

新媒体运营：如何提高原创质量和数量及变现效率

我们来讲讲如何做好新媒体的生产效率与新/自媒体如何赚到更多的钱。

如何生产出更多的优质的原创内容

原创图文

以文字为主，配图为辅助。这里大家要清楚一个概念，目前的媒体平台大多数属于新闻资讯平台，新闻资讯平台要遵循新闻的三个原则，第一个就是时效性，新近发生的事情，这个时间一般是24小时内的，尤其是在事件发生后，如果能抢先报道发布新闻当然更好。第二个是真实性，这个事情是真实有效的，而不是捏造事实、编造谣；写评论的时候不能放大炮，瞎编乱造。第三个就是重要性，所写的内容要有一定的价值，比如告诉人们一个道理，对人们有所启发，或者娱乐大众，开心一笑等等。目前在这些第三方平台上，娱乐八卦与社会新闻看的人群最多，具体的排名是这样的，男性关注十大类焦点：**社会、娱乐、本地（用户所在地区）、汽车、时政、世界、财经、数码、运动、军事**；女性关注十大类焦点是**娱乐、社会、时尚、育儿、健康、本地、情感、美食、家居、养生**。所以原创的内容类别以这样的类别为主，具体看各自账号的定位了。

目前从平台的算法推荐趋势来说，要求大家做垂直类专业和精准的内容，而不是跨类别的今天写军事、明天做财经、后天又去做体育，这样对账号没什么好处。记住平台的规则和要求是垂直、垂直、垂直。即在自己熟悉和兴趣爱好范围内的领域去做精、做深，挖掘好这一个领域里面的人和事，写好评论，做好粉丝的互动交流。另外对个人来说，一个人的精力有限，专注于某个领域会更好，这样才能做大做强。

当然有人说我多才多艺，一个人能写好几个领域的文章，遇到这样的怎么办？我们推荐的办法是多注册几个账号，分别做好定位，各自开阵做各自的内容。不过同样麻烦也就来了，账号登录切换，然后转换到另外一个领域的操作，也难免会出现一些小错误，这样就需要运营者相当的谨慎、细致、认真来避免这些问题的发生。

接下来我们讲下话题的来源：

- 企鹅号/今日头条的热门文章，这里学习的好处是一个什么样的文章能达到10W+阅读，另外也学习下人家标题的起法，以备自己使用。
- 微博的热门话题，在微博上火的东西，有其偶发性也有平台对预定事件做的议程设置（使劲推荐引导或者花钱购买）。另外关注下自己创作领域的大V，垂直媒体，草根红人等等，他们也是话题的重要来源。
- 百度/搜狗/360搜索风云榜，这里都是大众网民关注的内容，诱发途径有传统媒体的报道、或者某个电视剧、电影的热播等等。
- 可预见的热点事件，比如气候的变化下雪、某个假日的到来，传统习俗如何。
- 突发热点事件，这个就看平时准备的素材量如何，文字、图片，已经迅速整理信息的能力，快速产出内容。
- 编辑给定的话题，三方平台编辑也会给定选题，类似命题作文一样，他们出专题，内容创作者完成图文、视频等的创作，一起来推广。

原创图集

既然是原创，当然是自己拍摄的，这里对应的是以前摄影记者干的活，抓拍新闻图片，或者做纪录片形式的组图展示。另外一种形式是自己绘制的漫画、手绘作品等等。

原创图集以人物为主线，讲述人物身上的故事。或者纯美色可以是美女（清纯、性感），大自然的风光等等。图片的拍摄还是由专业摄影师或者摄影记者来完成比较好，个人摄影爱好者也可以。

版权这块是比较大的问题，尤其是不是自己创作和拍摄的图片的使用，另外有些图片还可能涉及到侵犯当事人隐私。

原创视频

实拍视频

这类包括突发新闻、访谈、脱口秀、纪录片等节目，制作的周期看节目形态的不同而时间不同，耗费的时间和人力成本也不同。个人媒体来说，自己出境（还是看颜值的），针对热门事件针砭时弊，是一个性价比比较高的生产制作方式。如果完全实拍，到后期剪辑，写文案脚本、配音、后期编辑制作，还是需要很长的时间和精力。

