

网红是怎样炼成的（案例版）



[网红是怎样炼成的（案例版） 下载链接1](#)

著者:倪卫涛

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-2

装帧:平装

isbn:9787121306938

本书以时尚、旅游、美食、娱乐等各行各业顶尖网红成功和成名的心路历程和经典案例为基本线索，以网红经济风口上20余类网红的成名史，近100名网红的品牌实操案例为核心内容，概括提炼出20余超级网红方法论，思维线索和引爆路径。全面演绎学生网红

、微商网红、宠物网红、明星网红、娱乐类、搞笑类、旅行类、美食类、情感类、时尚类、漫画类、淘宝达人类、视频类、直播类、段子手类等等20余类近百位顶尖网红的定位、包装、内容、运营、打造、引爆、成功经验和成名心经。提炼出网红的内容创作攻略、引爆路径、品牌定位、活动技巧、增粉干货、变现攻略，手把手教你从0到100做网红。

作者介绍:

倪卫涛，知名科技观察家，商业模式的研究者和实战家，网红经济实践者，DoNews、钛媒体、百度百家、UC头条、北京时间、新浪、腾讯、网易、搜狐、凤凰、知乎、一点资讯、今日头条、中国日报、新华网等50多家顶尖媒体的专栏作家，覆盖主流科技和商业人群超500万。代表作《月薪几千的微商和月薪十万的网红差别究竟在哪里》，《从0到100，你也可以成为网红明星》，可在微博@倪卫涛或者微信搜索微信公众号：ni taotao99，同作者交流。

