

《参哥认知圈》

24 条高认知对话拆解

我觉得我这一生最有价值的项目就是我的企业家联盟，我每天差不多见 1-5 个老板，持续了一年，这个事真的改命了。补了认知，看了世界。

认知不是想出来的，是看到或者是做过的事情。我见了 1000 个老板，特别高智商的高认知的不多，大部分老板，90%的人在合适的时间做了合适的行业，现在小伙伴想创业，我觉得你在没有看过 100 个老板之前，你就不要去做了。只有你见过足够多的老板，你才会清楚的看到这些老板是什么属性，他是怎么沟通的，他的思维方式是什么样的。

我们解决问题的方式就这么几种

- 1.第一种自己悟，这种我们叫神，一万个里面可能都没有一个，他不需要借鉴任何人，自己能想的明白。
- 2.自己干自己倒霉，不断的去摸索。
- 3.花钱买别人的经验

有时候走出来多跟高频的人交朋友，多出来看看比我们牛逼的人都在做什么样的事，会少走很多的弯路。

欢迎来参哥企业家联盟认知 1500 老板，补圈层，补认知。

认知是你人生阅历人脉的总和，没有靠脑子想明白的认知，大部分认知需要你经历一圈或者你看见才知道的认知。人生阅历大于一切。

参哥对话卫仕品牌 CEO 吕少骏

国内宠物行业头部公司掌舵人



吕总是我认识花钱最大方的老板，没有之一。见面收 8 万，吕总第一次见面给我付了 20 万，没有提任何要求。当时一看我觉得老板很大方，见面以后，我们有个 200 万的服务，最后给我们付了 300 万，然后我跟吕总组了一个合资公司，连夜把钱打回去了。之后吕总做这个事儿特别牛逼，我就觉得真的是活该人家有钱，吕总连夜给我送了 50 箱茅台，我觉得从做人这个角度来讲，已经做到头了。

卫仕的品牌成长之路

做多大的企业跟具体想要的点有非常大的关系，为什么那么多人开始的时候一把好牌，后面打了稀巴烂，但是有的人为什么能翻盘成为一个真正顶级的公司？

吕总和我都认为，人是最核心的优势。为什么很多蠢货能成为公司的核心空间力量，因为他们非常有那种使命感，大部分人遇到这种困难的时候，他会绕着退回来，但这些人不退。

其次，做小事和大事的逻辑一模一样。业务轮替了这么长时间，业务数目也十分多，总结出来一点，**越赚钱的越好做**。我觉得任何一个事情你干得久了之后，你自己很多东西，你大脑里面不用进行思考，明白你的经验在这里，然后你看他的市场趋势，你自然会得出一些东西。

其实我的粉丝都知道我是非常抗拒品牌的，我觉得谈品牌都傻逼，但是卫仕除外。普通人现在还有机会做品牌，但很难。从跟吕总的交流中，发现品牌的一些核心。**这世界最牛逼的东西，就是底层框架逻辑。**

第一、品牌最重要的就是信任。一定要培养基础素质，一件事要么不做，要么就做到 120 分。

第二、品牌不是一蹴而就的，品牌一定是穿越周期的。外部环境好的时候我很好，外部环境不好的时候，我靠着我的用户们，因为建立了这种信任，他们对我的支持，我还可以活下来，当外部环境好的时候，我又可以再一次的发展。

创始人一定要对公司战略极其清晰，一定要做确定性很强的复制，公司的钱到底在哪，这件事是一定要明白的，很多公司为什么到后面战略歪了，本质上就是老板没想明白钱在哪。同时，贯彻执行力，对于老板来说，执行力大于认知，执行力的核心是老板必须懂业务。

抖音时代品牌如何进阶

很多创业公司啊，就是赚钱要多，但是涉及到资本很少，因为你没有融入多少东西，目标感不够强烈。**很多看似复杂的问题，本质都很简单。先做渠道，再做产品，活；先做产品，再做渠道，死。**

我觉得任何一个事情你干得久了之后，你大脑里面不用进行思考，明白你的经验在这里，然后你看市场的趋势，你自然会得出一些东西。**这就是直觉，直觉是挺悬的一个东西，直觉是千锤百炼的科学。**为什么很多小公司一生无缘资本，因为你没有技术触及资本。**工作要做深度不要做宽度，两厘米的宽度，2 公里的深度。**包括现在抖音时代，为什么之前有人能在淘宝挣到钱？是因为那个时候融到资以后，马云一块钱买的流量，其实我们可能两毛钱就拿到了，做品牌最大的点就是收广告费，还有足够多的曝光量，如果你不能采用某个平台的流量红利，几乎没

有任何可能性。就像现在如果做品牌，我用传统纸媒的打法，不可能有机会。参哥这两个字也算个品牌，有很大的曝光度，有一定认可程度，抖音 8 亿用户，我抓到私域里面的成本不到十块钱，这就是我成为品牌的核心，把抖音的流量红利给吃完了。

所以抖音是巨额盈利工具，所有的行业都值得在抖音重塑一遍。一定要做，不做抖音必死没机会。

参哥对于卫仕做抖音的建议

我觉得最核心的问题是看事情的本质，我特别喜欢问为什么。我看问题比较透彻。我小时候干过什么事啊，十几年前我到别人工厂走一圈，我能回来自己画工厂的流水线设备图，我能把型号全部记住了。

看别人做了一个产品，我脑海里面想的第一个是我，我能从当中学到什么，我能怎么样用到我们自己的产品上。老板一定要进入思考层面，我一直很坚定这件事。我觉得卫仕是一个很愿意花钱的公司，他们愿意去分一些钱，或者给个行业最高价，把人才挖过来，这件事让我学到非常多。思考一个问题：卖人容易，还是卖事容易？

所以当公司他愿意解决人的问题和解决事儿的问题产生分歧的时候，他就基本决定了命运，你解决事儿能解决几个，解决不了几个。解决人的问题才是公司持续增长的核心。

另外，MCN 的本质什么，也是以单一业务模型作为去赋能，这是跟传统公司最大的一个区别。当一个线上级 IP 出现的时候，它就是一个全品类的平台，他除了可以带卫仕以外，他一定要带其他产品，否则他的收入会变低，但是如果一旦具备这种业务模型以后，我觉得卫视其实有机会复制 100 个以上的 IP。

所以一定要突破品牌的加速，有太多太多的品牌是因为我被产品给局限死了，所以导致没做起来，这是本质原因。很多看似复杂的问题，本质都很简单。先做渠道，再做产品，活；先做产品，再做渠道，死。抖音的核心是什么？其实就是一条，做确定性的项目扶持，这是我们公司真正厉害的地方，就像我们只要把去年最盈利的事儿重复一遍，我们就是一家很强很强的公司。所有盈利在几个亿以上

的公司全部是 MCN。

参哥对话 26 岁千万级别老板伊万

连续踩中风口，认知天花板



有个年轻人，给我直播间刷了 100 万音浪，直接就把我直播间炸掉了，后来接触了一下，他年纪轻轻，就连续踩中风口，电商、微商、抖音。很多人认为是剧本，但后来我们见过两次，我们这种沟通虽然只有一两个小时，但是可能会像十年老朋友那样，中间产生很多问题，但本质上值得很多人借鉴学习。

为何要稳拿流量盘

我认真的研究过周文强，我就发现一件事，我们做多大的生意，其实需要多大的社会关系。我觉得我的社会关系只能支撑我去做一两个的体量，做大容易出事儿。我后来我知道周文强为什么牛逼，很多人不知道他是河南首善。

伊万建议我模仿博商的商业模式，之前被封 5 个月，我明白一件事，把所有的鸡蛋放在一个篮子里面，其实是一件特别特别大危险的事。所以我们做商业 IP 有很多，很多项目我们其实要的不是项目粉润，要的是股份，利润也极大。你也知道抖音的巨大商机，其实红利期往往都没有多长时间，没有短期暴利，很难支撑长期价值，很多行业是不可能干一生的。我要在抖音这两三年大规模的财务自由，然后后面在支撑去做一些事。

我投资我是不需要给钱的，因为**对大部分优质企业来讲，他们真正缺的根本不是现金，是流量，**

是我的势能。留住现金，不要乱投资，等待机会，他们的投资跟我是不一样的，别人只是看中了趋势，或者说看中了外壳，再去投资。但我的话，是可以让人脱光了衣服，让人把心把肠子掏出来给我看的，所以我投资的命中率、精准度和普通人是远不一样的。**抖音太大了，有结果都是对的。谁的结果大，谁更对。不求大号，只求安全、稳定、精准的流量。**

如何拿稳流量盘

什么样的人能在抖音拿好流量盘赚到钱？总结下来有四点。第一，老板非常懂业务，就是他真的能看到一个事物，和普通人看到的事物他是不一样的。

第二、项目一定选择的极好，他说你要做一个亿利润的生意，你那个盘他至少得是一个亿的。**抖音只是一个流量放大器，没有变现项目你粉丝再多也赚不到钱。**

第三、很会用人。千万不要一个人拿全部的钱，干全部的活。

第四、情商很高，这个叫认知，就是你不断见更高维度的人，他们给你灌输一些信息。就像今天我再做生意，不可能去做一个小生意，我的认知不允许去做那种事情。**如果一个事情是双赢的局面，并且大家可以持续双赢的话，私董会就符合这个标准。大家在里面互相照镜子，互相去吸取营养，然后互相去开拓事业。**

私董会能让你快速见世面、甚至改命。一句话总结私董会的价值，让你所有的事得到论证。信息圈带来财富。

对于资本积累有什么好建议

人永远不是平等的。我见了 1000 多个老板，真的不是每个老板认知都高，我见过跟能跟我同频对话且认知水平差不多，现在 1000 多个老板不会超过十个。一个人能够达到的高度，取决于他是什么样的身份，在什么样的环境里，与什么人在一起。大部分人其实靠什么，

还是靠运气挣的钱。

伊万弄明白一件事，他如果需要流量，搞线上关系，就刷礼物是最快速的方式，表达对我极大的认可。这个时代人人时间都很宝贵，如果你要找的人很牛逼，付费学习是最快速的方式，付费学习绝对是拓宽高质量人际圈非常重要的手段。他给我刷礼物，或者线下塞十万块钱给我，绝对会收获两个完全不同结果。

做老板，一定要解放自己，老板一定要进入思考层面，80%的老板真的都死于不懂技术，非要自己研究。所以一定要学会用人。我今年我有个合作伙伴卫仕，那个老板就是让我学到了很多，见面 8 万，打了 20 万，然后给公司 300 万的费用嘛，他直接打了 400 万过来，我给返投 200 万，然后我又退了 100 万。之后他连夜给我送了 50 箱茅台。

如何战略布局

一个是人才的标准，一方面是要有包容心。从来不是说他多聪明，多有天赋。我这么多 IP，杜江，李潇，毛毛、兴趣会、老板，这四个是我们觉得我能去探讨一些另外一些层次的东西。当你公司里面其实如果有三个人能力跟你高度相仿，你会觉得很爽。

知道未来利润点在哪里。真正的大利润都在 MCN 或者类似属性里，真正的核心利润在哪？我是挣多少钱在头上，我算的明明白白的，这钱在哪，怎么干，投多少钱，这是我屌的地方。

我看了这么多企业，没有沉淀的企业是无法支撑这种东西，他的中间爆发的管理问题方面的问题会无限多。

多跟收入比你高的人一起聊。我对很多事情的预判和我整体的战略方向是极度正确，因为我能把风险降到最低。做一个行业要知道钱在哪里，我们公司比较核心的一个功能就是会比较会找钱，我的核心竞争力就是视角，这世界没有好坏，只有对比。

参哥对话未来科技预测人苗总

高峰期估值 10 个亿/未来科技趋势



苗总

参哥企业家联盟成员
资深投资人

太多人想要上岸，但你连进海里的路线都没有。都说你不要学成功人士的成功之处，要学他们的失败之处，其实往往原因在于很多成功的人，他不善于总结，今天对话的人，绝对是特别善于总结，而且能够很快很准提炼出问题的本质的人。能正确的把问题总结出来，就已经解决了一半。如果你想获得提升，建议把这个视频全部看完。

风投人如何把握核心利益

我花了很长时间，弄明白到底是要短期利益还是两个都要，以前傻逼，以前短期的不要。所以核心的关键是做选择，有的时候太容易被人左右，主要我觉得是概率问题。我是一个不想赌的人，我见了很多大哥就跟苗总的状态就很接近，没有不后悔的，该上岸时候就得上岸，不上岸就得再找机会上岸。你想跟着爬到巅峰，但往往事实是走到半路你们就一起跌下来了。

我认为核心竞争力有三个核心。

一、我从来不赌概率的事，我现在做生意特别简单，我的底层逻辑就是这个事儿有人做成了，且投钱很少能拿到最大结果。

二、我喜欢论证答案，我是一个特别简单的人，曾经有一个年轻的孵化，人品、智商方方面面都没有问题，但是我发现他特别愿意否定我，喜欢请外援，我觉得挺扯淡，我是正好相反的，我是只要看到有人拿到最大结果我就认。抖音太大了，有结果都是对的。谁的结果大，谁更对。不求大号，只求安全、稳定、精准的流

量。

三、私董会，让我能有巨大的表征单。每个老板过来，他靠什么挣钱的，他大概状态什么样的，我大概溜一圈就能看明白。跟老板们接触，进行信息流的交换才是核心。

我的孵化模式、私董会模式会越走越好，就是马太效应。商业本质到最后面，他绝对不是在某个生意压宝，就是博概率。老板进入到创业后半程，依靠的一定是思考和商业模式，而不是体力劳动，为什么我的孵化模式大概率是往上走的呢？是因为漏斗越来越多，最后漏下来盛的那些都是我的菜。创始人一定要对公司战略极其清晰，一定要做确定性很强的复制，公司的钱到底在哪，这件事是一定要明白的。

投资者需要具备哪些算法逻辑

不要试图挑战大众的认知，真相不重要，结果最重要。我电商做了 17 年，事实证明我的抽身而退是极其正确的。我身边很多干微商的人拿到特别巨大的现金结果，所以那个时候我就审视人生，如果短期你有机会，你能拿到一个特别特别巨大的结果，你为什么要追求长期价值，而事实上长期价值确实是个很扯淡的事儿。没有短期暴利，很难支撑长期价值。

抖音是现在最大的风口，抖音为什么厉害？因为它是人的聚合，一定要做人的生意，而不要做事的生意。定位很重要，大部分利润都被自己定位定死了。

每个人都会有非常明显的能力上限，我到达了一定体量，所以我去复制毛毛、星聚会，下面还有许多孵化、门徒。要记住，不能复制的生意很难做大，横向发展才能更快速。

关于抖音 IP 建立有哪些启发

不要顾虑太多，一个人一旦成功了，无论你觉得他多操蛋，他一定是有他自己核心几把刷子，永远向成功者学习。就像你现在你想多账号并行，你做不到明白费用大也是在确定确定性的对前提，他其实就跟传统实业的加盟连锁的逻辑是一样，开始的时候应该全力以赴 all in，要跑好一个账号就方方面面细节扣到极致，尤其是抖音规则，平台规则大于技术。

