

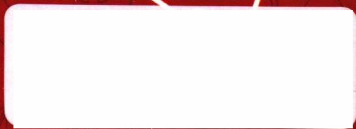
新时代
营销
新理念

10W+

新媒体文案 炼成记

爆款标题+内容创作+
广告营销+排名优化

文能载商 / 编著



清华大学出版社

新时代
营销
新理念

10W+

新媒体文案 炼成记

爆款标题+内容创作+
广告营销+排名优化

文能载商 / 编著



清华大学出版社

北京

内 容 简 介

10大新媒体文案专题课程，从爆款案例、软文形式、标题打造、内容布局、图片展示、精美排版、广告嵌入、推广发布以及排名优化等角度，帮助新手成为阅读量上十万、百万级的文案高手。

120多个纯高手干货技巧，打造新媒体文案写作与营销一体化方案，助力文案小白、传统文案创作者成功进阶、转型，锤炼字字千金之功，成为新媒体文案大师！

本书适合以下人员：从事文案策划与写作的自媒体人；从事软文营销的工作人员；从事微信营销的个体和企业；新媒体行业的运营、编辑人员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

10W+新媒体文案炼成记：爆款标题+内容创作+广告营销+排名优化 / 文能载商编著.

— 北京：清华大学出版社，2018

(新时代·营销新理念)

ISBN 978-7-302-50776-5

I. ①①… II. ①文… III. ①传播媒介—文书—写作 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第178113号

责任编辑：刘 洋

封面设计：徐 超

版式设计：方加青

责任校对：宋玉莲

责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市铭诚印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：20 字 数：347千字

版 次：2018年11月第1版 印 次：2018年11月第1次印刷

定 价：69.00元

产品编号：079837-01

写作驱动

随着互联网不断地深入人们的生活，“新媒体”一词也开始出现在人们的视野之中。而在新媒体平台上占据一席之地的新媒体文案，也以移动客户端为依托，发挥着自己巨大的影响力与价值。

特别是那些阅读量超过 10 万（业界一般称为 10W+，故本书按业界习惯来表示）的新媒体文案，一次又一次引爆了人们的眼球，而通过撰写爆款文案成功盈利的新媒体和自媒体人也不在少数。那么，笔者为什么要为大家呈现这本书呢？本书产生的背景，也正是市场的需求，有以下三点。

一是内容电商的崛起：以逻辑思维为代表的 content 电商，在 2017 年利润过亿，拟于 2018 年申请 A 股 IPO，让知识付费开启上市之路。而得到 APP 中的专栏作家，年薪十万、百万、千万元的文字作家不计其数，如李笑来、李翔等。

二是写作时代的来临：头条号、公众号等新媒体平台的兴盛，让写作迎来了全新的春天，文案写作蓬勃生长，以咪蒙为例，每天一条的写作，坐拥 1000 多万的粉丝，赢利上千万元。周冲的影像声色公众号，以写文章为主，每年接的广告收入数百万；公众号 Spenser 开设写作课，每次课程也有上百万元收入。

三是文字价值的惊艳：从爆文到爆款，文字的价值已不仅仅是记录，还有了互联网时代最为宝贵的功能之一——连接，文字的一边连接着读者的喜

爱，另一边连着企业的目标，文字成了一桥座，商业变现之桥，如“小小包麻麻”通过多款阅读量 10 万多的爆文，实现爆款营销 3000 万元。

文案写作成了各大新媒体平台的主要呈现方式，但图书市场的文案图书，也数不胜数，竞争激烈，如何再策划一本书，杀出红海，赢得广大头条号、公众号文案写手的青睐？

经过笔者长时间的调研和思量，借用中国一句大道至简的话，来破冰策划：天下大事，必做于细，做于专。

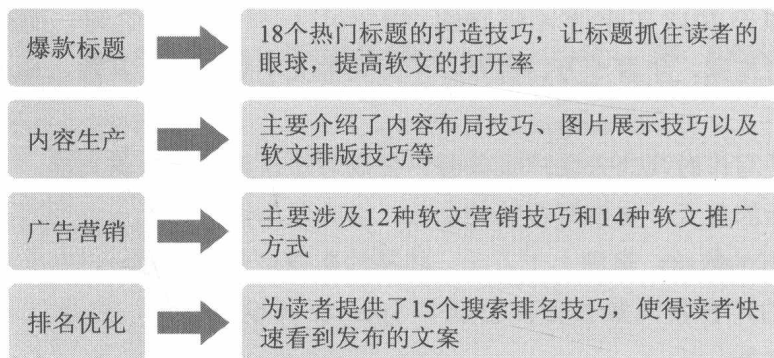
一是做细：从文案写作更加细致和细分的角度，精选四个点切入“爆款标题 + 内容生产 + 广告营销 + 排名优化”，差异化和优化同类图书，特意策划了《10W+ 新媒体文案炼成记：爆款标题 + 内容创作 + 广告营销 + 排名优化》这本书。

