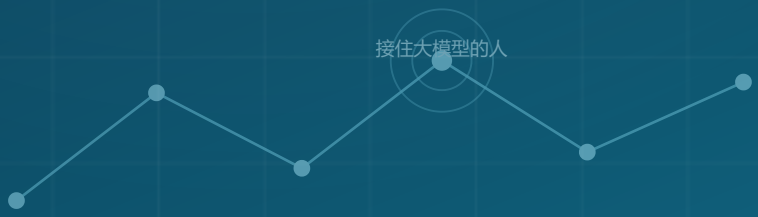
FDE PLAYBOOK

FIRST EDITION · 2026

FDE
起步手册

企业 AI 落地的实战工具书
从「什么是 FDE」到「第一单怎么谈成」

2027 FDE 行业趋势峰会 · 12 小时实录精编



格掌门 • 等 10 位分享人 著
赵亮 编

内部学习资料
2026 年 9 月 · 第一版

目　录

PART 一　认局 5

PART 二　辨伪 26

PART 三　上路 56

PART 四　变现 94

PART 五　实录 115

PART 附　附录 189

序　编者的话 1

导读　怎么用这本书 3

1.1　三种定义：桥梁、翻译官、接班操盘手 6

1.2　为什么是现在：四个底层变化 11

1.3　谁适合做 FDE：三种画像 15

1.4　钱在哪：付费结构决定了这门生意的形状 20

2.0　问题的起点：为什么"买了"不等于"落地" 27

2.1　真相一：上传了文档，不叫知识库 29

2.2　真相二：AI 能做，不等于业务愿意让它做 32

2.3　真相三：老板说的需求，不一定是真需求 34

2.4 真相四：只卖产品不卖服务，是行业最大的误区 37

2.5 真相五：客户买的不是 AI 能力，是可验证的业务变化 39

2.6 真相六：企业需要一个"验货"的过程 44

2.7 真相七：不谈概念，谈经营结果 47

2.8 真相八：AI 化不是老板的一言堂 51

2.9 真相九：不是一个场景，是多个场景 52

3.1 第一步：选行业与场景，选自己最熟悉的那一个 61

3.2 第二步：找标杆，第一单怎么来、指标怎么定 66

3.3 第三步：翻译需求，把老板的话变成能落地的方案 72

3.4 第四步：拆 SOP，把流程切成可交付的模块 75

3.5 第五步：交付与验货，拿到可验证的变化 80

3.6 组织侧：一号位工程，与"认知 → 组织 → 业务"的顺序 82

3.7 "神之一手"：怎么让团队真的开始用 AI 86

4.1 收入结构的迁移：从"卖课"到"卖服务" 96

4.2 从定制到复制：头部做定制，中腰部做复制 100

4.3 复购与复用：什么才是真正的壁垒 102

4.4 报价与谈单：五个关键节点 105

4.5 三个必须算清楚的账 110

5.1 王海强：认知升级 → 组织升级 → 业务升级 117

5.2 罗宁：离业绩最近的岗位，才最该被 AI 改造 126

5.3 大禹：从 0 到 1 搭建企业的私域运营体系 134

5.4 小安老师：FDE 五环价值交付模型 143

5.5 岳阳：一人公司如何做企业的 AI 化服务 151

5.6 厂长（周叔）：出海赛道的 AI 落地，与"用 AI 的五个阶段" 160

5.7 白先生：用 AI 重塑内容与商业 169

5.8 楚川：模型天天变，企业靠什么拿到确定性 178

结语 五年后，与「普通人」的机会 186

附录 A FDE 术语表 190

附录 B 59 条金句速用表 193

附录 C 落地工具箱 200

附录 D 资料来源与编辑说明 203

序

编者的话

FDE 这个词，在 2026 年还是一个没有被中文世界统一命名的岗位。

有人叫它「AI 落地工程师」，有人叫它「AI 应用顾问」，有人干脆沿用硅谷的原词 Forward Deployed Engineer——向前部署工程师。名字没定，但事情是确定的：**大模型已经在能力上跑到了企业前面，而企业还没有能力把它接住。**

这中间隔着的，不是技术，是翻译。

我在 2026 年 9 月拿到这份素材时，第一反应是它不该以「逐字稿」的形态存在。27.5 万字、12 小时直播、10 位分享人，如果只是按顺序读一遍，读者得到的是一堆散落的经验；但如果按问题重新编一遍，它就变成了一张地图——**一个准备进入这个行业的人，应该先想清楚哪几件事。**

所以这本书做了三件事：

第一，**重编结构**。我把原本按发言顺序排列的内容，重新分成五篇：认局（这是什么）→ 辨伪（为什么落不了地）→ 上路（怎么做）→ 变现（怎么收钱）→ 实录（别人怎么做的）。原文顺序在篇内会被打散，但论证链条是完整的。

第二，**区分两种声音**。书中标注「原声」的段落，是分享人在现场的原话，一个字没有改写；标注「编者按」的段落是我写的判断。**这个区分很重要**——原话负责提供一手经验，编者按负责暴露

我的立场，两者混在一起，读者就分不清哪些是证据、哪些是观点。

第三，**标注内容的边界**。这份实录有一个必须说清楚的事实：全场反复宣传的「FDE 六层商业模式」，本身并不在实录里——它属于付费内场课的内容。也就是说，**这份公开素材的干货是有天花板的**。凡是讲到关键模型时语焉不详之处，书中都做了标注。知道一本书哪里是空的，和知道哪里是满的，同样重要。

最后交代一句：这本书的原始版权属于格掌门与 10 位分享人，我做的是编辑工作。如果你要用它，请注明来源；如果你想把它变成自己的东西，最好的方式不是引用，而是**用你自己的案例去验证书里的每一条判断**——验证过的判断是你的，没验证过的只是别人的话。

—— 赵亮

2026 年 9 月

导读

怎么用这本书

这不是一本读完就放下的书。它更像一套可以反复回查的操作手册，所以用法和读小说不一样。

按你的位置选入口

表 0-1 不同读者的建议阅读路径

你的位置	建议路径	重点章节
完全不了解 FDE，先想搞明白这是什么	第一篇 → 第二篇 → 第五篇任选两位嘉宾	1.1、1.2、2.1、2.5
已经在做 AI 落地，但单子难谈成	第二篇 → 第三篇	2.2 ~ 2.6、3.3、3.5
能交付，但赚不到钱、做不大	第四篇 → 第三篇 3.1、3.2	4.2、4.3、4.4、3.1
想先看别人怎么做，再决定自己做什么	第五篇 → 第一篇	5.6、5.5、5.2（按收入体量排序）
只想要能直接用的句子和话术	附录 B 金句速用卡 → 附录 C 工具箱	附录 B、附录 C

三种标记，分别代表三种可信度

读之前先认清三种标记

① **原声 / 原声实录**——分享人现场原话，未经改写，可直接引用（需注明来源）。② **编者按 / 编者提炼**——本书编者的判断，是观点不是证据。③ ⚠ **内容缺口**——提示此处实录中语焉不详，或关键模型属于付费内容未在实录中出现。看到第三种标记，说明这一段你需要自己补。

建议的读法

三遍读法

第一遍，只读「原声」块和表格——用 40 分钟把全书的证据面扫一遍，形成直觉。**第二遍，只读「编者按」**——看别人（我）怎么把这些证据串成判断，同意或不同意都行。**第三遍，带着自己的一个真实客户来读**——把客户的业务往第三篇的"落地五步"里套一遍，套不下去的地方，就是你自己的知识缺口。

下面开始。第一篇先解决一个最基础也最容易含糊过去的问题：FDE 到底是什么。

PART 一

认局

FDE 是什么，为什么是现在

> 任何一门新生意，最难的不是怎么做，而是先判断它是不是真生意。第一篇只做一件事：把这个岗位的边界划清楚，然后回答一个更硬的问题——**为什么是现在**。因为如果这个窗口只有两年，那么"想清楚再动手"本身就是最大的风险。

1.1

三种定义：桥梁、翻译官、接班操盘手

在整场峰会里，掌门用了不止一个比喻来定义 FDE。她说它是桥梁，也说是红娘，还说它是翻译官，最后落到一个更锋利的类比上——它是自媒体时代"操盘手"这个职业在 AI 时代的继任者。

这几个说法看起来是同义反复，其实各指一层：

桥梁 / 红娘说的是位置。大模型厂商在那头，企业在这头，两边都有意愿但接不上——厂商做不出行业纵深，企业说不清自己的需求。FDE 站在中间，赚的是"连接"这件事的钱。

翻译官说的是工作内容。企业的语言是业务语言（"我要销售跟进不掉档""我要这批客资别浪费"），模型的语言是技术语言。FDE 的核心动作，是把前一种翻译成后一种。

接班操盘手说的是这个职业的体量与来源。掌门自己是 12 年商业操盘手出身，她把 FDE 放在同一条职业演进链上——每当一种新技术把生意重构一遍，就会有一个"帮别人把新技术用起来"的中间职业出现。

表 1-1　FDE 与相邻三种角色的分工差异

角色	卖什么	交付形态	与客户的关系	主要瓶颈
大模型厂商 / 平台	算力、模型、API	标准化接口	无直接关系	做不了行业纵深
传统软件外包	代码、系统	项目交付后离场	一次性买卖	不懂业务，改不动流程
传统管理咨询	方案、报告	报告交付后离场	一次性买卖	不落地，无法验收
FDE	**可验证的业务变化**	**驻场 + 持续改造**	**长期陪跑，按结果续约**	**自身的业务理解深度**

编者按

这张表最重要的一列是「交付形态」｜外包交付**系统**，咨询交付**报告**，FDE 交付**变化**。这个差别决定了三件事：客单价能有多高（变化比报告值钱）、能不能复购（变化是可以持续测量的，报告不能）、以及客户的验收标准是什么（不是"功能上线了"，而是"这个指标动了"）。如果你现在做的其实是外包或咨询，只是换了 FDE 的名头，那么第四篇讲的复购和护城河，对你都不成立。

原声 **FDE 的定义与角色**

掌门做职业培训我做了十多年了，我一直都在寻找在市场当中有风口的新职业，带着创业者，带着超级个体，甚至带着一些职场人来转型啊。为什么我看好这个职业？甚至我觉得这个职业，接下来我认为是一个比操盘手、比IP更大的一个职业赛道，它是一个万亿级的赛道，这是我的一个看法啊，我的一个看法。为什么它会有这么大的赛道？今天掌门会给大家讲啊，首先我看到哪些机会？第一个机会。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

掌门这句话可以放在这里啊，明年的企业化改造的需求只会越来越多， FDE的从业者会越来越多，现在很多公司内部就有自己的FDE，当然他还会跟外部的FDE合作，FDE已经被大家市场当中全部都已经认知到了，以前我们还叫做什么AI架构师， AI什么什么师，现在大家都知道这个称呼就叫做FDE，所以你现在讲，以后你在外面讲FDE，就像以前你在外面讲操盘手。以前我刚开始出来讲操盘手，就别人问我是不是操，擦盘子的？是不是搞金某人的？

— 小安老师 · 第六章

所以在FDE的市场，而且现在有了AI以后，其实做新的产品会变得更简单，甚至说AI化的产品， FDE就是一个新产品。 FDE是什么？ FDE就是企业化落地的操盘手，知道吗？就是现在企业要落地AI的能力、业务链路和模型，它需要有一个这样的人去到企业去落地，这个落地叫做FDE，所以它是大模型和企业中间的链接者，中间商，但是很多人说，那大模型公司为什么不做呢？他为什么不去做企业化教育呢？因为他不懂业务，你知道吗？

— 小安老师 · 第六章

那FDE这个东西，其实很多人你可能觉得说它像是一个技术岗，实际上我觉得它并不是，因为第一个我并不是技术背景，我实际上是一个操盘手背景，我最早呢是在电商公司里去做运营操盘手的。那大部分人缺失的技术能力，在AI的这个时代呢，它会被AI补足，你会发现你操作AI就可以完成很多的一些事情。

— 岳阳 · 第七章

我们以前就有一个单个客户，他付到100万。这很正常，就是就是他会有一些客户，比如他可能也不是一年付给你嘛，他每个月就像以前的短视频操盘手一样，我一个客户一个月先付你个几万或者是10万，然后。分三次付。我分好几次付，你可能一年就开发几个客户，你就达到这个收入了。那也有可能你的是相对小规模的to。你有一个标准化的产品，那这个时候就看你做多少个，比如说1000个客户，还是做多少个这种，你要做。

— 岳阳 · 第七章

AI操盘手。在什么时候？ 23年了。 23年的时候我们就合作了AI操盘手这个产品，那时候真的真的就是已经很早很早了。

— 白先生 · 第九章

上了5单啊，刚刚西南在问，我们回答一下问题吧，就是， FDE是什么？是啥意思啊？就是现在企业的最后一个公里， AI最后一个公里就是把AI技术落地到企业当中去。怎么去落地？需要一个职业，需要一个人设，这个叫做FD。 FD是懂业务又懂技术，是大模型公司跟企业的一个连接的桥梁，真正把AI的落地落地到企业当中去。

— 白先生 · 第九章

01 **FDE 就是大模型和企业中间的桥梁，或叫做红娘，它把企业和大模型真正连在一起了。这是一个新职业的机会。**

— 掌门 · 第一章

02 **就像自媒体时代出现的一个职业叫做操盘手，AI 时代出现的一个新的职业叫做 FDE。**

— 掌门 · 第一章

03 **现在就是大模型想要铺到千行百业里面去，老板们也有需求，但是没有人，没有联络人，没有翻译官。**

— 王海强 · 第二章

04 **你可以看到左边实际上是老板的一个需求，我们一般作为 FDE 就需要去翻译他的需求，你需要把他的需求设计成真正 AI 能够落地的方案。**

— 岳阳 · 第七章

1.2

为什么是现在：四个底层变化

"为什么是现在"这个问题，大部分从业者会给出一个偷懒的答案：因为 AI 火。但"火"不是理由，结构性的变化才是。把整场分享里散落的判断拼起来，能看到四个同时在发生的变化。



图 1-1　让 FDE 成立的四重底层变化

四个变化里，最容易被忽略的是第三个。技术平权意味着"会写代码"不再是入场券，而"懂业务"变成了稀缺项——这是一个对业务出身的人前所未有的友好窗口，也是王海强那句"我给大家截屏的这些人，没有一个是技术专业的"背后的真实含义。

最容易被误判的则是第一个。很多人以为 AI 早就"能用了"，但企业在意的从来不是"能不能演示"，而是"能不能验收"。从演示到交付之间，隔着的正是 FDE。

原声 **为什么是现在**

所以说为什么我们在说，未来最有价值的企业一定是AI native的企业。我给很多的企业在做培训，或者给很多的高校在做培训分享的时候，我都在讲，我说你能不能变成一个AI native的组织， AI native的企业？是决定你未来在AI时代能不能去这个成功的一个关键法宝啊。

— 王海强 · 第二章

AI的。 Coding这个能力，你是可以轻松替代的。只需要我们教你比较简单的计算机的基础，或者是搭建小程序，搭建智能体的一些基础框架。你知道，你作为一个架构师，你知道怎么跟AI交流就行了。你告诉他我想要什么，哪出了问题，那整个过程是很丝滑的， AI是能够帮你交付很多东西的。所以说为什么我说大家不要觉得什么样的人，我反倒觉得有业务基础，有懂业务sense，懂业务场景的这种人是更有优势的，为什么？技术平权呀，技术平权了。

— 王海强 · 第二章

今天千万不要错过，你可能有准备好的，也有有些人在纠结，哎呀，我这个事还没了，我跟你讲，窗口期就这么一两年。厂长，你说是不是？窗口期就这么一两年，你在当年，你选择做电商，做什么，做什么出海，或者是做某宝，某音，你当时做了，你就做对了。而FDE明年就是FDE的元年，我跟掌门都是嗅觉，商业嗅觉非常灵敏的人，我们已经穿越了N个周期。现在我们推出这个论坛，也是因为我们感受到了FDE的趋势。

— 厂长 · 第八章

包括什么是FDE，如何转型成为FDE？我们刚刚很多人都想转型，以及FDE的不同的商业模式和企业，不同行业、不同赛道企

> 业有哪些场景适合做智能化改造？甚至包括怎么去谈第一单？怎么去搞定第一个客户？怎么去报价？怎么去完成真正的企业AI化落地？不会编程没有问题，因为AI已经实现技术平权。你说出海这个企，出海这个赛道不会外语。更没有问题，因为说实话。他不需要。就是一句提示词的事。
>
> — 厂长 · 第八章

> 那除此之外，我还有三个标签，第二个标签是我拿过两家顶级机构的。投资，一家是经纬中国，一家是腾讯。这两家机构的投资我拿过的。 2017年，十九年前，九年前，我就在我在27岁的时候，就拿过这两家机构的3300万的融资。潘多拉英语是的。第三个标签，我出过10本书，我一边实战一边出书，到现在为止，我出了10本书，包括私域资产，幸福感创业，超级个体， AI超级个体，强人设，都是我出的一些商业代表作。
>
> — 厂长 · 第八章

08 **不是 AI 没对这个时代产生价值，而是 AI 没有跟企业真正的接轨。**

— 掌门 · 第一章

09 **最好做的生意一定是跟风口的生意。**

— 掌门 · 第一章

10 **现在是个技术平权时代。我给大家截屏的这些人，没有一个是技术专业的。**

— 王海强 · 第二章

11 **未来最有价值的企业一定是 AI native 的企业。**

— 王海强 · 第二章

12 **未来的产品技术的边界会极度淡化，也就是说未来每一个人你都应该是独当一面的超级个体。**

— 王海强 · 第二章

1.3

谁适合做 FDE：三种画像

现场有一位嘉宾问了一个很实在的问题：怎样的老板、怎样的团队成员，未来一定有做 FDE 的潜力？把全场关于"谁更适合"的判断收拢起来，答案指向三类人——而且排序很重要。

表 1-2　三类 FDE 画像与各自的胜负手

画像	典型来源	核心优势	主要短板	胜负手
业务型（首选）	销售负责人、私域操盘手、运营一号位	天然懂需求、拿得到真需求、能判断指标真假	技术实现依赖工具或合作方	把"我懂业务"变成"我能交付"
操盘型	IP/MCN 操盘手、代运营老板、商业咨询	懂商业结构、会谈单报价、有客户资源	容易停留在卖课卖方案	从交付认知升级到交付结果
技术型	工程师、产品经理、数据	实现能力强、交付稳定	容易只跟老板聊、抓不准真需求	把自己"下沉"到业务现场

之所以把业务型排在第一位，是因为客户最难替代的不是"能做出功能的人"，而是"能问出正确问题的人"。现场有一位嘉宾讲得很直接：如果只跟老板一个人聊，老板视角里的很多"核心需求"，不

一定是真需求。技术型从业者最容易掉进这个坑——因为他们的沟通路径天然通向老板和 IT 部门，而真正的需求藏在一线的销售、客服、私域岗位上。

编者按

"谁适合"这个问题，换个角度问更清楚｜不要问"我是不是适合做 FDE"，要问"我手上有没有一个可以立刻改造的真实业务现场"。有现场的业务型人，起步速度远快于有技术的无现场的人。这也是我在制造业看到的现象：一个在工厂里待过五年的人，即使完全不懂 AI，他对"哪道工序浪费在哪"的判断，也比一个算法工程师准确——而准确的问题，本身就是这个行业最贵的资产。

原声 **谁适合做 FDE**

所以说大家一定要，一定不要恐惧说，哎，海翔，我没有计算机基础，我也不懂什么算法，你说的FDE的肯定是要懂技术的，我，不懂行不行？我跟大家讲，现在是个技术平权时代，我给大家截屏的这些人，没有一个是技术专业的，但是他都可以在我们的辅助下去一对一的去，变成一个优秀的FDE，能够去交付价值，能够去把自己的业务流程AI化， AI化。

— 王海强 · 第二章

大家不要觉得技术是个门槛，因为我一直在讲，现在是AI平权，技术平权时代了。大家因为什么？因为。他苦练，九年叫什么大学，学遍了各种的计算机的课程，但是他的扣钉水平是没有AI强的。

— 王海强 · 第二章

就是他不一定自学，但是呢，其实呢，现在的未来的教育都会发生翻天覆地的变化。就说未来，就说能让AI干的事，咱们坚决不要人干。因为他比你的效率成本，那是碾压式的优势。所以说往往学技术的人，他缺的是商业场景，他缺的是业务模式。那个东西更难练。但是呢，技术平权时代。

— 王海强 · 第二章

在AI时代一定要行动，为什么？因为技术平权时代，机会是永远给这些行动力强的人。准备的。希望大家做一个有认知、有行动力，而且呢能够拥抱AI，把AI作为你的，AI时代降维打击别人的利器的一个伙伴，也希望未来能够跟大家交个朋友。

— 王海强 · 第二章

最最后呢，接下来呢我给大家分享一下，我们现在这套方法论啊，大家就说，诶，小老师这个很好，但是跟我有什么样的关系

呢？其实我告诉大家。非常有关系。而且很多人在接触FDE之前，都会问我一个问题，说小安老师，我不懂技术啊，我不懂编程啊，我不懂Coding啊，我能不能干这个FDE？我告诉你们，你们太能了，为什么？是因为AI现在的这一波机会，就是谁的机会呢？就是过去有行业经验属性的人的机会，就是文科生的机会。

— 小安老师 · 第六章

所以所以可以这么说，其实在去年、前年，其实AI化的创业更多的还是。技术型的人去做。但是，但是从今年开始，或者是从去年年底开始，你会发现一些真正做过业务的人，做AI，做FD，他可能更有优势。

— 岳阳 · 第七章

就是FDE，就是一定是不要选择链条很长，不要有，我们非常理想化的一个状态，而是临征起首没问题，然后选择自己最熟悉的行业，拿到我们想不到的一些结果吧。有，我的我的分享结束了，然后好紧张。

— 楚川 · 第十章

现在假设我是一个并不懂技术，也没有太多经验的小白，怎么样像你一样能够快速的少走你的弯路，达到你现在的结果？这是第一个问题。第二个问题就是你刚刚讲到很多，诶， FDE应该在垂类去深耕自己的能力跟案例，并且在最后有壁垒，因为你刚刚也讲到很，回头就会被抹平。哪些好的行业，或者说哪些好的做法，哪些痛点是你觉得。你想去深耕的，或者说你觉得很有机会的，这两个问题。你先想一想，我们后面再解答。

— 对谈 · 第十一章 · 收尾

05 **他只做离业绩最近的岗位——销售、客服、私域投放，帮企业把 AI 装进业务里。**

— 罗宁 · 第三章

06 **你会发现一些真正做过业务的人，做 AI、做 FDE，他可能更有优势。**

— 岳阳 · 第七章

07 **不要选择链条很长、非常理想化的状态，而是选择自己最熟悉的行业，拿到我们想不到的一些结果。**

— 楚川 · 第十章

1.4

钱在哪：付费结构决定了这门生意的形状

这一节回答一个非常现实的问题：这门生意的钱在哪里、是什么形状。 把这部分判断单独成章，是因为它直接决定你应该设计什么样的交付物、定什么价、把时间投在哪里。

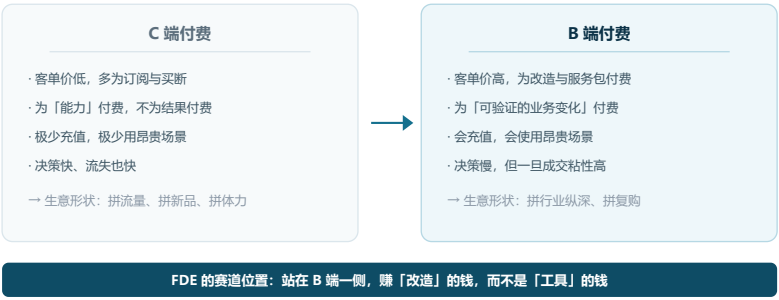


图 1-2 C 端与 B 端的付费结构对照

编者按

这张图解释了一个常见的困惑｜很多做 AI 的人在 C 端做起了粉丝，却始终变现困难，原因不在流量，在付费结构——C 端不为结果付费，所以无论粉丝多少，你都只能卖认知、卖工具、卖课程这三样东西，而这三样都有天花板且无复购。想清楚这一点，你才会明白为什么"从 C 转 B"是这个赛道里最重要的一次动作调整。

除了钱的结构，掌门还列了她自己看到的几个机会方向，编者整理如下：

表 1-3　掌门自述的五个机会方向（原声归纳）

#	方向	一句话说明	编者判断
1	FDE 职业本身	大模型要落地千行百业，中间缺人	门槛低、竞争会最激烈
2	大模型与企业之间的"红娘"	撮合、匹配、转介	依赖上游资源，先发者优势明显
3	本地化 AI 企业服务商	AI 时代的"代运营"，客户倾向在本地找	**最接近 B 端服务盘，最值得关注**
4	原生公司	业务全用 AI 重做一遍的组织形态	概念未定型，尚无成熟样本
5	AI 工具获客 + AI 博主 / 沙龙	用工具和内容低成本获客	获客手段，不是商业模式本身

原声 **付费结构：钱在哪**

什么叫部署公司？就是把AI的技术真正落到企业当中去，因为他们发现真正愿意给AI付大钱的人是谁？是企业主，是企业方，他们会用AI来降本增效，会用AI来代替部分的工作，比如说生图的工作，比如说生视频的工作，比如说业务流的工作，这些工作才是真正的消耗token的，所以这是掌门看到的第一个方向啊， AI不管是职业的爆火，还是叫做整个大环境，大模型厂商，大家开始真正的布局B端，布局业务。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

哎，我给大家看一下吧。给大家看几个我们具体的场景，你看，这一个到时候我在那场我会给大家分享啊，我们现在的剪辑也是AI化完成的。你看就这一个，能，哎，大家能够看清楚右边它显示的时间吗？多少分钟的时间能看清吗？ Tracy就知道，Tracy就，哎， token很贵的，我还给大家送这个token，很不容易的，可以看到我右边的时间吗？是用了多久？叫做44分钟14秒。

— 大禹 · 第四章

demo不收费， demo直接让他用，这个token费用是ok的，而且我告诉大家，因为我沉淀一套方法论，我曾经用一个3块多钱的token费，我就做了一个demo，这个demo现在已经帮我拿到了总起加起来七位数的订单。只用了只用了3块多钱，因为我在一个大厂上分享，我把这个东西直接做出来给他们用，然后现场60多家企业的话，其实我很多都已经成交了。各位。

— 小安老师 · 第六章

为什么呢？因为今年所有大模型公司都是从C端市场转战B端市场，什么意思？在前几年，大模型公司都在做C端的市场普及，甚

至市场教育，还有客户，但是发现一个问题啊， C端客户是不充值、不消费、不消耗token的，所以C端客户都是亏本生意，很多的大模型厂商是希望做成下一个电商平台，下一个某音平台，下一个某信平台，但是呢，其实是现在还没办法实现的。

— 岳阳 · 第七章

最后，我除了有3000万的。白领英语私域之外，还有40万的高净值老板私域。我的私域来的，能不能，我的娘家人，这是我的一个大概的介绍，更细节的图片啊，内容啊，就是在PPT上面。我现在在去年的时候，公司有三四十人，然后我们的核心。的产品就是帮老板卖高客单，在私域批量卖高客单。一单我们100万，干嘛呢？帮对方做他们的高客单流量成交全案。

— 厂长 · 第八章

第二，平某台对数字人他不打压，发现没有？用户看数字人还能接受，平台对数字人不打压。但是我想在2026年重新问大家这个问题， 202026年的9月份，我想问问各位，你们现在还用不用数字人？用的。打用，不用的打不用。特别是你做高客单的话，如果你做高客单，你的客单价高于1000、2000、3000、5000，你还用不用数字人？是不是像厂长一样，新鲜过一阵子，用过一阵子，一开始效果不错，但是后来发现效果越来越差了。

