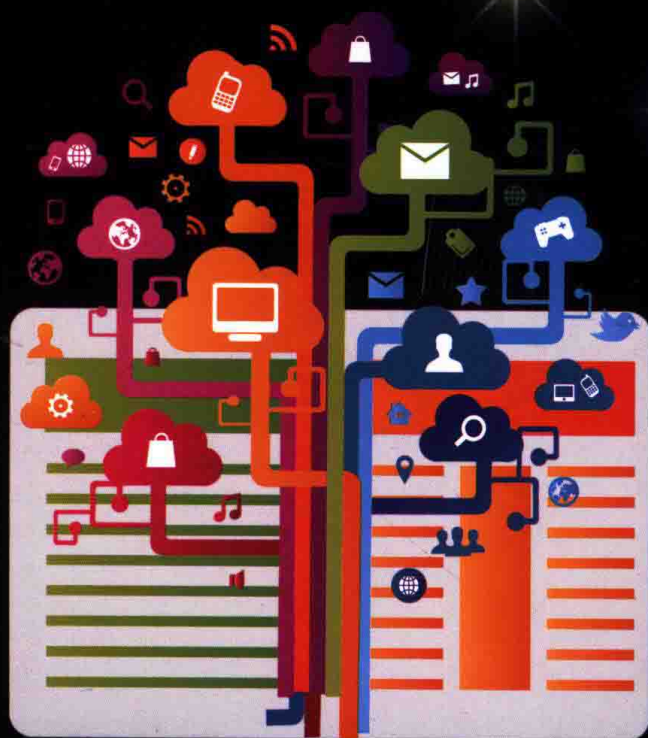


新媒体 文案写作

主编 周 剑 陈梦翔



非外借

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

新媒体文案写作

主 编 周 剑 陈梦翔
副主编 陈建胜 徐晓玉 郑金铭 戴慧梨
赵贞义 林婵娟 林 琪

内 容 简 介

在移动互联网浪潮下，新媒体产业呈现勃勃生机。本书以新媒体的理论与视角，重点诠释了新媒体及互联网思维下各种新型媒体文案写作，构架上贯穿新媒体文案认知、新媒体文案策划、新媒体文案思维模式、新媒体文案写作表达、新媒体平台文案实务，以知乎、豆瓣、简书等知识类平台，微信、微博、头条等传播类平台，抖音等视频直播类平台作为文案创作的写字板。本书知识点纵横交错，从技巧线纵向出发，介绍了新媒体文案的思维、创意、策划、编辑，撰写了文案标题、开头、正文、结尾、传播设计、图文软件，周密讲解了场景式、感官式、数据式文案写作技巧；从案例线横向展开，阐述了新媒体平台、电商经营等新时代移动互联网文案案例，内容涉及品牌类、销售类、农产品电商类文案。本书顺应时代潮流，旨在培养文案策划与执行能力，水到渠成地掌握新媒体文案话语表达、思维模式等写作技巧。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (C I P) 数据

新媒体文案写作 / 周剑, 陈梦翔主编. -- 北京 :
北京理工大学出版社, 2022. 6 (2022. 11 重印)

ISBN 978-7-5763-1410-6

I. ①新… II. ①周… ②陈… III. ①传播媒介-文
书-写作-高等学校-教材 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 105095 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市龙大印装有限公司

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 14. 25

字 数 / 327 千字

版 次 / 2022 年 6 月第 1 版 2022 年 11 月第 2 次印刷

定 价 / 62. 00 元

责任编辑 / 徐艳君

文案编辑 / 徐艳君

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 施胜娟

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换



前 言

随着互联网不断深入人们的生活，让每一个人都可以作为独立媒体发声的同时，传统媒体电视、广播、杂志、报纸等也转移到新媒体阵地上。新媒体的出现与发展，为设计、制作、存储、传播等信息加工，提供了广阔的平台，它蕴含着客观的商业价值。在眼前的经济时代，虽然图片和视频在不断占据人们的阅读视野，但文字依旧没有失去其传播的魅力，文本通过切换、设扣、造结的方式无限延伸文字边界与空间，使文案在新媒体营销与运营的作用上日益突显。

