

网红

是怎样炼成的

倪卫涛◎著

(案例版)

记录20类超级网红的心路历程·剖析100名网红品牌实操案例
提炼20种超级网红方法论·手把手教你从0到100做网红

网红成功权威实操手册，见证史上实力网红成名史



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



网红

是怎样炼成的

倪卫涛◎著

(案例版)

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以各行业成功网红的经典案例为核心内容提炼出网红的成功路径和变现攻略……手把手教你从 0 到 100 做网红。

全书共 19 章，第一章概括讲述网红炼成的基本前提，第二章到第十八章分别讲述学生网红、微商网红，以及娱乐类、搞笑类、旅行类、美食类、时尚类等 20 类近 100 位业界知名网红的典型案例，提炼出网红的成功心法；第十九章讲述网红和网红经济的未来发展方向。

本书案例丰富，适合所有互联网从业者、内容创业者、企业管理者、想成为网红或想利用网红模式打造品牌的人群阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

网红是怎样炼成的：案例版 / 倪卫涛著. —北京：电子工业出版社，2017.2
ISBN 978-7-121-30693-8

I. ①网… II. ①倪… III. ①网络营销—研究 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 312934 号

策划编辑：张 楠

责任编辑：王凌燕

印 刷：三河市华成印务有限公司

装 订：三河市华成印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：15.75 字数：227 千字

版 次：2017 年 2 月第 1 版

印 次：2017 年 4 月第 2 次印刷

定 价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：(010) 88254579。

前言

——走近 20 大类，100 位网红

网红经济势不可挡，网红模式点燃个体成功的梦想，直通个人赋权时代大巅峰，人人网红时代全面来临。

本书以时尚、旅游、美食、娱乐等各行各业超级网红成功及成名的心路历程、经典案例为线索，全面演绎学生网红、微商网红、宠物网红、明星网红，以及娱乐类、搞笑类、旅行类、美食类、情感类、时尚类、漫画类、淘宝达人类、视频类、直播类、段子手类等 20 类近 100 位超级网红的定位、包装、内容、运营、打造、引爆和成名心经，概括提炼出网红成功的内容创作攻略、思维途径、引爆路径、品牌定位、活动技巧、增粉干货、变现攻略……提炼出 20 种超级网红方法论，手把手教你从 0 到 100 做网红。

这是一本网红内容、运营、赚钱和制造的实操手册，竭力为互联网时代的每个个体创业者和企业品牌提供最好的互联网超级 IP 教科书，以及为每个想利用互联网成功和成名的个体铸造个人品牌提供实操价值的百科全书。本书通过对超级网红品牌的实操和引爆的条分缕析，将泛娱乐营销战略以网红模式呈现出来，以此为网红时代的个人和企业作为引爆品牌的蓝本，进而塑造互联网时代的超级 IP，真正引

爆一场以“吸引力”为核心的“磁场经济”盛宴。让每个想成为网红的人和想利用网红模式引爆品牌的企业都能在行业中找准自身位置，以网红为榜样鼓舞自我、塑造自我，在互联网时代成就人格化品牌、实现自我价值。

个人赋权时代是每个个体都平等拥有实现自我价值、百花齐放的超级大时代，有幸生活在这个时代的每个人或企业都应该具有卓越的眼光、超前的思维、坚定的意志，这便是个人赋权时代的网红精神，以网红精神为蓝本来实现自我创造和升华，是网红模式对每个人和企业的基本赋能。本书教你如何站上时代的巅峰，在网红时代脱颖而出，以实干精神引领个人赋权时代走向新未来，如何练就自身的远见韬略、内涵功底、坚定信念，并以内容为王、用户为王、服务为王，一步步实现屌丝到网红、创客到企业家、从 0 到 100 的逆袭。

一切产业皆内容，一切内容皆网红，网红时代是每个普通个体都能通过精准聚焦内容来实现个人 IP 的全新时代，个人和企业都可以在网红时代通过网红模式形成独树一帜的超级 IP，乘风破浪，全速航行。

