AI 酋长 Andy · 开源实操系列

FIELD GUIDE / 33 · 内容与个人 IP

小红书赚钱保姆级教程

从账号定位与首发笔记，到自愿咨询和真实成交

01 账号主页与起号方案

02 可发布的笔记内容

03 30 天首单验证计划

AI 酋长 Andy

AI 共生，利人利己

PDF EDITION 2026.11

免费开源 · 随时回到最新版本

READ THIS FIRST / 使用说明

小红书赚钱保姆级教程

有真实技能、产品、门店或内容能力的个人与团队

读完后，带走三个结果

01 账号主页与起号方案

02 可发布的笔记内容

03 30 天首单验证计划

你的第一步

用一张纸写出自己已有证据的技能、产品、货源、本地服务或内容能力，只选一条主线和一条备选路线。

边读边做，按需回查。

点击目录可跳转；表格空白处用于填写自己的信息。

打开项目网站 · 获取最新内容与可编辑模板

PDF 编排 2026-11-13 · 原文版本 1b806bf8ad

CONTENTS / 阅读目录

找到你要完成的事。

点击章节标题或右侧页码，直接跳转。

01 小红书赚钱保姆级教程（2026） 4

02 小红书从零起号到合规变现：30天逐步照做版（2026-11-02） 49

版本与来源 73

联系作者与星觉科技 74

CHAPTER 01

小红书赚钱保姆级教程（2026）

原始资料：docs/complete-handbook.md

> 全部 26 章 / 78 个实践步骤。原26章保留；新实操补充见《从零起号到首单-逐步照做版》；规则资料更新：2026-11-02。

本教程用于学习与商业实验，不保证任何收入。平台规则请以官方现行规定为准。

01 · 先判断你适合赚哪种钱

模块： 基础

先选变现方式，再反推内容。只有曝光没有产品，最多证明有人看。

第 1 步

执行： 用一张纸写出你能交付的东西：技能、产品、货源、本地服务或内容影响力；只能写有证据的。

完成凭证： 有一条清楚的交付物说明。

遇阻处理： 写不出来就先做信息整理或实测记录，别急着卖课。

第 2 步

执行： 根据资源选一条主线：会技能→服务；会选品→店铺/买手；有稳定内容→商单；有门店→本地经营。

完成凭证： 只保留1条主线、1条备选。

遇阻处理： 不能因为别人月入多少就换路线。

第 3 步

执行： 确定第一单目标：成交1笔并完成交付，记录实收、成本、耗时。

完成凭证： 第一单实验卡，目标不写金额神话。

遇阻处理： 30天没成交也能通过咨询/意向/询价找到可修正环节。

本章检查清单

- [ ] 我能交付的具体价值
- [ ] 主线变现方式
- [ ] 目标用户与第一单定义

常见误区

- 粉丝量≠收入；销售额≠利润。

案例/示例

假设：会写简历的人可测试「45分钟简历诊断」，但必须先验证市场，不能写“包拿Offer”。

02 · 把赚钱拆成一个可验证公式

模块： 基础

内容只是获客环节。你的瓶颈可能是曝光、意向、成交，也可能是交付。

第 1 步

执行： 写出单笔净贡献＝实收－退款－平台/支付费用－履约变动成本－获客投入；时间单独记录。

完成凭证： 计算器里填得出所有项目。

遇阻处理： 先用零收入跑通成本结构，不要虚构转化率。

第 2 步

执行： 把旅程拆成：内容看到→收藏/评论→明确需求→合规成交→复购/转介绍。

完成凭证： 表格里每个环节都有计数口径。

遇阻处理： 对服务类业务，评论不等于线索；线索要有真实需求和购买意向。

第 3 步

执行： 用每周数据找最大缺口，只改一个核心变量。

完成凭证： 本周最值得改的一项。

遇阻处理： 别同时改头像、定位、封面、报价，无法判断因果。

本章检查清单

- [ ] 单笔净贡献
- [ ] 漏斗指标定义
- [ ] 每周一次复盘

常见误区

- 把观看量当交易承诺
- 漏算人工成本。

03 · 用搜索验证市场，不靠拍脑袋

模块： 定位

要找有人持续讨论、愿意花钱解决的问题；先观察，不买一堆所谓行业数据。

第 1 步

执行： 站内搜索3个与你技能相关的需求词，分别看近期、高互动和普通内容。

完成凭证： 30条相关笔记观察表。

遇阻处理： 仅看爆款会有幸存者偏差。

第 2 步

执行： 收集30条真实提问，按「付费紧迫性×可交付性」标注。

完成凭证： 按重复次数排序的问题清单。

遇阻处理： 不能拿别人评论私信骚扰；只观察公开讨论。

第 3 步

执行： 选3个细分问题，各拟3条笔记；优先看真实保存、追问、咨询。

完成凭证： 9个标题草案，关联同一需求。

遇阻处理： 需求若高但需要资质才能交付，就换方向。

本章检查清单

- [ ] 3个需求关键词
- [ ] 30条问题记录
- [ ] 首个细分定位

常见误区

- 复制别人的图片/笔记
- 把争议热度当购买需求。

04 · 一句话说清楚给谁解决什么

模块： 定位

账号定位应能被普通人复述，而不是塞满「个人成长｜副业｜AI｜职场」。

第 1 步

执行： 用句式「我帮[具体人群]解决[具体问题]，方式是[你真实做过的交付]」写3版。

完成凭证： 定位卡片一张。

遇阻处理： 不确定人群就选最熟悉、能接触到的一个小群体。

第 2 步

执行： 列出5个不做：不承诺结果、不接不懂的需求、不碰资质红线。

完成凭证： 业务边界写进服务页。

遇阻处理： “所有人都适用”的内容很难形成转化。

第 3 步

执行： 让3个朋友看主页5秒，问“你能帮我解决什么？”

