第三十一篇

鸡蛋不要放在一个篮子里。一定要将30%资金投入基金，30%投入股票。不要再开玩笑了。你理了这么久，你发财了吗？没有吧，那是因为没有人告诉你后半句。那就是一定要先把一个篮子装满，再去装其他篮子。安全没问题，但安全是有前提的，那就是资金量。

密码长一点当然好，但你用6位数的密码保卫3位数的存款就没有必要了。讨论任何场景，一定要考虑到前提，考虑到最大权重。对于一个普通人，他的最大权重是什么呢？是钱不够。他不是富二代，也没有中头彩。他不是说有3000万、5000万放在一个渠道怕出问题，他就只有几万块的工资、几十万的存款。他最大的权重是什么？是基数太小了。你一共只有3个鸡蛋，还想分4个篮子装，你不是开玩笑吧？

不同的资产有不同的维度。在你没有什么钱的时候，你要找的第一个权重就是低风险高收益的资产，然后把它填满。有人说，怎么会有呢？当然有了，你自己去查一下。不可能三角。如果想获取低风险高收益，应该牺牲什么？流动性。就是你把这个钱转化为这个资产，就别动它了。它变现慢，但风险低，收入高。请问是什么？房产。一二线城市的核心房产。房子不是今天买明天买，它是个长期的资产。平时可以住，同时可以享受城市的红利。需要的时候还可以变现。

很多人弄错了方向。他们选择了流动性和高收益，结果亏得一塌糊涂。例如P2P。随时可以变现，收益还特别高，那安全性就一定惨不忍睹。有舍才有得。为了得到什么，可以放弃什么，才是大智慧。很多年轻人，你房子都没有买呢，你谈什么理财？你第一个篮子都还没有装满呢，你连最基础的低风险高收益的资产都没有配置呢，你居然冒险去买股票买基金，这才是最大的风险。

大城市买一套房子，就足够你劳神劳心的，就足够6个钱包的投入了。你忽略了这个最重要的权重，去考虑那些细枝末节的东西。为几千块钱的收益沾沾自喜，觉得自己掌握了金融法宝。夏虫不可语冰。你想过没有？就算你要这么做，也还有一个严重的问题：精力分配。不是投入30%的资金，就要分配30%的精力。有些东西你不需要投入精力也没问题，有些你投入了大部分精力都还远远不够。任何时候，资源都不是无限的。你就那么点时间，下班就那么几个小时，你还抽出30%去研究股票，30%去研究基金。这样的结果就是，任何一个领域你都研究不透，每一个都普普通通，每一个你都很难挣钱。你所谓的忙碌，不过是一个安慰剂。你觉得挣了一点钱，其实换一个猴子去选，也不一定比你差，而且你还不一定能挣钱。你有可能亏损。一亏损心态就出问题，各种学习，各种指导，各种韭菜送上门。

赚钱只和行业的深度有关。再古老的行业，也有人可以赚到钱，但前提是你一定要研究透了，一定要透。绝对不能是东一头，西一头。否则你一定会两手空空。得意洋洋赚了几千块，房子买错亏了几十万。图什么？第一个篮子满了再去第二个，第二个满了再去第三个，最后那个篮子才是高风险博取高收益的。这才叫别把鸡蛋放在一个篮子里。

窗体顶端

窗体底端

第三十二篇

我们做个预测，预测一下直播带货的未来在哪，你只有预测到趋势才能利用趋势去挣钱

很多人看到了直播赚钱。啪，就冲进去了

你方向错了，直播带货能挣钱。但你这么冲进去挣不到钱因为你晚了

就好像你去拦截一个导弹你瞄准他现在的位置没有用。等你赶过去导弹已经不在那了。你想打中你就得往前瞄，你就得预测轨迹得知道他下一步往哪走

直播带货也一样，你得了解经济规律看好趋势，站在风口然后等风来

那怎么做，以史为鉴。你只要去参照历史。就可以很清楚的预知直播带货的未来

具体一点

我们看汽车，20年前大家买车主要的诉求是什么

车，车只要他有四个轮子，只要他能开起来就行，至于这个车舒不舒服，有几个气囊，后排能不能翘二郎腿，副驾驶带不带一个化妆镜通通都不重要，你只要是个车就行。那个时候你买车只有三个选择捷达，桑塔纳还有福康

你看今天，有100多个品牌，1,000多款车型，有人给你小牛皮，有人给你分区空调有人给你座椅按摩，有人给你环绕音响无数的选择，无数的配置。甚至同一个车还搞出两个兄弟车型，选择困难症都要犯了

为什么。因为细分需求，在市场营销当中从来不存在一个抽象的人，只存在于男人女人老人小孩这样的具体画像，而每个画像的需求都是不一样的

汽车行业越来越成熟他就一定要往众生去发展，往细分行业去发展，去满足每一个细分领域

我们看任何一个行业都是这样，只要持续发展最终一定是延伸到无数的细分市场无一例外

比如当年的门户网站新浪搜狐，他为什么火。因为当年你能上个网就不错了，你打开一个USB名就仿佛已经到了华盛顿了，那个时候很多人甚至不知道这个，网上冲浪是不需要带冲浪板的，那个时候你能摸到电脑你能啪啪啪打字就已经无比幸福了，人生圆满，别无他求

然后这个新鲜劲过了，大家缓过神来了。女孩子喜欢看美妆，男孩子喜欢看摄影，年轻的妈妈要看育儿，年轻的爸爸要挑汽车，中老年群体要看养生，这个时候门户网站不是不可以满足，但是已经明显不够用了所以接下来是什么

垂直门户。美妆门户，摄影门户，育儿门户，汽车门户等等。这个时候你就会发现门户网站就非常的尴尬了，他们可以去做每一个细分行业，但是如果他每一个都做就等于他每一个都没有做，力量一旦分散他每一个行业都不可能做精做透。所以这个时候，垂直门户的机会就出来了，比如说宝宝树，周冠春在线，汽车支架等等

你去看那个新浪汽车，看那个搜狐育儿永远是不温不火半死不活

所以如果回到10年前你最好的机会是什么，是做一个细分垂直门户这才叫瞄准的未来

直播带货也是一样，你看到很多头部的主播什么李佳琦薇娅这些单场几十个亿但是不足为惧，因为他们都是粗放型的，我不仅卖口红，我还卖尿不湿，我还卖自嗨锅，我还卖空调，我还卖榨汁机，我还卖小龙虾，我还卖运动鞋，我还卖营养品什么都买。可问题就在于你卖的东西越多你的品控就越难，你的IP就越稀释，你的定位就越不精准

当消费者的需求越来越个性化他们的时间越来越宝贵的时候，当他对这个直播带货越来越不敏感的时候你就不能满足他了。

他想买牛排最好有一个牛排博主，全世界的牛排他都吃过。他想买红酒，最好有一个红酒博主全世界的红酒他都品尝过。他想买尿不湿，最好有一个育儿博主全世界的尿不湿他都试用过，这才是真正的精准匹配，解决信任度，解决时间成本，解决综合比价

我买你的，是因为在这个行业你比任何人都懂，你比任何人都能帮我省钱

我再也不需要在直播间等着你上产品，我再也不需要花几个小时去碰运气，消费者的时间很贵的，而且一定会越来越贵的这个是趋势。所以如果你看好直播带货你打算自己去创业，那就一定找一个自己最擅长的细分领域，现在立刻马上开始准备

第三十三篇

房价如葱该怎么办，经常有人问一个问题

现在大城市买房那么贵到时候房价如葱看你们怎么办，这个问题该怎么回答

我们决定直面问题。就是我们不讨论这个房价的趋势，我们也不讨论经济学规律，我们就假定它真的如葱了，而且是葱没涨价，房子跌了

比如二环核心区5万块钱一套，你全款还能再打个8折便宜得像不要钱一样

请问会有什么结果

就很多人的认知局限，就是他们把便宜和自己能买到画等号，他们特别欢迎免费因为他们潜意识地认为免费了，等于是他的

大年初一的时候，雍和宫敲钟也免费，第一炷香也免费你能抢得到吗

永远记得免费的才是最贵的。把这句话读1,000遍

想免费你就得想想。大家都免费的时候你有什么资格排在别人前面

有很多人特别希望这个医疗免费，医疗如果真的全免费的话你就根本排不上号

因为比你着急比你需要看病的人多的是

你想在雍和宫上头炷香那就得提前一天在那边守着

拿着干粮穿着大衣，零下十几度，来回走少喝点水免得上厕所就这么熬着，熬一宿啥也别干，早上一开门你就拼命往里冲还得冲得快，腿麻了不行。这样才有可能抢得到那免费的第一炷香

如果在收费的时候你得不到，那么在免费的时候你就更得不到

不通过价格区分就一定要通过其他的方式区分

永远有人比你更需要，永远有人比你更迫切

如果大城市的房价真的如葱那么一定会有人争先恐后去买，一直在把价格抬起来

如果你幻想只能5万块钱一套那你就永远也排不上号

只要你不能禁止对手所谓的对冲，那起拍价就是毫无意义

劳斯莱斯一块钱起拍，两块钱可以买两辆吗

经济学的规律是不可违背的

你觉得好的别人也觉得好，你想买的别人也会买

你想等足够便宜了再出手，人家早就抢光了

幻想大城市房价如葱再去抄底，得先扪心自问一句轮得到我先买吗

第三十四篇

13,000次的血泪教训，时长一个小时，我用了4年时间1,400万粉丝25亿次播放和1,200场直播才换来的你想问的都在里面

不要养号，养号是对智力的侮辱，是低成本诈骗毫无判断力的韭菜。不是给同类视频多点赞互动你的作品就会有流量

任何账号都是有两个身份一个是创作者，一个是观看者这两个身份是绝缘的

就好像在生活当中你既是经营者，也是消费者

你是个卖衣服的，你担心刚开张没有客户。于是有大神告诉你，多去逛街，多去买别人的衣服，你买的衣服多了，你的生意就会好起来，怎么可能呢。那时会让对手的生意好起来。短视频不也一样吗，拼命做数据，是你免费给别人充当消费者免费给别人带流量，多低级的谎言怎么换个场景就有人信呢

不要讲干货，你的干货再好，也得过一双黑丝

永远记得你的对手不是另外一个干货博主，而是黑丝，是包臀裙，是修驴蹄子是地毯翻新，是一切抢走用户时间的内容

永远记得能打败人性的只能是另一种人性。打败色的是贪，打败贪的是懒，打败懒的是嫉妒，打败嫉妒的是仇恨

永远记得想做爆款就得顺应人性，他不喜欢吃蒸土豆，你就给他做成炸薯条，他不喜欢听唐诗宋词，你就给他讲讲李清照的二婚故事顺便谴责一些家暴，他不喜欢法国启蒙思想的作品，就给他讲讲小卢梭喜欢被漂亮姐姐打屁股而且越打越兴奋还把细节给写到书里，这本书叫忏悔录。

用娱乐的精神去传播知识才是爆款的密码

看上去你是在讲八卦实际上是利用兴趣撕开防线，找到最薄的那个点攻进去顺便把知识传播给他

不要拼作品，哪个笨蛋告诉你的

流量多100倍就得是作品提升100倍，可不可以是受众多了100倍，就好像提升销量我能不能不提升质量，我去找更大的市场不也行

今天短视频的用户是6个亿，如果是600个亿呢。你随便拍个大马路流量都会多两个亿，为什么，因为盘子变大了你分的就多了就这么简单。这个就是基本盘的作用，我讲的话题全国有100个人感兴趣那基本盘就这么点撑死了100个播放。但如果我讲的话题全国有100万人感兴趣，基本盘就大了1万倍播放量就会同比提升。怎么扩大基本盘。三个字，“成就点”

你是个讲企业管理的别给我讲什么员工激励股份分配的这样的破事，我又没有企业我干吗要听，那怎么样是普通的人愿意听呢，讲东方甄选的热点，你讲讲他的企业架构合不合理，俞敏洪的管理水平能打多少分，董宇辉应该拿到东方甄选多少的股份才合理，所有喜欢董宇辉的人都会把这个视频看完

你是个讲知识产权的别每天给我讲什么商标，我不需要注册商标一句话给你怼回去了

东方甄选这个热点出来，你讲讲董宇辉这三个字已经被人注册商标了，被谁注册公司叫什么名字，实际控制人是谁，法人是谁，董宇辉有没有股份，那万一董宇辉以后单飞他用自己的名字算不算侵权，你这么讲不就行了吗

不要补短板，普通人做短视频的第一件事就是承认技能缺陷。你想一想有哪些事情给你100年你也补不好

问一个问题，1,000人怎么打赢1万人，补兵力补装备，补后勤。都不对，当你极度弱小的时候，你补任何东西都没有用

因为你永远等不到召集9,000人的那一天，1,000人想打赢1万人。尤其只有一个方法战略，能不能下毒，能不能放水，能不能反天气

我的目的是赢干吗要跟你硬碰硬，越弱小才越需要智慧，短视频也是

什么叫普通人就是这个也不会，那个也不行，口播文案表现类都是一塌糊涂

那怎么搞流量，靠跟风。任何一个热点出来你就给我写10条感悟

比如说郭有才爆火，写10条感悟，感悟怎么写，不要写去找

找到所有郭有才的爆款视频，在评论区里面挑10条点赞最高的评论把它读一遍就好这就是战略

从写到找，就是一个革命性的提升

因为你写100年写不出来，为什么要去评论区找因为评论区没有版权，为什么要找点赞最多的，因为点赞最多等于最厉害的文案，等于你免费拿到10条最厉害的文案并且没有版权，别人种树

你栽桃

从来没有人做整合，你第一个那流量就是你的。有这么爆火的热点在前面顶着，有这么厉害的文案在后面撑着，哪怕你搞个配音去赌，播放量都不会低而且热点话题源源不断，这就是战略

不要被老师洗脑，独立思考是第二重要的，第一重要的是怀疑精神

为什么你老被割韭菜，因为你从来不怀疑，从小到大你就被灌输一个概念，老师讲的都是对的你不需要思辨，不需要批判，不需要自我否定，你只要背书按老师说的做，老师就等于真理，你从来没有想过一个要命的问题。高考和社会是两张卷子，高考是最最简单的，因为答案是唯一的，这个题选a全国的数学老师都选a这个叫标准答案，有标准答案的游戏都不难提升成绩，加大练习量就行了。可是社会要命的地方在于他没有标准答案

你想做短视频完了，有人说垂直好，有人说泛垂直，有人说不要垂直

有人说横屏好，有人说竖屏好，有人说横看景，竖看人学习对

有人说早上发，有人说分行业发，有人说按活跃时间发，学习对的

人生在世最怕的就是都有道理

知识犹如现代武器，追求的并不是火力而是命中率

短视频就知识数量而言，已经多到你一辈子都学不完

你学了1,000个技巧再学第1,001个也毫无价值

真理追求的是纯度是到底哪一份才是对的

就像战场你拿到1,000份情报不知道哪个是真的，就等于你没有情报

我就问你哪个老师是错的。你不知道，你从来不敢想。因为你骨子里面，老师就等于正确

你觉得他粉丝多就是对的，他案例多就是对的，他开豪车住别墅就是对的

你不追求知识本身怎么得到知识的回报。就像你不爱这个人冲着他单位好就结婚了，你怎么可能幸福

记好了学知识唯一的原则应该是逻辑，从原理到推导每一步都严丝合缝无懈可击

科学没有多数和少数，科学没有主流和非主流，科学没有权威和非权威科学只有对错

哪一天你把精力放到了追求对错你才踏上了真正的修行

追求精准粉做生意最难的是什么，三个字“卖出去”生产不难销售才难

你知道肯定有人要可是他们是谁，他们在哪叫什么名字，身份证号多少，凭什么要相信你，你通通都不知道。

所谓的精准粉不过是一句正确而无用的废话，做生意最重要的是互惠。你想从平台搞流量可是他为什么要帮你推，他能得到什么好处。谁先想清楚这个问题谁就能先搞到流量。想解决只有一个方式放话题，通过有趣的内容先吸引更多的人，看的人多了平台才会觉得有价值才愿意推给更多的人，有了更多的播放你自然就可以遇到更多的精准粉