你想成为网红吗？你想利用网红模式引爆品牌吗？你想从默默无闻到一鸣惊人吗？以网红为榜样，跟随本书走近 20 类近 100 位网红，开启你的网红之旅吧！

本书除了封面署名作者外，参与编写的人员还有葛晓肖和王淑引，再次表示感谢！

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任 and 行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

1 | 第一章

网红的分类、定位、引爆和炼成

第一节 网红定位的“独孤九剑” / 2

一、兴趣——决定命运 / 2

二、特长——决定深度 / 3

三、行业——决定出路 / 4

四、平台——决定高度 / 4

五、互动——决定转化率 / 5

六、辐射范围——决定影响力 / 6

七、商业模式——决定前途 / 6

八、供应链——决定生命长度 / 7

九、远见——决定周期 / 7

第二节 哪些人最有可能成为网红 / 9

一、学生——知识和颜值兼备的网红生力军 / 9

二、微商——经验和产品皆备的网红主力军 / 10

三、传统电商人——接地气的网红后备力量 / 11

四、新媒体人——操纵内容爆炸的网红幕后力量 / 12

五、艺人——内涵和表演皆具的网红直接引爆者 / 13

第三节 拆穿微博网红的八个基本姿势 / 14

一、晒生活 / 15

二、送福利 / 15

三、分享攻略 / 15

四、发表热点 / 16

五、写段子 / 16

六、上萌图、搞笑视频 / 16

七、@动作 / 17

八、兴趣话题 / 17

第四节 网红电商开启“表演模式”，四大引爆点触发

供应链告急 / 19

- 一、在产品和自身之间寻找共性，产品人格化 / 20
- 二、在产品和表演之间寻求契合点，交易场景化 / 21
- 三、虚拟连通实体，产品虚拟化 / 21
- 四、直播购物过程，体验立体化 / 22

第五节 网红孵化器的四大造星模式 / 23

- 一、筛选朋友圈意见大咖到自建平台集中培育 / 23
- 二、筛选微博电商红人，实现淘宝引流 / 24
- 三、顶级淘宝商家转型网红孵化器 / 25
- 四、科技圈意见领袖转型培养网红 / 26

