

# 微信公众号10年，我的6年

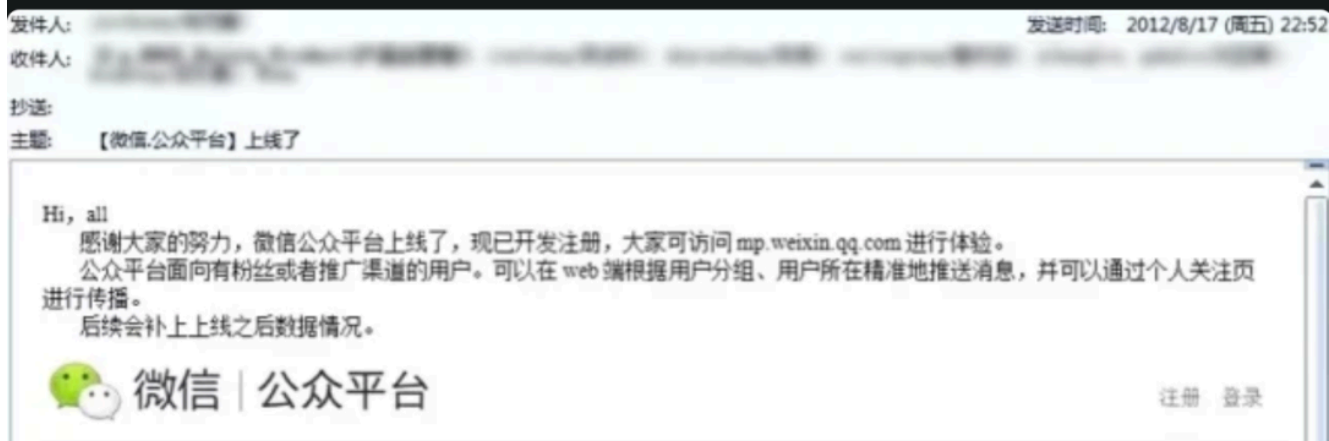
2022 年 08 月 22 日



上周三微信派发布了 [《2012.8.17，微信公众平台上线了》](#)，引发了一群公号自媒体人的集体怀旧。是啊，已经十年了。

你或多或少还能想起一些公号大V，还有以前在朋友圈刷屏的文章，那些高光时刻像浮雕一样刻在脑海，好像见证着这个平台的兴衰浮沉。

今天不考古，也不讲宏大叙事，想从个人的视角，跟你分享下我与公众号的一些故事。



我第一次知道公众号是2013年，那是大一下学期，我也刚注册微信。

彼时微博正兴，因在校园杂志上看到「糗事大百科」博主赵诚玩微博年入千万，颠覆认知，第一次看到上学-工作之外的道路。

我能不能呢？不知道，但想试试。

寒假买了第一台笔记本电脑，从此没日没夜沉浸在微博里，研究怎么涨粉、互推、发段子。

做搞笑内容半年时间，小有成就，到了5万多粉丝（没买粉），偶有广告投放赚点零花钱，我对微博的发展充满信心。

注册微信后了解到公众号，那会儿我对它是不屑一顾的，长内容、排版难看、一天就发一条、没互动，怎么看都没出路。而微博不一样，信息流、用户停留时间长、话题多、互动丰富、140字段子&新闻、搞笑动图，人们更喜欢，这才是媒介发展的下一个方向。

公众号就像上个时代的博客，现在无非迁移到移动端，换汤不换药。

## 谁愿意拿着手机看长文呢？

2014年，我给学校一家饰品玩具店出营销主意，老板问我要不要做公众号，我坚决说不要做，耽误精力、不能实时传达，还得引导关注，太麻烦，不如加微信好友送小礼品，然后朋友圈发优惠活动。人们不看公众号，但肯定刷朋友圈，触达率更高（没想到那会儿就有私域流量的理念了）。

转变是在大二下学期，微博起色不大，发送频率高又耽误学习，而且一直发搞笑段子觉得没意义，就把号卖了。

于此同时，公众号很多优质内容开始出现，好多大V也倾向长文、深度观点输出，即便是搞笑段子，质量也比微博高一个层次。自己开始沉迷每日阅读公号，朋友圈也经常有刷屏文章，同学讨论的也是XX文章的观点，仿佛突然进入一个新时代。

