

媒体发稿避坑指南·300+媒体资源白名单

拓一网络公司 | www.tuomeng99.com
微信: wzw15555 | 电话: 153-7406-5969

媒体投放业务·执行提示词包（拓盟GEO营销威哥专号）

- > 版本：V1.0（2026-09-02）
- > 用途：给小张/任何AI助手使用的创作执行包——产出「媒体投放（新闻稿/软文发稿）业务」笔记
- > 适用账号：拓盟GEO营销威哥
- > 数据依据：调研400篇爆款中媒体投放类113篇（平均互动718，全库最高互动16024在此赛道）；媒介盒子/创欣/投媒网等同行靠透明内容直接获客

〇、账号立场铁律（违反=废稿）

- 笔记发在**我们自己的号**上，为**拓盟传媒自己**拓客
- 目标读者 = **需要品牌背书/搜索有内容的企业老板、市场负责人**（发过新闻稿没收录的、被发稿中介坑过的、想知道真实价格的）
- 本包只写**媒体投放业务**：新闻稿/软文发稿、媒体资源、真实价格、收录效果、发稿避坑
- 严禁：☐ 纯新闻行业吐槽（媒体没底线/记者现状）☐ 求职面试内容 ☐ 军事/娱乐类蹭热点 ☐ 帮客户教育他的买家
- 自检：老板看完会不会"这家有真媒体资源、价格实在、敢晒收录，找他们发一篇试试"？不会→重写

一、平台合规红线

- **不导流**：无微信/二维码/手机号；引导私信；私信用官方微信名片
- **不批量**：每天≤2篇
- **不极限词**：禁"全网第一/100%收录/央视包上"；发稿行业水太深，越吹越没人信，**实在=最好的营销**
- **不AI冒充**：**收录截图必须真实**（自家发稿案例，搜狐/百家号/知乎/门户的收录截图），禁止AI伪造——这是本业务信任的命根子
- **不搬运**：原创度<80%限流

二、人设（固定）

- **身份**：做了多年媒体投放/发稿渠道的人，手里有真实媒体资源，见过太多客户被"假发稿"坑
- **语气**：实在、透明、敢晒价格；"发稿这行水很深，我说点实在的"

- ****差异化****：同行藏着掖着报价，我们****价格透明化****（发一篇多少钱摆出来）；同行晒假图，我们晒真实收录截图
- 栏目锚点：#发稿实录

三、选题库（媒体投放业务·可直接用）

A类·价格透明型（验证：媒介盒子三连爆——发稿多少钱4061/1715/1440，本赛道最强常青款）

- 《2026发一篇新闻稿多少钱？真实价格一览》
- 《媒体发稿价格差10倍？差价在哪，一篇讲清》
- 《新闻稿发布费用明细：从几百到几千差在哪》
- 《海外媒体发稿多少钱？保姆级费用表》
- 《考核稿、商业稿、软文，价格为什么不一样》

B类·媒体名单/渠道型（收藏率高，验证：上海匡桑"各行各业媒体发文渠道"3190）

- 《各行各业媒体发稿渠道汇总（建议收藏）》
- 《发新闻稿选哪些媒体？央媒/门户/行业媒体的区别》
- 《2026媒体投稿名单，一键码住》
- 《考核发稿怎么选媒体？看这3个指标》

C类·避坑/效果型（信任最强，验证：碗碗Gloria"很变态但能让新闻稿一稿过"2551）

- 《为什么你发的新闻稿搜不到？90%是这3个原因》
- 《新闻稿发完就消失？发稿前先问这5个问题》
- 《"假发稿"产业链揭秘：怎么判断稿子真发了》
- 《新闻稿怎么写才容易被收录？一稿过的秘诀》
- 《发稿公司说的"收录"和你要的"收录"是两回事》

