



王玉环◎著

推特风暴

揭开**推特**(微博)背后的**成功秘密和核心价值**

探寻互联网『造星』时代下一个可能的**盈利模式**

网络让一切皆有可能，**励志成才、开创商业帝国，都从@开始**

体验共享，推特是一种**生活态度**

灵魂出窍，推特是一种**精神漫步**

透明、好奇和灵感，让你汲取成长的力量



全国百佳图书出版单位

时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

推特风暴

王玉环◎著



全国百佳图书出版单位



时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推特风暴 / 王玉环著. —合肥: 安徽人民出版社, 2012.7

ISBN 978-7-212-05655-1

I. ①推… II. ①王… III. ①互联网络—传播媒介—普及读物

IV. ① G206.2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 164659 号

书名: 推特风暴 作者: 王玉环

出版人: 胡正义 选题策划: 王晓晶 责任编辑: 王 水 王晓晶
特约策划: 穆国库 责任印制: 刘 银 装帧设计: 红杉林文化 王天义

出 版: 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

(合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场 8 楼

邮编: 230071)

发 行: 北京时代华文书局有限公司

(北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011)

电话: 010-64267120; 010-64266769 转 8067 (传真)

印 刷: 北京亚通印刷有限责任公司 电话: (010) 52891770

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换)

开 本: 695 × 995 1/16 印 张: 15.25 字 数: 170 千字

版 次: 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-212-05655-1

定 价: 27.00 元

版权所有, 侵权必究

@ 从“推客”到总统

2007年4月29日，在美国刚开通不久的一个社交网站 Twitter（推特）上又多了一名新用户，这个用户叫做贝拉克·奥巴马（Barack Obama）。他随后更新了一个帖子，声称：“只要一个签名，我们就可以结束伊拉克这场战争了！”这条信息很快引起了人们的注意，有人联想到奥巴马当时正在积极促成布什总统尽快签署同意结束对伊战争的国会法案。当时美国反战情绪高涨，奥巴马的这条信息给很多人带来了鼓舞和力量，受到了和平主义者的高度赞扬。人们纷纷将这个帖子转发给自己的好友，并借此呼吁联合起来，为督促政府结束伊拉克战争贡献一份力量。

因为这个帖子，在不到一天的时间里，奥巴马就成为了当红推客，拥有众多的追随者和粉丝。这对奥巴马和他的团队来说绝对是个好消息，因为这意味着奥巴马已经被更多的人所感性地认识，并且随着追随者的不断传播，认识和希望认识奥巴马的人数将不断增加，而拥有足够的知名度、关注度和民意支持率是竞选总统所必备的基础。

一天之前，奥巴马还仅是一个普通美国政客，因为一条帖子，

他成了美国人眼中可以扭转不利局面的救世主。

有了这个良好的开端，奥巴马团队积极把握住时机，在其后续竞选总统的过程中，着力将奥巴马现代的、民主的、果断的、强亲和力的公众形象一一向世人展示。他们持续地更新奥巴马的状态，Follower 们几乎每天都可以在第一时间获知这位热爱和平、颇有见地、锐意进取的总统候选人在想什么、做什么。尽管工作繁忙，奥巴马团队始终与追随者保持着密切的联系与互动。每当被关注，奥巴马会尽量进行回访，如果有人就奥巴马的政见提出疑问，很快便会得到有针对性的回答，对于追随者们的要求和提问，奥巴马也都尽快一一回复，使人们感觉就像是在和他面对面交流一样，而所有这些互动和回复又被关注者与追随者们不断转载和诠释。借由这种途径，奥巴马的形象与人格魅力变得具体可感，民意支持率持续上升。

