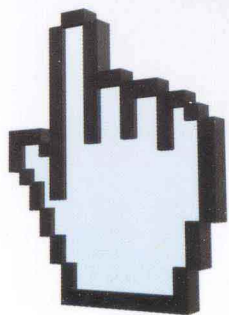


WEIBO SHIGE JIANGHU

微博是个



晓东
编著

江湖

【政务商务个人微博最新实用大全】



北京工业大学出版社

微博是个江湖

晓 东 编著

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

微博是个江湖 / 晓东编著. —北京:北京工业大学出版社, 2013.9

ISBN 978-7-5639-3636-6

I. ①微… II. ①晓… III. ①互联网络—传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 208054 号

微博是个江湖

编 著:晓 东

责任编辑:戴奇钰

封面设计:大红花

出版发行:北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 100124)

010-67391722(传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人:郝 勇

经销单位:全国各地新华书店

承印单位:北京鑫丰华彩印有限公司

开 本:787 mm×1092 mm 1/16

印 张:14.75

字 数:235 千字

版 次:2013 年 10 月第 1 版

印 次:2013 年 10 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-5639-3636-6

定 价:26.00 元

版权所有 翻版必究

(如发现印刷质量问题,请寄本社发行部调换 010-67391106)

前言

改革开放的总设计师邓小平说：“科学技术是第一生产力。”在人类文明的进程中，每一次科学技术的发展，都能对整个社会的进步起到巨大的推动作用。

21世纪是信息化的时代，谁能掌握核心科技，谁就掌握了成功的主动权。然而，在信息大爆炸的年代，究竟谁能在信息科技领域独领风骚呢？毫无疑问，那就是——微博。

著名企业家李开复是这样评价微博的：“微博改变一切。”

确实如此，在微博的巨大作用下，无论在企业营销、信息传媒、言论自由、政务管理还是个人权利的行使等多方面都发生了翻天覆地的变化。换句话说，以前不敢想的事情，在微博中得以现实了；以前不可能发生的事情，在微博中也奇迹般地发生了。总之，微博给普通百姓带来了实惠，让人们切身体验到了先进科学技术给日常生活和工作带来的便捷。

然而，先进科学技术是先进生产力的代表，这就说明了，要想熟练操作此科技，并非每个人都能轻而易举做到。

为了提高人们对微博的认知和了解，更好地发挥微博的作用，提高工作效率，为生活添彩，我们重磅推出了《微博是个江湖》这本书。

该书共分为十三章：开端重点介绍微博的发展，以及在中国的传播和使用状况。其后以广阔的视角，深入浅出地畅谈了微博在社会各个领域的生存现状。其中，我们对积极健康的作用，给予了肯定，并寄予了深切的厚望；对那些不良的、消极的方面，也予以深刻剖析，抓住了其症结所在，力图开出“良方”，对其今后的发展起到指导性的作用。最后，我们重点介绍了个人在使用微博的时候应该注意的问题，以及应该如何科学健康地操作和使用微博。

在该书创作的前期，我们曾就微博在中国的使用现状进行了走访和调研。调研结果显示，微博就像一柄锋利的双刃剑，善于使用者，则用其之锋，开天辟地，造福一方；不善于使用者，则害己害人，祸害一方。鉴于此，我们在编撰此书的时候，便刻意地倡导其积极的一面，有意淡化和批判其消极的一面，我



