

# 第 1 章

## 闪亮登场，微信背景大揭秘

### 学 前 提 示

2010 年 10 月 20 日，腾讯公司启动微信；2011 年 1 月 21 日，微信 1.0 版本正式发布，短短三年的时间，微信已经发布了 5.2 版本，用户人数达到 6 亿，这些数据无不充分说明了微信的巨大发展潜力。

### 要 点 展 示

- ◆ 出身世家，引爆全新生活方式
- ◆ 无冕之王，秒杀其他通讯 App
- ◆ 诱惑众生，抢占营销首位



## 1.1 出身世家，引爆全新生活方式

与腾讯的发展史一样，微信在骂声中飞快成长——虽然既非原创，又不具备首发优势，但仅仅一年，微信竟远远超越对手们，拥有了 5000 万用户。

微信的风行，既依托于腾讯源源不断的弹药支援，又源自其持续改进的细节拿捏：2011 年，微信一共发布了 45 个不同终端的版本，平均 1.15 周发布一个，2014 年，它已经发布了 5.2 版本，功能更加强大，如图 1.1 所示。



图 1.1 微信 5.2 版本

### 1.1.1 背景

#### 1. 智能终端的崛起

从最基本的塞班到后续的安卓以及不断进化的 ios，这些系统都让用户在使用手机的时候，更加趋向于将其作为一个大量、可定制的信息收发终端。丰富的应用程序增加了用户对智能终端的黏性，反过来也促进了应用程序的丰富化。

#### 2. 运营策略的改变

各运营商在 3G 时代越来越关注用户的流量诉求，运营策略从短信加语音模式，逐渐转向流量加语音模式，与此同时，用户使用无线流量的成本也在逐渐降低。

# 全国Mini-MBA职业经理双证班 (管理岗位 全国培训)



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构，近 20 年实战教育经验，值得信赖！（教证：0000154160 号）

全国迷你 MBA 职业经理双证书班<sup>®</sup>，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课。咨询电话：13684609885

## 招生专业及其颁发证书：

认证项目	颁发双证	学费
全国《工商管理师》MBA 高等教育双证	高级工商管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元

全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产运营管理师》MBA 双证书班	高级生产运营管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元

**学校还开设：**薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师**等管理岗位MBA课程**



**【授课方式】** 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



**【颁发证书】** 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



**【证书说明】**

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



**【学习期限】** 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



**【收费标准】** 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



**【教程特点】**

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



**【考试说明】**

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



**【颁证单位】**

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



**【主办单位】**

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理

人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mhjy.net>

【咨询邮箱】[xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com)

### 【报名须知】

1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)

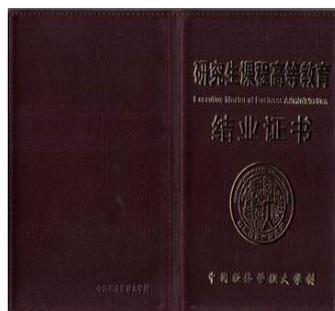
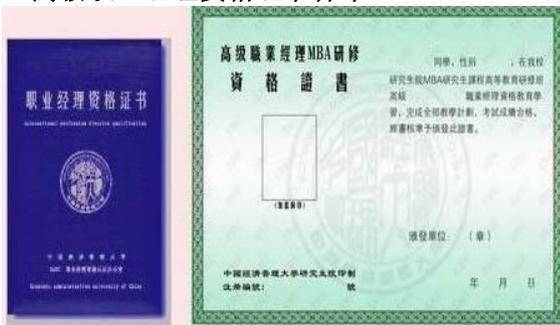
2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	学校地址	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 收件人：王海涛
方式二	学校帐号 企业账户	学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034
方式三	交通银行	卡号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄	卡号：6221882600079099806 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	工商银行	卡号：6222083500001062507 户名：徐传有 开户行：哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	建设银行	卡号：6222801141561055564 户名：王海涛
方式七	农业银行	卡号：6228480170232416918 用户名：王海涛 开户行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行
方式八	招商银行	卡号：6225884517313071 户名：王海涛 开户行招商银行哈尔滨分行马迭尔支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【学校网站】<http://www.mhjy.net>

### 3. 关系链格局的破裂

在互联网时代，最广阔的关系链是 QQ，而微博一系列产品的出现，不可否认是在争夺用户固定上网时间的访问频次和深度，因而 Web 端关系链被打破。这种多关系链争夺用户时间的情况越来越多地出现在无线市场，这意味着只要能满足用户的某种需求，用户可以接受不同关系链的产品，任何一种关系链都有它存在的市场。

### 4. 其他聊天工具的基础

kik 和 talkbox 在国外的成功，在国内市场有着较大差异的前提下仍有借鉴意义。前人栽树后人乘凉，相当多的论证和相似模式的探索都可以省略，因此类似功能的上线论证和速度都可以飞快。图 1.2 所示为这两款聊天软件的图标。



图 1.2 kik 和 talkbox

## 1.1.2 萌生

在 talkbox 发布后仅三天，作为国内即时通讯领域最大的垄断者，坐拥近 8 亿 QQ 注册用户和近 2 亿 QQ 同时在线用户的腾讯，发布了首款微信客户端。谁也不会预料到，甚至腾讯也是始料未及，这似乎没有什么前景的微信很快就形成风靡之势。

微信是一种更快速的短邮，具有零资费、跨平台沟通、显示实时输入状态等优势，与传统的沟通方式相比，更灵活、智能，且节省资费。

其实早在 2010 年 10 月，腾讯广州研发中心产品团队便开始在团队经理张小龙的带领下，着手微信的开发。张小龙此前曾经开发过 Foxmail 和 QQ 邮箱等颇受业界好评的产品，而这一次，微信成为张小龙又一个得意的产品。

据张小龙回忆，开发微信的想法源于他写给腾讯老总马化腾的一封邮件，他当时在研究了 kik 类的软件之后，考虑到这类新的 IM 会对 QQ 造成巨大威胁，因此建议马化腾开发类似的项目，两人一拍即合。





微信最开始的项目研发设在广州，整个团队只有二十来人，基本上都是腾讯的 QQ 研发团队，并没有任何做手机客户端的经验。就是在这样的条件下，微信 1.0 的版本问世了，如图 1.3 所示。



图 1.3 微信 1.0 版本

### 1.1.3 发展

微信的发展并不是一蹴而就的，而是经历了漫长的过程。微信团队的不断开发钻研，打造细节，给用户提供了更方便、更快捷的体验。

(1) 2011 年 1 月 21 日，微信发布针对 iPhone 用户的 1.0 测试版，该版本支持通过 QQ 号来导入现有的联系人资料，但由于仅有即时通讯、分享照片和更换头像等简单功能，因此并不为外界所看好。

在随后 1.1、1.2 和 1.3 三个测试版中，微信逐渐增加了对手机通讯录的读取、与腾讯微博私信的互通以及多人会话功能的支持，截至 2011 年 4 月底，腾讯微信获得了四五百万注册用户。

(2) 2011 年 5 月 10 日，微信发布了 2.0 版本，该版本新增了 talkbox 那样的语音对讲功能，该功能的加入，使得微信的用户群第一次有了显著增长。

在此基础上，微信连续开发 2.1 版本和 2.2 版本，功能逐渐开始增加。到 2.5 版本，随着视频信息的支持以及“查看附近的人”这一功能的加入，再一次引爆了微信用户的增长点，此时微信用户已达 1500 万。用户通过该功能可以轻松找到身边同样使用微信的用户，使得微信这样一个以熟人之间通讯为主的软件兼具了同陌生人进行社

交的功能，也就是说，微信自此以后再也不是单纯的即时通讯软件，而是更多地开始朝向社交类应用发展。图 1.4 所示为微信 2.5 版本及其新增功能。

(3) 2011 年国庆当日，微信发布 3.0 版本，如图 1.5 所示。该版本加入了现在大家广为熟知的“摇一摇”和漂流瓶功能，同时增加了对繁体中文语言界面的支持，并增加港、澳、台、美、日五个地区的用户绑定手机号。



图 1.4 微信 2.5 版本及新增功能“查看附近的人”



图 1.5 微信 3.0 版本及新增功能

“摇一摇”功能极具创造性和趣味性，从而进一步增加了微信的社交属性，而漂流瓶则是整合了 QQ 邮箱的相关功能。

新增的繁体中文界面以及对五个地区手机号码绑定的支持，则意味着微信开始迈



出了国际化的步伐。

从微信 3.1 到 3.5, 微信先后增加了英文界面, 以及支持全球超过 100 个国家的短信注册。这进一步吸引了来自全球的用户使用微信这一服务。截至 2011 年底, 微信的用户数已经达到 5000 万。

(4) 2012 年 3 月, 微信用户数突破 1 亿大关。4 月 19 日, 微信发布 4.0 版本, 如图 1.6 所示。



图 1.6 微信 4.0 版本

这一版本增加了类似 Path 和 Instagram 一样的相册功能, 并且可以把相册分享到朋友圈。微信朋友圈的推出进一步增加了微信的用户黏度。根据微信团队最新监测的数据显示, 微信朋友圈每天的发帖量已经大大超过了微博最鼎盛的时刻。同时, 为了更加有利于微信的国际化, 从 4.0 版本开始, 微信的官方英文名称被定为 WeChat。

(5) 2012 年 7 月 19 日, 微信 4.2 版本增加了视频聊天插件, 并发布网页版微信界面。从此, 微信不单单是一款社交化的手机即时通讯客户端, 同时还把触角伸向了桌面领域。而视频聊天插件的推出, 在为用户提供免费视频语音通话的同时, 更是被认为将会使视频运营商“颗粒无收”, 甚至有人认为微信将使腾讯成为第四大运营商。

(6) 2012 年 9 月 5 日, 微信 4.3 版本增加了“摇一摇”传图功能, 该功能可以方便地把图片从计算机传送到手机上。这一版本还新增了语音搜索功能, 并且支持解绑

手机号码和 QQ 号，进一步增强了用户对个人信息的把控。

(7) 2012 年 9 月 17 日，腾讯微信团队发布消息称微信用户数突破 2 亿。而仅仅过去不到 4 个月，2013 年 1 月 15 日深夜，腾讯微信团队在微博上宣布，微信用户数突破 3 亿，如图 1.7 所示。

从 2011 年 1 月 21 日，到 2013 年 1 月 15 日，不到两年的时间，微信便获得了超过 3 亿用户。这一成就的取得毫无疑问值得整个团队骄傲。

(8) 2013 年 2 月 5 日，微信发布 4.5 版本。这一版本支持实时对讲和多人实时语音聊天，并进一步丰富了“摇一摇”和二维码的功能，支持对聊天记录进行搜索、保存和迁移。同时，微信 4.5 版本还加入了语音提醒功能，以及根据对方发来的位置进行导航的功能。图 1.8 所示为微信 4.5 版本及其功能介绍。

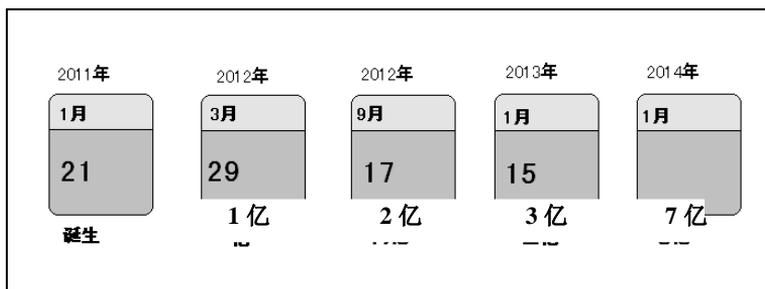


图 1.7 微信用户数量增长



图 1.8 微信 4.5 版本及其功能介绍

(9) 2013 年 7 月，腾讯内部进行微信 5.0 版本内测，而新版微信面向普通用户的更新主要在“收藏”、“扫一扫”及“摇一摇”三个方面。

“收藏”功能的增进主要表现在用户可以将聊天信息和朋友圈消息收藏，以备有



时间时仔细查看。

扫描功能大幅度强化，微信 5.0 最核心的就是“扫一扫”这个功能的强化，它直接从“添加朋友”切换到一级目录，除了扫描二维码外还新增加了扫描条码、扫描图片、扫描街景和扫描文字，基本上涵盖了目前市面上一些扫描应用的功能。