— 厂长 · 第八章

自己。如果2026、2027，你不知道做什么，你没有业务，你就学它，帮有业务的老板去做降本增效。如果你有业务，你更要学它，因为它不仅会帮你降本增效，完成你的人效的倍增，还会让你拥有一张AI的船票。你做好了之后，你真的可以赋能同行。

— 厂长 · 第八章

13 **只有 B 端才会充值，只有 B 端才会使用昂贵的场景。**

— 掌门 · 第五章（返场）

14 **今年所有的大模型都要从 C 端转战 B 端，因为 B 端市场才是真正的付费市场。**

— 岳阳 · 第七章

15 **AI 短期内我们赚的是高客单，长期我们赚的是低客单且高频。**

— 掌门 · 第一章

16 **企业化落地真正的核心，是四个字——token 的消耗。**

— 掌门 · 第一章

17 **窗口期，如果你三年后，黄花菜都凉了。**

— 王海强 · 第二章

⚠ 内容缺口

本书读者请注意｜全场反复宣传的「FDE 六层商业模式」（有时也称"七大商业模式"），在本次实录中并未展开——它属于付费内场课的内容。实测方式：全文检索"商业模式"相关段落，共出现十余次，全部为课程销售话术，没有任何一处给出这六层的具体名称与结构。结论：这份公开素材在"商业模式"这一层是空的。 第四篇因此只能从实录里真实出现的碎片重构，凡涉及完整模型的判断，本书不做补充推测。



图 1-3 窗口期：分享人的时间判断

第一篇文章到此结束。小结一下三句话：FDE 是接住大模型的人；这个窗口由四重变化撑开；钱在 B 端的"改造"里，不在 C 端的"工具"里。

PART 二

辨伪

企业 AI 落不了地的九个真相

> 第一篇讲了这门生意成立的条件，这一篇讲它为什么经常不成立。九个真相，每一个都对应一个我在一线反复见到的错觉。它们的共同点是：**说出来大家都点头，做起来大家都照错不误。**

2.0

问题的起点：为什么"买了"不等于"落地"

峰会开场，掌门问了一个问题：这两年，企业老板上了很多的课，也买了很多的工具，但是回去依旧落不了地，大家有发现这个问题吗？

这个问题值得单独成章，因为它是整个行业最大的认知裂缝——供给端非常热闹，需求端纹丝不动。而这条裂缝里，藏着 FDE 全部的生意机会。



图 2-1 从"买了"到"变了"之间的四级断层

这三道断层，本质上都是同一件事：没有人对"变化"负责。 卖工具的人对"交付"负责，实施的人对"上线"负责，而"指标有没有动"这件事，没有人被绑定。FDE 的定位，就是站在第四格上收钱——所以你必须能回答"哪个指标动了、动了多少"。

原声 **错觉一：买了工具就落地**

然后第四个是什么呢？第四个就是现在AI技术落不了地，其实普遍企业的信心就会降低。我不知道大家有没有发现一个这样的问题啊？其实前两年。炒AI还是炒的比较火的，但是这两年你会发现一个点，就是企业老板他上了很多的课，他也买了很多的工具，但是回去依旧落不了地，大家有发现这个问题吗？这里会带来一个什么样的问题？

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

很多老板从去年就开始要接入AI，不用讲了，都知道，课都上了一堆，工具都买了一堆，但是今年很多的老板开始趋向于一些理性，什么呢？我今年好像做了这么多AI的工具和课程。但是依旧还落不了地，那算了，我是要为了业务出发的，你落不了地我就不盲目追求了，我还是用我的团队去落地，我还是老老实实的干我这份事情，哪怕你干的慢一点，哪怕你成本高一点，他觉得没关系，我最主要是要效果，所以就会导致什么？导致整个企业信心下滑。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

18 **企业老板他上了很多的课，他也买了很多的工具，但是回去依旧落不了地。**

— 掌门 · 第一章

2.1

真相一：上传了文档，不叫知识库

这是全书最容易被记住的一句话，也是我在制造业现场见得最多的问题。

几乎每一家说自己"已经做了 AI 知识库"的企业，实际做的都是"把文档传上去"。 两者之间差着三层工作：结构化的拆解、可检索的切分、以及"能被回答出来"的验证。厂长在分享里说得很直白——

原声 **错觉二：上传文档≠知识库**

最后呢，我觉得还有几个东西需要跟大家来做一下对齐，也就是我们去驻场的时候，我们一定要去管理一下客户的预期。为什么要管理客户的预期？因为我们要告诉他，用了模型不代表你就是AI，就AI化了，通用大模型呢，不代表不等于企业可用的AI，幻觉是一定存在的。上传过文档呢，不叫知识库，只是上传了一个文档，不叫知识库啊。而且AI是先辅助人，再来去做，再去辅助事。

— 厂长 · 第八章

表 2-1 "文档堆"与"知识库"的三层差别

维度	文档堆（大多数企业的现状）	知识库（能回答问题的系统）
内容组织	按文件存放，一个 PDF 就是一个条目	按业务问答切分，一个问题对应一段可信内容
检索方式	关键词命中，靠翻文件名	语义命中，靠"问一句话就能定位"
更新机制	传完就放在那里，没人维护	有责任人与更新频率，过期内容会被替换
验收标准	文件数量（"我们传了 500 份"）	回答准确率（"抽 20 个真实问题，答对几个"）
谁负责	无明确责任人	业务方出题，FDE 负责调到能答对

编者按

这一条的分量比它看起来大得多｜因为"上传文档"是整个行业最廉价的交付动作——它几乎零成本，而且看起来很像交付。所以它成了大量项目的收尾方式：钱收完了，文档传完了，双方都体面。反过来看，这也是 FDE 建立信任最便宜的一个入口：你只要能拿客户真实的 20 个问题去测他的"知识库"，你立刻就知道他到底做到了哪一步——而这个测试，就是你第一单最好的开场。

19 **上传过文档呢，不叫知识库，只是上传了一个文档。**

— 厂长 · 第八章

2.2

真相二：AI 能做，不等于业务愿意让它做

第二个真相关乎"技术之外的一切"。罗宁在分享里把它和"概念"放在一起对比，说得很清楚——

> 但是下一个问题是说，AI 能做与业务愿意让它做，其实是两件事。

这句话里藏着大量的项目失败。"能做"是技术判断，"愿意让它做"是人的判断：销售愿不愿意把自己的客户跟单交给 AI？客服愿不愿意承认 AI 答得比自己好？主管愿不愿意把 AI 的判断写进考核？

编者按

把这一条翻成可执行的动作｜当客户说"这个我们做不了"时，追问一句：是技术上做不了，还是这件事上有人不希望它做成？ 前者是方案问题，后者是组织问题。组织问题不是靠改 prompt 能解决的，只能靠换试点场景、换试点人，或者换推动人（见 3.6 一节讲的一号位）。这个追问，能帮你提前避开一半以上的烂尾项目。

原声 **错觉三：能做≠愿意做**

我看到其实现在市面上有大部分的这个叫做AI的博主啊，或者说大部分在做这个AI，都有一个很大的误区，就是只卖产品不卖服务，加强一下你自己的印象好不好？把产品加服务啊，我看一下有多少人啊？因为我们在去给几个IP落地他们的叫做AI的时候，我们都是一个思路，就是产品加服务，因为我单独我给他卖个产品，说实话他用不用你是没有办法把控的，他不用就没有用，大家能够理解吗？大家再听一遍，他不用就没有用，所以我们一定是需要产品加服务去给他落地的，而且。

— 大禹 · 第四章

20 **AI 能做与业务愿意让它做，其实是两件事。**

— 罗宁 · 第三章

2.3

真相三：老板说的需求，不一定是真需求

这一条的表述在实录里非常锋利：只跟老板一个人聊，你会发现他的很多核心需求，在他的视角不一定是真需求。

老板看到的是报表和结果，看不到过程里的损耗。他说的"我要一个能自动跟单的 AI"，翻译到一线可能是"我每天要手动把三个平台的记录粘到一个表里"；他说的"我要提升客服效率"，一线真正的痛点可能是"客户问的是同一批问题，我每天要复制粘贴回答一百遍"。



图 2-2　需求的三个层次与常见的错位

原声 **错觉四：老板需求≠真需求**

所以为什么我们今年没有推AI培训？因为我们也不打算做AI培训了，我们做的是什么？我们做的是FD， FD这个职业，他不是做培训的，他是做定制的，他是去企业真正入企，到企业当中帮企业真正去落地这套技术的人，他是真正去干活的人，他是真正用AI去创造价值的人，我觉得我们要去扶持这样的人，这是我们今年的一个方向，为什么找了很久，我们选择这个方向？我们没选择什么做AI培训师，没有选择去卖AI工具，为什么？

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

长期的应用，它不是一个短期的一个好像噱头，好像我们企业化迭代了，我终于引进了AI，但是呢，你团队没有长期用，老板也不长期用，而且真正没有给你产生降本增效的价值，用着用着就不用了，这都是伪需求，或者叫做它是伪AI落地，那就没落地，我这么讲吧，那就真叫做没落地，那真正的落地看的是什么？看的是你以前把花叫做招人才工资的钱用在了流量消耗上面，你消耗的多少？

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

其实我们整个，我觉得在企业AI落地这件事情，我们自己其实有一个方法论，就是说，其实第一个逻辑，其实我们会做一个轻度的咨询，就是你录取之后，包括像前面。案例里面讲到的，我们会。去跟老板去做一个深度的访谈。去理清楚他的痛点和他核心的需求是什么。这个是不是一个真的需求？因为我们会发现你在为什么做这一部分呢？只跟老板一个人聊了，所以你会发现他的很多核心需求，在他的视角不一定是真需求。

— 厂长 · 第八章

26 **只跟老板一个人聊，你会发现他的很多核心需求，在他的视角不一定是真需求。**

— 厂长 · 第八章

2.4

真相四：只卖产品不卖服务，是行业最大的误区

大禹在分享里说了一句很重的话：现在市面上大部分做 AI 的，都有一个很大的误区，就是只卖产品不卖服务。

这句话的成立前提，恰恰是前面三个真相——因为落地卡在人、流程和指标上，所以光把工具给客户，等于把一半的工作丢回给客户，而客户恰恰没有能力完成这一半。

> **原声** **错觉五：只卖产品不卖服务**
>
> 产品啊，我告诉大家，接下来AI产品会越来越不值钱，为什么？因为AI的能力越来越强，你今天你有任何一个产品，你把你的产品发给我，你把你的这什么网址发给我，我大概我在一个一天到两天，我就可以把你的这个产品复制出来。未来AI产品会越来越不值钱，那什么东西值钱？就叫做服务，所以我们在2.0的时候，当你打了一个标杆，你就要用产品加服务的方式去去复制，复制1000个企，复制1000个企业，就是1000个W，所以你看我们还复制了什么？
>
> — 大禹 · 第四章

编者按

"卖产品"和"卖服务"的差别，不只是价格｜卖产品，你交付的是一个能力上限，客户用得怎么样与你无关；卖服务，你交付的是一个**结果下限**，客户没变化就是你没交付。前者可以规模化复制、毛利高、但不可复购；后者重人力、毛利低、但有复购和壁垒。第四篇会讲这两者如何过渡——**先靠服务活下来，再靠产品放大**，而绝大多数人失败在顺序做反了。

27 **现在市面上大部分做 AI 的，都有一个很大的误区，就是只卖产品不卖服务。**

— 大禹 · 第四章

2.5

真相五：客户买的不是 AI 能力，是可验证的业务变化

这一条是岳阳说的，也是全书我认为最重要的一句判断：

> 其实他购买的不是 AI 的能力，而是他想买的是一个他可以验证的业务的变化。

这句话解释了为什么"我们用了最先进的模型"打动不了客户——客户不为先进性付费，只为可验证性付费。 而"可验证"三个字是有硬门槛的：必须有一个数字，必须在改造前后都能测，必须由客户自己承认。

表 2-2 四种交付口径，只有最后一种能复购

交付口径	典型说法	客户能否验证	能否续约
交付工具	"系统给你装好了"	能验证"装了"	不能
交付功能	"这几个功能可以用了"	能验证"能用"	勉强
交付方案	"这是我们的方案报告"	能验证"收到了"	不能
交付变化	**"这个人效指标从 A 变到了 B"**	**能验证"变了"**	**能**

编者按

怎么把一句话变成一张验收单｜在项目开始前，先跟客户确认三件事：① **哪个指标**；② **改造前的基线数字是多少**；③ **到什么程度算成**。 这三件事写下来双方签字，你才有资格叫"交付变化"。如果客户说不出指标，那么这个项目从一开始就不该接——因为他没有标准，你做得再好都是"还行"。这也是我在制造业最常用的开场：不问"你想做什么 AI"，只问"你现在哪个数字最难看"。

原声 **客户到底买什么**

我给先给大家分享一个框架哈。首先其实我们进企业做FDE去帮企业做AI经营转型的时候，我们大概有这三步。第一步呢，我们首先会做流程的诊断，核心我们会去看说一个企业的经营结果，它到底卡在哪一段？卡在这一段，证明说我的AI应该怎么样去设计？应该做什么？下一步叫做我的AI设计完之后，我改完之后，怎么证明我有效？我要用什么样的数据指标？我要用什么样的经营指标来关联我整个的经营结果？下一步是我证明这事情有效之后，我怎么在组织整个组织去持续去扩大？

— 罗宁 · 第三章

同时其实我们团队只专注做AI企业的经营，我们团队其实也有另另一样能力，就是我们做市场的赋能。其实在很多一些投放的一些场景里面，你需要高频产出一些素材，你需要有创意，你需要去投放。其实我们也会做整个的AI定制的视频的agent。在这过程大家也可以看，比如我们有爆款的批量复刻，素材的纯AI的生成，以及素材库的智能打标。在这件事情上，我们同样也保证说，在这件事情我们给企业带一样的经营结果。

— 罗宁 · 第三章

这是一个案例。这个案例呢，其实也是实际用AI去爆款复刻生产出来，且最后在投放拿到了非常真实的经营结果。所以其实回顾一下，我做个总结哈。就其实我们现在专注做的，其实就是企业的经营板块的AI的落地实践，持续的去做经营判断。就我们去年到现在，我们大概做了十几家，从教育销售到外贸到医美私域到电商到门店到品牌出海。所以其实每换一个场景，都要看一个业务的卡点、人机边界，包括验证目标。

— 罗宁 · 第三章

最后一个部分也跟大家去做个总结吧，就是如果FDE要把经营的目标这件事情落进。整个的达到经营效果，那它一定有三步是我们需要做的。第一个要落地流程、数据跟组织。流程叫做进得去，就我们一定要去分析说到底我们现在经营结果卡在哪？那AI可以干什么样的事？优先放大的典型场景是什么？第二个就是。你设计的智能体，它要在真实的场景里面，它要证得明，它要去变化，它要跟企业的实际的经营结果去绑定。

— 罗宁 · 第三章

最后一个要做接得住，当我们验证了这件事情，做了POC的验证，那下一步是怎么在企业当中可以让这件事能持续的扩大？真正的不是只谈一个AI的概念， AI自动化的概念，而是让AI真正的变成生产力，真正的给企业带来经营结果。这里有一系列列的一些设计，所以我把它整体归类于说我们要流程、数据跟组织。以上就是我今天的分享，谢谢大家。好嘞好嘞。

— 罗宁 · 第三章

所以我做一个总结，作为一个FDE，客户来找我们购买的是什么呢？其实他购买的不是AI的能力，而是他想买的是一个他可以验证的业务的变化。他想要一个结果，这个结果到底是能让我成本更低、人员更少，还是说我的某个部门效率更高、业绩更好？所以AI它不是客户购买的结果，是我们AI是我们交付这个结果的一个手段，而客户真正购买的是FDE能够给他带来项目结果的一个变化。我的分享的话呢，就到这里先结束了，谢谢大家。

— 岳阳 · 第七章

25 **其实他购买的不是 AI 的能力，而是他想买的是一个他可以验证的业务的变化。**

— 岳阳 · 第七章

2.6

真相六：企业需要一个"验货"的过程

即使你把上面四件事都做对了，成交仍然不会立刻发生。掌门在讲卡点时提到的一点很关键——

> 企业对你，他也需要一个验货的过程，他也需要一个持续建立信任的过程。

原声 **验货：信任怎么建立**

所以大家知道，其实今天企业去做AI化场景改造，他不是一揽子，他不一上来咔嚓，我把这个企业全交给你了，你觉得他会这样子吗？第一个这个工程量也非常的大。第二的话，企业他对你他也需要一个验货的过程，他也需要一个持续建立信任的过程，所以他一定是一个场景一个场景的改造，大家认同吗？所以这里就产生了非常多复购的可能性，你看用户改造了一个场景他不够，他改造多个场景，这第一个，这是第一个复购的可能性，第二个复购的可能性是什么呢？

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

最终真正的大钱在哪里？企业、商业化、产业化，你要知道，你虽然看似现在AI的技术很火， AI的这个东西很火，就跟我们最早做自媒体一样的，我们觉得短视频很火，到时候我们教别人怎么做抖音。说的某音，教大家怎么做剪辑，你看最早都是教这种，但最后教的是什么？教的是在这个赛道怎么做生意啊，兄弟姐妹们。所以真正最终大钱都在产业当中，大家一定要记得。所以你现在进入到AI化的进程，一定要用这种构思。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

这意味着 FDE 的销售节奏不是"说服"，而是"连续证明"。一个可操作的结构是：小场景低价或免费试点 → 拿出可验证的变化 → 换更大场景 → 再拿变化。 每一次变化都是一次验货，每一次验货都降低下一单的谈判成本。

21 **企业对你，他也需要一个验货的过程，他也需要一个持续建立信任的过程。**

— 掌门 · 第一章

22 **你只有解决民生的问题，企业的问题才是真正的大钱。**

— 掌门 · 第一章

2.7

真相七：不谈概念，谈经营结果

罗宁在分享里给了一句非常干净的对照：

> **真正的不是只谈一个 AI 的概念、AI 自动化的概念，而是让 AI 真正的变成生产力，真正的给企业带来经营结果。**

原声 **从概念到经营结果**

哈喽，大家好，我是罗宁。在我们开始之前，我先跟大家做一个简单的自我介绍。我自己呢，过去其实是有7年的销售的管理经验，过去其实管理过上千的销售团队。其实我是一个完完全全从一线开始去经历了非常多的一个人。现在呢，我是数字倍增的合伙人，我们数字倍增其实是一家专门帮企业去做AI经营转型的公司。给大家举个例子哈，比如过去我管理销售团队的时候呢，我过去每天关心的其实是人效、转化率。销售的产值，GV，利润。

— 罗宁 · 第三章

我们一起看一下，说从一个概念，从一个智能体和从一个POC验证到一个整个规模化，这个过程它还会遇到些什么样的问题？首先呢，大家可以看一下，就是我们其实做了，在规模化这个过程中，这有个非常有意思的实验给大家去分享一下哈。大家可以看，就是我们当同样的接待量翻倍之后，我们发现一个非常有意思的事情，过去可能A这个高转化销售，就我们所谓的Top sales，大家会发现说我们翻倍接待之后，它过去的转化率从9.6变到了10.6。

— 罗宁 · 第三章

首先是这样的，我我先分享结果哈。就是我们现在如果是你的，就我先有个大前提叫做这，就是企业想去做件事，首先你的业务流程得标准，你有数据可以可以被佐证。那这件事情上我们现在取得基本的结果叫做你的人效翻倍，你的转化率不掉。

— 罗宁 · 第三章

人效翻倍。转化率不掉。转化率不掉，人效就是业绩除以人数。

— 罗宁 · 第三章

> 啊啊啊，转化率不掉。转化率不掉。哇。那那对企业来讲，你的第一步叫做你省的就是你的销售成本。
>
> — 罗宁 · 第三章

> 最后等10秒钟，我的分本次分享主题是从人效翻3倍。到第一单百万级FDE，我的AI转型之路。首次公开我们团队从600人到60人，再到10个人，但是我们干的活完全一样，甚至能干更多，以及我们公司从百万级人效再到接近从十万级人效到百万级人效，再到数百万级人效全面的过程。
>
> — 厂长 · 第八章

> 是这样的啊，就是。因为现在AI它有一个最大特点，就是它出内容的能力，它就出内容的效率， 100倍提效，1万倍提效，甚至是1亿倍提效。对比什么呢？比如对比一年前、两年前、三年前，也就是现在我们自己，首先从我们的信息摄入的角度来说，我们现在基本上。已经摄入的最起码超过一半都是AI的信息了。那如果这个时间我们再往后推3年、 5年、 10年，那就基，应该说是你摄入的所有的信息都是AI的信息了。ok。那第二呢就是。
>
> — 对谈 · 第十一章 · 收尾

编者按

"经营结果"是老板唯一听得懂的语言｜注意这三个词的区别：「技术指标」（延迟、准确率）、「效率指标」（人效、工时）、「经营指标」（转化率、复购率、毛利）。FDE 要练的能力，是把前两层翻译到第三层——**客户不为准确率付钱，只为准确率带来的钱付钱。** 这也解释了为什么业务出身的人在这个行业有优势：他们天生就在第三层说话。

23 **真正的不是只谈一个 AI 的概念、AI 自动化的概念，而是让 AI 真正的变成生产力，真正的给企业带来经营结果。**

— 罗宁 · 第三章

24 **真正实现效果，而不只是认知，这就是 FDE 我们要去做的事情。**

— 掌门 · 第五章（返场）

2.8

真相八：AI 化不是老板的一言堂

白先生的这句话，是全场关于组织说得最准的一句：

> 就是公司的 AI 化，它一定不是老板的一言堂，而是应该全员的一场。

> **原声** **组织：不是一言堂**
>
> 能够让每个部门都知道各自在用AI做了什么事情，能够互相的去挑战，互相的去学习，这个非常重要。包括像我们现在，其实我们公司也会每个周三都会有这种类似于内部的AI应用的一些分享。只有团队文化建立起来，价值观建立起来了，才是真正的一个AI的公司。这是我想分享给大家非常非常重要的一个部分，大家认可吗？就是公司的AI化，它一定不是老板的一言堂，而是应该全员的一场。
>
> — 白先生 · 第九章

原因很朴素：AI 化改的是每个人的工作方式，而工作方式不是靠通知改变的。老板能买工具、能下指标，但"员工愿不愿意把 AI 用进日常动作"这件事，只能靠示范、靠氛围、靠身边人都在用。

2.9

真相九：不是一个场景，是多个场景

最后一个真相，关于"做完了"的错觉。掌门说：

> **一个企业它的 AI 化改造，它不是一个场景，它是多个场景。**

原声 **不是一个场景，是多个场景**

装修公司报价方案的场景，医，医美机构术前咨询的场景。但是你要知道啊，一个企业它的AI化改造，它不是一个场景，它是多个场景。大家听明白我意思吗？它可能有10个场景，有20个场景，它是需要改造的。你明白吧？所以你知道我们当时有策划一个什么样的思路？我们要把业务改造场景，把它变成一个一个的产品，比如说我今天一个服务包，我是给企业，我卖个几万块钱。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

然后我们还有客户背调，做外贸的小伙伴一定知道，就是我们进线的线索，当你有一些询盘的意向之后。你是要去对他的公司背景做调查，然后再把这些录到CM里面，看，我们整个工作流梳理下来。有这么多个场景，这么多个痛点，那我们做哪个？我们是所有的场景都去做，还是选其中的一个做？如果你觉得这么多场景，我们每个都要想办法去落地，扣一。

— 厂长 · 第八章

第二层选择的我也觉得特别重要，就是说切一个你能够快速闭环，能够。帮助。企业拿到结果的场景。前面我讲的两个案例里面都有一个非常重要的特点，其实我们有很多选择，我们有很多个场景，但是哪一个场景能给企业带来营收的增长，带来利润的增长？其实这个是特别特别重要的，因为你服务到一期之后，你会看到后面还有不同的场景去可以帮你做这种升单的场景，只有你在完成第一个场景之后，你才会有后面更好的升单。

— 厂长 · 第八章

这句话有两层含义。对客户而言，它意味着 AI 化没有"完工"的一天，永远有下一个场景可以做——这是复购的来源（详见 4.4）。对 FDE 而言，它意味着**第一单的真正价值不是这一单的钱，而是它打开了多少个后续场景的入口**。所以第一单要挑"最容易成功、又最容易牵出下一个场景"的位置——一般来说，是那种跨部门、高频、数据可读的环节。

表 2-3 九个真相与九个错觉对照（本篇总表）

#	常见错觉（说出来都对）	实际情况（做起来常错）	对 FDE 的动作要求
1	传了文档就是建了知识库	没有可回答性就不叫知识库	用 20 个真实问题做测试
2	技术能做就能落地	业务愿不愿意做才是瓶颈	先判组织阻力，再定方案
3	按老板说的做就对了	老板的需求常常不是真需求	必须下沉到一线采需求
4	把工具卖出去就完成了	只卖产品不卖服务是最大误区	服务与产品分阶段卖
5	客户买的是 AI 能力	客户买的是可验证的变化	签单前谈好指标与基线
6	演示效果好就能签	企业需要一个验货过程	用小场景连续证明
7	讲技术先进性就能打动人	老板只听经营结果	三级指标翻译能力
8	老板拍板就能推动	一言堂推不动 AI 化	找一号位 + 做全员示范
9	改造完一个场景就完工了	永远有下一个场景	第一单要能牵出下一单

第二篇到此结束。如果只能记住一句话，请记住第五条的变形：客户不为"你做了什么"付钱，只为"他那边什么变了"付钱。

PART 三

上路

FDE 的落地五步与组织改造

> 第二篇解决了"怎么判断"，这一篇解决"怎么动手"。五步是从实录里抽出来的最短路径，不是唯一路径，但它每一步都有明确的交付物和卡点——**你能沉到第几步，决定你能收多少钱。** 篇末两章讲组织，因为所有落地最后都会撞上同一堵墙：人。



图 3-1　FDE 落地五步与每步的交付物

原声 **从概念到经营结果**

哈喽，大家好，我是罗宁。在我们开始之前，我先跟大家做一个简单的自我介绍。我自己呢，过去其实是有7年的销售的管理经验，过去其实管理过上千的销售团队。其实我是一个完完全全从一线开始去经历了非常多的一个人。现在呢，我是数字倍增的合伙人，我们数字倍增其实是一家专门帮企业去做AI经营转型的公司。给大家举个例子哈，比如过去我管理销售团队的时候呢，我过去每天关心的其实是人效、转化率。销售的产值，GV，利润。

— 罗宁 · 第三章

我们一起看一下，说从一个概念，从一个智能体和从一个POC验证到一个整个规模化，这个过程它还会遇到些什么样的问题？首先呢，大家可以看一下，就是我们其实做了，在规模化这个过程中，这有个非常有意思的实验给大家去分享一下哈。大家可以看，就是我们当同样的接待量翻倍之后，我们发现一个非常有意思的事情，过去可能A这个高转化销售，就我们所谓的Top sales，大家会发现说我们翻倍接待之后，它过去的转化率从9.6变到了10.6。

— 罗宁 · 第三章

首先是这样的，我我先分享结果哈。就是我们现在如果是你的，就我先有个大前提叫做这，就是企业想去做件事，首先你的业务流程得标准，你有数据可以可以被佐证。那这件事情上我们现在取得基本的结果叫做你的人效翻倍，你的转化率不掉。

— 罗宁 · 第三章

人效翻倍。转化率不掉。转化率不掉，人效就是业绩除以人数。

— 罗宁 · 第三章

> 啊啊啊，转化率不掉。转化率不掉。哇。那那对企业来讲，你的第一步叫做你省的就是你的销售成本。
>
> — 罗宁 · 第三章

> 最后等10秒钟，我的分本次分享主题是从人效翻3倍。到第一单百万级FDE，我的AI转型之路。首次公开我们团队从600人到60人，再到10个人，但是我们干的活完全一样，甚至能干更多，以及我们公司从百万级人效再到接近从十万级人效到百万级人效，再到数百万级人效全面的过程。
>
> — 厂长 · 第八章

