



微博是 2010 年最热度话题，李开复微博粉丝 2765642 人，且不断增长中。李开复爱用微博，对微博有深入研究，本书为热点人物说热点话题，引人关注。

作者简介

李开复，2009 年创立创新工场，一个全方位的创业平台，旨在培育创新人才和新一代高科技企业。曾先后在苹果、SGI、微软、谷歌等公司担任要职，1998 年亲手创办微软中国研究院（后更名为微软亚洲研究院），2000 年就任微软公司全球副总裁，成为比尔·盖茨的七位高层智囊之一。2005 年，加入谷歌公司，任全球副总裁兼大中华区总裁。出版有：《做最好的自己》《与未来同行（李开复文集）》《一网情深：李开复与学生的网上对话》《李开复自传：世界因你不同》

目 录

引言——相爱在微博 1

第一章 我与微博的故事 1

我的微博之路 1

Twitter上的“真假李逵” 1

在国内开微博 4

从微博新手到拥有百万粉丝 6

我的微博故事 8

从谷歌离职前后 9

2009 年的那一场雪 12

1000 万！我是对的！ 15

10 分钟微博援助 16

第二章 我看微博现象 18

从Twitter到微博：新媒体是这样炼成的 18

“推神”的奇思妙想 18

中文微博：曾经的探路者 21

门户网站引领微博风潮 22

微博现象：用 140 个字改变世界 26

方舟子微博打假 27

宜黄“血拆”中的微博传播与救助 29

舟曲泥石流灾害中的微博救援 31

微博上的 3Q 大战 32

从“大小恋”看微博娱乐 33

金庸在微博上的“死而复生” 34

第三章 微博的魅力从哪里来？ 37

微博是高度社会化的传播平台 37

微博降低了内容门槛——人人都是发布者 38

微博使媒体平民化、大众化——人人都是新媒体 42

微博增加了内容的真实性——呈现最真实的自己 44

微博传播信息的新模式——基于信任的病毒传播 49

微博让信息阅读更个性化——可以定制的新媒体 53

微博满足了最基础的需求——生活因微博而完整 57

今天你微博了吗？ 63

第四章 开复教你写微博 65

做好准备 65

写好自我介绍 68

真诚的态度，做真实的自己 70

写什么内容好？ 73

大众最喜欢什么? 77

随时留意,随时积累 82

如何写好 140 个字? 83

图片至关重要 88

用幽默吸引人 90

用真情打动人 95

用智慧征服人 97

如何发“广告”? 99

第五章 如何吸引粉丝 102

吸引粉丝,从 0 到 100——交换关注 102

吸引粉丝,从 100 到 1000——请人转发和推介 104

最佳发微博时间 106

利用节假日效应 107

如何转发? 108

合适的发微博频率 111

与粉丝互动 112

第六章 微博的商机和未来 117

微博的商业模式 117

微博与企业营销 120

微博与应用开发平台 123

微博的未来——改变一切 126

附录一:开复微博录 129

投资与创业 129

业界分析评论 133

我与谷歌 141

关于创新工场 143

教育理念分享 145

格言警句 147

人物推介 151

独家新闻 153

读书、看电影、玩游戏感想 154

家庭琐记 156

美食 158

旅行见闻 162

小知识、小常识 165

趣事、笑话 167

附录二：新浪腾讯推荐名博 171

新浪微博推荐 171

腾讯微博推荐 173

我的微博之路Twitter上的“真假李逵”在国内开微博从微博新手到拥有千万粉丝我的微博故事从谷歌离职前后 2009 年的那一场雪 1 000 万！我是对的 10 分钟微博援助

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”
——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

130. 微博的商业模式

074. 今天你微博了吗 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

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”

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

184. 新浪微博推荐

186. 腾讯微博推荐

做好准备

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

很多人刚开始用微博时，都会有或多或少的困惑。例如：看别人在微博上说得热闹，可是不知道自己该说些什么好；写了很多，就是无法吸引别人的关注；上微博好长时间了，粉丝数量还是个位数……

正如前面所说，微博是个全新的社会化媒体。一方面，微博简便易用，随时随地都可以上手；但另一方面，用微博时也需要转换一下思维方式，别总是抱着发文章、发博客的旧思路不放。说白了，微博就是个以我为主，自由创建有特色内容，尽力吸引粉丝关注并广交朋友的一个大舞台。微博上那些最有人气，发布的微博质量也最高的人，通常具有下面几个特点：

有个性，有表现欲，会表达和展示自我

有社交魅力，有办法吸引大家的注意

有趣，不枯燥，不无聊，不人云亦云

提供最有价值甚至独家的信息

每天都更新微博，但又不是唠叨的“话痨”

经常和粉丝或其他网友互动

微博的内容类型比较多样，内容比例也比较均衡

在乎并理解粉丝想看什么内容，而不是一味地写自己想让大家看的

懂得如何巧妙推广自己的微博，但又不是自我吹嘘和卖弄

微博给每个人的机会都是均等的，只要真心投入，每个人都可以成为人气博主。其实，对微博新手来说，无论是创建高质量内容，还是吸引粉丝的技巧，都可以通过学习、实践来不断提高。

在这一章里，我就先来分享一下写好微博的技巧与经验。

做好准备

对微博新手来说，刚开设微博账号后，不要急着发微博。磨刀不误砍柴工，只有做好充分准备，你的微博之路才能更顺畅。

首先，要想好自己微博的定位，看自己能不能回答下面这两个问题：

为谁写微博？是为亲友写，为自己写，还是为某个特定人群（如旅游爱好者、投资界朋友、科技界朋友）写？

写微博主要为了什么？是为了记录自己的生活，为了社交交友，为了学习知识、技术，为了分享思想、经验，为了影响别人，为了展示自己，还是为了休闲、娱乐？

回答了这些问题，你就会知道自己该写什么样的微博。比如说，如果是写给旅游爱好者，就多发布一些以前旅游的有趣照片，或者有用的旅游信息等；如果只是为亲友写，就可以随意些；如果想吸引粉丝、广交朋友、影响别人，就一定要学习写作和吸引粉丝的技巧。

互联网投资人蔡文胜在新浪微博上有上百万的粉丝数量，是IT业界最著名的微博主之一。蔡文胜说：“我开始写微博是因为兴趣，后来就定义为个人的信息发布平台和个人形象

展示。我受粉丝欢迎的内容是关于创业、投资和自己的人生经验分享。”

正是因为蔡文胜对自己微博的定位有清晰的认识，将微博当作个人信息发布平台和个人形象展示的场所，他在写微博和推广自己时，才能有的放矢地在自己最熟悉的投资、创业等领域，分享对网友最有价值的信息。比如下面两条微博都引起了粉丝的很大关注，转发和评论数量非常多：

蔡文胜：今天见一创业者，我问他：你认为做企业未来的风险是什么？他回答：“风险可能有很多，方向性错误、现金流不足、人才流失、同业恶性竞争，但这些都可以努力去避免和克服。最担心的是政策风险，因为这是无法预料的。”仔细一想他的话有点道理，在中国做互联网，政策风险应该算为无法抗力的风险之一。

蔡文胜：一个人最得意的事情和最痛苦的事情，只能埋藏于心底，无法与外人道。因为最得意的成功往往是牺牲了别人的利益而获得，是心灵最黑暗的部分；而最痛苦的事情往往是要忍受不平对待和委屈，也是心灵最脆弱的部分，除了自己解脱别无他法……

前一条是分享创业投资经验，后一条是自己的人生感悟。因为有明确的定位，蔡文胜的微博才显得个性鲜明，有信息和思想价值，才会受到粉丝追捧。

第二，做准备工作时，最好花足时间分析那些人气最旺的微博主，看他们的微博为什么吸引人。特别是要去分析那些和自己定位相近的微博，学习别人的成功经验。初写微博，多学习、多模仿总不会错。

例如，你如果想写美食推介类的微博分享给朋友，那不妨先看看那些最有人气的美食类微博主是如何写微博的。专业厨师、《名厨》杂志编辑“摆渡大厨”在微博上有几十万粉丝，他写的微博就色香味俱全，很是惹人垂涎：

摆渡大厨：番茄蛋包饭：油热后放蛋液做成饼状，因蛋老后不易卷成形，勿长时间加热；炒好的饭放在蛋饼中央，一手翻锅，一手用铲子顺势折叠蛋饼，将米饭裹在蛋饼里；配食橄榄油番茄沙司。没有厨房经验，很可能导致“蛋洞百出”、“蛋饭分离”，甚至恼火地变为原始的“蛋炒饭”，不管怎样，那都是好吃的

摆渡大厨：红彤彤的外表下有着极为丰富的内涵——鸭血、鳝段、肥肠、毛肚、黄喉、火腿、金针菇、豆芽等材料共冶一炉，这发源于重庆磁器口古镇的名吃果然名不虚传。尤爱吃毛血旺的感觉，先不说它抒怀畅意的味道，吃到最后，你看几双筷子在红汤里探索似的表演，真是得者意犹未尽，未得者意兴阑珊

一条微博介绍番茄蛋包饭，另一条介绍毛血旺。虽说都是寻常可见的菜品，但在“摆渡大厨”的微博里，从做法、原料到厨师和食客的真情实感，娓娓道来，让人食指大动，真是美食微博中的精品呢。

第三，先看后说，先学后写。多学习写微博的技巧和成功模式，不要太急于发布。比如，经过观察不难发现，在微博上时常写些幽默的内容，尤其是发生在自己身边的好玩的故事、笑话、冷笑话，对提升人气有很大帮助。我在自己的微博里，就经常用笑话的方式，记录一

些我身边发生的事：

李开复：这次去东京，航班又延误。有朋友跟我说：应该可以做一个机器学习系统，可以根据各种信息（天气、地点、节日、时间……）推测哪些航班延误可能性最大，然后订票时可以避开。我想我过去一年的经验，回答：“不用了，别坐国航的就OK了。”

当然，记录身边的事，不等于记流水账。如果天天都在微博上说“我吃过饭了”、“洗洗睡了”、“上飞机了”之类的事情，也许可以让朋友了解自己的动态，但对吸引更多粉丝没什么帮助。普通网友对这样的流水账很快就会失去兴趣。

第四，不但要学会用网页版微博的各种功能，还要学会熟练使用手机版微博。随时随地都能上微博、发微博，能够用手机及时捕捉生活瞬间，或者身边发生的实时新闻事件，你的微博才真正具有实时性，才有别人无法替代的有价值内容。

我自己就经常用手机拍下生活中看到的新鲜事儿，然后发到微博上：

李开复：今天中午坐火车从纽约到华盛顿，开了一个会，晚上坐火车回到纽约。车上有无线，而且还有插头，所以来回 6 小时一直在网上，把电子邮件全部解决了。下图是火车的座位、电脑桌、插座。

总之，机会不会青睐无准备之人。做好准备，才能写好微博，用好微博。

写好自我介绍

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

每个微博主在微博上都有自己的个人首页，首页上可以添加微博主的自我介绍，供访问微博主首页的网友认识微博主、了解微博主。不同微博服务商提供的自我介绍信息不完全相同，但通常都包括头像、昵称、简短的自我介绍、标签等几个部分。

选头像时，要选一张比较有个性的照片，照片形状最好是正方形。照片中，自己的脸部要足够大，这样，即便被缩成小图，大家也可以认出来是你。看我的头像，是不是就符合要求？

当然，头像也不一定就非要是自己啦。如果微博主是那种又时尚又可爱又新潮的人，选个好玩的卡通形象，也可以吸引不少人呢。看看新浪微博上人气最旺的姚晨用的头像，可爱吧？

名字或昵称一定要想好。直接用真名当然挺好，但还有许多其他的起名方法：

在名字前面加上修饰语，让人快速了解你，比如“喜欢高尔夫的某某某”，

这样有同样爱好的人会通过搜索很快找到你。

直接用可爱的网名或昵称，比如“7 号同学Luck”。

把网名或昵称和真名合并起来，比如“鬼鬼吴映洁”。

用你微博的主要内容做名字，比如“生活小智慧”。

.....

