

Mia老师 - 全量选题卡片 (V2.0 业务战略版)

选题卡片：全职太太没话语权

- **话题词:**
 - #全职太太, #女性独立, #家庭地位, #婚姻真相
- **选题:**
 - 连买份保险都要看老公脸色, 你凭什么觉得离婚能分一半身家?
- **一句话Brief:**
 - 犀利指出全职太太在家庭财务中的脆弱地位, 打破“离婚分一半”的幻想, 呼吁女性掌握经济话语权。
- **开头前5s抓人点 (Hook):**
 - 很多全职太太跟我说, 买保险要老公同意。我就奇了怪了, 你连几千块的决策权都没有, 哪里来的自信觉得离婚能分一半身家?
- **人设落脚点:**
 - “人间清醒”的港险女高管, 敢于说真话刺痛用户, 只为唤醒女性的独立意识。
- **结尾钩子 (Call to Action):**
 - 你现在花的每一分钱, 是你可以自由支配的, 还是需要“申请”的?
- **文案结构:**
 - ① (现象危害模型)
- **目标受众编号:**
 - 全职妈妈、家庭主妇
- **属性:**
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：全职太太要有工资

- **话题词:**

- #隐形劳动, #家庭分工, #女性保障, #私房钱

- **选题:**

- 如果你决定做全职太太, 请先让老公给你发工资。

- **一句话Brief:**

- 提出全职太太的隐形劳动应明码标价, 建议婚前协议约定“工资”, 用于购买保险和建立个人被动收入。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 如果你准备辞职回家带娃, 请一定要做一件事: 让你老公每个月给你发工资, 而且要写进协议里。

- **人设落脚点:**

- 切实为女性考虑的“娘家人”形象, 提供可落地的自我保护方案, 建立深度信任。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 把这条视频发给你老公, 看他敢不敢答应。

- **文案结构:**

- 06 (利益传递模型)

- **目标受众编号:**

- 备婚/备孕女性

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：销售是金字塔尖

- **话题词:**

- #职业规划, #裁员潮, #核心竞争力, #销售价值

- **选题:**

- 裁员潮里最安全的岗位, 为什么偏偏是大家都看不起的“销售”?

- **一句话Brief:**

- 揭示金融行业裁员真相：后台中台先被裁，销售最安全。论证销售才是公司价值链的顶端，其他人都是服务者。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 很多人看不起销售，觉得低人一等。但在这一波金融裁员潮里，我告诉你，活得最滋润的，恰恰就是销售。

- **人设落脚点:**

- 提升销售职业的尊严感，展示IP对商业本质的深刻理解，吸引有野心的职场人加入团队。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 如果让你转岗做销售，你敢吗？

- **文案结构:**

- 04 (金句佐证模型)

- **目标受众编号:**

- 职场焦虑人群、潜在增员

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量

选题卡片：资产是底牌

- **话题词:**

- #财务隐私，#夫妻信任，#底牌，#AA制

- **选题:**

- 一个人有多少资产，是他的“底裤”，轻易不要给别人看。

- **一句话Brief:**

- 将资产比作“底牌/底裤”，指出向伴侣公开资产代表着100%的信任，解释为何现代夫妻倾向于各管各的。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 你会把你所有的银行卡余额给你老公看吗？我相信90%的人都不会。因为资产，是一个成年人的“底裤”。

- **人设落脚点:**

- 展现对现代婚姻关系的细腻观察，以“过来人”身份分享人性真相，吸引高净值女性。
- 结尾钩子 (Call to Action):
 - 你家是AA制，还是钱往一处使？
- 文案结构:
 - 01 (现象危害模型)
- 目标受众编号:
 - 高净值女性、年轻夫妻
- 属性:
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

- 选题卡片：不靠谱的人会被AI取代

- 话题词:
 - #AI时代，#职业危机，#靠谱，#核心竞争力
- 选题:
 - DeepSeek不会骗你，但人会。未来这两种人注定被淘汰。
- 一句话Brief:
 - 对比AI的诚实与人的复杂，提出未来“靠谱”是最稀缺的资源，不靠谱的人将被AI彻底取代。
- 开头前5s抓人点 (Hook):
 - DeepSeek可能不会骗你，但人会骗你。在AI时代，只有一种人能活下来，那就是“靠谱”的人。
- 人设落脚点:
 - 结合时事热点 (AI)，输出具有前瞻性的职场洞察，强化“靠谱”的团队价值观，筛选同频伙伴。
- 结尾钩子 (Call to Action):
 - 你觉得AI能取代你的工作吗？
- 文案结构:
 - 04 (金句佐证模型)
- 目标受众编号:
 - 职场新人、求职者

