

# 新东方直播间 从零到亿的一思维

张晓楠 新东方直播间CEO



# 混沌在线会员入学福利

- ◆福利一：加入/续费，可先私信班主任领取专属优惠
- ◆福利二：加入/续费，即送商学课必备资料包
- ◆福利三：加送会员专属AI资料包，手把手教你入门chatGPT、Midjourney

- 混沌老同学，如何查看自己的班主任？【混沌App-我的-专属班主任】
- 新同学可扫右侧二维码，添加班主任

\* 注：此福利为班主任专属通道入学享有



新同学扫码添加班主任  
私信享专属优惠福利



扫码查看更多介绍

去年那个暑假，东方甄选持续升温的热度逐步蔓延到了与“新东方”这三个字有关的一切，这其中就包括“新东方直播间”。

只不过对“新东方直播间”来说，这种热度在一开始并非总是温暖，更像是一种灼烧。



有人以为“新东方直播间”就是东方甄选  
更多人以为它是东方甄选火了之后，蹭着热度成立的山寨直播间  
所以，“新东方直播间”直播时每天评论区被刷屏最多的内容就是：

这个是假的、假的、假的，冒牌货……

快别蹭别人流量了，好意思吗？

这是真的新东方吗？和东方甄选什么区别？

其实，在甄选火之前，它就已经存在了；还真是应了那句：你不关注就不存在。





# 「这是一个真正的 新东方的直播间」

混沌学园  
HUNDUN



这是一个真正的新东方的直播间





# 新东方直播间介绍



- 新东方旗下三大直播间之一，主要售卖“美好教育”类产品
- 成立于2022年6月，7月、8月、9月的GMV分别为417万、870万、2450万
- 单日最高1400百万，研学产品首日开卖600多万
- 目前稳定在每月4000多万GMV
- 抖音教育类直播间第一名，全平台全品类排行榜TOP100



# 课程价值：这节课帮你解决什么问题？

- 直播电商操盘手的实战方法论
- 企业在逆势中如何转型，如何开启第二曲线
- 构建企业的增长飞轮，对增长的认知升维与本质思考
- 构建组织创新涌现的系统
- 企业与企业家精神的本质



# 授课老师



## 张晓楠 | 新东方直播间CEO

- 曾任北京新东方学校托福主讲老师，少儿部主管，集团培训师，新东方教育科技集团董事长俞敏洪助理
- 曾任央视新闻频道《24小时》《东方时空》《新闻调查》主持人，央视财经频道记者
- 美国哥伦比亚大学金融专业硕士





# 课程目录

## 引子

第一部分 | 新东方开启直播电商：东方甄选

第二部分 | 新东方直播间的诞生与生长

第三部分 | 新东方的组织文化：穿透一切的本质因



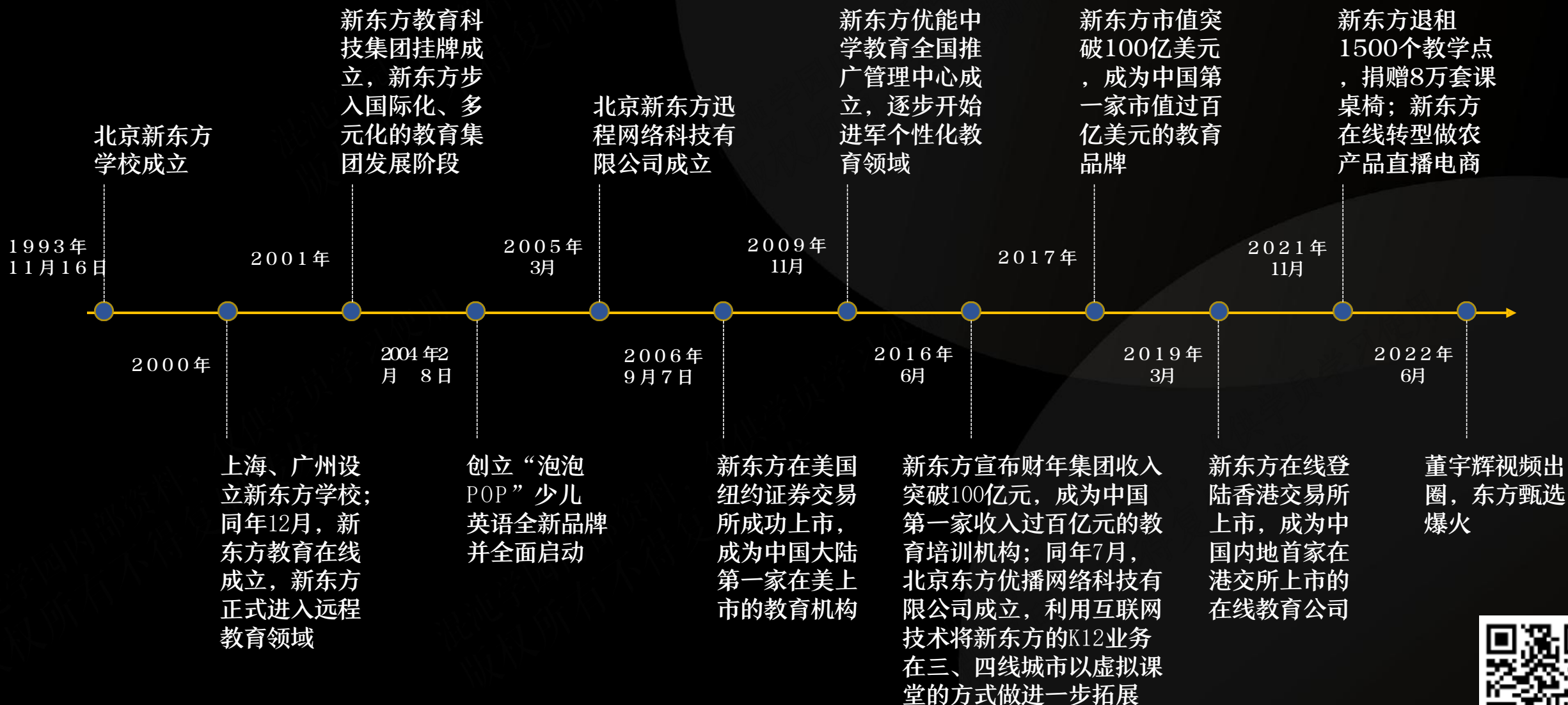
# 引子 新东方的前世今生

问题：

讲新东方直播间，为什么我们一定要回到新东方的历史中去？



# 新东方大事记



# 课程目录

引子 | 新东方的前世今生

**第一部分 | 新东方开启直播电商：东方甄选**

第二部分 | 新东方直播间的诞生与生长

第三部分 | 新东方的组织文化：穿透一切的本质因



# 1.1 为什么俞敏洪老师做东方甄选？

俞老师说，我可以一走了之，但五万个兄弟姐妹怎么办

一边要帮新东方活下去活得好

另一边要助农，让农民得实惠

俞老师农村出身，有农业情结，也相信助农带货大有可为





## 1.2 东方甄选的困境

- 2021年10月，东方甄选直播间成立。此时距离它爆火的时间（2022年6月），还有八个月。
- 一开始的定位就是做农业直播带货——一个新东方从未涉及的领域。没有经验，只有老师，就这样硬着头皮开始干。

俞敏洪：

一路走下去  
因别无选择



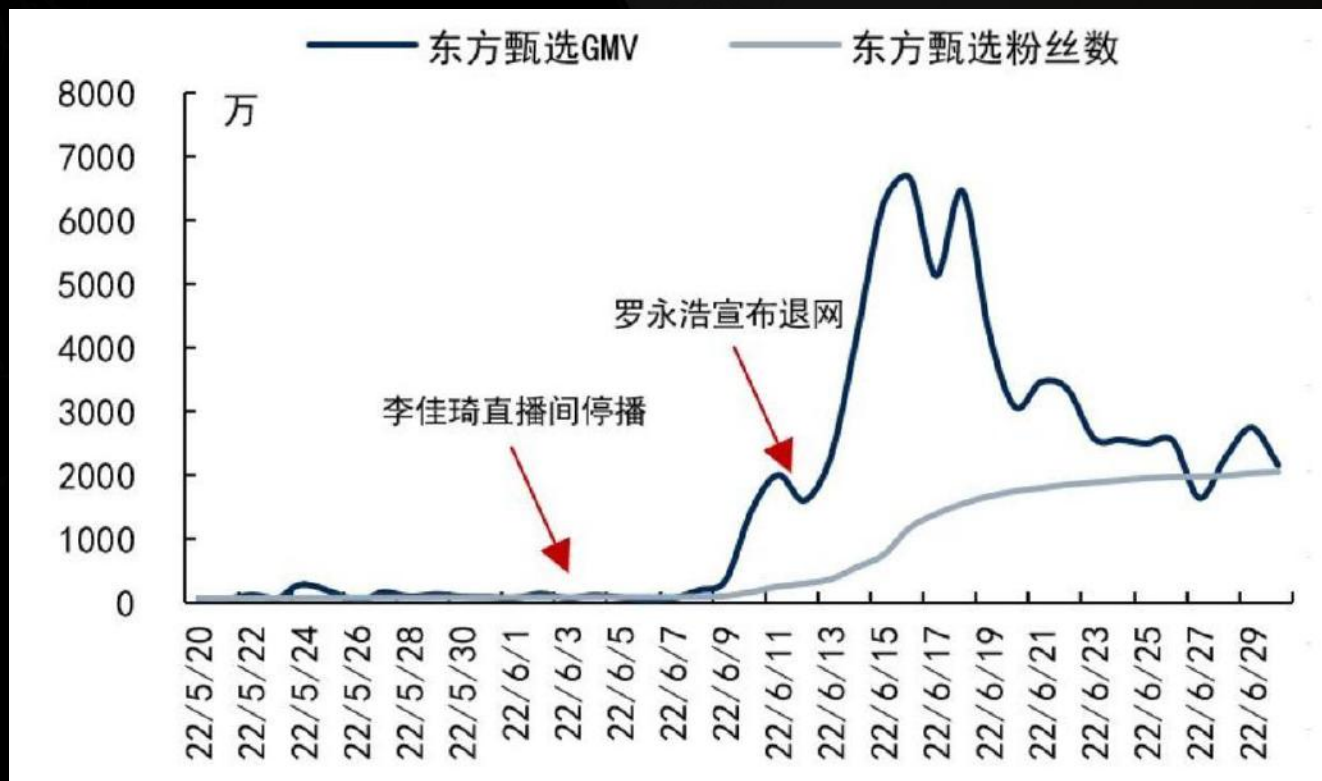
“东方甄选是新东方在政策出台后众多尝试中跑出来的一个，大家一开始并不看好，所以我亲自带队来做。”