用简短的话写好自我介绍并不容易。但这一句自我介绍是别的网友了解你时，最先读到的有关你的信息内容，写得好可以在第一时间吸引别人的眼球，就像好的气质和外表是一见钟情的必要条件一样。所以，自我介绍一定要简洁、明确，突出最主要的信息，清楚地告诉来访者，你是谁，有什么特征。同时，如果自我介绍能幽默一些，或者有诗意一些，那就再完美不过了。需要时，自我介绍里还可以给出网址链接。

来看几个微博上真实的自我介绍的例子：

蔡文胜：70 后高中辍学混多种行业。2000 年入互联网创业，投资域名创办

265 网站。现为天使投资人；4399，暴风影音，58 同城，美图秀秀.....

深雪zita：我是香港作家，深雪。著有《第 8 号当铺》、《死神首曲》、

《人生拍卖会》等作品。我的网页：<http://www.zitacatloft.com>

鬼鬼吴映洁：每个人都曾经过学走路的时候，总是需要一些时间学会走路.....

刘雯：本身是一个微不足道的人，一不小心陷入了时尚的大舞台。自己还

是微不足道的自己，承载了大家的很多关心。

标签就是你为自己以及自己的微博内容选的最合适的关键词。在微博世界中，无论是找人还是搜索内容，标签都可以帮助网友更快地找到你，可以帮助有相同爱好、相似话题的朋友更快地认识。

看看下面这些我给自己加的标签，每一个标签都和我的工作或我关注的内容紧密相关。这样一来，是不是可以让大家很容易了解我，找到我？

创新工场

教育

科技

电子商务

移动互联网

创业

IT互联网

世界因你不同

微博控

风险投资

真诚的态度，做真实的自己

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

写好微博，最重要的是要真诚。相比于其他的发布方式，微博上的你往往更真实，更像生活中的你自己。所以，不要刻意掩饰，也不要刻意追求自己不习惯的语言风格。你说的话，只代表你自己。对待别人、对待自己都要坦诚。不要人云亦云，要坚持自己的想法和意见，在思想观点和立场上，切忌摇摆不定。

比如，有学生说，他想模仿我的职业生涯，因为他觉得我的职业生涯代表了一条通往成功的道路。可我不同意他的观点，首先，每个人的成功之路都是不同的，只有最适合自己的才是成功；其次，我的职业生涯也并不是完美的，至少我自己这样认为。我先做教授，再到三个伟大的公司工作，然后创业，这中间的道路是有遗憾的。我坦诚并且明确地通过微博告诉过大家：

李开复：最近有位学生说想模仿我的职业生涯。我的回答：“走自己的路，不要模仿任何别人，何况我的职业生涯走反了。我先做教授，然后去了三个伟大的公司，最后创业。我应该先创业，做出三个伟大的公司，然后退休做教授。”

只有这样真诚地说出自己的想法，包括不隐藏自己的缺憾，这样才能赢得人们真正的尊重。

在微博上，因为氛围轻松，发言便捷，我不会像以往在正式大会演讲或学术文章中那样，板着脸用严谨的词句说话，而是尽量贴近生活中的我自己，说出我心里想说的话。这也是一种真诚，而且，这种真诚在粉丝们看来，更加真实，也更加亲切。

比如，说到手机和iPad上流行的“愤怒的小鸟”的游戏时，王冉曾发微博说：

王冉：今天纽约时报有篇文章专门讲“Angry Birds”这款游戏，这也是我这辈子唯一玩通关的游戏。这款由芬兰一家小公司仅花10万美元开发的游戏已经产生了800万美元的下载收入，每天全球用户会在上面花两亿分钟，成为了一个文化符号，催生出服装、蛋糕等一系列衍生产品，甚至有粉丝为它庆祝生日。

我在大学期间就喜欢玩游戏，最近因为需要理解互联网现象，又开始玩一些最火的游戏，玩的过程中，还有自己的感悟。于是，我就借着转发王冉的这条微博，把自己玩“愤怒的小鸟”的感想说了出来：

李开复：因为每个人心中都有一只勇敢的小鸟，还有每个人人生中也会碰到一些该死又拿它没办法的猪。

显然，我在正式演讲或学术文章里，很少有机会说这样的话，很少有机会和人分享我打游戏的感悟。微博给了我更充分展示真实自我的机会。

真诚，反映到微博的行文措辞上，就是要风格鲜明，突出自己的个性，而不要刻意地学写书面语，或模仿不适合自己的行文风格。

在我的微博上，很多时候，我都用平常聊天的语气和网友交流，而不是板起脸来，用生硬的书面语来表达。比如，有网友问我的作息习惯，我回答说：

李开复：不少网友看到我很早发微博，称赞：“这么勤奋，都不睡觉。”其实，睡眠方面和大家没有差别，只是早睡早起。也有很多网友提醒我“当心身体”。谢谢你们，不过其实早睡早起才身体好——建议这些网友自己当心身体，别睡太晚了。（我平均10：30睡，5：00起）

但在谈及一些严肃的话题，如业界分析时，我又力求语言精确、立场表达清晰，这时，太随意的语言风格，反而不利于表达你的观点。比如，谈到微软和腾讯的比较，我说：

李开复：微软和腾讯很像，不是第一个创新，但是学习能力很强，用已有的业务帮助新业务，快速超越创新者。但更看好腾讯的成长，因为1）在互联网时代，QQ比视窗更有捆绑价值，又没有反垄断限制；2）腾讯是互联网公司，产品速度更快；3）软件产业已饱和，能学的创新不多，但互联网总有更多值得学习的对象。

这样的业界分析力求简洁，用1)、2)、3)这样的句式把观点——罗列清楚，一目了然，语言风格上虽然不是严肃的书面语，但也没有过于口语化。总之，无论写哪种内容的微博，我都在保持自己特点、风格的基础上，选择最适合那种内容的表达方式。

拥有好的态度，也包括在写微博时，顾及读者的感受。发微博宁缺毋滥，不要发质量太低、根本没有人会在乎的内容，也不要只是关注自己的小心思、小天地，因为别人不一定喜欢看那些只属于你自己的事情。要尽量多放眼看周围的世界，用良好的心态，和你的粉丝以及

其他网友交流。

此外，微博切忌请人代笔、托人帮忙。本来微博就是个直接表现真实自己的好地方，如果连亲自写微博都没有时间，还需要他人代笔，那还不如不发微博的好，因为别人写的东西，总会与你自己的心里话相差甚远。

我的微博就全部是我亲自写的，我甚至在微博上向网友们澄清过这一点：

李开复：看到有些人在讨论说我今天又演讲又发微博，肯定是有团队维护我的微博。在这里澄清一下，我的微博全部是自己发的，没有团队。今天演讲后采访，采访后午餐前有一点时间，自己找了个空的房间，整理出重点，然后一条一条发出的。

我还跟网友们分享过自己写微博和发微博的过程：

李开复：有些网友问我微博是如何更新的。1）全部微博都是我自己发的，没有助手；2）我读书有个习惯，就是把值得记下传播的话折起来，输入Word文档，每天分享几个，都是我自己挑选，自己翻译（所以有时有错），绝不是买本“名人名言”照抄；3）如果是别人说的话，一定会标注来处，如果没有标注，就是我说的。

黄健翔在微博上说：

黄健翔：You are what you say. 无论何时、何地、以何种方式，匿名还是真名、现实还是网上，说什么话、怎么说话，其实根本上都是在炼就一个怎样的自己。说话不轻贱就是不轻贱自己，这是我给自己的忠告。

正如黄健翔所说，你的微博，就是你自己的写照。如何对待你的每一条微博，其实，并不仅仅是如何对待 140 个汉字，而是如何真诚地对待自己的问题。态度决定一切，真诚的态度是写好微博的前提。

写什么内容好

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

很多微博新手一上来不知道该写些什么。那，不妨先了解一下，大家平常都在微博上写些什么。如果一定要试着给常见的微博内容做个简单的分类，我发现，大家经常在微博上发布的内容类型包括：

记录自己每天做了什么，到过哪里

记录自己每天想了什么，心情怎么样

写身边发生的有趣事、新鲜事

和朋友聊天，互动

参与某个热门话题的讨论

转发并评论别人的有趣微博，或网上看到的有趣图文

发布消息，直播突发事件

传播思想，教育和影响他人

发表文章或其他作品

推销品牌或产品

我在新浪微博上发起了一个投票，看大家在写微博时，上述哪一种类型的内容更多些。

结果，在 5 111 人参加的投票中（上述每种类型可多选，但最多选择 3 项），接近 70 %的网友经常写自己每天想了什么，心情怎么样，超过 60%的网友经常转发或评论别人的有趣微博图文，超过 45%的网友经常写自己身边发生的有趣事、新鲜事。具体的投票结果如下页图片所示：

微博 140 个字的空间虽小，容量可不小。从个人到社会，从新闻到心情，天南地北海阔天空无所不包。从这个意义上说，微博作为一种媒体，其内容的立体和多样程度，是微博之所以吸引人的根本原因之一。对于微博主来说，可写的内容当然也就很多了。

微博不是一个信息孤岛，而是和整个互联网连接的。所以，你可以尽情去其他网站找好的内容，可以到新闻网站、笑话网站、视频网站、图片搜索等地方寻找合适的、可以转发或改编的内容，写在你自己的微博里。

前面提到过，关于自己的内容，可以简单地分成我在做什么（what I am doing）和我在想什么（what I am thinking）两类。当然，就像上面罗列的那样，独家的新闻消息、影评、书评、游戏评论、餐馆美食评论、节日活动、家庭趣事、温馨故事、时事和产业分析、经验分享之类，大家只要想写，就都可以写。简单地说，只要是有利于展示自己的内容，或者和网友交流的内容，而且是自己想写的，就都可以写在微博里。

还是拿我自己的微博来说，我的微博就包含许多不同类型的内容。我有一些微博，记录我去了哪里，见过什么样的人，感受怎么样，例如：

李开复：昨天和郭台铭一起和台湾媒体谈创新创业，才领教到Terry在台湾的人气。一个个记者几乎想要践踏我，才能靠近他一公分。一个个高个子的摄影师把摄影机抬到头顶，就希望能捕捉到他的close-up。不过一个个问题，实在不太高明：“今天抱女儿了吗？”.....很高兴很容易就从会场溜走。

我会记录下自己和学生们交流的情况：

李开复：今天北京中关村签了数千本书。谢谢GTUG和我学网(@我学网 5xue)的志愿者。下面是第一组演讲+签名的观众，有来自大连、山东、天津的朋友。谢谢大家的热心参与。

我会记下旅游过程中的趣事：

李开复：今早去日本过安检时笔记本电脑被前面的人拿走了，而我也错拿了她的电脑。在闸口拿出电脑时，才发现不是我的。还好看到Windows登录显示的名字是新加坡拼写，急忙赶到飞新加坡的班机，在正要关机门之前，将对方从座位上唤出，换回了电脑。在此提醒大家：笔记本电脑和行李一样，贴个明显的标记，以免拿错！

我也会记下创新工场的同事和我在工作中值得回忆的事情。例如，在我过生日的时候，创新工场的同事们给了我很多温馨的回忆：

李开复：今天生日，创新工场同事生日卡的贺词 1：“开复：贝多芬 54 岁才写就第九交响曲，乔布斯 52 岁才发明iPhone。你最美好的时光仍在前方。让我们一起见证。生日快乐。”

李开复：今天生日，创新工场同事生日卡的贺词 2：“开诚布公，虚怀若谷，夫复何求？业内翘楚！一曲歌罢，工场擂鼓。他年对酒，定创新麓。”

我会把自己和创新工场的同事们一起吃“李妈妈”牛肉面的照片也发到微博上：

李开复：创新工场的特殊午餐：李妈妈牛肉面。（我母亲的食谱，马英九的最爱，好奇的可以搜索一下典故和食谱）

当然，除了“我在做什么”以外，我也会更多地把我的感想发上来。比如，第一次用了iPad，我就发了这样的感想：

李开复：终于拿到iPad。喜欢的地方：飞快速度、亮丽屏幕、阅读体验、音响效果、玩游戏过瘾。不喜欢的地方：AppStore价位不合理、虚拟键盘不习惯、有点重（尤其躺在床上时）、用完后拿起iPhone不习惯（觉得好小！）。

