

粉丝经济时代，
经营用户才是社群的思维核心

裂变势

自媒体时代信息传播的秘密



华 少 编著

让**内容、产品、思想**裂变式传播
口碑高于一切
人格的魅力是**粉丝裂变式**增涨的法宝

中国文史出版社



裂变势

自媒体时代信息传播的秘密

华 少 编著

中国文史出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

裂变势：自媒体时代信息传播的秘密/华少编著. — 北京：中国文史出版社，2017.1

ISBN 978-7-5034-8275-5

I. ①裂… II. ①华… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 248030 号

责任编辑：张春霞

出版发行：中国文史出版社

网 址：www.wenshipress.com

社 址：北京市西城区太平桥大街 23 号 邮编：100811

电 话：010-66173572 66168268 66192736 (发行部)

传 真：010-66192703

印 装：廊坊市海涛印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：880mm × 1230mm 1/32

印 张：9.5

字 数：188 千字

版 次：2017 年 1 月北京第 1 版

印 次：2017 年 1 月北京第 1 次印刷

定 价：39.80 元

文史版图书，版权所有，侵权必究。

文史版图书，印装错误可与发行部联系退换。

科学家用热中子去轰击铀原子，进而产生2到4个中子，这些中子再去撞击其他原子，再产生新的中子，如此反复无数次，实现了一种碰撞和分裂的链式反应，在这个过程中产生出极大的能量，核能就是这样诞生出来的。

科学家将这个反应的过程称为裂变反应，裂变反应是开发核能的关键，如果没有这个反应，裂变前的铀只是浓缩的放射性金属而已。

一条信息，如果没有人为的发酵，没有适合的平台和渠道进行传播，那么这条信息就和裂变前的铀一样，没有任何能量。真正让信息产生巨大能量的并非信息本身，而是信息在传播过程中，在人与人的交换中，对人和商业社会产生的改变和影响，并因为这种改变而导致的商业行为的改变。

传统的世界里，信息传播的能量是有限的，这主要是传播平台的局限性和传播渠道的匮乏。传统的信息传播由信息主体来主导，传播途径除了电信、报刊媒体便只剩下口口相传，所以传统时代春晚的广告卖得最贵，因为它的平台最大、受众最广、渠道最通畅。

但现在，情况则完全不一样了，传统媒体在当下信息传播过程中所扮演的角色开始弱化，而个人则占据了主要舞台，因为我们迎来了一个新的时代——自媒体时代。

你现在还看电视吗？你现在还看报纸吗？你现在还听广播吗？这三个问题，你的答案应该都是否定的。

你因此错过了什么最新的新闻资讯吗？你没有！你因此没有看到奥运会中国夺金的时刻？你没有！你因此不了解苹果最近出了什么新的产品？你没有！你因此而与快节奏的生活脱节了？你没有！

那么你知道，信息的传播在实际上已经开始脱离电视、报纸、广播等一大批传统的传播渠道了。在这个时代，信息依靠什么传播呢？就是你、我、他这样一个个的信息受众。

自媒体时代的出现，得益于互联网以及移动互联网技术的发展，互联网带来了博客、微博、网络交友平台，移动互联网带来了微信、个人公众号、个人直播间等等，这些技术的革新为每个人都提供了同等进入门槛的信息交流平台，让每个人都能够成为信息的生产者、加工者、交换者、传播者，信息在人与人之间更

加快速度地传播着，最终形成了一股无法抗拒的信息洪流，席卷包括商业社会在内的整个世界。

信息传播从一元主导变得更加多元化，每个人获取信息方式多种多样，传播信息的途径也多种多样，每个人可以接受到更多的信息，也可以加工出更具有个人化的信息。

在自媒体时代，你只要一部智能手机，便能够知道小到身边，大到全世界正在发生的所有事。你能在地铁上看奥运比赛，你能边吃早点便浏览日本股市，你能边开着车和客户开网络会议，你能在晚上睡觉之前，和久违的大学同学来一次视频聊天。只要有网络，信息就不会被时间和空间阻隔，整个世界都被互联网连接成了统一的整体，在这个整体中，信息被高速地生产出来并自由流动，而在这个海量信息的时代，你面对的不再是信息缺失，而是如何去取舍。

而对于信息的传播者而言，你所要做的，便是在大众的取舍中脱颖而出，让你的信息得到更广泛的传播，获得更大的能量。

如果你生活在报纸电视广播的时代，你只要有钱，在一个合适的平台上把声势做大，你的信息自然而然能取得最好的传播效果。所以，我们看到很多人削尖了脑袋也要上春晚，因为那个平台的传播效果最好，可以让人一夜走红，商家们也麇集到春晚打广告，因为这意味着全国性的流行。

