世界里千千万万的人。君子成人之美，不到8个小时，转

发数量就突破了1万，回复的祝福话语也数以万计。最终有3万多博友帮他们转发，见证了他们的幸福。

结果呢？大家一定都猜得到：有情人终成眷属。权静和李琪缘的婚礼在金秋9月隆重举行，我也荣幸地成为了他们的证婚人。

在婚礼现场，我问他们你愿意嫁给他/娶她吗？他们分别用手机发微博说：



权静：我愿意！



琪缘：我愿意！

我用手机发微博祝贺他们喜结良缘：



李开复：恭喜琪缘，权静微博婚礼。祝福他们“年年有新浪，天天都乐啊！”

因为当时女生在新浪工作，男生在乐啊工作，所以我专门在微博中嵌了这两家公司的名字。婚礼上，他们的爱犬“肥大多”（连“肥大多”都在微博开有账户呢，大家可以到新浪微博搜索并关注它）还为他们送上了婚戒。下面这张照片是我与两位新人在婚礼现场的合影：



微博可以给相爱的人带来幸福，微博也可以给千千万万的人带来不一样的网络生活。作为最前卫、最热门的网络传播平台，微博正以它炫目的光芒照耀着这个世界的每一个角落。无论是作为网友还是普通人，我们都有必要了解微博，也都有可能爱上微博。

微博是虚拟世界里的沟通工具吗？

是，也不是。微博是一个虚拟的传播平台，但也是你现实生活的一部分。在这里，不仅有你想要的知识、信息、乐趣乃至感情，最重要的，微博还是千千万万个相互关注、充满爱心的微博人之间最直接也最真诚的互动。

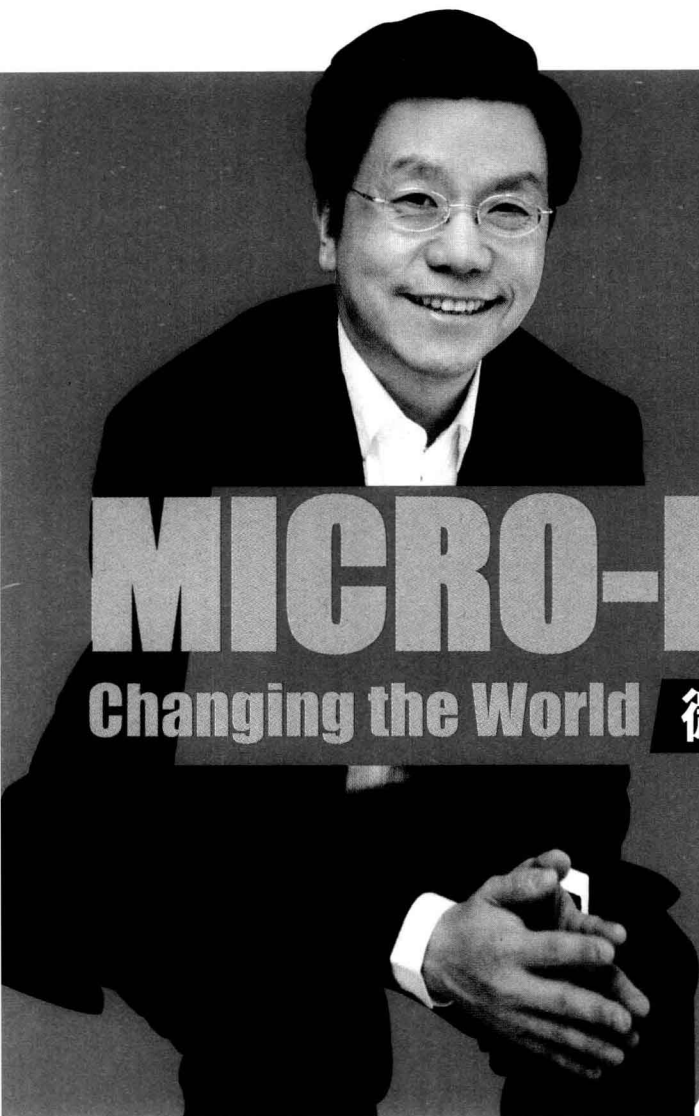
大家面前的这本书，就是通过我自己开设微博，运用微博传播思想、结识朋友、与网友交流的亲身经历，给大家讲讲有关微博的逸闻趣事，分享我写微博的心得体验，梳理一下微博的由来和发展脉络，展望一下微博的未来。这本书里引用了许多微博的例子，其中的绝大部分来自我自己的微博，或者我自己在微博上亲历的故事。

