# 2025年微信的感悟和体会(实用12篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2025-06-18

*当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得感悟，如此就可以提升我们写作能力了。优质的心得感悟该怎么样去写呢？那么下面我就给大家讲一讲心得感悟怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。微信的感悟和体会篇一微信是现今社交软件中最为流行和普及的一款，...*

当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得感悟，如此就可以提升我们写作能力了。优质的心得感悟该怎么样去写呢？那么下面我就给大家讲一讲心得感悟怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**微信的感悟和体会篇一**

微信是现今社交软件中最为流行和普及的一款，它的出现改变了人们交流的方式。作为一名长期使用微信的用户，我对微信的心得体会是深刻的。在这篇文章中，将从五个方面阐述我所感受到的微信的优点，为读者呈现出一个全面的微信世界。

第一段：微信的方便性。

微信的方便性是它最重要的优点之一。用户开启微信，便可以轻松地与朋友或家人进行沟通。不仅如此，微信更是一个多功能的应用程序，它可以发送语音、图片和视频等多种信息形式，同时还可以完成扫码支付等操作。简单而充实的功能使得我们的生活更为便利，减少了不必要的时间成本和繁琐的操作过程。

第二段：微信的社交特性。

微信是一个连接你我、您他的社交软件，它可以让用户迅速地扩展自己的社交网络。通过微信朋友圈，我们可以了解到朋友们的动态，分享自己的经历和心情，也可以在朋友圈进行社交交流，提升彼此之间的情感联系。除此之外，微信还有群聊功能，让用户邀请朋友、家人组建微信群，实时沟通、分享生活体验。

微信也可以提供商业或运营者更广泛的市场和利润。在微信朋友圈的广告、公众号中的文章等等，广告主可以利用微信强大的社交传播特性，快速地向群众推广商品和服务，进而提升销售额。微信公号可以让运营者发布文章，让用户乐于关注，积攒资源，而且公众号中的订阅号、服务号等功能更是为用户提供了友好的服务体验。

微信的自我价值同样不可忽视，特别在人际关系方面。人与人之间的联系本来就是现代生活的重要基础之一，而微信正是大大的满足了人们的社交需求。通过各种功能，我们不仅可以了解到朋友的生活状态，还可以交流感情、增进下属与上级间的关系等等，这也是微信的自我价值。

第五段：微信不足之处。

虽然微信在许多方面都表现出极高的水平，但同样地，它也有着一些不足之处。其中一个明显的缺陷就是隐私泄露的问题，有很多关于微信和个人隐私保护的诉求。除此之外，微信的沟通过程往往很容易分散个人的注意力，沉迷微信也可能使人陷入虚拟世界的困扰。

总之，微信的正面和负面特性同样都存在。但随着其不断的完善和优化，此应用程序在现代生活已经成为人们不可分离的一部分。尤其是在疫情爆发之后，微信几乎成为了人们唯一的交流手段之一。在这个全新的数字时代，微信将继续为人们带来更多的便利和娱乐，让人们越发依赖和喜爱微信这样“针对社交的神器”。

**微信的感悟和体会篇二**

微信是当前最为流行的社交软件之一，对很多人而言，它已经成为了日常必备的工具。在军队中，微信也在逐渐被普及和应用。众所周知，军人的工作具有高度机密性，因此，军队在采用微信这一工具时，更需要灵活、理性和谨慎，更需要深入理解微信的具体功能和使用规范，这样才能发挥微信的最大价值，切实加强部队的管理和士兵的战斗力。

第二段：部队微信应用的优点和挑战。

部队微信应用具有以下优点：一、方便快捷，能够实现即时通讯和信息传递，提高军队对内部信息的把握和对外信息的敏锐度；二、能够扩大军人的视野和掌握动态，便于军队统计和了解整体情况；三、提高军人思想意识，激发军人的创新思维和意识。

