AIA U+ | MCV FACULTY

最新社交媒体打法：

普通话面授课程

从定位到转化，打造你的个人签单机器



3月12日(星期四)

下午2时30分 – 5时30分

九龙启德协调道2号AIRSIDE 35/F

扫描簽到
提交問題

参与即获五大实战能力！

1. 新帐号冷启动：从0到1变现闭环
2. 财务策划人设：精准定位自带滤镜
3. 爆款内容公式：一键拿捏流量密码
4. AI提效神器：3分钟出合规爆款素材
5. 资源大礼包：100个现成爆款选题



Hailey

- ✓ 小红书官方认证种草营销师
- ✓ 6年跨境内容营运专家
- ✓ 可论证的IP获客系统打造者
- ✓ 累计合作品牌500+



卷卷

- ✓ 香港百万IP操盘手
- ✓ 恒香老饼家品牌策划
- ✓ 自媒体在线课程讲师
- ✓ 5年香港商业变现与IP孵化专家

1 全心為客 堅守使命

BEYOND NUMBER ONE

HEALTHIER, LONGER,
BETTER LIVES

社群媒體之應用

社群媒體的使用

作為指導原則，當您作出以下行為時，您便視作以AIA財務策劃顧問身分行事**：

- 您表明您與AIA有合作關係或與AIA有聯繫（例如於社群媒體平台之賬戶名稱或簡介表示自己為AIA財務策劃顧問）；或
- 您以財務策劃顧問身份推廣及/或保護AIA的品牌，而您正在對關於AIA的議題發表意見；或
- 您正在使用或參與由AIA贊助的數碼平台；或
- 您正以財務策劃顧問的身份從事招攬工作。

** 此指導原則亦適用於非以AIA財務策劃顧問身份參與社群媒體但其行為可能反映出AIA品牌的情形。詳情請參閱： A190932

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL



銷售或推廣活動

該做

恰當地使用社群媒體，以便利與身處於香港 / 澳門的准客戶 / 客戶完成銷售程式

若客戶或准客戶並非持有香港身份證/澳門身份證的人士，于提供產品資料及檔前，請加倍留意以確保他們身處香港/澳門





AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
For full details, please refer to the training《使用社群媒體的該做與不該做》2025年10月

[AIA - INTERNAL]



公司品牌及財策顧問的專業形象

該做

當你透過社群媒體擴展個人事業時，請時刻 保持專業水平

使用任何品牌標識的申請需事前提交予營業拓展部審批

相片中出現友邦的徽標或寫字樓



社群媒體上正面分享個人事業發展


友邦精英学院学员分享 | 他们是如何在香港站稳脚跟的

2017-09-08 香港友邦保險

刚离开校园，都有着一肢充满理想的干劲，但面对残酷激烈的职场竞争，你该如何突围而出，真正在香港站稳脚跟呢?

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL



公司品牌及財策顧問的專業形象

不該做

破壞專業形象-
在任何社群媒體平台上建立可能令他人誤以為代表友邦的賬戶/頁面

- 在微信平台上建立以「友邦（AIA）」、「友邦香港（AIAHK）」、「澳門友邦（AIA Macau）」、「友邦香港服務」、「友邦熱線」、「友邦頻道」、「友邦商店」、「友邦付款」或「友邦保費收集」命名的個人賬戶或公眾號，並以友邦的徽標作賬戶頭像，整體上使公眾誤以為有關賬戶為友邦的官方賬戶。
- 在點對點的應用程序或平台上，定位您的帳戶為友邦官方社群媒體渠道。

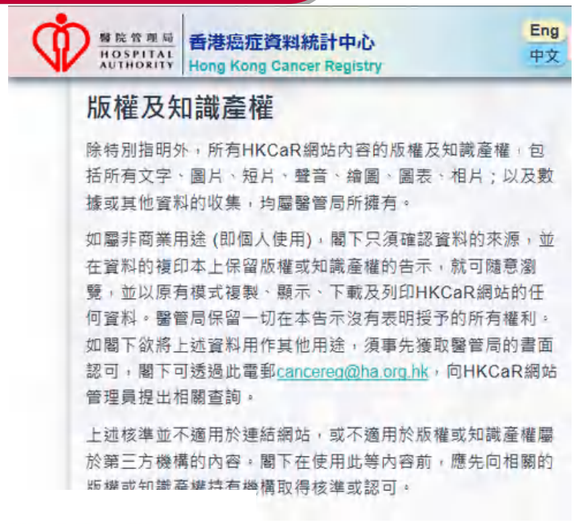
AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

使用第三者的材料

該做

適當地註記參考文獻及出處;
根據第三者網站上嘅的使用條款分享其信息
（很可能需要獲取對方的書面同意）

例如：若您打算在您的社群媒體專頁內引述香港癌症數據統計中心的數據， 您需謹遵其網站所載的使用條款。



例如：若您打算經搜索引擎（如Bing或谷歌）下載某圖片，並修改及轉貼到您的社群媒體專頁作商業用途，請確保有關圖片的使用權限為「允許以商業用途再利用且可修改」。



AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港內部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL



使用第三者的材料

不該做

發佈/分享任何未授權保險銷售平台上的材料，包括但不限於任何相片、圖表、表格、陳述、文章、至該些平台的連結或主題標籤 (Hashtag)

(注：按此參閱公佈於公司官方網站上的未授權保險銷售平台，或以下列路徑：查閱：AIA.COM.HK->個人客戶支持->重要訊息)

部分未經授權的銷售平台如下:

http://www.edaili.com	E代理 eDaili
微信公眾號: iedaili	e代理互聯網海外財富管理專家
http://www.lxjcf.com	理享家 Asset Pro
http://www.hwasbank.com	華設財富 Huashe Wealth

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

招募活動

該做

當於社群媒體專頁上發佈招募廣告時，請跟從現行的招募廣告指引

- 在您的LinkedIn賬戶上發佈廣告招募本地精英，而招募廣告採用公司的範本。
- 在您發佈自製的招募廣告至您的微信賬戶前，請先提交該招募廣告至 營業拓展部申請預先批准。

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

招募活動

不該做

在招募廣告內對跨境銷售活動作任何聯繫

用友邦的名字於您公司的招募(例如您公司的秘書及文職員工)，您應用自己公司的名字而非友邦去招募，以免應徵者混淆。

招募财富管理及保障经理

职位描述:

1.为客户提供全方位的理财规划服务

包括：风险管理, 投资策划, 退休策划, 教育基金,财富传承, 资产管理及分配，基金投资等

2.建立良好的客户网络以及开拓中国内地市场

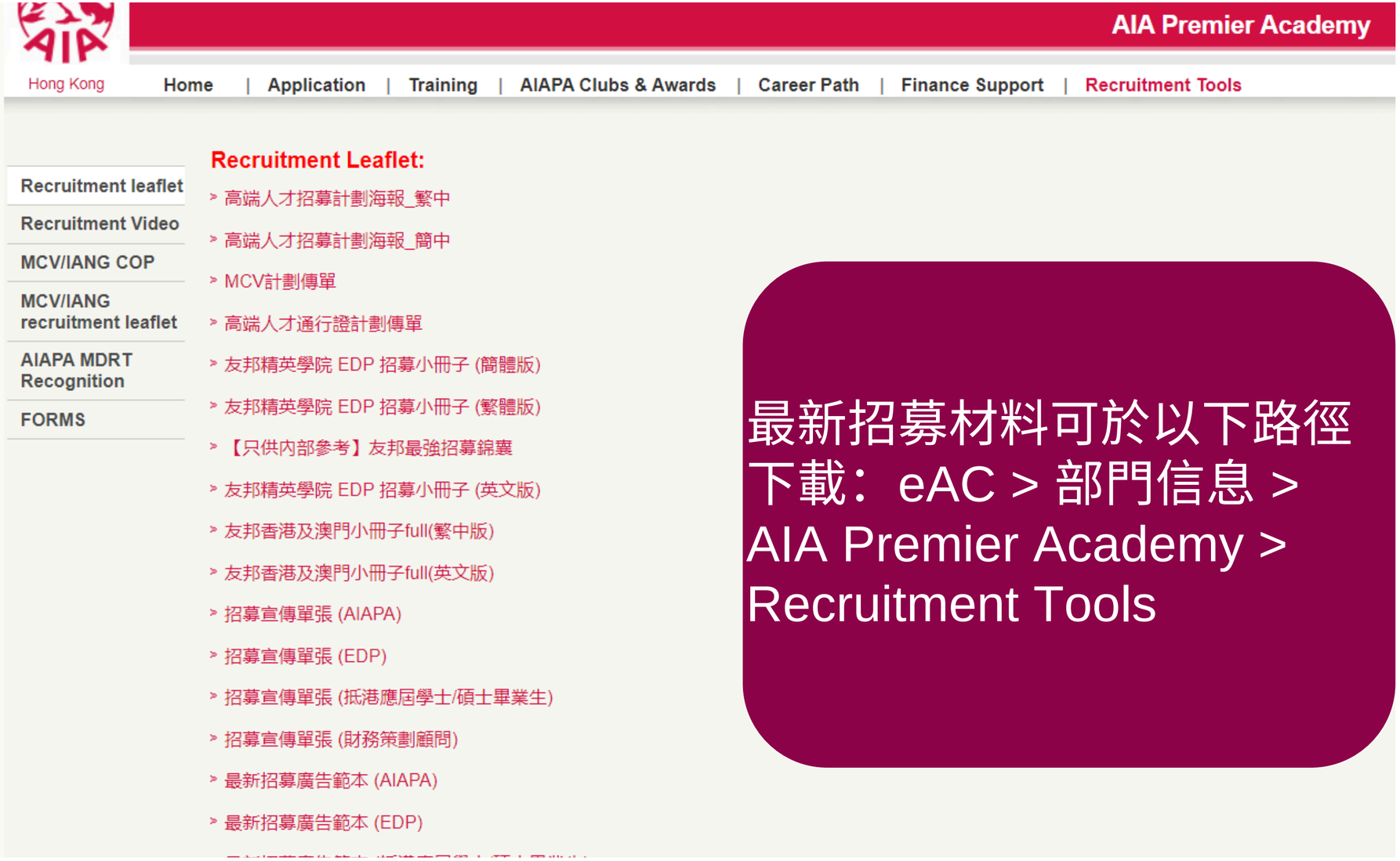
3.组建个人团队及团队管理

聲稱推廣保險產品或服務至國內市場為職責的一部份

發佈招募廣告到海外的社群媒體平台，以招募中間人作跨境銷售行為

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

公司提供的招募材料



最新招募材料可於以下路徑下載：eAC > 部門信息 > AIA Premier Academy > Recruitment Tools

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港内部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

