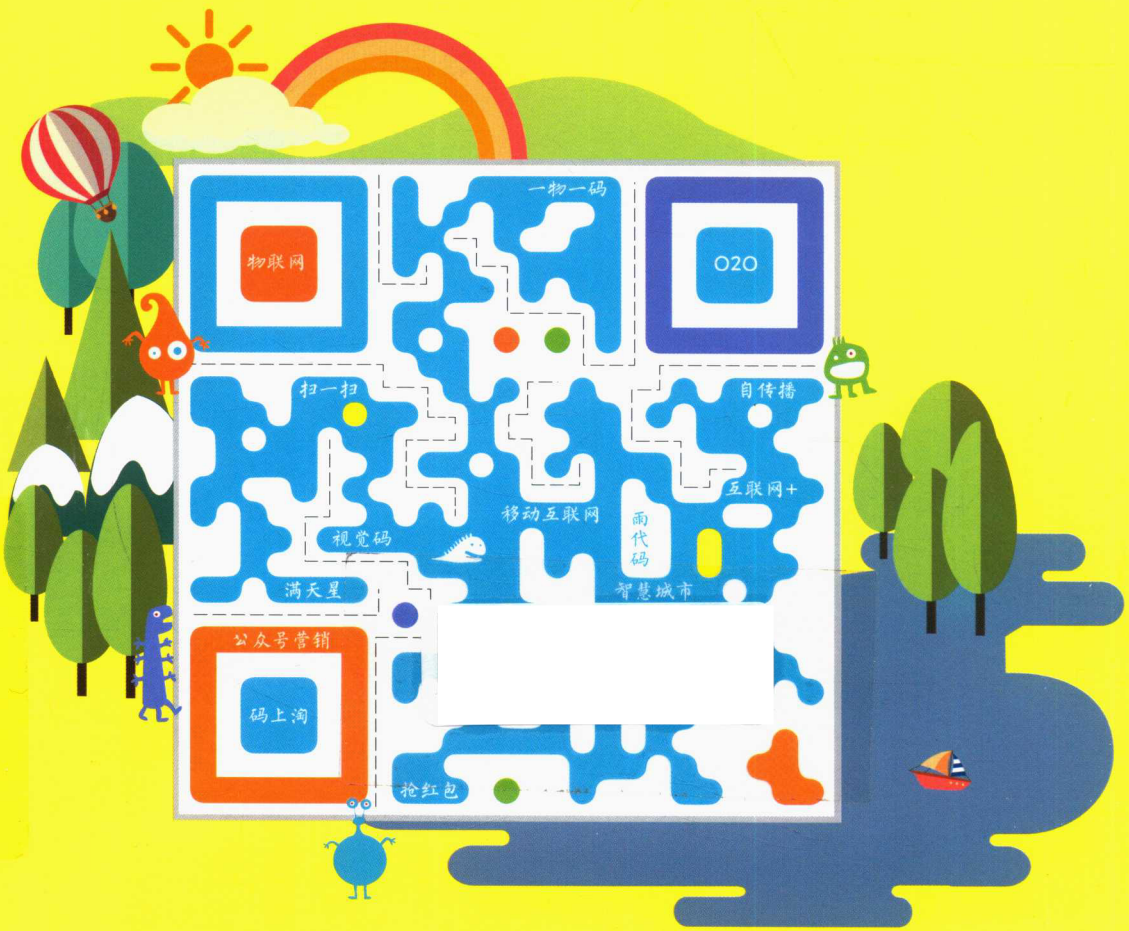
博文电商

“玩”全二维码营销

李建华 著

汇集最新实用营销思维的工具书，深度全面解读二维码的百科全书。



中国工信出版集团
電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

“玩”全二维码营销

李建华 著

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京•BEIJING

内 容 简 介

这是一本关于二维码的百科全书，这也是一本关于营销思路的总结，既适合二维码及营销人士的专业阅读，也可以作为普通大众的科普读物。通过这本书可以让我们正确认识和利用好二维码，同时也能学到微博、微信、电子商务、O2O 及移动互联网方面的最新营销模式。