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：有钱未必幸福

- 话题词:

- #幸福感, #金钱观, #知足常乐, #生活哲学

- 选题:

- 如果真的有一个亿，我可能反而没现在幸福。

- 一句话Brief:

- 反其道而行之，论证财富边际效应递减。提出3000-5000万是被动收入的“幸福点”，再多只是数字。

- 开头前5s抓人点 (Hook):

- 很多人想赚一个小目标。但我跟你说句实话，如果真的给我一个亿，我可能反而没现在这么幸福。

- 人设落脚点:

- 体现IP不贪婪、懂生活、知足常乐的高维金钱观，建立“富而喜悦”的高端人设。

- 结尾钩子 (Call to Action):

- 你觉得赚多少钱，你就能退休了？

- 文案结构:

- 00 (通用类)

- 目标受众编号:

- 中产阶级、高净值人群

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：被客户“背刺”

- **话题词:**

- #职场心酸, #客户信任, #人性, #销售故事

- **选题:**

- 我在机场傻等了3个小时，客户却发消息说：我找亲戚买了。

- **一句话Brief:**

- 讲述被客户“放鸽子”的真实经历，表达销售工作中心理防线崩溃的瞬间，以及如何重建信任。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 你有没有体验过被“背刺”的感觉？我在香港机场傻坐了3个小时，等来的却是一句：不好意思，我找亲戚买了。

- **人设落脚点:**

- 通过示弱和分享失败经历，展现IP真实、坚韧的一面，引发同行共鸣，促进团队招募。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 职场中，你遇到过最委屈的事是什么？

- **文案结构:**

- 07 (感性观点分享格式)

- **目标受众编号:**

- 销售同行、服务业者

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：父亲的“南山中学”

- **话题词:**

- #家庭教育, #父爱, #梦想, #原生家庭

- **选题:**

- 爸爸把我抱上树的那一刻，我就注定要走出那个小镇。

- **一句话Brief:**

- 回忆儿时父亲骑车带自己去名校“许愿”的温情故事，探讨父母的格局和陪伴如何潜移默化地影响孩子的未来。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 我小时候家里很穷，但我爸做了一件事，彻底改变了我这个小镇姑娘的命运。

- **人设落脚点:**

- 通过温情故事展现IP的成长背景和感恩之心，建立重家庭、重教育的形象，利于切入教育金保险话题。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你童年印象最深的一件事是什么？

- **文案结构:**

- 07 (感性观点分享格式)

- **目标受众编号:**

- 35-40岁父母、教育焦虑群体

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：迪士尼的尖叫

- **话题词:**

- #服务精神, #淡人, #职业素养, #客户关系

- **选题:**

- 为了陪客户，我一个“淡人”在迪士尼叫得比谁都惨。

- **一句话Brief:**

- 讲述作为i人为了服务好客户，突破自我舒适区陪玩过山车的故事，体现极致的服务精神。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 我是个社恐的“淡人”，但为了陪客户一家玩迪士尼，我在过山车上叫得比谁都惨。这就是成年人的世界。

- **人设落脚点:**

- 展现IP敬业、专业、能屈能伸的职业素养，同时带有反差萌，拉近与客户距离。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 为了工作，你做过最拼的事是什么？

- 文案结构:

- 07 (感性观点分享格式)

- 目标受众编号:

- 潜在客户、i人

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：酒店大堂“守株待兔”

- 话题词:

- #销售技巧, #获客思维, #勇气, #逆袭

- 选题:

- 没资源没背景？他靠在酒店大堂“蹭坐”，签下了最大一单。

- 一句话Brief:

- 分享同事在奢侈酒店大堂“生聊”获客的传奇经历，激励没资源的销售要有勇气和行动力。

- 开头前5s抓人点 (Hook):

