

校园市场

布局未来消费群 决战年轻人市场

单兴华 李烨◎著

全面解读校园市场渠道营销和品牌运营
剖析校园市场实战案例，直击新兴年轻用户群体



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

校园市场

布局未来消费群
决战年轻人市场

单兴华 李烨◎著

Campus Market

Layout of the future consumer groups. Decisive battle the youth market.

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

校园市场：布局未来消费群 决战年轻人市场 / 单兴华, 李烨著. — 北京：人民邮电出版社, 2017. 10 (2017. 11重印)
ISBN 978-7-115-46956-4

I. ①校… II. ①单… ②李… III. ①高等学校—校园—市场营销—研究 IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第232651号

内 容 提 要

校园市场营销是整体市场营销中的一个细分领域。校园市场也可称为年轻消费群体市场, 涵盖了从幼儿园、小学、中学到大学的所有学生群体, 拥有着强大的消费潜力、庞大的用户规模及强大的传播能力, 被越来越多的企业和组织重视并被列为战略级发展规划。

本书主要内容涵盖校园市场营销的基础理论, 校园市场营销战略、战术的方法论, 以及各类典型互联网产品在校园市场方面的案例, 同时结合新浪微博、小米、新开普集团等企业的校园市场案例, 分析校园市场运作的实战方法, 并对校园市场的行业发展和未来的预测做出全面解读, 实战性较强。

本书主要面向在校园市场营销领域的一线人员, 适合企业市场、品牌、渠道、战略等方面的高级管理人员了解校园市场和年轻人市场, 布局产品在校园市场的开发和拓展; 也适合高校学生了解校园市场, 熟悉相关理论、业务、价值和企业运营等知识, 帮助学生通过在校期间接触校园市场工作并逐渐进入互联网行业。同时, 适合高校团委、就业指导处的工作者等阅读, 帮助其了解学生校园市场, 促进校园文化生活建设, 并对有兴趣从事互联网市场营销岗位工作的同学进行专业辅导。

◆ 著 单兴华 李 烨

责任编辑 孙 媛

责任印制 陈 桦

◆ 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 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 720 × 960 1/16

印张: 15

字数: 185千字

2017年10月第1版

印数: 4 001 - 5 500册

2017年11月北京第2次印刷

定价: 69.00元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号



目 录

CONTENTS

第1篇 校园市场营销的本质与影响力	23
第1章 校园市场的定义与发展史	23
第2章 校园市场的细分领域和目标人群	33
第3章 校园市场的意义和价值	40
第4章 “校内网”的故事	45
 第2篇 校园市场的营销战略和运营秘籍	 55
第5章 制定校园市场营销策略	55
第6章 校园渠道建立标准模型	65
第7章 中国校园市场发展报告	69
第8章 教育产品与校园市场	84
第9章 旅游产品与校园市场	89
第10章 内容产品与校园市场	99

第3篇 校园市场营销实战案例	103
第11章 校园市场案例	103
新浪校园	103
猎聘校园	108
完美校园	124
“‘悦动圈’百校大战”活动	132
黑白校园	139
小米校园	145
全国校园文学联盟	153
第4篇 中国校园市场的未来	161
第12章 中国校园市场行业的从业者——校园人	161
第13章 中国校园市场行业论坛的起源	168
第14章 中国校园市场联盟正式成立	172
第15章 展望未来	177
写在最后	185
致谢	195
附录A 校园市场标准执行手册	197
附录B 校园市场行业从业者寄语	224

校园市场

布局未来消费群
决战年轻人市场

单兴华 李烨◎著

Campus Market

Layout of the future consumer groups. Decisive battle the youth market.

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

校园市场：布局未来消费群 决战年轻人市场 / 单兴华, 李烨著. — 北京：人民邮电出版社, 2017. 10 (2017. 11重印)
ISBN 978-7-115-46956-4

I. ①校… II. ①单… ②李… III. ①高等学校—校园—市场营销—研究 IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第232651号

内 容 提 要

校园市场营销是整体市场营销中的一个细分领域。校园市场也可称为年轻消费群体市场, 涵盖了从幼儿园、小学、中学到大学的所有学生群体, 拥有着强大的消费潜力、庞大的用户规模及强大的传播能力, 被越来越多的企业和组织重视并被列为战略级发展规划。

