

草根

冯东阳 著



自媒体达人 运营实战

实用有效

大量自媒体写作与推广的必备技巧，只要灵活运用，就能立竿见影。

简明易懂

本书图文并茂、条理清晰，零基础的新手也能快速入手、举一反三。

真实生动

作者将成功经历毫无保留地分享，自媒体新手不可或缺入门参考。



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

草根自媒体达人运营实战

冯东阳 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

草根自媒体达人运营实战 / 冯东阳著. — 北京 :
人民邮电出版社, 2015. 7
ISBN 978-7-115-39290-9

I. ①草… II. ①冯… III. ①传播媒介—研究 IV.
①G206. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第111731号

内 容 提 要

本书根据作者运营自媒体的实战经验整理而成,除了介绍自媒体的定义和发展情况,还重点对自媒体运营过程中最重要的三大板块—内容、推广和盈利模式—进行了详细的分析和举例。同时,书中也详细记录了作者从零开始经营自媒体的心路历程。

对于有意向做自媒体的读者和自媒体新手来说,本书内容全面而具体,有理论知识,也有实操技巧,极具参考价值。

-
- ◆ 著 冯东阳
责任编辑 赵 轩
责任印制 张佳莹 焦志炜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
固安县铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 720×960 1/16
印张: 14.5
字数: 236 千字 2015 年 7 月第 1 版
印数: 1—3 000 册 2015 年 7 月河北第 1 次印刷
-

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前言

随着微博、微信、陌陌、来往等社交媒体的兴起，自媒体这个词已经慢慢地走进大众的视线，被大众所熟知。2006年底，美国《时代周刊》年度人物评选封面上没有摆放任何名人的照片，而是展现了一个大大的“You”和一台PC。《时代周刊》对此解释说，时代已经由机构转向了个人，个人正在成为“新数字时代社会”的公民。2006年的年度人物就是“你”，即互联网上的“所有者”和“创造者”。

自媒体界曾经流传着这样一句话：“当你的粉丝超过100人时，你就像是一本内刊；超过1000人，你就像个布告栏；超过1万人，你就好比一本杂志；超过10万人，你就是一份都市报；超过1000万人，你就成了一家电视台。”

这样的说法一点都不夸张，利用自媒体平台，利用自身价值去吸引粉丝，达到10万个粉丝或许有一些难度，但是，若想达到1000个粉丝那还是非常容易的。这意味着什么呢？自媒体时代是人人都可以做的，而自媒体的力量更是不容忽视。随着自媒体时代的到来，谁先进入，谁就抓住了机遇；谁的粉丝多，谁说话就有份量；谁能持续输出价值而影响粉丝，谁就能源源不断地获取经济收入。

而自媒体平台众多，你无需花费大量的人力、物力、财力，只需要一部手机、一台能上网的计算机，就能把你所看、所想，通过自媒体平台及时分享出去。

而内容、坚持、专注、创造价值，成了自媒体不断发展的不可或缺的条件，一旦你的自媒体发展为品牌，把自己塑造成品牌，那很自然地你就可以把自媒体当做自己的一种职业、一种谋生之道。

2013年，自媒体已经发展起来了，微博、微信的兴起，让自媒体人士传播的内容变得越来越容易。在2013年，著名自媒体人程苓峰对于自己的收入说过这样一段话：“我有两个收入，一个收入是大家看不见的，就是在媒体和公司做品牌顾问，还有做选题顾问。那个看得见的收入，就是广告收入，到现在5个月的时间里大

2 前言

概一共有 20 单广告，30 万元的收入，平均一个月收入为 6 万元。我觉得这样的话，相对来说至少不亚于在大公司的收入。”

至 2014 年，自媒体的发展已经达到了一个新的高度。各行各业的自媒体人士已经发展得越来越多了。而你如果错失了这个机遇，下次的机会就不知道是哪年哪月了。

本书是为自媒体从业人士以及互联网从业人士想转型为自媒体的朋友们提供的一本相对比较系统的书籍，本书为大家介绍了自媒体的发展状况以及自媒体应该把握的一些核心要素；同时，也就自媒体人士如何成为自媒体明星这个题目提供了一些具体的执行方法。

本书也为大家介绍了我从一个普通的草根站长如何成为自媒体明星的心路历程，我相信本书对您的赚钱思维、人脉管理、人生价值观等方面都会有一定的影响，相信在通读本书以后，您会有一份收获，而这份收获，或许会影响您的一生。