结果不是思考出来的，而是调研出来的。我为什么我这个人成功，你们多看看我，听听我在讲什么，**我的逻辑思维性极强，我从来不会去讲这个事情，我觉得怎么样，我一定会告诉你他的调研结果是什么样的，我能拿到什么样的结果，所以这导致我行动力的改变，我是不会去思考问题的。我有一句话特别简单粗暴，就是你要做的每件事，其实同行都已经给你答案了，就你没做业务之前，你就不要思考，一定是抄，找出确定性的业务，干就完了。**

参哥专访中国首善陈光标

有形资产过百亿，无形资产过万亿



陈光标绝对是我见过真正的思想境界极高的人，他跟我说这样一句话，富而有德，德富财貌。富人要有德，有德财才能茂盛，富人要为善而修德啊。改革开放，政府好的政策让我们富兴啊，就要去为共同富裕，为乡村振兴，为需要的人去做贡献，去实现自己的价值。可能很多人还不清楚自己最后能得到什么，但不妨先看看我们能为这个社会能留下什么，换个思维，也能让你对创业、投资产生新的思考。

给年轻人的建议

人首先要懂得做人，第二成才。人品一定要好，先做人，再做事，再赚钱。

年轻人创业首先要充满一种自信，并且要具备吃苦耐劳的精神，有一种骆驼的精神。我为什么能够成功？**勤奋是我的核心竞争力，我是一个执行力很强的人。**

其次，要确定目标，就要立即行动，不放弃才能成功。**我始终认为这个世界是没有懒人的，你的所有行动力缺失是源自于对一个项目的预判不准确。**

首善做商业的核心

提前规划。提前想好了某件事情怎么去做布局，把它一步二步三步，一旦布局好了以后，就按照这个布局去做，知行合一的本质是知道我们要付出什么样的努力，拿到什么样的结果，导致我们的决策层是正确的，执行力层也是正确的。

陈光标创新光盘行动，这件事本质上就完全能体现出陈光标对商业的认知。**生意的本质是资源，是想法，是格局，你的认知是对你来说做事情最关键的，你的认知提升成就了你的核心竞争力。**

另外就是跟人打交道要诚恳，要诚信，企业家要有契约精神，这样的企业家才能走的长远。一个资本家的公共关系与他的处事能力，整合好企业家的资源，你的财富就会来了。就像我的私董会，你加入私董会，目的也是为了通过一个高级的信息圈为你带来财富，你能做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友。**如果一个事情是双赢的局面，并且大家可以持续双赢的话，私董会就符合这个标准。大家在里面互相照镜子，互相去吸取营养，然后互相去开拓事业。**

真正的慈善家比孤独而亡的守财奴光荣而伟大，在巨富中死去是耻辱的。**认知决定了你投入的力度，用投资的逻辑看世界。**

参哥对话亿级流量手木子

参哥项目合伙人，累计创造 5 个亿流量



今天对话的这位是我这边核心项目变现主理人木子，一个重庆辣妹子，思考方式也独树一帜哈，然后做事思路也极其清晰，而且有很多人缺乏的真诚感，可以说是一位极有潜力的女创业家，我非常看好她。如果你也想从事短视频行业，建议看看我们俩之间的对话，这条视频绝对能给你新的启发。

关于联合创业的思考

我给年轻人的建议是把自己挣到的钱投资到自己身上，去看看这个世界。木子来我这里之前，绝对思考的最多的是联合创业的好处坏处，以及什么样的人能够成功在这个地方拿到结果，公司这么多人，她算小有成就的。很多人都觉得我这里给打开了很大的认知端口。想要获得高效发展去初创公司，大公司没有机会。

我们公司的核心优势有哪些？**第一个优势**，平台好，公平透明化，在打造商业头部 IP 这件事，这个公司敢说第二，就没人敢说第一。**第二个优势呢**，就是我们公司的盈利项目极其的清晰，分润这个板块是成熟的体系，不需要去猜忌。上班第一件事理清当天待办，要把最难的工作完成，后面的工作会越来越好做。

第三个点，就是每一次组织核心开会，我的办公室就是一个培养皿，滋养所有像努力的人。想去提升自己，是一定要先提升认知，稻盛和夫讲过，就是你的认知乘以你的热情，再乘以你的能力。你没有那么强，比你强的年轻人多的跟牛毛一

样。

第四个点就是任何人在这里是没有天花板的，只要按照我们公司规划的这个情节，一步一步走，你的空间是无限上大的。量变产生质变，人才里面十个跑出一个就算成功。

如何具备大局观

分析自己，商业是多维度交织的，抖音只是流量的放大器，当你自己想做全链条的时候，你要付出的特别多。很多人会做流量，但是他不一定做销售，很多人又会做流量又会销售，但是他不一定管团队，三个都兼备了，项目本身还要好，这是核心本质的问题。千万不要一个人拿全部的钱，干全部的活。做你擅长的，工作要做深度不要做宽度，两厘米的宽度，2公里的深度。

不会分股份的老板永远做不大，很多人不是以利润为本位去思考问题，他不是想挣多少钱，他想的是自己当老大。聪明人一定是要共赢，因为很难一个人自己挣全部的钱，做独立盘老大可能会丧失很多东西，因为很多问题你确实解决不了，做一个生意的时候，老板什么都自己干，是挣不到什么钱的，这也是为什么很多人在公司拿不到结果的原因。

拿到大结果的人的本质

木子能拿到大结果有四个原因。第一点，她很单纯，起码人事交往这块，我很少从他耳朵听到负能量或者抱怨这个抱怨那个的。用逻辑去解决问题，让情绪保持恒温。

第二点，有业务技术能力，她是真正用意义上在踏实做事儿的。会拆解，一定要学会拆解工作，再难的工作，拆解之后也没那么难了

第三点，她老公选的挺好，她老公一看就情绪稳定，不添堵的那种人，自己事业专业，感情也专一，如果另一半不支持，另一半老有情绪问题，他不可能做好事。需要被照顾情绪的人，都没啥前途。

第四点，出去见过世界，回来后发自内心的认可我。踩过坑，她会知道你讲的是对的，所以听不听话非常重要。到公司两年不听我话的人全死光了，所以我觉得做人真的很重要。

联合众创人员的核心要求

第一个，踏实做事，扑下的心去沉淀。这个行业你不干个一年，很难真正意义上成为一个懂业务的人，需要练习对话能力，选题能力，沟通能力。在公司只要待了超过一年都还不错的都是业务出身

第二个要懂商业。我们这种创始人 IP 和其他那种娱乐 IP，他的工作属性是不一样的。像公司很多人能有粉丝量，比如云泽，但是他的问题很没有质量。他自己可能意识到，问题就是不懂商业，我建议把我的财商课多看几遍。

第三、愿意学习，有持续的学习能力，不能老闷着，要持续不断的进化。

参哥对于联合众创的承诺

我可以很负责的告诉每一个看过视频的短视频公司老板，优秀的操盘手，我们应该思考的问题不是怎么把他踢掉的，或者让他拿的越来越少，而是想办法怎么让大家一起赚的更多。

我小时候就犯这个毛病，公司一旦利润很高，我就想这他妈不止 10 万块钱，要不要把他开掉，我觉得这种事开了，很多人损失很大。**因为这里面的逻辑是永远要挣市场的钱，而不是自己小盘的钱。**

第二个是因为我们现在处在时代的红利，我想要的不是钱，我想要的是账号的规模，对我来讲，做 100 个 IP 比什么都重要。有个逻辑叫天时地利人和，什么样的公司会有重大的发展，**挣钱不是有你能力值这么多钱，是因为抖音让我们所有人挣到了钱。风口很重要。**

我一直特别反匠人精神，匠人精神会严重影响我拔刀的速度，这句话非常非常重要。什么叫天时？前年做抖音很容易，今年可能越来越难干，如果我们能在这个节点去做 100 个 IP，就今年我的战略如果能实现，我的收益一定是远远大于我分你的，因为市场真的足够大。**入场时机很重要，在合适的时间，跟着合适的人，干了合适的事，就能拿到你想要的东西。**

为什么很多大佬娶了一个平凡的女孩儿，是因为在读书的时候就认识，这叫天时，为什么很多大公司的核心股东往往都有几个普通出身的，因为在老板打天下的时候，他只是那个节点出现了，这点非常重要。你就像现在我公司的股东，一个是

客服，一个是美工，是因为他们跟了我七年，这就是逻辑。

我公司墙上贴了一句话：听话照做准没错。越聪明的人越简单，世界上没有谁的财商和能力是天生就具备，都是后天学会的。永远向有结果的人学习，因为结果不会骗人。进阶过程很重要，先生存再发展，借鉴并超越。做抖音是一样的逻辑，你为什么做抖音不赚钱，可能你就是选了整个板块最难操作且最不赚钱的板块。我的 IP 能给你解决这所有的问题？1.钱 2.资源 3.优质人脉，直接解决项目的问题，项目本身就大于一切。千万级的小生意玩的就是项目本身，钱，人，还有资源整体。

参哥专访 0 粉直播开拓者闫丰收 去年销售 5 个小目标



所有人都说直播带货不赚钱，但今天对话的是一个做电商去年销售 5 个小目标的人。他现在大概能做到什么业务体量，连续这三个月都是四千万到五千万。如果用一句话评价他，那就是一个很有江湖气的狠辣运营。他到底凭借什么到达今天的位置，建议你看完这条视频。

如何把书画生意做到两亿

第一个核心就是底层架构，每年销售一个亿，就按照一个亿的级别去配底层框架。这世界上最牛逼的东西，就是底层框架逻辑。很多公司为什么到后面战略歪了，本质上就是老板没想

明白钱在哪。

第二就是财务逻辑，投多少钱挣多少钱，从来不做亏本生意。

第三就是人设比较清晰。书画行业是属于高毛利，高客单，所以人设一定要清晰，先卖人后卖货。

这些也正是我想说的**标准逻辑思维方式（1）投多少钱（2）赚多少钱（3）成功案例（4）操作难度，满足以上条件先干了再说。**

从闫总的表述中，我们知道书法这个行业，它的用户体验感大于产品本身的，所以他打造的直播间，是极具仪式感的，看不出是一个直播间来，有专业的老师设计各种各样的主题。造一个“场”，吸引想要吸引到的人，这就说明闫总的拆解能力极强。**一定要学会拆解工作，再难的工作，拆解之后也没那么难了。**

普通人做直播还有机会吗

本质上这就是一个能否做到复制的问题。**创始人一定要对公司战略极其清晰，一定要做确定性很强的复制，公司的钱到底在哪，这件事是一定要明白的。**

这个行业有句话叫什么七分品控，三分运营。他们现在的思维是什么？就是能够做 100 个店，绝对不做一个。跟我做抖音的逻辑是一样的。闫总有品牌有供应链，我有团队有无数 IP 案例。本质上我们在各自领域极其专业，再通过市场锤炼出来，**工作要做深度不要做宽度，两厘米的宽度，2 公里的深度。**

人千万不要单打独斗，闫总很聪明，他合作意识很强。我认为这世界没有谁的财商是靠天赋的，都是学会的，向上社交，找到你想要获取讯息的领域，真正改变我们命运的是我们的朋友圈，社交圈。比和自己更有的人玩，能解决百分之 90 的问题。

普通人真的能通过抖音改命，一个普通人在抖音，拥有了 100 万粉丝，就是 KOL。我一直说你想获得高效发展去初创公司，大公司没有机会，逻辑是一样的，抖音没有技术可言，就是个民工行业，能给所有人机会，所以抖音是目前最好的赛道，没有之一。

参哥对话年入千万的公司项目合伙人阿亮 年入千万操盘手



看这个视频的老板,你们心里面有点数,你可以像我当初一样去买一个公司或者挖一个团队,否则你只能从头培养。这跟上一个时代的电商几乎一模一样,到一二年之前淘宝运营极不好招,全是自己培养,我是全发工资形式,到最后全跑了,我们当时培养出来的全变成了我的竞争对手。阿亮是我的新模式下诞生的项目合伙人,不存在跑不跑的问题,为什么这么说,这条视频他会分享如何成为一名优秀操盘手的核心秘密,以及我运作公司的一些核心内容。

关于分钱思维

很多人对我们收入这个体系可能不太明白。我们采取的是股东制,是联合众创,它相当于承包了我们公司一个项目,我把这一个盘做好了,我交给他,他差不多可以拿里面的十个点的利润,所以就是他挣多少钱取决于可以干多少盘。

很多老板就没想明白一个核心逻辑是什么,公司越干越大,老板极易和核心员工产生核心矛盾,因为大家思维是对立的。你知道这世界上最痛苦的事是什么,是分已经挣到手的钱,这就是为什么很多老板越干越累的问题。下面人挣到钱了以后,他人走了,他要再招,他永远是在扩盘的过程。但你的盘控好了,这种核心的合伙人,给他固定的股份,大家才可以走的更长远。所以他能挣多少钱,取决于他自己的能力。

公司的核心优势是什么

核心优势第一点就是深哥极度的懂业务。

第二点，公司的一些 SOP 做的清晰极致。

第三点就是我们的团队之间的配合非常的优秀。

第四点是商业模式好。

每一个 IP 就意味着一个新的公司。我们最大的核心优势就是把这事想透了，抖音是无限大的，没有必要去多挣那一点点钱损失一个新盘，如果有机会的话，我们会无限做盘。

优秀操盘手的核心要求

在这样的模式下面，成为公司优秀的操盘手的核心有四点。

第一点，要会做人，把人做通透了。人品一定要好

第二点就是要懂业务，把业务做到极其的深。能从别人的错误里吸取教训的那都是天才。工作要做深度不要做宽度，两厘米的宽度，2 公里的深度

第三个点，就是要听话，操盘手需要保持独立思考性，但我太懂业务，抖音这件事儿上，到目前为止，公司比我懂业务的人我几乎没有看到，所以听我的肯定是少出错，这个本质是老板懂业务。

公司其他年过百万的操盘手，他们的素质核心是哪几条？

第一点就是成长，你要做你敢做的。

第二点就是融入，你来到这里的时候，你一定要把自己真正的融入进来，上班第一件事理清当天待办，要把最难的工作完成，后面的工作会越来越好做

第三点是不做恶，深哥告诉我什么钱不能挣，知道哪些钱不能挣的时候，你才能赚到更多的钱。

第四点是友善。第五点就是分享，你赚钱的这个事情是没有绝对的秘密的，你应该要把你赚钱的秘密给大家跟同事之间分享，分享完了之后你才会获得更多的赚钱的方法。

第六点是踏实做事，我觉得这一点对每一个年轻人来说都得要好好去深思的。

第七点、一定和老板保持良好的关系，一定要和核心利益者保持良好的关系。

如何用人/未来规划

参哥具备的优势，第一、极其懂业务。

第二，能够让我们这群人就是看得更长远，比其他人有先见之明。

第三，在分钱上面比较大方，所以能吸纳这么多人才过来。

抖音的好处是什么？

第一点就是一个 IP 做成了以后，他至少十年之内能产生巨大的利益，此时就体现出公司的核心优势，核心的优势就是项目太多了。今年我们做的这个大健康的项目就很典型，三个月的时间 GMV 立马拉到上千，商业定位与变现梳理这一块绝对是 YYDS。