完成凭证： 至少2人答出同一定位。

遇阻处理： 答不出先优化主页表达，不急着买投放。

本章检查清单

- [ ] 人群足够具体
- [ ] 问题可以描述
- [ ] 边界可以执行

常见误区

- 虚构学历、收入、经历。

05 · 搭建可信主页

模块： 定位

头像、简介、置顶是用户的第一轮尽调。简洁比堆证书有用。

第 1 步

执行： 选择真实可识别的头像/名称；简介写身份来源、服务问题、可验证经历。

完成凭证： 个人页截图存档。

遇阻处理： 没有业绩就写具体作品，不要编头衔。

第 2 步

执行： 制作3篇置顶：我是谁、一次完整解决过程、服务/产品边界与常见问题。

完成凭证： 置顶内容有真实案例或标注为演示。

遇阻处理： 不要把外部联系方式塞进笔记/头像/评论做变相导流。

第 3 步

执行： 进入创作者中心检查账号状态、实名、当前权限及适用规则。

完成凭证： 记录检查日期与权限截图。

遇阻处理： 不同账号权限不同，教程截图可能会随产品更新。

本章检查清单

- [ ] 简介可核验
- [ ] 置顶3篇
- [ ] 账号健康检查

常见误区

- 微信二维码引导
- 认证标识滥用

案例/示例

简介示例：8年B端产品经历｜分享AI求职方法和真实案例｜不承诺Offer。

06 · 建一个30条选题库

模块： 内容

选题不是“我想表达什么”，而是用户会搜索什么、卡在哪一步。

第 1 步

执行： 将需求拆成：问题、错误、对比、案例、清单、流程六类，每类写5条。

完成凭证： 30条有关键词的标题。

遇阻处理： 没有案例就做流程复盘，不造客户故事。

第 2 步

执行： 给每条写一个可交付成果，例如“看完能改简历中的项目经历”。

完成凭证： 每条标题附一个用户成果。

遇阻处理： 只有情绪输出、没有答案的内容不算教程。

第 3 步

执行： 按搜索意图和证据强度给选题打分，先生产前6条。

完成凭证： 本周6条排期。

遇阻处理： 不需要每日高频硬发，先保质量。

本章检查清单

- [ ] 30条选题
- [ ] 每条一个成果
- [ ] 首批6条排期

常见误区

- 只复制热搜标题
- 靠焦虑吓人。

07 · 写出有保存价值的笔记

模块： 内容

实用笔记的最低标准是：问题可识别、步骤能执行、结果能检查。

第 1 步

执行： 首屏说明对象与成果，例如“社招转AI岗，先别狂补课，先完成这张能力映射表”。

完成凭证： 读者3秒知道写给谁。

遇阻处理： 标题避免“人人月入万”“包上岸”等保证。

第 2 步

执行： 正文用「结论→3~5步→工具或模板→边界条件」，每步加真实动作。

完成凭证： 一篇笔记至少1个可以收藏的具体产物。

遇阻处理： 干货太多则拆为系列，别挤成9张看不清的图。

第 3 步

执行： 最后邀请读者分享具体卡点或问题，回复有价值的信息。

完成凭证： 至少整理3条真实反馈。

遇阻处理： 避免引导刷屏、批量关键词私信、诱导站外交易。

本章检查清单

- [ ] 首屏有对象和结果
- [ ] 每步有执行动作
- [ ] 合规的反馈问题

常见误区

- 标题党与夸大承诺

- AI生成未审核。

08 · 9张图文怎么排

模块： 内容

一个封面负责让目标人停下，后8页负责交付答案。

第 1 步

执行： 封面只放关键词、目标人群与核心成果，别塞10行字。

完成凭证： 手机缩略图下仍看得清。

遇阻处理： 关键词必须与正文一致。

第 2 步

执行： 9页参考：1问题、2诊断、3-6步骤、7案例、8清单、9限制与后续。

完成凭证： 导出9张3:4画面并逐张检查。

遇阻处理： 不必每篇都做9页；按信息量决定。

第 3 步

执行： 用手机预览检查字号、对比、图表与来源；修正后再发布。

完成凭证： 预览截图、错字检查记录。

遇阻处理： 不要把受版权保护的图片当免费素材。

本章检查清单

- [ ] 首图只承载1个承诺
- [ ] 移动端可读
- [ ] 引用素材有授权

常见误区

- 模板复杂盖过内容。

09 · 小红书搜索流量怎么做

模块： 内容

搜索词更适合承载持续问题，但平台分发机制不透明，不能保证排名。

第 1 步

执行： 每篇只选一个主搜索意图；标题自然出现主词，正文解释实际问题。

完成凭证： 标题与正文共同回答同一查询。

遇阻处理： 不要机械堆词、加无关标签。

第 2 步

执行： 将相关的长尾问题融入图文和常见问题区，使用自然语言。

完成凭证： 笔记至少解答2个长尾追问。

遇阻处理： 热词不是流量密码；相关性更重要。

第 3 步

执行： 发布后7日、14日观察搜索相关访问指标（能看到什么以账号后台为准）。

完成凭证： 按笔记建立来源记录。

遇阻处理： 没有展示来源就用搜索曝光的间接证据，不要编估算数字。

本章检查清单

- [ ] 主词自然出现
- [ ] 解答长尾问题
- [ ] 搜索反馈复盘

常见误区

- 关键词堆砌
- 标题承诺与内容不符。

10 • 发布后的前48小时

模块： 内容

算法细节无法倒推。你能控制的是内容质量和评论区答疑。

第 1 步

执行： 发布前检查事实、隐私、营销表述与AI参与声明。

完成凭证： 发布前审核记录。

遇阻处理： 涉及医疗、投资、法律等领域必须核对资质/边界。

第 2 步

执行： 发布后优先回复具体问题，补充遗漏的步骤；不使用批量工具刷互动。

完成凭证： 5条高质量答疑（如有真实评论）。

遇阻处理： 无人评论也不证明失败，至少累计样本再判断。

第 3 步

执行： 48小时后记录曝光、收藏、互动、关注与真实需求，避免频繁随意删改。

完成凭证： 单篇数据表。

遇阻处理： 样本不足时不归因给“被限流”。

本章检查清单

- [ ] 事实核验
- [ ] 自然互动
- [ ] 48小时记录

常见误区

- 互赞互粉、买量作弊
- 误判账号风控。

11 • 每周复盘：找真正有效的笔记

模块： 增长

流量看质量、意向看需求、收入看最终交付。

第 1 步

执行： 建立每篇同口径指标：发布日期、主题、曝光、收藏、评论、有效需求、成交、退款、耗时。

完成凭证： 可筛选的周报表。

遇阻处理： 后台指标如果不可见，填“不可获得”，不要补零。

第 2 步

执行： 把高互动低需求与低互动高需求笔记分开看。

完成凭证： 选出2篇可复用结构。

遇阻处理： 爆款未必是好业务，低阅读也可能有高意向。

第 3 步

执行： 每周只做一次反事实讨论：若继续同样选题，最可能在哪个环节卡住?

