

修订版

引爆本地自媒体

5年本地公众号实战赢利千万，手把手教你落地变现

王雄◎著

本地自媒体大咖力荐

魅力上海	五月	西祠胡同	刘辉	掌上萍乡	许华勇
广州吃喝玩乐	一封	成都同城会	肖然	吃喝玩乐在长沙	超哥
苏州微生活	王阳	南京吃喝玩乐	俊哥	武汉吃货	姚大牌
姑苏网	印君	掌上新化	康飞龙	北京吃货	袁国庆
你好杭州	杨龙	桂林吃货	海哥	在南昌	谢匡华
义乌十八腔	冯剑	化龙巷	钱钰	深圳全接触	热播老人
重庆言子	何云长	南宁圈	甄妙	吃喝玩乐IN广州	谢晓鹏



中国宇航出版社

引爆本地 自媒体

(修订版)

王雄◎著



中国宇航出版社

·北京·

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

引爆本地自媒体 / 王雄著. -- 2版(修订本). --
北京: 中国宇航出版社, 2017. 5
ISBN 978-7-5159-1290-5

I. ①引… II. ①王… III. ①互联网络—应用—传播
媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第069040号

特约策划 肖胜萍 王 景
责任编辑 吴媛媛

装帧设计 宇星文化

出版 中国宇航出版社

社址 北京市阜成路8号
(010)60286808

邮编 100830
(010)68768548

网址 www.caphbook.com

经销 新华书店
发行部 (010)60286888
(010)60286887

(010)68371900
(010)60286804(传真)

零售店 读者服务部
(010)68371105

承印 三河市君旺印务有限公司

版次 2017年5月第2版

2017年5月第3次印刷

规格 710×1000

开本 1/16

印张 14.25

字数 182千字

书号 ISBN 978-7-5159-1290-5

定价 39.80元

本书如有印装质量问题, 可与发行部联系调换

推荐序一

引爆本地自媒体的四个绝招

两年前，我在“秦王会”与大家分享过一个观点，本地自媒体将是下一座金矿，现在挖掘这座金矿的人越来越多，本地自媒体已经从蓝海转变成血海，你用微信随便搜索一个城市的名字，都会出现几十个本地自媒体账号。那么如何在这片血海中杀出一条血路呢？我和大家分享四个绝招。

第一招：打造几个自明星

本地自媒体的同质化现象日益严重，彼此抄袭，文章大多缺乏创意，比如广州某个本地自媒体发出一篇爆文，也许武汉某个本地自媒体直接抄袭这篇文章，只是把其中的地点由广州改为武汉。

此外，本地自媒体的文章个性特点不鲜明，该城市的居民看后最多只是觉得文章写得好，但不会将这篇文章和该本地自媒体联系起来。

怎么解决同质化严重、无个性以致粉丝记不住平台的问题呢？答案当然是打造自明星，两年前我就提出了自明星理论，本地自媒体如何做自明星？思路很简单，在公众号塑造几个专家型自明星，因为人们更愿意相信权威专家。

你可以在公众号上塑造一个对饮食颇有研究的专家型自明星，取名为“美食教授”，这个自明星以专家的身份为大家介绍本地美食。你还可以塑造一个精通穿衣打扮的专家型自明星，取名为“穿衣教授”，这个自明星介绍不同的穿衣搭配方案，比如商务着装搭配、休闲着装搭配，并且介绍衣服的购买地点。如果公众号运营团队人手充足，还可以塑造一个对玩非常有研究的专家型自明星，他负责介绍本地各个好玩的地方，以及外地的景点，然后和当地旅行社合作，开通旅游线路。