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

“玩”全二维码营销 / 李建华著. —北京：电子工业出版社，2016.8
ISBN 978-7-121-29462-4

Ⅰ. ①玩… Ⅱ. ①李… Ⅲ. ①二维一条形码一应用一市场营销学 Ⅳ. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 170339 号

策划编辑：杨　璐
责任编辑：徐津平
印　　刷：三河市双峰印刷装订有限公司
装　　订：三河市双峰印刷装订有限公司
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：787×980　1/16　印张：14.5　字数：186 千字
版　　次：2016 年 8 月第 1 版
印　　次：2016 年 8 月第 1 次印刷
印　　数：3000 册　定价：59.00 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 zlts@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：010-51260888-819　faq@phei.com.cn。

序
为什么要写这本书

这世上的事物，有的有趣，有的有用。有人喜欢有趣多一些，有人喜欢有用多一些，而我，喜欢既有趣又有用的。二维码既有用又有趣，于是在2007年，当我第一次遇到了二维码，便爱上了它。职场风云变，聚散公司间，很多人由一个公司到了另一个公司，由一个行业到了另一个行业，干一行爱一行。这些年，我也换了几家公司，可我是一根筋，对二维码的这份爱，至今十年，不曾改变。好在造化弄人，天意垂怜，现在所在的公司也和二维码营销相关。

在传统领域，二维码主要用于商品领域，如商品管理、防窜货等领域。互联网和移动互联网兴起之后，出现了电子凭证和扫码互动应用。伴随着电子商务、微信营销的发展，又出现了二维码支付、扫码抽奖、扫码打赏等应用或营销模式。时代在变，新应用、新模式不断出现，而二维码的应用也总能推陈出新，和新应用模式相辅相成，这也正是二维码的魅力所在。

微信扫一扫让二维码风靡，微信可谓二维码的大推手，同时更是二维码的大玩家，二维码结合微信及抢红包的营销怎么玩？以淘宝为代表的电商，不仅将二维码用起来，更是将二维码用在了很多营销环节，具体都是怎么用

的？通过O2O连接线下体验和线上购物，二维码是购物的未来方向吗？二维码就是QR Code吗？扫二维码安全吗？二维码能不能防伪？以后火车票会用二维码代替吗？丢失火车票会因二维码泄露个人信息吗？关于二维码的问题有很多。

我相信，这世界上的问题，只要你多想多做，势必能找到一个答案，至少能更接近那个答案，哪怕知道“无解”也是一种“解”。通过本书，我试图去概述整个二维码及其结合的营销应用，试图找到这些问题的答案，哪怕是接近于标准答案也好。书中不会出现特别高深莫测的新新理论，更注重浅显易用的实用操作。这世界不缺想法，缺的是做法。我不想像《后会无期》里说的那样——“虽然懂得很多道理，却过不好这一生”。

我期望写一本集科普性、趣味性、实用性于一体的书——一本手机二维码的教科书、二维码应用的读物、二维码营销的工具书！为了写好这本书，我坚持在每天自己头脑最清醒的时间段写作，一旦觉得头脑思绪不清，则会停止写作，只为写出一本好书。可谓“作成此书后，白了青年头”，但如果这本书对你能有帮助，我会甚感欣慰，足矣！