## 1.2 东方甄选的困境

- 数据的反馈很直接，没有人相信新东方做农业直播带货会成功。

2022.05-2022.06 东方甄选直播间 GMV 及粉丝数



## 1.3 东方甄选的破局

- 一切的开始，似乎都与那一条12 pieces of steak的视频有关……
- 2022年6月9日，董宇辉双语带货视频在朋友圈率先破圈，东方甄选爆火。





# 需要追问的问题：

为何是开播7个月后在朋友圈发酵爆火？

爆火的背后，新东方做了什么？

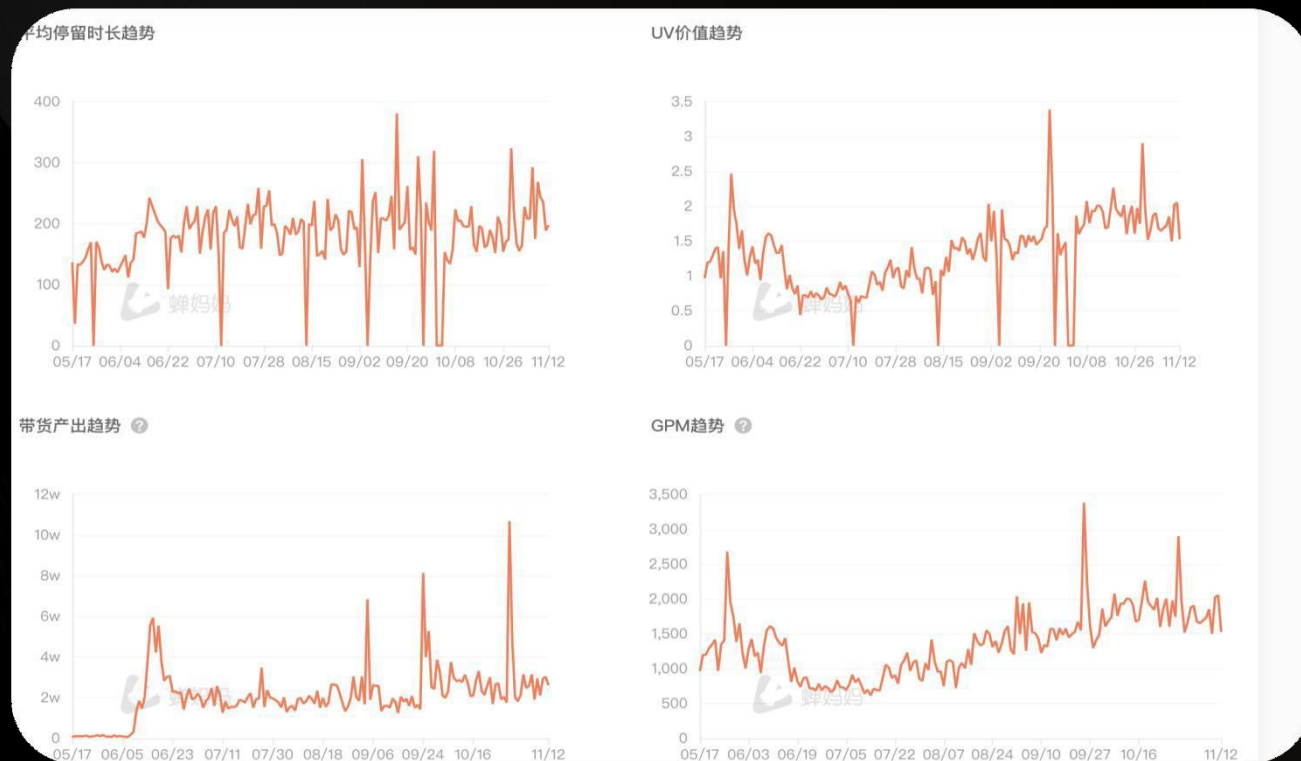
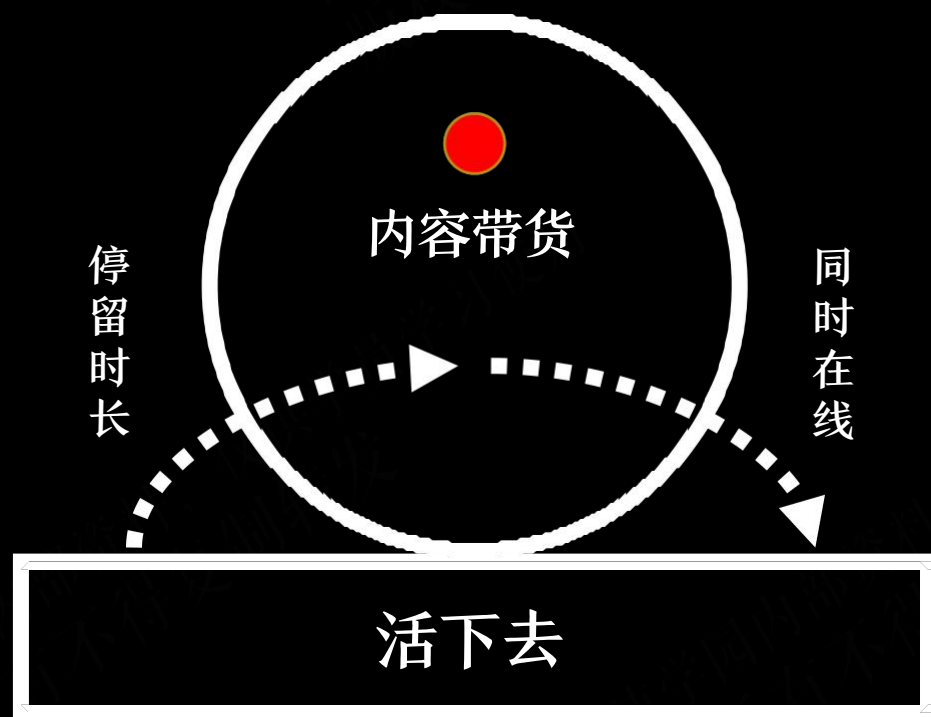
董宇辉：“在那天被更多人知道的时候，我讲的做的和7个月前开播时没有特别大的区别，一直都是那样在跟大家分享聊天，讲讲书，卖农产品。”





## 1.3 东方甄选的破局：东方甄选的一

- 从开播就坚持内容带货



## 1.3 东方甄选的破局：更深层次的成功之道

新东方人的努力和坚守被更广泛地看到了（励志文化始终在）

微信生态里的用户更容易与老师及讲的内容产生情绪、情感共鸣（整体年龄群比抖音偏高且认识水平也更胜一筹）

当你越来越好时，是因为有人发自内心希望你好（不能让好人受委屈）

内容带货在抖音兴趣电商领域形成很好的错位竞争

平台需要SKOL（快到618，抖音锦上添花）



# 课程目录

引子 | 新东方的前世今生

第一部分 | 新东方开启直播电商：东方甄选

第二部分 | 新东方直播间的诞生与生长

第三部分 | 新东方的组织文化：穿透一切的本质因



## 2.1 新东方直播间的成立

- 2022年5月中旬，在新东方创始人俞敏洪的要求及指导下，新东方教育科技集团市场部开始筹备新东方直播间；
- 5月29日俞敏洪带队进行首次试播
- 2022年6月1日，俞敏洪宣布新东方直播间正式成立、开播
- 新东方直播间成立之初的目标定位：新东方自营教育产品销售平台



## 2.1 新东方直播间的成立

我把直播经济叫做商业的第三次革命。第一次是大卖场，第二次是电商，第三次就是直播带货。随着新东方教育产品的不断完善，**如何让这些教育产品抵达千家万户，就是新东方需要思考的重要问题。**自去年政策之后，我对新东方的定义是**成为以教育产品为核心的教育公司。**产品需要**销售渠道**，我发现最有效的销售渠道除了找代理，就是直播带货。

去年我带领大家建了“东方甄选”，希望开拓一条和教育不太相关的农产品之路。现在半年过去了，已经有了稳定的销量，并且已经开启了自己品牌的农产品之路。这一周，我又带领大家组建了“新东方直播间”队伍。这一队伍，**专门来推广新东方优质的教育产品**，包括图书、智能软硬件学习设备、和学习相关的文教用品等。

@俞敏洪





## 2.1 新东方直播间的成立

- 一开始，新东方直播间是放在新东方集团下属市场部来做。但市场部是花钱的部门，直播间的定位是要赚钱的业务逻辑，两者差异较大。
- 后来，俞敏洪决定，将新东方直播间从市场部分拆出来，单独成立公司来做，依然是董事长直管重点项目（在新东方，由俞老师直管的项目通常有两类：大家不看好的；是战略发展重心的。



## 2.2 新东方直播间是怎么做起来的？

### 直播间的工作流程简介

#### 新东方直播间 workflow



## 2.2.1 首先需要解决的问题：卖什么？（货）



子问题1：只卖自有产品还是做平台？

一方面，新东方直播间之前的定位是卖自营教育产品，但是这带来了一些麻烦：

- 新东方之前擅长的主要是线下个性化教学，适合线上销售的标化产品品类有限
- 新东方大量线下招生业务是进校园，相当于ToB，所以对线上ToC营销、销售经验不足，大批量交付产品能力有限（物流、客服、售后等）
- 自营教育类新产品开发周期长，上新速度慢，与销售平台的流量逻辑不够匹配

