

刘克亚启示录（青海站）

作者：董俊峰

手机：18669930520

2011 年 8 月，“旅行中国”走进青海，刘克亚作为嘉宾参加，我们单车征服了；甘南草原，青海湖，原子城、柴达木戈壁、昆仑山、可可西里……

青海地大物博，景点比较分散，纵横穿越青海，接近 2000 公里，我们在青海共待了 5 天，而这 5 天多时间，又是在车上度过的，在车上，除了看风景，就是聊天，嘴，几乎没停过！

我与刘克亚认识 4 年了，每年都会聚几次，过去，从来没感觉他有什么过人之处，只知道他收费提高了，据说搞个培训会，3 天收 30 万！

青海之行，彻底颠覆了我对刘克亚的认识，真正有震撼的感觉，使我对自己有了更清晰的认识，对事业方向有了更准确的把握和坚定的信心。

我把我们部分聊天实录放到了青海站游记里了，很多读者大呼过瘾，其实那些，都还只能算是皮毛，毕竟在一起 5 天，聊的内容多着呢……

今天我分享的，就是青海之行，我个人的一些感悟！

问问：你每天都写 QQ 日志吗？

懂懂：没特殊情况，基本一天一篇。

问问：你每天要拿出多少时间来写作？

懂懂：半小时左右。

问问：一般是早上写，还是晚上写？

懂懂：早上写，争取 8 点以前发布。

问问：人家日记一般都是晚上写，你为什么早上写？

懂懂：让大家最清醒、最兴奋的时间段去读这些日志，很多朋友反应，他们上班打开电脑第一件事，就是先看看懂懂今天写了啥！

问问：坚持写日记，会带来人气吗？

懂懂：我是 09 年开通的 QQ 空间，那时一天才 50 个人关注，到 2010 年，每天接近 3000 人关注。

问问：从网络流量而言，一天 3000 人也不算多啊？！

懂懂：3000 人的确不多，但是这些都是铁 关注者，就如同每天开一场 3000 人

的会议营销！很多人会把网站流量与个人关注量划等号，其实这是错误的，例如杨澜的 QQ 空间，腾讯天天帮他推，一天不过是 5000 天关注而已。

问问：一般名人的空间，每天有多少人关注？

懂懂：超级名人。日均关注量在 1 万左右，普通名人也就是几百人，如果一个人的博客或 QQ 空间，每天有 300 人密切关注，那么在圈子里就具有一定的影响力了。

问问：问个敏感话题，2010 年，你的 QQ 日志大约产生了多少广告费？

懂懂：去年透过 QQ 日志，推了 350 张北京网络营销峰会的门票，毛收入 35 万，杂七杂八的小广告收入可以忽略不计。

问问：关注人群也不大，为什么很容易营销呢？

懂懂：这就如同会议营销一样，大家绝对信任你的推荐，所以不能轻易乱发广告否则就会大伤元气。

问问：写 QQ 日志，人人都会写，为什么没有人去干呢？

懂懂：写一篇 QQ 日志，的确很简单，但是每天都写一篇，那么 99% 的人都坚持不下来，就如同我们读小学的时候，老师要求写日记，全国也没几个人坚持到 30 岁！

问问：写 QQ 日志，除了带来人气外，还有什么好处？

懂懂：提升写作能力。

问问：很多人肚子里有货，但是写不出来，如何锻炼写作能力？！

懂懂：猪小蹄，她计划做一个职业旅行家，那么写作就是一个基本工具，她问过我，问写作有没有捷径或者窍门？！我觉得写作没有捷径，就是靠多写，慢慢的就找到感觉，并且形成自己的风格。

问问：多读，多写，这个道理大家都懂，但是不知道如何写！

懂懂：我给她的建议，每天只写三段，类似微博，可以配图，可以是简单的三句话：A，早上迟到了，匆忙跑到公司，发现忘带手机了！B，中午去楼下吃饭，看到一个妈妈带着儿子过马路，闯红灯了，粗心的妈妈！C，晚上去 K 歌了，小胖唱的死难听，还自称麦霸！

问问：配图好，还是不配图好？

懂懂：肯定是配图好，有图片，别人爱看，而且便于写作，对于一张照片，每个

人都能写上两句，而且恰倒好处。

问问：图片是自己拍摄的，还是从网上找的？

懂懂：如果你是一个摄影达人，我觉得最好是自己拍摄的，如果比较懒，从网上找就可以了。

问问：你是懂懂，本身有人气优势，如果我 QQ 好友一共才 100 个，咋可能产生 3000 人的访问量呢？

懂懂：你朋友评论、转载、分享你的日志时，你朋友的朋友们就知道了你，顺藤摸瓜，加你的人越来越多！

问问：什么题材比较吸引人？

懂懂：旅行、幽默、赚钱、另类生活、美女。

问问：猪小蹄会选哪个题材，你会选哪个题材？

懂懂：猪小蹄肯定选旅行，她每天分享三张在路上的照片，并且有文字衬托，她计划拿出 1 年的时间来锻炼自己的写作能力。

我肯定选择幽默题材，现在冷笑话挺火，我可以开辟 QQ 空间战场，我每天只找一段笑话，配上一幅搞笑的图片，唯一的标准：能让我自己笑。

转载者，肯定无数！

问问：坚持一年，能产生多少人气？！

懂懂：保守估计，如果坚持每天发布，每天至少有 1000 人稳定关注，营销得当的话，一年至少有 10 万元的收入，不要觉得夸张，1000 人的会议营销，卖 10 万元的成交，那说明营销水平太次了！

