

专业的音频广告背景音乐推荐

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 专业的音频广告背景音乐推荐 |
| 公司名称 | 秦皇岛智鼎文化传播有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 暂无 |
| 联系电话 | 13903358291 13903358291 |

产品详情

参加音乐类比赛。可以参加原创歌曲比赛，尤其是观众较多的比赛节目。

在内地韩国歌曲是有一大批忠实的听众的，韩国的欧巴爱豆是相当受欢迎的，在网络上韩国歌曲排行榜试听量是非常高的。

对客户来说，每首歌都是他们的作品，他们从艺术创作角度，要达到打动人心等效果。而我们呢，客户把歌曲托付给我们，是一种信任，你只要把东西做好，他就愿意托付给你。

从各大音乐人发起以来出现的网络爆款音乐人计划作品数量来说，酷狗音乐人是音乐人计划中最好的，酷狗音乐人优质的作品，热火的作品在全网音乐人中确实是占据的大比例，这个最大的音乐人平台通过自身的用户体量以及宣传，也着实给音乐人带来了更多的希望。网易云音乐人计划跟抖音音乐人计划在市场上也输出了不少热门爆款音乐作品，同时也给了音乐人更多的选择通道，想要加入这场音乐盛宴就赶快吧。

在网络上粤语歌手是非常受欢迎的歌曲，今年有好几首粤语歌曲是非常火爆的。

在各大音乐平台推广音乐也是非常直接以及容易推火歌曲的，独立歌手可以通过加入各大音乐平台音乐人的方式进行合作，让作品通过音乐平台来运作宣传，当然他们会对作品进行严格的审核，优质的作品才有机会被选中进行深层次的推广。知名歌手可以在各大音乐平台获得较高的资源推广位，例如首页banner，音乐首发等等高流量的推荐位进行推广歌曲是最直接带动作品热度的推歌方法。

开店赚钱是大多数创业者首先想到的途径。然而，在日益激烈的商业竞争中，如何把握市场的脉搏，既能发挥自己的一技之长，又能准确拿捏投资时机，从中赚取稳定可观的收益。

一首歌曲要推火是需要有宣传技巧也是需要天时地利人和的配合，作品是越早推越好，在市场上抓住先机比后出发也是有不同的，如果你还在等待，那么你就有可能错过机会，最快速的就是行动，期待大家的音乐都能被推火。

在网络上无论是任何歌曲都可以进行推广，新歌，老歌，未发行歌曲或者翻唱歌曲只要你作品是正规

的，在各大平台能够正式上架就可以进行网络推广，只是在推广的时候，作品会有细微的差别，新歌，未发行歌曲推广是最广泛的，因为他能够覆盖的范围更广，老歌在一些地方会有局限，但是并不影响传播，翻唱歌曲只要你有授权，那也是没有任何问题的，所以不必纠结能不能推广这个问题，答案是都能进行推广的，当然有一点作品是不能跨平台推广的。

新手不要搞录音棚，除非你身边有人带你，或者你去专业录音棚学习一段时间在花钱投资。录音混音这块不是光花钱就能解决问题。还有录音棚的定位，如果只是想做不太专业的业务，那投入个十万也够了，6万用来做声学装修，现在一平米按照三千算（已经是很好的装修标准了）你十个平方的录音棚三到四万搞定。加上外部装修布线等等2万。4万买一些基本设备，比如2万用来买一套二手Pro tools hd3和AVI D的话放，1万买监听、耳机、耳机分配器等设备。剩下1万买电脑和其他周转。但是总体上无论你花多少钱，录音棚第一考虑的应该是录音棚的声学问题，其次是设备，自己不会可以雇人学习。我说的这个是品质保证的最廉价录音棚方案了。别信什么三五千就能搞录音棚。那干脆去卡拉OK直接唱完录下来算了。

录音棚又叫录音室，它是人们为了创造特定的录音环境声学条件而建造的专用录音场所，是录制电影、歌曲、音乐等的录音场所，录音室的声学特性对于录音制作及其制品的质量起着十分重要的作用。人们可以根据需要对其进行分类，例如，可以按声场的基本特点划分而分为自然混响录音棚、强吸声（短混响）录音棚以及活跃端—寂静端（LEDE）型录音棚，也可以从用途角度划分而分为对白录音室、音乐录音室、音响录音室、混合录音室等等。

