

「就聊挣钱」第一期精华电子书

目录

序言.....	4
星主分享精华.....	6
流量生意永不过时.....	6
挣钱案例分析.....	7
做在线工具网站可以赚钱吗?.....	7
抓住痛点, 一个网站就会让你实现财富自由.....	12
在线图文课程能不能挣钱?.....	19
出版书籍能不能挣钱.....	22
视频课程能不能挣钱.....	26
技术人做公众号能不能挣钱.....	28
最美证件照的挣钱生意经.....	30
微信好友 5000 人就可以挣钱?.....	35
知识星球到底能不能挣钱.....	37
行业深度分析.....	41
深度解析灰色产业链: 微信刷单的行业秘密.....	41
技术社区的盈利之道.....	52
智能眼镜的中国之路.....	55
大姨妈的创业经历.....	63
一个青年的创业之旅.....	71
第三方生意大有可为.....	74
公号运营盘点.....	76
我是如何将公众号从零做到十万加的.....	76
公众号如何快速涨粉?.....	81
像产品一样运营你的公众号.....	86
公众号运营快闪交流群活动文字版.....	88
技术博客变现揭秘.....	94
星主日常分享.....	97
生活就是尝试更多的可能性.....	97
一点小感想, 共勉。.....	98
写于 2008 年 11 月, 关于理财.....	100
写给初入职场的朋友.....	100
最难的才最有价值.....	101
关于保险.....	102
一些假象.....	103
知识星球的产品观.....	104
善于总结的人, 和不善于总结的人, 在职场发展会出现巨大的分水岭。.....	106
工作两三年之后如何突破瓶颈.....	108
写在南下的火车上。。。.....	109
挣钱的正确路径.....	110

和大家聊聊这段时间特别火的私域流量.....	110
圈友精华分享.....	112
Quincy. 分享：赚钱的看法.....	112
林先生的独白分享：程序员如何优雅的挣零花钱？	114
沉默王二分享：如何拓展自己的可控区域？	116
小珂叔分享：一个人单枪匹马，筹备线下培训班.....	119
潇念分享理财心得.....	120
彳亍分享：程序员的理财感悟.....	122
Jerry 分享：财务自由之路.....	123
方糖先生分享：记一次灰产创业史.....	125
不负此生分享：一个自己第一次的赚钱案例！	129
《程序员的成长课》作者安晓辉的副业故事.....	131
Iyhjiang 分享：我是如何历时 8 个月通过劳动仲裁拿回拖欠工资的.....	134
明白分享：如何找流量.....	137
Brian 分享：TX 某内容开放平台短视频补贴项目	142
光光分享：《揭秘“全网影视 VIP 卡”的背后产业链》	145
嘟嘟 MD 分享《刘大猫的财富之旅》读后感.....	151
结尾.....	157

版权声明： 此份电子书整理自知识星球「就聊挣钱」， 版权所有“纯洁的微笑”和分享的圈友所有， 禁止任何形式的转载， 禁止传播、 商用， 违者必究！

《就聊挣钱》知识星球是一个不至于谈钱的星球，圈内主要探讨主题：不限于商业模式、创业想法、增长黑客、营销策略、赚钱思路，撮合相关资源方对接等。

现在第二期正式开启，星球初始定价 188 元，每增加 100 人增加 10 元，越早加入越优惠，感兴趣的朋友不要错过。



星主一段自我吹嘘的介绍，方便快速认识他。

【昵称】纯洁的微笑

【坐标】北京，老家陕西

【职业】自由职业，关键字：程序员、讲师、自媒体

【兴趣和爱好】写作、户外、旅游、分享

【我的成就事件】

- 互联网金融公司技术负责人
- 第三方支付公司研发副总，最多管理超百人
- “纯洁的微笑”公号创建者，2 年关注用户超 120000 +（技术领域）
- 《就聊挣钱》星球创建者超 1500+人加入
- 博客园、CSDN、51CTO 推荐博客，文章累计传播量超千万。
- GitChat 畅销课作者

序言

2018年8月8号，就像2008年8月8号一样是一个比较神奇的日子，我就想在这么吉利的日子要做什么，想了想就做我现在最喜欢做的事情“分享+赚钱”那就是：就聊挣钱。

挣钱真的是一件非常有意思的事情，我相信每个人都有强烈的赚钱欲望，当然也包括我。一方面挣钱可以改善我们的生活，另外通过了解挣钱方式可以打开了一个新世界，经常会给我一种：**哇！原来可以是这样的感觉。**

赚钱可以激发每个人的潜力，有人就抓住了一个点深挖了进去，做专做深做强做大，从而获得巨大的成功。当然了，任何伟大的思想如果不实施就是零，开始很难很难，开始了之后也难，但一旦突破了那个瓶颈之后，就会爆发式的增长，后期我会给大家分享这块的内容。

在我的博客公众号访问量越来越大的时候，帮助我连接了越来越多的人，有各大技术社区的运营人员、各技术社区的知名博主、IT行业大佬、各公司CTO、还有很多创业者。

通过这些人又让我了解到更多的可能性，到了后来你会发现站在外面的人很难进来；一旦进来了，有了第一个可能性，并持续坚持下去，就会发现后面的机会就越来越多。就印证了那句话，越小越弱，越大越强，因此希望通过这个圈子可以共同激励前进。

所以我创建这个圈子有几个目的：

- 1、分享我的挣钱思路以及我对此的实践经历；
- 2、连接更多和我一样具有强烈欲望又肯坚持实践的朋友，一起探讨赚钱、创业思维和套路。
- 3、帮助大家连接一些我的资源，也可以帮助我认识跟多的朋友。
- 4、如果这一年你通过此圈子，收获了一个创意想法，实践了一个赚钱的方式，我认为就值了。
- 5、如果加入圈子什么也不做就想赚到钱，估计这个圈子不太适合你。
- 6、交流碰撞是产生好创意的最佳方式，通过交流也促进了更加深入的理解，推荐积极参与交流。

以上就是我创建《就聊挣钱》知识星球的初衷，后来我又增加了一些延伸，例如在知识星球中寻找一些合作伙伴。

2019年《就聊挣钱》知识星球第二期，我们会增加更多好玩的东西在星球内，并且会组织多次的线下交流碰撞，2019年一起见证更多精彩。

注意：

本星球不推荐股票或购买某些理财产品，也没有什么一夜暴富的方法，仅仅是一群热爱创意分享的人在一起探讨更多的可能性。

根据自己情况，合适再选择加入。

也欢迎大家关注我的公众号：纯洁的微笑，一个有故事的程序员。



星主分享精华

流量生意永不过时

在中国互联网的历史上，所有的商业模式基本上都可以归结为流量的生意。最开始的四大门户霸占了第一批上网用户，第一代网民几乎都是通过四大门户来阅读新闻资讯，四大门户网站成为中国最早的线上流量聚集地，但当时也是最简单的商业模式，通过新闻咨询吸引流量，然后卖给广告商赚取价值。

随着互联网的发展人们有了多元化的需求，通过互联网聊天、购物和搜索庞大的信息，这就产生了我们熟知的 BAT，开始接管中国新一代网民。腾讯在社交的霸主地位，几乎垄断了在线通讯的流量；阿里由于最早开拓电子商务市场，所以在在线购物这个领域牢牢的把控流量，当时阿里封杀百度、微信也都是为了守护自己的流量，流量才是淘宝、天猫的根基。这些年京东、拼多多的崛起抢占了很多电商市场，阿里的霸主地位慢慢受到挑战；百度更是一个完全依靠流量而生存的公司，通过搜索引擎吸引大量的用户使用，再将用户的流量卖给各地的广告主，这也是百度凤巢系统最主要功能。

到了移动互联网时代，线上流量产生了大的变革，大量新用户最开始接触的就是移动互联网，又因为移动互联网的便利性，大量的 PC 流量被转移到移动端。在此潮流下，产生了美团、小米、滴滴、今日头条、抖音等新贵流量大王，腾讯因为有微信大杀器在移动互联网时期抢尽了风头，相比另外两家巨头阿里和百度在引动领域就略显尴尬。

美团从团购开始现在已经成为了 O2O 之王，外卖、电影票、酒店、旅游多个领域稳稳排名第一；小米主营业务是手机，却一直宣称自己是互联网公司，因为小米手机只是个载体，大量小米手机之后的用户是源源不断的优质流量，利用这些流量能做到事情太多了，小米生态、小米金融、小米游戏等等；

今日头条和抖音是仅次于微信之后在移动互联网时代的流量之王，通过智能推荐让用户的大脑根本停不下来，抖音更是变态的在 app 上隐藏了时间，大多数用户使用了头条和抖音都会被忘记时间，抖音在国际上的发展势态非常好，有可能成为中国第一个在国际上成为现象级的产品。

纵观中国互联网的历史，本质上就是一场赤裸裸的流量争夺史，谁抢占的流量多谁就会成为下一个巨头新贵。中国互联网巨头如此，互联网生态中小的创业公司、个人都基于此，在巨头的生态下挖掘剩余流量价值，依赖于这些巨头，在巨头的流量下建立起新的商业模式。

在所有的流量生意中，大体可以分为三大流派，第一种，获取流量，依赖于工具、活动等手段获取大量的流量，把获取流量作为主业，然后将获取到的流量贩卖给第三方来获取价值；第二种，流量变现，通过购买第三方的流量，获取大量的用

户，根据获取到的用户进行营销变现；当然还有第三种，就是即获取流量又进行流量变现。我后续分享的案例中，基本上都可以归结到以上三类中。

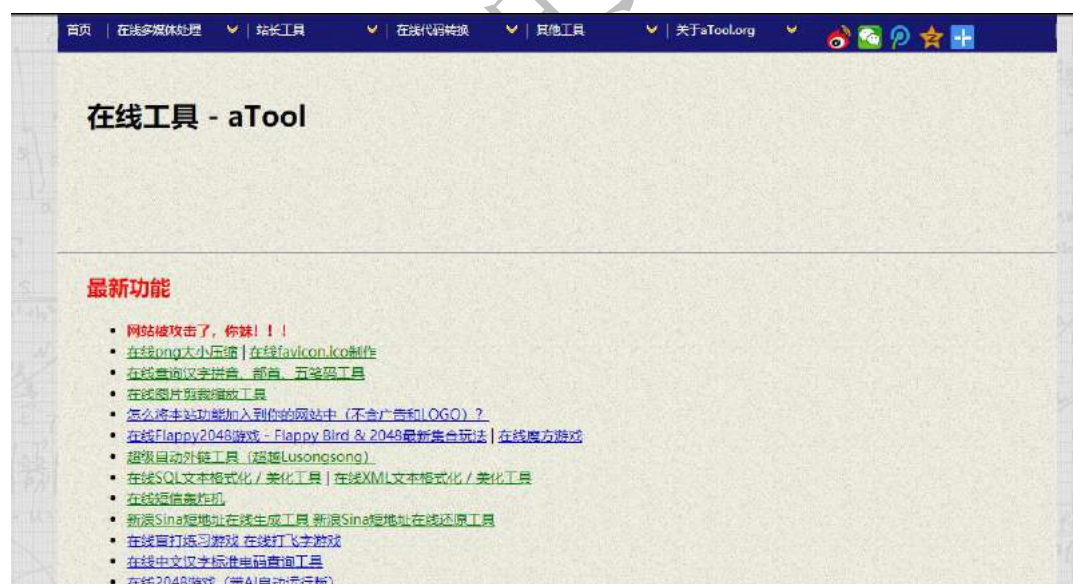
中国互联网的生意基本上都是围绕流量来运作的商业模式，只是依托这流量之上的商业模式有太多可以研究，“只有你想不到没有做不到”。作为个人只要能看准其中一二，依靠一个点做深做透即可获得巨大价值。

挣钱案例分析

做在线工具网站可以赚钱吗？

今天就给大家分享一个案例，一个在线工具型网站：<http://www.atool.org/>。

这个网站是由华中科技大学计算机学院在校的女研究生开发的，当然现在已经毕业了。最初只有一些常见的在线工具，比如转化图片，在线转加密解密、js\css压缩等。有一个可以在线查看网站历史快照工具，历史页面地址：<http://web.archive.org/web/20130626001606/http://atool.org/>。我们可以看出在 2013 年这个网站是这个样子：



网站有五个一级菜单：在线多媒体处理、站长工具、在线代码转换、其它工具和关于我。

在线多媒体处理：处理各种图片转化，生成一些特定模板的微博热图等功能。

站长工具：查网站排名、pv/uv、网站外链、域名的相关检测等。

其它工具：ip 地址查询、快递查询、繁简字转化、金额大小写转化等

关于我：网站的一些介绍

在网站的[关于&合作](#)菜单下了解到网站诞生的过程：

网站起源

- 最开始是经常会用到 png 转 ico 的工具，有网络的时候还好，网上有很多可以处理的工具。但是没有网络的时候，就没有办法处理了，于是自己用 PHP 做了一个本地 Web 转 ico 的小程序 phpico。
- 自己用着自己写的程序，感觉还不错，于是试用二级域名 tools.50vip.com 挂到网上，想着说不定别人也需要用。
- 后来关注域名的时候，发现 aTool.org 居然还没有被注册，于是并买了下了，于是本站算正式上线！名字就叫 aTool 了。
- 既然都买了域名，于是便开始不断的加一些功能，首先加的都是自己需要用到的，这些功能其实其他网站都有，并且也不比我自己做的差，但是毕竟自己做的，用着感觉不一样吧！
- 后续会逐步加入更多实用的功能，以及一些有意思的东西，如果大家有什么需要，也可以留言或者加 QQ 群说！
- 如果觉得我做的工具可能对你有用，我不需要什么捐赠，只希望你能够留个言支持一下，好让我有动力继续加功能！当然如果能够分享到微博、发博推荐、点点小广告，我就更加开心了！

这是网站现在的样子：



可以看出网站的 UI 进行了大改版，功能进行了一些扩充，增加了很多好玩的功能，比如：在线生成高考准考证、在线计算男女交往几天可以啪啪啪、在线制作 gif 等功能。添加了用户体系，支持 QQ 登录，但是当我点击 QQ 登录时报 404 错误，网站现在还存在很多的 Bug。

通过 <http://www.alexa.cn/> 来查看一下网站的流量情况。页面地址：
<http://www.alexa.cn/rank/atool.org>


| 网站 atool.org 的ICP备案信息

网站名称	首页网址	主办单位	单位性质	网站备案/许可证号	
aTool再仙功具	www.atool.org	王志伟	个人	浙ICP备14022368号-2	详情

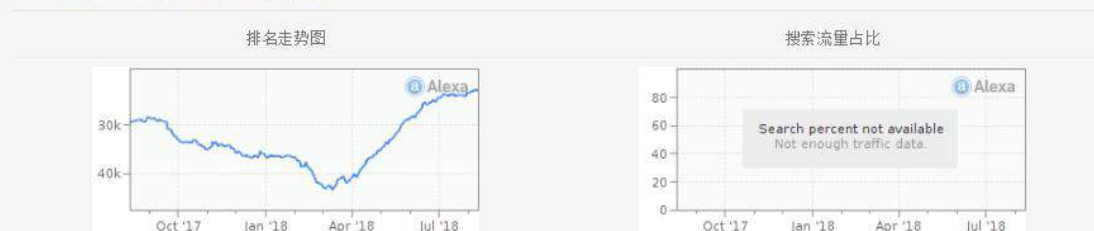
| 网站 atool.org 的服务器与首页基本信息

服务器IP	IP所在地	协议类型	服务器类型	页面类型	
192.186.8.105	韩国	HTTP/1.1 200 OK	Microsoft-IIS/7.5	Content-Type: text/html; charset=UTF-8	更新

| 网站 atool.org 的综合排名

域名	全球排名 (PV Rank)	访客排名 (UV Rank)	国家/地区	国家/地区排名	
atool.org	24310	19734	 CN	2895	详情

| 网站 atool.org 的Alexa排名走势



根据上面的查询 alexa 的查询信息我们可以看出：

网站备案在浙江省，单位性质为个人，属于王志伟；网站的服务器在韩国；网站的全球排行在 24310 多名，在中国网站排名到 2895 名，排名非常靠前！

大家可能没有概念，可以对比一下我的博客 www.ityouknow.com，我的博客平均每天有 3000 到 4000 个用户访问，每天的访问量大概是 2 万左右，全球排名：74684，中国排名：7375。

通过 alexa 中国再来查看一下此网站的流量情况：

I 网站 atool.org 的全球网站排名与 UV & PV 值 以下UV&PV数据为估算值, 非精确统计, 仅供参考

周期	全球网站排名	变化趋势	日均UV	日均PV
当日	19881	↑ 7294	160000	320000
周平均	21339	↑ 1057	131200	262000
月平均	24946	↓ 3027	124800	187000
三月平均	24310	↑ 8716	137600	192000

I 网站 atool.org 的预估流量 以下UV&PV数据为估算值, 非精确统计, 仅供参考



pv 代表用户的访问次数, uv 代表网站的访问用户数。

根据 alexa 中国查询的数据可以看出网站的日均 UV 在 16 万左右, 也就意味着每天大概有近 10 万左右的用户来访问网站, 流量非常可观。

目前这个网址的盈利方式:

一、域名出售

作者自己手上屯了大概十几个域名, 正在出售。因为我自己也有近百个域名, 所以据我所知, 这方面的收入非常难, 估计很难卖出去几个。

域名出售 | Domain sale

1. 因为自己没有使用管理和做网站, 现出售手上已有的域名, 价格可谈:
2. xo2.cn 3000元
3. saimari.com 赛马日 999元
4. zangwen.net 藏文 999元
5. huster.wang 华中大学子网 599元, 希望是huster
6. husters.cn 华中大学习网 399元, 备案
7. lianmeishi.com 恋美食 1399元
8. willpay.cn 未来付 599元, 备案
9. helei.org 姓名域名 999元 如果提供身份证名字, 可以半折
10. setin.cn 已经做了网站, 1500元, 备案
11. bengongju.com 1399元, 工具站, 备案
12. 37ba.cn 999元, 游戏站, 同款com已经是游戏官网
13. warpart.com 1299元, 游戏站, 16年老域名, SEO利器
14. gitLib.cn 199元, git lib, github聚合
15. 030105.com 1999元, 6数字, 很不错
16. atool.top 599元, 本站同款
17. 163-inc.com 2999元, 163网站
18. 0m0m.cn.com 999元

二、捐赠

捐赠列表 小额捐赠(9.9元即可)		
捐助人	时间	金额
王佳	2016-01-26	99元
李亚宁	2016-01-20	9.9元
陆扬	2016-01-18	29.9元
张裕	2016-01-11	10元
郭新亮	2015-12-22	10元
周继	2015-11-17	9.9元
罗源	2015-12-13	10元
殷建建	2015-11-30	9.9元
张德荣	2015-11-25	10元
邢保振	2015-11-21	9.9元
朱手永	2015-11-03	1.9元

网站有 15、16 年的捐赠列表，因为我的博客也放了打赏的二维码，所以这方面的收入也能了解一二，几乎就是看天吃饭，也没有多少。

三、在线广告

如果网站使用了百度或者谷歌广告，每天 5000pv 访问量，月收入大概可以到 300 左右，因此推断如果此网站使用了在线广告这种模式，月收入大概 1 万左右应该问题不大，我看网站目前并没有采用此方式，而是选择租广告位的方式和具体的厂商来谈。

其实一般流量大一点的网站都会自己去谈广告，会按照月或者年来租一个广告位，这样收入会稍微高一点，具体还要看网站的用户群体。

这就是目前网站的一些赢利点，整体来看还有很大的提升空间。

思考点：

在线工具网站因其必备功能而产生大量访问流量，仅仅是将流量卖给第三方来使用，这对网站的流量来讲是极大的浪费。如果能对流量做进一步的挖掘和处理，可以获得比在线广告大 N 倍的受益，我先抛砖引玉谈谈自己的设想：

第一，网站的大部分功能免费使用，个别优质功能需要关注订阅公众号之后才可以使用，或者是每个 IP（用户）前 N 次免费使用，大于 N 次之后需要关注公众号才可使用。这种方式主要是将网站用户倒流为公号用户，方便后续做营销，探索更多盈利方式。

第二，同样是上面的思路，也是优质功能限制使用次数，只有成为网站的会员后才可以享用这些无限制特权。假设每天有一百万个用户访问这个网站，转化率为千分之一，也就是每月有 1000 个付费用户，每个付费用户收费 9.9 元人民币，那么每月的收入就是 1 万元，如果转化率再提升一点可以达到千分之五，每月收入就是 5 万。

第二个思路已经有一个网站这样做了，而且做的还很不错，它就是 <https://smallpdf.com/>。这个网站主要集中在 PDF 这个领域，全球排名就可以到达惊人的 678 位，日均访问用户达 500 万。依此推断 www.atool.org/ 网站还有很大的提升空间。



如果圈友想实践，我的建议是不用一下子就做那么多的功能，先把最高频的功能做好做到极致就马上上线运营，后期跟进反馈建议分期添加其它功能，直到最终成为一个完善的平台。当访问量足够大的时候在考虑营销的事情。

这就是给大家分享的第一个挣钱案例，这个网站使用的技术含量来说并不是很高，网站百分之 80% 以上的功能都可以在 github 上面找到对应的开源代码，只需要做好功能和产品以及后续的 SEO 等等，仅仅依赖这个网站月入上万轻而易举。

抓住痛点，一个网站就会让你实现财富自由

在如今巨头瓜分海量互联网流量的时代，作为个人可以依托在巨头之下寻找机遇。当一个巨头每发布一个战略性产品时，就会释放出大量的红利出来，如果可以早期加入就可以跟着巨头产品的发展而发展，从而获取到巨大的红利。

2013 年微信刚推出开始做微信公众号的时候，只要你稍微用点心，现在至少可以收获百万+粉丝，百万+粉丝变现起来年入百万问题不大，初期做公号的人极少，人们因为好奇会关注很多早期的公号，只要质量稍微有保障就会获得巨大的成功。

2017 年头条为了发展自媒体，邀请入驻作者并每月补贴 1 万，文章的广告费仍然属于作者，在整个公司扶持之下，被邀请作者粉丝增长飞速，补贴的 1 万反而成了零头。如果在 2017 末抖音准备爆发时加入，到今年也可以斩获大量粉丝，现在粉丝百万的大 V 一个 15s 广告报价几十万。

大家可能会说写作和录制短视频都不是我擅长的，圈子内都是做程序员的朋友，如果有敏锐的观察力和执行力，在巨头产品初期功能不完善或者大公司某些原因不能做的功能的背景下，能在短期内针对产品某个痛点给出解决方案，即可获取到大量流量，从而实现流量变现。

今天给大家分享就是，抓住产品痛点并随着巨头产品发展壮大的一个案例。这个程序员抓住网盘发展初期的痛点做了一个网站，仅仅依赖这个网站每年收入至少近百万。

2013 年 8 月 12 日，金山快盘宣传永久免费 100G 云空间。以此为导火线，网盘大战正式拉开了序幕。8 月 14 日，360 云盘开始送 360G，8 月 22 日，百度网盘携带 1T 的永久空间前来挑战，并且活动页面摆明了 100G+360G+564G+1 块钱等于 1T，意在打压金山的免费 100G 与 360 的 360G；面对百度攻势，360 再次披甲上阵，匆忙应战，再送 666G，并在微博公开发表：“那就再送 666G，无需 1 块钱，无需繁琐的支付过程，1T 空间你直接拿走。”

在那个网盘大战的年代中，网民突然觉得很幸福，可以在各大互联网公司免费领取几百 G 甚至上 T 的网盘空间。于是网盘上的内容是越来越丰富，到了 2014 年-2015 年，中国网民几乎可以将自己历史上所有的数据都存储到网盘中，随着宽度的进一步发展、流量越来越便宜，网盘存储的内容从丰富度和量级来讲都呈现出指数级别的暴涨。

各大网盘互联网公司为了鼓励分享（分享多份但网盘公司只存储一份，可以极大的消耗用户网盘空间），做出了很多的功能，比如可以通过密码、或者公开链接分享用户自己的网盘资源。很多小网站都依赖各大网盘这些功能来做资源分享，依赖网盘的公开、私密分享养活了不少小公司，比如资源分享类的网站、工具网站、电影分享网站等。

为了更大的鼓励用户传播分享资源，各大网盘公司开放了两大功能：1、开放用户的公开分享链接，通过网盘的公开 API 可以检索网盘内的相关资源；2、允许用户直接创建讨论组，在讨论组内可以共享资源，讨论组可以生成一个唯一链接，方便邀请好友加入。

就是这两大功能激活了网盘的生态圈，成就了一大批依赖两个接口成立的网站，但大多数网站都是昙花一现，没过多久就倒闭没有人气了。绝大部分的网站都是仅仅依赖上面的第一个功能做了网盘的搜索，真正利用第二个功能做相关开发的极少，但有一个程序员看到了第二个产品功能蕴含的巨大机会。

这个网站就是：网盘 007 <https://wangpan007.com/>。

我们先通过 alexa 中国来看一下这个网站的排名。



全球排名 10519，中国排名 1039 名，排名非常靠前，网站的服务器和域名都在美国，可能是为了规避风险，在国内这类网站其实是游走在灰色地带。

再看看这个网站的流量情况。



日均大概有 16 万的用户访问此网站, 百分之 99 的访问量都来自国内。虽然这个网站现在的流量非常可观, 但它其实也是从一个很小的网站发展起来, 网站是用 Java 语言开发, 在过去访问量大的时候经常会看到页面报 c3p0 错误, 或者是连接池耗尽的错误。就这么一个经常报错、产品粗糙的网站, 因为解决了具体产品的痛点, 从而吸引了大量的流量, 赚取了大量的会员费用。

我们可以用网站 <http://web.archive.org/> 来查看这个网站的发展历史。

时间回到 2015 年一月, 我们发现整个网站就一个搜索功能, 也就是和绝大部分网盘搜索功能一样, 利用了上面提供的第一个功能。



如果做这个网站的程序员和其它网站一样发展, 估计也没什么太多的故事。

时间又过了一年多, 来到了 2016 年的 3 月, 我们可以看到网站添加了很多新的功能。网站的首页添加了菜单栏, 左边有分享群和分享达人, 说明网站已经添加了上面说的第二个功能; 右边菜单有注册、登陆说明网站已经建立起来了自己的用户系统。首页的中间位置将分享的资源进行了分类, 方便用户快速找到热门资源。



在这些新增的功能中有三个功能非常重要，几乎是奠基了网站后期的发展。第一，创建了用户体系，没有用户体系，后期用户分享、付费就无从谈起，这是商业化的基础功能；第二，增加了用户分享，通过菜单的分享达人可以猜测，网站可以让用户自己去添加网盘的分享内容，可能会有积分类似的激励措施；第三，分享群，这就是我们上面说的第二个功能，就是这个功能彻底将引爆这个网站。

为什么说分享群是引爆这个网站的功能点呢，那个时候网盘大战正酣畅淋漓，几乎所有爱玩网盘的用户都屯了超大量的空间。作为一名资深网友总喜欢去收集各种资料将自己的网盘填满，一个一个去分享的话效率真的很低，如果将相同爱好的朋友拉到一个讨论组里面，批量去分享资料批量去保存资料效率将变得非常高。但是有些资源是不好意思去和朋友分享的，比如小视频、各种电影等，这是当时大家普遍存在的一个痛点。

于是这个网站就添加了一个群功能，分享群。那时候百度网盘可以生产群的邀请链接，用户只要点击特定的链接就可以加入到对应的群中，功能推出来之后就大受欢迎，我的网盘空间有大半都是因为这个填满的。在大家热火朝天的使用这个功能时，网站也及时的推出了会员功能，会员创建的群链接优先展示，创建数量不限制等，普通用户只能分享几个。于是会员数量急剧上升，网站频频因为访问量太大而宕机，因为没有数据无法评估网站的盈利情况，但从当时的访问量来看应该是非常可观。

时间又来到了 2016 年的 10 月，我们发现这个网站多了一个功能，微信关注，引导用户关注网站的公众号。我分析了一下这个公众号，公号头条阅读量在 1 万左右，现在仅仅这个公号一个月保守估计收入可达 5 万元左右。



于是到了 2017 年的 6 月，网站微信关注变成了三个微信公众号，后来为了集中管理又合并了一个。同时发现菜单将最高频使用的电视剧和动漫拉了出来。



还有一个重点，我们发现网站的分享群功能去掉了，这是为什么呢？我觉得可能是因为政策的原因，毕竟这个功能太火爆了，以后可以随意观看各种片，甚至可以说是一个小 huang 网都不为过，当然里面也有分享各种资料、电影资源等，但小视频引发的付费冲动应该是最高的。

我们来看看网盘 007 网站现在的样子。

这是首页：



这是详情页：



我们发现网站的每个页面几乎都添加了广告，并且是赌博、直播、游戏类的广告，大家可能不知道这类广告在所有的在线广告中收费是最贵的，在配合网站现在这么大的流量，收入应该非常可观。

总结一下网盘 007 的盈利方式：

- 1、网站会员制（现在已经取消）
- 2、微信公众号
- 3、在线广告

除过会员收费只在特定时期运行了一年多关闭外，其它两个，月收入预估可以到达 10 万左右。

这是一个依靠巨头产品发展的痛点，开发相关解决方案的典型案列。所以说如果有敏锐的洞察力和超强的动手能力，在特定时期仅仅依赖一个痛点即可实现财富自由。

你心动了吗？

在线图文课程能不能挣钱？

这里的在线课程是指技术图文课程。

做技术的人，如果你对某一项技术理解比较深刻，或者因为工作的原因擅长某一门技术，那么你就可以利用此技术真正的去挣钱了，并且这是可行和推荐的，既帮忙了别人又重新完善了自己的知识体系，同时又能挣一些零花钱，何乐而不为。

我觉得我还是有资格来谈论这个事情，因为我就参与了其中，今天就给大家深度揭秘知识付费之在线课程的内幕。

腾讯研究院的报告指出，2011 年至 2015 年，是知识分享的小范围付费时期。2011 年，豆丁网推出付费阅读产品；2013 年，罗辑思维开始招募付费会员；2014 年微博开通打赏功能、豆瓣阅读开启付费专栏；2015 年微信推出赞赏功能……免费的知识分享进入到知识分享经济的萌芽阶段。这一阶段，打赏、赞赏尚属于小规模、随机的个体行为。

2016 年被很多人称为“知识变现元年”。2016 年，几乎每个月都有知识付费的产品出现。当年 4 月，问咖、值乎上线；5 月分答、知乎 live 上线，王思聪在分答上 32 个问题赚 20 多万的新闻刷遍了整个互联网；6 月，得到 app “李翔商业内参”、果壳“职场沙龙”推出；8 月，知乎专栏赞赏功能、雪球问答、vipabcV 来秀直播、联想“知了问答”上线；9 月，虎嗅推出付费会员，提供深度报告等内容……12 月，李开复在一次采访中说：知识和经验变现的时代到来了。

纯技术领域的知识付费最早诞生于一个小的创业公司叫：GitChat，网站上线于 2016 年的 6 月，这个公司是由前百度文库阅读和图灵公司的出版负责人谢工创立，创立之初就有 CSDN 创始人蒋涛和小道消息的冯大辉给予天使投资。最早的形式是 Chat，由一个技术人发起一个技术讨论的话题，同时设定一个参与的价格，传播开来吸引感兴趣的朋友加入。

早期 GitChat 选择和很多技术大 V 来合作，一方面技术大 V 自带流量，第二他们可以依此作为宣传点来宣传他们的平台。所以早期就会看到他们在各个渠道，寻找有技术影响力的技术人，和很多技术公号、博客建立联系，帮他们变现，帮自己宣传。我就是因为他们工作人员在我的公号留言而了解的这个平台。

每次 Chat 举办者可以分成几百到几千元，后来这个网站创建了另外一个频道叫

做达人课，以专题系列的形式来分享某一门课程，相比较 Chat，达人课的形式周期更长，学习起来更系统一些。Gitchat 算是技术知识付费最早的先行者，但真正掀起技术领域知识付费高潮的却是极客时间。

极客时间创建于 2017 年 10 月，极客时间由极客邦科技公司创建，公司的总裁是技术大 V 池建强。极客邦旗下拥有比较有名的就是 InfoQ 网站，常年在国内举办各种技术峰会，因此公司积累了一批活跃的技术资源，这些资源被充分的利用到了极客时间。

极客时间玩法最具互联网化，专栏采用技术大 V+暴力营销的模式来疯狂发展。极客时间刚上线就玩起了大 V 站台的模式，最早在极客时间开课程的大 V 有：左耳朵耗子、西雅图飞总、美女程序员朱赟等。这些技术圈内最知名的大 V 给极客时间带来了第一批用户。

但真正的高潮还是来自营销，转折点在《从 0 开始学架构》以阿里 P9 架构师为宣传背景，同时强调推荐购买课程可以返利 24 元。在课程上线初期，在技术公号领域全面轰炸了一遍，导致当天朋友圈持续刷屏，几天内课程销量过万，真正算是打响了产品。后面又增加了很多拼团、限时购等营销策略，应该是所有技术在线课程中最会玩营销的一家平台。

掘金也是一个比较新的技术社区网站，创建于 2015 年 8 月，掘金最初来自于稀土，是稀土的一个子版块，没想到稀土没有火起来，反而做为技术分享网站的掘金火爆了起来，于是创始人阴明随即调整了方向，大力发展掘金。

2018 年初的时候掘金也开通了自己的专栏、掘金小册，刚开始以前端领域的专栏为主，后期也慢慢覆盖了整个技术领域，掘金小册最大的特点是为作者提供了专业的文章管理平台，对专栏作者来讲体验较好，同时掘金小册新课上线时会在技术公号内做营销，一般是通过固定链接购买可以享受半价，这个营销策略很有效和实惠。

最后一个上线的技术付费专栏是 51CTO，51CTO 是一个老牌的技术社区，成立于 2005 年，目前已成为专注于 IT 人职业成长平台；拥有 1500 万注册用户，覆盖了中国主流城市大多数 IT 从业人群，是国内排名第一的服务 IT 技术人员的专业性服务平台。

51CTO 网站的用户群体以网络、运维为主，因此在所有的付费专栏中，这两方面的课程最为受到欢迎，课程定价也比较有特点都是 51 元，51CTO 付费专栏算是中规中矩，也会做一些营销，但更多是在网站的体系内来做，很少在外打广告做宣传。

从创建时间和作者的分成比例来看一下各个平台：

诞生于 2016 年，Gitchat：达人课：7：3 精品课 5：5

诞生于 2017 年，极客时间：专栏：5：5

诞生于 2018 年，掘金小册：目前是 7：3

诞生于 2018 年，51CTO-专栏：现在分成比例 9：1 后期可能会调整

强调一下这里的 7 和 9 是作者的分成比例，作者占大头。技术领域的知识付费还在发展初期，大多数平台对作者都有补助，比如说免费帮作者去推广课程等，GitChat 还推出了《码字计划》鼓励各领域的技术人在平台发布专栏，在作者享有分成的基础上还会奖励几千元现金，可谓诚意十足。

各个平台产品的特点：

Gitchat：Gitchat 平台的付费产品最为丰富，包含 Chat、达人课、精品课、极客书等领域，并且其中的课程都比较接地气，偏向于实践这个领域。

极客时间：极客时间的专栏走高大上领域，因此课程更多偏向于理论或者基础，所以专栏读者的覆盖面比较广，因此对原理、基础、思维等方面比较突出。

掘金小册：掘金小册目前上线产品较少，主要以前端和编程语言本身为主，专栏内容还在不断的完善中，内容质量也不错。

51CTO：作为最后一个上线的技术付费产品，51CTO 的产品还在不断打磨中，专栏以网络、运维领域的课程为主，课程也在不断的丰富中。

从作者的收益方面来讲：

我在 Gitchat 开过两个付费的 Chat，每个 Chat 大概的收入是 400-600 之间，去年开过一个《快速学习 Spring Boot 技术栈》去年的销量在其平台可以达到前三，收入大概 2 万元左右；近期还开了一个新的课程《精通 Spring Boot 42 讲》，目前收入未知，对比同类的精品课收入应该在 10 万左右。

极客时间时间的课程普遍定价在 69 和 99 这个两个价位，大多数课程销量在 1 万份上下，取个中间值一个专栏大概销售额会到 84 万，作者和平台 5：5 分成，那么一个作者平均可以赚取到 42 万的收入，这里面也有很多销量高达 2 万 3 万的作者，课程分成直逼百万，还是很有诱惑力的。

掘金小册的课程平均定价大概在 19.9，每个课程平均销量在两三千份，平台和作者 3：7 分成，每个专栏作者收入应该在 3-4 万左右。其中有一个课程竟然卖到了 1.5 万份，除过特价课程、平台分成，作者课程收入也高达十几万。

今年年初我在 51CTO 开了一个专栏《微服务技术架构以及大数据治理实战》目前销量在 500 多份，收入大概是 1 万多元。其中有就聊挣钱圈子里面的朋友姜汁啤酒作者，他的课程在网站销量最好，应该可以到 3 万左右。

需要说明的是去平台写专栏是一个非常耗费时间的事情，几乎需要花费你所有的业余时间，并且一旦决定开一个专栏，必须要做大量的学习、调研、总结，结合自己掌握的知识重新把这些知识理解，用通俗的语言来讲述出来。真的很费时间和精力！

但开通一个专栏对作者也是一个非常好的学习、锻炼机会，如果清晰的讲解整个技术，至少需要再次深度理解一遍这些内容。我们常说学习有六个等级，最高效的学习方式是：交给别人。

第一个学习的等级是：默读
第二个学习的等级是：听
第三个学习的等级是：朗读
第四个学习的等级是：做笔记
第五个学习的等级是：讨论
第六个学习的等级是：教给别人

总结一下如果想在在线课程中挣到钱需要关注以下三点：

第一，课程内容是否和平台大部分目标用户需求相贴切。
第二，课程质量是否过关，课程本身的质量取决于作者本身的技术沉淀
第三，平台是否有合适的营销方案帮忙推广，平台的营销能力和平台的创始人背景、文化关系很大。

在线课程能不能挣钱，挣多少钱是各个因素综合的表现，有的作者挣了几千元，有的作者收入上百万，需要根据每个人的情况来定。所以在开始一门课程的时候，先想好自己的投入产出比是否合适和权衡。作为新人，可以从 Chat 或者小的专栏开始，不要一下子期望收入百万，凡事先得有个开始。

如果你有能力，我建议你还是动手吧！又可以挣点零花钱，又可以促进自己的理解，还教会了大家，扩大了自己的影响力，真的是一件多赢的事情。大家如果感兴趣，四家平台我都有他们的对接方式，可以帮忙给予连接。

出版书籍能不能挣钱

刚好上周末参加了 博文视点 出版社的作者研讨会

(<https://mp.weixin.qq.com/s/-jza09p3kL82oCdc195uWA>)，出席的都是行业内技术图书的热销作者，挺有感触。因此这周就和大家聊聊出版书籍能不能挣钱？

