

清华大学出版社



赢在选题

题好一半文

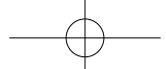
第2章

清华大学出版社

在新媒体写作领域，大家都曾遇到四座大山：选题计划难、选题构思慢、热点意识弱、选题不敏锐。选题有多重要？对于新媒体写作来说，选题是1，其他的都是后边的0。我们需要针对不同的受众人群和市场需求，挖掘和设计适合他们的、高质量的、具有高关注度的选题，提供有深度、有思考、有互动性的内容。

本章，我将带大家拨开选题的重重迷雾，轻松找到好选题。





赢在选题：题好一半文



① 真的无题可写？

日常寻找选题的6条路径



- 从共同“需求”里来
- 从自身出发，挖掘更多选题
- 随时输入，触发思考
- 紧盯热点，提炼选题
- 模仿他人，匠心独运
- 站在竞品“的”肩上

②

摸清7大底层逻辑 斩获高阅读量选题

- 关注度
- 名人效应
- 价值感
- 痛感
- 网感
- 生活场景图
- 成长路径图



③ 独辟蹊径：

素材七十二变，变出新选题

- 变换角度挖素材：
将单个素材的优势发挥到极致
- 归纳选题特征，
秒套选题公式



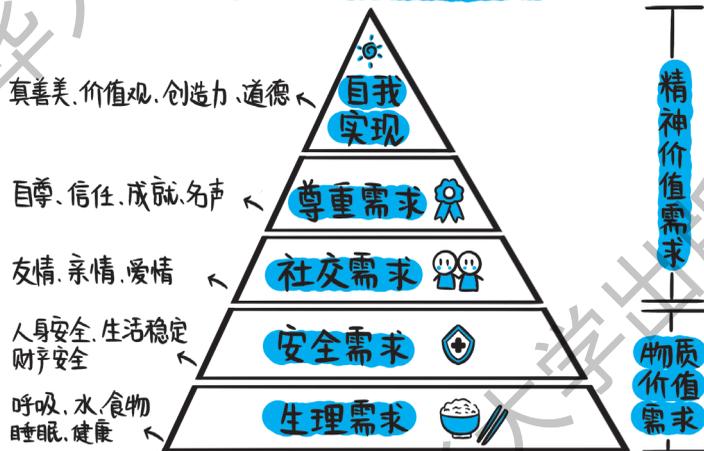
真的无题可写？日常寻找选题的6条路径

众里寻他千百度，不知选题在何处？殊不知，蓦然回首，好选题就在唾手可得处！

只要我们留心生活，就会发现生活处处有选题。去烟火气里寻找选题，将平凡的经历融入选题中，更容易引发大众的共鸣。

选题从共同“需求”里来

马斯洛需求层次理论



马斯洛理论指出了五种人性需求。

1. 生理需求

生理需求和衣食住行相关，比如空气、水、食物、性属于我们的生理需求。

新媒体文的例子有《外卖，正在毁掉我们的下一代》（饮食）、《拿什么拯救，我熟睡后的呼吸》（呼吸）、《做性治疗师17年：性没



新媒体写作：

从提笔就怕到成就 IP

了，爱还在吗？》（性欲）。

2. 安全需求

安全需求包括就业、健康、资源、财产等稳定性需求。

新媒体文的例子有《如果突然失业，你能舒适生活多久？》（就业稳定）、《爱得够不够，分手才知道》（感情稳定）、《宋真宗：谈钱，能解决 80% 的“人生难题”》（金钱稳定）。

3. 社交需求

社交需求是对爱与归属的需求，指的是我们想要和外界建立情感联系，归属某一群体。社交需求涉及朋友、职场、同学、亲子关系等。新媒体文的例子有《职场人际关系的 4 条真相，第 1 条扎心了》《为什么我劝你不要参加同学会》《千万别让“朋友圈”，拖垮你的关系》。

4. 尊重需求

尊重需求包含对成就、名声、地位和晋升机会的需求等。新媒体文的例子有《为什么坚持运动的人，更能升职加薪？》《别人尊重你，不是因为你优秀，而是……》。

5. 自我实现的需求

自我实现的需求是指人对发挥潜能、实现自我价值和抱负的需求。新媒体文的例子有《做自己，比什么都重要》《人世间所有的成功，都是有备而来》。

从自身出发，挖掘更多选题

很多人提笔就怕，苦思冥想许久，也不知道该写什么，事实上我们从自身的职业和生活中就可以找到许多选题。



比如，年轻作者可以尝试励志、正能量类型的选题；家庭主妇可以尝试两性情感、亲子教育类型的选题；职场精英可以尝试情商修养、职场提升类型的选题……

也就是说，从自身角色出发，选择自己最熟悉的领域，再去精细化找选题。

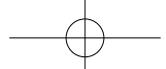
除了自身职业和生活，还可以从自己感兴趣的领域中找选题，列出关键词，将关键词和大众痛点相结合。比如关注情感领域，可以写《高质量的婚姻，要满足3个条件》《读懂了婚姻，就读懂了人性》；关注育儿领域，可以写《父亲与女儿的关系，决定女儿一生的幸福》《把原谅换成爱，才是家庭变好的开始》。

