

# 我在拐点等你

□ 杜子建

微博刚来的时候,很多企业都没有做好准备;微博很火的时候,很多企业还是没做好准备;我在想,当微博成为传播大势的时候,你是否依然没有做好准备?

知道了微博是个好东西——知道她改变了历史上所能呈现的全部传播形态,知道她的传播威力跟核变一样魅力无穷又威力无边,但如何驾驭她的威力、如何合谋她的魅力,是很多企业兴趣盎然又举目茫然的事情。

微博之魅,在于她的低成本传播趋势;一夜之间,人人都成了媒体,个个都拥有电台,任何人想说话都可能被微博传出去,转眼之间即可千里之外万众瞩目,这样的传播魅力似乎乎一夜之间解决了让企业最为头疼的宣告、推广、营销、阐述等自主传播的问题;但是,究竟应该如何传播,无数的企业都还没有写好微博的动脉。

而微博之威呢,我想很多企业家都听过微博发威的故事,这个140字的小东西无疑具备了摧枯拉朽的气势,于危机而言,只要存在,你来或不来,它都在那里。

正因如此,很多企业及企业家都抵触微博,但这个抵触是有风险的。我在微博上说过,我说,你不注册微博并不等于规避了风险,相反,你可能失去了提前掌握危机信息把控的机会,因为你注册微博不等于你手下不玩微博;又或者,即使你不注册微博,也并不等于你的敌人或你的对手不注册微博。

好的企业,不怕微博;坏的企业,怕也怕不掉。唯有玩好微博,才有可能掌握主动,否则,微博的威力,只需三分钟即可引爆,它不会给你预留召开紧急会议的任何时间。

微博无处不在。目前,仅新浪微博,各行各业都已侧身其间,旅游餐饮、家居服饰等无所不包,大量的知名企业都已经试水此物,比如宝马、奔驰、招行、移动等。还有更多的企业已经在其中尝到了甜头。潘石屹的夫人张欣就因为微博的来临而放弃了对传统媒体的依赖,他们甚至把地产营销全部搬上了微博,银河SOHO就成了他们试水微博传播

的经典案例,而与潘石屹携手同进的还有任志强,本来老任在微博之前被大量媒体及网友所病诟,但微博之后,任志强不仅扭转了误解大局收获数百万粉丝,还开发了新的“退休新产业”。平常聚会,酒桌茶馆,他们无不手持I-PAD先来一段微博再说。老任说,微博是个好东西。

微博是个好东西,但好东西到底应该怎么玩呢?

我所知道的,仅仅招商银行一家,就已经开设了数千个企业微博,招行副行长张光华就曾在“中国企业微博论坛”上指出:

企业官方微博的良好运行,能够形成一批高活跃性的代表用户,并通过他们维护和提升企业品牌;能够产生更大的社会营销,创造更多的社会效益。事实也正是如此,第一个在微博上走出营销大局的是戴尔电脑,而在新浪微博上获益的企业机构已经不胜枚举,比如IT、影视、餐饮、快递、房产、电商、珠宝等等。

从目前的发展态势来看,微博传播,不是你不要的问题,而是如何做得更好的问题。最新数据显示的注册用户已超过一亿五千万,转眼之间就会直奔两亿,明年呢,三亿四亿指日可待,你能等吗?都是高质量用户,都是消费质量最高的消费者,都是意见领袖,都是你的产品的使用者和评论者(传播者),你可以不在微博,但微博一定会有你的传说。

微博,从商机上看,它是隐秘绞肉机。从商机上看,它又是市场发动机。你用不用它,它都会跟你发生关系。

从目前趋势看,微博的未来势不可挡,除非非科技的出现,否则,这个平台必将在中国成为人人媒体的第一管道;换句话说,它势将成为中国民众的第一媒体,它会毫不客气地让传统媒体(报纸杂志电视广播)让位于我说”——媒体传播的深度变革已经从你说我信”和你说我听”的变化而转向你说我证”和我说你听”的变革上。即使是移动互联时代的到来,它的快媒体属性”依然换汤不换药,快媒体的人人媒体如何发生嬗变,快媒体的使用手段和运用技巧都无法脱离于微博的习惯养成和传播模型,它最后的变异无外乎”打通”,除此,别无