第二招：创始人出镜做自明星

除了在公众号里打造带领粉丝吃喝玩乐的自明星外，创始人也可以

走到台前做自明星，在公众号里分享自己的创业历程，这样做不仅能让公众号更独特，而且能吸引更多商务合作，从而赢得投资人的青睐。

第三招：做社群

“社群”这个概念越来越火，人们都在讲社群，但有社群实操经验的人屈指可数，绝大部分人都是纸上谈兵。“秦王会”在两年半前就已经开始正式运营社群，拥有系统的社群营销理论。就“本地自媒体如何做社群”这一问题，我可以提供两种社群方案——精英社群和粉丝社群。

精英社群不求参与者数量，但求参与者质量。其中有两个思路：一是做本地老板娘社群，把她们聚集起来组建一个高端社群，准入门槛是年营业收入超一定数额、乐于分享；二是做本地创业者社群，创业者属于有激情且孤独的特殊群体，组建当地创业者社群，可定期组织线下聚会、线上分享。

粉丝社群的思路很简单，按照不同的兴趣组建不同的社群，比如以美食为主题的本地粉丝社群，以户外运动为主题的本地粉丝社群。

第四招：买《引爆本地自媒体》这本书

“秦王会”是我和王通联合发起组建的跨行、跨圈的互联网部落，现在已经荟聚了100多位精英，以创业者、行业专家、投资人为主。王雄是“秦王会”里非常优秀的会员，他给我们留下的印象是实干、勤奋、聪明。对拥有17年互联网从业经验的王雄来说，出版这本《引爆本地自媒体》可谓将自己多年来做本地自媒体、本地公众号、自明星式个人号、社群+线下活动、本地电商的经验全盘托出。目前，王雄专注移动互联网和新媒体营销策划，相信他的这本书能帮你在本地自媒体这座金矿中挖到属于你自己的金子。

秦 刚

秦刚简介：现居加拿大，1999年进入互联网行业，历任太平洋电脑网总编、太平洋汽车网市场总监、IT世界网CEO、39健康网联席总裁。

推荐序二

本地自媒体是个好的创业方向

你现在还看报纸吗？

可能绝大部分人早已经不看了，不仅不看报纸，甚至连电视都不看了。

那么你从何处获知当地新闻呢？

答案是本地自媒体。

本地自媒体代替纸质媒体甚至门户网站，这是必然的趋势之一。运营本地自媒体显然是一个非常好的创业方向。

运营本地自媒体有三个优势：

- 成本低——注册一个微信公众号几乎零成本；
- 轻松干——掌握自媒体的玩法后，很轻松就把事做好了；
- 回报高——本地自媒体的用户精准，广告客户蜂拥而至。

“秦王会”里好几个成员都在运营本地自媒体，并且都做得非常成功，王雄就是其中之一，他现在的粉丝数量庞大、客户排着队想与他合作。

“秦王会”自创办之初就有一句核心口号：越分享，越成功！

王雄是口号的最佳践行者，他非常细致地分享了自己多年来运营本地自媒体的实战经验，并将它以出版物的形式呈现给大家。

《引爆本地自媒体》这本书的核心是他提出的“3+2”矩阵策略在运

营本地自媒体中的运用，那么“3+2”矩阵策略是什么呢？

- “3”指本地公众号、自明星式个人号和本地社群；
- “2”指线下活动和本地电商。

如果你学会这本书中这些实战经验和技巧，认真运营一个本地自媒体平台，相信你一定可以像王雄一样成功。

王 通

王通简介：2000年进入互联网行业，先后创办通王科技、绝活传媒、秦王会等公司，为企业提供互联网营销与商业模式的咨询服务，兼做天使投资。

自序

很久以来我就不喜欢
别人对我表示怜悯，
可是有了你的一点同情，
就像太阳暖我身心。
所以我觉得周围一片晨曦，
所以我能够边走边创造奇迹，
就是这个原因。

——俄罗斯抒情诗人阿赫玛托娃

创造奇迹是很多人的愿望，我们所处的移动互联网时代恰恰又是屡现奇迹的时代。对许多迷茫的自媒体人而言，引爆自媒体听起来前景无限，付诸实践却并非易事。

知名自媒体人鬼脚七在其著作《没事别随便思考人生》中说：“生活好像有一根绳子，牵着每个人走向那里。我们一边厌恶，一边成为；一边成为，一边厌恶。形成一个死结。没事别随便思考人生。思考着你就可能看破红尘。”