文案创作也是一门技术活，但它又不止于技术。畅销书作家斯蒂芬·金曾经比喻过，文字工作者应像木匠那样，创造属于自己的“工具箱”。木匠的工具箱里，装满螺丝钉、锯子、钳子、扳手，而文字工作者的“工具箱”里，则应陈列着词汇、修辞、逻辑、文法。

本书建立在传播学与广告学的理论支撑上，参考了国内外新媒体文案与运营的长期实践经验，将“文字与传播”作为本书中心主题，重点在不同新媒体平台展开以传播沟通为目的的文案写作指导。

本书共分为认识新媒体文案、新媒体方案策划、新媒体文案写作、平台文案以及专题文案设计、软件操作等多个部分，内容涵盖文案写作思维、创意策划思路、写作技巧、平台演练。

本书每章节以项目引入开篇，深入浅出地直叙知识原理，任务设置课后思考、实训项目、同步测试等环节，与理论相结合。与同类教材相比，本书具有如下特色：

(1) 强调新媒体文案写作思维训练

注重思维与思考，将写作知识和写作方法放在新媒体语境和生态体系中讲解，从用户思维的角度出发，培养阅读情感共鸣与想象共同体的思维模式，树立“以自己为杠杆，来撬动成千上万人的愉悦和满足”的理想定位，发散思维逻辑，创新思维输出与传播表达。

(2) 重视新媒体文案写作编辑与实训

从网络媒体与移动媒体的应用场景出发，以图表、视频等可视化表现理论知识与情景的文案，从词汇力、场景力、附着力、传播力等方面诠释不同新媒体文案的图文编辑，如



知识类文案、传播类文案、视频直播类文案，并详细阐述 96 编辑器、Adobe Effect、VUE、Legend 等文字与视频动效软件操作流程。

(3) 契合新形势媒体营销趋势

抖音、简书、微信等不同特色新媒体平台与品牌类、销售类、农产品电商类文案进行糅合，将新媒体文案切实接地通气。

本书由周剑副教授担任总主编，负责本书的总体策划、部分内容编写，陈梦翔老师担任主编，陈建胜老师、徐晓玉老师、郑金铭老师、戴慧梨老师、赵贞义老师、林婵娟老师担任副主编。浙瓯文化传媒（温州）有限公司总经理林琪对本书的编写提供部分实战案例和建设性建议，在此表示真诚的感谢！

本书可作为高等院校电子商务类、文案营销类、新媒体类策划的教材，也可以作为从事新媒体文案相关工作人员的参考书。



目 录

模块 1 新媒体文案认知

1.1 认识新媒体文案	(9)
1.1.1 新媒体文案的概念	(9)
1.1.2 新媒体文案的特点	(11)
1.1.3 新媒体文案常见类型	(12)
1.2 新媒体文案解读	(13)
1.2.1 新媒体与自媒体	(13)
1.2.2 新媒体发展趋势	(14)
任务操作 体验新媒体平台	(15)

模块 2 新媒体文案的前期准备

2.1 新媒体文案写作前期调查	(22)
2.1.1 整合资料	(22)
2.1.2 调研分析	(23)
2.1.3 卖点定位	(23)
2.2 新媒体文案创意思考方法	(26)
2.2.1 新媒体文案的关键点	(28)
2.2.2 符号性	(29)
2.2.3 社交货币	(29)
2.2.4 附着力	(30)
任务操作 1 撰写一则新媒体创意简报	(31)



任务操作 2 撰写一则新媒体活动传播设计 (31)

模块 3 新媒体文案写作实务

3.1 新媒体写作原理论 (36)

3.1.1 互联网思维界定 (36)

3.1.2 新媒体文案写作思维 (40)

3.1.3 新媒体写作过程论 (41)

3.1.4 新媒体写作行为论 (42)

3.2 新媒体文案写作实务 (43)