另一方面：教育产品本身的需求巨大

- 用户侧分析：孩子的时间空了，家长的焦虑仍然还在
- 供给侧分析：卖内部产品解决不了家长的焦虑，必须要扩品

**结论：必须扩品——降低内部品占比，扩大外部品类目与占比**

- 多个部门有意见，但俞敏洪老师支持
- 怎么办？挨个拜访，逐一沟通



## 2.2.1 首先需要解决的问题：卖什么？（货）

子问题2：直播间能不能卖售价过万的研学产品？

- 研学产品开卖第一天，卖出600多万

复盘：创业公司能做什么、不能做什么，  
都是一点点试出来的。

直播电商的启动成本和试错成本都是可控的。





## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？（人）

### 问题1：要不要买流量？（新用户从哪里来？）

- 最初为了快速起量，市场部做新东方直播间沿用了K12信息流时代投放逻辑，期望通过大量投放来获客，但兴趣电商公域转化逻辑和K12留资到私域转化很不同
- 分拆、独立出来以后，停掉所有投放，全靠自然流做，GMV瞬间跌入谷底，2022年6月GMV1530万；2022年7月417万；直播间同时在线掉到两位数
- **但是**，停掉投放之后GMV经过两个月断崖式下降与恢复期后，立刻出现了飞跃的拐点：2022年8月GMV 870万；9月GMV 2450万





## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？（人）

为什么流量投放逻辑在新东方直播间不灵了？

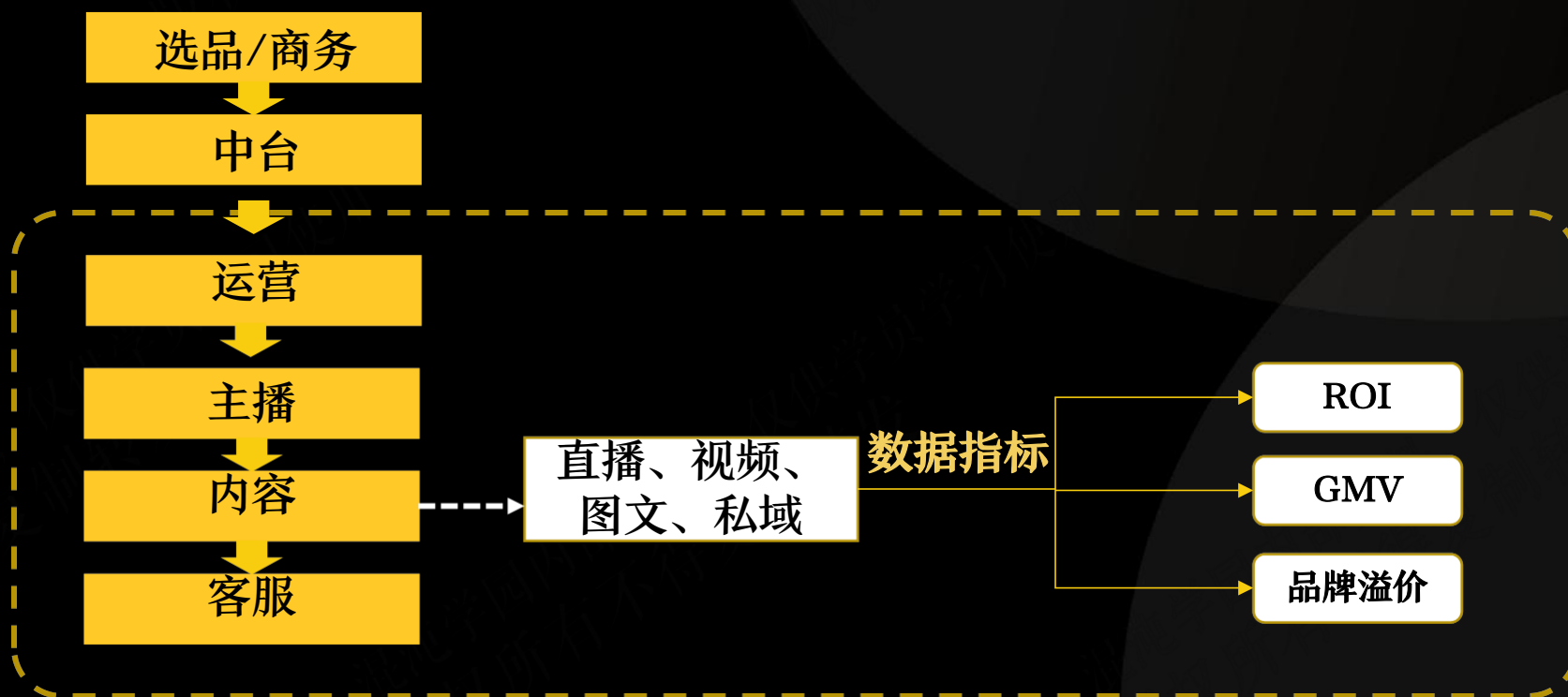
- **根本原因：**兴趣电商公域转化逻辑和K12留资到私域转化很不同。公域平台里兴趣电商的转化链路要短很多，从曝光点击到成交转化漏斗模型中的每一个环节，都要求更加精准和精细。
- **思考：**投放只能锦上添花，不会雪中送炭。单纯追求同时在线或粉丝增长，没有真正承接和转化能力的直播间，在公域里烧再多钱也难以为继。
- **特别提示：**要在一开始就算清楚账



## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？（人）

为什么敢停掉投放？回归本质，对业务的成本结构拆解。

系统思维：之前提到的新东方直播间 workflow

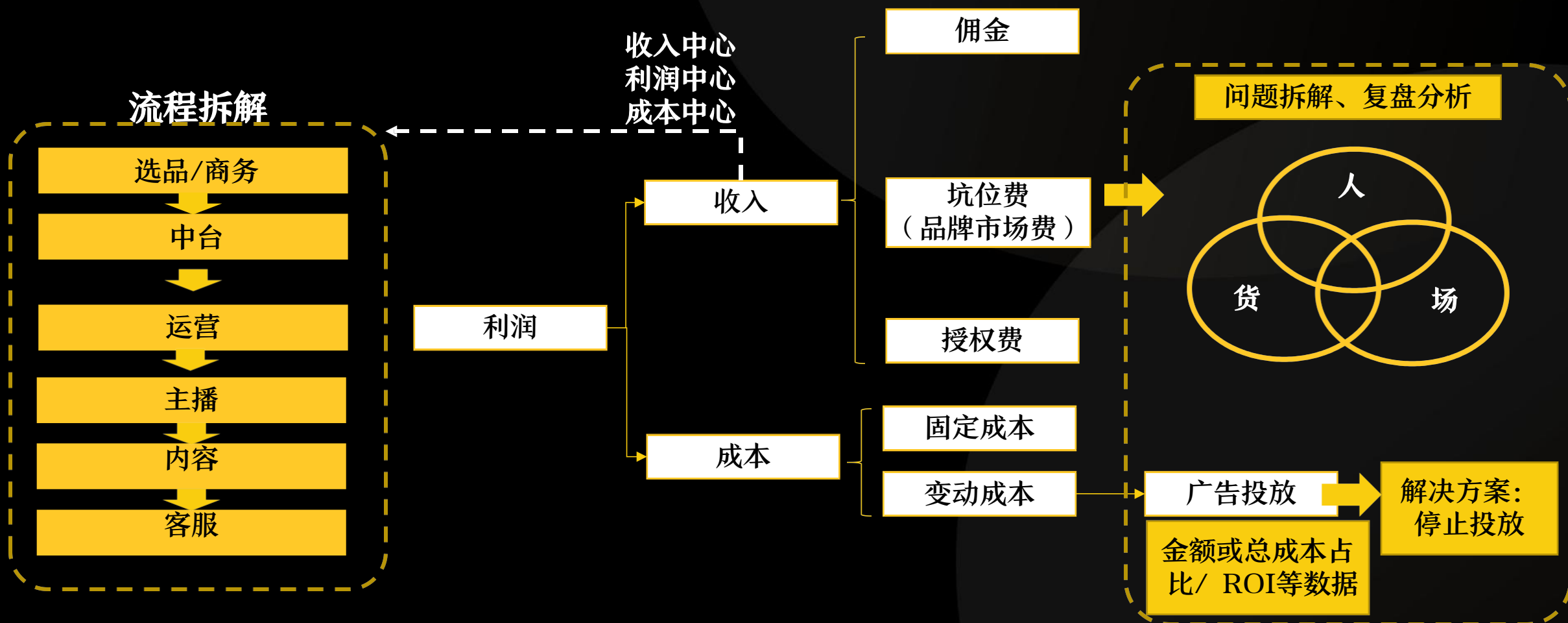


## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？



为什么敢停掉投放？回归本质，对业务的成本结构拆解。

系统思维：新东方直播间 workflow



## 为什么敢于停掉流量投放？

从前面的分析来看，在增加投入获取付费流量的同时，需要提升直播间撬动自然流量的能力，提升转化率，也就是流量承接能力。

要提升转化率和流量承接能力，就需要解决问题2：谁来卖？

（优秀主播+优质货盘是直播间的第一生产力）



## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？（人）



### 问题2：什么人来卖？

- 直播间人货场的匹配决定着不同直播间需要的主播类型不同
- 那如何选出合适的主播？

### 回顾：新东方一直以来的选拔文化

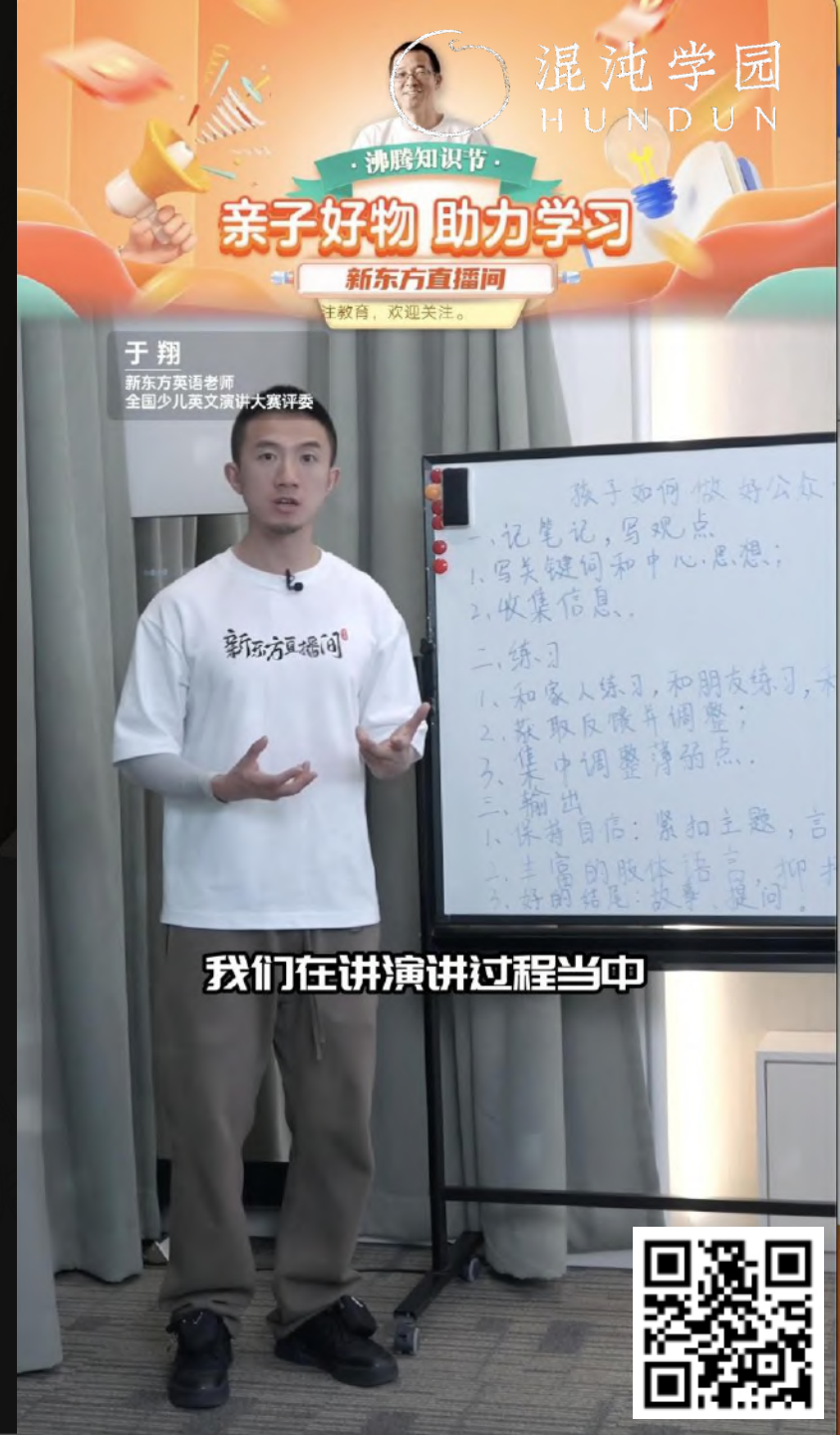
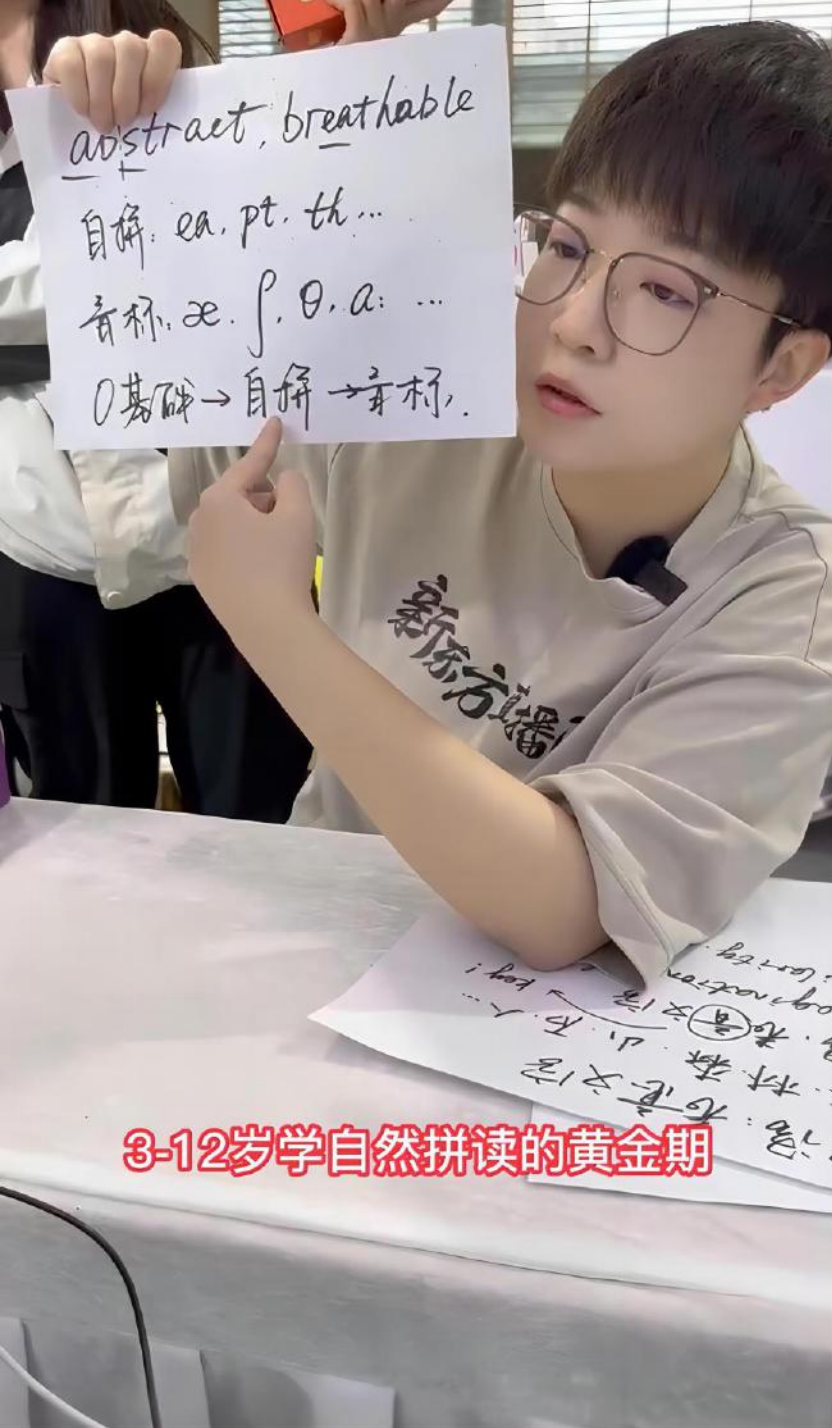
- 在面试阶段，就要把有个性的教师选拔出来
- 通过学员打分淘汰不合格的老师（打分低于四分，直接停课）
- 通过高薪水来留住好老师（新东方是“教师文化”而非“教案”文化）

### 结论：

- 替换掉销售型主播，强调优质内容+讲品带货
- 新东方老师/主播核心竞争力：有知识的表达能力（俞敏洪老师的总结）









若逻辑正确，只要过程得当，结果必然正确

停掉投放之后GMV经过两个月断崖式下降与恢复期后，立刻出现了飞跃的拐点

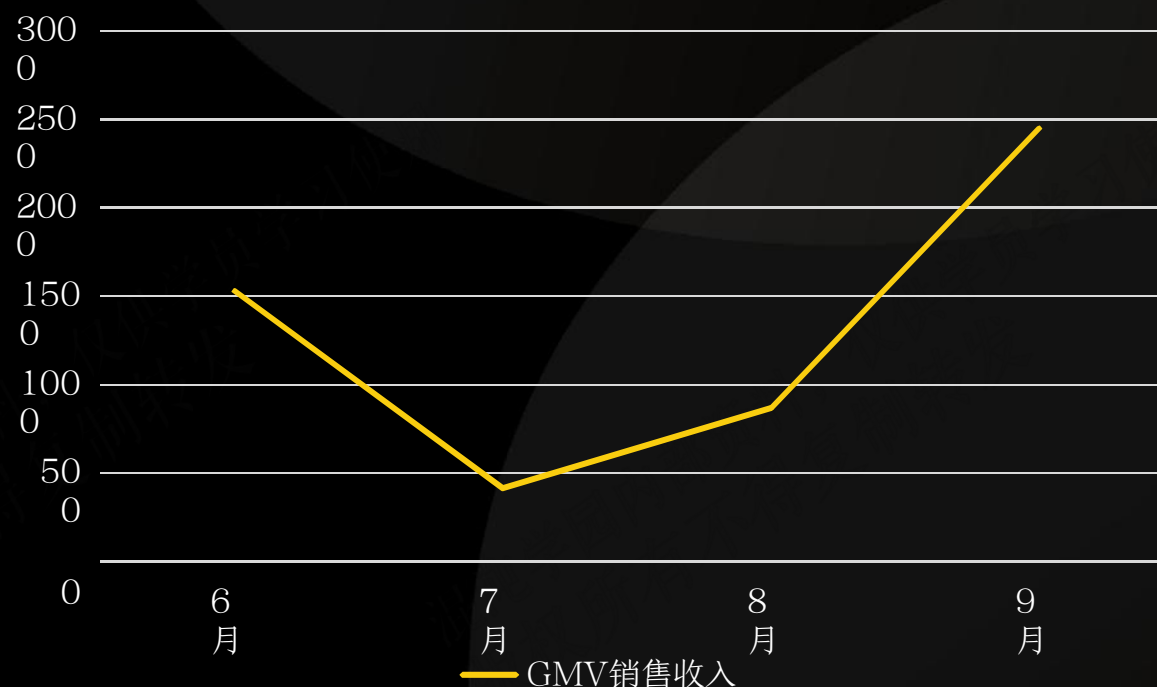
2022年6月GMV 1530万

2022年7月GMV 417万

2022年8月GMV 870万

2022年9月GMV 2450万

GMV销售收入（万元）



## 2.2.2 再来解决人的问题：怎么卖？（人）



### 关于流量的复盘

- 场观：固然重要，不是核心（判断一个直播间是否做起来，绝不是看场观）；增粉：也挺好，但不完全相关（千万大号不一定卖的过十万粉的号）
- 从大额投放转为以做自然流为主投放为辅，增加内生动力——看成交 看转化 看留人能力
- 转化效率和转化率才是“一”，不然很容易投入一大堆 忙得热火朝天 换来个虚假繁荣



