

新媒体 文案一册通

龙飞 等编著

• 市场调研 • 数据分析 • 优化搜索
• 推广方式 • 内容布局 • 排版设计

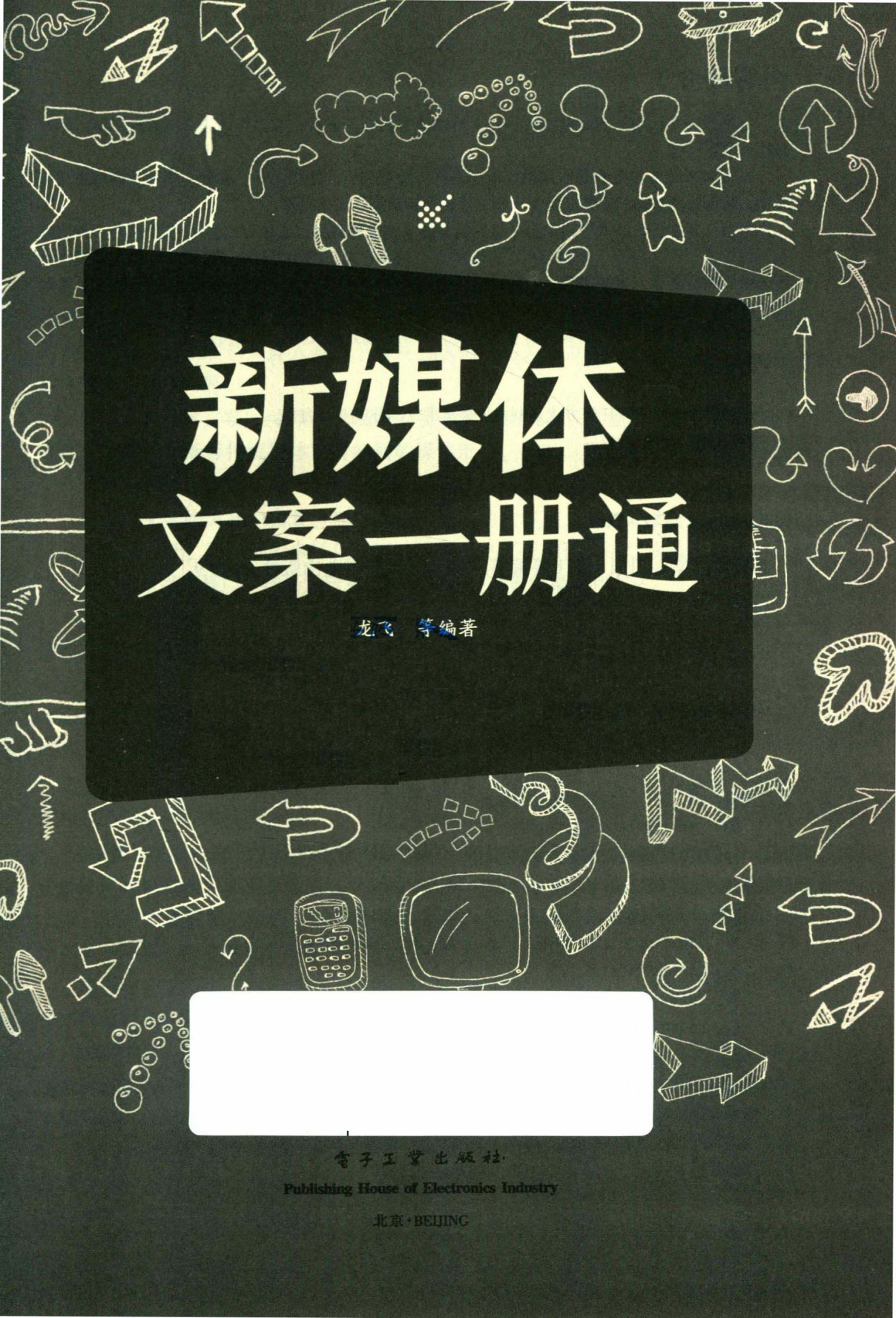
220多个实用技巧，**400**多张图片，**120**多个图解
从菜鸟实战成为新媒体文案的行家高手



中国工信出版集团



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>



新媒体 文案一册通

龙飞 等编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书是一本讲解如何在新媒体平台上写作文案的自学教程，可以帮助读者更好地了解、学习新媒体文案写作。