公司提供的招募材料





AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港內部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL



違規後果

所有涉及違反社群媒體相關規定的行徑，將會交予公司市場操守委員會 (“MCC”) 進行審理。查明屬實，相關財務策劃顧問或會受到懲處，罰則會因應違規嚴重程度而定。

公司內部
Market Conduct Committee 扣分或書面警告
暫停遞交抵港內地人士之業務
終止業務代表合約

使用社群媒體進行銷售或推廣活動前，請參閱《使用社群媒體的「該做及不該做」》（Do’s and Don’ts on Use of Social Media ）

路徑：友邦營業員專頁 > 指南 > General Manuals > Do’s and Don’ts on Use of Social Media《使用社群媒體的「該做及不該做」》

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.
只供友邦香港內部使用，不得发放予任何公众人士、客户或准客户
[AIA - INTERNAL

From Content to Trust

保险 Agent 内容系统实战

讲师：Hailey & 卷卷

March 12, 2026



2026

HUA CHUAN 集華團傳

Media Financial Trading

業務介紹2026

HUA CHUAN 華傳集團
Media Group Financial Trading

華傳集團是一家以媒體為核心載體，涵蓋多元化業務的綜合服務企業。

集團致力於弘揚中華文化，連繫國內外資源及全球華人、促進金融、貿易、 文化產業繁榮。

The New York Times　GLOBAL TIMES　Threads　Instagram　小红书



華傳文化4大業務

媒體製作中心



- 視頻
- 動畫設計
- 產品設計
- 網站設計
- 全線廣告創作

環球媒體廣告推廣



- 線上廣告
- 新聞發怖
- 機場、車站實體廣告

The New York Times

GLOBAL TIMES

社群媒體管理



- 企業帳號管理
- 自媒體培訓 (IG,小紅書)
- 網紅 (直播帶貨探店)
- 新聞輿論管理

小红书

Threads

Instagram

會議展覽



- 展覽安排
- 專家站台

(商界領袖, 國家級官員, 運動員)

HUA CHUAN 集華國傳
Media Group Financial Trading

深受各行各業客戶信任



College of Engineering
香港城市大學
City University of Hong Kong









聖安娜餅屋





































Agenda

核心框架：定位→内容→流量→转换
Core Framework: Positioning → Content → Traffic → Conversion

Topics covered

- Module 1 | System Framing 系统设计
- Module 2 | Positioning Strategy 定位策略
- Module 3 | Content System Design 内容系统
- Module 4 | Traffic & Distribution 引流设计
- Module 5 | Conversion Logic 转化逻辑
- Module 6 | Risk & Compliance Alignment 合规
- Module 7 | AI as an Efficiency Enabler 效率工具
- Module 8 | Activation & Action Plan + Q&A 启动

Is Life a video game?

Is Life a video game?

We are most likely

in an AI simulation



如何打造小红书IP？

3小时的培训
30天实践
30000小时的经验

学完这节课
你可以获得什么？

这节课后，你应该...

知道自己在做什么账号

会“有人愿意听完”的保险表达

能稳定产出选题

理解为什么有播放但没咨询

建立长期成交逻辑



Hailey Lin

小红书官方认证种草行销师｜深耕短视频内容 6 年
累计合作品牌 500+｜资深跨境内容行销人
现为二手奢侈品/服务式公寓等多个项目操盘手
可论证的IP获客系统打造者，全平台累计观看 5000 万 +
擅长信任体式内容策划、种草转化、流量算法与 KOL/KOC 合作
专注输出合规、高效、可落地的内容运营体系

香港中小型商家引流转换效果



个人香港IP账号运营



香港品牌商业投放





Module 1 | System Framing

这不是一堂自媒体课

- 建立对 Agent IP 与获客系统的整体认知
- 为什么保险人不能用“网红逻辑”做内容

讲师：Hailey

互联网是24小时的销售机器

打造属于自己的生钱系统

01 数据

小红书上关心保险的人到底有多少？

笔记总体数据概览

相关笔记总数	预估阅读	互动总量	商业笔记数
15.81万	3.47亿	1,845.86万	1.21万
相关达人总数 8.24万	平均阅读 2,193	平均互动 116	预估投放金额 3,632.02万

笔记数据表现

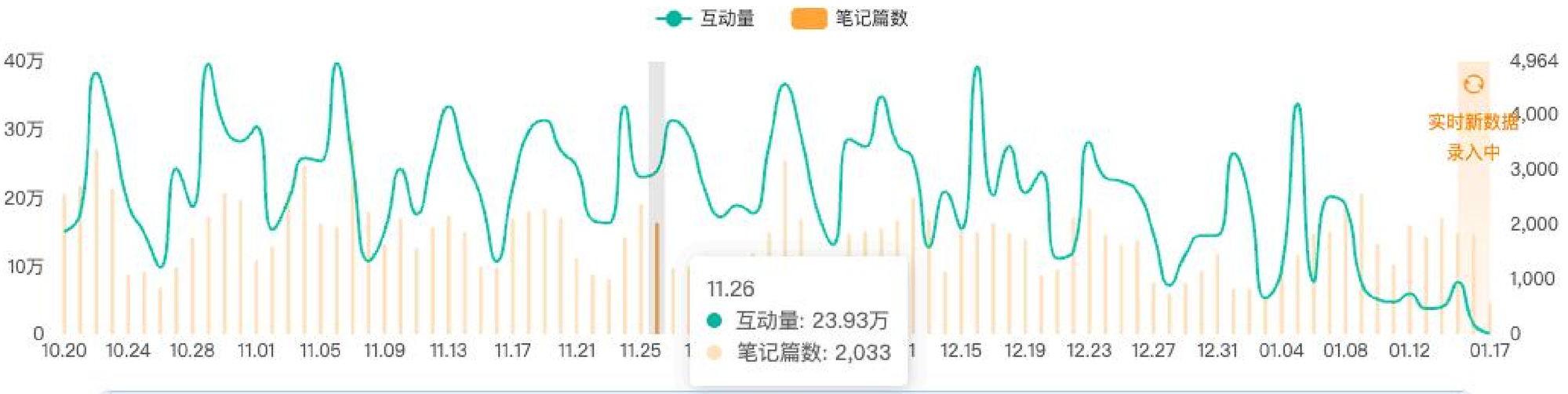
点赞总数	收藏总数	评论总数	分享总数
1,263.49万	431.04万	151.32万	186.01万
平均点赞 79	平均收藏 27	平均评论 9	平均分享 11

01 数据

看看你的同行们有多努力

笔记数据表现分布

当前周期下共有 158106 篇笔记内容中包含关键词



01 数据

看看你的同行们有多努力



流量 是不是 玄学？

下面几种图片给人的感觉是什么？



2025年百万医疗榜单，我只推荐这3款



能帮一个是一个💡存钱选增额寿or养老年金



全网最详细！七大方面港险VS内地最全攻略！



不同渠道买同样医疗险，竟然差异这么大

为什么
越专业越没人看？

1

发过10条以上内容
但是没有成交?

2

被封号？被限流?

3

觉得自己不适合
做内容

为什么
保险人做自媒体
会觉得这么难?