## 2.2.3 最后解决场的问题：要不要专业化？（场）



### 打造专业的内容直播电商公司

- 市场部更多是通过活动和投放给全国引流，没有明确业绩指标
- 直播电商公司是业务导向，有明确的收入、利润指标





¥ 直播间成交金额

¥5,447,850  
万

目标进度 99% >

平均在线人数

3,231

平均评论次数(分钟)

194

曝光-观看率(次数)

5.96%

千次观看成交金额

¥7,264.45

人均观看时长

2分钟46秒

商品点击-成交率(人数)

9.18%

观看-互动率(人数)

8.47%

新增粉丝数

7,697

成交老粉占比

58.24%

成交件数

1.18万





## 2.2.4 复盘：新东方直播间带货生意的“一”



- 团队工作方式：开会（沟通-协同-执行-复盘，充分同步同频）
- **核心沟通方法：抛球理论（Tossing the Ball Theory）**，核心是建立有效的对话、理解与合作机制；相互倾听、共同参与、确认抵达
- 各种会议：策划会、启动会、复盘会、每周例会、阶段总结会、选品过品会、组内组间协同会、商家品牌培训会……



## 2.2.4 复盘：新东方直播间带货生意的“一”



流量撬动的本质是人货场的匹配

新东方直播间带货，人货场逻辑下

哪个更重要人？货？场？





## 2.2.4 复盘：单点击穿——“人、货、场”



用优质内容嫁接商品，赢得用户信任



还是那句话：逻辑上是对的，过程也没问题，现实就必然发生

- 2023年二月
- 又是一个开学季
- 新东方直播间创造了
- 两周开学季销售额5200万的战绩

新东方直播间

# 战报

热烈祝贺  
2023开学季专场  
1月28日~2月12日总销售额突破

# 5200<sup>万+</sup>

感谢大家对新东方直播间的  
信任与支持

抖音搜索  新东方直播间

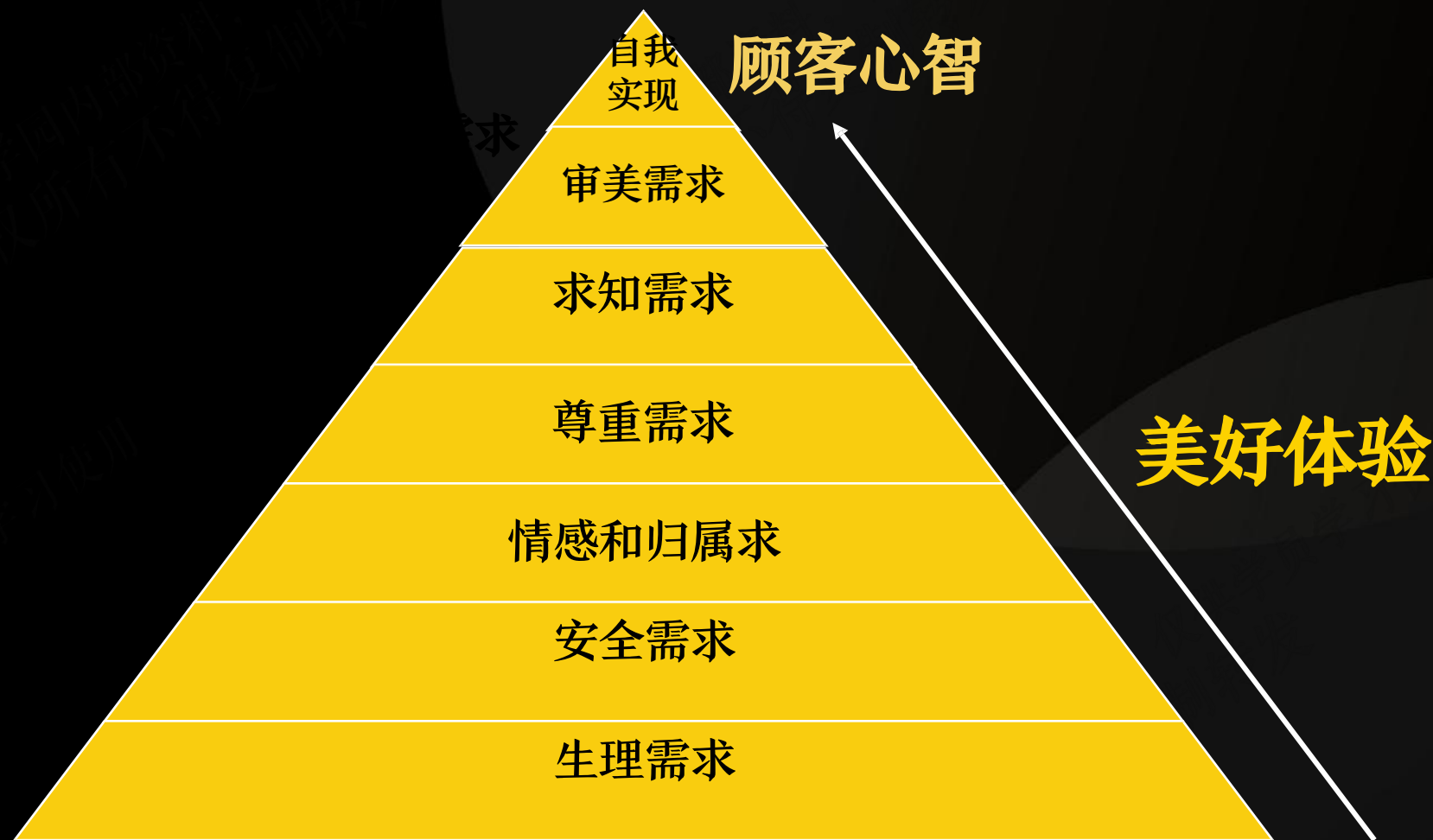


# 还是那句话：逻辑上是对的，现实就必然发生

疫情拉低了老百姓的生活质量，疫情之后，很多人非常着急加入中国经济发展的大潮中。按说这种情况，大家钱不多都不买书了，但在新东方三个平台上，书卖得极其火爆，大家拼命想学习和获得进一步的发展机会。这几天会展中心图书展览会上人山人海，挤都挤不进去。这也从另一个层面印证了我所说的，每个人都想要抓住面向未来的机会。



