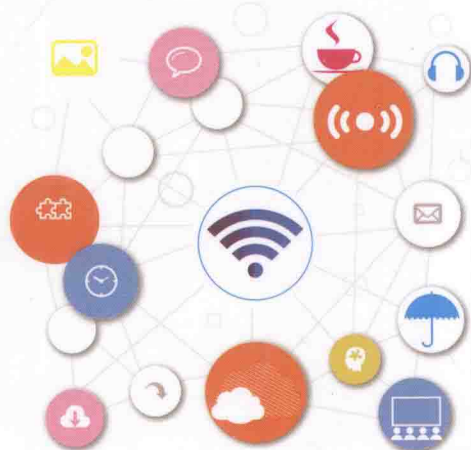


创建智能化城市的创新著作

抢占移动互联网第一入口，决胜移动终端



WiFi营销 搏杀云端

互联网思维下的又一个赚钱利器

王国胜◎著

WiFi MARKETING

FIGHTING IN THE CLOUD

A new money weapon under the thinking of Internet

第一部全面讲解移动WiFi营销力作

资深权威专家，负责中国首家O2O移动广告平台新媒体运营官倾力打造



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



WiFi营销 搏杀云端

互联网思维下的又一个赚钱利器

王国胜◎著

WIFI MARKETING

EVERYTHING IN THE CLOUD

A new money weapon under the thinking of Internet!

机械工业出版社

《WiFi 营销 搏杀云端：互联网思维下的又一个赚钱利器》是一本深度介绍 WiFi 的营销的书，它基于 WiFi 的最新技术，从背景、现状、盈利模式、发展前景等多角度对 WiFi 营销如何盈利进行了详细的剖析，所有内容都是作者行业经验的结晶，书中不仅有理念的传达，还有丰富的案例介绍与移动运营商的实际盈利模式分析，旨在为企业运用 WiFi 营销进行盈利提供有价值的参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

WiFi 营销 搏杀云端：互联网思维下的又一个赚钱利器 / 王国胜著.
—北京：机械工业出版社，2015.3
ISBN 978-7-111-49489-8

I. ① W… II. ① 王… III. ① 网络营销 IV. ① F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 041265 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：马 佳

责任编辑：王 慧

版式设计：张文贵

责任校对：黄兴伟

北京市四季青双青印刷厂印刷

2015 年 4 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×240mm·13.75 印张·145 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-49489-8

定价：45.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：(010) 88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：(010) 68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

(010) 88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com



前言

Preface

通向云端的列车

这是一个“颠”与“覆”的时代。在移动互联网的快速发展背景下，人类的生存环境与生活方式正在发生巨变。这种变化，不再只是具化到所谓的形式与内容方面，更无法用理论指导实践的逻辑来完整表达。于是，云里雾里中，我们也正在为自己的这个伟大的颠覆理论努力地寻找着清晰的未来。在这个过程中，为移动互联网发展奠定渠道通路的 WiFi 技术功不可没。与此同时，伴随着 WiFi 技术的普及与应用、搭建与联网所形成的独特商业模式及其衍生的大数据营销等均成为时下的热议焦点，无线 WiFi 营销也已成为资本逐利的热门行业。

早在 15 年前，电气和电子工程师协会（IEEE）官方定义无线网际网络技术 802.11 标准的时候，选择并认定澳大利亚政府的研究机构——澳大利亚联邦科学与工业研究组织（CSIRO）发明的无线网际网络技术是世界上最好的无线网技术，也由此拉开了 WiFi 深度技术研究的大幕，而真正广泛应用，即“大戏”正式上演，是以 2010 年无线保真核心标准的确定为时间点，IEEE 所确定的技术核心标准就是 CSIRO 发明的无线网技术。一场颠覆人类工作与生活方式、