除此之外，微信 5.0 内测版还增加了“摇一摇”搜索视频功能，它的原理和搜歌其实是一样的，通过视频的声音来辨识这是哪部电影或者电视剧，如图 1.9 所示。

(10) 2014 年，腾讯再接再厉，发布了微信 5.2 版本，在原有的基础上，采用全新的安卓 Holo 风格设计，并且跟随平面化的脚步，在顶栏新增快速入口，可轻松添加好友、新建会话和群聊。图 1.10 所示为微信 5.2 版本的页面。



图 1.9 微信 5.0 及其新增功能



图 1.10 微信 5.2 版本

此外，5.2 版本会话支持多图预览模式、优化对话输入框操作体验、将语音转换为文字、好友详细资料“更多”交互界，以及推出腾讯手机管家应用。

#### 1.1.4 对峙

微信在 2011 年 1 月正式推出后，其发展速度远超微信团队自身的预期，也超出外人的想象。2011 年 11 月初，微信用户数超过 3000 万；一个月后，这个数字已达 5000 万，数倍于其先行者、竞争对手。

2012 年 1 月，微信的广告出现在广州街头的公交车站牌上，除了白色线条勾勒的几个拿着手机形态各异的小人外，画面上只有四个字“微信·生活”。这是微信在腾讯平台之外的第一次大规模推广。

但微信的对手仍有增无减。米聊、神聊、飞聊、翼聊、沃友、口信、友你等与微信类似的二十多个产品，陈列在各智能手机应用商店，如图 1.11 所示。



图 1.11 微信与其他聊天软件

这些绕开电信运营商收费、基于网络的通信应用，除了省钱，还纷纷加入社交功能，试图更进一步渗入人们的生活。

微信一跃成为继开放平台之后腾讯公司最大的亮点，它的成功，既得益于腾讯庞大的即时通讯用户群，也是因为产品本身的优越性所致，在模仿与被模仿的角逐中，微信在同类产品中脱颖而出。

和很多产品一样，微信既非腾讯的原创，也非首发，它的学习榜样是加拿大的移动 IM 服务提供商 Kik Interactive(基克互动，一款聊天工具)公司，在微信推出之前，国内同类产品也已经有多种问世。

2010 年 10 月登录苹果、安卓应用商店的 kik，是一款基于手机本地通讯录实现免费短信聊天功能的社交应用软件，因为上线 15 天就收获了 100 万用户而声名鹊起。2011 年 6 月，苹果 iOS5 发布，其中最重要的一项 iMessage 服务，同样可通过网络免费发送文字、图片、视频信息，如图 1.12 所示。

在中国，互动科技最早于 2010 年 11 月 7 日推出“个信”，如图 1.13 所示；一个月后，小米科技推出了“米聊”。

腾讯的微信则姗姗来迟，正式立项是在 2010 年 11 月 18 日，2011 年 1 月 21 日先是推出了 iOS 版本，随后几天陆续推出了安卓和塞班版本。

2011 年 6 月中旬，腾讯 CTO 熊明华在接受采访时提到，从 2009 年开始，腾讯已经留意到 QQ 手机用户不断增长的趋势。如何确保腾讯在移动互联网领域的优势，是腾讯必须面对的挑战。



图 1.12 苹果 iOS



图 1.13 个信

把不认识的人圈到一起，成为微信用户增长的一个重要里程碑。在微信 1.0 版本一年前发布的时候，打出的口号是“能发照片的免费短信”。但这个口号并未让用户感到惊喜，微信并没有收获预期的用户。接下来三个月，微信团队埋头优化程序，改进包括收发消息速度、流量节省等产品细节。

真正让微信从国内同类软件中脱颖而出的，是第一个加入 LBS(基于位置的社交)元素。2011 年 8 月 3 日，微信 2.5 版本发布，推出“查看附近的人”功能，它直接将微信从熟人之间的沟通，推向陌生人交友，如图 1.14 所示。



图 1.14 LBS 定位



微信产品总监刘乐君介绍,设计“查看附近的人”功能,为用户提供了查看附近人的头像、昵称、签名及距离,初衷是让微信走进用户生活,以使用户之间产生进一步联系。譬如拼车上班,用户可以把拼车想法写入签名,让人家找到你;如废旧物品出售,也可以把商品信息放进去,很快可以找到买家。

微信并不是第一个想到要把手机聊天和 LBS 结合起来的,但通过 QQ 邮箱和口碑营销,微信是第一个被更多用户知道有这个功能的产品,此后模仿者众多,它已经成为国内同类产品的标配。

作为跟随者,在细节上比前人做得更好,是过往腾讯成功产品的一贯风格,同样也体现在微信上。比如,“摇一摇”的第一个版本中,摇动一下手机,视觉上男性用户可以看到一个维纳斯雕像,女性用户看到的是大卫雕像(因为版权的问题,现改为一朵小花);听觉是来福枪的上膛声;摇到用户之后手机会有震动。在改进过程中,微信团队还面临着更多细节的考量。

微信的定义已经从“能发照片的免费短信”、“最时尚的手机语音对讲软件”,变成了“最火爆的手机通信软件”,遍及海内外,如图 1.15 所示。



图 1.15 微信的普及

回看这些聊天软件的功能,原理并不复杂,其实是利用了智能手机的各种性能。图片分享对应的是手机高清摄像头,手写输入对应的是多点触屏,语音对讲对应的是高清麦克风和扬声器,查看附近的人对应的是 GPS 定位,“摇一摇”对应的是重力感应器。技术门槛并不高,当一个新功能出现之后,很容易被其他竞争对手快速“借鉴”,如何防止“被借鉴”,俨然成为同业竞争中的难题。

而微信最让竞争对手们羡慕的,还是腾讯这个平台。2011 年,腾讯对微信的投入

约 1 亿元人民币，这其中包括人力成本、带宽，以及上千台服务器。微信的系统插件，已经打通了 QQ 通讯录、QQ 邮箱、QQ 微博等产品，表现出移动互联网时代成为平台型产品的潜质。

微信发展快，离不开 QQ 的推广。从聊天面板到邮箱，QQ 不遗余力，几乎动用一切力量来推动微信。但微信的对手不仅在国内，也在海外。2011 年 6 月 23 日，NHN 公司(NHN 是一家韩国互联网公司，拥有韩国排名第一的搜索网站 Naver 和最大网络游戏门户网站 Hangeame)发布的手机聊天软件 Line，3 个月下载量超百万次，6 个月下载量超过 1000 万次，7 个月下载量超过 1500 万次。

Line 的用户遍布日本、新加坡、中东地区，以及中国香港、澳门和台湾地区等，甚至延伸到了欧洲，并在瑞士、澳大利亚、德国、新西兰等国手机应用下载中名列前茅，如图 1.16 所示。

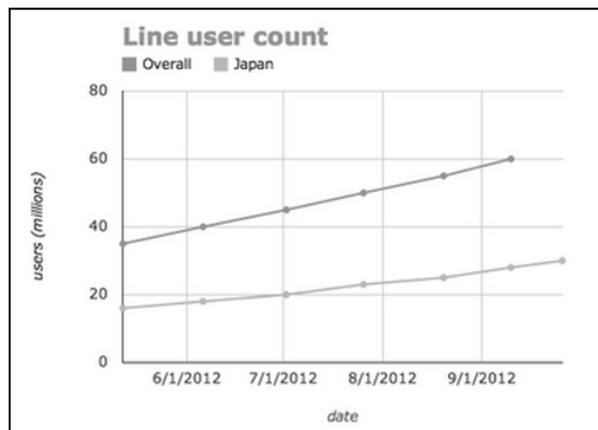


图 1.16 Line 用户使用量

它目前支持日、韩、英、中、土耳其五种语言，在日本还开启了天气预报、餐厅查找等生活服务功能。

### 1.1.5 逆袭

从 2011 年 1 月 21 日到 2014 年，短短三年时间，微信就完成了从零到 7 亿用户的迅猛扩张，表面看起来实在让人不解，但究其原因，除了微信能与拥有亿级用户量的 QQ 软件数据互通之外，几次重大的功能升级也功不可没。

微信的发展并不是一帆风顺的，它经历了来自国内、国外同类产品的竞争。它慢慢从一个纯粹的 IM 应用，变为移动社交应用，进而向社交与电商相结合的平台前进。总体上来看，微信的绝地逆袭可以概括为三个阶段。



### 1. 第一次蜕变：打造移动社交平台

2.0 版本之前的微信没有引起任何的关注，随着 2.0 版本添加语音对讲功能，用户量开始显著增长。随后微信 2.1 版本增加通讯录好友，2.3 版本到 3.0 版本陆续推出了“查看附近的人”、“摇一摇”功能，这些以社交为轴心的功能，使得微信在之后的短时间内用户数量增加到 1 亿。

微信 4.0 中文版进而推出了朋友圈功能，同期英文版微信改名为 WeChat，支持以 Facebook Connect 登录，把用户社交圈子进一步扩大到全世界范围。如图 1.17 所示，微信在人际中的使用越来越普及。

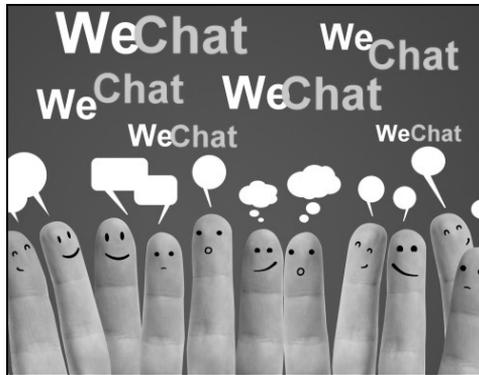


图 1.17 微信成为社交平台

微信的功能升级始终围绕着两个根本理念出发：一是用户交友圈子的扩大，二是通讯交流方式的快捷丰富。

### 2. 第二次蜕变：推出公众平台

微信在 2012 年 8 月 18 日开通了公众平台，通过本身具有的数亿用户量吸引名人、政府、媒体、企业等机构来参与商业合作和推广，图 1.18 展示了微信公众平台的开发。





意味着社会上的任何机构都可以在微信上搭建自己的导航首页，用户不用再访问电商官方网站，只要运行微信，在公众账号消息页面就可以直接进行查看。

## 1.2 无冕之王，秒杀其他通讯 App

通讯聊天软件注定是 2011 年的热点，随着国外 kik 在发布 15 天后宣布突破 100 万用户，类 kik 的短信聊天工具在国内纷纷涌现，包括小米的米聊、盛大的 kik、遨游的邀信，还有一些小型工作室作品，例如速聊、个信等。2011 年 1 月 21 日，腾讯也宣布发布微信，加入这个划时代的全新手机聊天体验之战。

kik、米聊、微信这些基于手机通讯录的短信聊天软件，是采用无线网络来实现短信功能的，只消耗网络流量，运营商将不再收取短信资费。无线网络有 GPRS、3G、CMWAP、Wi-Fi 等格式，对于常见的 GPRS，最低需要 5 元就可以享受到包月 50 兆的服务，而仅仅 1 兆即可发送 3000 条短信。

