

## 目录

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 第一部分 开窍篇 .....                   | 4   |
| 第一节 世界的阴阳两面 .....                | 4   |
| 第二节 人性的本来面目 .....                | 13  |
| 第三节 社会丛林法则 .....                 | 23  |
| 第四节 鬼谷子人性法则 .....                | 32  |
| 第五节 当别人不断试探你的底线 .....            | 36  |
| 第六节 你为什么不能主宰情绪 .....             | 39  |
| 第七节 敢于转动餐桌上的转盘，是开启自尊的第一个齿轮 ..... | 43  |
| 第二部分 开悟篇 .....                   | 46  |
| 第一节 为什么你的讨好换不来对方的尊重 .....        | 46  |
| 第二节 面对当众羞辱要用正确方法坚决回击 .....       | 49  |
| 第三节 为什么你的低姿态反而让对方变本加厉 .....      | 57  |
| 第四节 钓鱼术--快速看穿一个人 .....           | 61  |
| 第五节 重塑自我，魅力四射 .....              | 69  |
| 第六节 观人术--快速看穿一个人 .....           | 75  |
| 第六节 识人术 .....                    | 91  |
| 第三部分 逆袭篇 .....                   | 102 |
| 第一章 爆款密码 .....                   | 102 |
| 第一节 财富认知，我们正处在一个风口上 .....        | 102 |
| 第二节 爆款的底色是人性 .....               | 110 |
| 第三节 选择大于努力，爆款选题八字心法 .....        | 115 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第四节 流量催化剂打动观众只要一个金句 .....     | 121 |
| 第五节 情绪劫持撩拨情绪比输出干货更有效 .....    | 127 |
| 第六节 黄金 5 秒怎样打造爆款开场 .....      | 137 |
| 第七节 流量助推器极易被忽视的左下角文案 .....    | 148 |
| 第八节 干货挖掘机掌握这个思维不愁没有话题可讲 ..... | 159 |
| 第九节 实操总结爆款文案的核心本质 .....       | 172 |
| 第二章 打造 IP .....               | 182 |
| 第一节 定义深刻理解什么是个人 IP .....      | 182 |
| 第二节 定位怎么找准自己的账号定位 .....       | 195 |
| 第三节 名片你的主页应该这样设置 .....        | 213 |
| 第四节 差异化怎么给你的 IP 设置记忆点 .....   | 219 |
| 第三章 运营技术 .....                | 227 |
| 第一节 机制了解抖音推送机制 .....          | 227 |
| 第二节 避坑 3000 元就能搞定基本设备 .....   | 240 |
| 第三节 拍摄提升镜头表现力的诀窍 .....        | 247 |
| 第四节 捷径快速突破 500 播放量的方法 .....   | 256 |
| 第四章 财富路径 .....                | 271 |
| 第一节 财富渠道详解抖音的几种财富方式 .....     | 271 |
| 第二节 产品包装怎么让你的产品更好卖 .....      | 280 |
| 第三节 直播技术直播间销售话术的核心要领 .....    | 291 |
| 第四节 财富工具抖音小店搭建流程和注意事项 .....   | 303 |



更多文件请添加微信：jakenian

## 第一部分 开窍篇

### 第一节 世界的阴阳两面

亲眼看人性，我们先来看第一个要点，为什么我们要了解人性？因为你了解了人性以后，就像打开了上帝视角一样。这个世界所有人的事儿会在你面前变得透明，这是一种非常好的感觉。首先了解人性的人更容易获得幸福，因为你了解了人性以后，你不再对人性满怀期待，比如说。你之前掏心掏肺的对一个人好，那么可能你也希望他也能够掏心掏肺的对你，而事实上呢？

如果我们抱着这种心理很容易失望，第二别人很难再伤害到你。就是你了解了人性，以后你知道人性的本质是自私的，是为自己谋取利益的，那么无论他做了什么伤害到你的事，你都会觉得啊，这个是正常的。我没必要因为它而伤心，这是我们了解了人性，以后更容易获得内心的平静和幸福，

第二点呢，了解了人性，以后我们更容易获得财富。我们人生在世，最想获得的不是就这两样吗？一个是幸福，一个是财富，对吧？为什么了解人性更容易获得财富呢？首先。做大的公司都是运用了组局者思维，什么叫组局者思维呢？它是人性其中的一个特点啊，比如说我们想要。赚钱可能有的朋友会辛辛苦苦的开一家小商店，想办法把自己的产品卖给更多的人，但是这个世界上最大的商店是什么呢？

是阿里，他并没有货，但是他组了一个局，让所有的人在他上面卖货，所有的人在他上面买货，他来守其中的点位。这个叫做组局者

思维，很多朋友辛辛苦苦开了一个餐饮店，起早贪黑，想要让更多的人来他这里消费。但是组局者思维是什么呢？我就是某团，它没有线下的餐饮娱乐这些店铺，但是它却是最大的餐饮娱乐公司，因为它是组局者。让想要吃东西的人，娱乐的人和想要开餐饮店，开娱乐店的人，在我平台上来进行交易，我来收税。那么，最大的网约车公司同样他们有出租车，很多人起早贪黑，想要让更多的人嗯，做自己的车，自己能够获得收益，或者是想要开一个出租车公司，

那么就要就要买更多的车。来在自己的平台上去运营，但是组局者思维是什么呢？就是我做一个这样的平台，想开车的人和想要坐车的人来我平台上交易。我来收税，这个叫做组局者思维，这个思维我们在后面还会更加详细的讲到。第二点呢，成功的产品都是对人性的洞察，比如说苹果手机，比如说这些豪车，他们为什么每一两年都会更新迭代一次呢？实际上，这个苹果手机它的质量是可以用 45 年的，

对吧？这些车开个 56 年也不会有什么问题的，但是它们迭代为什么这么快呢？它就是利用了人性当中。信心研究的特点，所以说当你是一个小老板，那么你设计产品，还有你销售产品，你制定的产品思维和营销思维，如果你通了人性的话，你的东西会更好卖。第三点呢，玩转人际关系的人都是运用了利益分析法。什么是利益分析法呢？就是人际关系的好坏，并不是通过什么亲情，友情，爱情，同学情去链接的。这些链接是比较弱的，当出现了利益冲突的时候，这些这些关系就会出现问题，那么人际关系达人，他是怎么去链接好这些关系呢？是通过利益分析法。比如说你去拜访一个人，想让他给你提

供帮助，你最好的方法是什么呢？是用道义去绑架他吗？你说哎，咱俩是同学。咱俩之前是小学同学，咱俩是发小，咱俩是同乡，你就不能帮我个忙吗？这样的链接关系是比较弱的，别人可能会因为肛肠伦理。嗯的，绑架去帮一次两次，但是不会再帮第三次，后面呢就会出现应付客套，那么最好的让别人帮助你的方法是什么呢？

链接两个人关系最好的方法是什么呢？你也要想办法给他提供利益，就是你能够你想让一个人帮助你的时候，你先要想我能够。给对方提供什么？这样的关系才是最稳固的，别人才会真正的实质性的帮你，而不是流于表面的客套，所以说我们懂了人性，以后我们的人际关系会更加的好。好，为什么要了解人性？大家了解了以后，我再给大家讲第二个要点就是为什么成功者都不愿意透露人性的秘密呢？就是这个东西应该是爬上去的人，成功的人都知道的一个东西，那么我们为什么很少看到呢？书本上看不到，现实中也很少有人对我们讲，对吧？为什么？

因为第一点就是。这个东西太阴暗，这个东西讲多了会惹人反感，会被人认为成是唯利是图的小人。所以说那些作家他们是懂人性的，但是他们会把这些人性写进故事里，写进小说里去，侧面旁敲侧击的写出来，比如说西游记。他讲的就是一个人性的故事啊，并不是一个什么高大上的取真经的故事，但是作者用了借神话来讽刺现实的方式来讲透这个人性。所以说因为这个东西太阴暗，会惹人反感，所以说大家不愿意把这个东西赤裸裸的说出来，哪怕是了解的人，也不愿意直白的讲出来，第二个呢，这个东西太厉害。你把这个东西你如果是

一个领导，把这个东西交给你的下属，那么你的下属就会立刻拿起它，变得难以驾驭，这是领导不愿意看到的，对吧？就我了解就行了，我不希望你你也了解你来受我的掌控就行了，所以说他不愿意交给自己的下属，第二点呢，会让身边的这个人拿起武器对付自己，就是如果给自己的。身边的人都把这些东西讲了，那么身边的人都懂了，人性是一个很厉害的武器，对方会很快的拿起这个东西。来对付自己，所以说那些成功者一般是不愿意把这个东西给讲出来的，但是我这门课程呢，就是想把这个东西原原本本的。

那些深层次的，本质性的东西给大家好，那我们先来看第一个大的要点，想要了解人性呢，我们先要了解这个世界的两套规则，这个世界。它不是单纯的一套规则，它是有阴阳两面的，那么它的阳面呢？就是我们在课本上经常能够学习到的，经常能够看到的，我们大家都心知肚明的。透明的东西，这个叫阳面，还有一套东西呢，叫阴面，这个东西是我们在学校里学不到的，进入社会以后遭受到毒打以后。才会慢慢的领悟到，但是有的人领悟的快，有的人领悟的慢，有的人领悟的深，有的人领悟的浅，我今天把这个东西给大家。讲透让大家能够快速的领悟，为什么世界会形成两套规则呢？首先，这个世界有两套教育规则，就是在封建社会的时候。平民有一套教育规则，接受的是儒家思想，然后达官贵族呢？有一套教育法则，叫做法家思想。平民学的是什么呢？仁义礼智信，温良恭俭，让这些达官贵族，他们家的子弟学习的是什么呢？权谋术，读心术。御下术也就说这些贵族，他们也会学儒家教育，但是他们还会多一门教育，叫做法家的

这些权术的教育，因为他要更好的。驾驭下面的人，所以说他要学习这个东西，但是为什么这个东西是阴面呢？因为这些贵族不希望普通百姓学到这些东西，学完以后用来对付自己，对吧？所以它也会保密的，在一定小范围内去流通。

那么，这个平民教育温良恭俭，让教育出来的是一个什么样子呢？首先，教育出来的是一个局中人，就是我刚才讲那个局中组局者思维和局中人思维。这套教育体系教出来的，教育出来的就是局中人，教育出来的是棋子，是羊，是听话和遵守规则的人。那么，贵族这套教育体系呢？教育出来的是组局者。是下棋的人，是牧羊的人和能够灵活变通，并且制定这套规则的人，所以说。因为这两套教育规则的存在，我们看到。在封建社会 2000 年当中，阶层是非常固化的，这就是老百姓非常听话，然后贵族能够驾驭他们的。一个原因，然后这两套教育规则呢，其实是根深蒂固的，因为这两套割裂的教育规则呢，其实我们现代的家长。也会出现不一样的教育思维，我举个例子啊，我身边的一个故事就是我，我们小区里面有一个嗯钢琴的培训班。

我曾问过一些家长，你为什么要让孩子学钢琴？我发现了两种不一样的思维，第一种思维是这位家长说，我当然希望有一天我的女儿，我的儿子。能够在舞台上众星瞩目，能够表演获得大家的掌声，我这种感觉太棒了，但是还有一种家长是什么思维呢？就是我希望我的儿子有一我的儿子能够懂得这门艺术欣赏。有一天，他能够坐在包厢里面。给这些在台上弹钢琴的人鼓掌。打赏大家发现没有这两种思维，一个叫做局中人思维，一个叫做组局者思维。但是现代社会是一个文

明社会，我们不能。果不能武断的说，哪种思维是正确的，哪种是错误的，但这可以给我们提供一种更广阔的教育思路。你是希望自己的子女教育成局中人呢？还是组局人呢？希望我们每个家长都可以重新思考一遍自己的教育好，因为有这两套教育规则的存在，那么我们的。社会也分裂出来的两套规则，第一套规则叫做公平正义礼仪道德，第二套规则叫做隐藏在背后的利益。那么，第一套规则，它是一个明的东西，就是可以放在嘴上说的，可以当做旗帜悬挂起来的，就像梁山悬挂的那个替天行道。那个大旗嗯，但实际上呢，他们心里想的是什么呢？是光耀门媒是升官发财。

是千秋功业对吧？并不是什么替天行道，但是这个东西是可以当做旗帜的，但你心里想的那套东西，如果你说出来。这个事就变味了，可能就聚集不了那么多的英雄好汉，对吧？所以公平正义里遇到的一名的东西，是一面旗帜，是人人都挂在嘴上的，是可以写进课本里。让我们小朋友学习的那么隐藏在背后的利益呢？是我们进入社会以后会发现的一种本质性的东西，就是大家心里想的仿佛是这个。不是嘴上说的那套，所以说这个东西是暗的。是目标，刚才我说的那个旗帜替天行道，那么目标是什么呢？其实是。建立一番功业光耀门媒，然后升官发财，对吧？这是那帮人真正想的，然后。这个隐藏在背后的利益呢，就是只能记在心里，如果你把这些东西放在嘴上去，到处去说了，那么你就成为一个大家嘴里的小人了，虽然你说的可能是实话。所以是不能放在嘴上去说的。那么，这个这些东西呢？只能我们进入社会以后慢慢的去领悟到，所以说什么叫君子呢？君子就是也看

透了这两套规则的本质，但是他会轻视这个利益，他会苛守第一套公平正义礼仪道德。所以说君子固穷嘛，君子是不在乎利益的，他们苛守第一套法则，什么叫小人呢？小人也是看透了两套利益，但是他。他们会坚定的执行这套，就是背后的利益这套，然后呢，用第一套公平正义里头的去绑架别人，去约束别人。

啊，你得守规则啊，你你得讲道义啊，然后自己私下里去掘取最大的利益，这种人在短期内确实是能够。获利的，而且是非常的快的，但是这个叫做一种低级的自私，不叫高级的自私，这个我们在后面也会讲到。我们大部分人呢，既不是君子，也不是小人，对吧？我们大部分人是普通人，普通人就是想在这两套规则当中寻找到一个。平衡的点，这个平衡的点指的是什么呢？公平正义的一道德，其他其实是人性，然后隐藏在背后的利益呢是？建立起来的一套公序良俗是为了整个族群。是我们没有建立文明社会，以前我们的生存之本，我们人性本。本质里边的那种自私，这种自私并不是一个坏事啊，正是因为每个人都对自己有私心，这个种族才能够生存下来，繁衍下来。才不至于灭绝，对吧？所以说那个三体的作者刘慈欣老师呢？有句话特别经典，叫做。

失去人性，失去很多，失去一切，什么意思呢？就是当我们身处文明社会的时候，我们是要讲这套法则的。我们是要体现自己人性的，如果失去了这个东西呢，会失去很多东西，但并没有失去一切，就是当我们。面临生存危机，面临生面临生存的考验的时候，那么要表现出来这个属性，要想办法让自己生存下来。所以说，如果失去了这个

东西,那么人类会失去一切,所以在三体当中,人类是怎么灭亡的吗?并不是因为失去了人性。而灭亡的好,这是三体其中的一个故事,是我们每个人都想找到一个平衡点。这个平衡点是什么呢?在公平正义,礼仪道德的框架内。在法律的框架内去实现自己的利益,该得到的利益,该争取的利益一定要争取到,当然这个事还有更高维度的理解。我们接下来看第三个要点,看了这个要点,大家就能够更好的找到这个平衡点。第三个要点是什么呢?我们看到我们的社会单位是有好多元素组成的,对吧?首先是一个一个的人,其次是这些人组成了家庭,然后是这些家庭组成了一个族群,一个村庄,或者叫一个部落。然后是进入商业领域呢,就是这些人组成了一个企业去追逐共同的利益是吧,然后更大的呢,组建了一个国家,大家发现没有?这个元素越往大了走,越往大了走,越会把赤裸裸的利益挂在嘴边,不再需要公平正义,礼仪道德这套遮羞布,而直接说,我就是利益至上的。所以说这个东西是不是更像是这个社会的本质,那么为什么越往小了走,大家越需要?谦让分享,比如说我们小时候学的孔融让梨,我们要把大的东西让给别人,两个家庭之间如果有摩擦呢,应该尽量的缓和,比如说我家的宅基地占了你家的宅基地。

呃,占了一点位置,哎呀,两家一说和就好了,没必要嘛,邻里和睦嘛,对吧,然后两个族群之间呢,也是要和平共处,这是这个社会提倡的。为什么呢?因为这些东西有利于整个族群的向上,但是说白了,它不利于个体。就是当你有利于集体的时候,个体的利益可能会受损。但是也不一定啊,就是个体,如果愿意牺牲短期的利益去维

护集体的利益，那么这个是叫做一种高级的自私，就是从长远看。这个人会获得更多的利益，但是你进入这些大的元素呢，比如说一个企业，他会谦让自己的利益吗？如果一个企业它。他在找这个平衡点的时候，偏向于人性了，那么这个企业是做不大的，如果他把他把这类这些东西摆在第一位了。他肯定做不了一个大的公司，因为企业是什么企业就是你死我亡的利益争夺，你如果想做大，想要拿到更多的订单，那么很可能就意味着其他公司的。灭亡其他公司的倒闭，其他公司的倒闭就会导致很多员工的失业，你觉得这个事是道德的吗？肯定是不道德，所以如果把这个东西放在第一位企业。是发展不了的，

但是呢，每一个企业家，他们在头顶上悬挂的不会是利益至上，而是诚信至上，对吧？这也是说到企业这个层级了，虽然大家都说生存第一位，但是也没有把这个遮羞布完全拿掉，对吧？但你再往上走呢，这个大家就咱就不深讲了。大家明白就好，所以说这个平衡点是什么呢？当我们作为一个小的元素，当我们作为一个家庭族群个人的时候，我们应该。去偏向于人性，对吧？这个叫做一个高级的自私，那么当我们做一个企业的时候呢？这个时候，企业才能做得更好。好，这就是我们的第一堂课，先要了解这个世界的阴面和阳面，后面我们会讲到更加赤裸裸的人性。给大家简单回顾一下今天的内容，首先为什么要了解人性，因为通人性者通幸福，通人性者通财富。其次，为什么成功者不愿意给大家透露人性的秘密，因为这个东西太过阴暗和太厉害。

其次呢，封建社会是存在两套教育体系的，一套是用来约束平民

的，一套是用来。让贵族的地位更稳固的，因为有了这两套教育体系，然后出现了两套社会规则，一套是儒家的仁义礼智信，公平正义，一套是。隐藏在背后的利益，那么我们每个人呢，在扮演不同角色的时候，要找到这个平衡点，这个平衡点究竟该偏人性，根据我们角色的不同。有不同的定位。

## 第二节 人性的本来面目

我们经常会讨论一个问题啊，就是人性到底是本善呢还是？还是本恶呢，假如人性是本善的，那么我们在三岁以前的婴儿身上为什么看不到善的影子呢？他们不会去同情弱者，对吧？也不会把自己喜欢吃的东西。让给别人，所以人性本善的这个论点是站不住脚的，那么人性是本恶吗？也不是啊，三岁以前的婴儿。

嗯，除了吃饭就是睡觉，就是开开心心的笑，绝对不会想着怎么去害别人，所以说人性嘛，也肯定不是本恶的。那么，人性是一个什么样的本来面目呢？其实在三岁以前就是在婴儿还没有接受我们上一堂课讲的那个第一套规则，儒家的教育公平正义，礼仪道德，仁义礼智信。还没有接受这些教育之前，他们本性只有一个，叫做自私，什么意思呢？比如说一个婴儿在没有吃饱之前。他是不会把自己的食物，自己的奶嘴主动让给其他婴儿的，对吧？所以说在一在三岁之前，婴儿表现出的。其实就是自私，这个是毋庸置疑的，因为自私是一切动物，它们繁衍生息的基础。如果动物都学会了谦让，把自己的食物让给别人，然后自己饿死了，那么这个种族是延续不下来的，很快就

会灭绝的，所以说自私呢。并不是一个贬义词，而是一个人，这是上一堂课，我们讲过一个观点啊，刘慈欣老师说的是。失去人性，失去很多，失去一切，所以说我们先要了解人性的本来面目，其实是自私了解了这一点，以后呢，我们就会。通过利益的角度去解构这个世界，从利益的角度去解构一切，因为自私是什么呢？自私就是想办法为自己获取。更多的利益，我们明白了这一点，以后呢？嗯，就能够在这个社会当中游刃有余，因为我们学会了。

利益分析法，每个人即便接受了再多的儒家的教育，他内心里想的还是利益，对吧？所以我们先来看利益的第一点。利益分为两大块儿，一个是经济利益，一个是情绪利益，这两个都叫利益呢，什么意思呢？经济利益就是。让对方赚到钱，让对方学到知识，就是我跟一个人，我俩之间关系利益关系，如果是经济利益主导的呢，就是我得让他赚到钱，我得让他在我这学到知识，这个叫我给他提供了经济利益，什么叫情绪利益呢？情绪利益就是。呃，我给他提供了快乐，给他提供了温暖，给他提供了依靠人与人之间的所有关系，都是通过这两种利益来链接的，除此之外。没有其他呢，但这两种利益大家要注意，一个有一个主次的关系，什么意思呢？就是比如说两个人的关系，一个人能够提供经济利益，另外一个人只能给他提供情绪利益。那么，提供经济利益的这个人一定是占主导位置的，因为赚钱的能力是稀缺的，让对方快乐，让对方温暖，让对方依靠的这个能力不是稀缺的，是人人都可以提供的。比如说一个有钱人想要让别人给他提供情绪价值，会有一群人排着队等着给他提供对吧？但是一个只会提供

情绪价值的人。

想要得到钱，那这个东西是不容易的，就是想要情绪价值换别人的钱，这个不叫稀缺的技能，这告诉我们什么呢？我们。想尽办法提高自己的经济价值能力，这个是最主要的，就像著名影星有一句话。他说的那样，在我成功之前，我的身边全是坏人，当我成功以后，我的身边全是好人，所以大家要明白这一点。那么第二点呢？我们要学会从利益的角度去解构一切关系，就比如我举过的一个例子就是我的一个朋友说他的员工最近不断的离职，而且有员工背叛他。他举了一大分，析了一大堆例子，说经济环境啊，对手挖对手太强啊，有人挖他的墙角啊，我说这些都是表面，你只需要从两个角度去分析这件事就行了。你你的员工有没有在你这儿得到经济利益？你的员工有没有在你这儿得到情绪利益？也就是说，你的员工在你这儿赚的钱多不多？你的员工在你工在你这儿工作开不开心？如果说你能给他提供很多的钱，那么他开不开心都无所谓，如果说你能让他开开心心的工作，那么钱少一点也行，但如果这两个。都不够，这个人是肯定是要走的，对吧？这就是利益分析法，你如果明白了这个利益分析法，就人与人之间的关系，职场关系也好，亲戚关系也好。朋友关系也好，你都会看得非常的透明。嗯，从利益的角度去解构一切。比如说夫妻关系是怎么产生链接的呢？是经济利益加上情绪利益，就是夫妻双方都要赚钱，对吧？也都要给对方提供温暖，这个是两个利益共存的，或者是有一方赚钱。一方给另一方提供温暖，那么这个关系也是可以的，但是提供温暖的那个人不会赚钱的那个人在家庭中一定是处于次要

地位的，大家注意这一点。另外，合伙人关系呢，就是也是经济利益和情绪利益，就是你和一个人合伙做生意，首先都能让对方赚到钱，对吧？其次，两个人合作要愉快，要有生化，生态化反，这是一个大佬说的，要有生态化反。如果两个人合作很不愉快，那么赚再多的钱也是很痛苦的，我为什么把这两点列到前面呢？就是我们生活中主要。呃，想要的就是这两种东西嘛，一个是幸福夫妻关系，要幸福对吧？

一个是要有财富这个合伙人就是给大家提供财富的幸福和财富，这也是我常说的一句话，通人性者通性福，通人性者。通财富，所以这两个关系嗯。都要有经济利益和情绪利益，那么再往下呢？嗯，就只最好是一种单一的关系了，比如说你的亲戚关系那么。那么最多的就是情绪利益，亲戚之间就不要合伙做生意，如果两个亲戚你想维持两个人的。这个好的关系就尽量不要和我做生意，因为一旦掺杂了利益，一旦掺杂了这个经济利益，这个关系就很容易受到破坏，因为经济利益是占主导的，它会高于情绪利益，所以亲戚之间能够给对方对方提供。依靠提供温暖，提供快乐，这是一种最好的关系，朋友关系也是一样啊，很多很多人认为朋友之间应该能够让对方赚到钱，一起合伙做个生意。或者一起合伙。在一个公司工作啊，这种一旦掺杂了经济利益。两个人的关系就会没有那么纯粹，所以说朋友之间如果朋友有了难处啊，我们是可以给他提供一定的经济援助的，但这一定是次要的。朋友之间最多的是什么呢？你受了欺负，我会让你得到我的依靠，我会直接去找那个人算账，对吧？你今天受了委屈，你来找我

倾诉，我会跟你共情。

我会跟你我会跟你一起去骂那个人，对吧？这叫朋友之间的一种非常好的关系，给对方提供经济上的，给对方提供情绪上的价值。情绪上的利益才能更好的维系这段这段关系，朋友之间呢，最好是不是在一起工作的，最好不是一起合伙做生意的。如果你想跟一个朋友合伙去做生意，那么你要想好你俩的关系，将来可能会变质，你要有这个心理准备。另外，同事关系呢，就是更多的就是给对方提供经济利益了，就是我们合作共赢去做好一件事，去做好领导安排的任务，来获得更多的财富。这才是同事关系，很多人喜欢在公司里面交朋友，在单位里面交朋友，我认为这样是不对的，因为同事之间存在着天然的，结构性的利益冲突。如果你在公司里面，或者是企业里面交了一个非常要好的朋友，那么遇到评优评先，或者是加班等各项福利的时候，只有一个名额的时候，那么你是让呢还是不让呢？这个时候就会有。利益上的一些冲突，所以这个事并不是那么绝对啊，有很多人也在公司里面成为了好朋友，但是我建议呢，这个关系尽量更纯粹一点。嗯，这个朋友呢？可以等到两个人不在一个公司，不在一起共事了，以后再去交，这样是最明智的，好了解了人性的本来面目，以后呢，我们来讲。下一个大的要点叫做好人陷阱。好人陷阱是什么意思呢？我们先来看一个好人公式。这个好人公式指的就是。 $100-1=00+1=100$  什么意思呢？当一个人就是大家经常称作好人的人。嗯，做什么事都会考虑大家感受的人，大家会给他竖个大拇指，叫做好人，这个时候大家对他的评价是 100 分，但是当有一天他拒绝

了一个人的帮助的请求的时候。会减去一个一，对吧？

但是一旦减去这个一就会变成零，就一个好人，做了一件大家不满意的事，这个评价就会降得非常低，但是一个坏人呢，就是一个原本。评分为零的人，一旦有一天做了一件好事儿，就一个原本被大家讨厌的人，大家都认为他很凶很恶的人，一旦有一天他做了一件好事儿，那么这个时候大家对他的评价分儿。会急剧的上升，可能会竖大拇指，觉得这个人拿到了100分，这个叫做好人公式，我们在生活中也经常听到这样的谚语啊，叫做。生米恩，斗米仇，比如说你经常给一个乞丐施舍两个馒头，有一天嗯，突然。施舍了大概一年以后，有一天突然你给他降低到了一个，那么这个乞丐反而会怨恨你，这个就叫生米恩斗米仇。了解了这个好人公式，以后呢，我们再来了解第二个词，叫做好人光环，什么是好人光环呢？就是当我们去夸一个人的时候。通常会夸她的外貌，夸这个人长得漂亮，夸这个人有才华，夸这个人有胆识，有魄力，有魅力，有气质，对吧？很是如假如我们这在这些，假如我们在这个人身上。没有找到这些亮点的时候就没办法，只能夸一个人说啊，这个人是个好人。

所以说一个人要有多平庸，才能被大家称作一个好人呢？什么叫讨好型人格呢？就是一个人习惯性的去让身边所有的人喜欢。就是不愿意得罪任何一个人，别人的要求都会有求必应，比如说我之前的单位就有一个大叔是这样，别人请他倒个垃圾啊，请他随手关个空调啊，请他带个饭啊。几乎是有求必应的，所以大家但是他没有其它亮点，所以大家称他为好人，这个讨好型人格是怎样形成的呢？就是。他担

心这么多人，里边儿有任何一个人讨厌他，他都会有不安全感，他希望所有的人都喜欢他，但是大家认为怎么可能呢？我工我单位的这个大叔，因为有了这个讨好型人格，大家反而轻视他，就是当有一天嗯，大家请他去帮一个忙，他有事实在脱不开身的时候。大家反而会怨恨他，说用这个好人的这个称号来讽刺他，当有一天单位里有一个好的福利，但是没有那么多名额的时候，他不敢去争。他一旦去争了，大家就会说，哎，你你这个好人怎么能给大家争利益呢？对吧？这就是好人光环的下场，讨好型人格的下场。大家一定要摆脱这种人格，很多我们接受儒家教育嗯，从小讲的就是要宽容，要谦让，要帮助身边所有的人。

当然，这是没有错的嗯，但是这会让我们形成一个惯性，就是变成了讨好身边所有的人，那么什么样的人格有魅力呢？有魅力的人格一般是有鲜明的个性特征，个性色彩就是。我爱憎分明，我有我自己爱的东西，我也有我自己讨厌的东西，另外我是有脾气的，当一个人触及到了我的底线的时候，我一定不会忍，我一定会。大发雷霆，就是这样的人，大家反而会重视他，大家反而会重视他的感受，重视他的利益，当有好事的时候，也会想起他，当有脏活累活的时候，也不会全部推给他。而且喜欢他的人会特别喜欢，讨厌他的人也会讨厌，但是没关系，我们不需要让身边所有的人都喜欢。只要能喜欢我们的人，特别喜欢就好了，就像我们现在很多博主一样，聪明的博主呢，并不是讨所有人喜欢，而是让喜欢他的人。特别特别的喜欢讨厌他的人呢，特别讨厌喜欢他的人，会给他点很多赞，讨厌他的人呢，会给他增加

很多评论，这就是一个。流量的来源，这是我在我的逆袭课当中讲的一个知识点，所以说有一种人呢，特别的讨巧，就是他平常是面恶的，但是他是心善的，平常给人的感觉不太好接触。但是呢，当别人有了难处的时候，他会拉一把，这个时候他帮大家一个小忙，大家就会特别记住他，特别的感恩。这这种是比较讨巧的一种，就是面恶先善。好了解了好人陷阱之后，我们看第三个要点叫做嫉妒之歌，这也是人性当中一个很大的一个特点。为什么人会产生嫉妒呢？本质是安全感的缺失，什么意思呢？人不会嫉妒一个远在天边的人，比如说我不会嫉妒。马云对吧？因为我们两个不搭边儿，但是我可能会记住一个我身边本来一个很弱的朋友，突然变得很强。这个时候可能会引发嫉妒，为什么呢？因为身边的人可能他的变强，可能会对自己的安全感造成一种缺失，这个叫做嫉妒的本质。要明白，炫耀就等于给自己树立更多的敌人，比如说有的朋友喜欢在那个朋友圈里面发一些自己非常幸福啊，发一些自己。嗯，刚刚买了豪车呀，发现自己刚刚找到了好的工作啊，当然分享自己的生活是没错的，但大家也要记住。可能会给别有用心的人带来对你的憎恨，因为这是人性中的嫉妒之恶，为什么呢？因为除了父母之外。

没有人真正的希望你过得比他好，包括亲戚，亲戚，当然不希望我们过得差，因为过得差可能会拉垮拉后腿，对吧？但是假如。你突然之间大幅度的超越了一个亲戚，一个朋友，那么他心里是会不舒服的，大部分人善良的，对吧？他虽然产生了嫉妒，但是不会做什么恶事。但是不排除你身边有一部分小人，他可能会因为你突然变好，突

然变强去记录你去实施一些。不太好的，比较恶的手段，另外一点呢，乞丐不会嫉妒百万富翁，只会嫉妒在同一条街上比自己收入更高的乞丐，所以说那些大的伤害。往往来自于我们身边的人，大家注意这一点，一些大的伤害往往不是来自于陌生人和外人，而是潜伏在我们身边的。一些小人对我们产生嫉妒的小人，所以说尽量不要炫耀我接触到的一些。大佬，他们习惯性的会嗯装穷，甚至装傻引智，但并不是说大家人人都要这样，这是大佬们的一种智慧。就是他一年赚了，比如说赚了 1000 万，他会打个打个一折，说还没今年赚的不太多，可能就赚了那么 100 多万。哎，这是。强者的一个特质就是喜欢隐藏自己比较牛的地方。呃，第二点呢？就是被嫉妒等于将自己陷入危险，这个刚才我也讲到了，其实在嗯新闻当中，我们看到了一些。很惨的案件，比如说我们肯定看到过这个案件，就是清华才女朱玲案和复旦的黄洋案，这两个案件很典型，很相似，都是在高非常高级的学府。非常高学历，高智商的人群当中发生的一个因为嫉妒而产生的一个惨案，就是因为这个才女非常漂亮，非常有才，那么她同寝室的人。给他下毒这个负担，黄洋案也是一样，因为他处处都比别人强，引发了别人的嫉妒，当然并不是这个租赁的错，也并不是黄洋的错，我要讲的就是。

人性当中的一个嫉妒之恶，另外很有名的四川恶扫案就是一个嫂子毒害了自己的侄子。为什么呢？因为她自己生的都是女儿，她的那个。手里生的都是儿子，然后因为一句不经意间的讽刺，说他没有生儿子，他就把别人的儿子全部下毒了。所以说这是人性当中的嫉妒之

恶，我们了解了这点，以后一定要当自己过得好的时候，当自己赚了很多的时候。一定要想办法去稍微稍微的掩饰，而不是让更多的人知道这是一种智慧。好，第四点叫做接纳人性，不等于痛苦，就是我们了解了人性这么多的自私和恶的一面，以后我们是不是就会痛苦呢？不是我们了解了以后反而会放轻松放下一些担子。为什么呢？给大家举个例子啊，那些特色的地方，美食往往味道很怪，比如说一些臭的美食，臭豆腐，臭桂鱼，螺蛳粉，肥鱼罐头也非常臭。但是呢，有些人爱吃，比如刺身肥肠，鱼腥草酸豆汁，非常就奇怪的味道，还有猫屎咖啡，美式咖啡，烈酒。这些都是你看小孩子是不会吃这些东西的，成年人也不会让小孩子吃。然后成年人呢，当吃了这些东西以后，第一反应是反胃的是不好吃的，但是吃的时间长了会越品越有味道。越品越觉得兴奋，对吧？我要讲的这个是什么道理呢？人性你了解，人性以后也要有这种悟性。

就人性，它虽然是不那么好的，对吧？它是自私的，但是我们并不代表我们了解了以后就痛苦，我们要想办法学会接纳人性当中的丑恶。因为只有小孩子才喜欢吃糖，喜欢吃甜食，作为一个成年人，他应该能够接受这个世界的丰富，这个世界的。酸甜苦辣甚至是恶臭，小孩子的世界全是美好，全是单纯，全是纯真，那么成年人学会接受这个世界的丑恶，学会接受人性当中的。自私的一面，丑恶的一面，是开悟的第一步，因为当你接受了以后，你就不会再对别人满怀道德期待。满怀美好的梦想，就是当别人伤害到你的时候，你会觉得这个事儿是正常的，因为人性本丝嘛。所以说你的心胸会豁然开朗，不再

那么轻易的就被别人伤害，好简单的大家来回顾一下本节课的内容。首先是人性的，本来面目不是善，也不是恶，而是自私，所以我们要从利益的角度，利益分析法去解构这个世界的一切关系，你会发现所有的东西。

都是透明的，有一句话叫做上帝目光所及之处皆是交易，没有那么复杂，皆是交易，第二点呢，叫做好人陷阱就是好人经历，九九八十一难。才能成佛，但是坏人放下屠刀就能立地成佛，所以说我们要摆脱这些讨好型人格。尽量去实现魅力型人格，第三点呢，叫做嫉妒之恶，就当我们有了成就以后，不要让更多的人知道我们来。享受自己的成就就好了，第三点呢，学会接纳人性并不代表我们要接纳痛苦，而是要放下重担，轻装前行。

### **第三节 社会丛林法则**

首先我们要了解什么是情绪，情绪分为三种类型，第一种叫心境。第二种叫激情，第三种叫应激反应。心境指的是平静而持久的一种情绪状态，激情指的是强烈的爆发性的。短促的情绪状态，比如说愤怒，比如说强烈的开心，强烈的生气，应急反应呢，指的是在危险情境下的高度紧张的状态。首先呢，这个应激反应我们就不做讨论，也不去改变，因为在危险的情境下，我们高度紧张的状态是有利的，能够帮助我们规避危险。比如说在危险的情况下，我们血压升高，然后思维变得敏锐，或者是奔跑的速度变得比以前快。

那么，这种对我们脱离危险是有一定的好处的，所以这种情绪我

们不做讨论，它是人的一种本能反应。我们所要讨论的呢是。怎样把这种激情的反应更多的转化为一种心境，也就是减少激情。增加心境，减少这种强烈的爆发的短促的失控的一种情绪状态，增加平静而持久的。情绪状态，这个是我们本节课要达到的一个理论目的，好，我们看第二个要点就是我们。为什么要掌控自己的情绪？首先呢，情绪稳定是强者的基本素质。其次呢，情绪稳定，对自己的健康有利。第三点，情绪稳定，对孩子教育有利。下面我来一个一个讲。情绪稳定是强者的基本素质。

我们大家一定都听过两句古话，第一句古话叫做。胸有积累，而面若平湖者，可拜上将军。就是胸中有万丈惊雷，但是脸上没有任何情绪的表现。这样的人可以拜为上将军，他在打仗当中能够更好的驾驭下属，更好的震慑对方，那么第二句古话呢，叫做泰山崩于前。而面不改色这句话也是形容强者的泰山，在眼前崩塌，但是脸色没有变化，情绪没有改变，这都是我们对于。强者的一种形容，在现实生活中呢，也是如此。我们在电视当中看到的大佬，还有在历史上了解到的那些。比较高级的人物基本上都有这个特点，就是他不会轻易的显露自己的情绪，你在他的脸上看不到太多。情绪的波动，这就是大家都想要达到的一种情绪状态，我给大家讲个故事啊，就是我的一个前辈是一家公司的老板。有一次我去拜访他，然后我走到他们公司的走廊里的时候呢，听到他正在大发雷霆。

我离他们公司的门还有很远，我就感觉到大地都在颤抖的那种，就这种雷霆之怒，让我一个局外人都感觉到有那么一丝丝恐惧。所以

说我就进了他的办公室，没有打断他，他当时是在会议室开会，在发怒，我在办公室里面等他，然后过了一会儿呢，我感觉外面的这种发怒的声音啊，打吼的声音啊，慢慢的减小。然后突然他推门推开办公室的门进来。在他推开门的一瞬间，我看到的是一个涂色般慈祥的涂色般降临的一个状态。呃，我就说你怎么能这么自如的切换自己的情绪呢？刚才还如恶魔降生一般，现在宛如菩萨降临一般，你是怎么做到的？他说很简单，我的情绪根本就没有发生什么意思呢，就是刚才我在会议室大发雷霆的时候，我的内心其实是没有波澜的，我的目的是在扫视全。全场的每一个人到底谁胆怯了？谁心里不服？谁心里无所谓？我是一目了然，下次这个人我相信犯错的那个人。他一定再也不敢犯第二次了，所以我讲这个故事要告诉大家一个什么道理呢？一个真正的强者。他的情绪并不是完全不表露的，而是他能够灵活的转换心境和激情的，这两种情绪。就是当他需要打发雷霆的时候，他会展现出雷霆之怒，但是他的目的是为了震慑对手，是为了震慑对方。其实他的内心是没有波澜的，但是当他开怀大笑的时候，他的目的是为了提振团队的士气，是为了感染对方。

他的内心也是没有波澜的，其实他的情绪还是没有发生，只是外在表现上让大家感受到了他的情绪。这也是一种掌控情绪的表现，所以大家理解这个掌控情绪的含义啊，并不是让情绪完全没有。而是让情绪发生的时候，自己的内心没有波澜，没有情绪，这是一种高手。那么第二点呢？情绪稳定，对自己的健康有利，这个在医学上都已经证明了，就是一个人长期处于高度的紧张啊，焦虑啊。还有悲伤的状

态下，他身体的各项机能免疫力是会下降的，所以说掌控情绪就是对自己健康的负责。第三点呢，是情绪稳定对孩子的教育有利。我认为一个家庭，一个家长对孩子最大的馈赠不是良好的经济条件，不是良好的教育条件，也不是父母的高学历。而是给孩子创造一个平和稳定的家庭环境，就是父母双方情绪稳定是对孩子成长最大的一种帮助，因为在这种家庭环境下成长起来的孩子，他的安全感不会缺失，他的内心会相对比较强大。再给大家讲一个真实的故事，就是在我们家楼上有一对小夫妻，他们两个的情绪都特别的不稳定，我经常隔三差五的听到他。他们两个有时候在深夜，有时候在白天摔东西，吵架打架，然后还有他的小孩子，应该有个三四岁。嗯，哭泣的声音，有一次我在电梯里面见到了他，夫妻俩带着这个孩子，嗯，当时夫妻俩的情绪是正常的，因为不可能每天都吵嘛。

但是我看到了那个孩子的眼神儿，透露着一种无助胆怯，就是他在看我的时候，他是低着头，抬着眼睛看我的。这就是一个父母双方情绪不稳定，长期以来给孩子造成的一种伤害。一个三四岁大的孩子，应该是对外界充满好奇。充满期待的而不是眼神里满是恐惧，这是发生在我们家附近一个真实的故事，所以说我们为什么要掌控情绪这三点原因，大家都应该已经清楚了。那么，我们来讲第三点情绪产生的一个原理，其实这个比较简单啊，情绪是为什么产生的呢？情绪分为坏情绪和好情绪，就是当结果比期望差的时候，我们会产生坏情绪，当结果比期望好的时候。我们会产生好情绪，什么意思呢？给大家举个例子，比如说一个孩子，他这次考试考了全班第五名。那么，假如

他的父母一开始对他的期望是要考个第一名的话，那么这个时候父母肯定是失望。会产生坏情绪，但是假如说这个父母一开始没指望这个孩子考进前五名，指望他考个第六名，第七名就不错了，就挺好了。结果他考了个第五名，那么这个时候家长会产生好情绪，大家发现问题没有，就是孩子考第五名的这个结果。并没有改变，但是家长的情绪因为期待的不同而改变了。

啊，这是一个比较简单的例子，我再给大家讲一个故事吧嗯，比如说一个人，他在上班的路上。不小心踩到了另外一个人的脚，结果这个人对他破口大骂，骂的非常难听，我相信这个时候脾气坏的朋友可能直接就被激怒了。就会跟他打起来，甚至是吵起来，脾气好的朋友呢，可能嗯，就说不跟你一般见识，然后就离开了，但是心里边一定会生闷气。可能连续几天都闷闷不乐，因为这个人他太无理了，对吧？仅仅是因为踩到他的脚，他就骂人。嗯，但是过了两三天以后呢，比如说这个人和他的一个同事去上班的路上，再次遇到了这个人，就是前天骂他这个人。当时这个人正在指着另外一个人，也在破口大骂，哎，这个时候就比较奇怪了，为什么这个人总在骂人呢？这个时候旁边的那位同事说，哎呀，这个骂人的人我认识。她的身世特别的可怜，就是她天天被她的老公家庭暴力，现在她的孩子长大了，也不管她。所以他的精神上就出现了一点问题，经常在街上没事找事骂别人，哎，这个时候你前几天郁闷的情绪是不是一下子就消失了？反而对这个人产生了一丝丝的同情，甚至以后你在路过的时候可能还会给他一些施舍。

哎，大家发现这个问题没有，就是这个人骂自己的结果并没有改变，但是因为你对这个人的期待改变了。你的情绪出现了变化，一个是特别生气，一个是特别的怜悯，这就是我们的情绪不。不是因为结果而产生，而是因为我们内心的期待所产生的，当我们把这个人当做一个正常人的时候。那么他骂人，我们一定是会生气的，但是当我们得知了这个人或者是我们把他假设为一个精神病人的时候，我们内心就没有了怒火。反而是怜悯，那下次我们见他的时候可能会绕着走，或者是给他一点施舍，这就是因为期待的变化，我们内心的情绪也产生了变化。好了解了情绪产生的原理，以后我们就能够找到方法去控制它，掌控它，主宰它。我们要做情绪的主人啊。而不是情绪的奴隶，那么掌控情绪的最佳方法是什么呢？就是让情绪不发生从源头上杜绝。或者让情绪少发生，可能我们每个人一开始做不到让情绪完全不发生，那么能不能让这种激情的情绪少发生？少发生当然在我们没有完全做到之前，当情绪已经发生了，我们还是要想办法去排解，去疏导，比如说找朋友倾诉，找朋友喝酒。去进行一场旅行，去进行一场酣畅淋漓的游戏，这些都是疏导情绪的方法，就当情绪发生了，我们也不要闷在心里，闷在心里也是不好的。

要想法把它疏导出去，当然最好的办法呢，就是从源头上杜绝让情绪根本就没有发生，那么我们怎样做到呢？其实非常的简单，就是我们。很难改变一个事儿的结果，但是我们最容易改变的就是我们对一个事儿或者对一个人的期待。那么，如果我们想要坏情绪，不发生想要我们的生活，处处是惊喜，减少生活中的痛苦。那么，我们就

应该做一件事，就是降低对人的期待，降低对事的期待。怎么降低对人的期待呢？比如说我们的孩子，我们不要把他想象为天赋和智商过人，大部分孩子都是一个普普通通的孩子。能够考上清华北大的孩子少之又少，我们的孩子，我们对他的希望就是能够考上一个不错的大学，然后一生。平平稳稳的，平平安安的就好了，不一定非得考上非常非常高的学府，不一定非得是智商过人。

然后参加什么奥林匹克竞赛得大奖，这个时候我们在辅导孩子作业的时候就不会容易产生情绪的失控。不会暴走，不会打骂孩子，另外我们的父母父母就是在一些文学作品和文艺作品中把父母歌颂的非常无私和伟大，而事实上呢，父母都是。非常普通的人，他们也有缺点，他们也有人性，当中比较自私的一面，这是非常正常的，所以说我们不要把父母想象的太伟大。我父母就是一个普通人嘛，当我们想通了这点以后，当父母做错了事儿，或者父母在我们面前表现出了一些私心的时候。我们就能够很平和的接受，也不会产生坏情绪，对吧？另外，自己的朋友呢？如果我们把自己身边的朋友各个想象的。非常的讲义气，非常的义薄云天，那么我们很可能会受到伤害，因为前面的课程我们讲过人人的本性是自私的。

人与人之间的关系是通过利益来链接在一起的，那么你把这件事儿看明白了，以后你降低了对朋友的期待，以后那么当有一天一个朋友伤害了你。一个朋友做了自私的事，甚至说一个朋友背叛了你，你就不会。受那么大的伤害，不会伤心，不会产生非常大的坏情绪，你可能会非常坦然的接受这件事。对吧，比如说对自己的下属，如果我

们把自己的下属想象成非常的好用，非常的听话，我说什么对方都能立即理解我安排的事儿。他都能马上完成，那么我们现实中肯定也会失望，所以说我们对下属的期待就是他能够把一件事儿。给认真的做好，而不是做的完美，那这个时候我们也不会经常对下属产生坏情绪，不会经常在公司里面发脾气，大发雷霆。这就叫降低对人的期待，那么降低对事儿的期待呢？其实跟降低对人的期待道理是一样的，就是在一件事儿没有发生之前。我们不要把它的结果想的太好，我们就把它的结果想的平常一点，甚至是差一点，那么当这件事儿发生。发生以后呢，我们的情绪就不容易失控。当我们降低了对人对事儿的期待以后，我们就会发现，生活会给我们奖励，这个奖励就是生活中。充满了惊喜，痛苦，还有失望，焦虑，这些情绪都会逐渐的变少，这就是我们大家逐渐掌控自己情绪的一个开始。大家按照这个方法相信情绪，会一步一步的为你所掌控，另外给大家说一个理论叫做 ABC 理论。

这个 ABC 理论是美国的一个著名的心理学家艾利斯。提出的一个观点，这个观点是什么呢？人不是因为事情而困扰，而是被对事情的看法。所困扰什么意思呢？这个 a 代表事件 b 代表我们对事件的看法 c。c 代表，我们最终产生的感受，这位心理学家的意思就是我们的感受的产生，并不是因为这件事儿。而是因为我们在这件事的看法，也就是我们的情绪并不是因为事件本身，而是因为我们内心的。价值观和对事情的看法所造成的，所以说想要改变自己的情绪并不难，我们不需要改变事情的结果，我们只需要改变。自己对这件事的看法，

自己对这件事的期待，所以说爱丽丝的这个观点和我上面所讲的这些基本都是一致的。我把这个观点给大家讲出来，就让大家通过更科学，更理论的方法去更好的理解这个事呢，根据这个 ABC 理论，我再给大家举一个例子。嗯，方便大家更好的理解，比如说有一天我们坐在公园的长椅上嗯。心情非常的好，在晒太阳，然后我们把自己的一个零食放在这个长椅的旁边，然后在闭目养神晒太阳。这时候突然听见旁边一响，我们看到有一个人的屁股坐在了我们的零食上，这个时候我们还没有抬头，我们的第一反应肯定是。生气了，就这个人，为什么我放这么大一个零食，你怎么就没看见呢？

你就给我坐上了，破坏了我一天的好心情，对吧？这个时候当我们抬头准备发怒的时候。发现这个人戴着墨镜，拄着一个拐杖，或者牵着一个导盲犬哦，这个人原来是一个盲人，那这个时候我们的情绪是不是立即就改变了，由一个愤怒转变为。一个同情就是说，我们甚至会提醒他，哎，你站起来，我把零食拿，不要把你的呢衣服给弄脏了。那这就是 ABC 理论，就事件并没有发生改变，是一个人坐在了我们的零食上，但是因为我们对这个事件的看法改变了。我们产生了不同的感受。所以根据这个著名的 ABC 理论，我们就应该明白想要。掌控自己情绪的最佳方法就是改变自己对事的看法，因为我们对一件事的看法通常是一个局部的。而不是全貌，当我们逐渐提高了自己的认知，能够看到这件事的全貌以后，我们的情绪就会发生改变，往好的方向。

转变，所以说大家不要对生活中一些我们看似不好的事情太过纠

结，大家发现没有当过个两三年以后我们再回过头去看。看两三年前或者 35 年前，我们所纠结，所痛苦，所焦虑的事情，会发现啊，当时的我是多么的幼稚，为什么我们会感觉自己幼稚呢？就是因为 35 年前我们的认知没有达到一定的高度，我们并没有看到这件事情的全貌。35 年以后当我们的认知提升以后，我们就会发现这件事给我们造成痛苦。实在是太可笑了，好带大家简单回顾一下本节课的一个内容，本节课我们讲的是如何掌控自己的情绪，首先什么是情绪，就我们要追求的就是把激情的情绪减少。把这种心境性的情绪给增多，这样的话，我们的心态就是平和的，然后我们为什么要掌控情绪？情绪产生的原理就是因为结果和期望的不对等，掌控情绪的最佳方法就是改变我们对事件的看法，降低我们对身边人。和对未发生事儿的一个期待，值当我们掌握了这个理论以后，按照这个方法就是改变我们对事件的看法，想办法看到事件的全貌，想办法。降低对人对事儿的期待值，我相信朋友们一定会逐渐掌控自己的情绪，做情绪的主人，而不是做情绪的奴隶。

#### **第四节 鬼谷子人性法则**

给大家讲一个关于我的经历 2017 年夏天我去青海旅行，去青海的目的不是灿若明珠的青海湖。不是一望无际的门园油菜花海，不是如梦似幻的茶卡盐湖，也不是牛羊遍地的金银滩草原。而是那里的星空。到达青海湖畔的第一个晚上，天气晴朗。晚饭后，我独自一个人驾车离开城镇，没有目的地，就是朝着没有光亮的地方一直往前开。

开到四周，万籁俱寂，只剩下虫鸣和蛙鸣。开到伸手，不见五指，陷入无边的黑暗。方才停车，我关掉车灯，跳下驾驶室，望向那片我梦寐已久的星空。

抬头那一刻，我被眼前的场景深深的震撼到了。繁星密布密到星与星之间，几乎没有距离一条银河横贯南北银河，并不是平面的，而是立体的。不仅层次分明，而且色彩丰富，时不时的还会有几颗流星划过，让我意识到时间并没有静止。那一刻，我有些恍惚，仿佛感觉不到了自己的存在和宇宙融为了一体。为什么要给大家讲这个呢？因为这幅场景在一定程度上改变了我的人生观。我们的烦恼乃至我们的一生，在这个存在了亿万年的璀璨星河面前，只不过是一瞬之间根本就不值一提，也就是从那天起，我逐渐放下了焦虑，放下了很多不必要的。的重担开始学会了轻装前行，我问大家一个问题，生命的意义究竟是什么？你不妨闭上眼睛想一想。你爷爷的父母叫什么名字？长什么模样？从事的什么职业？他们的一生都去过哪些地方？认识过哪些人？他们遇到过哪些烦恼？做过哪些糗事？他们曾经恨过，谁又曾经被谁爱过？我相信 99% 的朋友都答不上来，包括我也一样。我要告诉大家一个什么道理呢？大多数人三代以后时间便会抹平它存在过的一切痕迹，这个世界上不会再有人念叨他们的名字。也不会再有人记起他们的模样。

这个人从此彻彻底底的消失了，就好像从没来过一样。即便是登上了史书，又能如何呢？什么王侯将相，什么千秋霸业，要么消失的无影无踪，要么化作后人茶余饭后的谈资。渐行渐远。打开史书往前

翻，你会发现书中记载的越来越简略，一个绵延了数百年的王朝。只需要了了的几笔就能带过那些帝王，那些将相，那些显赫一时的人物，随着时光的流淌。随着史书的增厚，他们的名字也会逐渐消失，更何况是我们这些普通人。我们每个人的一生，从历史的视角来看，都是那么的微不足道。那些生活中，我们以为天大的事情在这条时间的长河中甚至激不起一丁点的浪花。在明朝那些事儿一书中，作者当年明月讲完了帝王将相千秋功业的故事以后，把压轴大戏送给了一个小人物。这个小人物叫徐霞客，作者不惜花费了 4000 字的笔墨，借用了这个小人物的一生，给成功重新下了一个定义。这个定义就是成功只有一种，那就是用自己喜欢的方式度过一生。每一个历史上的人物，他的飞黄腾达和没落失忆，对他本人而言是几十年的光阴，而对后人而言，却仅仅是一页纸。所谓的千秋霸业，万古流芳以及一切的一切，只是粪土先变成粪，后变成土。

所以生命是什么？生命对于每个人来讲，无非就是一场旅途，一场终究不会留下任何痕迹的旅途。在这场旅途中，我们唯一能做的就是用心去体验，去感受这个世界，去看花怎么开，水怎么流，看太阳怎么升起，星辰怎样落下。去爱我们该爱的人，去做我们该做的事儿，明白了这个道理，以后相信你的人生态度会发生改变。世界是自己的，与他人无关，别人的看法是他的事儿，我无需去争辩别人的行为也是他的事。我无需去改变，我在别人的世界里每浪费一分钟，就意味着我自己的世界里少了一分钟。为什么要把时间浪费在别人身上呢？生命是自己的，永远不要被那些无关紧要的人消耗，我们的人生应该是

一个删繁就简的过程。我们所做的每一件事都只有一个重点，只要抓住了这个重点，其他的一切都不重要。比如我们的工作就是为了赚钱养家，那么就不要在单位的勾心斗角和同事的尔虞我诈中。消耗自己的情绪，比如我们的旅行就是为了放松身心，那么就不要因为漏掉了某个景点。错过了某个美食而闷闷不乐，比如我们健身就是为了享受挥汗如雨的快感，那么就不要因为别人的一句练了那么久也没见瘦。而愤愤不平。比如我们爱一个人，就是为了享受无怨无悔的乐趣，那么就不要因为对方的不领情而长时间的郁郁寡欢。找到这些重点，就如同给我们的生命找到了一个锚。有了这个锚，任凭风吹雨打，我们都能始终坚定自己的航向。大家要记住，这个世界虽然有很多伟大的人，有很多伟大的事儿，自己好像渺小而又微不足道。但是在你的世界里，是以你为中心的，而不是别人。在你的世界里，除了你之外，其他所有人的存在都是围绕你而服务的。

科学家的存在是为了给你的生活提供便利。歌唱家的存在是为了给你提供美妙的音乐。厨师和饭店的存在，是为了给你的味觉增加一份新鲜感。世间一切美景的存在，是为了让你更好的体验这个世界的多姿多彩。你只需要换一个角度看一看你的世界就会发生改变，在你的世界里你才是真正的主人和唯一的王，所有的一切都因你的睁开眼睛而存在，因你闭上眼睛而消失，因此。这个世界里除了你之外，再也没有任何一个人值得你去费力的讨好，你无需在意别人的看法，无需体验别人的感受。只需要遵从自己的内心，不论开心还是烦恼，全身心的去感受当下，接纳当下，体验当下。拿得起，放得下，不会因

为别人的一句话而烦恼，不会因为别人的一个眼神去揣测，更不会拿别人的错误来反复的惩罚自己。你可以把生命想象成一场游戏，在这场游戏中，你是唯一的主角，其他所有的人都是你的 NPC。所有的一切因你而存在，因你而消失。

王羲之说，夫人之相与富阳一世，或取诸怀抱，无言一室之内，或因寄所托，方浪形骸之外。苏东坡说，且夫天地之间，物各有主，苟非物之所。所有虽一毫而莫取，唯江上之清风，与山间之明月而得之微生，沐浴之而成色，是造物者，是无尽藏也。而吾与汝之所共适。这两句诗中所蕴含的哲理和智慧，值得我们每个人用一生去体会。

## **第五节 当别人不断试探你的底线**

在商业谈判中，最大的忌讳就是提前暴露自己的底线，因为一旦让对方知道了你自己的底线，那么这个谈判的结果可想而知。自己的利益一定会受到极大的损害，给大家举个例子，假如我是房东，我要卖一套房子，我的心里成交价位是 200 万。对外的报价是 220 万，我的底线价格是 190 万，也就是对我来说，这个房子最好是能够卖到 200 万。如果卖不到最低，不能低于 190 万，这时候有一个买家特别的喜欢我的房子，他看到报价是 220 万以后，心想如果能够谈到 210 万。

就心满意足了，在这种情况下，如果我们双方能够正常的谈判，房子很可能会在 205 万左右成交。但是如果对方提前知道了我的底线，那他一定会把价格杀到 190 万，如果我提前知道了对方的底线。那我

肯定会说低于 210 万这个房子我不卖，大家看到没有，一旦将自己的底线暴露给对方，就会瞬间让自己处于不利的地位。这个底线不仅仅局限于商业谈判人与人的日常交往当中，无时无刻不在试探对方的底线，以达到利益最大化的目的。有相关的研究表明。人类在婴儿时期就学会了察言观色，通过不断的升级自己的行为来试探父母的忍耐底线，直到他碰了钉子，遭到父母的言辞拒绝后。才会罢手，大多数父母在日常教育中很难觉察到儿童的这种试探行为。

大家回想一下，是不是凡是涉及到能不能买某个玩具，能不能去游乐场这种小事情的时候。假如家长不同意，很多儿童就会通过哭闹的方式来达到目的，但是牵涉到能不能独自横穿马路，能不能去河边玩耍这种事情时，儿童一般不会给家长讨价还价。原因是什么原因？就是儿童通过日积月累的观察和试探，已经明白了家长的底线在哪里。大多数家长的底线是孩子的安全。在这里，我建议家长们不妨根据孩子的情况，把底线调高，比如不能玩手机，不能玩电脑游戏，不能撒谎等等，把这些作为底线，一旦孩子试探，立即严厉拒绝，立即让他碰钉子。久而久之，他便不会再提出更为过分的要求。讲儿童的例子，是为了告诉大家，试探对方底线的行为，几乎是人类的本能。在年龄很小的时候，就已经发生。

因此，在我们成年人的人际交往中，这种现象再正常不过，只是通常情况下比较隐蔽，我们几乎很难察觉。有时甚至连试探方本人都不知道自己在试探，纯粹是一种习惯罢了。举个例子，假如你入职了一个新公司，到了一个新的环境。经常会遇到这样一种人，不知不

觉中指使你做一些小事儿，比如帮忙把门带上，帮忙把垃圾烧下楼。帮忙给自己带个饭，倒杯水等等，表面看都是一些小事儿，甚至他的语气都非常客气，但是随着你的妥协退让，他很可能一步步的得寸进尺。不断的加码，在这种情况下，你就可以反试探，比如他请你帮忙倒水，你就请他帮忙带饭。他请你帮忙烧垃圾，你就请他帮忙开空调，如果对方拒绝，那就说明他真的没有把你摆在一个平台上。平等的位置上，而是在试探你的底线，你试图训练出一个听话的奴仆，在这种情况下，你就要坚决的对他说“不”。

自己的事情请你自己去干，不可否认与人为善是一种好的品质，但是善意必须是相互的，而不是单方面的。假如你的善意没有换得对方的尊重，对方反而是得寸进尺，那么此时一定要坚定的亮出底线。我的善良不是廉价的，我的善良是为同等善良的人而准备的，如果你一味退让办公室的其他人，很可能会有样学样把你当做用人知识。大家甚至会给你颁发一个口头上的好人证书。逢人便说，哎，某某某，真是个好人，你可能很享受这顶好人的光环，当有一天你累了，倦了，说出第一个“不”的时候，好人的形象便会瞬间崩塌，甚至会走向好人的反面，变成一个莫名其妙的坏人。不要輕易被人使唤，不要輕易被人控制，很多人习惯于在刚接触时请你帮一个小忙，其实就是在测试你是否好控制。

这种测试可能连他自己都没有觉察到，当你答应了一件又一件小事儿后，他们就会逐渐的加码对你的要求越来越多，直到最后把你塑造成了一个烂好人。但是大多数人的心里都不会真正的感谢烂好人，

只会从他们身上不断的榨取利益。在电影《芳华》中，男主角刘峰就是这样一个烂好人，有什么脏活累活大家的第一反应都是叫他去做。因为大家知道他肯定是不拒绝的，逐渐的好人被大家推崇成了圣人，当刘峰向一个女孩儿表达正常的爱慕时，圣人的形象瞬间崩塌，变成了一个臭流氓。在女孩儿和大家的眼里，圣人就应该是不食人间烟火的，无条件的帮助大家做事的圣人，怎么能够恋爱呢？圣人怎么能够有男女之情呢？在电影的结尾，男主角刘峰悲惨的命运让人唏嘘，大家对电视剧中的角色会抱有同情。然而在现实中，在我们身边，这样的事情。每天都在发生人性本善还是本恶这个问题始终存在巨大的争议，但是有一点是可以肯定的，那就是人性是自私的。

大多数人都习惯了通过试探对方底线的方式来为自己掘取更多的利益，不光是同事之间，朋友之间，甚至在夫妻之间，父母子女之间这种现象。都普遍存在，因此在人际交往中，大家不妨把底线稍微调高，这样当别人试探你时就会提早的碰上钉子。这样他们就会及时的罢手。

## **第六节 你为什么不能主宰情绪**

一个人开悟的标志之一，便是开始尝试主宰自己的情绪，做情绪的主人，而不是奴隶。对于一名已经开悟的人来说。情绪只是一个工具，这个工具可以随时为自己所用，以达到掌控外界的目的。雷霆暴怒不是因为失控，而是为了震慑对方。喜形于色也不是因为得意，而是为了鼓舞士气。表面上波涛汹涌，内心风平浪静。相反，当情绪的

表达对事情无意识，它也可以随时阻止情绪的发生。很多高段位的人，即便遇到大事儿，我们也很难在他们的脸上看到任何情绪的波动，因为他们懂得。

情绪只会影响判断对解决问题丝毫不益，只有稳如泰山，才能让大脑飞速的运转，思考出有效的对策来应对当前的局势。这就是古语里常说的美临大事儿，有静气，这是一种非常了不起的能力。那么本节课我们就来讲一讲怎样才能掌控自己的情绪。要想掌控情绪，首先要了解情绪发生的原理。大家记住这句话，所有的情绪都是源自现实，结果和内心期望所产生的偏差。当结果高于期望，便会产生好情绪。当结果低于期望，便会产生坏情绪。举个例子，假如你对孩子的期望是本次考试考第十名。结果他考了第五名，你是不是会非常惊喜？但假如你对孩子的期望是第一名，结果他考了第五名。你是不是会非常失望，大家发现没有孩子考了第五名的结果，并没有发生改变，但是因为你的期望不同，导致了两种截然相反的情绪。这个例子比较浅显，目的是让大家明白情绪发生的原理，我们对照着这个例子，可以把这个原理套用在生活中发生的其他的事情上。

你对情绪的理解便会慢慢加深。比如你在上班的路上被一个人无缘无故的骂了一顿，你的内心一定非常生气，等你到了单位儿以后，你和同事聊起了这件事儿。同事突然告诉你哦，你说那个人啊，我知道他特别的惨，小时候被父母抛弃，前段时间又被儿女抛弃了。最近突然就疯了，天天在街上闲逛，见人就骂。听了同事的话，以后你心里的火是不是瞬间就消失了，甚至对刚才骂你的那个人还生出了一丝

怜悯，这是为什么？因为你对那个人的期待值产生了微妙的变化。当你认为他是一个正常人的时候，就会以正常人的标准和逻辑去看待他，但是当你得知他是一个可怜的疯子，你对他的期待值。瞬间就降低了，此时你会觉得他的一切行为都不奇怪，毕竟他已经疯了，第二天当你再遇见他时，心里所想的一定不是怎么报复。而是迅速的绕开，甚至是给他一点施舍，大家看到没有？一个骂了你的人，因为你内心期待值的改变，竟然出现了两种完全相反的情绪。听了这个例子，相信你对情绪的原理又有了更进一步的了解好，下面我们把刚才学到的知识运用到家庭关系的场景当中。

