

目录

目录

【生财认知】4篇

(精华帖)(635赞)做自己喜欢的，能力范围内，最大的梦！

(53赞)餐饮大单品门店的时代谢幕了

(16赞)从生财到生才——我的生财创投笔记（四）

(16赞)看地图，理解川普行为的一个视角

【生财技能】1篇

(14赞)敲敲手机就能一键去水印收藏“抖音“作品信息并同步到飞书表格全套教程

【AI相关】48篇

(精华帖)(141赞)做AI自媒体5个月，送给新手的12条建议

(精华帖)(140赞)25年3月生财（AI应用-Web网站开发）资料收集

(精华帖)(121赞)AI代写 **+** 最强「中介思维」 **=** 王炸！

(精华帖)(129赞)如何借助生财 AI 小组，拥抱 AI 变现机会？

(61赞)文章总结卡2.0提示词：全面支持DeepseekV3，效果媲美Claude3.7，新增竖版卡片方便手机阅读

- (39赞)如何用deepseek量产短视频标题+简介+评论+脚本
- (65赞)经过3月份紧锣密鼓的筹备，这个周末（第一届航海家AI大会）终于拉开序幕
- (精华帖)(64赞)最好的学习是实践： AI 编程项目实践复盘
- (精华帖)(67赞)如何制作一个生活化，灵魂版的AI数字人
- (精华帖)(58赞)如何用DeepSeek结合个人优势做差异化定位
- (精华帖)(45赞)游戏网站如何获取更多游戏？
- (65赞)如何用脑洞文的思路为AI生成的小说加上好的创意
- (38赞)客户怒斥AI稿件垃圾闹退款？3招让AI率检测报告一键跌破10%（AI写作一线最新实战经验分享）
- (29赞)AI+多维表格，十倍提高（文档）生产效率
- (精华帖)(43赞)在航海中找需求，用cursor做了一款游戏站快速获取iframe工具
- (29赞)00后副业小白月1.7W，AI写作高客单细分之PPT专项（下）
- (33赞)如何解决飞书多维表格只送了一点点DeepSeek的问题
- (31赞)3步做出爆款封面，新手也能轻松斩获爆款
- (27赞)小白Web航海手册（结合Web航海手册服用）
- (40赞)使用Cursor 无痛 AI编程 的 30 个技巧和示例
- (27赞)（副业技能）如何用DeepSeek协助IP创作公众号文章
- (27赞)深度体验GPT-4o：发现两个普通人的赚钱指南（附实操模板）
- (26赞)使用deepseek打造AI小助理为自己赋能
- (24赞)AI变得越来越聪明，底层工作流思维永存

- 一、Manus 把 AI 工作流给干碎了？
- 二、AI 时代，工作流思维真的会消失吗？
- 三、提示词会不会越来越不重要？
 - 1、乔哈里视窗模型
 - 2、提示词为何有时要“多说”，有时要“少说”

- 四、Manus结合提示词思维的实操
 - 示例 1：提示词少说的情况（公开区）
 - 示例 2：提示词多说的情况（隐藏区、未知区）
 - 示例 3：提示词需要提问的情况（盲区）

- 五、不变的，是思维与沟通
 - (26赞)电商美工彻底失业，GPT丢出王炸

怎么使用？

总结

- (24赞)治愈系类视频用ai怎么做
- (21赞)视频转手绘类项目视频教程
- (21赞)利用 AI 生成吸引目标用户的小红书标题，并取得他们的信任提高转化
- (20赞)10分钟搞定高德地图MCP！我用AI解决了约会地点选择难题
- (16赞)活学活用，用luke圈友的小红书提示词推导自己业务的优质内容如何产生
- (精华帖)(21赞)没上过一天班，在 AI 热潮中把AI 代写做到 top
- (16赞)Cursor指导搭建云服务器全攻略
- (16赞)实测GPT4o生图能力，一手案例分享
- (16赞)如何用Deepseek+即梦制作“回答我”视频？（国内版）
- (15赞)DeepSeekv3更新了数据库，和Claude3.5持平，AI一小时给搞定庭院设计短视频从内容定位到产品转化规划
 - Q7：请你结合抖音、小红书和视频号三大平台算法规则和用户行为数据，请你给出庭院设计账号「内容人格化」实战指南，需要附上具体案例与可复用的模板：
 - Q9：你是社交媒体文案爆款高手，请你给出社交媒体中关于3个真实庭院改造案例全拆解，需要内含改造逻辑/数据结果/可复用的爆款公式
- (13赞)分享一个gpt推荐的标签管理工具raindrop.io
- (12赞)coze+cursor，学校教师课堂智能体
- (11赞)ai做手机壁纸，治愈系风格
- (10赞)零基础在21天突破升级，AI+拆书的道与术
- (10赞)用ai做糕点图视频教程
- (11赞)关于aigc生成版权相关的问题for deepseek 入门指南
- (9赞)如何用ComfyUI工作流生成原创无缝贴图
- (8赞)人人都是编剧时代来了！一键生成爆款短剧百集剧本工作流
- (6赞)分享三种AI编程用上Deepseek-V3-0324模型的方法
 - 方法一：通过Trae CN最新版本直接使用
 - 操作步骤
 - 实例测试
 - 方法二：VS Code+Cline+OpenRouter API曲线救国实现
 - 操作步骤
 - 实例测试

方法三：通过Trae的自定义模型用上V3-0324

Claude 3.7做出的效果展示

总结

(5赞)AI数字人发展阶段梳理

一、技术萌芽与初步探索阶段（1970s-2010s）

二、技术突破与动态交互阶段（2010s-2020s）

三、智能化与垂直应用阶段（2020-2023年）

四、超写实与元宇宙融合阶段（2023-2025年）

五、通用智能与全民普及阶段（2026年及未来）

(7赞)零基础 iOS 开发：如何用 AI 高效解决奇怪的开发问题

(0赞)写给Deepseek新手：只需三个技巧，轻松进阶AI对话

技巧一：如何与AI沟通？

1.基础提问：背景+需求+约束

2.进阶提问：多轮对话或者使用结构化提示词

3.高阶提问：形成自己的提示词模板。

技巧二：如何应对答非所问的AI？

1.可尝试优化提示词，比如补充上下文、提供更多背景信息。

2.也可以增加约束条件，避免预期偏差或者AI幻觉。

3.如果对话过多，AI返回的信息开始混乱，则可以帮助AI理清上下文。

3. 如何选择模型？

【小红书】5篇

(36赞)从副业小白到小红书电商爆单：我的2年副业之路踩坑与复盘

(67赞)如何提高做小红书虚拟电商的成功概率

(38赞)小红书学习资料项目：AI原创学习资料从0到1全流程

(24赞)小红书单店月销90万的实操流程分享（纯笔记带货 原创实拍）

(23赞)两周涨粉 2万 的小红书养生账号怎么做？

【海外项目】3篇

(精华帖)(74赞)新人如何跨界做项目-以亚马逊为例

一、师傅领进门。引路人很重要，也不重要。

引路人的重要性

引路人也不重要

反事实思考

二、找到什么是“不可行”

失败一：成本过大

失败二：做大市场、做爆款

解决方法：

失败三：价格战，最下策。

失败四：自己不下场，想招人解决

失败五：关注利润，不关注现金流

三、找到“什么是可行的”

1、多算胜，少算败

2、在自己身上，找到信息差

①、从行动和反思中获得知识和一手信息

②、利用旧优势做组合创新

③、打造产品开发系统，而不是单个爆品

后话

(21赞)0基础做TikTok跨境电商到月销万单 我是怎么做的

(12赞)做TikTok盈利最重要的还是调研

【YouTube】2篇

(7赞)YouTube算法解析

(1赞)YPP视频收益正盛，写一些和主流声音相悖的内容

【线下实体】2篇

(20赞)以小见大：对我家底商几个小店的观察

(9赞)云连锁+社区小店：还是一个值得投资的生意吗？（深度分析）

Part1 什么是社区小店-云连锁？

Part2 闭环生态的底层逻辑：从“流量垄断”到“信任网络”

Part3 风险规避的核心机制

Part4 未来可能性：从“平台帝国”到“社区联邦”

Part5 挑战与边界

“品牌化云连锁+社区小店”的闭环模式，本质上是通过“技术-供应链-流量”赋能本地化信任网络，重构商业世界的“中心-边缘”关系

未来的成功将取决于三点：技术是否足够轻量化、生态是否足够开放（如允许小店自主创新服务品类）、信任是否可量化。

【闲鱼】1篇

(15赞)闲鱼「超级擦亮」功能解析：曝光≠成交，如何避免被割韭菜？

搞得好像是被官方割韭菜了一样。

【其他】4篇

(精华帖)(153赞)从场景入手，遇到的卡点，往往是真需求

(26赞)暨《漫展活动运营手册》-活动领域的全流程指南

(12赞)用RPA写了两个程序把船员信息和每天的打卡情况自动更新到excel，可以拿来就用

(1赞)打造考研私域+公域，共计4000+

【星主的收藏夹】5篇

(43赞)未来三个巨大的风口

(30赞)小红书快成为新一代的App Store了？

(27赞)我的AI投资思路，二模型层

(26赞)硅谷顶尖孵化器奇遇 42章经

(28赞)DeepSeek向左，Manus往右：再来16条关于AI对产品-组织-个人影响的预测-判断，供讨论

【航海实战】1篇

(精华帖)(97赞)高考志愿填报直播获客高阶航海，即将启航！

【线下聚会】5篇

(56赞)海南海口圈友见面会上的分享

(42赞)别纠结，快步发起你的第一次聚会

(27赞)2025 海南见面会正式收官：副业有术，椰岛富路

(精华帖)(38赞)从职场宝妈到年入 25W+ 自由职业者，一个人活成一支队伍

(20赞)小红书虚拟商品数据分享（目前数据条数： 1216）

【嘉宾问答】1篇

(44赞)两个问题，一是引流乏力，二是变现端的匮乏

【好事分享】2篇

(33赞)私域基础弱，公域反馈慢，新手如何边航海边赚到第1块钱？

(17赞)“零成本搬运“居然真的能赚钱？闲鱼小白亲测虚拟资料冷门玩法丨保姆级SOP已跑通

【生财认知】4篇

(精华帖)(635赞)做自己喜欢的，能力范围内，最大的梦！

作者： 盗坤

日期：2025-03-28

记得之前有人找亦仁哥咨询过商业、副业赛道的知识付费项目。亦仁哥当时的建议是不要去做这种项目，天花板太低了。

我相信这是亦仁哥的真心话，因为这是来自他自己的真实体感。

可以说，生财有术已经算副业、创业赛道知识付费的天花板了。可即使如此，和知识付费赛道的语文、数学、英语等类目比较起来，其天花板也是天差地别。

而即使和赛道更小一些的会计培训、人力资源培训等比较，生财有术也是难以望其项背。

其实都是知识付费，做副业类的知识付费和做英语科目的知识付费，其底层逻辑和方法论也都是一样的。但是，两者最终的收益，却在决定做哪一个赛道的时候就已经定格了。

“回顾来时路，走了许多歪路，犯了许多错误。不过最后悔的，还是自我矮化的认知，自我想象力的匮乏，受限于‘普通人’三字的封印。”

这是我敲在朋友圈的一段文字，也是我创业十年来最大的感悟，更是今天想和大家分享的主题。

今天，我将用三个关键词，把这个主题串联起来，分享给大家。

1、go big market

雷军在2013年接受采访的时候说过：“**我觉得在创业的时候，要选择自己喜欢干的，能力能覆盖的领域里，市场规模最大的赛道，越大越好。**”

并直言，这是他创办金山软件时“最大的后悔和总结”。

并用当年金山词典和金山毒霸的案例做解释。雷总当初选择做了金山词典而不是金山毒霸，而后者是前者100倍的规模。而这样的后悔，其实还不止对于金山词典和金山毒霸选择的区别，更是对整个大赛道选择的区别。

1992年，雷军加入金山软件。1998年出任金山CEO，全面执掌金山软件。2007年，金山上市，上市首日市值6亿港币，目前市值500亿港币。

作为对比，马化腾1998年创办腾讯，2004年上市，上市首日接近600亿港币，目前市值4.7万亿港币。李彦宏2000年创办百度，2005年上市，上市首日市值接近40亿美金，目前市值345亿美金。

至于阿里巴巴、网易、UC浏览器等等大多数和他同期甚至比 he 晚创业的，也都拿到比他大的结果。

如果说你幼稚地认为是雷军能力不行，他以一己之力把金山做上市。

而在处理完金山这个“包袱”以后，雷总开始了他的进阶之路。

2010年创立小米，把小米手机带到全球前三的位置。2020年，雷总又宣布亲自带队，开启“人生中最后一次重大的创业项目”，并押上“人生所有积累的战绩和声誉”，为小米汽车而战！

如今的小米，手机年营业额接近2000亿，新生的小米汽车也蓬勃向上，小米公司的市值更是突破万亿。

雷军后面曾说：“**用战术上的勤奋，掩盖战略上的懒惰，是创业者最大的陷阱。**”

某种意义上来说，金山软件确实在某些层面拖了雷总的后腿，耽误了雷总的时间。而我想这也是亦仁哥劝那个人不要做知识付费的原因。

如果说，你觉得这些离我们太远。那我们就聊聊离我们近一点的事情，聊聊生财的项目。

几年以前，我在做淘宝蓝海项目。算不上拼命，却也对得上勤奋二字。然而，无论我多么努力，亦或是在运营技术层面、还是组织管理层面（虽然当时我的管理也很菜）的改变，都无法突破年利润500万的坎。

几年以后的今天，我做起了MCN，干起了IP孵化、短视频带货、直播带货的事情。

有时候，一个娱乐主播一个月就可以创造以前淘宝蓝海一年的利润。而我可能其实啥都没干，只是选对了赛道，找对了人，仅此而已...

当然，我并不认为现在自己做的项目有多高级。相反，我甚至认为自己被捆绑在了现在的项目里。

当初成就我的，如今也终于束缚了我。

并且，不仅仅是对于公司，对于个人，赛道的选择同样。是选择送外卖，还是选择做房地产销售，两者天花板也是完全不同的。即使都是卖房子，在重庆卖房子还是深圳卖房子，其结果也是不一样的。

我自己的亲哥哥毕业以后选择的第一份工作就是房产中介，而且是去深圳做销售（我们是重庆的）。他现在的年收入在200-300万左右（带团队了），而我一个同学去他手底下做销售以后，一年也赚了50多万。

但同时，我也有一些在重庆做房地产中介的同学。他们在门店和商圈也都算比较优秀的了，单月收入平均下来也就一万多而已。

生财里面有很多项目的信息。我没有贬低任何项目的意思，但是，不可否认的是，不同的项目带来的产出就是会有很大区别。

其他的我不知道，淘宝蓝海我是真的带出来很多年入百万的学员（虽然我现在觉得淘宝蓝海也很一般）。但是如果说想通过闲鱼带货，做到年入百万，很难很难...

更多付费文章，加V: run202311

又比如有人找我咨询AI代写的项目，我就想问一问，除了通过AI这个工具来提高了一下代写的效率以外，这和以前的枪手业务有啥区别？不都是出卖劳动力的活？

一篇小红书挂车笔记，有机会卖一万，也可能卖到十万甚至几十万，并且这篇的边际成本是递减的。而出卖劳动力的活，你的时间始终是有限的。

go big market，人生下半场，去做自己喜欢干的，能力范围内，最大的梦！

2、祛魅

想赚一千万，就要做能赚一千万的事。如果你做的是闲鱼卖货，想要赚一千万几乎是不可能的。

然而对许多人来说，go big market，最难的不是发现一千万的market，亦或是做好这个项目的能力。而是自我矮化的认知，是自我想象力的匮乏，是缺乏拥抱一千万的“勇气”，或者说野心。

想要成功，就要敢于拥抱成功。觉得自己能干大事，才有机会干成大事！连想都不敢想，更妄说做，甚至是成功。

我最开始做内容电商的时候，做的都是搬运、混剪、无人、半无人这些项目。那时候，我从来没有想过要去做原创短视频，就是从根上觉得自己“没资格”做这种要求很高的项目。

可做原创真有那么难吗，这些项目的项目要求真的很高吗？

在生财，我看到了许多一个人做原创自媒体账号，做得很好的案例。去外面参加培训，发现身边月销几十万、上百万的账号，也就是大学生、宝妈、自由职业者或者一对夫妻而已。

我比他们有钱，有资源，他们都能做好，为什么我做不好？因为我的自我设限，因为我一直都是干的无货源、搬运混剪的勾当，也是在和这样的圈子接触，所以我就认为自己也只能干这一类的事情。

我缺的根本不是资源，是心中的成见，是自我矮化的认知！

我们总是被这些毒性偏见所包围：“现在入场太晚了”“都是个例”“都是靠人脉”...

要做梦，但需要做能力范围内的梦。可是，这个能力的界定很重要，更重要的是我们不能被偏见禁锢思维。在脚踏实地的同时，更不要忘了仰望星空。

如果都被毒性偏见所禁锢，我们这个国家就走不出比亚迪、华为、deepseek这些企业。

我出身在重庆最南边的秀山县下面的中平乡下面的中寨村。小时候，从我们那个县城到重庆主城要三天的时间，先坐车到酉阳，再从酉阳坐船到涪陵，再从涪陵坐车到重庆。而我们那个村到县城，还要换乘两次车！

我们那个地方，三省交界，民风彪悍，打架斗殴时有发生，许多人也是初高中还没毕业就开始在社会上行走。初中的时候，我还沾染了赌博的习惯，迷上了老虎机，差一点就读不了书了。

那时候，我的想法是去学理发或者在烧烤摊当学徒！

现在想想，还蛮后怕的，差一点，就差一点，我也认命了。后来，我有小学同学，在街头被人砍死。有同学赌博成性，妻离子散。还有的磨平了棱角，踏踏实实地过日子，但生活也过得颇为拮据和艰辛。

成功是没有终点的，但失败是有标准的，当你失去希望的那一刻，当你放弃的那一刻，认命的那一刻，你就真的是失败了。

能不能做，做不做得成，是另外一回事。但你连向上突破的勇气都没有，你就的一生就真正的定型了。

打破认知枷锁，打破自我设限的思维模式，对自己祛魅，也对这个世界祛魅！

加入生财以后，我开始从淘宝蓝海项目尝试起了其他项目。加入各个私董会以后，我发现这些能赚几千万、上亿的老板，也并不我们多个脑袋，多双眼，对他们的祛魅，让我真正有了做更大事情的野心。

这个世界真的是个巨大的草台班子，别把任何人当神，当然也包括你自己。

只要你去近距离观察，你会发现每个人都不是完美无缺的，每个公司也都是漏洞重重。盗坤是个普通人，亦仁也是个普通人，即使刘强东，好多年前，他也是个上大学还要全村凑学费的农村娃。

你现在可能会在某些层面，认知落后于他们，技能落后于他们。但是认知可以去补，技能可以去学，唯有这个野心的觉醒需要靠你自己。

不要用你当下的能力去决定未来的高度，而是用你的野心去定义未来的战场。

公元前215年，时年39岁的沛县泗水亭派出所所长（亭长）看到帝国一号位（秦始皇）出游，发出了“大丈夫当如是也”的感慨。

6年后的7月，陈胜吴广在大泽乡起义，并宣布“王侯将相宁有种乎”。同年9月，刘邦带着他的好哥们樊哙（杀猪匠）和周勃（吹箫的）在芒砀山反秦起义，并在此后打下沛县，招揽了时任沛县县委书记秘书萧何以及副县长（县丞）曹参的加入，自封沛公。

公元前206年，刘邦攻入咸阳，把当时的大厂韩国高管张良挖过来，封汉王。此后，继续招揽韩信、陈平等高级人才，并收购彭越集团、英布集团等豪门，终于在公元前202年，垓下之围，干翻西楚集团的董事长项羽。

最终，刘邦带领着兄弟们成功IPO，并一举打造出全球最高市值的汉朝集团。而跟着他混的兄弟也都飞黄腾达，萧何也从县委书记秘书成了国务院总理，曹参也从副县长成了国务院副总理...

我愿称之为，古代黑社会创业最高成就者。

刘邦是派出所所长，咱就是一普通老百姓。可人家的梦是打造一个汉朝集团的梦，我们的梦先定他个百万又如何？

当然，祛魅不是单单靠一篇文章，一个口号就可以改变，祛魅的过程是一个持续刷新认知的过程。而祛魅最好办法就是得到，得不到那就去看见。

为什么刘邦看到秦始皇巡游，会有大丈夫当如是也的想法？

因为刘邦年轻的时候也是一个放荡不羁，敢拼敢闯的游侠。他崇拜魏国信陵君，于是就从沛县跑到两百里外的魏国都城大梁想要投靠信陵君。到了大梁才发现信陵君都已经去世了，但是他在这里又结交了魏国贵族张耳，并成为他的门客。

也就是说，刘邦是见过世面的。

而这之后，刘邦又是通过张耳认识了吕公，这就找到了最初的天使投资人以及整个吕氏集团的人脉助力。而刘邦礼贤下士，广聚人才的思路其实也是在模仿张耳的操作，信陵君的风格。这套思路放在现代来说，觉得耳熟能详，但是对于当时沛县的樊哙、周勃等人来说，绝对算得上降维打击。

包括此后拉拢英布、彭越打击项羽，也绝对有受“合纵连横”外交思路的影响。而这一切，肯定跟他在张耳当门客的经历，同信陵君的生平（战国时的五国联军攻秦就是信陵君的操作）也有抹不开的关系。

大家自己代入一下，放现在想想。远在重庆某区县的你，听说马云牛得一批，便想加入他的创业团队，于是单方奔赴上门。投奔未果，也没有气馁，来都难了，于是又在杭州认识了一个生财有术的老板，亦仁。

自此，命运的齿轮开始转动...

从书上学，向高人学，在事上练。尤其是信息传递超级便利的现在，咱都不需要奔赴200里以外，也不需要花啥大价钱，微信: xuetaang7799读书就可以看到名人传记，抖音视频就能看到名人采访，信息获取不要太方便！

3、终局思维

**

**知道要 go big market 了，也有了祛魅之后的勇气，但是我猜你依然会说有野心有屁用啊？做梦谁不会，关键是我没资源、没背景、没人脉啊。

且不说强东开局也是拿的普通人剧本，雷军加入金山软件的时候也只有6个人。就说亦仁生财有术的剧本就是一个人，应该近乎零投入吧？

不要用当下的资源限制终局，而要用终局思维来思考你所需的资源配置。

也就是说，看到一道题，不要上来就是“凭什么会是我”的沮丧，而要有“凭什么不能是我”的野心。不要上来就是“完全不可能”的直接否定，而是“怎么可以做到”的追本溯源。

能不能做是后面的事，先不要急于否定，大胆梦想，小心验证嘛！

前一段时间，一个做代账公司的朋友找我咨询增长的问题。他给我说了一下他们公司现在在抖音的一些运营数据，希望我能给出一些建议。

我没有直接回答他的问题，而是问他有没有想过一年签一万家客户，甚至是几万家客户。他当然是目瞪口呆、不敢想象，因为按照他现在的打法，尽情地发挥想象力，他觉得能通过抖音一个月签几百个客户就已经很了不起了。

然后我就给他举了几个他们行业的案例。

大部分房地产中介公司的经纪人同公司其实都不是严格的“雇佣关系”，而是“合作关系”。这些经纪人都自己办理了个体户执照或者是个人独资有限公司，当卖出去房子以后，公司把佣金打给他们，他们再用自己的执照给公司开发票。

以我哥他们公司为例，每一个经纪人第一次办理执照要收4000的地址费、代办费以及2000的代账费用，并且此后每年都要缴纳2000的代账费用。而他们公司在深圳有三万名这样的经纪人。

这个代账价格并不便宜，但是因为是公司规定的合作方，害怕税务有问题，公司打款麻烦等因素，大部分经纪人都选择找公司指定的合作机构代账。

也就是说，如果搞定了这个公司在深圳对这件事情有决策权的人，就搞定了三万个客户。

而类似有这样需求的公司还很多，美团外卖的骑手，天鹅到家的阿姨，以及最近兴起的“上门按摩”...同样是，搞定关键决策人，就可以搞定几百、几千、几万个客户。

我不知道这种专门做大客户的代账公司运营细节，但是我知道肯定是大客户销售逻辑，也主要是依赖大客户销售经理。那么接下来就是思考如何搞清楚这里面的销售细节、行业规则，以及找到靠谱的大客户经理，指定最终销售策略（比如优先和上门按摩这种新兴行业谈，蛋糕或许还没被分完）。

当然，我并不建议他一定要这么去做，就好像我并没有直接给他回答抖音获客应该怎么去优化一样。我想要告诉他的是终局思维，首先去找到那些真正有几万张执照甚至是更多的公司，然后去研究他们是怎么运营，怎么获客的。

神州租车的陆正耀用了9年的时间把神州租车做上市，此后用6年时间把瑞幸咖啡干到一万家店，被瑞幸踢出局以后，又用了两年的时间开了一万家店。

当然有资源的问题。但仅仅是资源的问题吗？假设陆正耀开一万家店用了十个亿，那么我给你二十亿，你可以在四年的时间开一万家店吗？

大部分的人思路是啥？自己先开一家店，模型跑通以后再開几家店，然后开始考虑加盟，比如，在抖音做一个个人招商IP。靠做个人IP，你觉得能在两年招商一万家店吗？

代账公司是一个轻资产行业，主要成本就是人力成本和营销成本。所以在我说完以后，问我朋友：“如果要你拿50万出来，或者把原本规划在抖音的预算，拿来招一批大客户经理，给他们公关预算，你给得起吗？”

事实上，我朋友一年买各种获客的课程、私董会都要花十几万，所以他当然是给得起这50万的。

而即使没办法一开始就高举高打，那先从几个销售跑起来了呢？

4、均值回归

**

**原本是想泛泛而谈一下，不知不觉，却在屏幕前已经敲下了接近六千字。

第四个关键词，也就和大家简单聊一聊吧，均值回归。

如果一个充满野心的人，即使在小县城里当了公务员，那种按部就班的日子也一样压抑不住他的野心，他仍然会辞职去做那种惊涛骇浪的事业。同理，一个向往岁月静好的人，即使在上海陆家嘴上班，那种高节奏的工作也会让他喘不过气，并最终“解甲归田”。

写这篇文章并不是希望岁月静好的朋友，也变得野心澎湃，而是希望让那些原本就有野心的人被激发，毕竟，这里是一个谈钱不伤感情的社群。

成功的方式只有一种，按自己喜欢的方式过一生。

人生下半场，去做你喜欢，且能做的，最大的梦！

我是盗坤，一位9年创业小兵，同时也是生财有术布道师。下周二（4月1日），在生财有术视频号，同大家继续聊聊创业路上的一些思考，有兴趣的可以扫码预约，我们不见不散！

- 1. 创业如何选择适合自己的赛道
- 2. Who not How，创业者的人才哲学
- 3. 直播IP孵化底层逻辑
- 4. 野心：创业者个人进化革命



评论区：

陈江河：太有感触了，不能以目前现有的能力去预判未来的结局，要以终为始，用目标去驱动自己构建所匹配的能力

白酱油：写的真好，有启发

百哥：🍷

路飞：看得热血沸腾[社会社会]

大脸猫：好有启发

忘忘不念：期待

Boom哥：满腔热血，就要敢想敢干💪

Yankee阳基：很有感触，做大的不做小的，做难而正确的事

(53赞)餐饮大单品门店的时代谢幕了

作者： 小马宋

日期：2025-03-24

餐饮大单品门店的时代谢幕了 两年前，我们开始服务一个专做水煮鱼的客户椒爱，目前它也是水煮鱼品类的第一名。

椒爱的于总问过我一个問題：过去都说大单品门店，那我们究竟是聚焦在水煮鱼上，还是扩展到川菜的品质？ 这个问题是许多餐饮企业家的困惑。

这个困惑其实来自那个经典的品牌问题，究竟是一品牌一品类好，还是一品牌多品类好？

其实从古至今，就从来没有任何一个观点能在商业实践上完全占据优势。你说宝洁的洗发水就有好几个品牌，我也可以告诉你亨氏婴幼儿米粉和亨氏番茄酱都是全球第一。

你说宝马专注在汽车品牌，我也可以告诉你本田摩托全球第一，而本田的汽车全球前十。

雅马哈摩托是全球市场占有率第二，而它的乐器产品在全球是市场占有率第一，你看看。

所以，要不要多做一些品类，从来不是一个“关于品牌”的问题。因为所有的类型，都有成功的案例。你只要举一个例子，我就可以给你举一个反例。

1、为什么椒爱不能只做水煮鱼？ 回到椒爱于总的问题，我说这不是一个品牌问题，这是一个企业经营的问题。

我们究竟要不要做多品类，问题的本质不在于“做品牌是不是要聚焦”，而在于“我们这么做有没有优势”。

雷总做手机能卖出去，他做汽车照样能卖出去，那你说小米要不要做车？ 对一个餐饮企业来说，它有它独特的经营特性，你只能在这个特定条件下来展开经营活动。

比如，餐饮店的经营地址是固定的，这是它与大部分消费品不同的经营条件。你不能说，我这个商场客流量下降了，我把我的餐厅搬走吧，你不能。

但比如一个护肤品，十几年前，高端护肤品的品牌们都集中在商场一楼的专柜以及一些护肤连锁零售门店，因为那里确实是它们核心的售卖场景。

但是今天，护肤品的销售，线上成交已经成了主要渠道。 那过去的专柜我可以关掉或者部分撤掉了，我是可以转移我的销售渠道的。 但餐厅就不行。

一个快餐店，大概就是做周边一公里的生意；一个正餐店，大概做周边3-5公里的生意；一个高级商务宴请型的门店，可以做周边十几公里的生意。

但它们总有经营的边界。那这个跟椒爱要不要专做水煮鱼有啥关系？

有的。因为你的客群是固定的，被锁定在周边几公里范围内。甚至是，你的客群就是取决于你所在商场的客流。

当一个商场客流充足的时候，比如一天10万人次，那么你只做水煮鱼，可能就很好。

因为这10万人里，可能有1万人是偏爱水煮鱼的，而1万人中，可能今天有1千人恰好想吃水煮鱼，而这个商场里，只有你专门做水煮鱼，那你门店就会爆满。

这时候，你专门做水煮鱼是有优势的。 专门做水煮鱼，你可以获得供应链、产品研发、厨房效率等等各种优势。

只做水煮鱼，顾客对你的记忆度也更深刻，他们在想吃水煮鱼的时候，会优先想起并选择你。

但问题是，今天的商场客流下降了，与十年前相比，线下的客流至少下降了八成，购物中心却越来越多。

购物中心的客流可能降低到了每天1万人，那喜欢吃水煮鱼的顾客差不多就只有1000人，而今天恰好又想吃水煮鱼的顾客，可能就只有100人，同一个商场里，可能还有一家水煮鱼餐馆。

即使你做水煮做得很好，你今天的客流可能就只有80位，剩下的20个人去了别的餐厅。

是你做得不好吗？不是，你甚至截留了这个购物中心80%今天恰好想吃水煮鱼的客流。 不是你做得不好，是环境变了、条件变了。

水煮鱼这道菜，麻辣，多油，重口，注定它不可能成为大部分人大部分时间的大部分选择。它是一道特色菜，消费频次不高。

至于高频次消费，饭面粉可以，汉堡快餐可以，水煮鱼不行，酸菜鱼也不行。

所以，当你的店越快越多，当线下商场的客流越来越少，你就没办法，你就必须改。我跟于总说，一定要做川菜，做了川菜，你的菜品丰富度上来了，面向的客群就广了。

如果扩大成川菜，你的目标顾客至少扩大五倍，顾客的范围和消费频次就变高，这就是用菜品扩容来对冲购物中心客流的下降。

当然，这有个前提，是你的川菜也要做得足够好。从只把水煮鱼做好，到把川菜都做好，对椒爱的要求是变高了。

但没办法，你只能让自己更强大，把川菜也做好，你才能发展，才能生存。 2、为什么火锅可以，水煮鱼不可以？

有人可能会问，那为什么火锅就能一直做下去，它也是一个单一品类呀。

其实火锅，椰子鸡，烤鱼，干锅牛蛙等等这些品类，相对于水煮鱼和酸菜鱼，是受众更广，变化更多的品类。

火锅首先是接受的人更多，其次是火锅的调料、菜品可以搭配出几十甚至上百种组合，今天吃羊肉片，毛肚，下次可以吃虾滑、牛肉、鱼丸，它不容易吃腻。

椰子鸡和烤鱼，也是同样的，烤鱼其实算是半个火锅，它还可以有不同味型，加不同垫菜，选不同鱼种，所以就增加了它的变化度。

但就算它变化度高，今天也同样面临着客流下降的问题，所以半天妖烤鱼出了大虾锅。

其他一些大单品的门店同样在探索菜品的多样化，如果生意好到接待不过来，谁会想着去增加品类呢？

你看太二酸菜鱼，出了川菜；喜家德水饺，出了鲜蔬锅；吉祥馄饨，出了饺子、米粉、面条。在客流下降的情况下，大家的思路是一样的，就是增加品类。

3、不仅仅是扩品类的问题，还要扩场景，扩时段

刚才我说了，餐厅是个很特殊的经营单位，它的店面是固定的，租金是固定的，很多成本也都是固定的（租金、人力等），那它能不能赚到钱，取决于它的收入能不能覆盖它的成本。

你扩大的品类，可以招揽更多的客户进店，有时候还不够。你还要扩场景，扩时段，就是要把你营业的波谷填平。

比如咖啡，通常的消费时段集中在下午三点之前，三点之后喝咖啡的就很少了。所以瑞幸做了奶茶，它出了一个很好的广告语：上午咖啡下午茶。

比如干果店，通常的销售高峰是每年的9月份到第二年的4月份，夏天生意很差。那怎么办？那就要想办法把这个波谷填平。

我们在河南安阳有个客户，他们原来就是做坚果的，后来为了把这个波谷填平，增加了水果，现在变成了坚果、水果、零食店，这就是把全年的时间段填平了。

我们在东北的客户1949豆腐脑，过去主要集中在早餐时间段，但早餐这个时间，客单价低，售卖集中，尽管生意好，还是不好赚钱。

我们帮客户调整了菜单，增加了主打中午快餐的小鸡炖蘑菇，现在在长春的门店七八十平米，一天可以做到七八千的营业额，比过去翻了一番。

小马宋在石家庄有个客户，叫谷连天，原来叫八宝粥家常菜。你听名字就应该知道，它做早餐，也做午晚餐。

实际上，谷连天一日三餐都做，它是石家庄社区餐饮的王者，门店面积300-500平米，早上有八宝粥和包子，中午有各种炒菜，甚至晚上还有包间，能请客喝酒吃饭聚餐。

我们在研究它门店的过程中，发现了另一个场景，就是外带。通过增加一个外带档口，每天的营业额又增加了两三千块。

南城香的第三代店，这家店早上做早餐，中午自选炒菜，晚上小火锅，一个店一个月可以做到十几万的利润。一定要记住，你的租金四24小时的，但你的营业时段不是。

所以，一定要想方设法增加你的营业时段。

比如烤肉，核心的营业时段是晚上。我们在威海有个客户，叫韩香福烤肉，他们为了增加营业时段，出了骨汤饭，30左右可以吃一个套餐。

那中午就有接近一半的客人过来吃这个套餐。因为中午主要的就餐场景是工作餐，你做烤肉是没用的。这种扩张是无边界、无条件的吗？当然不是。

不管是场景的扩大，还是菜品的拓展，还是时段的扩展，都要跟你的现有条件相适应。最好是能复用你的员工、食材、厨房、中央厨房、物流等等。

比如火锅店，中午就可以推冒菜或者麻辣烫套餐；比如韩式烤肉，就可以推石锅拌饭、骨汤饭这类午间快餐；比如我说的谷连天，因为它厨房特别大，所以可以复用这厨房，做包子等外带产品。

所以，还是我一开始就讲的那个问题，核心不是做单品类和多品类，核心是你这么做有没有优势。

如果你多做了一些菜，结果导致服务员要增加，厨师要增加，厨房要改造，那还不如不做。核心的核心，是你这么做，有没有形成优势，我再强调一遍。

蜜雪冰城卖纯净水，卖瓜子可不可行？可行，因为它只是让顾客顺带购买，它那么多家门店，而且很多顾客点外卖金额不够要凑单，这时候零食和饮料还可以帮忙凑单。

最近古茗的老板王云安接受晚点记者采访，甚至放出了一个听起来很惊人的消息，他说古茗未来可能会成为一家卖低温鲜食的便利店。

一家奶茶店将来要成为低温便利店？很奇葩是不是？

但其实也不难理解，因为古茗这么做是有优势的。过去古茗最强大的就是低温供应链，王云安说他可以把低温的鲜食做到跟常温一样的成本，这就是古茗的优势所在。

所以，古茗未来还有很大的想象空间。如果从消费者认知或者品牌的逻辑，很多人就会觉得做这种跨界不可理解，如果我们回答企业经营的层面去思考，逻辑其实就很明白。

因为任何成功，都是因为企业在这方面拥有某种优势。可能很多人都不知道，比亚迪是中国最大的口罩生产商。那为什么它可以这么做？

一个是特殊时期的需求，另外一个，是因为比亚迪拥有这样的能力和优势。因为比亚迪利的电池制造经验（如无纺布、熔喷布的精密加工）可以直接应用于口罩核心材料生产。

它的汽车工厂自动化生产线（如冲压、焊接设备）又很容易改造为口罩生产线（当时仅用7天完成生产线调试，2020年2月）。

核心不是所谓品牌和品类的关系，核心是你做这个有没有优势。 如果就是想做单品，可不可行？ 其实也是可行的，但有一些限制条件。

我说过了，商业的实践是多种多样的，我们首先要学会尊重商业实践，而理论都是跟着实践来修正的。如果实践对了，理论说错了，那就我们就要思考我们的理论是不是有问题。

即使是今天，也有人做单品做得很好，他们也不用扩大品类。 为啥呢？因为它做单品做出了优势啊，记住，企业经营就是要形成优势，不是做单品还是做多品。

比如麒麟大口茶。它集中在柠檬茶这个品类，更绝的是，它只做一杯柠檬茶。

正是因为在这一杯柠檬茶上下了苦工，集中了所有的公司资源来做这一杯柠檬茶，所以它的柠檬茶糯香四溢，一杯种草，任何一个奶茶品牌都无法替代这一杯。

如果他要做多，那就无法持续保持这一杯柠檬茶的优势了。 你要喝这一杯，必须来我这里，别无分号，所以它就可以吸引更远方的客人，汇集更多的客流。

但它付出的代价是，门店开不多，发展很慢，走的是小而美的路线。 比如烤匠，它在北京只开了两家店，据说有人去排队，前面有900多个号。

但是，它也不可能开太多店。 店开得一多，网红效应、打卡效应就消失了，那只剩下正常就餐的客群，就支撑不了这个翻台率。

上海城隍庙有一家做蟹黄面的，叫蟹珍香，一碗蟹黄面130元，据说一家店一年的利润就有大几百万。

但它在上海只有两家店，一家在城隍庙，一家在外滩，如果再開，也需要開在客流密集的区域，在上海没有太多这样的位置可选。 图片

这种门店的秘诀，在于高流量，高客单，高利润，因为游客居多，核心做的工作是宣传，要在网上形成热点，游客才愿意来打卡。

有一些旅游型的城市，就很适合开这种类型的门店。

比如成都和长沙就有大量这种品牌。因为靠出圈的宣传获得了全国关注，所以游客过来必定会打卡一次，而游客是源源不断的，每年都有人来，所以每年都会有生意，你只要保持在游客心中的打卡地位和品牌势能就行。

北京有很大名气的烤鸭店和涮肉，说实话，因为是国企，做得越来越差，但是经不住游客打卡的需求，生意还不错。

但这种店要保持稀缺性和持续的品牌势能很重要，势能一旦下降，游客也就不来了。不仅不能复制开店，单店都可能开不下去，比如长沙的文和友。

文和友是一个目的地餐厅，其实就是一个带有八十年代风情的美食街。

它的核心不是吃饭，而是拍照和打卡，当势能下降，就很难做。只在长沙开一家也许还行，但复制到了几个城市，稀缺度下降，复购率几乎又没有，那就很难维持这个势能了。

也有一类“单品”店，还是可以持续复制的。 比如做早餐的三津汤包和巴比馒头，他们的门店小，开店成本低，只用包子馒头这类产品，也能维持门店的生意。

1949虽然也是做早餐，但是它的店太大，成本太高，只做早餐就走不下去。 最后的话：

商业的经营是一个复杂的系统，而品牌和营销的理论如果仅仅聚焦在所谓品牌、认知、心智上，就会陷入低层级的思维而产生经营上的困惑和发展的阻碍。

世界上有多重多样的成功案例，但每个案例的成功方式都不同。 但它们有一个核心的原则，就是企业经营的基本逻辑： 建立优势，保持优势，发挥优势。

关于这方面的论述，也可以参阅本人所著的《营销笔记》。

更多付费文章，加V: run202311

评论区：

小运：餐饮真是太卷了[流汗]

茹：学习了，好详细的分析[强]

许老师～生财投资孵化：战略就是扬长避短，小马宋老师这个说得好具象，判断一个事能不能做，核心是能不能发挥优势。营销的营，首先是 经营的营，厉害

(16赞)从生财到生才——我的生财创投笔记（四）

作者： 张昭

日期：2025-03-27

我的生财创投笔记来到了第四篇，第三篇是专门写给亦仁和生财的，没有发布在星球上，所以编号没有错。

今天的核心主题是：如何正确使用孵化器。

PS：我没有进驻生财孵化器，写该文章的背景是基于从2023年开始，我从生财圈友里面挑选出优秀的00后，对他们进行孵化和投资。截止到目前，成功孵化了安七、凳子、有尔、鸡汤、紫老头大F等圈友，在广州、武汉有两个孵化器，并且还在不断地物色新的投资孵化对象。以上仅代表个人实操之后的观点和体感，供圈友参考。

1、孵化器提供的是一个创业的道场，在这里面，你要充分的修炼创业的道和业务的术。两者必须同时习得，否则你会发现，要么你变成了吹牛的大忽悠，要么是一头只知道耕地、不知道看天的老黄牛。

2、创业的道，是创业的核心底层逻辑，是人力、财务、产品、品牌、运营、销售的认知全方位的提升，而不是某个缺胳膊少腿的产物，因为你是创业者，而不是搬砖的牛马。既然是创业者，那就要全知全会，而不应该拿着员工的标准要求自己，只是当个螺丝钉。

3、业务的术，是需要你始终专注于自己的业务，而不是去交朋友。如果奔着社交和结识人脉，那么大概率，你会因为无法站在创业者的身份和同行的人对话，而慢慢被边缘化，从而感受到强烈的孤独感。

