

做最成功的 互联网创业者

卢松松 姜伟 朱建志 ◎ 等著

商业模式 · 市场分析 · 产品定位 · 品牌建立 · 营销推广 · 发展战略



ZUO ZUI CHENG GONG DE
HU LIAN WANG
CHUANG YE ZHE

14

位知名
网络创业人

讲述自己的
创业故事

故事很精彩，创业很期待！

互联网+创业

改变一生的
创业故事



化学工业出版社

做最成功的 互联网创业者

卢松松 姜伟 朱建志◎等著



化学工业出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

做最成功的互联网创业者 / 卢松松等著. —北京: 化学工业出版社, 2016. 2
ISBN 978-7-122-25835-9

I. ①做… II. ①卢… III. ①网络营销-经验
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 298888 号

责任编辑: 李军亮
责任校对: 边 涛

文字编辑: 谢蓉蓉
装帧设计: 尹琳琳

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)
印 装: 北京画中画印刷有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张 12 字数 258 千字 2016 年 3 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 49.80 元

版权所有 违者必究

互联网 + 创业 = 梦想

诸葛孔明巧借东风，武则天借乱世登基，前苏联红军借严寒突出纳粹重围……历史告诉我们，当目标不是力所能及的时候，要善假于物，方能达成目标。那么，在当今错综复杂、瞬息万变、竞争激烈的社会里，对于一个普通人来说，如何才能崭露头角，初露锋芒呢？

万变不离其宗，依然要善假于物！那么，当今要善假何“物”助其成功呢？答案就是互联网，在 21 世纪，互联网是普通人一举成名的利器。

随着互联网越来越大众化，出现了人人都可以浪迹网络，人人都能做主人翁的盛况，互联网是一扇窗，它让我们看到了丰富多彩的世界；互联网是一面镜子，它让我们演绎出了绚烂多姿的生活；互联网更是一种工具，让我们实现了从零创业的梦想。

与传统的创业模式不同，互联网创业无需雄厚的资金打基础，无需豪华的办公室装门面，无需背景，无需靠人脉、拉关系。一根网线，一台电脑，网络 SOHO 一族就能造就互联网传奇。

毒药是 YY 上公认最赚钱的明星女主播之一，月收入保守估计 5 万元，最多可超 10 万。并且毒药在 YY 频道上真的是一呼百应的明星，每天都有数千甚至上万的粉丝来观看她唱歌、表演。

程苓峰是中国企业家杂志出来的老媒体人，现在做自媒体，他的微信公众号已经被几十家上市公司 CEO 关注，其影响力可见之大，他首创一条微信广告 1 万元的尝试，在首月就赚了二十多万的广告费。

留几手在不到一年的时间里迅速在新浪微博崛起。据微博业内人士透露，留几手现在的营销微博每条报价 1.5 万元起，还与许多大公司有深入合作，月收入平均几十万。

或许很多人已经记不得萧鼎了，但相信很多人都听说过《诛仙》，《诛仙》在 2003 年正式出版后，迄今已经为萧鼎带来了千万的版权收入，而 2007 年《诛仙》同名游戏推出时，萧鼎也获得了 100 万元的改编游戏授权费。

.....

这些从无名小卒成功逆袭的网络大咖不胜枚举，当他们如雷贯耳的名字频繁地敲击着你的耳膜时，你还淡定得了吗？在互联网时代，每个人都可以成为时代的弄潮儿，创业的梦想每个人都能实现，只要你心中有梦，脚下就会有路！

本书讲述了十余名互联网创业成功者的故事，有经验之谈，有行业前瞻，有技术指导，有实操解析，“以史为鉴，可以知兴替；以人为鉴，可以明得失”，相信本书一定会给那些走在互联网络上的人们一些借鉴，让他们少走一些弯路，离成功更近一步！