> 是这样的啊，就是。因为现在AI它有一个最大特点，就是它出内容的能力，它就出内容的效率， 100倍提效，1万倍提效，甚至是1亿倍提效。对比什么呢？比如对比一年前、两年前、三年前，也就是现在我们自己，首先从我们的信息摄入的角度来说，我们现在基本上。已经摄入的最起码超过一半都是AI的信息了。那如果这个时间我们再往后推3年、 5年、 10年，那就基，应该说是你摄入的所有的信息都是AI的信息了。ok。那第二呢就是。
>
> — 对谈 · 第十一章 · 收尾

---

44 **我觉得 AI 这件事情，其实是给大家带来很多平权的，不仅仅是技术上的平权，我觉得更多的是语言和文化的平权。**

— 厂长 · 第八章

46 **AI 现在把我们的整个周期都缩得很短，我们一定是要快速尽早拿到结果。**

— 楚川 · 第十章

3.1

第一步：选行业与场景，选自己最熟悉的那一个

楚川在分享里给的选法是全书最实用的一条：

> **FDE 一定是不要选择链条很长、非常理想化的状态，而是选择自己最熟悉的行业。**

表 3-1 行业与场景选择的六项打分（满分 5 分，建议总分 ≥ 22 再进入）

维度	判断问题	高分特征
熟悉度	这个行业的话术、流程、指标，我能不能不看资料就说出十个	有从业经历或长期服务经验
链条长度	从需求到交付，要经过几个部门、几层审批	环节短、决策人少
数据可得性	关键动作有没有留下可读的数据（表格、系统、聊天记录）	已数字化，能导出
指标清晰度	老板说不说得出一个"最难看的数字"	指标明确、口径统一
试错成本	做砸了，客户损失大不大	非生产/非合规敏感环节
复制潜力	同一套东西能不能卖给第二家、第三家同行	行业标准化程度高

编者按

选行业的真正标准，不是"哪个行业大"，而是"哪个行业我能最快拿到第一个可验证的结果"｜大行业意味着大竞争者；你熟悉的小行业意味着你是唯一能把话说准的人。在制造业我见过太多反例：有人一头扎进"AI+医疗"或"AI+金融"，因为市场大，结果半年谈不下一个单——不是因为能力不够，而是因为他既不懂行业术语，也进不去决策链条。相反，一个在某个细分制造环节待过五年的人，往往两个月就能拿下第一单，因为客户一开口他就知道对方真正卡在哪。结论：选行业就是选"你能不能在一句话里说中对方的问题"。

原声 **选行业：选自己最熟的**

包括呢，我们今年会深度赋能一类IP，这类IP叫做AI博主。就像以前我们的可能各个赛道的IP都做过什么大健康啊，什么家庭教育啊，什么什么疗某育啊等等都做过。但今年我会花80% 的精力做AI博主，帮助做AI这个赛道的人怎么在线上获客，这就是我们现在研究的几个板块啊，给我一点水，我再喝一点水啊。我觉得还是。 300人在线。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

也来做一次。我就陆陆续续的，我就开了很多的很多的分享。但是呢，我跟这些商会合作，其实我没有收他的费用。因为我们可能就一起卖后端的产品。通过这个方式去做。我又开了几场之后呢，就开始有企业找我去内训。因为当时也是，就是AI的也很火嘛。所以大家都想去做一些这种AI的。可能分享，内部的内训。我就开始又去做了企业的内训，我给蔚来汽车，当时就做了他们的。内训。内训。所以我是觉得现在沙龙为什么好做？是因为这个叫需求很大，但是老师很少，尤其是垂直行业。

— 大禹 · 第四章

短视频的操盘手， 10年前有人在做，现在也还是有人在做，所以这是一个非非常大，比较长远的赛道。在过去呢，实际上。我大概会从23年入局，首先去做的是企业端的内训跟培训。在24年到25年呢， AI有了新的一些变化，它有很多的能力，比如说有了智能体agent和工作流和一些其他东西的一些出现，所以我们就逐渐去给很多的企业去做一些定制化的一些工作。

— 岳阳 · 第七章

实际上我们现在服务的行业其实比较多，一些传统的一些行业啊，不管是美业大健康啊，还是一些互联网类的行业，就比如说

新媒体啊，还是电商啊，这些行业我们都有去接触，因为我们做了好几年了嘛，就是从23年开始做，所以实际上很多类型的这种公司，我们都有去做过，也积攒了不少案例。

— 岳阳 · 第七章

我们现在操盘的大健康的一个项目，平均的ROI是能够到3.5以上。大健康我们在做，大家会知道，可能行业平均值它大概是0.5到1.1之间，但是我们现在的ROI通过AI全链条赋能加持的情况下，我们ROI能够做到3.5，这个其实就是AI。

— 楚川 · 第十章

我记得我上上周啊，上上周我去建峰这一边，我们在临沂裂变，我们在聊，每个人，因为他也服务了很多家公司，我自己也服务了很多家公司， 6000多家，我们在聊，每个人未来在FDE上面，我们的生态位是什么样的？我就说。

— 楚川 · 第十章

习惯文档。第二个问题就是你现在接触的这么多垂直行业，或者说垂直场景，垂直痛点，你觉得什么是最有可能性的？最应该去建立壁垒的？

— 对谈 · 第十一章 · 收尾

42 **大家都说选择大于努力，但我认为这里面是有两层选择。**

— 厂长 · 第八章

43 **风口一定是自然风，它不是人造风。**

— 岳阳 · 第七章

3.2

第二步：找标杆，第一单怎么来、指标怎么定

大禹给的第一单路径非常明确：

> 如果说你们今天想要去做 FDE，你们 1.0 阶段一定是先找一个标杆去做。

"找标杆"这三个字包含两个动作：找到一个人（谁愿意让你试），和找到一个指标（试完拿什么证明）。

表 3-2 四类冷启动路径的对比

路径	怎么来	优点	风险	建议使用时机
老东家 / 前同事	回到自己最熟的行业圈子	信任成本最低，需求最真	容易被当"内部帮忙"，收不上价	**首选**，尤其业务出身者
上下游客户	通过现有客户转介同行	有第三方背书	客户期待值会被拉高	第二个标杆开始用
陌生行业客户	内容获客、社群、沙龙	上限高、可规模化	周期长、信任成本高	已有一个成功案例后
免费/低价换案例	主动提出小场景先做	打开局面最快	容易停在"免费关系"里，难涨价	只在缺案例时用，且要事先约定后续价格

编者按

第一单真正要拿到的不是钱，是三样东西｜① 一个可公开的案例（脱敏后）；② 一条客户的原始评价；③ 一个被验证过的指标口径。 这三样东西的价值远超第一单的报价，因为它们决定了你第二单能不能收到三倍的价格。所以第一单可以便宜，但指标必须谈清楚、数据必须留得下、客户必须同意你引用——这三条谈不下来，宁可换个客户。

指标怎么定，是这一步真正的技术活：

表 3-3　验收指标的三级翻译与示例

层级	客户常见的说法	翻译后的验收指标	为什么有效
技术层	"识别要准"	抽 50 条样本，准确率 ≥ 90%	可测、可复现
效率层	"要快、要省人"	单条处理时间从 15 分钟降到 3 分钟	有基线，能前后对比
经营层	"要能提升转化"	同一批客资，跟进覆盖率从 A% 提到 B%	老板听得懂，且与钱挂钩

验收单只需要三行：指标名 / 改造前基线 / 达标线。写不出来，就说明这一单还不能开始。

原声 **找标杆：第一单怎么来**

我们最后，最后再把我们再把代付代支付的全部踢掉。海江老师分享的太棒了，很想再听听，因为我们我最后再问海江老师一个问题啊。就是说实话，因为我也做了一些AI。包括现在我想问问有没有AI基础的？就是你跟AI对话超过我觉得半年，超过半年，然后用过一些比较贵的模型，或者是为AI付过费的，三三三。你建议小白，或者说想要转型FDE的人，怎么去找第一个客户？大家感兴趣吗？这个肯定。怎么去找第一个客户？感兴趣，把三三三狂打起来，怎么去找第一个客户？

— 王海强 · 第二章

首先第一个，如果说你现在你想去做FDE的话，你怎么做你的第一个客户？以及你怎么从零开始你的业务？以及你服务了你的第一个客户之后，你要怎么持续的去把它产品化？持续的去把它业务化？持续的去复制这个业务？这一个话题是不是大家感兴趣的？怎么从零。

— 大禹 · 第四章

所以其实我的第一个客户啊，我实话告诉大家，我之前我都没有对外讲过，我在服务他的时候，我也不是那么的懂AI。因为23年谁有那么懂AI呢？就真的没有那么多人懂AI啊。因为当时我自己我在研究，我配了一台特别贵的电脑，我当时就本地部署了一个AI生图的软件，我就自己在研究，我就觉得这件事情可行，所以我就当时跟他签了这个合同，就给他去做，帮他的每个导购每天去做一条视频，我们就在当时啊，一个月，我们给他做这些素材。

— 大禹 · 第四章

所以呢，我想告诉大家什么？就如果说你现在啊，你要从0到1去做FDE，你要去做AI的话，其实首先你的第一个客户啊，一定是靠什么去服务呢？一个肯定是靠你的学习能力。说实话，就现在AI这个事情从23年到现在，没有那么多人真的以前是干算法的，以前是干对吧？机器学习的，没有那么多人。所以其实比的就是你的学习能力，你能不能比你的同行学得更快，学得更早，然后你就可以把这些东西去落地到你的行业里面。

— 大禹 · 第四章

我来问一下啊，我们来讲一下，小杨老师你现在是怎么？你现在服务的哪些客户？你是怎么找到你FDE的第一个客户的？你分享一些技巧。

— 小安老师 · 第六章

而且你们能不能感觉到狼哥就是一个很真实、很真诚的人，他几次把我把我笑出去了，你知道吗？我们今天所有的分享都没有什么对过套路的，所以他刚刚说要送1000份，我都出去了，你知道吗？他真的很太实诚了，你知道吗？就是他真的有啥说啥，没有任何的夸张，没有任何的。说实在的，没有做过任何的包装，你知道吧？所以他讲他真正怎么遇到第一个客户，讲他怎么怎么成交第一个客户，全都是细节，全都是真实的案例，而且讲的还很生动。

— 对谈 · 第十一章 · 收尾

38 **如果说你们今天想要去做 FDE，你们 1.0 阶段一定是先找一个标杆去做。**

— 大禹 · 第四章

3.3

第三步：翻译需求，把老板的话变成能落地的方案

岳阳给出了 FDE 的核心动作定义：

> **你可以看到左边实际上是老板的一个需求，我们一般作为 FDE 就需要去翻译他的需求，你需要把他的需求设计成真正 AI 能够落地的方案。**

翻译不是"听话照做"，而是四次转换：



三个提问模板（现场可直接用）

1. 问一线："这件事你一天要做几次？每次大概花多久？"——找高频与耗时
2. 问流程："做完之后交给谁？他拿这个做什么用？"——找上下游与验收方
3. 问边界："这件事有没有什么情况是绝对不能出错的？"——找红线与容错率

说明：这三个问题来自本篇对多位分享人方法论的归纳，非某一位的原话。

图 3-2　需求翻译的四个转换

原声 **翻译需求：把话变成方案**

万物皆周期，大家一定要相信，就是所有的这个经济发展的都是有周期性的。那在大周期AI这个周期里面的话呢，目前确实是走到了FDE要大大爆发的这个分水岭了。因为大模型已经技术验证了。现在就是大模型想要铺到千行百业里面去，老板们也有需求，但是没有人，没有联络人，没有翻译官。

— 王海强 · 第二章

包括一些大型的，那么回到这个问题就说怎么找到第一个FDE的。用户呢，我个人觉得哈，其实大家要有一套能够把对方的需求翻译成产品的能力。我觉得这个是特别重要，你在，因为很多时候你你要去拿到客户的时候，一定客户要觉得你对他有价值，对他要有用。那怎么来去做呢？我教大家一个绝密的方法，我第一次说。能不能？

— 小安老师 · 第六章

那这个时候我们的需求就翻译成什么呢？这就是这个企业其实是要建立一个AI的知识库，你就要把所有的信息跟资料，你可能会把它建立成AI，建立成AI过后，当员工有问题的时候，他就直接去找AI教练就可以了，他不需要说，诶，我每天还要盯着哪个部门负责人去问，因为好多员工他也不好意思问，有一些感觉是课上明明培训上都讲过了，我再去问是不是不太好？

— 岳阳 · 第七章

OK，那我们再来说一下我们的FD的标准是什么呢？其实有五个能力非常重要，第一个叫做技术判断力，第二个叫做业务的翻译能力，把不清楚的业，把一种业务的东西翻译成为AI能理解的东西，其实很重要的。各位，你们有这样的能力吗？OK，第三一个

> **是什么？第三个叫做组织驱动力，因为你在客户现场，你是要推动你的客户来接受你的一些方案的。**
>
> — 厂长 · 第八章

---

40 **核心在于你怎么去理解你的业务需要什么样的人，需要怎么去让 AI 去提效。**

— 楚川 · 第十章

41 **在做 FDE、AI 赋能的时候，你第一步最重要的是把各个业务部门的痛点了解清楚，并且提前去设计解决方案。**

— 白先生 · 第九章

45 **只要你有想法，只要你能够拆解需求，只要你能够发现真需求，只要你能把需求变成功能、功能变成产品——你有这样的一个翻译的能力的话，你们都能够抓住 AI 这波红利。**

— 小安老师 · 第六章

3.4

第四步：拆 SOP，把流程切成可交付的模块

楚川的这句话，是"工程化"和"手工作坊"的分水岭：

> 每个流程全部拆成**极细的 SOP**，不是以做内容、做创意的思路，而是**做一个系统**，让一家公司实现稳定的一个增长。

为什么必须拆到"极细"？因为 AI 能处理的是**有明确输入、明确输出、明确判断标准**的单元。任何一步"靠经验判断"的环节，都是自动化会失效的地方。拆 SOP 的过程，本质上是在寻找"可以交给机器的确定性"。

表 3-4　SOP 拆解模板（以销售跟单为例）

步骤	触发条件	输入	具体动作	输出	判断标准	能否自动化
1 归集线索	新客资进入	三平台导出记录	汇总去重	统一线索表	无重复、无遗漏	✅ 可
2 初步意向判断	线索归集完成	线索表 + 历史话术	打意向标签	标签化线索	标签与人工一致率	✅ 可
3 首次触达	高意向标签	话术库	发首次沟通	触达记录	触达覆盖率	✅ 可（人工确认）
4 异议处理	客户提出异议	异议库	匹配应答	应答记录	应答采纳率	⚠ 半自动
5 成单谈判	客户表达购买意愿	报价规则	商谈与让步	成交/未成交	转化率	❌ 人工

拆完这张表，你就能一眼看出三件事：哪一步可以立刻自动化、哪一步需要人机协同、哪一步必须保留人工。 而"必须保留人工的那一步"，恰恰是你可以向客户要溢价的理由——因为你没有假装机器什么都能做。

编者按

拆 SOP 的隐藏价值｜拆的过程本身就是一次交付前的验证：如果一条流程你拆不出"判断标准"那一列，说明这个环节的业务方自己也没想清楚。这时候正确的动作不是硬做，而是停下来跟客户一起把标准定出来——这一动作往往比交付本身更让客户觉得专业。 我在制造业的经验是：拆 SOP 的会议，经常是客户第一次有人认真问他"你这步到底怎么判断的"。

原声 **拆 SOP：把业务切细**

第二呢就是其实我们其实在这过程中，你会发现AI进来之后，如果我用过去的SOP，就过去为什么它是过去那台SOP，就是过去因为是人执行的。所以我只能产生那套SOP，但现在当AI加入，当新的FDE加入，你会发现你的这些流程都会被重塑一遍。它没有改变你的工作。他改变的是你的工作的内容和你的工作方式。所以基本上我们接触的每一个案例，这过程中他多多少少这个SOP跟过去基本上已经完全不一样了。

— 罗宁 · 第三章

听明白这个逻辑吗？今天做AI，它其实更大的一个收益来自于用户长期使用你的AI业务流程，用户长期使用你的AI工具带来的续费，他可能续的不是你的知识付费，他续的可能不是你的，甚至都不是你的服务费，他续的是他的使用费，他只要持续在使用他这个产品，就需要续费，所以这里面就诞生了一个新的。叫做长尾效应的池子。但这个详细拆解我到时候到内场再来拆解啊。这是第二个来自于复购属性的啊，长期价值属性的哈。

— 掌门 · 第五章 · 返场

看那个AI，他不要死。死机，不要掉线就完事了。我做一个案例的拆解，具体的案例的拆解啊，你说企业如果找到我们，一般来说他会找我们去做哪些事情呢？比如说这些企业他为什么要找我们去做FDE呢？实际上企业端他对这类的东西的需求会有很多，我大概会分为几种企业的类型。第一种呢，是从0到1的企业。

— 岳阳 · 第七章

哎，我有个命题啊，我觉得大家以后非常关心，因为大家知道现在FD也是个高薪职业。或者大家现在想做这个事，你绝对是想冲着年入百万去的，这一个阶段，你既然是个高薪职业，绝对是往

这个目标去的。你能不能拆解一下，如果真的一个FD做到年入百万，他大概是一个什么样的结构和业务模型？你有过这样的拆解吗？

— 岳阳 · 第七章

这一个权益安排我们的福利好不好？还有，还有。第一个，就是我们会有一个四天的系统课，大概是会在下个月的中旬就会开始。我们会给大家系统的去讲一下什么是FDE，以及如何转型FDE和你做FDE有哪些商业模式，给大家完整系统的拆解一下啊，因为今天呢我们说实话也邀请了非常多的嘉宾，大家看到了很多的案例，也打开了认知，但是你自己要怎么去做？你第一步、第二步、第三步怎么去做？结合你现在的客户资源，你要怎么去做？

— 厂长 · 第八章

就是因为我比较喜欢那个拆解SOP嘛，就是大家只要听话照做就能拿结果。像。像我第。我弟弟的话，他今年就靠着AI逆天改命。哇！

— 楚川 · 第十章

39 每个流程全部拆成极细的 SOP，不是以做内容、做创意的思路，而是做一个系统，让一家公司实现稳定的一个增长。

— 楚川 · 第十章

3.5

第五步：交付与验货，拿到可验证的变化

最后一步回到第二篇讲过的原则：客户买的是变化。 所以交付的动作不是"上线"，而是"出数"。

表 3-5 一次完整交付的六个节点

节点	你要做的事	客户要确认的事	风险信号
① 基线采样	采集改造前的原始数据	承认这个数就是现状	客户不肯认基线
② 方案确认	给出改什么、不动什么	签字确认范围	范围反复扩大
③ 试点上线	小范围先跑通	指派一个内部对接人	没有人对接
④ 数据回收	按同一口径再测一次	承认这个数可信	口径被中途改过
⑤ 结果汇报	用客户的语言讲变化	公开认可结果	客户不愿公开
⑥ 场景延伸	提出下一个可改造环节	给出下一个场景	无延伸话题

编者按

第 ⑤ 步常被忽略，但它决定复购 | 很多 FDE 把结果汇报做成"技术总结"，讲准确率、讲架构，客户点头然后结束。正确的做法是：**用客户的指标名、客户的报表格式、客户的会议场合，把"变化"讲一遍。** 让客户在他自己的同事面前承认这个变化，比你自己说十遍都有效——这就是第二篇说的"验货"的完成动作。做完这一步，第 ⑥ 步几乎是自动发生的。

3.6

组织侧：一号位工程，与"认知 → 组织 → 业务"的顺序

技术方案再好，最终都会撞上组织。王海强把这件事说得非常干脆：

> AI 的升级一定是一号位工程，一定是自上而下的。

而且他给出了顺序，这个顺序本身就是最容易做错的地方：

> 叫做先做认知升级，再做组织升级，然后是你的业务升级。

表 3-6 组织改造的三级顺序与各自的动作

顺序	层级	要解决什么	具体动作	常见错误
第一	认知升级	一号位自己先想明白	老板亲自主持 AI 专题、亲自试用、亲口讲	把 AI 交给 IT 部门"研究一下"
第二	组织升级	让"用 AI"变成组织习惯	设责任人、进例会、进考核、把工具放进工作流	只发通知、不设责任
第三	业务升级	用 AI 重做业务流	重构流程、重新分配人	先买工具再想流程

原声 **组织改造：一号位工程**

认知升级，那第二个叫组织升级。未来的企业生态，不管大家是个个人创业者，还是说是一个企业，大企业，那未来的组织形态会发生翻天覆地的变化。基于原来，刚才我讲的，这个社会的底层驱动，由原来的单轮升级为双轮驱动以后，那整个企业或者个人的生态，它就是一个OPC的时代。也就是说，你不管是自己创业，还是说在企业服务其他的企业啊，未来的都是一个，非常扁平的，而且呢每一个人都是六边形战士的这种角色。为什么？

— 王海强 · 第二章

如果一个企业它的组织没有升级，那不好意思，你的业务升级是不可能成功的。所以这是为什么我讲，老板认知升级是第一位，然后呢马上你要做你的组织化升级。昨天我跟厂长也在聊，就说包括我们的企业，包括他自己的企业，都在做这种组织的升级。这种组织的升级的结果是效率的极大提升，以及呢每个个人能力的极强的增强啊。原来你可能是个五边形战士，但是不好意思，面向未来的AI时代，你必须要升级为一个六边形战士。为什么？

— 王海强 · 第二章

第三是业务升级。为什么我们在讲FDE？为什么我们在讲企业的AI化转型是未来的一个很大的风口呢？因为业务升级里面伴随着巨大的商业机会，而且呢，我建议很多企业，包括个人，你的业务升级是你要去做DIY，做定制化的。为什么？因为A，现在的AI coding非常强大啊。大家一定要用现在最先进的科技、最先进的技术去武装你自己。而且企业未来差异化竞争不仅仅是说用AI把原来的业务流程AI化，还更重要的一点是什么？

— 王海强 · 第二章

> **就我给大家举个例子哈，比如刚刚的这整个部分，我在讲组织升级，我用一个非常简单的案例跟大家去讲一下，说组织升级好像听起来那么大，但是其实在真正落地当中，组织升级是用一个非常小的概念给大家去讲一下。比如说举个例子啊，销售这边有个非常典型的场景叫做出现漏提醒。**
>
> — 罗宁 · 第三章

> **我觉得我现在觉得现在很多老板想推动这个事啊，我觉得他是一个这样的思路，以前的是一号位工程，就老板自己学，然后自己去落地。但你会发现AI现在落地，它不是靠一个人，它靠个团队，你知道吧？所以他现在就改变一个视角，第一个视角就是说，你先直接给我做一个东西出来，符合我企业的。所以做定制化，你明白吗？我以前是学，我自己回来做，但是会发现。这个落地它是有差距的。那我就找一个团队，找个FDE来合作，这第一个，第二个，你直接给我培训团队，你知道吧？**
>
> — 岳阳 · 第七章

---

28 **AI 的升级一定是一号位工程，一定是自上而下的。**

— 王海强 · 第二章

29 **叫做先做认知升级，再做组织升级，然后是你的业务升级。**

— 王海强 · 第二章

30 **这种组织的升级的结果，是效率的极大提升，以及每一个个人能力的极强的增强。**

— 王海强 · 第二章

34 **公司的 AI 化，它一定不是老板的一言堂，而是应该全员的一场。**

— 白先生 · 第九章

35 **只有团队文化建立起来，价值观建立起来了，才是真正的一个 AI 的公司。**

— 白先生 · 第九章

3.7

"神之一手"：怎么让团队真的开始用 AI

这一章是全书最"便宜"也最"贵"的一章——便宜是因为动作极其简单，贵是因为几乎没有老板真的去做。

厂长把用 AI 分成五个阶段，并在第四阶段给出了他认为最关键的一个动作：

表 3-7 厂长自述的"用 AI 五个阶段"（原声归纳）

阶段	名称	特征	他拿到的结果 / 踩的坑
一	哇塞期	AI 没有进入工作流，只是"感受一下"	没有结果，只有新鲜感
二	数字人期	AI 进入业务流（数字人 + 素材）	一天出 10 条 3 分钟客资视频，月获 2–3 万客资；但因机械感/无活人感，最终全面停止
三	内容工厂期	数字人退场，新工作流进场	180 条素材剪成 3 分钟视频卖引流课；幕后用模型写 70 万字提示词、跑 200 个智能体
四	全员上手期	让全员真正用起来	**神之一手：把机器人搬进工作群聊**
五	重构爆发期	用 AI 重新设计公司	内部全量 FDE，团队干的活不变，人效翻了三倍

其中第四阶段的那一招，值得原文引用：

原声 **神之一手：让全员上手**

第四个阶段，让全员上手做AI，最重要的神之一手，你们记一下，就是把机器人搬进工作群聊，让每个人都看到老板以及leader以及其他人是怎么样用AI的。这一招看起来很简单，但是用上的老板，你会发现这是让团队真正用起AI的神之一手。神之一手。我们最后。最后叫重构爆发期，用AI去重新设计一家公司。在我们完成了全员用AI之后，我们发现一个，又发现了一个bug，哈，有人说怎么搞？怎么搞的？不知道怎么搞的，回头听我完整的分享。

— 厂长 · 第八章



图 3-3 "把机器人搬进工作群聊"为什么有效

编者按

为什么这一招值得单独成章｜因为它同时解决了 2.2 讲的"愿意做"和 2.8 讲的"不是一言堂"两个问题——**它把"要不要用 AI"从一道命令变成了一个看得见的事实。** 我在制造业培训现场用得最多的一个变体是：第一周只让老板自己在群里用，第二周让部门负责人在群里用，第三周要求每人每天至少贴一次 AI 处理结果。三周之后基本不需要再催——因为用的人和不用的人，产出差距已经摆在群里了。

原声 **习惯与文化的传导**

上面的投屏也可以看到啊，我们在传统的比如说内容创作，线上拓客，企业的本地工作台，包括超级私域、超级销冠、超级人事，这些行业都做了非常丰富的AI化，也就说这些东西其实现在已经极大的AI化了，由我们的72小时的这AI员工去做了。

— 王海强 · 第二章

他找我们咨询，我们一般会首先挑一个最容易AI化的部门，首先做一个验证，就是在他们公司里进行推进。因为如果一个部门推进好了过后，其他的几个部门他的配合度也会更高。否则的话，你一上来全公司大干，他只有两个后果。第一个是你在他的公司里可能会有非常多的阻力，因为他的员工在想，你来入场，你是来干嘛的？你来降本增效的，你来降本，降的是谁的本？你裁的是我嘛，就是你裁的是这些员工，那些员工实际上会非常抵触。你，所以你的推进其实可能会很难。

— 岳阳 · 第七章

那这样的话，这个整个流程里面，比如他的公司可能原本的5个员工，最多大概是做4到5个号，现在他用两个员工，他可能可以做20个号，因为这里面有很多的，因为员工在这里面做到的作用呢，就是做最终的一个审核，他就不需要做里面很多很复杂的。一些事情，比如说再去改编那些文案，或者是很耗费时间的事情。

— 岳阳 · 第七章

我我觉得AI这件事情，其实是给大家带来很多平权的，不仅仅是技术上的平权，我觉得更多的是语言和文化的平权。就是你不一定懂英语，不一定懂西班牙语，不一定懂阿拉伯语，但是你可以非常丝滑的和这些国家的人进行交流沟通，你也可以快速的得到

他们的文化和lo号。这个是AI我觉得赋予这个时代人最大的平权。那其实我们讲FDE，其实在我们公司，我们服务企业，其实我们FDE并不是说你非得懂外贸这件事。

— 厂长 · 第八章

一个一个高管， FDE的高管来跟你讲怎么成为FDE工程师。

— 厂长 · 第八章

哎，智能化这个是我一直没有办法解决的，我把已经把所有的知识库我都搭好了，我把所有的数据，业务数据、财务数据都已经连通了。但是这个时候我会发现，我的员工，其实不光是我的员工，就包括我自己也是一样的，我的脑子是没有办法处理这么大量的信息，没有办法处理这么大量的数据的，也就是我把所有的都都连通了，但是这个东西我用不上。那这个时候智能体出现了。

