

● 玩“赚”头条号就是这么简单！ ●

头条号

涨粉与运营全攻略

入门指引 + 内容制作 + 吸粉法则 + 变现秘籍

360度详解如何打造百万粉丝超级头条号

郭春光 杨 岚◎著

SPM

南方出版传媒
广东经济出版社

作者简介

郭春光



资深媒体人，畅销书作家，国内融媒体实战型专家，腾讯企鹅新媒体学院特聘讲师，东北农业大学创新创业导师，黑龙江省融媒互联经济文化研究院特聘首席研究员，抖音、快手MCN机构——龙粤传媒发起人。曾为国内百余家知名企业提供互联网营销策划与培训服务。已出版《抖音运营一册通》《内容红利》《社群经济》《从0到1学做自媒体运营》等十余部畅销书。

杨岚



数字经济学者，哈尔滨工业大学公共管理硕士。曾先后从事省级政府新闻发言人制度制定、新闻发言人队伍建设、公共部门网络传播及网络内容管理工作。参与过黑龙江省哲学社会科学研究规划项目《融合媒体时代生活审美化研究》、黑龙江省新型智库重点研究课题《县级融媒体中心建设模式与推进策略研究》、黑龙江省经济社会发展重点研究课题《黑龙江省主流舆论基层传播策略研究》等方面的科学研究。

头条号

涨粉与运营全攻略

360度详解如何打造百万粉丝超级头条号

郭春光 杨 岚◎著

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

头条号涨粉与运营全攻略 / 郭春光, 杨岚著. —广州: 广东经济出版社, 2021. 2

ISBN 978-7-5454-7467-1

I. ①头… II. ①郭… ②杨… III. ①网络营销
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2021) 第018314号

责任编辑: 蒋先润

责任技编: 陆俊帆

头条号涨粉与运营全攻略

TOUTIAOHAO ZHANGFEN YU YUNYING QUAN GONGLÜE

出版人	李 鹏
出 版 行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路11号11~12楼)
经 销	全国新华书店
印 刷	广东海洋印刷有限公司 (佛山市南海区里水镇和桂工业园A区和安南路1号F栋1-2楼)
开 本	730毫米 × 1020毫米 1/16
印 张	15
字 数	217千字
版 次	2021年2月第1版
印 次	2021年2月第1次
书 号	ISBN 978-7-5454-7467-1
定 价	45.00元

图书营销中心地址: 广州市环市东路水荫路11号11楼

电话: (020) 87393830 邮政编码: 510075

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与本社联系

广东经济出版社常年法律顾问: 胡志海律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前 言

Preface

一个头条号带给我们的今日头条掘金启示

移动互联网时代，今日头条凭借着个性化的推荐算法异军突起，以“千人千面”的“专供”资讯和娱乐属性霸占了人们的手机屏幕，成为人们生活中不可或缺的新媒体平台。更重要的是，通过今日头条这个平台，个人能够真正展现自我，甚至会打通从“草根”到明星的奇迹之路。

博主“一个人穷游中国”是今日头条旅游类“大咖”，立志走遍中国所有县级以上城市，看遍中国大好山河，体验各地风土人情。他的微头条和视频非常质朴、随意，假如没有其头条号上的198万名粉丝（截至2020年7月），很难将这个说着山东方言的三十岁“大叔”同“网红”画上等号。

这个博主质朴、单纯、待人真诚。特别难得的是，他在这个物欲横流的时代依然保持着一颗赤子之心，能够真心实意地和粉丝交流互动。另外，其比较有名的口头禅，诸如“哇”“行”“师傅”等，让粉丝感觉很亲切，让人觉得这个博主有真性情，愿意和其亲近。

为了拍出更好的视频，他不是在各个城市、景点探访体验，就是在去各个城市、景点的路上，他每隔几个月便会磨破一双鞋子。而且为了给大家提供最准确的信息，他在出发前会很认真地上网查阅景点资料，并在视频中为大家详细地解说。



这些视频虽然看起来简单，但是充满了生活气息，富有趣味性。在其视频中，他还会向大家介绍不同城市的美食，会和大家探讨各种各样的问题，会购买礼物送给粉丝……总之，看到他的视频，粉丝心中便充满了愉悦之情，眼中的世界也变得美丽起来。