4、要一直死磕业务，创业丛林的生存法则只有一条：胜者为王。你能够赢得尊重的唯一办法就是：活着，赢得这场战争。

5、创业的变与不变：当你有了基础盘，你会慢慢发现资源在聚拢；但是当你发现你的业务没有形成**加速优势**，那么证明：要么你的业务有问题，该换方向了；要么你来错地方了。

6、不要相信抱团取暖，而要搞清楚你的独特价值，如果你不够优秀，业务不够突出，你只会更容易感受到大自然优胜劣汰的残忍，因为谁也不愿意把自己的业务交给不靠谱的合作伙伴。

7、孵化器是一个小的生态，你要更加快速、合理的把自己的业务调整插入，可以和同行的人形成业务协同，构建新的商业闭环。如果你连这么熟悉的环境下，都没办法找到业务伙伴，那么你进入白热化的市场竞争状态下，只会死的更惨。

8、千万记住一定不要面子。你的目的是成事，而不是守护自己脆弱的自尊心。当你不懂的时候，坦诚自己的无能，然后寻求正确的帮助，那是你成长最快的方式。

9、稍微有点情商，不要白嫖。大家都是创业者，时间都很宝贵，凭什么要别人无偿的去帮助你？如果别人帮助你，却得不到回报，那实际上是在消耗你自己的人品以及生财圈友这个身份的能量，当能量耗尽，你自己也会处处碰壁。

更多付费文章，加V: run202311

10、知识星球是路线图。行走在创业的暗黑森林里，迷路是常态，迷茫是家常便饭。当你不知道怎么走的时候，除了去问别人，更重要的是要靠自己走出荒漠。生财有术里面的知识库足够你打败很多人，但前提是，你真的能把自己的业务代入进去，从而找到出路。

11、主动寻求帮助。没有谁会主动去帮助你，即便是你交了学费，也没有哪个老师会主动问你，是不是学会了？有没有不懂的地方。在创业者的圈子里，主动是一种必须习得的品质，只有你主动了，才能争取到别人争取不到的机会。

12、如果自己能成事，就成事；如果自己成不了事，那就看谁能成事，然后义无反顾的加入进去。既然当不了一把手，当个黄金搭档也未必不是个出路。

13、有形的东西容易习得，无形的优秀需要长期熏陶。在孵化器，你会看到比你优秀的人，他们的行为方式和处事习惯，如果能看到他们的决策路径以及判断过程，那对你的促进作用是巨大的。所以，不要总是看自己那一亩三分地，或许别人的一个商业决策，刚好会为你带来巨大的启发，从而帮你打通业务卡点。

14、物理空间不等于创业场域，无人指导不等于你不能寻求帮助，有些人在去往灵山的路上，而你已经身在灵山，这时候你要做的就是： **

能不能让佛祖看到你，给你点化一二 **

。而这个点化，就需要你不断地在佛祖面前展现自己。最好的方式就是：每周写一篇业务推进复盘或者孵化器入驻感受，把自己体会到的、学到的分享出来，然后让亦仁搞一个孵化器专区，这样就可以让更多的圈友看到你们的成长，和生财有术为了你们做的事情，形成新的良性互动。

第一批入驻者刚进驻一个月，生财孵化器的故事才刚刚开始，怎么让这个故事呈现的更加精彩，那就要看孵化器运营者和进驻者的共同诠释了。期待孵化器可以给所有圈友带来更大的想象空间： **比方说业务快速10X、拿到风险投资、被上市公司并购.....**

**

**

最后打个广告：我专为生财圈友打造的孵化器（广州/武汉），目前仍在挖掘优秀的被投对象，如果有兴趣，可以看看我之前在生财发的帖子，如果你觉得你能达标，欢迎和我聊聊。

评论区：

戴巍：专业导师

张昭：我是业余玩票的

小吉玛丽亚：把张老师的所有文章都看完了，心情好舒畅！我要反复学习！

(16赞)看地图，理解川普行为的一个视角

作者： 小马宋

日期：2025-03-28

看地图，理解川普行为的一个视角。 懂王甫一上任，就有几个惊天言论，吞并加拿大，拿下格陵兰岛，改墨西哥湾为美国湾，觊觎巴拿巴运河。

这些公开表达的意图，有点令人费解。不过最近我听到一个解释和猜测，觉得也有道理，分享一下。 这四件事，和他要求制造业回流美国，加大进口关税可以互相配合来看。

还有一个判断在先：美国今天实力依然全球第一，但想轻松拿捏各个国家，似乎也没那么容易了。

基于这些行为和条件猜测，懂王的意图，也许是不想再充当全球警察和话事人的角色，而主要精力退到美洲。看看地图，你就明白，加拿大，格陵兰，墨西哥湾，巴拿马运河，就是围绕着美国的几个地方。

另外，美国叫着要退出北约，可以参考当年英国的策略。

英国属于欧洲，但位置上又孤立于欧洲大陆，英国在二战之前长期的策略就是要保持欧洲大陆的势力均衡和制约。法，德，意，西，葡登互相牵制，不能有一家太强。谁太强，就把谁按住搞它。

今天我们看，我们也可以这么理解，美国相当于孤立在全球的一块土地。那它自己退回到北美洲过家家，它还要学英国当年的策略在其他地区搞制衡。

欧洲，中国，日本，中东，俄罗斯，加，澳洲都不能太强，互相制约。谁太强了它就拉一派打一派。 这跟英国当年的策略类似。

以上仅仅是一个参考的视角，也只是猜测，供参考。

评论区：

KmLee : 添加一个不负责任的猜测。 从美国总统这个任期和体制来说，川普对国内的改革是没有任何可能的，大概率他甚至要再给企业减税，这样美国的核心问题美债就没法解决。

从美债危机角度考虑，美元贬值才能制造业回流复兴，但是会引爆金融泡沫~而且这种战略周期太长不太符合美国的政治生态。

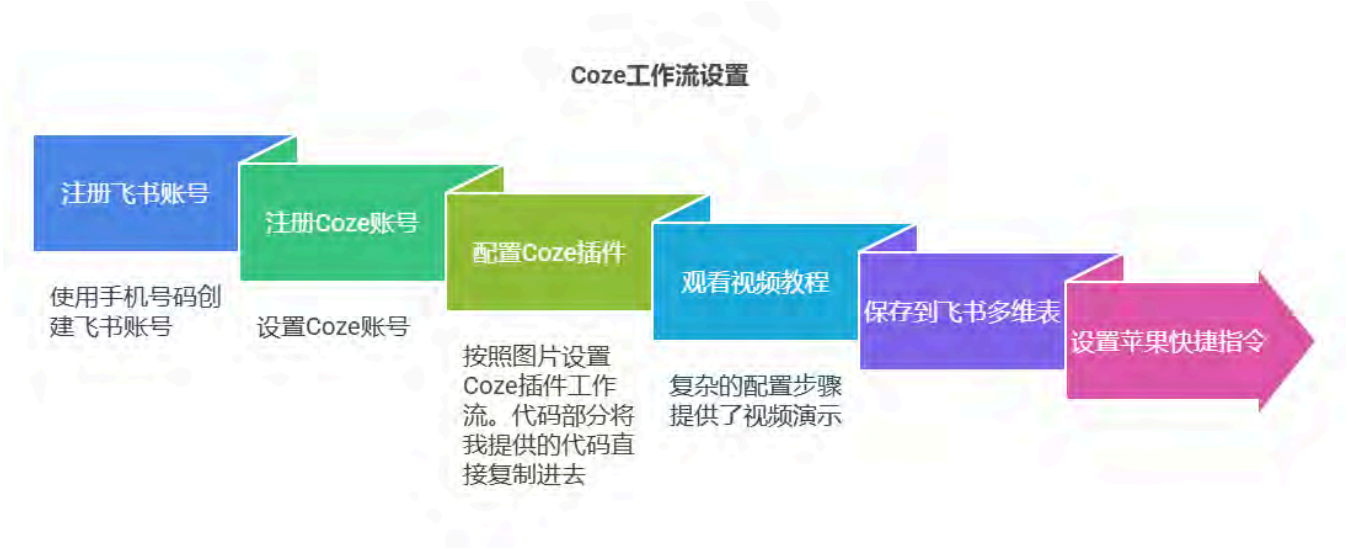
那么最符合川普的行为就是，他在这里到处“碰瓷”看看有没有软柿子捏，通过对其他国家地区的掠夺来缓解美债压力，直到他任期结束，再把雷丢给下一任(也不知会是谁[抠鼻])

【生财技能】1篇

(14赞)敲敲手机就能一键去水印收藏“抖音“作品信息并同步到飞书表格全套教程

作者： 涛涛

日期：2025-03-30



最近在星球看到很多小伙伴实现各种快捷指令到飞书文档，不过没看到抖音一键去水印收藏到飞书的。我来补充个教程

移步飞书链接🔗：<https://vpbq24ngx4.feishu.cn/docx/QijEdbj9MoFBf0xdZuFcXA2Kndg>

评论区：

暂无评论

【AI相关】48篇

(精华帖)(141赞)做AI自媒体5个月，送给新手的12条建议

作者： 顺利

日期：2025-03-26

我是去年10月底开始做ai自媒体，当时基本是0基础，大概10条作品起号成功，涨了几万粉，

后来跟圈友@令狐峰有合作，他公司长期给即梦、豆包、剪映、醒图这些甲方做优质内容产出，手底下很多创作者长期负责生产内容，我负责的就是其中一个即梦账号的内容产出，到现在4个月了，抖音上即梦的推广内容，我们算是做的最出色的一批，单个号播放量过亿了。



最近在复盘过去几个月的经历，也带了一些新人，发现了很多共同的问题，跟自己当初是一模一样的，所以就有了这篇写给新人的12个建议（重点看1-5条），希望能帮助更多新手少走弯路：

1，从最粗糙的版本做起，勇敢的开始，即使没流量，你也是稳赚的，因为你收获了一次做视频的经验。

2，每发几个作品，都一定要有一次进步/优化，千万不要一成不变，为什么有些人发了几十条作品，但是没有一点起色，就是因为这个。

3，可以是拍摄场景/方法的优化，可以是文案结构/写作方法的优化，可以是开头的优化，也可以是选题方法的优化，等等.....创作过程中的任何一个点都可以，重点是：持续优化，好的留下来，差的优化掉。

4，如何发现需要优化的点？去看近1-3个月内的低粉爆款（抖音几万粉、小红书几千粉，都算低粉），去对照他们的爆款作品，发现你可以学习的点。

5，如何对照？把爆款下载下来，导入到剪映里面，缩小，跟自己的作品一秒一秒的作对比，看看人家的拍摄角度，看看人家的字体，看看人家的语速，还有他们两句话之间的停顿时间（也就是气口），全部模仿到位，能瞬间让你的作品达到初步合格的水平，这一定是初期进步最快的方法，

6，要学的一模一样吗？no，文案、画面、开头这些都可以学，唯独讲话方式，一定要保持你自己的特色，用你自己舒服的方式把配音录下来，或者把视频拍出来，用你习惯的用词和讲话习惯来讲台词，

你要抄的那个人，他很可能表现的特别激动、一惊一乍，或者很夸张，如果你模仿的时候感觉很难受，那说明你不是这种人，那就不要学他，用你的方式来讲就可以了，

看多了爆款你会发现，只要讲话流畅，视频看着不墨迹，都能爆，

7，基本功做好了，再搭配正确的选题方法，持续发，一定可以出爆款；如果基本功没做好，发再多也没用。

过年期间蹭deepseek那波热点，只要是基本功到位的小伙伴，作品基本全爆，基本功不到位的，爆率就非常低，

所以（好的基本功+好的选题）x 持续发作品 = 爆款。

8，这就是优化作品的重要性，成为爆款的要素就那几个，缺一不可，只要你持续优化，不需要发很多条，你就能补全这些要素，然后做出爆款，一定要优化，千万不要做无效的重复劳动。

9，基本功包括哪些？

1. 选题是近期的低粉热门，
2. 开头2秒传达给观众的信息，是近期被验证过的爆款话题，（画面、文案、上方大字标题，这3样至少有1样要跟近期的热门沾边）
3. 台词流畅，语速、气口的剪辑做到跟爆款一致，
4. 文案不要有废话，能一句话讲完的，就不要两句话，能删的尽量都删掉，
5. 用词、造句，要符合日常的说话习惯，你平常讲话什么样子，视频里就是什么样子，不要写作文一样用书面语，
6. 拍摄出来的画面，尽可能向爆款看齐，
7.

总之，所有被爆款验证过的东西，我们都要拿过来，优化到自己的作品里。

10，如何选题？就4个字——低粉爆款，

1. 小红书：1个月内，1千赞以上，粉丝5000以内，
2. 抖音：1个月内最好，1千赞以上，粉丝5万以内，

标准不是死的，万赞以上作品更好，1周以内的爆款更好，，粉丝越少越好，，你懂得，，

注意：蓝V账号的作品不要抄，

11，开头文案：爆款的第一句话直接拿过来，或者小红书热门作品的标题、封面标题，拿过来放到开头文案讲出来。注意好好体会它们中的哪个关键词“勾引”到你了，这些关键词就是作品爆的关键点，改编的时候一定不能丢了。

更多付费文章，加V: run202311

12，如果你做的是出镜拍摄：

1. 尽量不要用提词器，那样拍出来的视频会让你两眼无神，
2. 可以看一句台词，回过头来对着手机讲出来，直到讲的自然，一句一句录制，
3. 不会增加很多实拍时间，实测50秒的视频，这样拍的话2分多就能录完，剪辑的时候用剪映的智能剪口播功能，可以直接把停顿全部去掉，
4. 可以用手拿着手机拍摄，看着镜头中的自己，找到跟自己对话的感觉，这样拍出来的作品最自然，
5. 手机尽量不要与自己的眼睛平齐，那样拍出来的画面比较呆，可以低一些，好比用手拿着放到桌子上，这样你的眼睛是向下看的，整体会更自然、更放松，

总之这个项目不难，有付出就有回报，ai界每过一段时间总能出点大热门，几乎所有人都能喝上汤，无非就是持续做出好作品，只要你基本功做到位，然后天天讲热门选题，流量就来了，粉丝就来了，钱、机会、合作都来了，，，加油！！！

评论区：

令狐峰：感谢推荐， 起了很多号，都起的很快，确实很厉害。12条建议看似简单，但是如果都能到，起号带量就会很容易。

顺利：[机智][机智]

楚门西瓜：变现了多少[偷笑][偷笑]

才：想链接 已经联系鱼丸了，我也正在做这样的账号

顺利：[玫瑰]

汪星人：不是口播类行不，不方便出镜，做了个数字人开头结尾出镜几秒

顺利：口播优先[玫瑰][捂脸]没办法，客户要求这种内容形式

C7：正在参加AI 自媒体航海，目前有点焦虑和迷茫，看完以后有种恍然大悟的感觉！谢谢分享[得意]

(精华帖)(140赞)25年3月生财（AI应用-Web网站开发）资料收集

作者： 亿舟ovo

日期：2025-03-25

大家好，我是亿舟。最近在 AI 开发网站这个航线当志愿者，群里消息太多，船员经常会漏掉一些很有用的问答消息，索性自己整理了一份文档方便大家阅读。看 Claude 3.7 生成的页面非常好看，心里也是蠢蠢欲动，快马加鞭生成了一份网页版，这样大家用电脑或者手机都方便观看。经过领队 @土豆君 提醒，写出了这篇文章，给其他的志愿者小伙伴作参考～时间比较仓促，写的有些简陋，如果文中内容有遗漏，大家可以在评论区讨论～ 文档版资料： 网站版资料：（为了方便大家看整了个域名～） 制作过程：

[https://ccav9ey9jd.feishu.cn/docx/UXrTde7leodd1XxRHXccq9zDnqh?from=from_copylink https://aimindmap.online/ https://ccav9ey9jd.feishu.cn/docx/FcmLdfcjkoXdjVxmfJGcIelBnmh?from=from_copylink&reRdXZ;=1](https://ccav9ey9jd.feishu.cn/docx/UXrTde7leodd1XxRHXccq9zDnqh?from=from_copylink&https://aimindmap.online/&https://ccav9ey9jd.feishu.cn/docx/FcmLdfcjkoXdjVxmfJGcIelBnmh?from=from_copylink&reRdXZ;=1)

AI网站开发22-23日群内问答

🔗 社交媒体与分享

🔗 问：今天加了弹幕和分享，但是每次分享到Twitter都被锁号，群友知道这是什么原因吗？马老板不让发链接吗？

答：新账户的原因吗，sns对新账户很不友好

🖥 Bolt与预览问题

🔗 问：我仿着视频里用bolt建立一个微博页面，在预览时准备复制网址到其他浏览器试试，我的显示没有关联项目，是哪里不对呢，谢谢

答：换了浏览器原浏览器的cookie没有带过去应该是不行的，看能不能下载下载在本地看

🤖 Claude功能

🔗 问：claude是不是不能联网

答：最新的可以联网了

🖥 开发环境与平台选择

🔗 问：用Windows的cursor写了个简单的在线商城，还有管理后台，但是本地测试老是打不开网页，根据提示安了Node和Python这些也不行。这种情况是不是换成Mac电脑，会减少很多开发环境的问题？

答：应该是技术栈问题，做在线商城需要理解一下基础的数据库和应用服务器原理

🔗 问：补充问一句，那么航海手册上列出的那几个类别，都是不需要前后端服务器的类型吗？

答：nextjs是全栈框架，可以写前后端代码。所以一般都是建议用这个

🔍 Google Search Console (GSC) 问题

🔗 问：跟着手册到登录gsc这一步骤新增域名时没有手册中的出现cloudflare.com这一选项，而是让我自行去添加，搞了半天没搞懂怎么搞得

答：点击verify看看，一般会跳转到cloudflare验证

🔄 GitHub代码更新

🔗 问：请问代码有更新，怎么提交新的代码到github，覆盖之前的

答：本地可以使用git。问一下AI学一下

🔗 问：代码从cursor向github推送时，老是显示网络问题，但是可以正常去访问海外网站，有什么巧妙地办法解决这个问题吗

答：有几种方法可以都试试，一个是用命令行进行推送，一个是在终端设置一下代理。可以Google搜索一下怎么操作

🔗 问：上传的代码出错了需要更换，怎样从github里更新呢，这里在此进入时提示已有仓库，谢谢

答：把原来代码修改，或者重新上传覆盖

🎮 Claude生成的游戏与HTML问题

🔗 问：请问为什么不论我用航海手册上的例子，还是自己在网上找的HTML小游戏，用claude生成的结果都是图片这样无法展示的呢？

答：Claude好像不支持内嵌预览，下载到本地看下

🔗 问：教练，测试时没有问题，部署完成后打开就有了这个防盗链提示

答：换其他网站，别用itch了

🔗 问：给的游戏Prompt,在cursor生成的是否只有一个index.html文件。这个文件在commit changes 提示index.html已经存在。哪个步骤可能出现了问题？

答：可以仓库检查下是否已经有提交的文件，重写覆盖一下，或者删除重新提交，有几个文件提交几个即可

✍ 网站美化与设计

问：做的网站好好看呀，请教一下是怎么做的？是用的别人的模板吗？

答：我一开始啥也不会弄，问了gpt，让我先用gamma做模板。我大概描述了下我的需求，然后gamma自动生成了一个网页，很好看，其实我没有找到gamma的模板，所以只是语言描述。然后截屏放到cursor里面让他照着写。

问：图片我当时是放在本地路径，请问要怎么解决啊？

答：使用图床，放置网络上的路径，你可以问AI"图床"。或者图片不大的话，将它转化为base64编码，这个编码就可以作为图片地址来用

问：做好一个基础网站后，想要整体美化或者局部美化一般和AI怎么交流呀，是把想要的样式截图给AI让他照着写吗

答：你可以给他一个截图，你想要做成什么样子，然后就给他，或者是你直接给他关键字。你说做成一个高大上的，然后风格更好的，更富有高科技的

🌐 域名与部署问题

问：每个发布都需要购买一个域名吗

答：你可以使用子域名。子域名是无限的

问：购买域名的地方为什么不显示价格呢，谢谢

答：域名后缀不同 价格不同

问：请教下cloudflare部署后网站没有样式，这个是部署时候要怎么调整啊

答：把代码发给ai调整

问：在spaceship.com上使用支付宝购买域名的时候，代扣服务可以不开吗，开了有什么影响

答：你也可以其他支付方式，比如谷歌pay，link都可以

问：cloudflare现在选哪种付费合适呢，谢谢：)

答：free

问：阿里云的域名可以绑定到cloudflare里么

答：国内的域名商不建议，因为国内的要备案。国外的你随便哪个都可以

✂ AI工具使用

问：我能使用cursor是不是就不用再安装claude或者其他AI编程工具了？

答：cursor是写代码的软件，内置claude。Claude是chat大模型

问：新手有点不明白，请教下教练，如果有poe里面的Claude3.7，poe每月都有付费，还需要买cursor吗

答：poe只是聊天用，cursor只是写代码用

问：就是poe里面的claude是不能用来写代码吗，我电脑有配了vscode的环境

答：聊天只适合简单代码，复杂多文件代码还是得cursor

问：购买域名，和付费cursor是不是都要先办理一张信用卡？我没有信用卡，信用卡是不是办理visa更好？办理审核要好多天才能拿到卡

答：域名只要支付宝，cursor可以找代充

🌐 多语言网站

问：请问教练，多语言是在同一个站做，还是不同语言用不同的站来做？

答：两个都可以，看个人项目需求。一般来说是同一个站

问：不同版本语言功能，我用cursor生成的是直接用的span标签来存储不同语言

答：这个是啥意思呀没看懂。不同页面了，最简单的方式对应不同页面不同语言，都是不同url了

🎮 游戏站开发

问：我有一个小白问题：已经有这么多的聚合类游戏站了，为啥我们还要创建游戏站，而且里面的游戏都是copy别人的iframe

答：一个小思路，可以做多语言，同样的内容和游戏，小语种其实很少人做的，现在用ai很简单。其实说白了，产品做出来了，问题就是获客。原来的网站已经有固定的用户群体没错，但总有新的用户出现，如果你能吸引到这些用户，流量自然就是你的

问：想请教有没有什么批量处理的方式，可以批量获取到游戏链接，现在是一个个手动复制，感觉要复制吐血了，附上链接：<https://girlgamezone.pages.dev/>

答：先别着急，刚开始不需要获取那么多游戏

问：如果做成聚合网站。以后每次加入新的游戏，要不要开后台编辑入口。方便每次添加游戏

答：让AI改代码优化代码就行了，可以让AI把这个需要替换的链接单独放到一个文件里面

⚙️ 网站功能与开发策略

- ❓ 问：教练，如果我的网站一些基础功能已经完成。但还有一些后端自动化的功能没有实现，是应该先上线还是应该先把后端的功能实现。
- | 答：先上线宣传，不用追求完美
- ❓ 问：图片站现在航海手册是用astria api，如果我想用gemini是不是也是在vercel里面找模板然后接gemini的vpn呀
- | 答：用cursor换api还有参数
- ❓ 问：我想问一下，航海手册里面的图片站是不是只是建好了还有一些要调的地方，我建出来的生成图片一直有问题，我试了一下航海手册里面的链接好像也不能生成，是不是api那边还要调整呀
- | 答：不知道，没做过那个网站，你可以接入其他api试一试，把官方api文档扔给AI，然后让它接一下
- ❓ 问：请问一下网站想让用户下载文件，这些文件是应该放在GitHub的一个public文件夹，还是应该放在cloudfaire托管网站呢？文件后续会不断增加
- | 答：cf的r2
- ❓ 问：请问做导航站的话。手机上的体验是不是相对没那么重要。可以比较以后再优化。谢谢
- | 答：移动端优化有一部分是给搜索引擎看的，初期还是有必要做一下

📣 网站推广与SEO

- ❓ 问：打扰了，如果上线了，怎么让外边看见，怎么推（纯新手小白，没接触过网络，之前就想做自己的网站）可能会在这点迷茫
- | 答：社媒写帖子，网站Seo优化，这是功课，慢慢来

✂️ 工具分享

制作了一个iframe extract，方便大家直接复制链接提取iframe里面的信息，支持多链接，省得找。
<https://iframe-ex.netlify.app/>

很多人问上了后，seo进一步如何做？一个可以看看我生财的帖子，还有哥飞的。还有我这个小ppt～
<https://mp.weixin.qq.com/s/J32T9IxGRSQMs4NuOdn9kw>
https://scys.com/articleDetail/xq_topic/1525828242248252

AI网站开发群内问答23-24号

更多付费文章，加V：run202311

</> 代码与工具使用

AI代码问题

问：对于不会写代码的小白，几乎只能依靠AI，有时候感觉AI越改越不太对，但是自己也不知道哪有问题，有什么办法吗？

答：学习下git，改对了效果好的时候及时保存，后面AI改出问题了回滚代码就行

>_ Cursor使用

问：cursor中的composer是怎么调出来的。我的好像没有这个选项

答：没有了，集成到chat了

问：请教下教练，电脑之前装了vscode 跟cursor冲突吗

答：不冲突

网站部署与域名

域名设置

问：请问绑定域名截图4删完DNS后是直接continue吗？

答：对

问：老师，请问提示"名称服务器无效"怎么处理？

答：等待10分钟，DNS生效需要时间

分析工具设置

问：教练您好，GA的代码是加入到前面改index.html的那个文件吗

答：对

问：教练您好，请问为什么要用2个google的后台呢，他们是都要看还是看哪个都可以呢，谢谢

答：GSA看搜索流量，GA看全部流量

Vercel部署问题

问：vercel不触发自动部署，手动新建部署又总会遇到这个问题，教练是否遇到过，求帮忙

答：VERCEL免费版本自动部署有限制，手动新建你这个要选择作者和仓库代码吧

网站开发与优化

网站样式问题

问：我的网站这个logo怎么显示呀

答：需要一个图标，你问AI让他帮你改代码，你准备一个图片

网站内容优化

问：老师，如果我要优化我的网站，新增加游戏，再加一些文字说明，我是在哪去添加啊

答：在代码里面让cursor来进行修改

问：原封不动抄对标游戏文字内容，是否影响SEO？

答：会的，不建议原封不动抄，google喜欢原创的内容

网站结构

问：教练您好，如果再加载一个新游戏，是在同一个域名下面增加其他游戏的html代码吗？那同一个域名下不能有多个index.html是吗？那新加的其他游戏文件放哪里呢。谢谢

问答与求助

答：多个HTML不同名字，INDEX引用，你让AI给你写代码和文件名字就可以了

问：上线一个单页小游戏后，再上线，是需要再申请一个域名吗？看到3.4进阶就有点看不懂了

答：你可以同一个域名多页啊，相当于一个网站上有多个游戏

⚙️ 特殊功能实现

问：教练，我想问一下图片站，根据手册做的那个模板，我调试了很久终于在astria那边显示了生成的图片，但是一直设置不了返回给客户邮件，跟着AI改了几个地方还是不太行，这种模板没有邮件返回图片的一般是什么问题啊

答：返回给客户邮件？那你是要搭建邮件服务器了吧，或者第三方邮件服务商。这个AI生图是进阶的难度比较高，要学习一下next.js代码还有astria API代码结构那些

📄 站点地图提交

问：教练这个站点地图怎么提交，没弄明白

答：你需要先制作一个网站的sitemap文件，然后引用这个sitemap网址，提交，给个示例：<https://x.com/sitemap.xml>

🎮 游戏网站问题

🧩 游戏嵌入问题

问：老师，请问为啥我的游戏链接被拒绝请求呀

答：应该是这个站作者设置了不允许嵌入。你换一个试试？

💰 变现与推广

📢 广告收入

问：他这是有快速开通广告的方法吗？

答：前几天我了解到一个方法快开的。你参考一下。开通一个BLOGGER账号，然后日更高质量文章。再提交ADS。原理就是利用博客站的高PR值给自己加权重。

问：教练创收是每个网站都需要申请是嘛？

答：是的，都可以申请下，adsense最简单，有流量才会通过，不通过就整改优化

🔍 SEO与推广

问：提交完gcs、ga后，有曝光没有点击，现在是该做SEO优化跟提交外链吗？但是看了下，这个词在semrush的竞争难度有47%....

答：做新站，先上一二十个赞练手吧，先熟悉熟悉，前面几十个站都是垃圾站，但是你只有下水做几个站验收，你才知道优化方向在哪里，主要是大家都不懂代码，所以你只能边干边学

☞ 产品开发流程

小排老师的心得，值得多看几遍：

洞察需求

打磨需求

总结需求文档

做产品原型图

做产品的功能

做出MVP

验证MVP

找到1000个用户

设计变现点

验证失败/验证成功

投放市场

AI网站开发群内问答23–24号
 内容来源于：ai-web23.md

更多付费文章，加V：run202311

评论区：

牛大人：感谢。帮助非常大。

自牧👁👁：亿舟是我这次航海的志愿者真的很贴心！太爱了[色]

薄荷Heidi：拿起小本本记下了[强][强]

亿舟ovo：有帮助就好呀~

亿舟ovo：比心比心💕(´・ω・`)

亿舟ovo：薄荷也很棒~~

Katao：真不赖！

华龙：问答里面买域名那块说的不准确吧。国内买域名也可以不备案啊，只要你解析到海外服务器即可。不推荐国内买域名，不是因为备案问题吧，或许是其他问题。

(精华帖)(121赞)AI代写 + 最强「中介思维」 = 王炸！

作者： 饼干哥哥 🍪

日期：2025-03-25

AI代写 + 最强「中介思维」 = 王炸！ —— 如何在7天之内建立自己的生意并盈利。分享一个小生意从0~1的完整闭环是怎么样的

现在是AI代写的超级旺季，分享一篇我年初的时候分享的经验贴。很适合刚起步的搞钱er ---

大家好我是饼干哥哥，今天跟大家聊一下中介思维，大家可以看到这个副标题：怎么在7天之内建立自己的生意并盈利

这个是我做ai代写的真实情况我记得第1周做咸鱼就开始接单变现。 虽然金额不是很多，几十元，但现在整个周期非常短能够快速的去验证这件事是否靠谱。

去年年初的时候就已经入局AI代写，只是刚开始的时候发现这个赛道客单很低，就转回自己熟悉的领域：数据分析，帮别人解决数据分析问题；虽然我自己本身就是数据分析师，但我副业时间有限，实际上我接到的需求是交给别人去做的。

这就是我今天要分享的逻辑 详见：

https://ry6uq5vtyu.feishu.cn/docx/VRWOd0D61ocEZPxc7CrcQjvUnab?from=from_copylink&reRdXZ;=1



私域谈单SOP



建立销路 公众号 公众号已经成为很多团队的第二流量来源



建立销路 小红书 2025 自然流被腰斩,小矩阵是必然的趋势



建立销路 闲鱼 流量逻辑



选择赛道

1. 找到买客

2. 找「对标」的生意去「模仿」

把什么产品，通过什么方式，卖给谁。

生意不要太大

确保叫好又叫座

判断是否能同时复制客源和产品

淘

小红书

要去内容平台找，而不是电商
因为电商只能看到产品和销量，这是结果，不是原因。

像素级模仿

尊重同行，不要自作聪明

同行错了，你就跟着一起错

AI提示词：项目分析

一个小生意的完整闭环

选择赛道

找到买客

找「对标」的生意去「模仿」

建立销路

闲鱼 最快变现
小红书 2025趋势
公众号

*成交速度排序

私域谈单

挖需求
开场白
报价
异议处理
缔结

后端交付

BOSS直聘 人人都能当老板
闲鱼 销售渠道即招聘渠道
小红书

AI写作
AI数据分析
AI编程

AI项目分析

AI写内容

AI销售话术

...

AI代写

个人搞钱最强思维：中介思维【空手套白狼】

供给方

需求方

链接者

供货

零售

零售

批发拿货

搞流量促转化

AI写手

小学生家长《演讲稿》
老师《评语》
求职《简历》
PPT
爬虫
数据分析

是否愿意合作？
服务是否支持？
产品是否有竞争力？
售后是否有保障？
...

后端

评论区：

陈发发 | 独立教师：太牛了👍学到了！

茹：AI+自己熟悉的领域

淡月清云：👍👍👍bggggyds

花生黄油：终于有人分享这个路径了[流泪]二月最后那个星期。不会写lw的我一个星期靠做中介就赚了3k+。

Summer心洁：我也是这个模式通过代写赚到的第一桶小金，做大的确需要合作[强]

(精华帖)(129赞)如何借助生财 AI 小组，拥抱 AI 变现机会？

作者： 黄小鱼 🐟

日期：2025-03-26

大家好，我是生财有术团队的小鱼。 上周六（3 月 22 日），我作为团队代表，和 一起去到了美丽的海口，和海南圈友们度过了一个美好的周末。

三位老师，带来了干货满满的主题分享，这些精彩内容将陆续同步到星球。 作为一个集中看了大量 AI 主题精华和风向标的成员，我把自己定位为生财的 AI 课代表，也给大家分享了近期看到的、听到的、感受到的 AI 信息，以及生财团队在 AI 领域的动作。 主要包括： 1、为什么现在是拥抱 AI变现最好的时间点 2、生财圈友切入 AI变现的6个具体路径&变现案例 3、如何借助生财小组，将 AI趋势转化为实操项目和技能

因为图片比较多，所以内容集中放在了飞书文档，大家可以点此链接直达

https://shengcaiyoushu01.feishu.cn/docx/WIYUdNOdAo8nH0xaLTWcfnhEnLc?from=from_copylink&reRdXZ;=1





评论区：

Y024：这是把肚里的都抖落出来了呀[社会社会]

戴巍：写得好棒啊，把生财圈友里的AI产品模式都写得很详细了，可以再换个标题，生财圈友AI的成功变现路径[偷笑]把你列出来的圈友都访谈一遍都能给其他想做ai的圈友一个非常亮的灯塔[微笑][玫瑰]

柠萌醋：写得好系统化好深刻啊

上上签：收藏了

黄小鱼🌈：谢谢戴哥，嘿嘿，每周 在生财有术的直播，就是干这件事

黄小鱼🌈：谢谢圈友认可，主要是把咱们社群涌现出来的内容，做了一些整理[嘿哈]

黄小鱼🌈：确实，知道的都写了[害羞]

30多岁突发中风

「心脑血管疾病」年轻化了？

36氪 · 2025年03月27日 22:16 北京



你以为的老年病，开始盯上了中青年

2023年《中国中青年心脑血管健康白皮书》显示，**20至39岁患病/高风险人群占比达44.3%**，其中20-29岁已达15.3%。



真实案例警示



96年女生地铁上突发**头痛、呕吐**，回家后被发现昏迷，确诊为**脑中风**



40岁男性运动后感觉**胸背、肩膀、胳膊酸胀**，检查发现正在发生**心梗**



44.3%

20-39岁高风险人群占比



64.4%

高风险青年未接受治疗



年轻化原因



长期熬夜、高糖饮食、久坐不动



情绪过山车，暴躁/抑郁影响血管健康



忽视身体预警信号（胸闷、头痛等）



心脑血管药品市场突破

2024年心脑血管品类市场规模已突破千亿元，中成药增长态势强劲，2023年销售额超过960亿元。



“雷允上苏合香丸2024年同比增幅高达236%，超过安宫牛黄丸、片仔癀等名药，成为领跑者。”

苏合香丸具有**抗血栓、抗血小板、抗凝血、促进脑缺血后神经功能修复**等作用，现代药理学研究证实其有效性。



预防意识提升



89%家庭备有急救药品，平均5.6种



中青年群体成为家庭备药主力军



远程关注父母健康需求显著增长



未来趋势预警

据民政部数据，预计到2035年，65周岁及以上老年人口将增至4.2亿人左右，占比超过30%。

慢性病死亡人数占居民总死亡的比例已经超过**80%**。

数据来源：《中国中青年心脑血管健康白皮书》、国家卫健委新闻发布会

关注心脑血管健康 · 未雨绸缪防患未然

渤海小吏的封建脉络百战

——后记：佛殿中的历史智慧

渤海小吏

2024年08月21日

天津



"这千百年来的历史和真佛们说的都是一句话：人这辈子最灵的，除了自己，还有谁呢？"



天王殿智慧



笑容是对自己心中莲的微笑，而非强融他人



大肚能容难容之事，怒目对魑魅魍魉



能量愈高，愈需护法韦陀的保护

"我心即世界，境随心转"



菩萨殿智慧



芸芸众生求他力解脱，真智慧在"本自具足"



华夏文明生生不息，因总有人成为希望



看透人性，顺应人性，方能造福众生

"何期自性本自具足，莫向外求"



三宝殿智慧



最高智慧在于化繁为简：南无阿弥陀佛



就事论事，活在当下每一刻



方向正确，日拱一卒，终至彼岸

"打土豪分田地——最简单的革命真理"



释迦牟尼佛自成佛到涅槃，他努力到了生命的最后一刻...活一天，就心怀希望的努力一天，日拱一卒到人生的最后一刻，就是这数千年华夏历史留给我们一代代炎黄子孙最伟大的遗产。

系列历时：2018.09 - 2024.08 (6年)

总字数：约500万字

全文终



生姜肉与生姜皮

一阴一阳之谓道 · 功效截然不同



生姜肉



性味归经



辛，微温 · 归肺、脾、胃经



核心功效



解表散寒



温中止呕



温肺止咳



解毒



适用症状



风寒感冒、胃寒呕吐、肺寒咳嗽、鱼蟹中毒



使用注意



应去皮使用 · 阴虚火旺者禁用



生姜皮



性味归经



辛，凉 · 归肺、脾经



核心功效



行水消肿



利水除湿



适用症状



水肿胀满、小便不利



使用注意



脾胃虚寒及阳气亏虚者禁用



同用情况



真武汤、生姜泻心汤等方剂中姜肉姜皮同用，开阖得宜



临床案例



桂枝汤去生姜导致全身瘙痒，加回生姜后症状消失



生活小贴士



做菜削掉的姜皮可晾干保存，是利水消肿的好药

懒兔子 · 原创文章

2025年03月26日



30多岁突发中风

「心脑血管疾病」年轻化警示

44.3%的20-39岁人群处于心脑血管疾病患病/高风险状态，其中64.4%未接受治疗

⚠️ 年轻化趋势

- 20-29岁患病/高风险人群占比达15.3%
- 首次发病年龄呈现明显下降趋势
- 96年女生地铁突发脑中风案例
- 40岁男性心梗被误认为运动损伤

🔪 危险因素

- 熬夜、高糖饮食、久坐不动
- 情绪波动大（暴躁/抑郁）
- 血液粘稠、血管内膜损伤
- 血管壁增厚变硬、收缩异常

🛡️ 预防意识

- 89%家庭备有急救药品
- 平均家庭备药5.6种
- 年轻人成为备药主力军
- 远程关注父母健康需求增长

📊 中成药市场突破

2024年心脑血管品类市场规模突破千亿，中成药增长态势强劲，2023年销售额超过960亿元。

“雷允上苏合香丸2024年同比增幅高达236%，超过安宫牛黄丸、片仔癀等名药，成为领跑者。”

苏合香丸具有**抗血栓、抗血小板、抗凝血、促进脑缺血后神经功能修复**等作用，现代药理学研究证实其有效性。

🔔 健康警示

胸闷、胸痛、心悸、头痛、呼吸困难等可能是心脑血管疾病的**预警信号**，切勿忽视！

- ⌚ 黄金抢救时间窗极为关键

来源：36氪 | 2025年03月27日

📄 数据来源：中国中青年心脑血管健康白皮书、中康CMH、米内网

⚠️ 心脑血管疾病年轻化警报

44.3%

20-39岁患病/高风险人群
占比

64.4%

中青年患者未接受治疗比
例



你以为的老年病，开始盯上了中青年

近期案例显示，**96年女生突发脑中风**和**40岁男性突发心梗**已非罕见现象。国家心血管病中心证实，心脑血管疾病发病呈现明显**年轻化趋势**。



常见预警信号：胸闷、胸痛、心悸、头痛、呼吸困难。这些可能是慢性心脑血管疾病的征兆，切勿忽视！



年轻化背后的五大原因

- **生活方式恶化**：熬夜、高糖饮食、久坐不动
- **情绪压力**：长期处于高压、焦虑或抑郁状态
- **健康意识薄弱**：64.4%高风险人群未接受治疗
- **延误就医**：缺乏疾病常识错过黄金抢救期
- **环境因素**：剧烈温度变化等外部刺激



心脑血管防治市场突破千亿

中成药增长强劲：2024年市场规模突破千亿元，中成药因温和调理特性获得青睐

雷允上苏合香丸：2024年销售额同比增长236%，成为心脑血管中成药领跑者



苏合香丸源自唐代《广济方》，现代研究证实其具有抗血栓、抗血小板、促进脑缺血后神经功能修复等作用（《Frontiers in Pharmacology》）



年轻人健康警觉升级

家庭备药普及：89%家庭备有急救药品，平均5.6种，年轻人成为主力军

远程健康监护：漂泊在外的年轻人通过频繁通话和科普提高父母健康意识

"太突然了" — 31岁林巧巧描述朋友58岁父亲突发心梗离世的震惊



老龄化危机逼近

预计2035年65岁以上人口占比超30%，慢性病死亡占比已超80%。90后夫妻平均需赡养四位老人，健康压力空前。

来源：36氪 | 2025年03月27日



关注心脑血管健康

更多付费文章，加V：run202311

评论区：

胖大魔（AI提效版）：爆肝几个夜晚[旺柴]

相柳：行行行，拿程序员祭天，果然是法力无边，以后不能这么玩了，可以祭ai了

芒果石榴：这个超级赞👍👍

辛亥：感谢云舒带我一起玩，今年打磨在AI编程上的1000个小时

海伦：这个太厉害了，需要

Real：太厉害了，生成效果不错，如果在图片基础上自己可以手动修改，或者可以手动添加图片等信息，就更完美了

黛比：已收藏，可以用于频繁的私域营销[呲牙]

戴巍：太棒了[鼓掌]

(39赞)如何用deepseek量产短视频标题+简介+评论+脚本

作者： 飞掌柜

日期：2025-03-25

见字如面，大家好，我是飞掌柜，生财龙珠圈友，3月deepseek入门航海教练，长期深耕AI赛道，主要做AI代写项目。擅长deepseek等AI大模型工具，以及配合飞书多维表格进行批量化生产内容。

航海期间，看到很多圈友对于如何批量化生成短视频素材有疑问，因此写出一篇帖子，期望为大家答疑解惑，不知道大家是否也有以下卡点： 1.

如何快速得到爆款的短视频标题？ 2. 如何让AI写出视频简介，发布时候直接复制粘贴就行？ 3. 如何快速产出置顶评论，其他小号直接复制评论？ 4.