看了一本好书，我也会跟大家分享读后感：

李开复：最近看了Facebook Effect 一书，一些惊人数字：1）创业四个月后就有人出价 1 000 万美元收购；2）Peter Thiel的 50 万美元天使投资买得 10%的股份，今天价值约 25 亿美元（5 000 倍的回报）；3）Facebook推出开放平台，在 2009 年开发者就得到 5 亿美元的收入，和Facebook收入相等。

显然，微博上可以发的内容很多，可以写的好玩的、有趣的、吸引人的东西也很多。

我还在新浪微博上发起过另一个有趣的投票，想知道大家都会利用微博做些什么好玩的事情。2 686 人参加的投票（可多选，但最多选择 3 项）结果如下：

很有趣的结果，不是吗？很多人会用微博来讲糗事，讲冷笑话，甚至搞恶作剧，在选“其他”的网友里，大家还写下了更多好玩的事，比如“看别人生活点滴，觉得世界有趣又充实”、“我还用来发发牢骚，挺好用的”、“每天处于围观状态，只看不写”、“说自己不敢对别人说的话”，等等。这充分说明，微博是一个个性化的、充满娱乐氛围的平台。在这里，没有什么不能写，关键还是要表现出你自己！

大众最喜欢什么

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

要吸引更多粉丝和增加影响力，就必须知道大家喜欢在微博上看些什么。然后，在写微博时，才可以有的放矢，在内容选择上，适当增加一些倾向性。当然，了解大家的喜好、增加一些倾向性并不代表着放弃你自己的个性和你自己喜欢的内容。写微博，首先是要展示你自己，这是第一位的。在展示自己的同时，如果能根据大家的喜好，适当选择内容，这当然就更有利于在微博上传播你自己的声音了。所以，这两个方面是相辅相成的，而不是相互对立的。

也就是说，写微博前，不妨先多花一些时间，仔细读读微博人气榜上，那些最热门微博主的最热门的微博（就是评论和转发数量最多的微博），用自己的智慧分析一下，大家为什么喜欢读这些微博，这些受欢迎的微博在内容上有什么共同特征，在写作手法上有没有值得借鉴的地方，等等。

还是以我在微博上发起的投票为例。在针对大家喜欢看什么微博的投票中，有 5 124 人参加（可多选，但最多选择 3 项），结果如下：

从投票结果以及我此前写微博的经验来看，至少在我的粉丝群中（考虑到粉丝群体的不同，其他人的粉丝，喜欢的内容类型可能不同），最受欢迎的内容包括：名人思想言论、时事评论、朋友境况和心情、新闻、休闲娱乐内容、明星动态和八卦、学习知识、格言和富有哲理的话等。

在写微博时，要平衡“你想要大家看的”和“大家想看的”这两者的关系，既不要把微博变成纯粹的个人流水账，尽写些别人不感兴趣的内容，也不要纯粹依照大家的喜好来写，完全丢掉了自己的个性特点。一个有效的做法是，在符合自己个性特点的前提下，多发些大家想读的内容，同时，里面穿插一些你想让他们读的内容。

拿我自己来说，我知道大家看我的微博，很大程度上是想了解我的思想（特别是关于青年人成长、创业、励志等方面的）和我推荐的独家信息（比如优秀的新书、新的互联网技术等），我就很注意撰写相关的内容。而且，这种撰写不需要刻意进行，很多时候都可以和自己做了什么、想了什么很自然地联系起来。

例如，和以前在谷歌的同事们吃饭，看到周围的前同事都那么成功，觉得谷歌真是一个创业者的“黄埔军校”。于是我就发微博说：

李开复：今天和“前谷歌中国俱乐部”吃饭，发现谷歌中国真是“黄埔军校”。出来的有：至少 15 个创业CEO（而且都做得不错，有一个被收购，两个快IPO，其他也都拿到VC投资）、五个VC基金的董事总经理、至少 6 个中国互联网巨头的副总裁以上职位，好几个财务和人事高管，还有快乐的天使（尤其在创新工场的）。

这就很自然地把自己想记录的事情，和大家想知道的东西联系在了一起，同时也表达了自己在这件事上的观点，当然能收到不错的效果。

再比如，我知道我的粉丝们对我的人生经历很感兴趣，而且也有不少人很八卦，希望知道我的经历中，那些有趣的事情或者有趣的瞬间。有一天，我们一家人在整理旧照片时，我突然想到：粉丝们会不会对我的旧照片很感兴趣？于是我就在微博上发了两组有趣的照片。

第一组是我的四张学位照：1979 年高中毕业、1983 年大学毕业、1988 年博士毕业、2009 年荣誉博士。这四张照片放在一起，展示了我的整个学习、成长经历：

第二组，是我一岁到四岁的生日照片，每一张都充满了童趣，勾起了我许多儿时的回忆：

大部分网友都有着对新鲜事物的好奇心。为了满足他们的好奇心和求知欲，我也会经常在微博上分享一些我看见、听见的新鲜事儿，或者大部分网友可能不太熟悉的新情况、新事物。

比如，我在瑞士和阿联酋旅行时，会记下在当地看到的新鲜事情：

李开复：这两天在瑞士的发现：1）每栋房屋下面都有防空洞，就算核子爆炸，在洞里的公民都能生存；2）每年发一份药物给每个家庭，是核子爆炸后，需要马上吃的；3）每个瑞士人都要服兵役，两年左右；4）瑞士人认为中立国家更需要自卫，他们认为希特勒没有打瑞士不是因为它中立，而是怕瑞士的军事能力。

李开复：阿布扎比的 50 万公民的平均净资产是 1.2 亿人民币。在阿布扎比发现所有的司机、服务员、清洁工都不是本地人（来自菲律宾、印度、中国……）。在商店碰到一个阿布扎比刚毕业的大学生，她带着LV的皮包，买了大约 1 万元的枣子，说要开party。问一位记者时间，一看她的手表也是几十万的名牌。

再比如，我在香港城市大学访问时发现，这里有很多情况可能是大学生们所不了解的。我发了好几条微博来分享我观察到的有趣现象：

李开复：在香港城市大学意外地见到了很多内地的学生，他们都是高考非常高分的学生，本来有些可以进清华、北大的，到了香港表现非常好，而且个个都精通英语、粤语。教授都

因为有这批优秀勤奋的学生很开心。

李开复：香港城市大学的毕业典礼是很壮观的现象。每年有七千多个毕业生，但是因为每个学生都希望有机会自己一人上台领证书，所以一年要分 12 次毕业典礼，每次几百人毕业。昨天的毕业典礼，有些学生已经工作好几个月了，才参加毕业典礼。毕业典礼有普通话、粤语、英语，安排到每一分钟都是准时的。

我陪友人访问北京 101 中学时，中学生们说了许多让我记忆犹新的话。这些年轻人说出来的话，丝毫不比名人说的话逊色多少，相信也是网上许多年轻人愿意看到的。于是，我当日的微博是：

李开复：带三位美国资深媒体人到北京 101 中学，他们最深刻的几句话（中学生说的）：
1）我长大要做一个有很多很多钱的商人；2）我的嗜好是用英文自言自语，既有趣又有益；
3）我们大部分都希望到美国读大学；4）我希望除了XBOX-360 之外，能多和美国的中学生沟通；5）我的人生梦想是死后依然有人爱我。

还有一些只有我知道的业界信息或趣事，如果发出来，大家当然也会感兴趣。事实上，出于好奇，大家对类似的“独家秘闻”总会非常期待和关注。比如，我在微博上发过谷歌首席执行官埃里克·施密特在非公开场合说的话（当然，发这类微博时我一定会确认没有涉及公司机密或个人隐私，而且对读者有一定的启发性，绝不会单为八卦而发出）：

李开复：我管理公司是靠“发问”，不是靠“回答”。问答会启动对话，对话会刺激创新。如果你想要一个创新文化，那就多发问。——谷歌CEO施密特

李开复：“当我不停地重复一句话，直到我受不了了，差不多这时候员工就会听进去了。通常这是 20 次左右。”——谷歌 CEO 施密特

我还在微博上发过谷歌创始人谢尔盖·布林不拘小节的故事，以及他光脚穿着沙滩鞋参加公司会议的照片：

李开复：我和纽约市长彭博谈到谷歌创始人谢尔盖，他说第一次见到谢尔盖，谢尔盖穿着紧身裤，拿着滑板。我跟他说这不算什么。北京市长郭金龙见到谢尔盖时，谢尔盖光着脚打排球，说：“郭市长，来跟我们一起打吧！”郭市长很幽默地说：“我其实很会打的，我以前还是排球教练。”（看看下图他穿的鞋）

我也会在微博里写一些“小常识”，跟大家分享有趣的数据或事实：

李开复：知道世界上被使用最多“分钟”的网站是什么吗？不是谷歌、微软，是Facebook（第二名是YouTube）。

李开复：知道世界上第二大的搜索引擎（搜索数量）是什么公司吗？不是百度或雅虎，是YouTube（月搜索量 160 亿）<http://sinaurl.cn/hJarc> <http://sinaurl.cn/hJarV>

李开复：最新世界人口排名（自然人）：1）中国；2）印度；3）Facebook；4）QQ；5）

QQ空间 (Qzone); 6) 美国; 7) MySpace; 8) 印度尼西亚; 9) 巴西; 10) Twitter。(猜猜谁提供的数据。Hint: 以上十个之一)

因为理解网友特别是我的粉丝的需要, 在发微博时适当考虑内容类型的比例关系, 喜欢读我微博的人越来越多。

随时留意, 随时积累

《微博: 改变一切》上海财经大学出版社作者: 李开复

写微博, 说来是几十秒的工夫, 但真要写好微博, 就不仅仅是写和发那一小会儿的事情了。如果平时能多积累、多储备, 写微博的时候, 好的内容就可以信手拈来, 就不用再为写不出内容而一筹莫展了。

在如何留意、积累这方面, 我自己的经验包括:

平时多留意合适的题目、合适的内容, 形成习惯后, 脑子里的积累就越来越

越多, 写微博就很容易了。

看到新颖的国外科技新闻或台湾社会新闻, 可以“独家”首发。这些是我经

常浏览的内容, 相信每个人都会有一些自己最熟悉的领域, 可以发出独家新闻。

在网上“冲浪”时, 看到有趣的网站、网页、图片、内容, 我会先用书签

收藏起来, 等以后合适的时候再发。

看书的时候, 如果有富有智慧或引发深思的内容, 我会在书上折角记下来。这

是我多年的习惯。现在微博火了, 正好可以供我使用。有时候我发了几个格言,

就有人问我是否从什么“名人名言”书上抄下来, 其实都是我多年的积累呢!