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

目　录

第 1 章　认识二维码及其基本应用 1

1.1　什么是二维码，黑白方格组成的图形 2

二维码的英文翻译问题，二维码就是 QR Code 吗 3

1.2　二维码编码（生成）和二维码解码（识读） 4

1.2.1　编码 4

1.2.2　解码 7

1.3　二维码的发展历程 9

1.3.1　二维码在日韩的应用 11

1.3.2　二维码在国内的发展历程 13

1.4　二维码的特点 15

1.5　二维码安全问题 17

1.6　二维码功能及用途 21

1.6.1　二维码物品管理、防窜货 22

1.6.2　二维码的防伪溯源 22

1.6.3　扫码类应用 26

1.6.4 二维码凭证 27
1.6.5 二维码支付 28

第 2 章 码上互动——横扫千军万“码” 30
2.1 二维码是移动互联网的入口吗 31
2.1.1 从北京望京扫码一条街到万“码”奔腾 33
2.1.2 扫码投票 38
2.2 二维码营销设计的注意事项 41
2.3 线上二维码，多屏互动无缝切换 44
微博巧用二维码增强手机端微博用户黏性 45
2.4 二维码的效果监测，不同门店的二维码效果比较 47

第 3 章 二维码和微信营销 49
3.1 微信扫码工具应用 53
3.1.1 微信扫一扫，一码不扫何以扫天下 53
3.1.2 从相册选取二维码，手机没摄像头也能解码 55
3.1.3 识别图片中的二维码，线上营销法宝 57
3.2 微信互动类二维码 59
3.2.1 微信好友二维码 59
3.2.2 微信群二维码 60
3.2.3 微信公众号二维码，二维码是公众号推广的主要手段 61
3.2.4 微信支付二维码，从“伸手要钱”到“一手遮天” 66
3.2.5 扫码登录网页版微信 68
3.3 微信和二维码结合营销玩法 69
3.3.1 分享抽奖，长按图片二维码 72
3.3.2 微信扫二维码连 Wi-Fi，笔记本也能上网 74
3.3.3 二维码返现，结合裂变传播 78

3.3.4 扫红码得红包，APP 推广好办法 81

第 4 章 二维码和 O2O 83

4.1 二维码让物联网走进公众视野 84

4.2 二维码和 O2O 到底是什么关系 85

4.3 二维码凭证类应用 89

4.3.1 二维码会议签到 94

4.3.2 二维码登机牌 96

4.3.3 卡券包，从 passbook 到微信优惠券、支付宝卡券 97

第 5 章 二维码和电子商务 100

5.1 阿里巴巴对二维码的应用 104

5.1.1 商品电子化，电子凭证应用 104

5.1.2 “码上淘”让购物场景条码化 107

5.1.3 扫码互动，二维码巧妙用于互动营销 112

5.2 扫码购物，未来购物模式的探索 119

5.2.1 地铁虚拟超市 TESCO 公司重新创造购物体验 119

5.2.2 品牌营销重于扫码购物 1 号店等国内电商的尝试 121

5.2.3 体验式扫码购物是购物的未来方向吗，嘿店转型 123

第 6 章 二维码行业端应用 129

6.1 服务业 130

6.1.1 扫码评价打赏服务员，七星服务发动机 130

6.1.2 扫码看电子菜单，人人参与点菜 133

6.2 制造业 135

一物一码，左手防伪右手抽奖 136

6.3 金融业 139

扫码取现，无银行卡也能取现金 139
6.4 旅游行业 142
6.4.1 景区导览，自助导游看到更多 142
6.4.2 二维码铭牌，你知道这棵树是什么树吗 143
6.5 农业应用 144
6.5.1 农产品溯源，吃上放心食品 144
6.5.2 二维码耳标，猪也有身份证 146
6.6 公共服务应用 147
6.6.1 二维码胸章，助走失老人“码”上回家 147
6.6.2 火车票上的二维码 149
6.6.3 公交站牌上的二维码 150
6.6.4 营业执照上的二维码 152