第二点就是持续赋能。创业当中你遇到的一些问题，我都会给你非常完美的一个答案，因为这些事情我经历过。我一年的时间要见这么多的老板，他们所有的经验都汇集到这里，然后再为你去排忧解难。

第三点，我们的销售会设置两个场景，第一个就是你先在外面把客服的工作做好，做好了之后才能够到这里面来做销售。每一个销售都会练到最佳的那种效果，有最好的这个转化率才能通过审核。

第四点、舍得分钱。比如这一次的线下操盘手的大会也好。只要你做的好的话，都会给你股份。

对于年轻的新媒体的工作者来说，这是绝佳的机会。如果你觉得你自己某些方面的能力比较突出，也欢迎你来到对我们这个生系大家庭来一起创业，一起发展。

参哥专访卢正浩品牌传承人胡明

一年辛苦 3 个月，业务能做 2 个亿



茶叶这种生意做到这种程度，基本上能传承一生。我见过很多老板，见过很多生意。有些生意可以吃三代人，五代人，甚至就是永久吃下去，靠的就是一份匠人精神。其他企业为什么做不到，因为产品的局限性。你可以不做长期的生意，但要具备长期的生意理念，这个是非常核心的问题。今天这位老板，如何将匠人精神灌入到品牌中，同时还能完成巨大财富积累，值得我们每一个人借鉴。

关于好茶与品牌

来自于核心一级产区的西湖龙井，它能带给你什么？带给你喜悦，带给你快乐，带给你非常好的朋友，所以茶的作用其实更多的就是交朋友。做茶的人很多，但冲出来的没几个，大多数的行业其实没有什么行业壁垒，无非就是比谁做的更好一点，清楚这一点，能解决很多企业经营的问题。

70年的老品牌，品质是整个行业 top。核心在于第一有品牌沉淀，第二，坚持高品质，第三，大哥会做人。没有不挣钱的生意，只有不挣钱的人。抖音平台，成就了很多优秀的年轻人，能够带给你们可能十年都做不到的事情，它不仅仅是流量，可能是人脉，可能是朋友圈和核心要点。一个人能够达到的高度，取决于他是什么样的身份，在什么样的环境里，与什么人在一起，你看一个人靠不靠谱，就看结果了就好了，其他真的都不重要，我的结果就说明了一切。

对于抖音的认知

很多人想通过抖音缩小认知差，我们可以反向利用这一点。很多企业产品品质好只是一部分，但是能不能做好流量和品牌，这是核心。

我相信 90%的人根本不知道卢正浩是啥，这个就是核心问题。胡总是小罐茶的供应商，小罐茶利润率很高，为什么？因为大家懂品牌，所以在现在这个世界里面，你有一个好品牌，你更要有一个好的发售渠道。卢正浩这样的品牌 70 多年，它只在正常的宣传，如果在抖音，一年能赚 100 万粉丝，销量绝对翻量到三倍。对于卢正浩这样的品牌来说，抖音绝对可以对类似优秀的企业进行流量赋能，不是抖音为企业赋能，而是企业为抖音赋能。

我是单纯喜欢胡总这个人，因为他是很符合匠人精神逻辑的商人。除了做茶，还有私密护理的板块。胡总这项副业很牛逼，副业一定是来源于原来的资源体系，不然不叫副业，

叫做二次创业。生意上最牛逼的是资源整合者，能够把行业上下游串起来。

私域运营+公域运营

要在抖音平台要找到同频的人太难，因为就像茶叶，有的东西是可遇而不可求，数量有限，工艺复杂，你不要一点流氓，卖不出去。如果有人认同你，那一定会产生相应的付费行动。

高端奢侈品，包括茶也是一样，它最终的成交路径一定是在私域，而不是在公域，因为公域你想把1万多的茶卖掉很难，公域是什么逻辑，你刚才刷到我直播间，我是给很多人介绍，这很难形成一对一的沟通。**一定要把全部流量加入微信，所有的营销都需要私域流量。你打下的所有流量最终闭环到私域流量反复成交。不可否认的是，你所有的营销渠道，最快速的就是私域。**

拖到私域，私域产生沟通，甚至打一通电话，发一些视频、文字，来建立联系，这是唯一的机会。**我们公司所有账号都具备这个属性，做抖音，先找好项目，围绕项目做流量真的很简单；先做流量，围绕流量找项目很难。我们找好项目，做好底层架构，不断去磨、去跑，一旦跑通，就是低粉暴利。粉丝低粉暴利的核心，是私域玩的好。**

参哥专访狮友会创始人蒋晖

电商亿级卖家，百万粉丝博主



我听了你的建议回去之后猛做IP

Hello，我是参哥。前段时间，蒋晖和他的几个合伙人来到烟台来和我聊了聊 2023 年的规划。现在我和蒋晖，每 3 个月都会见一次，进行头脑风暴。

蒋晖应该是我熟悉到不能再熟悉的人了，最早在知乎时期，他做知乎做电商培训，我那个时候在做电商，后面意外的发现，这个人真 tm 赚钱.. 我最早一波培训，其实就是受他启发。

和他这番交谈下来，我产生了很多新的灵感，分享出来给大家。

关于项目选择

真正严格意义上的好项目一定是筛选出来的，蒋晖公司差不多 20%~30% 的项目可以获得成功，但是对于普通创业者而言，可能没有那么多钱或者是资源筛选项目。但是对于已经有积累的人来说，筛选才能够获得更好的项目。大多数的创业者，只会做什么行业，就坚持什么行业，而顶尖的创业者，其实是不断调整自己的行业，选择那些更优秀的项目。而那些最优秀的的项目，不是分析出来的，比如说一个项目投资 30 万，有机会赚 300 万一年，这个创业者过去的水平是可以计算出来的，所有哪怕这个成功率只有 10%，也是可以的。蒋晖和我过去一年都测试了 10 个以上的项目，我们公司真正大成的项目，其实我一开始也没预料到.. 但是这些大成的项目，帮我赚了很多钱。

关于 IP 的看法

我们一致认为，老板的时间，应该用来抓住核心资源，其他都可以做减法。选项目既然是重要的，那么好项目从哪里来？好项目一定是伴随着优秀的资源的。

如果你的项目没有核心资源，那么必然利润率会很低，所以说老板应该花时间在积累优秀的资源上。有了资源作为杠杆，人才，资金随之都会流入进来。

过去两年的时间，我成为了抖音最大的商业现象级 IP，我们公司现在 10 亿 的客户 10 个以上，我有全网最大的企业家联盟，联盟里都是各行各业的顶尖高手，我们公司大半的人才也都是通过抖音招募来的，可想而知，老板冲出来做创始人 IP 的威力有多大。所以我经常说我不会对未来做预判，就是建立在资源足够多。永远有 ROI 更高的领域的基础上。

当你有了 IP，就相当于获得了流量与转化，那些没有 IP 的人就会很吃力。未来你的行业中，有 IP 的冲出来了，对于那些没有 IP 的公司来说，就会很难，因为客户会识别那些做得好的人。 **IP 这件事今天不**

做，明天不做，未来你还是要做。现在这个时代，IP 可以增加转化，而且在各个平台可以获得巨大的流量。抖音的持续力，在持续增长，原本以为抖音就是 3~5 年，现在看抖音至少还有 10 年的大红利期。我给 蒋晖 分享了我们公司的一套核心打法：大号做影响力，本人号做日常拉近距离，我还有个认知圈的号 展现我身边圈子的势能。这套打法，在 2022 年，帮助我变现超过了过往的 10 倍。

这套打法我会在我的线下课做具体讲解。

能不能把抖音做大，区别是你把抖音看成一个渠道？还是一个翻身改命的机会？

关于 MCN 的看法

MCN 的业务模型，一定要极其简单。

MCN 的核心是有个大网红一带就出来了。核心考验的是供应链和运营能力，公司有没有一个强大的中台。源源不断更新迭代。

杭州的头部 MCN 都是如此。大部分都是做势，而不是做事。

我今年计划去干一件事，就是把：抖音系或者流量系，有明确结果的小 IP 签约进来公司。把他们原本 10W 粉丝给搞到 20W，30W。其实这件事对于我们一直做商业 IP 的人来说，简直就是小菜一碟。

关于现金流

我们一致认为要做高现金变现的事情，同时这个事情可以干 10 年。大部分创业者其实是不足够做一个项目 2-3 年还不赚钱的，因为我们的资本是非常有限的，也不会拿到什么可观的投资，所以我们要做的 一定是 3 个月内现金流为正的项目。同时也需要积累我们的子弹。

如果我们要做一件事能超越 10 年的时间，一定是因为这个项目的需求本身本身就能够存在超 10 年。

关于深度思考

如何产生真正意义上的深度思考？这点对我特别有启发，因为我认为我每天真正产生价值的工作时间，都是产生在深度思考的时候的。

每天保持充足的体力 运动 健身，每次健身完之后我的大脑会非常清醒。

其次就是一定是要先看到类似的。有借鉴价值。如果看不到，人的视野一定会有局限。不能用偶尔相对，来判断永久的事。

今年我总是和我公司的核心层说：你们想要做 1 个亿生意，必须清楚叙述出 1 个亿生意是怎么做，否则 压根就不会做到...

其实企业家联盟这个产品，我认为是真正帮助很多人改命的产品。我通过企业家联盟见了太多新的商业模式，新的赚钱模式，打开了我的视野。也同时帮助很多人找到了方向。大部分人缺的都是一个信息，知道了别人怎么玩以后，其实自己就很清晰自己到底能干一个什么样的事情能让利润扩大了

进入企业家联盟的大部分第一时间感觉就是焦虑，因为你永远都停不下来。你同行的人会让你很有压力，让你永远都骄傲不起来。人永远都是环境动物，你所拥有的财富，一定是所处的圈层的平均值。但是过了一段时间，你一定可以更加清晰的知道抖音是怎么玩的，私域是怎么玩的，这个行业做得好的人，都是怎么玩的..仅此而已。

参哥出品粗暴好用

参哥对话婵润品牌创始人路嫂赵逸

白手起家到体量过亿



最近接触到一对夫妻，女的感性思维，一定要打造品牌梦，传统思维里，把品牌做出来，让所有人都知道婵润。男的理性思维，把精力投在收益直接，有效的地方。

最聪明的人是简单的

我说了很多，感觉像哲学的思想了，但是很多话是实话。干了又脏又累又复杂的活，挣不到钱不说，可能还影响幸福感。但是有时候人呢，就是有一点追求又放不下，所以啊，还是自己来决断了，总有执拗的人没倒下，佩服路嫂的坚持。但我很希望看过视频的人，能打开思路，不再那么累。

不要被有价值的垃圾束缚住

有情怀是好事，得先要明白规律，把有限的精力放在最应该放的地方。不然后面一地鸡毛也会挫伤自己的情怀。先干对的事，时候到了再干你想做的事。找到一个事里最简单最挣钱的环节，并且把他复制下去。对于已经一些积累的人来说，筛选才能获得更好的项目。

顶尖的老板，其实就是在不断调整自己的行业，选择那些更优秀的项目，哪些是优秀的项目？不是分析出来的。比如一个项目投资 30 万，有机会赚 300 万一年，这个创业者过去的水平是可以计算出来的。哪怕成功率只有 10%，也是可

以的。我过去测试了 10 个以上项目，我们公司真正大成的项目，帮我赚了很多钱。

品牌与个人 IP 的抉择

我发现一个问题，很多老板在做到一定体量后就会容易出现跑偏的情况。想搞品牌成就自己，也不是说没活明白，可能是性格使然。

过去两年的时间，我成为了抖音最大的商业现象级 IP，我们公司现在 10 亿+ 的客户 10 个以上，我有全网最大的企业家联盟，接触的全是各行业的顶尖高手，我们公司大半的人才也都是通过抖音招募来的。老板冲出来做 IP 的能量有多大。所以我经常说我不会对未来做预判，就是建立在资源足够多、永远有 ROI 更高的领域的基础上。

IP 这件事今天不做，明天不做，未来你还是要做。区别就是我做的时候很简单，你要做的时候很难很难。说白了，入场时机很重要，在合适的时间，跟着合适的人，干合适的事。

毛毛极其擅长私域，每个人都会有非常明显的能力上限，她不擅长做抖音，她要做这件事，马上就选择我，**你只能永远向有结果的人学习，因为结果不会骗人。**

简单 or 复制，如何选择？

你不能说我星聚会干的很牛，我就去复制一个星聚会，这没有意义。不要什么钱都赚，用投资的逻辑看世界。我给星聚会开到 200 家店，最后投资 3500 万，拿到几个点的股份。所以，一定要只挣行业最大利润板块的钱，杂事不要干。宁做凤尾不要做鸡头，你是谁不重要，重要的是你把流量给了谁，没有任何一个企业不缺流量。**老板进入到创业后半程，依靠的一定是思考和商业模式，而不是体力劳动，少做那些出力不讨好的事。**

关于个人 IP 价值传递

现在的事实是做网红比做品牌要舒服很多。一样在做品牌，一个是产品渠道品牌和个人品牌，做个人品牌的现状就是势能越做越好，体量越做越大，钱最后都让这一个人挣了。

具备了打造个人 IP 的意识，接下来很简单，**没钱自己干，有钱找人干。你的对**

标案例跟你的差距微乎其微,最后的结果却很牛逼,原因就是做抖音要拉满预算,金钱和时间预算,别像错过电商微商一样错过抖音,抖音没有什么狗屁技术,就是钱没花到位的事。

参哥对话君佩珠宝创始人时凤君

深耕珠宝行业 20 余年,年 GMV2 亿



最近遇到一个老板,君佩珠宝创始人时凤君,深耕珠宝行业 20 余年,年 GMV2 亿,跟他一番沟通下来,真的会让人产生购买他珠宝的欲望。真正具备匠人精神的企业家真的不多,很值得进行深度的 IP 打造,我凭什么这么说啊,可以看看我认为的高品质 IP 具备哪些特质。

匠人精神与品牌打造

细致的艺术家精神,其实很有流量。私董会里有个人做把手机零件拆出来做幅画,几十万粉丝,利润做到 1kw-2kw。王红权星这样的,一年至少几个亿收入。这都说明**抖音绝对是巨额盈利工具。如果你想要做品牌,抖音是目前最好的赛道,**