问问：既然写 QQ 日志有这么多好处，你为什么现在不写了呢？

懂懂：刘克亚过去让我写 QQ 空间，目的是让我聚集人气，就如同旭日阳光每天都在天桥下卖唱一样，大家觉得唱的挺好的，走到哪里就会听一听，但是谈不上认可，也谈不上崇拜！

刘克亚说，当人气足够的时候，就不要去天天写 QQ 日志了，因为速成的作品，时效性不强，很少有人翻阅，也不会流传，应该集中精力去打造精品。

问问：据说，你平均每天 4000 字，是真的吗？

懂懂：我属于废话很多的那种人，在电脑前，没啥事，就我写写文章，说平均每

天 4000 字，我觉得不夸张。目前网络上有多少我的文章，我都记不清了。

问问：在这么多作品里，按照刘克亚的标准，有没有精品？

懂懂：互联网创业方面的，我比较喜欢《日赚 600 元》，虽然没有出版，但是我写的最用心的一本书，用半年时间写成的。

旅行游记类的，《青海站》算是精品，关键是景色比较震撼，对话比较震撼，写作技巧上，没有突出的表现。

其他作品，按照刘克亚的标准，都是垃圾了！

问问：你认可他的观点吗？

懂懂：非常认可。我觉得优秀的作品，至少要有 10 年的生命期，我也是按照这个标准去写《青海站》的。每写一段，我都在设想一下，假如 10 年后，我看到这段话，会不会觉得幼稚！

问问：优秀的作品，和速成的作品，有什么差别？

懂懂：优秀的作品，创作周期比较长。同样，流传周期也比较长，而且一般很难被人超越，会提升一个人的品牌价值。而速成的作品，会降低一个人的品牌价值。

问问：如果一个人，肚子里有货，但写作功底一般，用什么写作手法，能最大化的展示自我价值？

懂懂：让犯罪分子，把自己的犯罪事实写成文章，没几个能写出来的，但是警察的审问笔录，也能够把犯罪事实描述出来，而且读起来很过瘾。

如果自己的确有货，而又不知道如何写，那么就采取一问一答式，例如《日赚 600 元》以及本文，都采取了一问一答式，写作手法简单，而又能够很完整的展示内容，这种写作手法，任何人都可以轻松上手。

问问：刘克亚的博客，是多久更新一次？

懂懂：他说，每当他有灵感的时候，他就会去更新，整体而言，一个月更新一次。

问问：他更新的频率这么低，会不会损失粉丝？

懂懂：我也问过他这个问题，他说懂懂天天写，产生的都是面条，而他一个月才更新一次，酝酿的鱼翅，因为鱼翅好吃，所以哪怕等一个月，大家照样等，而且奔走相告：刘克亚又分鱼翅啦……

问问：刘克亚的博客，威力这么大，原来如此？！

懂懂：刘克亚有个观点，一切成功都是策划出来的，他说，他的一切营销秘诀，都在他的博客上，如果研究透了他如何运营他的博客，就可以领悟克亚营销的真谛。他博客一天没多少人关注，但是赢利威力巨大，上周，他推出了云南游学，5天收费100万，招了10个人，按照这个数字计算，也就是说他这一次，就成交了1000万！

问问：除了一个月更新一次博客，还有什么秘诀？

懂懂：他说，一个人成熟的标准，就是计划性越来越强，他做事很有计划，他今年要发布的博客内容，都是去年就策划好的，一月份发布啥，二月份发布啥，早都策划好了，环环相扣，把一年的视频组合到一起，恰好是一个理论体系。

问问：这叫什么理论？

懂懂：精品理论，不是精品，绝不出手。

问问：你有没有直接的改变？

懂懂：9月份，我们去了阿拉善沙漠，回来以后，我没急于去写游记，而是先沉淀一下，把照片归类一下。把我们在车上的录音反复的听，提炼里面的要点，把提纲都整理好，等有感觉的时候再去写，不是精品，绝不出手。

问问：那过去，你为什么总是着急发布旅行游记呢？

懂懂：因为很多人催，我自己也着急，没有精心策划，所以写出来的游记，是经受不起推敲的。例如日照站、成都站，看过一遍，就没心思去读第二遍了，就是因为那些都是没有经过策划，信手写出来的。

问问：在其他行业，精品理论是否行的通？

懂懂：任何行业，都是如此！例如《大花轿》80年代创作的歌曲，如果现在谁还传唱，会被当成傻帽！而杰克逊的任何一首歌曲，如果现在唱出来，依然被认为是经典中的经典，而杰克逊的作品年代更早，只是因为杰克逊的团队信奉一点：不是精品，绝不出手！例如苹果手机，几年才出一代，供不应求，也是如此！

问问：你收购 xiangxin.com，是不是也遵循的精品理论？

懂懂：我很喜欢《我相信》这首歌，感觉挺鼓舞人的，就想把它当旅行中国主题曲，我注册了 woxiangxin.com 这个域名，后来感觉有些长，就去求购 xiangxin.com，当时卖方卖价10万，后来砍到了8万，过了几天，又砍到了5万，成交！

