

一本书精通内容电商、100000+爆款文案编写

全彩印刷

从爆文 到爆款

新媒体内容运营创业宝典

叶龙 编著

帮助您轻松创造优质内容，引爆粉丝，实现千万盈利！
变现方式+案例分析+商业模式+应用实战，应有尽有！
爆款特点+包装营销+爆文公式+转化平台，一书精通！

清华大学出版社




非外借



从爆文 到爆款

新媒体内容运营创业宝典

叶 龙 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本基于内容电商，如何开展创业、盈利等，帮助经营者实现从爆文到爆款的商业变现宝典。

想做内容，有哪些新媒体平台可以利用？想做电商，可以借用哪些内容电商平台？

没有内容，如何从零开始打造高品质内容？不会推广，如何借用内容实现快速引流？

不懂运营，如何才能让内容收益最大化？本书的核心是帮助企业或个人通过内容电商，推广企业产品、树立良好的企业品牌，最终促进销售。

本书结构清晰、语言简洁、图表丰富，适用于零基础想要进行内容电商创业的人群、新媒体平台的运营者、电商或移动电商平台的运营者、自媒体平台运营者、从事微商创业的人群，以及各行各业需要进行内容电商营销的公司等。

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

从爆文到爆款：新媒体内容运营创业宝典/叶龙编著. —北京：清华大学出版社，2018

ISBN 978-7-302-49036-4

I. ①从… II. ①叶… III. ①传播媒介—运营管理 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第295521号

责任编辑：杨作梅

装帧设计：杨玉兰

责任校对：吴春华

责任印制：李红英

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

印刷者：北京鑫丰华彩印有限公司

装订者：三河市溧源装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：16.5 字 数：316千字

版 次：2018年4月第1版 印 次：2018年4月第1次印刷

印 数：1~3000

定 价：69.80元

产品编号：075605-01

前言

■ 写作驱动

“互联网+”时代的全面开启，以及内容付费的兴起，给电商行业的转型带来了前所未有的契机，推动了内容营销思维的革命。随着微信公众号开放了内容付费阅读的测试，内容电商的春天越来越逼近，新一轮的营销模式正在开启中。

一条微信文章推送，就能销售上万款产品，盈利几十万元、上百万元，早就已经不是什么新鲜事。

一个自媒体平台用内容推广产品，默默无闻的产品开始一夜成名，成为爆款，商家发货发到手软。

本书的核心是给广大想要加入内容电商运营，借助爆款内容打造爆款产品的创业者提供方向和技巧。让大家清楚想做内容，有哪些新媒体平台可以利用？想做电商，可以借用哪些内容电商平台？没有内容，如何从零开始打造高品质内容？不会推广，如何借用内容实现快速引流？不懂运营，如何才能让内容收益最大化？

本书共分为 11 章，具体章节内容包括：

案例先行：爆款内容电商运营秘籍；

商业倒推：变现方式以及注意事项；

快速入行：内容电商速知预览；

知根知底：什么样的产品才叫爆款；

经验技巧：打造爆款需要掌握的诀窍；

抓住眼球：爆文标题的打造；

前言

内容雕琢：爆文内容的打造；
提升人气：爆文图片的打造；
排版实战：爆文版式的打造；
转化平台：从爆文到爆款的营销；
吸粉引流：从爆文到爆款的关键。

■ 本书特色

本书主要特色：全面为主 + 突出实用 + 重点突出。

1. 内容全面，通俗易懂，针对性强

图文结合，详细说明，笔者通过图片 + 步骤的方式，详解爆款打造、爆文打造的相关内容，让读者一看就懂。

2. 突出实用，技巧称王，快速传播

案例经典，实战性强，书中分析了各种领域内的爆款内容电商成功案例，帮助、指导读者彻底认识新媒体内容运营。

3. 重点知识，加粗提醒，清晰明显

文中重点、超实用干货知识，加粗提醒，让读者能一眼知晓重中之重的内容，深入掌握，彻底学会。

■ 作者信息

本书由叶龙编著，参与编写的人员还有苏紫荣、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、刘斌、苏高、柏慧等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系微信号：157075539。