在众多的手机短信聊天软件中，微信一路领先，是其中的翘楚，不仅是在聊天这一块独占鳌头，同时还抢占了营销的第一把交椅。

### 1.2.1 短信与微信

同样都是给客户推送信息，短信无疑是微信最有竞争力的对手，大家可以从以下几个方面做横向测评，如表 1.1 所示。

表 1.1 短信与微信对比

对比项	短 信	微 信
信息容量	小	大
好友来源	通讯录、名片	QQ 好友、朋友网、搜索陌生人
信息形式	文字为主	文字、声音、视频、图片、文件等
LBS 支持	不支持	支持
视频通话	不支持	支持
手机限制	无	智能手机
费用	按条收费	按流量包月

兼具各方优势的微信毫无疑问击败短信，日益被大众所接受和喜爱，成为时下最

流行的交流工具，如图 1.20 所示。



图 1.20 短信受到来自微信的冲击

### 1. 精准性

虽然微信和短信两者都是推送消息，但还是有着很大的差别，微信和短信相比具备更高的精准性。

(1) 精准的地理定向。用户之间短信聊天时，无法确定对方具体在什么地方，距离自己有多远。而微信则不同，它所具备的 LBS 定位功能，能让用户知道和自己聊天的对象处在什么地方，信息具有相对的透明度。

(2) 精准的人群定向。短信的适用范围大多是在熟人圈，如果是和一个陌生的号码聊短信(很少出现这种情况)，用户对对方是一无所知的。而微信虽然也是 QQ 好友互联，但是“查看附近的人”、“发现”，甚至是头像与个性签名等功能，还是能帮助用户获取一定的信息。

### 2. 信息量

根据我国现有的法制规定，短信营销是犯法的，换言之，如果有商家想借助短信这个平台进行商品推销，不仅收不到预料的效果，还违反了我国的法规。因此，短信主要风行在亲朋好友之间，内容相对狭窄。

与此形成鲜明对比的是，微信营销已经掀起了一股热潮。微信不再是一个简单的公交流平台，而是日渐演变为一个公众平台，信息高速畅通。

### 3. 互动性

短信也能你来我往地交换信息，但是比不上微信一对一的交互，用户不可能在同一时间和几个人聊短信，而微信却轻松地解决了这个问题。值得一提的是，微信能利用 O2O 模式，将线上和线下互动打通，更紧密的和用户交流，而短信在这方面就略逊一筹。如图 1.21 所示，微信起着一个交流大平台的角色。

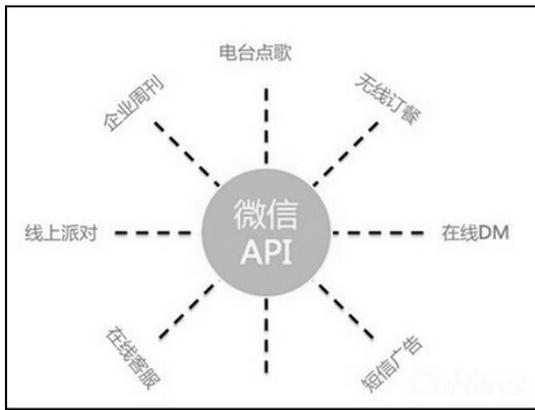


图 1.21 微信互动平台

#### 4. 收费

用户都知道，短信是需要收取费用的，如果用户要添加图片、视频等，收费也会随之增加。而微信就不同了，不管是发送文字、图片还是视频，完全不收取费用，只需要耗用户的一定流量。腾讯方面不止一次地对外发表过申明，微信不会收取费用。

当然，两者也是有很多相同点的，从软件开发的功能去看微信营销，其实它就是短信的升级版，两者都依托手机端。

### 1.2.2 微博与微信

微信和微博最大的区别在于精准两个字。微博是由微博主发一条微博，然后粉丝就可以通过看自己的微博主页，查阅微博主发的内容，但是现在一般人关注的人太多，所以能看到微博主发的微博就是随机的。而微信就不同了，微信公众平台账号发一条群发消息，所有关注的人都会收到这条消息。

想象一下，如果用户走在路上，正在寻找吃饭的地方，微信突然弹出消息介绍附近某某馆子有优惠券、可以打折，这种消息的阅读率和受欢迎程度当然远远大于微博。再想象一下，如果用户关注某个服装品牌由来已久，那么，商家每天借助微信发送的活动消息，对用户而言就具有很大的实用性。

如图 1.22 所示，画面形象地展示了微信和微博的对峙关系，笔者将从以下几方面对两者进行全面对比。

## 1. 关系定位

微信上，用户之间是对话关系，微信普通用户之间，需要互加好友，这构成了对等关系。而微博普通用户之间则不需要互加好友，双方的关系并非对等，而是多向度错落、一对多。

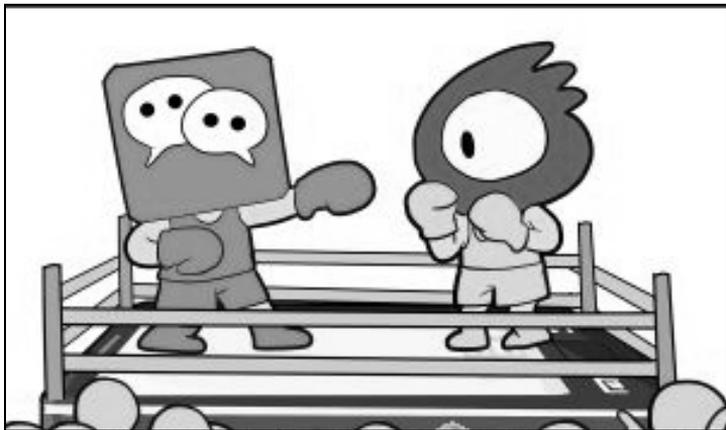


图 1.22 微信和微博

## 2. 交流模式

微信是私密空间内的闭环交流，而微博是开放的扩散传播。一个向内，一个向外；一个私密，一个公开；一个注重交流，一个注重传播。

## 3. 信息时效

微信用户主要是双方同时在线聊天，如果是用户在线咨询，商家能在第一时间解疑答惑，即便没有人工服务，也会设置自定义服务菜单供客户选择。而微博则是差时浏览信息，用户各自发布自己的微博，粉丝查看信息并非同步，而是刷新查看所关注对象此前发布的信息。这种同时与差时也决定了微信与微博的功能与内容之差。

## 4. 信息价值

当受众处于封闭、有限、个体清晰的状况时，发布的信息是真诚的；而在受众是开放、无限增减、个体模糊时，发布的信息是具有表演性质的。微博是公共的，微信是隐私的，微信的圈子很有限。微信与微博的最大区别是，微信的评价内容只有相互加好友才能看得见，而微博的评价信息所有人都可以看见，如图 1.23 所示。



图 1.23 微博内容截图

与微博相比, 微信的信息开放度低, 更多基于一对一的隐私对话, 微博信息开放度要高很多, 是开放的个人媒体信息平台。在关系维度方面, 微博强调信息并不过分强调关系, 而微信信息则更多是以关系为核心的。

微信在关系强度上要高于微博。微博与微信是互补性工具: 新浪将微博的经营方向定位自媒体, 信息受众面广但不受控制; 而腾讯微信强调沟通对象的特定和可控性, 适合朋友圈和私人话题, 如图 1.24 所示。微博、微信差异化定位, 可以共同做大, 满足两种不同类型的沟通需求。

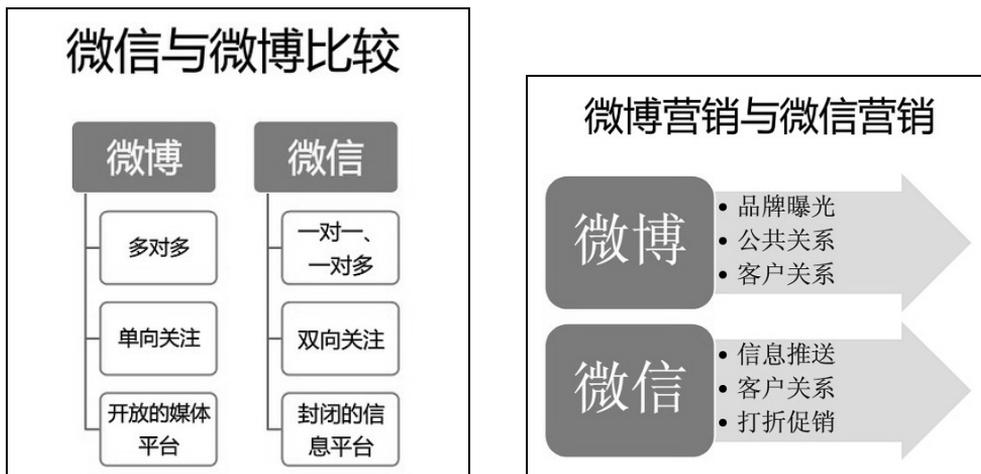


图 1.24 微信微博大对比

### 1.2.3 米聊与微信

米聊是国内最早的短信聊天软件，2010年12月10日发布内测版，功能强大，具有头像、名片、发照片、录音、表情、广播墙等功能，它和微信存在一些差别。

#### 1. 支持平台

作为短信聊天软件而言，支持手机平台的多少就决定了覆盖人群的多少，用户的朋友使用的手机不一定是 iPhone，可能是 Symbian，也可能是 Android，还有可能是黑莓手机，因此支持平台最多的软件是相当重要的。

米聊支持 Android、iPhone、Symbian(s60v3、s60v5)，而微信更胜一筹，目前支持 iOS、Android、S60V3、S60V5、Windows Phone 五种系统。

#### 2. 界面风格

界面在手机上面的地位非常重要，一个好的界面能让用户对产品产生好的印象，可以有效地避免用户的流失。

米聊启动时会显示一个启动画面，深蓝色的页面设计非常用心，地平面上的高楼大厦会显示聊天的图标，并与聊天软件的功能相呼应，另外比较贴心的会告诉用户米聊的官方网站，便于用户如果有问题可以登录网站咨询，如图 1.25 所示。

微信的登录页面设计更为简洁，背景是浩瀚的宇宙，一个孤独的人影伫立其中，既表达了都市人的孤独和对沟通的诉求，同时，也昭显了微信无处不在的强大沟通功能，如图 1.26 所示。



图 1.25 米聊的页面



图 1.26 微信的页面

### 3. 产品功能

短信聊天软件与以往的 QQ、飞信有很大的不同，“我的好友列表”中首先必须继承短信的功能与体验，然后再进行更方便用户的创新。用户打开短信就能看见当前的会话进程，这个传统的功能，对于一款短信聊天软件而言，还是需要继承的。另外，如何更好地、更简单地邀请好友加入软件，也非常重要。图 1.27 所示为米聊的功能展示。



图 1.27 米聊功能展示

米聊是国内最早推出的手机短信聊天软件，它采用自动注册的方式，当你进入米聊的好友列表时，就已经自动帮你匹配好正在使用米聊的好友，这些好友当然是对方的手机名片夹中有你手机号的人。米聊的查找好友功能也非常强大，可以通过手机号、米聊号、邮箱等方式。

微信的好友列表与米聊非常相似，但是微信的账户 ID 是以数字、字母为主，这样更方便记忆。此外，在米聊的基础上，微信的功能更加全面，也更加强大。

## 1.2.4 陌陌与微信

微信和陌陌的产品出发点本身就不同。微信以强关系为主，距离对于强关系来说，算是隐私，而用户需要保持一定的隐私；陌陌是弱关系，甚至以陌生人关系为主，距离是增加乐趣而非隐私。

微信的产品初衷是做类似于 kik 和 talkbox 一样的熟人通讯 App，目的是取代 SMS。Voicemail 包括 MMS 等运营商通讯服务，当然还包括现在的语音通话、视频聊天。至于所谓的漂流瓶、“摇一摇”之类的功能是为了增加产品的有趣度而增加类似于插件一样的存在。这其实就和 QQ 一样，一开始每个人申请个 QQ 号，但是 QQ 用户不多，不流行怎么办？就多了搜索功能，同城、性别、年龄都成为搜索项。