我是挺喜欢 xiangxin.com 这个域名，挺有朝气的，刘克亚说，其实做旅行

与这个域名关系不大。他提议，如果有人收购，就转让了吧！我肯定不舍得。好不容易买来的！

问问：刘克亚的游学，5天收费100万。为什么有人报名，不怕被忽悠吗？

懂懂：以前，我总觉得企业家挺傻，花几十万去上培训课，后来有个企业家朋友这么告诉我的：一个企业家，肯定更注重投资回报比，不会轻易做亏本的买卖的，既然愿意拿钱去上课，肯定不是去花钱的，而是去赚钱的。

刘克亚，把“零风险承诺”应用到了炉火纯青了！他承诺，参加游学，5天内帮你赚到100万，赚到了，对着镜头说出你的感谢，赚不到，白吃，白吃，白玩，拿钱走人！

如果没有承诺，我觉得很少有企业家敢去尝试，但是有了承诺，我觉得只要够资格，大家肯定愿意尝试，毕竟是去赚钱，而不是花钱。

问问：门槛是不是很高？

懂懂：轻松拿出100万的，至少也是千万富翁，他们有严格的筛选机制，包括你公司的业务范围、目前盈利状况等等，筛选出来的企业，基本上都是年利润过千万的。刘克亚给设计了一套针对老客户的促销方案，肯定立竿见影，赚100万应该是完全没有问题的！

刘克亚说过，要想成为大师，往往只有一次机会，失败了，就很难爬起来。所以没有绝对的把握，不要轻易的出手。

问问：你认为零风险承诺的核心是什么？

懂懂：对自己的产品绝对自信，有一定的信誉基础。前几天，在百度上搜索到了一个软件卖家，他承诺不满意，全额退款，但是我依然没敢买，因为我不知道他这个人是不是靠谱！

问问：你喜欢零风险承诺吗，有没有应用到你的旅行中国？！

懂懂：我觉得零风险承诺，是刘克亚最妙的一招。过去，旅行中国最高收费1万元。包含：交通费、餐饮费、住宿费、景点费！每站毛收入4万元，但是细算下来，平本或微利，根本赚不到钱。

从青海站开始，我们提价到2万元，有时我们心里也没谱，一直没人报名，后来我就加上了一句：在旅行结束时，如果您不满意，把2万元拿走，白吃，白喝，白住，白玩！

青海站，瞬间报满了，一共报名了4个，其中有3个身份特殊，不出镜，多省心！

后面几站，我们都是采取这种零风险承诺方式去招商的，期期爆满，而且价格越来越高，现在我们已经涨到 3 万了。

问问：零风险承诺，适不适合卖教程呢？

懂懂：我觉得卖教程，零风险承诺的威力最大！不满意，就把钱退给你，教程白送给你！

问问：会不会都退？

懂懂：凡是退款的人，他终究不会是你的客户，不赚他的钱，就对了！有些人悟性很高，一点就通，感觉的确有价值，有帮助，有启发，你让人家退，他也不退！零风险承诺，就是帮他吃个定心丸！

问问：盗版会不会满天飞？

懂懂：花钱买的教程，和免费获取的教程，读起来感觉是不一样的，受益程度也是不一样的，有的人，就是知道有盗版，他也买正版的！

从另外一个角度来讲，盗版是推动一个人品牌传播最快的方式，等于无数人在给你传播品牌，而且这些盗版作品会给你带来很多潜在客户，他们读了你的教程，感觉这个人的确不错，最终就会联系上你的，成为你下一批消费者。

所以每个做教程的人，表面都不鼓励盗版，但是私下里都任其发展，因为背后最终受益的人，就是这个被盗版的，

问问：旅行中国，最核心的盈利模式，是不是靠参与费用？

懂懂：目前阶段是如此，每站能剩几万块钱，但是刘克亚说这样做不长久，他的观点是靠前端赚钱，没有可持续性，要打造成系统。

问问：什么是前端？什么是后端？

懂懂：我也说不准确，我是这么理解的，一个人，第一次来消费，这叫前端，一个人反复来消费，这叫后端！

问问：对于这个观点，你认可吗？

懂懂：我们俩是 08 年认识的，我是做流量出身的，信奉流量为王，也就是说掌握了前端，但是刘克亚不服我，他信奉后端为王，他说没有回头客，他说没有回头客，你流量再大，也不长久！

问问：现在你认可他的观点吗？

懂懂：肯定认可，否则我也不会找他出场！拿我自己举例，05-07 年，手里掌握着大量的流量，谁也不服，也的确赚过一些钱，但是 08 年以后，流量很难搞了，也就迷茫了，找不到属于自己的出路，不仅仅我如此，我整个做流量的朋友圈子都是如此，大家都在迷茫着找出路，很多人都转行到实体生意去了！

最典型的，我有个朋友是做保健品的，当初是保健品类 B2C 第一品牌，基本上都是做的一锤子买卖，产品质量一般，几乎没有回头客，挣扎了几年，前几年赚的钱，这几年又赔上了，现在面临关门！