睡前关电脑时想想, 今天有没有什么值得分享的东西, 例如跟谁聊了什

么, 看见了什么, 听见了什么, 等等。

如果有好的微博灵感, 但又没有形成最后的文字, 或者时机不合适, 那就

先记录下来。

在电脑里，做一个Word文档，把所有未来可能会在微博中用到的原始材料

放到里面，这样，不但有利于积累、提炼后发高质量的微博，也可以配合最

佳的发微博时间，以吸引更多粉丝（参见下一章中“最佳发微博时间”一节）。

比如，我读书、看电影、听演讲甚至玩游戏的时候，都喜欢把自己想到的事情先记下来，然后等有空闲的时候，再把它们整理成一条条的微博。

下面这条微博其实就是我读Facebook Effect一书所做的笔记之一：

李开复：最近看了Facebook Effect一书，Facebook导致的案件：1）一个英国人在Facebook上看到他太太把状态从“已婚”改成“未婚”后，杀了她。2）有位中学生在Facebook上批评老师，被开除后，诉讼老师和学校。3）一位沙特阿拉伯的父亲发现自己女儿在Facebook上和男孩交谈后，杀了她。

下面这条微博，则是我玩“植物大战僵尸”这个iPad游戏时，产生的一些感想：

李开复：植物大战僵尸玩后几个感想：1）好玩的游戏可以是不分中西，男女老少咸宜的；2）还是美国人制作的游戏最有幽默感、创意；3）iPad上玩游戏可以用多手指触摸，比鼠标更便捷、直接；4）商业模式还是美国式的一次性付费，这方面要多跟中国学习。

当然，积累并不意味着不注重时效性。随时留意、随时积累就是为了在最恰当的时间，更快地发出最合适的内容。

比如，在境外的新闻网站已经发出某个新闻或消息，但内地新闻媒体还没有翻译或转发之前，如果我注意到了，并且发现信息本身对内地网友有价值，那我就会在第一时间在微博上转发。需要时，我还会充当翻译。这种第一手信息的获得，当然也来自于平时多留意，多积累。

下面这条微博里，连胜文在台湾助选遭枪击后，醒过来时说的话，就是我首先在台湾网站看到，又在第一时间转发到微博里的：

李开复：“上天将我留在这个世上是要我做一个好人，做一个能够帮助别人的人！”——连胜文

下面这条微博里关于软银孙正义评价雅虎的言论，就是我首先在英文媒体上看到，然后翻译并转发到我的微博上的：

李开复：孙正义对雅虎：“雅虎是杨致远的孩子。杨做得很好，但是继承他的人没有延续创新之路，把一个创新公司做成媒体公司。要是我，我就会狠狠地赌，把它做回创新公司。我的投资人习惯了，所以我的公司股票上过天，也下过地狱。”（他是雅虎日本和阿里巴巴的大股东）英文文章：<http://sinaurl.cn/hbW0F2>

如何写好 140 个字

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

每条微博只有 140 个字。别小看这 140 个字，要用好它，其中可有大学问。

前面提到过，每条微博 140 个字的限制，用英文写作时，只够写一句半句的，很难表达细腻、复杂的含义。但用中文来写微博，140 个字用得好时，就是一个相当自由的小天地了。请看我自己的这条微博：

李开复：美国人为什么不了解中国？对中国认识还停留在几十年前的状况？1）美国自己这几十年改变不多，所以不能理解中国快速的改变；2）许多美国人（包括一些最有影响力的）以美国为中心，缺少世界观；3）美国教育中对中国描述甚少，而且往往过时；4）中国文化（无论传统、娱乐）都还没有影响美国。

不到 140 个字，提出了一个尖锐的问题，给出了我自己的分析，而且，分析内容被分成四点，层层递进，有条不紊。瞧，140 个字一条的微博，居然能塞进这么多内容。感谢汉语，如果这些意思用 140 个字符的英语表达，那恐怕只有神仙才知道该怎么遣词造句了。

140 个字的微博虽短，但赋予我们的表达空间却相当大。写好微博，要先学会用好这 140 个字。一般说来，微博内容可以分为开头、中间、结尾三部分。开头要一下子吸引人的眼球，中间要清晰、有条理，结尾要突出重点，可以在结尾提出互动性问题或诱导转发、评论。具体说来，主要包括以下技巧：

（1）微博的开头第一句话非常重要，要足够吸引人，在需要的场合，甚至可以有点儿劲爆、有点儿煽情。正如每篇新闻都要有凝练、醒目、吸引人注意的导语一样，微博开头第一句话就是微博的导语。有一天我发了一个微博，里面有三个部分的内容，而我真正想传达的是第二点和第三点，但是我发现，很多留言者只看了第一点。这个速食主义的社会真可怕，阅读都是快餐式的，连读完 140 字的耐心都没有。也就是说，写好微博的第一句，不仅仅是为了吸引眼球，也是为了让那些没有耐心的人有兴趣读下去。

下面这条微博，第一句就开门见山，抛出问题，说“有些网友开始怀疑我的账号被盗，否则怎么不像个‘导师’”。这就既清楚地解释了这条微博要说的主要内容，也用“怀疑被盗”这样的字眼吸引了读者的目光，可谓一举两得。

李开复：有些网友开始怀疑我的账号被盗，否则怎么不像个“导师”。其实，微博可以精确全方位地呈现一个人。在我的微博，你会看到批判的、评论的、激励的、分析的、搞笑的……加起来就是一个完整的我（我一向有习惯，看书看到精彩的，浏览网站看到有趣的，都会保留下来，现在有了微博，正好可以和大家分享）。

(2) 微博的最后一句话也很重要，可以用一些醒目的字眼再次点题，也可以写一句互动性的话，抛出问题让大家思考，或者诱导大家转发、评论。例如，我在下面这条微博中，最后向北京的朋友们抛出了一个问题：

李开复：台北今天 22 摄氏度，我走到诚品买了 22 本书，然后到附近 22 元吃了一碗刨冰。北京的朋友们，羡慕吗？

因为有最后的提问，一下子有许多人评论、回复这条微博。最后提问的方式显然有助于增加评论数量，但因为大家倾向于转发有趣、有价值的内容，而微博中最后的提问可能会显得微博并没有结束，不适合作为完整的内容转发。所以，如果你想引导大家更多转发，则可以在最后加上“请转发”，往往也会有好的效果。

这短短 140 字，非常符合写作和传媒的理论：第一句就像标题，吸引读者注意；最后一句就像结论，引发读者思考。

(3) 微博的 140 个字，不但可以有纯粹的文字内容，在需要时，也可以加上网址链接，链接到其他网站、其他微博等外部资源。本来嘛，微博是互联网的一部分，并不是一个信息孤岛，信息之间的相互链接有助于网友快速找到原始信息或相关信息位置，帮助读者扩大阅读范围。

例如，我在微博上解释我的座右铭的出处时，同时给出了指向出处的网页链接。这样，阅读微博的人很容易知道，我的座右铭是从祈祷文改编而来。如果读者有兴趣知道原始的祈祷文到底是怎样写的，那他只要打开超级链接，就可以读到英文原文，也可以知道原作者是美国神学家尼布尔博士。

李开复：我的座右铭：“有勇气来改变可以改变的事情，有胸怀接受不可改变的事情，有智慧来分辨两者的不同。”这句话是我修改 serenity prayer (http://en.wikipedia.org/wiki/Serenity_Prayer)，原文不是用胸怀接受不可改变的事情，而是用宁静和信仰接受。

(4) 在 140 个字的中文微博里，使用标点符号时一定要注意，千万不要使用英文半角的标点符号。例如，假如我的微博被排成下面这个全用半角标点的样子：

李开复：人际关系的五个秘诀:最重要的五个字:“如果你愿意”;最重要的四个字:“你认为呢?”;最重要的三个字:“你真棒”;最重要的两个字:“谢谢”;最不重要的一个字:“我”。(Robert Woodruff, 可口可乐前董事长)

因为英文半角标点占的空间很小，两边的汉字就好像紧紧贴在一起似的。本来微博 140 个字的显示空间就不大，现在所有字都挤作一团，既不美观，也影响阅读。反之，如果严格使用中文全角标点符号，那微博显示出来，就非常清晰、易读，就像下面这样：

李开复：人际关系的五个秘诀：最重要的五个字：“如果你愿意”；最重要的四个字：“你认为呢？”；最重要的三个字：“你真棒”；最重要的两个字：“谢谢”；最不重要的一个字：“我”。(Robert Woodruff，可口可乐前董事长)

(5) 如果要表达的内容较多，且有条理，请用 1、2、3 这样的编号将主要观点标记、划分清楚。当然，这一方法只适合理性分析型的微博，不适用于感性表述型的微博。例如，下面这条关于互联网公司必须学习什么的微博，就属于理性分析的内容，其中要学习的东西就有并列的条理关系，用 1、2、3 这样的编号再合适不过了：

李开复：摩根斯坦利Mary Meeker：互联网公司必须学习：1) 别的国家类似你的公司领先你之处；2) 移动战略；3) 苹果、谷歌、Facebook的方向对你的影响；4) 广告领域创新；5) “娱乐化”电子商务；6) 线上视频爆炸成长；7) 互联网领导者换位的意义；8) 从乔布斯身上学习；9) 新技术；10) 未来大小公司的互动和趋势。

下面这条关于创业者要面对的残酷现实的，也是如此：

李开复：创业者的残酷现实：1) 点子的第一次实现一定出错；2) 家人朋友不理解你；3) 低薪生活；4) 都在等别人（例如VC）；5) 你的职称无论多神气，还是要做清洁工（和一切琐事）；6) 没有银子弹；7) 顾客会带给你困扰；8) 永远做不完的事；9) 不可能很快成功；10) 打造团队很难；11) 太多不可控制的因素。

以及这条关于谈判的：

李开复：谈判者必须会 10 问：1) 想想我们未来可以带给你多少生意？2) 议价空间有多大？3) 要不要一起把饼做大？4) 要不要先尝试一段时间？5) 你能保证这是最优条件吗？6) 你准备好失去我们这个顾客了吗？7) 如果无法达成协议，你会怎么做？8) 你可以给我点儿让利，好回去交代？9) 差额平均分摊？10) 你要不要我推荐别家？

(6) 语言要简短，言简意赅，清晰准确。不要每次都强求把 140 个汉字用完。最好是一条微博表达一个完整的信息，或一条微博讲一个故事。不要把无关的内容都塞进来。

发第一个微博时，如果需要，可以用完 140 个字。但如果是转发自己或别人的微博，那转发时增加的评论内容就不要太长，尽量少于 100 字，否则，当这个转发被其他人连环转发时，因为连环转发的所有新增内容是共享 140 个字空间的，别人可以增添新内容的空间就太少了。

比如，针对下面这条微博：

瘦马：美国哪所学校培养的CEO最多？（答案在一小时后公布）

微博主瘦马在一小时后，通过转发加评论的方式公布了答案。但他转发时加的评论就不是很长，这样，其他人又转发两次后，我再转发时，居然还有地方写很长的评语，然后还给出了原始信息的链接。最终由我转发的微博就已经成了下面这个样子（其中每一个“//”标志都代表了一次转发）：

李开复：不能任何小公司CEO都算。财富 100 里面只有一位西点军校的，而哈佛 15 位、斯坦福 5 位、西北 5 位、耶鲁 4 位（<http://sinaurl.cn/hbmBFE>）。//@王肇辉：大豆和瘦马

去西点吧……//@斜江明：居然……//@瘦马：答案是西点军校。这个结果告诉我们：优秀的CEO必须具有坚强的意志、准确的判断力、高度的约束力。

(7) 发出微博之前，一定要把这不到 140 个字的内容再检查一遍，谨防有错别字、表达不清或疏漏的地方。

(8) 如果内容是那种需要大家帮助的，比如慈善类的，那最好缀上“请帮忙转发”，或者“请帮忙”等字样提醒大家注意。

此外，因为微博的 140 个字是无法更改的。如果在发出之后才发现有错误的内容，那就尽快删除那条微博，再重写一条新的。发出之后，也要记得留意一下粉丝们的评论，看有没有错误或者引起人反感的的地方，如果有，可以删除重发，也可以彻底删除。

我有一个把 140 个字的微博提炼、修改，使之脱胎换骨，达到最好的发布效果的例子。我参加AAMA亚杰商会的“未来科技商业领袖摇篮计划”时，想在微博上发布一条关于这个摇篮计划的介绍。一开始，AAMA亚杰商会拟定了一份草稿，希望我转发：

AAMA亚杰商会：AAMA亚杰商会的“未来科技商业领袖摇篮计划”，是一个紧密联结科技商业界资深人士和创业家，促成双方在较长时期内进行有效交流和沟通，以帮助和推动创业家最终成功的项目。摇篮计划将充分整合科技商业界资深人士的经验和资源，由他们担任导师，以一对一的辅导方式，帮助、引领进入摇篮计划的创业家，增大这些创业家未来成功的可能性。

一看他们的草稿，我就觉得，这样的 140 个字不会太有吸引力。对比我们前面讲过的几个要求，既没有一个吸引人、简明扼要的开头，主要内容也没有条理，还没有给出网友们最关心的信息，比如导师名单、网站链接等。从文字风格上说，这条微博用的长句是那种书面介绍文案里才有的，冗长、乏味，既没有节奏感，也无法适应快速阅读时代的需要。经过我的改写，最终的微博满足了上述几个要求，在我转发后，也收到了非常好的效果：

