

著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

主题：如何写一篇带货千万的「好物推荐」内容？

主讲人：[@蓝大仙人](#)

嘉宾介绍：单篇内容预估带货金额突破 3600w+，作为个体经济成功案例被 CCTV2 和新华社报道

特别注明：本次经验分享基于嘉宾的亲身经历和个人总结，不一定适用于每位知友，请各位知友根据自己的实际情况取用。

主要内容文字稿如下：

大家好，我是传说中的蓝大仙人。上次直播还是六月份，那时候 618 即将到来，直播主要是为了解决各位知友的智能电视选购问题。但是今天，承蒙厚爱，@知乎好物推荐 让我来做好物推荐一期训练营嘉宾，让我给大家讲讲怎么在知乎上通过「好物推荐」挣钱。

在这之前，我们先聊一下我的个人经历，大仙是如何在知乎起步直到变现并小有名气的。

「蓝大仙人」的用户名是怎么来的？

起初在百度贴吧叫蓝颜皇朝，那时候研究某品牌的手机，成为贴吧大神，很多人向我咨询手机的问题，大神大神叫多了，我就自己升级成大仙了。主要原因是蓝颜皇朝这个名字太幼稚，蓝大仙人这个网名好听又好记，叫起来也很合适。不管是叫蓝大，还是叫大仙，甚至叫仙人，都可以。所以各位也可以学习一下，如果想出名，可以先有一个好听、好记、又方便称呼的名字。

为什么选择「智能电视」作为我的创作方向？

玩知乎已经是 2017 年的事情了，我没有继续选择手机类别进行创作，因为我有很长时间没再关注手机，已经完全脱节了，而且懂智能手机的人很多，我不认为自己能从中脱颖而出。

某天我去家电商场，看到商场有很多智能电视摆在那里放演示片，我当时就被那种超大屏幕和超高清画面震惊了，也想要买一台放在卧室里。然后我真的买了，是一台 WJ 49 寸，在当时配置还是蛮好的，价格很便宜大概 2500 元，但是也花了我大半个月的工资。用了一段时间智能电视，我发现智能电视可以替代传统老电视走进千家万户，就像当年智能手机替代非智能手机一样。

更重要的是懂智能手机的人遍地都是，懂智能电视的人寥寥无几，所以这个时候我就发现了机会，我相信现在开始研究智能电视，将来肯定可以从中获益。之后我就开始利用业余

时间研究智能电视，直到 18 年上半年，我在知乎已经小有名气，当年 6 月份，我已经开始做付费咨询了。

「好物推荐」选品方向的经验：找到目前相对冷门，但有发展潜力的品类方向，深入研究。

电视机品类是一个典型，说它冷门，因为没多少人真得懂；说它热门，因为电视普及度很高。2019 年年底，我在知乎上看到一位做机械键盘的知友，他吐槽说机械键盘太冷门了，没几个人关注，我上去安慰他，说冷门未必是坏事，也有可能是商机，这意味着没有人跟你竞争，有需求的消费者很容易搜索到你的内容。八月份的时候，这位做机械键盘「好物推荐」的知友找到我，说感谢我的提点，而这时候他已经每月靠「好物推荐」收入过万了。

除此之外，有类似特点的产品，我举几个例子供大家参考，比如：洗碗机、扫地机器人、智能门锁，这三个品类。随着生活水平的提高，这种能为人们生活带来方便的产品，肯定会走进千家万户。

「好物推荐」运营小技巧

「好物推荐」的起步是选品，这个可能是最难的。如果你已经选好了品类方向，并做好了持续努力向前的准备，下面我分享一些运营小技巧：

1.选择你擅长的问题回答，要么不回答，要回答就要拿出你的知识和诚意

我在知乎答题时，经常看见有些人回答推荐好物类问题就是一两句话，甚至只有几个字，很敷衍。如果我是一个普通读者，我很难去相信这些敷衍了事的回答。如果你的每个回答都很认真、很专业，读者一看就知道你是真得懂，而且有诚意，这时候就较为容易收获点赞。如果读者点击你的头像，发现你的每个回答质量都很高，那么你就会获得关注者，这是再正常不过的事了。你创作专业有诚意的回答，读者点赞、点关注，点赞量越来越多，关注的人越来越多，良性循环就开始了。

2.实际体验产品，对关注者和读者负责

如果没有实际体验产品、对产品进行评测，那么你做的推荐都是「云推荐」、「云测评」，这对你的关注者和普通读者来说是非常不负责任的。你只有实际评测才能知道产品的真实情况，你积累足够多的经验才能准确分辨产品的优势、劣势，帮助知友挑选合适的产品。测评产品刚开始基本上只能自己购买可以买新品或二手旧货，也可以到实体店测试。

3.注重个人品牌运营，让更多人记住你

(1) 固定使用同一用户名、头像，尽量不要反复更改，逐渐积累个人品牌的知名度。所以一开始就要选择一个好听好记的用户名，头像尽量选择比较独特的。

(2) 坚持每天发布专业内容，增加内容的曝光

坚持每天发布内容，拿我举例，基本上每天都在知乎回答电视机相关的问题。当知友搜索电视机相关的解答，能看到我的多篇内容，增加个人内容的曝光量。当然前提是你创作的内容，要让读者能感受到你的专业和诚意。

(3) 有侧重点的多平台运营，让更多人认识你

你创作的内容可以发在多个平台发表，以增大曝光和阅读量，让更多的人认识你。目前，我的主要收益来源和重点运营的平台还是知乎。

「好物推荐」创作小技巧

我没有报名培训机构，也没有签过 MCN 机构，一直以来都是个人摸索，自学成才。能够单篇内容预估带货金额超过 3600w，是我自己也没有想到的。电视品类客单价高，哪怕整体佣金比例不高，计算下来佣金收入也还可以。

我开始做电视机好物推荐的时候，全站几乎只有我一个比较专业的电视机好物推荐创作者，自夸一下，这方面我确实有过人之处。经过对上百款机型的研究，加上上万次付费咨询答疑经验，我更加了解用户的需求，也充分了解到每款电视的优势、劣势。

我能根据过往的知识、经验积累，写出一篇详实的选购攻略，甚至我还自己创造了液晶智能电视档次分级表。如下图：

2020年液晶智能电视分级表					
项目	配置名称	低端机	中端机	中高端	高端机
画质处理技术	屏幕类型	不限	不限	不限	VA软屏
	背光方式	不限	不限	不限	直下式
	控光分区	无	无	棋盘式或条状	棋盘式
	运动补偿	无	支持	支持	支持
	屏幕刷新率	60HZ	≥60HZ	≥60HZ	120HZ
	屏幕峰值亮度	300尼特起步	300尼特起步	600尼特起步	1000尼特起步
	画质处理芯片	不限	不限	支持（含集成）	支持（含集成）
标准配置	广色域技术	不限	不限	支持	90%DCI-P3起步
	RGB真4K面板	是	是	是	是
	CPU	A53四核处理器	更强	更强	更强
	运行内存	2GB	≥2GB	≥3GB	≥3GB
	存储空间	8GB	≥16GB	≥16GB	≥16GB
	语音助手	有	有	有	有
	WiFi	不限	不限	双频WiFi	双频WiFi

机会总是留给有准备、肯钻研的人，如果我没有那么深入地去了解产品，而是选择敷衍了事、洗稿抄袭，那么也就没有今天的「蓝大仙人」。

下面为大家总结了「好物推荐」创作小技巧：

1.选择擅长品类，找到匹配的问题

根据你的擅长品类，直接在知乎搜索关键词，找到对应的话题，通过话题找到相应的问题。比如，我经常搜索的话题就是智能电视和液晶电视，每天都能找到合适的问题。

2.不要只为赚钱而创作，目光要放长远

只要和你确定的品类方向一致，是你擅长的问题，不管能不能够带货赚钱，都可以凭借自己的知识、经验去帮助别人。在帮助别人的过程中，不仅解决了他人的问题，也为自己积攒了人气和曝光量，而这些是你持续获取收益的基础。

看清楚问题，搞明白提问者需求，不可以答非所问。为读者考虑，帮助别人解决问题是第一位，带货是第二位。比如，人家要求推荐一款两千元左右的电视，你推荐几款五千元左右的，这种就很莫名其妙。

3.深耕某个领域，聚焦少数品类，创作专业内容

只有极少数的创作者能够做到专精多个领域和品类，大多数创作者只能精通一个领域，比如我就是，只创作电视机品类相关内容，其他不涉及。

当你把精力都放在某个领域上，花上五千小时、一万小时钻研，有更大几率成为这个领域头部 5% 的创作者。

如何深耕某个领域？

你可以在网络上搜索相关领域的测评、科普类、研究类的内容进行学习，也可以线下实际体验考察，以及购买产品进行测评。我刚开始就是这样，线下去看，自己也买，那时候没有钱，买一台测评，测评完在二手平台上卖出，再买另一款产品进行测评。直到现在，我还是会花费很多钱来购买电视，HM 98 英寸，两万一台，买了；SN OLED 电视，一万多一台，买了。不懂产品就做推荐就是对读者不负责。

关于「专精」这个词，我有很多内容想讲，等你真的在某个领域深耕到一定程度，就会变成「人形数据库」，遇到问题，脑子直接蹦出答案。像我看到一个选购问题，比如「7000 以内选什么 75 寸机型性价比最高？」，不够「专精」的创作者要先去其他网站上搜一圈才能答题，而我的脑子里直接就会出现几款符合条件的机型，然后结合提问者的需求确定一两款合适他的。不仅我的脑子里记录了这些产品，电脑上也存了详细的配置单，我可以针对预算范围内的几款机型，做出配置对比表格，分析优缺点，推荐合适的机型。这样的推荐有理有据、直观详细，满足读者的需求。

当然，做到「专精」需要你去研究大量的产品，分析它的优缺点，这种知识体系的建立不是一朝一夕就能完成的。

4.选购攻略常更新，为知友提供最新推荐

比如我的《智能电视选购攻略》一文是每月进行更新的，包括内容和好物推荐商品卡片的更新。持续更新保证你的读者看到的内容一直都是最新的，收藏点赞等互动数据也会不断积累，读者对于你这篇内容的信任度也会不断积累，进而提高带货效率。也正是因为我的这种策略，才能有预估带货金额超过 3600w 的《2020 年 8 月智能电视选购攻略》。

5.合理导流，提高某篇「高转化」内容流量

当你写出一篇专业的选购攻略或类似的内容，你可以在你的其他回答或文章的底部，加入该内容的链接增加曝光，进而带来更高的阅读、点赞和成交量。

知友问题解答：

1.请问蓝大你是如何平衡写「好物推荐」内容和自己工作的时间呢？

我的全职工作就是在知乎运营自己的帐号、进行电视机的测评，所以写内容本身就是工作的一部分。

不过起步的时候我也是一边工作一边运营。大仙没有很多爱好，业余时间几乎都全力扑在研究电视机和写知乎内容上。我将大量的时间用在了这方面，最终也确实让副业的收益远远超过打工收益，所以最后辞职转做自由职业。

2.仅从内容数量来说，一天创作多少篇「好物推荐」内容最合适？

我的建议是，只要你有能力，在保证内容质量的基础上，能写多少是多少。我曾经一天在知乎上写了十几个回答，都是因外出三天，没来得及回答的问题。我每天都会智能电视、液晶电视话题下搜寻所有我能回答的问题进行回答，平均每天两三个吧。之前提到过，回答问题是为了增加曝光量，有曝光才有成交量，每天积极回答问题写文章，才能让更多的读者看到你，三天打鱼两天晒网，很难成气候。

3.想回答的问题下已经有很多回答了，这时再回答是否还有必要？

如果你有自己的新观点，或者觉得别人回答的不够完整、不够仔细、不够专业，你都可以贡献自己的力量，写更好的回答出来。尽量去回答，除非你写的回答会跟别人的内容有大量重复。