目录: 第一章 网红的分类、定位、引爆和炼成

第一节 网红定位的“独孤九剑” / 2

一、兴趣——决定命运 / 2

二、特长——决定深度 / 3

三、行业——决定出路 / 4

四、平台——决定高度 / 4

五、互动——决定转化率 / 5

六、辐射范围——决定影响力 / 6

七、商业模式——决定前途 / 6

八、供应链——决定生命长度 / 7

九、远见——决定周期 / 7

第二节 哪些人最有可能成为网红 / 9

一、学生——知识和颜值兼备的网红生力军 / 9

二、微商——经验和产品皆备的网红主力军 / 10

三、传统电商人——接地气的网红后备力量 / 11

四、新媒体人——操纵内容爆炸的网红幕后力量 / 12

五、艺人——内涵和表演兼具的网红直接引爆者 / 12

第三节 拆穿微博网红的八个基本姿势 / 14

一、晒生活 / 15

二、送福利 / 15

三、分享攻略 / 15

四、发表热点 / 16

五、写段子 / 16

六、上萌图、搞笑视频 / 16

七、@动作 / 17

八、兴趣话题 / 17

第四节 网红电商开启“表演模式”，四大引爆点触发供应链告急 / 19

一、在产品 and 自身之间寻找共性，产品人格化 / 20

二、在产品 and 表演之间寻求契合点，交易场景化 / 21

三、虚拟连通实体，产品虚拟化 / 21

四、直播购物过程，体验立体化 / 22

第五节 网红孵化器的四大造星模式 / 23

一、筛选朋友圈意见大咖到自建平台集中培育 / 23

二、筛选微博电商红人，实现淘宝引流 / 24

三、顶级淘宝商家转型网红孵化淘女郎 / 25

四、科技圈意见领袖转型培养网红 / 26

第六节 网红定义——超级网红方法论 / 27

第二章 学生网红是怎样炼成的

第一节 从初露锋芒到一劳永逸，学生成为网红的第一生力军 / 29

一、学生时代拥有成为网红的最佳天然环境 / 29

二、学生是时代的宠儿，是新文化的先知 / 30

三、学生时代是自我表现的最佳时代 / 31

第二节 学生成为网红，四大引爆点触发个人品牌量变升级 / 32

一、个性异类，与众不同 / 32

二、善于学习，发掘新事物 / 33

三、发挥奇才，创造成绩 / 33

四、活动比赛，媒体节目引爆品牌 / 34

第三节 穆雅斓：从兼职模特到综艺大咖，一位“90后”的网红掘金路 / 35

一、大学模特兼职之路，“90后”美少女开启梦之旅 / 35

二、独辟蹊径，创意视频引爆网络成网红 / 36

三、明星和媒体助推，品牌被无限放大 / 36

四、联合飞博共创全面掘金网红经济 / 37

第四节 苑子豪和苑子文：北大双胞胎的网红炼成记 / 38

一、出生便带话题，同手足，共成长 / 38

二、学霸双双进北大，颜值和才艺均被赞史上最帅双胞胎 / 39

三、成长历程著成书，励志故事引正能量热潮 / 39

四、成功经验再创业，网红产业链的形成 / 40

第五节 陈都灵：女神、网红和明星 / 41

一、以颜值击败选手，获得女神排行榜冠军 / 41

二、参演电影《左耳》女主角，一举成名 / 42

第六节 学生?超级网红方法论 / 43

第三章 微商网红是怎样炼成的

第一节 微商如何以网红模式重新出道 / 45

一、产品观念和 sales 经验驱动网红品牌变现 / 45

二、励志行为和刷屏习惯带动品牌运营 / 46

三、从微商到网红是从销售到营销的自我涅?重生 / 47

四、从微商到网红，销售生活方式升级为偶像生活方式 / 47

第二节 由微商到网红，到底要做到哪几点 / 49

一、改变微商零售旧观念，重塑移动互联网时代的个人品牌 / 49

二、改变经营理念和商业模式，实现质的飞跃 / 50

三、改变生活方式和精神理念，商业生活化 / 51

四、洞见科技前沿，用卓越的眼光预见未来新商业 / 51

第三节 莫七七：未花一分钱，淘宝店铺达到年销售5000万 / 53

一、用户为王，引爆口碑 / 53

二、内容为王，引爆多渠道互动营销 / 54

三、“买家秀”吸引式消费，网红模式渐成 / 55

第四节 富军的网红变现记：微信卖粟米，三个月进账200万 / 56

一、免费，创造口碑 / 56

二、互动，建立关系 / 57

三、活动，引爆效应 / 58

第五节 微商?超级网红方法论 / 59

第四章 宠物网红是怎样炼成的

第一节 宠物网红：互联网世界里的一道新风景 / 61

一、萌宠可爱，吸睛大法引爆互联网 / 61

二、卖萌装丑，治愈心灵的灵丹妙药 / 62

三、在感情和商业的间隙中，宠物特殊而红 / 63

第二节 回忆专用小马甲：第一宠物网红背后的机密 / 64

一、记录爱宠日常瞬间，两只“神物”萌翻网络 / 64

二、深耕优质内容，引爆互联网社交网络 / 65

三、低调而神秘，终成第一宠物网红 / 66

第三节 郭斯特：一位治愈系漫画网红是怎样炼成的 / 67

一、治愈系萌宠漫画形象和作品点燃互联网 / 67	
二、狐狸和馒头，一对宠物猫燃起激情 / 67	
三、品牌周边产品引爆商业产业链 / 68	
第四节 国民老岳父公：一年时间成为坐拥百万粉丝的宠物	
第五节 宠物?超级网红方法论 / 71	
第五章 明星网红是怎样炼成的	
第一节 网红时代，明星为什么会被取代 / 73	
一、互联网模式下，传统明星的沃土已被互联网取代 / 74	
二、互联网地平线上，明星的变现效应将成为过去式 / 74	
三、人格商业模式下，传统明星的无力狂欢远不如网红更接地气 / 75	
四、用户为王的时代，明星模式早已被网红模式碾碎 / 76	
第二节 薛之谦是怎样成为段子手网红的 / 78	
一、原始积累催生转型一飞冲天 / 78	
二、短内容引爆新流行 / 79	
三、段子手的威力 / 79	
第三节 明星?超级网红方法论 / 81	
第六章 娱乐类网红是怎样炼成的	
第一节 追星一族的茶余饭后：娱乐八卦网红的野蛮生长 / 83	
一、追星一族的娱乐需求，茶余饭后的谈资 / 83	
二、流行前沿的风向标，年轻人个性的自我张扬 / 84	
三、你是我的向往，想成为你的模样 / 84	
第二节 同道大叔：少女之友、星座大V超级IP 炼成记 / 86	
一、美学基础成就漫画天才：运营的从0 到1 / 86	
二、创意内容戳中粉丝痛点，星座吐槽系列狂吸“星座控” / 87	
三、内容深耕后，超级IP 已成 / 87	
第三节 八卦 我实在是太CJ了：八卦圈里的隐形段子手 / 89	
一、猛料十足的生活化段子手 / 89	
二、隐藏在娱乐圈里的超级段子手 / 90	
第四节 关爱八卦成长协会和它的“小老婆”“恋爱”记 / 91	
一、娱乐圈丰富经验奠定娱乐网红基础，跨界创业 / 91	
二、PGC转型UGC，定向吸引“小老婆” / 92	
三、娱乐圈超级八卦网红终炼成，估值过亿 / 92	
第五节 Alex 是大叔：互联网时代的超级星座占星师 / 94	
一、星座运势和感情，互联网年轻文化的盛行 / 94	
二、星座是兴趣，占星是学术，让星座占卜成为新职业 / 95	
第六节 谷阿莫：用只言片语解说电影的超级魔法师 / 96	
一、在原有IP 基础上重构新的IP / 96	
二、优质作品获大V 力推 / 97	
三、不凡实力成就超级魔法师 / 97	
第七节 娱乐类?超级网红方法论 / 99	
第七章 搞笑类网红是怎样炼成的	
第一节 罗休休：美拍头号网红是怎样炼成的 / 101	
一、话剧表演天赋和大方表现奠定表演基础 / 101	
二、网红经济产业链的形成和进化 / 102	
三、新商业的探索和未来 / 102	
第二节 Happy张江：“极品”铸就的“极品”段子手 / 104	
一、热衷“极品”事，“有料”大舞台 / 104	
二、Happy张江：“极品”的段子摘录 / 105	
第三节 任真天：现代版“唐僧”的爆笑记 / 106	
第四节 追风少年刘全有：少年自有少年颠 / 107	
一、疯狂点赞，引起注意 / 107	
二、卖傻逗乐，自成风格 / 107	
第五节 冷兔：互联网新文化下的冷幽默艺术 / 109	
一、诙谐幽默的个性标签成为流行 / 109	