同时，部队微信应用也存在一些挑战和问题，如信息泄露的风险、信息的安全性等。部队对微信的应用和管理需要致力于“兼顾工具性和规范性”的目标，才能在使用中发挥其优势。

第三段：部队微信应用的管理方法和建议。

面对部队微信应用中所存在的问题和挑战，我们需要进行有效的管理，以保证军队的稳定安全。以下是一些可行的方法和建议：1、对微信的管理进行严格规范和操作说明，确保唯一正确的使用方法得到普及和执行。2、军队领导应当承担强有力的监督和审查职责，确保微信平台不被利用于传播妨害国家安全和军队基本安全原则的信息。3、建立微信应用中的安全控制措施，通过加密等手段有效防范信息泄露。

经过多次实践，我们深刻认识到部队微信应用所能带来的巨大价值。但同时，我们也更加清楚地认识到，无论是在开展微信应用，还是在维护管理等诸多方面，都需要军队和个人有着更严格和更规范的态度和方法，实现更好的平衡和更有效的运用。最后，我们坚信，在高质量的管理和技术支撑下，部队微信应用将会在未来的发展中不断完善，为加强军事管理和士兵生活提供更全面、便利、安全的服务。

第五段：总结和展望。

总之，对于部队的微信应用，我们需要正确认识，深入理解并将其加以合理应用和管理。该应用既带来了巨大的便利和效益，同时也对军队实行严格控制和严格管理提出了新要求。未来，我们期望各军队部门加强对这方面的关注和督促，加强规范和宣传的建设，从而使部队微信应用发挥出其最大的价值，添加新的光彩。

**微信的感悟和体会篇三**

微信红包已成为现代社会中一种普遍流行的传统。不论是过年时的亲朋好友，还是平日里的各种活动，微信红包已经成为人们相互传递祝福和友谊的方式之一。然而，与传统的红包相比，微信红包独特的互动方式和个性化的设计给人们带来了新的体验和感受。

第二段：创新的互动方式。

与传统红包不同，微信红包增加了更多的互动元素，让人们在发送和接收红包时，能够享受到更多的乐趣。例如，微信红包可以设置拼手气红包，收红包的人可以在一定的金额范围内随机获得不同金额的红包。这种设置增加了参与者的期待感和紧张感，使人们收到红包时更加兴奋和惊喜。

第三段：个性化的设计。

微信红包的另一个特点是个性化的设计。人们可以自定义红包的金额、数量和祝福语，使每一个红包都独一无二。这种个性化设计让人们更加注重红包的创意和情感表达，既体现了送红包人的关心和祝福，又增加了收红包人的体验和感受。同时，微信红包还可以通过语音、表情和动画等方式增加趣味性和娱乐性，使人们在收发红包时倍感愉悦。

第四段：红包背后的思考。

然而，微信红包不仅仅是一个表面上的互动游戏，它背后还蕴含着一些思考。红包金额的多寡、发送时间的选择等都会传递特定的信息和意义。人们会在送红包时考虑自己的经济情况、与对方的关系以及社交礼仪等因素，而在收红包时则会对对方的心意和关心产生不同的解读。微信红包的流行也让人们思考传统文化和现代社会的关系，它既是对传统红包的一种创新，又展现了当代人们与科技的融合。

随着移动支付的普及和技术的不断创新，微信红包也在不断演变。未来，微信红包可能会更加个性化、智能化和社交化。人们可以通过人工智能来优化红包的设计和玩法，实现更好的用户体验。此外，微信红包还可以与其他社交娱乐功能相结合，如红包口令、红包群摇一摇等，让人们在收发红包的同时可以享受更多的乐趣和互动。

总结：

微信红包作为一种新兴的社交方式，在当代社会中已经得到广泛的应用和认可。其独特的互动方式和个性化的设计给人们带来了新的体验和感受，让人们在收发红包时倍感愉悦。然而，微信红包并不仅仅是一种表面上的互动游戏，它背后蕴含着人们对传统文化和社会关系的思考。未来，微信红包也将继续发展和创新，为人们带来更好的用户体验和社交互动。