第 7 章 二维码个人端应用 154
7.1 二维码名片，人际交流更为便捷 155
7.2 二维码请柬，甜蜜晒出来 157

第 8 章 二维码创意案例及思路 159
8.1 有容乃大，巨型二维码吸引大目光 161
2.8 万方平米的二维码玉米地，打个飞的去扫码 162
8.2 实物元素设计构成 165
8.3 天作之合，二维码和气象、物理等自然元素结合 167
8.3.1 E-mart 超市光影二维码，给二维码点阳光就会灿烂 169
8.3.2 宿务太平洋航空的雨代码，只有在下雨天才能看到的二维码 172
8.4 互动出惊喜结果 174
8.4.1 维多利亚的秘密内衣“诱惑”二维码 174
8.4.2 福特汽车二维码互动案例 176

8.4.3 Lacta 让二维码传情，据说巧克力和二维码更配哦 177
8.5 二维码放在哪里 178
8.5.1 奶牛身上的二维码 180
8.5.2 二维码墓碑，国内也有了 182
8.6 不明就里，好奇心驱动扫码 184
8.7 二维码本身就是一种元素 186
二维码、二维码、二维码，密集恐惧症者慎入 187
8.8 二维码设计思路 189

第 9 章 二维码相关问题 193
9.1 二维码编码方式（码制） 194
9.1.1 QR Code 196
9.1.2 DM 码 198
9.1.3 PDF417 码 200
9.1.4 国产码制：核心的东西，通常不在我们手里 203
9.1.5 微软三角形彩色码，曾经的 Microsoft TAG 206
9.1.6 彩码就是三维码吗 207
9.1.7 二维码图形动起来好吗？动画或视频方式呈现的二维码 208
9.1.8 码制的专利问题 210
9.2 相关应用比较 211
9.2.1 字符串：其实二维码本质上也是一串字符 211
9.2.2 条形码：可以说成是一维码 212
9.2.3 类二维码方式 212
9.2.4 RFID/NFC：和二维码孰优孰劣 213

后记 217

第1章
认识二维码及其基本应用

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

2015 年在腾讯全球合作伙伴大会“互联网＋微信”分论坛上，微信官方第一次公开微信用户数据，其中，还加入了一个有意思的二维码应用，打开微信扫一扫，扫描如图 1-0-1 中的二维码，可以查看你是第几位微信红包用户，还能看到很多和你微信红包有关的数据，比如，收你红包的人最远和你相距多远。

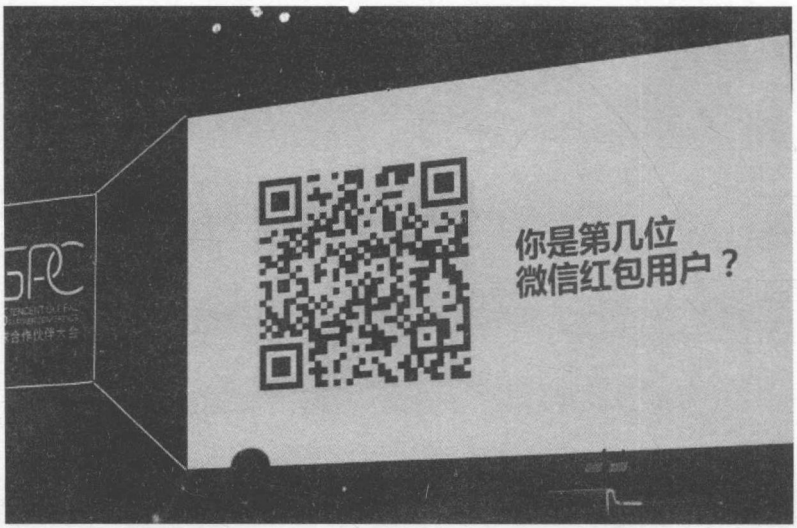


图 1-0-1　扫码查看你是第几位微信红包用户

觉得还蛮好玩的吧？其实，这只是一个简单的二维码玩法，与二维码相关的营销应用还远不止于此。下面我们先从了解二维码开始。

1.1　什么是二维码，黑白方格组成的图形

一般而言，二维码就是一个特定的图形，一种由黑白方格按一定规律在平面（二维方向）上分布的图形，这个图形是用来记录数据符号信息的。

我们知道作为计算机内部逻辑基础的二进制“0”、“1”比特流的概念，二维码在代码编制上巧妙地利用这一概念，使用若干个与二进制相对应的几何形体来表示文字数值信息，即每一个黑色单元小方格代表 1，每一个白色单元小方格代表 0，再通过图像输入设备（如摄像头）或光电扫描设备（如扫描枪）获取图像，并经解码自动识读还原信息，进而做出对应的处理。