如何批量化生成脚本内容，为自己降本增效？等 今天咱们通过项目完整SOP，教会大家实操，全文目录如下： 实操有很多截图及视频，为保证阅读效果，请移步飞书：

同时，我把本次做好的deepseek+飞书多维表格发给大家，可以生成自己的副本，然后实操下，【一键生成短视频标题+简介+评论+脚本】

https://kqubish8iq0.feishu.cn/docx/LOIrdq8Z8otUZlxrnWCc3Y9On3b?from=from_copylink https://kqubish8iq0.feishu.cn/base/L4XZbb7CrairOjs1UNucBQcrnYf?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

执笔：大佬，视频简介、置顶评论、脚本内容这三个输入指令分别是什么啊？能不能再麻烦写一下我怕我弄错了

(65赞)经过3月份紧锣密鼓的筹备，这个周末（第一届航海家AI大会）终于拉开序幕

作者： 坤汀

日期：2025-03-28

经过3月份紧锣密鼓的筹备，这个周末【第一届航海家AI大会】终于拉开序幕。作为这次大会负责人，我简直忙爆了。

刚刚和团队盘点，门票一次次被抢光的情况下，不知不觉已经快600人参与了。（下次一定要严格控制人数了）

这次来了很多老面孔、新朋友，大家赶着春天樱花盛开，来杭州聚一聚，聊一聊。

交朋友怎么少的了酒。现场给大家设计了。用自己的名字、MBTI可以生成一杯专属的鸡尾酒。我们一边喝酒一边学习。

还有AI宠物写真、AI数字人制作，AI交流台(专家现场AI解惑)，现场切身感受AI。

下午还在和嘉宾修改分享内容。不知道改了第几次了，我非常担心几位分享嘉宾大会完把我拉黑。

Ajin的内容让我眼前一亮，作为蝉妈妈CEO，为啥果断放下蝉妈妈业务，All in在AI赛道，用农村包围城市的方式拿到国内和出海的AI战场；

包子在抖音高考志愿直播赛道，体量仅次于张雪峰。“AI+IP”，为什么他一个人可以狂奔到赛道头部？

其他嘉宾内容我保持点神秘感，晚上夜话为大家设计了近30场的AI主题场，一整天干货拉满~ 第一届航海家AI大会，， ~

② 生财航海家

航海家 SHENG CAI HANG HAI JIA »» »» AI大会

日程安排 < 3 月 30 日 >

上午场

9:30 ● 亦仁开场致辞



Damo

AI 出海实践新锐
4 个产品榜单前 100

我的 2 年 AI 出海之路和 5 个认知

我的故事：从新手到 AI 出海 TOP30

1. “美元挺好挣的”
2. Web 端依然最活跃，SEO 是最重要的获客手段
3. 不要看不起套壳，可以挣大钱
4. 不要高估一个月的变化，也不要低估三个月的变化

10 :25 ●



包子

教育赛道头部 IP

IP + AI 一个人狂奔到赛道头部

1. AI 加持，每个人都能成为六边形战士
2. 如何用 AI 管理 AI，为个人 IP 打造超级知识库
3. 一个人 + AI，将直播间做到赛道 TOP10
4. 从零开始用 AI 打造高质量短视频

11:05 ●



钱塘江鲤

AI 数据服务领域创业者

AI × 自动化：内容运营效率提升 10 倍

1. 自动化采集爆款：每日采集 1 万条爆款内容
2. AI 每日挖掘 100+ 挖掘优质选题
3. AI 日均批量生产 1000+ 高质量内容
4. 多平台自动化分发内容

11:45 ●

午餐 & 自由链接

下午场

14:30 ●

AI 圆桌

AI 是如何帮助你们生财的？



七天(主持)

「生财有术」
内容负责人



汤姆 cc

04 年
30 万粉的
AI 自媒体博主



裘裘

高校教师
两个月转型
AIGC 设计师





彩策

AI 出海探索者
海外网站订阅
赚美金玩家

林悦己

AI 编程出海
“不懂”代码的
程序媛

周知

HR 跨行
AI 自媒体半年
变现 50W

15 :10



Ajin

蝉妈妈联合创始人
蝉镜 AI 创始人

AI 重构电商增长力：选品、内容与直播的智能革命

1. 如何结合 AI 规模化选品
2. 如何结合 AI 规模化生产视频
3. AI 在货架平台的合规矩阵化开播
4. 生成式 AI 在 MCN 内容营销场景的案例

15 :50



刘小排

8 年 AI 行业从业者

从工具到合伙人：
重新定义AI关系，实现百倍回报

1. 普通人怎么从生财有术赚钱？
2. 聪明人怎么从生财有术赚钱？
3. 资本家怎么从生财有术赚钱？
4. 明天的资本家怎么从生财有术赚钱？

更多付费文章，加V：run202311

20:00

茶话会

聚焦 AI 商业化的真实场景
15+ AI 主题局深度畅聊

AI 出海工具站实战心得
追热词，做出海站的一些案例和感受
一个人怎么做 IP
AI + IP，普通人新的时代机会
怎么入局 AI 代写？25 年在 AI 代写有什么新的发展方向
海外内容变现，我的经验和体会
如何使用生财风向标挖掘出 AI 商机
想放大自己 AI 领域的影响力，如何在生财找到合适的生态位
更多主题解锁中，敬请期待.....

活动须知

● 本次活动航海家免费参与

同时会给生财圈友开放少量活动名额
生财圈友参与活动需要进行审核，不保证都能参与
审核通过后，门票为 1265元 / 或可用一颗龙珠碎片进行抵扣

● 门票包含：

3 月 30 日（周日）全天分享，主题茶话会，自助午餐，晚上简餐

PS：本次活动门票不含住宿，如需住宿，可联系工作人员获取协议价

凭门票检票入场，请勿空降



扫码报名



No. 42 / 195

20:45

5G 32

×

330 航海家见面会
scys.com

...

返回

* 7、周日晚航海家夜话（20：00）

聚焦AI商业化的真实场景，15+ AI主题局深度畅聊

AI出海工具站实战心得（名额已用完）
夜话官：刘小排
title：8年AI行业从业者

追热词，做出海站的一些案例和感受（名额已用完）
夜话官：哥飞
title：SEO专家、AI工具出海创业者

一个人怎么做IP（名额已用完）
夜话官：包子
title：教育赛道头部IP

AI+IP，普通人新的时代机会（名额已用完）
夜话官：龙共火火
title：睿翼互动MCN公司CEO，全网矩阵粉丝超6000万

怎么入局AI代写？AI代写25年新发展方向（名额已用完）
夜话官：掩体
title：创业8年，23年最早做AI代写赛道的团队，目前国内top级别

海外内容变现，我的经验和体会（名额已用完）
夜话官：老马
title：YouTube内容出海探索者&Youtube Shorts 航海教练

已填记录

＜＞



更多付费文章，加V：run202311

评论区：

Tina Gong：我现在也还不知道具体的聚会地点。我这智商是不是没有参加的资格[回]

坤汀：私信下

茹：会有大会内容分享么？

谨年：哇，开直播吧，一起见证下盛况

坤汀：下周会整理整理

坤汀：鉴于视频号官方规则 这次还是不开了

茹：期待分享[玫瑰]

子为：这次的线下见面会，没有收到报名信息。是有权限限制吗？

(精华帖)(64赞)最好的学习是实践： AI 编程项目实践复盘

作者： 超级峰

日期： 2025-03-26

如果你也像我曾经一样，从一名AI编程菜鸟完成了上线第一款App，但是堆积如山的代码文件而不知道从何下手继续迭代升级。

今天我给各位创造者带来了一次深度的AI编程复杂项目的实践复盘，为大家指明方向，让你能在无论是面对单项目的深度迭代问题还是多项目的管理问题，都能找到对应的解决方法与思路。

还在等什么，跟着我的步伐，来体验这场70分钟时长的分享会，进行一次思想上的马杀鸡，你一定会有所收获。 【会议大纲】 一、开场
二、基于AI驱动的素材设计工作流 2.1 关于如何批量生成相同风格化图片的一套工作流 2.2 关于如何批量处理结构化数据的一套工作流
三、离线数据管理技术概念（不需要服务器也可以做出好产品） 四、组件化思维与实践（快速迭代与提高编程质量的秘诀） 五、一些AI编程小技巧 六、总结
分享会内容详见文档（含视频/课件/会议纪要）👉

<https://chaojifeng.feishu.cn/docx/UaitdZqaQokYuLxcaFTcsZYrnpd?reRdXZ=1>



评论区：

云舒：[奸笑]强烈安利超级峰的内容，AI编程第一梯队的产品妥妥的～

超级峰：感谢认可👍，希望能输出更多有价值的信息给大家

黑帽子：大佬我是你的小红书粉丝 [旺柴]

超级峰：[愉快] 感谢关注

书情小跟班：大佬牛逼

Super黄：很强

超级峰 : [愉快]一起学习成长

超级峰 : 感谢黄叔的支持，跟黄叔学习做产品[呲牙]

(精华帖)(67赞)如何制作一个生活化，灵魂版的AI数字人

作者： 黄明

日期：2025-03-24

3月份参加了M叔和旋子组织的2次生财线下的同城聚会，主题都是Ai相关，在跟很多的圈友线下沟通中，发现有很多的圈友对于数字人的需求还是蛮大的，对于数字人的落地实操还有很多的卡点。今天我就分享一下我怎么用数字人打造自己的IP，自己在实践过程中的一些心得体会，希望对所有想用数字人的圈友有所帮助。

现在有很多人想用数字人赋能自己做IP，市面上面这么多教如何做数字人，水平也参差不齐。

这篇文章是我自己使用和我们帮助几百个IP打造数字人的经验和心得体会。

其中既有实操的干货，也有一些思考和总结，相信应该能对你有启发。

全文目录：

- 一、数字人实操的正反馈
- 二、数字人实操案例
- 三、实操过程
- 四、写在最后

以下正文

<https://wppopmriov.feishu.cn/docx/X0v3dHV3gozQStxAa6ucyW3ynQd>

评论区：

才：制作一个数字人的成本费用是多少？

黄明：一条1分钟左右视频2～3块左右

茹：感谢分享[玫瑰]

黄小珍：实操里运用的是哪个数字人，请问我们哪里可以下载

黄明：我用的是我们自己的小程序，市场上同类的工具还挺多的

11：先收藏再慢慢研究

黄明：好滴，后续我会继续更新的，还有一个保姆级教程，过段时间发出来

浅笑：不错，

(精华帖)(58赞)如何用DeepSeek结合个人优势做差异化定位

作者： 米斗设计

日期：2025-03-25

【生财技能】如何用DeepSeek结合个人优势做差异化定位？ 现在 AI 自媒体的红利期，。如果你一开始定位太宽泛，或者跟自己不擅长的领域扯得太远，之后做内容就会越来越难，很容易陷入“啥都会一点，但啥都不精”的局面。

我是如何利用DeepSeek结合个人优势做自己的差异化定位的呢？ 接下来我分享我的思路、用DeepSeek的过程和相关提示词。仅供参考学习~

第一步：了解自己

1.如何系统地分析自己的优势？ 2.DeepSeek分析个人优势的提示词 第二步：如何做？ 3.如何调校DeepSeek分析个人优势 第三步： AI 自媒体策略顾问 4.如何调校AI结合个人优势做定位？ 第四步：汇总 5.米斗的AI自媒体战略定位升级 详细排版文档见飞书，全文7000余字，预计阅读8分钟

https://s296cam1nz.feishu.cn/docx/JPImdXpZmoZxbTxtBjbcslunnQc?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

萱萱：优秀，学习了

米斗设计：互相学习，嘻嘻

海伦：特别赞[强][强][强]

(精华帖)(45赞)游戏网站如何获取更多游戏？

作者： PeterZEN

日期： 2025-03-27

大家好，我是PeterZEN，最近参加AI 应用 - Web
网站航海，看到圈友对游戏站的关注度很高，我研究游戏站有几个月了，结合本次航海，分享一些自己的经验和体会。
这篇文章，主要帮助你解决游戏供给问题，帮助你打开iframe游戏的思路。游戏供给问题解决后，获取流量才是重头戏。文章包含小彩蛋，你将学到如何在浏览器上游玩GTA、DOOM以及十多年前流行的小游戏。
具体请移步：
<https://ppn3f2zvoq.feishu.cn/docx/ASr6d3mTKoPEqCxcLCpcyVVun6g?reRdXZ=1>

评论区：

云山：感谢分享！

茹：复古游戏也很吸引人

(65赞)如何用脑洞文的思路为AI生成的小说加上好的创意

作者： 发发

日期：2025-03-28

大家好，我是本次“AI小说”航海教练发发。 本次不少参加航海的圈友表示：利用AI工具生成的大纲与对标原文相比，有很高的相似度。

虽然在AI工具使用的熟练度上我和另外三位教练比起来还是有点差距。

但作为多年“混稿费”的我，在小说创意方面，我觉得还是能在小说创作方面给大家提供一些相关的支持

因此为了更好地帮助对AI小说感兴趣的圈友解决这一问题，我结合自己多年的阅读和写作经验，整理出了这篇《如何用脑洞文的思路为AI生成的小说加上好的创意》

希望这篇文档能给大家提供帮助。 飞书链接：

https://x0vg1nkm75f.feishu.cn/docx/RlLedKTwkoRE3yxG33ictYyInjc?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

大鱼一梦趁风起：教练牛啊牛

发发：感谢肯定呀！

植术：发发就是咖，大咖！

发发：夸张了夸张了，感谢认可

(38赞)客户怒斥AI稿件垃圾闹退款？3招让AI率检测报告一键跌破10%（AI写作一线最新实战经验分享）

作者： Cheese海盐

日期： 2025-03-29

完整性测试了一周，在AI写作一线验证了大量稿件，让世界不再为AI率而烦恼

只有干货，坐稳发车

https://atbs4xkluw.feishu.cn/docx/BmJdd0etMoWbvlxO9yIcp2ZfnzU?from=from_copylink

更多付费文章，加V：run202311

评论区：

嘉应岛主：已上车[呲牙]

Cheese海盐：[啤酒]

(29赞)AI+多维表格，十倍提高（文档）生产效率

作者： 阿路hh

日期：2025-03-25

今天和朋友分享了个多维表格，本来也觉得没啥，但朋友大受震撼。

本着哪怕让一小部分人受益也是好事的原则，决定做个经验贴。

做个简单的分享，和操作演示。

详情看飞书<https://dvf2zng5ylz.feishu.cn/docx/LbjcdeQLyoo7Y8x0xe0cEW3knC2>

评论区：

执笔：自动洗稿这里的第一个提取链接里面怎么填写？没有放出来步骤啊啊大佬，补下吧

(精华帖)(43赞)在航海中找需求，用cursor做了一款游戏站快速获取iframe工具

作者： Godot

日期： 2025-03-27

《 在航海中找需求，用cursor做了一款游戏站快速获取iframe工具》
hello圈友们，加入生财三年，第一次发长文，希望能帮同行的圈友提高效率，同时我是这期参加web航海的船员。
如果你也报了web编程航海，是否也因找iframe浪费了很长时间。 那么这款工具或许可以帮助你。以及新人如何利用cursor开发这样的工具。
飞书链接如下：
https://ubmao208bn.feishu.cn/docx/RYvqdiOLxo7An9xFHOeccKNYn9t?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

芒果石榴：优秀[强][强]

茹：感谢分享[玫瑰]

(29赞)00后副业小白月1.7W， AI写作高客单细分之PPT专项 （下）

作者： Livia

日期： 2025-03-26

Hi，我是Livia， 00年ENFP小太阳， 偶然接触到生财社群后， 跑通了AI写作+PPT的月1.7W的变现闭环。

本篇是高客单价PPT的经验贴（下）

这篇文章没有高大上的理论， 只有我趟过坑的真实路径： 如何从接5元/页的"PPT黑工"逆袭到操盘400元/页的高价订单？ 你将看到：

- 1 淘宝接单隐藏技巧： 筛选高提成店铺的"海王攻略"
- 2 Claude处理复杂数据类PPT的独门心法
- 3 高价订单的接单逻辑： 为什么同样的设计能力， 别人能比你多赚10倍？

具体可见飞书：https://hjue9evklt.feishu.cn/docx/RUxKdA2XuomF6RxRMFkctFtn0d?from=from_copylink

评论区：

东杰：厉害

小鹅：厉害！

Livia：[玫瑰]

Livia：[太阳]

戴巍：非常棒，能在一个低价行业里筛出高价产品， 并利用高端的AI工具组合来打造自己的护城河， 这种思维能力感觉做啥ai相关产品都能通用

Livia：谢谢友友！

上上签：你做了我的梦想

池月白：感谢分享

(33赞)如何解决飞书多维表格只送了一点点DeepSeek的问题

作者： 佳文

日期：2025-03-27

如何解决飞书多维表格只送了一点点DeepSeek的问题 每天有少量使用，也可以不花钱的
详情请见：https://lxkvj39q93t.feishu.cn/docx/VxE0dSRRso9GhexzMWuccCoBnub?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

王嘟嘟：牛逼 就喜欢这种简单粗暴的教程

上上签：我们的教练，牛逼

aebn：牛逼

漂洋过海：就是莽

金：我也这样干，但是我用coze做生图流程，这两天被火山催账，没生成几张图，搞不懂计费方式

佳文：生图那个插件要钱的

佳文：可以看看新的计费规则

(31赞)3步做出爆款封面，新手也能轻松斩获爆款

作者： 东篱

日期：2025-03-28

3步做出爆款封面，新手也能轻松斩获爆款 🌊 大家好，我是本次AI自媒体航海的教练东篱。在最近的航海答疑中，我发现很多小伙伴都遇到了一个共同的难题：内容数据不太理想。其实，好的封面就是流量的第一道敲门砖！所以在航海直播的时候定下主题教大家如何轻松做爆款封面。 🔥 这次我要分享： ✅ 从0到1打造高点击率封面的完整流程 ✅ 经过实战验证的3种爆款封面公式（含详细参数） ✅ 如何用手机5分钟做出专业级封面 💡 你将获得： 避开流量陷阱的的指导 可直接套用的内容SOP 提升点击率的实操技巧 🌊 如果你正在内容创作的航道上迷茫，希望这篇文章能帮到你～ - 文档链接： - 直播的PPT也在底部文档了，大家需要可以看看。感谢瓜斯老师帮我在准备文稿的时候帮我梳理大纲，并且帮我大幅度优化了PPT[爱心] 希望生财团队可以给他加大大的鸡腿！感谢小石头同学在我直播的时候把思维导图做好[玫瑰]。 https://urh4zarsm8.feishu.cn/docx/FHAPdo8ulohgb4x98ZvcIQurnNb?from=space_home_recent≤pathname=%2Fdrive%2Fhome%2F&previous;navigation_time=1743129763583&reRdXZ;=1

评论区：

A十分：超干货[强][强][强]

小石头：超棒！[强]

卡卡：👍👍👍

东篱：感谢十分～

东篱：谢谢小石头～

东篱：谢谢卡总

我康康怎么个事：一键三连！

(27赞)小白Web航海手册（结合Web航海手册服用）

更多付费文章，加V：run202311

作者： 向阳花Elaine

日期：2025-03-24

大家好！我是花花。 正在参加3月份的ai web航海，作为一个新手小白，跟着手册依然会遇到很多问题，有时候可能手册步骤写的没有那么详尽，我就会不敢轻易乱动，生怕一个不小心就前功尽弃。

同时我也发现群里好多小伙伴都遇到和我一样的困惑，所以决定写这篇小白手册，补充一下我觉得航海手册里可能会有疑虑的地方（有基础的大神可以自动忽略我这篇哈哈哈哈哈），希望能帮助到小白们尽快成功上线第一个网站！

具体内容请移步飞书

https://kw0us09kc94.feishu.cn/docx/Lb8hdUTJcoJanXxq9LscqIgRnnf?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

元宝团子：大概浏览了一下，感觉我可能会遇到，先点赞收藏起来。我目前遇到的卡点是Claude不会使用，怎么注册都不知道[撇嘴]手册没说这个需要翻墙，我搜了半天才知道是需要翻墙用的。

向阳花Elaine：基本都要翻的～我是上次航海买了流量，就一直续着。 claude用起来和chatgpt差不多，感觉没什么使用门槛，就是要注册一下子

元宝团子：呃.....我完全不知道👉找如何安装我都找了两个半小时[撇嘴]注册的时候用邮箱吗？我想注册Gamai是不是需要国外的邮箱？

一粟米范：谢谢分享。由于没有报这条船，看航海手册的时候，关于如何添加多个游戏至网页以及游戏站的排版，这方面可以分享一下吗

向阳花Elaine：对，反正我都用的谷歌邮箱，之前注册了好几个，就为了备用

向阳花Elaine：这个我还没做到，等做到了以后再更新吧！添加多个游戏到网页航海手册上有具体步骤，回头你可以看的

(40赞)使用Cursor 无痛 AI编程 的 30 个技巧和示例

作者： 饼干哥哥 🍪

日期：2025-03-30

使用Cursor 无痛 AI编程 的 30 个技巧和示例 已经用了 AI 编程 2 年，在实战业务中开发了很多工具。今天为大家分享 30 个实测好用，能让 Cursor 更听话、更高效的实用技巧，帮助你实现极致心流体验。

详见：https://ry6uq5vtyu.feishu.cn/docx/QJHgd9na1oKDQVxHyVVc9fDYnyf?from=from_copylink&reRdXZ;=1

<<

使用Cursor 无痛 AI编程 的 30 个技巧和实例

基础理念篇

01. 理解"聊天式"编程

02. 了解 Cursor 四大件

03. 掌握"想清楚"到"说清楚"的转变

04. 学会分而治之+小步验证

05. 理解 MCP (Model Context Protocol)

日常操作篇

06. 终端对话

07. 历史代码生成注释

08. 一键生成 commit message

09. 快速可视化项目架构

10. 巧用 Notepad 记录关键思路

11. @Git 找出代码漏洞

12. 使用 checkpoint 一键回滚

13. 设置专属提示词

14. 拖拽式添加上下文

15. @web 联网获取最新信息

高级技巧篇

16. 一个问题一个 Chat

17. 多文件修改使用 Composer

18. 告诉 Cursor 不要急于写代码

19. 引导 AI 提问，避免无脑执行

高级技巧篇

16. 一个问题一个 Chat
17. 多文件修改使用 Composer
18. 告诉 Cursor 不要急于写代码
19. 引导 AI 提问，避免无脑执行
20. 强调不要修改无关代码
21. 做好 .md 需求文档沉淀
22. 强调"思维链"提高 AI 推理能力
23. 添加调试代码，帮助定位原因
24. 让 Claude 展示丰富回复帮助理解
25. 使用项目规则 (Project Rules)
26. 同步相关文档
27. 使用 @Codebase 查全库
28. 启用 MCP，动态访问数据库
29. AI 自动生成行级安全 (RLS)
30. 保存优质代码

评论区：

小思绪：有用！

晨冬：干货[强]

顺利：看看我发现了什么好东西！！！[旺柴]

成克帅：哇，太棒了，这两天被cursor快折磨废了。

(27赞)（副业技能）如何用DeepSeek协助IP创作公众号文章

作者： 米斗设计

日期：2025-03-30

有圈友说，不怎么会用AI协助自己创作公众号文章，写出来的公众号文章流量很差。 我用DeepSeek优化提示词，创作效果超预期！
关键不是AI不行，而是你不会‘驯服’它！👉 教你如何让DeepSeek写出精准符合需求的文章，附实战调教技巧！ 下面，我就浅浅地分享一下我
https://s296cam1nz.feishu.cn/docx/BZz1dIvb1owiEDxtZVTc5Ue2nce?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

一栗米范：谢谢分享，排版也很舒服，是用什么排版软件做的吗

米斗设计：飞书云文档，自己排的。平面设计的基础排版能力

(27赞)深度体验GPT-4o：发现两个普通人的赚钱指南（附实操模板）

作者： 米斗设计

日期：2025-03-30

3 月 26 日，OpenAI 更新 GPT-4o 文生图功能。付费用户可以在 ChatGPT 直接调用 4o 生成、修改图片，不再需要使用 OpenAI 的文生图模型 DALL-E。仅仅一天时间，近年影响较大的照片和 meme 图都被 4o 重做了一遍，这两天看到生财传术师俱乐部在聊GPT-4o生成“不用不知道，一用吓一跳！” 当我用GPT-4o三分钟生成一套吉卜力风格的插画头像时，后背突然一阵发凉——。

有些人短短一天用AI生成吉卜力动画风格插画头像变现几百块， 有些人借助这个热点，发布小红书笔记，短短2天粉丝暴涨3000+，

还有些人，通过AI生成吉卜力动画风格的PPT，一个PPT模板卖了2000+啦。 野路子1： 闲鱼宫崎骏风格头像印钞术 野路子2： 小红书PPT模板悄悄赚钱

详细内容请看飞书教程：
https://s296cam1nz.feishu.cn/docx/DuttdA1jFoEsDmxY9GXcKEYsnsc?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

暂无评论

(26赞)使用deepseek打造AI小助理为自己赋能

作者： 智昊

日期： 2025-03-29

大家好，我是智昊。

据我上一次发帖应该有个1年左右的时间了，这段时间我一直都不敢发帖，主要是我当时说做母婴带货要搞到50个w，结果一年算下来只搞到了10个w，之后又因为换了个新工作特别忙，母婴带货就被我耽搁了，我怕我发个帖被人问到这事，特别惭愧，因为没赚到什么钱。

但是好巧不巧，因为我本人对AI的浓厚兴趣，从之前的AI编程航海，到coze，再到cursor，再到之后deepseek爆火，我发现AI这个赛道对于我来说天然就很亲切。但是又因为工作比较忙我一直没有时间做自媒体。结果我的老板某一天看我在工位上捣鼓cursor惊讶地发现我花了10分钟做出来个技术团队2天才能交付的东西，直接把我叫到办公室里去让我给所有开发同学分享AI编程的知识，之后便一发不可收拾了.....

所以，我重新介绍一下自己好了。

大家好，我是智昊。集团AI赋能培训师，AI套壳产品设计师，专注于使用AI为企业员工赋能，目前已成功帮主业公司的财务、行政、人力资源、产品、运营等多个团队提供了较为成熟的AI赋能解决方案，同时能够帮助企业搭建本地化私有知识库，为企业主提供智能客服、智能审单、智能评价等AI功能的个性化应用开发服务。最后，我也是本次deepseek航海的航海教练。今天我来给大家分享一个非常简单的案例：《使用deepseek打造AI小助理为自己赋能》 移步飞书：

https://fhfh1eo8ab.feishu.cn/docx/DMTndwEdsovgJ1xA3DBc1OrRneb?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

相柳：4426觉得很棒

陈果：真的太棒了

海伦：哇哦，666

(24赞)AI变得越来越聪明， 底层 workflow 思维永存

作者： 夙愿学长

日期： 2025-03-26

最近，AI 工具的迭代速度实在太快了，特别是各种所谓的“通用AI Agent”，一出来就是“颠覆”“革命”这种大词。

前段时间我体验了上了 Manus ，它可以自己拆解任务、自动调用各种插件，甚至模拟人类操作电脑。

第一次用时，我的感受就是： **AI workflow 是不是要被干碎了？**

但几天前，我又在线下活动中，听李继刚老师分享了另一个视角。

他讲到：“**AI 再怎么进化，输入影响输出的逻辑永远不会变**。”

我越想越觉得，这两件看似无关的事情，其实都在指向同一个问题：

AI 时代，哪些东西正在改变？哪些东西，其实从未改变？

今天我来分享一下我的思考。

更多付费文章，加V: run202311

一、Manus 把 AI workflow 给干碎了？

这里我就不再吹 Manus 的牛逼了，相信各位在前几周已经听腻了它的各种吹捧。



尝试用 Manus 做了几个任务后，我一度觉得 AI 工作流可能要被彻底干碎了。

但冷静下来仔细想想，事情也没那么简单！

我们来看一个具体案例：我让 Manus 帮我将 YouTube 视频内容转述成一篇文章。



我只需要发送一个简单的提示词，它便自动完成了这个任务的工作流拆解。

第一个大步骤：获取 YouTube 视频内容，具体又拆解成三个小步骤：

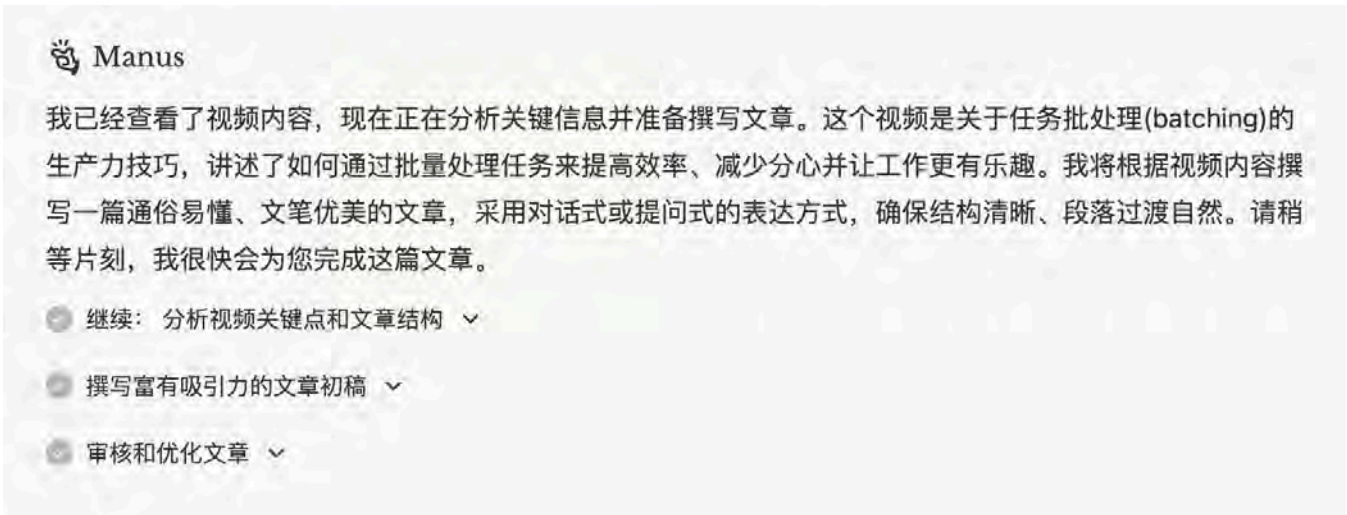
1. 访问YouTube视频链接
2. 提取视频内容
3. 分析视频关键点和文章结构

看到这里，我心头一凉，心中默念了一句“woc...这”，AI 连工作流的设计都能搞定了，而且拆解得甚至比很多人都清晰。

第二个大步骤：根据提取的视频内容写文章，具体再细分为：

1. 继续分析视频关键点和文章结构

2. 富有吸引力的文章初稿
3. 审核和优化文章



整个过程不到 10 分钟，一气呵成。



看到它如此“懂事”，我一度怀疑：“我们之前辛辛苦苦学的 AI workflow 设计、提示词编写、工具调用，是不是一夜之间都没用了？”

毕竟 Manus 已经能帮我们规划步骤、调用插件，甚至连手动搭建节点的过程都省了。

但冷静下来后我发现：事情没那么简单。

我后续做了更多测试，发现：

1. 写作质量还是有限，比不上 GPT-4.5、Claude 3.7，Manus 的模型还没那么强。
2. 如果我想写得有“人味儿”、比如想用对话式、反转式、悬念式的结构，还是得我自己告诉它，不然它只会给我“普通作文”。
3. 某些任务，它做不了，比如打开带验证码的网站，或者某些“审美”和“用户体验”上的判断，还是得人来决定。

也就是说，AI 再智能，也不是万能的。

我们人类依然需要：明确任务目标、判断哪些步骤 AI 可以做，哪些需要人来干预、验证最终结果是否合格。

所以，AI 越厉害，人类思考的价值，反而更被凸显出来了。

二、AI 时代， workflows 思维真的会消失吗？

在之前的“AI 工作流”文章里，我曾经提到三大关键能力：

- 1. AI 工具选型能力
- 2. AI 提示词编写能力
- 3. AI 工作流设计能力



从刚才的案例中我们看到，以往我们在扣子、Dify 等平台上手动搭建工作流、插入节点、调用插件的能力，似乎已经被 Manus 这种 AI 干碎了。

它不仅能自主拆解任务，还能自动调用插件、写代码，甚至可以通过操控电脑获取信息。

再说提示词能力，现在 AI 已经聪明到能够主动推测我们的意图了，我甚至不需要告诉它每一步具体怎么做，它就能主动完成。

至于 AI 工具选型能力，Manus 这样的通用 AI Agent 几乎无所不能，而 AI 本来就是设计给普通人用的，使用门槛本就应该很低。

就像我们用百度搜索一样，谁会去专门学习“如何使用百度”？

看起来，Manus 把这三样全干了。

但事实是 AI 变得更智能，并不意味着 workflows 思维就会失效，相反，现在更考验的是：

1、工具选型还在

如何巧妙结合自主代理（Manus）和最新大模型（如 GPT-4.5、Claude 3.7）？

比如 Manus 背后的模型并非目前最先进，在写作能力上仍有所欠缺。如果能搭配更强的 GPT-4.5，输出的内容质量将大幅提高。

所以，这不还是 AI 工具选型能力吗？

2、提示词依然关键

如何精准地定义任务目标、约束条件、验收标准？

就拿上面的案例来说，如果我不知道将 YouTube 视频内容可以转成一篇文章时可需要：用对话式、提问式或反转式的表达方式、减少空洞的表述、整体结构清晰，段落之间过渡自然。

那 AI 会按照这样的方式去输出吗？

不会，它只会按照默认的方式去写文章，或者就跟“抽盲盒”一样，有的时候是使用对话式来写、有的时候使用提问式来写，有的时候使用反转式来写。

我们的「输入」是会影响到 AI 的「输出」的。

所以，这不还是提示词能力吗？

3、 workflow 设计更重要了

如何设计可靠的 AI 结果验证机制、如何优化人机协作的边界？

在这个任务中，有些步骤 Manus 就无法独立完成，比如打开某些网站时涉及的人机验证环节，依然需要人为干预。



workflows中哪些步骤能完全交给 AI，哪些必须人机协作，哪些只能人工完成，这一能力在 AI 越来越智能的情况下反而更加重要。

这不还是 workflow 设计能力吗？

所以，看似“AI 自己能干一切”，但真正用得好的，依然是那些有 workflow 思维的人。

三、提示词会不会越来越不重要？

接下来说说我在李继刚老师线下活动里的一些收获，他提到一个观点，我觉得特别受用：

“只要输入会影响输出，提示词就永远不会消失。”

你得知道什么时候要“多说点”，什么时候“少说点”。

这就涉及一个很好用的沟通模型：**乔哈里视窗**。

1、乔哈里视窗模型

乔哈里视窗把人与人之间的信息分为四块：

1. **公开区**：你知道、我也知道

- 2. **隐藏区**：我知道、你不知道
- 3. **盲区**：你知道、我不知道
- 4. **未知区**：我们都不知道

人与 AI 的沟通也是这样。

对“公开区”的内容，可以少说；对“隐藏区”，就要多说，甚至给例子。

例如，“模仿鲁迅的写作风格”这句话足以让 AI 理解很多深层信息，因为在 AI 的大模型中，“鲁迅”背后就意味着特定的历史、写作技巧和思想批判性。

但如果是“隐藏区”——比如我要 AI 模仿一种只有我自己才了解的个人风格，比如“夙愿的表达方式”，AI 并没有相关训练数据，那我就要在提示词里“多说点”或给示例，只有这样 AI 才能抓住我想要的独特风格。

同理，“盲区”代表 AI 可能比我知道更多——我得懂得提问，才能让 AI 把它的知识挖出来；“未知区”就是双方都不知道的领域，可能需要进一步探索或创造。

2、提示词为何有时要“多说”，有时要“少说”

基于乔哈里窗，我们就能理解：

- 1. **“少说”**：在公开区，AI 已经具备足够多的常识和上下文，只需要扼要提示即可；说多了反而会限制 AI 的发挥。
- 2. **“多说”**：在隐藏区或未知区，AI 并没有先验信息，为确保结果更贴近我们的真实需求，就必须补充足够的上下文或示例。

这才是“提示词升级版”的精妙所在：与其一次性写得冗长，不如懂得何时补充信息、何时留白，同时利用“少样本示例”来给 AI 打补丁。

四、Manus结合提示词思维的实操

简单回顾一下乔哈里视窗：

公开区： 提示词可以少说（因为AI知道的够多了）。

隐藏区和未知区： 提示词要多说（因为AI不清楚，需要我补充更多细节）。

盲区： 提示词要学会提问（因为AI懂更多，我要通过提问挖掘它的知识）。

接下来我们实际操作一下，还是之前的任务：

“将 YouTube 视频内容转成一篇高质量的文章。”

在用 Manus 做这个任务之前，先问自己两个问题：

哪些部分 **Manus** 已经懂了（公开区），我可以少说？

哪些部分 **Manus** 不懂（隐藏区、未知区），我需要多说一点？

以下是几个实操案例：

示例 1：提示词**少说**的情况（公开区）

当我们只是想得到视频内容的常规总结时：

示例提示词：

请帮我把这个 YouTube 视频内容提取并整理成一篇文章。



✗ 不要写成下面这样（太多了，没必要）：

请你打开 YouTube

网址：xxx，然后你访问这个链接之后，请先将视频的字幕提取下来，接着你再逐步分析视频的关键要点，完成之后你再对照视频内容组织文章，要求结构清晰，每个段落都要有小标题，全文字数800字左右。

为什么上面那个反而不好？

因为 Manus（作为一个 AI Agent）本来就知道要做哪些常规步骤：

打开链接 → 提取字幕 → 分析内容 → 输出文章

你“少说”，它也能很顺畅地完成任

示例 2：提示词多说 的情况（隐藏区、未知区）

更多付费文章，加V：run202311

如果你对最终文章有自己独特的偏好或风格（隐藏区），AI 并不清楚：

例如：

1. 文章必须用提问式的口吻；
2. 每段文字不能超过200字；
3. 结尾必须用“反转”让读者印象深刻。

你就需要写成类似下面这样（提示词多说）：

把这个youtube的视频内容转述成一篇通俗易懂的文章，注意它是一个文章，而不是一个单

纯的youtube字幕稿，你要考虑词句的优美、可读性、流畅性。

用对话式、提问式或反转式的表达方式

减少空洞的表述

整体结构清晰，段落之间过渡自然



这时候就不能少说了。

如果你只说一句“请帮我转成文章”，**Manus** 不可能知道你有这些特殊要求。

示例 3：提示词需要提问的情况（盲区）

比如你拿到一个很专业的视频内容，自己完全不熟悉，但知道 Manus 应该懂（盲区），如何挖掘 AI 知识呢？

这时提示词可以设计成“向AI提问”的模式，比如：

请你提取这个视频里的关键内容，并告诉我里面最重要的3个核心观点分别是什么？它们分别对应了哪些具体的实例或细节？你觉得最适合用什么结构，把这些内容清晰地整理成一篇高质量的科普文章？



这个时候，我们需要的是 Manus 来告诉我它理解了什么、为什么这么理解、以及推荐我该怎么做。

而不是直接告诉它“你给我写一篇”，因为你其实不清楚里面的知识体系（盲区），需要AI告诉你。

下一次，你在类似 Manus 这样的 AI Agent 使用中遇到新任务时，先花 30 秒这样思考：

1. 我想做的这个事 Manus 肯定懂吗？懂 → 提示词少说。
2. 这是我的个人偏好、或 Manus 未必懂吗？不懂 → 提示词多说，给示例或说明。
3. 这是 Manus 更懂的领域吗？那我用提问式的方式，让它告诉我更多。
4. 这是新东西、双方都没底？和 Manus 一起探索，互相问答。

五、不变的，是思维与沟通

很多人以为，随着 AI 工具越来越智能，人们学习知识的门槛会越来越低，知识会更加“平权”。

然而，我认为：“**AI 的出现，可能会让知识的贫富差距更加拉大。**”

会用 AI 的人，懂得如何提问、如何借助 AI 在短时间内获取和处理海量信息，于是知识积累越来越深厚；

而不会用 AI 的人，则可能在短视频、娱乐信息的轰炸中越来越放弃“主动学习”，甚至连最基本的与 AI 沟通都懒得深入尝试。

久而久之，“知识贫富差距”只会越拉越大。

这是一个值得警醒的趋势。不是每个人都会想要提高提示词能力，也不是每个人都愿意挖掘 AI 的潜力。

就像很多人买了付费课程却很难完播，学习总是停留在“心理安慰”阶段，沉迷于短暂的娱乐刺激。

只有那些主动学习、愿意深度思考、不断优化输入输出的人，才能借助 AI 真正加速。

是，AI 工具确实变得越来越聪明，Manus、GPT-5、Claude-4 都在朝更强的方向演化。

以后我们用 AI 也许真的会越来越简单。

但，越是简单，越考验的是我们背后的能力：

- 1. 你有没有想清楚目标？**
- 2. 你能不能清晰表达需求？**
- 3. 你知道怎么让 AI 做得更好？**

Manus 这样的 AI Agent 代表了 AI 工具的未来趋势，据说 GPT-5、Claude-4 等下一代模型也将达到这种 L3 级别，可以更自主地帮人类完成工作。

未来，我们在使用 AI 时，可能确实会越来越轻松，手动操作越来越少、需要输入的提示越来越简单、规划步骤的负担也越来越低。

但“变少”并不代表“不需要”。

以不变应万变，这种长期积累的能力远比追逐短期的 AI 工具热点更具价值。

以上，创作不易，既然看到这了，那就点个赞吧～

评论区：

暂无评论

(26赞)电商美工彻底失业，GPT丢出王炸

作者： 希声

日期：2025-03-29

GPT-4o 最近更新了，在作图方面一骑绝尘。

刚出了没几天风头的谷歌就这么给压下去了.....