- 没有客户怎么办？我有个同事，天天去五星级酒店大堂“蹭坐”，结果签下了他人生最大的一张单。

- 人设落脚点:

- 作为团队Leader分享实战案例，激励团队士气，展示行业无限可能，吸引有野心的人。

- 结尾钩子 (Call to Action):

- 如果是你，你敢走上去跟陌生人搭讪吗？

- 文案结构:

- 02 (信任背书模型 - 案例佐证)

- 目标受众编号:

- 销售新人、想搞钱的人

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量

选题卡片：母亲被查税

- **话题词:**

- #税务风险, #意外, #生活无常, #敬畏心

- **选题:**

- 活久见！我妈一个退休的基层公务员，竟然被查税了。

- **一句话Brief:**

- 讲述母亲因为一张发票被查税的真实故事，提醒大家无论身份如何，都要对规则保持敬畏，引出风险管理。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 千万不要觉得“这种事轮不到我”。我妈，一个退休大妈，买菜都嫌贵，前两天竟然被税务局查了。

- **人设落脚点:**

- 用身边真事警示风险，体现IP的风险意识和合规观念，建立专业信任。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你生活中遇到过什么“活久见”的事吗？

- **文案结构:**

- 01 (现象危害模型)

- **目标受众编号:**

- 中老年人、体制内人群

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：运气赚的钱守不住

- **话题词:**

- #财富观, #长期主义, #努力与回报, #认知升级

- **选题:**

- 凭运气赚来的钱，最后一定会凭实力亏掉。

- **一句话Brief:**

- 打破“一夜暴富”的幻想，强调财富与努力的对等关系。如果你卷不动自己，就别指望收入翻倍。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 为什么我说“凭运气赚的钱，你一定守不住”？因为你想获得多大的财富，你就必须付出多大的努力。

- **人设落脚点:**

- 树立踏实、靠谱、长期主义的专业人士形象，筛选掉想赚快钱的低质客户和增员。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你相信“天道酬勤”，还是相信“选择大于努力”？

- **文案结构:**

- 04 (金句佐证模型)

- **目标受众编号:**

- 创业者、保险从业者

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量
-
-

选题卡片：二胎是戏台子

- **话题词:**

- #二胎家庭, #育儿焦虑, #家庭矛盾, #生活真相

- **选题:**

- 为什么我不生二胎？因为不想家里变成“戏台子”。

- **一句话Brief:**

- 用幽默的比喻描述二胎家庭“鸡飞狗跳”的现状，表达对生活现状的珍惜和对生育压力的理性拒绝。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 千万别劝我生二胎。一胎是“碎钞机”，二胎就是“戏台子”。每天光是给两个娃当裁判，都能要了我的命。

- **人设落脚点:**

- 塑造真实、接地气、有烟火气的IP形象，拉近与宝妈群体的距离。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你后悔生二胎了吗？评论区偷偷告诉我。

- **文案结构:**

- 07 (感性观点分享格式)

- **目标受众编号:**

- 二胎妈妈、正在纠结生不生的家庭

- **属性:**

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：身心灵可能是诈骗

- **话题词:**

- #身心灵，#避坑指南，#信仰缺失，#韭菜

- **选题:**

- 花几十万去修“身心灵”？小心你修的不是灵，是“诈骗”。

- **一句话Brief:**

- 揭露部分身心灵机构利用国人信仰缺失进行敛财、发展下线的传销本质，提醒用户保持警惕。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 中国人因为缺乏信仰，特别容易被一种东西收割，那就是现在的“身心灵”培训班。

- **人设落脚点:**

- 展现IP的正义感和社会责任感，敢于揭露行业乱象，保护用户资产安全。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你身边有沉迷“灵修”无法自拔的人吗？

- **文案结构:**

- 01 (现象危害模型)

- 目标受众编号:

- 身心灵爱好者、容易被洗脑的人群

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-
-

选题卡片：面试直接劝退

- 话题词:

- #招聘内幕, #行业真相, #赚钱认知, #职场建议

- 选题:

- 面试时只要听到这一句话，我就会直接劝退应聘者。

- 一句话Brief:

- 指出保险行业需要冒险精神和长期投入，对于抱着“赚快钱”、“一夜暴富”心态的面试者，直接劝退是负责任的表现。

- 开头前5s抓人点 (Hook):