录音是一个很专业的事情，只有专业领域中的人，才会告诉你什么录音棚更加牛逼一点。作为一个外行，看到了这个录音棚的设备单，你也看不出个所以然来。而录音棚又不同饭店，不会把歌手的录音照片统统po上网，或者挂在录音棚墙上。决定来这个棚录制，必须是行内的推荐、朋友的推荐。这种推荐，只有从棚主的人脉而来。所以，客源还是先从朋友找起吧。这是一个靠口碑和裙带关系的事儿。

QQ音乐是现在人们必备的音乐试听平台，在这里大家可以听到更多更全的互联网歌曲，歌手喜欢在QQ音乐首发作品，粉丝也喜欢通过QQ音乐打榜来传递偶像的音乐作品，音乐人也更是需要借助QQ音乐平台来实现自己的音乐梦想。

如今网络歌曲在全网平台霸屏，通过网络宣传一首又一首的网络歌曲开始了它们的舞台，这些网络热门歌曲是怎么推广的也是很多音乐歌手以及网络歌手比较好奇的，一起跟着音乐资讯推广网来学习一下网络热门歌曲是怎么推广的，网络歌手如何快速推火自己的音乐作品。

棚大致分为两种，一种是可以录制乐队编制、甚至管弦乐队专业的，单纯一间录音室的面积至少在20平米左右，按照比较普通的声学装修设计，5000一平，10万先准备好。

根据网络热门歌曲排行榜上的歌曲以及热度来说，当下最火的音乐人计划还是非酷狗音乐人-星曜计划莫属，通过星曜计划热门的歌曲是非常多的，很多歌曲在网络上的热度更是相当的高，我们比较熟悉的酷狗音乐人计划歌曲就有几十首，这些爆款的歌曲单日最高试听都达到了千万级别，可谓相当火。在网络数据上加入酷狗音乐人的歌手高达20多万，上传的作品上百万首，而酷狗音乐人主推的歌曲，红了一首又一首，在热门歌曲榜上我们可以看到这些星曜计划的歌曲，热度跟数量是相当的令人吃惊。

人流量跟选址没有太大关系，客流更多的是靠让周围朋友认可，靠圈内的口碑相传。因此，传统店铺那种尽量选择热闹的、人流量大的商业街、临街等选址思路并不适合录音棚。

录音棚的收费是以棚时来计算的，专业中端的录音棚大概一个棚时350元，通常翻唱一首歌约要两个棚时。

有时音乐人找到我们，处在一种很茫然的状态，他就是想把这首歌做出来，或者出一张专辑。而其他的诸如想要什么风格、找谁印刷、发行渠道等统统都不知道

自媒体运营的技巧，首先，您必须了解您是在推广产品还是服务。使用相关工具查找产品或服务的关键词需求和相关词。这些词代表了用户的需求。找到你喜欢的内容。根据标题中的关键字编辑内容。不要八卦主题，素材图片，音乐图片也很重要。

做民用中端，主要是翻唱这一块，当你做翻唱做得很好的时候，会不满足，就想做得更好。喜欢嘛，就想挑战一下，而不是出于商业考量。当然，投入大了，盈利期也会长些

视频点击量高，这对我们来说就是一个推广，很多音乐爱好者就是通过视频了解我们的

台湾歌手曾经是华语歌坛的霸主，一批又一批的台湾歌手深深的着影响着华语歌坛也让市场亿万粉丝为之着迷，当下内地歌手逐渐发展起来，而台湾歌手如今只有少数还在内地歌坛活跃。

《中国潮音》也非常用心，为了用音乐的形式推广中国风、中国艺术，中国文化，邀请了大量优秀的音乐人、歌手成为学员。

但是离谱的是越来越多这样的试水作品，或者是个人的简单作品被网络传为“神作”。比如在某节目中被某歌手无情批判的网络歌手，连基本的和弦走向都弹不出来，居然可以写出那样的歌自诩为“原创歌手”。

我们自己能释放的力量毕竟是有限的，所以当以后工作推广到更大范围的时候，就不是我们能手动干预的了。由于抖音是一个音乐类的短视频社交软件，它的评论区就显得尤为重要。既然如此，在写视频的标题文案时，就要考虑设置一些互动问题，引导用户留言。我们发现，有些视频没拍完就火了，过了几天，过了一个星期，甚至过了一个月，视频突然火了。所以这个推荐算法其实很有意思，它会让一些优质的老视频火起来。所以你比较看好一些视频，哪怕一开始不火，你也要继续给它做一些评论，通过朋友圈转发一下。这周他可能不被推荐，但下周可能会被推荐。