正是因为在今日头条上展现了真正的自我，输出了优质内容，博主“一个人穷游中国”才得以改变自身的人生轨迹，在粉丝的欢呼和赞叹声中完成了人生的蜕变。

为什么今日头条能够帮助博主“一个人穷游中国”实现人生的华丽蜕变呢？众所周知，一个人想要成名，一家企业要打响知名度，都离不开流量的支撑——单位时间内获得的流量越多，在用户眼中的曝光度就越高，再加上优质内容、产品等因素的加持，爆红的概率自然就更高。而今日头条是当前的互联网“流量富矿”——截至2019年8月底，今日头条拥有超过5.5亿名用户，日活跃用户超过6000万名，单用户日均启动次数约为9次，单用户日均使用时长超过76分钟——这意味着，相对于其他平台，创作者更容易在今日头条这个平台上构建自己的流量池塘，更容易依靠优质内容、商品、广告等快速完成变现。

更重要的是，今日头条还在持续不断地投入巨额资金补贴创作者进行优质创作，支持创作者获得更好的经济回报。仅2019年，该平台创作者总收入就达到46亿元，有12万篇文章和1.4万名创作者获得了今日头条“青云计划”奖励。

可见，今日头条拥有令人期待的未来，并且对于每个人而言都是一座巨大的金库，只要我们能够精准地找到自己的专长，持之以恒地运营头条号，便能像博主“一个人穷游中国”一样完成从“草根”到“网红”的华丽蜕变，将命运掌握在自己手中。而本书为你分享的头条号涨粉与运营的秘诀，将助你一臂之力，把知识和技能变现为真金白银。你还在等什么，赶快开启你的淘金之旅吧！

笔者

2020年11月

目 录

Content

第 1 章

今日头条何以成为当今新流量 / 1

- 1.1 揭秘：今日头条的三大特性 / 2
- 1.2 价值：企业、商家、个人的新变现路径 / 5
- 1.3 分析：为什么今日头条成功了 / 8
- 1.4 模板：10万+ 头条内容的五个关键词 / 12

第 2 章

定位：打造一个风格明确的头条号 / 17

- 2.1 认知：找一个让用户一眼认出你的标签 / 18
- 2.2 需求：针对用户痛点做定位 / 20
- 2.3 能力：你擅长什么就做什么 / 25
- 2.4 市场：不做有天花板的领域 / 27
- 2.5 对手：从竞品身上找定位 / 31

第 3 章

入驻：注册今日头条应该这么做 / 35

- 3.1 终端：PC端与手机端的注册流程 / 36
- 3.2 设置：头像、昵称、简介、二维码 / 40



- 3.3 认证：实名、头条、加“V”、资质 / 44
- 3.4 权限：账号权限与功能权限 / 52
- 3.5 其他：不遗漏任何功能模块 / 56
- 3.6 升级：掌握快速度过“新手期”的秘诀 / 59

第 4 章

写文：只有优质内容，才有高度关注 / 61

- 4.1 了解：10万+的头条内容都长什么样 / 62
- 4.2 策划：做好这一点，新手也能篇篇10万+ / 65
- 4.3 标题：增添文章吸引力的秘诀 / 69
- 4.4 正文：有观点、有干货、有趣味 / 73
- 4.5 唤醒：文章要能触动用户情绪 / 77
- 4.6 细节：好文章需要“精雕细琢” / 79
- 4.7 变通：“种草”文案也适合头条号文章 / 81

第 5 章

视频：15秒短片也能刷爆朋友圈 / 85

- 5.1 基础：做好拍摄前准备工作 / 86
- 5.2 脚本：拍摄前先写好视频框架 / 90
- 5.3 内容：用高质量输出刷爆头条号 / 93
- 5.4 拍摄：把小视频拍出大片感 / 102
- 5.5 剪辑：做一个受粉丝喜爱的“剪刀手” / 106
- 5.6 后期：添加字幕带来大变化 / 109
- 5.7 工具：用好软件才能事半功倍 / 110

第 6 章

发布：一个“点击发表”步骤暗藏大门道 / 113

- 6.1 消重：别因同质化而被限流 / 114

- 6.2 规范：内容符合规则才能发布成功 / 115
- 6.3 时间：地利、人和重要，天时更重要 / 117
- 6.4 同步：选择能联合引流的平台联合发布 / 119
- 6.5 颜值：发布前挑一个吸睛的封面 / 121
- 6.6 排版：内文也要注意颜值问题 / 125

第 7 章

涨粉：懂运营的头条君不怕没粉丝 / 129

- 7.1 种子：利用头条关注功能吸引第一批用户 / 130
- 7.2 裂变：抛出诱饵让粉丝主动传播 / 132
- 7.3 固粉：源源不断地产出才能留住粉丝 / 134
- 7.4 促活：多做互动，别让粉丝变“僵尸粉” / 140
- 7.5 召回：有好草，好马也会回头吃 / 143
- 7.6 升级：把普通用户打造成超级粉丝 / 146