PCTC 四步模型

Positioning 定位

你是谁？客户为什么信任你？

Content 内容

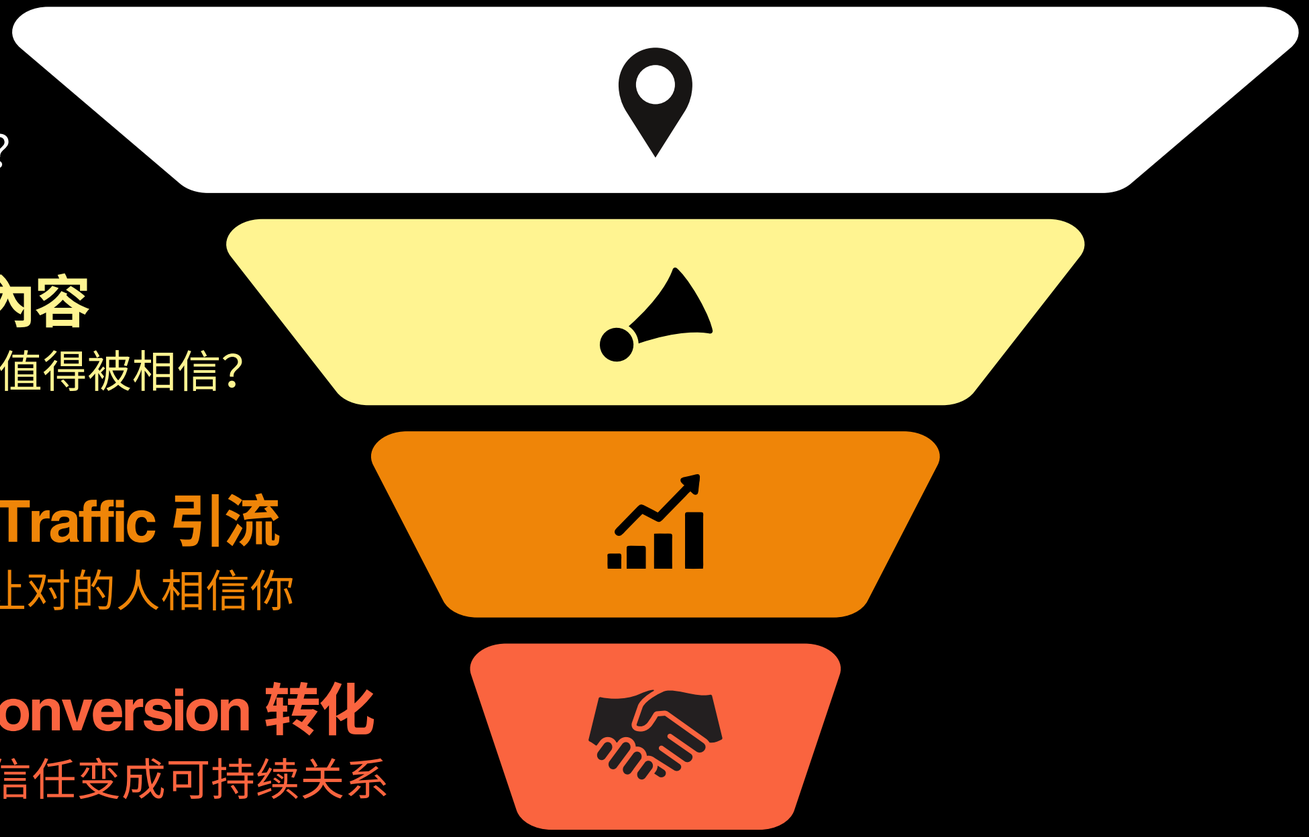
你如何持续证明你值得被相信？

Traffic 引流

让对的人相信你

Conversion 转化

把信任变成可持续关系



Module 2 | Positioning Strategy
信任的起点

- 如何建立适用于香港市场的信任型 Agent 定位

讲師：Hailey

你的IP定位是什么？

做IP和做网红不一样

网红是被消遣的
今天观众喜欢什么就需要去做什么
但**IP是为了找到志同道合的人**
找到自己的精准客户

但是做IP是一个更长久的事情
你需要对自己的行业和商业模式
有自己**独特的理解**



保险人做自媒体
核心不是曝光
而是可控的信任积累

做自媒体和做金融一样，讲究一个复利
当一个质量好可以被反复信任的视频被打造的时候
就有了【睡后的信任搭建】

传统做法

买房子说房子

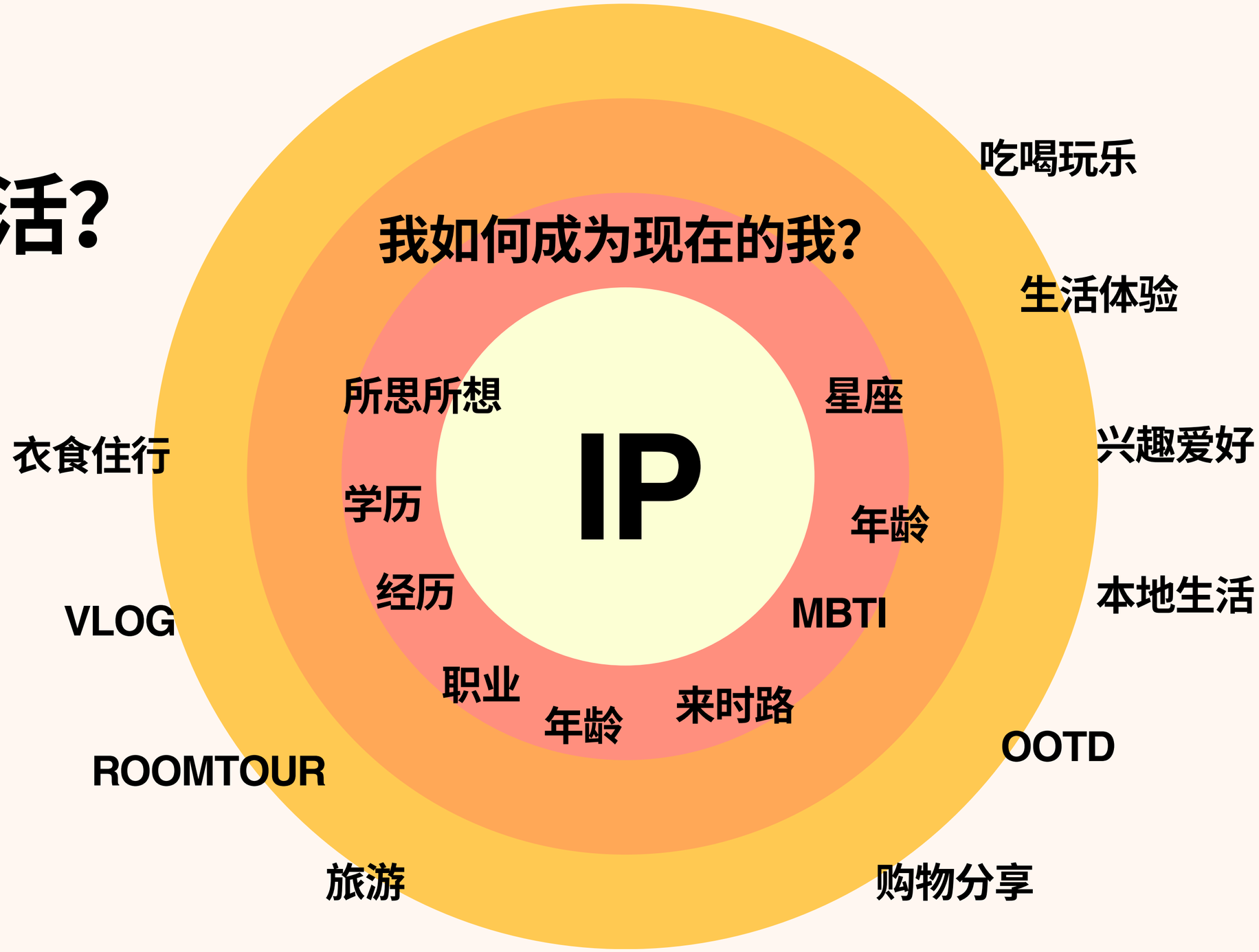
卖保险说保险

卖医美说医美

有效做法

？

我在过
什么样的生活?


我如何成为现在的我?
IP
所思所想
星座
学历
年龄
经历
MBTI
职业
来时路
年龄
吃喝玩乐
生活体验
兴趣爱好
本地生活
OOTD
购物分享
旅游
ROOMTOUR
VLOG
衣食住行

所以为什么很多保险IP
定位不好自己?

为什么保险人最容易定位出错？

常见三种高风险定位方式：

非常权威
极其专业

销售侵略
原地卖货

为了曝光
牺牲信任

失败往往不是因为不努力，而是因为一开始就站错位置
这些问题的本质不是内容问题，而是**信任风险管理问题**

传统做法

10年资深保险规划师

专注家庭风险管理

专业资产配置顾问

MDRT连续达标

有效做法

这个人跟我有什么关系？

习惯用“职业身份”定义自己
但短视频时代
必须用“用户决策焦虑”定义自己

IP定位的本质

保险人90%的定位都停留在“述职报告
IP的定位本质不是我是谁，而是：

我为谁 解决什么决策焦虑

错误定位	正确定位
资深家庭保险规划师	帮中产家庭避免 “XXX”的决策顾问
专业资产配置顾问	长期帮30+背房贷家庭 做“现金流不断”的风险设计

差别在哪？
一个在讲身份
一个在讲决策场景

退休类KOL



User Scenario

保险不是冲动消费，而是情境触发型需求。
定位必须回答一个问题：**客户是在什么人生阶段、什么心理状态下，会想起你？**
常见用戶情景包括：

面临重大人生选择
（结婚、创业、移民）

风险意识刚刚被唤醒

对复杂条款感到
不安与困惑

定位不是吸引所有人，而是精准出现

错误定位

教授 被说教

推销者 被推动

讲产品 更复杂

教风险 被恐吓

正确定位

观察者 被理解

顾问 被陪伴

讲选择 更确定

讲后果 能判断

真正高转化的IP是围绕决策安全感

观众从来不会在意保险产品本身，而是在想

我买了会不会后悔?	**我会不会买错?**	**你会不会消失?**

保险IP如果围绕产品讲，就永远在产品层打转。



定位不是终点
而是系统起点

没有清晰定位 → 内容容易跑偏
没有信任锚点 → 流量无法转化
没有一致表达 → 客户不敢行动

定位，是整个 Agent IP 系统的地基。

Module 3 | Content System Design

把定位变成可复制的信任资产

- 为保险 Agent 设计的内容结构与逻辑

讲師：Hailey

短视频，不是创作行为

是创业行为！先想清楚

卖什么/卖给谁/凭什么卖给你?

不教育，只筛选

万变不离其宗的内容结构

开头（钩子） X 中段技巧 X 結尾升华

有用的内容永远遵循3个原则： 1.有用的 2.有兴趣的 3.有共鸣的

Content is not the problem

为什么很多保险内容

持续输出却无法转化?

「侵略感」
太重了

营销党

爹味

假人设

为何开口就感到被侵略？



2 防御机制



3 说服防御



4 损失厌恶



5 承诺一致

防御机制 Defense mechanisms

面对不舒服/被威胁/躲开焦虑（被推销、被否定、被戳痛）时，
大脑会自动启动保护：否认、反感、滑走、挑刺。



一上來就像老师/销售

“你一定要…”
“三招教你…”
“不买就…”



用力过猛的痛点打击

“你就是因为…所以才…”
“买保险是负责”



在第一秒就暴露目的

标题、语气、承诺都像广告

那如何将你的内容

变成观众爱听的形态?

戳痛点

如何增加
说话的气场

调侃痛点

如何毁掉
一个人的气场

我们做内容 不是比谁更炸裂
是学会绕开 观众的防御机制

如何降低侵略感的3种方法

❌	✅
戳痛点	自嘲 / 调侃
教育客户	观察 / 复盘
逼决策	给选择权

怎么处理&可套句式

3. 先认可观众再超越观众

“我以前也这么以为…直到遇到一个案例”
“这个我不一定对，但我想把我的理解讲清楚”
“你不需要立刻同意，你先听我把情况拆开”

重点是低防御！

说服防御 Persuasion resistance

当对方感觉“你在说服我”，他会把你归类成“推销员/洗脑者”，然后启动挑刺模式：不是判断你说得对不对，而是判断你想干嘛。



正儿八经讲道理

太正经的语气
和太严肃的内容
我在为你好



一句话太像宣讲

保险是责任
一定要趁早规划

怎么处理&可套句式

避开
「我来教你」

1

把教育改成八卦
（闺蜜/内幕）

2

把答案改成探索
（我试出來的）

3

把销售改成吐槽
（先站队再给解法）

- 八卦：“我同事老公上周骑车摔骨折，意外险直接赔了 5 万手术费，
  他之前还说‘我身体好，买保险浪费钱’…”
- 探索：“我前前后后对比了 20 多款重疾险，踩过返还型、捆绑型的坑，
  才发现真正适合普通家庭的，其实是消费型重疾 + 百万医疗的组合…”
- 吐槽：“我之前被代理人忽悠买了‘全家桶’保险，一年交几万却啥都保不好
  现在才知道：保险要拆开买，按需搭配才划算…”