本书从新媒体文案的基本知识、市场调研、数据分析、常用工具、标题、图片及内容布局等方面，帮助读者打造新媒体文案，一本书轻松玩转新媒体文案写作。

本书从多个平台实战中提炼出了12大新媒体文案专题内容，总计有220多个实用技巧，内容涉及写作要求、产品调查、数据分析、标题撰写、内容布局、图片设置、排版设置、推广营销、电商平台、微商平台、微博平台、微信平台、QQ平台和百度平台等，以约400张图片、120多个图解对新媒体文案进行重点展示。

本书结构清晰，适合新媒体行业从业者，特别是新媒体文案、软文写作者，以及新媒体运营者等阅读学习。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

新媒体文案一册通 / 龙飞等编著. -- 北京 : 电子工业出版社, 2019.9

ISBN 978-7-121-35528-8

I. ①新… II. ①龙… 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259618号

责任编辑：田 蕾 特约编辑：刘红涛

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：17.5 字数：452千字

版 次：2019年9月第1版

印 次：2019年9月第1次印刷

定 价：69.90元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：(010) 88254161 ~ 88254167转1897。

进入新媒体时代，有关内容创业的理论 and 实践备受人们关注，目前也正吸引着越来越多的人加入新媒体的创业行列中。其中，新媒体文案作为新媒体运营和内容创业的重要支撑，是众多新媒体人亟待了解并力求提升相关能力的一个方面。那么，新媒体文案究竟是什么呢？

所谓“新媒体文案”，是指在新媒体传播形态下的文案。这里的新媒体，是相对于电视、广播、报纸等传统媒体而言的新的媒体形态，同时，它也是一个比较宽泛的概念，是基于移动互联网，从而面向客户提供信息和娱乐的一种传播形态。

新媒体文案作为其中起着传播、营销等作用的内容媒介，相较于传统媒体文案而言，具有成本低、渠道形式多样化、互动性强、更广泛和快捷的二次传播等优势，已成为我们进行品牌推广、产品宣传和增粉引流的一种重要渠道和方法。

在撰写了优质的、为用户所需的新媒体文案的基础上，运营者不仅可以通过众多新媒体平台进行品牌推广和产品宣传，还可以策划与品牌相关的、优质的、有高度传播性的线上活动。另外，在新媒体平台的强大算法支撑下，向用户精准推送信息，提高自身产品和品牌的知名度，吸引众多用户关注，实现增粉引流，从而充分利用粉丝经济，达到相应目的，也是新媒体文案的重要意义所在。

总的来说，新媒体文案通过自身优势，能为企业和品牌宣传、产品销售、自媒体吸粉引流带来良好的效果。

《新媒体文案一册通》一书由资深新媒体文案及新媒体运营总监共同编写，系统地讲解如何科学合理、正确有效地进行新媒体内容的编辑和撰写，从“学以致用”的角度出发，通过大量的案例解析，讲解新媒体文案的基本知识、市场调研、数据分析、常用工具、标题、图片以及内容布局等。

本书分为12章，共有220多个实战技巧，涉及热门新媒体文案的多个方面，涵盖多个行业与多种类型。

【写作准备】：分为基本知识、市场调研、数据分析和常用工具等4大方面，讲述了新媒体文案的基本概念、价值表现、写作要求、内容构成、认识创作、市场调研、明确对象、分析数据、微信后台、新榜平台、排版工具和图文工具等内容。

【文案撰写】：分为标题、内容布局、图片设置、排版设置等4大方面，讲述了新媒体文案的标题要素、用户心理、常见标题类型、内容形式、开头和结尾、布局方式、表现技巧、图片素材、封面选择、图片处理、栏目设置和文字版式等内容。

【推广营销】：分为推广营销技巧、商业平台营销、社交平台营销、资讯平台营销等4大方面，讲述了新媒体文案的营销方式、优化搜索、推广方式、电商文案、微商文案、微信文案、微博文案、QQ文案、百度文案和APP文案等内容。

本书从市场调研、数据分析、标题、正文、图片、排版和营销等多方面入手，着重介绍新媒体文案的写作方法，重点学习这些新媒体文案的写作技巧与方法。具有以下3大特点：

（1）内容知识面广。本书从写作准备、文案撰写和推广营销这3个大方面详细地描述了新媒体文案需要掌握的写作方法和技巧，以新媒体文案为核心，以推广营销为根本出发点进行了12章专题内容的详解，帮助读者彻底掌握新媒体文案的写作技巧。