现在很多的家庭当子女成年以后和父母的关系并不融洽，这是为什么？我用情绪理论给大家分析一下原因。在我们小的时候，无论在学校里还是在电视里，都会接受到很多关于孝道的教育，告诉我们要孝敬父母。这类教育通常有一个逻辑，就是歌颂父爱，歌颂母爱，不断的给我们灌输父母的伟大。小的时候，我们对此深信不疑，但是我们长大以后呢，会逐渐的发现父母的平凡和普通，他们身上也会有很多人性当中的缺点和弱点。比如他们会在菜市场贪小便宜，和小商贩讨价还价，他们会把工作中遇到的不快带进家里。无缘无故的冲我们发火。随着年龄和阅历的增长，很多人对父母的信仰逐渐崩塌了，关系也就日趋恶化，导致这种现象的原因就是因为文艺作品对于父爱和母爱的过度渲染。

让我们从小就根植了父母特别伟大的信仰，而事实上呢？99%的父母都是再普通不过的人。人身上该有的缺点，他们都会有从科学的

角度讲父爱和母爱，仅仅是一种本能成年个体保护和照顾幼体。在自然界中普遍存在，如果没有这一本能，那么这一物种可能早就灭绝了。我想表达的是什么呢？我们没有必要刻意解读父爱和母爱的伟大。因为这会极大的抬高我们对父母的期望值。期望越大，失望也就越大，坏情绪就很容易产生。我们每个人都要明白，父母只是一个普通人，我们孝敬他们。不是因为他们有多伟大，而是因为他们对我们有养育之恩。因此，我们要包容父母的缺点，而不是用圣人的标准去看待他们。当我们明白了这个道理，我们和父母之间的关系。就会发生改变。其实不仅仅是父母在婚姻关系中也是如此，影视剧中好丈夫的形象通常是伟岸高大的暖男。机会赚钱又懂得体贴人好妻子的形象，通常是温婉动人，美丽大方，家务活全包。然而，事实上呢，生活中并不存在完美的丈夫和妻子，我们如果以影视剧中带有主角光环的形象去要求和审视他们。那么，家庭矛盾就必然会发生。因此，适当的降低对另一半的期待，容许他们有人性当中的缺点是维持良好婚姻关系的一种智慧。同样的，很多学霸在做了父母以后，在辅导孩子作业的时候，经常会情绪失控，原因就是他们对于子女给予了过高的期待。认为他们本该像自己一样，天赋异禀，聪慧过人，而事实上呢？99%的孩子都是极其普通的。

我们应该用一颗平常心去看待他们好，我上面举了很多例子，相信大家对情绪已经有了比较深刻的认识。希望大家听了这节课以后，能够逐渐的领悟到一名智者的心态，不再对任何人和任何事儿抱有过高的期待，万事顺其自然，当你降低了期待以后就会发现。原来生活

中处处都是惊喜，修炼到更高级别的人，对万事万物不再抱有任何期待。因为他们已经深刻的认知了人性生活中无论发生了多么离谱的事，他们都不会感到震惊和奇怪。遇到事情时，他们不再从情绪的角度出发，而是先冷静的思考究竟怎样做，才能对自己更有利。希望大家都能早日达到这层境界。

## **第七节 敢于转动餐桌上的转盘，是开启自尊的第一个齿轮**

我们在和同事朋友聚餐时，经常会遇到那种带有转盘的餐桌，这时就会出现三种人。第一种大方的把喜欢的菜轻轻的转到自己的面前。但是转之前会先环视四周确认，没有人夹菜时才会转第二种，想吃哪个菜就立即转到面前。速度转的飞快，从不顾及别人的感受。第三种从来不主动转动转盘，当别人转过来时，遇到喜欢的菜就顺便的加上一口。第一种人拥有基础的自我意识，具备基本的修养，懂得尊重自己，也容易获得别人的尊重。第二种人自我意识强烈，但是修养欠缺很难获得尊重，但是一般也不会受到欺负。第三种人宁可委屈自己，也要处处的照顾别人的感受，这种人具备较高的修养，能获得少数高认知人士的尊重，但是同时也很容易成为第二种人的。欺负对象，即便是没有被欺负，但是他最基本的利益诉求也很难得到保障，经常被忽视或者忘记。

你想啊，连加菜这种最基本的权利都自动放弃了，别人又怎么会重视你的其他权利呢？我举这个餐桌的例子并不是要绝对的。阐述一种现象，而是想通过这件小事的缩影，引发你的思考，在生活当中委

屈自己，放弃基本权利的事儿。远远不止这一件，还有很多很多适度的委屈自己，照顾别人的确是一种修养，但是任何事儿都过犹不及，好的修养不等于降低自尊，属于自己最基本的权利，该争取的时候一定要。积极的争取我们父母的那一代人人际关系相对单纯，因此他们经常会教育我们要多为别人着想，不要给别人添麻烦，这让我们从小就养成了重视别人的感受。委屈自己的习惯，习惯性的为别人着想，会让你在人际交往中习惯性的把别人置于自己之上，无意识的把自己的地位降低。比如饭桌的座次，电梯的先后对话时的姿态等等，经常把自己摆在下位的位置上。我们或许认为，只要自己足够谦卑，就一定能换来对方的尊重。事实上，这种想法是错误的。

在相对高认知的圈层里面，确实是这样的。你敬我一尺，我敬你一丈，但是这一圈层在社会上毕竟占少数。大多数的情况下，别人尊不尊重你，跟你是否友善，是否客气，是否礼貌都没有直接的关系。对方的尊重通常是因为你的实力和自尊水平。实力指的是金钱名望，社会地位等外在因素，但当这些东西我们还不具备时，并不影响我们的自尊。因为自尊是生而为人的一项基本权利，自尊可以分为三个阶段，依赖型自尊，独立型自尊和无条件自尊。依赖型自尊指的是依靠别人的评价来获得自尊，别人夸奖时自尊心升高，别人批评或者羞辱时自尊心降低。独立性自尊是指不再以外界的评价作为标准，而是建立了一套属于自己的内部评价体系。自尊的升高或者降低都来源于自己对自己的评价。别人的夸奖和批评都不会对自己的自尊心造成任何的影响，无条件自尊是指不需要任何标准，不需要任何理由，无条件

的尊重自己，无条件的接纳自己。能够辩证的看待自身的优点和缺点，长处和短处做错了事儿，就及时改正，但绝不会因此而降低自尊。这三种自尊类型当中，依赖型自尊属于自尊的初级阶段，无条件自尊属于高级阶段，这个社会上大部分人都处于第一个阶段。

依赖型自尊。活在别人的评价里，一部分人处于第二阶段，独立型，自尊活在自己的评价里，极少极少的人位于第三阶段。无条件自尊，不需要任何的评价，建立一套属于自己的评价体系是十分必要的，不依赖外界的评价，这是一个人成熟的标志之一，但是这套评价体系只是我们做人做事的行为准则，与自尊无关。观这套体系绝不是自尊的评价标准，因为自尊是不需要理由的，即便是监狱里的犯人，法律都会赋予他最基本的尊严。作为遵纪守法的普通人，更没有任何理由对自己的尊严进行任何的自我贬低。在生活中，我们不仅自己要自尊，更要积极的捍卫自尊。当别人屡次故意侵犯我们的尊严时，我们要予以坚决的回击。不仅如此，我们还要学会积极的争取属于自己的合理利益。因为争取合理的利益就是自尊的一种外在表现，大家记住一句话，我们可以谦虚，但绝不能卑微。

从今天起，大家不妨尝试做以下的几种改变。第一，在集体活动中把我无所谓，别考虑我的心态改为我很重要，请重视我的感受。比如大家在点菜时问到你大方的报出，一个自己想要吃的菜名。第二，在集体活动中主动承担分内之事，但是对于不想做的不属于自己责任范畴的事，敢于合理的拒绝，并且拒绝后不再怀有任何愧疚之心，因为拒绝是你的权利。第三，在和相同等级的同事相处时，对于会议和

餐桌的位次，电梯的进出，先后次序等等，不再刻意的把自己摆在下位，而是顺其自然，先来后到。第四，单位里的评优，调休，福利等活动属于自己的，一定要积极的争取，而不是一味的退让，因为你的退让并不一定会被别人感激。对于习惯了卑微的人来说，自尊就像是一台锈迹斑斑的机器，勇敢的转动餐桌上的转盘，或许就是你开启自尊这台机器的第一个齿轮。转动这个齿轮，你的人生便会向着强者的方向迈进一大步。

## **第二部分 开悟篇**

### **第一节 为什么你的讨好换不来对方的尊重**

有一个很冷酷的现实，在中下层的人际交往中，几乎没有人会真正尊重一个外表软弱的人，无论你多么善良，多么友善。只要你表现出胆怯，懦弱，卑微，产媚，那你将会遭受这个世间最深的恶意。我不是反对友善，我想要告诉大家的是没有实力的友善，没有底线的友善，是不会被别人珍视的，大家都一定听过一句话，你的善良。必须带有锋芒，你的友好必须穿上铠甲，那么这个锋芒指的是什么？这个铠甲指的又是什么？我们在实践中究竟应该怎样做才能获得真正的尊重？相信一定会对你有所启发。

人际关系的本质就是给对方提供价值，同时从对方身上获取价值。只有不断的产生价值互换，这段关系才能维持的长久。这个价值分为两种，一种是经济价值，一种是情绪价值。领导，同事，生意伙伴之间双方互换的大多是经济价值，也就是让对方赚到钱或者学到东西，

亲人，夫妻。夫妻朋友之间双方互换的大多是情绪价值，也就是让对方感到开心，感到快乐，感到温暖。一段良好的关系，双方互换的价值一定是基本对等的，如果只有一方一味的付出而得不到回报，那么这段关系很快就会出问题。

因此，在人际关系当中，最重要的是给对方提供价值，而不是产媚和讨好。比如，恋爱关系中，很多人喜欢用降低自尊的方式去追求异性。试图用讨好的方式来感动对方，殊不知一段成功的恋情应该是相互吸引，而不是廉价的自我感动。通过讨好的方式换来的爱情。是很难很难有好结果的，你的不对等付出只会让双方的心理产生微妙的变化，你觉得委屈，对方觉得骄傲，双方会一直处于一种拧拔的关系状态。一旦你稍微降低讨好的标准，便会让对方觉得你之前是在演戏，是在装，不是真心。

于是这段关系就会迅速的走向破裂，真心的喜欢一个人，甘愿为他做任何事儿，这本无可厚非，因为这正是爱情的伟大之处。但是请记住，千万不要为了爱情降低自尊，因为没有一个人会真正的爱上一个自尊心很低的人，一个人要先学会爱自己才能爱别人。才能被别人爱男人爱一个女人，通常是因为她的美丽和温婉动人，女人爱一个男人，通常是因为她的雄性魅力和上进心。异性之间遵循的是吸引力法则，而不是讨好法则。在职场中，同样有一个误区，很多人喜欢用产媚和讨好的方式来获得领导的认可。我承认人性当中的确有这个弱点，喜欢被奉承，喜欢对方小心翼翼和卑微的样子，因此产媚和讨好在短时间内的确很容易拉近和领导的关系。但是请记住，这种方式仅仅只

能拉近关系，绝不可能获得领导的赏识和尊重。表面看，领导可能会时不时的给你一些小恩小惠。但是遇到大的福利和升迁机会时，领导首先考虑的一定是他内心尊重的，有实力的那种人。

对于领导适度的尊重和奉承是十分必要的，但是最重要的是你的实力只有不断的提高自己的工作能力，才有可能成为领导的左膀右臂，而不是端茶倒水的奴仆。刚才我列举了两个例子，这两个例子是没有血缘关系的，外人之间的人际关系，下面我再讲个更扎心的事实。亲子关系俗话说，久病床前无孝子。一段好的亲子关系，仅靠血缘关系维持是不够的。也需要不断的给对方提供价值交换，在孩子小的时候，你供他上学，供他吃饭，他自然会听你的话，因为你给他提供了经济价值。他离开你就无法生存，但是当孩子大了以后呢，有了自己的收入来源，他对你的经济依赖便没有那么强了。因此，当你退休以后，要转换一种价值思维，从经济价值转变为情绪价值。比如，能够创造温暖的家庭氛围啊，帮助对方舒缓工作压力，帮助他们小夫妻解决情感纠纷等等。这样就能让对方在情绪上继续的依赖你，从而让自己享有一个更为安乐的晚年。千万不要太过依赖中国的传统孝道，孝道的确会对成年的孩子产生约束，督促他们体贴老人，照顾老人。

但是从人性的角度，价值互换才是维系良好关系的秘诀。当然，假如你是亿万富翁，这段话就可以忽略。我们来做一个小结，第一，人际关系的本质是价值互换。第二，价值分为两种，一种是经济价值，一种是情绪价值。第三，恋爱关系遵循的是吸引力法则，而不是讨好法。法则第四，做领导的臂膀，而不是奴仆。第五，即便是血缘关系，

也需要价值互换。

## 第二节 面对当众羞辱要用正确方法坚决回击

在现实生活中，我们每个人都会遇到这样一种人，喜欢当众羞辱别人，当众给别人难堪，让对方下不来台。当众被羞辱这件事儿，可大可小，大到会闹出人命。比如马加爵事件，小到一句话就能轻松化解。比如苏格拉底，林肯马克吐温的经典故事被人当众羞辱，羞辱我们的对象分为两大类，陌生人和互相认识的人。而互相认识的人中，又大致分为三类，位阶高于你的人位阶，和你相同的人。未接低于你的人，下面我们来一个一个的讲，我们先来讲被陌生人羞辱时应该如何应对？

答案是坚决而又巧妙的回击中国。有句古话，人们喜欢专拣软柿子，捏你越软越是逆来顺受。对方就越是得寸进尺，下面我给大家讲几个故事来讲解巧妙回击的方法。第一个故事，女孩儿和大妈。公交车上一个女孩儿无意间撞到了边上的大妈，女孩儿连忙道歉，大妈则不怀好意的问。姑娘，今年多大了？女孩说 26 了，大妈说 26 了，还挤公交车呢，我女儿 20 岁都买车了。女孩憨厚的一笑，说道我之前确实攒了点儿钱，但是今年年初的时候，我把这些钱拿出来给我妈买了一辆车。我妈一把年纪了，腿脚也不方便，总不能让她挤公交出门吧，你说是吧？大妈听了以后脸色大变，再也没有讲任何话。在这个故事中，女孩儿的回击策略可谓是巧妙而又精彩，一下子就戳到了对方的痛处。这个回击方法借用金庸先生的一句话叫做以彼之道还施彼

身，意思就是对方出招以后不去正面化解。而是借着一股巧劲，让对方的招式调转，矛头攻向他自己。大妈嘲笑女孩儿的理由是挤公交不光彩，如果女孩儿变成挤公交，环保挤公交节能。这样虽然能够化解尴尬，但是没有达到反客为主，回击对方的目的。女孩儿的思路是，如果说挤公交是一件不光彩的事儿，那么你为什么也在挤公交呢？你说你的女儿经济上比我强，那么我就顺着你的话换一个角度，我比你的女儿孝顺。

我没钱买车的原因是因为我把我的这个钱花在了我妈的身上，所以我妈不用像您一样一把年纪了，还在挤公交。女孩儿的回击方法就是以彼之矛攻彼之盾，先找到对方的逻辑漏洞，然后让对方搬起石头砸了自己的脚。好，再来看第二个故事。马克吐温的自嘲。在一次宴会上，马克吐温出于礼貌，对邻座的一位女士说，您真漂亮！但是那位女士却不领情，高傲的嫖了一眼马克吐温，然后说道，可惜我无法用同样的语言来赞美你。其实，这位女士的话也算不上羞辱，可能仅仅是一句玩笑，但是两者毕竟不是朋友关系，而是初次见面的陌生人。陌生人之间最忌讳乱开玩笑，特别是第一次见面就讽刺对方的容貌，是一种非常不礼貌的行为。但是马克吐温并没有生气，他巧妙的回击到没关系，女士你也可以像我一样说一句谎话就行了嘛。那位女士听了以后，顿时羞愧难当，但是内心里却对马克吐温的幽默和睿智生出了一份敬意。后来两个人还成为了真正的朋友。

马克吐温确实其貌不扬，但这并不是他的错，一个有教养的人是不会拿别人的容貌和身高乱开玩笑的。马克吐温的回击方法妙就妙，

在没有直接的反驳对方，而是用。用自嘲加反讽的方式把对方从自己的对立面拉到自己的同一阵营，这样对方的攻击行为就会连累到他自身，达到让对方杀敌 1000 自损 800 的效果。好，我们再来讲第三个故事。在一次外交场合上，林肯发现自己的皮鞋脏了，于是蹲下身来自己擦皮鞋。这时，一个国外的外交官走了过来，看到总统亲自在擦鞋，觉得有失大国的体面。于是故作惊讶的问道，总统先生，您竟然自己擦自己的皮鞋？林肯听了以后，并没有仓皇起身，而是故作诧异的反问道，难道贵国的总统经常擦别人的皮鞋吗？外交官听了以后，一脸尴尬，哑口无言。外交官的本意是要讽刺一下林肯，可惜用词不当，场合也不对。

被林肯准确的找到了他言语中的漏洞，并且进行了巧妙的回击，这个回击不仅幽默，而且三观很正。强调了劳动光荣的理念，哪怕是贵为一国总统，有些小事儿也是要亲力亲为，于是瞬间反客为主，变被动为主动。以上三个故事都是典型的以彼之道，还施彼身的回击法，既挽回了颜面，又展现了自己幽默和智慧的一面。同时也没有给对方造成实质性的伤害，可谓是一举三得。从以上的故事中，我们可以总结出一套方法论，这套方法论就是在面对陌生人的语言攻击时，我们不要正面的回击，而是快速的找到对方言语中的逻辑漏洞。这个漏洞就是对方自己的矛，我们利用对方的矛攻击对方的盾，就能做到优雅而不失风度的回击，对方让在场的所有人折服。但是有一种情况例外，如果羞辱你的人，文化素质和道德素质严重低下，跟你的身份差异悬殊。那么上面这种方法就不适合了，下面我给大家讲个故事来说明韩

信胯下之辱的故事。有一天，一群地痞流氓当众羞辱韩信，其中一个人对着韩信说，你虽然长得又高又大，喜欢带刀配剑，其实你的胆子小的很。

有本事的话，你敢用你的配件来刺我吗？如果不敢，就从我的胯下钻过去，我们都知道这个典故。最终，韩信当着许多围观人的面，从那个人的胯下钻了过去。韩信手中有剑，武艺不凡。他为何要忍受这样的屈辱呢？有人说是对方人多，他势单力薄，不能力拼，只能服软，其实也不是这样。韩信后来做了将军以后。战必胜，攻必克。以此来看，韩信是一个很有勇气而且擅长以少胜多的人。他之所以甘愿受胯下之辱，是因为他的远见和格局远远高于常人一个地痞流氓的命，能值几何？怎能和自己相提并论呢？如果跟对方拼命，相当于以欲击石，是一种非常愚蠢的做法，所以应了那句话，燕雀安知鸿鹄之志，面对身份低下的人，特别是亡命之徒的选择。

羞辱回击是没有必要的，恶人自有恶人磨，我们无需亲自动手，只需要默默的等待，等到他人神共愤的那一天，好讲完了，陌生人接下来我们来讲一讲，互相认识的人。当众羞辱时，应该如何应对第一种情况，位阶远高于自己的人。当众批评指责。应该如何应对呢？答案是千宫一代。位阶远高于自己的人，比如高级领导或者年龄阅历和社会地位高于自己的长辈。这种人达到了一定高度，看事情特别的通透，他们把自己的时间看的比什么都宝贵，只关心自己的利益得失。一般情况下，不愿意浪费时间去批评，指责或者羞辱一个跟自己无关的小辈，除非有一种情况例外，那就是他比较喜欢或者看好这名小辈。

愿意通过批评的方式去提点，然后看他的悟性如何，如果悟性高，就伸手拉他一把。遇到这种贵人，我们一定要珍惜。下面给大家讲几个故事，第一个故事孙权劝学的故事。公元 200 年，孙策遇刺身亡，临死前，他嘱咐年仅 18 岁的孙权要多向大臣求教。内事不决问张昭，外事不决问周瑜。于是孙权以一国之君的身份拜张昭为老师。

没过多久，张昭就成了东吴集团势力最大的权臣。对于年幼的孙权，渐渐的开始不放在眼里。孙权意识到这一点后，开始注重培养自己的心腹，跟张昭抗衡赤壁之战。后周瑜病故。孙权更是急需一名年轻且能够独当一面的心腹大将，将来能够接掌大都督的重任。经过观察和筛选，孙权看中了吕蒙，但是吕蒙曾受到过张昭的提拔，属于张昭的人，孙权经常在想怎样才能把他拉拢到自己的身边。在一次视察中，孙权见到了吕蒙，于是当着众人的面对。吕蒙说，听说你打仗很厉害。但是文化素质不行，以后没事的时候要多读读书。面对着领导的当众羞辱，吕蒙并没有恼怒，而是心领神会，不在明哲保身，逐渐展露出自己的锋芒。以配合孙权的提点。于是便有了士别三日，当刮目相看的典故。事实上，读书学习是需要一个漫长的过程。怎么可能，读了几天就有明显的长进呢？吕蒙的文化素养其实原本就不差，只是在局势尚未明朗之前，他不想参与军权和相权的斗争。

成为牺牲品，于是选择了用装傻的方式来明哲保身。但是当他被孙权当众羞辱以后，立刻意识到这是主公有意在栽培自己，于是不再刻意收敛才华。坚定地站到了孙权的一边。最终成长为东吴的大都督，一人之下，万人之上，后来更是一举击败关羽，名震天下。这个故事

告诉我们，高级领导的当众批评或是羞辱，很可能是提拔或者重用的信号，因为身份很高的领导没有必要自降身段去越级批评。一个职位很低的员工，他完全。完全可以勒令这个员工的直属领导去做这个事儿，因此在这种情况下，我们要做的肯定不是回击，而是领会高级领导的意图，努力弥补和提升自己的短板，以便日后跟得上。领导的步伐被委以重任好，讲完了位阶高于自己的人，再来讲一讲位阶和自己相同的人，当众羞辱时，应该如何应对？马加爵事件，大家应该都了解，这个事件就是典型的面对当众羞辱，没有当场回击，事后怨恨越积越深而造成的。根据新闻报道，马加爵就是因为打牌时被同学羞辱而后无法释怀，最终选择了极端的手段。事件的起因是大家一起打牌时，一名同学怀疑马加爵作弊，于是讽刺道，没想到你连打牌都玩假。你人品太差了，难怪某某同学过生日的时候都不请你，就是这句话让马加爵走上了一条不归路。其实这句话也没什么大不了，打牌本就是娱乐活动发生点儿，言语摩擦也属正常，如果马加爵乐观豁达。

或者当场进行口头回击，把矛盾解决在当下就不至于酿成后来的悲剧。在心理学专业领域，有个词叫做认知偏差纠正马加爵事件，就是属于典型的情绪无处释放。加上认知偏差得不到纠正的案例。试想一下，假如马加爵具备足够的情商，当场怼了回去，释放了情绪，或者他知道如何纠正自己的认知偏差。那么悲剧也许就不会发生。好，再讲一个苏格拉底的故事。古希腊大哲学家苏格拉底娶了一个心胸狭隘的悍妇为妻。他这个妻子成天唠叨不休，动辄破口大骂苏格拉底，经常受他的欺负。有人问苏格拉底，你是享有盛名的大哲学家，怎么

找这样的女人？苏格拉底回到诸位有所不知，擅长骑术的人总要挑选烈马，如果我能够忍受我的妻子的话。那么天下就没有难以相处的人了。有一次，苏格拉底正在和学生讨论问题，他的妻子不知又为了什么事儿跑来当着所有学生的面儿。

毫无道理的把苏格拉底骂了一顿，并且随手操起一盆水，泼了他一个落汤鸡。惊得在场的人目瞪口呆，为老师捏了一把汗。苏格拉底却不以为然，一边淡定的擦拭脸上的水珠，一边幽默的说道同学们，这并不奇怪。电闪雷鸣之后，必然是倾盆大雨。这番话引得大家哈哈大笑，就这样一句话，将不愉快的事情付诸一笑，使得紧张的气氛立刻烟消云散。苏格拉底也在大家轻松的笑声中摆脱了尴尬。其实，对于苏格拉底来说，没有更好的选择。面对这样的妻子，最好的回击就是自嘲。因为无论是破口大骂还是拳脚相加。无疑都会降低自己的身份，让大家看笑话的同时，也让家庭矛盾进一步升级。这位哲学家的智慧，便是把自己经历的羞辱比喻成一场电闪雷鸣和暴风骤雨。既讽刺了对方的粗暴无礼，又彰显了自己的大度和智慧，同时还留下了一个美好的寓意，风雨之后便是彩虹嘛，可谓是一举多得。好讲完了，位阶相同的人，我们接下来再讲一讲，位阶低于我们的人，当众羞辱时，该如何应对？这个故事还是关于林肯。有一次，林肯在演讲时，有人递给了他一张纸条，上面写了两个字，笨蛋。林肯看了以后，举起这张纸条，淡定的说道，我演讲时收到过很多无名信，全部都只有正文，没有署名。而刚才的那位先生，却只写了自己的署名，忘记了写内容。林肯的话引得台下一片哄堂大笑，大多数人遇到林肯这种情

况，一般都会选择掩饰过去，息事宁人。毕竟这种羞辱，只有自己一个人知道，就当完全没有发生就好了。

但是林肯主动把羞辱公之于众，不怕出丑，彰显了自己的风度和强大的内心，仅凭这一点，就足以让在场的人折服。与此同时，他还采用了以彼之矛攻彼之盾的方法，借力打力，不带脏字的回击了那个辱骂他的人。让他自取其辱。相信这个人今后也会收敛自己的言行。好，上面的故事讲完了，我们来做一个总结，在面对羞辱时，要想让自己不至于陷入难堪尴尬的境地，就得内功和外功兼备。内功指的是内心要足够强大，外功则是指应变能力和见招拆招的能力。兵来将挡，水来土掩的潇洒风度，上面我举的所有例子中，主人公基本上都是学识渊博。胸襟豁达的人物，也许有朋友会问，如果我并不具备他们的学识和胸襟，该怎么办？那么我就再讲一个故事吧，学会放下的故事。老和尚携小和尚外出游方途经一条河，看见一个女子正想过河，却又不敢过。

老和尚便主动背起女子，趟过了河，然后和小和尚继续赶路。小和尚心想，师傅常说，男女授受不亲，以师父这么高的修为，怎么能跟一名女子有如此亲密的接触呢？他一路走一路，想几天以后，终于忍不住开口道，师傅，你背女人过河，难道不是犯贱吗？老和尚笑道，我只是背他过了一条河，而你却背了他好几天。小和尚听了以后，恍然大悟。老和尚的话很妙，我虽然背了女子，但是我把她放在岸边的那一刻，心里已经完全把这件事儿给放下了。而你却一直把他背在心上。执念太深，终成魔障。因此，要学会放下，才能走上修行的正途。

所谓酒肉穿肠过，佛祖心中留。我们要懂得珍惜自己内心世界的容量，只把那些该留下的留下。其他的就让它随风飘散吧。在本节课的末尾，我想告诉大家的是，面对当众羞辱，其实有很多种解法，但是归根结底，心法只有一个，那就是心远地宽，回击并不是为了树敌，而是为了守住自己内心的尊严和底线，让外人不敢再度冒犯，忍让也不是因为无能，而是明哲保身，奋发图强，以待日后成为强者。具备了碾压对方的实力后，多出一份选择。

### **第三节 为什么你的低姿态反而让对方变本加厉**

有这样一个寓言小故事，小红特别的乐于助人，对大家的请求几乎是有求必应，经常替别人做值日。小明则比较孤傲冷峻，只做好自己的事，从不主动承担分外的事。有一次，小红因为有急事拒绝了一位同学代替值日的请求。小明刚好在旁边，顺口就答应了那位同学。于是小红在大家口中的评价一落千丈。小明反而收获到了很多的赞扬，小红觉得委屈，失去了帮助别人的热情，不再是有求必应。而是别人求助五次，他偶尔只帮一次，怪事儿发生了。仅仅这一次帮助，比之前连续帮大家五次，收到的赞扬还要多。这就是现实，一个人做了九次好事儿，有一次不做就成了坏人，一个人做了九次坏事儿，有一次不做就成了好人，这就叫好人公事。

同理，一个生活中处处谦卑，处处低姿态的人，会让身边的人习以为常。一旦他偶尔强硬一次，就会让大家觉得这个人脾气很坏。不可理喻，我们从进入幼儿园那天起就开始反复接受一种思想理念，

满招损，谦虚。谦受益骄傲，使人落后谦虚，使人进步地低成海，人低成王木秀于林，风必摧之。忍一时风平浪静，退一步海阔天空。这种理念有没有用呢？当然，它有助于消除个性，消灭刺头，从而降低管理成本。但同时，这也让很多人逐渐养成了一种卑微，顺从，忍气吞声，从不发脾气。的性格，这种性格经常会被别人夸赞为谦谦君子温润如玉，夸赞这个人大度有教养，有涵养，但实际上大家在夸赞的同时，也通常会把这类人。作为嘲讽取乐的工具以及欺负的对象，每当大家开了比较过分的玩笑，这类人面露不悦时。就会被大家说成开不起玩笑，不够大度，小心眼等等。其实这就是人性，或者叫做人的动物性巨强，凌弱欺软，怕硬是动物的本能，人也不例外。当然，这个社会没有那么的绝对，一定有一部分人克服了人性当中的这个弱点，他们懂得尊重弱者，尊重谦卑。尊重善良，但是这部分人毕竟是少数，在绝大多数的人际交往中，你对别人的态度会形成对方判断，你是上位还是下位的依据？如果在他的判断里，你是上位，他就会尊敬你，如果在他的判断里，你是下位，他就会轻视你。

因此，别人是否尊重你，和你是否友好，是否礼貌，是否处处为别人着想等等，没有任何的关系。别人之所以会尊重你，本质上是因为你在他的判断里，你的社会位阶位于他的上位。大多数的家庭教育给我们树立了一个这样的认知，这个社会人与人之间是平等的。然而，客观事实却并非如此。只要是群体，就必然存在位阶狼。群中有位阶狮，群中有位阶猴，群中有位阶甚至蚂蚁，群里都有位阶人群，自然也不例外。我们在职场。职场中，酒局中以及一切群体性的活动中，

无时无刻不在进行着位阶博弈。每个人的内心都希望自己的位阶能够高于别人，但是那些低自尊的人，他们会违背自己的内心。通过抬高别人，贬低自己的方式来获得安全感和认同感。我在上高中时上的是市里面的一高班，里面有位同学来自偏远的农村，他为人非常的低调，穿衣服很朴素，话也很少。

走路时经常低着头，溜着墙根儿走，和城市里面的同学形成了鲜明的对比。每次上台演讲或者写作文儿，它的开头一定就是那句。我来自偏远的山区，交通不便，家庭条件很差，但是怎么怎么样，久而久之，这件事成了大家调侃和取笑他的由头。一开始只是叫他山里娃，他的反应是陪笑，后来渐渐的发展成取笑，他的身高是不是营养不良？取笑他的腿粗是不是走山路走多了？等等，我能够很明显的感觉到他的笑容，越来越勉强。越来越苦涩，但是他从来都没有张口反驳过一次。很多次我想制止大家帮他说句话，但是看到他那副小心翼翼卑微到尘埃里的样子，我几次想张口。最终还是算了，毕竟一个连自尊都可以放弃的人，又怎能指望别人去尊重他呢？这件事给我的印象非常的深刻，我时常在想究竟是什么原因让一个朴实善良，人畜无害的人变成了众人取乐和欺负的对象。进入大学以后，我接触了一些社会学和心理学的书籍，逐渐明白了一个词，这个词叫做边界感，边界就是每个人内心深处不可侵犯，不可触碰的一条线。在人际交往中提前告诉对方自己的边界在哪里，或者在别人侵犯到自己的这条边界时，坚决的制止对方这样做，反而更容易获得对方的尊重。相反，那些一味的放低姿态。一味的退缩和忍让的人会在表情和动作上露出破绽，

被对方察觉，让对方觉得这个人不敢反抗，软弱可欺。从而变本加厉的侵犯它的边界，如果上面的话不太好理解，我们思考一下国家与国家之间。是怎样交往的？两个国家之间，无论外交关系多么友好，都会明确的划定一些不容商讨，不容触碰的边界。比如领土，信仰，内政等等，一个有尊严的国家绝不会对边界问题进行妥协，因为只有坚守了这条线，才会在国际社会中。受到大家的尊重，有句话叫做敬人者人恒敬之。

我认为这句话应该改一改，改为敬己者人。人恒敬之一个人，首先要尊重自己，才有可能收获别人的尊重。在恋爱关系中，这句话同样适用。爱是一种弱点，当我们爱上一个异性，通常是因为对方身上具备一些自己梦寐以求的品质。比如自信洒脱，颜值谈吐等等，因此爱一个人的时候，我们的内心通常是卑微的。有很多描写爱情的诗歌，把对方捧到了云端，把自己贬低进了泥土，其实这种心态是错误的。通过这种心态追求得来的爱情，是很难有好结果。恋爱关系讲究的是一个吸引力对等的法则。我们爱一个人，必须要通过自身的魅力和亮点。去吸引对方，才能让这段关系保持的长久，而不是通过放低姿态降低自尊的方式去追求，去感动对方。

其实，很多民间谚语。是蕴藏了大智慧的，比如宝骨总弯腰，智者常低头。不可否认，为人谦和低调的确有很多的益处，但是过分的谦虚。就成了卑微过分的低调，就会让人看扁在我们的内心，一定要有一条非常明确的边界。我们的宽容，我们的忍让，都是建立在这条边界之上的，无论任何人，一旦触碰到了这条边界。我们就要坚决的

警告和制止这条边界，是我们的立身之本，也是我们尊严的底线。不容许有一丝一毫的侵犯。永远不要害怕争执，因为争执是人际关系的常态，每个人都在争取自己的利益，很多人为了自己的利益，甚至会经常侵犯到别人的利益。因此，和别人发生争执，并不意味着就是你的错，并不意味着你不够大度，没有边界的宽容，没有底线的大度，其实就是一种软弱，一个软弱可欺的人是不会得到真正的尊重。学完了这节课，希望大家能够早日建立起自己的边界，并且坚决的捍卫这条边界，你的人格魅力相信很快便会有一个质的飞跃。

#### **第四节 钓鱼术--快速看穿一个人**

我们学这个章节不一定要用，但是我们可以用来防，因为这个社会上有很多人是在运用这套法则的，那么我们就要学会。防止别人对我们运用这套法则，所以说这套章节是比较黑暗的，这个本节课分为三个大的部分，第一个叫做言者。就是我们遇到说话的人时候要怎么样？第二个不言者，我们遇到沉默的人的时候要怎么样？第三个板块叫做做局，也就是某人后动，我们怎样主动做一个局？去看懂别人的心思，那么最黑暗的板块儿呢？在第三个，所以说我们把它放在后面，首先来看第一大板块儿演者，这个演者分为三个部分。分别是听反听和相比数，这是鬼谷子里面的原文，我先给大家讲一下，具体它的这个文言文翻译过来是什么意思？然后最终通过一个故事，就是触龙睡赵太后，我们上学时学的一篇课文，通过这个故事来让大家更好的理解这套理论好，我们先来看。它的原文儿怎么写的？

第一个叫做听听，是为了获取信息，第二个叫做反听，反听是为了试探信息，第三个叫做相比数，相比数是为了验证信息。听这一章节是怎么讲的呢？叫做人言者动也，己莫者静也。音其言，听其词，也就说一个人说话，他是在动。我们沉默，我们是在静，那么就是以静制动，我们根据对方的言论来听懂对方的意图，什么意思呢？一个滔滔不绝讲话的人，并不代表他掌握了主动权。这是一个很大的误区，我们总是感觉在一个局中一个滔滔不绝讲话的人占据了主动，其实完全不是如此，或者说不一定如此。那些沉默静听，最终达到自己目的的人，他才是掌握主动权的人，所以说我们应该先聆听，然后分析出对方的意图，这个叫做听。然后看第二个反听反听是为了试探对方的信息，言有不合者反而求之，其应必出什么意思呢？就是当我们听别人说话的时候，听到矛盾。

或者不太合理的地方，那么我们要立即反问对方，然后从对方的解释当中领会他的真实意图，也就是其应必出。第三个叫做相比数，是为了验证信息，言有相事，有比其有相比，以观其次。这个言有相事，有比是什么意思？就是说话的人。必有其外在表象，我们要注意观察，我们可以通过其表象和其他同类事物的对比来观察对方的意图。这个言有相就说话的这种表象事，有比就是事物之间可以进行比较，那么有象有比我们就能够更好的领会到。对方的真正的意图，所以这三个综合起来呢，第一个就是我们要学会听，第二个我们在听出漏洞的时候要学会。及时的反问第三个，我们要根据对方的外在形象，对方的眼神，表情以及细微的动作去观察他的真实意图，好给大家讲一

下我开头说的那个故事。方便大家更好的理解这三个理论，什么故事呢？就是触龙睡赵太后，触龙睡赵太后讲了一个什么样的故事呢？就是在春秋战国的时候。那个秦国准备攻打赵国，这个时候赵国肯定是没有实力跟秦国对抗，那么怎么办呢？

要求助齐国的帮忙，但是齐国帮忙有一个条件，就是让赵国最小的那个公子。要出使齐国作为人质，那么齐国才愿意出兵跟秦国对抗，去帮助赵国，但是当时赵国当权的是谁呢？当权的是赵太后，他。他非常非常疼爱自己的小儿子，不愿意让自己的小儿子身处险境，去齐国做人质。任何大臣跟他说，他都不同意，说谁在说我必拓其面就必拓他脸上。这个时候有一个非常有威望的大臣，叫做触龙，他用了一些方法，一步一步的试探出了赵太后的真实意图，一步一步的让他同意了自己的小儿子初始。齐国为人治，这个触龙是怎么说服赵太后的呢？就是他用了这三种方法，首先他并没有一见到赵太后就表达自己的真实意图，而是先询问对方，让对方表达，然后从对方的言语里边。找到对方的真实意图，真实想法，然后再从中找到漏洞去攻破，首先第一步，他见到赵太后以后，他先询问赵太后的身体。然后在赵太后描述自己身体情况的过程中，找到了一个话题，就是啊，赵太后，你的身体近来可好啊？就大夫说身体啊很好，每天吃多少饭，散多少步。

然后触龙说，哎呀，老陈的身体最近不是太好啊，然后就是大家互相聊身体的过程中产生了一个比较缓和的情绪，在产生了这个缓和的情绪以后呢，触龙开始抛出了自己的第一个请求就是。近来，老陈

的身体不太好，所以老陈想把自己的小儿子托付给赵太后，请赵太后给他在宫里安排一个职务，这样的话，自己也就能放心了。这是一个小的请求，赵太后随口就答应了说。好吧，让他来，我给他安排一个职务，然后赵太后答应以后产生了一个疑问，她说哎，你们男人也爱自己的小儿子，这时候楚龙觉得机会来了，赶快进行了自己下一步的试探。就初龙说，我们男人当然也爱自己的小儿子了，甚至比你们女人更爱自己的小儿子，然后赵太后一听这个不乐意了说。我最爱自己的小儿子了，肯定要比你爱的多，然后这个时候楚荣就发现了他里边儿的矛盾和不合理的地方，这个矛盾和不合理的是什么呢？就是一个父母。爱自己的小孩子，应该为他做长远的打算，而不是只看眼前这个时候触龙看到机会来了，就开始抛出自己的观点，你看咱们国家的这个小公子，他当下没有任何功劳。那么，将来他成为国君以后，大家是不服的，他这个国君的位置可能做的是不太稳固的，那现在应该怎么办呢？应该给他一个立功的机会啊。现在让他出使齐国，不正是为国家立功的机会吗？他出使齐国，齐国的援兵就会帮助我们攻打秦国，这样的话，将来他做了国君以后。那么大家就会更加的信服赵太后在听了触龙的这番言论以后，觉得是心服口服，最终同意了自己的小儿子出使齐国，齐国也是立即发兵解决了赵国的危难。

这就是触龙睡赵太后的故事。我们看到这个故事当中，触龙分别用了先听，然后再反听，找到他的语言当中的矛盾和漏洞。然后不断的运用相比数进行一个循环，在这个听和反听的过程中呢，触龙不断的运用相比数一直在观察对方的表象，然后领略对方的真实意图，最

终达到了说服赵太后的。目的解决了自己国家的一个危难，这就是这个故事好，我们再来看第二个板块，叫做不言者，就是对于那些默默不语的人，我们应该怎么办呢？应该以象动之，以暴其心。也就是用我们的表象去引诱他吐露真言，然后了解他的内心，这个引诱分为正引和反引正引，一般用于对上级。反引一般用于对下一句什么是正引呢？就是欲开情者向而比之，以目其辞。就是想让对方吐露真情，我们要设表象去。去引诱，然后去领略对方的意图，这个大家可以回顾一下我之前的有一个课程的章节叫做鬼谷子人性法则，里边讲了好多。怎么通过正引的方式让对方打开自己的话匣子，让对方吐露真情，然后我们去领会对方的意图，这个大家可以去回顾之前的章节。

然后主要讲一下这个反引，就是当我们对下级的时候，应该怎么用这个原文中是怎么讲的呢？欲闻其声，反墨愈彰，反敛愈高反下。欲取反语，翻译过来就是我们想要听对方怎么说，那么我们要沉默，我们想让对方张口，我们要先学会闭口。我们想让对方情绪高涨，我们先要让情绪比对方低落，我们想要从对方身上获取一些东西，那么我们先要学会。给予对方一些东西，比如说当我们的下属犯错或者小孩子犯错的时候，我们就把他叫过来，我们先不要开口，就盯着他的眼睛，等他先开口，这个就叫做欲闻其声。反目我们给他一定的压迫感，以后他会更加主动的承认自己的错误，比我们先开口，这种效果要好得多好，然后来看第三个章节叫做谋而后动，也就是我们怎样来通过主动做局的方式来了解对方的意图。原文怎么写的呢？若调于何事，得人识也。岂有张居往而取受，多张其会而思之。这个居它是一

个古文儿的写法，现在的输入法已经打不出来了，上面有个四下面一个，而且的且就是 1234 的四下面一个，而且的且我用拼音给表示出来，大家可以看一下原文翻译过来就是。

如果我们的钓鱼术使用的得当，那么我们就能够领略他人的真实意图，就好像我们捕捉猎物撒的网一样，我们撒的网越多，我们放的钩子越多，那么我们得到的对方的意图。也就更加的多，更加的丰富好，这个膜的厚度一共分为两种方法，一个是撒网，一个是放钩子，这个撒网就是做局，放钩子就是为了套话好，首先来看撒网就是我们怎样做局。首先，我们要有一个明确的目的，这个目的明确，以后我们把目标进行细分，然后设计链条，一步一步的达成自己的目的，具体怎样做呢？首先，我们要先营造一个环境，这个环境就是能够让对方身心放松的环境。能够让对方思维混乱的环境，能够让对方高度紧张的环境，这样的环境对于我们做局达成自己的目的都有好处，这个让对方身心放松的环境。就比如饭局 k tv，酒吧就是大家能够吃饭，喝酒，喝茶，聊天的地方，大家处于一个放松的心态当中，更有利于对方对你吐露真心。啊，让对方思维混乱的环境，比如说我们看到的在电影院里边求婚，电影结束以后突然向一个女孩子求婚，在一个混乱当中。能够了解到这个女孩子的真实意图，或者有些男孩子在过山车上问对方是否喜欢自己在一个非常混乱，比较紧张的环境当中去询问对方，那么对方更容易吐露。自己心里的真实想法，第三个让对方高度紧张的环境，那么这个就比较好理解了，那些审讯室就比较黑暗，比较压迫，让对方心里产生一个强大的压力，这个时候对方更倾向于。

吐露真迹第三点叫做设计因果链条，也就是我们在做题的时候应该注意情绪的由浅入深，目的的由弱变强。整体进展不违和，不要一次性的去询问对方的目的，一次性的想要达到最终的目的，应该有一个目标的细分，有一个链条的设计。

一步一步的由浅入深，最终去获得对方的真实意图，这个大家在实际当中需要自己去把握这个节奏。好，第二点叫做放钩子，这个放钩子也就是我们怎么套话？这个放钩子的作用就是层层深入，多方验证，就刚才我讲的这个设计因果链条应该怎样的由浅入深呢？大家看了这个怎样放钩子，以后应该有更深的领悟，这个放钩子的类型分为结果延伸式，施压式，曲解式，交换式。和请教式结果延伸是什么意思？就是我们跳过结果直接询问结果的延伸，给大家举个例子啊，比如说我们要约一个人见面，我们不要直接询问他。明天有时间吗？我们要直接跳过这个结果去问结果的延伸，比如说明天我们是去游乐场还是去逛街呢？明天我们是去吃火锅，还是去吃炒菜呢？假如说你问对方，有时间见面没有，对方可能脑子里会想的是我明天有没有其他事儿？哎，很可能他就有事儿了，那么这个见面的目的就达不到了。但是你去直接问他，明天我们去做什么事，给他一个选择题，那么这个时候他的思维就会倾向于做这道选择题，你就能够更了解他的意图。

你就能够更确定潘明天是不是真的有时间，或者是不想见自己第二点叫做施压式，施压式就是假装看懂了对方，举个例子，在水浒传当中有一个智取生辰纲，就是朝盖。带领着七个兄弟把蔡太师的这个生辰纲给劫走了，劫走以后，其中的一个兄弟白胜。被捉到了，其实

其他几个人都没被捉到，只有白胜被捉到了，然后对方在审问白胜的时候就运用了，假装看懂对方的方法，就是你不要再狡辩了，我们已经捉到巢盖了，如果你再狡辩。我们的量刑就会更严。白胜本来是不准备招工的，但是听对方这样说，以后想到既然朝天王都已经招工了，那我还强撑着有什么意思？再强撑着就被对方打死了，所以说。他也招工，这个就叫做施压式，就是审讯者假装看懂了对方，实际上并没有看懂，然后把对方的话给套了出来，第三点叫做曲解式。就是故意歪曲事实，让对方来解释，比如说我们听说有个朋友买了一套 200 平的房子，我们去向他求证。那么，假如说对方是一个谦虚低调的人呢？我们直接问他，他可能就谦虚了，他说哪有啊，就买了一套小房子，具体你也不知道他买了多大，对吧？

但是如果你用故意歪曲事实的方法让对方来解释，就能够探听到。对方的真实情况，比如说你故意问对方，听说你买了一个 500 平的别墅啊，其实你心里是知道他没有买，但是你故意把这个事给扩大了，那么他出于解释的目的就会告诉你真实情况，就是哪有啊？我就买了一个 200 平的房子嘛，这时候我们就知道了他真实的情况，但是我举的这个例子比较简单，我们在生活中可以活学活用用歪曲事实的方法让对方说实话，第四点叫做交换式就主动说出自己的秘密。然后对方感同身受，以后也会说出自己类似的秘密，比如说我们想要知道对方的家庭情况，那么我们直接去询问你有几个兄弟姐妹啊，他可能是不会回答的，对吧？这属于隐私。

但是如果我们主动把自己的家庭情况先说出来呢啊，我有一个哥

哥在哪哪，我有一个姐姐在哪哪哪，你说了以后再去问对方，那么对方可能就会放下戒备的心理，把他的家庭情况。也告诉你这个叫做交换式的询问，第五点叫做请教式，本来我们是懂一个观点，懂一个理论的，但是我们想要套出对方的观点就要先。假装不懂去请教对方，这样的话，对方就会给我们讲出来，或者说我们先说出自己的观点，然后请对方去补充或者批判。就是先抛出自己的观点，然后让对方再来讲补充我们的观点，或者批判我们的观点，这样也能达到获知对方观点的一个目的，然后注意对方抛出观点的时候要盯着对方，用前面那个象鼻法。来查其言，观其象，看对方说的是不是真实的，看对方吐露的东西是不是自己的内心所想啊，这就是本节课的内容。鬼谷子的一个钓鱼术主要就是言者，我们要怎么办？不言之，我们要怎么办？然后自己怎么去做一个局？相信大家学了这节课以后，能够把这个理论当做一个盾牌去防止别人运用这套法则。来利用自己，来拿捏自己。

## **第五节 重塑自我，魅力四射**

每个人都希望成为一个浑身散发着魅力的人，那么我问大家一个问题，什么样的性格最有魅力？答案是两个字，潇洒。肯定有朋友会说了，竟然如此简单，对，就是这么简单，大家可千万不要小看了这两个字。能真正做到这两个字的人，在生活中少之又少。那么，什么是潇洒？在给出定义之前，大家先通过几句诗来感受一下。李白的人生在世不称意，明朝散发弄扁舟是一种潇洒。苏轼的回首向来萧瑟处，

也无风雨也无晴，是一种潇洒。王维的行到水穷处，坐看云起时。是一种潇洒杨慎的白发渔樵江渚上，观看秋月春风是一种潇洒杜甫的尔曹身与名俱灭，不废江河万古流是一种潇洒徐志摩的挥挥衣袖。

不带走一片云彩，是一种潇洒。通过这几句诗，大家对于潇洒应该有了一个比较清晰的概念。潇洒就是对自我，对他人，对万事万物无条件的兼容和接纳，用俗话说就是拿得起。放得下，亲戚家有个小孩子，我认为他就非常的潇洒，怎样潇洒呢？特别喜欢的一个玩具，喜欢到爱不释手，但是有一天突然不见了，他没有闹，也没有去找，而是转头拿起了另一个玩具。继续爱不释手。特别腻歪的一个小伙伴，腻歪的形影不离，有一天这个小伙伴突然要搬家了，他没有伤感，也没有挽留。开开心心的说再见，然后换另一个小伙伴继续腻歪。所以潇洒就是没心没肺吗？我认为不是的，潇洒其实是一种智慧，这种智慧用八个字来形容就是不至于悟。不困于情，一个潇洒的人，当他赞美别人时，仅仅是因为想要赞美，而不是为了讨好。当他不爱说话时，就干脆沉默，绝不会因为害怕尴尬而刻意的去寻找话题。一个潇洒的人在得到时不会狂喜，失去时也从无悔恨，因为他们始终信奉一种人生哲理。得之我幸，失之我命。当一个人真正的做到这几点时，那么毫无疑问，他一定是一个魅力四射的人。好了解了潇洒的概念，下面我们就来讲一讲具体的方法论，怎样才能养成一种潇洒的性格？潇洒的性格首先来源于一颗强大的内心，而内心强大的人要具备以下几种心理素质。第一，克服过于在意他人评价的心理。

为什么要用克服这个词？因为在意别人的评价是人的一种本能，

人类社会和动物社会最本质的区别是什么？区别就是人类社会自建了一套评价体系，这套评价体系有些是有必要的，比如法律和道德。它区分了人的正邪与善恶。但是有些是没有必要的。比如美还是丑，高还是矮，胖还是瘦，内向还是外向，冷淡还是热情。喜欢社交还是喜欢独处？如果我们在意这样的评价，那么它就会成为一道无形的枷锁，让我们畏首畏尾，患得患失。从此与潇洒无缘，当我们太过在意某个人的评价时，就等于我们放弃了自主权，把自己的喜怒哀乐交到了别人的手中。成为一个提线木偶。第二，一个内心强大的人还要克服忧虑。过去担心未来的心理，一旦做了某个选择，就坦然承受一切后果，错了就立即去改，一秒钟都不要拿来后悔。面对问题时，只一思考如何解决，输了就认从不做无意义的担心。一旦确定了长期做某一件事，有好处就毫不犹豫，一直坚持下去。一旦确定了某件事有坏处，就斩钉截铁，坚决不再做第二次，第三，一个内心强大的人，从不试图向对方证明什么。

我说我具备这个能力，你不相信，要我证明给你看，对不起，没这个兴趣，你信与不信是你的事，我有没有这个实力是我的事，我无需向你证明。我说了一个观点，你跟我告，想让我继续接茬，对不起，我没这个兴趣，你的观点是你的事儿。你按照你的观点去做就行了，我没有必要费力去帮你纠正，我失败了，你来看笑话，冷嘲热讽没关系，你随便看。这是你自己的事，但等到我成功的那天，绝不会专程跑来告诉你，因为成功是我自己的事儿，与你无关。我没必要证明给你看，第四，一个内心强大的人会自动忽略一切来自外界的情绪操控。

就你这身高，长相还想追校花，你这就是癞蛤蟆想吃天鹅肉。就你这智商，你想考上北大弄个二本读一读就不错了，你看你跑了一个月也没见你瘦。瞎跑个什么劲儿？这个生意你做不成的，你一没经验，二没人脉，三没资金，你要是能成，别人为什么不做？等着你来。请记住，在你变好变强的路上，一定充满了各种噪音，甚至是各种阻碍。而这种阻碍通常不是来自陌生人，而是来自于你身边的亲戚朋友。他们的提醒或许是出自善意，但是从人性的角度来看，每个人都很难接受自己身边的人突然变强。突然，大幅度的超越自己。人都能接受陌生人的成功，但却不能接受身边人的突然成功，就像乞丐永远不会嫉妒百万富翁。只会嫉妒同一条街上收入更高的那个乞丐。你要做的就是无视这些噪音去做，你认为对的事。一名内心强大的人从不在意朋友的嫉妒和背叛，他们甚至每隔两三年都会主动脱离旧的圈子。开辟新的圈子，因为每个人的成长速度都是不一样的，每隔两三年都会在认知层次上。拉开巨大的差距。第五，一个内心强大的人，拥有拒绝的力量。内心虚弱的人，常喜欢通过撒谎的方式来拒绝。下班后很累，不想去参加公司的聚餐，撒谎说身体不舒服，刚买的车子，不想借给朋友开，撒谎说车子进了修理厂。

刚拿到年终奖，一个好久不联系的亲戚来借钱，撒谎说自己也欠了一屁股债，大家想一想。他们为什么要撒谎？因为内心深处缺乏拒绝的力量，担心拒绝以后被对方排斥，被对方评价。被对方扣上一顶，不仗义，不大方，不合群的帽子，因此总是通过撒谎的方式，小心翼翼的拒绝。但是内心强大的人，敢于表达内心的真实想法，敢于用真

话去拒绝对方不合理的请求。因为他们明白，拒绝是自己的权利。当然，他们偶尔也会撒谎，但是这种谎言通常是善意的，因为有些真相太过残酷，说实话一定会伤害到对方。比如拒绝异性的追求时，嘴上会说对不起，我们不合适，真相却是你的长相，不是我喜欢的类型。

第六，一个内心强大的人，从不做无谓的精神内耗。我今天这件衣服是不是不好看？同事们的眼光怎么感觉怪怪的？领导，今天一直板着脸，是不是我哪句话惹他不开心了？门卫大叔，今天没有主动给我打招呼，是不是我昨天提的水果没有主动让他吃，他生气了。这个就叫做精神内耗。过度揣摩别人的心理，把别人一个无意识的举动无限放大，无谓的消耗自己的心力。因此，经常什么事情都没做的情况下，却依旧疲惫不堪。一个内心强大的人，信奉一句话，多做事儿，少琢磨人，他们会把精力花在实实在在的事情上。而不是揣摩别人的想法，因为大多数情况下，别人根本没有那么多的想法，每个人 90% 的注意力。

都是花在自己的身上，很少去关心别人的事情，因此揣摩别人的心理，无疑就是在浪费自己的心力和时间。第七，一个内心强大的人，不需要从他人身上获得认同感，因为再厉害的人都做不到让所有的人都喜欢自己内心强大的人，从不向外求索，而是向内求索。我对自己的认同感源自我的内心，而非他人的认同，无论别人喜欢不喜欢，都不会影响我对自己的看法。比如一个官员，他注定是要被骂的，因为做好官有坏人骂，做坏官有好人骂，如果一个官员做任何事都想要获得所有人的认同。那么，他注定不可能是一个好官，而只能做一个碌

碌无为的庸官。王阳明先生一句话叫做致良知，意思就是当我想要做一件事儿，但不确定这件事儿的对错时。那么就问一问自己的良知，只要良知告诉我没问题，那么我就去做这个致良知，就是向内求索的过程。第八，一个内心强大的人绝不会演戏给自己看。前几年流行过一句话，叫做努力到无能为力。拼搏到感动自己，我们拼搏难道就是为了感动自己吗？有一种努力叫做假装努力。每天清晨四点起床读书，但是脑袋里浑浑噩噩，没看进去几页。每天工作熬夜到两点，但是效率极低，一会儿看看手机，一会儿玩玩电脑，真正用来工作的时间还不到一半。与其如此，还不如早点睡觉。一个内心强大的人，工作就是工作，学习就是学习，玩的时候就是痛痛快快的玩。因为他们明白演戏是没用的，他们更相信专注的力量。第九，一个内心强大的人，不需要借助外物来增强自己的自信。他们去拜访客户，不会因为骑了一辆破自行车。而心虚胆怯也不会因为开了一辆百万豪车而自傲自大，他们接待朋友不会因为自己家的房子是老破小而抬不起头。也不会因为自己家是千万豪宅而感觉高人一等，因为他们明白早成者未必有成，晚达者未必不达。

每个人都有属于自己的时区，有的人在 20 岁时就名震天下，却在 30 岁时凛然。众人有的人在 40 岁时还在街头风吹日晒，却在 60 岁时即身首富。功名利禄和财富，地位只是世俗社会赋予的一件外衣。在强者眼里，这件外衣仅仅是一套工具，而不是自信的根本。真正的强者，即便有一天脱去了这层外衣，也依然能够发自内心的接纳自己，相信自己。以上九点是我们修炼成强者的必经之路，把这九点完全做

到并不是一件容易的事，大部分人其实是做不到的。但是我们依然应该朝着这个方向努力，因为内心强大的人还有一个重要的品质，那就是追求完美，但不苛求完美。始终在朝着完美的方向努力，但也能坦然接受自己的不完美。希望大家都能做一个潇洒的人，内心强大的人，魅力四射的人。

## **第六节 观人术--快速看穿一个人**

今天我们来学习第三大章节的第一个板块叫做观人数和识人数，分为三个大板块，第一个板块叫做观人数，第二个板块叫做识人数。第三个板块叫做鬼谷子的钓鱼术，我们今天先来看第一个板块，观人术就是怎么通过一个人的一些细节，一些人的躯干动作，一些人的语言。来了解这个人内心所想，首先我们先要了解一个东西啊，就是我们古人的一个智慧，叫做路遥知马力，日久见人心，我们想要真正的了解一个人，还是要通过一定的时间。去观察，所以说白居易有一句诗叫做周公恐惧流言日，往往千工未散时，向使当年身便死一生真伪。复谁知什么意思呢？周公一开始是被大家怀疑的，怀疑他可能有篡位的迹象，但是最终发现周公是一个非常忠诚的人，他的前半生大家想。

可能是会篡位，但他后半生才发现他的忠诚，那么王莽刚好相反，他前半生比较谦恭，他后半生才发现哦，原来王莽是个小人，最终篡位了。所以这首诗是什么意思呢？假如说这两个人都在前半生死掉了，那么他们两个人的历史评价就反过来了，周公成了一个小人了，就他前半生大家认为他有篡位的迹象，实际他没有篡位。但是王莽呢？他

前半生非常的谦恭，非常的谦卑，大家认为他是一个君子，但事实上后来不是，所以说如果说他俩当年前半生就死了，那么周公就是个小人。王莽就是一个正人君子，恰恰跟他们真正的历史所相反。什么意思呢？就是古人的智慧告诉我们，想要真正的了解一个人，看透一个人，是需要一定的时间的。那么，我们为什么还要学习观人术呢？因为观人术也能够让我们在短时间内接触一个人的情况下看的八九不离十，对这个人有一个最基础的了解。所以说它虽然不能成为最终的依据，但是能够帮助我们快速的看透一个人，了解一个人啊。

好，先来看第一个板块叫做肢体语言关人法看脚的朝向。脚的朝向代表什么呢？朝向你代表喜欢或者接纳。不朝向你代表拒绝或者讨厌，什么意思呢？比如说两个人正在聊天，那么你从旁边过来的。其中一个人，他认识你，你跟他打招呼，这个时候他可能会把脚朝向你说，哎，你好你好，但是另外一个人呢，可能不认识你。这个时候这个人怎么判断这个人是否接纳你加入他们的聊天的局中呢？你就看这个你不认识的人，他是否也转过来把脚尖朝向你？如果是他侧面朝着你，或者背对着你，说明他不接纳他，想跟你这个朋友单独的聊天，这个时候我们就要考虑要不要加入了，如果他非常友好的把脚尖朝向你，把面部正面朝向你。那么说明你是可以加入这两个人的聊天的，这个叫做脚尖的朝向，然后看脚的摆动，脚跟着地脚尖打节拍代表开心或者放松。就我们在开心的时候，或者听音乐的时候，我们会倾向于以一个比较舒服的姿势脚跟儿着地，然后脚尖这个叫打节拍。但是如果比较紧张的时候呢，就是脚尖着地，脚跟打节拍，这个时候

代表内心有一定的紧张或者焦虑，这个叫什么呢？叫抖腿。

这让我想起了一个小品，叫做今天昨天明天，就是有一年春晚，相信大家都看过，在这个小品中，我发现始终都是。脚尖着地，脚跟虽然没有打节拍，没有抖腿，但是他的脚跟始终是悬空的，以一个很不自然的姿态在进行采访。把这个手放到他的腿上，然后脚尖着地，脚跟悬空，这就让我感觉到了他内心有一定的焦虑，有一定的紧张，毕竟。春晚是容不得任何失误的，可能是一个很好的主持人，但是第一次在直播当中演小品，他内心是有焦虑的，大家应该能够看得出来，大家可以再回看一遍这个小品，然后看脚的间距，双腿分开站立，超过肩宽代表对权威的捍卫，一般领导是这样站的。双腿并拢站立，不超过肩宽，代表温顺或者嗜好。夏季一般是这样站的，所以说我们跟一群领导或者跟一个领导合影的时候。

那么，我们要下意识的把脚稍微收拢一下，对吧？这个代表了对领导的一种尊重嘛，领导他是习惯于用脚来宣誓自己的领地的，他会把脚张的比较开。有时候跟监同宽，有时候超过肩宽，那么我们也不要要求把腿完全并拢，我们稍稍打开一点，不要比领导的宽，这样照片出来以后。会更加的好看，然后双脚交叉站立，或者坐代表了一种社交舒适，代表了安全感十足，给大家举个例子，比如说我们在坐电梯的时候，轿厢里只有我们自己一个人。这时候我们可能是交叉着腿站立的，但当有个人突然进来的时候，我们可能就会下意识的把交叉的脚打开，然后双腿打开站立。这就代表了我们的一种防卫姿态，那么交叉战略呢？就代表了一种安全感十足的姿态，为什么交叉的时候不

利于逃跑啊？不利于反抗，不利于武装保卫自己，所以说交叉代表安全感，然后当我们没有这种安全感的时候，当有人进来的时候，我们会下意识的把这个脚打开。对吧，还有就是当我们舒服的躺在一个躺椅上，或者躺在沙发上，然后把脚放在茶几上，交叉的时候代表我们非常的舒适。非常的放松，但这时候如果有个人进来，或者是我们的领导进来，我们就会下意识的把脚拿开，放到地上，对吧？所以说这是当你看到一个人。

双脚交叉的时候，你就能够判断他此时的内心是有安全感的，看躯干的姿态背对，或者刻意拉开距离代表生气，或者讨厌就你跟一个人说话，他始终侧对着你，或者背对着你。没有正面对着你，而且想要跟你拉开距离，不想跟你站的太近，那么这个时候他可能内心在生你的气，或者内心不太喜欢。这就是距离和背对这种姿态，然后双手抱于胸前，代表不安全感。假如你和一个人。交谈的时候他是这样一个姿态，那么代表他有一定的防卫，有一定的防备，我们观察一个现象啊，就是那些刚刚进入大学的大一新生。他们在去教室上课的时候，他们是不是拿书的姿态一般是抱在胸前，特别是女生就代表了他们对校园这个环境的不熟悉，对周边人的不熟悉，他们内心是安全感缺失的。

所以当你看到有一个人双手抱于胸前，或者是用一个东西遮挡自己的躯干，代表了他的一种不安全感。使用物体遮挡躯干，就是你跟人在聊天的时候，如果他手里有个东西，他如果正常的拿用一个手拿着，那么代表他内心是有一定安全感的，如果他抱在胸前进行一定的

遮挡。代表了对方可能跟你有一定的隔阂，他内心不太安全。呢不由自主的接近对方，触碰对方代表喜欢这个就很简单了，如果有一个异性嗯，他不排斥。我们跟他的肢体接触，或者是他主动跟我们进行一些肢体上的接触，比如说碰到了手啊，或者碰到了躯干啊，他并没有排斥，那么至少代表了他对对方是有好感的，不一定是喜欢。但是肯定不讨厌，对吧？然后两个人对坐，一个人主动拿开桌上的遮挡物，比如花瓶或者摆件，代表好感，比如说你第一次和一个人相亲。那么，怎么判断这个人对自己的好感足不足呢？假如说你们坐在一个咖啡厅桌上摆了一个广告牌，或者摆了一个花儿。