01. 教育变成八卦

「三招教你…」
「你一定要…」



内幕引子 → **具体情节** → **反转点** → **能用的结论**

把自己放在
“知情人/旁观者”
的位置

人名、场景、对话
越具体越像真事

打破常识
观众觉得值

轻轻点一下
记得找我

02. 答案变成探索

产品是XX
可以帮助你XXX



为什么“探索”能让人信？因为探索提供了三件事：



成本

你付出过
可信度上升



过程证据

不是拍脑袋



共同破案感

观众像在
跟你一起拆谜

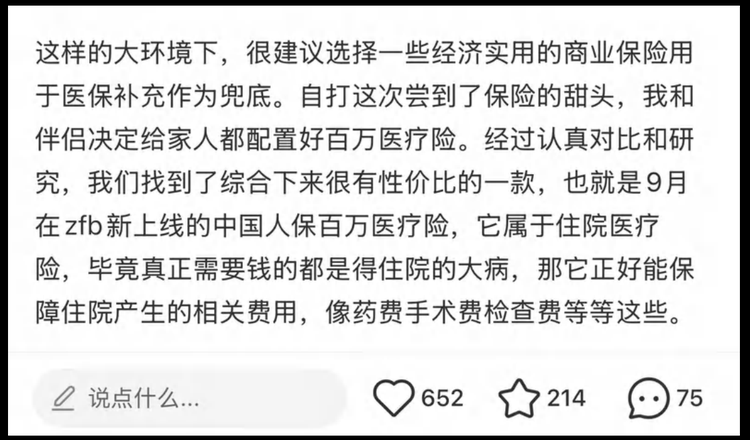
02. 答案变成探索

产品是XX
可以帮助你XXX

重点：不是在“教”，你是在“复盘”。

我卡住了 → 我怎么查/怎么试 → 我踩了什么坑 → 我抓到那个关键变量 → 可复制做法

可复制句式
“我以前也以为…直到我做了X次测试”
“我翻了后台XX条私信，才发现真相是…”
“我试了三种写法，A没用、B也不稳，最后能稳定起来的是…”
“这不是我猜的，是我用XX个样本跑出来的”



36 种开篇选题方式

编号	开篇选题方式	编号	开篇选题方式	编号	开篇选题方式
1	圈定人群	13	速成（不看会觉得自己损失了）	25	盲盒
2	直接提问	14	引发共鸣	26	奇葩相关
3	自我否定	15	极限数字	27	负面的
4	反认知	16	用不同视角看问题	28	直接说具体的事
5	高价值展示	17	最***	29	高情绪
6	直击痛点	18	未来趋势＆历史来源	30	强节奏
7	损失厌恶（不看后面会觉得损失了）	19	对赌对抗	31	蹭热点
8	对比／对立／区别	20	金钱相关	32	沉浸感
9	头衔借势	21	盘点＆推荐	33	反差感
10	警告避坑	22	跨界组合	34	特殊视角拍摄
11	吓唬人引起焦虑	23	送惊喜	35	故事感
12	揭秘内幕	24	荷尔蒙相关	36	复古怀旧

开头的任务只有一个：
让对的人停下来。

正文内容怎么写?

适用于保险AGENT的内容结构与逻辑

保险 AGENT 内容的三种“信任型内容角色”
在系统中，内容通常承担三种角色之一：

1

解释型内容
帮客户理解复杂问题

2

整理型内容
帮客户减少资讯焦虑

3

陪伴型内容
在决策过程中提供稳定感

案例拆解



30岁女性保险配置核心要点

看病的钱：百万医疗险

- 作用：弥补医保报销的不足，覆盖医保目录外的自费药和治疗项目
  防止大额医疗支出导致家庭财务崩溃。
- 特点：保费便宜，一年几百元，就能获得几百万的报销额度，是性价比极高的基础保障。

养病的钱：终身重疾险

- 作用：在确诊重大疾病后，一次性赔付一笔钱。
  这笔钱可以自由支配，主要用于弥补生病期间的收入损失、康复营养费等固定开支。
- 特点：确诊即赔。视频中举例50万保额，交30年，每年约6300元，理赔后可免交后续保费。

倒霉的钱：意外险

- 作用：覆盖因意外导致的身故、伤残和医疗费用。
- 特点：保费非常便宜，一年两三百元，就能获得上百万的身故/伤残保障和数万元的医疗报销额度。

适用于保险AGENT的
内容结构与逻辑

内容不是“想说什么”，而是“解决什么不确定”
每一条内容，都应该回答其中一个问题

这个问题为什么重要?
常见误解是什么?
客户真正担心的是什么?

好的保险内容，本质是“风险说明书”。

咨询服务类KOL





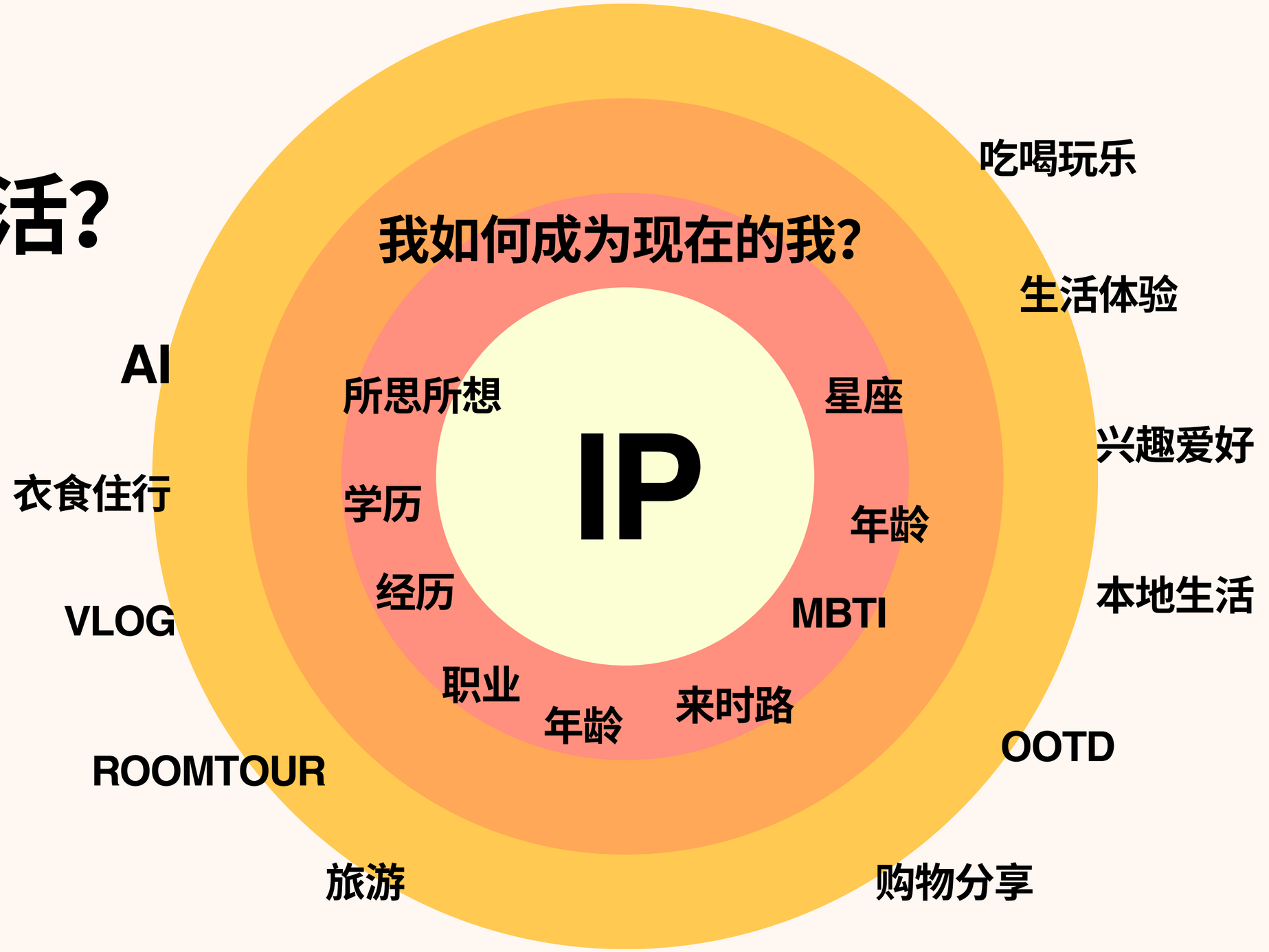
前面内容：

顾客讲述了自己经验贷到期，房不抵债，

该公司针对这个情况给出了3种解决方案

交付即营销

我在过
什么样的生活?


我如何成为现在的我?
IP
所思所想
星座
学历
年龄
经历
MBTI
职业
年龄
来时路
AI
衣食住行
VLOG
ROOMTOUR
旅游
吃喝玩乐
生活体验
兴趣爱好
本地生活
OOTD
购物分享

那保险的上下游关键词汇是什么呢?

理解你未来要销售的对象
你的成功之路才刚刚开始

香港和教育

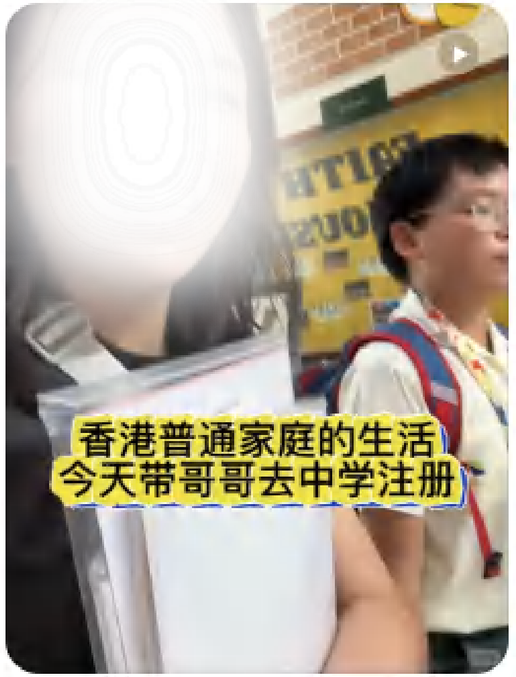
逃离内卷 / 香港不看分数 / 内地生读港校 / 陪读妈妈 / 文化冲击教育 / DSE / IP / A-level / 升学考试 / 内地和香港教育有什么不同 / 逆袭 / 学费 / 择校怎么选 / Band123



美式&港式&国内教育大碰撞，差距一目了然...



香港有钱人对孩子的教育 完全推翻我的认知



今天带哥哥去中学注册



真心劝退：想读书的别来卷港硕

香港和消费

奢侈品消费 / 生活差异 / 居住体验 / 周末休闲 / 美食文化 / 身分认同 / 更好的消费



香港丨明码标价的中古批发市场！送好多！



建议港硕趁早开始搞钱！一年30w经验分享



内地很贵香港很便宜！美妆打开港区舒适圈！



香港中环二手房、500w预算买得起吗

香港和理财

银行开户 / 股市开户 / 家族信托 / 财富传承 / 美元港币等外币配置 / 资金安全...