奥巴马的成功让同样是总统竞选者的希拉里和她的团队看到了 Twitter 的强大人际传播效率和感染力。经过策划后，希拉里也在 Twitter 上注册了账户，并开始更新发帖。但遗憾的是，希拉里和她的团队并没有真正认识到 Twitter 社会网络的本质，他们只是简单地将 Twitter 视为一个网络发布平台，更新的内容也仅限于一些政见和活动内容安排。这种刻板的单边程式化信息发布给人的感觉就像是看报纸和新闻一样，完全体现不出 Twitter 的即时性、互动性和平等精神，无法引起追随者们的兴趣，唤起其深层次的共鸣，因而很快被人们所冷落，与奥巴马风景这边独好相比，落差十分明显。

后来的结果大家都知道，美国历史上诞生了第一位黑人总统。在这一创造历史的大事件中，小小的 Twitter 初显威力。

@ 投向传统媒体的一把飞刀

尽管诞生的时间并不长，但是 Twitter 已经当之无愧地成为当前重要的信息平台，越来越受到传统媒体的重视与认可。来自 Twitter 的挑战，就像一把飞刀，直刺传统媒体的软肋。尤其在 2008 年 11 月发生的孟买恐怖袭击事件中，Twitter 的卓越表现令世人刮目相看，并改变了传播的习惯，在传播史上写下了浓墨重彩的一笔。

恐怖袭击发生后，孟买全城戒严，整个城市都陷入了封锁包围之中，与外界处于暂时的隔绝状态。在这种情况下，传统的媒体因为碍于空间的限制而无法在第一时间赶到现场，将事件的最新进展报道出来，Twitter 的作用立刻得以凸显。由于 Twitter 操作灵活、传播迅速等特点，一时间它几乎成为了外界获得城中信息的唯一来源，成为当时人们传递信息的首选。

一些现场的目击者和当事人通过 Twitter 将自己看到、了解到和经历过的事件最新进展发布出来，引起了人们的广泛关注和转载。甚至有人称自己是被歹徒扣押的人质，正在偷偷利用手机通过 Twitter 向人们求助。孟买当局也注意到了 Twitter 即时播报的快捷性，根据推客们发布的歹徒容貌装扮、攻击和逃跑路径等信息有针对性地开展打击和营救人质的行动，救护车则通过 Twitter 了解现场伤亡情况和路况，及时赶到现场开展救护。一些网友在 Twitter 上公布了政府的急救电话，希望在事发现场附近的人能及时帮助被困者，还有人发帖子刷新报告最新死亡人数，并呼吁人们前往医院给受伤的群众献血。甚至连恐怖分子们也实时关注着 Twitter 上的播报，试图通过推客们的帖子了解政府特警突击队员的警力分布及

行动路线，以据此抵抗。Twitter 又成为了敌对双方都在利用的信息平台。

事件的进展开放性地展现在世人面前，庞大的信息流汇织成一幅丰富的画面，将孟买恐怖袭击现场即时生动地展现给人们。

传统媒体在震惊和无措的同时，又不得不借助 Twitter 超越时空的力量来弥补自身的不足，不断通过对在 Twitter 上了解到的信息进行整合编辑，向世人播报恐怖袭击情况。几家印度本地新闻频道甚至干脆放弃了传统的播报习惯，在整个袭击案过程中直接选择用 Twitter 进行实况播报，以获得更好的传播效果。

在这场新媒体与传统媒体的大会战中，Twitter 再次取得阶段性胜利。传统媒体一边在包扎伤口，一边将眼光更多地汇集到投向自己的这把飞刀上，面对对手无法超越的优势，只能留下一串酸溜溜的惊叹。

@ 指尖上的“信息龙卷风”

北京时间 2009 年 6 月 26 日 5 点 26 分，天王巨星迈克尔·杰克逊在洛杉矶家中突然发生心脏骤停，被火速送往医院抢救。尽管院方尽了最大的努力，仍然没能留住这位才华横溢的音乐天才的生命，迈克尔·杰克逊走完了他灿烂辉煌而又饱受争议的一生，享年 50 岁。