没有之一。

渠道 > 产品的核心是什么

品牌=溢价权，渠道=低成本。

1、流量便宜，流量的本质是获客成本。一个创始人有 100 万粉丝，基本上就相当于一年十个亿的曝光量。投广告你一年花多少钱。而且抖音是 8 亿人的市场。

2、建立非常深的营销。我不知道你怎么理解高定珠宝啊，如果从我的角度来讲，艺术家 IP 本身是一个很高级的 IP，人都是趋向高级的，就像你进我私董会。

3、再一个是客户量级问题。可能一条视频下来，可能会有上百万人来观看你这个视频，线下服务员要讲多久，你说有几个人能接收到这些讯息？短视频可以让信息聚焦，降低沟通路径。

如何利用 IP 让产值翻十倍

我有个 5S 管理的工厂，本着匠人精神去做燕窝，但结果就是卖不动。我就琢磨一个问题，为什么能出来的只有个人品牌和渠道品牌，产品品牌冲不出来，说到底就是营销深度的问题，抖音解决了这个深度的问题，ip 是有故事的，产品是无话可说的。上一个时代，微商冲出来了，通过微信降低沟通成本，缩短沟通距离直接跑通了。

抖音真的是一个巨大的机会，让所有人通过一个平台就能深度了解你，跟你进行链接。

机会大于一切，企业家要如何迎接风口

我私董会有人收藏木头，有个小姑娘家收藏石头，这都是极具金融属性的东西，从几万到现在几亿。没有短期暴利，很难支撑长期价值，很多行业是不可能干一生的。我最初也是，10 年做海参，第一年赚到 700 万。我分析自己为什么没赶上微商，去做了工厂，没赚到钱，其实就是风口踩错了。企业家一定要具备迎接风口的能力。

你要从利润的角度去看这件事，抖音绝对是你目前能想要的所有渠道里面投资最少，回报率最高，且具备长期价值的，抖音的回报周期非常长。类似于抖音的上一个平台是新浪微博，09 年最早火起来的网红，现在还在吃时代红利。一个普

通人在抖音，拥有了 100 万粉丝，就是 KOL，任何一个细分领域的老板，在抖音有 100 万粉丝，他所产生的价值，远远比一座工厂要大的多。你的 IP 号、IP 身份、粉丝是不可能消失的，就像一座房子，收的是长期的房租，抖音也在吃长期的红利。

参哥对话金玉堂房产创始人马林利

合肥每 100 套房就有一套出自于她



你可以审视一下自己，能不能做到跟别人进行犀利的对话，言简意赅，雷厉风行，只说重点要害，如果你不能，那你跟别人的沟通成本可能就会很高。仔细琢磨我这句话，因为今天对话的老板，她的表述方式可能会给到你一些启发。一位商业地产大佬，金玉堂房产创始人马林利，从业 20 年，高峰期销售代理货值 10 亿，合肥每 100 套房就有一套出自于她。传统行业的大佬转型，解决问题的态度和做法，值得很多人去学习。

关于传统行业转型线上

同样是享受到时代红利的人。马总的优势在于执行力，执行力和理解能力直接挂钩，她的理解能力极强，如果沟通到位，那执行力就会很强。**勤奋是我的核心竞争力，我是一个执行力很强的人，执行力强的人去做任何事，包括抖音，很容易产生巨大结果。**

马总为什么上来先感谢加入私董会这件事，这件事真的提升了她的认知。**如果今天时光能够倒流，你会不会买比特币？你会不会早点做网红？你会不会给马云投资？我认为什么叫认知？认知是对结果的预判，它导致你的行动力的改变。**

关于 IP 搭建

我一直坚定一个理念，**用人比自己干重要**。创业时期需要员工拼命干，最好入股干。因为大多数年轻人是很迷茫的，不知道干成一件事，能赚多少钱，他们的赚钱欲望根本就不够大。成熟时期只需要员工拿工资。

本质上，搭建个人 IP 我建议不要总是自己研究，**80%的老板死于不懂技术，自己研究。80%的利润产生在 20%的工作上了，就看你到底能不能做好自己的底层架构。什么类型在抖音能赚到钱？1.项目本身足够优质，利润高 2.有流量 3.有商业模式。如果你具备这些特质，剩下的就是拉满预算，金钱和时间预算，别像错过电商微商一样错过抖音。**

参哥的投资逻辑

我个人 IP 为什么转直营，因为我这张脸赚钱太容易了，我已经是成熟 IP，是品牌了，所以我不需要让他们完成这种东西。过渡盘，堆人，大家共同创业，但是成熟盘，如果人还不错，大家就去干，如果人跑掉了，我就彻底转直营。

做抖音，先找项目，围绕项目做流量会很简单；先做流量，围绕流量找项目很难。谁的好就去借鉴谁，你在做任何一个生意的时候一定要看到对标案例。

我按我看过的世界来讲，就没有几个拿到结果的投资，拿到结果那些人投的是什么，都是投资源，都是有保底协议的。现在资深投资者都十分谨慎，很多人过来找我投资，我为什么不给你投钱？很简单，这件事儿你说不明白，我也不认可太多想象中的东西。**抖音的终局是投资，为什么做抖音？为了投资？记住，除了赚钱以外都是傻 X 逻辑。**

参哥采访恒美毛发医疗美容门诊老板张平静 植发行业深耕二十年



前几天接触了一个行业认知极高，且具备迎风口能力的老板，在植发行业深耕二十年，恒美的创始人，张平静。

植发行业，主攻高端人群，因此变成了很多人眼中的小众行业，但事实是一年能做到几个小目标。我发现她真的是一位很会做口碑、做资源的老板，她给到我一个“赛道内也能随时换渠道”概念，这是很可怕的打法，能让你持续不断的增值、提升获利空间。

她的思维方式真的值得传统行业的老板以及创业者借鉴一下，交流的内容现在跟大家分享一下。

关于传统行业流量变现

很多传统行业老板依旧在自己做项目、带班子，但事实是每个人都有非常明显的的能力上限。千万不要一个人拿全部的钱，干全部的活。

真正严格意义上的好的项目一定是筛选出来的，你可以获得成功，除了对自己行业理解极度深刻，还得益于她切到了行业里面利润最大的板块——会做人的生意。但是切的不够狠，不够广。我跑通过太多美业的项目，毛毛是我们最大的IP。我们的项目一层层筛下来，通过不断的分析同行，最终找到了行业最大的利润点。

对于大多数普通人来说，可能没有那么多钱或者是资源去筛选项目，这时候你就要听我的：把你掌握的业务进行可确定性复制，你脱身了才能赶下一个风口。这跟我从电商脱身转战抖音是一样的，为什么大家喜欢听我说话，是因为我都干过，自己做好才教人。

做生意不要讲情怀。如果我们太介意身边人的看法，我们可能会错失很多商机。一个建议哈，大多数的行业没有什么壁垒，无非就是比谁做的更好一点。能做成什么样，关键问题是抖音这个渠道你能利用多少，能不能改命全看你自己。

关于 IP 的价值组建

我一直说付费学习是拓宽高质量人际圈非常重要的手段，这个时代人人时间都很宝贵，如果你要找的人很牛逼，付费学习是最快速的方式。只做高客单价、做到上亿的老板，她的团队配置不可能差，认知极高，大家应该都能感觉到张平静对做 IP、做抖音的渴望程度真的极大。

搭建 IP 的核心在于“破圈”。你的聪明之处在于一直在做人的生意，所以我们做的生意本质上是一样的，不求着我们的客户，不接。凭什么？凭我和我的团队都拿到过大的结果。我这一波为什么能起来，也是因为我之前 20 年的行业不干了，来从事新的流量自媒体风口，仅此而已，具备连续创业周期性能力的人才有机会成为真正意义上的大老板。

你看一个人靠不靠谱，就看结果就好了，其他的都不重要。一切以结果为导向，没有结果的事就是瞎扯淡。永远向有结果的人学习，因为结果不会骗人。

关于 IP 变现的看法

能用几十年时间把设限的行业打通，说明你很牛逼么？其实不是的，大多数行业其实没有什么行业壁垒，无非就是比谁做的更好一点。记住，老板进入到创业后半程，依靠的一定是思考和商业模式，而不是体力劳动。精力成本大于金钱成本，千万不要一个人拿全部的钱，干全部的活。

你现在的短视频团队只具备技术，不懂流量，压根没有变现逻辑。变现逻辑的核心是什么？信息圈能为你带来财富，你能做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友。无论是你要做副业，还是重新规划品牌，和比自己更有的人玩，能解决 90% 的问题。这个时代人人时间都很宝贵，如果你要找的人很牛逼，付费是最快速的方式。

像卫仕、星聚会的老板，掌握的就是最顶级的变现逻辑，这是大于抖音技术的，所以他们的 IP 跑通了。我为什么能够成功，你们多看看我，听听我在讲什么，我的逻辑思维性极强，我从来不会去讲这个事情我觉得怎么样，我一定会告诉你，这件事的调研结果是什么样的，我能拿到什么样的结果，所以这导致我行动力的改变，我是不会去思考问题的。

你的客户对你的付费程度取决于对你身份的认同价值。商业的本质是人，是流量，流量在哪里，风口就在哪里。很多传统老板为什么死了，因为他还在用旧逻辑看新世界，他们的知识断层了，上一个时代他们赚到了钱，有经济周期，但是后面消费发生了改变，不是生意不行了，是渠道发生了改变。很多行业是不值得做一生的，不要把鸡蛋放在一个篮子里。还是那句话，流量在哪里，钱就在哪里。

参哥出品，粗暴好用。

参哥专访美业实体专家郭珂妍

操盘美业项目过亿的单店实战家



没有几个一上来就对流量有这么深刻认知的老板，但这个老板绝对算得上是我见过的对抖音、流量重视程度极高的人。这可能也是她在短时间内迅速成长起来的关键。建议那些成天喊着要做抖音，但天天犹豫的人，真的应该看看这个视频，看看你跟别人的差距到底在哪。

从事美业培训赋能

培训这件事是很正确的一件事，核心其实就是她想明白一件事：一定要做人的生意，而不要做事的生意。定位很重要，大部分利润都被自己定位定死了。先选对行业，美业，之后她很聪明，她也是切到了行业里面利润最大的板块。但她犯了一个很多老板都会犯的错误，每个人都会有非常明显的的能力上限，做一个生意的时候，如果老板什么都自己干，是挣不到什么钱的，而且会极其辛苦。如果清楚流量这件事对于美业培训的重要性，就能解决一大部分问题。

不过好在，她意识到抖音的能量巨大。**短视频可以让信息聚焦，降低沟通路径，而且没有什么狗屁技术，就是钱花到位的事。没钱自己干，有钱找人干。**

如何用抖音给美业培训赋能

郭珂妍本身是有好项目的，一共要挣四种人的钱，男人爱玩的钱，女人爱美的钱，老人救命钱，孩子的上学的钱，她赚的就是女人爱美的钱。你选择的目标改变命运，花更多的时间挑一个好行业，比什么都重要。

选好了行业，这个行业怎么做？把所有同行的讯息调研一圈，就能研究好项目。做公会这件事很正确，因为从事美业的人的付费意愿极高。做抖音，先找项目，围绕项目做流量会很简单；先做流量，围绕流量找项目很难。说白了，抖音只是一个流量放大器，没有变现项目你粉丝再多也赚不到钱。

再结合本身具备私域的优势，**业务选择好又努力，未来挣多少钱，跟粉丝量直接成正比关系，对比同行，冲出来是迟早的事。**

参哥对话世界冠军级健身教练潘敬辉

从冠军晋级成为百余位冠军打造者



潘敬辉

联合动养创始人
参哥企业家联盟成员

大家都知道我对养生这件事很执着哈，每天我都会进行一些力量训练，我一直对健身这件事十分认可。我为什么这么说哈，**所有老板最后拼的是什么，是身体**，这件事你不要跟我反驳。像我妈就是，我给她那么多钱让她去花，她存存存，后来查出来有点问题，我再问她花不花钱，她这时候一个劲点头，花。

见到的这两个人是联合动养的创始人，潘敬辉和孙瑞芬，可以说就是极少数把情

怀爱好做成事业，并且拿到了比较大结果的人。如果你觉得自己某些领域十分精通但缺乏变现方向，一定要看完我这个视频。

关于健美世界冠军的创业经历

董景辉厉害在哪里，他能研究明白一件事，思考清楚一个问题：卖人容易，还是卖事容易？他自己是健美冠军，但人不可能打一辈子比赛，所以他开始多分析同行，找到行业里最大的利润点，同时，他具备清晰的自我认知，这是核心竞争力。做人、做事、最后赚到钱。

董景辉有一个很赚钱的板块叫运动康复板块，这一块的利润巨大，因为服务的那群人绝对是行业内比较顶尖的一群人，他就切到了行业里面利润最大的板块，做生意真的没有任何逻辑，只要在正确的赛道里，都赚钱。不在正确的赛道里，根本做不大。要思考业务，长痛不如短痛，不合适的业务及时砍掉，留下最好的。

超级个体如何对商业进行赋能

我有一个建议，就是很多人的生意做的是口碑和圈内人转介绍，说明你已经是行业内天花板了。你现在具备生存能力，下一步需要做进阶。进阶过程很重要，先生存再发展，借鉴并超越，是你接下来的核心商业任务。

你这个行业应该怎么做，把所有同行的讯息调研一圈，你想达到一个更高的高度，就要向上社交，这取决于你是什么样的身份，在什么样的环境里，与什么人在一起，有怎样的信息圈，信息圈带来财富，你能做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友。

个人 ip 就能解决这些问题，1.钱 2.资源 3.优质人脉。事实是，所有的行业都值得在抖音重塑一遍，尤其是健身、运动康复这一类的，可以说无论男女老少，全都希望自己活得久、活得好，这是一个利润极大且能长期发展的市场。如果你本身是优秀的，抖音再对你进行赋能，放大你自己，用户对你的付费程度来自于对你身份的认同价值，你的业务体量翻倍是很简单的事。

参哥专访星聚会创始人星哥

新社交娱乐空间开拓者 10 年 0 倒闭率



我们今天见到的这位老板，是我见了 1000 多个老板，我认为最有干货的老板，没有之一。我今天看了这么多项目，唯一决定掏现金投的只有一家，星聚会，十年零倒闭率，几乎每个一线城市都有星聚会，你们可以看看当地星聚会的生意好不好，星聚会老板星哥，行业绝对头部。真正的企业问题就四个 1.赛道 2.管理 3.流量 4.商业模式。为什么这么说，看完视频相信你能有所感悟。

为何选择 KTV 这个赛道

星哥就是典型的极其善于思考的那一类老板，从他选择 KTV 这个赛道这件事上就能看出来。他会思考两个问题：第一，这个行业能否快速的做到第一。第二，行业的竞争对手是否太多。

你处在行业的哪个端口，你就挣什么样的钱，因此星哥确定想要做连锁 KTV，具体有四点原因。

- 1、可以规模化，可以复制。
- 2、对人的依赖性一定要降到最低
- 3、当下的 KTV 赛道里面没有太多的头部。很多人往往去选择一些热门的赛道，进去基本上九死一生，甚至有可能成功率 1% 都不到。KTV 这个行业门槛要稍微高一点
- 4、能够做很长时间。

