

人气头条

自媒体的精准定位与内容运营

刘仕杰 —— 著

保姆式的教科书
专家级的演练场

独到的理论知识
丰富的实战技巧
生动的经典案例

自媒体时代御风而临
如何在这“热锅”中分一杯羹？

无论你是
初出茅庐的**新人**
还是久经沙场的**老手**
都助你的自媒体之路走得
更远、更有底气！

环环相扣 步步为营
如何精准定位 一针见血？
如何运营内容 一击即中？
教你找到自媒体的“门道”！



内容创意与写作
Creative Writing

人气头条

自媒体的精准定位与内容运营

刘仕杰 —— 著



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

人气头条：自媒体的精准定位与内容运营 / 刘仕杰著. -- 武汉：华中科技大学出版社，2019.1

(内容创意与写作)

ISBN 978-7-5680-4849-1

I. ①人… II. ①刘… III. ①传播媒介-网络营销 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第294962号

人气头条：自媒体的精准定位与内容运营

刘仕杰 著

Renqi Toutiao: Zimeiti de Jingzhun Dingwei yu Neirong Yunying

策划编辑：刘晚成

责任编辑：黄 验

责任校对：阮 敏

责任监印：朱 玢

装帧设计：璞茜设计

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

电话：（027）81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编：430223

印 刷：湖北新华印务有限公司

开 本：710mm × 1000mm 1/16

印 张：17

字 数：270千字

版 次：2019年1月第1版第1次印刷

定 价：49.80元



本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究



前言

古人云“浩浩乎如冯虚御风，而不知其所止”，这句话形容的是江面宽广，行驶的小船就好似“凌空乘风而行，不知何时才会停止”。现如今，随着互联网技术和智能手机的飞速发展，一股强劲的新浪潮正“御风而临”，席卷整个社会，这便是自媒体。互联网时代的自媒体有着积极的、巨大的潜在能量以及无限的可能性，互联网人、媒体人、创意人、企业家、写作者……无不跃跃欲试，以求从自媒体的“热锅”中分“一杯羹”。君不见，传统媒体人王凯、李德林等纷纷出走，转战自媒体；三、四线城市的年轻人，拿起手机，通过自媒体找到了一个很好的赚钱方式；更有像罗振宇、黄刚这样的人，通过自媒体形成了自己的品牌，培养了一批忠实粉丝。因此，我们说这是自媒体的时代，更是内容经济的时代，一个电脑、一部手机就可以创造无限商机。

自媒体的出现不仅改变了人们的社交方式，更改变了人们获取信息、传播信息甚至制造信息的方式以及效果。论坛社区、QQ空间、微博、微信、微淘以及头条新闻、网易、新浪等自媒体门户的出现，使信息、内容渐渐转变为一种财富，而内容创业也进入了“红利”时代。然而，伴随着无处不在的信息、数据以及随时随地增加的内容，自媒体内容创业的竞争也逐渐加剧，要想在海量的信息与内容中拔得头筹，成为“人气头条”，自然需要仔细“谋划”。此次，刘仕杰总结诸多奋斗在一线的自媒体人的创作经验，编写这本书，就是希望能为更多的自媒体人提供写作“人气头条”的技巧与招数，以提升自己的价

值，让自己在信息的海洋中站稳脚跟。

对于一个自媒体来说，“粉丝是宝”，粉丝与人气代表着一个自媒体的商业价值与潜在力量，一个自媒体能持续吸引粉丝，它就能源源不断地获取经济收入。一旦你的自媒体有了固定的粉丝群体，逐步发展为一个品牌，那很自然地你就可以把自媒体当作自己的一个职业、一种谋生之道。而在这个海量信息的时代，“精准定位”与“内容运营”无疑是一个自媒体吸引粉丝、培养人气的重要砝码。本书以自媒体的“精准定位”与“内容运营”为切入点，着重探讨打造自媒体“人气头条”的制胜攻略。本书还将告诉你成为自媒体达人的独门秘籍，让你在自媒体的丛林中任意穿行。