为什么去一次香港，聪明人都要集齐这三张卡



这4件事不做，HK你算白来了！



来香港做资产配置



一条财富信息差，时间会奖励富人，也会惩罚穷

香港和医疗

香港如何就医 / 公立私立怎么选 / 私立医院的体验感 / 生孩子 / 医疗保险 / 对比感受



内娱女星跑去香港生孩子原来是为了这些……



我在香港进医院了…也真的被贵到了…



在香港！中医真的比算命还准嘛？



花光45W的香港看病总结，和大家分享几件事

香港和移民

优才高才 / 税务规划 / 医疗好处 / 真实VLOG / 我是怎么来的？ / 如何申请 /真实的一天



香港网上报税1分钟教学攻略



香港本地人的真实生活



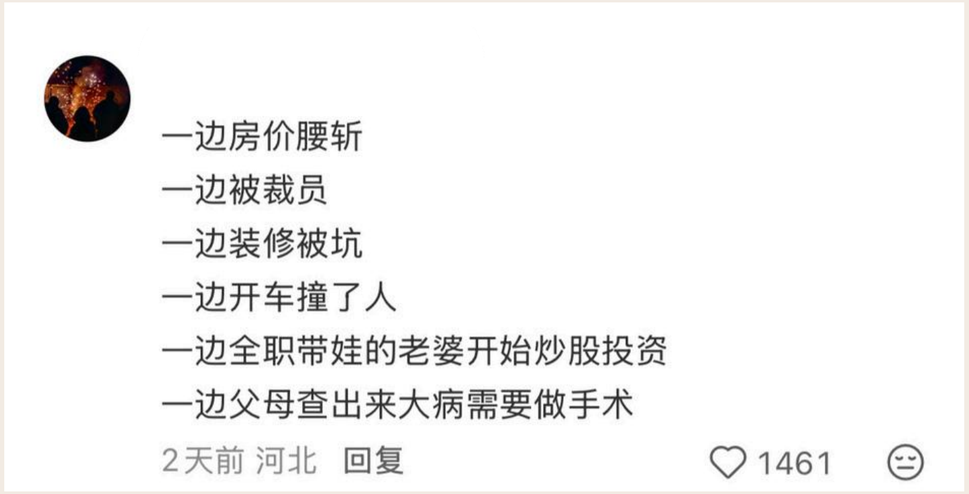
香港打工人和创业老板必看！



拔牙全记录丨在香港6000，在深圳1000

爆款並不是隨手拍出來的

而是抓住了用户当下某个**情绪**和**需求**瞬间



灵感来源可以是

私信/评论区/线下客户的吐槽

把每一个用户都当潜在客户



灵感来源可以是

私信/评论区/线下客户的吐槽

关于人生/生命/家庭的帖子里

全是答案



保险丝是电气线路的一种保护装置，当电气线路中的电流超过保险丝的额定电流值时，保险丝会断开，从而断开电气线路，防止电气事故的发生。

昨天 23:58 北京　回复　826

短视频内容公式一：

描绘问题 + 指出成因 + 列举证明

短视频内容公式二：

钩子+权威+引用+方法+案例+金句+CTA

好像什么都能做
但是还是找不到方向？

你永远可以帮助小5岁的自己

休息一下

接下来：

自媒体的放大引流与转换
AI短视频工作流





卷卷



香港百万 IP 操盘手｜恒香老饼家品牌策划｜自媒体培训讲师

5 年香港商业深耕，IP 孵化·变现运营·品牌策划全链路

操盘千万利润商业项目，重塑百年老字号传播声量

打造多个优质商业 IP，全网粉丝 14 万

专注保险 IP 启动培训，实战方法系统化输出

香港百万博主-港漂小石头

















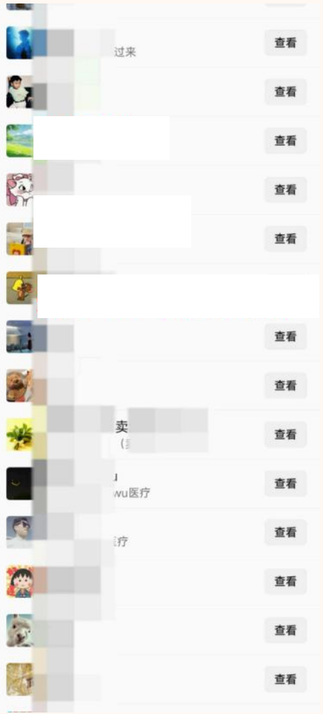




客户团队战绩

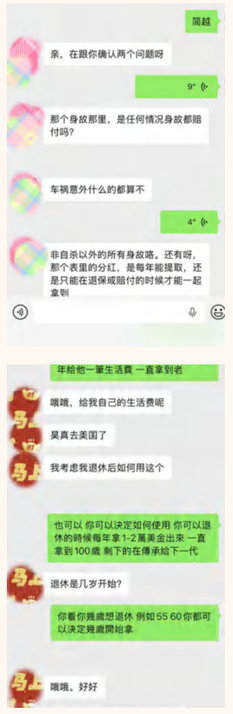
一个月整个团队拿到87条精准客户咨询，被动获客量翻了10倍

















在这个信息爆炸的时代
酒香也怕巷子深

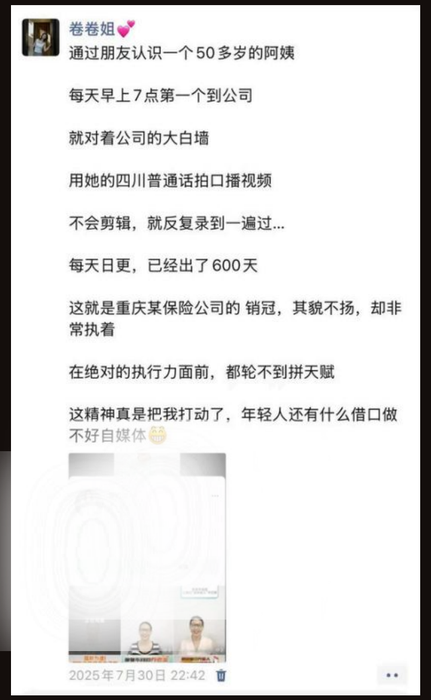
市场调研

不会拍摄?
不会剪辑?
不知道拍什么?
怕拍了没效果?
怕熟人看见?