第六节 网红定义——超级网红方法论 / 27

28 | 第二章

学生网红是怎样炼成的

第一节 从初露锋芒到一劳永逸，学生成为网红的

第一生力军 / 29

- 一、学生时代拥有成为网红的最佳天然环境 / 29
- 二、学生是时代的宠儿，是新文化的先知 / 30
- 三、学生时代是自我表现的最佳时代 / 31

第二节 学生成为网红，四大引爆点触发个人品牌

量变升级 / 32

- 一、个性异类，与众不同 / 32
- 二、善于学习，发掘新事物 / 33
- 三、发挥奇才，创造成绩 / 33
- 四、活动比赛，媒体节目引爆品牌 / 34

第三节 穆雅斓：从兼职模特到综艺大咖，一位“90后”的

网红掘金路 / 35

- 一、大学模特兼职之路，“90后”美少女开启梦之旅 / 35

二、独辟蹊径，创意视频引爆网络成网红 / 36

三、明星和媒体助推，品牌被无限放大 / 36

四、联合飞博共创全面掘金网红经济 / 37

第四节 苑子豪和苑子文：北大双胞胎的网红炼成记 / 38

一、出生便带话题，同手足，共成长 / 38

二、学霸双双进北大，颜值和才艺俱佳 / 39

三、成长历程著成书，励志故事引正能量热潮 / 39

四、成功经验再创业，网红产业链形成 / 40

第五节 陈都灵：女神、网红和明星 / 41

一、以颜值击败选手，获得女神排行榜冠军 / 41

二、参演电影《左耳》女主角，一举成名 / 42

第六节 学生·超级网红方法论 / 43

44 | 第三章

微商网红是怎样炼成的

第一节 微商如何以网红模式重新出道 / 45

一、产品观念和销售经验驱动网红品牌变现 / 45

二、励志行为和刷屏习惯带动品牌运营 / 46

三、从微商到网红是从销售到营销的

涅槃重生 / 47

四、从微商到网红，销售生活方式升级为

偶像生活方式 / 47

第二节 由微商到网红，到底要做到哪几点 / 49

一、改变微商零售旧观念，重塑移动互联网时代的个人品牌 / 49

二、改变经营理念和商业模式，实现质的飞跃 / 50

三、改变生活方式和精神理念，商业生活化 / 51

四、洞见科技前沿，用卓越的眼光预见未来新商业 / 51

第三节 莫七七：未花一分钱，淘宝店铺达到

年销售 5000 万 / 53

- 一、用户为王，引爆口碑 / 53
- 二、内容为王，引爆多渠道互动营销 / 54
- 三、“买家秀”吸引式消费，网红模式渐成 / 55

第四节 富军的网红变现记：微信卖粟米，三个月

进账 200 万 / 56

- 一、免费，创造口碑 / 56
- 二、互动，建立关系 / 57
- 三、活动，引爆效应 / 58

第五节 微商·超级网红方法论 / 59

60 | 第四章

宠物网红是怎样炼成的

第一节 宠物网红：互联网世界里的一道新风景 / 61

- 一、萌宠可爱，吸睛大法引爆互联网 / 61
- 二、卖萌装丑，治愈心灵的灵丹妙药 / 62
- 三、在感情和商业的间隙中，宠物特殊而红 / 63

第二节 回忆专用小马甲：第一宠物网红背后的机密 / 64

- 一、记录爱宠日常瞬间，两只“神物”萌翻网络 / 64
- 二、深耕优质内容，引爆互联网社交网络 / 65
- 三、低调而神秘，终成第一宠物网红 / 66

第三节 郭斯特：一位治愈系漫画网红是怎样炼成的 / 67

- 一、治愈系萌宠漫画形象和作品点燃互联网 / 67
- 二、狐狸和馒头，一对宠物猫燃起激情 / 67
- 三、品牌周边产品引爆商业产业链 / 68

第四节 国民老岳父公：一年时间成为坐拥百万粉丝的宠物

大 V / 69

第五节 宠物·超级网红方法论 / 71

72 | 第五章

明星网红是怎样炼成的

第一节 网红时代，明星为什么会被取代 / 73

一、互联网模式下，传统明星的沃土已被互联网取代 / 74

二、互联网地平线上，明星的变现效应将成为过去式 / 74

三、人格商业模式下，传统明星的无力狂欢远不如网红更接地气 / 75

四、用户为王的时代，明星模式早已被网红模式碾碎 / 76

第二节 薛之谦是怎样成为段子手网红的 / 78

一、原始积累催生转型一飞冲天 / 78

二、短内容引爆新流行 / 79

三、段子手的威力 / 79

第三节 明星·超级网红方法论 / 81

82 | 第六章

娱乐类网红是怎样炼成的

第一节 追星一族的茶余饭后：娱乐八卦网红的野蛮生长 / 83

一、追星一族的娱乐需求，茶余饭后的谈资 / 83

二、流行前沿的风向标，年轻人个性的自我张扬 / 84

三、你是我的向往，想成为你的模样 / 84

第二节 同道大叔：少女之友、星座大V 超级IP 炼成记 / 86

一、美学基础成就漫画天才：运营的从0到1 / 86

二、创意内容戳中粉丝痛点，星座吐槽系列狂吸“星座控” / 87

三、内容深耕后，超级IP 已成 / 87

第三节 八卦_我实在是太 CJ 了：八卦圈里的隐形

段子手 / 89

- 一、猛料十足的生活化段子手 / 89
- 二、隐藏在娱乐圈里的超级段子手 / 90

第四节 关爱八卦成长协会和它的“小老婆”“恋爱”记 / 91

- 一、娱乐圈丰富经验奠定娱乐网红基础，跨界创业 / 91
- 二、PGC 转型 UGC，定向吸引“小老婆” / 92
- 三、娱乐圈超级八卦网红终炼成，估值过亿 / 92

