

爆款写作课

打造爆文的3个黄金法则

为什么别人能写出10W+，而你写的文章却没人看？

吸引——打动——说服 3步法摆脱文章无人青睐的窘境！

弗兰克◎著



爆款写作课

打造爆文的3个黄金法则

弗兰克◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

爆款写作课 : 打造爆文的3个黄金法则 / 弗兰克著 .
-- 北京 : 中国友谊出版公司, 2018.12
ISBN 978-7-5057-4518-6

I. ①爆… II. ①弗… 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245049号

书名	爆款写作课 : 打造爆文的 3 个黄金法则
作者	弗兰克
出版	中国友谊出版公司
发行	中国友谊出版公司
经销	北京时代华语国际传媒股份有限公司 010-83670231
印刷	北京富达印务有限公司
规格	880 × 1230 毫米 32 开 9 印张 172 千字
版次	2018 年 12 月第 1 版
印次	2018 年 12 月第 1 次印刷
书号	ISBN 978-7-5057-4518-6
定价	46.00 元
地址	北京市朝阳区西坝河南里 17-1 号楼
邮编	100028
电话	(010) 64668676

自序

感谢你我偶然在这本书里相遇。

33岁之前，我很少写超过1000字的文章，之所以开始写作是源于一个很偶然的原因，后面在互联网上教人写作甚至现在出一本关于写作的书，更是偶然。这里我想讲3个关于偶然的故事。

第一个偶然：开始写作。

33岁开始写作之前，我一直在传统制造行业做项目管理，从助理项目工程师一直做到项目经理。中间自学过3年英语，也自学过3年演讲。要说做过和互联网沾边的事，也就是刷微博和博客了，很少动手用文字记录自己的心得和成长。

那个时候，周末最常做的事情是关掉手机，背着包去深圳周边的山里徒步和涉溪，或者带着游泳装备去海边露营和野炊。

很逍遥地过了几年之后，发现自己在商业社会的竞争力越来越弱。特别是2012年三十而立之后，迷茫和焦虑加重，

不知道下半辈子靠什么养活自己，也不知道将要落叶归根到何处。

看着身边的同学过得有声有色，同事有儿有女有房有车，相比之下，自己虽然在外企说着洋气的英语，但是过得有多糟糕，只有自己知道。

拿着一万四五的工资，在深圳活得很不自在。焦虑之余，开始不断尝试，尝试着在职场之外寻找机会。

2013年一个非常偶然的的机会，刷微信知道了罗辑思维社群活动，然后就开启了我传统职业经理人的互联网探索之路。

2014年，白天在30公里开外的公司做项目经理，下班后，我用项目管理的技能，玩起了社群。

2月，用两周时间，我组织了一场120人的线下霸王餐^①活动。当时自己非常自卑，取了一个很弱势的名字：螺丝钉^②。

3月，用一篇文章策划一次众筹，筹了1.18万元人民币，帮助深圳一个素不相识的女生去斐济旅游，当时厚着脸皮帮

① 2014年2月22日，罗振宇和申音联合做的罗辑思维社群策划了一个商家买单、社群会员免费吃的全国线下聚会活动，取名霸王餐。

② “螺”和“罗”谐音，意思是向罗辑思维社群表忠心，表达自己是罗辑思维社群的坚定拥护者，也是其中普通的一员。

她在微信群里吆喝问人要钱，说要给对方带去价值。

4月，参与组织拍摄社群电影《青春合伙人》^①。7个城市的组织者，煞有介事地去长沙集合，连夜讨论组织拍摄方案。会后我负责深圳区域的招商活动，自费打车到广州芬尼克兹老总办公室，面谈商业赞助50万人民币。^②

4月中，自掏腰包5000元人民币制作300件社群T恤。正面印着罗胖^③的卡通头像，背面印着《青春合伙人》的品牌名“极青春”，作为社群活动的统一标识。

当年北京《青春合伙人》社群群友组织线下活动，我寄过去100件T恤，然后我提议大家给T恤付一些成本钱，结果在现场的罗胖知道后大发雷霆。最后，这些成本我没有收回来，组织者没有垫付，也没有把这100件T恤退还给我。