50岁，不会AI，不会剪辑，销冠案例







为什么你们一定能做成？

- 高学历有野心有冲劲
- 世界是个巨大的草台班子
- AI时代正在粉碎IP门槛

香港Agent的各个阶段（从0~1）

1.0传统模式

- 各城市出差
- 靠熟人转介绍
- 用时间、体力换钱
- 自己找客户

2.0 IP模式

- 打造专业人设
- 持续输出价值
- 客户主动找你

3.0模式



Module 4 （从1~100）
如何把时间加上杠杆
放大 IP的变现与影响力？

讲师：卷卷

3.0 IP商业化（1~100）

从个人IP到规模化商业运营

两种方式

变现

影响力



猜一猜有哪些？

IP规模化商业运营的方式

直播

团队矩阵

方法一：直播　　*叔

分享财经干货→直播→私域成交港险





直播案例：*妈妈

直播分享香港升学经验→靠信任背书→转化保险客户





直播的优点：

快速建立
多维信任

解决视频
同质化

时间杠杆
从一对一
到一对多

团队矩阵案例：*港房

复制打法 | **IP矩阵** | **团队矩阵**

深耕IP，跑通闭环，验证盈利。

搭建团队矩阵，复制成功方法，一人变多人，一号变一群。

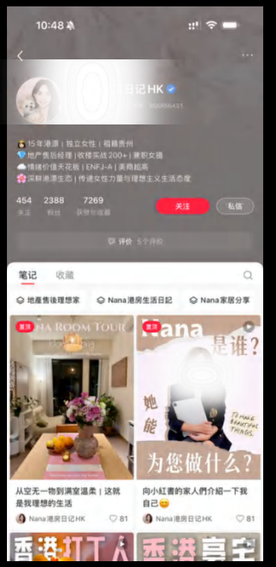










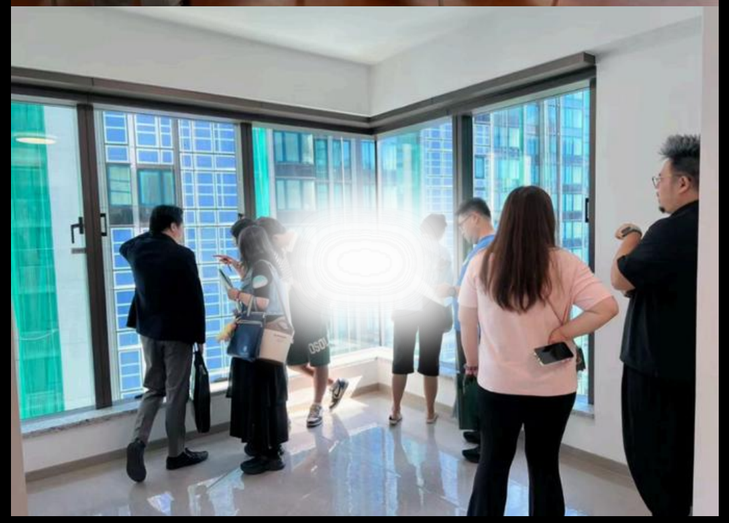


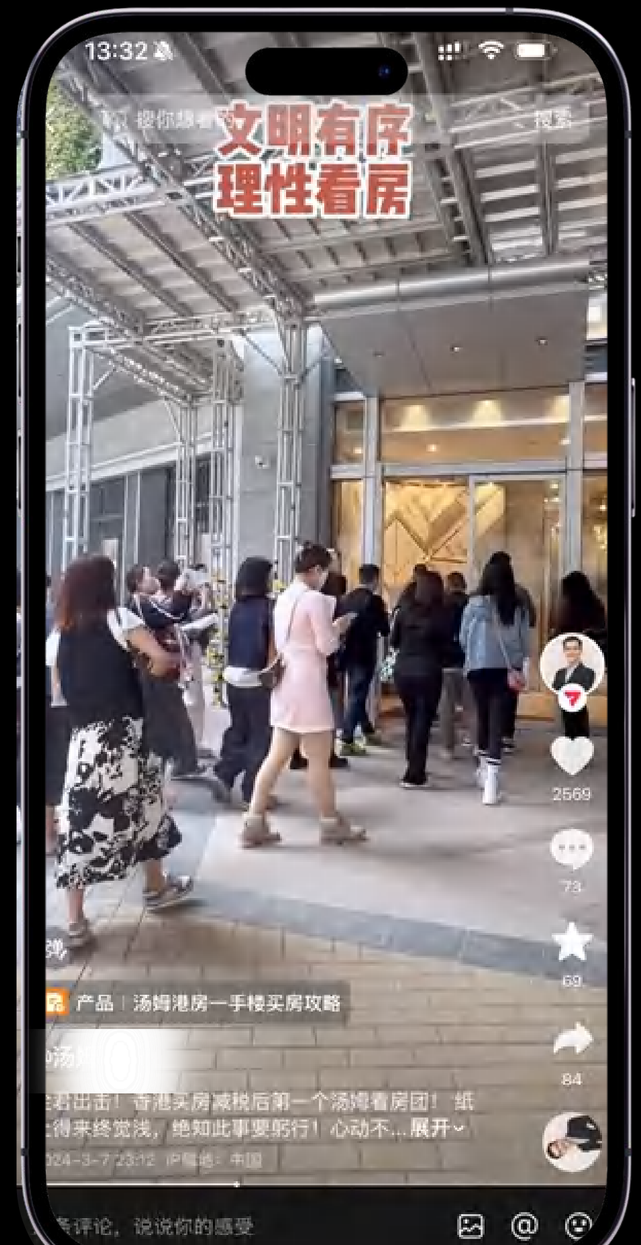
最终规模化获客，团队放大势能。

看房团


包车沉浸式看房~~
我认识很多珠海学院的朋
他们很喜欢组织活动
产品 | 汤姆港房一手楼买房攻略
@汤姆港房
全君出击！香港买房减税后第一个汤姆看房团！纸
上得来终觉浅，绝知此事要躬行！心动不...展开
评论，说说你的感受






13:32
文明有序
理性看房
产品 | 汤姆港房一手楼买房攻略
全君出击！香港买房减税后第一个汤姆看房团！纸
上得来终觉浅，绝知此事要躬行！心动不...展开
评论，说说你的感受

团队矩阵的优点：

团队获客
军团

建立行业
影响力

时间杠杆
批量交付

团队矩阵两大要素

1.复制爆款，不要怕重复

2.每个人都有自己的定位

放大你的影响力，把你的时间加上杠杆

让团队业绩指数级增长

清晰度就是力量

只有你清晰看见，你的大脑才会相信，
才会把它变成可落地、可执行的目标。

0-1

做IP不是做网红
是让客户主动找到你、
信任你、选择你。

1-100

是靠商业化运作
组建自己的商业IP帝国

Module 5 |

平台监管严格：IP如何安全引流?

从公域流量→私域

讲师：卷卷

不能安全引流

不能精准转化

前面功夫白费

保险IP太敏感，
一发就违规

如何避开监管盲区

不敢留联系方式，
一加就违规



怎么安全引流?

加上微信不会聊，
一聊就被拉黑

怎么精准转化?

如何安全引流?

方法一：小红书号直接改成微信号

（咨询少时可用）





当视频爆数据，咨询太多怎么办？

主账号只做内容
所有引流动作交给小号

方法二：让小助理留言，引导客户点小号

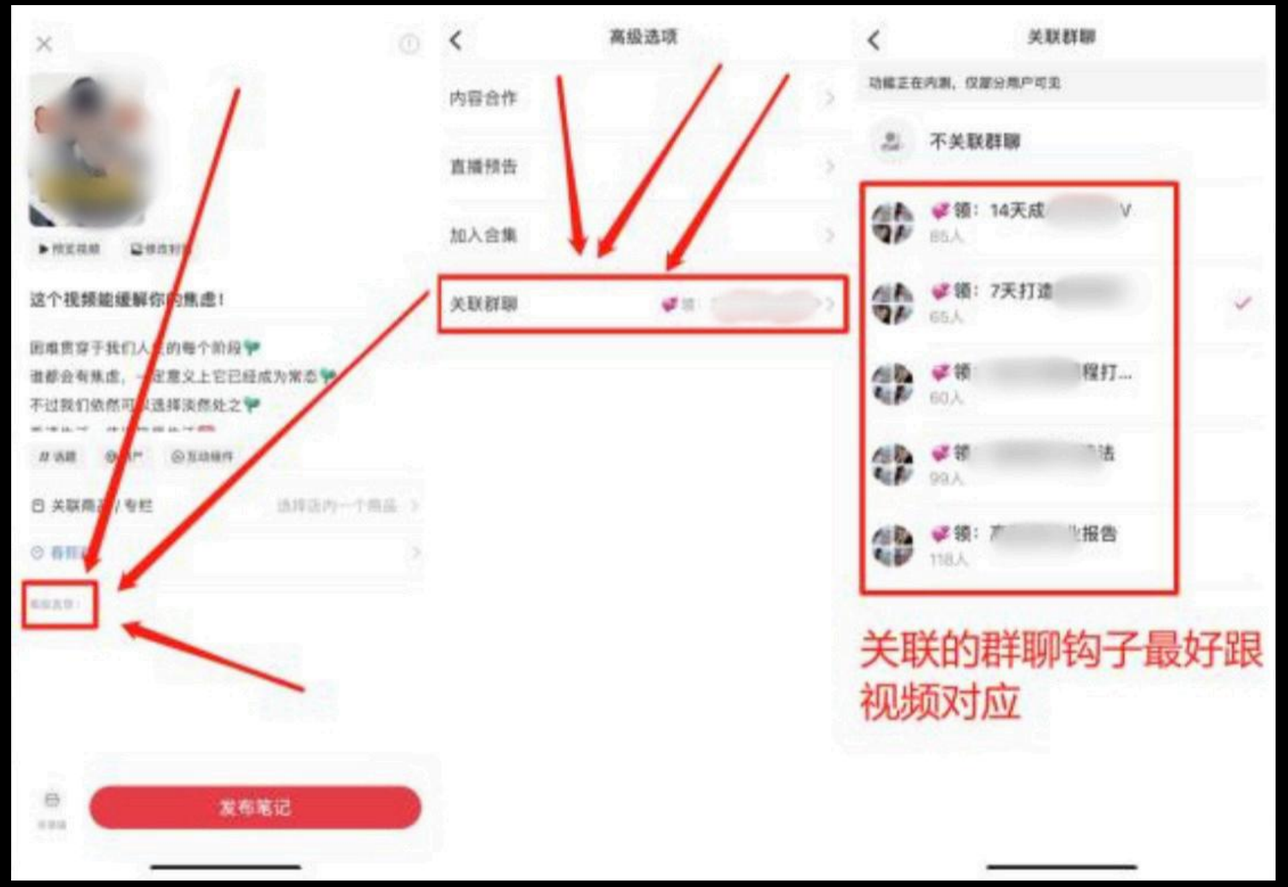


小号仅发布一个作品：大号的联系方式



方法三：建群聊

发布作品挂群链接，引导客户进群，小号立刻发承接信息





2.如何让客户
心甘情愿的来加你?