作为一个 IT 老鸟，经常会发现身边的朋友出书了，我就特别好奇：如果我想出书如何操作？出版社和作者都是怎么分成的？写书对技术人有什么好处？

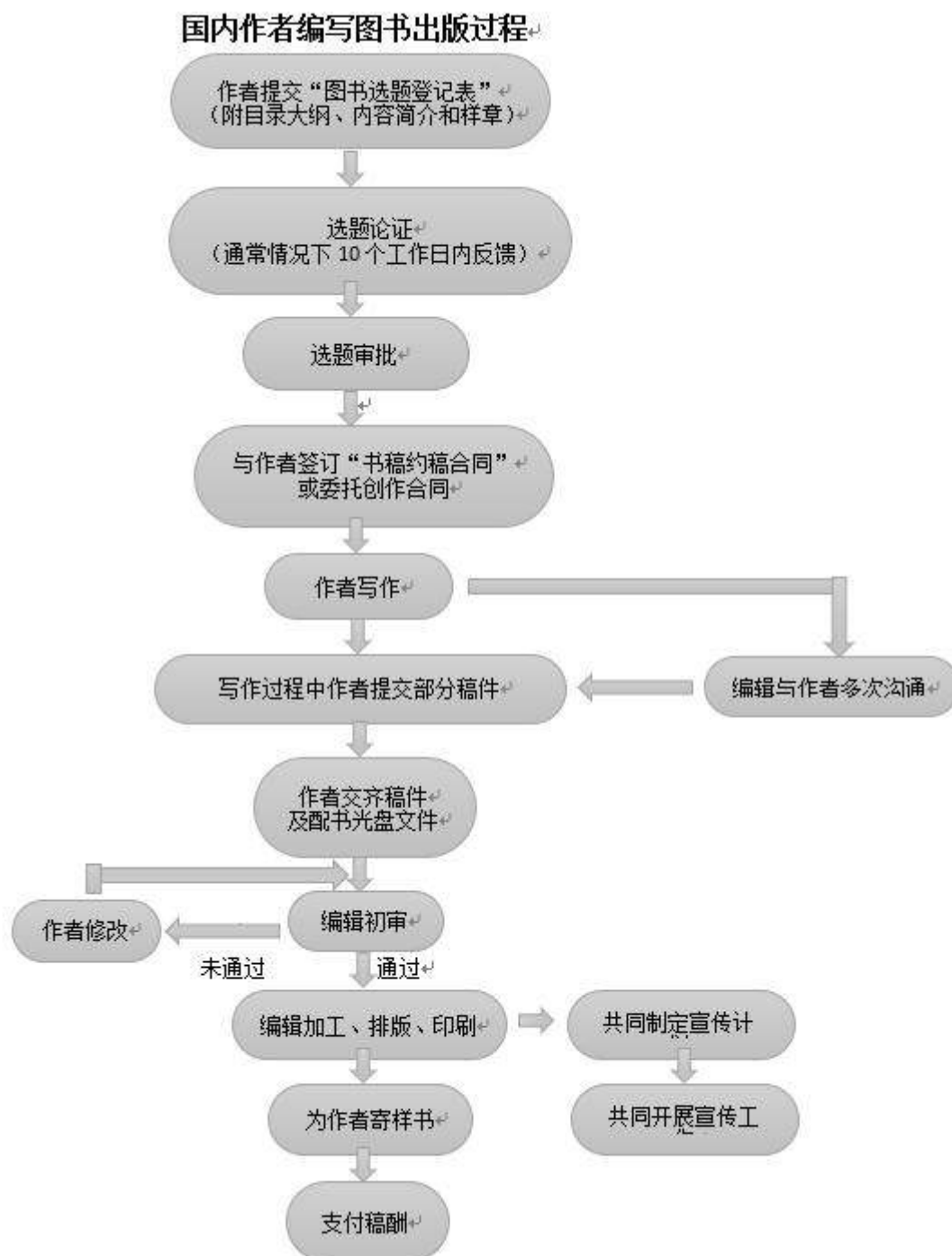
先来聊如果想出书怎么操作？

如果你是一个喜欢写博客的人，那估计你已经收到很多邀约写书的信息，现在的出版社搞得传销组织一样，他们的日常工作就是在网上到处勾搭各种技术人，或

者出席各种技术会议、论坛，可以说凡是技术人出没的场所都会有出版社的编辑存在。

和这些编辑建立起来关系便是出版书籍的第一步，当然如果你不是特别喜欢写博客，仍然想出版书籍，其实也很简单，朋友推荐或者介绍即可，我认识太多的出版社编辑，如果大家对这方面比较感兴趣，我可以给大家推荐一些比较知名的编辑。

给大家放一张国内作者编写图书出版过程：



写作套路

1. 每隔 700 左右，插入一个数据、图表、截图、公式或者一个资源链接。
2. 结论需要配备基础公式或者推导依据。有了推导依据后，读者容易遵循作者的推导逻辑，并且对于理论产生信服。
3. 保留英文名、术语还有专有名词。写一本书，英文名词你可以把它翻译成中文，但原词一定要保留，这是方便读者最大程度的进行检索。
4. 便于扫读的小标题和列表结构。便于读者快速翻阅，直接给到快速的结论。
5. 箴言式的智慧短句。本身传播性就很强，容易理解又具有形式感。
6. 截图手稿。这也是读者本身基于八卦性或者说基于这本书的它的真实性所需要的，能增强临场感。
7. 保留参考链接、引申资料。

出版社和作者是怎么分成的

写一本书作者到底能拿到多少稿酬？主要分为以下三种

(1) 基本稿酬加印数稿酬。基本稿酬加印数稿酬，指出版者按作品的字数，以千字为单位向作者支付一定报酬（即基本稿酬），再根据图书的印数，以千册为单位按基本稿酬的一定比例向著作权人支付报酬（即印数稿酬）。作品重印时只付印数稿酬，不再付基本稿酬。

《出版文字作品报酬规定》中还给出了基本稿酬标准：

原创作品：每千字 30~100 元

演绎作品：

(1) 改编：每千字 10~50 元

(2) 汇编：每千字 3~10 元

(3) 翻译：每千字 20~80 元

(4) 注释：注释部分参照原创作品的标准执行。出版者出版演绎作品，除合同另有约定或原作品已进入公有领域之外，出版者还应取得原作品著作权人的授权，并按原创作品基本稿酬标准向原作品的著作权人支付报酬。

(2) 版税。指出版者以图书定价×发行数×版税率的方式向作者付酬。这具体又分统一版税率和阶梯版税率两种。所谓阶梯版税就是按约定销售数量调整版税率，如 1 万册以内约定版税率 7%，1 万册至 3 万册版税率 8%，3 万册以上版税率 10%，之类的。

《出版文字作品报酬规定》中还给出了版税标准和计算方法：原创作品版税率 3%~10%，演绎作品版税率 1%~7%。

略有声名或出版方对书抱有较高期待的，也许会达成按出版码洋（印量×定价）比例分成的方式，通常要在达到一定销量以后才能开始计算。比例各地不一，多数是 7~8%。

名气大的作者会从一开始就按比例提成，通常会在 10% 以上。同时，大牌作者会要求预先支付一定比例的稿酬。

(3) 一次性稿酬。指出版者按作品的质量、篇幅、经济价值等情况计算出报酬，并一次向作者付清。

2. 稿酬如何计税？

《中华人民共和国个人所得税法》中与稿酬相关的部分是：稿酬所得，适用比例税率，税率为 20%，并按应纳税额减征 30%。

劳务报酬所得，每次收入不超过 4000 元的，减除费用 800 元；4000 元以上的，减除 20% 的费用，其余为应纳税所得额。翻译费属于这一情况。

就目前的实际情况，图书稿酬的计税方式基本是：稿酬 ≤ 800 ，不扣税； $800 < \text{稿酬} \leq 4000$ ，800 以上的部分按 14% 上税；稿酬 > 4000 ，按总额的 11.2% 上税。

翻译报酬：报酬 ≤ 800 ，不扣税； $800 < \text{报酬} \leq 4000$ ，800 以上的部分按 20% 上税；报酬 > 4000 ，按总额的 16% 上税。



3. 一个例子，说明写一本书到底能拿多少稿酬？

估计大家现在也常听说，写书越来越“公益”了，因为拿不到多少稿酬。其实如果书的销量好，按版税方式计酬的话，稿酬收入还是可以很可观的！

下面举一个简单的例子：假设作者写一本书，大概定价 50 元，版税按 8%，销售 3 万册。

作者版税是： $50 \times 30\,000 \times 8\% = 120\,000$ 元。

缴税是： $120\,000 \times 11.2\% = 13\,440$ 元。

实际税后所得是： $120\,000 - 13\,440 = 106\,560$ 元。

从版税方式计酬“图书定价 \times 发行数 \times 版税率”看，如果版税率一定，那收入就和图书定价及销售量有最直接的关系。定价高了和销量高了都可以增加作者收益，但定价和销量是相互制约的，因为定价高了可能会影响销量。合理定价，保障书的品质是增加作者收益最根本的！

对于技术人来讲，第一次写书的版税都是 8%，也就是销售 3 万册的话，收入是 10 万元左右。说实话当我知道了这个价格之后，我就没有太多写书的意愿了。因为技术书籍垂直度比较高，因此出版的书籍都往往只是辐射某一部分，销量上万册就是比较好的了，销量上两万那就是畅销书了。

但是对于非技术的书籍来讲，如果销售个十万册、百万册那真是赚大了。技术书籍也有销量超过是十万册的书籍，不过那都是大神级别玩的，和普通技术人来讲就差远了。

如果仅仅是从钱这方面来看，写书确实挣不了大钱，但是从影响力来看的话，价值无限。下面我们就谈谈写书对技术人有什么好处？

不知道大家有没有看上面的这篇文章

(<https://mp.weixin.qq.com/s/-jza09p3kL82oCdc195uWA>)，上周参加读者研讨会，杜江老师做了分享，其中提到的一个是，因为自己写书而认识了一些人，这些人帮他介绍了一个活，做完这个私活他就在北京买了一套房子。

很多写书的作者现在混得都不错，其中有很大一部分作者开了咨询公司，专业给各个公司做技术咨询，这个真的很赚钱。往小了说如果你在某个领域出了一本书，基本上在这个领域上找工作的话不用愁了，应该会有很多的工作机会来主动找到你。

稍微总结一下写书的好处：

- 1、这可能是你唯一一次比较出名的机会，提升自己的知名度。
- 2、出书可以扩大自己的影响力，帮忙扩展更多可能性。
- 3、出书是一种高质量的社交，你会因为写书而结交很多和你一样出书的人。
- 4、凡事开头难，我发现大多数作者出版第一本书是最难的，后面会越来越好。
- 5、出书可以让自己变的更自信，是事业发展的助推器。
- 6、每个人都有一个出书的梦。

最后套用一句古语吧，书中自有黄金屋，书中自有颜如玉！

视频课程能不能挣钱

视频教程作为最直观的一种教学题材，在在线学习领域中占据着最大的一份蛋糕，相对于在线图文课程、出版书籍来讲，在线视频课程用户的接受度和传播量都是最为广泛的。本人一直在技术这个领域，因此本文还是以技术领域的视频课程为例讲解。

说起技术领域的视频课程，最有名的有这四家：慕课网、CSDN 学院、51CTO 学院、网易云课堂。其它还有很多大大小小的在线课程网站，但规模和知名度和这四家没办法比。

先说慕课网，慕课网目前应该是 IT 领域内最好的在线视频学习网站，慕课网成立于 2013 年，是一家从高校走出来的创业公司，慕课网创始人陈志锋。现有用户超过 1500 万，合作讲师规模已超过 1500+，且均来自国内外一线互联网公司。

我算是慕课网的第一批用户，2014 年我想在地铁上学习 PHP，网上搜索了一下没找到几个，好像当时就发现了网易云课堂和慕课网。慕课网当时的视频课程很少，而且绝大部分视频课程都是入门级的课程，但课程免费、讲师内容幽默易懂、质量很高，这为以后慕课网的发展做了积淀。

慕课网早期凭借着优质内容、免费观看、移动端使用体验很好等特点，迅速占领了一大批 IT 小白用户。从 2013 年到 2016 年，整整近 3 年时间，慕课网都在推免费、优质的视频课程，通过这些占领了 IT 领域视频教育第一把手。

慕课网从 2017 年开始，开始商业模式的灰度测试，推出了两种不同形式的课程，第一种是就业班的形式，主要讲知识的使用，按照语言或者框架分不同的类型来学习，占比较少；第二种就是实战课程，也是它们网站主推的一种模式，以实战项目为内容，讲解各个技术的使用，特别受到欢迎。



去年 1 月时候我参加了慕课网的慕课之夜，慕课网邀请了慕课网大部分知名讲师一起开了晚会，在一个酒吧搞得很互联网很疯狂（有钢管舞）。在那天了解到已经有几位慕课网的老师，在慕课网一年的分成已经达到了百万级别。

我们在慕课网找两个比较有名的讲师来看一下数据，一个是廖师兄，因为他主讲 Spring Boot 所以相互认识，还有一个是七月老师，主要讲小程序。

廖师兄的《Spring Boot 企业微信点餐系统》售价 348 元，目前迈出了 3023 份，就单单这一个课程，卖出了一百万元，慕课网和讲师的分成是 4: 6，也就意味着这一个课程可以分成 60 万。

7 月老师的《微信小程序入门与实战》课程是慕课网最受欢迎的课程之一，售价 149 元，销售量高达 15000 多份，从售价 223 万，按照 4:6 的分成，单这一个课程提成高达一百多万。

当然上面这两个老师在慕课网都是很有名气的，一般的老师课程销量在 1000 份左右，按照课程均价 300 元计算的话，平均每位讲师大概收入是十几万左右。

慕课网的套路是，在网上找一些知名的作者在他们平台开一个免费的课程吸引人气，再后面规划整套课程来销售。我个人还是非常看好慕课网未来的发展，如果大家想去慕课网录制课程，我可以帮忙介绍。

我给慕课网录制过一个免费视频，感觉很辛苦，第一次录制视频需要消耗太多的精力和时间，最后坚持把免费视频录制完毕后，就暂时放一边了。

CSDN 和 51CTO 都是比较有名的 IT 社区，都是在网站上分出一个板块做在线课程，人气也不错。

CSDN 平台和作者的分成是：讲师：平台 = 6：4，按照售价 100 销量 1000 份来算的话，一个课程的收入大概是 4 万左右，CSDN 平台视频课程很多，因此有的老师收入应该很高，有的又很低，看情况吧。

51CTO 和讲师的分成是按照比例走的，普通讲师 5:5；签约讲师 6:4；金牌讲师 7:3，级别越高拿到的分成越多。51CTO 学院的课程销售数据不知道是真还是假的，看起来很吓人，有的课程销量 5 万多，有的课程销量 17 万，均价在一百多元，一门课程在四五百万的收入，分成可以拿到二三百多万。

网易云课堂是一个综合的在线学习网站，IT 领域只占到其中的一个板块，如果只是自己推广课程的话，平台不收取费用，如果平台给推广的话，平台收 10% 的手续费。看了一下付费的课程不是很多，而且比较杂乱，IT 学习人气是相比前面三个网站最弱。

做个对比：

- 1、慕课网是专业做 IT 领域的视频课程，产品体验最好、用户量最大、课质量好、销量比较可观，他们公司的玩法也最具互联网化，我比较喜欢。缺点是课程都需要后期制作、排期，往往录制一个课程到发布需要大半年的时间。
- 2、CSDN 是国内第一大技术社区，有一定的流量，做法比较传统，讲师收入有保障。
- 3、51CTO 是偏向网络和运维领域的社区网站，这方面的课程销量应该会好一点，相对 CSDN 弱一些。
- 4、网易云课堂，IT 在线课程只是其中的一个小版块，整体感觉免费视频多一些，付费课程较少不成规模。

技术人做公众号能不能挣钱

在没有做公号之前，我写了一年多的博客，在博客的同时认识了一些朋友，发现很多和我同样写技术博客的博主都开通了技术公众号，那个时间我也比较奇怪为什么大家都喜欢开通技术公众号呢？这个疑问直到我开通自己的公众号半年之

后我知晓。

我写博客一年多的时间，除过为 51CTO 技术博客投稿以外，没有过任何其它收入。在这里我多说两句，其实很多技术公众号都是接受技术文章投稿的，会有稿费，比如 51CTO 技术公号，如果投稿被采用每篇文章会有 500 元的收入。51CTO 官微等技术公号也都接受投稿，有的高达一篇 1000 元左右。

开通技术公众号最大的感受是和读者的距离更近了，方便用户点赞、阅读、转发，对个人品牌也是一个很不错的宣传途径，比如我近期转载的沉默王二的文章《为了完成月入三万的目标，我都做了哪些准备？》<https://mp.weixin.qq.com/s/WcN5bkvFrCNZiJv-KEx4qw>，对个人是一个非常好的宣传途径。

但写公号最大最持续的动力是收入，前面说过写博客一年多的时间没有一点收入，虽然当初写博客也不是为了有收入，但是能有收入谁又会嫌弃呢！而开通微信公号半年之后，就迎来了人生第一个商业广告。那时候甚至都不知道该要多少钱，最后定了一个月推 8 篇文章，每篇文章后面贴一个广告贴片给 1000 元。

在微信公号上写文章会有三方面的收入：流量主广告、赞赏收入、接外部广告。当你的微信公号读者大于 5000 后，就可以开通自己的流量主，也就是微信文章最下面的那一张卡片广告，这部分收入其实很少，像我现在这个级别每天流量主的收入在 20-40 左右，就是一顿午餐钱。

赞赏收入是这三块收入中最少的，几乎可以忽略不计，但赞赏却是鼓舞作者持续写作的最大动力，用钱给予的投票绝对是最真实的认同，不论金额大小；接外部广告才是公号最主要的收入，这个主要看公号的定位和读者质量，有的公号几百块就可以发，有的公号甚至要上万。

技术公号的收费标准公认的价格是一个阅读量一元钱，也就是说如果你的公号一周发了五篇文章，每篇文章的阅读量大概是 5000 左右，那么当广告商找你的时候，你就可以报价 5000 元，基本就可以成交。

在这个报价的基础上，不同的公号会根据情况又上浮或者下调，财经类的公号，一个阅读可以高达 2-3 元，情感类的公号报价和技术号差不多。另外又一些网红公号报价很高，比如我公号转发文章的 吓脑湿 或者 今夜 90 后等公号，每条广告的头条价格是 20-40 万，一条广告就超过我们一年的收入。

另外个人原创公号的收费会比转载类的公号文章收费贵；个人技术公众号会比机构技术公众号收费贵，因为个人技术公众号一般会带有个人品牌属性。

这里有一份名单（附件），里面有几位做技术公号的技术人年收入超过了百万，我现在每个月技术公号广告费用大概是 2 万左右，有的时候多一点，有的时候少一点，算是我业余收入中最多的一块收入了。

其实做公众号就像开公司一样，需要有品牌、传销、推销等，非常考验一个人的综合实力，现在做技术公众号的人越来越多，刚我自己就关注了大大小小上百多个技术公众号，如何在其中脱颖而出确实是很困难。

很多人说现在早已经过了创建公众号的红利期，这个确实是现实情况，但对于真正有能力的人，根本就不需要有什么红利期，比如几年突然就冒出来的：吓脑湿、今夜九零后这些公号，都是在短短的时间内吸引几十万粉丝，阅读量篇篇过 10 万。

最后用一句话来总结一下，种一棵树的最好时机是十年前，其次是现在。如果你有非常强的挣钱欲望，就必须要有非常强的行动力来匹配，不然真的会很难过，自己的行动跟不上自己的思想。

但同时很多事情也确实都是需要过程的，回想自己一路过来的经历，很多时候都是顺其自然，在特定时期就去做这个阶段的事情，过分的期望有时候会适得其反。

我们几乎天天会看到的几个技术公号报价 9 月份的报价



备注：今夜九零后已于 2019 年被封号。

最美证件照的挣钱生意经

前段时间，公司人力突然在晚上 9 点通知所有的管理层提交一个 2 寸蓝色背景的证件照，要上报到上层管理单位。然后哥几个就赶紧找历史上存档的照片，但都没有合适的，如果用手机拍的话很难找到蓝色背景的照片，于是想到用手机拍个白色背景 P 成蓝色的。

搞了半天反正是没有搞定，如果去照相馆的话已经太晚了，突然看到有几个哥们已经提交了照片，照片看了质量还不错，就了解下他们都是使用了一个叫做：证件照随拍的 APP，说是只要下载了这个 APP，按照它的提示就可以拍出质量不错的证件照。

于是我在应用市场搜索了一下，发现了很多类似的 App，模式大概一样，使用 App 的时会有一些小的提示，比如露出双耳、不要带眼睛，距离白色墙多少厘米，拍照的时候会有一个人性的框来帮助大家定位。拍照之后会对图片进行识别，人脸识别、是否带眼睛识别、背景环境识别。

拍照完之后，将照片上传到后端进行智能美颜，后面还可以根据自己的各种需求来对证件照进行调整，比如美颜的级别、背景颜色、穿什么衣服等等，我下载了拍了几个之后，发现这绝对是我以往拍证件照里最帅的。经过多次测试，这些 APP 拍摄的证件照明明显比街边几十块钱的照相馆拍照出来的效果好。

这些 APP 的操作大同小异，基本上就是形成了很多固定的模板，让用户去选择，拍照、美颜、付款这个流程，为了更好的让大家了解这个流程，我截图了拍照的过程，大家注意这是我在网上随意找的一个美女图片进行的测试。

一般第一步选择照片尺寸，或者用途。



第二步，按照提示拍摄照片



经过自动识别会提示背景过于杂乱，不理睬直接上传。如果戴眼镜也会有对应的提示。



上传后，可以对图片再次处理，比如美颜、服饰和背景，有好几款应用在这步之后就会禁止了手机的截屏功能，防止用户通过截屏获取了照片，从而影响了后面的付费转化。



优化完成之后，就会出现两个选择，一个是将照片保存到手机，一个是可以选择冲印邮递，两个价格等级不同。



如果选择保存到手机就会调用起微信或者支付宝的收银台页面，如果选择冲印并快递就会出现填写收货地址界面。



当然快递费用需要自己支付。

以上便是整个利用 app 拍摄证件照挣钱的案例，整个商业模式大家也看得比较清楚了，那么我们再来分析一下这个商业模式：

首先我们从技术角度来讲，人脸识别、背景识别、图片处理等已经是很成熟的技术，github 上有很多的开源软件开发这些技术，同时证件照的拍摄和使用都是一些非常固定的场景，拍照环境无非就是白色、蓝色、红色背景、1 寸、2 寸、3 寸为主，使用环境也无非是驾照、结婚照、入职、考试等等。

随着手机 app 拍照像素的不断提升,可以说是利用手机 app 拍摄证件照的各种天时地利人和都已经具备,于是市面上诞生了 N 多个拍摄证件照的 APP,几个头部的证件照 App 拍摄出来的效果完全吊打照相馆,并且价格还便宜很多,同时我们也不用在街边到处找类似的照相馆,并且线下的这些照相馆体验也都特别差。

像这种类似的证件照单价都不是很低,比如保存到手机 3 元,冲印并邮递的话也就 20、30 元左右的价格。但是中国有几亿的用户都会有拍摄证件照的需求,比如用一百万的用户一年拍摄一次证件照来算,每年的收入都是几百万的级别,真的很酸爽。

我们就以最美证件照为例,虽然我们看不到它的后台订单数是多少,但是可以根据它在应用市场的下载量来评估。因为安卓市场比较割裂,并且进行变换名称规避风险,因此我在苹果的 appstore 搜索了一下最美证件照的下载量。



综合评分 4.9, 刚评论个数就高达 24.7 万, 下载量至少是评论数的 100 倍以上。随着人们的认知不断提升, 这个市场还在不断的壮大, 如果有办法能在这里分一杯羹也是非常不错的。

如果真的技术能够达到, 可以以免费或者其它手段来吸引一大批用户, 有了用户就有了流量, 后面就有很多的变现方式。

微信好友 5000 人就可以挣钱?

在很早很早之前，那时候我应该还没有做公众号，就在地铁经除遇到一些漂亮的小姑娘或者帅气的小伙子，拿着手机在地铁里面一个一个的问每一个陌生人：不好意思，我正在个人创业，可以帮忙加一下这个微信吗？

看着他们一个一个的问过来，真的会同意让他们加微信的人很少，因为看着他们就像搞传销的人，很强烈的不信任感。再后来在今年我在坐地铁的时候也还会经常遇到这些人，只是手里面多了一个小礼物，只要你添加了她/他的微信就可以送给你一个小礼物。

我一直在想这是一个什么样的生意模式，难道是准备在朋友圈做微商？最终还是没有确切的答案。

后来我开始试着运营了一个公众号，我就发现很多的公众号博主都同时开通了自己的读者群，我不以为然，因为开通了读者群之后，自己很难有精力在其中去维护。但是我发现同行却可以开十几个读者群/同行交流群，不知道这样做背后的动力是什么？

直到有一天由于某些原因我被人邀请进入了一个运营的圈子，里面有很多专门做流量生意的朋友，不时的在里面寻找微信好友大于 2000 的人，让帮忙在朋友圈发一条课程推广，给 2000 元，突然有点开窍，原来还可以这样挣钱。

后来我自己也开始有意识的去运营自己的读者群，也积累了几千的微信好友，后来果然有对应的需求找上门来，一条朋友圈分享可以按照不同需求给与定价，虽然次数不是很多，但确实是一条挣钱的道路。

再后来我发现还有另外一种操作卖群，有很多公众号主直接可以把自己的群卖掉给广告主，如果你就是群主可以按照多少钱把这个群转让给另外一个人，一个群的价格大概也是在 2000 元左右，这个具体的价格可以和广告主来协商。

今年的时候，我发现有的公号博主发展到直接卖微信号了，比如你的微信积累了 5000 多个好友，那么如果这些人都来自某一个行业或者渠道，这样这个微信群就非常具有价值，一个 5000 人的微信号可以卖到好几万元。

就像昨天我在知识星球分享的那个案例 (<https://t.zsxq.com/yFYvVjA>) 一样，如果你的 QQ 好友有非常多的好友也是同样的道理，可以通过卖 QQ 号来挣钱。

但是我个人从来都不会卖微信群或者微信号这样的操作，因为这样都是一次性的买卖，同时也辜负了读者对你的信任。同时我也建议群内的朋友不要这样做，虽然可以快速变现但这并不是一个长久之路，同时对你个人来讲也绝对不是利益的最大化。

朋友圈营销其实已经成为了一个产业，有很多朋友基于朋友圈来创业，做微商，我就认识几个朋友利用朋友圈卖水果每个月收入高达七八千的收入；还认识一个叫柚子妹的人，通过朋友圈卖柚子，直接月入好多万。

当然朋友圈创业也同样是一个不太容易走的路，当然了挣钱的每一条路都是有门槛的，不然后人人都是富翁了吗。有专门教人如何在朋友圈写文案，以什么样的话术什么样的频率去更新朋友圈，以达到产生信任的前提，这里面也涉及了一些分销话术等，是一个很大的产业。

还有的人专门加入各种微信群来抢红包，手机安装了抢红包插件，如果规模足够大，每天抢红包的金额也是非常大的一笔收入。。。

反正只要有人的地方，就会有挣钱的模式，这就是之前有一些朋友问，为什么需要养号呢？(<https://t.zsxq.com/aAuBmQv>)，也许今天的分享或许就可以找到一些答案。

有的人说，我自己又没有什么流量，有没有读者群怎么在微信积累很多微信好友呢？

其实有非常多的方法，比如在网上看到很多人留下了他的联系方式邀请人如各种类型的群，你可以通过这些联系方式进入他的群，然后使用 webtools 这种类似的工具，帮你批量添加好友；当这些好友通过之后，你引导他，让他把你加入到其它的群中；

再重复上面的操作，很容易批量搞出几个 5000 好友的微信号，并且这个方法绝对比在地铁里面找人添加你微信号的效率高多了。

今天就分享这些，希望大家合理看待，如果以上某些操作太过，会非常引起他人不适！

知识星球到底能不能挣钱

首先我想说：知识星球真的是一个很牛逼的产品，可能我们大多数人在一开始的时候都没有看清楚这个产品的价值。

知识星球的创世人吴鲁加是一个连续创业者，最初在安全领域创业，和联合创始人黄鑫最初的创业产品是「铁卷」，给电脑加密防止员工偷盗公司敏感资料，这款产品后来卖了不少钱，不过他们总感觉和自己的理念相差较远。

2014 年，他们对移动互联网产生了兴趣，想在这个领域去做一些事情，于是就把之前的创业公司给卖了，转型到互联网领域去创业。刚开始也并不顺利，做过

一个加密的阅后即焚的 app，没有成功，后来又转型了协同软件的产品也没有成功。

期间他们创业的公司也拿到了腾讯的投资，其实这点很关键，这为后来知识星球和微信生态的强绑定打下了基础。

转机出现在了 2016 年，吴鲁加看到小道消息吐槽他的「小道通讯」服务收费太麻烦，这个时候吴鲁加就想何不做一个这样的 app 来满足大 V 的这种需求。

于是我们看到了冯大辉成为了这个产品的最初用户，并且因为大 V 效应影响了一大批意见领袖参与到其中，完成了知识星球产品最初的种子用户和产品基调。

现在想想这个产品太牛逼了，不用做太多的推广，因为各种意见领袖为了宣传自己的知识星球，会给这个产品免费做了 N 多的广告，自带推广效应。

每个人加入到知识星球中，平台会收取 5% 的手续费，但其实平台的成本并不大，如果知识星球的用户足够大的话，这个收入也是非常可观的。

当然了，这只是一个低层次的认识，平台聚集了这么多的用户之后，那么平台可以做的事情简直不要太多，联合星主出课程、平台出一些付费营销工具等等，几乎什么都可以搞。

但是到目前为止，我们可以看到知识星球还是一个非常克制的产品，每次升级改动都做得非常谨慎，如果某个功能反馈好会立刻回退，比如 18 年开通的评价星球功能，因为反馈不好立刻给毙掉了。

不过有一点很明显，看平台不断迭代的功能来看，知识星球慢慢从一个服务型工具，转型为知识付费服务平台，虽然只是差了几个字但其中差别非常大。我们也很期待知识星球后期会进化成什么样。

以上介绍了知识星球这个产品的一些背景，让大家可以更好的认识这个产品。

我知道大家更关心的事情是：作为星主创建一个知识星球挣不挣钱？

先来看一下知识星球的三个不同产品类型：

- 1、永久的知识星球（付费），现在已经取消这种产品；
- 2、定期的知识星球（比如：2018.1.1-2019.1.1）；
- 3、加入后自动延后一年的知识星球（按照加入的日期往后自动延后一年，你加入的日期是 2019 年 6 月 1 号，那么失效的日期就会是 2020 年 6 月 1 号）；
- 4、免费的知识星球（长期）

第一个产品形式已经被枪毙掉，因为很难保证一次付费永久服务的形式，目前存留的还是按照这个来走，第四个产品形式主要是为了扩大平台的用户量，增加付费和非付费用户的存留度。

所以我们大部分星主应该选择的产品类型是 2 和 3。那么我们先来对比一下 2 和 3 都有哪些区别，对于营销来讲哪种更合适？

2 和 3 的最主要区别就是用户加入后，到期的日期不一致，其实站在用户的角度来讲，比较公平的是采用 3 的形式；站在营销的角度来讲产品 2 更合适，会有一个准确的时间来做营销，当然对星球的内容要求也更高。

知识星球其实只是给星主提供了通用功能，星球如何运营就要看每个星主的特质了。但根据不同的形式来看，大体可以分为三种类型：

1、社群性质的知识星球，社群运营高手，对社群运营有一定深度的认识，通过线上线下活动来促进整个群体的参与感。比较有代表性星球有：生财有术、老关的营销圈。

2、个人 IP 性质的知识星球，主要是利用个人强大的 IP 来背书，读者基于对星主的信任，选择加入星主的知识星球。有代表性的：水库、小道消息和他的朋友们。

3、个人 ip+社群运营的知识星球，第三种的方式其实就是上面两种的混合形式，一方面有社群运营，一方面也有星主的 IP，大多数星球都是这种形式。有代表性的：caoz 的小密圈、粥左罗和他的朋友们

接下来选择两个有代表性的知识星球，来分析一下数据：

亦仁的：生财有术

生财有术是知识星球中运营做得很好的一个星球，星球质量也很高。亦仁刚开始的时候并没有很大的名气，只是阿里离职的一位创业者。他在公号发了一篇高质量的淘金文章，引发了曹大的关注转发，这才被很多人认识。

没多久亦仁就创建了生财有术知识星球，开启了一段开挂的经历，看着亦仁运营了三期，真的感慨他的运营手段非常厉害，从中学习很多。

先来看他知识星球的一些数据：

生财有术第一期：

2017 年 3 月 22 日，「生财有术」小密圈建立。圈子定价 365 元一年，每满 100 人，入圈费涨 100 元。

3 月 26 日，5 天，成员突破 500 人，预估毛收入 28w。

7 月 7 日，110 天，成员达到 1218 人，预估毛收入 110w。

截止 2018 年 3 月 1 日，成员共 1572 人，星球价格 1865 元，预估毛收入 173w。

生财有术第二期：

2018 年 4 月 18 日 - 2019 年 4 月 17 日:

星球初始价格 665, 价格最高 1865, 总人数 2500+。(按照人均 1000) 预估毛收入 250w+。

生财有术第三期:

2019 年 4 月 18 日 - 2020 年 4 月 17 日:

星球初始价格 765, 目前价格 1665, 总人数 5500+。第三期的时候前三分钟的收入就超过了 100w, (按照人均 1000) 目前预估毛收入 550w+。

可以看出生财有术采用的是阶梯价格, 最初加入的用户越优惠, 这样会给用户一种抢购的感觉, 越早加入的用户越有利, 也比较合理, 因为最早加入的用户最先信任星主。我的知识星球也是类似的运营策略。

后期可以找时间给大家总结一下, 生财有术的运营策略。

第二个有代表性的知识星球是: 帅张和他的朋友们

stormzhang 的个人 IP 极强, 公众号的读者粘性非常高, 打开率到了惊人的 20% 左右, 但同时他也是一个稍微有争议的人物, 认同他的人特别的认同, 不认同的人也有一大片。

从客观的角度来讲 stormzhang 还是有很多值得学习的地方, 据我观察他的读者群体以大学生和刚毕业几年内的从业者为主, 这部分读者是他的忠实用户, 工作很久的用户对他的内容接受度就会较低。

stormzhang 也是最早开始运营知识星球的技术公号博主之一, 刚开始的时候和 P2P 的合作厂商做过一段时间合作, 如果购买广告商一定金额的理财产品, 就可以免费加入他的知识星球, 从而吸引了一批用户。

帅张的知识星球运营到了第三期, 知识星球的用户高达 19.1 K, 成为知识星球中的顶部玩家。他的三期定价一直变化不大, 从最初的 199 到现在的 299 元。知识星球一直强调圈子文化, 通过圈子交流可以提升思维与认知。

stormzhang 第一期的用户数据不详, 第二期的用户应该在 1w 左右, 按照 199 元计算大概有 200w 的收入; 第三期的日期是 2019 年 2 月 23 日到 2020 年 2 月 23 日, 目前价格 299 元有 1.91w 的用户加入, 估算有近 500w+ 的收入。

大家看了以上的案例有什么感觉, 这两个知识星球的收入都可以超过很多公司的年利润了。但知识星球的钱真的有那么好挣吗?

我上面挑选的两个知识星球都是做的最好的两位, 大家可能没有看到很多苦苦挣扎的知识星球星主。有点星主苦苦运营了一年才收获了几十个用户, 有的知识星球好长时间没有新内容被用户催更, 有的星球没有管理广告泛滥。

任何没有门槛的商业模式都是竞争最为激烈的，就像公众号一样，有 2000 万的公众号，但可以挣钱的公号其实不到 1%，知识星球也是类似，我看到很多有名的技术人，创建的知识星球却只有很少的用户加入。

所以知识星球是典型金字塔模式，头部的星球收益很高，年收入可以达到 100w+，但可以达到这层次的用户非常少；中部的知识星球用户会比顶部的稍微多一些，大概收入在 10w-100w 之间，99%的知识星球年收入在 10w 以下。

《就聊挣钱》知识星球目前运行到现在，一共积累了 1500+用户，目前星球定价在 168 元每年，年收入刚好在 10w 这个门槛上，这还是我拥有着很多读者资源的情况下。

所以再来看这个问题知识星球到底能不能挣钱？答案是可以挣钱，如果你是运营高手或者知识输出型高手都可以有机会挣到钱。但对于普通用户来讲，想通过创建知识星球的方式来挣钱会有一定的难度。

如果是抱着试试的态度来做，还是很值得去尝试的，但是一定要能对得起加入知识星球的朋友们，能加入到星球中的用户基本上都是很信任星主的。知识星球是一个社群产品，用户规模越大对加入的用户越有利，分享的内容越多越可以促成一个正循环。

知识星球也是一个筛选器，可以聚齐一批有同样爱好的朋友，后期如果想做些事情可以在知识星球中的朋友中选择。这也是我创建知识星球的一个目的，寻找未来的合作伙伴。

知识星球是一个社群产品，如果大家不参与到其中，其实很难深度感受到它的价值，希望大家可以在这里多分享、多交流、多链接，那怕是多评论、多点赞也是一种交流，对分享者的一种鼓励，多实践，我相信大家会在这里找到属于你的机会。

行业深度分析

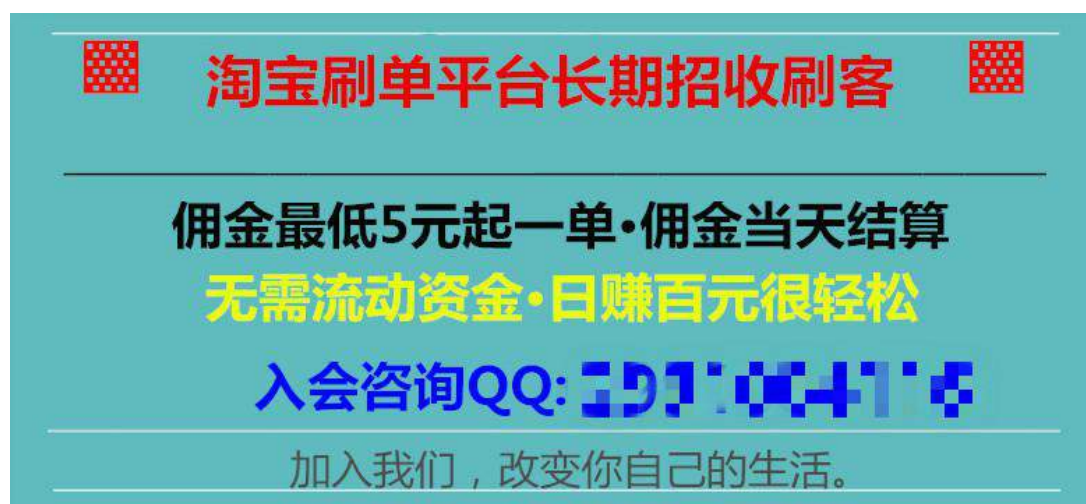
深度解析灰色产业链：微信刷单的行业秘密

凡是有人的地方就有江湖。

灰产赚钱吗？结论是：真的很赚钱，可以说灰产就是通过技术变现的深切实践，灰产技术含量很高。

现在媒介投放广告都会以阅读量为基准，来预测广告投放的效果，因为阅读（交易）量就成为了广告投放定价的最关键因素。凡是因阅读（交易）量投放广告的地方，必定就会有刷单的存在，很典型的刷单场景有：YouTube 观看量、淘宝交易量、直播、抖音观看量、点赞量、微信阅读量等等。

曾经有朋友开淘宝店，为了营造销量，过一段时间让我去买几件性感内衣，然后他那边不发货，过两天让我在上面给个好评，最关键的是当时我还没有女朋友。。



淘宝刷单平台长期招收刷客

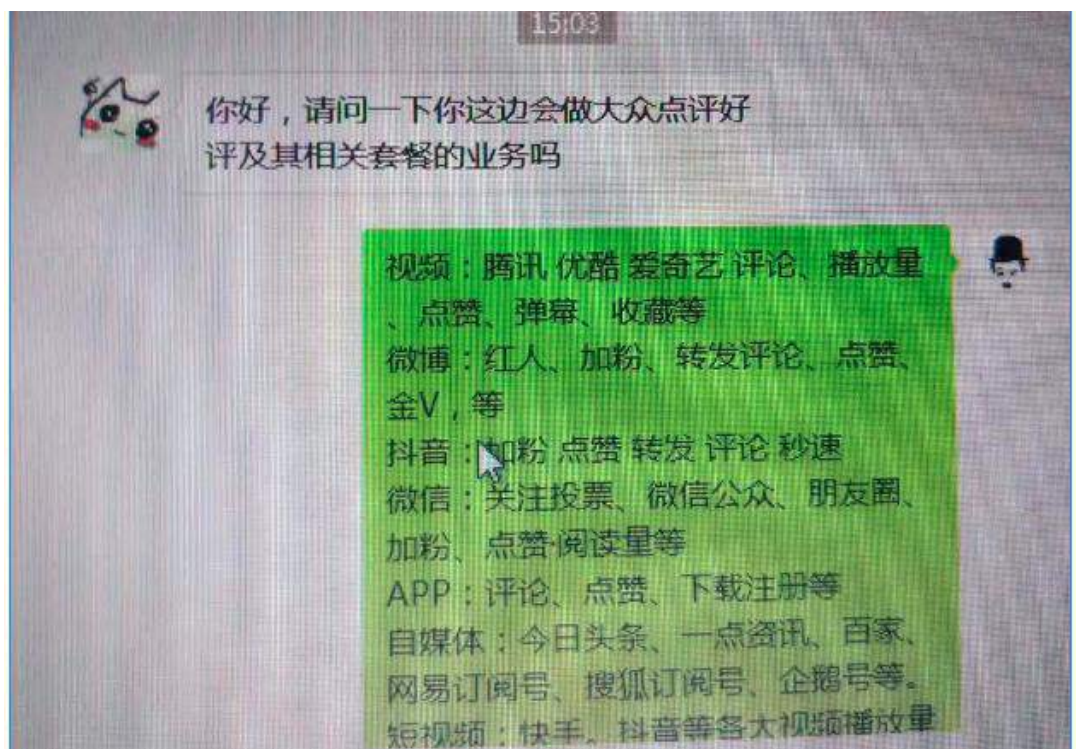
佣金最低5元起一单·佣金当天结算
无需流动资金·日赚百元很轻松

入会咨询QQ: 2911044116

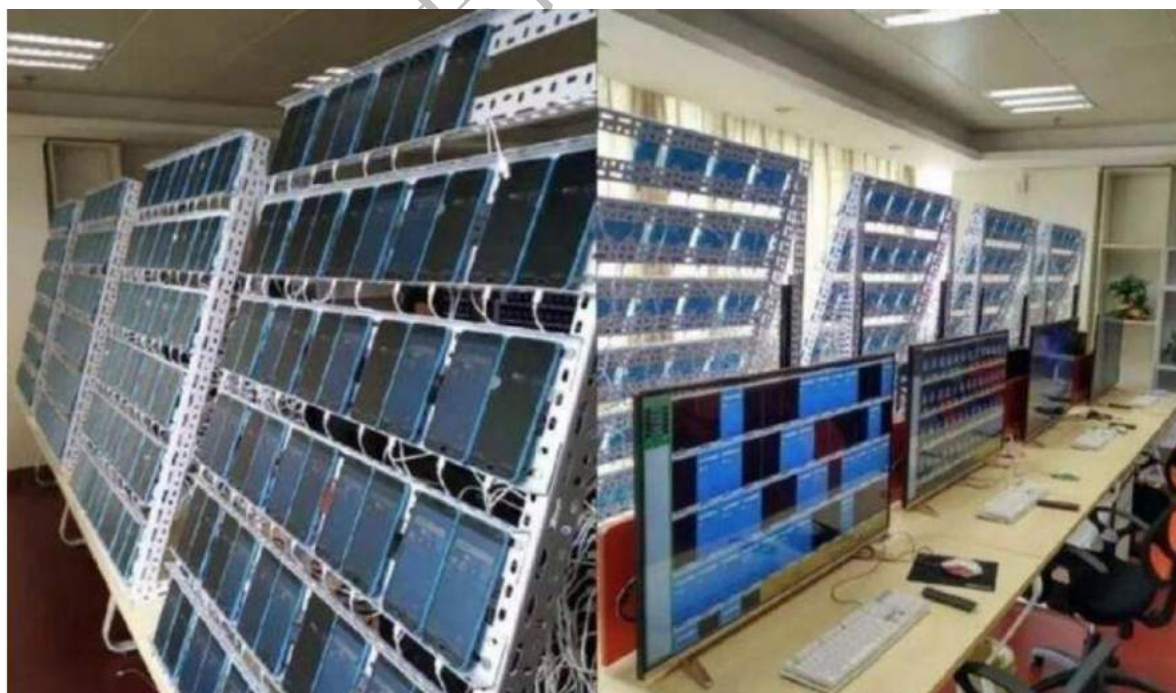
加入我们，改变你自己的生活。

这就是传说中人工刷单，其实还有人工打码（验证码）、人工答题（验证码算法）等等，凡事系统给出的校验方式，都有对应的解决方案。

可以说刷单行业是个巨大的市场，每年因为刷单产生的交易额惊人。甚至有的广告商也喜欢和刷单的公司合作，因为广告投放之后数据很漂亮，这类情况更多常见于品牌曝光的这类广告。