— 对谈 · 第十一章 · 收尾

未来的走向一定是，老板是什么习惯，你的高管就什么习惯，高管什么习惯，你的员工就是什么习惯。也就是所有的你的组织长成什么样子，都跟这个习惯有关。这是我们作为老板的角度。那假如说你是作为一名，给老板提供服务的，你给企业提供服务的AI从业者。

— 对谈 · 第十一章 · 收尾

31 **最重要的神之一手，你们记一下，就是把机器人搬进工作群聊，让每个人都看到老板以及 leader 以及其他人是怎么样用 AI 的。**

— 厂长 · 第八章

32 **这一招看起来很简单，但是用上的老板，你会发现这是让团队真正用起 AI 的神之一手。**

— 厂长 · 第八章

33 **只有到了 AI 参与到公司的经营管理了，而且每一个人都开始用好 AI，而且是统一数据的 AI，这才是一家真正的 AI 的公司。**

— 厂长 · 第八章

36 **未来的走向一定是：老板是什么习惯，你的高管就什么习惯；高管什么习惯，你的员工就是什么习惯。**

— 收尾对谈 · 第十一章

37 **AI 时代的红利是每个人的时间的红利。**

— 白先生 · 第九章

第三篇结束。五步 + 组织两章，构成了这本书的方法骨架。**但方法不能变现。** 第四篇处理最后一个、也是最现实的问题：这些

事，怎么变成钱。

PART 四

变现

从实录里能读出的商业模式

> 这是全书最难写的一篇，原因不在于内容少，而在于**真实素材有边界**。实测显示：全场反复宣传的"FDE 六层商业模式"，在逐字稿中一次也没有展开——它属于付费内场课的内容。所以这一篇不编造模型，只做三件事：把实录里真实出现的商业判断归位、把它们的逻辑推到底、把每个判断对应的账算清楚。

⚠ 内容缺口提示

本篇的诚实边界｜"六层商业模式"（亦称"七大商业模式"）在本实录中不存在。 实测方式：对 22.96 万字整理稿做全文检索，"商业模式"相关表述共出现十余次，全部是课程销售话术（如"拆解 FDE 的六层商业模式"），没有任何一处给出这六层的名称、顺序或结构。 因此，读者若看到任何声称"根据本次峰会整理出六层商业模式"的材料，应视为该材料的作者自行推测。本篇只呈现可以被原文支持的部分。

4.1

收入结构的迁移：从"卖课"到"卖服务"

掌门在讲自己的路径时，抛出了一句非常关键的自我提问：

> 我们以前卖的是课，未来可不可以卖服务？

这句自我提问，标记的是一次**收入结构的迁移**。岳阳把答案讲得更清楚：

> 今年一定是企业化的改造这个需求——不是卖课，不是卖工具，卖的是企业化的改造。

把这几个判断连起来，能看到三种收入结构的分野：

表 4-1　三种收入结构的分野

结构	你卖什么	收入形态	边际成本	复购机制	天花板
知识型	课、社群、认知	一次性、低客单、高频次	极低	靠不断出新内容	内容产能与流量成本
工具型	订阅、账号、License	分期、低客单、标准化	低	靠续费率	需要产品化能力与研发投入
服务型	**改造、陪跑、定制**	**项目制、高客单、低频次**	高（重人力）	**靠场景延伸与结果复购**	交付产能（人可以复制到什么程度）

编者按

这张表决定了你的起步顺序｜知识型和工具型的共同问题是没有复购的抓手——客户的复购理由不来自"结果"，只来自"你出了新东西"。而服务型恰恰相反：客户付过一次钱、见过一次结果后，下一个场景的复购是自然发生的。所以正确的顺序是：先用服务型拿到"结果复购"，等积累出可标准化的标品后，再用工具型去放大。顺序做反（先做课、先做工具）的结果是：流量一停，收入就停。

原声 **卖服务：收入结构迁移**

什么商机？如果你能把你的东西定制出来，你还能用陪跑的方式，用代运营的方式，带着你的企业不断的去消耗，不断的去用它，是不是也是一个服务？我们以前卖的是课，未来可不可以卖服务？卖的是陪伴A，企业更好的用好AI工具的服务，是不可以可以去做这种产品？绝对也能做的啊。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

哪些生意场景值得改造？大家看一下啊，我跟大家讲，你们今天听我们的FDE访谈就可以了，你以为今天一个企业对于FDE的需求它是单向的吗？它不是单向，它是多项。因为今天我可能给他卖的一个定制包、服务包，我是做的是他的一个场景，比如说我今天帮他去做他的财务场景，或者我帮他去做，比如说你看这里面啊，少儿培训业务批改作业的场景。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

七块七的定价啊，大家上下链接，如果想参加内场的FDE的行业趋势峰会，了解什么是FDE， FDE的商业模式到底怎么做？FDE的怎么去做企业化的改造？ 2027年嘛，七就是一个幸运数嘛，七就是个幸运数嘛，所以大家想拍的赶紧拍啊，OK。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

所以今年所有的大模型都要从C端转战B端，因为B端市场才是真正的付费市场，我会为定制付费，我会为我的服务包付费。我会为这个叫做充值付费。我会为流量付费，甚至我的使用场景都是这个叫做高价值场景，都是消费场景。比如说生图的场景、生视频的场景、业务流程的场景，这些场景在C端是不会发生的。

— 岳阳 · 第七章

> **又分发这个矩阵素材的逻辑啊。大家想知道这个怎么做矩阵素材？你知道楚川老师是什么？我今天才知道一个FD的模式叫做卖素材的模式，别人都是卖工具、卖培训、卖服务，他是卖素材，什么意思？就是企业今天直接给他采购，比如说10万条短视频，我都惊呆了，我说还有这种业务，你明白吗？他们一年生产200万条素材。**
>
> — 楚川 · 第十章

47 **我们以前卖的是课，未来可不可以卖服务？**

— 掌门 · 第一章

48 **今年一定是企业化的改造这个需求——不是卖课，不是卖工具，卖的是企业化的改造，给他们量身定做 AI 的业务。**

— 岳阳 · 第七章

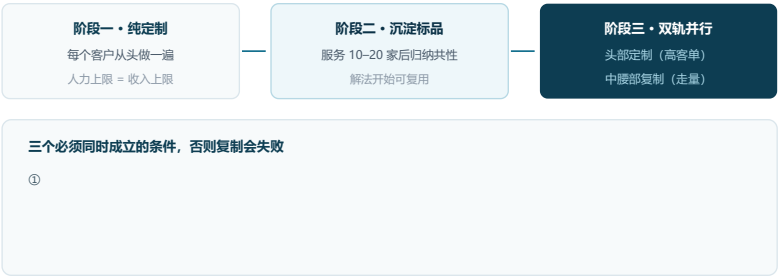
4.2

从定制到复制：头部做定制，中腰部做复制

掌门在返场时给出了一个非常具体的规模化路径：

> 到一定的程度以后，比如说我服务了十多 20 家企业以后，我形成了一个**标品**，我就可以**头部企业做定制，中腰部企业做复制**。

这句话里有一个被低估的关键词：**标品**。它不是产品，而是"被验证过无数次的解法"。



行业同质化足够高——同一行业里 70% 的流程是相似的，剩下 30% 才是定制 ② 交付物被文档化——上一家的交付过程能变成下一家的实施手册 ③ 你有能力区分两类客户——否则会给中腰部客户报定制价，成交率归零

图 4-1　定制到复制的规模化路径

编者按

怎么判断"我有没有形成标品"｜一个可操作的测试：把最近三个客户的方案摊开，看有多少页是完全相同的。 如果不到三分之一，你还在阶段一，不要尝试规模化和提价，先把解法收敛；如果超过三分之二，你可以开始向中腰部客户报标准价——因为对他们来说，你卖的不是"定制"，而是"同行验证过的最佳实践"，而后者比定制更值钱。

50 **到一定的程度以后，我形成了一个标品，我就头部企业做定制，中腰部企业做复制。**

— 掌门 · 第五章（返场）

4.3

复购与复用：什么才是真正的壁垒

这是全篇最重要的一章。掌门讲了一个关于知识付费赛道的痛点，直接指向了壁垒的本质：

> 所以每一年，你哪怕你去年做了一个亿级的市场，但对于你今年来讲，你又需要一个重新开始：你需要重新买流量，你需要重新做客户信任，你需要重新做产品，所以它是**没有壁垒的，没有积累的**。

而 FDE 的价值，恰恰在于它是**反过来的**——前期投入形成资产，后期持续复用：

> 抢占企业资源、抢占模型资源、抢占知识库资源，到后面它是能形成你的**护城河**，你能够源源不断地拿到这个事情的**复利价值**。

小安老师把这件事提炼成了一个更锋利的词：

> 掌门讲了一个特别重要的概念叫「**复购**」，我这次加了个概念叫做「**复用**」——AI 时代，什么才是你真正的壁垒呢？

表 4-2　复购与复用的区别

维度	复购	复用
定义	同一个客户再买一次	同一套资产（模型/知识库/流程）用在第二个客户身上
依赖	客户满意度 + 新场景发现	行业同质化 + 资产可迁移性
时间成本	需要重新销售	几乎为零
对毛利的影响	边际成本不变	**边际成本递减**
对竞争的影响	不构成壁垒	**构成壁垒**（对手要从头积累）
典型动作	客户成功回访、场景延伸提案	资产抽象、行业模板库、行业知识沉淀

编者按

这是全书我认为最值得抄到笔记本上的一条｜复购让收入增长，复用让利润率增长。 只做复购的 FDE，会永远困在"项目制、重人力、毛利恒定"的循环里；只有开始做复用，才会出现"第二个客户比第一个客户省一半力气"的曲线。而"复用"的载体非常具体：是那些改造过程中沉淀下来的资产——行业话术库、流程 SOP、判断规则、提示词与智能体。 所以从第一天起就应该有意识地问自己：这个项目做完，我留下了什么可以带到下一家的东西？

51 **抢占企业资源、抢占模型资源、抢占知识库资源，到后面它是能形成你的护城河，你能够源源不断地拿到这个事情的复利价值。**

— 掌门 · 第五章（返场）

52 **它是没有壁垒的、没有积累的——你需要重新买流量、重新做客户信任、重新做产品。**

— 掌门 · 第五章（返场）

53 **掌门讲了一个特别重要的概念叫「复购」，我这次加了个概念叫做「复用」——AI 时代，什么才是你真正的壁垒呢？**

— 小安老师 · 第六章

4.4

报价与谈单：五个关键节点

实录里没有系统的报价方法（见本篇开头的缺口提示），但散落的判断足够拼出一条谈单链路。把第二篇与第三篇的结论倒推回去，谈单的五个节点是：

表 4-3　FDE 谈单的五个关键节点

节点	客户此时在想什么	你应该做什么	不要做什么
① 首次接触	"又来一个讲 AI 的"	说他的行业痛点，不说技术名词	不要演示模型、不要讲参数
② 需求探查	"看你是不是真懂"	下沉到一线动作，问频率与耗时	不要只跟老板聊完就出方案
③ 方案与指标	"这要花多少钱、有什么用"	给出指标、基线、达标线三行	不要只给功能清单
④ 价格谈判	"值不值"	绑定指标报价；给出可分段的小场景试点价	不要以"功能数量"论价
⑤ 交付与延伸	"这次做完还有下次吗"	用客户的指标名汇报结果，当场提下一个场景	不要交付完就等客户开口

编者按

报价的定价锚点只有一个：客户那个"最难看的数字"｜如果一个指标从 A 变到 B，能替客户多赚或多省 X，那么你的报价合理区间就在 X 的某个比例上——与你的工作量无关，与客户的价值相关。 这也是为什么第二篇反复强调"先定指标"：没有指标，你就没有定价锚点，只能按人天报价，而按人天报价的项目，永远做不成大单。 实录中"AI 短期内赚高客单，长期赚低客单且高频"这句话，前半句成立的前提正是"指标算得清"。

原声 **商业模式：怎么收钱**

对业务模式感兴趣的啊，对这个赛道的赚钱方式感兴趣的啊，或者这一盘棋，我们作为一个一直做业务的人，我们怎么看这一盘棋？我只讲一个小时的时间，等下我们就请到现场当中一些专业的FDE来讲了啊，我会讲在整个的大趋势当中，我们看到的FDE的七大商业模式的拆解啊，大家今天一定要听到最后，因为今天这一场直播节奏非常快，密度非常快，所以你看我为什么节奏非常快？因为今天现场有很多FDE等下会要上台。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

包括我们自己自研的AI工具，给大家稍微看一下啊，今天我们就不重点讲了，到时候我们内场有没有想知道这个东西的？但今天掌门更重要的是要把这个商业模式和认知给大家普及清楚。到底什么是FDE？为什么它现在如此的火爆？

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

包括大家如果有没有想系统的，这次活动呢是我跟厂长，厂长等一下下午分享啊，我跟厂长一起发布的，我们准备了一个系统的，就FDE的这个专业啊，你怎么找客户啊？你这个专业到底这个能力怎么塑造啊？ FDE的商业模式怎么打造？我们有一套系统的体系啊。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

首先呢，因为这次我们的FDE峰会呢，是分为两场，一个是外场，外场就是今天12个小时，还有一个内场，内场我们大概有4到8天的直播，会讲清楚第一个什么是FDE，第二个如何转型FDE，第三个拆解FDE的六层商业模式，第四个企业的哪些场景适合。适合被AI化改造，不同的行业，不同的场景。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

我讲一下啊，就这四天，因为我们这次峰会分为一个内场和外场，外场就是今天，内场的话是我们在10月中旬会，应该是行业首发啊，没有人做过FDE的行业峰会和行业系统课，由我们来做，在这里面现在有充满着大量的信息差、技能差和商业模式差。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

还有人在问说FDE到底是什么？给大家讲一下，我们的线上的四天的系统大课会具体的去讲FDE到底是什么？如何转型成为FDE？以及拆解FDE的六层商业模式，以及如果你是企业老板，你如何在你的场景当中去落地AI化的改造？

— 大禹 · 第四章

大家也觉得有收获，所以我觉得小杨老师走在前一步啊，他不仅是先做定制，先做FD，他现。现在也在筹建，相当于自己的产品，我我其实今天也跟一些FD在聊，其实很多人现在在沉淀行业经验，沉淀知识库，其实最后他们也是希望做一款，也不能说100% 的标品啊， 50% 以上的标品化，去服务一些同类型的企业。

— 小安老师 · 第六章

第三个的话，我们还要拆解FDE的6个商业模式。其实现在呢，上当中其实这个叫做都是一些技术型FDE，把商业模式做得比较大的，其实我觉得现在还不是特别的多啊，所以中间还有很多的空间可以被我们来改造啊，所以我们现在已经研发了6到7个FDE的商业模式，这到底是什么，可以到内场来听啊。

— 岳阳 · 第七章

49 **一个企业它的 AI 化改造，它不是一个场景，它是多个场景。**

— 掌门 · 第一章

4.5

三个必须算清楚的账

这一章不是实录的内容，而是编者按。理由很简单：方法论讲完，不落到账上就是空话。 如果你准备做 FDE，请把下面三笔账算出来——算不清，就不要开始。

表 4-4 FDE 必须自己算清的三笔账

账目	怎么算	关键假设	判断标准
单客产值	项目总价 ÷ 交付所需人天	你的日成本（含税、社保、工具、算力）	单客产值 ≥ 日成本的 3 倍，否则越做越亏
交付成本占比	交付人力成本 ÷ 项目报价	真实投入工时（很多人会低估 30%–50%）	占比 > 50% 时，必须启动"复用"降本
复购系数	一年内同一客户追加金额 ÷ 首单金额	场景延伸的成功率	< 0.5 说明交付没产生信任；> 1 说明复购机制成立

编者按

"先用服务活下来，再用产品放大"——但请设一条止损线｜服务型生意的致命风险是被高客单养懒：一单赚得多，就不想去做复用和标准化，最后变成一个靠个人体力撑着的作坊，人一停收入就停。建议设一条明确的线：当某个交付动作重复到第三次，就停下来把它做成模板或工具，而不是再做第四遍。 这条线，是"服务型"能不能进化成"服务+产品"的唯一开关。

原声 **壁垒：复购与复用**

所以当时我跟厂长还是觉得，哇， so beautiful，我觉得这是一个比知识付费更好的赛道，这个赛道只要你前期花了重功夫去布局，你布局你的业务，布局你的产品，布局你的客户，只要你花了重功夫布局，你往后做局是越做越轻松的。往后做越做越复利的，你知道吧？所以为什么我们愿意来投入重。

— 掌门 · 第一章 · 开场主讲

所以我们每一年几乎都是重新开始，要么呢，要重新研发新品，要么呢，我们要重新找客户。所以每一年，你哪怕你去年做了一个亿级的市场，但对于你今年来讲，你又需要一个重新开始，你需要重新买流量，你需要重新做客户信任，你需要重新做产品，所以它是没有没有壁垒的，没有积累的。

— 掌门 · 第五章 · 返场

没有复购的，这样的赛道它是完全的是拼体力，拼时间，拼你的创新和更新度，甚至老板、创始人需要亲自下场做IP，需要亲自下场做讲师，你才有可能做起来，但是人的体力它是有限的，年纪越往上走，你想做一个有复利的、有壁垒的，越做越轻松、越做越值钱的事情，所以我们就在想，那在知识付费这个赛道遇到的问题，在AI赛道会不会重新再遇到？或者有没有解决这个问题的核心？解决这个问题的核心，我们就看到了AI赛道，它的一个巨大的机会是什么呢？

— 掌门 · 第五章 · 返场

大的时间投入，因为前期投入和做部署，抢占企业资源，抢占模型资源，抢占一些知识库的资源，到后面它是能形成你的护城河，你能源源不断的能够拿到这个事情的复利价值，而不是说每一年都重新开始，每一年重新做产品，每一年重新做客户，每一

年重新做流量，每一年重新做信任。我觉得在AI时代，这件事情会被解决掉。

— 掌门 · 第五章 · 返场

第二种方式呢，就是我自己做一个我自己的飞书文档，我把我以前过往的所有的，比如说图文呐，这些所有的知识库我把它搜集起来，然后投喂给AI，是不是这个逻辑？当然还有一种方式是什么呢？就如果你现在没有有效的知识库的。我现在想做这个领域，我没有有效的自己的知识库，我之前没有这个习惯，没有积累，我也没有表达场景的，怎么办？掌门来给你语料，想不想要？

— 掌门 · 第五章 · 返场

10多个赛道，我们做出了很多的非常有趣的AI工具和产品。这都是靠FDE做出来的。所以说一会哈，我会精选三个最有代表性的，告诉大家，非常的有意思啊。而且刚才掌门还讲了一个特别我觉得很重要的事情，就是现在很多老板关心的复购的问题，包括复用的问题啊。一会我也是会把实践的，我们如何实践，如何干出来的啊，直接给大家分享。

— 小安老师 · 第六章

这就叫做什么？各位，这就叫做复购。所以说你会发现，当你具有FDE的能力的时候，你能把AI落地的时候，你服务他一个产品，我告诉大家啊，就是这一家的话已经找我们买了三个产品，然后接下来的话，我们昨天晚上又给他开发了这个资料的一个收集系统。所以说这就是叫做复购，而且里边的很多的资料数据库，我们可以给他做本地化的自己的部署的话，这叫做什么？这叫做复用。复购的话，诶，我们发现我们不断的积累我们的信任资产，而复用呢，又不断的帮我们积累数字资产。

— 小安老师 · 第六章

54 **只要你前期花了重功夫去布局，你布局你的业务、布局你的产品、布局你的客户，你往后做是越做越轻松的。**

— 掌门 · 第一章

第四篇结束。前三篇讲的是"这件事该怎么做"，第四篇讲的是"这件事怎么才能持续做"。最后一篇不讲道理，只讲人——八个已经在这条路上跑起来的从业者，他们的具体打法、具体数字、具体踩过的坑。

PART 五

实录

八位一线 FDE 的真实打法

> 前四篇是编者按问题重编的框架，这一篇保留它的原始形态——**八个人的自述。**每个人的章节结构相同：先是我提炼的三句核心判断，然后是现场原声实录，最后是一份"可抄的作业清单"。读法建议：**先只读每章开头的三句和结尾的清单，觉得哪个人跟你像，再回头读全文。**

⚠ 阅读提示

本篇所有「原声实录」均为现场原话节选，**仅删去直播互动指令与语气词，未改写、未压缩观点**。为便于阅读，段序按主题做了归并，因此与现场发言的先后顺序不完全一致。凡涉及数字与结果，均为分享人自述，编者未做第三方验证。

5.1

王海强：认知升级 → 组织升级 → 业务升级

三句核心判断

一、AI 的升级是一号位工程，一定自上而下。 这是全书关于组织说得最硬的一句，也是他整段分享的起点——如果一号位不亲自下场，任何"让 AI 用起来"的尝试都会退化成 IT 部门的内部项目。

二、顺序不能颠倒：先认知、再组织、最后业务。 绝大多数企业失败在做反了顺序——先买工具（业务），再想让组织接受（组织），最后老板自己还没想明白（认知）。

三、技术平权时代，非技术背景的人也可以成为优秀的 FDE。 他把这条当作整个赛道的机会前提：门槛的消失，意味着"懂业务"重新变成稀缺品，而一个人的边界会从"我的岗位"扩展成"独当一面的超级个体"。

编者提炼：王海强的分享听起来最"务虚"，但它解决的是最硬的问题——**组织愿不愿意动**。他的价值在于给出了一个可执行的顺序表（认知 → 组织 → 业务），而这个顺序恰好与大多数企业的实际做法相反。另一个值得注意的点是他对"AI native"的定义：不是"用了 AI 的公司"，而是**产品技术的边界极度淡化、每个人都独当一面**的组织形态。这个定义比市面上的用法严格得多。

人物卡 · 王海强

从 IBM、阿里健康到 AI 创业

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

如果你不知道FDE，你一定要听完今天全部的内容。如果你知道什么是FDE，那么你也要听完全部内容，因为今明年会是FDE爆发的。

如果大家知道与不知道，都建议大家听完全程，因为明年会是FDE爆发的元年。现在10个， 100个老板里面， 80个不知道FDE，但是你相信我， 5年后你会发现所有的行业，所有老板他都需要。也他，他会带着公司去做完他的FDE和数字化的转型，智能化的转型。

你有多少个硅基智能的数字员工，或者叫智能体，在帮你思考？这个是决定你在AI时代能不能拿到大结果的一个非常关键的一个指标吧。虽然说现在大家也看到了啊，各大平台、各大厂商都在疯狂的去砸算力中心，为什么？因为在AI的推理时代。有多少个数字员工？有多少个智能体在帮人类社会去思考？这决定着未来这些大厂们是否进入AI这个赛道的门票。那对于我们个人，我们能够去掌控多少个能够为我们个人服务的智能体和数字员工？能够去赋能其他的企业去搭建这样的数字员工，或者叫智能体的治理中心，去帮企业思考。那这个呢，也会决定未来这些企业或者个人能不能成功的一个非常关键的点啊。所以说我经常讲， AI它不是一个工具，它也不是一门课， AI是一个时代，是一个全新的时代。大家可以试

想，在我们的机械化时代和电气化时代之前，其实我们这个社会主要是靠人力，或者叫马力，或者叫一些。牲口，这种力，但是现在我们人类社会99.99% 的都是靠什么？都是靠机器的运力，或者叫，马力，这是说从运力或者叫从马力的层面做了一个迭代，那我们现在其实就是从思考维度做升级。也就说未来的硅基的thinking，思考会替代99% 的人类的思考。

那我们人类做什么呢？我们人类去掌控它、去开发它、去管理它，为我们所用，一方面把我们个人去AI化，同时的话呢，帮助企业去做AI化的转型升级，这绝对是未来一个非常非常大的一个机会啊。所以说希望大家能够从底层的思维去理解这次的科技革命，它不是一个工具的升级，它是一个什么？社会运转的底层逻辑的升级，是要切换操作系统的。如果你还在用原有的操作系统去经营自己、经营公司，那我很不客气的跟大家讲，你可能已经落后这个时代了。所以我经常给很多老板们开玩笑，我说如果你现在对于AI的理解只是跟豆包和DeepSeek聊聊天，那不好意思，你就是AI时代可能最大的文盲，未来最没有价值的人。所以说我们要做未来对社会有价值的人，我们要去拥抱这个时代。所以说从社会底层的运转逻辑的逻辑啊，已经给大家拆解清楚了，希望大家能够每天早上醒来，能够去问自己，在双轮驱动两个智力中心的新时代，你掌控了多少硅基智能？这是想给大家做的第一个拆解。那OK，刚才讲了我们要。要做升维，要做操作系统的升级，怎么做升级？OK，这个里面我是有方法论的，所以说呢，也给大家分享一下，我把它拆解为三轮，三个组成部分，叫做什么？叫做先做认知升级，再做组织升级，然后是你的业务升级。首先第一，认知升级，大家一定要明白一件事情， AI的升级一定是一号位工程，一定是自上而下的。所有的企业老板，所有的个人创业者，你都要做自己的认知升级。非常多的老板，我问了非常，我线下会见非常多的企业。因为大家从刚

才我的个人介绍也看到了，我不仅仅是在做我们自己的企业，包括一些线下见很多老板，服务很多上市公司，同时的话呢，我也在很多高校任职，所以会见非常非常多的企业家和企业的高管。

认知升级，那第二个叫组织升级。未来的企业生态，不管大家是个个人创业者，还是说是一个企业，大企业，那未来的组织形态会发生翻天覆地的变化。基于原来，刚才我讲的，这个社会的底层驱动，由原来的单轮升级为双轮驱动以后，那整个企业或者个人的生态，它就是一个OPC的时代。也就是说，你不管是自己创业，还是说在企业服务其他的企业啊，未来的都是一个，非常扁平的，而且呢每一个人都是六边形战士的这种角色。为什么？因为你的背后是千军万马个AI智能体， AI数字员工。所以说未来的组织形态会发生翻天覆地的变化。

如果一个企业它的组织没有升级，那不好意思，你的业务升级是不可能成功的。所以这是为什么我讲，老板认知升级是第一位，然后呢马上你要做你的组织化升级。昨天我跟厂长也在聊，就说包括我们的企业，包括他自己的企业，都在做这种组织的升级。这种组织的升级的结果是效率的极大提升，以及呢每个个人能力的极强的增强啊。原来你可能是个五边形战士，但是不好意思，面向未来的AI时代，你必须要升级为一个六边形战士。为什么？你要增加维度，你要增加AI的维度，你才能去降维打击和差异化竞争其他的竞争对手啊。所以说这是第二个组织升级。

当所有的企业开始AI化转型，当很多的头部企业开始做AI的本地化的时候呢，大家就会发现一个问题，就是未来的产品技术的边界会极度淡化，也就是说未来每一个人你都应该是独当一面的超级个体。没有产品经理，没有技术开发经理会为你服务的，为什么？因为你有去跟他沟通的一个时间，你就去找AI了。因为什么？因为现

在大模型，跟大家讲，大模型界，拿到的叫什么？最高信仰，或者叫拿到的最大的结果，就什么？就是AI coding。也就是说。大家会发现AI coding会把很多的产品经理，很多的技术开发经理，全都干嘛？全都优化掉。为什么？因为我跟你聊需求的聊完以后你是不是还要去跟AI聊？那我为什么不直接跟AI聊？大家明白这个逻辑吗？所以说未来的FDE，你是要身兼业务的负责人、产品的负责人、技术负责人，你带领着企业老板，他的团队，去实现他的业务流程的AI化。