在你们两个中间形成了遮挡，那么如果对方对你有好感的时候，他会不自觉的把这个东西挪开，想让你们两个之间距离更近，没有遮挡。所以说当你和一个人交谈的时候，他不自觉的把胸前的把你们两个中间的遮挡物拿开了，代表他至少是对你有好感的。然后看坐姿，身体前倾，两眼放光，代表对正在聊的话题非常感兴趣，比如两个人聊天，那么这个人身体前倾。然后两眼放光，看着你代表他想要进行这个聊天，聊的他非常嗨，非常感兴趣，如果是他身体放松后仰或者懒洋洋的半躺。代表了无所谓，就是他如果是这样跟你聊天，然后身体半躺懒洋洋的，也不代表他不喜欢这个人，而是代表他对这个聊天不是太感兴趣，聊不聊都行。如果这个人开始把手放在膝盖上，然后一前一后，这代表了什么？代表了他想要站立起身，我们以一个坐姿要站立的时候。手会不自觉的放到膝盖上，想站起来对吧？所以说当一个人把手放在膝盖上的时候，这个时候我们就要考虑是不是要结束

这个教材了，因为对方可能有急事要走。可能不想进行这个交谈，我们就要主动结束。然后看手臂，手臂放在桌子上，代表舒适放松，比如说在面试的时候，我给大家看两个场景啊，一个是这样。

回答对方的问题应该是这样子。回答对方的问题，如果你是面试官，你对哪种姿态更有好感呢？我相信一定是把手光明正大的放在桌子上，因为这个是一个没有防备的姿态，双方能够敞开心扉的姿态，那么把手放在桌子底下。让面试官看不到对方手的时候，面试官心里边儿就会有一种双方之间有隔阂的感觉，或者是这个人内心有一定想法，不愿意透露的感觉，因为他把手放在下面。因为把手臂放在桌子后面，代表了一种不信任感，代表了一种紧张和排斥感，这样的话给面试官的感觉是非常不好的，所以我们大大方方的把手放在桌子上。进行面试，这样的状态是最好的。然后看手的动作交谈时，经常用手触摸鼻子，这时候有一种说法，说经常摸鼻子或者经常摸头的人代表他可能正在说谎，这个在心理学上。是被验证过不对的啊，他能代表什么呢？这个人不一定说谎，有可能说谎，但是不一定说谎，但是他能代表什么？一定能够反映这个人内心有一定的不安全感，他在进行自我安抚或者对自己说的话不够自信。一个非常自信交谈的人，他的小动作是倾向于少的，如果说他经常有一些挠头的动作，摸鼻子的动作，那么不一定在说谎，而是代表他内心。有一点点虚用手指，对方代表敌意，代表厌恶，这个就很好理解了，所以说我们在介绍一个人的时候，我们在指向一个人的时候。

尽量用手掌，而不是用一个指头，一个指头指向的时候，会有一

种很强的压迫感，是非常不礼貌的，至少代表了一种敌意，或者是讨厌。然后第一次见面交谈时，对方双手插裤带代表了轻视，代表了不友好，一个非常熟的朋友，双手插裤带聊天是很正常，但如果两个人第一次见面，一般情况下。会把手自然的下垂放在外面，如果是还是把手插在裤带里面，代表了这个人内心有一定的高傲，或者是明显的在。轻视轻蔑对方的这个人，而且把手隐藏在裤袋里面，会让对方有一种不安全感。你的裤袋里有什么呀？对吧？所以说当第一次和一个人见面打招呼的时候。把手拿出来，而不是插在裤带里面，这样的话会更加的好，这是通过一些肢体语言去观察一个人的基本的心理状态，下面我们来看一点儿更有意思的。就通过一些细节来观察这个人内心所想是什么，来观察这个人下一步将要进行什么样的行动，这都是我整理的，我们生活当中很有意思的点，它不是那么理论化，但是是我们生活中很常见的。好，先来看第一点，语言很久不联系的人，突然联系你，要么是借钱，要么就是有求于你，就是当一个人好久都不联系你。

突然跟你联系了，那么他很有可能就是借钱的，或者是有事儿要求于你，而且这个时候我们应不应该借给他钱呢？我觉得是不应该，因为一个很久不联系的人，他去借这个人钱，说明他把自己身边的熟人已经借遍了。这个人已经负债累累，这个时候我们就尽量不要再借给他钱，除非你要做好一个损失掉这个钱的一个打算。然后总是说要走的人反而不会走，真正想走的人会走的悄无声息，这个适合于情侣之间的关系或者夫妻之间的关系，比如说有个人总是说你再这样，

我明天就走，你再这样。我马上就离开你，越是嘴上经常这样说的人，说明他内心越不想走一个真正坚定想要走的人。他是走的悄无声息的，他是不会说那么多的，所以说当一个人坚定的要走的时候，他是没有话的。一个女生如果和一个男生飙段子，说明她并不喜欢这个男生什么是飙段子啊，就是那个带颜色的段子，我在这就不方便说了，大家应该理解。

有一个女生，无论她多么泼辣，多么豪放，那么她在自己喜欢的男生面前一定是趋向于腼腆的，这是女性的本能啊，一定是趋向于保守的。假如说一个女生对一个男生或者对一群男生讲这种段子，那么至少说明了这群男生当中没有他真正喜欢的人，没有他真正想要发展成。恋爱对象的人。初次见面聊天，就能让你如沐春风的人，他的段位通常非常高，这就是我们经常有一个错觉，就是我们见到一个人哇，双方聊得非常愉快，我感兴趣的他都感兴趣。我讲的话他都爱听，都能聊得上来，这个时候我们可能会以为遇到了知己，可能是知己，但是遇到知己的概率是比较低的。这种情况大概率是什么呢？对方的段位极高，他在对我进行一个向下兼容，就是我聊的东西他都知道。他让我聊的如沐春风，其实他在兼容我，他比我高了一个段位，所以当我们遇到这种人的时候，要判断出。很可能对方是一个高段位的人，而不一定真正的是我们的知己。平时话比较少，但是一开口就怵糊灌顶的人，段位非常高，就平时话比较少的人会给我们一个错觉啊，就是这个人是不是不太自信啊？

这个人是不是肚里没货？不一定啊，往往那些高手儿他们的话也

是偏少的，但是他们一旦张口就是提壶灌顶，就是经验四座记经四座。就这样的人，一开口说的话就非常经典，深入本质的人，我们要判断出他的段位比较高。然后一开口就经常宣泄情绪的人，生活往往过得很不如意，因为一开口就是讲负能量，讲别人怎么不好讲，最近的那些大事怎么不好？全部是负能量的人，说明他本身生活不太如意，这个就很好理解了，然后你问一个人问题，他没有直接回答，而是把问题重复了一遍。那么，他即将撒谎，什么意思呢？比如说你问一个人，昨天你干什么去了？怎么 12 点还没回家？这个时候他如果是不想撒谎的话，他会直接告诉你我去哪哪哪了，但是。但如果他把你的问题下意识的重复了一遍，比如说哦，我昨天去哪儿了是吧？我昨天去哪哪哪儿了，就是这种情况下，他很有可能在撒谎。所以说你问一个人问题，你看他回答的爽不爽快，如果不爽快把这个问题下一次重复了一遍儿，你就要有一个警惕了。他说的可能是谎话，到了一个新单位，第一天就有一个人给你套近乎，不要立刻掏心掏肺，为什么呢？就是我们如果遇到一个人给自己套近乎第一反应，这个人是好人是吧？我来到一个陌生环境啊，这个人这么照顾我，我是不是也要跟他掏心掏肺啊？

这个时候很可能就错了啊，这个人他不一定是个好人，他有可能是一个被大家长期孤立的人，他看到一个陌生人进来的时候他。他想要拉入自己的圈子，所以说这个时候我们不要快速的跟一个人掏心掏肺，先了解无论对方对我们怎么好，我们客气就行了。不要像他一样掏心掏肺，一个不怎么联系的人，突然发个在吗？先不要回复，因

为他接下来的请求一定会让你为难。就一个人，如果他觉得他的请求是合理的，不会让你为难的，他一般是直接说出来的，他不会发个在吗？

等你回复，然后再说出自己的请求，那么这个请求通常是。不合情理的。通常会让你为难的，所以一个人发在梦的时候不要急着回着，所以说当一个人发在梦的时候可以先不要回复，看他后面还有没有话，我们的在与不在跟他后面的请求的事有关。他请求他如果不合理，我们不在，他请求他如果合理，我们在所以不要急着回复，当一个人说谦逊的话，或者自嘲时，依然音量不减，目光坚定，目光平视，说明他的内心非常强大。一个人自夸的时候，一个人说自己优点的时候，他肯定是比较自信的，对吧？他的音量是比较大的，目光是平视的，但当一个人损自己的时候，当一个人说谦逊的话，或者自嘲的时候。他依然能够如此，那么这个人的内心是偏强大的，段位也是比较高的，好来看，第二点叫做动作，不排斥和你有肢体接触的女生，对你一定有好感，就你要测试一个异性，对你有没有好感？那么，你不经意间拉起他的手，说帮他看手相，或者跟他有一些肢体的接触，如果没有下意识的躲开，没有下意识的回避，说明至少。他在内心是不讨厌的，不一定喜欢，但是一定是不讨厌的，一定是可以进行更深进一步的沟通，更进一步的关系的建立的。饭桌上加菜，喜欢翻来覆去的人通常比较自私，这个就比较好理解了，那些比较有修养的，比较有素质的，他加菜一定会精准的加起来吃掉，对吧？

他不会在一个菜里翻来翻去，因为翻来翻去。别人就没法吃了呀，

所以我们在餐桌上也可以看到一个人的素质，也可以看到一个人是自私的，还是比较有修养的。开会喜欢坐在前排和中间的，往往比较自信，往往比较喜欢表现自己有一个自信的人，一个喜欢自我表现的人。他不会担心自己后面有人，也不会担心自己两边有人，但是那些不太喜欢表现自己的，或者内心不太自信的人，他开会的时候或者是看演出节目的时候，往往喜欢坐边边角角。往往喜欢坐后排，不希望自己后背有人，不希望自己左右有人，他只能接受自己目光，内有人就是他的内心的不安全感是比较强的。所以说，当我们看到一个人总是喜欢坐前排，坐中间，那么他是比较自信的，这种人一般是有天然的领导力的。一群人一起聊天，突然哈哈大笑时，每个人都会望向自己喜欢的人，这个是一个心理学，比如一群人一起聊天，有一个人讲了一个笑话，大家都哈哈大笑的时候，这个时候大家都会下意识的。

望向自己喜欢的人，因为当自己开心的时候，会下意识的看向自己喜欢的那个人，这个是心理学一群人围在一起聊天，脚尖总是指向你的人。对你是有好感的，有一群人聊天，他是胡乱站的，对吧？脚尖朝哪儿的都有，但是如果有一个异性脚尖总是朝向你。那么，他的内心应该是对你有好感的，这个是心理学上的一个群体效应，如果你经常和一个异性目光接触，你看他是他也在看你。那么一定不是巧合，就当你看一个异性的时候，突然发现他也在看你好多次，这个时候说明你们对对方。互有好感，而不是巧合，如果你感觉有个人在偷偷的观察你，但是不能确定这个时候怎么办呢？你可以突然抬头看天，然后看他的下意识的反应。如果他也抬头看天了，说明他真的在观察你，

说明你的判断是准确的，一个喜欢打包票的人，往往也最容易掉链子。那些沉默几秒后再接受你请求的人，往往更加靠谱，所以你去请求一个人，一个人打拍着胸脯说交给我吧，这种人可能是比较爽快啊，但是一次可以两次可以，每次都是不过脑子说这个事报给我没问题。

那么，这种人很有可能会掉链子，不太靠谱。假如你是一个领导的话，你要考虑是不是要用这种人，那么总是沉默几秒，深思几秒，然后再接受你请求的人。这样的人往往是比较靠谱的，然后看心态在很疲惫的状态下还能保持情绪稳定的人段位往往很高。就是一个人能够维持自己的情绪稳定，当他达到了一定的年龄，基本上都能做到，但是当他身体疲惫的时候。是很难控制自己情绪的，很容易暴躁，很容易被激怒的，在这种状态下还能够情绪稳定的人段位是非常高的。然后在低谷期不颓废，依然早睡早起，目光坚定的人，这样的人是能成大事儿的，就是在低谷期依然能够坚持自己良好的生活习惯，而不是颓废了。而不是去让大家看到他的忧伤，让大家看到他的邋遢了，依然能够目光坚定的人，这样的人是能够成大事儿的，什么是低谷期，比如说他刚刚失恋。比如刚刚失业了，比如刚刚做生意失败了，大部分人会接受不了，比如说会在家里躺一个星期不起床。呃，比如说会昼夜颠倒，比如说他的目光会呆滞，会失去光泽，但如果都没有这种人，还能够坚定的维持一个好的生活习惯。还能够目光如炬的人能成大事。接受不了任何批评的人，内心往往非常自卑，这个我们可能会理解，相反，一个人接受不了对方的批评，可能以为他非常自傲，非常自大，别人说什么他都不接纳。我觉得这个人好像这么高傲，这么

冷峻，这么自大呀，其实不是啊，这种人往往内心是自卑的，正是因为他自卑他。

他才接受不了任何不一样的观点，所以我们就不要跟这种人抬杠了，知道他内心是自卑的就好了。说减肥就能瘦下来，说早起就能早起的人混的一定不会太差，这种人不一定说真的像那个第二点讲的能成大事，但是这种人。肯定混的不会太差的，就是他说我要减肥了，那么我发现没多久他就瘦下来了，他说我明天要早起，那么他。就早起了，本来晚上睡得非常晚，第二天还是早起了，这种人在社会上混的不会太差，因为他有很坚定的。执行力很坚定的自律能力。把情绪写在脸上的人比较单纯，没有城府，但是往往也难当重任，就是一个人喜怒哀乐都挂在脸上，高兴的时候哈哈大笑，不高兴的时候就挂在脸上，哭丧着脸。这种人往往比较单纯，我们可以结交，可以交朋友的，但是呢，如果你是一个领导，你的下属有一个这样的人，你要明白这种人不一定能够担当重任。因为这种人，他的内心太单纯了，太简单了，所以有句古话叫做泰山崩于前而面不改色者。可白上将军对吧？那种把情绪隐藏的很深的人，才能够做大事儿。短期内突然发朋友圈频率增多，而且内容深沉，说明遇到了在乎的人，就当这个人遇到了一个贵人，或者遇到了一个非常喜欢的异性。他平常是不怎么发圈儿的，但是突然发圈儿增多了，频率增加了，然后内容还比较深沉，还比较那种文艺。就说明他可能刚刚加了一个自己在乎的人，想让这个人看到这种人发的圈儿，可能不是想让所有人看到。但是他就是在内心坚定的指向了一个人。

所以我们看到一个人突然发圈，就说明他可能遇到了自己在乎的人。想要了解一个人，拿起他的抖音刷 20 条，就能基本判断出这个人所有的兴趣爱好。抖音是一个非常强大的 APP 啊，就它能够精准的挖掘出我们内心的兴趣。我们内心的需求，可能这个需求我们自己都不知道，为什么呢？你在刷到一个视频的时候，抖音会根据你的停留时长来。来判断你对这个东西感不感兴趣，而不是通过点赞，评论，分享，所以说它能够精准的给每个人打上一个兴趣标签，哪怕你自己都不认为自己对这个感兴趣。抖音都能够挖掘的出来，所以说你想要了解一个人，你可以拿起他的手机是吧？我看一看你的抖音啊，然后刷 20 条你就知道。他的兴趣点在哪里？非常的精准，这是一个工具的运用。然后看圈子，想要了解一个人，就看他身边经常交往的五个朋友，这五个人的平均水平代表了他的财富认知地位，就是你想要了解一个人，你可以从侧面采取一回战术，你看一看他平常。交往最深的五个朋友，见面最多的五个朋友，这五个人的财富认知，还有社会地位的平均值。就是这个人的真正的水平，这叫五人法则，然后看一个人对自己利益相关的人的态度，可以看出他的智商和情商。

看一个人和自己利益不相关的人的态度，可以看出他的素质和修养就是我们判断一个人要看他跟不同的人打交道是什么样的，如果是一个利益相关的人，比如说他和他的领导打交道。我们就能够看出他的智商和情商是怎么样的，但是比如说他和一个餐厅的服务员或者街边的一个乞丐打交道，我们就能够判断出这个人的素质和修养。为什么餐厅的服务员和乞丐第一社会地位要低于他，第二跟他没有什么利

益相关，那么如果我们身边的这个人对这样的人对利益不相关的人。还能够展现出自己的和气，能够展现出自己的素质和修养，那么我们就能够判断出这个人他是有素质的。有修养的对吧？但是我们从跟他利益相关的人的态度上，你是看不出他的素质和修养的，因为每个人都会趋向于。去温和去温顺，对吧？跟自己领导打交道的时候，即便再不喜欢这个领导，我们也不会跟他硬着杠，对吧？但是跟领导打交道，这种利益相关的人。

我们可以判断出他的智商和情商，所以你要判断一个人，就看他和不同的人打交道是什么样的，然后通过外表和穿着去判断一个人，一个喜欢穿简单朴素的人。他的性格往往比较内敛，往往欲望比较低，但是一个人穿着非常的夸张华丽，那么他的性格是倾向于奔放的，而且他的欲望比较高，这个欲望指的什么比较，比如说消费的欲望，比如说与人交往的欲望。就是简单朴素，穿着非常简单，朴素的人，他是不太喜欢社交的，通常情况下不完全绝对。然后夸张华丽的人，他的那个消费欲望是比较高的，而且社交欲望是相对强的，然后喜欢浅色衣服的人呢，性格一般是偏活泼的，而且这个人一般。比较健谈，喜欢社交，如果喜欢深色衣服的人，比如说经常穿黑啊，深蓝啊，灰啊，这种人性性格偏稳重，而且他还是比较喜欢沉默。比较喜欢独处的，就是通过服装来判断一个人，那么通过语言来判断一个人，首先看语速啊，语速快的人，他的思维比较敏捷，自我意识。比较强，而且他做事比较爽快，不那么纠结，那么语速慢的人呢，他可能更有主见，他遇事的时候不冲动，可能他的思维不是那么敏捷，但是他做事更加

的谨慎。更加的稳妥，这是通过语速去大致的判断一个人，然后通过语调去判断一个人语调，假如这个人声音洪亮，那么这个人一般性格是自信和外向的。如果说他的声音很微弱，很微小，他说话你经常听不清楚，那么可能他是缺乏自信的，而且性格是偏内向的，然后通过眼神去判断一个人。对视时间，对视不到三秒，代表心虚，对视超过七秒，代表敌意，对视五秒左右，是一种正常的心态，就一个人，他的眼神飘忽，跟你对视经常不到两秒，不到三秒就看向别处了。

那么，他的内心是比较虚的，说明这个人是不是太自信的？或者他内心有一些不太光明的想法会出现这种情况。然后对视超过七秒呢，就代表第一了，就对视时间太长也不好，你如果盯着一个人的眼睛一直看，那么这个人会不舒服，不自在。这是一种敌意啊，在自然界中也是如此，如果说盯着一个猛兽的眼睛一直看，他可能会觉得你要攻击它。这是自然界的一个法则，对视五秒左右，为正常心态，就是我们跟一个人的正常的社交对视呢，就是五秒钟左右，而且看什么地方呢？看三角区域就是眉心。还有鼻子，还有嘴的这些三角区域最好不要一直盯着眼睛，盯着眼睛，对方会有压迫感，看这个三角区域会比较好，给人一种比较舒服的感觉。然后眼神的角度正视和斜视，这个就很好理解了，正视代表对这个人的尊重，对吧？然后对聊的话题感兴趣，斜视代表蔑视或者对聊的话题不感兴趣。一个人对你聊的话题非常感兴趣的时候，一般肯定是正视你的，而且身体是前倾的，如果一个人对你聊的话题实在不感兴趣，那么他可能是身体侧。侧对着你，甚至是背对着你，所以这就是通过眼神的对视时间和角度去判断这个

人的一个心态好，

## 第六节 识人术

识人术，之前我们讲的那个观人术呢，主要是观察一个人的表面，那么今天学习这个识人术是更好的，通过一些细节去察觉这个人的内心。首先，我们先来了解为什么要学会识人跟对领导。我们会如鱼得水，选对员工会事半功倍，找对伴侣会幸福美满，拾得贵人会受益终身。我们学会识人术，以后当我们面临选择的时候，就能够选到相对正确的人，能够少走好多好多弯路，虽然说有句话叫做路遥知马力，日久见人心。

但是一开始就对一个人有个七八成的了解，对于我们来说也是非常重要的，能够帮助我们少走好多弯路，就比如我们跟对了领导，我们的事业会更加的顺风顺水。我们在用人的时候选对了，应该放在某个岗位上匹配的员工，那么我们做起事来会事半功倍，我们找对了伴侣，那么终身都会幸福美满。这个是特别重要的，有的朋友因为年轻选错了伴侣，那么后半生都会受影响，对吧？那我们拾得了贵人将会受益终身，很多朋友认为贵人难遇，其实在我们的生活中可能有多次遇见贵人的经历。只是我们没有能识别，那么我们能够通过一两次的见面，能够察觉到这个人将来可能是一个做大事的人，那么他可能就是我们的贵人，当我们识别以后。就可能受益终身，贵人在表面上跟普通人是没有什么太大的区别的，那么当我们能够识别到一个人是一个做大事的人的时候。那么，我们将会受益终身，不要让贵人

从我们的眼皮子底下溜走。

好，先来看第一个大章节，叫做曾国藩的兵舰。这个兵舰是曾国藩所做的一本书，就是用来识人和用人的。这本书在国内外都有很强的影响力，大家感兴趣的话可以看一看，这本书分为七个大的章节，叫做神谷剑容貌剑刚柔剑情态剑须眉剑气色剑和声音剑，也就是从人的骨相从人的容貌从人的。人的这个气质从人的形态，从人的眉毛胡须，从人的气色，从人的声音去识别一个人，判断一个人。那么，这本书它讲了很多理论和故事，我做的这个思维导图就是帮大家把这个精华给提炼出来，这个精华集中于哪个部分呢？其实，曾国藩对于这本书还用了一个打油诗来概括这个打油诗是什么叫做斜正看眼鼻，真假看嘴唇，功名看气概。富贵看精神，主义看直爪，风波看脚筋。若要看条理，全在语言中。这是他写的一首打油诗，用来盖过这本书。所以我们一句一句来看，首先来看斜正，看眼鼻，这个是非常重要的，就是一个人的目光，一身精神聚乎两目，一个人他哪怕再善于掩饰。但是他的目光是掩饰不了我们能够通过一个人的目光，能够对这个人判断一个大概目光，坚定沉稳的人，这种人比较忠诚正直。

目光闪烁，不定的人，这种人比较奸诈多谋，目光似睡非睡的人，这种人心思紧密，目光惶惶不安的人。他的内心比较虚弱，这是曾国藩通过目光去判断一个人，第二个是真假，看嘴唇，嘴大唇厚，那么这种人忠厚老实。嘴小唇薄，这种人能言善辩。第三个叫做功名，看气概温婉柔弱，但不屈奉奉。狂放不羁但不喧哗，取闹怠慢懒散但纯真坦诚，交际圆滑但强干豪雄，什么意思呢？就是每个人都有不同的

气概，每一个气概它都能够对应相应的性格，什么意思呢？每个人对应不同的气质，比如说温婉柔弱的气质。那么，只要他不趋于凤影，那么他是也是能成事的，狂放不羁的性格，看似这种性格不好，但是他只要不喧哗取闹，那么也是能成事的。

怠慢懒散的性格看似不好，但只要他坦诚纯真，那么也是可用的。交际圆滑的人，外表看似不好，但是只要他强。强干豪雄也就是内心强大，是一个豪杰，那么也是可用的，所以说不能从一个表面的气质武断的判断一个人，要看他背后隐藏的一些优点和缺点。这叫做功名看气概，第四点叫做富贵看精神。一个有精气神的人，他是更容易成事的。那么，这个精气神，它是分为两种，一种叫自然流露的精气神，一种叫勉强振作的精气神。这个我们要进行判断，自然流露的精气神，这种精气神是长久的，那么它成事的可能性更大，勉强振作的精气神，这种精气神肯定是短暂的，那么它成事的概率就偏小。第五点叫做主意，看指爪掌纹细，而前者秀掌纹粗，而深者定。这个秀指的是葱秀，这个定指的是坚定。这个掌纹讲的就比较悬了。古人比较在意这个掌纹，但是对于我们现代人来说，作为一个借鉴，其可不一定完全准确。第五个叫做风波，看脚筋，脚筋粗壮的人善于奔走，性格外向，闲不住。脚筋纤细的人喜欢宅家，不善言辞。且安静也是曾国藩通过一个人的脚的形状，脚的形态来判断一个人的性格，最后一点叫做若要看条理，全在语言中。以有操守无关气，多条理而少大言为要。这是曾国藩的原话，什么意思？就是这个人，首先他做事有原则，而且不说官话，不说一些套话，大话，空话。

并且他说的话比较有条理，而且不喜欢吹牛，这样的人是可以重用的，是可以大用的好，这个是曾国藩的冰鉴，这本书我提炼了一些精华，我觉得比较适合于我们现在用的一个是。看眼神，也就是一身精神，聚乎两目，这个是比较重要的，而且是掩饰不了的，第二就是看气概，这个也是符合当下的，第三个看精神，看这个人的精气神，这三点放在当下是比较准确，而且能够运用的。至于其他几点，大家作为一个参考即可，好对这本书感兴趣的朋友，可以专门买来看一看，因为这本书里边讲的东西还是比较有意思的，讲了很多故事。下面看第二个板块叫做识别我们身边的五大类人，我把人分为五类，第一类叫做心善手软，第二类叫做面恶心恶，第三类叫做面善心恶，第四类叫做面恶心善，第五类。

叫做心善手狠好，先来看第一个，这种人叫做心善手软，他的面也善，心也善，手也软，那么这种人被我们称作老好人，也叫讨好型人格。就是他喜欢让身边的每一个人都对自己满意，都不讨厌自己，这个我们在之前的课程中讲过，这个好人公式叫做  $100-1=0$ ，其实这种人我们日常对他的评价是比较高的，可能是 100 分。但一旦他做了一件大家不太满意的事，那么评价瞬间可能将会零分，这个叫做老好人，这种人他的内心淳朴。没有什么手段，我们可以结交的，那么用笑傲江湖当中的人来举例子呢？就像依琳这种人，依琳小师妹。面也善，心也善，手也软。第二种人叫做面恶，心恶，就是表面上也不是好人，内心也不是好人。那么，这种人叫做恶人，叫做炸弹人。它随时可能爆炸，可能伤害到我们，那么这种人我们就要远离，给大

家讲个故事啊，就是我的一个朋友，他带着妻子和女儿在街上吃饭的时候，被旁边的一个人无缘无故的骂了。这个人一看就是那种社会人，当时他选择了隐忍，选择了远远离，没有跟这个人去发生正面的冲突，后来他的老婆和他的女儿说，为什么他这么怂？但是我认为呢，他怂是对的，这种人我们远离就对了。韩信还曾经受过胯下之辱，不是所有人都有资格成为我们的对手。敬君子奉贤，有德怕小人。不算无能遇见这种人，远离是最好的一种选择。因为你跟他对骂，你骂不过他，因为他的底线比你低啊，什么难听的都能骂的出来。你跟他对打那么又违法了，所以对待这种人最好的方式就是远离将军，有剑不斩苍蝇，用笑傲江湖当中的人举例就是左冷禅。

任我行这两个人就是面恶，有心又恶。第三种人叫做面善心恶，这种人我们就要警惕了，为什么这种人是小人，是伪君子？他表面上是一个善良的人，其实这种人比面恶心恶的人还要可怕，因为我们可能短时间内识别不了它的好坏。但是他很有可能在背后给我们来一刀，以笑傲江湖当中的人举例，岳不群就是这种人，第四种人叫做面恶心善，那这种人他的表面好像看起来不怎么善良。不太好接触，好像有些小脾气，平常给人的感觉也比较冷漠，但是呢，一旦别人遇到难处，他喜欢搭一把手去帮别人一把，这种人就比较巧了，我们可以称作魅力人格。就我们平常对他的评价是零分儿，但是一旦他做了一件好事儿，我们对他的评价只会瞬间拉满，变成 100 分儿。这种人是底线，有原则的，也就是说当别人触碰到他的底线的时候，他会非常的恶，但是不要触碰到他的底线，不要触碰到他的原则。这种人我们其实是可

以成为的，因为这种人在社会当中是比较容易获得别人的尊敬的，而不是像第一种人一样，第一种人看似心善手软，看似是一个好人。但是这种人在社会上会经常的受欺负，被利用，但是面恶心善的人呢，就更容易被大家所尊重，这就是人性的一面。

在笑傲江湖中，任盈盈和田波光就是这种人，他们刚出场的时候，给我们的印象。不是太好，但是随着剧情的发展，我们对这样的人物越来越喜爱，虽然他们身上有一些缺点，有一些污点，但是最终特别是田伯光这个人，当他最终为正义而献身的时候，我们对他的好感值拉满。甚至有一些朋友喜欢田伯光盖过了主角令狐冲，更加喜欢田伯光，这就是我们常说的一个恶人公式  $0+1=100$ 。第五种人叫做心善收狠，这种人心地是善良的，但是手段是狠毒的，那么这种人就更容易做大事，我们看到历史上的一些帝王，比如说刘备也好。还有曹操也好，还有宋江也好，宋江不是帝王，但是他也是具备了这一点，心肠是倾向于善良的，但是手段是很独的。那这种人就是我们常说的菩萨，心肠霹雳手段在别人没有影响到他的核心利益的时候，他的心肠是好的，但是一旦影响到了他的利益，一旦影响到了他的升迁。那么，他会拿出霹雳手段去对付这个人，就是在利益面前毫不手软，这种人是能够做大事的，比如说令狐冲和衡山派的掌门莫大，他们在遇到核心利益纷争。

在遇到恶人作恶的时候，是毫不手软的，直接干掉的，这种人就是心善手狠，能够做一番大事好，下面看第三个板块叫做 4d 分析法，这个是 NASA，也就是美国航空航天局经常用的一个识人用人的一个

手法。大家先看这个象限图啊，这个象限图的上部叫做全局，下部叫做细节，左边叫做感性，右边叫做理性，那么把人分为了四个种类，这四个种类在四个象限当中对应不同的类型。首先看偏全局，偏感性的人叫做关怀型，那么偏细节，偏感性的人叫做包容型，偏细节，偏理性的人叫做条理性。偏理性，偏全局的人叫做远见性。下面我们来一个一个分析什么叫关怀型人格呢啊，历史上比较有名的就是刘备这种的优点就是理想和价值观非常的崇高，同理心比较强，但是缺点是。敏感脆弱，多愁善感，这种人适合放在什么岗位上呢？适合放在人事岗位上，大家看刘备，他最大的长处就是选人和用人。第二种呢，叫做包容性人格。就在这个象限内，偏感性和细节这个代表人物是孙权，他的优点是比较注重人际关系，共情能力很强。

他的缺点是喜欢逃避冲突。喜欢顺从迁就，那么他适合的岗位是什么呢？是客服上的一个岗位，大家看一下孙权在刚继位的时候，其实他是一个幼主啊，他是面对着张昭和周瑜两大权臣的一文一武。那么，这种人格呢？就特别善于处理人际关系，他的共情能力特别强，让这些老臣能够心甘情愿的去辅佐他。但缺点他喜欢逃避冲突，他喜欢顺从迁就，你看那个吕蒙，他一再交代吕蒙不要杀掉关羽，但是吕蒙还是杀掉了，最终他也是选择了迁就，最终的结果就是吴国和蜀国之间兵戎相见。那孙权特别善于处理一些危机事件，处理一些危机公关事件，因为他比较注重细节，而且他本身是比较感性的，他也是包容型的人格。所以说这种人呢，适合放在客服总监那个岗位上，第三种叫做条理性人格代表人物是诸葛亮，条理性人格就是他喜欢注重细

节，而且他本身是偏理性的。那么，这种的优点就是原则性特别强，想问题特别的周密，缺点是他喜欢抠细节，喜欢事必躬亲，每件事都要亲自过问。这种人适合什么适合产品总监，因为产品是要扣细节的，产品的质量过不过关，跟这个产品岗位的负责人有直接的关系。所以说诸葛亮放在产品总监的岗位上，把产品交给这类人来监管，我们一定能放心的。

第四类人叫做远见型人格，也就是他本身比较理性，但是他比较注重全局。代表人物是曹操这种人的优点是喜欢追求卓越和创新，比较富有远见，缺点是喜欢辩解和争论，喜欢挑战权威，那么这种人适合放在。创意的岗位上，大家看在官渡之战当中，曹操和袁绍的那场战争，曹操用兵如神，就是因为他本身比较理性，而且喜欢站在全局去考虑，所以说以少胜多击败了袁绍。好，再来看第四大板块，叫做对员工进行测试。对员工测试有三种方法，一个叫做面试测试，一个叫做用事测试，一个叫做用时间测试。面试测试就是当一个人面试的时候，他一上来就跟我们谈钱，只在乎自己的收入是多少，那么我们就做好一个打算，这种人在公司可能不会长久，因为因钱而来的人也会因钱而走。假如说对方给出更高的待遇，那么这种人可能就会倾向于离开公司。第二种人叫做他谈的重点是公司的发展和未来的前景，他更在乎的是自己的未来。这种人一上来没有谈钱，说明他对钱是有底气的，他知道自己价值，明白自己能够给公司带来什么样的利益。那么他就不担心钱的问题，而是担心在这个公司能够获得多大的发展，这种人是长久的，用的是可以大用重用的。第二点叫做用事测试。

我们交代给他一件事，看对方是直接拍胸脯保证，还是仔细来询问细节，那上来就拍胸脯保证，说这件事交给我一定行，那么他不一定靠谱。

但是仔细询问细节的人，往往能把事给办成，办事的过程中看他有没有实时的去汇报和沟通，那他在办事的过程中有没有实时的跟我们汇报，让我们对这个事的全局有一个把握，那这种员工的心是比较细的。就当他把这个事办完以后，有没有给领导一个完整的交代，这样的员工可以用一个词来总结，叫做靠谱，靠谱的定义是什么？就是凡事有交代。件件有着落，事事有婚姻。也就说只要你给他交代了一件事，那么他每办一件事都有相应的着落，每办一件事都有相应的回馈和总结，这种员工就叫做靠谱的员工。第三种叫做用时间测试人分两种，一种叫可乐人，一种叫咖啡人。什么是可乐？就是我们喝第一口的时候非常好喝，非常惊艳，但是越喝越没味道。什么是咖啡？我们喝第一口的时候苦涩，但是越品越有滋味，所以说我们在用人的过程中不要被第一感觉所迷惑，要在后来的这些测试当中看这个人究竟靠不靠谱。最后一点叫做细节时，这个应用于恋爱和交友的一些场景，比如说我们初次见面的时候应该观察什么呢？观察对方的外表是否干净？

观察对方是否懂得倾听分析对方说话的内容，外表是否干净，这个我们看两个细节，一个是指甲，一个是鞋，因为这两个地方是。是不容易被觉察到的，那么我们通过这个地方可以判断这个人对于自己的要求程度，还有本身的一个自律或者整洁程度。对他有一个基本的

判断，第二叫做是否懂得倾听，是否懂得倾听，就看这个人是不是急于表达，还是倾向于更能够倾听别人的说的话。那些急于表达的人，他内心是不够自信的，总是想让别人认同自己，但是那些懂得倾听的人呢？他们一般是比较自信，而且。情商相对高的有一种聊天方法，叫什么叫捧根聊天法，就是相声演员于谦总结的一种聊天方法。每个人聊天都倾向于更多的展示自己，那么情商高的人呢？是倾向于让对方展示自己。展示自己，也就是做一个相声当中的捧哏，用自己的姿态降低去衬托别人，让对方聊得很嗨，这种人是情商比较高的，第三个叫做分析说话的内容，有些人喜欢诉说情绪。有的人喜欢陈述事实，有的人喜欢分析理论，那么喜欢说情绪的人，他比较感性的，喜欢说事实的人是比较中性的，喜欢分析理论的人是比较理性的。这个没有好坏，有的人喜欢感性的人，有的人喜欢理性的人，感性有感性的优点和缺点，理性也有理性的优点和缺点，我们可以通过上方这个4d分析法的这个象限分析法来判断这个人。

是一种什么样的人格符不符合我们的喜好，有没有可能跟他长期发展为朋友或者恋人？最后一点，在交往的过程中去观察这个人，观察什么呢？观察他的情绪是否稳定？观察他是否拥有安静的能力？观察与他的沟通是否对流？情绪是否稳定代表了一个人的成熟度，如果一个人的情绪忽高忽低，没办法主宰自己的情绪，而是做了情绪的奴隶的话。那么这个人他可能不是一个很好的恋爱对象，很好的结婚对象，因为夫妻双方情绪稳定，对于培养下一代来说，对于创造一个和谐的家庭环境来说是非常的重要的。所以说情绪稳定是为人父母，

是建立家庭的第一堂课，第二个是看他是否拥有安静和独处的能力。安静是一种力量，一个不怕孤独，一个乐于独处的人，那么他们会倾向于把更多的时间用于读书，用于学习。这种人未来的可塑空间，未来的成长空间相对会比较大的最后一点，与他的沟通是否对流，他的语言是否能够抵达你的内心，这个两个人交谈能不能同频？那么，决定了未来两个人能不能走到一起，能不能成为很好的朋友，能不能成为很好的恋爱对象，就是你要看他的语言能否抵达你的内心。好回顾一下本节课的内容，首先我们学习了曾国藩的兵箭，然后我们学会了识别五大类人，这个是本节课其中的一个重点。

我们要倾向于成为面恶心善的人，而不是面善心善的人。第三点，我们学习了 4d 分析法，去了解一个人究竟属于什么样的人格，应该放在什么样的岗位上。第五点，我们学习了如何对一个员工进行测试来判断，这个员工将来能不能够重用？最后，我们通过一些细节来在恋爱和交友的场景下来判断一个人，这个人将来能不能和我们走到一起？啊，经过了本节课的学习，相信大家能够通过一些小小的细节去读懂一个人的内心，去判断一个人的性格，去判断一个人属于五类人当中的哪一类？希望大家都能够跟对领导，选对员工，找对伴侣，师德贵人。

### 第三部分 逆袭篇

#### 第一章 爆款密码

##### 第一节 财富认知，我们正处在一个风口上

普通人最近 50 年来面临的五次逆袭的机遇。大家注意这个词啊，普通人咱们不讲精英阶层，因为这 50 年来其实还是有很多机遇的，比如说那个资源狂潮，比如说互联网。但这是属于少数精英的狂欢，我讲的这个东西是我们普通人能够真正实现翻身的东西。那么，从我们从第一个开始来讲。第一次机遇是在 70 年代高考归来，这个中间的细节咱就不太方便明说了，大家知道这个事儿就好，这个事儿改变了很多很多。普通大众的命运在一夜之间改变，嗯，比较有典型代表的几个人呢？几个名人？我给大家列举一下啊。比如说张艺谋在他在高考之前是一名搬运工，从搬运工考上了北京电影学院。后来成为了一代名导。

指导奥运会非常的牛。第二个人呢？俞敏洪，他在考上北大之前，他是一个农民，插秧割草的农民。然后成为了著名企业家，直到今天还在活跃在我们的视线当中，对吧？东方甄选就是俞敏洪的。然后李彦宏，李彦宏，大家也很熟悉某度的，对吧？他是从一个烧锅炉工的家庭。然后通过参加高考，考上了北大，成为了一名非常著名的企业家，然后白岩松也是从一个很普通的工人家庭。这些工人家庭将来很有可能是要接班的，但是呢，因为有了高考，他考上了北京广播学院，也就是现在的中国传媒大学。成为了一名著名的主持人和播音员，这

是 70 年代属于普罗大众的一次机会，每个人都。都有公平的机会去参加这几次高考，只要是考上的考上好的大学的都成为了社会的。精英阶层实现了一个跃升。

好，十年以后呢，就是 80 年代呢，出现了一个乡镇企业的浪潮，就这个乡镇企业浪潮呢，是整个历史上最大规模的一次农转商，是农民。从自己一个种田的，一个身份实现，到商人，到一个企业家的一次转变。这是一个非常大规模，也是属于普通人的机会。这个比较典型的几个代表人物呢，比如说福耀玻璃的曹德旺，大家都都很熟悉，比如说新希望的刘永好。比如说华西村的吴仁宝，这些都是在这个年代从一个农民成为著名的企业家的。好又过了十年以后呢，大家都知道一个词。90 年代嗯，很多朋友。呃，这个时候年纪还小，但这时候出现了一个词，我们父母辈都比较清楚，叫做下海经商，这个下海经商。十体仅仅体制内就有 15 万人，大约 15 万人下海，体制内放下稳定的工作。放下比较高的，比较稳定的一个收入，铁饭碗下海经商，然后比较有名的呢。比如说新东方的俞敏洪，刚才也提到俞敏洪了，这个人踏准了两次，所以说今天还在活跃在我们的视线当中，做的非常成功。恒大的许家印。巨人的史玉柱，泰康人寿的陈东升，汇源果汁的朱新礼，建业的胡宝森，这些都是。90 年代从体制内出来下海经商，成为一代著名企业家的当然，这是仅仅是属于体制内的一些人，一些精英。

我要讲的是，普通人的机会，对吧？在当时，还有一大批人下海经商，这些人有嗯，收入比较低的工人，农民，还有一些无业人员。

甚至还有一些。劳改改造过的人员实在是没办法了，只能做点儿小生意，对吧？但是当时只要是下海做生意的。最终都能够实现比较大的财富，为什么呢？因为当时市场上一片蓝海啊，你做任何生意都没有人。几乎都没有人跟你竞争，任何生意都是空白，做什么生意你都是能够一家独大，能够做的很好的，所以。所以说这也是一次属于普通人的，普通人的机会，我们的父母对这个是比较熟悉，大家可以跟他们聊一聊，问一问。然后再往后一个十年，就是我们这代人，我们30岁左右的40岁左右的嗯，都看到了这次机会，就是从00年开始。房地产的一个持续20年的大牛市，持续了20年。这次牛市是怎么产生的呢？首先嗯98年的亚洲金融风暴就是一个著名的。一个商人索罗斯做空泰铢引发了亚洲大规模的金融风暴，这次金融危机对。

对我们也造成了一点影响，当时我们的金融还没有完全开放，影响不大，但是也有影响。所以我们在这一年之后取消了福利分房，让房地产进入市场化。成为一个支柱行业，所以说。这个这次。是这样来的，就是我们8080末的人，或者是九零初的人，刚刚参加工作，那批人还能够赶上最后一波就是。15年左右的那波狂潮，但是呢，大嗯，大部分人从00年就是再早一批的。年龄再大一点的人，从00年开始入世的他们的机会更大。这就是属于房地产的一次机会，这次机会是从00年00年代到10年代，持续了20年。然后再往后呢20年代出现了一个什么呢自媒体，当然这个自媒体不是20年代出现的很早就有。但是一开始呢，它是属于精英阶层的，比如说开始的某博某众号博客之类的，这些这些文字型的自媒体需要。很强的写作

技术对吧？我们普通人是没办法参与的，大部分人不具备这个长篇的写作能力。所以说当时还是属于一个。精英的狂欢，而且呢，当时不是这个兴趣推送机制还是谁的名气大谁谁弄的东西好，谁就能获得收获。最大的一个流量对吧？但是后来自从有了一个 20 年代，嗯，也就是 10 年代末吧。

有了一个叫抖音的平台，以后呢，流量开始向普通大众倾斜，好下面大家来看这个导图。就是我说有了这个抖音平台以后。流量开始向普通人倾斜，为什么这么讲呢？第一方面儿，明星的流量从荧幕转向手机，因为抖音是个视频化的平台。他抢的是谁的流量呢？是电视剧，电影就是电影院，还有我们日常看电视的这些流量。现在明星的收入为什么没有以前高了呢？因为很多的嗯，很多的人在把这个注意力从电视和电影院。转移到了手机屏幕上。抖音有七八亿的日活用户，什么概念呢？就是每天有这么多的人在抖音上刷，在手机上刷抖音。也就是说。我们很大一部分人的时间不再看电视了，不再看电影了，而是在看手机，在看抖音。那么，明星的收入自然就会降低了，因为明星的流量以前是在电视上，在荧幕上，所以说现在大家看到很多明星。来到抖音上去开发新的流量，对吧？这是第一点，第二点流量第一次向普通大众倾斜，为什么呢？

之前我讲的自媒体嗯，它是需要很强的文字功底长篇的写作才能够获得流量，但是现在呢？一个短小的视频，而且你不用做的太精致，你拍的哪怕是普通的生活场景的，只要足够精彩，让大家爱看，能够切中某些情绪的点。那么，观众就愿意为你点赞，你就会获得流量，

所以观众的口味儿不再是那种精心制作的电视剧，电影。这些东西大家都很少看了，现在大家喜欢看我们普罗大众的日常生活，对吧？在抖音上看。观众的口味从精致转为粗糙，也就是说你现在做抖音不需要一个很专业的团队，自己一部手机就能够把一个东西。拍好，所以说这是普流量第一次向普通大众倾斜好，为什么我说流量开始向普通人倾斜了呢？我给大家做几个演示，给大家搜索一个几个博主，大家看一下，首先叫做。三根葱。大家应该都刷到过啊，这三个老爷爷是很普通的农民。很普通的农民，然后通过一些挖煤干活的场景，获得了非常大的流量，也帮助他们实现了做农民。所意想不到的一个财富，他们讲的东西很有哲理，拍的视频其实不是那么精致，也很粗糙。但是他们通过自己的精彩的这个文案表述，获得了流量，还有一个更著名的一个。一个抖音号，大家应该都刷到过，叫做疯狂小杨哥。疯狂小杨哥，大家知道他之前是一个什么身份吗？他是一个留守儿童。父母是外出打工的人，他的粉丝达到了。8000 多万已经超过了谁呢？超过了刘德华，当然这个并不能说他在线下的粉丝嗯，影响力超过了刘德华，而是在抖音上。他的这个粉丝量超过了刘德华，也是一个普通人实现逆袭的一个案例。一场直播能够带货。4600 万所以说我在讲像这样的例子还有很多很多，我只给大家列举了两个大家日常刷抖音当中应该也刷到了不少。所以大家一定要坚定的一个信念就是。普通人也能够瓜分到属于明星的流量，大家看到这个疯狂小杨哥现在有很多明星放低身段来找他合作。因为很多明星的收入，二线明星的收入已经不如小杨哥俩，他一场直播带货 4000 多，万一场一天。

所以说我们看到汪峰还有扮扮演赵四的那个刘小光，这些明星都在找他，进入他的直播间和他合作，蹭他的流量。进行一个带货，刚才我讲到一个 90 年的下海潮，大家也看到最近有一个现象，也有一个体制内的人。出来做抖音了，大家都知道他是谁，警官老陈对吧？不管他做的是否成功，大家一定要注意。这是一种时代的现象，第三点呢，给大家讲一个关于财富自由的公式，财富自由的公式，首先大家要注意一种技能啊，叫做一对多的技能。什么叫一对多的技能呢？就是你能够在单位时间内同时面对很多的人，而不是面对一个人。我们大部分人普我们大部分普通人的职业技能呢。都是一种一对一的，我们上班打工就是为对自己的领导负责，或者对自己的老板负责，对吧？我们所有的任务都是为他一个人负责的。但是一对多呢，比如说哪些人是一对多的技能，我举几个例子啊，比如说明星通过拍一部作品。然后让千千万万的人认识他，然后实现广告收入，粉丝收入对吧？然后作家通过一定的时间写一本儿书。让千千万万的人认识他，然后实现睡后收入睡觉的时候，他的书还在卖，对吧？然后这些。歌唱家，舞蹈家都归于明星的范畴，都一样通过一个作品，通过一段舞蹈，一个歌儿，或者写了一个。歌词做了一个曲，让千千万万的认识到单位时间内链接到了千千万万的人，这个就叫一对多的技能。

那么，我们普通人现在出现一个现象啊，就是一个小网红，他开直播的收入甚至超过了很多高学历的大学生。为什么呢？就是因为网红通过直播，通过短视频实现了一种一对多的技能。通过一场直播，能够同时面对。几十个上百个上千个人对吧？他比我们工作一对一的

效率要高多了，通过一个短视频火了以后呢，就能够链接到上万的人，甚至几十万上百万的人。这个在没有这个平台出现的时候，是不可想象的，它是一个，比如说你有几十万的流量，它是一个县级电视台的一个标准。才有这么多的流量，但是普通人现在就能够实现。所以这个财富自由公式是什么呢？我们的收入等于我们的时间单价乘以劳动时间。大部分人只有前面两个变量，就是时间单价乘以劳动时间，没有服务人数，因为我们的服务人数是一大部分人的服务人数，只有一个人。对吧，那么大部分人想要提高自己的收入，只能从两个方向下手，第一时间单价。

嗯，就是我每个月的工资是 9000 元，那么我们每我每天的工资就是 300 元，那么我想要每天赚到 600 元，赚到 900 元，我就要提高自己的技能，提高自己的工作能力。然后提高自己的职位才能往上升，对吧？才能够从一个月 9000 元变到九万元。嗯，另外还有一部分人呢，就是最初级的一部分人，比如说一些工人啊，农民啊，通过提高自己的劳动时间，比如说。别人干八个小时，我干十个小时 12 个小时 15 个小时，通过这样的劳动时间的提升去增加自己的收入。这个效率是最低的。是非常的低，所以说我刚才提到一个网红呢，网红为什么能够比普通的白领要赚的多呢？因为它实现了一个服务人数的跃升，就网红同时再服务几十上百个人，上千个人。对吧，我们普通人这个乘是乘以一，但是网红他可能乘以  $10 \times 210 \times 100$ 。他在单位时间内能够服务很多的人，这是一个财富自由的公式，我们普通人想要实现财富自由。要么是提高时间单价提的足够高，你成为上市

公司的管理，上市公司的高管嗯。平均年薪我看到一个统计啊，是70万。也就是每年70万的年薪，这是一个平均数，有比这个高很多的，有比这个低很多的嗯，这是打工打到极致。所以说我们看到现在一个比较大的网红，他一场直播就能够达到这些上市公司管理层，管理层高管。11年的收入，这是个什么概念？朋友们，这就是一种服务人数叠加的一种复利效应。大家一定要想办法提高这个变量，你才能够。更好的实现这个东西，这个自由。好，那下面我就讲一下我的课程叫做逆袭课，讲的是一个什么东西呢？

就是能够帮助我们普通人实现服务人数叠加的一个课程，为什么要实现叠加呢？刚才我讲了，这是我们普通人实现财富自由的。一条路径对吧？而且当下我讲到五次机会，第五次机会就是这个自媒体的抖音。我们明星的流量在向普通人倾斜，对吧？我们能够瓜分到一点点明星的流量，瓜分的多也好。少也好嗯，都能够实现比自己工作要高的多的一种收入，就像我我之前是一个。积极无名的记者，然后我就可以通过实现通过流量实现一对多的技能，以后呢，分到一点明星的广告份额。去年我接了不少的广告，大家也都知道。这就是一个嗯，普通人当下面临的一个机会，那么我的课程呢？首先嗯，会给大家提供一个私密社群，进入社群以后有很多。

志同道合的朋友，大家共同去解决问题，群策群力，我也会在群里边经常回答大家的疑问，能够给大家一些指导。然后我的课程分为四大板块儿，第一个板块儿叫做爆款密码，这是我最核心的一个技术，就是我从零做到100万粉丝。做了很多的爆款，那么这个爆款它的底

层逻辑是什么？我在这个大章节里面给大家分析的很清楚，比如说。情绪逻辑，比如说开头的逻辑，比如说嗯，怎样把一句话搞得精彩，让大家能够看得下去的？这种逻辑，所以说你学了这个章节以后，你就会明白嗯，它不是一个纯讲干货的一个平台，而是一个。能够让给大家带来情绪价值的平台，让大家开心快乐感动这些情绪价值。它才是爆款的密码。然后第二个板块儿呢，叫运营技术，就是我会给大家分析抖音最新的一些机制，帮助大家能够更好的获通过这个机制。去获得流量。

第三个板块儿呢，叫做打造 IP，就是每个人都可以在这个时代做出一个自己的个人品牌。这个不再是那些企业家的和明星的专利，普通人也可以因为流量向我们普通人倾斜了嘛。当你有了这个以后，你就可以实现下面这个叫财富路径，也就是说。变现的一个路径，我会把我在抖音上变现的所有技术原原本本的去教给大家。

## **第二节 爆款的底色是人性**

有一个非常重要的规律，当我发现了这个规律以后，又反复进行了多次的验证。证明它是的确存在的，我给这个规律取了个名字，叫做爆款横暴。什么意思呢？就是当我的某一个作品成为爆款以后，我会向其他的平台进行分发，我发现无论我把这个作品转发到哪个平台。它基本上都是爆款，流量都是嗖嗖的往上涨，这个现象就很值得研究了，为什么呢？因为算法机制或者说叫兴趣推送机制，对于每一个平台型互联网公司来说。

都属于核心机密，在这个岗位上工作的员工都要签署一份非常严格的保密协议才能上岗。这个机制基本上不会外泄。所以说每家公司的算法都有一套属于自己的专属的内在逻辑，毕竟各家有各家的老板，各家有各家的产品经理，各家有各家不同的想法，因此每个公司最终所形成的推送。和算法机制必然存在非常大的差异化，但是爆款作品呢，却能够突破各个平台算法的差异化，出现爆款横爆的现象。这至少说明了一个问题，那就是所有爆款作品的底层逻辑，所有平台型互联网公司的算法逻辑都不约而同的。指向了同一个因素。此时大家一定会问这个因素究竟是什么？

这个答案至关重要，谁要是把这件事想透了，找准了谁，就等于掌握了真正的。流量密码我个人认为这个答案就两个字，人性几千年的人类历史一切都在变，而且是沧桑巨变，唯有一样东西永恒不变。那就是人性，因此想要做出爆款，首先就要吃透人性，了解人性当中有哪些偏好，或者说有哪些弱点。对于我们做出爆款作品，有着巨大的意义，可能有的朋友会说了，不就是人性吗？这个简单电影七宗罪里面讲的很清楚了嘛。人性就是傲慢，嫉妒，暴露，懒惰，贪婪，暴食和好色确实很对这七个词。的确，把人性给总结的淋漓尽致。

但是如果我们完全以这七个词作为参考的话呢，作品就很容易被咔嚓掉了，大家不要忘了互联网平台是有很严格的审核机制的。所以我们要进行一个筛选，把这里面能够用来发挥的点给提炼出来，首先排除暴露暴食和好色。跟这三个词沾边的作品，我们就不要碰了，确实是容易火，但是也很容易让账号消失，即便账号不消失，作品也很

容易被限流。所以 pass 排除这三个词以后还剩四个词，傲慢，嫉妒，懒惰，贪婪，我们从这四个词中再排除两个词，傲慢和嫉妒。为什么要排除这两个词呢？因为激发观众的傲慢，激发观众的嫉妒，确实是一种获取巨大流量的办法。也的确有不少的博主专门打这两个点。但是这两个点对于人设的能力要求特别高，博主要具备很强的控场能力，另外这两个点很容易招来大量的黑粉，特别容易被喷子们攻击。大家想一想，打这两个点呢，是不是有两个很著名的头部账号？这两个账号一个被全网封杀，连矩阵小号都被封掉了。

另一个虽然没有被封，但也好不到哪去。目前正在被无数的黑粉围攻，因此说这两个点不太适合我们普通人来打。好排除法，做完以后就剩下两个词，懒惰和贪婪这两个词就至关重要了，我们把这两个词想透，并且运用到了极致，那么你的作品。就离爆款不远了，下面我们就来详细的分析一下这两个词如何利用观众的懒惰呢？大家记住一句话，观众拿起手机刷视频，他的第一诉求是娱乐和放松，第二诉求才是学习一些知识。如果观众的第一诉求是学知识，那么他就不会刷手机了，他就会去看书了。因此，作为一名知识类的博主，首先要具备的一个基本素质。就是不要让观众烧脑，不要让观众看了你的视频以后，不仅没有放松，反而觉得很累。这样的作品是反人性的，这样的作品 100%不会有流量，如何利用观众的贪婪呢？我们上面提到过，观众拿起手机刷视频。既想娱乐放松，又想学到知识，既要又要，这两个想法是存在矛盾的。一个人在娱乐的同时是。是不可能学到系统化的知识的，顶多学到一些点状的，碎片化的知识点。所以说

我们的作品切记讲那种深度的，体系化的知识，一定要讲那种一点就透。听起来很爽的知识建议大家拿出笔啊，记住下面这句话，这句话非常非常的重要，观众在刷短视频的时候。想要的不是获得，而是获得感。换句话说，观众想要的不是客观上获取知识，而是主观上。

学到知识的一种满足感，谁能反复给观众提供这种感觉，谁就一定能成为一名成功的知识博主。听了以上两点，大家在反思一种现象，目前大家所看到的几个领域的头部的知识博主，比如财经领域，科普领域。情感领域，法律领域等等，凡是能够做到头部的，都不是这个领域内真正厉害的专家。因为真正厉害的专家，他们的知识是体系化的，系统化的，是形成了一定的体系的，他们习惯了在大学课堂上讲课的那种模式。这种模式照搬到网络平台上以后呢，是注定不会有流量的，因为这样的讲课方式是针对刻苦学习的学生量身定制的。并没有广泛的迎合人性当中的懒惰和贪婪，所以现实中的观众大多数都不爱看。好，仅仅有理论还是不够的，我们把这两个理论给大家讲透，以后再教给大家一个比较具体的实操方法。这个方法就是把理论故事化，通俗了讲就是把理论变成故事，为什么要把理论变成故事？因为人性是懒惰的嘛。

你想一想，当你刷手机时，刷到一个人在讲理论，刷到另一个人在讲故事，你更喜欢听哪一个呢？心理学大师罗姆布鲁纳讲过一句很著名的话，一个事实性的陈述，即便听起来让人振奋，但我们仍然本能的想要验证它的真实性。但是如果是一个听起来让人振奋的故事，那么我们往往就会相信它是真的。大师说的话比较拗口，我把这句话

给大家翻译一下。如果你想让对方接受你的观点，应该采用故事化的，生动化的描述手法，而不是采用理论化的，枯燥的。充满逻辑性的描述手法。举个例子，比如你想要告诉一个小朋友一个道理，这个道理就是你做任何事都不能道听途说，都要去亲自尝试。才能得到最接近真相的答案，你如果把这个道理直接讲给小朋友听，他很难理解，也很难听得进去。

但是如果你换一种方法呢，你给他讲一个小马过河的故事，他是不是听得津津有味，而且很容易理解，并且接受了这个道理。世界各国小学生的课本基本上都是通过故事化的手法去讲道理，讲知识的，这就是因为人性当中大家都更喜欢听生动的故事，而不是。枯燥乏味的理论，所以在我们创作文案的时候，一定要特别注意这个点，尽量套用或者编撰一个有趣的故事。用第一人称口吻的形式把你要表述的观点融入进去，这样的作品会更受欢迎。更容易成为爆款。下面我以我的三个爆款作品为例，给大家讲一下具体方法，第一个作品标题叫做向下兼容。我所讲的理论是知己难逢我们生活中所遇到的那种能够聊得来的人，不一定是知己，很大概率是对方的段位极高，他在对我们进行向下兼容。开头我并没有直接讲理论，而是杜撰了一个故事，开头我是这样说的，给大家讲个扎心的事实，有一天我遇到一个人，和他聊得非常愉快。

我讲的话他都爱听，我感兴趣的事他都能接得上茬儿，我喜欢的恰恰正是他喜欢的我讨厌的。也正是他所讨厌的。事实上呢，我并没有遇到这样一个人，我只是杜撰了一个故事，把这个理论融入其中。

目前，这个作品的点赞数已经超过了 14 万，第二个作品叫做道德工具，我所讲的观点是道德只是一个工具，它的作用是约束弱者，服务强者。同样的手法开头，我并没有直接讲道理，而是以西游记为例，给大家讲了西游记当中的几个故事，然后再抛出我的观点。目前，这个作品的点赞量已经超过了 28 万。第三个作品叫做顶级魅力，我开头是这样讲的，昨天我和一个前辈聊天，我问他一个问题，一个男人的顶级魅力是什么？然后我借助这个前辈的口吻，把自己的观点给讲了出来。事实上，并不存在这个前辈，也并不存在这次聊天。这个观点是，我读了很多书以后，逐渐领悟出来的。

为什么要杜撰一个前辈呢？原因有两点，第一，采用故事化的手法，让大家容易听得进去。第二，按照我当下的年龄讲，这种高度的人生话题是很难让人信服的，因此我就杜撰了这样一个前辈。事实上，大家心里的赞是点给了这位前辈，而不是我，但是真正的受益人却是我本人。好，今天这堂课的主干部分就讲完了，下面我们来做一个简单的小结和回顾。爆款的底层逻辑不是干货，而是人性。人性当中有七个弱点，我们只需要抓住其中的两个来。懒惰和贪婪观众刷手机的第一诉求是娱乐和放松，而不是学系统化的知识，把理论变成故事。

### **第三节 选择大于努力，爆款选题八字心法**

在创作文案之前，我们要面临的第一个问题就是如何找选题，也就是我们准备讲一个什么样的话题。关于选题为什么要单独的开一节课来讲呢？因为选题非常非常的重要，它的重要性从某种程度上甚至

超过了内容本身。一个作品能不能火？能火到什么程度？起决定性作用呢？不是内容，而是选题。我们可以这样理解。选题是战略，内容是战术。如果一开始的战略方向错了，那么即便战术再厉害，也很难取得胜利。为什么很多看似很努力的人却总是火不了，根本原因就是犯了战术上勤奋，战略上懒惰的错误。如果能让账号火起来，我们前期应该把更多的精力用在找选题上，只要选题找对了，内容自然是水到渠成，我们也就成功了一大半。究竟什么样的选题容易火？

我经过常年的创作和实践积累，逐渐培养出了一种网感，这个网感就是当你把任何一个选题摆在我面前，我大概就能够判断出它能不能火，能火到什么程度，我把这种网感总结成了一套八字心法。提壶灌顶，恍然大悟。凡是能够让观众产生这两种感觉的作品，必火。下面我分析一下原因，我在上节课当中讲过 99% 的观众拿起手机刷视频的第一诉求是娱乐和放松，而不是学习。因此，当他们刷到知识性的内容时，会非常的挑剔和苛刻。普普通通的知识 and 观点，他们是不会感兴趣的。除非这条知识让他们产生了非常强烈的快感和获得感，否则他是不可能点赞转发的。

也就是说，只有当他觉得这条作品帮助他捅破了一层窗户纸。让他的认知瞬间得到了很大的提升时，他才会产生一种极大的满足感，才会产生点赞和转发评论的冲动。那么，究竟是什么样的作品才能让观众产生上面所描述的那种感觉？观众所获得的那种极大的满足感究竟用什么样的词汇才能完美的总结和诠释？我认为就是这八个字，提壶灌顶和恍然大悟，谁能够不断的给观众提供这两种感觉，谁就一

定能够活起来。那么，究竟什么是题乎观点？什么是恍然大悟？下面我举几个详细的例子，帮助大家更好的理解这两个词。假如我是一个讲历史的博主，下面有两个选题，同样是关于刘邦，大家觉得哪个更容易火？

第一个选题。刘邦为什么能够战胜项羽，取得最后的胜利？第二个选题，历史上的顶尖人才为什么总是集中扎堆出现？比如小小的一个沛县，为什么出现了刘邦，萧何，曹参，樊哙，夏侯婴等数十个经天纬地之才？大家觉得哪个选题更容易火？没错，一定是第二个，第一个选题。刘邦为什么能够取得最后胜利？这个话题无论你从哪个角度来讲。都很难讲出花儿来，讲来讲去，无非就是历史课本上那一套嘛，什么天时地利人和之类的原因。但是第二个选题就非常的不一樣，首先他是一个普遍存在的疑惑，只要是看到这个问题的人都会感到奇怪。都有一种一探究竟的冲动。其次，这个选题很容易深入到现象背后的真相和本质。因为你查阅资料后就会发现，这种顶尖人才在某个小地方集中扎堆出现的现象。在历朝历代都很常见，比如朱元璋的淮西功臣集团，努尔哈赤的建州女真集团。

曾国藩的湖南籍名将集团等等。经过不断的深入，本质的分析，我们逐渐得出了一个结论，人才从来都不是稀缺资源，真正稀缺的是能够历练人才的机会。以及能够让这些人才施展才华的平台。三国时期，如果让你遇见刘备结为兄弟，一路东征西讨，一路历练下来，哪怕最终达不到关张二人的成就。至少也能成为一名独当一面的大将，大家发现没有这个选题，首先抛出了一个疑惑，这个疑惑普遍存在。

很多人甚至被困扰了很多年，今天突然被你的这个作品解开了多年的疑惑，你说这个作品它能不火吗？再来举个例子，假如我是一名科普类博主，有以下两个选题，同样是关于时间，你觉得哪个更容易火？选题一时间的速度是恒定的吗？它会不会受引力的影响而变快或者变慢？

选题二。为什么小时候觉得时间过得很慢，一个暑假玩儿了好久都没有结束，长大后却觉得时间变快了。一眨眼就是一年，一不留神人到中年了。你觉得哪个选题更容易火？答案一定是第二个，第一个选题无非就是从爱因斯坦的相对论着眼讲一些枯燥难懂的公式和理论。最终得出时间可以被引力拉伸的结论，这个话题我们从很多影视剧里都已经接触过，并不会觉得有多么新奇。而第二个选题呢，同样是相对论，但是不需要讲公式，也不需要讲理论，只需要讲你的主观感受。一个人小时候接触到的信息量比较小，很多事物都是第一次遇见，几乎每天都有新鲜感，因此觉得时间过得很慢。长大以后，对于世界的新鲜感慢慢的消失了，每天都在麻木和 31 线中度过，因此觉得时间很快。换句话说，一个人在五岁那年过的是整个生命的 15，而在 40 岁的那年呢，过的是整个生命的 140。15 的内容量要远远大于 140，因此随着年龄的增长，会觉得时间变得越来越快。客观事实上，时间并没有变化，变化的只是我们主观的心境，这种现象可以称作生命的边际递减效应。因此，我们想要延长自己的主观生命，就要不断的观察和接触新鲜事物。

