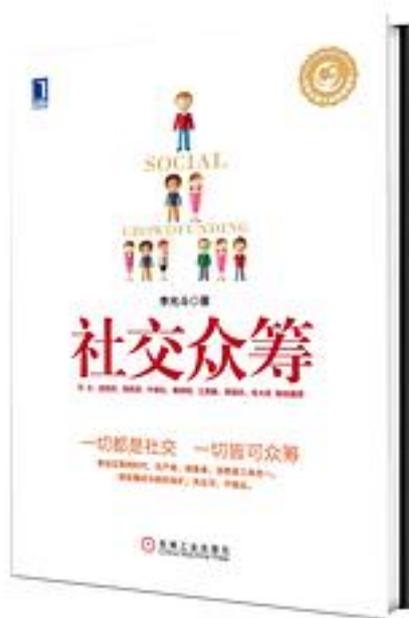


社交众筹



[社交众筹 下载链接1](#)

著者:李光斗

出版者:机械工业出版社

出版时间:2016-1-1

装帧:精装

isbn:9787111521815

移动互联网时代，生产者、销售者、消费者三体合一。朋友圈成为新的金矿。无社交，不商业。

中国品牌第一人李光斗新著《社交众筹》第一次明确提出：无边界时代，一切都是社交，一切皆可众筹；第一次详细论述：去媒化时代，怎样从“自媒体”到“自组织”再到“自商业”；第一次详细论述：“社交+众筹”的来龙去脉，以及“社交+众筹”的操作实务。社交众筹不只是一种全新的营销方式，筹人、筹钱、筹智、筹项目、筹渠道……社交众筹几乎无所不能。《社交众筹》通过对众筹趋势、社交众筹模式、社交众筹方法、社交众筹案例进行鞭辟入里的详细阐述，全方位教你如何利用庞大的社交资源获取最

多的众筹红利。

作者介绍:

李光斗

中国品牌第一人

著名品牌战略专家

中央电视台品牌顾问

新媒体时代的品牌观察家

中国电子商务协会

互联网金融委员会首席顾问

李光斗出身于市场营销第一线，自1990年开始从事市场营销和品牌策划工作，先后担任伊利集团、蒙牛乳业、小肥羊、青岛啤酒、广日电梯、古越龙山、喜临门、

民生药业、三元食品等全国数十家著名企业的常年品牌战略和营销广告顾问。李光斗毕业于复旦大学新闻学院，曾任复旦大学研究生会副主席，代表中国大学生参加在新加坡举行的亚洲大专辩论会，战胜台湾大学队荣获冠军。

李光斗的“插位”理论指导中国众多企业在市场竞争中后来居上、超越竞争对手,荣获中国策划业杰出功勋奖；李光斗具有国际化视野、致力于推动中国品牌走向世界,被评为影响中国营销进程的风云人物；李光斗的著作《总统战：奥巴马的政治营销》是中国第一部研究美国政治营销的传播学专著；李光斗创办的华盛智业?李光斗品牌营销机构已成为中国品牌快速成长、提升营销业绩、推动企业上市的品牌孵化平台；李光斗作为天使投资人关注新经济，参与投资了全新的移动互联网平台公司；李光斗的自媒体视频《李光斗观察》已成为爱奇艺、优酷和腾讯等各大网站的热门财经节目；李光斗所著畅销书《拆墙：全网革命》诠释如何用互联网思维改造传统行业，荣获中国本土经管图书最佳原创奖；李光斗在洛杉矶举行的中美企业峰会上荣获“中美文化交流品牌传播大奖”。

目录: 序 社交众筹：社交和商业的多维融合

第1章 社交众筹：一种全新的营销方式 || 1

无所不能的众筹 || 2

社交商业时代来临 || 8

社交激活众筹 || 11

社交众筹下的大众创业、万众创新 || 16

第2章 社群经济 || 23

社交媒体崛起，社群经济繁荣 || 24

小众品牌与社群经济 || 30

如何做好社群营销 || 36

社群让众筹无忧 || 40

意大利为什么不热衷经济转型 || 45

第3章 社交电商 || 53

社交平台的兴起 || 54

无社交不商业 || 59

跨境电商和海淘 || 64

微商成为新的潮流	70
从平台到社交电商	75
社交产品时代	80
第4章 从自媒体到自组织到自商业	87
自媒体+众筹	88
自组织：既是消费者，也是传播者和设计者	93
自商业：人人经商的未来	98
粉丝经济：得粉丝者得天下	103
移动互联网时代的万众创新	108
第5章 无边界时代：从消费者到生产者	113
互联网风口下的消费者	114
社交改变生活	118
众筹：让无边界时代到来	123
搭众筹顺风车，做革新先行者	128
儿子打败老子：收购柯达的竟然是一家小网站	132
第6章 营销史上的变革：如何从消费者变成销售者	137
单纯的钱物交换	138
利用消费者的智慧创作产品	143
社交众筹：让消费者变成销售者	148
营销无边界时代	153
卖萌经济学	156
第7章 从弱关系到强关系	161
从广场社交到圈子社交到兴趣社交	162
朋友圈，绑架你的强关系	167
装X经济学	171
微信时代人人都有备胎	176
闺蜜营销	179
第8章 场景化营销	185
场景化营销时代来临	186
什么是场景化思维	192
场景化的应用	198
荷尔蒙营销	205
第9章 五筹模式	211
“众筹”筹什么	212
“五筹”模式	216
一切皆可筹	221
网络新知：软需求、硬需求与伪需求	227
第10章 如何确定众筹标的物	235
众筹标的物：大厦的根基	236
从社交众筹看标的物的选择	241
如何众筹一座葡萄酒庄	246
第11章 社交众筹：从产业链到生态圈	253
从产业链升级看生态圈建设	254
乐视生态的生命力	258
众筹思维解读高手过招：万达VS阿里VS腾讯	262
社交众筹思维下的未来生态圈规划	271
后记 社交众筹：一场由革命引发的商业狂潮	275
附录A 众筹在美国	281
附录B 国内知名众筹平台	287
附录C 从土地众筹到农业众筹	293
附录D 如何众筹一家咖啡馆	299
附录E 雅妹子：一家中国企业的社交众筹实践	305
· · · · · ·	(收起)

标签

众筹

社交网络

李光斗

商业

评论

看完之后给了我一些想法 所以还是有收获的

看不下去的节奏

众筹启蒙

有一些话还是比较直接的，比如大姨妈和美柚的取名

李光斗老师喜欢在书里插播广告

当工具书或者启蒙类的书，还是很不错的。毕竟众筹还是新生事物，多听听各家的见解

才会有益于自己。

社交众筹，朋友圈生意，社群经济。社交网络，自品牌。

干货还是有一些，比较适合我这样对众筹和互联网+概念很模糊的外行，但是居然有好几个错别字真是不能忍…

[社交众筹_下载链接1](#)

书评

本人一年大约读30-40本书，这是2016前到目前为止读到最烂的一本书！无新意，无深度，牵强拼凑，泛泛而谈，言之无物，出这样的书真是要把人品败光的节奏。

[社交众筹_下载链接1](#)