

新榜样

新媒体运营
实战指南

新榜精心打造
新媒体运营干货
玩转自媒体公众号
不可不读的实用手册

新榜◎编著

新媒体运营
实战指南
新榜◎编著

新
榜
样

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

新榜样 / 新榜编著. —北京：电子工业出版社，2016.3
ISBN 978-7-121-28032-0

I. ①新… II. ①新… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 007087 号

策划编辑：刘声峰（itsbest@phei.com.cn）

责任编辑：潘 娅 文字编辑：白俊红

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1 000 1/16 印张：21.25 字数：253 千字

版 次：2016 年 3 月第 1 版

印 次：2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价：50.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与
本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

编辑声明

1. 对于一些当前十分流行的网络用语，由于其不符合出版规范，我们采用了一些意思相近的词进行替代。如“屌丝”一词用“小人物”“小粉丝”等词替代。

2. 为了真实呈现互联网时代的语言环境，书中的个别网络流行语，我们尽可能保留原汁原味，对于一些“重口味”词汇未进行模糊处理。

3. 书中观点仅为作者个人观点，不代表出版社立场。

前言

文/徐达内

一晃儿，2015年的第一个月就要过完了，大半年的“空中飞人”生活让我想喘喘气，而小女的周岁宴也恰逢其时，着手准备也算是对陪伴的一种补偿吧，毕竟作为父亲，见证孩子的成长是一件义不容辞的事。

不得不说，见证成长多半是一件劳心劳力的事，但多年之后回头看，这又绝对会是一件让人欣慰的事。就如眼下的新媒体，作为其中的探路者，我们也同样在见证着它的成长。

言归正传。很多人会有疑问：新榜（newrank.cn）是做移动互联网内容价值标准的，为什么要出一本纸质的传统书籍呢？这也是我最初思考的问题，毕竟传统媒体人出身的我无法忽略对文字的敬畏之感，铅印刻出、跃然纸上对我来说始终是一件严肃的事儿。换句话说，选择纸质出版就意味着内容要有可保存的价值，是读者现时可以汲取能量的源泉，也是而后可以温故而知新的历史素材。选择出书，也是因为我相信

我们的书能做到这两点。

了解新榜的人，大都知道我们是公认的权威数据榜单，的确，这是我们引以为傲的重头产品。但当我们在新媒体舞台上逐渐转圈成舞时，我们也在不停地思考一件事：除了权威榜单，新榜还可以为大家带来些什么？正如我一直跟自己团队强调的那样：我们要做的核心的事情是服务，无论是基于数据的宏观呈现，还是对于行业信息的捕捉解读，我们要做的就是服务于广大的新媒体从业者，考虑他们的所需并持续满足。这本书的初衷也便源于此。作为探路的先行者和服务者，我们希望通过书中聚合的“新媒体运营干货”，即鲜活的公众号案例访谈、深度的生态分析文章等，从实操层面满足新媒体从业者的真正所需。

既然我们的书是走实打实的干货路线，我也想秉承风格，聊几个大家真正关心的与本书相关的问题。

一、书中有哪些干货？它们从何而来？

本书的干货主要体现在两个方面：一是新媒体案例访谈；二是新媒体深度生态分析。因为做新榜的机缘，让我和团队成员几乎每时每刻都在接触新媒体从业者，与他们的聊天内容既有正经严肃的观点讨论，也有工作重担下的抱怨“吐槽”，但所幸的是我们从他们身上看到了一个共同的特质：不断地勇敢尝试。在这些尝试之中不仅有华丽的成功，更多的是经验教训，而后者正是我们浓缩在本书中的干货养分。我们希望用一种“取之于民用之于民”的心态来呈现给读者，把干货不掺杂任何水分地呈现给读者，让大家互补其短，共尽所长。

二、既然是干货，会枯燥吗？看得下去吗？

这个问题我相信了解新榜的人都会自动“脑补”答案。既然我们是新媒体的团队，做出来的内容就必须符合新媒体 Style。在内容方面，我一直是开放的心态。例如，书中的重头戏“新媒体案例访谈”，我们的“榜妹”几乎是怀揣着八卦的心，用萌的问题向诸位新媒体“牛人”讨教经验的。我们的理念是用轻的方式承担重的存在，在轻松愉悦的氛围中呈现出具有价值且能让用户受益的东西。

