

<<微力无边（2014升级版）>>

图书基本信息

书名：<<微力无边（2014升级版）>>

13位ISBN编号：9787300180564

10位ISBN编号：7300180566

出版时间：2014-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：杜子建

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<微力无边（2014升级版）>>

### 内容概要

#### [内容简介]

在本书中，杜子建将继续从网络传播奥秘、网络影响力因素、网络社会学构成、“链式反应”的要件、网络粘性、微博的未来性等角度，对关于微博的一系列问题给出自己的答案。

《微力无边（升级版）》展现了杜子建对微博的最新思考：

微博是不是真的衰退了？

微博的未来在哪里？

微博与微信的关系是什么？

最新的微博大事件折射出了怎样的启示？

#### [编辑推荐]

杜子建，中国最早的社会化媒体营销草根研究者，以自己独特的洞察力和话语方式在蓬勃的社会化营销界独树一帜。

别人称他是“微博营销教父”，而他自称“屌师”。

两年前一本“板砖书”惊醒了无数沉浸在微博中的人，两年后“屌师”著作升级版再度来袭。

《微力无边》（升级版）最新修订2万余字，展现了杜子建对微博的最新思考：微博是不是真的衰退了？

微博的未来在哪里？

微博与微信的关系是什么？

最新的微博大事件折射出了怎样的启示？

《微力无边》自出版以来被数万读者评为“网络营销必读书”，“微博时代必备工具书”。

湛庐文化出品。

<<微力无边 (2014升级版)>>

作者简介

[作者简介]

@ 杜子建

华艺传媒集团创始人。

作为中国最早的社会化媒体营销研究者，杜子建在快媒体传播环境下独创了“破拆&答案”的新营销理论体系并形成独有的“华艺哲学”。

先后为北京市公安局、招商银行、中国人民大学、创维、伊利、快克、《南都周刊》、《华夏时报》等近百家单位做过专题演讲和培训。

因其独特的思维和不拘一格的形象，被称为“营销奇侠”和“营销界的非人类”。

《EMBA视界》总编刘元煌誉其为“中国企业家必须会见的20人之一”。

<<微力无边 (2014升级版)>>

书籍目录

引子 大家开始吧..... / 1

01 微博，一个异类的存在

【微观察】所有的人，都在低估微博的威力，即使他认为他已经很高估了。

微博是个怪东西 /

《小时代》的“小力量” /

中国微博，近亲？

远亲？

远房表亲？

/

你是哪种“微生物” /

微博不是“你方便”，而是“你随便” /

微博是战场 /

微博是“活”的答案 /

02 在场，微博威慑力的核心

【微观察】每个人都是潜伏者，每个人都是深喉，每个人都在记录，每个人都是在场直播。

微博，让每个普通人拥有了最强大的背景 /

每个人都是“在场直播” /

微博的第三只眼 /

无处不在的裸曝力 /

03 “发生关系”，微博社交的本质

【微观察】这是一个迁徙的社会，虚拟的“弱关系”成了“精神家园”，你有了自己的“关系部落”，这个“部落”作用在你的灵魂上。

你成家了。

社交平台的第一核心，“发生关系” /

姜子牙，“发生关系”第一人 /

5天，一个“发生关系”的美好奇迹 /

04 给力的“人人”传播

【微观察】传播的核心是人，传播的爆发力是内容，传播的速度是基于工具的发达与否，但无论什么样的工具，都离不开“人的作用”。

传播，就是“人的接力”。

张家川的得与失 /

“临时共性”与“临时速配” /

“人人” “人群” /

微博传播者的四种身份 /

传播，就是“人的接力” /

05 微博的传播力，从声音到质疑

【微观察】就大事件而言，微博是谣言。

微博的快感就潜伏在围观、等待、质疑、求证这个谣言的整个过程当中。

此类微博，传播力最强，也最恐怖。

传播力不等于影响力 /

微博信用链，你盖章你负责 /

声音，影响力的终极体现 /

## <<微力无边（2014升级版）>>

“推客”作用于传播力 /

粉丝值决定传播力 /

传播环与传播伞 /

“丑陋优先”，歪嘴巴说的都相信？

/

谣言之“威” /

谣言能被终止吗？

/

环境协同下的临时共性 /

06微博的影响力，从信从到改变

【微观察】微博上发生的每一次小高潮都是一场小小的袖珍戏剧，但它所产生的链式反应却不仅仅止步于微博本身，它的变革性力量直接影响到现实社会，并有可能引发对已经做出的决策进行必要的微调。

信从，才是真正的影响力 /

水能覆舟，强大的协同影响力 /

环境协同下的舆论洪流 /

“点客”作用于影响力 /

链式反应与信息当量 /

影响力即是改变力 /

07谁是传播域的“上帝粒子”

【微观察】网络是由人构成的，尤其是社会化网络，每一个节点都是由一个一个的人构成，你激活了一个人，就等于激活了一次传播，如果他是那个有粉丝的人，你激活他就意味着激活了一个小组织传播群体。

让微博“奔跑”起来 /

传播中的“能量源” /

激活传播，让自己成为传播域中的“上帝粒子” /

满足你的“喜闻”，迎合你的“乐见” /

“寄生结构”的茶营销 /

“老杜学堂”的“十度传播” /

破解“传播格式” /

08一条微博能走多远

【微观察】微博，不是玩文字质量的，而是玩信息当量的。

好的传播跟你的粉丝数多少关系不大，如果你能在140个字中做出一个“带当量”的信息，就算你只有5个粉丝，照样会出现“链式反应”。

微博是不是个菜市场 /

同一个实验，为什么差别那么大 /

发轫端，疑似谣言 /

传达端的强化力 /

发酵端的威力 /

爆发端，一爆即发 /

传播终止，抑或开始 /

09微博的四大属性，让一切落地生根

【微观察】微博，是信息集成平台；微博，是人骨拼图。

你必须用“明天”的眼光来看待“今天”的事物。

<<微力无边（2014升级版）>>

否则，眨眼就落伍，转身就淘汰。

不得不说的“四大属性” /  
社交，现实关系链的虚拟迁徙 /  
媒体，新闻已死现场降临 /  
渠道，二度空间时代 /  
平台，一片广袤的“大地” /  
结语 我总是试图去触摸未来的脉搏 / 197

<<微力无边 (2014升级版) >>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>