人与人社交习惯的世纪大戏持续上演，演出阵容不断壮大，情节跌宕起伏，观演人次也与全球总人口基本一致。

全球移动通信协会（GSMA）2013 年的全球移动报告数据显示，2013 年，全球网民达 27 亿，移动互联网连接数达到 68 亿。在这场世纪 WiFi 大戏竞演中，中国以其庞大的观众人数——消费者和巨鳄互联网公司的争相参演已成为了这场大戏的中心舞台。截至 2014 年 6 月，中国网民规模达 6.32 亿，其中，手机网民规模达 5.27 亿，互联网普及率达到 46.9%。网民上网设备中，手机使用率达 83.4%，首次超越传统 PC 整体 80.9% 的使用率，手机作为第一大上网终端的地位更加巩固。2013 年全球无线网络连接客户端设备（包括接入点、路由器和网关）出货量超过 1.39 亿个，2013 年中国路由器出货量大约为 5 000 万台，2013 年全球智能手机出货量为 10 亿部，平板电脑出货量为 2.17 亿台，2013 年中国智能手机出货量为 3.18 亿部，平板电脑出货量为 2 278 万台。

能够接入无线网络的移动设备数量不断增长，用户使用 WiFi 已经成为习惯，为围绕 WiFi 展开的商业模式提供了巨大的市场空间。

面对如此众多的 WiFi 需求者，人们所到之处，从“您吃了吗？”的问候演变为“这里有 WiFi 吗？”的见面语。WiFi 已经成为人们工作、生活的标配。掘金者绝不会放过这个绝佳的机会，更不会浪费泉涌般的赚钱智慧，于是，只要有人群停留的地方就会铺设 WiFi 热点，这些热点由“点”到“网”，直通云端！如今的空气中四处弥漫着 WiFi 所散发出来的财富味道，由清香到浓烈。近几年来，由最初创业草根的开拓，到专业的媒体机构介入，再到现在的互联网精

英的加盟以及风险投资者的垂青，WiFi 时代真的来了……

2013 年全球 WiFi 热点达到 420 万个，其中亚太地区 WiFi 热点占比达到 68.6%，拉美地区占比为 12.3%，欧洲占比为 9.0%，北美占比为 8.7%，中东和非洲地区占比为 1.4%。预计全球 WiFi 热点数量将以 15% 的年平均复合增长率增长，到 2018 年，全球 WiFi 热点将超过 1 000 万个。庞大的热点数量将为用户提供良好的网络环境，进一步促进移动互联网的发展。而 WiFi 本身作为上网的必要通道之一也蕴含着巨大的商业价值。

这条将终端与云端贯通的 WiFi 高速公路，单单靠收取过路费的模式能成功吗？

自从 20 年前麻省理工学院的艾森·扎克曼（Ethan Zuckerman）发明了弹窗广告起，“免费 + 广告”模式就成为互联网发展过程中最重要的商业模式之一。移动互联网作为传统互联网的延伸，具有相同的基因，为此，以 WiFi 作为通道的移动互联网，目前同样把“免费 + 广告”作为最重要的一种商业模式。而以收取“过路费”的流量计费方式仅仅是一个补充。

全球最大的互联网公司谷歌（Google）的广告收入占比在 9 成以上，第二大互联网公司脸谱（Facebook）的广告收入占比在 8 成以上，第三大互联网公司雅虎（Yahoo）的广告收入占比在 5 成以上，而国内互联网公司中，百度主要依靠广告收入盈利，最强的电商公司——阿里巴巴主要的营业收入实际也来自于平台内的广告。其他大大小小的上下游互联网生态圈更是围绕广告而生存的。即便不是直接做广告，也多半是这个链条中的一个环节。

从全球来看，2013 年移动广告增长超过 75%，手机已经成为数字营销策略不可缺少的一个部分。2013 年中国移动营销市场规模为 155.2 亿元，同比增长 105%，预计未来 4 年仍将保持高速增长。移动营销市场包括移动搜索广告、移动应用广告、移动视频广告、移动网页广告以及短彩信、互动营销等多种形式的营销内容。这些新兴的移动广告互动性更强、广告体验和效果更好，市场份额持续增长。移动互联网市场生态环境和秩序的发展和完善，将进一步加深广告主对移动营销的认可，促使其对移动营销领域的投放比例不断增加，因此，移动营销将成为推动移动互联网蓬勃发展的重要原动力。

在这特殊的“免费盛宴”背后，又有更多掘金者以不同的身份加入竞争者的行列。WiFi 虽是一个新兴的产业，但它从一出生就散发着迷人的魅力并充满着诱惑，在市场发展初期就呈现出全面的产业链竞争的特点。由于没有既定的市场格局可以参考，与 WiFi 移动互联网产业相关的厂商，包括硬件制造商、系统开发商、服务提供商、技术提供商、解决方案提供商等在内的各类厂商都争相进入到市场竞争中来；同时，应用提供商、内容提供商、媒体运营商、专业广告服务商也越发专业与细分。整体来看，WiFi 的市场竞争格局显得十分繁杂，跨界竞争成为最显著的产业链发展特征。