目录

第1章 案例先行：爆款内容电商运营秘籍..... 1

- 1.1 类型1 知识类爆款内容电商 2
 - 1.1.1 喜马拉雅 FM “123 知识狂欢节” 2
 - 1.1.2 “听见吴晓波音频” 年入两千多万元 3
 - 1.1.3 “罗辑思维” 音频销书上万册 5
 - 1.1.4 “分答” 出色的付费语音问答平台 6
 - 1.1.5 “朝夕日历” 是智能日历也是微课堂 7
 - 1.1.6 “千聊” 知识分享型线上直播平台 8
 - 1.1.7 “荔枝微课” 更加便捷地分享知识 9
 - 1.1.8 南派三叔带来的 IP 热潮 11
- 1.2 类型2 时尚类爆款内容电商 11
 - 1.2.1 纪梵希携手“包先生” 新品 12 分钟售罄 11
 - 1.2.2 if 携手故宫打造爆款手链销售额五百万元 13
 - 1.2.3 张大奕淘宝直播 2 小时成交两千万 14
 - 1.2.4 唯品会创意营销玩转内容电商 14
 - 1.2.5 蘑菇街打造特色内容运营矩阵 15
- 1.3 类型3 母婴类爆款内容电商 16
 - 1.3.1 “年糕妈妈” 母婴内容电商第一自媒体 16
 - 1.3.2 “小小包麻麻” 10+ 爆文打造母婴类内容电商 17
- 1.4 类型4 生活类爆款内容电商 18
 - 1.4.1 “微车” 车主服务类内容电商中的杰出者 18
 - 1.4.2 “日日煮” 从优质 IP 转化为内容电商 19
- 1.5 类型5 娱乐类爆款内容电商 20
 - 1.5.1 映客“直播+电商” 形式的内容电商平台 20
 - 1.5.2 “暴走漫画” 打造高质量热点 IP 内容 20

第2章 商业倒推：变现方式以及注意事项.....23

2.1 方式	商业变现的方式.....	24
2.1.1	内容付费.....	24
2.1.2	销售产品.....	26
2.1.3	IP 衍生周边	29
2.1.4	广告植入.....	32
2.1.5	社群经济.....	34
2.1.6	买断版权.....	36
2.2.1	从其他案例中获得经验.....	37
2.2 事项	变现的注意事项.....	37
2.2.2	选择含金量高的内容变现.....	38
2.2.3	选择最合适的变现时机.....	40
2.2.4	选择最佳的变现平台.....	43

第3章 快速入行：内容电商速知预览.....47

3.1 兴起	内容电商的现状趋势.....	48
3.1.1	基本含义.....	48
3.1.2	发展现状.....	50
3.1.3	发展趋势.....	52
3.2 类别	内容电商的不同类型.....	53
3.2.1	专业生产内容电商.....	53
3.2.2	用户原创内容口碑体验.....	57
3.3 创新	内容电商的营销.....	59
3.3.1	需求成就爆款.....	60
3.3.2	内容成为主流.....	61

第4章 知根知底：什么样的产品才叫爆款.....67

4.1 兼备	爆款所具备的 3 个特点.....	68
4.1.1	需求强.....	68

- 4.1.2 颜值高..... 69
- 4.1.3 价格优..... 70
- 4.2 立异 爆款与其他产品的不同之处..... 72
 - 4.2.1 以消费者需求为中心..... 72
 - 4.2.2 本质是做到单点极致..... 72
 - 4.2.3 具有高人气的流量..... 73
- 4.3 助力 打造爆款的 3 个有效工具..... 74
 - 4.3.1 传达价值的广告语..... 75
 - 4.3.2 高颜值的宣传海报..... 75
 - 4.3.3 有吸引力的宣传爆文..... 76

第 5 章 经验技巧：打造爆款需掌握的诀窍.....77

- 5.1 了解 打造爆款的 5 个要素..... 78
 - 5.1.1 选择产品..... 78
 - 5.1.2 清楚消费者..... 79
 - 5.1.3 找到消费者痛点..... 80
 - 5.1.4 制定产品的最佳价格..... 81
 - 5.1.5 选择产品的推广渠道..... 82
- 5.2 善用 打造爆款的 4 个方法..... 83
 - 5.2.1 将产品理念渗入消费者心中..... 84
 - 5.2.2 邀请消费者参与产品宣传..... 84
 - 5.2.3 进行内容病毒式营销..... 85
 - 5.2.4 策划事件营销..... 86
- 5.3 探究 是先有爆款还是先有爆文..... 86

第 6 章 抓住眼球：爆文标题的打造.....89

- 6.1 注意 爆文标题的要点..... 90
 - 6.1.1 标题对爆文的重要性..... 90
 - 6.1.2 爆文标题的拟写原则..... 91
 - 6.1.3 爆文标题会凸显主旨..... 92

