



龚文祥
罗剑锋
触电会
著

微商思维

做不做微商
都要有
微商思维

微商高手能用传统行业十分之一的投入
完成传统行业数十倍的产出
其效率可达传统行业的数百倍



金城出版社
GOLD WALL PRESS



微商 思维

做不做微商
都要有
微商思维

龚文祥
罗剑锋
触电会
著



金城出版社
GOLD WALL PRESS

图书在版编目(CIP)数据

微商思维 / 龚文祥, 罗剑锋, 触电会著. — 北京 :

金城出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5155-1683-7

I. ①微… II. ①龚… ②罗… ③触… III. ①网络营销

IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第092568号

微商思维

作 者 龚文祥 罗剑锋 触电会

责任编辑 李轶武

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 15.5

字 数 245千字

版 次 2018年7月第1版

印 次 2018年7月第1次印刷

印 刷 天津盛辉印刷有限公司

书 号 ISBN 978-7-5155-1683-7

定 价 88.00 元

出版发行 金城出版社 北京市朝阳区利泽东二路3号

邮编 100102

发 行 部 (010)84254364

编 辑 部 (010)64391966

总 编 室 (010)64228516

网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 jinchengchuban@163.com

法律顾问 北京市安理律师事务所 18911105819

做不做微商，都要有微商思维

有些书的策划出版，是一个漫长的过程，而且要有合适的机缘。

比如，龚文祥先生的《微商思维》。

其实我在 2016 年年初，对“微商思维”就有了一个模糊的概念。彼时，我策划出版的《微信营销 108 招》已经热销一年多，成为微商领域最畅销图书之一；我浏览了几乎市面上所有微商类图书，总体感觉是，写具体的方法、技巧、实操的多，能从理论高度阐述微商之“道”的，基本没有。

微商思维跟传统商业思维相比，跟互联网思维、电商思维相比，到底有哪些不同？是什么样的原因，导致微商这个行业迅猛发展，让一群草根创造了商业史上的奇迹？微商发展的内在逻辑、未来走向是什么？这些问题，太需要有人来回答了！

但是，谁有能力写这样一本书呢？

直到 2017 年，我才终于找到了这个人，本书作者，龚文祥。

龚文祥首创中国微商个人自媒体，是微商界的意见领袖，也是中国微商社群“触电会”的创始人。触电会现在有 800 多名会员，全国顶尖的微商老板，80% 都在触电会。

在触电会内部，每周四晚上进行会员线上分享，实战派大咖分享自己的经验；每周二、周四、周六下午会员接待日，来自五湖四海的会员到触电会总部“朝圣”，讨论各自的项目；每月一个城市巡回讲座，数百人线下见面，分享者多是上亿身家；每年 8 月组织微商界最有影响力的 2000 人论坛……在触电会内部，产生了无数链接和合作，甚至有不少触电会会员，只做触电会内部生意，就可以一年做几个亿！

这让龚文祥对微商领域有了足够的了解和全面的把控。之前他已经出版了《传统企业如何做电商及微电商》《微商高手实战运营》两本书，对电商和微商行业进行了细致深入的剖析。《微商思维》这本书，确实没有谁比他更有资格写了。

毫不夸张地说，《微商思维》是一本高屋建瓴的著作，是微商史上的一座里程碑，它对微商行业的健康发展将起到不可估量的作用。

我们正面临着一个伟大的时代，这个时代给了普通人无数机会，特别是微商，迄今为止仍是草根逆袭的最好手段。

更重要的是，微商与传统行业之间的界限日渐模糊，很多微商开始进军实体，而实体生意或兼做微商，或用微商思维改造传统生意，都已经成为方向和潮流。相比传统行业，微商用低廉的投入，实现传统行业数倍的产出，效率更是惊人，这是十分值得传统行业学习的。

做不做微商，都要有微商思维。不懂微商思维，就会落伍，容易被时代淘汰。掌握了先进的微商思维，就能避免走许多弯路，在成功路上大步向前！

何其荣幸，我能成为《微商思维》的策划人、出版人。之前业内人士称我为“微商出书第一人”，我总有些惶惑，觉得是过誉了；但策划出版这本书后，我想我可以心安理得地接受这个称号了。

