

新媒体文案写作（活页版）

新媒体文案写作

胡晓 王大伦 主编

万童蛟 蒲思静 曹艳 副主编



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS





项目一

认识新媒体文案



项目导读



知识准备



一、新媒体文案相关概念

二、新媒体文案的类型和特点

三、优秀的新媒体文案——“信” “达” “雅”

四、新媒体文案写作基本流程

一、新媒体文案相关概念



1. 新媒体

(1) 新媒体的概念

“新媒体” (New Media) 是相对报刊、户外、广播、电视四大传统意义上的媒体而言，因此，新媒体被形象地称为“第五媒体”。实际上，新媒体是新的无线通信技术和网络技术平台支撑下出现的，它是利用数字技术和网络技术，通过互联网、无线通信网、卫星等渠道，以及各种数字移动终端，向用户提供信息或服务的媒体形态。

一、新媒体文案相关概念



1. 新媒体

(2) 新媒体的特点

数字化

交互性

个性化

跨时空性

一、新媒体文案相关概念



2.文案和广告

(1) 广告：广而告之，有针对性地向公众或者特定人群输出某种信息。



一、新媒体文案相关概念



2.文案和广告

(2) 文案

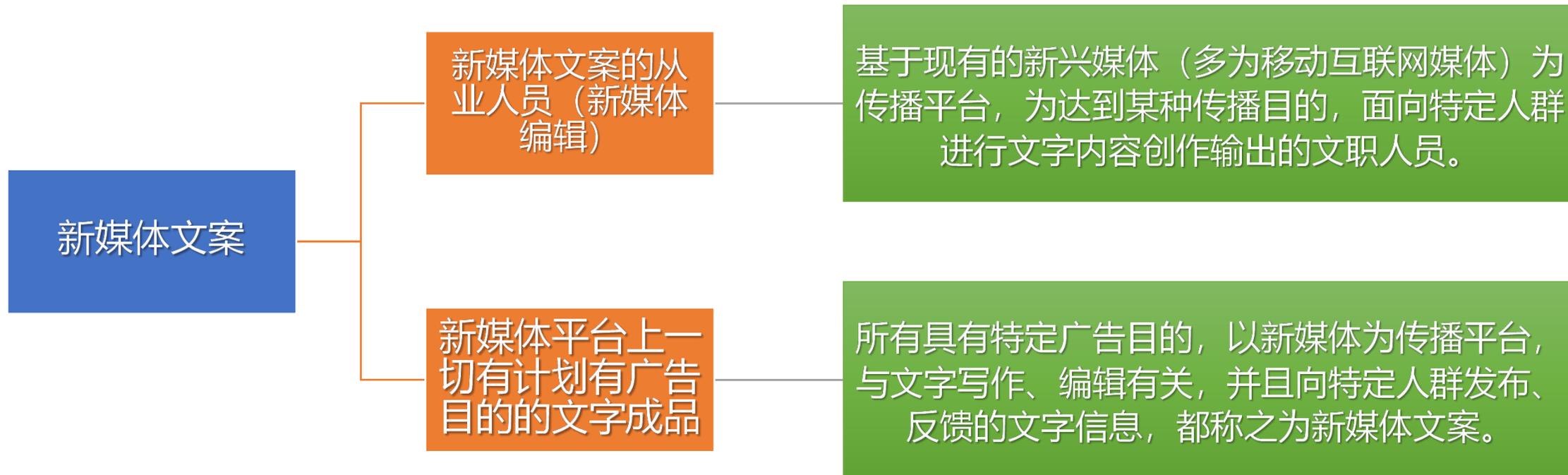


一、新媒体文案相关概念



3. 新媒体文案

(1) 新媒体文案的含义



一、新媒体文案相关概念



3. 新媒体文案

(2) 新媒体文案的特点

①**表现形式多元化**。新媒体文案拥有丰富的呈现形式，不仅可以以文字的形式发布，还能以图片、视频、音频、动画，甚至小游戏的方式进行呈现。“只有想不到，没有做不到”，只要有足够的创意，就会有不尽的表现形式，产生意想不到的良好效果。