教英语发音没人听你就聊聊王菲的发音准不准，教英语词汇没人听就讲讲12星座该怎么读

泛话题是地基，地基不能住人，但是没有那个地基就没有那个房子

世界上最快的路从来不是最短的路

泛粉丝的本质是你的变现工具就像一款游戏

我当然知道要挣土豪的钱可是土豪在哪，土豪叫什么名字，土豪怎么知道这个游戏他为什么要充值玩这个游戏，你通通解决不了

所以你必须先免费大家免费玩，玩的人多了才能接触到这些土豪，才能找到真正的付费用户没有前面的免费就永远没有后面的收费。免费玩家是什么，免费玩家就是游戏道具

泛粉丝是什么，泛粉丝就是你的短视频道具

其次用户是可以被转化的，从来没有非买不可

你下班路上为什么买了二斤苹果，是因为你路过一个卖苹果的摊很多人也在那买，然后你顺便尝了一口你觉得挺好吃，顺便就买了就这么简单

从来没有一个人说，我今天不吃苹果我活不下去

除了阳光水和空气所有的东西都是可买可不买

明白这个你才会发现泛粉丝才是真正的金矿。

我原本没有打算学英语但是我听你讲完之后，我发现这么有趣我愿意跟你学，这样的客户你要不要

不要纠结视频时长，不要去想什么几分钟的视频更容易火

我问你短视频为什么叫短视频是因为时间短吗，当然不是

短视结果不是原因，不是因为短所以火而是因为浓缩才有价值

短视频的核心不是时间长度而是信息密度。没有废话密集，痛点连环刺激，全是对他有好处的他才愿意看下去

人性自私，我们的每次交换都是要占便宜的

你花100块钱买了件T恤是因为你觉得这个T恤比100块钱重要

花钱是在占便宜你才愿意掏那个钱刷手机

同理

你得提供远超一分钟的收获感他才愿意给你一分钟

为什么不去电影院非要去看解说电影因为可以占便宜，因为一分钟等于3个小时，因为可以帮我节省两个小时59分

永远记得信息量相同的情况之下时长永远越短越好。可要可不要的一律不，可说可不说的，一律不说

能用一分钟说清楚的绝对不能够花一个小时

为什么有人是30秒因为他原本是3分钟，为什么有人是3分钟因为他原本是3个小时，为什么大多数短视频都很短是因为创作能力的限制

很多人的知识储备和才华他只能撑到1分钟，时长每长一倍难度是要大4倍的，15秒只需要一个笑点，1分钟就得加上故事情节，3分钟就得加上无数的勾子和反转，所以没有几个人能创造3个小时的视频还密度满满，如果强行拉时间密度就低了，用户就划走了

不要投抖加，喂数据我知道有人说要投，我知道有人说投抖加可以喂数据

我知道有人教你各种各样的投放技巧，我就问你有用吗，思考一个问题，如果你是张一鸣你会怎么给流量，两条路要么好的内容帮你留人，你会给，要么直接付费帮你变现你也会给

换句话来讲你想搞到流量，要么提供好的内容要么提供钱

最关键的地方来了，内容等于什么，等于你的时间，钱等于什么，不也等于你的时间吗

可是时间只有一份，那这个问题就回归到我这一份时间到底是换成作品换的流量多，还是先变成钱换的流量多。哪个多我就选哪个，永远只能二选一

你要是马云那就别创作有这个时间你早中了两个亿了，直接投他两个亿的抖加对你来说是效率最高的，但如果不是想一想你为什么做短视频不就因为线下不挣钱吗，本来就因为不挣钱才做的短视频那怎么可能又绕到你最不擅长的，拿钱去买流量，这不又等于又绕回去了吗，就像好不容易把蒸汽机换成高铁怎么又开始烧煤了

抖加的本质是什么是花钱伤害用户体验，因为你不投的时候他原本可以看到更好的内容

那既然投了钱就得想清楚你图什么，所以投抖加的唯一原则是四个字“效率为证”

投100赚200，投200赚500，我能赚钱才能继续，否则你投什么

投了100个点赞多少钱你不知道，投了100个关注多少钱你不知道，投了100个播放多少钱你不知道，什么都不知道

你就像开了个饭店每天挣了多少钱都不知道，那结果就一定是亏到你干不下去为止

什么叫喂数据。今天发，明天发，后天发每次都在迭代，每次都在提升，每次都在优化选题，优化文案。这个才叫喂数据

你的包子难吃你再找1万个人过来尝尝，他也好吃不了。你真正要做的是提升味道，面不行就换面，馅不行就改馅，厨师不行就换个厨师，不解决根本问题的都是虚假的

怎么不花钱搞流量，首先不要挑选发布时间，几点发作品最容易火，有人说是晚上

因为看的人多，有人说是上午因为发的人少，有人说应该按行业比如说汽车类5-7点，情感类晚上8点，育儿类20-23点，教育类13和22点。还有人说看活跃时间，点开数据中心查看粉丝数据找到活跃时间然后提前4个小时发，因为审核需要4个小时。谁是对的，答案是全错。你要是觉得这四个对说明你缺乏基本的常识

如果你看的数据足够多，你就会发现用户的活跃时间几乎都是一样的不存在什么特点

只要他是个正常上班的，只要他白天上班晚上睡觉，只要他每天吃三顿饭那么他的活跃时间就一定一样。不管他是干it的搞母婴的，玩汽车还是做教育的，还是什么乱七八糟的行业曲线全都一样，你自以为搞到一份独家数据其实别人拿到的也是一样的

真正的做法是什么，是权重，举个例子明天我想取100万请问应该去哪个网点取，是工行建行华夏还是浦发，这个时候你要考虑网点的大小考虑能不能预约那么多，这个时候的选择是有意义的因为权重很高，如果你说我明天就取100块应该去哪个网点，答案是哪个都可以，你随便找个ATM机都可以因为权重很低，任何一个网点都有足够的钱

短视频不也一样几点发作品容易火，什么人才会问这个问题菜鸟那种菜的不能再菜的，1,000个播放都没有见过的人才会问。既然是菜鸟那么就意味着任何时候都有几万几十万的流量给你永远不需要考虑用户部署，永远不需要考虑池子装不下，你就取100块，你轮得到选网点吗，你说我万一要有个千万播放的用户不够用怎么办，如果你真的能够做到千万播放你就不会问这个问题，因为到了这个层次你就会明白真正重要的不是时间而是痛点，选题是爆款，文案是节奏和冲突感

不要关注后台数据你的后台数据那么厉害怎么就是没播放呢。因为没有人告诉你数据是多维的，一个是时长，一个是进度，一个是领域

先说时长，很多人说我把这个视频做成5秒钟这样的完播率不就高了

播放5秒钟的视频，然后给他塞100个字进去完播率不就100%了

如果你能够有独立思考的能力你去搜一下那些爆款，你看看有几个是5秒钟之内的，这个就是时长维度

5秒的完播率和50秒的完播率是完完全全不同的，看完5秒很容易看完50秒很难，而且每长一倍难度的会指数级的上升，因为耐心会指数级的下降，所以视频长一倍完播率的权重不止高一倍可能是两倍3倍甚至更多这个才是科学的理解

你说我考了99分，那你得说清楚到底是小学的摸底考试还是全国的数学比赛

第二个进度，围堵进度不是一个单一的数字而是一个整体加权的结果

比如说有10%的人看到最后，30%的人看到70%，40%的人看到了30%把这些全部都要统计进去加上一个权重折算才能够达到最后的结果，这个才是合理的算法。绝对不是去统计有多少个人真的看到了最后一秒，你说我们班第一名考了99分等于什么都没说，我得知道90分的多少人，考80分的多少人，还有不及格的多少人我才能够评估你们班的整体水平

第三个领域维度，有人讲知识讲科普，有人讲生意讲财富，有人对口型装可爱，有人拍美食玩数码这不同的领域怎么比，答案是没法比，要比就得拉到同一维度，知识和知识比，搞笑和搞笑比，舞蹈和舞蹈比。这个就好像文科和文科比，理科和理科比，艺术生和艺术生比一样这个才是多维理解

完播率你把它强行加到一维可不就出问题吗，这就是为什么你的数据明明那么厉害他就是没播放，因为信息丢失了

播放多就是内容好，播放少就是内容垃圾没有例外

不要纠结横屏竖屏，一律用竖屏

拍人物用竖屏，拍景色用竖屏，短视频用竖屏，做直播还是用竖屏，能用竖屏坚决不用横屏

因为横竖屏的本质区别并不是长宽比的区别，而是信息流动方式的区别

横屏是上一代的沟通方式视觉优先，因为眼睛是左右长的所以电影是横屏，电视是横屏。横屏意味着信息的单向流动，演什么你就看什么只需要动眼不需要动手这个才是横屏的本质

而竖屏意味着信息的双向流动，竖屏是这一代的沟通方式它是交互优先，之所以竖屏是为了方便握持和大拇指的操作，因为用户和视频是要高效互动的这个才是竖屏的本质

明白这个我再问你，那当眼睛和手出现冲突优先满足谁

满足自己舒服，少看怎么说就看怎么做，用户的舒适度说明一切

明明旋转90度就可以看横屏而且是满屏，为什么你不那么去做因为懒才是第一位的。人可以适应一切的东西，有一天你把牙结石给洗了，你都会觉得牙里缺个东西不舒服

所以按照这个逻辑，你就会明白所有的横屏都会淡出市场，某站会，某库会，某奇艺也会。他们还停留在上一代的交互方式，竖屏才是未来，交互优先才是未来

你有没有想过其实我们一切的结论都源于潜移默化，比如说为什么非要横屏竖屏二选一，为什么没有人问三角屏，为什么没有人问菱形屏，为什么没有人问八边形的屏，为什么没有人问圆形的屏因为他没见过，如果他见过他也问问，这6个屏里面选哪个

不要关注平台政策，不要关注抖音出了个什么政策。视频号来了个什么新规，小红书到底什么调整。你为什么做不起来，就因为老关注这种鸡毛蒜皮的东西你还觉得拿到了一手信息

我就反问一个问题你是不是守法公民，你说，我是。那我问你这么多的法律，这么多的法规，这么多的条例你有没有从头读一遍，如果你没有你怎么知道你是守法公民。我再问你这么多的修正，这么多的解释，这么多的补充条款。你有没有在第一时间全部看一遍，如果都没有 你怎么知道你没有违法，我再问一遍你是守法公民，你看当你思考这个问题的时候你会发现唯一的解就是两个字公理

任何一个法律的制定都必须站到操盘手的角度要足够简单，足够清晰，足够透明。简单到每个人不需要背不需要记，哪怕他不认字也能够明白才行，只有足够的简单清晰规则才能够执行下去否则一定是空中楼阁。明白这个你去看世界上所有的法规，无非就是那三句话不能抢劫 ，不能害人，不能偷盗。那所有的条文所有的解释所有的补充条款都是围绕这几点展开，无非是多一点少一点的区别。短视频也是，平台制定任何一个规则都不指望所有人都把它读一遍，如果真这么高门槛的话平台就一定干不下去，所有短视频的规则简单到只有5个字“用户当裁判”

用户越喜欢哪个视频，哪个视频就必须拿到越多的流量，我刷了一个小时居然一个喜欢的都没有你平台就不要干了。所以不管是抖音，小红书还是视频号无一例外，唯一的区别就在于小红书曝光的是点击逻辑，所以封面更加重要。抖音是用户试吃逻辑，所以5秒完播率更加重要，而视频号是熟人社交逻辑，所以分享转发更加重要

不要低估最小利息，短视频难并不是真的难，而是期望和现实之间有落差，具体来说是低估了必要的练习次数，理论上练1万次才会有效果，但是你觉得练100次就行结果没有练好，就会觉得好难，其实你想想生活中有多少技能是通过大量的必要练习堆上去的，你练习了多少次才能够熟练夹菜，你摔倒了多少次才学会走路，你路上开了多久才成为一个老司机，你潜移默化了多长时间才把汉语学好，所有的难都取决于落差，如果你觉得短视频需要100条才能起量，那么你发到第20条的时候突然来流量了你就会觉得好简单，但是在现实当中很多人他们是严重低估最小练习的，他觉得我发个三五条就应该有流量，结果发一条没有，发两条没有，发三条还没有，他就觉得真难，就我自己而言当时足足发了23条才得到正反馈这是我当时的数据，发到第16条的时候我的播放还是一个视频15个赞。我告诉你这个才是正常的数据，若不是有极度非凡的天赋凭什么你发几条就应该火，任何东西都是一样的

学钢琴 1,000个小时才能弹好一个曲子，但如果你认为我练10个小时就行，你就一定会觉得它超级难一定发现怎么都弹不好，这个音怎么都连不上，左右手怎么都不协调，琴谱怎么都记不住，其实你唯一要做的就是加大练习量把数量怼上去一切都解决了。不提升最核心的练习量再来想，怎么用10个小时把它搞定，这个就叫聪明过头聪明反被聪明误

为什么马云这种顶尖的大脑一直在强调笨的作用，为什么乔布斯这种天才都在反复提到stay foolish，为什么大家都喜欢用笨用foolish这样的词，太多的人不缺想法不缺创意，他们其实非常聪明就是没有狠下心来踏踏实实做一件事情。就像一支军队他们有一流的指挥官，一流的情报部门，一流的组织能力唯一的问题是他们的士兵贪生怕死

太多人拥有聪明但是却不拥有智慧，因为智慧本身包含不聪明

像傻子一样，像偏执狂一样，像电影里面的阿甘一样疯狂为了一个事情不惜一切代价迎着冷眼，迎着嘲笑哪怕再绝望再崩溃我也要干到底这个才叫智慧

聪明是不想走弯路，而智慧是明白不走弯路本身就是最大的弯路

想要流量就千万别被slogan误导，千万不要记录你的美好生活，因为同一个slogan从平台和用户的角度去看它是两个世界，先说平台为什么是这个slogan，为了击中更多的用户他希望每个人都可以分享，每个都可以上传自己的视频这样他才能增加平台的黏性才能源源不断地获取用户自发贡献的内容，你要知道平台本身它不生产内容它只分发内容，所以它要做的就是尽量地让6亿人每天都停在上面，你可以看到别人的分享感受内容的快乐，你也可以分享自己的感受被关注的快乐，把你的生活和平台绑定在一起，把你的时间和平台绑定在一起这个才是它的目的，所以才会有这一句；slogan记录美好生活记住每一个人

可是问题在于你的生活美好吗，你的生活有人喜欢吗，你自己都觉得枯燥平淡无奇像白开水一样，别人为什么要看，流量的核心不是让自己爽而是让观众爽，你仔细想想那些深夜做美食的真的是饿得不行非得吃点东西吗，那些做旅游vlog的真是哪都没去过见啥都特兴奋吗，再直白一点，那些穿黑丝的小姐姐真是生活中特喜欢穿黑丝吗。切换到用户视角你就知道想火就得记录不美好，因为快乐是建立在痛苦之上。看《爸爸去哪了》为什么火，因为明星也会笨手笨脚，因为明星也会被老婆骂，因为明星卸完妆那么丑还没我好看那我就平衡了

5岁的儿子背唐诗不会火 ，5岁的儿子当舔狗会火，老公帮我拍个照不会火，老公把我拍成黑猩猩会火，睡觉之前做个面膜不会火，睡觉之前数自己的皱纹有多少个会火，什么时候你开始记录不美好了什么时候你就火了

不要掉进专业的诅咒，为什么越专业的人越没有播放因为专业的诅咒

你一旦学会了骑自行车就再也回不到不会骑的状态，你就再也不知道那些不会骑的人的痛点是什么，刷手机是为了找乐子不是为了听天书，短视频拼的是向下兼容，是找到比你弱的人然后哄她开心，大学生可以哄高中生，高中生可以哄小学生想不清楚这个你就永远不明白，为什么教人坐个飞机还能火因为还有几亿人没有坐过，任何你觉得司空见惯的事情都有很多人没有体验过，你不知道他们的真实需求就永远拿不到他们的播放，你不知道自己认知错误是最要命的，

短视频不是写论文他比拼的是相对速度，你越是讲专业能听懂的人就越少，基本盘就越小播放就越容易卡死，当你在嘲笑网上全部都是肤浅垃圾内容的时候恰恰说明你自己的无知，你以为大家想知道红酒的历史渊源其实大家只想知道这个红酒怎么开，你以为大家想学习什么柴克夫斯基的协奏曲，其实大家只是想知道怎么学1分钟就能弹钢琴装样子，任何一个行业粉丝最多的博主并不是水平最高的而是最能照顾小白需求的，需求都把握不了你还做个什么，什么叫好的内容，八个字“高且仅高半个维度”比他好一点点就行千万千万不要多。就像健身，你练个搏击可以吸引美女，你要是练成施瓦辛格就只能吸引糙老爷们，为什么你的粉丝都是同行因为高的维度太多了，高到只有同行才能听懂了，而同行最大的问题在于他们只白嫖不付费，而且白嫖之后捅你一刀。账号如果全是同行关注基本就可以废了，同行就是反向指标，哪一天同行都觉得你是个白痴恭喜你要成功了

不要相信隐藏技巧，是不是有人告诉你播放量上不去要点击创作者中心找到创作灵感，抖加助手干货分享发布的时候加这3个话题就可以突破了

而我想告诉你一个公理，就是任何的产品设计都应该是越重要的功能要放到越明显的位置。不是可不可以而是必须没有例外，例外就得失败

就像一个手机你绝对不能够说，我这个电源键藏到这个后盖里面我用的时候先得把螺丝给它撬开，然后掀开电池从下到上第五个螺丝的地方长按5秒才能开机，你要敢这么做你就第一个倒闭