所以呢我在这个PPT里也画了，就说未来的业务的需求定义，产品产品的设计，软件的开发，测试验收，包括上线运营，都应该是。一个人加一群AI去独立交付的。这是一个独立交付单元，未来是它不可拆分的，未来是不存在。我加快时间啊加快时间。那我们再分享一些案例啊，分享案例。

像这个也给大家放了一个案例啊，这是我们服务的一个全国头部的一个医药集团，我们给他做的全部的线上矩阵啊，几千个账号的内容全都是AI化的，没有一个人去实拍，全用AI生成，而且呢绑定到我们的后台系统，直接全部自动分发。整个的业务流程全都给他，从生产到分发到最后，从公域收缩到私域，去沉淀，全都AI化。整个过程是非常丝滑的，大家一定要相信这种科技的发展是不以人的意志为转移的，我们反倒要去拥抱科技啊。

所以说像这样的，以前我们做传统的线上，都要去搭建，矩阵，三层矩阵，但现在的话呢，全都是AI了，全都AI化。而且的话呢，是拿到了这个大的结果啊。这种医疗大健康的行业是非常难的。大家可能不知道这行业，这行是纯自然流啊，纯自然流。硬砸出来的，而且用AI的方式啊，这个是对。同时的话呢，我们也在，刚才讲到了，除了这些传统业务的AI化以外的话，我们也在做AI业

务的本地化了。虽然说这个。 AIU的本地化，现在可能大部分的企业还没有这个意识，或者叫诉求，但是啊，我们现在已经开始做了，为什么？因为我们毕竟是做AI的初创公，创业公司嘛，我们要有前瞻性，我们要带着企业开始去搭建他自己的本地化的流程啊。像给大家截屏的这些都是我们到现场的企业来跟着我们一对一的去沟通，我们去帮他分析他的业务流程，去帮他把他的业务流程现场AI化。我们不仅给他讲业务逻辑，讲底层的Coding。讲对吧？基础，而且呢，帮他现场，一对一的手把手的帮他去落地，OK，帮他落地。

所以说大家一定要，一定不要恐惧说，哎，海翔，我没有计算机基础，我也不懂什么算法，你说的FDE的肯定是要懂技术的，我，不懂行不行？我跟大家讲，现在是个技术平权时代，我给大家截屏的这些人，没有一个是技术专业的，但是他都可以在我们的辅助下去一对一的去，变成一个优秀的FDE，能够去交付价值，能够去把自己的业务流程AI化， AI化。

不仅是学，普通的企业啊，包括一些高校，我们也都在做全面的，像他的教学呀、科研，全面的AI化。所以说我想告，通过这些案例啊，我想告诉大家，就是说AI化的进程是势不可挡的，那在这个过程中，谁能够去交付价值？谁能够去把握这样的机会？那就是属于未来能够去交付AI的这群FDE们啊。所以说这是我觉得，当然你不管你是个OPC，还是你一个很大的企业，这个能力是你必须要有的。那我因为时间因素，今天的给大家的分享，就差不多了。

万物皆周期，大家一定要相信，就是所有的这个经济发展的都是有周期性的。那在大周期AI这个周期里面的话呢，目前确实是走到了FDE要大大爆发的这个分水岭了。因为大模型已经技术验证

了。现在就是大模型想要铺到千行百业里面去，老板们也有需求，但是没有人，没有联络人，没有翻译官。

啊好，因为我最近昨天刚跟海成老师吃了顿饭。海成老师现在他不仅仅在帮。客户做交付，去深入企业做FDE。而且他还在干嘛呢？他还在建立起一道FDE的合作机制。我想问问海清老师。怎样的年轻人？怎样的老板，或者说怎样的，团队成员，你是觉得他未来一定有做FDE潜力的？大家关心吗？感兴趣吗？如果我没有代码基础，或者说我是文科生或理科生。你会更偏向哪个？

所以说是普通人可以轻松拿到的。只是说你是不是一个对这个时时代有好奇心的人？你是不是一个要拥抱未来，想在AI时代拿到结果的人？所以我觉得呢，你如果从重要性排序来说，我觉得第一要性是最重要的，你想不想在AI时代拿结果？这是最核心的，你对这个世界的好奇心，你对于在AI时代的你的欲望，你你想要拿到什么样的结果，这是最核心的。第二就是你要拥有业务能力、业务sense，第三点就是你掌握一个AI coding的能力，这样话呢你就可以去跟那些企业老板去对话，你就可以作为一个FDE去交付这样的价值，我觉得这是这是排序啊。

这是最值钱的，各位认可吗？认可。认可的举手打起来。举手打起来。今天，我们后面还有将近9位嘉宾。OK。我最后哈再厚着脸皮跟海江老师要一份要点东西，就是海江老师讲的体系的方法论，或者是一些，比如说帮一些企业做交付的就是方法步骤啊等等之类的。有没有文档或者是录播课？这些东西能够。各位想不想要？因为你们打5的越多，海强老师我更有面子。哈哈哈，来跟海强老师多要点福利。 555刷起来

我们最后，最后再把我们再把代付代支付的全部踢掉。海江老师分享的太棒了，很想再听听，因为我们我最后再问海江老师一个

问题啊。就是说实话，因为我也做了一些AI。包括现在我想问问有没有AI基础的？就是你跟AI对话超过我觉得半年，超过半年，然后用过一些比较贵的模型，或者是为AI付过费的，三三三。你建议小白，或者说想要转型FDE的人，怎么去找第一个客户？大家感兴趣吗？这个肯定。怎么去找第一个客户？感兴趣，把三三三狂打起来，怎么去找第一个客户？韩老师，就对小白而言。

然后呢，当然你也可以过来跟我们学，学学习，那你去找客户的时候呢，你自己就是案例，你说，哎，我已经学过了，我我自己是案例，第二呢，是说跟着厂长，跟着海强，我们也也去交付过很多企业的案例，实际上。我觉得身边的小企业，身边的哪怕是个门店的店主，你身边的朋友，他都可以被你AI赋能。因为我讲的就是，除了AI以外，都是传统业务，都是传统行业，你不要，觉得自己是什么高科技。现在那些国外，你看研发，比如说像那个莫德纳，现在在研究黑色素瘤疫苗，癌这个疫苗，那在这之前，我们人类社会只有一个HPV宫颈癌疫苗。

敏感词，敏感词。哈哈哈，敏感词，我就说，其实像不管是他们做这种高科技研发的，还是说普通的一个火锅店的老板，都是未来我们把他AI化的。这个客户，大家不要觉得说我要需要找客户，你身边全是客户，每个人都需要AI化进程里面去参与的。所以我觉得这个里面就是大家千万不要觉得客户难，满大街都是客户，你身边的朋友，但是你要有案例，有能力，你要有交。

你有交付能力，而且这里面最关键的就是你自己有没有把自己降本增效，有没有把自己AI化？我觉得每个人都要把自己AI化。然后你自己先是个六边形战士，然后呢你再去赋能企业，把企业变成一个六边形的企业，所以这是这是这样的一个路径，我觉得。所以说每个人的学习成长是必须的。

那可以这么总结一下嘛，我们叫三步走。有体系。有自我AI化的能力。以及有帮别人做，身边的朋友开始。做AI化的案例。然后不断去攀登客户的客单价。跟规模。

可抄的作业

1. 用"认知 → 组织 → 业务"检查自己客户的推进节奏，判断他现在卡在哪一级。

2. 把"一号位工程"翻译成一句可验证的话：**老板本人有没有在公开场合用过一次 AI**。

3. 向客户提出一个具体组织动作：设定一名 AI 责任人 + 把 AI 议题固定进某一次例会。

5.2

罗宁：离业绩最近的岗位，才最该被 AI 改造

三句核心判断

一、只做离业绩最近的岗位——销售、客服、私域投放。 这是全书最清晰的"场景选择"判据：不选最容易做的，只选离钱最近的。因为只有离钱近，改造结果才可以被立刻量化成指标。

二、人效翻倍、转化率不掉，才算改造成功。 他给出了一个非常具体的双指标口径——如果你改完让人效涨了但转化率掉了，那只是把成本转移了，不是优化。

三、AI 能做与业务愿意让它做，是两件事。 这句话是他整段分享中最锋利的一句，也被本书第二篇作为独立真相展开。

编者提炼：罗宁的分享是最"工程化"的一段——他谈的是可测的指标、可复现的 A/B 对比、可解释的人效变化。**他本质上是在教你怎么把一个"AI 项目"做成一个"业务实验"：**先找到方差最大的环节（他举的例子是 Top Sales 与普通 Sales 之间存在两倍以上差距），然后用 AI 把方差压下来。这个思路可以直接搬到制造业的销售与售后环节上。

人物卡 · 罗宁

离业绩最近的岗位，才最该被 AI 改造

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

我给先给大家分享一个框架哈。首先其实我们进企业做FDE去帮企业做AI经营转型的时候，我们大概有这三步。第一步呢，我们首先会做流程的诊断，核心我们会去看说一个企业的经营结果，它到底卡在哪一段？卡在这一段，证明说我的AI应该怎么样去设计？应该做什么？下一步叫做我的AI设计完之后，我改完之后，怎么证明我有效？我要用什么样的数据指标？我要用什么样的经营指标来关联我整个的经营结果？下一步是我证明这事情有效之后，我怎么在组织整个组织去持续去扩大？这是一个分享框架。现在我用一些我们实际落地的一些真实的案例。

这个部分大家可以认真听，这个部分完全是我们非常多的一些干货。我以一个某头部的1V1的直播课，在线教育的场景给大家讲说我们是怎么帮企业去拿到经营结果的。首先这个企业呢，它的目标非常明确，提升销售的产值。那它的卡点其实也非常清楚，就是响应不及时，跟进容易断档，销售的服务容易受限，以及销售几百个销售，不同的销售的方差非常的大， Top sales跟普通sales基本上有两倍以上的差距。那看到这个问题，我们是怎么来设计呢？首先我没有去挑，我上来这些事情，我没有去挑工具，去挑说什么样的模型适合这个企业去做AI化的改造。那首先是模拟一个家长，说从报课开始到最后成交，他经历什么样的一些过程？让我会发现说。其实你看，这是一个完整的在线教育的业务流程。从外呼的添加到线索的响应，到约课，到课前提醒，到最后的课后的反馈跟跟单。但我们发现在这件事情上，有一个非常有意思的部分，就是大家看前面的外呼添加，线索响应，到约课，到课前提醒，这个阶段基本

上占了一个销售80% 的时间，这个大家认同吗？这些事情非常重要，但是这些事情它最大的问题是当。

我们把销售保留关键的一些判断，客户的反馈，处理顾虑，深度的跟单。应该是投屏投错了，稍等一下。所以大家可以看一下，这有一个案例。这个案例你大家会发现说，我们其实，我们把一些繁琐的事、重复的事都交给AI来做。那其实你看交给AI来做了之后呢，会有下一步，这个下一步呢是说我们。我们还是回到我们的这个，所以你看刚刚我们按照这样的设计之后呢，下一步我们用AI来干了这些事，其实销售会非常关心这事，他到底AI做的好不好？所以在这件事情上我们有一个经验，也是可以跟大家去分享。

我。我应该干什么？我应该怎么样去设置一些？重设一些规则？以及说遇到什么样的事， AI是他做的，遇到什么样的事是我做的？这样清晰的人机分工的SOP，你你得跑出来，而不是直接给销售一个工具。当我们按照过程数据，按照这样的人机分工的的业务流之后，那下一个就是说，你看，我们把我们的真实的场景和真实的案例放到我们真实的业务当中去测试，大家可以看，就是我现在PPT上面这个内容哈。这是我们做AB test的时候，我们会发现说，你看，我的人均服务数翻倍了，因为我帮他去承接了过去他那些非常重复、高频且繁琐的事。在这样的事的时候，你发现他的销售转化率还提了，他人均销售额达到120% 的目标。所以这个结果是什么呢？这个结果是我的承接量与经营结果一起改善。大家还记得最开始客户给我们提的一目标，叫做销售的人均产值。

这个你看就像是一个完整的案例。我想问大家一个问题，比如大家觉得说。这件事情， POC验证完成之后，是否意味着组织就能非常快的规模化呢？大家可以回答一下我的问题啊，比如说这件事情我们已经把做了，已经部署了，这个时候我们在POC验证已经拿

到数据结果，但这个时候我要扩大到几百个这样的销售团队，这个时候我能非常快的规模化复制吗？大家觉得这个有难度吗？我也看到有同学说不会哈。

第二个就是，你看我在这件事情上，我已经帮个人的销售提效了，他可以接翻过去两倍以上的这个承接数，这个用户数，那他也能做到跟过去一样，甚至更好的转化能力。那我怎么样让这件事情的个人提效变成整个团队的经营能力呢？大家可以看一下，其实我们叫做，这是我非常想跟大家去强调，也想跟很多在一线的FDE去强调的事，我们一定要让这件事情，如果在企业有组织的经营结果，一定要保证我们要做组织升级。首先对一线的销售来讲，其实一线过去的场景叫做，过去其实每一件事都是我自己来跟，现在OK， AI来帮我跟了，我应该跟什么？我的人际协作的边界在什么样的地方？这个的SOP我们要梳理的非常清楚。第二层叫管理者，为什么我说？其实我过，我去跟很多企业，我们去做沟通的时候，我会跟他讲说。其实对于销售团队来讲， AI第一改变的不是销售本身，而改变的是销售的管理者。为什么呢？因为过去的管理者，我们过去管人，我们会更多用招聘、培训、管理的那一套去管人。但现在的场景，我们要学会去管理人家AI的新现场。因为过去的执行是你需要依赖人去执，那现在的场景AI已经帮你做这事，那你应该怎么样去管理你的分配线索、你的复盘、你的带教，这些应该都会有一些区别。

就我给大家举个例子哈，比如刚刚的这整个部分，我在讲组织升级，我用一个非常简单的案例跟大家去讲一下，说组织升级好像听起来那么大，但是其实在真正落地当中，组织升级是用一个非常小的概念给大家去讲一下。比如说举个例子啊，销售这边有个非常典型的场景叫做出现漏提醒。

这是一个完整的案例。你看我们从教育讲，我们过去这一年其实也落地了非常多，除了在线教育的一些其他一些案例，比如给大家看一个医美的案例。这个医美的案例呢非常有意思，医美的典型场景叫它有非常多的项目，非常多的SKU，非常多的价格，非常多的门店。它既是同时要承担销售、预约、复购这样一个非常复杂的流程。在这件事情上呢，就是我会发现说人工非常难精细化。一另外一个场景是我们发现说，在他们这个企业里面，如果要培养一个非常好的管家，至少要半年、 6个月甚至8个月这样的时间。那这是一个非常难通过人这样的杠杆去解决这个问题。那同样的，我们在这件事情上，我们同样用AI，按照他的整个的经营的卡点，按照他的用户旅程的分工，我们重新让AI去跟进，说整个的提醒，识别他的需求，去建档，去让人去处理一些非常复杂的一些场景。那大家可以看一下这个案例哈，这案例其实就是我们用企业去。我们用AI去帮他去做承接的一些事。这是一个医美的案例。大家可以再看一个案例，我们帮toC做完之后，我们发现说好像这件事情的方法论，它是可以被迁移的。我们做，我们又在toB的外贸销售，这也是一个案例，可以给大家分享一下。就在toB这个场景里面，它跟toC不一样， toC是说我同一时间沟通的客户非常多。 toB这个场景是说我其实一个客户跟单时间非常长，而一个典型的toB销售，他高价值的客户，他20% 的客户基本贡献他80% 的单。其实他遇到的问题是，我如果客户来跟我询盘的时候，过早筛选可能错过潜在客户。但如果全部都沟通，我自己的时间其实不够。我们都按照同样的流程， AI可以在这个过程中帮他持续去培育过去的客户，直到从一个线索的咨询变成一个商机。最后再推给销售，这是我们在外贸同样也取得非常好的经营结果。

这是一个案例。这个案例呢，其实也是实际用AI去爆款复刻生产出来，且最后在投放拿到了非常真实的经营结果。所以其实回顾

一下，我做个总结哈。就其实我们现在专注做的，其实就是企业的经营板块的AI的落地实践，持续的去做经营判断。就我们去年到现在，我们大概做了十几家，从教育销售到外贸到医美私域到电商到门店到品牌出海。所以其实每换一个场景，都要看一个业务的卡点、人机边界，包括验证目标。

最后一个部分也跟大家去做个总结吧，就是如果FDE要把经营的目标这件事情落进。整个的达到经营效果，那它一定有三步是我们需要做的。第一个要落地流程、数据跟组织。流程叫做进得去，就我们一定要去分析说到底我们现在经营结果卡在哪？那AI可以干什么样的事？优先放大的典型场景是什么？第二个就是。你设计的智能体，它要在真实的场景里面，它要证得明，它要去变化，它要跟企业的实际的经营结果去绑定。

首先是这样的，我我先分享结果哈。就是我们现在如果是你的，就我先有个大前提叫做这，就是企业想去做件事，首先你的业务流程得标准，你有数据可以可以被佐证。那这件事情上我们现在取得基本的结果叫做你的人效翻倍，你的转化率不掉。

我我想把刚刚那个框架分享给到大家，就是。我觉得这件事情对于老板来讲，你得核心先搞清楚你想解决经营问题是什么？比如说如果这15个销售他对你来讲是一个非常重的成本。那我觉得你的第一个经营问题叫做怎么去解决成本？但如果你，你的期待叫做这15个销售，你期待他去提升，就是他自己的能力和，我觉得这个首先不一样。那我以我刚刚那个举个举个例子哈，比如说如果你觉得这15个他就是你的成本中心，或者你的销售方差巨大，那这件事情对你想解决就是就是让销售提升更好的产值。那我建议第一件事情就是你把，按照我们刚刚那个在线教育的案例，你把你的业务流程从

客户跟你们接触的第一步，到最后成交的最后一步，你把它梳理下来。你看一下这个过程当中，到底用。

我感觉我听完哈，如果我是老板，我第一感觉就是我能不能赶紧去找一个能做销售的FD？这是。因为说实话我自己梳理我的问题，我感觉梳理不了。各位老板你们觉得呢？如果认同吗？这也是我觉得为什么接下来FDE会这么大市场？其实FDE帮一家企业做转型，不仅是帮对方去嵌入AI，更多的时候是什么？叫买这个FDE他服务其他同行的经验。可以这么理解吗？就不仅是买了你帮我做F、AI的转型。还买了你接触的其他做销售公司，其他公司做销售，他们的流程，他们的，就这一块，你能不能有没有帮一些企业就等于是。迭代它的销售模式，这块有没有一些一些一些这种。案例呢？

第二呢就是其实我们其实在这过程中，你会发现AI进来之后，如果我用过去的SOP，就过去为什么它是过去那台SOP，就是过去因为是人执行的。所以我只能产生那套SOP，但现在当AI加入，当新的FDE加入，你会发现你的这些流程都会被重塑一遍。它没有改变你的工作。他改变的是你的工作的内容和你的工作方式。所以基本上我们接触的每一个案例，这过程中他多多少少这个SOP跟过去基本上已经完全不一样了。

第二个就是我们一定要让这件事情跟数据结果关联。跟或者跟过程数据，不一定是经营结果，但它要跟过程数据关联。不然就会出现那种销售说AI的话术不好。即使我们过去会发现说，即使top两个top sales放在一起，大家都对方都会觉得对方的话术不好。这是个非常典型的案例。所以所以我们一定要跟着结果，当你用客观的东西去跟销售去seal去讲的时候。包括这件事情要给他讲清楚，我们刚讲的风险收益。你的规则是什么？那这件事情，我觉得这是我想讲的第二个点，就是一定要跟结果过程数据绑在一起。

效果效果一般。OK，那今天的话呢，因为我们一共是12位嘉宾做12小时的。程，马拉松的一次分享。还有很多罗琳的一些内容，可能没有时间来去全部展开。今天我们更多是讲趋势、讲方向、讲案例。但是一些细节的地方，比如说你趋势看见之后，怎么去变现？怎么获客？说实话我很感兴趣罗琳怎么去做获客的。怎么去真正在企业落地？这些东西我们会在一个4天的闭门直播课，就是2027 FD系统课。四天线上，不是线下，线上的直播课，跟掌门一起来给大家去做一个系统的梳理，今天看清方向，而10月中旬的这四天会带着大家一步一步干。所以今天如果说，诶，你心里面点燃了对FD的向往，觉得能干， 2027 FD它会是元年，觉得想要去抓住这一波机会，但是呢，回去不知道怎么去落地，怎么去找客户，怎么去做第一步，以及什么模式适合自己。我们今天给大家一个我们未来会给大家闭门四天来授的，来去讲授的一门课程。 4天时间，掌门会梳理一遍市面上全部的FDE模式和不同行业的FDE模型，把它的商业模式拆一遍，获客模式拆一遍，把罗琳老师拆一遍，把怎么落地来拆一遍，各位，所有的内容都会在10月中旬4天直播课里面去讲透，不是听个概念，是让你自己能够算清楚你适合走什么方式，第一个客户从哪去找，以及你的企业，你的过往履历适合做哪个环节，适合做什么客户。所以今天。

可抄的作业

1. 拿客户的销售团队做一次方差盘点：Top 与平均之间的差距是几倍？ 差距越大，AI 的价值空间越大。

2. 把验收指标设成"双指标"：效率指标必须涨，核心业务指标不许掉。

3. 在提方案前先问一句：这件事上，有谁不希望它做成？

5.3

大禹：从 0 到 1 搭建企业的私域运营体系

三句核心判断

一、1.0 阶段一定是先找一个标杆去做。 不要一上来就设计"通用方案"，先找一个愿意配合的客户把一件事做成。

二、只卖产品不卖服务，是行业很大的误区。 他的原话是"市面上大部分做 AI 的"都犯这个错——因为落地真正缺的是服务，不是工具。

三、落地必须"产品 + 服务"绑定。 产品提供能力，服务提供"真的用起来"的保证，两者缺一不可。

编者提炼：大禹的分享对做私域、社群、运营出身的人最有参考价值——他讲的其实是一套"服务如何产品化"的路径。他提到 AI 中台的几个模块，本质上是把私域运营里的重复动作（分层、触达、跟进、复盘）固化成可复用的能力。值得一提的是他反复强调的"AI 沙龙"：这是一种极低成本的信任建立方式，值得单独借鉴。

人物卡 · 大禹

从 0 到 1 搭建企业私域运营体系

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

还有人在问说FDE到底是什么？给大家讲一下，我们的线上的四天的系统大课会具体的去讲FDE到底是什么？如何转型成为FDE？以及拆解FDE的六层商业模式，以及如果你是企业老板，你如何在你的场景当中去落地AI化的改造？

首先第一个，如果说你现在你想去做FDE的话，你怎么做你的第一个客户？以及你怎么从零开始你的业务？以及你服务了你的第一个客户之后，你要怎么持续的去把它产品化？持续的去把它业务化？持续的去复制这个业务？这一个话题是不是大家感兴趣的？怎么从零。

4个、 5个、 6个、 7个， 7个同学还有没有？是不是你们今天感兴趣的？就大家现在是不是想要转型FDE，但是不知道怎么开始，不知道怎么从0到1的，我今天来给大家去讲这个点啊。首先我告诉大家，我的1.0阶段是什么？其实我告诉大家，如果说你们今天想要去做FDE，你们1.0阶段一定是先找一个标杆去做FDE。我当时我还在做这个企业的数字化的时候，当时我服务了一个头部的家电品牌，头部的。叫做这个豆浆机品牌。我们原本的服务他的标的就是一年在百万级。在，这是23年我落地的一个项目啊， 23年的时候，我我就跟他们在聊，因为原本我就在服务他们嘛。当时的AI也特别火，他们全国有上万名的导购。所以当时我们就聊一件事情，现在AI能不能帮他们每个导购每天出一条内容。我就跟他们这个负责人在聊。当时他大家都觉得这个事情，哎，特别有意思，因为你想一下，他们全国上万名导购，如果说能够把这件事情做成的话，我就不说后面的销售的事情，你就光品牌曝光。对他们来讲都是非常有价值的。

所以呢，我想告诉大家什么？就如果说你现在啊，你要从0到1去做FDE，你要去做AI的话，其实首先你的第一个客户啊，一定是

靠什么去服务呢？一个肯定是靠你的学习能力。说实话，就现在AI这个事情从23年到现在，没有那么多人真的以前是干算法的，以前是干对吧？机器学习的，没有那么多人。所以其实比的就是你的学习能力，你能不能比你的同行学得更快，学得更早，然后你就可以把这些东西去落地到你的行业里面。

我可以告诉大家，就是我一会给大家看几个案例啊，我们有很多的同学都是这样子，就他在自己接触到了一些。比较前沿的AI的技术，用了。最好的AI大模型之后，他自己做了一些案例，他去服务别人了，所以这是第一个。第二个就是我跟我们海强老师讲的这个想说的一样啊，其实我我先问一下大家，评论区的所有的所有的同学老师们，你们在自己的行业里面干过多少年？你在你自己的行业里面干过10年的打一个10，我看一下你是在自己行业里面干过多少年的一。个业务专家。 25年， 25年，天呐， 15年，还有吗？还有吗？你在你自己的行业里面，你是一个多么资深的专家。 18年， 18年， 20年，那特别好，因为我看今天我们所有的同学都是行业里面的专家。

你去服务你的客户，你靠的什么？其实靠的是你的业务经历。其实说实话啊，就现在AI的技术没有那么难。你去开一个最顶级的模型，想办法去搞定这个最顶级的模型，你就不断的跟他对话，其实很多的。场景，很多的这些问题都是可以解决的，但是最难的是什么？最难的就是你的业务场景。

这个落地这个企业的这个AI的，就像我在去帮，这一个头部的这个家电品牌，他们去落地AI的时候，我一开始我也不懂那么多的AI，但是没关系啊，我知道做成这件事情的核心是什么，我能够把他这个项目做成的核心，就是能够让他的全国万名导购，每个导购每天一条视频发起来就可以了，这件事情就一定会成功，他就有品

牌曝光的价值，我就特别的了解他们，我就能够去做这件事情，这个能，大家能能能够能够理解吗？应该能够理解这一点。

其实第二步你要做的是什么呢？就是你要从一个场景去变成一个AI标准化的产品。然后就是帮他们去做这个自媒体，那我问一下大家，我这个自媒体的场景，我服务了一家企业，我能不能把服务他们的这一个业务流程变成一个AI产品，去复制给更多的中小企业？大家觉得行不行？

所以我想告诉大家啊，我们在AI落地的第一个阶段叫做先打标杆，你可以甚至是，这个亏本方式，不赚钱的方式，你只要打了一个标杆之后。其实你就可以直接去把你的成功的案例，把你的成功的经验复制1000份，它就是1000万，这就是我们这个2.0，所以我们自己在2.0的阶段是我们当时做了，就这一个项目之后，我们就开始去做这种标品化的产品，我们就做了这些很多的这智能体，就第一个呢是我们把自己的，就我们的很多的这业务流程，我们以前不是就专门做IP的操盘嘛，我们以前做短视频的业务流程，我们做，哎，各种的这什么直播啊等等的这业务流程，去变成了很多的AI工具，它就变成了标品，我是不是就可以复制了？第二个，我也帮很多的IP去做定制，帮很多的IP去做定制，就他们也有业务流程，那我是不是就可以帮他们去把他们的业务流程定制成一个标品？定制成一个标品，这就是二点零的阶段。

我看到其实现在市面上有大部分的这个叫做AI的博主啊，或者说大部分在做这个AI，都有一个很大的误区，就是只卖产品不卖服务，加强一下你自己的印象好不好？把产品加服务啊，我看一下有多少人啊？因为我们在去给几个IP落地他们的叫做AI的时候，我们都是一个思路，就是产品加服务，因为我单独我给他卖个产品，说实话他用不用你是没有办法把控的，他不用就没有用，大家能够理