**微信的感悟和体会篇四**

第一段：引入微信的普及与便利性（主题引入）。

现如今，移动互联网技术的迅猛发展使得人们的社交方式发生了翻天覆地的变化，而微信作为一个全球化的社交平台，正逐渐嵌入到人们的生活中并成为了必备的工具。微信通过实时通讯和朋友圈等功能，极大地方便了人们的交流与沟通，但是，与此同时，我们也不可忽视微信给人们带来的负面影响，如过度沉迷、社交封闭等问题。因此，我们应该在使用微信的同时，学会有节制地使用它，不让微信成为我们生活的主宰。

第二段：微信在社交中带来的便利和乐趣（主题论述）。

微信作为一个全能型的社交平台，给人们带来了很大的便利和乐趣。通过微信，我们可以随时随地与远方的朋友、亲人保持紧密联系，分享自己的生活和心情，以及获取实时的新闻和信息。微信还提供了丰富多样的功能，如语音、视频通话、朋友圈、微信支付等，为人们的社交生活增添了更多的乐趣和方便。然而，要想真正享受微信带来的便利和乐趣，我们必须明确一个原则：使用微信要适度，不能让它成为我们沉迷的对象。

第三段：微信沉迷与社交封闭的问题和影响（论证）。

正如硬币的两面，微信的便利性也给人们带来了一些隐患。过度沉迷于微信可能导致人们对真实生活的忽视，与此同时，也会削弱人们的社交能力。在微信上虚拟世界中追求快乐和刺激的人们，时常会感到精神空虚和孤独。此外，过度沉迷于微信还容易导致社交封闭，人们过多地依赖微信进行社交，而忽视了现实生活中的人际交往。这样一来，人们的社交圈子变得狭隘，亲朋好友关系也因此开始疏远。因此，我们必须警惕，并设法避免微信沉迷和社交封闭的问题。

第四段：如何健康使用微信（建议）。

想要不让微信成为我们生活的主宰，我们需要学会如何健康使用微信。首先，我们应该明确微信的定位，把它当作一个交流工具而不是生活的中心。其次，我们可以适当限制自己使用微信的时间，不要长时间盯着手机屏幕，要时刻注意调整和控制自己的使用习惯。此外，我们还可以多参与线下的社交活动，扩大社交圈子，避免自己陷入微信的虚拟世界中。最后，我们要时刻提醒自己，微信只是一种工具，我们要懂得在适当的时候摒弃，重拾与人面对面交流的方式。

第五段：总结微信的意义与目标（主题总结）。

总体而言，微信的出现无疑给人们的社交生活带来了极大的便利和乐趣。然而，我们不能让微信主宰我们的生活，而应该借助微信以及其他渠道来拓展我们的社交圈子和增强我们的社交能力。只有明确微信在我们生活中的定位并且合理使用，才能真正享受到微信的好处。让微信成为我们的侍从，而不是我们的主人，才能更好地与他人交流、分享与沟通。让我们警惕微信沉迷和社交封闭的问题，并努力健康使用微信，让它成为我们生活中的一部分而不是生活的全部。

**微信的感悟和体会篇五**

页、登录，并可以绑定私人帐号进行群发信息。微信公众账号又分为服务号跟订阅号

特点：

1.代表着个人的信赖官方品牌。

2.信息快播传播窗口。

3.一对多微友互动平台。

4.强关系高粘度的一个建设工具。

5.目标客服户消费行动的数据分析。

1、加入微信聚。

微信聚的平台有好几个，把你的微信提交上去，增加曝光率!好奇心会为你带来很多粉丝.

