

# 《网红经济》

## 图书基本信息

书名：《网红经济》

13位ISBN编号：9787504494577

出版时间：2016-6-1

作者：邵明宇

页数：228

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《网红经济》

## 内容概要

移动互联网时代带来的最大改变是人们接收信息、产生信息以及消费的场景不再仅仅是坐在电脑前，它开始“移动”了。我们不再像从前一样，需要在固定的时间段通过固定的渠道来获取信息。当我们可以随时随地的访问到我们感兴趣的内容时，以电视，广播，以及门户网站为代表的中心化传播模式就渐渐失效了。取而代之的是，以碎片化时间为主的信息和渠道消费模式，打成碎片则意味着每个人的选择会有很大不同。在如此个性化选择的时代背景下，一切基于中心化传播渠道建立的权威，都必将如CCAV般瞬间倒塌。而在这个时代中崛起的则是服务于细分人群市场且更接地气的网红们。网红经济并不是一个首次出现的个体经济现象。当我们翻开欧美著名企业的品牌名录，我们往往发现的都是以个人或家族姓名命名的企业品牌，这说明一个值得信赖的名字将永远是客户最佳的选择，这一点中外同理。2015年只是网红经济在移动互联网时代的一次小试牛刀，2016年是“网红元年”，更多的网红将在未来闪亮登场。更多的企业也将效仿网红们，围绕人格魅力体或拟人化品牌虚拟形象进行品牌的革命。

## 作者简介

邵明宇：  
多利德手机购 CEO  
圣德会 秘书长  
中国营销策划协会 理事  
中国品牌联盟 理事  
CCTV探索与发现频道《公益的力量》首席顾问  
清华大学、北京大学EMBA班、总裁班特聘讲师

## 书籍目录

### 目录

导言 从“草根”到“明星”，网红经济崛起

#### 第一章 网红经济：无线时代的商业新玩法

网红经济，是新经济中诞生的一个全新经济角色，展现了互联网在供需两端形成的裂变效应，这个角色在制造商、设计者、销售者、消费者和服务者之间产生了全新的连接。网红经济的兴起，得益于淘宝平台的开放性，网红们有了开设淘宝店、将人气变现的机会，它是社交电商趋势的一个重要体现，是社群经济下快时尚的演化。在无线时代，网红经济或将成商业新玩法。

个人力量的雄起：网红经济及其特点和本质

无线时代红人发力，白富美还是自品牌？

网红正劲，打造网红经济九大变现商业模式

网红经济会给哪些行业带来了发展机遇

网红明星跨界，助力企业升级改造

如涵电商闭环模式打通网红变现链条

国内网红经济与美国网红经济的现状与区别

透视郭天王网红女友背后的网红经济

#### 第二章 网红现象：并非美貌那么简单

网红现象昭示了内容时代向人本时代的变迁，而且这种走势会愈演愈烈。基于此，如果只是把网红当成个人行为，或者是一个简单的互联网现象，实在是暴殄天物。网红经济反映的是一种思想：网红思维。所谓网红思维，即运用自媒体的作，打造企业家或运营商本人，打造成本区域或本行业的权威或有影响力的红人。

更新换代，网红从1.0到3.0的变迁

网红：一种独特的互联网景观

催热“小红唇”：网红是这样炼成的

网红分类：十万公里游动，只为一秒惊艳

网红现象：美丽的泡沫还是代表着未来？

#### 第三章 网红产业链：深度解析网红经济核心

当品牌出现集聚后，便会逐渐形成完整的产业链。在微博吸粉+孵化公司炒作+淘宝店等多渠道变现的网红3.0时代，大尺度自拍、背靠富二代、炫富……网红市场在喧嚣之下其实已经渐渐形成了分工明确、富含经济效应的产业链条，网红不再是一个个体，而是一个品牌，背后的推手公司依靠输出网红品牌，创造出了令人惊叹的经济价值。

网红产业链的形成及主要成员的作用

各社交网站培养网红的优劣势分析

从服装业供应链和零售两端看网红店之热

社交平台：网红经济的核心卡位

#### 第四章 网红运作：炒作背后的真相、猫腻和规律

网红炒作要懂得如何与自己调性契合的受众沟通，制造辨识度极高的形象和流行语，并热情地拥抱社交媒体。这是他们事业起航的起点，也是其商业价值得以不断扩大的根据地。网红，不是你想红就能红；网红炒作，也不是你想做就能做的。炒作成功的背后更重要的是，在这个过程中我们得到了什么。这是每一个网红、每一次网红炒作都应该清楚的。