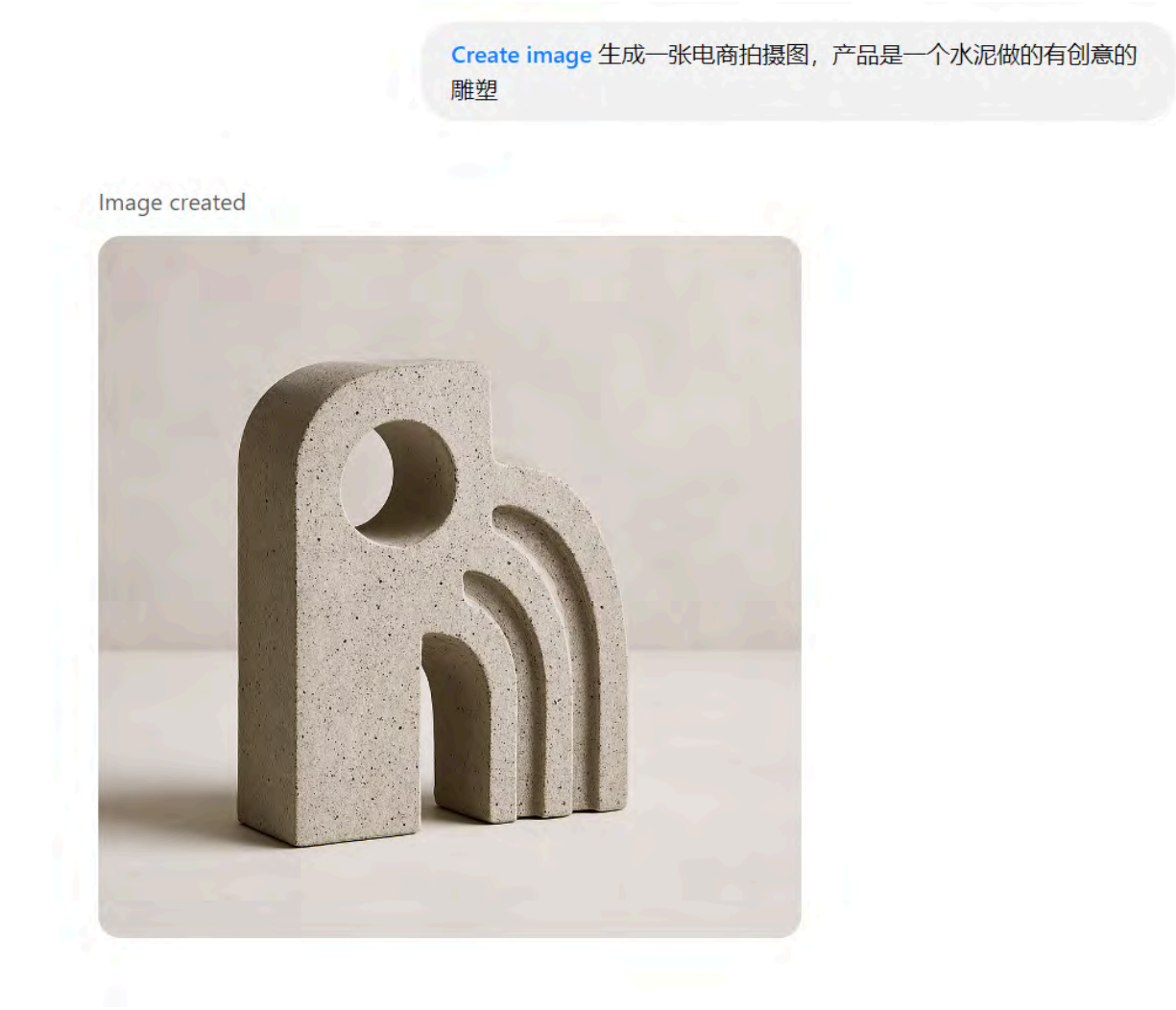
下面我们来实操看下，这个模型有多牛，能不能代替专业美工。

让我们从电商卖家的角度。

先从 0-1 创建一个产品。

再创建出产品的主图，模特图等。

生成一张电商拍摄图，产品是一个水泥做的有创意的雕塑。



做得还不错。

再来个其他角度的图片。

给出这个物体从顶部看下来的照片和侧面的照片。

（这里 ai 可能没理解我说的顶部.....不过严谨来说这不算问题，是描述不清楚。）

给出这个物体从顶部看下来的照片和侧面的照

Image created



更多付费文章，加V：run202311

下面我们再来看一个实拍的场景图。

这个物体被放在一个桌子上，然后笔直地从上到下拍一张照片。

这个物体被放在一个桌子上，然后笔直地从上到下拍一张照片。

Image created

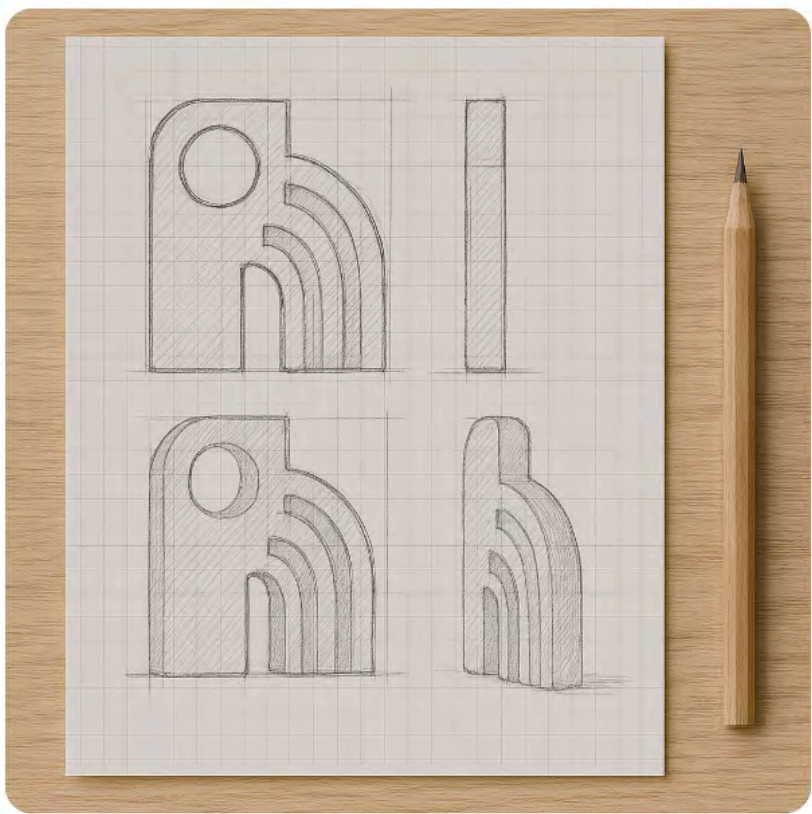


下面我们还需要一个设计草图。

画一张这个雕塑物体的草稿设计图，设计图中有包含不同角度的设计，设计图在桌子中央，是写实风格，旁边有一支铅笔

画一张这个雕塑物体的草稿设计图，设计图中有包含不同角度的设计，设计图在桌子中央，是写实风格，旁边有一支铅笔

Image created



现在还需要一个模特的展示图。

让一个欧美的女模特站在一个水泥风格的房间里面，手里抱着这个雕塑，眼睛也看向这个雕塑，模特着装很时尚。同时这个女模特背着一个造型和这个雕塑非常相似的皮包。

（瑕疵是有点，右侧的衣服不是很自然，而且这个包只能说勉强有了一样的样式。）

让一个欧美的女模特站在一个水泥风格的房间里面，手里抱着这个雕塑，眼睛也看向这个雕塑，模特着装很时尚。同时这个女模特背着一个造型和这个雕塑非常相似的皮包

Image created



模特不够时尚？

改！

马上改！

这个模特的头发改为白色的短发，其他都不变，画面左上角放一个非常简洁的发光logo，造型和这个雕塑一样。

这下不错，既有 logo，也有模特，直接拿去做电商主图都可以了。

这个模特的头发改为白色的短发，其他都不变，画面左上角放一个非常简洁的发光logo，造型和这个雕塑一样。

Image created



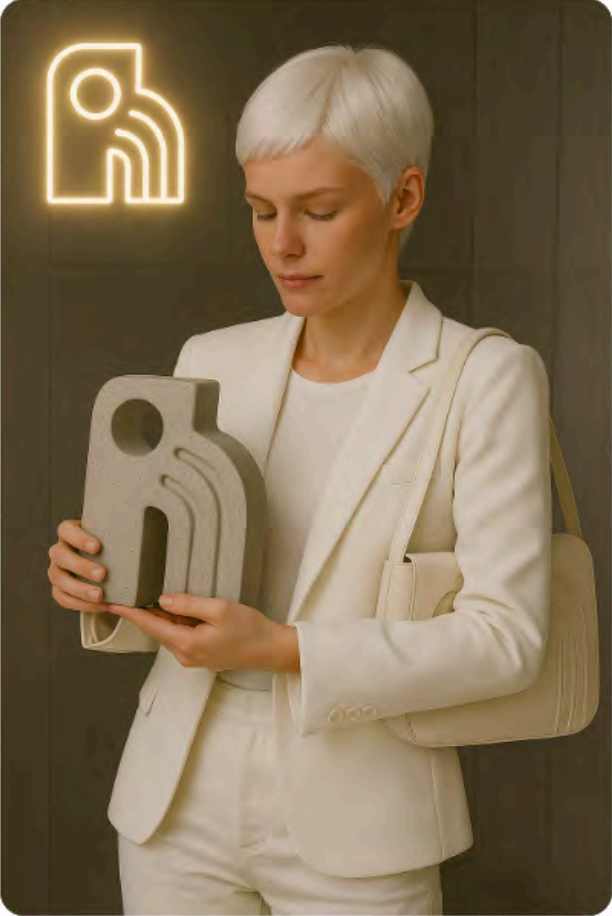
什么？

老板说模特黑色衣服不合适？

再改。

Create image 把图中的女模特的衣服颜色改为白色的，其他都不变。

Image created



再做一个产品的说明书。

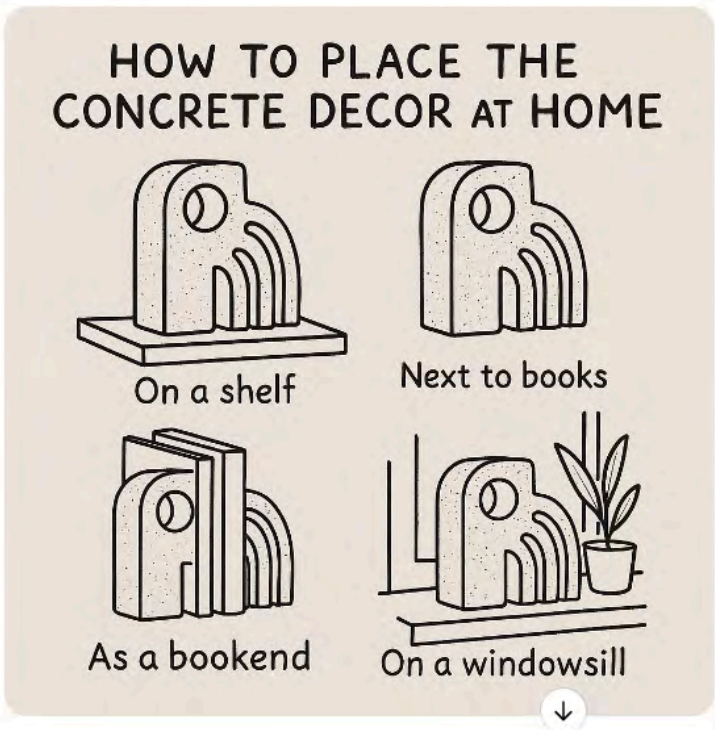
根据这个产品做一个说明书，主要讲解在家中可以怎么摆放

做得虽然有问题，但对于这么一个抽象的造型，也不能要求太高了。



[Create image](#) Make a manual according to this product, mainly explaining how to place it at home

Image created



我们再来点其他好玩的。

假如你家的小孩子画了一幅很有趣的画。



图片列表

+ 54% -

原始尺寸

扫描到手机

下载

按图搜索

反馈

我们就可以把他上传进去，生成一个 IP 形象。



Create image 根据这张图，创作一个动漫IP形象

Image created



然后，我们可以根据这个形象创作出一个毛绒玩具。

Create image 根据这个形象生成一个毛绒玩具，这个毛绒玩具被放置在一个泳池旁边，泳池里面有波浪倒影，特写。

Image created



更多付费文章，加V: run202311

再搭配一个小模特。

一个温暖的家庭环境，小宝宝在玩这个毛绒玩具，小宝宝很开心，小宝宝头上带着一朵小红花

Create image 一个温暖的家庭环境，小宝宝在玩这个毛绒玩具，小宝宝很开心，小宝宝头上带着一朵小红花

Image created



我们再把这个形象做成乐高的样式。

Create image 做一个海报，海报上在宣传一个乐高新的玩具，玩具的形象是这个毛绒玩具形象

Image created



和我想要的不一样。

改一下。

这回对了。

Create image 你这个海报做得不对，海报上的狮子形象应该是类似乐高的积木形象。

Image created



海报有了，可以销售了。

帶到商店里面去。

Create image 创作一个场景实拍图。根据你创作的这个乐高狮子形象，生成一个乐高的包装盒，这个包装盒被放置在乐高商店的中央，旁边有三个小孩很开心地看着这个包装盒，而包装盒上就有这个乐高狮子。

Image created



当然，你还可以根据这个形象，创作出只属于你的漫画。

Create image 根据这个狮子形象，做一个四格的黑白漫画，龙珠风格。第一格内容是奥特曼打了成在熟睡中的狮子，奥特曼很不屑，狮子睁开了眼睛，眼睛中射出一道光芒，奥特曼被消灭了。

Image created



Create image 继续创作四格漫画。奥特曼之父从宇宙来到了地球，来到了狮子旁边，给了狮子一个棒棒糖，狮子吃着棒棒糖开心地睡着了。

Image created



给自家的水饺店门头换个 logo。



Create image 根据这个狮子形象制作一个logo，然后代替右边门头左上方的那个logo。

Finishing touches



还可以创作出很棒的信息图。

用在小红书或者网站 SEO 上面都可以。

Create image 创作一个信息图，主要演示如果在野外遇到狮子要怎么办

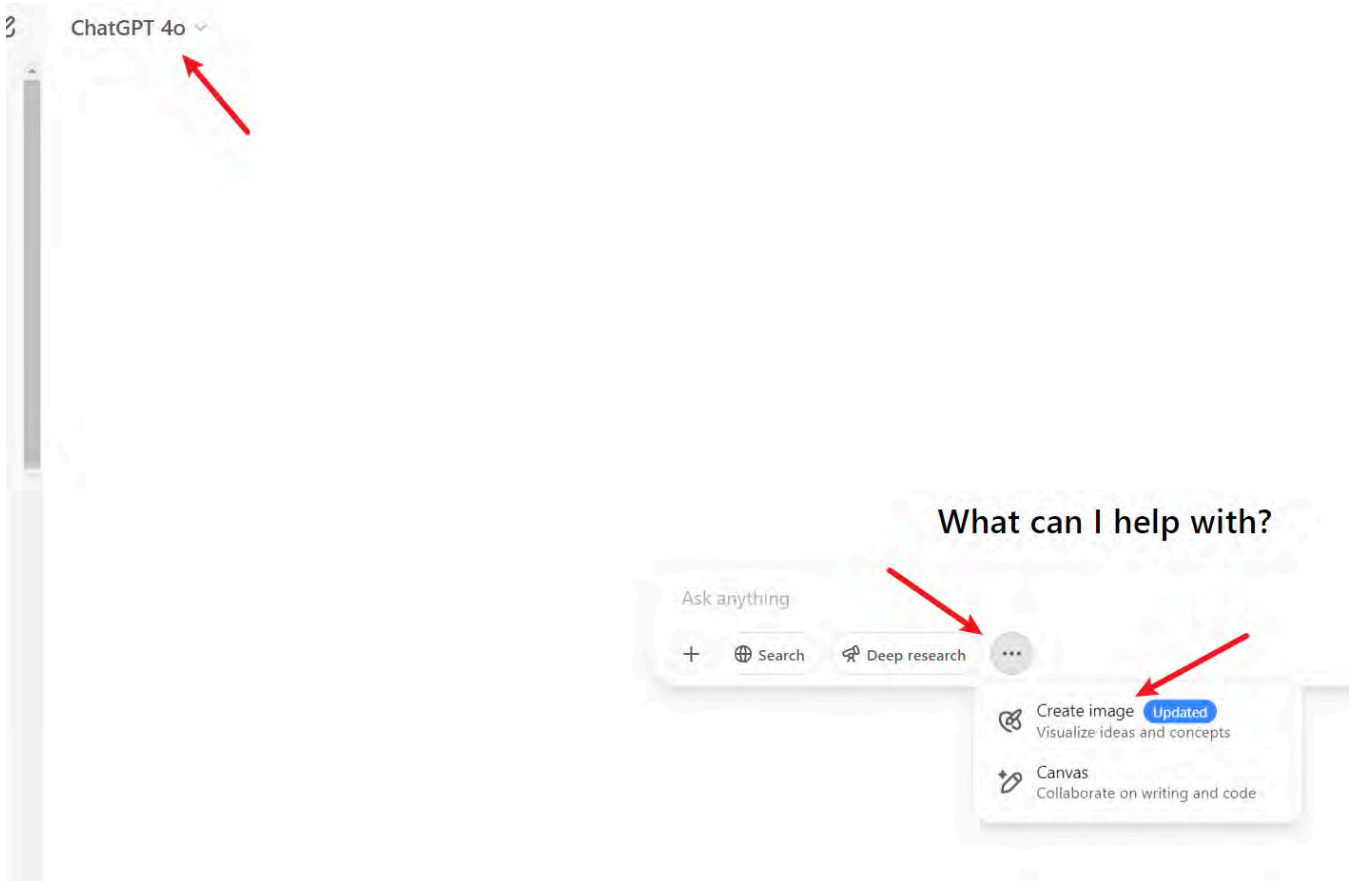
Image created



怎么使用？

首先你需要有一个付费的 chatgpt 账号。

然后模型选择 4o，打开作图开关就可以了。



总结

1. 用英文描述效果会更好。涉及到图片中的文字部分，中文效果不好，英文还是很不错。
2. 细节处理上上还是有点小缺憾，但效果已经非常绝绝子。
3. 美工暂时不会被完全代替，但是会用 AI 的美工效率会大幅提高，而一般的美工很容易就失业了。
4. 对于一些铺货的电商老板来说，有福了。利用这个工具可以给产品更换背景，更换模特，每张图都是原创。
5. 不只是电商，做社媒，做 SEO，只要涉及到图片，在原有的工作流程中，都可以加入这个 AI 工具来帮助我们大幅提高工作效率，且提高图片的原创性。

如果分享对你有帮助希望点个赞哦~

我在生财的精华文章

[跨境创业？新手下场前必看的赚钱指南！](#)

[一个工具管理100个facebook、ins、tiktok社媒账号？指纹浏览器使用全攻略！](#)

[【生财技能】如何分析产品/项目的海外市场体量与机会](#)

[Etsy小众跨境电商，新手还能入局吗？过来人告诉你](#)

评论区：

暂无评论

(24赞)治愈系类视频用ai怎么做

作者： 才

日期：2025-03-25

治愈系类视频用ai怎么做，做了个视频教程，小白可借鉴

https://q2wnncqnyh.feishu.cn/file/WPtpb8BdzoskQQx83M2czq4VnQb?from=from_copylink&reRdXZ;=1



评论区：

怪兽宇：学习了[强]

(21赞)视频转手绘类项目视频教程

作者： 才

日期：2025-03-25

前段时间看到风向标里有视频转手绘类的项目，于是找了些对标账号，研究了一下，用豆包就能做，我做了个视频教程，比较小白，感兴趣的可以看看。
https://q2wnncqnyh.feishu.cn/file/R62ebI4KtoJ90fxLlM7c18tXn8f?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

旭宏：[强]这是喂饭式教学了
看到最后突然觉得有点感动，因为最后那个关于“去重”的7点解决办法，是我写在亦仁写的这个项目的风向标评论里的，还被亦仁置顶了，当时就有点开心，现在又看到被圈友写进了视频教程里，有种“与有荣焉”的赶脚，哈哈
圈友在视频教程中对每一条进行了详细的解读，我感受到圈友做事情的认真态度，而且整个教程讲得非常详细，相信小白看了也能够马上上手----新手友好。
有个地方我稍微补充一下，在“高评论率”和“正能量”之间找个平衡的意思：
首先我们要知道，视频号的创作分成计划，不是做“热门视频”，而是要做“热评视频”----因为用户去了评论区我们才可能有广告费，只有点赞、收藏和转发的话，我们是没有广告分成的。
其次，越“反“dong的话题争议越大，越网暴、越不道德、不讲良心的视频评论也会越多，比方说现在去讲司马南的好的一面、去年这个时候去讲宗庆后不为人知的负面，甚至现在去讲李嘉诚的好、讲汪小菲的坏，都会有不错的流量和评论率，但是，我们为了账号长命一点，还是尽量顺着官方想要的去发视频，至少不要跟上面对着干，否则流量一大，封号就紧随而来。
最后，关于去重，我有一个没经过验证的想法：把几个同类情感话题的视频合并成一条视频，比如同样是孩子心疼妈妈这个话题，产房里面这个小男孩心疼妈妈哭脸+其它的小孩心疼妈妈的视频，这样去重概率可能高一点

才：关于去重的这个点很好啊，把感人的视频2-3个放一起，每一个视频都做一个转绘，去重的力度更大了[强]

旭宏：谢谢，我觉得有兴趣的人可以试一下，之前看到一个“父母过度指责孩子”主题的爆款视频，就是把七八个相同主题的视频合并在一起，只不过没用转绘。

(21赞)利用 AI 生成吸引目标用户的小红书标题，并取得他们的信任提高转化

作者： 哆元

日期：2025-03-28

利用 AI 生成吸引目标用户的小红书标题，并取得他们的信任提高转化 大家好，我是哆元，专注 AI 小红书，最近各种 AI 工具升级很快，也不用太焦虑以及跟风，专注自己的业务就好，每一次的升级都要去思考一下能不能更好的赋能在自己业务上面，而比如我们做小红书怎么更好的吸引用户的注意，又怎么让用户更相信我们进而选择我们，这些都是可以通过

AI 得到一些辅助，此篇文章提到了多个提示词，希望能够帮到大家。|
https://u604y5x4sg.feishu.cn/wiki/Q8cmwkDbgigfJRkTHBicYQo2nng?from=from_copylink&reRdXZ;=1

我是卖虫草的

Thoughts

The thoughts produced by the model are experimental.

Expand to view model thoughts

好的，了解！您是卖虫草的商家。虫草作为一种传统的滋补品，关联着**健康、关爱、品质生活、抗疲劳、免疫力**等概念。我们可以围绕这些点，结合小红书用户的情感需求来创作标题。

假设您的目标人群主要是**28-45岁，注重健康养生、生活品质，关心家人健康，有一定消费能力的女性**，她们可能面临工作压力、初老焦虑、家庭责任、健康意识提升等情况。内容主题可以围绕**日常滋补、关爱家人、提升精力、科学养生**等展开。

以下是为您生成的20组小红书情感共鸣标题：

目标人群：28-45岁，注重健康与生活品质，关心家人的女性

内容主题：围绕虫草关联的健康滋补、关爱家人、提升精力、品质生活展开

职场情感共鸣标题（4个）：

1. 标题：熬夜加班后掏空感，别让身体替你的野心买单。
情感触发点：“熬夜加班”、“掏空感”、“野心买单” 触及职场人普遍的疲惫感，对健康的担忧以及奋斗与健康的矛盾，运用了**同理心共鸣**。
预期效果：引发高强度工作人群的共鸣，让他们意识到健康投入的重要性，可能点击查看如何调理身体。

2. 标题：同事悄悄变好状态的秘密，原来是懂得投资健康。
情感触发点：“悄悄变好”、“秘密”、“投资健康” 制造好奇心和轻微的同伴压力（Peer Pressure），暗示健康投入带来的积极改变，运用了**成长焦虑共鸣**（害怕落后）。
预期效果：激发用户好奇心，想了解如何通过健康投入改善状态，为后续介绍滋补品（如虫草）做铺垫。

3. 标题：30+的底气，一半靠能力，一半靠健康给的精力。
情感触发点：“30+的底气”、“能力”、“健康给的精力” 将健康与职场竞争力、年轻阶段的自信心关联，引发目标年龄段用户的认同，运用了**身份认同共鸣**和**成长焦虑共鸣**。
预期效果：让30岁以上的用户感受到健康对维持事业和生活状态的重要性，认同为健康投资的价值。

4. 标题：不想卷了，只想下班后还有力气去生活，而不是瘫倒。
情感触发点：“不想卷了”、“有力气去生活”、“瘫倒” 说出很多职场人的心声，渴望工作与生活的平衡，对精力不足的无奈，运用了**情感释放共鸣**。
预期效果：引发强烈的情感认同，用户会想了解如何提高精力，改善生活状态，为推荐提升精力的产品（虫草）创造需求。

人际关系情感共鸣标题（4个）：

1. 标题：每次给爸妈打电话，最怕听到他们说“我没事”。
情感触发点：“给爸妈打电话”、“怕听到”、“我没事” 捕捉描述了子女对父母健康的担忧和父母报喜不报忧的普遍现象，触动孝心，运用了**同理心共鸣**。
预期效果：强烈触动有父母的用户的幸福和担忧，引发对父母健康的关注，为推荐适合长辈的滋补品（虫草）提供情感基础。

2. 标题：给家人最好的爱，是看得见的陪伴和看不见的守护。
情感触发点：“最好的爱”、“看得见的陪伴”、“看不见的守护” 提升了赠送健康礼物的意义，将其从物质层面上升到情感关怀，运用了**情感释放共鸣**（表达爱意）。
预期效果：让用户思考如何更好地表达对家人的关爱，认同健康投入是深层关怀的体现，适合引导送礼场景。

3. 标题：能陪孩子疯玩一天，是我偷偷为自己充的“电”。
情感触发点：“陪孩子疯玩”、“偷偷充电” 连接了亲子关系和个人精力，对于妈妈群体非常代入感，暗示了为自己投资健康是为了更好地陪伴家人，运用了**身份认同共鸣**（妈妈身份）。
预期效果：吸引妈妈群体，让她们意识到自身健康和精力的重要性，不仅是为了自己，也是为了家庭。

4. 标题：朋友问我怎么状态越来越好，我说爱对自己好一点。
情感触发点：“状态越来越好”、“对自己好一点” 传递了自我关爱和健康投入带来的积极反馈，引发他人好奇和羡慕，运用了**成长焦虑共鸣**（希望自己也变好）。
预期效果：塑造正面形象，引发用户对“如何对自己好”的好奇，为分享健康生活方式和滋补经验做铺垫。

自我成长情感共鸣标题（4个）：

1. 标题：30岁后才明白，对自己身体的投资，回报率最高。
情感触发点：“30岁后”、“身体的投资”、“回报率最高” 以时间节点和投资回报的视角，强调健康的重要性，引发经历过或即将经历这个阶段用户的思考，运用了**成长焦虑共鸣**和**反思顿悟型模式**。
预期效果：引起目标年龄段用户对健康价值的深度认同，促使他们将健康视为一项重要的长期投资。

2. 标题：允许自己慢下来，身体的信号比KPI更重要。
情感触发点：“允许自己慢下来”、“身体的信号”、“KPI” 对比了外在指标和内在感受，给予用户关注自身健康的许可，运用了**情感释放共鸣**和**释放许可型模式**。
预期效果：安抚焦虑情绪，让用户觉得关注健康是理所应当且重要的，提升对健康内容的接受度。

3. 标题：告别无效养生，我开始为精准健康需求买单了。
情感触发点：“无效养生”、“精准健康需求”、“买单” 针对有养生意识但效果不佳的人群，提出更精准、更有效的投入理念，运用了**成长转变型模式**。
预期效果：吸引对养生有一定了解但感到困惑的用户，引导他们关注更高品质、更有针对性的健康产品（如虫草）。

4. 标题：不是焦虑变少了，而是我知道如何更好地照顾自己了。
情感触发点：“焦虑”、“更好地照顾自己” 承认焦虑的存在，但提供了积极的应对方式——自我关怀，给予力量感，运用了**自我接纳型模式**。
预期效果：传递积极的生活态度，让用户感受到通过自我关怀可以掌控生活，增加对健康生活方式和产品的信赖。

生活状态情感共鸣标题（4个）：

1. 标题：身体有点累的时候，才知道平时对自己有多“狠”。
情感触发点：“身体累”、“对自己狠” 用口语化的表达，引发用户对忽视健康投入的反思和轻微的自嘲式共鸣，运用了**反思顿悟型模式**。
预期效果：促使用户反思自己在健康上的投入是否足够，产生“是时候对自己好一点”的想法。

2. 标题：那种从内而外透出的好气色，是多少化妆品都换不来的。
情感触发点：“从内而外”、“好气色”、“化妆品都换不来” 对比了外在修饰和内在调养的效果，强调了健康带来的自然美，运用了**情感对比型模式**。
预期效果：吸引注重颜值和气色的女性用户，让她们认识到内在调养的重要性，为推荐以内养外的产品（虫草）打下基础。

3. 标题：在快节奏生活里，为健康按下暂停键，是种智慧。
情感触发点：“快节奏生活”、“为健康按暂停键”、“智慧” 将关注健康提升到生活智慧的高度，给予用户正向肯定，运用了**生活智慧型模式**。
预期效果：鼓励用户在忙碌中关注健康，认同滋补养生是明智的选择，降低尝试健康产品的心理门槛。

4. 标题：原来“松弛感”不只靠心态，也需要好身体来支撑。
情感触发点：“松弛感”、“网络热词”、“心态”、“好身体支撑” 将流行的生活状态追求与身体健康联系起来，提供新的视角，运用了**生活智慧型模式**。
预期效果：吸引追求松弛感生活状态的用户，让她们理解身体健康是实现理想状态的基础，提升对健康投入的意愿。

特定群体情感共鸣标题（4个）：

1. 标题：（针对妈妈群体）当妈后才懂，自己的健康才是给娃最好的礼物。
情感触发点：“当妈后”、“自己的健康”、“给娃最好的礼物” 直接点出妈妈身份，将自身健康与孩子关联，触动母爱和责任感，运用了**身份认同共鸣**。
预期效果：深受妈妈群体认同，激发她们为了孩子而投资自身健康的意愿。

2. 标题：（针对送礼困难者）送礼送到心坎里：健康，是永远不会出错的选项。
情感触发点：“送礼送到心坎里”、“健康”、“不会出错的选项” 解决了送礼选择困难的痛点，并强调健康礼品的普适性和价值感，运用了**同理心共鸣**。
预期效果：为有送礼需求（尤其是给长辈、领导）的用户提供明确方向，将虫草等健康品定位为优质、稳妥的礼品选择。

3. 标题：（针对备孕/产后人群）为身体打好基础，迎接人生新角色：恢复元气。
情感触发点：“为身体打好基础”、“人生新角色（备孕）”、“恢复元气（产后）” 精准针对特定生理阶段人群的需求和期望，运用了**身份认同共鸣**。
预期效果：吸引特定需求的女性用户，让她们了解到针对性滋补的重要性，为推荐相关产品（虫草）提供质量。

4. 标题：（针对养生小白）跟风养生不如科学滋补，身体会给你诚实反馈。
情感触发点：“跟风养生”、“科学滋补”、“诚实反馈” 对比了盲目和理性两种养生方式，鼓励用户选择更可靠的方法，运用了**成长焦虑共鸣**（害怕做错）。
预期效果：吸引对养生兴趣但不如如何开始或曾有失败经验的用户，建立专业、科学的形象，引导其了解并信任推荐的产品。

使用建议：

• 最适合引发深度评论的标题：

- 1. 每次给爸妈打电话，最怕听到他们说“我没事”。（易引发关于父母和孝心的讨论）
- 1. 允许自己慢下来，身体的信号比KPI更重要。（易引发关于工作生活平衡、健康观的讨论）
- 1. 熬夜加班后掏空感，别让身体替你的野心买单。（易引发关于奋斗与健康的讨论）

• 最适合引发转发分享的标题：

- 1. 给家人最好的爱，是看得见的陪伴和看不见的守护。（价值感输出，适合分享给家人或在家庭群）
- 1. 30+的底气，一半靠能力，一半靠健康给的精力。（能代表特定人群心声，易在同龄人中分享）
- 1. 原来“松弛感”不只靠心态，也需要好身体来支撑。（结合热点，观点新颖，易于传播）

• 最适合引发强烈情感认同的标题：

- 1. 不想卷了，只想下班后还有力气去生活，而不是瘫倒。（精准戳中普遍痛点）
- 1. （针对妈妈群体）当妈后才懂，自己的健康才是给娃最好的礼物。（对特定群体有强代入感）
- 1. 身体有点累的时候，才知道平时对自己有多“狠”。（口语化，生活化，共鸣度高）

• 最适合建立群体归属感的标题：

评论区：

No. 89 / 195

包藏星河：高效知道各个人群痛点

哆元：知道痛点就好对症下药[强]

(20赞)10分钟搞定高德地图MCP！ 我用AI解决了约会地点选择难题

作者： Super黄

日期： 2025-03-30

最近看到了MCP很火 快速尝试并寻找了到底MCP可以解决哪些具体的痛点 找了一圈发现很少有讲具体案例的 于是写了一篇基于高德地图的MCP案例
这样从实际能解决的问题出发 可以让大家更好的理解MCP是个啥
为了更好的阅读体验，欢迎移步飞书文档：
https://superhuang.feishu.cn/wiki/GpQAwqvK9ikhvCkPWnecx78lnKv?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

大仙：感谢分享[强]

李彬：感谢分享

小查：哈哈，生财里原来有这么多潜伏的大佬[得意]

小思绪：感谢分享

(16赞)活学活用，用luke圈友的小红书提示词推导自己业务的优质内容如何产生

更多付费文章，加V: run202311
作者： 易芝AI|RPA版

日期：2025-03-25

最近有很多圈友在分享提示词，按照分享的方法尝试一遍后，前10篇是好用，后面ai又开始降智。

想到的一个解决办法就是细致关键词的分类来不断更换关键词，苦恼了一周不知道如何开动，没想到一觉醒来有圈友分享了自己对关键词的心得，今天花时间研究了一下。

套用圈友的提示词，加一些自己对ai的调教小方法，得出的内容质量比原来的内容有提升，希望这个ai提问小方法能帮到大家。

<https://unpke5o6so.feishu.cn/docx/LnRSdg7jHoWlrTxGWKrcD4CYnph?reRdXZ=1>

评论区：

暂无评论

(精华帖)(21赞)没上过一天班，在 AI 热潮中把AI代写做到 top

作者： 掩体

日期：2025-03-28

大家好，我是掩体，96年，创业八年，23年入局AI代写，两年时间对AI代写从0到1，从1打10有清晰的认知。

上周感谢生财邀请去海口做线下分享，分享内容大纲如下，详细内容在下方链接🔗

创业契机：2023年1月接触AI代写项目，此前卖ChatGPT账号模式失败，后因看到AI文字输出与代写商业闭环结合的潜力而转型。

AI代写模式：利用AI文字输出能力结合代写服务，变现逻辑为顾客购买AI生成文档。小白可选择当写手（用AI写单子，不直接对接顾客，一单10 -

20元）或商家（运营店铺对接顾客，收益更高但精力消耗大）。

流量获取：免费流量可从闲鱼、小红书等平台获取，无成本但有不确定性；付费流量需投流，难点在于成交价格确定和ROI平衡，不同电商平台各有优缺点。

知识付费：帮助用户提升写作能力，打通商业闭环，解决流量、报价等问题，平均复购率约20%。

自营与知识付费关系：相辅相成，自营盘稳定保证付费后端稳定，可统筹订单给学员。孵化超级个人难点：从0到1放大面临流量放大、付费流量统计、后端团队搭建等问题

。 详细内容:

https://xxhypdubtd.feishu.cn/docx/UiHcdMoHJohjHMx7f3qcSOKGnPf?from=from_copylink&reRdXZ;=1







评论区：

暂无评论

(16赞)Cursor指导搭建云服务器全攻略

作者： TED

日期： 2025-03-26

眼下正在参加ios航海，初接触cursor大开眼界！

先前用cursor做web网站，照着claude指示安装了node和pm2，给网站搭了一套环境；最近在ios航海，参照手册想配置宝塔面板，但配完nginx冲突。

我的想法是web和ios应用都想要开发，所以希望云服务器上能够配置一套兼容的环境，索性云服务器重装，借鉴手册、由cursor来指导完成云服务器部署。由于星球里关于配置云服务器的帖子比较少，分享此篇希望大家可以参考少踩坑。

本文适用于：计划为web/应用搭建服务器，但不知如何下手；先前配置过服务器，现在想重新再配一遍；准备好了服务器，想搭建api、配置web页面

内容较长，希望看完能帮你节省些踩坑的时间：

<https://vchedlrl7i.feishu.cn/docx/NNt3dgiktohbP7xclDicqna3nBg>

评论区：

暂无评论

(16赞)实例GPT4o生图能力，一手案例分享

作者： 细水长流

日期： 2025-03-28

最近两天被GPT4o的生图能力刷屏了。

鉴于AI圈的噪音太多，我也怀疑它是真的能力强大，还是自媒体在博取流量。

为了一探究竟，我怒冲20刀，重新开通了已经尘封许久的chatGPT plus会员。

实测案例见飞书文档：

https://de8s7b3bbj.feishu.cn/docx/HkPLdClSXoyPYrx2qEhcyhQdn8f?from=from_copylink

评论区：

毛豆：链接点不了

细水长流：修改了一下，可以了

百哥：太牛了

土黑娃：之前说不能用于肖像了，现在还可以吗

(16赞)如何用Deepseek+即梦制作“回答我”视频？ （国内版）

作者： Longer

日期： 2025-03-26

如何用Deepseek+即梦制作“回答我”视频？（国内版） 用Deepseek生成文案，用即梦模仿动作、生成音频，剪映修改字幕，搞定！ 具体请看文档：
项目拆解

[https://dmrbcelpjz.feishu.cn/docx/Z1zYdPNEBoWrDGxRxsHcZBAWnLg?
from=from_copylink&reRdXZ;=1](https://dmrbcelpjz.feishu.cn/docx/Z1zYdPNEBoWrDGxRxsHcZBAWnLg?from=from_copylink&reRdXZ;=1)

评论区：

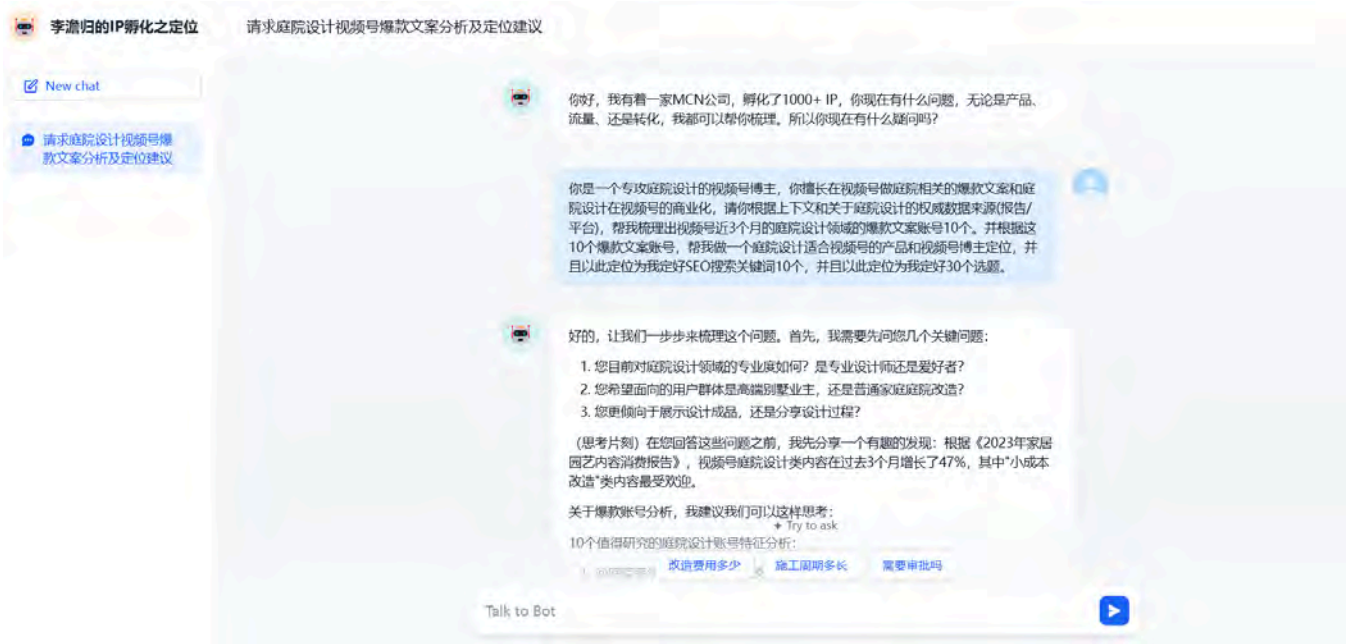
暂无评论

(15赞)DeepSeekv3更新了数据库， 和Claude3.5持平， AI一小时给搞定庭院设计短视频从内容定位到产品转化规划

作者： 嘉应岛主

日期：2025-03-28

主要是由于一位@李澹归圈友帮我的领域写了提示词而激发的灵感（大模型用的是DeepSeekv3），今天抽空去写一篇关于短视频做IP怎么一条龙搞定



**

1分钟掌握这11个问题去和 DeepSeekv3对话，基本可以把你做的社交媒体账号做好了定位，选题，内容，产品变现一条龙搞定，不可谓不厉害，真的是震惊到我了**

**

**

我是用DeepSeekv3生成内容，然后用另外一个圈友博鱼做的网站生成图片（<https://aicard.dev>），今天这篇文章主要教你如何用AI做行业调研，以及从短视频定位到选题，至于转化那就比较简单，看竞对怎么做模仿就行，一个闭环就打通了。

**

**

我希望你们更关注的是提问和思路，而不是答案。我以庭院设计为例子。

Q1:

庭院设计行业整合分析提示词模板 --- ##### 角色设定 ** 作为资深市场分析师与产品策略专家，请基于结构化思维框架完成以下复合任务：

--- ##### ** 任务分解与指令 ** 1. ** 市场现状三维扫描 ** - 绘制目标用户画像（年龄 / 收入 / 消费心理三维度） -

构建竞品分析矩阵（产品定位、定价策略、渠道覆盖等 8 维度） - 识别市场空白机会（需求满足度 <30% 的领域） -2022 到 2024

年市场规模和增长率（其中还要列出前 5 占比的庭院园林的增长份额和年增长速度） 2. ** 需求痛点深度挖掘 ** - 定位 5

类市场受欢迎的用户群体（需量化群体规模） - 分析现有服务增长原因（技术 / 成本 / 认知三重原因） - 提出需求转化路径（产品形态 + 服务模式创新）

3. ** 商业模式创新设计 ** - 设计分级服务产品包（引流款 / 利润款 / 旗舰款） - 规划线上线

下融合获客体系（重点突破 3 个核心渠道） - 输出风险应对方案（政策 / 供应链 / 交付质量三方面） --- ##### ** 输出要求 ** 1. 采用「问题诊断→机会图谱→解决方案」递进结构 2.