二是做专：专注、专门精选市场上对文案写作需求量大的五大领域和平台：微信、微商、电商、APP、头条号，进行文案深度写作实战，特意策划了配套的《10W+ 新媒体文案炼成记：微信、微商、电商、APP、头条号软文实战》。

两本书不同的产品定位，一个偏细、一个偏专，一个偏技巧、一个偏案例，互补互成。

📖 本书内容

本书主要分为四大模块，每个模块的内容各司其职，不仅是重点，同时还是亮点，具体内容如图所示。



本书的四大模块内容

本书特色

一本书要想吸引住读者的眼光，必定要有它的过人之处，特色亮点是一本书的灵魂所在，而本书的特色则有以下四点。

(1) 分板块：将内容分为四大板块，即爆款标题、内容生产、广告营销以及排名优化，条理清晰、层次井然。

(2) 垂直化：本书从文案编写的标题、内容、图片、版式、营销、推广以及排名优化方面一站式进行全面、深入的讲解，让读者一看就懂，一目了然。

(3) 详细化：内容涉及打造爆款文案的方方面面，比如写作技巧、内容布局方法、软文形式、配图秘籍、排版诀窍、营销窍门以及推广的不同平台等。

(4) 重变现：全书用了三个章节专门讲解如何利用软文营销、如何推广软文以及如何提升软文的搜索排名等，为大家提供了文案变现的思路。

读者反馈

本书由文能载商编著，参与编写的人员还有罗嘉蕾、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力建、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等人。由于编者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

目录 ▶ Contents

第1章

这10个案例先行，学习百万级阅读量 文案的写作技巧

- 001** 收获感动：《谢谢你爱我》，阅读量 5000W+ / 3
- 002** 以“爱”之名：《我如此爱你，我怎能放弃……》，
阅读量 4000W+ / 7
- 003** 引发共鸣：《如何假装成一个好妈妈？》，阅读量 1400W+ / 10
- 004** 创意解析：《感恩节，杜蕾斯一口气“调戏”了13个品牌》，
阅读量 900W+ / 15
- 005** 击中痛点：《我那些从不埋单的公务员同学》，阅读量 800W+ / 19
- 006** 趣味热点：《第一批“90后”已经出家了》，阅读量 630W+ / 22
- 007** 图文并茂：《百雀羚神广告又来了》，阅读量 400W+ / 26
- 008** 漫画问答：《他们谈爱时不讲道理》，阅读量 400W+ / 28
- 009** 制造冲突：《共享单车，真的是一面很好的国人“照妖镜”》，
阅读量 330W+ / 30
- 010** 悬念设置：《登上珠峰，你究竟会看到什么？》，阅读量 300W+ / 33

第2章

这10招写作技巧，是你十万级阅读量 文案梦想起飞的翅膀

- 011 市场调研：写软文前先做好市场调研 / 39
- 012 内容定位：做好平台、用户以及内容的定位 / 42
- 013 软文痛点：软文需要戳中用户“痛点” / 45
- 014 软文场景：软文需要“情景”+“场景” / 47
- 015 读者第一：写软文时将读者放在第一位 / 48
- 016 时事热点：软文内容要跟紧时事要点热点 / 50
- 017 网络用语：学会使用新媒体的文字 / 51
- 018 引起共鸣：激发人的感情思维 / 52
- 019 软文价值：软文必须具有一定的价值性 / 54
- 020 小而精美：软文的整体篇幅需要小而美 / 55

第3章

这10个软文形式，揭秘了10W+阅读量 文案的逻辑秘密

- 021 创意式软文：利用热点事件进行创意思维 / 61
- 022 促销式软文：一种非常直白的推广方法 / 64
- 023 悬念式软文：设置悬念来持续吸引受众关注 / 66
- 024 广告式软文：引导消费群体购买产品 / 68
- 025 新闻式软文：通过媒体的口吻撰写文章 / 71
- 026 故事式软文：贴合读者内心最柔软的部分 / 73

- 027 病毒式软文：传播速度与病毒类似 / 75
- 028 情感式软文：动之以情，以情动人 / 77
- 029 反情感式软文：以恐吓形式引起消费者注意 / 79
- 030 逆思维式软文：要敢于“反其道而思之” / 80