新东方直播间做的，其实满足目标用户的深层次的需求：情感、尊重、自我实现



马斯洛需求层次与用户体验的关系



## 2.3 从新东方直播间看直播卖货的本质

本质探索

教育

新东方直播  
间

直播电商

流量

### 2.3.1 电商直播的本质是什么？



电商直播的本质是流量生意





## 2.3.1 电商直播的本质是什么？

本质探索

教育

新东方直播  
间

直播电商

流量



销售 Sales

+

营销 Marketing



合二为一  
提升ROI投产比

直播电商的价值：缩短链路，高效触达



我把直播经济叫做商业的第三次革命。第一次是大卖场，第二次是电商，第三次就是直播带货。产品需要**销售渠道**，我发现最有效的销售渠道除了找代理，就是直播带货。

@ 新东方创始人俞敏洪



## 2.3.2 流量的本质是什么？

本质探索

流量的本质是什么？

教育

新东方直播  
间

直播电商

流量



(1) 思考问题：信任的价值？

直播内容与教学教育内容的结合，组合创新  
→ 击穿信任、撬动杠杆（杠杆即转化率，转化单价）

流量的本质是价值的内容与信任的转化



## 2.3.2 流量的本质是什么？

本质探索

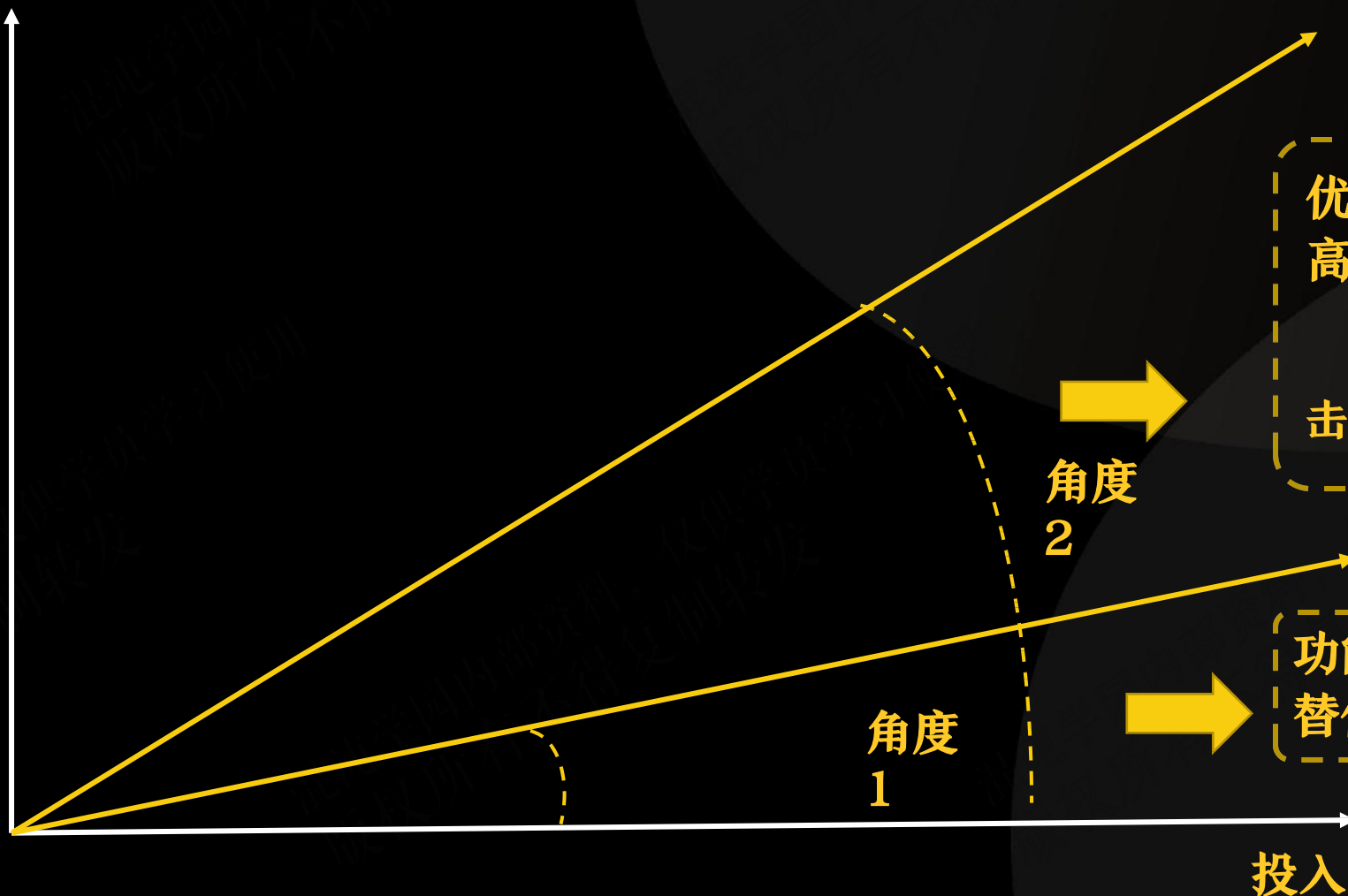
教育

新东方直播  
间

直播电商

流量

价值



优质内容产品，杠杆效率高，势能更大



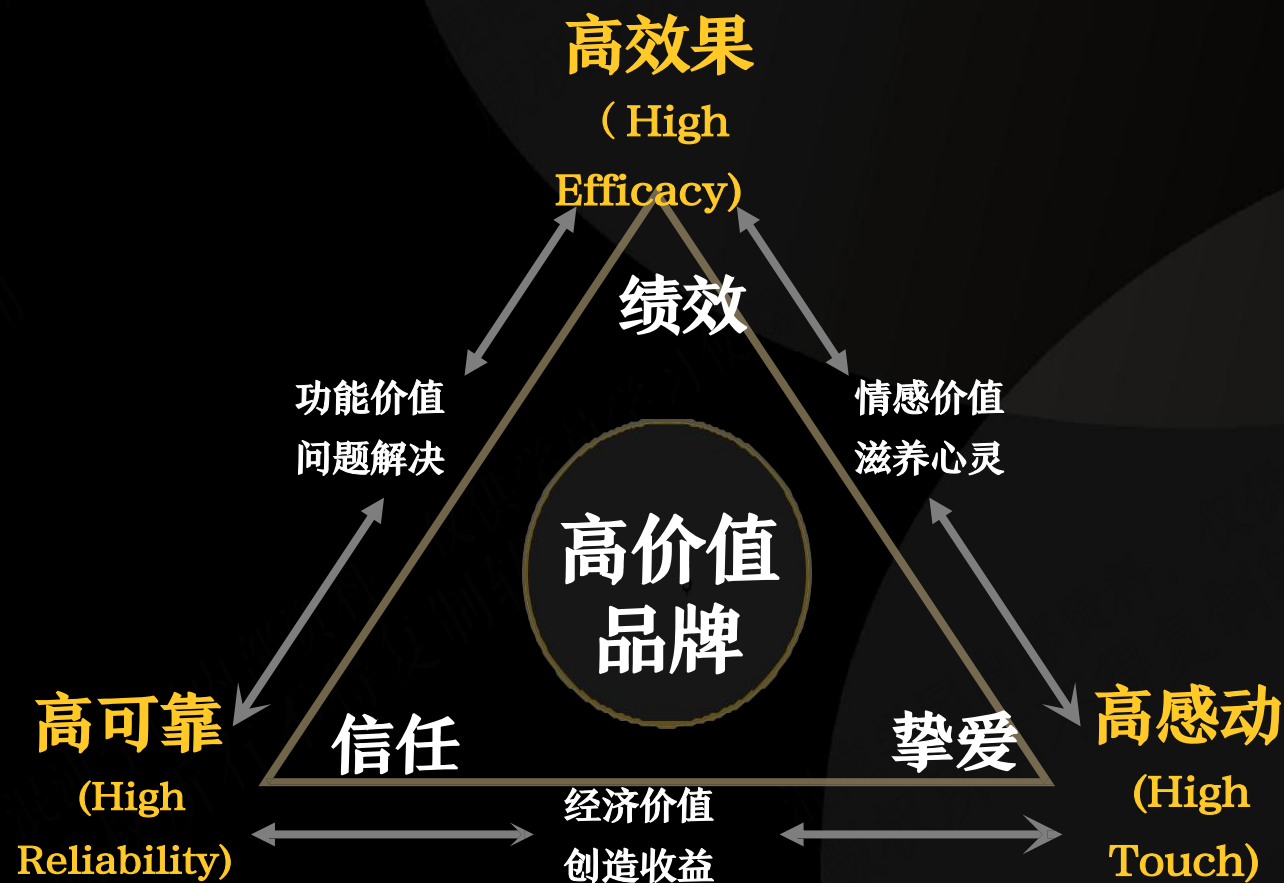
击穿用户信任，形成品牌力

功能型、低粘性产品，可替代性强，杠杆效率低



## 2.3.2 流量的本质是什么？

### 数智时代塑造高价值品牌的三个基石





## 2.3.3 流量的本质是什么？

本质探索

教育

新东方直  
播间

直播电商

流量

在服务客户的过程中，长期有耐心地对工作进行持续改善，  
最终形成胜势。

@美团



## 2.3.3 新东方直播间带货定位的“一”



- 用优质内容进行降维打击
- 用优质内容进行良币驱逐劣币
- 用优质内容赢得用户的信任

背后的思考：为什么要击穿用户信任？

唯有信任，方能持久。



# 课程目录

引子 | 新东方的前世今生

第一部分 | 新东方开启直播电商：东方甄选

第二部分 | 新东方直播间的诞生与生长

第三部分 | 新东方的组织文化：穿透一切的本质因



东方甄选爆火，新东方直播间从0到亿高速发展，  
于是新东方直播电商也成为了各大企业学习的样板

但不强调组织建设与文化，再多的学习可能也无法落地



## 新东方文化的两大构成部分

涌现型组织

+

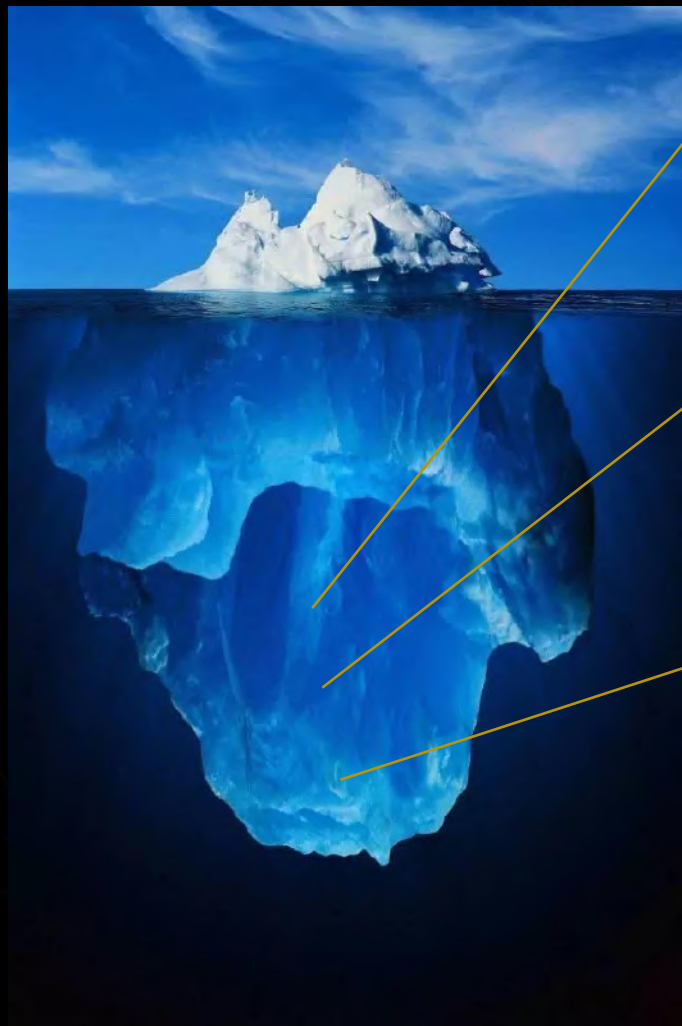
企业家精神





# 3.1 新东方的涌现文化

## 3.1.1 涌现文化的基础之一：人文关怀



真心爱人

新东方面试老师：报销火车票，“插队”面试

容错文化

新东方直播间招聘主播，俞敏洪老师给三次试播机会：要让人在状态最好的时候绽放

人才筛选

招聘广告：英雄不问出处



# 3.1 新东方的涌现文化

## 3.1.2 涌现文化的基础之二：躬身入局（前线意识）

### 俞敏洪的前线意识

- 做新东方，俞敏洪自己站讲台、做招聘，喝酒差点把自己喝废
- 做直播，俞敏洪自己开了一个直播间
- 做创新：开启新项目，允许先亏个一两年，勇于尝试

**管理者不一定参与所有细节，但一定身在前线。**



如果你想完成一件事，那就亲自去做。  
如果不想完成，那就派人去做。

@凯撒大帝



## 3.1 新东方的涌现文化

### 3.1.3 涌现文化的基础之三：组织的敏捷与扁平



## 3.1 新东方的涌现文化

### 3.1.4 涌现文化的体现：

东方甄选和新东方直播间的成功都是涌现出来的！

在此之前，新东方没有人会直播卖货

（俞老师亲自上阵，允许失败，迭代反馈链路短且高效）





## 涌现文化可能是组织现阶段最好的进化方式

- 在一个不确定性飙升的时代，涌现型的组织才能不断跨越非连续性，获得新的发展机会。
- 组织发展不是静态的，因为变才是始终不变的底色；组织动态应对不断变化的环境，这即是迭代反馈的体现。