动画视频

这一类以虚拟形象为主，通过卡通人物形象说出或者来演绎当前一些热点事件，好处是不用担心颜值，配合实际画面，难处是动画制作还是有一定的成本的。

如何针对平台算法写出10W+热文

首先我跟大家分享下互联网上的三条比较重要的原则。

- 点击有趣的：Click What's interesting，开心很重要，就要图个乐。
- 评论争议的：Comment What's Controversial，越吵越热闹，国内的用户心理都有个武林谱，谁才是天下第一，并围绕这个天下第一展开嘴战。
- 保存稀奇的：Email What's Bizarre，物以稀为贵，没见过的就要存下来，在媒介平台的表现就是转发或者分享到自己的朋友圈、社交群主，彰显自己是最早知道并转发这个信息的人，以此来赢得别人的膜拜，自己也达到了炫耀的目的。从另外一个角度来说，某种稀奇的少见的，存下来也方便自己日后查阅浏览。

如何提高新/自媒体的收入

我们的读者是谁

今日头条

根据今日头条的算数中心显示，今日头条的主要使用用户是24~30岁的青年人，这部分人群高达46.85%，其次是18~23岁的大学生人群，这部分人群的比例是30.91%，这两个大类加起来使用人群高达78%。也就是说，这基本上是属于一个年轻人使用的app，也是目前最为接受互联网消费的人群，3/4的使用人群是85后，是当今的互联网消费的主力人群。

男女比例方面，女性用户占比45%，男性用户占比55%，相对比较均衡。在城市分布方面，三线城市及以下人群占据49.8%的比例，二线城市34个主要省会和发达副省级城市占据了34.8%的比例，一线城市北上广深占据的比例很少仅15.4%。这个数据就意味着头条的用户学历水平相对较低，这里面的内容不太需要很专业的知识，也就是前文所说的娱乐八卦与社会市井新闻，文字内容比较简单，但需要很接地气（或者说“俗”），满足他们的猎奇心理就够了。但这部分人群的基数很大，所以是一个巨大的流量库，但是这群人的购买能力相对较低，不过由于日活跃的用户数量很大，从总体上来说也能产生一定量的广告收益。

UC

用户年龄段24~40岁以上人群占比59.8%，24岁以下人群30.3%，其他40岁以上人群占比9.9%，UC一线城市用户比例为15.8%，二线城市比例为31.2%，三线城市比例为53%，这个数据和今日头条的相差不大。但是在具体的用户群兴趣类型分布上，一线城市（北上广深）的用户更喜欢科技与金融，二线城市的用户钟爱时尚与游戏，三线城市用户爱好八卦、关注健康。

流量主广告收入

1) 争取进入平台的优质作者方，比如搜狐自媒体的签约作者、今日头条的千人万元、企鹅号的芒种计划等等，这些申请相对有门槛，但是也有规定的流程，大量原创内容，并在平台上受到读者的欢迎，直观表现就是后台数据上涨得很漂亮。

2) 联系到平台的编辑工作人员，与他们建立起直接联系。注意这里说的“联系”是有助于双方的联系，你要清楚对应你所创作领域的编辑人员的KPI是什么，比如在他负责的领域里面每个月原创文章数量、文章浏览量、文章互动数据（点赞、评论、收藏、转发数据），目前你的账号在他那里是一个什么样的位置，能帮助他每月完成多少的KPI数量，如果

能占到个位数的百分点也非常了不起了，那么你和他的合作关系就比较简单了，你只要创作出好的内容，在他的推（guan）荐（zhao）下，你每月完成的工作也能直接帮助他完成工作任务，这样双方是一个共赢的状态。

3) 提高文章的阅读量，阅读量越高，相应的给出的广告费用就越多。

影响今日头条推荐量的几个因素：

头条指数，这个决定你文章的初始推荐量有多大，指数越高，相应初始推荐到的人群就越大。

标题/封面图点击率，这里的点击率就是说当一篇文章推荐到目标读者面前的时候，有多少人会主动点开这篇文章，决定这个点击率的就是标题+文章封面图（封面图有三种形式存在，单图、三图、封面大图），效果最好的肯定是封面大图、清晰，在客户端展示的空间区域也比较大，大致能够占据1/3的手机屏幕，这权限不是所有的账号都有，需要获得原创资质的账号才有权使用封面大图功能。打个比方，初始推荐的用户是5000，最终点击标题和封面图的用户是1000个，这样的话点击率就是20%。点击率越高，对于接下来更大范围和更多人群的推荐就越有利。