而陌陌一开始的目标就是主打陌生人交友，时下的年轻人交际观念变得更加开放，希望能多结交不同类型的同性或异性朋友，于是陌陌应运而生。图 1.28 所示为陌陌的页面。



图 1.28 陌陌的页面

陌陌吸引用户的一大利器也是 LBS，这个功能在当下运用十分广泛，通过近距离添加好友，更能增加彼此话题。他实际上类似于一个移动版的个人主页，上面可以展示用户的兴趣、爱好、年龄以及最吸引人的照片，甚至还有微博、豆瓣、人人链接，很像是一个缩小的人人网网页。

当然，相比于微信，陌陌的用户群体面十分狭窄，仅仅限于那些迷恋交友的青年男女，发展很受限制。

### 1.2.5 QQ 与微信

腾讯 QQ(简称“QQ”)是腾讯公司开发的一款基于 Internet 的即时通信软件。腾讯 QQ 支持在线聊天、视频聊天以及语音聊天、点对点断点续传文件、共享文件、网络硬盘、自定义面板、QQ 邮箱等多种功能，并可与移动通讯终端等多种通讯方式相连。

QQ 以它合理的设计、良好的应用、强大的功能、稳定高效的系统运行，赢得了用户的青睐，尤其是年轻的一代，纷纷抢注账号。目前，腾讯 QQ 的在线活跃用户人数已经超过了 3 亿。

如图 1.29 所示，展示的就是腾讯 QQ 的图标，以及用户聊天的界面。用户只要注册了 QQ 账号，就能快速添加好友，在线互动。

可以说，微信的出现已经抢占了 QQ 的部分客户市场，诚然，微信并不是为了取

代 QQ 而特别设计的产品，两者在功能上还是存在部分差别，但是微信的便捷和方便还是迅速地让它登上最受欢迎聊天软件的宝座。



图 1.29 腾讯 QQ

同样是腾讯的产品，微信和 QQ 作为聊天软件，很多性能都是具有交互性的。笔者从以下几方面进行解析，如表 1.2 所示。

表 1.2 手机 QQ 和微信的横向比较

对比项	QQ	微 信
信息容量	大	大
好友来源	QQ 好友、主动搜索、朋友网	手机通讯录、QQ 好友、附近的人、摇一摇
LBS 支持	支持	支持
朋友圈支持	支持	支持
费用	按流量包月	各种流量套餐
电脑	QQ 客户端	网页客户端

## 1.3 诱惑众生，抢占营销首位

2013 年 4 月腾讯推出微信开放平台，仅隔 4 个月，腾讯总裁马化腾再出新招，用微信公众平台正式拉开微信公众账号运营的帷幕。微信公众平台的正式上线，吸引了数百家媒体与公司机构的大量涌入，将这里开辟成为除微博官号外的另一大互联网营



销战场。

### 1.3.1 社交畅通无阻

在最受欢迎的微信功能调查中，喜爱语音对讲功能的人数高达 79.28%，位居榜首；其次是文字图片传输功能，占总人数的 43.10%；“查看附近的人”、“摇一摇”以及“漂流瓶”功能等也在 30%左右。

#### 1. 现状

关于微信联系对象的调查中，有 50.09%的人选择了现实中的好友，22.99%的人选择了家人、亲戚，16.86%的人选择了微信上的陌生人，10.06%的人选择了 QQ 上的网友。可见，微信用户联系最多的还是他们现实生活中熟悉的人，同时他们也希望通过微信这个新的交友平台认识更多的新朋友。

腾讯公司的微信在功能设计上，起初主要是方便熟人联系，即通过语音对讲等功能和 QQ 好友以及手机通讯录中的好友进行直接交流，帮助用户构建一张“强关系连接网”。但是为了给用户带来新鲜感，满足用户多方面的需求，微信又先后推出了“附近的人”、“摇一摇”、“漂流瓶”等功能，如图 1.30 所示为微信摇一摇页面。

这些功能的面世，让微信的社交功能越来越强大，由此构成了“熟人交际圈”、“千米交际圈”和“陌生人交际圈”三大社交圈层。

(1) 熟人交际圈中的社交。微信社交主要是在熟人交际圈中进行的。调查数据表明，高达 50.09%的微信用户主要联系对象是他们的朋友，位居榜首；22.99%的微信用户主要联系对象是家人。

如图 1.31 所示，在这类熟人交际圈中，应用最多的就是微信的语音对讲功能，它方便微信用户和家人朋友谈论正事或者聊家常来增进感情。而选择微信的一个直接原因就是其价格低廉，只需要支付极少的由网络流量产生的费用。



图 1.30 摇一摇功能



图 1.31 微信朋友圈

(2) 千米交际圈中的社交。点开微信“附近的人”功能，用户会看到 1000 米范围之内同样也使用过这个功能的用户。它为用户提供了附近的人的头像、昵称、签名及距离等，点开感兴趣的人的头像，用户可以向他(她)打招呼。

据调查显示，微信用户中有将近 30% 的人经常使用“查看附近的人”功能，并且在关于“查看附近的人”功能口碑调查中，有高达 63.95% 的人觉得这个功能方便找到熟人，很好用，其中男性的比重更是高达 97.66%。

“附近的人”功能让彼此陌生的两个人有了相识的可能，微信用户可以借助这个功能结识身边的陌生人，扩大自己的交友圈。如图 1.32 所示，就是“查找附近的人”功能。

(3) 陌生人交际圈中的社交。“二维码”、“扫一扫”、“摇一摇”以及“漂流瓶”功能构成了微信用户的陌生人交际圈。调查显示，将近 10% 的微信用户经常使用“二维码”功能，虽然比重不是很大，但是不得不承认“二维码”结合“扫一扫”功能的组合，让微信用户感觉很新鲜。



图 1.32 查找新朋友

调查显示, 30.91%的人经常使用“漂流瓶”功能, 32%的人认为该功能可以帮助他们向陌生人倾诉心事, 排解宣泄自我(其中男性的比例达 48.27%)。微信用户可以把自已烦恼、忧伤或困惑的心事、秘密写下来, 然后随着漂流瓶寄给陌生人。用户也可以打捞漂流瓶, 查看他人的心事以及秘密, 然后通过漂流瓶进行互动, 互相安慰, 一起得到心灵上的放松与解脱。如图 1.33 所示, 这个功能在不知不觉中促进了用户之间的交往。

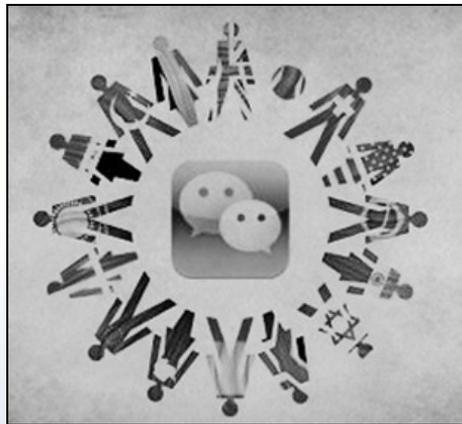


图 1.33 微信将陌生人紧密联系在一起

## 2. 问题

微信使“天涯”变成“咫尺”，但微信是否同样会使“咫尺”变成“天涯”？微信的推广，可能会使现实生活中的家人、亲人、朋友等变成网络中虚拟的存在，从而减少在现实生活中真实的、更人性化的、更有温度的互动。

另外一个严峻的现实就是由微信引发的犯罪问题和道德危机。微信的 LBS 定位功能将用户的大概位置显示给其他人，在一定程度上是存在安全隐患的，由此引发的劫财、劫色案件屡有发生，如图 1.34 所示。

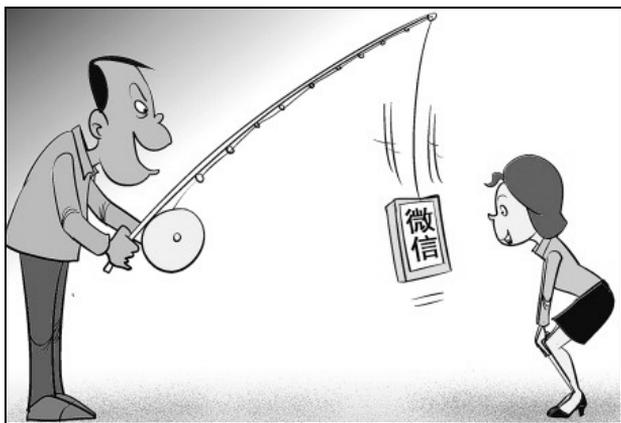


图 1.34 微信欺诈

调查中有高达 64.38% 的微信使用者听说过由微信引发的犯罪问题。据统计，有 69.09% 的人都听说过微信“摇一摇”功能被当成寻找一夜情的工具。微信的“摇一摇”功能因其能为用户摇到异性，被一些别有用心的人当成了寻找一夜情和卖淫嫖娼的工具。

此外，微信社交还涉及隐私安全问题。有将近 10% 的用户觉得微信完全不能保障用户的隐私，29.37% 的用户认为微信会偶尔泄露他们的隐私。

## 3. 对策

(1) 腾讯公司应向用户提出善意的提醒。腾讯公司在大力宣传推广微信产品的同时，在道义上提醒、告知广大微信用户可能存在的安全隐患，不应忘记一个企业对于社会的责任，而且应该进行相关法规、法律的指定，如图 1.35 所示。

腾讯这种预防性的公告或提醒，可以出现在软件初次使用的介绍界面中，也可以在用户选择带有 LBS 定位的功能时弹出警告窗口，还可以通过 QQ 用户的系统消息、邮箱等途径进行传播。此外，腾讯公司还应该建立微信用户黑名单，终身禁止那些通过微信实施犯罪的用户再次使用微信，并及时把有关资料作为证据材料上交给司



法机关处理。

(2) 用户要提高防范意识和自我保护能力。微信只是一个方便用户互动的社交软件，而不是用来寻求刺激的工具，用户要把握住自己的道德底线。此外，微信用户也要加强自身的防范意识以及防卫技巧，不能放松警惕，如图 1.36 所示。

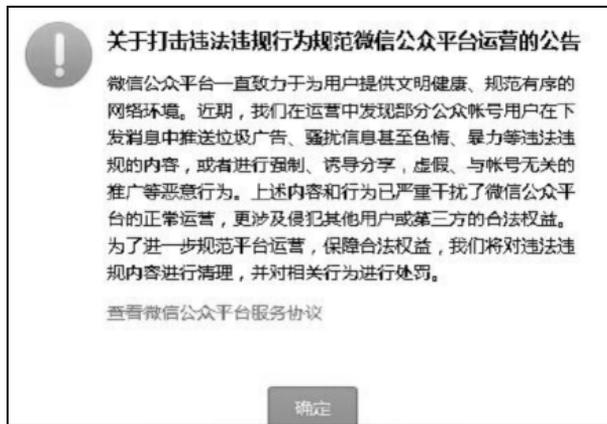


图 1.35 腾讯对微信违规操作的打压

在与陌生人交往的时候要时刻提高警惕，用户不要向陌生人泄露重要信息；如果在与陌生人见面的时候发生危险，要懂得自我保护，设法摆脱困境；一旦造成侵害，不要因为碍于颜面而忍气吞声放弃寻求法律帮助，应该及时报案获得司法帮助，让犯罪分子得到应有的惩罚，遏制此类犯罪的蔓延。



图 1.36 提高微信警惕

(3) 国家应完善网络立法，加强网络犯罪司法惩治力度。我国法律规定禁止传播淫秽、色情等不良信息，因此网络平台对此有删除义务，但目前还没有针对网络服务安全的专门立法。因此，我国应该出台一系列有利于保障网络安全的法律条文，健全我国的网络法制体系。此外，我国还应加强对微信的监管，根据微信的特点，各监管部门都应承担起明确的职责，形成强而有效的监管机制，并且我国司法机关应该加强对微信不法分子的惩处力度。





