

“互联网+”赋能，看年轻律师如何跳出“二八定律”

“IP 孵化”让“知识就是财富”变现

进入12月，“我的2024年终总结”挤进了短视频平台热榜，与之相关“年终总结怎么写”成为知识分享类短视频流量密码。点开这些短视频博主的橱窗，往往都挂着几门课程或者书籍——“公文写作金句”“笔杆子是怎样练成的”等，其中的爆款如79元一份的“办公室必备名言”销量达4.4万份，甚至还有针对性更强的“2024合伙必读”的创业类知识分享，198元一份、卖出13.1万份，销售额达2500多万元。知识就是财富，在短视频时代“动动手”就可以加入创业赛道。



“网感好”的律师月入10万元

在精英云集的律师行业，刚入职的年轻律师首先需要跨越的就是“二八定律”，即20%的资深律师往往手握80%的案源。不少年轻律师“网感好”，将自媒体作为突破方向，拍视频、讲案例，把自己打造成“网红”，通过网络获客，将法律知识变现。

李芸（化名）是一名年轻律师，专注于婚事家事领域，她较早就开始拍段子讲普法案例，经历了“网络普法”的三个阶段。“我一开始自己拍短视频讲述离婚、继承等法律条款和案例。后来就蹭热点拍段子，用法律知识分析‘热搜’事件，并讲述较极端的案例吸引网友的关注，但短视频完播率不高，传播效果不佳，在小红书上连续发了11个月的视频才积累了900多个粉丝。”李芸告诉记者，一个偶然的机会她刷到了一位IP孵化手的教学视频，她对号入座，认识到自己尚处于普法2.0阶段，即像AI数字人一样讲法条、讲案例，而这些内容在社交平台已经泛滥，无法形成爆款视频。“律师拍普法视频，除了比谁更会讲故事，还要在视频脚本、剪辑、音效上下功夫。大家希望刷到娱乐性强的短视频，而不是画面中一个人干巴巴地穿着西装一本正经，只有嘴巴在动。”李芸说。

在IP孵化手的帮助下，李芸的普法视频晋升到3.0版，小红书流量“猛增”，仅两个月粉丝涨到3100+。李芸不仅是律师，还是心理咨询师，在IP孵化手看来，这也成为律师行业差异化竞争的亮点。“拍短视频发挥个人特色，比如用十分生动的网络语言，结合心理咨询和法律知识，分析最近很火的综艺节目‘再见爱人’，视频点击量蹭蹭上涨。”

与此同时，李芸在短视频下面的橱窗里挂的咨询链接出售量也逐渐多了起来，“上个月网络获客成功转化了一单业务，收入律师费8万多元，加上平时的咨询费，月入10万多元。”李芸笑着说道。

消费者愿意为信任买单

除了法律服务，创业赛道也是知识付费的热门领域。

宋凯（化名）是养老领域的成功创



视频拍摄现场，萱莹（右一）在对拍摄脚本。（受访者供图）

业者，随着年龄的增长，他转行专注于养老领域创业咨询。最初，宋凯在社交平台上发布的视频画面不清晰、剪辑随意，播放量很低。于是，他找到了一个IP孵化团队，经过与孵化团队的深沟通，他们共同建立了养老热点问题选题库，宋凯确定了几个选题后，IP孵化团队从视频脚本设计到拍摄剪辑全面跟进服务，打造爆款视频，投放到社交平台。“视频发布只是开始，我们需要把潜在的客户，从社交平台拉到微信、企业微信私域，逐渐建立起信任，再卖出咨询产品。这其中的链路是很长的。”宋凯告诉记者，多数潜在顾客加上微信后并不急于成交，而是长期观察，最长的能坚持七八个月，这期间我们需要持续私域运营，设计不同类别的产品，把有效客户筛选出来。