解吗？大家再听一遍，他不用就没有用，所以我们一定是需要产品加服务去给他落地的，而且。

做2000个客资，这个里面全部的流程都是AI化的。一会我会给大家看一下我们现在做AI剪辑的这个流程，我们现在从选题、文案、剪辑，全部都是AI化在完成的。所以我们就自己AI的能力很强了，我们就可以去服务，其他的这些IP，我们就帮他们，帮很多的IP每个月做2000客资。我们把这一套流程就变成了我们现在的AI的中台，有这一个AI的中台。这个AI的中台它里面它有几个功能，它第一个，其实这几个功能呢我觉得大家可以重点的记一下，因为也是我们现在发现，你去企业里面做FDE，你去企业里面去。

再加上还有什么呢？ AI顾问、 AI剪辑，这个呢我看时间，一会最后给大家讲吧，有厂长，有人觉得我跟你的声音挺像的，哈哈哈。一会我跟厂长会一会我跟厂长一起分享的时候，大家可以看一下啊，哈哈哈，其实啊，我告诉大家，就是你们在，就这个阶段，你们去做AI产品是真的特别有机会的。我给大家看几个案例啊，就都是我们的，就几个同学落地的案例。第一个呢，就是苗博士啊，今天苗博士也在我们这个峰会的现场啊，你看苗博士他当时跟着我们就做了一个什么产品呢？做了一个去，就是全网对标。全网做短视频对标的一个场景，以及你看他，大家看右边这张图，大家可以看得清楚吗？看得清楚是不是觉得，哎，特别的帅，特别的想要，有没有感觉特别想要的？其实这就是AI产品，包括我不知道大家有没有做教培的？因为我们最近在教培出了特别多的案例，在教培赛道出了特别多的案例。你看这个是什么？是我们一个教培的老师，教培老师，他原本他是有七八个机构吧，他是有七八个线下的教培机构的校长。他现在做了一个自己的数字人的一个平台，数字员工的一个平台，里面包含了我刚才讲到的AI编导、 AI设计，还有AI销售等等的这些产品。

真的是我们最近跑出来特别有，特别特别牛的一个模式，真的特别的牛。他通过这个模式，他做到什么呢？他做到大概10块钱一个客资。大我不知道大家能不能理解10块钱一个客资是什么概念？传统的你通过广告去获客，你的客资成本大概是100、 100到200，他做到了10块钱获客。这个方法叫做什么呢？用AI产品去引流。用AI产品引流，哎，这个不是违禁词吧？可以讲啊。用AI产，用AI产品获客好不好？用AI产品获客，这个真的是今年很牛的一个模式。

我们，我告诉大家，我们在几个赛道我们都看到了成功案例。第一个是不是我们同学在银发赛道里面就是已经跑出来了？再加上在婚姻情感赛道，在教培赛道，这个到时候我在内场我给大家好的分享一下好不好？因为我们是真的看到，尤其是有一个做婚介的。做婚姻的，就婚姻介绍的这种业务啊，大家可以想一下，如果说是类似业务的，他们现在做到一块钱一个客资，就通过AI产品去获客，就他们能够做到的这个效果，你想想有多恐怖啊，有多恐怖？我看到有做这个传统礼仪策划的，你就特别适合做这个模式，我告诉你。这是什么呢？这是我们自己啊，就我们团队内部，我们自己做的，你看这就是AI的产品，这个AI的产品。

大家看我右边，我不知道大家能不能看清楚啊，右边的这个视频。一条15秒的短视频带来了精准的，因为他在合肥，就在他合肥本地的100多个客资，一条视频0投流，自然流100多个客资，你想一下。如果说你现在通过一条短视频能够直接带来100个本地的客资，你是不是就可以去做AI沙龙了？所以说我们其实就是做线下的AI沙龙啊，这件事情其实不难的，你去做沙龙这件事情不难的，为什么？因为第一个你是不是也有你原来的存量的客户？你在有存量客户的基础上，你可以再用我们讲叫做沙龙获客的短视频，你可以去精准的拿到本地的客户，你拿到了本地客户之后，你就可以直接

去开你的线下的沙龙。所以这一套，我就刚才讲到的，叫做用AI博主的方式做流量，用AI沙龙的方式去做推广。

大家有什么问题的，到时候我们在内场可以给大家去展示一下，我们这些AI大脑具体是怎么来应用的？具体怎么应用的？然后呢我就，所以我给大家来去总结一下，就是我们其实整个，我们要去做FDE，首先第一个，第一步是什么？第一步你要去找到一个你的种子客户，就像当时那一个家电品牌，他给我付了百万级的费用，我就通过他落地了，落地了整个的AI，我就进入到了AI的这个赛道，你是不是第一步需要先需要有一个你的种子客户？这个种子客户呢，其实很简单的，就是基于你原来，你，你跟他认识。你跟他有打过交道，你跟他又比较熟，你比他学的多一点，他想要落地的这个技术你是会的，你其实就能够去找到你的第一个客户。

今天我刚刚也听到大禹老师讲了很多你自己做AI呀， FDE的一些项目经验。就比如说刚刚你讲到的几个案例，周大生、小度、天猫优品以及其他，你觉得你印象最深刻的。是哪一家？帮对方拿到了怎样的一个结果？能不能从头到尾讲一下来龙去脉？

明白明白，所以最容易在企业内部落地化的。是内容开始，内容是相对来说比较容易落地化的。

其实我我我现在在研，因为我是认为AI在企业里面落地主要是两个场景，一个是获客，一个是销售。那我觉得销售这个场景呢，就是刚才罗琳也分享，我，但我觉得会有点复杂，因为它涉及到很多人的关系。因为我觉得AI销售可能最后会把销售干掉。所以，那我就从这两个场景里面，我觉得那我就做获客的这个场景。所以那获客最重要他就是先生产内容，那我就先做内容的这个场景。

下一个问题，刚刚，我听到一个特别对小白或者说新手很适用的一个，做FDE，要用的一招，就是做AI沙龙。然后你也提到今年

年初的时候做了几场AI沙龙。那这部分能不能给我们去展开一下？你觉得你做的最成功、最有借鉴意义的一场AI沙龙，你怎么策划？落地执行以及最后效果怎么样？

其实我年初的时候呢，我当时为什么想做AI沙龙啊？当时其实还没有很强的商业目的。我觉得反正先出来分享嘛。然后当时呢就也有朋友他们有组织，就是一些，就大家可以想，比如就是一些可能商会。他也想，哎，组织，就是找个老师。

各位，我们再次加码福利。如果说，给大家来用， AI沙龙来去开启你的FDE之路。不一定说立马能接单，但说不定第三场、第四场就会碰到一位你的潜在客户。我相信其实AI时代，技术真的不是问题。提词器说什么其他的，你在我们这学个四五天，深度的去研究一遍都不难。但关键什么？我觉得未来哈，比如说到明年跟后年。其实竞争端不再是技术了。而是客户端，你能不能去构建客户的信任？能不能去邀约到精准客户来线下听你讲两个小时、三个小时，并且完成你的一个，我们叫潜在的种草。这会是很多小白做FDE破局的最关键的一个活动。其实沙龙很简单。场地又便宜。有个咖啡厅就可以了。

以及我们的嘉宾们一起来去分享，到底什么是FDE？以及你如何去转型成为FDE？以及如何去拆解FDE的六层商业模式？以及你的企业当中如何去去找到适合自己的AI化改造的方式？厂长，我们刚才还给大家安排了我们的全程的回放，是吗？

可抄的作业

1. 定义你的"1.0 标杆客户"：是谁、做什么场景、什么时候开始。

2. 把交付拆成"产品部分"和"服务部分"，分别定价、分别承诺。

3. 设计一场 90 分钟的 AI 沙龙，用小范围的面对面来做信任前置。

5.4

小安老师：FDE 五环价值交付模型

三句核心判断

一、AI 时代的翻译能力 = 想法 → 拆解需求 → 发现真需求 → 需求变功能 → 功能变产品。 这是他给出的能力链条，也是本书认为对"怎么练"最有用的一条。

二、方法论可以直接抄。 他明确说"你可以直接抄作业"，并给了五步路径。这种"反保留"的姿态，本身就是他建立专业信任的方式。

三、复购之外，更该关心"复用"。 这是他对掌门"复购"概念的一次升级，也是本书第四篇的收尾重点。

编者提炼：小安老师是这场峰会里唯一一个把"怎么做"拆到可抄的颗粒度的人。他的"复用卡"概念尤其值得留意：它把"这个项目做完我留下了什么"变成一个必须回答的问题。对个人从业者来说，你的复用资产清单，就是你的护城河清单。

人物卡 · 小安老师

FDE 五环价值交付模型

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

现在呢，是半天审完半年的量。他独创了一个FDE五环价值交付模型，那今年呢，已经开了7期线下付费课了啊。今天他会讲FDE的落地之路啊，把业务问题做成应用，把项目经验教成能力。欢迎我们的小安老师。交给你啊，等下我再上来访谈啊。

那今天我给大家带来的分享内容呢，就是我的FDE落地之路啊，因为我想啊，大家参加我们FDE的峰会，最想可能是最关心的事，就是诶，这个FDE跟我有什么样的关系？我要怎么学？我要怎么干？所以说今天呢，我会一次给大家讲透啊。那第一个呢，就是帮人干的逻辑啊，因为就像掌门刚所介绍的，在过去的几个月的时间之内啊，我们服务了大致10多个赛道啊。

10多个赛道，我们做出了很多的非常有趣的AI工具和产品。这都是靠FDE做出来的。所以说一会哈，我会精选三个最有代表性的，告诉大家，非常的有意思啊。而且刚才掌门还讲了一个特别我觉得很重要的事情，就是现在很多老板关心的复购的问题，包括复用的问题啊。一会我也是会把实践的，我们如何实践，如何干出来的啊，直接给大家分享。

在过去的几个月呢，因为FDE这个概念比较新啊，但是我们已经开了七期的FDE的付费课，帮助了大致有100多位，有行业属性的人转型FDE成功。各位，我看，你们想不想听？OK，各位，这是我在线上首次直接的。曝光我们的方法论，你可以直接抄作业，各位，你可以直接抄作业， 5个步骤，直接你照这样去做，你就可以有这样的可能性去完成你的FDE的第一步，走出第一步，实现AI的落地。我希望这个能够帮到大家哈。有没有想听的啊？这是真的是，我是第一次来曝光这样一个事情啊。一会呢，我也会讲3个啊，我们实际在赋能的一个案例，我希望哈，这一点的话能够帮助到大家，能够做你们自己的AI落地，你们自己的转型啊，让你们开始，

我，这是两个逻辑啊，一个是帮人干的逻辑，一个是教人干的逻辑。帮人干逻辑呢，实际上就是我们在过去啊，大致在几个月的时间，我们其实做了三种类型的项目啊。

第一种类型的项目呢，其实就是我们在自己的，在业务的过程中，我们会发现很多痛点啊，所以说我们就做了很多的一些AI的工具。其次呢，我们在我们身边的一些朋友，包括在我们的学员身上，我们发现了很多的痛点。这个痛点呢，可能是不只是他自己的痛点，而是整个行业的痛点。在这样一个过程中呢，我们又发现了，又做了很多的一些工具啊。第三个部分呢，我们也帮一些国央企啊，一些比较大型的企业的话，也是开始在做一些AI的一些落地啊，而且有实际落地的项目了，所以说。不管是从个人的小项目，到团队的中型项目，到企业的大型项目，其实我们都有相关的一个案例，相关一个案例。因为在AI时代，你会发现，只要你有想法，只要你能够拆解需求，只要你能够发现真需求，只要你能把需求变成功能，功能变成产品，你有这样的一个翻译的能力的话，你们都能够抓住AI这波红利。

和现场，包括我们的领导，包括我们的相关的部门负责人，给他们去交流，帮助他们梳理出完整的AI的落地化的地图，落地化的一个地图。这样的话，带着目标去找问题，通过培训咨询，再加软硬件落地的方式，帮他去做一个实现啊。所以说他是个逐级递增的过，递进的过程，但是你会发现，为什么我给大家抛了这三个点，你就会发现，也许你的能力可以赋能第三种，也许赋能第二种，但是实在不行，你也可以做第一种。各位，因为要把自己个人先变成FDE。然后你才能去做。别人的FDE啊，这也是我觉得大家来参加这次行业峰会很重要的点。你说，诶？老师我不知道什么叫FDE，老师我不知道FDE我能不能做？但是我要告诉大家，如果你先把自

己能够赋能了，你自己能够降本增效了，你自己能够做得特别好了，你就能够帮助别人同样做的更好。

能直接讲案例吗？我讲一下哈。OK，大家说直接讲案例的Johnson哈，没有问题。我给大家讲一下案例，能不能帮我把这个视频先播放前7秒钟？帮人干的一个逻辑啊，这是我们刚才给某海关做的一个自动报关系统。 OK了，就是它是7到8秒啊，我们就短一点啊。可以了，这是下一个系统啊。下一个系统我们先不放，我们放前一个系统。

这就叫做什么？各位，这就叫做复购。所以说你会发现，当你具有FDE的能力的时候，你能把AI落地的时候，你服务他一个产品，我告诉大家啊，就是这一家的话已经找我们买了三个产品，然后接下来的话，我们昨天晚上又给他开发了这个资料的一个收集系统。所以说这就是叫做复购，而且里边的很多的资料数据库，我们可以给他做本地化的自己的部署的话，这叫做什么？这叫做复用。复购的话，诶，我们发现我们不断的积累我们的信任资产，而复用呢，又不断的帮我们积累数字资产。

他互相之间是没法响应的啊，所以说我们现在在给，就是大型的国央企，包括大型的单位，在做这样的一个事情的时候，其实我们用了很多的方法啊，我们有OCR的提取啊，我们帮他直接把数据提取出来，在他自己的部署的，或者是在他的信息库中形成一套数据库以后，我们在后端做了智能化的一个整个的一个设计，所以说现在很多用了我们服务的大型企业的话，他就可以快速的把他过去的无法去提炼的啊，很非常慢的一些工作流程，现在变成了，可以智能化自动化提取的流程啊，他的人就不需要来做这个事了，然后最后的话，全部智能化处理以后。

那么第四张叫做跑跑，就是要交付卡，那你如何交付才能算成功？那么客服的话，他要找到哪些东西？那么这个话我以全套的沉淀成了方法论。而且最后一个叫做复用卡，复用卡其实我告诉大家，刚才掌门讲了一个特别重要的概念，叫做复购，我这次加了个概念叫做复用，就是AI时代，什么才是你真正的壁垒呢？技术不是你的壁垒，经验不是你的壁垒，知识更不是你的壁垒，什么是你的壁垒？我告诉大家，数字资产才是你的壁垒啊，就是你，你的这些经验的沉淀、层级，最后还有包括你案例的层级，怎么把它变成一个你独一无二的方法论？最后再做一个本地化的部署，诶，你会发现只有你这里，这个垂类你干的是最好的。过去的一些经验的话，你完全可以复用到别的一些地方去。这个就是我告诉大家，这个就是AI时代的金钥匙， AI时代的金钥匙，数字资产啊，特别特别的重要。

最后我再讲一下啊，实际上。像我们自己在做一些教育培训的时候呢，我们也经常会有，比如说第一天我会把我现成的，已经在交付的，已经在，已经接到单的啊，我会把它直接变成一个案例，让我们的学员来进行一个实操，实操以后，然后让他把东西做出来。那么第二天呢，我通常会让他结合他自己的行业，结合自己的案例去做啊，这样可以看到这个图片。

我就对，我还有硬件，相应的硬件产品啊。是怎么一回事呢？就是因为刚才掌门讲这个点就特别好啊，就是我们现在其实我之前做的是教育培训这个行业，那大家都知道哈，教育培训这个行业其实要怎么活下去，最重要的就是口碑的传播。那你的客户的话会介绍新的客户给你。这点就特别的重要，就是你一定，你的产品，你的品质，包括你的服务要特别到位。那么在这个服务过程中，你会发现我们服务的交付很多时候是用社群来交付的。但是在这个过程中就会出现一个什么。什么样的问题呢？就是我们如果人力跟不上。还

有我们服务的人的知识跟不上。他就没有办法把他服务好。比如说客户问你一个问题，你如果是你来回答，比如说小安老师回答，哎，我这个可以回答的很好。那如果换一个人呢？他可能就回答不好。那一把一个潜在客户可能都给聊走了。你看就是这样的，就会造成这样一个问题啊。所以我们也在想，那如何能够提高我们，就是一个是社群的转化率，包括社群的服务，然后包括我们等一下。

看过来，今天如果你们想转型FDE，且不知道FDE到底是什么，以及想知道FDE到底有哪六层的商业模式，以及如果你是企业老板，你想要让你的企业AI化改造的话，下方1号链接是我们四天的系统大课，今天报名成功的同学们，额外给大家送。我们小杨老师的两个非常热门的工具，直接给他使用，是吗？

包括一些大型的，那么回到这个问题就说怎么找到第一个FDE的。用户呢，我个人觉得哈，其实大家要有一套能够把对方的需求翻译成产品的能力。我觉得这个是特别重要，你在，因为很多时候你你要去拿到客户的时候，一定客户要觉得你对他有价值，对他要有用。那怎么来去做呢？我教大家一个绝密的方法，我第一次说。能不能？

我真，我真的，我告诉你，这个方法我从来没讲过。那。包你成功率提升3 \~ 5倍以上。

你觉得未来你做一个FDE啊，你想，因为你现在也是刚，就是相当于刚布局，但是也拿到客户资源，拿到案例了。你从更加中长期的角度来看，你觉得你未来会做一家什么类型的公司？到底是一家企业服务公司，还是一家自己的产品公司，还是一家原生公司？你更大的一个畅想是什么样子的？

掌门这个问题特别好啊，这也是我一直在思考的一个问题，就是我到底是一个什么样的人？我到底帮助一些什么样的人？我的我

生存在这个世界上，我的价值是什么？我也在思考这个问题啊。那实际上呢，我个人认为我就是个教育人。我过去做的是教育，我现在其实也是做的教育，只是我们现在切换成AI时代最需要什么样的一个教育？所以说我一直定位的就是我如何教人，但是为什么我现在又下场去干了这个事？就原因是因为如今在AI时代它逻辑变了。他不像过去，我们可能教育就是学会就行了，但是你会发现现在需要干。需要直接拿结果，如果你只是教别人的话，他不会干，他不会落地，他依然是没有办法。所以说我觉得干的逻辑和教的逻辑它并不矛盾。就是我们只是现在更加的触达了结果。 FDE其实为什么干？我也跟掌门分享一下，为什么FDE我是相当于我是应该是全国最早的一波人。原因就是因为我一直在思考。一直在AI，我在想怎么让AI这个事情落地。那么FDE无非就是落地更接近的一个过程。

甚至很多的大企业，他现在也没有认知，什么是好的，什么是坏的，标准是什么？所以只要是现在身边有有案例的FDE，他都会去合作，现在市场还处于一个这样的周期，我就跟大家讲。所以一旦你现在还处一个非常的蓝海期，你们就先挑选好企业干，先去做案例，哪怕你说你前面收费低一点点，你明白吧？现在大型的企业他都不需要教育了。他们都知道自己要干这个事。

两套工具，最后一分钟的时间，大家如果想拍的话，先介绍一下，我们这个是一个FDE的行业峰会，应该也是行业的首场峰会啊，因为现在也没人办，也就我们在办。因为我们可以拉起整个行业的势能。因为我们本来就做操盘公司出身的啊。现在我们希望给大家去普及今年一个非常爆火的职业。但是明年会开始整个席卷整个tob的企业啊，因为明年是企业AI化的元年。我们要做企业化部署，包括企业要真正的实现AI自动化，明年会是个元年。现在企业的AI部署， AI的这种落地和改造的这个企业化的程度只是整个市场不到10%。所以还有很多的市场是值得我们去开发的。所以今年就会有

个职业突然爆火，这个叫FDE。所以我们接下来要做一个FDE的职业赋能，加上平台。如果大家对这个事情感兴趣的。想了解第一个什么叫FDE？第二个如何成为FDE？它的能力模型。第三个如果成为了FDE以后，它的商业模式，包括你怎么找到第一个客户，包括你的收费模式，你的商业模式到底是什么？

一，一分钟时间啊，先说一下，不是每个老师都会送福利的啊，小艾老师送了福利，你们就抢一下，但是最关键的是什么？最关键的还是我觉得FDE的市场的机会和市场的认知，大家要尽快补齐。如果你晚一步，我说实在的，我觉得你们要错过很多。

所以在FDE的市场，而且现在有了AI以后，其实做新的产品会变得更简单，甚至说AI化的产品， FDE就是一个新产品。 FDE是什么？ FDE就是企业化落地的操盘手，知道吗？就是现在企业要落地AI的能力、业务链路和模型，它需要有一个这样的人去到企业去落地，这个落地叫做FDE，所以它是大模型和企业中间的链接者，中间商，但是很多人说，那大模型公司为什么不做呢？他为什么不去做企业化教育呢？因为他不懂业务，你知道吗？现在很百，这个隔行如隔山，有百业，所以。

可抄的作业

1. 照抄他的五步：把手上一个真实客户从"想法"走到"产品"，走完一遍你就有了方法论。

2. 建一张"复用卡"：每个项目结束后，写下三样可以带到下一家的资产。

3. 在每个交付里问一次："这个东西，第二个客户能省多少力？"

5.5

岳阳：一人公司如何做企业的 AI 化服务

三句核心判断

一、客户买的是"可验证的业务变化"，不是 AI 能力。 这是全书引用最多的一句，也是定价的底层逻辑。

二、FDE 的核心动作是把老板的需求翻译成能落地的方案。他给出了一张"老板的需求 → AI 方案"的对照图，这是"翻译"这个动作最具体的呈现。

三、今年所有大模型都要从 C 端转战 B 端，因为 B 端才是真正的付费市场。 他把趋势判断与个人选择直接连了起来。

编者提炼：岳阳的分享对"一个人干"这件事最有参考价值——他讲的是一种低人力、高单价的运行方式。关键在于他把需求翻译做成了标准化动作（左图右方案），而不是靠个人临场发挥。这意味着一人公司的核心不是"你能干多少"，而是"你能把多少个动作固定成流程"。

人物卡 · 岳阳

一人公司如何做企业的 AI 化服务

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

使所有的大模型厂商是不了解业务的，而且他也没办法去了解业务，因为他没这么多时间，也没有办法去到每一家企业，所以他中间需要一个这样的角色。所以为什么现在很多大模型公司也自己在招FD，干什么呢？就是到企业当中去落地。而且现在很多大模型公司也知道一个事啊， C端是不赚钱的，他们现在做C端每个月都是亏钱，只有做B端才是赚钱，因为B端才会充值， B端才会消耗流量费、 token费， B端才会做定制， B端才会为这件事情花重，高客单。比如说他今天可能会做企业化部署，会花到100，比较大型的企业会花到100个W到1000个W。但是今天超级，叫做C端用户会花这么多钱吗？你让他充个199块钱，他可能都不充，所以为什么这么多企业，大模型公司也在盯着企业化市场？

FDE的话呢，就必须还要往后再去做几步，你第一个呢，是要做一个产品的设计，他类似于产品经理的这种职责，要把这种公司里的很多模块拆分出来，再重新做一个设计。还要落地实施，它又像一个程序员或者是AI构架师的事情，要把这些事情你形成一个落地的，一些实践的，这种实操的方案。再是我们的客户成功的角色，你还要把客户，把AI落地到他企业过后，能够让他落到实处，能够实际上去运行。

看那个AI，他不要死。死机，不要掉线就完事了。我做一个案例的拆解，具体的案例的拆解啊，你说企业如果找到我们，一般来说他会找我们去做哪些事情呢？比如说这些企业他为什么要找我们去做FDE呢？实际上企业端他对这类的东西的需求会有很多，我大概会分为几种企业的类型。第一种呢，是从0到1的企业。如果是从0到1的企业，他现在对AI可能还没有特别强的认知，他一般来找你的事情就是他不知道AI到底能干什么，他能够去找你做的事情无非是，比如说找你去给他讲个课，或者是找你咨询一下，给你一笔费用，然后去诊断一下他们的公司到底有哪些事情是可以去做AI化的。

第三类的呢，比如说还有很多公司会有很多的组织的管理部门，比如说行政、人事、财务或者是法务，一些不同的这种部门。这些部门他都需要你去做一个AI化的一个不同的模型，或者是不同的模块去帮他优化。我在这里面的图片呢，我估计大家又看不太清，这是我们服务的行业前十的一个集团啊的一个案例。我们当时服务的左边当时截了一个朋友圈，朋友圈上面写的是什么呢？说，哎，我们是飞到了外地，我们飞到了海南去给他服务，去做一个视频的采集。为什么呢？因为当时这个公司呢，它首先第一端呢，是想把它的营销端全部AI化，所以呢，它就需要很多视频的，我们叫语料。在AI里面叫语料，我们一般会建立真实的素材库，把它训练成AI，再想办法把里面所有的环节给它AI化。这里面有很多的原本的材料它是没有的，首先我们第一步呢，首先我们要去采集一个材料，所以我们当时是带着几个人去飞到了海南去采集的。在右边呢，当时拍了个照片，我说，诶，你们以为说给那种。上市公司，我们这是一个上市公司的这个案子，他，我说给他们做这个在海边做服务很幸福嘛，结果我们当时去不知道，那边紫外线特别的毒，给我们全部都晒脱皮了。所以当时我们给他们做的一个落地的这种服务呢，从他的某个部门开始的，首先呢，我们可能是从营销的部门，右边你可以看到这一墙的是个什么东西呢？如果你有接触过软件或者是AI工具，或者一些，你就知道这是一些工具的著作权，一般我们去设计一些工具，它一般会有版权和著作权嘛，那这个墙上实际上放的大概有20多个著作权。实际上这20多个著作权呢，从不同的场景里面，把它形成了一个AI过后，去申请的。

一般来说，我们在服务这个公司为什么会找到我们？它是什么一个流程被我们服务的？首先，它当时找到我们的时候，第一步，我们一般会给它做一个咨询分析，咨询顾问的分析。比如说，它的

这些公司，它有很多的部门，而且公司的体量都很大，有很多的些事情。

你可以看到左边实际上是老板的一个需求，我们一般作为FDE就需要去翻译他的需求，你需要把他的需求设计成真正AI能够落地的方案。这个里面呢，实际上就有好几个FDE视角的方案。比如说左边呢，实际上他说的是一个。销售跟进，太乱了，客户很多离职了，他搞不清楚。老板他一般不会说我要个什么AI的，他只会跟你说一个他的需求，他的痛点，他说哎，我们公司遇到了这些事情，或者我现在招到了很多销售，比如我现在公司一两百个销售每个人的月薪可能是大几千，然后我一个月要花这么多钱去养这些销售，那这些都是他的对应的一个痛点，那我们作为一个FDE的视角，一般就会围绕着这个去给他设计相应的方案。比如说你会去设计什么呢？比如说我们可能会基于他的这个痛点，给他设计出一个这种CIM加AI的销售辅助的这种助手。

第一个是管理他客户的线索，让他。不管是离职还是交接都好去搞定这个事情。第二个呢，是让他的所有的话术能够沉淀下来，比如说做一些AI的自动应答， AI的自动回复，或者AI的话术的拆解，让他现有的销售话术变得比以前更好。第二类的呢，是比如说客户他又说，哎，我们现在公司每天要拍好几条短视频，这个部门又是5个人在负责这个事情，我作为老板，有时候还要我作为IP出镜，但是我天天又没时间，我还要搞公司那么多事情，我还要陪客户吃饭呢。那这个时候，我们就可能会针对这个需求，你翻译到FDE里面去，你可能会。打造一个什么东西呢？你可能就会把他的这个东西落地成一个AI的内容的工作流。比如说你会，一个内容它可能会有很多个流程嘛，比如说它一般会从选题，拆解，可能会从文案、脚本，到视频的内容，到视频的发布跟数据的分析。那在这

