

Weishi, We Earn

微视 这么玩才赚钱!

汪孟◎著

全面解读
微视的
5大属性、17
大功能、6大
商业模式、7
大战略价值
和8大商业价
值

+

详细介绍
微视创
业的6大方向
及具体方法、
8大快速赚钱
途径及思路指
导，以及6大
赚钱的误区

+

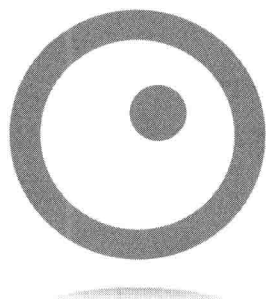
系统讲解餐饮、酒店、
旅游、零售等15大传
统行业如何利用微视提升
销售业绩；各类互联网和
移动互联网企业如何通过
微视创收；天猫店、淘宝
店、微信商城以及自建商
城如何通过微视赚钱

+

从战略定位、功能
设计、账号规
划、内容制作、粉丝
获取和维护、团队管
理、效果量化评估等
角度全方位讲解微视
营销和运营的要素、
方法、技巧和禁忌



机械工业出版社
China Machine Press



Weishi, We Earn

微视 这么玩才赚钱！

汪孟◎著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

微视, 这么玩才赚钱! / 汪孟著. —北京: 机械工业出版社, 2014.9

ISBN 978-7-111-47804-1

I. 微… II. 汪… III. 网络营销 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 204143 号

微视, 这么玩才赚钱!

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 孙海亮

责任校对: 殷虹

印刷: 三河市宏图印务有限公司

版次: 2014 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm×242mm 1/16

印张: 15.25

书号: ISBN 978-7-111-47804-1

定价: 49.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88378991 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzsj@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

前 言

继文字、图片和语音社交之后，短视频将成为下一代社交语言。

纵观互联网的发展可谓是一部人类社交进化史。移动互联网技术的进步，智能终端的发展，催生了人们对社交的新需求：人们需要能够更简单、更真实、更生动地表达自己。社交语言也从以文字为主的时代，逐渐进化到以图片、声音为主的时代，目前正向视频社交语言进化。

随着2013年9月28日微视8秒短视频软件iOS版（微视）1.0上线，很快微视就闯进了App Store社交免费榜前三的位置。到现在为止，微视2.5.0版都已上线，并已经聚集了超过2000万活跃用户，不仅汇聚了数以百计的明星，像@范冰冰、@何炅、@谢娜、@李宇春、@吴奇隆、@刘诗诗等，也汇聚了成百上千的达人用户，还汇聚了像国务院办公厅政府信息公开办公室的微视@中国政府网和@联合国这样的国家级及国际级官方机构账号，各大新闻媒体、电视台、企业（@小米手机、@杜蕾斯）纷纷开始进入微视。

2014年首次举办的微视跨年晚会，以全民娱乐的方式在众多跨年方式中脱颖而出，火暴异常的“微视跨年”成为新的流行关注点。80多位明星大咖搞怪祝福，百名达人比拼创意，超过12小时的狂欢带动千万互动量。

相比以往的短信、电话、微博、微信跨年送祝福，2014年的微视跨年晚会让很多网友感到新意十足，这种动态视频、全民参与玩创意并进行互动的新的方式，打破了以往线下晚会的时空限制，带来了全新的交互体验，真正实现了一场移动互联网时代的跨年狂欢。

微视跨年晚会期间，每小时超过200万互动量，总互动量达到5000万次。

2014年巴西世界杯期间，包括吴奇隆、莫文蔚、羽泉在内的40余位明星参与微视助阵。微视作为新兴的短视频社交媒体平台，因其碎片

化、集锦类的轻质资讯汇集，众星汇集押宝、全民演绎世界杯生活的娱乐玩法，异军突起成为本届世界杯“秒懂”神器。

微视是一个新的趋势，可以用8秒短片重新演绎生活中的很多东西，所以它未来可能会成为新的社交载体。微博时代主要是承载像文字、图片这样的信息，微信主要承载语音信息。而微视是短视频，有着文字、图片、语音不可替代的优越性，它可以承载一些微博、微信不可能承载的信息。

