

什么样的小红书文案最受欢迎？

——手把手教你写出优质爆文

一、找准受众群体和卖点

1. 找出优势和特点

书写文案前，首先要思考所推广产品或服务的优势以及特点，即卖点。比较自己产品或服务与同类竞品相比与众不同的地方，将这些特点在文案中放大突出。比如，同样是婚摄服务，有的主打价格低廉，高性价比，有的注重轻奢，高品质，在文案中可作为卖点突出，同时作为商家的定位。商家有了定位，用户就不仅仅会种草某一篇笔记，而会提高长期关注这个账号的可能性；下文会列举部分行业的常见人设，商家在具体做企业号人设的时候可参考，但不仅限于列举的方向。



2. 确定受众群体

商户确定好自己产品或服务的定位后，就要确定自己产品或服务的受众群体。确定自己的受众群体后才能确定文案的书写方式，如若受众群体为年轻女性，文案书写可以有一定的幽默感并且多加 emoji 表情等增加趣味性，同时文案语气可以尽量温柔感性。再比如，商户想要吸引 18-28 岁的年轻女性，可提供这类商品的商家就可以将文案优化为适合女性视角阅读的内容，或者用一些网络流行词“集美”、“针不戳”等等。



二、各行业笔记文案特点和人设参考

1、美妆护肤时尚类

文案特点：在浏览这一类笔记时，用户希望得到的是真实有效的体验和方法，因此文案首先要保证的是内容的真实性和可操作性，确保所描述功能的真实性。这一类文案可以先描述多数人会遇到的化妆问题或者描述皮肤状态，接着推出产品，突出产品优点与特点，搭配

图片描述使用效果，最后详细描述使用方法。同时，文案的语气上可以幽默风趣，添加对话感，增加感官感受的词汇，让用户有更强的代入感。但不仅限于此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要素如下：个人情况+解决痛点+产品亮点+个人感受+使用效果。

人设参考：商户的人设需根据产品特点设置，如某彩妆品牌，把自己企业号做成专业的彩妆达人；会出新品化妆教程、做明星仿妆、口红试色等等。



2、家居家装、日用百货类

文案特点：对于装修的推荐，用户更加关注价格的实惠和品质的保证，因此文案的内容应详细给出装修的价格以及操作方法等，同时还应该注意区分装修风格，提供专业的意见参考。这类文案可以先抛出该篇装修的风格，所针对的户型或装修过程中的小设计，接着给出如何解决的方法，并展示自己装修设计方面的专业性，最后可以引导私信、评论区讨论等增加转化。但不仅限于此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要素如下：装修背景+装修亮点+热门区域+服务点+装修效果+个人感受

对于日用百货和家用好物的推荐笔记，用户的关注点在于，笔记应该给出价格、购买获得方法、功能实用性等方面的详细介绍。这一类文案可以先表达自己生活中经常遇到，但又没找到合适解决方法的问题，接着推出产品，描述产品如何精准解决该问题，最后呼吁大家囤货购买。但不仅限于此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要素如下：产品亮点+个人使用感受+案例种草

人设参考：家装类的商家可尝试用专业的设计师人设来塑造品牌口碑和设计方案；日用百货类的商家如果产品线多，商品差异大，可以不用做特别的人设，总体风格可参考社区创作者，用真实、真诚、真心的分享来圈粉。



3、旅游餐饮类

文案特点：搜索旅游类的人群主要关注旅游目的地的可玩性，性价比，以及餐饮住宿等，因此文案的内容应该详细描述出以上几点。同时，文章可以使用一些更加真情实感的体验式语句，比如“和爱的他坐在洱海边吹风”，“吃货一定要来的城市，每条街都香到无法自拔”等。行文逻辑可以按照攻略计划的时间线索展开，或者分地点区域介绍，逻辑清晰的同时也要有一定的风趣幽默感。但不仅限于此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。

而对于地点合集类的旅游类笔记，应尽量突出每一地点的特点，同时尽量使一篇笔记的

地点风格有同样的主题，比如“爱吃辣的集美不能错过的几个城市”，“赏花就来这里”等。

但不仅如此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要素如下：目的

地+卖点+价格+衣食住行+注意点

人设参考：旅游行业的企业号在人设的建设上一定要注意专业性，可以为用户提供地道的玩法和鲜为人知景点；参考人设如某民宿 OTA，只推荐全国高端野奢民宿；有自己得产品卖点，新开精品民宿首发预定；图片精美，以 2 图拼接和大图为主，分辨率高；按照热点和节日季节推荐热门得旅游目的地民宿。