虽然本书从开始写稿到最终出版，中间经历了无数次的修改、删减以及补充，但是由于本人写作能力有限，书中的一些不足之处欢迎大家指正。也欢迎广大的读者朋友们通过我博客 <http://fdyseo.com>、邮箱 fdyseo@163.com 或者我的 QQ/微信：370415548 针对书中的内容进行沟通、交流。您也可关注我的微信公众号 a370415548 与我沟通交流。

目录

第1章 认识自媒体·····1	3.4 推广·····35
1.1 自媒体真能赚大钱?·····2	3.5 人脉·····35
1.2 自媒体的特点·····3	第4章 成功要素之内容为王···37
1.3 各种自媒体平台及优缺点·····5	4.1 丰富内容来源·····38
1.4 自媒体的形式·····14	4.2 保证内容质量·····47
第2章 自媒体人必备品质·····19	4.3 总结·····49
2.1 专注·····20	第5章 成功要素之推广有道···51
2.2 坚持·····21	5.1 软文·····52
2.3 学习·····22	5.2 平台·····54
2.4 总结·····28	5.3 人脉·····55
第3章 自媒体运营的 准备工作·····29	5.4 圈子·····57
3.1 定位·····30	5.5 访谈·····59
3.2 标签·····32	第6章 成功要素之盈利模式···61
3.3 平台·····34	6.1 建立圈子·····62

2 目录

6.2 行业名人经纪人盈利模式 67	第 8 章 自媒体的运营技巧 95
6.3 高端旅游模式分析 69	8.1 定位技巧 96
6.4 众筹 70	8.2 标签技巧 96
6.5 利用活动公开招募赞助费 71	8.3 平台选择技巧 99
6.6 自媒体平台植入广告 73	8.4 推广技巧 102
6.7 粉丝打赏 74	8.5 总结 104
6.8 付费订阅模式 77	第 9 章 如何打造赚钱的 自媒体 105
6.9 广告联盟收入 78	9.1 关于 QQ 106
6.10 软文广告及稿费 80	9.2 QQ 群 109
6.11 利用自身影响力销售产品 82	9.3 QQ 空间 110
6.12 线下收入 82	9.4 微信 111
第 7 章 成功自媒体的 黄金准则 83	9.5 微信公众平台 111
7.1 心理阳光 84	第 10 章 怎样获得粉丝 113
7.2 主动付出 85	10.1 关于单双向好友 114
7.3 乐于分享 85	10.2 QQ 会员 115
7.4 宽容待人 88	10.3 如何加 QQ 好友 117
7.5 严于律己 89	10.4 主动加 QQ 好友的技巧 127
7.6 自媒体运营注意事项 90	10.5 其他加 QQ 好友方法 129

第 11 章 玩转 QQ 空间	131	13.2 微信加好友的方法汇总	178
11.1 QQ 空间玩自媒体的优势	132	13.3 微信公众平台的营销建议	181
11.2 QQ 日志	134	13.4 独立博客自媒体平台的 营销建议	183
11.3 写日志技巧总结	142	13.5 今日头条的营销建议	185
11.4 QQ 空间“说说”	146	13.6 总结	186
11.5 QQ 相册	153	第 14 章 我的自媒体之路	187
11.6 QQ 空间其他功能	155	14.1 抨击卢松松	189
第 12 章 QQ 群营销 基本技巧	165	14.2 认识卢松松	190
12.1 主动加入目标 QQ 群	166	14.3 艰辛的写作之路	190
12.2 自己建立 QQ 群	168	14.4 开启付费订阅	192
12.3 利用 QQ 群文件	169	14.5 转战 QQ 空间, 踏入 自媒体之路	195
12.4 利用 QQ 群相册	170	14.6 访谈之路	201
12.5 利用 QQ 群公告	171	14.7 圈子经济	205
12.6 优化 QQ 群排名	171	14.8 创建百字会	217
第 13 章 其他自媒体平台的 营销建议	175	14.9 赞助出版	219
13.1 微信自媒体平台的 营销建议	176	后 记	221