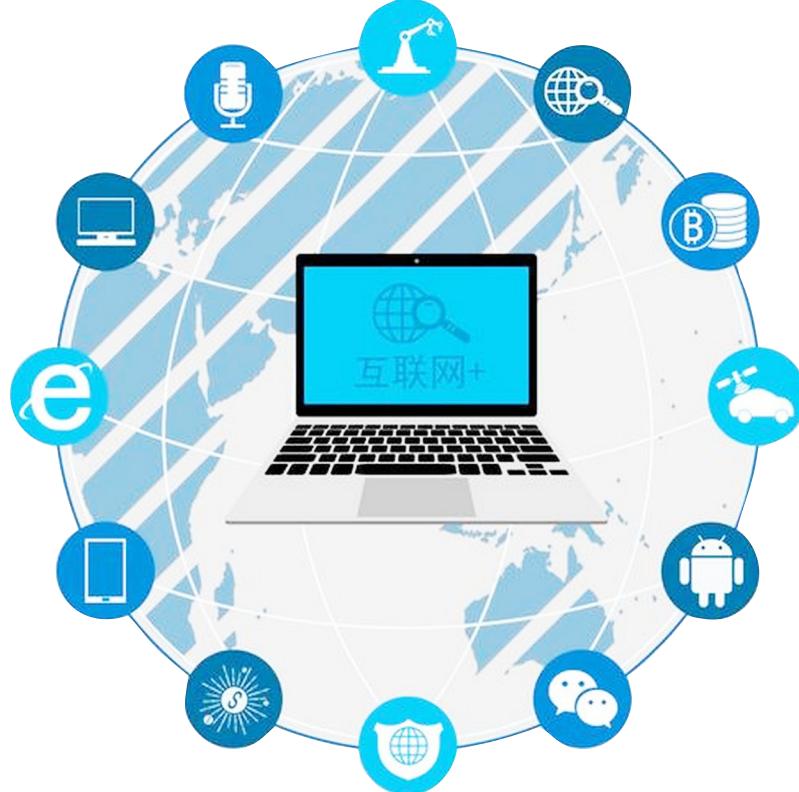
如何筛选？“我们设计1元、19.9元、1980元、6980元的不同档位付费项目。一条视频可能会催生出几十个购买1元产品的潜在客户，将他们从互联网平台吸引到私域，每天通过发布高质量的行业内容孵化。孵化一周后，我们再推19.9元的产品，如果成交会把客

户拉入到一个社群，一旦有人在群里提问，我们快速回复，答案详细、专业。通过每一个问答影响群里每一个人，逐渐就会有人买1980元和6980元的课程。”宋凯表示，1元的产品是资料包，包括行业报告等基本入门资料。19.9元的产品是视频课。1980元的产品是社群产品，即把大家拉入社群，每个星期邀请嘉宾举办分享活动，分享创业过程，相互赋能，比如本地外卖平台如何优化分销比、招聘如何找人、选人用人的标准是什么、销售的提成怎么设置等具有共性的创业实战问题。

“这是知识付费常用的模式，建立起这样的架构周期长、难度大，关键在于建立信任。而短视频、公众号、朋友圈等持续高质量的知识输入，是创造信任感的基础。”宋凯表示，目前已经不少顾客购买其6980元产品，即为创业者从零开始提供全方位的定制咨询服务。

互联网为年轻人提供创业机会

萱莹是一名90后IP孵化手，她的



团队有4人，一名助理、一名文案、一名视频编辑。“IP狭义的意思是知识产权，IP孵化的意思，就是将知识变现。IP孵化手是2020年左右随短视频平台兴起的，即短视频平台知识付费商业化。”萱莹表示，目前IP孵化主要分为卖课、卖咨询服务、卖课程训练营三种模式。IP孵化的过程相当于培养网红，但是最终的目标是“网络获客”。

“找到我们的客户，往往知识储备丰富，学历和资历都很高，但是他们容易陷入‘知识诅咒’，没有用户视角，拍的视频没有意思，他们往往喜欢讲观点，内行人能听懂，但网友不一定买单。”萱莹告诉记者，以“年轻律师如何进步”的题目为例，资深律师会讲：保持好奇心、保持学习热情，以及论述其中的原因。但网友想看的是：青年律师要抓住一切机会学习，比如师傅带你出去讲一场课，只是让你放PPT，而你可以全程记录下观众的反应，课后反馈给师傅，并且对PPT做出调整。“‘萍水相逢’的网友关注点很明确：要么带给我快乐，要么带给我启发。”萱莹表示，IP孵化手的工作是通过策划脚本、拍视频、剪辑，打造爆款视频，既从形式上给网友带来快乐，又从内容上给网友带来收获。在此基础上建立信任，继而让网友为知识买单。

“IP孵化”，这本身就是知识付费。萱莹作为IP孵化的博主，通过社交平台持续输出优质的IP孵化内容，将自己的知识变现。“我的团队中另外三人是通过社交平台认识的，他们长期关注我的内容，被我转化为‘合伙人’。我们既有团队工作模式，同时每个人又有自己的IP。比如，视频剪辑的同事，本身就是一个‘超级个体’，他把视频剪辑做成课程，挂进橱窗，39.9元一份，销量可观。”萱莹表示，这是自媒体给年轻人的机会，学一门技能，找准自己的特长，低成本投入，便能在短视频红利赛道分得一杯羹，而且十分灵活。

知识就是力量，知识就是财富。“分享知识是一件很快乐的事情。IP孵化手的价值，就是借助互联网，把‘有识之士’的专业知识变现，让他们有动力继续深耕自己的事业，同时帮到需要帮助的人。”萱莹说。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛记者 雷林