

# 【模型091】自嗨式的“价值”一文不值： 真正的高手，都善用「网络爽文算法」 | 网 络爽文算法

月见

2025-10-31

31岁的郑则谦，把新配的眼镜狠狠摔在了杭州滨江的出租屋桌上。

屏幕上，他刚发布的视频数据惨不忍睹：播放812，评论3，点赞几乎没有。

这是一条他耗时三周，查阅了大量史料，甚至无人机都飞坏了一台才拍出来的深度视频——《京杭大运河的“前世今生”》。画质是电影级的，文案是请教了大学教授反复打磨的。他本以为，这条视频就算不爆，至少也是个业内标杆。

而同一时间，他关注的一个“竞品”，一个他平时根本瞧不上的“知识快餐”博主，发布了一条3分钟的口播视频：“盘点三个让你迅速开悟的富人思维”。

发布6小时，点赞破10万。

郑则谦想不通，他几乎是带着自虐的心态点开了那条爆款。内容空洞，逻辑混乱，全是拼接的陈词滥调和成功学鸡汤。

他愤怒地关掉后台，瘫在电竞椅上。出租屋窗外的灯火酒绿，此刻显得无比刺眼。一种被世界背叛的无力感和巨大的荒谬感，瞬间吞没了他。

“难道用户真的只爱垃圾吗？” “我辛辛苦苦做的‘价值’，到底有什么意义？”

郑则谦，你先别急着骂用户，也别急着给自己的“价值”戴高帽。

你不是怀才不遇，你也不是曲高和寡。你是陷入了一个“价值自证”的死胡同。

你以为你在做内容，在传播知识，说白了，你只是在做一件给自己看的“艺术品”。你掉进了一个隐蔽而致命的陷阱里：你只关心你想\_给\_什么，却从没想过，用户真正想\_要\_什么。

你仔细想想，一个普通人，结束了一天疲惫的工作，挤在晚高峰的地铁里，掏出手机。他是为了来接受你的“通识教育”吗？他是为了来欣赏你的“镜头语言”吗？

不。

他是为了逃避现实，是为了即刻的满足，是为了在最短的时间内，获得一次精神上的“喘息”和“奖赏”。

你煞费苦心，给他端上来一桌需要正襟危坐、细嚼慢咽的满汉全席。他却看都不看，扭头在路边摊买了一瓶可乐，一口气灌下去，打了个畅快的嗝。

你最大的问题，就是用“大炮打蚊子”，你用尽了力气，却打错了方向。你根本不屑于去研究，那个真正掌控着所有爆款、所有注意力、所有流量密码的底层逻辑——**网络爽文算法**。

你鄙视它，但它正在无时无刻地支配着你的用户，甚至支配着你。

我们必须撕开温情脉脉的面纱，直视这个算法的本质。

**说白了，网络爽文算法，就是一套“多巴胺精准投喂系统”。**

它的核心不是逻辑，不是价值，甚至不是故事，而是“爽点”。它存在的唯一目的，就是在最短的时间内，用最高密度的“即时反馈”，持续刺激你的大脑，让你产生“爽”的感觉，从而沉迷其中，无法自拔。

你以为这只是网络小说才用的低级伎俩？

别骗自己了。

你刷的短视频，是它。前三秒没有反转、没有冲突，你立刻就会划走。你玩的游戏，是它。“首充6元送神装”，“一刀999级”，本质上都是在压缩反馈周期。你用的APP，是它。那个“再刷3分钟就奖励你一个金币”的提示，就是在给你制造“微小爽点”。甚至，你看的很多“知识付费”课程，也是它。“3天让你掌握XXX”，“5分钟让你看透人性”，它们贩卖的不是知识，而是“我好像变强了”的“认知爽感”。

**这是一个“爽点”泛滥的时代。所有不能提供即时反馈的东西，都在被边缘化。**郑则谦的运河视频，就是那个被边缘化的“价值”。

为什么会这样？我们必须从人性的根源开始挖。

在很长一段时间里，我，也包括像郑则谦这样的很多人，都对这种“爽文”现象嗤之以鼻。我们坚信“内容为王”，觉得只要东西够好，就一定能被看见。我们把那些追逐“爽点”的人，视为“浅薄”和“浮躁”。

**这是一种极其危险的“认知独角戏”。**

你只是在演给自己看。你沉迷于“我在做一件有难度、有价值的事”这种\_自我感动\_里，你用这种感动，来回避一个血淋淋的真相：你的“价值”，根本没有被市场（用户）所接受。

这背后的人性弱点是什么？

是傲慢。是知识分子式的，不愿“媚俗”的清高。更是懒惰。是认知上的懒惰。你宁愿花三个星期去研究运河，也不愿意花三个小时去研究你的用户。因为前者是你的舒适区，你擅长；而后者需要你放下身段，去面对真实而残酷的市场反馈，那是你的恐惧区。