作为一种新兴的社交媒体，微视在网络营销方面的应用价值也被越来越多的企业和个人用户认可，并且不少企业和个人都从中尝到了甜头，发展前景非常值得期待。

工业与信息化部称，截至2014年1月，中国移动互联网用户总数达到8.38亿。在2014年GTI亚洲大会上，中国移动总裁李跃表示，目前中国移动4G用户超过650万。随着4G网络和WiFi的普及，成熟的网络环境不仅为用户提供了便利，更为产品提供了更多的延展层面，包括新的模式，如视频广告、移动短视频。微视本身在承载更多类型的内容方面具有很多优势，未来，也许这个平台的广告形态会产生不可替代的价值。这也将成为微视在商业化层面的机会。

某电商企业通过微视营销成功引爆微视平台，使得产品达到千万次曝光，月销量达到2157件，年销售额将超千万。小米公司入驻微视平台，开设官方微视账号，一条8秒视频被点播1000多万次，成功达到品牌的高速传播和移动电商销售引流的效果。一个大三的90后学生，一边玩着微视，一边上学，目前已成为微视达人女王，其商业价值已经被众多商家挖掘，3年之内其价值将超千万。一个设计签名的专业人士，开创了微视8秒视频签名的产业，日营业额最高过万（截至本书完稿时），还有几百家代理商专门去推广他的微视签名产业，其年收益将超百万。

移动互联网时代是最好的时代，也是最美的时代。给予你的创业机会越来越多，只是也许你视而不见，或者你不曾看见，又或者你知道了却无动于衷。于是，你错过了种种机会，错过了本可能属于你的那份商机。

无论是个人还是企业，如果你已错过了微博、微信，那么请不要再错过微视了。

我不敢说这本书有多好，只是希望大家可以从中学到一些实用的微视营销秘诀，并以此为出发点找到创业的机会。如果能对大家有些启发，我就已经很欣慰了。

如果你是对新媒体敏感的企业管理层人员、企业营销团队的执行人员、媒体行业从业者、互联网创业者、自媒体创业者、电商运营推广人员或找不到工作的

大学生，不妨认真读一读本书，相信你会受益良多。

首先感谢机械工业出版社华章公司的编辑杨福川和孙海亮对我写作的支持，是他们的鼓励和帮助引导我顺利地完成了全部书稿。

其次感谢我的家人和朋友对我的默默支持，正是因为有了你们，我的创作才会更精彩。

其实更应该感谢的是微视团队为人类开发出这么好的产品，感谢微视总负责人邢宏宇先生，通过与他的交流使我更深刻地理解了微视的价值。

最后要感谢的是正在看这本书的你，感谢你对我们 90 后的支持，你的认可和支持将是我前进的动力之源！

目 录

前言

第 1 章 微视——移动互联网的又一枚银弹 // 1

- 1.1 微视——4G 时代最重要的社交工具 // 3
- 1.2 微视在腾讯帝国的 7 大战略价值 // 6
 - 1.2.1 抢夺移动互联网的第二张船票 // 6
 - 1.2.2 抢夺中国短视频行业的头把交椅 // 6
 - 1.2.3 抢夺移动社交市场份额 // 7
 - 1.2.4 打通腾讯整个社交闭环 // 7
 - 1.2.5 弥补腾讯 PC 端用户数增长停滞带来的损失 // 9
 - 1.2.6 布局移动社会化电商，抗衡阿里、新浪 // 9
 - 1.2.7 牵手微信，比翼双飞 // 10
- 1.3 微视的 7 大商业价值和 6 大商业模式 // 10
 - 1.3.1 微视的 7 大商业价值 // 10
 - 1.3.2 微视的 6 大商业模式 // 19
- 1.4 微视 5 大属性——开启社交媒体的移动新时代 // 23
 - 1.4.1 社交：微视社交的本质，发生关系 // 23
 - 1.4.2 媒体：视频现场直播更具真实性和震慑力 // 24
 - 1.4.3 渠道：微视缩短企业与消费者沟通的距离 // 26
 - 1.4.4 平台：视频语言平台，更生动的社交 // 26
 - 1.4.5 分享：给力的人人传播和多平台传播 // 27
- 1.5 微视的 17 大功能解析，玩转微视 // 28
 - 1.5.1 8 秒短视频，讲述你我的故事 // 28
 - 1.5.2 支持多账号登录 // 28
 - 1.5.3 分段拍摄，操作极简，让创意无限 // 29
 - 1.5.4 视频流量和图片一样小，观看流畅 // 31
 - 1.5.5 支持 5 种互动形式 // 31