2015年，“互联网+”大时代席卷而来，我们邀请你，一起并肩作战，共筑互联网创业之梦，做时代的弄潮儿，勇敢地傲立潮头！

卢松松

于北京

e:目 录

创业案例一：网站内部优化实操（卢松松） /1

- 一、网站优化之用户体验 /2
- 二、网站优化之网站结构 /9
- 三、个人网站运营优化经验实例 /14

创业案例二：SEO行业的商业模式创新（姜伟） /18

- 一、SEO 背景分析 /19
- 二、SEO 行业分析 /20
- 三、云搜宝的 SEO 模式及特色 /23
- 四、云客网的模式 /24

创业案例三：自强不息的盲人互联网创业者（朱建志） /28

- 一、在黑暗中寻找光明 /29
- 二、互联网为我的人生带来光明和希望 /30
- 三、市场的赢利之道离不开口碑 /32

创业案例四：社群经济的玩法（朱卫坤） /37

- 一、如何理解社群经济 /38
- 二、互联网 + 时代下的社群经济 /42
- 三、社群经济的成功案例：澜约 /44

创业案例五：互联网时代如何做精准营销（康卫奚） /46

- 一、互联网为商品营销带来正能量 /47

- 二、知己知彼，百战不殆——洞悉网购人群 /50
- 三、找准产品的市场定位 /53
- 四、挖掘产品差异化卖点 /55
- 五、建立独有的品牌形象 /58

创业案例六：在线教育行业的掘金点（潘武辉） /63

- 一、在线教育市场细分 /64
- 二、在线教育商业模式 /66
- 三、在线教育盈利模式 /69
- 四、在线教育营销策略 /71

创业案例七：精细化社区营销战略（干货哥） /74

- 一、初识互联网 /75
- 二、创业成功的五大要素 /77
- 三、精准社区营销的魅力 /79
- 四、社区营销的步骤及盈利模式 /80
- 五、聚焦社区主题，精准分类 /84
- 六、深耕细作社区内容 /86

创业案例八：宠物市场如何开进互联网（李宗尧） /88

- 一、“互联网+”时代的宠物市场 /89
- 二、用“匠人精神”征服客户 /91
- 三、狗仔队之成功精髓 /93

创业案例九：如何做一个成功的自媒体人（阿兴） /95

- 一、为什么要做自媒体 /96
- 二、有关自媒体赚钱的那些事儿 /98
- 三、做自媒体你准备好了吗 /102
- 四、自媒体文章的写作技巧 /106

五、自媒体常规推广方式与扩大影响的绝招 /108

创业案例十：站群与蜘蛛池的外推（王信义） /113

一、站群外推方法与技巧 /114

二、百度蜘蛛的工作原理 /116

三、蜘蛛池外推的方法与技巧 /118

四、我的医疗外推之路 /123

创业案例十一：草根站长如何做自媒体（冯东阳） /129

一、我与互联网的缘分 /130

二、从做行业网站中学到的经验教训 /131

三、如何做一名站长 /135

四、偶遇自媒体之路 /138

创业案例十二：微信营销玩转攻略（三秋） /142

一、“互联网+”背景 /143

二、微信公众号媒体价值 /144

三、微信营销实用攻略 /146

四、微信营销实战案例 /151

创业案例十三：微商的十一个关键词（童桂林） /156

一、产品——营销的根本 /158

二、差异——打败同行的最好利器 /159

三、信任——因为信任你，才会购买你的产品 /160

四、学习——在努力学习中走向成功 /161

五、关系——亲密关系是产生信任的基础 /163

六、价格——做微商最大的难点 /164

七、专注——因为专注，所以专业 /165

八、借势——成功的捷径 /166

九、娱乐——微商必须要学会的销售技能 /167

十、试错——在失败中寻找成功的捷径 /168

十一、重复营销——用不同的方式，行走于同一条道路 /169

创业案例十四：逆袭会——社群实战案例（龙少） /171

一、社群与社群经济新解 /172

二、透过“逻辑思维”看社群经济 /173

三、逆袭会——不一样的社群玩法 /176

创业案例一：

网站内部优化实操(卢松松)



