

盛世新管理书架
SS New Management Bookshelf

粉丝效应席卷全球，一场关于思维、商业与财富的大变革！

FANS ECONOMICS

解密

社群粉丝 经济学

陈建英 文丹枫◎著

互联网革命浪潮下，如何将人口红利转化为商业驱动力？

未来的客户也许不是商业意义上的用户，你要为你的
拥趸者提供带有真正内在情感需求的价值定制！

中国工信出版集团

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

粉丝效应席卷全球，一场关于思维、商业与财富的大变革！

FANS ECONOMICS

解密 社群粉丝 经济学

陈建英 文丹枫◎著

互联网革命浪潮下，如何将人口红利转化为商业驱动力？
未来的客户也许不是商业意义上的用户，你要为你的
拥趸者提供带有真正内在情感需求的价值定制！

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

解密社群粉丝经济学 / 陈建英, 文丹枫著. — 北京:
人民邮电出版社, 2015. 5
(盛世新管理书架)
ISBN 978-7-115-38640-3

I. ①解… II. ①陈… ②文… III. ①名人—经济学
IV. ①F0

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第041725号

内容提要

粉丝效应让小米一夜成名, 让乔布斯、扎克伯格、马云成就其帝国。粉丝裂变时代, 中国正在从传统经济走向“粉丝经济”的自媒体时代。粉丝意味着力量, 谁掌握了巨量粉丝, 谁就找到了致富的金矿! 苹果、Facebook、新浪微博、小米、微店……全球财经圈顶尖上市公司金字塔尖人物都在运用这一成功秘诀! 本书详细介绍了粉丝、社群的建设与维护, 对企业打造品牌和开展营销工作提供了丰富的思路和指导。

-
- ◆ 著 陈建英 文丹枫
 - 责任编辑 赵娟
 - 责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 15.5 2015年5月第1版
字数: 238千字 2015年5月河北第1次印刷
-

定价: 42.00元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

推荐序

近年来，随着移动互联网的迅速发展以及新兴媒体、社交网络的出现，传统工业时代似乎正在离我们远去，一种颠覆传统的、全新的商业模式正在悄然诞生——社群经济。未来经济与社会组织将不再是凝固僵化的“矩阵式”形态，而是一种在互联网社群支持下、个性张扬的“网状”模式。在移动互联网时代，企业、媒体、明星、草根创业者等不同的社会群体，如何真正洞悉社群商业的真谛和本质，将是一个不可回避的战略课题！

什么是“社群”？把社群两个字分开来解读，即社交群体，也就是我们所说的社交平台和社交方式，我们在QQ、微信或者来往等任何一种社交工具上开展的社交的行为都是如此。社交平台带动的群体背后承载着一个平台，这种社交关系工具搭建平台被称为社群。

什么是“社群经济”？所谓的“社群经济”，本质上是基于信任、忠诚度来取得高溢价，降低交易成本。换言之，“社群经济”就是一种用户与消费者主导的C2B商业形态。在不远的未来，社群将成为人们从事商业活动的“重要交易所”，比如投融资、品牌营销、传播渠道、O2O、用户变现……无论是商界领袖，还是社会精英，抑或是白手起家的创业者，都可以凭借自己的商业禀赋在“社群交易机制”中释放出无限的商业潜能！

什么是“粉丝营销”？所谓“粉丝营销”，是指企业以移动互联网和社交媒体为主要营销平台，通过有策略、可管理、持续性的线上线下交流和沟通，建立、转化和强化用户关系，为用户创造价值的营销策略。微博、微信等跨时代产品自诞生以来，在短短两三年时间里就积累上亿用户，它们在粉丝营销中的商业价值也得到了体现。社交媒体以其传播迅速、共享互动等属性颠覆了传统营销模式，不仅带动了企业的整体服务水平，而且掀起了新一轮的草根创业热潮……