2、各大社区处处留情。

qq、博客、贴吧、人人、开心。

网

等等，各个社交。

网

站，软文写的好，一日破万，这都不是事，用心做你能行。

3、微信互推。

4、以微博带微信。

全新改版，以二维码微信为主流视觉导向，同时开启了短线互动活动，利用赠送礼品的契机吸引受众的关注度和参与扫描量。

5、无活动不营销。

活动是吸引粉丝最快速的一种方式。

公众账号微信需要做好部分的消息关键词回复跟自动回复，启用开发模式可以使用更多的微信回复功能。

站里获取一些行业里的图片，做微信营销要重视细节。并且图文要匹配不能文不对图。细分版块，因为版块是供不同层次客户选择分享的，也是让读者有挑选的余地。

推送内容，晚上或者下午推送内容最好，因为要考虑这些时间段读者有足够的时间来阅读，白天推送内容，适合做产品的促销，当时顾客可以订购产品，带来产品真正的`销售。

传统型工具。

数字抽奖、文字游戏、看图猜猜、摇一摇。

时髦型工具。

刮刮卡、幸运大转盘、一战到底、有奖竞猜。

会员卡、问卷调查等。

客户互动的三个法则。

问题解答，危机处理，互动营销。

**微信的感悟和体会篇六**

第一段（引入）。

微信作为一款流行的社交媒体应用程序，已经融入了我们的日常生活中。然而，随着微信的普及，我们也应该认识到一些微信使用的问题和潜在危害。为了更好地利用微信，我们需要明智地管理和使用微信，不能让它成为我们生活中过度占据时间和精力的因素。

第二段（合理设置隐私保护）。

微信作为社交媒体应用程序，很容易让我们面临隐私泄露的风险。因此，我们需要学会适当地设置隐私保护机制，以确保我们的个人信息得到保护。首先，我们应该审查并限制我们的个人信息的公开可见度。例如，我们可以选择只允许我们的好友看到我们的朋友圈，而将其他人的访问权限限制在最低程度。此外，我们应该经常检查我们的隐私设置，以确保我们的个人信息没有被泄露或滥用。

第三段（合理控制使用时间）。

微信的强大功能很容易让我们沉迷其中，浪费大量的时间和精力。为了避免成为微信的奴隶，我们需要合理控制我们对微信的使用时间。首先，我们可以设置时间限制，以确保我们每天不会花费太多的时间在微信上。其次，我们应该学会拒绝不必要的微信聊天和参与时间浪费的群组。最重要的是，我们应该培养自己的兴趣爱好和其他社交活动，以减少我们对微信的依赖。

第四段（在微信中建立有意义的关系）。

微信虽然提供了与朋友和家人保持联系的便利，但我们也应该警惕在微信上建立虚拟和肤浅的关系。为了让微信成为有意义的社交工具，我们应该更积极地使用微信与身边的人进行真实和有意义的交流。我们可以利用微信的语音和视频聊天功能，与远方的亲人和朋友进行更直接和亲密的交流。我们也应该学会关注和参与有价值的讨论和内容，使微信成为我们获取信息和知识的有益工具。

第五段（提倡健康使用微信）。

最后，为了让微信发挥其正面作用，我们需要提倡健康使用微信，并避免使用微信进行不良行为。我们不应该通过微信传播谣言和恶意信息，也不应该使用微信进行欺诈和骚扰他人。此外，我们也应该学会辨别和抵御微信上的诱惑，不被虚假信息和社交媒体的压力所左右。只有通过健康的使用微信，我们才能享受到它带来的便利和快乐。

结尾。

综上所述，合理管理和使用微信非常重要，以避免它成为我们生活中的负担和困扰。我们应该保护个人隐私、合理控制使用时间、建立有意义的关系、提倡健康使用微信。只有这样，我们才能更好地享受微信带来的便利和乐趣。

**微信的感悟和体会篇七**

随着移动互联网的发展，微信已经成为了我们生活不可或缺的一部分。微信不仅是我们联系朋友、分享生活的平台，还是工作、商业等领域中必不可缺的一环。然而，我们应该如何正确地使用微信，让它成为我们生活中的好伙伴，而不是成为我们的负担和心理包袱呢？在这篇文章中，我将从五个方面谈谈自己的心得体会。