卢松松：自媒体红人

卢松松，毕业于电子科技大学，知名站长，互联网高端人脉圈松松兄弟会创始人，畅销书作者，2005 年建立第一个网站，2009 年创建独立博客。卢松松博客是一个专注于网站运营、互联网技术、网站推广、网络营销等的知名独立博客，经过两年多运营，在国内是少有的 Alexa 排名进入千名的 PR6 独立博客，同时也是博文评论数量非常多、用户非常活跃的独立博客之一，曾被多家机构评为中国“百强自媒体”和“IT 博客 50 强”。卢松松的微博粉丝也突破 40 万，他的多篇文章被杂志、报纸转载发表，好评如潮，著有《出奇制胜——互联网营销完全攻略》一书。

精彩内容：

- 一、网站优化之用户体验
- 二、网站优化之网站结构
- 三、个人网站运营优化经验实例



网站运营奉行的一条金科玉律是——内容为王，这个道理已经深入人心，但光有高质量的内容是远远不够的。

我们可以试想一下，如果每次打开你的网站都超过 15s，谁会耐心等待？尽管你的内容很好，依然会造成大量用户的流失；如果进入你的网站会让人云里雾里，半天找不到需要的内容，下次他还会来吗？在效率至上的年代，高效、便捷是制胜法宝。

所以，除了拥有高质量的内容外，我们还需要做好网站内部优化。如果把内容比作国王的话，那么，网站内部优化就是皇后，一个国家要治理好，国王与皇后就要配合好，网站亦如此。在做好内容为王的基础上，“皇后”要全力配合、辅佐“国王”，才能给用户提供完美的体验。

有不少站长疑惑，为什么我的网站内容很好，起初也有不少人光顾，可“回头客”却那么少呢？这在很大程度上就是因为网站内部优化做得不够好，导致了用户黏性不高。用户黏性包括多方面的内容，如二次访问率、页面停留时间、跳出率、PV 数等，现在这些因素已经被当作搜索引擎计算网页权重的因素。

一个网站的内部优化做得非常好，蜘蛛爬起来就会非常顺畅，久而久之，它就会喜欢上你的网站，给你一个较高的评价。否则，它是不愿意来光顾你的网站的，最终导致不收录你的网站，权重也上不去。

那么，我们该如何做网站内部优化呢？这是一个烦琐复杂的工作，包含的内容有很多，如网站的用户体验、网站的结构、网站内容的原创性、内文链接、建立网站地图，等等，接下来，我重点从提高用户体验、网站的结构优化两个方面来讲一讲如何做好网站的内部优化。

一、网站优化之用户体验

搜索引擎算法不断更新加大了网站优化对用户体验的重视，用户体验慢慢成为了搜索引擎优化的一个重点，正所谓“用户就是上帝嘛”！作为站长，我们需要换位思考，多站在用户的角度来提供网站的体验度。以下我将从网页设计、网站的打开速度、广告的设置三个方面来阐述提高用户体验的方法。

（一）给用户呈现一个清晰简单的网页内容

每一个用户都喜欢清晰简单的网页内容，能让他们在最短的时间内找到需要的东西，简单地说，就是你的页面风格越符合用户的需求，越能得到他们的拥护，否则，他们就会抛弃你。所以，我们先要了解他们是如何浏览网页的。

网民实际使用网络的方式完全不是你想象的那样，尤其是当你正在设计网页的时候，我以博客为例，我们认为用户打开网页之后都会仔细阅读每个文字、思考每张图片的含义。实际上并不是这样的，他们只是在每个页面上瞥上一眼，眼光无序地扫过一些文字，然后点击一个令他们感兴趣的链接。通常页面上很多部分他们都不看，也不感兴趣。

比如，我曾经引以为傲的博文插图，在普通网民的头脑中，他们只是关注着他们来到这个博客所达到的目的，所以欣赏网站本身，或是看你的博文插图并不是他们的目的（当然学习网站设计、图片制作的除外）。

当我们要找资料的时候，会使用 Google 或百度来查询，然后从海量的搜索结果中一项一项地点击可能符合要求的网站链接。这种情况下，其实用户并没有心情去仔细阅读你博客中的所有内容。他们都很忙，而且他们清楚，在大多数博文中，只有很少的一部分内容是他们感兴趣的。