整一套这个流程下面，我们就可以把它变成一个AI内容自动生产的工作流，它每天就可以AI自动的去网上去搜集它同行的热点。

所以我做一个总结，作为一个FDE，客户来找我们购买的是什么呢？其实他购买的不是AI的能力，而是他想买的是一个他可以验证的业务的变化。他想要一个结果，这个结果到底是能让我成本更低、人员更少，还是说我的某个部门效率更高、业绩更好？所以AI它不是客户购买的结果，是我们AI是我们交付这个结果的一个手段，而客户真正购买的是FDE能够给他带来项目结果的一个变化。我的分享的话呢，就到这里先结束了，谢谢大家。

什么是FDE？包括FDE大家如果转型做FDE，它有什么样的能力模型？它的业务模型？还有的话就是FDE的六层商业模式，还有最重要的就是什么呢？企业化有哪些场景是适合被改造的？都在下面的课里面啊，包括我们到时候也会请岳洋老师到我们内场来做深度的分享，给大家一分钟的时间，赶紧拍一拍，拍完我们就开始访谈岳洋老师了，如果想听内场的，拿内场FDE的峰会门票的，我们今天已经有将近700位伙伴报名成功了，我们预计邀约1000位伙伴，1000位伙伴，因为这个呢，现在FDE呢，今年是一个认知普及年，明年呢是我们的叫做什么呢？诶，刚刚我说的是什么去了？明年是什么年？明年是FDE元年，元年就是你会发现整个企业AI改造的需求会10倍速增长，明年。

今年其实很多企业还处于一个什么状态？我需要做AI，但是不知道从何做起，岳阳老师是不是这个逻辑？所以他们会大量的上些课，买一些工具。但是买回去以后发现没什么用。上完很多课以后，发现只是提升了认知，但是企业化的叫做落地还是没做成。所以明年很多企业的需求就会逐渐归于理性。

在这个里面呢，其实常见的大部分公司其实就是几类核心的需求。就是第一类的核心的需求呢，是比如说他的公司的组织，就是他需要去降本增效，他需要优化他的人力啊。或者是优化它的效率啊，或者是降低它的成本啊。就是有很多的这种部门类的，就是你会把传统的部门给它AI化，就是类似于人事啊、行政啊，或者是一些不同的。

那第三个呢，就是比如说他会有一些销售的体系，比如他会有私域，他私域上会有各种的客服啊、销售啊，他有大量的产品的材料，或者是销售的话术啊，那这些端口他也可能会有作为爱好，我觉得最典型的可能是这三类比较多，那其他的也可能会随着一些行业的变化，比如说制造业可能有一些制造业很特别的需求，那我们就再另外再再讨论。

因为实际上这里面你对接企业，他有很多的琐碎的事情嘛，就是他要跟你去亲自对接啊，或者是他要跟你梳理一些材料啊。或者是，所以实际上大部分，其实我认识的大部分做的好的，他都处于一个说是缺少交付人员，他不认为说没有客户，他觉得他到处都是客户。那。

对你是这样子啊，因为岳阳老师确实培养了很多FD，他也看到了很多，比如0到1的转型的呀。或者是以前做IT做技术转型的呀。或者呢现在可能把自己的业务模型做升级的啊，就你看了这么多人。你觉得FDE是不是大家都能做的？第二个的话， FDE的能力模型是什么？

我觉得我现在觉得现在很多老板想推动这个事啊，我觉得他是一个这样的思路，以前的是一号位工程，就老板自己学，然后自己去落地。但你会发现AI现在落地，它不是靠一个人，它靠个团队，你知道吧？所以他现在就改变一个视角，第一个视角就是说，你先直

接给我做一个东西出来，符合我企业的。所以做定制化，你明白吗？我以前是学，我自己回来做，但是会发现。这个落地它是有差距的。那我就找一个团队，找个FDE来合作，这第一个，第二个，你直接给我培训团队，你知道吧？因为未来落这个东西是团队协同去落的。不是我一个人落的。然后当东西做出来了，团队协同也起来了，然后倒推老板，他自己可能也跟着这个节奏上了。是一个这样的链路啊。

为什么呢？因为今年所有大模型公司都是从C端市场转战B端市场，什么意思？在前几年，大模型公司都在做C端的市场普及，甚至市场教育，还有客户，但是发现一个问题啊， C端客户是不充值、不消费、不消耗token的，所以C端客户都是亏本生意，很多的大模型厂商是希望做成下一个电商平台，下一个某音平台，下一个某信平台，但是呢，其实是现在还没办法实现的。

所以今年所有的大模型都要从C端转战B端，因为B端市场才是真正的付费市场，我会为定制付费，我会为我的服务包付费。我会为这个叫做充值付费。我会为流量付费，甚至我的使用场景都是这个叫做高价值场景，都是消费场景。比如说生图的场景、生视频的场景、业务流程的场景，这些场景在C端是不会发生的。

所以大模型公司现在也都成立自己的部署公司，今年都要落地到企业当中去。让企业当中真正的实现AI真正的业务落地和本地化部署。那这个事情谁来做？就是FDE，在做，所以我们认为明年是FDE的一个爆发之年，是FDE的元年，因为明年的企业化的AI改造的需求会蓬勃发展，所以这里面有非常非常多的信息差，还有认知差，如果大家想要了解的，我们上5个链接吧。下场之后我们真的就福利不多了啊，各位

你错过的没关系，掌门把这些东西我都给你们准备了， 12个小时满满的12个案例， 12个FDE的回看，我全部给大家准备了，我把回看全部给你们啊，你们不就不要有损失厌恶了啊，前面没有看到的伙伴我都给大家，你们是可以深度的了解一下，因为现在你要深度了解这件事，核心是你要有足够多的案例，足够多的视角。

重点讲FDE的商业模式，对AI改我觉得三种类型的伙伴可以听啊。第一个就是你自己现在就是老板转型，原有的赛道不好做了，你老板转型是可以的，因为你懂业务懂赛道，其实转型FDE是特别好的。第二个的话，你以前是业务能手，职场高管转型FDE的。

我们会在内场会再来深度访谈这些FDE的专家，马上我们就要请下一位嘉宾了，大家现在还可以拍，我们现在链接还可以拍，等一下下一位嘉宾上场的时候，链接就下去了啊。下一位嘉宾呢，是做出海这个细分赛道的，他叫做厂长啊，因为出海，所以就是个厂长了啊。然后有12年的出海实战经验，前500强的海外市场负责人，辅导过100多家企业做AI方案落地，你们熟悉的一些企业，比如说汤臣倍健、九阳豆浆都是他的客户。他最拿手的绝活就是做外贸全链路的AI销售系统。还有从线索的获取，再到客户的成交，全程都是不需要真人的，就是数字化员工去实现。所以出海这个板块，我们这次只邀请他了啊。所以今天他会来讲出海企业FDE的实战案例的拆解，来欢迎船长啊。欢迎船长。欢迎船长，你有话筒没有？

可抄的作业

1. 用"老板需求 / 落地动作"两栏，把手上一个客户的原话整理成一张翻译表。

2. 把报价绑定到"业务变化"上，而不是绑到"功能数量"上。

3. 记录一个人公司最怕的事：在哪些环节你没有流程，只有自己。

5.6

厂长（周叔）：出海赛道的 AI 落地，与"用 AI 的五个阶段"

三句核心判断

一、用 AI 分五个阶段：哇塞期 → 数字人期 → 内容工厂期 → 全员上手期 → 重构爆发期。 这是他自述的完整路径，也是本书组织篇的骨架。

二、最重要的"神之一手"是把机器人搬进工作群聊。 这一招成本为零，但解决了"员工愿不愿意用"这个最难的问题。

三、上传了文档不叫知识库。 他给出了全书最广为流传的一句纠偏。

编者提炼：厂长是这场峰会里交付细节最丰富的一位——他有具体的数字（一天 10 条视频、月获 2–3 万客资、200 个智能体、70 万字提示词、人效翻三倍），也有具体的失败（数字人期因为"没有活人感"而全面停止）。他的分享证明了本书反复强调的一件事：可验证的结果，永远来自可拆解的动作。 而他最大的贡献是把"组织怎么改"从口号变成了三个字：搬进群。

人物卡 · 厂长

出海赛道的 AI 落地

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

这个场景是什么呢？哎，我们这家企业做了我们的数字员工，落地之后。他们的老板跟我们正在开会的时候，客户突然跑到工厂去问了，他们老板就很纳闷，工厂的大爷啊就在问，哎，到底为什么？你们谁派来的客户啊？两个三个俄罗斯人到了企业都没有去，都没有人去接待，到底谁的客户？所以他们把这个消息发在了公司的群里面，到底是哪一个业务员叫的客户到工厂来了，都没有人接待。后面老板查来查去，结果查懵逼了，最后的结论是什么？是我们给他们搭建的这一套海外的agent的销转系统，把他们的客户。

约到了工厂来了，结果AI是给我们的agent，是给我们的员工同事是发了一个信息的，但是因为我们当时正在开会啊，大家没有看到这个信息，因为他的消息发在Whatsapp上面，这个里面其实是一个什么样的典型的例子呢？就是说我们AI的应用落地的效果很快，但是人还没有感受到，第一次发现我们的AI把客户，把俄罗斯的三个客户约到了工厂，结果人还没反应过来，还没接受这个流程，这个就是第一个我们客户来讲的这个小案例，作为我们整个AI。 AI agent的它在销转私域系统里面所能呈现的结果。

介绍客户的这些信息，比如说我是工厂，我介绍我们工厂的厂房多大，我们生产工艺是什么？那这个时候客户刷到这个短视频，就会点击进去到我们的，大家看到中间这一幕了，就是我们海外的某信，我们叫WhatsApp，跳转到WhatsApp里面呢，我们就会，我们的业务员，中国的外贸的经理，他就会去跟客户去进行咨询，客户就会问，哎，你们家工厂这么大，有没有这种类型的产品，比

如说你们做杯子的，这种杯子你们能不能生产？我们要1万个，诸如此类。这个就是整个外贸，我们通过社媒获客的场景。

最后呢，我们其实FDE其实给他们最终创造价值是什么呢？我们做了海外私域的销转系统，这个销冠的agent，我们萃取了他们的销冠的聊天的技能，搭建了他知识库。我们最终的结果是什么呢？前面看到第一个我们第一个老板出来讲的视频，案例里面，这三个到工厂到访的客户，其实已经成交了4万美金的订单。还有目前有100万的有些是打样的，有些在询盘阶段的。其实做B to B的同事可能会相对比较清晰，特别是海外，它的获取线索到成交，包括像你的资质的验证，包括像一系列的MOB啊，一些聊天的它是链路比较长的，但是我们在两个月内取到这样的结果。我觉得是非常的有效的，这个工厂带来的增长也是非常可见化的。所以我觉得这个就是我们讲的前面的两个故事。我们通过FDE，我们通过驻场服务这些企业，给他们实现的成果。

然后下一个问题，各位，大家如果有想要问厂长的，直接评论区提问，因为厂长不仅自己做FDE，做就是出海相关的FDE，本身自己还是出海相关的老板。所以相当于厂长是自己先把自己AI化了，然后又把这一套AI化的经验，赋能给很多同行，变成了一个新的业务。厂长把问题给到船长这边，那下一个问题哈，那船长你这边现在做，假设有一个新的客户。那你这边有没有一些比较体系化的方法论，能够让，想做出海老板能够确定性拿到结果的的一些招式呢？或者是方法论呢？

其实我们整个，我觉得在企业AI落地这件事情，我们自己其实有一个方法论，就是说，其实第一个逻辑，其实我们会做一个轻度的咨询，就是你录取之后，包括像前面。案例里面讲到的，我们会。去跟老板去做一个深度的访谈。去理清楚他的痛点和他核心的

需求是什么。这个是不是一个真的需求？因为我们会发现你在为什么做这一部分呢？只跟老板一个人聊了，所以你会发现他的很多核心需求，在他的视角不一定是真需求。做完做完这个访谈之后呢，其实我们会圈定这家企业有哪些地方是我们适合去改造的场景。然后我们会基于这个场景，我们通常只选一个场景。只选一个场景。

所以FDE它是一个，不是说光一个人。而是一个两到三个人的小团队，精干的小团队。有人，应该就国外叫Alpha。Delta，有人在前端跟客户聊天，你会聊天吗？你能够把一个工作流梳理清楚吗？你会，你就能干。我们去再去思考怎么去用AI的方式把它流程化，工作流化，以及如何用Coding。如何用代码以及如何在安全性，在并发数，在自主叫自主权、安全性这一块，来去做到万无一失，那双方的配合一起完成交付，不是一个人完全六倍型战士。

最后，我除了有3000万的。白领英语私域之外，还有40万的高净值老板私域。我的私域来的，能不能，我的娘家人，这是我的一个大概的介绍，更细节的图片啊，内容啊，就是在PPT上面。我现在在去年的时候，公司有三四十人，然后我们的核心。的产品就是帮老板卖高客单，在私域批量卖高客单。一单我们100万，干嘛呢？帮对方做他们的高客单流量成交全案。

上面PPT全部都是我们的百万客户。本次我们的掌门的FDE年度大厂，也是由厂长团队来做全程的幕后的操盘。这是我的百万级的业务，同时我也教大家怎么去在私域去批量做高客单，我也有一门大课，三天的面授大课。一门课收1.68万，我目前有将近万名老板来过我的线下。OK，这是我大概的背景。但是今天我不想谈太多跟私域啊，跟流量啊，跟成交相关的内容。

AI在你的工作流当中，它扮演什么角色？哪些地方要有活人感？哪些地方应该自动化？我后面有个口诀，你们一定要全程听

完，我们第二个关键词叫活人感。这是我在第二阶段数字人期，我的一个踩坑和我的一个关键转向。那第三阶段，到什么阶段？叫内容工厂期。内容工厂期，数字人退场，但是一个新的工作流开始进场。

我们下一页叫内容工厂期，在内容工厂期，我们实现了怎样的一个结果呢？我自己为了避免数字人的。感觉，我们不再用数字人，而是用黑板短视频，因为黑板短视频是无法用AI去合成的。黑板短视频我做到结果是，剪出180条的3分钟的5分钟素材，剪成3分钟短视频，卖我的前端引流9块9的课程。这样的一个，这是我的台前，而我的幕后，我在我们内部。用一个模型，写了70万字的提示词，用了200个智能体，搞了200个智能体， AI写。而我们之前其实是有一个文案团队的，甚至还在扩张我的文案团队，上面都是我的一些物料哈，大家看一眼。

这一个权益安排我们的福利好不好？还有，还有。第一个，就是我们会有一个四天的系统课，大概是会在下个月的中旬就会开始。我们会给大家系统的去讲一下什么是FDE，以及如何转型FDE和你做FDE有哪些商业模式，给大家完整系统的拆解一下啊，因为今天呢我们说实话也邀请了非常多的嘉宾，大家看到了很多的案例，也打开了认知，但是你自己要怎么去做？你第一步、第二步、第三步怎么去做？结合你现在的客户资源，你要怎么去做？我们在系统课里面给大家详细的把流程去拆解一下，然后很多的同学可能是刚进来5分钟或者10分钟或者刚进来半小时，哎，听了多久可以打你的数字

其实说实话，在第三阶段，我用上这个AI变成一个内容工厂之后呢，我一开始是捂着用的，我其实不希望团队知道我用什么模型，用什么什么方法能够建立起我的内容工厂。因为这个东西，这

个认知太哇塞了。但是后来我的团队成员，我告诉他一些用法之后，他给了我一些反馈。让我意识到，原来一个CEO一定要让团队一起把AI用起来，因为他一定会有一些人。在一些领域用AI比你还溜。

这个阶段，老板，如果你让全员用上了AI，你会发现个问题，就是团队每个人都用AI， AI的token费用在涨，但是团队的效率提升是有限的。你的账单多了百分之二三十，但是团队的效率也只提升了10% 到20%。各位，人人都用AI不等于组织变高效。各位，到这个阶段可能离大家还会有点远，但是我想说你们一定会到那一天，我就经历过这样的一个阶段，全员用AI，全员都在消耗token，但是大家都只是在表演用AI而已。当时我跟我的合伙人一起在讨论，我们在思考究竟怎么样让公司真正成为一家AI native的组织。我问了我合伙人一个问题，我说咱们现在我觉得有问题。如果说我们应该这么去思考，如果我们现在从零起盘去重新做我们这家公司，需要几个人？我合伙人当时给我的回答，以及我的结论，我们出奇的一致。我们当时三四十人团队，四五十人团队。看上去人很多，但是如果我们从零开始去构造，去重构我们的组织跟业务，需要几个人呢？需要不到10个人。在我们当时发现这一点之后，我们就对公司做了一次重新的重构。我们发现大量的工作都浪费在协作上，开会对齐， 2小时半天就没有了。而且人越多，其实说实话在沟通上消耗的时间就越多，所以我们把我们所有的组织。

工作部门重新梳理了一遍，做了一次内部的全流程FDE。各位请你们打出来，这就是我肖厂长在AI的第五阶段重构期，拉我的团队，我们的核心骨干做的一个事情，叫内部全量FDE。我等大家10秒钟打出来，内部全量FDE。内部全量FDE。

AI落地法，给大家看一眼哈，我们个人三步，团队三步。个人三步，语料力、提词力、审美力。团队三步，基建力、杠杆力、重构力。给大家看一眼，我们全部的PPT，今天真的没有时间讲了，但是我想说，这里面每一个步骤都有很多很多哇塞的干货，我们实战踩的坑，我们帮百万级企业去做落地要注意的关键细节。各位想不想学？今天我的时间不多。

OK，第五个叫做终局的交付能力，就是你最终要把你的东西，不管它是个视频，它是个skills，它是个流程，它是个方案，还是一个agent，交付给给客户，能让客户接受的能力，这其实就是我们判断一个好的FD的标准。当然啊，如果大家刚刚入FD这个行业，或者想要入这个行业，我们会觉得你不需要具备5个能力，但是你至少要具备一个、两个或者三个能力，但是你可以往这个方向去努力，这样子你才能成为一名优秀的、的、能接到单、能够交付好客户的FD。OK，我们还有一个标准，就是我们要从FD要变成一个FDT，也就是一个教练。这里我不展开说，我们来回到我们的这个案例，我花几分时间给大家讲一下我们的案例的这东西。其实这是一家头部的消费品企业。OK，这家企业找到我们的时候呢，其实他们给我们说的其实就是他们的内容供给已经成为了他们电商增长的瓶颈。那这里面有几个痛点啊？第一，产能跟不上，因为过去啊，他每个月都要几千上万条视频，而且这种视频不是大家所想象的切片式或者是一些混剪式的视频，他要的是优质的视频。他要几千条优质视频，再加上，就是几万条这样的混剪视频来满足他的增长。

当然这不是一步到位的，这是需要一个一个步骤的，OK，那我们再看到，哎，整个我们回到我们项目，就是投放数据的这个反馈链路，从千川的，从某川的投放，到数据的归因，再到高光的识别，再到结构的拆解，再到复制的复刻的完成。你别看这里好像就是5个步骤，真正我们去做产品落地的时候，实际上它是有很多很多

的一个系列的，OK，我们再来看一下我们的整个，接我们上个月月底做了一个汇报，整体大概来说，我们重新按照我们整个梳理后的逻辑吧，我们大概产出了四五十条视频，我们整个的数据，还有各方面的数据的一个数据增长呢，是超过了30%，是31% 的样子。我相信我们后面给客户继续的去落地，拿着更好的爆款视频的数据抓回来，再去生成好的视频，再去循环去投放的时候，其实是可以拿到更好的数据的。这就是我们的一个小的案例。

但是我想说，这一条视频就在我视频号的第五条还是第六条。各位，如果你们公司内部有很多这样的流程，一定要去做FDE，帮你实现自动化。如果你公司有很多内容生产流程，一定要做FDE自动化。如果你公司有很多销售的流程，销售的团队要管理，销售的录音要听，销售策略要制定，一定要用FDE自动化。

OK，非常高兴来跟大家去分享一下我们过去的一些AI落地的一些经验。老朋友新同学或者是说有关注过我的粉丝，帮我上一下人气票，感谢感谢。你看一看就知道老同学了。我快速的给大家做个自我介绍，今天我会跟大家去分享一下我们注意一个非常实战的一个案例。因为刚刚已经有非常多的老师给大家分享了关于在FDE这一块的一些经验，我呢会不太一样，我就直接把我们的案例非常详细的。拆解给大家，它是一个我们为留学机构做的FDE，就AI赋能的一个案例。

可抄的作业

1. 对照五个阶段，判断你自己（或你的客户）现在在第几阶段。

2. 本周就做一件事：把 AI 机器人拉进你最重要的工作群，然后观察三周。

3. 检查客户的"知识库"：用 20 个真实业务问题测一遍，看答对几个。

5.7

白先生：用 AI 重塑内容与商业

三句核心判断

一、公司的 AI 化不是老板的一言堂，而是全员的一场。 这句话是本书第二篇关于组织的核心结论。

二、只有团队文化和价值观建立起来，才算是真正的 AI 公司。 他把"文化"抬到了与技术同等的位置。

三、AI 时代的红利，是每个人的时间的红利。 这是他给出的一个关于 AI 价值的重新定义——不是替代人，而是把所有人的时间价值抬起来。

编者提炼：白先生的分享篇幅不长，但判断很集中：AI 化的终点是组织形态的变化，不是工具安装。 他这段话对制造业老板尤其有针对性——很多老板把 AI 当成"上一个系统"，而他的观点是：如果全员的水平与时间价值没有被抬起来，那么你只是多了一个工具，不是变成了一家 AI 公司。

人物卡 · 白先生

用 AI 重塑内容与商业

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

所以这是我们的经验哈，我们也给很多的一些企业做过赋能，像无忧传媒，新媒体学院，包括深圳的美业的头部阿兰迪蔻君娜，以及像清华曾经聊商业等等的这些，包括MCN机构，包括IP老师，我们都给他们做过非常多的。 AI板块的一个落地应用，这个是我们的陈婷老师，美业的兰蒂蔻君娜，美业的伙伴也会用我们的AI的应用去解决他们的做流量、做内容的问题。包括这个是我们的留学机构，优和国际，给他们为我们付费， 10个W来做这个企业的培训。

OK，那么其实我今天长话短说哈，主要来跟大家分享一下如何去做好FDE的企业。可能现在很多同学还不是特别了解FDE这个概念。其实我觉得这个事情不用想的太复杂，你可以理解为23年的时候， GPT这个概念，GPT这个概念你根本也不知道，你没有接触过，你，但是你知道很多人都在提，这个是干什么的？能不能用一句话表达清楚？很简单。

前沿部署工程师，但事实上呢，我们不喜欢用技术的语言，只要跟大家讲，你能够帮助企业实现业务链条的AI化，数据组织架构全面的AI化，其实就是一个FDE，就可以了，你这么理解就可以了。所以本质上有点像我们什么呢？有点像现在的操盘手帮企业做短视频，现在的一些营销顾问帮企业去做营销板块的咨询，它是如出一辙的，那具体我们应该如何去给他们赋能呢？其实有几个很核心的点，第一是大家需要。清楚的去帮助企业去梳理他们的需求，他们的业务痛点，接着考验的是你自己如何帮他们去做方案的设定，再到定制化的培训跟赋能。这是大家需要区别的，但这个业务板块其实最适合的是什么样的人呢？你本身有业务认知，你对AI感兴趣，你就非常适合做这个事情。说白就好，我就是个非常典型的代表，各位，我不懂，我不是技术出身的，但是我能够把AI用的很好，并且帮助很多的。 IP老师机构也用得很好，这就，其实我们就是FDE的一个前身。啊哈，OK，所以我今天会给大家比较详细的去

分享一下，我们是如何通过AI去帮助一个留学的机构，类似于以IP获客为主要渠道的企业。

基于这些组织架构，我们会去很详细的给他们梳理他们各个部门之间的痛点。每个，比如说像教学部门，老师需要大量的时间花在做教案上，而且呢他们需要调用大量的资料来辅助他们，做教案的效率很慢，那这是他们的一个痛点。OK，我们基于这些痛点，我们是。如何通过AI去解决？用什么AI工具？用什么模型？用什么工作链条能够辅助他们从每次做教案需要花一天的时间，到现在可能半个小时。包括我自己也是经常做PPT，做内容的，以前是需要三个，可能是三天的时间才能做，但现在我们做PPT的时间可能只需要短短的10分钟，就可以做出一个非常完整，达到80分、 90分左右的教案出来。这个是他们的一个需求，所以大家。

在做FDE AI赋能的时候，你第一步最重要的是把各个业务部门的痛点了解清楚，并且提前去设计解决方案。因为大家不要觉得说以前的培训可能更多是一个科普，一个认知的对齐，一个简单的实操，但是它没有成果。而现在如果说大家对FDE感兴趣，那你要考虑的，我这三天能不能帮他们去做解决方案？所以这个是我们在做企业培训的时候。我会考虑到的一个非常非常核心的一个考核的标准。因此我们会把各个业务的痛点提前的拿到手，然后提前的去做解决方案的设计，接着才是制定3到4天的培训，我们应该每第一天、第二天、第三天应该做什么？比如说第一天会有一个基础的认知，下午会有提词器，包括智能体的打造。晚上我们会干嘛？晚上我们就会带着各个部门，基于今天白天的学习，再基于他们的业务链条来进行1.0的解决方案的。

比如说像IP的内容部门，跟他们的团队一起共同打造了围绕他们做流量、做内容、拍视频的整个全系列的智能体的一个工作链

路。这是他们其中的一个部门做出来的。还有很多哈，包括像申请部门能够调用各个国家的各个学校的一些资料。来帮他们做申请的方案。

我跟大家讲，我们现在其实是不需要去刷选题的。我们让AI去刷，我们让AI提醒我，诶，他有，老师有一个选题爆了，内容很好，我们就再考虑去刷。光是这个细节，其实坦白讲，我们比大家要节省的时间要多了很多。因为平时大家团队在刷视频啊，找参考模板的时候，他是不是得花个大半个小时？现在我们已经不需要干这种事情了。OK，这就是个非常小的一个细节，但是它会把企业的利润、人效提高的非常多。OK，而且呢，我们会在，到了培训的第三天，我们刚刚讲了两天的时间里边，有基础的认知，有底层的。方法的学习，晚上就专门针对各个部门的业务痛点来做解决方案，我们会现场给他纠正，给他调整思路，包括执行层面的一个效果。相当于你理解为，如果说大部分的人通过AI去调整出来的业务解决方案，它只是在五六十分，那么我们就现场帮助到这个企业的伙伴，直接拉到80分、 90分，这就是1.0的版本。我们在第三天，这个东西非常重要，我们会在第三天的时候让。这个企业，这个机构，留学机构各个部门的负责人来告诉分享他们的一个解决方案的成果以及效果，包括后续要改进的方向跟思路。这个时候各位，所有的部门是不是都能够互相知道每个部门之间的一个解决方案跟成果，能够达到非常好的一个交流。而且这不是一场简单的，展演，展演自己的成果，而是我们为了企业去种下一个新锚，就是企业AI化的文化新锚。

能够让每个部门都知道各自在用AI做了什么事情，能够互相的去挑战，互相的去学习，这个非常重要。包括像我们现在，其实我们公司也会每个周三都会有这种类似于内部的AI应用的一些分享。只有团队文化建立起来，价值观建立起来了，才是真正的一个AI的

公司。这是我想分享给大家非常非常重要的一个部分，大家认可吗？就是公司的AI化，它一定不是老板的一言堂，而是应该全员的一场。变革，变革，把自己，老板把自己的时间价值单位做高，团队把自己的业务能力，包括经验沉淀起来。

所以每个大家要记住我们一句话，就是AI时代的红利是什么？AI时代的红利是每个人的时间的红利，你只有通过AI把所有人，全员的水平、时间价值都拉高了，你才能够真正的实现AI化。这个才是真正的一个目标。OK，在第三天的我们的整体的培训跟定制结束之后，我们还会基于老板给他去做一个一对一的复盘报告。因为我们需要大家去知道，老板可能要清晰的知道每个部门现在AI化的进程怎么样，会有哪些卡点，可能未来会出现哪一些风险，我们都要非常负责任的给这个老板进行一一的复盘，以及提供后续的公司的AI化的建议。