第五节 Alex 是大叔：互联网时代的超级星座占星师 / 94

- 一、星座运势和感情，互联网年轻文化的盛行 / 94
- 二、星座是兴趣，占星是学术，让星座占卜成为新职业 / 95

第六节 谷阿莫：用只言片语解说电影的超级魔法师 / 96

- 一、在原有 IP 基础上重构新的 IP / 96
- 二、优质作品获大 V 力推 / 97
- 三、不凡实力成就超级魔法师 / 97

第七节 娱乐类·超级网红方法论 / 99

100 | 第七章

搞笑类网红是怎样炼成的

第一节 罗休休：美拍头号网红是怎样炼成的 / 101

- 一、话剧表演天赋和大方表现奠定表演基础 / 101
- 二、网红经济产业链的形成和进化 / 102
- 三、新商业的探索和未来 / 102

第二节 Happy 张江：“极品”铸就的“极品”段子手 / 104

- 一、热衷“极品”事，“有料”大舞台 / 104
- 二、Happy 张江：“极品”的段子摘录 / 105

第三节 任真天：现代版“唐僧”的爆笑记 / 106

第四节 追风少年刘全有：少年自有少年巅 / 107

一、疯狂点赞，引起注意 / 107

二、卖傻逗乐，自成风格 / 107

第五节 冷兔：互联网新文化下的冷幽默艺术 / 109

一、诙谐幽默的个性标签成为流行 / 109

二、冷幽默段子铸造经典 / 110

第六节 搞笑类·超级网红方法论 / 111

112 | 第八章

旅行网红是怎样炼成的

第一节 旅行网红是网红经济的终极模式 / 113

一、商业世界驱使精神世界的解放让旅行成为常态 / 113

二、身心自由和心灵体验驱使网红成为粉丝的向往 / 114

三、时间自由和财富自由，网红模式的终极归宿 / 114

第二节 背包去环游：“80后”夫妻的梦想环球之旅 / 116

一、带着梦想辞职环游世界，一年穷游26国 / 116

二、旅行纪录片《背包去环游》引爆网络 / 117

第三节 踏马行者：旅行达人的微博社交心经 / 118

一、热点新奇的内容段子引爆网络社交 / 118

二、借助活动放大品牌知名度 / 118

第四节 周若雪 Patty：月入400万的旅行网红是怎样炼成的 / 120

一、为梦远航，走过了40多个国家 / 120

二、商业模式的形成和探索 / 121

第五节 左手旅行，右手演艺：猫力molly的网红人生 / 122

第六节 旅行类·超级网红方法论 / 124

125 | 第九章

美食网红是怎样炼成的

第一节 日食记：白猫“酥饼大人”和主人姜轩“姜老刀”
的综艺网红 / 126

- 一、《日食记》的原点和缘起 / 126
- 二、《日食记》的诞生契机和运作 / 127
- 三、《日食记》以商业拥抱文艺 / 128

第二节 美食类·超级网红方法论 / 129

130 | 第十章

情感类网红是怎样炼成的

第一节 咪蒙：“国民励志女作家”是如何引爆
互联网的 / 131

- 一、开创反心灵鸡汤先河，传统写作的掘墓人 / 131
- 二、简单粗暴的互联网语言映射当今网民的
内心渴求 / 132

第二节 Ayawawa：情感女神的网红运营方法论 / 133

- 一、微博生活化，真实展示自我 / 133
- 二、Ayawawa 的网红生态产业链 / 134

第三节 情感类·超级网红方法论 / 135

136 | 第十一章

时尚类网红是怎样炼成的

第一节 最掘金的时尚网红的掘金秘密 / 137

- 一、“剁手”经验把握流行需求以价值变现 / 137
- 二、持续内容服务引发社交狂欢疯狂吸粉 / 138
- 三、超硬摄影技巧以引爆网络流行 / 139
- 四、模特化表演“人商合一”，自然交易 / 139