比如，读一本新书。交一个新朋友，去一个新的地方旅行等等，

这个选题和第一个例子，历史上的人才为什么扎堆出现是一样的？同样是很多人的疑惑，同样是从深入本质的角度帮助大家解开了这个疑惑，因此很容易让人产生。提壶灌顶和恍然大悟的感受，这样的选题没有不火的道理。再举一个例子。假如你是一名财经博主，有以下两个选题，同样是关于穷人变富的阻碍，你会选哪一个？第一个选题，穷人变富最大的阻碍是格局。第二个选题，穷人变富最大的阻碍是穷。首先，这两个选题都成立，都能讲出逻辑自洽的观点。但是，第一个选题关于穷和格局的关系，这个话题早就被讲烂了。你还没开口，就让很多观众基本上就能猜到了，不要说产生惕湖灌顶，恍然大悟这种感觉了，可能有一大半的观众。在开头的几秒钟就滑走了。第二个选题首先是新鲜，其次是幽默，最后会发现这是个真理。穷人最大的问题不是认知和格局。而是没有本钱，没有试错的机会和成本。他们不得不把大量的时间花费在维持生计上，他们的圈子里都是穷人，得不到有效的信息差，只能不断的重复低效的。体力劳动。王校长的爸爸给了校长五个亿，作为启动资金，校长不负众望。几年后，资产翻了八倍，变成 40 个亿。杨白劳的爸爸给了小杨 50 块作为启动资金，小杨更是不负众望，用 50 块买了个锄头去给地主干活。几年后，翻了 80 倍变成 4000 块，你把这个例子一讲，不仅新鲜，而且幽默，还具备很强的说服力。这样的选题流量必然非常的高，至少比第一个选题要高很多。好关于爆款选题的八字心法。

我已经通过详细的例子给大家讲明白了，当然所谓心法只是一个大的指导思想，需要大家牢记在心里，并且慢慢的领会。我讲课的老

规矩，除了心法以外，还要给大家讲一下更具体，更容易实操的方法论，究竟什么样的选题？才更符合这八字心法，我总结了三点。能否覆盖足够多的人群，能否击中多数人的痛点，能否引发多数人的共鸣。先说第一点，覆盖的人群是否足够大，决定了你潜在的阅读人数有多少。如果你的选题能够覆盖 1000 万人。那么，做出一个十万点赞的视频并不难，但如果你的选题只能覆盖十万人，那么想要做出一个点赞过万的视频。都非常的困难，我给大家举个例子，选题一买房的时候应该怎样选择楼层？选题二顶楼到底能不能买？这两个选题同样是聊楼层的话题，但是选题一覆盖的人群显然要比选题二大得多。每一个买房的人都会面临楼层选择的问题，但并不是每个人都会面临选不选顶楼的问题。再来说第二个能否击中多数人的痛点，决定了你的视频有多少人愿意为你点赞。什么是多数人的痛点？就是有很多人在因此而烦恼，因此而疑惑，因此而痛苦。

举个例子，选题一三十五岁失业现象的根源究竟是什么？选题二应届毕业生怎样走出迷茫？这两个选题其实都不错，覆盖的人群都足够广，但是从痛点的角度来看，选题二显然更痛。35 岁正是上有老下有小的年纪，作为家里的顶梁柱突然失业，对于任何一个人来说都是一种不能承受之重。而应届毕业生的迷茫，痛苦和压力显然要小得多，毕竟尚未成家嘛，没有太大的经济负担，背后通常还有父母的支持。所以相比之下，选题一更能切中痛点，也就更容易成为爆款。再来说第三点。能否引发多数人的共鸣，决定了你作品的传播力度有多大。所谓共鸣，就是你讲的这个事情，大家早已经了解或者隐约知道。

大家期待的不是你的答案，而是你蕴畅淋漓的表达你的作品，为大家提供了一个发声或者说发泄的窗口。举个例子，选题一，社交之所以累，是因为每个人都在试图表现自己并不具备的品质。选题二，世间最曼妙的风景不是外界的认可，而是自己内心的淡定与从容。选题三，如果你看过大海，就不会介意池塘里的是非。这三个选题，一个讲社交虚伪，一个讲幸福定义，一个讲人生格局，都是我们生活中普遍存在的现象。

因此，很容易引发共鸣，也很容易成为爆款。以上就是爆款选题的心法和方法论，大家在寻找选题时需要进行大量的阅读，养成，读好书，读优质文章的习惯。一边阅读，一边对照这八字心法，在阅读当中，一旦你自己产生了提壶灌顶和恍然大悟的感觉。就要立刻敏锐的意识到，这或许是一个非常好的选题，然后你再对照上面所提到的三个方法论，看一看是否符合其中的一项。如果符合，那么没错，就是它按照这个流程来找选题，相信你的第一个爆款作品。很快就会诞生。

#### **第四节 流量催化剂打动观众只要一个金句**

李白在将进酒一文中有这样一个金句，古来圣贤皆寂寞，惟有饮者留其名，意思就是自古以来，圣贤都是孤独冷落的。只有那些寄情诗酒的人，才能常常被后人提起，大家觉得李白说的对吗？历史上留下姓名，并且经常被后人提起的。真的是那些喜欢饮酒的人吗？事实上并非如此，这篇文章是李白在和朋友喝酒的时候，为了助兴写的一

篇劝酒词。目的是活跃气氛，劝大家多喝酒，因此把饮酒这件事给可以夸大。我们借着李白的这句话思考一个问题，历史上除了那些立下丰功伟绩的王侯将相之外，究竟还有哪些人能够真正频繁的被后人提起？答案就是像李白这样的人。李白是什么样的人？

为后人留下了很多金句的人。什么是金句？金句就是那些朗朗上口，富含哲理且又耐人寻味的句子，是那些只读一遍就能令人印象深刻的句子。我们或许会忘记李白的行路难，但绝不会忘了那句长风破浪会有时直挂云帆济沧海。我们或许会忘记王之涣的登鹳雀楼，但绝不会忘了那句欲穷千里目更上一层楼。我们或许会忘记范仲淹的岳阳楼记，但绝不会忘了那句先天下之忧而忧，后天下之乐而乐。流传千古的文章并不多，但是流传千古的金句真的不少。王勃的滕王阁序之所以精彩，因为整篇文章几乎句句都是金句。但即便如此，大部分人真正能够记住，并且经常运用的。也仅仅就是那么一两句话。落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色。穷且益坚不坠青云之志，老当益壮宁以白首之心。所以说我们记得历史上的某个文人，通常不是因为他的某一篇文章，而仅仅是因为他文章中的某一句话。一则怪炙人口，妇孺皆知的金句，便足以让这位作者的名字代代相传，经久不息。这便是金句的力量，这也是我们本节课要讲的一个重点。关于金句的运用。

一篇好的文章，如果没有金句，就像缺失了灵魂。相反，一篇不太好的文章，一旦有了金句，便如同天降甘霖，枯木逢春。在当下的自媒体时代，金句的作用更加的明显，因为手机前的观众阅读的耐心变得越来越低。很少再有人愿意真正的沉下心来，仔仔细细的阅读一

篇文章。他们更倾向于速读，他们更喜欢享受那种阅读后的满足感。因此，整篇读下来，他们记不得你的开头，也记不得你的结尾。甚至忘记了你大部分的内容。他们能记得的可能只有你文章当中的一两句比较富含哲理的金句。一旦他们找到并记住了这些句子，就会产生一种获得感和满足感，觉得自己学到了知识。同时也会觉得你的文章写的不错，你的视频讲的不错，大家回忆一下，当你在用手机观看视频的时候，突然想要给一个作者。点一个赞，你点赞的这个冲动究竟是因为他的整个视频还仅仅是因为视频当中的某一句话。很多情况下，其实就是因为当中的某一句话，因为我们的大脑很难在如此短的时间内判断出整条视频的逻辑和质量。但是对于视频中的突然闪现的金句，我们往往印象非常的深刻。大家再回想一个场景，公司的领导在台上发言的时候，台下很多人都昏昏欲睡，因为领导的演讲稿儿里面。经常有很多废话和套话，但是那些善于演讲的领导通常会在结束前做一个总结，并且引用一两句朗朗上口，耐人寻味的金句。

此时无论他前面的几分钟表现的多么的糟糕，台下依然会爆发雷鸣般的掌声。甚至还会有很多人称赞这位领导的演讲水平高。这便是京剧的威力。我让大家回想这两个场景，是想告诉大家一个我的写作方法，这个方法可以说是整部文案方法论的一个重点。这个方法让我在高考作文以及最近十几年的写作生涯中受益匪浅，这个方法就是学会巧妙的运用金句。掌握了这个方法，就等于掌握了一味给文案瞬间增色的灵丹妙药。我给我的这个理论取了一个响亮的名字，叫做流量催化剂。如果说金句对于一篇原本就好的文案来说是锦上添花，那么

金句对于一篇比较烂的文案来说。则无异于雪中送炭。好，明白了，金句的重要性，以后下面我们就来具体学习如何运用金句，先举个例子，我最近更新的一个爆款作品。目前，点赞超过了十万，题目叫做两套规则，讲的是这个世界是由两套规则组成。第一套规则是公平正义，礼仪道德。第二套规则是隐藏在背后的利益这个话题其实不太好讲。话虽然是实话，真相也的确是真相，但是实话往往不中听，真相也往往比较残酷。稍不留意，就容易把道理给讲歪，被大家当做一个唯利是图，价值观扭曲的小人。因此，我在文案中加入了一个巧妙的金句，这句话是这样说的。什么是君子？君子就是看透了第二套规则的本质，依然奉行着第一套规则的准则。正所谓看透真相依然热爱。什么是小人？小人就是看透并且坚定执行第二套规则，然后用第一套规则去约束别人。也就是我们常说的道德绑架。这条金句不仅利用了两套规则的观点，巧妙的给君子和小人重新下了一个定义，而且引入了两个原本就自带流量的词汇。看透真相，依然热爱和道德绑架这两个词汇，特别是道德绑架的这个词，引发了很多人的共鸣。很多朋友私信给我留言，痛斥自己身边那些喜欢道德绑架的小人，我的这两句话让很多人感到宽慰。因为君子固穷，他们在自己身上看到了君子的影子，同时又让很多人感到解气，因为他们看到了身边很多。小人的影子。

我对这类人的无情批判，让大家觉得酣畅淋漓。更重要的是，这两句话的价值观比较端正，如果没有这两句，那么我这篇文案很可能会成为那种比较暗黑的理论。被批判为厚黑学，如果是这样的话，流

量很可能不及当下的 110。再举个例子，我的另一个作品题目叫做消费主义是怎样收割的？这条视频的观点是，很多消费是没有必要的，都是资本通过不断刺激我们的攀比心，引导我们而产生的。比如我们原本以为相濡以沫就是爱情，但是广告词却告诉我们，钻石恒久远，一颗永流传。我们原本以为遮风避雨就是家，但是房产商却告诉我们，人生当有别，一树见高下。而事实上呢，任何想要通过改变物质条件，想要通过消费来获取幸福的想法都是错误的。把这些讲完了以后，我在结尾加了一个金句，对整部视频的观点进行了一个高度的浓缩。这个金句就是。三餐无忧即是福，五心安处且为家。这个金句放在了结尾处，可以说是整篇文案的一个点睛之笔。把大而空的理论一下子拉回到了现实，拉回到了观众的身边，让他们产生了强烈的共鸣。很多朋友留言说这句话，让他在困苦不堪的生活中找到了一丝安慰。这句话后来几乎成了我的一个标签。被网上很多人和公司反复引用，特别是相亲网站上，男士和女士们在个人简介里特别喜欢带上这句话。表达自己对物质的看淡，希望找到价值观相同的另一半。我时常在想，很多年以后，可能很多人都已经忘记了作者的长相，忘记了作者的笔名，但是他们依稀会记得。

抖音里面有这样一条视频，有这样一句话，在无边的黑暗中给他们带来了一缕微弱的光明。和一丝心灵的慰藉。这便是金句的力量。好，还是老规矩，例子讲完以后我再给大家讲一下具体的方法论。怎样把金句巧妙的运用到你的文章当中？首先，我们很多朋友并不具备生产金具的能力，包括我自己也是如此。在我的很多文章和视频

用的金句。并非出自我本人，而是我摘录下来的名人名言。从上高中开始，我就养成了一个习惯，看到好的句子就马上记下来，并且分类整理，分为哲理类。幽默类，文艺类等等，我随便给大家摘录几条，方便大家理解京剧的特征。哲理类，如果你连买书都觉得贵的话，那么你试一试无知的代价。这世上哪有什么自由，所谓的自由就是看清了自己的牢笼有多大。文艺类，我们已经走得太远，以至于忘记了为什么出发。日升月落间，沧海桑田时。间以其不息的伟力，将未来变成历史。幽默类。鸡汤也不是完全没有用，至少它利尿，只不过尿酸有点高。好先摘录这几个，大家发现没有所谓京剧都有以下几个特征，第一，蕴含哲理，耐人寻味。能让人读个很多遍，依然觉得很有味道。第二，颠覆认知，打破了我们固有的一贯的认知。但是并不觉得突兀，依旧觉得很有道理。第三，简单深刻，易于戳中要害，从而引发大家强烈的共鸣。第四，简短有力牢固。朗朗上口有利于传播我们在日常阅读和看电视的过程中，一旦发现了符合上述特征的句子。

应该立即记录下来，因为这个句子很有可能在未来的某个时间帮助你催生出一个爆款作品。或者是帮你完成一次掌声雷动的演讲。记录以后，大家要记得分类整理，并且时常拿出来阅读。我们在完成一篇文案以后，可以翻开自己的记录本，看能不能找到和自己这篇文案观点相符的金句。把它添加到合适的位置上，当然最好的方法是把京剧烂熟于心，写作的时候能够信手拈来。随时饮用。其实还有一种更直接的方法，如果你最近文思枯竭，没有好的创作灵感，就翻开笔记本，把那些观点和结构。相似的金句通过巧妙的穿针引线，把它们融

合成一篇文案，也算是一个技巧。比如我的一个爆款叫做顶级魅力。讲的是什么样的男人最有魅力？我这个视频就是把以往搜集到的那些表现男人格局的金句。加以组合便形成了一个爆款文案。比如早成者，未必有成。晚达者，未必不达。敬君子方显有德，怕小人不算无能。我把这些金句融会贯通，就形成了一个通篇都是金句的文案。最后给大家说一个误区，很多朋友不好意思引用别人的金句，担心涉嫌抄袭。其实并非如此，古人在写文章时就经常引用别人的金句。少量的引用，并且运用得当，是一种对前人的致敬，而不是抄袭。比如曹操的短歌行里面有一句青青子襟，悠悠我心，但为君故沉吟至今。这句青青子襟，悠悠我心，并非曹操原创，而是出自诗经。

但这并不妨碍曹操的短歌行成为一部传世的经典。在整部文案方法论课程完结以后，我会把这些年来摘录的金句附在末尾，供大家参考。当然，我还是建议大家每天坚持收录属于自己的金句，这样你的记忆会更深刻，运用也会更灵活。京剧是一篇文章的灵魂，好的京剧甚至会成为作者本人的标签。比如林则徐的苟利，国家生死以岂因祸福避趋之？比如辛弃疾的众里，寻他千百度。暮然回首，那人却在灯火阑珊处。所以大家一定要重视这个写作技巧，一旦你掌握了这个方法，你的作品流量很可能在短时间内产生质的飞跃。

## **第五节 情绪劫持撩拨情绪比输出干货更有效**

问大家一个问题，我们在和喜欢的异性聊天时，最忌讳的是什么？最忌讳的就是逻辑性太强。因为逻辑意味着枯燥，逻辑意味着无

趣，逻辑意味着死板，逻辑意味着梳理。这些因素是阻碍两个人关系进展的天然屏障。我举个例子，假如一个女生给你发了一条这样的信息。呜，我今天不小心把一个喜欢的杯子给打碎了，想哭，你会怎样回答我们先来看一下直男一般是怎样回答的？没关系，岁岁平安嘛，旧的不去新的不来，再买一个新的不就行了嘛。这种回答是最令人讨厌的原因有三点，第一，这是废话，碎都已经碎了，还能怎样？第二，岁岁平安，旧的不去新的不来，这样的词汇太过老套都听腻了。第三，这句话显得对方小气，自己豁达，这更是聊天当中的打击。因为无论任何时候。劝人大度都是一种低情商的表现。再来看一下暖男一般是怎么回答的，什么杯子打碎了，怎么这么不小心没有伤到你吧？

这种回答倒不至于让人反感，但是太过于循规蹈矩，你不用猜就知道，女生接下来会怎么接茬。女生肯定会说没事没事，没有伤到，然后呢就没有然后了，这个话题就到此结束了。你如果不想陷入尴尬，那么就赶快绞尽脑汁，费尽心机的去寻找下一个话题吧。最后，我们再来看一看会撩动情绪的男生是怎样回答的。你是不是经常虐待你的杯子啊？要不然他怎么会这么想不开离你而去啊？这种略带调侃的玩笑，既无伤大雅，又趣味横生，而且给女生一种坏坏的感觉，这种感觉非常的微妙。他没有任何的逻辑性，但却成功的撩动了对方的情绪，你可以想象手机屏幕对面的女生此时一定是撅起小嘴。皱起眉毛，快速的反驳你，你才虐待你的杯子呢，然后这个话题就可以无限的展开。

讲到这里，可能有的同学会问了，我们不是一个教自媒体运营教

文案写作的课程吗？怎么教起谈恋爱来了？没错，我今天就是要告诉大家一个颠覆三观的理论，这个理论就是把自媒体运营当做一场恋爱，把观众当做恋爱对象，反复的撩拨他们的情绪，因为。撩拨情绪比逻辑更重要。撩拨情绪比干货更重要。为什么有恋爱经验的男生喜欢把约会地点选在游乐场和电影院？而不是图书馆，因为这两个地方都是撩动情绪的最佳场所，女生们通常会把坐过山车时的刺激感。电影剧情的紧张感，同心动的感觉混淆，因为这三种感觉的生理表现都是呼吸加快。心跳加速。其实，做自媒体和恋爱都是一样的，无论是自媒体达人还是恋爱达人，他们身上都有一个共同的技能。那就是擅长撩动对方情绪的技能。如果你的作品总是能够成功的给对方制造情绪上的波动，那么这件事儿就成功了一大半儿。在营销学当中，情绪波动分为两种，一种叫高唤醒的情绪，一种叫低唤醒的情绪。什么是高唤醒的情绪，兴奋，愤怒，感动，恐惧，同情，开怀，大笑，强烈的认同。什么叫低唤醒的情绪，舒适，安逸，微笑，满足小小的开心。换句话说，高唤醒。

情的情绪就是指能够引发我们强烈分享欲望的情绪，低唤醒的情绪就是指只能够让我们自我满足，但是没有太强分享动力的情绪。大家在刷短视频的时候，有没有遇到过那种自己看了不过瘾，还想拉着家人和朋友一起看的作品，相信大家一定都遇到过。这样的作品就是好作品，因为它给我们制造了情绪的波动，并且激发了我们的分享欲望，因此它就很容易成为。成为爆款。大家在刷视频的时候，不妨留意一下，凡是那种点赞量超过了十万的作品，几乎都有一个共同的特

点。那就是激发了大家的高唤醒情绪。常见的几种，比如引发了大家的愤怒，引发了大家的感动，引发了大家的同情，引发了大家的兴奋等等。

下面我以我的几个爆款作品为例，给大家详细讲解一下我是怎样激发大家的高唤醒情绪的，我这条作品名叫北斗点赞超过五万。讲的是我国的科研人员克服了重重困难，突破了层层阻碍，终于将北斗卫星成功的发射升空的故事。在这条视频中，我运用的情绪递进手法，一步一步的把观众的情绪推向高潮。大家先看一遍这个作品。一边看一边思考，我在这个作品中运用了哪些情绪唤醒的手法？你的情绪是怎么被调动的？美国的 GPS 芯片儿价格已经低至六元钱，为什么我们还要耗费巨资搭建北斗卫星系统？每周我都会进行一次远程的徒步，出发时手里必备一部卫星定位设备，今天咱就聊聊这个话题。1990 年的一天，美国第八颗 GPS 卫星发射成功。就在同一天，海湾战争打响，这是一场碾压式的战争。类似 19 世纪末工业文明对农业文明的那种碾压，浩瀚的苍穹中有八颗眼睛，日夜凝视着战场。在他们的精确指导下。美军的导弹可以准确无误的穿过上一枚导弹留下的洞口，最终伊军的阵亡人数达到了十万人，而美军仅仅阵亡了不到 150 人，这场战争动摇了世界军事的天平。

三年后的一天，中国货轮银河号突然在海上迷航。漂泊了一个月，原因竟然是美方单方面怀疑船上有禁运物品，悄悄的关闭了这片海域的 GPS 信号，也就是在这件事发生之后的第二年，中国正式启动北斗卫星系统的研制。这中间经历了很多的波折，由于技术上的瓶颈，

一开始我们是跟欧盟。合作的，但是在我们带着诚意投入了重金之后，居然受到了欧盟的排挤，这件事让我们痛下决心，不再看他人的脸色，独立自主研发北斗系统。然而，浩瀚星空之上，卫星的黄金频段已经被几个强国占据，仅余一小段频率资源。国际电联规定，先到先得，过期作废。2007年4月17日是国际电联规定的最后期限和时间赛跑，科研人员几乎是日夜奋战，终于在4月16号晚上八时。将北斗二号卫星准确的送入预定轨道，并且接收到了两万公里之外传回的信号，此刻距离国际电联规定的最后时限仅余四个小时。当时我们不在现场，无法亲身感受北斗人在那一刻的喜悦。但我想那应该是一种起先沉默而后放声痛哭的喜悦，只可惜北斗卫星的创始人陈方允院士已然辞世，无法和他们一起庆祝这一时刻。让我们记住这个名字。北斗七星高歌书夜带刀，至今窥木马不敢过。临洮开头，我先提出了一个问题，这个问题就是。

美国的GPS芯片价格已经低至六元，为什么我们还要耗费巨资研制北斗卫星系统？这个疑问引发了大家的好奇，是一种低唤醒的情绪，然后我接着讲海湾战争期间，美军凭借着GPS卫星的精准定位对伊军进行了碾压式的打击。这种打击类似于19世纪末工业文明对农业文明的那种打击，根本就不是一个等级的较量。伊军只有挨打的份儿，毫无还手之力。最终，伊军伤亡人数达到十万人，美军仅仅阵亡了不到150人。大家注意，这里我就使用了一个比较初级的高唤醒情绪，也就是引发大家对弱者的同情同情抑菌的遭遇。但是如果仅仅是这一次情绪的波动，还不足以让这个作品成为大爆款，于是接下来

我把观众的情绪引向了愤怒。怎样才能引发愤怒？必须要让对方的行为触犯到自己的利益或者自己身边人的利益，才有可能引发愤怒。因此我又讲了另外一个故事，中国货轮在海上迷航的故事，迷航的原因就是美方单方面的怀疑，我们的船上有特殊物品。

于是悄悄的关闭了那片海域的 GPS 信号，导致我们的货轮在海上迷航，漂泊了一个月。这个故事将观众的愤怒初步点燃，大家看到这里基本上都会满怀愤慨，期待着故事的进一步发展。但是仅有愤怒还不够，后面的情节我再次启用了另一个高唤醒情绪兴奋。我国的科研人员下定决心，不再看别人的脸色，独立自主的研发属于我们自己的全球定位系统。这中间又受到了欧盟的排挤以及国际电联的刁难，但是我们的科研团队排除万难，终于在国际电联的规定的最后一刻发射成功。把北斗卫星送进了预定的轨道，我们成功了。此刻的观众情绪由愤怒转为兴奋和强烈的自豪，但是这依然不是我设计的情绪的最高点。我手里还握有一张情绪的牌，尚未打出，那就是感动，我是这样讲的。当时我们不在现场，无法亲身感受北斗人在那一刻的喜悦，但是我想那应该是一种起先沉默，然后放声痛哭的喜悦。其实这一段有很多种写法，比如欢呼雀跃，热烈鼓掌，深情拥抱等等，但是我认为这些情绪都没有沉默和喜极而泣。更有力量。克服千难万险之后，终于成功的喜悦通常不是开怀大笑，而是先沉默再落泪。此时的观众相信，有不少人已经热泪盈眶，情绪逐渐接近了最高点。如果我在此处结束这个作品的流量，不会很低。已然能够成为一个小爆款，但是似乎还差了那么一点点东西，这个东西就叫做美中不足。

一个好的编剧，绝不会让他的故事十全十美，加入那么一点点小小的缺憾，会让整个故事更加的充满张力，更加的动人心弦。比如天龙八部中萧峰的牺牲，神雕侠侣中小龙女的世真和杨过的断臂等等，于是我在情绪即将接近顶点处加入了一个遗憾。这个遗憾的目的是为最终的情绪顶点做一个铺垫，这个遗憾就是北斗卫星系统的创始人。陈方允院士已然辞世，无法和其他北斗人一起庆祝这一历史性的时刻。看到此处，观众们原本饱满的情绪可能会稍稍冷却，由强烈的兴奋。转为遗憾，但是别着急，收缩是为了更大的反弹。在视频的末尾，我引入了一首诗。这首诗把所有人的情绪再次推向了最高点。北斗七星高歌书，夜带刀至今亏木马。不敢过临洮，这是一首唐诗，讲的是戈书瀚将军在北斗七星的光芒下巡视边疆，让外敌闻风丧胆。不敢入侵这首诗，大气磅礴。

诗中的北斗七星暗合了北斗导航系统和前面的内容，形成了呼应，不仅巧妙而且很燃。这四句诗歌把整部视频的情绪推向了最高潮，观众从疑问到同情，再从兴奋到感动，最终燃起了强烈的民族自豪。这样的作品成为爆款几乎是一种必然，因为我在这个作品中把高唤醒情绪的手法运用到了极致。好，我们再举一个例子，我还有一个爆款作品，叫做高铁和泡面，这个作品讲的话题是高铁上应不应该禁止泡面？大家先看一下这个作品，看的过程中密切的关注一下自己的情绪，情绪的变化，泡面的味道那么大，高铁上应不应该禁止吃泡面？我们先不论对错，先来听一个故事。很多年以前，一名记者去贫困山区采访看到，一个孩子正在吃泡面，于是好心的提醒家长，这种食品尽量

不要让孩子多吃。家长先是一愣，随即憨厚的笑了。说放心吧，这孩子每年生日的时候才能吃到一次泡面，记者的眼睛瞬间就湿润了，如非亲眼所见，他决然不敢相信。那些被我们嫌弃的垃圾食品，居然是山区的孩子们翘首以盼的生日大餐。时过境迁，如今的泡面对于贫困山区来说，也早已不是什么奢侈品。但它依旧是人们归乡路上的首选食品，在奔波的旅途中再没有第二种食品能像泡面那样便宜便捷，暖心暖胃。当开水注入的那一刻，料包融化应运出的香气。

很快就会飘满整个车厢 34 年前这种香气只属于绿皮火车，在高铁上几乎没有那时的高铁很安静，它承载的是有钱人的诗和远方。无需多言，前路自然有光。那时的火车很喧闹，它拉满的是归乡人的思念与惆怅。千言万语，不过相思一场。现如今，高铁和火车已然没有太大的区别。城里的打工人如果没能抢到绿皮车票，咬咬牙也能消费得起。于是，每逢春运，扛着麻袋的民工和手提笔记本的精英们挤进了同一节车厢，五元钱一桶的泡面和 50 元一份的高档盒饭。摆上了同一张桌面，于是有人开始嫌弃，嫌弃泡面的味道大，嫌弃民工的衣服脏，嫌弃劳动人民的嗓门儿响亮，他们仿佛忘记了先带动后的承诺。忘记了一个社会文明进步的标志，并不是人人都做阳春白雪，并不是消灭下里巴人，而是让每个阶层的人都活得有尊严。视频的开头我还是先抛出了问题，引发大家的思考，这个问题是泡面的味道，那么大高铁上究竟应不应该禁止吃泡面？这是一个比较有争议的话题，每个人都有自己的看法，答案很可能是五五开。这种颇具争议的话题，其实也是一种选题的技巧。因为争议越大，大家的好奇心和求知欲就越

大。也就越容易把视频给看完，提出这个问题以后，我并没有直接给出答案，而是先讲了一个故事。

为什么要讲故事？因为人性当中更偏爱听故事嘛，而不是喜欢听那种枯燥的，乏味的理论。这个观点我在第一堂课当中详细的讲过，大家可以回顾一下。我讲的这个故事不仅仅是为了引发好奇，更重要的是想撩动观众的情绪。这个故事的内容就是。一个记者去贫困山区采访看到，一个孩子正在吃泡面，于是好心的提醒家长，这种食品尽量不要让孩子多吃。家长一愣，然后答到放心吧，他只有每年生日的时候才能吃到一次泡面。听到这里，很多情感细腻的观众相信已经眼眶湿润，因为这个故事和自己的生活形成了强烈的反差。我们早已经吃腻的泡面，居然是山里孩子全年企盼的生日大餐。这个故事成功的给观众制造了第一轮的情绪波动。接下来，我通过描写泡面的便捷和香味儿，引导大家回忆之前坐绿皮火车时吃泡面的感觉，从而勾起了一种怀旧和思乡的情绪。这句话是这样写的，当开水注入的那一刻，料包融化应运出的香气很快就会飘满整个车厢。

这种写作手法叫做画面感，也就是通过捕捉细节，描写视觉，味觉，嗅觉，触觉的各个方面，在观众的面前展开一幅画面。比如开水注入的滚烫感和料包融化后冒烟的飘香的嗅觉刺激，可以让观众展开一幅画面，从而陷入回忆。感同身受，从而更好的唤醒他们的情绪。接着往后看，接下来我用了一个对比的手法，把高铁和绿皮火车做了一番情感上的对比。为什么说是情感上的对比？因为我并没有对比速度，对比舒适度，对比环境卫生，而是对比了乘坐两种交通工具时的

情绪差异。我是这样写的，那时的高铁很安静，因为它承载的是有钱人的诗和远方，无需多言，前路自然有光。那时的火车很喧闹，因为它拉满的是归乡人的思念与惆怅，千言万语，不过相思一场。这段话很容易激发出观众的乡愁和感动，但情绪依旧比较平淡，算不上高唤醒。于是我在后面运用了通感的手法，把前面所讲的别人的乡愁和感动带入到自己身上。我是这样写的，现如今高铁和火车已然没有太大的区别，城里的打工人如果没能抢到绿皮车票，咬咬牙。也能消费得起这段话，让很多背井离乡，在大城市打拼的朋友们感同身受，想起了春运时。抢车票和挤火车时的那种窘迫，产生了一种强烈的认同，这种强烈的认同情绪就属于一种高唤醒情绪。

视频的结尾，我对整个主题进行了升华，高铁上能不能吃泡面不再是一个素质问题，而是整个社会是否文明进步的问题。一个社会文明进步的标志，并不是消灭下里巴人，并不是人人都做阳春白雪，而是让每个阶层的人。都活得有尊严。这个结尾把视频的价值观和格局抬升了一个档次，观众的情绪不再仅仅局限于。强烈的认同，而是上升到了感动感动，这种情绪属于高唤醒情绪当中比较难的一种，同时也是效果最好的一种。如果你的作品能够让观众鼻子酸，眼眶红甚至落泪，那么这个作品几乎肯定是一个爆款。好例子讲完了，还是老规矩，接下来我给大家讲一下更具体的方法论，方便大家更好的实操。首先，大家记住一句话，观众刷短视频的第一目的不是学习，而是娱乐和放松。因此，观众需要的不是干货，而是情绪的释放和满足。你的作品中，干货的内容。不要高于 30%，一旦高出这个数值，作品就

会变得枯燥乏味。你要时刻想着怎样让观众的情绪发生波动，让他们产生共鸣，这样你的作品才更容易成为爆品。另外，拨动情绪时，一开始不要用力过猛，而是讲究一个逐渐深入和循序渐进的过程。从低唤醒情绪逐渐发展到高唤醒情绪，最后在即将完结时推向高潮。这样更容易引发观众点赞和转发的冲动。我在我的开悟课当中提到过一个观点，人与人之间的关系必须靠利益互换去维系，这个利益分为两种，一种是经济利益。

一种是情绪利益，我们和老板同事，生意伙伴之间互换的就是经济利益，我们和亲戚朋友，夫妻之间互换的就是。情绪利益只有当这个利益互换持续存在时，两个人的关系才不会疏远。我们在做自媒体时，也要时刻牢记我们先要给观众提供情绪利益，观众才会给我们反馈经济利益，这就是我们本堂课所要讲的重点撩拨情绪。比输出干货更有效。再次强调，观众刷短视频内心想要的不是干货，而是情绪的释放和满足。学会撩拨情绪是一种很高级的技能，这个技能不仅能够帮助你做好自媒体，同时也能让你在人际关系当中游刃有余，如果能做到把观众的情绪牢牢掌握在你的手中，相信你的爆款作品会持续不断的产生。

## **第六节 黄金 5 秒怎样打造爆款开场**

好的作品前五秒就能牢牢抓住我们的眼球，让我们有兴趣继续看下去，而差的作品我们第二秒就会滑走。因为抖音上精彩的作品还有很多，没有一个观众愿意在一个差的作品上浪费，哪怕是一秒钟的时

间。抖音判断一个作品的好坏有两项重要的参考指标儿，一个是整体完播率，一个是五秒完播率。关于整体完播率，我们在后面的课程中会讲到。本节课我们要讲的重点是五秒完播率，也就是怎样做好一个有吸引力的开头儿。这个开头为什么这么重要？因为抖音的观众都是非常没有耐心的，他们对于差的作品忍耐度非常低。如果有连续五秒的内容过于啰嗦或者不合乎他们的胃口，他们就会毫不留情的滑走。大家注意滑走这个词儿，这是抖音 APP 和其他内容平台不太一样的地方，我们在其他平台看视频或者看文章。

如果遇不到喜欢的内容，退出时通常需要三个步骤儿，先返回再滑动屏幕查找，看到喜欢的内容。再打开而抖音把这三个步骤缩减到了一个，看到不喜欢的视频直接上滑就能看到下一个视频。就像开盲盒一样，观众永远充满期待，永远感觉下一个作品会更精彩。抖音的这个设定使得观众的退出成本非常的低。只要内容不够精彩，他们下意识的就会往上滑，开启下一个盲盒。因此，我说抖音的观众非常的没有耐心，对于不好的作品。容忍度很低，主要原因就是抖音的这个设定使得你的作品很容易被划走。特别是前五秒，这短短的五秒钟的时间，用户就能对你的作品产生一个最基本的判断。第一，这条作品要讲什么？第二，这条作品的内容合不合我的胃口？第三，这条作品的博主是不是我喜欢的类型？第四，这条作品的风格是不是我的菜？第五，这条作品能让我学到什么？第六，这条作品是不是足够有趣？不同的观众有不同的需求，会产生不同的判断。但是总而言之，你不要让观众去猜，你一定要在这五秒钟的时间内给观众传达足够多的信

息，让他们产生一个基本的判断。这条视频合不合我的胃口，我要不要继续看下去？按下去，如果不符合他划走了，这个并不算损失，因为这个在营销学上叫做用户筛选，如果这个人原本就不是你的用户。

那么，没有必要花费精力去挽留，因为挽留到最后，它成交的概率依然很低。有这个时间和精力，你还不如去开发和链接更多的新用户。说到这里，问大家一个问题，大家有没有接到过一些话术非常低级，一张口就漏洞百出的诈骗电话？大家不要认为这群骗子很弱智，用这样低级的骗术去骗人。实际上，他们很有可能是采用营销学当中的用户筛选策略。前几秒钟的时间，故意露出破绽。让那些智商在线的接听者主动挂断，这样可以节约人力和时间成本，去打更多的电话链接，更多的用户。而那些没有挂断电话的，愿意继续沟通的人，恰恰就是他们认为智商不高，比较好骗的用户，把精力多花在这些用户的身上。他们的效益才会更高，讲这个案例并不是告诉大家去骗人，而是帮助大家深刻理解用户筛选这个词的含义。我们作品的前五秒其实就是一种用户筛选，在前五秒钟我们一定要把自己准备讲的内容以及我们的人物形象，我们的作品风格。准确的传达给观众，如果对方划走了，不必惋惜，他并不是我们的用户，他们即便前五秒没有划走，后五秒也会划走。但是如果我们前五秒没有把这些信息充分的表达出来，那些原本可能喜欢我们的用户，因为没有 get 到他喜欢的点而滑走了。那么，对于我们来说，就是一种巨大的损失。

虽然你后面的内容足够精彩，但是用户已经滑走了。看不到了，你说可惜不可惜，所以说开头五秒最忌讳什么最忌讳啰嗦。最忌讳铺

垫，最忌讳讲一些跟用户需求不相关的东西，下面给大家讲几种最常见的错误的开头形式。第一种自我介绍，大家好，我是某某某，假如你是个明星，那么这样的介绍显然很正确，很有含金量，因为至少大家不会因为容貌没看清而滑走，会因为听到这个明星的名字。眼前一亮，从而多停留几秒，看看这个明星要讲些什么，但是对于我们普通人来说呢，这就是一种最差的开场方式。因为大家看短视频，没有人在乎你是谁，他们只在乎你讲的内容是不是足够精彩？在观众的眼里，你不是明星也没关系，普通人的生活我们也很爱看，但是你是谁，对我来说。真的不重要，所以说那种以自我介绍为开头的视频流量一般都很低，因为他们浪费了。至少三秒钟，这三秒钟原本可以充分的告诉大家，我这个视频要讲个什么故事，要给大家传达什么有意思的观点。这才是观众真正需要的东西，至于说你是谁，你叫什么名字，和观众真的一点关系都没有。当然，我们也会刷到一些流量很高的，以自我介绍为开篇的视频，比如抖音号曾博士。它的开头永远是那句大家好，我是普外科曾医生，为什么这句话没有影响他的流量呢？原因有四点，第一，他已经有很大的粉丝基础，相当于半个明星。第二，这句话语速很快，只占用了不到两秒。第三，这句话已经形成了他鲜明的个人风格。成为了他的一部分。第四，这不是一句单纯的关于名字的自我介绍，它包含职业信息，这个职业是医生。这个信息是很有含金量的，和那些单纯的介绍自己名字的那种自我介绍是有本质区别的。因此，大家不要因为一个个例去影响了自己的判断，我们判断要基于逻辑的基础上要基于大量案例的基础之上。

除了这个曾医生之外，我们很难再找到以自我介绍为开头的很火的博主，所以大家首先就要把这种开头方式。坚决的 pass 掉。第二种，前五秒本人不出镜，如果你的账号本身就是一个不出镜的账号，那么这个没有影响，但是如果你的账号本身是一个真人出镜的账号，那么前五秒一定要出镜。因为观众对于空荡荡的景物容忍度是很低的，他们更喜欢活动的人或者动物。有了这个主体，他们才更愿意耐着性子看下去。比如你要拍一个桌子，讲解这个桌子的特点，大家闭上眼睛思考两个画面，第一个画面只有一张桌子。背景声音是人的讲解第二个画面，不仅有桌子，还有一个人站在桌子的旁边，指着桌子的某个部位。详细的讲解，你更愿意看哪一个？我相信大部分朋友都更喜欢第二个，哪怕出镜的人长相很普通，普通话也很普通。都要比只拍一张桌子效果更好，因为人的视觉更容易被会动的物体所吸引。专业的导演在拍一个静止的物体时，一般都会用一个动的物体来反衬，即便是不动的物体也会移动镜头，用推拉摇移的拍摄方法让静止的画面运动起来。这样观众的视觉效果会更好。如果你是一个已经有了一定粉丝量的博主，那么更要注意前五秒的出镜，哪怕后五秒人物再消失，只剩景物都不要在前五秒消失。因为你的这张脸本身就自带流量，认识的观众会因为这张脸自动停下脚步，多观看几秒。这样的一张脸，在前五秒时不出现，导致用户流失，岂不是太可惜了？我给大家放几张截图，大家看一下。金枪大叔的作品一开始就露脸的。和一开始没有露脸的，是不是点赞量有很明显的区别？凡是一开始拍别人或者拍景物的作品，点赞量都是大幅度下滑。当然，金枪大叔可能并不在意

这点流量，但对于一名小博主，特别是刚刚起号的博主来说。在前五秒露脸这件事可就太重要了。

好，再来说第三种错误的开头方式，过度铺垫什么是过度铺垫，意思就是要说什么事就赶紧说，不要顾左右而言他。在现实生活中，我们去求人帮个忙。可能需要一些铺垫，说一些客套话，以防止对方感觉到目的性太强，比如说找人借钱。肯定不能一上来就说借钱的事儿，而是先寒暄大哥最近忙不忙？生意咋样？好久不见，气色越来越好了，等等。但是短视频的逻辑和现实生活中的人际交往逻辑恰恰相反，开头一定要直奔主题。告诉大家，你要讲什么，我随便给大家举个例子，大家感受一下哪种开头是对的。安例一今天是周日，天气晴朗，万里无云，我带孩子去爬山，来到山脚下，你猜我们发现了什么？一只巨大的会发光的甲壳虫案例二快来看快来看这是什么玩意儿？一只巨大的会发光的甲壳虫之前从来没有见过。今天是周日，天气晴朗，我和儿子来爬山，没想到刚来到山脚下就有了这样一个巨大的发现。大家觉得哪种开头更有流量？没错，一定是第二种采用倒装的手法，把爆点前置。把亮点前置，把冲突前置，把精彩前置，这样观众才更有耐心的看下去。在案例一中什么？今天周几？天气怎样？你和儿子去哪哪哪？这些描述对于观众来说没有丝毫价值。他们并不关心这些，他们想要看的是你的那个重大的发现，这个重大发现是他们把视频看下去的关键。至于日期和天气，这种毫无亮点的句子，你完全可以把它放在后面，甚至直接删除。因为这些因素对于短视频的剧情来说，没有推动作用。有他无他均可，倒不如干脆删掉。

好，明白了，三种最错误的开头方式，下面我们再来讲一讲正确的开头是什么样的？大家看一下我的这个作品，努力是谎言，点赞量是 19 万，我时常在想，努力这个词会不会是一个伪概念？我们把弩字拆开，上面是一个奴隶的奴，下面是一个用力的力奴隶，用力很显然，这个隶是被迫的。并非出自本心，按照正常的讲话逻辑，这两句话应该颠倒过来先讲，因再讲果，先把弩字拆开发现问题。再得出结论努力，这个词或许是一种伪概念，这个是正常的逻辑，我们在现实中聊天时。一般都会这样聊，但是大家发现没有这两句话的爆点在哪儿？爆点并不是拆字儿，而是怀疑。对于努力的怀疑，努力是一个大家常用的，被公认的很正确的激励性词汇，而现在有个博主居然说它是一个伪概念。就冲着这句话，大家就很愿意把这个视频看下去。但是如果我一开头就讲我给大家拆个字儿啊，努力的努上面是一个什么什么，下面是一个什么什么。大家三秒钟就滑走了，谁没事儿在这儿看你猜字儿无聊不无聊啊，大家仔细想一想是不是这个道理？好，再来看另一条作品。戒掉情绪点赞量是 11 万，我开头是这样讲的，厉害的人早就戒掉了情绪，这句话很有道理，因为多数情况下，情绪就是在用对方的错误来惩罚自己。那些高段位的人不要说情绪失控了，你甚至很难在他脸上看到任何情绪的波动，其实这个视频的开头我原本预备了三种方案。第一种，高段位的人情绪不会失控，因为多数情况下，情绪就是在用对方的错误来惩罚自己。

因此，厉害的人早就戒掉了情绪。第二种，什么是情绪？情绪就是用对方的错误来惩罚自己，所以厉害的人早就戒掉了情绪。那些高

段位的人情绪绝不会失控，你甚至很难在他脸上看到情绪的波动。第三种就是大家看到的，我最终采用的那种。其实这三种开头方法都不错，为什么我最终采用了第三种？因为厉害的人早就戒掉了情绪这句话。是一个爆点，是一个矛盾，也是最能激发大家好奇的一句话，大家看到这句话的第一反应就是。什么情绪？这玩意儿还能戒，我倒要看看它究竟怎么个戒法儿。有了这个疑问，就不怕大家在前五秒滑走？相比之下，另外两种开头方式就弱很多，第一种高段位的人不会情绪失控，这个观点非常普通，已经不足为奇。几千年前，就有古人讲过嘛，胸有积累，而面如平湖者可败上将军。第二种，什么是情绪，然后给出一个情绪的定义，情绪就是用对方的错误来惩罚自己。这个开头显然太过枯燥，而且很多人根本看不懂这句话的意思，看不懂的东西一般就很难有兴趣再继续看下去。大家记住，观众刷短视频是来放松的，而不是来烧脑的。好，再来看另一条作品知识的诅咒，六万多的点赞量。开头是这样讲的，为什么驾校教练普遍脾气很差？为什么老公教老婆开车的时候情绪很容易失控？为什么家长辅导作业时经常进入暴走状态？这种现象就叫做知识的诅咒。一个人一旦掌握了某种知识，就很难站在没有掌握这种知识的角度去思考和理解他人。大家注意到没有开头，我连用了三个问句，这三个问题都是我们生活中很常见的现象，也是很多人感到疑惑的问题。无论是驾校教练还是老公教老婆，开车还是家长辅导，孩子作业都很容易情绪失控。

首先，大家认可这种现象的存在。其次，大家都对此感到疑惑。因此，这个开头就非常的吸引眼球。如果把句子倒装一下，把知识的

诅咒的那句定义放在前面，我相信这条视频的播放量至少减半儿。因为大家对定义并不感兴趣，大家只对自己疑惑的事儿感兴趣，定义是一种被动灌输，大家本来不知道，你试图让大家知道。而疑惑是一种主动求索，大家本来很疑惑，现在你要告诉大家这个答案，你觉得哪种效果更好？一定是第二种好了，例子讲完了，相信大家对于什么是好的开头儿已经有了更深的理解。下面我就给大家讲一下方法论，也就是具体怎样实操。好的，开头要具备以下几种元素，第一，引发期待。第二，引发好奇。第三，引发惊喜。先说第一种引发期待，所谓期待就是渴望一个好的结果，并且愿意看下去。大家一定看过一种视频救助流浪狗的那种视频。偏偏屏住夜游午夜，青春私奔走，只有爱你每个天。此可以感同身受，给你救赎热望。知道你不能还要你感受，让星光加了这种视频，以怎样的开头最好呢？大家听一下我的这个开头。当我发现他时，他正浓缩在一个垃圾桶的旁边，奄奄一息，看样子已经至少一周没吃饭了。

这个流浪狗的惨状引发了观众的一个期待，期待它得到救助，期待看到它好起来的样子。如果视频进行因果倒装，一开始播放的画面是一条健康的狗，然后再描述发现他，救助他的过程。那么很可能会损失掉一大部分观众，因为故事失去了悬念，观众失去了期待，所以说一个由差变好的视频一定要把最差的那个部分放在前几秒设置期待。留下悬念，这比把最终变好的画面放前面效果要好得多。这就和我们追剧时不希望看到别人提前剧透是一个道理。再来讲第二种引发好奇。所谓引发好奇，就是以疑问的形式开头，让观众想要看下去，

得到最终的答案。但是，这个疑问要有意思，要大众化，要普遍化。最好不是那种小众的疑问，当这个疑问是 90%的人心中普遍的疑问时，那么仅仅从选题的角度。这个视频就已经成功了一半。有一个很火的美食博主叫白冰，他的视频开头就经常采用引发好奇的手法，大家看他的几个开头儿。这么多的云南野生菌子，里面有几种是有毒的，你们知道是哪几个吗？今天我们就一起来长长见识。hello，大家好，我是白冰，最近有很多粉丝发私信说想看我是云南的菌子。那个东西我就搞不懂你们有什么好看的，不就是蘑菇嘛，但不过为了满足你们的好奇心，我就安排了九种一天一次性让你们看个够这么多的鱼，大家都知道它们叫什么名字吗？为了给你们科普各种鱼类的区别，我弄了这么一大盆。今天我们就一起长长见识哇，快看快看，这么多螃蟹你们都知道它们叫什么名字吗啊？hello，大家好，我是来宾上期拍了龙虾之后有粉丝说还想看一下各种螃蟹的区别，今天我们就一起去找。

长长见识肯德基和麦当劳到底哪个更好吃呢？hello 大家好，我是白冰，有粉丝问我到底是肯德基好吃还是麦当劳好吃，今天我们就一起去尝尝，叫它冰冰帝王蟹，你们吃过沸腾帝王蟹，你们吃过吗？哇。一整块，我的天。hello 大家好，我是来宾，今天我们来到了传闻桂冠帝王蟹，你们吃过沸腾帝王蟹，你们吃过吗？今天我们一起去尝尝。有粉丝问我为什么要买两台一模一样的兰博基尼，今天我们就来聊聊这个问题。其实这两台车只是看着一样，但实际区别还是挺大的，但具体哪里不一样，等一下我再详细告诉你们，这几种开头儿就是标准的亮点前置，同时叠加疑问前置。亮点前置指的是它的画面，

把最有冲击力的美食画面放在视频的开头，刺激大家的味觉。疑问前置指的就是它的文案，把最有诱惑性的疑问放在视频的开头。引发大家的好奇，这两种手法叠加起来威力无比，其实这就是白冰最大的一个流量密码。当然，它还有两个流量密码，就是它的兰博基尼以及开头极具辨识度和感染力的音乐。好，再来讲第三种引发惊喜。惊喜就是发现了新大陆，发现了之前没有见过的新奇东西，比如我上面举的那个例子，两父子爬山看到一只巨大的甲虫。这种情况下，一定要把甲虫放在开头，把爬山的事情往后放。有一个账号儿叫做江西大林哥，是一个野外求生类型的账号儿，博主的设定是一个流落到荒岛的幸存者。每天要自己寻找食物生存下去。虽然大家都知道这是假的，是设置好的剧情，但是没关系，大家想要的不是真实，而是精彩。这个博主就经常采用引发惊喜的方式作为开头，大家看几个开头。在海滩上吃啥？这应该是一只后背搁浅了。

听说他活了四亿年，他的血液呈蓝色的，特别的宝贵，昨天在沙滩上发现了不明物体。哇，这个是鲨鱼蛋。看着可不可爱，无奈之下把它们全部放生，这么大的海参应该有几十年了，昨天在海里奋战了六个小时，历经千辛万苦，终于收获了两只大龙虾。哦哦哦。这几个开头都是他偶然发现食物的场景，这些场景给大家提供了一种惊喜，让大家跟随他一起喜悦。这是一种撩拨情绪的手法。关于情绪的运用，我在上一节课中详细讲过，大家可以回顾。如果大林哥的视频以平铺直叙的方式开头，比如今天是我流落荒岛的第31天，今天一大早我出去觅食。走了好久都没有任何收获，正当我快要灰心的时候，突然

发现了一个奇怪的生物。如果是这样的开头，相信他的流量会少很多。这样的账号一定要把奇怪的生物放在开头，引发观众的惊喜，大家才有兴致继续看下去。因为大家知道这不是平淡的一天，大林哥又有了新的发现，这个发现无疑就是整个节目的亮点。

好方法讲完了，大家在构思好整个视频以后，先不要急着拍，先对照以上三个方法论思考一下这套视频最大的亮点在哪里？这个亮点能不能引发期待？能不能引发好奇？能不能引发惊喜？找到这个亮点以后，一定要把它前置化。把这一段放在开头。本节课程的最后再次强调一个重点，永远不要考验短视频观众的耐心，他们是没有丝毫耐心的，一定要在开头就把他们的视觉听觉味觉。牢牢的抓住这样你的作品，才不会被轻易的划走好。

## **第七节 流量助推器极易被忽视的左下角文案**

怎么通过标题来获得更多的流量，一个好的标题是能够成为一个流量助推器的，我把这个东西取了个名字叫做。流量助推器大家都听说过，一个名词叫做标题党，指的是有一些之前有一些文章喜欢把标题写的非常多人眼球，然后内容呢？跟这个标题关系不是太大，这种呢，它是会获得流量的，但是它也有一定的反作用，会让大家反感我们这节课所讲的标题呢，其实是标题党的一部分，就是大家把这个标题做好。内容也做好，这样的话，标题会成为一个内容的流量助推器，而不是说让大家成为标题党，写一个吸引眼球的标题内容不好，大家注意啊，这两个同。同时都要好这个视频，才能够获得最大的流

量好，那咱们开始来讲第一个大的板块叫做。

短视频的标题指的是什么？短视频的标题和文章的标题还不太一样，我们在看某众号的文章，或者是今日头条的文章的时候，它那个标题是很明显的。主干文章是文章标题在上面一个大的标题，对吧？这是文章的标题是非常的明显，那么短视频的标题指的是什么呢？短视频的标题其实是有。两个部分组成就有的账号，它是把开头的黄金五秒当做了标题，也就是我前五秒讲的那句话，或者展现的那个场景。就是我整个视频的标题，但是有的视频呢，它是设计了一个类似于文章的标题，放在开头的几秒钟或者一直放在头顶上。这是两种不同的标题，为什么会有这两种不同的标题呢？因为不同的账号，它适用于不同的标题形式，比如说剧情类账号。还有才艺展示类账号，还有叙事 vlog 这类账号，它是不太适合在上面加一个字儿。作为标题的。他们通常都是把开头的黄金五秒的一个展示，还有今天要表达的一个内容，一句话给讲出来，这个叫做它的标题。那么，还有一种标题呢？就是知识类口播账号，还有探店类账号，还有剪辑类账号，那么这类账号呢？

就适合用一行字。放在开头的几秒钟，或者始终放在头顶上来告诉大家，我今天讲的是一个什么样的内容主体，我今天探的是一个什么样的店，这个店的名字叫什么，我今天剪辑的这个电影啊，或者这个好物分享啊，分享的是什么东西？这种就适合于文字标题，那么关于黄金五秒这个怎么搞好呢？其实之前我们是有节课专门来讲这个东西的，这个也可以作为标题的一部分去考虑。假如说你做的账号是

这几类的话，那么你的标题其实就是黄金五秒，那么这个黄金五秒怎样引发好奇？怎样引发期待？怎样引发惊喜？我就不再重复讲了，大家可以回过头去看一看关于黄金五秒的那个章节，今天我们就来着重讲一讲。开文字标题好了解了短视频的标题指的是什么？

以后我们来接着往下看，什么叫做一个好的标题？一个好的标题呢，首先它能够吸引用户的注意，以眼抓住眼球，其次呢，它能够让用户愿意继续的看下去。那么，我们首先来讲，怎样吸引用户的注意？大家注意呢，吸引用户的注意，其中有一个最好的手法，或者说最重要的一个点也是本节课当中大家最应该。好好学习的点，叫做反差感，这个反差感我给大家总结了一个密集模型，也就是说。行为属性的差异法，这个东西如果大家学会了，以后你的视频流量肯定会大大的增加我下面，我就给大家具体讲一讲什么叫。反差密集模型呢一个事物，它是有属性的，它也是有行为的，那么当这个事物跟它的属性。产生了反差的时候，当这个事物跟他的行为产生了反差的时候，那么就会让大家感觉到，哎，这个东西很新鲜，这个东西很有趣，很好玩儿。它就是获得流量的一种秘籍，下面就给大家举个例子来讲一讲什么是反差密集模型嗯，比如说这个事物。

指的是什么呢？比如说有一个农民，那么他的属性应该是朴素的，对吧？大家理解当中的农民，首先他是一个朴素的形象，农民的行为呢？一般是保守的。那所以说如果一个农民类型的账号，它是一个朴素的形象出现，它是一个保守的行为出现，那么这个就没有任何的反差。这种没有反差的账号，它后面的内容要做的特别特别好，才容易

获得流量，但是你要想走一个捷径呢。就是给他设计一个反差，这个农民他本来该是朴素的，那我这个农民能不能把他整的花哨一点？如果是大家不喜欢把农民搞出来一种花哨的感觉，那么我这个农民的行为能不能稍微夸张一点，也就是颠覆了大家对农民这个事物的认知。认知它的属性和它的行为和农民的这个事物是相反的，给大家举个例子啊，比如说有一个账号叫做三枝花。好，下面给大家演示一个账号，这个账号的名字叫做三枝花，应该很多朋友都刷到过这个三枝花的一个定位，就是一个农民的账号，你看他们的形象是三个农村妇女。但是他们经常会以一种花哨的形象来出发来出现，你看这个就是一个还珠格格的形象来出现，另外呢，他们的行为也没有用，保守的农民的形象来出现，而是用了一些时尚的元素，比如说你看这个。

这三个人。在跳舞每个人的身上都有毛毛，这是时下最时尚的一些话语，一些元素，一些歌曲。然后你看他们的表演也非常的夸张好，这就是三枝花这个账号成功的一大秘诀，它就采用了一个行为属性差异法。以三个农民的形象，但是经常以花哨的属性来出现，经常以夸张的行为来出现，这个就形成了一个巨大的反差，让大家看了以后印象深刻，而且能够看得下去，那另外呢，再给大家举个例子，比如说一个15是美女。那么，我们脑海中美女的形象一般是贤淑温婉的，那她的行为呢？一般是很温柔的。但是如果一个美女，她以一个反差的形象出现呢，就是这个美女，她是十分泼辣的，就像一个韩剧，我的野蛮女友一样。他的行为是泼辣的，他的那个属性是泼辣的，他的行为是强悍的，就会像刚才我举的那个农民的例子一样，形成一

个巨大的反差感。比如说我给大家演示一个账号，这个账号是一个美女的账号，名字叫非二班，你看她的人物形象是一个非常漂亮的女孩，而且穿的非常时尚。但是呢，它的背景首先有一个反差，它它的时尚的衣着和这个农村杂乱的背景首先就是一种反差。

其次了，它还采用了属性和行为的反差，你看这个美女，她并没有以一个非常温柔的形象出现，而是每次都以一个泼辣，还有强悍的形象。来进行开场五秒的这种登场，比如说你看这个。你看几乎都是开场。一脚把大门给踹开。就是一个穿着非常时尚的美女，非常漂亮的美女，发型也非常好看的美女，每次的开头。都是以一个你看非常邋遢的形象，或者是踹脚大门非常泼辣的形象来出现，其实这个就是以黄金五秒作为标题的，这种方法它。他这种黄金五秒这种标题给我们的印象非常深刻，所以这个账号也快速做到了 100 多万粉丝好，这就是我们讲的第一个要点，标题也有反差感，大家在设计自己的。前五秒的时候也可以尝试寻找这种事物和属性行为之间的反差，来达到一个吸引眼球，增加流量的目的。好，下面我们再来看第二个部分，这个部分叫做标题深入人心，这个其实和黄金五秒的意思是一样的，就是标题你要引发好奇。

引发期待，引发怀疑，那么这个标题就能够吸引大家的眼球，同时让大家愿意继续看下去。关于这个好奇期待怀疑，其实它和黄金五秒所讲的内容是一致的，我就不重复讲解了，大家可以回顾。上一个课程，你的黄金五秒是怎样引发这三个东西的？那么你的标题同样也是用同样的方法来引发这三种情绪。好，第三个点好，第三个点呢是

标题,要深入热点,这个热点怎么找呢?有一个工具叫做抖音热点宝,我来给大家演示一下,好大家搜索这个抖音热点宝就能看到这样一个工具点开。抖音热点榜这个栏目进去以后,我们就会看到抖音对时下热点的一个排序和总结,我们可以在这里面找到。适合自己的标题好,下面来看第二点就是你的标题,要让用户能够看得下去,如果你的标题用户看到以后他是看不懂的。它是烧脑的,那么它很可能就滑走了,对吧?所以说标题一定要口语化好,下面来给大家演示一个账号,结合这个账号,大家更容易理解我讲的这个内容。这个账号叫做闫伯君,他是一个科普自媒体,那么作为一个科普类的博主呢,他就更要注意这一点,你的标题一定不要烧脑,你的标题要口语化。

大家首先看一下它的标题啊,它的标题类型是文字型的标题,不是黄金五秒类型的标题,你看每一个视频都打上了一个文字。大家找一下规律啊,你看这些凡是口语化的,比如说热水结冰比冷水快。你看它的流量就比较高,为什么人无法永生流量就比较高,你看流量有一个比较低的例子就是这个。增城市 VS dht 这个大家看到以后不懂什么意思,所以说很多人一看这个不知道他要讲什么就滑走了。它这个标题呢,就是有点烧脑的,而且是不够口语化的,你看这个流量就明显的降低,这是给大家讲一下关于闫伯君这个账号的例子。方便大家更好的理解你的标题,要想让用户第一眼看到以后不滑走,那么要让他能够看得懂,所以你要尽量采用口语化,简单化的东西来设计这个标题。而不是让他看了以后不理解。那么,怎样做出一个好的标题呢?有两种方法,第一个是自身创作。刚才我在上面所举的例子都是

教大家怎样创作一个好的标题。当然，还有一个捷径啊，就是要学会借鉴，怎么借鉴呢？首先我们要自己寻找素材，这个素材我给大家说几个方式啊，怎么寻找？首先模糊。某众号今日头条，特别是这个某众号和今日头条，它本身就是文字型的自媒体，所以它的标题和文字区分的是比较清楚的，你在浏览这个网页的时候。

当你看到哪个东西，突然想点进去的时候，那么你就要思考一下它这个标题到底是哪个点，让你愿意点下去进入看的。就是你要把这个标题可以记录下来，将来作为你的一个标题来使用。这个模糊呢，它是一个回答型的呃自媒体，它是没有明显的标题的，但是它的第一句话也就相当于短视频的黄金五秒就是标题。你要这种模糊的博主，要想让大家能够继续看下去，那么他一定要把第一句话设计好，这个第一句话就是他的标题，当你在浏览模糊的时候。你发现哪个文章的第一句话特别的打动你，那么你也可以留意一下，记录下来，作为日后你的一个标题。另外呢，还有一个方式，就是我经常采用的，我喜欢去书店逛一逛，逛一逛，并不是要看书，而是看那些流量书籍爆款作品。爆款书籍卖的比较好的书籍的那个门类，它都是一些什么书？这个书的名字是怎么取的？我看到好的名字就会记下来，将来作为一个我的标题来使用。这是在书店在今日头条在某众号在某呼上进行一个标题的搜集，搜集以后呢，把找到的这些标题。

进行归类整理，比如说哲学类呀，还有文艺类呀，就把它进行归类别整理，将来如果你没有没有好的灵感的时候。可以翻开你的这个记录来寻找一个比较好的标题，这是一种借鉴的方法。另外，某音上

就抖音上大家刷到好的标题，打动你的标题也可以记录。嗯，第四个要点呢，标题的其他注意事项就是首先你的标题封面要。设计的美观整齐，让大家有关注的欲望，让大家觉得这个博主在用心做了，而不是在应付我们。其次呢，这种文字性的标题有两种形式，第一种就是放在前五秒出现，然后再消失，第二种呢，一直放在头顶，一直没有消失，这两种我都会给大家演示。那么，这两种标题的方式是各有利弊的，前五秒出现后消失，它的利就是有利于画面的整体美感。就是它的标题出现以后消失了，而不是放一直放在头顶，那么它的整个画面是和谐的，是美的，它的弊端呢？就是观众只看到了那么几秒，容易记不住它的主题。所以说一直放在头顶的那种标题呢，它的力就是观众一直能够看到它的主题，能够知道它在讲什么，那么它的弊端呢？就是。破坏了画面的整体美感，因为它的标题始终是在头顶的，那作为一个整体的画面呢，人物和文字同时出现它的画面，美感结构是被破坏的。这个要看大家的喜好，各有利弊，你喜欢哪种就采用哪种好，下面给大家做一个账号演示，这个账号叫做大胡子说房，首先大家看到它的封面是非常的整齐的，就是采用了自己的一个艺术照，形象照，再加上。字幕的形式把它放在视频开头的前几帧，大家看到了吧？这个视频采用的就是一个把标题始终放在头顶的形式。

那么，这种它的力呢？就是大家始终能够看到本节视频所讲的一个主题，不容易忘记能够增加一定的停留，但是它的弊端呢？就是破坏了画面的整体美感。你看本身是一个人物，如果没有这个标题存在的话，整体画面是非常和谐的，但是头顶上有个标题破坏了一种美感，

这是它的弊端。那我们看这条视频呢，就是他并没有把标题放在头顶，而是一闪即过这个弊端呢，就是大家可能不太清楚他讲的主题是什么？容易忘记，但是力呢，你看整体画面会比较和谐，这个具体采用哪种形式，我觉得两种都可以。就看大家喜好哪一种，就采用哪一种，当然我更建议大家采用这种画面和谐的形式，为什么呢？因为。大家现在越来越讨厌被说教的感觉，当我们把一个标题放在头顶的时候，那么就明确的告诉大家，我要说教给你一个知识。而不是很自然的在讲解，这可能不太符合抖音当下的一个流量，所以大家要注意，这个点在我的这个建议的基础上进行自己的选择。好，下面给大家讲一个最容易被忽略的点，就是左下角的文案，这个左下角的文案用好了，也是一个巨大的流量助听器，但是很多博主并没有重视，很多人是随便的艾特几个人或者随便的写一句话。随便的去添加一个话题，那么这样的话是严重的浪费了抖音给我们预留的一个广告位，这个广告位我们用的好了，是对于自己作品的一个。

很好的广告，很好的助推作用，这个左下角文案应该怎么用呢？我给大家总结了三点，第一点与视频的内容。要互补使用，不要与内容重复，否则就是一种浪费，怎么理解呢？给大家做一个演示，这个账号叫做潇洒谦歌。好，大家看一下潇洒谦哥的左下角文案，我随便打开一个。嗯，当我们看到这个视频的第一眼的时候，他描述的是一个蓝天白云，还有在麦田里骑自行车的场景，可能很多博主呢，根据自己的视频会这样编辑，这个左下角关今天的天气非常好。我在麦田里潇洒的骑自己的自行车，那么如果是这样编辑呢，这个左下角的文