们希望,通过这种方式让更多的人在使用微博的时候,更大化地发挥其有利的作用。

当然,我们也坚定地相信,随着网络技术的发展和网络使用管理条例的逐渐完善,我们的微博江湖,一定是“博”泰民安。

目 录

第一章 微博开启资讯新时代

微博向我们走来	001
微博闯入我们的生活	004
微博走出中国风采	007

第二章 社会之大,微博之小,演绎时代风云

微博之“微”作用巨大	013
微博的声音响彻四方	016
人类进入微传播的新时代	019

第三章 小小微博开创传媒新天地

新旧媒体交相辉映,微博战鼓已经擂动	025
微博联袂传统媒体,开创新局面	029
发挥微博最大优势,双向互动平等交流	034



第四章 微博给政务活动引入新动力

政务缘何牵手微博	039
政务微博的类型	043
政务微博的贡献	044
政务微博的现状	046

第五章 微博：透视镜下的政府行动

政务微博的操作技巧	049
政务微博的管理机制	056
政务微博的管理精要	060

第六章 微博经典案例

用微博传递爱的温暖	067
用微博对话“住”的问题	072
微博护航好名声	074
要维权找微博	078

第七章 微博放大企业及产品形象

微博营销的主要特点	083
微博对企业的贡献	086

微博帮助企业打开市场	094
------------------	-----

第八章 在企业微博中斗智斗勇

巧用微博实现企业的目标	101
企业微博营销策略	105
如何在微博中开展营销活动	109
如何在微博中树立企业品牌	111

第九章 微博蕴藏无限商机

微博营销经典案例	117
微博营销传统活动模式	127
怎样做好微博营销	142

第十章 微博是每个人的江湖

玩微博益处多	155
微博给生活加点料	159
微博帮你传递感情	160
上微博圆你所愿	164

第十一章 微博江湖任我行

新颖的微博名字让人铭记于心	167
---------------------	-----



合适的微博头像让人一见钟情	168
个性的微博界面夺人眼球	171
优质的微博内容才能被关注	173
把握发微博的时机赢得更多关注	181
图文并茂的微博最讨人喜欢	183
参与热门话题成为微博红人	184
转发微博体现个人品位	184
在与粉丝互动中告诉你的达人经验	187
申请微博个人认证须谨慎	191
上微群找志同道合的朋友	196
明确微博定位 打造个人品牌	197

第十二章 微博江湖里的那些人

微博让明星“现原形”	205
用微博做个正能量的人	208
微博群体太过年轻化	211

第十三章 我的微博 我的江湖

个人微博的法律侵权问题	217
处理好个人隐私与微博的关系	221
个人微博亟待解决的困难与问题	223
微博的发展潮流趋势	225

第一章 微博开启资讯新时代

微博向我们走来

在当今社会中，如果有人不知道微博，就像美国人不知道华盛顿，中国人不知道毛泽东一样，会毫不客气地遭到别人的耻笑和鄙夷。用现在社会时髦的话说，就是“OUT”（过时）了。但是，如果追问微博的起源，想必除了少数的专业人员之外，是鲜有人知道了的。

微博最早起源于美国的 Twitter（推特，社交网络及微博客服务网站）。Twitter 这个英语单词原意是一种鸟叫声，由于这种鸟的叫声具有用时短、频率高、传播速度快的特点，比较符合网站的内涵，所以就选择了 Twitter 作为网站名称。它成立之后就打出了“Share and discover what's happening right now, anywhere in the world!”的口号。意思是说，在世界的任何地方，都能快速共享和发现现在发生了什么。从这个口号中，我们不难看出，其宗旨就是随时随地地分享世界的精彩。

2006 年以前，Twitter 的创始人杰克·多尔西、比兹·斯通、伊万·威廉姆斯、诺亚·格拉斯还在 Odeo（一家播客公司）工作。由于公司面临苹果及其他大公司的挑战，董事会对于公司的前景并不乐观。为了探寻公司发展的新出路，公司亟待改变和创新，于是大家分组讨论最佳的创业新思路。在这次讨论大会上，杰克·多尔西首次提出了使用短信来告诉别人自己在做什么的服务，也就是通过使用电话发送短信来与他人联络。这个想法简单极了，我们甚至不需要考虑自己在做什么，只需要编写短信，然后发送。杰克的想法受到了公司的重视。此后的一段时间里，杰克便开始了大量的研究工作，直到 2006 年 3 月，世界上第一个完全依赖于 Web（网络技术）版本的“微博”诞生了。当时它的名字叫“Twtr”，用户只有 50 名，而且集中在公司员工及



亲属之间。

当时，公司凭借管理员页面可以观察每个用户，并可跟踪系统中的每个人。当团队的家庭成员突然被人随意追踪时，纠纷随之产生了。于是产生了隐私账号，而真正意义上的安全保护是在随后才做到的。当隐私保护真正出现时，Twtr 的用户大约为 100 人。

公司在威廉姆斯生日时，推出了 Twtr 测试版。当时公司邀请了大量朋友参与测试，当然大公司成员仍然被限制在外。我们都知道，Twtr 将以全新的方式来改变世界。

与此同时，由于 Twtr 的真正价值难于描述，而且 Odeo 的情况越来越糟糕，这使得公司董事会面临极大的压力，为了缓解压力，公司决定裁员，2006 年 5 月杰克·多尔西、比兹·斯通、伊万·威廉姆斯、诺亚·格拉斯等人被裁退。