### 1.3.2 创业风生水起

随着微信大众途径的敞开，根据微信途径的创业变成热门。卡小二、印美图、形象笔记等创业项目受到越来越多创业者的关注。微信途径大众账号数量现已打破 200 万，并由此诞生了微信电商、微信送餐等许多新式商业形式。如图 1.37 所示，微信为来自世界各地的投资者带来商机。

“2014 年，根据微信、交友等大众途径的继续炽热，依托于这些大众途径，将呈现更多可供发掘的商机。”互联网推广教授方兴东表明，尤其是微信支付功能的推出，打通了整个移动电商的购物环节。在推翻传统电商形式的同时，也将招引更多的商家将产品出售的重点放到这些大众途径上。

在传统互联网领域，腾讯的金矿是 8 亿 QQ 用户。在异军突起的移动互联网市场，微信用户已超 3 亿。从 2004 年腾讯 IPO 时的发行价 3.7 港元，截至 2013 年 2 月 26 日收盘价 267 港元，这只“小企鹅”在资本市场上一路狂奔，总市值接近 5000 亿港元，相当于大约 2 个百度、18 个新浪，或者 37 个搜狐的市值。

凭借用户爆发式增长，微信庞大的用户量和难以预估的黏性正推动腾讯演变成实力雄厚的隐形电信运营商。



图 1.37 微信带来商机

“有 Wi-Fi 的地方，已经不需要手机卡了，微信已经取代了短信。”一名财经界

用户的微信体验评价，折射出传统运营商面临的尴尬。通过互联网，智能手机的微信用户可以发送语音、视频、图片和文字，微信无纸化商户会员卡、便捷保险理赔等应用五花八门，“摇一摇”等功能已经在电子政务中生根发芽。

从绝对值上看，短信的龙头地位未曾改变，但电信运营商除夕短信量的增长已经放缓。多名运营商高层公开表示，相关公司业务正受到以微信为代表的新型社交工具的冲击，短信、语音，包括国际电话业务都受到很大挑战。

在 2013 年除夕前一日，微信突然升级群发功能，剑锋直指短信业务，成为最新颖的拜年方式，如图 1.38 所示。



图 1.38 微信拜年

而在语音通话领域，微信的对讲功能，与传统电信的实时通话功能仅差临门一脚。而这一步并无技术障碍，只是存在电信政策壁垒。在微信这类新势力面前，如果不是政策防火墙，电信运营商很可能沦为网络管道的提供者。日前，腾讯成立微信美国办公室，业界惊呼：“打美国长途用微信？”

可以想象，如果有一天大家首先交换的不是电话号码，而是微信号码，中国移动们怎么办？

同样，腾讯自身的 QQ 业务也在受到更适合移动互联网的微信挑战。而且微信对传统的冲击不止如此，在战略层面，微信是新型移动社交网络平台，以及生活服务平台。后者意味着微信的可供挖掘的商业价值，即其货币化突破。对此，很多观点认为微信商业价值产品尚处于雾里看花阶段。

事实上微信盈利模式已经有迹可循。在互联网新兴的 O2O(线上到线下)模式中，微信签约了大量商户，通过微信的无纸化会员卡，将用户从线上引导至线下消费。通过二维码“扫一扫”等方式，向商家潜在客户提供促销折扣、产品信息及会员活动，



并获得广告费用或收入分成，这是微信可行的商业模式之一。由于腾讯早前已涉足网络金融公司，并有自身支付平台财付通的配合，使得微信向会员提供金融服务成为可能，如图 1.39 所示。



图 1.39 微信支付

时代潮流，浩浩荡荡，打败一家伟大公司的往往是潮流，造就一家伟大公司的也往往是潮流。对于电信运营商，面对挑战，如何进行业务创新，跟上移动互联网的步伐很重要。对于腾讯，如何整合 QQ 及微信业务，找到合适的商业模式，防止内耗形成聚合效应也很重要。

### 1.3.3 信息高速流通

借助个人关注页和朋友圈，实现品牌的病毒式传播。当用户的朋友在关注朋友的时候，也可以知道用户的偏好和关注，如果对方同样有兴趣，也会进行关注。

更重要的是，通过公众平台和朋友圈的信息分享机制，以及互联网产品离散用户的力量，在信息传播方面会形成非常可观的合力，形成信息在某圈子人群的爆发现象。图 1.40 所示为微信的裂变式传播。



图 1.40 微信形成信息共享机制



海量管理书籍 免费下载 [www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

全国《职业经理》MBA 双证班 [www.mhjy.net](http://www.mhjy.net) 全国招生

电话 13684609885 微信 : mhjymhjy 公众号 : MHJY1995



美华管理传播网

The Management Communication Network for Meihua



## 2.1 微信使用手册

随着微时代的到来，微信扮演着越来越重要的角色，到底微信是什么？怎么样注册微信？又该怎样使用微信呢？

### 2.1.1 了解微信

首先，微信是什么？微信是一款非常具有时效性的跨平台的手机交友软件，它能非常方便地帮助使用者找到志同道合的朋友，当然，也包括男女朋友，这就是一个交友中介。

微信是腾讯公司于 2011 年年初推出的一款通过网络快速发送语音短信、视频、图片和文字，支持多人群聊的手机聊天软件。用户可以通过微信与好友进行形式上更加丰富的类似于短信、彩信等方式的联系。微信软件本身完全免费，使用任何功能都不会收取费用，微信时产生的上网流量费由网络运营商收取。

因为是通过网络传送，所以微信不存在距离的限制，即使是在国外的好友，也可以使用微信对讲。如图 2.1 所示，微信时代来了。



图 2.1 微信来了

微信不只是个聊天工具，更是一种生活方式，它已经改变了用户对于交友的观念。其实微信相当于另一个 QQ，但是不同于 QQ 的是，它在交友这块表现得更具时效性，也更强大。不论是塞班、安卓还是苹果系统的手机用户，只要安装了微信，就



可以进行跨手机平台的畅通聊天。

## 2.1.2 下载安装

目前微信支持五种操作系统的手机，下面以安卓系统为例，介绍微信的下载安装。微信的下载主要有两种方式：一是下载 APK 文件到电脑或是手机；二是发送短信免费发送到手机。此外，还可以扫描二维码进行下载，具体方式如图 2.2 所示。



图 2.2 扫描二维码下载微信

下载完成后，只需点击微信下载软件即可，具体方式如图 2.3 所示。

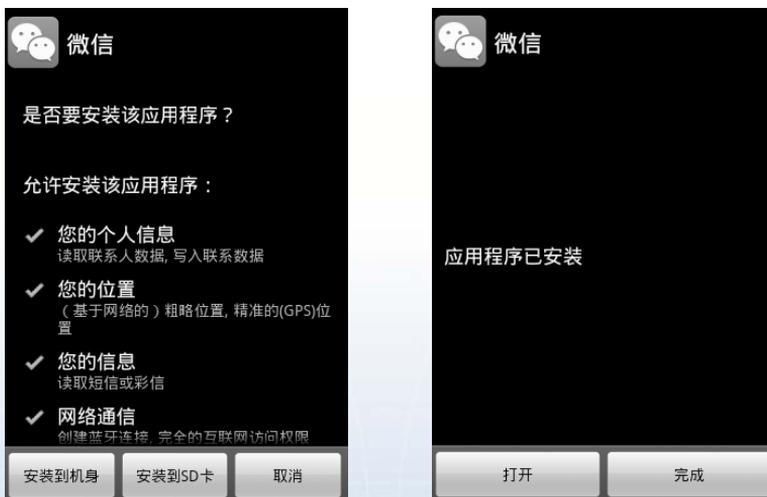


图 2.3 微信的安装





### 2.1.3 登录微信

微信怎么用? 微信的使用方法其实非常简单。它与所有的即时聊天软件一样, 需要注册与登录。不过, 相对于其他即时聊天软件, 微信的注册和登录更加方便, 如图 2.4 所示为微信的登录页面。



图 2.4 微信登录

用户首先要做的就是微信注册。如果用户拥有 QQ 账号, 就不需要注册, 可以直接使用 QQ 账号登录微信, 如图 2.5 所示。



图 2.5 使用 QQ 号登录微信

如果用户不想使用 QQ 账号登入, 可以用手机号码进行快捷注册。只要选择好自己所在的国家, 然后填写手机号码与登录密码就可以, 非常方便, 10 秒钟就能搞定。

注册成功之后，用户就将拥有一个微信账号，下次除了使用 QQ 账号、手机号码登录之外，还可以使用微信账号登录，如图 2.6 所示为快捷注册的页面。



图 2.6 微信注册

## 2.1.4 界面介绍

微信的界面非常简洁，以安卓最新推出的 5.2 版本为例，主要由“聊天”界面、“发现”界面、“通讯录”界面以及“附加功能”界面四部分组成。

### 1. “聊天”界面

“聊天”界面显示的是用户正在聊天的好友，以及曾经联系过的好友，用户可以点击任意一个聊天窗口发送信息，如图 2.7 所示。



图 2.7 “聊天”界面



## 2. “发现”界面

“发现”界面由“朋友圈”、“扫一扫”、“摇一摇”、“附近的人”、“漂流瓶”、“游戏”和“表情商店”组成，如图 2.8 所示，具体功能下文会有详细介绍。



图 2.8 “发现”界面

## 3. “通讯录”界面

此界面中包括用户的所有朋友，包括新的朋友、群聊、服务号、订阅号以及所有好友，用户可以按照界面右侧的英文字母关键字，快速查找好友，如图 2.9 所示。

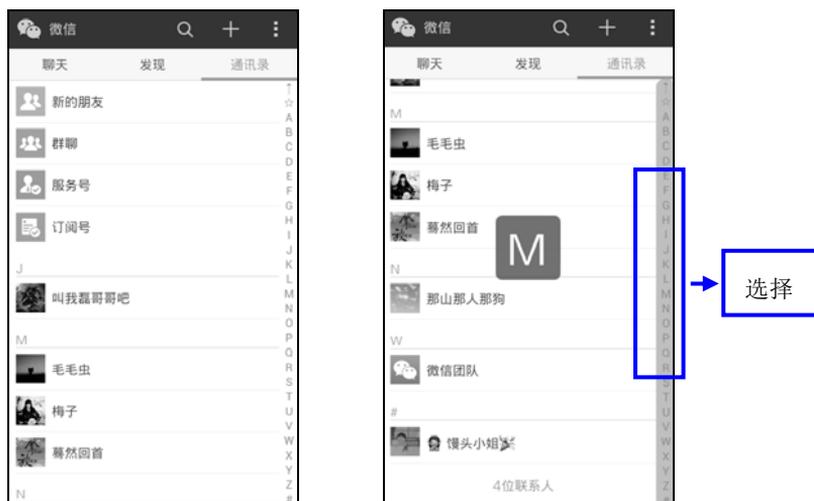


图 2.9 “通讯录”界面

#### 4. 附加功能界面

在微信界面的右上角有“**Q**”、“**+**”、“**:**”三个图标，其中通过“**Q**”可以搜索关键词查找相关内容，如图 2.10 所示。



图 2.10 搜索功能

“**+**”图标下包括发起群聊、添加朋友、视频聊天、扫一扫、拍照分享等快捷方式，“**:**”图标下主要是个人信息的介绍，其他功能有相册、收藏以及银行卡等，如图 2.11 所示。