**我觉得这个东西有搞头。**

但还是没开公号后台，微博写习惯了，写不出来长文，也因后来学习、准备实习的原因，没再研究。

不过，不耽误赚钱。那时有电商平台做校园推广，公号拉一个新粉给3元，我就拿着二维码和小礼品扫楼地推，赚了一个学期的生活费。

**那是公众号给予我的第一次馈赠。**

15年大四实习，在石家庄一家写字楼租赁公司，做新媒体运营。自己第一次在微信公众号后台编辑、发布文章。

双微（微博微信）是那时期的企业标配，无论公司大小、什么行业，都得配。我跟老板说微博太大，不精准，公众号容易积累本地粉丝，我们的业务要建立本地影响力，老板说那就只做公众号。

发什么呢？老板不知道，我也不知道，发完能给业务带来什么收益和联系，也不知道。只是会写、会拼凑信息、做图排版，发点公司的业务介绍、最新政策、节气节日活动，然后号召全员转发，不为数据负责。

**发了大半年，最后粉丝2000+。**

那会儿刚实习工资2500，三个月后涨到了3500，我听说，毕业的师兄，在石家庄某地产策划公司，工作一年的转正工资是3000。

16年毕业前来到北京工作，公众号风头正盛，因公号阅读质量好、转化率高，很多商业投放首选在公众号。有微信第一自媒体称号的咪蒙老师，头条报价75万元，仅头条广告收入，一年接近两个亿。

我也索性去了国内社交媒体投放最大的交易平台——微播易。因为需要对接、筛选优质KOL，见识了大量电影、美妆、车、美食、购物、读书、音乐、人文、生活方式等领域优质内容生产者，百花齐放，那是公号的全盛时期。

每个人都在表达，对社会事件的观点，对工作经验的总结，对某项技能的传授，或者仅仅是日常琐事、心情记录，有无数草根个人通过公号写作建立了影响力，单单通过文字和图片，就能看到大千世界、千姿百态。

那是我第一次读懂微信公众号的slogan——

再小的个体，也有自己的品牌。



工作安稳后，内心肿胀的北漂青年总要有消遣方式，我开了自己的公众号。

其实当时公司已经在主推短视频、直播平台，美拍、秒拍、一直播、快手、火山小视频混战，下一个时代是短视频，这是毋庸置疑的（抖音刚诞生，还没成气候）。

我还是选了公众号，因为不上镜、也不想对着镜头龇牙咧嘴。

只想坐电脑前「写点东西」。

## 名称记录

2016年12月10日“四五苏”改名“苏佬师”

2016年11月13日“写点东西”改名“四五苏”

## 微信认证说明

第一篇文章模仿一篇恶搞文，从早到晚，写了整整11个小时，产出[《手把手教你写一篇黑小米的公关稿，雷军看了也沉默》](#)。新人发文，朋友都会转发表达鼓励，没想到第一篇阅读就到了1000多。

后来，我把这篇发到知乎，听说被小米的某位高管转到了公司群，点赞量1000+。

文章 手把手教你写一篇黑小米的公关稿，雷军看了也沉默



桌上的小米MIX屏幕亮了，一条短信显示5万元已到账。屌哥抽了一口烟，不过是要写一篇黑别人的公关稿而已。他早已轻车熟路，作为一名混迹京城数年的公关...

3.5 万 阅读 1124 赞同 116 评论 288 收藏 3 喜欢

发布回答

编辑



Ground

我是被小米生态链副总裁的点赞推到timeline然后看到的

2017-10-01

第二篇自己脑洞了一个很有趣的APP——[《【紧急发布】雾霾治理新措施——“滴滴碰瓷”正式上线》](#)，主动刷脸找所有好友转发，觉得能刷屏，后来有2000+阅读。

说实话那时没有想过变现，只是觉得写出来东西和别人互



动很有意思，也很享受下班后在出租屋想选题、构思内容的胡思乱想，有时会被自己逗笑。

最迫不及待的，就是等微信官方给自己开通留言功能，太想给读者的留言写一条骚骚的神回复。

后来写了几篇，开始自我怀疑：

**写这东西有什么用？这不就是搞笑的长篇微博？**

如果单纯写商业趣闻，第一是写不过专业的团队，第二自己还是一个网络编辑，不会提高认知和原创能力，简而言之，没观点。这种内容网上一大堆，读者为什么看我呢？我开始思考自己和读者的关系。也带着怀疑，停更了好几个月。

转机出现在有天上班，看见公交站牌上有酷狗音乐的广告，而后是广告案例网站、公众号的一水吹捧，说悬念营销、互动引爆之类的。

明显公关稿嘛，而且吹都吹得这么烂俗，实在看不下去，于是奋笔疾书一篇《[人傻钱多！给酷狗做出这个鸟创意的人，应该拖出去枪毙五分钟！](#)》。发完后，又想到能给行业网站投稿，就把这篇发到了数英上。