问问：那你现在做旅行中国，是什么宗旨？

懂懂：让参与者上瘾！我们现在每期的参与者，有 50%是回头客！

问问：回头客，有什么好处？

懂懂：能够回头，说明是对你旅行的认可，他还会介绍朋友参加，所以服务好了客户，其实就是最好的推广！

问问：这就是刘克亚所谓的后端？

懂懂：冰山一角，他的观点是要把每一次旅行的余威，最大化的发挥价值，例如带低价团重走青海线，例如把嘉宾之间的对话录成视频，在网上出售，例如每站推出一款独一性商品！

问问：你认可吗？

懂懂：过去，我年少轻狂，遇到刘克亚，我不仅仅不服他，还要指点指点他，但是那几年我没赚到钱，而刘克亚赚到了钱，我就意识到了，我的思维模式有问题，遇到问题，我应该听刘克亚的建议，毕竟他能赚到钱，说明他的思维模式和建议也是可以赚到钱的，我绝对信任，绝对执行，不添加任何个人的想法在里面！

问问：为什么是独一性商品？

懂懂：就是有核心竞争力的商品，例如，经常有朋友到我家，都会喜欢上我家的小棉袄，花布+纯棉花做的，总是有人找我娘帮着做，特别是城市人，这种商品，就是独一性商品。

问问：按照他的后端模式，你认为每个站会提升多少收益？

懂懂：按照一年的时间来计算，独一性商品能带来一万元的收益，嘉宾对话能带来 2 万元的收益，重游团能带来 2-3 万元的收益，关键是具有可持续性，把一件原本结束的生意，变成了一场持久战。

问问：那你靠什么方式去推广旅行游记？

懂懂：在全国各地论坛连载。

问问：为什么不选择天涯之类的大论坛？

懂懂：地方论坛，具有两大核心优势：

第一，地方论坛，日均流量 2 万，全国有 300 家，目标流量有 600 万。

第二，地方论坛，好帖子很少，旅行游记具有很强的竞争力，容易被推荐！

问问：是你自己发，还是雇人发？

懂懂：借力！我手里有一些名人签名书，一本签名书，换一篇连载，随便一搜索，网络上到处都是了，省了自己的时间。

问问：借力发，有什么优势和劣势？

懂懂：我在游记里夹有大量的链接，非常利于 SEO，例如“刘克亚”属于热门关键词，一周的时间，我们已经排到百度第一页了，而且排名在不断的靠前。

劣势也很明显，因为一次性发出这么长的一篇文章，很多读者没有耐心读完，会损失一部分读者。

问问：企业，可以不可以用这种方式提升关键词？

懂懂：当然可以，写一篇分享型的行业文章，例如揭秘房地产行业十大黑幕……然后把公司要做的关键词整合进去，雇个人挨着论坛发，效果很明显。

问问：这种推广方式，是你认为最好的吗？

懂懂：我是做流量出生的，准确的讲就是投机取巧做流量的那种，我做流量的宗旨就是：哪里有流量，我们就把广告发到哪里！

但是这几年，广告封杀的厉害，小广告很难有存活的机会，所以我们要变通一下，既然不能以小人的身份出现，我们就以君子的身份出现，把我们的广告融合到经典的内容里面，不管是谁看到我的青岛游记，都不能说这是一篇广告，但是看过以后，他终究会找到我的。

问问：以后，你会不会组建一个团队去这么推广？

懂懂：我下一步计划，就是组织一支专业的发帖团队，不发垃圾帖，只运作精华帖，在 300 家地方论坛都注册账号，我把一篇游记交给他们以后，他们控制发帖的速度，每天只发一帖，确保每天都能把这个帖子顶上来，而且大家会慢慢的上瘾。

一篇游记大约要发 1 个月，不仅仅可以发自己的内容，还可以接外活。

问问：你会接谁的活呢？

懂懂：猪小蹄的，她的特长是爱好旅行，我们的特长是推广。

问问：她是准备做什么主题的旅游呢？

懂懂：特产旅行，我们计划把她包装成一个落魄的北漂女孩，失恋了，全身还剩 1 万元，花 6000 元买了一辆二手奥拓，决定不靠任何的资助，走遍中国，连载自己的经历，准备开个淘宝店，自食其力……

问问：为什么要打造成落魄的形象呢？

懂懂：连一个落魄的人都可以旅行中国，是不是刺痛很多人的神经？！

问问：卖点是什么？

懂懂：财富蜕变，开奥拓换奥迪，每天都公布财务明细，例如今天去宁夏枸杞种植园了，花了 400 元，进了 10 斤货。

问问：枸杞随处都有卖得，为什么要买猪小蹄的呢？

懂懂：她会颠覆你对枸杞的认识，因为农民告诉她，正宗的宁夏枸杞，颜色是暗淡的，头是白色的，个头不大，凡是颜色鲜艳的，都是硫磺熏制的，凡是个头大的都是青海货，此时，如果你是一个枸杞食用者，你会不会买她的枸杞？！

问问：如果单纯的做特产，我觉得没吸引力。

懂懂：的确没吸引力，对所有人最有震撼力和吸引力的，就是她每天的财务明细，当你看到一个比你更穷的人，用透明的盈利模式，明确的展示，上周存款是 5 万，这周存款就是 10 万的时候，你会不会关注她下周的存款是多少，你会不会和朋友议论，你会不会跟帖，你会不会传播……

