https://www.douyin.com/video/7260825065690811704

# 点赞数：2.2万

# 标题:未找到标题  
## 关键字: 未找到关键字  
## 作者: 鹤老师  
内卷到底是怎么回事？我看了这么多的视频，没有一个能真正说明白。今天我们就讲一个故事，让你秒懂。不要以为你听过，真正的重点在后面。有这么一个小镇，镇上有几个鞋店。每天呢，十点开门，六点关门，中间休息两个小时。每周营业五天。最热的那几天呢，老板们会把这个店关掉，到南方去度假。最冷的那几天呢，他们也会关掉，到北方去滑雪。  
  
小镇上的人口呢，一直都那么多，所以销量也很稳定，供需处于一个近乎完美的平衡状态。结果突然来了一个很勤劳的人，他也新开了一个鞋店。但他每天早上七点就开门，而且他中午也不休息，一直到晚上十一点才关门。周末也经常营业，而且他也不度假。这样一来呢，他的生意就明显好于其他鞋店。以前大家吃过晚饭是没有办法去买鞋的，可现在呢，他们随时想去随时去，就没有人去别人的鞋店了。  
  
但是原来那些老板，他们不能输啊，他们也模仿这个人的休息时间，早上七点开门，晚上十一点关门，中间也不休息。然后他们的勤劳也得到了回报，他们的收入又慢慢恢复到了以前。可问题在于，小镇的人口并没有变化，鞋子的需求量也没有变化。最终因为这个人的进来，所有人的工作时间全部都延长了，但他们的收入——他和以前一样！  
  
而且还不仅如此，因为他们的工作时间延长了，娱乐的时间就变少了，光顾咖啡厅的次数就变少了。这样的话，咖啡厅的生意也越来越差。所以总体算下来，小镇的经济不但没有变好，反而越来越差，而且每个人都越来越苦。  
  
这个就叫内卷，指的是每个人都越来越辛苦，但是总产出没有任何的变化。你觉得我在告诉你内卷的定义吗？不对，我在告诉你这个故事啊，从头到尾全部都是错的。如果你觉得有道理，那么你应该是没有做过生意，或者说你做的生意，但是很差、很苦、很难赚钱，所以你才会相信这样的故事。如果对世界的理解都是错的，那就无论如何也赚不到钱。想赚钱，得先把世界观博正了。  
  
整个故事最大的一个bug，在于一个字——“鞋”。世界上是不存在“鞋”这个东西的，你得告诉我是哪一种鞋？是男鞋、女鞋、儿童鞋，还是老人鞋？是皮鞋、运动鞋、布鞋、胶鞋，还是塑料鞋？是平底的、低跟的、高跟鞋、坡跟的，还是厚底的？是侧拉链的、后拉链的、套筒的，还是前系带的？是牛皮的、猪皮的、羊皮的，还是人造革的？是正装的、商务的、休闲的，还是居家的？是牛津的、德比的，还是布洛克的？是带雕花的，还是不带雕花的？如果你不着急，我可以跟你说上一个小时。好，我现在就问你是哪一种鞋，哪一种？  
  
为什么这么多鞋店齐刷刷的只卖这一种鞋？为什么这么多的居民齐刷刷的只买那一个鞋？整个故事最大的问题在于他只有一个产品，他认为所有的商家只生产同一个商品，他认为所有的消费者只买这同一个商品。他认为整个市场竞争是没有差异化的，他认为所有的东西都是要靠延长时间去实现，这是在拿计划的思维去理解市场，第一步就跑偏了。  
  
真实的市场是不存在完全相同的产品的，只存在差异化的产品。有的卖男鞋，有的卖女鞋，有的主打休闲，有的主打商务，有的物美价廉，有的高端奢侈。每一个产品都是针对一个细分人群的，都是在不同的维度竞争的。从来不存在一个客户叫“人”，从来不存在一个产品叫“鞋”。延长时间可不可以？可以，但延长时时间如果就能赢，那做生意也太简单了。那么多倒闭亏损的老板，他们是不想延长时间，但为什么还会倒闭呢？因为延长了也没有用啊，这个世界不是靠延长就能解决的。这个世界不是一个按钮，不是你按一下就行的。  
  
苹果干掉了诺基亚，是靠延长营业时间吗？苹果在排队购买的时候，诺基亚说我二十四小时开门，能不能挽回营业份额呢？谁告诉你好的手机就要在抗摔上下功夫？你能敲核桃，我就得敲砖头啊？谁告诉你好的手机就得把待机时间做久？你待机七天，我就得待机二十一天啊？那叫low，那叫笨，那叫用肉体的勤奋掩盖战略的懒惰。  
  
