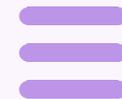


消息编写培训





contents

目录

- 消息编写基础
- 不同类型消息的编写技巧
- 提升消息编写能力的技巧
- 常见问题与解决方案
- 案例分析与实践



01

消息编写基础





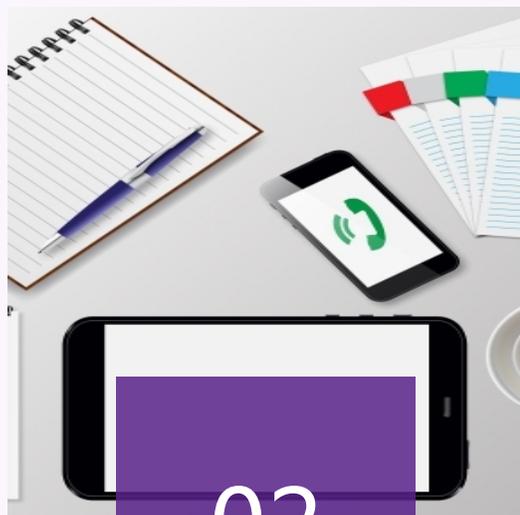
消息的基本构成



01

标题

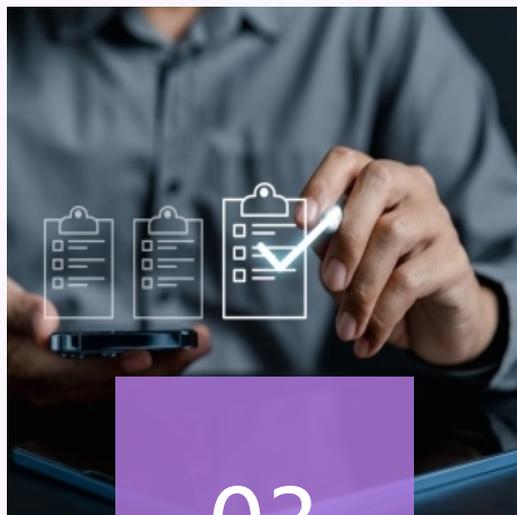
简明扼要，概括消息内容，吸引读者注意。



02

引言

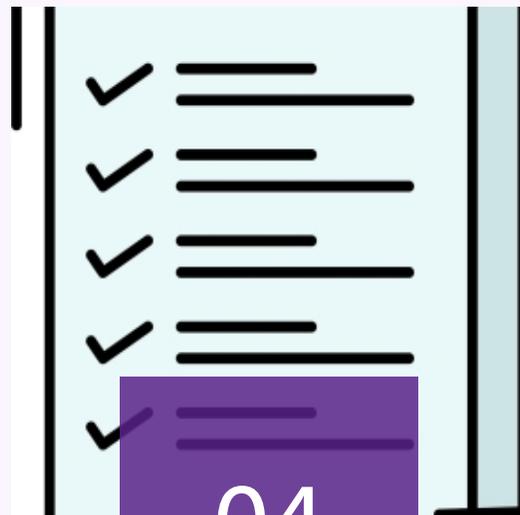
引导读者进入消息主题，简述事件背景。



03

正文

详细阐述事件内容，提供相关细节和背景信息。



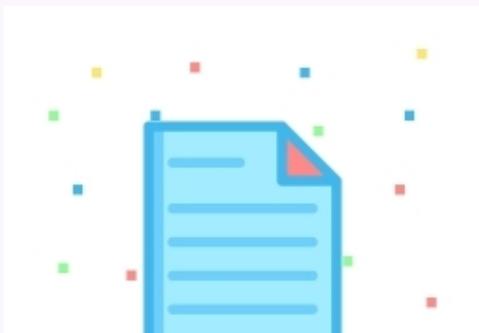
04

结尾

总结全文，提出观点或建议，呼应标题。



消息的语言风格



客观中立

使用客观、中立的措辞，
避免主观臆断和偏见。



简洁明了

用简练的语言表达意思，
避免冗长和复杂的句子结构。



准确无误