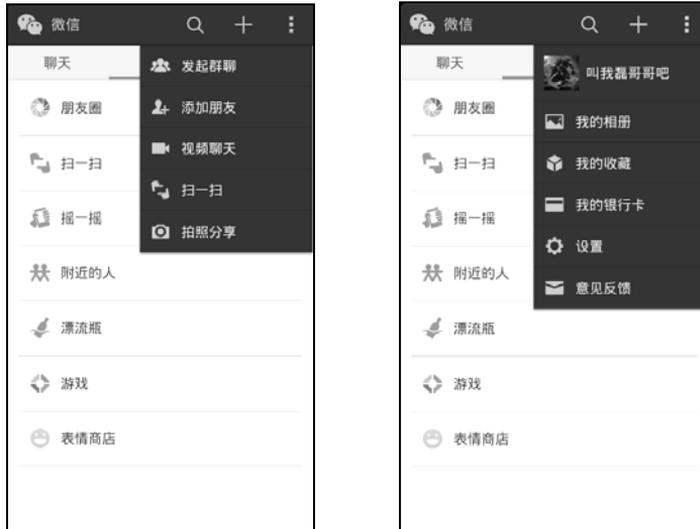


图 2.11 其他附件功能



## 2.2 微信热点功能

随着微信版本的更新，其功能也越来越完善、越来越强大，不管是个人还是企业，都能充分借助这个交流平台，享受它周到的用户服务。

### 2.2.1 微信语音

#### 1. 功能简介

在 4.5 版本中，微信首次推出了语音功能，它支持发送语音短信、视频、图片和文字，这种聊天软件支持多人群聊，如图 2.12 所示展示的就是微信语音功能。



图 2.12 微信语音

#### 2. 功能运用

(1) 语音对讲。2010 年年底，移动互联网刚刚萌动，国内移动互联网厂商就开始纷纷布局语音类通讯应用，米聊、kik、唱吧、YY 等相继问世，一时间语音社交成了移动互联网上的一块香饽饽。然而，无论在用户规模还是功能体验上，语音应用仍未能形成大气候，一直处于不温不火的状态，而微信 4.5 版本携对讲机而来，正式掀起了移动语音时代的帷幕。

进行微信对讲的操作方法很简单，用户只要找到对话框下面的对讲键(形状类似于喇叭)，用手指长按并开始讲话，松开手指，语音信息就发送出去了，如图 2.13 所示，方便简洁。

(2) 语音提醒。Siri 的横空出世引发一场语音热潮，建立在语音交互基础上的个



人智能助理产品也代表着日后移动产品的发展趋势。早有业内专家指出，一款具备良好体验的移动 App 应用，除了要拥有长期结构化数据积累和索引技术的支持外，同样需要有强大的语音理解能力。

微信的语音提醒功能看似简单，却引起业界的无限遐想。它以公众账号形式呈现，用户只要对“语音提醒”公众账号说出待办事项，即可自动设置提醒，设置成功后系统会给出确认通知，同时把语音内容转换成文字。如图 2.14 所示为微信的语音提醒功能，用户只要添加设置，就能享受这一方便的服务。



图 2.13 微信对讲操作

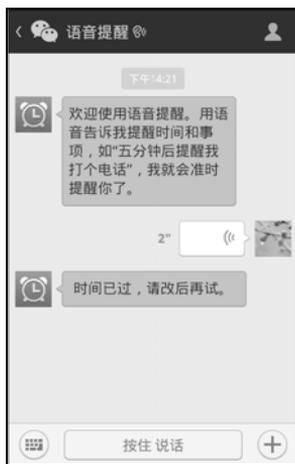


图 2.14 微信语音提醒

腾讯推出的“语音提醒”功能，打开了语音这个移动互联网的新入口，实现了 iOS 上 Siri+Reminder 的功能，并且腾讯做到了更加精准，微信跨平台的特点，让这一功能可以覆盖到更广泛的人群。

基于公众账号提供语音服务，未来微信可以通过分账号实现人工智能的精准语音服务。比如安排一个账号专攻询问天气，另外的账号负责安排任务等，采用分工合作的形式。未来可能还有更加复杂的服务交由第三方去开发，微信把这些接口开放，并将语音和语义的结果返回给某个智能的开发者运营账号，由开发者基于自己的数据和算法得出结果返回给用户。照这样的模式发展，微信就可以迅速成为移动互联网的语音交互入口。

(3) 语音聊天室。很多人惊叹于微信强大的实时对讲功能，微信语音聊天室迅速

成为微博热议的焦点，关于微信语音的微博多达 276 万条。

用户可以通过语音聊天室和一大群人语音对讲。当参与人数过多时，用户需要抢麦才能说得上话。不同于在群里发语音，这个聊天室的消息几乎是实时的，并且不会留下任何记录。在同一个群组里，只有同时加入语音聊天室里的人才能收到对讲消息，其他人则不受打扰，如图 2.15 所示为语音聊天室的界面。

据说，语音聊天室的功能受杭州微信出租车队的启发而生。在一个微信群中，用户可以发起语音聊天室，加入聊天室的成员可以收听到实时的语音信息，如图 2.16 所示。并且无论是在聊天室页面还是群页面，甚至返回手机主页面，只要保持微信后台运行即可。当用户切换到不同的终端上使用语音聊天室时，聊天内容可以同步，避免了换终端就“搭不上话”的尴尬。不需要安装任何插件，这比目前市场上大部分的语音工具使用更方便。



图 2.15 语音聊天室



图 2.16 多人语音聊天

现在，纸笔书写被电脑所代替，随着微信的不断完善和发展，大家完全可以想象，未来语音智能也终将替代键盘输入。

### 专家提醒

随着微信语音的火热发展，它在方便用户交友的同时，也滋生了色情、欺诈等灰色产业，用户要提高警惕，规范使用，谨防被骗。

## 2.2.2 微信摇一摇

微信摇一摇，是微信推出的一个随机交友应用，通过摇手机或点击按钮模拟摇一摇，可以匹配到同一时段触发该功能的微信用户，从而增加用户间的互动和微信黏



度，如图 2.17 所示。

### 1. 功能简介

摇一摇是微信最独特也是最强大的交友方式，支持通过摇一摇手机找到同时也在摇手机的朋友。只要是在同一时间摇动手机的微信用户，不论你在地球哪一个角落，都可以通过这个功能认识彼此，如图 2.18 所示。



图 2.17 微信摇一摇

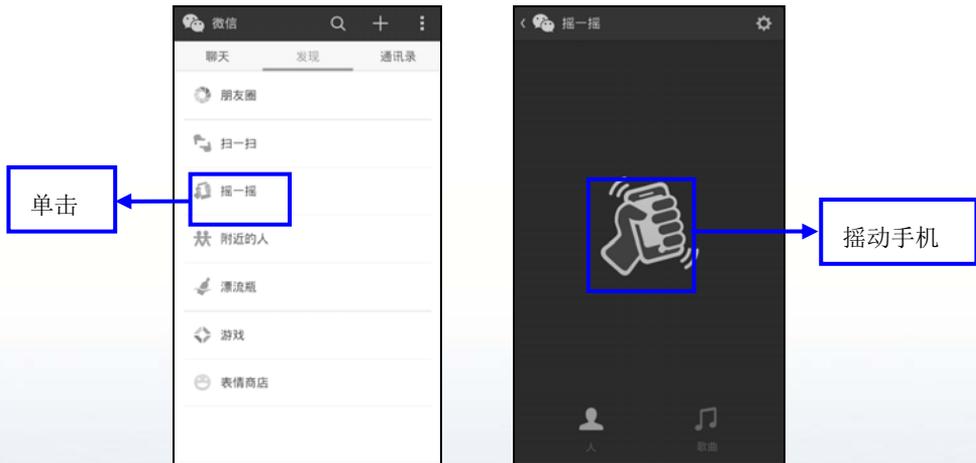


图 2.18 摇一摇功能

## 2. 功能运用

通过摇一摇这个功能，用户能享受多重的服务体验。它操作方便，随时随地都可以进行，因此推出后立刻受到广大用户的欢迎。

(1) 摇一摇加好友。首先点开摇一摇功能，在摇到周围的陌生账号之后，向对方打招呼，发起对话，在征得对方同意之后，就能添加好友了，如图 2.19 所示。

(2) 摇一摇传图。摇一摇传图是摇一摇的升级版：通过二维码连接一部电脑后，两个设备可以自如的发送图片和文字链接等，如图 2.20 所示。

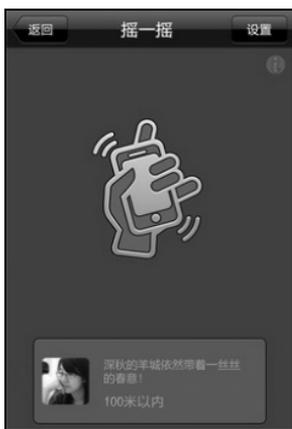


图 2.19 微信摇到好友



图 2.20 摇一摇传图

目前，摇一摇传送图片插件需先用电脑进入 [wx.qq.com/yao](http://wx.qq.com/yao) 进行插件下载后才可以使用。现在只有四款浏览器支持这一款附件，分别为 chrome、Safari、Firefox 和 Sogou。随意一款点击“安装插件”进行安装重启后，浏览器就会出现一个二维码，这时点击手中设备右上角的“扫一扫”，将二维码放入取景框内即可自动扫描。

取景扫描后再点击设备屏幕上的“确认绑定”，PC 端和设备端就会自动连接。这时就可以无限往设备端传图片，只要摇一摇，不管 PC 端在浏览何网页，网页内的图片都可以立即上传至移动设备中，如图 2.21 所示。



图 2.21 传图操作

(3) 摇一摇搜歌。这个功能主要是帮助用户搜寻歌曲，有时用户听到某首歌曲，又不知道歌名，就可以采用搜歌功能，自动获取歌曲名称。

用户登录微信，选择“摇一摇”功能，就能进入摇一摇主页面，选择“歌曲”选项，如图 2.22 所示。

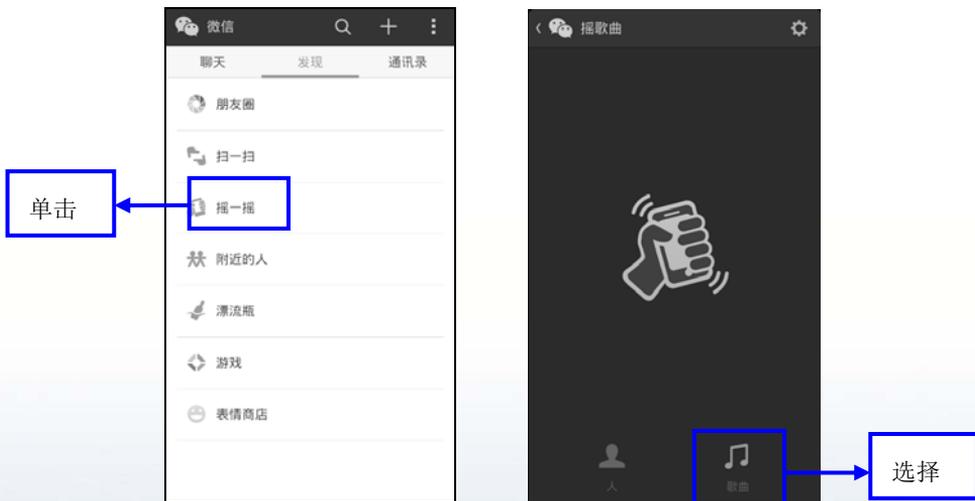


图 2.22 摇一摇搜歌

轻轻摇一下手机后，手机会自动识别听到的声音，稍等片刻，即可出现正在播放

的歌曲歌词，如图 2.23 所示。

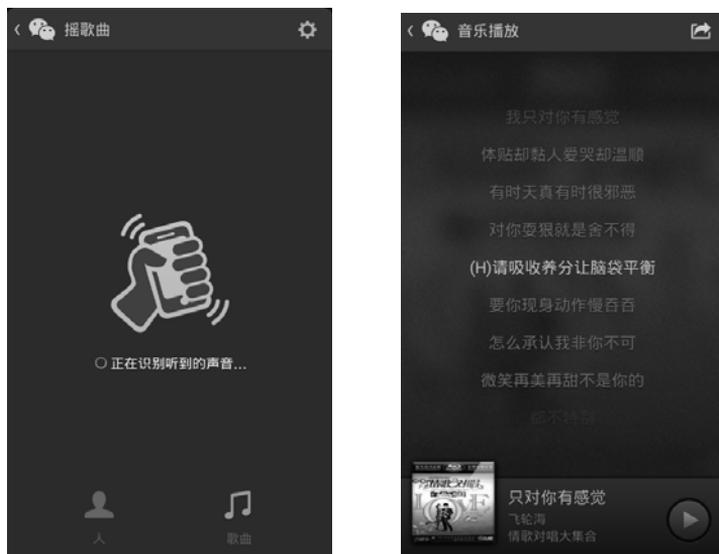


图 2.23 识别声音搜歌



## 2.2.3 微信消息推送

微信消息推送是微信最普及也是最基本的功能，它包括发布图文信息和发布活动信息。

(1) 发布单条图文信息。发布图文信息是将自己的网站内容推送给用户，在点击查看全文时即可连接至对应的网页。

在图文信息发送前，首先要上传图文信息中的素材文件，然后进入单条图文信息——新建单条图文信息，将对应的信息填入，其中地址为用户点击查看全文时进入的网址。

用户确定发送内容无误后，只需要点击“发送预览”，就能将编辑好的图文消息发布出去，如图 2.24 所示。



图 2.24 图文信息编辑

(2) 发布活动信息。相对发布图文信息来说，发布活动信息比较简单，设定的方法跟发布图文信息一样。但是由于是活动信息，所以腾讯微信官网对正文字数做了 800 字的限制，活动信息为短暂通知信息。