这里有个插曲：当时数英的后台编辑器极其难用，难用到近乎放弃。如果当时没发，后来就是别的故事了。

发完后，数英编辑找到我，跟我说现在有鼓励作者原创机制，每周会给五篇优质文章100~800元的奖励。以为就是通知我，想让我以后多投稿。没想到编辑说——

这周的第一名是你。

第3期，获奖名单如下：

请获奖者请注意查收站内私信和邮件

第一名：《酷狗音乐#就是歌多#这波广告，为什么说广告费花得很冤？》

作者：苏佬师

评比值：82.29

收录时间：2017/8/18 周五



从这之后确定了写作方向——写广告案例分析、总结的方法论、行业观点，专注在广告营销垂直领域。

800元到账后，第一次认识到自己创作的内容是有价值的，也是能获得别人认可的。同时也意识到——我们这行业，现状有多差。

之后，在数英发布了多篇文章，开始专业化写作。我发现要想写出有价值的观点并不难，记住这三个字就行——说真话。

避开场景营销、预热引爆、双线联动、全网渗透这种你都不知道什么意思的词，说人话、说真话，别人就愿意看。

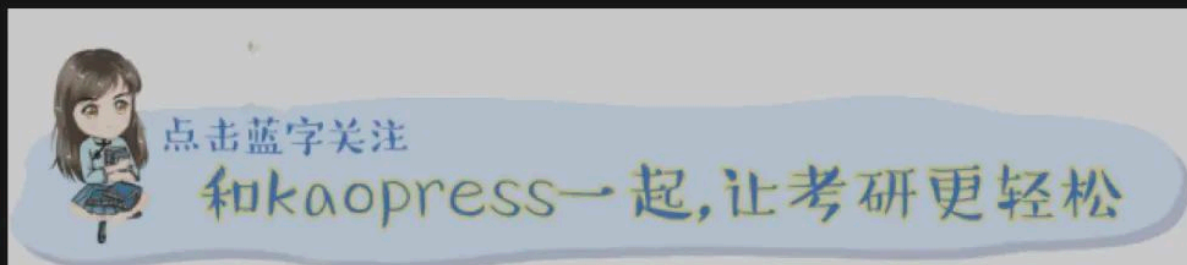
几篇之后，有个传媒考研的公众号「考新闻」找上门，约我供稿，有稿费。有了额外的固定增收渠道，我很开心，