策划:渥店文化  
作者:杜子建 侯强  
书名:《企业微博管理手册》

选择。李开复先生说过,微博改变中国”,此言不仅不虚,而且会有不少十年的着力。

微博是一个特殊的平台,从它的属性上看,主要有四个特殊:

它是社交属性,社交是基于单个的人的需求,用户总量上与其发生关系的比值约在80%;

它是媒体属性,媒体属性是基于信息的需求,用户总量上与其发生关系的比值约在60%;

它是渠道属性,渠道属性是基于商品的需求,用户总量上与其发生关系的比值约占40%;

它是平台属性,平台属性是基于人群的需求,用户总量上与其发生关系的比值约占20%。

而其间比值的重合部分,正是微博属性的各种交叉叠加,因此,它对企业发展的价值是不可估量的,也就是说,它既能传播又能营销还能流通更能打通。

从这四个属性出发,企业不用,算是暴殄天物了。

微博传播,算是以一敌百的,这在节约推广成本、塑造企业形象和维护

企业品牌上面的价值是无匹敌的,而在舆情把控和危机处理方面,你完全可以做到及时有效零距离。

把如此简便的互动平台和答案平台用好了,企业发展一定如虎添翼。

而在“企业官方微博管理”上,有几个重要的事项必须清醒明确,比如企业领导人的形象管理”、企业领导人的信息管理”、企业领导的官方微博的组织管理”、官方微博的内容构成”、微博编辑的话题红线”、官方微博的管理协同”、企业信息的舆情把控”、企业信息的危机预案”、官方微博的激励机制”,如此种种,都是很多企业还没有完全想明白的。

因此,这个《企业微博管理手册》相当于“企业微博管理基本法”,它是目前中国唯一一本经过长期观察、认真探索、深入研究、科学客观的企业官方微博指导范本,是填补国内传媒空白、帮助企业克服微博体验障碍的首席文本,是一册在手畅行微博的全维度指南。虽然微博的快速发展会随时给这个版本带来缺漏,但此书依然是企业微博管理不可替代的基础知

识的教科书。

它是工具,是各大企业、各路微博必须人手一册的核心指南,此版本唯有“人手一册”,才有可能让企业微博管理者、使用者随时随地翻开,以便成为应对微博形态各种变异的“及时工具”。从传媒历史上看,她对千百年的中国都是个新鲜之说,她没有任何参照和任何补充,也就是说,绝大多人,在微博面前都是“文盲”,没有人曾经拥有过驾驭她的经验,在她面前,每个人都是小学生,每个人都得“从头开始”,每个人都必须慎学敦明,如同我们小学一年级所必须学习的文字练习和数字背诵,必须每天浸淫,必须每时每刻,必须路上床头;惟其如此,我们才会因为这个工具的全面性和实用性而随时根据微博的新型发展做好笔记和补充,并把这些经验使用到日常微博管理中。这样的知识积累,对个人、对企业的价值都是不可估量的——可以驾驭微博的人,势必成为驾驭大势的“能人”。

至于“为什么偏要按照你这个玩法玩微博”,我有三个理由:

一,我是中国最早的微博实用主义的民间研究者;二,我用这个方法赚钱了;三,我用这个方法为上百家企业服务了。

至于其中道理,我下个即将在湛庐文化出品的专著中将人性、关系、社交、传播链、影响力、需求、答案等不同维度来告诉你更鲜为人知的理由——包括我们人性当中潜藏的“邪恶优先”、“质疑优先”、“特弱凌强”、“舆论凌迟”、“狭容帝国”、信用断裂”、“链式反应”、“环形传播”等各种基于微博而形成的新的语系。

当然,我知道,这本《企业微博管理手册》肯定不会成为企业微博传播的终极版本,但它的别无他选的实用价值是不可逆转的;到目前为止,我还没有看到第二个可以与之相互参考相互印证的其他版本。在中国,这是唯一专业著述。

我们会随时根据微博的变化而作出最新的增补分享。

微博很小,但力量很大,你可以忽略,但切不可忽视。不要等到拐点的时候才去找她。找她之前,不如找我! 下一站,我在拐点等着你!

## Google化生存



书名:《Google时代的工作方法》  
作者:(美)道格拉斯·梅里尔 詹姆斯·马丁  
出版社:中信出版社

□ 尹洁

你的办公桌是不是经常乱七八糟?你工作时注意力是不是经常分散?你在工作生活中是不是经常会顾此失彼?你是不是整天感到忙乱不堪?”