当时，杰克虽然开创了 Twtr，但是，其具有的价值并没有被挖掘出来。而且，当时发送短信是要收取费用的，因此很多人还为其担心，害怕使用 Twtr 会增加短信费用，所以那个时候 Twtr 的客户量是极为有限的。后来，威廉姆斯创建 Obvious 公司，开始时公众推出 Twitter 服务（即以前的 Twtr）。不过，公司向杰克提出了更高的要求，那就是把原有的 160 个字符的短信限制在 140 个字符内，以保证为用户名或短信前面的标点预留出空间。这一想法也赢得了广大网民的呼应，他们认为，键入 140 个字并发送到网络上更为便捷，因此 Twitter 实现了信息的流程化。2007 年 2 月，通过 140 个字符来改变世界的想法终于实现了。正如威廉姆斯所说：“它是迈向信息民主化的又一步，我坚信，如果能让人们更便捷地共享信息，未来会更美好。”

Twitter 不负众望，在 2007 年一亮相，就成为美国南部地区网民寻找聚会的最佳途径，在美国大选中它出尽了风头。

2008 年 1 月 1 日，奥巴马在 twitter 上建立了个人主页。与此同时，他的竞争对手共和党候选人约翰·麦凯恩也开通了自己的微博，两人通过网络渠道对竞选进行大肆宣传。最终奥巴马获得了 15 万 follower（追随者）的支持，而约翰·麦凯恩仅有 6000 多。仔细分析发现，虽然他们都经常更新消息，但差别却是巨大的：约翰·麦凯恩主动追踪并回复别人的数量为 0，而奥巴马的追踪回复高达 10 万！这说明奥巴马营销团队在即时跟踪 10 余万人的消息更新，当有人对奥巴马支持时，团队就通过 Twitter 向用户进行信息

反馈，这样支持者感受到的是：奥巴马跟我对话了！而约翰·麦凯恩这方 Twitter 仅仅充当了单向信息发布平台，而不是交流工具，他并没有关注那些关注他的人。2008 年 11 月 5 日，奥巴马成功当选为美国第四十四任总统。奥巴马火了，同时也让 twitter 火了起来。2008 年 11 月孟买恐怖袭击案，更是让 Twitter 声名鹊起。《福布斯》称之为“Twitter 时刻”。

那么，除此之外，Twitter 还有哪些功能呢？下面我们将作简单介绍：

TwitterMap（地图）

用户可以根据 Twitter 的用户名进行地理位置的搜索，并显示出用户公开的 Twitter 留言以及地理位置等相关信息。

TwitterBar（收藏夹）

TwitterBar 是一款基于 FireFox（火狐浏览器）的插件，可以将用户当前浏览的网站地址收藏到自己的 Twitter 账号中，其他用户若是添加了我们为好友，似乎还可以看到我们当前访问网站的相关信息等。

Twitvision（地图用户实时更新）

这个东西是由前面介绍的 TwitterMap 公司刚刚上线的一款在线应用程序，可以在 Google Map（谷歌地图）上实时显示用户更新 Twitter 的内容。

Twitter tools（工具箱）

Twitter tools 是由资深博主 Alex King（阿列克斯·肯）制作的一款 word-press（简称 wp）插件，用户可以在自己的 wp 平台上发送以及显示自己的 Twitter 留言。如果我们是 Twitter 的超级粉丝，而且也是 wp 用户的话，这款插件绝对值得我们去收藏与使用。

Twitteroo（桌面推特）

这是一款安装在 Windows 系统下的桌面软件，允许用户在不登入 Twitter 的情况下向自己的账号中发送信息。

Twitter Badges（心情）

Twitter Badges 是由官方提供的一款小工具，用户可以通过它将自己的心情放在自己的博客中。

我们相信，随着科学技术的发展，Twitter 的功能也将会日臻完备。同时，它也将走进千家万户，成为每个时代达人的必备，并以其强大的功能，去改变我们的生活和整个世界！

微博闯入我们的生活

微博即微型博客（Micro Blog）的简称，是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过电脑、手机网络以及各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

微博对国人来说是个“舶来品”，那么，微博在中国的发展情况又是怎样的呢？我们大致可以分为三个阶段：

初级阶段

微博在中国的传播速度可以说是“惊人”的。从 2006 年，美国开发 Twitter 算起，到 2007 年，也仅仅是一年的时间，而就在这短短的一年内，中国便已经学会接受了这一新鲜事物。2007 年 5 月，校内人人网的创始人王兴基于 LAMP 架构（Linux 操作系统、Apache 网页服务器 MySQL 数据库管理系统和 PHP、Perl 或 Python 脚本语言为基础的软件组合），在中国大陆地区完成了第一个提供微型博客服务的类 Twitter 网站，即饭否网。该用户可以通过网页、手机网站页面、手机短信/彩信、即时聊天软件（包括 QQ、MSN、Google Talk 等聊天工具）和上百种 API 应用在自己的饭否页面上发布消息（限定 140 字以内）或上传图片。用户间通过互相关注、私信、或 @（微博中引出他人名字形成与他人交流命令的符号）他人进行对话等方式互动。