几分钟后，一则关于迈克尔·杰克逊已经不治身亡的简讯出现在 Twitter 上，虽然只有简单的几句话，却在极短的时间内被许多人关注和转载，很快这则消息蔓延开来。事后很多人回忆，他们是最先从 Twitter 上获知杰克逊死讯的。一位 Twitter 用户就这样描述了一个令人印象深刻的场景：当时，在曼哈顿的一辆公交车上，一

个女人突然站了起来，离开座位，走到汽车前面，向着所有在场的乘客大声说道：“请大家注意！迈克尔·杰克逊离开我们了！他死了！”接下来的场面有些出人意料，听到这个爆炸性的新闻后，乘客们并没有像以往那样不断询问或者窃窃私语，而是选择了沉默。他们不约而同地掏出自己携带的移动通讯工具，迅速地将这条消息编辑后在网络上发布出去。这是一幅奇妙的画面：一方面是听到杰克逊死讯后依然保持冷静和沉默的人群，另一方面人们通过指尖的编辑将消息传播后，在网络的另一端已经引起了轩然大波。这已经远远超越了传统的喧嚣与追问，但暗潮涌动中却孕育着更为强大的影响力。

迈克尔·杰克逊的死讯就这样被众人转述和编辑，并借由特殊的社会网络迅速扩散。在首次发布杰克逊逝世的消息仅仅一个多小时后，Twitter上已经出现了高达65000条相关的评论，人们表现出超乎想象的高度关注，每秒钟对杰克逊逝世消息的评论量达到其他消息的两倍之多。据Twitter事后统计，在评论量达到最高峰的时候，网站每分钟甚至刷新了5000多条信息，用户在Twitter上发布包含迈克尔·杰克逊名字的消息甚至高达每小时100000条，导致Twitter的服务器一度崩溃！

人人成了信息的传播者，人人成了信息的制造者。人们按键上跳动的手指不觉间已经制造了一场“信息龙卷风”。

这种热情高涨的局面对传统媒体造成了巨大的打击。因为受到时间和空间等客观条件的限制以及职业规范的约束，传统媒体在播报新闻时往往需要对得到的消息来源进行反复甄别核实，并考虑在播报过程中所要秉承的立场，这使得它们的反应不如Twitter等新兴媒体那么迅速，往往表现出很强的滞后性。例如CNN在播报有关杰克逊病发的消息时，因为无法第一时间获知他的详情，居然爆

出了杰克逊在到达医院前就已经康复的虚假新闻，引得人们嘘声一片。相比之下，《洛杉矶时报》在同行中反应相对迅速，他们在事情发生后，尽快地在网站上更新了了解到的关于迈克尔·杰克逊的最新消息，多多少少为传统媒体挽回了一些面子，但这种更新速度与 TMZ、Twitter 等新媒体相比，延时性非常明显。对于大部分人来说，Twitter 等迅捷方便的新媒体显然更能体现新闻的即时性，也更利于实时追踪报道事件的进展。

一位 Twitter 用户在回忆时说：“我是最先通过我的黑莓手机得知迈克尔·杰克逊死亡的消息的。那个时候我正在外面，根本无法打开电脑去网页上浏览相关新闻，这个时候 Twitter 给我提供了极大的帮助，它成为我消息的主要来源。我一直待在 Twitter 上，跟踪相关的信息，以便得到更多消息。那个时候，我根本没有想到或者打算去看 CNN，因为 Twitter 已经可以带给我足够的讯息，我很感谢它！”

在 Twitter 上，人们飞快地转述和传播着有关迈克尔·杰克逊逝世的爆炸性新闻，并且不断地上传和更新自己的感想，迫切渴望能与人分享自己的心情与感受，引发了一波又一波跟随讨论的热潮。两个多小时以后，Twitter 上最被推崇的主题中，排名前十的有九个与杰克逊的死讯有关。海量的用户信息导致网络拥堵，最高峰时 Twitter 的更新延迟甚至达到了五六分钟之久。