问问：是不是严谨的策划？

懂懂：策划是次要的，毕竟她有丰富的旅行经验，核心是数据分析，要有专业的团队进行大量的数据分析，分析什么特产卖的比较好，如何设计线路才能层层推进。

问问：游记里发淘宝链接，会不会被认为是广告？

懂懂：不仅仅不会，而且会成为研究的对象，因为这是财富神话的关键，咋会有人去删除它呢？

问问：这个策划，应该刘克亚也参与了，他擅长后端，他有什么建议？

懂懂：刘克亚说，猪小蹄走完完全路程，就可以下岗了，因为整个游记就是一个营销体系，如果你推出淘宝客，让别人来转载你的游记，插入自己的链接，无数人会帮你推广，最终，你成了名，淘宝店异常火爆。

问问：成功都是策划出来的，是不是也要专业团队去运营？

懂懂：个人也可以做，个人有个人的做法，团队有团队的策划。

问问：你们有没有测试过其盈利性？

懂懂：日照站，我们插入了三件商品：绿茶，骆驼鞋，太阳镜，特别是骆驼鞋，前段时间唐山有客户一次性采购了 2000 双。

问问：大多数人，都有旅行中国的梦想，《背包十年》的小鹏实现了自己的梦想，你如何评价他？

懂懂：我虽然经常被骂，但是我从来没在网上批判过任何人，对于小鹏的旅行模式，从商业角度而言，我并不认可，纯粹为了旅行而旅行，经常有人和我评论，说旅行一旦带了商业色彩，就变味了。

我觉得恰好相反，一旦缺少了商业色彩，就没味了！为什么这么讲呢？因为在旅行中国开始以前，我们自驾跑过 20 多个城市，就是想体验下旅行到底是什么味道，后来发现，单纯的旅行，没有目的，没有目标，没有收入，没有意义，当你天天在路上的时候，你发现，玩，根本没意思。

问问：很多名人，都喜欢旅行，难道也没意思，例如刘克亚！

懂懂：他们的旅行，是工作的另一种方式，刘克亚遇到思路上的难题时，就会打电话喊我出去旅行，我也解决不了他的问题，我也没有那种高度，在辽阔的天地下，我们驰骋在马路上时，他总是会有很多灵感，每次出行，都可以解决他内心思考很久的一些难题。

问问：如果我去做特产旅行，会不会和猪小蹄冲突，能不能做起来？

懂懂：不会有冲突的，因为你们选择的商品肯定不同，至于能不能做起来，在于你有没有恒心，有没有背后支撑团队，有没有旅行经验，旅行的细节是很多的，我们前期投入了接近 30 万，都打水漂了……积累了大量的失败经验。

问问：你现在如何看待旅行？

懂懂：巴菲特的午餐，拍到 260 万美元，史玉柱的三小时，拍到 180 万人民币，我现在非常看好一个市场，就是与名人同游，所以未来，我们的旅行，核

心是打造名人品牌，例如我邀请刘克亚同行，刘克亚的粉丝就会关注我们这次活动。

假如我邀请马云同行，可能一个名额就能拍到 100 万，马云的粉丝会疯狂转载我们旅行游记，就是这个道理，如果单纯的靠我们自身的能力去把旅行中国运营到一个全新的高度，是有难度的！

问问：名人出场费会不会很高？

懂懂：我以前也为这个问题困惑过，但是我现在明白了一个道理，名人不是用钱可以请到的，而是用友情请到，只要让一个名人玩的开心，他们会介绍朋友参与进来，不会收费的。因为名人也喜欢放松，也喜欢玩，也喜欢通过这种方式去展示自己一些内心真实的想法，去帮助更多的人。

问问：你觉得国内那些地方比较好玩？

懂懂：在去青海以前，我们设计的线路，多数都是内陆城市，当我们横穿了青海时才发现，过去选得景点太业余了。

从青海站以后，我们选择景点的标准就是：震撼。原计划内蒙站我们去草原骑马，感觉太业余了，于是改去阿拉善，去挑战原始沙漠，原始戈壁滩，酣畅淋漓！

问问：你旅行的标准，就是“震撼”？

懂懂：这是刘克亚的观点，他说很多人都没悟透培训的核心是什么，他说培训的核心是震撼，做旅行也是如此，要让别人感受到与众不同，不仅仅嘉宾要震撼，而且景色也要震撼，这样出来的游记，即便是写的再业余，也震撼。

问问：对于有钱人而言，大部分地方都游玩过，你为什么不带着低端客户去呢，更有意义。

懂懂：青海站，有个嘉宾叫贝贝，中央美院，他是做教育市场的，针对低端客户，他的观点和你的类似，他说只有做低端客户，才能帮助更多的人。

但是我不赞同，因为我是做低端市场出来的，低端市场付出更多，成功率更低，我以前也和刘克亚争论过这个话题，刘克亚和我这么讲的：做低端，需要把水 0 度烧到 99 度，做高端，只需要把水从 99 度烧开。