如图 1-1-1 所示，二维码具体是由数据需求模块、数据及容错信息、格式信息和版本信息等几部分构成的（这个二维码可以扫哦，建议用微博扫一扫）。

图 1-1-1　二维码的构成

实际上，二维码的颜色可以不是黑白，可以是彩色的，另外，构成的单元元素可以不是方格，但其编码规律是不变的，只是常见的二维码都是由黑白方格按规律组合而成的图形。

二维码的英文翻译问题，二维码就是 QR Code 吗

二维码又被称为二维条形码或二维条码，英文名称为 2-Dimensional Barcode，即 2DBar code。而有人直接把二维码翻译成 QR Code，这种认知是

不准确的。QR Code 即 Quick Response Code，意为快速反应（识别）的二维码，是日本 Denso 公司发明的一种二维码编码方式。QR Code 虽是二维码中应用较为广泛的，但毕竟只是众多二维码编码方式中的一种，二维码的编码方式还有 PDF 417、Data Matrix、Maxi Code 等几十种，用部分指代整体显然是不准确的。

但由于 QR Code 的应用实在太普遍了，包括在本书中在很多二维码营销方式中，使用的二维码几乎都是 QR Code，在不影响理解的情况下，可以使用 QR Code 指代二维码，但需要明白其区别。即一般不要将二维码翻译成 QR Code，但反之将 QR Code 翻译成二维码是可以的。

1.2 二维码编码（生成）和二维码解码（识读）

1.2.1 编码

目前，QR、DM 等二维码都有网络生成平台或生成软件可以免费生成。如图 1-2-1 所示，可以通过百度等搜索平台搜索关键词“二维码生成”，可在图中这些二维码生成网站上在线生成二维码，比如草料二维码，文中的部分二维码就通过该网站生成，另外，还有二维工坊等网站也可以生成。此外，也可以通过下载二维码生成软件或 APP，分别在 PC 端通过软件及手机端通过 APP 生成二维码。

图 1-2-1　搜索引擎搜索二维码生成服务

如图 1-2-2 所示，填入想要输入的信息，如本书的名称“《玩全二维码营销》”，点击“生成二维码”按钮便可完成二维码的生成。除了填写二维码对应的文字或网址等信息外，还可以选择颜色（前景色、背景色）、容错率、大小等更多的个性化设置。

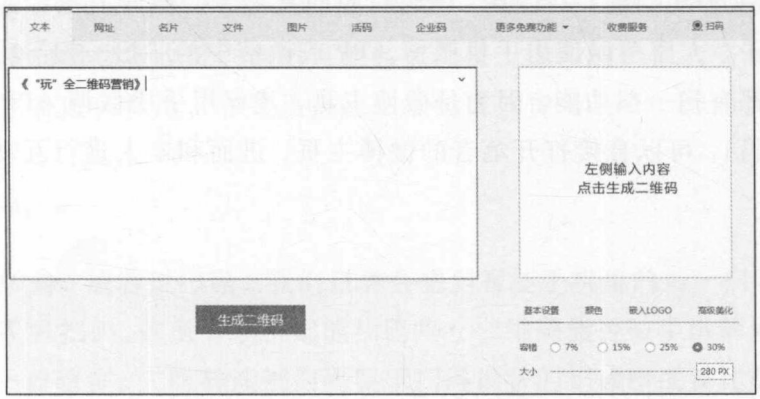


图 1-2-2　二维码生成界面

1.2.1.1 二维码的颜色及构成元素

在实际营销实战中，经常有客户提出黑白二维码很丑，会影响整体设计的美观。其实，二维码的颜色并非一定要黑白色，亦可以是彩色的。其构成元素可以不是方格，可以是其他图形。另外，二维码还可以和一些图片进行结合构图，使图形更加美观。很多公司会有 VI 系统（VI 全称 Visual Identity，即企业 VI 视觉设计），彩色的二维码可以和企业的主色调及用色系统保持一致。