李鲟（276527980），资深出版人，著有《畅销书浅规则》
《畅销书营销浅规则》《微商文案手册》等，策划出版多部畅销书

2018年3月8日，广州

前言

进化：从互联网思维到微商思维

从 2013 年至今，我作为中国微商自媒体一直都在观察、研究微商的业态发展。经历了四五年的野蛮成长，伴随着此起彼伏的争议声音，微商已经成为中国现在最火热的创业领域，从业人口数千万，行业规模近万亿，堪称中国商业发展史上的奇迹。

市面上关于微商实战的打法、案例、技巧等书籍汗牛充栋，但更多的还是在“术”的层面上教授微商运营技巧、经验等。而微商这种商业形态的火爆发展有其内在的商业逻辑和规律，如何从“道”的视角去抽象总结出微商思维，正是我这本书要展现给大家的。

在我眼中，微商不仅是一种继传统实体、电商之后的革命性新兴商业形态，更是一种能够写入中国商业史的思潮。从稍微长一点儿的时间尺度来看，中国的商业思潮自 20 世纪 90 年代以来经历了 4 个阶段，从以脑白金为代表大开大合的品牌策划营销思维，到以阿里淘宝为代表的流量电商思维，到以小米为代表的互联网思维，再到如今的微商思维。每一次商业思潮变革的背后都是商业形态迈上更高台阶的一次进化。

这本《微商思维》，是我对数千万微商人商业实践智慧的高度浓缩与抽象总结，站在更高的视角、在道的层面解读微商背后的商业逻辑与本质。不管你做不做微商，都应该知道什么是微商思维，知道如何用微商思维指导企业转型或者自己创业。

最后感谢我的同事罗剑锋对此书的贡献，感谢负责出版此书的“微商出书第一人”李鲆及出版团队的辛勤付出，感谢触电会会员的精彩分享以及同事高铭鞠的细心整理。感谢各位读者的厚爱，希望此书能给你带来帮助与收获。

如何联系到我本人？

这本《微商思维》，是我写的第三本书，也是我最近 1 年对于中国微商的总结以及微商业态的思考，希望能给各位读者带来思维上的启发以及帮助。

如果希望联系到我，
可以扫二维码添加微信，
联系到我本人。

个人号：
gongwenxiang218

这个微信号是专门针对我这本书的读者开设的，欢迎大家多提意见多交流。我关于微商的更多的思考，会通过这个微信号跟大家交流。



我的最新文章都会在公众号里发表。回复【微商思维】，能领取我送给读者朋友的三个福利。福利是触电会做到上亿微商操盘手的内训课程，课程价值 8000 元。

个人公众号：
mrbrand888

1. 朋友圈种子代理招商秘籍；
2. 长线微商运营模式解析；
3. 微商顶层代理模式设计。



目录

第一章

微商思维

001

1. 微商思维首先是“以人为中心”的思维 002
2. 微商思维就是卖机会的思维 004
3. 微商思维是裂变思维 006
4. 交易型社群思维 007

第二章

品牌微商思维

011

1. C2B 思维 012
2. 众筹游戏思维 014
3. 协同共享思维 015
4. 快速满足需求的思维 017
5. 粉丝鱼塘思维 018

第三章

微商人思维

023

1. 追随思维 024
2. 个人 IP 思维 025
3. 情感连接思维 026
4. 重度垂直细分思维 028

1. 疯传思维 034
2. 情绪思维 035
3. 人格化思维 036
4. 势能思维 037

1. 成功的微商首先要具备微商思维 042
2. 好团队 042
3. 好产品 044
4. 持续不断的粉丝来源 044
5. 强势能 045
6. 好的个人 IP 045
7. 好的微商运营 046
8. 线下线上结合的新微商 047
9. 好的培训 047
10. 合适的微商代理制度 048

1. 微商思维对传统老板固有思维的颠覆 054
2. 2018 年中国微商的十大发展机会 056

1. 树立微商思维到底有多重要 064
2. 有多少微商人真正具有微商思维 067
3. 对微商的态度决定了你与他人收入的差距 068
4. 龚文祥对年轻人的创业建议 070
5. 不做微商，用微商思维创业也是极好的 075
6. 了解这些微商趋势，学会这些微商玩法 077

1. 触电会内部探讨传统企业转型微商的思维转变 092
2. 传统企业转型微商的经验与教训 096
3. 传统企业如何起盘微商 104
4. 传统企业转型微商需要避免的几个误区 108
5. 传统企业必学：年销 30 亿元微商品牌的 11 条经验 110