更为有趣的是，很多个体草根也用自己的方式开展“挖金”行动。

2013—2014 年春运期间，“happy 张江”发布了一则火车上卖 WiFi 的微博，半小时轻松过 500 元的话题在网上热传，引发了大量

网友关注。微博中的“摊主”（一个小伙子）把 3G 网卡插到笔记本式计算机上，再通过软件生成一个无线 WiFi 热点，再利用 WiFi 分享管理工具限制好网速，标注好上网时间，乘客们只需要按照时间标准付费给他，就可以使用无线网络上网。根据桌旁一张“价目表”：20kbit/s，每小时 10 元；50kbit/s，每小时 15 元；100kbit/s，每小时 20 元。短短半个小时，“摊主”就收到了近 500 元。

这位小伙子紧紧抓住旅客在漫长的火车旅途中百无聊赖的心理，有效地利用特定的空间与时间，为旅客提供上网服务，获取收益。

或许这仅仅是一个个案，但其中人们所表现出来的在特殊情境中对 WiFi 的强烈需求与渴望，使更多的 WiFi 铺设者对营销收益充满期待。“无线 WiFi 营销”作为“网络营销”的一个技术性延伸，有其与生俱来的“环境特定化”优势。WiFi 热点的建设，主要是满足特定环境下受众人群的特定需求，如在餐饮酒店、旅游景点、医院、公交车、地铁、机场、学校等地提供免费 WiFi 上网服务。值得一提的是，用户在享受上网服务的同时，WiFi 的运营商可以向可接收 WiFi 信号的计算机、智能手机等移动终端展示或推送广告信息，这些广告信息可根据不同情境，有针对性地向目标受众推送。

2011 年 11 月 1 日，我正式加盟百灵时代传媒集团任首席运营官。第一次公开活动就是中国第一个公交 WiFi——闪播平台开通的新闻发布会。那一天是 11 月 16 日，我入职刚刚两周的时间。我向媒体、客户、投资银行和相关行业从业者正式推介公交移动 WiFi，并断言公交移动 WiFi 将改变人们的出行习惯，现在想想依旧心潮澎湃！在这短短的三年时间里，我们随处可见遍布大街小巷大小商铺

门前醒目的“免费 WiFi”标志；更能轻松体验到各大机场、高铁火车站等候大厅所提供的免费 WiFi 服务；同时，在行进的地面公交、地下地铁、空中飞机中，全新的 WiFi 服务能让乘客的出行不再无聊；现在的旅游景点、电影院甚至街边地摊儿都在为 WiFi 需求者提供服务……三年前，我们提出的“让 WiFi 如同空气般无处不在”的梦想，就这样一步一步地照进了现实。

在边铺设边运营的摸索中，有关 WiFi 的营销模式一次次地被开发、验证、否定、再开发……有成功者，也有失败者。随着腾讯、百度、小米、奇虎 360、阿里巴巴等互联网巨鳄的参战，激战正酣的 WiFi 入口之争也更具戏剧性。而国家对智慧城市的构想与政策支持，又给在战斗中的勇士们注入了强心剂，博弈厮杀的壮阔场景堪比美国科幻大片。在这场没有硝烟的云端大战中，各路英豪前仆后继，百灵时代传媒集团、建飞科联科技、迈外迪网络科技、七彩传媒等在布局核心 WiFi 资源的同时，努力挖掘更多的商业模式，并将传统媒体与新媒体全方位聚合，实现立体整合营销。

本书将为读者讲述 WiFi 的前世；重点从资源布局、商业模式、大数据营销、网络安全等方面逐一阐述，分享 WiFi 的今生；最后还将描绘 WiFi 的未来蓝图。研究梳理 WiFi 营销是一项浩大的工程，且它每时每刻都在发展、都在变化，基于时效的考虑，我们只能将目前的 WiFi 现状与预见到的内容一并呈上。鉴于此，本书很难驾驭 WiFi 全局，也难免会出现一些有待探讨和存在争议的内容，恳请读者批评指正，并欢迎交流沟通，共商 WiFi 营销。