3.2.1 新媒体文案标题设计 (43)

3.2.2 新媒体文案内容架构 (44)

3.2.3 新媒体文案开头设计 (49)

3.2.4 新媒体文案结尾思路 (49)

3.2.5 新媒体文案关键词 (50)

3.3 新媒体文案写作技巧 (51)

3.3.1 场景式写作 (51)

3.3.2 感官式写作 (52)

3.3.3 数据式写作 (54)

任务操作 撰写一则新媒体文案 (64)

模块 4 知识类新媒体文案写作

4.1 认识知识类文案 (72)

4.1.1 知识类文案概述 (72)

4.1.2 常见的知识类平台 (74)

4.1.3 三大知识类平台的对比 (77)

4.2 知识类文案标题的写作 (78)

4.2.1 知识类文案标题的创作思路 (78)

4.2.2 知识类文案标题的常见策略 (80)

4.2.3 知识类文案标题的误区 (82)

4.3 知识类文案正文的写作 (83)

4.3.1 知识类文案开头的写法 (83)

4.3.2 知识类文案正文的布局 (87)

4.3.3 知识类文案结尾的写法 (90)

4.4 知识类文案的排版	(92)
4.4.1 知识类文案的排版工具	(92)
4.4.2 知识类文案的排版要点	(96)
4.4.3 简书平台排版	(98)
任务操作 1 使用知乎 App 进行文案写作	(101)
任务操作 2 使用豆瓣 App 进行文案写作	(105)

模块 5 传播类新媒体文案写作

5.1 认识传播类文案	(119)
5.1.1 传播类文案概述	(119)
5.1.2 常见的传播类平台	(120)
5.2 传播类文案标题的写作	(123)
5.2.1 千万级粉丝公众号的选题过程	(123)
5.2.2 让读者一见钟情的标题	(124)
5.2.3 传播类文案标题的误区	(126)
5.3 传播类文案正文的写作	(127)
5.3.1 传播类文案的正文结构	(127)
5.3.2 传播类文案开头的写法	(130)
5.3.3 传播类文案结尾的写法	(132)
5.4 传播类文案的排版	(133)
5.4.1 公众号排版	(134)
5.4.2 文案正文排版	(136)
5.4.3 在线工具排版	(138)
任务操作 使用微信公众号群发文案	(152)

模块 6 短视频类新媒体文案写作

6.1 短视频内容策划	(161)
6.1.1 短视频概述	(161)
6.1.2 短视频主题定位	(163)
6.1.3 短视频选题策划方法论	(165)
6.1.4 短视频吸引力法则	(165)
6.1.5 短视频内容策划的注意事项	(167)



6.2 拍摄与制作	(168)
6.2.1 相关制作软件	(168)
6.2.2 手机拍摄技巧与要求	(170)
任务操作 注册并制作完成一个感兴趣的短视频号	(173)

模块7 专题文案写作

7.1 服装配饰类文案	(178)
7.1.1 服装配饰类文案的三个核心要素	(178)
7.1.2 服装配饰类文案写作	(180)
7.2 手机数码类文案	(184)
7.2.1 手机数码类文案的核心要素	(185)
7.2.2 手机数码类文案的写作	(188)
7.3 母婴玩具类文案	(192)
7.3.1 母婴玩具类文案的核心要素	(192)
7.3.2 母婴玩具类文案写作	(196)
7.4 农产品电商类文案	(199)
7.4.1 农产品电商类文案的核心要素	(199)
7.4.2 农产品电商类文案写作	(200)
7.5 个护美妆类文案	(206)
7.5.1 个护美妆类文案的核心要素	(206)
7.5.2 个护美妆类文案写作	(208)
任务操作1 家居建材类文案的写作与设计	(215)
任务操作2 自选产品新媒体文案营销活动设计	(216)
参考文献	(219)