情真意切的留言使人们彼此之间产生了心灵的震动，很快扩展成为一种文化效应，推客们沉浸在这种文化氛围中无法自拔。每个人都希望能在第一时间就杰克逊死亡的消息发表自己的想法和评论，引起他人的关注和共鸣，就连明星们也不例外——得知杰克逊死讯后，很多使用 Twitter 的明星们都进行了及时的更新，表达了自己的缅怀之情。

Fall Out Boy 乐队的贝斯手 Pete Wentz 动情地说，这让我感到从未有过的震动。我一直都在以迈克尔·杰克逊为自己成长的榜样，可以毫不夸张地说，他是最后的传奇。

John Mayer 用简练的语言表达了自己对杰克逊的敬佩：月球漫步的天王、美国 MTV 大奖的得主杰克逊，他是令人如此着迷，是永不止步、无可征服的伟大歌手。他的离去对于我们这些小时候用录音机听着《Thriller》长大的一代人来说是一个巨大的损失，我对他的离去表示沉痛的哀悼，也为我们童年逝去的美好回忆而哀悼。

黛米·摩尔的老公 Ashton Kutcher 也发表了自己的看法，希望媒体能够保护迈克尔·杰克逊的家人，尊重其子女不曝光的愿望，也希望杰克逊的家庭和孩子们能够拥有爱和光明。

著名演员阿诺·施瓦辛格表示，作为一个伟大的娱乐明星，迈克尔·杰克逊的离去，让我们失去了一个重要的流行偶像。此刻，我非常关心他的家人、朋友还有粉丝们，我为他们祈祷。

女星斯坦·琼斯说，虽然人都有一死，但拥有伟大成就的人会让世人永远铭记。迈克尔·杰克逊曾经并且一直都是公认的最伟大的娱乐明星，祝愿他得到安息！

迈克尔·杰克逊死讯的播报再次让 Twitter 站到了聚光灯前，焕发出耀眼的光芒，它在新闻和观点散播方面所表现出的超高能量令世人瞩目。

@ 自媒体时代已来临

Twitter 以其独特而高效的传播方式获得了人们的广泛认可，与 Facebook 等新兴网络服务一起成为挑战传统、改变旧有生活方式的新力量。很多评论认为，Twitter 的出现使信息传递发生了质的变革，

进一步强化了个体的网络力量，开创了信息开放的新纪元。社会学家将 Twitter 以及在 Twitter 的影响下形成的一系列新兴媒体力量称作“自媒体”。所谓自媒体就是指为个体提供信息生产、积累、共享、传播内容兼具私密性和公开性的信息传播方式。自媒体的诞生使普通大众拥有了展示自我、喊出自己声音的窗口。自媒体具有私人化、平民化、普泛化、自主化的特征，可以说，Twitter 的诞生标志着自媒体时代的真正来临。

Twitter 对中国的影响就是引爆了“微博”这一概念，Twitter 诞生之后，短时间内出现了大量的功能和性质与之相似的网站，据统计，自 Twitter 诞生的 2006 年 6 月至 2007 年 5 月这一年时间内，全世界共有一百多个同类网站出现。中国也先后出现了饭否网、随心微博、腾讯微博、新浪微博等微博网站。2011 年 7 月 19 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布了《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》，报告中显示，仅 2011 年上半年，中国微博用户即从之前的 6311 万增至 1.95 亿，增长约两倍，半年增幅高达 208.9%。微博在网民中的普及率从 13.8% 增至 40.2%。从 2010 年底至 2011 年 7 月中旬，手机微博在网民中的使用率比例从 15.5% 上升到 34%。并且预测，2012 到 2013 年，中国微博用户将出现爆发性增长。届时，中国将进入全民传播时代。

作为微博的先驱和至今仍然最受关注的微博网站，Twitter 对大多数中国当今的微博控来说依然有种云遮雾罩的感觉。越来越多的人渴望了解 Twitter 的真实面目和 Twitter 产生与发展的背后故事。

