**37号奕霏：一飞冲天战队AI 短视频获客 副本**

1. **缘起**

【🙋同学们】2026年了, 朋友们, 你们的生意还好吗？

**时代下的绝望人...**

☎️就在大航海开始的前一周，我**突然**接到了一个电话，这个人，他在北京通州开了一家炒鸡店.

* 他为了让顾客吃到新鲜的鸡肉，**每天**凌晨5点起床，把**现杀**的鸡运到店里。
* 甚至，每天中午、晚上他都会在门口招揽客人，去**拉那些**人到他店里吃饭。
* 哪怕就这样努力，每天亏损好几千，连店租都支付不了。
* 他跟我说，他特别想不明白，为什么大家都愿意去网红推荐的店里，排队去吃预制菜，也不愿意去他家吃现炒的菜。
* 他说，“奕霏，你能不能帮帮我，就像我这样在北京拼了命打拼的普通人，不图大富大贵，就想赚一点点糊口的钱，咋就这么难。”

**努力做事的人, 被只会说话的人打败...**

* 我相信，他是这个时代里，众多老板的一个缩影。
* 我在短视频行业做了6年多，见过太多这样的老板。
* 他们有**好产品、好服务、好课程**，却因为不会做线上短视频获客，挣扎在生死边缘，随时可能关门。
* 而那些只会搞流量，却不注重产品品质的人，却赚的盆满钵满。
* 难道努力做事的人, 注定被**只会说**的人打败吗？

|  |
| --- |
| 能不能让 **短视频 + AI** 真正赋能给这些:  **深耕产品却不会表达的老板，**活下去, 让他们度过这个寒冬. |

这， 也是我们 AI 大航海启动时的初心。

2. **认识我们**

* 大家好，我叫奕霏:
* 情景派创始人，全网 970 万粉丝账号操盘手。
* 一堂短视频号大航海 MVP 第一名，在一堂不同的城市中心讲了 12 场关于短视频的线下课
* 其实在大航海开始之前, 我是一个纯纯的 AI 小白。🤦‍♀️
* 就像团队的小伙伴和我说的，“你的 AI 水平还不如的我 78 岁的老妈”
* 但是也正是因为我是个小白，反而在一开始就会很警惕一件事，不要把“不会做短视频”，误判成“只差一个AI工具”。

那么，走完这三个月，我们 **37 号战队的小伙伴们**，找到了一个怎样的答案呢？

来, 大家来看一下，2 分多钟的视频, 展示我们的 AI 智能体成果(Web App)：

**[情景派MVP路演视频.mov]**

大家猜一下, 我们这个AI智能体, 能不能帮老板们获得结果?

**埋个钩子，我们放在后面说。**

3. **我们这1个月都做了什么**

【复盘🙋】

让我们穿越时间, 回到原点,

复盘一下这三个月, 我和我的小伙伴们都踩了哪些坑, 又有那些收获呢?

**第一阶段: 迷茫, 混乱**

1. 记得第一次会议，我们争议最大的，不是怎么做，而是到底要做什么——
2. **目标笃定**: 大家的目标是很笃定的——“短视频获客”
3. **行动不详**: 但“短视频获客”本身，其实是一个非常长的链条
4. 比如定**人设、选题、文案、拍摄、剪辑、发布、投流....**
5. **问题来了**: 在哪个环节用AI是最有价值的呢？
6. 于是我们开始进行第一版的**关键假设池：**

* **一键生成**文案的Agent？
* **一键生成短视频**: 老板不用出镜拍摄就能获客？
* **一键全网自动搜爆款选题**: 自动建模，瞬间拉高审美/认知？
* 甚至集合**以上所有功能做一个**超级AI工具？

**第二阶段: 全员下海, 做调研、专家访谈!**

1. **调研**

当时我们不知道从哪个细节入手的时候，我们马上全员开启了一轮全网调研：

* 结合一堂的“调研黑客”，
* 我们小伙伴分别扮演不同角色，也小额付费、拆解不同AI产品，很快我们就拿回了一波认知
* **课程和工具调研：**最低的9.9元到9800元, 我们全都买了. 一共调研了20+ 家同行

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

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

* 经过分析，我们也发现了市面上主流 AI 产品，主要是以下三个方向：
* 文案生成。
* 数字人直播。
* 智能拍剪。
* 经过测试，我们发现了市面 AI 产品的普遍面临这 3 个问题：