- 1.5.6 业内首创转发和原创分离 // 32
- 1.5.7 支持将视频分享到多个平台 // 33
- 1.5.8 支持未登录浏览精选内容 // 34
- 1.5.9 新朋友提醒功能 // 35
- 1.5.10 匹配手机通讯录好友，可以关注已开通微视的用户 // 35
- 1.5.11 邀请社交平台好友 // 36
- 1.5.12 二维码名片功能 // 36
- 1.5.13 扫一扫功能 // 37
- 1.5.14 账号绑定功能 // 37
- 1.5.15 播放和上传设置 // 38
- 1.5.16 消息提醒功能 // 38
- 1.5.17 隐私设置 // 39

第2章 微视上的6大创业方向和8大快速赚钱途径 // 40

- 2.1 微视平台为什么能够成为创业乐园 // 41
 - 2.1.1 富媒体沟通更精彩 // 41
 - 2.1.2 人群的聚集，有人便有生意 // 41
 - 2.1.3 开放式舞台与企鹅共舞 // 42
 - 2.1.4 核裂变式的传播，曝光就是价值 // 43
 - 2.1.5 微视平台创业的未来 // 45
- 2.2 微视创业门槛低，赚钱多 // 46
 - 2.2.1 低门槛：玩的就是心跳 // 46
 - 2.2.2 高收入：玩的就是赚钱 // 46
 - 2.2.3 高级别：玩的就是创意 // 46
- 2.3 什么样的人适合微视创业 // 47
- 2.4 什么样的行业适合通过微视赚钱 // 48
- 2.5 微视上的6大创业方向及商机指导 // 49
 - 2.5.1 圈养微视账号，通过广告和微视代言盈利 // 49
 - 2.5.2 企业微视营销代运营服务 // 54
 - 2.5.3 自媒体创业 // 55
 - 2.5.4 手游植入微视平台创富 // 58
 - 2.5.5 为微视提供增值服务 // 60
 - 2.5.6 手机视频特效制作软件 // 62

2.6 微视上的8大快速赚钱途径及思路指导 // 64

2.6.1 明星类 // 65

2.6.2 美女类 // 69

2.6.3 搞笑类 // 70

2.6.4 才艺类 // 72

2.6.5 萌宠方向 // 75

2.6.6 旅游类 // 78

2.6.7 美食类 // 81

2.6.8 游戏类 // 84

2.7 微视快速赚钱的6大误区 // 85

第3章 15大传统企业如何通过微视赚钱 // 89

3.1 食品行业如何通过微视营销赚钱 // 90

3.2 汽车行业如何通过微视赚钱 // 96

3.3 百货行业如何通过微视营销赚钱 // 102

3.4 生活用品行业如何通过微视营销赚钱 // 105

3.5 婚纱摄影行业如何通过微视营销赚钱 // 114

3.6 旅游行业如何通过微视营销赚钱 // 117

3.7 广告传媒行业如何通过微视赚钱 // 119

3.8 家电行业如何通过微视营销赚钱 // 120

3.9 奢侈品行业如何通过微视营销赚钱 // 122

3.10 餐饮行业如何通过微视营销赚钱 // 123

3.11 酒店行业如何通过微视营销赚钱 // 124

3.12 医疗行业如何通过微视营销赚钱 // 125

3.13 培训行业如何通过微视营销赚钱 // 126

3.14 房产行业如何通过微视营销赚钱 // 128

3.15 美容行业如何通过微视营销赚钱 // 129

第4章 互联网/移动互联网企业如何通过微视赚钱 // 131

4.1 移动互联网企业如何通过微视赚钱 // 132

4.1.1 产品展示平台 // 133

4.1.2 知识传播平台 // 135

- 4.1.3 互动营销平台 // 137
- 4.1.4 品牌传播平台 // 141
- 4.1.5 品牌实力展示平台 // 143
- 4.1.6 创意营销平台 // 145
- 4.1.7 情感营销平台 // 148
- 4.1.8 移动电商销售引流 // 149
- 4.2 传统互联网企业如何通过微视赚钱 // 150
 - 4.2.1 团购类网站如何通过微视营销赚钱 // 151
 - 4.2.2 旅游类网站如何通过微视营销赚钱 // 152
 - 4.2.3 视频类网站如何通过微视营销赚钱 // 153
 - 4.2.4 音乐类网站如何通过微视营销赚钱 // 155
 - 4.2.5 婚介类网站如何通过微视营销赚钱 // 157
 - 4.2.6 招聘网站如何通过微视营销赚钱 // 158