哪个功劳大，哪个成功率高，哪个省心？

问问：低端市场，为什么成功率低，为什么满意度差？

懂懂：低端客户与高端客户，想象力不同，开悟程度不同，对同一件事的理解是有偏差的，执行力也有很大的差距，所以结果完全不同！

问问：现在有一种旅行，例如做 SEO 培训的，大家一起去爬泰山，只需 500 元，既可以学到东西，又能爬爬泰山，不是很好吗？

懂懂：准确的讲，这不叫旅行，是培训的变种，你以为那些参与者真的想爬泰山吗？他们是想学习，根本就不想爬泰山！

问问：对于低端与高端，刘克亚给你什么建议？

懂懂：刘克亚的战略一直都是：对低端免费，对高端收费！例如他的很多教程和视频，都是免费得，如果你收入高了，有了足够的经济实力了，那么你就可以参加收费的。

问问：旅行，对于多数人而言，都是消费，你把它变成了事业，挺幸运的。

懂懂：其实大部分兴趣，都是可以变成事业的，青海站游记里有一篇《青海站第 17 集：骑单车去拉萨！》，里面提到一个小伙子，他从北京骑车去拉萨，我们都赞同他的精神，但是不赞同他的行为，因为这完全可以策划成一个盈利模式。

问问：如果是你，你会如何策划？

懂懂：刘克亚未来会推出一个策划业务，把你最想玩的东西，变成你最核心的盈利工具！

我去做的话，流程很简单：整理成游记，发布到各大论坛，招募同行者，明年出发，每年做一期，做成精品，收费 1~2 万元。

问问：价格有些高吧？！

懂懂：如果有专业的保障团队，收 2 万元根本不贵！

问问：刘克亚说，要想立足江湖，必须要有绝活，那你的绝活是什么？

懂懂：我擅长写作，人脉资源比较广，但是我以为这都算不上我的绝活，我的绝活是我喜欢开车。

问问：兴趣和绝活是什么关系？

懂懂：把兴趣聚焦，潜心修炼，最容易成为绝活。

问问：你是希望成为一个出租车司机，还是赛车手？

懂懂：都不是，我不想靠驾驶吃饭，就是喜欢。

问问：刘克亚给你什么建议？

懂懂：他说，修练绝活，属于投入，把绝活输出，才叫产出，所以要设计一款产品，能够把你的绝活融合进去。

我属于开车比较胆小的那种，比较喜欢研究交通法，比较遵守交通规则，平时也喜欢研究驾驶理论，一句话：比较守规矩的驾驶员，哪怕开 10 米，我也第一件事先把保险带拉上。

刘克亚的建议，就是让我用 3 年的时间，整理出来一套电视式教程，专门介绍安全驾驶，90% 的车祸，是由于驾驶陋习引起的，但是很多人又不知道自己错在哪里，有些经验书本上也没有，就是缺少这么一部电影，每个驾驶人都需要看的电影。

问问：三年的时间才出产品，太慢了吧？

懂懂：三年就能出一套精品，很快了，第一年的时间整理驾驶理论，驾驶经验，第二年整理成剧本，第三年去拍摄成电影，在理论体系和经验体系，基本上完善了。

问问：你不是赛车手，别人如何认可你？

懂懂：刘克亚有个观点，他说，未来互联网，必然是明星的天下，每个行业都会出现明星，他说做任何行业，都要朝三个方向发展：专业化、专家话、明星化。

我拿驾照才半年的时间，如果我鼓吹自己开了多少年的车没用，我说拿过什么大奖也没用，但是我打造了另外一个明星，一辆破捷达，他跑过高速，征服过沙漠，穿越过青藏高原，挑战过原始湿地，每个月行程超过 1 万公里……

它是明星，那么它的主人算不算驾驶达人，有没有发言权呢？

问问：也就是说，现在你做事的风格发生了很大的变化，做事先计划？

懂懂：计划性非常强，包括我们要推什么产品，什么时间做什么活动，都非常的成型，包括明年 6 月份我们的旅行计划，我们现在都策划好了，旅行只是个平台，最终的目的是输出我们自身的绝活。

问问：按照你的说法，每个人都可以有绝活？

懂懂：每个人都有天赋，都有兴趣，但是修炼绝活期间是最痛苦的，因为没有收入，没有成果，自己看不到未来，很纠结，多数人都死在了这一关，但是要想成功，必须要经过这一关的蜕变。

刘克亚回国以后，有 3 年没工作，一直在思考克亚营销体系，连他老婆都督促他找个地方上班，不要天天在那里想入菲菲了！

问问：停下脚步，去修炼自己的绝活，大部分人都做不到，你如何看待这个问题？

懂懂：其实我也做不到，一旦没有了经济来源，我就会焦虑！

问问：在与你们旅行的参与者里面，他们最大的困惑是什么？

懂懂：每天太忙，停不下脚步，无暇去思考。

问问：刘克亚给予什么建议？

懂懂：学会信任合作伙伴，把大部分工作都交给合作伙伴，同样，把大部分利润也都交给合作伙伴，把自己先解放出来，不仅仅有了自由，还有了思考的时间。

问问：解放自己的标准是什么？

懂懂：除了思考、决定以外，其他的都让别人去做。

问问：对你有什么直接的改变？

懂懂：我属于那种在事业很自信的人，不相信别人做的比我好，甚至连客服都要我亲自做，的确有点小成就，但是每天都忙得团团转，我开过两家公司，股份我都是全盘掌握着，我不喜欢和别人分享我的成果，所以我的员工更迭的很频繁。

