
[首页](#)

[推荐](#)

— [亚运会](#)

[关注](#)

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

- 观看历史

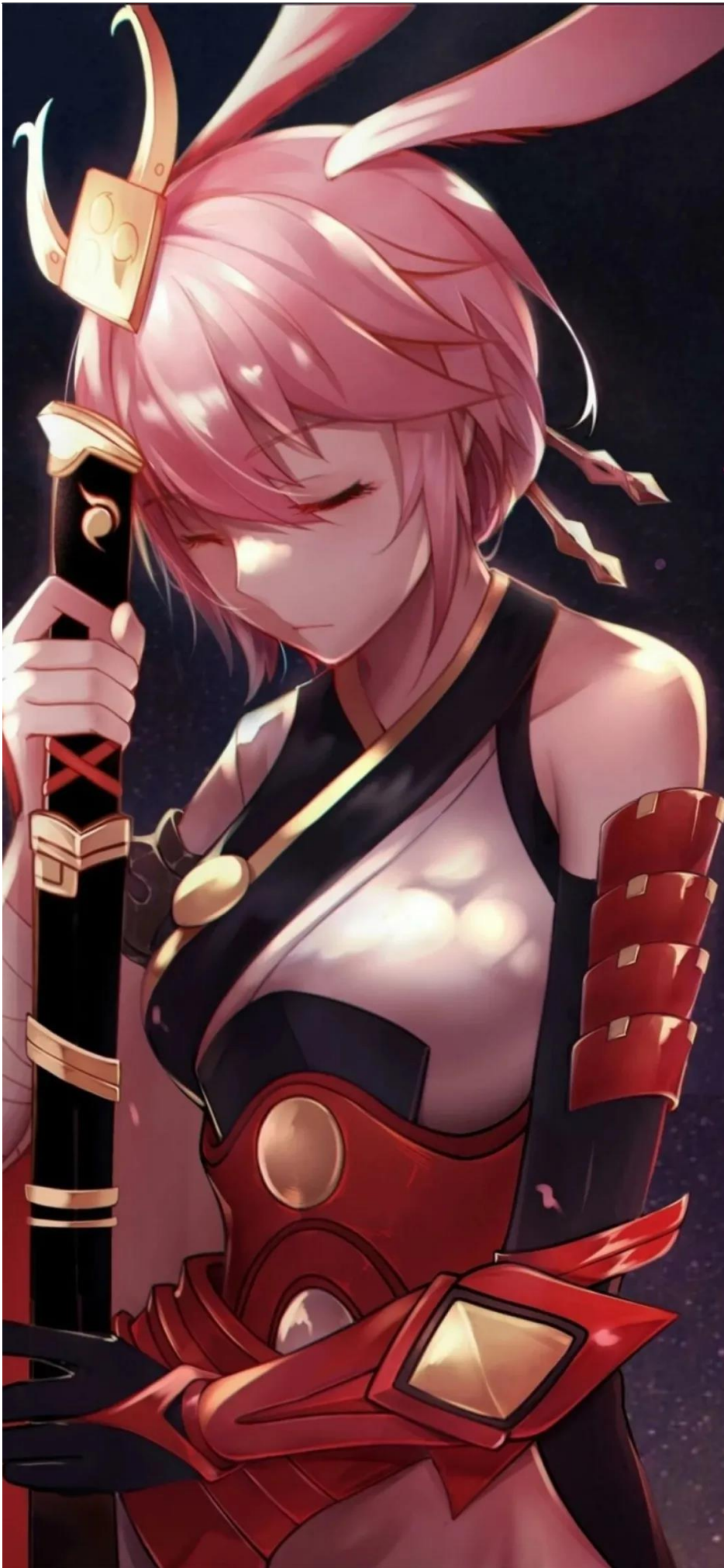












0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

举报

发布时间：20260403 21:29:25

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

[梓恺佑信息咨询](#)

[梓恺佑信息咨询工作室官方账号](#)