第 1 章 认识自媒体

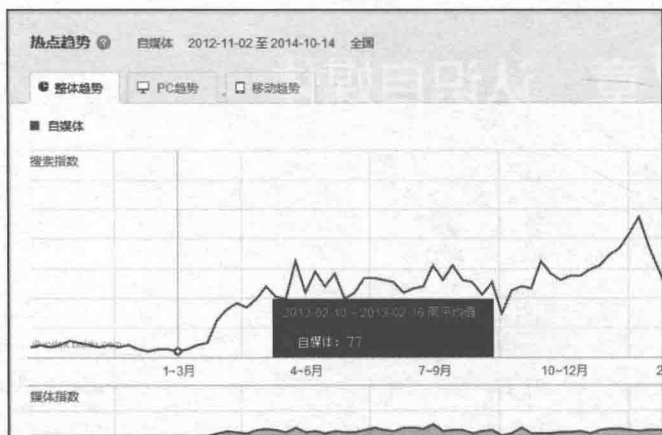
自媒体（英文 We Media），又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递相关信息的新媒体的总称（引自百度百科）。

从百度百科的定义上来看，自媒体简单来说就是“个人”作为一个媒体，借助一些媒体平台，如微博、微信、QQ 空间、博客等，来表达自己的观点。也就是说，从现在起，无论是微博大 V，还是专栏作者，等等，都是自媒体。

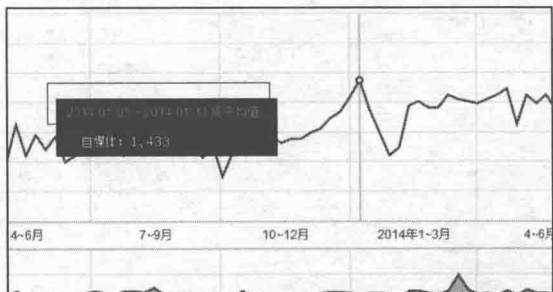
反过来看，现今这个时代，每一个人都有了将自己打造成品牌的契机！就像你打开微信公众平台登录界面看到的那句话：“再小的个体也有一个品牌”，而自媒体人的目标就是把自己打造成品牌。

1.1 自媒体真能赚大钱?

2013年2月，“自媒体”这个关键词在百度搜索指数里面为77，而到了2014年1月，还是这个关键词的搜索指数最高已经达到了1433。



关键词“自媒体”2013年2月的搜索指数为77



关键词“自媒体”2014年1月的搜索指数最高值为1433

也就是在短短一年的时间内，“自媒体”这个关键词的搜索量翻了20倍左右，可见，2014年是自媒体发展最快的一年，也是自媒体人最容易打造出自己品牌的一年。很明显，这是一个机遇，谁先进入，谁就抓住了这个机遇。

在移动互联网时代，自媒体最直接的作用就是带来粉丝效应，其实每个人心里都非常清楚，只要有粉丝，就能转化成经济，这就是我们经常听到的“粉丝经济”。

例如，在2013年，罗振宇的自媒体平台“罗辑思维”在4个月内两次招募付费会员：第一次，在短短6个小时左右的时间内，收入160万元；第二次招募会员，一天的时间里，800万元到账。这可以说是一个非常成功的自媒体品牌，利用粉丝会员制，成功地获得了经济收入。而我们之所以做自媒体，最重要的目的就是把自己打造成一个品牌，然后获得自己的粉丝，从而转化成经济收入。

1.2 自媒体的特点

随着自媒体的火热，越来越多的人开始了解自媒体、接触自媒体，包括一些传统行业的媒体人士都加入到自媒体的大军中来。但是，很多人对自媒体的特点并不是很了解。关于自媒体的特点，可以总结为以下几个方面。

平民化

自媒体入驻门槛较低，每个人都可以在这片天地大施拳脚。不管你是草根，还是明星，只要会上网、会打字，都可以利用网络上现有的自媒体平台把自己的意见、观点表达出来。目前全民自媒体时代已经到来。

个性化

自媒体没有太多的条条框框，给予了人们极其自由的舞台。如果你擅长音乐，你就可以做音乐方面的自媒体；如果你擅长舞蹈，你就可以做舞蹈方面的自媒体；你擅长营销，你就可以做营销方面的自媒体。

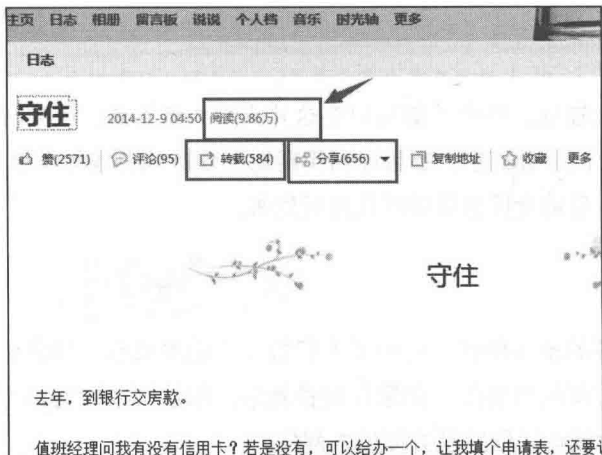
比如我们说的一些草根音乐人成名以后，其微博就可以做为他的自媒体平台，像我们知道的比较有名的草根音乐名人旭日阳刚、筷子兄弟等。只要他们通过一种平台，来发表自己对一些事件的看法，我们都可以把他们看作是音乐领域的草根自媒体明星。