到目前为止，网络上已有不少人开发了饭否的 API（应用接口），其中不乏一些非常出色的作品，如饭团、饭桌等。饭否除了能更新信息之外，还能通过图片来告诉我们的朋友我们在干什么。

此外，饭否网还是一个移动的网页收藏夹，我们可以通过在浏览器上加上这项应用就能分享自己喜欢的网页。

微博在中国发展的初级阶段，像饭否网这样与 Twitter 类似的中文网站有六七家，不过饭否是各方面功能较为完备，也是最接近 Twitter 的一个。可惜的是，饭否网已经在 2009 年关闭了。

繁荣阶段

任何事物的发展，总是要经历从无到有、从弱到强的过程。然而，微博在中国的发展，似乎跳出了这个传统的窠臼，而是一经传播便迅速达到了一种高潮。

2007 年饭否网成为率先在中国大陆传播“Twitter”第一个吃螃蟹者，紧随其后的新浪，也在 2009 年 8 月推出“新浪微博”内测版，成为门户网站中第一家提供微博服务的网站，并由此掀起了微博在中国传播的大繁荣。其导火索就是李开复在 2009 年 11 月 1 日发布的一条微博。

2009 年 11 月 1 日，北京城普降大雪，纷纷扬扬的大雪给北京交通带来了诸多不便，以至于许多航班都延误了。此时，身在北京首都国际机场候机厅的李开复，通过微博向外界公布了这里所发生的一切。

下面我们就摘录李开复在《微博：改变一切》中关于此事的真实记录：

李开复：北京机场大雪，航班延迟 90 分钟。

显然，人算不如天算，90 分钟的延迟只是所有归心似箭的人的美好愿望罢了。下午五点左右，我和所有已经上了飞机的乘客一样，仍然在已经结冰的飞机上苦苦等待。我这时发出的微博可以明显看出我的焦虑。

李开复：国航航班已经延误 8 个小时，还在飞机上等……然后，还是等待。

李开复：国航航班已经延误 10 个小时，从窗外看到翅膀上的冰雪都已经化得差不多了，还在“等除冰机器”。就算现在起飞，北京—台北花 14 小时，已经可以去纽约了。

……

李开复：……飞机上怨声载道，有人饿得快晕了，我就当减肥。

哈哈，现在看我当时的话，“有人饿得快晕了，我就当减肥”，真有趣！有一种苦中作乐的感觉呢！越来越多的粉丝开始回复我的微博，关心我被困机场的“事件”，也在回复中给了我许多温暖的问候和安慰。

李开复：等了 12 个半小时，已经缺食物 9 小时，缺水 3 小时，说无法

补充，空气很差。原来抱怨的乘客都没力气了。

真的，乘客们连抱怨的力气都没有了。随着时间的流逝，我可以预感到，情形只能更加糟糕，我也会因此而成为北京气象史和交通史的一位重要亲历者，起码，我正在用微博记录和广播整个事件的全过程。

李开复：在飞机上严重缺氧，已经有一位晕眩了，现在正在广播，紧急问乘客中有没有医生。

飞机上很多乘客都按捺不住激动，出现了一些骚动。我想起我认识的一位国航高管，就在飞机上打电话向他说明情况，也从他那里得到了一些有关此次空中交通瘫痪事件的最新说明。我立即把电话里得到的消息告诉机舱内的乘客，激动的乘客们安静了一些。

……

很遗憾，直到凌晨，还是不能起飞。航空公司安排飞机上的人下飞机，回到候机室。当时的情况被我如实发布到了微博上。

李开复：真的又入境了，在冰冷的候机厅等行李。好多人直打哆嗦，有些够机灵的把飞机上的毯子带下来了。12小时没吃东西，有些人受不了了。

李开复的微博在广大网友中立刻引起了关注，很多人纷纷发微博对那些等候在机场的乘客表示关心和问候，同时，也伸出了援助之手。

值得一提的是，这件事情之后，许多名人纷纷加入微博的队伍中来，可以说掀起了一阵狂潮，从而把微博的发展推向了一个高峰。

2010年是微博在中国发展的黄金时期，这时候的微博用户量如雨后春笋，发展势头极为强盛。据中国互联网络信息中心（CNNIC）在2011年7月19日发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》显示，2011年上半年，中国微博用户从6331万增至1.95亿，增长约2倍。

微博在网民中的普及率从13.8%增至40.2%。从2010年年底至今，手机微博在网民中的使用率从15.5%上升到34%。2012年10月有报告显示至2011年12月，中国微博用户总数已达到2.498亿，中国将成为微博用户的世界第一大国。