你鄙视“爽文算法”，不是因为它low，而是因为它戳破了你的“皇帝新装”——你根本不懂传播，你只是一个关在书斋里的“手艺人”。你感动了自己，却喂不饱用户的多巴胺。

当你开始从这个“价值自证”的陷阱里往外爬时，你会进入第二个层次。

你会开始理解，注意力，才是这个时代唯一的稀缺资源。而“爽文算法”，是捕获注意力的“最高效陷阱”。

你不再把“爽点”看作是“价值”的敌人，你开始把它看作是“价值”的载体。

这一步非常痛苦。这是“Ego（自我）之死”。

它意味着，像郑则谦这样的创作者，必须停止把自己当成一个“艺术家”或“学者”，而要开始把自己当成一个冷酷的“产品经理”。

他必须拿着手术刀，把自己那条20分钟的“艺术品”割得支离破碎。

他会问自己：我这条视频，用户的“爽点”到底在哪？是“一个被遗忘的工程奇迹”带来的震撼？还是“一条河如何控制了三个王朝的经济命脉”带来的洞察？还是“一个亡国之君（隋炀帝）的千年功过”带来的争议？

他会把最“爽”的那个钩子，从原来的第5分钟，拎出来，砸在视频的前3秒钟。他会把自己那个宏大的叙事，拆解成10个90秒的短视频，每一条都只解决一个问题，只给一个“爽点”。

他会发现，这不是“妥协”，这是“翻译”。你必须用用户能听懂的、渴望听的“人性语言”（爽点），去讲述你那个高深的“价值故事”。

那个做“富人思维”的博主，他也许就停在了这一层。他熟练地操纵着多巴胺，用最少的成本，换取了最大的流量。他是个顶级的“多巴胺商人”。

但如果你继续往上走，你会进入第三层。

在这一层，你不再是“爽点”的奴隶，你成为了它的主人。你彻底理解了“爽文算法”的全部机制，但你开始有了“选择”。

你明白了，“爽点”本身是中性的，是工具。它既可以用来“杀人”（贩卖焦虑、制造沉迷），也可以用来“救人”（传播智慧、启发思考）。

“爽点”分为两种：

- 第一种，是“消耗型爽点”。它像垃圾食品和毒品。它利用你的焦虑、贪婪、恐惧，给你一个瞬间的“解脱”。那个“3个富人思维”就是。你看完的瞬间很爽，但关掉视频，你陷入了更大的焦虑——因为你发现自己一个也做不到。它在消耗你的能量和注意力。
- 第二种，是“滋养型爽点”。它像一场酣畅淋漓的运动，或者攻克一个难题后的喜悦。它的“爽”，来自于“我做到了”、“我懂了”、“我成长了”。它的反馈周期可能稍长，但它给你的，是实实在在的“掌控感”和“成就感”。

到了这一层，你不再是一个“多巴胺商人”，你成了一个“心智助产士”。

你不再纠结于“价值”和“流量”的二元对立。你知道了：**流量，是“价值”的扩音器。“爽点”，是“价值”的登陆舱。**

一个真正的高手，会用“爽文”的壳，去装“经典”的核。

他会用“富人思维”的钩子，引你去读《国富论》和《穷查理宝典》。他会用“宫斗”的爽点，引你去思考人性的博弈和权力的逻辑。他会用“一个亡国之君”的争议，引你去理解一个超级工程（大运河）背后的历史必然性。

他知道，用户的耐心只有3秒钟。他就在这3秒钟里，用最“俗”的钩子把他拉进来；然后，用他毕生的功力，把最有“价值”的内核，种进用户的心里。

这才是“网络爽文算法”的终极境界：**驾驭人性，而不是被人性吞噬。**

那么，一个像郑则谦那样的“价值深耕者”，该如何落地，把这个算法用起来？

我给你一个可以直接上手的地图，我称之为：“**爽点植入**”三步狙击法。

别想太多，照着做。

### **第一步：寻找“痛点钩”——从“我能给”到“你要啥”**

停止你的自我感动。从现在开始，忘掉你那“20分钟的宏大叙事”。

你必须像个侦探一样，去扒光你的用户。问自己三个问题：

1. 我的用户，此刻正被什么问题折磨？（是职场晋升？是亲子关系？还是“看别人都赚钱了”的焦虑？）
2. 我的“价值”（比如运河历史），能帮他解决哪个具体的痛点？（是提供一个谈资？是帮他看透一个商业逻辑？还是纯粹帮他解压？）
3. 我这个“价值点”，能翻译成一句什么样的“人话”？

你仔细想想，郑则谦的“运河史”，如果翻译成“为什么几百年前的古人，能做到今天都难以想象的超级工程？”，是不是比“前世今生”的钩子更痛？如果翻译成“一条河，如何决定了中国1000年的经济命脉？”，是不是比“历史意义”更“爽”？