完成凭证： 下周只设2个实验。

遇阻处理： 样本不足时，明确写“证据不足”，延长同口径观察；不要把算法、限流或封号当作无证据解释。

本章检查清单

- [ ] 数据字段口径一致
- [ ] 保留失败样本
- [ ] 下周2个可验证实验

12 · 专业技能变现：先把服务卖清楚

模块： 变现

适合有真本事、能交付可检查成果的人。服务介绍越具体，成交阻力越小。

第 1 步

执行： 设计一个最小服务包：对象、时长、产物、交付方式、修改次数、不包含事项。

完成凭证： 一页服务说明，不承诺结果。

遇阻处理： 职业咨询可以卖诊断和建议，不能“保录用”。

第 2 步

执行： 建立需求诊断表，先确认客户问题、适用性、预期、预算、时限。

完成凭证： 有标准化的咨询前问卷。

遇阻处理： 发现不匹配应明确拒单或推荐更合适方式。

第 3 步

执行： 履约后提供交付件、行动清单、验收确认；分开记录业务收入和平台收入。

完成凭证： 真实成交票据和客户同意后的匿名案例。

遇阻处理： 隐去姓名、简历、手机号等个人信息。

本章检查清单

- [ ] 服务SOP
- [ ] 沟通问卷
- [ ] 验收模板

常见误区

- 虚构“成功学员”
- 隐性夸大能力

案例/示例

可测试样例：简历诊断＝材料预审+45分钟沟通+一页修改建议；价格由自身成本与市场反馈决定。

13 · 品牌商单：通过蒲公英规范合作

模块： 变现

品牌合作不是粉丝达到某个数就自动有单；权限、内容匹配、履约能力同样关键。

第 1 步

执行： 在小红书创作中心/内容合作核验当前蒲公英权限；批量商单官方规则要求千粉及开通合作权限。

完成凭证： 权限页面截图（账号个人保存）。

遇阻处理： 不要拿别人的权限截图当自己的。

第 2 步

执行： 准备媒体资料：垂直领域、真实受众、代表笔记、报价方式、交付范围、使用权、修改次数。

完成凭证： 一页报价单和样稿。

遇阻处理： 以个人历史实际表现定价，不按照粉丝数照搬虚高报价。

第 3 步

执行： 通过官方合作流程完成报价、需求确认、审稿、发布、授权、结算与税务资料。

完成凭证： 订单及结算记录。

遇阻处理： 明确广告披露；不绕过平台私下交易。

本章检查清单

- [ ] 蒲公英权限核验
- [ ] 报价&交付清单
- [ ] 合规披露与结算

常见误区

- 所谓“无门槛商单平台”诈骗
- 虚假数据
- 品牌想无限次改稿却未签权益条款。

案例/示例

2026年10月蒲公英批量商单规则：粉丝≥1k且开通蒲公英合作才进入对应博主供给池。

14 · 低粉笔记授权与UGC合作

模块： 变现

授权分成是特定的品牌笔记采买/投放合作机制，不等于“零粉自动领钱”。是否被开放权限、是否有订单和投放、结算条款，必须在个人后台逐项核实。

第 1 步

执行： 进入「创作者中心→全部服务→授权分成」核验资格；官方说明有针对低粉账号的机制。

完成凭证： 确认有无入口、是否实名认证及符合资格。

遇阻处理： 有权限不等于已有品牌合作。

第 2 步

执行： 发布真实原创体验或实测，保留素材来源和创作记录。

完成凭证： 3篇清楚标注事实/主观体验的内容。

遇阻处理： 广告或商业授权应按实际性质履行披露义务。

第 3 步

执行： 收到授权先核查使用场景、授权期限、报价/分成及结算方式。

完成凭证： 授权条款截图和账单。

遇阻处理： 品牌发起授权不等于钱立刻到账；可能有广告消耗/白名单前提。

本章检查清单

- [ ] 真实原创内容
- [ ] 授权权限
- [ ] 费用结算条件

常见误区

- 误以为0粉保证收益
- 忽视投放授权限制
- 把部分权限产品说成全体零粉可参与

案例/示例

官方说明：符合条件的低粉作者可参与笔记授权分成；单次授权费功能仍存在白名单限制。

15 · 带货买手：让成交闭环在平台内

模块： 变现

买手是佣金模式，核心在于真实选品与转化效率，别只看GMV。

第 1 步

执行： 在电商/买手官方入口核对自己是否具有开通资格与类目限制。

完成凭证： 当前可用功能列表。

遇阻处理： 权限、保证金和计税规则近期有调整，按后台实时规则。

第 2 步

执行： 挑3款你实际了解的商品，对比到手价、退货、售后、佣金和是否有禁限售。

完成凭证： 3款选品评分卡。

遇阻处理： 不做医疗保健功效夸大或无资质推广。

第 3 步

执行： 制作真实体验笔记；官方商品组件下单，分析订单利润与退货表现。

完成凭证： 订单和退款明细。

遇阻处理： 佣金收入≠GMV；退货佣金可能冲回。

本章检查清单

- [ ] 真实选品证据

- [ ] 佣金/退款口径
- [ ] 官方成交路径

常见误区

- 虚假测评
- 无资质推销
- 只报销售额不报利润

16 · 自己开店：个人/个体/企业怎么选

模块： 变现

店铺是履约生意。发货、退款、客服、售后比一篇爆款更决定现金流。

第 1 步

执行： 进入官方招商页核对可售类目、主体类型、资质、保证金和技术服务费。

完成凭证： 下载当日最新规则或保留链接。

遇阻处理： 个人店只支持部分品类；“0元入驻”不代表经营0成本。

第 2 步

执行： 单品试售：算商品成本、物流、包装、退货、损耗、佣金、客服工时。

完成凭证： SKU净贡献表。

遇阻处理： 没有货源质检与退货处理能力不要囤货。

第 3 步

执行： 完成商品发布、真实图文、交易履约测试与售后SOP。

完成凭证： 一笔完整试单的交付记录。

遇阻处理： 履约链路未跑通前不要放大投放预算。

本章检查清单

- [ ] 类目/资质检查
- [ ] SKU利润表
- [ ] 售后及退款SOP

常见误区

- 0元开店当0成本
- 先投流后验证履约

案例/示例

官方招商页显示符合条件的个人/个体店可0元入驻、先发品后缴保证金；类目限制与保证金以当期页面为准。

17 · 知识产品：从一份工具包开始

模块： 变现

别先录50节课。先用一个能独立解决问题的模板验证愿付。

第 1 步

执行： 把高频问题整理为一个可交付物：表格、清单、示例、讲解视频或小型训练营。

完成凭证： 能让用户独立使用的v1。

遇阻处理： 不要承诺“用完保证收入/上岸”。

第 2 步

执行： 找5名目标用户做试用访谈，问哪里看不懂、实际节省了什么。

完成凭证： 5份真实反馈与修订记录。

遇阻处理： 不以好评换付款或引导刷评。

第 3 步

执行： 在平台支持且合规的功能/渠道履行销售与交付，明确版权、发货/交付、退款条款。

完成凭证： 销售凭证与售后文档。

遇阻处理： 不要用网盘暗链或站外隐蔽支付绕过交易规则。

本章检查清单

- [ ] v1可独立使用
- [ ] 5份试用反馈
- [ ] 明确退款与授权

常见误区

- 盗卖资料
- 空壳课程。

18 • 本地商家：内容+到店核销

模块： 变现

本地服务的账最终算在到店、核销、复购上。

第 1 步

执行： 确认自己是否有营业执照与行业资质，检查小红书本地生活商家入驻要求。

完成凭证： 完成资质核对表。

遇阻处理： 官方本地生活商家目前面向个体工商户及企业等主体。

第 2 步

执行： 拍摄真实商品、门店、服务过程；标明价格、地址、预约条件与有效期。

完成凭证： 3条真实探店/门店内容。

遇阻处理： 商单探店要履行广告识别/报备要求。

第 3 步

执行： 按后台实际功能建立预约/团购/核销记录；计算核销与复购，不只看浏览。

完成凭证： 完整核销链路。

遇阻处理： 勿诱导用户脱离合规交易流程。

本章检查清单

- [ ] 商家资质
- [ ] 价格与条件完整
- [ ] 核销记录

常见误区

- 虚构到店人数
- 未经同意拍摄客人

19 · 从评论到客户：服务类合规转化

模块： 成交

专业咨询最先要提高需求识别质量。互动应围绕问题，拒绝评论区刷屏式获客。

第 1 步

执行： 公开回答具体问题，提供方向与边界；评论里不暴露用户隐私。

完成凭证： 高质量问题答复记录。

遇阻处理： 不做“私我领资料+导微信”的固定话术矩阵。

第 2 步

执行： 有主动咨询时，先问目标、时限、尝试过什么，再介绍适合的服务、费用、交付与政策。

完成凭证： 需求诊断卡与完整价格说明。

遇阻处理： 涉及联系方式和购买，请使用账号当前获准的官方承接方式，切勿默认可跳外部平台。

第 3 步

执行： 成交时确认订单、服务协议、收款凭证、退款边界；交付后主动要可发布授权。

完成凭证： 客户确认的交付单。

遇阻处理： 平台禁止的场景下，不得转去个人微信交易。

本章检查清单

- [ ] 先诊断再报价
- [ ] 官方允许的承接路径
- [ ] 隐私授权记录

常见误区

- 批量复制私信
- 加微诱导
- 保效果承诺

- 把站外网站里展示微信误当成笔记可添加微信的许可

20 · 报价与毛利：不接越做越亏的单

模块： 成交

赚钱最容易被忽略的是时间和返工。写清楚边界才有可持续交付。