## 3.2 新东方的企业家精神

关键问题：新东方总能化危为机，持续发展，背后的支点是什么？

- 一个近30年的企业经历了非典、疫情、K12双减等，为什么它能穿越周期？
- 2021年11月新东方退租1500个教学点，捐赠8万套课桌椅，自己淋着大雨还在努力为别人撑伞。背后的支撑是什么？

**新东方**  
XDF.CN



# 可能的答案：企业的本质

- 经济学家科斯：企业是为了解决市场交易中的交易成本问题而存在的组织形式。
- 管理学家德鲁克：企业的本质在于创造价值，追求使命，并通过良好的组织管理实现战略目标

然回顾三十年的创业历史，新东方一直在坚守：  
为用户创造价值，解决社会问题



# 更加可能的答案：企业家与企业家精神

企业家的职能就是实现创新。

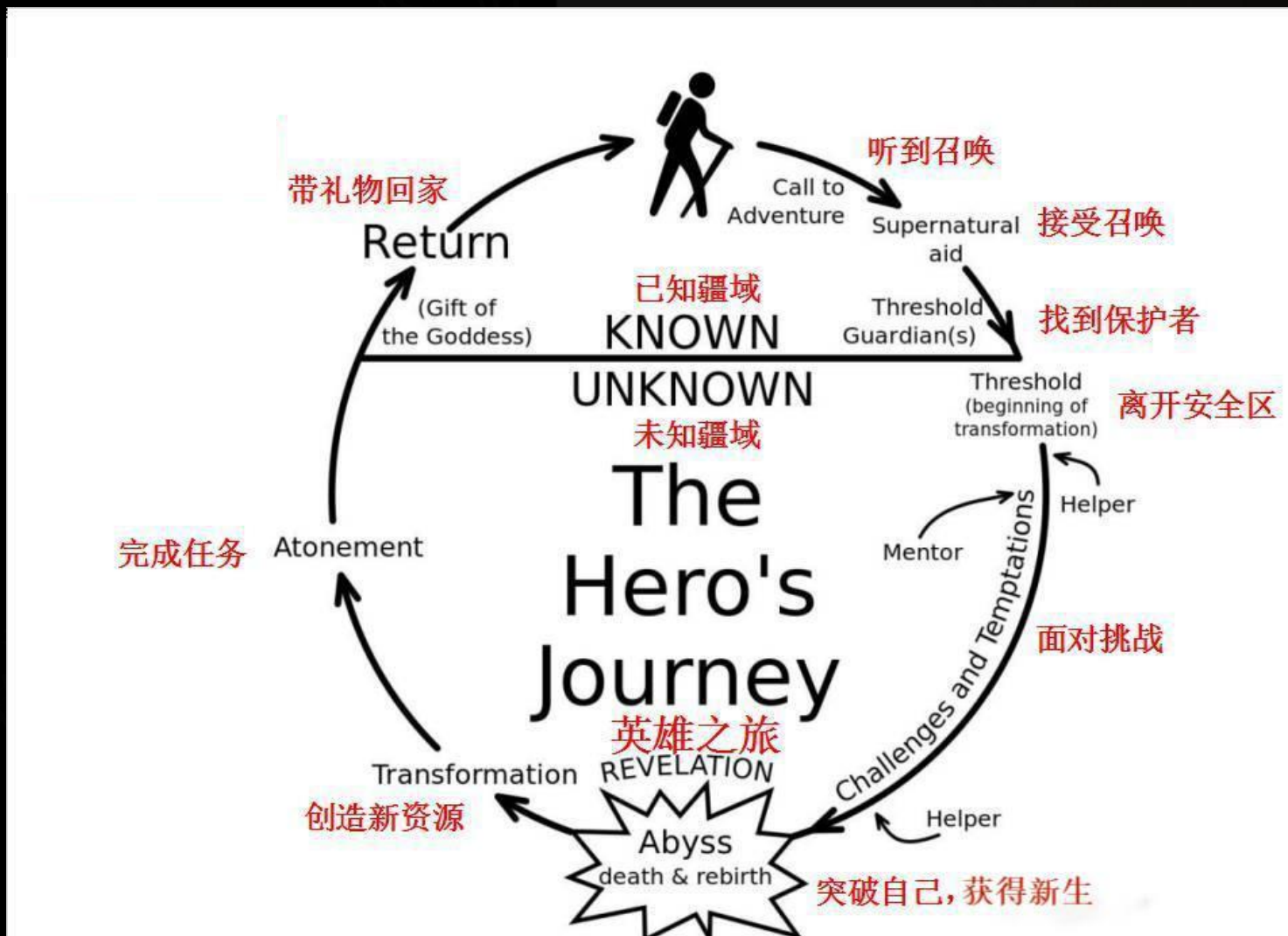
@熊彼特

企业家就是具有创新精神的人。

@德鲁克



# 《英雄之旅》（约瑟夫·坎贝尔）：一部锻造坚韧灵魂的“启示录”



企业进化也是英雄之旅的过程，伟大的企业尤其如此。





# 作为企业家，俞敏洪60岁后的“一”是什么？



《不负我心》——俞敏洪的“英雄之旅”记录：

从“心”出发，从初心、真心、苦心、用心、从心到正心，呈现了自己多年来不断取得进步以及走出逆境的“六大心法”：

- 初心（在爱与被爱中前行）
  - 真心（用教育点燃成长的激情）
  - 苦心（让自己成为有价值的存在）
  - 用心（做人像水，做事象山）
  - 从心（阅读、行走与思考）
  - 正心（修炼自己，造福他人）
- 
- 企业家的认知和修为可能是企业真正的天花板
  - 新东方的底色是善良、良知以及正确的价值观，无论经历什么，都要守住正确做事的边界——俞敏洪

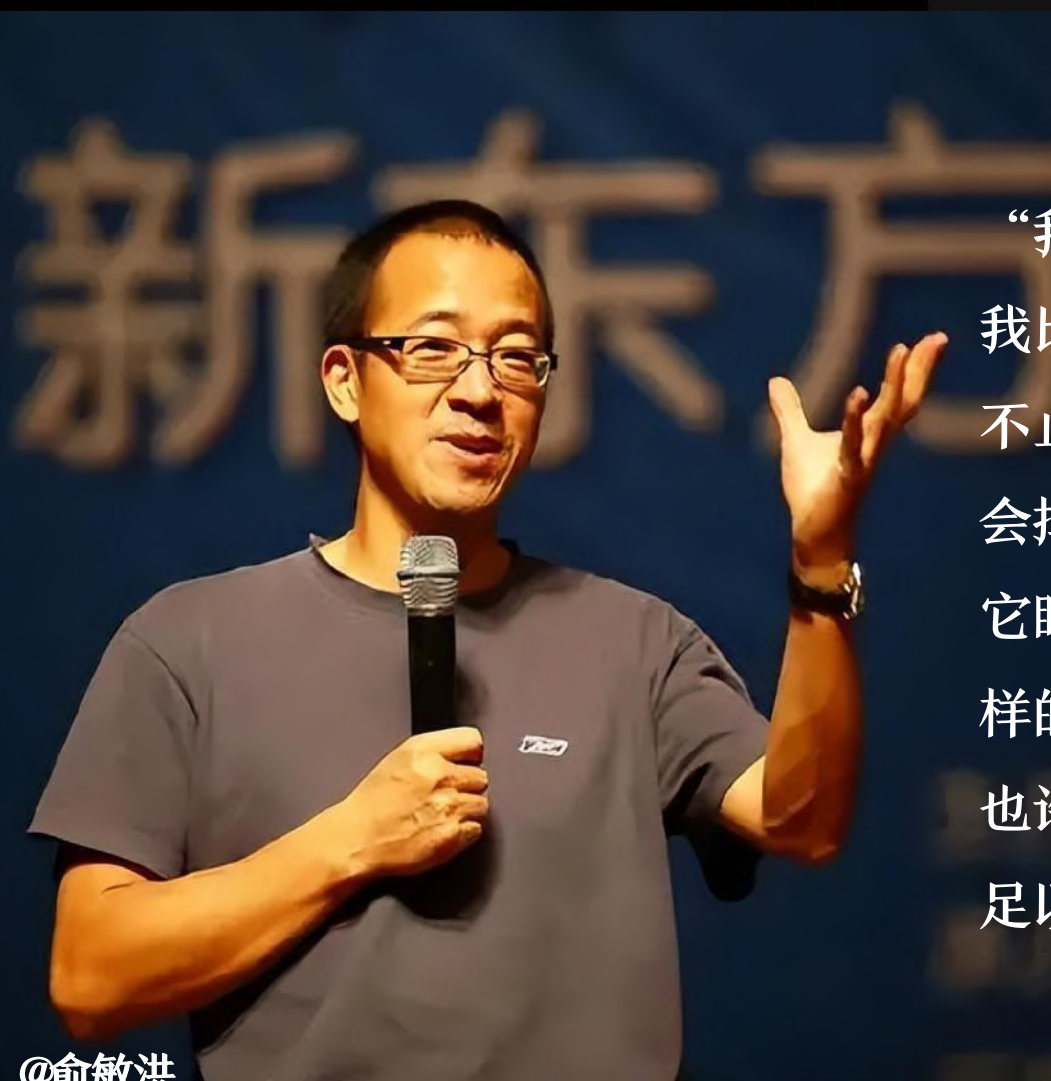


# 面对重重困难，何以坚守

- 拥有坚信天会亮的笃定感——在绝望中为别人带去希望的利他心
- 这份笃定感的源头来自于哪里——创始人俞敏洪的创业家精神
- 笃定感如何感染到员工——通过每日践行新东方精神传承和影响