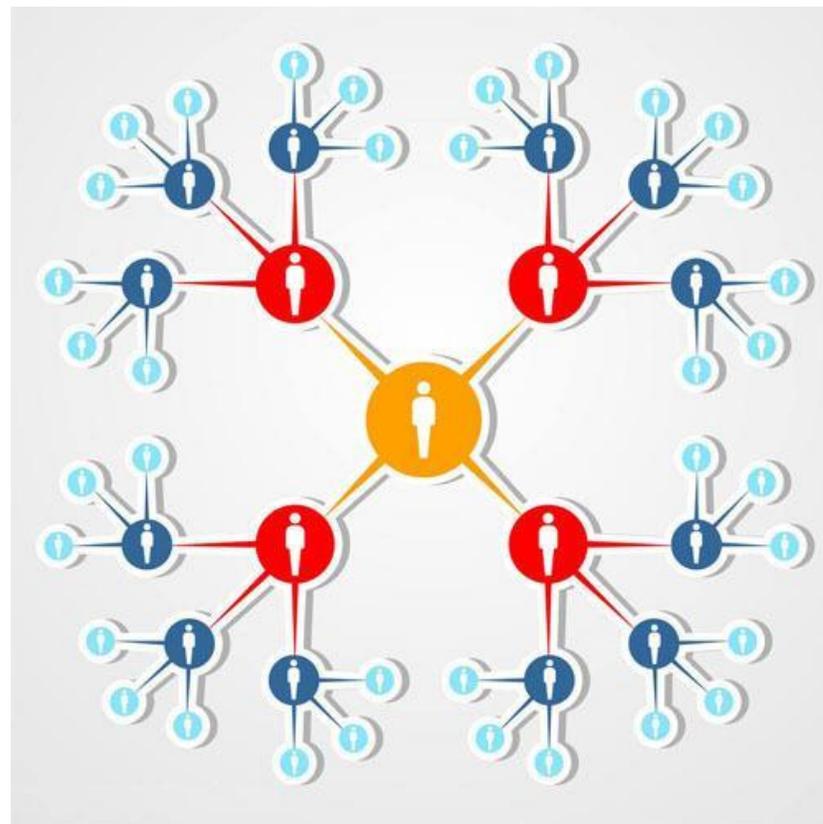
一、新媒体文案相关概念



3. 新媒体文案

(2) 新媒体文案的特点

②**传播范围广、速度快、成本低。**优秀文案能实现在传统媒体时代无法企及的传播速度和范围。由于移动终端的便携性和操作灵活性，每个个体都能成为信息的发布源，一个优秀的文案，更容易实现被读者转载，从而迅速进行二次传播，获得更多的读者。更为重要的是，这种转发不断不用付出任何成本，还可以不断重复进行，进行裂变式传播（见图1-1），从而让被传播的信息迅速收获更多受众。