运作简单

传统媒体动辄大手笔投入资金，然后通过层层的确和考验，再投入大量的人力物力，可能才能做起来。而自媒体就简单多了，一张桌子、一台能上网的计算机，依托一个平台，然后你就成为自媒体了。当然，最重要的是你要有坚定的信心和货真价实的能力。

传播速度快

当你有 10 万个粉丝时，写一些高质量的文章，然后得到很多粉丝的认可，这种情况下就会有很多粉丝去转载你的文章。如果有十分之一的人去转载你的文章，而这 1 万个人其又有自己的好友、朋友，他们很快就能把一个故事、一条新闻传播到互联网上，类似于“病毒性”传播。因此，相对于传统媒体，这种传播速度是相当惊人的。



懂懂的一篇日记将近有 10 万次的阅读量，而转载与分享的数量加起来也有 1000 多了

互动更方便

我们平常想与传统媒体进行互动的时候，一般是通过电话或邮件，但是这种方式互动性不是很好。现在有了自媒体以后，无论是利用微博、QQ 还是微信，一旦

有粉丝给你回复，你可以立即收到提醒，并进行回复互动。这种优势是传统媒体所无法比拟的。



在 QQ 空间别人评论的时候可以快速地回复互动

当然，任何事情可能都有两面性，下面我们就来看一看各个自媒体平台的优势及局限性，以便帮助你根据自身的实际情况，搭建适合自己的平台组合。

1.3 各种自媒体平台及优缺点

我们经常说的一句话就是“金无足赤，人无完人”，对于自媒体平台也是一样。每个自媒体平台都有自己的优点和缺点。我们应该根据自己的兴趣和擅长的方向，选择适合自己的平台。

博客

如果你想做自媒体，就必须依托于一个或多个平台，常见的自媒体平台包括：新浪博客、搜狐博客、网易博客、天涯博客、腾讯微博（也就是 QQ 空间）、百度空间、独立博客，等等。当然还有一些行业博客，比如在互联网圈里面，我经常用的还有一个 CSDN 博客。

各种博客平台都有自身的优势和局限性，如果仅仅拿博客平台进行对比的话，我

们可以把博客分成为独立博客（个人独立博客，如我的个人博客）和平台博客（如新浪博客、网易博客等）。下面我们来看看两类博客各自的优势与不足。

1. 平台博客

• 入驻简单

只需注册，就可以拥有自己的博客，而无需审核。快捷、方便、无需花钱买空间、买域名是其最大优势，也因此成为了门槛最低的自媒体平台。

• 不需要掌握网站技术

入驻平台博客的话，你无需学习任何建站技术，注册完成后立刻就能开始发布博客文章。

• 无需维护

因为平台博客是在第三方平台上进行的，你无需考虑博客的服务器安全问题，类似的问题也都有专业人员进行维护，你只需要保管好自己的博客账号密码，专注于写作即可。

• 易收录

每个平台博客在你发表文章以后，由于其平台本身权重比较高，使你的文章也更容易被搜索引擎收录。此外，如果你略懂 SEO 方面知识的话，在为内容和标题进行优化后，还能借助搜索引擎为你带来一些免费的流量。

• 容易被封

如果在平台博客上发表了违反法律法规或者敏感性的文章，一旦被投诉，你的博客就会被官方平台关闭。

• 不能投放联盟广告

第三方博客平台是不能投放联盟广告的，也就是说，平台博客比较适合做一个流量导入或一个品牌展示的入口，只能为其他平台导入流量。

2. 独立博客

自媒体人士有很多都借用了独立博客作为自己的自媒体平台，特别是一些站长，基本都拥有自己的独立博客。那么，独立博客有哪些优势和不足呢？

- **文章发布自由**

独立博客的文章发布所有权是掌握在自媒体人自己手里的。独立博客在国内是需要备案的，而使用国外的服务器则不需要备案手续。

- **利于优化**

独立博客可以拥有自主的一些网站程序和模板，可以按照自己的喜好以及符合搜索引擎的方向进行改版、优化。一般独立博客维护好以后，对于特定的关键词搜索，很容易在搜索引擎中占据比较靠前的排名。