本书主要内容涵盖校园市场营销的基础理论, 校园市场营销战略、战术的方法论, 以及各类典型互联网产品在校园市场方面的案例, 同时结合新浪微博、小米、新开普集团等企业的校园市场案例, 分析校园市场运作的实战方法, 并对校园市场的行业发展和未来的预测做出全面解读, 实战性较强。

本书主要面向在校园市场营销领域的一线人员, 适合企业市场、品牌、渠道、战略等方面的高级管理人员了解校园市场和年轻人市场, 布局产品在校园市场的开发和拓展; 也适合高校学生了解校园市场, 熟悉相关理论、业务、价值和企业运营等知识, 帮助学生通过在校期间接触校园市场工作并逐渐进入互联网行业。同时, 适合高校团委、就业指导处的工作者等阅读, 帮助其了解学生校园市场, 促进校园文化生活建设, 并对有兴趣从事互联网市场营销岗位工作的同学进行专业辅导。

◆ 著 单兴华 李 烨

责任编辑 孙 媛

责任印制 陈 桦

◆ 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 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 720 × 960 1/16

印张: 15

字数: 185 千字

2017 年 10 月第 1 版

印数: 4 001 - 5 500 册

2017 年 11 月北京第 2 次印刷

定价: 69.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号

推荐序

FOREWORD

“纬度”，我用青春创造你的辉煌

聊起校园市场这个话题，脑海中瞬间闪出无数的故事和感动，贯穿自己11年的校园市场生涯，“纬度军团”成为自己最为自豪的成绩。“纬度”11年，征战校园11年。近10万人的“纬度军团”带给我前所未有的骄傲和荣耀，足以慰藉我整个互联网职业生涯。

看着如今校园市场风生水起，想着当年如何在这条路上披荆斩棘，望着当今这个红红火火的领域，怀念当年这片天的风轻云淡。如今，当年的老兄弟、老战友都已成长，那些因为共同战斗而留下的美好瞬间也都深深留在了彼此的心里。四海八方，大家这些年都在各自的领域驰骋疆场，功成名就。“纬度互动”守候在原地，将我们那份最初的美好守望变成了现实。无论你们是疲惫了、伤心了、想念了还是成功了，都有一个可以栖息心灵的地方——大家可以一起想念当年创业的美好，温暖彼此的内心世界。

校园市场，是一个永远充满青春和热血的词汇。它代表着多少人的年少轻狂，代表着多少人的梦想初心，代表着那些青春岁月、书声琅琅，代

表着那些青涩爱情、寝室弟兄，代表着商业对手的虎视眈眈，代表着学子们的懵懂天真，代表着一代代校园营销人前赴后继的开拓进取，代表着一个个校园案例征战八方的雄心壮志。

对于我，“纬度”代表着我的事业梦，在梦里，我愿意用自己的青春创造属于它的辉煌。很开心看到有这样一部作品可以出现在大家的面前，讲述无数人开拓校园市场的过程，追本溯源，还本归真。愿中国的校园环境发展，不负我们作为校园市场人的责任和担当。

杨慕涵

“纬度互动” CEO（“人人网”前渠道总监）

前言

PREFACE

初心依旧：致敬中国校园市场人

记得有一年在上海，我和一位现任某知名媒体平台记者的朋友吃饭，席间聊到校园市场这个话题，我不由自主地就讲了起来。从2009年年初第一次接触校园市场的经历，一直说到当时对于整个校园市场行业的看法与思考，又用较早的“校内网”和到中期崛起的“小米校园”等案例对方法论进行了详细分析，还顺带提到了目前中国校园市场行业里的大型活动和行业组织，最后一看时间竟滔滔不绝给大家讲了近一个小时。

席间除这位朋友之外还有4个人，其中有一位老朋友见证了我负责完成的大家耳熟能详的两个案例，还有一位曾担任上海某知名企业校园市场负责人。大家围绕着自己热爱的市场领域边用餐边海阔天空地聊着，这是一次充满回忆的讨论。在解答这位媒体行业朋友关于校园市场各种问题的同时，我也结合着这个行业的发展历程，将自己过往的工作经验重新回顾了一遍。