案就被严重浪费了，因为它跟视频是一种。

同质化的内容本身，这个画面已经给我们传递了这样的信息，你再用左下角文案去写一遍呢，其实是一种严重的浪费。我们看谦哥是怎么做的呢？谦哥写的是既然去不了诗和远方，那就在附近的田间地头走一走，看看蓝天白云有童年美好的回忆。就他给大家描绘了一幅更加深远的场景，不光光是表面看到的这样，还有一些童年美好的回忆，那么就击中了大家情绪的某个点。对吧，这个就比我刚才说的那种重复画面的感觉要好的多，再来看随便一个好，大家看到这个场景以后呢，很多博主可能会这样编辑左下角文案，就今天的晚霞很美。我在山顶和我的牛耳一起观观赏晚霞，如果这样写的话呢，也是一种同质化的重复。你看画面已经表达了这个场景了，那我们没有必要浪费这个广告位，再重复一遍对吧？你看谦哥是怎么写的？总以为自己还年轻，却忽略了岁月的脚步。当身边的一道道风景变成了回忆，却突然发现风景依然在人影非少年，又是运用了一个情绪的点，勾起了大家对。少年对于童年的回忆，看似跟画面没有太大的关系，但是与画面形成了一个情绪上的互补。

这个画面让我们回忆起了童年，回忆起了童年在农村放牛欣赏晚霞的一个场景，所以说这个左下角的文案会给谦哥的这条视频流量带来非常大的助推作用。第二点呢，对视频中的难点进行解释或者高度总结，辅助观众进行理解。有的博主呢，他的视频内容可能讲的非常的艰涩难懂。那么，我左下角的文案能不能把我的视频做一个总结，方便大家更好的理解，比如说一些科普类的博主闫博君，我给大家演

示一下。大家看一下这个账号，叫做闫伯君，他是一个科普类博主，那么他的这个内容定位呢？就注定了他有一些内容肯定是比较艰涩难懂的，因为科学嘛。并不是人人都懂，但是他巧妙的运用了左下角文案，把自己监测难懂的部分给解释了一下。世界上昼夜温，比如说这个它在左下角文案讲的是严格来说，大气逆辐射也是生命起源的原因。其实他整篇视频讲的也是大概这个内容，他对自己的内容进行了一个高度的总结和概括，方便大家更好的理解。

永生可以实现吗？哎，理论上看这个视频，他聊的是永生有没有办法实现他在左下角文案，讲的是其实。不是无法永生，而是没有必要，也是对自己观点的一个高度的提炼和总结。第三点呢，就是采用有美感或者有哲理的金句来引发点赞评论分享，就是左下角文案，如果你实在没有什么太好写的内容，那么能不能引用一句？金句有哲理的或者有美感的，金句或者是你视频其中的一个金句，把它放在左下角，当大家看到这个金句以后，可能就是一个点赞转发的点。可能还没有把你的视频看完，就已经被这个句子所打动，这也是一个巧妙的点，给大家演示一下，比如说房企 kk，大家看到这是一个旅行的博主。我随便打开一个他的作品，比如说这个好，我们来看他的这套作品，这套作品的左下角文案是离开大城市就是失败吗？才怪。离开是因为人生的不同时段有不同的追求，所以他的这个左下角文案呢，给大家一种非常有哲理的感觉。他的视频内容或许与这个东西没有太大的关系，但是大家在没有看完视频之前，因为这句话就打动了很多人。这就是一个巧妙的一个运用。然后大家看一下我的这个作品，也是运

用了视频其中的一个金句，作为左下角文案，这个视频叫做顶级魅力，它的左下角文案呢？叫做。已是乾坤大，有点草木青。这是我视频结尾的一个金句，运用了一个诗句作为结尾，也是整个视频的一个亮点。

一个男人的顶级魅力就是他已经看到了乾坤的浩大，但是犹怜一草一木，而这句话即使对整个视频的高度总结，也是一个金句。大家可能会因为这句话给我更多的点赞，评论和转发。好，我们来对今天的内容进行一个简单的总结，回顾本节课，我们主要讲了怎样做一个好的标题，首先短视频的标题指的是什么？黄金五秒和开头的这个文字。都可以叫做短视频的标题，其次我们讲了一个怎么做好标题，讲了很多内容，但是我建议大家一定要好好的理解这个反差密集模型，把这个东西理解透了。那么，无论是黄金五秒也好，无论是你的文字标题也好，都会成为一个真正的流量助推器，另外一个重点呢，就是左下角的文案。这个左下角的文案被很多很多人忽略了，但实际上。它是一个巨大的流量助推器，大家一定不要忽略这个广告位，一定要用好这个广告位，把这个左下角文案给认真的编辑好，采用这三种方法。那么，你的视频的流量会更加的高。

## **第八节 干货挖掘机掌握这个思维不愁没有话题可讲**

大家一个比较关心的话题，就是我不知道自己该讲什么，怎么办？所以说我给这节课取了一个名字，叫做干货挖掘机，什么意思呢？无论你是有干货的。还是没有干货的，我们都要想办法用这个方法论把这个干货给挖出来，当然前提呢，我们先要解释一下这个干货，

这个干货指的不是系统性的干货。呃，指的是有趣的干货和点状的干货，这是我一直以来强调的一个点，抖音是不需要那种系统性的，枯燥的干货的，它需要的是点状的，有趣的能。能够打动大家情绪的干货，我们要挖掘的也是这种干货好，我们先来看第一个点就是我们大家做抖音或者做自媒体普遍存在的一个困扰啊。如果你是专家学者，那么你的干货其实是超多的，但是不知道讲哪些是大家感兴趣的，对吧？如果你是一个行业内的大咖，比如说你在一个行业内已经摸爬滚打了五年，十年甚至15年。

20年，其实你的干货是有很多的，你也是这个行业内的一个专家学者。但是不知道怎样挖掘。如果你是个新手小白们，你可能就更迷茫了，我本来就是没有干货的，那么我怎么办？我从哪里才能够找到干货，学习到干货？好，无论大家是哪种情况，专家学者也好，行业大咖也好，新手小白也好，我们都是可以通过这节课来找到属于自己的大量的干货。下面我们就来开始接着往下讲，那么首先我们要了解一个定义啊，干货到底指的是什么？在传统意义中，干货指的是一种脱水的食材。它的反义词是水货，那么什么是传统意义上的干货呢？比如说鱼干，比如说虾米，比如说香菇，还有一些菌子。还有木耳，就这些经过脱水，经过晾晒，经过晒干以后的这个食品啊，货品啊，食材啊，被称作干货。那么，在互联网当中呢，干货被赋予了更宏观的定义。在网络行业中，干货就是指我们解决问题的方法。它的反义词呢，是鸡汤就干货的反义词，就是鸡汤，它有什么区别呢？干货首先它不绕弯子。直奔主题，其次具有很强的指导意义，而不是说

一些空话嗯，第三呢，就是可以快速的上手实操，你学了以后。就有一套方法能够让你用，而不是像鸡汤一样端给你一碗非常好喝的汤，看起来也很美好，但是没有给你勺子，你喝不到嘴里这个叫鸡汤。

第四点呢，就是有理有据，让人信服，所以说干货的干字大家一定要注意，就是我们的视频里边不要有水分，不要有太多水分。一定要直奔主题，不绕弯子，把那些多余的水分，把那些没用的话去掉，以后也不影响意思的话。可有可无的话，通通删掉，那么大家才会认为你讲的是干货，大家记住啊，看短视频的朋友，看自媒体的朋友是没有耐心的。它的那个刷走的成本是非常低的，稍微一翻页，你的作品可能就过去了，所以千万不要出现废话，我们的作品越干越好。这个就是干货的一个定义，那么了解了干货是什么？以后我们就开始讲怎样挖掘干货，首先给大家讲一个思维啊，叫做小书童思维。什么是小书童思维？它也分两个阶段，一个叫古代的小书童。古代的书童是做什么的呢？首先，它是预先提炼书中的干货。然后对这些干货进行归纳整理，然后陪主人一起学习，这个是在古代是一种高级的书童，当然书童分很多种，有的是就是纯粹的帮主人。

打理家务的，这个我们就不聊，我们聊的是那种高级伴读书童，就像周星驰电影里边那个唐伯虎点秋香，他混入华府以后，他就是一个高级伴读小书童，这个书童的水平。可能比这个公子的水平还要高，因为他要预先学习，预先提炼，预先归纳，然后陪主人一起学习，这样主人的学习效率会更高。这个叫做古代的书童，为什么要讲这个思维呢？其实我们现代也可以用小书童的思维去获得干货，为什么？跟

大家讲一下，就是现在的小书童是要做什么事呢？大家都知道很多人的时间是比较宝贵的，他没有时间去细细的读一本书。那么就诞生了一种职业，这种职业就叫嗯，很多读书类的自媒体，这种自媒体呢，就是把书中的精华。把生活中的精华知识点给提炼归纳，然后精彩的讲出来，帮助这些不太想读书的朋友，没有时间读书的朋友快速的。学到一些精华的知识点，这个就叫现代的一个小书童思维，那么现在的一个小书童思维需要分几个步骤去进行干货的挖掘？好了解了小书童思维，我们来详细的讲一下小书童思维运用的几个流程，首先第一个，我们在日常生活中要能主动发现问题。发现哪些问题呢？第一个是有趣的，第二个是用户感到普遍痛的，第一个呢是有趣的，处处留心都是素材，第二个呢是用户的痛点就是那些生活中不方便的，使用不便的。就是大家的痛点的东西，这些东西我们在生活中遇到以后要进行留意，进行收集，比如说这个有趣的，我给大家举几个例子啊。

生活中发生的有趣的现象，比如说前一段时间在抖音上很火的嗯，两个影子在相互接触的时候，为什么它会产生一种吸附的感觉？哎，就有很多的博主对这种现象进行解读，我发现每一个解读的博主获得的流量都非常的高，我给大家演示一下这个视频啊。大家在生活中肯定发现过这个现象，就是当两个物体的影子靠近的时候，他们会产生一种相互吸引的感觉。大家都发现了以后，但是很少有人留意，对吧？现在这个。有一部分博主留意到这个现象以后，把这个现象去搜索这些知识，然后自己解读出来，获得的流量都非常高，这就是生活中的有趣现象。我们要留意。你看这个抖音上我搜索影子相吸是什么情

况？你看有好多博主在解读这个现象，你看当影子靠近的时候会出现吸引。这就是我们生活中发生的有趣的现象，大家发现以后可以注意收集它，就是一个很好的干货，很好的干货题材。那么第二点呢，就是与传统思维相反的观点，反认知的东西，我们大家普遍认为是这样，但事实上不是这样。我不是这样的，我还能讲出不是这样的道理，这个最典型的一个博主呢，叫做大蓝，我给大家搜一下他的账号，大家看一下大蓝这位博主啊，大蓝这位博主讲的话题。有 70%到 80%都是一些反认知的东西，大家从它的标题上就能看出来，这也是他做的比较火的一个原因。他在短短的时间内做到了三四百万粉丝。你看，比如说他的一些观点，创业小公司必须单休，中小企业想倒闭就搞企业文化创业，千万别追求规模。没有 1000 万不配理财 70%的富二代会变成穷人，中小城市建议卖房，租房更划算，它的很多选题都是违反大家的普遍的认知的。而从相反的角度去把这个事儿讲出来，道理这个反日志的东西呢，是通常是非常有流量的，大家在生活中如果阅读遇到了这种反日志的东西，一定要敏锐的意识到。这是一个很好的干货，另外第三点呢，就是我们在日常当中阅读书籍，观看视频，还有文章中的一些点。符合以上两点有趣的还有反认知的，我们就要敏锐的意识到，并且把它给记录下来，那第二点呢，是用户的痛点，就生活中凡是使用不便的东西。

都可以称为痛点，比如说生活中不符合逻辑的痛点，这个呢，在很多好物分享账号上。都是采用的这种方法去搜集自己的干货，比如说我们看到很多好物分享都是解决了我们生活中，比如说一些洗菜的

不便啊，还有一些在厨房里边那个地漏的不便啊。给大家演示一下，大家看一下这个作品啊，这个作品就是典型的好物分享，然后因为我们生活中不符合逻辑的痛点，并且解决这个痛点。来获得的一个流量，获得的一个干货，刷胡萝卜，黄瓜，土豆，地瓜的刷子，不用再用手搓土豆了，这个是一个软性的刷子，然后收纳在这里，然后呢，收纳箱鸡蛋计时器。还有一些火锅勺，一些很简单的东西，但是它解决了很多人的痛点，这个剥玉米的机器也是一样。第二点呢，大家普遍感到困扰的问题，这个题材我之前讲过一个给大家讲一下，提供一些灵感，比如说为什么我们长大后时间会变得越来越快？在之前的某节课中讲过，大家一定都有印象，你像这种话题，大家首先都是非常困扰的，我们每个人都觉得小时候时间过得很慢，长大后哎，眨眼一天就过去了。

刚做到公司打开电脑，好像一上午就过去了嗯，能不能把这个问题找到答案，并且精彩的讲出来，它一定是有流量的。这就是大家普遍感到困扰的问题，这也是一个大家的干货选题方向。第二点呢，搜集资料嗯，怎么搜集呢？首先他人的观点可以用来借鉴，比如说抖音上的某度上的某众号上的。某乎上的这些，上面有大量的知识，大量透明的知识，我们看到好的，看到符合上面讲的几点呢？其实都是可以拿来用的，因为很少有人有生产知识的能力，对吧？但是我们大部分人。都有传播知识的义务，传承知识的义务，所以好的知识点并不是某个人独享的，并不是别人讲了以后我们就不能讲了，我们完全可以用自己的理解，用自己的话把这个好的观点。再讲一遍，这也是一

种干货，也是一种价值。第二点呢，尝试用自己的话重新解读，就是  
我刚才说的别人的观点，我们消化装进自己的知识系统，然后用自己的  
话再进行解读一遍。这就是一个好的作品，第三呢，我们要把收集  
到的资料进行分类整理，搜集到的观点分类整理，并且做成一个思  
维导图，大家现在看到的我讲课的这个课纲。就是我做的一个思维导  
图，这个导图可以帮助我更好的去延展自己的思维，同时呢，它也是  
一种整理归纳资料的一个工具，我经常用这个东西来归纳资料。因为  
我们学我们看到的观点，还有学到的知识，它是繁杂的，我们应该把  
它分类，然后用导图的形式给它进行归类，这样更有助于我们消化装  
进自己的知识系统。那我经常使用的这个工具就是大家现在看到的这  
个工具，叫做幕布想要的朋友可以下载一下，叫做幕布第四点呢，让  
我们的素材变得眼前一亮。什么意思呢？本来是一个不太有趣的素材，  
很普通的素材，但是我们可以通过某种思维让它变得不普通，怎样变  
得不普通呢？首先有一个思维叫做。

跨界解决问题什么意思？我给大家举个例子啊，有一个跨界解  
决问题的案例很有意思，哲学问题被木匠解决了。有一个故事啊，就  
是。有一个人，他非常的害怕，就是夜晚睡觉的时候，他总觉得自己  
床底下好像有东西。就是他特别的害怕鬼神之类的东西嘛，去看了好  
多心理医生，然后找了很多的这些心理学专家啊，哲学上的专家啊。  
都没有给他解决，因为这些专家都是给他讲科学理论嘛，什么唯物论  
啊，世界上没有鬼怪啊，从这个方向讲，越讲他越不相信，但是最终  
这个事被谁解决了呢？被一个木匠解决了，这个木匠怎么解决的？

把他的床的四个腿给锯掉了，锯掉以后，他的床就紧贴着地了，没有床底了。那么没有床底了，他也就不担心床底下晚上睡觉的时候不担心床底下有东西了，这是一种跨界思维，是一个笑话，但是有助于我们拓展。第二点呢，外星人入侵被微生物解决什么意思呢？有一部电影讲的关于外星人是汤姆克鲁斯主演的，他另辟蹊径讲了一个外星人被其他东西解决的一个问题。我们看到大部分外星人的电影，最终的解决方案都是人类获得了某种科技或者人类用强大的武器把外星人给解决掉了。

但是这个电影呢，另辟蹊径，采用了一种跨界思维，就是外星人，他是非常强大的，我们的武器在他身上就像挠痒痒一样，解决不了，但是最终外星人是怎么灭绝的呢？就是它适应不了地球上的微生物，有一天打着打着，突然外星人自己瘫痪，这是这个电影的导演和编剧通过跨界思维的方法。去解决了外星人入侵的问题，这也是能够帮助我们拓展思维，所以我们在生活中搜集到的素材，我们不一定要用正常的逻辑去解决它。而是可以尝试用一种跨界思维，这种跨界思维可以让这个素材变得更加的有亮点，更加的有趣，就像我刚才讲的那个故事一样。这个有趣，就代表着流量第二点呢，我们将问题细分再细分去触达本质，就当我们想要解决一个问题的时候。我们不要想着从浅层去解决，浅层解决就显得没意思，没有流量，我们如果能够触达它的本质，这是我的作品，非常喜欢的。

做的一个方向，大家刷我的作品应该都有这个感觉，我特别喜欢讲本质，因为本质其实就是一种离了流量，本质就是一种题湖灌顶，

惕湖灌顶就代表着流量。比如说我给大家举个例子，我们想要解决人为什么自卑，那么很多朋友会从心理学的角度，哲学的角度，然后让他去直面啊，或者是暴露疗法让他去。嗯，想办法在这个领域内获得成就啊，当然这是一种解决方法，但是它不会有大的流量，因为它是大家都认同的一种逻辑，那么如果我把它细分到基因当中，细分到生存法则当中，细分到原始社会当中，那是不是一个？非常有意思的亮点，比如说自卑是怎么产生的？就是我们在基因当中就携带有自卑的本能，为什么呢？呃，在原始社会的时候，生存是第一要务，比如说我们的祖先猿人，如果他对自己的能力过于自信，那么他在遇见老虎的时候，他可能会与老虎搏斗。那么，搏斗的结果是什么呢？这个人肯定就会被老虎吃掉了，所以说自卑是什么呢？自卑就是对自己自身能力的一种低估。一种比较低的预判，那这种预判如果在原始社会，对于生存是有好处的，是有利的，那也太过自信的。生物可能在对抗中就灭绝了，所以说自卑，你把它细分到本质的这个层面呢，就会发现这是我们在原始社会生存的一个根本。

它能够帮助我们规避一些危险，让我们不那么自大，不那么自信，主动去隐藏，主动去躲避，主动去求得生存。所以在现代社会呢，我们进入文明社会以后就不太需要自卑这种基因了，因为我们即使非常自信，也不会威胁到自己的生存，反而会对生存更有利。所以从这个角度来讲，自卑的话大家就会感觉眼前一亮，把一个很普通的素材人为什么自卑变成了一个不太普通的一个亮点。这是一种思维的方式，好大家了解了小书童思维以后给大家再讲一种学习方法，叫做费曼学

习法。想要了解费曼学习法呢？我们首先要了解一个图表，这个图表叫做学习内容留存率，大家看一下这个图表，我们的学习是分为两种的，一种叫被动学习，一种叫主动学习，什么是被动学习？我们在课堂上听讲，我们读书，我们听一些语音资料。我们再进行一些演示就是，比如说 PPT 的演示什么的嗯，这个叫做被动学习，那么这几种被动学习的留存率呢？

就比如我们在课堂上听讲留存率只有 5%。就是老师给我们讲了 100 个知识点，可能我们只能消化掉五个自己阅读的时候呢 10%试听 20%演示 30%。所以这个留存率都是不高的，那么再往下走呢，有个叫主动学习，比如说讨论它的留存率是 50%，就学到一个知识，以后和朋友之间进行讨论。第二点呢，实践学到一个知识以后去运用这个知识解决某个问题，这个留存率 75%那么最高最高的是什么？达到 90%的什么呢？就是。传授给他人。想办法输出转述给他人，让他人明白这个叫做费曼学习法的根本就是你不光要被动的接纳知识。还要主动的向他人传授这个时候知识的留存率是最高的，这是学习内容留存率图表。大家了解了这个图标以后就知道为什么我们读了很多书，就好像没读一样，读完就忘，这是因为我们没有运用这后面的这三块主动学习的方法去增加。

知识的留存那么了解了这个图表以后，我们来解释一下什么叫费曼学习法嗯，有一个新闻啊，就是一个老农民，他的几个儿女全部都考上了清华北大。记者在采访的时候问，这个老农，你为什么这么厉害？能够教出来这么多清华北大的苗子？他只说了一句话，我本身也

是个农民，我的学历也不高，但是我知道怎样让我的儿女。更好的掌握课堂上的知识，我是怎么做的呢？就是他们每天放学回来以后，我会问他们今天在课堂上学到了什么？必须把课堂上学到的东西给我讲一遍，把我给教会，这就是这个老农的嗯。培养好几个清华北大学生的一个方法，这个方法就结合上面的图表，大家就会理解他，不仅仅是在课堂上听讲了，而是回来以后。他们要时刻想着怎么把自己学到的知识教给自己的爸爸，这个时候他们在课堂上吸收的会更主动，更多，同时呢，他们在教授他父亲的过程中。这个知识就装进了自己的知识体系，讲出来以后呢，又加深了留存记忆，所以说这几个孩子的学习成绩一直都是非常好的。这个就叫做费曼学习法，也就是把学到的东西变从输入转为输出，输出的同时还要兼顾到对方能够听得懂。还要讲的精彩，还要讲的通俗易懂。把这个流程给完成以后，我们的学习效率会非常的高，那知道了费曼学习法以后我们怎么做呢？首先改变自己的学习方式，我们要有重点的学习，我们要把知识变成体系，我们要把知识融会贯通，这几个都很简单了，是我们老师经常讲的，我就不详细讲了嗯，那么输出方式是什么呢？

非凡学习法比我们正常的学习多了一个步骤，就是输出这个我重点讲一下。这个输出方式的特点有两点，第一叫做第一性原理就是我才讲的本质，这个第一性原理讲起来比较复杂是。哲学家亚里士多德提出的一个原理，大家感兴趣的话可以搜一下，但是我们可以简单的把它理解为本质，就是你输出的时候不要讲浮于表面的东西，要讲直接讲根儿上的，讲本质性的东西。第二点呢，要通俗易懂，所以在

分班学习法当中讲到了一个概念，你在学到的东西以后，你最好是讲给谁听呢？讲给一个八岁的小孩子听，因为八岁的小孩子刚刚具备了接受知识的能力，同时。他接受知识的能力，思考能力并不太强。刚刚八岁嘛，你如果让他能够听懂，那么说明你讲出来的这个知识是通俗易懂的。这个时候你学习的效率会更高，第二个输出方式呢，就是我们要把学到的知识说出来和写出来。怎么说出来？比如说我们找一个新手，找一个小孩子，或者找一个自己的父母嗯，找自己的女朋友，男朋友夫妻。

把学到的知识教给他，看他能不能学会第二点呢？就是跟朋友交流讨论，把自己学到的东西主动的给朋友。讲出来，然后看朋友是怎么跟你交流的，怎么跟你讨论的，这也是一个说的过程很好的一个输出方式，第二点呢，叫做写这个写最好的方式，并不是写日记，为什么呢？因为。因为写日记缺少了一个步骤，这个步骤就是试图让对方理解写日记，我们写的这个内容。只是让自己在理解，对吧？因为日记是不能拿给别人看的，所以说写日记我认为不是一个非常好的方法，最好的方法是什么呢？写在自媒体上，可能有朋友对上面这个说感觉到有困难，比如说我要交给别人嗯，有点不好意思，我要跟朋友交流，也有点不好意思，那么最好的方法呢？把它放在自媒体上，因为自媒体就是面对很多人的，如果你放在自媒体上呢，有两个好处，第一，它是个非凡学习法的输出过程。第二，你还要试图把这个东西讲的通俗易懂，讲的足够精彩，然后你会获得流量，获得评论，获得大家的点赞。这是一个正向的反馈，你会越来越喜欢上费曼学习法，我从做

自媒体以后，最大的一个收获，其实这几年对于知识储备的一个提升。

因为我之前没有做自媒体，之前学习完以后很多都忘记了，但是现在我要对镜头前的朋友负责，我要把学到的东西。时时刻刻想着怎么消化，怎么装进自己的框架，怎么精彩的讲述出来，让大家能够爱听，所以说这是对我帮助最大的一种学习方法。那最近几年。所以讲了这个小书童思维和费曼学习法以后呢，大家就知道怎样挖掘干货，怎样把这个干货变成自己的东西。那么我又总结了一套方法论，就是小书童和费曼学习法，我们能不能进行一个完美的结合，把这两种东西进行一个结合？大家看这四个点，搜集知识和归纳知识，讲的就是小说通思维，我们要主动发现有意思的点，主动搜集，主动归纳，整理用导图的方式做出来。那么后面两个消化知识和输出知识讲的就是费曼学习法的点，现在我把它们四个放在一起，什么意思呢？就是我们首先要主动搜集，主动归纳，然后消化，然后。然后把它输出出来，这就是我创造了一个新词，叫做费曼小书虫学习法，我相信大家掌握了这两个学习法以后。就不愁没有干货输出，大家记住一句话，在这个社会，知识是透明的，我们每个人不可能都是专家教授，不可能都是生产知识的人。

但是我们每个人都有传承知识和传播知识的义务，并不是说我们成为专家教授以后，我们成为行业大咖以后才。才能够去传播这个知识，这是一个误区，每个人都可以用小书童思维去帮那些想要学习的人，节省时间，这本身就是一种价值，所以你。你不是专家教授也没关系，你不是行业大咖也没关，没关系，你要想办法用小书童思维和

分班学习法，把学到的东西搜集到的东西变成自己的，然后精彩的讲述出来。那么，这个干货就属于你，你的视频就会获得流量，希望大家赶快用这个思维来讲更多的干货来做出更多的爆款。

## 第九节 实操总结爆款文案的核心本质

我们来学习文案的核心本质，在本节课当中，我会给大家三个文案的标准化的模板，还有就是最后进行一个总结。关于核心本质思想的一个五点总结，相信大家学了本节课以后文案，对于你来说不再是一件难事儿。首先，我们来看文案的三个标准模板，这是知识博主还有一些口播类的博主常用的三种模板，大家把这三种模板掌握以后，文案写起来就不会那么费力。首先看模板，一模板，一先提出问题，然后分析问题，然后给出结论，然后抛出金句。模板二讲故事给出观点，分析观点给出结论，然后抛出金句。

模板三先抛出结论。然后给出观点，然后分析观点，然后对结论进行升华，最后抛出金句，大家发现没有这三种模板。它最大的不同点在哪？在开头一种开头叫做先提出问题，一种开头叫做先讲出故事。一种开头叫做先抛出结论，这个开头为什么重要呢？就是我们常说的黄金五秒为什么要使用这三种开头呢？因为这三种开头。最能够引发观众的好奇，比如说这个提出问题，就是引发观众的好奇，讲故事也是引发观众的好奇，还有引发观众想要看下去的。一个欲望，因为人的本性喜欢听故事，而不是喜欢听理论，这是之前的课程中讲过的这个第三个模板是比较难的，为什么？因为大家不喜欢听枯燥的结论，

所以你这个结论一定要。反认知一定要引发共鸣，或者是引发强烈的好奇，那么这个黄金五秒才算合格。下面我们来一个一个讲先说模板一模板一就是首先我们提出一个问题，这个问题要注意哪几个方面呢？第一要含有情绪的问题，这就是之前讲那个撩动情绪比输出干货。

更重要，要能击中大家某一个情绪的点，或者是低唤醒情绪，或者是高唤醒情绪。第二，要是大家普遍疑惑的一个问题。这个问题如果是疑惑的人非常多，那么看下去的欲望会更大，看下去的观众会更多，所以这个问题选择很重要。是大家普遍疑惑，而不是少部分人疑惑的，这决定了你的这条视频的播放量，第三点很难猜到答案的问题。就如果你提的这个问题，大家看第一眼就知道答案是什么了，那么它就不会再往后看了，所以这个也很重要，很难猜到答案的问题，然后后面就比较简单了，你提出这个问题以后。进行 1233 个要点的分析，然后给出这个问题的一个答案，这个答案也要注意，最好是反认知的一个结论。最好是意想不到的一个结论，这样的话，大家才会有恍然大悟的感觉，你这条视频的流量才会更高。最后抛出金句，这个金句不是说非得有，但是有了更好，而且最好是把它放在结尾。

最容易让大家感到你说的这个视频有道理的一句话总结，所以大家要结合我上面所讲的那个金句的运用。经常搜集，经常读，经常看，然后把金句巧妙的融入，这样的话，你的视频点赞量可能会高出好多倍。这个叫模板一，然后模板二先讲一个故事，这个故事要注意什么呢？故事的篇幅不超过整体文案的 20%。就是好多人认为大家既然喜欢听故事，那么我就多讲一点故事呗，注意啊，大家是因为你的结论。

而对你产生信任，而不是因为你的故事对你产生信任，这个故事只是一个引子，这个故事只是为了让之前的结论显得更生动，更吸引人。所以讲故事不是目的，最后抛出自己的观点才是目的，所以故事的篇幅不要超过整体文案的 20%，如果过长的话，大家就滑走了。第二，故事的开头要有感染力。这个我们在之前的课程中已经反复的讲过，大家可以回顾一下。第三，故事要有黄金五秒，就是你讲的这个故事。它又是一个小的文案，你把它当做一个独立的文案来看待，这个独立的文案，它也要有黄金五秒，它也要有感染力。然后他的篇幅不能超过 20%，讲完这个故事以后给出你的观点就是结合这个故事得出的一个结论，得出的一个观点，然后分析这个观点 123。

最终给出关于这个观点的一个最终的结论，或者是一个升华的结论，然后在结尾抛出一个金句。这就是第二个模板，第三个模板呢，先抛出一个结论，这个结论一定要注意反认知引发共鸣，引发好奇。抛出这个结论以后，结合这个结论给出自己的一个观点，然后分析这个观点 123，然后对这个结论进行一个升华。怎么升华呢？要结合一个跨界思维，什么是跨界思维就是一个人，他总是感觉自己的床底下。嗯，有东西就他非常的害怕，每天睡觉都非常的害怕，然后看了很多心理医生，找了很多哲学方面的老师，都没有给他解决。最终是谁给他解决了，最终是一个木匠给他解决了，怎么解决？把床的四个腿给锯掉了，就不存在床底了。就是没有床底了，那么你也就无需害怕了，就是一个木匠解决了一个人的心理问题和哲学问题，这个叫跨界思维。所以我们在用模板三的时候，可以打开脑洞，把你的这个问题把你的

这个结论通过跨界思维的方式来讲述，通过跨界思维的方式来解决，这样的话大家会更有。我说的那四个字，啼呼万顶的感觉，你的流量也会更高，最终还是老规矩，抛出你搜集的一个金句。然后这个流量可能会翻十倍翻百倍。好，这就是非常标准的三个模板，我这样讲可能有些抽象，下面我给大家举一个例子，举这个例子是谁呢？叫做金枪大叔，大家应该都刷到过。为什么要以金枪大叔为例呢？因为他被称作口播账号的天花板，他的账号的。90%以上的内容全是套用这三个模板好，大家看一下这个账号，这就是金枪大叔的账号，我是用手机给大家在演示。

大家看一下，随便点开一个内容吧诶，这个是他刚发的，目前只有 420 个点有三个企业，你碰都不能碰第一是。大家看到没有？这个用的是第三个模板，叫做抛出结论，有三种企业，你碰都不能碰，然后后面他就会给出自己的观点 123。这钱多的不能做，钱太多的呢，基本上很飘，中间想捞钱的人太多，目的不单纯，当年阿里要用大数据写电影剧本，就把我笑死了。我从来没有加入过任何企业的供应商库。第二，传统企业不能做传统企业，困在自己的成功经验里不能自拔。民营企业的寿命基本上不会超过 30 年，传统企业基本上都在吃老本儿，你等着它慢慢变老就行了。第三，外资企业不能做外资企业。中国人说了不算，它有一套格式和规范，迫使你和他们一样平庸，对勾和三道杠的销量大幅下滑。就这个原因。有三种企业。这个视频他先抛出结论，然后分析了自己的观点，这个不是他的一个主流视频，我们看一下下一个他的口播视频。马斯克才是真正的借势高手，他有

三。这个也是先抛出结论，一个结构就模板三马斯克是一个很厉害的借势高手，他有三次很厉害的一个借势。

是很厉害的借势，第一次借名字直接把直流电这个他有三次很厉害的借势，就是他给出这个观点，然后他会进行分析 123 进行分析。支付特斯拉的名字拿来用，还不用付版权费，要是特斯拉有后代，还不得把他饿死，第二次借对手特斯拉诞生于油价高涨时期。把节俭农言作为道德制高点，占据了白祖的心智，对手越强大，他就越伟大。你不行，即使你的对手不行。第三次世界火星吗？不，你们都猜错了，它是界中国上海工厂的建立，才是特斯拉有亏为盈，超级量产的关键节点。因为世界的十大超级港口有七个，在中国，中国拥有超高的制造和物流效应。不得不说，马斯克极其聪明，步步皆是。

好，这点儿他开始进行一个结论，升华了就不得不说，马斯克极其聪明，步步皆是。马斯克从不创造认知，只会借用认知，为何你还没有领悟马斯克从不创造认知，只会借用认知。这是他抛出了一个金句，然后把自己的一个书籍顺便做了一个广告，把广告给引出来了，这就是它套用的一个模板三。下面看另外一个视频，千万不要说酒品牌做酒有三大坑。这个还是模板三，看来他特别喜欢用模板三抛出结论，千万不要做久，然后给出观点，做久有三大坑。然后开始列举 123。逼大坑竞争对手都是牛毛，有些老板神秘兮兮的跟我说他要做酒，好像全世界就他一个人有这想法。其实呢，这几年有起码有提示好这个观点，我们稍微快进一下，看它最后各酒厂的营销费率是个公开年报，你自己去掂量掂量，看有多少钱。

你那点营销费用可能就做点样酒，卖完朋友圈就没了。很多老板呢，对自己的人脉迷之自信。好，这个点是结论的一个升华，就是很多老板对自己的人脉迷之自信，实际上等你酒出来，你的朋友赞助你两瓶就没有然后了。实际上，等你的酒出来，你的朋友赞助一两条，然后就没有然后了，这是对他的开始的那个结论，给出一个升华，就是想要做酒的老板，总是认为自己有很深的人脉，通过这个人脉就能销售不少。其实朋友只是赞助了那么一两瓶，然后就没有然后了，然后结尾看它是怎么结尾的，剩下那你就每天借酒浇愁。剩下的你就是每天借酒浇愁，这个不能说是一个京剧，但是它是一个情绪的点，它集中了很多正在做品牌或者做酒的品牌，这种老板情绪的点。也击中了大家一个情绪的点，所以说它以这个结尾也是非常巧妙的好，这是模板三，我们再看下一个视频辐射到小米到了啊。啊，这个不是一个常规视频啊，这是它的一个广告，我最近扶持了一个农业账号，我最近扶持了一个农业账号，大家注意啊，这就是模板二。讲故事，讲自己，扶持了一个农业账号，这个账号是什么呢？给大家抛出一个疑问，然后大家想要接着看下去。就是金枪大叔扶持了一个什么样的账号，我是很感兴趣的，不知道大家感不感兴趣，很多朋友会因为这句话而看下去，看一看是一个什么样的故事。是我们线上购的谷子地，今年长势非常好，一定是大丰收。连我们线上购的小米儿都莫不应求，先给我们线上购的小米儿品质更高了，欢迎大家品尝我们。介绍给我一只小米好，这个故事他讲完了，他用了几秒钟时间把这个故事抛出来，然后后面。他会进行给出观点，然后分析观点，视频流量翻番

初见成效。

前天直播的居然有个陕西离职的冲干部连麦，我非常的感动。基层做事儿都这么与时俱进了，都这么好学了，为老百姓谋福利的好干部多了，我们的国家就更有希望了，我就许诺给他扶持，我的扶持呢，不是去买他的小米。我买再多我也吃不完呐，一个人的力量是有限的，我扶持的呢，是提高他的内容产出能力，造血能力。日拱一卒，逐步改进。两个月以后，这个日拱一卒，逐步改进。它算是一个金句后，它就能独立阐述内容了。有了这个能力，有了个人 IP，后面带动销售是非常自然的事情，年年都可以给农民分钱，这个多好啊。好，这个其实是一个讲故事的一个模板，中间有很多穿插的故事，也有很多穿插的观点，然后后面中间还有穿插的一些金句，但实际上这条视频是给自己立一个。愿意扶农助农，一个人设，这是一条人设视频，大家看下一条。单独正经人太难了，这个又是一个模板三抛出结论，当个正经人太难了，这个是一个反认知的结论。

大家都觉得应该当个正经人，当个正经人应该很容易，但是他说当个正经人太难了，所以说会引发一个好奇。做影视的太正经就没有戏演，你必须得学会爱慕屈辱，这个时候他开始给出观点，分析观点，进行一个 123 的分析。等你当了主角，再把当配角时吃过的鳖加倍还回去搞新闻的太正经，没有曝光。你必须得把先说了个搞影视的，然后再说一个搞新闻的节奏带来飞起，才能成为知名媒体人搞创作的太正经，然后说了个搞创作的就是不断的在分析佐证自己的观点。太正经卖不动作品必须阴阳怪气，只吃桑拿吸引异路人群搞营销的太

正经无法出圈，你必须得装神弄鬼才能卖出创意。知识主播太正经，没有流量，刚才又列举了个知识主播。没人性，必须得像个跳梁小丑，胡说八道，搞管理的太正经，没有凝聚力，必须得阴奉阳违，两面三刀才能上下通融，左右同源。搞投资的太正经，做不大呀，必须得给创神话大礼，胡萝卜加大炮，当个正经的好人，但是当。大家注意啊，最后他结论进行了一个升华，他这个观点分析比较多，大概分析了六个观点，最终给了一个结论升华。就是当正经人，不会被怎么怎么样，然后引发大家一个情绪，其实他用了一个小幽默。证据呢，不会被封号，单独证据，这就是它的第三个模板，很多人的人生啊，就是恶性循环，这又是一个。模板三。金枪大叔特别使用模板三，我们先把这个例子看完，然后就结束对它的一个分析，其实就像一个产品，产品不好就卖不好，这是他的观点，人生就像一个产品，产品不好就卖不好。然后后面他会进行一个观点分析，干不好就赚不到钱，赚不到钱就改善不了生活，人生就会过得很糟糕，这就是陷入囚徒困境，形成了一个死结。

我过年回老家，老家的朋友中间穿插了一个故事，就这些模板，并不是说一成不变的，它可以在中间穿插一些。比较有意思的东西，这个它穿插了一个第二个模板当中的讲故事。跟我说呀，给他 50 万现金，他就财富自由了，他说啊，三线城市最大的困境就是有房有车，就是没有现金给他 50 万现金，所有烦恼都迎刃而解。我跟他说呀，你数 50 万现金呢，很快就会花完，反而会更痛苦，因为你没有造血能力，人到中年，你失去了三样最宝贵的财富。第一是天真，你已经

不相信任何人，觉得认了。然后中间又穿插了一个模板，三又抛出了一个结论，人到中年会失去三样非常宝贵的东西，然后进行分析 123。它这个文案是比较复杂的，不建议大家学这种文案，这是高手能够 hold 住的，我们一开始写的时候可以更简单一点。或者都在骗你，所以无法跟任何人合作，第二是勇敢，你不敢承诺，不能敢做反抗，出了问题，第一个溜的就是你。第三个就是敏感出了问题，你都看不出来呀，在吃喝玩乐中丧失了对局势的判断能力，给你一个机会，你也抓不住。一个不敏感，不勇敢，没有担当的中年男人。前面的那些观点分析完了，它后面要进行升华，然后抛出金句。必然会陷入穷途困境，你们身边是不是有很多这样的人，最终没有以金句结尾，以一个问题结尾，这样是引发评论的一个手段。最终，他会因为这个问句，在评论区增加更多评论的量，也会给他提升一个流量，这也是一个小技巧。

好，这就是我对金枪大叔几条文案的一个分析，大家下来也可以多刷一刷金枪大叔的视频，因为他。他的所有的文案几乎都符合这个模板，大家一开始学习写文案的时候，可以按照这个模板去套。这是一个最简单的一个方法，好学完了这个标准模板以后，我们来看第二个大板块叫做核心本质思想，这个是我对前面那几节课程的一个。总结给大家，再进行一个强化，一个梳理，大家一定要记得文案的这几个点，这几个点，你只要有其中一个运用好了，你的流量都不会少，如果能把五个。全部给搞定了，那么它很可能就是一个大爆款，首先黄金五秒，黄金五秒，我们之前讲过，就是你开头的五秒一定要想办

法。吸引人，而不是以一个平铺直叙来讲，所以说要亮点前置，开头提出一个问题，这个问题比较有意思。比较让大家感兴趣，引发好奇或者开头说一个结论，一个反认知的结论，或者开头讲一个有意思的故事。这都叫黄金五秒的一个运用，就是把亮点前置第二个叫做通俗易懂，你讲的道理，哪怕再生涩也要减少专业术语的运用，用白话给讲出来。千万千万不要让观众烧脑，一旦让观众感觉到不好理解，他立即就会滑走。所以说通俗易懂。第三点叫做删减多余。这也是作家所有作家的一个本领，叫做不余不欠，就多一句话，显得多少一句话，显得少。

所以把那些可有可无的句子一律删除，不要心疼，把那些可有可无的词汇一律不要，千万不要心疼，不要手软。什么叫可有可无，就是你把它加上和把它去掉，不会影响原文的结构，不会影响原文的意思，那么这个句子这个词汇就是可有可无的。第四点叫做波动情绪，就是一定要注意情绪的运用，一定要注意情绪的感染力，而不是讲很多的干货，一条视频一两点干货就够了，其余的就是在调动大家的情绪，让大家感觉到。开心快乐，愤怒感动，这些都是叫做高唤醒情绪，当然我们这个波动情绪最好有一个循序渐进的过程，不要一上来很猛，这个之前也专门讲到过一节课。从低唤醒情绪，慢慢的去延续，到慢慢的发展，到高唤醒情绪，这样的效果会比较好。第五点是金句，大家一定要注意，这是一个非常重要的点，因为很多人，他不是因为你的通篇结构，不是因为你的通篇精彩。不是因为你的通篇逻辑而点赞的，而转发的仅仅或许仅仅就是因为其中的某句话，所以这个金句不

要求大家自己创造。

大家一定要多搜集，然后分类记录，然后每天进行一个翻看，甚至进行一个背诵。然后你在创作文案的时候才能够巧妙的融入大家，记住这个第一点和第五点。是最重要的，一定要把这两点给掌握住，这两点也是非常简单的，并不难，所以抖音的文案真的没有大家想象的那么难。把这个核心本质给掌握了，把这几个模板给掌握了，我相信大家都能够创作出自己的爆款文案。

## **第二章 打造 IP**

### **第一节 定义深刻理解什么是个人 IP**

这个大章节叫做 IP 的打造，这个章节也是非常重要的，这个 IP 打造成功以后。有利于我们更好的塑造自己的人物形象，提升自己的影响力，增加流量，更好的去变现。啊，今天我们先来学习第一个章节，第一个小章节叫做什么是 IP，我们得先了解 IP 的定义，在这之前呢，大家一定也。刷到过不少关于讲 IP 的视频，我希望大家把这些概念通通忘掉。我今天给大家讲的是 IP 的底层逻辑。好，首先我们从定义和条件开始，这什么是 IP 的定义呢？IP 的定义在之前有一个狭义的定义。它是一个英文的缩写，叫做 intellectual property，是这个英文两个英文单词的缩写，直译成中文呢就是。知识产权，但是后来通过互联网，有了互联网以后呢？嗯，每个普通人都可以做自己的 IP，所以 IP 的这个定义又变得更加的宏观了。这个是一个狭义的定义，下面我们就来讲一讲，有了互联网以后 IP 是一个什么样的宏

观的一个定义。首先，我们要了解 IP 形成的四个条件，一个 IP 想要形成需要具备四个条件，其中第一个条件。品牌和人设。

就是如果是具体一个产品，就是这个东西的品牌，如果是具体到某个人，那就是这个人的人设，然后第二个呢，叫做传播载体。就是影视书籍，传说世纪产品，包括现在的自媒体，抖音这些传播载体，第三个呢，叫做影响力。这三个都具备，以后呢，会衍生出第四个东西叫做产权价值，就是当有了品牌人设，通过传播载体进行一个广泛的传播，实现了影响力自带流量以后。才有了这个知识产权，比如说肖像权，著作权，专利权和商标权好，下面我们一个一个来讲就是一个人或者一个品牌。他想要首先具备品牌人设。

嗯，那么它。要有个人属性，要有角色属性，要有故事经历，对吧？我们先讲这个品牌人设，比如说我给大家举个例子啊，我提到一个。六小龄童，大家是不是第一反应会想到孙悟空？哎，这个就是六小龄童的一个 IP，我们看到他就想到了一个非常大的 IP，叫做孙悟空。他这个 IP 是怎么形成的呢？就是大家通过电视剧西游记，通过书籍四大名著的西游记，还有通过一些传说这个 IP 逐渐的深入我们的人心。最终实现了一个影响力，就是现在六小龄童可以通过孙悟空的这个 IP 形象实现带货嗯实现，比如说一些广告的代言，比如今后皮鞋啊。比如说参通过这个形象参加一些电视节目啊，这就是他有了影响力以后已经自带流量了，再给大家举个例子，比如说我说个苹果，大家第一反应是想到了两个东西应该是一个是我们吃的苹果，这个很普通了对吧？还有一个。叫苹果手机，这个苹果手机，它是一种产品，

大家看这个传播载体，它是一种产品，大家听到苹果以后不再想的仅仅是一个吃的。那个水果，而是想到了一个产品，这个就是这个产品形成了一个大的品牌，形成了一个大的 IP。所以说它就自带影响力。它的传播面非常广，自带流量，自带粉丝对吧？然后实现了产权价值。再举个例子，比如说嗯，我们提到白，我们提到。

赵雅芝就会想到白娘子，对吧？这些都是影视剧当中的例子。提到周润发，就会想到许文强，小马哥，对吧？这些都是强大的影视 IP。最终，这些剧中这些演员可以通过剧中人物这个实现自己的影响力和产权价值。然后再举一个当下自媒体的例子呢，就是比如说提到李子柒，那么我们会想象到一个农家的一个非常心灵手巧的农家女孩。会做美食，会干农活，而且干的非常熟练，对吧？这就是李子柒的 IP，他是通过抖音这个载体，还有其他的一些视频平台的载体。实现了自己的影响力，李子柒的影响力现在非常的大，甚至在国外都有很大的知名度，所以说他通过这个人设也延伸出了一些产品，比如说李子柒的酸辣粉，李子柒的螺蛳粉。就是以他的名字来冠名一个产品，这个产品已经自带流量了，这个就叫形成了一个大的 IP，然后现在也形成了产权价值。肖像权，著作权，专利权。所以说对于我们普通人来说呢，因为我们是要通过自媒体实现自己的 IP 嘛，那么首先呢，我们要解决一个问题，就是我们要打造自己的品牌和人设。

下面我我就来详细讲一讲，我们普通人做自媒体做抖音，怎样打造自己的人设，打造自己的品牌，这个人设呢，分为三个部分。一个是个人属性，一个是角色属性，一个是故事经历。我来一个一个来讲

啊，首先讲个人属性，这个个人属性呢，又分为外在属性和内在属性。什么是外在属性？就是这个人的容貌，这个人的服装有没有特色？这个人的场景有没有特色？这个人的道具有没有特色？通过这些外在属性，把这个特色给强化，给放大化，就有助于他人设和品牌的形成。比如说我从容貌方面给大家举个例子吧。嗯，首先说一个账号叫做恩克，大家应该都刷到过草原上的一个大胖子，我给大家搜一下这个账号吧，可能有的朋友没看过。恩克。好看到这个陈浩涵现在正在直播直播间去卖一些这个草原的农产品，都是流量是非常大的，他的人他的这个外貌人设是什么呢？一个胖胖的很憨厚的形象。首先这个胖胖的，它符合蒙古大汉的一个特征，对吧？他把这个就是大家就是这个团队在打造这个品牌的时候，没有找一个很瘦的人。也没有找一个很普通的人，找一个胖胖很憨厚的人，这个人呢？嗯，首先他符合蒙古人的特征，第二他很憨厚，将来他去带货的时候能够更容易获得大家的信任，这就是把他的这个容貌。

给放大化了，另外再举个例子，比如说金枪大叔，金枪大叔的外貌特征是什么呢？金枪大叔的外貌特征是什么呢？一头白白的头发，长发白白的长发，你看他的每个视频都是对着脸，就是近距离的拍摄的，这个容貌特征非常的明显。可能可以说在抖音上是很少的，这个这个特征就是它形成它的 IP 的一个非常重要的外貌特征，如果少了这个东西，我相信金枪大叔这个首先这个大叔这个东西他就会消失了一些属性，对吧？所以说你看他的一头白发就能够给我们增加很强的记忆，另外大胡子说法哦。给大家多举几个，因为这个容貌是最有利

于我们普通人通过这个点去塑造，寻找到自己的特点，然后形成一个IP。那大胡子收房的这个可能很多朋友没刷到啊，他是一个房产博主，也是头部的，看它有一座山羊湖，对吧？他把他的外貌跟他的账号名字结合起来，然后就加强了一个记忆点，很多收房的账号，我们可能刷到了很多，大家都普普通通，没有记住，但是最终记住了一个名字叫大胡子，而且长了一撮大胡子的人。这就是它的外貌特征，然后比较火的，大家应该都知道的。猴哥说车，猴哥说车，这个也很有意思，它的名字和它的IP形象形成了一个巨大的反差，哎，这是一个很巧妙的点。

就他很胖的一个人啊，肚子非常大，但是他没有叫猪八戒说车没有叫胖哥说车，他叫猴哥说车。所以大家就会觉得很有意思，想到看到这个大胖子，哎，会想到猴哥悟空这个时候他把IP一个IP给颠覆了，就是我在抖音上的猴哥，其实是一个胖子，而不是悟空。对吧，这也是一个非常巧的点，形成了一个反差，然后最近我刷到的比较多的一个小人物，大家可能没刷到这个。很有特点，很值得大家关注啊。叫做正方形女士。大家看一下这个，这个女士啊，她的脸是方方形的，她没有用特效啊，她长得就是这样，大家看到这是一个企业账号啊，叫求仙岛旗舰授权店。她可能有很多漂亮的小姐姐，很多美貌的小姐姐，但是她并没有找这些小姐姐做主播，因为美貌在抖音上太不稀缺了，但是这种脸型她是稀缺的。大家一看到这个脸型，就会想到这个鱿鱼仔，所以这是一个呃普通人做的一个很强的IP，大家给它取了个名字，叫做正方形女士。其实如果让我给这个账号提意见啊，提建议

啊，我就建议他把这个账号名字直接改成正方形女士，这样她会获得更大的流量，因为正方形已经成为他们公司的一个 IP 了，其实出镜的有很多小姐姐，但是大家最爱看的。就是这位女士，那她现在的账号是她们企业的账号，我觉得这个老板嗯，不应该这样做，应该改成一个个人的 IP。但是不影响他们企业销售产品。

好，讲完了这个容貌 IP，我们讲一下服装 IP 就是怎么通过服装来形成一个大的 IP 的呢？给大家举个大家应该都刷到的例子了，叫做大 logo。你看我一搜大就出来这个大 logo 了。大 logo 最有最大的特点是什么？这是黄色的 T 恤，一成不变，永远都是这个黄色的 T 恤，这就形成了一个它非常鲜明的特点。大家一想到黄色 T 恤，就想到大 logo。他不换衣服呢，也是给大家增加一个记忆点，如果大 logo 今天穿黄，明天穿白，后天穿黑，那么他的 IP 属性可能会弱很多，但这是他这个人物可能没有其他的特点，他通过服装来。来找到了一个特点嗯，这个也是值得大家借鉴的，就是我也喜欢穿黑色，也经常不换衣服，对吧？还有一个贺老师，贺老师可能大家没刷到过啊，是个经济学博主，可能有很多朋友也刷到过，你看贺老师说经济就是一成不变的场景，一成不变的帽子，一成不变的眼镜和一成不变的蓝色的一个衬衫。

永远都是这个，所有的视频都是这个。对吧，给大家形成了一个很坚固的印象，我刷到过很多财经博主，但是贺老师是给我印象最深的，他不是粉丝量最大的，他是印象最给我印象比较深的，就是因为他的服装，他的帽子。他的眼睛，他白白的面庞，这是通过服装来。

强化这个 IP 的一个例子，那么场景是什么呢？最近特别火的一个，大家应该刷到过啊，叫做疆域阿里木，我就不搜疆域阿里木了，我就搜背景假。就搜这三个词，大家应该就能找到它，因为它最近特别火，就是背景太假了，这个小伙子呢，你看他是在新疆卖蜂蜜的，他的背景就是以新疆的大山名山大河作为背景，他这个背景也非常好，因为。蜂蜜是一种天然的，非常健康的一种食品，对吧？那它以一个健康的背景，一个大自然的背景，更有利于它的销售，然后他的这个场景呢？被大家做成了梗，然后变得特别火，大家都都在用这个景来来做这个梗，说你的背景太假了，你的背景太假了。

这是他成功的一个关键啊，最近几天涨了大概一二百万粉丝，最近这这半个月涨了一二百万粉丝，因为这个梗，这个背景火了以后。这是值得大家去关注的一个现象啊。然后呢？还有一个通过道具呃外在属性，还有一个道具道具比较典型的白冰，大家都刷到过吧？白冰是一个美食博主，其实之前他是一个机车博主，骑骑机车的，后来转型以后转型成探店美食博主，特别的成功，他的道具是什么呢？就是他的法拉利。每一你看它的主页就是一个法拉利，大家想到白冰，第一个想到的可不是美食可能，而是那个音乐，还有从法拉利上下来的一个场景。这个就是白冰利用了它这个道具。强化了自己的 IP，另外还有一个善于使用道具的账号，这个账号可能大家没刷过，没刷到过，但是它。他特别的巧。我第一次刷到它的时候。叫刷子哥啊，我第一次刷到他的时候，我感觉这个人怎么用的这个这种道具好 low 啊，每次就拿两把刷子，但是后来发现他这个刷子形成了他的一个 IP，但他

的名字也叫刷子哥，你看每次拿两把大刷子，这是一个很强的。记忆点，大家可能因为这个刷子就记住它了，这是通过道具来实现的一个IP强化。然后讲完了这个外在属性，我们下面来讲一下内在属性，你什么是IP的内在属性呢？就是这个IP的性格特点，性格特点。

心理特点，思想特点和言行特点，就假如我们外在属性上没有太好的点，去找的话，那么我们可以从自己的内在去发掘自己的IP特点。比如说性格特点那么。比较有个性的性格特点，一个号呢叫潇洒谦歌。潇洒谦哥，是我非常喜欢那个博主的，为什么他潇洒，你看他的名字叫潇洒谦哥，这是他的一个性格，他所有的视频给人的感觉就是一个潇洒，你看骑自行车的潇洒。还有游泳的潇洒，甩帽子的那种潇洒，他的这个性格特点和他的名字强化在了一起，如果他只是一个拍美景的博主，我相信他不会有现在这么大的那个流量，而是他把这个IP给做成功了。然后心理特点，心理特点有一个账号啊，叫做老北京说车，老北京说车，你看。他开头都是啪打自己一巴掌，这也是个IP设定啊，这个设定嗯，不建议大家用啊，但是它已经形成了一个特别鲜明的特点，因为这个IP可能对人没有伤害的，觉得这觉得这个人。每次打自己一巴掌，好像稍微有点儿有点儿有点儿傻，但是这是他的一个通过心理特征来实现的一个ip特征，什么心理特征，就之前他说。他自己说他患有抑郁症，后来康复了，这是他的一个心理特征，然后他每一个视频开头都啪打自己耳刮子，然后开始说车。因为这个特点呢，你看这个人长相很普通啊，而且发型很邋遢，很难记得住，说车的博主太多了，但是因为他是一耳刮子，我记住他

了，而且经常刷到他。

这是它的一个 IP 特点。然后思想呢？思想我就不给大家搜了，因为大家肯定都刷到过，就是董宇辉最近特别火的东方甄选的董宇辉，他通过自己深邃的思想，通过自己。巧妙的语言，还有自己读过的那些书，给大家塑造了一种非常有思想的一个青年。这个就叫它的思想特点，然后第四个内在属性呢，叫做言行，这个言行大家在前几年抖音火的时候一定有一句话，大家听过来了，老弟就是东北的腰子姐，因为这句话。带火了一个夜市摊儿，这个夜市摊儿在全国进行巡演，其中有一次我当时我在西安还到了西安，就是他这个巡演不不是卖腰子赚钱。而是别人给他出场费，就是他到了西安以后会给西安这座城市带来巨大的流量，很多人听说腰子姐来了，排着队去买她的腰子。这个么四本身已经不值钱了，但是它这个 IP 非常的值钱，通过这个言行来了，老弟另外一个呢，我们经常刷到的李树凡历史。呃，法律无非柴米油盐。关注书，凡给您说法，这是李书凡律师把这个法律巧妙的跟柴米油盐融合到一起。就是这句 IP。

强化了这位律师，律师有很多，但是我能记住的首先就是李树凡律师的这句话，法律无非柴米油盐特别的深入人心，对吧？这个叫做 IP 的个人属性，给大家举了一些例子，大家可以通过容貌啊，通过服装，通过场景去打造自己的一个 IP 特征。通过这个内在属性，比如说自己的性格，心理，思想，包括设计一句好的 slogan，也就是言行打造属于自己的 IP，这个是很有用的。好，讲完了个人属性，再讲一下决策属性，什么是决策属性呢？就是强化自己的职业特征，强化自

己的家庭决策特征。强化自己的社会身份嗯，什么是职业特征呢？我给大家说一个号，这个号特别的有意思，叫做国邦法律服务。大家看这个名字没有什么特点啊。就这个名字，它是一个企业的名字，但是他这个出镜人物，大家看这个律师头发是方的特别的平，那么就跟他律师这个职业相结合了，对吧？律师讲究的是什么公平正义？他理了个这么平的发型，我一下子记住他了。

虽然他现在粉丝量不高，看现在只有 21 万，还是因为理了这个头型，以后增加了大概很多的粉丝，本来粉丝更少，好像是个位数，但是这个账号如果让我给他提建议，我还是建议把这个企业的名字就改成他这个，比如说叫正方形律师。跟他的名字，跟他的这个发型有特点的一个名字，他会更加的火，但是可能这个账号没有意识到这一点，还是国邦法律服务，所以说他没有抓住这个好的吸粉时机，现在粉丝停留在了这 20 多万。这个人是很有特点的，通过自己的职业搭配自己的发型，职业和发型职业是公平发型也是公平，形成了一个特别强烈的特色，然后家庭角色是什么呢？我之前举过例子啊，也是。一个财经博主叫阿贵。阿贵。叫阿贵的幸福生活，大家看这个名字也很有意思，他的名字带一个贵字，然后他呢是一个家庭主妇的形象，你看每个视频都是在择菜，在切菜，在烫衣服，在洗衣服。首先这个男的做家务活就给我们一种很深的印象，男的一般不做这种，这就是一个 IP 男性在做家务，还能讲财经知识，就是能下得了厨房，能上得了厅堂。

这个是一个很强的 IP 啊，再加上他这个名字叫贵，为什么叫贵

呢？他每一个每一个视频的末尾都会被她媳妇揍一顿，因为他每个视频的末尾都要抛出来一个梗去淹于她媳妇去讽刺她媳妇。所以说你看他的名，他的这个主页设置叫每天一个家庭武侠剧，其实他是一个讲财经的博主啊，这是一个很强的 IP 家庭男主。再加上武侠剧，再加上这个名字的一个贵字，所以说我对他的印象特别深，大家刷到以后所有的财经博主当中对他的印象应该也是特别深的。这个叫做家庭决策，然后社会身份，社会身份就是嗯，比较著名的，比如说任泽平老师，他是一个经济学者。大家看一下啊，任泽平。他是一个经济学者，他做抖音就是一个经济学家的，他首先有这个经济学家的认证，经济学家的认证，这个黄威，然后他你看他每次。讲他的视频背景是这种高大上的演讲的一个视频，跟他的身份所契合，所以他在通过他的背景去强化自己的。社会身份，我是一名经济学者，我讲的经济知识比较硬核，这也是它的一个 IP 属性啊。另外，企业家李国庆，这个咱就不搜了，大家应该都知道性子嘛。啊，他也他的社会身份是一个著名的企业家，但是他还有一个故事啊，就下面有一个故事经历，我没有把李国庆写上，其实李国庆有个故事。

他跟他的老婆去抢这个公章对吧？后来他有了自己自嘲的精神，他有一次直播把这些公章挂在自己的腰带上。哎，这就是一个身份。李国庆公章公章，李国庆他并没有排斥自己的这个身份，而是主动的把他给自嘲，勇勇敢的自嘲出来。网友是很买账的。我再举个例子，嘎子嘎子，你看他之前被我们打上了一个 IP 标签，叫什么卖假酒的嘎子，他因为这个身份遭了无数的骂，最近他翻身了，为什么翻身了

呢？他拍了一个电影，就是抱着一个枪，这样跑，大家一定会刷到过抱着一个枪，这样跑，大家说他像一个偷狗贼一样，有了这句话以后，哎，嘎子突然反然醒悟了，找到了流量密码什么呢？最近他拍的所有段子。都是在偷狗，都是在抱着人跑，就是他勇于自嘲，在在抖音上勇于自嘲，可能会把一个负面形象颠覆到正面。我给大家搜一下嘎子，大家注意他自己最近颠覆了自己的一个一个 IP，从一个卖假酒的嘎子变成了一个勇于自嘲，勇于娱乐网友的嘎子。

嘎子，谢孟伟，你看。之前是无数的人吧，我之我之前经常看他的账号，你看最近最近他的账号都是在讽刺自己抱着像偷狗的那个镜头。嘎嘎子和潘子嘛，都是一个负面的词汇，但是现在呢，他变成了一个正面，你看他的作品里都是你看偷狗的偷狗的，然后抱着人也是这个姿势跑的，然后网友就说他，哎，嘎子现在找到流量密码，你看。他的评论区从骂变成了夸牛逼了，网络玩的明明白白，没得挑剔，加油，潘子，大家都调侃的说他是潘子。你看以前他的评论区全是骂声，现在评论区全是幽默，全是调侃，全是大家开心的点赞，这就是嘎子。颠覆了自己的 IP 形象，进行了一个转变，这个怎么颠覆呢？跟李国清老师一样，勇于自嘲，勇于拿自己最丑的那个身拿出来。自嘲这是一个 IP 的密码好，还有一个故事经历比较典型的一个角色，叫做凌云。她是一个武侠侠女的形象，我特别喜欢的一个博主啊，我告诉大家她的故事。是怎样强化的？侠女，你看我搜侠女，再搜个凌云。就能搜到这这个女侠，她的故事是什么呢？大家看到他把他的故事给置顶了。你看她的，她是一个非常飒的女性啊，武术特别好。不太稳定。

大家看一下这个侠女铃音的账号。

他把他的故事给置顶，他的故事你先看一下他的账号，他是一个会武功的女性，特别飒飒爽，英姿飒爽，然后他的这个。呃黄威是非遗峨眉武术代表传承人，是一个武术传承人，也是他的一个 IP，但是他最强的 IP 什么是他的一个故事，他的故事什么呢？他去下楼倒垃圾，然后倒垃圾捂了一段剑，就这个作品，你看他获得了 300 多万的点赞，他本来是一个没有粉丝的账号，通过这个作品。好像涨粉了几十万，甚至达到百万，当时大家对这个角色的印象特别深刻，从这个火了以后呢，你看他一路做到了 1000 多万粉丝。这个就是一个故事 IP 好，关于这个品牌人设的部分就讲完了，有个人属性，角色属性和故事经历，大家可以通过自己的这些。嗯，容貌的点服装的点所有的这些点内在的点，还有职业家庭身份社会，包括自己有过什么故事，这些点大家想一想有没有一个东西是你经历比较特殊的。能够拿出来去讲的去放大的，如果嗯，我们就是非常的普通，不太好找，那么我们就从这个服装上去找，对吧？服装是每个人都能够找到一个比较有特色的东西的，从这个道具上去找。从场景上去找这些，哪怕我们再没有故事，再没有什么其他的特点，职业特点，这些容貌，这些东西都是能够找到一个属于我们的一个 IP 的。

好，我们讲完了定义和条件，我们对 IP 的定义还有形成的一个条件，有了一个深刻的认识，这是一个底层逻辑。然后我们讲一讲我们普通人，我们普通博主为什么要做个人 IP，也就是说个人 IP 成了以后有什么好处？首先呢，能够提高我们的辨识度，打造自身的特点，

形成一个差异化,让大家一眼就能记住,对吧?刚才我举的那些例子。这个博主的内容可能是很普通的有的,但是我们就能够一眼记住他在抖音上,大家记住啊,黄皮肤,黑眼睛,黑头发的人太多了。非常多的博主,但是我们刷到以后能够记住的有几个呢?就是这些有 IP 特点的,有辨识度的,大家注意起号的时候给自己想一个有辨识度的点,这个非常重要。第二个好处是什么呢?增加信任度,就这个 IP,它形成了以后呢?会让这个人物形象更加丰满。从而增加观众的分,观众对你的信任度,增加自己的粉丝粘度,有了这个东西以后呢,就会形成一个影响力。形成影响力,你就能获得更大的流量,就是别人记住你了,在刷到你的时候就会多停留,多停留本身就是一个。流量机制之前我们讲过,赛马机制和铁粉机制能让别人别人因为你的一个 IP 特色多停留三秒五秒哦,这个东西太强大了。一定要注意这个形成影响力,就是我们提高辨识度,增加清晰度,最终形成影响力,实现个人品牌价值的。一个变现,这是我们打造 IP,打造 IP 最终的一个目的。好,大家听完这一课应该对什么是 IP 底层逻辑有了一个更加深的了解。