Twitter 究竟是什么？为什么它可以在众多网络服务中脱颖而出，拥有如此巨大的甚至让传统媒体为之瞩目的社会效应？是什么使这个仅仅诞生 6 年的产品具有如此迅捷的传播力量？其创始团队是秉承怎样的思想与原则开创这样一款令上亿人着迷的平台，让他

们将登录 Twitter 作为每天的必修课？作为一个仍在不断发展的新型服务，Twitter 在创新和管理中又面临着怎样的机遇和挑战？在发展的紧要关头，Twitter 又该做出怎样的选择和改变？

层层神秘面纱之下，有人看到的是微博发展的完整历程，有人看到的是创业智慧，有人看到的是网络改变社会的魔法真相。我们只告诉你真实的故事。

第一章 好奇心催生 Twitter 001

追求卓越，成功就会不期而至 // 003

体验分享的快乐 // 006

伟大的触发点 // 009

做好准备，等待时机 // 012

让兴趣成就事业 // 015

把危机变成机遇 // 017

组建研发团队 // 020

激情照亮前路 // 023

新媒体的诞生 // 026

价值在于与众不同 // 028

山重水复 // 030

苹果的启示 // 033

从追随到引领 // 035

被追随的烦恼 // 037

资本撑腰，质量出拳 // 040

突破技术瓶颈 // 043	
危机中的意外收获 // 046	
“碎碎念”来到中国 // 048	
让碎碎念走得更远 // 052	
第二章 推动世界的“微”力量.....	057
被压缩的地球村 // 059	
神奇的六度空间 // 061	
微博让世界变得更小 // 063	
弱链接的影响力 // 065	
弱链接陷阱 // 067	
营造最佳体验 // 070	
完美的理论推导 // 072	
现实困境 // 074	
善用阻力 // 077	
关注而非围观 // 079	
抓住每一次展示的机会 // 081	
让用户帮你宣传 // 084	
“背对脸”交流 // 086	
Follow 效应 // 089	
人气的较量 // 093	
第三章 速度与深度——传播的革命	095
Twitter 上没有绝对的弱者 // 097	
如影相随的服务端 // 099	

政客们的新阵地 //	102
表达最简化 //	104
140 个字符的革命 //	106
警报声中华丽绽放 //	110
低门槛的诱惑 //	112
重构媒体 //	115
走向信息传播的最前沿 //	118
有力的舆论推手 //	120
不容忽视的信息洪流 //	122
从被动到互动 //	125
开放的信息交流平台 //	128
平等的虚拟空间 //	130

第四章 Twitter 的魅力 133

强化核心优势 //	135
竞合实现双赢 //	137
魅力无界限 //	140
不只是消遣 //	142
分享体验，精明人眼中的商机 //	144
你与 Ta 只有“一推”的距离 //	147
深厚的文化内涵 //	149
网上淘出金点子 //	152
新的灵感集散地 //	155
打造开放的第三方软件平台 //	157
互利才能共赢 //	160

开放的“失”与“得” // 163

第五章 Twitter 与微博的异同 167

“微”风吹向中国 // 169

入乡随俗的本土化改良 // 171

Twitter 为生活和工作带来了很大方便 // 176

模仿与超越 // 179

Twitter 用户的不同使用目的及方法 // 182

Twitter 的主体功能 // 188

Twitter 遵循的影响力规律 // 191

Twitter 人气王的秘诀 // 194

第六章 微博营销，Twitter 是一门好生意 197

网络营销的制高点 // 199

戴尔的网上生意经 // 201

百思买神奇的 Twitter 之旅 // 203

Twitter 放大人际口碑 // 206

人际传播的广告新模式 // 209

Twitter 营销的四条法则 // 212

用好这把双刃剑 // 220

第一章

好奇心催生 Twitter

呵护你的好奇心，珍视你的兴趣，因为你一生的事业极有可能隐藏在你的兴趣之中。比尔·盖茨曾这样说。Twitter 的诞生以及它在世界上掀起的一波又一波滔天巨浪再次证明了比尔·盖茨所言不虚。