第5章 电商卖家如何利用微视年赚1000万 // 161

- 5.1 移动互联网下电商营销模式变革——社会化电商 // 162
- 5.2 天猫商城如何通过微视营销赚钱 // 163
- 5.3 企业B2C商城如何通过微视营销赚钱 // 168
- 5.4 个人淘宝店如何通过微视营销赚钱 // 172
- 5.5 企业和个人微信商城如何通过微视营销赚钱 // 174

第6章 个人如何通过微视年赚100万 // 177

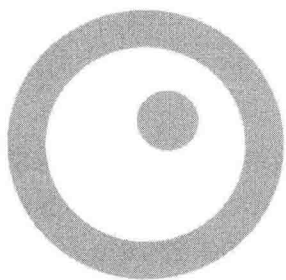
- 6.1 学生如何通过微视赚钱 // 178
 - 6.1.1 @罗休休的独特魅力 // 178
 - 6.1.2 第一层：产品广告接单 // 179
 - 6.1.3 第二层：影视广告接单 // 179
 - 6.1.4 第三层：拍摄电影，获得广告赞助 // 180
 - 6.1.5 第四层：微代言 // 181
- 6.2 舞蹈爱好者如何通过微视赚钱 // 182
 - 6.2.1 通过广告赚钱 // 183
 - 6.2.2 活动演出收益 // 184
- 6.3 音乐爱好者如何通过微视赚钱 // 185

- 6.4 美容、微整形行业人员如何通过微视赚钱 // 187
- 6.5 心理医生从业者如何通过微视赚钱 // 188
- 6.6 魔术师如何通过微视赚钱 // 190
- 6.7 旅游爱好者如何通过微视赚钱 // 191

第7章 企业微视营销与运营成功的核心要素、方法及误区 // 193

- 7.1 两大定位 // 194
 - 7.1.1 战略定位 // 194
 - 7.1.2 功能定位 // 195
- 7.2 两大规划 // 195
 - 7.2.1 价值规划 // 195
 - 7.2.2 矩阵规划 // 196
- 7.3 两大设计 // 200
 - 7.3.1 名字的4种设计模式 // 200
 - 7.3.2 头像3种设计模式 // 206
- 7.4 做好内容和核心 // 208
 - 7.4.1 简介内容应该如何写 // 208
 - 7.4.2 制作日常内容的4个步骤 // 209
 - 7.4.3 营销内容的5种形式 // 212
 - 7.4.4 微视发送时间规划 // 216
- 7.5 粉丝的获取和维护 // 217
 - 7.5.1 微视增加粉丝14大策略和途径 // 217
 - 7.5.2 微视粉丝的沟通 // 220
 - 7.5.3 微视粉丝的3大价值 // 220
- 7.6 提高微视运营效果的5大方法 // 222
- 7.7 微视运营的5个误区 // 222
- 7.8 微视运营3大防忽悠策略 // 224
- 7.9 微视营销价值评估的5个方面 // 227
- 7.10 微视运营团队的搭建 // 227
 - 7.10.1 不同规模的企业的微视销售团队组建 // 227
 - 7.10.2 微视营销团队成员的种类及责任 // 228

第8章 腾讯封杀账号的9大原因 // 229



第1章

微视——移动互联网的又一枚银弹

微视频（微视），腾讯移动互联网的又一张船票。沟通“视界”，八秒无限！

当微博方兴未艾之时，微信浪潮席卷而来，它震惊的不仅是整个中国，而是整个世界！凭借着微信，腾讯拿到了属于自己的唯一一张移动互联网船票！那么在2014这个万马奔腾的年份，腾讯又一次酝酿着如何让世界颤抖！