二、冷幽默段子铸造经典 / 110	
第六节 搞笑类?超级网红方法论 / 111	
第八章 旅行网红是怎样炼成的	
第一节 旅行网红是网红经济的终极模式 / 113	
一、商业世界驱使精神世界的解放让旅行成为常态 / 113	
二、身心自由和心灵体验驱使网红成为粉丝的向往 / 114	
三、时间自由和财富自由，网红模式的终极归宿 / 114	
第二节 背包去环游：“80后”夫妻的梦想环球之旅 / 116	
一、带着梦想辞职环游世界，一年穷游26国 / 116	
二、旅行纪录片《背包去环游》引爆网络 / 117	
第三节 踏马行者：旅行达人的微博社交心经 / 118	
一、热点新奇的内容段子引爆网络社交 / 118	
二、借助活动放大品牌知名度 / 118	
第四节 周若雪Patty：月入400万的旅行网红是怎样炼成的 / 120	
一、为梦远航，走过了40多个国家 / 120	
二、商业模式的形成和探索 / 121	
第五节 左手旅行，右手演艺：猫力molly的网红人生 / 122	
第六节 旅行类?超级网红方法论 / 124	
第九章 美食网红是怎样炼成的	
第一节 日食记：白猫“酥饼大人”和主人姜轩“姜老刀”的综艺网红 / 126	
一、《日食记》的原点和缘起 / 126	
二、《日食记》的诞生契机和运作 / 127	
三、《日食记》以商业拥抱文艺 / 128	
第二节 美食类?超级网红方法论 / 129	
第十章 情感类网红是怎样炼成的	
第一节 咪蒙：“国民励志女作家”是如何引爆互联网的 / 131	
一、开创反心灵鸡汤先河，传统写作的掘墓人 / 131	
二、简单粗暴的互联网语言映射当今网民的内心渴求 / 132	
第二节 Ayawawa：情感女神的网红运营方法论 / 133	
一、微博生活化，真实展示自我 / 133	
二、Ayawawa的网红生态产业链 / 134	
第三节 情感类?超级网红方法论 / 135	
第十一章 时尚类网红是怎样炼成的	
第一节 最掘金的时尚网红的掘金秘密 / 137	
一、“剁手”经验把握流行需求以价值变现 / 137	
二、持续内容服务引发社交狂欢疯狂吸粉 / 138	
三、超硬摄影技巧以引爆网络流行 / 139	
四、模特化表演“人商合一”，自然交易 / 139	
第二节 电商第一网红张大奕网红养成记 / 141	
一、模特经历成就服饰穿搭经验 / 141	
二、选美比赛赢得无数光环 / 142	
三、引领时尚，微博积累粉丝400万 / 142	
四、淘宝运营和网红孵化器成就电商第一网红 / 43	
第三节 赵大喜和赵岩：夫妻网红的炼成心法 / 145	
一、高黏性粉丝成就高转化率 / 145	
二、自建工厂打造闭环供应链 / 146	
三、个人风格突出，做有腔调的品牌 / 146	
第四节 时尚类?超级网红方法论 / 148	
第十二章 漫画类网红是怎样炼成的	
第一节 顾爷：神级脑洞成就现代艺术大师 / 150	
一、神级脑洞造就风靡网络的艺术大师 / 150	
二、重新定义了艺术，将艺术变为一门科普 / 151	
三、段子+漫画，互联网标签让一切变为流行 / 151	
第二节 混子曰：漫画网红是怎样炼成的 / 153	