4、3c 及电器类

文案特点：3c 及电器类的文案可以从两个方向做为切入点。第一是可以站在专业测评的角度，这需要对电器的各方各面进行较为专业的点评，可以多使用一些较为专业的术语，同时也要关注用户需求，比如对洗衣机测评，对于专业测评来说就要对洗衣机的性能、功能详细介绍，给出专业建议：波轮滚轮的选择，高温除菌的方式，是否要考虑洗烘一体等。但不仅如此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。

另一种可以将翻牌用户相关笔记，以日常好物分享类型出现，保证体验的真实性，推荐的电器也要与账号的身份定位相一致。文案可以先描述日常使用电器遇到的问题，再推出产

品，描述产品如何解决这一问题，有哪些特有的优势，最后呼吁大家购买。但不仅如此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要素如下：个人的需求点+产品的卖点+问题解决情况+个人感受

人设参考：如某轻奢级美容仪，目标人群为 30+ 的一二线有消费能力的女性；它的个性签名为：专注于家用美容仪器为，为企业号定下来基调；笔记用非常多爱美的 30+ 姐姐的美容仪分享过程来给用户进行种草，每篇笔记的语气都非常的生活化，非常容易吸引到目标人群。



5、摄影写真类

文案特点：摄影写真文案最重要的是明确产品的风格，比如浪漫法式、中式古典等；第二就是明确可提供的服务，如 8 服 8 造等；确定好以上两点之后，文案一定要言之有物，干货满满，搭配上具有说服力、高颜值的客片。文案的排版上一定要清晰，可以搭配一些 emoji 图片突出重点同时增加趣味性。在保证能力（样片和服务）具有一定的专业度的条件下，用户才会对账号的专业性产生信赖，才会产生转化。但不仅如此，可根据客户具体

类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要点如下：先用 2 行文字介绍自己背景和选择的原因；可以是种草已久，可以是朋友安利；也可以是明星网红推荐；主内容可以按照一般的婚摄服务流程进行分享，一定要细节到价格，地点，前台服务，化妆师，摄影师，小助理等都能提到；最后总结一下本次经历的真实感受推荐原因和存在缺陷的地方。

人设参考：婚摄写真类商户的人设，也就是企业号风格是非常重要的；商户需要明确自己产品的特点是高端定制还是低价简约，不仅要在个性签名中写明，在每一篇笔记中都要提及自己的特点（卖点）；简约中小型婚摄写真商家，根据自己的拳头产品去写笔记，才能够高效的吸引到用户，此外，笔记更新频率稳定、标题口语化，贴近生活是同样需要被注意的。