对于一个自媒体来说，定位是起点，内容是核心，平台则是后盾。本书不仅从粉丝、话题、内容等角度探讨了自媒体的精准定位以及内容要素，还从推广渠道切入，详细分析了QQ、微博、微信等各种自媒体平台的运营方略。无论是老当益壮的论坛社区、余韵难消的QQ平台、声名显赫的微博平台，还是风生水起的微信平台、蔚然成风的自媒体门户，再或者是初出茅庐的微淘，都是自媒体运营的强大后盾。本书将会告诉你不同平台的“门道”，让你的自媒体推广有道。对于自媒体创作来说，不仅要有理论性的知识，更要有实战性的演练与案例。本书是一本实战性的指导书籍，无论你是初出茅庐的新人还是久经沙场的老手，都可以从中得到启示。这里不仅有见解独到的理论知识，更有生动丰富的实战演练与经典案例，兼具可读性与可操作性。本书将会手把手地教你快速了解自媒体，并且玩转自媒体，让你变成一名真正的自媒体达人。

世界上没有一条路是重复的，自媒体写作的方式也不是一成不变的。每个人都可以有自己的个性化创造。但发挥个性也要有底气，否则你的自媒体就会变成空中楼阁，在不经意之间轰然倒塌。编写本书就是为了给大家提供自媒体写作的基本准则与范式，让大家的自媒体之路走得更远、更有底气！

01

第一章

自媒体时代： 人人都是创作者

| | |
|--------------------------|------------|
| 1.1 御风而临的自媒体时代 | 003 |
| 1.1.1 移动互联，让写作“飞入寻常百姓家” | 003 |
| 1.1.2 智能手机，让阅读“变得触手可及” | 006 |
| 1.2 成为生活时尚的自媒体 | 009 |
| 1.2.1 自媒体的“自”特质 | 009 |
| 1.2.2 自媒体的“自”优势 | 011 |
| 1.2.3 自媒体的“自”传播 | 014 |
| 1.2.4 自媒体的“自”创作 | 017 |
| 1.3 自媒体时代，要的就是个性化 | 021 |
| 1.3.1 不破不立，不换思想就换人 | 021 |
| 1.3.2 搞清定位，唤醒“真爱粉” | 024 |
| 1.3.3 坚持自我，不受利益驱动 | 026 |
| 1.3.4 包装自己，彰显个人魅力 | 029 |
| 1.4 自媒体时代，怕的就是跟风 | 032 |
| 1.4.1 单纯地积攒粉丝 | 032 |
| 1.4.2 使用单一自媒体 | 034 |
| 1.4.3 内容过于同质化 | 036 |
| 1.4.4 太过看重转发次数 | 039 |

02

第二章

自媒体创作之 粉丝是宝

| | |
|--------------------------|------------|
| 2.1 一个粉丝就是一个推销员 | 043 |
| 2.1.1 用奖品引诱粉丝 | 043 |
| 2.1.2 用服务捕获粉丝 | 045 |
| 2.1.3 用活动积累粉丝 | 048 |
| 2.1.4 用互动留住粉丝 | 050 |
| 2.2 粉丝的口碑就是最好的广告 | 054 |
| 2.2.1 抓住粉丝的痛点 | 054 |
| 2.2.2 满足粉丝的需要 | 057 |
| 2.2.3 答复粉丝的质疑 | 059 |
| 2.2.4 提倡粉丝分享 | 062 |
| 2.3 粉丝的时间就是你的商机 | 065 |
| 2.3.1 见缝插针，占据粉丝的碎片化时间 | 065 |
| 2.3.2 推陈出新，把“老扫帚”换成“吸尘器” | 068 |
| 2.3.3 重点捞鱼，实现粉丝的转化率 | 070 |

03

第三章

自媒体创作之
话题为先

| | |
|------------------------|-----|
| 3.1 捆绑热点话题，借势引爆 | 075 |
| 3.1.1 新闻策：紧跟时事热点 | 075 |
| 3.1.2 明星策：依托明星人气 | 078 |
| 3.1.3 体育策：借助体育活动 | 081 |
| 3.1.4 公益策：拉手公益吸睛 | 084 |
| 3.2 制造热点话题，病毒传播 | 088 |
| 3.2.1 游戏策：用游戏带关注 | 088 |
| 3.2.2 概念策：用概念造声势 | 090 |
| 3.2.3 情感策：用情感递温暖 | 092 |
| 3.2.4 悬念策：用悬念引围观 | 095 |
| 3.3 噱头要足，引人注目 | 098 |
| 3.3.1 舆论策：主动出击，抢占舆论高地 | 098 |
| 3.3.2 观点策：抓住要害，用观点引人入彀 | 100 |
| 3.3.3 争议策：小题大做，用争议引发关注 | 102 |