- 与事件相关的图片，美女优先。
- 标题+图片组合，比如接班梅西，他将成为诺坎普之王，配图可以是内马尔拿一个奖杯的图片，这样的效果会很好。标题设悬念，缩略图做一定的解释，点开查看具体如何接班的。

阅读完成率：当读者打开这篇文章的时候，从头阅读到文章结尾就算一个完成。那这里大家会来做判定怎么样才算完成呢？这里有几个参考要素，手机触屏滑动的位置点以及滑动的屏数来做一个判断，如果一个文章有4屏，用户滑动2屏就选择关闭或者返回到新闻列表页，这样肯定就不算完成。另外是参考文章里面的锚点，例如点赞的按钮，一般都是设置在文章结尾的地方，能够点赞的用户，基本上是完成了整个阅读的。文章阅读完成率和标题/封面点击率一样，也是越高越好，理论上越高证明题/文一致，内容质量很高，能吸引读者阅读。

这里我们可以看一组数据：

文章类型	跳出率	平均停留时长	内容占比
1000字以内的文章	22.1%	48.3秒	57%
1000~2000字文章	39.1%	66.6秒	23%
2001~4000字文章	52.8%	69.3秒	14%
4000字以上	65.8%	95.6秒	6%

通过数据我们发现，深度原创并不太适合第三方媒体平台，中国网民相对比较浮躁，对于很长的内容阅读缺乏一定的耐心，喜欢吃快餐，越快越好。因此文章的长度在500~800字，文章太短也不合适（原创标签最低要求字数也要300字），当然专门专注于深度报道的还是要坚持做长文。

分类标签明确：一篇文章一般需要做1~2次的分类，有一级分类和二级分类，具体看平台而定。注意：头条号和UC等平台的账号是没有自动添加标签的功能的，TA根据文章的内容，通过机器学习算法，自动提炼一些关键词，来形成文章的标签。具体的标签怎么做，我们看下边。

- 关键词优先，关键词包括名词或者行为动词等，例如汽车、做菜、烹饪、钓鱼、地名，切忌不要使用助词、形容词、语气词等，例如：帅呆了，美丽，漂亮。
- 标签的范围遵循的逻辑顺序是从小到大，突出细节，不与分类重复，比如一级分类是体育，二级分类是足球，这里的标签请不要填写足球、体育这个，这样就做了重复无用的工作，而应该把标签留给最需要表现的词汇。这里有个排序，以苏亚雷斯获得上赛季最佳射手为例，这样的标签可以写最佳射手、苏亚雷斯、巴塞罗那、西甲，这样有个层层递进的关系，范围有小到大；同样也要注意不要使用同义词，比如有最佳射手标签了，就不要填写金靴这个关键词，这两个只能二选一，不能都填上，否则就重复浪费了一个标签。

- 标签要贴近文章的主题内容，另一方面也要考虑到不同分类下的标签的热度，对于某一个分类下，对于标签的热度肯定是不一样的，这个和时效以及标签本身的权重有一定的关系。例如奥运会是个很好的标签，但是对于中国观众关注来说永远是那些中国有夺金点的项目是热门标签，例如乒乓球、跳水等等，而对于足球这种中国男足连资格都没有进入的肯定就会弱处理，属于一个冷门的标签。但换到十二强赛世界杯预选赛上，这个中国男足又成了热门标签，大家在这里需要区分来对待。

题文一致，切记标题党，另外平台也对“惊呆了”“美艳了”“宇宙无敌”等夸张形容词做了限定，在填写的时候就会提示过分修饰。标题如何起，我们会有专门的文章来介绍，这里提醒大家注意的是，收集各个平台10W+热文的标题，看别人怎么写，遇到类似的事件的时候，就可以直接套用别人用过且不会被平台判定为标题党的标题。写好了标题，文章的内容一定要和标题相关联，如果一点关系也没有，就是纯标题党，忽悠人点进来然后撒气离开，有一种被欺骗的感觉。