光位练习|静物摄影不同光位的表现

光源的方向决定了阴影和高光的位置，不同的光位对造型的效果和质感的表现有很大不同。

★顺光

缺点：被摄体受光平均，几乎没有影子，明暗反差不明显，没有立体感，不利于突出材质和质感。

优点：比较适合还原物体本身色彩
个人拍静物比较少用顺光，一般用于辅助光、补光来使用。

★侧顺光

被摄体的正面亮部占绝大部分，造型力度OK，体积感OK，质感层次刻画丰富。

★侧光

质感结构表现鲜明，明暗反差大
如有暗部细节缺失需要补光。

★逆光、侧逆光

轮廓光：打出被摄体轮廓，用于隔离被摄体和背景。

美食光：逆光45度拍摄美食更突出其色泽更有食欲感。

通透的光线：拍透明或者半透明物体更通透。

!! 需要注意：逆光光比大，易出现过曝或欠曝，暗部适当补光。

摄影干货！新手必备的8种常用构图法则

哈喽 小伙伴们~你萌好呀~我又来啦

总是有小伙伴来跟我反应说 相机是会用了但是拍出的照片总感觉缺点啥，老是不太好看。

原因其实很简单，那是因为你没有构图呀！没构图的照片那可是没有灵魂的。

所以呀，今天给大家带来一组我自己特别喜欢的高审美的照片，就用这组照片来给大家举例，好好和大家聊聊学摄影一定要知道的几种构图方法！

让我们一起来看一看吧~

✅摄影教程：图

❤中心构图

❤三分法构图

❤框架构图

❤对角线构图

❤留白构图

❤对称构图

❤前景构图

以上内容我都有在图片中写的很清楚哦大家一定要好好看呀~

好啦，今天就分享到这吧

小伙伴们没看懂或者还想再多学习。我这里还

6、教育培训、金融行业

文案特点：这类文案同样可以从两个角度作为切入点。一方面是作为个人经验的分享，文案内容要具备较强的个人内容特点，具备普适性，同时要结合账号的身份定位。得到用户认可后，再推广自己的产品，能更让受众信服。文案可以按照先描述自己情况，比如二本学校逆袭考研上 985 等，再描述一些自己很日常的生活记录，比如如何做笔记，文具好物等，

来分享自己的心得，这样的分享很容易让有相同习惯的用户产生共鸣，同时吸引其他对于这类群体有向往的用户，接下来再推广自己的服务，描述服务优点，最后引导转化。

另一方面是专业知识分享，比如基金投资，职场技能等，首先要确保自己所阐述的内容具有正确性和专业性，言之有物才能让用户相信笔记内容。同时这类笔记一定要具备较强的逻辑性，这样才能让用户对其专业度产生信赖。让用户产生信赖后再推广自己的服务。文案可以先描述一些受众群体经常会遇到的问题，接下来单刀直入进行知识科普，展示高度的专业能力，让用户产生信任感，从而实现转化。但不仅限于此，可根据客户具体类型，进行更多的尝试。结论，文案的写作要点如下：个人背景介绍+引起共鸣的痛点+产品亮点+现状和感受

人设参考：某理财商家，给自己定位成专业靠谱的理财老师，给到用户基金理财的专业信息和干货内容，笔记内容垂直，账号定位清晰，比较容易吸引目标粉丝的关注，也容易吸引关注自身资产增值的用户。

2021高含金量证书大盘🔥1年时间彻底逆袭

你要悄悄拔尖，然后惊艳所有人哦！🌟🌟很多人每天日复一日得过且过，却一点方向和规划都没有，到最后只能看着和被人的差距越来越大！😭

👉👉2021年做回自己！你敢挑战用1年时间彻底改变自己嘛！👉👉

🌈🌈每个月都能考证，考证让自己悄悄逆袭！今天整理了2021年高含金量证书！！朋友们可以根据自己的规划来安排哦📖📖

🍀专业技能类🍀

- 教师资格证
- 消防工程师
- 健康管理师
- 注册建筑师
- 导游证
- 人力资源管理师考试
- 演出经纪人员资格
- 一级注册消防工程师

🍀财会类🍀

- 初级会计
- 中级会计
- 注册会计师
- 税务师

中国... CMS近20年都在做... 培训和教具生产销售，教具齐全，比较适合教室整配；食物自备教具很推荐❤️

领悦... 教具整体品质不错，专业性也足够；

... 的教具很全面，日常生活工作材料、教具套装全部都有，既适合家庭也适合教室，推荐❤️

... 品类种类都很丰富，可以结合对比来选择

... 善学的教具整体偏中国风，带有很浓的文化气息，相对比较有特色，也助于培养孩子的文化素养

... 主打... 具，因为认识品牌主理人，他们家的家具品质很有保障，也经常给国外教室做配套，推荐🌸

... 的教具不多，但是有些特色教具其他家又没有，比如感官动作时间线、生日地毯、三段卡套等等，还可以从他家买到... 教具（顶配级别）

... 相对也算齐全，3-6教具为主，食物自备教具还比较出彩～

三、 需要注意的细节

1. 文案与封面、标题风格一致，与账号的风格一致

账号中文案的风格不宜差别过大，否则会让用户对账号所发笔记的真实性产生怀疑。同时笔记的标题、文案、封面风格应该保持和谐统一，否则会让用户觉得笔记缺乏基本的专业度，且会让用户觉得被欺骗。

2. 文案风趣有代入感

文案不必刻意变得有趣，只需要在适当的时候加入一些调侃，就足够让用户感觉到你有趣的灵魂。同时，要增进对话感和生动性，站在用户的角度思考问题，这样的文案能更引起用户的共鸣。