1. 微商引流高手必备八大要素 120
2. 微商系统化成交实战——全景会议营销 129
3. 微商如何通过线下会销完成半年的快速招商裂变 144

1. 首次独家揭秘微信直营微商实操实战经验 156
2. 揭秘一个 40 万微商团队长盛不衰的运营秘密 164
3. 如何通过重度垂直细分创造微商新品类，从零做到上亿业绩？ 175

1. 如何设计一套微商顶层代理连赢模式？ 186
2. 长线微商模式的运营实战经验分享 199
3. 微商二次操盘与模式再定向实战 204
4. 爆品方法论——微商分销 1 年内做到 1500 万会员的商业逻辑 214
5. 揭秘顶尖文案策划高手如何靠写文章坐拥上千万收入 223

第一章



微商思维

微商思维是与传统企业思维及电商思维完全不同的思维模式，不深刻了解这点，就做不好微商；传统企业及电商企业，即使不做微商，只要有了微商思维，也会事半功倍。

1. 微商思维首先是“以人为中心”的思维

以人为中心，以人为中心，以人为中心，重要的事情说三遍。

传统零售及电商，都是以货为中心的传统思维模式，只要产品好，有价格优势，就能卖出去，如大家去线下商店，看到的是一排排货架，打开淘宝、京东，看到的都是商品列表，而生产商品的人及背后卖货的人，你是完全看不到的，看到的只有货。

微商的思维逻辑和传统零售及电商刚好相反，微商是先有人，才有产品，我们信任一个人，才会去买她推销的任何产品；而传统零售及电商是先有产品，才有用户。

微商颠覆了线下零售及线上零售，强调首先是“卖人”，树立人的信任，展示人，打造个人 IP，有了人，才有她背后的商品；我们信任了一个人，就信任她卖的产品，甚至无论她卖任何商品，我们都信任，她换了商品我们也会买。

很多传统企业老板来我的会所谈他的微商渠道，一坐下来就几个小时，滔滔不绝地谈他的产品优势，我就判断他的微商肯定做不起来，因为他还是以产品为中心的思维，没有转换成以人为中心的思维。他去做一个新的渠道，连这个行业的本质还不了解，无论如何努力，都难以成功。

我们为什么就一定局限于传统的思维模式：生产好产品，然后去卖产品的思维模式？我们难道不可以打开自己的思维模式，从卖产品的思维模式，提升到“卖人”的思维模式，提升到卖机会的思维模式？

可以说传统企业老板一旦思维转变，微商就成功了一半，剩下的就是术的操作层面的问题；如果不转换思维，做微商再努力也没有用。这也就是我在2018年春节期间闭关海南三亚一周，整理与总结微商思维，深入微商行业本质，给整个微商行业 and 传统企业老板以及电商人解惑微商的良苦用心。

以人为中心的微商思维也可以简化表述为“卖人”思维。例如我的微商社群触电会会所中的会员介绍，全部都以人为中心，不呈现公司信息，只展示个人。以人为中心是微商思维的第一要义。



2. 微商思维就是卖机会的思维

如果你将微商只是简单地理解成微信上卖货，就太狭隘了，比卖货更重要的，是卖机会。

在传统行业及电商行业，卖货就是卖货，货卖出去，交易就基本完成了；而在我们微商行业，卖货只是第一步，卖完货，我们要将消费者转变成为传播者；我们还要让用户付费成为我们的代理即销售者；成为我们的代理，我们还要培训他们，让他们赚钱，即卖货只是商业模式的开始，而不是结束。

如果你只是局限于将做微商看成在另外一个渠道卖货，你永远做不好微商，微商的商业模式比你理解的先进得多。微商商业模式要比电商至少高两个层次，从卖货思维上升到“卖人”思维，高了一个层次；从卖货思维提升到卖机会的思维，又比电商高了一个层次。

微商的又一个本质，就是我们以卖货为开始，然后发展微商代理，即不仅是卖了一个产品功能给消费者，其实是卖了一个机会给消费者，卖给他一个发财赚钱的机会，卖给他一个创业机会，卖给他转型移动互联网的机会。