短视频也一样，作为一个平台他不生产内容他只分发内容，那么他就一定希望创作者发布更多

更好的内容来帮他吸引更多更有价值的用户，而想激发创作者这个门槛就必须低，低到不需要说明书低到简洁凭直觉都能操作，这样他才能拿到更多的作品整个模型才能够持续下去

明白这个逻辑，我再问你他为什么要刁难创作者，为什么非得加几个话题才会有流量，为什么把一个如此重要的功能藏得如此之深，为什么要平白无故地提高新的学习门槛目的是什么，对平台有什么好处对创作者有什么好处

记住一句话对方也许是个唯利是图的小人，但是他绝对不会是一个自掘坟墓的傻瓜，其实很多玄学问题你切换到系统的角度就会迎刃而解，比如为什么用字母替代汉字不是增加完播率不是抓眼球也不是习惯表达，而是四个字“审核效率”，提示平台既要确保不违规又要确保审核速度，怎么办那就只有一个答案分级审核，先用机器再用人工，那机器的优点是速度快，缺点呢准确度低很容易误杀，用字母替代汉字就是可以有效地绕过机器审核避免误杀。直播不也是吗，把赚钱说成赚米，就是防止机器万一抽风给我断播了

不要觉得赚钱丢人，张同学这个账号为什么废了就因为不好意思变现，最火的时候没有直播带货错过了最佳的变现时机，再回过头来已经没有机会了，要么就不变现从头到尾清高到底，要么就大胆变现不要担心闲言碎语，但是绝对不能够扭扭捏捏既要又要，当年一场直播可以卖几千万担心别人说，现在一场直播卖几万不还有人说你，赚得更少了反而说你吃相更难看了

郭有才的最大失误不也是他关闭直播打赏吗，因为问题根本不出在打赏而在于仇富，而仇富恰恰是无解的，富就是原罪比他强就是原罪比他粉丝多就是原罪比他有钱就是原罪，只要你一天不变成穷光蛋他就永远不会喜欢你，允许一个明星卖演唱会门票，凭什么不允许一个草根歌手开启打赏，你不买门票根本进不去，不做打赏你却依然可以听。为什么对后者如此苛责，这本身就是对草根最大的歧视，大家原本都是草根好好的凭什么你就成了大树了，黑粉的本质是打压同类，最恨郭有才的一定是另一个草根歌手，为什么没有人攻击小杨哥，因为火箭升天速度太快，所以郭有才要做的就是播持续播一直播，疯狂播播到烂播到吐，用最短的时间积累最多的财富。

先拥有财富，再心怀天下。黑粉根本不是问题，只要增量为证就行，你不喜欢关我什么事，版权根本不是问题该赔多少赔多少还不满意找我律师，用最短的时间把利益最大化才是合其权重，做IP的第一步就是摆正对黑粉的态度，不理睬不关注，不在乎爱咋咋地，任何想满足魔鬼客户的一定会把自己耗死，不要在乎不喜欢你的人，那不是你的问题是他的问题，允许一个不喜欢的人出现恰恰是成年人应该有的心智，我不喜欢看动画片但是我允许他，我不喜欢看肥皂剧但是我允许他，我不喜欢看各种low到爆的网红直播但是我允许他，因为我知道有别人喜欢，你喜欢喝咖啡请允许有人吃大蒜，你喜欢听歌剧请允许有人看二人转，你阳春白雪请允许有人下里巴人，不以个人意志决定他人喜好是现代社会最基本的尊重

不要担心阶层固化很多人总担心阶层固化，大博主都把流量瓜分完了那我还有机会吗

你从上帝视角想一想，如果你是平台你有10万流量，如果新人和老人质量差不多二选一的话，你会给谁，换句话来说，给谁对你平台才觉有利，平台是什么，平台是一个连接器，它不生产内容它只推荐内容，你看到好的内容是因为有另外一个人在生产，所以如果你是平台就一定要想办法激发创作者越能激发创作好的内容才越多吸引的用户才越多你的平台的价值才越高，那怎么激发创作者，答案是优先给新人流量，首先是边际效应，同样1万块钱送给穷人和富人，谁更感激你，流量也是，老人已经有很多的播发量，这个时候再多给10万他未必能感恩，但是新人不一样他完全没有见过这么大的阵势上来就是个10万加，那今天晚上就别睡觉了满脑子都在想怎么做一个更好的怎么突破20万50万100万

第三是沉没成本，对很多大博主来讲他们已经投入了很多时间精力就算平台少给点流量他也不会走，但是新人不一样他对你平台没有任何的感情一旦没有得到及时的正面激励就特别容易流失。还有是年育效应，你是平台一定不希望阶层固化，一定希望老人有危机感让新人激发老人，让所有的人都拼命创造内容对平台才最有利，大臣越是你死我活皇帝睡觉才越安稳。第四是用户体验，用户是喜新厌旧的会审美疲劳的，当年旭日阳刚还上春晚当年你还听什么老鼠爱大米，今天在唱你听吗，如果你今天刷到的还是3年前的网红你还会继续刷吗，明白这个你再想想你多久没有刷到朱一旦了，多久没有刷到张同学了，多久没有刷到黛古拉了。永远没有阶层固化，永远只有新人崛起

不要相信强者恒强，三年前我就说要做，都2024年了周鸿祎才反应过来但这个速度已经是头部了

我请问其他的企业家在干吗，这些人中龙凤们这么好的资源这么好的人脉这么强的判断力，他们为什么就死活不做，因为有一个特别要命的障碍，你成就越高这个障碍就越高无关能力无关金钱无关资源，四个字“心理门槛”

我当年那么厉害你还是个小弟还在学校学习，下面打工。现在你搞了个平台我要到你下面给你创造内容，这个有点拉不下来脸。这个感觉就好像你公司的前台离职了，然后过了半年之后给你打了个电话说家里缺了个保姆让你去，你要是能去你可真厉害。所以千万不要觉得企业家做短视频比你强，强和弱犹如道家之阴阳，所有的强都是基于原有赛道

你就没有发现当年那些第一代网红几乎全都销声匿迹了，还有微博公众号的头部几乎没有一个做得起来。当年的胶片王者柯达为什么倒在了数码面前，因为他的胶片太赚钱了赚钱到把每一个人牢牢绑定，绑定高管绑定经销商绑定工程师谁反对胶片谁就出局。越是领先你就越难以适应变化，最受益的就是无根无蒂的普通人，正是因为无牵无挂无羁无盼你才更有可能干得起来

原来的魔兽装备确实厉害，但是不好意思我们现在只玩原神。任何一个新机会都会把之前的优势全部抹平，在新赛道让大家重新开始

如果不是短视频你讲管理永远讲不过余世伟，如果不是短视频你教写字永远干不过庞春华，如果不是短视频你教吉他永远超不过刘天理，如果不是短视频你成功学永远干不过陈安之，如果不是短视频郭有才永远超不过李奕君

不要觉得入场太晚，第一个错误就在于孕妇效应，怀孕了就更容易发现孕妇，开奔驰就更容易看到奔驰，买个LV就会发现全大街都是LV这就是孕妇效应，因为你会不知不觉地去寻找同类然后好像觉得变多了，其实人家一直都在那只是你之前没有留意到，你觉得做短视频多是因为你开始做了你开始关注了，孕妇效应就来了。更要命的是孕妇效应在短视频平台被放大了10倍，现实当中你看东西是随机的，但是短视频不一样它是有兴趣推荐，你越喜欢看他给你推的就越多，这样就会产生一个错觉好像满世界都在做短视频这个就是信息减法，进去容易出来难。数据不重要跳出数据的独立思考才重要。第二个错误就是在于只见树木不见森林，你看到的是短视频是很多人都在学是很多人都在教，但是你没有看到的是任何一个产品都要讲细分，什么叫细分，比如说淘宝的衣服无穷无尽源源不断，你不吃不喝不睡从早上刷到晚上刷到你大拇指得了腱鞘炎你都翻不到底。但是你只要稍加几个选项，比如说男性蓝色短袖XXL500块钱以上发货地北京，你就会发现看似海量的选项只剩下寥寥几个结果，这个就是细分。男装和女装不竞争，西装和牛仔裤不竞争，流水线工厂和大师手作不竞争，品类不重要细分才重要，把这个道理带到短视频你要看的是什么，是看你自己的行业，看你现在的同事，看你线下的竞争对手有没有在做。你是个会计，你是个导游，你是个卖海鲜的，你是个房产销售，请问你的线下同行都在做吗，他们都知道怎么做吗，他们都做得风生水起吗这个就是悖论。如果他们做得让你眼红，你自然就会去做你根本就不会问这个问题，而如果你需要问就恰恰说明你周围的同行没有一个做得起来，没有一个懂得怎么去做

第三十五篇

公园都有一个标语“爱护花草人人有责”踩踏草坪被认为是素质低下

而我们要问为什么

通常的说法是小草是生命要爱护植物，但这个说不通，因为庄稼也是植物为什么要收割，树也是生命为什么要伐木，况且草坪也是有割草机的，人家长得好好的要齐刷刷地割掉从爱护植物的角度说不通，还有人说踩踏会导致土壤结板含氧减少不利于根系生长

但我们知道足球场铺的就是草坪它就是专门让人踩的，从植物生命的角度来讲公园里的草并不比球场的草更高贵，那为什么球场可以踩但是公园里的不能踩，也无法自圆其说

有意思的是如果你去英国，你发现他们那边刚好相反草坪基本是可以随便踩的，很多人席地而坐看书聊天喝咖啡，尤其是泰晤士河大满洲那段“草坪上几乎全是人”更有意思的是你去剑桥看一下情况又变了，他那边是有些草坪可以踩有些草坪是不能踩，有些所有人都可以踩有些到了一定级别才可以比如说副教授，情况就更复杂了

我们总结一下，发现从生命的角度来讲草的生命并无高下之分

从素质的角度来讲踩草坪并不见得素质低下

其实真正导致千差万别的并不是生命也不是素质而是产权论

什么地方的草坪，是什么样的草坪，背后只有一个原则产权人说了算，就是这个草坪到底是谁的他想怎么处置这个草坪，综合考量是让人踩还是不让人踩，哪个收益更高产权人有权自行决定

至于草本身一点都不重要，他只是一个植物为人所用，比如说球场我们铺草坪是为了缓冲减震这个就是草的用处，所以可以随便踩，对于公园来讲铺草坪是为了景致观赏这也是草的用处，所以不能踩

本质上是我们想用草来达到什么样的效用，能踩和不能踩看似相悖的两件事情背后是完完全全统一的，我们讨厌踩草坪的人并不是因为他伤害了植物而是因为他违反了规则

第三十六篇

我们总说贵人相助，但那个角度是不对的，因为他太自私了。想要贵人帮你得从他的角度想一想，他为什么要帮你，他帮你对自己有什么好处

贵人为什么要帮你，成年人是要懂得交换的

你希望他帮你，可你总得想明白他帮你到底是图什么

因为你完全是不对等的，你默默无闻你是个小蚂蚁，人家位高权重人家是参天大树，请问他为什么要给你遮风挡雨呢，为什么

世界上只有亲爹亲妈会对你好，离开亲爹亲妈你大冬天睡街头都没人问你冷不冷。那贵人他为什么要帮你呢，如果你去成功学书籍里面找答案一般就三个字“拍马屁”并且要拍出档次拍出水平。仔细想想他需要什么，你能帮他做什么然后不惜一切代价去做。他有脱发的困扰你就天南海北给他找老中医，他想尝点土特产你就各种渠道去帮他搞。抱歉这个是不值钱的，这个叫付费购买，就好像购买保洁阿姨的劳动，购买快递小哥的劳动一样。在金钱的层面人家已经给过报酬了，既然已经互不相欠了为什么还要多一层去帮你呢。想和贵人玩心眼，买几本厚黑学的书就想搞定人家你太嫩了，人家之所以是贵人就是处事能力远在你之上，人情世故远在你之上，你的所有的想法人家都能一眼识破只是在向下兼容而已，你还在那边继续演你不觉得尴尬吗，你想让贵人真心实意地帮你，那一定是钱买不来的。一定是别人提供不了的

请问是什么，比如段永平为什么要帮助黄峥呢，2008年段永平和巴菲特吃饭可以带一个人同行他就带了黄峥，2007年黄峥创业段永平直接从步步高分了一块业务给他帮他站稳脚跟，黄峥创立其他公司一直到15年创立拼多多，段永平都无数次地指点出谋划策甚至直接出资。可以说没有段永平就不会有黄峥的今天。请问段永平为什么要帮黄峥，人家功成名就不缺钱不缺关系不缺资源什么都不缺，为什么要帮助一个默默无闻的年轻人。为什么因为梦想，因为眼前这个年轻人

就是他当年的自己，聪慧伶俐，胆识过人，满怀理想改变世界不顾一切地追求未来。看见他就仿佛看见自己，帮助他就仿佛在帮助自己，帮自己完成当年的梦想，完成未竟的事业，完成未达到的高度。他只是不想让当年的自己再遇到当年的遗憾。人生有限，但精神永存。人家要的是精神，这种灵魂层面的惺惺相惜是很多普通人无法理解的，是多少金钱都无法购买的，是多珍贵的土特产老中医都解决不了的。成为另一个他，才是贵人帮你的唯一理由

很多人完全学错了方向，鸡鸣狗盗，可悲可笑。挺直腰杆，别老跪着做人

第三十七篇

消费者到底要什么

如果你是个做杀毒软件的，有什么小技巧可以让大家觉得你更好

你当然可以说我很专业，我有多少专利，我拿过多少奖取得多少认证，但这个方式非常传统，而且每一个厂商都在那么做，有没有那么一个技巧，在不增加任何现有资源的情况下让消费者觉得你的产品更好一点，因为你觉得他好和消费者觉得他好是两个概念，就好像你觉得自己家的瓜甜和消费者觉得他甜是两回事，你需要把甜这个信息传递给他他才会买单，比如有人卖瓜时候写了4个字“甜过初恋”。既没有写用什么土，也没有写施什么肥，也没有写是什么品种但消费者就会觉得他特别甜，而且特别想知道他到底有多甜，因为对手都没这么写一下就超过了

那杀毒软件能不能也用这个思路，那我们就得分析下用户的心理

先提一个问题

比如病人会觉得什么样的医生好，很多人看病的时候是分不清内科外科的，分不清主任医生和主治医生的。请问他怎么判断某一个医生的水平到底是好还是不好呢

国外的行为经济学家专门做了一个类似的研究，他们让那个病人投票选出你认为水平最好的医生。这个结果有点出乎意料，得票最高的并不是那些医学水平最高的。那我们知道这个医学水平是可以量化的吗，谁高谁低一目了然。那得票最高的是谁呢，是那些亲和力好的

比如告诉你平时要多运动多打羽毛球放松肌肉，没时间的话我教你个小技巧，你看这个头往左边转然后保持15秒再往右边转，这种医生是病人觉得水平最高的

而那些有多年的科研和临床经验的医生，发表过很多专业的论文对某些疾病有深入研究的那些人，因为不善于言谈往往直接开药让你走人，最终得分平平

他不如那些亲和力强的医生这说明什么问题，说明消费者的判断依据是自我的认知范围。我不懂学术，我不懂临床不懂经验，但我就看他态度怎么样，说话怎么样关不关心我，关心那应该就是水平高。好了，明白了这个，我再问你，消费者怎么判断一个杀毒软件好不好，他不懂杀毒原理，不懂底层代码，不懂证书含金量连cookie是什么都不知道，那请问他怎么判断这个杀毒软件好还是不好。答案是，如果用别的软件查完毒之后你这个还能再多查出来一个，这个就是好

比如我们还发现这个低风险的但是无需处理

第三十八篇

如果通货膨胀来了谁会最吃亏，是富可敌国的富人，还是身无分文的穷人，还是小富贵族的中产

首先要明白一个问题，对整个经济体而言无论它是通胀到什么程度，它都不可能是所有人都吃亏，一定是有人吃亏有人占便宜，因为所谓的通胀就钱不值钱

就东西涨价对不对，好的价格又意味着什么，意味着劳动的比率，就是你的劳动来换我的劳动。那有人吃亏就一定有人占便宜。

你明白了这个我再问你如果通胀来了，请问这3类人谁最吃亏，为什么有人说富人最吃亏

因为他的钱最多，不对的，所谓的富人的钱只是名义上的钱，所谓的身价1,000个亿并不是说有1,000个亿的现金，而是说通过股票估算出来的身价，股票涨了10%身价多了100亿跌了10% 就少了100亿。所谓的身价就是一个影子游戏而已，这就是为什么很多富豪榜那个排名经常波动就是因为他的股价在大幅的波动，越富的人他的资产当中现金的比例就越少，少到几乎可以忽略不计所以通胀对他影响很小。更进一步富人变富的一个重要的科学技术是负债，就他有很多钱是借来的，那这样的话钱越贬值他就越占便宜，所以通胀来了顶级的富豪是不会吃亏的