AAMA亚杰商会：想冯仑做你的创业导师吗？请登录www.aamachina.com.cn 申请摇篮计划。摇篮计划是促进年轻企业家成长的公益项目。三家上市企业是完美时空、海兰信、德鑫泉，未来将有数家。摇篮导师有冯仑、李开复、雷军、张亚勤、田涛等。在这个由商业精英和创业者组成的公益组织内，传承精英商业智慧，造就未来商业领袖。

图片至关重要

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

国内门户类的微博服务，如新浪微博和腾讯微博，与海外的Twitter相比，有一个很大的区别就是图文并茂。我们在微博页面上看到的，不仅仅有微博主发的 140 个字以内的文字，还可以直接看到微博分享的照片、视频或转发的原始微博。所有信息都集成在一起。这时，如果你只发文字微博，在粉丝们看到的页面里，你的微博就很容易淹没在其他图文并茂的微

博中。

图文并茂的微博可以分为两类：一类以文字为主，配图为辅；另一类以图片（包括视频）为主，文字为辅。

以文字为主的微博，一张好的配图往往比千言万语更有说服力（A picture is worth a thousand words）。所以，只要时间允许，就一定要为你的文字配上好的图片（当然也包括好的视频啦）。在电脑上发微博时，可以很方便地用图片搜索找到好的图片，或使用自己电脑上积累的图片。在手机上发微博时，如果搜图片太麻烦，可以考虑用手机来拍照片。如果有用手机随时拍有趣事物的习惯，那即便是手机发微博时，也不愁没有图片配了。

配图片时，没必要传太大的图片。显示在粉丝们面前时，图片总会被缩小展示。手机发布的图片通常也会被压缩后上传。所以，一般传 100KB 以内的图片，只要足够清晰就可以了。

如果是文字配图，建议用谷歌图片搜索（<http://images.google.com.hk>）。搜索时，中文关键词的搜索效果往往不好，因为中文图片内容有限。不妨试试对应的英文关键词。有时候，输入两个和文字相关的英文单词，通常可以找到与文字内容非常搭配，让你惊讶的图片。

以图片为主的微博，其目的是要用图片本身来讲故事或表达意思的。这个时候，相配的文字就一定要简短有力，字数越少越好，或点题，或煽情，只要达到吸引读者放大图片仔细观看的目的就足够了。如果文字太多，就会让读者失去耐心，连图片也不愿展开来看。

我的微博上，为文字配图的例子就比较多。

下面这条微博是揶揄比尔·盖茨的一个笑话段子，拿微软操作系统经常会崩溃、蓝屏来说事儿。我就在谷歌图片搜索里搜“bill gates blue screen”，马上就找到了这张生动的配图：貌似正在演讲的比尔·盖茨身后，大屏幕上就是Windows操作系统崩溃的蓝屏。

李开复：几年前，盖茨在一次演讲说：“如果通用汽车的技术能像计算机技术一般，我们今天都能开 25 美元一辆的车，而且一加仑汽油可以跑 1 000 英里。”通用汽车的回应：“盖茨也许是对的，但是你敢开一辆一天崩溃两次的车吗？”

下面这条微博介绍给创业者的建议，其中提到，理想像隧道尽头的光照亮你的前途。我就在谷歌图片搜索里搜“tunnel light”，这张寓意不言自明的图片得来全不费工夫呢。

李开复：冯仑给创业者的建议：创业是一种伟大的煎熬，需要理想帮助你度过。理想可以：1）像隧道尽头的光一般，照亮你的路途，让你看见并看清一切；2）帮助你看得更远，避免短视；3）敦促你寻找更符合你的价值观的伙伴；4）给你信仰。

下面这条微博把中国互联网的竞争比作没有规矩的角斗场。那么，配一张古罗马角斗场的图片，就再合适不过了：

李开复：美国硅谷媒体：“(中国互联网的竞争)就像一个没有规矩的竞技场里，角斗士战斗到死。”（英文原文：<http://sinaurl.cn/h4EXEn>）

用幽默吸引人

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

在阅读越来越娱乐化、传播越来越社会化的今天，微博作为最大众化、最社会化的媒体平台，必须满足绝大多数人快速阅读、轻松生活的需要。而在所有的阅读需求中，最普遍，也最容易引起绝大多数人共鸣的一种表达方式，就是幽默。

只要看一下微博人气榜，就不难发现，大家对幽默内容的关注度有多高。高居草根人气榜前列的微博里面，像“冷笑话精选”、“微博搞笑排行榜”、“我们爱讲冷笑话”、“段子”之类的微博主，其粉丝数量都以数十万、数百万计。

正因为如此，我们在写微博时，也要学会在适当时候，用一点儿幽默的小技巧，让自己的微博引起更多人的兴趣。

微博里的幽默有很多类型：转发的幽默图文，自我调侃、自嘲式的幽默，自己或朋友的糗事，对严肃内容的幽默解析、点评，自创的笑话段子，生活中发现的冷笑话，等等，不一而足。

例如，我有时会在微博上发一些搞笑的段子：

李开复：一位网友留言：“我用Google Translate翻译的英语作文得 18 分，我自己写的都二十多分……”

下面是我在转发的基础上改写的笑话：

李开复：新东方，富士康都是我的股东，这么一改，两个股东都满意了。 // @李开复：不喜欢悲剧结局，修改最后几句：“拿到试卷透心凉，一紧张，词汇忘。似曾相识、解释却不详。语法阅读两茫茫。看作文，泪千行。四小时后出考场。见同窗，共悲伤。如此成绩，只有去银行，取得黄金三百两。新东方，我来上。” // @范海涛：转：“拿到试卷透心凉，一紧张，词汇忘。似曾相识、解释却不详。语法阅读两茫茫。看作文，泪千行。四小时后出考场。见同窗，共悲伤。如此成绩、无脸见爹娘。待到成绩发榜日，楼顶上，富士康。”

我有时也在微博里转发一些搞笑的图片（通常是平时网上浏览注意到并保存下来的）。下面这张图，就不用解释了：

李开复：减肥皮带，随时警惕。

下面这张，是我们创新工场的同事随身携带iPad的搞笑微博：

李开复：工友现场演示:携带iPad的新办法

与iPad相关的，还有一个国外的笑话——一个直接用放大镜把iPhone“变成”更大的iPad的装置，哈哈：

李开复：如果你是一个iPhone使用者，想要一个iPad，可以考虑买个这个。

下面这则笑话是我从别人的笑话那里改写来的，属于图文并茂型的，文字本身自成一统，已经是一个非常完整的笑话段子。但配上合适的图片，还是让整条微博增色不少：

李开复：比尔·盖茨的新家落成后，发现设计师跟他开了玩笑：1) 按门铃后，大门两分钟才能启动；2) 不能兼容旧家的灯泡，需要买新灯泡；3) 电灯开关要双点击；4) 一次只能打开一扇窗子；5) 每晚睡前需要选择“休眠”、“睡眠”、“待机”；6) 冲马桶时，马桶会问你：“你确定你要冲马桶吗？”

当然，转发或改写的笑话终归是别人的创作。如果能从你自己的生活中，发掘那些最有趣的人和事，把他们写成幽默段子，或者，根据你自己的生活经验改编已有的笑话、段子，那多半能收到更好的效果。

比如，下面这则笑话就来自我身边发生的真事儿：

李开复：今天一位同事发的邮件：“哪位同事需要定制媳妇，一套 1 000-1 200 元。我可以请她们上门测量三围。”大家追问之下，才发现不是“媳妇”，是“西服”。

下面这则，来自我和女儿之间的生活趣事。我和女儿打俄罗斯方块，我赢了，就得意地问女儿：“输给一个老年人的感觉怎么样呀？”没想到，女儿诙谐地说：“那，当一个老年人的感觉怎么样呀？”

李开复：和两个女儿打连线俄罗斯方块（www.tetrifriends.com），结果打败她们。我问她们：“How does it feel to lose to an old man?”她们回答：“How does it feel to be an old man?”

生活中，即便是充满幽默感的趣事、笑话，有时候也非常感人。例如，我自己在离职前后，就在微博上分享了许多我与谷歌员工间的趣事，其中很多都是在告别聚会上，谷歌员工讲给我听的。在与谷歌说再见的日子里，这些有趣的场景让人回味无穷，感动万分：

李开复：员工讲我的趣事：第一次跟开复谈话也是在新华保险大厦，他教我怎么用咖啡机冲咖啡，然后说这个咖啡机很烂，过几天会从美国运一个好几万的过来 ^_^ 在MV某处打保龄球，在球馆外Kaifu拿出一盒友人送的上好雪茄，和手下的弟兄们找个墙角分食掉了，呵呵！

李开复：继续员工讲我的趣事：有一次Charlie组织带小孩的同事去玩，开复也带着小女儿到了。他女儿天真地问：爸爸，你的工作到底是什么？开复答说：我的工作写E-mail。然后女儿又问：那你什么时候休息？开复说：2月30日。

除了取材于生活，自己原创笑话以外，在转发笑话时，也不妨加一些自己的评论，增加趣味性。比如：

李开复：这个笑话里面只有半句是真的。 //@uxdavid：转发微博 //@李谭伟：盖茨夫人接受采访时说道：我们家从来不用苹果的产品，甚至连苹果都不吃。坐在一旁的乔布斯不屑一顾地说道：切～那有什么了不起的，我们家连窗户都没有……扎克伯格听了，说“你敢不要face吗？”

还可以在转发时，补充自己身边的真实事例：

李开复：真的故事：有个朋友名叫傅秋，到了美国马上起了个美国名字。问他为什么，他说，总不好每次人家问我名字怎么拼，我都说“Fu-Qiu”…… //@李开复：听到一个笑话：一位留学生，他姓尤。一天，他去接来两个中国留学生，男的姓余，女的姓何。尤先生就向美国同学们介绍：“He is she, she is he, and I am you.”

甚至，还可以在转发并非幽默的微博时，用幽默的方式加以点评。例如，下面我转发的这条微博把创业比作打麻将。按照这种逻辑推理，我领导的创新工场是创业公司的孵化器，那我岂不就是开麻将铺的了？

李开复：那我就是开麻将铺的了。 //@刘俊兰亭序：今天回家看父母，又说了，我的表哥、表姐都买了很多大房子，而我至今还在租房。这么多年来，我一直不知道如何解释，创业就是这样。今天我被说烦了，我说，这就好比打麻将，我在做一副大牌，我相信，只要和一次就够了。

用真情打动人

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

除了幽默的图文以外，在微博中，充满温情的故事和话语，也很能引起人们的共鸣。拿我自己来说，我会时常在微博上分享一些有关我的家庭，特别是我那两个可爱的女儿的故事。其实，把我们各自正在经历的幸福和温暖分享一些出来，用不着费很大力气，就可以让更多人感受到温馨，让更多人珍惜身边的幸福呢。

有一次，有人在微博上转发了一首“程序员的小诗”：

RanWang：很美的一首小诗， while (time ++) { love ++; } <http://sinurl.cn/h4EpdU>

这首“诗”，其实是用程序员的语言，用程序代码的形式，把随着时间流逝，永远爱你这样有诗意的内容表达出来，既新颖，又浪漫。看到这种表达方式，我突然想起，在我的生活中，我和女儿之间，也有类似的对话。女儿问我：“你爱我吗？”我回答说：“比昨天多，但

是比明天少。”我其实是在用算术的方式，表达每天爱你多一些这样温情的含义：

李开复：我女儿问我：“Do you love me?”我回答：“More than yesterday, but less than tomorrow.”她想了一会儿，然后笑了。跟这首诗意境一样。

我和女儿之间有趣而充满温馨的对话远不止于此：

李开复：我女儿在Facebook上说：“我学会打麻将，我感觉好老。”我给她的留言：“我学会玩植物大战僵尸，我感觉好年轻。”

女儿还会很乖、也有些顽皮地告诉我：

李开复：女儿逛街看到的，说以后把这几个挂在墙上，可不可以打电话时就不用再叮咛了。

当然，作为一名幸福的父亲，我会在微博上贴出两个女儿的照片，和大家分享我的快乐。我把她们称作“我的两个公主”：

李开复：我的iPhone壁纸：我的两个公主。

除了家庭中的温馨与幸福，我也会在微博上与大家分享我在工作中遇到的感人故事。比如，离开谷歌时，员工给我举办了感人的告别聚会。参加聚会的记者范海涛在微博上记录了告别聚会上的许多感人情节。我都一一转发在我的微博上了：