## **第二节 定位怎么找准自己的账号定位**

今天我们接着来讲 IP 打造,今天讲的是第二个大的章节,叫做账号定位,这个账号定位非常重要啊,我看过群里边那些学员。他们的账号可能当做朋友圈来发了,内容比较杂乱,就是这,这就说明大家是没有进行定位的,我建议大家把之前发的那些杂乱的内容隐藏,

然后重新做一个定位。做完这个定位以后呢，再开始根据你的定位来更新作品好，咱们来详细的讲一讲什么叫做账号定位。首先，大家为什么要做账号定位呢？因为抖音它不是朋友圈，它是一个稳定的，持续的，垂直的内容输出工具，你做了账号定位以后。你的内容输出就会有一个坚定的方向，你的涨粉才会更精准，因为你输出什么样的内容决定了你要吸引什么样的粉丝，什么样的粉丝爱看什么样的内容，对吧？

然后你的账号标签会更稳定，抖音才能够给你更持续更精准的推送，你才能获得更大的流量，这个账号标签比如说你是讲亲子的。那么，抖音就会把那些宝妈，这些标签有这些标签的人群精准的推送到你的作品面前，让他来关注你。这个就叫账号标签，然后第三点呢，你的账号定位做好了以后，你的内容垂直了，以后你的粉丝精准了，以后后期才能更好的做。商业化的一个变现，更好的实现商业化，这就是我们为什么要做账号定位，让了解了为什么要做账号定位以后，我们就要选择一个赛道。对吧，选择赛道包含了你要选择的行业和领域，还有就是你的账号要做一个什么样的类型？我们一个一个来讲，首先说行业和领域。很多朋友说，嗯，我该更新一个什么样的内容呢？我告诉大家有三个选择方向，假如你的账号是一片空白的话，有三个方向供你选择，供你参考，第一个你擅长的。第二个你喜欢的，第三个你正在做的，并且做的比较好的，这三个方向，这三个方向覆盖了我们所有人的一个需求。就是你肯定会有一些擅长的东西，对吧？如果没有的话，你说我是一个行业小白，我是一个学生，那么你有没有

喜欢的东西，感兴趣的东西？

肯定会有，如果说嗯，你有一个正在做的，比如说你是个线下的实体店小老板，或者你是个体经营者，你是社会精英，你是个普通职员。有一个正在做的线下的事业，那么更好了，你把这个事业搬到抖音上来进行一个放大，你就不用做。定位了，你就把这个线下的生意放到抖音上来做，是一个最好的选择好，下面我们来一个一个接着讲，首先叫你擅长的，什么叫你擅长的呢？有句话叫做三人行，必有我师，对吧？每个人都有自己擅长的东西。闻道有先后术业有专攻，你是一个十年的领域内呢。你在一个领域内是一个十年的呢，有十年经验的一个工作者，那么你就能够教五年经验的，能教一年经验的，你的一些指点，你的一些知识。你的一些输出可以帮这些前面晚辈们能够少走好多弯路，就是你提供。你在这个行业内的经验价值，大家不要担心自己经验太短，你是五年的，你对一年的就有价值，你是三年的，你对刚入行的就有价值，你是十年的，那你覆盖了前面的这些。晚辈们会更多嗯，不要担心有一些15年的20年的，他们怎么看你？他们是不会看你的抖音，也不会把他们推送到你的面前，抖音推送给你的都是愿意跟你学习的，可能对你产生兴趣的。对你喜欢的，大家相信抖音的这个兴趣标签的精准度。

第二个呢，就是你喜欢的可能很多朋友说哎，我刚刚考上大学，只是一个大学生，而且我是一个刚入行的一个小白领。我没有什么太擅长的呀，没关系啊，有句话叫做为热爱科迪，岁月漫长，你利用费曼学习法。找一个自己感兴趣的领域，为什么要找感兴趣的呢？因为

只有感兴趣你喜欢你才能够坚持的学习，坚持的输出，而不是做一个自己不感兴趣的，比较痛苦的领域，那么你做不长久，所以说找一个感兴趣的，比如说我的账号之前。讲过。房产后来我对财经比较感兴趣，宏观经济比较感兴趣，那么我就研究了一下宏观经济，然后通过费曼学习法把我学到的知识。给精彩的表述出来，什么叫费曼学习法呢？就是把你看到的知识内化成自己的语言文字，再精彩的转述出来。注意第三步，精彩的转述出来，这一步很关键，如果你能够持续的做这套流程，那么你就会很快的掌握到你看到的知识。就像我们经常看书，看完就忘是因为没有用费曼学习法，你用了费曼学习法以后，你你的知识，别人的知识。学来的知识才能更坚固的。掌握到自己的心里面，所以说如果你是一个行业内的小白大学生，没有什么擅长的，那么你找一个你喜欢的领域，一边学习一边输出，一边学习一边输出。在这个过程中，你的成长会非常的大，非常的快好，第三个领域就是你正在做的事，就是包括哪些人群呢？比如说你是一名企业的老板，你是一名企业的高管。那么你肯定有很强的商业思维，还有一些管理经验能够去在镜头前讲出来，教给大家，对吧？如果你是个个体经营者呢，那么你可以在那个抖音上讲自己的产品。

进行一个拓客引流，讲自己的技术，进行一个拓客引流，让你的线下店有更多的客户，另外呢，还有一种思路呢，就是你不做 toC 了，而是 toB 就是你讲你的经营上的经验。你是一个个体经营者，你有开门店的经历，你有把这个门店做好流量做大的经历，那么你可以把你的经营经验交出来，比如说你是一个开了 50 年餐饮店的一个小老板。

那么你一定走过很多的弯路，避过很多的坑，你的这些东西对于想要进入餐饮行业的人来说是非常非常宝贵的，你可以把你开店的经验。讲出来，这也是吸引粉丝的一个赛道。这个叫 toB 拓客引流呢，叫 toC，比如说你是个餐饮店的小老板，你不想教大家开店的知识，但是你。你可以嗯，让更多的人知道你这个餐饮店的存在，本来你的餐饮店辐射的是三公里五公里，你这个餐饮店火了以后。可能会有整个城市的人，几十公里之外的人都来你这里尝一尝，你做的这个饭菜，这叫拓客引流。呃，第三个呢？叫做社会经营。社会经济就是你是一个精领，你是一个行业内嗯，从事了很长时间，有一定经验的人，就像我说的第 11 样啊嗯，就是也就是你擅长的。你的职业技能是可以给大家提供帮助的，给那些初学者提供帮助的，那么你做大了这个流量以后呢，你可以给他们提供咨询服务。这是一个变现的路径，就是别人可以给你打电话，或者通过线上给你进行咨询，那么你的时间。

就是有价值的。嗯，第三点呢，普通职员，普通职员就是刚才讲的第二点，第二点你喜欢的找一个你喜欢的领域。你一定有你的职场心得啊，这里面涉及到一个思维，叫做小书童思维，什么意思呢？这个词是罗振宇老师逻辑思维的，罗振宇老师最先提出的。他讲的什么意思呢？你没时间读书，不要紧，我做你身边的一个书童，我把书中精彩的东西讲述给你听，我做你身边的一个伴读小书童。这个就叫做你愿意持续学习的领域，你能不能做大家的一个书童？你能够把书中的知识精彩的讲出来。这个也是价值的一种，因为很多人是没时间看书的，对吧？这个叫做小书童思维。能够你通过这个思维，能够找到

更多你想讲的领域，能够找到你最感兴趣的那个领域的定位。好，这个就叫做选择行业和领域，大家就记着你擅长的，或者你喜欢的，或者是你正在做的，都可以通过抖音这个东西。把你的职业技能，把你的经验，把你的思维方法。管理经验去放大。通过这个平台来放大来链接到更多的人。好，我们来看第二点叫做账号类型的选择。账号类型有很多种，我们应该选择哪一种？下面我把目前抖音上主流的账号类型给大家讲一遍，大家分析一下。自己更适合哪一种？目前主流的账号类型有口播类，就是我的这种一个人，一个手机或者一个镜头就在那讲。第二个是情景类，就是一些搞笑剧，情景剧，第三个是产品才艺展示类，比如说我有舞蹈的才艺，我把我的舞蹈跳出来展示给大家看，比如说我有唱歌的才艺，我展示一段歌喉。

这个叫才艺展示，还有一个叫产品展示，比如说我是生产某个产品的，我把我这个产品的生产过程给大家展示出来。让大家看它也是一种拍摄，第三种呢，叫叙事 vlog 就是一个很有个性色彩的人，拍自己的日常。然后第三个呢？第四个呢叫剪辑类，就是把一些影视作品，或者说把一些嗯网上有的视频素材给剪辑出来。好，第六个呢，就是探店类好，下面我们来一个一个详细的讲口播类，它有什么特点呢？口播类的特点就是它的成本是最低的。就是一个人，一部手机，一个麦克风，就可以把这个事做起来，剪辑也是比较简单的，因为口播类全是一些知识性的输出。剪辑就配上字幕就行了嗯，单人拍摄单人即可拍摄，然后对，但是对文案的要求比较高，就是你讲的东西要足够的精彩。

嗯，然后这个还有一个特点呢，就是这种账号的个人 IP 比较突出，粉丝的粘性也会比较强。它适合什么场景呢？适合知识类的分享，适合行业经验的分享，这是它适合的场景，适合哪一类人群呢？有一定的表达能力，语言表达能力比较好。然后有一定的文案能力，文案组织能力能够把一个原本枯燥的东西讲的精彩，这是需要的能力。呃，举例子呢，这个就咱就不再多举了，我我本身就是一个口播类的博主，大家刷到了很多，就是一个人对着镜头在那讲。就叫口播类。然后第二点呢，叫做情景剧。情景剧的特点是什么？情景剧就是需要一个很大的团队协作，有摄影师啊，有打光的，还有编剧啊，还有写分镜头脚本的呀。它就像拍一个微电影一样，这个需要的成本会比较高，创作周期也会很长，场地也有限制，你要找好的拍摄场地，对吧？嗯，他的缺点呢，就是粉丝比较泛，因为他拍出来的东西，他没有精准的兴趣点，就是幽默嘛，大家看了觉得很搞笑。

这是大部分情景剧的点，但是这个搞笑，这个需求是所有人都有，所以说它的标签并不是那么明确，粉丝会比较泛，那他未来变现的时候就会有一定的难度。但是它的优点是什么呢？涨粉特别快，因为它打中的是大家，所有人都需要的点嘛，需要放松，需要开心，需要幽默，那么它破圈就会比较快，就是这种账号做到。几百万粉丝都是比较轻松的，做到上千万粉丝也是比较轻松的，但是他的缺点就是粉丝泛变，现有一定的难度，然后创作成本太高。这适合一些有实力的，有经济实力的一些企业家啊，还有个体经营者啊去。选择这个赛道。它适合的这些场景就是搞笑类的情景剧，行业类的情景剧，还有

办公类的情景剧，就是办公室的故事。我们行业发生的故事。还有一些搞笑故事，这适合的场景，适合的人群呢，就是你要具备一定的编导知识，什么是编导就是导演能够写分镜头脚本。知道从哪个角度拍这个东西会更好，其实是很复杂的，我们看到一个呈现出来一个作品，感觉很简单，其实拍摄过程是相当复杂的，从哪个角度能够拍的更好？然后演员的表演功力也很重要，如果没有一定的表演天赋和表演功力，这个演出来会比较尴尬，所以这个是技术难度比较高的。那举个例子呢，就是比如说疯狂小杨哥就是最典型的一个情景类的搞笑剧，就家庭类的情景剧。每天就是他们家庭里边发生的一些比较有趣的故事，然后做到了 7000 多万粉丝。然后还有一个我比较推荐的账号，大家都要做产品类的，朋友们都要研究一下这个账号，这个账号我觉得是做产品类里边数一数二的，叫做郭大侠好，我把这个账号给大家搜索出来，这个账号比较重要，做产品类的老板一定要。研究一下这个账号。它是情景剧里面，然后跟产品结合的比较好，大家看啊，先看它的主页。真名，郭靖叫做郭大侠，大家看他拍他其实是一个做酒的账号，看这是酒。橱窗里面也是酒，但是呢，它把几点结合起来了，第一点就是武侠的一些情景酒和武侠结合是比较紧密的，对吧？然后后面呢，它会增加一些。

后面它会增加一些中国的餐桌文化，这两个点和它的产品都是比较契合的，这个场景剧呢是场景剧里面粉丝比较垂直的。然后变现比较容易的，大家可以研究一下它找的点特别好，你看我的产品是酒，那么我讲的故事是餐桌文化跟酒有关系，它的产品也能更方便的露出

后面都有倒酒的镜头。然后呢，我还讲一些武侠的文化，这个武侠的文化跟酒也是有很强的紧密度的，所以说我们如果是一个做产品的一个账号。要想一想，哪种情景可以给自己的产品有更好的契合的点，这个非常重要，如果是违和感太强，那么涨粉变现都是比较困难的。要找一个最巧妙的点。好，这个是郭大侠。下面我们讲一讲产品和才艺展示类，这个这种账号的特点呢，就是能够很好的吸引垂直粉丝，那喜欢看跳舞的就是对跳舞感兴趣的。喜欢唱歌的就是想学唱歌的。

然后更好的突出产品以及个人技能变现相对容易，因为粉丝比较精准嘛，但是对技能和产品的要求比较高，特别是这个产品生产流程，你如果拍的话。要足够的新鲜，足够的大气，大家才爱看一会，我给大家举例子啊，这种适合的场景叫做技能分享。还有产品生产的情景，这种分享适合的人群呢？企业老板个体业主。就是你有一个产品正在生产，可以拍这个产品，拍这个产品生产的过程，另外呢，才艺类的博主就是。会跳舞的，会唱歌的，会朗诵的。这些给大家举个例子啊，嗯，目前就是对于生产过程做的比较好的，有这个我把这个给大家搜一下，搜一下，让大家看一下。叫做隶属记。啊，输输一个例就已经出来了哎，隶属鸡火锅底料。大家看一下它的这个主页是怎么拍的？因为他拍他的火锅底料的生产过程，这种很多的辣椒融合到一起，热油一倒，烟气一冒，有很强的爽感，看这么多菜往锅里边一放。这种就是它的行业特殊性所产生的一种拍摄灵感，因为火锅底料的生产，我们很多人没见过，而且。这么多的调味料聚合在一起，也给我们的味觉有很强的刺激，这么大的生产场景给我们的视觉也有刺激，所以

这是产品生产过程里边。比较好的一个账号嗯，如果你是其他产品呢，你看一看你的这个车间生产的过程有没有给大家刺激的点视觉上的刺激？味觉上的刺激，听觉上的刺激也可以。

但是如果这个生产过程是比较小的，或者是没有什么新鲜感的，那么大家就可以放弃这个生产过程的拍摄，可以选择你产品的。亮点的拍摄，另外再给大家搜一下这个关于才艺主播做的一个做的比较好的，叫做五编。舞蹈。五编 k 文，它是一个舞蹈编辑，大家看他的作品非常简单，就是把一个这个舞蹈的名字字幕打上，然后自己在这跳舞，让大家。有舞蹈需求的那些企业啊，还有个人啊，去学习他的舞蹈，他的粉丝量也做的非常大。现在是 1000 多万粉丝，这就是才艺博主。它也是产品展示或者才艺展示的一个类型，就适合那些有才艺的博主，第四个呢，叫做叙事 blog。叙事 blog 呢，就是它的特点是对拍摄剪辑的要求比较高，特别是后期的调色，要给营造一种氛围感。需要一些比较炫酷的拍摄手法，有很多 vlog 博主把衣服往身上一扔，衣服就已经穿身上了，这种拍摄剪辑是有一定难度的，是需要经验的。但是呢，这种好处是什么呢？就是个人 IP 比较特别的突出，因为是拍个人的 vlog，它不需要有文案很多，不需要有文案，有的也有文案，有的没有文案，没有文案的。就用一些炫酷的拍摄手法，让大家看着视觉上比较爽就行，那适合哪些场景呢？生活场景的表达，还有乡村叙事场景的一些表达。它的场景也有一定的特点。

它适合的人群呢，就是你的生活场景很有特色，比如说恩克那个，他在大草原上有很多牛羊，他本身是卖牛羊肉的，对吧？他在大草原

上拍他这个场景很有特色。然后李子昕他是在一个乡村里做一些乡村美食的，有些摘菜啊呃，非常天然的种菜的一些场景。就是它的场景是我们生活中比较少见的，另外呢，如果是个人呢，就是他的个人色彩比较鲜明，很多 vlog 博主。你比如说。菲尔班也会给大家展示这个例子，他的个性色彩特别的鲜明，跟我们普通人是有些区别的，那就是适合于叙事 vlog 的人群。给大家举个例子，离子器，离子器我就不再搜了，大家一定都刷到过一个乡村的女生嗯，用一些纯天然的手法去加工美食。然后做到了很大的一个影响力，另外张同学，大家应该都知道前一段时间比较火的。它是一个乡村场景的一个 blog。这个张同学的特点呢，就是第一他赶上了一个三农领域的风口，当时在鼓励这个事儿，所以他的流量比较大，第二他的拍摄手法确实比较新奇，他用第一人称的视角。做了很多的分镜头脚本，一个视频，他说可能长达 100 多个分镜头才能够呈现出来，让大家有第一人称视角的感觉。大家看的是张同学的视频，其实好像是自己在发生一样，特别是在农村，农村生活过的朋友比较爱看他的视频。

这个是张同学的，另外最近刚刚火起来的一个博主就是个性色彩比较鲜明的，给大家举个例子啊，叫做 c2 班。菲尔班呢，是贵州的一个女生，她的名字里边有个二。那么，他给大家呈现出来的也是这个字，本身有个词叫非一般嘛，就这个人很不一般，他叫非二般，那么他更不一般，大家看一下他的视频就是。一个很漂亮的女孩子，但是穿着什么的总是很邋遢，然后日常的叙事也比较邋遢。但是他这个人物的个性色彩特别鲜明，所以说就能够吸引来很多对他喜欢的一些

粉丝，看他的场景也非常邋遢，就是农村那些场景。然后讲他一些。日常生活的一个镜头，大家可以下来看一看这个账号，这是刚刚火起来的一个账号。这个角色的叙事 vlog 适合个性，色彩鲜明的博主生活场景，有特色的博主，然后第五点呢，第五点呢是剪辑类的，剪辑类的特点就是对剪辑能力要求比较强，但是呢，它没有人物 IP。它的适合的场景呢？比如说好物分享很多好物分享的博主，他并没有自己拍摄，他在网上搜集了很多素材，一剪辑就成了一个作品。

还有一些影视剪辑，就是把一些影视剪辑给剪出来，让大家看的那些精彩的镜头，而不是再去追一部剧，但是更高级的呢，是他加入一些自己的理解。嗯，适合的人群呢，就不太实在是不方便人物出镜的一些人，然后喜欢搜罗些奇好物的一些朋友，还有喜欢看影视作品，并且有大量的业余时间。去剪辑的朋友，其实我不太鼓励这种创作，这种创作第一，它没有人为 IP，它变现就会相对困难，只能把粉丝量做的很大，然后接一些广告或者粉丝量做的很大，流量做的很大。去推荐一些好物，哪个火了可能就能卖出好多单，另外一点呢？这个影视剪辑它会版权问题，要求会越来越严格，很多博主都已经离开这个赛道了。给大家举个好物，给大家举个例子，这个好物分享的一个例子叫做小。要小爱的轻食餐啊，这个账号正在直播，大家看一下他直播的内容，就是推荐一些轻食，什么是轻食呢？就是有利于减肥的一些食品。大家看一下他日常的一些作品。

日常的一些作品没有，大家看一下他日常的一些作品没有人物出镜，就是一些比较健康的热量比较低的食品的推荐。有些作品的这

个播放量不是很高啊，但是它能够带货，因为这些东西它吸引的粉丝看现在已经有 100 多万了。他推荐什么产品都有一定的粉丝会跟着去购买，都是一些对健康有要求，对减肥有要求的粉丝，你看他的这个橱窗里面。已推荐已经高达十万件了，说明这个账号的变现能力还是很强的，没有人物露出。但这些不是他在网上剪辑的，是他自己来拍摄的，他有些成本就是他购买这些产品去拍摄。另外，再举个例子呢，就是一个影视剪辑类账号，叫做毒舌电影。大家看这个毒舌电影啊，现在做的 6000 多万粉丝在抖音里边是数一数二的，他并没有去剪辑那些精彩的片段，单纯的剪辑让大家看，而是加入了很多自己的分析和理解。这个是需要比较高的文案技术，还需要大量的时间看电影，看了大量的电影，对电影有很深的理解。这种账号还是很有未来的，因为他加入了自己的创作，二次创作在版权方面没有什么太大的问题，而且他现在的主要变现途径就是帮助那些即将上映的电影推广，很多大牌明星的电影即将上映的时候。都会找他来进行一个广告宣发，所以他现在广告收入是比较多的。

好，咱们来看第六个种类叫做探店类，什么是探店类呢？嗯，首先这个特点就是需要一个摄影师跟拍，它不像情景剧那么复杂，需要多角度啊，需要很多镜头脚本啊。它只需要一个摄影师，有时候一镜到底啊，或者分两三个镜头脚本就可以了，但是要求呢，这个出镜人物的镜头感要强。但是，知识博主在镜头前是可以提字器的，对吧？这这种博主他是一边走一边吃一边讲自己的感受，对他的镜头感要求要强的多，对文案要求没那么强了，但是镜头感要。要比较强，表现

力要比较强，适合的场景呢，比如说售楼处样板间的拍摄，我们看到的一些房产探探盘的博主。然后餐饮美食店的一些拍摄，然后旅游景点的一些拍摄，对吧？一些导游去旅游景点，这个也叫探店类。餐饮美食店像那种去一个餐饮店吃美食的，也是这种适合的人群呢，比如说房产销售人员。喜欢美食的人还有导游和旅行博主举几个例子呢，房产碳盘里边做的最好的博主叫大哲，已经做到了 450 多万粉丝。他探的盘都是一些嗯，大家很少见的，比如说高级的别墅啊，高级的庄园啊，甚至还有一些嗯，几百年的古老的建筑啊。然后这个人的镜头感也比较强，讲解也比较有深度，他在讲解一个嗯，有年代感的楼盘的时候，他能够告诉大家这个历史。

所以说它的文化储备是比较多的，这也支撑起他这么多粉丝的一个基础，另外嗯，一个比较简单的碳盘类博主呢，叫做纳哥碳盘。他现在改名叫纳哥房产。纳格房产就是一个普通的中介房产销售人员了，他没有大哲那么深的文化底蕴，但是他能够把一个。高级的别墅啊，高级的庄园啊，拍的特别美，讲的让大家听的特别爽，所以说他也做到了 300 多万粉丝，这是房产类，碳盘碳电类。做的比较好的两个账号，另外美食类呢？白冰白冰，我就不给大家展示了，之前展示过，大家一定也刷到过，它是美食探店里边做的比较好的一个。因为什么呢？他这个人物首先表现力比较强，对吧？然后他去的都是一些非常高级的一些场所，他探的这些食物，大家很多没吃过，那么他就比普通的那些探店博主。要自带更多的流量，因为新鲜感嘛，另外还有一个好车的加持，还有一些比较爽的背景音乐的，恰到好处就是它的剪

辑师也是特别厉害的。另外还有一个探店类呢，叫猴哥说车大家一定会说哎，这个猴哥说车是说车的嘛，怎么从探店这个其实他经历过一个转型，大家看一下，现在猴哥说车的那些视频啊。很多都是在。进行一个美食美食的探店嗯，它现在的变现模式呢，就是转到这个广告类，比如游戏类，还有探店的广告类，而还有车的广告类，他不再单纯的说车了，他把他的这个圈子。给扩大了，那做到一定程度遇到瓶颈以后，他再追求一种更泛的一些垂直想要破圈嘛。这是猴哥说事的一个转变。

另外，旅行和房产类做的比较好的旅行。另外，导游和旅行博主做的比较好的就是这个房奇 KIKI，他的特点是什么呢？他去的都是一些比较美的地方。然后呢，它最大的特点是它的文案特别唯美，特别的好，而且它的声音比较甜美，所以它把一个旅行账号做到 2000 多万粉丝，因每条播放量。也都是很高，这个需要一些比较高的文案技术，还有声音一些技巧，他这个拍摄成本是比较高的，要去很多的旅行景点。大家看他一个视频拍下来，估计要两三天的时间，就光采取采剪这个镜头，就光采集镜头，可能就需要两三天的时间。背后有很多的努力，所以说把这些账号类型讲完了以后呢，我最最建议的是哪种类型呢？最建议的就是第一种，我把这个放到第一个了，口播类，这个是适合所有的，所有的人适合你初创，没有团队的情况，下一部手机加上你自己，再加上一个文案。就能够开始做这个账号，后面的这些东西都需要太多的要求，还有太高的成本，所以建议大家从这个上面来做，当然如果你有团队。你又想做更大粉丝量的一个想法，你

从后面这几种里边去选择。但房产中，如果你是一名房产销售人员呢？那么探店类和口播类都可以，成本都不高。探店类当然你还需要配一名摄影师，如果是。口播类，你自己还是你自己就能搞来搞起来这个事。好，讲完了账号的类型以后，另外就是一个变现逻辑，变现逻辑在初期，你把这个事想清楚也很重要，因为它牵扯到你内容的一个方向嘛。大家看刚才我在讲的时候已经给大家大概讲了一些，比如口播类的一个变现，它适合知识。

知识付费适合后期的一些带货，这个情景剧呢，它就只能后期进行带货了，或者接一些广告，因为它流量比较大嘛。这个才艺展示类呢，也是可以进行知识付费，把这个才艺给教给大家，另外这个产品展示类呢，就可以通过线上去卖自己的产品，去扩大自己的客户量。叙事 vlog 嘛，最终都会走向带货，带那个乡村的货，这个是最好的一个方向，剪辑类呢，就是接一些广告，或者是教一些徒弟，教大家怎样剪辑。探店类呢，就是收这个探店的广告费，还有收其他，比如游戏厂商的呢，汽车类厂商的，还有房产厂商的一些广告费最终会。转向这个嗯，广告费的方向，但这个房产博主呢，最终还可以通过渠道的方式去变现，就是卖房子。像白冰啊，猴哥说车啊，房企 kk 啊，都是通过广告来变现，这是一开始把自己的变现逻辑想清楚，如果大家选择的是口播账号，那么最好的变现方式就是把你的知识变成一门课程教给大家。其次呢，就是带货卖一个跟你的讲述的东西，相关的货，比如说一本书。这个都是可以的，或者是卖你的咨询，就是你在这个行业内有经验，大家是想给你打个电话，想通过线上去问你一些

问题的，这个咨询也是可以收费的。好，这个叫做变现逻辑，那么把这些都想清楚，以后呢，你还要想一件事，就是你的目标观众是谁？目标观众嗯，分为两块就是你观众的属性，还有观众的兴趣，你把这两个事情要提前想清楚。比如说你的账号地域是什么？是一个同城号呢？还是一个全国号呢？

如果是同城号，你吸引的就是本城市的一些粉丝。这种账号粉丝量可能做不了太大，比如说30万30多万都已经算到头部了。50多万都已经很不得了了，因为毕竟只吸引同城的人嘛。它有很强的同城标签，但是不要担心呢，粉丝量跟变现量不是有非常明确的直接关系的一个30万粉丝的同城账号的博主。它的变现能力是非常强的，因为它的这个产品就在这个城市，大家很容易找到它，你如果做一个全国号呢，那么你就没有这个同城的标签。那就适合于比如说你去带一个嗯，没那么大的货，就是可以在线上物流的货。可以在线上物流的，或或者是自己的知识产品，这个适合于全国号通城号呢，就只能做一些不能通过线上物流的，比如说。房产对吧？比如说汽车这些就适合于做这个同城号，第二点呢？你的目标观众的年龄，你要想清楚你。针对的你想要获得的粉丝用户是老年人还是中年人还是年轻人呢？老年人喜欢健康养生，中年人喜欢学习，喜欢赚钱。喜欢亲子类的培养，就是培养孩子年轻人呢？喜欢新鲜刺激，吃喝玩乐这个人群定位。想清楚了你的内容，才能够有的放矢，对吧？你如果真你如果目标用户是老年人，那么你就讲健康养生类的内容，你如果目标用户是中年人，你就讲商业思维讲。讲知识，讲赚钱的技巧，讲一些培养孩子的

亲子类的赛道，如果是你的目标，受众是年轻人。就是吃喝玩乐，就像白冰那种账号，探店类的美食，探店类的它的受众一定是偏年轻化的。第三点呢，就是目标用户的性别。

如果是男性呢，你的目标用户是男性，男性喜欢学习，喜欢赚钱，喜欢健身。如果是女性呢？你女性喜欢变美，喜欢育儿，喜欢情感，女性的情感比较细腻，你把这个性别想清楚，也决定了你的内容的质量。生产方向，另外第四个呢，叫做你的观众的圈层精英圈层呢，他们的时间最贵，喜欢花钱体校。花钱提高效率，普通大众呢？他们的钱最贵，喜欢性价比，这决定了你将来的产品，你面对的是精英圈层还是普通圈层？那么你的产品设计就会不一样。经营圈层喜欢花钱提高自己的。节省时间，提高效率，普通圈普通大众呢，喜欢有性价比的东西，便宜的好货，这是你的产品设计。好把这个目标观众想清楚，以后你根据目标观众的兴趣属性，还有需求，还有他们的情绪点去有的放矢的。

生产内容好，这就是本节课的内容，关于你的账号定位给大家做一个简单的回顾，首先你要选择行业和领域。你擅长的还是你喜欢的，还是你正在做的？其次，你要选择一个账号类型，有六种账号类型，建议大家选择口播类，这个是成本最低。见效最快的第三点呢？变现逻辑想清楚，你是哪种账号决定了你未来要通过哪种方式来变现？当然，这个变现逻辑我们后面会有章节，专门的更详细的给大家讲。第四点呢，就是你的目标观众，你的目标观众决定了你的内容产出方向，把这四个定位想清楚你的账号，才能够更精准的，更垂直的吸粉。好，

本节课的内容就到这里，希望大家早日做出属于自己的爆款，早日把自己的账号定位给搞清楚，赶快行动起来。

### 第三节 名片你的主页应该这样设置

本节课我们来讲账号的搭建，这个账号的搭建包含有几个方面，就是你的名字怎么取，你的头像怎么设置，你的背景就是主页上方的那个背景。应该怎么搞？然后你的简介应该怎么写？你的那三条置顶视频应该怎么利用这几个大块？下面我们来一个一个的讲。首先名字应该有哪些注意事项，现在最主流的名字其实可以用，如果你的真名很有特点，用你的真名就可以这个 IP。会有一种真实感，但是这样适合在行业内有一定影响力的人，或者是有一定积淀的人，或者你的名字很有特色的人。另外呢，如果你的职业别有特点，你可以用你的名字加你的职业，比如说李书凡律师，这就是名字加职业。如果你是一个同城号呢，那么你加上一个地点，比如说昆明某某看房，昆明某某汽车。就是昆明小小 k 探店地点，加上自己的行业，这个是同城号，注意事项是什么呢？注意事项就是。

嗯，你去搜索一下，不要重名太高，重名太多，你的记忆点会减弱，第二，你的名字里一定不要有生僻字，就是这个字，很多人不认识，怎么读？那么，就不太利于它的传播，大家连读都不会读，那么更不愿意去记，对吧？把生僻字给去掉，第三，不要有特殊的符号和特殊的表情，这些东西都不利于大家日常的一个搜索。另外呢，要朗朗上口，比如说大家用的很多的某某歌，某某书，某某节嗯，这种东

西呢？看似很俗，但是很有亲切感，这可以作为大家借鉴的一个方向，总结起来就一句话，你的名字不要让大家难叫难记，要让大家好。好教好记，就是这八个字，大家理解一下，另外呢，头像嗯，头像就是最好是用自己的照片嘛，因为我们一直在讲个人 IP。你的头像就是你的 IP，那这个大家去拍那个照相馆拍形象照的时候注意跟摄影师说，你是用来做什么的？你说用来做抖音头头像的，让他拍的时候把边缘部分给扩大一点，因为你在上传这个头像以后，它是会自动放大一点，如果你这个头像本身就很大，你上传以后就会有缺失。所以说你跟摄影师提前说一下，他们经常拍，他会知道该怎么拍。第二点呢，就是你头像的这个风格和你的性格人设，还有你日常更新的内容，要有一定的吻合，要舒适，要大方。

另外，没有违规的信息，举个例子啊，我有一个学员是做放疗师的，我看他的头像就是拿了一朵小鲜花。芳疗嘛，就是一些芳香疗法，然后它的主上面的那个背景呢，也是用了鲜花的图案，然后它的主页呢，封面很多都跟鲜花有关，这就是一些很好的结合的点。跟他的名字方辽视也也是结合起来了，所以说这这个就是与风格相同，与内容相同，舒适大方，让大家感觉这个账号。芳香四溢，那么就符合他想要表达的一个点好，这个头像还有一个关键的点啊，就是这个像素 500×500，这个大家注意一下，这个是。一个清晰度，另外第三个呢是背景，背景第一点就是符合你的账号风格，这个跟刚才头像的要点是一样的，你的背景跟账号风格最好是吻合的。融合的另外要清晰，像素要清晰，上面没有什么联系方式啊之类的违规内容。那另外它的

一个大小呢，就是么么二五乘以六三三，这样你放上去的时候，它没有被放大，也没有被缩小这个。

参数大家可以记一下。那么后面比较重要的一个呢，就是你的简介，大家的简介现在没有统一的格式，有几种主流的方法第一。介绍我是谁？我有什么成就？我做的是什么行业？我提供的是什么服务？我喜欢什么样的句子？就是如果是你在这个行业内比较有影响力的，你可以告诉大家我是谁？嗯，没有影响力的，你告诉大家你在做什么行业？比如说你在行业内是一个比较有影响力的人，那么你可以告诉大家你是谁？你有什么成就？如果说大家是一个比较普通的人嘛，就告诉大家我正在做什么行业，我能够为你提供什么样的服务，可以把这个写在主页上，大家一目了然。另外呢，一些比较有个性的博主呢，他没有用，我是谁也没有用，什么成就都没有用，他用了一句自己喜欢的金句。也是可以的，自己喜欢的金句，当然这比较适合那些有个性的博主，大家看了这个金句会对他的印象更加的好。如果是嗯，个性色彩比较普通的呢，最好是选择这两点，就是你是做什么行业的，你能提供什么样的服务，简单直白，对吧？我们主页的设置就让大家知道我们在做什么，另外。有关注，有更加的关注自己的欲望，因为大家刷到一个视频的时候看到比较好，它很一般情况下不会直接关注它，会进入你的主页，先看一下你的主页，你是做什么的？看一看你其他内容才会去关注，所以这是主页设置的一个重要性，能够更好的留留下来，让粉丝留下来关注你。

另外有一个注意事项，就是注意不要让内容折叠，不要让客户点

击更多，这也是奥卡姆剃刀原理之前讲过的，你让用户多操作一个步骤。就会流失一部分用户，至于它折叠没有折叠，你可以拿别的号进你的主页看，如果你写的内容过多，它就会折叠。可以让内容折叠，如果你有很多内容要表达，你可以让它折叠，但是折叠部分一定不要是你的关键信息，一定是一些次要的信息，把关键的信息往前写。给大家举个例子，什么叫折叠啊？我一搜索大家就明白了。比如说。比如说这个大胡子厨房。你看他的主页信息就出现了折叠，你看这有个更多，他前面把关键的信息都已经写上了，有房产问题可以咨询他，他是谁他？它它能提供什么样的服务？

然后你点开这个更多才能够发现它后半句话，建议大家尽量在折叠之前的部分把关键信息给讲完，不要把关键信息给折叠了，特别是。能够联系到你的一些方式。另外呢，给大家举几个例子，就是我看到的他的账号主页信息，简简介部分跟自己的整个调调结合的比较好的几个点，我给大家提供一些参考思路。比如说我之前讲到过一个例子啊。这个博主我之前提到过，叫做阿贵。还有几个点特别的好。大家看一下它的主页啊。首先，他呈现的内容就是那种比较幽默的，比较搞笑的一个家庭主妇的形象，所以他的头像也没有用，一个非常正规的形象去出现一个正儿八经的形象照。而是用一个挤着眼睛吃东西的一个形象，就很符合他的调调，对吧？其次，大家看他的这个简介，每天一个家庭武侠剧。就更突出了他的一个幽默色彩，什么意思呢？他的每个账号后面都会被他的媳妇揍一下。这就是他的一个特色，一个记忆点，他把在简介里面又强化了一下这个东西，然后看完总能学点

什么。给大家，我能给大家提供什么，然后点赞第一条置顶视频学习打理资产，把自己的商品也给大家介绍出来，哎，这很简短，很完美。

他没有用这个背景啊，如果他用一个比较搞笑的背景会更好，但是他可能追求一个更简洁的页面，影响不大，另外你看他的名字带一个贵字。他本身名字肯定没有这个，但是他把给自己取名叫阿贵，这个就给家庭武侠剧，还有他的一个嗯，喜欢干活干活的形象啊，被老婆打的形象啊。巧妙的结合起来，让这个人物更丰满，更立体，这是一个很好的例子啊，讲这个主页设置的例子，各方面都有结合的点，而不是单一的去存在的。另外一个呢，最近比较火的一个博主叫做董宇辉。为什么要介绍他的主页呢？其实他的主页非常的简单，看背景也是空白的嗯，他就说了一句话，叫做曾经是老师。现在是售货员，这个为什么适合他呢？因为他现在是个特别火的红人，如果他在搞一大排介绍，我是新东方优质主播，我是什么什么新东方老师？嗯，可能会让大家对他的感觉有所下降，对吧？你本身已经很红了，很厉害了，那么他用一个特别低调的话来作为自己的简介，我曾经就是一名老师。

我现在是一名售货员，哎，大家对他的好感度又一下上升了，对吧？这是董宇辉的一个技巧。然后我介绍一个我的朋友叫奶爸看房。然后我介绍我一个朋友叫做奶爸看房，大家看啊，他的名字是奶爸，那么他的头像呢？是他抱着他抱着一个小孩的一个形象，就把奶爸这个形象给强化了。对吧，然后他是一个海南的一个房产看盘博主，那么他的背景就用了一个很唯美的画面，符合大家。对他一贯的一个认

知，另外你看他的简介里边就写了买房不迷茫，奶爸帮你忙很很顺是吧？是他的一句 IP 口头禅，买房不迷茫，奶爸帮你忙。很顺很好记，然后多年地产从业经验，我能为你提供什么？然后我能够为你提供什么？我的产品是什么？找我就对了。这是它的一个特点，把名字和头像还有日常风格也进行了几个点的结合，没有单一的存在。这是一个比较好的例子。

好，下面再来讲最后一点置顶视频什么意思呢？抖音给了我们三个权限，就是置顶视频的权限，能够置顶三条，那置顶三条视频，我们应该怎么最好的利用它呢？首先，你的置顶视频有一条应该是你辉煌的经历，比如说嗯，有些博主他上过央视。接受过采访，那么他把这个接受采访的视频放上去，对于他的人设来说是一个很好的背书，对吧？他辉煌的经历，比如说他获得过什么奖项，参加过什么领奖，这些视频可以放到主页进行置顶。第二个呢，叫做吸粉最多的视频就是每个视频，它火了以后它不一定它有的视频只是大家凑个热闹，点赞很多，但有的视频。是大家转粉率很高，那么他把转粉率很高的这个视频置顶，就能够让更多的人。去关注他，因为刚才讲到大家关注一个人，他的步骤是先看到你好的视频，再进入主页，再寻找你其他的视频。然后看到比较好了，再去关注，那么你把这个吸粉率比较高的视频置顶了，以后呢，有利于你收获更多的粉丝，对吧？第三个呢，就是你正在销售的什么产品的视频，这个是增加你的收入的。

你看很多博主把自己正在销售的一个商品，那个讲解视频产品，讲解视频给置顶了，这样的话。别人进入他的主页以后，就很容易下

单，这就是这三个置顶视频啊，不要浪费，这是我们免费的一个广告位。为自己准备的广告位，把自己辉煌的经历吸粉最多的食品销售产品的食品放在这三个位置，就是一个最好的组合。

## 第四节 差异化怎么给你的 IP 设置记忆点

本节课我们来讲一下 IP 的差异化打造，其实在个人 IP 的第一个章节，我们已经知道了 IP 的一个强大力量，也列举了很多关于 IP 的例子。但是在本节课当中，我们会更加详细的，更加系统的讲解一下我们应该怎样打造一个属于自己的差异化的 IP。好，首先第一个方法呢，就是我们要寻找到一个对标账号，这个对标账号的方法之前在前面的课程中讲过，大家可以回忆一下。然后对于这个对标账号进行一个差异化元素的拆分，有一个账号，它的差异化是由哪些元素组成的？我们可以进行一个拆分，怎么拆分？它包含有画面。

声音还有情节，首先来说画面，画面有一个画面的元素，还有画面的节奏，还有画面的这个动作设计。首先说画面的元素，这个元素包含了场景，人物，服装和配饰，这个场景怎样打造 IP 差异化呢？就是你这个场景最好是吸引眼球的。而不是一个非常普通的场景人物呢，人物就是一个高矮胖瘦，有一个非常明显的特点，或者是脸型啊，或者是发型啊。或者是眼睛的某个五官有一个异于常人的点，这个也是 IP 差异化的一个可以寻找的点，另外服装呢？服装分为两种啊，一种是特色服装，比如说民族特色和古风特色。还有一种叫做一成不变的一个很普通的服装，比如说大陆那个黄色衣服，比如说我经常穿

的这个黑色衣服，还有贺老师穿的那个蓝色衬衫，这个叫一成不变的一个服装。

另外，配饰呢，就是给自己找一个好的配饰，这个配饰可以是有有一个鲜明的特点，比如说海参哥经常戴一个脖套。比如说透透堂之头上经常顶一个辣椒型的小发卡，再通过配饰来找到差异化，另外节奏呢？节奏就是这个拍摄和运镜的技巧以及剪辑的风格。都是分为两种啊，这个拍摄可以是专业炫酷的风格，也可以是朴素接地气的风格，这个剪辑可以是高级电影感的调色，也可是也可以是。粗糙的草根感，这种给大家很接地气的感觉，这两种就是一个高级到极致，一个朴素到极致，这两种都是一个差异化的点，最怕的就是中庸。然后动作呢？动作我们可以设计一个招牌性的动作，比如说拧头发，比如说敷眼镜，比如说挨打。这些都是可以设计的，可以给大家增加一个很强的记忆，给大家举个例子啊，比如说这个敏头发的这个账号叫做滦南启歌。大家看滦南奇歌的这个账号啊，他经常搞一些高难度的动作，比如说背对着这个篮筐投篮球，

比如说用一个轮胎的圈子。套中这个电线杆儿，所以它每一次完成这个高难度动作的结尾呢，都会有一个敏头发的动作，大家看一下啊。看它的动作啊，这就是它每一个结尾都会涉及的动作，这是滦南奇歌的一个招牌性动作。另外，副眼镜呢？我给大家找一下这个博主啊叫做。严格严商。好，大家看一下这位博主，这位博主的每个视频开头都会扶一下眼镜，你看给我们一个比较深的印象，对吧？这个是元格言商，另外呢，挨打挨打的这个叫做老北京说车，它也是一个招

牌性的动作设计。说车的账号比较多啊，但是这个账号给我的印象比较深，就是因为它开头有一个打自己脸的一个动作，但这个动作设计不一定好，但是确实是一个很好的记忆点，大家看一下。你的长安宣布删了本周五长途车展，昨天看到苏老师的视频，气得我。它的经常也会有这个动作，这个叫做车牌性的动作设计。然后关于声音方面的IP 差异化呢，声音包括台词，

包括特殊的音效，包括背景音乐这个特殊的台台词，给大家印象比较深刻的，比如说李书凡律师的。法律无非柴米油盐，还有一个那个山人就是干饭了，干饭了就是一群鸡，经常抢他的饭吃，印象还比较深。然后财经林妹妹的散会，智南财经的家人们呐，给大家演示这两个不常见的吧，这是两个很好的一个台词的设计。大家看一下财经林妹妹的结尾啊，它都会有两个字，大家看一下。就这个散会是他设计的一个招牌性的一个语言，另外指南财经呢？好，大家看一下指南，财经这个账号，它设计的一个招牌性的语言就是开头，经常用家人们呐，给大家一种亲切感，而且是记忆点，家人们呐啊，这赚钱还有拼手速，对经常用这个。就经常用这个台词来做一个记忆点，另外声音还包括一个特殊音效的一个记忆点，比如说猴哥说是个 pu 大家经常刷到，应该里面有很多搞怪的音效啊，比如说放屁的声音啊，比如说啾啾就是一些。在剧情反转的时候，一些搞怪的音效，这是声音给我们的记忆点，另外还有背景音乐给我们的记忆点，就是大家经常刷到的白冰，我也举过这个例子啊，就他开头的。走下法拉利的那个音乐是一个非常洗脑的，非常给我们记忆点非常深刻的一个音乐，就是

噔噔噔那个音乐，另外还有最近火起来的一个账号，叫做知青伙食团，他也用了一个非常有记忆点的音乐，有年代感的音乐。

这个我一会在后面的例子中给大家详细的演示，另外第三点呢，叫做情节的一个 IP 记忆点，这个情节夸张，比如说疯狂小杨哥，他的表演是夸张到极致，是那种无厘头的。会把自己的电脑主机放到饮水机里面，会把自己的门用十多个锁锁起来，就是一些夸张的元素，另外煽情呢，就是一些扶贫啊，或者救助小动物的。用一些煽情的音乐，还有煽情的场景，这也是一个煽情的记忆点。另外还有搞笑的，这个就比较多了。好，下面我通过案例给大家详细的拆解一下，比较经典的一些 IP。看看我是怎么做拆解做分析的，然后再给大家讲怎样去借鉴。首先这个我分为两个大类吧，一个叫场景类的 IP，一个叫口播类的 IP，先说场景类就是首先咱拆解一个最近火起来的叫知青伙食团。它的特点是什么呢？年代感的服装就是有一个叫飞哥的，他穿的是那种知青的服装，很有年代感，另外年代感的音乐，这个一会放给大家听另外。两个主角的这个冷酷和呆萌的反差，就是那个飞哥的冷酷，还有另外一位主角的呆萌，他俩形成了一个反差案例。另外还有非常有记忆点的一个声音，就是一位主角喊另外一个飞哥，这样一喊，大家就知道好。

高潮剧情开始了，飞哥要表现自己的做菜的才能了，这是执行伙食团里面四个最特别的一个记忆点，这也是成就他火起来的一些元素。给大家看一下这个账号，好给大家看一下执行伙食团的这个账号的 IP 记忆点。大家看首先。喊飞哥的这个声音记一点，音乐记一点。这年

代感的音乐，年代感的服装，这个飞哥的这些武术手法都是很强的记忆点，他是一个知青的服装。另外一个主角呢，还有甩信封这个镜头也是他的一个非常好的记忆。一个是知青的服装，一个是农村的服装，就是代表了那个年代。好，第二个案例呢，是大 logo 大 logo 的 IP 级一点就是一成不变的黄色 T 恤，还有它憨厚的憨态可掬的笑容。另外，昂贵的酒店餐厅就是我们不经常出入的场合，甚至我们没见过的场合。另外，它结尾设计的一个声音记忆爆赞，这都是大家对它非常强的一个记忆点。那些美食太嫩的账号很多啊，这大 logo 能够火起来的，一个很大的原因，然后恩克呢，恩克是一个在草原上卖这些牛肉的牛肉产品的。它的 ip 点呢，是场景就是蓝天白云大草原，然后还有它的蒙古的服装，还有帐篷。另外，她的身材胖，还有一个性格特点憨厚，给大家提供一种信任感。另外，超大的这种锅煮，这个牛肉煮牛羊肉。这都是记忆点啊，

另外他在吃的时候吃的很香，给大家看一些蒙古人的礼仪，这都是很好的一个记忆点。就这些草原上的账号有很多哎，恩科给我们印象最深的一个点，除了这些场景，这些场景可能我们经常见最大的一个点就是他的身材。这个叫做身材长外貌的一个记忆点，然后她的性格特别的憨厚，给大家值得信任。然后还有一个账号叫做冷少，这个不知道大家刷到过没有，就是一个厚厚的嘴唇，非常厚的一个胖胖的男生，他用的是一个王家卫的一个色调，王家卫电影的一个色调。然后非常非常文艺的台词，还有她和另外一个比较胖的一个美女的组合，叫做双胖组合，然后她们都穿着正式的服装，一个是穿西服打打这个

领结，一个是穿旗袍。但是他们的服装呢，和自己的行为和自己的情节形成了非常搞怪的一种反差，这个叫做反差模型，另外他戴的这个墨镜呢，就嗯镜片儿。另外，他戴这个墨镜的镜片非常的小，这也是一个非常强的道具的记忆点，好讲完了场景类，我讲一讲口播类，这个口播类最近我比较喜欢的一个账号叫做 miss 的刘然，它是一个。汽车自媒体讲，汽车的，但是他用了一个非常不一样的手法给我了很强的记忆点。

首先，他是一人分饰两角的，就大家看到是两个人在谈话，其实你仔细看是一个人在扮演的。另外，它用的是一个复古的港风的一个色调，浓浓的港风味，浓浓的年代感。另外，他们用的是 tvb 的一个普通话，什么是 tvb？就香港无线电视嘛，那时候我们看到的很多金庸的武侠剧啊，都是用的 TVB 的，这种普通话配音的，比如说那个神雕侠侣。那个古天乐演的神雕侠侣就是很经典的，这个港风普通话，另外他用了一些港风的背景音乐，还有就是这两个人呆萌和正经的一个反差感。这就这个账号成功的很多元素啊 IP 元素，另外一个人的莎士比亚，这个一个人的莎士比亚，他首先用了一个灯光的神秘感。然后这个人面无表情的讲解，另外他只露了半边脸，有小半边脸是被镜头遮住的，这也是一个记忆点，大家 IP 口播都喜欢露出全貌，正正规规的正正经经，但是他打了一个不一样的点。只露了一半的脸，而且另外一半脸是比较黑暗的，然后她的字幕风格呢，也比较独特，这也就是她设计的一个记忆点。还有一个粉丝不太高的账号，但是我经常刷到，

因为它有一个特点什么呢？它给人一种第一人称的恋爱视角。就他是一个长相很帅的，卖苹果的小伙子，然后很多女性粉丝都叫他平妃，就苹果的平妃子的妃把他称为平妃，为什么？因为他经常用第一人称视角来拍摄。让大家感觉好像自己就是他的女朋友，他在对着镜头就像对着你说话一样，这是他的一个巧妙的点，大家可以翻一翻他的视频，就是经常有一些他跟摄影师手拉手的镜头，就好像你在跟他手拉手一样。还有他看到一个好看的东西，会快速的奔向镜头，给他给对方来分享，让大家有一个参与感，另外还有一个财经类的账号，叫做何青林，这个何青林就是他创造了一种浓浓的家庭氛围感。那她在择菜，在洗衣服，在打扫卫生，然后她的丈夫给她一个对话，把财经的知识给讲解出来，这个基点也是非常强的，讲财经的账号有很多，大部分都是正正经经的在讲。但是他通过干家务活的场景，不经意间的讲出来给大家两种感觉，一个是诶家庭主妇，居然也能讲这么深刻的财经。这是一个反差感啊，另外就是他给人的感觉很像是邻居家的人，而不是一个经济学家，所以给大家提供了一种亲近感，这都是非常好的一个记忆点 IP 记忆点。

然后最后一点呢，讲完了这些例子，还有案例拆分，大家怎么实操去找到一个最符合自己的 IP 呢？最符合自己的实操方法呢？那我们就从几个方向去入手，第一，我的长相有什么特点，第二，我家或者家附近的场景有什么特点，第三，我的声音有什么特点，第四，我的服装，第五，我的道具，第六。我的动作就是通过这些点去找到一个适合自己的 IP，首先这个长相可以从发型，脸型，五官，然后身材

去找。如果没有特别的记忆点，那么我们可以从我们家或者家附近的场景，比如说有没有繁华的 city 夜景，比如说有没有壮观的草原雪山，有没有朴实的农家生活，这都是大家不经常看到的，还有。残破的一些工业风也是可以作为场景，只要跟别人不一样就行，不一定非得好看，对吧？另外，我的声音有什么特点？我们看到有一些博主用的是些轻柔的悄悄话，给你一种非常亲近感和交流感。就对着镜头像在说悄悄话一样，还有一种叫做暴躁的输出，就是大声的喊，有一个财经账号叫做暴躁财经，大家可以看一下。还有叫特色的方言，大家不要担心方言嗯，刷到的朋友听不懂啊嗯，抖音是非常智能的，它让你刷到的都是能大部分能听懂的，而且。关注的人会感觉到多增了一分亲切，你说的是方言，我是你的家乡人，当然这个适合于同城类的账号。另外，我的服装有什么特点？如果以上很难找到特点，就是我的长相，我的这个家附近还有我的声音，很难找到特点，那我们从服装上去。做一些下一番功夫，比如说穿一些民族特色的服装，古风的服装，或者是颜色比较醒目的，普通的服装。

经常穿嗯，经常不去换，形成一个固定的风格，这也是一个服装的记忆点，另外我的道具有什么特点，比如说我之前设计的我背后有一个知行合一的牌匾，这个是不太多见的，对吧？另外，我现在采用的呢，是一个高脚杯配枸杞，在直播的时候采用的一个特点，就大家看到这个东西会停留两眼，听说过喝枸杞的，没听说过用红酒杯喝的是吧？这叫一个反差。一个高级感和一个朴实感的反差，这是我设计的一个 IP 记忆点。另外，我的动作有什么特点可以设计一个招牌一

样的动作，就像柒蛋奇哥摸头发敷眼镜。有一个招牌性的动作报赞，这都是可以设计的好 IP 差异化，其实是一门实验课程，需要结合我们自身的特点。以及内容产品不断的去试验和寻找灵感，需要非常好的网感和创新思维可以。先对同类型账号啊，对标账号啊进行一个分析借鉴，这是我们打造自己差异化的一个捷径，就我们借鉴它的东西不一定要完全借鉴，可以跟它相反的来。就已经火的一个 IP，它的一个元素，我们可以跟它相反，这个就不会有人说什么了，对吧？

然后后期我们可以逐渐找到更好的灵感，形成一个自己独特的风格。好听完了，这节课我相信大家能够设计出一个记忆点，大家一定要注意一个点啊，抖音上大多数的人 99%的人都是黑眼睛，黑头发，黄皮肤。所以要让大家做到过目不忘，一定要设计一个差异化，我们每天会刷到很多的博主，但是大部分是同质化的，没有好的记忆点，就没有大的流量，就很难涨粉儿。所以希望大家学了这节课以后，赶快给自己的 IP 设置一个比较深的记忆点，这样的话你会拿到更大的流量啊。

## **第三章 运营技术**

### **第一节 机制了解抖音推送机制**

今天这节课我们来讲一下抖音的一个推送机制，这节课我本来是放在后面运营技术里面讲的。但是有好多朋友都是刚刚开始做，所以说我把这节课给提前了，往前放一放，大家先要了解这个推送机制。然后才能知道他的作品往哪个方向，使劲儿往哪个方向发力，对

吧？所以说我们今天先讲一下抖音的推送机制。抖音的推送机制其实一共是有两个机制的，一个叫赛马机制，还有一个是今年一月份刚刚出的，一个叫铁粉机制。下面咱来一个一个讲好吧，大家先知道有两个机制，一个赛马机制，一个铁粉机制，这两个机制都比较重要，那么我们就先来看一下赛马机制。什么是赛马机制呢？

就是抖音会把。同时段同标签同风格同长度同级别的视频，视频放在一起比较。就像是我们看奥运会，看运动会上那个小组赛，把同级别的运动员进行比较，比什么叫同级别的运动员呢，比如说。你看我是身高一米七五，70 公斤就要那个跟我比赛的人，基本上身高和这个体重啊，各方面要对等，对吧？就像是我们的视频一样，你是一个 20 秒的视频，它就把它放到 20 秒左右的这个流量池里边去对比，而不是说你是一个二二十秒的视频跟一个两分钟的视频去对比，大家记得啊。它是一个有很公平的对比机制，叫做赛马机制，就像是我们运动会上看到的。这些运动员比赛先进行一个小组赛。小组赛胜利后，你在小组赛胜利后，然后再出圈，进入到更大的流量池，就像一个晋级赛。然后最终到达一个总决赛，突破一个非常高的一个流量池，所以说这就是一个赛马机制，赛马机制首先呢是公平的，你的视频长度。你的视频风格，你的视频标签都跟同级别的视频来进行比较好吧，大家先了解这个，然后刚才说到一个小组赛晋级赛总决赛。其实指的就是这些流量池啊，你看我们一个新号刚刚发的时候，他的作品是在 500 的一个播放量，

对吧？你在这个 500 的这个流量池里面表现的好了，会给你推送

个 2000。再表现的好的五千两万五万十万一点儿一点儿的往上推，最终到达一个 50 万甚至 1000 万甚至几千万上亿的一个流量池。当然，你在每一个流量池当中，你的各项数据都要表现的比较好，才会到达越来越高，越来越高。如果在某一个流量池当中，你的数据没有达到。具体是什么数据呢？我一会儿下面再讲啊，你记住，如果你的数据没有达到，那么你很可能会流量就会。限制在比如说这个两万左右，可能还有朋友有一个疑问啊，就是我们的这个号刚刚起号的时候，为什么播放量连没有 500 啊？咱初级流量是不是 500 吗？我的播放量为什么总是只有几十个呢？这个时候大家就要检测一下了，因为如果你的作品 OK 呢，流量池流量不可能只有几十，那至少有个一百两百三百四百对吧，如果只有几十个，那么你要检测一下。你的账号或者视频有没有违规怎样检测呢？我一个一个说啊，账号违规或者视频违规，两个都是可以检测的，咱先来说一下账号违规怎样检测？我给大家打开这个抖音，让大家看一下。好，我现在把抖音打开了，

大家看一下，我给大家演示一下啊，先点这个我你怎样检测自己账号是否违规呢？先点这个我。然后再点右上角这三条杠，右上角的三条杠，然后再点我的客服。打开我的客服以后，大家看到这里有个账号检测，对吧？你点开始检测。这时候它会对你的账号的各项功能进行一个检测，如果都是这个对号呢，就说明你的账号是没问题的，如果出现了红叉。你就可以联系一下抖音客服，看看这个账号有什么问题，你看他检测完账号底下还有各个视频的一个检测。打对号了，就是没问题，如果打错号了，他会给你一个提示，你到底是有哪方面

的违规好，这个就演示过了啊，你怎么测试？你视频是否违规？这个我告诉大家啊，你不光可以测试你自己的视频，你也可以测试所有的视频，当你在刷抖音的时候，你看到一个作品，你觉得有疑问哎？这个作品会不会有点违规啊？那么你就可以测试一下，你测试别人的测试的多了，你自己也会形成一种网感，对吧？

你测试的多了，你就会你自己做视频的时候，你也能尽量避免这个违规。我教大家怎么测试作品的违规，通过抖家的方式啊，我现在给大家打开抖音。好，我先我以我的作品为例吧，比如说我最新发的这个作品何为开悟，我把它打开以后大家看一下，右下角有个三个小点儿，对吧？打开这个小点儿。点击上热门，点击上热门。然后就会弹出一个页面。然后就会弹出一个页面，大家看到如果弹出的是这个页面就是正常可以支付的页面，你就知道这个视频是没有违规的。你可以正常支付，但是你不要支付了，测试一下就行，对吧？这个视频是没有违规的，那我跟我给大家看一下违规的视频是什么样子的呢？违规的视频，我之前有一条是违规的，我给大家看一下啊。点还是点这三个小点？然后点这个上热门。点完上热门以后，大家看到啊，它并没有弹出刚才的那个支付页面，而是弹出了一个当前内容不适合投放。这就说明这个视频是存在违规了，我这个提示是 90 天以上的视频暂时无法投放抖家呢，如果是有其他的违规内容，

这个地方会给你提示的很详细。你就知道是怎样，你就知道这个视频到底违规在哪里？所以说大家在日常刷视频的过程中。大家在日常刷视频的过程中，你看比如说我现在随便刷一个视频。然后点一下

这个我也可以测试他的视频是否违规，对吧？看弹出的是支付页面，说明这个视频是没问题的，大家可以多测试来培养自己对于违规的一个网感。好，这是关于一个违规的问题。下面我们来接着往下讲，如果你播放量只有几十，你去测试一下你的账号是否违规，如果有违规的话，把这个违规的东西。呃，给解决掉，通过客服给你的反馈解决掉，或者是把违规的视频给删除掉。就会嗯，把这个问题给解决，如果你的播放量一开始是在三四百五百左右，这个是比较正常的。

好，我们刚才提到了一个赛马机制，对吧？赛马机制就是把同时段，同风格的这些视频放在一起进行比赛，那么赛马机制比赛的是哪些数据呢？我们下来。我们接下来讲具体是哪些数据？我先把这个表格缩小，大家看一下整体的一个数据啊，就是赛马集市具体比赛哪些内容？首先是完播率，然后点赞率。评论率转发率转粉率就是这几个比率是赛马机制，主要要比赛的内容，那么下来下面我们来一个一个接着讲。先来讲完播率，因为这个是最重要的，所以我们放在。开始来讲。完播率分为两个，一个叫五秒完播率。一个叫整体完播率。什么是五秒完播率呢？五秒完播率就是你的视频，在前五秒达到的一个完整播放的一个比率。就是你的视频开头做的好不好？这个很重要，我前面有一节课叫做黄金五秒，大家再去翻看一下，讲的就是如何打造一个爆款的开场。也就是如何提高这个五秒的完播率。好，这个是五秒完播率，如果你的五秒完播率超过了 50%，那么这个数据就已经很棒了，如果低于 50%，你就要找一找原因，看为什么有很多的朋友在前五秒。就刷走了。好，除了五秒完播率以外，还有一个完播率叫

做整体完播率，但是整体完播率呢？

这个东西你说他们两个谁重要呢？整体完播率没有五秒完播率重要。因为 15 秒的视频整体完播率一定是高于两分钟的，整体完播率，所以这个跟你的视频长度还有一定关系，所以说抖音还要看你的均播时长，如果均播时长大于 50%。那么，这个作品就是比较优秀的呢，这个整体完播率，我给大家讲一下这个概念怎么理解呢？就是抖音，它是一个互联网公司，对吧？互联网公司想要的是什么呢？想要的是用户停留时长，用户停留时长高的话，这个公司的整体估值就会很高。所以说完播率，你的作品如果长的话，比如说是一个五分钟的视频，那么你能够让用户在你的视频上停留。两分半钟，这个时候完播率，虽然整体完播率，虽然只有 50%，但是你让很多用户停留了两分半钟。这个时间是非常长的，但是假如你是一个 20 秒的视频，你让用户完整的播放了完播率 100%。那么这个时候用户停留才只有 20 秒，对吧？对于抖音来说，他更喜欢哪个？

他肯定是更喜欢那个五分钟的视频，停留了两分半钟。这个东西两分半钟当然比 20 秒要，对于平台来说要好的多，所以它会给两分半钟的这个视频推送更多的流量。所以说完播率不能光看这个百分比，还要看均播时长，因为视频的长度是不一样的，对吧？好嗯，那么还有一些问题啊，就是有些完播率很高的作品没有获得推荐。那原因就是可能是你的视频太短，你视频短了，当然完播率比较高了，视频短的话，你在同级别的赛马机制里。被淘汰了。所以说没有达到一个很高的比例，你你的视频是 20 秒，那么你是跟 20 同级别的 20

秒的视频进行比较的，大家的完播率都很高，对吧？这个时候如果你的其他数据没有达到系统的连接标准，比如说你仅仅是完播率很高，但是你的点赞评论转发转粉率很低。那么，即使完播率再高，其他的这些百分比拉低了你的作品的整体评分，那么你的作品流量也不会太高。好，这个是完播率。下面我给大大家讲一下完播率的案例，帮助大家更好的理解五秒完播率和整体完播率好吧，我还是以我的作品为例给大家看一个反面的案例。大家看一下这个图啊嗯，我这个叫最最近发的一个叫什么是善这个，大家先记住这个这个。这个整体完播率是 12%。但是它的这个整体播放量。

12 万大家看一下下面这个啊，这个完播率 10%。但是它的播放量居然达到了 31 万，大家发现没有刚才那个完播率比较高，但是播放量并不高，这个完播率虽然比较低，但是播放量很高，为什么呢？我给大家看一下，五秒完不了，大家都明白了。刚才这个什么是善？这个作品虽然说整体完播率比较高，达到 12%，但是呢，大家看一下它的五秒完播率不高不到 50%对吧？只有 41%。所以说他的。它的那个最终的流量没有很高，那这个呢？另外一个作品呢？虽然它的整体完播率不高，但是它的五秒完播率达到了百分之五十五以上，所以最终它成为了一个。30 万播放量的一个作品。所以通过我的这个例子，我的后台数据大家就会发现什么哪个数据最重要，肯定是五秒完播率最重要，对吧？所以说还是建议大家把我之前的那个关于黄金五秒的视频好好的理解一下，打造一个爆款的开头，你这个作品就能。获得就能在初级的比赛中获得更高的一个播放量，一定要重视开头啊。好，