一、以兴趣为出发点，把历史和时事变为漫画普及大众 /	153
二、将枯燥变为有趣，重构新的知识系统 /	154
三、顺势而为，开启娱乐化阅读新模式 /	155
第三节 漫画类?超级网红方法论 /	156
第十三章 淘宝达人类网红是怎样炼成的	
第一节 淘宝达人月入50 万背后的商业逻辑 /	158
一、购物心得成就意见领袖 /	158
二、经验内容引爆社交电商 /	159
三、感想分享吸引精准用户 /	160
四、前沿眼光引领时尚潮流 /	160
五、信任关系取得流量入口 /	161
第二节 阿里本土系网红史上最全玩法 /	162
一、PC端 /	163
二、手机移动端 /	164
第三节 服装搭配师miuo：淘宝第一达人的网红心经 /	167
一、买手经验吸引粉丝消费 /	167
二、穿搭经验定向垂直深耕 /	168
三、导购基础工作释放无限张力 /	168
第四节 盘点淘宝达人系网红的成名要诀 /	170
一、萌主Moe /	170
二、美美时尚搭配师 /	170
三、值得入手的小物 /	171
四、小个子姑娘 /	171
五、虎扑-识货 /	171
六、礼物说APP /	172
第五节 阿里系?超级网红方法论 /	173
第十四章 视频类网红是怎样炼成的	
第一节 第一视频网红papi 酱的成名三板斧 /	175
一、互联网文化大变革，网民急需释放压抑的空间 /	175
二、短视频爆发的风口上，papi 酱抓住了最大的风口 /	176
三、“人生如戏，全凭演技”，表演技能引爆新潮流 /	176
第二节 王尼玛如何使得暴走系列成为经典 /	178
一、独一无二的经典形象成就独树一帜的网综节目 /	178
二、以笑话段子、热点事件创造持续性内容 /	179
三、暴走IP已成，王尼玛的网红产业链才刚刚显现 /	180
第三节 视频类?超级网红方法论 /	181
第十五章 直播类网红是怎样炼成的	
第一节 直播网红大爆发：秀场社交和直播内容引爆的秘密 /	183
一、选好时间段，控制直播频率，做到高质低频 /	183
二、形象为先，互动技巧和个人魅力成为核心爆破点 /	184
三、艺术才华和个人内涵尽放，人格掘金模式成型 /	184
四、个人秀式的互联网文化使得直播成为必然 /	185
第二节 沈曼：年入百万的网红女主播是怎样炼成的 /	186
一、化妆打扮、基本设备，网红主播直播前的基本准备 /	186
二、直播互动、粉丝聚会，保持网红持久的生命力 /	187
三、持之以恒，付出必然有回报 /	187
第三节 直播类?超级网红方法论 /	189
第十六章 段子手类网红是怎样炼成的	
第一节 段子手为什么会成为网红 /	191
一、信息大爆炸，新文化催生“新诗人” /	191
二、商业大变革，短内容引爆快餐经济 /	192
第二节 一名成功的段子手是怎样炼成的 /	193
一、阅历丰富，熟稔互联网新文化 /	193
二、具备极强的创造力，具备人格特色 /	194