4.自己的知乎号被永久封禁后，是否可以搬运自己原帐号内容到新的帐号上？

任何发布在知乎的内容都需要遵守《知乎社区管理规定》，请在搬运自己原帐号内容至新帐号时，注意是否违规，避免因违规行为导致新帐号被处罚。若对规则规范有任何疑问，可以私信 @知乎小管家。

请各位知友注意，直播中提到的「要求知友点赞关注创作者，之后创作者再回答知友的问题」的做法不符合《知乎社区管理规定》。在创作「好物推荐」内容的过程中需遵守《知乎社区管理规定》和《好物推荐规范》。

本次直播课程，涉及到规则规范的部分一律以 [@知乎小管家](#) 为准，各位知友若遇到拿不准不知是否违规的操作，可以私信 [@知乎小管家](#) 询问。

著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

主讲人：[@珑珑 go](#)

嘉宾介绍：知乎科技盐究员，单篇内容烤箱带货预估金额百万，连续多月月入过万

特别注明：本次经验分享基于嘉宾的亲身经历和个人总结，不一定适用于每位知友，请各位知友根据自己的实际情况取用。

主要内容文字稿如下：

大家好，我是珑珑 go，很荣幸作为「好物推荐」创作者训练营一期活动的嘉宾，来开一场直播跟大家聊聊天。

1 我与「好物推荐」

知乎的工作人员让我给今天的直播起一个名字，我想了想那就起一个比较抓眼球的吧，叫「如何每月从知乎挣一万元零花钱」。先不要急着说我标题党，最初利用业余时间在乎上创作「好物推荐」内容算是我的一项消遣，而现在这项业余活动确实能为我每个月赚到一万多的「零花钱」。如果你也希望在乎上通过内容创作每天赚上几十、几百的零花钱收入，欢迎来到我的直播间。

非常郑重地告诉大家，在收入方面比我厉害的大神大有人在。像大家都已经知道的[@蓝大仙人](#)，一篇文章带货 3600 万智能电视，还作为新模式下的个体经济成功案例被 CCTV2 和新华社报导。还有笔记本电脑领域的创作者[@墨鱼](#)，明天晚上 7 点也将为大家带来他的每月带货金额超千万的「好物推荐」创作经验。我知道还有很多很多其他的创作者，通过在他们自己所擅长的数码 3C、母婴、时尚、美妆护肤、美食烹饪等等领域进行内容创作，并且做出商品推荐，从而获得了非常不错的收益。

那我个人的成绩具体是怎样的呢？我是美食烹饪领域的作者，举两个我的比较典型的好物推荐作品例子，让大家有个概念：我在「家用烤箱什么牌子好，有什么购买建议」这个问题下的回答，共有 200 万阅读量，5100 赞同，卖出了 350 万元的烤箱，事实上 350 万仅仅统计了京东的数据，如果算上天猫平台的带货数据应该在 400 万以上；我在「有什么性价比高的菜刀推荐」问题下的回答，共有约 40 万阅读量，7000 赞同，卖出了 100 万元的菜刀。

之前知乎的运营小姐姐来邀请我开直播，让我写一句话的个人介绍，她给我举了个例子：比如说在介绍母婴领域的一位非常棒的创作者[@陈大可](#)的时候，我们会说：陈大可，知乎母婴年度创作者，年货节母婴赛道第一名，单篇内容卖出 1000+ 绘本。那么珑珑你希望我们怎么向大家介绍你呢。我说，哇哦，那你就说：珑珑 go，一篇文章卖出 100 万菜刀的可怕女人。

相比于蓝大仙人这样专注创作的职业测评人，或者很多看到自己擅长领域的问题都非常乐意热心去回答一下的创作者们，我其实并不算一个非常努力的人。我是个上班族，有自己的本职工作，近两年来我开始利用业余空闲时间在知乎上写作，到现在总共也就只有 75 条回答，但因为我早前打磨出了烤箱和菜刀这两篇优质内容，至今仍一直在享受它们的长尾流量带来的订单佣金，每月一万的睡后收入还是挺轻松的。

如果你也跟我一样，平时忙于自己的工作，但是在业余时间里仍然有热情有欲望去表达自己、分享自己在专业领域里或生活里的经验和见解，那我们今晚一起来聊聊，如何在知乎上创作优质内容，以及如何通过创作来合理地进行变现，赚点儿工资收入以外的零花钱。称不上「教学」，只是从一个还算资深的知乎「好物推荐官」的角度，谈谈自己的体会和经验吧。

2 「好物推荐」是什么？

下面说一下我们今天的主角，也是目前创作者们在知乎平台上最重要的变现工具之一——「好物推荐」功能。

好物推荐功能是去年 9 月的时候，知乎上线的一个功能，当时我是受到邀请进行内测的第一批用户，通过这个功能，作者在知乎上写作的时候可以在文章或者回答里面插入一些大型主流购物平台的商品卡片，来进行相关商品的推荐。

好物推荐功能发展至今，目前支持的平台有京东、淘宝、拼多多、美团酒旅以及知乎自己的盐选会员、电子书等商品。读者们点击好物卡片并发生购买行为之后，商家将支付一定比例的佣金，一般来说创作者和知乎的分成比例为 7:3，创作者拿 7（后续可能会有调整）。具体分成方式可以在相应的电商平台网站查看。

值得特别指出的是，在京东、拼多多等平台读者只要通过你的「好物推荐」商品卡片点击进入，在这之后一段时间内，他发生的购买，都将计入你的带货订单，哪怕他购买的不是你文中所推荐的商品，你也一样可以获得佣金收益。

在好物推荐后台和相应的电商平台后台，你还可以查看到读者通过你的推荐，最后购买了什么产品，数据是什么样的，分析读者的购买行为，这些数据可以帮助你调整自己写作和推荐的策略。

3 聊聊「恰饭」这件事

那么接下来我想跟大家聊一聊关于「恰饭」这件事情。

其实去年好物推荐这个功能刚出来的时候，作为知乎的老用户我也是蛮担忧的，因为知乎毕竟是一个知识问答型的社区，是一个内容质量高而且相对纯粹的平台，来做这种导购的事情，鼓励创作者们在自己的内容里插入商品卡片去「恰饭」，社区氛围会不会变味，会不会影响到普通用户使用和阅读的体验？

「好物推荐」是知乎用户创收的一个工具，这个工具帮助创作者通过优质内容获取收益，也帮助知友更高效地决策，买到自己想要的商品。社区氛围要靠大家一起维护，在推荐好物时，不仅要遵守《知乎社区管理规定》也要遵守《好物推荐规范》。

我知道的有这样一些用户，他们在自己并没有相关专业知识和测评经验的情况下，通过编造经历伪装成某领域专家，洗稿、抄袭其他优质答主的专业回答，制造低质量的带货内容，专门推荐佣金高的而不是真正好的产品，并且通常伴随着抱团刷赞的行为去获取曝光量，滥用好物推荐功能赚取佣金。最魔幻最搞笑的是，这些人还成立了专门的社群，收费教学。仅仅是为了赚取佣金，无视平台规则，制造垃圾内容，损害其他用户的利益，这种恰饭的方式当然是令人不齿的，被普通用户骂恰烂钱，也完全是活该。

据我所知，知乎在大力整顿上述使用作弊行为、违规行为获取不正当收益的用户，他们很多被收回了好物推荐权限，甚至封号。如果知友们发现上述违规帐号，可以随时向 @知乎小管家 反馈举报，共同营造专业可信的推荐氛围。我知道的更多好物推荐创作者，都是很优秀的，有自己的「恰饭」底线和原则。他们在自己熟悉的领域内输出内容，发表公正客观且专业的选购指导意见，普通用户可以参考这些专业内容，不走弯路做出对的消费决策，买到最值得、最符合自己需求的商品。

在这个过程中，创作者通过专业、公正、客观的内容输出获得了收益，商家的商品通过作者的推荐，获得了曝光与成交；消费者免费得到了选购指导，并且在购买的时候并不需要支付多余的费用，因为成交佣金是由商家支付的；而由于佣金分成的存在，内容平台，也就是知乎也进一步推进了自己的商业化进程。

不管是平台还是商家，创作者还是普通读者，大家都在共赢，这才是可持续的、正确的好物推荐的打开方式。

当然原先我也担心过读者会怎么看待作者「恰饭」这件事，我可不想听到我的读者说，珑珑，你开始恰饭了，我再也不要信任你了。但事实上我看到更多的是普通用户对创作者「恰饭」这件事越来越持开放和接受的态度，因为他们也能够理解用爱发电是不可能长期持续的，想要持续读到好内容，就得允许创作者有收益。

那么作为创作者，如果我们输出的好物推荐内容，或者是专业人士有理有据的测评和解读，或者是像一个好朋友般真心实意的推荐，这样的内容一定会是受欢迎的，通过好内容的输出去获得收益也是理所应当的。

4 你是哪种类型的「好物推荐」创作者？

4.1 你是什么类型的好物推荐创作者？

我将好物推荐带货内容的形式分为两种，对应两种不同的好物推荐创作者类型。一种是专业向的产品解读和导购，一种是像朋友一样的真心诚意地分享购买经验。你觉得你更适合，或者说可以做哪一种呢？

我们先聊一下第一种，专业人士是如何在知乎上有理有据、硬核带货的。这种情况更多出现在数码家电等品类上，我就拿我们第一批科技盐究员来举例吧，我对他们的情况比较熟悉一些。

比如说大家都已经知道的 [@蓝大仙人](#)，专业测评智能电视，他已经练就了一身「人形数据库」的本领，市面上那么多的电视机型号，各项参数他了如指掌，并且都整理成了一目了然的表格，只要你提出你的预算和家里的观看距离，他能够马上从市面上那么多的电视机型号当中选出一台符合你需求的。还有白电领域的大神 [@魅惑蓝心](#)，他对空调洗衣机冰箱类产品拆机无数，了如指掌。[@鬼斧神工 119](#)，他本身就是声学工程师，你在知乎上搜索耳机音响相关内容一定会看到他专业的评测和推荐。还有计算机和通讯类数码产品领域的几位大佬，笔记本领域的 [@墨鱼](#)，计算机硬件领域的 [@毅种循环](#)，以及涉猎品类更广泛一些扩展到手机平板智能穿戴等领域的数码评测人 [@Navis Li](#)，[@沈少 Neo](#)，[@哈哈](#)，[@撒姆 SANG](#) 等等。他们都要么是相关行业从业人员，要么是拥有已经花费了大量时间和精力，当然还有金钱，才积累起来的强大的测评经验，才能提供令人信服的相关产品的选购指导。

另外还有一些品类的消费电子，除了买的时候得选对，买完回来你还得知道如何使用的，这种品类需要的创作者，是不光能从专业角度对产品进行解读和推荐，还需要能够无私分享自己对这类产品的使用经验。

比如说盐究员里有两位非常厉害的大牛摄影师 [@翔宇情](#)和 [@平老虎](#)老师，他们是摄影师，他们并不需要是设计或者制造照相机的相关从业人员，反而由于摄影师的职业关系，接触使用过无数的相机和镜头，从而更能从使用者的角度去理解消费者选购相机以及其他周边摄影产品的痛点和需求，所以他们也能够写出打动消费者的好物推荐内容。在推荐摄影器材之余，他们也一直在贡献摄影技巧方面非带货的好内容，

我自己也属于这一类，在这里分享一下我自己具体是怎么做的：

比方说我前面提到的一篇回答能够卖 350W+ 的烤箱，但我并不是家电制造行业的从业人员，我只是在吃这件事情上有着比一般人更多一些的执著，比方说我玩烘焙已经有快 10 年了，除了自己在家研究，还在蓝带学院上过甜点课程，从最入门级别的 300 元左右的小烤箱，到大几千元带蒸汽和探针的高端家用烤箱，再到专业西点厨房里面几万块钱的商用烤炉，我拥有过、使用过的烤箱有十几台，基本上覆盖市面上全部的烤箱类型。