后来我也意识到了这个问题，最大的改变，就是把我自己手中的活都分配下去了，例如过去做旅行，需要提前踩点，都是我亲自去，而现在我根本就不用去，包括售后服务之类的，我什么都不管，我甚至一个星期都不带电话，表面上我赚的钱少了，但是我自由了，有了更多的时间去思考公司未来的发展方向。

所以我觉得一个人的蜕变，从解放自己开始的。

问问：对于合作，有什么技巧？

懂懂：我们有个参与者，他是做厨师培训的，什么事都是自己干，招生、培训、售后，每天电话从早接到晚，不是咨询的，就是售后的。

他挺有理想的，想开一家大型的厨师培训学校，不过刘克亚给他泼了冷水，刘克亚说，你这样每天都忙着接电话，根本不会有时间去思考，也不会去上新的菜系，久而久之，生意就这么大了。

问问：他为什么不去聘客服呢？

懂懂：他说有两个原因，第一个原因，不希望别人知道他赚钱这么简单，接个电

话，几百元就赚到手了，第二个原因，感觉接电话也不是体力活，顺手就接了，没必要每个月浪费 1000 元聘个客服。

刘克亚送给他一句话：你缺的不是钱，是时间！

问问：刘克亚，懂摄影吗？

懂懂：他连相机都不会用，他拍的照片都是用手机拍的。

问问：那为什么他还给你们指点摄影？

懂懂：他说，摄影，不是靠技术，而是靠感觉。当看到一幅场景时，如果有感觉，那么就在大脑里构思好，再用相机记录下来即可。

问问：他有没有用事实征服你们？

懂懂：最近我们去阿拉善沙漠，一共拍了不到 10 张精品，其中有 6 张是他用手机拍的，他很懂审美。

问问：学习摄影，最重要的是学习什么？

懂懂：过去，我们都专注到了摄影技巧的学习，刘克亚认为，技巧是次要的，关键是学会鉴赏，这样就可以学会构图了。我们去沙漠前，他提议，让我们搜集大量沙漠题材的摄影作品，找找灵感，如果一张照片，别人这个角度拍出来很美，我们借鉴一下，拍摄出来的一样很美。

问问：旅行的照片，你们拍摄的，刘克亚满意吗？

懂懂：肯定不满意，他认为我们不应该去学摄影，成不了我们的绝活，他提议我们去找最专业的摄影师来拍。

问问：你同意他的说法吗？

懂懂：不同意，因为带一个专业摄影师过来，最少要开支 2 万元。

问问：刘克亚为什么提议让你找最优秀的摄影师呢？

懂懂：刘克亚的观点是不要试图省钱，而是要试图花钱找最好的资源合作，然后产生更多的利润回报，对于他的观点，我心里也是赞同的。但是一想到 2 万块钱轻松被人赚到了，我觉得不舍得，其实出发前，摄影师我们都联系好了，最终被我否决掉了，现在有些后悔，因为阿拉善沙漠，可能一生只去一次，没有让最优秀的摄影师去记录最精彩的瞬间。

问问：刘克亚对于创业，是个什么样子的公式？

懂懂：聚焦产生绝活，搭建属于自己的平台，吸引有绝活的人到平台上来，让别

人赚大头，自己赚小头。

就拿我来举例，专注于旅行，练成绝活，然后提出“旅行中国”的概念，我把股份和收益大头分配给：一流的摄影师、一流的线路体验师、一流的公司管理人员，最终我赚小头。

问问：刘克亚为什么要退出培训圈？

懂懂：他有一点，挺有个性的，不做重复性劳动，虽然他开过几堂培训课，你仔细分析一下，每一堂课的内容都不同，而且是越来越高的，他觉得如果把培训继续做下去，那么就是重复性劳动了，他觉得没意思了！

问问：他最后一堂课，主题叫什么？

懂懂：超高价营销方程式！

问问：你有没有去听过？

懂懂：在门口听的，不过刘克亚私下里告诉我两句话，他说理解透了这两句话，就不需要学营销了。

问问：哪两句话？

懂懂：第一，做营销，必须 100%从客户角度出发。

第二，不管你选择什么行业，从事什么职业，如果你能够收高价甚至超高价。你的人生将是轻松而潇洒的，你付出最小，收获最大。你的烦恼最少，机会最多。你是价格领袖，并很快成为行业代言人。有资源的人渴望与你合作，与你竞争的人望而却步！

问问：是不是可以这么理解，只要把价格喊上去，就是超高价？

懂懂：你这个理解是错误的，有个理解叫天平理论，天平的左边是价格，右边是价值，如果一味提升价格，那么天平就失衡了，相反，只要价值足够高，那么卖高价是没有任何问题的。

