

# 「上品微博」

## 借力，传统的方式悄然在变

### ——微博·书籍篇

曾见过“改变世界的书籍”的微博发出后，千余条转发和评论，他们都在说“改变他们世界的书籍”有哪些？而在去年，《微博杂志》、《微语录》、《微博力》、《微博将带来什么》……这些书籍，仿如一夜春笋迅速地长成。或许，从来没有一个事物，能给传统书籍带来如此大的影响。

微博，真的能拯救书吗？

张亚琴

#### ▶ 一本书，教你认识微博

“微博让人人都有力量，沉默的大众也能发出自己的力量，哪怕转发一次，写两个字都是一种贡献。所以，真的是有改变一切的可能。”这是曾任Google(谷歌)全球副总裁兼中国区总裁李开复的书，《微博：改变一切》里所言。

在这本书里，李开复分享了他的微博心得：如何增加微博的粉丝？最佳发微博时间是什么时候？最佳发微博频率是多大……在他看来，认为创新改变时代，而微博这个集合群众智慧的东西正在改变人们的生活方式，改变整个社会。“让大众人人都有力

量，沉默的大众也能发出自己的力量，我哪怕转发一次，我写两个字我都认为是一种贡献。所以，真的是有改变一切的可能。”

书的风靡，让微博的话题再次火爆，也让民众更加全面地了解“微”时代的“强”力量。

#### ▶ 传统书籍的借力

今年初始，“公子歌”在其个人微博上宣布，《微博杂志》已正式出版，并接受订阅。其实，早在2010年9月初，身为文化传播策划人的“公子歌”即开始在微博上传播出版意向，并聚集了多位名人的“加盟”，品牌策划人叶茂中、作家海岩、服装设计师张肇达、企业家史玉柱等各界人士都确认加入了该杂志的编辑指

导委员会，网络评论人、专栏作家五岳散人、大仙等则加入了该杂志的编委会。

该杂志创刊号推出的“重磅专题”为《非同寻常的大众幻想与群众性颠狂——检阅2010年新浪微博》。该消息在微博上引起了广泛关注。

2011年，这无疑传统书籍借力

微博恢宏的开篇之作，同时，也是电子时代发展的必然。微博的出现，使报纸和书籍的命题策划、内容精选更为丰富，使它们的包装和推广更为便捷。作为一种最先进的电子传播媒介，也深深地挑战着传统的传播形式和人们的阅读习惯。微博带动了传播碎片化的新趋势，使传统的阅读面临着前所未有的挑战。

#### ▶ 成为营销书籍的新方式

当微博可以传递各种书籍信息，当书籍可以集纳各种微博知识。这是给力？还是拯救？在传统书籍出版受着各种困扰时，用微博的方式，或许用拯救有些言过其实，但不可否认的是，微博让书籍更有生机。

各大图书公司、出版社的微博在营销方面发挥着不可替代的作用。如安徽出版集团和时代出版传媒股份有限公司，用微博与读者和作者进行互动，向业内推广图书、期刊、

报纸、印刷产品和服务，也是成为国内首家采用微博进行产品服务推广和品牌宣传营销的出版集团。

在图书订货会上，微博也不声不响地插上一足，发挥其不可抵挡的“热量”。在各大网站的图书频道上，订货会专题报道将微博纳入范围，开辟了不少具有微博元素的栏目，读者可以对自己感兴趣的板块加以关注。“出版社微博晒新书”栏目则是各大出版社的新书预告，用微博140个

字的容量介绍新书，简要直接。还有很多图书公司，将新书发布会搬到微博上，就出版业热点现象与事件发表观点，与读者对话更直接。

微博营销主要分为几种：把媒体报道转载到微博上，让信息流通起来；在微博上发布新书的精彩内容，通过这种碎片式传播引起读者的好奇；转载读者对图书的评价，与读者进行有效沟通，积累固定的读者群。

#### ▶ 书店微博，能否走得更远

微博的快捷性、广泛性和草根性赢得了市民的青睞。同时，这个“网络新宠”也为书店带来了潜在的营销价值。在新浪微博上输入“书店”这个关键词，搜索结果里出现了超过500位的相关用户。翻看了几页后，发现民营书店的微博比新华书店数量要多、更新得更快、经营得更好、粉丝更多。

书店微博发布的主要内容是新书资讯和书店活动，同时宣传书店的文化理念，转发有趣、值得关注的书业事件。有些书店挑选了有丰富阅读经历的店员在微博上为书友荐书，形成了“每日一书”等固定栏目。

页面精致、信息丰富是很多书店

微博的特点。比如，快书包的微博以其LOGO为背景，整个页面以体现环保的绿色为主色调；枫林晚书店是以梦幻般的深蓝色为背景色；而雨枫书馆的页面是以契合女性特色的淡紫色为主色调。

但是，微博营销的圈子相对较窄。经营得比较好的书店，粉丝大部分都是其会员或忠实顾客，书店开微博，影响的还是老圈子。如何利用老圈子培育新圈子，让更多的新人加入其中？这似乎已成为微博营销的瓶颈。

#### 微博还可以这样玩

自从微博流行起来之后，玩法就越来越多。

##### ■ 玩法一

##### 测测你的微博值多少钱？

微博网友“布棉”公布了一个名为“微博价值查询”的网页，短短一天之内让诸多网友们玩得乐此不疲。“微博价值查询”的意思是，在网页里输入一个微博ID，然后点击查询微博价格，你的微博总价值以及在富豪榜里的排名就会显示出来。

新浪自己的人气榜里，排名全部按照粉丝数计算，和这个“微博价值查询”相比，两者的结果相差甚远，新浪人气第一的微博女王姚晨只排到了区区第10位。发布者“布棉”解释说：“这个‘微博价值查询’最重要的是分析用户最近100条微博里转发数量和评论数量。我们会比较看重转发和评论，100万个粉丝和100万个转发的影响力肯定不是一回事。”

##### ■ 玩法二

##### 1元钱能买10个微博粉丝

1元钱能买什么？答案是10个微博粉丝。

在淘宝网的搜索框内输入“新浪微博粉丝”，就能搜到几十家相关卖家。“你的粉丝超过一百，你就好像是本内刊；超过一千，你就是个布告栏；超过一万，你就好像是本杂志；超过十万，你就是一份都市报；超过一百万，你就是一份全国性报纸；超过一千万，你就是电视台；超过一亿，你就是CCTV了。”这是其中一家店铺打出的广告语，该店铺“粉丝买卖”的商品成交记录竟然超过2000多件。

##### ■ 玩法三

##### 你是不是微博话痨？

微博的玩法越来越多。比如，一个叫“微博指数速查”的网页，可以测测“你是不是话痨”。输入微博女王姚晨的名字，查询结果为：“影响力指数：96.35，广为人知，95%的人知道您或者通过自己的直系亲属一定能知道您；话痨指数：0.00，您与话痨是平行线，谢谢；微博中毒指数：90.83，不要一天到晚上微博，注意休息哦；花心指数：35.00，在这个社会，您算不错的了。”

另外一个“猜猜ta什么时候睡”的网页，不仅能算出活跃用户的睡眠时间，而且还非常人性化地开发了一个提醒睡觉功能。

朱玉婷