裂变式传播

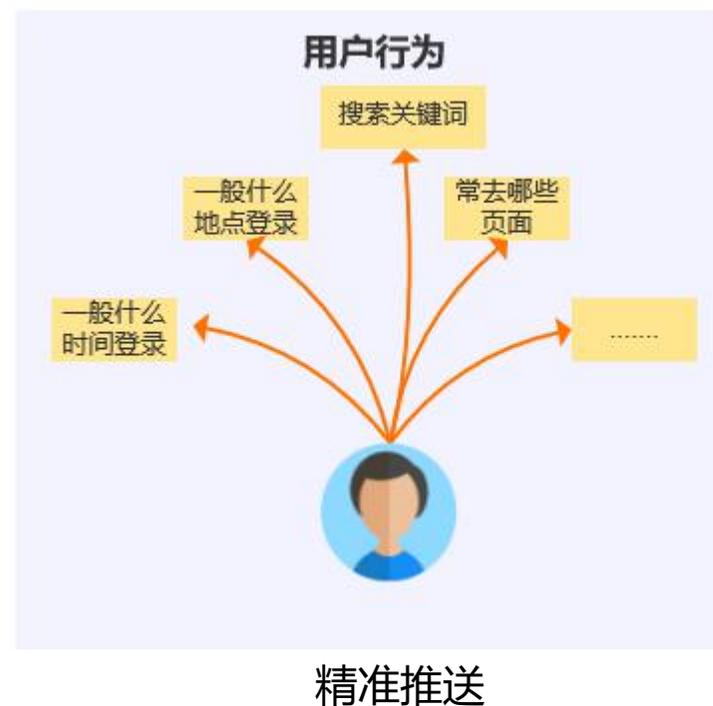
一、新媒体文案相关概念



3. 新媒体文案

(2) 新媒体文案的特点

③**定位精准**。新媒体文案的受众定位能够非常精准。传统媒体时代，所有受众都接收到同样的传播内容。新媒体时代，大数据、云计算新技术让个人信息标签化，通过搜集和追溯人们的生活习惯、行为，进行数据分析，实现对人群的精准画像，从而让广告精准推送给有潜在需要的人群。而人工智能新技术，也助推了广告内容的精准投放。



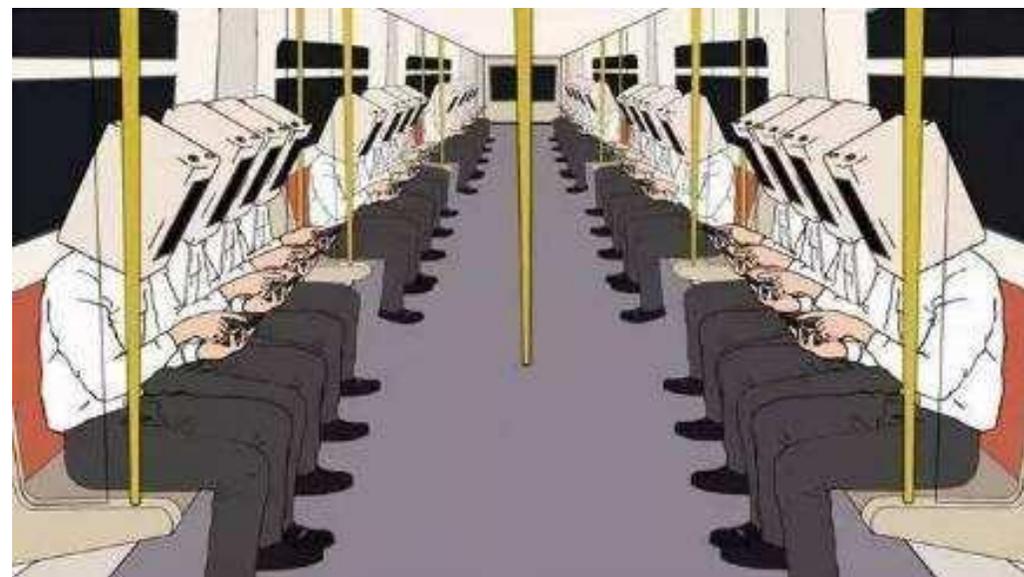
一、新媒体文案相关概念



3. 新媒体文案

(2) 新媒体文案的特点

④**适应碎片化阅读与传播。**碎片化阅读，是指利用短而不连续的时间片段，进行简短而少量的文本阅读。这里的“碎片化”包括时间的碎片化和内容的碎片化两个方面。阅读时间的碎片化，是指受众会在许多工作和生活的零碎时间当中进行阅读；阅读内容的碎片化，是指受众会在大量信息当中选择自己最感兴趣，或最有价值的内容进行阅读。