而对那些身无分文的穷人来讲，通胀对他也没有什么影响因为他没有钱

你没有钱通胀就没有办法稀释你的财富，他所有的财富都是他自己的劳动。他干一天活拿一天的钱，通胀越多劳动力的价格就越贵他拿到的报酬就越多，所以通胀来了，对那些次品的人也是没有什么影响的，所以真正有影响的是谁，是中产，是那些有钱但是又没有那么多钱，他出卖劳动，但是又不完全依靠出卖劳动的人。相对于这些顶级富豪，他的资产当中现金的比例很高

往往100万的身价可能就五六十万现金，这样的话，一旦现金贬值最吃亏的就是他们。所谓的通胀，实际是一个财富的再分配。他把中产的财富分配给顶级的富豪和底层的穷人，所以如果你是中产。你不想让这个财富缩水你应该怎么办，答案是改变资产结构

通胀稀释财富，但它稀释的是以现金形式存储的财富，那么就以其他的形式来存储不就行了

你看同样的两个家庭，当年买了房子和没买房子的后来为什么差距这么大，尽管当年他们的年收入差不多，工资差不多，受的教育也差不多但后来他们财富总额能差几倍甚至十几倍，就是因为在买房的一瞬间他的资产的结构发生了瞬间的变化。从一个可以超怕的资产变成了一个不可超怕的资产。他不是以现金形式来存储这个通胀就影响不到他，其次呢他买房是要贷款的，要首付30%贷款70% ，那就意味着那一大部分贷款是在不停地被通胀稀释的。那这样的话，他又加速了他财富的升值，所以在切换资产结构的一瞬间，两个家庭的差距就必然会拉开毫无悬念。永远记得财富的跃升，从来不是靠辛苦而是靠资产配置

第三十九篇

30岁之前大发横财怎么办？

例如家里拆迁分了300万，买张彩票中了500万，搞个公司套现了1,000万突然拿到这么一大笔钱应该怎么办？

做点理财，还是买点股票。

真正的答案是放在那边别动，你就存银行定期三年都别动，三年你什么都别管。你不要管他利息是多少不要管他有没有贬值，这些细节通通都不重要，重要的是你不能碰他。你要忘了他当他不存在

你为什么得到这么一笔横财，大多数都是靠运气的

一个20多岁的年轻人他没有阅历没有见过世面看不透规则看不懂人性，心高气傲目空一切觉得自己无所不能，一不留神就会摔一个大跟头

很多人的自控力如此之弱完全没有经过任何的考验，对社会的险恶一无所知，对美女毫无抵抗力，对豪车念念不忘。对各种新鲜刺激的东西着迷，看着别人挣钱就想赶紧投进去翻倍。

永远记住那句话。认知最终一定和财富相匹配，如果你的财富高于认知这个世界会不停地收割你，通过不停地博弈使得你的能力匹配财富。之前碰上了多少运气之后就要摔上多少跟头，没有人可以摆脱这个魔咒

你说我一定想摆脱怎么办，答案是暂停，我不玩了

我知道我能力不够，我知道会被收割。但是不好意思，我不玩了

我知道一直打牌会输，但我赢一把就走行不行。千万不要小看那个暂停键，这个事情是极度困难的，一个人最大的敌人就是自己，最大的困难就是自控，只要有足够的自控力一个人就可以做成任何事情

自控这件事情从来没有几个人可以真正做到，但正是因为别人做不到你做得到，你才配拥有那笔财富

那暂停这段时间你应该干吗，你去看书，你去学习，你去最大的城市，你去接触顶级的人，你去尝试理解真正的世界，你去MVP小步快跑，快速试错。你用尽可能多的小跟头来理解和参悟这个世界，不要停，继续战战兢兢，如履薄冰，拼命学习，拼命积累

什么时候你觉得自己之前是个白痴，你回顾过去创业倒吸一口冷汗，你觉得有些事情想抽自己一巴掌

你觉得当年那笔钱真的是不该让自己挣。你觉得以前喜欢的东西如此肤浅庸俗

那么恭喜你可以动这笔钱了它会翻100倍

第四十篇

我知道网赌是先下饵的那我能不能吃一口就走再也不去了，投100赚500白减400 不香吗。涉世未深的人往往对骗术理解得太浅看不到真正的关键点，骗术是分等级的，低级的是技巧快速的动作变化，高级一点是配合一帮人陪一个人玩，而真正高级的是控心，整个节目不是在你看的时候才开始演，而是在你打算买票的时候他就已经开始了等你坐进剧场的时候人家早就结束了。

赌场比谁都清楚去了怎么玩几个人陪你玩，全部都是皮毛竞争无处不在

同一块韭菜地容不下两台割草机，真正的重点在于怎么让你知道，怎么让你到我们家来玩，你只要来了玩了尝到甜头了他就赢了白给400没问题，然后心魔就被打开了你拿到钱的那一刻对方就赢了，相对于那点钱你拿到钱的满足感多巴胺飙升的幸福感才是他想要的，和毒品一样操作的关键在于第一口，只要能让你尝一口你就一定会欲罢不能，至于那一口要不要钱一点都不重要，不要幻想强大的意志可以抵抗，那是对心魔的力量一无所知，因为没有人可以抵挡心魔，心魔当着你的面把洁净的电梯打开只要坐过一次电梯楼梯就变得难以接受，只要尝过一次甜头就会永远记住那个快感，每次爬楼累了 都忍不住看一下旁边的按钮，以前挣几百块得忙一天，早出晚归累成狗，被客户催被老板骂，现在动个手指就行了，日后总有缺钱的时候能挣500吃顿饭为什么不能挣5,000买个苹果手机呢，那可是新出的A13处理器双主镜头设计还有你最喜欢的紫色，心魔每天会和你说一遍底线就又动摇了，拿到手机的一瞬间下一步一定是5万买一块，50万买一辆车500万买一套房永远没有回头路，等我有车有房了就金盆洗手，每一个坠入深渊的人都有这个天真的想法，贪婪嫉妒虚伪侥幸促使他们一次次按下按钮直到粉身碎骨家破人亡。社会险恶暗流汹涌，网赌和毒品一样第一口永远碰都不要碰

第四十一篇

买房子的10个误区想亏钱没有比这更容易得到，尤其是最后一个很少有人意识到

第一个不要自己喜欢什么就买什么

买房子是投资不是消费，租房才是消费

CPI为什么不包含房价，因为任何一个国家都会把买房定义为投资，哪怕你是自己住也是投资一定要选对，一个好的资产看市场喜欢什么认可什么，你可以不卖但是千万别在你需要卖的时候发现卖不出去

不要为溢价付费，尤其是新的，钱要花在刀刃上

买房的本质是买地段，你花几百万不是买为了那点钢筋水泥的，房子再漂亮钢筋水泥也不值钱，

房子再新你卖的时候也是二手房，新旧和地段永远是二选一，永远没有完美，永远要舍弃一个地段好就差房子，好地段就差钱。只有一笔一定要花在最保值的地方。

这个世界上最不保值的就是信仰

不要买商铺，商铺是定向收割中产家庭的，只要带商铺两个字的一律不要碰无论是三、四线还是一、二线，无论是超低总价还是林间旺铺，无论是售后返租还是无条件回购碰都不要碰，碰一下毁三，一旦你买了这辈子都不可能再回本了。不信的话你看一下汉正街的商业街当年的“天下第一街”现在怎么样，你再看一下中关村的商铺当年的“中国硅谷”现在又怎么样了，你们老家的商铺再好能比他们好吗，未来实体店一定会越来越惨越来越卖不出去，不要和趋势作对，不要和互联网作对

不要买公寓，无论他看起来多像住宅多吸引你，都不要买一旦你买了住进去你会后悔，卖的时候你会更后悔，一定要记得房屋的性质是由他的产权来定的一定要看产权。就像，不是说穿裙子的都是女孩子，苏格兰的男的也穿裙子。只要这个产权证写的是商业用地的碰都不要碰不要想着占便宜，你觉得便宜是你看不到风险

不要被装修迷惑，买房没有一见钟情，如果这个房子一眼就让你心动不已八成是遇到了高级的PUA，买房也有PUA的专业售房技巧

当中一个顶尖的套路就是化妆房，你喜欢开美颜的主播，没问题打赏就行。你喜欢高大上的装修，没问题多给钱就行了

那些敢素颜去见你的才是真正能让你捡到便宜的，那种墙上的油污都没擦干净地上哪里还有一只死麻雀的，这种才是朴素的不能再朴素的

房东不做到完全没心眼自己开个口子让你砍价，但凡他稍微收拾一下他也能多卖几万块钱，你说还有比这更好的事吗

凡事要看实力，房子所有因素当中最不值钱的就是装修，但那是最能搞定用户的

不要提前还房贷，无论你是等额本息还是等额本金，无论你是商贷公积金还是混合贷都不要提前还房贷，不要去计算利息那点小钱要看到被通胀稀释的那笔大钱

存款是银行在求你，而贷款是你去求银行。求人的东西都是在占对方便宜的，你好好品一品除了房贷还有谁会以这么低的利息借你这么多的钱。贷款的重点是对冲通胀，贷款等于锁定利率，无论物价怎么涨，无论工资怎么涨你的还款是不变的

不要买四五线的房子，永远记得房价低不等于没泡沫。它之所以便宜是因为没有人买，没有人买是因为没有吸引力。而没有吸引力就会进一步导致没有人买，如果你想盖个医院就会连基本的就医人口都满足不了，他就很难盖起来，越盖不起来就会越容易流失人口。你不要看他现在有多便宜，他未来会更便宜的

很多城市下面的乡镇已经没有什么年轻人了，有些小学甚至已经关停了，将来谁来买你的房子，而且很多城市会建新区，新区会吸走人口，新区有卖不完的新房，如果不折价卖谁愿意要你的二手房

不要买25年以上的老房子，房子不是说我今天买明天就卖的，就算你置换升级最快也得五六年，那这个就30年了，一旦超过30年贷款就很受限制了，有些银行甚至已经停贷了，就算那个客户愿意全款买，他在卖的时候也得考虑下一任买家，这个时候你的目标客户就会大幅地减少。你要在一线城市还好一点毕竟有足够多的刚需去支撑，如果不是你就尽量别碰

不要幻想一步到位，买房不可能一步到位，人生都没有一步到位的

买房最重要的是上车，千万别错过列车，先上车再去换座位，没有卧铺你就先买个硬座坐到半夜再问问有没有空铺可以换一下。大城市买房就像春运，你幻想一步到位那可能这辈子都赶不上火车

不要困在既定思维，买房要有通盘考虑，如果你是在一个三四线城市长大的，那么你所有的选择都可能默认是在这个城市，可问题在于如果你的选择面就困在了这个城市，那么无论你怎么选大概率都是错的，有机会一定要去市里或者省城看一下，无论将来是孩子上学还是工作都要有个提前准备，不要想着毕业了再去买新房到时候就晚啦

第四十二篇

中介费按房价的百分比来收合理吗

比如说100万的房子和1,000万的房子，对于中介来讲他的服务流程和工作量没有太大的差别

但两者的中介费差别就很大，你如果按两个点收的话一个是收2万一个就得20万，所以我觉得很不合理

请问这个问题该怎么回答，如果你回答不了，我们直接说答案

因为价格并不是由劳动量决定的

你再辛苦再花钱劳动量再大，抱歉决定不了价格。这个事情经济学家讨论了很久，因为劳动决定价格很符合直觉，那你花的时间多所以价格就应该贵

但提出这个劳动价值论的大卫.李嘉图呢，当年就被这个事情给刺激到了。他跟学生讲完说劳动量决定了价值，下面有个学生举手问，老师那为什么两瓶葡萄酒都是10英镑有一瓶忘记喝了地窖里放了10年结果卖了100英镑，请问那多出来的90英镑是从哪冒出来的。当时他一听就懵掉了，因为解释不了。他最后只能用特例来给自己找台阶

那就是劳动决定价值，但是葡萄酒是个特例，茅台酒是个特例，这个是个特例，那个是个特例，后来他自己也发现这个事情不对劲，因为他说服不了自己。

存储的成本微乎其微，请问那多出来那么多钱到底是从哪冒出来的

一个经济学家花了一辈子时间来写这个理论，认为劳动量决定了价值，最后居然要用特例来给自己找一个台阶下

你知道他当年多自负吗，25岁才有自由，37岁就成为知名的经济学家自称全英国能看懂他的人不超过25个，但这个事情出来之后据说打击非常大51岁就去世了。后人就把这个问题命名为李嘉图悖论

那如果劳动量不决定价格，请问是什么决定价格，答案是机会成本。这里只需要记住结论，凡是要根据劳动量来计算价格的全部都是错，1,000万的房子之所以能收20万的提成，是因为这20万的费用是买家的所有选项当中最便宜的，就他要不帮你卖的话，你自己卖花掉的成本是不会低于20万的这才决定了那20万的价格，而不是中介的劳动

经济学为什么这么重要，因为你一旦弄错了这个原理，你很多事情解释不了的，这个世界是扭曲的这会导致你很多行为出现错误 ，你的判断出现错误。比如说我早出晚归996我挣的钱就应该多，比如说我花了一天一夜来做这个手工包包我就应该卖得贵通通都是错的。我们经常说要有上帝视角，其实问题本身并不重要，问题想干吗才重要。比如这个人他为什么要问出这个问题，他的真实想法是什么。

我能不能用2万块钱的中介费去卖一个1,000万的房子，这样不就可以省18万，直接告诉你不可能

我们假设两个极端情况，每一个都收2万会有什么结果，当然是100万的房子更好卖。同样的时间精力别人为什么要花在1,000万的房子上，反正都是提成2万那就没有人愿意卖贵的房子，那中介费就必然会涨价涨到中介愿意接单，比如20万。那第二个，如果都收20万会有什么结果，那就没人愿意卖小房子了，房子一共才100万结果中介费就20万，我干吗不请假一个月自己卖，很多人一个月都挣不了20万，所以他的中介费会下降，下降到卖家愿意卖，比如2万，明白了吧

这个市场自发博弈确定的就是合理的，他觉得奇怪是因为他不懂经济学他看不到最关键的权重点

第四十三篇

千万不要买公寓，就那种商住公寓不要买。我知道精装修拎包入住，我知道不限购不限贷，我知道低首付低总价买一层送一层，但是我还是建议你不要买

天下没有白吃的午餐，无非就是先结账还是后结账的区别

你觉得这个菜好是因为你还没有看到账单

公寓的9大问题我给你列出来，然后我再告诉你怎么鉴别

第一，空置率高。简单来说就是没人要，没人要才需要装修成住宅卖给你。你知不知道连深圳这种以创业为名的城市公寓的空置率都很高，更不要说其他城市

第二，居住密度高。一梯六户，一梯八户甚至一梯十几户等个电梯要很久不说，而且鱼龙混杂什么人都有

孩子上学要先经过一个足疗店，一个养生馆，遇到有这个霓虹灯的还要往里瞅一眼

第三，居住环境差。复式当然好但是复式是有前提的，那就是层高 。很多公寓为什么肯买一送一就因为层高不够，原本就一层硬生生隔为两层，一共就4.5米减去隔板的厚度楼上只有两米了。你要是装个挂机能给你吹出柜机的感觉，很多公寓都是没有燃气的，做饭用电磁炉而且通风很差，家里会长期弥漫一种难以描述的味道隔音效果也不行。因为楼层结构和住宅也是不一样的，你买的时候不知道，住几个月慢慢就知道了

第四，采光问题。公寓不是住宅他不需要遵照住宅的日照要求的，但这个事情是很多人不知道的，买了之后才说怎么没有阳光，不好意思你买的时候也没问，想打官司随便

第五，小区老化问题，我们就不说普通公寓了，我们说顶级的6万5一平的，当年的北京像素公寓里面的豪宅北漂人心中的梦想，后来呢，墙上是广告电梯经常换，车库里面垃圾成堆物业说没规划垃圾房以后会尽量日产日清

第六，杠杆问题，买房的重点是杠杆。住宅的首付是30%意味着你可以用更少的钱来提前买到更大的房子，借用未来的力量锁定房价，享受城市发展的红利减少通胀对财富的稀释。但是公寓就很难，首付50% 价值大打折扣