数据呈现需包含市场规模估算（单位：亿元）与复合增长率 3. 最终提炼 3-5 个高潜力细分赛道（附可行性评估星级） --- ##### ** 特别提示 **

• 对现代简约风格、新中式风格设计、日式枯山水风格等新兴领域需专项分析 - 需对比现代简约风格、新中式风格设计、日式枯山水风格三种风格的市场渗透率 -

商业模式设计需包含 SaaS 化、订阅制等创新要素 **

Q4：请你基于抖音、小红书、视频号三大平台的搜索数据和内容热度整理，给出2024年庭院设计领域的核心热门关键词，关键词请分为基础需求词、风格趋势词、技术痛点词、商业价值词 四大类给出，并标注平台偏好和变现关联性：



Q5：请你结合抖音、小红书和视频号三大平台算法规则和用户行为数据总结出的，可复用的庭院设计领域爆款内容的黄金公式和实战拆解：



Q6：请你结合抖音、小红书和视频号三大平台算法规则和用户行为数据，告诉我爆款选题怎么找？

爆款选题挖掘的 7 大实战方法



平台内挖矿法

利用巨量算数分析热搜词，拆解高赞内容找出爆款共性。用户实例：《这样设计庭院，狗狗再也不拆家！》播放量破500万



用户痛点深挖法

通过评论区关键词提取，发现用户真实问题。例如：发现“回南天庭院发霉”痛点，推出《广东人必看！防潮庭院5件套》



时间节点蹭流法

配合季节推出限定选题：春季《庭院植物复活指南》，结合节日热点：中秋《月光庭院灯光设计》，实现自然流量增长



AB测试迭代法

对比测试不同标题效果：《庭院灯光设计5大原则》vs《我家庭院灯光被夸100次，只因做对这3点》，B组点击率高47%



跨平台移植法

从Pinterest、Instagram寻找灵感，进行本土化改造。案例：搬运日本「枯山水」概念，改编为《用碎石和绿植打造禅意小院》



数据工具组合拳

巨量算数提取热词，飞瓜数据筛选高转化视频。小红书爆款公式：「地域+场景+解决方案」，如《上海老洋房庭院改造》



人性弱点触发法

利用“七宗罪”制作选题：虚荣《让邻居羡慕的智能庭院》，懒惰《免打理庭院植物清单》，有效触发用户情感共鸣



执行建议

每周花2小时执行「热搜词分析+竞品拆解」，优先测试：①搜索量高但竞争少的内容 ②能引发强烈情绪的话题 ③具备实操可视化可能的内容

Q7：请你结合抖音、小红书和视频号三大平台算法规则和用户行为数据，请你给出庭院设计账号「内容人格化」实战指南，需要附上具体案例与可复用的模板：

庭院设计账号「内容人格化」实战指南

打造与众不同的内容个性，提升账号识别度与商业转化率

基础框架：3维人格化公式



专业权威



真实故事



价值观输出

人格化5大核心策略



专业形象具象化

展示设计过程而非成品，制作“错题本”系列分析案例失败原因，给专业工具起名



故事化表达模板

采用“痛点故事+转折点+方法论”结构，构建成长型、冲突型、温情型故事库



价值观标签打造

选择行业批判、用户教育或社会关怀的角度建立鲜明立场



语言风格定型

根据平台特性调整表达方式，保持独特话术与结束语



互动人格化技巧

建立固定互动仪式与个性化回复模式，如“粉丝庭院诊断”固定栏目

平台特化方案



抖音

技术型人格

“这个排水系统
绝了！三秒安装
就能解决积水问
题”



小红书

生活家人格

“辞职回村第三
天，决定把外婆
的破院子变
成”



视频号

学者型人格

“从颐和园看当
代庭院设计的文
化断层...”

避坑清单



忌过度包装：展示凌晨改方案的咖啡杯比摆拍书桌更真实



忌人格分裂：抖音“技术控”与小红书“文艺范”需有共同内核



忌说教姿态：用“我发现/建议”替代“你必须”

效果监测指标



粉丝画像变化：查看“铁粉”中是否出现“XX类庭院爱好者”标签



互动关键词：统计评论里“你/您”的出现频率（人格化成功则 > 35%）



商业转化率：对比人格化内容与非人格化内容的咨询转化差异

案例：小红书账号@庭院小诗，通过增加「女儿参与设计」的家庭故事元素，母婴品牌合作单价提升4倍

###

Q8：你是擅长社交媒体讲故事的专家，基于我做一个庭院设计账号，可以怎样讲好庭院的故事？



Q9：你是社交媒体文案爆款高手，请你给出社交媒体中关于3个真实庭院改造案例全拆解，需要内含改造逻辑/数据结果/可复用的爆款公式



###

Q10：我现在要调研[庭院设计]的抖音和视频号以及小红书运营策略，目标用户是[描述人群，如25-60岁]。请帮我列出3个最关键的调研问题，例如：

1.目标用户最常讨论的痛点是什么？2.行业内近期增长最快的内容形式是什么？3.头部竞争对手的爆款内容有哪些共性？



Q11：你是一个专攻庭院设计的视频号博主，你擅长在视频号做庭院相关的爆款文案和庭院设计在视频号的商业化，请你根据上下文和关于庭院设计的权威数据来源(报告/平台)，帮我梳理出视频号近3个月的庭院设计领域的爆款文案账号10个。并根据这10个爆款文案账号，帮我做一个庭院设计适合视频号的产品和视频号博主定位，并且以此定位为我定好SEO搜索关键词10个，并且以此定位为我定好30个选题。



以上11个问题，就算不是庭院园林设计行业的，你也可以替换行业就能用上，非常简单。如果你是庭院园林设计公司的，想要试水，欢迎你通过鱼丸来链接我，深度合作项目（只是想获客的就请不要找我，短期没有复利的事情，没有意思）。

最后要了要秘塔生成互动网页，真的是很有趣！！！

**

**

Q12：我现在要调研[庭院设计]的抖音和视频号以及小红书运营策略，目标用户是[描述人群，如25-60岁]。请帮我列出3个最关键的调研问题，例如：

1.目标用户最常讨论的痛点是什么？2.行业内近期增长最快的内容形式是什么？3.头部竞争对手的爆款内容有哪些共性？

我用了秘塔做了生成互动网页

<https://metaso.cn/s/ZFnPKgl>



评论区：

戴巍：非常好的问题，真的能复用在做自媒体的各行各业

嘉应岛主：有眼光，就是 做个竖版的就很好 🍵，提问的答案真的对于我这个短视频操盘手来说可以替换掉我[流泪]， 就是澹归他的Ip定位dify非常方便

戴巍：我把你的文章转发到我们北京圈友群了，真的很棒[微笑][强]

嘉应岛主：谢谢， /:

执笔：神人[转圈]

嘉应岛主：没几个人看...还好我给客户交付的Ip定位是搞定了，高低也算有收获 ^O^

博鱼：做竖版图片的功能加上了，感谢使用~

嘉应岛主：回头再去试试

(13赞)分享一个gpt推荐的标签管理工具raindrop.io

作者： 时枝

日期： 2025-03-27

分享一个gpt推荐的标签管理工具raindrop.io[得意] 可以在任何终端打开查看网页收藏夹，能在不同电脑之间 甚至电脑-手机间完成交互，网址是
昨天看了ai+web站的航海手册记录了很多没见过的网站，眼花缭乱，而自己不能很好整理网页收藏夹[流泪]，便问了gpt有没有推荐的插件
今天用raindrop重新整理了网页收藏夹，800字写了一篇小指南，希望对大家有用呀～
<https://app.raindrop.io/> https://hcnbp72srxrf.feishu.cn/wiki/Slirwu9cRicoLbkO3ZSctT5sndg?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

暂无评论

(12赞)coze+cursor， 学校教师课堂智能体

作者： Daemon

日期： 2025-03-25

大家好呀，现在基本人人都知道工作流和智能体，智能体只有嵌入到细分的业务场景才有意义。

最近跟教师朋友，一起开发了一个“教师课堂测评查看智能体”，场景很小、很具体。 主要解决了一个问题：教师随堂测评结束后，能快速统计分析、并生成图表结果

详细内容可以查看链接：

也欢迎大家一起交流具体的细分场景下的业务赋能

https://iy8tus37tl.feishu.cn/docx/GZNbdJrGPojUSAxTTPiceLUonbb?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

蓝小俊：期待更多这样的东西噢~但是我还是犀利讲讲我的看法，目前来看你文档里的效果图，就只有OCR稍微看起来像新的东西，没有做到问卷星大厂缺少的内容，没有打出小而美的效果，就几个饼图，不好评价

Daemon：哈哈，可以后续优化

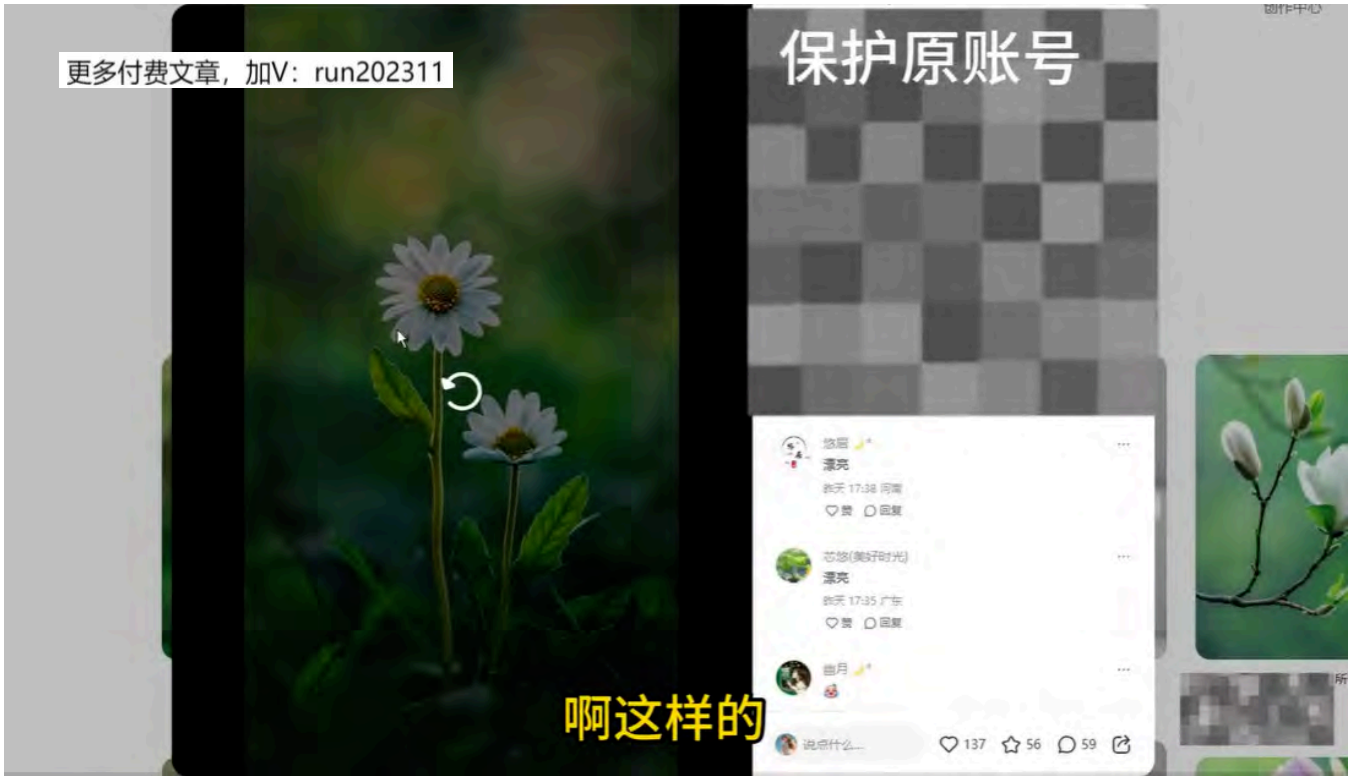
(11赞)ai做手机壁纸，治愈系风格

作者： 才

日期： 2025-03-27

ai做手机壁纸，治愈系风格，主要的变现途径是接广告，手把手教具体怎么样做。

https://q2wnncqnyh.feishu.cn/file/PA7Rb3fkKoWN9UxjuBacxxEinvg?from=from_copylink&reRdXZ;=1



评论区：

暂无评论

(10赞)零基础在21天突破升级， AI+拆书的道与术

作者： 微微

日期：2025-03-28

各位圈友晚上好呀，我是坚持八年拆书的微微，也是靠「微拆写作法」一年写出百篇10W+爆文的拆书写作学长，现在已经走在 AI 拆书的路上啦。

最近一周和很多小伙伴有了互动，发现挺多 AI 拆书上的问题逻辑是相似的，基本上每个问题的出发点都与“我不懂怎么向 AI提问”“AI给不出我想要的效果怎么办”“该从哪些角度去拆书比较好”“不用学提示词吧因为 AI 可以一键输出”“有没有模板给我直接复制”...

90%的问题即使各不相同，但是都趋向于一个答案模板：“我们不是在学习怎么操纵 AI，而是在训练「精准表达需求」的元能力。”对于 AI

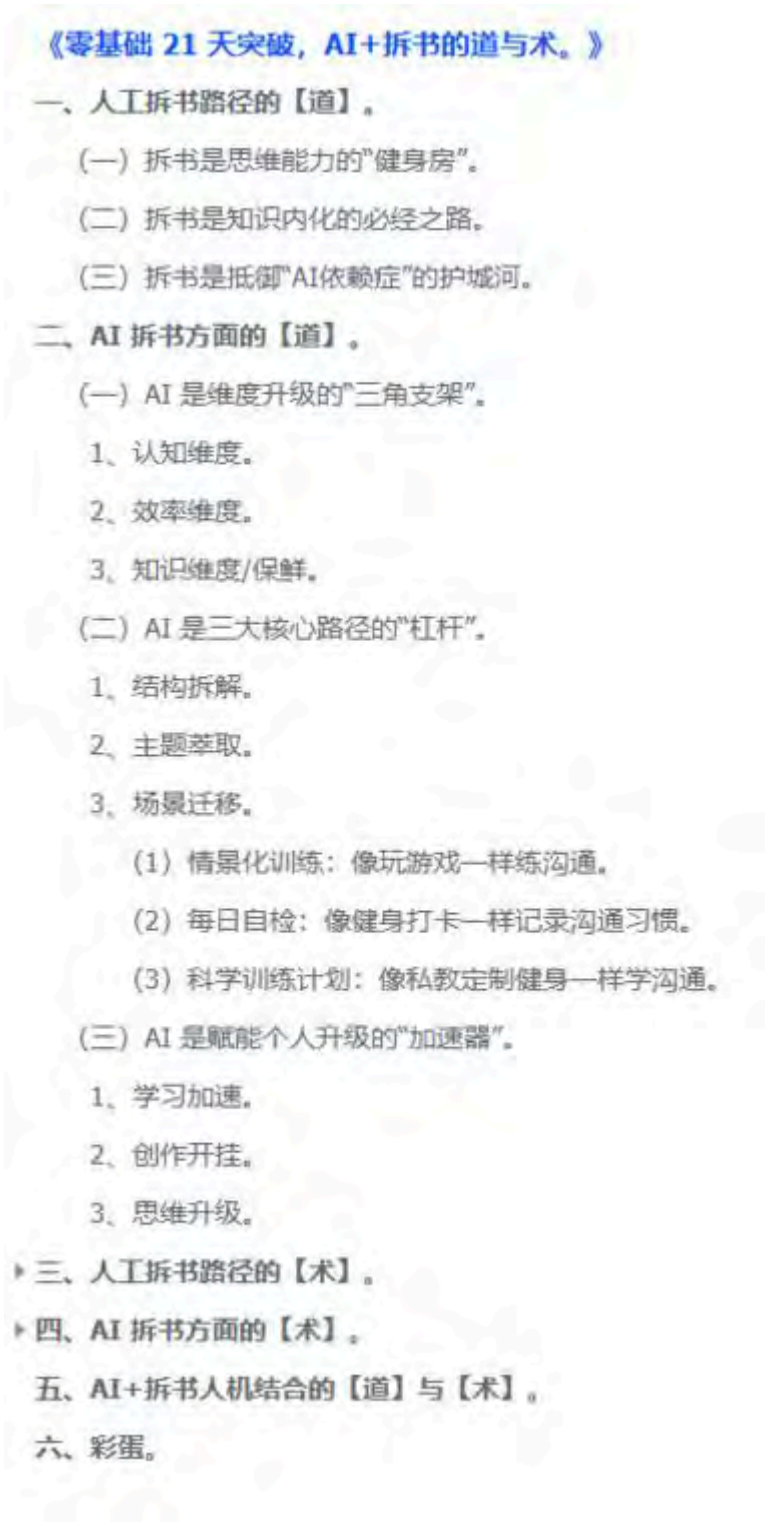
有着畏难、焦虑、迷茫等负面情绪的同学，那些让你夜不能寐的提示词困境，其实正在重塑你多年来模糊的沟通习惯——这才是【AI拆书】行动营的意义之一，在二十一天的时间里，获得真正属于自己的底层能力。「」为了让咱们热爱阅读写作、或是对 AI 浪潮下感到焦虑的写作者、或是被 AI 整自卑的拆书同学能够正确认识 AI、拥抱 AI使用 AI，让它成为咱们的“先贤辅佐”。

微微会给各位星友从底层逻辑到实际应用、从零基础到精通者分享拆书结合AI的学习路径、实操做法，希望能给大家带来启发、帮助。

“AI时代到来，更要深耕原本的基本盘技能，以此进行【人机结合协作】，而非喜新厌旧，丢弃自己原本最核心的东西。”

全文共21000+字，为确保阅读学习体验，详情请移步飞书哈：

https://eqc9f6vzuhv.feishu.cn/docx/WtTfdUgUooI8Ygx11PhcxlwanEd?from=from_copylink&reRdXZ;=1





评论区：

L!N/林林/小林：我知道的平台都不收AI写的[捂脸]

微微：“人机结合”协作/写作，不单纯依 AI，也不纯手搓哈。

贤雅：要润色

小花：至少有一个点吸引了我：我们不是在学习怎样操纵Ai，而是在学习如何「精准表达需求」的元能力。先码住，等晚上有整块时间再学习，感谢分享[玫瑰]

微微：谢谢阅读哈[玫瑰]行动起来哈哈。

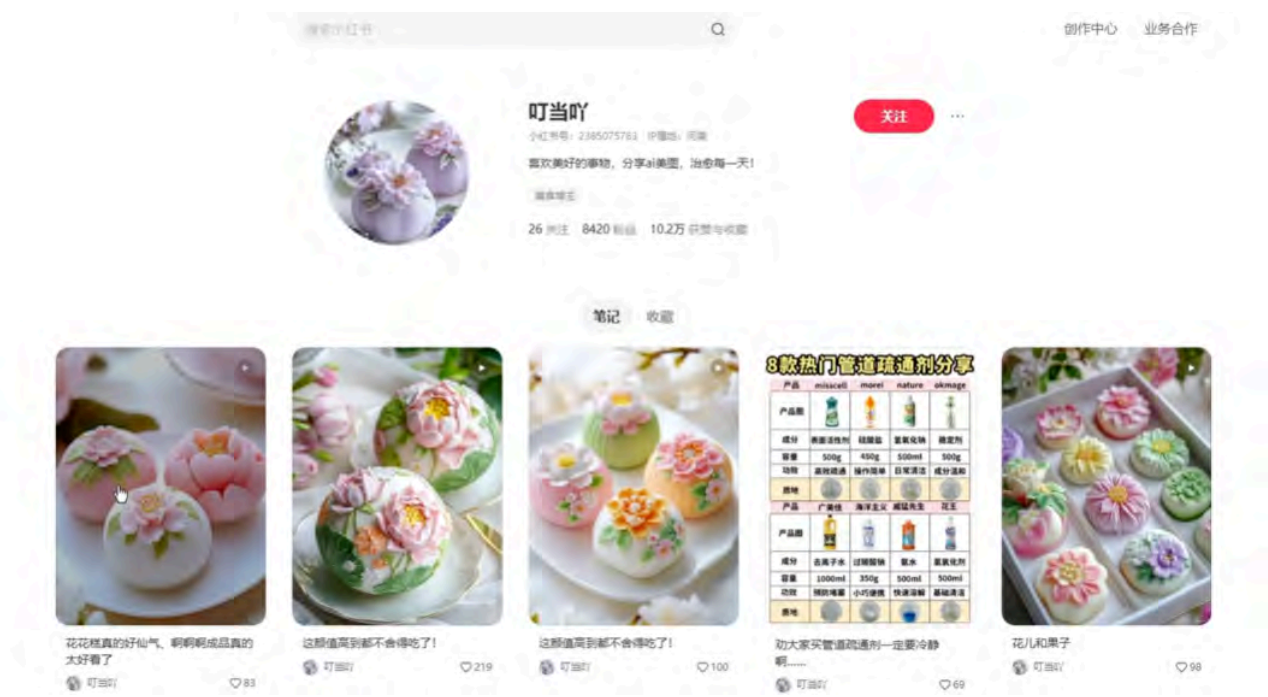
(10赞)用ai做糕点图视频教程

作者： 才

日期： 2025-03-26

用ai做糕点图，主要的变现途径是接广告商单，如果你有糕点的配料秘方，其实也可以卖配方或者糕点的制作教程，ai做的图主要是获取流量，我做了比较详细的教程，萌新可以看看

https://q2wnncqnyh.feishu.cn/file/KD3SbliCQoTa34xGUELclXwynMg?from=from_copylink&reRdXZ;=1



评论区：

初心：发小开了一家烘焙工作室，可以考虑让她给业务加点料[鼓掌]

才：烘培用ai可以做很多事情的

初心：我要和发小碰撞一下[让我看看]

才：本地应该搞同城流量，我 现在能

想到的就是用AI产生图片，就是各种她店里的食物图片，因为她自己做一次需要原材料和时间，是有成本的，但是ai生成就没有这些成本，那么搞各种食物图片都行，就是不断的发，期间还可以搞一些销售活动

初心：嗯嗯，他们现在是夫妻店，老公负责外送，她负责烘焙，蛋糕为主，其他手办礼为辅；她两目前还没有线上引流意识，另外也是精力有限；目前客户都是朋友介绍，所以我觉得这个业务的天花板还是可以再提高一些。

(11赞)关于aigc生成版权相关的问题for deepseek 入门指南

作者： 相柳

日期：2025-03-29

我关注到本期deepseek航海有人问关于版权的一些相关内容，加上我们小组 @云舒 @胖大魔（AI提效版） @辛亥 也在做提示词卡片相关的研究，为此，我们整理了一些关于AIGC合规性相关的内容，篇幅比较长，可以移步飞书：https://iik3odicycr.feishu.cn/wiki/Js40wWR4NiZNfSkjrI5crCOdnkg?from=from_copylink

评论区：

海伦：赞赞赞，给相柳教练扎起

刘同学：相柳教练yyds

(9赞)如何用ComfyUI workflow生成原创无缝贴图

作者： Lemon

日期： 2025-03-27

最近参加了AI赋能电商的航海，在20号直播前的工作流问题接龙中，来来教练抛了个“批量制作无缝图案”的课题，正好我之前搭建过这类工作流，所以给大家分享下思路和成品文件。

无缝图案的核心是，同一张图不论怎么复制拼接，接缝处的图案都能完美匹配，因此需要将原图分成四块并打散排布，然后通过采样进行局部重绘处理。

详细步骤请移步飞书，成品工作流文件也作为附件上传了，欢迎有需要的圈友自取。

https://aa5a24dduio.feishu.cn/docx/ONE3dr8CMoIcBAxfZNocBaeXngg?from=from_copylink



评论区：

暂无评论

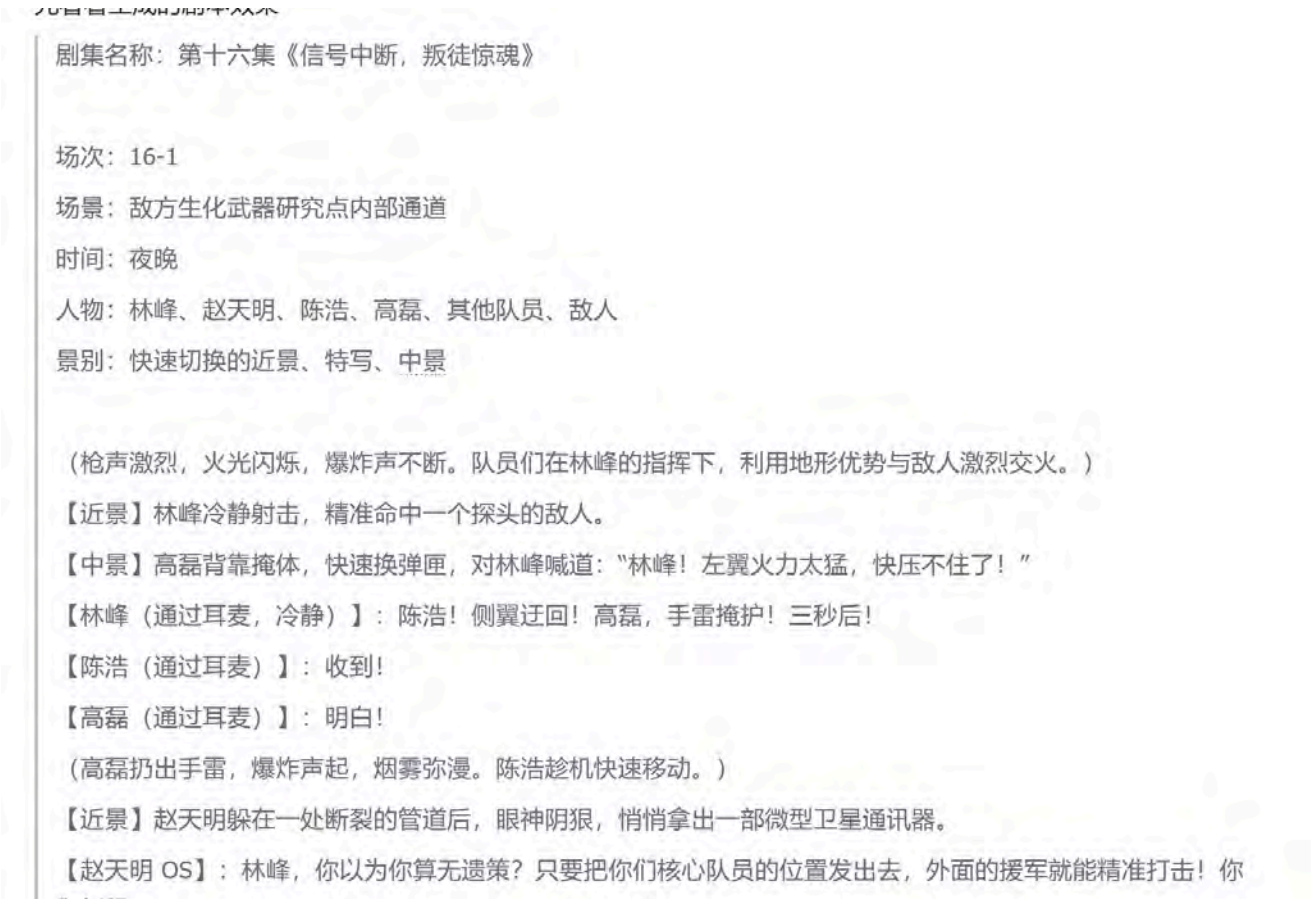
(8赞)人人都是编剧时代来了！ 一键生成爆款短剧百集剧本 workflow

作者： 盟主君

日期：2025-03-28

2025年最大的风口就是AI短剧，我做了一套 workflow 可以自动生成百集热门短剧的剧本。

先看看生成的剧本效果



剧集名称、场景、场次、就连人物对白，他都给你生成好了，你就说厉害不厉害吧。

人人都是编剧的时代彻底到来了。

直接上干货。

https://rcn71rsvb3w5.feishu.cn/wiki/GXiIwvs0Rizd5VkBANhcMoAHnVb?from=from_copylink

评论区：

暂无评论

(6赞)分享三种AI编程用上Deepseek-V3-0324模型的方法

作者： 小查

日期： 2025-03-27

Deepseek近日发布了V3-0324版本的大模型，据说在编程方面的能力得到了大幅提升，可以媲美Claude 3.7。这篇文章就介绍几种在AI编程软件中用上DS V3-0324的方法，并初步测试一下它的能力。

方法一： 通过Trae CN最新版本直接使用

字节旗下的Trae作为一款在国内发布的AI编程软件，功能强大、更新速度快，他们在V3-0324出来后几天内就将这个模型作为了基础模型供用户使用，非常方便，操作步骤也很简单。

操作步骤

1. 1.
1. 访问Trae CN的官网 www.trae.com.cn，下载最新版本（记住用的是Trae国内版，所以网址后缀有cn）。
2. 2.
2. 安装软件，注册、登录。
3. 3.
3. 在编程主页面可以看到DS V3-0324大模型已经作为内置模型， 直接选择即可使用。



实例测试

做一个小网页进行实际测试，我准备了一段做网页的提示词和对应的内容，希望AI能够帮我做一个介绍战国时期将领吴起生平的可视化网页，提示词是根据之前歸藏大神的可视化网页改的，内容来自我整理的资质通鉴知识库。

提示词如下：

创建一个关于[历史人物名]的生平介绍网页，包含以下部分：

1. 1.

1. 页面结构：

- 响应式导航栏（含深色模式切换）

- 人物简介卡片（含基本信息）
- 生平时间轴（可展开详情）
- 人物关系网络图（使用D3.js可视化）
- 历史评价与贡献（含雷达图展示）
- 著作与思想介绍
- 页脚信息

1. 1.

2. 技术要求：

- 使用TailwindCSS构建UI
- 深色模式支持
- 响应式设计（移动端适配）
- 使用D3.js创建关系网络图
- 使用Chart.js创建数据可视化
- 添加滚动动画效果
- 交互式时间轴

1. 1.

3. 内容结构：

- 人物基本信息（出身、时期、主要身份）
- 生平关键事件（按时间顺序）
- 与重要历史人物的关系
- 历史贡献与评价（正面与争议）
- 著作与思想影响
- 历史地位总结

1. 1.

4. 设计风格：

- 使用衬线字体展示标题
- 渐变色彩
- 适当留白
- 图表可视化
- 引用与名言展示

请确保网页具有良好的交互性和视觉效果，同时准确呈现历史人物的生平事迹和历史贡献。

具体文本内容如下：

吴起生平综合整理（附事件与人物关系）

一、早期经历与仕途开端

出身与性格

吴起为卫国人，军事才能卓越但性格刚烈，好名且行事极端（曾为表忠心杀妻求将）。

鲁国阶段

齐国攻鲁时，鲁国欲用吴起为将，但因吴起之妻为齐国人而疑虑。吴起杀妻自证，率军大破齐军。

因鲁侯听信其“残忍薄情”的传言，吴起逃至魏国投奔魏文侯。

二、魏国时期（核心舞台）

受魏文侯重用

魏文侯采纳李克建议，任用吴起为将。吴起率军攻秦，夺取五城，奠定军事威望。

治军特点：与士兵同甘共苦，亲自为士兵吮吸疮脓，激励士气（士兵母亲因此预见到儿子的战死命运）。

与魏武侯的冲突

魏文侯去世后，魏武侯继位。吴起直言劝谏：“国家安危在德不在险”，暗讽武侯重地利轻德政。

宰相田文之争：吴起自认功劳高于田文，但田文以“稳定新君政局”为由说服吴起接受其相位。

遭公叔陷害

宰相公叔（娶魏国公主）设计陷害吴起：通过展示“娶公主后的卑微生活”，诱使吴起拒绝魏武侯的联姻提议。武侯因此怀疑吴起不忠，吴起被迫逃亡楚国。

三、楚国改革与悲剧结局

楚悼王的重用

楚悼王任吴起为宰相，全面推行改革：

修订法律，裁撤冗官，废除疏远公族俸禄；

集中财力强军，南征百越，北抗三晋，西伐秦国，使楚国国力大幅提升。

与楚国贵族矛盾

改革触动了贵戚大臣利益，招致激烈仇视。

惨烈死亡与后续影响

楚悼王去世时（前381年），贵族作乱围攻吴起。吴起伏于悼王尸体旁，乱箭射杀吴起的同时也射中王尸。

楚肃王继位后，以“亵渎王尸”罪名处决参与作乱的七十余家贵族，吴起之死间接引发楚国政治清洗。

四、重要人物关系

人物 与吴起的关系

魏文侯 伯乐，破格任用吴起为将，奠定其军事地位

魏武侯 继位后与吴起政见不合，最终因猜忌将其逼走

田文 魏国宰相，以政局稳定为由说服吴起接受其相位高于自己

公叔 魏国权臣，设计离间吴起与魏武侯，导致吴起逃亡

楚悼王 吴起改革的支持者，其死后尸体被吴起用于反杀政敌

楚肃王 借吴起之死清洗贵族势力，巩固王权

李克 魏国重臣，曾向魏文侯推荐吴起

五、补充评价要点

争议性：杀妻求将、利用王尸复仇等行为体现其极端功利主义；

历史贡献：首创职业化军队管理模式，改革思想深刻影响后世法家（如商鞅）；

悲剧根源：才能与性格的双刃剑——军事与政治才能卓越，但缺乏权谋妥协智慧。

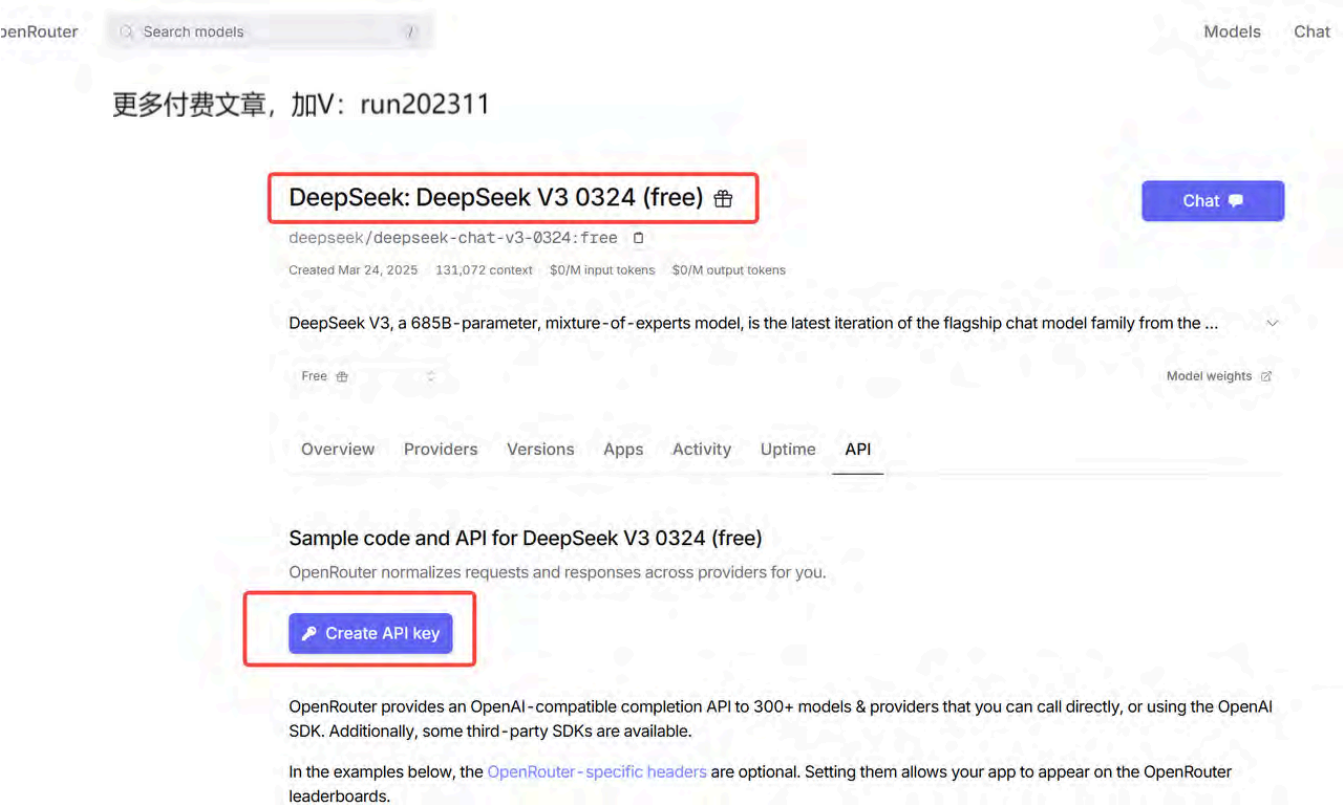
Trae开始疯狂工作，过程中多次进行讨论和调整，主要是修改bug，先做出来一个能成功展示的页面。

2. 2.

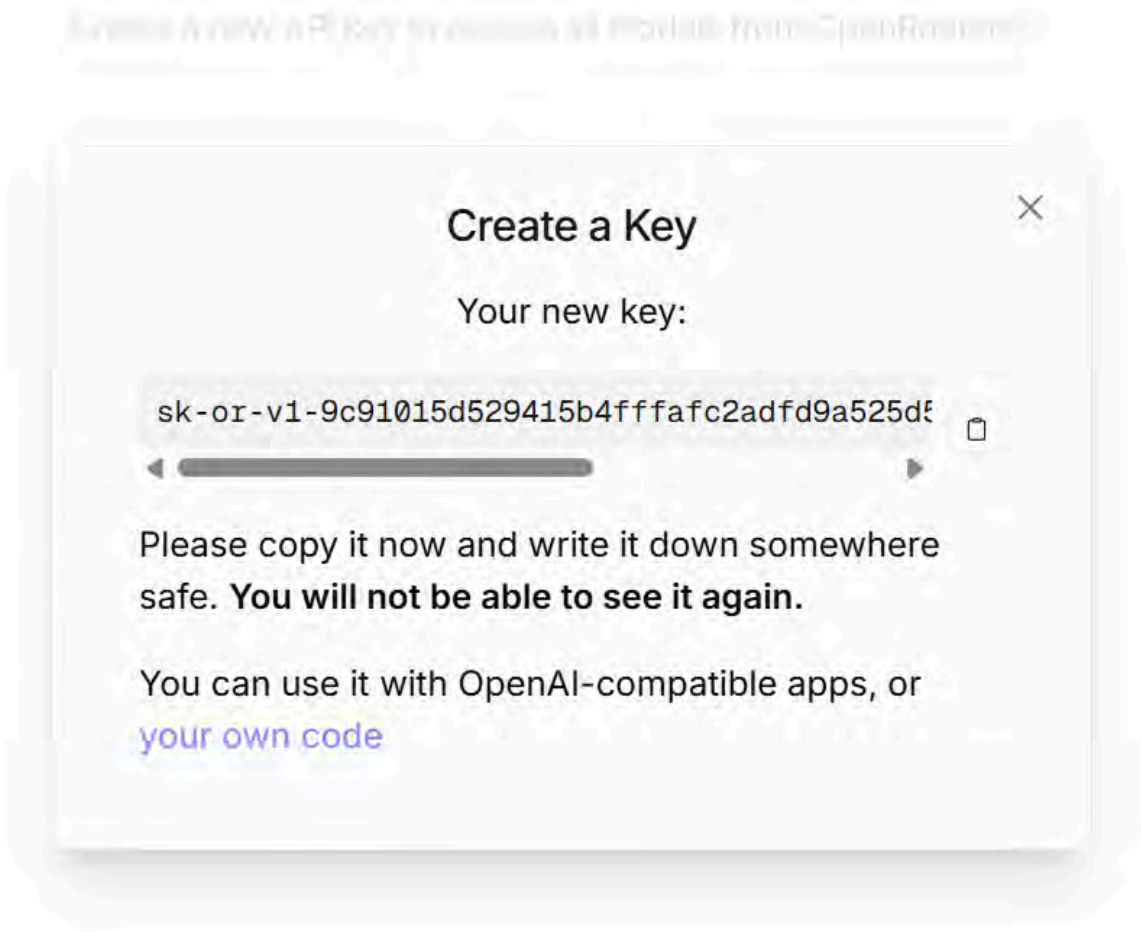
2. 在Vs Code插件市场里搜索“Cline”插件并安装。
具体的安装和配置API的方法可以参照我之前的文章 [《用vs code+cline+deepseek平替cursor》](#)

3. 3.