第一，好友关系的处理。虽然微信的加好友功能已经变得极为简便，但是我们必须对好友的数量和类型进行慎重考虑。一方面，好友数量太多会增加你的时间和精力成本，同时也会让你感到沉闷；另一方面，过多的陌生人添加你，就可能会给你带来无意义或者不必要的骚扰。因此，我们应该将好友限定在一定范围内，只添加我们认识或者有必要联系的人。此外，在处理好友关系时，我们还需要注意一些细节问题，如及时回复好友的消息，不要因把好友闲聊当成对对方有求必应的权力而放任对方的时间和精力。认真地对待好友关系，可以让你和好友之间更加亲密，也会让你在微信使用中更加高效。

第二，随手回复的注意事项。我们在使用微信聊天的过程中可能会把回复消息当成一种形式主义的束缚，不断地快速切换聊天内容，这种方式是违背聊天的初衷的。在微信聊天的时候，我们应该尊重对方，不开玩笑回复，回应让人信服并真切地关注、回答问题。如果你不想回复而想要留意某条消息，最好先做个书签，便于随后回复，不要让对方觉得你在无意义的打断他的时间。把回复当成一种聊天的方式就好，同样注意礼貌、同理心和真诚。

第三，注意时间管理。微信的使用有时会占用我们太多时间，导致我们无法进行更重要的工作或睡眠。我们需要合理规划微信使用时间，将其纳入我们每天的时间表之中。另外，我们要避免晚上过度使用，应该在睡前一两小时停止微信活动，保证充足的睡眠。这样，我们能够更好地控制自己的微信行为，也能够让自己保持良好的心理状态。

第四，避免把微信当成刷屏工具。每个人的朋友圈或者订阅号推送都不一样，有时候我们会把微信当成了一种获取信息的工具，不断地刷屏查看，这样的行为会让我们感到疲惫和无聊。我们应该将微信的使用轻松化、自由化，让它成为我们生活中的伴侣而不是打扰。同时，也要选择好自己的订阅号和朋友圈，避免在信息海洋中流离失所，没有意义地浪费时间。

第五，尊重他人隐私和信任。如果你在微信中向别人提及过某些事，那么你应该保证不将聊天内容和其它人分享。我们需要尊重他人隐私和信任，同时也要保障我们自己的合法权益。微信中的信息一旦泄露，就无法完全控制，如果我们失去信任，就会带来不必要的麻烦。

最后，献给所有使用微信的人：别让微信成为你的累赘，好好地享受它带来的便捷和快乐吧！微信作为一款信息交流工具，它本质上呈现的是人与人之间联系、沟通和理解的关系，是我们日常工作和生活的好伙伴，而不是拖累。如果我们都能尽自己的责任，在微信这个平台上建立好的个人形象和好的人际关系，那么微信的意义也就展现地更充分了。

**微信的感悟和体会篇八**

时代，千万不要勿视工具的作用。

就好比一个九段的武林高手，功夫再高，也干不过一个玩枪的二段。

2、公众号做面，个人号做点，点面结合才能发挥威力。

3、微营销是全员营销，而不是市场部少数人的\'工作，这点至关重要。

针对个人号的运用有很多技巧，玩好了，威力超乎想象。

4、微信的本质是关系不是传播，粉丝数量不是决定性因素，不能变“现”(现实)的关系全是弱关系，没有互动的关系等于没关系。

个人号才是落地的根本!

5、全员培训至关重要!新兵器时代来了，你要教会士兵使用，而不要只让他们徒手肉搏，或者发条枪就让他们上战场。

6、关系是可以高效率维护的，前题是熟练掌握工具。

7、目前市面上所有微营销的书都是花架子!目前的微营销培训讲概论很多，讲案例很多(大多是假案例)，讲方法和实操的几乎没有。

8、打磨教程非常辛苦，超乎想象的工作量，相当于完成了一次高强虏的团队内训。

**微信的感悟和体会篇九**

对于当今社会而言，微信已经成为了人们生活中必不可少的一部分。微信作为全球最大的社交网络平台，已经有了超过10亿的用户。不仅是在中国，微信在世界范围内都有着不可替代的地位，特别是在移动支付、社交媒体和商务等方面发挥了重要的作用。