三、推陈出新，击中用户的痛痒 / 194	
第三节 段子手：快餐经济里的掘金大亨 / 196	
一、高质内容+结合热门话题+巧妙植入广告 / 196	
二、免费带动付费 / 196	
第四节 段子手“三足鼎立”，上亿市场谁主沉浮 / 198	
一、白洱 / 198	
二、售楼先生 / 199	
三、铜雀 / 199	
第五节 留几手：微博第一段子手引爆互联网的四字秘诀 / 201	
一、段子的风格：污 / 201	
二、段子的特点：毒 / 202	
三、段子的感情：真 / 202	
四、段子的智商：妙 / 203	
第六节 网红的势能：天才小熊猫的造势和借势 / 204	
一、借势而动 / 204	
二、造势而为 / 205	
三、经典摘录 / 206	
第七节 吐槽类段子手：心灵鸡汤文化下的“反需求” / 207	
一、“孪生”账号“我的前任是个极品”和“我的前任是极品” / 207	
二、我的朋友是个奇葩 / 208	
三、北美吐槽君 / 209	
第八节 段子手类?超级网红方法论 / 210	
第十七章 颜值型网红是怎样炼成的	
第一节 奶茶妹妹：凭借一张手捧奶茶的清纯美照不胫而走 / 212	
一、一张手捧奶茶照引爆网络 / 212	
二、跨界于互联网、娱乐和科技圈 / 213	
第二节 康逸琨：凭一张毕业照而晋升气质女神 / 214	
一、因大学网站主页一张毕业照而走红 / 214	
二、走红背后的深层原因，才华和美貌并举 / 214	
三、个人形象登录纽约时报广场，彰显国际影响力 / 215	
第三节 颜值型?超级网红方法论 / 216	
第十八章 其他类网红是怎样炼成的	
第一节 事件型?超级网红方法论 / 218	
第二节 财经类?超级网红方法论 / 219	
第三节 电竞类?超级网红方法论 / 220	
第四节 作家?超级网红方法论 / 221	
第十九章 网红的未来去哪儿	
第一节 网红模式完爆传统模式，吸引力经济时代已来 / 223	
一、差别一：互联网渠道和传统渠道之别 / 223	
二、差别二：内容连接和资源连接之别 / 224	
三、差别三：?丝模式和土豪模式之别 / 225	
四、差别四：自发营销和人为策划之别 / 226	
第二节 网红的未来 / 228	
一、从内容创造到资本局中局 / 228	
二、时势造网红，网红更需造势 / 229	
三、造星大势已来，造星时代全面来临 / 230	
四、互联网+向心力下，企业网红化，网红企业化 / 230	
五、互联网+娱乐引爆超级IP流行 / 231	
· · · · · · (收起)	

[网红是怎样炼成的（案例版）_下载链接1](#)

标签

网红

新媒体

内容创业

倪卫涛

好书，值得一读

互联网

媒体

自媒体

评论

随便读读

这书的评论太假了，我买了一本 狗屁不是！！！

闲来图书馆拿来一读，作者可以说是很犀利了。

超棒的书，业界超级网红的心路历程和成功心经都在这本书里得到了完美的解读和阐述，多买了几本，准备送给我的那几位互联网创业的好兄弟。

网红就是人格化内容打造的个人IP，这本书讲得很通俗易懂，学习了。

很好，网红成功必备，想成为一个实力派网红，有它足够了！

语言犀利，深刻，观点新颖，独到，推荐。

读了《网红是怎样炼成的（案例版）》这本书受益匪浅，对企业和个人品牌营销有了更深入的了解。

网红经济，内容创业，企业转型，个人品牌，倪老师这本书都讲到了，赞。

这本书是泛娱乐时代个人品牌的参考很棒的一本书，由内容开始，分类说明了娱乐化内容打造个人品牌的路径，值得借鉴。

不错的书，案例很全，经典，值得一看。

《网红是怎样炼成的（案例版）》对微博，淘宝，微信各大自媒体平台的网红都进行了剖析，太棒了。

内容创业者的范本，网红经济的百科全书，希望每个互联网从业者都看看。

书拿到了，很喜欢，要仔细拜读一下。

不会成为网红，但这本书可以读读，希望会有帮助。

都是顶尖的网红案例，案例详细，观点深刻。

很早就关注倪卫涛老师了，对他的文章和作品都非常认可，这本《网红是怎么炼成的（案例版）》是倪老师新商业三部曲之一，非常具有实操价值。

互联网人都值得看看，尤其是搞互联网营销的，里面关于事件营销的值得学习。

不仅讲了如何做网红，还讲了网红的发展，现状和未来，很有见地，买了十几本，准备送给身边的朋友看看。

[网红是怎样炼成的（案例版）_下载链接1](#)

书评

[网红是怎样炼成的（案例版）_下载链接1](#)