（2）讲解浅显易懂。本书语言简洁明了，没有艰深晦涩的理论，只有理论+经验技巧+典型实战案例的结合，更加通俗易懂。

（3）实际且更实用。本书案例贴近生活，内容实用接地气，案例经典且更具说服力，并侧重于从实践中提炼、总结相关经验，实用性强，即使是初学者也能轻松掌握并运用到新媒体的营销与运营中。

参与本书编写的人员有柏松（笔名：龙飞）、谭贤、杨端阳、刘嫔，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：157075539。

读者服务

读者在阅读本书的过程中如果遇到问题，可以关注“有艺”公众号，通过公众号与我们取得联系。此外，通过关注“有艺”公众号，您还可以获取更多的新书资讯、书单推荐、优惠活动等相关信息。



扫一扫关注“有艺”

投稿、团购合作：请发邮件至 art@phei.com.cn。

目 录

第 1 章 初步认识：写新媒体文案需要了解什么	1
1.1 基本概念——要分清狭义、广义	2
1.2 价值表现——成为企业竞争的利器	2
1.3 写作要求——4 大方面提升感染力	3
1.3.1 信息：明确规范，实现有效传播	4
1.3.2 主题：创意十足，赢得更多关注	4
1.3.3 内容：定位精确，打动潜在用户	5
1.3.4 表现：形象生动，加深第一印象	6
1.4 内容构成——助力读者了解文案编写	7
1.4.1 内容：文字、图片服务于同一主题	7
1.4.2 构成：一篇完整的文案不能缺少什么	9
1.5 认识创作——常见要求 + 共同协作	10
1.5.1 要求：4 种能力，必备的工作素养	10
1.5.2 协作：充分沟通，落实项目成果	11
第 2 章 调研定位：学会入门技巧，把握写作方向	13
2.1 市场调研：掌握写作发言权	14
2.1.1 市场调研：适应市场的发展变化	14
2.1.2 重要作用：助力企业品牌推广	15
2.1.3 抽样调查：省时、省力、误差较小	16
2.1.4 问卷调查：问题由浅入深、循序渐进	17
2.1.5 典型调查：选择特征鲜明的对象	18
2.1.6 全面调查：广泛撒网，精准捕捞	18
2.1.7 访问调查：通过 3 种询问方式收集资料	18
2.1.8 文献调查：通过两种方式获取资料	19
2.2 明确对象：依据现实做好定位	19
2.2.1 产品调查：由此及彼逐渐深入	19
2.2.2 消费者调查：确定服务人群和范围	22

2.2.3 平台定位：确定基调促进发展	23
2.2.4 用户定位：了解针对人群的特性	24
2.2.5 内容定位：展现特色，发挥平台优势	25
第3章 数据分析：带你轻松玩转各大新媒体平台	27
3.1 分析数据：4大原因为你答疑解惑	28
3.1.1 套牢粉丝：4大方面反映粉丝情况	28
3.1.2 热点营销：紧跟风向吸引用户关注	29
3.1.3 把握内容：综合分析了解流行趋势	35
3.1.4 商业变现：稳扎稳打实现终极目标	35
3.2 微信后台：5类数据让你轻松掌握	40
3.2.1 图文数据：了解统计情况	40
3.2.2 图文群发：发现隐藏商机	41
3.2.3 单篇图文：具体问题具体分析	42
3.2.4 “日报”：详细的关键指标	44
3.2.5 “小时报”：呈现实时数据	46
3.3 新榜平台：形象直观的数据分析	48
3.3.1 数据指标：分为两类，简洁明了	49
3.3.2 图文阅读：关注趋势，了解需求	50
3.4 其他平台：简明扼要的数据分析	50
3.4.1 一点资讯：文章数据内容分析	51
3.4.2 清博平台：浅易生动的数据分析	52
第4章 常用工具：新媒体文案创作的神兵利器	55
4.1 排版工具：为你打造视觉盛宴	56
4.1.1 秀米编辑器：简洁明了的操作流程	56
4.1.2 i排版编辑器：方便快捷的内容编辑	61
4.1.3 135 微信编辑器：简单的长图文编辑	62
4.1.4 96 微信编辑器：清新简洁 + 一键同步	63
4.2 图文工具：3种方式从易到难	63
4.2.1 截图工具：快速编辑图片	63
4.2.2 美图秀秀：一键式的操作	64
4.2.3 Photoshop：要求高的软件	65