当年能符合的只有 KTV 这个赛道，包括餐饮、电影院。

KTV 为什么能符合，首先它对人的依赖性绝对是比较低。不像餐饮啊，需要技术工种。

第二，当年这个赛道里面真的是没有竞争对手啊，那时候再多的一些品牌，可能也就开个几十家店，对于中国有 2000 个县市区的国家来讲，几十家店根本不算品牌

第三，在于它未来的持久性，KTV 已经当年已经存在了 20 年，这是一个非常成熟的赛道。

核心在于：项目本身大于一切，千万级的小生意玩的就是项目本身，钱，人，还有资源整体。我选择投资，也是因为**我的核心竞争力就是视角，这世界没有好坏，只有对比。**但现实中很多人为什么做着做着就没了，是因为他不懂得投资，不懂得坚持长期主义，他会看中短期的利益，为什么？

第一点，因为你所有的迭代都是要花钱的。**短期暴利现金流充足，才能支撑长期价值。**

第二点，就是把成本控到极致，因为很多的线下实体店最终死掉的就是因为它成本太高。压死骆驼的最后一个稻草啊，一定是它成本，特别是在外部环境发生变化，比如疫情这种情况下面，如果你租金很高，人员工资很高，必死。

人员这一块，有数据化，体系化跟标准化，把人成本尽可能的降到最低，省下来都是利润。

死掉的老板，往往是因为上一个时代他们赚到了钱，有经济周期，但是后面消费发生了改变，不是生意不行了，是渠道发生了改变。**利润率第一核心指标，哪个钱多做哪个，看着很大的生意很多都是扯淡的。**

商业思维拓展

我认为，星哥这个人是非常牛逼的富二代，多年前就出国留学，所以他的整个认知是他秒掉同行业老板的原因之一。**最牛逼的赚钱方式，要么什么都自己干，要么只在一个行业深耕，建立在自我认知和产品形态之上，很明显星哥选择了后者，能把事情简单化的都是人才，反之都是扯淡。**

没有人真正看懂星聚会是个什么鬼，我看懂了，**星聚会其实是个资源性生意。**

你相当于每一个城市里面的好客户全部消失了，否则他轻易间是不会倒闭的，是随着商场一起倒掉的，如果这个商场还有人流，他不至于倒闭，而且它的费用控制的很稳。

为什么十年的沉淀加复投。投 100w 挣 100w 和不投钱挣 100w 的生意差 18 个纬度。其他的 KTV 老板挣到钱已经都转型了，或者拿着钱跑掉了，没有人可以挺这么多年，这是本质问题，一定要做人的生意，而不要做事的生意。定位很重要，大部分利润都被自己定位定死了，大多数的行业其实没有什么行业壁垒，无非就是比谁做的更好一点。你要多分析同行，找到行业里最大的利润点。做流量很难么？如果你不会，付费学习是最简单高效的途径。

所以星聚会是我见了所有企业里，我认为最有前途的前三。

参哥专访象扑新餐饮创始人小柯

餐饮赛道创业 10 年深度服务 1 万家餐饮门店



很多人说，为了跨越阶层，总要牺牲一两代人。今天对话的人，让我对这句话有了新的认识，为了应酬，喝出糖尿病，熟悉我的人应该对这个人也不陌生，小柯。他创业这几年，收获了什么，失去了什么，相信你看完，能体会到奋斗的意义。

关于向上社交

你觉得向上社交真的有价值吗？我建议大家，拒绝过多的向上社交。当你的实力和关系不匹配，别人想帮你都帮不了你。如果你的能力大于身边的社交圈，很多社会关系会反

向过来帮你。关系和项目如果是平的，那是最佳。关系是锦上添花，却不能改变业务本质。

就像我跟小柯之间的相处。他的抖音做不出来，那我很难为他赋能。所以要阶段性解决问题，那些关系，没有也不会死，不会影响我的基本盘。我有个朋友，有无数大佬的关系，但最后只能开个茶馆。

赋能与复制

柯总的优势是情绪稳定。在公司情绪一定要稳定，人最大的损失是因为一点小事就情绪崩。我现在合作的老板，情绪是大于能力的，服务 IP 时发现对方情绪不稳，第一时间上报，及时止损。

《刻意练习》里提到过，“没有天生的专家”，我前段时间喜欢玩游戏，但沉迷的同时会去研究攻略。创业进阶最正确的方式一定要先干起来，一定要向成功者学习。柯总进入阿里工作沉淀，就是这样的逻辑。

创业最快速的方式是什么？借鉴并超越。对一个行业没有深刻理解之前，不要谈创新。他沉淀出了整个线上的运营管理逻辑，线下的整个督导营运体系全部建立好。也就是说，他们公司已经有完善的一套品牌赋能体系，有了这套赋能体系之后，再针对于一些好的品牌，能够帮他去放大。

这一点跟我很接近。能够复制的项目才是好项目。去做复制，把零到一的模型打透了。做的很好的老板，我们可以帮他把 0-1 做好的这个模型去复制成 100 个，200 个，300 个。创始人一定要对公司战略极其清晰，一定要做确定性很强的复制，公司的钱到底在哪，这件事是一定要明白的。做抖音也是同样的，如果你有机会做到 10 万粉丝，把你盈利的事重复做 10 遍。

如何解释人趋向于高级

小柯的整个创业路程跟我很接近，从最开始的时候找到一个风口，莫名其妙捡了很多钱。就像当年做外卖，基本上只要做的都挣到钱了，得益于美团饿了么的疯狂补贴。重点是他在这个过程中没有飘掉，安心做业务，慢慢的在餐饮有了沉淀，有了资金，有了人脉，能找到好项目。又切了一个特别细分的赛道，这是很成功的。

如果有机会选择的话，我宁愿做凤尾，我不做鸡头。就像我是一个短视频公司，我跟谁

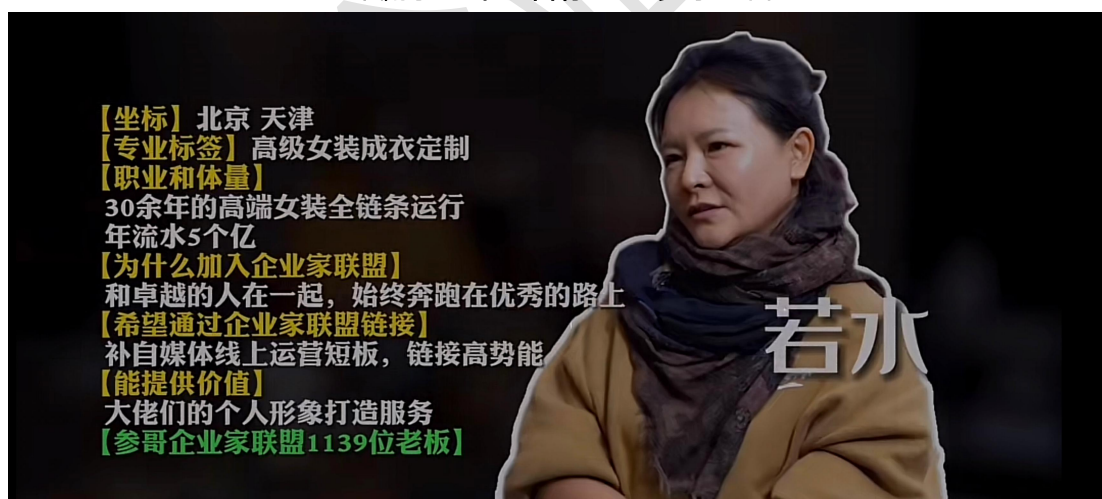
合作，其实他就决定我的命运，就是流量卖给谁的问题。如果我卖金子，我能从抖音获得两块金子，如果我卖一根大葱，我只会获得两根大葱，这个就是本质问题。**不是抖音为企业赋能，而是企业为抖音赋能，抖音只是一个流量放大器，没有好的变现项目你粉丝再多也赚不到钱。**

小柯切了一个什么赛道，**为优秀品牌进行流量赋能，为已经很成熟的品牌赋能，我觉得这个做的很高级。项目本身大于一切，千万级的小生意玩的就是项目本身，钱，人，还有资源整体，你要做一个亿的生意，你的盘子就得是一个亿。项目选择的逻辑也一样，有些项目终局就是 200 块。**

所以我觉得小柯是值得被关注的，这是个特别优秀的创业者。

参哥专访高端女装品牌 CEO 若水

年流水 5 个小目标 100 多家直营



我见过很多老板，今天这位是绝对的实战派，是一位逻辑思维很强的女老板。交流下来我发现她的心态极好，一直坚持做自己喜欢的事，对事业能死磕，相信你看完这个视频，会有一种想要向巨人靠拢的冲动。

职场小妹的升职之路

交流下来，我发现她本身具备很大的闪光点。若水的个人成长的核心优势是舍得，如果说你

单纯是为了利益，总会有利益更高的点去吸引你，其实你是很难去投放精力的。千万不要一个人拿全部的钱，干全部的活，老板的后期一定要进入思考的层面。

你要选择一个自己喜欢的行业，在得到信任、机会之后，**一定要和核心利益者保持良好的关系，勤奋是每个人的核心竞争力，若水就是一个执行力很强的人。**天时地利人和交织，让她成为一个很有人格魅力的人。

高端女装的管理之路

这是一个客单价能做到 5500，在国内绝对属于高端女装品牌。

具体优势有哪些呢？第一点，具备先进的管理逻辑管理模式。

第二点，具备先进的研发和技术团队。且有客户大数据库。

除了这些以外，核心团队非常有拼劲儿，能提供的服务包括上门服务、一对一直播，私人的定制

对于用户问题解决方案是比较有能力的。团队都是优秀的人，**与优秀的人在一起会不好意思不努力，即使草根出身也能一步步走到顶峰。**若水的团队找到了女装最赚钱的点，只做高端人群，**对品牌有清晰的自我认知是核心竞争力。**

取得用户信任后，零二年就开始铺垫私域，但并没有借助抖音的这种最新工具去开展私域工作。

为什么很多传统企业它私域做不好，因为两个方向的问题。第一个是营销的渠道的问题，没有切到高质量客群，这直接导致用户对品牌认可度不高，**客户对你的付费程度来自于对你身份的认同价值。**

第二点就是维护 VIP 身份，**必须采取标准化。**比如说多长时间互动一次，互动什么内容，提供哪些服务，赠品/话术/标准化。

这就造就了这样一个高端女装品牌，**95%都是私域，没有新增客流，做传统企业的老板真的懂一下私域很重要，我们自己公司也做私域。**燕窝在天猫的净利润只有 2%，私域高达 27%。这就说明一个问题，**低粉暴利的核心，是私域玩的好。你所有的营销渠道，最快速的就是私域。**

越聪明的人越简单，收入高的人更简单。切准这类人群，找到他们的需求，**这世界最牛逼的东西，就是底层框架逻辑，不做降价只做限量，不做低价只做定制。先解决道的问题，而不**

单纯是术的问题。你知道了自己行业的钱在哪里，调整想法，调整格局，不断做市场调研，做好对比，利用好抖音、私域，就能实现别人实现不了的东西。

参哥对话舞蹈学和心理学跨学科博士周岚

资产过千万的艺培人



很多价值千万的项目往往也能靠闷声发大财实现，但前提是老板要懂人性。今天对话的老板就是非常懂人性、懂人心，国内首个舞蹈与心理学跨学科女博士，周岚。跟她交流，整个过程下来，给我的感觉是很舒服的，可以说是一个很会聊天，给你很好的交流反馈的人。如果你不知道如何跟别人交流，觉得自己社交恐惧，建议你看看她是怎么表达的。

女博士的双料人生

会赚钱的人，真的都是会说话，而且很喜欢说。为什么大家喜欢听我说话，是因为我是抖音专家，很多项目我都干过，自己做好了才教人。而周岚的核心竞争力

就是她的情绪很稳定，她能在舞蹈和心理学的世界里做好平衡，首先让自己的情绪很好，再让他人的情绪变好，这是真正的情商。

怎么成为一个沟通高手？反复练习加上天赋呗，我觉得要进入到一种状态，叫心流状态。

你像我做 IP 的时候，我一定会要求 IP 到烟台，为什么？我们去外地给 IP 服务过，他不会进入当这种思考状态，事实上很多时候，这个人可能干三天五天以后，他到第六天才会进入状态。沉淀自己才是做 IP 的关键。

不要回避自己的问题，建议把“但是”“就是”改成“我懂了”，“我去研究”，“我思考一下”

女博士的抖音变现之路

好想法能决定所从事的行业是不是你的情怀所在，成功不是偶然的。而激情能决定你好想法的出现频率。通过多分析同行，找到行业里最大的利润点，明白之后迅速执行，执行力大于认知，执行力的核心是懂业务，她发现她的业务需要集中于专业价值，专业价值越来越卷，而少儿需要情绪价值。

执行力和理解能力直接挂钩，很多时候执行力差，是调研工作不到位。我为什么我这个人成功，你们多看看我，听听我在讲什么，我的逻辑思维性极强，我从来不会去讲这个事情，我觉得怎么样，我一定会告诉你他的调研结果是什么样的，我能拿到什么样的结果，所以这导致我行动力的改变，我是不会去思考问题的。

你在这条路上受阻，就一定要找到人生缺点，不断去改进，然后找到人生优点不断复制，才能达成你想要的结果。

关于 IP 打造的建议

我还是建议你思考一个问题：卖人容易，还是卖事容易？很多老板为什么做着做着死掉了，是因为上一个时代他们赚到了钱，有经济周期，但是后面消费发生了改变，不是生意不行了，是渠道发生了改变。你现在做的是放大自己，但没有完全放大。你需要在这个时间放大自己，把赚钱的利润点放到最大，能做到这件事的就是个人 IP。

你现在真正需要解决的问题是什么？你生意的利润在哪里？你现在做什么能收

入翻倍？为啥很多老板做抖音做不好，就是还在用原来的逻辑审视新行业。抖音没有什么狗屁技术，就是钱花到位的事。没钱自己干，有钱找人干。任何一个细分领域的老板，在抖音有 100 万粉丝，他所产生的价值，远远比一座工厂要大的多。可以参考毛毛、T97，星聚会，所有的行业都值得在抖音重塑一遍。很多事没那么复杂，把没有变现项目你粉丝再多也赚不到钱，但你有好项目，抖音就是一个最好的流量放大器，没有之一。

参哥对话山东农业龙头企业老板于总 千亩果园电商年 GMV 近一个小目标



于胖子

山东省农业龙头企业
参哥企业家联盟成员

一个家里有地的老板，跟家里有矿没有太大区别。如果你还在用老一辈的思想看现代农业，那建议你好好看看这个视频。没有不挣钱的生意，只有不挣钱的人。今天对话的是山东农业龙头企业的老板，于总，一个把匠人精神加入到农业企业发展中的男人。