从2月到6月，连续策划了很多次活动之后，发现自己的付出并没有得到他人的认可和感激，得到更多的是冷漠和非议。慢慢地，我对这个群体开始有些失望，不再做高成本的线下活动，开始转移到线上做成本稍微低一些的公益分

① 罗辑思维社群会员中一个大学老师牵头，联合一个网剧导演和光线传媒的“90后”编剧一起张罗的社群电影，取名《青春合伙人》。3个月后因为资金短缺等原因，项目无果而终。

② 招商这件事最后没有成功，理由很简单，对方不相信我们能办成这件事，而且他不相信有商业回报。

③ 罗胖是当时对罗辑思维社群组织者罗振宇的简称。

享。

当时为线上分享取了一个很文艺的名字——悦分享悦成长^①，希望大家都贡献出自己的一份力量。

理想很美好，现实很残酷。忙工作，忙家庭，忙社交。大多数人都只是围观，500人的微信群，愿意积极付出的只是很少很少的一部分。作为组织者，我用过去的积累，邀请一些大咖做分享，维持着悦分享悦成长的存在。

后来因为财力和精力短缺，不得已，我厚着脸皮号召大家支持一些资金，共同把这个活动做下去。500人的群，大约有5个人响应，4个人合计支持了约100元人民币；另外一个素不相识的陌生人，李海峰，他一个人支持了我1万元作为活动基金。

9月，出于对海峰信任的感恩，继续着悦分享悦成长，付费邀请一些人来分享。

2015年初，小孩出生之后，因为忙于家庭琐事，我放弃了成立一年的悦分享悦成长，放弃活动策划和一切陌生人相关的线上线下社交活动。

经历2014整整一年的实践，我领悟到了一个道理：求人不如求己，没实力就没有话语权。

然后我回归正常朝九晚六的工作和家庭，怀着各种复

^①悦分享悦成长，“悦”谐音“越”，表达的意思有两重。第一重：高高兴兴分享开开心心成长；第二重：分享是最好的学习，越分享自己成长越快，号召大家主动积极分享自己的宝贵经验，成长自己。

杂的心情，在2015年3月8日开始写下33年来第一篇千字长文《为我和我的小孩码字》。

4月初，在微信公众平台写出10篇文章之后，我接到微信原创作者邀请，同时获得赞赏功能。^①

5月初，确定目标：2015年写100篇文章，同月结识好友剽悍一只猫。

7月初，文章收到陌生读者赞赏支持合计4000元人民币。

9月初，文章收到陌生读者赞赏支持合计8000元人民币。

10月，将写作目标改成写100篇文章收获1万元。

2016年除夕，我放弃观看春节联欢晚会，写完千字长文收获15元赞赏后，完成万元赞赏目标。

这就是2014年和2015年的故事。说起来，我写作的动机很偶然，源于对人性无知的愤怒，源于对父亲角色自卑的悔恨，源于对于陌生人信任的感恩，最后用写作，用谈钱而不是公益的方式，开始了自己很偶然的互联网探索之旅。

第二个偶然：教人写作。

2015年写完100篇文章收到1万元赞赏之后，我立马归还了2014年李海峰老师支持的1万元。

^① 原创标识和赞赏是腾讯为鼓励原创作者给的独特功能：标识有原创文章被其他公众号转载时会标明来源；有赞赏功能的文章，读者可以用现金支持作者，金额从1元到250元不等。2018年，腾讯将赞赏功能改为赞赏作者，显示为喜欢作者或中意作者等。