## 2.2.4 微信公众平台

### 1. 功能简介

微信公众平台是腾讯公司在微信的基础上新增的功能模块，通过这一平台，个人和企业都可以打造一个微信的公众账号，并实现和特定群体的文字、图片、语音的全方位沟通、互动。

如图 2.25 所示为微信公众平台的宣传图片，商家借助这个交流平台，实现和用户的一对一互动，确保消息的推送和阅读，以吸引用户消费，达到挖掘用户购买力的目的。



图 2.25 微信公众平台

微信在 2014 年 1 月升级到了 5.0 版本，同时微信公众平台也做了大幅调整。微信公众账号被分成订阅号和服务号，主要是组织(比如企业、媒体、公益组织)可以申请服务号，同时运营主体是组织和个人的可以申请订阅号，但是个人不能申请服务号，如图 2.26 所示为服务号和订阅号的界面。



图 2.26 微信服务号和订阅号

## 2. 功能运用

微信公众账号主要是面向名人、政府、媒体、企业等机构推出的合作推广业务。在这里，商家可以摒除传统宣传媒介，通过微信渠道将品牌推广给上亿的微信用户，减少宣传成本，提高品牌知名度，打造更具影响力的品牌形象。

微信公众账号的口号是“再小的个体，也有自己的品牌”，足以见得它对品牌推广的重要性和适用性。

如图 2.27 所示为利用微信公众平台推送消息的截图，商家在微信上发布产品信息或活动优惠，引导用户购买。



图 2.27 常见图文消息推送

微信公众账号可以通过后台的用户分组和地域控制，实现精准的消息推送。普通的公众账号，可以群发文字、图片、语音、视频、图文信息五个类别的内容，商家可以根据自身需要和产品特色进行选择。

微信平台的功能运用是微信营销的重中之重，也是营销能否成功的关键，第 4 章将会进行具体而详细的论述。

## 2.2.5 附近的人

“查看附近的人”是微信 4.5 版本推出的一项功能，目的是为了更方便用户交友，它会根据用户的地理位置找到附近同样开启这项功能的人，使用户轻松找到身边正在使用微信的其他用户。

这项功能的适用距离为 100~1000 米，只要是开启了查看附近的人的微信用户，都能在列表中看到，如图 2.28 所示。



图 2.28 查看附近的人(1)

目前 iPhone 2.5、Android 2.3、S60 2.3 等系统可以使用这个功能，查看的入口在“找朋友”页面，如图 2.29 所示。用户在使用时，会有提示出来提醒用户，需要同意微信使用地理位置信息和补充个人信息。



图 2.29 查看附近的人(2)

## 2.2.6 二维码

二维码(2-dimensional bar code)是指在一维码的基础上扩展出另一维具有可读性的条码，使用黑白矩形图案表示二进制数据，被设备扫描后可获取其中所包含的信息。一维码的宽度记载着数据，而其长度没有记载数据。二维码的长度、宽度均记载着数据。

二维码有一维码没有的“定位点”和“容错机制”，信息容量大，并且方便用户扫描，许多行业都纷纷进行开发。如图 2.30 所示为肯德基的微信二维码。



图 2.30 肯德基二维码

### 1. 功能简介

二维码可以分为堆叠式二维码、行排式二维码和矩阵式二维码，无论哪种，其功能都非常强大，用户比较常用的二维码功能如下。

- (1) 信息获取。用户通过名片、地图、Wi-Fi 密码和资料扫描等，获取二维码上的信息。
- (2) 网站跳转。跳转到微博、手机网站、互联网网页等。
- (3) 广告推送。用户通过扫码，可以直接浏览商家推送的视频或音频广告，方便快捷。
- (4) 手机电商。用户扫码，利用手机直接购物下单。
- (5) 防伪溯源。在商品上标注二维码，用户通过扫码，就能查看生产地和商品具体信息，同时后台可以获取最终消费地。

# 全国Mini-MBA职业经理双证班 (管理岗位 全国培训)



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构，近 20 年实战教育经验，值得信赖！（教证：0000154160 号）

全国迷你 MBA 职业经理双证书班<sup>®</sup>，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课。咨询电话：13684609885

## 招生专业及其颁发证书：

认证项目	颁发双证	学费
全国《工商管理师》MBA 高等教育双证	高级工商管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元

全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产运营管理师》MBA 双证书班	高级生产运营管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元

**学校还开设：**薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师**等管理岗位MBA课程**



**【授课方式】** 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



**【颁发证书】** 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



**【证书说明】**

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



**【学习期限】** 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



**【收费标准】** 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



**【教程特点】**

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



**【考试说明】**

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



**【颁证单位】**

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



**【主办单位】**

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理

人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】http://www.mhjy.net

【咨询邮箱】xchy007@163.com

### 【报名须知】

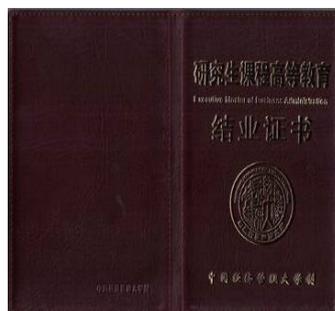
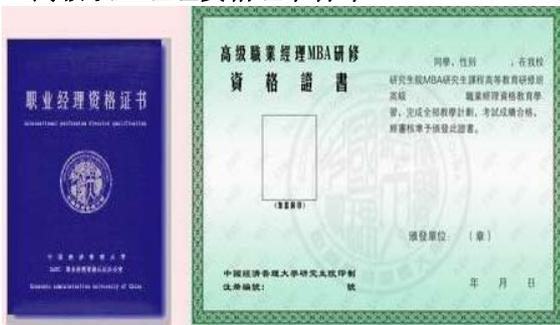
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	学校地址	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 收件人：王海涛
方式二	学校帐号 企业账户	学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034
方式三	交通银行	卡号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄	卡号：6221882600079099806 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	工商银行	卡号：6222083500001062507 户名：徐传有 开户行：哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	建设银行	卡号：6222801141561055564 户名：王海涛
方式七	农业银行	卡号：6228480170232416918 用户名：王海涛 开户行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行
方式八	招商银行	卡号：6225884517313071 户名：王海涛 开户行招商银行哈尔滨分行马迭尔支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【学校网站】http://www.mhjy.net



- (6) 优惠促销。用户扫码，下载电子优惠券，进行抽奖。
- (7) 会员管理。用户在手机上获取电子会员信息、VIP 服务。
- (8) 手机支付。用户扫描商品二维码，如图 2.31 所示，就能通过银行或第三方支付提供的手机端通道完成支付。



图 2.31 扫描二维码

## 2. 功能运用

二维码具有储存量大、保密性高、追踪性高、抗损性强、备援性大、成本便宜等特性，这些特性特别适用于表单、安全保密、追踪、证照、存货盘点、资料备援等方面。

(1) 票务销售应用。传统票务系统升级为电子票务系统的商家和代理商，为合作者提供了从网络电商平台搭建、软硬件集成开发、开放接口、维护等全系统的方案，建立的电商平台直接接入各种网银平台，用户在线支付完成后，凭得到的电子凭证或票据即可到此电商平台的对应实体商家消费，无须排队、无须等待、无须烦琐验证，让用户立即获得一系列完美的消费体验，如图 2.32 所示。



图 2.32 火车票二维码

(2) 表单应用。公文表单、商业表单、进出口报单、舱单等资料的传送交换，减少人工重复输入表单资料，避免人为错误，降低人力成本。

(3) 保密应用。商业情报、经济情报、政治情报、军事情报、私人情报等机密资料的加密及传递。

(4) 追踪应用。公文自动追踪、生产线零件自动追踪、客户服务自动追踪、邮购运送自动追踪、维修记录自动追踪、危险物品自动追踪、后勤补给自动追踪、医疗体检自动追踪、生态研究(动物、鸟类等)自动追踪等。

(5) 证照应用。护照、身份证、挂号证、驾照、会员证、识别证、连锁店会员证等证照的资料登记及自动输入，发挥“随到随读”、“立即取用”的资讯管理效果，如图 2.33 所示为二维码名片。





图 2.33 二维码名片

(6) 盘点应用。物流中心、仓储中心、联勤中心的货品及固定资产的自动盘点,发挥“立即盘点、立即决策”的效果。

(7) 备援应用。文件表单的资料若不愿或不能以磁碟、光碟等电子媒体储存备援时,可利用二维码来储存备援,携带方便,不怕折叠,保存时间长,又可影印传真,做更多备份。

(8) 报纸应用。二维码作为一种连接报纸、手机和网络的新兴数字媒体,报纸利用二维码技术打造“立体报纸”以来,看报的用户通过使用智能手机上的各类二维码软件扫描报纸上的二维码,报纸立即成“立体”,同时还可以轻松阅读观赏报纸的延伸内容。国内应用二维码的报纸有华西都市报、长江日报、成都商报等。二维码应用使报纸的容量大大扩展,读报的乐趣也大大增加,这意味着报纸、期刊已经不仅仅是平面的新闻纸,更可以为我们带来一个全新 3D 视听影像感受,并且为产品提供了更为全面的资讯以及更为便捷的购买方式,缔造了全方位的移动互联网商务平台。

可将二维码放在哪里呢?首先可以考虑平面宣传物料,比如商家可在报纸、杂志、图书、海报、传单、优惠二维码的应用券、广告牌、展架、产品包装、个人名片等媒介上加印二维码,既节省物料成本,让信息量最大化;又可引领潮流,实现信息快速获取,便捷保存,如图 2.34 所示。



图 2.34 二维码宣传

其次，视频广告宣传也是不错的手段。在电视、视频、广告上巧妙地嵌入二维码，突破时空限制，实现信息延伸，又能形成观众互动，扩大传播效果。再者，还可以利用线上推广，将二维码发布到企业网站、广告条、微博等媒介上以配合线上宣传，如图 2.35 所示。



图 2.35 金鹰网二维码

(9) 景点门票应用。景点门票，火车票告别传统文字纸张模式，采用二维码进行售票、检票，提高通行效率，防止伪票。

(10) 优惠信息传递。微信用户可以通过扫描二维码参与商家企业推出的优惠活动，如图 2.36 所示。



图 2.36 扫描二维码赢礼包

(11) 车辆管理应用。行驶证、驾驶证、车辆的年审文件、车辆违章处罚单等采用印制有二维码，将有关车辆上的基本信息，包括车驾号、发动机号、车型、颜色等车辆的基本信息转化保存在二维码中，其信息的隐含性起到防伪的作用，信息的数字化便于与管理部門的管理网络的实施实时监控。