第 1 步

执行： 拆分收入、订单数量、成交后退款、每单不可追回成本、平台/支付费、固定获客成本与总工时。计算现金贡献与扣除预估人工的经济结余。

完成凭证： 可复算的两层利润表；知道保本价格。

遇阻处理： 客户沟通从来不是零成本。

第 2 步

执行： 报价中写清产物、修改次数、交付节点、使用权、退款与暂停机制。

完成凭证： 可发送的报价确认单。

遇阻处理： 商单素材二次投放授权需另行明确期限和费用。

第 3 步

执行： 每周按净贡献和每小时贡献复盘，亏损服务先改范围再谈放量。

完成凭证： 至少2单成本核算。

遇阻处理： 单次净贡献为正也可能因固定成本造成整体亏损。

本章检查清单

- [ ] 交付范围
- [ ] 成本拆分
- [ ] 退款条款

常见误区

- 收入截图替代利润核算

案例/示例

演示：售价400元，变动成本50元，总耗时2.5小时，则每小时贡献=140元（未扣固定成本及税费）。

21 · AI辅助生产：提效但不编造

模块： 效率

AI适合拆需求、查错、排版。真实经历、素材授权和最终事实由人负责。

第 1 步

执行： 将3篇真实素材和目标用户提问交给AI，要求提炼选题，不得编数据或事例。

完成凭证： 3个可溯源选题。

遇阻处理： 没有输入证据时，AI应标注待核实。

第 2 步

执行： 让AI按「对象→成果→步骤→反例→注意事项」生成初稿，然后逐条核验。

完成凭证： 编辑痕迹与来源清单。

遇阻处理： 行业敏感领域必须额外审核。

第 3 步

执行： 按社区公约建议清晰标注AI参与；核实平台对不同AI内容类型的现行要求。

完成凭证： 实际标注截图。

遇阻处理： AI使用声明不等于内容免责。

本章检查清单

- [ ] 素材可溯源
- [ ] 有人工复核
- [ ] AI参与标识

常见误区

- 伪造聊天记录
- 批量同质化灌水

22 · 30天从0到第一单实验

模块： 执行

30天只是验证周期，不是稳赚期限。每天都有可检查的产物。

第 1 步

执行： 第1周：定位、研究、主页、10条选题；第2周：做6篇实用笔记；第3周：回答问题、迭代高质量内容；第4周：验证产品与交付、算清成本。

完成凭证： 30天任务板逐日完成。

遇阻处理： 没有订单时留下有效需求证据和下一周期假设。

第 2 步

执行： 每天留存15分钟数据记录与一条真实反馈；每周末自检合规问题。

完成凭证： 四份周报。

遇阻处理： 不能用“每天发10篇”替代复盘。

第 3 步

执行： 第30天按「真实需求、合规成交、单笔贡献、耗时、重复性」决定继续/转向/停止。

完成凭证： 继续/转向/停止决策表。

遇阻处理： 若合规交易条件缺失、持续净亏或无法合法交付，应暂停，先补齐许可或修正模型。

本章检查清单

- [ ] 每日证据
- [ ] 每周复盘

- [ ] 第30天决策
- [ ] 每周注明证据强度与是否继续投入

常见误区

- 只看涨粉没看钱。

23 · 2026合规红线与申诉准备

模块： 风控

赚钱方法不该建立在违规上。账号被限功能时，先核对规则和具体通知。

第 1 步

执行： 自检：真实性/原创/版权/AI说明/广告披露/资质/隐私/交易路径/税务。

完成凭证： 一份发布前审核清单。

遇阻处理： 社区公约建议AI参与说明，广告法律要求可识别。

第 2 步

执行： 如果收到平台违规通知：保存原始通知和笔记证据，阅读对应条款，按站内申诉流程提交准确说明。

完成凭证： 申诉材料归档。

遇阻处理： 不要尝试设备/账号矩阵绕风控。

第 3 步

执行： 对接商业合作时核查合同、品牌资质、打款主体、发票税务及授权范围。

完成凭证： 订单证据链。

遇阻处理： 远离“先交培训费即可保接单”的骗局。

本章检查清单

- [ ] 九项合规检查
- [ ] 申诉证据存档
- [ ] 真实结算凭据

常见误区

- 外链/二维码/微信谐音绕规则
- 刷量搬运
- 隐性广告

24 · 三类算账演练：用假设检验路径

模块： 案例

以下均为教学情景假设，绝非已发生的小红书收入案例或收益保证。

第 1 步

执行： 服务：假设咨询400元、投入2.5小时、变动成本50元，单小时贡献140元（未扣税费固定成本）。

完成凭证： 算清公式及输入。

遇阻处理： 不能把这个当成自己的实测均值。

第 2 步

执行： 商单：假设一单800元，素材与沟通6小时，必要差旅/道具150元，则小时贡献约108.33元。

完成凭证： 估出接单边际贡献。

遇阻处理： 素材二次授权、复投、返工和税费另算。

第 3 步

执行： 商品：假设售价99元，货、物流、平台佣金/服务费、退款损失等合计76元，单笔贡献23元。

完成凭证： 列出可验证的每项真实成本。

遇阻处理： 不同类目费率不同，不可套用演示成本。

本章检查清单

- [ ] 区分假设与实测
- [ ] 计入退款与工时
- [ ] 比对三条路线

常见误区

- 用GMV宣称利润
- 伪造客户截图

25 · 矩阵增长：先有一个跑得通的号

模块： 增长

矩阵不是第一阶段的增长动作。先完成单账号的需求验证，再判断运营多账号的新增成本、账号真实性和规则风险；禁止批量同质化、机器互赞、脚本发笔记。

第 1 步

执行： 优先把一个账号的内容、需求响应与交付流程标准化。

完成凭证： 一个账号有至少4周连续数据。

遇阻处理： 没有主号证据，不做3~10号的“无限矩阵”。

第 2 步

执行： 如果需要团队协作，制定原创素材库、权限清单、审核人与投诉响应人。

完成凭证： 角色分工表和审稿清单。

遇阻处理： 遵守平台关于账号运营、营销、内容原创的规则。

第 3 步

执行： 增开账号只为服务不同人群/不同真实主体，并核验最新账号与商业运营政策。

完成凭证： 每个账号定位差异及合规说明。

遇阻处理： 不批量注册、不机器互刷、不规避处罚。

本章检查清单

- [ ] 主号可稳定执行
- [ ] 协作与素材授权
- [ ] 矩阵必要性论证

常见误区

- 无差异大量重复发布

26 · 收入、主体与税务

模块： 经营

经营收入必须留痕。未开公司不等于免税，开公司也不等于所有收入都自动合规；按主体、收入性质与现行税法核对。

第 1 步

执行： 把全部经营收入按日期、来源、订单号、平台扣费、退款、实收归档。

完成凭证： 月度对账表。

遇阻处理： 没有收到钱的意向订单不能当收入。

第 2 步

执行： 根据经营模式、平台要求与税务登记条件核对主体、发票、申报义务。

完成凭证： 主体/开票/税务核对表。

遇阻处理： 平台收款代扣信息≠所有税务问题已自动完成。

第 3 步

执行： 出现跨境、佣金、带货及复杂交易时，向所在地税务机关/专业人员核实具体适用规则。

完成凭证： 留存权威回复或咨询纪要。

遇阻处理： 不要给别人提供一条固定流水阈值规避审查的建议。

本章检查清单

- [ ] 收入对账
- [ ] 主体资质
- [ ] 留存票据

常见误区

- 偷逃税建议
- 代收款规避风控

---

9 份实用模板

定位陈述

适合找准目标用户

我服务的人群：[角色+具体场景]
他们现在最头疼的问题：[一个可验证的痛点]
我可以交付：[实际产物]
我凭什么做：[可核验经历或作品]
我不提供：[业务边界]
第一单如何验收：[具体证明]

站内搜索调研记录

30条需求快速收集

关键词：
笔记链接/日期：
讨论的具体问题：
用户现有替代方案：
真正卡点：
有没有可付费信号（只标观察，不推断）：
我能否合规交付：
优先级：高/中/低

一篇实操笔记骨架

问题→动作→证据

标题：谁 + 具体问题 + 可完成结果
第一屏：这个问题为何现在要解决（事实，不夸大）
步骤1：动作 + 操作路径 + 成果
步骤2：动作 + 操作路径 + 成果
步骤3：动作 + 操作路径 + 成果
常见错误：
不适用人群/限制：

来源/AI参与说明（如适用）：
最后一个问题：你卡在了哪一步？

9张图文分镜

适合小红书3:4实操长图

01 封面：对象+问题+结果
02 现状：常见误区与判断条件
03 步骤一：准备材料
04 步骤二：操作示例
05 步骤三：验证结果
06 步骤四：问题排查
07 真实案例或明确标注演示
08 一页核对清单
09 风险边界/公开答疑问题

服务报价确认单

避免无限返工和售后争议

服务名称：
适用对象：
交付范围与文件：
咨询或交付时长：
包含修改次数：
客户需准备的材料：
收费与付款节点：
退款/取消规则：
不包含事项与不保证结果声明：

隐私/素材使用授权：
最终验收口径：

品牌商单核对单

蒲公英合作必备

品牌与主体核验：
平台订单号：
产品/卖点证据：
内容形式与交稿时间：
审稿及修改次数：
报价与结算条件：
是否含广告投放/二次剪辑授权：
授权期限与范围：
广告披露方式：
素材版权与肖像授权：
税务及发票责任：