关注

给你一块安吉山沟里的荒地，手里攥着 2000 万现金，你要怎么做才能把钱赚回来？是做民宿？还是搞农家乐？申晨老师给出了一个颠覆认知的答案——创始人 Jason 在这里造了一个“瀑布”，卖起了“完美自我的一日体验卡”，最终实现了 2 个月回本的商业闭环。这背后，是一套精准的“赚钱点”的设计。在混沌学园最新课程中，熊猫传媒创始人申晨老师毫无保留地公开了他操盘百亿项目背后的秘密武器——“熊猫罗盘”。这不是一套抽象的理论，而是一张精准的行动地图。到底什么是“熊猫罗盘”？如何让你的品牌有个有辨识度的定位？让你的产品不仅有用，还“看起来很有用”？如何让你的营销真正能够基于场景、满足需求？

每个时代都有属于自己的机会，因为时代从未淘汰创业者，淘汰的只是那些没能跟上时代的人。”让我们跟随申晨老师的视角，拆解爆款产品背后的底层逻辑。本文仅占课程内容的 30%，完整版内容请打开混沌 APP 观看完整版。上一堂课，我们讲了如何抓住确定性的大趋势，找到新的增长方向。找到方向后，具体该怎么做呢？如何变为真金白银的收入？我将用熊猫罗盘的“新商业增长七步法”来一步步拆解。这七步包括设定位、立场景、提价值、做内容、引流量、增转化、转私域。定位是客户心中对你认知的总和。所以，定位不是你自己做出来的，而是消费者心中的认知。换句话说，你自己设定一个定位没有意义，关键是让客户真正认可。这一部分你必须做好，比如明确目标客户是谁、视觉设计如何呈现、品类定位是什么。而立场景就是建立起人、需求和目标之间的连接。客户不是来买你的产品，而是来解决一个问题。广告学有句很经典的话：“我们买的不是钉子和锤子，而是想把大衣挂在墙上。”所以，连接产品与人的需求，这就是场景。那“提价值”又是什么意思呢？今天我们购买产品，买的不是产品本身，而是产品带给我们的价值。如果它能真正节省时间、节省体力，这叫功能价值。如果它带给我愉悦感、让我感受到被尊重，这叫情绪价值。我买一辆限量版自行车，它后来升值了，这叫增值价值。所以，我们要做好价值设计，让产品看起来很有价值，哪怕实际价值不一定极高，但至少要让人觉得它很有价值。以上三步，是梳理核心竞争力的关键。完成这些你就知道内容该写什么、传播方向在哪里，也清楚何时积累的内容能转化为客户。这时候，内容就可以登场了。我们可以自己创作商业内容，也可以让消费者帮我们做背书，还可以请专家为我们说话、为我们赋能。形式可以是短剧、短视频、直播、图文等等，这些都是内容的表达方式。做这些内容，本质是在展示价值。展示出来，就是在传递价值。但内容不等于流量，“内容+渠道”才等于流量。当别人看到你的内容，流量就来了，这时候需要承接的渠道，可以是人找货，也可以货找人，方式多种多样。有了优质内容引来流量后，下一步就是转化。我们可以通过各类产品促成转化，把内容变成钱、变成购买动作、变成会员、变成私域体系。用这四步在网上积累起数十年如一日的好口碑和他人对你的认可，就是你的数字资产。从设定位、立场景、提价值，打造核心竞争力；到做内容、引流量、增转化、转私域，积累数字资产。完成这两部分后，你将实现收入增长、利润增长、估值增长，同时也将收获更赚钱和更值钱这两个最想要的结果。其中最关键的是定义核心竞争力。

