

电子商务师之探索网络推手的商业模式电子商务考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/542/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_542661.htm

网络推手这个词通常是指这样一种人，他们利用网络操作规则和大众接受心理，利用互联网资源，以事件策划和舆论引导手法让受众知晓、关注某些特定信息。而这些信息通常是与特定的人物、产品和品牌紧密相关的。所以，归根到底，网络推手借以生存的根本条件是互联网不同用户间信息不对等来实现有目的的信息引导。而在中文互联网内容发展的各个阶段，都有一些自发的或者公共服务式的方法来减小这样的不对等，例如百度贴吧和百度知道。这样就很难界定网络推手最早出现于何时。但大家普遍知道网络推手这个词，应该是从2005年的“天仙妹妹”事件开始的。这个事件的推手“浪兄”，起初是偶遇这位名叫余红艳的四川理县羌族姑娘，之后看到了商业利益，也就做起了专业的推手。网络炒作的不菲回报，已经让网络推手成为一种有利可图的职业，中国现在的网络推手至少有数万人，而且，已经形成了市场竞争和业务分工。但是，他们的这个商业模式真的成立吗？商业操作侵犯公共领域？之前曾有媒体称“新闻网页、贴吧、网站论坛、博客、QQ群、聊天室、网络视频，已经成了网络推手必用的七种武器。”显然，这些被提到的平台很大程度上是网友间交流观点的，相当于公共服务平台，这些平台本身是开放的，能够通过开放基础上层的增值服务来获取商业收入，比如广告等。这个商业模式是成立的。但网络推手的活动范围不在上层，而是在这个基础内部。这些“推”的商业策划通过用户

体验传播的模式来到达并影响受众。所以，有很多学者认为，网络推手的商业模式并不成立。这种观点认为：首先，网络推手的商业行为并没有区分开平台服务和增值服务。其次，网络推手需要将他人的免费平台纳入自己的生产资料中并且不支付成本，最关键的是，网络推手很大程度上是利用用户对于体验传播的信任而传达商业信息。显然，通过这三点可以看出网络推手似乎并不具备一个提升商业附加值的明确过程。如果要讨论盈利，就更加不确定了。/百考试题/收集/即便是一个成功的互联网商业推广，没有任何的理论、模型或者市场调研数据可以去评估网络推手的业务所带来的价值，继而也无法去修正或者改进使网络推手的业务流程升级为商业模式。基于这样的分析，持这一观点的专家学者们认为，如果从营销的角度去看网络推手，规范的做法应该是在网络推手发布的信息上标注，让用户知道这一事件或者信息来自商业推广者。这样就可以把公共平台和商业业务区分开，才有可能去讨论商业模式。事实上，这一意见在早些时候的百度公关危机时，就有人提出：百度将竞价排名信息和搜索结果混在一起，没有区分基础平台和增值业务，这是百度在商业模式上的最大问题。但各个从事网络推手工作的企业或个人都认为，如果加以标注，网络推手的作用会严重受到影响。有一名网络推手表示：“我们欢迎网友来分析判断，包括欢迎有人来指出我们的帖子是有意炒作。因为这也包含了接收信息的过程，我们工作的目的就是这个过程。”但提及加注标示，他认为会影响推广的效果：“首先阅读量会受影响，其次即便是有人想了解，也只是来看看推广的是什么，我们做的策划和推广的意义就打折扣了。”在公共平台内容服务

中的植入式营销？“推手和其他服务业从业者其实是一样的，提供用户所需要的，并以此获得报酬。这个用户，既包括消费者，也包括广告主。”一名网络推手告诉记者。事实上，他这样的想法不仅仅代表一些业务涉及网络推广的营销策划专业人士，与部分关注网络推手现象的学者意见也是一致的。无论是公共论坛(区别于专业学术论坛和封闭论坛)、博客、即时通讯工具、网络视频还是意见分享网站。/百考试题/收集/用户使用这些公共平台的第一需求是内容，而这种对内容的需求很大程度上都是具有娱乐特征的。也就是可以换句话说，网络推手是在为互联网公共平台填充内容。而网络推手所推广的商业信息，是植入这些内容以获得传播效果的。2008年圣诞节前，某论坛上出现了一个图文并茂的帖子，内容是发帖者称自己在北京市大望路看到有三个人穿着圣诞老人的衣服派发礼物，经上前询问得知这三个人是生活在北京的四川人，地震期间辞去了工作回家帮忙，之后回北京通过经营淘宝全球购业务获得了不菲收入，减轻了家中很多负担，为表示感谢在圣诞节前走上街头派送礼物。这是一个网络推手的营销策划案例。策划该案例的推手告诉记者，这个事件是策划出来的，这个帖子也是他们安排人发的，但其他论坛的转帖和这一事件在各类IM平台上的传播大部分并不是他们所为，而是网友觉得有意思自发进行的。他认为，这个策划借助了“山寨”、“圣诞老人”、“四川”等热点，而且网络上的帖子提供的是真实信息，用户阅读内容，并自发转载是预料之中的，这样自然而然达到了给淘宝全球购做品牌推广的目的。“谈商业模式的话，推手的工作可以定性为事件营销，只是在渠道上通过网络舆论实现而非专业媒体

。”一位推手这样总结自己的工作。关于推手现象与百度事件的对比，他认为，使用百度的人很多是需要获得确切并且可信赖的信息的，而公共论坛用户大多是在上面放松娱乐。百度的做法影响了受众的用户体验，甚至使目标受众的需求无法满足，所以产生了问题。而在互联网公共平台上提供具备趣味性、娱乐性、言之有物的内容，满足了目标受众的需求，是可以延续并系统化的。网络推手行业急需规范 虽然对于商业模式的理解各异，但几乎所有被采访的网络推手都认为，目前网络推广行业太混乱了。他们比任何人都期待有一个规范、准确、合理的市场规则。从了解到的情况来看，由于具有匿名性质，对网络推手的否定很大程度上似乎是由于行业中小部分企业和个人职业道德缺失使整个行业受辱。他们告诉记者：“网络推广不能使用虚假的信息，不能借助于法律不允许的事情或政治领域的事件。”/百考试题/收集/但是这些初步约定俗成的规矩并没有被所有人遵守。2008年年末，网上热传南京“天价烟”事件。据知情人士透露，最初的帖子是一个推手的策划，但非但没有引起网友对该烟草产品的品牌认同，反而导致了一名政府官员被撤职。“应该要有一个机制，能把低劣的推手从市场中淘汰掉，能阻挡一些抱着侥幸心理的投机者进入市场。”一名网络推手表达了他的希望。而这也是整个互联网所希望的。无论网络推手何去何从，但至少，一定要把游戏规则建立起来。规范商业行为，弥补市场缺陷，这是每个成型的产业所必须经历的阶段。如果期待网络推手能为市场营销带来一些新的亮点，那么现在就该是管理起来的时候了。F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com