刷单行业发展到现在已经成为了一条产业链，有专业的销售、有专业提供中间交易的网站、还有专业提供技术支持的黑客们，每个环节分工不一样，利润也不一样，整体来讲，黑客技术方和营销人员收入最高，中间环节单价较低，但中间环节会通过大量订单来支持利润。



刷单行业也是一个斗志斗勇的行业，一个不断和官方博弈的产物，如今刷单已经发展的非常智能化和自动化，可以模拟用户去聊天、浏览商品、然后再去购买，避免被官方风控系统所监测到。

各行业的灰色交易都有各行业的套路，因为做公号的原因时常可以接触到各种各样的人，其中就有很多的刷单营销人员会在后台留言介绍他们的业务，跟着他们的足迹慢慢的了解了刷公号文章阅读量的这条产业链。

今天就给大家解密一下微信公号阅读量刷单的秘密。

2014 年，对于微信公众号而言，是有里程碑意义的一年。

变化最初出现在一个名叫“骑行西藏”的公号上。可能很多人不知道这个号，它并不是什么大号，而是前微信开放平台技术总监 tao 的个人公号。

tao 是微信公众号的开发元老及部门高管之一，当时的很多新功能都是在这个号上测试的。包括阅读数、评论、子菜单、原创标、赞赏等等。

7 月 23 日深夜，打开“骑行西藏”推送的文章，公号名字旁边赫然出现了阅读数的显示，文末出现了点赞按钮。



从此，微信公号结束了“犹抱琵琶半遮面”的混沌状态，阅读数、点赞数成为衡量文章传播效果的指标，一批大号雄赳赳气昂昂地冲了出来。作为第三方的新榜，也在那一年开始发布公众号排名榜单，建立起行业认可的评价体系。

野蛮生长的公号江湖中，各方豪杰，秩序初现。

与之配套的，是公号变现模式的登场。7月6日，微信公众平台开始公测流量主和广告主服务，为公号运营者提供了最直接的盈利途径。时至今日，流量主仍然是许多公号的重要收入来源。

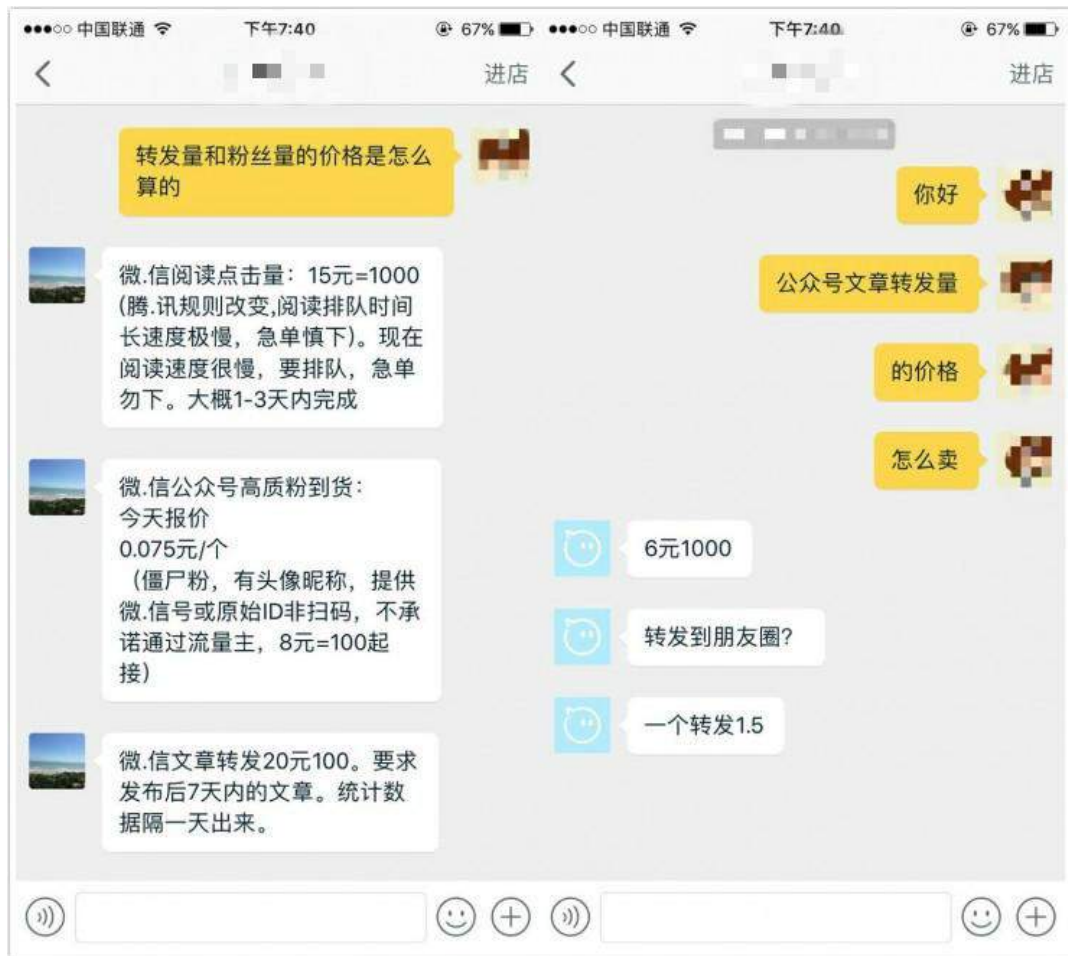
公号的商业化进程开始加速，**写字的人最赚钱的时代，来了。**

(以上横线内段落摘录于：六年，公号改变命运)

2016年9月27日晚，微信对获取公众号图文信息的部分接口进行升级。在这次调整之后，一些公众号的阅读量很快出现了断崖式的下滑，有的公众号文章阅读量下滑幅度甚至从“10万+”跌落到了只有数千。

事后，内容创业服务平台“新榜”统计发现，60%的微信大号阅读量在第二天的阅读量出现了明显的下降，而其中有124个大号的阅读量暴跌80%以上。这些公众号也在当时被盖上了“刷量”的标签，一些公众号甚至是迅速删掉了阅读量明显出现下滑的推送文章。

事实上，微信公众号刷点击量已经是业内公开的秘密，俨然形成了微信生态里的一个“江湖”。在淘宝上搜索“微信公众号 阅读”，会发现有很多商家都在从事这类生意。有的店家交易量已经达到了数万笔。之前网上有人卧底和刷单人员沟通：



微信如何统计阅读量?

微信“阅读数”是怎么算的？

一、每个微信 ID 每天可以贡献 5 个阅读数，但只有 1 个赞。连续 5 次打开文章，也没问题，阅读数会增加，再多就不算了。过晚上 12 点后，打开文章又可以增加 5 个阅读数。

二、只要 TA 在微信中打开即算数。

三、Web 版或 Mac 版微信打开的文章会跳转到 PC 浏览器，也不算数。微信文章在 PC 浏览器中是不显示阅读数的，也不显示“赞”数，手机浏览器同理。

四、贡献“阅读数”不需要关注公众号，聊天或朋友圈打开的文章均算数。只要在微信手机客户端里即可。

五、“阅读数”是实时的，不是(截止到)前一天的累计数据。在公开数据之前，公众号运营者可以在后台看到前一天的累计“阅读数”。

微信阅读量是如何刷出来的？

人工刷阅读量

微信群互刷是成本最低，但相对而言见效慢的一种刷公众号阅读的方式，通过在微信群内发布文章的二维码以及链接，让群友给你扫码阅读提高阅读量。有的微信公号博主，甚至几百个微信群，利用 Webtools 等工具可以实现一键群发，来提升文章的阅读量。

也有的人通过在 QQ 群内发布文章的二维码以及链接，让群友给你扫码阅读提高阅读量。



软件刷阅读量

软件刷是大家都希望的一种方式，在操作上省力，另外价格相对平台而言更加便宜，而且刷的速度也是比较快的，大多数平台刷微信阅读都是用软件刷出来的。

市面上这种刷单的软件都是收费的，大家不用心存侥幸去网上寻找，基本上你能找到的免费的刷单工具不是木马就是广告。

淘宝上搜索“微信阅读”基本上都是可以提供刷单的商家，并且每天刷单的价格不一，有的一千阅读二十几元、有的高达四十几元不等；刷单的速度也有快又慢，刷快的订单价格贵一些。



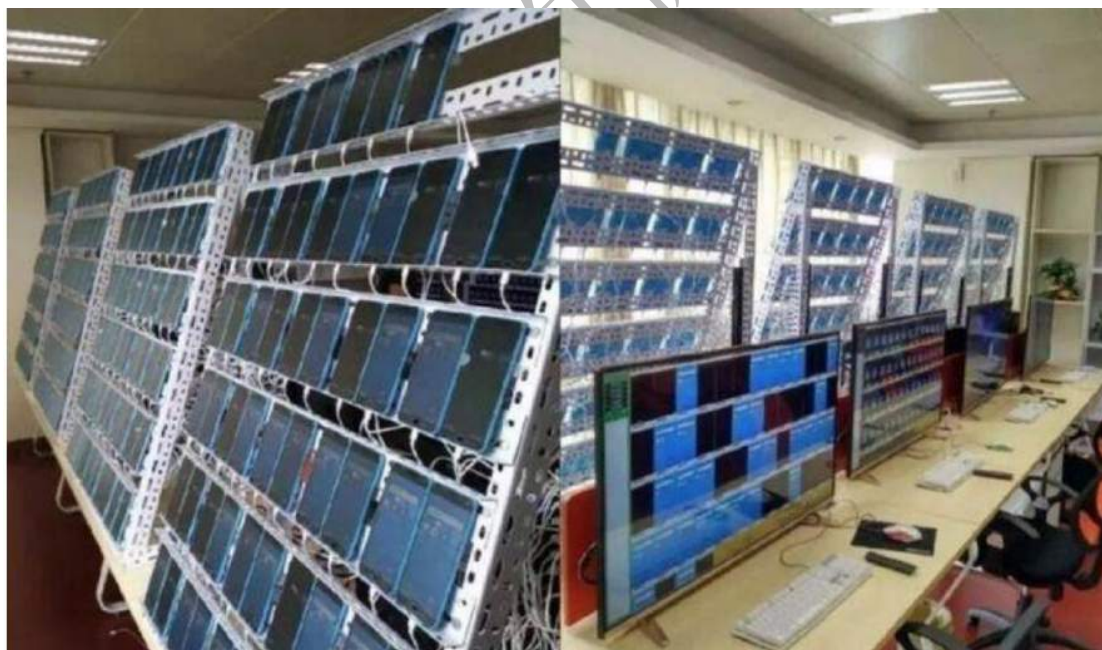
当你点击钉钉和这些人沟通好价格之后，通过淘宝或者微信转账的形式购买成功，然后给出你需要刷阅读量的文章链接，过一会文章阅读量就会飞速的上涨到达你的预期。

和我们沟通的这些销售只是刷单行业的最前端，后面还有刷单的平台在对接。曾经有一个粉丝在我后台留言可以通过他们系统进行刷单，我跟着地址进入系统发现完全已经形成了自动化的流程，只需要在系统中注册、充值后即可点击对应的功能完成刷阅读量、点赞量、增加粉丝等功能。

管理首页	管理中心 » 微信阅读 » 新建任务
阅读	新建任务
点赞	
自定义阅读	
粉丝	
用户信息	
充值	
资金明细	
反馈	

链接:	<input type="text" value="https://mp.weixin.qq.com/s/Upg4CiJnIC50bCRDimLXQ"/>	
数量:	<input type="text" value="1000"/>	数量区间为500-100000
模式:	<div>优先模式 请选择 标准模式 优先模式</div> <small>该模式具有快速优先执行特权, 但价格相对较贵, 适用于较急的方案</small>	
单价:		
付款:	45元	
送赞比例:	<input type="text" value="我不需要赞"/>	
送赞数:	<input type="text" value="0"/>	
备注:	<input type="text"/>	
	<input type="button" value="提交"/>	

真正的平台方可能就是通过技术手段模拟出成千上万个用户, 当需要刷阅读量的时候, 就在模拟器上模拟用户去点击对应的文章达到刷阅读量的目的。



这样至少存在这样一个刷单链条:

- 1、提供模拟器技术的厂商
- 2、过技术手段去批量注册用户、模拟用户的正常操作、阅读文章
- 3、开发系统的平台, 撮合刷单营销人员和技术提供方对接
- 4、在淘宝或者微信后台留言的营销人员, 寻找潜在客户

5、公号博主通过营销人员去刷单、交钱。

这就是微信刷单的秘密，从刷 1000 阅读量 30 元来计算的话，刷一个 10 万+ 阅读量可以赚取 3000 元，如果每天可以对接 100 个客户，就可以日赚 30 万（需要和上下游去分配），绝对是暴利。

如果现在掌握刷微信公号刷单的技术，只要运用得当月入百万轻而易举，当然高利润也就意味着高风险，在中国这个环境下刷单是一个灰色的产业带，如果被平台举报可能面临着行政处罚甚至诉讼。

微信公号刷单仅仅是灰产中的冰山一角，整个地下产业有多庞大可想而知。

当然如果你觉得刷单是灰产有一定的风险，作为一个特别正直的程序员你只想通过技术来赚钱，但不想冒一点风险。其实还有一条阳关大道可以走，就是走在灰产的对立面，通过技术手段帮助人们来识别刷单，分析公号粉丝质量、活跃度等信息。

其中已经有几家做的很不错，西瓜数据。大家可以看看西瓜数据的简介：

“西瓜数据”主要提供全网优质公众号查询、监控及诊断等数据服务，以及提供多维度的公众号榜单排名、公众号对比等实用功能，是一款公众号运营及广告投放效果监控的专业工具，此外，”西瓜数据“拥有成熟的，公众号数据已经覆盖全国 333 个地级市，因此也是公众号大数据服务商。

“西瓜数据”产品是由福州西瓜文化传播有限公司开发，公司团队由来自腾讯、百度等国内一流公司的高级人才组成，公司在数据挖掘、自然语言处理技术领域领域具有丰富的经验沉淀。

重点内容：公司团队由来自腾讯、百度等国内一流公司，我就呵呵了。。。

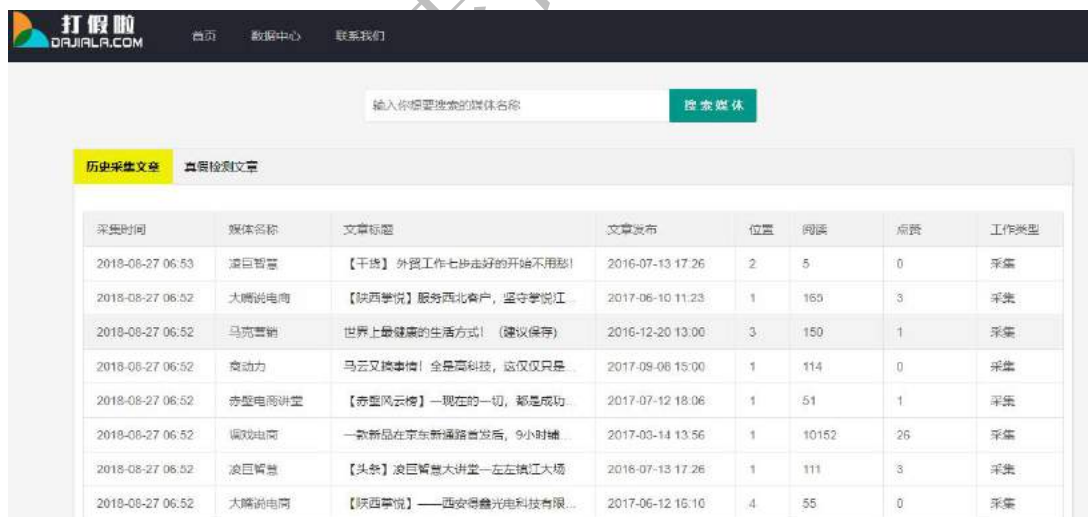
西瓜数据主要功能可以分析公号质量，阅读量监控、一键获悉公众号数据等功能。大家也可以根据登录后，左侧菜单看到所有的功能点。



大家看看西瓜数据的收费情况，产品的主要受众是 2000 多万的公号运营者和众多的广告主。网站在中国排名 3312 位，太能挣钱啦。



最近又兴起一个新的监控阅读量的平台，打假啦 (<http://www.dajiala.com/>)。专业分析各个公号的阅读数据来判断公号是否刷单、造假。



网站不完善，有的页面还会报错，目前盈利情况不明。但如果把这个领域持续做到最强，后续的盈利情况是很明朗的。

今天的分享就到这里，其实只要掌握了核心技术，不管是灰道还是阳关大道挣钱都是没有问题的，要相信：技术可以挣钱！

技术社区的盈利之道

我们经常能看到一些人创建了各种技术社区，我身边认识的一些人就有很多在搞这些，比如：中生代社区，Spring Cloud 社区，Python 中文社区，linux 中国、运维帮等等太多了。当然了技术社区当然是越多越好，对我们程序员来讲可以通过不同的维度，了解到对应技术。

作为一个旁观者，我一直好奇这些技术社区都是如何来盈利的？这些年我在北京大大小小参加了不少十次以上的各种技术大会，发现一个有趣的事情，几乎所有的技术大会都有赞助商，那么赞助费肯定是社区举办技术大会的盈利方式之一。

另外上台演讲的嘉宾大部分都要吹嘘一下自己公司的产品和技术方案，就连 GMIC 这种级别的技术峰会也是广告味道满满，搞的我后来几乎没有太多的兴趣去参加类似的峰会，我在想这些被请来的演讲嘉宾，他们是付费演讲呢？还是组织者付费邀请呢？

总结一下大部分技术社区的盈利方式大概如下：

- 1、社区网站有一定流量，通过在线广告获取一定的收入。
- 2、组织各类技术峰会，有的峰会需要付费参与，免费的技术峰会由赞助商来买单。
- 3、广告商去峰会演讲宣传自己家里的产品（付费）

上面这些盈利方式都是社区的一般手段，另外有一些社区玩出了新玩意。

Docker 技术在 2013 推出，2014 年以后在国内发展越来越好，我们可以通过百度指数可以发现 Docker 的搜索热度一直慢慢走高，说明它的普及程度越来越好。



从 2014 年 Docker 在中国慢慢推广之后，有一个人持续看好未来 Docker 的发展，于是创建了一个容器化方向的技术社区，命名为 Dokcer one。从 Docker 开

始发展最好延伸到容器化技术生态领域，网站内容主要关注：docker、kubernetes、coreos、etcd、微服务、devops 等。

下面为网站的首页：



从首页的条幅广告就可以看出一些端倪出来，Kubernetes 应用实战培训，培训这两个关键字其实才是这个技术社区的盈利之道。

具体是怎么操作呢？创建容器技术社区 Docker One ，同时创建技术社区对应的公众号：Docker 。

- 1、技术社区和网站吸引大量领域内的开发者关注
- 2、定期邀请各领域的技术大拿做技术分享，在网站和公号内对分享做出预告
- 3、想听相关技术分享的同学，需要关注公众号并且添加个人微信，邀请人会在群内分享，由助手同步到其它群。
- 4、通过以上三步不断的积累领域内的用户。
- 5、定期组织线下的技术培训，培训费用的价格在 6000-15000 多。
- 6、培训的讲师来自于社区内的技术大拿，社区通过培训来盈利。

网站和需要分享的讲师确定好分享的主题和内容之后，就会在公号内和各大技术社区内分享类似如下的预告内容：

分享时间：8月21日 20:30

分享主题：有货在 Kubernetes 容器环境的 CD 实践

分享人介绍：xxx，有 x 质量保障工程师。2016 年加入有货主导质量体系平台的构建以及线下线上容器环境的部署与监控，目前专注于微服务与容器技术的 DevOps 在项目组的落地。

分享摘要: 业内各大云服务商以及公司逐渐选择 Kubernetes 与 Docker 作为微服务支撑的首选平台。为了更好地满足 DevOps，我们采用了开源框架 Spinnaker 作为持续交付平台，完成服务的快速部署，回滚，A/B 测试，以及金丝雀等等的部署方式，同时我们在生产做了多区的容灾，更好的保障线上服务。

主要内容:

- Spinnaker 介绍与安装踩过的坑
- Spinnaker 在 Kubernetes 的持续部署
- 线上容器服务的选择与多区容灾

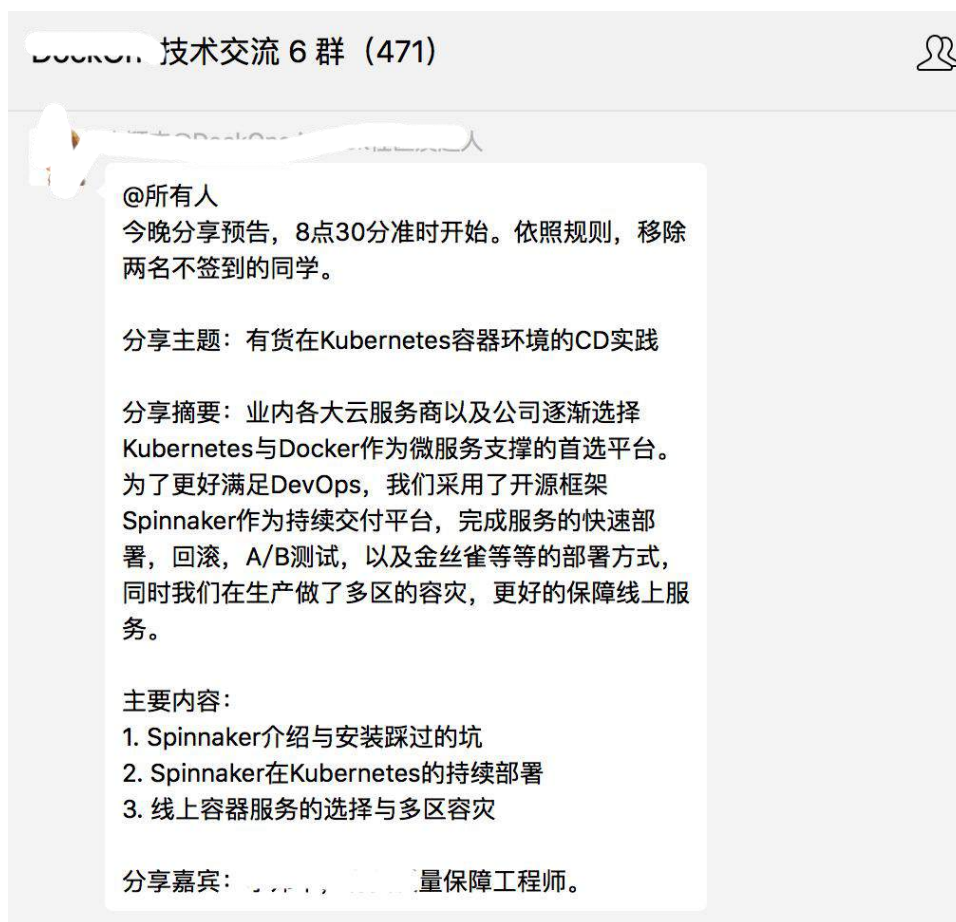
分享群: DockOne 技术交流微信群

DockOne 每周都会组织定向的技术分享，欢迎感兴趣的同学加微信: **lixxxesd**，或者扫描下方二维码加群主微信，进群参与分享，进群暗号『加群』。如果已经在 DockOne 技术交流群那等待晚上的分享即可。



这些分享都是免费的，不管是讲师还是参与收听的业内朋友。讲师为什么愿意来分享呢，就拿我来讲吧，当时去这里做分享的原因是想和大家交流一下微服务的使用经验，以及随便宣传一下我自己（个人影响力）；对于业务的朋友，这是一场免费的分享，并且质量都还不错，只是需要关注一下社区工会，在添加一下个微信号即可，如果你真的对某个分享内容比较感兴趣，我想你也不会在乎这些步骤。

社区有几十个微信群（现在可能更多），覆盖几万领域内的技术人，每次分享之前需要群内成员签到，增加群友的参与感。主持人在开始之前会在群里做预告，大家开始签到，最后嘉宾分享。



我和这个社区合作过几次，在它们技术社区做个一次在线的技术分享，也就是在微信群中，帮它们推广过一次培训广告（付费），曾经邀请过我作为它们的培训讲师，因为时间关系当时没有参加。

这个社区讲师分享的内容质量有保证，创始人会进行把关，慢慢的随着容器化技术的发展，社区慢慢变得壮大，后期利润可观。曾经听一个朋友讲，此社区通过线下培训每月至少盈利 10 万 +，不过这个金额没有经过证实。

智能眼镜的中国之路

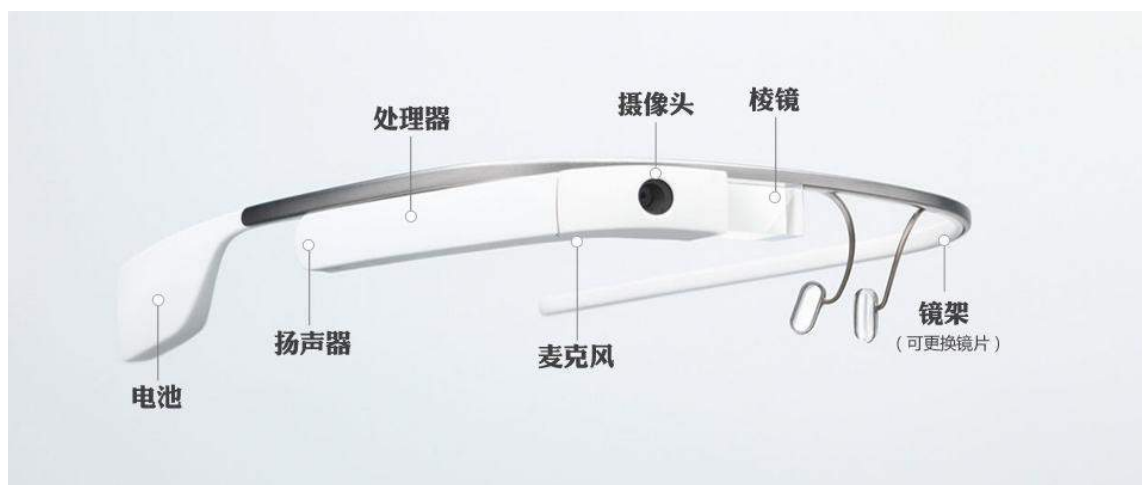
首先给大家科普一下什么是智能眼镜？

智能眼镜是指如同智能手机一样拥有独立的操作系统，可以通过软件安装来实现各种功能的可穿戴的眼镜设备统称。它是最近几年被提出而且是最被看好的可穿戴智能设备之一。其具有使用简便，体积较小等，特点公众普遍认为智能眼镜的出现将会方便人们的生活，因此它得到了谷歌，微软等重点研发，被视为未来智能科技产品的重要增长点。

智能眼镜大家可能最为熟悉的产品就是 谷歌眼镜：

谷歌眼镜（Google Project Glass）是由谷歌公司于 2012 年 4 月发布的一款“拓展现实”眼镜，它具有和智能手机一样的功能，可以通过声音控制拍照、视频通话和辨别方向，以及上网冲浪、处理文字信息和电子邮件等。Google Project Glass 主要结构包括，在眼镜前方悬置的一台摄像头和一个位于镜框右侧的宽条状的电脑处理器装置，配备的摄像头像素为 500 万，可拍摄 720p 视频。2015 年 1 月 19 日，谷歌停止了谷歌眼镜的“探索者”项目。

类似下图的一个产品：



因为各种原因谷歌的这款产品失败了，失败的网上归类为几下原因：

- 1、耗电量大及发热严重。开机一个多小时，电量耗完百分之八十以上，戴上一段时间之后能够感受到发烫严重，这是工业界要解决的问题，也是短板。
- 2、没有让人惊艳的功能。大部分功能手机都能够做到，题主想到骑行时拍摄这个应用场景，我觉得，手机都能够满足的为什么还要用眼镜来呢
- 3、智能眼镜的生态链还没搭建起来。

还有斜眼的问题，像下面这个图片：



哈哈哈，是不是很毁三观。

谷歌眼镜虽然失败了，但是整个智能眼镜的领域却有了大的发展，智能眼镜针朝着细分垂直行业的创新正在快速的发展着。另外垂直领域的智能眼镜发展前景也被看好，智能眼镜可能性在于，工业界解决了耗电和发热的问题，以及与 AR，VR 等技术结合产生的创新点。

如果未来智能眼镜通过技术创新，能够实现智能眼镜和 AR，VR 等技术相结合，这样会对游戏、影视、其它影像行业带来惊人的变革，引领下一个科技亮点。

其实现在行业中也有很多智能银镜的使用案例：

暴风魔镜，是暴风影音正式发布的一款硬件产品，是一款 VR 头显（虚拟现实头戴式显示设备），在使用时需要配合暴风影音开发的专属魔镜应用，在手机上实现 IMAX 效果，普通的电影即可实现影院观影效果。主要功能是可以家里看 3D 或者 VR 电影、相关游戏等。售价：159 元，如下图：

暴风魔镜



小米也有一款类似的产品：小米 VR 眼镜，售价 299 元。



还有一种现在比较流行的商业模式，我们在逛商场的时候肯定会发现类似下图的一些设备



使用这些设备可以观看 20 分钟的 5D 电影 或者 20 分钟游戏，一般收费几十到一百多元。

以上几种都是 To C 的市场，市场竞争激烈都是巨头在引领行业发展。智能眼镜在 To B 行业也有很多需求场景，因为市场比较小，国内巨头不愿意去竞争，但对于中小创业公司来讲，可谓是一片蓝海，其实只要在某领域实现突破，来发展前景非常广阔，国内有一家公司在这方面做的不错，这就是公司就是枭龙科技，已经获得上亿的投资资金。

北京枭龙科技有限公司成立于 2015 年 5 月，总部位于中国北京，是一家为企业和消费者提供增强现实(AR)解决方案的科技公司，致力于 AR 软硬件技术的研究与应用，其产品及解决方案可广泛应用于工业、旅游、教育、医疗、军事及大众消费等领域。公司在短短一年时间内即完成其一代产品 XLOONG 运动智能眼镜的研发、量产及上市，积累了多项核心技术与专利，获得由京东方集团、立讯精密等上市公司近亿元投资，是中国 AR 领域科技公司的领导者。

2016 年，枭龙科技完成首款 XLOONG 运动智能眼镜产品的研发、量产及上市，该产品主要面向骑行人群。



2017 年，枭龙科技在美国 CES 上推出企业级 AR 双目智能眼镜 Techlens T2，该产品已上市。



此外，枭龙科技研发的“云+端”的一站式 AR 解决方案，主要运用在工业、安防、物流、教育及军工等领域。据称已为中国兵器，航天科工，神华集团，公安部，京东方，北京理工大学，联想等单位和企业提供了定制型解决方案和技术支持。



枭龙科技相当于在 T0 C 的垂直领域和 T0 B 的垂直领域都由涉及。

2017 年的一个下午，我无意中收到了这样一封邮件

发件人: [redacted]
发送时间: 2017-06-02 17:20
收件人: llyouknow
主题: 创业公司核心团队缺少一名后端开发工程师

你好, 我叫[redacted], 之前在[redacted]科技做产品狗, 主要负责行业研究、产品规划, 也深入市场与客户建立关系, 上个月从[redacted]离职了, 现在成立公司做智能眼镜企业系统集成服务。我在掘金上面看到你的信息, 所以通过邮件想找你聊下, 不知道对该项目感兴趣, 一起创业。期待你的回复, 谢谢。

项目形态如下:

<https://www.youtube.com/watch?v=FGLndpaqsXU> 这个视频是德国一家公司做的 (在远程设备维修领域, 使用智能眼镜连接现场工作人员和服务中心的专家, 让专家通过实时视频以及图片标记对工作人员进行实时指导, 达到节省专家的差旅成本和提高设备利用率。)

<https://www.youtube.com/watch?v=nUn9VvzzjdY> 这个视频是美国一家公司给波音做的 (在生产制造领域, 基于智能眼镜使传统的生产指导PDF文档数字化, 直观地展示在工作人员眼前, 即解放双手提高效率, 大大降低错误率。)

我对他这份工作不是很上心, 但是对他这个行业特别感兴趣, 回复了一下邮件表达了我的想法:

感谢你的回复, 我离职前自己做销售给央企一家公司做了一个方案 (利用智能眼镜的远程协作系统) 卖了几十万, 我认为这个产品应该由专业的系统集成商来做, 所以辞职自己做这块。目前产品我已经规划完了, 处于待开发状态, 这个产品相比之前公司的方案, 具有明显竞争优势。最后之前已建立的客户关系, 前一阵子也在拜访他们, 宣传我们的产品。可以加下微信吗? 微信号: [redacted]

后来我们相互添加了微信, 在西直门约着吃了一次饭, 深入的探讨了智能眼镜垂直行业的发展近况。

他最先和我们一样是一名程序员, 做安卓开发工程师, 后来转岗为产品经理, 因为和老板的理念不合, 因此选择出来创业, 之前一直在智能眼镜这个行业中, 积累了一些客户资源, 在离职创业后很快就锁定了一些垂直行业, 并且和一些国企老板达成了合作意向。

我们现在看到的智能眼镜, 也就是套在头上的大眼镜都是一个独立的操作系统, 一般是阉割版的安卓系统, 所以很容易在此系统上定制一些功能, 比如说视频对话、视频录制, 简单的App操作等。

他们计划利用智能眼镜的视频特性来解决行业内的一些痛点, 比如在电力行业, 电力设备常常部署到非常偏远的地区, 或者非常高的大山上面, 在电力行业顶级电力专家是稀奇资源, 当电力系统出现问题的时候, 不可能每个专家都可以去现场查看问题, 因此往往会限制当地解决问题的能力, 这个行业痛点就是智能眼镜的典型应用场景。

如果电力行业使用了智能眼镜, 就可以不用让专家到处飞来飞去解决问题, 节省时间, 只需当地一个电力人员佩戴智能眼镜到达事故现场, 在后端会给专家提供一个后台管理系统, 可以实时的看到前端电力人员智能眼镜返回的视频画面, 那么电力专家就可以通过远程遥控的方式来帮忙解决相关问题。

当然去做个行业的时候, 是做它的一整套解决方案, 来真正的切合他们的使用习惯, 最好可以集成到他们已有的系统中去, 到达无缝连接使用。他的创业方案是先从一个行业去入手做深做透, 当把这个领域完全做好之后, 在根据这个领域的经验去扩充到另外一个领域中, 比如从电力行业到机器维修行业。

未来希望把产品做成一个 SaaS 系统，每集成一个公司给他们在 SaaS 系统中开通一个账户来服务，智能银镜可以是免费或者很少的费用给客户使用，产品可以按照年来收服务费用，比如一个智能眼镜一年的服务费用是 1999 元，如果后面连接的客户越来越多，确实是一个非常看好的产业。

当然后来我没有加入到他这个创业公司中，不过我们仍然保持了联系，从朋友圈的动态来看，他们现在发展还不错，大家如果对这个创业项目比较感兴趣，我也可以帮忙给与引荐。

大姨妈的创业经历

创业者通过一款工具打入市场，并且迅速成为这个市场内的老大，在收获大量用户之后，开始由一个方向向周边扩展，这样的例子有很多，成功的也不少，这也是我们程序员离得最近的创业的一种方式。有名的有：美图秀秀、墨迹天气、还有我们今天聊的大姨妈。

大姨妈是什么？

大姨妈，是女性进入青春期后，子宫内膜受卵巢激素的影响，出现周期性的子宫出血，称为月经，人们隐晦的一种叫法。当然我们今天不是谈论这个，我们是谈论一个叫做大姨妈的公司。

官网是：www.dayima.com，大概长这个样子。



官网简介：

大姨妈于 2012 年正式上线，是国内最受欢迎的经期管理软件，除了记录经期预测经期的基本功能，还有为用户量身定制的每日健康、美容、美体、养生贴士，女性不同时期容易遭遇的问题和解决方案也都一一指点，另有 8 杯水健康提醒、魔瘦食谱推送等可自定义开启的巧妙功能。

北京康智乐思网络科技有限公司，专注于健康领域的移动互联网产品开发，主打产品是“大姨妈一月经期助手”。公司 90% 以上的员工为 85 后，是一家年轻、富于活力的创业公司。

从上面的简介可以看出来，现在公司已经定位为**专注于健康领域的移动互联网产品**，公司除了大姨妈一月经期助手还有大姨妈情侣版。把经期管理软件扩充到男性市场。



还孵化出来了另外一个产品：好孕妈，主打孕育健康管理。



这其实就是他们公司的几款主打产品，因为它们是移动端产品使用，我们来看一下他们的 APP。



这是他们产品的五个一级页面，首页功能按钮非常多，基本的备孕、经期管理等相关的功能都有，看下面甚至还有小说和视频，这都是他们公司现在流量变现的一部分，点击小说或者视频都会调到目标网页或者对应的广告物。第二个页面才是这个 APP 以前最关键的工具，经期管理。

三个主页面，也是中间的“姨妈爱”，这个买才是公司的主营业务，专注女性电商，可以购买女性相关的所有产品甚至还包括情趣用品，赤裸裸的是一个女性垂直电商系统。大家要知道女性才是电商的绝对主力呀，这块的价值巨大。

第四个主页面一些社区互动的内容，可以建一些讨论组什么的，可以激活 app 的使用频率。也有很多和专业医生对接的频道和讲座等。第五个主页面主要是个人信息一些管理，还有订单优惠价什么的。

看完这个 APP 之后，发现这完全是一个女性社区呀，虽然叫做“大姨妈”，但是女性想干的事情这里几乎都有了。网上查了一下，2018 年母婴类产品，大姨妈排名 Top 6。我现在还不知道如何去分析一个 App 的下载量和月活跃度、日活跃度等，但看这个排名应该流量很大。

母婴类			
排名	应用名	周活跃渗透率	周打开次数
1	美柚	0.2972%	35.7
2	宝宝树孕育	0.1985%	48.9
3	亲宝宝	0.1416%	52
4	百度宝宝知道	0.0804%	96
5	小豆苗宝宝助手	0.0688%	10.9
6	大姨妈月经期助手	0.0417%	11.6