第七，不能落户，没有学区。有人说我这个销售说可以，不要相信口头承诺，你看他敢不敢写进合同里，不敢写的都别信

你现在是一个无拘无束的年轻人，你也可以找到无拘无束的另一半。可你总得结婚总得有孩子，你孩子落户怎么办，你孩子上学怎么办

1. 前景堪忧。很多大城市对公寓进行了严格的限制。比如北京只有公司的身份可以买，可什么样的公司出于什么样的目的他才会接受你的二手公寓，人家新房都多得卖不完了，你说着急用钱，不好意思，等着吧。
2. 升值空间和税费。同样的地段，同样的价格公寓的升值空间远远不如住宅。比如北京三环，一墙之隔的京澳国际和御兰园，一个是11年的公寓一个是97年的住宅。当年都是3万，今天呢，住宅8万公寓 4万。你说这不也没亏吗，别着急你还没卖呢，就算你公寓涨了卖的时候税费也几乎能把你的涨幅给吃没了。公寓的坑如此之大，买之前的贷款，买之后的居住，卖房时的税费几乎每一步都是坑。你说我怎么分辨公寓和住宅，记住一点就行只看产权证，从上往下找，找到规划用途一栏，只要是商业办公商业用地综合用地公寓式酒店的一律不要碰，只要规划用途不是住宅的一律不要碰

第四十四篇

如果你没有这个意识，你做任何事情都可能会失败

我们就以短视频为例讲一个让你毛骨悚然的逻辑，凡事要先倒推规则。做任何事情之前先把自己忽略掉，你是谁不重要没有人在乎。你要把自己变成一个平台，如果你是平台怎么可以让作者源源不断地为你去创造内容。答案是，要有好的激励机制，可什么才是好的激励机制，就是一分钱不花就能让人心甘情愿地去付出完全不辞辛苦。请问你想到什么了，牌桌。有几个老头在一起打牌，一天从早上打到晚上腰酸背痛腿抽筋也挣不到几个钱，无非就是来回倒手，但为什么他们可以坚持这么久。因为激励机制，因为不确定性。这个是源自基因里面的设定，无确定性可以极大激发一个人的热情激活他心中的好赌的欲望刺激他源源不断地做下去。你要是真给每个老头一个月发100块钱让他坐在那边，从早上做到晚上一天8个小时输赢无所谓，那就没几个人能受得了，尽管他挣得比之前要多得多。就是因为他确定，确定欲望就消失了。好赌的贪欲就消失了，他性质就变了。就变成发工资了，你给得再多他也会麻木。所以想刺激一个人想激活贪欲就得靠不确定性。我不知道是赢是输，我不知道赢多少，我不知道这次有多大，好刺激，这样才行。那我再问你明白了这个，如果你是平台，你会怎么办。答案是不定期的奖励，同样的内容，同样的质量我如果源源不断地持续给你流量，你反而会麻木。每天少给一点你都会骂我，可如果不确定你不知道这个东西会不会火。你不知道下一篇会不会火，在你要放弃的时候突然给你一个大礼，一模一样的内容但是我就多分给你一点让你满血复活无比期待。等你动力十足的时候。我在同样的办法去刺激其他人，只要不定期地刺激一下每个人都会打满鸡血，每个人都会拼尽全力，每个人都想拿到下一份大礼，遇到了他们会更努力，没遇到他们就更希望下一次能遇到。完全不需要催他们就会把自己最好的东西展现出来。有人说按内容为王，好的内容才是王道，这个叫死读书

你要知道很多情况下，好坏是没有明显的界限的。好比你去搜一个词，第一名和第三名真的有差距。所以同样的质量，我既可以让你报，也可以不让你报。这样的话你才会源源不断地想寻求这种刺激，源源不断创造出好的内容出来。有了好的内容平台才能吸引更多的人，任何这种总流量都是有限的。无论这个日活是2亿，3亿， 5亿还是10亿永远永远都不够用的。最小的代价激发最大的动力才是不传之谜。看透人性才能领悟规则好明白了这个

我再问你，反观你自己的角色你应该怎么办，答案是持续更新。因为它一定要给你奖励的否则你就会流失，没有平台愿意看到这样。所以当你更新得越多你离下一次的奖励就越近，哪怕同样的质量它一定会优先给你权重让你爆

可为什么还有这么多人放弃，因为他们太无知太功利太短浅。他不知道平台规则，他不知道反推角色，他甚至没有足够的耐心等到第一次奖励。这样的人做任何事情都会一事无成只是他们刚好选择了短视频

第四十五篇

所有做不好短视频的一定是掉到了死亡逻辑

觉得我在胡扯地等你到了1,000万粉丝再反驳我

如果你还没有到1,000万给我听完，因为我也差点掉进去

你之所以做不起来就是因为你天天给我学口播学文案学剪辑学表情的

我就问你学得会吗

你要是真有文案天赋，当年不就当作家了

你高中毕业就再没碰过800字的文章怎么可能恶补3个月就补出一个爆款

你咋不去补一些相声去抢德云社饭碗

普通人做短视频的第一件事情是承认自己的技能缺陷，是想清楚有哪些事情一辈子也补不好

大部分人做今天的行业就是因为别的事情都不擅长

我是个卖煎饼的，是因为所有的事情当中卖煎饼是我最擅长的

我要是写作厉害我就当作家了

我是表现得厉害我就当演员了

这就是短视频的死亡逻辑

不擅长就需要补

可是不擅长又补不好怎么办

100元怎么打赢1万元

补兵力，补装备，补后勤吗，都不对。当你极度弱小的时候补任何东西都没有用，因为你永远等不到补强大的那一天

100人打赢1万人有且只有一个方法战略

能不能下毒，能不能放水，能不能反间计

我的目的是赢，干吗要和你硬碰硬，越弱小越需要智慧短视频也是

什么叫普通人，就是这个也不会那个也不行，文案口播表示类全部都一塌糊涂

那怎么搞流量，靠脑子。

打个比方

任何一个热点一出来，你就给我写10条感悟

比如说小米造车

10条感悟，感悟怎么写

不要去写，去找，找到所有小米造车的爆款视频

从评论区里面找到10条点赞最高的评论读一遍就好了

这个就是战略强到可怕

从写到找，就是革命性的转变

因为你不擅长你再写100年你也写不出来那就去找

为什么要去评论区找，还是战略，因为评论区没有版权。为什么要找点赞最高的评论，还是战略，点赞最高等于最厉害的文案，等于你免费拿到10条最厉害的文案还没有版权

从来没有人做整合，你第一个。那流量就是你的

有这么热门的话题在前面顶着，有这么厉害的文案在后面撑着，你的口播表现力再差播放量都不会低。比你自己瞎折腾一个月要好得多而且源源不断，这就是战略

战术最多提升30%，战略却可以提升300%

第四十六篇

商品的价格可以为负吗，答案是可以

其实无论商品的价格是多少对于商家来讲都是当前的最优解

如果价格可以为负那么就意味着一定存在某一个因素极大地扭曲了这个价格

我们知道牛奶如果过剩的话价格顶多是0你倒掉就可以了

但是有一些商品是不可以直接倒掉的他的处理成本过高，赔钱卖反而是一个更优的选择

比如说叶绿的价格就经常是负的，叶绿是绿减工业的副产品，产量多处理成本高所以价格特别奇葩，行情不好的时候你经常得花钱求人把他拉走，石油也是一样的道理

商品的核心在于效用，没有人用的话它就是一堆废品是一堆连倒掉都会污染环境的废品

回到这个暴跌到负值的石油期，货到期必须得交割。比如说有人买了1万桶原油肯定不是为了自己用，一般人你要他干吗他不能吃不能喝，他又不是汽油柴油他只是个原材料，你把倒汽车里车就废了，这个人的唯一的目的是希望卖给下一个人来赚差价

但现在的问题在于目前的情况特殊，石油需求骤减储油空间不足，全世界的原油存储基地几乎都已经快灌满了，海上几乎都是满载的超级油轮所以这个时候你卖给谁。大家都担心砸到自己手里所以价格一跌再跌，而这个石油又不能随便倒它到哪里都是被污染，你要是露天存储的话它容易挥发变质，你要放在储油罐里面这个价格就很贵都很快超过原油本身的价格，所以最后

就变成倒贴钱求拉走

那有人说，既然都这么多油了为什么还在生产。因为关掉油井的成本更高，油井不是一个水龙头拧一下就可以，这个关停需要极高的技术含量没关好的话容易变成死井他再也不出油了，不仅如此还有可能导致设备坏死流程腐蚀，一旦出现这些问题损失远远大于那一点石油的。

商品的价格完全可以维护，取决于各个因素的相对成本

第四十七篇

今天我们讲一个商业丛林的暗黑法则，经常有人说挣钱难，不对的。挣钱可一点都不难的，你觉得难因为你泯然众人，别人做什么你也做什么毫无差异，那就必然轮到一个辛苦钱，谁更辛苦那么一点点谁就多赚那么一点点

大家都拼命地讨好客户都是各种辛苦，更委屈你想站着挣钱客户都不会给你机会，吃饭的时候来个生意，你说想多吃两口再回复，马上一个差评

想挣钱看这句话，任何的规则在设立的时候，都给那些绕过规则的人提供了巨额的利润

如果你不明白，我给你讲一个真实的故事。当年减肥产品非常的暴利很多在某宝上去卖

但你也知道这个经济规律永远有效吗，利润引来对手，对手又拉平利润卖的人越来越多这个竞价就会水涨船高，渠道费会贵到一直吞噬你所有的利润，那么最后大家都只能挣一个辛苦钱，行业一片混张商家叫苦不迭，当年甚至为了避免出问题，某段时间还封禁了这个关键词不允许搜索这个减肥相关的词语

大家一片哀嚎，那这么一片红海你想挣钱，请问怎么绕过规则。答案是换一个关键词，大码女装，然后你把产品的介绍放到图片里面，那个时候审核还没有那么严格OCR还没有那么成熟，很多就靠这么一个方式赚得盆满钵满一招鲜吃遍天，减肥产品和大码女装，用户画像高度重合

，你不让搜减肥产品没问题他可以搜大码女装。买大码女装的大部分都是有减肥需求的极度精准，别人还在那边厮杀你死我活的时候他在这边数钱数到手发软。有人说到封号怎么办，商业上不考虑封号的，商业只考虑性价比，只考虑封号的收益是否大于封号的代价，如果大于那就继续做。持续开账户持续卖只要赚的钱比封号的成本高就可以做。你知道他们当年赚了多少钱吗。当然了这个故事可以拿出来讲就说明他早就已经失效了，但很多人是第一次听说，很多会惊得目瞪口呆，那你就知道他们和赚钱的差距有多远了，大多数人为什么挣不到钱，因为深度根本不够

第四十八篇

在战争当中经济学家可以干吗，最意想不到的是做情报分析。

经济学家的情报分析能力甚至比专业的情报机构还要精准

在二战的时候，当年盟军想了解德国军队的伤亡情况，那怎么入手呢

经济学家想到一个办法，他们搜集德国各地的报纸尤其是地方版的副稿

为什么呢

因为德国的文化长久以来对诉告相当看重，对死者的生末年，职业，阶级，服务单位，死亡地点都有详细的记载，所以拿到副稿就能反推伤亡

于是美国就通过驻瑞士的领事馆来搜集德国各地的报纸，样本数大概是德国总报纸的25%。通过副稿分析最终得出两个结论，第一，每阵亡一个军官就会阵亡21.2个士兵，通过阵亡军官的数量就可以反推军队的伤亡。第二，德国入侵苏联之前已经损失了11.4万名官兵，而后来的真实数据是13.4万非常接近

同样的办法，他们还发现了两个未知的炼油厂，他们还是搜集报纸分析铁路费率，发现石油有个优惠税率。而且战争开始之后这个税率表并没有发生变化，那这样就存在一个漏洞，哪怕你的商品实际流量是保密的，但我也可以通过税率表看出哪些线路携带的石油。然后借助德国的货运时间表综合分析，定位了之前两个不知道的炼油厂，然后派出飞机去侦查，果然有。

此外，他们还成功预测了哪些工厂正在启动，切入点也是运费。因为一旦工厂启动就需要大量的煤炭，进而需要大量的运输，进而会增加经济规模，进而会导致运费下降

但其实经济学家更擅长的还不是这个，他们最擅长的是军备估算

就在他们之前，盟军的情报部门估算那个产量，通常的办法是审讯战俘，但这个极度不精准，因为很多战俘他自己都不知道这个产量到底有多少，所以这个信息会有极大的偏差

比如美国的航空情报部门，1940年就高估了德国的航空力量高估了近10倍

但经济学家来做就很精准，请问他们是怎么做到的。他们从俘获的德国轮胎入手，发现样本占这个轮胎总量的0.3%，又确定了70%的轮胎是来自五大制造商。进而估算由德国消耗天然橡胶和合成橡胶的比例，发现他们的橡胶资源极度匮乏。当时情报部门的数据是，德国在1943年的时候每个月能生产出100万条轮胎。但是经济学家的估算只有18.6万条，战后的实际调查数字是17.55万条。类似的估算还用在这种坦克，战斗机，机枪还有VR火箭的生产方面

比如1942年8月，坦克的产量是1,550辆。但经济学家觉得不对，他们分析缴获的这个车辆和记录本获取了1,200个坦克的序列号，然后他们发现只有两个制造商来生产这个发动机变速箱，也只是在两个工厂生产的。那么最终坦克装配的数量就会比之前预估的要少很多，他们算出来的是327辆。战后的调查结果是342辆几乎完全一样，战争也是要考虑性价比的要精算到如何以最小的代价来换取最大的破坏效果。说轰炸我应该炸哪里，应该炸多少。那么这些经济学家就利用德国的这个空照图，通过这个成本和收益来分析发明各种方程式来反复研究各种方案，其中最好的就是这个炸油库。1944年3月德国空军的油料产量高达18万吨持续轰炸之后，6月份就只剩下5.4万吨，然后9月份就只剩下1万吨已经彻底失去了反击能力。通过统计分析工具对有限样本做科学的评估，帮军方锁定权重点，定位敌方的致命弱点这些就是战争当中经济学家的作用

第四十九篇

复利会产生奇迹吗，会，但是绝大多数人都搞反了，他们以为复利奇迹是帮他挣钱的，不对，复利真正的奇迹是让你亏钱

就是无论你有多少钱，只要守护不当都会亏个精光。万元户变成路人甲这才是复利的要义绝对不是帮你挣钱，因为赚钱要基于一个重要的前提不能失手。

什么一个月挣个几千块，只要掌握合适的理财技巧你就可以实现财务自由，这种故事听听就算了千万别当真

首先，它是不可能连续那么多次都命中的，你只要稍微失手几次，那就别奇迹了能不亏就不错。其次，你赚50%和亏50%是不一样的，失手了亏了50%想赚回来，抱歉只赚50%不够你得赚100%才行。再次，所有的复利都基于一个前提就是你要有足够的本金，你有一个亿复利到1.5个亿是可以的，你说你就5,000块能不能复利到5,000万那就别做梦了。复利真正的威力在通货膨胀，就是不管你当年赚了多少钱，不管你是茶叶蛋大王还是运输专业户只要你不打理，只要通胀持续一律变成路人甲，就是因为通货膨胀不会失手

当年，康师傅私房牛肉面推出了一款面，100块一碗被人一顿唾骂，一碗面要100块你想钱想疯了吧，现在呢你随便点一个红烧牛肉面已经42块了，而且也没有人骂他贵，10年前多少钱，16块。你的家底10年翻3倍吗

经常有人说，我挣够了1,000万就退休，可你想过30年之后这1,000万还值多少钱吗。当年的万元户也是想着买个定期买个理财，30年之后每个月领60块安心养老。你今天觉得他可笑或许明天别人会觉得你可笑，60块钱现在你觉得少，当年可是一家人的月收入，这就是复利的威力

威力更大点，你可以看看高利贷奇迹中的奇迹它永远不会失手，就是我甭管你还不还，我就每年利加利，利滚利。一不小心借了2,000块过几年一看翻成30万了，复利的真正威力是在这里

千万别搞反了，想保护财富你就得绕过这个弯

市面上流行的各种说法基本上都是错的，否则为什么他们赚不到钱

第五十篇

互联网既然可以降低价格，那为什么不能降低大城市的房价

大城市的房价之所以高，一个重要的原因就是人口聚集

可如果互联网使得人口不聚集了

以前大家办公的时候是要在办公楼里面，但现在很多公司网上办公不就行了

互联网的发展使很多之前的物理空间变得没有那么重要了

如果技术再进步一点，未来你可以远程工作，远程教育远程医疗。很多就没有必要去一二线城市了，没有了人口就没有了价格支撑

我们家一辈子的积蓄买了一套房到时候再跌了可怎么办，解释这个问题之前

我们得讲一个术语叫最小不可分割功能

比如一个自行车怎么可以变成一个摩托车，你给他加一个油箱可以吗不可以你给他换一根链条可以吗，不可以

你给他装一个离合可以吗，不可以。

你给加个发动机可以吗，也不可以

你必须把所有的零件同时加上，而且这零件还得恰到好处相互配合，不可以早也不可以晚，不可以多也不可以少，各司其职有机结合才有变成摩托车的可能

点火慢了他就发动不起来，供油慢了他就会熄火，轮胎薄了他就会爆胎，离合出问题就挂不上挡，总之有一个环节出问题这个摩托车就开不起来

所以当你想升级一个系统的时候你升级一个元素是没有用的，你得同步升级所有元素才有可能

你明白这个，我们就回到开头的问题直接说答案

不可能你一个人能异地工作，你得把你整个家庭整个社交关系都迁出去才行。对你老婆的工作你得解决，你孩子上学你得解决，你父母医疗得解决，你整个的工作和生活的社交圈都得解决