2015年，国家版权局发布《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》，改变了长久以来的音乐格局。

我们在开展录音服务的同时，也可以物色民间的高手，通过这一途径，我们就可能网罗到日后的明星，因为我们可以通过专业的训练和包装，让他们走上一个专业歌手的道路。而对于录音棚本身，发展连锁经营，也将是我们今后的赚钱选择。

对于每个歌手来说，最怕就是歌红人不红，其实这还不是特别惨的，还有另一种更悲惨的就是，歌手自己原创的歌曲不火，反倒别人翻唱火遍大江南北，这样的事情经常发生。就拿我们老少皆知的歌曲《冬天里的一把火》，这首歌原唱其实是高凌风，当时他唱这首歌的时候并没有火起来，反而后面却是费翔把这首歌给唱火了。

在网络上每年都会有很多歌曲热门起来，最热门的歌曲大家都可以发现到，但是哪些比较火或者有点火的歌曲被发现就不是那么容易，这些歌曲是市场一些朋友们比较偏爱的歌曲，但是又没能够成为网络爆款歌曲，但是歌曲的魅力确实是不可挡的。

近年来，网络直播行业十分的火爆，很多人通过直播，几乎是一夜成名并暴富。所以，一些平民大众的“明星发财梦想”就被鼓点燃的无限膨胀了。在目前，面对大众开放的录音棚项目，也是发财火爆的，很多人都是赚得盆满钵满了。那么，在2020年我们到底应该如何运作一家录音棚，才能日赚千元呢？

另一种就是只录人声只录唱的，你就是给那些K歌爱好者录录卡拉OK，给公司年会录录合唱，那设备什么的都是扯淡，10万以内连设备带声学装修都搞定，但是，你得把外观装修得好看，让那帮什么都不懂的人进门就觉得“哇！好高大上哦！赶紧自拍发朋友圈！”，你还得花钱找点参加过好声音之类选秀有点小知名度的人来你棚里假装录音，多拍点照片贴得到处都是，然后你还得去大众点评、美团等等地方打广告宣传你的“录音棚”，这个营销费用就没数了，前一年每单你可能还得亏钱。然后每月花1-2

W找个录音顾问，偶尔帮你来解决疑难杂症，平时主要干活的人从大学雇个录音专业的实习生，一个月4K差不多了。以上均不包含房租水电物业。

歌曲的话题，一个歌曲它也是需要有灵魂的，它的灵魂就是来自歌词以及它的话题。宣传之前我们需要给新歌有一个定制的核心话题，歌曲要表达的是什么意思，传递的是什么，这些都是需要有一个交代，并且能够有一个广泛被讨论的话题，这些在宣传的时候，我们围绕这个话题去做，才能让听众对歌曲更有吸引。

录音设备：监控室用：电脑（录音稳定性能级别，保守1.5W）、显示器（40寸朝上至少1台，0.5W）、声卡（至少8路输入8路输出，选性价比最高的算1W吧）、监听音箱（2-3对，1.5W）、话放（凑合能用能干活的8进8出，算0.8W吧）、调音台（凑合能用的算1.5W吧）、硬件效果器（别整那么复杂，BBE、EQ、混响这三个最基本的，能用的，1.2W吧）、监听耳机（录音师干活用的2-3副，录音乐手歌手用的4-5副，算3W吧）；棚内乐手用：吉他音箱（2-3套，3-5W），贝斯音箱（1套，算1W吧），鼓（1套，不含军鼓、镲片，1.5W），话筒（鼓麦一套7支，备用军鼓拾音麦1支，吉他贝斯音箱每台按1支麦克，贝斯有时可以箱头直接进DI，但吉他一个箱子接两支麦也很正常，人声各类型的麦准备个3-5支，总共算3W吧）；各类音频线、音频控制器、DI等等小件，算1W吧，总共自己算一下。以上都是非常粗略、非常保守的估计，只是能用而已，不是什么好棚。

本文将分为三个维度：

- 1、抖音的推荐机制
- 2、抖音如何定位？
- 3、抖音如何变现？

具体阐述怎么做好都有这个火爆的平台。

一、抖音的推荐机制

抖音的推荐机制与头条类似，都是基于粉丝数据反馈进行推荐的。举个例子，当你发布一个作品，账号给你500的基础播放量，计算这初的500播放量的数据，有点赞率、评论率、转发率，完播率，当你的这三个数据达到一定的标准，就会或者更高的推荐。一层播放量对应一层的数据，所以说，抖音初的500播放量的点赞、评论、转发是很关键的。