那么我们讲完了完播率，下面我们讲一下。其他几个比率就比如点赞率，假如说你的点赞率大于 3%，那么你的作品就是一个比较好的作品，什么意思呢？有 100 个人观看。有三个人点赞，这个作品就不错，评论率大于 02%，有 1000 个人观看，有两个人评论就不错。转发率大于 1%就不错。转粉率大于 1%就不错，好关于这个点赞率怎样大于 3%，大家看一下，我前面有一个作品叫做情绪劫持，撩拨情绪比输出干货更重要。你如果把这个作品把这个这节课给吃透了，那么你就会想办法提高自己的点赞率，就是情绪关于情绪的那节课。在前面第一个大章节里，这个评论率呢？这个评论率我后面还没有讲到，

我简单给大家说一下怎么提高评论率，就是你要制造一些冲突。制造一些矛盾点，甚至是故意露出一些破绽，这个时候可以极大的增加评论率，就是大家纠正你的一个欲望。比如说我有一期作品叫做开悟，我最后一句话是。什么叫开悟？开悟就是不再对人性抱有任何的期待。其实我一开始说起这句话的时候，并不是任何的期待，而是不再对人性抱有过高的期待。但是我最终把它改成任何的，期待大家发现没有，我改了以后其实是不太对的，是比较极端的，对吧？但是呢，就是因为这句话比较极端。会引起很多朋友对我的评论发表，他自己的观点对吧？这是我故意露出了一个小破绽来增加评论率。但这个点大家把控好这个破绽不能太大，太大的话可能会影响点赞率，一个小小的破绽。破绽可以提高你的评论率，这是一个评论率的方法，后面关于转发率嗯，还是要看情绪那节。情绪什么叫转发率呢？就是你看到一个作品，你想分享给你身边的亲戚朋友分享给你身边的这些坐着

的人。就是它激发了你的分享欲，其实还是情绪劫持那节课里边所讲的东西。这个大家可以回看一下，然后转粉率，转粉率是你的主页怎样设置才能提高转粉率，这个我在后面的课程中有一节会专门讲到你的主页应该怎样设置？什么叫转粉率呢？就是他看了你的作品以后，进入到你的主页翻一下你的其他作品，然后决定关不关注，那这个时候你的主页就比较。就比较重要了，对吧？你的主页的整洁度，你的主页的自我介绍，你的主页的这个封面的好看与不好看，还有你的内容是否比较垂直？一个领域决定了这个转粉率的大小，

这个咱们在后面的章节里详细讲，大家先知道这个比率。好，可能还有朋友会有疑问啊，为什么哎？我这个作品点赞率很高了，甚至已经达到 5%了，我也遇到过这种情况，我的作品 100 个人看有五六个人点赞，但是最终流量没上去，为什么呢？因为它的其他比率。可能拉低了你的整体综合评分，所以光看一个率是没重要的是不呢，光看一个率是不行的，要整体评分都要上去。每个率都要做的差不多达到一个嗯，平均标准以上，然后再有两个率特别的突出，那么就很容易成为爆款。另外还有一种可能呢，就是你的所有比率都已经达到了，但是你的视频只有粉丝喜欢。进入到路人流量池以后啊，路人不喜欢你的作品，那么也无法推送到更大的流量池，这句话大家可能不太理解，没关系，我后面讲到铁粉机制的时候，大家就会理解这句话的含义，关于。粉丝喜欢和路人喜欢这两个事都比较重要。好，咱接着往后讲。大家看一下这个例子啊，这个例子就是我破 500 播放量的一个视频，这个视频叫做道德工具，目前的播放量为 538 万。点赞率为

55%，评论率为 03%，就是因为它的各方面数据都达到理想，达到平均线以上，而且有一些数据特别的突出。所以说，能够获得系统的巨大推流，能够进入到很高级的流量池里边，大家看一下啊，看这个道德工具播放量是 538 万。这个点赞量是 30 多万，评论量 18 万，

就是因为它的各方各项数据都比较好，才能够达到 500 个流量池 500 个流量池就叫。500 个播放量就叫大爆款，就叫大热门儿了，希望大家能够早点达到这个流量池。不是好，我们讲完了赛马机制以后，下面我们讲更重要的一个东西啊，叫做铁粉机制。铁粉机制。这个铁粉机制是 2022 年一月份儿刚刚推出的一个机制，为什么要推出这个机制呢？因为赛马机制啊它。它对于一些中小博主和一些新手相对来说不是太公平，就是一个人一旦做大以后，他就一个账号，一旦做大以后，他就会垄断巨大的流量。造成中小博主吃亏很难起来，所以说后来推出了一个铁粉机制，这个机制是有利于我们中小博主，还有刚刚起号的博主的。我具体给大家讲一讲这个铁粉机制是什么意思？大家先看一下这个图表。嗯，原来的抖音机制和铁粉机制，我做了一个对比，大家看一下这个图表，原来的抖音机制的原理推送原理。是什么样的呢？就是当就粉丝推荐占比，只有 10%路人观众的推荐占比达到了 90%。所以一个视频想成为爆款粉丝，对于你的这个视频的作用很小，路人的作用很大，所以说原来的抖音机制它。它会造成一个什么影响呢？就是这些大博主的作品，那么他凭借较大的粉丝基数就可以直接突破初级流量池，因为他的粉丝基数比较高嘛，只要一发出来。就破 500 破 1000 破 2000 破两万，直接就破了，对吧？就直接就进

入很大的流量池了，只要他的粉丝基数足够大，他就始终能够获得一些比较大的推流。

第二点呢，就是这些大博主，他不需要让粉丝喜欢自己的作品，只需要讨好路人，那么就会出现一个什么情况呢？他把之前的这些爆款作品。稍微改动一下，反复发就能够。上热门儿，因为粉丝看看过了，没关系啊，我不是讨好你粉丝的路人，占比达到了 90%，我是为了讨好路人的。对吧，所以说就出现了很多同质化的作品。大家如果有心的话，可以留意一下最近这些大博主嗯，他的流量可能没以前高了，就是因为有了这个机制。这个机制叫做铁粉机制，铁粉机制的原理是什么呢？就是一开始粉丝推荐占比会达到 80% 什么意思呢？你的一个作品发出来。要先经过粉丝的审核，先经过粉丝的审阅，粉丝觉得 ok 了，什么叫 ok 呢？就是粉丝他的完播率高，他的点赞率高，评论率高，各项数据都很高。才能够进入到公域流量池，让路人看到满足，然后再去满足路人的喜欢。才能进入更高的公域流量池，什么意思呢？原抖音机制是只需要讨好路人，但是现抖音机制分为两步，第一步先讨好自己的粉丝，粉丝觉得 ok。然后再讨好路人，所以说你必须先满足粉丝的喜欢，然后再满足路人的喜欢，才能成为爆款，那么这个机制形成了一个什么样的影响呢？就是大博主。他无法像之前那样轻松拿到公域流量。因此，公域流量就会分配给一些更多的分配给一些中小博主和刚刚起号的博新博主。为什么他们不能轻松拿到公域流量呢？因为很多的这些。大博主，他们没有经过粉丝的这一关，他们的作品沉在了粉丝的，

这个也就是自己的私域流量里边。他很多作品突破不了工业流量池了，那么工业流量池还在啊，每天刷抖音的粉丝人数还在啊，那么这个工业流量。就空缺出来了，对吧？这个空缺就会分配给中小博主，还有刚刚起号的一些新博主，对吧？所以说这这对于我们来说是一个利好。我们刚刚起号的，你不要担心，不要担心，在赛马机制下拼不过那些大博主。你可以有更好的机会，获得更多的公域流量，对吧？然后第二个影响呢，那些大博主他不能再反复发一些同质化的内容了，因为粉丝早已经看腻了，如果他发的内容之前已经发过，那么他连粉丝的这关都过不了。他的流量也不会再进入公域流量了，对吧？所以说他们必须更用心更用心的做更好更新的作品。才能够先讨好粉丝，再讨好路人，才能够进入更大的公域流量，大家一定要注意这个机制，所以说这个机制退出以后，我们应该怎么破呢？我们应该怎么做呢？对于有一定粉丝量的朋友来说，那么你就要维护经营好自己的粉丝群，抖音不是推出了粉丝机，铁粉机制以后。然后也推出了粉丝群的功能，对吧？方便大家去维护，经常跟粉丝聊一聊，去增加粉丝的一个粘性，

讨好粉丝嘛，让粉丝给你的作品。多点赞，多转发，多玩播对吧？第二点你还要多更新，增加更新频率对吧？让粉丝不至于嗯，太冷落能够经常的看到你的作品。然后第三点呢？嗯，新人起号会有更多的自然流量。支持，那么你也要注意一个点啊，就是你你作品一开始要尽量的垂直于一个领域，然后你吸的粉丝比较精准，对于这个领域是感兴趣的。这样的话，你的粉丝做大以后，你才能够更好的。突破粉

丝的这个流量池就是你发的作品是垂直的，那么粉丝会更喜欢你，突破了粉丝的流量池，你才能够突破公域流量池。好，讲完了这个图表，我给大家举个例子，让大家看一看我的一个数据，然后给大家更好的理解铁粉机制的重要性，对吧？大家还记得刚才我有一个作品，它的播放量是。是百分之是 12 万。不高对吧？这个播放量不算高，为什么呢？因为大家看一下这个图表，因为这个作品的粉丝播放占比。达到了 90%，也就是说我这个作品发出来嗯，

有 90%是自己的粉丝在看什么意思呢？就是我没有突破。粉丝的这个流量池，那刚才这个作品呢？这个作品达到了一个。31 万的播放量为什么呢？因为。大家看一下这个表，因为他的粉丝播放占比只有 43%什么意思呢？就是说我经过了粉丝的考验，经过了粉丝的考核，所以粉丝播放占比。才会降低，为什么降低了？因为推送到了更大的公益流量池里边，然后我的粉丝播放占比才会降低，对吧？这个作品经过了粉丝的考验。进入了公域流量池，因此它达到了一个 30 多万的播放量。如果是在以前，铁粉机制没有出来，我的另外一个作品可能流流量会更高，但是因为这个铁粉机制存在。呃，这个流量才有了一个变化，就是能够让粉丝先喜欢的，才会进入公域，流量值才会推送的更高，大家注意这个铁粉机制。好，那么有了这个铁粉机制以后，我们应该怎么做呢？首先要输出更好更新的内容，让粉丝看着不至于。出现审美疲劳对吧？要出现新内容，好内容，先让粉丝喜欢，然后同时路人也要喜欢那么。你的内容不能重复，对吧？嗯，才能进入到公域流量池第二呢？如果你有了一定粉丝基础，那么你你要注意维护粉

丝的粘性。开一开直播啊，在群里面跟他们互动啊，也都是可以增强粉丝粘性的，另外多发作品更新频率，你的频率高了，你的粉丝看到你的次数更多，也是一种粘性。第三，如果是你刚刚起号或者起号不久，那么你注意粉丝的垂直和作品的领域的垂直，就垂直的话，你发一个东西你才能更好的让粉丝喜欢，对吧？如果你的粉丝。标签是很乱的，那么你发了一个作品嗯，有的喜欢，有的不喜欢就会出现问题，对吧？出现问题以后。呃，粉丝不喜欢，以后你就进入不了更大的公域流量池。好，今天这节课嗯，重点就给大家讲完了再给大家回顾一下啊，

今天我们主要了解的是抖音的推送机制。抖音的推送机制分为两个机制，一个是赛马机制，一个是铁粉机制。赛马机制是之前的一个机制。铁粉机制是新出的一个机制，但是大家注意啊，铁粉机制出来以后并不是赛马机制，不存在了，而是铁粉机制和赛马机制同时存在。这个铁粉机制就是先推送给自己的粉丝，突破粉丝的一个栅栏，然后进入到公域流量进行这个赛马机制，它是一个。先后的关系。大家把这两个机制理解透，我们的作品才能往更优质的方向去做，所以希望大家了解了这个机制以后。调整自己的作品方向，有粉丝的朋友注意讨好自己的粉丝，刚起号的朋友增加一个信心，因为有了铁粉机制。

## **第二节 避坑 3000 元就能搞定基本设备**

大家看到现在在我斜上方 45 度角方位有一面主灯打了过来，大家看到现在是一个什么样的氛围效果？是不是比较神秘？你看我的

脸部只有 23 被照亮，我的这边边是黑的，那么这种场景是。适用于什么呢？适用于讲一些神秘的故事，我举个例子，大家应该刷到过一个博主，叫做一个人的莎士比亚。采用的就是这种灯光模式，叫做伦勃朗灯光，就只有一盏 45 度角方向的主灯打过来。好打开辅灯。大家看到这个辅灯也叫做环境灯，是在我左前方 45 度角方向，一方面打亮人物的脸，侧面大家看到我刚才 13 的阴影消失了。人物会显得更亮，而且我背后的环境，我的这个窗帘大家也模模糊糊的，看到了一点轮廓，环境被照亮了，人物黑暗的部分也被照亮了。这个灯光就是我左前方 45 度角的一盏斧灯。好打开氛围灯。我后面有一盏家庭用的台灯是黄色的，那种灯光为什么要用黄色呢？因为黄色是一种暖色，会给大家一种温馨的感觉。这个氛围灯打开以后，

大家有没有感觉到画面没有那么冷淡了，有一种温馨的色彩，这个就方便我们讲一些温馨的。知识类的场景，就像我现在使用的就是这种场景。好，大家还看到还有一个地方没有打亮，就是我的发丝，现在跟环境融为一体，我的整个人物和背景融为一体，显得不是那么立体，对吧？好，现在再打开一盏灯轮廓灯。大家看到有一些微小的改变，对吧？我的头发发丝更清楚了，我的人物，我的轮廓更清晰了，没有与背景混为一谈。对吧，大家看到现在这个灯光就已经比较完美了，当然你如果想让氛围再加强一点，

大家看到我桌面还有一盏氛围灯。叫做前置的氛围灯，我把它打开。好像不像一个。讲夜话的知识博主，这个时候大家看到这个氛围以后，可能更愿意多停留几秒，愿意听我多讲一些东西，对吧？这就

是我们灯光的一个作用。好，大家了解完了灯光的布置，然后给大家看一下应该用什么样的设备来拍摄。首先呢，我做到 100 万粉丝，大家有没有想到我是用什么拍摄的？我告诉大家，没有什么专业的设备，就是这样一部手机。这部手机为什么我要选这部手机呢？这部手机叫 vivos 7，当时我买的时候是 2500 多，

但是现在 2000 元就能买到，为什么我要选用这部手机呢？因为这部手机是国产手机里面。前置像素最轻的一部手机为什么要选前置像素最轻的一部手机呢？因为我们要使用提词器，对吧？我们一开始拍摄口播类账号的博主。没必要背稿，背稿太难了，等到我们知识达到一定的储备，我们在镜头前更加自然的时候，我们再试着脱离提词器，但是一开始的时候大家要使用提词器。所以说前置比较重要，提词器可以在你的手机屏幕上显示出来，你可以对着它来读，所以说这个时候。我们要选用一个前置比较轻的手机，第一方面要使用提词器比较方便，对吧？第二方面我们可以随时观察到我们的人物是不是在画面的正中？第三方面，我们可以随时观察到我们的背景是不是比较杂乱。第四方面，我们是不是可以随时观测到自己的表情的变化。是否足够的完美，对吧？

这四个方面决定了我们要使用一个前置比较轻的手机，而不是后置比较轻的手机。现在市面上很多手机后置都非常轻了，但是前置轻的手机并不多，这部手机为什么便宜呢？因为它把前置做到了非常的清晰。后其他的功能其实都是比较差的，所以他有个口号叫做为博主而生，所以大家在预算不太充足的情况下，这部手机足够用了。就是

这部手机帮我完成了 100 万粉丝的拍摄，当然如果大家预算充足，而且想要更方便的话，就是这部手机它只能拍摄，你可能日常使用不是那么完美。如果你想要更方便，一部手机解决问题，那么就用这个苹果 13，它的前置也是足够清晰的，你使用也没问题，你日常拿起来拍摄。也没问题，当然这个预算要稍微高一点，达到 5 千到 9 千之间，

根据你的对于配置的一个选择，这两部手机都是可以满足我们作为一个口播账号的。前置拍摄要求的好，另外有了两部手机还不够，我们还需要一个什么呢？麦克风。大家看一下，我现在带了一个领夹式麦克风，这个麦克风只有 120 多元品牌叫博雅，为什么要带麦克风呢？我给大家演示一下，大家现在听到我的声音是什么样的？我把它拿圆以后。大家好，大家好，大家好。我刚才拿圆以后，大家听到是一个。好，我刚才拿远以后，大家听到我我的声音和你的感觉是不是拉的距离特别远？这个不利于我们塑造 IP。什么叫 IP 呢？人物离镜头近，近的离观众近，近的然后人物的声音仿佛在观众的耳边响起，而不是有一种距离感和空间感。这个时候你的 IP 更容易形成两个近，大家记住一个是人物离画面近，一个是声音离观众的耳朵近。这样的话，效果才是最好的，你跟观众没有距离感，有很强的交流感，对吧？就是这个麦克风，大家可以。在网上搜博雅，另外大家注意一下，这个麦克风上有一个黑黑的，这个小棉花头，这个叫做防风罩，大家一定要注意佩戴。因为这个能够防止我们破音，而且能够消除很多的杂音，这个防风罩也是比较重要的，大家不要买回来就把它摘掉。平常就把它戴上，你在室内可以防止破音，

在室外有风的环境，它可以降低风噪。好，下面还有一个东西，这个东西其实是可有可无的，如果你要拍一些走动的画面，你的手感觉不是那么稳定的话，你可以买一个。大疆的云台，这个云台是 600 多元，它是可以把手机这样加上以后。你看把手机加上以后开机以后。大家看到你无论。大家看到开机以后，你无论怎样移动你的手机是稳定的，对吧？无论怎样移动你的手机是稳定的，这个时候你在运动的时候拍摄一些运动的画面，画面会比较稳定。但是这个东西不是完全必要的啊，假如说我们手持手机走的稍微慢一点，画面也是比较稳定的。所以说这个东西可有可无，大家想追求更高的画面质感，可以买也不买也没关系。好，关于设备给大家做一个总结，刚才我讲了那么多设备，其实大家有两个东西就可以开始做这个事儿。最低成本 2100 多元就可以把这个口播账号给做起来，我的 100 万粉丝就是用 2100 多元做起来的。所以说大家看到的后面这些布置是因为我要开直播了，我需要一个更专业的场景，对吧？我才购买了一些更多的设备，但一开始是不需要的，一开始只需要。这两个东西一部 2000 元的前置摄像头比较轻的手机，一个麦克风，你就可以开。开始录了，好那么还有很多朋友，目前已经有了一定的粉丝量，

已经准备开始直播了，想要一个更专业的场景，对吧？想要买一台相机。想要一些灯光的布置，想要自己的直播间场景更专业，有利于自己的销售氛围，那么接下来我给大家讲一讲。更加专业的东西就是我直播以后我采购了哪些设备？好，下面我给大家讲一下我的这个直播间，给大家揭秘一下我的这个直播间是怎么布置的？好，咱们来

一个一个来讲好吧，先从这个相机开始讲起。这个相机是一个索尼的zv 幺杠十，然后镜头是个 5014 的，这个大家不用记啊，我在后面会附一张详细的表。告诉大家，这个东西到底是什么一个品牌型号在后面会附上，所以大家看一下这个为什么要把相机加在这里呢？因为这个客厅的这个宽度大概是 7 到 8 米。这个宽度才能够拍出来高级感，为什么呢？因为我做的地方跟相机要拉开一个三四米的距离。然后我做的地方还要跟背景拉开一个三四米的距离，这个时候才会产生一个比较高级的虚化的效果。好，大家往这边走，大家看到这是我助手做的一个位置，这个位置就是在我直播当中，帮我协调一些工作做。做一些数据类，还有提醒类的工作。然后往这边走，这个是一个辅灯，刚才我在讲灯光的时候打开的第二盏灯，这盏灯的作用就是打开看我在这个位置做。打开这个灯以后，我的左侧面的脸嗯会变亮，显得人物更加亮，而且它这个灯可以打到这个后面的背景的方向。把背景给打亮，所以它也叫做环境灯。这个灯是金贝牌子，叫金贝。好往这边走，大家看到这盏灯，

这盏灯是我打开的最后一盏灯，这个灯的效果就是打亮我的发丝，还有打亮我的轮廓。这个灯打开以后呢，就是我跟背景不再融为一体，我的头发不再跟我的整个那个画面融为一体，而是有更加。好的，一个立体感。好往这边走，大家看到这有一扇窗帘啊，这个窗帘嗯，一共就花了六七百元吧，大家买的时候买这种质感比较好的窗帘。质感比较好的，打出来会更好看，大家看到这个窗帘背后其实是一堵白墙啊，其实是一堵白墙，为什么呢？因为第一后面是白墙的话，它不会

有自然光透进来。它不会影响我整个布光的效果，我如果把那个窗帘当做我的一个背景的话，大家看到白天就没法录了，对吧？而且我的这个客厅决定了这个窗帘是要打到这个位置，这样才有更长的一个进深才会打出来高级感。好，咱再往这边走。这里有一个台灯，这个氛围灯，大家买的时候要选这个带黄色的，因为黄色更加有温馨的氛围。这个灯也就是 200 多元放在这里。

好，再往这边走，大家就看到了一个我直播的一个位置，我就是在这里给大家直播的，看对面是相机，然后这边是。几个灯光？大家看到啊，这有个电脑，这个电脑有什么作用呢？就如果你想用相机来直播，你追求一个高清晰的画面，高级感的画面，那么必须用电脑来。来直播第二，大家看到我在直播的时候，头顶上会显示几个文字，这个文字就是用电脑才能打的出来，这个文字有什么作用呢？就是能够。把自己今天要讲的主题写出来，而且能增加一个用户的停留时长，第三，我们选用电脑可以同步保存我们的。直播画面。好，关于这台电脑的配置呢，一会我还是会在结尾那个图片里边给大家详细的列出来，这个电脑是需要一定配置的，大家根据那个图表来进行配置就行。

好来到这里，大家看到这有一盏主灯，就是刚才我在讲灯光的时候打开的第一盏灯，这个灯大家一定要注意一点啊。嗯，买的时候要买这种可以加格栅的，这个格栅的作用很重要，第一，它能让光线更加聚集，打到人物身上，第二，它能够让这个光线。更柔和，不至于看着一团白，所以这个是我踩过坑的一个坑啊，我一开始配的是这个东西，这个东西当时买的是一个标配，但是它。它没有加装这个格栅的，

这个东西没办法加装格栅，所以我后来又买了一个能够加装格栅的，大家注意，这是主灯。好给大家介绍了这么多设备，其实最重要的只有两个，一个是前置高清的手机，一个是麦克风，除了这两个，其他。其他在我们刚刚起号的时候，都是没有必要的，因为你精彩的内容比什么都重要。当你有了一定粉丝量，准备搭建一个比较高端的直播间的时候，

大家再采纳我所采购的这些设备，这个设备不仅能够帮助大家建立起一个好的直播间。同时，也能够给大家提供一个比较高级的视频拍摄场景，对吧？在前期时候，你刚刚起号的时候没有这么多高级的场景，也不要介意，因为观众更在意的是你的内容。有了这些场景，当然更好，没有的话也不会影响到你的太多流量好，我们下一节课的主要内容就是教教大家一些拍摄的技巧。包括你在镜头前怎样表现的更自然，你怎样使用提词器以及你怎样布置好自己的场景。

### **第三节 拍摄提升镜头表现力的诀窍**

这节课来给大家讲一下拍摄剪辑的内容，这节课包含有三个部分。拍摄需要注意的事项，剪辑需要注意的事项，当然还有最重要的一点就是我们在进行口播拍摄时。怎样提高自己的镜头表现力？这个后面也会讲到好，我们先来看拍摄这个大块儿。第一个要点，场景准备。抖音的场景其实目前经过了三个阶段的一个演化。哪三个阶段呢？第一个阶段叫做一点零阶段，这个时候拍摄场景是比较专业的。第二个阶段叫二点零阶段，场景开始倾向于更加自然。第三个阶段叫做三点

零阶段。场景更加的亲切，我下面给大家把这三个场景经历的一个过程，还有目前哪些账号在使用？给大家演示一下好，大家看一下这个抖音。我们先来看一点零为代表的是谁呢？

大家看一下，叫大家一定都刷到过，叫商业小纸条。条哥来看一下他的作品。是不是有一个比较高级感的背景，还带了一些虚化，然后人物正儿八经的在前面讲，就像一个专业的主持人一样。还有一个比较代表意义的叫。高盖伦。大家看到高盖伦的场景现在有所改变了，我们看一看他以前的场景。高盖伦最早的时候，他的场景也是跟条哥差不多的。有一个专业的背景虚化，然后像一个主持人一样在镜头前进行专业的演说。这个叫做一点零阶段，就是抖音最早的时候，口播博主抖音最早的时候，口播类的知识博主最喜欢采用的一种场景。后来。抖音的场景发生了改变，以谁为代表呢？大家应该也刷到过叫做大蓝。大家看一下啊。二点零叫做什么呢？

叫做自然，大家看一下大蓝的作品，就是一部手机。连稳定器都没有，边走边讲。然后镜头甚至还有一些晃动感，这个晃动感会给大家一种比较真实的感觉。比较自然的感觉，为什么呢？大家看到一些大导演在拍摄战争场景的时候，也会不使用这个稳定器。就是手持摄像机进行拍摄，就会给大家一种更真实的感觉，那么大蓝呢？它并不是。买不起稳定器啊，而是他故意去营造一种感觉，就像是你在拿着一个手机，对着手机说话一样。这个叫做二点零给人的感觉很自然，大蓝在采用了这个拍摄场景以后，他的粉丝增长的是非常快的。说明抖音在这个场景上有一定的流量倾斜，后来有很多博主纷纷模仿，不

再走一点零。这种专业的路线。

再往后呢，抖音又发展了口播账号，又发展到第三个场景阶段，叫做三点零。以谁为代表呢？我们看一个。先看一个女生的账号。叫何清林。大家看一下它的场景有什么特点呢？它的场景就是一个生活类的场景，对吧？在择菜，在倒水。在做饭，顺便给大家讲一些知识，以两个人对话的形式，这种场景给大家的感觉更亲切，就像是我们生活中的一个朋友一样，我们生活中的一个。呃，亲戚一样在给我们讲故事，对吧？大家看到这种场景的流量非常高，后来又有一个。男士采用了这种。拍摄场景叫做阿贵。阿贵。大家看一下啊。这是一个难事。这个男士。叫做阿贵，他在晒被子，然后讲一些经济学的知识，跟他老婆对话的一个方式。他在吃火锅。

他在种菜。他在晒衣服，都是一些我们生活类，居家类的场景，顺便把这个知识给讲出来。大家看一下他的账号啊，每天一个家庭武侠剧，他在结尾也设置了一些彩蛋，就是每一节的结尾。都会刺激他老婆的一个要揍他的一个点。然后这个结尾会给他增带来很多的流量。好，这是抖音的三个阶段，具体这三个阶段，它各自有什么样的特点呢？就是第一个阶段一点零比较专业，这个时候大家刚刚开始接触抖音，不久以一个专业的形象去出现，给大家更多的一种欣赏。信任感对吧？然后后来越来越多的普通人加入到抖音以后，那么我们就想看一些普通人的生活，对吧？这是大家的一个需求的改变。随着这个需求的改变，就出现了大蓝这种拿一部手机晃动着就开始拍，这个时候流量往这个自然方向进行了倾斜。

那么再往后呢，大家对自然的要求更高了，甚至要求到亲切的一个角度，就是开始出现一些择菜的场景，晒被子的场景。通过这些场景来讲，一些知识，那么这个场景有什么优点呢？让我们感觉就像这些人就在我们身边第二。就是这个场景的交流感很强，而不再有那么强的说教性，就不再是一个老师规规矩矩的坐在那里给你讲知识。而是一个邻家亲戚的形象，邻家小妹的形象在不经意间给大家讲一些知识。所以说，目前抖音对这种场景的流量倾斜还是挺大的，大家如果一开始去设定自己账号的时候。可以尝试着采用这种生活类的场景去讲知识，这个是很容易获得流量的。当然，抖音这个场景进化到三点零以后，并不是说一点零和两点零。不存在了，很多博主尝试了往三点零转型，但是也有很多博主没有转型。所以说呢，并不是说不存在了，而是说流量有一定的倾斜方向，有些博主转型很困难，像调哥他就是一个专业的形象，对吧？他如果转移到这种。

择菜切菜的形象那么不太适合他，但是我们刚刚起号的博主可以尽量的采纳。三点零这种手法，或者是二点零的手法都可以。好，刚才给大家讲了场景的一点零二点零三点零的一个转换，下面给大家讲一下软件的使用技巧。首先讲一下这个提词器是怎样使用的，为什么要讲提词器呢？因为大家在开始做知识口播的时候是没必要去背稿的。因为我们如果把提字器给使用好了，也会非常的自然，就像是你没有用提字器一样，你可以达到这个程度。等到达到这个程度以后，你再试着去脱离提字器，我告诉大家提字器是怎样使用的，我平常使用的一个提字器就是用剪映这个比较方便，可以直接录制。给大家演

示一下，首先打开这个剪映。然后打开。这个右边这个提词器打开以后，大家会发现这里有个新建台词，你点这个加号就可以把你的内容复制进去。我已经给大家准备好了一个东西，叫六大矛盾，之前我讲过的一个，下面就打开给大家演示一下，我平常是怎样使用提词器来录制的？点这个去拍摄，然后这个下方有一个摄像机的这个按钮，

就点这个摄像机的按钮。好它有个倒计时，倒计时完以后就可以开始念了，我给大家演示一下啊，人有六大矛盾。人有六大矛盾，第一个矛盾做了好事，总希望鬼神知道做了坏事，总希望鬼神不知道搞得鬼神非常的为难。大家看到啊，我在每一个段落中间设置了一个空格，就是为了我，没必要让自己一气呵成去把这个稿件全部讲下来。你中间可以有停顿，因为这个停顿有利于你重新酝酿情绪，有利于你换气，这样的话你录制出来的东西。不会显得那么的仓促，那么的急促，给大家一种憋气的感觉，对吧？你看每个章节都有这个。好，这个速度有点设置的有点快，我告诉大家怎么设置速度啊？打打开这个设置，然后把这个滚动速度往慢的方向来调。可以设置这个速度，然后字体的大小也是可以设置的，这个大家回头自己去摸索一下。好，我接着给大家演示一下啊，大家看一下啊，人有六大矛盾，第一个矛盾做了好事，总希望鬼神知道做了坏事，总希望鬼神不知道。搞得鬼神非常的为难，录到这里，我把我的镜头定住。好，等到第二个矛盾谈上来的时候，开始开始读第二个矛盾，找人合伙做生意，怎么怎么样，就是你在两个段落的中间一定要定住，这样方便，你剪切的时候剪切的痕迹比较小。所以说大家可以把这些段落分开，没必要一气呵

成，这是一个录使用提词器的一个非常重要的技巧。

好点击收藏，然后大家就会看到左下角有这个已经录制好的东西，然后点击这个左下角。你刚才录制的东西就会自动保存。好，大家看一下怎么设置这个手机的拍摄参数，大家点这个设置你的手机可能跟我的不太一样啊，但是基本上都差不多。然后找到相机。这个相机里面有一个录制视频。录制视频，有的相机会自动默认七二零，那么你如果是在这个上面，你就一定要把它调到幺零八零六十帧。有的朋友说为什么不用 4k 呢？因为抖音它对于 4k 的这个画质也会压缩，最终压缩到幺零八零 p，可能压缩以后还不如你直接用幺零八零 p 来拍的清晰。所以大家直接就选择这个选这个选项就行了，幺零八零 p60 帧，然后上传的时候就是一个比较清晰的画面。好，咱们接着往下讲，

第三个板块叫做镜头表现力，其实镜头表现力目前有两种方式。就跟刚才讲的这个一点零二点零三点零是有一定关联的，下面我给大家讲一讲为什么抖音会出现一个？一点零二点零的一个演化，这个演化就是。第一个。一开始大家喜欢用这种演讲感的方法来进行口播。后来大家更加喜欢用这个交流感的方法来进行口播，为什么要进行这个转变呢？其实就像场景的转变一样，大家希望看到更亲切，更自然的东西，而不是。说教性的东西，大家想一个场景啊，我们回到家里躺在沙发上用手机刷视频，我们的第一诉求是想要轻松，是想要放松，而不是想要看到一个人。以老师的形象给我们讲课，对吧？所以说越来越多的博主开始去掉这个演讲的感觉，而是增加这个交流的感觉。就像场景一样，越来越自然，越来越亲切，这个演讲感有什么特点呢？

第一，它的说教性很强，就像我刚才举的那个调歌的例子，商业小纸条调歌。他就是一个老师的形象，在对你进行说教。那么，它有什么好处呢？就是它会给人一种专业性和高级感，这是它的优点，这个演讲感。比较适合于什么样的博主呢？就是他本身就有一定的身份背书，他不是个普通人，本身可能就是一个专家教授。或者老师的形象，那么他在传达说教性的时候就不会给人造成反感的感受，对吧？因为他能够拿捏得住这个场面。好，那么后来为什么要从演讲感演变到交流感呢？

因为随着抖音的用户越来越多，很多草根阶层啊，很多我们普通人啊，都加入进来做博主。那么这个时候我们不是以一个老师专家的形象出现的，我们一个普通人，如果硬要去演讲，去说教。那么，大家很显然是不爱听的，对吧？所以说我们普通人更应该采用哪种方式呢？叫做交流感。什么是交流感呢？一会儿我用视频给大家演示好吧，这个交流感的特点就是第一比较亲切，就是拿着一部手机怼着脸就拍了。第二，比较自然。就像刚才我讲的三点零那个阿贵，还有何青林一样，他们以一个生活的场景来进行自己观点的表达，更容易让大家接受。因为他本来就是普通人嘛。对吧，第三，给大家的感觉距离非常近，就是通过镜头拉近了跟对方的距离，而不是以一个专业的背景。正儿八经的去说教这种距离感是不一样的，你增加交流感以后距离观跟和观众的距离会更容易拉近。对吧，下面我就以我的视频为例，给大家讲一讲什么叫演讲感，什么叫交流感，我这两种感觉都尝试过好，下面我打开了我的抖音。我以我的拍摄形式给大家举例，什么叫演讲

感，什么叫交流感，大家看到我早期的视频。用了很多交流感的方式。比如说这个。这个场景呢，就是我拿着手机走在路上的过程中，看到这个雪有感而发，拿着手机就拍了，

大家看到这个画面比较晃动。但是呢，给你的感觉是亲切自然距离近，对吧？这个就叫交流感的拍摄方式。什么叫演讲感呢？就我搭建了专业的直播间以后，大家看到啊，这几期视频，比如说这个两套规则。大家看到有一个专业的背景，虚化的感觉，然后我以一个老师的形象坐在一个桌子前，正儿八经的给大家演讲说教。这是我尝试的另外一种感觉，这种感觉给大家更强的说教性，专业性和高级感，对吧？包括这期视频也是。我都尝试了嗯，流量并没有下降，为什么呢？因为我已经有粉丝的背书，我无论与哪种场景拍摄都有一大部分粉丝会接受。但是呢，我建议大家刚开始做视频的时候，一定要降低这个说教性，降低演讲感，特别是我们普通人。嗯，要用这个交流感，要用这个交流感的方式来拍摄，因为目前的流量是往这个方向来倾斜的。好，讲完了拍摄的要点之后，我们下面来讲一下剪辑的要点，这个剪辑我们就还用剪映这个软件就行了，

这个软件是非常的好用的，我给大家讲一讲。几个非常好用的点好吧，然后。大家看一下我这个演示，先点击开始创作，打开检验以后点击这个开始创作，然后你会看到刚才你拍摄的画面，我们选一个。大家先听一下啊，这个画面是光我刚才随便录的，中间录错了很多地方，有一些嗯嗯啊啊的一些语气词，大家随便先听一下。人有六大矛盾，第一个矛盾嗯，做了好事儿，总希望鬼神知道，总希望鬼神知道，

做了坏事儿，总希望鬼神不知道。搞得鬼神非常的为难，第二个矛盾好，大家听到中间有一些语气词，我告诉大家怎么把这个语气词一键给剪掉，点击添加，把这个视频添加到。这个剪映这个栏儿里边儿，然后你看下方有一个文本，你点击这个文本。点击文本以后呢，你看第三个栏目叫做识别字幕，你点击这个识别字幕。识别字幕，大家看到啊，这有一个标记无效片段，把这个标记无效片段打开，这是一个新的功能，非常的好用。打开以后，你点击开始识别。这个时候字幕就会自动生成，生成以后大家发现没有这些语气词嗯。还有语气词啊，还有一些我讲的重复的话，它会给你标记出来，首先它智能识别了三个无效片段，你把这三个无效片段点击清除。就同时清除掉了，这个时候你看留下的都是有用的，你把那些你重复过的话，再选择清除就行了。这个这个是一个字幕自动生成的一个小技巧，好当你留下的字幕都是有效字幕，以后你点取消。然后点这个对号。就能够看到字幕已经自动生成了，对吧？这个时候你可以点击这个字幕去选择自己喜欢的颜色，喜欢的字体，对吧？都可以，我们看一下这里边还有一个美颜的功能，你返回以后。点击这个视频片段，往右滑有一个美颜美体，

你可以去进行瘦脸，进行磨皮，因为每个人上镜，他的缺点都会放大嘛。大家可以把它调成。跟镜子中一样的这个状态就行了。好做完美颜以后，大家注意把这个封面设置封面的时候可以用自己的一张照片，也可以用自己镜头的第一帧，但是一定要。统一就是大家进入你的主页以后，看到的一定是一个比较统一的封面，这样大家才更容

易点击关注。另外，大家在做好这个视频以后，还要增加一个参数，就是你点击左下角这个剪辑，然后看到有一个。调节的功能点击调节，然后点击锐化，把锐化加到 30 左右。会增加你画面的一个清晰度，然后点击对号。这是一个参数，另外大家在导出之前看一下，右上角有一个幺零八零 p 的选择，你一定要把这个 30 帧变成 60 帧。选择幺零八零 p60 帧，

然后再导出就是一个比较清晰的画面，点击导出好，这个时候就会自动保存到你的手机相册里面。大家注意啊，在传输的时候不要用某信，直接传你的视频，因为它是会压缩的，某信里面有一个文件功能，用那个文件功能来传输。就能够传输到最高清的一个视频。好，我把今天的课程做一下总结，这是第一个要点，场景准备，第二个要点拍摄的镜头表现力，第三个要点。剪辑剪辑就是怎样让你的视频更加清晰，关于这个镜头表现力，我再给大家说一个诀窍，就是你在使用提词器的时候。怎么样消除紧张感呢？你把你的手机当做你的一个朋友，不要把它当做一个冷冰冰的机器，而是当做对面有一个人。在听你讲这个时候，你就是一个最自然的状态。

#### **第四节 捷径快速突破 500 播放量的方法**

这节课来给大家讲一下快速起号的方法，很多朋友在做抖音的时候都是因为在这个阶段放弃了，因为起号阶段有一个 500 的流量池，很多朋友没有找到突破的方法。所以坚持了一段时间就放弃了，我们今天来学习这个东西，就是让大家能够快速的突破这个第一个流量池，

也就是 500 个播放量。好，我们从第一个要点开始讲起，首先呢，我们要抛弃那些无用的知识点，无用的操作，要记住四个字。内容为王，什么是无用的操作呢？就是大家有时候刷视频会经常看到的一些讲解，这些旁门左道的东西，比如说你要打开某个隐藏的小开关啊，不打开就没有流量推荐。嗯，你不要点加号上传啊，或者说你嗯，要一定要添加某某话题啊，或者你一定要在某某时间段发布作品啊。

这些东西都是不重要的，都是旁门左道。所谓的隐藏的小开关，如果抖音设置了这个障碍，那么它的公司怎么做大？它是要想让把自更好的内容上传上来，而不是让大家学会一些雕虫小技，对吧？不要点加号上传，这个也是个谬论，我们之前的课程中讲过，你只要把视频导出，还有拍摄的时候光线充足，足够清晰，你无论怎样上传？你用电脑上传也好用，加号上传也好，通过哪种方式上传它的清晰度都是一样的，所以这个不要相信啊呢，互粉互赞这个。大家千万不要去做，不要为了把自己的粉丝量做的好，想让粉丝量好看就去给大家互粉互赞啊，你粉我粉你啊，这样做会把账号直接废掉，所以之前有互粉互赞的账号，大家直接注销或者重新来就行了，为什么呢？之前的课程我们讲过一个机制，叫什么铁粉机制，你互粉互赞来的粉丝 100% 不是你的铁粉，

对吧？那么当作品推荐出来以后。你你的粉丝都不爱看，那么怎样才能进入公益流量池呢？所以说一旦互粉互赞这个东西。粉丝越多，越会成为你的累赘，你的 500 播放量永远都破不了，所以千万不要互粉互赞，然后这个添加什么话题呢？那这个在某些地方是有用的，比

如说抖音举办一些活动啊，这个话题。是能蹭到一些流量的，但是微乎其微，还是要把内容做好，内容做好，流量就不是问题，你这个添加这个话题，你添加一个跟你相关的，或者是你想养一个属于自己的话题，比如说我一直在养一个。子非鱼说经济。子非鱼说我养一个属于自己的话题，这个添加对流量是没有帮助的，只是添加了一个自己的账号标签。然后什么时间段发布作品呢？什么时间段都行，抖音有那么三三个高峰时段，第一个就是大家早起以后，然后到上班期间就是坐地铁起床，坐地铁这段时间。有上班族在刷抖音，第二个是中午午休，吃饭的时候有一些上班族在刷抖音，对吧？还有就是晚上下班七点到晚上 12 点，甚至一点。这三个高峰时段，你无论什么时候发，最终都会进入赛马机制，但是赛马机制它是进入这个时段以后进行的一个赛马机制。我举个例子啊，就是我有一个作品是夜里三点钟发的，发完以后是没有几个流量的，因为三点是没有几个人刷抖音的，但是当到达下一个高峰期以后，比如说早上 6 7 8 点，

大家起床以后流量开始嗖嗖的往上涨。所以说不要去过分的追求，在哪个时间段发无所谓，把内容做好就行好，这是第一个要点。抛弃这些旁门左道第二个要点，怎么突破这个 500 的播放量？首先我们要知道你不能突破 500 播放量的一个原因。核心原因就是你没有粉丝基础，对吧？你没有稳定的基础播放，你如果没有粉，没有这个粉丝基础，那么系统给你推荐过来的流量。是比较泛的，因为你的粉丝没有粉丝，也就没有标签，对吧？系统给你推荐的有爱看这个的，爱看那个的，你发的作品，它很有可能不是大家感兴趣的东西。

所以说呢，要先做自己的粉丝，基本盘有了一定粉丝之后，抖音会给你打上一个粉丝标签，给你推送过来的东西会更精准。所以第一步，我们要做什么呢？就是想办法吸引到更多的关注，对吧？有了粉丝基本盘，我们就能更好的突破这个 500。这个吸引关注有几个要点啊，第一个就是 IP 定位清晰，目标受众清晰，这前四项我给大家念一下，这些我们在后面有一个大的章节叫做 IP 定位。都会给大家讲到，但是这这个大家先了解一下，它是吸引关注的一些要点，后面我会我们会详细讲，比如说 IP 定位，

还有主页的怎样设置名字，背景简介，还有封面怎样整齐划一？这这三个方面嗯，后面会有大的章节，讲到后面两个呢，这个比较重要啊，就是你要有十个以上的作品。才能够吸引到更多的粉丝，为什么呢？我之前有个朋友做抖音，他的作品在第二条就火了，第二条就火了，我就告诉他，你赶快多发几个作品，让你的页面充实起来，让大家知道你。准备要讲什么东西，然后他就赶快发，但是也已经晚了，因为提前没有准备嘛，他第二个作品就火了，大家是想关注他的，进入他主页一看哦，就两个作品啊。我不知道你将来要讲什么，算了，还是不关注了，所以这个火的作品非常的可惜，对吧？你一定要起号之前准备个多准备几条作品，比如说准备个十条八条。然后在三四天内把它上传完毕，这个时候一旦出现了火的作品，不至于浪费，不至于损失，对吧？这个是很重要的，你的主页要有一个丰富的作品的数量。然后第二个原因呢，是你没有网感，没有网感怎么办？我们想办法培养培养网感是有两个方式的，我先给大家讲一下网感的道，

再讲一下网感的术好吧？网感的道是什么呢？就是你要有两种思维，就第一个用户思维，你要知道你的目标，用户想看什么样的东西，这个思维很重要，你对用户需求的敏锐察觉，发的东西刚好是他们爱看的。这个思维需要记在心里边，慢慢培养，第二个呢，是人性思维，就是你对人性的把握，你能够引导或者主导波动观众的情绪。这个我们在爆款密码那个章节里面有一节专门讲呢，几乎讲的都是人性思维啊，有一节专门讲情绪的，大家可以再回看一下。这两个是网感的道，我们把这两个思维记在心里面，网感才会逐渐的产生什么是网感的术呢？就有一些技术，我们是可以直接用来培养。培养网感的首先第一个呢，就是嗯，大家一定要没有流量的时候一定不要找外在的原因。比如说我是不是被限流了呀？是不是我这个作品？我这个作品我认为很好，为什么大家认为不好呢？其实。都不是这个原因99%的可能性是自己的内容有问题，不够精彩，所以说没有流量，先从自身找原因。这个比重占到99%，至于说抖音的限流啊，至于说你的好作品被埋没啊，这个概率是非常非常低的，至于说有没有被限流，前面我们也教过。但是大家一定要有这个思维，首先找自己内容的问题，不要找其他原因。第二个呢，就是刷抖音的时候，大家可以尝试你在刷的时候遮住它那个点赞的那个面板，然后你来判断一下，分析一下。这个作品大概能有个什么样的点赞量，你来猜测一下这个是不是一个爆款，当然这个有一定难度，

但是它是我们培养网感的一种方法。但是对于爆款呢，有一个定义就是大家不要想着这个20万的就一定是爆款十万的呢，三万点赞

的就一定不是爆款，跟他的粉丝基基本盘粉丝量有一定的关系，比如说一个 1000 万粉丝的账号。他做出来一个十万点赞的作品，是非常正常的，算不上爆款，你做出来一个 20 万点赞以上的，你才能叫他爆款，对吧？他达到了自己平均线以上的水平。你比如说你是一个一万粉丝的账号，你做出来一个 2000 点赞的作品就可以成为爆款了，这个大概是个 20%左右的一个量，就你的粉丝数，对方的粉丝数乘以 20%。然后它的点赞量，你可以判断它是不是一个爆款，就你在刷抖音的时候先去判断，再打开看一下自己判断的准确不准确，逐渐的培养一种网感。第三个呢，就是你刷到爆款短视频的时候，你大家一看点赞量几十万，那么你试着分析一下它的亮点在哪？为什么能够？成为爆款，你分析完以后你再在评论区找一下答案，看是不是评论区有些朋友跟你想的一样？嗯，好，我给大家做一个演示吧，比如说我随便刷几条视频，然后我告诉大家这条爆款，它是。为何成为爆款？好吧，我给大家做一个演示。好，大家看到我把我的抖音打开了，咱先随便刷啊，这第一个大家看到啊，这个这个它不是爆款的，这个是一条爆款。这个咱看一下粉丝量啊，他的粉丝量是 48 万，然后他做出了一个 37 万的视频，很多人都以属于自己，这辈子不会在野外遇到楼，打算简单的开始聊。

我们应该学会怎么保护自己，毕竟老虎是目前世界上最大的猫科动物，一只成年老虎的体长可达四米左右，体重可达到 600 斤，相当于六个成年人。他这个话题讲的是。如果被老虎袭击，应该怎么办？然后他左下角是在野外遇到老虎，怎么自救？嗯，这个东西为什么会

成为爆款呢？看似是没用的，对吧？就是被老虎袭击应该怎么办？99%的人都用不到。但是它成为爆款的一个原因或许是什么呢？就是他这个话题比较幽默，就是你看我们被老虎袭击了，应该怎么办？是一个无用的话题，但是比较幽默，这可能是它一个爆款的点，大家再接着往后看一点，我们怀疑人生普通人根本无法承受。此刻我们一定要保持冷静，千万不要幻想自己能和武松一样，就算你再强壮，也抵挡不住他的力量，而且老虎的咬合力非常惊人，可达 500 千克，加上擅长的就是游泳。凭借他前老虎准备向你攻击的话，你可以转战哦，我们看到这个视频，讲到最后作者并没有运用幽默的点，他真真正正在讲你遇到老虎时候应该怎么办，但是首先他这个话题比较幽默。我们点开评论区看一下啊。大家看到没有？这个评论区你看。我会叫他爸爸，

因为虎毒不食子，转身背对他，大喊——声，吃席了，掰开他的耳朵，告诉他每个人的身上都有毛毛，看到没有？他击中了大家。搞笑的点评论区全是幽默对吧？所以这个作品它不够完美，他找到了一个非常幽默的选题，但是他把他这儿把影线给讲出来了。如果他在最后加入一些幽默的元素，我相信他的点赞量不止这么 37 万，所以这是他选题的一个原因，这是他成为爆款的一个原因。这个选题足够幽默，对吧？好，我们接着来刷。这个新闻类的，咱就不分析了啊，这个是个剧情号，剧情号它基本盘本来就很大，你在哪里买？现在不分析了，他演的比较好，不具备参考意义。这个不是爆款，这个是新闻，这个不是爆款，大连蛇岛被两万多条毒蛇霸占，丢两只蜜蜂。这个也

属于他的基本盘，而且我看到过以前用玩具老虎吓狗子的视频，比如说防水哦，大家看到这个有价值分析啊。他只有 1900 个粉丝，但是他做到了一个 68 万的点赞，这个分析大家先简单看一下，我给大家找一找这个原因啊。这个视频很短，大家看这个视频没有任何的作者的文案，

只是一个画面。大家看到啊，这个画面上有一个字幕叫做超像成都的多伦多。我看到这个以后不太理解啊，它这个画面其实拍的是一个高楼大厦的画面，非常的繁华哎，然后我们看到这个字幕牌。是一个国外对吧？哦，那这就咱就理解了他这个东西就是他在应该是在多伦多拍的，然后他说这里非常像成都。大家再看一下它左下角的文案，左下角的文案像不像成都的二环，然后它的话题是多伦多，成都，加拿大留学生活。这个时候我们就能够找到他的点了，他击中了。在外留学生的思乡的情绪，并且能击中一部分成都本地人的一些情绪，就是他拍了一个车在行走的画面。首先，这个画面是很整洁，很好看的。但是他通过左下角的文案，还有通过这条文案，他去达到了一种极重情绪的点什么呢？思乡情绪。还有爱国情绪对吧？嗯，国外多伦多不是很繁华吗？我们的成都也是一样的，对吧？像不像成都的二环？我们成都的二环跟多伦多也没什么区别嘛？击中了这两点情绪，爱国情绪，一个思乡情绪，我们看一下它的评论区。大家看到啊，

很多都是因为这个情绪产生的评论嗯，我以为就是成都二环高架。多伦多人称北美小城都，我们点开这些人。点开这些评论的人发现，你看 IP 属地都是四川，基本上都是成都，发现没有，都是成都。都

是成都，这就是他火的一个原因，他击中了两拨人群，一个是留学人群，一个是成都本地人，两个情绪点，一个是爱国的情绪点，一个是思乡的情绪点。这是促成它成为一个爆款的一个关键，好，大家就用我这种方法嗯，去看到爆款的时候就进行一个分析。分析多分析的多了，你去做内容的时候，你就会有感觉，你知道往哪个方向去用力对吧？好，我们接着往下讲嗯，关于破坏播放量，我给大家提供几个解决方案。第一个解决方案呢，就是大家不要闭门造车，要找十个以上的对标账号，为什么要找呢？因为。最好的商业模式啊，其实就是模仿能够独创商业模式的人并不多，我们普通人最好的商业模式就是模仿看别人的账号是怎么做好的。然后去进行一个模仿，大家看了市面上那些大公司，腾讯也好，其他几个公司大的互联网公司也好，基本上都是借鉴模仿。某些国外的公司把它照搬过来，但是并不妨碍他去超越，对吧？模仿以后再超越嗯，寻找十个以上的对标账号，寻找以后呢？去借鉴他的观点，把他的观点变成自己的话术再讲一遍，

然后去借在借鉴的过程中呢，练习自己的网感，这也是练习网感的一种方法。然后你去看到对标账号有没有什么一些嗯，关于 IP 的差异化，这个后面的章节我们也会讲，但是现在我再给大家提一点，比如说。让你眼前一亮的动作，或者是服装叫视觉锤，什么是视觉锤呢？你比如说大蓝喜欢翻白眼。就是它的一个视觉锤，大家一看见翻白眼，知道啊，是大蓝大 logo，喜欢穿一个黄色的 T 恤，永远是那件衣服，从来没换过黄色，一看就知道是大 logo，对吧？这个叫它的视觉锤。还有个文字丁，

文字丁就叫口头禅，一个人的口头禅，大家听了以后也觉得哎，有记忆点，听了这个口头禅就能联想到某个人，比如说。那个普外科曾医生大家好，我是普外科曾医生嗯，就是很多博主会设置一个这样的口头禅，增加他的记忆点。这是我们包括他后背后醒目的一些布置，比如说我之前在我的背后挂了一个知行合一，大家一看知行合一就知道子非鱼啊，这是我的视觉锤。然后有一些博主喜欢用一些特色的背景音乐形成自己的风格，比如说那个一个旅拍账号嗯，他很喜欢用那些抒情的音乐。固定的这个属性的音乐形成自己特定的风格，这是从对标账号里面我们能够借鉴到的点，那么怎样？寻找对标账号呢，我来给大家演示一下，寻找对标账号的方法也很重要，好，现在我进入了我的抖音页面，大家先点这个首页啊，然后在这里点搜索。然后你点你想做的领域，比如说家具。你点输入以后点搜索，你会看到。你再点用户，你会看到下面全是家具类的，对吧？这些都是按粉丝量去排名的嗯，这这是通过用户来搜索，你往左边滑。也可以通过话题来搜索。你你进入这个话题，以后这个加剧的话题以后也能看到很多的播放量比较高的账号，

这是通过播放量来寻找。这是在话题的栏。然后还有一种方法呢，就是你进入这个人的页面，然后你看到这有个小三角，你点击这个小三角，让它朝上朝上，以后你看下面弹出来好多跟他同类型的账号。这是寻找泛就是粉丝量比较大的，播放量比较高的一个。嗯，方法你通过这种方式找来的对标账号呢，都是一些粉丝量比较大，播放量比较大的，它起号已经比较早了，可能不是太具备参考意义，作为我们

打开视野的一个工具吧，我告诉大家怎么找到精准的？刚刚起号的，最近涨粉比较快的，对标账号好吧？好，还是点击右上角的搜索，然后输入热点宝。这个热点宝入口点击进入热点宝入口，然后看到一个抖音的工具箱，点开这个抖音热点宝。点击同意。然后你会发现这个下方有一排有热点，有观测，你点左下方这个观测。点完以后，你看到左上边左上角有个账号推荐，对吧？你在这个账号推荐里边可以任意选择你想要做的领域，比如说这个美食领域，你看它分的比较细。有美食，其他美食教程，美食探店你选你喜欢做的领域，然后点确定你就会看到这个是按新增粉丝量排。排名的一个对标账号，这个时候对你是更有参考意义的，为什么呢？因为抖音的推送逻辑，它是。随着时间的变化，它是经常有变动的，所以说那些很早起号的博主，他的逻辑不一定适合当下，你现在看到的就是最新的根据最新的规则，涨粉比较多的博主。然后你去把它当做对标账号，按照刚才那几个方式去借鉴他的观点，培养自己的网感，然后。找他视频当中的视觉锤口头禅。好，接下来看解决方案的第二大项，打造泛精准，不要太过垂直枯燥。什么意思呢？假如说你只要泛流量，没有做精准，那么未来你的账号很难变现，

因为你的标签非常乱，粉丝不是那么垂直。你无论讲什么话题，都有一部分人不喜欢，对吧？对于从铁粉机制的角度来讲，不利于你账号将来的一个变现，还有进入更大更大的流量池。嗯，但如果你一上来就做精准呢，你的账号很难破圈，因为精准的范围很窄，你开始破不了 500 播放量，你还还要去做非常精准的话题。那么就有很多

的一部分人，他是不爱看的，因为精准的话题太窄了，所以你的账号就很难破圈。所以说我们要保证围观人群能够贡献完播率，保证精准人群给你点赞评论。什么意思呢？你在视频的前五秒尽量的去放大这个网，能够网到更多的对这个话题感兴趣的人。这个时候先不要精准，然后后面你再慢慢随着视频时间往后推，你再慢慢的收紧这个口去找你的精准人群。所以开它五秒，先不要特别精准，可以讲一个比较泛的话题，后面再慢慢收集，就像一个喇叭口一样，上面宽底下窄。对吧好，大家看一下，这是我的抖音，我翻到最早期的作品，

一个作品给大家举例，看看我是怎么在前五秒放大这个口，后面缩小这个口的？比如说这个经济危机，为什么必然发生？我点开给大家看一下，一开始我讲了经济危机，为什么会爆发？有一个很著名的段子给大家讲这个故事，就经济危机为什么会爆发？有一个很著名的段子。小明问妈妈为什么不生火取暖呢？其实大家都爱听故事，不管你对京剧经济感不感兴趣，不管你是不是要关注我这个财经博主，大家都喜欢听这个故事，也喜欢听这个话题。经济危机为什么？为什么会发生？跟每个人都息息相关是吧？我一开始是一个泛流量，然后随着往后的推进呢，我讲了一些理论观点，然后这个时候才是吸引的精准的财经粉丝，这个时候那些对财经不感兴趣的会走，但是没关系。我已经把泛流量拿到了这个口，开始已经放的很大了，最后我才开始收集，这是给大家通过一个例子来演示，让大家理解这个东西。好，下面讲第三个点，针对目标人群，找这些目标人群，

其他感兴趣的点，什么意思呢？你不需要讲他那个其中的一个兴

趣。只要是这个目标，受众能够感兴趣的话题，你都可以讲这个叫做泛垂直什么，我给大家举个例子，比如说一个卖花的博主。他是只能讲花吗？他还能讲更泛的，比如说美学，比如说我的房间怎么布置，比如说这个花应该用什么花瓶？比如说这个艺术品，这个这个艺术品的画它美在哪里？这些都是对花感兴趣的人，可能会感兴趣的话题，这个就叫做泛垂直。再比如一个讲房产的博主。他是不是还能讲一讲宏观经济，讲一讲财经，讲一些买房的情感类的话题，都能够抓取到他想要的人群，他想要的什么人群呢？想要买花的，想要买房的，对吧？只要是这些人群，你把他的画像画出来以后，你觉得他们对哪些领域感兴趣，你都可以讲，这个叫做泛垂直，能够把网撒的更大，能够让你的流量更快的爆发。好，那第三点呢？就是要增加自己的更新频率，你在起号阶段嗯，尽量做到日更，甚至你如果有精力，你在保证质量的情况下，你的作品肯定是更新的越多越好，为什么呢？流量是免费的，你的 500 播放量是免费的，你做的越多，你破圈的可能性越大，对吧？当然，你要保证质量的前提下越多越好。后面你可以把那些没有火的或者比较差的作品再隐藏掉，这个用一个量来打，因为这个量是免费的，不用白不用对吧？好嗯，我们再讲一下第三个，

第三点也是比较重要的，想要快速起号，你还要学会抖加这个工具的运用。嗯，其实抖家这个工具在你的账号已经火了之后，可能很多朋友都基本上不再用了，因为他靠自己的内容有了网感，以后靠自己的内容就能够获得免费的流量。那么我就不需要再付费了，对吧？但是在我们取号的阶段呢，我们没有精准标签，甚至没有网感，也没

有做做内容的这个。技巧还不够成熟，所以这个时候我们投放一定的独家，能够帮助我们更快的度过这个瓶颈期，更快的破这个五百五百播放。首先，为什么要投放？因为你的星号标签是空白的，初始给你的测试这 500 个流量池的播放量。它的随机性是有偏差的，他给你推荐的有对美食感兴趣的，有对亲子感兴趣的，对家居感兴趣的。它始终因为你没有标签，所以说那这个量它推给你的这个自然流量会有偏差，无法给你的账号打上精准的标签。所以这个时候我们可以通过抖家来进行一个标签的打造，首先投放的前提是你的主页要有十个以上的作品，为什么呢？刚才我们讲到了。如果你只有两个作品，你就不要投放了，你一旦把它投火了，反而是一种浪费，因为观众看到你的量太少，不愿意关注，对吧？有十个以上的作品，以后再去投放。然后什么样的作品值得投放，什么样的作品值得投放，

这个我们在上上上节课程中讲过，就抖音的运营机制里面讲过，有几个率完播率，点赞率，播放率。我们讲了几个平均线的水平，当你有两三个数据，两个或者三个能够达到这个平均线以上，你就可以。尝试去投放，因为这个作品首先是被嗯数据认可的，如果是数据都没有认可，你再投放也没用，前提是你这个作品要足够优秀，对吧？通过这个率来判断。好，第三点，对标达人的选择。对标达人具体怎么找到？刚才给大家已经讲过了，大家可以按照那个方式去寻找，找到以后呢？你要看这个达人跟你的相似度。嗯，有相似度同领域的达人，你去针对他的账号投放，然后达人是否有过转型，有过转型的，你就不要投放了，因为它的标签可能也有一定的混乱，你就不要浪费这个

斗家的钱了。然后你还要通过他目前的视频热度来判断他的粉丝活跃度就是一个达人，你看似粉丝量很高，但是他最近的播放量很差。那么很有可能是它的内容越做越差，也有一种可能，它这个账号可能是通过购买得来的，那这个时候我们也不要投了，就找那种。当下的热度比较高，没有过转型的，而且与你相似的达人去投放呢，关于投放的时长如何选择？还有投放的。到底是投放评论点赞还是投放主页呢？我给大家演示一下啊。打开一个抖音，比如说这个作品，我们点击这个右下角的这个小箭头，然后点击上热门。我告诉大家星号应该怎么选啊？首先。选这个自定义推荐，不要让系统推荐了，系统推荐的是比较混乱的选自定义，

然后大家看到这个位置有一个点赞评论量。这个大家就不要再选，就直接选这个就行了，就是点赞评论量为什么呢？因为你一个星号，你想要的是更大的网，更大的流量，更快的破圈，对吧？你这时候就不要选择这种粉丝量或者主页浏览量。这个东西嗯，难度太大，你投了以后可能会效果很少，所以说你把这个点赞评论量给投高了，那么你主页打造好了，那么看到这条视频的粉丝自然会关注你。这个效果对于一个新号来说是最好的，另外投放时长呢，尽量选择 24 小时以上，为什么呢？因为达到 24 个小时你的这个。精准粉丝才能够有更大的概率在线，比如说你投了一个两个小时的，那么两个小时就已经把这个钱烧完了，很多精准粉丝没有看到，对吧？你把这个时间线拉长 24 小时两天。三天也行，就 24 小时是比较好的一个，中间值大家可以选择 24 小时，这时候你可能把那个三个时段，刚才我讲的三个

抖音的热门时段都给覆盖掉。你的景深粉丝就基本上不会漏掉。好，这是关于斗家的一个投放方法，那么本节课大的内容都已经讲完了，

给大家做一个简单的回顾。这节课就是给大家讲怎样快速的起号，大家一定要注意几个点，首先抛弃那些旁门左道。其次，想办法做自己粉丝的基本盘，然后通过我的几个方法去培养自己的网感，特别是看到爆款视频以后，想办法去分析他为什么爆。第三个就是找这个对标账号，找到那个最近比较活跃的一些对标账号。然后注意泛精准，一开始起号的时候不要太过垂直枯燥，要泛精准泛流量。泛精准流量，然后增加更新频率，一开始取号的时候多更新几条。然后去薅这个免费流量的羊毛。第三，陡加投放技巧。大家把这些东西都掌握以后，嗯，相信大家能以一个更快的速度突破 500 的流量池。

## **第四章 财富路径**

### **第一节 财富渠道详解抖音的几种财富方式**

我们拿到流量以后要通过这些流量去转化成自己的产品，然后转化成财富。这个闭环才算完成，所以说今天我们就来学习抖音的变现渠道都有哪些品类，把这些了解以后我们就可以找到最适合自己的一个品类。抖音的变现渠道从大的方向分可以分为服务变现，内容变现，带货变现，广告变现和模式变现。这个服务变现指的就是卖时间，就适合于专家学者性 IP 这个内容，变现指的就是卖知识。适合那种知识型 IP 带货变现，就是卖产品，就是我们常说的直播带货。这种适合于生活类的还有产品型的这种 IP。然后广告变现就是卖流量，这个

适合于那种大 IP 就是比较大的粉丝量，

几百万上千万，这样的话，它的广告报价会比较高。它适合于那种娱乐型的，剧情类的 IP，因为这种 IP 通常粉丝量容易做的比较大，最后一种呢，叫做模式变现，就是卖自己的商业模式，比如说卖加盟产品。卖一些嗯，开店的技术，这个叫做创业型和商业类的 IP，这个适合于线下的一些门店。小老板好，我们从第一个开始讲起，第一个叫做服务变现。这个服务变现分为零售，自己的时间批发，自己的时间和复制自己的时间，什么意思呢？这个零售时间指的就是一对一的服务，就是我同样的时间。再服务于同一个人。批发时间指的是一种一对多的服务，就是我同样的时间，我单位的时间可以面对比较多的人，这个叫批发时间，复制时间呢，就是复制出来另一个我。就像悟空拔一根毫毛，变出很多孙行者一样去收徒弟，去带学生，然后从这些徒弟和学生那里收到学费，