非常希望这本书能帮助大家更好地理解微博，或者，让那些对微博还不熟悉的人了解和喜欢微博。当然，欢迎大家随时访问和关注我的微博，在我的微博上，大家可以找到关于本书以及关于如何写好微博的更多内容。我的微博网址是：

<http://t.sina.com.cn/kaifulee>

<http://t.qq.com/kaifulee>

2011年1月，北京



MICRO-BLOG :

Changing the World **微博：改变一切**

第一章 CHAPTER ONE

我与微博的故事

我的微博之路

截至2010年12月27日，我在新浪微博上的粉丝总数是2 753 797，在总的人气榜排名第12。我在腾讯微博上的粉丝（腾讯微博把粉丝称为“听众”）总数是7 807 268，在总的人气榜排名第2。在流行于海外网民中的“微博原型”Twitter上，我的粉丝（即Twitter上的“Follower”——跟随者）数量也达到了860 156。

说来好笑，作为一个在短短时间内获得数百万粉丝关注的人，我最早开始使用微博，竟然起因于他人对我的冒名顶替。这个“真假李逵”的故事，还要从2009年Twitter在国内用户中的流行开始说起。

Twitter 是什么？

Twitter 通常被译作推特，是最早创建每条 140 个字的微博规则并使之深入人心的网站，创建于美国。自 2006 年 7 月正式对外发布以来，Twitter 上的活跃用户数量以指数级速度飞快增长。2010 年年底，Twitter 全球用户总数接近两亿，造就了社交 / 微博类网站高速发展的传奇。

Twitter 上的“真假李逵”

2009年4月，当时我还在谷歌中国工作，很多朋友向我提起，有一个名为@kaifulee的Twitter账户，宣称自己是谷歌中国总裁李开复，并以我的口吻，频繁发布有关谷歌中国的消息。

这个假的@kaifulee工作非常努力，几乎每天都发布多条信息。其中，绝大多数信息都来自官方媒体中有关谷歌和我的新闻，这些信息在这个假账户上发布时，都被煞费苦心改编成模仿我的口气。这样的更新很是迷惑了一部分人，他的粉丝数量也的确与日俱增。

2009年6月，在一次谷歌中国举办的产品发布会上，有许多媒体记者到场。发布会进行过程中，谷歌员工发现，Twitter上的这个@kaifulee的账号在更新有关发布会的内容，而且，还发布了一张在发布会现场用手机拍到的照片。原来，这个假李逵就在发布会现场。那，这个冒名账号的维护者，很有可能就是与会的某个媒体工作人员。经过内部讨论，我们觉得，他应该是出于善

意，而且是个挺可爱的谷歌粉丝，就决定不追究了。

没想到，随后不久，这个山寨版@kaifulee在Twitter上以谷歌发言人的身份，对当时谷歌国际网络服务连接不稳定的问题作出了回应：



Kaifulee：现已接到你们的反馈，正在调查之中。请静待谷歌境外消息，谢谢支持了。

这段回应居然被许多媒体竞相引用，连路透社也引用了他的原文。显然，假李逵这一次弄假成真，不管是有意还是无意，都在媒体上过了把真李逵的瘾。

我和谷歌同事都意识到了问题的严重性。如果这个假账号继续在Twitter上活跃下去，那他一定会在媒体中引起误解，并会有意无意地传播有关谷歌和我的不实信息，这势必对谷歌中国和我造成一定的影响。

我想，既然Twitter在中文用户里的流行程度已经到了有人不惜以冒名顶替的方式吸引大家关注的地步，我自己是不是也应该考虑，接受微博这样一个正在悄然兴起的新鲜事物，在Twitter等微博平台上开设并撰写真正属于我自己的微博，以此来扩大影响力呢？我决定，先让这个Twitter账户物归原主，然后再利用它向全球推友（“推友”是Twitter用户相互间的昵称）发布我自己的声音。

该如何要回这个名为@kaifulee的账户呢？我们想到了Twitter提供的身份认证机制。

什么是微博身份认证？

身份认证就是微博主（可以是个人或企业）向微博服务商（如Twitter、新浪、腾讯等）提供可以证明自己真实身份的资料（如公司证明、营业执照、身份证等），经微博服务商审核后，在微博上显示已认证标志的过程。社会名人、演艺明星、知名企业、企业高管等，都可以通过身份认证，来增加自己的微博在粉丝群体中的可信性，提高微博传播的影响力。

认证后，新浪微博会在微博主名字后加上V形标记V，腾讯微博则会在微博主名字后加上对号标记✓。

在向Twitter官方发函声明该账户是冒名顶替，并按照Twitter要求的程序

进行身份认证之后，2009年6月26日，我终于要回了@kaifulee的Twitter账户，删去了该账户此前发布的所有内容，并以经过验证的真实李开复的身份，用英文在Twitter上发布了我的第一条微博：



Kaifulee : 在 Twitter 上创建我的新账号。(Creating my new account on twitter.)