还完钱之后，我又开始迷茫了，因为我不知道2016年到底要做什么。

不想再用写100篇文章证明自己，不想再用赚1万元来讨好自己。通过不断反思，我从过去两年的经历中总结了两个结论。

第一，公益不好做。第二，利己才能更好地利他。^①

4月，在公众号发出付费写作邀请，承诺不满意退款，在朋友帮助下，299元每位，招收了135名学员。

5月，开始和新媒体公司合作，对方招生，我出内容，然后对着手机，一直讲到2017年7月。

从自己写，到付费教别人写，一步步摸索，不断修正和打磨，不断看书和参加培训。过程中跨界学习了很多关于产品、销售、营销和沟通的技能。

通过3年不断实践，我把自己的经历浓缩成一句话：

33岁从零开始学习写作，34岁教人写作，35岁通过写作赚到人生第一个100万。

第三个偶然：出写作书。

两年写了60万字，对着手机讲了超过200小时，读了

^① 利己才能更好地利他和利他才能更好地利己不矛盾，前者表达利己的事才有可能持续，后者表达做具体某件事有利他之心之后才有利己的可能。

很多和写作相关、无关的书籍^①之后，我不想浪费这些经验，硬着头皮从零开始学习写书，尝试着把过去积累的写作经验分享出去。

这本关于写作的书，肯定不是最专业、最全面的一本写作书，但绝对是一本很容易操作的新媒体人实战手册。

书里面有自己发微信朋友圈的写作技巧，有写自我介绍的技巧，有选题技巧、标题写作技巧等等。

为了学习写书，我花了1.5万元去上线下私房课，目的是更加专业地去呈现。

为了在写作技巧上更加专业，我自己学习过山口拓朗的国际写作课和Spenser的线下写作课，向职业专栏作者请教过写作技巧，也上过DISC^②和4D^③线下沟通课程。

① 写作书籍：《你能写出好故事》《〈华尔街日报〉是如何讲故事的》《大师们的写作课》《感染力》《认同》《共鸣》《故事课》《小说课》。文案书籍：《文案创作完全手册》《文案觉醒》《广告文案》《文案训练手册》《文案圣经》《文案发烧》《超文案》《爆款文案》。营销书籍：《超级符号就是超级创意》《痛点营销》《影响力》《先发影响力》《乌合之众》《共鸣》《疯传》《冲突》。销售书籍：《购买的真相》《顾客为什么购买》。运营书籍：《从零开始学运营》《运营之光》《运营笔记》《进化式运营》。沟通书籍：《6个问题竟能说服各种人》《结构思考力》《说话就是生产力》《非暴力沟通》《高难度谈话》《沟通的艺术》《学会提问》《思考快与慢》。自学书籍：《精进：如何成为一个很厉害的人》《好好学习》《暗时间》等。

② DISC是4个英文单词首字母的缩写。Dominance支配型，Influence影响型，Steadiness稳健型，Compliance服从型。

③ 美国宇航局(NASA)科学家、天体物理负责人、哈勃望远镜项目负责人查理·佩勒林博士以卡尔·荣格的理论为基础，用科学的方式，培养卓有成效领导者4个维度的方法(4 Dimensional Leadership)：绿色培养型，黄色包容型，蓝色展望型，橙色指导型。

在经历了2014到2018年这5年的探索之后，我发现写作并不简简单单是技巧本身，更涉及作者自身的价值观、阅历和对人的同理心。

“

读一本好书就是与一颗伟大的心灵对话。”

海伦·凯勒

文字从来就不是文字本身，文字反映的是它背后的人，反映的是人的思想和价值观。我坚信，作者是什么样的人，文字就是什么味道。

如果作者心浮气躁，那么文字就会充满噱头，字里行间会缺少人性的关怀。

如果作者阅历尚浅，那么文字就会缺少深度，字里行间会干瘪而充满说教。

如果作者唯利是图，那么文字就会缺少亲切感，字里行间会缺少真情实感。

文字被书写出来，不仅仅是为了保存，更多的是为了和阅读的人更加方便地交流。

正在看这本书的你，如果现在或者将来打算写作，请一定要站在他人的角度去思考，培养“用户思维”。如果你不断践行“换位思考”和“用户思维”，相信你的文字、你的人生会越来越精彩。