微视，能否让腾讯拿到第二张移动互联网船票呢。

作为腾讯一款独立的应用软件，微视的定位是基于开放关系链的8秒短视频分享社区，用户通过QQ号、腾讯微博以及腾讯邮箱账号登录后，可以将拍摄的短视频同步分享到微信好友、朋友圈、腾讯微博、新浪微博、QQ好友、QQ空间这6大社交平台。

微信让我们的社交变得私密，微视让我们的社交变得开放，而且更能展示自我！

腾讯CEO马化腾先生2013年8月23日亲自测试了微视，后来又分享了聚会等几段生活中的场景微视。小马哥在告诉大家什么呢？那就是微视在腾讯内部地位的重要性毋庸置疑。

未来的生活会变成这样：聚会吃饭前，先拍一段微视，然后瞬间分享到6大社交平台，让你的快乐快速分享。在外求学的学子，随时随地来段8秒生活的写照发给远在故乡的妈妈，让妈妈思念的泪水少一点，快乐多一点。即使相隔万里的挚友，有了微视也会“天涯若比邻”。微视，更是现场直播，8秒还原最真实的现场，让消息更具真实性！

在这个移动互联网、移动微电商、社会化媒体营销、粉丝经济共生的时代，微视带给企业的价值将会是什么呢？

小米公司成功地通过社会化媒体营销玩转粉丝经济，成就了一个品牌神话！微视是否会重新开启一个企业营销级的神话，我们拭目以待。

微视这张移动互联网船票，足以让腾讯在移动互联网时代可以走得更快、更远。

1.1 微视——4G 时代最重要的社交工具



继文字、图片和语音社交之后，微视频将成为下一代社交语言。V 社交将开启 4G 移动社交新时代。

按住手机的一个按钮，用 8 秒的时间可以向朋友传递一段问候，也足以还原一次精彩的聚会，或者完美记录你与家人最温馨的拥抱。最重要的是，这些动态的、真实的画面就像语音聊天一样，可以被同时发送给你的好友，也可以同步更新到你的微信、朋友圈、微博。

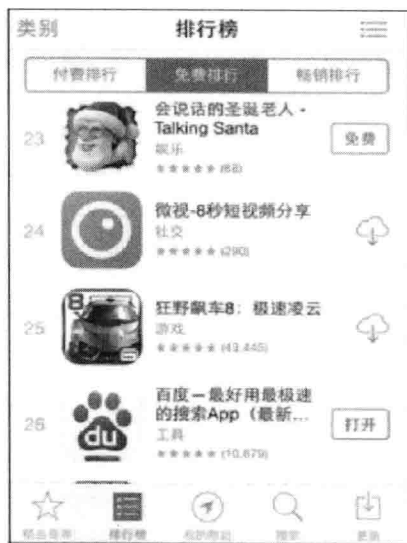
从用户的使用习惯来看，“微社交”已成为移动互联时代的主流交流方式。在 3G 时代，分享文字、分享图片、分享语音已成为无比流行的事情。于是手机 QQ、微博、微信等应用在用户中拥有了极高的占有率，几乎成了每一台智能手机里的基本配置。如果说 3G 时代带动了微博、微信等图文、语音社交类应用的兴起，那么 4G 时代将会为移动微视频社交带来前所未有的源动力。

在 4G 时代，微视将会给用户前所未有的全新社交体验。首先，从通信行业来看，整个资费水平正在下降，原来大家还很担心流量的问题，但是现在基本上都有资费套餐。其次，现在 WiFi（无线保真）基本普及，WiFi 已成为了基础设施，这也是一个非常重要的要素！更快的连接速度、更好的网络环境将会带给微视快速的发展。

而这样的应用与微信、微博等平台一旦实现无缝对接，会使用户的社交手段如虎添翼，他们不仅能“天涯若比邻”，而且实现了图文分享、语音分享到视频分享的进化，移动社交即将由此进入一个崭新的时代。



凭借着操作简单、多种创意玩法、高清流畅的画质以及丰富的话题内容，微视在2013年上线后用户反馈良好，上线不足80天，就位居App Store社交免费榜前三。数百位明星、名人率先露脸微视，大量用户贡献了海量创意玩法和作品。