1. 二分法找定位 定位，简单来说就是回答“你是谁”。经典理论里，做定位的方法有几十种，比如找到行业的空位，类似“没有中间商赚差价的二手网站”；还有核心场景法，类似“无痛看牙就去瑞鲨”，“困了累了喝红牛”等等，这些都是定位的方法。今天我给你一个最简单的咒语级的方法——二分法看世界我们来看一个很好的案例：钱大妈，口号是“不卖隔夜肉”。钱大妈是一家社区生鲜超市，它的核心优势在于强大的供应链，它们大部分肉类都是下午屠宰，当晚或次日清晨送达门店。所以它的核心能力是什么？“只卖当天鲜肉”，这就是定位。以前我们在菜市场买的肉，很多是前一天甚至前两天的，大家并不觉得有问题。但今天，是不是只有“当天的”才让人觉得新鲜？所以钱大妈干脆把它做到极致，一下子就拉开了和别人的差距。这就是在用二分法看世界，也是我今天特别推荐的定位方法。什么叫二分法看世界？就是“我跟别人都不一样”。比如“不卖隔夜肉”潜台词就是，别的店卖的都是隔夜肉。再比如“不是所有牛奶都叫特仑苏”，它把牛奶分成了“一般牛奶”和“特仑苏”。二分法看世界并不是说另一方不好，而是各有各的好，但你的好，必须是与众不同的好。我的一个好朋友，以前是家居设计师，后来公司倒闭，她一直没找到合适的工作。2023 年 6 月，她来听我的课，我加了她的微信，翻看朋友圈时发现，三个月前她刚给

自己的孩子打造了一间超级梦幻的儿童房，只花了2万多块。我灵机一动，问她有没有可能只做装修里一个非常细分的点，专做宝宝屋？专门做一个设计公司，只做儿童房改造，口号可以是：“两部 iPhone 的钱，给孩子一个梦幻童年”。你专注发小红书，只发自己的设计，把每位妈妈的改造过程都拍成短视频发出去。后来，在网上发布后，第一周就来了四个客户，其中两人还成了她的合伙人。现在公司一共四个人，2024 年一年做到了 900

万的利润。她们只负责设计，施工交给工厂和装修公司，一个房子改造只要 3 到 5 天就能完成。今天不是没有机会，关键在于寻找那些未被满足的客户需求，设计好场景与传播路径。个人的能量，同样可以做成事。再举一个例子，在白酒江湖里，新品牌还有活路吗？申晨老师在课程中揭秘了江小白和梅见的底层逻辑——“二分法看世界”，放弃浓香、酱香、清香等分类，酒只分两种：一种叫“老登喝的酒”，一种叫“我们年轻人的酒”。也就是这一招，让江小白旗下的新品牌“梅见”在 2025 年狂卖 35 亿！就连曾业绩停滞 5 年的劲酒，学会了这套“年轻人的玩法”

后也迅速迎来了逆势增长。这种“二分法”

如何应用到你的行业？如何像劲酒一样复制已被验证的成功？

答案都在这节课里，扫码听申晨老师讲透破局心法。2. 一个打造场景的公式有了定位之后，下一步是什么？是场景。场景其实特别多，包括使用场景、消费场景、送礼场景、合作场景、出海场景等，各种各样。但今天我们要把产品真正融入场景里去。江小白用了七年时间，在年轻人心里扎了根，创造了数十个场景。所以很多人说，江小白的文案写得真好。但你有没有想过文案背后是什么？打动你的不是文笔，而是文案所唤醒的场景。江小白的案例可以套用公式：适用场景 + 适用人群 +

特殊需求 + 别人不行 + 就我行。一旦你把这个公式融入所有内容和广告，经过一段时间传播，大家就会觉得，只有你最合适，为什么这么说？什么是场景的搭建与塑造的底层逻辑？场景、需求、付费之间如何形成一套完整的闭环？申晨老师在课程中进行了详细阐释。3. 一个制造溢价的公式

在明确了场景之后，我们接下来谈“价值”。溢价的本质，可以用一个公式表达：溢价 = 可感知价值 - 价格。从这个公式可以看出，提升溢价只有两个方向，要么降低价格，要么提升可感知价值。但降价往往不是客户想要的选择，因为如果降价就能解决问题，又何须专门花钱去寻求方案呢？