那么作为一个理工科出身的女汉子，我对电器的材质设计和工作原理可能确实会比一般人了解得略深一些，但我想更重要的是作为一个在烹饪上走过野路子也试过学院派、经手过很多各种厨电厨具的厨娘，我一个更突出的优势应该是：我懂得如何去正确使用这些工具来为我们服务，我更清楚用户在烹饪和烘焙中的需求和痛点，知道好的厨房电器和工具应该由什么材质、设计和功能构成，也能为不同阶段、不同预算的用户选出最适合他们的产品。

比方说如果你是这次疫情期间看到整个朋友圈都开始烤蛋糕，你也心痒痒地跃跃欲试，但又怕烤箱买回来用不了两次就吃灰，所以只准备了三五百元的预算想要入坑试一下，我可以告诉你这个价位上有哪些配置合理、基础功能齐全的入门级烤箱，让你一定不会买错不好用的机型。

很多人为什么商品买回来就吃灰，一部分人确实是因为懒和三分钟热度，但也很多人是因为不了解这个品类，买到了不好用的产品，所以才吃灰的。一个合格的好物推荐创作者，就是应该做到可以帮助他的读者，即便只是三五百元也不能浪费在不合适的产品上。

再比如说，当你觉得自己的烘焙水平可以更上一个台阶，希望选购一台更好功能更多的烤箱，或者说你家里现在准备装修，嵌入式的烤箱现在就得先选定型号然后再去设计橱柜了。也同样都可以从我的内容里找到你想要的相关选购知识和机型推荐。因为我接触和使用得更多，所以你想到的，我都想到了，你没想到的，我也都替你想到了。

4.2 用分享的心态做「好物推荐」，不仅仅为了推商品赚钱

再扩展开来说，大家买了烤箱回家，就得物尽其用才算值得，那么在分享选购指南帮助大家买到合适的烤箱以外，我平时的创作内容还有很大一部分是在分享我亲手做的各种美食，比方说我的知乎专栏发表过一篇内容叫《买完烤箱就吃灰？保姆级家庭烘焙指南来了，包教包会助你从入门到精通》，里面就详细介绍了烘焙从入门级到高手级难度逐渐提升的各个阶段，烤箱刚买回来你可以先做一些什么样零失败的美食来培养信心和兴趣，掌握一定技巧以后我会推荐你去尝试这几个配方开始制作好看又好吃的小甜点，再熟练一些以后我们就可以开始去进攻最难但是最能带来成就感的面包制作咯~

当然这篇内容也是可以同时进行好物推荐的，每一个阶段、每一个食谱里面应用到的小工具、各种面粉奶油之类的食材，文内提及的时候顺手就把商品卡片插上。我这篇文章也是有一定的带货量的，只是因为推荐的都是客单价不高的小工具和烘焙原料之类的商品，所以没有非常值得称道的带货成绩。但是难道因为带货不多佣金不高，我就只写烤箱推荐，而不再去分享美食制作的内容了吗，我想这是违背我创作的初心的。我在知乎上创作的初衷是记录和分享自己的经验和见解，然后才是一个不小心赶上了好物推荐的风口，顺手赚点零花钱，不再单纯用爱发电。

在告知知友们厨电厨具应该怎么选之余，我也一直在分享我用这些厨具做出了怎样的美食。网友看完我们的推荐头脑一热冲动消费了，让我赚到几块钱佣金，这并不是我想要的，我想要的是，你看，推荐给你的产品是我自己也在用的，我使用它可以做出怎样的作品，我对它的性能感到满意，也认可它的价格，所以我把它推荐给你，加油哦，相信你也可以做出跟我一样的作品来。

这就要求我们在创作好物推荐内容之外，再去无私分享一些如何使用它们，让生活变得更加的美好的有趣的内容，这是很好的让读者对我们建立信任的方式，也帮助我们去塑造个人的品牌。

事实上我发现当我们建立起了这样的信任以后，据我观察和分析我后台的成交订单，知乎的用户是真的会你推荐什么他就买什么的。我的后台里成交的产品基本上都是我文中所推荐的，用户浏览过我推荐的产品 A，一番纠结之后还是自行选择了产品 B，这种情况会有，但是非常少。也就是说当你的内容足够专业足够真诚，读者会基于你的推荐迅速做出购买决策的，而不是，好吧，已阅，可是我觉得你不太可靠，我还要再看看别的。

当然我也非常珍惜网友们对我的这份信任，因此在做好物推荐的时候，除了用心选择合适的产品以外，我还会非常注意插在文章里的商品卡片，一定是来自京东自营或者天猫旗舰店等可靠渠道，而不是插一些高佣金的不靠谱店铺商品。

4.3 做不了「蓝大仙人」，我们可以怎么办？

上周我看了 [@蓝大仙人](#) 的那一场好物推荐训练营直播，当蓝大介绍到他开始推荐智能电视的时候还没有其他媒体开始做这方面的内容，他发现了一片蓝海，然后自费采购了很多的测量设备和市面上的热门电视机型回来，专职创作测评，才有了如今的成绩。

这时候评论区里很多同学们在叹气，有人说现在早就已经没有什么蓝海啦，无论哪个垂直领域都已经有大牛在做；有人说如果前期要投入那么多钱去采购才能进行测评，要是没能像蓝大一样做成功，成本都收不回来怎么办？也有人说好迷茫，我好像什么都不会，到底应该从哪个领域入手学写内容，才能赚到钱呢。

看到这些留言当时我就在想，好物推荐做到蓝大这样的实在是凤毛麟角，就好像淘宝主播千千万，为什么只出了一个李佳琦。你看看蓝大的成功轨迹，远见、魄力、实力和运气缺一不可，他有很多可取的宝贵经验，但他的成功绝对不是我们随便哪一个人轻轻松松就能复制的。

一门心思想着如何才能像蓝大一样赚到钱，这个出发点对于很多知友可能不适用，不妨换个方向，首先思考一下，以你现有的能力和资源、或者稍微努力一下就能够得着的能力和资源，你能够为网友创作出什么有帮助、有价值的内容。只有当你的内容是有价值的，才会有人看，有人看才有可能带来订单。如果你创作的出发点仅仅只是为了赚取佣金，就很容易陷入我前面说的制造垃圾内容的怪圈，垃圾内容并没有人要看，说不定还有违规封号的风险。

我认识很多带货带得非常成功的创作者，他们最开始创作的初衷都是为了记录、分享自己的经验和见解，没有人是一开始就奔着给人推荐商品赚取佣金而来的，一个都没有。

所以当你绞尽脑汁想「我应该在哪个领域里创作才能赚到钱」而得不出个结论来的时候，不妨换一个方向想一想，「我能够在哪个我比较擅长的领域里，创作出大家都爱看的好内容，然后我再顺便在这些内容里带货」。

如果你本身就在专业性非常强的领域，你可以从你的专业出发，进行该领域的产品解读和推荐；更多的人可能并不具备太多的专精领域里面的专业知识，又或者所在的专业领域似乎没货可带，那也不要紧，我们还可以从自己的生活里去寻找和发掘自己擅长的领域呀，比如你的朋友有没有夸过你化妆特别好看、买衣服饰品的品位特别好、每次你给朋友们带的零食她们都好喜欢吃，朋友到你家作客，总是对你家里添置的一些家居好物赞不绝口，你养小猫小狗已经非常有经验，能够帮助新手铲屎官们少走弯路，又或者作为宝妈奶爸，你有一些特别的育儿技巧和值得推荐的育儿好物……这些都可以是我们创作的非常棒的素材，当你面对网友就像面对自己现实中的交心好友一样，跟大家分享这些你宝贵的生活经验的同时，进行产品推荐就是一件水到渠成的事。

4.4 在知乎的花式带货玩法

我还见过一种非常奇葩但也非常有趣的好物推荐的花式玩法，在这里也跟大家分享一下。

我要举的这个例子，应该大家都认识他或者肯定都见过他的回答。就是 [@视频创作者王瑞恩](#)，60 多万粉的知乎巨佬，法律话题下的优秀回答者，经常都可以在各种时事热点问题下看到他专业又有趣的解读。他的回答经常都可以轻松拿到几千上万的高赞，浏览量可想而知一定也是非常高的。

他作为一个法律向的回答者，很多时候他创作的内容都是在点评和解读时事热点，看起来貌似并没有什么办法可以带货的，顶多可能就推荐一些相关书籍，对吧。但他还真的就用非常有趣的方式，走出了自己带货的路。

曾经在一篇「如何看待王思聪被纳入失信人名单，限制高消费」的回答里，王瑞恩在解答完相关法律条款之后，插入了一张热狗的商品卡片，说「校长还吃得起热狗吗？」，他的这条回答拿到 7000 多赞，发布后一周内带货订单 700 多单。

你看是不是带货带得出其不意，带得你猝不及防。因为热点问题和 60 多万粉的王瑞恩本身都是自带流量的，所以他没有放过这个巨大的流量，通过在严肃认真又专业的回答之后插入商品卡片，同样可以在你意想不到的领域里成功带货。

好物推荐有很多的玩法，祝大家都能发掘出自己擅长的领域，找到适合自己的带货方式，精心打磨出属于自己的优质内容，然后就等着躺赚睡后收入吧！

今天的分享内容就到这里。还记得我前几天刚发了一个回答「让你留在知乎的核心吸引力是什么？」我的回答是：知乎仍然是质量最高的中文社区。在这里认识了很多非常优秀且有趣的朋友，为了能够旗鼓相当地站在他们身旁，我也一直在铆足劲变得更好。

谢谢大家今晚来陪我聊天，以后的日子里希望可以继续和大家一起变得更好。

著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

主题：6 个动作=带货+涨粉，生活类答主如何实现收入、粉丝双丰收

主讲人：[@芊小桌儿](#)

嘉宾介绍：内容收藏总数达 100w+，「好物推荐」居家好物节美食赛道特等奖

特别注明：本次经验分享基于嘉宾的亲身经历和个人总结，不一定适用于每位知友，请各位知友根据自己的实际情况取用。

主要内容文字稿如下：

把涨粉和带货放到一起说，是因为我不仅想帮大家家持久带货。

只有有一定量的粉丝，获得粉丝的认可，你才有后劲，才有数字和心态上的保证，而在任何社交平台，流量和粉丝都是带货的基础，毕竟用户看到你才会关注你，才会成为你的粉丝，而粉丝足够认可你，才会在你这里下单。

在知乎，一般硬核类、专业类的答主这方面的困惑会少一些，因为他们的专业门槛比较高，只需要保持专业水准和一定的输出量就会拥有固定的粉丝群。

而生活类的答主，由于太接地气，似乎是人人都可以写两句说两句，但要知道，最简单的事儿也最复杂，在这个领域，做得好与不好的区别是非常大的。

所以今天，我就以一个拥有 24w 粉丝，自 2020 年 1 月至今，月带货收入均超万元的美食生活类答主身份，给大家分享一下我的心得。

之前在别的社群我做的分享是付费，都比今晚浅显很多，而在知乎这里，这个分享是免费的，就当是我给大家的直播首秀礼物。

第一个动作：观察分析——你将以什么样的形象出现在大家面前？

好物推荐，说白了就是一种内容带货的方式，所以什么样的内容更受欢迎，跟平台属性、用户属性和你的个性有很大关系。

1、知乎平台属性：目前中文互联网上对新人最为友好的平台之一：

- 推送算法多样，有意平衡各领域问答的曝光，隔段时间就会扶持一批高质量内容输出的新人；
- 内容为王，0 粉丝基础也能出千赞万答案；
- 对更新频次要求不严格，长尾效应明显；
- 取关掉粉情况比较少（内容量大，排序规则多样，不更新也很难被注意到）；

- 编辑器简单，门槛低。

这就是知乎对新人友好的表现，你可以以任何角度参与进来。所以网上也有人说这是自媒体人的新手村。

这一点我很有感受，因为我本身几乎是做全平台的，除了知乎，我公众号、头条号和抖音都在做，当然微博和小红书我就是放弃状态，但是对比其他平台，知乎给我的最大感受就是「新人友好型」，每个月都会涌现出来一大批涨粉非常快的新人，各行各业、风格迥异，而且几乎都是个人创作者，背后没有什么 mcn 公司，甚至火起来的新人连好好运营自己账号的意识都还没有，而其他平台能快速崛起的帐号基本都已经是团队化运作，或者是其他平台的成熟帐号迁移过来的了，我让我们这些老知乎答主倍感压力，但这正是知乎新手的时机。

