https://www.douyin.com/video/7231519281786129702

# 点赞数：48.6万

# 标题:别做短视频，除非你看过我踩过的坑  
## 关键字: 短视频创业 #短视频运营 #短视频带货 #短视频教程  
## 作者: 鹤老师  
视频ASR文本：  
  
你是一位中文专家，标点符号专家。  
  
我踩了无数个坑，三年时间，五百次尝试，一千四百万粉丝，四千万点赞，和二十五亿次播放换来的经验，你确定不听一下？一共九条，条条要命。  
  
第一，总想着小干货，你的干货再好，抵得过一双黑丝吗？我发现我的对手，并不是同行啊，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。我发现能打败人性的，只能是另一种人性，能打败色的，是贪，能打败贪的，是懒，能打败懒的，是嫉妒，能打败嫉妒的，是恐惧。  
  
我发现短视频既任性，想做爆款，就得顺应任性。他不喜欢吃蒸土豆，你就得给他做成炸薯条；他不喜欢唐诗宋词，你就得给他讲李清照的二婚故事，顺便谴责一下家暴男。  
  
第二，总想要精准粉丝。市场经济当中，最难的是卖出去。江南皮革厂为啥倒闭？因为生产不难，销售在哪？你知道肯定有人要，可他们是谁？他们在哪？叫什么名？身份证号多少？凭什么相信你？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。  
  
想抵达，就只有一个方式：泛化的，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，自然就可以遇到更多的精准粉丝。教英语发音没人听，那就聊王菲的发音准不准；教英语词汇没人听，那就教兰博基尼该怎么读。  
  
泛话题是地基，地基不能住人，但是没有地基，就没有那个房子。  
  
第三，总以为短视频就是短的视频，不对的。短是结果，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，痛点密集，连环刺激，全是对他有好处的，他才能看下去。人性是自私的，我们每一次的交换，都是要占便宜的。刷手机不也是吗？你得提供远超过三分钟的价值，他才愿意给你三分钟。  
  
同样都是探店视频，为什么有的两百万赞，有的二十个赞？因为前者一秒钟有三个刺激，后者三十秒才一个刺激。不解决信息密度，就永远解决不了播放量的难题。  
  
第四，总觉得不投抖加火不了。我们换个思路，如果你是平台，你会怎么给流量？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。那换句话说，对于创作者而言，想拿流量，要么提供好的内容，要么直接提供钱。问题来了，内容等于什么？等于你的时间。那钱等于什么？不也等于你的时间吗？你看，这个问题就回归到，你的时间只有一份，花到哪里，产出才最大？  
  
是问题在于，大部分人之所以要做短视频，就是因为他线下赚钱效率太低啊。你要是马云，那就别创作，有这个时间，你早就挣到两个亿了。但如果不是，请记得，商业的核心要义，是效率。投抖加的唯一原则，是效率为正。投一百赚两百，才能继续；否则，你投多少，就会亏多少。投点赞，就会来点赞狂魔；投关注，就会来关注狂魔。一直亏到你怀疑人生。  
  
第五，总想着几点发作品容易火。举个例子，明天我想取一百万，应该去哪个网点？工行、农行、招商，还是浦发？这个时候你得考虑网点的大小，考虑能不能预约那么多。但如果就取一百块，还需要考虑吗？不用，因为权重太小，任何一个网点都有足够的钱。短视频不也一样吗？你是一个新人，那任何时候都有几万十几万的流量给你，永远不需要考虑用户不足，永远不需要考虑池子装不下。  
  
如果你能做到一千万的播放，就会明白，真正重要的，根本不是时间，而是痛点、选题、是爆款文案、是节奏和冲突感，是穿过屏幕的扭剧场。实际上，就算真的存在这个时间点，他也会变成一个无效参数。都加三十分，等于都没加三十分。  
  
任何一个行业，能超过对手的，一定是不能简单微调的，这是铁律。  
  
第六，总觉得新人没机会。上帝视角，上帝视角想一想，如果你是平台，如果你有十万流量，如果新人和老人的质量差不多，二选一的话，你会给谁？换句话说，给谁对你才最有利？  
  
答案一定是新人吧。首先是编辑效益，同样一万块钱，你送给穷人和富人，谁会更感激你？流量也是，老人已经有了很多播放，这个时候再多给十万，他未必能感恩。但新人不一样，他完全没有见过这么大的阵势，上来就是一个十万加，那今天就别想睡觉了，满脑子都是在想怎么在做一个更好的', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)