2、抖音的用户特征

抖音的用户中，男女的比例为1:1，其中，85%以上的用户在三线城市以上，当然，抖音现在正在进军三线以下的城市，但这依旧不影响抖音用户受教育程度高、年轻化的特点。

这些人有什么特点呢？

付费意识强烈

付费能力强

愿意尝试新鲜的事物

易冲动消费

3、抖音易热门领域

舞蹈

搞笑段子

才艺表演

模仿

技能表演

二、抖音如何定位？

做抖音，首先要考虑自己有什么目的，比如：涨粉引流、推广品牌、打造IP、带货变现等，因为不同的目的，就有不同的操作方法。

1、明确做抖音的目的

很多人做抖音都是一股子热情，从来没有考虑过自己做抖音的目的，到底是为了涨粉引流还是其他。

拿涨粉引流举例，涨粉引流快的方式就是蹭热点，但这样的账号变现能力就会降低。

比如，我们工作室前段时间接了服装加工工厂的合作，帮他们做一个抖音号。

大概用了2个月的时间，我们从0做到了100万的粉丝，高的一个视频蹭到了抖音热点的流量，一晚上涨粉9万。目标达成时的截图留念。但后面在我们交付账号的时候出现了问题，100万的粉丝的转化效果却是不太理想的，工厂对接人甚至认为账号的粉丝是刷来的。随后，我们进行了仔细的数据分析发现，这个账号开始操作时，就是为了快速的涨粉，忽略了他的变现能力，导致视频内容吸引过来的粉丝与工厂的产品不符合，终出现了转化率极低的情况。

2、账号的如何定位？

账号的定位分为两类，分别是视频形式定位与视频内容定位。对于各位没有经验的新手来说，直接进行定位无异于天方夜谭，所以，我们要学会寻找做的好的大V，去拆解其视频形式、视频内容，看是否能为我所用。