微视火热的背后，反映的是现在网民在社交需求上越来越多元化的大趋势。

在2014年马年微视跨年晚会上，80多位明星大咖搞怪祝福，百名达人比拼创意，超12小时的狂欢带动千万互动量……第一届微视跨年晚会，凭借全民娱乐的方式在众多跨年方式中脱颖而出。在微视跨年晚会里，明星给我们拜年，那是非同一般的享受啊。想想那些追星族、狂热的粉丝派，只有微视才能给他们和明星这种亲密接触的机会。



不仅有超级豪华的明星阵容，微视跨年晚会表演的节目也是玩法十足、创意无限。

在微视跨年晚会里，黄晓明首次表演的魔术、李承铉的 Beatbox、羽泉组合的无厘头祝福手势、张伦硕的变脸、范逸臣首演的“嘴弹吉他”、陈妍希创新的英文绕口令、何晟铭的独播情景剧、曲英东的鬼步舞等，以及8秒祝贺词连读、卖萌、牌技等，这些表演在以往的任何跨年晚会里都是看不到的。

随着春节的到来，继年初众多明星名人纷纷入驻微视后，李敏镐、林志颖、伊能静、林志炫、小虎队、陈志朋等又一批明星、名人也看上了微视，他们不仅通过微视跟粉丝、网友互动，还纷纷给大家拜年。2014年春节，看微视春晚，用微视拜年，在明星率阵、达人献艺、草根狂欢中已成为当时最具时尚性的潮流节奏。

在2014年1月17日微视推出春晚海选后，短短9天，微视上魔术、舞蹈、绝技等节目连播不停，创造了上亿次互动量；一个只有几百粉丝的普通用户，上传的微视作品都可以收获数千的点赞；12位人气达人的推荐，以及亿万网友的点赞，最终决出入围的上百个精彩绝伦作品。不少草根微视用户调侃自述：我没有“毕姥爷”，但也能上春晚啦。

据统计，微视跨年晚会期间，总互动量达到5000万次，下载量周环比提升70%，原创量周环比提升120%。

4G成熟的网络环境为微视提供了更多的延展层面，包括新的商业模式，如移动视频社交广告，移动短视频本身在承载更多类型的内容方面显现出优势。未来，也许这个平台的广告形态会产生不可替代的价值。这也将成为微视在商业化层面的机会。

微视——4G时代最重要的社交工具。

1.2 微视在腾讯帝国的7大战略价值

随着移动互联网的高速发展以及竞争的加剧，业内各大企业对腾讯未来移动端的布局也更为关注。一方面，腾讯PC端的用户数量开始出现增长停滞的现象，达到了饱和；另一方面，各大竞争对手也正在向微信施加越来越大的压力。所以腾讯也在积极布局新的移动战略——微视。腾讯CEO马化腾先生亲自参与微视，足见微视在“腾讯帝国”的战略价值有多么重要。下面我们就来分析微视在“腾讯帝国”的7大战略价值。

1.2.1 抢夺移动互联网的第二张船票

一场移动互联网的狂风正横扫全球产业界。移动互联网可以让用户随时随地、以任何方式接入网络，从而创造了几乎无限可能的商业模式。

微信的爆发，犹如一块关键的多米诺牌被推倒，震撼着移动互联网行业的格局。它不仅意味着腾讯拿到了第一张移动互联网的“船票”，更让人们看到了那个“能把猪都吹到天上去的风口”。然而，竞争对手对微信施加的压力是越来越大。

在腾讯15周年WE大会上，马化腾也曾表示：尽管外界认为，微信让腾讯赢得了移动互联网的“船票”，但这只是一张“站票”，如果不努力拥抱变革，顺应潮流，仍有可能随时“下船”。

因此腾讯推出微视，积极布局移动新战略，抢夺移动互联网的第二张船票。

1.2.2 抢夺中国短视频行业的头把交椅

对于短视频未来的发展空间，国外互联网公司率先发挥优势。2012年10月，Twitter抢在其产品发布之前收购了短视频应用Vine，目前Vine用户数突破4000万，成为2013年增长最快的应用之一。

国内Twitter追随者选择复制这一手法。2013年9月，腾讯微博旗下“微视”测试版首次在微信平台登陆，即刻引发外界关注。9月底，微视正式登陆App Store，并在不足90天的时间内位居免费排行榜前三。