4.3	二维码工具：轻松便利宣传推广	65
4.3.1	二维码制作：常见类型的制作要点	66
4.3.2	注意事项：6大要点不可忘	68
4.3.3	创意改造：让二维码不再枯燥	68
第5章	吸睛标题：一把打开读者心门的金钥匙	71
5.1	不可或缺：6大吸睛标题必备要素	72
5.1.1	内容主旨：大致提炼紧密相连	72
5.1.2	简短表达：重点突出加深记忆	73
5.1.3	点睛词汇：不断积累吸引读者	73
5.1.4	百度收录：加强权威性和公信力	74
5.1.5	语言表达：力求形象化和通俗化	75
5.1.6	风格统一：平台作者皆要考虑	76
5.2	抓住心理：6大读者需求有针对性地切入	78
5.2.1	增加神秘感：满足探索和猎奇的心理	78
5.2.2	提供价值：满足学习和求知的心理	79
5.2.3	轻松氛围：满足娱乐和消遣的心理	80
5.2.4	传递温暖：满足求抚慰的心理	81
5.2.5	关注利益：满足读者私心的心理	81
5.2.6	设疑揭秘：满足读者窥探的心理	82
5.3	巧用数字：4种方式增强说服力	83
5.3.1	“人”的数量：用数据引起读者重视	84
5.3.2	“钱”的数量：敏感字眼吸引视线	84
5.3.3	“时间”的数量：对比突出、冲击性强	85
5.3.4	表示“程度”：两种形式更加直观	86
5.4	善用语言：3种形式提升创意艺术	87
5.4.1	比喻式：触发读者的阅读兴趣	88
5.4.2	幽默式：使读者印象深刻，发人深省	88
5.4.3	典故式：意蕴丰富，传播性广	89
5.5	其他方式：12种类型助你拟好标题	90
5.5.1	速成型：快速掌握知识技巧	90
5.5.2	福利式：让读者感觉占便宜	90
5.5.3	对比式：增进认识，加强吸引	91

5.5.4 疑问式：诱发读者的好奇心	92
5.5.5 提示式：催促读者采取行动	93
5.5.6 励志式：煽动情绪，鼓舞人心	94
5.5.7 急迫感：催促读者快速阅读	95
5.5.8 冲击型：展现触动人心的力量	96
5.5.9 画面感：营造优质的阅读体验	97
5.5.10 独家性：人无我有的珍贵资源	98
5.5.11 经验式：提供有价值的经验技巧	99
5.5.12 揭露真相式：抓住好奇心和八卦的心理	100
第6章 内容布局：赢得用户关注的文案写作秘诀	103
6.1 内容形式：6种独特形式熟练掌握	104
6.1.1 文字式：语言风格要独树一帜	104
6.1.2 图片式：视觉效果更加惊艳	105
6.1.3 图文结合式：两种形式各有千秋	106
6.1.4 语音式：拉近与读者之间的距离	108
6.1.5 视频式：快速吸引受众的眼球	108
6.1.6 综合混搭式：打造极致阅读体验	109
6.2 开头和结尾：6种方式吸引读者目光	110
6.2.1 呈现精彩：开头抓住读者的秘诀	110
6.2.2 出彩开篇：4大要素决定第一印象	112
6.2.3 引导思考：首尾呼应结尾法	112
6.2.4 产生共鸣：号召用户结尾法	112
6.2.5 打动人心：推送祝福结尾法	113
6.2.6 激起波澜：抒发情感结尾法	114
6.3 布局方式：5大招增强平台吸引力	114
6.3.1 故事式：合理加工打动读者	114
6.3.2 制造热卖场景：迫切感激发好奇心	115
6.3.3 总一分一总式：结构完整、中心明确	116
6.3.4 模拟访谈式：更有利于解答问题	117
6.3.5 层递式布局：逻辑严谨、思维缜密	117
6.4 常见方式：4种技巧打造长文案布局	118
6.4.1 时间式：文章脉络更加清晰	118
6.4.2 排比式：增强语言的节奏感	119