大姨妈的主要竞争对手是美柚。



2018 年大姨妈的月活跃用户是保持在 5500 万名。

大姨妈创始人简介：

柴可大姨妈创始人兼 CEO，作为 80 后创业先锋，柴可经历过每位创业者必走过的挫折之路，也正是这些华丽的跌倒让他分外爱创业，不屈不挠不放弃的劲儿得到了红杉、贝塔斯曼等金牌投资方的赏识，并为之给予了行动上的投资。

柴可是一个连续创业者，我们发现很多成功的产品背后，创始人都是连续创业者。这也从一个侧面反应到成功不是一蹴而就的，需要不断的去试错。

柴可的第一个创业项目叫“友乐活网”，是一个基于健康话题的社交平台，但是，由于定位模糊，在整个 2010 年到 2011 年上半年，友乐活网都毫无起色。

从 2009 年至 2011 年间，柴可与团队的创业项目主要围绕 PC 展开，他搭建了一个以健康话题为主的社交平台，但是在 2 年的发展时间中，用户总量都没有快速增长，自己卖房卖车搭进去的创业资金也折损大半，这时候他开始寻找新的创业项目。

2011 年 7 月，柴可带着“按哪儿”参加了一个创业比赛。“按哪儿”像一个虚拟的按摩老中医，告诉用户哪儿不舒服的时候可以“按哪儿”。结果这个项目被评委一致狠批，说产品没有触到用户的刚需。

有一段时间，柴可的女朋友常向他抱怨经期后头疼。后来听人介绍尝试了在月经前一周减少巧克力、咖啡和茶的摄入，效果非常好。柴可突然意识到，月经对女孩的困扰是长期的，而提醒女孩不要在错误的时间做错误的事，帮助减轻痛苦——这就是柴可在寻找的“刚需”。

2012 年 1 月，“大姨妈”这款女性生理周期推算应用正式推出。这一次，柴可确信他的第三个创业项目终于找到了刚需。

2012 年 3 月至 6 月间，柴可的 10 人创业团队在三个月内走掉了 6 个人。离职理由各有不同，有的说要去国企上班，有的说要离开北京，唯一相同的是他们的态度都非常坚决。

2012 年 5 月底，“大姨妈”苹果版应用上线。当柴可还在想办法推广产品的时候，却惊异地发现“大姨妈”在 AppStore 的榜单上昂首阔步，最好的时候在榜单第 7 的位置上待了三天，每天都能带来 4 万人左右的新增用户。

大姨妈融资经历：

2015.10.21	E轮	1.3亿人民币	海通开元 汤臣倍健
2015.7.20	D轮	6200万人民币	汤臣倍健
2014.6.1	C轮	3000万美元	联创策源 红杉资本中国 贝塔斯曼亚洲投资基金
2013.9.1	B轮	数千万美元	贝塔斯曼亚洲投资基金 红杉资本中国
2013.7.1	A轮	数百万人民币	隆领投资
2013.4.1	A轮	数百万美元	贝塔斯曼亚洲投资基金 真格基金
2012.6.1	天使轮	数百万人民币	真格基金 于健鸣

从一款管理女性生理期的工具型应用，到如今经过四年多的发展，大姨妈已经变成了工具+社区+电商的平台型应用。在这一路成长过程中，大姨妈共完成 7 轮融资，最后一轮要追溯到去年 10 月，大姨妈获得海通开元投资有限公司、汤臣倍健及创始人柴可追投的 E 轮投资，总额大于 1.3 亿人民币。如此高频率的融资，说明在大姨妈过度依赖资本力量的同时，也是被资本市场看好。

资本寒冬下的转型升级

15 年 D 轮融资，大姨妈估值为 2.1 亿美金。而根据最新资料显示，哪怕已经过了 E 轮，但大姨妈目前的估值依旧还在 2 亿美金左右。创业的残酷就在于这一点：即使资本力量再强，却依旧难以控制市场的变化。当年此时，谁能想到大姨妈的估值会停滞不前？

大姨妈为了进一步探索自身的盈利模式，同时去讨得更多资本的欢心，柴可看到了现在的医疗健康市场。他认为“目前医患需求严重不平衡，网络医疗数据库不全面、医疗产品需求不均等问题，这也许恰好是产业大跨度发展的机会。但过去五年中，互联网类健康和医疗企业依然多为引流层面的运营，一直未能摆脱纸上谈兵，至今没有企业可以真正征服市场获得可观的利润。”

医药和医疗器械的研发需要很长时间，大姨妈通过两年半的时间密集研发，最后拿到认证，推出的生理生殖医疗器械设备，将互联网与传统医疗相结合，实现从流量到变现之间的沉淀环节。这也意味着曾经专注于女性经期健康管理的大姨妈开始正式转型成一家医疗企业。

不得不说，在经过多年的商业化探索后，大姨妈从专注女性生理健康转型升级到医疗健康领域，从线上走向线下，希望通过用户大数据+智能设备+医疗资源，最终实现大健康的产业链布局。在资本寒冬和盈利困境的背景下，这貌似也是一个不错的无奈之举。

成败难定的医疗转型

大姨妈想做的事，是基于用户数据，通过专业的消费级智能医疗设备实现大数据的管理与分析，可视化呈现用户最真实的健康状况。同时，这些权威的数据又可以通过设备远程给医院的医生，医生实现远程的诊疗和反馈。说白了，就是做问诊和医疗设备的研发销售。

虽然面临盈利困局，在资本寒冬下需要资本肯定的大姨妈，此次进军医疗健康领域，符合商业逻辑。但是对于这次转型本身的成败却依旧难料。医疗健康领域本身众所周知的惨烈竞争不用谈，因为任何一个行业，对一些公司来说都有机会，也都有杀机。但除此之外，在作者看来，依然还有一些值得探讨的地方。

“成也姨妈败也姨妈”的品牌定位

大姨妈在工具阶段，因为“大姨妈”这个较为特殊的名字让其在搜索上占有明显优势。但从工具转到社区再到电商之后，这个优势则开始转变为了劣势。而大姨妈如今进军医疗健康领域，这个劣势将更加明显，总给人的感觉是还不如直接进入姨妈巾领域更加贴切。

对于大姨妈为何将定位转向健康服务，向医疗垂直领域拓展和延伸，柴可曾在一次采访中讲到：“互联网企业只是大姨妈的显性特征之一，医疗和健康，才是大姨妈在过去四年里一直专注发展的领域。”但这还需要解释，恰恰说明，大姨妈的互联网医疗属性还不明显。如果做医疗，唯一的优势就是可能做妇科会有一些的机会。

曾经有朋友跟我洋洋得意的说，追女友的时候，女友因为月经疼痛求安慰时，其他几个追求者都纷纷让她多喝水，都难逃被拉黑的命运，而这位朋友则向女友推荐了大姨妈应用，最终赢得欢心。不过，在大姨妈转型医疗健康之后，打开的内容都是满屏的医疗器械和老军医广告，再有人向女神推荐大姨妈，很难想象会是什么结果。

所以，大姨妈可以说是“成也姨妈败也姨妈”，此次转型医疗领域，首先面对的第一个问题就是破后难立的品牌定位。因此，最为稳妥的办法，是放弃大姨妈品牌，但这等于是从零开始重新做品牌。这个后果，大姨妈估计很难接受。

大姨妈进军医疗领域将面临什么挑战？

大姨妈进军医疗行业，虽然势在必行，但是问诊方面，将面临专家资源更为雄厚的春雨、好大夫这些知名老牌问诊平台的挤压。而在做专业内容生产方面，又难逃早已在这领域耕耘许久的丁香园这座大山。与这些医疗健康领域的原生公司相比，并无相关积累的大姨妈似乎没有什么优势。

同时，做互联网医疗设备，必须需要大量的用户数据。虽然大姨妈用户体量已经数千万，但是，数据积累上看，大姨妈只有单一的经期数据，这些群体要转化成医疗健康的用户，转化率即使是高达 30%，数据样本也将极其有限。

想要解决这一问题，只能对外与相关公司寻求数据合作。但是，这类数据往往都是一家公司核心中的核心，数据大的看不上大姨妈，数据小的对大姨妈又没有太多用处。所以，大姨妈一时半伙想要找到合适的合作方并不容易。更关键的是，如果大姨妈连基础的人体数据都要依赖合作，医疗设备的生命线就等于掌握在了别人手里。所以合作估计很难完成。

而在研发方面，大姨妈团队也将面临前所未有的挑战。真正互联网医疗，并不是在传统的医疗器械上，加一个传感器与 APP 数据同步这么简单，是需要真枪实弹的进行科技研发的，否则在技术上很难形成壁垒。但大姨妈团队在这方面也几乎没有积累，团队也不懂医疗器械，很难说会不会走偏。

值得一提的是，在之前，大姨妈曾经跟有品合作过门槛更低的智能体重秤，但是最终无疾而终。这次大姨妈全面进军医疗领域，不知道有没有从中吸取失败的经验？

在互联网长河中，很多公司也曾尝试跨界甚至转型，而当唐突的进入了一个陌生领域，除了极少数转型成功之外，更多的则是最终无人问津的倒掉。所以更为稳妥的方式应该是，在跨界之前，收购这一领域的某个有前景的创业公司，然后以此为基点，一步步的慢慢渗入整个行业。

而现在也有大量的互联网医疗公司因为种种原因正在谋求出路，要进军医疗健康的大姨妈如果此时收购一家业内的公司，应该也算是抄底。但是问题又回到了大姨妈此次转型升级的原因上，想收购的话，钱从哪里来？

前景难判，抓住现在

据柴可介绍，从 2017 年上半年开始，大姨妈已经实现全面盈利，全年营收规模将达到 2.15 亿元，毛利润将超过 30%。目前，大姨妈的营收包含广告和电商两块业务。此外，公司又进行了新一轮的 F 轮融资，预计于 2019 年至 2020 年在创业板上市。

大姨妈所卖的广告是按照标签售卖的。举例来说，对于 35 岁想要冻卵的女性和 22 岁想要自然怀孕的女性，大姨妈给二者提供的服务是不一样的。这样，也导致收入增长和毛利很高——大姨妈的广告复购率是 89%。“我们不做纯粹的点击和曝光，更多是帮助客户找到目标用户到底是谁、到底是谁在买你的产品、是因为你的哪一句宣传用语才作出购买决策等等。这里面，有一个裂变式的体系”。柴可说。

当然，大姨妈为了这个体系做了很多支撑性的工作。比如金融消费系统的白条、分期、保险和理财，不光帮助用户决定买什么，还让她们有能力支付和省钱。

大姨妈今年到现在为止的电商整体收入是去年的 3 倍，但大姨妈总 SKU 数比去年少了 2 / 3——以前有的洗发水、面膜现在都不卖了。这主要是因为大姨妈看到了女性生理的私护健康品类的增长，并将精力集中在这个事情上。

此外，大姨妈的精细化运营还体现在面向用户群体的定制化产品和服务上。像针对青春期女生，大姨妈在 2017 年 7 月推出了单独的生理健康管理和服务 APP “蜜檬”。

同时，以大姨妈的行业资源为依托，成立了贵州医目数康科技有限公司，该公司作为一家集数据采集、数据分析、数据分发等能力于一体的整合型大健康数据服务平台，从医疗器械切入，打通医疗器械间的信息孤岛，让不同企业的设备之间能够数据互通，相互协作。目前，医目数康已经和华为、美的、中国可穿戴联盟成员达成合作。

同时通过自身研发的二类医疗设备，汇集各类智能设备数据，并通过综合数据提供丰富的健康服务。今后，包括术后康复及复诊等健康护理工作，都可以通过相关设备在家完成。

大姨妈以女性健康为原点，深入专业领域，引入医疗器械和专业服务，建立医疗知识团队，打破轻问诊的方式，以深度的女性医疗级健康数据为女性提供专业健康服务，也为行业提供医疗级数据采集分析的案例范本。结合医目数康大数据平台，从线上到线下，从 C 端和 B 端，其产品能覆盖健康医疗全领域数据，在打造了完整产业链的同时，也形成自身独有的产业生态格局。

大姨妈公司的创业经历可以给我们有很大的启发，从最开始经期管理软件、扩充到女性健康管理、女性社区、后面涉及女性电商，到现在进入医疗健康领域，从一个工具变成一个大的平台，所以有时候我们不要嫌一个工具做得简单，只要把它做到最好，再慢慢横向扩展就会不断发现更多的可能性。

就像之前知识星球的一位朋友分享的一个痛点，<https://t.zsxq.com/VnuZbIM>，做一个工具检测自己的手机号都在哪个网站中注册使用过这个需求，真的很不错，如果能不断围绕着这个需求做深入做透，然后再横向的扩展相信会有很多的可能性。

注：部分内容来源于网络。

一个青年的创业之旅

这不是一个成功的案例，这是一个失败的案例，也算是一个青年不断追求创业、追求梦想的过程。

我有一个朋友叫 jerry，我们最初认识于 2011 年，是我在西安的前同事。jerry 的经历非常丰富，没有上过大学，高中毕业后在社会上混了几年后，做过很多行业，但终究觉得不是一个长法，觉得还是要寻找一个方向或者技术去发展。

后来也是因为一些机缘巧合走进了北大青鸟，从此走向编程生涯，他的基础虽然不好，但是特别爱研究，因此编程能力一直很突出。个人极具极客精神，喜欢电子产品、热爱冒险、长期保持热情，这就是我对他一直以来的印象。

jerry 在 2013 年刚过完年的时候选择离开西安到北京，我比他晚一个月到北京。我俩都迅速的在北京找到了工作，住宿也离得很久。大家在北京呆了半年之后吧，jerry 决定要创业了，并且直接从他来北京就业的第一份工作离职了，那时候存款大概才一万吧，创业项目和心理咨询相关。

Jerry 早在西安的时候就去培训了心理学，并且还考了一个国家级的三级心理学证书。通过这段时间的学习，发现国人对心理咨询这个领域还非常的陌生，但对于目前中国人的现状来看，其实在心理咨询有着巨大的发展空间，因此他非常兴奋。

随着国民素质的整体提高，经济实力的进一步增长，人们从思想上和经济实力上慢慢会产生一些变化。在发达国家，人们定期去心理咨询是一个非常普遍的现象，每个社区几乎都会配备一个心理咨询师，在中国心理咨询这个行业才慢慢开始。

随着未来中国经济的进一步发展，心理咨询的普遍性也会得到发展，可以想象未来心理咨询绝对是一个非常有前景的行业，已经有很多大佬提前进行了布局，比如：简单心理、壹心理。

Jerry 最初的想法很简单，想做一款 App 来连接心理咨询师和用户，App 做好之后寻找融资然后开自己的公司，将这份事业一直做下去。那时候我们才刚来北京，刚开始我俩在周末的时候去北京海淀的创业街里面，每天找不同的咖啡馆点一杯咖啡然后在那里做一天那种。车库咖啡、3W 咖啡等等创业街和附近的咖啡馆几乎可以说被我们光顾了 N 次，也接触到了很多其它创业者，感觉兴奋又怪怪的。

业余时间做了一段时间后，Jerry 觉得进度太慢了，然后就直接从公司离职了，天天去创业街的咖啡馆。那时候才刚去北京，感觉自己还没有稳定下来，Jerry 直接辞职创业的决定让我很吃惊，也挺佩服他的行为。于是我尽量全身心的投入进来，下班就过去找他，周末两天完全投入到这个项目中。

这个项目最终还是失败了，其实也在预料之中，刚来北京没多久，也没多少钱，没有收入根本坚持不了多久。于是在轰轰烈烈创业三个月后 Jerry 又开始去

上班了。上班的业余时间仍然持续的去做这个事情，找到新的公司正好是一个做创投 app 的公司。在这家公司 Jerry 才真正明白了创业的一整套流程。

在公司熟悉了之后，Jerry 有时候也会把自己的想法和老板一起聊聊，老板承诺如果条件合适的话，自己也会给 Jerry 的项目进行一些投资。经过这个公司的历练，Jerry 认识到要做成这件事，一定需要一个专业领域的人，也是没事就在网上勾搭。

终于在知乎上找到了一个留美的心理学硕士，因为在知乎上经常发表一些文章而得到 Jerry 的关注。其实 Jerry 在网上也联系了一些其它的心理学专业领域的人，但只有美国的这个姑娘聊的比较投机，趁着她估计回国的机会他们还见面谈了一次，各方面感觉还不错。

过了一年后，这个姑娘终于从美国毕业回国，Jerry 那时候想拉着我一起去创业。也专门找了时间我们三个一起吃了饭，好好聊了一下公司的规划等问题，因为各种原因最终我没有选择加入。

这次 Jerry 的创业想法做了改变，因为新媒体火爆，Jerry 想从内容方面来入手，先通过写一些专业的文章来吸引用户关注，后期再通过 Live 或者其他方式去变现。Jerry 那个时候已经注册了公司，一切定下来时就开始轰轰烈烈的开始创业了。

刚开始一切都挺好，这个女孩负责内容，Jerry 负责排版、运营、组织活动、视频剪辑等，慢慢的从第一个粉丝关注到最后公号每天的阅读量高达几千，从刚开始没有收入到了最后慢慢的可以每月收入几万，当我感觉一切都快要变好的时候，内部产生了一些间隔。

这个项目在一开始的时候我就意识到，在很长的一段时间内都会以这个女孩产生的收入为主，这个女孩当时写的文章发布到今日头条，每月还可以领取一万资金，这个资金算是这个女孩个人的收入，其它 Live、活动收入才是公司的收入。

在公司创业到中间的时候，Jerry 邀请了一个曾经的同事加入到这个公司，这个公司是搞法律的，也比较擅长连接投资人，融资方面的业务，他们给了这个同事 3% 的股份邀请加入，这个同事加入此公司后，对公司做了一些变革，真是这些变革加速了 Jerry 和这个女孩之间分裂的速度。

后来一度搞的有点僵，Jerry 邀请和同事竟然联合这个女孩一起要将 Jerry 逼退出这个公司。经过协商，最终 Jerry 退出这个公司，公司给返回了十几万元钱了事，这个公司是 Jerry 一手开始创办的，包括公司前期的注册费用、花销都是垫付在这里，这十几万可以说是刚好把本钱还回来。

Jerry 离开后，这个女孩在北京的一个街角开了一家心理咨询门店，正式开始线上线下同时发展。Jerry 退出之后，明显发现这个公司的公号活力下降，比较明

显的时候一年前我看公号的阅读量在 3 千到 4 千左右，现在阅读量反而到了一千两千这个样子。线下经常举办活动，算是小富即安的状态了。

Jerry 离职后，又回到了曾经工作过的一个创业公司，老板背景不错是从新浪出来的高管，做医疗行业的人工智能产品，Jerry 回去的时候老板给了一本书和一个问题，Jerry 过了两天把这个问题解决了，老板说回来接着干吧，给的薪资也不错。Jerry 后来就在这家公司工作，就一直干了到了现在。

Jerry 创业梦想并没有停止，他说他在等待一个时机。上次看到 Jerry 相比以前来讲他成熟了很多，可能是结婚生子之后人的变化。曾经为了创业 Jerry 的老婆和 Jerry 闹了不知道多少回，现在夫妻两个有了一个孩子，把父母接到了北京日子也过的很不错。

Jerry 的经历是一个普通北漂的经历，作为北漂的一员，深深的感觉到，如果仅拼着我们自己微薄力量去创业真的是九死一生。但创业仍然是那么吸引人，不只因为有很多程序员创业赚百万的经历激励着我们，更因为创业是一场刺激的游戏，是自己主导自己人生的那种感觉，那种自由和梦想的感觉，那种每天都打着鸡血去干自己想干的事情的那股痛快劲儿。

Jerry 的故事还没有结束。。。

第三方生意大有可为

之前发布过一个帖子，互联网的生意本质上都是流量的生意

(<https://t.zsxq.com/nYBMNVN>)，如果能及时抓住这些流量的趋势，做一些第三方的工具、服务或者产品来解决相关痛点，将是非常不错的机会。

举几个例子，中国从 2007 年开始发展 p2p，一直到了 2013 年才迎来了风口，2013 年被称为互联网金融的元年，13 年之前这个市场还没有完全爆发的时候，就有一些人看到了机会，不过大部分人都是选择创建一家互联网金融公司，只有很少的人选择以第三方的方式来入局。

当时 p2p 是一个新鲜事物，很多人不知道该如何选择哪家互金公司，于是有人看到了痛点，选择做一个 p2p 的评级网站，将所有的互金公司按照他们的评级系统打分，进行排名，同时网站陆续上线了论坛、资讯发布、数据分析等功能。

这其中最有名的是网贷之家和网贷天眼这两家公司，13 年的时候还见过网贷天眼的老板，刚开始是一个个人做的网站，后来互联网金融的风口来了，有投资人找上门来要求投资，才转向公司化运作，这两个网站在后来互联网金融爆发的时候挣了很多钱。

根据这个思路，我们想一想现在哪个行业可能也会存在类似的机会？

其实有很多，比如现在短视频行业非常火爆，如何得知哪些短视频博主更受到发家的欢迎（粉丝最多或总播放量最高），有没有整合了所有短视频播放量的排行榜，打通抖音、快手、微视的数据壁垒，创建一个短视频的交流窗口。

短视频领域可以做的事情很多，可以针对短视频教学、视频制作工具、短视频数据分析、短视频排行榜、短视频交流论坛等，每一个领域做透都有无限商机。类似的产业都有，未来人工智能、自动驾驶&电动汽车、教育、医疗行业每一个领域都存在类似的机会，总体来说离钱最近的领域越容易变现。

上面说的是一个整体的趋势潮流的第三方生意，其实还有另外一种，当某一个现象级产品诞生的时候也会产生无数多的机会，比如依赖微信生态的公司有拼多多、有赞、小鹅通等公司。或者只专注现象级产品的某一个点，比如微信公众号，专门针对微信公众号文章编辑就诞生了很多创业公司，比如草料、135 编辑器、壹伴等，还有做微信公号评级的新榜、西瓜数据等。

上次提利用百度网盘的例子 (<https://t.zsxq.com/7qFIiUB>)，其实就是根据百度网盘产品延展出来的挣钱案例。那么现在有哪些重量级的产品可能也会有这样的机会呢？这里面还得拿抖音来举例，因为抖音确实已经成为国民、国际型大玩家的 App 了，同时发现抖音的周边产品还没有完全的发展突显出来。

这次过年回家的时候，带了我的 Ipad 回家，我姐家的小女孩发现了这个好玩的玩意，没几下就学会了。Ipad 里面装了抖音，小女孩玩了几天之后，我就发现她玩的抖音我就无法继续看了，全部推送的是小动物、小玩具的视频，这说明抖音的机器学习是非常牛逼的，只用了两三天就完全将小孩的喜好搞清楚了。

虽然现在很多人都安装了抖音，但相互看的内容却越来越不一样，我的抖音中大部分都是户外旅行和街舞的内容，我老婆的抖音里面大部分都是搞笑和电影的内容，我老爸的抖音中大部分都是农村乡俗的相关视频。

抖音已经将三岁小孩到七八十岁的老大爷用户群全覆盖，所以说抖音可能是一个国民级的产品。并且抖音在国际上同样火爆，在东南亚、欧美等国家常常在 app 下载的前几名，所以说抖音可能是这些年来中国产品国际化做的最成功的 App 之一。并且抖音不同于其它工具型、游戏类的 App，随着抖音出海的伴随着中国文化软实力的输出。

那么面对这样一个现象级的产品我们有哪些点可以进行尝试呢？

- 1、大家肯定对抖音中的歌曲印象非常深刻，那么针对这些歌曲能不能做一些有趣的东西呢？比如最热门的歌曲排行榜，提供歌曲的完整版。提供教学：如何在抖音中更好的选择歌曲，抖音选歌交流？
- 2、中国的抖音 APP 和国外的抖音 App 是相互割裂的，很多的抖音博主寻找灵感的时候需要借鉴其它国家抖音 App 的流行内容，能不能做一个网站将不同国家的热门视频都提取出来供大家欣赏参考，当然这里面可能有政策风险。

3、是否可以做一个抖音的交流社区、覆盖热门主播、热门视频、相关资讯报道等。

4、...

以上的这些机会，其实已经有人在慢慢尝试了。

《就聊挣钱》知识星球里就有一个朋友：明白，针对知识星球做了一个第三方的网站：<http://www.zsxq100.com/>。

大家都知道知识星球都是一些独立的小圈子，如果用户想知道圈子中有哪些优秀的星球是比较困难的，虽然知识星球的 app 也做了一些小推荐但远远不够，针对这个痛点他做了一个专门分享优秀知识星球的网站，介绍各个领域的知识星球。

这样解决用户寻找星球的痛点，同时他在介绍每个知识星球的同时提供了自己的邀请码，如果有用户扫码加入就会有提成，盈利模式非常简单直接粗暴。当然现在这个网站还很简单，功能也不是很完善，但绝对是一个好的点子。

抖音的周边产品，我在网上搜索了一下，目前发现了两个网站：

1、ToobigData-<https://kolranking.com/>，也是个类似榜单的网站，有抖音中粉丝最多的博主排行榜，以及对应主播的详细信息。还有热门视频的榜单、经验分享、抖音资讯等，网站还比较简单，但主要的功能都有了。

2、西飞数据-<https://dsp.xiguaji.com/home/GuideAdv/>，其实就是西瓜数据的一个子网站，专门针对抖音提供的数据采集、分析的服务。

之前看过报道，有人将抖音中的热门短视频搬运到 Youtube，在 Youtube 上面播放量巨大，从而赚取了大量的广告费，也算是挣钱的方式之一吧。

以上都是个人浅薄的见解，欢迎大家拍砖。

公号运营盘点

我是如何将公众号从零做到十万加的

在分享我是如何将微信公号做到 100000+ 用户之前，先给大家分享一组数据：

2017.04.25 号在朋友的鼓励下，我开通了“纯洁的微笑”公众号。

2017.11.18 号用户破一万

第一个一万用户用了 207 天。

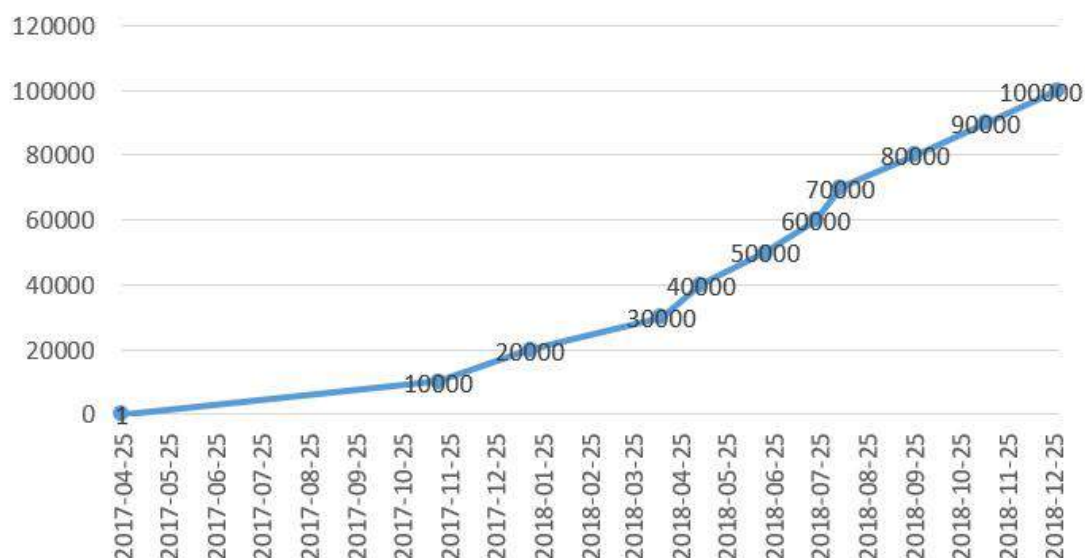
2018.01.17 号用户 20000

第二个一万用户用了 50 天。

2018.06.20 号用户 50000

第一个 5 万用户用了 421 天。

2018. 12. 28 号用户 100000
第二个 5 万用户用了 194 天。



从这个曲线可以明显的看出来，当公号的用户越来越多时，它的增长速度也会越来越快，这就是所谓的越大越大，越小越难增长的一个道理。迄今为止，公众号出现过 3 次的用户负增长，全部都是因为很硬的软文广告导致，因此后面接广告变得很谨慎，现在日常净增长（去掉互推）用户 150 左右。

下面给大家聊聊我是如何从将公众号用户从 0 做到 100000+

第一个阶段：写博客积累第一批种子用户

在说这个事情之前，必须要讲一讲我写博客这件事情，2016 年的时候我在一家互联网金融公司做技术负责人，那时候公司增长速度慢了下来，我慢慢有了一些时间。2014 到 2016 年是互联网金融爆发的时候，我在的互联网金融公司发生了很多故事，用户暴增、各种活动、黑客攻击、黑客敲诈、并发抢标等等，我觉得应该讲这些精彩的故事写下来。

大家想看这些文章，目录在这里：<http://www.ityouknow.com/arch.html>，主要关注 17 年以前的文章即可。

2016-06-21 日，我在博客园发布了第一篇上首页的文章，文章意外的获得了读者的欢迎，进一步激励了我继续写下去，一系列文章相续发表而出，到了 16 年底被博客园评为推荐博客。在这个中间搭建了自己的独立博客：www.ityouknow.com，刚开始托管在 Github Pages 上面，成本只是一个域名。

刚开始只是在博客园写文章，同步到自己的独立博客，成为博客园的推荐博客之后，就开始有很多技术社区的运营找到我，邀请我去他们的技术社区写文章，这其中就包括 CSDN、51CTO、掘金等。就这样慢慢的在技术社区积累了一点小小的

名气，这些都会在后期开通公众号的时候贡献力量。

到目前为止，我的博客排在博客园推荐博客第 14，每天有 5000 左右的 pv，2000-3000 左右的用户访问；我的个人博客(www.ityouknow.com) 每天有 2 万左右的 pv，大概 3000-5000 个不同的用户访问，成为了我日常涨粉的最大来源之一，其它社区的博客流量很小，可以暂时忽略不计。

第二个阶段：开通公众号，完成零启动。

2017.04.25 号开通了“纯洁的微笑”公众号，其实在这之前，我已经玩了很多次公众号，最早的一个公众号 Flyever 注册于 12 年，那时候只可以推送一个消息，还没有图文，当时根本就没有意识到公众号的价值，到了后面我几乎每年都会开通了一个玩，有做电影的、有做机器人的最后都死了。

所以说，有时候早并不意味着是机遇，因为当时自己的积累没有到达那个程度，当机会来了也会轻飘飘的走过。

开通了公众号之后，第一时间我就将公众号二维码定制到个人博客中，博客园和个人博客以及其它技术社区都是。并且在各个社区都发了一篇文章叫：我开通了微信公众号，当天只吸引了几十个读者关注，后期的每篇文章下面我都会放置公众号二维码，文章阅读量越高，公众号关注的读者就越多。

就这样慢慢将博客中的文章同步到公众号，每周只发两篇文章，同时新写的文章首先会发布到微信公众号，让公号读者有一个优先阅读权，当时每天的用户增长量大概就在个位数和十位数之间徘徊。

那时候每天上班的第一件事就是登陆后台查询关注的读者个数，每天都很兴奋。

我一直认为，做任何事情最难的其实就是开始，做公众号也是一样，在前期运营公众号的时候有几个点特别关键，用户量突破 1000、5000、10000 这几个阶段是最难渡过的。

第三个阶段：用户量突破 1000

第一个 1000 用户最难熬，很多技术人脸皮比较薄，刚开始做公众号也不好意思找身边的朋友帮忙推荐，那么从零开始做到 1000 个用户确实比较困难，所以就出现了各种各样的套路。

有的朋友会潜入到各种各样的微信/QQ 群中，等到群主不注意的时候分享自己的公众号二维码，或者在群里面加所有人为好友，通过之后就给你发他公众号的二维码，这样做其实是不太道德的，但也是方法之一。

其实更佳友好的方式是分享你的文章到各个群中，引导大家去读的文章，在文章的末尾稍微加一点引导语吸引用户关注你的公众号，比如：关注 XX 公号回复 YY

送 30 本经典计算机图书等。这样的方式会比上面的这种方式更让各方能接受一点，前提的是你的文章质量还不错。

分享文章进群，前提是群主也同意在群里分享文章，有的群是不允许的，比如我的群。很多时候不要总顾着自己增粉，可以和群主合作互换群之类的，合作共赢才是长久之计。

我的最初 1000 个读者几乎都是来自我的博客，就这样也花费了差不多两个月的时间，这还是我写了一年博客积累了一些种子用户的前提下。所以说完全不写博客，从零开始做公号真的很难，有时候是不得不想一些办法做一些营销手段，等公众号用户大于一万之后，这些小手段就尽量不要再用了。

一直到了 2017-06-21 才突破了 1000 个用户，当时的日增长量到了 20 左右。

第四个阶段：用户量突破 5000

当我的公众号用户增长超过 1000 之后，我就觉得用户增长的速度太慢了，于是我就想了一个办法，在网络上收集了很多视频和电子书资源，根据不同类型做成三个海报，普通的资源用户关注后即可领取，几个特别珍贵的资源，必须用户分享到朋友圈或者微信群才可以获取。

有一段时间会看到带着公号二维码资料的图片到处飞，这个营销策略用了一段时间就废弃了，因为风险太大，微信到后来对这种引导分享处罚很严重，动不动就封号了，但也借这个策略吸引了大概 2000-3000 左右的读者。

在 16 年做公号的时候，还认识了一个叫做养马场的公司，他们总是需要转载我的一些文章，因此有了联系。突然有一天他们联系我说，他们准备组织一批技术公号做互推，问我参加吗？这是我第一次参加互推，也不知道如何操作，抱着试试看的态度玩了一次，那次大概涨了几百个用户吧，从此打开了另外一扇窗。

在这两种策略的帮助下，2017-09-27 公众号用户突破了 5000，于是我迅速开通了公众号流量主，每天会有几块钱的收入。5000 这个点非常重要，至少你写一篇文章会有那么一点点的收入，虽然不是很多，但对作者继续坚持写下去的精神激励很重要。

当公众号用户突破 5000 后，公众号日净增长用户到了 40 左右。

第五个阶段：用户量突破 10000

当公众号用户突破 5000 之前，我只做过一次互推，因为当时也找不到互推的渠道，认识同样做公号的作者非常少，养马场组织了一次之后，后续也没有继续组织了，因此当时虽然还挺想继续和其它人做互推，但苦于没有渠道，不像大家今天这么便利，有很多的公号群。

在这个时间段有一个事情必须要提一下，我接了人生第一个商业广告，1000ffer 的广告，在文章末尾贴一个他们公司的二维码，一个月发八次文章给 1000 元，这次合作才让我知道了做公众号还可以接广告挣钱，这是我之前完全没有想到的，这个事情极大的刺激了我继续将公众号运营的更好。

试过了那么多的方法，增粉最好的方式其实还是互推，技术行业的朋友相互之间最具有合作精神，不像其他行业合作精神可能没有那么好。但到了现在互推却在技术行业变得泛滥起来，其实给读者带来了非常不好的体验，但目前确实也没有找到其它更好的解决方案。

在这段时间，突然有一个朋友把我拉到了一个作者群里面，里面都是做技术公号的作者，群主定期一个月组织大家参加一次互推，我跟着他们参加了几次，效果还不错。找到组织之后，定期组织的互推明显会加快公号读者的增长速度。

于是到了 2017.11.18 公号用户关注数突破一万，日常阅读也能稳定在 1 千到 2 千之间，这时候日增长用户到了净 60 左右。

第六个阶段：用户量突破 50000

其实只要公众号的用户关注量突破了 10000 之后，就会走入一个正循环的过程，这时候你的文章阅读量就可以稳定在一千以上，在这样的情况下，就会有各种各样的广告商来找你，在金钱的刺激下，会持续激励你想办法把公众号做的更好一些。

我的公号在开通的一段时间内，都是一边同步博客以前的文章，一边写新的文章推送到微信公众号，读者在小于三万的时候，大部分文章都是我自己的原创，持续坚持原创的情况下，读者的质量比较高，不论是评论和点赞量都会比一般的号要好一点。

所以其实我特别建议大家，在公众号初期，尽量先坚持原创文章，这样会很好的培养用户的忠诚度，相当于要打好基础，为后期快速增长做好准备。

另外互推是一个双刃剑，有的朋友通过互推快速做大，成为行业内大佬，有的人朋友通过互推粉丝量也增长起来了，但是阅读量却没有跟着起来，行业内这两个例子都挺明显的，所以要保持互推的节奏，既能快速增长，也能转化成自己的用户。

在 18 年春节前的一段时间，我给自己提了一个要求，尽量少做互推坚持做原创，也就是在用户还没有突破 3 万之前，但是很尴尬的是，放弃互推和坚持原创用户增长的速度还是降了下来，于是到了 18 年的三月后又开始加入了互推大军中。

同时因为公众号的广告也比较稳定了，为了显得广告不是那么多，从开始的一周两三篇文章，到了日更的一个频度。坚持日更没多久就发现自己的写作跟不上节奏，于是就开启了转载之路。平时在地铁里面看到好的文章，或者在各大技术社

区看到好的内容后，都会联系作者授权转载。

于是就开启了，一月两三次互推，一月两三次广告的频度。到了 2018.06.20 号微信公众号用户关注量突破 50000，这个时候用户的自增长就到 90 左右。

第七个阶段用户量突破 10 万

当微信公号关注量突破 5 万之后，找上门来投放广告的广告商就越来越多，所以我当时给自己定了一约定，一个星期最多只接一个广告，到了现在稍微宽泛了一些，一个月内外外部广告不能超过 6 个。如果广告太多，就说明广告价格要的有点少，提高价格后投放的自然就少了。

在用户量突破 5 万左右的时候，我还做了一些事情，在一些技术社区开了付费课程，在某种程度上也增加了自己的曝光率，从而最终也会转换一部分用户到公众号里面，同时因为有合作关系，我的读者也会转换到付费课程中，所以是一个双赢的过程。

从 5 万到 10 万的过程比较平稳，期间没有太多波动。我在 2018 年初的时候定了一个小目标，希望年底的时候用户可以突破 10 万，结果到了 12 月，按照当初的增长速度刚好差一点，于是就做了一个活动，让读者帮忙宣传公众号，我来给用户发红包。

借着这个活动，2018.12.28 号微信公众号用户量突破了 100000+。

这就是我公号从零增长到 10 万+用户的故事，从误打误撞来到这个领域，快两年的时间经历了很多的事情，参与到其中感觉到很神奇，也很兴奋。真的是打开了人生的另外一扇窗，我相信这个圈子里面的朋友大多数都比我小，也比我当初的起点要好一些，所以未来星球内，肯定会有朋友的成绩远远超过我。

公众号如何快速涨粉？

今天我给大家分享的内容是，公众号如何快速涨粉。主要介绍我总结的六种获客方式，其中有些方式很暴力很直接，有的方式比较柔和，有的方式绝对有效，可以根据自己公号的定位来选择。

微信是一个封闭的生态，因此各种搜索引擎对微信内部推广无效，获取目标用户的渠道相对较窄，如何低成本获客是公号运营者要考虑的重要问题之一。

一、通过社区获取用户：

要想低成本的找到公号的目标用户，就自然要想到目标用户在哪里？

1、如果你做的是一个技术号，那么你的目标用户肯定就在各大技术社区，那么你就应该想办法在各大技术社区发文，来吸引你的用户关注，文末和左侧菜单栏是一个不错的推荐位置。

之前写过一篇文章可以作为技术社区的参考：

<http://www.ityouknow.com/other/2018/07/02/china-ten-technical-community.html>

2、如果你做的是一个科技号，那么就应该去找科技社区，比如：36 氪、果壳等，这些都是可以注册为作者在上面发文的。

3、其它行业也是类似，比如产品社区、设计社区、安全社区等等。

4、如果你有个人博客，个人博客必须要放一些自己公众号信息。

5、无意中发现 V2EX 是一个活跃度很高的社区，可以适当在这里发发声音，引导关注。

6、知乎是一个综合性质的社区，回答细分领域的专业问题、发布专栏文章，也可以吸引自己的目标用户。

另外在文章末尾不要只是仅仅贴一个二维码，一两句话的介绍，突出自己公众号特点、特色，或者是引导关注后送一个比较好的资源。

这些途径一方面最接近你的目标用户，另一方面这些社区的搜索引擎指数比较高，你的文章比较容易得到搜索引擎的支持。大家可能不了解，我在博客园有一篇文章的阅读量就高达 90 万，这篇文章三年前发的一周内阅读量也才 2000+，这就是搜索引擎的力量。

二、通过资源获取用户：

我做公号期间，还发现了一些野路子，真的很猛，对自己合不合适大家自己衡量；我看有的技术网站，在用户第一次访问自己的个人网站时，直接弹出一个对话框必须关注公众号，关注后才可看完整的文章之类，很暴力很直接。本质上文章内容也是资源的一种。