范海涛：谷歌负责公关关系的PR主持的开复的good-bye party，她这样开场：“俗话说，距离产生美。开复虽然走了，但是他看上去更美了。他在谷歌留下的都是精彩，带走的全是寂寞。”

范海涛：谷歌的工程师出了很多难题考开复，开复答不出就要挨罚。有一道题是搜索一句英文会出来一个什么两位数的数字，开复脱口而出“38”。随后补了一句，出这个题的人就很三八，现场哈哈大笑！

范海涛：作为唯一的非谷歌、非创新工场人员参加了开复的good-bye party。整个过程以恶搞为主，每个人都哈哈大笑。其中有无数的员工讲述开复的段子，大家在美好的回忆中和开复告别。最后，一曲《祝福》结束，开复的眼睛还是湿润了。

下面这个温馨的小故事是在图书签售时遇到的：

李开复：我在上海书城签书，有位读者说：“请你题‘给我爱的人——李开复’。”我说这个不能写，我又不爱他。我问他是什么意思。原来，他是要送给他爱的人。我就题了“给XX爱的人——李开复”。

用智慧征服人

有智慧的格言警句也是网友们最喜欢看的内容之一。如果在网上看到打动你的句子，可以引用或转发在自己的微博中。当然，如果自己有感悟，可以用智慧的方式表达出来，那再好不过了。

这一类的内容切忌老生常谈，不要写或者转发大家都熟悉的内容。最好是那些能够触动心灵的东西，可以引起某一类人甚至是大多数人的共鸣。语句上尽量平易、浅显，能加一点幽默的元素更好。要仔细琢磨一下，什么样的话最容易打动人，最容易被人接受。每天引用和转发别人的格言警句不要太多，最好一天不超过两个，否则你的微博就成名人语录了。

下面这条是我自己的发现：

李开复：成功的CEO大都是已婚并且有孩子，因为换尿布可以让你学习忍耐和坚持，夫妻磨合过程可以让你学会同理心和团队精神，养育青少年可以让你学好情感管理和影响他人。

我对才华与时间流逝之间的关系的感悟：

李开复：人的一生两个最大的财富是：我们的才华和我们的时间。才华越来越多，但是时间越来越少，我们的一生可以说是用时间来换取才华。如果一天天过去了，我们的时间少了，而才华没有增加，那就是虚度了时光。

我引用的作家T.H.怀特的名言：

李开复：治疗悲伤最有效的方法就是去学习一些东西。当你受到打击，经历挫折，从骨子里颤抖，看到你的世界被人摧毁，体验你的荣誉被踩进下水道，发生这些事情之后，你要学的只有一件事情。学习世事为何如此变化，发生了哪些变化。这是唯一可以让心永不疲惫，永不疏离，永不后悔的事情。——T.H. White

还有《哈利·波特》的作者，J.K.罗琳的话：

李开复：J.K. 罗琳：你在挫折中成长，会更聪明和强壮，会有牢不可摧的生存能力。通过逆境的考验，你才会真正了解自己，以及你周围的人赋予你的力量。这些认知都是宝贵的财富，我历经艰辛才获得的财富，这比我得到的任何证书都更有价值。（来自罗琳在哈佛毕业典礼的：<http://sinaurl.cn/h9QlW5>）

乔布斯对创新、创业以及IT产业总是有着独到的见解，我在微博上，就经常引用乔布斯的话，例如：

李开复：乔布斯：“很多人问我，我想创业该怎么做？”我会问他：“你的激情在哪里？你的公司将做什么让你感到振奋的事情？”大部分的回答都是：“不知道。”我就会告诉他：“那你去餐馆里端盘子，慢慢想，想清楚了再谈创业。我深深认为：如果你没有对某一件事情充满激情，你就不应该创业，绝不要为了创业而创业。”

李开复：乔布斯：“CEO重要的职责就是去哄、去祈求、去威胁你的员工，让他们做一切的努力达到公司的目标。我要让他们看到公司的目标比他们想象的更宏伟、更有价值，这样他们才会付出一切去达到这些目标。当他们尽了力，但是还不够好，我会告诉他们：我相信你可以做得更好，回去吧，做得更好再回来。”

此外，引用别人的名言警句，来说明自己想表达的意思，也是一种常用的写微博方法。例如，我自己引用乔布斯的名言，对创业规律的解读：

李开复：很少人愿意为大公司拼命，因为大公司无法准确测量每个员工的贡献。团队越大，个人的回报就接近于整体的平均值。而在一个几人的小公司，如果都是明星阵容，而且人人持股，那每个人就会发挥出潜能。因此Steve Jobs说，创业的成败取决于最早加入的那十个人。全文<http://sinaurl.cn/GZPeW>

如何发“广告”

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

在微博上，经常有发“广告”的需要。当然，这里说的“广告”不是那种正式的商业广告，而是想推广一些希望大家看到的信息内容，比如，帮自己的公司宣布一次用户调查活动，向网友介绍一个自己公司产品最好用的特性，向大家宣传公司的理念文化等等。

写“广告”和写普通的微博不同，一定要讲究技巧。因为微博从本质上说，是一个个性化的发布平台和社交平台，大家希望看到的，是对他们有价值的个性化内容，是朋友间的真情实感，而不是推送或强塞给他们的、赤裸裸的广告宣传。所以，写类似的“广告”微博时，最好能注意以下几点：

刚开始写微博时，不要发“广告”性质的微博，否则，在你的第一批粉丝尚

未了解你的时候，就伤害了他们的感情，可能导致你无法得到更多的粉丝。

偶尔发一点“广告”是可以的，但措辞上尽量不要太直接。如果可能，尽量

用巧妙的嵌入手法，将广告“植入”到其他对粉丝们更有价值的内容里。

不要太频繁发“广告”，也不要写太多自夸、自恋的内容。

最好“广告”本身对大家也是有价值的，或者是大家关注、喜欢看的。

最佳的“广告”就是当你发出大家感兴趣的内容时，看看在不浪费大家时间

的前提下，能不能“顺便”推广一下你想推的东西。

多留意大家的评论，看大家是不是反感你发“广告”微博。如果是，那就暂

时别发了。

我自己在微博上，为创新工场旗下的一些产品做过宣传，但是，我会尽量在提供对粉丝们有用信息的前提下，做相关的“嵌入广告”。而且，即便是广告内容本身，对粉丝们也有真正的帮助，而不是纯粹为了宣传才发“广告”。

比如，创新工场旗下的豌豆荚产品可以帮助用户更好地在手机上看视频。当我向大家推荐了我最喜欢的三个演讲视频后，就想起，其实还可以鼓励手机用户直接看这些视频，而豌豆荚产品恰恰可以在这里帮上大家的忙。于是，我转发自己的微博，同时建议大家用豌豆荚软件把视频同步到手机上看：

李开复：如果太忙没时间在PC上看，可以下载到手机、MP3、PSP上，利用时间碎片来看。下载这个软件（<http://sinaurl.cn/hiDysA>），然后把链接拷贝到视频框，再插上设备同步，就可以了。 // @李开复：三个我最推崇的演讲：1）乔布斯 2005 年斯坦福大学毕业演讲 <http://sinaurl.cn/hfmAv>；2）罗琳 2008 年哈佛大学毕业演讲 <http://sinaurl.cn/h0TvM>；3）兰迪教授的最后一课 <http://sinaurl.cn/htq8Q>

也就是说，在微博上发放的“广告”最好能达到“非广告”的效果——从内容上看，对网友有价值，可以吸引人，不是纯粹的广告宣传；但又能在客观上起到广告宣传的功用。一举两得，当然可以收到奇效。

例如，我会在讲创新工场趣事的时候，貌似不经意地，把创新工场旗下的两个项目讲出来，让大家知道这两个项目的名称，认识他们的负责人：

李开复：创新工场两个项目（@豌豆实验室 @友盟）的负责人年龄加起来，正好跟我一样。

更多的时候，我在介绍创新工场的办公室环境，漂亮而简约的装修以及创新工场的文化氛围时，客观上起到了宣传创新工场的作用。

比如，我向网友们介绍创新工场前台摆放的有趣的鸟巢灯：

李开复：在我们的前台，放着自己做的鸟巢灯——我们用树枝编成鸟巢，在灯具城淘到蛋形灯泡，找到朋友帮我们做单片机控制灯效。一枚枚蛋形的灯泡在鸟巢中以呼吸的频率忽明忽暗，仿佛一个个了不起的创意正在孕育。全文：<http://sinaurl.cn/G4M4A>

我谈创新工场的文化：

李开复：有人问我曾经在苹果、微软、谷歌工作，从这三家公司学到什么文化想要移植到创新工场？我的回答：苹果式专注用户体验、改变世界精神、理解范式转移 + 微软式的战略分析、商业模式、当责精神 + 谷歌式的平等创新、一流人才、互联网文化、实时回馈 + 创业公司的速度、主人翁感、打拼精神、创业环境。

我向大家介绍创新工场的趣事：

李开复：我们每个工友都很可爱..... // @蔡学镛：很多反复性操作可通过写个简单的电脑程序来自动处理，以节省大量时间，PowerShell与AppleScript就很适合做这类工作。前天我帮公司的行政MM写了个脚本，以后她只要花一两秒运行这个程序，就可以省下一两小时的时间，而且可杜绝人工出错的机会。为了提醒她感谢我，每次运行此程序都会有下面的对话框。

有很多巧妙的方法，可以在微博里嵌入对公司、产品、理念的“广告”。但一定要记住，这一类内容不要太多，不要做赤裸裸的、对粉丝无用的纯广告。只要把握好技巧和发布的频率，你的微博“广告”也一定能收到不错的宣传效果。

写好微博的内容，在微博中展示出自己的个性和特点，是吸引粉丝的前提条件。但只有内容还不够，为了吸引更多的粉丝，还需要多学些有效的经验和方法。

吸引粉丝，从 0 到 100——交换关注

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

新手刚开始写微博时，粉丝数量都是从零开始的。绝大多数新手都非常想知道，该如何将粉丝数量由 0 变成 100。其实，只要按照下面的几个方法去做，得到你的第一批粉丝，并不是很困难。

首先，作为一个“零粉丝”用户，你必须主动去关注别人，别人才有可能反过来关注你。那么，如何寻找最合适的人来关注呢？我的建议是：找与你最相似的人。因为只有爱好相似、特点相近的人，才会有相同的话题，才会互相关注。

微博提供的标签和搜索功能，是寻找粉丝的重要方法。微博提供的找人搜索一般都可以直接搜索名字、昵称、话题、标签等。例如，你是一个标准的“宅男”，想找一找微博上类似的“宅”人有哪些，那你可以直接在微博搜索中，限定搜索“标签”，然后搜索“宅”字，就可以看到同样为自己打了“宅”字标签的微博主的列表。如下图所示：

当然，你也可以通过微博搜索，直接搜索你感兴趣的话题，比如搜索“美剧”，就可以看到有哪些人正在微博中讨论美剧。然后，可以从搜索结果中，进入每个微博主的主页，看看他们的昵称、头像、简介和微博，找出其中你最感兴趣的微博主，开始关注他们。如果被关注的人通过微博提醒发现你开始关注他，那么，他们也会反过来阅读你的自我介绍、标签和微博内容，就很有可能因为兴趣相似而成为你的粉丝。

除了搜索和标签功能以外，你也可以利用微博上的人气榜，找出你喜欢的明星、名人，然后看一看都有谁像你一样在关注同一个明星或名人。通过关注对象，也可以找到性格相投的朋友。

其次，你要有意去寻找那些最活跃、最愿意关注别人并与别人交流的微博主。这样的微博主，你关注了他们，他们反过来关注你的可能性才比较大。那么，怎样才能找到这一批活跃的、愿意关注别人的微博主呢？