第 8 章

推广：让你的头条号被更多人知道 / 149

- 8.1 自推：为你的头条号建立一个引流矩阵 / 150
- 8.2 互推：与其他头条号互相推广 / 152
- 8.3 内推：不要浪费官方给的宣传资源 / 155
- 8.4 外推：每一个平台都是你的推广渠道 / 160
- 8.5 借力：聪明的头条君都会“蹭热点” / 166
- 8.6 话题：主动制造一个能吸引关注的传播点 / 170
- 8.7 故事：把你的往事说给更多人听 / 173

第 9 章

优化：依靠大数据运营的头条号才有前途 / 177

- 9.1 算法：推荐量低是因为你不懂它 / 178



- 9.2 权重：提升它才能获得更高曝光度 / 181
- 9.3 增减：从粉丝数的增减判定运营效果 / 184
- 9.4 标签：从关键指标找运营方向 / 187
- 9.5 内容：从后台数据中了解推送效果 / 193
- 9.6 方法：从无序数据中找准运营方向 / 199

第 10 章

获利：让值钱的头条号直接变现 / 203

- 10.1 社群：聚在一起的粉丝是无价之宝 / 204
- 10.2 广告：最直接、最有效的盈利方式 / 207
- 10.3 带货：能引起产品热销的头条号最值钱 / 211
- 10.4 电商：开个小店，赚个大钱 / 215
- 10.5 知识：把你的才华变成钱财 / 220
- 10.6 内部：别错过头条的内部变现机制 / 225
- 10.7 政策：抓住每一年的头条扶持计划 / 229



今日头条何以成为当今新流量

江山代有英雄出。当人们还在感慨BAT [中国三大互联网公司百度（Baidu）、阿里巴巴集团（Alibaba）、腾讯公司（Tencent）首字母的缩写]的强大和无懈可击时，今日头条凭借独特的算法推荐模式，从信息服务业的一片红海中成功脱颖而出，成为行业的新“流量担当”。每天都有大量新的内容创业者进入今日头条体系中，每天都有新的用户因为好内容去关注今日头条，每天都有众多企业、品牌、个人因今日头条的巨大流量而获利。现在的今日头条可谓如日中天，各项指标都剑指行业第一阵营，抖音、西瓜视频、火山小视频、悟空问答的出现更是让它如虎添翼。

今日头条是一个怎样的平台，又是如何做到这些的？这是我们运营头条号首先要了解的一点。





1.1 揭秘：今日头条的三大特性

简单介绍一下今日头条。今日头条是一款基于数据挖掘的个性化推荐引擎产品，为用户推荐有价值的、个性化的信息，是国内移动互联网领域发展最快的服务产品之一。它隶属北京字节跳动科技有限公司，该公司成立于2012年3月。2020年1月7日，今日头条发布的《2019今日头条年度数据报告》显示，2019年，头条创作者全年共发布内容4.5亿条，累计获赞90亿次，头条用户日均发布1037万条评论。其中，有1825万人是首次在头条上发布内容。

目前，今日头条已经构建起了一套完整的内容生态系统，成为国家机构、新闻媒体、企业和内容创作者连接用户的综合信息平台。截至2019年底，今日头条账号总数约为160万，日均内容发布量超过60万条，日均阅读/播放量超过50亿次。

今日头条庞大的用户基数和流量基数，不仅为今日头条带来了巨大利润，还为其内容创作者带来了可观收益。

举个例子。2017年3月8日，博主王刚正式在头条号注册账号“美食作家王刚”，并将一道家常菜“盘龙茄子”的制作方法以图文形式上传到账号。截至2021年1月6日，其头条号粉丝数达到864万，获赞991万个，抖音有457.3万名粉丝。在庞大的流量下，王刚收获的可不仅仅是知名度。其他方面的收入不计，单是头条号店铺的销量就带给王刚丰厚的回报，其店铺每款产品的月销量均过万，截至2019年12月12日，销量最高的一款产品销量超过3.7万件（见图1-1）。

事实上，像王刚这样通过今日头条进行内容创业的人不在少数，比如“最美家常菜”“华农兄弟”等。他们为什么能在今日头条上获得成功？除

自身原因之外，还有赖于今日头条平台的强大。现在我们就来看看，今日头条是如何把自己打造成内容创业者的创业圣地的。

1.1.1 犀利、精准的产品定位

今日头条之所以能成为新流量聚集地，首先与其犀利、精准的产品定位密不可分。

“你关心的，才是头条”——从这句广告语中就可以看出今日头条与其他同类产品的不同，它更强调所传递信息的个性化。今日头条通过用户行为分析、算法支持等，实现更个性化、精准化的信息推荐。