- **可以投放联盟广告及其他商家广告**

使用独立博客是可以投放联盟广告的，比如百度联盟广告、搜狗联盟广告、淘宝联盟广告等，也可以让其他商家在自己独立博客的广告位投放广告。需要注意的是，投放联盟广告的博客是需要网站备案的。

- **需要了解网站建设相关知识**

对于使用独立博客作为自媒体的人士而言，需要你掌握一定的网站建设知识和流程。一旦独立博客出现程序以及页面布局上的小问题，最起码可以自己动手解决。

- **安全问题**

我对网站建设方面的流程算是有所了解，曾经有人就攻击过我的独立博客，然后把首页页面给换了，而我当时正在参加一个活动，也没法及时去处理。所以，这件事对我造成的影响还是非常大的。作为独立博客，一旦博客的流量足够大的时候，就面临着被其他人恶意攻击的危险。作为自媒体人，是需要经常表达自己的观点的，就算你人缘再好，也难免碰到一些蛮不讲理之人。如果你用独立博客作为自己的主要平台，一旦博客被攻击瘫痪，将会影响你的创作，甚至可能会对你

的口碑造成一定的影响。安全问题，是独立博客最大的隐患。所以，独立博客不适合没有网站建站基础的人士作为主平台使用。

专栏平台

互联网行业中的自媒体人，有相当一部分都是网站站长出身，包括我自己也是。我经常去的几个专栏有站长之家、A5、艾瑞、速途网专栏。当然，还有一些其他平台的博客。专栏相比博客，具有以下的优势和局限。您可以根据自己行业的不同，去申请适合自己的专栏。

• 流量大

一些大型网站的博客，流量是非常大的。一旦文章被推荐到专栏首页，你的专栏流量将会大幅提高，对于自己的品牌推广有着重大影响。我曾在站长之家专栏发表过一篇名为“国内搜索引擎已成三足鼎立的现状”的文章，浏览量已经达到10000多次，这对于自己的品牌宣传来说，是非常有益的。

• 权威性

如果你能在一些专栏发布文章，粉丝们就会对你形成一定的崇拜，而且大部分专栏都有一定的门槛，最起码文章质量是需要保证的。所以，能具备一个专栏作者的身份，对于塑造个人品牌方面是非常有益的。

• 门槛高

专栏需要作者有一定的写作能力，也对作者的文章质量要求比较高，所以，建议刚起步的自媒体人，先集中精力创作并发布一些高质量的文章，然后逐步尝试去申请专栏。

• 不能直接插入广告

专栏的文章一般会由人工审核，对广告审核相对比较严格，如果文章中出现很明显的广告痕迹，一般是没法通过审核的。

视频平台

常见的视频平台包括：优酷视频、土豆视频、酷六视频、腾讯视频等。各行业的自媒体人都可以利用视频平台制作一些实用教程、搞笑段子等。比如，一音乐自媒体达人可以上传原创歌曲，舞蹈自媒体达人可以上传舞蹈教程。

- **流量大**

每个视频平台的流量都是非常大的，如果你的视频因内容质量高被转发、浏览次数多的话，很容易就成为了热门视频，许多自媒体人也都因此而一炮走红，比如《小苹果》刚出来的时候，就有人录制了舞蹈教程，还有人录制了其他版本的，一不小心就在网上火了起来。

- **获得广告分成**

一些视频平台可以享受广告分成，比如优酷视频浏览量达到 100 万次以上的时候，就可以获得一定的广告收益了。

- **制作难度高**

当然，在视频平台上发布内容，需要你有很好的镜头感和视频设备，并且要掌握视频录制和后期制作方面的技能，这对于许多人来说还是比较困难的。

其他自媒体平台

其他大家所熟知的自媒体平台包括：今日头条、搜狐自媒体、网易自媒体、360 自媒体、百度百家等。其中，今日头条的优点就是相对其他自媒体平台入驻门槛较低，而且其流量也非常可观。我曾经在今日头条发表过一篇名为“致腾讯 QQ 产品负责人的一封信”，三天左右的时间，阅读量达到了 25 万次。

此外，我也注册了搜狐自媒体和网易自媒体，这两个自媒体平台的流量可能比今日头条略微少一些，当然，这也只是我的一己之见。流量的大小还与作者的写作能力和内容有关，平台都是不错的平台，就看内容组织者的能力了。