以都市生活的千篇一律性推测,恐怕不会有多少白领有机会说“不是”。16年前,《数字化生存》一书风靡全球,尼葛洛庞帝描绘的数字化生活眼下却已经有点落伍了。互联网技术的日新月异使信息共享不再是问题,麻烦的是,信息冗余时代到来了!乱如麻的文档和报表塞满文件夹,铺天盖地的邮件挤爆邮箱,五花八门的搜索关键词掩盖了真正有用的内容;越来越多的紧张和混乱的生活环境——恶性膨胀的都市被烟尘尾气笼罩,多如蚂蚁慢如蜗牛的汽车永远排成长龙,朝九晚五的压力使你时刻担心亚健康危机的危机……那么,或许《Google时代的工作方法》可以帮你从陷阱里拔出一只脚来。

本书作者道格拉斯·梅里尔是Google公司的前任首席信息官和普林斯顿大学的认知学博士——认知学是专门研究如何学习、怎样解决问题的学科。他把工作经验和学术成果结合到一起,试图运用有序组织的原理,教大家充分利用新型数字工具和搜索功能,理顺事项的轻重缓急次序,并试着用同样的方法来安排工作和生活,从而使两者合二为一。在作者看来,要把工作和生活融为一体,而不要试图完成“工作生活两不误”这个不可能的任务。”

因为提倡“用故事帮助记忆”,所以本书把学术研究、工作理念、个人经历和趣闻轶事整合到一起,比如用“爱因斯坦不记自己的电话号码”引出“大脑为什么不能同时执行多重任务”的阐述,各种指导性的策略涉及生活的方方面面。关于谷歌各项功能的章节十分具有建设性,作者果然不愧首席信息官的头衔,对于如何玩转搜索功能的研究可谓登峰造极,从搜索引擎的设置、最佳结果的获取到各种小窍门一应俱全。还有一些与网络相关的工作技巧,比如如何实现信息过滤、纸质文档与电子文档的优势、如何将 Gmail 变成可搜索的文件夹案库”、度假时怎么合理安排工作、“出差旅行如何能不受煎熬”、如何处理意外事件”等等,都有细致入微的分析和建议。

本书作者离开 Google 之后转行投身于百代唱片公司,他对音乐的热爱在书中是显而易见的,大量歌词被嵌入字里行间,比如在前言中提到生活压力时,插入的是 Pink Floyd 的“You run and you run to catch up with the sun/But it's sinking.”而在搜索引擎的设置”小节旁边则是 Tag Search 的歌词 Whoop! There it is.”这或许正是他所谓“把工作和生活融为一体”的体现。毕竟,借用《福布斯》杂志评论本书的话说,这是一个“信息太多、时间太少”的世界。

对于人生而言,最好的情形当然是工作即兴趣、即长技、即娱乐,这是极少数人才拥有的幸福,也是大多数行业顶尖人物成功的秘诀。绝大多数人没有这样的机遇,即使其中多个人获得了生活的眷顾,来自事业和家庭的双重压力也把本应有的快乐掩盖了。但是任何时候,人们总应有权力追求理想,正如本书作者最终离开IT行业转投音乐世界一样。似乎学校和家庭都没有真正地教过我们如何选择职业、选择幸福的人生,我们总是在走了无数弯路之后无奈地放弃或者沧桑地得到。当大多数人麻木于既有的生活模板时,总会有一些不安分的家伙想出改变的对策,所以我们人生前22年没机会修到的学分还依然有补上的可能。被我们视为快餐一样的书籍有可能成为点滴灵感的来源么?或许就从这一本开始。

## 爱因斯坦的望远镜

□ 金风

在一般公众的眼中,物理应该是一门高深的学问。从牛顿(Isaac Newton)到爱因斯坦(Albert Einstein),爱弗里曼(Richard Feynman)到霍金(Stephen Hawking),物理学家的头顶永远笼罩着天才的光环。这层光环不仅照耀着这些我们自高中时代就耳熟能详的名字,还慷慨地将光辉分享到每一个和物理有关的人。无论是从事研究或教学工作的物理学工作者,还是在各个阶段物理学得好的学生,都能自然而然地享受到这些光芒,从而被归为聪明人的一类。