但是，你来到了自媒体时代，在这个时代，每个人都可以播出自己的“春晚”。在这种情况下，春晚也要想着来互联网上挖

素材、挖明星，因为它知道，如果它不对互联网低头，它就无法维持过去强大的影响力。

在自媒体时代，你不能指望一个像春晚这样的平台出现，即便出现，对于传播来说也没有用。自媒体时代，是一个放大了个人的时代，在海量的信息里，每个人都有权挑选自己感兴趣的去关注，在没有门槛的传播平台中，每个人都能掌握属于自己的话语权。自媒体实现了传播的去中心化，改变了传统的传播法则，无论你的身份是谁，只要你是信息的传播者，你就必须要去适应这种改变，迎合这种改变，跟随改变而改变自身。

你必须去改变自己，适应自媒体时代的传播法则，寻找最佳的方式，让自己的信息在更广泛的范围内实现裂变。

信息在自媒体时代的裂变，就是从一到二，从二到四，从四到亿万的过程，这个过程持续得越长，信息的传播范围就越广，信息的影响力也就越大。而且，自媒体时代的这个裂变过程，是完全由每个信息的受众自发开展的，也就是说只要谙熟这个时代的法则，便能够以极小的传播成本，不大的初始平台，换取信息在整个社会范围内的引爆。

自媒体时代，很多之前你从未曾听说过的名词出现在了传播领域，信息碎片化、倒金字塔法则、粉丝经济、话题传播、社会化自媒体、网红经济……这些名词的背后隐藏的都是传播法则在不同程度地改变。

这些改变对于传播者而言，是一个极大的挑战，因为你必须

去学习和理解这些名词，才能摸清信息传播的脉络，如果一时不慎，还按照传统的老方法去处理传播问题，结果就很可能是一败涂地。时代变而你不变，那么你就会被时代所淘汰。

与此同时，这些改变对于传播者却又是极大的机遇。因为传统的颠覆，就意味着领域的重新洗牌，在这个过程中，无数人和企业会脱颖而出，只要能够借此机会登上上行渠道，你也有可能成为时代的佼佼者。

序言 _001

第一章 互联网时代，站在风口，让猪飞起来

互联网，改变世界的科技 _002

互联网发展的三段论 _006

互联网财富大爆炸 _012

从财富大爆炸到信息大爆炸 _018

被互联网颠覆的信息传播方式 _022

第二章 移动互联网，信息传播的新“风口”