除此之外，随着智能手机的普及，各种各样的二维码应用也接踵而至，看看有哪些极具创意的二维码应用：二维码请柬、二维码展示海报、二维码签到、二维码墓碑、二维码名片、二维码指示牌、二维码蛋糕、二维码宣传广告，以及二维码食品身份证等，如图 2.37 所示。

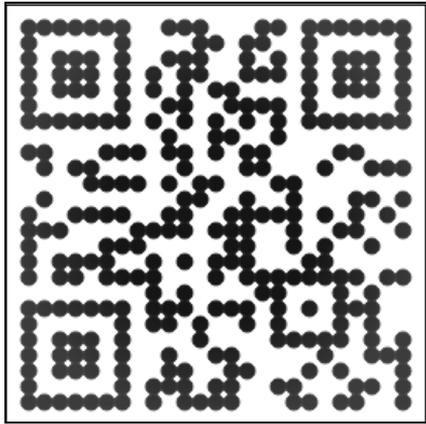


图 2.37 二维码告白

## 2.2.7 漂流瓶

微信支持扔漂流瓶匿名交友，相信用户对于漂流瓶都不会陌生，就是将自己想说的话写在纸上，然后放入瓶子，将它扔进水里，等待另外的用户拾取。微信还支持将语音放进漂流瓶，功能十分强大。

使用这一功能的用户，只要通过扔瓶子、捡瓶子，就能方便快捷地和陌生人打招呼，结交志趣相投的新朋友。

第一次使用漂流瓶，需要设置您的漂流瓶头像。如果没有设置，漂流瓶将会默认使用您的微信头像。如果您的个人信息不全，会提示您补充完整，如图 2.38 所示。

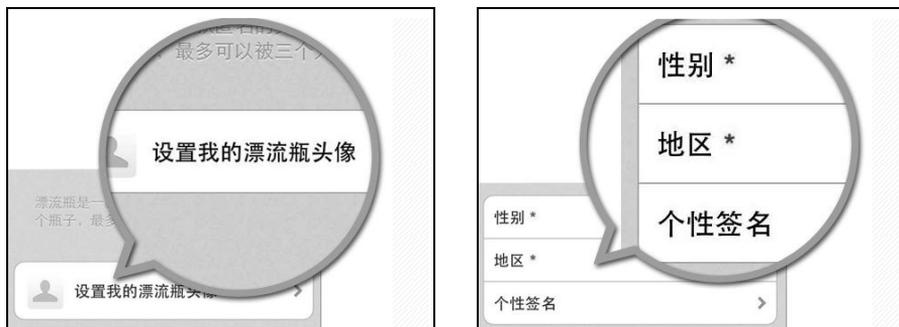


图 2.38 漂流瓶设置

### 功能一：扔一个

进入漂流瓶界面，您可以选择扔瓶子，发一段语音或者文字，您的话语将被装进瓶子扔向大海，如图 2.39 所示。

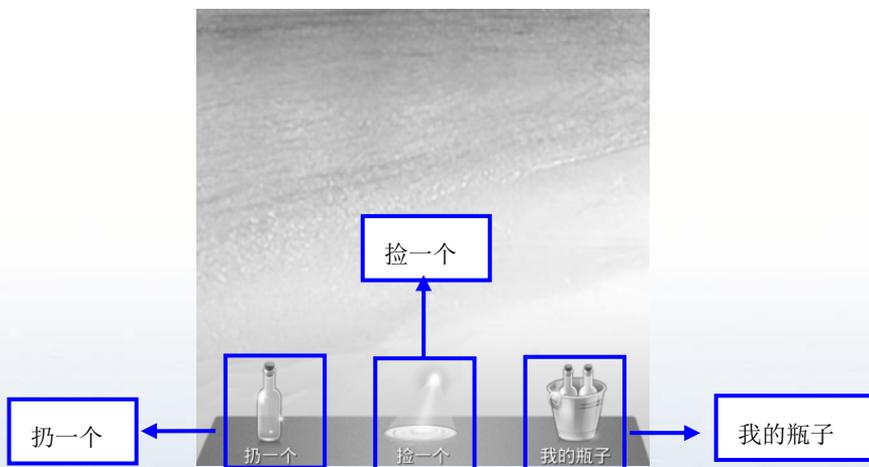


图 2.39 漂流瓶



### 功能二：捡一个

选择捡瓶子，会从茫茫大海中捡到漂流瓶，您可以回应 Ta，也可以扔回海里。

### 功能三：我的瓶子

如果想重温之前捡到的瓶子，或者和瓶友聊天，就点击“我的瓶子”。

需要提醒广大用户的是，随着微信的火热，很多不法分子也看中了漂流瓶这个强大的交友功能，利用用户交友的心理，进行欺诈。用户需要提高警惕，不要轻信对方，小心谨慎，以免给对方可趁之机。

## 2.2.8 语音提醒

微信语音提醒功能提出后很受欢迎，对广大的用户而言，它的实用性很强，只需要简单的设置，就能避免遗忘生活中的大小事情，作用类似于一个定时闹钟。

用户只需要进入微信，打开通讯录，在星级朋友那边就能找到语音提醒。如果用户需要提醒，直接向它发送语音消息就可以了，方便快捷，如图 2.40 所示。

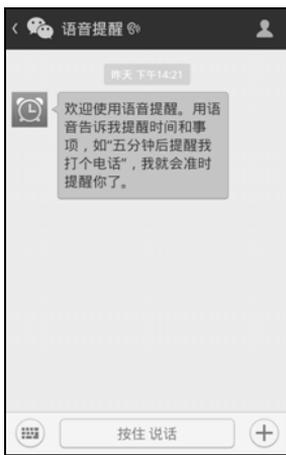


图 2.40 微信语音提醒

## 2.3 微信 5.2 新增功能

微信的版本更新一向迅速，腾讯公司力求让用户的体验做到全方位和高质量。微信 5.2 版本在 5.1 版本的基础上做了不少升级，功能更加强大。

## 2.3.1 全新的安卓 Holo 风格

Holo 主题是 Android Design 的一种表现方式，一共有三种风格：Holo Light、Holo Dark、Holo Light with dark action bars，如图 2.41 所示为 Holo 风格的手机壁纸。

Android 4.0 以后的手机系统内集成有 Holo 主题的控件，简单的应用直接调用这些控件，就能设计出 Holo 风格的应用，和原生系统风格很一致。

魅力不仅仅是表面，Android 应用在多个层次上都是光鲜且具有美感的。微信此次采用 Holo 风格，变幻效果明确且迅速，布局和字体清晰且有意义，用户普遍反响良好。如图 2.42 所示为微信 5.2 版本运用 Android 的 Holo 风格。



图 2.41 Holo 风格壁纸



图 2.42 微信 5.2 全新风格

从画面上，用户可以直观地感受到应用的图标的美观，它们都是由艺术家设计的，就像一把精致的工具，努力结合美感、简洁以及易用性和强大的使用体验。

## 2.3.2 新增的顶栏快速入口

此次微信版本升级，在顶栏增加了快速入口，用户可轻松添加好友，快速建立会话和群聊，让用户享受更加方便快捷的体验，如图 2.43 所示。



图 2.43 新增顶栏入口



在此之前的设计，都是将这些选项设置在底部栏，用户在进行操作时比较不便。根据用户的反馈，腾信在原有设计上精益求精，设置了顶栏快速入口。这样，用户在进入微信页面后，只要轻触屏幕，就能快速地进入自己选择的功能页面。



### 2.3.3 会话的多图预览模式

微信 5.2 版本开发了会话的多图预览模式，用户在进入微信页面后，就能查看自己的会话记录，快速清晰地分辨出已经阅读和来不及阅读的信息，方便省事。同时，每条会话的后面都跟着部分内容，这样方便用户迅速的掌握信息，不用一一点开查看，如图 2.44 所示。



图 2.44 多图会话预览

### 2.3.4 优化的对话输入体验

微信 5.2 版本针对用户会话也进行了升级改造，在原有的基础上，提高了用户的服务体验。相比于它以往的版本，用户在会话输入时，可以进行选择的功能更多，操作也更简便。如图 2.45 所示为微信 5.2 内测版中的会话页面。



图 2.45 5.2 版本对话输入



### 2.3.5 其他功能

以上四点是微信 5.2 版本最大的变化,除此之外,它还有一些别的改动,比如它能够将语音转化成文字,大大方便了用户,当用户处在不方便语音的环境时,可以照常进行微信对话,如图 2.46 所示。

另外,微信 5.2 版本对好友详细资料的设置也进行了改动,增加了交互界面,用户可以在手机上进行设置,和好友进一步亲密互动,如图 2.47 所示。



图 2.46 将语音转化为文字



图 2.47 增加好友互动

# 工商管理师Mini-MBA经理 (管理岗位) 双证班



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构，近 20 年实战教育经验，值得信赖！（教证：0000154160 号）

全国迷你 MBA 职业经理双证书班<sup>®</sup>，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课。咨询电话：13684609885

## 招生专业及其颁发证书：

认证项目	颁发双证	学费
全国《工商管理师》MBA 高等教育双证	高级工商管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元

全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产运营管理师》MBA 双证书班	高级生产运营管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元

**学校还开设：**薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师**等管理岗位MBA课程**



**【授课方式】** 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



**【颁发证书】** 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



**【证书说明】**

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



**【学习期限】** 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



**【收费标准】** 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



**【教程特点】**

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



**【考试说明】**

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



**【颁证单位】**

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



**【主办单位】**

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理

人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】http://www.mhjy.net

【咨询邮箱】xchy007@163.com

### 【报名须知】

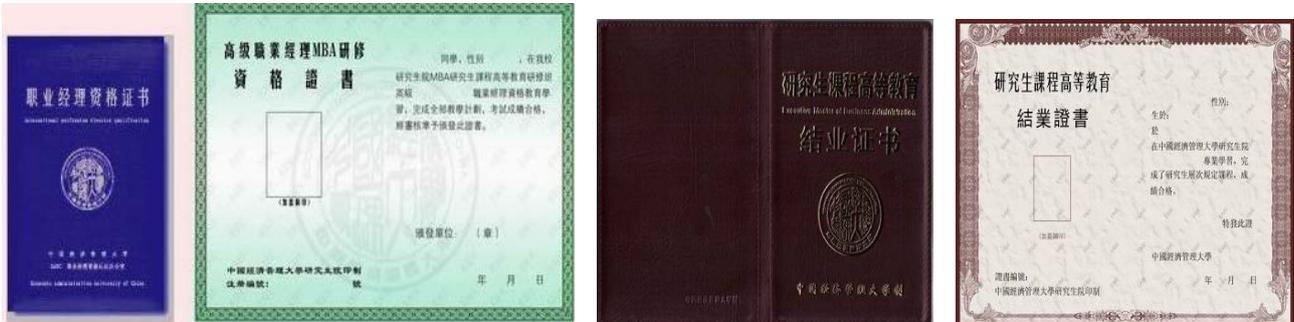
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	学校地址	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 收件人：王海涛
方式二	学校帐号 企业账户	学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034
方式三	交通银行	卡号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄	卡号：6221882600079099806 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	工商银行	卡号：6222083500001062507 户名：徐传有 开户行：哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	建设银行	卡号：6222801141561055564 户名：王海涛
方式七	农业银行	卡号：6228480170232416918 用户名：王海涛 开户行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行
方式八	招商银行	卡号：6225884517313071 户名：王海涛 开户行招商银行哈尔滨分行马迭尔支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【学校网站】http://www.mhjy.net