6.1.4	爆文标题擅用关键词	93
6.1.5	爆文标题风格会统一	93
6.1.6	爆文标题字数有要求	93
6.2	必懂 爆文标题的读者需求	94
6.2.1	窥探需求	94
6.2.2	怀旧需求	94
6.2.3	娱乐需求	95
6.2.4	被关注需求	95
6.2.5	价值需求	96
6.2.6	好奇需求	96
6.2.7	情感需求	97
6.2.8	私心需求	97
6.3	类型 爆文标题的门道	98
6.3.1	夺目型的爆文标题	98
6.3.2	导师型的爆文标题	99
6.3.3	含蓄型的爆文标题	101
6.3.4	“体”字型的爆文标题	102
6.3.5	“式”字型的爆文标题	105
6.3.6	“性”字型的爆文标题	105
6.3.7	其他类型的爆文标题	106

第7章 内容雕琢：爆文内容的打造 109

7.1	多样 爆文的6种表达形式	110
7.1.1	最强吸引力的综合式内容	110
7.1.2	极强展现力的图片式内容	111
7.1.3	深度感较强的文字式内容	111
7.1.4	体验感极佳的图文式内容	111
7.1.5	拉近距离感的语音式内容	112
7.1.6	互动感最佳的视频式内容	112
7.2	谨慎 创作爆文应注意的事项	113
7.2.1	学会用预告提升期待	113
7.2.2	学会多方位收集内容资源	114

7.2.3	推送前要预览	114
7.2.4	推送时间把握好	115
7.3	创作 爆文正文的写作类型	115
7.3.1	故事型爆文	115
7.3.2	悬念型爆文	116
7.3.3	逆向思维型爆文	117
7.3.4	创意型爆文	117
7.3.5	层进型爆文	118
7.3.6	总分总型爆文	118
7.3.7	倒置型爆文	119
7.3.8	镜头剪接型爆文	119
7.4	精髓 爆文内容的表现技巧	121
7.4.1	塑造自己的表达风格	121
7.4.2	给读者营造文章场景	122
7.4.3	利用连载增加读者关注	122
7.4.4	借助热门事件提升人气	124
7.4.5	依靠节日烘托文章气氛	124
7.4.6	给读者提供有价值内容	125
7.4.7	借活动提高用户参与度	126
7.4.8	多彩的二维码吸引读者	127
7.4.9	邀请读者自己创作内容	128

第8章 提升人气：爆文图片的打造 131

8.1	重视 爆文图片最重要的两部分	132
8.1.1	爆款平台账号的头像	132
8.1.2	爆款文章的封面图	137
8.2	必知 打造爆文图片的6个细节	138
8.2.1	爆款文章需注意图片的多少	138
8.2.2	爆文图片需注意颜色的搭配	140
8.2.3	爆文图片要学会添加水印	140
8.2.4	学会适当使用爆款长图文	142
8.2.5	成为爆文图片应学会后期处理	142

8.2.6	学会使用爆款 GIF 格式图片	143
8.3	清楚 爆文图片的 8 个巧妙作用	143
8.3.1	借爆文图片进行广告植入	143
8.3.2	借爆文图片让感受更加真实	144
8.3.3	借爆文图片给读者呈现场景	144
8.3.4	借爆文图片去平台凝聚粉丝	145
8.3.5	借爆文图片来表达平台情怀	146
8.3.6	借爆文图片去催眠平台读者	147
8.3.7	借爆文图片增加读者代入感	147
8.3.8	借爆文图片使产品形象符号化	148

第 9 章 排版实战：爆文版式的打造 151

9.1	宏观 爆文的整体界面版式设置	152
9.1.1	有利于爆文内容的排版	152
9.1.2	爆文排版需符合视觉习惯	153
9.1.3	爆文排版有利于读者浏览	154
9.1.4	爆文排版有助于吸粉引流	156
9.2	巧借 开头和结尾版式的大作用	156
9.2.1	爆文版式可以增加关注	156
9.2.2	爆文版式可以增加阅读量	156
9.3	攻略 打造爆文版式的 11 个方法	157
9.3.1	借助第三方编辑器打造爆文版式	158
9.3.2	建立自己的爆文版式素材库	158
9.3.3	树立自己的爆文版式风格	158
9.3.4	巧妙利用分割线打造爆文版式	159
9.3.5	打造爆文版式需把握文字间距	160
9.3.6	打造爆文版式注意段落首行缩进	162
9.3.7	巧用“清除格式”打造爆文版式	163
9.3.8	打造爆文版式要注重色彩的搭配	163
9.3.9	打造爆文版式需注意图文的结合	165
9.3.10	打造爆文版式需选择最佳的字号	167
9.3.11	打造爆文版式要注意版式的简洁	168
9.4	器材 打造爆文版式的实用工具	168

