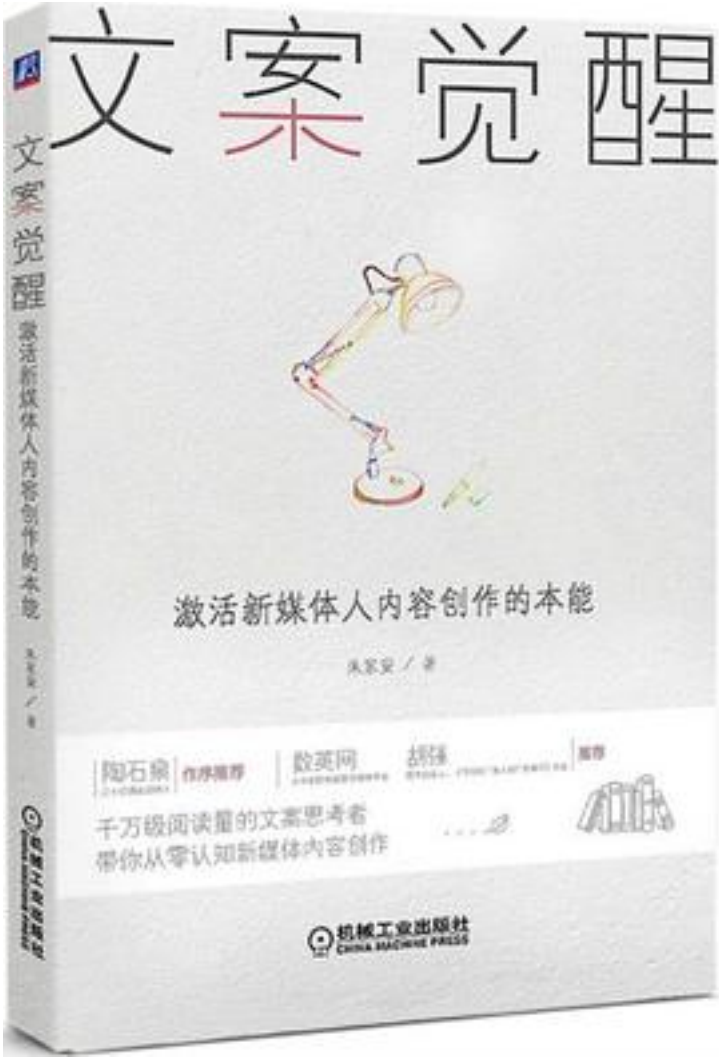


文案觉醒



[文案觉醒_下载链接1](#)

著者:朱家安

出版者:机械工业出版社

出版时间:2017-1-1

装帧:平装

isbn:9787111558231

本书包括三篇，第一篇为全书铺下了阐述的基石，在弄清楚什么是新媒体、新媒体人的价值感从何而来，以及新媒体人职业现状的成因后，再去思考新媒体人该如何出发。第二篇涵盖了内容创作的核心方法，从剖析新媒体人自身特点和选择职业方向出发，介绍了从事新媒体工作过程中必须提升的用户体验能力，以及人格化平台塑造、清晰的定位、调动用户情绪等方面的重要能力。在重点提高这些能力后，新媒体内容创作将变成一件再简单不过的事。第三篇主要探讨了如何推广优质的内容平台，以及新媒体人在工作以外如何进一步提升自己。

作者简介:

朱家安

传统创意广告文案出身，曾先后就职国际4A广告公司任资深文案和本土4A上市传播公司任内容总监。擅长带领内容团队，引导成员发挥自身优势，高效协同、高质量地完成日常工作。

发表数十篇关于文案思考的文章，被数英网、梅花网、waaaat等专业网站精选收录。发起的职业文案思考平台——“文案圈”，受到超十万从业者关注。仅2016年上半年，个人所创作的文案类思考文章，线上浏览量已达数百万。