才有可能。而且当中只要有一个环节出问题方案就会失效，比如你老婆没法异地工作，你夫妻俩要不要两地分居，孩子异地网上教学，你让老师怎么管理。偶然见几个重要的客户要不要6个小时的高铁来回。父母万一需要看病不能远程问诊该怎么办，当你无限地延伸就能发现有无数的问题，所谓的远程工作，远程教育，远程医疗听起来很美好，但它只要还有一个问题没解决它就不是最小分割功能，它就无法解决人口聚集的问题。想法很美好，现实很残酷。互联网可以降价，但互联网绝对不是万能的

第五十一篇

13,000次的血泪教训，我用了4年时间1,400万粉丝25亿次播放和1,200场直播才换来的，你想问的都在里面

不要养号，养号是对智力的侮辱，是低成本诈骗毫无判断力的韭菜。

不是给同类视频多点赞互动你的作品就会有流量

任何账号都是有两个身份，一个是创作者，一个是观看者。这两个身份是绝缘的就好像在生活中你既是经营者也是消费者

你是个卖衣服的你担心刚开张没有客户，于是有大神告诉你，多去逛街多去买别人的衣服你买的衣服多了，你的生意就会好起来。怎么可能，为此会让对手的生意好起来

短视频不也一样，拼命做数据是你免费给别人充当消费者免费给别人带流量。多低级的谎言怎么换个场景就有人信

不要讲干货，你的干货再好也不得过一双黑丝

永远记得你的对手不是另外一个干货博主

而是黑丝，是包臀裙，是修驴蹄子是地毯翻新，是一切抢走用户时间的内容

永远记得能打败人性的只能是另一种人性

打败色的是贪，打败贪的是懒，打败懒的是嫉妒，打败嫉妒的是仇恨

永远记得想做爆款就得顺应人性

他不喜欢吃蒸土豆你就给他做成炸薯条

他不喜欢听唐诗宋词你就给他讲讲李清照的二婚故事，顺便谴责一些家暴男

他不喜欢法国启蒙思想的作品就给他讲讲小卢梭喜欢被漂亮姐姐打屁股，而且越打越兴奋还把细节给写到书里，这本书叫忏悔录

用娱乐的精神去传播知识才是爆款的密码，看上去你是在讲八卦实际上是利用兴趣撕开防线，找到最薄的那个点攻进去顺便把知识传播给他

流量多100倍就是作品提升100倍，可不可以是受众多了100倍

就好像提升销量，我能不能，不提升质量，我去找更大的市场不也行。今天短视频的用户是6个亿，如果是600个亿，你随便拍个大马路流量都会多两个亿。为什么，因为盘子变大了你分的就多了就这么简单，这个就是基本盘的作用

我讲的话题全国有100个人感兴趣，那基本盘就这么点撑死了100个播放

但如果我讲的话题全国有100万人感兴趣基本盘就大了1万倍，播放量就会同比提升

怎么扩大基本盘

你是个讲企业管理的别给我讲什么员工激励，股份分配的这样的破事。我又没有企业我干吗要听，那怎么样是普通的人愿意听

讲东方甄选的热点，你讲讲他的企业架构合不合理。俞敏洪的管理水平能打多少分，董宇辉应该拿到东方甄选多少的股份才合理，所有喜欢董宇辉的人都会把这个视频看完

东方甄选这个热点出来，董宇辉这三个字已经被人注册商标了

被谁注册公司叫什么名字，实际控制人是谁，法人是谁，董宇辉有没有股份。那万一董宇辉以后单飞，他用自己的名字算不算侵权你这么讲不就行了

不要补短板，普通人做短视频的第一件事就是承认技能缺陷，有哪些事情给你100年你也补不好

问一个问题，1,000人怎么打赢1万人，补兵力补装备，补后勤。都不对，当你极度弱小的时候你补任何东西都没有用，因为你永远等不到召集9,000人的那一天，1,000人想打赢1万人

尤其只有一个方法战略能不能下毒，能不能放水，能不能反天气

我的目的是赢干吗要跟你硬碰硬，越弱小才越需要智慧。短视频也是啥叫普通人，就是这个也不会，那个也不行。口播文案表现类都是一塌糊涂那怎么搞流量，靠跟风。

任何一个热点出来你就给我写10条感悟

比如说郭有才爆火，10条感悟，感悟怎么写，不要写去找

找到所有郭有才的爆款视频，在评论区里面挑10条点赞最高的评论把它读一遍就好，这就是战略.从写到找就是一个革命性的提升

因为你写100年写不出来，为什么要去评论区找，因为评论区没有版权.为什么要找点赞最多的，因为点赞最多等于最厉害的文案，等于你免费拿到10条最厉害的文案并且没有版权

别人种树你栽桃，从来没有人做整合你第一个，那流量有这么爆火的热点在前面顶着，有这么厉害的文案在后面撑着，哪怕你搞个配音去赌播放量都不会低，而且热点话题源源不断这个就是战略

不要被老师洗脑独立思考是第二重要的，第一重要的是怀疑精神

为什么你老被割韭菜，因为你从来不怀疑。从小到大你就被灌输一个概念，老师讲的都是对的，你不需要思辨，不需要批判，不需要自我否定，你只要背书按老师说的做，老师就等于真理。你从来没有想过一个要命的问题，高考和社会是两张卷子

高考是最简单的因为答案是唯一的

这个题选a全国的数学老师都选a，这个叫标准答案，有标准答案的游戏都不难。提升成绩加大练习量就行了

可是社会要命的地方在于他没有标准答案

你想做短视频，完蛋了有人说垂直好，有人说泛垂直，有人说不要垂直谁是对的

有人说横屏好，有人说竖屏好

有人说横看景，竖看人

发视频，有人说早上发，有人说分行业发，有人说按活跃时间发

人生在世最怕的就是都有道理

知识犹如现代武器，追求的并不是火力而是命中率

短视频就知识数量而言已经多到你一辈子都学不完

你学了1,000个技巧再学第1,001个也毫无价值

真理追求的是纯度，是到底哪一份才是对的

就像战场你拿到1,000份情报不知道哪个是真的，就等于你没有情报

我就问你哪个老师是错的，你不知道

你从来没有想过，你从来不敢想

因为你骨子里面老实就等于正确

你觉得他粉丝多就是对的，他案例多就是对的

他开豪车住别墅就是对的

你不追求知识本身怎么得到知识的回报

就像你不爱这个人冲着他单位好就结婚了，你怎么可能幸福

学知识唯一的原则应该是逻辑壁画

从原理到推导每一步都严丝合缝无懈可击

科学没有多数和少数，科学没有主流和非主流，科学没有权威和非权威，科学只有对错

哪一天你把精力放到了追求对错，你才踏上了真正的修行

追求精准粉做生意最难的是什么

三个字，卖出去。生产不难，销售才难

你知道肯定有人要，可是他们是谁，他们在哪叫什么名字，身份证号多少，凭什么要相信你，你通通都不知道

所谓的精准粉不过是一句正确而无用的废话

做生意最重要的是互惠

你想从平台搞流量，可是他为什么要帮你推，他能得到什么好处，谁先想清楚这个问题，谁就能先搞到流量

想解决只有一个方式放话题，通过有趣的内容先吸引更多的人，看的人多了平台才会觉得有价值，才愿意推给更多的人有了更多的播放，你自然就可以遇到更多的精准粉

教英语发音没人听你就聊聊王菲的发音准不准

教英语词汇没人听，就讲讲12星座该怎么读

泛话题是地基，地基不能住人，但是没有那个地基就没有那个房子

世界上最快的路从来不是最短的路

泛粉丝的本质是你的变现工具

就像一款游戏，我当然知道要挣土豪的钱，可是土豪在哪，土豪叫什么名字，土豪怎么知道这个游戏，他为什么要充值，玩这个游戏，你通通解决不了。所以你必须先免费，大家免费玩

玩的人多了才能接触到这些土豪，才能找到真正的付费用户，没有前面的免费就永远没有后面的收费，免费玩家是什么，免费玩家就是游戏道具

泛粉丝是什么，泛粉丝就是你的短视频道具

其次用户是可以被转化的从来没有非买不可

你下班路上为什么买了二斤苹果，是因为你路过一个卖苹果的摊，很多人也在那买，然后你顺便尝了一口，你觉得挺好吃顺便就买了就这么简单

从来没有一个人说，我今天不吃苹果我活不下去

除了阳光水和空气所有的东西都是可买可不买。明白这个

你才会发现泛粉丝才是真正的金矿

我原本没有打算学英语，但是我听你讲完之后我发现这么有趣我愿意跟你学。这样的客户你要不要

不要纠结视频时长，不要去想什么几分钟的视频更容易火

我问你短视频为什么叫短视频，是因为时间短，当然不是

短视结果不是原因，不是因为短所以火而是因为浓缩才有价值

短视频的核心不是时间长度而是信息密度

没有废话密集痛点连环刺激，全是对他有好处的他才愿意看下去

人性自私

我们的每次交换都是要占便宜的

你花100块钱买了件T恤是因为你觉得这个T恤比100块钱重要，花钱是在占便宜你才愿意掏那个钱

刷手机不也是吗，你得提供远超一分钟的收获感他才愿意给你一分钟

为什么不去电影院，非要去看解说电影

因为可以占便宜，因为一分钟等于3个小时因为可以帮我节省两个小时59分

永远记得信息量相同的情况之下时长永远越短越好

可要可不要的，一律不要

可说可不说的，一律不说

能用一分钟说清楚的绝对不能够花一个小时

为什么有人是30秒因为他原本是3分钟

为什么有人是3分钟因为他原本是3个小时

为什么大多数短视频都很短是因为创作能力的限制

很多人的知识储备和才华他只能撑到1分钟

时长每长一倍难度是要大4倍的

15秒只需要一个笑点，1分钟就得加上故事情节，3分钟就得加上无数的勾子和反转

，所以没有几个人能创造3个小时的视频还密度满满

如果强行拉时间密度就低了，用户就划走了

不要投抖加喂数据，我知道有人说投抖加可以喂数据，我知道有人教你各种各样的投放技巧，我就问你有用吗。

思考一个问题如果你是张一鸣你会怎么给流量

两条路要么好的内容帮你留人，你会给。要么直接付费帮你变现，你也会给

换句话来讲你想搞到流量要么提供好的内容要么提供钱

最关键的地方来了内容等于什么。等于你的时间，钱等于什么，不也等于你的时间吗，可是时间只有一份

那这个问题就回归到我这一段时间，到底是换成作品，还是换的流量，还是先变成钱再换的流量多，哪个多我就选哪个永远只能二选一

你要是马云那就别创作有这个时间你早中了两个亿了，直接投他两个亿的抖加对你来说是效率最高的

但如果不是，想一想你为什么做短视频不就是因为线下不挣钱吗

本来就因为不挣钱才做的短视频那怎么可能又绕到你最不擅长的拿钱去买流量，这不又等于又绕回去了吗

好不容易把征契机换成高铁，怎么又开始烧煤了呢

抖加的本质是什么，是花钱伤害用户体验

因为你不投的时候，他原本可以看到更好的内容

那既然投了钱就得想清楚你图什么，所有投抖家的唯一原则是四个字，效率为证

投100赚200，投200赚500，我能赚钱才能继续否则你投个什么

投了100个点赞，多少钱你不知道，投了100个关注多少钱你不知道，投了100个播放多少钱你不知道，什么都不知道

你就像开了个饭店每天挣了多少钱都不知道吗，那结果就一定是亏到你干不下去为止

什么才叫喂数据。今天发，明天发，后天发每次都在迭代，每次都在提升，每次都在优化选题，优化文案，这个才叫喂数据

你的包子难吃，你再找1万个人过来尝尝他也好吃不了。你真正要做的是提升味道，面不行就换面，馅不行就改馅，厨师不行就换个厨师。不解决根本问题的都是耍流氓

怎么不花钱搞流量，不要挑选发布时间。几点发作品最容易火，有人说是晚上因为看的人多，有人说是上午因为发的人少，有人说应该按行业比如说汽车类5-7点，情感类晚上8点，育儿类20-23点，教育类13和22点。还有人说看活跃时间点，开数据中心查看粉丝数据找到活跃时间，然后提前4个小时发，因为审核需要4个小时。答案是全错

你要是觉得第四个对，说明你缺乏基本的常识

如果你看的数据足够多你就会发现，用户的活跃时间几乎都是一样的不存在什么特点。只要他是个正常上班的，只要他白天上班晚上睡觉只要他每天吃三顿饭，那么他的活跃时间就一定像这个图一样

不管他是干it的，搞母婴的，玩汽车，还是做教育的还是什么乱七八糟的行业曲线全都一样

你自以为搞到一份独家数据其实别人拿到的也是一样的

真正的做法是什么，是权重举个例子

明天我想取100万，请问应该去哪个网点取，是工行建行华夏还是浦发

这个时候你要考虑网点的大小，考虑能不能预约那么多这个时候的选择是有意义的因为权重很高

如果你说我明天就取100块应该去哪个网点，答案是哪个都可以。你随便找个ATM机都可以，因为权重很低任何一个网点都有足够的钱

短视频不也一样吗，几点发作品容易火，什么人才会问这个问题菜鸟那种菜的，1,000个播放都没有见过的人才会问

既然是菜鸟那么就意味着，任何时候都有几万几十万的流量给你。永远不需要考虑用户部署，永远不需要考虑池子装不下你就取100块。你轮得到选网点吗

我万一要有个千万播放的用户不够用怎么办，如果你真的能够做到千万播放你就不会问这个问题，因为到了这个层次你就会明白真正重要的不是时间而是痛点。选题是爆款，文案是节奏和冲突感

不要关注后台数据，你的后台数据那么厉害怎么就是没播放呢。因为没有人告诉你数据是多维的，一个是时长，一个是进度，一个是领域

很多人说我把这个视频做成5秒钟这样的完播率不就高了吗

播放5秒钟的视频然后给他塞100个字进去完播率不就100%了吗

如果你能够有独立思考的能力，你去搜一下那些爆款你看看有几个是5秒钟之内的这就是时长维度

5秒的完播率和50秒的完播率是完完全全不同的，看完5秒很容易看完50秒很难

而且每长一倍难度的会指数级的上升，因为耐心会指数级的下降。所以视频长一倍完播率的权重不止高一倍可能是两倍3倍甚至更多，这个才是科学的理解

你说我考了99分，那你得说清楚到底是小学的摸底考试还是全国的数学比赛

进度不是一个单一的数字而是一个整体加权的结果

比如说有10%的人看到最后，30%的人看到70%，40%的人看到了30%，把这些全部都要统计进去加上一个权重，折算才能够达到最后的结果这个才是合理的算法。绝对不是去统计有多少个人真的看到了最后一秒

你说我们班第一名考了99分等于什么都没说，我得知道90分的多少人，考80分的多少人，还有不及格的多少人，我才能够评估你们班的整体水平

有人讲知识讲科普，有人讲生意讲财富，有人对口型装可爱，有人拍美食玩数码这不同的领域怎么比。答案是没法比，要比就得拉到同一维度知识和知识比，搞笑和搞笑比，舞蹈和舞蹈比

这个就好像文科和文科比，理科和理科比，艺术生和艺术生比一样这个才是多维理解

完播率你把它强行降到一维可不就出问题，这就是为什么你的数据明明那么厉害他就是没播放，因为信息丢失了。

记好了播放多就是内容好，播放少就是内容垃圾没有例外

不要纠结横屏竖屏一律用竖屏，拍人物用竖屏，拍景色用竖屏。短视频用竖屏，做直播还是用竖屏。能用竖屏坚决不用横屏，因为横竖屏的本质区别并不是长宽比的区别而是信息流动方式的区别。横屏是上一代的沟通方式视觉优先，因为眼睛是左右长的。所以电影是横屏电视是横屏。横屏意味着信息的单向流动演什么你就看什么，只需要动眼不需要动手这个才是横屏的本质。而竖屏意味着信息的双向流动，竖屏是最大的沟通方式它是交互优先，之所以竖屏是为了方便握持和大拇指的操作，为用户和视频是要高效互动的这个才是竖屏的本质

那当眼睛和手出现冲突优先满足谁，满足舒适

少看怎么说，就看怎么做。用户的舒适说明一切

明明旋转90度就可以看横屏而且是满屏，为什么你不那么去做因为懒才是第一位的。人可以适应一切的东西。有一天你把牙结石给洗了，你都会觉得牙里缺个东西不舒服。按照这个逻辑你就会明白，所有的横屏都会失败，某站会失败，某库会失败，某奇艺也会失败，他们还停留在上一代的交互方式，竖屏才是未来交互优先才是未来