04

第四章

自媒体创作之
内容为王

| | |
|-------------------|-----|
| 4.1 内容要吸引读者 | 107 |
| 4.1.1 有价值，才会有市场 | 107 |
| 4.1.2 有笑料，才会有流量 | 110 |
| 4.1.3 有噱头，才会有看头 | 112 |
| 4.1.4 够新鲜，才会有人点赞 | 114 |
| 4.1.5 够真实，才会有人信服 | 117 |
| 4.1.6 够分量，才会有人买单 | 119 |
| 4.2 内容要适当修饰 | 122 |
| 4.2.1 分段：让文字条理清晰 | 122 |
| 4.2.2 字体：让文字美观大方 | 126 |
| 4.2.3 留白：让文章意味无穷 | 128 |
| 4.2.4 小标题：让文章层次分明 | 129 |
| 4.3 内容要花样百出 | 131 |
| 4.3.1 文字要触动人 | 131 |
| 4.3.2 图片要愉悦人 | 133 |
| 4.3.3 音频要悦耳动人 | 135 |
| 4.3.4 视频要真挚感人 | 138 |

05

第五章

自媒体创作之 推广有道

| | |
|-------------------|-----|
| 5.1 老当益壮的论坛社区 | 143 |
| 5.1.1 让意见领袖引爆你的主题 | 143 |
| 5.1.2 不要忽视论坛个性签名 | 147 |
| 5.2 余韵难消的QQ平台 | 151 |
| 5.2.1 肥沃土地——QQ空间 | 151 |
| 5.2.2 传播圣地——QQ群 | 154 |
| 5.3 声名显赫的微博平台 | 157 |
| 5.3.1 微博的热门话题 | 157 |
| 5.3.2 微博的明星效应 | 160 |
| 5.3.3 微博的粉丝优势 | 162 |
| 5.4 风生水起的微信平台 | 165 |
| 5.4.1 一呼百应的微信公众号 | 165 |
| 5.4.2 “越滚越大”的朋友圈 | 170 |
| 5.4.3 微信二维码的秘密 | 172 |
| 5.5 蔚然成风的自媒体门户 | 174 |
| 5.5.1 追踪热点的头条新闻 | 174 |
| 5.5.2 酷爱奇谈的网易门户 | 177 |
| 5.5.3 偏爱资讯的新浪门户 | 179 |
| 5.6 初出茅庐的微淘 | 182 |
| 5.6.1 价格促销的阵地 | 182 |
| 5.6.2 买家卖家的江湖 | 183 |

06

第六章

自媒体创作之 实战演练

| | |
|--------------------|-----|
| 6.1 种草文的神级套路 | 189 |
| 6.1.1 趁热推出产品卖点 | 189 |
| 6.1.2 把产品放到使用场景里 | 191 |
| 6.1.3 有故事的产品才能引发关注 | 193 |
| 6.1.4 真实的书写才可以赢得信任 | 195 |
| 6.2 H5文案的黄金法则 | 198 |
| 6.2.1 主题要明确 | 198 |
| 6.2.2 标题要亮眼 | 200 |
| 6.2.3 内容要连贯 | 202 |
| 6.2.4 外貌要美观 | 204 |

| | |
|-----------------|-----|
| 6.3 微信爆文的成功心法 | 206 |
| 6.3.1 铸造社交货币 | 206 |
| 6.3.2 巧用热点信息 | 208 |
| 6.3.3 调动用户情绪 | 210 |
| 6.3.4 提供实用干货 | 212 |
| 6.4 头条热文的金科玉律 | 214 |
| 6.4.1 争头条，唯快不破 | 214 |
| 6.4.2 蹭热点，以新出彩 | 216 |
| 6.4.3 夺流量，靠质取胜 | 218 |
| 6.5 网络红帖的终极秘诀 | 220 |
| 6.5.1 建立好奇心的缺口 | 220 |
| 6.5.2 创意是第一生产力 | 222 |
| 6.5.3 无用信息不可发 | 224 |
| 6.5.4 亮出独一无二的观点 | 226 |