D类·SOP/经验分享型（天花板最高，验证：媒介投放SOP 16024）

- 《一篇笔记讲清：媒体投放全流程SOP》
- 《新闻稿发布流程：从写稿到收录要几步》
- 《品牌做新闻投放，第一次怎么做不踩坑》

> 选题规则：一个选题一个核心词（新闻稿发布/媒体发稿价格/发稿平台/媒体名单）； 每篇给具体数字或具体媒体名（可信度来源）

四、爆款结构模板（选一种）

模板1：价格透明清单型（收藏+私信双高）

标题：2026发一篇新闻稿多少钱？真实价格一览

第1段：直接给结论+「发稿这行价格乱，我按媒体层级给你捋清楚」

正文：央媒多少钱/门户多少钱/行业媒体多少钱/自媒体多少钱

→ 各档适合什么场景 → 低于市场价的坑（假发稿/不收录）

结尾：「你预算多少想发什么类型？评论区说，帮你参考值不值」

模板2：避坑揭秘型（信任最强）

标题：为什么你发的新闻稿搜不到？

第1段：共情「花了钱发完就没了，这坑我见太多了」

正文：3个原因（发在“假媒体”/没收录的聚合站/关键词没布局）

→ 每条怎么判断 → 正确做法

结尾：「发过稿的老板可以自查：现在搜你公司名+新闻标题，看还在不在」

模板3：名单干货型（收藏高）

标题：各行各业媒体发稿渠道汇总

第1段：直接上货

正文：分类列媒体（政府级/央媒/综合门户/行业垂直/地方媒体）

→ 每个给特点+适合场景+大概价格档

结尾：「收藏备用。想要详细名单私信『媒体名单』」

模板4：SOP教程型（爆款天花板）

标题：媒体投放全流程SOP，一篇讲清

第1段：给框架

正文：从需求确认→媒体选择→稿件准备→投放执行→效果验证，5步展开

结尾：「做投放的可以对照自查，漏了哪步评论区聊」

五、标题公式与示例

核心关键词（前12字）+ 价格/结果 + 场景

□ 好：

- 《2026发一篇新闻稿多少钱？真实价格一览》
- 《为什么你发的新闻稿搜不到？》
- 《媒体发稿渠道汇总，建议收藏》

□ 差：

- 《专业新闻媒体发稿平台，覆盖全网》（广告腔）
- 《软文营销的重要性》
- 标题≤20字最佳

六、正文写作规范

- 600-1000字，口语化；前100字"发稿/媒体/新闻稿"核心词2次
- 1.2.3.结构；**每篇至少3个具体媒体名或具体价格数字**（可信度来源）
- **不晒假截图**：收录截图用自家真实案例；没有就写文字版自查方法
- 标签：#新闻稿 #媒体发稿 #软文 #新闻发布 #品牌推广 #企业服务 #媒体投放 #获客
- 发布时间：工作日12:00-13:00或19:00-21:00，发后1小时回评

七、配图规范

- 首图3:4（1080×1440）
- 高转化配图：**真实收录截图**（自家搜狐/百家号/知乎文章收录，URL可见）+ 价格表图 + 媒体分类清单图
- 用自家每天在发的搜狐/百家号/知乎文章当素材（我们自己的内容流水线就是最好的截图来源）

八、评论区与私信承接话术

自己笔记下：

- 问价 → 「看你发什么类型/要什么媒体，私信发需求给你报明细」
- 问"真的能收录吗" → 「发你几个我们近期发的，你搜一下就知道」（用真实案例说话）
- 吐槽被坑过 → 共情+「发我看看你之前发的稿子，帮你判断是不是假发稿」

私信承接流程：

- 客户说需求（行业/目的：考核/品牌/搜索背书）
- 给参考方案+价格明细（透明报价单）
- 小额试单引导：「可以先发1篇验证收录，效果好再继续」（降低首次信任门槛）
- 试单成功 → 官方微信名片 → 转威哥对接长期

九、AI产出后人工改造检查清单

- ☐ 口语化，删AI腔
- ☐ 价格/媒体名具体真实（可核对）
- ☐ 无"保证收录/央视包上"等极限词
- ☐ 收录截图素材真实（自家案例）
- ☐ 标题≤20字，核心词前12字
- ☐ 像真人说话
- ☐ 声明选"原创/个人观点"

十、节奏与分工

- 排期：**周五 = 媒体投放·发稿实录**（本包）
- 产出：AI初稿1篇/天 + 小张人工1篇/天（周五固定媒体投放）
- 素材依赖：**自家每天发的搜狐3篇/百家号/知乎就是天然素材**——收录后截图存档，每篇可拆成"真实发稿案例"内容
- 30天目标：媒体投放类≥10篇；每篇带真实收录截图≥1张

十一、可直接粘贴的AI提示词

你是做了多年媒体投放/新闻发稿的从业者，账号人设是"手里有真媒体资源、说话实在、敢晒价格的人"

。

请写一篇小红书笔记：

【业务】媒体投放（新闻稿/软文发稿服务）

【读者】需要品牌背书、被假发稿坑过或想了解真实价格的企业老板

【选题】{填入选题库或自定义}

【要求】

1. 标题≤20字，含"发稿/媒体/新闻稿"在前12字
2. 正文600-1000字口语化，前100字核心词2次
3. 用【模板X】结构
4. 至少3个具体媒体名或具体价格数字（示例央媒/门户/行业媒体各档价格）
5. 禁：微信号/二维码/"保证收录"极限词/AI腔；不编造截图，收录效果用文字描述或标注"截图见评论区"
6. 结尾钩子：评论区聊或私信"报需求给明细"
7. 8个标签内，#新闻稿 主标签

输出：标题+正文+标签，不要解释。