有一个方法是在热门微博、热门评论中，找那些经常主动评论、主动转发的人。这些人在微博上最活跃。当你关注他们时，他们也很愿意反过来关注你。

另一个方法是，看一下对方的粉丝数量与对方的关注数量之间的关系。假设某个人的粉丝数量是 50，但他关注的人的数量是 500，那说明这个人是个疯狂寻求关注别人的人。无论他是出于什么目的，他都可能比较容易地成为你的第一批粉丝，有助于你后续扩大粉丝基数。除了这些“狂粉”之外，那些关注他们的 50 人很可能也是像你一样刚开始找方向的人。你也不妨去关注这 50 人，尤其是兴趣和你一致的。

当然，利用上面这两种方法找到的粉丝，并不一定是真心喜欢你的微博的人，你也不一定真的喜欢他们的微博。在吸引粉丝的最初阶段，这样通过交换关注得到的粉丝，对你还是有一定价值的，至少可以让你的粉丝数量看上去比较舒服，不会有人喝彩的感觉，才有利于吸引更多粉丝。但是，当你的粉丝数量增加到一定程度时，如果你还是不喜欢他们的微博，就不妨取消对他们的关注。

第三，一旦关注一批人后，你要在微博上多评论他们的发言，别人才有可能注意到你。礼尚往来，在微博上也是这个道理。如果你经常评论一个人的微博，经常夸奖他的语言风趣、内容有价值，那他一定会反过来注意到你，并可能进一步关注你，成为你的粉丝。留言时，不妨多慷慨赞美他们的观点。如果一段时间后，他们还没有关注你，你也可以直接留言请他们关注。

第四，在其他网站，比如你的个人网站、个人博客等地方，给出你的微博主页的链接，甚至还可以在你的电子邮件签名中、你的个人名片中写上微博地址。这样，当网友从别的地方认识你时，就很自然顺着链接，找到你的微博。

第五，在增加粉丝的初期阶段，保持每天都发几条吸引人的微博。这样，每天新来的网友，就不会因为新鲜出色内容太少，而丧失对你的微博的兴趣。要理解，大部分人在关注一个人之前，会先看看他现在的首页，也就是最新发的十个左右的微博。所以，你要尽量保持在任何时候，你的十个最新微博都是有足够吸引力的。反响好的微博可以隔几天再用转发自己并加新评论的方式重复发一次，因为初期来看你微博的人很不固定，新来的人有可能错过以前的精彩内容。

第六，初期尽量看看微博上与你同类的人、你正关注的人都在讨论什么话题，尽量写些类似话题的微博。这样，他们来到你的微博主页后，就很容易产生共鸣，进而成为你的粉丝。

只要有好的内容，又有一定数量的第一批粉丝，那么，你的微博就有可能被粉丝们转发和评论，并进而吸引更多粉丝关注，一旦形成滚雪球的效应，你的粉丝就会自然而然地稳步增长了。

吸引粉丝，从 100 到 1 000——请人转发和推介

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

当你的内容够好之后，当你已经吸引到第一批粉丝之后，就可以想办法大规模增加你的粉丝了。这时，要找的就不仅仅是能凑够数量的粉丝，而是真正喜欢你的微博、喜欢你的个性特点的高相关度粉丝。要把你的粉丝数量从 100 提升到 1 000，甚至更高，仅仅靠交换关注是不合适的。这时，最有效的方法是，耐心地请那些粉丝众多的微博主，帮你转发和推介你的微博。

当然，首先要找到，哪些微博主才可能并且适合帮你做转发和推介。通常，你的好朋友、与你共同话题的人、与你个性相似的人、在微博上与你互动良好的人，或者非常热情愿意帮人做转发和推介的人，都可以成为寻找的对象。还有，与寻找你的关注对象类似，多找人气高的微博主，既可以通过微博的人气榜来找，也可以通过话题或标签搜索来找。

找到人气高的、可能帮你推介的微博主后，先准备一条或几条你认为写得很好、足以吸引人目光的微博。然后，可以通过留言或私信的方式直接告诉人气高的微博主，你希望他们帮忙转发和推荐。当然，留言和私信中，不要只是恳求别人推介，而要给别人一个理由。比如“能帮忙转发我的微博吗？我想，我关于iPad未来的分析对你的粉丝可能很有帮助”、“请帮忙转发，我热爱摄影，想通过照片与更多摄影爱好者成为朋友”等。如果不直接留言、私信，那也可以在你的微博或评论中，用“@”提及他们的名字，引起他们的注意。

人气高的微博主帮你转发时，如果能给你做个吸引人的介绍，那就再好不过了。例如，向若琿是创新工场的一个实习生。我在微博上看到，他写了一篇不错的关于创新工场工作氛围的微博：

向若琿：我喜欢创新工场，喜欢这里的人和事，喜欢这里的自由气氛，这里有彼此交心的朋友，也有令人激动的项目，有我尊敬崇拜的大牛，也有和我一起成长的新人。我想说，在个人职业生涯的初期能加入到这样的公司，这样的一群人中来，应该心存感激并好好珍惜。

于是就帮他转发，还加上了我对他的介绍：

李开复：若琿是创新工场很有chuanqi性的一个实习生。他追随自己的心，自学了设计，两年内拿到设计大奖。他说服了老师，让他不上课只考试拿学位，能够延长实习期，既不放弃工场，也不放弃学位。他聪明地把自己的才华成功地拓展到追女朋友上。在今天充满迷茫的大学里，他是一个值得关注的文武双全的奇才。

这条介绍一下子吸引了很多人的目光，给他增加了数以千计的粉丝。如果只转发不评论，或只是随便说几句，他很难得到实质性的粉丝数量提升。

私信在微博世界里用得非常普遍。在很多情况下，都可以用私信来扩张你的圈子。例如，可以发私信给已经关注你的人气高的微博主，或者给那些人气高而且开放私信（即在隐私设置中允许所有人都可以向他发私信）的微博主。大胆利用私信，请这些微博主帮你转发或推介。

找人推介时，也不要只看他的粉丝数量，或他推介后的转发数量，还是应该找到与你个性特点比较近似的人，粉丝群体特征也比较近似的人，只有这样，他粉丝群体中的人才最有可能成为你的忠实粉丝。否则，仅靠大量转发得到的粉丝，有可能很不稳定，过一段时间就可能取消对你的关注。

最佳发微博时间

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

微博的用户数量非常大，每天新产生的微博也非常多。对一个微博用户来说，他每天阅读微博时，他所关注的所有人新发布的微博都会出现在时间流中。大多数人通常没有办法读完所有的微博，而是只读那些他们上微博主页后看到的最新的内容。这样一来，发微博的时间就变得很关键——如果要更多的人看到你发的微博，那么，一定要选择最合适的发布时间。

首先，人们每天上网看新鲜事物的时间通常比较趋向于几个集中的时间段：上午 9：30～12：00，下午 3：30～5：30，晚上 8：30～11：30。这几个时间段就是发微博的黄金时段。按照在线用户的活跃程度来排序，一般是晚上活跃用户最多，上午其次，下午稍少一些。

当然，工作日和周末的最佳发微博时间大不一样。在工作日，人们朝九晚五上班工作，上午、下午和晚上都有集中上网的时间。周六和周日因为大家要休息，上网看微博的时间相对工作日要少很多，而且分布也不是很有规律。一般来说，周末上午看微博的人少，下午和晚上要多一些。而且，周六看微博的人最少，周日要多很多。如果你写微博需要每周休息一天的话，那选择在周六休息就准没错。

其次，根据微博读者对象的不同，发微博时间也略有差异。比如，如果你写微博主要是给大学生看的，那你也许要考虑到，大学生没有太明显的周末、工作日的规律，周一到周五因为要上课，白天反而上网的时间少，周末上网的时间则最多。所以，发给学生看的微博，可以选择在工作日的晚上或周末的下午、晚上发。

再次，微博内容不同，最佳发微博时间也有不同。例如，如果发的是业界新闻、行业动态，那你最好在上午工作时间发，这时，关心此类内容的办公室职员、白领等人群，多半正在微博上浏览相关信息。如果想发布有关人生感悟、娱乐休闲、家居生活等话题，那最好是在晚饭之后的时段，大家不再因工作而操劳时发出。周五下午，通常可以谈谈周末娱乐方面

的话题。周末或假期则可以面向学生发布相关内容。

利用节假日效应

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

每逢节假日，微博上的粉丝们往往会关心一些特定的话题，并大规模转发某些特定的内容。例如，圣诞节前后，大家会大规模在微博上互致圣诞问候，并大量转发圣诞相关的笑话、段子、图片、故事.....在情人节期间，那些柔情蜜意的图片、诗篇，有关爱情的格言警句，可以营造氛围的照片、文字都会成为大家转发、追捧的热点。一年之中，学生的寒假、暑假，以及元旦、春节、情人节、清明、母亲节、端午、七夕、中秋、教师节、国庆、圣诞节等，都有不同的微博热点。可以尝试着预先做些准备，比如提前 5 到 10 天就准备好一些自己想发的内容。如果能在每个节假日多发一些最相关的微博，一定可以收到很好的效果，吸引众多粉丝的关注。

例如，在教师节，我发微博感谢我人生中的几位良师：

李开复：教师节感恩：1) 中学数学老师Albert，她鼓励我让我喜爱数学，每周开车送我去大学上她教的微积分；2) 大学教授Myron，他教我：人生的目的就是让世界因你而不同；3) 博士导师Reddy，他在我提出不用他的方法做论文后，告诉我：“我不同意你，但是我支持你”；4) Sister Mary David是个有耐心的修女，每天牺牲自己的午餐休息时间来教我英语。我有四位伟大的老师，实在很幸运。

在母亲节，我把两年前写给母亲的深情文字发到微博上：

李开复：儿子是母亲最甜蜜的牵挂，两年前写给母亲的文章：<http://sinaurl.cn/hc714>

在圣诞节，我发了好几张有趣的图片。其中一张是：

李开复：圣诞夜发生的意外。

应该注意，有些重要新闻、时事也会改变当天的微博气场。比如说，上海胶州路大火哀悼的那天，你就不应该在伤痛的时间发搞笑的微博。如果你看到大家正在讨论重大事件，那就不妨想想，你是否有合适的、有深度的内容可以即时发出。这种实时讨论就像在真实生活里一样，要及时，热点过了就很难激发网友的兴趣。

如何转发

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

在微博平台上，相互转发是扩大影响力、加速微博内容传播、吸引更多粉丝关注的重要手段。从这个意义上说，转发是“群体智慧”的表现。正如前面说过的那样，写微博时，我的角色是记者，而转发微博时，我的角色是编辑。因此，转发微博也是一种技能，就像一个好编辑要善于发现好文章、好作者，并善于编辑、加工和再包装一样。善于转发微博的人，总是能在最恰当的时机，转发对自己的粉丝最有价值的信息，同时还会用符合自己特点的评论，为转发加上“点睛之笔”。

根据我的总结，转发微博时，要注意以下几点：

慎重挑选要转发的内容。转发在事实上表示该内容得到了你的认可，也代表了你的品位，不慎重使用转发，不但会失去粉丝，更会伤害你自己的信誉。

微博是个性化的平台，内容还是应以原创为主，转发不要超过自己微博数量的一半。

特别值得转发的内容，可以在最后加一句“请转发”。

转发时尽量增加自己的简短评论，或从转发的内容里挑一句经典的话，这样，你自己才会被大家关注。

自己转发自己：对于自己发出的，比较受欢迎的微博，几个小时后可以加一句话或者加一个问题，通过转发的方式再发一次。这样，即便错过了看第一条微博的粉丝，也有机会再看一遍。而看过第一条微博的人，也可以从第二次转发中找到新的信息内容。

利用转发来发起病毒传播。例如，关于慈善、爱心活动的转发，在内容上标明“慈善”、“援助”等字样，就很容易一传十十传百地连环转发下去。微博上也有人玩文字接力的游戏，可以用连环转发的方式不断续写一条微博，也是病毒传播的一种。

对于留言或私信要求你转发的请求，适当地选一些好的来转发，但不宜过多。

转发和留言最好少于 100 字，免得别人再次转发时，要删除你的字（因为转

发的字数上限也是 140 字)。

不要用转发的方法来回应针对你的，负面或恶意的微博、留言，因为那样反而帮他做宣传了（有些网友只看被转发的内容，而忽略转发者的评论）。

转发或转载信息时，记得不要隐藏出处、原作者、原始网页链接等信息，即便字数有限时，也尽量只删减言论，而保留作者姓名（这和学术著作里严谨的引用规则一样，受所有微博用户的尊重）。