离席之前，我说道：“其实做校园市场，做的就是良心。”我印象很深

的是，当时有个媒体行业的朋友一脸茫然地看着我。我不禁一笑，也许这句话的意义只有那些在校园市场摸爬滚打多年后依然保持初心的人才会真正明白。

忆往昔峥嵘岁月，看今朝风云依旧

距离我第一次接触校园市场已经过去整整8年。这8年间，这个行业里不断有人离开，也不断有新人进来；有人功成名就，也有人折戟沉沙；有人在这个战场征战四方，也有人在这个战场心灰意冷。8年里，人来人往，风云变幻。8年前我从没想过自己可以坚守一个行业这么久，我更不会想到自己8年后的生活会因为那些过往的经历和结识的人们而发生质的改变，那些人和事构成了我人生中的重要组成部分，已经融入了我的生命里。

我时常会怀念起自己做校园市场之初的一些人和事。那时在北京，我们几个北漂的校园人（这个圈子里亲切地将校园市场营销从业者称为校园人），经常会在忙完一天的工作后，相约去大排档聚餐，几个人，几瓶啤酒，坐在路边吹着夏日徐徐的晚风，互相热血澎湃地倾诉着自己对校园市场的憧憬和热爱，有朋友的陪伴，轻松地释放了白天工作和生活繁重的压力。

可如今，当年那些和我一起并肩作战的朋友都已陆续离开了这个领域，落寞感叹之余，幸好还有更多志同道合的朋友在不断地加入这个阵营里。记得2015年在武汉论坛之后的聚餐上，我和之前一起做校园市场的一个兄弟喝得酩酊大醉。酒酣之际，这个兄弟眼圈渐红，举着酒杯对我说：“兴华，真的，我替你高兴，你兑现了当年咱们几个在万达广场那个大排档喝酒时

许下的诺言，我代表那些兄弟谢谢你，替我们完成了梦想。”

当时我望着这个已经喝得有些迷离的兄弟，将手中的3杯白酒一饮而尽。饮下的有那些年孤军奋战的寂寞，有关于这个行业让人说不清、道不明的一些事情，还有作为我们“校园人”对这个行业所有的爱恨情仇。

望不尽校园征途，道不尽硝烟滚滚

长于斯，成于斯。

一次活动过后，曾合作过的同行对我说：“兴华啊，真羡慕你和你带过的那些学生之间的感情，无论你现在在哪家公司，做什么，只要你需要，他们都会义无反顾地支持你，没有一点犹豫，对你制定的目标像一道军令似的，无条件执行。”

我说，对于这些学生，我一直都心存感谢。因为是这些学生给了我这么多年做校园市场的底气和骄傲，更是这些学生让我有了“一呼百应”“牵一发而动全身”的轻狂。最开始只是为了帮这些学生解决实习、就业问题这样单纯的举动，现在回头看才发现竟“无心插柳柳成荫”，不经意间桃李满天下，当幸福感袭来，肩上所担的重担会让我更加明白责任和担当。

我见过太多职场争权夺利、尔虞我诈，也见过太多人为了追名逐利而钩心斗角。从事校园市场这个行业，可以让我在这物欲横流的时代，做到“出淤泥而不染”。在一个如此纯粹的环境里，做一件纯粹的事情，既于人有利，也于己有利，这就是我一直从事这个行业，不辞辛苦来回奔波最本质的初心。

我不敢妄下断言说自己就会一直坚持，也不确定这个行业的最终走向，但我很确定做事的原则，即只要秉持初心，心怀感恩，只要我们在自己的头上悬挂一把“尚方宝剑”，时刻约束我们自己的行为，校园市场这个行业就不会偏离轨道，就可以实现共赢。在确保这个原则的基础上，我们所能做的，就是成人之美，尽心尽力。我们无怨无悔。

愿当初的我们还在，愿彼此的风华再续

曾经沧海，你我相伴仗剑征战八方；如今花开，彼此对饮笑谈过往功名。

忘不掉，炎炎夏日我们肩扛着物料，满校园里穿梭，挥汗如雨；忘不掉，腊月寒冬里穿着棉服、拿着单页在学生宿楼各寝室里一遍又一遍地宣传；忘不掉，当年形单影只到如今呼朋唤友；忘不掉，当初的豪言壮语到如今的春暖花开；忘不掉，那些企业对我们的期盼；忘不掉，那些孩子对我们的信任；忘不掉，过去日日夜夜的忙碌，迎着朝阳出门，伴着星辰回家。如果不是真心热爱，这样的梦想和初心，只靠薪资很难坚守。

过去很多朋友都说：“兴华，咱们应该出一本关于校园市场的书，系统、客观地给大家介绍这个行业，将你所有的经历、观点、方法论汇集到一起，让大家真正走进这个行业，让更多企业和人们看到这个行业的真实现状。”