当微商品牌方及团队长以产品为手段，招募了一批宝妈为代理，其实你就是卖给宝妈一个发财机会，让在家带孩子的宝妈有了赚钱的能力，这就是微商营造赚钱气氛的背后原因。

当一个白领及职业经理人买了微商产品成为微商的代理，其实就是买到了一个兼职创业的机会。这个创业机会未必能百分百成功，但至少卖给了你机会，就



有成功的可能性。

一个传统企业老板，特别是经营越来越困难的实体店的老板做了微商，经过各种微商培训，就获得了拥抱最新的移动互联网的机会，这个机会比他卖一点儿货赚点儿差价的钱更重要：让他的传统生意升级了，即卖给他转型移动互联网的机会。

如果一个微商人或一个传统企业老板做微商，将卖货思维上升到卖机会的思维，那么他的微商运营将完全不同。你以前围绕产品所做的一切，都只是做了三分之一（卖货、“卖人”、卖机会），如果你的思维停留在卖货思维，那么你的微商项目很难成功；如果你的思维提升到卖机会的思维，那么你的很多工作重点将完全不同。

很多人不理解微商人为什么要海外旅游、为什么要开明星演唱会、为什么动不动要开发布会，当你理解了微商的本质是“卖人”及卖机会，你就理解了微商行业你不理解的一切做法。

如果微商只是卖货，那和落后的电商模式与传统零售模式有什么区别与提升？

当然，微商的最终结果还是要通过“卖人”及卖机会的手段来卖货，也不能忘了这个根本出发点及最终目的。我强调微商模式中“卖人”、卖机会的重要性，并不是否认产品的重要性，只是强调新时代，有比卖货更重要的东西。

3. 微商思维是裂变思维

关于提升一个事物极致效率的关键词，我们知道的有倍增、裂变、复利、指数增长、几何增长等。传统生意思维及电商思维中，基本是没有裂变思维的，传统零售及电商，就只知道卖货，目前只有微商商业模式有裂变思维。

微商的另外核心之一，就是微商代理层级制度。微商出现了大约4年时间，其他制度上的创新都被实践证明不可行，如微店模式，还包括腾讯以前官方大力扶持的各种微商城模式，只有微商层级代理经过4年成功实践被行业广泛认可。目前，数千万微商人其实只有一种微商制度，就是这个微商代理制度：合伙人、董事、总代理、经销商、“天使”、小白等。中国几乎所有微商都是采用这种微商代理制度，只是叫法不同，层级的利益分配比例不同。

之所以最后只有这种层级微商代理制度成了中国微商大一统的微商制度，是实践选择的结果。其背后的原因，其实是此制度有裂变思维，有足够的层级去裂变，用利益去裂变，用层级来实现人传人，从而积累足够数量的团队，将销售流水做大。

正因为这种微商裂变代理的魔性与奇异效果，以及群体涌现的力量，这套模式即使不在微信上发展，业绩同样也可以做得很大。触电会很多会员微商，基本不用微信，天天线下开会，也能将微商发展到10万人团队，年流水10亿元。可见微商的核心绝不是微信，而是这套裂变代理制度。

一般传统企业及电商，即使不做微商，如果有裂变思维，也可以将自己的事业与产品销售额以最小的投入将收获做到最大。比如，营销上采用裂变思维，可以一下子将用户数做得很大。

4. 交易型社群思维

微商模式真正形成了零广告费，零库存（中国微商行业，几乎没有微商做广告，也没有微商品牌先生产产品作为库存）。传统企业将销售额、电商将GMV（商品交易总额）作为核心数据，而微商则将流水作为标准。人就是商业模式。微商要有以人为中心的社群思维。微商最多只有一半的收入来源于产品差价，其他都是社群带来的额外收入。

微商是一手团队，一手产品，这个团队不是员工团队，而是代理商团队，形成由品牌创始人、代理团队、购买用户粉丝以及产品组织而成的社群。传统企业做微商，一定要用社群思维做产品。

为什么要局限于卖产品赚差价的陈旧思维模式？你只要是以你个人IP及产品建立了自己的交易型社群，其收入是超过产品销售本身的，而且这个社群收入比产品的收入更持久。

微商思维是对传统模式及电商模式的颠覆，任何一个创新模式的开始，都会伴随着争议，被否定，不被主流社会及主流媒体认可。但有争议的模式反而存在机会，风险优于安全。电商模式一开始也伴随着争议，现在电商模式已经没有任何争议了，也就基本没有机会了。

为了写这本书，我在三亚的酒店里看了上百本关于未来商业及营销趋势的书，一个发现是关于未来趋势的绝大多数预言，其实早已经在中国微商行业得到实现，只是这个行业价值被低估。