还有一些资源站的套路，前两天@pyhton 在星球内也分享过，

<https://t.zsxq.com/yzvB6QR>。

这里就只简单提一下：有一些电子书或者咨询下载网站，在用户下载文件的时候都会有一个验证码，这个验证码就需要关注公众号后，回复一个关键字来获取。真的需要资源的用户，肯定就会关注对应公众号，因此收获了一大批的粉丝，而且量很大。

有的网站做的很隐蔽，但流量很大，比如这个网站：<https://sobooks.cc/>，可下载各种各样的电子书，我用 Alexa 查了网站的流量情况，中国区排名竟然高达 2522 名，意味着每天几万的用户在网站上晃悠，想想这么大的流量，怎么都能变现，都不局限于公众号了。

网站 sobooks.cc 的综合排名				
域名	全球排名 (PV Rank)	访客排名 (UV Rank)	国家/地区	国家/地区排名
sobooks.cc	18472	21522	 CN	2522 详情

三、通过功能获取用户：

我在通过 Alexa 中国分析 <https://sobooks.cc/> 网站信息的时候，发现了一个有趣的事情，如果你需要使用 Alexa 中国一些高级一点的功能，你需要关注他们对应公众号才可继续使用。这就是通过功能使用来吸引用户关注的典型案例。



其实早期像苹果序列号查询，技术网站导航网站都是这样的示例，包括前两天 Jerry 分享的视频下载网站 <https://onlinedownloader.io/>，如果这个网站后面的流量非常大，也特别建议做成类似的功能。通过特定功能吸引的粉丝质量比较高，并且垂直在某一个领域内，后期也方便运营。

感觉这招对技术人最好，技术人如果动手能力强，可以做一些功能，比如：我记得星球内有一个朋友提出过一个创意，专业检测你的手机号都在哪些网站注册过，如果这个功能实现了，我觉得真的可以吸引到一批目标用户。这只是一个案例，类似的功能、产品大家都可以去尝试。

市面上线下推广也是类似的思路，上次我去饭店吃饭的时候，发现饭店门口放了一个智能体重器，可以分析体重、身高等基本的身体指标，这个产品是免费使用的，但使用的前提是你关注了他们的公众号。

现在的新榜、西瓜数据这种类似的网站做的更狠，直接把网站的登录功能都给干掉了，完全依赖微信公众号。你登录的时候直接扫描就自动登录了，第一次登录会自动关注他们官方的服务号，关注后你还不能取消，因为你下次登录的时候又会自动关注，手段很流氓很直接。

四、通过互推获取用户：

除了依赖外部的这些获客方式之外，还有几种方式是获客的主要途径：

1、公众号互推，可以找一些体量比较接近的公众号相互做互推，不要太频繁，根据自己的情况控制好节奏，建议一月互推两到四次。当然最好是你的用户突破了 5000 以后，另外 1 万用户之前尽量坚持公号发原创文章。

公众号互推也分为很多种形式：

- 1) 两个人之间互推，比如找一个和你差不多的公号，你们相互转载文章推荐，或者更直接在文中的开头相互推荐，或者相互推荐一个非常好的资料，必须到对方公号内获取。
- 2) 多人之间的互推，这种场景比较常见，一般 8-10 左右组一个队伍，大家根据新邦的排名来排序，直接硬推这种效果最好。
- 3) 现在还有一种新的玩法，就是公众号互推赠书，同样也是组织几波人，但粉丝必须去公号内回复关键字才可以抽奖中书。

2、朋友圈微信群转发，其实看公众号的后台数据，凡是阅读量很高的文章，转发量必然非常的高，其实有时候可以稍稍在文末引导一下用户，让用户帮忙给予转发支持等。

3、朋友圈互推，很多做公号的朋友，微信好友都高达四五千，找一个比较相近的朋友，一起在朋友圈内互推。

另外互推的时候要心态开放，有的朋友总是挑三拣四的，害怕流失了自己的忠实粉丝。不开放的人不会做大的，格局小的人也不会做大，大家自己把握这个度。

五、通过视频获取用户

现在短视频、Vblog 非常的流行，抖音的一个视频可以播放量高达几百万，在 B 站某些博主达人的视频播放量也高达几十万，有的视频网站不允许博主放视频二维码，但是很多博主会通过背景 Logo，或者是在说话的过程种植入，当播放量爆发时，这个转化量也是惊人的。

从目前的新媒体来看，短视频绝对是未来的一个大方向，并且制作视频还有很多优势，比如容传播，多平台。倒流方式是在视频的结尾制作公号的二维码引导关注，制作一个短视频可以在全平台去发，比如 抖音、B 站、腾讯视频、优酷视频、嵌入到微信文章种等等，只要这些视频有传播量就会带来持续的关注。

下图是“一席”视频末尾的二维码引导，把换成公号二维码就是很好的一种倒流方式。



六、其它方式获取用户

- 1、在公众号早期的时候，如果文章质量不错可以通过投稿到大号来涨粉。根据一些技术朋友在我这里投稿反馈的数据来看，一次次条转载可以给他公号带来 50 人左右的涨粉，头条转载可以给他带来 100 人左右的涨粉；具体每个人不太一样，需要看文章的质量和内容。
- 2、换群涨粉，很多技术公号主都有很多的技术群，或者对应的粉丝群，如果两个公号性质比较类似，也可以相互转让群主，转让之后想办法运营将群内用户转化为自己的用户。
- 3、私加人涨粉，这种方式不太推荐，但我确实发现有些朋友再做，就是不断的加入各种各样的群，然后通过工具批量加群内好友，通过后使用工具自动推送一段话和公号名片，通过这种方式来涨粉不是特别地道，不推荐使用。
- 4、通过朋友涨粉，初期可以让自己的朋友在朋友圈、同事群推荐一下自己的公号。
- 5、公号内分享资料，普通资源免费给，比较精华的资源需要分享到群或者朋友圈来后去，这也是裂变涨粉的典型案例，谨慎使用，有封号风险。

以上我给大家分享了六种涨粉的方式：

- 1、通过社区获取用户
- 2、通过资源获取用户
- 3、通过功能获取用户
- 4、通过互推获取用户
- 5、通过视频获取用户
- 6、其它方式获取用户

其实这里面的六种大的方式，只要做透其中的某一种，稳定涨粉其实都不是什么难事。后面就需要每个人寻找自己最适合的一种方式去实践，如果能力比较强，可以做透其中的某几个，那就更厉害了。

以上只是我个人看到的一些涨粉的技巧，可能还不够全面，希望大家可以给我留言，反馈是否还有其它花式涨粉的方法：)

像产品一样运营你的公众号

如果你想创业，你想经营一个产品，其实公众号就是一个很好的实验呀，我一直鼓励大家像产品一样运营你的公众号。

运营一个公众号其实就是运营一个你自己的产品。我们来看看两者之间有多少的相似性：运营一个产品你首先需要有一个品牌，也就相当于公众号的名字；运营一个产品需要考虑如何持续的增持用户，公众号也是需要不断的吸引用户关注、增长；运营产品的时候经常需要搞一些活动来刺激用户增长，恰好公众号也是，我们也做过好几次活动，搞过互推...就不在举例子了，有太多的相识性。

如果你想创业，或者以后想在这条路上发展，我建议你开通公众号，它的体验和创造一个公司也有相同点。

在公众号的前期，可能一个用户都没有，你需要想办法招募到最初的 100 或者 1000 个种子用户。现在公众号千千万，如何找到自己精准的用户是不容易的，可能你需要熬上一段时间，发文没有人读，没有评论、甚至 0 分享。

但是你要坚持，漫漫长路，突然有了第一个评论、第一次打赏、第一次被人转载，用户渐渐多了起来。我个人坦言如果简单凭借兴趣是不能永久的坚持下来，是很多不同新鲜的事情一直刺激着你往下走，不用谈什么坚持，你就是想做就这种感觉，我想创业也大概是这种感觉吧。

如果你要想产品一样运营你的公众号，那么需要注意哪些点呢？

1、取一个好的名字,通熟易懂最好,建议不要高中英文混合(Java\Python\Golang 这种高频除外), 不要用繁体字, 最好用拼音输入的时候第一行就是。

比如你起了一个程序员 XXX 的公众号,读者在公号内搜索的时候就可以带出来有长尾效应,如果公众号名字可以体现出公号特点最好,比如之前的股社区、关哥说险等。

全网统一 ID, 比如你有博客、知乎、公号、微信个人号、技术社区等等, 最好都统一用一个名字, 不断强化大家对此 ID 的认识, 可能第一次看到的时候他没有关注, 第二次也没有, 但不断的看到这个 ID, 相信他关注的概率会非常的高。

2、做好口碑, 做好一个产品的时候我们关注的是它的体验和使用价值, 那么公众号的价值和体验是什么呢? 主要体现在两方面: 排版和内容。

排版, 技术人做公号都有一个特点, 大多数人的排版都不咋的, 也包含我。因为大家关注的重点都不在这里, 但至少让用户看起来比较舒服, 如果嫌麻烦, 建议大家使用 Markdown 语法来写博客, 方便同步到各大社区和公号。

目前比较流行的几个 Markdown 渲染工具:

<http://md.aclickall.com/>
<https://lab.lyric.im/wxformat/>
<http://md.ityouknow.com/>
<http://relatos.top/md/>

内容是公众号的灵魂, 因为大家关注你就是喜欢看你的文章, 但是我们抽象出来看这个事情, 大家关注你有几个目的: 第一, 学习; 第二, 猎奇, 第三, 娱乐; 但其实隐藏在文字背后最重要的是价值观。

你会不断通过文章来传输自己的价值观, 哪怕是转载内容也应该符合公号的气质, 长此以往聚集到公众号的读者, 大部分应该都是具有相同价值观的群体。我们很多都是个人号, 所以读者关注公众号, 很大一部分原因就是关注你, 信任你, 所以我一直强调一个同理心, 大家那么信任你, 那是不是更应该输出有价值的读物。

比如, 如果你觉得这篇文章不太适合给你的朋友看, 给你的亲戚看, 或者你自己都不想看, 那么就不建议你发表出来。写出来的内容, 至少自己是满意的。

3、做好运营, 一个擅长运营搞气氛的公众号, 和一个天天冷淡处理的公号, 风格完全不一样。其实很多时候是需要适当的进行引导, 比如引导读者在公号中赞赏、投票、点赞, 引导在公号的文末留言, 讨论某一件事情, 积极在留言区和大家互动等等。

另外我特别建议大家, 平时在运营公号的时候, 多和读者介绍下自己, 这样很容

易拉近读者和你的距离，让读者知道公号背后是一个热乎乎的人，不是什么冰冷的机构，有事没事多聊聊自己的想法、故事、感悟是很有必要的。

4、商业部分，公众号目前有四种盈利方式：流量主、公号打赏、外部广告、知识星球，下面一一介绍：

流量主，公号关注用户大于 5000 时可开通，随着公号的阅读量越大每天的流量主也越多，像我这个级别（每天阅读量 1 万左右），大概会在 40-60 区间，有的公号作者会稍微引导读者点击广告，收入会到 100 左右。

流量主现在也分了三样，第一种是文章中的广告、个人感觉对用户体验不太好，就一直没有开通；第二种文末广告，就是在文章的末尾添加的广告，对用户干扰较少，推荐开通；第三种，可以在公号内推荐商品，按照商品的价值百分比来提成，比较推荐是电影或者书籍。

公号打赏，打赏是所有收入中最少的一部分，但是对作者鼓励最大，用户用钱来赞赏，这是真的认可。

外部广告，目前几乎是所有做公号博主最主要的收入来源，一般会根据日常发文的平均阅读量来报价，比如平均阅读量 1 千，就可以报价 1 千。公号大了起来之后，会稍微有点折扣，比如 1 万的阅读可能报价 8 千等，纯做原创的公号，报价会高一点。

知识星球，很多做公众号的朋友，也同步的开通了知识星球，通过知识星球解答问题、提供特殊资源等来收费，这也是做公号的朋友的收入来源之一，目前分化比较大，有的通过知识星球年入几十万，大部分还是很少。

5、关于口碑，如果你用心去运营，想去做好它，你的读者是可以感受到的。

6、内容和运营都非常的重要，它是产品发展的两条腿，但内容的重要性明显大于运营的重要性，虽然有时候群内的互推比较多，但需要明白你的核心竞争力是什么，不然终究有一天会把自己做死。

公众号运营快闪交流群活动文字版

Q 为问题

A 为『纯洁的微笑』回答

在开始之前我先给大家泼个凉水，因为「就聊挣钱」这个星球大概有 1000 多个用户，然后今天有将近 120 个圈友来这里边交流，其实，我想说的是，其实并不是每个人都适合运营公众号的，你一定要想清楚你自己最擅长什么，你是不是真的有内容要输出，我刚开始做公众号的时候。并没有想着通过它来挣钱的，或

者是怎样。它只是我当时的一个爱好，只是后来呢，做着做着，才发现他有这个商业机会在里面，所以才投入了非常大的精力去做这些事情。

Q: 技术公众号适合做哪些内容，内容太长有没有人看，内容过于鸡汤有没有长效，内容之间需不需要做联系，内容究竟给读者带来什么？

A: 技术公众号现在主要分为四种类型

第一种，要分享的是关于用技术的角度去看待一些事物，或者是用技术的这个思维去看一些现象、是事件，对它做一个剖析，只要是泛 IT 的都可以聊，其实这个才是用户量最大的公众号，其实比较典型的在圈内有两个号，一个是 TT，一个是 XX，他们两个号都写的很犀利很大，其实就是用技术的角度去看待这个世界，这个受众的范围是最广的。

第二种，就是实打实的讲技术干货，这个也比较典型，像 58 沈剑「架构师之路」，这种类型就是死抗技术，全篇都是技术，而且聊得很干，但这个方向的话，说实话，其实很辛苦，而且技术文章单纯讲技术的话，文章的打开率很难很难超过 1 万，其实他的瓶颈是比较多的，你其实可以看一下业内比较大的号。其实做到像沈剑「架构师之路」，还有「码农翻身」这个级别的基本上很少很少，但这个是最值得技术人尊重的一种方式吧。

第三种，就是讲个人成长，然后同时会分享一些技术，这种类型其实也比较好，这是一个很小的点以非常幽默的方式去讲出来，比如说像「程序员小灰」这种类型，其实每次不需要讲特别干，只需要把一个点讲清楚，而且讲的特别有意思，这样的号，其实发展前景也非常大。

第四种，就是转载号，可能他自己对技术有一定的认识，他能找到一些好的文章，然后他把这些文章综合到一起，然后在自己的公众号去发。这种类型呢，说实话，用户与用户之间的粘性不是特别高，用户可能只是来你这看个文章，然后在你后期的运营或者是变现上，其实还是稍微差一点，另外的话，如果一个公众号不写原创文章是没有灵魂的，哪怕你没有时间写，但至少保证一周有一次。

最后一个建议，就是一定要做自己擅长的东西，比如说你是一个小白，那其实小白是技术圈里面受众最大的，因为，就像一个金字塔越往上其实需求越少，那么你是小白的话，你就把你的工作中，遇到的一个小点，用浅显易懂的方式给大家讲清楚。

如果你擅长运营的话，其实你在运营这个角度，把你工作中特别擅长的东西给大家输出出来。另外的话，其实写作是一门技能，它不是靠天赋，你只有多写，多思考，多回顾，多学习，你才能越写越好。

另外呢，其实你看有的人的文采特别好的，写的文章传播量不是太高，怎么来讲，一定要有输入才能有输出，如果你是一个没有太多沉淀在行业或者是在自己的这个领域，都没有太多的感想的话，你也很难写出高质量的文章。

Q：如果可以，想了解如何从用户浏览数据中提取一些关键信息，这涉及到数据分析，不知道公众号运营会不会涉及？

A：其实做公众号，数据很重要，我每天都会看一下，每篇文章的打开率了，还有用户增长的幅度，我会根据这些来判断内容，是否符合公众号的特点，然后你其实发的文章多了，看的文章多的话也会了解到，这篇文章质量到底是不是很好，你在发的时候，你心中可能就会有预估，这个文章的阅读量会有多少，基本上不太会偏离太大。

Q：公众号运营多平台发送工具有哪些推荐？

A：其实现在有两个工具特别好，非常建议大家使用。

第一个就是「新媒体管家」这个工具呢，它可以一键把文章发送到头条、知乎、搜狐号、百家号等等。

还有一个工具叫「壹伴」，也有很多多平台的功能，但是它主要在编辑采集文章或者是采集图片的时候特别好，这两个工具基本上在自媒体行业使用最多的两款。

Q：大家写的文章都在哪些渠道去分发？

A：其实做公众号的话，主要是因为咱是做技术的，所以主要是在博客园，CSDN，掘金，简书，另外的话，其实我特别特别推荐大家要有自己的个人博客，还有知乎，因为，这些都是搜索引擎可以检索到的，因为我们知道微信公众号是一个比较封闭的系统，我们写的文章其实很难在外部主动被检索出来，所以说呢，有这些途径可以帮我们去扩大文章的传播量，还有一个叫 [V2EX](#)，这是一个非常活跃的社区，也可以在上面去多发一些感想之类的。

另外呢，我特别建议在技术领域的这些技术号，不要天天只发技术干货什么的，偶尔去在公众号里面去介绍一下自己，介绍一下自己的故事，或者聊聊自己的职业生涯的成长，这些东西会让用户和读者觉得你和他的距离很近，这样的话慢慢才会去提高你的影响力，然后也会让用户觉得你和他的距离没那么远。

Q：现在新申请的公众号都没有留言功能，是否有必要去申请一个企业号，再去买一个有留言功能的号，做一个迁移？

A：相对来说，没有留言功能的号是没有灵魂的。但是我觉得如果你的粉丝还没有大于 1 万，或者是你的单篇阅读量还没有大于 1 千，完全不用考虑这个问题，

可以通过其他方式去引导，现在有些小程序就带有留言功能比如「公众号留言助手」。如果你确实想把它做好或者做大，并且一定规模的话，再去考虑这个，也是不晚的。

另外我看其实没有留言功能，有的人会通过做一个「知识星球」来引导，比如说引导大家去「知识星球」里面去讨论固定的话题，这个「知识星球」的可以是免费，也可以是收费，可以根据每个人的自身的情况来考虑。

Q：公众号运营有几个方向想了解，一个是定位判断，二是粉丝增长，三是客户粘度。

A：运营有几个方向，其实这个在开头的时候介绍了技术好的几个方向，就是每个人根据自己最擅长的方向去写。

第二个粉丝增长，粉丝增长的话，其实主要的内容我已经在上周的公众号文章里边，有六种办法，大家根据自己的情况去选择就可以。

读者粘性的话，这个真的是需要多做一些互动，或者是交流啊，比如说偶尔送次书了，或者是引导大家在留言区讨论某一件事情，或者是多讨论自己的一些故事，让大家对你有足够的了解，然后这样的话也会提升一些粘性。

Q：想知道公众号的原始粉丝量该如何快速积累？（达到 1000）。想知道如何增加文章的曝光量，写文也写了不少了，基本上每篇文章都无法传播出去。20 篇文章，只有两篇文章在掘金达到了 1w 阅读量，然后转换了 40 个的订阅量，而且这 2 篇文章在别的平台阅读量并不理想。

A：这个其实我感觉的话，其实做技术，主要是通过自己的博客文章来积累第一批用户是最好的。但是说，如果你比较喜欢那种快速到达 1000 粉的话，其实还是很容易的。

我可以这样讲吧，你如果在互联网上可以找到很多高质量的资源，比如说视频教学，或者是计算机的电子书，然后你把这些内容放到 V2EX，或者是放到知乎等一些平台，然后再引导大家关注你的公众号，回复某些关键字来获取，只要你做两三次，其实我觉得 1000 粉丝应该是很容易达到的。

还有很多朋友会让自己的朋友去介绍，来关注你的公众号，比如说你可以在文章里边去引导一下大家，比如说推荐大家把文章分享到朋友圈，或者是某些群中也是可以的。

Q：最大的问题是，如何判断自己这个公众号是不是该继续做下去？

A：其实我在刚开始说了一下就是，其实并不是每个人都适合做公众号。所以其实你要真心的去问一下自己，你是不是真的爱输出、爱写文章，然后通过这种方

式去学习，或者是通过这种方式去打开对外交流的窗口，还是说为了挣钱，如果写公众号是为了挣钱的话，其实我觉得 99% 的人都很难达到这个程度。

也不是说因为我做到这个程度，其实很多时候公众号做好，它也是需要一些机缘的。其实现在写技术文章写的好的人特别多，但其实把公众号做好的，其实并不是说你技术多牛，然后你的公众号就可以做的越好。

如果你做公众号，仅仅是为了兴趣爱好、学习、分享，那其实都不存在这个问题，你今天更一篇，明天更一篇。反正就是看心情，看天吃饭没有任何影响。

但如果你就是想通过它来运营增长挣钱，把它当一个产品去规划的时候，你要考虑的问题就多了。

第一，你是不是要稳定固定的时间去有频率的推送，让大家对你有好的印象。

第二，公众号定位是什么。

第三，你的品牌叫什么，是不是要取一个很容易传播的名字。其实一个公众号，像运营一个小产品一样，要考虑的增长、曝光、拉新、留存，这些数据其实都是一样的。只是说在这个过程中，手段有所不同而已。

Q：如何找到几个知心的组织，几个有共同语言的公众号一起成长，不孤单，思维碰撞，技术碰撞，生活碰撞，有一种情怀。很多时候，互推的人都不了解，也不说话。技术人之间很隔离，公众号就不能互补。大号带动小号，小号为大号发光发热。几个公众号主之间互相探讨。

A：关于用户的粉丝增长的来讲的话，互推确实是最直接最快的一种方式，现在其实有很多的微信公众号交流群，咱这个群里面应该有一部分人已经在里面了，大家都会经常会约一些和自己等量的公众号互推去滚雪球，我是非常建议大家就是这样做的。所以说其实你不要舍不得自己的粉丝，或者是不够大气，应该相互帮助，你推我，我推你，然后大家通过这种相互推广的方式去滚雪球。然后从 1000 到 2000，从 2000 到 4000，相互帮助，相互成长。

Q：如何积累原始 1000 粉丝，原创内容更新频率保持在什么速度比较好？

A：这个问题前面已经回答好多次了，还有更新频率的话，主要每周做技术的话，最最最底线，应该每周至少一篇吧，其实我推荐的是每周两到三篇比较好一些。

Q：微笑哥，怎么实时得知当今的热点资讯，热点技术等？

A：这个其实有两个途径比较好，

第一个，是在「知乎」首页有一个[知乎热榜](#) 菜单，你如果点进去的话，就可以看到，正热议的话题。

第二个，「微博」有一个搜索的排行榜，这两个途径是很好获得最新的资讯信息的。

如果您使用了「新媒体管家」或者「壹伴」，这个插件就有一个功能，它会每天把热点的信息给你在首页会展示出来，他们会帮助你来做一些这样的事情。

热点技术的话，其实主要是好像看各大网站，比如说技术的博客园、CSDN，这些它会频繁推出哪些类型的文章，如果这段时间这个类型的文章多一些，就说明它是一个技术热点。

另外并不是所有热点都是你所应该写的，如果这个热点你有不同的角度，不同的想法，或者有自己的认识再去写，如果天天跟热点的话，也会有点得不偿失。

Q：以微笑哥的看法，公众号的红利还能维持几年？

A：其实公众号现在已经没有红利了，现在已经是一片蓝海了。技术公众号我就关注了几百个，你想这个竞争有多激烈，但是在如此激烈的环境下，仍然是有一些新号能爆出来的，比如说「GQ 实验室」，还有「今夜九零后」这个号是去年才成立的，但是现在的粉丝应该都几十万，上百万了吧，一条广告的几十万。所以说其实红利期已经过了，因为微信的增长已经到达一个上限了。但是，机会还是一直存在的，只要你的能提供差异化的内容，或者是你能用不同的方式去表达出来，让人有眼前一亮的感觉也是可以的。

Q：公众号、csdn 博客、简书这些平台的编辑工具，有没有比较好的推荐，另外技术博客如果只做转载或者翻译是不是会有一定的局限，初期必须坚持原创吗？

A：现在像大部分的平台，应该慢慢都支持 markdown 的语法，作为技术人的话，我特别推荐使用 markdown 语法来写文章，因为它会把排版的工作简化到最小，现在有很多这种 markdown 的渲染工具，你可以把它在写好之后，渲染之后复制到公众号就可以了，另外你的 markdown 文章可以直接发到 CSDN，简书各大技术的平台。

初期的话，我建议还是坚持原创比较好，后面的话，如果号做大了之后内容跟不上，可以适当去转载一些和你工作定位比较相似的一些文章。

Q：问下公众号的名字怎么取比较好？

A：公众号起名的话，其实和品牌起名是一样的，简单顺口，有自己的个性，比如说「程序员小灰」，这名字起得特别好，有一个形象感，如果看他文章的话，就立马可以想到一个小仓鼠的感觉。另外的话不太建议使用中英文混合的，也不太推荐使用纯英文的一些字，最好呢就是用纯中文的形式来写，但是像 JAVA、

Python、Go 这种关键字还是无所谓的，因为这是大家比较容易理解，经常看到的關鍵字。

技术博客变现揭秘

今天突然翻出来了自己在 2017 年写的一篇文章，分享给大家。记录了当时对博客变现的一些思考，现在看来有些内容到现在让然还是适用的。

首先 我是一个俗人，很俗很俗的一个人，写文章能赚点外快这样也是让我持续坚持下去的一个动力，大家用钱给我的文章进行投票的时候我很满足，因为用自己金钱进行的投票，绝对是真的认可。

在前一段时间，我甚至还画了一个变现的示意图，见附件。写文章到底有那些变现的方式呢？其实我也不太清楚，虽然写文章一年多，开公众号五个多月，但也一直很羞涩，好像技术人员写文章要赞赏就像文人放下身段去乞讨一样，放不下面子，或者赞赏这点钱都不如涨薪来的实在。我以前就是这样想的，直到我开了公众号，发了原创文章，有了打赏，突然感觉美滋滋的，感受到深切被认可的感觉。

随着公众号粉丝的增多，经常联系我请求转载我文章的养马场小编，突然有一天，微信给我说，强哥我准备找一群技术人做互推，你有兴趣吗？我说有兴趣呀，我们一起试试，真是一个不错的体验，一起商议如何推广，如何达到最大效果，同事还组建了技术联盟社区。最后这次活动增粉 1 千多，还认识了很多同样写技术博客的同行，我觉得挺有意思。

过了两天突然 100offer 的运营人员联系我，看是否可以做个广告，我问他如何知道的我，他说是因为上次互推在安晓辉那里发现我的公众号，你看有时候这就是一件事关联一件事，一番商议之后，我现在也进行了尝试，大家可以看到这两天我的公号下面 100offer 的广告。

所以我现在的写文章的收入就分为以下三个部分：

- 1、文章的赞赏，公共号和博客
- 2、大家加入小密圈的收入
- 3、广告，现在只有公众号有，以后也有可能放到博客。

说了这么多，写文章到底赚了多少钱？

- 1、赞赏，公众号和博客共计 160 元左右。

2、小密圈，一个人 66 元，大家可以自己算。

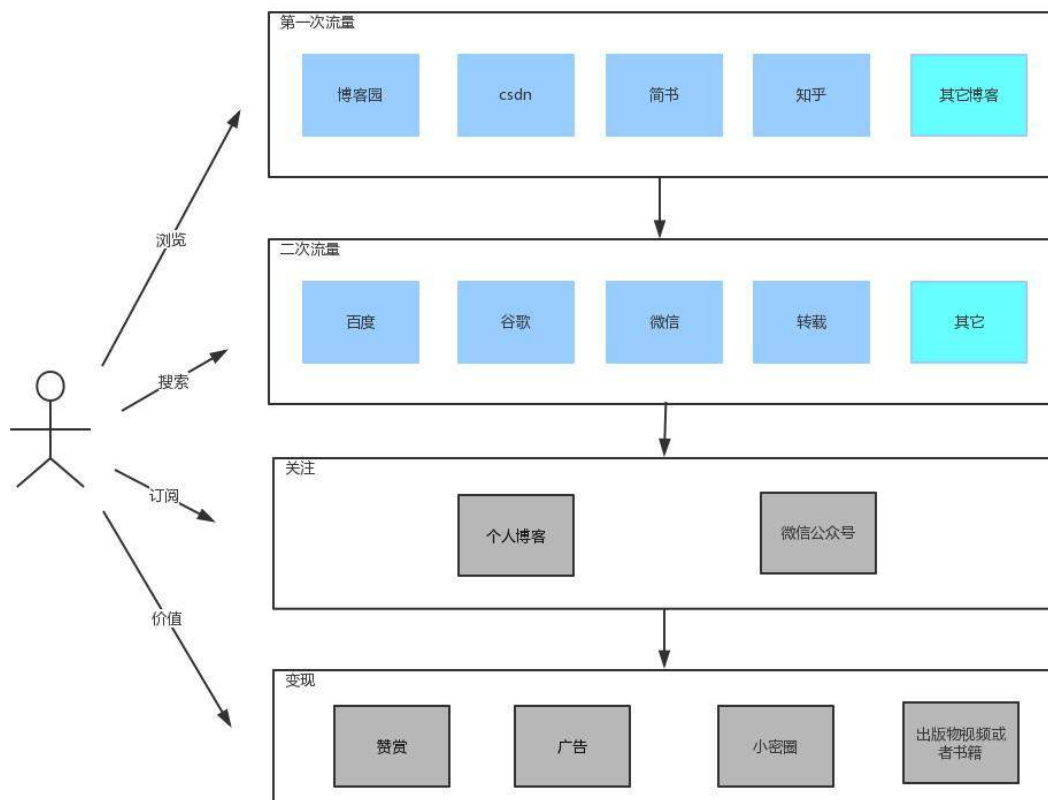
3、广告、目前接的 100offer 每篇文章 120 左右，这是运营给的价格，直接么还价。因为我只是想试试这种合作方式。

其实，每一种方式都是一种尝试，一种新的体验，很好奇、很兴奋它最后的结果，我也会持续给大家分享。

其实还是有三种赚钱的方式，公众号开通流量主，也就是公共号文章下面腾讯的广告，会根据点击率给钱，一直怕影响大家阅读体验没有开，准备十一过后也开通试试；录制视频课程在网上买，有很多平台联系过我，真的没时间，有机会可以试试；出版书籍，到是有不少出版社找我，但实在是怕误人子弟，出书的水平还不到。

可能大家看了很失望，这写了一年多了一共才收入 2000 多元，刚开始写一篇文章需要花费我两三天的时间，刚这两三天的工资都远远超过这 2000 元钱了。那我图个啥，哈哈，有时候我也在想，但很快我又会明白过来，在钱之外我收获了远远超过我期望的很多东西，如果大家有兴趣，后期给大家分享，在钱之外我写文章都收获了什么？

收获了什么呢？就是连接了更多的可能性，也就是今天大家看到的这些。



利用抽奖程序，低成本公号疯狂倒流

看到朋友圈利用抽奖小程序来给公号导流，具体的操作是：

1、搞一个很大的噱头，这次就假冒天猫做 618 活动抽奖“玛莎拉蒂”。

这对普通人有足够大吸引力，大家都会抱着万一中了的侥幸心理。

2、识别小程序员之后，会弹出一个抽奖小程序员，可以点击抽奖，在参与方式中提示用户将小程序分享到朋友圈，并引导关注公众号(提示中奖后方便联系)。

3、抽奖程序的最下方还有一个概率点，邀请越多的好友参与抽奖，你的概率值越大。来吸引更多的网友传播。

4、关注公众号有两个入口，一个是点击公众号按钮进入客服界面，进入发信息给你回复公号二维码，另外一个入口在最下面可直接复制公号 id 关注。

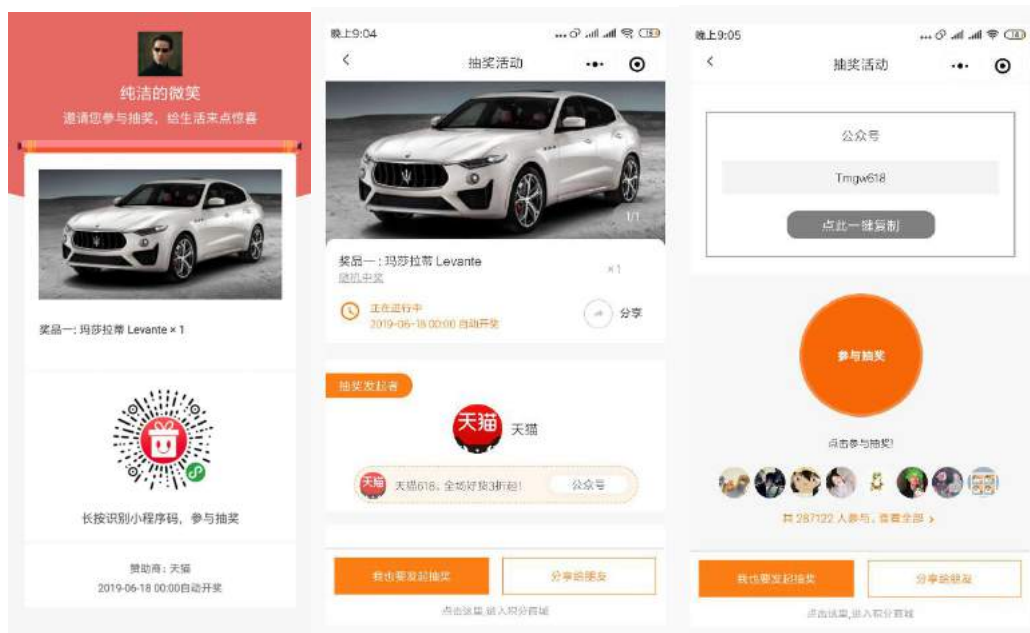
5、我看了一下公号信息，应该是刚刚注册的，认证信息是西安的一个百货公司，可以确认是假冒无遗。关注之后有个公号后，公号菜单有个每日福袋，点击之后需要加个人微信。

6、完整的引流流程，从高噱头吸引大量用户抽奖，从抽奖程序引导关注公众号，再到个人号，在产品机制上引导用户大量转发。

从抽奖程序到公号到个人号的一个完整流程，成本可以说是零，99.99999999%的用户都不会中奖，只要搞定中奖的那一个即可。并且还知道有没有这个人或者小程序可以直接指定。

大部分用户只是觉得自己没有中奖而已，除过道德因素绝对是一个低成本大量引流的案例。

不知道小程序参与人数这个数字准不准，我刚才写的时候才 28 万人参与，这会再看就到 31 万用户参与抽奖。就算转换到公号只有十分之一也是不少的用户量了，并且数字还在增加。



星主日常分享

生活就是尝试更多的可能性

我其实在创建这个知识星球的时候有过很多挣扎？原因有三：

- 1、作为一名技术人，大家都是低调含蓄的搞技术，我这么高调的创建一个知识星球是否合适？
- 2、作为一名上班的人，同事领导都关注了我的公众号，业余时间做这个是否合适，同事领导又怎么看我。
- 3、担心做不好怎么办，虽然自己赚了一些小钱，但毕竟才刚刚开始，大家喜欢这种形式和氛围吗？

以上三个观点困扰过我一段时间，时间一下子就来到了8月8号晚上凌晨2点，我说不管咋的先干起了，如果不去尝试怎么知道结果。

我觉得圈子里面很多同学在干一件事的时候，可能都会多多少少有这样那样的顾虑，这个世界上应该没有人不爱挣钱吧！但是真正有多少人挣到了钱？这说明了一个道理，挣钱都会，只是多少的问题？但是挣大钱的本领，估计圈子里面没几个人了吧！

因为挣钱很难，大家如果加入知识星球之后，从来都不参与讨论，从来也不分享，只是默默的潜水，看了各种朋友的分享就能挣到钱，开阔思维了吗？答案是肯定的。所以我想说的是，加入知识星球其实只是第一步，挣钱思维认知改变是第二步，强大的落地执行能力才是关键。

上次有人在我的公号发了一个评论，我记得蛮清楚的：他说这个世界上谁有挣钱的想法，他自己都去执行了干嘛要告诉你。这句话听着好像挺有道理的，我也看到了很多创业者也有类似的想法，我靠！我想了一个这么好的主意，一定不要告诉别人，赶紧把它做出来，等到他做出来的时候，发现这个东西根本就没有市场，有比他思维更好的产品以及在了市场上了。

所以我想说的是，第一，请一定首先要打开你的思维，你把你的创意思路、点子分享出来，大家一起讨论帮你想办法，也许会触发你，帮助完善你的想法；第二，有可能你看到了别人的创意分享，触发了你，完善了你现在的某个想法，只有不断的碰撞才会有火花。第三，不要害怕自己分享的观点经不起推敲或者薄弱，不要紧你至少走出了自己的第一步，其实绝大部分人都死在了第一步上。

open your mind please !