1. **不本质**：开发的人根本就不懂短视频，所谓的短视频文案 AI 工具，其实就是胡乱改稿，脚本一看就是 AI，根本没有流量。
2. **不体系**：人设、选题、文案都是割裂的，组合起来就是四不像。
3. **不变现**：100 条可能会爆 1-2 条，还是泛流量，根本没有获客的可能。

【悄悄话👂】

* 说实话朋友们，现在回头再看我这些假设的时候，我发现作为短视频的从业者，自己都差点踩中了所有老板**最容易被割**的点**：**
* **想绕过认知，直接拿结果。**
* **通过这一轮调研，我更笃定，AI的认知天花板，永远不会高于使用它的那个人。**
* **这次我们花钱也算是验证市场，帮大家避坑了。**

2. **专家访谈**

* 为了快速补齐 我们的AI 认知，我们做了很多 AI 专家访谈.

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

**AI销售专家马易老师：**你们是法外狂徒...

* 他评估了我们的假设池，给了一个非常关键的建议：
* ❗️“使用爬虫抓取爆款短视频的网址，是有法律风险的”
* 一盆冷水，把我们拉回了合法合规的轨道上。

**AI技术专家郑蕾老师: 你们的钱够用吗...**

* 我们想象中的脚本一键式生产视频靠谱吗
* 花了10个小时完整的帮我们算了一笔账
* 从技术上，是靠谱的，但是回归到商业逻辑，根本不可行

|  |  |
| --- | --- |
| **点击图片可查看完整电子表格** |  |

* 而且在实现的过程中, 老板需要**不断的花钱**抽取更好的短视频😓
* 最终我们发现，无论是时间还是金钱，对老板们来说都是难以承受的事情.

3. **确立航海目标**

* 经过一番努力，我们终于明确了目标：

|  |
| --- |
| 并不是让AI替老板获客，**而是把我六年踩出来的认知和审美，先交付给人，再由AI去放大。** |

我们需要满足的是：

1. 跨行业可以复用
2. 内容稳定，持久见效
3. 0 经验小白可快手上手

4. **项目挑战**

我们最大的挑战, 就是我们**怎么**把我沉淀了六年短视频的经验和审美, 喂给 AI.

让**短视频 0 经验**的人, 能够产出获客型短视频。

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

1. **整理知识库 + 建立最佳实践池**

**怎样**把认知和审美交付给AI呢？

* 建立情景派完整的**知识库**
* 建立覆盖实体店场景的**审美池**：
* 我们团队有短视频操盘手，也有技术大佬，还有不懂短视频的小白，认知不对齐，根本没办法投喂AI好的提示词。于是，团队小伙伴开始建立审美，暴力拆解不同行业的视频，从**服装、餐饮、美容院**等多个行业的 2000+ 条短视频。
* **分类建模**，供 AI 大人提升审美。

|  |
| --- |
| 团队小伙伴果然说：拆解完爆款，低成本获客信心倍增，我现在特别想开个麻辣烫店。这个过程大家开心的发现，不是AI让我们更强，而是因为通过打磨AI，让我们自己变得更强了。 |

接下来，我们是不是该上线了？

当然不是，我们得先低成本的做个MVP测试。

2. **MVP测试**

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

**好消息是...**

* **快速上线**: 利用海外大模型，快速上线了网页版测试页面。
* **客户满意**: 邀请已有客户进行了内测，满意度超过85%。
* **我们要起飞**: 接下来似乎就是一马平川，直接把国外搬运到国内上线，不就完美了吗？

🤔大家觉得是这样吗？

**坏消息是...**

* **😭在迁移到国内的过程中, 各种坑从天而降..**
* **大模型要迁移**: 很多老板不会科学上网，国外大模型要全部换成国内的。
* **用户提出了新需求**: 很多老板需要生成**专属的人设**和爆款文案
* **我们要商用**: 付费功能和免费功能要做区分，跑通支付非常复杂
* **求助无门**: 最重要的是, 我们尝试找做 Vibe Coding 的人请教, 结果他们也不会, 因为在国外, 这些东西都可以一键部署.