说白了，第一步，就是把你的“价值”，翻译成用户的“痛点”。

### 第二步：埋设“即时反馈雷”——别让多巴胺等太久

用户的耐心，比金鱼还短。

你必须假设你的用户下一秒就要划走。你的任务，是在他划走之前，引爆一颗“反馈雷”。

1. **黄金3秒，即刻引爆：**把你最震撼的画面、最反常识的结论、最尖锐的冲突，必须放在开头。别铺垫，别寒暄，直接上“王炸”。
2. **密度，密度，还是密度：**把你的长篇大论，切成无数个“小节拍”。每1分钟，甚至每30秒，就要给用户一个“小甜头”——或是一个金句，或是一个反转，或是一个案例，或是一个悬念（“但你猜，他最后怎么样了？”）。
3. **负反馈也是反馈：**制造“争议点”。一个所有人都同意的观点，是无法传播的。一个“爽点”，不一定是“舒服”，也可能是“刺激”。郑则谦如果把“隋炀帝到底是千古一帝还是亡国之君”这个争议点抛出来，效果绝对不一样。

说白了，第二步，就是绝不让用户多巴胺水平掉下去。

### 第三步：构建“价值长坡”——“爽”完之后，留下什么？

这是区分“毒品”和“良药”的关键一步。

你用密集的“爽点”把用户留住了，然后呢？

如果“爽”完，用户只觉得“哦，看完了”，那你是失败的。你必须构建一个“价值长坡”。这个“坡”，就是你所有“爽点”最终要汇聚到的那个“价值锚点”。

1. **锚点必须唯一：**你的视频/文章，无论有多少“爽点”，最后必须指向一个统一的、可沉淀的“大价值”。（比如，郑则谦的运河视频，爽点可以是“奇观”、“争议”、“经济逻辑”，但锚点必须统一，比如：“一个民族的工程魄力与战略远见”。）
2. **给一个“抓手”：**别只给观点，给工具。别只说“你要怎样”，给一个“你可以试试123”。让用户看完之后，觉得“我好像真的可以做到点什么”。
3. **升华（克制地）：**在结尾，把这个“价值锚点”往上提一提，和用户的人生、困境、渴望，做一次连接。

这一步决定了，用户是“看过就忘”，还是“奉你为神”。

几个月后，郑则谦“活了”。

他没有放弃运河。但他把那个20分钟的“艺术品”，拆解成了5期，每期5分钟。

第一期的标题是：《中国最“烧钱”的CEO：隋炀帝和他的疯狂运河》。

他用了最“爽文”的开头：一个亡国之君，一个千年工程，无数人命的填埋。这到底是“功在千秋”还是“遗臭万年”？视频的前30秒，就是最震撼的无人机画面、最尖锐的历史冲突、以及最直接的提问。

数据爆了。

评论区里，不再是寥寥无几的“已阅”，而是成百上千条真实的讨论，在争辩“功过是非”。

郑则谦没变，他讲的还是那段厚重的历史，内核一点没丢。但他学会了用“网络爽文算法”这把钥匙，打开了千万用户的心门。

**别再鄙视“爽”，朋友们。“爽”，是刻在我们基因里的人性刚需。**

真正的高手，不是站在岸上，鄙视那些在水里扑腾的人；而是跳进人性的洪流里，利用水流的走向，把自己想传递的“价值”，渡到彼岸。

**真正的高手，不是抵制人性，而是引导人性。**

## 【实战工具包：“上瘾引擎”自检工具包】

**目标：**帮助你诊断你的内容/产品，为何无法吸引人，并快速植入“爽点”。

**适用场景：**内容创作、产品设计、营销文案、公开演讲……任何需要捕获他人注意力的场合。

**核心四步自检：**

### 1. [钩子] 预期管理

- **自检：**你的前3秒/第一句话/标题，是制造了\_好奇\_（一个未解之谜），还是\_困惑\_（不知所云）？
- **优化：**必须用“反常识”、“强冲突”或“精准痛点”，瞬间拉高用户的“预期值”。

## 2. [冲突] 情绪张力

- **自检：**你的内容里，有“敌人”吗？（是具象的人，还是抽象的困境？）有“反转”吗？有“未解决的悬念”吗？
- **优化：**必须制造一个“需要被解决的问题”或“需要被打败的对手”，这是所有“爽感”的来源（解决问题=爽）。

## 3. [奖励] 回报密度

- **自检：**用户需要花多久（30秒？3分钟？30分钟？）才能得到第一个“爽点”？这个“爽点”是他想要的吗？
- **优化：**压缩反馈周期。把大奖励（最终价值）拆成无数个小奖励（金句、案例、小技巧），高密度投喂。

## 4. [闭环] 价值沉淀

- **自检：**爽过之后，用户变得更\_焦虑\_了（消耗型），还是更\_清醒\_、更有\_掌控感\_了（滋养型）？
- **优化：**确保所有的“爽点”最终都服务于一个“可带走的价值锚点”（一个方法论、一个新视角、一种力量感）。

一句话心法：用“爽点”作诱饵，钓“价值”的大鱼。