三、看完后，真的有实操价值吗？

如果你想当一个做专注情感内容的自媒体人，是不是应该听听鼻祖“ayawawa”的运营心得？如果你在政府部门从事新媒体工作，是不是应该看看《人民日报》是如何玩转新媒体的？我们不玩虚的，书中就是从这些事无巨细的经验入手，将具操作价值的运营技巧分享给大家。此外，还有事关“面包”问题——“如何盈利”“如何获得投资人青睐”等方面的宏观引导。

事实上，在新媒体时代，我们输不起的往往是时间，从他人身上汲取一些经验教训十分必要，对于运营实操，这更是一种性价比极高的投入。本书正有此用武之地。

四、这本书究竟适合谁读？

毫无疑问，我当然希望书会大卖，但这无碍于我对读者的预期定位。他们必然是与新媒体相关的，对新媒体怀有热忱的，过去、当下、未来在新媒体道路上前行或经历过的人。我始终认为，一份工作、一家公司、一个行业取得最终成功的一个重要原因是人的热爱，所以，我也希望和

我们一样对新媒体行业抱有热忱的志同道合之人读到此书，读懂我们的真心分享。

寥寥千字，也只是想把大家比较关心的关于本书的问题做一个简单呈现，有不足之处还望各位看官见谅，我相信本书才是好的代言人。

第一章 如何让政企公众号接地气

- 1 央视新闻：给自己打 200 分 //002
- 2 《人民日报》答榜妹：我的猛稿不是匹夫之勇 //007
- 3 微言教育：订阅号也要“服务周到” //015
- 4 上海观察：被抄袭也有排行榜 //020
- 5 451 个微信公众号的万达新媒体联盟，
据说影响力比“国民老公”还大 //026
- 6 海尔独家回应自媒体“车马费”争议 //034

第二章 如何让媒体在公众号平台重生

- 1 新北方：地方媒体怎样逆袭到 500 强第 6 //044
- 2 iWeekly：汪峰想上头条？娶了斯嘉丽·约翰逊再说吧！ //051
- 3 男人装：最近被举报的有点多 //058

第三章 如何做垂直领域的特色公众号

- 1 微信路况真的是第一大号吗? //066
- 2 吴晓波: 两年前罗振宇就鼓动我搞自媒体 //073
- 3 Fenng: 欢迎自媒体与丁香园谈谈 //079
- 4 石榴婆: 伐开心, 看包包 //087
- 5 “关八”养成记: 看看人家, 做自媒体做出了几百万“小老婆” //093
- 6 ayawawa: 但行好事, 莫问前程 //102
- 7 黄章晋: 大象公会不仅要吸引“公知”, 还想抓住小镇青年 //108
- 8 连 Prada 都敢“黑”, “黎贝卡的异想世界”到底是谁? //121
- 9 两个月狂吸 40 万粉, “女流氓”咪蒙的辣鸡汤就这么好喝吗? //129
- 10 “十点读书”的运营之道: 社区+电台 //138
- 11 “十点读书”创始人林少: 我们看重的不只是吴晓波的钱 //146
- 12 “世相”: 如果 Chanel 投广告我肯定接 //153
- 13 “世相”重生, 刷屏如潮水来袭 //161
- 14 “一条”独家专访, 回应百万“粉丝”来源和视频商业模式 //168
- 15 “一条”徐沪生: 融了数百万美元, 还是没空读书写诗 //181
- 16 凯叔: 我想做“迪士尼” //200
- 17 再访凯叔, 因为他的一段微信发言 //212

第四章 新媒体深度人物

- 1 买！买！买！吴晓波买了那么多自媒体究竟想干嘛？ //220
- 2 欧阳洪亮：无界的野心不只是做新闻 //229
- 3 秦朔朋友圈上线，一个爱看 Paper 的总编辑想要 Popular //237
- 4 苗炜：但凡有点生存缝隙，我也许就不会离开 //246
- 5 李海鹏：希望《时尚先生 Esquire》转型是侵略性的，不是捍卫领土 //253
- 6 专访杜蕾斯营销操盘手老金：一条文案可能会被否三五十次 //269
- 7 资本寒冬，这个“90后”投资人却说内容创业的春天到了 //279
- 8 熊三木：“一条”“锤子”背后的投资人 //294

