https://www.douyin.com/video/7163972465604005135

# 点赞数：7657

# 标题:淘宝为什么做不了知识付费？  
## 关键字: 淘宝 #知识付费 #双十一 #双11  
## 作者: 鹤老师  
淘宝做了这么多年，为什么唯独做不了知识付费？不能一句话说到关键点，你不适合做生意。你仔细想想，淘宝这么大的用户基数，你去淘宝就是为了付费的，可是他为什么就做不了知识付费？你告诉我，为什么淘宝所有的商品都是实体，都是要和现象联系在一起的？为什么淘宝卖不了自动会卖不了健身课程，卖不了英语课程？你说淘宝没有做吧，他做了，当年做个淘宝同学，专门就针对知识付费的，后来死掉了。哎，你说你那么好的优势，电商当年的number one，还花了那么大的资源，为什么就是做不起来？而且不仅是淘宝，你看任何一个电商平台，全都没有知识付费的，天猫没有，京东没有，拼多多也没有。为什么？为什么所有的知识付费的平台都是在短视频？这背后的逻辑到底是什么？有人说知识付费的单价太高，可是为什么你会买一个九千块的iPhone 14，却不会买一个三百块的课程呢？  
  
再說一遍，不能一句话说到重点，就表示你没名了。我問你，淘宝和短视频的区别在哪？在信任层级啊。淘宝你信任的是什么？是店铺，是评分，是好评率。这些是什么？是抽象的信任。而抽象是一种低级的信任。而短视频是什么？是一种具象的信任。所谓的具象，就是脸。短视频就等于脸，不露脸就别做短视频。用户相信的就是你这张脸，是你这个有血有肉的人。具象是一种高级的信任。不同的信任层级对应了不同的付费程度啊。  
  
所以淘宝的逻辑只能是解决标品问题。同样一个手机，哪怕是九千块，但是它是标品。消费者明确的知道，我在任何地方买到的都是这个配置，我明确的知道我买的是什么。所以我只需要对比店铺评分、好评率，选一个最优的就好了。这个时候，抽象的信任足以应对。而知识付费，最大的问题在哪？他是一个非标品。你也讲认知，我也讲认知，那到底谁才是真认知？每个人讲的都是不同的东西。所以消费者他买之前，他是完全不知道买东西是啥样的。一旦存在这个严重的信息差，抽象的信任就失效了。哪怕他只卖三百块，你也不敢下台。想解决这个信息差，只有一个方式：脸，靠脸，靠具象的信任，靠高阶的信任。我先相信你这个人，再相信你卖的东西，我是爱屋及乌。越是非标品，就越需要信任前置。而这个恰恰是淘宝无法解决的。你在淘宝买了十年的东西，但是你永远不知道店主是谁。越抽象，越是评价格；越具象，越有超额的利润。  
  
永远记得，所有的商业行为都在从抽象的信任往具象的信任去生息；所有的购买行为都在追求数据的信息往真实体验的无限逼近。欢迎来到这个看脸的时代。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)