前面我们说过，二维码是通过分别代表的“1”、“0”数据的黑白方格构成的。之所以使用黑白，因为黑白两色对比最为明显。二维码可以五彩斑斓，但需要说明的是，构成的颜色必须要对比强烈，即一部分是深色，一部分是浅色。构成二维码的基本元素也可以不是直角的方格，可以是圆角的圆形图案，或者水滴状图案。另外，基于二维码的容错特性，二维码可以和图片进行结合，比如，可以在二维码中间加上公司 LOGO 或个人照片，构成更为美观多样的图形。

如图 1-2-3 所示，二维码的构成颜色可以有很多种，且构成的元素也是圆点，不是方格。图 1-2-3 中二维码对应的是笔者的微博，笔者的微博昵称是第五才子，大家可以使用手机微博 APP 或微信中的“扫一扫”功能（微信和微博里都有扫一扫功能，因为是微博主页，建议用手机微博 APP 里的扫一扫功能扫码），可以直接打开笔者的微博主页，进而和本人进行互动，非常方便。

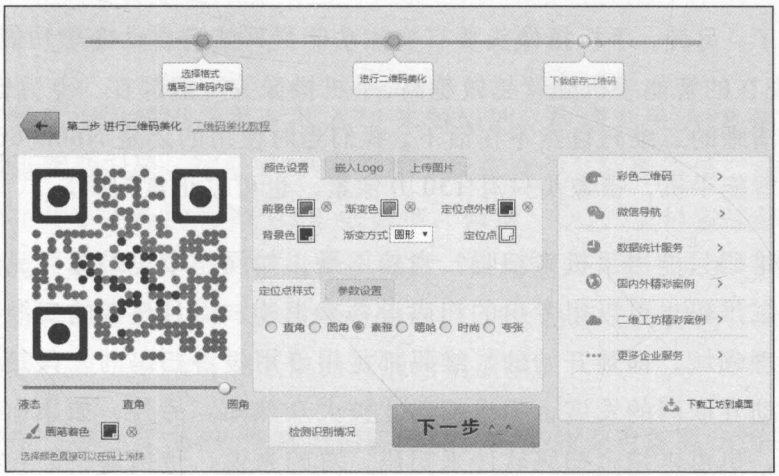


图 1-2-3　彩色及圆形元素构成的二维码

前面说生成普通黑白方格构成的二维码是免费的，也有的服务商提供免费的彩色及特殊元素构成的二维码的生成服务，如图 1-2-3 中的二维码就是免费生成的。部分特殊样式的二维码，需要单独设计，是要付费的，具体收费标准是根据难度同服务商议价而成。

在一些二维码营销服务中，商家借助二维码服务商给消费者提供二维码方面的服务，此时二维码可能会收费。收费一般是二维码服务商向商家收费，也有的直接向消费者收费。当然可能名义上是二维码的费用，实际上是二维码对应的系统服务费用，和这里讲的二维码设计费用是不一样的。

1.2.2　解码

提到解码，或者说扫码，我们自然会想到智能手机里的扫一扫，没错，我们习惯了手机扫码。那所有手机都能扫码吗？二维码能否被手机解码是一个相对问题，一般而言，二维码能被扫码要求扫码设备的识读精度要比所识别二维码的密度高。如果二维码比较清晰，那么一般是带 30 万以上像素摄像头的手

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com