确保消息内容准确无误，
不误导读者。



生动形象

运用生动的语言和形象
的描述，使消息更具可
读性和吸引力。

消息的写作原则

及时性

确保消息的时效性，尽快报道最新事件。



准确性

核实消息来源和内容，确保准确无误。

公正性

对待各方当事人要公正，不偏袒任何一方。



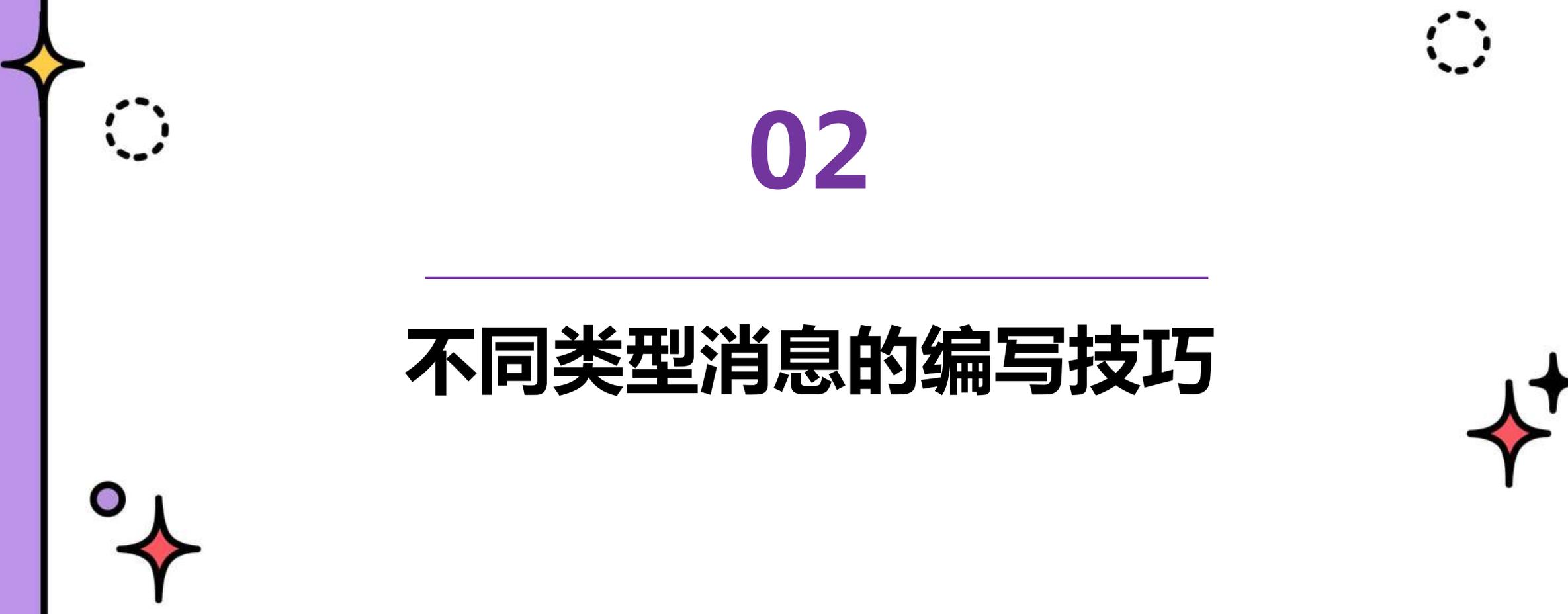
客观性

以客观的立场报道事件，不掺杂个人观点和情感色彩。



02

不同类型消息的编写技巧





新闻类消息

总结词：新闻类消息需要客观、准确、及时地传递信息，强调事实和细节。

使用简洁、明了的语言，避免主观色彩和情绪化表达。

突出重点和亮点，让读者快速了解核心内容。

01

02

详细描述

03

04

确保信息来源可靠，对数据进行核实和验证。

05

06

遵循新闻写作规范，包括标题、导语、正文和结尾等结构。





广告类消息

总结词：广告类消息的目的是宣传和推广产品或服务，强调创意和吸引力。

01

详细描述

02

突出产品或服务的独特卖点，与竞争对手进行差异化。

03

使用生动、形象的语言和描述，激发读者的兴趣和好奇心。