6.4.3	二级标题式：反映作品创作思路	120
6.4.4	正反对比式：让文章更具说服力	120
6.5	表现技巧：7种常见文案写作要求	121
6.5.1	促销文案：醒目耀眼，冲击力强	121
6.5.2	新品文案：打造卖点，助力突围	122
6.5.3	节日文案：营造氛围，聚集人气	123
6.5.4	活动文案：有效地提升转化率	124
6.5.5	个性文案：依据内容打造独特的风格	125
6.5.6	主题文案：突出表现重要信息	126
6.5.7	预告文案：提前展示拉高期待值	127

第7章 图片设置：为读者带来舒适的视觉体验 129

7.1	图片素材：用“化妆”成就亮眼的视觉效果	130
7.1.1	精修图片：文案配图的美化点缀	130
7.1.2	图片颜色：选择合适的色彩搭配	131
7.1.3	图片尺寸：大小适宜，确保高清显示	132
7.1.4	图片数量：结合内容做完美搭配	135
7.1.5	图片容量：容量小，加载速度快	136
7.1.6	动图特效：让文章更加生动有趣	138
7.1.7	长图文效果：重要信息读者一目了然	139
7.2	封面选择：打造完美的第一印象	140
7.2.1	优质图片：3大基本特征符合审美	140
7.2.2	流量转化：遵循图片的制作规范	140
7.2.3	品牌宣传：不断强化用户记忆点	141
7.2.4	质感彰显：无形中影响用户心理	142
7.2.5	分层处理：信息展示要有主次之分	143
7.2.6	分隔构图：形成风格各异的气氛	144
7.2.7	渐进构图：增强产品的立体空间感	144
7.2.8	直线构图：充分多样展示易于对比	145
7.2.9	发散构图：扩展目光聚集视觉焦点	146
7.3	图片处理：挖掘蕴藏的视觉灵魂	146
7.3.1	符号化：扩大宣传影响促进营销	146
7.3.2	真实感：直观感受获取读者的信任	147

7.3.3 认同感：让读者对产品更加认可	148
7.3.4 创意感：用新意激活读者注意力	148
7.3.5 代入感：让读者融入其中更加认同	148
7.3.6 场景感：让读者身临其境增强说服力	149
7.3.7 趣味感：增加可读性形成鲜活感	149
7.3.8 吸引力：体现平台隐藏的情怀	151
7.3.9 凝聚力：加强平台与读者的互动交流	151

第8章 排版设置：实用攻略教你优化阅读体验 153

8.1 栏目设置：让你一眼锁定用户视线.....	154
8.1.1 界面设置：简洁明了，便于查看	154
8.1.2 界面栏目：根据兴趣自行设置	154
8.1.3 排列有序：突出平台要点内容	155
8.1.4 横向排列：打造舒适的视觉效果	157
8.1.5 上下左右：吻合用户视觉习惯	157
8.1.6 活动栏目：加强互动，吸粉引流	158
8.1.7 分类取名：呈现内容清楚、全面	160
8.2 版式区隔：掌握各部分的版式元素.....	160
8.2.1 开头：积极引导读者关注	161
8.2.2 中间：用分隔线区分内容	162
8.2.3 结尾：往期推文 + 阅读原文	162
8.2.4 文后：利用个性签名做好宣传	164
8.3 文字版式：一致性与美观性相结合.....	164
8.3.1 突出设置：重点内容一目了然	165
8.3.2 字号合适：提高阅读舒适度	165
8.3.3 字体加粗：标注突出要点	167
8.3.4 字体颜色：合理搭配丰富视觉	168
8.3.5 字符间距：影响篇幅长短	169
8.3.6 行间距：1.5 倍到 2 倍效果好	170
8.3.7 段间距：依据读者喜好选择	171
8.3.8 首行缩进：结构区分方便阅读	171
8.4 搭配配色：保持协调，形成个人风格.....	172
8.4.1 图文搭配：呈现最佳的视觉效果	172

8.4.2 图片搭配：版式一致、整体性强	173
8.4.3 文字配色：符合读者的阅读习惯	173
8.4.4 图片配色：色彩饱和、清晰度高	174
8.4.5 主体文字：黑灰结合，略显庄重	175
8.4.6 版式简洁：特色鲜明，自成一派	176
8.4.7 借鉴创新：汲取优点，为我所用	176