在过去的十几年中,我们都不可避免地受到这种光辉的照耀。在它的影响下,我们各自有那么一段时期看得似乎很高,肆无忌惮地用着高深莫测的理论和晦涩难懂的学术名词来谈论物理,似乎只有这样才能彰显自己的与众不同。幸运的是,这种丑恶的嘴脸并没有保持太长时间(否则我们不确定是否能在清醒过来后,顶住随之而来的羞愧与自厌),并随之认识到,物理学的美,恰恰在于简单。

对于这个结论,绝大多数学过物理的人肯定不会同意。在公众看来,物理不仅高深晦涩,而且枯燥乏味。事实上,即使是物理学工作者(比如我们自己),也时不时会产生类似的想法。但是,在将“觉得乏味—感兴趣—再觉得乏味—再感兴趣”这个循环重复了无穷次之后,我们却不得不承认,物理既不高深,也不乏味。高深的是描述物理的方法,乏味的则是我们这些搞物理的人。

谁都不希望变成乏味的人,物理学工作者也不例外。但是,我们在很多时候却不得不求助于高深的数学或其它工具,因为除此之外,我们根本不知道该怎么去描述世界运行的道理。说得再坦白一点,物理的

高深恰恰是因为人类自身的无知。只有当我们对自然的领悟已经达到了运筹帷幄、存乎一心的时候,才可能将一切的逻辑和法则用最浅显的语言描绘出来。这样的天才确实存在,但绝大多数人(当然包括我们)都不是。

说到这里,我们希望已经澄清了一些不应该出现在自己身上的光环,更希望能消除读者心中对物理的畏惧和憎恶。诚然,如果您从事物理研究工作,如果不是上述的那种天才(和我们一样是个中人之资的普通人),那么很遗憾,您就不得不借助高深乏味的工具,并在一生中不断体会着“乏味—兴趣—乏味”的循环。但是,如果您只是想欣赏物理学的美,并享受它所带来的兴奋和愉悦,那您完全可以抛却过去曾经有过的不愉快(比如高中时期的习题和考卷),并尝试着用全新的方式重新拥抱物理。

如果您真的有此决心,那么手上的这本书绝对是一个很好的开始。本书的作者作为一名活跃在科研第一线的宇宙学家,以她深厚的学术功底为基础,为我们讲述了有关引力透镜、暗物质和暗能量的故事。随着作者充满感性和魅力的笔触,我们得以完全不同的视角欣赏和享受物理学中最纯粹的(因此也被误解为最枯燥)分支——宇宙学和粒子物理学——所带来的冲击和震撼。在物理学的帮助下,身为地球上的普通人,我们不仅可以“看到”宇宙深邃的尽头,还可以探究隐藏在无尽夜空下神秘的天体,而这些认知又和比原子还要小很多倍的基本粒子研究联系在一起。所有这些激动人心的概念,都将在您阅读的过程中一一呈现。

书名:《爱因斯坦的望远镜:搜索暗物质和暗能量》  
作者:艾弗琳·盖茨  
出版社:中国人民大学出版社

## 检讨经济学的对与错

□ 贺力平 初丽丽

经济学出错了么?”这个问题不常在大学课堂上被提出来,但近来却在现实生活中每每被争论。2008年夏秋之季爆发的国际金融危机不仅海啸般地冲击了许多发达经济体,也给经济学界带来了不小的震荡。

陶永道先生是一位冷静的思考者。多年来他一直在思索经济学的基本问题,尤其对流行经济学教科书的一些基本概念、方法和原理感到不满。现在,他将自己的思考和分析汇集起来,出版了这部题为《互利:经济的逻辑》的著作。

这本书分为15章,每一章都针对流行经济学教科书中某个重要问题展开论述,并提供了自己独特的见解。全书的主要内容力图告诉读者,流行经济学教科书的许多观点和推理是不对的,现代经济学借以自豪的分析方法有着重大缺陷。

显然,作者具有不同寻常的勇气。这不仅表现在对那些数百年来已被经济学界广泛

接受的观点和方法提出了挑战,而且认为经济学在基本思路上都上都有疑问。

我们可以说《互利:经济的逻辑》是一本力求系统地检讨经济学理论与对与错的文集,是体现作者批判性思维的独特成果,值得那些关心经济学体系是否具有完美性的所有读者来阅读。