用户需求回复（合规版）

先解决问题再讨论服务

你这个情况，先看两点：[诊断条件A/B]。
第一步我建议：[现在就能做的具体动作]。
如果你的目标是[更深入目标]，需要先确认[材料/边界]。
我能提供的是[范围+产物]，不承诺[外部结果]。
具体承接和交易请按平台当下提供的合规入口进行。

一周数据复盘

辨别流量与真实需求

本周新增笔记：
可得曝光/收藏/互动：
真实需求数（说明口径）：
符合产品的人数：
成交/退款/实收：
实际内容与交付耗时：
单笔贡献与每小时贡献：
无效动作：
下周只验证哪两个假设：
证据等级：已发生订单 / 用户原话 / 公开观察 / 自己假设
漏斗下一步验证：内容匹配 / 产品清晰 / 承接路径 / 单位经济模型
本周停做：
平台通知与整改：

AI去幻觉编辑提示词

适合保持真实和口语感

你是事实编辑。只使用我提供的真实经历与资料。任务：围绕[目标用户问题]写一篇可执行小红书笔记。
要求：1．每步写动作、完成凭证、受阻解决。2．对未验证数字/规则标记【待核实】。3．不得编造客户、成交、个人经历、平台政策。4．禁用月入神话、保证性承诺、套话。5．保留自然口语和短句，不抄袭。6．商业合作/AI参与/使用版权要提醒我检查标注。
以下是唯一可用素材：[粘贴真实材料]

30 天实验计划

日期	行动	完成凭证
第 1 天	明确自己会交付什么	一张价值清单
第 2 天	选主线赚钱模式	单路线决策卡
第 3 天	搜10个细分关键词	关键词表
第 4 天	拆15篇普通竞品笔记	竞品观察表
第 5 天	整理30个真实问题	需求池
第 6 天	写3个定位版本	定位卡
第 7 天	整理合规红线与主页介绍	主页截图
第 8 天	搭建30条选题库	选题表
第 9 天	挑选本周6条核心选题	周排期
第 10 天	写笔记1：最常见的问题	笔记1
第 11 天	写笔记2：具体操作清单	笔记2
第 12 天	写笔记3：常见错误	笔记3
第 13 天	写笔记4：对比与选择	笔记4
第 14 天	检查前4篇的数据与评论	周复盘2

日期	行动	完成凭证
第 15 天	写笔记5：演示流程	笔记5
第 16 天	写笔记6：真实案例或标注演示	笔记6
第 17 天	对读者问题做有用回复	答疑记录
第 18 天	梳理最重复的3个问题	优先需求单
第 19 天	设计一份最小产品/服务包	服务页草案
第 20 天	拟定交付边界、费用、退款	报价确认单
第 21 天	记录本周线索/收入/耗时	周复盘3
第 22 天	核对官方商业权限及准入	权限记录
第 23 天	检查一份能独立使用的试用交付物	v1产物
第 24 天	找5位合适用户做试用反馈	反馈表
第 25 天	按反馈优化交付	v2版本
第 26 天	发布一篇专门解决高意向问题的内容	笔记7
第 27 天	核对官方允许的承接和履约路径	合规交易清单
第 28 天	做一次完整模拟交付	模拟验收单

日期	行动	完成凭证
第 29 天	汇总30天数据含零成交情况	周复盘4
第 30 天	判断继续/调整/停止并定下30天后动作	决策报告

参考资料与官方链接

> 以下为资料整理时核对的来源，平台规则可能变更。

- 小红书社区公约2.0（2026-07-31）：原创、真实分享、AI参与建议及人设真实性
- 蒲公英批量商单说明（2026-10-21）：千粉及蒲公英权限、合作与结算
- 蒲公英笔记授权分成/合作广场说明：仅适用获开放权限的授权合作产品；非所有低粉账号自动享有，实际资格以后台为准
- 小红书商家入驻官方页：个人、个体、企业入驻，类目和保证金依主体区分
- 小红书电商规则中心：电商与交易相关规则入口（可能需要登录或无法直接公开浏览，须本人后台复核）
- 小红书电商官网：买手、电商经营与业务入口
- 小红书本地生活商家平台：本地经营主体及入驻步骤
- 蒲公英商业合作规范：禁止规避平台交易结算与越权使用平台品牌资产

- 国家市场监管总局《互联网广告管理办法》：第九条：知识分享、测评附购买方式的广告识别
- 互联网广告可识别性执法指南：辨识广告性质与披露要求
- 专业号合规经营指南（2026-06-08）：明确提醒批量同质化、多账号协同违规营销与联系方式导流风险
- 企业专业号认证规范（2026-08-02）：企业主体、资质及账号资料禁止展示联系方式
- 小红书招商官网 · 开店资质与费用：个人店类目限制、部分主体0元入驻不代表0成本
- 蒲公英官方帮助中心：商单类型、合作规则及最新权限入口

作者：AI酋长Andy · https://metaver.vip/

源码：https://github.com/AIPMAndy/xiaohongshu-income-handbook

许可证：MIT · 仅适用于本项目原创内容，第三方材料遵循各自权利声明。

CHAPTER 02

小红书从零起号到合规变现：30天逐步照做版（2026-11-02）

原始资料：docs/从零起号到首单-逐步照做版.md

> 作者：AI酋长Andy。免费开源，适用有真实技能、产品、门店或内容生产能力的个人及团队。

> **核心限制**：30天是实验长度，不保证30天成交；账号/商业功能以真实权限为准；示例中的费用与结果均为示范，不能直接冒充真实案例。

一、先理解完整闭环

需求明确 → 有证据的内容 → 真实互动 → 合法且获准的交易路径 → 真实交付 → 复购与口碑。

单笔现金贡献 = 实收（扣退货后的）－平台/支付费用－履约直接成本－获客支出－运营固定支出。另记录工时与个人时间价值；**阅读量、点赞数不是现金流**。

二、第一天就能照做的账号设置 SOP

1. 用本人合法持有的账号登录小红书 App，查看“我”页、账号设置、违规通知和当前可用创作者入口。切勿购买或租借账号，不要虚构实名认证。
2. 选一个你真正熟悉、能提供证据的细分领域。账号名称应便于普通人辨识；头像尽量使用有使用权的真实图像。
3. 主页简介写成「我是谁（真实）｜给谁提供什么内容｜能获得什么工具或方法｜哪些不保证」。商业身份/专业资格必须可核实。
4. 置顶内容三类：「我是谁和适用人群」「一篇完整方法或实际过程」「服务/商品内容与限制」。没有真实案例则用自己的演示，并显著标注。
5. 在自己账号后台核验是否有店铺、买手、蒲公英、专业号、交易组件等资格；不要把他人的截图当本人的权限。
6. 保留一张账号设置和资格自查表，注意身份证、邮箱、手机号等不能发布到公开素材。

三、找到愿意解决问题的人（研究表操作）

1. 站内搜索三组“人群+痛点”词，各看10-15篇真实笔记，分别选择高互动和普通表现样本。
2. 把公开问题写入表格：搜索词｜问题原话（去标识化）｜触发场景｜自己能解决什么｜交付证据｜是否需要资质。
3. 选重复出现、能解决、能合法交付的一条问题，定位不求广。
4. 观察30条问题后写一句话定位：「我帮___（某种人）在___（场景）解决___，靠___（本人有证据的交付）」。

5. 不要下载他人的隐私、不自动采集私信、不批量发送招揽信息；研究只使用合法公开的观察和本人真实反馈。

四、每篇笔记的可复制结构

9页图文结构（按内容量选择页数，并非必须9页）

封面：面向谁 + 一个具体结果，例如「产品经理转AI岗，先做这张JD匹配表」。

第2页：读者在哪种场景遇到问题，以及常见误区。

第3页：写出最终能拿到什么--表格、方法或步骤清单。

第4-6页：每页一个动作，讲清输入、操作、结果，配合自制演示图。

第7页：给出真实可核验的过程或清楚标注为演示的样例。

第8页：提供一分钟自查/检查清单。

第9页：哪些人不适合、有哪些边界，以及一个能自然回答的问题。

正文骨架（可复制修改）：

【写给谁】如果你正在____，最容易卡在____。
【核心结论】先做____，再做____，最后检查____。
【步骤1】输入____，执行____，产出____。
【步骤2】使用____，核对____，记录____。
【步骤3】把结果与____标准比较；没达到则____。
【示例】我用____（本人真实/清楚标注的模拟示例），实际得到了____（客观结果）。
【限制】在____情况下不适用；未验证的部分我会标注为待验证。
【互动】你最难的是第几步？可以在评论里说具体问题，不需提供个人隐私。