第9章 推广营销：加强宣传力度提高平台知名度 177

9.1 文案营销：多种角度增加新鲜感	178
9.1.1 对比产品：了解对手不断调整	178
9.1.2 强调利益：充分激发消费者的购买欲	179
9.1.3 利用权威：收获认可做出好口碑	180
9.1.4 制造稀缺性：让客户充满紧迫感	181
9.1.5 节日气氛：给读者带来亲切感	182
9.1.6 揭开面纱：先吸引读者，再娓娓道来	184
9.1.7 亲情诱导：巧妙植入，引起情感共鸣	184
9.1.8 明星效应：带动读者的积极性	186
9.1.9 制造热销场面：利用读者的从众心理	187
9.1.10 利用连载：形成具有代表性的专题	188
9.2 优化搜索：使文案排名更加靠前	189
9.2.1 网络关键词：利用好热门事件	189
9.2.2 文案关键词：文案中关键词的设置	189
9.2.3 排名优化：9种技巧提升排名	191
9.2.4 搜索优化：用符号提升关键词搜索	191
9.2.5 应对方法：排名下降快找原因	193
9.2.6 八卦热点：用明星八卦做关键词	194
9.2.7 预测关键词：两大方面教你预测	195
9.2.8 设置关键词：有效嵌入推送信息	196
9.2.9 互动频率：加强粉丝互动提升排名	197
9.3 文案推广：5种方式达到理想效果	198
9.3.1 视频推广：传播速度更胜一筹	198
9.3.2 @推广：借助名人扩大影响力	199
9.3.3 直播推广：前卫的营销方式	201

9.3.4 H5 推广：宣传便捷，营销效果好	201
9.3.5 论坛推广：利用炒帖吸引人气	202

第 10 章 商业平台：电商和微商文案的不传之秘 205

10.1 电商文案：增强商品销售力和美誉度	206
10.1.1 宣传企业：从行业趋势切入	206
10.1.2 抓住需求：从消费者生活出发	207
10.1.3 连载故事：制造期待感，增加曝光率	207
10.1.4 卖点营销：点燃读者的购买欲望	208
10.1.5 展示细节：最大化体现产品亮点	209
10.1.6 制造紧迫感：让读者立即购买	210
10.1.7 关联销售：提高流量利用率	211
10.1.8 论坛文案：营销推广优势多	211
10.1.9 商城文案：京东商城营销案例	213
10.2 微商文案：远距离无障碍实时沟通	214
10.2.1 微商的特点：5 大特点助你全面了解	214
10.2.2 表现技巧：6 点切入提高文案质量	215
10.2.3 写作步骤：4 步让结构更加合理	217
10.2.4 我的位置：最佳的广告位增加信任	218
10.2.5 巧妙晒单：适度、真实，刺激消费	219
10.2.6 晒好评：用使用效果说话	219
10.2.7 感动读者：真人真事引起共鸣	221
10.2.8 单刀直入：直观地表现产品功能	222
10.2.9 粉丝经济：打造个人营销模式	223

第 11 章 社交平台：微信、微博+QQ 文案写作技巧 225

11.1 微信文案：网络经济时代的重要媒介	226
11.1.1 微信特点：3 大特点潜力无穷	226
11.1.2 营销方法：6 大方法扩大影响	227
11.1.3 文案内容：个性价值二者兼备	228
11.1.4 图文结合：朋友圈惹人关注	230
11.1.5 文章篇幅——利用前 3 行来吸引用户流量	230
11.1.6 文章评论——通过评论功能传递更多信息	231

11.2	微博文案：便捷、快速的信息分享方式	232
11.2.1	140 字打造精华：精简内容吸引网友眼球	232
11.2.2	热门话题：借助热搜话题进行营销	233
11.2.3	制造新闻：自己给自己增加曝光度	234
11.2.4	培养精准客户群：让微博营销更具针对性	235
11.2.5	分享式微博：分享技巧获取关注	236
11.2.6	事件式微博：赚取眼球引发议论	237
11.2.7	创意式微博：既出人意料又合乎情理	237
11.3	QQ 文案：充分利用亿级平台扩大影响	238
11.3.1	文案标题：4 种方法提高 QQ 文案点击量	238
11.3.2	内容创作：3 种 QQ 文案写作技巧	239
11.3.3	病毒式营销：好文案引发转载浪潮	239
11.3.4	QQ 群文案：定位精准的营销市场	240
11.3.5	QQ 邮件文案：实惠有效的营销手段	242
11.3.6	QQ 空间文案：通过转载获取关注	242
11.3.7	兴趣部落文案：快速获取精准客户	244