2015年12月31日，鬼脚七在五台山剃度了，他绝不是第一个“看

透人生”的自媒体人。

想要彻底深入一个行业，往往需要很久，甚至一生的时间。我也常常扪心自问，自己是否已经看透网络与自媒体的本质？

一路走来，由最初的梦想演绎而成的故事仿佛就发生在昨日。

作为国家首批计算机专业的学生，我第一次接触计算机是在大学课堂上。我很快就感受到了计算机的神奇，并疯狂地为之着迷。

当时网络还没有普及，上网要去电信局，价格很贵，两三个小时的网费相当于一周的生活费。虽然上网的机会屈指可数，但丝毫不影响我对计算机和网络的向往及追求。

1999年毕业后，网络开始慢慢普及，我买了人生中的第一台电脑，做了第一个网站，用来卖空间和域名，然后又做了一个电子商务网站，售卖新奇特产品。印象最深的是当时有一款手机变声器——一个很好玩的小配件，手机城的一个老板买了一台试用后，一次性购买了上千台。

这算是我人生中第一次涉足电子商务，就是这个网站让我掘到了第一桶金，尝到了互联网的甜头。我后来还做过软件下载站、小游戏站，帮别人做搜索引擎优化及邮件推广等。

我曾经做的小游戏站连续两年保持百度排名前三，下载网站的国内流量排名也保持在第五左右。当然这期间也做过数不清的失败网站，但正是这些挫折让我明白了很多东西、积累了很多经验，所以现在做事时可以避开不少坑，少摔一些跤。

2012年9月，腾讯开放了微信公众平台，我意识到这是一个机会，很快就提交资料注册了“无锡生活网”，算是最早一批注册的公众号之一。2014年3月，我正式组建团队开始运营“无锡生活网”，通过线上线下多重活动，粉丝数量迅速积累到10万，而且跟无锡本地各大商圈、大型企业事业单位都有合作。

2014年5月，“无锡生活网”联合江苏电视台《早安江苏》栏目举办的帐篷节活动，7天内微信报名人数就多达2000人（最终因场地限制只允许1000人参与），江苏电视台、无锡电视台等本地传统媒体纷纷跟进报道。因为第一场有太多人无缘参与，一周后我们又举办了第二场帐篷节活动。此后，我们举办的每一场活动不管名额是100人还是1000人，基本上都是3天内报满，每次活动都会在当地圈里圈外引起轰动，“无锡生活网”逐渐成为无锡市非常有影响力的自媒体。

2015年2月，“无锡生活网”联合全国近百个地方微信平台 and 100个全国性微信平台成功举办了首届微友春节联欢晚会，晚会视频点击率达2000万人次。这个活动获得了包括滴滴打车在内的数十家企业的赞助，全国众多网络大佬及明星大腕纷纷发来视频祝贺，其中有香港著名导演陈勋奇、歌手杨臣刚，以及K友汇发起人老K、We Media创始人方雨，等等。

从此，“无锡生活网”走出无锡，走向全国。目前，“无锡生活网”的业务以微信代运营、线下活动策划、广告营销策划为主导，既是微信新媒体公司，也是广告公司和营销策划公司。“无锡生活网”与无锡当地多家大公司合作微信代运营，如茂业百货、国联人寿保险。

能取得这样的成绩离不开优秀的团队。幸运的是，我有一个配合默契的团队，他们团结上进，各有所长，个个都冲劲儿十足。如今，每个团队成员都能独当一面。

现在是“80后”“90后”的时代，团队管理方式自然与以前不同。我的管理方式很简单，允许团队成员自由发挥。我要的是有思想、有执行力的团队成员，有想法的人不少，而能想又能执行的人才是最具价值的。