- 9.4.1 超实用的秀米编辑器 169
- 9.4.2 多功能的 135 编辑器 172
- 9.4.3 个性化的 i 排版编辑器 173

第 10 章 转化平台：从爆文到爆款的营销 175

- 10.1 类型 1 微信平台 176
 - 10.1.1 策略以及技巧 176
 - 10.1.2 内容电商资源 182
- 10.2 类型 2 微博平台 183
 - 10.2.1 注意事项 183
 - 10.2.2 基本工作 186
 - 10.2.3 运营方法 188
- 10.3 类型 3 淘宝平台 190
 - 10.3.1 “淘宝直播” 190
 - 10.3.2 “有好货” 192
 - 10.3.3 “淘宝头条” 196
- 10.4 类型 4 自媒体平台 201
 - 10.4.1 今日头条 201
 - 10.4.2 简书 206
 - 10.4.3 搜狐公众平台 211
 - 10.4.4 一点资讯 212
 - 10.4.5 百度百家 213
 - 10.4.6 其他优秀新媒体网站 215
- 10.5 类型 5 线上购物平台 216
 - 10.5.1 京东 216
 - 10.5.2 苏宁易购 219
- 10.6 类型 6 视频音频平台 220
 - 10.6.1 视频平台 221
 - 10.6.2 音频平台 224
- 10.7 类型 7 社区类口碑平台 226
 - 10.7.1 豆瓣东西 226
 - 10.7.2 中关村在线平台 227

10.8 类型 8 社交直播类平台	229
10.8.1 快手平台	229
10.8.2 映客直播	230

第 11 章 吸粉引流：从爆文到爆款的关键 231

11.1 决胜 爆文到爆款的快速吸粉方法	232
11.1.1 通过爆款大号互推	232
11.1.2 爆款策划活动	233
11.1.3 借助爆款 APP 引流	236
11.1.4 自媒体平台打造爆文	240
11.1.5 运营者官网宣传	241
11.1.6 借助爆款设备推广	242
11.2 高效 爆文到爆款的实用吸粉方法	244
11.2.1 好友互推吸粉	244
11.2.2 红包吸粉	245
11.2.3 百科吸粉	246
11.2.4 课程吸粉	249
11.2.5 图片吸粉	251

第1章

案例先行： 爆款内容电商运营秘籍



学习提示



随着内容创业的兴起与发展，各行各业中逐渐有企业、商家或者个人类型的运营者加入内容运营的阵营中，并且产生了不少非常成功的例子。本章笔者将为大家介绍一些成功的爆款内容电商案例，为广大内容创业运营者提供一些值得学习和借鉴的经验。

要点展示



- ◎ 类型一：知识类爆款内容电商
- ◎ 类型二：时尚类爆款内容电商
- ◎ 类型三：母婴类爆款内容电商
- ◎ 类型四：生活类爆款内容电商
- ◎ 类型五：娱乐类爆款内容电商

1.1 类型 1 知识类爆款内容电商

如今，内容电商正在走向各行各业，对各种传统行业造成了不小的冲击。接下来，笔者将挑选出几个经典并且成功的知识类爆款内容电商案例，来给大家讲解一下。通过这些案例讲解，可以让广大新媒体内容运营者对号入座，找到适合自己的内容电商之路，探析打造爆款的独家秘籍。

1.1.1 喜马拉雅 FM “123 知识狂欢节”

在 2016 年 12 月 3 日，移动 APP “喜马拉雅 FM” 在其平台上举办了第一届 “123 知识狂欢节”。喜马拉雅 FM 举办的此次活动，取得了非常不错效果，实现了日入 5000 多万元的好成绩，如图 1-1 所示。



图 1-1 喜马拉雅 FM “123 知识狂欢节”

不得不说，此次喜马拉雅 FM 平台开展的 “123 知识狂欢节”，对该平台来说是一次成功的知识经济活动。

喜马拉雅 FM 此次举办的 “123 知识狂欢节”，请来了非常多的大咖嘉宾，如著名的主持人马东及奇葩天团、时间管理大师叶武斌、吴晓波、龚琳娜、梁冬、孙宇晨、徐洁等人。

此次喜马拉雅 FM 举办的 “123 知识狂欢节”，设置了相应的分类榜，分别是个人成长、商业智慧、人文新知、外语尖货、音乐学堂、生活秘籍、情感心理、亲子宝典、相声评书、有声书。这些分类榜，每个榜类的狂欢节成交金额都非常不错，其中以马东及其携手的奇葩天团打造的《好好说话》节目获得的总成交额最高，共 555 万元，