07

第七章

自媒体创作之 经典案例

| | |
|-----------------------|-----|
| 7.1 小米：巧借粉丝，一飞冲天 | 231 |
| 7.1.1 用活动激发粉丝热情 | 232 |
| 7.1.2 用真诚打开用户心扉 | 235 |
| 7.2 逻辑思维：以内容取胜的自媒体 | 238 |
| 7.2.1 “有种、有料、有趣” | 238 |
| 7.2.2 “死磕自己，愉悦大家” | 242 |
| 7.3 罗严肃：以话题引爆的公众号 | 245 |
| 7.3.1 捆绑娱乐八卦，即刻引爆 | 245 |
| 7.3.2 立足争议话题，引人注目 | 248 |
| 7.4 “黄刚”：从“玩微博”到“变现” | 252 |
| 7.4.1 煲好“粉丝粥” | 252 |
| 7.4.2 玩转“人脉圈” | 255 |
| 7.5 《一步之遥》H5文案：评什么爱姜文 | 259 |
| 7.5.1 从核心概念出发 | 259 |
| 7.5.2 靠情怀取胜 | 262 |

01

第一章

自媒体时代：人人都是创作者

所谓自媒体，顾名思义，其实就是每个人自己的媒体。它颠覆了传统媒体垄断新闻资源的局面，让每一个人都能成为记者；它打破了传统的写作方式与阅读模式，让每一个人都成为潜在的创作者。自媒体时代，人人皆媒体，人人皆记者，人人皆创作者。无论你是谁，只要你有心，就可以在自媒体的丛林中，打造出属于自己的品牌。自媒体的世界已经打开，创作的钥匙在每一个人的手中，一个优秀的自媒体人要学会运用这把钥匙，创造属于自己的靓丽风景线。

随着移动互联网技术与智能手机的发展，自媒体时代御风而临，自媒体已然成了新的生活时尚。自媒体时代的写作，不需要花费大量的人力、财力、物力，只要一部手机、一台计算机，你的文字就可以被全世界的人看到。自媒体时代，人人都是创作者，但要成为一名优秀的自媒体创作者并非易事，优秀的自媒体创作者不会人云亦云、毫无主见，沦为随波逐流的“跟风狗”，而应坚持自我，走出风格、走出个性化！

1.1 御风而临的自媒体时代

古人云“夫列子御风而行”，不知何时，一场翻天覆地的信息革命正在悄然改变人们的生活，自媒体时代也因此御风而临，无声无息却又势不可挡。自媒体时代的大门好像一夜之间被开启了，自媒体技术的出现让人们的生活发生了巨大的改变。移动互联网让写作飞入“寻常百姓家”，智能手机则让阅读“变得触手可及”。御风而临的自媒体时代，不仅是微博、微信的天下，更是我们每一个人的创作园地。

1.1.1 移动互联，让写作“飞入寻常百姓家”

如今，处于移动互联网技术高度发展的今天，自媒体俨然已经成为我们生命中不可分割的一部分，具有无穷的威力。简单地说，移动技术和互联网技术连接了全世界，全世界各个角落的人都可以在网络这一平台上零距离接触、零距离交流。高高在上的写作也走下了神坛，“飞入寻常百姓家”，人人都可以写作，每个人都可以通过自媒体写作来张扬个性、表现自我。

1. 低门槛、易操作的写作

随着移动互联网技术的发展，论坛、QQ、微博、微信等自媒体平台应运而生，

这些平台的门槛低,操作也非常简单,以这些自媒体平台为基础产生的自媒体写作,也属于一种低门槛、易操作的写作。

在过去,人们获知信息的途径基本上是广播、电视、报纸和杂志这些传统的媒体形式,而人们发表作品也往往依赖于报纸副刊、杂志、书籍等传统的平台。这些媒体平台的运作往往牵涉大量的人力、物力,更主要的是要建立这样一个媒体平台,还需要国家相关部门的层层审批,其准入门槛非常高。另外,由于纸质版面有限,它出版的内容十分有限,所以对文章的要求也是非常的高,一般人投稿都如同石沉大海。长久以来,一批又一批热爱创作的人总因自己的文字久久无法付梓,而不得不改变自己的初衷。