要有利他性（钩子）
给客户一个
不得不找你的理由

钩子不是广告，是价值。

你给的价值越大
客户越愿意主动加你

3个Agent高转化的钩子（只有语音，不显示字幕）

香港投保避坑指南，90%家庭都踩过这3个误区，私信发你完整版/进群领取完整版

港险分红实现率的3个秘密，很多代理人自己都没搞清，进群领取完整指南

同样 100% 实现率，到手差一倍！内行才懂的 3 个判断标准，进群领取

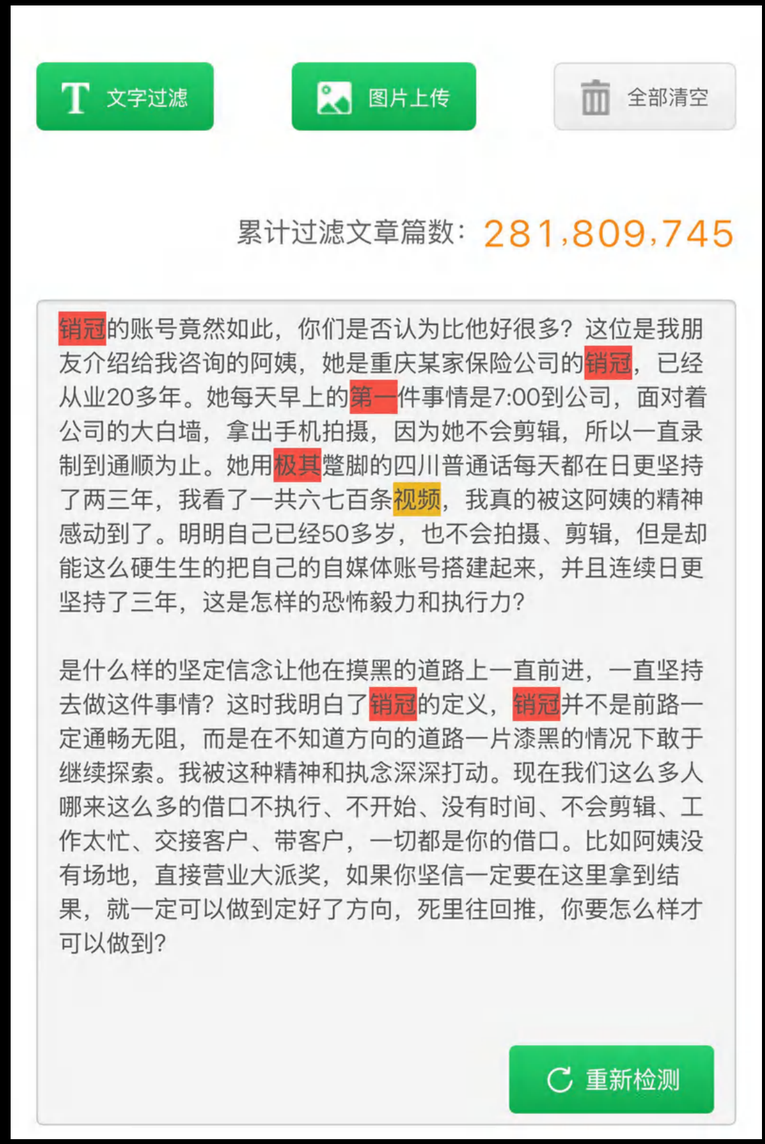
小红书监管太严
一发就违规，该怎么办？

3. 常见高风险/违规词语（踩雷直接限流）

绝对化禁用语“最”	绝对化禁用语“XX级”	绝对化禁用语“顶/鼎”	绝对化禁用语“领”	绝对化禁用语“极”	绝对化用语“第一/首	其他绝对化用语	夸张禁用语	金融投资用语（禁用）	
最	国家级	顶尖	遥遥领先	极致	第一/1	销冠	至臻	收益率	快速回报
最高	国际级	顶端	领袖品牌	极品	NO.1	销量冠军	臻品	包回报	高收益回报
最高级	世界级	顶级	创领品牌	极佳	TOP/TOP.1	开创	臻致	投资回报	无与伦比
最高端	全球级	鼎冠	世界领先	终极	全国第一	空前	非此莫属	保底收益	稀世珍宝
最高技术	千万级	定鼎	领先上市	致极	中国第一	无双	无人能及	返本销售	千金难求
最大	百万级	问鼎	领袖	绝版	全网第一	完美	翘楚之作	承诺保底	世所罕见
最大程度	甲级	鼎级	领导品牌	绝佳	销量第一	100%	不可复制	保本稳赚	屈指可数
最奢侈	超甲级	顶级工艺	引领	绝对值	排名第一	100%有效	绝无仅有	无风险回报	固定回报
最佳	特级	顶级享受	创领	绝对超值	首个	首席	百分之百	快速回报	年化收益
最具	冠级	TOP级	领航	绝后	首选	首府	万能	高收益回报	升值
最爱	宇宙级	顶流	领军者	空前绝后	首款	全国首家	首次	无与伦比	众筹
最优	超级	顶配	领先	绝不再有	首家	全国首发	首屈一指	稀世珍宝	越早越赚

检查是否有违规词的工具：句易网





Module 6｜Conversion Logic
转化逻辑：线上来的客户要如何转化?

- 合规前提下的低风险转化思路

讲师：卷卷

为什么线上客户不能按传统客户来转化？

线上客户vs传统客户

线上

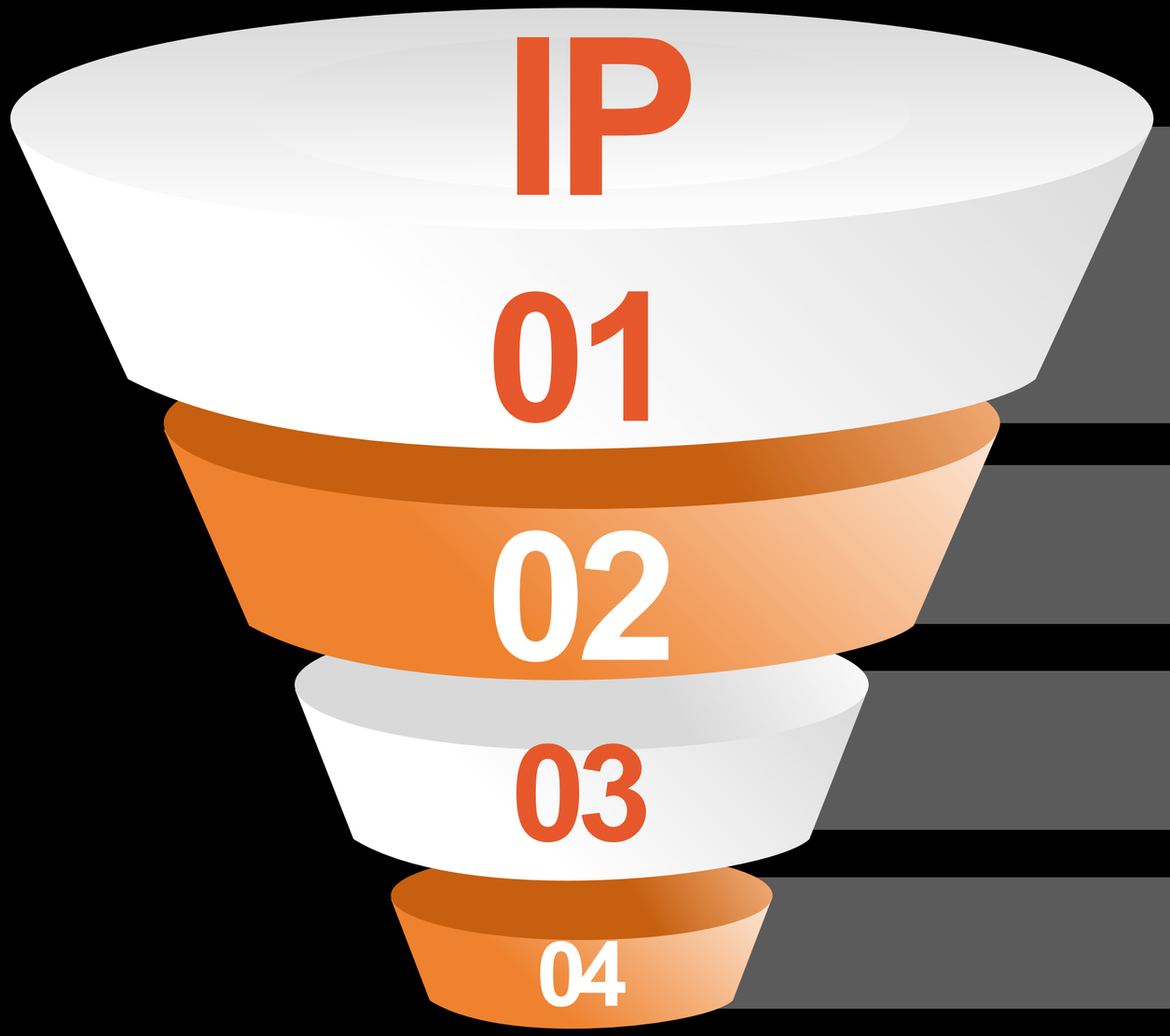
- 只看内容，不喜欢推销
- 交付周期长
- 会对比多位代理人
- 对比多家公司



传统

- 靠人情
- 传统客户快决策
- 有信任基础
- 靠人情、口碑
- 有关系背书，戒备心低。

线上客户的四步转化漏斗



引起注意

建立信任

推动行动

转介绍

1. 引起注意：
让不认识你的人认识你

让客户刷到你就被戳中

2. 建立信任： 让认识你的人相信你

陌生客户如何建立信任?