《就聊挣钱》知识星球已经开通两个多月了，至少已经分享了大大五六十个创意案例或者想法，其中有几个还真的很不错，比如有一个朋友分享的检查手机号是否注册的案例，有多少朋友真正的去实践过其中的一个呢？强大的执行力是挣钱最重要的一步，比起开阔思路更重要。

我们可以发现很多成功的创业者都不是一次就成功的，比如王兴、任正非、还是上期分享的大姨妈柴可，可能在不断试错的过程中找到了另外一个机会呢？很多创业者本来是做这个事情的，结果在做的过程中突然发现另外一个事情火了起来，于是赶紧掉了头活了下来。掘金就是一个非常典型的例子，刚开始做专业编辑，无意中发现其中一个分享的小板块活跃的很，才有了我们现在看到的这个掘金。能一次就方向正确、成功的创业者太少了！

just do it 。

打开你的思维，尝试着去做一个小的案例，并把这个过程总结分享出来，相信你会有更多的收获！

一点小感想，共勉。

经过我这两年多的折腾，发现不管是挣钱还是个人发展其实是有很多很多的机会，最重要和核心的一点，一定要有一个途径把自己作为产品宣传出去。

比如在网络上写博客，发表一些自己对技术或者行业的理解，只有把自己作为品牌去曝光，才能让更多的人认识你，就比如在这个圈子里面你可以记住谁？我敢肯定必定是主动出来做分享的朋友，做出分享其实就是走出来的第一步，那怕自己不太会分享，那多参与讨论，也是一种提升。不说话永远没有人认识你，哪怕是不一样的声音。

把自己作为品牌曝光出去仅仅是第开始，就说写文章吧，现在写技术博客的人太多了，那么为什么大家要关注你和记住你呢？文章写得好？内容够搞笑？观点够独特？我觉得这都是表象，最最重要的是要给别人一种超出预期的感觉，这样才用动力让别人继续 follow 你。

我们可能在工作中搜索问题，搜索出来了太多的文章，说实话 99% 的可能都是垃圾，或者太水了，看了之后你会觉得，我靠这都行。在你反感的同时，有没有觉得这是一个机会呢？其实现在技术圈只要你真的认认真真去把你的每一篇文章都当作是毕业设计，领导汇报文案去写，坚持 100 篇，绝对会让行业很多人认识到你。

到了最后才是宣传的问题，现在做公号的朋友多如牛毛，大家有没有仔细分析过这些公号，凡是大点的公号基本上都是很能写或者文章观点牛逼的人，所以宣传永远是锦上添花，文章（产品）质量才是根本。

但不是说宣传不重要，只是不要本末倒置。有了好的文章（产品）之后，就需要多花一点时间，看看行业内顶级的同行都在做哪些宣传，不要照搬，在他的基础上理解之后，能不能形成你自己的东西，做出更好的宣传手段或者活动，我相信只要你花点时间肯定是可以的。

稍微总结一下：

第一步，一定要解决走出去的问题，不然你再牛逼大家都不知道有个屁用。走出去有很多种形式，写文章、出书、做演讲、公司内分享、多发言等都可以，找适合自己的方式。博客园有一个朋友专门做 github 上精品开源项目分享就收了一大批关注。

第二步，要做出超出大家期望的产品（文章），任何你使用的不爽的东西，可能都是一个非常好的机会，比如知识星球解决读者和公号主深度交流的问题，比如壹瓣解决公号编辑的问题。不要怕领域很小，在一个很小的领域其实更容易出众，比如你专门研究某一个领域的技术，在这个领域内做到前三。

很多东西都是一通百通，千万不要贪多，我早期写了一年的博客，没有开通公号可能那时候如果开了也做不起了，所以有时候晚点未必是坏事，适合你的时机才是对你最重要的，对于个人来讲没有什么红利期，只有你准备好了没有。

第三，宣传一定要温和，前两者做完之后才有第三，但不是说宣传不重要，正因为宣传太重要了，说以反过来推前两步更重要。不然宣传做好了大家过来一看这

货就是逗比，笑笑就走了。宣传只是解决来的问题，留下来要看内功。好的宣传可以促成指数级别增长。

好了，今天就说这些希望大家可以一起讨论

写于 2008 年 11 月，关于理财

2018 年是投资人最黑暗的一年，股市暴跌（A 股、港股、美股都是）、期货大幅下挫、原油历史最低、比特币狂跌 60% 以上。

可以说今年你投资什么几乎都亏本了，大家可能想还有一个理财品种，房产，昨天看了一个图片，中国北上广的房产总值都超过美国了，可见冒泡有多大。

我们刚好处在这样一个历史变革的潮流中，这个时间点，最好不要乱投资，捂好你的钱袋子等待时机，同时抓起提高自己的能力，这是任何时候都不过时的。

这段时间，任何高风险的投资都可以回避一下比如：p2p。要出事它肯定是第一个被打爆的，大家可能不了解，企业肯定都是在银行已经借不到钱了，才会到 p2p 公司高息贷款，往往借款利息高达 24% 以上。在经济下行的环境下，有哪些企业效益好到可以覆盖这么高的利息成本。如果企业破产，银行肯定是第一清算人，其它都靠边站。

现在无风险的理财基本都是银行的半定期产品（一月开放一次）大概收益在 5 个百分点左右，再下来就是余额宝和理财通了 3 个百分点左右。这些风险个人觉得还是非常可靠的，利息虽低一些，但起码安全！

最后，还是理财界经常说的这句话：投资有风险，理财需谨慎！

写给初入职场的朋友

这个圈子是谈论如何挣钱的相关内容，但总是说这些会让初入职场的朋友有压力或者浮躁，在此简单说两句。

- 1、如果你是刚毕业的大学生，最好的增值手段是提升你的技能，跳槽涨薪最直接。在群里可以保持你对商业或者机遇敏捷性，当机遇来临时抓住他。
- 2、想进圈子赚快钱的朋友，首先要问自己是否做好了前期积累，很多人在关键

时刻抓住机会，不在那一刻，在于他之前所以的沉淀还有执行力。

我相信很多人都看到了一些机会，但真正可以有强执行能力的人太少。

3、很多挣钱的方法都是顺其自然而来的，这样说可能太佛系，但有的时候急功尽气反而适得其反，该修炼的时候修炼，该出手时出手。

不要瞧不起挣小钱，很多挣大钱的机会就是在挣小钱的过程中获取的。刚开始不要在意多少、不要在意得失，最重要的是把模式跑通，把人脉关系搭建好，后期才会顺利。

4、首先要摆正一个观念，人人都想挣钱，大多数人都是穷人，那么挣钱必定不是一个容易的事情。那么就需要找到自己的优势点，在这个点上去打破它。

现在看公众号挣钱，大家都去做公众号，我是鼓励大家开通公众号的，但那就需要明白你为什么要做公号，如果你是抱着挣钱的目的去运营，未必做的起来，我当初做公号也不知道这个可以挣钱。

如果你确定你要通过这个来挣钱，那么你就需要好好想想你的优势在哪里？凭什么你就能成功。

5、成功不能复制，但可以借鉴，多分析分析市面上的一些成功案例，基本上可以发现一些道道，也可以叫做案例分析。

6、写文章是锻炼思维的最好方式。

最难的才最有价值

一、

现在做公众号的朋友非常多，大家可以看看自己关注的技术公众号有多少，我两个微信关注的技术公众号就有近1千多人，但是现在有一个现象，专注写原创文章的公号越来越少，当然也包括我。

我自己也一直对自己说，如果真的想做好它，就必须的坚持持续输出原创内容，这也是我后面要加大力度要做的事情。大家可能会发现，坚持做原创内容的技术公号真的非常少，因为每天都写技术文章真的太累了。

所以就出现这样一个现状，有的朋友完全转载文章，有的朋友一部分自己写，一部分转载，还有一部分坚持再写，但不是纯粹写技术内容，更少的一部分完全坚持原创。

我特别敬佩一直坚持写原创文章的作者，这种自律就是很少人能够做到的，另外做原创内容的公别人很难复制、更有壁垒，读者的粘性、活跃度各项指标都会很不错，后期如果想继续做一些事情，也是顺理成章。

其实不只是公号，工作也一样，我想把这种人放到工作中，仍然是一个好手，我们也可以看的出来，很多原创文章写的好的作者，同样在职场上混的也不错。

坚持做最傻的事情，坚持做最难的事情，坚持做喜欢做的事情，不断的积累是一把复利，量变引起质变，就是一次飞跃。

二、

圈子里面有很多做自媒体的朋友，我强烈建议大家如果想真正做好公众号，那就必须要做坚持输出高质量的原创内容。

当然了坚持原创内容也不一定可以做起来，但不坚持原创 99.9%应该都会做不起了。

公众号读者数量和阅读数有关系，但关系并不成正比，如过维护好核心的少量用户，比拥有更多粉丝更有价值。

我看到了有 60 多万粉丝的公号，平均阅读量不到一万；也看到粉丝不到一万的公号，文章阅读量还经常上万，并且变现超过 50 万。

除过自媒体，其实其它行业也是一样，越是没有门槛的竞争，越是残酷，从中崛起一方面需要靠运气，更多要靠实力。

你能做的别人做不了，别人能做的你可以做的更好，别人做的更好但你可以坚持的更长，以上三种能长期坚持受益很大。

干什么事情都不要心急，一定要坚信复利的力量，去做复利的事情，尽量减少一次买卖生意。

关于保险

参加了一个保险行业的论坛，发现一些有趣的事情，分享给大家：

1、技术圈的人都想办法隐藏自己的收入，害怕让其它同事打听到；保险行业是天天晒自己的收入，生怕别人不知道。

我觉得有可能是为了刺激下面的员工有更大的动力去挣钱。保险行业基本没有什么底薪，全部都是按照提成来挣钱，这就会出现一些现象，能挣钱的挣得非常多，不能挣钱的朋友很难活下去。

2、保险的提成比例还是挺不错的，不同的公司提成比例不同，但都是根据总签单金额来提成，比如你找了一家公司签了一个一百万的保单，按照 10% 提成的话，就会有 10 万的收入，所以人脉资源非常重要。

3、保险公司的文化挺有意思，注重仪式感，比如团队的活动非常多、出国旅游等；我个人觉得可能平时受到的打击比较多，因此公司文化主要以不断打气鼓励为主，比如经常会给你发各种头衔、奖状等。

保险公司也特别非常注重团队建设，因为如果你想发展更大，一定是需要团队来帮你做起来，只是依赖自己签单的提成，走的不是很远。

另外保险是一个朝阳行业，按照中国目前的发展节奏，未来大家对保险的认知进一步的提高，购买保险的比率也会不断的上升，不要还停留在保险是骗人的这种老观念中，保险是国家的三大金融业务之一，必然有它的社会价值。

保险分为寿险、重疾险、理财的保险吧，还有很多其它的作用，比如隔离财产风险，资金转移等等，等我在了解的更多，再给大家详细介绍一次。

我一个老同事曾经是一名女程序员，在技术领域工作大概有七八年工作吧，也在京东一线大厂工作过，后来转型做了保险，我当时听了之后大吃一惊，后来跟她聊了很多次，让我在观念上有了很多不同的理解。

一些假象

经常会看到生活中，人们对固有印象的常识性认识错误。有的可能是因为影视剧的引导，有的是完全没脑子。

1、富二代都是傻逼，天天荒淫无度。

电影看多了吧，我了解的大多数富二代都是受过良好的教育，在见识、学识各方面都碾压普通人外，还 TM 特别节制，生活超级规律，比普通人还更努力。

2、西方国家月亮都是圆的

国外没有污染、没有腐败、人人素质极高。之所以这么无能都是因为生在了中国，所以各方面都不如意，天天骂政府、天天骂行业、天天都愤青。

这两天刚爆出来，上市公司老总行贿 650 万美金送女儿上斯坦福被曝光。当然一同报道出来的还有美国很多富豪、明星也参与了行贿，这都是名人名校。

可能各个国家体制有所差别，在某些方面制度建设、言论自由等方面确实走在了前面，但它毕竟也是一个由人都成的社会，很多时候人性是共通的。

如果你在中国混不好，大概率你在国外也混不好，有时候不是环境的问题，更多时候是自己的问题。

3、叫的最凶的是最受委屈的

有时候叫的最凶的，往往是最不要脸的而已，狗叫是因为想引发人的注意，人叫往往是带有目的的。

这些年被各种反转的新闻刷新三观，在网络上可以把一个好人黑出翔来；一个事情，经过渲染正面来讲义愤填膺，反面来讲好像也有道。同一件事不同的视角完全不同的结果。

吃瓜群众看着热闹，无脑参与其中，天天恨这个抗那个，XXX就是你的公敌，关键是当事人都不知道你是谁，谁 care 这个无名小卒呢。

有的人入戏太深，终究不知道自己在干什么。凡事多在自己身上找原因，世界会太平很多。

这是世界是平等的，这个世界是不公的。

知识星球的产品观

一、

最新版的知识星球新开了一个功能叫做，知识号。那么星球开通这个知识号的产品目的是什么呢？和几个朋友讨论后，猜测可能有以下的目的：

1、知识星球是一个封闭的社区，信息很难直接流通，并且知识号是一个靠大V带起来的一个产品，那么进一步的扩展大V的曝光量，有助于增加知识星球的总用户量。

有了知识号之后，星主把二维码分享到朋友圈或者群聊中方便大家关注，关注不一定要加入你的知识星球，但可以看到你的一部分动态，吸引那些态度摇摆的用户。

2、有了第一步之后，有很多喜欢发言的用户，它可能在A星球分享了一些东西，B星球分享了一些东西，但这些内容没有一条时间线来关联，有了知识号之后，就有一个时间线来串联起用户的分享内容。

这样就打通了星球与星球之间的边界，比如你看到你关注的星主在 A 知识星球中做了一个分享，如果你感兴趣也许你也会加入到这个知识星球。一般情况下你关注了知识星球，系统会帮你自动关注星主，不论星球是否免费。

所以现在就有这样一个玩法，开一个免费的知识星球吸引读者的关注，当读者关注了免费的知识星球，也就关注了星主的知识号。

这样免费星球内用户就可以收到星主在收费星球内容的推送，当然点击的时候会提示你没有加入，从而起到相互倒流效果。

当然还有一个玩法，就是发一个 3 天的免费体验卡，当用户免费体验时就关注了星主的知识号，从而过期后也会收到星主的通知，提示加入知识星球。



二、

这两天大家都在推免费的知识星球，但任何事情都不是一蹴而就的，看着几个大佬的免费知识星球瞬间涌入几万人，很多也跟着开通了自己的免费知识星球，却没有真正想好自己要输出什么。

每开一个知识星球都是对个人信用的一次消费，如何没有想好做什么，就会导致星球内短期内涌入大量用户，如果没有做好引导，就会导致信息泛滥，广告横行。

现在不是一个缺乏信息的时代，而是一个信息爆炸的时代，过多的信息反而对用户是一种干扰，最后如果没有运营好这个星球，反而让用户对星主产生失望。

另外要确定自己是不是一个输出型的人才，是不是真的有很多的干货和大家交

流，或者是一个运营高手，能把星球氛围搞的更好，这些都是需要思考的。

谋定而后动，才是大多数人的正确选择。知道自己所能，更要知道自己所不能。

知识星球官网是非常乐意看到这个情况的，估计这两天用户量暴增。

个人的一点浅薄见解，欢迎讨论。#话题讨论#

三、

随着两天对免费知识星球的进一步理解，可能知识星球的野心会更大一些。

很多人现在开始把知识星球当做第二个微信公众号来经营，有几方面的考虑。

第一，可以突破朋友圈 5000 人的限制，一个知识星球就加 N 多的人。

第二，我们知道公号现在是强监管，搞不好就被封号了，今夜 90 后就是一个例子。

星球可以作为公号粉丝的一种备份，万一封号也可以利用此恢复回来。

第三，知识星球现在慢慢再放开阅读数这些数据，大家看这个和公众号的发展是不是有类似之处。

有了阅读数是不是以后可以根据此标准来投放广告，也许是下一个红利。

速度快的朋友，都发现开始做免费知识星球的互推了。

再结合上一篇的分析对比来看，<https://t.zsxq.com/VZn6Mrv>，会更好。

当然还是要想好你要怎么去做这件事情。

善于总结的人，和不善于总结的人，在职场发展会出现巨大的分水岭。

我特别特别建议，入群的朋友在 66 天内做一个分享，其实也是希望有一个时间期限倒逼大家输出。

学习有几个层次：

- 1 听讲
- 2 阅读
- 3 视听
- 4 演示
- 5 讨论

- 6 实践
- 7 教给他人



越往后学习的层次越深，其中教会别人是最高层次的学习，收益最大！

为什么这样讲？

当你想到一件事情需要输出让别人看懂的时候，你下意识就会想如何把这件事情讲清楚，需要深度理解，重新整理资源，最后组织语言输出。

输出倒逼输入！

在这个过程中你主动学习了三遍，输出后又和读者深度讨论了一次。能不清楚吗，可能输出的时候没有完全清楚，写出来或者留言后被喷肯定倒逼你完全搞的清楚。

我深有体会。

所以我特别鼓励大家，输出，要不断输出，看到一个套路或者商业方式之后立刻拆解、分析、总结，输出到知识星球。

这样有以下几个好处：

- 1 培养了深度拆解的思维方式
- 2 不自觉锻炼了自己的文字输出能力
- 3 通过输出可以扩大影响力，结交更多朋友
- 4 一旦想要输出给别人看，会自发让你深度思考，组织文字的能力会潜移默化增长
- 5 完事开头难，希望可以走出第一步

6 就想凑个 6，因为我喜欢

为什么要立刻拆解、马上拆解，因为刚开始的热情是最高的，有更大动力促使你完成这件事，二而衰，三而竭，越到后面动力越低。

有可能你不好意思发到朋友圈，但你可以发到知识星球，这里都是有同样爱好的一群人，帮你分析、评论，共同完善想法。

另外社群是一群人的组织，大家共同输出讨论才能最大价值化，才能让大家在这里收获更多，期待你是一个参与者。

推荐阅读：<https://t.zsxq.com/b6aqfqj>

工作两三年之后如何突破瓶颈

其实工作两三年之后很容易到这个阶段，如果不努力突破的话就一直在这个阶段晃悠，我个人深有体会。

想要突破这个阶段有两种比较主流的方式：

第一，靠自己去学习。

问题中没有提到你的开发语言，我姑且认为是 Java 程序员吧，如果以及熟练掌握了各种语法、框架的使用，到这个阶段最好多常使去学习一下底层原理，比如 Jvm 、多线程开发、响应式编程等。

通过底层原理反向在复习曾经用过的技术，慢慢的就会有一种融汇贯通的感觉，推荐多读几本书：比如深入理解 Jvm 原理，Java 并发编程，或者去看一些网上的课程，但一定要动手，刚看很难记住，比如做一些小项目，或者写成文章总结下来。

第二，靠环境来逼迫自己

有时候自己的自律达不到，最好的办法是让环境去逼迫你学习，我当初因为做了互联网金融，遇到了很多问题，自己是技术负责人，不可能靠别人，解决一个问题后就去了解它本后的原因，不断解决问题，不断学习、不断复盘，不断总结，慢慢的技术自然就提高了。

找一些对技术要求高一点的互联网公司，特别是用户量或者并发量比较高的公司，由于公司的发展必须要使用很多比较先进的技术、开源软件、或者遇到各种各样的问题，其实就连普通的一个 sql 查询，在海量并发的情况下要求都是不一样的。

当然如果本地互联网公司不太好，如果可能建议去一线试试，此时不博何时搏。

想做好架构必须要了解底层，另外需要早一个行业沉淀下来，有了行业积累以后的职场生涯才更好走。

写在南下的火车上。。。

最近看了很多成功人士，或者不成功人士的挣钱经历，我发现了一个真理，就是几乎都和我没太大关系。

我相信大家也是这样，每次看到某某分享的挣钱经历，都很焦虑，焦虑之后好像又没有什么用，就又放下了。

这里有两个点我想和大家一起探讨一下：

1、所有的挣钱方法都是和分享人的主业有非常大的关联性。都是在行业中积累多年后，找到一个机会然后挣了大钱。

给我的启发是什么，其实各个行业都有金矿，你肯定不可能把所有的挣钱机会都干了，也没这个实力，大部分你能抓住的挣钱机会都和你擅长的主业有很大的关系。

比如我刚看到有一个程序员分享给 ios 做签名的生意，就依靠淘宝店铺一年搞个几百万；一个做 seo 的大佬，在职场中发现流量的生意，低买高卖挣了人生第一个一千万。

看了之后我确实很焦虑呀，但这些我肯定都干不了，同时他们的经历对我启发很大。都是在职场主业本来就有积累，发现机会之后就迅速 all in 挣钱，把自己的优势发挥到最大。

2、各种牛逼的想法都抵不过一个强大的执行力，我一直都很喜欢这句话，真的是真理呀。

好多人都说喜欢挣钱，但从来都没有真正实践过，只是脑子里面想了无数遍，真的有个毛线用吗？

上面说的那个 ios 程序员是在做外包的时候发现了机会，我们都知道很难靠外包挣大钱，但在行动中可以发现更多的机会呀。

请记住，机会不是在那里等着你去发现，而是在不断前行的路上才会碰上，你都不出门机会怎么去撞你。

所有能挣钱的朋友，无一例外都有一个强大的执行力，不要说没有时间时间什么的，那是你还没有那么的爱他，在哪方面付出就肯定在那方面会有回报。

最后收回来总结一下：

第一，要想挣钱最好找自己擅长做的事情和主业相关的事情。

第二，没有强大的执行力你不配挣钱。

这个世界上没有让你感觉到很容易又很能挣钱的方法！

如果有，请不要忘记叫上我：)

我认识一个人

他每做一件小事的时候

他都像救命稻草一样抓着

有一天我一看

嚯 好家伙

他抱着的是已经让我仰望的参天大树了

挣钱的正确路径

自己擅长的领域，寻找合适的机会，找到可以挣一元钱（小金额）的途径，验证模式是否能走通。

寻找一个合适的价格区间（有利润）

分析此模式是否能够批量操作（可复制、可扩展）

快速大量、批量执行上述操作

在执行上述操作的过程中，发现新的机会，重复以上动作。

尽量寻找一次投入可多次出售的生意，比如写书、卖课程、卖产品等。

和大家聊聊这段时间特别火的私域流量

在了解私域流量之前，先了解下什么是公域流量？

公域流量，是指商家通过淘宝、京东、拼多多、携程、大众点评、美团、饿了么、猪八戒这些平台获取流量进行销售的模式。

这一类平台的特点是，流量是属于各个平台的，商家入驻后通过搜索优化、参加活动、花费推广费以及使用促销活动等方式来获得客户和成交。公域流量运营的

核心是要熟练掌握平台规则，根据平台的发展规律顺势运营。

再来说私域流量。

所谓私域流量，就是你可以自由反复利用，无需付费，又能随时触达，被沉淀在公众号，微信群，个人微信号，头条号，抖音等自媒体渠道的用户。相对淘宝，京东，百度这些公域流量平台，它属于商家“私有资产”。

可以看出私域流量并不是个新东西，是一直存在的流量，只是现在被抽象出来，突然变得很火，这是为什么呢？

2019年百度广告收入断崖式下降，导致股票暴跌。这只是行业整体不景气出现的一个缩影，腾讯、分众传媒依赖广告收入的公司都不好过。

那为什么广告商的日子不好过呢？那就要放到更大的视野来看，18-19年大家都知道的毛衣站，jingji形式不好大家都没有钱投广告了。

另外中国互联网用户达8.2亿，流量红利慢慢已经见顶，后面企业对用户的争夺变得更加激烈。

私域流量的兴起，它不是一个简单的现象，而是意味着移动互联网时代企业经营理念要发生改变：企业开始从流量思维转向用户思维，这一转变将会影响企业生死。

所以说这个时候增长黑客、私域流量就变的越来越重要了，需要博弈存量用户的留存、变现。长远来看私域流量对企业会更有价值，真正属于企业的无形资产。

总结一下：

公域流量是一次性的，而且公域流量越来越贵，所以企业必须学会自造流量，经营自己的流量。

所以私域流量早已有之，经营用户是私域流量、品牌社群是私域流量、建立自有营销阵地是私域流量，只不过它又换了一个新的马甲而已。

私域流量虽然以微信为主，但远远不止于微信，微信、知乎、公号都是私域流量的一种载体，只要可以方便的去触到用户即可。

不过到了目前这个阶段，私域流量对企业来讲变得更为重要，因为这个阶段都极度关注低流量的使用。

了解这个可以帮我们看明白很多现象：

1、微信培训机构经常在我这里打广告，最常见有两种方式，第一，文末让加一

个美女的微信；第二，加一个统一的 QQ 群。这都是公域流量转为私域流量的一种形式，变成自己的用户后方便进行留存、销售。

2、现在可以看到很多公号作者都会在文末留自己的微信，也是有两个原因，第一，害怕被封号；第二，方便打造人设、建立互信，方便后期运营。

3、其实微商玩的一直都是私域流量，微信朋友圈、微信群卖货这都是一直存在的。前两天看到一个新闻，一个小县城上的老板拥有 800 多个微信群，800 多个微信群将近 20-30 万用户，直接可以覆盖县城 60%以上的用户，利用这个资源可以做的事情就太多了。

圈友精华分享

Quincy. 分享：赚钱的看法

这里我不准备说什么赚钱的案例，我说说我的个人看法。
我觉得赚钱，尤其是以财富自由为目的的赚钱，最好满足以下几个条件：

1. 从你熟悉的领域干起，从能改善你所在行业的需求干起。
2. 第一桶金很重要。
3. 一定是要钱生钱的模式。

首先说明，我个人还未成功，所以以上的条件，均是我根据长期的观察和各种案例阅读得来。

先说说第一个：从熟悉的领域干起。

我觉得其实日常生活中的机会多不胜数，各行各业的，就像很多朋友分享的案例。你只要有眼光，抓住机会，勇于实践，持之以恒肯定能成。
眼光我觉得大家都有，机会你也可以去抓住，但是在实践环节，就是体现个人能力的时候。

这里就会有个问题，如果我跨行业创业，我凭什么比那些处在那个行业的人还优秀，还有能力？

举个例子，我搞网络的，如果我现在发现搞外贸能赚钱，但是和专职搞外贸的比起来，人家有人脉，有经验。

凭什么我就会比他们厉害？凭什么这个机会就我发现了，人家没发现？大家都是

聪明人，没有谁比谁笨。

反过来，如果我从自己熟悉的行业干起，第一我知道这个行业存在的机会，我也知道大家需要什么。

最主要的，我有足够的经验和人脉支撑我去做这件事情。

我记得有一个案例说过，从你开始准备创业，到后面成就大事业。你会发现刚开始创业所从事的事情，可能和后面最后做的风马牛不相及。这里就牵扯一个过程：你从 A 创业，结果干的时候发现有 B 机会，最后做到 B 的时候发展成 C，然后 C 又演变成 D。而 D 就能让你财富自由。

打个比方，如果创业初期就想到我要做一个环保公司，拯救世界，我觉得这个公司大概率事件会死。（你要是有一个有钱的爸爸，那是另外一回事儿）

所以，我觉得刚开始做，就做一个自己熟悉的行业，但是又能解决一些大家的需求问题。

例如这周六分享的这个网盘，就是一个程序员通过发现一个行业需求，然后通过自己的技能去创新实践，最后赚钱的故事。他并不是做跨行业的事情。

第二个：第一桶金很重要

这个我觉得很好理解，就拿最近很扯淡的那个电影：西虹市首富，就是一个最典型的例子，当你有钱以后，想不赚钱都难，只要你不干傻事，例如投钱给 A 股。

所以，如何让自己有第一桶金的钱，非常重要。

我因为在国外，就比较关注国外的华人创业，有很多华人就是从开始从倒卖装电影的硬盘起家（国外版权比较严，没法非法下载电影）。赚了第一桶金以后，就开始把赚的钱来做外贸，买卖房屋，几年就不愁吃穿了。

第三个：钱生钱很重要。

我觉得，要做到财富自由，首要一点就是，你得有一个持续不断的 cash cow 现金牛生意。

所谓持续不断，就是指假设你离开了这一门生意，它还能持续运营。

而不是自己白天给老板打工，晚上再给自己创造的另外一个小工作打工。

例如这周六的这个例子，你只需要短期的投入，或者间歇性的更新。大部分时候人们就过来注册也好，访问也好，持续不断的为网站主贡献收入。

我觉得这一点很重要。

说说我自己的计划，我 18 年才刚开始搞副业，咱国家目前的机会比较多，毕竟人口摆在那里。

所以在国内做基于流量的生意就很容易起来，但是你得有一些点子。目前在某个博客平台做贡献，也搞了俩专栏卖了点钱。

但是最主要的，我收获了很多反馈，关于他们都需要什么，我觉得这是才是最有价值的。

然后基于他们的反馈，我目前在酝酿某个网站，此网站的目的就是解决他们的需求。

网站盈利方式估计将会是会员制以及内容付费的方式。

你生产一次内容，收入将以买家数量为倍数，这同时满足了我上面所说的三个条件：自己熟悉的行业，赚取第一桶金，不需要持续不断的为其工作。

希望上面的内容能够对大家的财富自由能有所帮助。

林先生的独白分享：程序员如何优雅的挣零花钱？

一是私单

最理想的单子还是直接接海外的项目，比如 [freelance.com](https://www.freelance.com) 等网站。

一方面是因为挣的是美刀比较划算，之前看到像给 WordPress 写支付+发送注册码这种大家一个周末就能做完的项目，也可以到 200~300 美刀；另一方面是在国外接单子比较隐蔽。

国内 [shixian.com](https://www.shixian.com) 的价格也很不错，但是我强烈建议大家不要在介绍中透漏实名和真实的公司部门信息，因为这实在太高调了。

有人说，这是我的周末时间啊，我爱怎么用就怎么用，公司还能告我什么的？

虽然很多公司的劳动合同里边并不禁止做兼职，但在网上如此高调的干私活，简直就是在挑衅 HR：「我工作不饱和」、「公司加班不够多」...

再想象下你一边和产品经理说这个需求做不完，一边自己却有时间做私单的样子。你自己要是老板也不愿提拔这样的人吧。

当然，猪八戒这种站我就不多说了，不太适合专业程序员去自贬身价。

二是 Side Project

比起做私单，做一个 Side Project 会更划算。

Side Project 的好处是你只需要对特定领域进行持续投入，就可以在很长时间获得收入。

这可以让你的知识都在一棵树上分支生长，从而形成良好的知识结构，而不是变成一瓶外包万金油。

思路有两种：

一种是做小而美的，针对一个细分领域开发一个功能型应用，然后放到市场上去卖；

另一种是做大而全的基础应用（想想 WordPress），方便别人在上边直接添加代码，定制成自己想要的应用。

有人会说，我写的 Side Project 卖不掉啊。

项目方向的选取的确是比较有技巧的，但简单粗暴的解决方案就是找一个现在卖得非常好、但是产品和技术却不怎样的项目，做一个只要一半价格的竞品。

三是做咨询

如果你在技术圈子里边小有名气，或者在某一个业务上特别精通，那么通过做咨询来挣钱是一种更轻松的方式。

和人在咖啡厅聊几个小时，几百上千块钱就到手了。

国内这方面的产品，我知道的有三个：

- 在行在行 - 领先的知识技能共享平台：这个是果壳旗下的，做得比较早，内容是全行业的，所以上边技术向的反而不多。
- 缘创派 <http://q.ycpai.com/h5/lightPartner/expertList>：缘创派的轻合伙栏目，主要面向创业者，适合喜欢感受创业氛围的技术专家们。
- 极牛 400 The plain HTTP request was sent to HTTPS port：你可以认为这是一个程序员版本的「在行」，我浏览了下，虽然被约次数比在行要低不少，但专业性比较强，期望他们能尽快的推广开来吧。

做咨询虽然也是实名的，但和私活是完全不同的。

咨询的时间短，不会影响到正常的休息，更不会影响上班；而且大部分公司是鼓励技术交流的，所以大家的接受度都很高。

除了网站、APP 外，我觉得收费群也是可以做的。

现在交流的地方看似很多，但遇到问题后真正能快速帮你解决的地方却很少。

比如可以搞一个技术创业群，找一些创过业的同学、正在创业的同学、做投资的同学、做法务的同学，面向想创业的同学开放，每人收个几百块的年费。

然后你在创业过程中遇到的问题，都可以有人解答，不会觉得是孤零零的一个人。

你问要是没遇到问题怎么办？没遇到问题不是开心死了么。

四是写文章

很多人喜欢写技术博客，其实把文章投给一些网站是有稿费的。

比如 InfoQ，他们家喜欢收 3000~4000 字的深度技术文章；稿费是千字 150 元。

虽然不算太多，但一篇长文的稿费也够买个入门级的 Cherry 键盘了。

我喜欢 InfoQ 的地方是他们的版权要求上比较宽松。

文章在他们网站发布后，你可以再发布到自己博客的；而且文章可以用于出书，只要标明原发于 InfoQ 即可。

顺便说一句，比起写文章，其实通过传统发行渠道出书并不怎么挣钱，我之前到手的版税是 8%，如果通过网络等渠道销售，数字会更低。

出电子书收益会好一些。

身为程序员的我们，虽然工资一般会高于其他行业，但是想要有个好的生活还是很有难度的，多发现赚钱的点子，一点点积累，你一定会比大多数人过得好！

沉默王二分享：如何拓展自己的可控区域？

首先，我们来给可控区域下一个定义：一些你可以直接控制和影响的事物；比如说你的挣钱能力，公众号的粉丝关注数。

那，如何拓宽自己的可控区域呢？最直接的方法就是走出自己的舒适区。

拿我自己来说。

三周前，我每个月领八千多的工资，在洛阳已经算是无忧无虑了。房子是学区房，房贷又不愁；车子是北京现代的领动，虽然不是自己想要的 MINI，但遮风挡雨；老婆呢，比我还能挣钱；女儿呢，聪明伶俐；自己呢，还算是积极向上。照理说，这样的人生应该知足的——也就是我自己所谓的舒适区。

但，其实内心是恐慌的，因为挣钱比老婆少，家里的话语权是受到质疑的，这一点，长期的折磨着我。

终于，在三周前的某一个晚上，被老婆的冷言冷语激怒了——人家觉得我太没有上进心，换句话说，就是不思进取，总之一道理。我怎么能算没有上进心呢？

我一不抽烟，二不喝酒，三不赌博，四不近女色（微微一笑，很纯洁）。然后每天坚持读 10 页书，每周写一篇文章，生活挺自律的。但有一点，这些都没有提升我的挣钱能力!!!

一夜没睡，翻来覆去，想来想去，决定要改变自己。

首先能想到的，提升经济能力最直接的方法就是跳槽啊，但查了查洛阳的技术岗位，工资水平也就我现在这样了，再高点的，是要加班加点辛苦工作的，可不像我现在这么自由——也去了一家公司面试，拿钱和我现在一样多，但要加班，还是单双休——跳槽的打算不得不放下。

既然换工作不靠谱，那只能接私活了。但，接过私活的人都知道，接私活就是熬身体的，况且结款还是个未知数，保障系数很低啊。可不接私活，暂时也没有其他的办法，总不能只身一人跑去北上广吧？

但在接私活方面，我突破了自己——咱不能再单打独斗了呀，要找几个小伙伴一起干啊——安卓咱不会，找；IOS咱不会，找；技术深度咱不够，找；总之，要把自己的短板通过团队弥补起来——于是，我就组建了青苗科技工作室。

并且，决定立即行动。周末我就买了去郑州的高铁票（回来的时候没找到业余草说的老头，差点坐不了地铁，错过高铁），邀请大学的同学聚会，商谈未来合作的可能性。

这一谈，可不要紧。

知道了很多秘密，比如说我有一个同学是干淘宝客的，年入百万以上了，今天刚买的车，刚买的房；厉害啊，我的哥。我这老铁劝我打开思路，拓展自己——于是我立即就掏了 60 块钱加入了微笑哥（纯洁的微笑）的知识星球——在这之前，不知道为什么被微笑哥加了好友，然后在朋友圈就看到了微笑哥的星球（是不是被套路了？哈哈）。

回来后，我就趁热打铁的写下了《为了月入三万的目标，我都做了哪些准备》。我自己觉得写得非常不错，但在 CSDN 上发表后，发现没有浏览量（我可是 CSDN 的博客专家啊，可真的是没人看，浏览量只有几十个）；气愤的我决定在博客园也发表一下（博客园第二篇，之前一直爱着 CSDN），没想到，这一篇文章火了，一天的时间，浏览量突破 7000，评论超过 80 个，我的天，好多人加我微信啊！于是，我决定组建一个青苗科技孵化谷的群，把这些关注我的人都拉进去。

更没想到的是这篇文章被微笑哥认可，要在公众号转载；高兴啊，激动啊，被大佬赏识的感觉真的很妙啊！不出意外，微笑哥转载的那天，我看浏览量超过 7000，然后又有很多小伙伴加我微信，关注“沉默王二”的公众号。

同时，我被微笑哥推荐到一个公众号的原创群里。里面好多大佬，但都一声不吭。我发了一个红包，好像第二天微信又返给了我不少。但，重要的是，这里面有人把我拉入了另外一个公众号的互推群！

看大佬们聊天，“1000 的小车有谁上啊？”（我心中疑惑啊，小车是啥？1000 又

是啥？经过长期的暗中观察才知道，原来是浏览量，我以为是粉丝数量呢）——之后，又被各种入伙加群，好吧，终于等到机会了，有人要推 100 的小车，刚好《为了月入三万的目标，我都做了哪些准备》这篇的浏览量超过了 300（之前的文章只有不到 50 的浏览量），我喊要上车，竟然被同意了，好开心，好激动（原来公众号可以互推啊，并且效果真的不错，一天有百十号人关注呢，最近每篇文章的浏览量维持在 200 左右，差别很明显啊）

于是，我想，既然《为了月入三万的目标，我都做了哪些准备》这篇文章这么火，不妨介绍给安晓辉老师的公众号吧，起初，我以为他不会同意呢，结果我亮出微笑哥的转载记录后，他欣然接受了。

果然，大佬的转载是有效果的，其中有一个洛阳本地的程序员加我微信，说是从安老师公众号（程序视界）看到我的，邀请我参加洛阳的一个读书线下交流会——我犹豫再三，推辞再三，最终决定参与，去之后真的打开眼界啊——我才意识到，原来参加线下交流真的很重要，不仅锻炼你表达自己的能力，还能够拓展眼界（玩区块链啊，读政府工作报告啊），我于是决定也参加樊登读书会在洛阳的线下交流会（这周二参加了一次，受益匪浅，大家一起读书的仪式感让我读书更加的专注）。

事情到这还没完。

我组织成立的青苗科技工作室中有一位组员帮助一名大学生解决了问题，免费的（大学生包了 20 元红包，我那伙计没要，一来二去就产生了信任）。然后大家建立了信任，这名大学生就找我们做毕业设计的项目，注意是付费的哦！挣钱的时刻到了！

毕业设计的项目好处多多啊！价格虽然不多，但周期短，任务简单，回报率真的很高了。这一周我就接了两单，一单做安卓，一单做小程序，可惜我都不会。这不要紧啊，青苗科技孵化谷里有的是人才啊，于是我就把项目转交给我信任的两个伙伴，请他们协助一起做——大家一起赚钱，都开心啊！

写得有些乱，总结一下。

三周时间，我有了很大的改观：

- 1、人特别积极，打鸡血也没这么积极；挣钱就是最强的动力，金钱虽然不能直接带来幸福，但可以提升生活品质啊。积极的人就容易带来质变，比如说我主动找 CSDN 的涛哥把《我是如何从写不出来，到完成二十万字书稿的？》这篇文章推荐到首页，3 个小时不到，点赞数就突破了 50 个。
- 2、公众号的粉丝关注人数直接翻了两翻。
- 3、因缘际会，各种人际关系就找上了门（毕业设计就是，还有两家出版社），这就知识变现了啊；切记，要维护好每一层关系，这样才能打造一条生态链。
- 4、做！别停留在想法（要成立组织就赶紧，成立后别光想创意，赶紧实操啊；反例，星球有人加一起做培训，但就兴奋了一天，第二天就不了了之了；但我们

不同，域名买了，服务器买了，并且每天都在把想法脚踏实地的执行下去）。

5、敢于做出改变；CSDN 发表的文章没人看，转战博客园啊。

6、哪里不会补哪里。虽然我已经写完了 20 万字的书稿，但仍然写不出来好故事，于是就报名参加了一个写作训练营，督促自己做出改变。

7、读书啊，别每天沉浸在社交不能自拔，别看不到微信中红点就发慌；手机该飞行模式就飞行模式，电脑该把 QQ、微信退出就全退出；静下心来去读书；读书，可不只是看文字，重要的是反思总结实践书上提供的想法。（我今天为什么发表这个感慨，就是因为我看了《财务自由之路》这本书，这会感觉自己是沸腾的，写作有一种行云流水的感觉）

小珂叔分享：一个人单枪匹马，筹备线下培训班

组织一场线下的培训班。在学员招募的过程中，我也是采取了优先发展种子学员的思路。最终，我单枪匹马一个人通过这个培训班，收到了 33 万的现金。那么，我是怎么组织起这个培训班的呢？

在培训班宣传文案当中，我提出了这样一个合作主张：前 10 名种子学员，将能够享受一些与众不同的待遇。

（1）他们先付费给我，之后我会把他们拉到微信群里面。他们不但可以全程参与我的社群实战，亲眼看我如何在只有一个人的情况下组织起一个线下培训班，而且在这个过程当中，我还可以带领他们一起参与实操。

（2）这次线下培训，如果报名的人数达到 30，我将会退还他们一半费用。如果线下活动报名人数达到 60，我会退还他们全部费用。此时此刻，他们 10 位就相当于参与这个活动的首批众筹股东。

（3）在做活动之前，我提前给了他们了一个承诺。当时这个线下活动什么时候举行并没有确定，只有人数达到 30 才会开课。但如果说，一个半月之内还不能组织起来，我会把费用一分不少地退还给到他们。也就是说，我给到了他们一个零风险的承诺。

通过这些合作主张，在 2015 年 10 月 22 号下午，在我发出第一篇公众号文章半个小时之内，就收到了两笔报名款项。等种子学员人数超过 30 的时候，我收到的款项已经远远超过我筹备这次线下活动所有成本开支。直到此时我才开始去订会场，然后跟大家确定上课的时间。整个过程，我感觉非常轻松。

在开设传统培训班时，正常的流程是先预订酒店，提前担负几万、十几万的会务开支。之后再在开课之前，招募到足够多的学员，以此保证收支平衡。而我筹备的这次培训完全不一样，因为我不必提前承担不可预知的会务成本。我通过发展种子学员的方式，用最轻松、最简单的方法达到了我预期的效果。

潇念分享理财心得

这篇文章只是分享一下理财心得，是我根据自己所读到的书籍来进行总结的一些知识，只是一些入门的书籍，包括并不限于《小狗钱钱》，《穷爸爸富爸爸系列丛书》《小岛经济学》，我只是一个刚毕业的大学生，看到的有限，所以仅供参考，并不构成任何的投资建议，投资需谨慎。

量入为出是经常听到的概念，我也是以入和出两个方面来说明一些理财的心得，也就是说一方面是赚钱，一方面是留住钱。

赚钱

这里说的赚钱其实是和穷爸爸富爸爸里面的资产是类似的，是一种把钱放入自己口袋的东西，可以是一种能力，也可以是人际关系，或者资源，在这举三个方面的例子，分别是学习，工资和股票。以这三种为代表，以便更好的说明。

第一点是学习，这一点是最重要的，一个人赚钱的多少很大程度上是取决于自己的能力的，而提高自己的能力最好的方式就是学习。对于年轻人来说，这方面需要有很大优势，但是需要明白自己想要学习的方向，在 30 岁之前学深一门技术，到后面才不会陷入劣势，持续领跑。对于稍大的人来说，在学习方面都应该有自己的方法了，如果没有，那么请好好学习吧！对于每个人来说，学习是一件终生的事情，但是并不是每一个学习的人都能挣到钱，方向很重要，特别是在这充满潮流的世界，找到适合自己的挣钱方法！

第二点是工资，这是大部分人获得钱的方式，同时也是大部分人挣不到钱的原因，过度依赖工资，以致于失去了工资自己就基本丧失了风险承受能力。工资只是自己出卖自己的自由和时间换来的，而且还不是全额，不然你的老板是活不了的。当然这并不是让每个人都不去找工作的意思，毕竟不是谁家里都有矿的。有句话说的好，在 30 岁之前学会为别人做事，在 30 岁之后学会为自己做事。这个世界很大，你一个人能见到的很有限，但是你可以跟着一群人见识更好的世界，我觉得这才是真正找工作的原因，这样不止能学到不少东西，你获得的工资也可以成为你投资自己学习，或者其他资产的资本。另外，有一点是不可否认的，当你的能力足够的时候，你也是可以靠工资获得不用愁的资金，但是条件限制决定了这只是符合少数人的赚钱之路。

