

敢想敢闯。

文/易琬玉

编辑/范婷婷

黄文彪今年24岁，他以体育生的身份考上了一所师范类大学，是家里的第一个大学生。结果只上了一年，这个爱折腾的年轻人就去创业了。

五年时间里，他创业三次，从一开始向家里人借的10万元起步，做过无人售货机、小程序，后来又做了MCN机构。靠着短视频的风口红利，他帮平台招募达人，轻松赚到了第一个一百万，后来他又在不同平台重复同一件事，从一百万“熬”到了五百万，但是却很难突破平台红利下滑的瓶颈。

后来他开始转变策略，帮助达人去做商业变现、涨粉运营以及直播培训，现在黄文彪的机构里有2000多位达人，其中有毕业找不到工作的大学生，也有退休多年的老爷爷.....

去年，黄文彪的机构完成了盈利千万的目标，从10万到1000万，这个小伙子用了五年时间，实现了财务自由，这期间他有坚持也有放弃。

以下是他的自述。

三次创业

我虽然是家里第一个大学生，但确实不是读书的料。为了高考能加分，我去练了体育，以体育生的身份考上了一所师范类大学，一进校门我就知道，按这条路走，毕业后的生活一眼就望得到头。

大学刚读了一年，我总是心不在焉，开始琢磨着创业。有次去参加展会，我看到有无人售卖机的项目，立马觉得是个好商机。当时的想法是，无人售卖机靠扫码开门购物，整个过程都是用手机完成，也就意味着有许多线上动作留存。如果形成规模和习惯，相当于所有的顾客都能成为我的私域粉丝。所以我就和家里人借了10万块做启动资金，订购了十几台无人售货机。

我只想着，通过线下设备的投放，获得第一批线上用户，但是当时整个行业还处于初期，视觉识别和算法并不成熟，我下单的十余台设备，投放起来并不能形成规模，而且因为技术不成熟，投放过程中各种出错，在耗了半年时间后，我不得不选择放弃。

因为是设备的问题，所以代理商把产品和加盟费用退给我了。我闲不下来，简单调整一番后就开始了第二次创业。

2018年，小程序正处于风口，我就组了个团队，做购物返现的营销小程序，但是因为这个项目太过耗时耗钱，在没有什么收益的情况下，只能选择暂停迭代和运营。

头两次创业虽然都是以失败告终，但我因此接触到新媒体，看到这个在风口上的行业大有可为，所以还是想在这个方向上摸出一条自己的路。

第三次创业，我瞄准了风头正盛的短视频。当时，如果想做内容起家，因为需要设备和人员，起码要50万的启动资金，我没有那么多钱，也不大懂内容生产，所以想不如做个组局者，去招募那些想做内容的达人，帮助他们在更多平台拿到流量，所以就开始做起了MCN机构。

野蛮生长

那是2019年，正值短视频风口，流量成本很低，我们一开始做的就是泛娱乐的内容，所以起步并不是难事。

我们最早做腾讯的内容平台“微视”，逻辑并不复杂，就是邀约其他平台的优质短视频达人到微视平台分发作品，正好达人需要流量，平台需要内容，做到2020年中旬，我在一年的时间里就赚到了人生第一个一百万。

就在我沾沾自喜的时候，2020年下旬，我很明显感觉到了微视平台红利的下滑，我想，要不换换阵地，同样的业务和资源，我换个平台用同样的方式，可能会有几倍的利润出来。后面的一年多时间里，我疯狂复制，做了大大小小五六个短视频平台，终于熬到了五百万。

但我为什么说五百万是熬出来的呢？因为平台的红利就是他们的试错成本，不管结果如何，钱烧完了，红利也就没了，很多平台在红利过后，不温不火地维持着，甚至下线。留存下来还能快速发展的平台，才能筛选有陪跑能力的优质机构继续下一波。

一直以来，我们并不自己生产内容，只是做内容在不同平台的搬运商，这样的事情其实门槛不高，盈亏都和平台红利期息息相关，如果想要自己的机构更能打一点，只能调整战略方向。

也就是在这时候我才意识到，大多数以内容为主的平台，红利期都十分有限，而以交易为主场的平台生命周期会更长，我们过去做的泛娱乐内容太难变现，所以开始转战点淘，把重心放在种草型的内容。

从百万到千万

为了做好种草的内容，我们开始往这个方向培养达人，也开始完善招商和运营团队。大部分的人可能会认为种草内容很难获取流量，但其实在美妆、服饰、母婴、零食等类目，好的种草视频反而能够成为爆款。

我们机构有个00后达人，一开始她喜欢在小红书上记录自己的穿搭，但是内容并不出色，一是因为她的粉丝定位不明确，二是因为初期她的内容质量不高。后来在我们的指导下，她开始做小个子女孩的穿搭种草，我们一起帮她往这个方向琢磨，到现在她在小红书上已经有30万粉丝。而且，这种穿搭内容特别好转化，基本上身材数据和她类似的粉丝，在被种草后会很自然地问链接、找同款，更不用说像点淘这种能直接购买的渠道。

靠着做穿搭视频接商单，这个出生农村没怎么享受过物质生活的女孩子，开始有了以前不敢想的收入。不久前，她说想要激励自己，打算买辆车，我就帮她付首付买了一辆奥迪，后面的分期对她来讲也没有什么压力。

我一直都觉得，想要赚钱并不是件丢脸的事情，很朴素地讲，我觉得我们机构存在的意义就是帮达人们获得更好的收益。

当然，也有原本家境不错的达人，因为喜欢拍视频，想要做出更好的成绩，所以选择跟我们签约。有一个白富美女生，因为喜欢穿搭，而且特别有亲和力，我们就给她定位大学生粉丝，去做平价好穿的穿搭内容，很快她也做出了自己的第一条爆款视频。

我们机构现在有2000多个达人，有的粉丝数量特别高，也有的虽然粉丝数不多但是转化率特别高。比如我们有个宝妈达人，因为她家娃特别有意思，而且每次视频拍摄的构思都很巧妙，她本人又是北大毕业的，有许多妈妈和她讨教经验。她的粉丝数量不算特别多，但因为精准且黏性强，所以转化特别好。我们也打算筛选最有带货和直播能力的达人，重点发力点淘。

因为走内容种草的方向，我们的达人在点淘上获得了很好的转化效果，也和许多达人和品牌形成了良好的正向合作，这成为了我们机构的护城河。去年我们的流水大概6600万，我也赚到了人生的第一个千万。

走到今天这一步，我确实已经在物质上有相当大的自由了，如今的成绩也远超过去的预想，但我还是不想止步于此。短视频是我们的强项，今年我们准备帮助达人往直播方向发展，在短视频内容之外，直播的带货效果更明显，对达人的控场能力和镜头表现要求也更高，所以我们也在尝试摸索出一套更有效的直播培养模式。