我从事媒体实操、运营与管理整整 20 年，先后做过记者、编

辑、总编辑，当过广告部主任、媒体公司总经理、上市媒体集团总裁，做过报纸杂志、电视、互联网、户外广告，而今正将多种媒体形式通过移动互联网进行整合营销，实现全媒体传播。作为一个传媒人能有如此丰富的、“真刀真枪”的实战经历，我深感欣慰。用最为俗套的一句话结语：感谢这个伟大的时代，给我们颠覆历史的机会，作为传媒人，能在此时融入这场无线 WiFi 搏杀云端的激战中，不仅是一种幸运，更是一种使命！

除了要感谢这个伟大的颠覆时代，我更要感谢为本书出版真正付出的各位大咖。

在本书完成的过程中，我得到了 WiFi 营销从业者的大力支持，他们不吝赐教，为本书提供了大量的珍贵资料，并提供了众多案例供我选择，在此特别感谢百灵时代传媒集团董事长张伟雄先生的远见卓识与资本注入，他是中国移动 WiFi 的先驱者、建设者、推动者，有了他的指导与鼎力支持，本书才有如此生动鲜活的案例及对 WiFi 未来的蓝海憧憬；同时，还要感谢愿意分享对 WiFi 行业具有实操心得的奇虎 360 高级副总裁陈杰女士、七彩传媒副总裁 e 路 WiFi 首席运营官凌新涛先生、建飞科联科技董事长章苏先生等。

一个新兴行业的发展与繁荣，离不开那些持续关注、潜心研究并能给予建设性意见的专家学者。在此，我还要特别感谢独立商业趋势观察家、数字营销专家肖超明先生，与其多次交流、碰撞，产生了诸多灵感与观点，并已将其载入本书中。另外，拥有丰富传媒营销经验的杨烨先生、李持明先生、李峥先生、吴羚女士、鲍震先生、马均先生也为本书收集了大量国内外重要文献资料，是他们的

支持与帮助让我在两个月内完成了本书的写作。

北岛说，女儿既是他漂泊之舟的锚，又是推动他写作的潜在读者。由于我的工作需要，近 10 年来出差成为常态，最多一年飞行达 120 多班次，再加上媒体人糟糕的生活习惯，晚睡晚起，导致和女儿、妻子及其他亲人见面的时间很少。但只要见面都能看到他们赞许的微笑，不是我矫情，真是他们真实的爱，才让我动力十足。他们也是这本书的第一位读者，尽管他们不太懂书中所写的东西。

最为重要的是感谢正在阅读本书的你，因为本书的出版有你的认可，它才具有出版的价值，也是因为有你及你们的关注与投入，我们的 WiFi 营销才能不断深入。

“WiFi 营销——搏杀云端”正在路上，有你我的共同努力，一定会拨云见日！

王国胜

2014 年 10 月 3 日于北京



目 录

Contents

前言 通向云端的列车

第1章 WiFi 弥漫在空气中	1
WiFi 风起云涌的日子	2
一、WiFi 闯入这个世界	4
二、看清 WiFi	8
三、WiFi 成为你我工作、生活的标配	15
搭建 WiFi 丛林	19
一、WiFi 技术根基很深	19
二、智慧城市全面布网	23
三、便民服务吸引顾客	25
四、WiFi 护航 O2O 商业布局	27
第2章 跑马圈地仅仅是一个开始	31
WiFi 热点全面铺开，抢占用户制高点	32
一、定位：目标受众最为关键	32
二、布局：“由点及面”是大势所趋	48
第3章 广告——WiFi 营销最直白的商业模式	55
WiFi 流量收费 并非易事	56
一、WiFi 该不该收费？困扰世界	57

二、运营商 WiFi 直接收费 实属无奈之举	58
三、WiFi 收费 服务尚未到位	60
四、间接收费 WiFi 运营新手段	63
五、捆绑特权 寻求 WiFi 流量“后向收费”	65
六、定向流量 构架 WiFi 营销新生态	67
七、WiFi 流量经营 各显神通	69
从线下到线上，WiFi 营销渐行渐近	70
一、登录，弹出一张张动人的钞票	73
二、点入，跳转带来增加流量的利器	78
从线上到线下，路虽漫漫却也逐渐成型	81
一、场所环境，最具广告价值	81
二、优惠打折，WiFi 传达促销信息带动营销	85
利润分享，不看过程只看效果	88
一、下载，激活，开始收益	88
二、下单，支付，留住用户	90
WiFi 营销，需要更多的创新思维	94
一、渠道为王，量体裁衣的分量	94
二、用户至上，让营销直指人心	97