步入移动互联网时代 _028

被碎片的大众生活 _032

时间碎片化与信息碎片化 _036

移动互联网时代的传播四要素 _041

移动互联网时代的受众是什么人 _046

从硬广告到软广告 _050

第三章 大众传播法则，引爆移动互联网

移动互联网——属于大众的时代 _056

倒金字塔传播法则 _061

解密免费模式传播 _066

解密小众长尾传播 _072

大众话语权与标准化 _077

大众流行文化与信息传播 _083

第四章 移动互联网平台，信息传播的载体

解构微博传播 _090

微博的“5W”传播模式 _095

微信，步入传播2.0时代 _099

微信传播的三大步骤 _103

微信内容传播的四大误区 _108

微信传播的实战技巧 _111

第五章 自媒体时代，社会化和个人化传播

从新媒体到自媒体 _116

“互联网+”传播，信息人格化 _121

社会化媒体，口碑高于一切 _126

连接一切，自媒体的未来在哪里 _130

自媒体传播商业化，黄金还是泡沫 _133

第六章 传播话题，有讨论才有影响力

解构话题传播 _140

话题是信息传播的杠杆 _143

话题传播与商业品牌 _148

不仅比谁嗓门大，还要比谁手段精 _153

网络话题计划的七大步 _157

创意无限，话题传播主要靠点子 _160

第七章 社群传播：从社群传播到社群商业

解构社群传播 _166

社群与移动互联网 _170

社群传播的四个环节 _174

点燃社群的八种策略 _178

小米如何点燃社群 _181

第八章 粉丝裂变，粉丝数就是影响力

解构粉丝经济 _188

口碑——粉丝传播的关键 _193

网络直播：明星的草根时代 _198

网红：新传播时代的独特表达 _203

网红经济，社交传播的狂欢 _208

VR传媒应用展望 _213

“饥饿营销”是不是伪命题 _218

第九章 病毒式裂变，让信息像病毒一样扩散

病毒式传播：让用户主动为你传播 _224

找准受众体：你的“病毒”为谁而造 _230

病毒式传播引爆点之——免费 _235

病毒式传播引爆点之——娱乐 _240

病毒式传播引爆点之——互动 _245

病毒式传播引爆点之——情感 _250

第十章 大数据与精确传播

解构一切的大数据 _256

大数据是预知未来的能力 _262

大数据改变的传播法则 _266

大数据不是大数字 _270

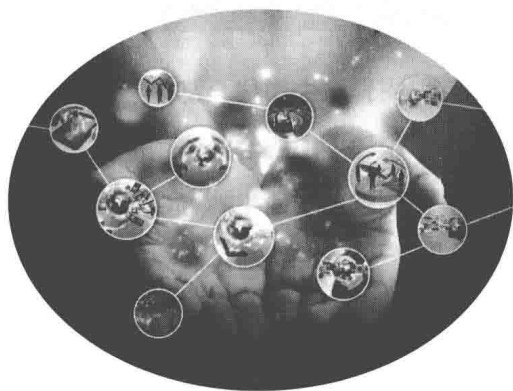
机会与隐患并存的大数据传播 _275

数据无限，传播能力无限 _281

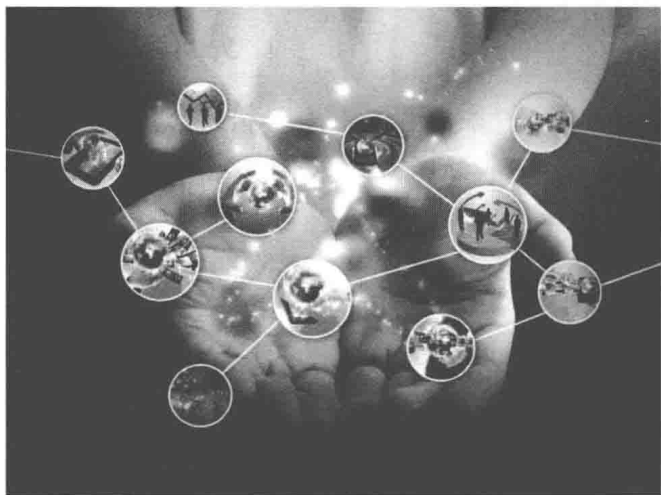
后记 _286

第一章

互联网时代，
站在风口，
让猪飞起来



互联网，改变世界的科技



十年之前，你不会想到网络支付占去了你全部生活消费总额的80%，你不会想到当你要去一家餐厅用餐时会先用手机查看一下网友们对它的评价，你不会想到接一个陌生的电话手机上就会显示出对方的身份。

十年之前，你可能还会零星地收到几封信，但最近几年，楼下的邮箱已经落满了灰。十年之前，你可能还会打开窗户测试当

天的温度，但现在，你已经习惯了起床之后看手机上的今日穿衣指南。十年之前，你还习惯周末逛逛超市买下一周的生活用品，但现在你更习惯在网站上选购这些然后等待快递上门。十年之间，你的很多习惯也悄然发生了改变，而你只是互联网时代一个普普通通的人。

今天，互联网已经成为整个世界的主题，我们已经无法想象，一个没有互联网的世界将会是怎样的。

时间回溯到30年前，那时还没有人知道互联网是什么；回溯到20年前，那时阿里巴巴还只是寓言故事中的人名；回溯到10年前，那时还没有人知道马云是谁。但是在2000年以后，中国互联网迎来了井喷式的发展，这一切就都改变了。

大量的资本和人才流入到互联网领域，一大批传奇企业从那时诞生并迅速膨胀起来，它们带来了大量的财富传奇和成功故事，马云和他的阿里巴巴就是其中之一。从杭州西湖畔不名一文的小企业，到纽约证交所震惊世界，互联网缔造阿里巴巴的奇迹只用了17个年头。而更加重要的是，在这17年里，像你我这样的普通人的生活，也因为互联网而发生了巨大的改变。

在没有互联网的时代，大多数人想的是找一份稳定的工作，拿一份稳定的薪水；在没有互联网的时代，我们觉得外国离我们非常遥远，使用外语对大多数人来说只存在于英语课上；在没有互联网的时代，人们的娱乐是守在电视机旁，电视里演什么，我们就看什么。

在没有互联网的时代，我们的购物依靠的是超市，物流依靠的是国家邮政，获得信息依靠的是报刊，我们的生活几乎是一成不变的。但随着互联网的出现，这一切都不一样了。

有了互联网，更多人想着去创业，即便没有资本、没有产品、没有渠道，电子商务仍然帮助无数人实现了创业梦；更多人想着要走出去看一看，旅游网站、旅游论坛、自助游导航、3G网络、移动互联网终端、翻译软件、电子地图，互联网拉平了整个世界，让走出去变成了一件极为容易的事情；更加多样化的娱乐出现在了我们的面前，电子游戏、聊天工具、网络电影、交友平台、主题论坛，它们让我们的生活更加丰富。

有了互联网，我们可以购买到世界各地的商品，智利的车厘子、印度的水烟壶、冰岛的鲑鱼罐头，只要你能想到，你就一定能在网络上找到；网络技术让物流更加迅捷多样，将加拿大魁北克的三文鱼运到北京只需要三天，当你拿在手里鱼还是活的；移动互联网终端和互联网媒体让信息传播速度和方式都发生了改变，坐在成都的家中，你可以知道澳大利亚堪培拉阿德莱德大道上，一只袋鼠在五分钟前刚刚撞翻了一辆汽车。

互联网大浪袭来，浸入了我们生活的每一个角落，在这股互联网浪潮中，无数人追逐浪头，他们用实际行动改变了我们的生活，颠覆了传统的世界，也成就了自己的传奇。

如果没有互联网，马云可能只是一个普通的翻译，继续着他在杭州的翻译事业，但因为有了互联网，他成了世界瞩目的明