农产品行业为什么有前途

如果一个品牌有客户，但没有产品，就容易成，如果是反过来先做产品，再找客户，那就很难做大。一个核心问题，就是钱到底在哪，在渠道还是在生产，肯定在渠道，在品

牌上。我原来干海参的时候，我也干到头，我为了做抖音，我全扔了。我这一波为什么能起来，也是因为我之前 20 年的行业不干了，来从事新的流量自媒体风口，仅此而已。具备连续创业周期性能力的人才有机会成为真正意义上的大老板。有些行业就是一眼望到死，海参线上一共二十来个亿的市场，再怎么折腾他不可能到 100 亿，你要做一个亿的生意，你的盘子就得是一个亿。项目选择的逻辑也一样，有些项目终局就是 200 块。

传统行业如何做抖音

很多老板要思考一个问题。如果你投资预算到位，包括时间精力，认知到位的话，你有没有可能业绩翻一倍，那翻一倍可能假设就是四千万的业绩，那这四千万的业绩比你之前的时候要不要挣的更多一点，**很多看似复杂的问题，本质都很简单。**所以做就好了。假设这件事儿你投了，失败了，你会损失多少钱，可能也就是一两百万。那就是说相当于你一两百万赌两千万的业绩，你说你为什么不干这件事儿。**你要对商机有一些基本的预判能力，很多生意等你看得明白，你就没有机会入场了。**

我给于总的建议是提升短视频拍摄质量。你怎么可能用两年前玩法用到今天。本质上说明老板一定要进入思考层面，80%的老板死于不懂技术，非要自己研究，还可以通过收购来找个明白人帮你操盘会节约很多时间。否则既浪费时间，效果还极差。**如果实在不会，付费学习也是最好的途径。**

参哥的高认知建议

当企业做到粉丝做到一定体量以后，已经不是抖音在为原来的行业赋能，是原来的行业反而成为了抖音的一小部分。我打个比方，就像我做抖音，卖海参也是一样，那我粉丝量开始慢慢变大，我还可以卖鲍鱼，我是必然会走这条路的。因为我具备粉丝群体，你的粉丝，比你的房子还保值。

做 IP，需要卖人设，做人设，人设非常重要。你不立人设，你就没法卖高端货，你就不是这个群体的顶流收入。

我建议于总做人设怎么做？

我一定会从食品农残，食品健康来切入，为什么？

第一点、消费分级的需求。你要研究你们行业最赚钱的点在哪里，高端客户的痛点是什

么，就像我，现在痛点是不介意花多少钱的，我就怕吃的不好，你贵一点我也认了。其实很多收入低的人，他很难想到这件事儿，**对我们来讲时间成本大于一切**，你就跟我，我选择 LV、爱马仕，因为买这种东西省事儿。50 块钱的 T 恤，我们根本没有时间去挑选。

第二点、整体运营思路。讲匠人精神。讲你为了种个好菜牺牲了什么，损失了多少利益，这个故事讲明白。极客、彩虹气球，都在用这个方法。

做好人设，已经具备这个基因，建议一定要做高端，真的没必要卖破烂

参哥对于流量问题的解答

于总的投资太少了，我建议于总把自己矩阵化，花点时间让自己做高级，**任何老板都需要有打造个人 IP 的意识。**

三个建议，**第一个就是关于投资。**很多老板最大的问题是从来没有意识到抖音是一个很大的部门，你挣的钱全部拿走了，你把它当成利润。**而我是挣钱以后不断投，我们现在烟台这边大概有 500 多人团队，我们是挣了钱就投，买最好的设备，换更好的人才。**

你也要拿我这个逻辑去做，挖好运营，换更好的设备，找更漂亮的主播。

第二个，我建议你把人设做高级，**互联网卖东西最靠谱的是人。个人 ip 能解决什么问题？1.钱 2.资源 3.优质人脉。ip 是有故事的，产品是无话可说的。**

彩虹星球也是在卖人设。**找好人设背书，学会讲故事。**比如说可以披露一下行业内幕，果蔬打多少药，但是我们有 1300 亩地，我们确实做了一些最好的东西出来，比如养鸡，养牛，以及其他高品质的东西。

第三，你不要总觉得抖音是为你现在服务的，从利润角度上来讲，这 1300 亩地的没有极客农场多。你的渠道要铺开，不是抖音在为你服务，当你做大了以后，其实企业就会成为了抖音赋能的一部分。

参哥专访私域操盘手佳爷

90 后操盘项目额超 60 个亿



年少有为的老板我见得很多，既有为还有趣的老板就比较少了。今天对话的是有为有趣有颜的 90 后私域操盘手。年少有为不骄不躁，跟她交流下来，我知道为什么很多人会从云端掉下来。守住财富很难，但她更有价值的更在于如何打下财富。

很多嚷嚷着想要创业、想要发财的人，还有那些赚的没有挥霍的快的人，真应该看看佳爷跟我的这段对话。

操盘手的私域经营之道

佳哥给我一种感觉，他是一个能从别人的错误里吸取教训的人。不管是暴富之后对工作的态度，还有她对钱从哪里来这件事，都理解的十分透彻。你要做一个生意，必须知道钱在哪里。

她的成功不在于聪明，可能在于入场时机。入场时机很重要，在合适的时间，跟着合适的人，干了合适的事，并且全力以赴，就有可能上岸。

做微商最早的那批人现在分成两个阵营，一拨人摆烂了，另一拨重振旗鼓，搞投资去了。搞投资的很多人还不如摆烂买房收房租的，因为这些人总是在想象中做事。很多人过来找我投资，我为什么不给你投钱？很简单，这件事儿你说不明白，我也不认可太多想象中的东西。

佳哥绝对是聪明人，她清楚一件事，做生意要从财务逻辑出发，而不是情感逻辑。之前踩得风口是踩在流量上的，**渠道为王，流量为王，产品和流量比，一文不值。**

参哥对于流量操盘的建议

一个创始人做一个好产品，在抖音把流量做起来以后，全靠私域卖货。垂直全品类，比单品类更加有价值。所以需要多花点时间找好对标，微商这个群体真的太适合干抖音了，会装逼，会炫富，知道怎么搞流量，搞人设，也懂商业逻辑规则。

如果你没经验，谁的好就去借鉴谁，你在做任何一个生意的时候一定要看到对标案例。

做抖音这件事需要解决一个投入的问题。做抖音要拉满预算，金钱和时间预算，就像你当初做微商，不拉满很难做成。再一个就是需要老板有打造个人 IP 的意识，抖音没有什么狗屁技术，就是钱花到位的事。没钱自己干，有钱找人干。就这么简单。

关于个人 IP 弯道超车

建议多关注道的问题，少琢磨术的问题。老板进入到创业后半程，依靠的一定是思考和商业模式，而不是体力劳动。我就犯过这样的错误，所以我现在更多的是思考业务，而不是想着出力受累。老板一定要进入思考层面，80%的老板死于不懂技术，自己研究。想明白这一点，好好干，我公司门口的狗都有六十万粉丝，司机也有 40 万粉丝。说白了，我们一直在做确定性可复制的项目，不去想象问题。

人一定要慢慢趋向高级，真正改变我们命运的是我们的朋友圈，社交圈，收入能不能上台阶，完全取决于你跟谁玩，社交圈是什么样的。你的交友表现在平时那就是向上社交，尽量不要向下社交。我将来找另一半不会找一般的，这是一个很笼统的说法。核心在于我有清晰的自我认知，毛毛也是一样，所以她找另一半也是很聪明的，又高又帅职业好。所以你加入私董会，目的也是为了通过一个高级的信息圈为你带来财富，你能做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友。

你要做一个亿的生意，你的盘子就得是一个亿。项目选择的逻辑也一样，有些项目终局就是 200 块。那真的可以通过收购来找个明白人帮你操盘，也会节约很

多时间。他为什么是明白人，因为他肯定是论证过结果，成功几率比你大得多。

参哥专访中壁文化创始人王牟云驰

95 后艺术家，年入千万的壁画青年



很多人来找我解决问题，这个人却是来帮我提升艺术素养，资本家最终也需要贴近艺术。王总是做中国传统壁画的，在这个中国人开始讲究文化自信，讲究文化复兴的时期，王总在壁画这个领域深耕，于是他火了，虽然他还不到 30 岁。年少成名的背后肯定没有这么简单，他身上到底还有哪些更深层的价值，相信你看完视频会有所感悟。

艺术青年的成长之路

王总成功的核心其实是有商业思路，再加上运气，选择的赛道也很好。年轻人创业，一定要有一个清晰的自我定位，了解自己到底是一个什么样的人。很多人为什么死的很惨，他们总

觉得自己与众不同，但实际上与众不同的人是 100 万分之一，一万分之一都算不上。

他的壁画解决了一个送礼难的问题。红杉文化定了大量的画解决礼尚往来的问题。另外解决了一个信仰问题，敦煌壁画它是非常有内涵的，囊括了我们 2000 多年的人文、地理、政治、宗教、服饰等元素，这些人赚了钱都想体现自己有文化素养，这个作品他们看不懂，很装逼。

做商业，要看你能为客户解决哪些问题，人把一件事情做到极致会挣得很多。

对于未来发展的憧憬

他是对标当代张大千，一直很向往张大千先生，也有一个信念，想把中国传统艺术带向世界。王总在商业上为什么会获得成功，其实有三个核心原因。

第一个，切的领域很好。壁画是很国粹的，我们是支持的。**财富来自于视野，你要对商机有一些基本的预判能力，相信有很多投资者也很青睐这个项目。**

这个行业具备长期价值。第三，王总很懂商业，到我这里的私董会老板非常多，但是王总是带了一幅我自己的画给我，拍了 69 万，全部都是绿松石打磨的粉绘制在这个敦煌泥苔的制作工艺上，这样一幅作品能保存很久。**能把一个行业做的很好，说明他的情商极高。老纪也是一样，他卖车为什么卖的好，因为很会做人。王总就很会利用流量做人，流量在哪里，钱就在哪里。项目×流量=结果，这是他成功的本质。**

参哥对于艺术家 IP 的看法

王总的壁画基本上都带了一些中国的特殊含义，比如这幅画上的关公，相对于普通油画有更深的寓意，送礼属性非常重要，因为艺术品是无价的，它的价值很大，老板拿的会比较开心。这个时代人人时间都很宝贵，如果你要找的人很牛逼，付费学习是最快速的方式，陌生拜访时要展示自己的实力和优势，来降低沟通成本。

我们企业家联盟，门票有 8 万块钱，老板都不差钱，但收到一份这么有寓意的礼物还会更开心。一定要和核心利益者保持良好的关系。**青年艺术家的整体逻辑，你们是值得借鉴的，细分领域，加深耕，加会做人，懂商业。**

参哥专访元气枣糕创始人韩力达

22岁赚到人生第一个100W，如今公司估值1.4亿



你是否有魄力做一个全力以赴的创业者，今天对话的人给出了一个答案。她立志成为一个创业者，所以从国外的学校就退学了，我连大学都没念完，连个文凭都没有，毅然地回到了北京。在北京开了一家首饰店，获得第一桶金，现在自创了一个重视烘焙的品牌，满满元气枣糕。她是西贝创始人的外甥女，也是未来打造IP的潜力股，韩力达。

餐饮与流量如何协调

很多人说餐饮在抖音放加盟割韭菜，其实这个是很难成立的。现在从贤和庄以后，基本上所有的年轻人如果想做加盟他会做到什么程度，他明白结果不是思考出来的，而是调研出来的。他会到店面看100遍，去扒店扒业绩。大家都清楚，投资餐饮不是说做什么品类，而是投资业务模型。

现在投资者更重视的是利润。别问这个行业怎么做，把所有同行的讯息调研一圈。作为一个创业者来说，找一个好老大会少走很多弯路。你的第一波大哥是什么层级的，极有可能给你拉到什么层级。建议韩力达拉着贾总给做一圈背书，变现的话还是得个人必须带项目。

抖音是什么？抖音是流量的放大器，如果你本身就有很好的资源和项目，赋能到抖音上，那他就会是你最好的赛道，没有之一。

参哥能提供的赋能体系

你需要我们帮你解决一些抖音技术问题，我们这个服务会做的特别特别好，如果你想高

级解决的话，花个几十万买我们团队，买我们的服务也是靠谱的。**抖音没有什么狗屁技术，就是钱花到位的事。没钱自己干，有钱找人干。通过收购来找个明白人帮你操盘会节约很多时间，老板的精力成本永达大于金钱成本。**

现在抖音放加盟，用户心智也很成熟。马路边边串串的老板找我合作。我发现餐饮放加盟是这样，我可以给你非常好的量化指标，如果你听我的，我保你 10 万粉丝至少开 100 家加盟店。

抖音如何做餐饮加盟

先找到对标账号。**ip 是有故事的，产品是无话可说的。**有一个核心逻辑，一个 IP 如果利润是 OK 的话，都应该划入思考范围。其次，你得找你喜欢，觉得这话你能讲出来的，其实我们做 IP 的时候，第一件事就是老板你给我们找十个账号，你喜欢这个号的哪里，我大概知道你喜欢什么风格。

要做贴合你自己的东西。有些东西你就是讲不出来的，每个人价值观、成长史不一样。

如果要做加盟，抖音是你最好的出路没有之一。

它的成本压缩都会超过你想象，**短视频可以让信息聚焦，降低沟通路径。**星聚会找我们的时候，十年开 100 多家店，我们一年搞了 200 家，没有抖音怎么可能？瑞幸当年做到 500 家店的时候，你猜他花了多少钱，花了多少成本？李潇平均的单店成本一万多一点，相当于没花。

有了抖音的加持，现在不管你是谁，如果你在餐饮行业，你有 100 万粉丝，你就不是你了。**任何一个细分领域的老板，在抖音有 100 万粉丝，他所产生的价值，远远比一座工厂要大的多。你的粉丝，比你的房子还保值，抖音的粉丝能提供的是长期价值，能做到反复成交。**

参哥对话云星控股王晓龙

一位天使投资人的商业认知



我总说抖音的终局是投资，今天对话的人很厉害，可以说是真正意义上的会投资的人，他也是从一个职场小白，一步步成为一个天使投资人。十几年的从业经历，真的能给你很多启示。

想要培养创业者的基础素质，至少要先向成功者学习。不管你是想要创业还是投资，今天的视频一定能对你有所帮助。

房产大佬如何赚钱

房地产是一个多么好的行业，好到如果能让时间倒流，我会把我挣得所有钱都投入到一线城市去买房子。什么是好赛道？一命二运三风水，你能积累第一桶金，真的是没有任何逻辑的。在正确的赛道里，都赚钱。不在正确的赛道里，根本做不大。你赶上了房地产，我追上了抖音，是一个道理的。

另外，想要赚钱，就别问你这个行业怎么做，先去把所有同行的讯息调研一圈。任何事情的结果不是思考出来的，而是调研出来的。王总手握近万个车位，但一个车位怎么卖，他都要去做好客户调研，才能具体定价。你别跟我讲你不懂行业却想赚钱，都扯淡。