写文章也有了动力。

# 广告课|如何给村口搞装修的二大爷做广告

原创 苏佬师 考新闻 2018-02-08 21:16



**考新闻特约作者苏佬师**

众所周知，苏佬师一直都很穷。

因为那个号读者多是在校考研的大学生，经常有读者在后台问我一些专业问题和刚工作的疑惑，于是我放出个人二维码：可以直接找我，帮答疑解惑。

我经历过从校园到社会的转变、职场菜鸟爬升站住脚的过程，知道这个时候多希望有人能给指引。以前没人给我指路，现在我能给别人指路，这也不错。

带着「传递光和热」的想法，我给自己的写作找到了另一层价值。

我觉得很有帮助

起码你是过来人，给了我一些自己很中肯的看法



08:18

苏老师，教师节快乐。非常感谢您的教导，给了我很大帮助，谢谢您！

08:53

谢谢你的祝福，能给你带来帮助也很高兴。不过，『教师』这个称号，我怕没资格接受。最多给你一些建议，教导称不上。谢谢，祝你工作顺利。



17年底，因为有固定稿费收入，偶尔有人找我写公关稿、海报文案，加上当时对公司加班的不满，打算辞职做自由职业者，专职写作。

也是那个时候，结识了广告圈网红姜茶茶，谈了供稿合作。

我记得很清楚，去找她时，在地铁站等车的时候，通道内出现黄光，列车咔哒声越来越近，车头没出现，迎面先吹来一阵风，我吸一口，脑海浮现出五个字——

**自由的气息。**

自由职业者确实自由，只是这份自由无福消受。写了一短时间，枯燥乏味，每天就是早起吃饭、看书看新闻，中午吃饭睡觉，下午写东西，晚上跑步。

如此往复一个月，因没人说话、生活单调、专业无长进，还是灰溜溜找了家公司接着上班。

写文赚钱很爽，不过这种爽只停留在收到款的1分钟内，到账汇总成账户总金额后，马上陷入焦虑——要火速赶往下一篇。没有片刻停歇，这种日常的焦虑也难以忍受。

**虽然专职写作确实赚得比上班多。**

因为写公众号，在找工作时也有了额外优势。此前因创作过一张流传甚广的搞笑图片——《[「没啥压力的28岁大爷」刷屏后，原图作者有几句心里话想说](#)》，



王某

北京某广告公司28岁文案

其实我觉得吧，压力也没那么大

10月30日  
星期一

传媒从作者的压力究竟有多大？

16:54

德国总理默克尔以及德国总统高克出席。

加上自己写了很多商业、广告营销类文章，面试官觉得我很不错，18年3月，我入职了一家创投公司，做内容运营。

这算是毕业以来，第一份专职写公号文章的工作，以前都是业余在自己的号随意写，现在要为内容负责。开始研究专业文章结构，如何做干货密度，如何找流量来源，最后也做出来一点成绩。

也是在那里，我遇到了最有爱的团队。每天睁眼最想做的，就是赶紧到公司见到大家，白天开心工作，下班一群人吃喝玩乐，谁也不想回家，巴不得住在公司。

那段时间，有学习、有产出，有成长、有欢乐，是工作以来最开心的时光。时至今日，依然如此。

几年后我意识到自己错了——

那是人生中最自在、最难忘的回忆之一。

再后来，就是间歇写稿，进驻多个行业平台。能说得出来的有：36氪特邀作者、数英网认证作者、人人都是产品经理专栏作家、领英行家。加了很多行业作者群、专家群，马马虎虎，混个脸熟。

小有影响力，偶尔有公关稿，也有客户做业务咨询，《[咨询实操心得：手把手用实际案例教你提升一家餐馆收入](#)》，赚一些零用钱。

19年7月，入职36氪，有幸见到国内第一科技自媒体的微信后台，粉丝量之大惊掉下巴。

即便如此，和新媒体负责人聊起来，他也满眼无奈：文字载体的媒体方式在下滑，增长远不及从前。新开的几个行业观察号，即便有专业作者出内容，用大号、官网导流量，增长也很艰难，人们不愿看文章了。公司的发展战略是视频化，正想办法在B站、抖音等平台复刻自己的科技自媒体影响力。

20年开始，公众号衰落的趋势到了肉眼可见程度。大概有疫情居家的原因，所有短视频的数据增长势如破竹。自己号称文字爱好者，刷起抖音都两个小时起，何况其他人呢。

**这是趋势，势不可挡。**

以前写篇文章，总有几十个增关注，现在写好几篇零增长，偶尔还会掉——「哟，还关注了这个号，取关！」

无可挽回，写文章就不再执着于数据。以前发完文章，第

二天还会看看转发量、新增量，现在已经不在乎，打开后台只为编辑发文，很早不关注数字了。

这是每个公号写作者的必经之路。

**像中年危机一样，避无可避。**

今天，微信公众号10周年，除了往日「古典」自媒体人怀旧外，没有人再为他欢呼，高喊期待下一个十年的陪伴。微信官方也把新的增长点放在了视频号，面对这个局面，可能他也无能为力。

于我来说，已经不指望再靠写作建立影响力、当大V什么的，只当做输出的一个平台，方便信息输入和整理。

有想法了就写，不想写了，半年不写心里也不会有愧疚，这就是现在的状态。

但有时间还是想写，手指在键盘敲下文字时，能明确感知到双脚是站在地上的。

放在几年前，我还会劝你在公众号写点东西，今天呢？个人表达已不局限在文字，新生自媒体人，大多选择了短视频、播客、直播这种形式，不愿写字了。我身边认识的很多自媒体人，也转型视频方向了。

所以我不劝你写公众号。只能说：

**如果你仍想表达，不妨从写作开始吧。**

朋友圈、即刻、微博、公众号都可以。



文字从发明以来，几千年进化到今天，仍然有它独特的魅力，希望你能在文字陪伴下，在指尖一字一句敲打下，看到它。

## 最后再说两句

任何媒体形式最后都会衰落，但你要知道，即便衰落，网络还是有一块你的自留地，这是属于自己的领地，尽管它很小。在现实忙活得灰头土脸时，这个由比特构成的虚拟空间，你的想象仍可在此栖息，让心神在这里喘口气。

多少年后，话语权转交给下代、下下代，我们这辈人做网络考古时，公众号和QQ空间的说说、朋友圈一样被尘封，被后人遗忘，但这些文字还刻在网上，留着彼时的记忆，拥有只属于你的气味和印记。

那是来时路的证明，也是我们时代参与的见证。

因为有那些文字存在，你才是你。