我在玩微博的时候乐于帮大家涨粉丝，在微信时候我可以通过支持 100 人群、200 人群获得特权。我创办的 K 友汇在初期发展的时候是因为可以开 300 人群让很多人觉得好玩。当时就是赶巧了，其他群只有 40 人群或 100 人群，但 K 友汇有 300 人群，很多人很好奇想加入这个群体来看 300 人群到底是什么样，K 友汇因此逐渐壮大，得到很多红利。未来也会有各种类似的借势行为。

如今，Facebook、YouTube、Twitter、微博、微信、优酷等社交媒体平台均拥有数以亿计的忠实拥簇者。然而，它们并不仅仅是聊天、消遣、玩乐的社交工具。事实上，在社群商业时代，社交媒体已经彻底颠覆传统商业与消费者行为。社群媒体背后的理论依据——六度分割理论（Six Degrees of Separation）释放出前所未有的商业能量，它让成千上万的人彼此相连，不仅改变了人们的社交方式，而且促成了庞大的社会经济转变，彻底改变了企业与消费者之间的沟通与互动模式。

社群商业的背后不仅仅是粉丝和其兴趣，还蕴藏着复杂的、多元化的商业生态。对于大多数人来说，通常认为社群生态是基于商业和产品的、以互联网为载体的跨时间、跨地域的生态系统。然而事实上，社群商业生态的根本价值，是实现社群中的消费者不同层次的价值满足。当这种商业生态逐渐发展成熟，为消费者和用户提供服务时，就形成了一种完善的商业生态体系。

粉丝经济、粉丝营销、粉丝效应……这些商业概念对我们而言已不再陌生。诚然，粉丝经济的确对企业运营和发展带来许多商业利益；然而需

要注意的是，在今天这个浮躁的商业社会，所有的企业都不要过度迷信粉丝经济。要想让消费者成为你的忠实粉丝，企业就必须专注于产品本身，以用户体验为中心。要知道，无论商业环境、生态及模式如何变化，产品和服务始终是衡量企业核心竞争力的最关键因素！

众所周知，互联网改变了人们的生活，颠覆了传统行业的商业逻辑，其营销思维自然也不例外。那么，传统企业作为被颠覆的对象，应如何在互联网汹涌大潮中顺势而为，利用粉丝营销实现自我救赎呢？要做到这一点，首先需要明确粉丝经济的特征——粉丝经济是以情感为前提的，粉丝群体通常会因喜欢某个人而喜欢上某种产品，而这种喜欢往往是不理性的、甚至是无条件的。因此，粉丝经济的核心在于情感驱动，传统企业首先要从情感上征服用户，然后将用户转化为粉丝。

2015年社群发展非常迅速，主要原因是以微信为主的社交工具的活跃度有一个更大的提升。最近我也在观察微博群，作为新浪微博专家委员会成员，在微博千人群推出后，在半天时间内就建立了一个微博千人大群。我发现微博群体是一个很好的基于社交关系链的社群。因为一个有价值的社群一定是高活跃度的社群。

移动互联网和社交媒体的迅猛发展，给社群的建立提供了无与伦比的狂野助力。在刚刚过去的2014年，微信的商业化进程骤然提速，无论是传统厂商，还是移动互联网企业，都远远地被抛在微信身后。于是，越来越多的创业者将目光聚焦在微信平台上来。那么，对于创业者来说，如何探索出一种成熟的微信创业模式，在微信平台中挖掘出新的创业机会？如何整合移动互联网的基本要素（如自由、连接、产品思维、价值服务等），打造出资源聚合的微信社群？由陈建英和文丹枫老师合著的新书《解密社群粉丝经济学》将为您一一揭晓答案。

翁晋阳 管鹏



前言

近年来，“社群粉丝经济”这个概念在移动互联网领域迅速蔓延，逐渐成为网络时代的新宠儿。随着移动互联网的迅速发展以及新兴媒体、社交网络等新一代信息技术的普及和广泛应用，衍生出一种全新的、颠覆传统的商业模式——社群粉丝经济：在不远的将来，任何商业化组织都将不再是凝固僵化的“矩阵式”形态，而是一种在互联网社群支持下、个性张扬的“网状”模式。