另外从他们做的账号里拿到抽成。这些都是一些卖时间进行服务变现的一个变现模式，这个适用于专家学者型 IP，首先从零售时间讲起，零售时间分为。一对一的服务，一对一的私教，一对一的咨询，一对一的顾问，这个一对一的服务呢，一般是适用于哪些行业呢？比如说我们是美妆行业，我们是按摩理疗行业。我们是美容美发行业，就是通过抖音来获得更多的客户量，进行一个一对一的高级服务。线下的服务。这个服务就可以收更高的费用，因为有了流量以后找你去消费的客户会变得更加多，这个时候就可以提高自己的服务单价。这个叫一对一的服务，有很多理发师的账号都是通过这个服务最终来实现

一个比较大的一个变现。还有一个叫做一对一的私教，这个适用于艺术类的培训，比如说钢琴舞蹈啊，歌唱啊，这些还有家庭教育，就这些老师对于线下的一些家庭教育。还有就是健身行业，健身房的教练对客户进行一个一对一的私教，这个也是通过抖音来获客，另外一对一的咨询。嗯，这个适用于律师行业，医生行业和教育行业，就是自己掌握了某一个门类的比较专业的技术，比如说法律技术。嗯，医疗技术还有一些行业的教育，

这个时候就可以通过抖音来获客，然后进行线下的或者线上的一对一的咨询。咨询服务，比如说一对一的法律咨询，一对一的那个健康咨询，还有一对一的教育咨询，这些都是可以。通过付费来实现的，然后再看最后一个叫做一对一的顾问，这个适用于商业陪跑和企业顾问，这个适用于那种商业类的 IP 就是自己有很多经营企业的知识，还有商业的知识。可以通过自己的讲解去吸引一些企业主，还有企业的高管来对他们的企业进行顾问服务，比如说对他们的企业战略啊，还有产品。设计啊，产品定价啊，进行一些顾问服务，这个也是可以收到很高的费用，第二点呢，叫做批发时间，其实批发时间和零售时间，它的服务对象服务种类是差不多的，但是区别是什么呢？区别是一个是一对一的，一个是一对多的，这个一对一的，你可以定一个高价来实现一个高利润一对多的呢，你可以用低价策略，然后实现更多人的付费。这个叫一对多，这两个都是可以的，但批发时间通常情况下嗯，它的收费这个效率要更高，因为你对一个人收高价，还有你对一群人收低价。

显然是批发时间会更容易一些，批发时间首先说一对多的服务，比如说这个教育行业，我去线下给你提供一种教育，但就不是提供一个人了，而是。一群孩子或者一群学生在一起，我直接教授一大堆的人，这样的话收费效率会比较高，一对多的培训也是一样啊，比如说我去企业里面对你的员工进行培训，那么你就把员工召集到一起，我给你开一场培训大会。这个叫一对多的培训，然后线上直播培训就是我不去你的企业里了，我在线上通知大家几点，我开一场直播，然后组你组织大家来看我来进行一个收费。这个叫做批发时间，然后复制时间就是一些技术类的行业，还有一些艺术教育类的行业可以通过收徒，还有收学生来实现一个利润。比如说那个美发行业有一个店铺，他做火了以后，他就开始收图收图，一方面是教理发的技术，一方面是教通过抖音来。做好这个理，一个理发的账号，这两个方向都是可以带徒弟的，也是很多人愿意学的，这个收徒就是按年费了，一年几万十万 20 万不等，这个可以根据大家的行业来定。这种是其实复制时间是零售时间和批发时间的一种升级，我们的这个复制时间的这些客户呢，

是来自于上面两种客户的一个筛选。这个大家可以根据自己的产品来设计，然后看第二个板块叫做内容变现，内容变现就是卖知识，适合于知识型的 IP，其实我现在做的账号就是属于内容变现，一个知识型的 IP。这个知识型的 IP 怎么通过卖知识来变现呢？首先，一个线上内容，然后线下内容，实物内容，线上内容就是指。录播课或者直播课，录播课就是我现在的那种课程形式，我是录制好以后让大家

看的，还有一种是直播课，就是通知大家我几点开始直播，然后。在直播间设置一个密码，交了学费的学员才可以进得了直播间，这个叫直播课，然后线下内容呢？指的就是线下课。这个我去线下给这些。想要学习的朋友授课，或者说叫见面会，就是我通知大家一个时间地点，大家来这个地方，这个酒店，然后我进行一个线下的一个见面，一个授课活动。

嗯，还有第三点叫做实物内容，比如说出书或者是一些智能的语音设备，里面有植入的我的课程，这些都是有博主在这样做的，这是三种。是设想 IP 的变现方式，这种变现方式适用于所有的行业，因为闻道有先后，术业有专攻，就是你在每个行业内耕耘到一定时间。都会有人想要通过你来学习来减少自己的时间成本，减少自己走的弯路，所以说我们是一个十年的行业大咖，我们就可以带那些入行五年或者刚入行的一个徒弟。我们的讲的知识对他们来说是很有用，非常有价值的，所以这个知识付费是适用于所有行业，也是我目前比较推荐的一种变现方式，一种账号类型，为什么呢？一会儿下面我会给大家详细的讲下面来看，第三点叫做带货变现，这个这个卖产品，它适合于生活性和产品 IP。卖什么样的产品呢？如一个是自有产品就自己，如果是企业主工厂主店主，那么直接就带自己的货品就行了，第二点呢，叫做代理产品。如果你是一个销售代理公司，房产中介公司，或者是 4s 店，那么你卖的是别人的产品，这个都叫带货变现，这种账号呢，适合于那种生活性的 IP。就是我们看到的一些带农村的货品的自己家种植的果园的那种农村生活类的 IP，还有产品型 IP，直接就

是拍自己产品的，最终实现带货的。

是这两种，具体这个货品怎么选择？我们在下一堂课内容还会详细的讲到，然后第四种呢，叫做广告变现，这种广告变现就是。属于卖流量，它适合于娱乐型，剧情类 IP，就我们经常刷到的。猴哥说，车啊，八戒说，车啊，品优，还有聂小雨啊，他们最终都是通过广告来变现的，而且他们的广告植入。会出现在每一条视频里边，让大家习惯不会因为植入了广告流量而降低它，就是在一个剧情当中巧妙的植入一个，比如说游戏类的广告，产品类的广告。他们的一个广告收入可能一条广告就能达到几十万元，这个叫做广告变现，广告变现分为两种，一个叫视频广告，一个叫直播广告，这个视频广告又分为一口价，付费和基础推广费加带货佣金，一口价付费是什么意思呢？就是。我不承诺这条视频会给你带来多少的销量，我只是说我给你发布一个视频推广，视频曝光，你给我多少多少钱？是这样一个逻辑，什么叫基础推广费加带货佣金呢？就是这条广告我可以收的那个推广费少一点。然后但是你要给我带货佣金，这个带货佣金就是我每卖出，我通过这条视频每卖出一个商品，

你要给我多少多少的佣金，这是两种。付费模式这一口价付费适合于粉丝量大的主播，这种在跟别人谈的时候，因为自己的粉丝量比较大，所以说广告费谈的就会比较高，就不要承诺结果，承诺结果可能有时候卖的不太好。那么就会影响自己的收入，这种适合于流量主播就是他对于自己的流量非常自信，他只要推广一个产品，就会有很多粉丝购买，那么他就可以选择这种技术推广费。就是一些少量的推

广费，加大量的带货佣金，因为他对自己的带货能力有信心，第二种呢，叫做直播广告，一个是按直播时长付费，就是我给你直播两个小时，你给我付多少多少费用。这个叫做一个曝光的，一个费用我不管带出了多少货，只要我直播达到这么长时间，你付给我多少多少万的费用，这个叫做按直播时长付费。另外第二种呢，叫做坑位费加带货佣金就是我给你直播两个小时，你首先要付给我一个推广费用，这个推广费用可能不太高，但是你还得付给我带货佣金。

这个是明星惯用的一种直播方式啊，就是先给厂家谈一个坑位费，比如说我花两个小时时间给你直播，那么你给我。几百万或者几十万，这是个基础的费用，哪怕带货数据为零的，你都要给我这个费用，另外这个带货佣金就是我每卖出去一个货品，你付给我多少多少钱。这个其实跟视频广告理解是一样的，说白了就是一个一口价费用。一个是一口价，加上一个带货佣金，这两种谈判当你的粉丝量做到一定程度，比如十万二十万的时候就会有广告商家来。来联系你，当然你要首先开通你的星图，开通星图以后就会有广告商家联系你，然后你去跟他洽谈价格，你去跟他洽谈这种付费的方式。现在这种一口价的费用，一般情况下就是自己的粉丝量除以 100，然后再乘以一个二，就像我是 100 万粉丝的一个量，我的广告报价大概在两万左右，然后最后一种呢，叫做模式变现，就是卖商业模式。这个分为招商代理加盟招商，就是一些商业综合体，

它的抖音有了流量以后，它可以通过这个广告来进行招商，让更多的商铺来入驻。适合于商业综合体啊，商业街啊，然后代理就是一

些品牌产品，他可以在线下寻找自己的代理商，分销商，让更多的人来卖自己的产品。第三点呢，叫做加盟，这个适合于一些门店主，如果你的线下店通过抖音做火爆了，那么你不光可以嗯，多卖一些自己的产品还。还可以通过这个来收徒弟，还可以去收加盟费，就是我告诉你怎么去开一个，怎么去复制一个同样火爆的门店。这种加盟模式是开线下店的一种比较终极的一个付费模式。就刚才我举的那个理发店的例子，那就是把一个店做活了以后。它不仅理发的收入更高，从之前一个 30 块钱到最终的 300 块钱，甚至 3000 块钱，这是一个产品的变现。另外呢，他还可以收一些徒弟，很多徒弟跟着他学习理发技术，学习在抖音上做好一个理发店 IP 的一个技术。其次呢，他还可以开加盟店，我这个加我这个理发店通过抖音火了以后，我去开一些加盟店，你想要加盟我这个品牌，你要付给我一个年费，加上一个抽成。这也是一种模式，这个适合于这个创业型 IP，比如说这些正在做门店的一些店主，另外一种呢，是商业类 IP，就是通过讲一些商业知识，让大家更信任你，对商业的理解。然后实现这些模式的一个变现，这些都是可以的。然后最后说一下，最适合普通人的变现方式呢，

我推荐是两个，就是我们普通人可能不是门店主，也不是企业主，大部分人呢是上班族或者是白领金领。那么，我最推荐大家两种啊，一个是内容变现，一个是带货变现，为什么呢？内容变现指的就是卖知识嘛，这个卖知识就像我现在的这种变现模式。它有几个好处，我不需要供应链，对吧？我自己就是供应链知识，是我自己生产的课程，是我自己生产的第二，我不需要囤货，我不需要租个仓库去。去压很

多的资金，把别人的货买过来，囤到仓库里，然后再去卖，为什么要囤货呢？就是你不大量的买别人的商品，你的价格是没有优势的，你只有大量的批发的时候，别人才会给你低价，你才能拿到利润。然后不需要仓库，对吧？我没有货，所以就不需要租个仓库，省了一个租金，第三，我不需要物流发货，这个电子产品是一键发货的，不存在物流。然后我不需要重复生产我的一门课程，只要精心的生产出来，我就可以一直去卖这个产品，然后最后一点呢，编辑成本为零。我最大的成本就是我费尽心力去生产这个课程的一个过程，当这个过程完成以后，后面就只剩下销售过程了，不存在一个产品卖完了，还要生产，卖完了还要生产。

所以说我最推荐的是大家通过内容来变现，通过卖知识来变现，我相信每个人都有自己擅长的点，能够教给这个行业内的的小白，所以大家首先考虑这种方式，这种方式也是成本最低的，你只需要一个手机加一个麦克风就可以开始。做这个事，第二种呢，叫做带货变现，就是大家实在是不愿意讲知识，或者是没什么知识好讲，嗯，实在是对这方面不太有信心，那么可以选。选择带货变现叫做卖产品，这个卖产品有几个好处，第一，它不需要资格证书，不像上面的什么法律，医疗健康行业，它需要这个行业的资质证书。卖货就不需要第二点，不需要专家人设第三，不需要丰富的知识，你只需要找到一个供应链或者自己本身有这个供应链，你能拿到低价。那么你就能够开始带货变现，

但是这个带货变现，它适用于不是知识类账号，它适用于那种生

活类的场景类的。搞笑的，幽默的，轻松的，或者是展现自己生活的这种账号，就我们大部分普通人可以从这两种变现方式当中选择一个变现的方向，然后再去设计。自己的一个账号定位好，回顾一下本节课的内容，本节课给大家讲了一个所有的变现渠道，然后适合于什么样的行业，另外给大家讲了最适合普通人的变现方式，希望大家学了这节课以后先找到一个自己的变现方向，变现产品。然后再根据这个产品和方向去设定自己的账号，方向和账号内容，这样的话你会形成一个完整的闭环，不会走很多的弯路，从一开始吸的就是。可以买你产品的这种粉丝，所以这种账号呢，不需要太大的粉丝量，从第一个粉丝就可以开始变现这样的账号，一个一万粉丝的账号，其实变现能力就是非常非常强的。好希望大家快速找到自己的定位，包括产品定位，内容定位，还有变现方向的一个定位，还有自己风格的定位。快速的把一个账号给做起来。

## **第二节 产品包装怎么让你的产品更好卖**

你的产品应该如何设计，如何包装才能更好卖？有句俗话说，酒香不怕巷子深。其实这句话放在现在来看是一个误区，因为在过去，在古代产品的种类非常的稀缺，只要你的产品做的足够好，那么一定会非常的好卖。但是现在呢，我们的产品已经非常的丰富，经济已经非常的发达，所以你要有一定的营销手段和包装手段以及产品的设计手段，你的产品才能够更好卖。好，我们本堂课包含了几个大的章节，第一个你的产品从哪里来？第二个你的产品设计的原则，第三个产品

的一些梯度设计，第四个。产品的卖点怎样寻找第五个把卖点转换成买点，我们一个一个来讲解，首先看第一个你的产品从哪里来？产品的来源分为两种，第一种是你自己生产的产品，第二种是别人生产的产品，自己生产的产品对于我们抖音博主来说就包含了知识，还有行业技能。还有我们的工厂生产的一些产品，这三种都是可以的，我们上一堂课中讲过，如果你是一个生产知识的博主，

你是一个讲解行业技能的博主，那么这两个产品其实是。成本最低，利润最高的建议大家优先选择的，当然如果你是一个工厂的工厂主，你本身就有生产产品的能力，那么你可以选择销售自己生产的产品，你也是一个一手的供应链。这样也是可以的，第二个是别人生产的产品，别人生产的产品包含了精选联盟和线下寻找供应链，精选联盟是什么呢？精选联盟就是抖音本身具备的一个功能。这个功能就是抖音已经帮我们筛选了非常多的精品，我们可以在精选联盟当中直接跟商家洽谈，洽谈好以后就可以直接上架他的货品。具体怎么寻找呢？首先，进入抖音主页，然后点击商品橱窗，然后点击选品广场，你就能看到精选联盟里边所有商家的货品。你看到哪个货品是你感兴趣的，你可以在客服中跟对方沟通，沟通完以后可以去实地考察来看它的这个产品生产的质量怎么样，如果万事都 OK，

价格也谈好。那么你可以直接选择精选联盟里面的货品，第二个是线下寻找供应链，为什么要在线下寻找供应链呢？因为在精选联盟选的他。它可能不是一手的渠道资源，有中间商赚差价，那么这个时候我们的利润就会下降，如果你能够在线下寻找到一个很好的供应链，

能够拿到一手的渠道。那么，你的利润会更高，这个供应链应该怎么找呢？要注意符合两个特点，第一，要符合当地的特色，第二，要是当地盛产的一种产品。符合当地的特色是什么意思呢？比如说我们在云南，那么云南的茶叶比较有名，云南的鲜花比较有名，这样的话，我们的 IP 属地是云南，那么我们卖云南的产品。观众会更有信任感，假如我们在新疆，那么就新疆的水果，新疆的羊肉都是比较有名的，假如我们在蒙古，那肯定是牛羊肉。就是你选择的货品，最好是跟你的地域属性有一定的结合，让大家看到这个地域以后马上就能联想到这个产品。这个这个时候就会更好卖，

但假如说他的账号是一个沿海城市的账号呢？比如说他在宁波，他在上海。那么他再去卖牛羊肉，他的地域跟他的产品就会出现不和谐，比如说我们常举的一个例子，恩科他是在蒙古卖牛羊肉的，那么大家就非常乐意购买，因为大家都知道蒙古的牛羊肉比较好。假如说恩克是一个沿海的账号，比如说他在上海卖牛羊肉，那么他的这个销售力度就会大打折扣，因为观众没办法把上海和牛羊肉这两种产品，这个地域和这个产品联合起来。所以说蒙古牛羊肉，新疆水果，云南茶叶一定要符合当地的一个特色，第二个呢，叫做当地盛产的产品，为什么要找盛产的产品？因为盛产的产品有价格优势，因为产量比较高，产量比较丰富。那么，我们拿到的价格就比较低，利润就会比较高，第二个在生产的产品地会有物流的优势，因为有很多物流公司是围绕着这个供应链来进行服务的，所以我们在找。物流的时候就不会有那么大的麻烦，这是两种优势，好了解了产品从哪里来，以后我们

来看第二个大的章节叫做产品的一个设计原则，产品的一个设计原则。产品的设计原则要注意以下几个方面，第一，利润高。第二，交付轻。第三，要有用户思维。

第四，产品要有差异化。先来看第一个利润高。利润高包含两个方面，第一，你要注意掌握一手的渠道资源，防止中间商赚差价，这就是上面我举的那个例子，为什么要去线下寻找自己的供应链呢？就是因为自己寻找的供应链相比这个精选联盟来说，它是属于一手的渠道资源，你能拿到更低的价格，那么你就能够获得更高的利润。第二点是高附加值产品。高附加值产品包含两个方面，第一点是品牌 IP 的一个加成，这个比较好理解了，比如说头部的博主，还有头部的明星他。他们在带某个货品的时候，

第五，因为有自身品牌的加持，自身 IP 的加持，那么他们就会卖的更快，卖的更好，而且价格能够定的更高。这就要求我们把粉丝量尽可能的做大，这个其实是一个 IP 的加成和信任的背书，第二点叫做马斯洛需求层次，马斯洛需求层次怎么运用在产品的设计当中呢？首先，这个金字塔模型大家应该都看到过，就是人的需求从低到高，分别分为生理需求，当我们满足了生理需求以后，就会有安全需求，满足了安全需求以后，就会有更高的社交需求。尊重需求 and 自我实现需求这个金字塔越往底部走，它的产品的利润越低，因为越往底部，它赚的是穷人的钱，越往金字塔的顶端，赚的是富人的钱，就当我们有能力。去设计更高级别的产品的时候，一定要往一定要往金字塔的顶部来走，因为金字塔的顶部它更容易定出高价，更容易获得高利润，

你看这个生理需求对应的产品是粮食水和衣服。是解决我们普通吃饱穿暖的一些产品，这些产品的价格都是很透明的，而且是竞争非常激烈的，利润是很低的，再往上走，安全需求就是开发商的房子，还有一些。

第六，健康食品就是这些人要求吃的健康，那么他们就愿意花更多的钱再往上走呢，有了社交需求就是需要一些情感的服务，情感上的抚慰啊，这些服务也是比较容易订出高价的。然后上面一个层次叫做尊重需求，那么就有了别墅豪车和奢侈品，就是性价比非常低的一些东西，恰恰是富豪们喜欢的。最高需求叫做自我实现。比如说，一些私人定制的服务，比如说一些全球限量的产品，这个时候消费就需要一些身份感了。我们在冯小刚的电影甲方乙方当中就看到了类似的产品服务，这个就叫做私人定制，就是根据富豪的需要量身为他定制一个产品。然后这个全球限量就是我们知道的一些豪车呀，还有奢侈品啊，全球限量 100 份买到了，就是一种身份的认同，这个叫马斯洛，需求层次跟产品设计的一个联系。下面看第二点叫做交付清，交付清什么意思呢？就是我们的交付最好是一次性的，而不是后面有很多附加型的服务和延展性的服务。后面当然可以有附加性的服务，但最好是前期不要承诺，后期给客户提供惊喜，这样的效果会更好，如果前期承诺的过多，那么后期的交付会更好。会不堪重负嗯，所以说所以说我们要提倡尽量一次性交付，

第七，就是你的产品交付给客户，以后这个服务最好是已经完成了。尽量不要陪跑，尽量不要一对一，这个陪跑就是我交付完产品以

后，我还要伴随客户一段时间，让他去学会，让他去掌握，让他去学会使用。那么，这个时间精力就是比较大的一对一也是一样啊，跟这个陪跑是一个道理，当然后面两种服务也不是完全不能提供，提供的话需要一个很高的价位，就比如我的一对一服务在线下给企业。讲那个培训课一个小时是三万元，这是我的一个定价，我是怎么换算出来的呢？因为我每场直播大概直播两个小时是一个什么样的收入，那么就能够算出我一个小时应该是一个什么样的价格？所以这个不是不能提供，而是要有针对性的，有筛选性的服务于少量的用户，然后把价格定的高一点。这样的话，作为一个 IP 来说，时间不至于全部花在这个别客户的身上，

第八，我们尽量服务更多的人，尽量一次性交付。第三点叫做用户思维。什么是用户思维？我们要知道用户需要什么？用户喜欢什么？我们站在用户的角度去考虑这个产品的设计，这样才会卖的更好。所以我们应该往哪个方向思考呢？就是我们的产品应该让用户发生哪些改变？用户最想要的是哪些改变？当今市场上用户最想要的就是。怎么样变强？怎么样变美和怎么样变富？这个变强包含了几个方面，比如说客户想要提升认知，客户想要心理变得更强大，客户想要获得某一方面的成长，这个都叫变强。变美就是怎么样变瘦怎么样变白怎么样，皮肤变好怎么样练出肌肉这个前三点主要是针对女性用户的这个需求量是非常大的。就身材苗条和皮肤变好变白。最后一点呢，主要是针对男性用户，也有少量的女性用户，就是怎样练出肌肉，它也属于变美的一个范畴。第三点叫做怎样变富，这个变富就是让用户。

怎样赚到钱？怎样学到赚钱的技术？怎样学到更高的商业思维和商业模式？所以教的是商业思维，商业模式和赚钱的技巧以及。开店的一个技术也都是怎么变富变强，变美变富。无论是线下还是在线上，都是客户需求比较大的一个点。如果你的账号是。是往这个方向设计的，如果你的产品是往这个方向设计的，那么将来你面对的用户群体会更广阔，面对的用户群体痛点会更痛，那么相应的你的产品就更容易。卖出高价更容易卖出高利润，这是三点，大家可以牢记最后一点，叫做产品的差异化产品，

第九，为什么要打出差异化呢？首先，同质化的产品就只能打价格战。和广告这样而差异化的产品更容易定高价，而且会更好卖。这个打造产品差异化的秘诀是什么呢？首先，产品属性的差异化。其次，服务的差异化，然后体验的差异化，产品属性差异化是什么意思？就包含了三个方面，一个是价格差异化，一个是功能差异化，一个是包装差异化。价格差异化就是走两个极端，要么你远高于市场价，要么你远低于市场价，远高于市场价，就需要你的产品更好的一个包装，更好的一个设计。

第十，面对马斯洛需求更上层的用户。远低于市场价，就需要你极大的降低自己的成本，通过价格优势来获得更大的销量功能。差异化是什么呢？就是你的功能要更加丰富。或者你的功能要更加单一，功能更丰富，很好理解，因为很多产品都是越做越丰富，让大家觉得性价比非常的高，那么功能更单一，怎么理解呢？给大家举个例子，比如说某 q 当时已经很火了。大家都在用，为什么还要再设计一个某

信的产品？同一家产品进行竞争呢？因为某信的产品就是功能更单一，为什么要让功能单一化呢？因为它要吸引更多的老年用户群体。还有一些年轻化的用户群体，就是他们更喜欢简洁的东西，特别是老年群体，如果一个复杂的东西，他们是学不会，是不愿意用的。这就是某信成功的一个关键，就叫功能更单一。第三点，包装差异化。包装差异化，大家可以多留意一下，我们经常吃的食品也好，还有超市里的产品也好。那些独树一帜的包装和颜色细精的包装，总能够吸引到我们的眼球，让我们眼前一亮，这样的话它会更好卖，会获得更多的注意力方面的流量。第二点叫做服务差异化。服务差异化就要求你效率更高，考虑更周到，

第十一，服务更专业，这个就比较好理解了，可以用在一切线下的生意上面。第三点叫做体验差异化。体验差异化可以有哪几个点来增加呢？比如说增加仪式感，最典型的例子。比如说那个宾利车。它的显示屏是可以翻转的，你启动以后显示屏可以转一下，然后给大家提供一种非常好的仪式感和尊贵感。比如说捷豹车的那个空调也是可以翻转的，就这种功能本来是没什么用的，纯粹是一个仪式感的增加就会提高一种身份感和尊贵感。第二个是更便捷，就是腾讯打造某信的时候，他的想法就是让用户使用起来更便捷，让功能更单一，让更多的用户能够。能够参与进来，这也是他的一个体验差异化第三点，叫做人员更热情。这个大家比较熟悉的，比如说海底捞，海底捞就是靠服务来体现自己的差异化。火锅已经非常同质化，甚至口味也同质化，锅底也同质化，菜品也同质化，那么海底捞独树一帜，把自己的

服务打造成了一个标签，这就是它成功的一个关键。

第十二，它体验差异化的一个巧思妙想，好下面来看产品设计的最后一个要点，叫做产品的一个梯度设计。我们为什么要设计产品梯度呢？就是有低价产品，有中等价格产品，有高价产品，便于用户有更多的选择，便于吸引马斯洛需求层次，不同层次的用户。我们设计产品梯度首先要考虑这个产品功能的递进，然后是价格的递进，然后才会产生更多的复购，给大家举个例子，我们的产品梯度可以设计成。这四个流程第一个叫做引流产品，第二个叫做消费产品，第三个叫做利润产品，第四个叫做圈层产品。引流产品有什么样的特征呢？就是它的客单价是比较低的，可能就是几块钱或者几十块钱。这样的话，客户会产生静默下单，不需要你介绍，就会有客户进行购买，第二个叫做消费产品，这个客单价就会适当的提高一些，比如几百元或者1000元左右的产品。这个时候就需要我们的简单的一个沟通，客户就能够产生一个消费行为，第三点叫做一个高利润的产品，这个利润产品就需要专业的沟通，因为它的客单价是比较高的。最后一点叫做圈层产品，

第十三，就是我们常见的一个例子。比如说私董会，这就需要非常深入的沟通，甚至是一些线下的沟通才。才能够产生交易，因为这个客单价是超高的，设计这个流程的目的就是从我们海量的客户资源当中不断的筛选出有更高的付费能力，有更高需求的客户，为他们提供更高级的服务。这样的话，我们的每个客户资源都不会浪费，能够产生最大的一种利润好，当产品设计好以后，我们要学会为自己的产

品寻找一个卖点，这个卖点可以从以下几个领域当中来寻找。首先是数字卖点，然后是对比卖点，然后权威背书，然后产品背后的故事，还有产品的一个稀缺性。数字卖点什么？给大家举个例子，大家应该都听过一个广告词，叫做充电五分钟，通话一小时，或者叫吃完我的这个东西，一口气爬六楼不费劲。这个叫从自己的产品当中寻找一个数字卖点，第二个叫做对比卖点，比如说某个电池，他说一节更比六节强，他把自己的电池和别人的东西进行了一个对比。

第十四，这个叫对比卖点，第三点叫做权威背书，假如说你有专家推荐，你有国际认证，那么一定要把这个点给昭示出来，这样大家购买的意愿会更强。第四个点叫做产品背后的故事。比如说这个小罐茶，就讲了一个怎么筛选茶叶，怎么谈判，最终选到了一个非常好的茶叶的原产地的一个故事，这样大家会对它的产品。更加的信任，最后一点叫做稀缺性，就说我的这个产品是稀缺的，是没有那么大的产量的，如果想买的话，早点买，比如说小米的饥饿营销，限量抢购，这就是强调自己的一个稀缺性。我们把这些卖点给找到以后，不断的去强化，这样的话，我们的产品才会更加的好卖，最后一点叫做把卖点转换成买点，这个非常重要，也是很多人最容易忽略的点，很多人在讲自己产品的时候。通常从功能上来讲，而不是从客户的需求点，从客户能够获得的利益来讲，

第十五，这样的话卖起来是比较困难的，大家一定要记住一句话，打动顾客的不是产品的功能点。而是顾客的利益点，打动顾客的不是产品的功能点，而是顾客的利益点，比如说我以这个保温杯举例，我

保温杯的功能点是。高分子聚合材质其实就是想说明，它耐摔耐用嘛？高科技材质保温工艺就是说它的保温效果好嘛？5000 毫升超大容量其实就是说它可以装更多的水，方便携带以上这三个点都是从产品的功能点去考虑的，如果我们把这三个点反复去宣讲的话，客户其实是不明白的，就算是明白了以后。客户也是很懒的，他不愿意把这三个点结合到自己的利益点上去考虑，你不要给客户增加一个思考的步骤，这个就是之前我们讲的一个奥卡姆剃刀原理，你直接告诉用户你买了我的产品以后，你用了我的产品以后。你能够达到一个什么样的效果，这样的话，客户的购买意愿会更强，所以把刚才这几个卖点转换一下话术，比如说高分子聚合材质，我变成我使劲摔都摔不坏。这样呢，客户就明白了嘛，这个东西是耐摔的，把这个高科技材质保温工艺改成三天，还能继续冒热气，大家一下就有这种保温的这种感受了是吧？第 35 千毫升超大容量，

第十六，你改成装满水可以喝一整天，大家就能够更好的理解这个容量，因为大部分人对于 5000 毫升。是没有太深的概念的，所以说这就是把卖点转换成买点，把这个产品的功能点转化成客户的利益点，这样的话，你的产品才会更好卖。希望大家学完了本节课程以后，从产品设计的角度以及产品卖点的寻找的角度，还有产品营销的角度，重新思考一下自己的产品，相信大家的产品会更加的好卖。好本节课所讲的其实更多的是营销学的知识，为什么要学习营销学？因为酒香也怕巷子深，希望学完了本节课以后，大家的产品销量能够更上一个梯度，更上一层楼，能够卖的更好，利润更高。

### 第三节 直播技术直播间销售话术的核心要领

为什么要强调直播间的打造技术呢？因为一个账号赚钱与否，我们要看的不是他的粉丝量。他的粉丝量只能决定他的视频流量的大小，决定不了直播间人数的多少，一个赚钱的账号一定是直播间人数比较多的。而不是视频流量比较高的，因为直播间它是一个销售场，要想把自己的货品更多的卖出去，一定是通过直播间来销售，才会有更好的效果，更好的销售数据。而不是通过短视频来带货。当然，短视频带货也是一种形式，但是它不够稳定，没有直播间这么稳定，这么大的一个成交数据。为什么呢？因为短视频它只是那么短短的一两分钟，观众通过这一两分钟的讲解，一般下单意愿是很短的。但是直播间呢，大家一看可能就看了五分钟，十分钟甚至一个小时，那么这个时候会对产品有一个全方位的了解，下单意愿会更强。而且直播间更有利于销售那种高客单价的产品，短视频的小黄车更适合于销售低客单价的产品。这就是因为直播间能够全方位的，

多角度的去介绍一个产品，所以它更适合销售那种 699 以上的 799 以上的，甚至 1000 以上好几千的。客单价的这种产品好了解了直播间打造的重要性，以后我们来看直播间打造的几个关键性的因素。首先，我们来了解最本质的一个营销模型，为什么要先了解这个呢？因为我们。直播间是一个销售的厂，我们要想把这个东西卖出去，我们先要了解营销其中的一个技术，这叫一个营销模型。了解了这个营销模型，我们就知道货品怎样才能更好卖。这个营销模型是什么呢？大家在脑子里思考，这个世界上。最厉害的一种营销是谁？其实就是

三大宗教，你看他们的信徒遍布世界各地，而且他们的信徒特别的忠心。我们听说过一个员工在企业内跳槽，但是从来没听说过一个信徒。

今天信佛教，明天信基督，从来没听说过这种跳槽，对吧？所以说他们打造的这个营销体系是很值得我们学习的。他们的营销模型是什么呢？首先塑造一个偶像，这个大家都知道，其次描绘一幅蓝图，比如说那个遍地黄金啊，非常。欢乐的一个世界啊，第三架设一座通往蓝图的桥梁，就这三个点组合成了一个最本质的营销模型，当我们把这三个点都掌握了，并且贯通了。那么这个货品就不愁卖的不好，不愁卖的不多，不愁卖不上高价，再给大家强调一遍，首先塑造一个偶像，其次描绘一幅蓝图，然后架设一座。通往这个蓝图的桥梁好，下面我们讲的直播间的这些打造的技术，大家都可以时刻牢记这三个点，我们都是在。结合这三个点，迎合这三个点，去把直播间给打造好，

直播间的打造分为两大板块，一个是获得流量，一个是成交。首先，我们要把直播间的流量搞上来，要有人气，然后把这些流量变成成交数据，这个闭环就算完成了。首先来讲，流量这个流量分为两个步骤，一个是获取流量，一个是增加停留时长。首先讲获取流量，这个获取流量它分为两个板块，一个叫免费流量，一个叫付费流量。我们要重点讲的是免费流量，因为我们一开始做直播的时候是不建议大家走付费流量，这个付费流量要求直播技术很高。前期我们直播是一个学习的阶段，是一个磨练的阶段，当这些技术成熟以后，我们再去考虑付费流量。所以咱来先来讲解免费的流量，免费的流量包含三个

板块，一个是直播间的，一个自然流，一个是视频引流，一个是在粉丝团的，

一个通知。直播间自然流，我们怎么承接得住呢？这就要讲到三个元素，一个叫人，一个叫货，一个叫场，这也是营销的三个元素。叫做人货场，这个人指的是什么呢？指的就是主播这个主播的面相，也就是演员，还有主播的衣着谈吐动作。这些东西都非常的重要，一个好的主播，这四个方面虽说不一定非常非常的优秀，但都要观众看了以后比较顺眼。不讨厌这样的话，观众才愿意更停留下来，愿意观看，所以我们要从这四个方面去打造，去练习，比如说这个面向面向我们自己决定不了的，对吧？但是我们可以通过一些。呃，软件啊，让自己变得更好看，然后衣着简洁大方。谈吐幽默风趣动作，根据自己的人设是夸张也好，还是内敛也好，这个根据人设来定的，

这个后面我们会具体的讲到。第二个呢，叫做或这个或就是要和主播的人设匹配，要和主播的内容匹配，比如说我是一个知识主播，那么我去卖农产品。这个销量肯定是不好的，因为跟我人设不匹配，对吧？比如说是一个剧情搞笑类的主播，他去卖知识，卖课程，效果肯定也不好。所以货品要和人设相匹配，然后说是场这个场，其实是次要的，它起到的作用是锦上添花，而不是雪中送炭。这个场包含什么呢？场景灯光背景道具就搭建一个让大家看起来赏心悦目，并且相对专业的一个销售的场，我们的背景啊，比较好看。我们的灯光比较专业。这个是我们的预算不足的时候，我们可以重点打造人和货，这两点就行了，当我们预算比较充足的时候，再去考虑这个场，

因为我们看到很多好的主播，他在这个厂打造的并不好。甚至是一个很朴素，随随便便的一个厂，但是不影响它的销售，这就是因为它的人和货做的非常的成功，才不影响它的销售数据。所以我们一开始的时候要把重点放在人货上，这个场后期我们有了充足的预算，以后可以重点去打造一下，给观众一个更赏心悦目。更专业的一个氛围，这个叫做锦上添花，第二点叫做视频引流。视频引流注意两点什么呢？第一，我们直播前可以发个预告，这个预告在直播里边都有一些小工具可以运用。也可以发一个视频，日常告诉大家，我今天几点几点直播，讲什么内容，这样的话，晚上会有一批观众在等着你。然后第二点叫做视频上热门以后立即开直播，就假如说我们日常发的视频，突然发现上热门了，也就是播放量超过十万了。达到 20 万 30 万正在一个快速爆发的一个阶段，那么赶快放下手中的事儿，赶快开直播，因为这个时候你的直播流量。是比较大的，你如果能把这波流量承接住，那么直播间会有一个记忆，就是它今后再给你推流的时候，

就会有一个基本盘的提高，比如说你是一个 100 人的直播间，但是你承接住了一个爆款视频带来的巨大的流量。那么，你可能提升到一个档次，变成一个 200 人的直播间。300 人的直播间，所以说当视频上热门以后，立刻放下手中的任何工作，赶快开直播。第三点呢，叫做粉丝团的一个通知，这个就是我们在抖音里面建立的粉丝群，可以在直播可以开通一个功能，就我们直播的时候直接在粉丝群里面发送一个通知。那么就会有粉丝进来看，增加我们的一个人气，当然这个都不是最主要的，最主要的是把直播间的自然流给承接住，因为这个

流量是最大的，其次是。视频引流再其次是老粉的一个捧场。第二点叫做付费流量。这个付费流量就是巨浪千川的一个投放。什么时候我们开始考虑付费流量呢？就是当我们的 gpm，也就是千次观看成交达到 800 元以上。

有 1000 个人进来观看成交 800 元，那么这个时候是一个及格的水平线，当达到这个线以上，我们再考虑去投这个千川。如果没有达到我们投的钱，可能就浪费了，因为说明我们的直播技术还没有磨练到位，这个时候就不建议大家花钱。等到以后，我们做成为一个非常优秀的主播，以后再去考虑投这个巨量潜船。好，讲完了获取流量，讲第二点增加停留时长，这个也非常的关键，因为你的直播间人气是往上走还是往下走？其实最关键的一个数据啊，就是观众在你直播间的一个平均停留时长，也就是你的观众进来以后能够观看多长时间。这个就是叫停留时长，这个停留时长如果长的话，

那直播间的自然流会持续的给你推更多的人进来。停留时长是由什么决定的呢？第一个是主播状态，第二个是极速流的一个承接能力。主播状态包含哪几个方面呢？首先。一个基本的状态就是情绪饱满，热情洋溢，第二点形象就精神抖擞，赏心悦目。第三点语言妙语连珠，诙谐幽默。当然，这个是根据自己的人设来定啊，如果本身就是一个比较冷酷的人设，那么就不建议用幽默了。但是大部分的主播。都是带一些幽默会比较好，因为大家都是喜欢放松，喜欢轻松的一个氛围嘛，所以我们在日常生活当中可以多总结一些幽默的话术。去记录下来，然后背下来，等到直播间当中巧妙的运用第三点声音就是你的一

个麦克风，要音质清晰，另外你的声音要洪亮。重点要注意哪里啊？重点要注意前两个方面就是你的状态，我在直播前都会用半个小时，比如说散散步啊，跑跑步啊，或者洗个澡啊。给自己拉一拉状态，给自己做一下心理建设，就是当我的情绪饱满和情绪不饱满，这两种情况下，直播间的人数是有明显的差别的，我情绪饱满的时候，直播间。

就能达到一个基本往上的一个量，我只我哪天情绪不太饱满，那么人数就会往下降，所以说大家情绪饱满，热情洋溢很重要。没有一个观众愿意在一个昏昏欲睡，在一个主播没有情绪快要睡着的一个直播间里边儿停留，所以大家注意。一定要把情绪饱满，放下那些情绪不好的事儿，用一个最好的状态来面对观众，然后精神抖擞。赏心悦目，这些都是非常重要的。好了解完主播的状态，我们再来了解极速流的一个承接极速流的承接，包含了三个板块，一个是开场的一个。极速流承接一个是直播中的极速流留人话术，还有就是提升一些关键性的数据。开场的极速流是什么呢？每次我们刚刚开直播那五分钟。抖音会根据之前的记忆数据，给我们推一大波极速流，让我们人数达到自己之前的一个基本盘，

比如说你持续稳定到 100 人。那么，开场不久，抖音就会把这个人数给你推到 100 人左右，所以一开场我们就要注意承接这波极速流方法是什么呢？第一个，我们在开场可以发个福利。比如说这个福袋啊，礼品啊，就这些福利的运用可以有效的增加客户的停留时长，因为因为大家都等着领这个福袋嘛，对吧？第二点，快速告诉观众，你本场要讲什么，你能给观众提供什么价值，这个也是一个留人的话术。

当你看到人数。哗的往上涨，涨上来以后你就要说一句相对留人的话术，就是比如说我现在讲的是人性。我会通过名著的方式给大家讲解人性当中比较阴暗的一面，大家停留两分钟，听一听我讲的有没有让你啼哭灌顶的感觉，就类似于这样的留人话术。这也是我们比如说我们在看电视剧，或者在看一些综艺节目的时候，每隔几分钟就会出现一个小的，一个插曲，就是我们正在进行什么什么节目，比如说百家讲坛正在进行。其实它就是一个留人话术，

就是对新进来的观众的一种留人话术，一种照顾。然后第三点叫做增加互动数据，增加互动数据就是多提醒观众，我讲的如果精彩，大家双击点点赞，这个赞是免费的。这个数据也很关键啊，第二点引导大家刚进来的朋友加关注这个加关注，不单纯是为了增加自己的粉丝量，而是如果说进来的转粉率比较高的话。那么，抖音会觉得你的数据是好的，会给你推更多的流量，所以提醒大家点关注，然后引导一些评论，比如说你要是问大家某个问题的时候。可以不要先直接说出答案，先让大家在评论区打出来。或者是多吃一些选择性的疑问，比如说大家选择一的扣个一，选择二的扣个二，这样都会增加一个评论，这个评论也是直播间判定。你优秀不优秀的一个标准评论多了，

他也会给你推一些流量进来啊，第二点叫做直播中的一个留人话术，他就不光在开场有个极速流，直播中如果你表现数据各方面表现的好的话。也会给你推急速流，当你看到人数直线往上升的时候，增加了 50 个，增加了 100 个人的时候，你就要马上。插入一个一句话，这句话就是告诉观众我在讲什么东西，我能给你提供什么价值，你停

留两分钟，听我讲一定会让你有什么什么样的感觉。增加一个这样的小的广告语，会有更多的朋友愿意停留下来，第二就是你要多讲故事，少讲枯燥的理论，这个我之前在。流量密码里边也讲到了这个叫做故事效能，就是你讲观点的时候最好通过故事的方式来表达出来，这样的话。才大家才更爱听，因为每个人看直播也是为了放松，对吧？如果你讲的东西太过枯燥，太过烧脑，大家也是会走的。通过故事给大家讲出来这个观点和理论能够更有效的留住观众，击中观众的一个兴趣点。第三点叫做提升关键性数据。就是我刚才讲的那个，一个是互动数据，互动数据就是双击点赞加关注加粉丝灯牌。还有引导这些评论，

这些互动数据，另外这个关注数据就是引导粉丝登牌，引导关注。第三个是成交数据，就是每进来 1000 个人，你能成交多少单的金额，这个数据也是决定直播间要不要给你推大量流量的一个关键。所以这几个数据大家要注意提升，这个我在后面会重点的讲到好，了解了流量的获取技巧以后，我们来看第二个大的要点叫做成交技术。这个成交技术分为客户痛点，还有产品的卖点，还有价值的塑造以及。促销承担的一个技术，我们一个一个来讲，首先讲客户的痛点，这个客户的痛点，首先我们要注意场景化和故事化，而不是单纯的讲这个痛点。我给大家举个例子，比如说你要卖一个这个香口喷口气清新剂，你如果给他讲喷完这个口气清新剂能够持续半个小时，口气保持一个清新的状态。这样讲，大家是不太有感觉的，对吧？你可以通过一个场景化的故事来讲出来，比如说大家在约会的时候有没有过这种尴尬？正

想靠近女神的时候，突然发现女神脸色一变，眉头一皱。然后离得好远，这个时候就可以使用我们的一个产品，叫做香口喷，喷完以后你再也不会有这种烦恼，这个叫做场景化的客户痛点。然后第二点呢，叫做引发共情，就是对商品产生兴趣，就我刚才讲那个，你如果通过场景化，通过故事化的手段来讲解这个痛点的话。

更容易引发客户对商品的兴趣，这比你直接介绍这个商品的卖点效果要好得多。第二个叫做产品卖点，我们在介绍产品卖点的时候要注意利他思维，这个利他思维包含什么呢？第一，我们要洞察用户的需求，就站在用户的角度去想，他的需求是什么，然后营造使用场景，这就上面我讲的那个不光客户痛点，你需要用场景化来表达。产品的卖点你也可以通过使用场景来表达，第三点专业名词，说人话就把这些不太能听得懂的专业名词给转化成我们能够听得懂的非常简单的一些话，不要让大家烧脑。最后一点比较关键，我在之前的课程也讲过，就是把卖点转换成客户的利益点，你单纯的讲卖点。是很难打动客户的，你要让客户 get 到使用你的产品以后，他能获得什么利益，比如说你在卖一个。削水果的刀或者削皮刀，那么你讲它的卖点就是讲我这个是不锈钢材质，你讲这个东西客户是很难 get 到它的好处的。好的，点就是使用场景的，你如果换一种方法呢，你说我这个削皮刀使用三年都不会生锈，使用三年都不会变形。其实讲的还是一个意思，还是它的材质比较好，但是你把这个产品的卖点转化成了客户的一个利益点，

这个时候你的销售量会更大。这是一个营销的技术，包括上面这

个营造使用场景也是一样，大家使用场景化的例子来讲解，比如说我们在厨房使用削皮刀的时候，是不是会遇到那种情况？还有这个削皮刀。只用了一个月的时间就削不动了，那么我这个削皮刀呢，是三年不生锈，三年保持锋利。这样的话就会产生一个比较好的销售效果，要多站在客户的角度想他的利益点是什么，而不是想自己的产品怎么好卖，自己的产品有哪些亮点？把这些亮点转化成客户的利益点，第三点叫做价值塑造，这就是上升了一个梯度描述更高的一个性价比。比如说你在讲你产品的时候，可以讲一下它的制作过程，我们的制作过程。比如说卖食品的，我们是非常的卫生，我们所有的人员都戴的有口罩，然后所有的经过了几层工序的消毒，可以把这个制作过程精益求精的一个过程。给大家讲解出来，第二点叫做产品细节，比如说你在卖一本书的时候，你说你看我这个书是双线缝合。使用多长多长时间都不会变形，这就叫做一个做工精致，然后可以和一个竞品对比，比如说你拿起来另一本书，你看大家看这本书就采用了这个。单线缝合技术，你看的不久它就会烂掉，就会变形，我们这个就不会，我们这个质量更好，这个叫做竞品对比。然后信任背书，比如我们这个书是有某某专家，某某学者联合推荐过的，大家可以看，在引言里边都有这个叫做信任背书。然后最重要的一个叫做价值升华，这个价值升华是什么意思呢？要跨角度的赋予我们这个产品一个更高的价值。比如说你告诉大家，你买我这本书，它不单单是一本书，

而是一次你变好变强，甚至获得升迁，甚至获得很高智慧的一次机会。就是把对方你买的不是一本书，而是而是一次机会，这个是我

举了一个书的例子，大家可以根据自己的产品。去融会贯通，把这个你产品的价值给进行一个高维度的升华，这样的话也是更有利于直播间的一个销售。第四点叫做促销。承担这个促销承担要采用一些心理化的促销，成交的一个战术，具体分为哪几个方面呢？首先强调一个稀缺，就是我们这个产品。数量是有限的，今天卖完以后可能明天就没了，我们或者我们这个优惠券数量是有限的，大家抢到以后就能够拿到一个优惠的价格。但是如果没抢到，那么就得用原价买了，这个是强调一个稀缺性，然后强调客户的损失，就是我们这个东西即将会涨价。如果你今天不买，过两天如果涨价再买，那么性价比就没有这么高了，让客户感觉到不买可能会有损失。第三点叫做强调便宜，就是让用户感觉到自己买了这件产品并不是花了钱，而是占到了便宜。这个也非常重要，第四点呢，强调服务就是我们的后我们的售后服务，我们后端的服务也是很优质的，不光是卖给你一个产品，还有后续的。很多增值的一个服务，第五点是羊群效应，就是营造一种热销感，这个也比较关键，比如说。你很多东西都是默默的成交的，直播间的用户并没有感受得到，那么它不利于一个成交的一个氛围。所以说你可以告诉大家已拍的朋友，打个已拍，我们记录一下，我们会尽快给你发货，这个时候啪啪出现七八个已拍，这就造成了一个。热销感，然后会有更多的犹豫的朋友看到哇，这么多人都买了，

说明真的不错，那我也下单吧，这个就叫做羊群效应，这是比较关键的一点。大家一定要注意运用好最后一点，我们讲直播的一个数据，这个数据也很重要，如果你这个数据没有达到，那么你就要想办

法提高某一个数据。来实现自己更长的停留和更多的一个极速流，免费流，首先人气数据我讲的这个及格线，大家注意是及格线。停留时间要超过一分钟，达到一分钟，评论率要超过 2%。这个停留时长是指的平均停留时长，这个每次直播以后。后台都会有一个统计数据，大家可以去翻看，要达到一分钟以上才叫及格评论数据，就是有 100 个人要有两个人在评论。转粉率 100 个人进来有两个转化为粉丝加粉丝团率有 100 个人进来有一个人。成为我们的粉丝团，点亮粉丝灯牌，这个叫做加粉丝团率，这些都是一些及格线，然后成交数据的及格线是什么呢？第一个叫做直播间曝光进入率要达到 25%，就是在直播广场有很多直播间，大家看到我们的直播间以后愿意点进来。这个数据要达到 25%，这要求什么？我们直播间的封面要做的比较吸引人，

我们直播间的那句话留人话术就是写在直播间下面那句话。要做的比较精彩，这样的话才会有更高的曝光进入率，第二点叫做商品曝光进入率达到 80%，这个是什么意思呢？就是客户进入我们直播间以后。要能够看到我们的商品，这个 100 个人进来要有 80 个人能够看得到我们的商品，怎么让他看得到呢？这就需要旁边有一个，最好有一个助手。能够协助你去进行一些商品的弹窗功能，还有商品的一些介绍功能，这样的话能够让更多的朋友看到，如果抖音把人推送到你的直播间了。但是对方连你的商品都没有看到，那么抖音是不愿意给你推送更多的流量的，所以说最好是有一个助手配合，因为你在直播的时候手忙脚乱的去操作也不太好。第三点叫做曝光点击率。这个达到 10%就是我们商品，让大家看到以后 100 个人要有十个人愿意进到

商品主页面去，详细的浏览这个商品是一个什么？这个是 10%，然后商品成交率 10%100 个人进到主页面要有十个人成交，这个是一个及格线。然后 gpm 要达到 800，这就是我上面讲过的一个数据 1000 个人进入要产生 800 元的一个成交额，你这个 gpm 数据才是及格的。

好带大家回顾一下本节课的重点，首先最本质的营销模型，大家一切直播甚至一切线下的营销都可以对照这个营销模型，这个营销模型是非常。非常厉害的，如果做到了，那么你的产品会卖的非常好，第二个重点主播的一个状态，我们一定要用一个。情绪饱满和热情洋溢的一个状态去面对观众，这样的话，你的直播间留人，你的直播间急速流才会更多，所以当我们感觉到哪天实在状态不好的时候。实在提不上来状态的时候，宁愿不播，也不要勉强上播第三个，重点是这些成交的技术，就我们的产品再好，我们也需要用到一些技术。让它更好卖，让观众 get 到我们的卖点 get 到自己买了我们产品以后能够得到什么样的利益，这点是非常重要的。好学了，本节课程以后希望大家。能够快速的打造一个比较人气超高的直播间 gmv，超高的直播间。

#### **第四节 财富工具抖音小店搭建流程和注意事项**

为大家介绍一个学浪的入驻小店的入驻，包括抖音橱窗的一个开通，大家把这些功能完善之后呢？就可以在抖音上进行卖课，或者是卖其他的一些产品了啊，先说一下为什么这节课由我来讲吧，因为这节课涉及到的操作特别多。基本上全是操作类型的，所以我为大家来

演示的话会比较直观，先说一下雪浪的一个申请吧。学浪入住的话，分为一个个人入住和公司入住，个人入住的话，需要手机号码，抖音号，资质证书，个人入住有一个什么样的弊端呢？由雪浪生成的斗店年营收不能超过十万，后续如果你的斗店营收超过十万之后呢？它会要求你去升级成机构账户。所以会比较麻烦，我们还不如最开始的时候就直接用公司或者个体户入驻，那公司和个体户入驻需要哪些资料呢？一个是手机号码，抖音号。这个抖音号需要实名制的抖音号，第三个是呃营业执照，

第四个是法人身份证正反面照片，第五个是企业账户，第六个是资质证书。那好，我们来看一下具体的一个操作流程，首先我们打开某度搜索学浪进入官方账号。啊，进入官方账号之后，在右上角有一个免费入驻，大家点击这个免费入驻旋浪的一个入驻须知，写的非常详细。但是为什么我要为大家再重新讲一遍呢？雪浪的一个，入驻的一个指引，全是用文字和图片呈现的。对于一些小白来说，是非常不友好的。第二个，这里面也蕴藏着一些啊，学浪的一些入驻技巧，我这里呢，会给大家进行完整的讲解好，首先我们看到这个左边有一个。机构入驻，大家点击这个机构入驻，点击之后呢，就能得到一个网址，这个网址呢，就是我们去入驻雪浪填写资料的一个网址，大家点击网址，点进去之后呢，它会让你填写手机号码，验证号码。这个手机号码要求是没有注册过雪浪的一个手机号码，大家输入手机号码，然后获取验证，点击登录就可以到我们填写资料的一个页面，

我们这节课是只讲机构入驻。我们目前是推荐机构入驻的，点击

好进入了之后呢，这个手机号码就直接已经填上上去了，然后呢，所有的实名呢，就是我们用公司法人。啊，或者是雪浪账号使用者的一个抖音号进行扫码登录，扫码完成之后呢？这里会出现几个字就进行扫码完成，然后绑定抖音号码。然后这个的话，这个抖音号码话，大家可以先不填，因为是非必选的，然后邮箱的话叫大家填入这个机构所有者的一个邮箱就可以了，机构的一个公司的一个 logo 的话就上传一个公司的一个图片。啊，这个图片是 200×200 的大小，不能超过 5M，大家就上传一个正方形的啊，正方形的一个图片就可以了，机构名称的话，这个名称是怎么填写呢？大家可以直接填公司名称或者是填营业执照上面的一个。公司名称的关键字，你取几个关键字跟其他的进行组合啊，那我们做的名字就是子非鱼的课堂啊，我们就是取了子非鱼这几个字，那如果没有关键字进行对应的话，就需要提供这个商标注册证啊，另外的话。对，可以对你的一个机构进行一个简介，

告诉大家你是做什么的，需要运行哪些门类，主营类别，大家可以选一下，我们进行哪个类别的一个培训，在这个位置呢，就是上传我们的营业执照。记住营业执照的话，大家一定要非常清晰啊，不能太模糊，就是营业执照不能缺损，就四个角都要照顾到里面的这个公司名称啊，组织代码等等都要非常清晰，大家一定要注意这一点，不然。审核是不能通过的，然后输入公司的名称，这些公司名称和信用代码的话，在你上传营业执照之后是会自动生成的。这个营业执照时间根据营业执照来填写，然后公司的法人照片正面和反面在这里进行

上传, 上传之后呢, 这个公司的法人姓名和法人身份证就会自动生成, 大家填好这些之后就直接点击, 下一步就可以了。好, 到了下一步呢, 主要是填写这个呃类目的一个资质, 那我们需要填写一个教师的合同, 那就会发现需要填写一个教师的合同。这个合同什么意思呢? 就是我们谁来讲这个课程, 就比如你来讲这个课程的话, 你就要提供一个你与公司的。这样一个签订的协议, 关于签订这个合同的一个模板呢,

这里我已经为大家做好了, 大家如果需要这个合同模板的话, 可以直接啊向老师询问, 或者是向助理询问啊, 我们会直接发给你。好, 这个证明有效期的话就直接按照合同上面的有效期进行一个填写, 然后最重要的话就是这个教师的资格。教师的资格很重要, 为什么很重要呢? 因为我们根据自己填写的类目, 需要不同的一个教师资格, 那我们怎么去看自己选择的这个类目需要哪些资质呢? 在我们开始进入的这个页面, 有一个平台规则。大家点击这个平台规则, 点击, 然后点击入驻管理学浪商家资质管理, 然后就可以看到我们所有的一些资质和入驻规则, 这里面也写的很清楚, 比如我们的营业执照。要有效期要大于三个月, 对吧? 好, 那我们看到一个一级类目, 我们需要进行哪个类目的一个资质申请, 大家可以看到这个雪浪入住的这些资质要求是比较严格的。那我们可以查看我们这个整个的一个资质有哪些, 大家一定要认真查看这个资质类啊, 需要哪些这样的资质类型, 大家一定要注意看啊。那如果你是做烹饪小吃餐饮的, 一个培训的话,

大家可以看一下啊, 有哪些资质, 首先以下的行业资质至少一项,

也就是说你能够提供其中的一项。资质就可以了，像这种教师资格证啊，还有中等职业，这个高等教师资格证等等，这些东西我们是比较难获取的，有些专门学烹饪的朋友呢，他也许会有这种相关的一个学历。但是我们大部分人呢，都是属于普通人，我们没有这方面的一个资质怎么办呢？那我们可以去发现这里面最容易获得的是一个资质是什么？那我们可以发现啊，餐饮培训机构。院校聘请的老师，讲师，专家，那如果有这样一个证明的话，那我们是不是就可以入驻雪浪了？我们是不是可以用自己或者朋友的公司？更多开窍财富秘籍微信75631082 营业范围内有餐饮教育培训，为自己开一个这样的证明呢？这样我们是不是就拥有了入驻雪浪的一个资质？大家可以去进行尝试，还有一个生活技能培训涵盖的种类就比较多了，生活技能培训呢，就是我们除了之前的它已经明确规定的类目，其他的都可以属于这种生活类技能的一个培训。那我们有一些，比如化妆啊，或者教大家怎么去挑选一些衣服啊，或者一些怎样的一些培训，大家都可以把它归类到这个生活性的培训，那生活性的培训呢，那我们哪一些是最容易获得的呢，你看？要么他要需要大学本科以上的相关学历，对吧？或者是海外院校毕业以及教育部留学服务中心认证的本科及以上学历，那这些大学本科和相关的学历，

我们有些朋友是没有获取到的。那哪个词就是我们大家是可以去获得的呢？也就是大型培训机构认证讲师证明啊，这个是我们大家是可以有方法去获得的，再给大家补充一点，那我们。做的这个申请注册的公司一定要有教育，培训，咨询等等类型的。这样一个营业范围，

那我们能不能用自己的一个公司给自己开一个这样的认证讲师的证明呢？以上的这些技巧大家都可以去仔细研究。大家可以根据自己所属的一个类目，然后仔细的去研究这些资质，看看哪一项是比较容易获取的，那我们去针对这某某一项进行重点的一个公关。好，那如果我们教师资质已经获取了之后呢？那我们可以在这里面上上传那个资质的一个截图，然后在资质的有效期，我们根据。这个资质的有效期进行一个填写，后续的话就是签订一个入驻协议啊，这些大家都按照流程来就可以了，然后最后的话是提交审核学生会以短信的形式发送至你的手机。告诉你这个是否通过了，那学浪通过之后呢？那我们还要干什么呢？就是学浪是一个观看课程的一个平台，那我们还是要开通抖音小店。抖音小店呢，是我们在抖音卖课的一个平台，然后学浪呢，是我们观看课程的一个平台，这两个平台缺一不可，所以我们在开通学浪之后呢，

立马就要开始进行一个抖店的一个开通。雪浪入驻已经通过之后呢，那我们可以进行一个抖店的一个关联，那怎么关联抖店呢？那我们下载这个雪浪的一个官方的客户端，然后在这个交易管理中点击这个。关联抖店的一个设置，然后点击这个立即绑定，就能把这个学浪与抖店进行绑定，绑定抖店之后呢，就会弹出这样一个页面，大家点击登录抖店，然后大家可以选择。注册新抖店，大家可以用刚刚注册雪浪的手机号码注册这个抖店，大家按照步骤呢去进行一个操作，上传身份证的一个正反面。下面的话就会自动进行一个生成点击，下一步的话就会到了这个账户验证账户验证的话，前面这几个都是自动生

成的，包括主体类型，姓名，身份证号都会自动生成，这个银行卡号就填写你的公司账户就可以了，这个根据不同的类型。类型你不同的一个资质，需要缴纳 5000 到两万块钱的一个保证金，大家按照提示进行缴纳，下一步大家按照这个提示。然后呢，进行一个填写就可以了，包括这个银行卡号和一个开户行都是你公司的一个账户啊。讲完学浪如何开通之后呢？我们讲一下这个。学浪如何上传课程？这个上传课程呢？在这个课程管理啊，这个地方有一个视频课程。视频课程选择这个新建视频课好，这里的话选选择你的一个对应的课程名称，然后选择你的这个所属类目啊，选择好之后呢，然后再上传封面，我建议大家做。五张封面，这五张封面怎么做呢？第一个呢？大家可以上传一个主的页面，主的图片，上面有你的课程名字，第二三四呢？它可以上传你的卖点，第五个呢？也可以上传你的一些操作说明，学到怎么操作？等等好，这里的话是有一个详情页的，大家可以参考一下老师的详情页是怎么写的，大概的话会有一个课纲课程里面写了一些什么东西，适合哪些人群，然后看完之后会有什么收获？其实这里学浪，我们他已经为我们写的很清楚了，

然后我们按照这个提示进行写清楚就好了，最重要的话就是一定要这个课程写的非常清晰，你第一节课是什么？第二节课是什么？第三节课是什么？然后写的很清晰，之后呢，学浪审核才有可能通过这里面就写你的一个售价，比如是 9.9。这里钱全部都按照默认就可以了，这都按照默认就可以了，讲师这个地方一般选择自己就好了，课程有效期呢，我们可以选择永久有效，也可以选择。比如两年有效，

这课程更新的周期什么意思呢？这个开始日期是当天，那另外的话，这个结束日期大家就一定要慎重啊，就是你在什么时候能完成这个课程就一定要给自己一定的一个时间限度。去完成这个课程，但是呢，同时你也不能把这个课程更新时间拉的太久，课程时间拉的太久的话，有可能造成学员的一个退课。这个预计更新的课时，大家一定要注意啊，预计更新的课时跟你的那个详情页里面的课纲的课时一定要保持一致，这个教学服务内容大家可以根据自己的需求。啊，进行填写就可以了，这个学浪群聊的话，大家可以选择关闭审核通过之后呢，最后看到课程的状态是属于已上架。这个时候呢，我们就可以点击这个教学管理，然后新建课时，

这里把这个把你的课程拖动到此处，就可以进行上传了，那课程怎么到我们抖音的一个主页面呢？这个就涉及到我们一个橱窗。那我们要开通我们的橱窗，那怎么开通橱窗呢？我们现在具体讲一下开通橱窗的一个方法，开通橱窗呢？主要是有两种，一个一种是粉丝不够1000，怎么开通？另外是1000粉丝怎么开通关于1000粉丝怎么开通呢？这个是比较简单的，我们就重点讲一下。这种粉丝不够1000，怎么去开通橱窗？首先第一个是我们进行一个企业认证啊，就是你如果有朋友想。帮忙一起卖你的课程啊，他如果没有这么多粉丝，那该怎么办呢？就是他可以用营业执照去开通一个企业认证啊，关于怎么添加橱窗啊，我们可以点击我。然后点击这三条杠，这个时候有一个创作者服务中心，大家可以点一下，然后我们点击全部分类好往下拉，就可以看到一个免费开通企业号，我这个时候我们按照步骤去开通这

个。企业号之后呢，就可以看到我们的一个商品橱窗，第二种方法呢，就是抖音小店绑定，大家可以点击这个店铺，然后点击这个。经营账号管理，然后点击这个店铺授权账号，大家就可以看到这样一个界面，这个时候我们可以新增一个授权账号，这个时候你就。把你想需要授权的抖音号去扫这个码。然后点击同意确认绑定就可以了，那如果对方已经有了橱窗，那我们怎么让他去带我们的货呢？

首先我们还是进入我们的斗店，大家可以在这个地方。点击这个精选联盟，然后点击这个计划管理，然后我们点击这个专属商品。然后添加专属商品，这个地方就可以把你的小店的一个商品把它勾选，然后点击下一步它这个这步的目的是什么呢？就是为了让你的这个商品。成为达人能够带货的这样的一个品。然后我们再点击专属达人管理，那我们可以点击新增带货达人，点击这个抖音火山，然后达人的 UID，这个 UID 怎么获得呢？就是我们点这个我的，然后点这个三条杠。然后点击设置。然后往下拉，点击这个抖音这个版本，这个地方多点击几次 UID 码，就是全称叫 UC ID 啊，你把大家把这个给它。复制过来，然后这个地方就点击新增带货达人，然后这个地方把这个达人 UID 粘上去，然后点击识别添加这个地方的操作状态呢就。显示为可推广，这个时候达人就可以在橱窗中添加你的产品了，那我们回顾一下今天整体学习的一个知识，首先我们用学浪号去开通抖音。小店那雪浪的一个入驻呢，其实我们作为个人和一个公司，那我们一定去选择这个公司入驻会比较好，或者个体户的一个入驻。另外的话，这里面最麻烦的这一点呢，

就是个资质证书，资质证书我们这里面有一个小的诀窍，就是说我们用朋友的公司也好，或者是自己的公司好，根据我们要申请的类目。去获得资质证书，这个资质证书呢，大家一定要去找这个类目中最容易获得的那个资质证书去进行获得。另外，雪浪申请好了之后，可以在雪浪的交易管理关联绑定这个抖音小店，第三个呢，就是橱窗的一个开通。如果你的一个账号没有一千粉的话，怎么去开通这个橱窗？我们也可以用企业蓝v的方式去开通。第二个就是我们用抖音小店直接去绑定这个账户，然后直接可以开通这个橱窗，好以上就是我们抖音小店的搭建。包括雪浪申请，小店申请，还有那个橱窗开通就已经全部讲完了。