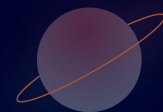


# 如何写出更具影响力的技术文章

winter

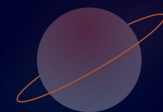
# 目录

- 个人介绍
- 题材篇
- 内容篇
- 推广篇



# 个人简介

- winter, 程劭非



# 题材篇

# 话题

热点话题  
经典话题  
实践类话题  
口水类话题

# 热点话题

热点话题举例：vue3发布

选择热点话题的优势：瞬时流量大、容易吸引用户、作者间容易互动

热点话题的劣势：长尾效应不足、很难写出深度、竞争多

热点话题的写法：科普、评测，不宜挖掘过深

# 经典话题

经典话题举例：函数式编程、MVC

选择经典话题的优势：可选范围大、真正的好文章带来长线流量

经典话题的劣势：对内容要求高、同质化竞争

经典话题的写法：高屋建瓴、深入浅出，二者必须占一个，否则等于没写

# 实践类话题

举例：淘宝首页的性能优化

优势：只谈客观行动，不谈主观观点，不容易被揪住出错

劣势：需要背书，从实践到最佳实践，很难跨越

写法：突出a结果，摆事实吸引观众



# 口水类话题

举例：面试必考的20个知识点

优势：吸引眼球，点击率高

劣势：本身属于不可能写好的文章，读者无法真正获得满足

写法：不写最好

# 文体

知识科普  
教程  
评论  
立论  
驳论  
集锦  
参考

# 内容篇

# 内容来源

实验与实践  
研究和学习

# 实验与实践

实验的手法：性能测试、执行代码、调试看中间结果、打印日志.....

实验与分析：实验的结论是一些客观事实，一般来说还需要进一步分析才能形成文章

# 实验与实践

实践：通常是把工作中的一部分成果拿出来分享形成文章

# 内容组织

按逻辑关系组织

分类  
递进  
维度  
步骤

.....

# 内容组织

按认知顺序组织

举例：邱奇数与自然数  
认知顺序：从具体到抽象



# 内容组织

按故事组织

举例：《大话设计模式》“教女朋友学习”系列

实际上背后还是按照认知或者逻辑组织

小黄鸭效应：按故事组织可以强迫作者解决一些思维跳跃的点

# 推广篇

# 推广篇

谈谈品牌意识：写文章的目的不是阅读量，而是建立个人技术品牌

平台之间的链接性：利用多平台之间内容互动，来跨平台涨粉

直播：现在直播是一个重要的渠道，通过直接交流，更容易跟读者建立连接

出圈：出圈其实很危险，要谨慎

# Q&A