- 做我们这行，如果面试的时候有人敢跟我说“我想一年翻几倍”，我只有一个动作：直接劝退。

- 人设落脚点:

- 展示IP作为团队Leader的筛选标准和负责任的态度，不忽悠、不画饼。

- 结尾钩子 (Call to Action):

- 找工作时，你会喜欢老板跟你说实话，还是给你画大饼？

- 文案结构:

- 05 (行业揭秘模型)

- 目标受众编号:

- 求职者、保险新人

- 属性:

- 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量
-
-

选题卡片：青梅竹马离婚

- **话题词:**
 - #婚姻危机, #情感故事, #现实主义, #人性
 - **选题:**
 - 现实比电视剧更抓马：那对完美的青梅竹马，突然离婚了。
 - **一句话Brief:**
 - 讲述身边模范夫妻突然离婚的案例，感慨生活往往比剧本更狗血，提醒大家珍惜当下，也要保持清醒。
 - **开头前5s抓人点 (Hook):**
 - 你以为电视剧演的太假？我告诉你，现实比电视剧更狗血。我身边那对青梅竹马的模范夫妻，昨天离了。
 - **人设落脚点:**
 - 展现IP对情感和人性的观察，增加内容的八卦属性和可看性。
 - **结尾钩子 (Call to Action):**
 - 你身边有那种“绝对不可能离婚”最后却离了的吗？
 - **文案结构:**
 - 00 (通用类)
 - **目标受众编号:**
 - 吃瓜群众、情感话题关注者
 - **属性:**
 - 维度 (可多选) 流量 [] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量
-

选题卡片：家庭财务透明化

- **话题词:**
 - #家庭理财, #夫妻关系, #信任, #共同成长
- **选题:**

- 夫妻谈钱伤感情？我们家这样做，反而感情更好了。
- 一句话Brief:
 - 分享自家“公开账本”的做法，论证夫妻间财务透明、势均力敌是维持健康关系的关键。
- 开头前5s抓人点 (Hook):
 - 你敢让你老公看你的淘宝账单吗？我们家有个习惯，所有收入支出，做成一张表，夫妻俩谁都能看。
- 人设落脚点:
 - 树立“模范夫妻”、“理财达人”形象，提供高质量的家庭经营建议，引流家庭保单咨询。
- 结尾钩子 (Call to Action):
 - 想看我家账本模板的，评论区扣1。
- 文案结构:
 - 06 (利益传递模型)
- 目标受众编号:
 - 已婚家庭、理财小白
- 属性:
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：女性婚前避坑

- 话题词:
 - #婚前协议, #女性保护, #财产安全, #清醒恋爱
- 选题:
 - 给所有未婚女孩的忠告：结婚前，请守住你的“财政大权”。
- 一句话Brief:
 - 警告女性婚后不要把钱交给老公管，建议婚前配置好属于自己的境外资产/保险，留好退路。
- 开头前5s抓人点 (Hook):
 - 傻姑娘们，结婚千万别做一件事：把你的工资卡交给你老公。这是你给自己挖的最大的坑。
- 人设落脚点:

- 知心姐姐、女性保护者形象，通过硬核建议建立信任，直接推广境外资产配置。
- 结尾钩子 (Call to Action):
 - 你有自己的“私房钱”吗？
- 文案结构:
 - 01 (现象危害模型)
- 目标受众编号:
 - 未婚高知女性
- 属性:
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [] 垂直流量

- 话题词:
 - #财务自由, #被动收入, #退休规划, #FIRE生活
- 选题:
 - 存够多少钱可以不上班？我的答案是：3000万。
- 一句话Brief:
 - 拆解财务自由的标准，通过保险定投建立覆盖生活支出的现金流，实现“为意义工作”而非“为生存工作”。
- 开头前5s抓人点 (Hook):
 - 很多人问我，赚够多少钱就退休？我算过一笔账，不是一个亿，而是3000万。有了这笔钱，你才是真的自由。
- 人设落脚点:
 - 展示IP的财富实力和理财专业度，吸引追求FIRE人群、高净值客户。
- 结尾钩子 (Call to Action):
 - 想知道怎么配置这3000万吗？私信我“规划”。
- 文案结构:
 - 00 (通用类)
- 目标受众编号:

- 高净值客户、FIRE人群
 - 属性:
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量
-
-

选题卡片：保费融资避坑

- 话题词:
 - #保费融资, #投资陷阱, #杠杆风险, #中产理财
 - 选题:
 - 银行经理推荐你“借钱买保险”？听我一句劝，千万别碰。
 - 一句话Brief:
 - 深入分析保费融资的风险（加息、政策波动），劝诫中产阶级不要为了贪图利息差而贸然加杠杆，求稳才是硬道理。
 - 开头前5s抓人点 (Hook):
 - 如果有银行经理跟你说：“出10%的钱，就能买200万的保险，利息还特低”，请你立马挂电话。这是个大坑！
 - 人设落脚点:
 - 专业、客观、不唯利是图的良心顾问形象，建立深层信任。
 - 结尾钩子 (Call to Action):
 - 理财路上，你踩过最大的坑是什么？
 - 文案结构:
 - 05 (行业揭秘模型)
 - 目标受众编号:
 - 中产阶级、投资激进者
 - 属性:
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量
-
-

选题卡片：淡人社交策略

- **话题词:**
 - #淡人, #社交屏蔽, #精准获客, #高效沟通
- **选题:**
 - 我是个“淡人”，为什么还能做成Top Sales?
- **一句话Brief:**
 - 打破“销售必须社牛”的刻板印象，分享淡人“没事不闲聊，有事说重点”的社交策略，反而能筛选出高质量客户。
- **开头前5s抓人点 (Hook):**
 - 谁说做销售必须得是“社牛”？我就是一个社恐的淡人，但我业绩比谁都好。秘诀只有四个字。
- **人设落脚点:**
 - 强化“i人销冠”人设，给内向性格的销售从业者以信心，吸引同类性格的优质客户。
- **结尾钩子 (Call to Action):**
 - 你是i人还是e人？
- **文案结构:**
 - 03 (利益前置模型)
- **目标受众编号:**
 - 内向型销售、专业人士
- **属性:**
 - 维度 (可多选) 流量 [x] 人设 [x] 转化
 - 流量类型 (单选) 泛流量 [x] 垂直流量

选题卡片：狗比人深情

- **话题词:**
 - #宠物, #生活治愈, #情感寄托, #现代孤独
- **选题:**
 - 为什么现在的年轻人宁愿养狗也不养娃？因为狗比人深情。
- **一句话Brief:**

- 对比人际关系的复杂与宠物的单纯，讲述愿意为宠物付出昂贵时间成本的原因，引发爱宠人士共鸣。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 你知道我最开心的时刻是什么吗？不是签了大单，而是看我家狗出门回来，那个洋洋得意的样子。

- **人设落脚点:**

- 展现IP生活中柔软、有爱心的一面，通过宠物话题切入泛流量。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 你把宠物当家人还是当动物？

- **文案结构:**

- ⑦ (感性观点分享格式)

- **目标受众编号:**

- 养宠人群、爱狗人士

- **属性:**

- **维度 (可多选)** 流量 [x] 人设 [] 转化
 - **流量类型 (单选)** 泛流量 [] 垂直流量

选题卡片：寺庙捐钱的心态

- **话题词:**

- #信仰, #生活态度, #得失心, #随缘

- **选题:**

- 我不信佛，但我比我信佛的老婆还爱捐香火钱。

- **一句话Brief:**

- 通过夫妻俩对捐钱态度的反差（信佛的不捐，不信的反而捐），表达一种“来都来了”、随性洒脱的生活智慧。

- **开头前5s抓人点 (Hook):**

- 特别搞笑，我老婆信佛，去寺庙一毛不拔；我个不信佛的，反而每次都要扫码捐钱。为什么？

- **人设落脚点:**

- 展现IP豁达、不纠结、有趣的性格特质，增加人格魅力。

- **结尾钩子 (Call to Action):**

- 去寺庙拜佛，你会捐钱吗？

- **文案结构:**

- 00 (通用类)

- **目标受众编号:**

- 大众人群

- **属性:**

- **维度 (可多选)** 流量 [x] 人设 [] 转化
 - **流量类型 (单选)** 泛流量 [] 垂直流量