**最后，还跟我们说，他们也没招**: 所以他们直接把国内市场放弃了 =-=

* 这个答案当时对我们真是当头棒喝。原来从“**小玩具**”到“**商用AI**”，其实还有很漫长的路……
* **文档没招**: 于是，我们连夜查询几百页的技术文档，得出的结论是，以我们的技术能力，搞不定——瞬间绝望。
* **AI没招**: 找AI咨询，AI说搭数据库没有捷径——失望。
* **专家没招**: 四处找专家，专家也说没招。
* **绝处逢生**: 偶然发现了朋友用的数据库，Supabase，发现竟然可用。
* 经过团队小伙伴们无数个不眠之夜，终于有了大家看到的这版产品。

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

**产品核心能力: 情景派AI一站式智能陪跑**

* 我们一共有6个板块

**模块1:人设定位(Self)**

1、完整5S画布生成

2、8大人设要素

3、买单理由三层架构

4、差异化竞品分析

**模块2:选题规划(Subject)**

* 批量选题生成
* 4象限选题来源
* 优先级排序
* 选题组合策略

**模块3:表现形式(Style)**

* 5大表现形式推荐
* 适用场景分析
* 每周组合策略
* 形式与内容匹配

**模块4:内容结构(Structure)**

* 7种经典结构
* 开头黄金公式(7个)
* 结尾引导公式(5个)
* 完整时间轴设计

**模块5:脚本生成**

* 情绪设计(24个情绪)
* 3层情绪体系应用
* 完整脚本文案
* 画面分镜描述

**模块6:场景指导(VIP)**

* 近百个实体店场景
* 分行业拍摄提示
* 场景与脚本匹配
* 实操落地指南

看到这里，

大家觉得，这些环节哪个对你们来说最难？

* **小白新手**：定位大于写文案，人群足够清晰，后面做的才对；
* **对于上手的人来说**: 一个形式模型大于所有的模型。
* 但是❗️把所有模型都搞定不可能:

1. 所以我们本次重点攻破了更有**情景派代表性**的几个框架文案模版，
2. 而不是所有都建模，这个实在太难了。

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

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

**不过在过程中，我们也有3个重大突破性的功能：**

1. 沿着情景派验证过的逻辑，一站式生成「**从人设到最终文案**」的解决方案，这是国内首创。
2. 用户可以结合自己的审美，与AI共创，对每一个环节**进行内容调优**。
3. 搭配了个人**专属数据库**，保持人设的稳定性，这样的话可以一直沿用你的人设生成专属的短视频。

5. **最终...**

那么，大家猜猜看，AI生成的脚本，到底效果怎么样？

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

看到这个数据，我们其实特别兴奋！

😭两个月大航海，我们终于熬出来了：

回顾这两个多月，11个小伙伴:

* 每天晚上 的**10 点之后**是我们群最火热的沟通时间。
* 连续 1个多月，**每周日**雷打不动的线下集中办公。
* 从中午开心外出聚餐，到后面变成了外卖午餐会。
* 最印象深刻的是，我们有大同的小伙伴，她竟然为了跟我们开会，一大早坐着高铁跨城市600km来和我们相聚，就为了高质量的谈论。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **[11ca957fa5137e012ecc51155abca65b\_raw.mp4]** |

我们的群里，这套 AI 表情包就是我们的卷王日常：

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

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

一堂的航海虽然结束了，但我们战队的航海依旧在继续...

|  |
| --- |
| 走到最后，  我们反而变得更加清醒。  我们从来不相信，AI 可以替任何人，走完认知成长的那段路。  **短视频没有捷径、AI 也没有。**  这个时代，很多人被割，  不是因为不努力，  而是误以为，  工具，可以代替判断；  技术，可以跳过审美；  模型，刻意绕开认知。  但是我们亲身验证的结果恰恰相反，  **AI能做到什么，永远取决于你已经看懂了多少。**  **你的行业Know-how才是最大的壁垒。**  所以这次大航海，  我们其实只是做了一件很笨的事，  把我 6 年的短视频认知，  关于“什么是好内容、什么是能成交的内容”，  一点一点喂给 AI。  说实话，我们没有创造一个万能智能体，  **我们只是调试出了一些，**  **在“情景派这套逻辑之下”能跑通的模型。**  我始终相信，长期主义，  本来就不是一次所谓的风口。  而是在时间里，把对的事反复做好。  这件事，我们遵循着一堂价值观，  **尊重常识、尊重规律**  **让 AI 和人，成为一个共同体。**  **人负责判断方向，**  **AI 负责放大效率。**  只要认知在前，工具在后，  好生意，就不会被流量辜负。 |