

社交红利时代的奥秘

文/郑渝川



《社交红利》
徐志斌 著
北京联合出版公司

社交红利很可观,社交红利有门槛。前半句说的是社交网络带来可观收益的总体确定性、规模,后半句则指出思路、方法的重要性,腾讯微博开放平台资深员工徐志斌所著的《社交红利》一书把这两方面问题都讲得比较透彻。

社交网络的一个核心特征就是“让信息在关系链中流动”。关系链指的是具有真情实感的用户之间结成的关系纽带,理解了这一点,就不难解释为什么那些微博、微信平台上表现呆板、拒绝互动或者卖萌过度、偏离本职的机构认证账号,为什么不能掀起真正有效的互动,更谈不上从与用户的互动中获得回报。书中提出的建议是,无论是机构账号,还是个人账号,都需要以个性化、鲜活的语言表述来获得起码的接纳和信

任,充分而恰当地体现情感与情绪,围绕热点、利益,注重简单与丰富的结合。

不可回避的一个问题是,曾一度崛起的社交网络平台企业为什么只有极少数获得了真正的成功,同样,在社交网络上投入较多资源的企业(账号)收益的差别怎么会那么大?从互联网1.0到后来的移动互联网,用户之间的弱联系连接的特征越来越明显,这使得一个普通用户可能会关注(收听)很多大V用户及普通好友,一个人成为另一个人的“粉丝”(听众)并不需要认识对方甚至达成基本的了解。问题是,信息过载前提下,用户也很容易非常冲动而轻易的去掉对他人的关注(收听),绝大多数时候的忠诚度接近于零——“作为用户,如果发现自己面对的信息充斥着令人不愉快、不满意或者不好玩的内容时,也意味着自己选择收听

的对象出现了下次,不如开始优化,退掉那些带来不良信息的账号”,取消关注甚至干脆拉黑、屏蔽,也就显得顺理成章。社交网络上的许多机构账号正是因为“话痨”,才被用户打入另册。

必须明确提出的是,《社交红利》书中默认“QQ空间-腾讯微博-微信”为社交网络的三个阶段,主要依据腾讯微博和微信的相关数据及案例情况开展分析,基本上完全隔绝了对微博的领头羊“新浪微博”及有关案例、数据的讨论,也不涉及与腾讯下属企业存在竞争关系的淘宝(阿里巴巴),就使得许多重要分析和结论面临支撑无力的窘态。在书中后来的篇章中,媒体和大V话语权影响力远胜于草根用户账号这样一个现实也获得了承认。笔者以为,如果这本书要再版,需要就这两个问题作出相应的技术性处理。



《真实的中国》
黄亚生等 编
中信出版社

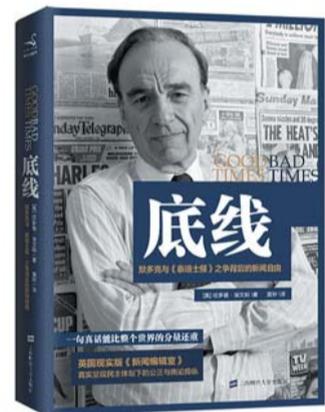
由国内外顶级的经济学家团队围绕“中国模式与城市化”这一议题从各个角度展开充分的讨论而汇成的著作。书中提供了一些城市化的具体经验和设想,这些地方实践能为中国未来的城市化提供借鉴和思路。但是,中国常见的问题还包括“上有政策,下有对策”,中央很多动机良好的政策,下达到基层时会有变形。从理论到实践,不折不扣地被执行并非易事。

2013年8月31日-9月6日书香榜单

排名	书名	版别	作者
1	《现代汉语词典》第6版	商务印书馆	中国社会科学院语言研究所词典编辑室
2	《弟子规·三字经·千字文·孝经》大字拼音读本	人民文学出版社	北京四海儿童经典导读教育中心编
3	《繁星·春水》	人民文学出版社	冰心
4	《鲁教版二年级上册——司马彦字帖》	电子工业出版社	司马彦
5	《弟子规》楷书	上海交通大学出版社	田英章
6	《好妈妈胜过好老师》	作家出版社	尹建莉
7	国学堂《三字经》	明天出版社	李郑思
8	《大悦读——伊索寓言》	吉林大学出版社	伊索
9	《脾虚的女人老得快》	湖南科学技术出版社	佟彤
10	《很老很老的老偏方,护肤难题一扫光》	广东科技出版社	莫秀梅