2、用户属性：人们为什么会关注你？

在知乎据我观察，人们主要会关注两种人：**有用的人和有趣的人**。

因为用户会把知乎当做：

- **升级版的搜索引擎**：关注自己感兴趣的领域里有用的人，可以让自己知其然知其所以然，得到的答案更为专业、科学，有深度；
- **网线另一端的多元世界**：关注有趣（包括幽默的、好看的、特别的等等），可以看到各种精彩的人生，开阔自己的眼界，或者就是纯放松，所以有趣的内容里也包括段子和故事。

3、自我分析：你可以为这个氛围提供什么？

知乎上分为分享者和浏览者，别看知乎用户体量大，其实真正能做到持续有价值的内容输出的人占不到 5%，所以只要你开始写，你就成功了一半。

但前面分析用户会关注什么人，不是提倡大家都去做没有感情的涨粉机器，而是如果没人关注你，你就得不到持续的正反馈，你就没有动力做持久的输出，更无法获得持续的带货收入。

所以这里你也要看看自己是属于哪一类人，想要实现什么样的目标：

- 长期种草自媒体，树立个人 IP：**需要你持续产生高价值答案，注重长尾流量**
- 玩票性质，短期看到收益：**需要你摸准用户下单周期，单篇突围，快速执行，注重和平台的配合**

无论哪种目标，前期准备都需要做到：

- **清晰、具有辨识度的头像**；
- **简洁能表明好物推荐倾向的个性签名**；
- 创作过 1-2 个**专业的爆款种草答案**（注意不能是故事、段子）；
- **鲜明的领域倾向和内容风格**。

由于我个人做的是长期的美食自媒体，所以今天主要分享第一种情况的做法，就是涨粉+带货，至于第二种，别看是玩票，但我个人觉得运气、机会的成分更大一些，其实难度更大。

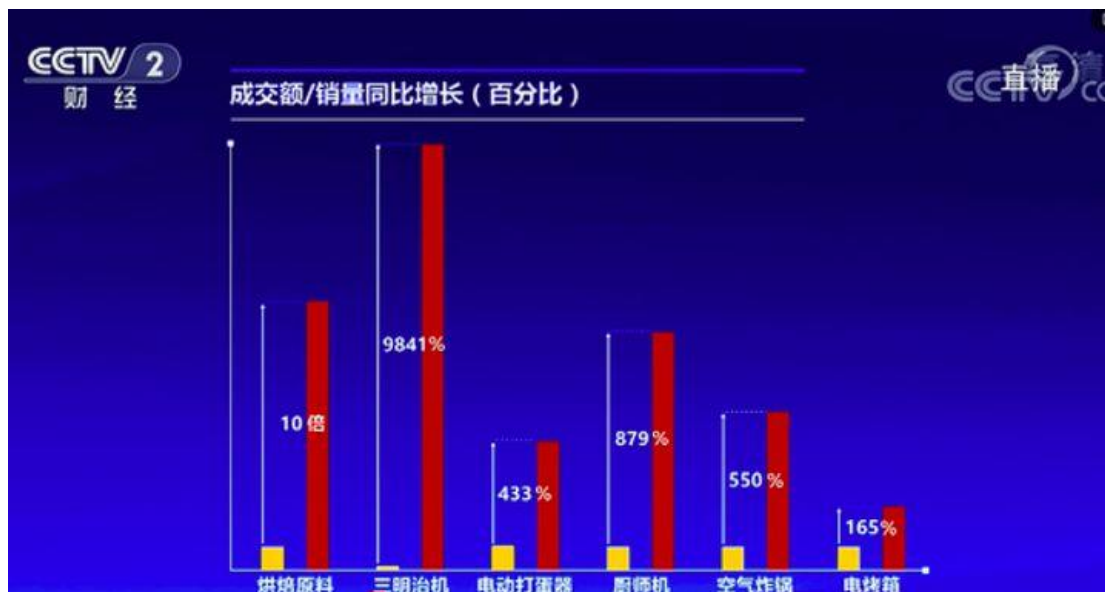
第二个动作：曝光——怎样让自己被看到？

这一部分咱们主要讲推送规律、促销规律、用户心理和问题选择。

知乎是个典型的问答社区，基本你的内容被看到的几率跟你的问题选择有极大关系，有很多选问题的技巧前面几期可能也都提到了，我这里说几个特别点的。

我总结的影响到用户下单的知乎几个流量池：

- **关注热榜：**每天 0 点更新一批，实时更新一批，综合热榜里会有 1-2 个适合带货的问题，你要保证第一时间看到，并且快速完成回答，因为热榜时间一般只有 24 小时，越早写完，你被分发到的流量越多。
- **潜力问题：**尤其是官方号邀请回答的新问题，有很大概率最近会有流量扶持，而且回答数量越少的问题，你的回答被顶到前几名的可能性就越大。
- **跟随 大 V：**因为有些问题如果几天内热度陡增，就会被编辑注意到，增加推送，而 大 V 都是自带流量的，如果你看到你关注的几个 大 V 都去回答一个问题了，那这个问题的流量一定马上就会起来，你就也去回答，就会获得更多曝光。
- **跟随电商节大促：**双十一、618 等节日，全年大促，会有多个平台联合促销，知乎也会给电商平台多分流量，出现特别多的新问题，一定要关注和筛选，选择合适的去回答，就有很大的概率被看到，想做带货，这几个节日一定不能偷懒。
- **关注中外节日：**亲情类节日适合带美食、保养品、电器；情侣类节日适合带礼品、电器、护肤品、电子产品；一般节日类的购物问题会在节日前一个月就被频繁提出，你就要早准备了，因为这类问题一般半个月开始起量，节前 5-10 天进入增量，节前 3 天是最高峰，卡准这个时间点去提前准备答案，就会事半功倍。
- **特殊事件联动：**比如今年的新冠，导致清洁卫生用品、家用厨电的销量倍增，最明显的例子，新冠爆发，一堆人去推消毒用品，打得头破血流，但你没想到因为大家都出不去，在家人均中华小当家，所以在美食问题下推厨电的回答，销量也成倍增加了，甚至有段时间大家都在做凉皮的时候，酵母都卖断货，所有大家要对周围发生的事儿有一点敏锐度，去观察一些联动的问题，剑走偏锋就能获得不错的收益。



上面的这 7 点都是你实现单篇突围的好机会，很适合拿来练手，而且只要卡准了，写出高质量的答案，哪怕你是个 0 粉丝的新人，也有很大概率可以完成一篇爆款。

第三个动作：打动—激起用户的兴趣，得到用户的认可

上面我们讲了问题的选择，就是怎么让别人看到你，现在咱们讲怎么让别人记住你，也就是怎么用你的内容打动人，进而让他们为你点赞、甚至成为你的粉丝。

Ps：因为我是生活美食类答主，所以下面的分享会更适用于生活类答主一些：

1、 保证内容专业度（解决问题的程度）

如果涉及的一些专业的问题，比如低脂奶、婴儿食品、低卡零食等特殊食品的推荐，建议不要一上来就做推荐，而是写清楚你整体推荐思路，甚至做一些简单的科普，这样即可以让你的内容显得严谨，而且能很好的区别于其他内容，而且在你写你的专业理由的同时，也是一个知识的积累，有利于你下一次的答题。

2、 内容要有感染力（较强的写作水平、鲜明的个人风格）

我一直认为，能带货的回答其实要求是很高的，因为人们对推销有天生的警惕感，所以你的回答能不能消除大家的戒心，决定了用户能不能最终完成下单的动作。

其实真诚就是消除戒心的最好办法，**你可以文笔不好，但务必真实**，写出你接触到这个商品的第一心理感受，慢慢去写，就能找到适合你，大家也喜欢的风格。

在现在越来越多人的开始做好物推荐的时候，个人风格显得特别重要，那种野蛮式的复制一段介绍+一个商品链接就能让人下单的时代马上就要结束了，怎么让人记住、喜欢你的推荐才是长久做带货的关键。

写作感染力和真实的感受这两点没有什么捷径，多些多练多尝试多总结。

3、内容精美度（配图、排版让人看了不累不烦）

区别于家电、数码的强检索性质，生活类问题一般都是浏览性质的，而且生活类尤其是美食类的商品客单价较低，是很容易冲动消费的，我们要做的就是让用户产生这种冲动，所以这对你的图文要求会更高；

图片：有实拍图片一定要上图片，清晰度、有细节的，这里其实我提倡我们卖的每一样东西都要是自己购买过的，要有实拍图，这样你的问答就很真实了，然后拍照的时候尽量精美干净一点；尤其是美食类的，个人推荐包装、配方表、单品、吃了一口的细节图全都要有，能更好的激发购买欲。



排版：好物推荐类的问答，如果你一个回答里只推荐了一个商品，那就分几个层面说清楚。颜值、口味、价格，分段清晰、各自说明；如果一篇里有多多个推荐，商品最好进行一下分类，要有明显的类别差别，但同时也要与内在逻辑关系。

比如推荐 10 款零食，你可以从高价位往低价位推荐，或者反过来。也可以从热量、口味（甜的、辣的、原味的）来排序。还可以按照场景（适合宿舍吃的、办公室吃的、自己屯着吃的等）做分类，这样大家看起来一目了然，不至于疲劳。

第四个动作：下单——激发用户的购买欲

给大家从你这里下单的充足理由。

一样是花钱，知乎的好物推荐并没有价格上的优势，为什么大家要从你这里下单？

- 下单便捷度

符合大家的下单逻辑，即「看到—感兴趣—点开—下单」，整个过程不能被打断，一旦被打断，就很容易造成用户流失，这就要求你的内容写的节奏感很强，能预测到用户的反应，比如在看到哪个段落就很想下单了，这时候适时插入好物卡片，就能一气呵成。

这个运营技巧其实不是什么新鲜事了，我之前在小说公司做付费运营，就专门有研究读者看到哪个篇章的时候提醒要付费了，读者正看到兴头上，不付费看就难受，选择付费章节能极大程度上影响收入。

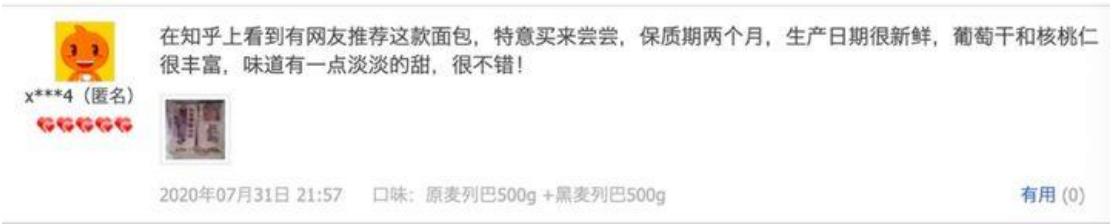
所以写完的内容，自己多读几遍，感受下整体节奏，卡好放卡片的位置，如果内容过长，还可以多放 1-2 次卡片，免得用户看到一半还需要拉到最上面或者最下面去下单。

• 货比三家

对，你要替消费者完成比货比价的过程，现在的消费者购物的都趋于理智，就算是已经打算买的东西，也会多看几家比比价，这时候你要做的就是不能让他关掉你的引导页面去打开别家的。

怎么做到呢？你在插入卡片前就要至少浏览十个相同商品，对比他们的价格、销量、好评度、追评、差评、店家评分，确认你插入的那家就是综合得分最高的。这样用户在看的时候，发现各方各面都没有什么问题，就很容易下单。