第4章

这18个标题技巧，决定了你文章的 点击率

- 031 福利式标题：让用户有赚便宜的感觉 / 85
- 032 数字式标题：数字能与人们产生心灵的碰撞 / 86
- 033 趣味性标题：营造一个愉悦的阅读氛围 / 88
- 034 速成型标题：可以快速学会某项技能 / 90
- 035 悬念式标题：引起读者的强烈好奇心理 / 91
- 036 警告式标题：一种有力量且严肃的标题 / 93
- 037 负面体标题：引发读者想要一窥究竟的欲望 / 95
- 038 专业性标题：传递一种专业价值 / 97
- 039 急迫感标题：让读者加快阅读文章的速度 / 98
- 040 借势型标题：借助最新的热门事件 / 99
- 041 新闻式标题：一针见血，具有权威性 / 101
- 042 独家性标题：体现一种独有的珍贵资源 / 102
- 043 励志式标题：讲述自己成功背后的辛酸 / 104
- 044 经验式标题：吸取某一方面的经验和总结 / 106
- 045 提示式标题：暗示读者去做或去思考某些事情 / 107

- 046 观点式标题：以表达观点为核心的一种标题形式 / 109
- 047 建议式标题：以传递知识为噱头，吸引注意力 / 110
- 048 揭露真相式标题：抓住人们的好奇心跟八卦心理 / 112

第5章

这13招内容布局，决定了你文章的 点赞率

- 049 文字式：内容都是用纯文字描述 / 117
- 050 图片式：正文内容都是以图片表达 / 118
- 051 图文结合式：图片跟文字相结合的形式 / 120
- 052 视频式：将要宣传的卖点拍摄成视频 / 122
- 053 综合混搭式：集几种形式的特色于一身 / 124
- 054 文章开头：软文开头的写作方法 / 129
- 055 文章结尾：软文结尾的写作方法 / 132
- 056 语言风格：选择适合的语言风格 / 137
- 057 摘要信息：文章摘要也能吸引粉丝 / 138
- 058 文章干货：给出有价值的内容 / 140
- 059 投票活动：让读者有参与感 / 141
- 060 推送时间：固定每天的推送时间，让用户准时看 / 143
- 061 文章预览：群发前一定要进行预览，力求完美呈现 / 144

第6章

这12招配图秘籍，提升了10W+阅读量 文案的阅读体验

- 062** 品牌头像：最佳广告位要用好 / 151
- 063** 软文主图：选择合适的封面图片 / 155
- 064** 软文侧图：选择有吸引力的侧图 / 158
- 065** 图片颜色：选择合适的图片颜色搭配 / 161
- 066** 图片尺寸：合适的尺寸让图片高清显示 / 163
- 067** 图片数量：根据内容决定排单图还是多图 / 166
- 068** 精修图片：软文图片的美化处理 / 168
- 069** 图片容量：容量小的图片才能打开快 / 172
- 070** 动图特效：GIF 更有动感效果 / 173
- 071** 长图文效果：能带来更大的冲击力 / 176
- 072** 水印图片：给图片加上一个专属标签 / 178
- 073** 二维码图片：打造与众不同的二维码样式 / 182

第7章

这9招精美排版，决定了你文章的 转发率

- 074** 栏目分类：栏目设置要符合视觉习惯 / 187
- 075** 界面功能：功能使用要方便用户操作 / 189
- 076** 项目设置：要利用内容安排吸粉引流 / 190
- 077** 开头设计：排版开头要有引入感 / 192

- 078 字体设计：正文字体要突出设置 / 194
- 079 字号设计：文中排版的字体不要过大 / 196
- 080 排版设计：整体风格要带给读者视觉享受 / 198
- 081 软文结尾：添加引导关注字样 / 202
- 082 排版神器：多种工具满足不同需求 / 205

第8章

这12个营销技巧，是10W+阅读量软文 写作高手不愿告诉你的

- 083 对比产品：与竞争对手同类产品进行对比 / 215
- 084 利用连载：利用连载类专题安排软文内容 / 216
- 085 强调利益：激发客户的购买欲 / 218
- 086 制造稀缺性：让客户有紧迫感 / 220
- 087 节日气氛：节日意味着“团聚”和“优惠” / 222
- 088 利用权威：容易获得消费者认可做出口碑 / 225
- 089 利用亲情诱导：引起消费者的亲情共鸣 / 227
- 090 制造热卖情景：营造出产品热销的感觉 / 230
- 091 揭开面纱：容易产生强大的点击率 / 231
- 092 借明星之势：容易引起粉丝们的强烈关注 / 233
- 093 巧妙晒单：激发客户心动最强的手段 / 235
- 094 晒好评：让事实说话，最有价值的广告 / 238