发布前核查：不夸大收入、不盗图、不伪造业绩/评价；涉及合作推广、AI合成或转载时按平台发布界面及相关规定正确标注；不要用评论或私信规避平台授权的交易路径。

五、从问题到交易：标准成交 SOP

1. **识别意向**：用户自愿描述可交付的问题；单纯点赞、收藏、关注都不计为有效线索。
2. **诊断**：先问目标、现状、时间限制、已做尝试、购买决策条件。只收必要信息，能去标识化就去标识化。
3. **给免费有用答案**：至少提供一个能自己行动的具体建议。不要固定说“评论区扣1领链接”。
4. **报价前说明**：服务内容、时长/规格、报价、付款渠道、取消/退款规则、适用边界、是否有后续支持。
5. **合规完成交易**：按用户当前使用的官方或被允许的购买/合作入口，核对资质与合同；不要假定个人账号可任意导流站外。
6. **履约**：确认要交付的实际成果、验收方式与时间；保留记录，不得公开客户身份材料。
7. **复购与案例**：先争取授权，再公开真实的脱敏案例；拒绝伪造“客户反馈”。

对话示例：

> 你卡在哪个步骤？目标是什么、什么时候需要用、之前试过什么办法？
> 我先给你一个可以自己做的检查步骤。
> 如果还需要更系统的帮助，我会把具体交付、费用、时间和退款规则一次说清楚；是否适