第二节 电商第一网红张大奕的网红养成记 / 141

一、模特经历成就服饰穿搭经验 / 141

二、选美比赛赢得无数光环 / 142

三、引领时尚，微博积累粉丝 400 万 / 142

四、淘宝运营和网红孵化器成就电商第一网红 / 43

第三节 赵大喜和赵岩：夫妻网红的炼成心法 / 145

一、高黏性粉丝成就高转化率 / 145

二、自建工厂打造闭环供应链 / 146

三、个人风格突出，做有腔调的品牌 / 146

第四节 时尚类·超级网红方法论 / 148

149 | 第十二章

漫画类网红是怎样炼成的

第一节 顾爷：神级脑洞成就现代艺术大师 / 150

一、神级脑洞造就风靡网络的艺术大师 / 150

二、重新定义了艺术，将艺术变为一门科普 / 151

三、段子+漫画，互联网标签让一切变为流行 / 151

第二节 混子曰：漫画网红是怎样炼成的 / 153

一、以兴趣为出发点，把历史和时事变为漫画
普及大众 / 153

二、将枯燥变为有趣，重构新的知识系统 / 154

三、顺势而为，开启娱乐化阅读新模式 / 155

第三节 漫画类·超级网红方法论 / 156

157 | 第十三章

淘宝达人类网红是怎样炼成的

第一节 淘宝达人月入 50 万背后的商业逻辑 / 158

一、购物心得成就意见领袖 / 158

二、经验内容引爆社交电商 / 159

三、感想分享吸引精准用户 / 160

四、前沿眼光引领时尚潮流 / 160

五、信任关系取得流量入口 / 161

第二节 阿里本土系网红史上最全玩法 / 162

一、PC端 / 163

二、手机移动端 / 164

第三节 服装搭配师 miuo：淘宝第一达人的网红心经 / 167

一、买手经验吸引粉丝消费 / 167

二、穿搭经验定向垂直深耕 / 168

三、导购基础工作释放无限张力 / 168

第四节 盘点淘宝达人系网红的成名要诀 / 170

一、萌主 Moe / 170

二、美美时尚搭配师 / 170

三、值得入手的小物 / 171

四、小个子姑娘 / 171

五、虎扑-识货 / 171

六、礼物说 APP / 172

第五节 阿里系·超级网红方法论 / 173

174 第十四章

视频类网红是怎样炼成的

第一节 第一视频网红 papi 酱的成名三板斧 / 175

一、互联网文化大变革，网民急需释放压抑的空间 / 175

二、短视频爆发的风口上，papi 酱抓住了最大的风口 / 176

三、“人生如戏，全凭演技”，表演技能引爆新潮流 / 176

第二节 王尼玛如何使得暴走系列成为经典 / 178

一、独一无二的经典形象成就独树一帜的网综艺节目 / 178

- 二、以笑话段子、热点事件创造持续性内容 / 179
- 三、暴走 IP 已成, 王尼玛的网红产业链才刚刚显现 / 180

第三节 视频类·超级网红方法论 / 181

182 | 第十五章

直播类网红是怎样炼成的

第一节 直播网红大爆发: 秀场社交和直播内容引爆的

秘密 / 183

- 一、选好时间段, 控制直播频率, 做到高质低频 / 183
- 二、形象为先, 互动技巧和个人魅力成为核心
爆破点 / 184
- 三、艺术才华和个人内涵尽放, 人格掘金模式成型 / 184
- 四、个人秀式的互联网文化使得直播成为必然 / 185

第二节 沈曼: 年入百万的网红女主播是怎样炼成的 / 186

- 一、化妆打扮、基本设备, 网红主播直播前的
基本准备 / 186
- 二、直播互动、粉丝聚会, 保持网红持久的生命力 / 187
- 三、持之以恒, 付出必然有回报 / 187

第三节 直播类·超级网红方法论 / 189

190 | 第十六章

段子手类网红是怎样炼成的

第一节 段子手为什么会成为网红 / 191

- 一、信息大爆炸, 新文化催生“新诗人” / 191
- 二、商业大变革, 短内容引爆快餐经济 / 192

第二节 一名成功的段子手是怎样炼成的 / 193

- 一、阅历丰富, 熟稔互联网新文化 / 193
- 二、具备极强的创造力, 具备人格特色 / 194
- 三、推陈出新, 击中用户的痛痒 / 194