现如今,随着移动互联网技术的发展,人们可以随时随地了解世界各地发生的事件、感受各地的风土人情、了解各种思想情趣……人们也可以随时随地将自己的所思所想传达给全世界。也就是说,以往由官方掌控的写作发表平台,走向了民间,没有任何创作经验的普通大众也可以成为创作者,也可以轻而易举地发表自己的文章。

例如,基于移动互联网技术的简书就是一个低门槛、易操作的创作社区,它没有过多的限制与约束,只要注册成功,几乎每个人都可以在这个自媒体平台上进行创作。截止到2017年4月,简书日活跃用户数量已经突破230万,累计文章1000万篇,日均新增文章则达到了4万余篇,许多人都通过简书这一平台实现了自己的写作梦想,并取得了不小的成就。

2. 张扬个性、表现自我的写作

移动互联网技术的发展让用户从信息获得者变成了信息贡献者,这降低了写作的门槛,同时也产生了海量的文字信息。要想让自己的文章在信息的海洋中站稳脚跟,就一定要张扬个性、表现自我。

传统的写作大多是“时代的传声筒”,虽然各具特色,但与自媒体写作相比,个性方面还是稍逊一筹。在自媒体时代,人人都是创作者,只有那些张扬个性的文章才能真正赢得人们的关注。人是一种好奇心极强的动物,因为好奇,才会去

关注，而万事万物只有具有个性才能吸引人。网络上的文章如此之多，很多文章虽然发表出去了，依然是石沉大海、毫无回音，因为人们对那些人云亦云、随波逐流的文章并没有任何兴趣。因此，真正优秀的自媒体写作必然是能够张扬个性的写作。

另外，与传统写作相比，自媒体写作更便于表现自我。传统的写作发表平台审查严格，文章稍有越界，就会被退回。而互联网技术的发展，在很大程度上打破了这种人为的屏障，自媒体写作者可以更为自由地表达自我。只要你想，你就可以成为自媒体的主人，可以随心所欲地发布自己想要发布的内容，这些内容可以是对生活琐事的记录、关于人生的感悟，也可以是对时事政治的观察评论，再或者是对专业学问的探索与思考等。只要你的文章有人看，你的文章便具有了表现自我的价值。

例如前央视主持人王凯运作的公众号“凯叔讲故事”就极具个性化，吸引了大批粉丝。王凯是前中央电视台主持人，擅长以个人风格评述新闻。他在给女儿讲故事时，突然想到不如把这些故事放到微博上和更多人分享，因此大受欢迎。王凯对自媒体也有着独到的理解，他认为“自媒体，首先是‘自己’，然后是‘自由’，然后是‘自在’”。目前，“凯叔讲故事”微信阅读量每月超千万次，已经成为孩子的故事大全、父母的育儿宝典。在信息的海洋中，“凯叔讲故事”这一公众号成功地站稳了脚跟，而这正是源于其个性化、自我化。

移动互联网技术的发展改变了世界，改变了人们的世界观、人生观，对人们的生活和工作产生了巨大的影响。它瓦解了空间，拉近了人与人之间的距离，也让写作“飞入寻常百姓家”，每个人都是自媒体的主人，也都是潜在的创作者。

● 链 接 ●

移动互联网技术让写作“飞入寻常百姓家”，每个人只要申请一个自媒体平台的账号，就可以成为自媒体人。然而，从现实效果来讲，真正的自媒体人都是在读者中有影响力、拥有上百万粉丝的人。这也就是说，自媒体写作虽然门槛低，但要求并不低，是一门需要认真学习、仔细研究的功课。

1.1.2 智能手机，让阅读“变得触手可及”

如果说移动互联网技术的发展改变了人们的写作方式，智能手机的出现则在很大程度上改变了人们的阅读习惯。在智能手机出现之前，手机只是一个打电话、收发短信，便于人们联系的工具。如今，手机的功能越来越强大，微博、微信、QQ 等多种多样的自媒体平台出现在智能手机上，阅读“变得触手可及”，人们的阅读方式与阅读习惯也发生了巨大的变化。