尤其自己长期推的产品，如果评价里能有这样的点评，成功率将会更高：



我推荐的销售出 6000 单的新疆大列巴



我推荐的红油酱料

- 优惠力度

虽然好物推荐卡片的价格跟京东和淘宝比没有优势，但是淘宝联盟或者京东联盟上经常会有一些专供推广者使用的券，这些券是用户直接翻淘宝京东找不到的，这就是我们的优势。



所以选择插入卡片的时候，不要只看佣金比例，一定要注意是否有优惠，如果在价格不变的基础上，还有优惠券，这就是首选商品。

- 商品独特性

还有一种最保险的促进下单的办法，就还是从内容上做文章。

你做好物推荐，**要么推荐对的（性价比高）的，要么推荐奇的（平时大家想不到）的。**其实就是起到一个信息的预筛选功能，替大家做好充足的功课，大家来了下单就好。

比如我四年前推荐的一个下水道滤网，当时那个东西完全就是个新东西，我是偶然发现并开始用的，就分享到知乎了，那时候知乎还可以放淘口令，我就看到天天成单；

有哪些冷门却好用的东西可以网购？

趴一趴哪些网购上冷门却特别好用的东西...如果你也喜欢、那就太好了~

关注问题

查看回答

邀请回答

好问题 2620

26 条评论

查看全部 623 个回答



芊小桌儿

美食圈不正之风、种草界歪风邪气、10年铲屎官 | 公号：餐桌奇谈

薪艾等 1,795 人赞同了该回答

这个问题是我2015年写的，没想到都2020了，我还在用；

而且我今天刚补了这个东西的货，已经用了这么多年了么.....给你们看我这些年的购买记

现在滤网都已经很常见了，很多人也跟着在推荐，但当时我是第一个推荐的，就占到了先机，而且现在还在持续出单，这就是你用你的经验替大家发现新奇好物的原因。

生活类答主尤其适合做这种内容，因为电子产品好像可选范围比较窄，就那些品牌和型号，但生活好物涉及到衣食住行的方方面面，大大小小的 sku 太多太多了，你多看多买多尝试，就能发现很有意思的商品，而这种商品的下单几率是很高的。

第五个动作：获得关注/收藏——如何将用户纳入自己的信息触达范围

获得用户的关注非常重要，这意味着你的下次内容能直接触达到他，所以什么情况下用户会来主动关注你？

复盘一下我们关注一个人的过程：

看到内容——觉得不错——去主页看看——翻历史内容——觉得有价值——关注

这是一个最完整的过程，但是我们想要提高被关注的几率，就要尽量缩短这个过程。

这么几种方法可以借鉴：

- **手动归纳经典答案：**把自己写的比较好的回答贴到新答案下面，这样就省掉了用户去你主页看的过程；
- **数字成就吸引：**在文末直接告诉读者你的价值，列一些自己的数字成就，比如自己在某一领域的赞同数、回答数，数字是比较简单直接的信息传达方式，有助于让人立刻记住你；

👍 获得 933,404 次赞同

获得 174,425 次喜欢, 1,057,883 次
收藏, 19 次专业认可

- **善用官方功能：**比如自定义推广、回答/文章置顶、不同领域回答下可以更改不同的签名等，用这些小手段，把自己最有价值的信息直接推到最显眼的位置。
- **善用赞赏文案：**还有一般回答下都有“赞赏”功能，那个功能的文案是可以自己改的，其实打赏的人很少，但你可以把那个变成自己的广告位，十几个字推荐大家关注你。
- **善用个人标签：**个人便签是可以自己给自己填的，其他人看到如果认可，就可以点赞，这也是让别人快速认识你的办法。

+ 添加

美食圈的歪风邪气 · 45

美食爱好者 · 42

头像太可爱了 · 41

半个猫专家 · 15

资深运营 · 11

种草界福尔摩斯

但以上是锦上添花的技巧，真的能让你不断被关注的办法，仍然是坚持做内容输出，有足够和优质的内容沉淀。

第六个动作：再次触达——不断强化自己的标签，增加用户粘性

在很感兴趣的前提下，如何做到长期的内容输出？

一是坚持：

看到很多人为长期输出而烦恼，也见过很多人开始很勤奋，但是发现涨粉或者带货不见成绩之后，就很快放弃了。

其实如果你仔细去看那些带货成绩好，或者粉丝量大的用户，不难发现他们其实在此之前都有很长时间的积累，未必是以写作的形式，未必是在知乎这个平台，但我几乎没看到过任何一个人是凭空而起的。

在你看到的优秀数字背后，一定都有厚积薄发的过程，所以如果你现在刚开始写，就想要很好的成绩是很难的，一万小时定律是存在的，但好在只要你能坚持，就能超过大多数人，在机会面前，执行力永远是笨拙但有效的办法。

二是习惯：

光谈坚持不谈技巧就是要流氓，如果你确定要长期做一个领域，就说明你是很感兴趣的，那就要提醒自己时刻保持记录的习惯。

比如我主要做生活类，我日常无论是吃到一个新的零食、找到一个新的食材、用了一个新的厨电、去到一个新的馆子、看到一个特别的家电，我都会拍照拍视频留资料，并且记录下第一次接触的感受、他们的价格和特点，这些积累下来就全是素材，所以现在只要我看到合适的问题，我就能最快速度去写一个高质量的图文并茂的答案。

之前给宠物训练营做分享的时候我也强调了这一点，就算你是写宠物的，平时宠物的种种也都可以做记录并分类，这样有助于你快速、高质量的写内容。

三是心态：

写了一段时间后没有反应其实是挺容易心态崩的，其实我个人建议以 **3 个月为一个周期，去集中研究一个平台，保证日更的频次**，如果 3 个月后还不见起色，就可以换平台或者调整方向了。

或者你同样的内容，除了在知乎做发布之外，在其他平台也做分发，搞不好就有一个平台接受了你的风格，成为你的主要增长点。

以上，讲了这么多，已经超出了本来打算讲的「美食带货」的范畴，讲了很多涨粉+带货的通用逻辑和技巧，我也是为了能锻炼一下自己的总结能力，才费心写了这么多，光是干货就七千多字了。

直播里我还会就大家关心的一些问题进行解答，我列了几个主要问题，但由于篇幅有限，我的解答就不放出来了，感兴趣的同学可以去看直播回放：

- 1、 美食类带货佣金比例太低怎么办？
- 2、 带货如何选择商品来源平台？
- 3、 如何保证让一个答案持续出单（半年以上）？

.....

最后，我一直认为**好的内容应该被付费**，这个「被付费」指付费阅读，也指通过优质内容为大家发现好物而获得的佣金，希望大家能正确认识这是很正常的事。

但也希望大家注意到，越是「好内容」越值得被付费，所以大家在推荐好物的时候，要保持专业、严谨的态度，写出经得起推敲的、问心无愧的好内容。

祝你们成为让自己感到骄傲的人！

著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

主题：如何将好物推荐到读者心里去？

主讲人：[@光光是颗小太阳](#)

连麦嘉宾：[@青雀](#)

嘉宾介绍：美妆护肤领域内容创作者，一个分享科学护肤好物的成分党

特别注明：本次经验分享基于嘉宾的亲身经历和个人总结，不一定适用于每位知友，请各位知友根据自己的实际情况取用。

主要内容文字稿如下：

大家好，我是光光，一名在知乎平台进行护肤相关内容创作的普通科学护肤成分党答主。

非常荣幸受 [@知乎好物推荐](#) 邀请，能在今天，在这里，为大家做一场主题为《如何将好物推荐到读者心里去？》的分享直播。

其实在做直播选题时，运营小姐姐有给过我善意的引导，建议我可以把自我介绍和直播选题做的稍微吸引人一些，比如介绍一下自己在知乎的月收入/粉丝数/带货力等等成绩，这样才会有更多同学有兴趣观看。

但这次直播邀请是一个契机，让我第一次有机会站在一个当下的节点，去回顾我整个创作经历的成长过程。

因为我并不是从一开始有目的有想法有计划的去运营一个帐号，然后做成功；而是完全的做自己，跟着感觉走，走到了今天。

所以我其实完全没有做过类似对自己帐号的分析、总结、规划之类的事，这是一个很难得的机会。

同时它不仅面向我的粉丝，也面向好物推荐训练营的同学们——那些有潜力的，未来很多也许会成为知乎中流砥柱的创作者们。

所以思索再三，我还是决定分享一些，我内心真正认可的，觉得其重要程度要远大于某些数字，或者说，正是因为它们，才给我带来了这些微小的成绩，的东西。

一、写在前面

我是在 2015-2016 年之间注册使用的知乎，但在注册初期只是浏览，一直到大约 2018 年 4 月，才开始在进行时尚领域，或者再细化一点，应该是时尚领域下的美妆护肤版块的护肤专项，进行一些相关创作。

到现在 2 年多了，共获得了 14 万关注者，和同领域同级别作者相比有不错的商业价值和数据。

因为我也有朋友在好物推荐训练营，所以我大概会知道训练营内一些同学的创作迷茫点。加上在我之前的嘉宾们已经做了很多优秀的分享，珠玉在前，我就只选取了几个我认为比较重要的点，借自己个人帐号的成长经历为案例，向大家分享一些我个人认可的创作要素，并希望能纠正大家一些观念上的创作误区。

这个分享分为心态部分和技术部分。

二、心态经验

我们先说心态经验部分。

1.希望大家不要走入盲目刷量的误区。

很多同学会误以为，自己写的越多，出现频率越快，被读者看到的几率就越大，别人点进好物推荐链接的几率也越大，购买产品的几率也越大。

俗称——刷脸。

但抱着这种想法，有些日更，甚至一日几更的同学，请看看你们后台的阅读数据，真的会随着疯狂创作提升很多吗？

我自己是一个更新频率很低的答主。

2 年时间，共创作了 100 篇左右的内容，再去掉与护肤无关的，我基本算是一个平均月更型答主。

但我每天的平均阅读数据，也就是不算新作爆款期，约为 6-10W，哪怕 0 更新。

也就是我的日常阅读数据基本全靠过往创作的长尾效应。

而我好物推荐的收益也…

（因为不想数字夺取了内容的眼球，所以就不在这里透露具体的数字了。但能够作为美妆护肤领域的代表受邀做这场分享直播，大家应该能想到是什么排名和水平）

所以到底什么是决定因素呢？

我个人认为，**是内容的质量。**

质量决定了读者会不会点开你的内容并看完，再给你一个点赞或收藏，继而让 Ta 的关注者再看到你的内容，尤其是带有一定关注数量的读者。

再不断重复这个过程，形成一个正向的循环。

而这种病毒式的传播效果，比起你自己量产无营养的内容疯狂刷脸，可谓天差地别。

同时质量也决定了你的内容能不能被读者认可，让 Ta 心甘情愿的点进你推荐的产品链接，以及最终是否购买。

2.那么有质量的内容是怎么来的？是沉淀下来学习产出的。

我大概是 2016 年开始接触到的科学护肤成分党的世界的。

但到我自己开始提笔写字，经过了 2 年。

这是两条截然不同的道路，因为每个人的一天都只有 24 小时。

一条是，你用这些时间，去疯狂量产没有营养的内容刷脸。等到你真的想静下心来创作一篇优秀内容的时候，你会发现，你需要耗费非常多的时间和精力。

一条是，你用足量的时间去学习去输入，积累到你真正有表达欲望的时候再表达再产出。然后不断循环这个过程，慢慢的你会发现，你的内容储备会越来越丰富，你创作一篇优秀内容的时间会越来越短，越来越随心，到最后甚至可以达到信手拈来的地步。

这两条不同的路，结合刚才分享的第一点，到底哪一条才是正向的循环？

3.创作和商业数据的关系——是你创作了好的内容，它会自动为你带来收益；而不是为了收益，去生产没有营养的内容，这样的内容也注定无法给你带来收益。

可能因为我的家庭环境还不错，本身也有一份在大部分人眼里值得羡慕的工作，所以基本没有什么经济压力。

也正因如此，很幸运的，我在写知乎之初，没有任何希望借此获得收益的目的和想法，只是纯粹的记录和表达欲望驱使，也因此没有被任何东西左右。

今年初之前，我在知乎是没有过任何商业收入的，除了付费咨询，这是知识付出变现。

那个时候我好像已经 10W 多粉了。

但不是没有变现的途径，我私信里沉淀了不知道多少求广告约稿合作的信息，但因为衣食无忧，觉得不值得为了一点钱让别人左右自己还劳心劳力，所以从来没有回应过。

直到今年初，因缘际会使用了好物推荐功能。

因为觉得好物推荐和接广告不同，不会因为拿了稿费所以要受人左右。可以完全的口说我心，只要读者信任你，一样可以带来一些收益。同时也不需要花费额外的时间，写自己想写的内容，写完有好物推荐顺带插入一下就可以了。