因此，我们真正的目标只有提升可感知价值。“一整根”人参水为什么在加入“一根人参”这样的“演员”后，从五六块涨价到十几块，反而卖爆了？“一家面馆”

为什么从单纯卖一碗面变成卖一个的城市记忆后，门店收入从日均 2 万提升到了 4 万？如何从价值、颜值和体验三个方面显著提升产品的可感知价值？申晨老师在完整版课程里把其中的奥秘都拆解清楚了！

！打开混沌 APP 观看完整版课程。这个案例源于一个投入 2000 万、不到 2

个月回本的真实故事。假设有人给你一块地，位于浙江省湖州市安吉的山沟里。同时你有 2000 万现金，你要怎么做，才能把钱赚回来？这是无人机俯拍图。安吉是“绿水青山就是金山银山”理念的发源地，在全国都是生态文明建设的标杆县。这句话背后强调的，其实是人与自然和谐共生。但在开发之前，这块地并未体现这一点，因为它只有自然，没有经济，也没有人。所以，如何让它实现人与自然的和谐，就成了我们用这 2000 万要解决的核心问题。我们运用“熊猫罗盘七步法”的前三步——定位、场景、价值，来寻找这个项目的核心竞争力。要找到核心竞争力，你需要回答下面这 6 个问题：1. 你是谁？（产品定位）2. 我为什么买你？（需求定位）3. 我为什么以这个价格买你？（价格重塑）4. 什么人？（客户定位）5. 什么时候来买你？（场景定位）6. 他能得到什么？（价值收获）这六个问题分别对应产品定位、用户定位、场景定位、需求定位、价格重塑和价值收获。把它们结合起来，就是你的核心竞争力。现在，我们一起探索这些问题的答案。首先是“你是谁”

。从区位看，这块地在湖州，自驾 90 分钟内只有杭州一个大城市，但高铁 90 分钟可覆盖上海、南京、苏州、常州等一批万亿 GDP 级别的城市。杭州是常住人口超千万的超大城市，经济实力强，年轻人比例排全国第五，第三产业非常发达，也是网络经济最发达的城市之一，线上传播比线下更有效。而高铁覆盖的上海、南京、苏州、常州等核心大城市，更是年轻人聚集、消费力强劲的区域。基于这些城市的人口特征，我们明确了客群画像：面向一二线城市、18-45

岁的时尚年轻人群。“一二线城市”很重要，因为这里的人更愿意暂时逃离城市，去乡村喘口气。“18-45 岁”界定了消费能力，“时尚”指明了方向，“年轻”则决定了我们的业态基调。这就是我们的用户定位

。有了用户定位，接下来就要问：他们需要什么？我们分析了这类人群的消费共性：一是颜值即正义；二是社交货币属性要强，要能拍出好看的照片，体现身份认同；

三是数字化原住民，习惯从小红书、抖音、B

站获取信息；四是注重个性与自我表达，排斥大众化产品；

五是体验至上，愿意为兴趣和生活方式付费；

六是精明与冲动并存，出行前会做详细攻略，但也会因为一个杯子好看就花 200

元买下。把这些标签放在一起，你会发现，仅仅靠“打卡”是不足以吸引他们专程前来的。90 分钟的车程，无论是高铁还是自驾，打卡的价值并不足够，必须叠加商业价值。如何注入商业价值？我们从他们真实的需求出发。目标群体需要零售业态，但必须是告别传统、拥抱新潮的零售。比如新锐买手店、主理人店铺、设计师品牌店、大品牌的先锋体验中心等。为什么？因为这些消费者追求“出离感”。如果看到哪里都有的连锁店，就会觉得依然身处城市，毫无新鲜感。其次，他们也重视餐饮，但必须能出片、有颜值、有独特价值，比如某个知名调酒师的小店，或是有特色的小酒馆。如何融入独一无二的体验，成为其中的核心。他们青睐的服务业态，还需要沉浸式娱乐，比如剧本杀、体验馆、沉浸式艺术馆，甚至可以考虑打造一个瀑布艺术馆，或是山野间的博物馆。因此，像阿那亚那样具有标志性的建筑，也变得非常重要。第四类是综合性业态。这里我们引入了一个近期非常火的概念：策展式商业。用策展的思路来提升商业价值。例如成都的 REGULAR 源野、上海 TX 淮海，走的都是这个路径。接下来，我们开始筛选要引入的具体业态。零售方面，计划纳入设计师品牌、国潮品牌、品牌先锋体验中心、网红咖啡馆、新式茶饮，同时融入沉浸式第三空间和户外生活元素。我们还需要引入策展式商业，从而将社交、体验、个性与悦己确立为四大核心需求。他们真正要什么？他们要的是“第三空间”。目前大多数第三空间都在市区内，是用水泥堆砌出来的环境，而我们可以提供自然的。但是大多数景区要么主打传统文化，要么只是看风景、不够潮流。而我们要做的，是既自然又潮流的第