网红炒作的几个一般特点

网红炒作一般流程与注意事项

互联网时代网红成功“四动”过程

网红三个不同时期的成名方式

#### 第五章 商业模式：虽未定型，却已发展得有模有样

在服饰行业里面，网红一直存在，可以追溯到淘宝诞生的初期。阿里有个数据统计：淘宝里前10名的女装卖家里，有五六个都是网红开的店铺。而在2015年的“双十一”，整个淘宝里卖出去的女装中，每7件就有1件是网红卖店的。网红的商业模式虽未成型，却也发展得有模有样。在深入接触了网红

店铺之后，我们尝试总结出网红店铺的成功因素，也许我们可以从中学习到一些什么。

解析粉丝经济下网红店铺经营模式

解析网红经营淘宝店的思维

社交电商时代，网红模式的运营之道

网红的商业模式：包装、传播和变现

社交电商如何用好“网红思维”

第六章 盈利模式：四大盈利模式让社交资产变现

社交资产变现是指为上游积淀的粉丝资源匹配商业模式并产生商业利润的过程，伴随着粉丝向消费者的角色转变。我国网红的变现模式可分为4类：通过平台类电商变现，典型的是淘宝；通过社交电商变现，包括新浪达人通、微卖、微盟萌店、京东拍拍小店等；通过广告、打赏、付费服务等方式直接在社交平台盈利；部分网红拥有线下主业，他们在线上培养粉丝群体，为线下业务导入客户。

模式一：网红+平台电商

模式二：网红+社交电商

模式三：网红+社交平台

模式四：网红+线下活动

第七章 网红销售：通过网红实现销售倍增

网红进入新的购物模式，可以带来新销售经济的刺激，那些销售业绩好的网红所带来的品牌效应不亚于一个小微企业一年的销售额，因为他们的曝光度，交易频率越来越多。曝光相当于把品牌不断在公众面前做了一个更大的曝光，通过产品内容和通过粉丝效应，就是逐渐形成社群+电商的销售模式。

网红店铺之所以销售业绩倍增，是因为网红制造或产生的各种效应的结果。

什么是网红营销：内容才是王道

揭秘网红营销学：转化率、设计

新媒体环境下网红的营销方式

网红孵化公司对营销方法的复制

网红社群化营销，必备的三个要素

揭开网红店铺的销售倍增的秘密

粉丝效应和大数据助力销售倍增

第八章 网红掘金：颜值产业投资众生相

网红经济的兴起吸引了各方资本投资，包括大学生、微商、传统电商人、媒体新人、艺人等。这5类人群最有可能成为网红，并主导未来网红经济。资本关注到网红是很正常的，不但因为网红深受年轻人喜欢，高颜值是网红成功和幸福的重要因素，更重要的是因为网红经济是互联网内容的一种输出方式，资本关注网红，说明网红聚集的粉丝和用户众多，具有品牌推广的价值。

大学生：知识和颜值兼备的网红掘金生力军

微商：经验和产品皆备的网红掘金主力军

传统电商人：接地气的网红掘金后备力量

新媒体人：操纵内容爆炸的网红掘金幕后力量

艺人：内涵和表演皆具的网红掘金直接引爆者

资本关注颜值产业生态圈内循环作用

网红新阶段：资本入场催生“网红经济”

第九章 发展趋势：网红经济未来值得期待

网红经济背后的支持者是粉丝经济与时代经济，网红们活动在各类社交平台的，他们背后都坐拥着上千万的粉丝支持。随着越来越多的网红脱颖而出，这块依靠网络发家致富的领域在未来竞争力也会越来越大，网红经济的规模也将不断扩大。所以今后的网红经济的走向，会越来越呈现出视频化、专业化、品牌化、平台多元化、营收多元化的未来发展趋势。

趋势一：视频化

趋势二：专业化

趋势三：品牌化

趋势四：平台多元化

趋势五：营收多元化

后记 寻找网红经济商业模式突破点  
参考资料

# 《网红经济》

## 精彩短评

- 1、错字错词太多，重复废话太多，讲述逻辑混乱，装帧排版太烂，干货还行能看。
- 2、网红内容普及不错 就是错别字太多

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)