所以大家可以看到，我很多内容，经常可能讲 10 个产品，但是只插入 4-6 个，甚至更少的好物推荐链接（因为剩下的我想要推荐的产品，在好物推荐里没有）。

所以我更没有像一些同学一样，会抱着纯粹为了收益才去创作内容的想法写过东西。

也就是，得先看看好物推荐里有什么可赚钱的，再围绕这个产品去创作内容，一篇内容不插满 30 个好物推荐链接绝不罢休。这种想法在有人告诉我之前，我都是没有想到的。

所以我使用好物推荐之初，也只是抱着「一个月收益冲抵个油费就挺好」的心态，没想到第一个月就炸了。炸到什么程度呢，炸到知乎因为这个数据判断我是高商业价值的作者，给我开通了品牌任务。

并且此后一直到现在，我每个月都能稳定地达到这个数据，特殊时期更会加倍，多数时候可超过同领域创作好物推荐内容的创作者。

而我依然是一个，天天被粉丝催更的月更答主…

所以我在好物推荐的所有收益，真实的是完全依靠过往回答的长尾效应，而从来没有过去为了获取收益，为了好物推荐创作内容。

所以大家就应该明白这一段小标题的意义了。

这一点我和我的好朋友 [@青雀](#) 也曾经探讨过，她有一次接到一个粉丝的投稿，说自己想做自媒体，但是写了很多内容，粉丝依然寥寥无几，变现更是遥不可及。

我们俩不约而同得出的结论都是，所有我们认识的优秀自媒体作者中，几乎没有任何一个，从一开始就抱着非常明确的「我要成名我要变现」的目的去创作，都是只是真实的想表达和分享，没有想过要成名要赚钱，然后写着写着，才取得了一定的成绩，继而收益自己找上门来。

因为如果从一开始你就抱着不单纯的目的去创作，那你的创作就很容易受影响。

今天写了一篇回答，你会关心涨了几个关注？有几个点赞？带来几笔收益？如果没有达到你的预期，你就会焦躁，心态会变化，开始琢磨怎么去获得更多的关注点赞收益，去戳读者的 G 点。然后你就会逐步的丧失个人特色，反而会走歪，最终泯然众人。



青雀小肉丸 V



2019-2-14 15:00 来自 微博 weibo.com 已编辑

置顶 这两天碰上个小哥，说是做自媒体的，跟我侃侃而谈现在自媒体的环境，好多新号都火了，无奈自己的号怎么都做不起来，做了几年才几百的关注。

我对这种原创作者的落魄蛮感同身受的，因为碰到很想写的东西，有时熬夜洋洋洒洒写了几千字，写到脸都出油了，跟网吧通宵过一样，写完了电脑倒头就睡。

隔天发出来，不一定会火，点赞也是寥寥无几。

于是我抱着惜才的心情，点开了小哥的知乎。

上百个回答，长的两三句，短的一句，连抖机灵都算不上。

这要能火，除非你有唐缺那么多图。

珍惜自己的作品，创作才会快乐。

当创作的最低标准，是能写出让自己满意的作品，而不是完成作业一般随便发点东西，就会珍惜自己的每一次表达的机会。

写完一篇长文的感觉，就是畅快二字，就跟十月怀胎生了个孩子似的，之后它能为我带来多少流量，随缘。

我很佩服身边写影评的朋友，我在看电影的时候，仅仅是看就好了。

他们得全神贯注观察和思索，影片里有哪些细节，有哪些值得深入探讨的问题，出了电影院，就打开电脑开始写，还要查找相关背景。

还有很多在自己创业的自媒体朋友，笔记本都是随身带着的，碰上想写的东西，马路牙子一坐就开始写了。

他们都没有发财，没人发工资，很少的打赏，没有大红大紫，但都在坚持写着。一点点热爱，和成就感，就足够我们这些人支撑着写下去。

若是抱着想红想火的念头，一心求快，而没有任何诚意和功底，就算是站在风口上，也吹不起来的。

这个时代，依然会善待认真的人。

我没那么聪明，就只好认真了。 [收起全文](#)

所以请永远记住，是好的内容为你带来收益，而不是为了收益去创造内容。

4.永远记得，你吃的是别人的信任这碗饭，而信任是很珍贵的，一旦破损，绝对无法愈合。

好物推荐这个功能目前有一些盈利的「灰色地带」，你暂时可以利用「信息不对称」所带来的「灰色地带」赚一笔快钱。但随着知乎的大力推广，它一定会越来越透明化、规范化，伴随这个过程，其中的「灰色地带」也最终必将大白。

因此请切记，千万不要为了短期的利益，去涉足「灰色地带」，为自己以后的发展埋下祸根。

无数名人大 V 翻车扒皮的惨案已经教育我们了——不要在小透明时期，觉得没有人会注意到自己，就无所顾忌为所欲为，一旦有天你成名了壮大了，这些你在小透明时期的「随便」都会成为你致命的绊脚石。

羽毛一旦有了污点，会被无限放大。

比如有些读者会认为创作者放在内容中的链接、商品卡片都是可信的，但实际上真与假、质量的好坏都需要自行判断。

有些同学就会利用这个盲区，把所有好物推荐的商品卡片全放佣金最高的，不管店铺评价如何真假如何。有些商家也会利用这个盲区做一些「不光彩的事」。

比如我收到过的 N 多私信，说觉得我带货很厉害，想跟我合作，提高给我的佣金，甚至高达 20%，让我把好物推荐的商品卡片换成他们的店铺商品。我相信肯定有同学也收到过，或者以后会收到这种私信。（注明：私信中提及的做法违反《知乎社区管理规定》）

但我到目前为止，只要有官方旗舰店/平台自营/天猫国际/京东国际，不管佣金高低，绝不会放其他来源的链接，这也是往往我推荐 10 个产品，只能插入部分好物推荐商品卡片的另一个原因。

你要明白，你读者因为信任你，才会点进你给的链接，购买你推荐的产品，如果拿到手有问题，那么读者对你的信任也会转化为认为这是你的责任。

所以请千万不要为了短期的利益给自己埋雷，你也许能赚一波快钱，但你绝对走不长远。

5.请对读者和粉丝负责，并真的去爱 Ta 们，这是你最重要也是最大的发展助力。

于情，一个陌生人，因为你在网络的只言片语，把信任这个很珍贵的东西给了你，它有很大的力量，但是也易碎。

于理，读者和粉丝是你的衣食父母，有 Ta 们的信任才有你的发展。

所以一旦你做出对不起 Ta 们的事，比如恰烂饭，不管是有失偏颇的创作，还是带假货，那么 Ta 们曾经有多信任你，之后就会有多厌恶你。

一个前辈姐姐很早以前对我说过的一话，我至今仍然记忆犹新：粉丝爱你是真的爱，锤你也是真的锤。

所以请千万不要去踩这种红线！

只要你不自己作死，读者粉丝对你的无条件信任和爱，会给你带来的助力，绝对绝对绝对！远大于那些蝇头苟利！

我和小雀就是两个活生生的例子。

我印象最深的一次，一个粉丝特意跑来问我：光光，你商品橱窗里的商品都是你自己开的店在卖吗？是的话我就在上面买。

T^T 真实的泪目.....

这条假装说了三遍!!!

心态大概就这些了，然后说技术经验部分。

三、技术经验

1.创作风格是否切合平台特性。

知乎的定位和群众基础印象，是一个知识问答型社区。那么会来这里翻阅时尚内容的读者们，是为了看什么呢？当然是有理有据的科普和问答，而不是虚无缥缈天花乱坠的个人感受啊。

如果只是为了看后者，Ta 们为什么不去某博某书呢？

所以在什么平台做什么事。

这也向大家解释了，为什么在知乎的时尚领域下的美妆护肤版块，讲解科学护肤的成分党答主会更受欢迎，不论是平台还是读者。

2.个人核心竞争力

如果你立志，并实际成为了一名初级的成分党博主，那么恭喜，你迈出了第一步，但这依然远远不够。

成分党博主那么多，你自己的核心竞争力是什么？靠什么脱颖而出呢？

对我来说，虽然我是一名成分党，但我并不认为成分等于一切，因为理论永远是理论，实践是检验真理的唯一标准。

举个例子，一个产品，里面如果没有能美白的成分，那么它一定不能美白，就算「能」，也必然是一些虚假的小花招，比如「钛白粉」。

但就算它里面有理论上能美白的成分，但落实到人体上，是否真的有效，有多强，又是另一回事。

否则各大护肤品公司的科研人员只要按书本理论设计产品就行了，还做什么人体实验呢？、

因为很多成分的结论数据都是细胞试验或体外实验得到的。

而人体是一个复杂的、拥有一天完整自我调节机制的环境，它和单一细胞不同，更和没有生命的试验器材不同。

就像顶流美白成分 377，抑制酪氨酸酶活性的理论数据是美白名将曲酸的超百倍，但在实际人体实验效果反馈中，美白效果只能差不多打成平手。

也就是说，成分是帮我们筛选产品的第一道最基础的关卡，但实际的使用测评同样是一道不可或缺的关卡。

所以对我而言，完全的纸上谈兵(成分讲解)，和完全的无根无据(感受杜撰)，都不可取，最完美的状态，是二者结合，取长补短，相得益彰。

因此我的定位是——虽然我略懂一些成分，但我不会凭空推荐自己没有真实用过的产品，俗称「云测评」。也不会把产品买来试用几天，摸清肤感后，就完全按成分推荐。我只会推荐自己「真正用过足够时间」的产品。如果遇到万不得已，不得不谈到自己没有真实用过的产品的情况，也一定会说明我没有用过。

这也是为什么我产量比较低，更新比较慢，但信任度很高。

我所有种草/拔草的产品，一定会在自己+我对象+我妈妈脸上，使用 1 个月再评判，因为面部皮肤一个完整的代谢周期约为 28 天，一个月是我个人认为评判一个产品效果(除了一些长效比较抗老，短期比如祛痘类的产品)比较中肯的时间。

也因此，我每个推荐的产品都会在同一背景下拍照。这样读者就知道，我不是纸上谈兵。我不仅知道成分，也有真实的使用感受支撑。所以读者对我的信任，自然比对纯粹的成分党和纯粹的感受党要更多。

不过这其实完全是一个人的写作习惯，谈不上定位，所以我也不知道算不算经验。

因为我没有刻意这么做过，我这么做的原因，完全是：

第一：我确实从内心深处这么认为——完全纸上谈兵，或用那么两三天，摸清肤感就出来种草/拔草的「测评」是不准确的，我会觉得对不起信任我的读者（仅代表个人观点，未必正确，满满的求生欲）。

第二：我不想遇到问我「你自己都没用过凭什么点评」的尴尬情况。



我使用的部分产品

3.不要照本宣科当复读机

本次好物推荐训练营「嘉宾提问」活动回答评选环节中，我出的题目里有一个要求——「请结合成分配方科学原理推荐产品」。

于是很多参加的同学，直接把美丽修行上的产品成分和成分介绍照抄了过来，更有甚者，原封不动的把整个成分表贴了出来。

这就完事了？

那我不禁想问：如果你只会复制粘贴成分查询 App 上的内容，一旦读者知晓这类 App，读者完全可以自己下载一个啊，为什么还要看你？同时，这种没有技术含量，可复制性太强的做法，又回到了上一个点，那么多同类型创作者中，你靠什么脱颖而出？