商业是要靠战略的。两军对战，不是去比谁的肱二头肌练得更大。谁告诉你不能打造品牌啊？谁告诉你不能做手工定制呢？谁告诉你不能在设计美学、功能上改进呢？谁告诉你不能做一个爆款产品，让他排队都买不到呢？谁告诉你不能让他花一个月的收入去买你一双鞋，然后还欣喜若狂呢？品牌上、价格上、功能上', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)

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)

https://www.douyin.com/video/7378440627819760946

# 点赞数：1.6万

# 标题:聪明智慧有何区别 新人为什么觉得短视频难  
## 关键字: 短视频创业 #自媒体 #个人ip  
## 作者: 鹤老师  
很多新人为什么觉得短视频难，并不是他真的难，而是期望和现实之间有落差。具体来讲，是低估了必要的练习次数。理论上，练一万次才有效果，但是他觉得练一百次就行，结果没练好，他就会觉得好难。其实你想想，生活当中有多少技能是通过大量的必要练习堆上去的？你练习了多少次才会熟练用筷子？你摔倒过多少次才会学会走路？你路上开了多久才成为一个老司机？你潜移默化了多长时间才把汉语学好？所有的难，都取决于落差。如果你认为短视频需要一百条才会起量，那么你发到第二十条的时候突然来流量了，你就会觉得，“我去，好简单！”但是，在现实当中，很多人他们严重低估了最少练习量，他觉得我发个三五条就应该有流量，结果发了一条没有，又发一条还没有，他就会觉得，“哎呀，好难！”以我自己而言，当时足足发了二十三条才得到正反馈，这是我当时的数据：发到第十六条的时候，播放量还是一个一个。我严肃的告诉你，这个才是正常数据。若不是有极度非凡的天赋，凭什么发几条就应该火？  
  
任何东西，不都是吗？学钢琴，一千个小时才能弹好一首曲子。如果你认为练十个小时就行，那你就一定会发现超级难，一定会发现怎么都弹不好，这个音怎么都连不上，左右手怎么都不协调，琴谱怎么都记不住。其实，你唯一要做的就是加大练习，把数量给我堆上去，一切都解决了。不提升最核心的练习量，在那想怎么用十个小时搞定，这个就是聪明过头，聪明反被聪明误。  
  
为什么马云这种顶尖的大脑一直在强调“笨”的作用？为什么乔布斯这种天才就在反复提到“Stay foolish”？为什么大家都喜欢用“笨”、“foolish”这样的词？太多的人不缺想法，不缺创意，他们其实非常聪明，就是没有狠下心来踏踏实实做一件事情。就像一个军队，他们有一流的指挥官、一流的情报部门、一流的组织能力，唯一的问题是，他们的士兵贪生怕死。太多的人拥有聪明，但是却不拥有智慧，因为智慧本身就包含了不聪明。  
  
像傻子一样，像疯子一样，像偏执狂一样，像电影里面的阿甘一样，疯狂为了一件事情不惜一切代价，迎着冷眼，迎着嘲笑，哪怕再绝望，哪怕再崩溃，老子也要干到底。这个才是智慧。聪明是不想走弯路，而智慧是明白，不走弯路本身就是最大的弯路。大因牺牲，大象无形，大智若愚，不要瞎折腾。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)

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)

https://www.douyin.com/video/7305340781185748275

# 点赞数：7796

# 标题:未找到标题  
## 关键字: 未找到关键字  
## 作者: 鹤老师  
走进理发店的那一刻，你的发型就定下来了。无论你是告诉他“长一点”、“短一点”、“多一点”还是“少一点”，还是拿一个照片让他对着剪，通通都没有用了。你觉得他剪的不好，并不是你说的不清楚，而是在框架级别就错了。他现有水平的上限决定了你最终发型的上限。所有看似无比细致的沟通，不过是在无效的细节方面反复修整。你真正要做的是，压根不该进那家理发店。这就是框架的作用。世间百分之九十的事情，在框架级别就注定了结果。“婚姻为什么辛苦？因为框架错了。你领证的那一刻，后半辈子就定下来了。你再好两百倍，对方也不会有丝毫的改变。”所有买情感课程的女人，没有一个是婚姻幸福的，但是他们居然觉得婚姻出问题是因为课程没学好。   
  
（注：原文中的“## 视频ASR文本：”已省略，直接进行了文本的标点符号补全和错别字的修订。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)