提到“经济学体系是否具有完美性”这个话题,我们不能回避国际金融危机爆发以来国际经济学界浮现出来的激烈争论。有关这场争论的具体情形,国内学界已有一些介绍,这里再扼要地叙说一下。

2008年11月,即雷曼兄弟公司倒闭的两个个月后,联合王国女王造访了伦敦政治经济学院,并对在那里陪同接待的经济学界专家们提出了一个问题:你们为何没有预见到金融危机的爆发?不列颠皇家学术院的若干学者在2009年6月召开一场专门会议,对女王提出的问题进行了反思和讨论,并形成了一个公开的答复意见。大意是,我们在过去的研究中出现了一些重要的偏差,忽略了市场经济体系中的系统风险,今

后将努力改进研究工作,避免类似问题再度出现。

这个答复意见很快引起了另一些经济学家(包括来自大不列颠以外的经济学家)的反对。他们也通过公开信的形式发表了自己的意见,对经济成果,值得那些关心经济学体系的问题进行了“更深刻深度上的”反思。他们认为,经济学界的基本倾向多年来已受到不当方法的严重影响,过分注重形式化(包括使用复杂数学工具),而这使得研究者不再关注社会生活中的全局性问题,仅仅囿于无关痛痒的枝节。

2009年6月,曾于2008年获得诺贝尔经济学奖的克鲁格曼应邀在伦敦政治经济学院发表“罗宾斯讲座”讲演,语出惊人:“过去30年来是宏观经济学 觉得好听简直是无用之物,说得好听是害人之物”。他将自己的发言整理成长文发表在2009年9月2日的《纽约时报》上。克鲁格曼的言论被广泛地视为经济学界出现了“内讧”。

伦敦出版的《经济学人》周刊在2009年夏秋之季也发表了多篇文章评说经济学的现状,

到半夜。

似我等这不专业的酒徒,他们也收留,照常开放,恰以我之不专业,做最佳循循善诱对象。一日,在南新仓天下盐,黄珂环顾四周,指说:“这里是我热爱,必难能久。加之黄珂在望京西区606的私家宴上高举酒杯,高朋满座,高山流水,加之二毛在南新仓大粮仓内大宴宾客,大厨坐镇,大侠出没小鲜里——前者可拍成电影《孟尝君》,后者可拍成电影《新龙门客栈》——黄珂与二毛,黄门宴与天下盐,互为搭档,互为表里。更有豪情满怀者,创制出在天下盐晚餐,到黄门宴宵夜的路线,然后是抹牌

到半夜。二毛的绝学,远不在笔墨文字,厨堂钻研。他的情怀,至今我仍未参透。他时而化身庖丁,时而化身诗人,时而化身

## 大国亦是盘中餐

□ 胡超起

起初,我见“天下盐”的美食单子觉得有些矫情:耳边响起的牛肉、天上朵朵菜做的云、温柔是汤、一生素炒云云。以我做媒体的目光来看,未免有哗众取宠之感。压看不悦,正经开吃。胃肠之福、口舌之欢,莫过如此。

从七八到三里屯再到南新仓,一路上追吃过去,也有七八年的光景了。“天下盐”金字招牌不倒,黄门宴”四季饭

局长青,堪称是京城一大大文化奇谭。好吃而不倦,若非发自内心的热爱,必难能久。加之黄珂在望京西区606的私家宴上高举酒杯,高朋满座,高山流水,加之二毛在南新仓大粮仓内大宴宾客,大厨坐镇,大侠出没小鲜里——前者可拍成电影《孟尝君》,后者可拍成电影《新龙门客栈》——黄珂与二毛,黄门宴与天下盐,互为搭档,互为表里。更有豪情满怀者,创制出在天下盐晚餐,到黄门宴宵夜的路线,然后是抹牌

到半夜。二毛的绝学,远不在笔墨文字,厨堂钻研。他的情怀,至今我仍未参透。他时而化身庖丁,时而化身诗人,时而化身

到半夜。二毛的绝学,远不在笔墨文字,厨堂钻研。他的情怀,至今我仍未参透。他时而化身庖丁,时而化身诗人,时而化身