其实我们一切的结论都源于潜移默化，比如说为什么非要横屏竖屏二选一。为什么没有人问三角屏，为什么没有人问菱形屏，为什么没有人问八边形的屏，为什么没有人问圆形的屏。因为他没见过。如果他见过，他也问，这6个屏里面选哪个

不要关注平台政策，不要关注抖音出了个什么政策。视频号来了个什么新规，小红书到底什么调整

你为什么做不起来就因为老关注这种鸡毛蒜皮的东西你还觉得拿到了一手信息

我就反问一个问题，你是不是守法公民。你说是的

那我问你，这么多的法律，这么多的法规，这么多的条例你有没有从头读一遍。如果你没有，你怎么知道你是守法公民

我再问你，这么多的修正，这么多的解释，这么多的补充条款，你有没有在第一时间全部看一遍，如果都没有，你怎么知道你没有违法

我再问一遍，你是守法公民，你看当你思考这个问题的时候，你会发现唯一的解就是两个字公理

任何一个法律的制定都必须站到操盘手的角度，要足够简单，足够清晰，足够透明，简单到每个人不需要背不需要记。哪怕他不认字也能够明白才行

只有足够的简单清晰规则才能够执行下去，否则一定是空中楼阁

你去看世界上所有的法规无非就是那三句话不能抢劫，不能害人，不能偷盗

那所有的条文，所有的解释，所有的补充条款都是围绕这几点展开无非是多一点少一点的区别

短视频不也是吗，平台制定任何一个规则，都不指望所有人都把它读一遍，那如果这么高门槛的话平台就一定干不下去

所有短视频的规则简单到只有5个字，用户当裁判

用户越喜欢哪个视频这个视频就必须拿到越多的流量，不是可不可以而是必须

我刷了一个小时居然一个喜欢的都没有，你平台就不要干了

所以不管是抖音小红书还是视频号无一例外，唯一的区别就在于小红书是曝光点击逻辑所以封面更加重要。抖音是用户试吃逻辑所以5秒完播率更加重要。而视频号是熟人社交逻辑所以分享转发更加重要

不要低估最小练习，短视频难并不是真的难，而是期望和现实之间有落差

具体来说是低估了必要的练习次数，理论上练1万次才会有效果

但是你觉得练100次就行结果没有练好，就会觉得好难。其实你想想生活中有多少技能是通过大量的必要练习堆上去的。你练习了多少次才能够熟练夹菜，你摔倒过多少次才学会走路，你路上开了多久才成为一个老司机，你潜移默化了多长时间才把汉语学好。所有的难都取决于落差，如果你觉得短视频需要100条才能起量，那么你发到第20条的时候突然来流量了，你就会觉得好简单。

但是在现实当中很多人他们是严重低估最小练习的。他觉得我发个三五条就应该有流量，结果发一条没有，发二条没有，发三条还没有他就觉得真难。

就我自己而言，当时足足发了23条才得到正反馈这是我当时的数据。发到第16条的时候我的播放还是一个15正反馈

我告诉你这个才是正常的数据，若不是有极度非凡的天赋凭什么你发几条就应该火

学钢琴 1,000个小时才能弹好一个曲子，但如果你认为我练10个小时就行，你就一定会觉得它超级难一定发现怎么都弹不好，这个音怎么都连不上，左右手怎么都不协调，琴谱怎么都记不住。其实你唯一要做的就是加大练习量，把数量怼上去一切都解决了

不提升最核心的练习量再来想怎么用10个小时把它搞定，这个就叫聪明过头聪明反被聪明误

为什么马云这种顶尖的大脑一直在强调笨的作用，为什么乔布斯这种天才都在反复提到stay foolish。为什么大家都喜欢用笨用foolish这样的词。

太多的人不缺想法不缺创意，他们其实非常聪明就是没有狠下心来踏踏实实做一件事情。就像一支军队，他们有一流的指挥官，一流的情报部门，一流的组织能力。唯一的问题是他们的士兵贪生怕死

太多人拥有聪明，但是却不拥有智慧，因为智慧本身包含不聪明。像傻子一样。像疯子一样，像偏执狂一样，像电影里面的阿甘一样疯狂为了一个事情不惜一切代价。迎着冷眼，迎着嘲笑，哪怕再绝望，哪怕再崩溃我也要干到底这个才叫智慧

聪明是不想走弯路，而智慧是明白不走弯路本身就是最大的弯路

想要流量就千万别被slogan误导，千万不要记录你的美好生活。因为同一个slogan从平台和用户的角度去看它是两个世界

先说平台为什么是这个slogan，为了击中更多的用户他希望每个人都可以分享每个人都可以上传自己的视频，这样他才能增加平台的黏性才能源源不断地获取用户自发贡献的内容。你要知道平台本身它不生产内容它只分发内容，所以它要做的就是尽量地让6亿人每天都停在上面，你可以看到别人的分享感受内容的快乐，你也可以分享自己的感受被关注的快乐，把你的生活和平台绑定在一起，把你的时间和平台绑定在一起这个才是它的目的，所以才会有这一句，slogan记录美好生活阳光积极向上记住每一个人

可是问题在于你的生活美好吗，你的生活有人喜欢吗。你自己都觉得枯燥平淡无奇像白开水一样，别人为什么要看。流量的核心不是让自己爽而是让观众爽

你仔细想想那些深夜做美食的，真的是饿得不行非得吃点东西吗。那些做旅游Vlog的，真是哪都没去过见啥都特兴奋吗。再直白一点那些穿黑丝的小姐姐真是生活中特喜欢穿黑丝吗

切换到用户视角，你就知道想火就得记录不美好，因为快乐是建立在痛苦之上。

看过《爸爸去哪了》。为什么火，因为明星也会笨手笨脚，因为明星也会被老婆骂，因为明星卸完妆那么丑，还没我好看那我就平衡了

5岁的儿子背唐诗不会火 ，5岁的儿子当舔狗会火，老公帮我拍个照不会火，老公把我拍成黑猩猩会火，睡觉之前做个面膜不会火，睡觉之前数自己的皱纹有多少个会火

什么时候你开始记录不美好了，什么时候你就火了

不要掉进专业的诅咒，为什么越专业的人越没有播放，因为专业的诅咒

你一旦学会了骑自行车就再也回不到不会骑的状态，你就再也不知道那些不会骑的人的痛点是什么

刷手机是为了找乐子不是为了听天书，短视频拼的是向下兼容是找到比你弱的人然后哄她开心。大学生可以哄高中生，高中生可以哄小学生想不清楚这个你就永远不明白，为什么教人坐个飞机还能火。因为还有几亿人没有坐过，任何你觉得司空见惯的事情都有很多人没有体验过，你不知道他们的真实需求就永远拿不到他们的播放。自己不知道是最要命

短视频不是写论文，他比拼的是相对速度。

你越是讲专业能听懂的人就越少，基本盘就越小播放就越容易卡死。当你在嘲笑网上全部都是肤浅垃圾内容的时候恰恰说明你自己的无知。

你以为大家想知道红酒的历史渊源，其实大家只想知道这个红酒怎么开

你以为大家想学习什么柴克夫斯基的协奏曲，其实大家只是想知道怎么学1分钟就能弹钢琴装会

任何一个行业粉丝最多的博主并不是水平最高的，而是最能照顾小白需求的，需求都把握不了你还做什么。什么叫好的内容，八个字，高且仅高半个维度。比他好一点点就行千万不要多

就像健身，你练个搏击可以吸引美女，你要是练成施瓦辛格就只能吸引糙老爷们

为什么你的粉丝都是同行，因为高的维度太多了高到只有同行才能听懂了。而同行最大的问题在于他们只白嫖不付费，而且白嫖之后捅你一刀对吗

账号如果全是同行关注基本就可以废了，同行就是反向指标哪一天同行都觉得你是个白痴，恭喜你要成功了

不要相信隐藏技巧，是不是有人告诉你播放量上不去，要点击创作者中心找到创作灵感抖加助手干货分享，发布的时候加上这3个话题就可以突破了

而我想告诉你一个公理，就是任何的产品设计都应该是越重要的功能要放到越明显的位置

不是可不可以，而是必须没有例外，例外就得失败

就像一个手机，你绝对不能够说我这个电源键藏到这个后盖里面，我用的时候再把螺丝给它撬开，然后掀开电池从下到上第五个螺丝的地方长按5秒才能开机。你要敢这么做你就第一个倒闭

短视频不也一样，作为一个平台他不生产内容他只分发内容，那么他就一定希望创作者发布更多。更好的内容来帮他吸引更多更有价值的用户而想激发创作者。这个门槛就必须低，低到不需要说明书低到闭眼凭直觉都能操作，这样他才能拿到更多的作品整个模型才能够持续下去

明白这个逻辑，我再问你，他为什么要刁难创作者，为什么非得加几个话题才会有流量，为什么把一个如此重要的功能藏得如此之深。为什么要平白无故地提高新人的学习门槛。目的是什么，对平台有什么好处，对创作者有什么好处。记住一句话，对方也许是个唯利是图的小人，但是他绝对不会是一个自掘坟墓的傻瓜。其实很多玄学问题，你切换到系统的角度就会迎刃而解

比如为什么用字母替代汉字不是增加传播率，不是抓眼球也不是习惯表达。而是四个字，“审核效率”提示平台既要确保不违规又要确保审核速度。怎么办，那就只有一个答案分级审核，先用机器再用人工。那机器的优点是速度快，缺点呢准确度低很容易误杀。用字母替代汉字就是可以有效地绕过机器审核避免误杀

直播不也是吗，把赚钱说成赚米。就是防止机器万一失误给我断播了

不要自己胡乱摸索，高中的课本都是公开的你怎么不在家里摸索一下，顺便考个清华本科。大部分人找老师就是因为自己摸索的效率太低

工欲善其事，必先利其器

学习当中最大的器是什么，是老师学习的第一步是听老师的，学习的第0步是找对老师

因为之所以要学说明你不懂，可是你不懂你就不知道一旦找错老师你会掉到一个怎样的坑里。一个老师带来的绝对不是金钱上的损失，而是你按照他的方式摸索了两年最后发现错了，完了没机会了

9块9的理财课，让你亏的绝对不是9块9而是一辈子彻底沦为穷光蛋

普通人怎么超越普通人，智力普通，能力普通各个方面都普通凭什么超出

唯一的原因就是老师，不是因为他更努力。而是他的老师打败了你的老师

我进了省重点，你去了县二高。那我的高考成绩一定比你高20分

很多人并不是学习不努力，而是在分辨优秀老师的技能上几乎是零

这个世界上最欠缺的就是高阶心法知识，有三个层级，最浅的是常识层占99% ，比如百度一下你就知道，大部分人接触的都是这个层级它能够解决一个基本的概念问题，比如说什么是完播率，发布要注意什么，剪辑拍摄话题该怎么选。常识层的问题是什么都懂，但是好像什么也没懂

高一点的叫技能层占0.99% 大部分的付费课程，都是告诉你一个黑科技让你播放多一点。比如说低粉爆款，钩子开头，剪辑发布带话题之类的

技能层的问题是貌似领先半个身位却解决不了根本性的问题，最顶端的是系统层只占0.01%

所谓的系统层就是抛开具体的技巧，从造物主的角度弄清规则再反推自己的游戏明白了游戏规则。你才能够用一条命的轻微代价尽可能的玩到通关

而很多的问题是他们终其一生没有见过高阶心法，他们不是学得太少而是学得太多

第五十二篇

一个平均深度一米的河却淹死过很多成年人，请问为什么，因为没有离散度的平均数只有一半的价值，什么意思呢。那条河虽然平均深度是一米但它有几个地方是两米深的，平均数虽然反映出来是一个平均值但它并不能够反映出完整的落差信息，所以一平均把那两米给平均没了造成了巨大的误差

类似还有很多这样的误差，比如如何快速提高一个区的人均收入水平，答案是找一个富豪让他落户，瞬间人均收入翻倍尽管其他人看起来没有什么变化。所以平均数最大的问题是它不能够反映整体当中每个个体之间的差距

那么为了反映这么一个差距我们必须用到一个概念叫中位数

中位数就是把一个整体当中的所有个体都从小到大去排序，那么刚好处于中间的那个数就是中位数

比如说有5个人，他们的月收入分别是 1000，1000，1300，1700，2万那么从小到大排列中间的那个中位数就是1,300。但你要算平均数它平均就是5,000，几乎是中位数的4倍

所以当我们看到任何的统计信息，尤其是人均收入的时候一定要留意一下，他有没有提到收入中位数，没有的话，这条信息的价值就要打掉一半的折扣

第五十三篇

买房子最大的幻觉就是我喜欢这个房子将来一定好卖

你别高兴太早了，因为你忽略了一个最基础的经济学常识，买房到底是投资还是消费

我们不讨论这种多套房子的情况，我们就讨论一个普通家庭，他现在没有房子，他需要从0到1，买第一套房子而且是自己住他不出租，请问是投资还是消费。

有人说那指定是消费，第一他不卖，第二他自住，第三他也不对外出租，就算这种情况他也是投资

这个不是我说的，你有疑问的话你买一本经济学的书，或者查看一下国民经济的统计数据仔细看看买房这一项到底是计入投资还是计入消费。世界上没有任何一个国家把买房计入消费

比如我们国家CPI的物价消费指数是不包含房价的，因为买房不是消费

那什么才是消费，租房才是消费。消费是短期的投资是长期的，消费是亏损的，而投资是增值保值的

你租个房子2,000块钱一个月钱花了就没有了，消失了这个叫消费

但你买个房子自己住100万的房子过两年涨到了120万，请问你当年多少钱买的，付20万吗

你仔细想一个问题，100万买辆车开10年30万卖出去能接受。100万买套房住10年30万卖出去能不能接受。你不用回答我自己想，你可能不一定盼着它涨但是你一定不希望看到它跌，你可能不指望将来去卖掉它挣钱，但是你一定不希望该卖的时候卖不掉，你可能不认为它是一个资产，但是你绝对绝对不希望住30年之后只能卖一个残支架

你确定一辈子都不会急用钱吗，你确定一辈子都不需要置换升级吗，你确定首付都跌没了你还能继续还30年的房贷吗

所谓的不考虑卖就是个彻彻底底的谎言

你明白了买房子是买资产，我们就引出一个更重要的问题买什么样的房子好

我先问一个问题，消费和投资有什么区别

消费是要自己爽，我喜欢什么就买什么

而投资是反人性的是冷血无情的，是市场喜欢什么经济规律喜欢什么才应该去买什么

用自己的喜好去代替市场的需求大概率是要栽跟头

你喜欢他的喷泉到时候可能不出水了，你喜欢他的物业到时候可能换人了，你喜欢他的大理石到时候可能已经斑驳不堪了

钱只有一笔一定要花在刀刃上

所有新的东西美好的东西都是保质期极短的，一定要把这个钱花在一个保值期久不会折旧，甚至还会越来越贵的因素上面，那就是地段

为了更好地居住确实应该买更好的房子，但是钱只有一笔永远没有一步到位，如果你希望未来可以置换更好的房子，你希望可以保值升值得更快，那么你首选的就应该是地段，任何的缺点都可以人工弥补唯独地段不行，潮湿一点可以解决，通风差一点可以解决，阳光不足可以解决，但你说我六环买了一套房子能不能给我想办法搬二环去，抱歉，解决不了

永远记得买房就是买地段，懂得取舍才是大智慧

第五十四篇

为什么赚钱这么难，因为你太想赚钱了

你太希望能赚钱了，你满脑子里都是钱太急功近利了

你从头到尾都在追求一个确定的东西，那就是到底做什么能赚钱。就像一个按钮，按一下马上能变富

有人问我今年能干啥，抱歉你要是这样地思考问题的话那就干啥也挣不了钱

世界上能挣钱的一定是不确定的，世界上能挣到大钱的一定是极度不确定的

只有不确定性才能帮你把对手拦在门外，只有不确定能不能赚到钱，才能帮你淘汰掉最多的同行让你独享那一份红利

很多人热衷于考证，热衷于在各个方面提升自己。比如说学个会计，学个英语，这些不是不好，但他有一个问题，他是确定的，就是每个人都知道他好，每个人都知道学了之后有用，那就一定会引来无数的对手一直把利润给拉平。很多家长给孩子报班也是这样，你仔细看所有的东西都是确定的，都是可以量化的，可以看得见的，钢琴提升看得见，数学提升看得见，舞蹈提升看得见。但你说我的人生观价值观世界观提升了怎么看，没法看。很多人都会问一个问题， 文史哲有什么用，因为看上去不挣钱，不能吃不能喝，不能变现，好像学了也没有什么用。但这个世界上真正能改变命运的恰恰是那些看起来没有什么用的知识，那些你学了之后不清楚短时间会有什么回报的知识，只有这种长远的不急功近利的，不只图眼前的不确定好不好的知识才能让你甩开大多数对手，才能让你摸清楚规则之后再去同场竞技，才能让你在框架的层级几十倍几百倍地超出对手