随时输入，触发思考

生活中的任何事物都可以成为写作的素材，我们刷过的视频、看过的书、聊过的话题都有可能成为灵感的来源。听到朋友分享的经历，可以将它转化为一个深刻的观点文；在社交媒体上看到一个有趣的话题，可以从不同角度写出有趣的热点文章。

我们还常常会因为一个片段去追一部剧，因为电视剧的故事情节、主人公的命运、演员背后的创作故事时常让我们心底泛起涟漪。比如，电视剧《狂飙》大火，我们可以思考这些选题：《〈狂飙〉爆了，张颂文慌了》《〈狂飙〉大结局：纵欲过度，到底有多可怕》《〈狂飙〉爆火背后，这些故事鲜为人知》。

阅读是最好的心灵养料，书籍总会折射作者的思想光辉。我们可以从处世情商、精进自我、情感生活等多角度切出不同的选题。比如，我们喜欢看《呼啸山庄》，就可以写：《〈呼啸山庄〉：层次越低的人，越看不惯别人》《〈呼啸山庄〉：一个人最顶级的智慧，是放过自己》《〈呼啸山庄〉：爱情的四个层次，你在哪一层》。



新媒体写作:

从提笔就怕到成就 IP

有人的地方就有聊天，或吐槽，或吹牛，或共鸣，这些情绪的背后有很多值得挖掘的宝藏。如果我们抓住关键词，去追问背后的原因和解决方案，就可以写出好几个选题。比如朋友说今年和婆婆一起住，两代人之间产生了一些摩擦，我们可以写：《最好的婆媳关系：常送礼，常联系》《聪明女人，不会帮婆家三种忙》《没有距离感的家庭，是一场灾难》。

法国作家帕斯卡尔曾说：“人是一根能思想的芦苇。”在写作中，我们需要保持敏锐的思维，不断发掘周围的资源和灵感，寻找思考的锚点。生活中随处可见选题的踪迹，一段视频、一本书、一次对话都可能成为我们的选题灵感。只要我们培养敏锐的选题思维，思考问题的本质，就会惊喜地发现：哇，原来有这么多的选题可以写！

紧盯热点，提炼选题

关注热点，不是蹭热点，而是因为热点是唤醒我们思考的绝佳外部刺激。从朋友圈、西瓜视频、抖音、公众号等都可以找到热点素材。

需要注意的是，热点选题不要乱追，而是有的放矢地追。一看评论区高赞评论，二查公众号整体风向，三思朋友圈独特观点。先对大众的情绪有整体的把握，然后再从自身出发，寻找最触动我们心弦的那个点，由此出发提炼选题。

比如，抖音的一条视频火了，点赞超千万——“不婚主义的小姨过年发红包”。

其中评论区里的高赞评论是“那么问题来了，不婚还不成功的小姨，得往哪躲？”，公众号的整体风向是“单身主义有钱不慌、羡慕小姨”等，朋友圈的独特观点有“不婚主义老了怎么办？不婚



主义小姨发红包是精神寄托还是情绪出口？”。

如果触动我们的是小姨的坚持自我，可以提炼选题《不婚主义小姨大火：在爱欲和自我中寻找自由的可能性》；如果该热点让我们联想到不婚主义群体，可以提炼选题《坚持“不婚主义”的那些女孩，后来都怎么样了？》；如果我们思考深刻，还想挖掘更多，那就可以提炼选题《最叛逆的小姨，不只是“不婚主义”代名词》。

模仿他人，匠心独运

有这样一句老话：“不知道怎么做时，看看别人是怎么做的。”

“成年人习惯反驳”是一个常见的话题，我们可以从不同的视角来探讨，变换关键词，产出多种选题。

《成年人最大的自律：克制“反驳欲”》这是从正面阐述，“反驳欲”属于说话层面，我们可以把选题放大，变成《成年人最大的自律：管住嘴》《别让你的说话方式，毁掉你的人生》。