励志+利他





@俞敏洪

在2008年北京大学开学典礼上的演讲

“我到北大，一直是班上最后几名；我知道，比聪明我比不过，但是我可以拼努力；能登上金字塔塔尖的不止是雄鹰，还有蜗牛。蜗牛向上爬的过程中，一定会掉下来，但蜗牛还会不断爬，只要爬到金字塔顶端，它眼中看到的世界，它收获的成就，跟雄鹰是一模一样的。我一直认为我是一只蜗牛，但是我一直在爬，也许还没有爬到金字塔的顶端，但是只要你在爬，就足以留下令自己感动的日子。”



# 新东方创始人俞敏洪的一

考试培训

自己活下去  
(我擅长, 人与物)

农产品电商

让更多人活得好  
(被需要, 人与人)

行走人生  
(新东方文旅)

对生命本质的热爱  
(我热爱, 人与自己,  
Love it as it is)







俞敏洪



Nov 10, 2022 14:04

俞老师 我在做混沌“一思维”的学习 想请教您个问题。马斯克在介绍他的战略的时候 喜欢提物理学中的第一性原理；想请问您觉得 东方甄选创办时的“一”是什么？从去年底创办到今年爆发 再到现在高速发展 这个底层的“一”发生了什么样滴变化？谢谢俞老师指点🙏😊



Nov 10, 2022 14:39



哈哈，那里有一啊

Nov 10, 2022 14:47



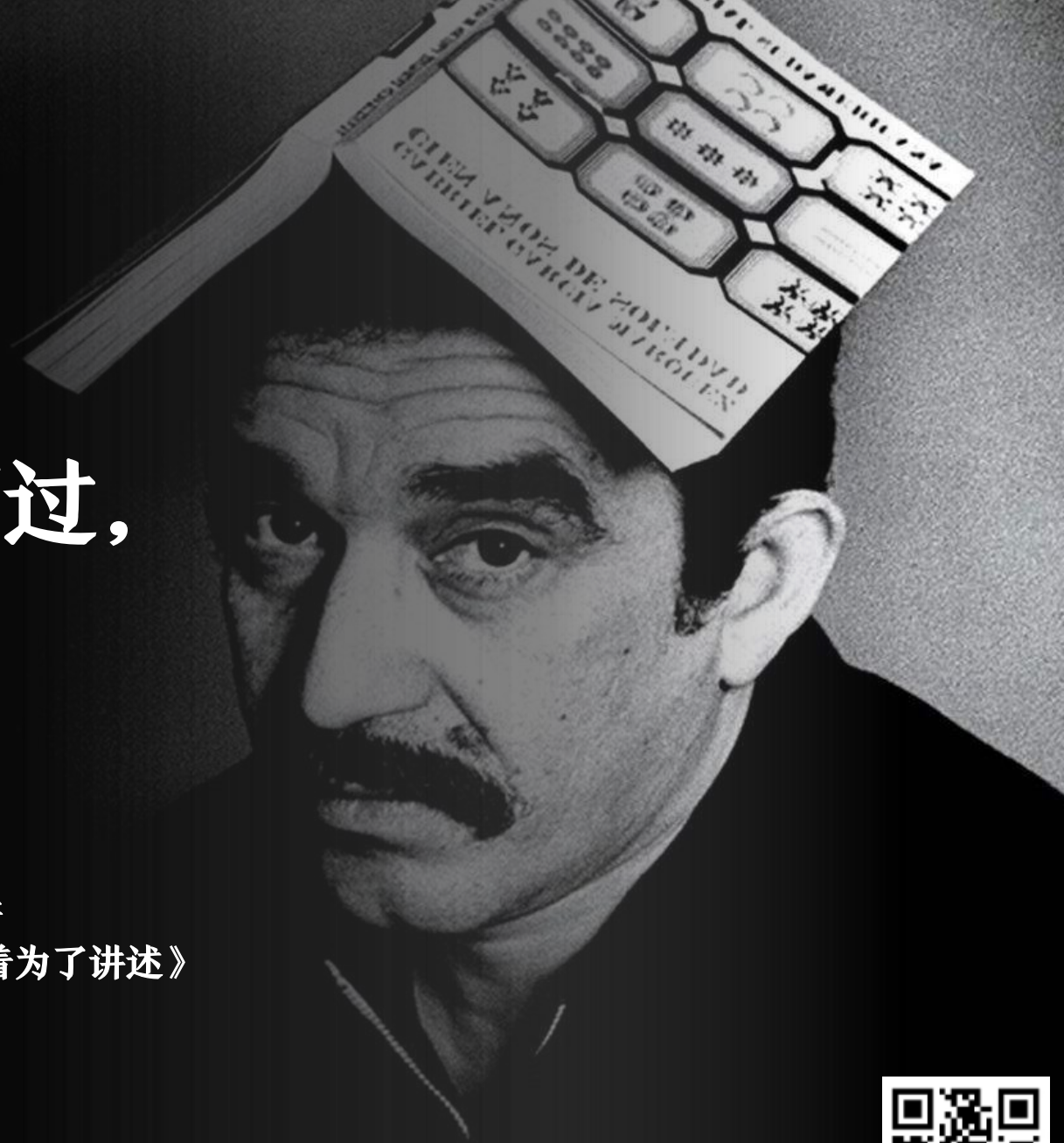
新东方人的真诚和对生命的热爱？





我年轻过、落魄过、幸福过，  
我对生活一往情深。

@马尔克斯  
自传《活着为了讲述》





HUNDUN  
混沌学园



混沌学园  
HUNDUN

# 感谢您的聆听

这个时代最有梦想的人



# 互动问答



# 混沌APP- 在线学籍

遍邀全球名师，400+经典创新好课

- 一线操盘手
- 学者 • 投资人
- 行业专家

朱啸虎

金沙江资本创始合伙人

李想

理想汽车创始人

凯文·凯利

《失控》作者

傅盛

猎豹CEO

陆奇

奇安信创始人

薛兆丰

北大教授

黑川雅之

世界著名建筑与工业设计大师

许知远

《十三邀》主创

杨飞

luckin coffee CMO

郭广昌

复星国际董事长

成甲

《好好学习》作者

鲍哲南

斯坦福大学教授

赫拉利

《人类简史》作者



## 商业实践者的认知升级之旅

每周上新一堂好课，每一课都洞穿本质，在思维系统中构建对世界的认识。入学后400+经典内容畅学，还可进修系列高阶内容：创新学科、哲科思维、创新商学。

思维

“一” 思维

思维模型背后的元认知操作系统，练就复杂现象中抓本质、关键、建系统的能力。

课程

创新思维好课

每周六9点线上APP上新，理论与实战结合。知名企业家、投资人、行业专家授课。

练习

混沌小组共学

加入感兴趣的主题小组，线上+线下共学研讨，认知升级。

比赛

创新方案大赛

以赛带练，找真问题，学真方法，练真反馈，赛真友谊。



# 混沌在线会员入学福利

- ◆福利一：加入/续费，可先私信班主任领取专属优惠
- ◆福利二：加入/续费，即送商学课必备资料包
- ◆福利三：加送会员专属AI资料包，手把手教你入门chatGPT、Midjourney

- 混沌老同学，如何查看自己的班主任？【混沌App-我的-专属班主任】
- 新同学可扫右侧二维码，添加班主任

\* 注：此福利为班主任专属通道入学享有



新同学扫码添加班主任  
私信享专属优惠福利



扫码查看更多介绍



新鲜出炉的

# 《AI工具合集》国内AI工具合集

国内AI工具合集

一、大语言模型

## 盘点国内主流大语言模型

- 02-阿里“通义千问”
- 03-华为“盘古”
- 04-商汤“日日新”
- 05-科大讯飞“星火认知”
- 06-昆仑万维“天工”
- 07-达观数据“曹值”
- 08-澜舟科技“孟子”
- 09-360“智脑”
- 10-中科院自动化所“紫东太初”
- 11-网易“玉言”
- 12-智源研究院“悟道2.0”
- 13-复旦“MOSS”
- 14-清华“ChatGLM-6B”
- 15-知乎“知海图AI”
- 16-超对称“BBT-2”
- 17-金山办公“WPS AI”
- 18-出门问问“序列猴子”

二、对话机器人

- Chatgptunli
- Craf
- FORCHANGE AI EDU

三、绘图

- 01.aski.ai

### 一、大语言模型

#### 01-百度“文心一言”



访问网址: <https://yiyan.baidu.com/welcome>

是否免费: 直接提交等待测试即可!

简介: 文心一言是百度推出的一款全新一代知识增强大语言模型, 协助创作, 高效便捷地帮助人们获取信息、知识、灵感, 持续从海量数据和大规模知识中融合学习具备知识、推理、创作能力。  
特色功能:

- 文学创作
- 商业文案创作

找班主任  
领取入学资料

# 2023

## 混沌在线会员 新生必备资料

入门混沌 必备神器

- 1 思维模型应用卡片、课程专题清单
- 2 多领域商业实操思维导图PDF
- 3 270篇精品商业案例笔记
- 4 加送: 12大行业趋势及AIGC生产模式报告

入学后请在混沌APP-我的-专属班主任  
联系你的班班领资料吧



HUNDUN  
混沌学园