目录: 目录

推荐序 不是文案更不是段子手，你在创作一个剧本

前言

第1篇 新媒体丛林的炮手和炮灰

第1章 新媒体丛林的生存规则变了 / 2

第1节 新媒体下的新视点 / 3

第2节 新媒体人在做什么 / 10

第3节 去中心化，人人都有发声权 / 15

第2章 新媒体人的职场现状 / 20

第1节 被KPI蚕食的文字理想 / 21

第2节 浮躁的新媒体放羊人 / 28

第3节 没有受众和粉丝，只有订阅者 / 33

第2篇 新媒体内容创作提升

第3章 新媒体人内容创作的本能 / 38

第1节 会发光的个体必会崛起 / 39

第2节 做时间的朋友 / 46

第3节 以同理心升级用户体验 / 53

第4节 三步塑造人格化的兴趣部落 / 60

第4章 内容创作要抓的眼球，是心 / 67

第1节 定位策略下的心智沟通 / 68

第2节 场景化阅读的故事推力 / 74

第3节 调动用户的阅读情绪 / 84

第4节 名正言顺命名的八大要领 / 90

第5章 培养有意识的商业创作习惯 / 96

第1节 三部电影看完文案人的一生 / 97

第2节 像内容总监一样思考 / 102

第3节 选题，决定内容的一半命运 / 108

第4节 腹稿，要具象地写在A4纸上 / 116

第6章 内容创作的核心技能 / 123

第1节 CBI创意标题观 / 124

第2节 用户的阅读预期管理 / 134

第3节 在场景中炫出优越感 / 140

第7章 坚守本心，平台掘金 / 145

第1节 众星捧月，多平台辅助 / 146
第2节 远离学习上瘾的新媒体人 / 151
第3节 寻找属于自己的那片鱼塘 / 157
第3篇 塑造“笔格”，提升影响力
第8章 内容引爆点和平台推广 / 164
第1节 主流新媒体平台的创作要领 / 165
第2节 把好“酒”卖出深巷 / 174
第3节 部落经济和社群管理 / 182
第9章 新媒体人的进阶工具包 / 188
第1节 新媒体人的创作工具 / 189
第2节 网感和审美提升平台 / 196
第3节 新媒体人的必读书目 / 200
第10章 为自己搭建高升的云梯 / 209
第1节 复活内容感觉器官 / 210
第2节 提升创作者的“人”气 / 214
第3节 回归初始者之心 / 219
参考文献 / 225
· · · · · (收起)

[文案觉醒_下载链接1_](#)

标签

文案

新媒体写作

文案圈

广告

新媒体入门书

新媒体

文案工作人员必读

内容创业

评论

没有任何用处。垃圾之作，任何一个微信大号出身的人都懂的假大空。

风格几乎是公众体，内容无甚干货，想激活创作本能还不如看平克的《语言的本能》，除了文字糟糕，排版还十分糟糕，给三星也实在是过誉了。

内容很一般，逻辑性差，不推荐。豆瓣水军太多了～ 哎

还是有一些启发，不足的是全书章节之间的逻辑关系不严密，章节标题也基本随性取，感觉跟读了一个微信文章合集似的，让我这种注重结构和逻辑关系的人略抓狂

这书不该叫什么文案觉醒，还以为是本武功秘籍，应该改名叫《新媒体小编职场入门指南》告诉你该勤奋啦、该有眼力见儿之类的，铁杵磨成粉末就厉害啦，现在市面上出现太多入门书籍取个碉堡的书名。

新媒体小编入门可以看一下，但其实说难听点，入门还需要看书，那也真不是吃这行饭的料。

看过的新媒体成长法则书籍里算得上很良心的作品。唯一不足的是，所有的理论部分都有种强行学院风的感觉。内容很接地气，因为面临着真实的尴尬所以读起来也能感同身受。读完会发现，和其他所有的“案头书”一样，读时醍醐灌顶，读完然并卵，对你来说并没有解决任何问题，这和书的好坏没有关系，因为这始终是关于职业关于专业的信息知识，知识本身不是生产力，应用知识的能力才是。

作者感觉控制不好自己 就会突然抒情 过一会儿又突然方法论。。

不夸张地说，本书是给新媒体人的第一本案头书。它是作者做文案圈，从0到12万读者

的新媒体心得系统总结梳理，真正做到了，源于实践，用于实战。且看目录，内容有方向的指引，又有执行细节的指导，完美地集想法做法于一书，入行学方法，进阶看门道。新媒体来得太快，各种快餐教科书圈钱而过，这本书不可多得，用一年时间，打磨内容，雕琢书本，用纸和编排的用户体验极佳，摸上去手感好，阅读时视感好，读罢做新媒体的想法好。不负光阴，谢谢塘主。

好烂。一星给推荐书单。

前公司的上一任同事写的，前同事买来我瞄了一眼。满满的优越感和套路化的语言，看得颇尴尬。我个人认为有好奇心、观察力、同理心的人，写出来的东西都不会差。至于能不能持续写出好东西，说到底还是得多加练习。

严格说，个人觉得书从封面到内文排版、字体、字号来说，跟32位世界顶尖创意比差了不是一个年代。后者从翻开扉页开始便能感受到设计的用心之处。但内容给了我比较多和深的启发，在我现阶段焦虑和迷茫时还是很受用。新媒体运营各种琐碎，每个细节都会影响用户体验，门槛低但处处用数据说话真的让人很累，但痛并快乐着大概就是最好的写照吧。

哈哈哈哈哈微信公众号“伪干货”文章合集

当然不能取代读一本书，这本书读的速度可以很快，作者比较情绪化，但是内容蛮踏实的，换句话说，果然不是年轻人写的一味想拔尖的书，的确是有经过系统过训练的。内容比较浅，但涵盖面比较广。

全书就两三句话能读……快速过了。

机械工业出版社的书籍越来越差了，一点没有深度，无逻辑性，东拼西凑。多花了我几十块大洋。

简洁，实用，工具导向，深度还需独立挖掘。

塘主的书，支持！

培训必备品，可入书单和ppt

新媒体入门指南

[文案觉醒_下载链接1](#)

书评

你们在此写下的是读书笔记，而作为本书作者，我只能写写做书日记了。回想起创作《文案觉醒》的整个过程，这可能是我近两年来做过的最勇敢的事。2015年底，出版社的编辑通过文案圈后台联系到我，抱着最坏的打算，答应了过年放假期间拟定整个书的目录架构给她申请图书立项。就...