此外，微博的触角已经渗入了社会生活的各个领域。例如：2012年3月31日，由腾讯微博、腾讯教育发起的“微言论教——浙江高校新媒体发展论坛”在浙江省杭州市顺利召开。这次论坛特邀浙江省委组织部部长蔡

奇、浙江省人民政府副省长郑继伟、浙江省教育厅副厅长鲍学军与各位高校领导一起，共话高校微博发展，交流先进经验，让微博更好地服务高校，服务学生。

这次论坛会议，在微博发展的历程中，可以说是一次创新的大会，团结的大会，胜利的大会。因为，这次会议不仅为中国新媒体的发展探寻了一条新的出路，同时还推出了众多具有代表性的“新闻哥”，这对进一步推进高校新媒体的发展普及以及高校占领舆论高地掌握话语权都具有重要的深远意义。

未来走向

这是一个具有远瞻性的话题，也是众多微博用户所关心的话题，同时，也是关系到微博未来命运的话题。微博的未来究竟是什么样的，我们任何人都没有发言权。但是，微博在未来的社会会发挥更重要的作用，微博在未来变得更加强大和完善，则是所有人共同的希望和祝愿！

微博走出中国风采

在中国，推动微博发展的四大主力分别是：新浪微博、腾讯微博、网易微博和搜狐微博。那么，它们在促进微博的发展过程中，又具有哪些自己的特色呢？

新浪微博

新浪微博是一个由新浪网推出，提供微型博客服务的类似 Twitter 的网站。2009 年 5 月，新浪管理委员会成员在成都召开例行的战略会议，讨论公司战略问题。在这次会议上，新浪 CEO（首席执行官）第一次提出做微博产品的想法。由于新浪一直在投资互动类的产品，而 Twitter 本身又具有媒体特性，这一点和新浪的投资方向是一致的，所以新浪决定做微博业务也是非常恰当的。但是，摆在新浪人面前的是，如何找到一个适合自己的切入点，也就是说如何在微博的基础上更好地注入自己的基因。

经过一个多月的调研分析，新浪决定把互动社区事业部和桌面产品事业

部合并，集中资源开发微博产品。不久新浪微博开始内测，而此时的新浪微博绝对是占据了中国互联网发展史上的最佳时机。因为，这个时候刚好是一个空白：饭否、叽歪、嘀咕等微博在监管上遇到问题；搜狐当时走在 SNS 的路上，并未看好微博路线。于是，新浪抓住了这次千载难逢的好机会，大举进攻微博领域，并取得了良好的成绩。

当然，机遇是给有准备的人准备的。新浪在微博道路上的大获全胜，除了把握良机之外，最重要的就是他们之前所作出的努力。有人说，新浪微博是新浪“朋友（网络交往平台）”的替代品。准确地说，“朋友”的研发和推广为微博的横空出世奠定了基础。用新浪高管的话说：“没有新浪‘朋友’，微博也不可能不到两个月就上线试行。”

众所周知，微博与美国的 Twitter 具有异曲同工之妙，那么，这两者之间究竟又有哪些不同点呢？换句话说，新浪微博具有哪些不同于 Twitter 的特色呢？

（1）新浪微博是中国本土化的微博产品。新浪微博的底层是基于 SNS 模式（社会性网络服务）的关系底层，通过转发的信息可以追踪到每一个转发的用户，Twitter 却是通过复制粘贴加“RT”标签转发，追踪用户存在困难。这点无疑给新浪微博增加了更大的社交网络的附加值，微博的成功也一下子改变了人们“从来不登录账户看新浪”的习惯。

（2）新浪微博没有太多的技巧要求，也就是说每个用户都能轻易操作。新浪在理解微博时，就是“微型博客”或者“一句话博客”，所以所发内容可以三言两语、现场记录，也可以发发感慨、晒晒心情。

（3）新浪微博可以随时随地地发。用户可以通过互联网、客户端、手机短信彩信、手机网等多种手段，随时随地地发布信息和接受信息。

（4）传播速度快。用户发布一条信息，他的所有粉丝能同步看到，还可以一键转发给自己的粉丝，实现裂变传播。

（5）新浪微博可以实时搜索。用户可以通过搜索找到其他微博用户在几秒前发布的信息，比传统搜索引擎的搜索结果更有时效性，更鲜活。

腾讯微博

腾讯微博是腾讯公司借助自己的核心产品——即时聊天软件 QQ 的基础上为手机用户打造的一款微博应用产品，从而保证了它在国内微博市场上的地位。