模块 1 新媒体文案认知

知识目标

1. 掌握新媒体文案知识。
2. 了解国内新媒体平台。
3. 熟悉主流新媒体平台。

能力目标

1. 能够理解新媒体的基本术语。
2. 能够使用不同类型的国内新媒体平台。
3. 能够关注新媒体平台的发布者。

思政目标

1. 了解我国新媒体行业的政策和环境。
2. 培养新媒体从业者的职业道德。
3. 培养“正能量”新媒体情怀。

本模块重难点

1. 新媒体、新媒体文案等基本概念、类型、特点；新媒体与自媒体的区别。
2. 通过新媒体平台的使用，了解新媒体的特性，掌握新媒体平台的文案编辑能力、艺术审美能力、学习能力和创新能力，培养学生良好的语言应对素质和新媒体营销职业素养。

项目引入

今日秋分 | 这些地方又美又香! 藏不住啦! 走起

今天 15 时 50 分, 我们迎来秋分节气, 秋分至, 残暑终。随着天气转凉, 杭州真正赏桂时节来了! 哪些地方赏桂最好? 一起来看看吧。

秋分到来, 暑气终结

秋分节气, 阴阳相半, 昼夜均长, 寒暑平分, 故名“秋分”。四季都有令人欣喜的风貌, 而最为舒爽的时节就在秋天, 秋分时节, 碧空澄澈, 既有风和日丽, 也有凉风习习。



在古人看来, 秋分的标志性物候有三:

一候雷始收声, 雷八月阴中入地收声, 阳光随之衰微, 暑气终结, 秋寒开始。

二候蛰虫坯户, 受寒气驱逐, 蛰居的虫类入地封住巢穴, 告别残秋, 准备冬眠。

三候水始涸, 天气干燥, 水汽蒸发快, 湖泊河流水量变少, 沼泽水洼几近干涸。

杭州西湖桂花节来啦!

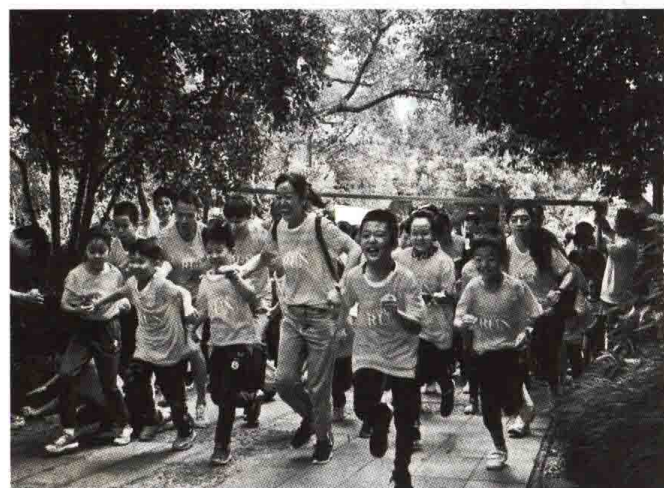
近日天气比较凉爽, 正值赏桂好时节, 一年一度的“杭州西湖桂花节”也来啦! 今年“杭州西湖桂花节”将一直持续到 10 月 15 日, 历时 25 天, 其间主办方准备了众多的活动和福利。