而且，它的内容定位不仅限于新闻，还包括自媒体资讯。自媒体是正在发展的蓬勃力量，日益丰富甚至重塑着传统的信息世界。在庞大的信息库中，今日头条通过精准推荐+ SNS（社交网络服务）的社交化信息，向用户提供丰富的内容。因此，比起同类资讯产品，今日头条的信息量不仅庞大而多元，也更符合用户喜好。

此外，今日头条通过App的形式切入市场，依托智能移动终端，做到更符合用户碎片化阅读的习惯，更符合移动互联的时代潮流。

1.1.2 紧贴用户需求打造产品

今日头条之所以广受用户欢迎，根本是因为它抓住了用户的需求。艾瑞咨询公司以及CNNIC（中国互联网络信息中心）的数据显示，今日头条的用户特征如下（见图1-2）。

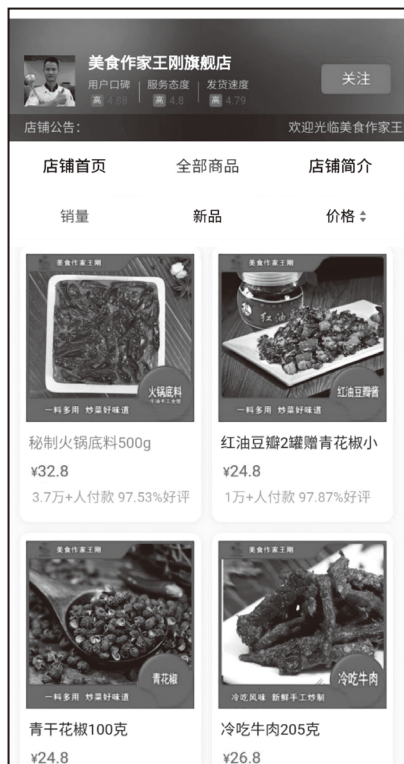


图 1-1 美食作家王刚头条旗舰店

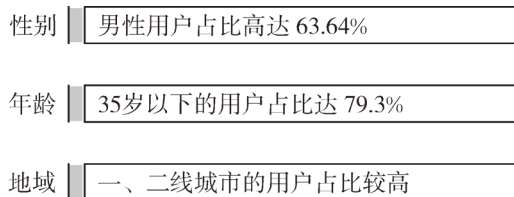


图 1-2 今日头条的用户特征

从图1-2中我们可以看出，今日头条的用户大部分为一、二线城市的年轻男性用户（35岁以下）。这类用户大多工作繁忙，闲暇时间较少且呈碎片化，同时非常希望拓宽自己的知识面，也更喜欢方便、快捷的资讯获取方式。今日头条恰好是符合他们口味的“菜”。

根据今日头条的用户特征，通过KANO模型，我们可以发现，今日头条目标用户的主要需求如下（见图1-3）。

基本型需求	通过今日头条可以了解各类新闻、资讯，增加谈资
期待型需求	今日头条推荐的内容均为高质量内容，根据用户特征推荐用户喜欢的优质内容，做到个性化精准推荐
兴奋型需求	引入商业化，实现内容变现

图 1-3 基于 KANO 模型的用户需求分析

此外，今日头条还掌握了以下用户需求：

需求一：用户希望在信息爆炸时代能够快速获取需要的资讯，今日头条的搜索功能可以满足用户的这一需求。

需求二：现在信息同质化现象严重，用户希望能快速获取更具个性化的信息。为此，今日头条设计了个性定制功能，用户可以根据自己的需要设置首页内容板块。

需求三：现在的用户思想更加独立，希望能够看到多方观点，而不是单一的门户观点。今日头条设置了“头条号”功能，用户可申请头条号成为创作者，在头条号上发布自己的观点或文章，这在满足创作者的内容创作需求

的同时，也满足了用户希望获取多方观点的需求。

1.1.3 明确自己的身份定位

今日头条的成功，不仅源于正确的产品定位、精准的用户需求满足，还源于对自己明确的身份定位。

身份定位一：传播者。今日头条通过打造多维标签+多种创意的形式，让加入今日头条的品牌能够辐射海量用户群体，同时配以多元化的投放形式帮助广告主提升品牌力，让品牌的知名度可以得到最大程度的提升。