WhatsApp网页版助力视频传输聊天，随时随地保持联系

随着互联网技术的飞速发展，智能手机已经成为了我们生活中不可或缺的一部分。而作为全球最受欢迎的即时通讯应用之一，WhatsApp也在不断优化和升级，以满足用户日益增长的需求。近日，WhatsApp网页版正式上线，为用户带来了全新的视频传输聊天体验。本文将为您介绍WhatsApp网页版的功能特点，以及如何使用它进行视频传输聊天。

一、WhatsApp网页版简介

WhatsApp网页版是WhatsApp官方推出的全新功能，用户可以通过电脑浏览器访问whatsapp.web，实现手机与电脑之间的无缝连接。在网页版中，用户可以查看消息、发送文字、图片、视频等多种类型的信息，同时支持视频传输聊天功能。

二、视频传输聊天功能详解

1. 视频传输聊天特点

- （1）实时传输：WhatsApp网页版支持实时视频传输，用户可以随时随地与好友进行视频通话。
- （2）画面清晰：视频传输聊天画面清晰，画质稳定，为用户提供优质的视频通话体验。
- （3）隐私保护：WhatsApp网页版采用端到端加密技术，确保用户视频通话的隐私安全。
- （4）跨平台使用：用户可以在电脑、手机等设备上使用WhatsApp网页版进行视频传输聊天。

2. 视频传输聊天步骤

（1）在电脑浏览器中输入whatsapp.web，登录您的WhatsApp账号。

（2）在网页版中找到要视频聊天的联系人，点击“视频通话”按钮

。（3）等待对方接通，即可开始视频传输聊天。

三、WhatsApp网页版的优势

1. 方便快捷：用户无需下载安装任何软件，即可在电脑上使用WhatsApp进行视频传输聊天。
2. 节省流量：与手机端相比，WhatsApp网页版在电脑上使用时，视频传输聊天更节省流量。
3. 多设备同步：WhatsApp网页版与手机端实时同步，用户在电脑上收到的消息、图片、视频等信息，手机端也会同步显示。
4. 提高工作效率：在电脑上使用WhatsApp网页版，可以更方便地处理工作事务，提高工作效率。

四、总结 WhatsApp网页版的推出，为用户带来了全新的视频传输聊天体验。通过电脑浏览器，用户可以随时随地与好友进行视频通话，享受便捷、高效的沟通方式。相信随着WhatsApp网页版的不断优化，它将为用户带来更多惊喜。

TA的作品

[更多作品](#)

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商《最新正版挂牌公式》](#) | [《最新免费资料精选预测公开大全》](#) |
[《网红必中一肖精准推荐结果》](#) | [《资料特码预测公式规律导航》](#) |
[《2026免费资料精选预测公开大全网》](#) | [《精选凤凰网推荐公式规律》](#) |
[《2026管家婆资料必中公式内容》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |
算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |
网络内容从业人员违法违规行为举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

[| 广播电视节目制作经营许可证](#)

[| 京B2-20170846](#)

[| 网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号 |](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

[| 互联网宗教信息服务许可证 京\(2022\)0000057](#)