居个人成长分类榜榜首，同时也是此次狂欢节畅销总榜的榜首。

而除个人成长榜之外的几个榜，它们的榜首及成交金额具体如图 1-2 所示。

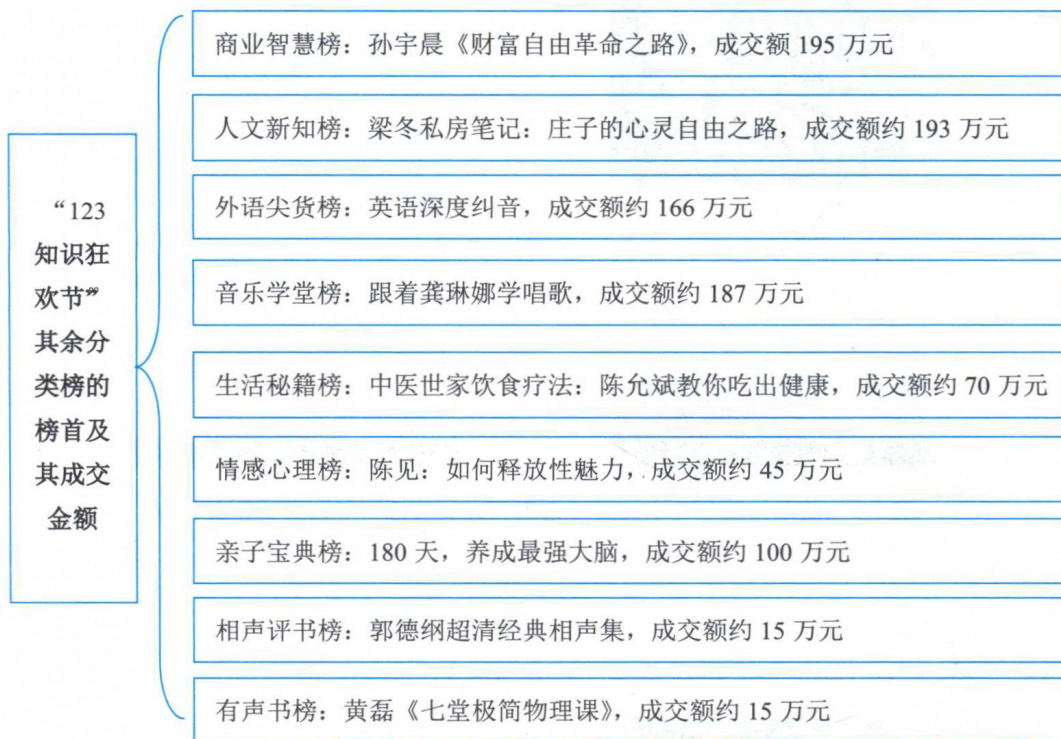


图 1-2 “123 知识狂欢节”其余分类榜的榜首及其成交金额

从喜马拉雅 FM 举办的此次“123 知识狂欢节”的成功来看，人们还是能够接受知识付费的，这也在一定程度上意味着内容电商正在成为一种新的趋势。

1.1.2 “听见吴晓波音频”年入两千多万元

“每天听见吴晓波”，是中国当代非常著名的一位财经作家——吴晓波推出的一档音频类节目。

吴晓波的这档“每天听见吴晓波”节目，是从 2016 年 7 月 5 日在喜马拉雅 FM 平台正式上线与大家见面的。该档节目采用的是会员制收费，一年的费用是 180 元，该节目全年预计有 280 期左右。订阅了该节目的会员，可以在 2016 年 7 月 5 日到 2017 年 7 月 5 日的每周一至周五的 7 点，准时收听该节目。

如图 1-3 所示，是喜马拉雅 FM 平台上，“每天听见吴晓波”这一档节目部分相关信息。



图 1-3 喜马拉雅 FM 平台上“每天听见吴晓波”节目部分相关信息

在吴晓波的微信公众号“吴晓波频道”上，吴晓波也搭载了一个入口宣传自己“每天听见吴晓波”这档节目。如图 1-4 所示是“吴晓波频道”微信公众号上宣传“每天听见吴晓波”节目的相关内容。



图 1-4 微信公众号“吴晓波频道”上宣传“每天听见吴晓波”节目的相关内容

从图 1-4 可以看出，吴晓波在自己的微信公众号上，采用招新锐会员的方式去