七次触达法

多次触达客户，持续种草

3. 推动行动：
让相信人变成你的客户

什么是让人一看
就想行动的内容？

保险人亲测
100万买了10份港险

- 付出成本
- 过程证据
- 亲身经历过来人



4. 转介绍

如何让客户
心甘情愿主动帮你宣传



同行没做过的是服务
同行做过的是义务

豪车毒

高净值客户 服务天花板

80%转介绍客户

（参考理念，注重合规）

客户管理体系（支撑跟进节奏落地）

基础标签

- 来源平台
- 家庭结构
- 预算区间

决策标签

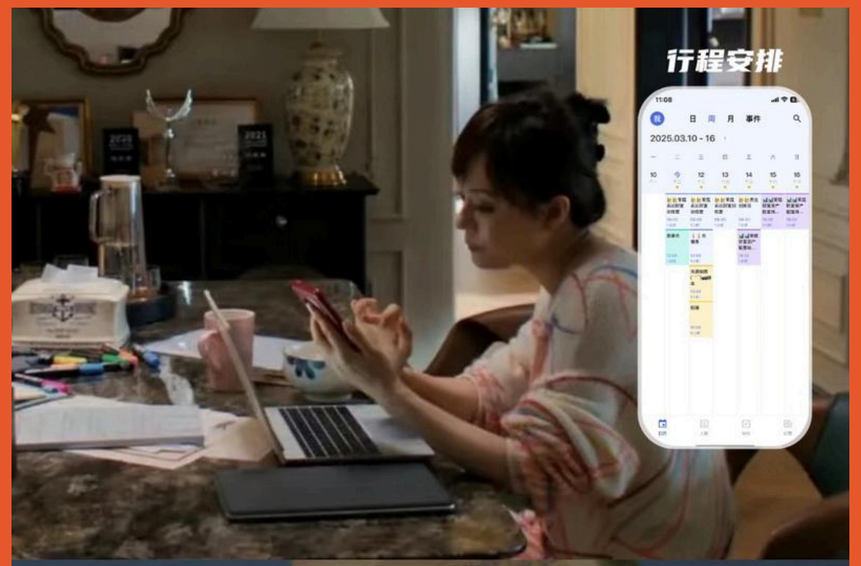
- 观望期
- 对比期
- 决策期

需求标签

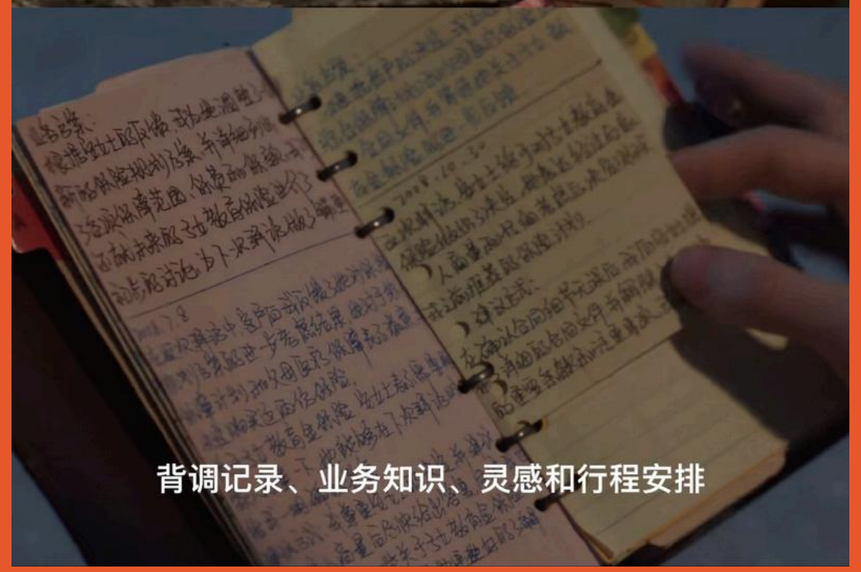
- 教育
- 养老
- 传承

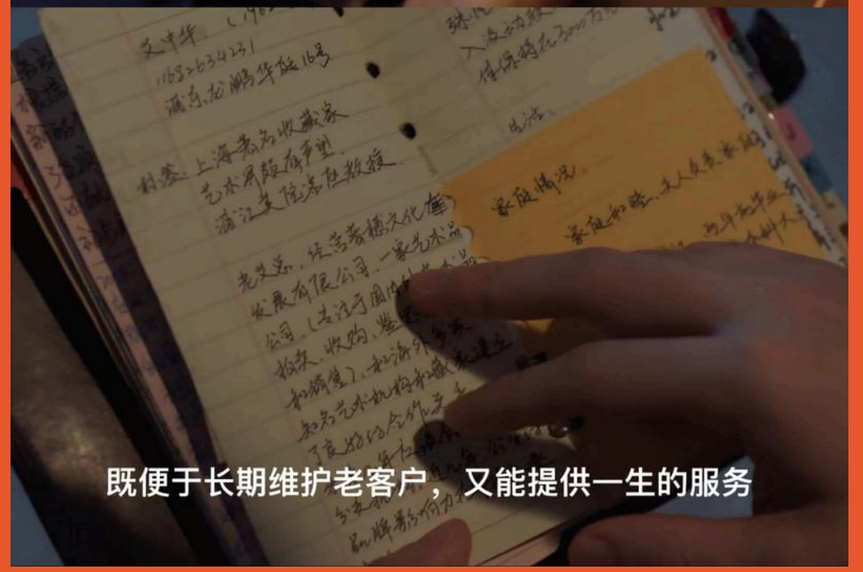
跟进表

- 记录客户信息
- 每次触达内容
- 客户反馈
- 下一步动作









保险监管严格，小心行业骗局



港险同行们 小心骗子...#香港保险

72



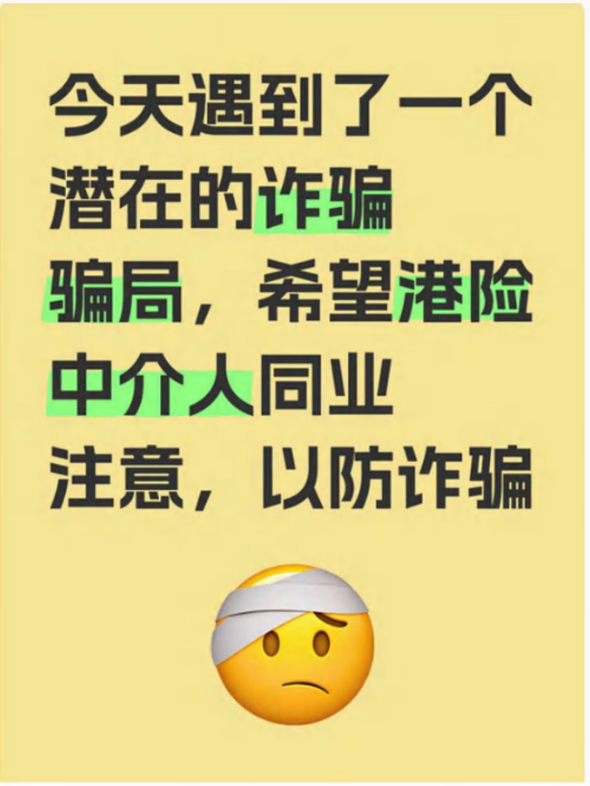
港险人骗局，亲身经历，防不胜防😂 3000块买个教训，...

10



港险骗局 港险业务员被骗太多 港险代理太难了，各种骗...

83



背景是这样的：...#保险经纪 #保险代理 #卖保险 #储蓄险 #...

29

一起来看看掌握多少啦！

小测试

世界是一个巨大的草台班子

今天花两分钟时间
拿起手机录一个随堂感悟

一个粗糙的开始胜过一切的技巧

当你出现在山脚的时候，就决定你会出现在山顶了
因为你正在通往山顶的路上...

Module 7 | AI as an Efficiency Enabler
AI 作为效率工具

- AI 在选题、脚本、检查与效率提升中的角色
- 系统优先，工具其次

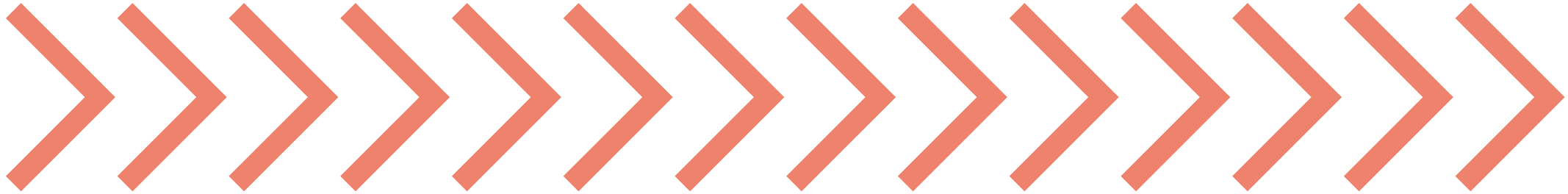
讲师：Hailey

2026

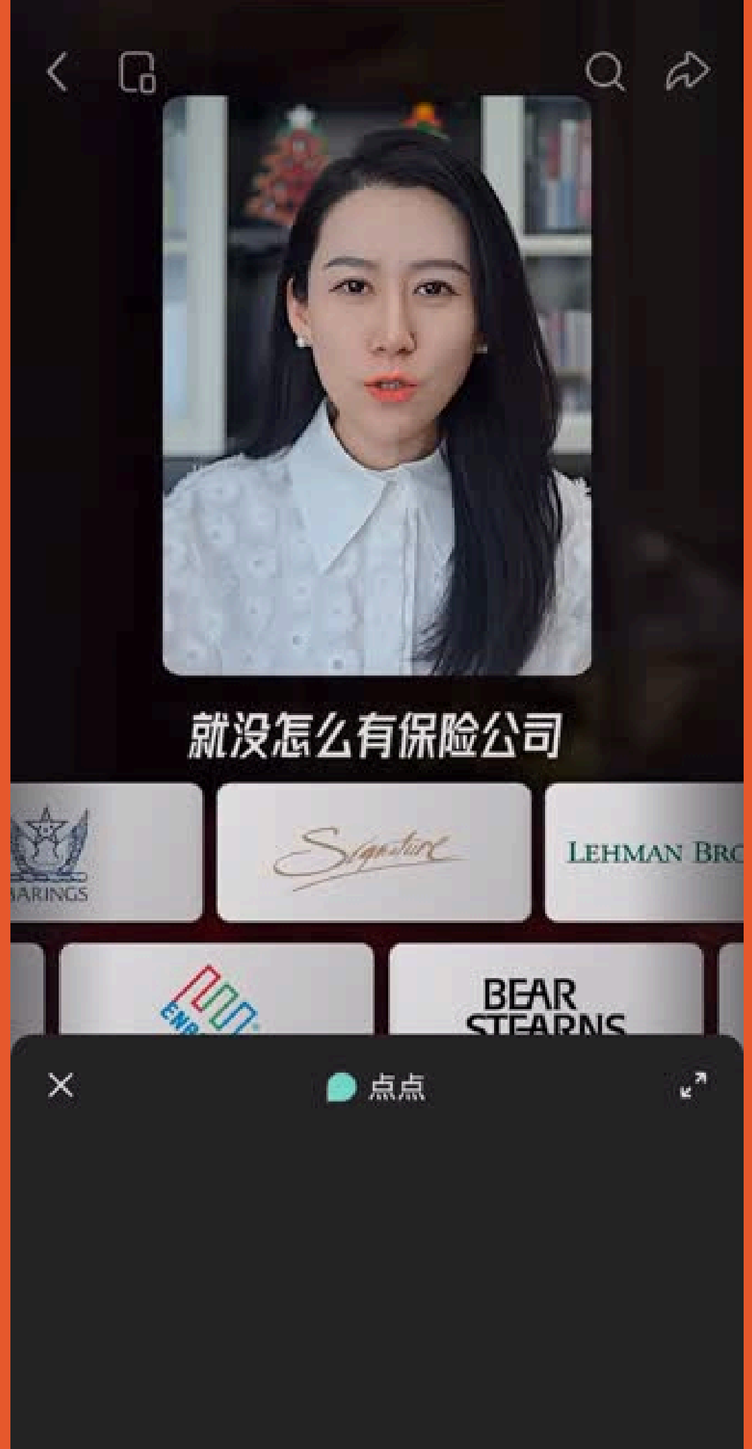
AI时代

10分钟
AI自媒体工作流SOP

AI选题 AI创作 AI剪辑 AI转化



小红书官方AI「点点」



如何使用点点

1. 点击笔记拖动
2. 向下拖至 “点点”
3. 开始分析视频结构

为什么推荐点点
从真实内容中整理高频关注点

1 内部数据库

2 总结视频/总结笔记/
总结评论

3 分析口碑/避雷/
关键争议点

4 高质量的
灵感来源

5 强大的
民间资源库

10分钟
AI自媒体工作流SOP

AI选题 AI创作 AI剪辑 AI转化











视频展示


14:03
发现
香港
港卡里的钱
在内地怎么花？
吃透4%-6%高息
海归千金被家里断供
自己创业的一天vlog
港卡2026新玩法，理财+回内地全攻略
深港 Chris
1498
海归千金被家里断供自己创业的一天vlog
提款
2.4万
今年第一张600w大单来啦
Afria
157
快抢！199元机票次卡畅飞全国
首页
市集
消息
75
我

AI转化

語音記錄會面重點

會面內容以語音輸入，無需繁瑣打字

檔案以及名片管理

無限上傳額度，多有文件、圖片、名片集中儲存，隨時查閱

智能提醒及回覆生成

重要節點提醒自動設定，跟進訊息AI 預先撰寫，語氣更可靈活選擇

一鍵連接WhatsApp

滿意即時發送，不滿意修改後再發，簡單快捷


nPower
想象你有個 24 小時待命的私人秘書

信息过剩的时代，标准化的答案没有价值

而任何一个关于你的独特感受
将在2026无限放大

你独特的理解 X AI提示词 = 内容资产

Module 8 | Activation & Action Plan
启动与行动计划

- 第一篇内容的发布指引
- 可复制的话题框架
- 即时启动与问答

讲师：Hailey

关于做IP的心态

除了赚钱以外，

可以在IP的过程中获得其他东西
比如语言表达能力/销售能力/品牌管理能力
...

基础决定下限

热爱决定上限

Q&A

請掃描二維碼
參與課後評估
THANKS!

AIA confidential and proprietary information. Not for distribution.