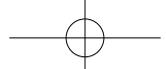
从反面可以这么写：《一个人最大的愚蠢：习惯性反驳》《认知水平越低的人，越爱反驳》。

“反驳”的反义词是“沉默”，什么样的人遇到事情不会轻易反驳呢？是不是内心强大、充满智慧的人？于是，我们可以这么写：《一个人真正的强大，从沉默寡言开始》。

站在竞品的肩上

站在同类竞争对手的肩上，是找选题的捷径。我们可以使用西瓜助手、新榜进行查找，查看 TOP 公众号，看看它们发布的文章类型，以及行业热门文章。

也可以进入微信，通过输入关键词搜索多篇不同的选题。其他



新媒体写作:

从提笔就怕到成就 IP

作者已经帮我们验证过该类选题的关注度和流量了，参考赞阅数据、各平台转发的数据，我们可以选出最优的那一个。

比如，《松弛感，是最好的养生》这类选题于某段时间在很多账号上发布，数据都很不错。那么，根据这个关键词，我们可以创作出很多相关的选题：《家庭中的松弛感，有多珍贵？》《人到中年，如何活出松弛感》《诊断流行情绪：“松弛感”为什么被热议》。

简单来说，借力竞品有三步骤。

第1步，搜集历史文章。通过筛选优质公众号和搜索关键词，收集受欢迎的选题，并阅读相关文章。

第2步，细化关键词。根据搜索来的历史选题，细化文章关键词，提炼受读者青睐的文章的要点。

第3步，分析文章数据和趋势。在第1步和第2步的基础上，统计点赞、阅读量等数据，了解读者的需求和兴趣，找到更受欢迎的选题和趋势。

写作是从生活中汲取素材，通过敏锐的观察和深入的思考，阐述自己的观点并唤起读者的共鸣。一篇好的文章不仅能为读者提供新的知识和视角，更能帮助他们变得更好，比如让读者感到自己并不孤单，生活中的困境存在解药，每个人都值得被爱，等等。

希望以上6条选题路径，不仅能帮我们更敏锐地抓住选题痛点，还能引导我们发现更多写作的可能性。在写作过程中，我们唯有持续拓展自己的知识储备和阅读视野，不断汲取新鲜的思维火花和启示，用心写作，才能为读者提供有价值的信息和思考，让他们在阅读中获得满足和成长。

摸清 7 大底层逻辑，斩获高阅读量选题

如果说成熟的作者是花 90% 的时间做选题，10% 的时间写文章，那么，青涩的作者就是花 10% 的时间做选题，90% 的精力写文章。现在这个时代，酒香也怕巷子深，一个好的“招牌”才能吸引更多的读者进入我们的文章中一品“酒香”。

如果说传统写作是我手写我心，新媒体写作就是我手写他心——呈现覆盖大部分人、有价值的观点和内容。写什么是战略，如何写是战术，千万不要用战术上的勤奋掩盖战略上的懒惰。

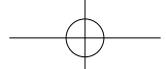
摸清选题 7 大底层逻辑，斩获高阅读量不再遥不可及。



关注度

一个很小众的选题，很难引发群体性的讨论和传播。

因为，我们文章的阅读数据取决于朋友圈的“圈层传播”。选题覆盖的目标读者数越多，文章的数据才会越好。我们可以从年龄



新媒体写作：

从提笔就怕到成就 IP

圈层、地域圈层、职业圈层等方面去思考。

比如《一个人穷的时候最应该做什么事？》和《悲剧了，这个月我又要剁手了》相比，第一个选题覆盖的读者比第二个更多。我们的选题覆盖的读者越广，触及的思考、激发的讨论就越多。

名人效应

名人自带流量，有广泛的群众基础，包括现实中的名人、书中的名人、影视剧中的名人。

现实中的名人：《李白的朋友圈：相识满天下，知己唯三人》《董宇辉：真正厉害的人，都把玻璃心炼成了不锈钢》。

书中的名人：《年少不懂林黛玉，读懂已然到中年》《〈天道〉丁元英：不如做一只特立独行的猪》。

影视剧中的名人：《你好！我们都误会了李焕英》。

价值感

选题最大的使命是给读者提供价值，但凡有价值的选题，都能吸引大波读者。

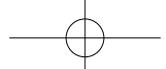
1. 能够带给读者情绪价值

每个人都有雨天没伞的时候，给读者温暖与慰藉，理解他们的处境，这样的文章往往能给读者提供满满的情绪价值。公众号“夜听”和“十点读书”的很多文章都是治愈系的。

比如，《亲人之间最好的关系：彼此麻烦，相互感恩》《一个人的时候，也要好好吃饭》。

2. 提供认知价值

提供认知价值的文章能够颠覆或刷新读者固有的观念，给他们



的认知带来冲击。我们可以采取设置悬念、提出问题、否定固有观念等方法提供新知。

比如，《最顶级的休息，不是睡觉》《长期运动的孩子和不运动的孩子，大脑会发生惊人变化！》《清明为什么要祭祖？这是我听过最好的答案》《决定你一生命运的，不是出身，不是家境，而是……》。