微信虽然功能强大，但同时也让我们变得相对脆弱，尤其是在隐私保护方面。常常有人在微信群里随便聊天，不假思索地分享个人信息，这就给自己的安全留下了隐患。因此，我们应该在使用微信的时候谨言慎行，避免泄露个人敏感信息。

微信上经常充斥着各种不真实的虚假新闻、炒作、负面情绪等，往往会让人产生焦虑、沮丧等情绪，并且影响我们的思考，甚至影响我们的生活。因此，我们应该学会保持发自内心的平静和坚定，避免微信上的负面情绪对我们的情绪和生活造成过度影响。

第四段：微信心得体会——遵循基本的文明规范。

微信平台上不少朋友圈和群聊的言论都遭到了人们的批评和谴责。在微信上说话应该遵循基本的文明规范，不涉及攻击、贬低、歧视和侮辱等言论。同时，我们也应该学会从他人角度出发，进行尊重和理解。随便一句话可能会让人产生极大的负面效应，这也是微信对我们生活的影响之一。

第五段：结论。

微信已经成为生活中不可或缺的一部分，也对我们日常生活和娱乐产生了重要的影响。在使用微信时，我们应该遵循一些基本规则和原则，学会正确使用微信，并且避免微信成为影响我们生活的“黑洞”，积极培养健康的心态和生活方式。这样，才能真正享受微信的便利，避免其成为我们的烦恼。

**微信的感悟和体会篇十**

一般关注企业微信的粉丝，基本上都是粉丝通过主动加为好友或者扫描企业二维码成为好友，这种关注方式使得企业微信的人气被动掌握在粉丝手中。粉丝可以加你的微信，同时也可以取消，一旦粉丝过了新鲜感或者企业的信息对粉丝失去意义，或者说没有价值，粉丝就会离开。

目前，微信营销主要沿用的模式，是商家将自己的产品信息设法推送给用户，由用户体验并决定是否购买。然而，一个尴尬的现实是，现阶段微信营销渠道和手段过于单一，唯一方式就是扫描二维码，用户扫描获取产品信息后，如果对产品感兴趣，有购买意向，就可能分享到朋友圈中，扩大产品的知名度。但是如果用户对产品没兴趣，他只需动几下指头，取消对产品关注度，就可以将产品拒之门外了。从这个意义上说，商家的产品可能得不到很好的宣传推广就胎死腹中了。

网

络，如果不顾及用户的感受，强行推送各种不吸引人的广告信息，会使营销效果大打折扣，甚至会引来用户的反感。众多的微信公众平台持续“孜孜不倦”地推送各式各样的图文信息到用户的手机中，就像打开电子邮箱，瞬间被各类广告垃圾邮件塞满，读者也无心阅读，从而导致推送消息打开率低。

友和自己的朋友去分享观点，而大多数企业帐号的回复又是迟缓和生硬的，这些迟缓和生硬的回复是代替不了粉丝之间互动交流的.，所以微信的粉丝活跃度明显低于微博。

应用展开合作，把一些应用植入微信公众平台。一般，用户只需要给这些应用的微信帐号按一定格式发送信息，帐号会根据用户所在的位置或是一些请求。

提供。

一些服务。但是，如果微信营销不能从线上吸引消费者去为产品买单那么粉丝数量就是一个噱头而已。

微信本身是一个基于位置信息的社交平台，你在发送一条微信时，往往会显示出来你的位置，还有他自带的“附近的人”查找功能，用户在社交过程中，稍不注意就有泄漏个人位置信息的风险和可能性。这就导致了一个问题，很多人不愿意接受微信，甚至对它排斥。此外，微信用户不需实名认证，这就让一些想利用微信“钓鱼”的不法分子有了可乘之机。