二、新媒体文案的类型和特点



1. 新媒体文案的类型

(1) 按传播目的分类：**销售文案**和**传播文案**



销售文案



中国警察网 & 江小白
www.cpd.com.cn

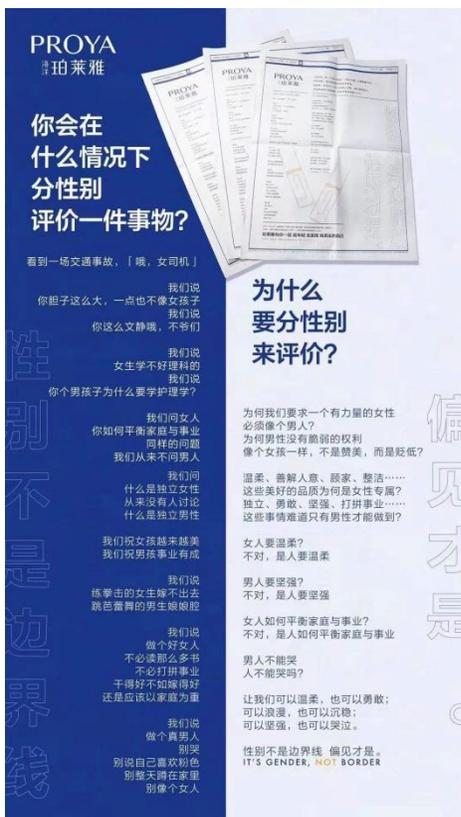
传播文案

二、新媒体文案的类型和特点

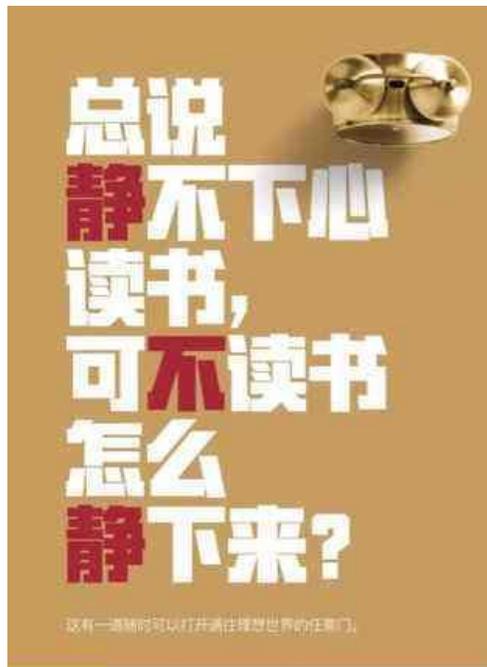


1. 新媒体文案的类型

(2) 按篇幅长短分类：**长文案**、**短文案**和**系列文案**



长文案



短文案



系列文案
新媒体文案写作 (活页版)

二、新媒体文案的类型和特点



2. 新媒体文案的常见载体



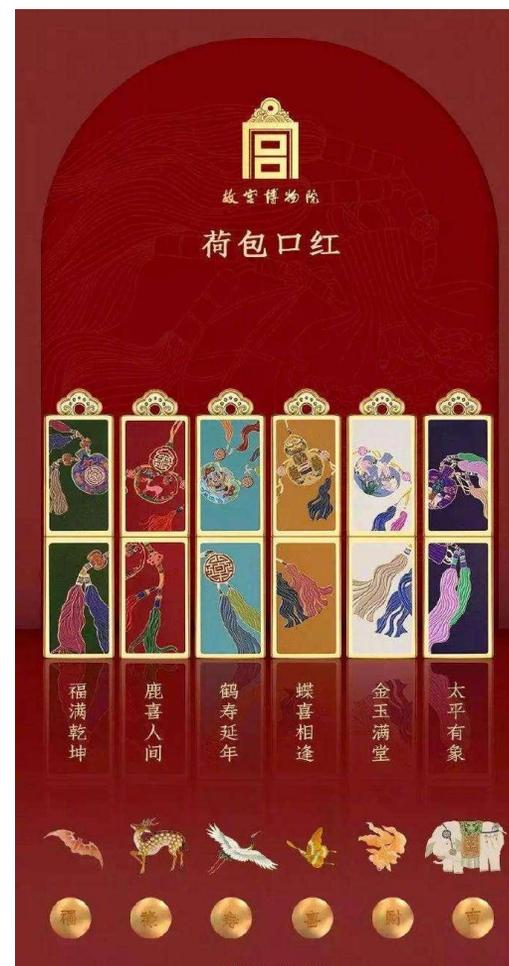
二、新媒体文案的类型和特点



2. 新媒体文案的常见载体



淘宝



电商详情页

二、新媒体文案的类型和特点



2. 新媒体文案的常见载体



短视频



社群



二、新媒体文案的类型和特点



2. 新媒体文案的常见载体



自媒体

新媒体文案写作（活页版）

知识准备



一、新媒体文案相关概念

二、新媒体文案的类型和特点

三、优秀的新媒体文案——“信”“达”“雅”