所以如果只会照本宣科，你依然会很快泯然众人。要学会去挖掘成分表背后，读者自己很难找到的东西。因为成分虽然是一个产品的基础，但不是全部，否则都是高粱酿的酒，为什么有的是茅台，有的是二锅头。

配方体系，科学技术，原料背景，和成分一样重要。

还是举个例子，另一个顶流美白成分烟酰胺，现在读者都知道烟酰胺能美白了，那市面上那么多含有烟酰胺的产品，要怎么选呢？

成分表无法告诉读者，烟酰胺其实很难做到 100% 的纯度，或多或少都会含有一些不稳定水解出的烟酸，正是这些烟酸造成了很多同学的「烟酰胺不耐受」。

烟酰胺纯度越低，不耐受几率越大。

而宝洁集团使用的烟酰胺是瑞士一家原料公司特供的，纯度可以高达 99.7%。宝洁集团也是世界上第一个将烟酰胺应用于护肤领域的公司，在这项成分上的研究最多最透彻，无人能出其右。

因为烟酰胺的美白路径很单一，也不是黑色素产生过程中最重要的一环，所以还必须搭配其他美白通路的成分，比如宝洁经典的烟酰胺+酰本胺+糖海带的黄金组合。

这也是为什么烟酰胺入门，大家会推荐宝洁旗下的 sk2 或 olay。

(宝洁集团看到请私信我要支付宝账号)

如果你能告诉读者这些，你就成了成分查询类 App 不可取代的作者。**所以必须要学会去找寻别人无法轻易获得的东西，比如某个产品中的原料配方技术的独到之处。**

这一点和心态经验中的第二点是交相呼应的，本质还是要能沉淀下来学习，有输入才能有输出，才能产出高质量的，有别于其他人的，吸引人的内容，而不是粗制滥造。

4.文字最好有感情，不要沦为一名工具人。

这一条有一点困难，因为它和个人性格，文字功底，心态有关。

我曾经和青雀讨论过为什么我俩的粉丝粘度要比同领域同级别的创作者高很多，尤其是想法区的互动量。

大概是因为我们没有把这个帐号就当做一个帐号来对待，比如一个赚钱的工具。

而是真实的表达自己的窗口，所以文字里会带有自己的风格、感情、思想、温度……

而不是一篇篇「论文文献」。

这样读者才能通过你的文字，在心里勾勒出你的形象，那是一个实实在在的人，而不是一个工具人。读者喜欢上一个有血有肉的人的概率，自然会比喜欢一个 AI 的概率更大。

具体表现就是：不要让读者因为看到你的某篇内容，一时兴趣给你点了个关注，两天三天之后，读者自己都记不得为什么关注你了，甚至在首页推荐刷到你的时候，会有「咦？我怎么会关注这个人来着？忘记了，那取关吧」的反应。

我和小雀经常会遇到的评论则是：没看作者就点进来了，读着读着发现怎么这么像光光/小雀的文风，一看作者果然是！

补充一下：这一点也是我很反对大批量创作低质内容的原因。

读者刷到你的内容，如果对你感兴趣，想了解更多你一些，点进你的在主页，只有几十上百个回答，好，我可能还有精力耐着性子挨个看一下，看下来后可能就会很喜欢你这个人。

但是如果点进去发现上千甚至几千个回答，反正换我我会直接被劝退。

5.要不要有选择性地回答？

有些同学会问，为了更多的流量，选择答题的时候是不是应该选择浏览量最多的问题？这个，我还真没有仔细衡量过。

因为我还是个小透明的时候，写回答确实会看到关注数比较多的问题才会想答一下，但有些关注上万的问题，我回答了也不过寥寥数赞。但粉丝粘度非常大以后，情况就大不相同。

所以我可能还是会认为，就像恋爱这件事一样，用你的真诚去交换读者的信任和喜欢，会比技巧更重要一些。

技巧是你有了真诚的感情以后锦上添花的东西，它不能雪中送炭。

因为前期的创作、阅读、赞同等数据，决定了后期是否会被平台认可为优秀内容，从而推荐给更多的人，得到粉丝的认可自然比得到陌生读者的认可要更容易啊。

所以我的评论区经常会出现「光光写的先赞再看」这种评论。自带流量还是要比想方设法去求流量好的多。所以我还是觉得，在前期质量这些重要因素一无所有的时候，这些技巧可以排到比较后面。

四、总结

最后总结一下，从我个人的创作过程成长经历来看，我觉得做创作，就像一个滚雪球的过程。

前期搓雪球是一个很艰难的阶段，因为这是一个沉寂的阶段。

很多人会耐不住寂寞，匆匆就把雪球丢出去了，能滚出来的寥寥无几，就算滚出来了，这样的雪球也不结实，可能磕磕碰碰就散掉了。

所以其实我并不建议大家从一开始就抱着一个明确的「我要赚钱」的目的去创作，甚至全身心投入。

反正我身边所有做的成功的朋友，最初都是把自己的帐号当做一个记录、分享、表达的窗口，没有想过要赚钱，更别说一开始就当做主业的，这对心态的影响我在心态经验部分也阐述过了。

直播时一位观众总结的很好：还是要有自己的主业工作。

我也说过，我很幸运，在很多人最艰难最容易失去初心的创作伊始(因为在这个阶段，刚刚知道了创作可以变现，也尝到了创作变现的甜头，但是变现能力又很弱，就很容易为了积少成多铤而走险，最终失去初心，泯然众人)，我因为没有任何经济压力，没有想过赚钱，反而没有失去初心。

等到我认可「优秀真诚的创作」可以带来收益的时候，在这个最艰难阶段我所积攒下来的粉丝粘度和读者信任，就展现出了它们爆发式的助力，足以支撑我不说昧良心的话，不做昧良心的事，依然能有一份体面的收入(可能这就叫走了狗屎运吧= =)。

这也是我在心态分享的第 4 第 5 点，为什么反复和大家强调，是因为粉丝读者对你无条件的信任和爱，对你的助力绝对绝对要远大于短期的蝇头苟利。

所以就算你无法做到这样，我也希望你能好好的熬过这个沉寂的阶段，把雪球搓的结实，等到到了那个对的时间，你再把它丢出去，它会自己越滚越大越滚越大，不需要你耗费更多的精力。

所以，像不像那个竹子的故事，它们用十年二十年往深处扎根，而破土之后，却能以每天几十厘米的速度迅速长成参天之势。

我和大家一样，这些道理，在我亲身经历之前，也曾觉得虚无缥缈，太假大空了，但亲身经历之后，才感叹前人智慧的精炼。

与君共勉。

互联网上内容很多，但是当你仔细去分析，就会发现，无论多少内容，归根结底就是三类内容最吸引人：

- 1、有用：科普、知识、技能等干货类内容；
- 2、有趣：搞笑、美女帅哥、游戏、萌宠等能让你放松或者开心的内容；
- 3、有共鸣：故事、观点立场、讲述类能激发你的共鸣或好奇的内容。

但当你盘点一些你记得住的帐号的时候，你又发现你很难给他们进行一个准确的分类，为什么？

因为他们大多占了 2 类，才能破圈，获得大量的关注：

举例：

用户名	内容特征
李子柒	有用+有趣，偶尔有些共鸣
博物君	有用+有趣
老爸测评	有用+共鸣（初始定位是帮消费者去伪存真）

这便是 $1+1>2$ 的效果，当创作到了一个瓶颈的时候，增加一个新的内容维度，就是一个很好的办法。

拥有这个认知，比很多细枝末节的操作作用更大，这样你就容易想通很多类似于「为什么都是写 XXX，他火了我没有」的天问。

即便是很明确的种草内容，要满足挑剔又健忘的读者，也需要符合这个原则。

小物特邀 好物推荐官 [@芋小桌儿](#)来分享一些在好物推荐创作之旅的心得体会，桌儿老师将会从帐号的定位与成长、创作的技巧与热情方面着笔，分享她的知识经验。干货来了，接住！

特别注明：本次经验分享基于嘉宾的亲身经历和个人总结，不一定适用于每位知友，请各位知友根据自己的实际情况取用。

第一部分：好物推荐帐号的定位

类型一：专门的种草帐号：突出有用

优点：

- 前期准备工作不需要太多，效果直观；
- 对写作功底和粉丝运营上的要求相对稍低；
- 能够快速试错，测试自己适合哪个方向。

缺点：

- 同质化比较严重，帐号及内容一般难以被记住，要做到被记住则需要投入比较多的精力；
- 选题和排名竞争激烈，流量来源依赖推送和关键词搜索；
- 后期帐号变现渠道相对比较单一。

类型二：垂直领域树立个人 IP：突出有趣+共鸣

优点：

- 容易被记住，成为某领域的腰部、头部帐号，获得更高的影响力及平台资源；
- 更新频次要求不高，但前期为了冷启动，建议保持较高频的输出；
- 商业价值比较高，变现方式比较多样化，比如品牌任务、招募任务等；
- 方便跨领域、多平台发展，形成个人的社交属性和影响力。

（在粉丝角度关注的不仅仅是你产出的内容，更有「你」本身）

门槛：

- 对专业背景或者领域知识积累的要求比较高，没有足够积累难以持续产出内容；
- 要有 1-2 篇高赞内容突出领域专业性，并且周期性产出精品内容；
- 要有一定的文字/视频功底，最好能有一些粉丝运营能力。

小结与建议

总体来说，以上两者没有非常严格的界限，很多种草帐号发展到后面，由于种草风格比较明显，并且坚持一个方向的输出，就转型为了垂直领域的 IP，在变现角度，除了种草直接带货之外，也可以起到为品牌做背书的作用。而很多个人 IP 积累了一定数量的粉丝群体后，建立起受众的信任度，也有可能成为种草答主，而且转化可能会更好。

综上，**建议：**

在开始阶段，如若考虑增加额外收入，试试水，未来的主要发展方向并不是自媒体，建议就从种草帐号起步。

如果你有长期的写作或视频输出爱好，对成为自媒体有强烈的兴趣，甚至做好了全职的准备，可以确定一个垂直方向去尝试。

帐号的初始定位方向不同，相应的更新策略和写作方式、甚至变现效率也会有些差别，下面将分别介绍二者的成长攻略及写作技巧。

第二部分：不同定位的成长攻略

一、种草类帐号：突出有用

1、昵称和简介



- **昵称：**直接、清晰、明了，和目标人群越相关越好（单纯的领域信息已经不够了）。

举例：

- ✓ 120 斤的欣欣：女装+大码
- ✓ 包包吃不饱：美食+性价比
- ✓ 贫嘴拆机：3c+有趣视频类
- ✗ 反面例子：XX 美食日记、XX 种草

- **简介**

尽量与昵称相关，简单直接有记忆度，比如带货品类为高性价比零食，简介可以是「十元吃到饱的宝藏零食发现者」，每一个字都要指向带货。

简介修改方式：在个人主页，点击右上角的「编辑资料」，在「一句话介绍」处进行修改。

2、内容输出方式

前期采用小步快跑，尽量多更新，测试方向和方式，尤其对自己的定位和选题不确定的，确实需要铺一定的量去测试流量和选品。至少一个月 **10 篇横测文章**（即包含多个产品真实测评、对比的文章）。

3、选题建议

根据问题是否涉及时间信息，选题可分为时效性选题和非时效性选题：

- **时效性选题**

一般跟节假日、电商大促有关，建议至少提前把下一个阶段的重要节日和大促节点盘一下，提前做准备，一般经验是节假日前 2 周相关话题开始起量，提前一周下单量开始增长，还有 3 天的时候达到巅峰。

节日越大，流量周期越长，节日越小，短期出货可能性越大。

所以最好是大节日提前 3-4 周做素材准备，小节日提前 1-2 周做准备，才能正好卡上节点。

- **非时效性选题**

这类选题一定是基于你对一个领域有一定了解的基础上，参照下面的选题建议去找相关的关键词，回答自己擅长方向的问题。

在效果上，可能短期流量一般，但是搜索排名比较高；一旦有读者搜索类似需求就有可能看到你的答案，是很好的铺量方式。

在具体的题目选择上，**建议选择**：

- **垂直类、种草类问题**：这类问题已经帮你筛选过人群了，转化路径较短；
- **热榜上的带货问题**：大池子满小池子也会有水，对你的冷启动很有帮助；
- **冷门潜力问题**，可从问题创建时间、主题等判断，建议挑选：新问题、编辑推荐问题、与时事、节日相关的问题。

