

# 新闻式软文怎么写，吸引人的新闻式软文模版供你参考

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/6f7062f4c9a1a885b4de30f52d8a9835.html>

## 范文网，为你加油喝彩！

引言：随着互联网和新型传媒平台的兴起和普及，新闻式软文逐渐被越来越多的品牌关注和使用。

新闻式软文在软文营销中是非常盛行和重要的一种形式，借助新闻的严肃性口吻，往往能够使产品信息的传播更加具有权威性和说服力。同时，通过网站、用户之间的转载和分享，采用搜索引擎、关键词、外链等SEO手段，让新闻具有更加强大高效的传播度和接收率，以获得高曝光度，从而达到推广产品、提升品牌效应的作用。

但是，新闻式软文的写作也并没有那么简单，和其他形式的软文类型相比，往往需要更高的写作功底和散文治疗创意。在这一类的软文写作中，抓住一些要点可以使得新闻软文营销在实际的创作和运用当中更有效率，而从以下几个经典案例中，我们可以看到一些明显的共同点。

### 案例一：开心农场——《高效教师深陷“农场偷菜”，妻子绝望欲与之同归于尽》

“开心农场”这一类偷菜游戏

一度是风靡网络的放置类小游戏，而在这个游戏较为热门的时期当中，有一则新闻抓住了很多人的眼球，成为了当时一个热度较高的讨论话题，其标题《高校教师深陷“农场偷菜”，妻子绝望欲与之同归于尽》，从标题来看，很多知道“农场偷菜”这类网络游戏的人会对这一事件感到不可思议，而不了解这类游戏的人更会对此感到好奇与探究。

在这则新闻中，文章讲述的是山东潍坊的一位高校教师因为沉迷于“开心农场”这一“偷菜”的网络游戏而造成的生活混乱，令其妻子苦不堪言，竟然难以忍受到了烧毁房子的地步，并扬言要与丈夫“同归于尽”。因为一个小小的游戏而产生了如此激烈的冲突，让很多吃瓜群众都觉得非常荒唐和可笑，因此引发了广泛的讨论，同时也对新闻中提到的这一游戏“开心农场”产生了关注和兴趣。因为在新闻中频频提到“开心农场”的游戏玩法和特点，和曾经的QQ农场简直如出一辙并无新意，但正是因为这一新闻的走红，这个游戏很快成为了大众讨论的焦点，获得极高的曝光量和传播度，让很多人都意识到这则新闻实质是一篇非常巧妙而又成功的软文广告。

在这则新闻中，对于事件的描述非常真实，而当事人的反应也非常符合逻辑，可以说这新闻中提到的事件确实是在现实中发集聚生的，而这种因为一个小小的游戏而引发的家庭冲突事件也的确抓住了人们的猎奇心理，借助这样一件令人啼笑皆非的新闻事件让大众关注到了事件的核心，也就是开心农场，可以说是其借势新闻营销、软文营销的典型成功案例了。

## 案例二：Vertu手机——《商人在机场弄丢68万元天价手机，黄金机身镶钻石》

爱财是一种普遍的心理，而绝大多数人对于富人和奢侈品也总是愿意对其投注目光，进行讨论，所以像《商人在机场弄丢68万元天价手机，黄金机身镶钻石》这样“露富”的新闻也能非常迅速有效地抓住人们的眼球，首先在标题中“68万元天价手机”“黄金机身镶钻石”这样的字眼对于很多人来说非常具有吸引力，使其产生想要对这一天价手机一探究竟的好奇心，而这样一个手机居然弄丢了，也令很多人想要了解这一事件。

在这条新闻中，不仅标题非常吸睛，在正文开头也对其进行了详细的描述“黄金外壳，全身800多颗钻石，价值68万余元的Vertu手机”，如此夸张、炫富的手机令人咋舌，而Vertu这一手机品牌名也成功吸引了读者们的注意，进一步引发了好奇——为什么这一品牌的手机这么贵？这个品牌究竟有何来头？新闻的正文条理清晰地讲述商人在温州机场遗失手机的原因，以及在民警的帮助下成功找回手机的经过，让读者们清楚了这个事件的来龙去脉，而在新闻的结尾，还非常“贴心”地附上一條关于Vertu手机的相关资料链接，正解决了很多读者对于新闻中这一品牌手机的好奇和困惑。

通过这条链接显示，阅读者了解了Vertu手机价格高昂的原因与其品牌定位密不可分，其设计和硬件高端、奢侈、独一无二，并且还配有非常专业、周到的咨询服务，需要查询任何资料，都可以向Vertu的24小时服务总台进行询问。

如果说正文的确是一则很有意思的社会新闻，那么文末附带的相关手机品牌链接这充分显示出了其软文的本质，这是一篇非常明显的新闻软文广告了，通过事件吸引观看，再借植入引发好奇与兴趣，最后图穷匕见，直白地对Vertu这一手机品牌进行宣传，让读者都能够有效接收到品牌的优势信息，在扩大曝光率的同时提升品牌的传播度和认知度。