利用抖音的搜索栏，搜索领域的关键词，查看这个领域中，播放量高的视频，举例，搜索“育儿”，即可查找出育儿领域中，播放量多的视频，拆解其视频形式。

利用抖音的搜索栏，搜索领域的关键词，查看这个领域中，粉丝量多的用户，举例，搜索“育儿”，即可查找出育儿领域中，粉丝量多的用户，拆解其视频内容。

3、如何拆解视频形式？

视频形式分为真人出镜与非真人出镜，真人出镜又分为真人剧情、真人测评、真人开箱等等，非真人出镜包含动画、书单、剪辑mv等等。

从这几方面拆解视频形式：

这个视频用了什么视频形式？

我是否能创作出这种视频形式？

我是否能长久的做出这种视频形式？

4、如何拆解视频内容？

视频内容分为：商品导购、知识传播、娱乐搞笑、音乐表演、记录生活、科技、政府和企业官方账号、游戏、二次加工这九个领域。

从这几方面拆解视频内容：

这个账号属于什么视频内容？

我能否创作者这些内容？

我创作这些内容的成本是多少？

5、确定自己的定位

研究视频形式与视频内容后，即可确定自己的定位，按照自己的定位发布内容即可。

建议：前期先模仿，待有一定量的粉丝后，才开始创新。

三、抖音如何变现？

一般来说，抖音有5大类变现形式，分别是：商品分享、直播、微营销、广告、账号粉丝买卖。

下面逐一给大家讲解：

1、带货

带货是抖音普遍的变现方式，大家在刷抖音的时候，是否注意过视频左下角的“购物车”与个人主页的“商品橱窗”。

当我们满足开通商品分享功能的条件后，即可拥有这两个功能，购物车与商品橱窗。

购物车与商品橱窗的作用是促使一些观看你视频的用户或者打开你主页的用户,购买感兴趣的商品。

在购物车与商品橱窗中，可以销售自家产品：如面膜、服饰、农产品、特色手工艺品等，也可以是销售抖音平台上的商品。

开通商品分享功能的条件：

实名注册

发布十个视频

一千的粉丝

注意：仅代表个人收益。带货的流水图

2、直播

直播可以分成两类：直播带货与直播打赏

直播带货，这个变现，相信在直播购物的朋友们是再熟悉不过了。当开通商品分享功能后，即可在直播间销售自己的产品或者销售平台的产品。

直播打赏，主播在进行直播时，用户可以通过购买礼物进行打赏。这个打赏终就会变成音浪，成为抖音主播的收益来源。

1元可以换成7音浪。

3、微营销

全网引流，微信成交，在抖音，能引流到任何行业的用户， $利润=流量 \times 客单价 \times 转化率$ 。

当我们在抖音引到流量后，可以在微信进行三类变现：

卖服务，如答疑服务，社群服务、上热门服务等；

卖产品，如微商、产品代理等；

卖广告，通过是接朋友圈广告，一个粉丝1分钱~1元钱。

4、广告

达人接广告或者说为品牌定制内容，也算是抖音目前主要的变现方式。一个粉丝2-6分，也有的一条视频数十万。一般是通过软广植入等巧妙的方式进行品牌合作营销。目前垂直账号容易变现，比如美妆、测评类账号等。接广告的方式分为两种：个人与商家私下接广告、星图接广告。星图接广告

5、账号买卖变现

账号买卖分为：卖抖音号、卖引流后的微信号；卖号是一种简单的变现，也是很多工作室的主营业务。比如卖号，某些行业一个粉丝30-80抢着有人要，相对于泛粉而言，单价高了十几倍。对于变现这一环节，只要有足够多的粉丝，就不愁产品卖不出去，哪怕没有产品，粉丝自身也可以直接变现，还是应验了那句互联网公式： $流量=金钱$ 。站在5G元年的2020年，我们可以不妨预测3年之后，内容传播形态肯定会再有新的变化，肯定会再有新的平台起来。但是在此之前，我们还有足够的时间来享受短视频的红利。因为不管流量渠道如何变换，互联网的方向永远不变：做流量--变现。如果你还想了解更多抖音玩法，短视频运营技巧。欢迎与我沟通（内含700万抖音粉丝的实操经验分享及做抖音必备的工具汇总，45G无水印高清短视频素材）还能及时了解行业新动态，获得新资源。

一、找准定位

1、定位好自己的抖音号

抖音火的热门行业：游戏、旅行、萌宠、萌娃、体育、时尚、美食。

2、对粉丝的定位还有对发布渠道的定位

明确粉丝人群。如果从严格意义上来讲，“种子用户”并不代表是批用户，种子用户能够凭借自己的影响力帮你吸引更多的用户，比如经常给你留言，转发你的内容等等，但是我们如果连一点粉丝都没有，又

何来种子用户？在做一个短视频节目的时候，首先要明确你的粉丝到底谁？他们有什么特点？在哪里能找到他们？也就是可以简化为3W原则：who？What？Where？知道这些后我们才能更好的"抓住"他们。

选择合适的渠道。现在短视频渠道有三种，粉丝渠道、推荐渠道、视频渠道，要根据你的内容去选择重点运营渠道。对于新节目，建议是去选择有流量池的渠道，这样才更容易带来批用户。像头条、美拍都是带有流量池的渠道，他们的播放量不以粉丝量为基础，有自己的推荐算法，会把你的视频推荐给比较的用户。也就是说，如果你幸运的话，一开始的视频就有机会播放量过10万，从而得到越来越多的粉丝用户。

二、增加曝光率

刚开始先让你的朋友成为你节目的粉丝，毕竟他们是你的准批用户。除此之外，各种比赛、各个传播渠道都是增加曝光率的好方法。常用有效的方法一是朋友圈转发，我们经常会在朋友圈看到别人分享的一些链接，比如帮谁家孩子投票，或者哪个朋友卖东西，我们帮他在朋友圈分享他的二维码，同样的我们也可以这样做。把自己做好的视频链接分享到我们的朋友圈，如果朋友喜欢的话可以点进去看，也可以帮你转发。另外一个好方法是：微信群转发。

三、内容展现

"好的内容是好的传播"，其实一开始一条砸了很多钱做广告，后来不断产出精品视频，推动各路达人转发。比如一个介绍中国个性酒店的视频出来后，酒店圈的朋友都被刷屏了，艺术类视频出来后，艺术圈被刷屏了，如果你的产品本来就很有创意或者说功能新颖实用，那没必要绕弯子，可以直接用抖音展示产品。

四、场景植入

这点有点像传统广告的植入，就是在视频中的场景进行恰当的品牌的露出，让用户记住你家的产品。比如，一个生活小窍门或某个搞笑片段，在场景中悄悄做了植入——如桌角放产品、背后有品牌logo、背景有广告声音等，这样依然能起到很好的宣传效果。