第三点是股票，当然不会只说股票的，只不过他是最具有代表性的，代表着一种钱生钱的投资方式，但是这方面需要有一定的资金和时间，有可能花费的时间比你工作的时间还少，但是比你的工资还高。股市就是很好的例子，有的人全职做操盘手反而没有业余时间做得钱多。不过既然是钱生钱，那么我认为重要肯定是怎样花自己的钱，当然最好的而且最没有危险的方式是投资自己，让自己变的值钱，成为一个斜杠青年才是最舒服的方式挣钱的，不过人力有时尽，所以

在这里我把自己考虑的钱生钱花钱的准则说一下；

学会管理风险，股神巴菲特说的好，在别人贪婪的时候恐惧，在别人恐惧的时候贪婪，只要你学会管理风险，你也能做到。

不要让赚小钱毁了你，莫贪小财，吃点亏也没有什么。

有耐心，真正有前途的投资方式，一时半会是看不到收益的，有可能在近期还会亏损，这点在股票市场最为明显。

关于股市，只要你做些了解，就知道，当你方向对的时候，在股市做的少反而比做的多赚钱多，每个人不可能会成为职业投资人，但是每个人都可以为国家做贡献，股市是最考验耐心的地方。

顺应潮流，跟着潮流走，这是一种大势，就像小米 CEO 雷军说的，“在风口上，猪都会飞”。跟着潮流走，你的资产会积累的更快。

学会利用保险，现在保险事业发展很快，可以有效转移自己所承担的风险，人都是会生病，无论保养的多好。如果作为家庭顶梁柱的你并没有保险，那么你的家庭承担的风险就有些大了。

有自己的方向，富对于每个人的概念都是不一样的，一个人追求的就是月薪 4000，离家近，工作闲的平稳生活，给他太多压力反而会受不了。

对未来充满希望，相信自己的明天会更好。并为之努力。（我觉的这点是很多人没有的，有些东西到一定年纪就会有的，不能急，慢慢来才是真的，这是一场长跑）

总而言之，在这三个方面，每一个方面都能成为一个富人，重要的是自己坚持去做，坚持去学习，学会管理风险，那么当你学会利用复利这个工具，你就不会太穷。

留住钱

既然是留住钱，就不得不讲一个概念，负债，一个从我们口袋里拿走钱的概念，这种负债分两种，一种是良性负债，一种是非良性负债，为了更好的说明，我举例子说明，假如你贷款买一栋房子，采用的分期付款的方式，除了首付外，每个月交 4000 元贷款，不过你选择不住，将房子租出去，得到 8000 元租金，给你带来 4000 块的现金流，那这就是良性负债，而非良性负债就是未给你带来现金流，你还不得不掏钱的负债，这种负债分为两种；

理性消费，这类消费一般都是必须的，包括日常花销，吃饭等必须的花费。

非理性消费，如果你赚钱很多，但是没有多少存款，那么你的消费大部分都是在这类消费上面，这类消费也是商人最喜欢的，包括双 11 的购物狂欢节，这都是

利用了你的非理性行为，购买者的非理性行为这方面很复杂，如果了解，可以去看看理查德·泰勒的《错误的行为》。我看到一个京东大数据里面的一个图片就很有意思就是说明这种消费的阶级的，图就几个字：少女 > 儿童 > 少妇 > 老人 > 狗 > 男人。

留住钱最主要的是一种习惯，一种你习惯的生活方式，如果你是想像爆发户那样胡乱挥霍，那么这篇文章并不适合你，现在对于我来说钱是最重要的，但是我知道以后对我而言钱是最不重要的，毕竟有钱可以做到很多事情，我喜欢自己一步一步的积累自己的资产，并且建立起自己的良好的生活方式，这样总有一天会富起来的。

予分享：程序员的理财感悟

赚钱确实不是一件容易的事，也不是一件俗事，我很认同星主的观点；

我对理财有所感悟，也是进入程序员行列后，因为之前的工资只可以解决温饱的问题。

我是一个比较懒的人，可能很多人都有我一样的毛病，之前的工资几乎都是存在支付宝，最近各大银行和支付宝的活期存储利率越来越低，感觉连通货膨胀都跑不赢，如果这么一直懒下去，随着时间的推移，我们储蓄的钱贬值的速度几乎可以抵得上我们赚钱（单说工资）的速度。试想一下十年前一万元定期存到现在，它的贬值程度，那么我们现在的储蓄十年后可能贬值的更严重。不经意间，我们的存款其实一直在缩水。

先介绍下我的理财经历，工作后，除了支付宝存钱外，也尝试过股票，初入股市，不用想，2015年高位接盘，没有任何经验，一路亏到底，之后一直在认真观察，反思，总结。现在不敢说比之前有多强，但最起码懂得了逃命，不会之前亏的更多。

基于先前存储贬值的思考和我这几年对股市的认识和当下环境的思考，分享下我现在的理财思路：

1. 这个适合保守型投资者，如果你想几倍的收益，这个方法难以实现；
2. 你用于投资的钱是你最近用不到的，或者你固定存款的一部分来进行保值，不可以用输不起的钱来投资，或者其他途径（套现，高利贷）；

接下来说方法：把钱存银行不如存银行股

我的思考：

一是 大势考虑

中国股市熊市行情已经转折，这个不用怀疑，涨久必跌，跌久必涨；

我国金融市场对外开放，纵观全球股市，没有哪一个股市和国际接轨没有创出新高，这个大家可以自己去下功课，例如台湾股市；

中国股市在相对低点，向下空间有限，向上空间无限；

国家的发展大家有目共睹，你对未来中国的经济没有信心吗？
毛衣问题无非是忌惮中国的发展；

二是 安全思考

银行股可能退市吗（之谈 5 大行，工农中建交）？显然不可能
银行股会被游资炒作吗？不可能（资金不够）
银行股会暴雷吗？好像没有遇到过
估值低，低市盈率，低净值

三是 收益思考

五大银行的分红率大概都在 4% 以上，举例中国银行：
不算股价上涨的收益，每年都可以有 4% 以上的收益；
而且分红后，你还可以用分红继续买入，实现复利增长；

四是 想象空间

中国市场对外资开放，银行外资肯定会配置，因为安全，低估值，又可以容纳大的资金；
中国银行要和国际竞争可能会增加其他业务（例如券商），因为国外银行都是混业经营（储蓄和券商）。那如果这样，未来银行的业绩会更好
如果牛市来了，银行也会上涨，这可以算是意外的惊喜；

前两天就准备分享了，可惜还在升级，好在这两天银行没有怎么动，大家还有时间思考，用此文 mark 一下，年底来验证下自己的观点；

Jerry 分享：财务自由之路

本书是理财入门书籍，在德国出版后，曾一度成为德国图书年度畅销榜的 NO. 1，连续 110 周占据在德国图书排行榜榜首的位置。被翻译成了 33 种语言，在全球畅销，销量超过一千万册。

所谓财务自由，就是指你不需要仅仅为了应付生活支出而为钱工作，也就是说，你不再是一台赚钱机器，而是拥有一台为你赚钱的机器。当这台机器为你赢得的利息收入等于或者是远远大于你的日常支出的时候，你就达到了财务自由。

导致我们没能致富、没能实现财务自由的原因到底是什么？

作者指出，穷人和富人的差距，主要体现在对待财富的信念和原则上。具体来说，有这么几个方面：对于财富的定义不同、对待财富和财富目标的态度不同、赚钱的动力不同。最重要的是，穷人和富人的金钱观不同。

作者提到，要定义财富，需要满足三个条件：一是必须知道明确的数字；二是一定要用笔把它写下来，因为只在脑海中想和用笔写到纸上感觉完全不一样；三是要把它转化为相应的画面。比方说，你对财富的定义是：在 7 年内，挣它 1000

万。那就把它写下来，并转化为一个画面。因为在我们的潜意识里所体现出来的，不是一个词语或者数字，而是一个具体的画面。

你可以在脑海中想象这么一幅场景：七年后的自己，事业蒸蒸日上，入住豪宅，出入有豪车，名下有房产，手头有存款。关于豪宅的面积和豪宅内的布置，豪车的颜色、品牌、型号甚至是你驾驶着豪车的感觉，你都可以想象，越具体越好。这些场景就相当于一幅地图，可以引导你走向目的地。

到底如何用短短 7 年的时间实现财务自由呢？

作者指出，要想在 7 年内实现财务自由，需要三步计划和四个策略。

这三步计划是逐步递增的，分别是实现财务保障、财务安全和财务自由，这几个阶段性目标分别对应着不同的金钱数额。财务保障，就是指能保证你 6~12 个月内基本生活的储备金。也就是说，假设你生病了、失业了或是遇到了种种难以预料的麻烦，导致你目前无法工作，这笔钱能够支撑你度过这段时间或是顺利找到下一份工作。比如说你每个月至少需要支出 3000 块，你想在 6 个月后工作，那你至少要有 3000×6 ，也就是 18000 块的储备金。这笔钱是用于应对不时之需，也就是突发情况的，所以一定不能随意动用，也不能用于任何有风险的投资，你可以将一部分存入银行，另一部分存在余额宝等能快速提现的理财方式中。

在实现财务保障的基础上，我们可以追求财务安全。财务安全，是指你需要积累足够的资金，以保证你可以靠利息满足基本的生活需要。比如说，年利率为 8%，假设你每个月至少需要支出 3000 块，用 3000 乘以 150，也就是 45 万，就是你达到财务安全所需要的资金总额。为了保证资产安全，对于这部分资金的投资依然要以稳健为主。

当然，要达到财务自由，你可能会觉得每月 3000 完全不够花，那你可以详细列出要达到你梦想的生活所需要的金钱数额，再平均到每个月中，然后用这个数目乘以 150，就是你要达到财务自由所需要的资金总额。比如说，年利率仍然为 8%，假设你每个月至少需要支出 10000 块，用 10000 乘以 150，也就是 150 万。当然，其中最重要的一条原则是，无论出于任何原因，都绝对不要动用你的本金，也就是能给你下蛋的“金鹅”。

那要在 7 年内实现财务自由，具体要如何才能做到呢？这就需要运用四大策略，分别是：

第一，按一定的比例储蓄金钱。收入的 50%

第二，用这些储蓄资金进行投资。

第三，想办法提高收入。

第四，从每次增加的那部分收入中，提取一定的比例进行储蓄、投资。

我们先来看第一种策略，储蓄一定比例的金钱。现在好像很流行一种观念，就是“钱是赚出来的，不是攒出来的”。特别是很多媒体、平台到处都是广告，都在宣传如何进行消费。很多人提起攒钱、存钱，都觉得好像那是我们上一代、不会享受的人干的事儿。对此，作者指出，使人变富有的，不是收入而是储蓄。如果

是月光族或者是卡奴，每个月的收入都用于吃喝玩乐、旅游享受，周而复始，即使挣到足够多的钱，也无法实现财务自由。因为随着收入的增加，水涨船高，生活水平就会提高，支出也会增加。久而久之，自己依旧是一台赚钱机器，而无法拥有一台赚钱机器。

这就涉及到了我们要说的第二个策略，投资。因为只靠存钱是无法让我们在短时间内变得富有的，而且我们的最终目的是为了实现财务自由，能够更自由、灵活地运用金钱。有了一定的资产后，用投资所得去消费，而不是一味地压制自己的消费，把自己变成一个守财奴。

要进行投资，我们就要先搞清楚什么是投资？什么是债务？区分它们的关键在于，金钱是流向你还是远离你？如果金钱流向你，那就是投资；反之，如果金钱溜走了，远远地离开了你，那就是债务。

第三个策略是增加收入。在当今这个多元化的世界，只要肯动脑思考，你就会发现，能使收入增加的方式还是很多的，就靠大家八仙过海，各显其能了。作者的建议是，找出你的天赋和热情所在，然后给自己订一个目标——3年后成为你所在领域的专家，并朝着这一目标努力。要做到这一点，有一个绝佳的技巧，那就是：假设现在就是3年后，你已经成了所在领域的专家，你可以给自己写一个广告，对自己进行宣传，向大家介绍你的产品或者是所能提供的服务。这样一来，你就能从客户的角度出发，考虑到自己的优势所在，同时也能意识到如何最大化地满足客户的需求。在写广告的过程中，你或许就能确定自己到底喜不喜欢这一领域，如果真的确实不喜欢，就可以尽早转行，选择别的领域。与此同时，你也可以寻找其他的收入来源，逐步将你主要的精力都集中在收入丰厚的工作上，逐渐减少收入又低又耗时的工作上。

一旦你发挥所长，增加了收入，那就执行第四种策略，把增加的那部分收入按照一定的比例进行储蓄、投资。如果你的欲望不高，依旧保持原有的支出水平，除了拿出一些钱作为对自己的奖励，那你就可以把增加的所有收入都存起来，就当你从来没有得到过这笔钱，然后拿这笔钱再进行投资。在具备了相应的投资知识之后，投资得越早越好，因为复利的魔力大到惊人。而影响复利的两大因素就是时间和利润率。比如说，假设年利率为12%，如果你从30岁开始每月存200块并投资，那等你65岁时，也就是35年后，你就会拥有100万；如果你从55岁才开始存款、投资，要想在65岁时，也就是10年后拥有100万的话，那每个月至少要存5000块才行。

而且，要实现财务自由，最好遵循“一半一半”的投资原则，也就是一半用于中风险投资，一半用于高风险投资。多学习，多实践，或者拜成功者为师，进行投资。你所饲养的金鹅越多，它们下的金蛋就越多。也就是说，你所能用于投资的资金总额越大，你越能尽快地实现财务自由。这样的话，或许根本用不了7年的时间，就能实现财务自由了。

方糖先生分享：记一次灰产创业史

警告：篇幅过长！篇幅过长！篇幅过长！

事情要从 17 年下半年讲起，那时面临各种经济困难，买房、买车、结婚，所以赚钱的欲望相当之强烈，然后媳妇在我的鼓励下跟着别人开始学做微商，具体电商名称就不公开透露了，销售模式就是每个人都是店主，自己买省钱，卖给别人赚个佣金，最主要的赚钱手段是发展下线，让自己成为主管，可以每个月拿工资，收入就很可观了，当然目前我媳妇也没有成为主管（捂脸）。

以上都是开场的废话，有一天，我媳妇问我能不能帮她解决买号难的问题（PS：此处解释下买号难这个词，她所做的微商有个漏洞就是每个新用户会有 10 元全场抵用券，所以她每次下单的时候都会找个新手机号注册再买，周围人借完了，发现微信上有人再卖，一次性给你手机号+验证码，你只需要输入上去直接点登陆即可，但是有个问题，交易模式是发红包，等对方接收后再给号，所以经常这边着急下单，那边卖号的不在线之类的，从而错失了一个卖出去东西的机会），起初我是不屑于做这种事情的，但是身为一名爱折腾的程序猿，面对媳妇提出的这种需求，必须满足啊，于是乎我开始研究什么渠道可以弄到有效的手机号。

于是乎，我就开始了寻号之旅，什么淘宝、咸鱼、论坛啊，愣是没找到，真是印证了一个道理【隔行如隔山】【信息的重要性】，断断续续找了大约三四个月，时间都来到 18 年的 2 月份了，终于让我在谷歌搜到了一条有用的信息，某某验证码接收平台，下载下来用了才知道原来之前寻找到放心都是错的，其实百度搜索验证码接收平台就能出一大堆信息，但是那时候只知道搜“手机号”之类的信息，又印证了一个道理【方向的重要性，跑得越快，方向的重要性越大】。

接下来就是我媳妇每天不断地找我要号... 要码... 要号... 要码... 要号... 要码...，身为一名合格程序员面临这种情况必须要有一个意识，重复劳动太多，需要抽象，所以接下来就是意料之中了，写段代码，从接码平台取号，抓包得到调某电商的获取验证码接口，然后得到验证码，最后给媳妇，大功告成，顶多封装一下，比如搞个 app 或者小程序之类的，当时也的确是这样，做了个微信小程序给媳妇，顿时得到媳妇的大赞，也惹来了媳妇同行的各种羡慕，时不时的还会找我媳妇买号，但是，如果你认为故事到此接收了，那就错了，这么快结束了，怎么值得我拿出来分享呢。

因为大家经常找我媳妇买号，我又萌生了一个想法，如果我把这个工具产品化了，让每个人人手一个，充值-下单-取号取码一条龙服务，大家都能自助了，岂不是更好，想到就做，我开始找媳妇了解她们这种需求的市场有多大，得到的信息是，全国有三四百万的同行，其中有百分之三十左右有这种需求，剩下的百分之七十要么嫌弃流程复杂容易丢失客户的立即购买欲，要么压根不知道有这种好事。得到这个消息我就估摸了下技术实现和利润之间的比例，算下来是大赚的，一个手机号+验证码 1-2 毛，市场价是 1-2 元，完全是百分之一千的利润，足矣牵动任何资本家的神经了，更何况我这种穷屌丝。

下面就是做一个产品的流程了，之前没有独立负责过一个产品从无到有的过程，只是负责整个服务端的开发架构之类的设计，所以这个过程还是蛮波折的，最初设想的是做一个大而全的产品，不仅限于某电商的业务，几乎只要是接码平台能做的，我这里设好对应的配置，都能让真正的需求用户自助取号取码，到后期的客户资源单一以及运营复杂，进而转为某电商的专用产品，最后到某些事先预想的设计接口，在项目黄掉后都没有使用过，亲身体会了几条心得【切莫过度需求（主要就是浪费工作量）】【没有一次设计就完美的系统，给重构留点余地】【有客户了才有需求，有需求了才有设计】

从系统的架构、模块、编码到小程序的页面设计与实现历时大约一个月，每天晚上都是工作到3点左右，就这样把一个产品做了出来，为什么选小程序是因为APP开发周期长，WEB页面体验差，同时做微商的都是用微信，平台好，我给这款产品命名为“糖果码”（产品图在文末张贴）。

哈哈，因为当时跟媳妇讨论未来的娃叫什么好听，一致觉得叫糖果好听，同时那段时间决定要娃了，目前小糖果已经20天，看着她一天天长大更加坚定了实现财务自由的理想。有跑题了，在这期间发现好多技术工作中都没有涉及，都是一边学一边做，理念思想也是再不断的蜕变，目前回头看，自己的大多数技术好像都不是在工作中学会的，都是私下折腾学会后，在工作中加强，所以同为搞技术的同学们，一定要私下多折腾，学到手才是自己的。回归主题，东西出来后，我先找了几个我媳妇关系比较好的同行进行测试，达到的一直反馈就是NB，颠覆了他们对程序员的认知，单身的表示都想找一个程序员老公，哈哈。

因为微信支付必须有营业执照等东西，为此也研究过好久的微信、支付宝等第三方支付平台，基本原理都是通过设备物理监听支付宝、微信APP的到账通知等手段，而且手续费颇高，最终支付只能是通过一个管理端的小程序来手动充值，然后开设了一个客服微信，转账后客服充值，在一段时间的试运行后，就开始宣传+运营投入正式使用了，主要宣传手段是在通过主管级别的微商向下推广，现在想想当时推广的手段也不够高明，没有给予推广人太多好处，只是给他们冲了点值应该是诱惑力不足，前期用户量一百多人，每天的售卖量在三四百个号，利润也就几百块，所以我当时每天晚上为了增加用户量，就群发消息搞活动，智力抢答，随机抽奖等，在微信客户中选取十个人赠送10元充值金额，效果反响还是比较大的，我觉得这个推广方案当时做的不错，为后期的几个爆炸式增长埋下了伏笔

因为是小程序可以被分享，一旦分享某个群就会增长一波用户，因为服务态度好，价格比手工卖号的便宜几毛钱，而且自助取很方便，大家都乐意积极分享，最高的时候一天增长近百人，停服的时候用户数在2585，因为存活时间太短，也是入行太晚，有很多也是做卖号的已经做了一年多了，而我最终只做了不到2个月，最多时候一天2000多，总共盈利在四万左右，有时候还会跟我媳妇调侃说，如果我早开始做一年，估计能全款买套房了，为什么停服是因为那段期间某电商直接取消了新用户赠送10元的活动，所以被迫停了，不过后期又变成了两个5元的，大家的热情明显下降了，再加之太占用时间和精力了，收入和付出比例降低了，就没有再开服糖果码。

说到占用时间和精力，某电商早已意识到有人薅羊毛，所以他们的技术部门一直不断的升级防御手段，同时又要保持新用户的 10 元优惠政策，那段时间基本就是三天一大改，两天一小改，接口变动、设备绑定、IP 限制、店铺号绑定等一系列问题，那叫一个兵来将挡水来土掩，见招拆招，心力憔悴，估摸某电商负责注册业务的部门也是这种感觉吧，其实后来一直没想明白的是，他们为什么不加人机识别类的验证，从始至终他们都没有添加过人机校验的手段，可能是产品对于一个产品的坚持吧。

同时这期间也插播了几个人物故事，觉得篇幅太长的可以直接忽略了。

人物故事 1：小康，江西的一个在校商学院的大学生，卖号期间认识的，同样是卖号的，认识我之前手工卖号的，认识我之后，跟我合作，他找号源（找码平台也需要卡商提供号码，不同码商提供的号码质量不一致，需要甄别，后期我们是直接找的大卡商，直接对接他们的 API，撇开了找码平台这层中间商），我负责技术维护和提供服务器，客户是各自的，每个号码我抽他一毛钱，期间有愉快，有不愉快，不得不感慨现在的年轻人思想更活跃，还是需要跟年轻人多接触，最后停服的时候，好像还欠我 380 块钱，哈哈，鉴于是学生，而且他客户的钱也都退干净了，小孩脑子活，但是人不坏，也就不追究了。

人物故事 2：安逸、邂逅，两个人是骨灰级别的灰产业链贩子，认识期间主要贩卖某电商的号码，基本靠此维生，他们曾经也捣鼓过各种软件来提高生产力，手工发号的话一天全职撑死了发 3000 个就不错了，直到遇到了我的软件表示这基本就是他们想象中的东西，但是比他们想象中更可怕，拥有可怕的传播速度，他们担心他们的客户被我的软件挖走，他们就没有经济了，所以他们选择不跟我合作，而是对抗，后来邂逅根据我的软件花钱找人做了一款 PC 端的软件，用于快速出号，然后招募代理（微信手工发号的人）帮他卖号抽提成，而且运营期间，有人通过糖果码的微信快捷登录入口攻击过糖果码，我猜测可能是邂逅找人干的。

人物故事 3：石头，一个电脑城的店主，贩卖电脑的，偶然期间（比我早了一年半）接触了某电商的这个新用户漏洞，开始做这块灰产，头脑灵活，市井气十足，刁钻圆滑，认识我之前，自己找人做过 Android App，功能单一，只是转发找码平台的接口，后来通过他的一个客户发现了我的软件，联系到了我，表示想合作，最初拒绝了他，因为觉得这种人跟自己不是一类人，不适合合作，但是后来出于有钱不赚白不赚的想法就合作了，停服的最后还坑了我 4000 多块钱，同时，他下面客户的钱他也全坑了没有退款，导致一部分人还找到了我这里找我要钱（捂脸）。事实证明【选择臭味相投的人一起合作更明智】。

人物故事 4：大卫，遇到第一个大卡商，可以直接提供 API 对接的，绕开找码平台，深圳灰产创业者，成立了公司专门做注册业务的号码售卖，合作期间聊过不少行业的动态等，也对他们的系统提出了几点意见，算是彼此合作愉快，但是由于他们的系统能力，导致很多卡收不到验证码，遂放弃了合作，之后还联系过几次。

人物故事 5：人人，另一个大卡商，准确的说，他是某个超大卡商的服务人员吧，触及到他这一层基本就触及到了顶层了，很多小卡商都是从他这里分包卡出去

卖，我们当时的量可以做到每天卖五六千个号，所以直接对接上了他的 API，后期全都是对接他的资源，在停服的时候，还担心我会不会跑路，当时应该支付给他 10000 左右的费用，具体数字支付宝支付记录有，懒得去翻了，哈哈，不知道是出于道德层面还是良心层面，被别人坑了好几千的情况下，我仍然如数的支付给他了，当时的想法就是【不能为了钱出卖自己的价值观，这些东西一旦你自己不珍惜了，后期用多少钱也是买不来的】，希望这也是对大家的忠告。

所有的 API 对接都是预付款+当天结束后清账多退少补的结算方式，所以当时的状态基本都是每晚 12 点，查看糖果码的系统统计，找人人清算，然后拿着统计分别找跟我合作的对象清算，除了小康、石头、还有几个小合作伙伴，再次不列举了。

整个创业过程虽然只经历了 2 个月，但是期间发生了太多的故事，无法通过一篇分享说清楚说明白，后续也期待跟大家一起讨论，碰撞。每次我跟我媳妇遛狗（大金毛，名字叫大毛，超傻超憨）聊天的时候，我们都会讨论一些比较有深度的话题，【人生一定要求变】当你觉得你的人生已经平静了，想办法折腾起点浪花，只要变就会带来可能性，正如我媳妇做微商，她没成功，我倒是因此赚了一笔。

除了做糖果码之外，还会接点私活（目前还有一万多的私活钱没要到），帮朋友运营个公众号（自行车类的），因为我平时的一个户外爱好就是骑行，所以，虽然是免费帮他做，他也给了我不少好处（自行车、装备啥的）。回顾 14 年毕业到现在，在一个二线城市目前好像已经达到了走技术路线的瓶颈，正在朝着技术 leader 转型，打算等糖果长大一点，去一线城市继续打拼一番，期待结实更多志同道合，相互欣赏的朋友，未来的路还好长，能结伴同行最好。

以下是糖果码截图，只能 9 张，挑着截了几个呲牙，logo 我自己设计的，霸不霸气，哈哈。

附个人微信，请见知识星球。

不负此生分享：一个自己第一次的赚钱案例！

记得大三时候出去实习，我们数学院是在武汉的一个培训机构学习一个月，主要是学 Python 及大数据基础。说是实习，其实是没有工资的，毕竟是别人给我们上课，怎么还会给我们发工资！

我爱学习，晚上回来便会看腾讯课堂的 Python 课程直播，重要免费！顺便说一下，腾讯课堂直播的套路就是：直播免费课程质量非常高，然后后面付费课程质量一般！有一个直播老师说去年也就是 2016 年，有一个学生，自己做课程，月入上万，当时我就心动了！

当然，这只是当时的一个想法！

1、着手开始做

回到学校后，我就开始着手自己的这个事情，选的是我自己自学了 2 年的一门语言（并不是 Python）。做课程资料，写代码，因为作为一门课程，需要保证他的完整性，我把书籍翻了出来，准备了一个比较完善的课程大纲。

一边录制，一边往网易云课堂上传，大概每天花 4 个小时的样子，花了半个月，应该是 60 个小时，68 节课程，完毕！

2、推广

我以为课程只要上传到互联网就好了，就会有人购买。然而，并不是这样的。网易云课堂等等，这些在线课程会按照销量、评分对课程进行展示、曝光。新课程曝光度很少，怎么办？

互联网真是一天一个样，2017 年还算传统，qq 群还比较受欢迎，像现在 qq 群就用的少了，主要转移到微信群。我主要进入各种 QQ 群，给别人解答问题，在群里搞好关系，跟群友打成一片，这样打广告别人才不至于踢你出去，发链接，通过 Python 脚本发群邮件等等。很是狼狈！

价钱，开始是 1 元，然后随着人气增加涨到 68 元，2 个月后，购买人数，达到 300 多，我将课程定价为 110 元，不再修改了！

当时，我也开通了我的微信公众号，通过微信公众号写文章，推广课程，效果也明显上升！

失败的推广：当时注册了知乎，和天涯，上去就一个二维码，链接，结果被知乎永久封闭，天涯封闭 20 年！其实，像知乎这种，可以通过回答问题或者写文章，暴露链接也是好的，直接暴力推广是不行的，我反思！后来，我又办了个小米电信号，注册了知乎和简书。

3、营销策略

我发现，网易云课堂对课程会有一个按照评分排名，并且优惠券是可以全额的。于是，我用手机号，注册了 10 个 QQ 号，QQ 号又能注册其它号，这些号都是能登陆网易云课堂的。登陆后，领取全额优惠券，等于免费，然后评价：★★★★★，经过这一波操作，我的课程在评分这个维度上顺利排到了第一。

随着排名的提升，购买量也会上升，销量这个维度经常在第一、第二名徘徊，评分维度排名第一。有时候，一天也能成交个 3 单，3*110 元，评价下来，一个月大概有 3000 元的收入吧！

两年前的事情了，具体中间的过程，也就能记得这么多了！

4、我明白的道理

通过这个小案例，现在想想，感悟有一些

1)、营销手段（方法）很重要；2)、远大越强，越小越弱；强者只会越来越强，弱者只会越来越显得弱小；

现在，我已经工作了（其实，我是个程序员！），当然还是以工作为重，这门课程依然好评如潮、销量不错。可以说，躺着赚钱；当然了，就是每个月生活费、房租钱，都是小钱，不多！

这是我的一个真实例子，应该算是我人生中第一次自我提升，喜欢或者说习惯发现、思考各种工作之余、下班回家可以挣钱的一些方法，主要包括对钱的渴望，对事物的变与不变的一个态度。

这个经历、习惯，这也为我日后，喜欢折腾、做事，做了一个铺垫！

我会，加入大佬的圈子，学习、交流赚钱方法！别人的 idea，可以借鉴，不可复制！重要的是自己的对于现在、未来，有意识或者无意识的思考和准备吧！

机智

打了这么多字，我顺便，推广一下自己的公众号不过分吧，不过分的话，那我说了，公众号名字：数据分析挖掘与算法

其实，大三开始做公众号，一口气申请了 3 个，当时做的很慢，现在想想，做事还是要讲究方法。后来工作转行大数据了，也没有时间做了！就这个公众号一直维护着，长大的很慢，不过我一直在坚持！

2019 年最大的两个感悟：1)、坚持做一件事情，1 个月，3 个月，很简单；但要想坚持半年、一年。。，真的很难。2)、谁都想努力，但是，方法很重要！

人活一世，草木一秋，没什么敢不敢做的，也没什么敢不敢想的，加油！机智

《程序员的成长课》作者安晓辉的副业故事

微笑邀请我做“就聊挣钱”的嘉宾后，一直没敢说过话。最近在写新书，梳理了我做副业的过程，趁此机会，分享给大家。

从 2014 年中到 2017 年中，这三年多的时间里，我本职工作表现优秀的同时，还做过下列 8 类副业：

1. 写书

2. 视频课程
3. 顺风车
4. 公众号
5. 语音问答
6. 知乎 Live
7. 视频直播课程
8. 职业规划咨询

一个一个给大家简单介绍下。

1) 写书

2013 年下半年，我恢复了技术博客的写作，没多久，有一篇写 Qt on Android 的文章引起关注，电子工业出版社的一位编辑联系我出版相关图书。

当时我还在上班，但我是爱技术、爱写作的人，就一口应承下来，然后开启了写书之旅。

在 2013 年 12 月到 2014 年 9 月份这段时间，白天上班，晚上写代码写书，早起写代码写书，周末写代码写书。每天睡觉时间不到 5 个小时，坚持了 10 个月，体重从 140 来斤瘦到了 126 ！最终一个人靠着死磕到底的“二货”精神，用业余时间写出了两本技术图书：《Qt on Android 核心编程》和《Qt Quick 核心编程》！

这两本书的版税有 5 万左右，算是我第一次相对有规模的副业收入。

2) 视频课程

我写完书之后，琢磨着有人可能更喜欢边看视频边跟着练习这种学习方式，就在 2014 年底到 2015 年上半年集中精力录制了 5 个与我的书有关的视频课程，3 个收费的，2 个免费的。录制完成后，放在 CSDN 学院和 51CTO 学院这两个技术类的平台上销售。

我没有做任何营销，全是由有需求的用户直接搜索到我的课程，然后购买。到现在，四五年没更新过课程了，每个月还有一些销售。

2015 年，我因为工作关系，学习了 Node.js 等新技术，又录了一些视频课程，放在平台上销售。

3) 顺风车

2016 年，我上班地点是在西安的神州数码科技园，丈八四路和锦业路十字西北角。我住的地方，在科技路和高新四路十字西北角，离上班地方 7 公里左右。

我每天开车上班，带上我媳妇，后排空两个座位。我就琢磨着试试顺风车，上班拉一单，下班拉一单，合计 20 块左右，一天的油钱绝对包住了。

于是我就注册了滴滴顺风车，上下班时拉人。拉了 3 个多月，每个月赚 4、5 百块，可以包住油钱，不过后来因为时间成本以及老带着媳妇兜圈圈引起不满，放弃不做。

4) 公众号

2015 年 5 月 9 号，我开通了自己的公众号“程序视界”。一周更新 3 篇文章，慢慢做，到现在，将近 4 万关注。

公众号会有 4 类收入：软文广告、赞赏、流量主、销售返佣。

我的公众号比较佛性，软文广告较少。^_^

5) 语音问答

2016 年 5 月，分答横空出世，我迅速注册了账号，开始了疯狂答题之旅，到 2017 年 7 月初，回答了 4800 多个问题，收入有一万出头，排名冲到了职场类 TOP 10。

后来我转移到值乎上来回答问题，因为它可以一次提问，6 次追问，更像微咨询，能更好的解决问题。

6) 知乎 Live

2017 年初，我开始做知乎 Live，主题大多围绕着软件开发者的职业规划进行，到 2017 年 8 月份，开发了将近 20 个 Live。其中有一个 Live 叫“业余时间赚钱的 6 种策略”，成为爆款，到现在为止，卖了四万两千份，单课程销售额超过 40 万元！

我摸索出了一套开发知乎 Live 的方法，感兴趣的小伙伴，可以向我提问，或者单独约我聊。

7) 视频直播课程

前面提到我从 2017 年初开始讲知乎 Live，那时讲的第一个系列，是“程序员的精进”，分三次讲完。

后来觉得“程序员的精进”这个系列 Live 很多东西还可以再挖掘，讲得更细一些，我就打算重构一遍。于是我撰写了 PPT 讲义，分成三次内容，在斯达克学院和 CSDN 学院直播，每次一个半小时左右。

再后来还做过一些别的视频直播课。

8) 职业规划咨询

我在 2015 年时系统学习了职业规划技术，拿到了中国职业规划师的资格证。2015 年 3 月份，“在行”平台上线，我以“图书作者+职业规划师”的身份，申请成为了在行的行家，开始通过在行 App 为开发者提供与生涯规划相关的咨询服务，比如职业规划、选择 Offer 等。

到今天，使用在行 APP 完成了 87 次咨询生涯相关的咨询。如果你有生涯方面的问题，可以到在行 APP 内搜索“安晓辉”，付费约我。

这就是我一路走来的副业故事。非常幸运的是，副业虽然在时间上给我带来了较大的压力，但却给我带来了更多的收入，重构了我的收入结构，帮助我走出了“晋升无望，收入见顶，而开支直线上升”这种困境，让我有了更强的自我效能感和财务自信。

Iyhjiang 分享：我是如何历时 8 个月通过劳动仲裁拿回拖欠工资的

在上一篇帖子中 <https://t.zsxq.com/FU7YrFi> 说到了我曾经经历过拖欠工资，然后通过劳动仲裁，拿回拖欠工资的经验，下面有球友评论说，想知道具体的过程，以及如何取证的，那我就整理一下当时的过程吧。

升职加薪的经验我不多，但是劳动仲裁的经验倒是有一条。这一条希望球友们都好好看一下，万一用到的时候，能帮你剩下很多麻烦。但是希望，最好别用到。

以下称该公司为 A 公司，
该公司老板为小 B，

我是 2013 年 2 月份入职 A 公司，入职时候谈的工资是 9k，但是签订的合同上是 3.5k（这个可以理解，一般小公司为了避税都是这么做），2014 年 1 月，过年之前，A 公司因为经营不善，资金困难，工资只发了 3.5k，年后回来，2 月 15 号，工资没发，然后 3 月初，工资还没发。

这时候就有点慌了，房租都快交不起了，开始投简历，找下家。然后一周的时间，找到了工作，开始办理离职手续。

办理离职手续的时候，跟 A 公司的老板谈，剩余的工资怎么办？他说「你放心，这个不会少你的，等公司度过了这个困难阶段，工资就会发的」，听到了这番话，当时年少无知的我便相信了，也没想起来要个工资单和欠条之类的。

6 月份，入职新公司的三个月后的某一天，忽然收到了一条短信，「您尾号 xxxx 的卡，入账工资 4 xxx 元」，当时跟 A 公司的财务 QQ 上问了一下，这个工资好像发的不够啊，得到的答复是「这就是剩余的所有工资」。

当时我就纳闷，按照月薪 9k，总共拖欠了大概有 40 多天的工资，应该是一万两千左右，怎么四千多块就说是发完了。

于是跟小 B 联系，发 QQ 不回。第一次打电话，有人接，说自己在开会，有点忙，让我待一会再打过去。

晚上 7 点多，琢磨着应该有时间了，打过去，没人接。

第二天继续打，又没人接。

然后换了个手机号打过去，接了，说清楚情况后，小 B 说，我这会儿在外面呢，你待会再跟我联系吧。过了两个小时，又打过去，还是没人接。

心想着，想和解，看来是没希望了。

于是开始百度搜索如何要回拖欠的工资。

通过网友们提供的方法，打通了 A 公司所在区的「劳动监察大队」的电话，说明了情况后，让我过去把相关的资料提供一下，主要包括「劳动合同、工资流水、离职证明等」。

提供完之后，劳动监察大队的人，去了 A 公司，试图调解一下，看能否达成和解。但 A 公司的人，一口咬定，「工资已经发放完毕，不存在拖欠工资的问题」。

后来，我问劳动监察大队的人，这种情况下应该怎么办。他们说，你这种情况不太好办，按照签订的劳动合同，确实不存在拖欠工资的情况，要不，你申请劳动仲裁吧。

于是，我又拨通了该区（拱墅区）的仲裁委员会的电话，不过那边说，A 公司注册地址不在我们区，你应该打注册地所在区的电话。然后网上搜到了，A 公司注册地址在西湖区，打通了电话后，说明情况，那边工作人员让我带上相关的资料，约了个时间过去。

到了那边，让我填了个「劳动人事争议仲裁申请书」，把基本情况填上，请求事项，事实和理由以书面的形式写上。然后把相关的证据「劳动合同、工资流水、离职证明，QQ 聊天记录（以图片的形式打印出来）」提供出来，（如果有录音的话，也是可以提供的，需要录音文件拷到 U 盘中，然后录音的对话内容，文字打印出来）。

当时是 8 月 19 号，提供完了之后，给了我一份「仲裁告知书、受理案件通知书、举证通知书、开庭通知书」，让我回去等待开庭，开庭时间为 10 月 9 号（因为需要劳动仲裁的人比较多，所以排期只能排到 10 月份）。

到了开庭日，仲裁庭里，A 公司的财务就在我对面坐着，仲裁员跟书记员在台上坐着，然后开始陈述证据。

中间的过程已经记得不太清楚，依稀的记得，A 公司财务提供的证据是，我 13 年 12 月份到 14 年 3 月份离职期间，总共请假了 3 天，违反了公司的规章制度。

工资组成是 3500 的基本工资，加上 5500 的绩效工资。因为违反公司规章制度，扣除绩效工资，所以，工资已经结清了，不存在拖欠情况。

我 TM...