第4章 WiFi 营销本质——深度挖掘云端直达终端的

通路价值	103
留住用户是关键	104
一秒钟之内，留住用户	105
一、账户起名与 WiFi 营销关联的 5 种策略	106
二、WiFi 接入须把握的 3 个原则	110
跟上 WiFi 网络用户习惯的节拍	113

垄断“无聊”，占据碎片化时间·····	115
一、WiFi 推送广告信息要精准·····	116
二、基于时间与空间，触达用户的内心·····	117
WiFi 营销，根据情境定制内容很重要·····	119
一、依据场景提供实用内容·····	119
二、设置小游戏填补碎片化时间·····	121
三、连载阅读笼络忠实粉丝·····	124
四、视频随听随看打发无聊时间·····	127
线下展示与线上专题深度融合·····	130
一、候车亭媒体增强产品·····	130
二、频繁告知 线上线下联动·····	131
三、楼宇电视极速 WiFi 互联·····	133
四、机场多媒体 WiFi 互动·····	135
融媒时代，WiFi 是那颗最亮的星·····	137
一、融媒体是时代的必然·····	138
二、视频传播成为移动融媒的先导·····	138
第5章 用户大数据，延伸价值空间 ·····	141
WiFi 大数据的价值逻辑·····	143
一、WiFi 加速大数据的生产·····	144
二、提纯有用信息实现个性化移动体验·····	145
三、大数据应用或使场景推送广告暴增·····	146
基于用户行为分析的价值呈现·····	148
一、用户登录数据·····	149
二、用户搜索数据·····	150
三、用户频率数据·····	150

四、用户交易数据	150
WiFi 大数据营销的三大原则	152
一、吸引力与参与度	153
二、相关性与实用性	155
三、回馈与奖励机制	157
第6章 信息安全——用户最大的顾虑	161
太恐怖！分分秒秒间密码就被破解	162
一、WiFi 密码破解软件满天飞	165
二、无线路由器易被攻克	166
三、智能手机“智能上当”	167
四、网络传输协议或浏览器软件漏洞	168
小心公共 WiFi 里的“定时炸弹”	169
公共 WiFi 定时炸弹 1——加密方式不安全	169
公共 WiFi 定时炸弹 2——所有用户共享密码	170
公共 WiFi 定时炸弹 3——威力巨大的“钓鱼陷阱”	171
公共 WiFi 定时炸弹 4——被动植入“钓鱼网站”	173
“防钓”卫士支招公共 WiFi 安全	174
一、猎豹免费 WiFi	176
二、百度手机卫士	177
三、网银推出“防钓鱼”安全控件	179
四、Onavo Protect 应用程序	179
五、可信网站 APP	180
私人用户保卫 WiFi 安全的十大秘籍	182
一、连接 WiFi 前先搞清楚 WiFi 来源	183
二、尽可能选择运营商提供的 WiFi	184

三、关闭手机的 WiFi 自动连接功能	184
四、登录网站不要选“记住密码”	185
五、安装并及时更新操作系统和浏览器	185
六、安装、更新并保证开启防火墙、杀毒软件	185
七、关闭一些共享功能	186
八、使用 VPN 连接 WiFi 热点	186
九、不要在公共网络中泄露自己的银行 卡密码等个人信息	187
十、定时对计算机做一些清理工作	188
第7章 WiFi 的未来，那里是一片蓝海	189
关联 WiFi：上可登九天，下可入五洋	191
免费 WiFi：顺应网络时代经济的发展潮流	193
大数据：随时随地精准营销	196
专属 WiFi：俱乐部营销的新机会	198
情境 WiFi：“弹幕”仅仅拉开了序幕	199
众筹 WiFi：“我为人人，人人为我”的全球 WiFi 梦想	200
智能管理系统：WiFi 的世界是平的	201
智慧国家：WiFi 蕴藏着大金矿	202