**微信的感悟和体会篇十一**

微信是一款社交软件，自问世以来越来越受欢迎。在我们的日常生活中，微信已经成为了必不可少的一部分，大家通过微信来聊天、交流、分享信息、付款等各种各样的事情。然而，有时候当我们沉迷于微信时，我们却忽视了一些重要的事情，比如睡眠、与家人的交流等等。因此，我们必须要时刻提醒自己，不能让微信成为我们的生活中心，否则我们将会失去很多本来应该属于我们的美好时光。

第二段：受微信影响的负面事情。

微信虽然方便，但也有一些负面影响。首先，微信的智能推荐功能让我们在看微信的时候一不小心就会沉迷其中，导致浪费大量的时间。其次，微信聊天的便利性往往让我们把微信当成是生活的全部，很难控制自己在聊天群中的时间和精力。这些习惯最终会影响我们的工作与生活质量，给我们带来很多麻烦。

第三段：微信带给我们的好处。

微信虽然有负面影响，但同时也给我们带来了很多好处。首先，我们可以借助微信与生活中的远方亲友沟通。其次，微信的聊天功能也让我们能够更加便利地处理工作上的事情。此外，微信还提供了很多功能，比如支付、购物、订餐等等，都是我们生活中必备的部分。

虽然微信给我们带来了很多好处，但我们仍然需要做出努力，避免它成为生活中心。首先，我们可以通过定时限制使用微信的时间来保证充足的睡眠时间和与家人交流时间。其次，减少微信的影响我们可以尝试禁用一些不必要的推荐功能，避免让微信成为我们的时光杀手。最后，我们也可以适当减少在微信群中的时间，转而将精力放在更重要的事情上。

第五段：总结。

微信作为一款先进的社交软件，给我们提供了很多便利和美好的时光。然而，我们不能完全依赖微信，否则我们会忽略很多生活中的美好时光。为了避免这些负面影响，我们需要时刻保持警觉和谨慎，合理利用微信，保持生活与工作的平衡。

**微信的感悟和体会篇十二**

娱乐有两个重要的特点。

(一)娱乐社会性：要让人们来参与一件事，或者做部落量的\'扩张，最好的方式，就是做娱乐。电商赚钱很难，但是有一类电商很容易赚钱，就是游戏，游戏公司创造的就是快乐，在快乐中了解，熟悉并成为朋友，这就是娱乐的社会性。

(二)娱乐本能性：喜欢快乐，逃避痛苦，这是是人性快乐基因决定的。人们喜欢让自己高兴，这是天然的人性本能。娱乐因人性本能，而成为吸引人的入口。

当然我们把娱乐性作为一个入口来做，从没关系到弱关系，这是进步。持续娱乐性会让人群从强关系回到弱关系，这就是退步，中国传统文化有句话对此作了生动的描述：玩物丧志。

体验，实际上是感知体系，每个人的感知体系包含六种：视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉、幻觉，这些都是我们体验的源泉，如果没有这种体验，我们就没有了感知。事实上移动互联网创造了感知体系的扩大化。比如视觉，过去视觉是要眼睛当面才能看见。现在基于移动互联网，全世界的东西通过手机我们马上就能看到。

当移动互联网扩大了我们的感知体系时，我们发现过去看到的被我们大脑储存，今天通过微博、微信所看到的图片、视频，被当成一种知识体系存储了起来。比如网络授课与面对面听课有什么区别?首先，通过移动端以听觉为基础存储的课程可以反复听，还可分享给朋友，这就把感知体系变成了知识体系，移动互联网最大的突破在于把人类的感知体系上升为知识体系，或者说，手机已经构成了人类中枢神经的延伸。手机扩大了我们的视觉，扩展了我们的听觉，甚至通过交流，可以扩大触觉或者幻觉。

从这个意义上讲的时候，移动互联网不仅仅是扩大了我们的感知体系，更重要的是以知识体系的形式将感知存储了下来。这种体验一旦能存储，在这个体系里就出现了一种全新的聚合方式知识聚合。