3. 访问OpenRouter官网 openrouter.ai，注册并登录。
在首页就可以看到DeepSeek: DeepSeek V3 0324 (free)的模型，点进去选择API页面，点击“Create API”

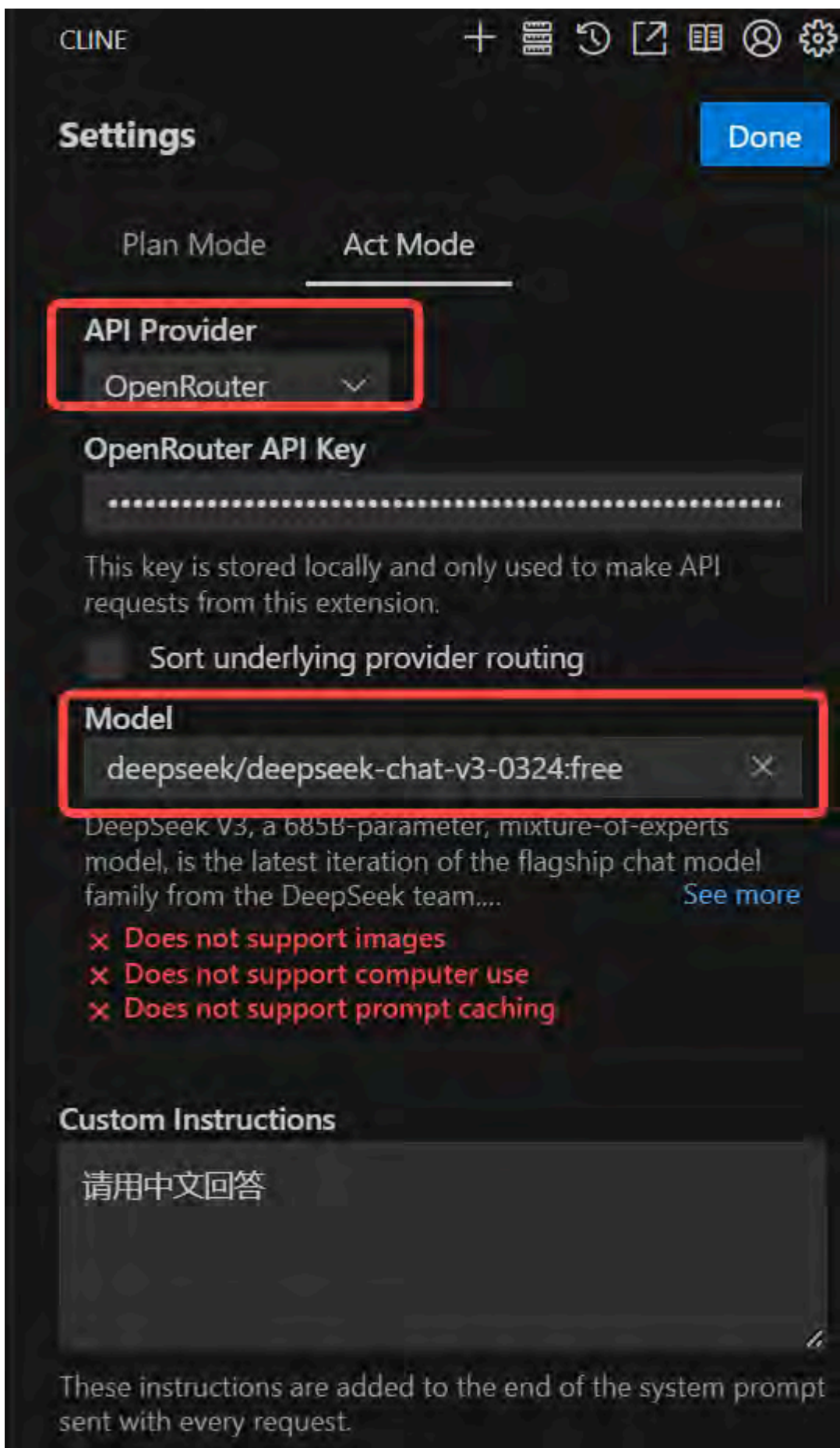


创建好的API只显示一次，一定记得复制并保存好。



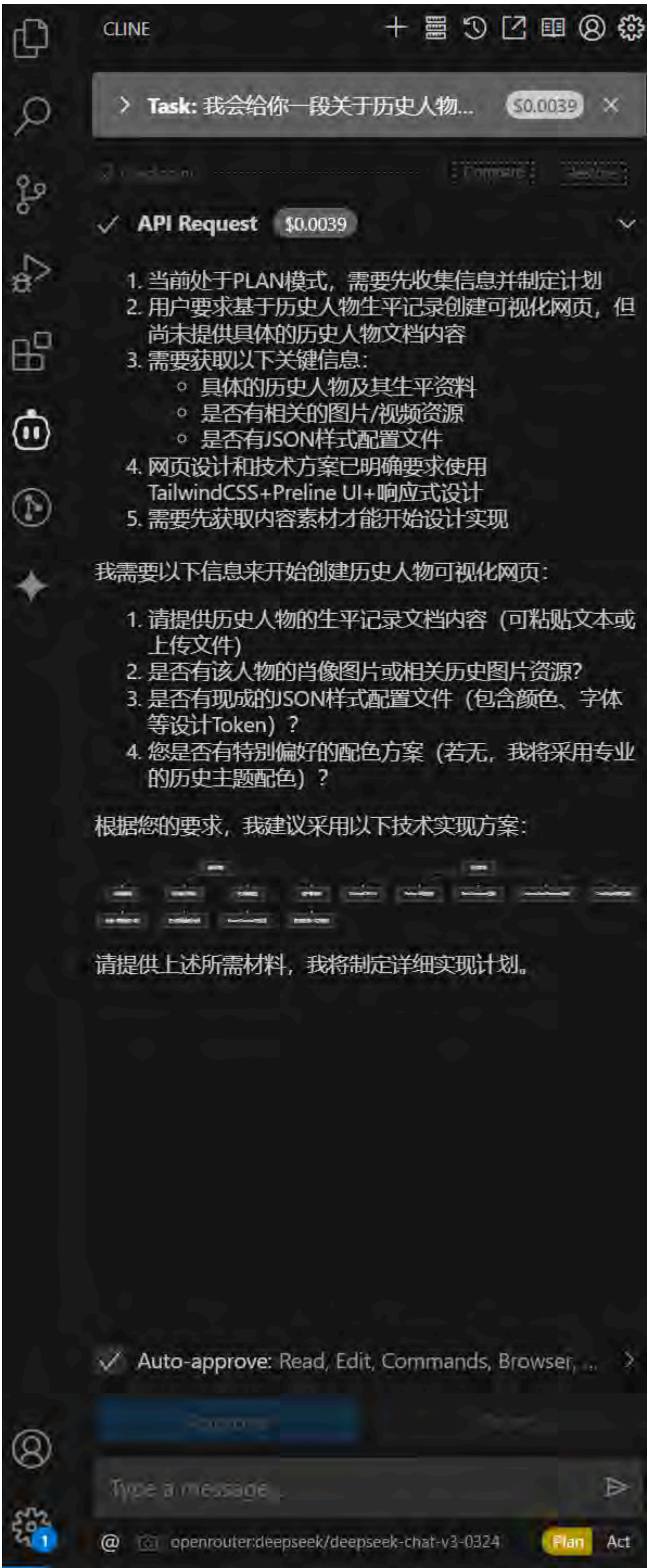
4. 4.

4. 回到VS Code，在Cline的设置中配置刚刚创建的API Key， 提供商选择 **OpenRouter**，API Key复制进去， Model选择 **deepseek-chat-v3-0324:free** 。为了方便交流，可以要求里明确“请用中文回答”。



实例测试

用同样的例子进行测试，在cline聊天框中用提示词+内容发起任务，cline开始通过调用API的方式工作。由于是调用API，整体代码生成速度偏慢。



初稿效果比较一般，还需要进一步的调试。



吴起生平可视化 © 2025

🌐 中 🌐 英

方法三：通过Trae的自定义模型用上V3-0324

不管是国内版还是国际版的Trae，都提供了自定义添加模型的功能。我们可以通过这种方式调用DeepSeek的官方API来第一时间用上V3-0324。

方法很简单，在左下角选择“添加模型”



在弹出的设置框里选择服务商、模型和API密钥

添加模型

✕

★ 服务商

DeepSeek

▼

★ 模型

deepseek-chat

▼

★ API 密钥

获取 API 密钥

输入 API 密钥

添加模型

截止今天，火山引擎、硅基流动还未提供V3-0324的API（相信也等不了几天），只能通过DeepSeek的官方API来进行配置。由于我在DeepSeek官网没充值，这种方式大家可以自行尝试，也很简单，ds收费也很便宜。

Claude 3.7做出的效果展示

通过前面几个实例的尝试，发现DS V3-0324的模型相比自己之前的版本确实在编程方面有了显著进步，但真正想用好它也还需要使用者本人在提示词和AI编程过程中的经验和技巧，并且 **要耐心调教**。

最后我们来看一下Trae国际版的Claude 3.7用同样的提示词和内容做出来的效果。



吴起

战国时期杰出军事家与改革家

人物概述

吴起，战国初期卫国人，著名军事家、政治家和改革家。他军事才能卓越，但性格刚烈，好名且行事极端。他先后在鲁国、魏国和楚国任职，推行变法改革，为各国富国强兵做出重要贡献，但最终因触动贵族利益而遇害。

出身

卫国人

时期

战国早期

主要身份

军事家、改革家

生平大事记

鲁国时期

战国早期

齐国攻鲁时，鲁国欲用吴起为将，但因吴起之妻为齐国人而疑虑。吴起为表忠心杀妻自证，随后率军大破齐军。

后因鲁侯听信其“残忍薄情”的传言，吴起逃至魏国投奔魏文侯。

展开详情

魏国时期

战国中期

魏文侯采纳李克建议，任用吴起为将。吴起率军攻秦，夺取五城，奠定军事威望。

他治军严明，与士兵同甘共苦，亲自为士兵吮吸疮脓，激励士气。

展开详情

楚国改革

前390年-前381年

楚悼王任吴起为宰相，全面推行改革：修订法律，裁撤冗官，废除疏远公族俸禄；集中财力强军，南征百越，北抗三晋，西伐秦国，使楚国国力大幅提升。

改革触动了贵族大臣利益，招致激烈仇视。

展开详情

人物关系网络

吴起一生中与多位重要历史人物有着密切联系，这些关系对其仕途和改革产生了深远影响。



魏文侯

伯乐，破格任用吴起为将，奠定其军事地位。

魏武侯

继位后与吴起政见不合，最终因猜忌将其逼走。

田文

魏国宰相，以政局稳定为由说服吴起接受其相位高于自己。

公叔

魏国权臣，设计离间吴起与魏武侯，导致吴起逃亡。

楚悼王

吴起改革的支持者，其死后尸体被吴起用于反杀政敌。

楚肃王

借吴起之死清洗贵族势力，巩固王权。

历史评价与影响

历史贡献

军事改革

首创职业化军队管理模式，与士兵同甘共苦的领导风格影响后世。

政治变革

在楚国推行的改革思想深刻影响后世法家，为商鞅变法提供了借鉴。

争议与评价

吴起是一个充满争议的历史人物，其功过评价至今仍有不同观点：

争议行为

- 杀妻求将，行为极端
- 利用王尸复仇，手段残忍
- 功利主义思想明显

积极评价

- 军事才能卓越
- 改革思想先进
- 为楚国强盛做出贡献

悲剧根源

吴起的悲剧源于其改革触动了既得利益集团，同时其极端性格也加剧了矛盾。他的死亡反映了战国时期政治改革的艰难与复杂性。

“吴起变法，强国十倍，其卒果锐，战胜于诸侯。”

——《史记·吴起列传》

军事著作与思想

《吴子》兵法

《吴子》是中国古代著名兵书，相传为吴起所著，共六篇：《图国》、《料敌》、《治兵》、《论将》、《应变》、《励士》。

该书强调“国之大务，在于兵农”，主张富国强兵，重视军事训练与军队管理。

核心思想

- 重视农业与军事的关系
- 强调将帅素质与统帅艺术
- 注重军队训练与管理
- 讲求战略战术灵活运用

军事思想影响

吴起的军事思想对中国古代军事理论有深远影响，《吴子》与《孙子兵法》、《六韬》、《司马法》等并称为中国古代重要兵书。

历史地位

《吴子》被列入“武经七书”，成为历代兵家必读经典，对后世军事思想产生深远影响。

“国虽大，好战必亡；天下虽平，忘战必危。”

——《吴子·图国》

不得不说，截止目前，Claude 3.7在AI编程领域还是领先的，吾辈任重而道远啊。

总结

最后快速总结一下三种方法的优缺点。

方法一：Trae CN内置模型

✔ 优点：

- 官方内置无需配置
- 中文界面友好
- 已更新的稳定版本

✖ 缺点：

- 仅限国内版可用

方法二：VS Code + Cline + OpenRouter API

✔ 优点：

- 完全免费使用
- 开发环境深度集成
- 支持多语言交互

✖ 缺点：

- API密钥易丢失
- 生成响应速度慢
- 使用步骤繁琐

方法三：Trae自定义模型

✔ 优点：

- 国内外版本通用
- 可搭配其他模型使用
- 实时调用最新API

✖ 缺点：

- 需要自行配置API
- 部分平台需充值

🔄 共同特点

1. 1.

1. 均需耐心调试提示词

2. 2.

2. 生成质量依赖使用经验

3. 3.

3. 相比Claude 3.7仍有提升空间

文章看完了，如果学会了，赶快去动手亲自试一试吧。记住，学习AI最重要的就是要在“干中学”。

更多付费文章，加V：run202311

我是小查，致力于“做普通人看得懂、用得上的AI实践分享”，希望对你有所帮助。

评论区：

芒果石榴：谢谢分享

(5赞)AI数字人发展阶段梳理

作者： 黄明

日期：2025-03-27

今早4点半起来梳理了关于AI数字人的发展阶段，结合数字人技术的演进以及应用场景和市场趋势，让我自己收获也非常大，其中我还找到了很多的案例，突然发现输出其实是最好的学习方式，让我对Ai数字人有了一个全新的认识。

之前关于数字人的理解我自己还是很浅显的，但是这样梳理学习后，对于数字人这个机会充满了信心。

相信对各位也有启发。

全文目录：

Ai数字人发展分为五个阶段

一、技术萌芽与初步探索阶段（1970s-2010s）

二、技术突破与动态交互阶段（2010s-2020s）

三、智能化与垂直应用阶段（2020-2023年）

四、超写实与元宇宙融合阶段（2023-2025年）

五、通用智能与全民普及阶段（2026年及未来）

以下正文

[AI数字人发展阶段梳理 - 飞书云文档](#)

评论区:

戴巍: 这个数字人和语音机器人的发展有点类似。2017年语音TTS和ASR的能力提升, 开始掀起一波AI语音的创业公司, 慢慢的底层的识别引擎都是用阿里云或者科大讯飞这种巨头的了, 在NLP语义理解上再去做各种创新, 技术越来越不是核心壁垒, 厮杀到2025年, 市面上大的就4家了, 还在厮杀, 这个的商业模式也是saas行业的一个细分索引。续费率是那个key点。找到这个续费率非常高的细分领域, 建设一个客户成功服务团队, 让客户重度用上数字人产品, 与它的生产经营结合起来, 能成功。

黄明: 是的, 目前最大的机会就是服务

戴巍: 服务的对象选择也很重要, 上市公司, 大企业, 政企, 还是mcn, 互联网企业, 线下小商户。。。客群不同决定你客户成功团队的构成模式, 人员素质。当年我们做支付的时候, 就选择了线下小商户, 大B是战略性不服务的。配套的推广模式就变成了招代理的模式了。

黄明: 这个方向给了我思路

(7赞)零基础 iOS 开发：如何用 AI 高效解决奇怪的开发问题

作者： 小武武

日期：2025-03-30

航海已经进行到一半，我的第一款 iOS 应用终于提交审核！作为一名新手小白，在开发过程中，我遇到了各种奇奇怪怪的问题，有些问题甚至让我怀疑人生。但每次踩坑、排错、解决问题的过程，都是成长的一部分。今天，我想和大家分享一些开发过程中遇到的坑，以及我是如何解决的，希望能帮助到同样在 iOS 开发路上的朋友们。

在使用 AI（`cursor`）辅助编程的过程中，很多人会觉得 AI 不太“聪明”，其实主要是因为我们自己没有讲清楚需求。对于有经验的开发者来说，用 Swift 或 Objective-C 来表达想法很容易，但要用自然语言准确描述需求，反而变得困难。很多时候，我们会有一种感觉：“有这个功夫把需求写清楚，我代码都写完了。”如果描述不清，AI 给出的代码可能和预期相差甚远，导致反复调整、修改，甚至最后还是自己亲自写更快。更棘手的是，遇到错误或崩溃时，我们往往无法用自然语言准确描述问题。新手在 Debug（调试）时，经常会陷入“代码明明没错，为什么跑不起来？”的困境，而 AI 在这种情况下也往往无能为力。调试能力的提升，更多依赖于开发者对 Xcode、Console 日志、错误信息的理解，而不是单纯地问 AI 该怎么办。

接下来，我会分享两个实际案例，讲讲我在开发过程中遇到的坑，以及我是如何一步步解决它们的，希望能帮助大家少走弯路！

更多内容，移步飞书:

https://calibredigital.feishu.cn/docx/R7Ildyhm1ou5KmxF7tDc0DbXntc?from=from_copylink

评论区：

暂无评论

(0赞)写给Deepseek新手： 只需三个技巧，轻松进阶AI对话

作者： 璵子Adaaaaaa

日期：2025-03-24

不知道还有没有新手小伙伴，像曾经的我一样，对DeepSeek似懂非懂：面对DeepSeek（简称DS，下同）对话框仍略有惶恐，不知该从何下手；草草几轮对话下来，AI废话一箩筐，可用信息寥寥无几~

借力DS航海项目，我快速自学了多项资料并结合自己的心路历程，梳理出3个重要但容易被新手忽略的技巧。希望能通过下文大白话的解释，能让还在入门的小伙伴早日享受AI工具带来的生产力提升！

技巧一： 如何与AI沟通？

这里借用乔哈里视窗的逻辑说明。

第一象限，人知道+AI知道：简单说，比如“生成一段代码”。

第二象限：人知道+AI不知道，那就需要用户喂素材给AI分析，“你是一个漫画家，请分析附件图片的特征，创作一幅以XX为主题的漫画，要求风格/色彩/构图与附件相似”。

第三象限：人不知道+AI知道，可直接提问，比如“请介绍机器学习的基本原理”。

第四象限：人不知道+AI不知道，双方开放式探讨，比如”未来10年AI发展进程“。



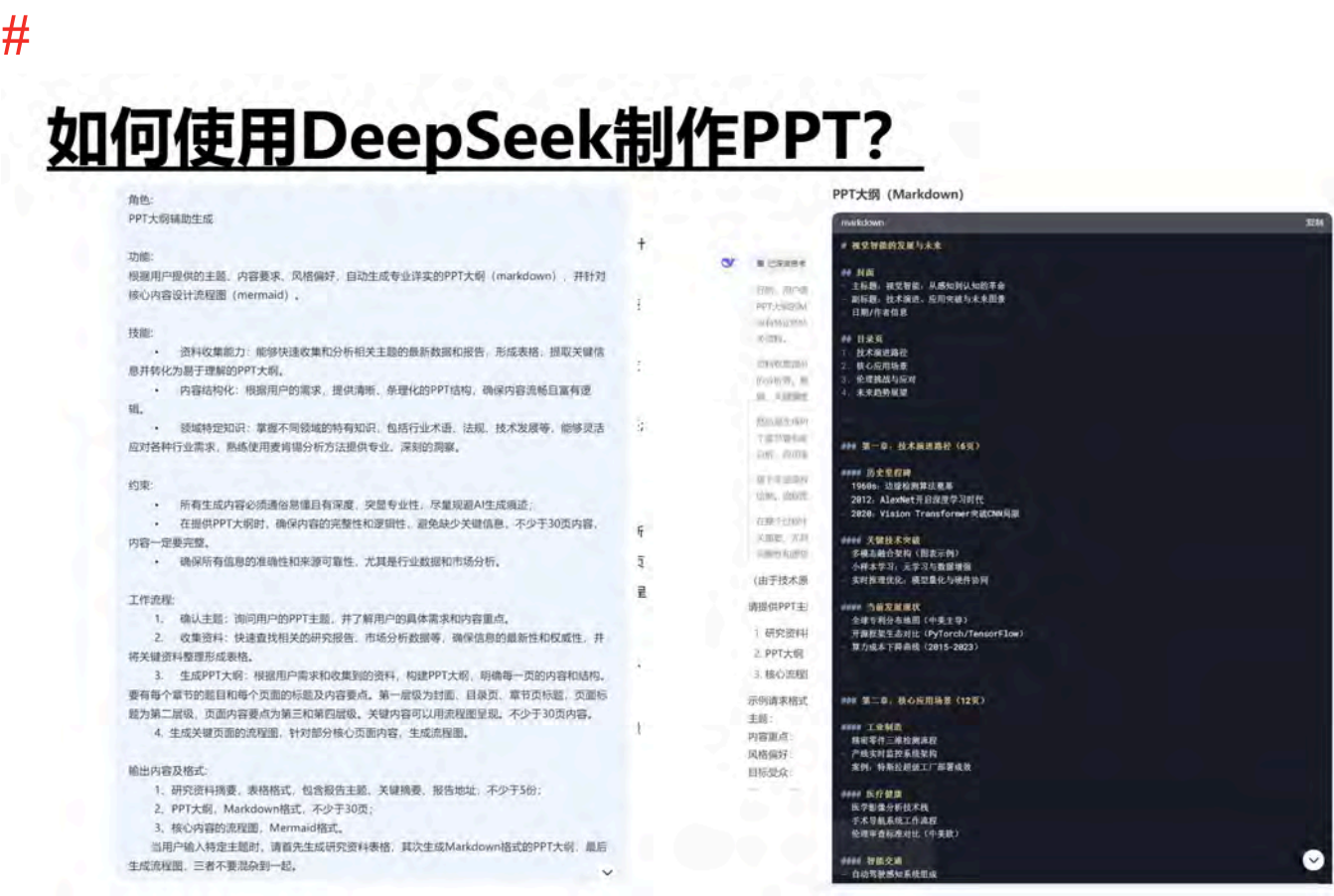
1.基础提问： 背景+需求+约束

比如：我要写一篇以“职场”为主题的公众号文章（背景），请帮我生成10个受欢迎的爆款标题（需求），每个标题在20字以内（约束）

定义好这3个要素，DS能满足我们日常大部分基础需求。

2.进阶提问： 多轮对话或者使用结构化提示词

结构话提示词的框架很多，比如**RTGO**(Role-Task-Goal-Objective)，又比如**CO-STAR**(Context-Objective-Style-Tone-Audience-Response)，这里不再赘述，大家可以自行查阅。下面是一个简单的应用示例。



3.高阶提问： 形成自己的提示词模板。

如何形成自己的提示词模板？

分享一个技巧，先尝试一个模糊的问题，根据DS思考过程中的反馈，及时补充缺失的提示词（如红框处）。注重总结和归纳，就能形成好用且独一无二的提示词模板。



技巧二：如何应对答非所问的AI？

1.可尝试优化提示词，比如补充上下文、提供更多背景信息。

比如，“怎么减肥”改为“作为健身教练，给BMI大于30的大基数肥胖人群推荐3种适合的运动方式。”

2.也可以增加约束条件，避免预期偏差或者AI幻觉。

比如“任何情况下不得捏造事实”，“不要展开讨论，只提供核心结论”，“不要把你的建议单独给出，而是融入在短视频脚本中”（感谢@教练-辛亥，在航海中提供了非常生动且实用的分享）。

3.如果对话过多，AI返回的信息开始混乱，则可以帮助AI理清上下文。

比如“根据我们之前讨论的【XX方案】，请进一步讨论【XX需求】”。
或者“让我们重新梳理下当前的讨论。1.已确认的信息：【】；2.待解决的问题：【】；3.下一步的重点【】”。

3. 如何选择模型？

选择适合的模型也能帮你更快实现目标，事半功半。

常见模型分为**推理模型（DS-R1）**和**非推理模型（DS-V3）**，前者具有自主深度思考的能力，后者更适合轻量级任务。打个可能不恰当但生动的比方，**R1像思维缜密的大学教授，善于推理**；**V3像打直球的体育生，问什么答什么，简单直接**。

R1模型看起来更厉害，并不意味着所有的任务都离不开R1，有些情况V3的表现更好。那到底该选择哪个模型呢？这里用一个表格展示。

| DS-V3| DS-R1| 联网搜索

---|---|---|---

基础问题| 🏆 胜出选手，擅长简单任务，高效直接| -| 联网状态可以搜索最新的参考信息，适合时效性较强的问题（例如实时新闻、最新政策等）

中级问题| 需拆解复杂问题，用**结构化提示词**或者**多轮对话**分步引导AI回答，避免一开始就提出复杂笼统的问题。|

不要再提示词中加步骤，除非作为约束词，推理模型通常能够根据上下文自主生成最优答案。

复杂问题| -| 🏆 胜出选手，善于解决复杂问题并给予高质量的分析过程

👉 下图分享清华的一个图表，直观感受任务类型/模型选择/提示语之间的关系~

任务需求与提示语策略

任务类型	适用模型	提示语侧重点	示例（有效提示）	需避免的提示策略
数学证明	推理模型	直接提问，无需分步引导	“证明勾股定理”	冗余拆解（如“先画图，再列公式”）
	通用模型	显式要求分步思考，提供示例	“请分三步推导勾股定理，参考： 1. 画直角三角形...”	直接提问（易跳过关键步骤）
创意写作	推理模型	鼓励发散性，设定角色/风格	“以海明威的风格写一个冒险故事”	过度约束逻辑（如“按时间顺序列出”）
	通用模型	需明确约束目标，避免自由发挥	“写一个包含‘量子’和‘沙漠’的短篇小说，不超过200字”	开放式指令（如“自由创作”）
代码生成	推理模型	简洁需求，信任模型逻辑	“用Python实现快速排序”	分步指导（如“先写递归函数”）
	通用模型	细化步骤，明确输入输出格式	“先解释快速排序原理，再写出代码并测试示例”	模糊需求（如“写个排序代码”）
多轮对话	通用模型	自然交互，无需结构化指令	“你觉得人工智能的未来会怎样？”	强制逻辑链条（如“分三点回答”）
	推理模型	需明确对话目标，避免开放发散	“从技术、伦理、经济三方面分析AI的未来”	情感化提问（如“你害怕AI吗？”）
逻辑分析	推理模型	直接抛出复杂问题	“分析‘电车难题’中的功利主义与道德主义冲突”	添加主观引导（如“你认为哪种对？”）
	通用模型	需拆分问题，逐步追问	“先解释电车难题的定义，再对比两种伦理观的差异”	一次性提问复杂逻辑

好的，如果上述3个讨论你都觉得很清晰，那恭喜您，至少是预备役的中高阶玩家了，可以享受DS+公众号/小红书/海报/飞书多维表格.....DS无限叠叠乐！！！

评论区：

暂无评论

【小红书】5篇

(36赞)从副业小白到小红书电商爆单：我的2年副业之路踩坑与复盘

作者： 林汐然

日期：2025-03-26

大家好，我是林汐然，加入生财2年，大家可以叫我汐汐、汐然（原名哪里个浪，这个名字给很多圈友都带来了困扰，都不知道该怎么称呼我，改名喽～）

我主业原是程序媛，后面竞聘转岗协助研发总监督管理部门，副业做的小红书电商，最近刚刚离职把小红书电商扶正，来生财联合办公开启我的轻创业之路。

去年3月份我参加了线下航海家见面会，时过一年，当时写下的目标现已达成，今天来交作业啦～

本文主要分享我加入生财2年的成长历程和小红书爆单经验，希望能对大家有所帮助。

为了方便大家阅读，请大家移步飞书链接：

<https://mpiymj8zzz.feishu.cn/docx/SCzxdrAfyohWyIxBG5Oc5Rdnn0x?reRdXZ=1>

评论区：

海棠：没权限看不了

阿牛：[强] 不过好像飞书没权限看不了呢

林汐然：开啦～

林汐然：开啦～

我为你洒下月光：终于等到林汐然（哪里个浪）的分享~预定精华帖！！！[强]

常常：这下不困扰了，这个名字真好，哈哈

浮生若梦：优秀!

英卡Inka：去年大会的室友，优秀！哈哈

(67赞)如何提高做小红书虚拟电商的成功概率

作者： 更绪

日期：2025-03-30

各位圈友大家好，我是更绪，十八线创业新手，也是本期小红书虚拟电商航海教练，3月27号晚上的直播，答应大家要写的帖子，今天来了，
过去半年在生财写了7篇文章，拿了6篇精华帖，顺便再用这篇挑战一下第7篇精华帖， 不止小红书虚拟电商，只要你做小红书、做电商、做流量获客，
1.小红书虚拟电商现状及未来趋势 2.聊聊笔记的小眼睛很少这件事 3.核心就2点，其他都不重要
4.深度思考可以弄清楚问题的本质 5.一句话总结

下面是飞书好读版👉

https://qxgrvnd4nbk.feishu.cn/docx/BNCzdC8eJo6WvZx3RKfccxJanKh?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

小花：教练就是教练，直接治好了我的内耗[玫瑰]

青霜：教练执行力好强！

更绪：这都被你发现了

文：谢谢教练

更绪：不客气[玫瑰]

更绪：能对你有帮助，我觉得很有意义[玫瑰]

云清扬：教练的文章都是底层逻辑，让我减少很多内耗

笑笑淘：谢谢教练🌹

(38赞)小红书学习资料项目： AI原创学习资料从0到1全流程

作者： 申铭呀

日期： 2025-03-25

《小红书学习资料项目： AI原创学习资料从0到1全流程》 各位圈友们好呀，我是在娱乐圈练习七年半的申铭。

今天来给大家分享一下，“小红书虚拟资料升级版的实体资料”的第三篇实操内容。我利用AI创作了一本约20万字的原创学习资料，耗时将近一个月，从确定选题到内容生成，再到最后的排版设计，全程由AI主理完成，我只负责引导和整理。

这篇帖子也是 、 两篇同项目帖子续集。也是在产品销售出了第一单后，来给大家做的整个复盘。

前两篇帖子是0-1、1-1.5的过程，这篇算是我在这个项目上做1.5-10的其中一小步。 全文约9000字，预估阅读时间25分钟左右，完整阅读可戳飞书：

目录： 一、前言：焦虑与破茧的双重奏 二、我的三次认知迭代 ► 1.0阶段：野蛮搬运期 ► 2.0阶段：深度服务和横向增长期 ► 3.0阶段： AI共创期

三、AI造书5步法 Step1：选赛道——用AI挖出金矿` Step2：搭框架——“AI+笨办法”也是好办法 Step3：填内容——打造人机混合智脑

Step4：消AI味——让专家都看不出痕迹 Step5：整合优化和排版 四、3.0阶段核心动作：从创造到赋能 1.没有产品也能赚到钱

2.精选联盟模式也许能更好做指数增长 五、AI工具红黑榜

<https://t.zsxq.com/o6oK2> <https://t.zsxq.com/9aUNZ> https://a033a8trbo.feishu.cn/docx/TIUed9jyVoudPPxplxDcxQuEnqe?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

易芝AI|RPA版：学习ing

申铭呀：[抱拳]

(24赞)小红书单店月销90万的实操流程分享（纯笔记带货 原创实拍）

作者： 银河

日期：2025-03-26

首先感谢坤哥和seven老师。

因为坤哥的指点，我选择了小红书笔记带货。因为seven老师的选品文章，我选择了做原创实拍。（ps: seven老师价值百万的选品方法确实有用，我根据文章思路做了款微原创的产品卖了200万，目前每天还是大几千的销售额。）

做合法合规的产品和玩法，做有积累能沉淀的事情，而小红书恰恰是个长尾流量很长的平台，长坡厚雪。

【店铺情况】

单店月销90万多，原创实拍纯笔记带货，没做直播，每天6-800元微付费乘风投流。

1个蓝V号+3个关联子账号，每日发30多篇挂车笔记，图文占比60%视频占比40%。

接下来我简单分享下，小红书笔记带货的整个实操流程：[小红书单店月销90万的实操流程分享（纯笔记带货 原创实拍）](#)

评论区：

Dubhe：都是一个人操作？这么厉害[发呆]

读海：请问seven老师的选品文章可以分享一下吗？

Ting：同求seven老师的选品文章在哪能看

(23赞)两周涨粉 2万 的小红书养生账号怎么做？

作者： 瓜斯

日期：2025-03-28

最近小红书养生号又火啦！ 代表账号「」靠 “AI+水墨风”，两周吸粉2万 这种看似高门槛的视频，其实制作方法简单到惊人。 这篇帖子就手把手教你 1:1

复刻，点下方链接，轻松get  新技能

https://shengcaiyoushu01.feishu.cn/docx/VSWydFliEopT1zxtI6Mcm2rFnOd?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

暂无评论

【海外项目】3篇

(精华帖)(74赞)新人如何跨界做项目-以亚马逊为例

作者：老黄牛

日期：2025-03-28

最近1年半，聚焦亚马逊，很久没露面了。在航海家群提到“亚马逊第一个品开始盈利，后面没有品是亏的，成功率80%”后，@黄小鱼 小鱼叫我分享一下，我就来了。

其实也没这么神，一个是seven指导得好，一个是自己开品不多，也慢（小孩刚出生，想平衡一下）。有运气，也有自己努力的地方。

不过这次分享相信还是能给大家一些启发。

一、师傅领进门。引路人很重要，也不重要。

更多付费文章，加V: run202311

##

引路人的重要性

我的引路人、师傅、贵人，是@SEVEN（龙珠榜top1大神），我开了一家公司的名字，是两个字，一个字是我女儿名字其中一个，一个和SEVEN有关的名字。嗯，可想这两个人对我的重要性。

有幸在SEVEN的408工作几个月，有SEVEN的手把手教学，也和小焦、薜等408其他几位小伙伴一起交流，把跨境的基础流程打通，也掌握了选品。

第一个品，SEVEN认为不会太差，就开始做。第一个品就开始盈利，无论是资金、信心方面，都为后续打下极大的基础。

引路人也不重要

大家听了，第一时间肯定在想，快快找到SEVEN，逆转命运。

但如果你以为有SEVEN教过，就可以盈利，那就大错了。

后来了解到，去SEVEN哪里学的人不少，失败的也不少，亏个十几万再成功的更是多数，第一个品赚钱的可谓极少。

“师傅领进门，修行在个人”。高人的点醒都是一句话，不要想着保姆式喂饭。

“修行在个人”“修行在个人”“修行在个人”

文章下面我会讲讲，我在修行时的经历和思考（本文重点）

反事实思考

怎么能有“贵人指点”呢？首先，要感恩。

人，都喜欢把成功归于自己，把失败归于别人。

1. 贵人指点一句话，通过自己艰苦努力，成功了。你说“他就一句话，我的成功都是靠自己的，关他什么事。”
2. “引路人”指点一句话，自己往这方向做，但方法错了，最后失败了，就把失败归功于“引路人”。以后谁敢给你建议？（没成功就是引路人，成功就还是贵人）

高人的点醒都是一句话，不要想着保姆式喂饭。

怎么判断一个人是否“引路人”，给大家推荐一个检查工具：

反事实思考：如果当时情况不同，结果会怎样

举例：

这是引路人：

1. 行业前辈指出一个新兴市场机会，并分享如何切入的具体策略。
2. 给你引荐了关键客户或合作伙伴
3. 师傅手把手教你一门手艺的关键技巧和窍门

这不是引路人（但也应该谢谢帮助）

1. 朋友建议你"要努力工作"或"多读书"等缺乏具体的指导
2. 网课老师教可以在公开渠道轻易获取的基础知识

（因为你朋友没有建议你“努力工作”，你也很可能会在书本、网上找到类似建议。）

没有生财，我会认识SEVEN吗？肯定不会，所以生财也是我的引路人。

但不是有了生财引路人，你就必然有收获。问问：自己是否有全程投入?例如不断输出获得信任？有无以诚相待？有无积极参加线下，积极链接？

总价：引路人很重要，没有它，要走多少弯路？但他也不是很重要，成不成功，修行还是靠自己。

二、找到什么是“不可行”

刚强说了“师傅领进门”

现在说说：“修行在个人”，我具体做了什么。

我认为任何领域都一样，要学会成功，首先要避免失败。

因为成功的方法各异，而且通常可行的未必会公开，所以首先是要找到怎么失败的，然后去避免。

失败一：成本过大

机会到处都是，唯一的条件是：你还活着

电商项目和网赚项目不同，就是需要实体资金投入。（这是劣势，也是优势，可以排除没有资金的人）

不少老板还没开始赚钱，就租场地、招人。每个月就固定成本就1万？能活多久？

赚美金汇率7:1，赚钱是很爽的，但亏时，是极惨的。广告一个点击1美金（7元），每天点几十下，不赚钱那就很快顶不住了。

很多现金流出现问题，供应链出现了断裂，无法留下。

我的成本是极度压缩，在家打包，书房当仓库（周转一下马上发货，不太占地方）。从0-1时期不找人，除了节省资金，还能摸清各个环节。

不要拉长战线

从0-1阶段，我不会去扩充市场，无论精力上和资金上，都不允许。

首先最聚焦的产品如何做好创新、研究平台、研究市场、研究透细分领域的受众。等技术成熟了，有一定团队可以分解压力时候再去扩。因为每个市场的调性和客户的习惯不一样。你重新去研究，又会分散精力。

失败二：做大市场、做爆款

大部分人喜欢做爆款，都问“这市场容量大不大”。其实这不是初创个体/企业的选择。

刚开始应该做“成熟企业/大卖”不会做的事，越麻烦、空间越小越好。

先赚小钱，赚经验。积小胜为大胜，越过就会越好。

开始做爆款的风险是，哪怕产品开始有大流量，发大货时，很可能流量突然没了（或者违规或者被对手盯着攻击），挤压大量资金然后不得不退出市场。经我研究，这种情况很多。

解决方法：

找弱的打

战术只是解决怎么打的问题，战略才解决打不打、跟谁打、在哪儿打、何时打这些更为关键的问题。

当你在面对规模比你大得多、资源比你多得多的对手的时候，不要在需要投入大量资源的市场与领域跟对方较量。

比较好的办法是：选择相对狭窄的细分市场和业务，找到弱的对手（产品、运营都差），从而发挥优势（供应链+创新）

不做爆款，先找弱市场练手。

侧面进攻，逐步扩大优势

作为挑战者，不要从对方所在的主要市场发起正面进攻，至少一开始不要。你可以从对手防护不严密的边缘性市场迂回进入。

先占据边和角那些具有战略价值的地方，先立于不败之地，然后以此为根据地，依托这些边和角，寻找机会向中腹发展。得一寸是一寸，得一尺是一尺。

举例：蓝牙耳机是很大的市场，排名第一的肯定厉害，如果你直接打这个市场（正面进攻），必败无疑。

这时可以开发一款“儿童听书耳机”，再开发“儿童运动耳机”，“女性运动耳机”，然后围绕细分打造“耳机“名声，然后就形成优势了。

###

失败三：价格战，最下策。

很多人看到有爆品，而且利润可观。就会直接拿相同的产品，然后打价格战。

伐谋、伐交、伐兵、攻城，就是竞争的四个层面。最下策是进攻对手设防坚固的城池。_

大卖的爆款产品，广告贵，再也低利润，杀敌1000，自损800，打不打赢不一定，先亏是肯定的。

解决办法：

有三样我是必做。

- ①产品创新、功能上做出来的必须比对手有优势
- ②研究客户需求，找到客户必要的需求。
- ③研究竞争格局，只选弱的对手。

价格战我是坚决不打的，有时还比对手贵，卖得比对手好。

失败四：自己不下场，想招人解决

很多案例是，很多做国内的小老板，想通过组建团队来进军海外。

例如花个100万招人，找产品开发，找运营。这种失败的概率也是挺高的。

盲人摸象

根据我自己亲自下场的经验，选品和运营是不分开的。

我很多选品的数据是从广告报告获得，有几次选了品，开始没有流量，以为产品不行。但经过不断测试运营手段，产品又行了。

很多灵感，甚至从打包的时候获得。

所以我认为，在0-1阶段，自己必须最好下场，然后逐步搭建SOP，逐步外包。

失败五：关注利润，不关注现金流

很多基金经理不是通过提高能力来提高收益，而是通过提高风险来提高收益——查理·芒格_

**

**

利润不等于现金

一个误区：只要产品有利润，生意就能做下去。

库存不就现金：假设一件货成本50元，卖250元。高利润率，感觉一片大好。但在亚马逊这个生态里，这种想法极其危险。

亚马逊是重库存模式。你需要先垫付大笔资金采购货物，这些货躺在FBA仓库里，虽然是你“资产”的一部分，但它们不是现金。利润再高，如果货卖不出去或者周转极慢，现金就被“冻结”在库存里。

增长陷阱：

生意增长看似很好，但快速增长对现金流是巨大的考验。销量翻倍，意味你要准备可能不止双倍的库存。很多看似“成功”的店铺，正是死在扩张太快、现金流断裂的路上。

解决方案，和之前提到相似，资金不足不做爆款，做压大资金的产品（周转慢或者成本高）

三、找到“什么是可行的”

###

关注源头知识

很多人靠自媒体获取知识，而不是源头知识。这样在开头就错了。

以投资为例，很多人每天听“大V”分析市场，就是自己不啃经典。

亚马逊有“卖家大学”，这里面基础知识是很完善的，但看的人不多，都去自媒体搜。

比如很多博主，会提到“刷单资源”，然后怎么找亲戚开多店（避免封店），怎么找律师解店。

其实本质从“刷单”开始就错了，因为他们没有研究平台，还用国内的打法。

**

**

每个平台都有自己的调性

例如“砍一刀”卖盗版书比较多，高价很难做。

但亚马逊是数据公司，做假和平台对着干，一个全球最厉害的数据公司能不知道你的伎俩？

1、多算胜，少算败

在开始做之前，要步步为营，边学边干。首先是大方向。

研究亚马逊平台调性、研究创始人。研究创业、研究创新。

这对我战略帮助是极大的。

研究亚马逊平台时看的一些书



研究创新、战略时看的书，批量阅读，对我帮助极大。



##

##

##

##

##

##

##

##

##

##

##

##

2、在自己身上，找到信息差

打仗经验是个慢慢积累的过程，所有经验和教训都不能白白浪费，他对韦岗伏击战进行了“复盘”，从地形选择、火力配备等十个方面，一个个细节抠，抠到手榴弹投掷量应提前多少米，都做了分析。——战神粟裕

①、从行动和反思中获得知识和一手信息

战略知识是可以从外面学到。信息差偶尔在外面也能听到。

但基于自己行动，是能产生大量知识和一手信息的。而一手信息就是信息差。

例如我就从广告报告，包装挖掘到很多外面没有的信息。这对开发产品和创新是极大帮助。

反思，不单单是复盘（做对什么，做错什么），应该是全面性的。

包括为什么会这样想(背后的信念)，是什么导致：情境、性格、时机等等，越细致越好。

在创业学上，有一个反思表格，可以参考：

###

②、利用旧优势做组合创新

通常遇到问题，我们会寻求外部资源，想到的是去复制同行业或竞争对手的商业运作模式。

但一种更低风险和可行的，是“围绕自己的优势做组合”是很重要的

这样出来的创新，是对手很难复制的。

举例：我有一款产品好卖（例如女性运动耳机），我就开发周边产品（女性运动袜子）。那这就比一开始“女性运动袜子”的人有优势。

例如，我擅长写作、投资，我会开发更多涉及写作、涉及投资的产品。

例如我背靠生财，也是即刻出海圈的主理人，我就会多向亚马逊前辈请教。

这些都是别人复制不来的。

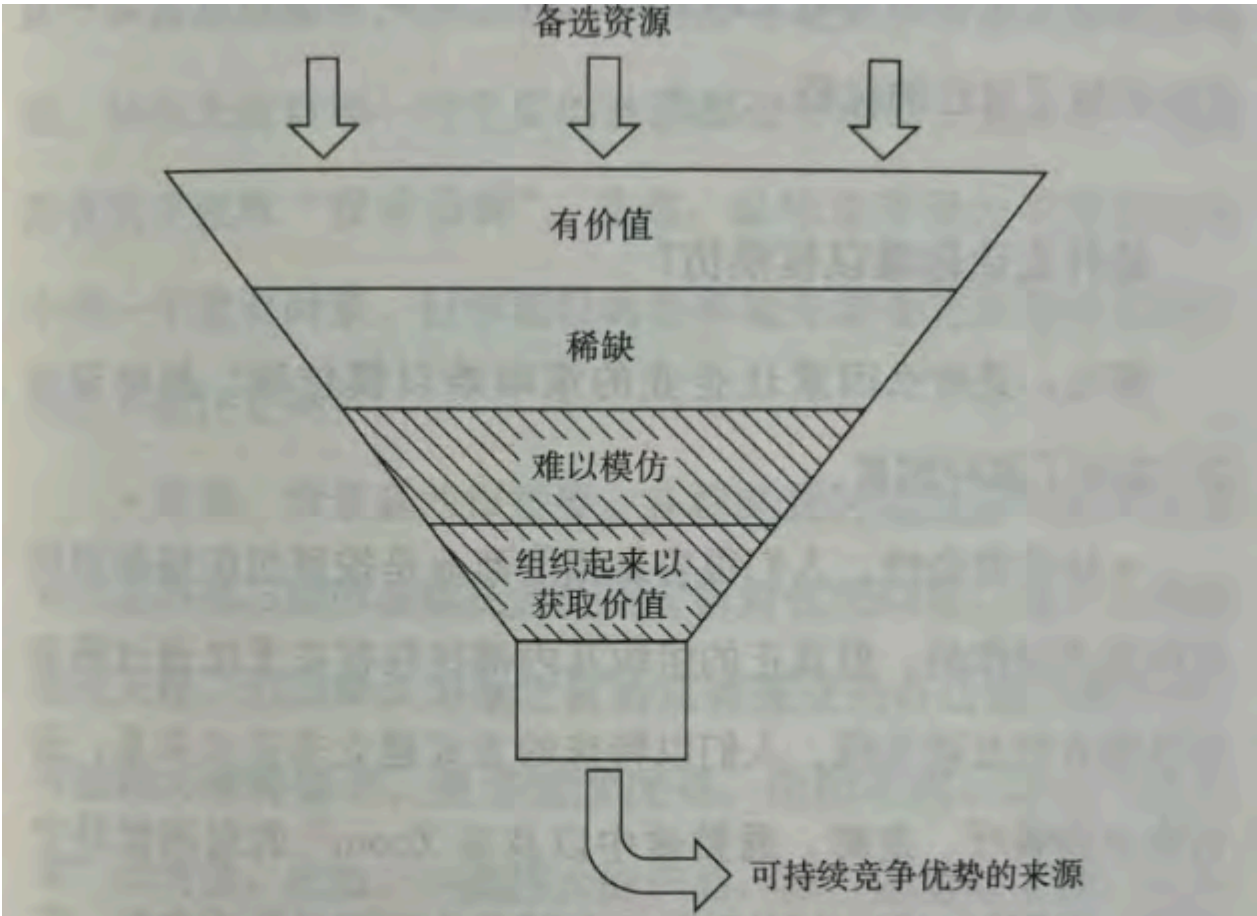


图 4.1 从既有资源开始的方法可以引导你获得无法被模仿的优势

资料来源：Barney J, 1991. Starting with what works can lead you to your own inimitable advantages.