社群商业模式的诞生，不仅改变了我们的生活，而且整个商业领域都因“社群粉丝”现象而重新洗牌：在传统商业模式中，我们将木材、钢铁、石油等自然资源进行加工，变成我们需要的一切事物，比如房子、车、家具等；而在 21 世纪的今天，传统工业时代似乎正在离我们远去。在移动互联网时代，由个体组成的社群的力量逐渐显现出来。

Facebook、YouTube、Twitter、微博、微信、优酷等社交媒体的出现，让成千上万的人彼此相连，并以其迅速传播、共享互动、高效沟通等属性形成了社群形态，而这种形态运用到商业领域，就产生了社群商业模式。社群模式所释放出的巨大商业能量，让我们不得不质疑传统商业模式的价值，不得不重新审视移动互联网时代的新商业图景。

在消费者主权时代，消费者已不再单纯地强调产品的功能、特性、价格等因素，而是更加注重附着在产品功能之上的东西，诸如情怀、诚意、

口碑、灵魂等，从而建立情感上的无缝信任。于是，基于共同的兴趣、认知、信仰、梦想与价值观的用户自发地形成社群，通过在一起互动、交流、协作、感染，他们对品牌本身产生反哺的价值关系，这种建立在产品与粉丝群体之间的“情感信任+价值反哺”，共同作用形成的自运转、自循环的范围经济系统，就是所谓的“社群粉丝经济”。

通常而言，社群粉丝经济往往具备以下3个特征。

★**情感联结**。毋庸置疑，社群是由一群基于共同理念、意志和价值主张的人构成的，因而在社群商业世界中，个体之间往往基于共同的价值观而建立情感联结，在交流和沟通中彼此建立信任关系，在感染和协作中释放能量，由此产生的聚合效应便涌现出惊人的商业价值。

★**利益联结**。就本质而言，社群本身就是一种组织形态，社群经济就是一种商业生态系统。要想确保这一生态系统得以正常运转，社群内部的任何一个个体都能创造价值、获得收益，而且这一生态系统还需要保持一定周期的更迭，从而保证生态系统的相对稳定性。

★**范围经济**。社群粉丝经济是后工业时代的产物，换而言之就是由“规模经济”向“范围经济”演变的一个结果。因此，社群往往具备自然生长、自然消化、自然复制、自然规模等属性，而不是以“中心化”引擎来发动的，这是未来商业的自觉。

在短短两三年间，“社群粉丝经济”这一新兴的商业模式迅速蔓延于整个移动互联网领域。无论是商界领袖、社会精英、自媒体人，还是胸怀理想、蓄势待发的创业者，都将目光聚焦在社群商业模式上来，而诸如腾讯、小米、星巴克、陌陌、海底捞等抢先吃到“第一口螃蟹”的企业，如今都因“社群红利”而获得了丰富的利润回报！

尽管如此，任何一种新兴商业模式的诞生，都需要经过一个探索和实践的过程。作为互联网行业的观察者、社群商业模式的研究者和实践者，我们在与一些商界朋友、年轻创业者交流时，发现他们虽然很看好社群

商业的未来前景，但也纷纷表达了自己的困惑，如“商业模式尚不成熟”“看上去很美，但操作难度极大”等。

有鉴于此，我们根据自身的社群电商运营经验，结合自己对社群粉丝经济的看法和思考，以抛砖引玉的方式撰写本书。本书从社群粉丝经济崛起、互联网思维、社群营销、社会化媒体传播、移动 O2O、用户体验、传统企业转型社群商业、微信粉丝经济等 8 个方面入手，试图以全面、系统的视角深入解读社群粉丝经济的崛起、发展、运营及未来商业趋势，冀望于给业界同仁带来一点点帮助和启示。



邓小斌

个人公众号: wwwdxb
个人微信号 / 微博 / QQ / 邮箱: 541541319
个人网站: www.dengxiaobin.com
电话: 13928541319/18928696314