而经济学就是底层框架，小到一个人大到一个国家。方方面面的拆开来看，无非就是代价换收益，如何用最小的代价达到最大的收益才是大智慧。很多人的努力是走一步看一步的努力，是什么有用学什么的努力，他们无比精明，自认为从来不在没用的地方花精力，但恰恰是这种精明误导了他。死死盯着脚下生怕走错一步，却在大是大非的人生路口无脑前行，苦行半生两手空空。人生最重要的是判断方向，判断对错。并且敢用你全身的力量去压住大事

你说你很厉害，好，那你敢不敢压，为什么不敢，因为你不懂，为什么不懂，因为你不学，为什么你不学，因为你不知道学了有没有用。所谓肉体的勤奋，所谓生活的艰辛更多是逃避选择的借口。我这么勤奋了还赚不到钱一定是这个社会出问题。为什么赚钱这么难，因为很多人

根本不懂在最关键的地方努力

第五十五篇

很多官方说明显得模棱两可，表面上像是废话。这样做的原因不仅仅是官僚主义。让我用一故事个来解释这个现象。

想象一下你使用搜索引擎，例如百度，瞬间会出现几十万个结果。每一页都已经排好序。我们来看第一页的前十个结果，第三名真的比第一名差吗？未必。因为数据量太大，每个结果都是从几十万个结构中选出的精华，实际差距可能微乎其微。就像超女海选，有人喜欢张靓颖，有人喜欢李宇春，你说谁更好呢？未必能够确定。

搜索引擎因此也不能确定哪个结果更好。在这种情况下，平台会使用上帝视角来处理。为了优化结果，平台会进行微调，不断观察哪个结果表现更好，进而调整排名。点击率是一个常见的指标。排在前面的结果通常点击率更高，但如果第三名的点击率明显高于第一名，系统可能会认为第三名更重要，从而将其排名提升到第一。这样，用户才能更快找到他们想要的内容，也会更依赖这个搜索引擎。

这时，如果你的商业嗅觉足够敏锐，你可能会发现其中的商机。如果点击量能提升排名，那么点击多了就能提高排名，排名等于钱。因此，会出现各种作弊手段和点击服务。面对这种情况，平台会怎么办？

如果平台明确声明要严厉打击作弊，会出现另一批黑产帮忙陷害竞争对手。竞争对手的排名可能被人为地拉低，这样这些黑产也能赚取钱财。由此可见，无论平台采取什么规则，绕过规则的机会总是存在。

那么，平台该如何应对？最好的策略是模棱两可，不明确告诉用户什么是对的，什么是错的。这样，作弊者无法准确预测平台的打击措施，降低了作弊的效果。在博弈中，这种模糊的规则往往能让平台占据主动。

这就是为什么很多官方说明看似废话，实际上是为了应对复杂的现实情况，为平台在规则执行中提供灵活性。

第五十六篇

很多人活了这么久第一次知道还有人免费送房子

就这哥们房子买错了后悔了，然后他决定要把这个房子送给别人不要钱免费送先到先得，你只需要自己去还贷款就行，经过媒体的查证确认是真事

那我们要问4个问题，为什么会出现这种事，为什么连白送都没人要，为什么宁愿白送，也不愿交给银行处理。以及最关键的一点，这哥们到底踩了多少个坑为什么会走到今天这步。具体的情况是这样的，一个叫厚土的网友他在网上发帖说，自己有一套燕郊天阳城的房产要送给别人，是16年买的公寓楼 40平贷款 70多万，现在还不起房贷了，但是还没有断供如果谁愿意承担这个转让费用和来回的路费，他就可以随时办手续。自己当年首付那40多万就当打水漂了然后没有人要，为什么，因为哪怕你是白送价格也没有竞争力，因为当前户型的房子现价也就70多万，如果你买他的房子可能也就省掉1万块的中介费，可如果你要再承担他往返燕郊的路费价钱就不一定比中介便宜了，而且这个买家还得自担交易风险。那为什么他宁愿送人也不愿交给银行处理，银行不是可以拍卖，直接拍卖省事。你要这么想，那就是你还不清楚断供的后果，弃房断供意味着个人财富破产信用被拉到黑名单严重影响以后的工作生活，无论以后是贷款出行甚至工作都可能会受到限制，所以如果不是实在没有办法没有任何人愿意选择断供，所以他才会免费送

我们经常说买房千万不要犯框架性的错误，细节在你们出错都能弥补

户型差一点采光差一点都没事这都是皮外伤，就像这个汽车的剐蹭掉点漆没事，但你不能上就把大梁给撞歪了还前后两个都撞歪了，你不吃亏谁吃亏

先说第一个大坑，清燕郊是北京的周边城市人称税城

很多在北京工作的人被忽悠到那个地方去买房，每天来回几十公里上下班

永远记住一个忠告，千万别碰环城市，环京不是北京，环沪不是上海，临深不是深圳。所以告诉，你一个小时到北京一个半小时到深圳的直接拉黑

你就记住一点之所以叫环京重点是前面那个环字，环境，不是

北京很多环境都是大农村，没有任何的基本面支撑它唯一的优势是距离，可尴尬的是它的这个距离已经超出了人类通勤的极限了

一线城市超过25公里是一定要直接pass的，你不是去北京旅游玩几天，你是每天早出晚归折腾一圈。这样的房子你自住毫无价值。你想投资当心血本无归，大坑里面还有一个大坑，是他买的居然是公寓。如果你不清楚你就记住结论不要买公寓，不管总价多低不管规划多漂亮不管装修多时尚都不要碰，碰了你就一定要踩坑，你不要听那个销售给你讲得天花乱坠，你不要看他有多可怜大热天还为了业绩陪你去看房给你买水。你千万别忘了你自己的钱也是血汗钱，公寓的坑，我们就先说一点比如卖房子，买新房公寓需要3%的契税只比住宅高两点，但是买二手公寓就会有一大堆的税费算法极其复杂，大概是全额的30%或者差额的55%。也就是哪怕你选对了，你100万买的公寓居然涨到了200万，也得缴纳60多万的税再加上这种杂七杂八几乎能把你的这个涨幅全部吃没。那关键点来了这几十万的税费该谁交，你交那利润就吃没了。你得先看看有多少公寓过剩，有多少新公寓都多得卖不完。你再看一下人家卖一套新公寓能提成多少钱。谁有动力去帮你卖二手，谁有动力去买你的二手，还得承担几十万的税费

公寓不是住宅它没法落户没法上学，人家是可买可不买，反倒是你着急用钱你卡在那了。你要是再便宜个20万，说好话拉近乎人家没准还考虑。住宅市场买家弱势，公寓市场卖家弱势千万千万别搞反了。挣40万不容易亏40万一眨眼的事

第五十七篇

可口可乐这么有名为什么还要不停地做广告呢。其实正是因为他在不停地做广告他才会这么有名

有广告的可乐和没广告的可乐本就是两个商品，可乐本身并不重要也没有任何高科技，大家的配方都差不多很难依靠口感脱颖而出

所谓的那一点点秘方仅仅是一个噱头而已，没有几个人能盲测出来

可口跟百事的区别，就算有人拿到他的秘方也不可能做出第二个可口

因为对于快消品而言渠道和营销的权重远远高于产品本身，甚至秘方本身都是营销的一个环节，让你喝起来有一种神秘感

而消费者为什么去买呢，不仅仅是为了这瓶可乐本身，也不是为了那么一点点的口感差异而是包含了一个完整的故事

比如说某个广告语某一片段歌曲，某个纪念桩或者某个代言人。同样的一瓶可乐仅仅因为上面印了某个明星的头像，就可能促成购买。消费者对商品的需求是多元化的，包括情感的需求，所以当我们把视角扩大一些不再局限于产品本身的时候

我们发现虽然在物理上那个可乐是没有变化的，但是在广义的商品层面它每时每刻都在迭代

去年的和今年的不是一个可乐，普通装和纪念装不是一个可乐，朱一龙和鹿晗不同代言的也不是一个可乐

在产品本身很难大幅改动的情况下，可以把故事融进可乐把它们当作一个整体去卖。通过广告的迭代来变相实现商品的迭代，可乐不能变但是故事可以变，slogan可以变，代言人可以变

消费者永远在流失，当年的20岁的可乐小伙一眨眼就成了40岁的枸杞大叔了。但是不要紧，我换成新的消费者喜欢的就好了

你喜欢什么故事，你喜欢什么slogan，你喜欢哪个明星我给你永远可以紧跟市场

从某个角度你可以认为，一个卖饮料的公司在不停地做广告。换一个角度你也可以认为，一个公司在不停地卖有故事的饮料

第五十八篇

为什么牛奶是方盒而可乐是个圆瓶呢

如果你看过牛奶可乐经济学那就知道它通常是这么回答的

第一可乐是即买即喝所以原瓶更好拿

第二牛奶需要放到超市冰柜里，而冰柜耗电空间宝贵方盒节省空间

但这个答案是有问题的，因为你从经济学跟逻辑层面去分析它不符合常识，至少有三点严重的问题，第一冰红茶也是即买即喝为什么是方的，第二冰柜不是库房，库房才考虑存储，冰柜的主要作用是展示，让消费者看到随时拿走随时补货不存在浪费空间这一说，第三商人并不是一个整体，商人是分你我他的，你争我夺才是常态，别人都把牛奶做成方盒那我能不能做成圆瓶去抢你们份额呢，当然是可以，任何一个地方有缝隙对手都会乘虚而入的

但奇怪的是为什么这么多厂家这么多品牌大家齐刷刷地全部都用方盒呢

答案是一定有某种因素极大地制约了所有人，使得你想用原瓶你也用不了

那么在牛奶的产业链当中哪个东西是大家必须统一用的

答案是利乐包装

牛奶首先要解决的是灭菌问题，这个利乐包装很好地解决了鲜牛奶的保存难题，常温之下可以保存半年，市面上所有品牌的牛奶几乎都采用这种复合材料的包装技术所以它几乎是一个行业的规范。而这个包装最主要的成分是纸外加聚乙烯和铝箔，纸占了70%，纸的话没人可以把它做成圆屏的，你做的话就得两端封口那就很难贴合而且浪费惊人，但如果方盒的话你稍微折几下就行了，简单化自动化高效率无浪费完美胜出

同样可乐的包装也是受制于生产线

塑料瓶的可乐大部分是pet瓶吹塑工艺，吹出来的受制于模具圆形的更容易做，哪怕是冰红茶那样的他也是有圆角的没法做到全方的，同时呢碳酸饮料它的内部压力很大原瓶不容易变形也更安全

这就是为什么牛奶是方盒而可乐是个原瓶，受制于现代工业技术才是真正有说服力的解释

第五十九篇

很多时候败局早已注定，只是结果要很久才能显现

比如下面这个故事，你告诉我从哪一步开始出问题的。

35岁你因为身体越来越差加班越来越少晋升的速度也越来越慢。那天下班媳妇告诉你孩子要上幼儿园了，双语的一个月3,000，你皱了皱眉头那边就已经开始不耐烦了，四单元的老王家的孩子人家一个月6,000，你都已经这样了你想要孩子也输吗，也没说话回屋给媳妇转了6,000块，这钱你原本是打算给自己过生日的时候买台电脑的。

你38岁的时候，孩子上了一年级，老师说一年级最关键打好基础很重要，你笑着说，对对对老师您多关照，对方看着您不明事理的脸给你指了一条明路，课外辅导班一个月2,200。

你40岁的时候，孩子上了三年级，老师说三年级最关键承上启下很重要，你笑着说对对对，正打算再报个补习班。

44岁的时候孩子，上了初中，有一天回到家他对你说，爸爸我想学钢琴，没什么犹豫的。你以为这些年你已经习惯了，但那句爸爸现在还买不起你始终说不出口。好在孩子比较懂事，他说爸爸没关系，要不我先学笛子也可以。你看到这么懂事的孩子却开心不起来

你46岁的时候，孩子上了一个不好不差的高中，有一天你在开会，接到老师电话说你孩子在学校打架叫你去一趟，你唯唯诺诺地跟那个比你还小5岁的领导请了一个假，到学校就被老师训了一顿台词无非就那一句，你们做家长的就知道工作，工作就不能陪陪孩子吗，你看到这个老师觉得有点可笑，好像当时说家长在外面辛苦点多赚点钱让孩子多补补课的跟他不是一个人

你50岁了，孩子上了大学很争气是个一本，他选的专业你有点看不懂，你只知道工作一定不好找而且学费还贵，你和他深夜想聊聊，准备了半斤白酒一碟花生米，你说着那些曾经让你最讨厌的话，什么还是要为以后的工作着想要挑一个热门的专业，赚钱比热爱重要等等，你们从交流变成了争吵，你发现你老了，老到可能都打不过这个18岁的孩子，你说不过他，只能说一句我是你爸，孩子看着你他知道再怎么争辩都没有用最后不欢而散，回屋的路上孩子嘟囔了一句不想活的像你一样，你怎么就哭了呢，50岁的人怎么就哭了呢，一定是酒太辣

人生怎么就过成这个样子，请问哪一步开始出问题了

第一句，从第一句就出问题了

他所有的思维都是线性的，所有的问题都在于没有钱，所有的解决方案都是靠加班。甚至对孩子的期望都想不出第二条路，他的方案是挑个热门的专业。人生不是线性的，不是单一的打怪升级

不是靠加班和晋升能解决的，上班永远不可能有高回报，你可以加班但是绝对不能加一辈子班。人生最关键的节点是一定要切换权重的，否则你拼尽全力不过是500强的职业经理人，不过是几百万的年薪，不过是巅峰时期多挣一点点

大部分人的努力其实是应激反应，没钱了找下一份工作，没钱了加一下班。仔细盯着脚下的每一步生怕走错的结果，方向出问题了不是你辛苦就应该挣到钱，选对框架才能挣到钱

中年男之所以悲惨他们一开始就盯着眼前，从来不知道框架是什么，他们学的一切的东西

都是要有用的，热门的赚钱的。我想学个英语，我想学个会计，我想学个it这些当然有用。但是它没有那么大的用，因为它最大的bug在于如果每个人都知道它有用，那每个人都过来跟你抢的

人生最重要的往往是那些看似无用的东西，那些思考，那些哲学，那些抓住本质的能力，那些把握大势的洞察力只有这些看似无用的东西才能帮你构建框架，才能给你跨级的能力，才能让你在更高的层级甩开对手

第六十篇

为什么很多名人都不买房

有音乐才子他说自己不买房，因为诗和远方更重要，和太太去了一趟夏威夷疯狂玩了一星期，算下钱刚好在北京买1.5平米

那为什么要买房，你完全可以，以最美的方式抱着海豚嬉戏，你完全可以租一辆最好的跑车感受夕阳的余晖，买房就是准备向生活投降的那一刻，请问有没有道理，有道理真的有道理，但是放在你身上就是没道理。甲之蜜糖，乙之砒霜。从来都没有单独的话语，只有特定环境下的话语，不结合特定环境理解就会跑偏。

为什么他们不买房，因为他们随时可以买房，他们有换台的权利。人生是一部电视剧，有的平淡如水，有的惊悚刺激，有的欢声笑语，有的柔情忧伤每个人生都有独特的魅力。但是单一的人生太枯燥，太乏味，太漫长。万一哪天我厌倦了能不能换台，可以，但是换台这件事是需要钱的，是需要很多钱的

刘欧可以坐着绿皮火车去一个陌生的城市，在街头巷尾感受着流浪歌手的孤独。我背一把木吉他弹唱着伤感的歌曲回望着远方的姑娘，这个城市待够了我就换一个城市，这个地方厌倦了我就换一个地方，看上去孤独落寞

但是你别忘了，万一有一天我累了可以回到酒店套房轻轻摇晃手中的红酒看着余晖慢慢落下，在有一天我厌倦了这种浪子生活想找一个姑娘好好结婚，我可以围着围裙做着晚饭让她在客厅里陪孩子，偶尔孩子来到厨房说，爸爸我饿了，我刮刮她的小鼻子说，宝贝马上就好。每一种美好我都有切换的权利，这个权利是极度奢侈的是要很多钱来支撑的。他不买房是因为他随时可以买，他不刹车是因为他随时可以刹车。请问你可以吗，你有换台的权利吗，你能想刹车就刹车吗，你能抱完海豚后顺手订一张回国的头等舱吗。

人生最大的悲剧在于年轻的时候选错了台，发现之后却再也换不回来了。生活不会给你那么多容错的机会的，没有单独的话语只有场景中的话语。明白每一句话背后的故事才能算是一个完整的认知，生搬硬套一定要吃大亏的

人家没有骗你，但你的错觉会骗你。

比如老牛说，水不深我每天都蹚水过河，没事 ，然后世界上就少了一只松鼠

认知世界一定要完整，否则你的人生就会不完整