我是很懂抖音的游戏规则，因为最开始通过收购一个团队去开始的。**通过明白人**

帮你操盘真的会节约很多时间。我是创始人，那我一定要对公司战略极其清晰，一定要做确定性很强的复制，公司的钱到底在哪，这件事是一定要明白的。

关于最赚钱的奇葩项目

王总的很多项目要么回报慢，要么赔钱。核心原因在于他不知道做一个行业要知道钱在哪里，.你现在真正需要解决的问题是什么？一门生意的利润在哪里？你现在做什么能收入翻倍，你的赛道是否正确。恰好，他的投资由认知决定，而认知反过来决定了投入的力度，认知达不到，很难破局。

我们公司比较核心的一个功能就是比较会找钱。知道自己行业的钱在哪里，就掌握了破局核心技能。我们的联合众创模式，公司的整个底层架构，规定了我们一直做确定性可复制的项目，不想象问题，做的全是结果论证出来的，这绝对是能复制的好生意。

参哥的高认知解惑

我投资为什么能成？因为我是在某个资源里面有巨大资源的，比如说抖音，你说我现在投个小网红，目前有 10 万粉丝，我能给他搞到二十万三十万。

我见了这么多老板，最大的感触就是大家都要遵守规律，你知道很多人为什么死的很惨，他们总觉得自己与众不同，与众不同的人是 100 万分之一，一万分之一都算不上。规律告诉我，所有人都死的行业就很难，最好不要依靠概率。

王总对抖音、流量、IP 的认可度让我很高兴。任何老板都需要有打造个人 IP 的意识，打造个人 ip 能解决这三个问题？1.钱 2.资源 3.优质人脉。

你可以思考这样一个问题：卖人容易，还是卖事容易？不仅是王总，很多老板压根不懂抖音，也拿不出极高的认可度，我们的逻辑是但凡是不求着我们做事的，一概不收。因为我是在抖音拿到过极大结果的人，你看一个人靠不靠谱，就看结果了就好了，其他真的都不重要。

你不擅长的事交给擅长的人去做，我跟毛毛的合作就是这样，公域配私域，流量最终闭环到私域流量反复成交。

记住一点，我们提供的是赋能，不是抖音为企业赋能，而是企业为抖音赋能。服务使人憎恨，赋能使人感恩。所有的行业都值得在抖音重塑一遍，尤其是你这样

的个人 IP，很有内容，不要再惦记闷声发大财了，鼓声大不一定会雨点小。

参哥对话世界拳王，熊大爷饺子品牌创始人李文扬 一年开出 1000 家连锁店，他是如何做到的？



很少有职业运动员转型成功的，一旦成功就会是巨大的成功，他们身上具备普通人身上没有的韧劲。李文扬就是一个转型成功的代表，熊大爷饺子品牌创始人，一年能开出一千家店。你要说他一路走来靠的是脑子，他以前却是个靠拳头说话的拳手，他的转型经历是我见过的这么多老板里最有意思的一个，感兴趣可以看看，尤其是那些嚷嚷着想转型、做副业的人。

世界冠军的转型之路

很多人嚷嚷着要转型，要搞副业，这件事本身没错，但他们的出发点就错了。来你自己想想，是不是你以情怀为出发点了？做生意不要搞情怀，李文扬为什么能成功，就是因为他不搞情怀。他打拳的怎么了，世界冠军怎么了，你选择的目标改变命运，花更多的时间挑一个好行业，比什么都重要，他选中了餐饮赛道，餐饮赛道最赚钱的方式是什么？放加盟。他找到了餐饮行业里最简单最挣钱的环节，

并且把他复制下去。

如何不断复制成功盘

我干了太多复制一个盘的事情,经验告诉我,你想要全力以赴辅助他是不成立的,我觉得人有些时候最好进行简单思考,越聪明的人越简单,思维也一样。如果你有机会做到 10 万粉丝,把你盈利的事重复做 10 遍,100w 粉丝和 10w 粉丝极有可能变现是一样的。

流量真的是离钱最近的地方,不要做太多无效的动作,又很浪费时间精力,我跟大家讲关键点是什么? **真的是你能不能安下心,一个月时间里只做抖音这件事儿。如果行的话,一定要出结果,以结果为导向去做事,没有结果的事都是瞎扯淡。**老板进入到创业后半程,依靠的一定是思考和商业模式,而不是体力劳动。**如果你不懂技术,还非要自己去研究,那大概率会死。千万不要一个人拿全部的钱,干全部的活,你不擅长的找擅长的人去干,否则你接不住下一个风口。**

参哥专访非著名子女教育家毛阿姨

财富自由豪车毒老纪的母亲



1288位老板 参哥企业家联盟

今天这场对话，罕见的带有温情。一个好女人幸福三代人，这句话诚不欺我。今天见到老纪的妈妈，实实在在做实体的人，一步一个脚印走过来。深入了解下来，老纪能赚钱的确是带点基因的，能把一条街都打包的人，到底有哪些深刻的方法论，老一辈资本家又是怎么玩转人际关系的，仔细看完，相信你能明白很多。

老纪蚝宅的高端玩法

我觉得老季真的是我遇到过，在餐饮这块打法最牛逼的。老纪蚝宅现象级爆火后没有选择放加盟，但放加盟最终的出路可能会全部倒光。但他整个杭州一家店分店不开，所以导致他流量急剧暴增，你可以理解成，他这个店20年之内倒不掉，而且会越来越火，只此一家。**他通过分析同行，找到行业里最大的利润点之后，工作要做深度不要做宽度，两厘米的宽度，2公里的深度，事实上，80%的利润产生在20%的工作上，他的利润就在独一无二这件事上，人把一件事情做到极致会挣得很多。**

流量打包的逻辑

本质问题，首先要不断的往品牌里加新品，就跟老纪现在快把一条街都吃光了一样，我觉得完全可以再加几个店，如果这一条街所有的店完全被你们垄断，这个会很厉害。第二个，不要卖单个打包加盟，就一条街一条街的承包。我加盟老纪蚝宅，加盟的不是一个东西，我加盟的是六个牌子，他这个打法真的是刁钻。**技术流赚钱和运气流的区别：靠技术，永不亏钱；靠运气，总会用光。**

拿当下最火的淄博烧烤举例，官方在推，淄博的烧烤摊绝对是最大的获利方，如果干倒

了这辈子都别做生意了。其实烟台的烧烤更好吃，但信息差影响太大，这就是流量的力量，流量在哪里，钱就在哪里。抖音 8 亿用户，这就是人的聚合，是当下最大的风口。你想要蹭我的流量，那你就要付出一定的代价，付费是拓宽认知圈最有效的手段，做生意也是一样。

抖音势能如何造就

我是一个能自我和解的人，我很擅长原谅别人。别人想要伤害我，我也能原谅他。给大家推荐《天道》这本书。大家都知道寸总跟我之间的故事，我从他身上学到的经验，远大于目前对方欠我的钱。我对手下核心员工的容忍度极高，因为对方有底线，也因为我的包容度，也就是说我有我的基本点，如果对方无法为我创造利益，我会毫不犹豫开掉他。

我不是一眼看透事情本质的人，我是依靠经验看透事情本质的人。2022 年我很 emo，因为我看好的盘全崩了。所以我所谓的认知是根据自己的经验+反复的总结=最后的结果。没有人能对未来做出预判。早知三日事，富贵万万年。

我觉得我们要对骂你的人心存感恩，因为这个其实不是骂你的问题。整个抖音真正高级别的人有多少，不会超过 10%。更多的是很多普通人。看我做抖音做得好，我教别人做抖音，上课这件事，你能挑出什么毛病。你看一个人靠不靠谱，就看结果了就好了，其他真的都不重要。永远向有结果的人学习，因为结果不会骗人。

他们不信，非要说我割韭菜。他们的思维里面，一个月就挣几千块钱，很难理解为什么有的老板愿意花几千块钱来学这个课，所以他们是真正意义上处在社会底层，没有认知，所以容不得别人任何的好，只是在泄他自己的愤，所以你无论做的多好，一定会有人骂你。

这是无解题，骂你越狠的人，理论上就可能活得越惨。人是呈马太效应的。一个乞丐如果去说你两句，你会生气吗？这些人就是所谓的抖音乞丐。最起码我们做了一件好事，给无处抒发郁结的人一个通道。

参哥对话创新型法务行业专家张宇

奇葩行业年入千万，公司 GMV 过 2 亿



有这样一个行业，专门做协商还款的。把法律服务变成产品，面对的是欠钱不还的人。并不是暴力催收，而是有律师专门帮你跟银行去协商，在你承受的范围内分期还。很多人说这个行业量大才行，赚的是穷人对未来希望的钱，空间太小，市场太卷，但这样一个小众且奇葩的行业，却能年入千万，他的商业规划到底是怎样的，凭什么能把这样一个公司做到 GMV 过 2 亿，你是否觉得他在积福报，可以看完视频再评价。

奇葩行业年入千万的核心

张宇绝对是懂人性的，不然他看不到这个行业最隐晦的一面。我一直说做生意要切一个行业里面利润最大的板块，他也算是做到了，他至少切到了法务行业利润极大的板块。

他绝对是生意上最牛逼的是资源整合者，能够把行业上下游串起来。

但目前缺乏抖音思维。很多行业不值得做一生，有周期，不要把鸡蛋放在一个篮子里。

其实要了解一个行业的大概很容易，越往后面，进阶越难。思考一个问题，你的

业务体系女性客户可能比男性客户更有价值且数量更多，那人构成流量，你知道了商业的本质是人，是流量，流量在哪里，钱就在哪里。

传统行业如何进行线上推广

有效判断这件事情行不行的关键，那就是把线下做的业务在抖音上再做一遍，企业家联盟有这么多个老板，我总结下来，什么类型的人在抖音能赚到钱？1.项目本身足够优质，利润高 2.有流量 3.有商业模式。

再一个，你所有的营销渠道，最快速的就是私域。千万不要把跟客户之间交流的路径拉长，短视频可以让信息聚焦，降低沟通路径。

如何把商业利益最大化

很多人过来找我投资，我为什么不给你投钱？很简单，这件事儿你说不明白，我也不认可太多想象中的东西。你根本不要去做任何其他多余的行为，其他的全部是变数，能不能把公司的确定性的盈利复制，我觉得这个非常重要，那我们做的事不也一样吗？如果星聚会的星哥说要再出去开个酒馆，那可能真的死定了。你的核心竞争力就是做你当下的行业，而我们，一个自媒体公司的核心竞争力，不应该是账号，而应该是造号能力。如果你实在不懂，不如学我当初那样，通过收购来找个明白人帮你操盘，会节约很多时间。

参哥专访 40W 粉丝减脂主播 CoCo

深耕减肥行业 8 年，带出多名成熟主播



有一说一，大多数女性终此一生都逃不过减肥这个词的宿命。那这条赛道绝对是永远都存在的，有人一直为这个词花钱，但有人为这个词不断赚钱，CoCo，绝对是这条赛道里赚到钱的人，跟她的交流确实让我感受到了女人对这两个字的执着。一个有商业认知的人，确实能更容易摸索到商业的本质。

关于减脂赛道

她选择的减脂赛道是很好的。这个赛道利润率是可以，并且所有的女性都需求，你要做一个生意，必须知道钱在哪里，未来三五十年，一直有需求，永远都受欢迎。做生意其实没有任何逻辑，在正确的赛道里，都赚钱。不在正确的赛道里，根本做不大。要思考业务，长痛不如短痛。

不能想象问题，一定要做调研。调研之后，CoCo发现要做私域，然后要做培训体系。

但同时，她发现自己的本质问题，他接触的人有点太少了，一个学习能力非常强，悟性也很高，但是没有一个好的圈层，那就很难走得远。信息圈带来财富，你能做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友，所以她以结果为导向，找到了我，**付费学习是拓宽高质量人际圈非常重要的手段。真正改变我们命运的是我们的朋友圈，社交圈，比和自己更有的人玩，真的能解决百分之90的问题。**

参哥对于做MCN的建议

当下重点应该在于转型MCN，因为培训是割一次性，后续客户流量跟不上，你团队谁养活？mcn是把自己复制n个，就像马云说的我们的目标是培养更多的京东，腾讯以前专门模仿别人让别人无路可走，后来想通了，投资京东，到处投资，mcn就是你投资更多的另一个自己，培养起来哪怕只分润20%，那也比一个自己强，且鸡蛋不在一个篮子里带货是很难

一直做下去的。核心在于人都是有能力上限的。

第二是平台规则，平台规则可能会给你很多限制，很多人没有 get 到，因为我做电商出去的，我太知道了，他到某个层级就到达瓶颈期很难有发展了。**抖音规则，平台规则大于技术，彻底去了解一些规则东西才有机会转变**

第三个关于想做培训，这涉及到工作量的问题。建议把精准的客户做在 MCN 里面，让她成为第二个你。

因为人有两个成本，一个金钱成本，一个精力成本，你的精力跟不上了，你能不能把你盈利的事进行重复，这是最重要的事。

减脂赛道与私域结合

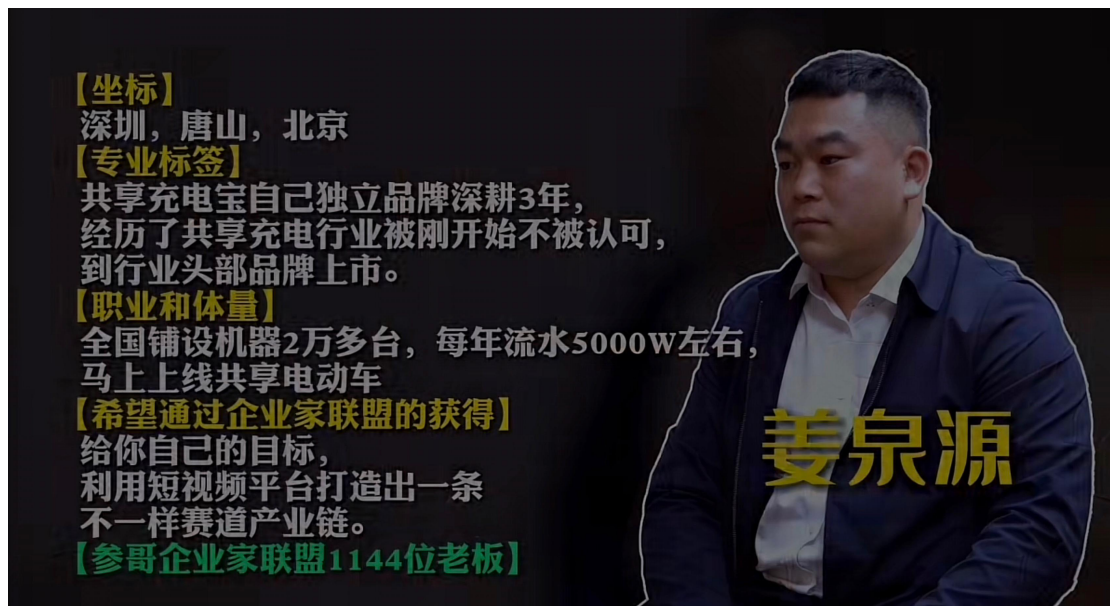
我觉得这个创业者是我遇到过就比较简单的那类人，既有自我认知，逻辑极清晰，核心优势极其明显，他为什么成功，因为三年前就做抖音，入场极早，**入场时机很重要，在合适的时间，跟着合适的人，干了合适的事。**