合，可以由你决定。
交易与资料交付走当前账号允许的正式路径。

六、30天每一天具体做什么

Day 01｜注册/检查账号

具体操作：打开小红书App，使用本人真实账号登录；打开「我」→设置，检查手机号、账号状态、违规通知与当前创作者入口；不要租借、购买账号。

验收：保存本人可见的检查记录，别公开手机号/证件。

今日交付物：账号健康与授权入口截图（自行保存）

Day 02｜写目标人群

具体操作：选一个最熟悉的人群，写年龄/行业不用精确个人信息，主要写所处场景、问题、为什么急；一次只聚焦一种用户。

验收：“我帮助___在___场景解决___问题”，删除“所有人”。

今日交付物：一张用户画像卡

Day 03｜选择一条变现路线

具体操作：从技能服务、知识产品、商品、本地、商单/买手等选主线；判断是否有资格、交付能力和交易路径。

验收：缺资质的路线直接标记待验证，不能先卖后补。

今日交付物：1个主路线+1个备用方案

Day 04｜做30条问题调研

具体操作：站内搜索3-5个需求词，阅读不同热度笔记的评论，只记录公开、非敏感的共性问题；避免复制/抓取隐私。

验收：每个问题标“真实来源/频次/能否交付”。

今日交付物：30条问题表

Day 05｜竞品与差异化

具体操作：找10个真实同赛道账号，观察定位、栏目、置顶、笔记结构及商业化方式；看普通帖，别只盯爆款。

验收：只学习结构，不抄图文，也不推断真实收入。

今日交付物：10条对照分析

Day 06｜设计首个可售产品

具体操作：定义对象、场景、交付、时长/规格、费用、退款/售后、不包含事项；按实际资质写。

验收：把含糊承诺删掉，能被第三方独立验收。

今日交付物：1页服务/商品说明

Day 07｜主页与置顶规划

具体操作：设置清晰头像、好识别的昵称和不夸大简介；规划我是谁、一次真实过程、购买前问题3篇置顶。

验收：5秒内让朋友复述“你帮谁解决什么”。

今日交付物：主页截图+置顶提纲

Day 08｜设计30条选题

具体操作：把前30条需求变成问题型、步骤型、对比型、案例型、避坑型等标题，逐条标目标人群。

验收：先挑证据最充足的6条，不做全平台“热词堆砌”。

今日交付物：30标题库

Day 09｜写首条图文完整稿

具体操作：按“人群+问题+结论→3至5步→示例→可验收结果→真实问题互动”写600至900字初稿。

验收：读者独立照做能得到一个具体成果。

今日交付物：首篇正文初稿

Day 10｜制作封面与内页

具体操作：图文建议按实际内容量选3至9页；首图写场景与结果，内页每页只有一个关键步骤。

验收：手机缩略图和大字模式下都能阅读；图片自有或有授权。

今日交付物：首篇可发布图片

Day 11｜发布前核查

具体操作：逐条核对事实、法律资质、隐私、收益表达、AI内容标识、营销标识、版权；按当期发布页选对应标签。

验收：发现不真实数据先删掉再发。

今日交付物：发布核验清单

Day 12｜发布第一篇

具体操作：选择与内容匹配的正常话题/位置（如适用）；按当前App界面发布，记录时间和标题。

验收：不要互赞互粉、设备群控或模拟真人互动。

今日交付物：第一篇公开链接

Day 13｜回复真实问题

具体操作：评论里回答具体问题，补充方法而非固定“私信领取”；没有评论就根据搜索问题主动完善下一篇内容。

验收：不批量发诱导语、不在笔记中绕过平台交易。

今日交付物：问答记录

Day 14｜第二篇：常见误区

具体操作：选一个最常见错误，用“错误做法-后果-可操作修复-示例”写笔记。

验收：至少给1个真实修正前后对照（个人数据脱敏）。

今日交付物：第二篇链接

Day 15｜第三篇：可复制清单

具体操作：发布一张读者能够逐项勾选的清单/模板，附完整填写示例，不强制私信领取。

验收：读者不联系你也能获得价值。

今日交付物：第三篇链接

Day 16｜第1轮内容复盘

具体操作：记录三篇相同口径的曝光/收藏/评论/有效问题，有数据则填数据，无则写不可得。

验收：避免少量样本下推断限流。

今日交付物：3篇对照表

Day 17｜第四篇：过程证据

具体操作：展示你亲自做过的一次流程或制作前后对照；没有客户案例就用本人原创演示。

验收：清楚注明模拟演示/真实经历及可验证边界。

今日交付物：第四篇链接

Day 18｜第五篇：场景对比

具体操作：同一问题对比两套解决方式，说明适用条件、成本、限制，避免片面吹捧。

验收：覆盖一个读者常问的选择问题。

今日交付物：第五篇链接

Day 19｜发布产品说明

具体操作：形成一页有对象/交付/时间/价格/限制/售后的完整说明，使用平台当期允许的展示方式。

验收：有兴趣的人不会因报价或交付含糊而误解。

今日交付物：合规产品说明卡

Day 20｜做FAQ

具体操作：从真实问题里挑10条，分别写出简短答案，涉及专业资质和买卖规则的查询官方来源。

验收：没有顾客问题时可标“预设FAQ”。

今日交付物：10条FAQ

Day 21｜第六篇：FAQ精选

具体操作：公开回答其中最有代表性的3个FAQ，每条提供能自测的判断方法。

验收：不写“评论关键词自动私聊”诱导链路。

今日交付物：第六篇链接

Day 22｜诊断真实意向

具体操作：把自愿问价、明确需求、预约意向与普通点赞分开统计；注意个人信息最小化。

验收：有效意向定义一致：有人描述可交付问题并愿意讨论方案。

今日交付物：匿名意向统计表

Day 23｜做一次自然沟通

具体操作：面对主动来询的人，先问目标/预算/限制/时间，给可执行免费建议，再说明服务范围与费用。

验收：没有客户就模拟填写问卷，不伪造成交。

今日交付物：需求问卷与沟通记录

Day 24｜优化首单交付

具体操作：对你能合法提供的商品/服务，模拟一次从询问到交付/退款的全链路，找3个容易出错的环节。

验收：把交付范围和退款规则写成文件。

今日交付物：交付SOP v1

Day 25｜第七篇：解决一个异议

具体操作：围绕“为什么要付费/适合谁/多久完成”选一个真实问题，提供有证据的解释。

验收：没客户案例就写透明流程和可独立检验的步骤。

今日交付物：第七篇链接

Day 26｜进行价格成本测算

具体操作：用当前网页计算器输入实际成本、费用、工时、退款假设；记录现金贡献和人工后结余。

验收：价格=估算，不写成已成交。

今日交付物：单笔经济模型

Day 27｜判断是否已有成交

具体操作：若有真实订单：确认收款、交付、平台费、退款；若无订单：从需求、页面信任、报价、渠道逐项排查。

验收：成交没有发生就如实写“0”。

今日交付物：首单证据或瓶颈说明

Day 28｜优化最高价值内容

具体操作：在已发布内容中找真实需求最集中的一篇，制作更清楚的后续篇；先改一个变量，保持其他条件。

验收：新旧标题/封面/正文变更记录。

今日交付物：内容实验记录

Day 29｜构建次月选题

具体操作：保留真实读者反复问的5个问题，扩展成10篇清单，按证据强弱排序。

验收：继续围绕同一用户和业务，不盲目换赛道。

今日交付物：10篇次月计划

Day 30｜第30天复盘

具体操作：统计发布、有效问题、明确意向、交易/退款、利润与工时；决定继续、调整一个变量或暂停。

验收：没有收入也形成有证据的结论与下一轮假设。

今日交付物：30天复盘结论+下一个实验

七、四种人可直接套用的账号材料

以下都是**待改写示例**，不表示作者个人真实售卖了这些商品/服务，也不代表保证业绩。

技能 / 求职咨询

适合谁：有一项能交付的技能，想从内容拿到咨询线索

目标用户：正在准备社招、转岗或面试的职场人

目标痛点：简历不知道怎么改、岗位不知道如何匹配

真实证据：你自己完成的示例报告、公开作品或经同意脱敏的真实交付

第一步卖什么：45分钟简历问题诊断（示例服务，按实际能力修改）

交付是什么：会前需求问卷 + 45分钟沟通 + 1页优先级修改清单

限制：不承诺面试机会、录用结果；不接代投、代面试等违规服务

可复制主页简介：

> 职场求职实操笔记｜拆解简历和面试中的常见问题｜分享可复用的修改清单与真实复盘｜不承诺Offer

三个置顶主题：

- 先看这篇：我能帮你解决哪些求职问题（附范围与边界）
- 一份简历从模糊到清晰，我会改哪5处（演示样例）
- 面试准备7天清单：从岗位JD到复盘表

可复制报价/商品说明：

【服务名称】45分钟简历问题诊断（示例）
【适合谁】准备社招/转岗，已有目标岗位和简历初稿的人

【不适合】想要保录用、代写虚假经历或代面试的人
【交付】会前收集JD和简历（需授权）→45分钟沟通→1页修改优先级清单
【费用】¥___（按本人资质与成本核定；公开前确认平台允许的交易入口）
【时间】约___天预约，交付后___天内答疑___次
【修改与退款】_____（在成交前写明，按适用法规及平台规则执行）
【注意】不承诺Offer；建议均需用户自行判断和执行。

真实对话示例：

你的情况我理解了。先确认三个信息：①目标岗位JD是什么；②现在卡在简历、投递还是面试；③已经试过哪些办法？你可以只说不涉及个人隐私的部分。我先给你一个能自己检查的方向；如果需要系统梳理，我会再说明适合的服务范围与费用，交易以账号当前允许的方式完成。

首发三篇笔记：

笔记1｜转AI产品岗，先别急着刷课

封面：从岗位JD提取3个硬要求

开头：适合想转AI产品但不知道先学什么的人。

正文动作：①找3个真实岗位JD；②用表格标注「必需技能/你做过的证据/缺口」；③选一个缺口做可展示的小作品。

结尾提问：今天先把第一条JD写进表格。你现在最不确定的是技能匹配、项目经历还是面试?

笔记2｜简历里的“负责”太多，怎么改

封面：用动作-证据-结果重写经历

开头：适合写项目经历时总是“负责、参与、协助”的人。

正文动作：①写清问题场景；②说明你独立做了什么；③写可核验结果或阶段产物；④删除编造指标。

结尾提问：可以挑一条去标识化的项目经历，自己按这个结构试改。

笔记3｜面试前7天，我会检查这5项

封面：岗位-案例-反问五项检查法

开头：适合有面试通知却不知道准备顺序的人。

正文动作：①拆JD；②准备2个STAR案例；③复盘核心技能；④做一次录音模拟；⑤准备3个反问。

结尾提问：你最怕哪一类面试题？评论里可以只讲题型。

知识产品 / 模板

适合谁：擅长整理资料、方法论，想验证一份可交付产品

目标用户：需要少走弯路、愿意为节省时间付费的具体人群

目标痛点：重复犯同一个操作错误，缺一份可直接使用的模板

真实证据：你自己实际使用过的模板、修订记录与真实试用反馈

第一步卖什么：一份能独立解决问题的模板包（先做最小版）

交付是什么：1个主模板 + 1份填写示例 + 1页使用说明 + 一次更新记录

限制：禁止盗卖第三方内容；不宣称买模板就一定赚钱

可复制主页简介：

> 把复杂问题变成可用模板｜分享实际用过的清单和填写示例｜每周更新一个小工具｜先试用再决定需不需要买

三个置顶主题：

- 模板使用导航：从哪个问题开始
- 真实制作过程：一份模板如何节省重复劳动（有步骤）
- 最常见的5个填写错误和修正办法

可复制报价/商品说明：

```
【产品名称】___实操模板包（V1）
【解决问题】帮助___人完成___任务
【包含】一个可编辑模板 + 一个填写示例 + 一页说明
【格式】___（如CSV、DOCX、Notion）
【不包含】私人定制、保证收入或平台流量保证
【售价】¥___（试售前核算制作与售后成本）
【交付和售后】在符合类目资质与平台规则的渠道完成，数字商品退款/版权规则请提前公示
【版本】V1.0，更新日期___，更新范围___。
```

真实对话示例：

你最想用模板完成哪一步？先看下公开演示里的填写示例，判断格式是否适合你。需要的话我可以说明包含的文件、使用限制、费用与正式购买入口；不建议在没看明白之前就付款。

首发三篇笔记：

笔记1｜别先买课，先做一张问题清单

封面：五列问题验证表

开头：适合有一个副业想法但没验证需求的人。

正文动作：①列目标用户；②记下原话问题；③标注频率；④写能交付的结果；⑤验证是否愿意付费。

结尾提问：你会把哪个想法先放进这张表?

笔记2｜一份模板好不好，用这3点判断

封面：独立使用、检查结果、能修改

开头：适合制作电子资料或购买模板的人。

正文动作：①有没有填写示例；②不用问作者能否走完；③遇到错误能否自查；④重要信息有没有来源。

结尾提问：可以用这四项去审查你已有的模板。

笔记3｜30分钟做一个真正能用的清单

封面：最小产品搭建流程

开头：适合想试做知识工具的人。

正文动作：①选一个具体场景；②列5个必须字段；③填一份真实样例；④找人盲用；⑤根据反馈修一版。

结尾提问：先完成一个你自己愿意用的V1，再考虑售卖。

自有商品 / 店铺

适合谁：有供货与履约能力，想通过笔记让商品成交

目标用户：正在比较产品、关心使用效果和售后的人

目标痛点：不知道买哪款、适不适合自己以及退货是否方便

真实证据：实拍产品、实测记录、产地/规格/质检资料和真实售后政策

第一步卖什么：一个小批量合规测试SKU

交付是什么：真实商品页 + 规格价格表 + 发货和退换货说明

限制：先核验类目、主体、保证金和资质；不要无资质卖禁限售商品

可复制主页简介：

> 真实产品实测与选购记录｜专注___类商品｜分享规格、使用体验、保养与售后说明｜商品信息以店铺页面为准

三个置顶主题：

- 本店是谁：真实产品、产地和服务范围
- 新手怎么选：3个规格看懂差异
- 购买前先看：适用边界、价格、发货与退换货

可复制报价/商品说明：

【商品】____（准确品名/规格）
【适用】____场景；不适用____场景
【价格】¥____；运费____；发货地____；预计发货时间____
【产品证据】自有实拍____、实测____、资质/质检____
【库存】首批____件，不超卖
【成本】采购____ + 包装____ + 运费____ + 平台费____ + 预计退货损耗____
【下单】使用平台允许的店铺商品组件
【售后】____，不使用夸大功效表述。