个人公众号

个人简介:
凯龙网络(集团)公司董事长
紫金城电商产业园总策划
中国营销学会网络营销专委会副主任
世界华人企业家协会执行秘书长
重庆驻广东团工委委员
巴蜀商会副会长
凯珑网 CEO
阳光家园健康产业电商总顾问
北大总裁研修班电商总顾问



个人微信号



黄演红

电话: 13336495568
个人微信号: yesmytaotao
个人公众号: focusing_cn



个人微信号

个人简介:
广东中道文化传播有限公司总经理
滔滔商城创始人
广东中道文化传有限公司总经理
中国台湾樱花虾中国最大代理供应商
定位学实战爱好者



个人公众号



罗家坤

电话: 13802773863
微信号: guoshangluojiakun

个人简介:
平台中国发起人
《大商财智系统》创始人
中国好项目落地实战专家
广东省金融学院客座教授
复旦大学哲学院华南教育中心主任
中国政法大学金融政策研究中心(筹)执行主任



个人公众号

本书大量案例通过面谈、微信、电话采访等方式征询了粉丝们的意见，同时首创了粉丝互动协同，也将开通与粉丝互动环节，故形成微人脉圈，欢迎大家互粉交流。



钟日红

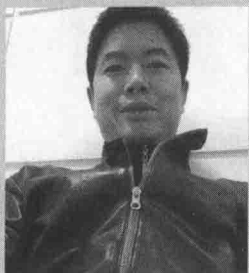
微信号：13925493518

个人简介：

佛山市狮登堡酒业有限公司总经理
佛山市狮登堡酒业有限公司全国营运狮登堡葡萄酒、白兰地系列果精伶苹果醋系列。



个人微信号



逍遥酒仙辉哥（邹永辉）

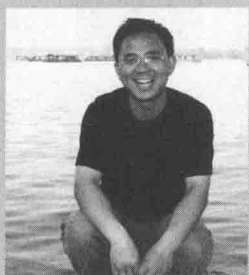
微信号：zyhui9999

个人简介：

上海纯咖投资管理有限公司副总裁
杭州玖友营销策划有限公司董事长
美卓社联合创始人
逍遥酒仙，醉美中华。专注高端白酒私人定制，
高端咖啡，时尚眼镜。



个人微信号



大圣哥（齐维友）

微信号：429464938

个人简介：

南昌市美趣实业有限公司董事长
互联网社群大圣家创始人
家用洗碗机、专业家庭厨房餐具清洁设备
供应商，对餐具洗涤、消毒、烘干、储存
一站式解决！



个人微信号



黄俊棋

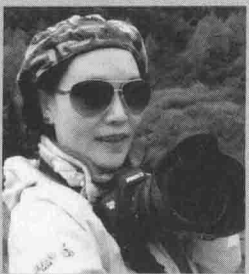
微信号：xhnr668

个人简介：

澳森牛肉执行董事
海外归来，从事雪花牛肉零售及批发。
好牛肉一定要分享，因为大家好，才是真的好。



个人微信号



彭敏（昵称：海星）

微信号：Q1318069904

QQ：1318069904

个人简介：

绵阳城区三江问茶茶庄总经理
kooboos 酷保全网营销
让每个人皮肤健康美丽，让世界为我们惊奇。



个人微信号



邓金吉

微信号: jingjindeng

个人简介:
佛山市炬业科技有限公司 CEO
韩胜尊门创始人
经营不锈钢原材料。



个人微信号



孙挨云

微信号: DK3444

个人简介:
内蒙古智融商业投资公司 CEO
商业项目, 互联网项目, 农业项目投资, 打造
O2O 品牌联销体。



个人微信号



邢涛

微信号: 15256912987

个人简介:
守家品牌创始人



个人微信号



王崇圣

微信号: 13638389936

个人简介:
精分销科技董事长
爱到家网 (5idaojia.com) CEO
中国知名营销传播专家, CCTV 品牌评委, 国家高
级大数据分析师, 国家二级婚姻咨询师。荣获广告
主“长城奖”, CCTV 品牌顾问, 拥有百万会员。