紧接着，我又半开玩笑半严肃地用英文对曾经的那个假李逵说：



Kaifulee : 亲爱的山寨版李开复，你假扮了我三个月，期间还算老实。但考虑到路透社报道的影响力，我必须要把我的名字。(Dear imposter Kaifulee: U pretended to be me for 3 months. You've been reasonable, but with the Reuter's coverage, had to get my name back.)

自此，我正式开始了我的微博之路。

在Twitter上，我交替使用英文和中文发布信息，我的粉丝数量也开始迅速增长。2009年7月初，当我因病不得不住院治疗的时候，大量粉丝通过Twitter发来了关心的问候。当然，也有一些人怀着“八卦”的心理，想知道我的病情。我用中文回复他们说：



Kaifulee :@guao 不敢当，我的病比感冒严重些，但是比乔不死差多了。既然你喜欢八卦：我这两个星期都是躺着用电脑。我的可爱的同事定做了一个架子，让我能 180 度用电脑，开视频会议。现在都不想坐起来办公了。

我还给大家分享了那个可爱架子的照片，见右图。

后来很多人看到照片，说这个架子很酷。甚至还有个机构，愿意等我康复后，做一次创意比赛，经过Twitter推广，把这个架子送给胜出者。我挺喜欢这个主意，因为这么大一个架子很占地方，病好了之后又用不上它。最后，这个架子真的送给了获胜者。



这样的微博互动带着很浓的个人色彩，不像通常的新闻发布那么正式、刻板，明显有助于我更好地与外界交流。我慢慢开始喜欢上了这种快速、自然的沟通方式。在看到网友说“喜欢推特的基本都喜欢谷歌”时，我回复他说：



Kaifulee : @chooyes 喜欢推特的基本都喜欢谷歌 // 那我更要常来，增加更多喜欢 Twitter 的人了。

可能是Twitter官方也需要借助名人来增加影响力吧，我经过认证后的账户很快被Twitter官方作为谷歌全球高管的账户进行推广。这样一来，我在Twitter上的粉丝数量增长得更快了，短短一个多月就有几十万人开始听我在Twitter上聊我的女儿，聊谷歌发布了哪些新产品，聊我在世界各地吃到的美食，聊我新出版的自传……

在国内开微博

2009年8月，新浪微博开始内测。因为已经在Twitter上体验到了微博的神奇，新浪微博也力邀我加入，我就在第一时间开通了我的新浪微博。8月27日，我的第一条新浪微博的内容是：



李开复：祝贺新浪微博客上线

这条微博的前几个回复非常有趣：



沙发



板凳



地板



是活的李老师吗？

看到刚开始使用新浪微博的网友们迫不及待地把博客回复的那一套“江湖切口”，比如“沙发”、“板凳”、“地板”等直接套用到微博回复里，我预感到，微博这个新生事物，也许会比传统的BBS和博客更火，因为微博更能满足广大草根网民自我表达的需求。看到有网友天真地发问“是活的李老师吗”，我隐约觉得，国内门户网站开设微博服务，这不但会给广大网民提供一个比博客更快、更方便的交流场所，也会为我自己提供一个比Twitter更贴近国内网民，更容易和中国千百万聪明、好学并渴望成功的年轻人近距离沟通的大平台。从此，我使用微博的主阵地，慢慢从Twitter转移到了国内的新浪微博和后来开通的腾讯微博。

说来有趣，就像Twitter上曾经的那个山寨@kaifulee被推友质疑过一样，开设新浪微博后不久，我这个真李逵居然也被网友质疑身份的真假。我不得不发微博表明身份：



李开复：怎么这么多人不相信是我。我这个是新浪验证的。你在Twitter上也可以找到我(@kaifulee)，也是Twitter验证的，两边发言尽量同步。我的Twitter账号是因为路透社开始引用一个山寨李开复，不得不拿回来的，还有报道呢。不可能同一个山寨得到Twitter+Sina的验证吧。

当然，也有人怀疑我是请人代写的微博。对于这一点，我一样要发言澄清：