基于移动互联网的交流，以知识体系形式存在，它可以存储，被追溯，被反复阅读或收形成了文化，跟标准化、工业化下的文化大不一样，我们称之为小众文明。

从强关系到自组织是由两种力量产生的，一种是融合，志同道合自成一体。另一种是冲突，通过冲突实现关系的质变。

在生活中，我们常看到这样的情境内，两个关系很好的人，为何会有冲突呢?大家回顾下自己恋爱的场景,两个人刚相爱时，很少吵架，爱都爱不过来呢，吵什么?等到真正相爱深入之后，情况就发生变化了，爱的越深架就吵得越多。

为什么?这需要我们重温一下冲突的社会学原理。在社会学中，冲突是有下面意义的，那就是人们以敌对的方式，以相反的方式把潜在的问题暴露出来。比如恋爱中冲突分手的时候，人们才会真正的问一个问题，对方对我意味着什么。由此发现，在恋爱中失恋的双方，在冷战中都会去不停的指责与反省。

当你这样去思考的时候，双方的关系就会发生一种实质性的变化。

应当说，自组织每天都是在冲突中渡过的，在冲突中，，所有的人分成他们与我们两个阵营，每个人都需要做出选择，这就是自组织的形成机理。

这也是民族国家产生的机理，只有存在着敌对国家的时候，人们才会有所谓的爱国主义情怀，这也是为什么一些国家统治者们会不时挑起国家之间的冲突，以激发人们的爱国主义情怀。

什么叫自组织?同趣同频，即大家自愿或者潜意识中自发按一个步骤去做。就像多年的老朋友一样，你不需要告诉对方，对方就知道怎么跟你配合，这就叫老朋友。或者像我们在组织中一样，不需要告诉大家怎么做，但大家就知道该做什么，这就是自组织。

结论：冲突甚至有意识利用一些事件制造冲突，是非常重要的自组织机制。正是这种机制把人分为了：我们和他们，如果是我们，那就会自觉的去做;如果是他们，那就要离开我们，自组织的边界创造出来了，这就是冲突的意义。

一个部落必须有自己边界，如果没有边界就无所谓部落，这个边界就是符号体系的由来，这就像每个少数名族都有自己的服饰，语言，图腾，这就叫边界。

这种边界明确的把各个民族划分开来，这就是部落的特征。

自组织的完成，创造了一种特殊的生态，那就是消费众包化。部落创造了生活，生活创造了需求，需求创造了部落化的产品定制或服务定制，这种定制的核心内容，就是消费者的自发参与。

过去10年，世界各地的人们显示出一种前所未有的社会行为：人们集合在一起，共同完成任务，有人甚至分文不取;而这些任务曾经是由某个专业领域的企业雇员完成的。简单地说，众包就是社会生产。

众包体系中，消费者不再是消费者，消费者同时也是产品的创造者，而让这些人如此无私地付出的，是他们的兴趣、爱好，或者是自我实现的追求。

消费上存在的这种众包效应，甚至产生了一个新的词汇，即所谓的创客(maker)。所谓创客，讲的就是在产品创造的过程中，消费者会越来越参与到其中，甚至可以成为其中的主导者，这就是创客这个词的由来。

创客时代说明，当消费者既是消费者，又是创客，具有如此双重角色的时候，企业创造价值的方式就改变了。

消费者这个词本身，就带着标准化的色彩。每一个在标准化下的购买与使用行为，都是消费行为，而不是创造行为，因为企业是为标准而不是为客户的需求而生产的。

可以想到的趋势是，在移动互联网的o2o时代，公司与消费者之间的界限将会消失。消费不再是简单的消费，消费本身就是生产的一部分，或者说是公司经营过程的一部分，公司不仅要经营生产体系，更要经营消费过程体系。

同样，消费者也不仅消费产品，还要消费生产过程，在这里，我们把一切产品从原料到成品的过程，都当成生产过程，这一过程，消费者会借助移动互联网手段深入其中。

消费者与公司一体化的时代就要来到了!

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找