真实对话示例：

选这款前，先确认你最关注的是尺寸、使用场景还是预算？我可以告诉你实测的优缺点和不适用的情况。详细价格、库存与售后以当前店铺页面为准。

首发三篇笔记：

笔记1｜买___之前，先确认这4项

封面：规格、场景、清洁、售后

开头：适合第一次买___产品的人。

正文动作：①测量你的使用空间；②核对商品尺寸与材质；③比较真实的维护成本；④看退换条件。

结尾提问：你最容易忽略的是哪个参数？

笔记2｜同一类商品，我如何做三款对比

封面：统一测量条件的实测方法

开头：适合还没决定具体款式的人。

正文动作：①用同样的光线与场景实拍；②用同一个维度打分；③说清适用与不适用人群；④附实际规格来源。

结尾提问：你更在意价格、耐用还是便利?

笔记3｜收到商品后，先做这个检查

封面：开箱-验收-维护

开头：适合买完产品怕踩坑的人。

正文动作：①核对型号和配件；②检查外观是否损伤；③按说明测试；④保留售后凭证。

结尾提问：评论区说说你遇到过哪类使用问题。

本地门店 / 到店服务

适合谁：有真实门店与资质，想做本地搜索、到店与复购

目标用户：店铺周边有即时消费需求的真实顾客

目标痛点：不知道门店在哪、多少钱、值不值得去、如何预约

真实证据：真实店面、服务过程、价目表、营业资质及经授权的顾客体验

第一步卖什么：一项价格透明、可预约或可核销的到店服务

交付是什么：地址 + 价格 + 可预约时段 + 服务流程 + 退款/取消规则

限制：未经许可不拍客人；探店商业合作按规则披露

可复制主页简介：

> ___区域真实门店｜分享本店___服务和价格｜实拍工作过程｜营业时间、价格与预约方式以平台官方店铺信息为准

三个置顶主题：

- 第一次来本店：位置、营业时间和停车信息
- 一项服务从预约到完成，实际经历什么
- 完整价格与取消规则：哪些项目需要提前确认

可复制报价/商品说明：

```
【门店】___（营业执照对应主体）
【服务】___；体验时长___分钟
【位置】___（以平台POI/门店页为准）
【标价】¥___；是否含材料费___；不包含___
【预约】___；可预约时段___
【到店流程】预约→到店确认→服务→核销或付款→售后
【退改】___；【开票】___
【证据】真实门店与服务过程，客户肖像需授权。
```

真实对话示例：

你打算哪一天到店？先告诉我人数和想体验的项目，我核实可预约时段、完整价格和取消规则；确认后再通过门店目前支持的官方路径预约或下单。

首发三篇笔记：

笔记1｜第一次来___，先看这份到店指南

封面：地址、停车、等候、价格

开头：适合第一次来门店的人。

正文动作：①说明确切位置与交通；②展示真实门面；③列完整价格范围；④写清排队和预约条件。

结尾提问：你更关心停车、预约还是服务时长？

笔记2｜这项服务从头到尾怎么做

封面：用真实过程消除顾虑

开头：适合对服务流程不熟悉的人。

正文动作：①进店接待；②需求确认；③服务步骤；④完工验收；⑤售后说明，均需真实拍摄并授权。

结尾提问：你最想先看到哪个环节？

笔记3｜___和___差别到底在哪

封面：适合场景与价格条件

开头：适合在两种服务之间犹豫的人。

正文动作：①服务时间；②包含内容；③适用人群；④价格差异；⑤明确不适用情况。

结尾提问：如果你告诉我使用场景，可以公开答复一般性建议。

八、变现方式的资格检查

| 路径 | 交付 | 需要验证的门槛 | 最容易漏算的成本 |

|---|---|---|---|

| 技能咨询 | 咨询/方案 | 专业能力、合法承接路径 | 准备工时、返工、退款 |

| 知识产品 | 模板/工具 | 知识产权、数字类目限制与交易资质 | 制作、售后、平台费 |

| 自有店铺 | 商品 | 类目/主体/保证金/售后政策 | 物流、包装、退货和损耗 |

| 品牌商单 | 品牌合作内容 | 蒲公英合作资格、商业披露 | 拍摄、修改、授权范围 |

| 授权内容 | 原创内容授权 | 权限、品牌选择和授权结算条款 | 素材许可、税费 |

| 买手带货 | 推荐商品与成交 | 买手资格、商品资质、佣金规则 | 佣金冲回、退货 |

| 本地经营 | 到店服务 | 门店资质、预约/核销功能 | 人力、空档期、取消 |

具体门槛请进自己的官方后台，不从营销教程假定“0粉可接商单”或“人人0元开店”。

九、示范计算：一笔订单有没有利润

假设不是实际成交：报价400元，履约耗时2小时，直接成本50元，平台/支付费率假设5%，其他固定投入20元，退款0，则现金贡献 = 400 - 50 - 400×5% - 20 = 310元；若给自己的劳动估价100元/小时，经济结余再减200元 = 110元。**还没包含税费和所有可能成本**。

如果阅读量很多但有效咨询为0，先验证选题与读者问题是否匹配；有咨询但无人买，优先检查产品范围、信任证据与报价；有成交但净贡献为负，应先优化交付成本和退款，再扩大投放。

十、2026年11月2日可核对的官方资料

- 小红书电商学习中心：账号定位、笔记转化、规则。
- 小红书商家招商与类目费用：个人、个体、企业主体差别。
- 小红书电子资源类目入驻规则：数字模板/资料并非一概无门槛。
- 蒲公英官方帮助中心：商单、审核、资质和结算。
- 网信办关于短视频标注的2026年说明：AI、营销等标注。
- 官方电商官网：买手与商家。

最后更新：2026-11-02。独立学习项目，非小红书官方合作/官方收益教程；不保证粉丝、曝光或收入。

EDITION NOTES / 版本与来源

可回查，才可复用。

本书整理自 AI 酋长 Andy 的开源项目 xiaohongshu-income-handbook。保留实操正文、示例身份、原始来源和可编辑模板入口，重新编排为适合手机阅读的 PDF。

编排日期：2026-11-13
内容版本：1b806bf8ad7b
原始项目：https://github.com/AIPMAndy/xiaohongshu-income-handbook

> 项目可能继续更新。本文是上述版本的阅读副本；涉及平台政策、功能权限、价格和法规的内容，以相应官方来源的最新说明为准。模板和假设示例用于练习，不能直接当作真实客户数据或结果承诺。

怎样回查原文

每一章标题下的「原始资料」均可点击，直接打开对应版本。完整源文件清单与文件校验信息见 本版电子书说明。本版共整理 2 份源文件。

使用与署名

作者：AI 酋长 Andy。项目内容与代码的使用条件以原仓库许可证为准。保留原有第三方引用与示例标注；再次分享时请保留作者和来源。

许可证：LICENSE

作者与服务 / 广告

把你的问题，带到下一步。

如果你需要结合自己的情况判断路径，
可以和我聊聊你的目标、进展与卡点。

个人微信 · 打开微信搜索

AIPMAndy

添加时备注「小红书赚钱保姆级教程」，
再用一句话说说你想完成什么。

个人官网

metaver.vip
了解 Andy、产品与个人服务

公司官网

www.a6no1.cn
了解星觉科技与企业合作

AI 酋长 Andy · AI 共生，利人利己
公众号：AI 酋长 Andy
上海安迪星觉科技有限公司