众多活动和福利

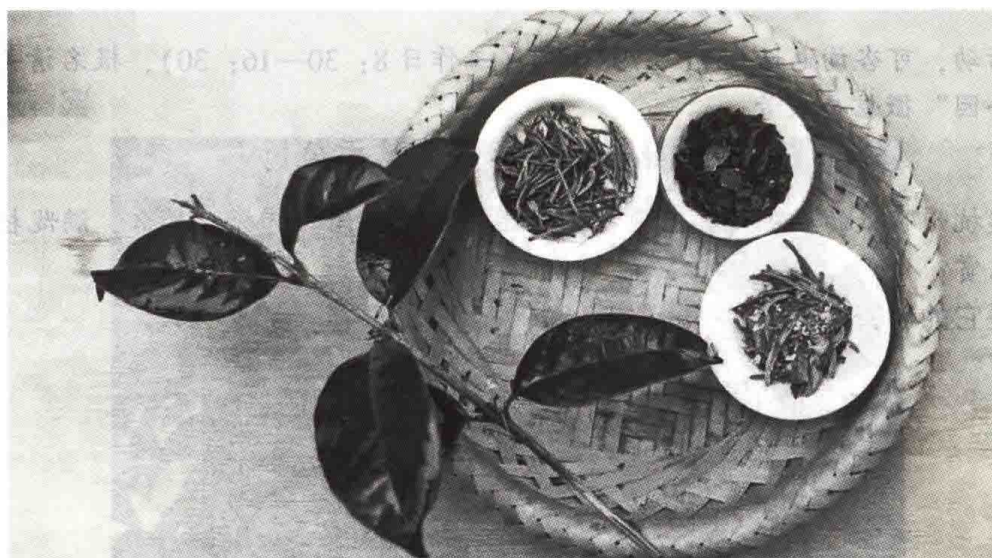
手作嘉年华



开幕式当天（9月21日），杭州少儿公园推出了“香甜”的桂花自然手作体验嘉年华。奉上一波现场图，来感受一下丰富有趣的嘉年华活动吧。



遗憾没去现场？不要着急，接下来还有更多乐趣等你来体验哦。比如：
体验“小小茶艺师”



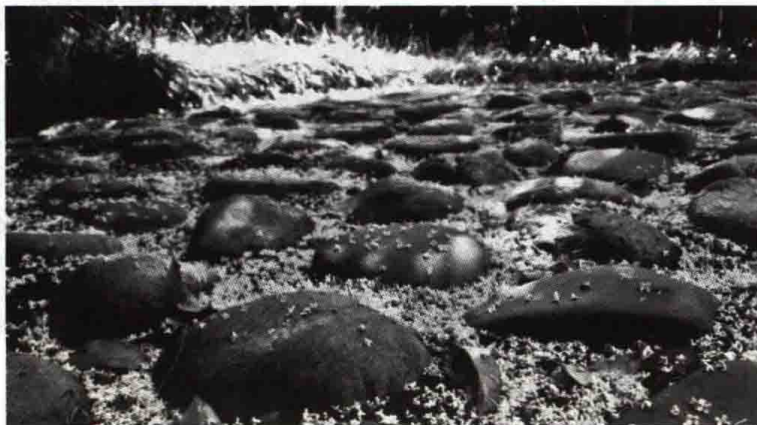
9月28日，少儿公园特别邀请了中国茶叶博物馆的老师，带领小朋友们现场学制桂花龙井茶。小朋友们将穿上汉服，打桂花，制桂茶，学茶礼。

满陇桂雨公园栽有桂花近 3000 株，80 余个品种，其中，50 余年树龄的桂花树 40 余株。相比小区、道路、其他公园的桂花，满陇桂雨公园的桂花更多更密集。

赏的是它的稀有与名贵

玉帘银丝、醉肌红……这些桂花不仅名字有趣，其他地方也很少见，算是稀有品种。就拿醉肌红来说，就长在第一桂对面，取名就是因为它开出的花颜色娇嫩，就像少女喝醉酒肌肤的颜色。

赏的是它的氛围



公园地处山地，可静可闹。在这美如画卷的风景中，偷得浮生半日闲，或是登山赏桂，喝一壶桂花茶；或是一家人，闲话家常，其乐融融；或是行走于桂花树下的蜿蜒小路，发一会儿呆，享受桂花散逸的浓郁芬芳。

赏的是一份文人的情怀

还记得郁达夫的《迟桂花》吗？满觉陇的迟桂花是郁达夫创作《迟桂花》的灵感之源，面对柔软温润香气袭人的迟桂花，心灵也融化为澄静大自然中一部分。白居易在老年回忆江南生活时，还把“寻桂子”作为一大乐事：“江南忆，最忆是杭州。山寺月下寻桂子，郡亭枕上看潮头。何日更重游？”