榜说

开学周必然少不了儿童读物的亮相。畅销书榜是节日反应敏感的表盘,本周似乎也在呼应开学周,呈现儿童读物百花齐放的趋势。纵观本周书榜,书店的教材教辅大幅上涨,一般畅销书的销量比往日明显降低,而童书却不受影响,稳中有升。以往在“六一”前后才有起色的儿童读物本周占据前三甲,就连《朱镕基上海实录》、《看见》等热销图书都为它们“让路”,本周《现代汉语词典》依然高居榜首。国学经典依然畅销不衰,成为众多家长选择,《弟子规·三字经·千字文·孝经》本周位于热销榜第二位。经典少儿名著大量返榜,成为一道亮丽的风景线,可以说是本期榜单最为显著的特点。冰心老人的《繁星·春水》随着父母老师向孩子们一代一代推荐,实可谓经典中的经典,本周位列榜单第三位。



《底线》
【美】哈罗德·埃文斯 著
上海财经大学出版社有限公司

1981年,泰晤士报业公司陷入困境,被迫出售。为了保障“新闻报道的准确性和观点的自由表达”,英国设立了法律担保,限制所有者权力。默多克收购报纸一年后,他绕开担保,借商业运营之名,控制新闻采编,左右政论立场。报纸珍视的内部独立性遭到腐蚀。本书真实呈现了巨变时刻的媒介业态。审查限制、劳资纠纷、技术换代带来了外部压力。与政治权力一样,资本也开始威胁新闻自由。

一位成功房地产商的反思

文/小雨



《情商中国》
徐彦平 著
复旦大学出版社

《情商中国》是一本结合人性心理、历史文化及成功实例的经营新作,求学问道,却不拘泥于道,在商言商,又不局限于商的“大文化、泛管理”作品。

首先《情商中国》这个书名定位就相当准确。如作者所言:“情”,指情感;“商”则有两层意思:一是商数,“情商”指的是人的情感能力,二是商业。“情商”指的就是商业中利益与情感的关系。至于在“情商”后加上“中国”二字,是试图回溯传统中国社会在情商问题上有何种认识和尝试,以及探讨情商在当下的中国社会生活中的位置。

因此,可以说这本书既是一部讲如何运用情商的书,也是一部讲情与商平衡关系的书。

举书中一个例子,中国古训常用“金钱如粪土,朋友值千金”一句来形容情之可贵。但很多人也发现,这句话

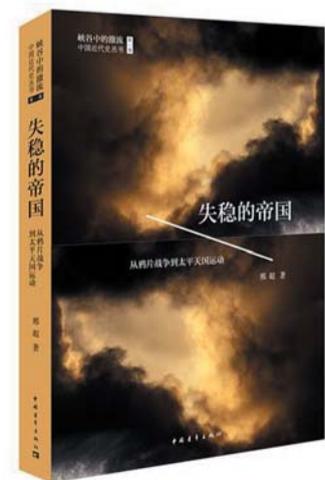
本身就是矛盾的,推理之后不难得出“朋友如粪土”的结论。情该不该用金钱来衡量?金钱为何如粪土等等,都是此书讨论的话题之一。

在书中,作者徐彦平通过各种有趣的例子来研究利益交换和情感交换这两种不同交换行为,并得出了自己的结论:不公平产生情绪、不平等产生情感。

控制和化解情绪,积蓄和交换情感,这是作者为解决个人、企业乃至社会矛盾,促进社会公平提出的解决方案。导致情绪的不公平必须革除,而产生情感的“不平等”则不妨重新定义。这种“不平等”不是人格上的不平等而是指人出于情感交换的需要,努力放低姿态,以表面上的“不平等”建立起更和谐的人际关系。这种“不平等”产生的人情和修养,能在人与人、阶层与阶层之间化解情绪,以妥协成就共赢。

作者之前作为一个文人,不自恃清高地去鄙视财富,反而积极地跳出体制,创造财富;现在作为一个商人,仍旧不改初衷,不放弃之前那种充满忧患意识和探索精神的上人情怀而是更加全情投入。也许正是这样的经历使作者对情感和利益、道义和财富之间的关系有着非常清醒的认知,并不断探索和追求一种更合情合理的价值取向。

《情商中国》作者徐彦平,从士兵到诗人,从报社编辑到商人,人生非常多彩,而作为国内知名企业家,成功的房地产商人,他又经历了从下海经商到广告人,从房地产开发商到政协委员的全过程。所以不难想象,本书既包含了文人的渊博、古今中外、旁征博引;诗人的文笔,敏锐与热情;又具备了商人给出的实用性和决策者的思想性。相对应的,也从侧面勾勒出一个成功商人该有的品质——修为、反思、担当。



《失稳的帝国》
邢超 著
中国青年出版社

在作者看来,如果把中国的历史比做一条长河,那么,鸦片战争的作用相当于把坚固的河堤撞开了一道缺口;而太平天国运动相当于一场洪水,不但造成河道内狼藉一片,而且把河堤的缺口冲刷得更大。本书详细记述了清帝国面对内忧外患试图捍卫自己的尊严与权益的历史过程,从中我们可以看到先辈们在面对一个不可能完成的任务时表现出的无奈、痛苦、倔强和挣扎。