文章质量，文章质量这里分几个维度来衡量。

- 原创性，尤其是全网到底在哪家首发，这里的原则是谁家收益好、补贴更多，就选择哪家平台。如果没有补贴，那就看和哪家编辑的关系相对更好，谁能给出更多的推荐，就选择在谁家做首发。如果这两者都没有，建议选择影响力更大的平台，今日头条、企鹅号等就可以了。（同时也要查看下你写的文章主题是否在这些平台已经让别人捷足先登了）。
- 有内涵，就是有优质的内容。文笔相对比较好，立意明确，观点鲜明，说理充分，没有错别字，语法错误等等。
- 术语关键词，文章里面含有的专业领域的术语关键词越多，越有利于机器学习算法去识别，越能有利于得到系统的推荐。比如以足球领域为例，这里面的关键词语就会有：豪门俱乐部名称（巴塞罗那、皇家马德里、曼联、拜仁慕尼黑、尤文图斯、阿森纳、利物浦等）、赛事名称（西甲、欧冠、中超、英超、意甲、世界杯等）、球星主教练名称（梅西、C罗、皮克、瓜迪奥拉、穆里尼奥、温格等）、足球比赛专业名称（红牌、黄牌、进球、铲断、任意球、角球、点球、越位等），这些都是机器学习算法需要监督学习的。其他行业也会有对应的专业术语的表达，这里需要内容创作者平时去留意和积累相应的名词。

消重算法，这个算法非常重要，如果不了解相应的算法，那么就会出现做很多无用功的现象。这个消重算法是什么意思呢？根据推荐算法的相关原则，同一个事件同一个角度去报道的时候，在时效性差不多（就是大家都在同一时间发布的情况下），权威性越高的机构获得的推荐量就越大。相同权威性的账号发布的时候，就看谁的时效性更强（发文更快）就越能获得推荐。普通的自媒体账号的权威性肯定比不上已有的机构媒体，这样的话如果想获得大量的推荐，就必须另辟蹊径，避开机构媒体的发布的角度，从另外的角度来创作。同样在搜索引擎收录里面，也会存类似的机制，对于权威性方面，权重比较高的网站，收录和排名情况会更好。

互动，当前平台的互动方式有文章点赞、收藏、分享/转发到社交平台、评论这几种方式，而运营者需要对评论进行回复，在头条号这里很麻烦，希望有创业者能解决这个问题，不回复读者的评论，互动指数就会下降，回复的话，几百条评论，点回复，输入内容，再点击提交，如此反复，不能批量处理，很是麻烦。

前文我们分享了网民浏览行为的三个原则，这里的互动就要利用到“评论有争议的”，在当今的中国社会有几个通用的常用热点和争议，这里说一下都能用的到。

- 人傻钱多，花钱不眨眼，尤其是对于那种暴富、一掷千金的都会振振有词，忍不住抒发自己的情感
- 帝国主义亡我之心不死，神州四邻危机四伏，世界人民水深火热
- 明星出轨，人人喊打
- 谁是武（hang）林（ye）排名第一，总有不服的
- 地域乱斗
- 爱国主义激情澎湃，小日本、美国佬、英国狼、台独/港独不得好死
- 总有人想挑战主流和权威
- 爆乳走光蕾丝透视
- 外媒乱点中国
- 脑残、装逼
- 男女啪啪啪那点羞羞事

- 故意写错别字、漏字，引起网民纠错心理

回到我们刚说的正题上来，根据平台三四线城市用户为主的特征，以上的角度都可以利用，不明白的可以参考阅读下《乌合之众》，那里面有更详细的解释。评论多了才会有质量，这里注重反馈要做到两重，每条消息如果都能回最好，这样参与回复的人觉得受到了重视，尤其是把写的好的评论置顶推荐，这样也会激发他评论的热情。另外评论里面也会产生很好的内容，这样就可以产生新的内容，这样的评论往往点赞的数量比较多。这里提到一点在热门微博的评论里面往往隐藏着很多大神，他们评论很大可能给你的写作提供一些新的思路，这样也能保证文章的话题的角度，而不被系统推荐算法消重。

