https://www.douyin.com/video/7368393526155005193

# 点赞数：1.2万

# 标题:企业家怎么做IP 内裤外穿 家丑外扬  
## 关键字: 商业思维 #自媒体 #短视频创业 #个人ip  
## 作者: 鹤老师  
企业家做IP一定要学会“内库外传”，企业家绝对不能走素人路线，甚至要完全反着来，因为企业家有一个得天独厚的优势，就是隐私价值。你已经是名人了，你已经有知名度了，你唯一要考虑的是如何把线下知名度转移到短视频。你是三六零老总，你开个短视频，用户会自动关注吗？当然不会，因为一个是公司价值，一个是个人价值。你的产品对我有用，但是你老周对我有什么用，我不知道啊。  
  
用户关注任何人一定是要得到好处的。你关注黑丝得到了“色”，你关注小杨哥得到了快乐，你关注贺老师得到了知识。关注是什么？关注就是电话本。你绝对不会把无关的人加进去。想让人关注，就必须回答一个根本性的问题：抛开三六零，你老周对粉丝有什么好处？四个字：“内裤外穿”。内裤就是隐私，你不是好奇吗？来，我给你看看我的喜怒哀乐，看我的衣食住行，看我的工作生活，把隐私一点一点的暴露就好了。注意是一点点，不能多，每天只露一点点，让别人觉得你是一个人，一个活生生的人，一个脱离了三六零符号的人，一个和他一样有缺点和有短板的人，他才会喜欢你。  
  
比如，“这不是原味内衣呗，哈哈哈”，你看，同样一个词，从你嘴里说出来那就是低俗，从企业家嘴里说出来那叫接地气。“原来老抽也知道那口，我去，路转粉。”简单粗暴，这就是他们的独有优势，这就是“内裤外穿”。看过《爸爸去哪儿》为什么火，为什么爆火？因为你看到一排“内裤外穿”的：原来大明星也不会带孩子，原来大明星也会被老婆骂，大明星卸完妆还没我好看，那我就平衡了。  
  
正是因为你很强，才需要示弱，把弱点露出来，才能向下兼容。你越是下沉，基础用户就越大，粉丝的基数才越多。明白这个逻辑，再看市面上所有的IP，水平高低一目了然。  
  
周洪一为什么火？因为不装不端接地气。你对三六零不感兴趣，但是你对他一万块钱买根音箱线感兴趣，你对他吃饭没有个吃相感兴趣，你对他看电脑过敏必须打印出来感兴趣，你对他居然还能做几十个引体向上感兴趣。你对一个当年的互联网枭雄，在酒桌上居然无所适从感兴趣。这些兴趣让你觉得他不再是一个遥远的三六零富豪，而是一个活生生的人，一个和你哥们一样的人，一个涩口木讷有各种缺点的人。正是这些温度，使你们产生了隔空共鸣，哪怕你当年卸载我三六零，都会对老周路转粉。  
  
越是强，越是要秀弱点，“猛虎下山不如猛虎放屁”，把最不堪的一面给你，心就化了。雷军的土味英语“Are you OK”，你觉得口语还不如你；俞敏洪乐呵呵的吃过火锅，你觉得毫无攻击力；李国庆把家丑外扬，拿个扩音喇叭说“老子要离婚”，你叫他哈哈大笑说“李总真性情，我喜欢你”。  
  
看，通通都是“内裤外穿”。永远记得，一个比你强的人能让你觉得舒服，一定是在向下兼容你。IP的核心是人有温度才是好IP。明白这个，你就可以一眼看出差距。  
  
比如京东搞了个“刘强东数字卖货”，看上去好像是融合了AI和短视频，实际是一个典型的战略错误。短视频不是拍视频，而是拍温度。短视频不是看人脸，而是看“内裤”。  
  
刘强东是很强，但是刘强东在短视频的发力是全错的。用户真正喜欢的是他当年能举着书游泳过河，是他回老家给妈妈做了一碗面，是他给发小的孩子安排工作，是他为员工的宿舍不够好大发雷霆，是他跟兄弟们干杯说“让你的收入一定超过县长”。  
  
这才是温度，这才是正确的方向。因为爱强东，所以爱京东。放下身段，回归人性，不要瞎摸索。来，我训练营三十九听三天，只讲一遍，没有回放，首页橱窗自己拍。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)