问问：刘克亚的思维模式与我们有何不同？

懂懂：我们往往首先考虑的是打价格战，考虑市场能不能接受，而刘克亚的思维和我们的相反的，他先是喊出超高价，然后拼命的去塑造价值，让天平保持平衡。

我们让天平保持平衡的方式，是降低价格。他让天平保持平的方式，是提升价值，所以 he 可以喊出超高价，而我们不敢。

问问：在旅行过程中，有没有消费过超高价？

懂懂：肯定有啊，例如说的沙漠冲浪、西宁益鑫手抓羊肉，都是成功的超高价案例，去消费的时候，感觉爽了，根本不考虑价钱问题。

问问：你有没有把超高价应用到你的旅行中国？

懂懂：有，最初策划旅行中国时，我计划每个同行名额收 3000 元，这已经是我心理承受最上限了，我觉得再贵了，就太黑了，刘克亚不同意我的观点，他认为我思考问题的方式出现了问题。

他让我先定价 2 万元，然后考虑如何筹备旅行中国，才能让别人感觉花 2 万元超值，于是我选择五星酒店、选择挑战青藏高原，选择名人同行……结果发现满意度很高，然后我又继续提升了价格到 3 万元，如果有一天能够与马云同玩 3 天，我想可能价格会调整到 100 万/人，仍然会有人愿意消费的，而且会觉得超值。

问问：沙漠冲浪的超高价是如何做的？

懂懂：前几天，我们去月亮湖，需要坐他们的越野车进去，5 公里，收费 740 元/车，都觉得太黑了！

但是，当翻过第一个沙丘时，所有的人都大呼：太值了，因为师傅是经过专业拉力赛训练的，他能在沙丘上直上直下，如过山车一般，有时还会倾斜着行驶在山丘上，绝对震撼，绝对酣畅淋漓，终生难忘。

当震撼来临时，价钱已经不是问题了，就如同坐在越野车上，如果问你 1000 元坐不坐，你肯定会立刻回答：坐！

问问：对于这些理论，你认可吗？

懂懂：现在肯定是认可的，前几年刚创业的时候，不会对这些理论感兴趣，因为我只要快速赚钱的项目，其实网络上每个行业，每个角落都有人能赚到钱，但是要想赚到持久的钱，我觉得核心还是在于塑造自己的绝活，否则永远都是个平庸的人。

问问：八卦一下，你和刘克亚咋认识的？

懂懂：08 年，在书博会上做活动，认识了戴华（刘克亚的伙伴），交换了联系方式，后来刘克亚给我打过几次电话，彼此感觉不错，就在青岛见面了。

问问：问个敏感话题，刘克亚有没有直接给你带来过经济效益？

懂懂：我不迷信高手，在我眼中，高手唯一的标准，就是能帮我赚到钱：

A: 2009 年在家养狗，小打小闹，刘克亚提议走高端市场，半年毛利 20 万左右，后因媳妇怀孕，就停止养狗了。

B: 2010 年在家种地，刘克亚提议让我去写 QQ 日志，我坚持每天一篇，日均关注量 3000 人，2010 年的广告收益超过 30 万（人气最旺的时候，推广了一场网络见面会，门票卖了 35 万！）

C: 2011 年春天，他告别培训圈，他在我 QQ 日志里投放广告，按报名提成，一周赚了 7 万多。

D: 2011 年，想自驾出去长长见识，他帮我策划成了赢利项目，每次带一个名人，卖 4 个同行名额，做了半年，不仅仅没花钱，反而赚到了钱，目前收益可观，准备做成一个可持续性的项目。

问问：很多人想创业，但是找不到自己的方向，你给予什么建议？

懂懂：我觉得，首先要明白一个道理，任何领域都是可以赚钱的，千万不要轻易的追随项目，同样的项目，不同的人做，结果是完全不同的。

其次，要选准方向，我还是建议选择自己感兴趣的领域，例如您喜欢摄影，就朝摄影方向发展。

最后，要绝对相信成功者的建议，但是这一条，是最难做到的！

问问：你觉得刘克亚未来的发展方向是什么？

懂懂：他很少出招，也摸不透他，但是我个人预测，他会进军微博营销，他现在开了新浪微博，另外，我觉得他会进军兴趣策划这个领域，谁有自己的兴趣，并且把兴趣练成了绝活，他来营销……

问问：刘克亚是营销大碗里最有钱的吗？

懂懂：我觉得，他应该是活的最潇洒的！

问问：刘克亚给你最大的启发是什么？

懂懂：当年，他找到我，我以为他跟着我学做流量的方法，他说，他不想跟我学做流量，而是想和我合作，我有流量，他有后端……

刘克亚的观点是：专注于自己擅长的领域，学会与其他领域里最优秀的人才合作。

问问：你觉得创业初期的人，会认可刘克亚吗？

懂懂：一个人，不可能把低端市场和高端市场通吃！因为创业初期的人，和创业成功的人，他们的审美标准不同的！

问问：认识名人好像很难啊？

懂懂：人都是自己吓唬自己而已，就如同很多人说认识懂懂很难一样，其实我电话天天开着，也没见有人给我打电话，我天天在农村闲的无聊，也没人来陪我玩，其实只要你主动出击，没有认识不了的人，当然一定要明白一点：要给别人接待你的理由！

问问：买了这套资料，有什么赠品？

懂懂：你来我家的话，不需要理由，我肯定很热情！当然，你自己吓唬自己，觉得不好意思来，那是你的事！

问问：你觉得与刘克亚在一起这么久，你的蜕变是什么？

懂懂：懒了，只盯着有钱人的钱！