身处移动互联网时代，本地自媒体很可能正在改变你我的命运，正如不断普及的新技术在改变人们的工作与生活。

相传有只荆棘鸟，它一生只歌唱一次。从离开巢开始，便执着地寻

找荆棘树。当它找到时，会把自己娇小的身体扎在一株最长、最尖的荆棘上，流着血泪放声歌唱。无论未来的路上还有多少艰难险阻，我都会率领可爱的团队，像荆棘鸟一样，执着而勇敢地前行。

不忘初心，方得始终。

我们都有机会在这个最好的时代创造奇迹！

王 雄

2016年8月

引言 1

第一章

自媒体时代呼啸而来

——移动互联网时代的本地自媒体前景分析

站在移动互联网时代风口的本地自媒体 // 7

微时代红利：从最新微数据报告看微信平台的无限可能性 // 9

困兽犹斗：本地自媒体正面临一场大浪淘沙式的洗牌 // 13

转型升级：透视未来趋势及发展潜力，本地自媒体人何去何从 // 17

看清未来：挖掘垂直行业和地域化的价值 // 17

适者生存：在尘埃落定前尽早确定格局 // 18

新的活法：在新媒体时代找到本地自媒体的生存方式 // 21

第二章

如何玩转本地自媒体

——引爆本地自媒体的“3+2”矩阵策略

模式转型：踏上第一本地自媒体修炼之路 // 27

用户导向：“用户触达”与“垂直细分”，每个粉丝都是推销员 // 27

效率导向：不断试错，但不代表可以无限地砸钱 // 29

策略升级：“3+2”矩阵排兵布阵 // 32

矩阵1：本地公众号谋定后动 // 32

- 矩阵 2：将个人微信号打造为意见领袖 // 41
- 矩阵 3：社群运营强强联合，抱团打天下 // 42
- 矩阵 4：线下活动推广打通全渠道营销 // 45
- 矩阵 5：玩转电商共同掀起移动互联网革命 // 47

第三章

提升本地自媒体战斗力

——“3+2”矩阵策略之本地公众号运营

- 公众号设计：让你的本地自媒体账号“活”起来 // 53
 - 运营：做好一个本地公众号没那么简单 // 53
 - 细节：编辑不只是复制和粘贴 // 58
 - 获取：清楚目标用户到底是谁，再去寻找他们 // 60
 - 误区：拆掉思维的高墙，避免踩进“雷区” // 62
- 公众号运营：迅速做大影响力 // 64
 - 关注投票：冷启动的惊险一跳 // 64
 - 百川入江：多方联动聚少成多 // 68
 - 拓展收入：把公众号打造成广告载体 // 72
- 公众号营销：传统商家如何借移动互联网的东风 // 75
 - 顺应潮流，+ 互联网 // 75
 - 商业活动营销，提供优惠信息 // 77
 - 开放互动营销，加强用户体验 // 79
 - 软文推广营销，放长线钓大鱼 // 81
- 公众号写作：10万+的文章是怎么炼成的 // 84
 - 搭热点便车的选题策略 // 84
 - 标题要具有吸引力 // 88
 - 内容创作如何出彩 // 91