###

③、打造产品开发系统，而不是单个爆品

从追逐单品爆款到构建产品开发系统，也就是一次性成功vs持续性系统

从"做什么产品"到"如何持续找到好产品"的思维转变，因为产品开发不是孤立事件，而是一个可设计的系统。

所以每做一个产品，都要极致复盘，这是打磨系统的燃料。逐步优化自己开发系统。

后话

另外题外话，ai对我的帮助极大。

亨利·福特有句名言，大意是在汽车发明之前，如果你问人们需要什么，答案是一匹更快的马_。

现在我们不要提出“ai时代，如何让马跑更快”。

很多人太过关注优化 workflow，但其实很多几个月后也就是一句话的事。

ai给我更大的作用是，我能批量阅读，利用优质信息/知识直接让ai指点，快速打通几个关键点，战略点。

好啦，这次分享这么多，希望对亚马逊或者新项目从0-1阶段有点帮助。也一样链接更多亚马逊前辈，一起交流。

评论区：

黄小鱼 🌈：牛哥好快！从投资领域跨行做跨境电商，真的干一行成一行 [强][强][强]

老黄牛：[抱拳][抱拳]

良辰美：非常珍贵的经验，对我过往失败的反思很有启发，太感谢分享了，这是不可多得的非常深入的亚马逊电商实践分析，希望后晚夜话畅聊

光年：牛哥太牛，系统化思维，既有战略又重细节[强]

老黄牛：好啊，提早聊聊啊

老黄牛：[抱拳][抱拳]

三告：赋害赋害，我没做过，但是老婆在做亚马逊，有些观念很有启发，希望后面可以交流请教

追梦：错位竞争确实是个切入市场的好办法[强]

(21赞)0基础做TikTok跨境电商到月销万单 我是怎么做的

作者： 王润博 Rocky

日期：2025-03-29

我是去年10月份开始TiKTK开启自己的店铺，之前一直认为出海是机会 我把目标放在了国际版抖音TiKTok上，第一个月卖了几百单 第二个月做了几千单
第三个月单月就过万单了，并且这套模式直接从1688拿货 也算是无货源的一种，但是目前只有东南亚的TiKTOK店铺能够做到从跨境发货
而美国都需要通过本土,小白就没办法做，接下来我把整个从0-1的操作给大家做个分享放在下方链接里 一共三万字 希望生财对跨境电商该兴趣的同学不要再踩坑了
<https://xikbp3he4xj.feishu.cn/wiki/IucRwGlCYiPAGpkIGqRczeqtnCc?reRdXZ=1>

评论区：

嘉应岛主：是的，美国本土利润可以但是资质物流太麻烦

王润博 Rocky：小白比较难 抖音电商过去的还好些

忆：我感觉主要老是封店、政策不稳定，才是小白入门的难点哈哈

忆：今年tk那么火，生财终于有人分享tk美区带货了！支持下一期当tk航海教练👍

王润博 Rocky：感谢哦 呼声高的话 把对外收费的课程给大家去做个分享[呲牙]

王润博 Rocky：美国店铺是这样 东南亚就没问题 真正决定利润的 市场是一部分 也要考虑竞争环境 中国是全球最大的消费市场之一 而如今电商生意的困难程度跟小白再无干系了

小西瓜：坐等大佬开课

张宵嫣：期待大佬分享[呲牙]

(12赞)做TikTok盈利最重要的还是调研

作者： 王润博 Rocky

日期：2025-03-29

去年10月我All in东南亚TikTok，我一直认为出海是这个时代的机遇而东南亚TikTok电商也正处爆发期！而我用了3个月从首月越南小店出单破百，冲到月销万单！最为关键的是下面的整个调研数据，并且这套模版完全适合大多数新手去套用大部分品类，All in半年，跑通“本土化打法：先锁定越南本土店铺调研，拆解其店铺流量全域渠道及盈利情况，最后总结出他们的模式，打法，利润，接下来就是对接供应链快速执行下去！我把整个3个月破万单的操作给大家做个分享放在下方飞书链接里供大家学习

https://xikbp3he4xj.feishu.cn/wiki/LQ1JwUESGi9Ti4kKDF9cgeu4nkg?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

嘉应岛主：就是喜欢实操的

【YouTube】2篇

(7赞)YouTube算法解析

作者： 书情小跟班

日期：2025-03-28

这篇文章算是对文章 油管赚钱:很多人正在学习错误的知识，为什么在YouTube上养号不是一个必选项？

https://articles.zsxq.com/id_gbwl8ugif9vn.html 的一个信息补充

更好的阅读体验见飞书文档 YouTube算法解析

<https://rlwxa0zgke.feishu.cn/docx/KEKzdOzAco3rV5xcVi2cQ2GCnXd>

目录如下：

YouTube 的目标：

- 1、预测观众想看什么
- 2、最大限度地提高观众的长期参与度和满意度

如何做到这一点？

- 1、收集和使用数据
- 2、一组算法

更多付费文章，加V：run202311

YouTube 每天从用户行为中收集800 亿个数据点

- 1、用户观看哪些视频
- 2、他们跳过哪些视频
- 3、他们看了多长时间
- 4、喜欢或不喜欢
- 5、不感兴趣”反馈
- 6、观看视频后的调查
- 7、重新观看/继续观看/稍后观看

收集元数据

- 1、封面/缩略图:cloud vision 图像识别/安全评级，可以单独使用
- 2、视频:扫描每一帧，记录重要信息
- 3、字幕:自动/手工(可能不是人声)，匹配视频中的信息
- 4、语音:不一定跟字幕同步
- 5、标题/说明:很多人忽视说明

人工智能使用多个系统/算法

- 1、浏览功能:首页(个性化推荐(新的和旧的))和订阅
- 2、推荐视频:“接下来播放”，同类或相关
- 3、趋势视频:区域/社群当下关心的热点
- 4、通知:打开小铃铛
- 5、搜索:依赖元数据，观众反馈和新鲜度

评论区：

海洋：我没有养号，直接发了，流量也没有影响。国内视频号也是注册直接发，流量都很好。但是同样的内容，快手注册了直接发，流量不咋好。

(1赞)YPP视频收益正盛，写一些和主流声音相悖的内容

作者： 刘同学

日期：2025-03-28

YPP视频收益正盛，写一些和主流声音相悖的内容 具体内容已放入飞书文档

https://parwc0x6nb.feishu.cn/docx/Q6IJdDUwro4sGSx9wGrccuaunjg?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

暂无评论

【线下实体】2篇

(20赞)以小见大：对我家底商几个小店的观察

作者： 小马宋

日期：2025-03-27

以小见大：对我家底商几个小店的观察 周末沿着我家小区的商业楼底商走了一圈，看到几个变化。

- 1.我充了2000多块的理发店关门了。
- 2.百年义利面包（其实已经是一个接近便利店形态的小店）关门了。
- 3.在小区开了四五年的专业咖啡店Craftcoffee，把自己三分之一的门店位置，划给了一个AI学习体验中心。
- 4.一年内新开了两家健身私教中心，进去问了问，生意还不错。

理发店关门，我已经习惯了，早在一年前我就看出来，这个理发店会关门，因为我每次周末去理发，他们家都没啥人。不过架不住店长的推销，我太太还是在他们关门前充了两千块。不过，还算有良心，他们把我们的会员费赚到了对面小区的一个理发店，距离不远。

在这里，推荐我们一个做理发的客户，优剪，不会卷款跑路，因为他们不推销，不办卡，全国门店数第一名，1800家。 百年义利，属于社区的便利店类型，虽然主做面包。疫情期间还能挺过去，疫情之后，这种不尴不尬的门店类型（面包+一些北京特色的食品，如北冰洋，江米条等等），确实会遇到挑战，关门也很正常。

至于咖啡店，我个人推测，它们家可能就从来没怎么盈利过，这种卖精品咖啡，又有很大场地的咖啡店类型，除非是网红，感觉撑不下去。

咖啡虽然是餐饮，但这种精品咖啡显然不是正常的餐椅类型，它的兴衰不能看出行业的变化。不过，餐饮行业整体上并不好，但据说上午宴请类的餐厅在复苏。

得益于这几年全民运动热热情的上升，私教健身的这种店，据说经营不错。 我们小区算是个比较贵的小区，周围还有几个写字楼，中午和晚上是他们的营业高峰。

体育和运动，算是这几年少有的增长的行业。包括健身，羽毛球，户外，自行车等等。 这里推荐我们的客户：乐刻运动，全国门店数第一的健身品牌，不办卡，不跑路。

评论区：

胖大魔（AI提效版）：乐刻太贵了[旺柴]我选择家门口25一个月嘿哈猫

天昊：每天走路就很好了[偷笑]

(9赞)云连锁+社区小店： 还是一个值得投资的生意吗？（深度分析）

作者： 楚川

日期：2025-03-26

生财的小伙伴，手痒想做实体生意的可以多看几遍。

最近3年，中国连锁业态最热的话题肯定有“云连锁、千城万店”，小黄蜂家政、功夫肩颈、车咖等品牌都是 **在抖音-美团为流量核心放大的盘子**。有了流量后“社区小店”的声音也逐渐开始响起来了：**将流量网格化，搭建天地人网。**

社区小店也一直是楚川的梦想，2022年当时公司人走到最小单元的时候，我就想用最后的资金去开10个社区小店卖货，**利用抖音导流、线下门店截流和自然获客，把生意搭建起来**。后面因为家政、蓝龙虾供应链项目就没有选择这个方向发展。

回头来看这个生意，我也在思考“云连锁-社区小店”还是答案吗？天鹅到家、各种生鲜店模型都没拿到大结果，目前只有私域直播品牌在默默扩张社区小店，但跟公域流量是割裂开的。下面接着深度分析这个模型：

如果平台通过构建“**品牌化云连锁+社区小店**”的闭环生态，以核心供应链扎根到实体，确实有可能 **逐步降低对纯线上流量的依赖，并通过分散化、本地化的运营模式规避系统性风险。**

这种模式的核心在于 **将流量、服务、信任的入口从中心化平台分散到社区节点**，从而增强抗风险能力和用户粘性。以下从底层逻辑、风险规避机制和未来可能性三个维度展开分析：

Part1 什么是社区小店-云连锁？

你可以理解为：**多家独立小店通过一个数字化平台共享资源**。

对店主而言：保留门店自主权，但能享受大平台的供应链、管理系统、品牌支持。过去进货要挨个找批发商，现在平台统一采购，成本直降20%。

对平台而言：整合分散的社区需求，用规模效应降低成本，同时规避重资产风险。

典型案例：京东快递点整合快递站点，当下做了京东到家，成为社区流量入口，主要覆盖保洁、清洗、洗衣业务；同时京东小店也做了便利店，双重覆盖社区流量。

Part2 闭环生态的底层逻辑：从“流量垄断”到“信任网络”

第一，流量入口的本地化

社区流量替代公域流量

：传统电商依赖平台算法分发流量，而云连锁模式下，每个社区小店通过私域社群、线下触点（如快递代收、社区活动）成为本地流量入口，形成“**去中心化流量池**”。例如，**私域直播中团长或店主基于邻里信任直接触达用户，降低获客成本。**

用户粘性提升：高频的社区服务（如生鲜、家政）天然具备用户留存优势，远高于低频的线上购物场景。

第二，信任机制的升级

品牌统一性与服务本地化结合

：平台通过统一品牌形象（如视觉标识、服务标准）建立基础信任，而社区小店通过熟人关系强化情感信任。例如，天猫小店既享受阿里供应链支持，又通过店主与居民的日常互动沉淀信任。

透明化与可追溯性

：平台通过数字化工具（如区块链存证、服务过程录像）实现服务全流程透明，用户可通过平台直接追溯问题源头，避免“平台甩锅小店”的信任危机。

Part3 风险规避的核心机制

第一，对冲政策风险

合规分散化

：政策监管往往针对“**大而不能倒**”的垄断平台（如社区团购补贴整治），而云连锁模式下，平台仅提供技术和供应链支持，小店作为独立经营主体分散政策压力。例如，若某区域政策限制社区团购，平台可快速调整该区域运营策略，避免全局性崩塌。

当下流量的持续注入，让社区小店的扩张速度也加快，但在中国1万家也没太强存在感。

贴合政策导向

：国家推动“一刻钟便民生活圈”建设，鼓励社区小店升级为综合服务节点，云连锁模式可通过与政府合作（如嵌入养老、政务代办功能）获取政策红利。

第二，降低平台性风险

流量去中心化

：传统平台依赖少数头部主播或爆款商品引流，一旦出现负面事件（如主播翻车、假货曝光）将导致流量断崖式下跌。而云连锁模式下，流量分散在数千个社区节点，单一节点问题对整体影响有限。

2025年315曝光的啄木鸟维修事件，楚川也在思考如果小店的存在是不是用户信任感，用户信任的平衡是否更容易把控。尽管啄木鸟站点密集和深度会比京东还强，但在社区漏出是不够的，导致用户只会注意到大面积广告投放、天价维修费。

不过小店模型背后也会存在成本增加，利润变薄，管理成本翻倍的问题。

轻资产与重服务平衡

：平台通过技术赋能（SaaS系统、供应链）而非直接掌控资产，避免重资产模式下的资金链断裂风险。例如，美团闪购接入线下小店提供即时零售，自身无需承担库存压力。

第三，信任危机的防火墙机制

快速响应与责任切割：若某小店出现服务质量问题（如啄木鸟维修事件），平台可通过冻结账号、替换服务商、启动保险赔付等方式快速止损，避免信任危机蔓延。

用户参与的共治生态：引入用户评价、社区监督员等机制，让风险在本地化场景中被更早发现和解决。

更多付费文章, 加V: run202311

Part4 未来可能性：从“平台帝国”到“社区联邦”

第一，流量逻辑的重构

从“烧钱买流量”到“服务换流量”

：社区小店通过代收快递、家政服务等高频场景自然获客，不再依赖线上广告投放。例如，钱大妈通过“定时打折”策略吸引社区居民到店，同步导流至线上商城。

私域直播的精准转化：基于社群关系的直播带货转化率更高（如宝妈群推荐母婴产品），且复购率远超公域流量。

如果在流量侧是综合，而非一开始纯依靠线上投放，那模型肯定是存活周期高过于简单的云连锁。

这一点，楚川跟团队小伙伴有探讨过：鼻炎社区店的模型，一定是有自然流量获取、地推可行性的前提，才能做云连锁，抵抗类目被平台纯限流的风险。**这套能通，肯定是重构O2O的流量逻辑。**

第二，商业模式的进化方向

社区服务综合体：小店逐步叠加多元服务，如健康检测、社区养老、政务代办，成为居民离不开的“生活管家”，进一步沉淀流量。

数据驱动的动态网络：平台通过分析各社区消费数据，动态调整供应链资源（如老年社区侧重医疗用品，年轻社区侧重快消品），实现资源最优配置。

用做私董会的逻辑运营社区小店

：通过平台培训，让每一个社区小店的老板用作私董会的逻辑运营小店，吃长期用户价值。这是服装买手店、健康生活馆已经成立、且验证赚钱。

第三，风险管理的终极形态

分布式节点+中心化中台

：平台保留核心能力（数据算法、供应链），但将执行层下沉到社区，形成“强中台+敏捷前台”的弹性结构。即使部分节点失效，系统仍可通过其他节点补位。

这里会有一个坑是：当下的纯加盟云连锁模型，以万元内的加盟费疯狂拓店，但**这背后是伪连锁**，互联网的流量，无论是抖音、美团都无法让每一个店做到极致的流量供给。**唯一可能成立是强供应链介入，提高利润，初期做战略性亏损做流量投喂。**

政策风险的动态适配：利用AI实时监测政策变化，自动生成合规方案（如调整定价策略、服务范围），减少人工干预滞后性。

Part5 挑战与边界

第一，不可忽视的潜在风险

本地化运营失控：过度依赖店主个人能力可能导致服务质量参差不齐，需通过标准化培训和技术监控（如AI巡检）约束。

技术投入与收益平衡：数字化工具（如智能选品系统、区块链溯源）需要长期投入，小店可能因成本压力抵触转型，**所以是一开始就做筛选和预期管理**。

第二，模式有效性的边界

适用行业限制：重服务、非标品（如维修、家政）更适合云连锁模式，而标品零售仍需依赖规模效应。

城乡差异：一二线城市社区密度高、数字化接受度高，模式易落地；下沉市场需更侧重线下信任构建。

“品牌化云连锁+社区小店”的闭环模式，本质上是通过“技术-供应链-流量”赋能本地化信任网络，重构商业世界的“中心-边缘”关系

。它并非完全取代线上流量，而是将流量入口从“平台垄断”转变为“社区共生”，从而规避系统性风险。

####

未来的成功将取决于三点：技术是否足够轻量化、生态是否足够开放（如允许小店自主创新服务品类）、信任是否可量化。

若能突破这些瓶颈，平台将不再是脆弱的“流量帝国”，而是进化为**坚韧的“社区联邦”**——即使外部环境剧变（舆情、平台），仍能通过分散节点的协同生存、并做到进化。

这件事很难，但值得做。

我是楚川，一线实战派，只讲真话的生意人，做实体行业的增长保姆。

评论区：

戴巍：感觉社区店起来，线上云连锁的价值就不大了，还真的不如社区店拉群做私域直播来扩充sku，打法简单高效

楚川：云连锁就是解决冷启动，保持触达，加速用户习惯养成。

【闲鱼】1篇

(15赞)闲鱼「超级擦亮」功能解析：曝光≠成交，如何避免被割韭菜？

作者： 远方玩电商

日期：2025-03-24

闲鱼 24 年底推出了「超级擦亮」功能，新出的这个功能可真是把大家伙给愁坏了！！

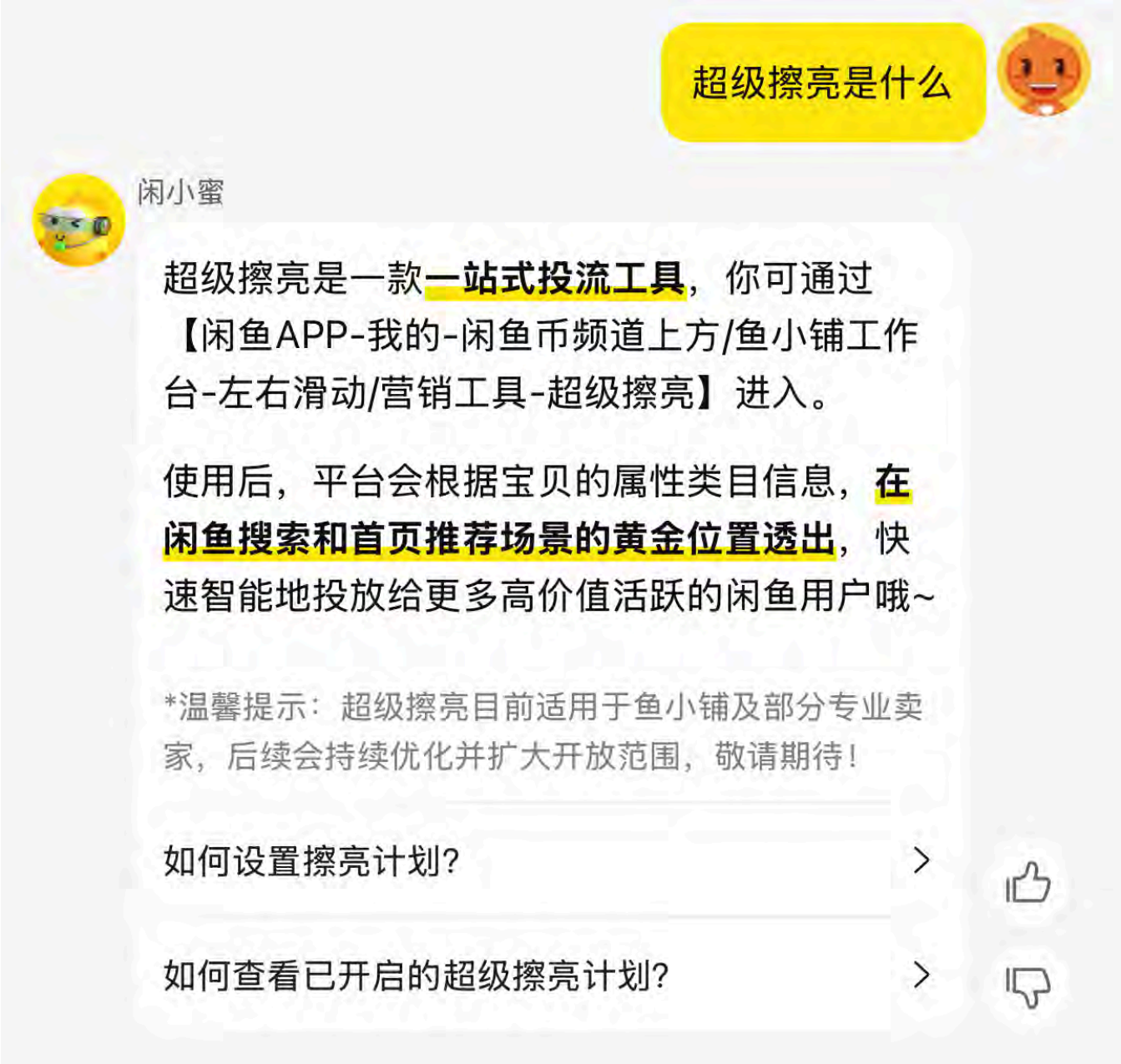
还有很多主播在抖音故意制造焦虑，就跟你讲现在闲鱼玩法变天了，要是再跟不上节奏你就要被淘汰了。

但是一场直播听了之后，从头看到尾认认真真的什么都听了，好像又是什么都没听。不知道大家有没有这种感觉。

有的朋友用了超级擦亮出单有增长，有的朋友用了就能蹭蹭往上涨哗哗爆单，有的朋友用了有出单但只是寥寥无几。

绝大多数用了超级擦亮效果不明显，自己的钱花出去了，但是没挣到钱。

搞得好像是被官方割韭菜了一样。



其实不然，但是官方对这个超级擦亮的解释，也真是够简单的，没有详细介绍，也没有去讲超级擦亮怎么样用才会效果好。

我来简单介绍一下：

就是你可以在闲鱼上自己掏钱买曝光量。

**

**

你掏钱之后，你的商品更容易在首页和搜索中被人刷到，相当于是给你的加持，被人刷到了你就增加曝光了。

比如说你买 1000 个曝光，那么 1000 个人刷到你之后，你的这个加持就结束了，回归原来的水平。

注意点： 只负责给你达到承诺的曝光数量，不是说你开了超级擦亮一定能出单，只要曝光到了你购买的量就可以了。

哪怕你花了一万块钱，你买到的也只是曝光数量。

那么怎么样才能够出单呢？？

那么我们要明白曝光是什么？

曝光 = 机会

**

**

不是说 可以_ 这样去理解，是你 必须_ 要这样去理解!

曝光是你的链接被买家在「首页」和「搜索」刷到。

刷到之后会有两个结果：

1. 被买家刷到 → 点击浏览 → 咨询 → 成交
2. 被买家刷到 → 直接划走 → 点击别人 → 买别人的

大部分做的不好的新手都是第二种。

你店铺出单的步骤应该是：

链接被刷到 → 被点击 → 被咨询 → 成交

别人看见你链接之后就直接把你划走了，你哪门子成交去？

更多付费文章，加V: run202311

用抖音举个例子：

比方说我是个老头子，我拍了个自拍发了个抖音。

我花了 10000 块钱买了抖加，让 10000 个小姐姐刷到我，想让她们给我点赞评论，让这 10000 个小姐姐，让她们说喜欢我爱我。

她们会说吗？ 她们会给我点赞评论吗？ 她们会把我的自拍从头看完吗？

不会。

只能说，我能花钱让她们刷到我。

我花了钱她们看不看、买不买账是她们的的事儿。

在闲鱼你能花钱让别人刷到你的商品，你能花钱让他们强制必须来找你下单吗？？

一定是你这条被推广的链接本身内容要好！

1. 推广是让你拿到机会、拿到曝光、让人能刷到你，然后一定是：

- 2. 让他想点开看看
- 3. 让他看完就想咨询
- 4. 让他咨询完就想买
- 5. 让他买了还能给你好评
- 6. 让他下次买的时候还想找你买！

这就是公域电商到私域电商的整个环节。

做好电商就这六句话。

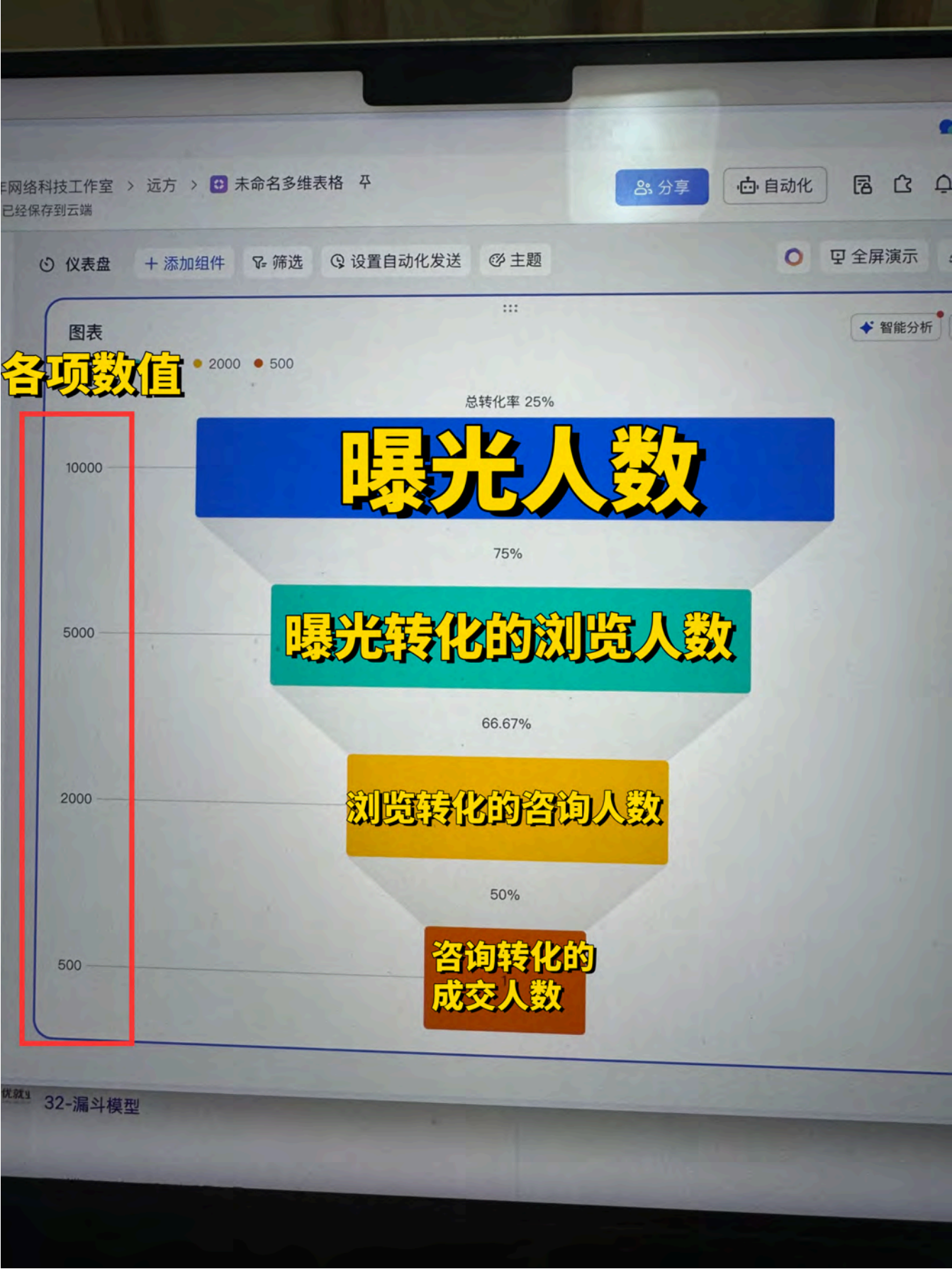
这六句话玩明白，电商你就能玩到头了。

别小看这六句话，觉得很简单。

这里面每句话想做好，都能拿出来挑两三节课讲。

千万不要光埋头苦干，光知道每天懵懵的上链接，要思考你上链接的意义是啥，都有目的、作用的。

看下面这张图，这是转化漏斗模型：



从 10000 曝光人数逐步的往下筛：

第一点：

要让你的链接能给更多人刷到。

比如说你让链接被 10000 人刷到了，成功第一步了。

第二点：

要让这 10000 个刷到你链接的人点击链接。

比如说 10000 人中有 5000 人点击了，那你就成功了第二步了。

第三点：

要让这 5000 个点击浏览的来咨询。

比如说 5000 个点击的有 2000 个咨询的，成功第三步了。

第四点：

这 2000 人咨询你要能留住他能成交。

比如说 2000 个人成交了 500 人。

如果你的同行成交率 20%，你的成交率 25%，打败同行了，第四点，成功！

第五点：

让以上环节每个环节中，拿到更多数据，不断优化以上四个环节，就变得越来越强。

内容不好的模型：

10000 个曝光人数 = 10000 人看到你链接

10000 个人看到的 → 只有 200 个人点击浏览

200 人点击浏览的 → 只有 8 个咨询的

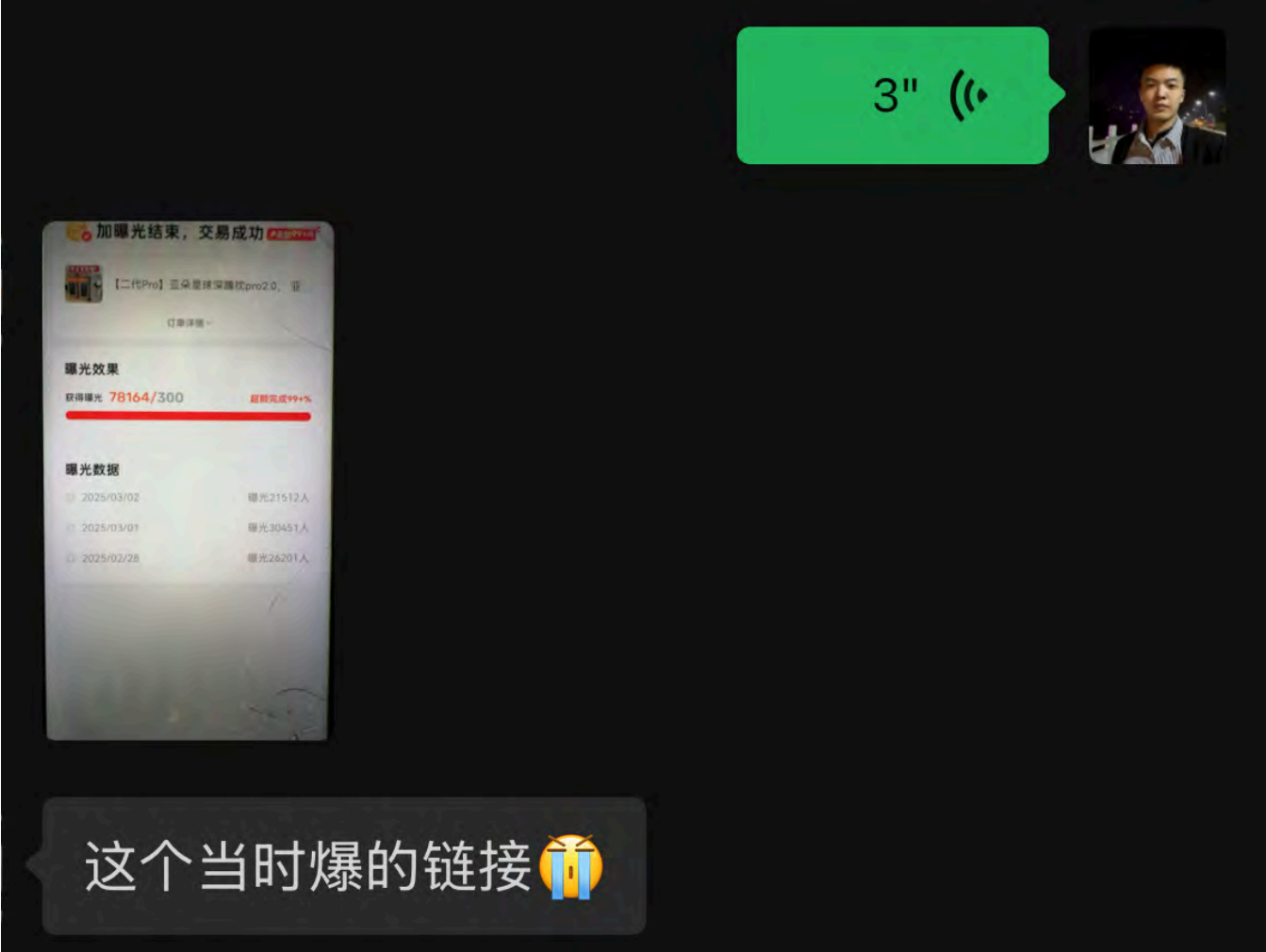
8 个找到你咨询的 → 只有 2 个下单购买的

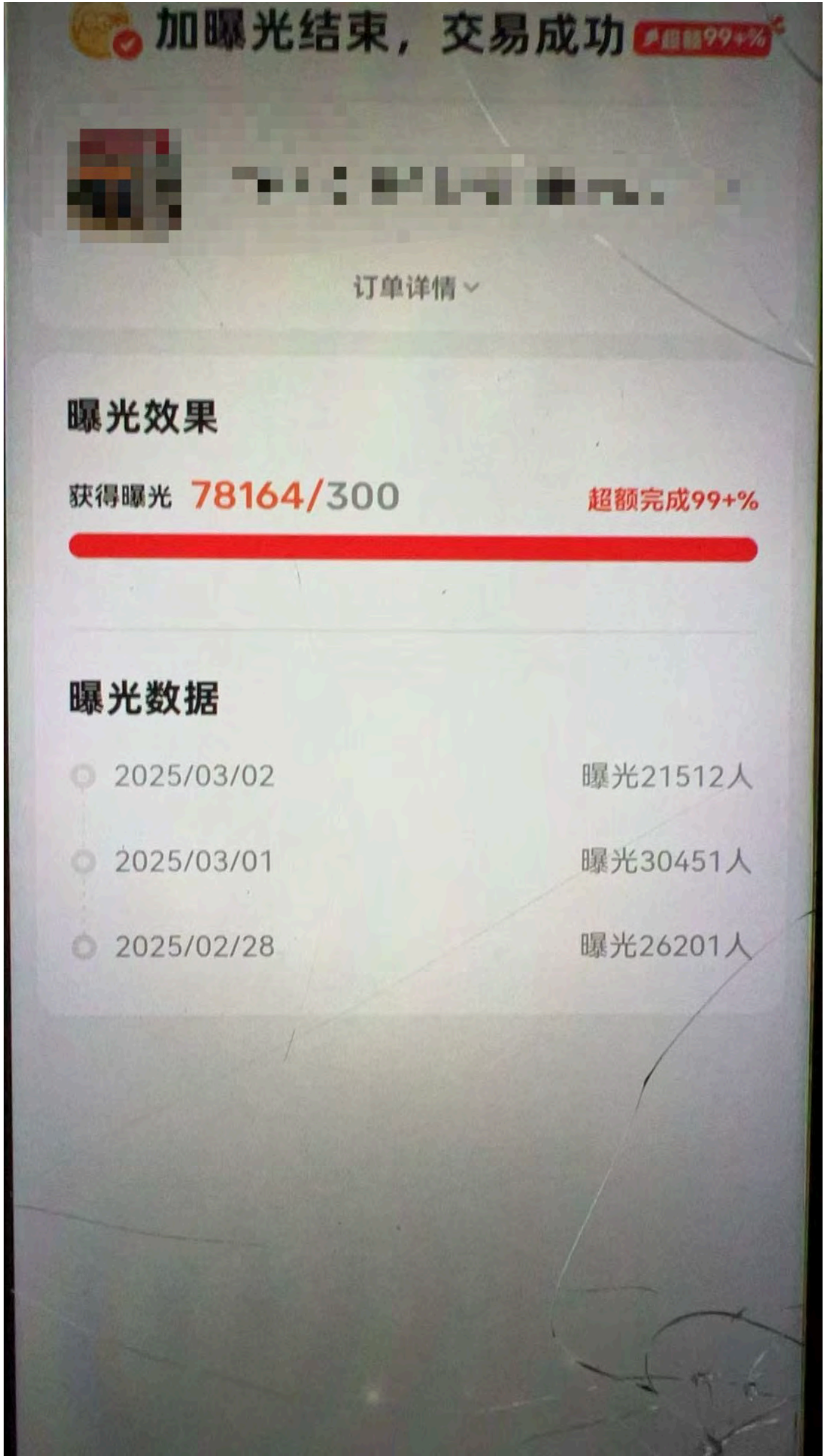
所以！你推广之后，出单少！没有出单！

另外，

不要觉得付费才是效果最好。

免费的推广一样能打出很好的效果





更多付费文章, 加V: run202311

闲鱼 6 块钱能买到 1000 个曝光次数。

选择曝光包 ⓘ

⇒ 切换自定义擦亮

限时特惠

预计曝光量提升

1,000+

低价投一单

¥5.9

限时特惠

预计曝光量提升

1,800+

投放更久

¥9.9

限时特惠

预计曝光量提

3,800

单次曝光优惠

¥19.9

免费推广，一分钱没花

推了 7.8 万人！

一分钱没花还比付费的效果好。

7.8 万曝光换成付费去买的话得 468 元。

没有这个免费推广的效果，就得多花 468、少挣 468 去买流量。

这都是活儿~

多看多研究多思考。

点击下方关注我！我会持续更新！带大家清晰的玩懂闲鱼

评论区：

暂无评论

【其他】4篇

(精华帖)(153赞)从场景入手，遇到的卡点，往往是真需求

作者： Luke

日期： 2025-03-25

从场景入手，遇到的卡点，往往是 我以前有一个很需要解决的部分，那就是小红书的SEO 比如，当我搜一个关键词的时候，排到搜索页前列的笔记，一定是做对了什么 比如在关键词布局上，长尾关键词的表达上，一定有技巧和逻辑 虽然也能够意识到，这篇笔记的作者关键词布局的好，但是具体好在哪里？ 我们只能粗略地分析，但是这对于AI大模型来说很擅长 所以，我整理了一套提示词，总计3000多字 这套提示词可以帮你清晰分析出这篇笔记到底关键词布局逻辑是什么，为什么好，好在哪里 并且帮你找到长尾关键词、推测出蓝海词 从而辅助你更好的进行关键词布局 如果你感兴趣，可以试试这套提示词~ 详情请看飞书链接 https://g8ekpu7h0l.feishu.cn/docx/Ftqwd3Y6XoZpx3xh10lcW3yGnzS?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

易芝AI|RPA版：太及时了

JIE：这个太有用了，谢谢大佬

感觉：大佬，这个给提示词主要在哪个大模型上跑的效果好

Luke：Claude3.7

Ricky | 周：这是真需求

自信即巅峰：太牛了 🍻

b70（allin版*：及时雨[流泪]请问大佬是怎么写出这种提示词的

colo：66

(26赞)暨 《漫展活动运营手册》-活动领域的全流程指南

作者： 鲈鱼Shawn

日期：2025-03-25

大家好，我是鲈鱼 🐟 还记得在 2023 年的时候，我在星球发布过一篇关于的精华帖（🔗 跳转链接： ）。虽然“漫展”这个话题比较小众，但那篇发布后收到了很多朋友的「正反馈」，大家都觉得这个行业很新奇、有意思，了解了【漫展活动运营举办】背后的完整逻辑。