第五章 新媒体深度分析

- 1 “388元游云南”，这种广告咱能接吗？ //306
- 2 你不懂“95后”，玩什么QQ订阅号？ //313
- 3 天津爆炸，这些传统媒体在手机上做到了10万+ //321

第一章

如何让政企公众号接地气



1

央视新闻：给自己打 200 分

受访者：央视新闻（ID：cctvnewscenter），
中央电视台新闻中心官方微信发布平台。

发布时间：2014-9-24

“引导价值观” VS “满足大众需求”

榜妹：

“央视新闻”官方微信于 2013 年 4 月 1 日正式上线。为什么选在“愚人节”这天呢？

央视新闻：

因为情人节已经过了，国庆节又还没到……

榜妹：

两年前，中央电视台领导决策央视新闻新媒体“微博微信客户端三步

走”，现在微博和客户端都已经有了千万级的用户，相比之下微信发展速度怎么样？有多少“粉丝”？领导对此的态度是什么？

央视新闻：

不算太快，刚过 200 万吧，领导挺满意的。

榜妹：

哇！这么多“粉丝”！恭喜！撒花！快给榜妹发红包吧！要不就把你们一天可以发很多条的特权让一点给我们新榜吧！

央视新闻：

嗯，梦想还是要有的，万一实现了呢！

榜妹：

“央视新闻”现在的微信运营团队有多少人？工资多少？每天工作多长时间？有没有 KPI 指标？

央视新闻：

正经问题得一本正经地回答，一共能写 4 本书。榜妹，此处字数不够用。
(榜妹已气哭……)

榜妹：

听说咱们新榜发布之后，“央视新闻”也有了阅读数和点赞数的压力，强敌当前，你们有什么绝招？

央视新闻：

压力谈不上，增加了不少工作的动力。绝招就是……增加原创内容，我们的独家内容挺多的。总之，就是要认真做好自己。

榜妹：

上次《人民日报》评论部的“党报评论君”告诉榜妹，天下没有敏感词，只有“敏感瓷”。现在榜妹想问问，央视新闻君又是怎么看待微信敏感词的问题呢？你们被举报过吗？

央视新闻：

《人民日报》是不会骗人的，已经说了天下没有敏感词。不过，“敏感瓷”倒是特别可怕的，不是有一种职业叫“碰瓷”吗？

榜妹：

“央视新闻”发布的内容中，哪种内容最受欢迎？在“引导价值观”和“满足大众需求”这两个选项面前，你们怎么把握？

央视新闻：

鱼和熊掌不可兼得。我们有一条“24字心法”口诀：富强、民主、文明、和谐，自由、平等、公正、法治，爱国、敬业、诚信、友善。

榜妹：

微信公众号刚开始上线的时候，“央视新闻”主打“突发新闻”“视频新闻”以及“语音互动”三项内容，每天都由新闻频道主持人与观众就热点话题进行互动。但是现在我们已经看不到“语音互动”的踪迹了，而

“突发新闻”似乎也被放弃了，请问央视放弃和小伙伴们“玩耍”了吗？

央视新闻：

“夜读中秋”“夜读白岩松”“夜读敬一丹”“夜读儿童节”……还有突发新闻中的李娜退役、老虎被抓等。互动已经不只限于语音互动，我们已经进行了升级，不信你随便给央视新闻发个文字试试。我们一直在“玩耍”，欢迎常来玩！

榜妹：

社交媒体上众声喧哗，话筒与摄像机不再稀缺。那么什么是稀缺资源呢？“央视新闻”准备如何面对成千上万的自媒体人的挑战？

央视新闻：

职业拳手和业余拳手各自的价值在于打出各自的水平，打出各自的风格，既赢得掌声和喝彩，也赢得尊重和信任。

榜妹：

到目前为止，你们给自己的微信公众号表现打多少分？最满意的是哪些方面，不足之处表现在哪里？

央视新闻：

打200分吧！真不是谦虚，高考满分750分呢！最满意的是已经有200万用户愿意和我们一起见证成长，分享感动；不足之处在于，据说微信在2014年已经拥有了6亿多用户……

榜妹：

现在要问最后一个问题，也是最重要的问题。央视招人的条件是什么？
央视目前最缺哪种人才？

央视新闻：

央视的工种很多，例如摄像、记者、编辑、主播、导播、责编、技审、灯光、制图、制片、司机、秘书，等等。招人的条件只能用四个字概括：
德才兼备。