1、明确目的

我经常说的一句话，做短视频，一定要考虑清楚自己有什么目的，是快速涨粉引流、推广品牌、打造IP还是带货变现；不同的目的，有不同的操作方法，所以目的的一定要搞清楚。拿涨粉引流做例子，快的方式就是蹭热点，但这样做账号的变现能力就会降低。前段时间我们工作室接了服装加工厂的合作，帮他们做一个抖音号。用了大概两个月时间，我们的粉丝数从0增长到100万，其中高的一个视频蹭到了热点视频，一晚上涨了9万的粉丝，仅代表个人收益。但后面遇到了一个很严重的问题，100万粉丝的转化效果很不理想，工厂那边甚至认为粉丝是我们刷来的。后来通过数据分析发现，为了快速涨粉，账号刚开始操作的时候，忽略了未来的变现能力，导致视频内容吸引过来的粉丝与工厂所生产的产品不符，终出现了低转化率的情况。想要时间知晓短视频的高端玩法吗？想要获得问题解答、商家对接吗？想要获得资源、人脉对接吗？想要及时掌握平台政策和风向吗？

2、如何定位？

定位分两类，一类是视频形式定位，另一类是视频内容定位。对于没有了解过这方面知识的新手小白来说，明确定位似乎有些困难，所以我们首先要学会寻找做得好的大V，去拆解他们的视频，了解视频形式和视频内容，看能不能为我们所用。

具体方法：利用搜索栏，搜索相关领域的关键词，查看这个领域中，播放量高的视频。

比如搜“心理学”，找出心理学领域播放量多的视频，拆解其视频形式。我们也可以找粉丝数量多的用

户，拆解其视频内容。

3、拆解视频

这里提下视频形式，它分为真人出镜和非真人出镜，而真人出镜又分为剧情、测评、开箱等等，非真人包括动画、剪辑、MV、书单等等。

我们可以根据这几个方面拆解视频：

视频用了什么视频形式

自己能不能创作出这个视频形式

能不能长久输出这样的视频形式

4、拆解视频内容

先提下视频内容分类：商品导购、娱乐搞笑、知识传播、音乐舞蹈、记录生活、游戏、科技、政府和企业官方账号这九个领域。

我们可以从这几个方面拆解视频内容。

该账号属于什么内容分类

自己能否创作这些内容

要付出多少的成本才能创作出来

5、明确自己的定位

在研究完大V的视频形式和视频内容后，我们就可以确定自己的定位了，然后按照自己的定位发布内容即可。

这里提个小建议：前期尽量先模仿，等粉丝量有一定基础后，再开始创新。没颜值，没资源，怎么用短视频赚钱？难热门，不涨粉丝，没人气，作品没播放量，该怎么优化解决？

一，歌手推广

1，通过网络社交平台进行前期宣传，在当下微博是新人歌手主要的前期宣传平台，通过发布微博在平台内慢慢获得观众，一步一步的给自己吸引粉丝成了当下佳的宣传渠道。

2，通过新闻，新闻是比较好的宣传渠道，通过广泛的发布歌手的相关新闻来报道歌手，可以让歌手获得观众，并为后期的事业发展提供群众基础。

3，通过网络数据来推广歌手，社交平台，论坛，贴吧，BBS等社会公共资源平台，通过广泛的发帖以及宣传，让歌手可以累积早一批的关注以及吸引早一批的粉丝。

4，通过投票，投票是比较受粉丝关注的榜单，通过投票是非常能够吸引粉丝的，一个又一个的投票不仅能够带来关注也能够为歌手累积更多的粉丝。

5，网络打榜，在网络上通过打榜是歌手宣传重要的一环，打榜也是歌手在累积的少量粉丝以及大批粉丝

后才能够开始推广的一个环节，通过打榜，能够让社交媒体以及粉丝团体更加广泛的了解歌手，让歌手开始出圈。

6，发行作品，发行作品是非常关键的，一般来说前期做传以及吸收一批粉丝后，在发行作品对于新人歌手是更重要的一点的，这样正式发行作品，就能够获得更多的市场关注，也能够让作品获得更好的成绩。基础宣

7，维护人气，稳步曝光，提升歌手事业发展。

二，歌星推广重要的是什么

粉丝的支持是歌星重要的，所以粉丝也是歌星推广重要的一环，无论做任何宣传，歌星都不能抛弃粉丝，需要以粉丝为主，通过本质的粉丝宣传，本质的粉丝榜单维持歌星自身的人气并且不断的增长自己的粉丝队伍，第二是莫忘初衷，歌星作品是非常关键的，作品的销量排行榜，歌曲排行榜，以及奖项是非常需要重要的，它是人气提升的精华也是被娱乐圈认可基础的基石。