大部分时间里，人们都是这样使用网络的

说白了，大多数人不会把你的网站当作阅读工具，由于屏幕太大和网速过慢等因素限制，人们只能一次看到一个网页的一部分内容，他们使用网站的典型方式是通过浏览一些比较简单的信息而决定下一步要做什么。大家可以从以下几个方面进行改进，给用户呈现一个清晰简单的页面。

1. 使用用户语言，而不是技术语言

现在很流行 RSS，RSS 是一种共享内容的简易方式。但很多人根本不了解什么叫做 RSS。现在很多网站的右上角都有 RSS 图标，如果用户看到某个网站上有这样的图标，人们可能不知道这个图标是干什么的，尽管它非常简单实用，也许在按钮旁边或下面加上几个字就能减少很多用户的疑惑，如下图所示。





其实 RSS 是一种描述和同步网站内容的格式，是目前使用最广泛的 XML 应用。通过 RSS 每个人都能自由订阅提供 RSS 服务网站内的一些信息，或者提供自己发布的信息让其他站点共享。

2. 使用通俗的语言，而不是故作高深

平易近人的语言能使读者轻松而快速地理解你的内容，因此，我建议不要使用很抽象的语言。文绉绉的“官方用语”总让人拐好几个弯才能想清楚。

例如，我的博客只有三种人群，博主本人、读者、网民。所以我对这三种人的称呼通常为，我、你、人们，这样我们能够拉近与读者之间的距离。

3. 废话少点，让文章更简洁明了

上次我去听关于 ISO 的讲座，ISO 出书，虽然内容很少，但为了凑字数，不得不将一些不必要的文字都加进去，以提高书的厚度。写博客同样如此，不必要的文字简直就是浪费用户的时间。在很多网站上，大部分文字也只是占个地方而已，人们并不打算读它们。此外，多使用短句会使用户阅读起来不那么费力，因为复杂的长句往往让人迷惑。

例如，当你在写一篇旅游日志时，尽量不要写“蓝蓝的天上，白云飘，微风吹在脸上，就像你在抚摸着我的心灵……”。

（二）提高网站打开速度

很多站长使用虚拟主机来做网站，网页内容一旦很多，网站打开速度就会特别慢，如果说服务器、带宽、CDN 这类硬指标我们没有经济实力去改变，不妨通过网页代码优化的方式来提高速度，下面我给大家总结一些可行的方法。

1. 缩小 JavaScript 和 CSS 文件

如果你的网站大约有 50% ~ 60% 的用户是第一次访客，那么这些人会下载 JavaScript 和 CSS，如果这些文件很大，浏览器就会下载很长时间。

使用压缩工具可以减少 JavaScript 和 CSS 近一半的文件大小，如果你有信心使用“命令行”，我强烈推荐使用雅虎的 YUI 压缩，至少能提高 40% ~ 60% 的压缩率，不过，在 2014 年的时候，雅虎已经停止开发 YUI。目前，我们可以用谷歌 Closure Compiler 来代替 YUI。如果你实在不懂，可以用站长之家的 CSS / JS 压缩工具。

2. 缓存图片、CSS 和 JavaScript

每当一个新用户访问你的网站，图片、CSS 和 JavaScript 应该在其浏览器缓存，这样他们下一次访问就特别快。

绝大多数 Windows 主机已经默认启用了，只需要在控制面板中设定过期时间和文件类型就可以了，我建议图片、CSS 和 JavaScript 时间可设置为一个月，而对于 Apache

Web 服务器，可使用 `mod_cache` 模块开启缓存。

3. 合并 CSS 引用图片

如上图所示，很多网站的图片都是切成小块的，这样下来就会有大量 CSS 引用图片，如卢松松博客的 CSS 就引用了 14 张图片，`cssimages` 也是影响网站速度的一种重要因素。

如果我们把 CSS 图片合并成一个，14 个 HTTP 请求变成 1 个，效果自然很明了。它的原理就是通过 CSS 坐标的方式取得图片路径，每个 CSS 标签引用不同坐标就会得到不同图片，我们看到很多网站的 CSS 图片只有一张，用的就是这个原理。