举例来说，我曾读到下面这条微博：

刘东华：圣经故事里说，有一次一群人牵着一个通奸的妇人来找耶稣，按律法这个女人该被乱石砸死，人们问耶稣要不要砸死她。耶稣说：你们当中哪个是没罪的就先拿石头打她吧！那些人想了想，一个个羞愧地退了出去。如果今天发生同样的一幕，我们身边一定会有很多人争着拿起石头砸那妇人，以证明自己的无罪……

微博中用圣经故事对比现实世界的手法引起了我的兴趣。我对这条微博进行了转发，同时加上了下面这样的评论：

李开复：圣经里的 "Let he who is without sin cast the first stone" 变成了 "Let he who is without shame cast the first stone"

转发之后，我发现很多粉丝不明白其中英文的意思。为此，我连环转发自己刚转发的微博，在刚才增加的评论前面，填上英文内容对应的中文翻译：

李开复：翻译：从圣经里的“让无罪者扔第一块石头”变成了“让无耻者扔第一块石头”。
//@李开复：圣经里的 "Let he who is without sin cast the first stone" 变成了 "Let he who is without shame cast the first stone"

这样，整个转发到再转发的链条就完整了，既有我从原始微博中想到的英文内容，也有英文内容对应的中文翻译，读者可以从原始微博读到我的评论，再读到中文翻译，得到完整的信息内容。当然，从此以后我会提醒自己：发英文微博尽量带翻译。但是这样的再次转发，可能也增加了总的转发者和阅读者数量。

在微博上的连环转发，甚至可以不断在两个人之间来回传递，连接成一个完整的对话链条。例如，对微博上有人讨论张宏江的头发为什么是偏分，张亚勤给出了幽默的回答。而我转发后，张亚勤又连环转发，如此在我和张亚勤之间反复了几个来回，最终，连环转发形成了一个完整而有趣的对话（因为每一层转发都有“//”做分隔，大家可以很容易按照逆序，再现当时的对话场景）：

李开复：聪明绝顶，该成语源于此。 //@李开复：原来智慧光芒是这么来的…… //@张

亚勤：可以看到宏江头上闪烁着智慧的光芒 // @李开复：没关系，别人拔一根，他再拔一根，还是偏分，最后…… // @张亚勤：宏江惨了，此微博一转很多人都想拔宏江一根头发使其变成偶数 // @李开复：亚勤的笑话 // @言冬：为什么 @张宏江的头发是偏分，@张亚勤解释说，因为宏江的头发总数是奇数，无法均分。

因为有你添加的评论，好的转发其实可以帮原始微博增光添彩。比如，刘兴亮曾经在微博中发了一张诡异的天空照片：

刘兴亮：异象

原始微博只是提到这是天空中的“异象”，并没有做任何引申。我在转发时，就按照我的理解，增加了一句富有哲理的解释，我说：

李开复：这就是所谓的：“Every cloud has a silver lining”，意思是：黑暗中总有一线光明。

这样一来，我的转发给原始微博增色不少，就像给好的图片配上富有诗意的注脚一样，这样的转发一定会为原始微博和转发者都带来更多读者。

合适的发微博频率

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

除了发微博的时间段以外，发微博的频率也是一个值得考虑的因素。

首先，作为一个尽职的微博主，最好能天天都发微博，别让粉丝忘了你。

但是，一天发的微博数量过多，会在粉丝看到的页面上，造成“刷屏”现象，引起大家的反感。而且，数量多了，微博的质量也会下降。因此，保持一天发 10~15 条，这是一个比较合适的频率。

另外，每天不同时段的微博数量尽量均衡，比如每天早上、下午、晚上各发 3~5 条。

每条微博之间，最好间隔一定时间再发，比如相隔 20 分钟左右，或者更长时间。因为读者在某个时间看到你发的多条微博时，通常只会仔细阅读最新的一两条，而忽视之前的微博。这些都经我实际验证过。

总的来说，发微博的原则是“宁缺毋滥”。在没有好的内容时，宁愿少发或者不发，也不要过多地发布低质量的内容。对于一个关注度本来就不高的新微博来说，以过高频率发布过多的低质量内容，无异于赶走粉丝的自杀行为。

对于微博新手来说，一开始因为高质量的内容少，发布频率低一点比较好，每条微博的间隔时间也相应地长一些，比如一两个小时以上。等到写微博逐渐熟练，微博内容的质量越来越高，就可以逐渐提高频率，每天多发一些微博，每条微博的间隔时间也可以短一些了。

与粉丝互动

《微博：改变一切》上海财经大学出版社作者：李开复

吸引粉丝关注、留住忠诚粉丝的一个非常重要的方法，是在微博平台上，经常保持和粉丝、网友之间的互动。

微博上的互动类型有很多种，通常包括：解释和说明、提问和回答、征集意见、发起话题讨论、不同观点的辩论、发起投票、有奖竞答或竞猜等。做这些互动时，要注意几点：

首先，在写微博时，微博内容可以适当留出扩展、发挥的余地，给别人接续话题的空间，或者再创造的欲望，不要写成所谓的“死帖”。

其次，有的微博最后可以用一句话问个问题，这样就很容易引起大家兴趣，使大家参与讨论。但是，对于问题型的微博，你既然发问了，就一定要负责任地查看粉丝的每一个回复和评论，你自己也要积极地参加讨论。

最后，要保持互动时的风度。不要生气，不要鄙视别人。尽量不要删除别人的评论（纯粹的恶意广告可以删除，出言不逊、态度恶劣的网友则可以考虑屏蔽他，但要谨慎处理）。

我经常在微博上发起大家的讨论、投票。这些与粉丝、网友的互动活动，既可以帮助我从多角度分析问题，了解大家的想法，也活跃了微博的气氛，增加了参与感，使粉丝更加喜欢我的微博。

例如，针对我在微博大会上提出的“我在做什么” 升华到“我在想什么/我在关注什么”的提法，我就发起过下面这样的讨论：

李开复：今天在微博大会，我提出微博很大的进步就是从“我在做什么” 升华到“我在想什么/我在关注什么”，让内容更有深度。有几位朋友不同意我的看法，认为我“太哲学家”了，而大部分人还是更喜欢分享自己在做什么，还有观察别人在做什么。是这样的吗？

针对这个讨论，有 1 000 多个网友转发，最终得到了 1 196 条回复。可以说，这个讨论非常成功，很多网友都在回复中贡献了他们的真知灼见，有些见解让我受益匪浅。作为示例，在这里摘录一些精彩的网友观点：

同意开复老师的观点，“我在想什么”、“我在关注什么”的成分多得多～思考问题的微博能看到自己的成长～

我赞成李博士的看法，你在做什么并不关键，你在想什么则或许值得别人借鉴，所以只记录你在做什么的微博是写给自己的，同时记载你在想什么的微博才是兼顾大家的，所以各遂心愿。

不是的，我关注我在想什么，我在关注什么。微博是情感与思想的产物，如果内容没有深度，必死无疑。

微博不仅让大家了解别人，也同时让别人了解自己，但是这个平台我觉得更应该是提供提升自己的平台，知自己所不知，想自己之前所未想的。东西都为我所用了，才是最好的结果，不是吗？

我上微博主要是想了解他人的动态，同时也想让陌生人知道我在做什么，想什么。让他们知道一些不能让熟人知道的秘密。我想，这应该也算是一种倾诉吧～

“做什么”像是物质信息，“想什么”像是精神信息，所以我同意，分享和关注“想什么”的微博越来越多是微博的一种进步。

这也是为什么我对微博从不屑一顾到时刻关注的转变。微博成为了一个我时刻了解世间变化的窗口，更可以方便借鉴专业人士的眼光来关注社会，反省自己。谢谢您的剖析！

我想是不同的人有不同的需要吧，微博只是一种使用工具。使用主体不同，目的也就不同。所以有的人喜欢表达自己在做什么，有人喜欢通过微博找到更多的有共同爱好的朋友，即便是同一个人在不同的时期也有不同的角度发表微博。所以说微博对个人和社会都是一个大大的平台。

我也会通过微博这个互动平台，向粉丝们征集向名人提问的问题：

李开复：明天要和下面三位在一起一天，大家有什么问题想问他们：《纽约时报》新闻主编、《商业周刊》执行主编、《芝加哥论坛报》的普里策奖得主。（这是百人会赞助帮助美国媒体理解中国的项目）

这个征集在短时间内就收集到了很多很好的问题。摘录几条如下：

我想知道他们如何看待优秀美国IT企业如雅虎，google的企业文化对中国的影响。希望这个消息能被看到：)

我想问一个行业内的问题：面对网络等新传播方式，比如，我注意到三个主编所在媒体的印刷版广告都是直线下降的，你们焦虑么？各位主编对纸媒如何应对新传播方式有何高见？

想问《商业周刊》执行主编：请问美国是全球最大的债务国，美元贬值是不是最好的一

个解决办法？美元贬值到底要走多远？现在的反弹是不是假象？

移动互联网未来的趋势。手机广告和互联网广告有什么不同？

都是我的美国同行。很想请开复兄代问，他们对纸质媒体尤其是杂志在新媒体时代的未来到底怎么看，财经类杂志还能做多少年？多谢。

微博平台通常也都提供了发起和组织粉丝投票的工具。我在微博上就曾发起过很多投票。例如，我们正在筹划 2011 年举办一次有关互联网产业、创业、投资和创新的大会，就在微博上发起投票，看网友们最希望哪几位业内名人到会。投票的题目是：“如果能请三位来中国演讲，你最想听谁的？”这个投票有 7 529 人参与（每人最多选 3 位），结果非常有趣：

除了主动地在微博上发起与粉丝间的互动，我们还要特别留意粉丝的反馈，及时作出正确回应，这也是保证粉丝忠诚度、增加粉丝数量的关键。

在微博上，我会发布一些比较难懂的英文内容或视频，然后再通过留言，看粉丝们看懂了没有，如果没有，我就给大家详细地解释。比如，有一次我转发爱迪生的一句话：

李开复：I failed my way to success. — Thomas Edison

发出后，很多网友留言说，不明白这句话的含义。我就借这个机会，发微博跟大家解释这句话：

李开复：有网友说不太懂。爱迪生发明灯泡尝试了 700 次才成功，但是他说：“我不是失败了 700 次，而是成功地学习了 700 次错误的方法。唯有排除错误的方法，我才能找到成功的方法。”也就是每一次失败都是一次学习，所以说失败是成功之母。

发出微博以后，一定要记得抽空儿看看网友的留言、评论。我虽然没有办法读每一条留言，但是每发一条微博，我都会看看最早的几十条留言，以确保没有说错话。当我用提问的方式发微博时，我一定会负责地读完每一条回复。有时候，一条微博会引起很多人批评，如果的确是因为微博内容上的疏漏，或者的确有观点、事实上的错误，就必须考虑删掉该微博。当然，太过分的删除操作也是不好的，因为如果删除了已经有人转发的微博，别人的转发就失去上下文了。对恶意留言的删除也不能太过分。

有一次，我和一位前任部长吃饭，他开了两个玩笑，我觉得挺好笑，就把玩笑的内容发到了我的微博上。没想到，好几个粉丝都在评论中告诉我说，这个玩笑不但不好笑，而且有歧视和欺负人的嫌疑。看到这样的评论，我意识到了自己的疏漏，就赶快把那条微博删除了，还好没有造成更坏的影响。如果当时发了微博之后，完全不看粉丝的反馈，可能就会有麻烦了。

如果在网上看到恶意批评你的微博或评论，你想要辩解时，最好也要三思而后行。这时，一定要先看看，那条微博是否已经传播得很广。如果它本身还没有怎样传播开来，那最好的回应，也许就是保持沉默。否则，你的回复或转发反而让更多的人看到对你的恶意批评，其

实是帮对方做宣传了。

总之，在微博上有很多和粉丝、网友互动的方法，只要善于使用各种互动技巧，同时细心收集、听取反馈意见，你一定能赢得越来越多的粉丝关注。