杭州还有这些地方可以赏桂

>>>>

杭州植物园



植物园的桂花紫薇园就位于北门入口处，占地 4.5 公顷，园内有桂花品种 45 个，桂花总数大约 1000 株，紫薇大约 300 株。



目前，园内开花的桂花品种有：早银桂、青尖、杭州黄、硬叶丹桂、籽银桂、天女散花等。



怒放的杭州黄

>>>>

岳庙辖区

孤山一带，桂花也已经开放“木牢牢”啦。走在游步道上，就能闻到一阵阵甜香。岳王庙、苏堤沿线都有桂花可寻。



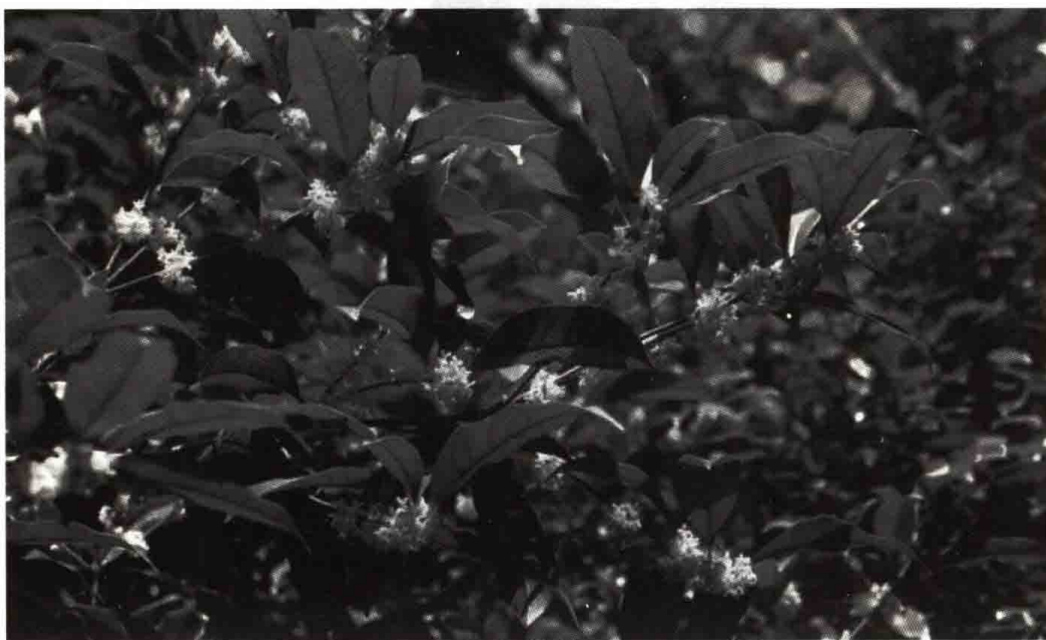
岳庙管理处 供图

>>>>

吴山景区

吴山的桂花主要有银桂、金桂和丹桂。从伍公庙、东岳庙、药王庙、吴山大观至十二

生肖、西方庵、江湖汇观亭，一路都有桂花。



吴山景区管理处 供图

>>>>

万松书院

万松书院的桂香，比起他处，更富有书卷气息。没有开得漫山遍野，零星地分布在房前屋后，流淌着淡淡清香沁人心脾。



凤凰山管理处 供图

>>>>

钱江辖区

虎跑泉眼也是一处赏桂的绝佳去处——滴翠轩门口平台上，三株桂花竞相开放，老桂花，香气自是不同寻常。



钱江管理处 供图

湖西景区内，六和塔、云栖竹径、石屋洞等处也都有桂花分布。

值得推荐的还有六和塔御碑亭左右两侧的桂花，枝干道劲，充满古意。此外，云栖一棵两百多年的老桂树，期待今年依旧飘香。

>>>>

花港辖区

花港公园的桂花也早已盛开，主干道两侧，一直从西门延伸到苏堤，都有桂花飘香。



花港管理处 供图

太子湾公园内的桂花分布在北门到瀑布沿线，此外，三台云水、于谦祠、乌龟潭，也一路都有桂花。目前，正是初放期，若这段时间雨水少的话，可以一直盛放到国庆！