如果你不懂也没有关系，CSS 图片合并生成器这个网站能帮助你合并 CSS 图片，并且能得到相应代码。

4. 只加载 `<head>` 部分的基本脚本

这个最简单，不花时间，点击自己网站右键“查看源文件”找到 `<head>` 与 `</head>` 之间的区域，看看有哪些不重要的 JS 文件，把它扔到页面底部，也就是让它最后加载，或者直接删除。

例如，卢松松博客引用的 `jiathis`（社会化分享按钮）和 `util.js`（回顶部、写评论快捷标签），让它最后加载，这样能提升内容打开速度，而且它们也不太重要。

5. 对图像进行压缩

除非你加载视频，否则影响网站速度的罪魁祸首应该就是图片了，如果是 `jpeg`、`png` 图片，在保证不失品质的前提下，让它们尽量压缩，`Fireworks` 软件的“导出向导”功能提供了一个很好的方式来预览保存的图像，可使图片大小与质量之间平衡，大多数其他图像编辑软件都有类似的功能。

例如，我的每篇博文配图都用了“导出向导”功能，我尽量把图片都压缩在 30K 以内，在一定程度上加快了浏览速度，但也有部分图片失真，看不清楚。

6. 开启 `gzip` 模块

`gzip` 压缩是非常流行的一种数据压缩格式，一般网站启用 `gzip` 后，压缩率都会有 70% ~ 80% 的提升，效果是立竿见影的。

部分虚拟主机默认有 `gzip` 功能，但大部分没有，独立主机、VPS 一般可以设置，如果不清楚开启方法可以问问所在空间商，让他们帮忙开启。

（三）优化 JS 代码，提高网速

在上一文中，我已经讲过影响网站打开速度的六个因素，其中对网站打开速度影响最大的莫过于 JavaScript，简称 JS。模板中引用的 JS 文件越多，打开速度越慢。那么，如何对 JS 进行优化呢？



不难看出，网页总大小为 155.4KB，而 JS 就占了 100.3KB。那么，如何对 JS 进行优化呢？关于 JS 优化的文章已经很多了，大多技术性很强，像变量、字符串、类型在这里就不作介绍了，这些东西都很难懂。对于大多数站长来说，他们更关心的是如何去，我只需要告诉大家 JS 怎么放，删哪里就可以了。

通过博客调用 JS 来看，目前最影响速度的因素为无觅插件（952ms）和拿福能广告（434ms）。如果确实要用可以保留，可适当地根据官方教材做做优化，下面我介绍几个最常用的 JS 优化方法。

1. 方法一：把不重要的 JS 放在页面最底部

这是最简单，也是效果最好的优化方法，把不重要的 JS 通通放到页面的最下面 body 的上面，实现异步加载，也就是等网页都加载完了，最后再加载这些不重要的 JS，这样就不影响网页速度了。

如低调与华丽模板中公共的 util.js 公共文件，默认效果为，浏览网页时会在网页中出现“回顶部、写评论”特效。现在把 wumii（无觅插件 JS）和 jiathis（分享工具 JS）统一整合到 util.js 文件中了。

```
</div>
</div>
<script type="text/javascript" src="http://lusongsong.com
/themes/LuSongSong/script/util.js"></script>
</body>
</html>
<!--2011-11-29 9:13:05-->
```

不重要的 JS 都放到页面最底部

当然，其他网站也需要这样做，把不重要的 JS 通通放到页面最底部。

2. 方法二：合并 JS 文件

合并 JS，也就是减少 HTTP 请求，少给服务器请求一次就加快一点速度，而合并两个原本独立的 JS 就需要点技术了，但这难不倒我们，告诉大家一个最简单的方法。

不管三七二十一，先把 A 文件直接粘贴到 B 文件中，合并后删除网页中的 A 文件，如果网页运行正常，就 OK；如果一些特效失效，那就还原，换 C 文件合并。总会有两个不冲突的 JS 文件的。