1. 智能手机滋养了“碎片化阅读”

随着智能手机的普及以及自媒体平台在智能手机上的优化组合，手机上的内容变得更加多姿多彩。相比传统的书本来说，智能手机让阅读“变得触手可及”，人们可以随时随地阅读，而这也某种程度上颠覆了传统的阅读习惯，滋养了“碎片化阅读”。

所谓“碎片化阅读”，实际上就是人们利用碎片化时间所进行的阅读，这种阅读往往是断断续续的、不完整的。其最大优势在于人们随时随地可以拿出手机等电子产品进行阅读。阅读的范围非常广，可以是段子、笑话，也可以是简短的文章或者有趣的网络小说……调查显示，目前中国使用智能手机阅读的用户数量已经达到了 2.42 亿人，“碎片化阅读”已经成为当下国人阅读的新常态，网络上的信息如此之多，似乎一切信息、知识都唾手可得，阅读也显得更为轻松和容易。

很长一段时间内，人们并不认可“碎片化阅读”，批评“碎片化阅读”的声音不绝于耳，有人说这种阅读导致人们缺少思考、浅阅读盛行，有人则说这种阅读背离了阅读规律……但我们不得不承认，随着生活节奏的加快与智能手机的普及，“碎片化阅读”已经成为一种不可逆转的趋势。自媒体人更应利用好这千载难逢的机会，创作出适合“碎片化阅读”的内容。事实上，很多自媒体人都利用这一机遇，成了“碎片化阅读”的“宠儿”。

例如“天才小熊猫”创作的段子广告，成功赢得了诸多用户的青睐。虽然人

们都知道他的段子只是表象，背后的广告才是实质，但还是争先恐后地抢着看。这是因为天才小熊猫很好地抓住了“碎片化阅读”模式下读者的心理特点，善于用“段子+故事”的模式、网络化的语言来吸引读者。其段子式的广告有效摆脱了传统软文生涩的说教模式，让很多读者看得很尽兴，求着天才小熊猫加快广告更新的速度。

2. 智能手机造就了“个性化阅读”

在现代生活中，几乎每个人都有一部智能手机，人们可以自由地下载 APP，选择自己喜欢的自媒体平台，阅读自己喜欢的内容。从这一角度讲，智能手机还进一步造就了“个性化阅读”，满足了不同人的不同需求。

随着现代生活节奏的加快与生活压力的增加，现代人对速度与效率的要求越来越高，在阅读上也是如此。人们往往喜欢阅读自己爱好或者自认为有价值的内容，对其他的内容则充耳不闻。而智能手机则成了一个表现个性化的最佳场所，人们可以自由选择自己要阅读的内容，不必再被一些枯燥而又冗长的文章占用时间，而且时刻都能阅读到自己关注的、个性化的文字内容。另外，智能手机上的很多自媒体平台可以让个人对文字或图片进行个性化的编辑，然后分享出去。这些特点也迎合了现代人追求“快”的心理，造就了“个性化阅读”。

例如，人们经常使用的微信、微博、QQ空间等自媒体平台，这些都是造就“个性化阅读”的天地。在微博上，我们只要关注一个人，就可以随时接收到他最新的动态信息，而这些信息内容都是被关注主体推送的，带有强烈的主观意识。也就是说，我们每个人都可以对信息进行分享、转载、评论等，每个人都可以说出自己的感受，这实际上也属于自媒体创作的过程。

智能手机的普及，让阅读“变得触手可及”，滋养了“碎片化阅读”，也造就了“个性化阅读”，阅读方式与阅读习惯的变革实际上也预示着写作方式的变革。新时代的自媒体写作一定要参考智能手机带来的阅读革命，只有这样才能真正抓住用户的“眼球”，成为一名优秀的自媒体人。

● 链 接 ●

事实上，智能手机不仅是用户阅读的天地，同样也是自媒体人创作的天地。与电脑相比，智能手机更便于携带，可以随时随地与粉丝交流，及时了解相关动态，用手机进行自媒体创作也是一个不错的选择。