04

结合视觉元素，如图片、图表等，增强表达效果。

05

遵循广告法规和道德标准，避免虚假宣传和误导消费者。

06

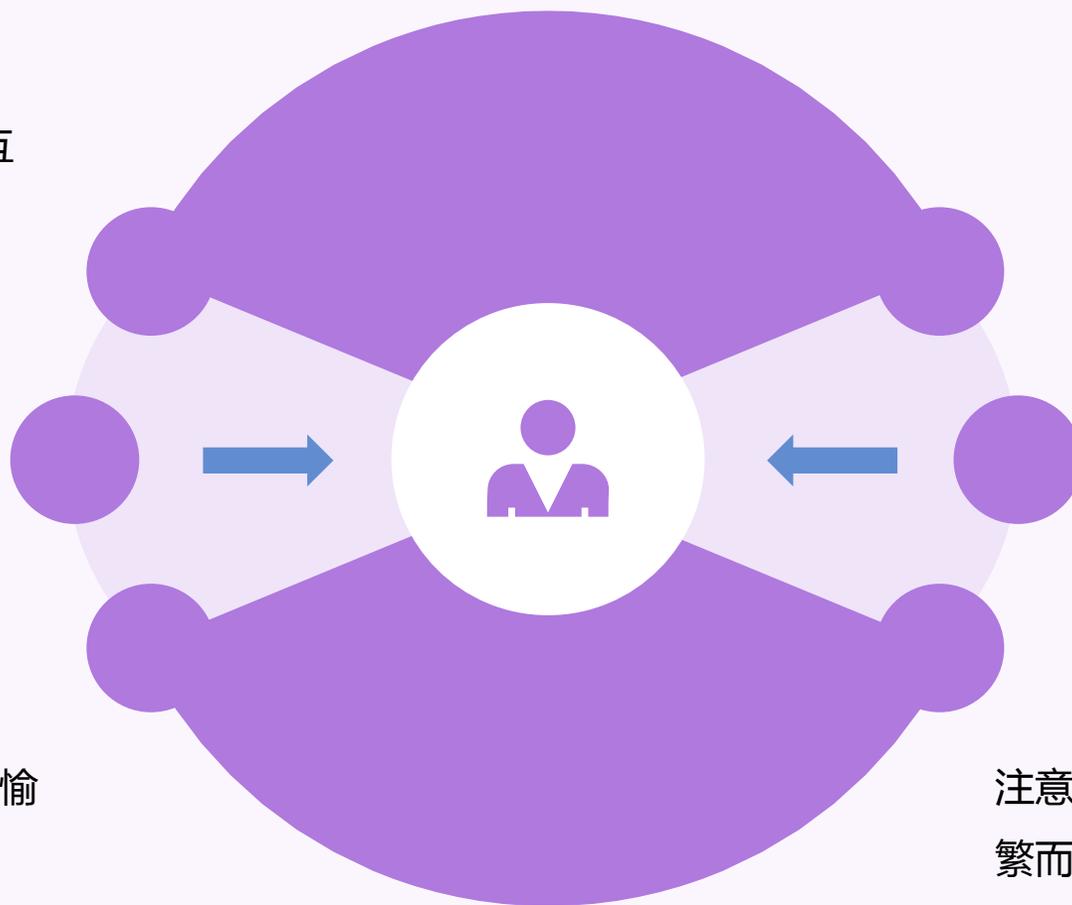


社交媒体消息

总结词：社交媒体消息旨在与受众互动和建立关系，强调参与和分享。

详细描述

使用亲切、友好的语言，营造轻松愉快的氛围。



关注时事热点和流行文化，与受众进行话题互动。

鼓励受众参与和分享，如点赞、评论、转发等。

注意控制消息的长度和节奏，保持频繁而质量的更新。



电子邮件消息

总结词：电子邮件消息是一种私人沟通方式，强调专业和个性化。

使用适当的称呼和语气，根据收件人情况调整语言风格。

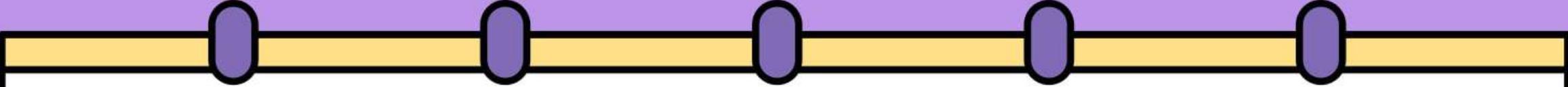
在邮件结尾附上自己的联系方式，方便收件人回复。



详细描述

简洁明了地表达意图，避免过多冗余和废话。

注意邮件格式和排版，让内容更易读和美观。



03

提升消息编写能力的技巧



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/945100223104011143>