最后的结果，当然是我胜诉了。然后宣判 A 公司 15 个工作日之内，结清我的工资。如果超过规定时间，由法院强制执行。

过了 20 个工作日，我依然没有收到拖欠的工资。

于是，我带着「仲裁判决书」以及相关资料，来到了西湖区人民法院，填写相关资料，申请「强制执行」。

资料提交上去，过了大概一周多，一位西湖区人民法院的法官给我打电话，说查了 A 公司的相关银行账户，发现都没有钱，也没有发现固定资产。

这时候我从前同事那里得知，A 公司已经换了个名字，但是办公地址还在老地方。我把这些信息告诉了法官，法官说，那我再帮你联系吧。

11 月份的一天，我正上着班，突然接到法官的电话说，A 公司的法人，小 B 现在已经在我办公室了，你过来一下吧，给你们把事情解决一下。

我坐了 1 个小时的公交，到达了法院，在办公室里见到了素未谋面的小 B 以及财务，小 B 在法官面前表现的很可怜，说，公司确实遇到了经济困难，不是真心的想拖欠工资。

然后法官说，行，那你看着解决一下吧，小 B 笑呵呵走过来，对我嘘寒问暖，问我现在工作怎么样，经济上有什么困难吗？然后从一个牛皮纸包里，拿出了一沓钱，让我点一点。

我查了查，一分不少。

心想，早知如此，何必当初呢，本应该早点处理好这个事情，非要弄到法院来。

自此，历时 8 个月，我终于拿回了我应得的工资。

分享几个要点给球友们：

1. 要使用合法的手段，来保护我们的合法权益。不要去原公司闹事，不但解决不了问题，很有可能你从受害方变成了施害方。
2. 自己应得的权益，一定不要怂。搜集好相关的证据，不要相信口头上的承诺，要相信白纸黑字的证据。
3. 保持一个冷静的头脑，遇到事情，利用好搜索引擎来解决。

明白分享：如何找流量

以前做程序员的时候，做过一个项目，但是当时只有技术思维，完全不知道做好后，该如何找到用户，于是项目最后就垮了。

这就涉及到一个问题，如何找流量。

如果你有好内容，就一定有流量。如果没有好内容，可以换个思路，借助好内容的势能来给自己引流。

今天要分享的一个就属于这种，题目：

《可复制，零门槛——如何借别人的流量，打造一个稳定的被动收入系统》

星球的精华帖内容真是太高了，各种类型的赚钱案例都有，小程序、新媒体、淘宝客、微商、电商，真的让我学了到了很多。我前几天在网上看到一篇文章“钱不亦真”啥的，里面讲了很多创业思维和方法，我室友用这个方法，短短两年就买了房，我现在也在学习里面的知识，真的是颠覆我的认知，想看的朋友可以百度索下，感谢微笑老师建立的平台，感谢大家的分享。

———分割线———

上面的那段话，是我瞎编的。
大家不要真的去百度搜索。

这个帖子不是标题党，开头的那段话是编的，但是和帖子内容有关。

这个帖子分 3 部分：

- 1、分享一个引流案例
- 2、拆解案例流程
- 3、如何复制这个模式，让自己获利

下面开始正文：我在简书有篇文章： 如何只花 30 分钟，复制时间，轻松赚取被动收入？ - 简书，这篇文章阅读量不错。

我一个习惯，每天会点开简书看一下数据，这篇文章几乎每天都有人来点赞，也有很多评论。

除了正常的评论，经常还会有一些来引流的，
比如「关注**公众号送**」
或者「加微信**送**」
或者「点击**送**」
碰到这些评论，我肯定就删了。

但是前几天，我碰到一个评论，第一次我看到后，觉得就是正常评论，然后就没管。

后来，又有一些引流评论，我删这些引流评论时，又看了一眼之前那个评论，谁知道让我发现一个特别牛逼的引流套路。

那个评论见图片 1，大家先看下，能发现什么？

是不是很熟悉？

对，我最开始那段话，就是参照这个评论写的。

后来，我也走了一下这个流程，下面给大家复盘一下：

- 1 百度搜索「诸葛飞冬网络笔记」，然后出现图 2
- 2 可以看到，百度结果首页，都是关于「诸葛飞冬网络笔记」的新浪博客。标题也很诱人，让人有点击的欲望。
- 3 我们点第一个进去，会到他的新浪博客目录页，见图 3，里面还是一些文章。和图 2 差不多。
也就是无论我们点击哪个，最后都会达到他的博客文章。
其中有个标题「按照我说的做项目，你一定能赚到钱」，这个最吸引人，大部分人都会点进这篇文章里。
- 4 我们点进文章，最开始看到这么几句话：

“人活在这个世界上，第一大事就是赚钱，不停的去赚钱。
懂的越多，越不喜欢说话，越不喜欢跟别人解释和说服别人。
我分享的文章，你喜欢看就看，不喜欢看，爱咋咋地。
我的文章只为了吸引认同我的人，真正懂得感恩，努力上进的人。
一个项目，不停的去做流量去推广，死磕三个月，笨一点的，一个月挣个五六千。
聪明点的，也有好几万。
在互联网赚钱，就要卖低成本项目，在未来挣大钱的，都是卖服务、卖精神需求的产品。”

这些文案很厉害，既吸引你，又不是一味迎合你，让你感觉他是真的好。

再往下，是一个闪亮的图片，有个明显的箭头指向一个超链接，见图 4。这时候如果你点进去，就到了他的网页，如果你

如果用户还不是很相信，会继续往下看，
再往下，还是一些文字，这些名词一看就很厉害，
比如：细分市场、提炼卖点、大胆承诺、不停创新，
这就更让人相信了。
在往下是一大堆空白
在是一些凑字数的小说。
我们不去细究，回到上面的超链接，我们点进去。

5 点进超链接，我们就到了他的网站。图 5。
内容也很简洁，引导加个人号，要求备注，然后会给你发笔记。
(可能其他地方还有不同的备注，这样可以区分不同渠道)

6 我加了个人号，备注“诸葛”，过了一会通过。他发了一段话，图 6
大意是，发个红包，给你发更高版本的笔记。

看了下 PDF，大家可能都看过，就是逆向思维那种，还是讲《天道》这部电视剧，我在其他很多地方都见过这个笔记。

如果没有很好的经验，我建议还是别看这个，容易被误导。

到此，我没有再往下走了。因为天上不会掉馅饼，别人赚钱的方法，不可能教给你，如果大家有兴趣，可以去走下流程体验一下。

从一个文章评论，引导加个人号，这已经是个很成功的模式，至于个人号卖什么，就和文章类型有关了。

我们来详细分析一下，他的整个流程，再看看我们该如何借鉴。

1、他为什么会去我的文章下面评论？

我的这篇文章是：如何只花 30 分钟，复制时间，轻松赚取被动收入？ - 简书，对文章感兴趣的，应该都是对赚钱感兴趣的，所以他的留言，图 1，也是吸引这部分人的。

他不用自己生产内容，只需要借别人的流量，给自己引流，这个方法很妙。

2、他能得到什么？

他在一篇文章下面留言，假设自留言开始，

这篇文章阅读数 3000，留言就有 3000 次曝光。

假设留言文案 10% 的转化，就是 300 人会去百度搜索，然后进去你的网站。

假设网站文章引导加微信有 10% 的转化，就是 30 个人会加到你的微信。

如果找 10 篇、100 篇这种文章呢？

涛哥说，能跳出一个环境到另一个环境于你发生链接的，都是超级用户。

从文章 ——> 百度 ——> 网站 ——> 微信

这个是不是该叫超超超级用户了。

而且这个是精准用户，

你去赚钱类文章留言，引来的是赚钱类人群。

你去育儿类文章留言，引来的是宝妈类人群。

你去产品类文章留言，引来的是产品类人群。

你去技术类文章留言，引来的是技术类人群。

3、他付出的成本是什么？

(1) 写一篇文章，霸占百度首页，这个后面讲

(2) 准备好一个留言

(3) 各大平台找「投放」文章

我们该如何复制这个模式，做一些其他事情？

1、你需要有一个产品，来承接用户，可以是服务，知识星球，课程，资料，用户加到你微信后，你有用这个来「留人」。

当然，如果没有产品，也可以。用户申请后，你隔 2 天在通过，他肯定不记得

当时为啥加你了，然后你就可以，哈哈哈哈哈。

2、你需要新造一个新词，这个词在搜索引擎搜不到结果，怎么判断呢？加上英文双引号，在谷歌搜索一下：比如图 7。

3、你需要找一个平台，然后写几篇文章，标题要包含你刚才造的新词，这样搜索引擎才能搜到这篇文章。

文章内容，和你的目标用户有关，这个需要自己写一下，然后放上你的微信号，放上钩子。

尽量长一点，搜索引擎收录的可能性更大。

去哪个平台呢？根据我不成熟的经验：新浪博客就很好，简书也行。

当然，你最好多写几篇，这样，搜索引擎的结果，全部都是你的文章，那就更好了。

提示：搜索引擎可能多一周才会收录，你可以随时百度你造的关键词，看看结果是不是你的文章。

4、你需要打磨好一个文案，用来去目标文章下面留言。文案里要包含你造的新词。

这个文案，决定了你的转化率，所以花多少时间都不为过。

大概形式，可以参考我开始的留言：

星球的精华帖内容真是太高了，各种类型的赚钱案例都有，小程序、新媒体、淘宝客、微商、电商，真的让我学了到了很多。（先夸一下作者和文章，显得自己认真看了文章，留言是和文章有关联的）

我前几天在网上看到一篇文章”钱不亦真”啥的，里面讲了很多创业思维和方法。（不要直接说，百度啥啥啥，间接一点）

我室友用这个方法，短短两年就买了房，我现在也在学习里面的知识，真的是颠覆我的认知，想看的朋友可以百度索下。（描述这个方法的优点，最后轻描淡写的来一句“想看的朋友百度下”）

感谢**建立的平台，感谢大家的分享。（再夸一下作者，结尾）

这个留言是核心，所以要多多打磨，花多少时间都不为过。

可能会被删，那就说明这个不适合，改进，再测试，删了再改，在测试，不要想着随便写一句话，流量就哗哗哗的来，没有这么轻松的活。

5、去目标用户的平台，用站内搜索，通过关键词找相关文章，然后在下面留言。

比如，去简书搜索「赚钱」，有 3w 多个结果。图 8

当然，其他平台，还有很多，新浪博客、知乎、豆瓣等等。

要找那些可以直接留言的平台，公众号就不行，因为需要作者精选才能看到。

要手工留言吗？可以。

有工具吗？百度搜一下，一大堆。我没用过，这个需要自己实践一下。

一些细节：

（1）案例里作者有个自己的网站，从新浪博客是跳转到网站，如果你没有网站，直接在博客里面放微信号，也是可以的。风险，就是如果被举报，可能会封号。但一般人不会被举报

（2）文章下面留言的话，你也需要申请一个平台的账号，可能会被举报封掉，没事，解码平台了解一下，1 毛钱一个短信，另注册一个。

这个方法，几乎没有门槛，如果说有门槛的话，就是执行力了。

其实再延伸一下，你会发现这种方式，在淘宝、微信都有相关案例。

当我们碰到一个很厉害的理论/模式/产品，一定要想一下，这个理论/模式/产品，能不能用到其他领域/场景/用户。理解这点，你会发现，互联网到处都是赚钱机会。

Brian 分享：TX 某内容开放平台短视频补贴项目

项目背景：

TX 某内容开放平台重点扶持 WS、Y 视频，拨大笔预算采买内容，以对抗 DY。
A 公司，网红直播行业头部。B 公司（本人曾就职），娱乐营销行业中上部。

前言：这是另一类“露露”的故事，关于短视频的羊毛之战。

对以下因素的领悟，是我最大的收获。它们亦贯穿于全文始终，是表象后最重要的原因。希望对大家有帮助。

1. 市场时机
2. 人际关系
3. 信息不对称
4. 预期控制
5. 最大化价值利用

正文：

某年二月，某内容开放平台开始进行小视频内容采买，在 WS 平台发布 15S 小视频，根据视频数据，最高每条补贴 3000 元。所有人都知道，这将会是一大笔羊毛，越早的人才吃到最肥的肉。所以，谁能在 TX 内部有过硬的关系，第一时间得知此消息，将会赚的盆满钵满。

三月，第一批供应商试运营接入。此时，试运营资格是核心竞争力。中小公司即没门路入驻，甚至方才听说这个项目。于是，获得资格的公司，开始疯狂做两件事，1. 招募小视频拍摄者（以下简称为达人）；2. 招募挂靠机构。

以 A 公司为代表，自身握有大量网红的直播公司，让所有主播拍小视频。B 公司等非网红为主营业务的公司，迅速组建运营团队，网上招募达人，吸纳挂靠机构。（当然这些 A 类公司也做，但因其本身招募能力较强，所以接收挂靠较少，毕竟，挂靠利润不高，风险也大）。

此时，TX 方面整体的系统还很烂。从递送达人审核（通过人工给对接人员发 Excel），到审核（WS 临时组成的审核人员，量多时甚至直接全部入库，不审核），到审核通过入库（经常会出现入库不成功，耗时一周以上的情况），都非常原始粗糙，漏洞百出。

谁能提供越多的人，谁就能赚到越多的钱。

为此，A 公司调整对外结算策略，将最高补贴提高至万元，同时降低其他档次的补贴。也就是说，它并非按照 TX 对供应商的结算标准，简单抽成后复用，而是建立了一套新的结算规则。B 公司发展异业能力，直播、舞蹈室、夜店、影视行业、学校，所有人会用手机的人，都可以是招募的“达人”。

这其中，运营的工作便是，

1. 招募：各个平台发私信，加微信，聊天（忽悠提交资料）；
2. 维护：不停催更已入住的达人。此外，还有一些小的技巧，激发所有人的贪欲，例如排名最高的达人，能够获得额外的奖金或者保底（其实都是假的，因为你怎么知道这个获奖的达人，不是公司本身的运营呢）。

四月，某内容开放平台为了冲全盘日产过万的指标，开放入住，疯狂接入了一千余家机构。WS 平台上充实着大量垃圾视频，因为绝大多数都是为了蹭补贴的账号，而这些账号，就是为了用最小的代价，获得补贴。十八线城市的宝妈、农村大妈、无业游民，什么人都有。而挂靠机构的层级，少则一两层，多则五六层。

300 块一条 TX 的补贴，经过层层抽成后，可能到达人手中只有 20 块。但这依然是钱，所有人都在看着 WS 前端数据，焦急的等待着结算补贴。

五月，某内容开放平台第一次对供应商结算，爆出欠薪新闻。

原因是结算并非以“前端数据”为准，而是 WS 后台“真实有效浏览数据”。而这两个数据，相差 20 倍左右。而供应商及其挂靠机构，是按照前端数据与达人沟通。

权游中小指头说，“混乱即是阶梯”，没错，此外，混乱也会带来财富。

其实整体结算涉及三种数据，“前端数据”（APP 中显示），“真实数据”（除去平台自身机器人），“有效数据”（真实数据的进一步筛选）。这三种类型，对于大部分从事这个行业，只有大专文化左右的网红运营来说，自己都搞不清，跟别提那些一心只想着赚钱的低文化网红了。

而这其中，除了“前端”每个人都能看到，“真实”及“有效”只有 TX 后台才能导出，且并不对外公开（涉及到核心机密数据了）。

也就是说，标准是 TX 定，是否达到标准，也是 TX 说了算。是不是很绝。

没错，从这个角度说，TX 想结算给你多少，就给多少，与你实际表现关系不大，且，这种做法合理合法。

那么，作为供应商，是否就处于绝对的劣势呢。

是的，相对于甲方来说，是不占优势，因为你的手里根本没有牌。

但是，相对于达人来说，你就占据绝对的信息优势了。因为“有效数据”，TX 作为结算依据只会给到你，不会有第三方可以查询到（内部有人除外）。那么，你是否要按照 TX 的结算数据，简单抽成后，给到达人呢？

99.99% 的公司不会这么做。因为这样利润率最高也就 20-30%。

我们要做的是，打造另一份“真实数据”，用来对达人结算。制造更多的信息不对称。

举个栗子，TX 给某达人结算 10000 元，如果按照 TX 的 a 数据版本，我需要结算出 7000 元，但仅仅 3000 元的利润怎么够呢。于是，我另造了一份结算数据版本 b，在此版中，某达人的数据下调 60%，这时，按照同样规则，我只要结算出 3000 元就够了。

同理，只要挂靠机构可以保证自己所拿到的数据不被第三方获取，就可以这么操作。

甚者，因为 TX 帐期跨度将近三个月，当你不拍/不合作时，其实还有两个月的补贴 TX 未结算，所以作为上级机构来说，最明智的做法就是，一分钱都不给你结算。

事实上，我们就是这么做的。

一个被招募的达人\机构使用期限大约为 3-4 个月(预期控制好的能有 5-6 个月)，会经历如下几个阶段：

1. 忽悠入住\合作：这点应该很好理解，不仅是画大饼，甚者就是欺骗，一切就是为了让你先提交资料拍视频；
2. 维护：催更，用他人案例吸引你，用不会被兑现的特殊奖金/保底诱惑，鼓励你发展下线赚钱；
3. 回流：第一笔补贴拿到手后，所有人都会不满意，会暂停拍摄。这时运营会不停安抚、鼓励、直到尝试让你继续拍摄，或者确认你不再合作。回流成功运营会继续维护，而失败则进行下一步；
4. 甩锅，废弃：运营将会把锅甩到 TX/上家机构头上，并表示自己如何亏损，已仁至义尽，最后与你同仇敌忾，安稳结束合作，以便下一次收割；

没错，肯定会有越来越多的人停止拍摄，所以机构需要做的便是，持续不停大量招募，以便补充机构达人总数。这期间，如果有任何达人投诉，公司在 TX 内部的人将会处理。

当然，后续因为能够被忽悠的人越来越少，TX 后台版权检测也越来越健全（之前靠盗版搬运视频的机构赚了一大笔），该项目的流水也就不断在萎缩了。

另，Y 视频项目也是同理，忽悠一些达人/机构拍了一些 PGC 视频，利润率 50%。

结尾：

我在 B 公司期间负责总操盘，总计流水百余万，利润率 90%左右（不计人员及固定办公成本）。而 A 公司营收应该过亿，利润千万级别。

离职后，我又自行入住，但失去了市场时机，同样的玩法，亏了 10 万。（有机会详细分享给大家）

光光分享：《揭秘“全网影视 VIP 卡”的背后产业链》

听王二讲述什么是「影视站」、「资源站」、「解析接口」、「影视 APP」，看看为什么王二说“做人要善良”。

王二是一家手机店的维修员，黑瘦黑瘦的，大学毕业没几年，但长的像个 30 来岁的人。由于经常去这家手机店，一来二去就和王二熟络起来，记得当时影视

VIP 卡卖的火热，我问王二为什么不去卖卡，王二一本正经的和我说：“做人要善良”。王二有深吸了一口烟，许久后，开始和我讲述起来这里面的事。

1. 影视站



当时王二还是个大学生的，喜欢上网，喜欢看电影。由于很多热门电影需要电影院才能看，还是个学生的他总不能每个电影都买票去看，只能找一些免费的抢先版来凑合。无意中找到了一个网站，里面每日更新资源、电影电视剧也是全网里最清晰的，王二一下子就爱上了。那个网站叫“yy6080 新视觉影院”。



这个网站算得上是当前影视站的鼻祖了，影视站是近两三年才火起来的。去百度搜索“VIP 影视 导航”会有约 23,200,000 个结果。随便点击一个进去会发现里面充斥个各种广告、体验不人性化、播放视频顶部还有滚动广告.....

王二说，这类网站当你看了十个、二十个的时候就会发现，他们长的都差不多。因为都是模板生成的。而开发一个这种网站，现在的成本极低！弄个域名，买个虚拟主机，在随便找一个免费模板，稍微懂点前端技术的一会就能捅咕出来一个网站，实在不懂技术 或者懒的，可以去某包话几十块帮忙搭建。整体下来成本不到 200 块~

而且网站所有资源都是会自动更新！不懂技术也没事，傻瓜式操作，管理后台设置好采集规则，直接不用理了，模板内部的逻辑会把一切都处理妥当的。

这类网站主要是靠广告来盈利，广告肯定选择收益最高的黑五类，网站主(站长)才不管什么体验不体验~ 铁打的广告，流水的用户。

站长一般都是靠搜索引擎和社交渠道传播带来用户，有的站长会稍微懂点 SEO 知识，去做关键词、权重、互换友链，还有的直接就收购小的站点进行合并了，简单粗暴。站长们一般都会在社交渠道埋下钩子，让用户来自己的网站”占便宜“，仔细想想群里、朋友圈有没有出现过 ”高清 免费 视频观看“这些字眼呢。

到这里有个疑问，模板智能我可以理解，但是模板总不能凭空变出来视频资源吧？王二嘿嘿一笑，叫我别急。吸口烟继续讲了下去...

2. 资源站



在百度里搜”影视 资源 采集“会有约 9,450,000 个结果。随便点进去一个会发现，嗯 所有的资源站长的也差不多，都是以最简单的列表形式展示出来，有个搜索的功能，有个采集教程，有的还有官方 QQ 群。

资源站是提供给影视站采集用的，所有的资源都会有专人进行维护，每天都会更新资源。

做资源的人为了给不懂技术的新站长使用，一般都会制作一个简易的采集教程。有的资源站还会把伦理资源放出来，供站长筛选。资源站里的资源能涵盖市面上绝大多数的观影需求(如果缺片还可以联系管理添加，是不是很人性化？哈哈)。

资源站的站长有一个小圈子，最新上映的电影一般都会在小圈子里传开。站长们会把视频(电影、电视剧等)做处理后在给影视站的人使用，常规操作就是把视频加上水印。

水印的内容一般都是这种：新葡京娱乐场 、威尼斯人、澳门金沙、美女荷官在线发牌、一千万三分钟出款... 后面跟上链接地址。影视站采集的越多，资源站越开心。

资源站通常只有加水印这种方式变现，在水印的背后是魔鬼。王二说他见过一个刚步入社会的朋友，搭建维护这种平台，魔鬼一个月会支付他六位数赃款。

王二说：”这还不算什么，你继续往下听...” “

3. 解析接口



影视圈里，总有人追求体验，追求体验的人里总有技术宅。他们不满足于影视站的满屏广告，给这场侵略战打响了真正的第一枪。

众所周知，当前常用的视频平台有：爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV、华数、新浪视频、PPTV、乐视等，由于版权问题经常出现A平台能播的剧B平台不能播，总要一下买很多平台的账号才能满足自己的观影需求。

技术宅们通过一些技术手段，来‘绕过’平台会员的限制，直接就能观看影片，并把其封装成一个网站。你输入一个视频地址，任意平台都行！等待片刻就能看见高清、甚至蓝光的视频了。

解析接口基本攻克了你所能看见的所有平台，

支持站点	支持模式	url演示	官网地址	详情	VIP
优酷	url	点击测试	http://www.youku.com	支持预览图,显示文字,html5m3u8	支持VIP(容易封号)
爱奇艺	url	点击测试	http://www.iqiyi.com/	支持预览图,html5m3u8	支持VIP(容易封号)
芒果TV	url	点击测试	http://www.mgtv.com/	支持预览图,显示文字,flashm3u8	支持VIP
乐视	url	点击测试	http://www.le.com/	支持mp4	支持VIP
PPTV聚力	url	点击测试	http://www.pptv.com/	支持mp4	支持VIP
搜狐视频	url	点击测试	http://tv.sohu.com/	支持预览图,flashmp4	支持VIP
腾讯视频	url	点击测试	https://v.qq.com/	支持预览图,html5m3u8	支持VIP
华数	url	点击测试	https://www.wasu.cn/	支持mp4	不支持VIP
M1905	url	点击测试	http://vip.1905.com/	支持mp4,m3u8	支持VIP
暴风影音	url	点击测试	http://www.baofeng.com/	支持mp4,加载有点慢	不支持VIP
风行	url	点击测试	http://www.fun.tv/	支持mp4,加载有点慢	不支持VIP
CCTV	url	点击测试	http://www.cctv.com/	支持flashmp4	
微云	url	点击测试	https://www.weiyun.com	支持mp4	
QQ空间	url	点击测试	https://user.qqzone.qq.com	支持mp4	
球站视频	url	点击测试	http://www.miguvideo.com	支持m3u8	支持VIP
天天看看	url	点击测试	http://www.kankan.com/	>支持流畅mp4	不支持VIP
音悦台	url	点击测试	http://www.yinyuetai.com/	支持mp4	支持VIP
百度云	url	点击测试	https://pan.baidu.com	支持mp4	
哔哩哔哩	url	点击测试	https://www.bilibili.com	支持mp4	
AcFun	url	点击测试	http://www.acfun.cn	失效,官网已挂	
美拍	url	点击测试	http://www.meipai.com/	支持mp4	
秒拍	url	点击测试	http://www.miaopai.com	支持mp4	
土豆	url	点击测试	http://www.tudou.com/	支持m3u8	
龙珠	url	点击测试	http://v.longzhu.com/	支持mp4 flv m3u8	
虎牙	url	点击测试	http://shuya.duowan.com/	支持mp4	
NOW直播	url	点击测试	https://now.qq.com/	支持直播和录播	
YY神曲	url	点击测试	http://www.yy.com/	支持mp4	
一直播	url	点击测试	http://www.yizhibo.com/	支持m3u8	
映客直播	url	点击测试	http://www.inke.cn/	支持直播和录播	
360短视频	url	点击测试	http://v.360kan.com	支持m3u8	
27盘资源站	url	点击测试	http://www.27pan.com	支持m3u8	
2MM	url	点击测试	http://v.33k.im/	支持 http://v.28a.im/ (http://v.33k.im/)	
糖豆	url	点击测试	http://www.tangdou.com/	支持mp4	
梨视频	url	点击测试	http://www.pearvideo.com/	支持mp4	

解析接口分为两类，收费和免费。

a) 免费接口是长这样的格式” jx. xxxxxx. com/?url=视频地址 “。接口是可以判断用户使用什么设备播放的，大部分的接口都是在移动端有广告，部分接口 PC 端有广告，有精明的会在晚 8-10 点投广告。免费的解析接口现在只能靠广告联盟进行赚钱，20 万的 ip 一天可以赚小两千，广告形式如图四

b) 收费的接口大概可以分为两套收费标准，一是包月 XX 元钱，二是按量解析一次 XX 「解析点」，收费的接口无广告、高清、秒解析。解析接口其实和 github 的一个开源项目 (you-get) 有些相似，如果感兴趣的可以了解下 GitHub - soimort/you-get: Dumb downloader that scr... 。

听到这里，不禁感叹现在会技术是多么好，但是反过来一想，为什么他们不把这些技术用到好的地方呢？

王二说:” 这些解析接口的下游玩家，才是这场侵略战里和视频平台正面交锋的人 “

4. 影视 APP



移动应用市场上逐渐出现了类产品：安装一个APP 能看全网所有平台会员视频！代理火热报名中！全网 16 家视频年卡价格共 1980 元，本平台只需 388 元！现在购买只需 68 元!!!

口号喊的震天响。如果各位有亲戚在小县城或者小城市，很大概率见过这种东西。如果有微商或者做引流的朋友，应该也多少听说过。这种 APP 搭建完成之后，可以无限生成会员卡。上游代理拿货价最低几毛钱，最下游可以卖到 20-80 元不等，卖的最火的是全国像王二这种手机店。平台卖掉卡了，收获会员了，继续投放电商、黑五广告、游戏，再次赚钱。

最初这是开发者们用 E4A(一个门槛极低的中文开发语言)开发了 APP 之后,开始大肆推广,就如乐尚视界一样。

这本是一场技术宅的狂欢,后来有了资本接入,制作了体验更好的 APP,叫做麻花影视。麻花影视把 APP 做的和其他大视频平台体验十分接近,加上很好的裂变模式,短期内获得了上千万用户,有 500 万日活。

这场侵略战中,乐尚视界首当其冲,麻花影视紧随其后。乐尚不到 5 人的团队在去年倒在了腾讯的枪下,涉金额过亿,开发者中最低的是小学学历。麻花影视在今年倒在了院线的炮火中,国内的开发者都已经被带走喝茶了,麻花至今奄奄一息。

结束语

王二家的店没有卖卡,因为他们店长是一个善良的人,不会去赚这种钱,看着隔壁店又是做公众号小程序,又是招代理,一个月销售出去几十万张卡也丝毫没有心动。直到有一天,隔壁店长被请去喝茶,王二和店长喝了个烂醉说道:做人要善良

嘟嘟 MD 分享《刘大猫财富之旅》读后感

这本《刘大猫的财富之旅》很有意思,这是一位互联网草根站长成长和创业的经历,从一无所有到现在的身价 3000 万,建站卖、域名投资、做淘宝客、做微信服务号、再到做社群,最后作者的愿景是做一家天塌下来都能赚钱的公司,很佩服作者的眼光,能在风口上抓住红利的机会,快速的完成原始积累。

本篇中,嘟嘟将作为第三者来为大家诉说大猫这一路来的经历,期间带有自己的感受。以此想从大猫从小到大的投资里面寻找他是如何做出决定的,以及投资的时候心里路程,再跟自己对比,如果是自己,是否也可以做出这种判断,以及执行力。

这里跳过了大猫小学弄的传奇私服这段经历,直接从高中弄网站开始介绍。

初高中阶段

大猫最开始做了一个美考网,然后各种 seo,最后发现最多 100 多流量就没了,还被一个骗子骗了 2000 元,这是成长必备的试错成本。只有具备了独立思考的能力,我们人生的学费才能少交!而没有独立思考能力的人,他其实一生都在给别人交学费,永远出不了师。

最后大猫在站长论坛上面看到别人卖自己的网站,那人说道:“我不把自己想的那么牛逼,在我手上暂时没用的东西,我就换成子弹,以后可以用子弹做更大的事情。”大猫想想觉得很有道理,最后以 5000 元卖掉了这个网站,获得第一笔资金。

虽然卖掉了网站，但是技术和经验还在，可以快速的再做成一个网站，这才是最重要的。

接着，大猫想弄一个 face book 网站类似百度百科，但只是针对人物的，于是在淘宝上花了 500 块请人二次开发了一套基于 wordpress 的互联网人物档案库，大猫给这个网站起名叫：众众网。最多的时候每天一万个人访问，但是盈利模式不多，只能通过广告联盟赚点佣金。后面网站也卖掉了。

大学阶段

这时候，大猫上了大学，渐渐地大猫开始冷静下来，重新复盘他的互联网计划。想来想去，觉得互联网创业这件事情，不应该好高骛远，整再多所谓的蓝图和规划都是没有用的。

大猫发现过去把很多的精力用错了地方，总是在追求产品层面的精湛，以及做一些不成熟的商业布局的规划。

目标必须要明确明确再明确，就是要落地赚钱，先养活自己，财务自由！其他的東西用不着操心，如果不能赚钱，不能财务自由，谈其他大规划和愿景都是空洞的，不实在的。

落地、赚钱，原始积累成了大猫在日后的数年时间里的指导思想。第一个盈利模式的建立，

大猫开始想明白了一件事情，既然做的两个网站都是一挂牌就卖出去了，这说明有很多人就是有购买现成网站的需求啊！那为何不专门来做这个生意呢？完全可以批量做网站，然后批量卖啊！这样所有经验和知识不就能最大化的利用了嘛，而且这就是一个明明白白的现金生意，具有非常好的现金流啊！

于是大猫为自己制定了一个商业模式，就流水线式地做出美观的网站，然后将成品网站做一些推广获得一些流量，然后直接挂牌交易，不追求每个网站本身能盈利，而将每个网站当成商品来生产和售卖，跟范曾画画儿一样。

其实创业，做生意，真的是要遵守商业本质，你必须要有东西可以卖，不管你做任何事情，你至少都得有一个你自己的商品，以前大猫只有网站，但没东西卖，没有商业模式可以接得住。而现在目标明确的把网站作为了自己的商品，盈利模式就成立了。

这时大猫着重思考的却是，这里哪些环节可以自动化，标准化，模块化，然后让别人去做，或者自己可以更轻松地去做。

那时候大猫也开始有比较可观的收入了，一个月开始有上万元的收入，后来到数万元的收入。这时候大猫一个人忙不过来，开始组建团队了。

其实从 0 到这几万元每个月的收入，中间大猫付出了巨大的学习成本，但是真正来临的时候也无非就是做了一个别人懒得理会的生意，站长们都雄心壮志的要做

大网站谁愿意干这个？

大猫除了卖网站以外，每个网站底部的友情链接也出售，大猫的网站友情链接一般十块钱一个月，一个网站可以卖十几个友情链接，而他手上平时都有上百个网站，一个月光靠卖友情链接，也能多赚几万了（啧啧，友情链接也可以卖钱，厉害了）

大猫总结的短期网站运营过程中常见的盈利模式：

相关个人站长可根据自身不同的情况做出变更，本人在网站运营过程中靠链接交易和软文交易盈利的比例较多。个人也比较推荐这两个盈利点，原因是出售链接，或出售软文，可以不考虑网站的流量，也就是说哪怕你的网站流量是 0，那照样可以盈利。这对快速短线操作的站长来说是一个不错的选择。

为什么好 123 能卖 5000 万，而大猫的只能 4000，分析原因后发现核心原因就是因为他有巨大的用户量以及知名度，这时候大猫就开始考虑他目前的商业模式了，复盘了下，客户为何原因买他的网站。

一种是自己想当站长，但是没有技术，所以买一个现成的。

另外一种是比较高端的客户群体，想买贵的，差别就是用户量的不同，也就是流量。

所以，关键点就想通了，如果想赚 100 万，必须要提高客户画像，找到有钱的客户，把利润更丰厚的高端商品卖给他们。到这里，商业模式就需要改变了，以前是做快销品，现在要走精品路线，不能说以前的商业模式是错的，不同的时间段都正确，只是不同时间段需要快速迭代。

于是大猫开始降低网站出手的速度，开始策划运作几个精品的新网站，准备经营好了再高价出售。

大猫经过考察最后策划了两个星座类网站、一个小学生作文网、一个美文网、一个笑话网。在决定做这五个网站之前，大猫是通过百度指数、关键词采集等方式调研了相关用户群体是比较大的。可以借鉴一下，想做什么之前，先投入时间调研一下用户需求，然后再决定去做!!!

很好奇他是怎么搜集这些网站的内容来源的。

因为有了一些资金，所以做这些网站的时候大猫舍得投入，比如花钱找人做 logo，做网站的时候也先考虑专注做一个网站，然后带动其他网站，于是选择了做作文网。

为了推广作文网做了以下这些操作：

购买大量高权重网站的友情链接

带着团队在贴吧、知道、天涯社区等渠道大范围全力推广

间接 seo 去高权重的网站自己发帖提问（标题里面一定要包含你想优化的目标关键词），然后小号自己回答，发完帖子之后，记得要给这个帖子做 seo, 在各个地方发这个帖子链接，推这个帖子，往往这个帖子被曝光得越多，搜索引擎给帖子的权重也就会越高。

这个我也有过自己的经验，为了推广我自己的博客，我在百度搜关键词 spring boot 的时候，在第一页界面点开里面的网页，留言评论推广我自己博客的连接，效果一度也很棒。还在其他高权重的博客论坛比如简书、CSDN、开源中国、开发者头条、掘金等这些网站推荐我的博客。

用这样方式，大猫的作文网很快就打到谷歌 pr5 的级别，国内流量前三的作文网，然后其他四个网站也跟进，网站之间交叉链接，流量互通。最后遇见贵人，五个网站里面的三个网站打包卖了 140 万。

收到人生的第一个 100 万后，大猫有点飘了但是最后还是抵制了诱惑，没有乱花掉，而是做了思考后最终决定投资房子，于是花 40 万首付买了苏州的房子，剩下的贷款，家里帮忙还。

个人感觉这是大猫做出的最正确的投资了哈哈。

大猫说希望所有的朋友做任何的投资，都能够独立思考，独立判断，尊重自己内心的选择，而不要轻信任何网红公知。

除了房子这个稳健投资外，大猫又做了很多高风险的投资，其中包括：域名投资。

为何做出这个投资判断：

因为觉得域名对于互联网公司来说是非常重要的流量入口，大猫的眼光还是很超前的。大猫当时花了 20 万全买了四声母 com 域名，最后又在泡沫之前及时退出，在四声母 2000 多元的时候开始出货，到最后这轮投资翻了近 10 倍。

大猫有钱了后开始投资自己，买很多书籍阅读、买了辆车。接着大学期间抓住了最大的机会，那时候观察到当时大部分有流量的站长中，一般会有两种主流的赚钱的模式

广告联盟

淘宝客

大猫发现完全不只有百度控制流量，而电信运营商、公安部门、wifi、浏览器、搜索引擎等等。每个环节都是流量要经过的地方，大猫通过对淘宝客的仔细研究，发现这确实是当时非常好的一个互联网变现通道，决定抓住这个机会。

普通人通过加法赚钱，大神们是通过乘法赚钱的。他们能通过商务能力与技术思维让某个流量分发渠道上原本就有淘宝购物需求的流量走他的链接购物，这对客户没有任何影响，甚至还可以得到返利。

大猫在人人网和开心网的策略主要就是通过这些平台做很多的大号出来，人人公共主页、人人个人账号他都做，积累了不少流量。而对于腾讯开放平台，就是在里面做 qq 空间大号，做 qq 空间应用，也获得了很多的用户。

大猫认为的三种互联网红利与风口：

渠道型风口

早先的百度、微博、微信公众号、目前的抖音、头条、直播平台、短视频平台、微信个人号都有流量红利。

变现型风口

抓住一些供应链简短的变现型红利，比如淘宝客，百度钱包、借贷宝，微信的流量主。

产品概念型风口

团购、百团大战、O2O 风口、打车软件风口、直播 app 风口、还有现在的共享单车风口。

后来大佬推荐大猫去做移动互联网，大猫考虑到微信拿到了移动互联网的门票了，所以决定在微信上下功夫，研究了个人号和服务号，发现服务号简直就是一个创业神器，所以开始了学生时代的最后一个项目。

于是就注册了一个微信服务号，取名“快老虎”，还注册了商标。采用的模式是线上下单，线下送货，也现在所谓的朴朴超市那样的性质了。不过最后还是失败了，物流、供应链上不大给力，最后就停掉了。

出社会阶段

毕业后大猫决定去北京发展，他先加入了一个朋友的公司，叫楚楚街的公司。

大猫作为部门的 leader，他们独立作战，管理着数个千万用户量的娱乐 app 和微信公众大号。

大猫在这期间学到了很多东西：

我会很细致观察公司创始人每天处理事情的能力，待人接物的态度，对我的态度，对公司管理上的策略，公司战略上的决策等等。

碰到不懂的事情，我都会主动去寻找答案。我在公司的人缘也是很好的，尤其是公司里优秀的员工，我们关系都很好，而且这种良好的关系不是那种基于人情世故，利益的好，而是互相都愿意向对方学习，公司里经常会有其他部门的产品经理、运营、技术的同事来向我请教一些问题，而我也经常向他们请教他们熟悉的问题，优秀的同事都很谦虚好学，我们的氛围非常好。

再后来大猫离职了出来单干了。

大猫把整个微信公众平台所有的规则和通知全部打印出来，仔细研读了一番。主

要研究规则时候，就要研究他不允许做的事情，为了不允做？ 不允许做的事情往往说明是有巨大效果的事情，那他不允做，我有没有其他的替代方案来达到同样的目标，但又不违反平台的规则呢？

于是大猫做了如下操作：

注册了大量的微信公众号

找其他的微信大号买一些广告，推广自己的号

这样操作下，很快流量就有了 10 万粉丝，这时候就通过裂变方式，做了一个 H5。

再到后来，大猫决定做一家天塌下来都能赚钱的公司。 大猫希望能成为一个具有多元化经营能力的企业家与投资家。但要成为这样一个多元化经营的企业家，你虽然能涉猎各个领域，但你至少有一件事情是要能够天塌下来都能赚钱的，这一件最重要的事情，你必须要把它的模型建好，建得最完善！因为只有把这件最核心事情的模型建好，能让它自己去运转，你才能抽出身去做更多元化的事情。

然后呢，大猫写这本书就是为了扩大自己的影响力，然后做社群，每个社群收费 1800。他觉得影响力是未来货币，移动互联网时代，写作是最好的编程。

大猫要做的社群，主要是以下两种：

付费社群

基于交易而产生的免费社群

大猫认为一个人要在商业上取得阶段性成功之前，有两个阶段要走，一个就是原始积累，一个则是基础设施的建设，基础设施建设完成以后才是丰收时刻，才是人生巅峰。

最后，流水账故事结束了，看累了吧。自己做下总结，喜欢作者的一些价值观，在很多时候人真的不能把自己太当回事。一旦有想法了，就马上去做。不然就会被懒惰所左右。

我 2018 年就有过两次这样的经历，有了强烈的冲动并认真思考过商业模式，然后就 all in 的投入，最后成果有的还行，有的不咋样。但终究有所得。

别人再成功也只是别人的。未来，如何才能培养自己抓住风口和红利的眼光，并且勇于大胆尝试，拥有高效执行的能力。这些都需要认真思考。

结尾

千万别把有本事挣钱的人，当成臭奸商；挣钱能力，几乎是判定一个人综合能力的最高标准。能够挣到钱的人，只要不是违法所得，你会发现这个人的洞察能力，执行能力，管理能力，心理素质，意志品质等等，都会比一般人强。

作为个人我非常认同上面这段话，我们中国人的传统教育，让人们更加追求理想或者道德上的建树，让大多数人都羞于谈钱，但内心却极度的渴望挣到大钱，这是一个非常矛盾的事情。

只要我们合法合理的挣钱，就是为了祖国的建设做出了贡献，挣钱是一件非常光荣的事情，可以改善生活、养家、贡献 GDP 等等。

《就聊挣钱》这个知识星球，于谈钱而起，但又不仅仅限于谈钱。希望圈友在未来的财富之路上都会勇往直前。

这个时代，见识即财富，成长即赚钱。
一个人可以走的更快，一群人才会走的更远！



本电子书字数超过 10 万字，相当于一本实操商业案例书籍，本电子书版权归“纯洁的微笑”和分享的圈友所有，请圈友不要擅自传播，以及任何形式的转载，仅供内部球友阅读。

禁止商用、传播，侵权必究！