## 案例三：百灵制药——《麦当劳总裁心脏病猝死引发恐慌》

人们对新闻的时刻关注，不仅因为其传达了很多有用的、及时的信息，让大众可以知天下事，更是因为其中的很多话题与人们的生活生产息息相关，比如健康问题是每个人都会在乎的，所以借助这一话题来吸引更多的浏览和传播是很有效的，而很多相关的医药保健品牌在这一板块的新闻软文上也是煞费苦心。百灵制药的《麦当劳总裁心脏病猝死引发恐慌》就是其中一例。

从标题来看，“麦当劳总裁”和“猝死”从品牌影响力和声明问题两个角度吸引了很多人的关注，对于这一有名的快餐品牌，其总裁猝死可谓是一个大新闻，而在标题中“心脏病猝死”所引发的恐慌也进一步地表明了很多人也存在着类似的健康问题和风险，让人不得不从自身身体健康出发产生阅读和了解的需求。

在新闻正文中，作者提及了麦当劳总裁猝死的消息，同时也提到了其他名人因心脏病突发猝死的案例，这些案例都引发了很多人对于心脑血管疾病和健康的强烈关注。接着从权威专家的角度，科普了关于心脑血管疾病的症状和对身体健康造成的危害和风险，并分析了当下对于预防治疗这国际贸易与经济类疾病的一些对策，以及当市场上针对性治疗药物所存在的不足，接着再借助专家的推荐和站台，提出了“银丹心脑血管通软胶囊”这一药物产品，之后的内容主要从这一产品的疗效和权威认证对其介绍，让人充分认识到了这一产品对于心脑血管疾病的功效和优势，并提供了相关的咨询热线。

不难看出，这篇健康科普类新闻其实是百灵制药的产品推广软文，而其推广的正是旗下产品银丹

心脑血管胶囊，通过耸人听闻的标题切中了人们对于健康的关注，而借由专家的权威语言，让这一产品更加具有说服力和影响力，使得阅读者能够对其产生印象和信任，达到推广和促销的目的。

从以上三个案例不难看出，成功的新闻软文广告都有以下特点：

### 1. 选择的新闻非常具有看点，符合当下人们选择信息的喜好的习惯。

很多热门领域和事件都能够在短时间内汇聚大众的目光，如时事政治、社会民生、健康、明星新能源是什么行业等，借助热门话题和新闻的势可以创造出四两拨千斤的效果，所以很多时候蹭热点都是常见的营销手段，在新闻软文的营销中也不例外。除此了借势热点新闻外，品牌还可以自己创造出新闻热点来掀起舆论和流量的狂澜，使自己成为万众瞩目的焦点，但创造新闻也需要从人们关注的一些人们话题入手，融入更多新的观点和创意，保证内容质量，提高成功率和传播度。

同时，在借势新闻或者制造新闻时，也需要考虑到人们的阅读喜好和习惯，选择与新闻内容主题相符合、受众较为集中的平台和时间，把握好新闻的度。

### 2. 标题显眼简洁，能够充分切中大众心理，引发其阅读兴趣和需求。

一个标题可以直接决定阅读者是否会打开一篇文章，所以新闻软文的标题也是非常重要的。好的新闻标题一般都具有言简意赅、突出重点的优点，而要让阅读者难以忽视，在短时间内激起他们的好奇心和探究欲，还需要突出具有刺激性的词语，比如开心农场的新闻标题契合了人们的猎奇心理和偷窥欲，Vertu手机的软文标题强调财富相关的词语，迎合了人们对于财富话题的兴趣和追求，百灵制药借助健康生死的标题引发人们内心本能的一种恐慌，都成功地带来了阅读量和关注度，从而为其中产品信息的接收度提供了有力的保障。

### 3. 新闻文体严谨，叙事流畅排版层次分明阅读轻松，内容真实可信。

作为新闻式的软文，符合新闻的文体特点是必须的，因为新闻文体的严肃性和真实性能充分获得阅读者对于文章内容信息的信任，提升产品信息的说服力。在叙述新闻事件时，需要注意技巧和排版，保证叙事流畅、结构清晰、层次分明，符合普通人阅读新闻的习惯，做到阅读轻松无压力，让新闻信息能够轻易为阅读者所接收和理解。同时，在新闻内容的取材和叙述上，也要保证真实性，给出详细、真实的人事信息，避免过度渲染夸张和过强的主观意识，这样不仅能让大众信服，也能很好地隐藏其中的推广意图。

### 4. 产品广告植入较为自然含蓄，很好地掩盖了其目的性。

在任何软文中，产品信息的植入都需要力求含蓄自然无迹可寻，这样才能够在诱导观众接触到商品信息时避免违和感，减少排斥和反感，让商品的推广效果更加深入。尤其是在具有一定权威性和真实性的新闻软文中，产品如何新闻主题内容有机、无缝融合是非常考验笔者的技巧和功底的，植入越自然，效果会越好，成功的几率也越高。

以上几点可以作为新闻软文撰写中的一些捷径，在实际的创作中，仍需要考虑到创意和切入点的问题，其难度也并不小。

更多 作文 请访问 [https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/92\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/92_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发