3. 给予解决方案

很多人读完新媒体文后常常感慨：“道理我都懂啊，但还是过不好自己的生活。”正因为如此，很多作者在抛出痛点后，常常会告诉读者解决的方法。

这类选题往往以“目标群体+问题+解决方案”的形式出现。

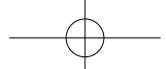
比如，《工作10年，我整理了这25个碎片时间法》《坚持4个小习惯，领导会越来越信任你》。

痛感

广告词“怕上火，就喝王老吉！”击中了顾客的痛点，这是因为它瞬间唤起了人们对“上火”的恐惧。梁宁把痛点定义为“恐惧”，那么我们可以思考一下人们还有哪些恐惧，例如身材走样、时间被浪费、经济不稳定、职业发展停滞、失眠困扰、健康问题、亲人年迈、疾病折磨等。

对比和对立也是做选题时可以使用的手法，利用相反的观点或情景进行对比可以制造强烈的反差，进而吸引读者的注意力。

比如，《家庭教育的五把“刀”，刀刀致命！》《你有用的时候，朋友最多》《笑脸给多了，惯的都是病》《熬了下半夜，输了下半生》《父母尚在苟且，你却在炫耀诗和远方》。



新媒体写作：

从提笔就怕到成就 IP

网感

有网感的写作者很有优势，他们对各种热点非常敏感。毕竟，热点自带爆点，只要我们愿意写，阅读量都会比平常的文章要高。追热点的时候，要么速度快，要么观点新。巧借热点赋能选题，这是一种营销思维，能够抢占读者的注意力。

记得前几年电视剧《三十而已》很火，网上已经出现很多相关文章和热搜，我决定另辟蹊径，从教育角度写了一篇《〈三十而已〉：妈妈三观正，才是孩子一生的福气》，这篇文章后来在当月新榜排名第6，阅读量达到100万+，被多家平台转发。

1. 热点新闻

可以关注新闻账号，比如“澎湃新闻”等。

比如：《冲上热搜第一！四川突然宣布“不结婚也能生”，信息量太大……》《48岁女快递员下跪事件：没有哭着吃过饭的人，不足以谈人生》。

2. 热门影视剧

当某部影视剧火起来的时候，我们会发现身边人都在讨论，网上的热搜数据往往也居高不下。

比如：《高启强翻烂的〈孙子兵法〉，藏着普通人改命5个底层逻辑》《〈人世间〉：人与人最大的差距，是认知与格局》。

3. 热门综艺

脱口秀、求职、恋爱、明星真人秀等综艺节目都可以作为我们的选题切入点。

比如：《〈再见爱人〉揭露中国式婚姻：想离离不了，想过过不好》《〈闪闪发光的你〉马东自曝哭到失控：成年人上班，谁不曾崩



溃过》。

成长路径图

成长路径图是做选题的一大利器，它指的是我们根据读者在成长路径上，从知识积累到思维提升，再到认识自己和人生等遇到的各种问题，从原因以及结果等方面推理出对应选题。

1. 成长中的正能量

我们在成长过程中会经历失去、挫败、反思，和成长息息相关的主题都可以作为选题切入点。

比如：《所有的失去，都会得到补偿》《如果事与愿违，请相信一切都会过去》《一个人成长的最快方式：深度思考》。

2. 数字盘点

用数字归纳几种方法和结果，解决成长过程中的问题，这种选题非常适合新手作者。

比如：《三种人命最苦，三种人最有福》《世界上5种顶级思维，你一定要知道》《自我成长的三把钥匙》。

生活场景图

选题和读者的生活息息相关，往往会让读者有一种熟悉的感觉，这种选题很吸引人。

1. 地点场景

围绕常见的地点展开，包括医院、车站、卧室、厨房等。

比如：《结婚三年就离婚：你过得好不好，看厨房就知道了》《有没有人爱你，医院最清楚》《如果不想上班了，去这几个地方