我是 2020 年做抖音的，我 2020 年我做抖音，真的是流量是现在是十倍以上，而且客户比现在要好，成交的多，**抖音的后半段是私域。**然后你又选了一个利润最高的行业，所以我认为她的成功是必然的。

重回巅峰最好的方法就是把走过巅峰的路再走一遍，把自己干成且盈利的事，重复十遍。这个赛道我认为前途是无限大，如果做好私域，基本上是可以吃十年以上，因为减肥是一个不会停止的事业，这个账号你值得关注一下，因为他这个数据是没有办法造假的。

参哥专访姜小电充电宝创始人姜泉源

从不被看好到年业绩 5000W



【坐标】

深圳，唐山，北京

【专业标签】

共享充电宝自己独立品牌深耕3年，
经历了共享充电行业被刚开始不被认可，
到行业头部品牌上市。

【职业和体量】

全国铺设机器2万多台，每年流水5000w左右，
马上上线共享电动车

【希望通过企业家联盟的获得】

给你自己的目标，
利用短视频平台打造出一条
不一样赛道产业链。

【参哥企业家联盟1144位老板】

姜泉源

这位对话的老板做的是渠道商生意，充电宝生意，姜小电充电宝创始人姜泉源。从一开始不被看好，到年业绩 5000 万，没有技术壁垒，谁能铺更多的网络，谁就能挣到钱，但我没想到他是个野路子，挣的是押金。

虽然没有拥有权，却有了钱的使用权，所以做事情真的不要固定在一个点，看完这个视频，真的能提升你的认知。

姜小电是如何赚钱的？

姜小电赚的钱主要有两个板块：直营给商家机器，给商家 50%-60%的利润，剩下的利润姜小电回收。第二点就是商家剩的这 50%的利润，还有 10%的利润是我的。因为需要满 100 才能提现，因此这其中有一部分商家是不会全提现的。

核心优势是什么？

他打了一个定位，定位私人定制，企业私人定制，包括商家私人订制，其次品牌成本比较低，没有代理商化。像街电，都是代理商在投放，他给商家一份利润，代理商达到 50%，商家达到 50%，实际收入不多。银行赚的是多少钱，银行赚的是用户存的钱，因为他有一部分钱永远提不走。他的成功核心在于，想要**创业进阶最正确的方式一定要先干起来，一定要向成功者学习。借鉴并超越。**对一个行业没有深刻理解之前，不要谈创新。

为什么商家能提走的钱永远是在 50%，因为每个老板不在乎这一两百块钱，提不走的钱全是咱们的利润，这是现金流业务。如果我有一个亿的流量，因为每个

地方每天能扫两到三次，他扫完以后我在上面能打广告，因为小程序是我的，我可以链接到商城的广告，我就做广告，做流量的生意。商业的本质是人，是流量，流量在哪里，风口就在哪里。

参哥的建议

陌生拜访时要展示自己的实力和优势，来降低沟通成本，加入私董会可以帮你解决很多问题。可以尝试围绕你的项目去搞营销，所有的营销都需要私域流量。

参哥对话房地产行业专家周力 房地产行业 23 年从业经历



我总是说能赚钱的人都不会去想象问题，实干出真理。今天这位老板就厉害了，典型的实干家。很多年轻人不信邪不是吗？总是想做实业，今天我就把一位真正的实业专家请来了。房地产专家，周力。

他绝对是具备迎接风口能力的人，且十分有财富视野。巅峰的时候能做到通过投资让资产迅速翻倍。老牌房地产大佬真的能看到大多数人看不到的东西，建

议看完这条，绝对会有收获。

老资本与新资本的碰撞探讨

跟周力对话之后，这段时间我认真思考了一下自己的业务问题，我这一波为什么能起来，也是因为我之前 20 年的行业不干了，来从事新的流量自媒体风口，仅此而已，具备连续创业周期性能力的人才有机会成为真正意义上的大老板。

有一个问题是，老资本家和新贵们本质上有区别吗？这个问题本质上就像问富二代和你的区别一样，答案就是你爹在床上躺着睡觉的时候他爹在拼命。核心是什么？能否依靠信息圈给你带来财富，你能做的每一件事，或者说富二代的爹做的每一件事，都来自于讯息，来自于朋友。**你的收入能不能上台阶，完全取决于你跟谁玩，社交圈是什么样的。**

你去澳门玩，如果有时间逆转的能力，你愿不愿意回到十分钟前去按正确的按钮，或者往长远去看，你会不会买比特币，会不会早点做网红，会不会给马云投资？

我不认可人生以服务为目的，赚钱顺便这句话。就像玩梭哈，我无法预知到结果，但我知道**这件事本身是不存在短期暴利，很难支撑长期价值，很多行业是不可能干一生的，就像房地产行业，有周期，所以坚决不能把鸡蛋都放在这一个篮子里。说白了这是认知的问题，认知是对结果的预判，它能导致你的行动力的改变。**

关于商业投资思路的思考

你觉得失败这件事可怕么？周力这样的人完全不在怕的。因为他清楚一件事：这世界上没有谁的财商是靠天赋的，都是学会的。

每个人具备一定认知和阅历以后都想发展副业。但你忽略了一点，副业一定是来源于原来的资源体系，不然不叫副业，叫做二次创业。

你曾经掌握一个最好的财富形态，收房租就是最好的财富形态，如果我是你，我会直接把行业的上下游串起来，这是生意上最牛逼的资源整合者会做的事。我做海参，做好信任加人设的架构，之后我做燕窝，卖同样高端的产品，就是用的这套逻辑。把客户引流到私域，私域给我创造的利润是天猫的几十倍。

我做生意啊，我是要求三知，我要知道这个事儿投多少钱，挣多少钱，有个大的前提条件，必须要成功案例。第二，我要知道这个事儿具体的运作，他的公司团队有多少人，他怎么干的，越细越好。然后第三，我要知道他所有的爆款产品。因为我现在搞抖音，我是这件三件事儿摸得明明白白，这个人他公司五个人，他一年他妈的投了 10 万，他能挣 100 万，我可能有兴趣，反之我一点兴趣没有。

我认为人的核心是什么？失败就是不透彻，对事物理解的不够深刻，很多人过来找我投资，我为什么不给你投钱？很简单，这件事儿你说不明白，我也不认可太多想象中的东西。

关于 IP 的人生选择

你对另一半不认可，婚姻也是一项投资，选择的项目本身大于一切，千万级的小生意玩的就是项目本身、钱、人、还有资源整体，你要做一个亿的生意，你的盘子就得是一个亿，项目选择的逻辑也一样，有些项目的终局就是 200 块。

当初的房地产创业经验，就说明了，当时作为一个创业者，找一个好老大真的能少走很多弯路，你的第一波大哥是什么层级的，极有可能会给你拉到什么层级。你跟孩子的根本区别就是她是富二代而你不是，你爹在床上躺着睡觉的时候他爹在拼命。你作为孩子的父亲，给他们提供企业家联盟这样一个平台，让他意识到比他强的年轻人多如牛毛，让他产生强烈的赚钱欲望。

重回巅峰最好的方法就是把走过巅峰的路再走一遍，把自己干成且盈利的事，重复十遍。记住啊，抖音只是一个流量放大器，没有变现项目你粉丝再多也赚不到钱。

老资本家可能看不上很多新贵，但事实是**一个人一旦成功了，无论你觉得他多操蛋，他一定是有他自己核心几把刷子，记住一句话，永远向成功者学习。很多老板为什么死掉了，是因为他们上一个时代赚到了钱，有经济周期，但是后面消费发生了改变，不是生意不行了，是渠道发生了改变。我取得的巨大结果已经告诉你了，抖音这个渠道是实现巨额盈利的，所以抖音是目前最好的赛道，没有之一。**

参哥专访本地生活现象级达人大嘴妹

半天妖大场爆卖 5100+ 2 小时百万 GMV



很多人用“洗脑”这个词形容这个人，但我感觉可能不太恰当，用“魔力”可能更准确，她就是现象级 IP 大嘴妹。如果你看见一个人走不动道，挪不开眼，说明这件事不简单，而且一个人几乎做不到单枪匹马就能冲出来。我对话的这位主人公，她虽然年轻，但却很有大局观，她对团队和自己的看法是怎样的，值得每个老板、创业者了解并深入思考。

对于 IP 一炮而红的思考

大嘴妹前期努力说明她的行动力、执行力极强。她在没有冲出来的时候，就知道要和人进行对比，要想超过一个人，一定要学会分析人并且超越他。这也是后期她能抓住流量的关键，**流量在哪里，风口就在哪里。**

这个世界上是没有懒人的，如果一个人缺乏行动力，源自于对一个项目的预判不准确。大嘴妹一直在赚钱，钱会起驱动作用，结果就不会太差。

另外，作为一个完成破局的 KOL，**粉丝是比房子还保值的存在，抖音为她们带来的收益绝对是长期且高效的。**

流量能带来的长期效益

大嘴妹的收入结构调整的很大，从最开始的直播收益变为股份收益。她清楚一个直播间呈现的效果和状态不是一个人能给到的，团队的力量大于个人的力量。所以她能做到知行合一，给肯德基做活动时打团意识。

做到知行合一，本质是知道我们要付出什么样的努力，拿到什么样的结果，导致我们的决策层是正确的，执行力层也是正确的。**看利益不看眼前要看长期，在对的时间跟上对的人，能有一定机会改命。**

参哥对话国内有机枸杞头部供应商王弘杰

曾经负债一个亿，到现在又东山再起

今天对话的企业家有点特殊，现在处于一个欠债的状态，曾经外债一个亿，且是替父还债。富二代和你的区别就是，你爹在床上躺着睡觉的时候他爹在拼命，但同时他也有替父还债的风险。国内有机枸杞头部供应商王弘杰，跟他聊的过程中，从他的心态情绪中感受到很多。每个人的承受能力是不一样的，遇到了事，没办法，只能面对，你只是看到了他的经历，你觉得很震撼，但是像他这样的事，每天都在上演。现在的王总积极乐观，用空杯心态来到我这里，渴望突破。**为什么大家想要听我说话，是因为我都干过，自己做好才教人。**

关于创业的建议

王总接手了父亲的公司，但于他而言，从闲散公子哥到被迫接手家族生意，同时必须偿还过亿的债务，从这件事来说，很多人是难以想象这其中的压力的。他发现目前所处的行业是有问题的，渴望新的更好的商业方向，他的经历就说明一句话：**越难的越不赚钱，项目本身大于一切。生意都是有周期性的，利润就是一切。这一门生意不赚钱，没必要在同一棵树上吊死。**

关于创业，我认为涉及到四个层面的问题，**第四层尤为重要。**

第一层，很多人创业的初心有问题。所以他一辈子可能就在最底层，一个人如果在某一阶段突破了自己，想明白，想拿一个大结果，朝死里干他也是可以干出来的。

第二层，有一个正确的行业，或者说掌握一些基本的逻辑。**你选择的目标改变命运，花更多的时间挑一个好行业，比什么都重要。**

我愿意分钱，我愿意学习，我愿意去复制自己，他生意慢慢可能有机会干到很大。

到第三层，人品不出问题，你不是一个坏人，你不乱花，你这辈子都会很好。

第四层，遇到一个贵人，这个事儿也得靠自身实力，是能被贵人赏识，他也不是个平凡人。作为一个创业者来说，找一个好老大会少走很多弯路。你的第一波大哥是什么层级的，极有可能会给你拉到什么层级。

我们公司今年过百万的有多少人，实现阶级跨越的有多少，他们凭什么从普通人变成富一代，你们可以去看看我跟木子、阿亮对话的那几期视频，永远像有结果的人学习，因为结果不会骗人。

我最近带我侄子，我就特别有感受，怎么带都不行，说明他赚钱的野心不够，所以说年轻人一定要有强烈赚钱欲望。

IP 发展的终局

所谓的爆发行业，暴富行业，你们根本不了解。这种行业需要的不是稳和慢，他需要的是快、野心，往死里干，往死里耗，就是不能把自己太当人，具备 all in 的那种心态。

渠道为王，流量为王，产品和流量比，一文不值。你全力以赴的跟业务，你搞定一个 IP，然后把这套方法论拿出来教别人，然后给他做深度的供应链赋能。我现在还愿意开抖音课，是要做投资方面转化。我们本质上是这样，因为最终要的模式就是金融，最舒服的那一群人是有品牌有供应链的。

我对抖音这波的看法最核心的一点，抖音是内容平台，它跟淘宝有本质上的区别。淘宝已经是纯付费流量，你付多少费，我给你匹配一点流量，抢卡位，免费的几乎没有。**投 100w 挣 100w 和不投钱挣 100w 的生意差 18 个纬度。**

但抖音要这么玩的话，就没有人做内容，所以我认为**好好做内容的商家有机会**，我也可以告诉大家，如果是懂优质内容的好 IP，后面几乎是不投流，到今天为止我几乎没投过流。

想明白一件事：是让你的品牌成为 IP 的一部分，还是 IP 成为你品牌的一部分，这句话非常非常重要。

品牌成为 IP 的一部分，你知道为什么很多传统老板到抖音都做不好，为啥很多老板做抖音做不好，就是还在用原来的逻辑审视新行业。**抖音前半段是品牌大于 IP，后半段是 IP 大于品牌。**

做 IP 商业的建议

任何一个细分领域的老板，在抖音有 100 万粉丝，他所产生的价值，远远比一座工厂要大的多。但你看所有利润一个亿以上的 IP，它的共同性是什么？绝对是全品类。我也看过一些案例，甚至包括从技术角度来讲，多品比单品更重要。最后，让 IP 成为 MCN，就跟做投资是一样的，投 100 个项目成功五次，其实就已经成功了。

我的操盘手大课是专门针对于操盘手去开的，**抖音没有什么狗屁技术，就是钱花到位的事。没钱自己干，有钱找人干。**安排人来掌握操盘手的技术，能解决做 IP 的很多问题。

你们听我的话觉得很有用，但是又落不了地，就是因为不系统，太断片了，我觉得你们如果有时间的话，真的可以听听我整个创业路程，我对业务的思考，**永远**

向有结果的人学习，因为结果不会骗人。一个人一旦成功了，无论你觉得他多操蛋，他一定是有他自己核心几把刷子，永远向成功者学习。我觉得这个会对大部分创业者、老板有帮助，想要获得进阶，过程很重要，先生存再发展，借鉴并超越。

参哥企业家联盟