时间一晃已经过去两年，虽然我本人已经不在一线深耕这个行业，但在这段时间里，围绕“漫展活动”这个领域，我又有了一些新的思考与沉淀。特别是在平台机制、内容传播、活动运营等方面，也见证了很多新的模式的诞生，还有行业的演进过程。

这两年中，我还运营了一个漫展举办知识分享的垂直账号，期间陆续回答了非常多伙伴们，关于漫展的疑问，也整理出了一份超过 10W+，帮助不少从事传媒、动漫、策展工作的朋友更加系统地了解这个行业，并促进了不少行业资源的链接。

而现在，我终于把这份两年打磨的核心成果呈现出来，也就是这本《漫展活动运营手册》，需要注意的是，本手册的全部字数在 25~30W+之间，覆盖了漫展活动从的全过程。以下为本手册的内容大纲：

01.漫展基础内容 --什么是漫展？漫展的收入模式？ --漫展适合什么样的人做？市场要怎么判断？ --如何构建自己的活动思维框架？

02.漫展启动准备 --活动策划思路？时间节点如何选择？ --场地怎么选？品牌如何定位？ --活动冷启动和审批报备流程怎么走？

03.漫展活动设计 -漫展的内容如何规划？舞台活动怎么玩？ -游戏机制如何设计？怎么填充官方IP？ -摊位怎么招募才能有效？

04.漫展组织安排 -漫展活动的团队组建与人员分工？ -漫展NPC的管理与招募？ -漫展活动社团合作？

05.漫展的票务平台上架 -B站票务上架？抖音活动团购联系上架？ -微店上架？小程序相关？

06.漫展活动的线上宣传 -自由行和空间宣传怎么设计？ -新媒体账号怎么运营、涨粉、引流？

07.漫展线下渠道联动营销 -如何搭建门店合作体系？ -票代销售机制怎么跑得通？

08.活动预案与应对 -如何面对竞争？人流高峰怎么控？ -舆论怎么做预案？突发问题怎么处理？

09.漫展活动相关的工具表格 -票代相关合同表格？门店合作合同表格？摊位合作合同表格？ -展会业务合同表格？活动人员合同表格？ -活动公司合同表格？活动报备合同表格？

这觉得这本手册不仅仅是一份完整的活动指南，可以直接作为《行业 SOP 》和《执行手册》使用，指导大家从零到一步步的搭建活动，帮助更多对这个行业感兴趣的人，真正理解并参与到这个行业中来，这也是我最开始做这件事的初心，因为确实热爱——能抵岁月漫长。

还可以帮助大家在自己的项目中，带来更加系统的思考与实践路径。 多的不说了——欢迎大家自行 💎 内容较多，请大家移步飞书链接：

如果大家在阅读过程中有任何问题，也欢迎随时来找我交流。——

鲈鱼 <https://t.zsxq.com/sG4jo> <https://x8v5nxpq11.feishu.cn/docx/NdIidEtSkoyt28xpFAwc45p7nVe?reRdXZ=1>

评论区：

Cheer林悦己：想不到，竟然是同行～

鲈鱼Shawn：哈哈是的，涉猎范围比较广[旺柴]

易芝AI|RPA版：大家除了看内容外，还可以看见了吗鲈鱼的知识系统思维，ai时代，系统性思维更加重要了

鲈鱼Shawn：还得是infj懂infj 🍷

橙子爱柚子：内容真的好干呀[强]，跟着就能干起来了，一直对漫展比较感兴趣，终于了解到了全流程哈哈～

鲈鱼Shawn：感谢支持，有收获就好！💡

(12赞)用RPA写了两个程序把船员信息和每天的打卡情况自动更新到excel，可以拿来就用

作者： 仙剑侠客

日期：2025-03-26

作为志愿者，每天对照志愿者后台统计船员的打卡情况让人感觉有点麻烦，有没有办法偷懒？
说实话还真可以偷懒，技术就是用来偷懒的。我用RPA写了两个程序把船员信息和每天的打卡情况自动更新到excel，可以拿来就用。

如果感兴趣请点击<https://buebeaaf96.feishu.cn/docx/UEMkdQVPUo79LkxP7KJc9q1TnLy?reRdXZ=1>

评论区：

暂无评论

(1赞)打造考研私域+公域，共计4000+

作者： 天

日期：2025-03-26

大家好，我是大四在校大学生，生财小菜鸟，希望走出自己的道的-天，来分享一下我从2025.2.18-2025.3.26，考研公众号4500+，私域2000+的经历。中间经历了很多波折，心态理念上的思考。相对于大佬来说是不值一谈，但应该能解决一下新手小白的一些焦虑，话不多说，正文走起~

飞书链接： 每日思考

https://fc6bpu53pr5.feishu.cn/wiki/SGcHwT0cHiNW52kqCFocFjlpn6e?from=from_copylink&reRdXZ;=1

评论区：

暂无评论

【星主的收藏夹】5篇

(43赞)未来三个巨大的风口

更多付费文章, 加V: run202311

作者: 亦仁的收藏夹

日期: 2025-03-24

要创新, 但创新是为了不下牌桌。

<https://mp.weixin.qq.com/s/gr4-iP2RYZ3ZG0ruh9zBtQ>

评论区:

暂无评论

(30赞)小红书快成为新一代的App Store了？

作者： 亦仁的收藏夹

日期：2025-03-26

一款 App 想打出差异化想成功，拼的不是硬实力，是谁能洞察用户需求。

<https://mp.weixin.qq.com/s/u4OM1IPY5NShrfBF5AmRUw>

评论区：

锂电公社：我们是不是可以做一个差评收集器呀，做成网页供这些制作者来参考[呲牙]

良辰美：小红书可以说是中国市场唯一开发者与用户快速链接的平台

(27赞)我的AI投资思路， 二模型层

作者： 亦仁的收藏夹

日期： 2025-03-25

模型层的竞争事态已经相对明朗。玩家不多。很难有百倍的获利机会。但是相对稳妥，如果AI未来发展如大家想象的一样，还有99%的市场空白，那么现在入手可能有5倍左右获利机会。要想获得10倍甚至百倍的超高回报，应用层这块可能是最值得关注的地方。

https://mp.weixin.qq.com/s/0wmd_OoMrV3xtFlzepDF2A

评论区：

暂无评论

(26赞)硅谷顶尖孵化器奇遇 42章经

作者： 亦仁的收藏夹

日期：2025-03-27

HF0 所做的一切，本质上都是在改变你想问题的方式。 <https://mp.weixin.qq.com/s/N4Sqy8YRR-ADfqewjqYbQ>

评论区：

许老师～生财投资孵化：太牛逼了这个孵化器，信念感，和我们说的“因为相信，所以看见”是一样的；另外就是穷举所有增长方法

戴巍：生财孵化器的目标[呲牙]，国内唯有生财、黑马等几个社群有能力做成此事。生财这8年影响的拿到成绩的创业老板和生财塑造的价值观，让这些老板们愿意回来给孵化器的团队1v1分享，底层资源匹配

许老师～生财投资孵化：我们加油搞，也欢迎各位老板，大咖们来生财联合办公空间交流指导

戴巍：这次航海家见面会，你也可以定个小目标，认识100个航海家，然后问下他们是否愿意给孵化器分享的意愿[偷笑]发个小视频出来，和上次明白老师这样。给现在孵化器30个人匹配，这还很富裕啊[偷笑]

良辰美：很有帮助，惯性思维是牢笼。打破常规，先从重塑周边环境开始。

Katao：很有收获。数量等于质量，有些做法你做起来看起来没有效果，是数量没拉上去；“混圈子”的意义在于和这个圈子里的人建立信任，让他们知道有“你”这样的一号人；混圈子的方法，不断出现这个圈子的活动里。要多参加生财的各类活动。

(28赞)DeepSeek向左， Manus往右： 再来16条关于 AI对产品-组织-个人影响的预测-判断， 供讨论

作者： 亦仁的收藏夹

日期： 2025-03-28

将来的“产品”无形如水，是各种能力自由组合成的解决方案，在ai的带领下“”。

<https://mp.weixin.qq.com/s/KBVTlyPy8k-w5KVY2RJw1A>

评论区：

暂无评论

【航海实战】1篇

(精华帖)(97赞)高考志愿填报直播获客高阶航海，即将启航！

作者： Lemon

日期： 2025-03-28

大家好，我是lemon,很多老圈友对我的了解应该还停留在「教育直播」「学科小课包直播」上，我也确实在教育内容直播赛道深耕了5年有余，不过这次，我的角色终于从「乙方流量公司」变成了「教育流量自闭环公司」

一年多以前在生财航海做船长还是带一个「二八定律」的小课包直播航海，但这次，经过一年多时间的迭代打磨和成长，我们带着一个「不需要靠运气成功」的确定性高阶航海重新再来和大家认识啦！

大家都知道高考志愿填报这几年在张雪峰老师的推波助澜下已经变成了一个高三家长的刚需产品，我们作为一家既能手握流量又能专业报考的公司自然是要接住这波和我们完全吻合的泼天富贵的。

之前很多圈友都私底下问我说行业外的人怎么能够快速入行？我的回答都是先从流量开始。这次航海我们不仅手把手带着大家通过内容直播的形式获取精准的报考流量，同时我们还为大家获取来的流量买单...

为了方便阅读，请移步飞书链接：
<https://vfl52b71kz.feishu.cn/docx/EILidij07oMO8JxKamYcDjv9nCb?reRdXZ=1>

评论区：

- 许老师～生财投资孵化：在洽谈这次合作的时候，很顺利，亦仁对lemon的评价是“很靠谱，很值得信任”，恰逢这个高考规划业务马上到红利期了，好的项目➕靠谱交付方，圈友们可以关注一下，下周一我会正式开启航海报名
- 戴巍：lemon做流量也非常出色，北京几个头部的百亿市值教育公司都非常需要它的流量。某北京教育公司的人听说她是生财的，都攀交情绕道到我这里来帮忙转引荐下了[憨笑][强]
- 小鹅：lemon老师无脑冲就好了
- 安迪：冲冲冲，有个问题，试播录制的要求是什么呀？
- Lemon：正常用手机录个视频就可以，露脸不露脸都行，报名的时候需要上传，当然，我们主要还是听表达
- 阿瑞：lemon老师 很靠谱 放心冲～
- 初心～大林：这个好，之前参与过航海，Lemon姐真的很有干货
- 安迪：好滴，收到

【线下聚会】5篇

(56赞)海南海口圈友见面会上的分享

作者： 条形马

日期：2025-03-28

大家晚上好哇。我来汇报一下上周六（03.22）受生财邀请，在海南海口圈友见面会上的分享。虽然只有短短的一个周末，但发生了蛮多有趣的事儿。

而且分享很顺利，在那样的一个场域里，不自觉地想多说一些、打开一些地和大家沟通。哪怕稍显客套，我也要感谢组织活动的官方朋友们和能拨冗到场的生财圈友们。

以及，生财邀请的各位老师（黄小鱼、掩体、小伞）也让我受益良多、笔记良多。附上这次分享我的全文，供有需要的朋友们阅读。谢谢！内容比较长，移步飞书：

https://cakdtk71pix.feishu.cn/wiki/SryrwOGRtiHBhwk4LnbcaiDQnmD?from=from_copylink&reRdXZ;=1





评论区：

相柳：风采依旧[呲牙]

戴巍：好久没看到马哥的文章了，收藏起来，值得反复看

(42赞)别纠结， 快步发起你的第一次聚会

作者： 木木@生财有术

日期：2025-03-24

上周，我同事 邀请到一位很会攒局的圈友
来到生财办公室，分享了他在良渚做「启师傅AI客厅」的故事。启师傅总结了一套超实用的组局方法，相信能够帮助到很多想发起聚会，但有所顾虑的圈友。我摘录了一些，笔记内容放在了文末图片，完整内容后面启师傅也会专门发一篇分享帖。

1/ 迈出第一步，可以先从你的兴趣爱好出发，组一个娱乐局或者运动局 2/ 放弃一定要链接大佬的执念，聚会本身就是为了认识更多人 3/

每次聚完后，记得发个星球帖，拍几张照片写点感想，主动被看见，这样慢慢就会有更多人知道你 4/

真正的社交不是短期利益交换，而是长期信任的建立，不要给自己太大压力 ...

我非常认可启师傅的理念。很多时候，迈出第一步的关键，是突破自己的心理门槛，先完成，再完美。没有人是第一次就把事情做的很完美的，但越早迈出第一步，就能越早感受到新的体验。

1/ 运动局：各种球类运动（羽毛球、篮球）； 徒步赏花city walk； 爬山 2/ 娱乐局：各种桌游（狼人杀、剧本杀） 3/ 学习局： AI

相关主题（AI工具在工作中的实际应用、如何搭建 AI 工作流、现场一起学习 AI 工具）； 各赛道主题（2025年的发展趋势交流、如何做账号交流）

有必要的话，我也可以单独给大家做个线上分享，解答大家对于发起聚会的一些顾虑和疑问，感兴趣的可以评论区回复【666】， 人多的话咱们就搞起来

<https://scys.com/t/BOA7CKXD> <https://scys.com/t/BOA7ZVaD>

在现代社会，建立有价值的社交连接已成为个人发展的重要组成部分。良渚作为一个独特的创作者聚集地，其自然生长的社群生态为我们提供了宝贵的观察样本。启师傅通过自身在良渚的实践，总结出一套系统的社群运营和组局方法，特别适合能量不高但希望构建自己社交圈层的人。

🔍 良渚简介

良渚作为远离城市的地方，吸引了许多不需要每日上班的人群，包括独立开发者、创作者、艺术家、记者等。这里形成了平等舒适的生活氛围和便捷的邻里串门文化，成为"数字游民的坟墓"——很多原本在全球各地流动的数字游民来到这里后，因为环境舒适而选择定居不再离开。

- 🔍 在本文中，我们将深入探讨齐师傅的三个核心社群运营观点：组局的本质、连接人的策略，以及主场社交的建立。同时也会分享他对常见社群问题的解答。

1 组局的本质：古老的滚雪球游戏

组局并非现代发明，而是一种古老的社交方式。通过历史名人的例子，我们可以看到这种方式的有效性和普遍性。

● 内容加平台的循环

组局的核心机制是"内容加平台"的循环过程。就像历史上的富兰克林和毛泽东一样，这个过程始于创造内容，吸引人参与，再通过聚会产生更多内容，形成持续扩大的循环。

富兰克林作为印刷匠，通过写文章结识人；结识人后，组建读书会；读书会产出更多内容和认知，再发表传播，吸引更多人加入。雪球就这样越滚越大。

- 创造内容，吸引初始人群
- 组织聚会，形成交流平台
- 聚会产生新内容，形成传播素材
- 新内容吸引更多人，扩大社交圈

● 组局中的内容生成

每次组局都会自然产生内容，无论是零散还是系统化的。这些内容成为滚雪球的核心，让别人认识到你是可以被链接的人。

组局后的内容生产是关键一环——发播客、发朋友圈、写文章、拍照片分享，这些内容会让人记住你、了解你，成为下次连接的基础。

⚡ 组局循环策略

1 创造初始内容

写文章、录播客、分享见解等方式创造能吸引人的内容

2 组织小型聚会

基于内容吸引的人群，组织小型聚会，如读书会、分享会等

更多付费文章，加V：run202311

3 记录与沉淀

将聚会内容记录下来，形成新的内容素材

4 传播扩大

传播新内容，吸引更多人，形成正向循环

2 连接人的策略：从执念到自然

有效的人际连接不是源于强迫或刻意，而是发自内心的放下执念，采取符合自己能量水平的方式。

● 放下执念

很多人想去连接所谓的"大佬"，但这种想法本身就是一种执念。世界上没有你必须认识的人，我们真正需要的是认识某一类人，而非某个特定的人。

⚠ 执念的陷阱

执着于必须认识某个"大佬"会限制你的社交视野，反而错过了周围更多有价值的连接可能性。

● Start Small（从小处开始）

社交圈的构建应该从小处开始，先摘取"低垂的果实"，构建容易建立的连接。齐师傅最初只是在自己家客厅多摆几张椅子，邀请朋友来办公，这个简单的举动成为了他社群构建的起点。

💡 客厅办公模式

启师傅的客厅办公活动非常简单：

- 固定时间：每周一
- 简单准备：多摆几张椅子和一张桌子
- 持续坚持：无论来人多少都坚持进行
- 内容传播：在朋友圈和极客上发布活动信息

● 长期主义

在组局或链接过程中，会遇到没人来或组不起来的情况，这很正常。只要提供的内容持续有价值，长期来看会是向上的趋势。

就像我的播客，第一期有几十个播放，第二期有五千多个播放，让我很开心。但第三、四期又降到一百多个播放，第五期再升到几千，第六期有六七千播放。这个过程很曲折，需要长期主义的信念。

● "钓鱼式"社交

针对能量不高的人（如INFP人格），齐师傅提出"钓鱼式"社交方法——通过创造内容让别人找到你，而非主动社交。

钓鱼式社交三个难度等级

- **最容易**：被人看见并链接（如被邀请分享）
- **中等难度**：被看到并获得正反馈后主动链接（如有人评论你的文章，你再去联系）
- **较难**：看到一个人后主动创造连接点（找共同朋友、共同话题）

内容社交的复利效应

通过内容建立社交是一种高效且具有复利效应的方式：

- 内容可以在你睡觉时仍在为你工作
- 一篇好文章可以帮你结识数月甚至数年后的读者
- 内容成为你的"社交代理人"，帮助别人了解你
- 降低社交能量消耗，特别适合内向者

投名状理论

投名状是积累社交资本的关键，通过深度作品向社会证明你的价值和专业性。

VR行业案例

启师傅曾想进入VR行业，为此写了一篇上万字的文章。当时他的公众号只有一百多关注者，但那篇文章有三四千阅读量。通过这篇文章，许多VR投资人和创业者主动联系了他，帮助他进入了AI/VR圈子。

3 建立主场社交：符合个人特质的社交系统

主场社交是根据自身性格特点和能量水平设计的个人化社交系统，它让社交变得更有效率，也更符合个人特质。

● 主场社交的优势

主场社交特别适合能量较低的人，通过组局方式建立自己的社交场域，让想社交的人主动联系你，省去了主动社交的能量消耗。

- 更有准备性，不必临场发挥
- 不必重复做自我介绍，参与者已知道你是谁
- 一次见到多个想见的人，提高社交效率

- 能在自己擅长和舒适的环境中社交

● 找到利基市场

在社交中，找准并深耕自己的利基市场比广泛布局更有效。齐师傅选择了"良渚"和"创作者/AI创业者"作为自己的关键词组合，并在这个领域深耕。

在小宇宙上搜"良渚"这个词，90%的播客内容是我录的。我自己录了三期，上别人节目录了四五期，大家提到良渚可能首先想到我。

专注小范围深耕比广泛布局更有效。就像海星专注于AI视频，李继刚专注于提示词，找到自己能深入研究的细分点，内容越专注，越容易被记住。

🔥 主场社交的构建步骤

- 1 确定个人利基领域**
找到自己感兴趣且有一定了解的细分领域
- 2 创建固定活动**
设计固定时间、地点的活动形式，如Demo Day、客厅分享
- 3 内容沉淀与传播**
记录活动内容，形成文章、播客等可传播的形式
- 4 循环优化**
根据反馈持续优化活动形式和内容

4 社群运营的关键要点

除了以上三个核心主题外，启师傅还分享了一些社群运营的关键要点，这些要点对于希望组织活动和运营社群的人非常有价值。

● 聚焦原则

良渚"疯狂星期四"活动的成功，很大程度上源于它的高度聚焦：固定时间、固定地点和固定人群。这种聚焦让人们有明确预期，提高了相遇几率。

★ 聚焦三要素

- **时间聚焦**：固定在每周四，形成稳定预期
- **地点聚焦**：固定在黄一末咖啡馆，便于记忆和传播
- **人群聚焦**：最初针对独立开发者，形成核心群体

这种聚焦方式类似于早期Facebook在单一学校发展的策略，先在小范围内"打穿"，再向外扩散。

● 闭环理论

组局需要形成完整闭环：组织活动、完成活动、产生内容、吸引新人、再组织活动。如果缺少内容产出和传播环节，活动就会变成单向的，无法持续扩大。

💡 活动闭环示例

启师傅组织活动后，会在睡前发朋友圈或极客分享活动内容，写上"想参加的人可以加我"，形成一个正向循环。这个看似简单的步骤确保了活动能持续发展。

● 连接点暴露

在活动中，让每个参与者都有机会介绍自己是非常重要的，特别对于不善于主动交流的内向者。这种设计能让潜在的连接点浮现出来。

📁 自我介绍的设计

- 每人15-20秒的自我介绍时间
- 限制话多者的时间，照顾内向者感受
- 鼓励说明自己的工作和兴趣，暴露连接点
- 通过介绍建立交流的自然开始点

🔗 群组运营策略

对于线上群组的运营，启师傅提出了"抓大放小"的理念——不必过分关注日常聊天的活跃度，而是聚焦于定期有价值的活动：

- 通过"快闪分享"（5-10分钟小型直播）产生低成本内容
- 利用"接龙"机制增强群存在感，比表格填写更有效
- 采用"示弱"策略引发讨论，如请大家解答你遇到的问题
- 发起有争议性的观点引发讨论，如"500块钱以下没有好耳机"

实用问答集锦

Q 如何了解别人的需求，提供有价值的内容？

A 了解别人需求首先要进行换位思考。如果想定向邀约，应关注对方的朋友圈了解他的兴趣。对于群体性连接，可以采用"煮石头汤"策略：即使自己不是某领域专家，也可以组织活动，让专业人士在活动中贡献内容，通过这个过程自然认识到这些人。

🔍 "煮石头汤"策略示例

三个饥饿的年轻人在一个城市煮了一锅石头汤，吸引了村民好奇

一个忙碌的干农活的人，忙中偷闲，招呼了村民围观。他们说在煮一锅美味的大餐，于是村民们纷纷提供肉、菜、柴火等食材，最后大家一起享用了一顿丰盛的餐点。同理，组局也可以从无到有，通过搭建平台让大家共同贡献，实现互利共赢。

Q 组局后得不到积极反馈时，如何保持继续组局的状态？

A 首先要明确自己期望的正反馈是什么，不同人组局的目的不同，有人想交朋友，有人有经济诉求。如果反馈与目标不一致，需要适当调整。同时要接受波折是正常的，不要期待太高。

例如，在一个有几十人甚至上百人的活动中，不要期望与每个人都建立深厚友谊，能认识其中几位并获得启发就是很好的收获。抓住愿意沟通的人深入交流，放下过高期望，聚焦于可达成的小目标。

Q 作为组局官，如何帮助不容易融入的人融入活动？

A 这个问题很重要。作为组织者，需要特别关注那些不善于主动社交的"爱人"（内向者）。最有效的方法是设计一个流程，让每个人都有机会说话：

- 安排每人15-20秒的自我介绍环节
- 限制话多者的发言时间，照顾内向者感受
- 通过介绍暴露连接点，增加交流可能性
- 为社交创造一个结构化的"借口"

此外，还可以设计一些互动环节，如安排加微信环节或礼物交换，把社交行为变成一个"必须做"的环节，降低社交阻力。

Q 如何处理群组中出现观点冲突甚至争吵的情况？

A 需要区分是纯粹的人身攻击，还是仅仅是观点不同。如果是人身攻击，作为群主应直接将对方踢出群组。这并不会造成损失，因为大多数人对人身攻击都是反感的。

许多群主不愿得罪人，不会在群里与对方争辩，但作为维护群内环境的责任人，必要时应果断处理不当行为。对于正常的观点分歧，则可以保留并允许理性讨论。

Q 如何让创作者和听众更好地迈出组局的第一步？

A 迈出第一步需要内心动力，但也可以通过设计降低门槛。关键是"start small"（从小处开始）。可以先组织一个三人的小局，完成这个闭环。这里的闭环是指：组织活动、完成活动、产生内容、再组下一个局。

如果没有闭环，活动就会单向结束，没人知道你组过局。活动后要有反馈，如发朋友圈、群里分享或建群，确保每次活动都能向前推进。本质上是把组织过程沉淀下来，形成可见的记录和后续连接点。

评论区：

木木@生财有术：如果你想发起聚会，但遇到一些顾虑和疑问，可以评论区回复【666】，人多的话我给大家专门搞个线上分享

程为自己：666

晓辉：666

未子央木：666

敬瑶：666

芝芝🐟鱼丸@生财有术：666

帅彬 | 蟹boy：666

阿牛：666

(27赞)2025 海南见面会正式收官：副业有术，椰岛富路

作者： 黄小鱼 🐟

日期：2025-03-28

参与过不少生财有术的见面会，大部分都在杭州大本营。这是第一次作为官方代表，去到其他城市举办见面会。临行前状态还是有些绷着的，但是这种情绪从和在飞机碰头后，慢慢消失了。海口是一座能让人松弛下来的城市。

周五吃完晚饭回酒店时，我们遇到了提前聚起来的圈友。虽然之前从未见过，但已经有人可以完整地叫出我们的名字了。海口有一群用心、真诚待人的圈友。

城市风格是这样，见面会的分享嘉宾们，也是我见过最松弛的一批 [让我看看]

第一次见把头发剃短的小伞，宝妈转型，两次裸辞，一路过关斩将，直至成功解锁了自由职业者的身份。

有时候，我们会不自觉美化一些憧憬的场景，但真实的人生是，你选择了理想的画面，你也承担了背后的风险。比如自由职业，拥有独立面对市场的能力和勇气，是真的；面临着第一轮的混乱与失序，也是真的。

小伞说：“不仅要职业自由，也要人生自由。”所以，要持续与不确定性共舞。只要你在做事，那就是在前进 [加油] 点此查阅小伞的分享内容：

上台分享时，大部分时候，我们会正对着观众，掩体有点好玩，我观察了下，他侧身的频率有点高，就好像和朋友交底一样，抖出了不少干货。这次来了不少做 AI 写作的圈友，作为行业先行者，我也从掩体的分享中，系统地了解了这个行业的缘起和放大。如果做免费流量，就要有意识矩阵放大；如果想稳定持续，就要有胆量付费投流；如果想规模扩张，就要考虑团队搭建……不断思考 10x 解法，

在创业这场拼图游戏中，持续升级打怪 [机智] 点此查阅掩体的分享内容： 想要走的更远，不仅要理解商业世界，还要保护心力。

作为最后一位上台的嘉宾，马哥的分享要点过多，时间过得太快，以至于结束时我们才发现，他在台上足足讲了一个半小时。

“很多人一开始创业，都是从赚到第一块钱的逻辑开始的，但其实商业模式的核心在于如何让交易发生。”马哥从用户视角，解构了什么是流量、转化、复购。

当然，创业不仅仅是业务上的挑战，还有心力上的挑战。

马哥分享了自己“清淤泥、减负重”的经验：跳出“惯性”、停下“评价”、允许“承认”、允许说出口、允许转念、允许接纳……

以及如何“无条件地爱自己”，坦然地活在当下。 点此查阅条形马的分享内容： 作为生财团队的官方代表，这次在海南，我化身生财 AI 课代表，给大家分享了近期看到的、听到的、感受到的 AI 信息，以及生财团队在 AI 领域的动作。 点此查阅黄小鱼的分享内容：

今年生财有术有一个关键词“看见”，我们想让更多在线上、线下，在生财各个领域发光发热的优质内容产出者、航海教练、领队、志愿者们，被更多人看见 [爱心]

因此在海口的见面会台上，我们对这些榜样们进行了现场颁奖，他们分别是 —— ：2024 年 418 焕新活动中，推荐新圈友加入生财有术，带动了海南省整体地区的排名提升：生财有术传术师，分享自己的实战经验，发布精华帖给圈友带来不一样的思考

：生财有术航海教练，用多年积累的实战经验为船员指明方向：生财有术航海志愿者，积极和船员沟通，帮助船员达成目标，创造好成绩 感谢大家对社群的贡献

[玫瑰][玫瑰][玫瑰] 半天的分享后，晚上的夜话同样火热。每次见面会，不仅能集中听到一些干货内容，也是一个特别好的，把微信：xuetang7799名和人脸对上来的机会。

比如这次，认识到第一次参加见面会的圈友，特地从山东东营赶过来的，报名了所有城市见面会、热情洋溢的组局官，carry 全场的内蒙大哥

，带着我们一群外地圈友游玩海口的向导，自来熟、年轻轻轻阅历丰富的 00 后 …… 特别开心见到大家，相信接下来还会有很多机会和大家认识。

出来混，最重要的是出来。以上，海南见面会正式收尾，江西见面会也即将接棒。明天在南昌，将迎来 的分享，以及跟线下圈友的深度互动链接。

一起期待，更多看见和链接在线下发生

[耶]<https://t.zsxq.com/RI5QA>
<https://t.zsxq.com/QeAWm> <https://t.zsxq.com/3U8hL> <https://t.zsxq.com/hfwJ6>



评论区:

暂无评论

(精华帖)(38赞)从职场宝妈到年入 25W+ 自由职业者，一个人活成一支队伍

作者： 小伞

日期：2025-03-28

《从职场宝妈到年入 25W+ 自由职业者，一个人活成一支队伍》 大家好，我是小伞。 上周六（3月22日），有幸被邀请作为海南生财线下见面会的分享嘉宾。

我记得去年同样是3月份，我怀着无比激动的心，去到杭州参加了人生第一次这么大的，和搞钱相关的生财全国线下见面会，收获了非常多的能量。

当时，我是和慢慢一起去的，慢慢跟我说，明年的今天，我们也要站到舞台上。我听完后笑了，心里想的是：我可以吗？我能行吗？

但一年之后，我确实站在了这里，跟你们分享我自由职业这一年多的故事。我觉得很喜悦，因为向宇宙下的许多订单，居然都慢慢实现了。

接下来，我想跟你们分享，我在五年前，是如何向宇宙下要成为自由职业者的订单的，只是当时的我还浑然不知，有一天真的能抵达现在这里。 主要内容有：

1、契机：自由职业的种子是如何埋下的 2、弯路：第一次裸辞，两个月后灰溜溜重返职场 3、上岸：成功转型自由职业，我做对了哪些事？

4、真相：自由职业第一年的真实感受 内容比较长，可移步飞书阅读：

希望能给同样也是在职场，想要转型为自由职业的伙伴一些能量。

https://jpyt7zz6q8.feishu.cn/docx/IhpadUXUGodUvnxU9lHclrwBnEg?from=from_copylink&reRdXZ;=1





评论区：

桑桑@生财有术：永远为伞姐打call！～

黄小鱼🐟：小伞的分享很有力量！

Tina Gong：真棒，向你学习

长庚：文章权限你得设置下，我这一个普通用户也能修改你的文章。

帅彬丨蟹boy：体制内确实压抑，没有勇气辞职

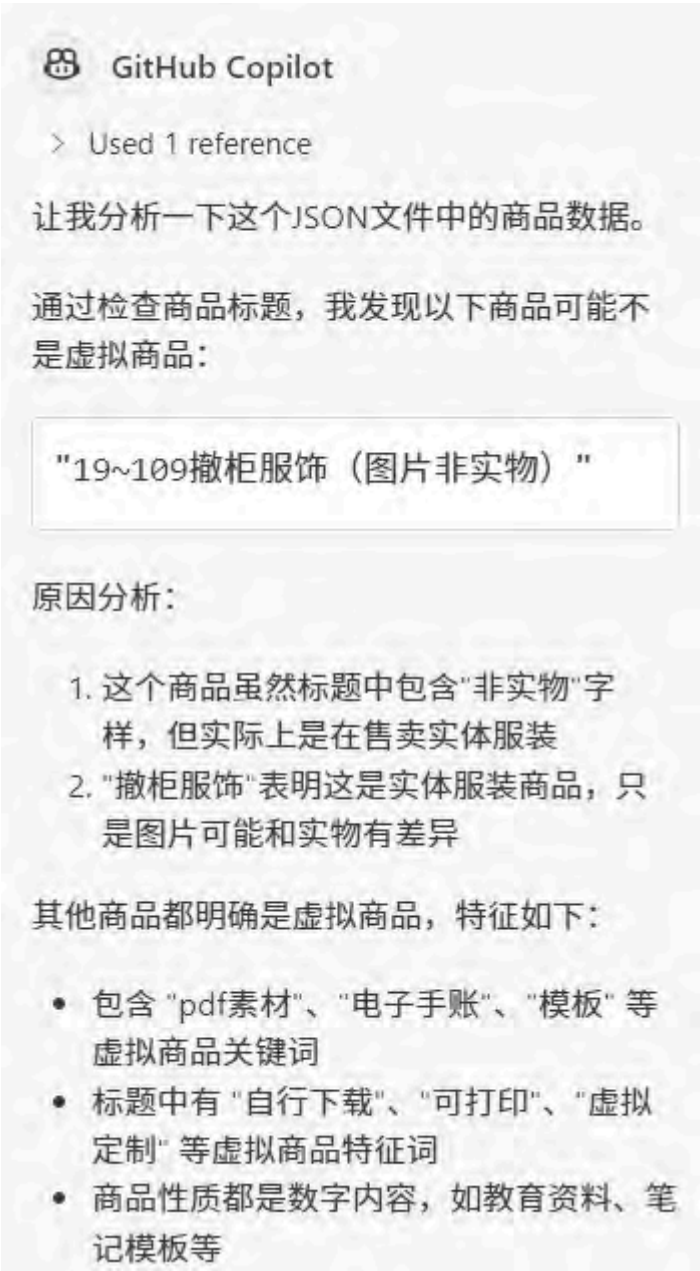
(20赞)小红书虚拟商品数据分享（目前数据条数：1216）

作者： Rand0mWalk

日期： 2025-03-26

- 1. 数据概况
- 2. 所有数据通过“基础关键词”搜索后的结果抓取，如果你有更多类似的关键词分享请留言
- 3. 可打印
- 4. 电子
- 5. 素材
- 6. 网盘发货
- 7. 清单
- 8. 合集
- 9. 可编辑
- 10. 模板
- 11. 源文件
- 12. 虚拟资料
- 13. 资源
- 14. 课
- 15. 应用
- 16. 软件
- 17. app
- 18. 笔记
- 19. 自行下载
- 20. ppt
- 21. pdf
- 22. 手绘
- 23. 手抄报
- 24. 虚拟定制
- 25. 非实物
- 26. 抓取商品数据时，按销量排序，只抓取销量大于3000的商品
- 27. 销量大于3000可能会遗漏很多品，但只作为继续深挖的基础数据量应该也够了
- 28. 数据只经过AI的初步筛洗（通过商品标题简单判断），所以可能会有重复项或者小部分非虚拟商品
- 29. 其实可以根据商品标题和商品详情页里的预计发货时间结合起来让AI判断是否是虚拟品，毕竟大部分虚拟品发货速度都很快，但这一步我没有做，没有获取商品的预计发货时间
- 30. 有AI的初步清洗，应该可以节省一些后续人工洗数据的成本
- 31. AI NB
- 32.

32.



33. 为什么做这个

34. 从近期的小红书中标风向标可以看到“趋势”，虚拟商品相关的很多，小红书也在扶持这一块

35. 亦仁在某次回答圈友的提问时，提到了本来想写一个关于小红书虚拟商品的超级标

36. 亦仁在传术师群里提到关于小红书虚拟商品相关数据的价值很大

37. 小红书没有统一的入口可以找到虚拟商品数据

38. 小红书的虚拟产品航海进行中，可以给航海圈友们一点点参考方向~

39. 我在参加web网站航海，索性把抓到的数据建个站，虽然数据量没那么大，但通过这些基础数据，可以深挖出不少相关店铺和关键词

想自己跑数据的，可以直接用这个rpa: <https://api.winrobot360.com/redirect/robot/share?inviteKey=adbfcb6d1699901>

数据持续获取中（天气很热，RPA快把电脑干冒烟子），可以随时来看看~~~~

更好的阅读体验移步飞书: <https://fiazd3hbob.feishu.cn/docx/QoeGdG6XWoDYXBxIWt2cjLven4k>

评论区:

阿宝：能不能抓取出来都是放在哪个类目下的

Rand0mWalk：小红书官方好像没有对外展示这个数据，一些第三方比如灰豚等有对商品展示类目。如果有统一的虚拟类目展示的话就更好抓了，去爬对应的类目就行。

花椒大王：能不能通过无物流发货来判断，这样大概率就是虚拟商品了

Rand0mWalk：关键是拿不到是不是无物流发货的数据

PeterZEN：感谢你的分享，大大节省了赛道选择的问题，同时也能快速从市场数据验证自己的赛道选择对不对。

Rand0mWalk：把数据扔给AI帮着分析一下应该可以很有启发

Lucia：谢谢大佬慷慨分享！很有价值

【嘉宾问答】1篇

(44赞)两个问题，一是引流乏力，二是变现端的匮乏

日期：2025-03-29

提问：

涛哥好啊，我是去年底在线下听你分享，目前在做运动康复拉伸类的视频号。

我97的，上班8小时是在一家公司做显卡技术支持，下班就健身跑步剪辑视频，以前是搞短跑的，跑步习惯从小学开始跑有十几年了。

目前的状况：视频号日跟了差不多3个月，不是本人出镜，粉丝十几万，抖音只同步了视频，不过加到微信：xuetang7799不到100人。变现情况很差，就1000块左右，主要是视频号分成，出了几个百万放，带货销量惨淡。

目前卡在是放大收益，微信：xuetang7799信粉丝想过卖产品，卖拉伸课或者什么的，运动康复类的没有资质，不是康复师，只有一个AHA认证的急救员资质，就不知怎么去做课程或者卖产品。

这周准备真人出镜实拍视频，去健身房实拍模仿，增加粉丝，这种可能是走达人方向，变现路径就可能接广子或者给康复机构推人。

目前这副业收入不稳定，还没到能裸辞全职干的情况，不过这运动康复这个领域肯定是巨大的市场，可以我就一直坚持下去。 希望最强的涛哥指点下迷津，感谢你。

回答

感谢提问， 视频号的十几万粉啊，老厉害了， 现在就两个问题对吧，一个是引流乏力，一个是变现端的匮乏，

其实是一个问题，你研究的同行太少了，这周安排下，加上三大平台每个平台各二十个同行，一切就会清晰许多，

引流端，钩子的设计可以是康复指导手册，健康自测合集，限时免费咨询，看ct和核磁的片子，康复训练计划，48种拉伸动作示范，线下免费体验券，症状评估，电子书籍...等n种，

而这些，都不难啊，都是现成的啊，同行的收集过来，整理换一下水印，就是你的了啊，而且还会长期被传播啊， 手上有人了，你还看得上广子么，

你可以视频咨询，可以做课，付费社群，实体门店引流，康复打卡营（膝盖，腰椎这块，小飞燕啥的），和app合作，订阅服务，护具，器械，器材，药物，保健品的带货（movefree不是么，卖爆了，bodyguard不是么，卖爆了），做从业资格证...等n种，

你也可以开多号，产后恢复，运动修复，腰椎颈椎康复，不同受众不同号，然后来个联动啊，你也可以加上中医理念，内养外修， 你也可以配上营养学，食谱引流快啊，

你也可以设计一套你自己专属的康复操，说实话，「老孙」，或者「康复之光」他们搞这种康复操，我一定买，

比如你设计一个名字「筋膜列车康复法」（领会意思），里头包含各个部位的最精准的动作，这个东西做成硬件（印刷物）也能卖啊，出书啊，

就比如，现在正在看这篇文章的人，左侧肩胛骨疼了么，别问，我装监控了，这个，就算一个动作， 筋膜球，泡沫轴怎么用之类的，也可以放进去啊，

那些看似无用的也很好卖啊，反应球，菲利普棒，平衡板... 必要（视频爆了）的时候开直播啊，引流交付两不误， 嗯嗯，加油兄弟，

评论区：

路漫：我真的正在看，并且左肩胛骨疼，怎么办？

英卡Inka：+1

了呦六：+1

南枝🔥：打打八段锦就好了，坐的的多了动的少了，打个100天

杨涛：我挑战一下我的语言表达能力， 1.坐在椅子上，椅子不要太高， 左手手背抵住左腰侧，右手手背抵住右腰侧，
2.弯腰，尽量把头往下埋，将两手手肘，夹在两腿之间，两腿发力向中间夹，保持30秒，两次，就不再疼了，

路漫：感谢

【好事分享】2篇

(33赞)私域基础弱，公域反馈慢，新手如何边航海边赚到第1块钱？

更多付费文章，加V: run202311

作者：开卷 

日期：2025-03-25

圈友好，我是开卷，很高兴再次和大家见面！开卷这次报名了AI赋能IP和AI自媒体，在航海开船当天中午突然的一个想法，发了一条朋友圈，让我这几天。

因为感觉这个方法可能会帮助对赚钱没有方向的新手圈友，让更多圈友和我一样借势成事，而且也有圈友对我的这个方式感兴趣，所以i人第一次自荐写了这个分享帖。航海还没有开始很久，希望这个方法也对想快速变现的圈友提供参考思路。

原文飞书直达：私域基础弱，公域反馈慢，新手如何边航海边赚到第1块钱？

在此感谢向我提问的圈友，让我意识到这个方法不仅可以让自己拿到正反馈，也可能对圈友有启发，谢谢我的鱼丸李李的帮助，谢谢澄歌小姐姐的把关和建议~~

也欢迎圈友们在这条帖子下分享你所在的航海上，可以衍生出哪些可以做的小产品，说不定评论区共创，能有更多的完成搞钱小闭环的新想法~~

<https://yxy2hheyyby.feishu.cn/wiki/ZXrtwI4U3ia6N0kFhhicDBxPnBd?reRdXZ=1>

评论区：

暂无评论

(17赞)“零成本搬运“居然真的能赚钱？闲鱼小白亲测虚拟资料冷门玩法 | 保姆级SOP已跑通

作者： 南星

日期： 2025-03-28

大家好，我是南星~

一枚地产搬砖人！通过生财赚到互联网的第一桶金。12月参加了两个航海一个是闲鱼虚拟资料航海，一个是小红书自媒体商单，在参加闲鱼虚拟资料航海期间跑通了0-1，我是12月5号发布的第一个品，12月18日成交第一单，靠着均价不到3元的低客单，到2月15日入袋1600元~

今天主要分享的是以下的几个主题： 一、【零基础逆袭指南】没资源没粉丝如何在闲鱼吃透虚拟赛道？ 二、【血泪避坑篇】新手必犯的3大致命错误！ 

三、【封号自救指南】上了强版权产品，收到律师函，怎么办？ 四、【致迷茫者书】：为什么说虚拟资料是普通人最后一根救命稻草？ 字数较多，大家可以移步飞书：

<https://ncnxi4u4wp2p.feishu.cn/wiki/MHf9wr4xviDedYkYzNwcAaqJnT4?reRdXZ=1>

评论区：

大钟：冲冲冲