文章的长度推荐800字左右，也就是高考作文的长度，配图3~8张左右，一般5张比较适合，这样读者浏览完毕后，方便收藏、点赞、转发，尤其是评论。

话题选择以下有一些补充说明：

- 首先要避免太过于冷门、生僻的话题，关注的用户人群本身就少；
- 其次要避免太过专业，晦涩难懂的话题；
- 再次同一主题内容太多，自己的内容湮没在茫茫文海中，这个要抢首发时间，并提高自己账号的权威性；
- 最后注意下话题的时效性，不能太旧，遵循24、72小时原则；
- 系统审核没通过，被拦截下来的内容推荐量很少。

热点判断，蹭热点的效果很明显，当某个热点出现的时候，文章的阅读和推荐算法给的量相对都会多很多。我们如何来判断这个热点呢？

- 人们微博的转发与阅读数量，区分下水军和网民自发转发行为就好了，点进去翻几页看评论是否都是无脑的，还是很真实的用户的评论，就知道是否是真热点，还是假热点。
- 编辑手动推荐的，为了保证他们的KPI的完成，编辑会对内容进行筛选和过滤，最终做的事情和内容创作者一致，保证好的内容让更多的人浏览到，并参与到互动、传播的过程中来。
- 百度指数，具体可以搜索下普通用户关注度和媒体关注度，大致的一个趋势是呈上升趋势还是下降趋势。其他的淘宝、微博、搜狗、360也有相关指数。
- 近期舆论宣传的热点，例如某次比较大型的会议，那么所有媒体、吃瓜群众自觉不自觉的都会被影响到。

如何获得原创

为什么要说原创这个事情呢？这里面有几个好处，在微信公众号里面可以保护自己的内容不被抄袭，大段的复制粘贴这样系统是不让发表的。他们想发表就只能联系原创的公众号主，给予他们开放转载的白名单。这个转载分两种授权方式，一种是保留原公众号的信息，并直接在转载方的公众号中点关注，直接关注原创者的公众号。另外一种允许他们做少量的修改以及去掉原公众号关注信息的方式。这两种看运营者需求，灵活采用就好。

取得原创标签以后，就可以开通打赏的功能了，粉丝量足够多，文章质量足够好，粉丝打赏的钱还是有不错的收益的。

原创的文章带平台的流量主广告的收益在企鹅号和今日头条都是比普通账号收益高很多，企鹅号是双倍流量主广告奖励，今日头条也有类似的措施。

可以一键举报那些抄袭你文章的账号，扣除他们的系统运营分，让他们有所忌惮，不会那么放肆地抄写别人的文章。平台有个信用分系统，扣除的分数越多，系统推荐量就越少，扣光了这个号就废了，写啥都不会推荐量的。

当前各个平台都有原创标签，微信公众号是由系统算法给出的。大致的做法如下，准备20篇左右的原创文章，然后让自己的亲朋好友关注下自己的公众号，粉丝也不一定很多，连续20天不间断地每天推送一篇文章，推送期间文章能够达到粉丝数10%的阅读量，基本上就能达到算法的要求，差不多这20篇文章发文就能够拿到原创标签了。记住是原创文章，不是复制粘贴别人的文章。

今日头条/企鹅号做法也相类似，但是要注意的是，这20篇文章需要接近热点，因为今日头条算法里面有时效性的考核，如果写的东西一点都没时效性，那么系统给的推荐量不多，最终文章的阅读数不是很高，这样系统也会认定你文章质量不高，而不能达到原创的资格。当达到系统给定的要求后，在账号状态里面原创申请的标签就变成可点击状态，点击申请一般就很快通过了。

此外，如果熟悉平台的商务拓展人员的话，通过他们来获取平台的原创标签也是有可能的，他们的任务是拓展到更多的自媒体人员到平台上开通账号，你如果能够保持一定量的内容产出的话，他们是很乐意给你相应的一些高级账号的权限。另外这些特权也是商务人员吸引自媒体创作者的销售工具。双方各取所需要的，商务完成了拓展自媒体数量的KPI任务，你拿到了原创的标签。

总而言之

- 标题和封面图具有足够的吸引力、表意清晰（提高点击率）；
- 正文图文并茂，易读性强（提高用户阅读时间）；
- 内容详实，给读者干货般的充实感（提高收藏数和用户阅读时间）；
- 幽默风趣，给读者带来快乐（提高回头率，关注你的账号，下次还愿意看你的文章）；
- 观点鲜明，引发读者讨论（增加评论数和转发数）。

GitChat