第9章

这14种推广方式，为10W+阅读量软文 架设亿量级引流渠道

- 095 头条号推广：抓住关键词进行热点推广 / 243
- 096 APP 推广：借助亿级流量提升软文阅读量 / 245
- 097 朋友圈推广：获取人流量，提高产品曝光率 / 247
- 098 公众平台推广：打造更具影响力的品牌形象 / 249
- 099 微信群推广：最精准的社群营销渠道 / 252
- 100 QQ 群推广：积极混群将软文靠紧需求 / 254
- 101 微博推广：微博是热门话题的聚集地 / 256
- 102 学会 @ 推广：借助公众人物的粉丝扩大影响力 / 257
- 103 百度推广：通过百度竞价来做软文营销 / 259
- 104 贴吧推广：发帖、顶帖、互动的营销方式 / 261
- 105 论坛推广：利用高人气的论坛炒帖吸引人气 / 264
- 106 视频推广：营销效果堪比 100 个销售员 / 266
- 107 直播推广：前卫、与众不同的营销方式 / 268
- 108 H5 推广：显著提升移动软文广告效果 / 271

第10章

这15招优化搜索，让你10W+阅读量软文 排名靠前受读者追读

- 109 百度指数：研究关键词的技巧 / 275
- 110 网络关键词：网络中的关键词设置技巧 / 276

- 111 软文关键词：软文中的关键词设置技巧 / 279
- 112 用户角度：从用户角度换位思考关键词 / 281
- 113 对手角度：从对手角度换位思考关键词 / 282
- 114 时尚热点：用八卦新闻做关键词 / 284
- 115 预测关键词：两招学会预测关键词 / 286
- 116 设置关键词：推送信息标题含有关键词 / 288
- 117 账号认证：通过认证的会优先排在前面 / 290
- 118 互动技巧：粉丝互动频率越高排名越靠前 / 291
- 119 服务号应用：服务号信息能直接抵达用户列表 / 294
- 120 内容有料：推送的内容影响阅读量和分享率 / 295
- 121 排名优化：让排名明显改观的优化技巧 / 298
- 122 搜索优化：通过符号优化关键词搜索 / 300
- 123 应对技巧：关键词排名下降如何应对 / 303



| 第1章 |

**这10个案例先行，学习百万级
阅读量文案的写作技巧**

学前提示

人人都在谈爆款，爆款文案也是朋友圈乃至各大新媒体平台备受瞩目的产品，为什么他们能写出百万级阅读量的文案呢？这些百万级阅读量的爆款文案又有哪些过人之处呢？本章要讲述的就是这些席卷新媒体平台的爆款文案究竟是如何吸引读者眼球的。

要点展示

- 001 收获感动：《谢谢你爱我》，阅读量 5000W+
- 002 以“爱”之名：《我如此爱你，我怎能放弃……》，阅读量 4000W+
- 003 引发共鸣：《如何假装成一个好妈妈？》，阅读量 1400W+
- 004 创意解析：《感恩节，杜蕾斯一口气“调戏”了 13 个品牌》，阅读量 900W+
- 005 击中痛点：《我那些从不埋单的公务员同学》，阅读量 800W+
- 006 趣味热点：《第一批“90 后”已经出家了》，阅读量 630W+
- 007 图文并茂：《百雀羚神广告又来了》，阅读量 400W+
- 008 漫画问答：《他们谈爱时不讲道理》，阅读量 400W+
- 009 制造冲突：《共享单车，真的是一面很好的国人“照妖镜”》，阅读量 330W+
- 010 悬念设置：《登上珠峰，你究竟会看到什么？》，阅读量 300W+

001

收获感动：《谢谢你爱我》，阅读量5000W+

很多做自媒体的人，或多或少都会产生这样一些疑问：“为什么我辛辛苦苦写的原创文章，没有人关注？为什么我坚持每天发文，粉丝数还是停留在两位数？为什么别人轻轻松松就能获得百万的阅读量，一篇文章吸粉无数？”

昼夜不停、伏案疾书，阅读量和粉丝数量还是少得可怜，那么，我们在打造文案的时候，究竟应该怎么做，才能吸引读者的注意力，让他们毫不犹豫地转发、点赞呢？我认为最为重要的是抓住用户的需求，如“感动”。

案例展示

以微信公众号“视觉志”于2017年9月14日推出的《谢谢你爱我》为例，如图1-1所示，为文案的部分内容。这篇文案一出，立马就引发了病毒式的传播，在朋友圈形成了席卷之势，一时之间风靡各大新媒体平台，引起了广泛的注意。



图 1-1 《谢谢你爱我》的内容展示