弗兰克

2018年8月于深圳

前 言

薛兆丰在专栏《薛兆丰的北大经济学课》中讲道，凡选择必有歧视，凡竞争必有成本，凡政策必遭遇对策，凡争夺必有妥协。这4句话用来形容写作也非常合适。

凡选择必有歧视

用户在选择看什么不看什么时，有着自己的偏好。凡选择必有歧视，但歧视并不是一个贬义词，而是作者对内容意思的区别对待。

权威、名人、金钱自带天然吸引力，影响着大多数人的选择。写作者想要影响读者的选择，就不得不站在用户的角度，在读者想要的和自己擅长的交集区域做选择。

凡竞争必有成本

现实生活中，企业之间在争夺消费者过程中，需要消耗真实的资源。

在移动互联网时代，文字已经不是简单的文字，而是生产出来供读者消费的产品。

作者为了争夺用户的注意力，不得不在图片加工、视频处理、文字打磨、排版美化上投入更多时间资源和智力资源，专业化、团队化是竞争胜出的不二法宝。

凡政策必遭遇对策

读者消费内容，注意力容易疲劳。今天吸引他的主题，或许明天就不再新鲜；今天管用的技巧，明天或许就不再灵验。

英文里面有一句谚语叫作“If it pays, it stays”，意为：“如果是有用的东西，它总能留下来。”

在写作当中，读者的偏好会变，吸引人的东西会变，但是用户的情绪不会变，用户对价值的渴求不会变。

只要写作的内容对读者有价值，能够引起对方的情绪反应，那么作者的写作技巧就有用武之地。

凡争夺必有妥协

作者和平台之间互相争夺

为了争夺用户的注意力，作者与平台之间必定出现或单方面或相互之间的妥协。然后必然出现哪些内容违规，最终出现行业规则。

读者和作者之间相互争夺

读者消费内容消耗时间，作者生产内容消耗资源。但

是作者的资源不可能无限投入，所以大部分作者必定会产生一些商业行为，读者和作者最后必定会达成妥协。

凡选择必有歧视，对应写作中的用户思维，作者要考虑用户阅读时的偏好。

凡竞争必有成本，对应写作中的产品思维，作者把文章当作产品去打磨。

凡政策必遭遇对策，对应写作中的价值思维，作者要考虑文章对读者的价值。

凡争夺必有妥协，对应写作中的全局思维，作者要考虑内容的行业规则和底线。

剽悍一只猫的独家写作技巧

在写这本书时，好友剽悍一只猫提供了他的4个独家写作技巧。

001 以大量阅读为基础。在开微信公众号之前，他的阅读量非常惊人，他所住的地方，到处都堆着书。

002 坚持在饭桌上学习。他每年要请几百顿饭，在饭桌上就能学到很多东西，产生不少写作灵感。

003 到时间了就开始写。在很长一段时间里，他每天晚上11点准时坐到电脑前开始写，当天结束前发布文章。

004 使用很简单的词汇。他从不追求辞藻的华丽，只求简洁流畅，对人有用。

如何快速掌握这本书的精华

建议你随便打开一篇微信文章，从标题开始阅读，从第一句话一直读到最后一句话。围绕以下 3 个关键词进行思考。

吸引，作者用了什么方法吸引你？

打动，作者用了什么方法打动你？

说服，作者用了什么方法说服你？

如果作者没有吸引你继续阅读下去，请参考本书第 2 章内容，尝试帮作者修改得更有吸引力。

如果作者没有打动你，请参考本书第 3 章内容，尝试帮作者修改内容，加入更多故事和金句等，修改到打动你自己愿意转发的程度。

如果作者没有说服你接受他的观点，请参考本书第 4 章内容，尝试帮作者修改内容，修改到自己被说服为止。

站在作者的角度，思考吸引、打动和说服，你能快速学会本书呈现的技巧。

目 录

CONTENTS

1

价值：用技巧写出生产力

- | | |
|--------------------------|-----|
| 1.1. 为什么你写的文字没人看没人赞 | 003 |
| 1.2. 学习写作，一条朋友圈写出 1000 块 | 014 |
| 1.3. 学习写作，写出眼前一亮的自我介绍 | 022 |
| 1.4. 不会写作，赚的都是死工资 | 031 |
| 1.5. 练习互动 | 043 |

2

吸引：写出吸引力，读者追着看

- | | |
|-----------------|-----|
| 2.1. 用选题吸引读者 | 047 |
| 2.2. 用标题吸引读者 | 055 |
| 2.3. 用第一段话吸引读者 | 080 |
| 2.4. 用多样化形式吸引读者 | 088 |
| 2.5. 练习互动 | 091 |