四、新媒体文案写作基本流程

三、优秀的新媒体文案



信

达

雅

三、优秀的新媒体文案



信

信是指信赖、相信。是指文案内容能够得到受众的迅速理解，并获得信任和共鸣，在扩散上能调动读者主动传播的兴趣，进而产生持续传播影响力。这样的文案又被称为具有“传播黏性”。

三、优秀的新媒体文案



信

好的文案作品中，所有信息的传达，都应该基于事实。对产品的描述，要基于产品本身的功能和特点；对品牌的表达，也需要企业确有其文化；对促销的承诺，必须加以兑现。否则，再完美的文案，也不过是谎言，而谎言被揭穿时，信赖也就失去了。

三、优秀的新媒体文案



达

达者，至也。优秀文案的“达”，是指**达到传播目标**。每一个好的文案都应该有明确的创作目标。好的文案，并不仅在于文案本身如何优美华丽，富有创意，更重要的是通过表达和传播的过程，来达到最初的创作目的。这个目的可能是销售某种商品或服务，也可以是推广某种品牌或理念。

三、优秀的新媒体文案



雅

雅的第一重含义：**高尚，不粗俗**。文案的高尚不俗，即是指传达正确的价值观，且文字优美。文案的价值观，折射出的是产品和企业的价值观。好的文案不仅可以体现创作者的修养，还能进而彰显产品的魅力。

雅的第二重含义：**合乎规范**。对于新媒体文案来说，可以理解为有媒体适用性。

知识准备



一、新媒体文案相关概念

二、新媒体文案的类型和特点

三、优秀的新媒体文案——“信” “达” “雅”

四、新媒体文案写作基本流程

四、新媒体文案写作基本流程



课中实训



实训一 认识新媒体文案

任务一：.讨论思考：请列举出你平时获取信息主要来自什么渠道？哪那些是传统媒体？哪些是新媒体？然后填写下表。

表1-2 信息来源列表

传统媒体	新媒体

课中实训



实训一 认识新媒体文案

任务二：在求职网站或招聘网站上，搜索文案相关岗位（如文案策划、Copywriter、网络编辑、文案编辑等），分析其工作职责，填写下表1-3，判断哪些属于新媒体文案的工作范畴？主要涉及到哪些新媒体平台？

表1-3新媒体文案工作岗位职责

招聘企业	岗位	工作职责	涉及的新媒体平台

课中实训



实训二 寻找优秀的新媒体文案

任务一：寻找优秀的新媒体文案

任务描述：学生3-4人一组，每人收集3-5组优秀的新媒体文案，分析其优点（至少3项），填写表1-4，在组内分享。

任务二：分享优秀的新媒体文案

任务描述：每个小组选择其中小组成员认为最好的1-2篇，与全班同学分享。制作ppt进行展示，并简单阐述其优点。

任务三：收集新媒体传播因素

任务描述：采访3位自己身边喜欢转发消息的亲朋好友，寻找他们偏好的多媒体平台有哪些，他们喜欢转发的内容主要是什么，以及促使他们进行转发的原因。

课中实训



实训三 分析文案的创作过程

任务一：分析优秀新媒体文案

任务描述：分析实训二中选出的文案，小组合作收集资料，分析文案的撰写过程，是如何进行策划、调研，进行创意输出的，填写教材上的表格。

任务二 尝试初次创作文案

任务描述：根据上述分析进行思考，如果换成自己来进行文案撰写，有没有其他新的想法？每位同学简单撰写一篇新的文案。待到完成课程的学习后，再来看看，这篇文案有什么值得改进之处。

课后提升



优秀文案创作者的个人素养

正确的价值观

用户思维

逻辑性

想象力和好奇心

匠心

持之以恒的学习