2007年一部手机的诞生掀起一场移动革命，如果说新媒体行业从那时开始萌芽，那么至今已经发展了整整十年。在漫长而混沌的摸索中，《文案觉醒》就仿佛夜空中一颗闪亮的星，站在另一个高度上，给想进入新媒体行业，或正在新媒体行业彷徨挣扎的人指引着方向。开篇第一章便醍醐灌顶...

我读书的体会是，如果读完不写一篇书评或者做一次分享，那这本书留在脑海的时间肯定不会太长。创作和分享是一个挤海绵的过程，可以把书变薄，把精华呈现。趁着暖阳，花一下午时间读完《文案觉醒》，然后彻底放空自己，第二天起来，看看还剩下什么。本书作者是文案圈...

今年是我作为新媒体写作人的第三个年头，工作的第5年。但是正如大多的新媒体人一样，在一个公司，你要做的不仅仅是新媒体。还有很多文案相关的工作会一并给你。如果你真准备下“文案”的水，那么这本书你值得看。

关注文案圈微信公众账号，加入文案QQ群，得到学习资料等等。有...

这本书自收到以来没有用完整的时间一气呵成看完，每天看一点看一点。抛开作者的讲解思路，更像是封面的那展灯，给我更多的启发是坚守做一名文案人的初心，对文字一丝不苟，从心底坚定不移的热爱文字。从书的质感来说，作者确实很用心，书的纸质摸起来很舒服，字迹也清晰，这点...

从零入门新媒体，这是一本干货满满的书籍，有没有废话，只有干货。我看书不算多，也不算少，我见到很少有书可以这样，简而明了的说出一个观点。有些书都是讲来讲去，都是说一个道理，让读者不厌其烦，而这本书没有这个毛病。一个字都不是多余的，每个字都有着自己本职工作。 ...

通篇理论，不知道作者想讲什么？一堆没啥用的大道理，再加上空泛的案例，逻辑一塌糊涂。基本看不出来作者的水平，完全看不进去，最有价值的就是提到了几个写标题的方法，细读也没什么借鉴意义。从头到尾用了不到一个小时读完整本书。要不是心疼买书的银子，读不到一半就扔垃圾...

本来是怀着提升文案写作能力去看的，看到一半才在作者的引导下意识到不该怀有如此功利的目的。作者学识积累丰厚，遣词造句都有深入人心的感染力。我不算真正的新媒体运营人，只是打了一个擦边球，不过还是推荐本行业的文案人看看，文章深度剖析了新媒体运营的核心内容，也有很...

5月辞了原来的工作，在各方好友的鼓励下一头扎进入文案圈，在日常观摩各大公众平台的推文时，不断有个名字被提到“朱家安”“文案觉醒-从零认知到上手”，那像我这样的文案小白肯定是要买来膜拜一下了。在刚开始看的时候，经常看着看着就要走神，因一直以来我看的书都偏叙事类...

这本书写得还是很不错的，关于新媒体的阐述，还是非常值得一读的。

摘录有意思的部分：【关于新媒体的定义】

“传统大众传播都是人和信息之间的互动，新媒体时代的传播则变成了人与人之间的沟通。”所以，每一个新媒体，都是“人媒体”。

“流通竞争的本质是争夺时间。移动网...

文案觉醒这本书读完的感受，能感觉到作者的在创作过程中的坎坷，感觉作者满身都是棱角，而且很强硬，好像生活没有磨平性格，-----没有给读者好的引导，能将就读，对自媒体人来说得不到很好的启示
为了尊重创作者的劳动，请不要转载他人文章或提供下载...

從實戰中總結、系統梳理的新媒體書。之所謂文案創作基之于內容和真誠，新媒體為商業價值也為用戶價值而前進

雖然作為一名“文字英雄”被KPI蠶食，但是你也要保持初心相信作為一個文案狗，通過長時間的沉淀，你就越往里越靠近創意的核心。以“人”為本，通過用戶的需求同理心、 ...

文案人要像一个文字剑客，每一次出击都要用最简洁、最直接的方式直击人心。

你的愿景=用户对你的认知

在用户心智中，他们只会用自己最直接的感受去理解你的产品。

因此文案，不是用来自我标榜，而是用户会用来说给别人听的内容。明确目标与预期
明确用户通过这个文案，要去做...

这是一本很不错的书。作者写的十分良心和认真。

当时拍这本书出于偶然，然而就是这个偶然成就了必然，我无比确定我在偶然的会下买对了很准确的一本书。这是一本值得边思考边琢磨并且认真去读的书。

我读了两遍。工作之后，我发现读书可以通过别人的思想来伪装自己，正是这...

[文案觉醒 下载链接1](#)