第四章

让“微时代”的意见领袖为“本地”代言 ——“3+2”矩阵策略之个人微信号运营

微信好友：为公众号保驾护航 // 97

个人微信号的好友从哪里来 // 97

微信加好友有哪些“潜规则” // 99

新注册的微信号该注意些什么 // 101

打造影响力：做行业意见领袖 // 103

基于信任的高人气平台 // 103

朋友圈动态怎么发更有效 // 104

朋友圈营销：用分享来影响 // 106

第五章

引爆本地社区与用户的互动链条 ——“3+2”矩阵策略之打通本地社群营销

新 4C 法则：在移动互联网时代玩转本地社群 // 111

移动互联网时代的新 4C 法则 // 111

社群链接一切的本质：内容 // 114

引爆本地社群与用户的链条 // 118

社群运营：从个人用户思维转向社群思维 // 119

解构真正的社群 // 119

利用社群思维区分本地用户 // 121

社群营销：点燃本地社交关系链，让用户“动起来” // 127

场景是社群的灵魂 // 127

内容是传播的核心力量 // 129

本地公众号 + 地方门户网站 // 131

第六章

打一场基于创新的本地线下布局之战

——“3+2”矩阵策略之线下活动布局模式创新

线下布局：打造丰富多彩的本地线下活动方案 // 137

步骤 1：重新定义产品和市场 // 137

步骤 2：构建线下布局价值链 // 139

线下运营：开展线下创新活动，抓住利润的尾巴 // 143

促销活动：吸引用户参与 // 143

竞赛活动：加强用户互动 // 145

社交活动：扩大自身影响 // 148

领跑 O2O：开启线上线下结合的全渠道互动模式 // 150

渠道 1：通过线上推广引导用户走向线下 // 150

渠道 2：打通本地社区 O2O 闭环 // 152

渠道 3：开启线上线下的双频互动模式 // 154

第七章

在诸侯争霸的时代，本地自媒体电商是时候爆发了

——“3+2”矩阵策略之建立本地电商新世界

本地电商：颠覆本地自媒体的商务模式 // 159

要么电子商务，要么无商可务 // 159

本地自媒体时代如何玩转电商 // 161

微店：移动互联网时代的轻电商模式 // 164

创新思维：本地自媒体 + 电商的三大思维 // 168

思维 1：理念 // 168

思维 2：态度 // 170

思维 3：跨界 // 171

实战运营：精雕细琢电商，关键看气质 // 174

由眼入心：用户喜恶瞬间即定 // 174

免费增值：让用户主动来找你 // 177

细节魔鬼：逻辑简单，执行困难 // 180

电商卖相：竞争优势，气质取胜 // 182

第八章

抱团取暖打天下

——打造本地自媒体联盟

看清优势：在共享平台更易抱团取暖、强强联合 // 187

抱团取暖：移动互联网让本地困兽看见希望 // 187

打造“老板圈”：新的变现模式让本地自媒体人共享红利 // 188

经验借鉴：这些真实的案例足以让你看到胜利之光 // 192

3 000 人红色酷跑：从身到心真正融入大自然 // 192

万人帐篷节：用帐篷撑起快乐的天空 // 195

枕头大战：寻找青春飞扬的味道 // 198

鲜力达果品：只是水果的搬运工 // 202

江浙沪地方新媒体交流会：碰撞中造就更广阔的世界 // 204

后 记

在新媒体时代，你永远不算迟到的人 // 207

引言

夜已深，办公室里依旧有忙碌的身影。这是一群为梦想而奋斗的人，他们往往头顶高薪、酷炫、时尚的光环，朝九晚五的工作却是奢望；他们自由跳槽、高调创业，怀揣打造属于自己的一片天地的梦，在某个地区、某座城市兢兢业业、不分昼夜地工作。

他们是行走在移动互联网时代最迷茫也最可爱的本地自媒体人！

如果你也是其中的一员，请先回答以下问题，谈谈你的痛点和烦恼。

问题 1：你原来是做什么工作的？

问题 2：你是如何转型开始做本地自媒体的？

问题 3：你在做本地自媒体的过程中遇到的最大问题是什么？目前最大的盲点是什么？

问题 4：你如何看待本地自媒体的未来？

问题 5：你现在正在做的本地自媒体赢利吗？

问题 6：你做本地自媒体的第一桶金是怎么赚得的？

很多人有这样一个认识误区：做自媒体或本地自媒体的都很牛、很