例如我博客上的百度广告管家，有 6 个广告位，默认情况是要进行 6 次 HTTP 请求的，因为是第三方 JS，一次请求最快要花 234ms，而 6 次请求就需要花 2s，也就是说因为这个广告管家打开网页就要额外增加 2s。

```
<script type=text/javascript
src="http://cbjs.baidu.com/js/m.js"></script>
<script
type="text/javascript">BAIDU-CLB-preloadSlots("106415","106
414","106404","96156","96185","96288");</script>
```

```
<title>小技巧给网站减肥，让网站提速。-卢松松博客
</title>
</head>
```

第二段 JS 就是把 6 个请求变成了 1 个

按照官方教程把 JS 合并后，6 个广告位的广告请求合并为 1 次请求，大幅降低了 JS 请求的次数，有效减少了页面渲染被阻塞的情况，提升了广告加载速度。

3. 方法三：给 JS 文件减肥

咱们不讨论什么三目运算符、减少对象查找、如何让 JS 简洁，就用“JS 减肥工具”。通常这类工具会把 JS 文件中几百行的代码压缩成一行，使体积变小。推荐工具：<http://javascriptcompressor.com/>。

因为空行等问题，有时候使用这类工具会使 JS 功能失效，而最简单的办法是用 Dreamweaver，把压缩后的 JS 放入 DW 中，DW 会自动提示你哪里有误，把错误的地方另起一行，或还原回去即可。

最后再给大家一个现身说法：

215楼 宝宝鱼排行 [回复该留言](#)
Post:2011-10-20 11:12:37

按照你的方法我一下减了几十KB的CSS和JS 不得了啊~~~

当你的站点随着时间的推移慢慢地做大的时候，你就会发现很多问题出来的，其中一个就是站点越来越臃肿庞大，因此运行的速度也就会慢了下来。优化，尽力去优化站点，就变得非常重要了。

（四）网络广告在网页设计中的放置方法

一个漂亮合理的广告能带来很多的广告收入，一个劣质的广告不仅无人点击，更让网站的访客对网站产生厌恶感。所以，在网页设计的过程中一定要充分考虑网络广告的放置方式。

1. 首页广告，让用户被我们设计的页面所吸引

对于个人 / 小型网站来讲，首页广告千万不要多，放置 1 ~ 3 个广告位就可以了，理由是大部分用户只会浏览网页的一小部分，并会快速锁定他们的目标。如果用户对你的网站很感兴趣，他们是很愿意把网页拉到底部的。



2. 栏目页与内容页广告，互联网行业也有它的广告标准

栏目页和文章页一般都是罗列相关文章的地方，这个页面很重要，一般可以放置很多的广告，我参考了一些网站的栏目页和内容页广告，发现越大的图片会吸引越多的注意力。

3. 在导航栏、搜索框地带投放文字广告

导航栏、搜索框附近都是访问者习惯性会注意到并且停留时间会比较长的区域，所以我们可以看见大多数网站都会在这里投放文字广告。

4. 网页顶部和左边的广告更能吸引眼球

理由是由用户打开你的网页首先映入眼帘的就是网页的顶部和左侧部分，而且各种数据和研究也已经证明了这一点。当然，用户仅仅会注意到这些广告，这并不意味着他们会用鼠标点击广告。所以，不要为了提高广告的注意力而牺牲原有的网站设计。

5. 人们阅读文字广告最为专心

为了使文字广告在网页设计中能与其他内容融为一体，有很多网站会把文字广告植入文章页的第一段或者最后一段，这让网站减少了对用户的视觉刺激。

6. 不要把网站的空白处用广告都填满

很多网站为了不让网页侧栏部分留出空档，便把整个网页塞得满满的。适当的留白不会对读者造成视觉上的压抑，所以，我建议不要把网页每个空白地方都放置广告。

TIPS：美国交互广告署（iab）和欧洲交互广告协会（eiaa）发布的网络广告标准规格如下。

第一次公布的标准：

规格（像素） 名称

468×60 横幅广告（旗帜广告）

392×72 导航广告 / 横幅广告二

234×60 半幅广告

125×125 方形按钮

120×90 按钮一

120×60 按钮二

88×31 小按钮

120×240 竖幅广告

第二次公布的标准：

规格（像素） 名称

120×600 “摩天大楼”形