第 12 章 资讯平台：百度和各大 APP 文案速成秘籍 247

12.1	百度文案：让营销更有效率	248
12.1.1	百度百科：提高产品的权威性	248
12.1.2	百度贴吧：让帖子快速火起来	249
12.1.3	百度知道：答疑解惑推出产品	250
12.1.4	积极互动：吸引网友的关注	253
12.1.5	巧妙布局：2 大方式增加曝光率	254
12.1.6	推广利器：让文案广为人知	255
12.2	APP 文案：提高用户覆盖率	257
12.2.1	内容形式：有“料”才有点击	258
12.2.2	附带链接：通过外链引入产品	259
12.2.3	嵌入营销：实用的无痕广告方式	260
12.2.4	品牌营销：成功案例中植入品牌	261
12.2.5	图片水印营销：宣传推广的必备手段	262
12.2.6	一点资讯：结合热点推出产品	263
12.2.7	网易新闻：巧妙嵌入无痕广告	264

第1章

初步认识：写新媒体文案需要了解什么

学前提示

随着社会的不断发展，文案的应用越来越广泛，从事文案写作的人也在不断增多，那么写新媒体文案都需要了解什么呢？本章将从文案的基本概念、价值表现、写作要求、内容构成和认识创作等方面来帮助大家了解新媒体文案。

要点展示

- 基本概念——要分清狭义、广义
- 价值表现——成为企业竞争的利器
- 写作要求——4大方面提升感染力
- 内容构成——助力读者了解文案编写
- 认识创作——常见要求+共同协作



1.1 基本概念——要分清狭义、广义

文案，最初是指用于放书的桌子，后来泛指在桌子上写字的人。现在所说的文案就是指用文字来表现创意，也指在公司里从事文字工作的人和相关职位。

在实际的写作应用中，文案在内容上是“广告文案”的简称，由英文 copy writer 翻译而来。文案有广义和狭义的区别，如图 1-1 所示。

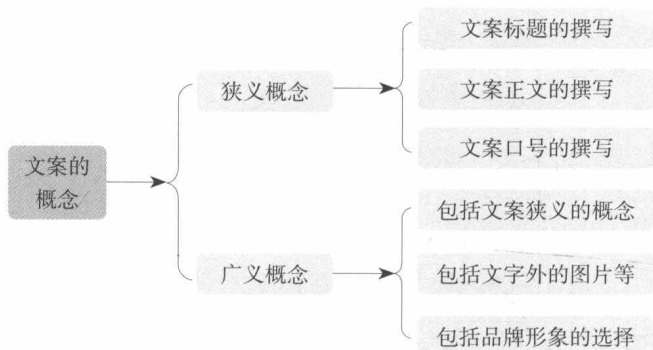


图 1-1 文案的概念

随着互联网和移动互联网的不断发展，利用新媒体平台进行推广变得越来越普遍。基于此，本书中的文案特指新媒体文案。新媒体文案是植根在微信公众号和各种自媒体平台等新兴媒体上，用文字来体现广告创意和内容的文字表达。新媒体文案的分类如图 1-2 所示。

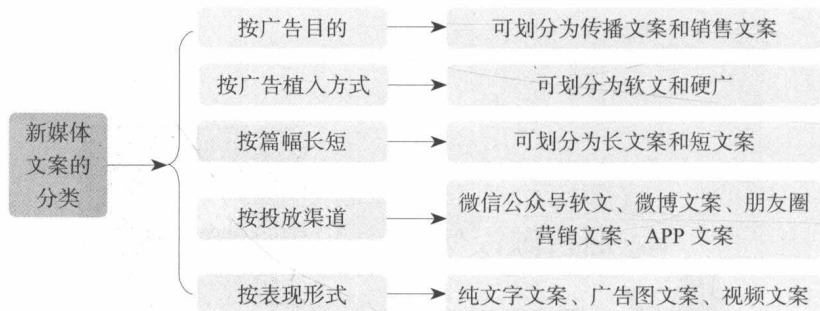


图 1-2 新媒体文案的分类

1.2 价值表现——成为企业竞争的利器

在现代商业竞争中，精彩的文案往往能够让一个企业在众多同类型的公司中脱颖而出。文案是企业竞争的利器，更是企业的核心和灵魂所在。

如图 1-3 所示，以恒大冰泉为例，其创作的文案就着重突出了它的水质相较于其他品牌的矿泉水口感更好，在无形之中表现出了其产品的优质性与适用性。