个人微信号



蔡水培

微信号: 15816896850

个人简介:
市场总监
广州宝舒蓝母婴用品有限公司联合创始人
预防雾霾婴儿车首创者, O2O 实践者,
逻辑思维铁杆会员。



个人微信号



纪宁

个人简介：
维宁文化传媒 CEO
全球体育旅游 O2O 项目创始人
北京奥运会专家委员会主任
著名体育经济专家
4A 广告大师



个人微信号



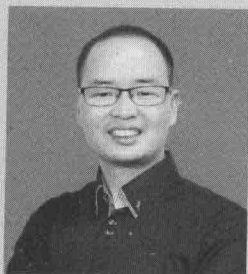
龙婉花

微信号: qq452811097

个人简介：
创业者，媚兰 s7 高端沙龙护理官方微店店主
相识即是缘，希望和有爱、有梦想的你成为朋友！



个人微信号



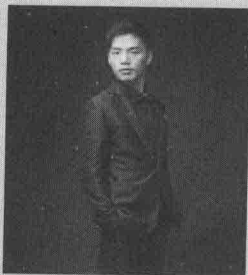
吴传建

微信号: tony302138

个人简介：
宝尔本舍橱柜公司总经理
在广东佛山生活和工作。



个人微信号



肖滨煌

微信号: 13799863020

个人简介：
中闽八百里传统铁观音创始人
福建安溪铁观音发源地人士。



个人微信号



王浩强

微信号: tom6688may

个人简介：
生涯规划师 / 建筑风水师
生涯规划师、易经协会会员、认证高级建筑风水师，
致力于生涯规划、风水咨询与策划、养生风水传播。



个人微信号



游文雄

微信号: SZCLSD

个人简介:
总经理

爱生活爱自由, 为梦想而生, 创客改变创造主流。



个人微信号



肖英法

个人简介:

江西省虹业厨房设备有限公司创始人出生平凡, 但不甘平凡的我毅然选择了创业。自从有了微信创业道路不在孤单, 希望能认识更多创业的朋友。



个人微信号



萧九爷

个人简介:

天涯虚拟社区资深版主、社区活动家、国家三级认证心理咨询师、湖北小微企业商会电商分会会长、“静子访谈录”长期合作方、“艾王府”“微狐智慧教育”联合发起人/首席投资官

主要从事微金融/天使投融资项目, 项目操盘融资金额度八个亿。微商实操项目: 三天面膜系列、莱蜜缇面膜系列, 和艾王爷共同发起组建创立“艾王府”高端收费圈子, 会费1万, 目前有121位互联网大咖及老板。



个人微信号



党晓萍

微信号: dxpyezi1218

个人简介:

互联网/从业者

法国黑池化妆品国际有限公司广州总经销
黑池护肤以纯天然打造素颜美肌, 您值得拥有!



个人微信号



苏鑫

微信号: redsuxin

个人简介:

福州央福电子科技有限公司 CEO

创业人士, 激情、实干、O2O 实践派, 专注领域: 移动通讯终端, 移动互联网/电商、智能物联网。



个人微信号



王德成

微信号: decheng6063

个人简介:

广东和天下置业集团园林采购
2007年毕业于在东莞创业做日化用品代理销售,
2008年在长安镇开百货商场, 2010年至今先在惠州光耀地产, 和天下集团担任园林采购。



个人微信号



杨哲

微信号: 13834234137

个人简介:

新媒体实践人, O2O 项目孵化合伙人
专注于移动互联网营销, 新媒体实践者, 研究者,
O2O 落地营销策划。



个人微信号



张峥

微信号: extjavace

个人简介:

九天科技创始人
一个特立独行的人, 极有可能颠覆、影响整个互联网“危险人物”。



个人微信号



黄洪吉 (小名叫阿凡提)

微信号: 18632112292

个人简介:

青岛云际网络信息有限公司创始合伙人
品牌“云际天马会”水果营养管家
专注健康农产品, 打造产地直供模式。



个人微信号



林枫

微信号: 823031173

个人简介:

中华英才商社顾问委员
颠覆社商学院联合创始人网商嘿社会联合创始人
曾包装某品牌花店微博营销过千万, 擅长微营销和网络策划。随后自己创业, 现在是玉树军团微营销首席讲师, 拥有自己的讲师团队, 帮助 30 多人实现月入过万的梦想, 个人微营销日入 2 万。



个人微信号



龚国栋

微信号: gonggd1975

地址: 广东省佛山市禅城区华远东路发展大厦 35 楼

个人简介:

广东创誉律师事务所, 律师(佛山市律师协会民事法律专业委员会委员)
现在佛山市司法局直属律师事务所广东创誉律师事务所执业。现为中华全国律师协会会员、佛山市律师协会民事法律专业委员会委员。

姓名: 龚国栋
执业证号: 14408200910817510



周紫琦

微信: zhouguangli888

QQ: 515929083

个人简介:

三八凤凰文化传播有限公司创始人

1. 培训: 1) 夫妻同修; 2) 女性真我价值; 3) 女性红尘觉醒; 4) 女性私密学堂;
2. 企业礼仪策划
3. 企业形象顾问

成就自己, 成就他人。



个人微信号



车油汇 施公子(施纯育)

微信号: OMCCEO

个人简介:

香港东箭照明 CEO/ 车油汇发起人

从事电子及化工 15 年以上, 2003 年香港工业奖得奖企业, 全力推动环保鼓励年青人创业从事电子及化工 15 年以上, 2003 年香港工业奖得奖企业, 全力推动环保鼓励年青人创业。



个人微信号



清晨阳光(陈光)

微信号: chenguang573583699

个人简介:

广州肌本法集团执行董事

广州发龙生物科技有限公司董事长

国内首款自发发热膜 BPA120 研发人、营销总设计师
从事化妆品, 护肤品, 营养保健品营销行业 15 年以上,
创造单品回款超 2 亿元, 集团回款超 5 亿元的业绩, 拥有全国卫视媒体, 报媒多项资源, 拥有多项生物研发技术。



个人微信号



李波

微信号: libolibo12345

个人简介:

川森木业有限公司

从事木业行业



个人微信号



朱龙飞

微信号: 18666503003

个人简介:
飞帮助会员聊天聊出千万价值。



个人微信号



李卫婷

微信号: liweiting9979

个人简介:
洪丰建材商行总经理
陶瓷行业



个人微信号



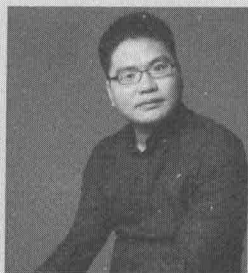
俞翔

微信号: 84081123

个人简介:
未未来成长学院创始合伙人及总设计师
未未来成长学院是以儿童社会体验为平台, 以家庭成长教育为核心。以亲子文化旅游为辅助, 线上线下双向导流, 全情打造儿童想象力、生命力的乐土。



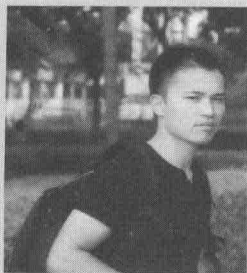
个人微信号



刘小华

微信号: 2660908648
QQ: 515929083

个人简介:
社群经济资深专家、《社群经济学》主编
微领袖商学院执行院长
北京大办公集团服务有限公司总经理
宁夏杞美人生物科技有限公司总经理
微峰(中国)电子商务有限公司 CEO
地球救援环保公益组织执行委员会负责人
中国最好学习型社群 Wehome 社群创始人
中国微领袖社群联盟联合发起人
中国微社力社群联盟联合发起人



陈金水 (Jack)

微信号: 15160022920

个人简介:
厦门火山云文化传播有限公司负责人
厦门帝文家居用品有限公司负责人
漳州松鼠游文化传播有限公司合伙人
我的重力在设计 and 摄影方面, 也是我的主业, 已自主创业多年。每一件托付, 都是一份信任, 我们用心做好, 让客户顺心。帮助客户, 携手共进。



个人微信号