✕ **不建议选择**：

- 种草无关或没有明显购物需求的问题，容易引起反感；
- 回答数量 100 个以上，而且你没有新的角度或更深的研究的问题；
- 与自己领域完全无关的问题不要强答。

二、个人 IP 类帐号：突出有趣+共鸣

1、昵称和简介

与种草类帐号类似，越有辨识度越好，但也有区别，就是如果考虑到以后多领域的拓展，**就不要把自己定位的太狭窄**，至少昵称不要跟你以后的扩展范围有冲突。

比如，你是做服装的，昵称也很明显，但是有一天你忽然开始做 3C，这就产生矛盾了，无法说服读者。虽然知乎可以改昵称、资料，但你前期的粉丝是服装领域积累的，你忽然换了一个方向，转化率和固粉效果可想而知。

比较折中的方式就是昵称可以稍微含糊点，突出个性、模糊领域，借助签名（一句话介绍）强调属性。

这一点如果你拿捏不好，也可以直接用简单直接的昵称，随着你的持续输出慢慢改你的昵称也可以的。

另外，有专业背书的一定要把能拿到的平台认证拿到。知乎的平台认证包括身份认证（蓝V）和荣誉认证（小黄花），如下图。得到平台认证，能够天然拉高读者对你的内容及帐号的信任度。



不要低估蓝 V 认证和领域作者的加分效果，我每天会习惯性看一眼我的新增粉丝列表，看到有蓝 V 的，一定会点进去看一眼。

还有优秀答主标志（小黄花），也是很重要的一个领域认证，它是根据你在一个垂直领域下的回答数量和质量去不定期发放的，相对比较好去量化，能拿到的话，就说明你已经是知乎上某个领域的佼佼者了，也表明你具有比较大的商业价值了。

2、内容输出方式

IP 类帐号的每一篇文章都要考虑是否为你的总体形象加分，至少是不能减分的。在内容创作上，需注意「干货/专业/个性化内容」和「种草内容」相结合。

- 干货/专业/个性化内容

这部分是区别于种草帐号最重要的部分。你的个人 IP 是否成立，取决于你能否通过文字或者视频传达出来你的个人魅力，并且让读者感受到你的个人化，记住并关注这一 IP。因此，这类内容要以「**传达个性和形象**」为目的，吸引读者转变成为你的粉丝。

那么读者喜欢什么？

还得参考**有用、有趣和共鸣**，而不仅是带货。想要让读者看下去，看的带劲儿，这就需要你真心实意地推荐你喜欢的东西，哪怕只是日常分享，甚至不带链接。让读者感受到你的真心，愿意相信你，从内容喜欢上你，成为你的粉丝。

拿我个人而言，大部分粉丝在我做好物之前便积累起来了，那时我就特别喜欢分享我喜欢的东西，全都没有链接，大家随意去下单。粉丝觉得你的推荐很有用，积累了好感，到好物出来加入种草带货行列时，粉丝就觉得理所当然了。

我们不鼓励为爱发电，但如果你要做长期、有影响力的帐号，内容建设是少不了的。

前期最起码做到「**干货/专业/个性化内容**」与「**种草带货内容**」数量对半分，前者多了更好，这是建立你跟其他帐号区别的一个护城河，基础越扎实，个人 IP 形象越突出、独特。

• 种草内容

种草内容也能为自己的 IP 增加份量，种草内容数量不求多，而建议往能产生长尾流量的方向去做，比较建议去写一些**深度的测评和种草内容**。我的深度种草文，每一篇都能给我带来持久的收益（一年以上），遇到流量好的时候，仅凭以前的答案，每天就能获得大几百至上千的收入。

另外不建议把自己的人设立为某领域的专业答主，这样如若你的种草涉及跨领域或者罗列潦草，更容易给自己扣形象分。

比如我是美食、菜谱、宠物、小家电领域的答主，这几个方向我回答起来得心应手，但是如果去回答美妆、3C 类问题，哪怕这是个知任务，哪怕这个问题的流量很好，我都会拒绝，因为我知道自己的能力范围。

如果不得已要回答这类的种草问题，一是要在对产品足够深入了解的前提下去写，并且如实表明自己不太确定的地方，比如清楚说明这是我的个人理解和使用感受，大家酌情参考。

3、选题建议

选题专注在一个/多个话题，争取获得「小黄花」（优秀答主）。

方式：搜索你答题兴趣的关键词，找到其相关话题，集中回答挂靠此话题的问题。这样可以积累帐号在该话题下的权重，相关内容有机会得到更多的曝光，帐号也有更大几率拿到

「小黄花」。



话题是知乎将所有相关内容集成一个聚合页面的工具，在一个话题下积累一定的专业回答，则有机会拿到这个话题的「优秀答主」。

在问题的选择上，IP 类帐号可选择专业相符的、新产生的、冷门潜力的问题。潜力问题下先产生的、质量好的回答很容易抢占第一的位置。而且很多冷门潜力问题后期也容易翻红上热榜，到时候你就是夺得先机了。

此外，我个人感觉文章是输出专业内容的很好的载体。因为文章受排名影响小，而且在搜索关键词的时候，文章的占比几乎等同于问答，情况就变成问答搜出来了你的答案未必在前排，但文章搜出来了点进去就是你的内容，所以文章很适合作为你非常有信心的种草内容的载体。尤其在你有个很好的选题，但是找不到合适的问题时。

退一万步说，文章流量不高，你也能调整下放到类似的问题下，双保险。

第三部分：不同定位的通用写作技巧

一、低频消耗品的写作攻略

低频消耗品，指如大家电、汽车、首饰、贵重礼物等这类金额高、更换频次低、冲动消费少、权衡周期长、一人一生中只会购买少数几次的商品。

1、策略：首先进入读者的收藏夹。

2、内容重点：要么专业，要么真实。

- **专业：**你必须是这方面的专家，比你的读者懂得多得多。

保证内容专业、可信赖，同时切忌把内容写成「说明书」，而是把你所知的专业信息转化成读者关注的问题，并用读者可理解的话语说出来。你的干货，读者要先能看懂，才会看完，最后才能进行消费转化。因此，写内容之前一定做功课，站在读者角度去分析：在选购一个大件商品前，你会考虑什么。

- **真实：**如果不是专家，那就需要你有非常细腻、深入的真实体验。

用「真实」打动人、说服人。写内容不求「大而全」，一上就是十款机器的对比，一看就是「假大空」。如果你只用过两款机子，你就对这两款机子进行真实的描述、对比，把使用体验、对比结果自然真实地写出来就好了，一样能帮助到很多人。

3、数据观测与内容维护

一时没有转化不用担心，低频商品本身决策周期就非常长；多注重收藏量，未来收藏中的相当比例都会变成订单。

如果想当下就有转化，那就需要有「或很特别、或很有深度」的推荐理由，帮助读者快速做出选择。

对于高单价的低频消费品，读者可能会长期观望和对比，因而会多次打开阅读一篇文章。这就就需要你不断去维护你的内容、观点、推荐的商品，尤其好物卡片的价格和描述。

二、高频消费品的写作攻略

高频消费品，即指如食品、美妆、日化、家居、服饰等周期性消耗、会多次购买、品牌忠诚度低、价格影响大、冲动消费多的商品。

1、策略：减少所有跳出环节，不给思考时间，直接引导成交。

2、内容重点

- 要么**选品新颖**，是大家没见过的，更好玩的东西、更好吃的食物、更好用的工具、更合理的组合。

- 要么是**有很优惠的活动价格和渠道**，借助信息差，提供读者不知道的优惠购买方式。

这需要你比读者掌握更多、更全的信息，这也是我说的种草帐号必须要做功课的原因，如果你掌握的信息跟读者一样多，人家为什么要看你而不是直接打开淘宝京东？我们要做的是帮读者收集足够多的信息，筛选组合，端到读者面前，节约读者的时间成本，提升读者的消费决策效率。

3、数据观测与内容维护

核心数据指标就是「转化」，整篇内容上一定避免任何跳出，减少读者所有的犹豫可能。低单价高频消费品没有第一时间产生收藏或者订单，就可以考虑调整内容了。

你可以根据成单量调整商品展现的顺序和篇幅，比如你发现在回答中部的某商品成单量较高，完全就可以把这个商品位置再往前调整，试试会不会更好。

如果一个回答里一个品一单都没出，其他品都出单了，那可能就是这个选品有点问题，除非这个东西放在那里就是为了做对比，让其他商品成交的，不然就可以优化掉它。

第四部分：如何让热情持久

关乎热情，这是一个所有创作者都有所感受的话题。

我知道很多人都很想短期见到成效，无论是收入，还是粉丝增量，甚至是阅读量的增长，但是我仍然想强调「**摆正心态**」。你在任何平台做内容、赚流量赚钱，跟你一起竞争的，不乏有比你更专业、比你更有运营经验，甚至比你更舍得花时间、花钱去推广帐号的个人和团队的存在。他们或许在之前比你付出过更多、踩过更多坑、试过更多错，所以你想要超过他们，一定需要足够的时间、努力和热情。

我去年几乎尝试了所有平台的运营，如小红书、百家号等，对比观察的结果就是，**知乎是目前所有平台上对新手最友好，对运营依赖最低，最有可能靠内容出圈的平台**。意思很明了，如果你是个 0 基础小白，那你在知乎上靠内容被人看到的几率其实是高于其他平台的。

说回正题，如何让热情持久？

首先，你要有个正确的目标管理。

我的办法是不把目标立得太单一，我会从 5 个层面去评价内容的成效：

- 是否有成单？
- 粉丝量是否有增长？
- 阅读量、收藏量是否有增长？
- 是否有互动？
- 我的内容是否完成了我想要的表达，是否有条理、有重点？

上述这 5 个层面，当然全都是有最理想状态，但如果只有 1-2 条实现了，我觉得我的内容就没白写，就是一个有效的积累。

这个方法可能比较阿 Q 精神，但是我觉得这也是一个给自己动力的方式，换很多个维度去看一件事，最终就有可能由量变引起质变。

其次，多层面去验证到底是流量问题还是内容问题。

你的内容不火，到底是流量问题、内容问题，还是平台问题？可以通过以下方式探索：

- 一样的内容分发到不同平台看看反馈（首发知乎！）；
- 内容完成后发发朋友圈，朋友的反馈可能更直接；
- 一样的素材（记得是素材不是复制内容！），重新组合编辑后放到不同答案下看有没有流量变化；
- 把图文答案变成视频，或者同步到圈、想法，尽可能增加曝光几率；
- 直接把答案发给有这方面需求的朋友，看他们觉得是否有帮助。

再次，学习一点运营技巧。

就算是知乎，现在纯靠内容想快速崛起也很难，内容+运营是无法避免的一条路，内容就是你自己本身的硬实力，运营就是包括数据分析、选题判断、粉丝管理、流量监控等在内的各种内容外的软实力。其实知乎已经给大家提供了一些工具，比如后台的潜力问题、热度问题，包括现在还上线了一些趋势维度的问题，都是很有帮助的渠道。

最后，把这件事作为你一个大目标的一个小尝试。

比如你的最终目标就是成为一个像我这样的全职自媒体人，获得很好的收入，那从现在开始你做的每一件事就不会没有意义。

无论是素材收集、专业学习、内容创作还是使用体验，每一步都是为了以后的大目标做积累，这样你的心态会稍微平和一点，因为除了极小比例的例外外，每一个成功帐号的背后都有过很长时间的积累，也许你现在还是 0，但是你从现在开始积累，你就是会比 1 年后才开始起步的人有优势。

总之，一个帐号的成功原因是多方面的，运气、实力都要有，但**实力一定是基础**。先把自己的实力部分打造好，运气来临的时候你才不会错过。