身份定位二：影响者。今日头条以内容为基点强化品牌印象，实现以下三个目的：一是通过内容营销提升用户对品牌的感知力；二是全面覆盖用户获取信息的途径，提升品牌在用户群体中的渗透率；三是不断通过与各平台级的IP项目、优质微综艺、VLOG、快闪店合作，为品牌带来更多元的营销空间，如此就能达到既不影响用户体验，又能提高用户对品牌的认知度与好感度的双重效果。

身份定位三：经营者。今日头条对品牌与用户的关系进行真实还原，让品牌与头条号运营者通过运营头条号吸引用户，并将用户沉淀为私域流量。

1.2 价值：企业、商家、个人的新变现路径

纵观今日头条的发展史，我们会发现有越来越多的企业、商家、个人进驻到其中。之所以出现这种现象，是因为今日头条能给他们带来巨大的变现红利。今日头条的流量之大毋庸置疑，但是流量大的产品不只今日头条一个，为什么今日头条能成为变现的首选之地？是因为它抓住了内容创业的“大势”，并提供了各种内容变现的途径。



1.2.1 抓住了内容创业的核心价值

移动互联网的出现，让每个人都可以成为内容创业者，伴随着今日头条等内容开放平台的崛起，成千上万名创业者进入了内容创作行业。为什么这么多人选择内容创业？是因为它具备以下三大核心价值，可以说今日头条完美地抓住了内容创业的这三大核心价值。

（1）入口价值。入口价值是IP流量的强大支撑。例如在今日头条拥有676.8万名粉丝（2021年1月统计数据）的“办公室小野”，头条系带给她巨大的入口价值。

（2）标签价值。根据内容定位是筛选和辨别精准目标用户、沉淀用户、为用户打上标签的最好方式之一，因为用户关注的内容往往与其消费的意愿相关。比如用户喜欢关注美食类的内容，其食品消费方面的意愿会更强；用户喜欢关注母婴类的内容，其消费行为就更偏向于母婴产品类商品。今日头条有更为精准的算法体系，可带来更精准的标签价值，锁定目标客户。

（3）引导价值。引导价值更偏向于“消费引导”。如今，媒介生态发生了改变，传统广告形式引导用户消费的能力越来越弱，更偏向于打开产品或品牌的知名度，而内容的消费引导力却越来越强。比如我们在看博主“李子柒”做牛肉酱的美食内容时，就会产生购买的欲望，当“李子柒”提供该产品的购买渠道时，有购买欲望的用户就会前去购买。头条系产品带给客户强大的引导价值。

1.2.2 把握住了内容创业的主要特点

简而言之，优秀的内容创业者有四大特点：

第一，IP化。凡是内容创业做得好且成为头部账号的账号都呈现出IP化的特点，比如“罗辑思维”“papi酱”“凯叔讲故事”“李子柒”等。这些内容创业者现在就是大IP。

第二，小众垂直化。每个成功的内容创业者的内容定位都呈现小众垂直化的特点。比如“李子柒”只专注古风美食，“凯叔讲故事”只聚焦儿童读

书、音频类创作。

第三，不可复制性。其他人很难模仿，即使模仿也很难成功。

第四，高变现能力。内容产品要想长久运营，必须具备强变现能力。

今日头条把握住了这几个要点，其精准推荐有利于创业者做小众垂直内容，给予内容创业者以强力支撑。

同时，今日头条还深知流量的质量比数量重要，因此不断拓展用户人群，聚合更多年轻用户、女性、知识人群，同时从以下几个方面帮助创业者提高变现能力。

第一，打造国潮、体育、动漫、旅行等内容IP，持续聚集年轻用户，扩大20~29岁的年轻用户群。

第二，打造以“她力量计划”“变美大作战”为代表的海量女性话题，形成女性圈层共振。

第三，丰富内容生产者构成，打造多样化的优质内容，打破固有圈层限制，聚焦知识偏好用户。

第四，今日头条打造了多种变现渠道，使得其能为企业、商家、个人获取新红利占领高地。如让用户转为私域流量的社群变现，开通了头条小店、值点商城、鲁班等专门满足有电商需求的运营者的变现渠道，设置了付费专栏、作者签约、内容赞赏、悟空问答等专门满足有知识变现需求的运营者的变现渠道，每年都会进行推广的“千人万元计划”“月薪万元计划”等内容政策。当然，除此之外，还有常见的广告变现模式。

1.2.3 具备了内容创业平台的打造能力

进入内容创业这个风口后，今日头条投入巨资建立头条号、西瓜视频、悟空问答等板块和新产品，并推出各种扶持计划，激励内容生产者自己生产内容，打造自媒体平台。

今日头条要让用户因为好体验而留在平台上，为此还建立了审核机制及消除处理、信息流推送等内容预处理机制。