其实，编写一本校园市场行业的书这件事，一直是我个人和我们所有“校园人”的梦想。而如今，时机已经成熟，我想这部属于校园市场和我们的“校园人”的作品，终于可以面世了。

前言一

为此，我特邀我的好朋友，同样拥有着多年校园市场经验的李烨和我一起开始筹备新书，从调研数据、多家采访、资料收集等开始着手准备。感谢人民邮电出版社各位编辑的耐心指导。

这本书由我和李烨作为主创，本人负责编写第1篇、第2篇和第4篇中的第15章，李烨负责编写了第3篇和第4篇中的第12、13、14章，同时数百位一线校园市场业界人士参与内容制作，所有书中的成功案例均为该案例操作人亲自口述后连同相关数据整理给我们，我们之所以如此，就是希望给大家系统化地展现一个真实的校园市场“蓝图”。

但也要提前和大家打个招呼，也许有一些观点和数据总结相对比较主观，同时受一些涉及品牌的限制，还不能够完全客观地阐述一些问题，但是我相信，这部作为国内校园市场行业的第一本教材类的图书，会给大家带来启发与思考，我们用诚意邀您关注和走近我们的行业。

最后，感谢在此书创作过程中所有给予支持和提供建议、意见的行业伙伴、前辈，也感谢那些默默关注、支持这个行业的朋友们。如果此书部分内容有偏差，还望谅解，欢迎赐教。

仅以此书献给所有校园市场行业从业者。致敬中国校园市场人！

单兴华 于北京

2017年5月15日

前言二

PREFACE

初见校园，遇上有缘人

2017年5月，我和好朋友单兴华在北京中关村创业大街上的3W咖啡店只用一句话就敲定了写书的事情，一拍即合。著名主持人汪涵曾说过，他写书不会因为某些目的去写，只是因为时间到了，文字自然而然就从笔尖流露出来。这句话复用在我俩身上正合适。

我们只用了半个月时间就写全部内容，连带整理，出版社的编辑都感叹我们的速度之快。兴华说，这些内容就在我们的脑海和心里，只是因为机缘巧合，用书这个载体将它们全部呈现出来。

将很多话、很多事、很多人，借此机会一并向大家讲述。写书的过程更像回忆，一幕幕像电影般回放，书还未出版，先感动了自己。

每个人都是随着年龄递增不断变化、成长的，得以有今天的成绩都要感谢我曾经的两位领导，一位是我在23岁加入“中文在线17K”小说网时我的领导唐倩（现任“中文在线”版权中心副总经理）。她教了我人生中非常重要的一课——团队领袖精神。以前我一直是一个喜欢单打独斗的

人，不轻易相信和接受别人的帮助。我很幸运地加入了当时的“17K”运营团队，几年的时间，让我深深地感受到什么叫信任、什么叫团队的力量。这对我后续的工作和为人处世有很大的帮助。

对我有很大影响的第二个领导是“白鹭时代”前联合创始人，“飞燕小程序”现任CEO张翔。

张总以前是“Discuz!”副总裁、“腾讯”营销总监，对市场品牌建设非常有心得。我更愿意将张总说成是我的伯乐，因为他改变我的更多的是认知方面。让我从一个只关注自己手头事务的人开始站出来去考虑怎样合理利用身边资源去做更高层面的事情，以提升和实现个人价值。跟对人，做对事，可以让自己产生质变，而不是慢慢量变。张总让我明白，每个人因其站的高度和位置的不同，所看到的风景也大相径庭。

后来在张总的鼓励下，我开始创业，开启人生中独特且充满挑战的旅程。

我觉得自己很幸运，并不是人人都能遇到启蒙老师。如果不能遇到自己的伯乐，还有一个好办法就是看书，“书中自有黄金屋”。

没写作之前，我不明白为什么前辈们总是要多看书，自己开始写作后，懂得了书是人类智慧的载体，承载着作者的梦想和宝贵经验，你只需要一本书就可以学到这些，复加到自己身上，变成自己的财富。

通过阅读可以与不同有趣灵魂的对话。如果想快速提升自己，最好的办法要么是与行业内资深人士交谈，要么就是自己靠阅读获取经验。不同的人 and 书会带给你不同的体验和帮助，但作用相同，都可以促使你产生质变。