这个是作为，我觉得作为一个FDE一定要负责到底的这么一个动作。包括什么呢？包括他们的老板。在后边的过去的，比如说大概过了半年吧， 6个月之后，他又找到我们再去进行AI迭代的学习，所以呢，有来到我们公司去做一个非常深入的一个交流，以及说我们再去帮他迭代一些AI的工具，比如说现在的AI的机器人，我们开玩笑说已经能够已经能够去生AI宝宝了。在未来，其实每一个岗位部门，他都需要有一个AI的。宝宝， AI的机器人去帮他干活。而且为什么我们叫做AI宝宝呢？因为你要养他，你要去教育他，让他长大成人，成为一个未来无可替代的一个存在。也就是为未来我们说5.0的阶段，一个全新的AI组织，就是只有AI员工，甚至没有真人的一个组织形态，是大家可以去期许的。

OK，所以说以上就是我在留学机构的板块，给大家很详细的分享，我们是如何通过。三天的时间，之前我们准备了什么工作？在

三天的过程当中，我们是如何给他们去做培训、定制化、赋能，去解决他们整个企业的AI化的一个进程的详细的流程。所以其实FDE是为了为企业重新去出发，让企业全面的去拥抱AI时代，这个是我们希望给大家去做的分享。那我今天的我这一趴就分享大概到这里，大家有问题可以提问题啊。

哈哈哈，哦呦，我都颠覆我的认知了，因为我以为还要分享很长的时间，马上进入到访谈了啊，来我们的白先生往这边坐，给我那个提问的框架啊。我跟大家讲啊，白先生我们认识很长的时间了。

我们最早在做IP操盘的时候， 2023年的时候，白先生就出道了。所以当时他在AI领域就非常有影响力。包括有自己的用户资源。这几年可能有很多的人起起伏伏，但是白先生一直都还在一线。活着。活着，所以他呢是既在做业务，你知道吗？在做一些FDE的业务啊和企业内训的业务，同时又是把IP做的非常好的。就是我觉得现在能够叫做双驾马车同步的人，我觉得很少。就既在自媒体上很有影响力，IP做得很好，同时呢又做落地业务做得很好的人。

有多少人抢单？有没有想听白先生内场的？今天真的时间很有限啊，今天白先生带着他已经，他是在一个线下课的现场来这里的，他在给企业做内训，然后今天我这个场，赶过来，带着整个团队过来。

内场好吧，来分享，我说了，今天这个内部场是这样子的，我们会。今天外部呢，我们是一个12个小时的大的峰会，有很多的内容它还是碎片性的，但是到了内场呢，它是系统性的。我们系统性，因为FDE这个职业呢，现在它是一个刚刚出台，刚刚打爆的一个职业，现在其实是市场化的普及还不够，包括呢这里面有很多的

赚钱的门道和商业化的逻辑，其实大家都还是不知道的，所以我们做了一个内场的系统课，会讲第一个什么是FDE？第二个的话就是我们FDE如何转型FDE？你今天是作为老板怎么转型？你作为行业的业务能手、高管怎么转型？你作为一个toB的创业者，之前是做咨询、做培训的，这些业务怎么转型？我们都给大家深度的拆解，包括现在企业化的哪些场景。

我我这么讲吧，就是现在有很多你们看到的AI博主，他早期的启蒙课是在他这里上的。为什么呢？我都不说说白先生一定是比他们更专业啊，但是我讲的一个点什么？白先生做的足够早，大家能明白吗？他2022年就开始研究这个东西，给无忧传媒培训， 2023年就开始做IP了，三年持久战，现在还在一线，你想想，该服务多少客户啊？该做多少培训啊？而且现在有很多头部的IP都是请白先生再去做内训的，所以我把别人要向他付费的内训，我给你们采购采购好不好？反正你怎么都要抽时间来。

上了5单啊，刚刚西南在问，我们回答一下问题吧，就是，FDE是什么？是啥意思啊？就是现在企业的最后一个公里， AI最后一个公里就是把AI技术落地到企业当中去。怎么去落地？需要一个职业，需要一个人设，这个叫做FD。 FD是懂业务又懂技术，是大模型公司跟企业的一个连接的桥梁，真正把AI的落地落地到企业当中去。

但是今天很多人说为什么大模型公司自己不做？因为大模型公司没有时间做，而且他也没那么懂业务，百行百业，隔行如隔山，所以需要的是真正懂业务，你有业务经验的，所以这个职业就叫做FD。如果用官方称呼叫做，前线部署工程师，但是你说的说人话一点就是。

就是帮企业的整个业务链条全面的AI化。包括组织架构啊，数据库啊等等的全面全链路去提效。

就这个逻辑，就是把AI技术落地到企业当中去的那一个操盘手，就叫做FDE，大家想对这个赛道是今年是一个爆发型赛道，你知道吗？今年没有什么地方在爆发，没有什么地方有10倍速增长，但是这个领域有10倍速的增长，所以你想了解什么是FDE，包括FDE，它有什么样的商业模式？有哪些企业的场景需要被AI改造的？我们有一个内部的闭门课给大家详细的拆解，在10月份，在10月份啊，除了掌门以外，我们还会邀请像白先生这样的FDE和专家进来做深度分享，送内部的分享课只有今天啊。只有今天，明天我们不会直播了，先说一下，明天不会直播了啊，今天是我们的大场，白先生马上就要下播了，所以大家如果想要拿到白先生这个福利的，除此之外，我们今天还有两个福利，第一个福利的话，今天12个小时的直播的所有的回看送给大家，直播所有的回看送给大家，因为今天可能前面还有伙伴没有，没有看的啊，但没有关系，我们帮大家录制了。

我们这一次呢，特别邀请了白先生，在内场会做一次两个小时到三个小时的深度分享。我跟大家讲一下，白先生他特别善于把一些深奥的词汇和一些逻辑，用大白话的方式给大家讲透讲明白。他的学生当中很多是转型的，很多是小白，以及很多是老板。

今天他要讲的一个主题就是模型天天变，到企业靠什么拿到确定性啊？他也很少做直播，因为他以前都是写长文，所以他在公众号也有非常多他的铁粉。我不知道大家认不认识楚川老师啊？我们热烈的欢迎楚川老师。欢迎楚川老师。哈喽哈喽。第一次，可能今天很多人，你们拜读过他的文字，但是没见过他的真人，没想到真人啊，是一个很敦厚的。

可抄的作业

1. 用"全员的一场"这个标准自查：项目里除了老板，还有几个人真正在用？

2. 找出一个"能被组织感知到"的变化，用它作为文化建设的抓手。

3. 把 AI 的收益重新描述一遍：不是省了几个人，而是每个人的时间价值被抬高了多少。

5.8

楚川：模型天天变，企业靠什么拿到确定性

三句核心判断

一、每个流程全部拆成极细的 SOP，不是做内容、做创意的思路，而是做一个系统。 这是本书第三篇第四步的原话来源。

二、选择自己最熟悉的行业。 他给出了场景选择的第一判据，并明确反对选"链条很长、非常理想化"的方向。

三、AI 把整个周期都缩得很短，所以必须快速尽早拿到结果。这是他关于节奏的判断——窗口期的机会属于动作快的人。

编者提炼：楚川的分享是本书方法论的骨架之一——"极细 SOP"这四个字，是把 AI 落地从艺术变成工程的分界线。 他还提供了一个很好的自检问题：你在 FDE 这个生态里的位置（生态位）是什么？如果说不清楚，说明你可能还没找到自己不可替代的那个环节。

人物卡 · 楚川

模型天天变，企业靠什么拿到确定性

原声实录（精编）

以下为现场原话节选，仅删去直播互动与语气词；为便于阅读，段序按主题做了归并。

下面的三个案例呢，想跟大家过一遍的一个原因是，你看每个公司他在用AI，他的角色不一样，但是为什么AI都能够取得很大的一个效果呢？你看像豪雅门窗现在是抖音门窗的就是TOP1，他就是每次基本上三天的大场直播，他每天都能够卖客单价2到7万之间，能够卖1万单以上的。他们靠着自己的，创始人出来做IP，所有的销售跟上做IP。

在这个过程中，其实我们每个场节环境，四个案例当中，每个场景其实AI给我们加持或者做的方向都不一样。核心是我们这四个案例当中，我们会清晰的告诉AI，我要做什么？我是谁？我的前因后果是啥？我过去做的一些很细节的情况，每个环节的细节，每个环节的SOP，大家的一些knowhow，大家的一些你的一些极致的一些细节，我们都会把它蒸馏出来，交给AI。在这些环节里面， AI就能够把我们很多重复的活，都会帮我们去给干完，这个其实就是。很重要的，所以我的一个总结就是说，如果我们要去干FDE，我们要成为自己公司的齐天大圣孙悟空，我们要拯救自己的公司，让自己搭上AI的这班车。

在工作流上面，其实我们也是。因为我自己是一个老运营，我从创业开始，因为我原来是做科研的，我本硕都是学食品科学，所以我是一个科研人，科研就是讲究所有的流程都是要很细化，有极致的SOP，并且每个人都可以可重复。于是我们在现在的团队当中也是，会把所有的流程全部拆清晰，我们要干什么活？大家怎么干？所有的流程都是很清晰，并且我们团队有新人进来的话，我说我们一个小时要干100张图片，如果你觉得干不了的话，我就会亲自在你的电脑上操作一遍给你看。如果你剪一条视频，按照我们的方式去生成素材。你不能一，半个小时，比如说干10条、 20条，那我亲自做给你看。所以我们都是每个人都可以把所有的工作流程给重复。

最后呢，我们做的所有的营销数据，我们都会去做复盘，每天都会有数据的复盘，然后把所有的数据复盘回流到我们的第一个部分，就是知识库，会把知识库，知识库会指导我们所有的工作流程以及我们的决策呀之类的，帮助我们去做很多事情。所以这就是我。我想说的这个三大板块，我们会把自己的，一些判断能力，一些自己的拿手绝活，会把它蒸馏成AI可以读懂的一些能力，再赋能到每个人身上，就变成了整个组织的一些能力。那至于说到这一张PPT，想跟大家解释说的一个点是，我们如果作为一个公司，作为你的客户的FDE，或者你自己的FDE的话，我们应该怎么样去判？判，怎么样去搭建这一套可持续、可运营的一个经营系统呢？其实我会分成这四个板块我会认为当下其实FDE它是一件未来可能5年、10年都会是一个非常热的一个点。

从经营的维度上面，我们一般现在的交付物，我们可以常见的几种情况，我们可以变成交付物，交付成本的结构，我刚刚有讲到，这个它会随着人力方法论的迁移，它会让我们的方，人力和方法论的琢磨的方向成本。它是可以下降的，可复用，方法论是可复用的。我们现在有很多孵化的那种公司呢，用我们摸索出来这套方法论，他们能够迁移到他的同行里面去，他能够服务他的同行，能够让他方法论得到一些复利，像教，以及收入的结构上面，像我们现在我们给客户的服务的方式，就是我们可以按照素材，按照项目可以去收费。以及呢，像有我们很多过去呢，可能你帮一个客户搭建一套系统，你需要收可能大几百万、上千万的一个服务费。像我们现在我们一个服装的客户，我们可能帮他搭建一套内容生产的一个系统，我们就收20万块钱。但是我们同时我们团队工程师会持续的维护，帮他出策略，帮他出素材的生成的skill啊，帮他搭建知识库，持续的去维护他，帮助他去生成图片，于是他能够持续的去帮

我们去消耗我们的token，然后我们在这里面也能够赚到钱，所以我们在这里面其实是，哎。

整个运营下面呢，是我们的入门的门槛会低，但是呢，双方都是一个互利共生的一个状态，这是其实整个FDE在我们这个过程中的一个具象化。至于说到，如果每一家公司，我们要去改，用AI去改造自己的公司呢，我建议大家的方法是，我们优先选择高频、可量化、有人负责的原环节。在这里面我们可以选择，比如说30天，你作为一个依据，团队当中哪个环节是最痛的？我刚刚讲的四个案例当中，每个都不是说让AI去在它的全流程里面，一下就让这个公司AI化，而是选择一个非常具体的环节，你让AI去在这个具体的环节里面去帮助它解决这些问题。

OK，在这里面想说的是，最后的一张PPT呢，这个环节我想跟大家讲的是，我们自己团队过去做本地生活以及做一些实体行业的项目，我们打很多高客单的项目啊，或者是做一些本地生活，去不断的去。获客的，获线索的项目，以及像刚刚说的我们的做保洁，做上门服务，以及做一些毛利很低的一些项目的时候，那个时候我们觉得说对我们团队，我们觉得像是拿着大炮打了蚊子，产出是非常低的。我在AI时代来了之后，我深刻的思考是，那个时候我们在到家行业做自媒体，做短视频，做矩阵的时候，我们是属于绝对领先的。但是我们说AI来了，我应该选择离钱更近，链条更短的行业，于是我就选择了AI电商。在AI电商的时候，我结合我们过去，我们用知识库去做内容，我们把所有的大家每个环节。就是每个流程全部拆成极细的SOP，不是以做内容、做创意的思路，而是做一个系统，让一家公司实现稳定的一个增长。在这里面呢，我发现，诶，我们从写文案开始，写生成视频开始，生成图片开始，一个一个环节提效了之后，我们就说，诶，我们的ROI好像从过去跟同行一样的ROI1.1变成2，变成3。这个其实就是一个体系，一个系统在

运转的时候，你是能够对抗平台对你的制裁，对平台的一些。大的一个趋势，反而你跟其他人，你做内容，因为我有一套系统去做内容的话，你的图片素材越多，你的视频素材越多，你的脚本库、场景库越来越多，你是全面领先你的对手，只要你的产品、你的服务是没有问题的话，你就能够对同行是实现降维打击的。

我的生态位一定是做AI大健康，因为我在大健康里面拿的结果是最多的，我是最熟悉的，我的本硕都是在学食品科学的，我对于一家公司的话，它基本上全流程我都是不陌生的。所以在这里我想笃定的是，我想跟大家说，我们现在用AI，我们是能够离钱更近，链条更短，我们是能够通过一套系统拿到结果。但是呢，做FDE这件事情它太难了，我们一定要选择自己最熟悉的领域，而不是你去跨一个很远的行业，你去摸索。 AI现在把我们的整个周期都缩得很短，我们一定是要快速尽早拿到结果。之后呢，其实在不断的去迭代之后，我们能够不断的去拉开你跟其他人的之间的一些差距。就像我们现在很多人跟我说，诶，楚山，我发现我们的同行以前在大健康，我们去做种草的时候，大家每个月都会跟我们找同样的达人，跟我们找同样的素人，跟我们拼一拼。但是现在嘛，发现声音越来越小了，核心的是我们每个月的内容，我们的爆款的内容也越来越多了。核心的是，就是我们的场景化越来越多，在这里面发现跟同行之间的差距就越来越大，尽早成功。

第三个业务呢，他们也有培训，但是我跟大家讲一下，楚川老师的培训客单价，反正我觉得，很高。就是挺高的，你们猜一下客单价多少啊？能不能猜一下啊？他们确实有，等下我一会讲讲他为什么卖这么高，你们凭什么卖这么高？我们都没卖这么高。我跟你讲，楚川老师的培训的这个付费是5万块钱，5万，是59800还是5万呢？5万5万。5万块钱的培训。他不做任何的低客单，大家明白这个

意思吗？不做任何的低客单，你先给我说一下，为什么你值5万块钱？你的培训值5万，我要分析一下。

其实我跟大家拆解一下，因为前面我给那个长安老师做了一个访谈啊。其实他们现在AI化就是三个步骤。第一个步骤呢叫做定位，你要找到你的一个切入口去做AI化，就像你去做SEO，你要去找那个关键词一样的，第二个步骤呢叫做知识库的搭建，因为你要做符合你的赛道的内容，你必须要搭建你自己的知识库，这个东西没搭好，做出来的东西是没有真人感，没有活人感，戳不到用户的，知识库的搭建又需要的是企客户化的视角。还需要的是企业化的视角，两个。

第三个步骤，你看没有，定位做完了。知识库做完以后，第三个步骤开始做批量素材的生成。大家听明白没有？其实楚创老师最赚钱的那个业务叫做素材批量化，就是他一次性给一个企业去卖10万条素材，5万条素材，那明白吗？但如果没有前两个步骤，你是做不到素材的批量化，或者你的素材是没有办法基于你的业务场景，你的知识库去做的。

去拍。第一个啊，大家如果今天想要了解FDE这个职业的系统打造的，第一个什么是FDE？如何转型成为FDE？然后FDE的6个商业模式，以及企业有哪些场景可以被智能化改造的？投资人，投资人级别的FDE。为什么呢？因为他在用一个别的模式，别人都还在卖定制，在卖重度开发，他已经把FDE的模式量产了，开始做矩阵化、规模化了，他找到了一个细分的赛道，就是卖素材。你知道吗？他也不卖结果，他也不卖工具，他是专门卖素材。

我觉得曲川老师的课值得大家听一下，我觉得他是不同于现在教AI的人，第一个他不只是说教AI的技术， AI技术其实很多词汇大家听不蛮懂，你知道吗？他有技术的功底，但是同时他有业务的场

景。你知道吗？他有叫做他的三板斧，商业定位、知识库搭建、再加批量化的素材。而且他现在其实本质上，他为什么把培训的费用定这么高？说实在的，他也不靠培训赚钱。人家是靠卖素材赚钱的。能能明白他们的业务物布局吗？他们是靠说实在，找一些好的AI项目做投资，做项目整合赚钱的。所以他为什么培训费定那么高？其实他也是在筛选客户，他不是所有的客户都要服务的，我就特别明白他这套逻辑啊，但是呢，这个东西很有价值，所以我觉得能把AI讲的。说实在啊，底层和技术结合，技术大拿都喜欢听，同时又结合业务讲的很接地气的，我觉得就楚川老师了。所以大家想听的赶紧，绝对我能保证大家听得懂，大家能听得懂吗？如果今天是个小白，能不能听懂你的课？为什么能听懂？你说一下。

他以前是做专升本，做地推生意的。就靠着做地推，然后今年5月份我教他用C- Dance做线索获客，在视频号和抖音。然后就赚了，应该是去年的一年。上班赚的钱的3倍，就3个月。

这个已经拍了5单的。所以我明白他为什么那个东西会这么值钱，要卖5万块钱，你知道吧？因为他是业务加技术的一个结合。他卖是这套链路，你知道吧？卖是这套链路，而且他之前很多收5万的客的客户是什么呢？我前面帮你把知识库搭建了，你知道吗？你后面要做素材分发的时候可以跟我合作，是不是这个逻辑？你看我又猜对了，所以他为什么要很好的去教？因为这个企业他搭不好知识库，或者他感受不到这个东西的威力，他是不会跟他深度合作的，你知道吧？所以他是让人家先做完，我用培训的方式做完0到1，然后1到10的话就直接签约合作，我帮你长时间做素材。

我们也想把楚川老师引进到我们的FDE的平台当中，我们会给他深度开发一套两个小时的深度课，是用5万块钱的含金量来做的

啊。教大家搭建知识库的底层逻辑，这堂课不收其他的费，我们今天因为FDE我们也现在是在在打市场认知啊。

这样子，伙伴们，现在倒计时一分钟时间。一分钟之后我们下链接，我们主讲老师的福利就没有了，还有50秒时间，下完1号链接，赶紧去拍，今天额外给大家两重福利。第一个福利是主讲老师，平时给大家上课，什么？要需要给大家付费，一个人付费5万块钱的，这课程的内容，今天我们把它放到线上来给大家做两个小时的内部的深度分享，第二个福利是主讲老师给IP们从0到1搭建知识库的全流程的SOP的文档，也给大家安排，这样子。

明年是元年。就爆发前。就是火爆到什么程度？到底什么是FDE？ FDE的这个叫做商业六层商业模式，还有你怎么转型FDE？不管是老板转型、高管转型，还有业务能手转型，还有你。你现在做tob业务转型，怎么转型？包括企业化有哪些场景可以被你改造？最后不说了，真的真的。

可抄的作业

1. 挑一个客户的流程，拆到"判断标准"这一列写不出来为止——那里就是需要人机协同的地方。

2. 写下你自己的"生态位"一句话：我在哪个行业的哪个环节，凭什么不可替代。

3. 设定一个"尽早拿到结果"的时间上限，并倒推交付节奏。

八个人的分享到此结束。**如果你只记住一件事，请记住这八个章节里重复出现最多的那三个动作：定指标、拆流程、进群。** 剩下的都是细节。

结语

五年后，与「普通人」的机会

回到最初的问题：这件事跟"我"有什么关系？

掌门在收尾时给出了一个我认为最值得留存的说法——她把 FDE 的机会明确地指向了一个人群：

> 我认为 FDE 是针对所有的普通人——身价不超过一个小目标的普通人，你们去抓住 AI 这一波机会的。

这是一个刻意"降低门槛"的定位。它回避了"要不要懂技术""要不要有背景"这类前置条件，只留下一个变量：你有没有行动。

而在她给出的时间判断里，这个变量的权重非常大：

> 五年后，我觉得 95% 以上的行业，他们的头部企业一定是 AI 应用最好的。

把这两句放在一起看，逻辑就完整了：如果五年后每个行业的头部都是 AI 应用最好的那家，那么今天"谁在为这些企业做 AI 落地"，就是一个正在被重新分配的席位。 而这个席位的门槛，目前仍然是"愿不愿意动手"，不是"有没有技术"。

最后，关于这件事的本质，收尾对谈里有一句判断值得抄下来：

> **其实 AI 在我看来，本质上就是一个认识论的过程——你人怎么样去学习知识，怎么样把你学习到的知识转化成执行，通过执行来去形成这个生产力。**

这句话解释了为什么这个行业目前仍然重"人"：**因为把知识变成执行，本来就是一件需要中间人的事。** FDE 做的，就是那个"把认知变成动作"的连接——这也是本书标题里"起步"两个字的含义：**它不是终点，是那一步。**

---

55 **我认为 FDE 是针对所有的普通人——身价不超过一个小目标的普通人，你们去抓住 AI 这一波机会的。**

— 收尾对谈 · 第十一章

56 **五年后，我觉得 95% 以上的行业，他们的头部企业一定是 AI 应用最好的。**

— 收尾对谈 · 第十一章

57 **其实 AI 在我看来，本质上就是一个认识论的过程——你人怎么样去学习知识，怎么样把你学习到的知识转化成执行，通过执行来去形成这个生产力。**

— 收尾对谈 · 第十一章

58 **我想要的，其实说白了就是隐性的这个经验，怎么把它沉淀下来。**

— 收尾对谈 · 第十一章

59 **我们早期没有抢到抖音的那一波、某音的那一波、自媒体这一波，AI 这一波就不要停滞了。**

— 小安老师 · 第六章

PART 附

附录

术语、金句速用表与落地工具箱

> 附录不是凑数。A 篇解决"听不懂的词"，B 篇解决"能直接用的句子"，C 篇解决"明天就能做的动作"，D 篇交代这份材料的来历与边界。**如果你赶时间，只看 B 和 C。**

附录 A

FDE 术语表

表 A-1　本书出现的核心术语（按在书中首次出现的顺序）

术语	本书中的含义	容易混淆的说法
FDE	把大模型能力翻译并落地到具体企业业务的角色；本书指中文语境下的"企业 AI 落地从业者"	不要与"AI 工程师""提示词工程师"混用
一号位工程	由企业最高决策人亲自推动、亲自使用的项目，而非交由某部门代管	常被误解为"老板挂个名"
技术平权	实现能力不再被技术背景垄断，非技术出身者也能交付 AI 方案	不等于"不需要技术"
AI native / 原生公司	产品与技术的边界极度淡化、每个人独当一面的组织形态	常被滥用于"用了几个 AI 工具的公司"
知识库	能针对真实业务问题给出可验证答案的结构化内容系统	不等同于"上传了文档"
智能体 / Agent	能自主完成一段流程的 AI 程序单元	不等同于"一个对话框"
Token 消耗	企业真实使用 AI 的度量，指业务请求对模型的调用量	本书中它是"AI 用得深不深"的代理指标
场景	一个可被改造的具体业务环节（如"归集线索""处理售后询问"）	不等于"一个部门"
验货过程	企业客户通过小范围试点反复确认你能力与可信度的过程	不是"演示"
验收单	载明「指标名 / 改造前基线 / 达标线」三行的书面确认	不是需求文档

术语	本书中的含义	容易混淆的说法
可验证的业务变化	客户自己能测、能承认的前后差异，FDE 的真正交付物	不是"功能上线了"
标品	经十余家客户验证后收敛出的可复用解法，而非软件产品	不是标准化软件
复购	同一客户因新场景而追加购买	—
复用	同一套资产（库/流程/规则）迁移到第二个客户	与复购常被混为一谈
护城河	由抢占企业/模型/知识库资源形成的、对手需从头积累的优势	不是"客户关系"
生态位	你在 FDE 生态中不可替代的那个位置	不是"赛道"
神之一手	本书借用的说法，特指"把 AI 机器人搬进工作群"这一动作	泛指"关键动作"
极细 SOP	拆解到「触发条件 / 输入 / 动作 / 输出 / 判断标准」五列的流程	不是"操作说明"

附录 B

59 条金句速用表

以下 59 条均为**现场原话**，仅删去语气词与直播互动，未改写。可直接用于朋友圈、海报、短视频口播或谈单场景——但**对外发布时请注明来源**（详见附录 D）。

表 B-1　59 条现场原声金句速用表

#	金句原文	出处	建议用途
01	FDE 就是大模型和企业中间的桥梁，或叫做红娘，它把企业和大模型真正连在一起了。这是一个新职业的机会。	掌门 · 第一章	认知输出
02	就像自媒体时代出现的一个职业叫做操盘手，AI 时代出现的一个新的职业叫做 FDE。	掌门 · 第一章	朋友圈首句
03	现在就是大模型想要铺到千行百业里面去，老板们也有需求，但是没有人，没有联络人，没有翻译官。	王海强 · 第二章	海报主文案
04	你可以看到左边实际上是老板的一个需求，我们一般作为 FDE 就需要去翻译他的需求，你需要把他的需求设计成真正 AI 能够落地的方案。	岳阳 · 第七章	谈单话术
05	他只做离业绩最近的岗位——销售、客服、私域投放，帮企业把 AI 装进业务里。	罗宁 · 第三章	认知输出
06	你会发现一些真正做过业务的人，做 AI、做 FDE，他可能更有优势。	岳阳 · 第七章	朋友圈首句
07	不要选择链条很长、非常理想化的状态，而是选择自己最熟悉的行业，拿到我们想不到的一些结果。	楚川 · 第十章	视频钩子
08	不是 AI 没对这个时代产生价值，而是 AI 没有跟企业真正的接轨。	掌门 · 第一章	海报主文案
09	最好做的生意一定是跟风口的生意。	掌门 · 第一章	朋友圈首句
10	现在是个技术平权时代。我给大家截屏的这些人，没有一个是技术专业的。	王海强 · 第二章	认知输出
11	未来最有价值的企业一定是 AI native 的企业。	王海强 · 第二章	海报主文案
12	未来的产品技术的边界会极度淡化，也就是说未来每一个人你都应该是独当一面的超级个体。	王海强 · 第二章	认知输出

#	金句原文	出处	建议用途
13	只有 B 端才会充值，只有 B 端才会使用昂贵的场景。	掌门 · 第五章（返场）	谈单话术
14	今年所有的大模型都要从 C 端转战 B 端，因为 B 端市场才是真正的付费市场。	岳阳 · 第七章	认知输出
15	AI 短期内我们赚的是高客单，长期我们赚的是低客单且高频。	掌门 · 第一章	谈单话术
16	企业化落地真正的核心，是四个字——token 的消耗。	掌门 · 第一章	认知输出
17	窗口期，如果你三年后，黄花菜都凉了。	王海强 · 第二章	视频钩子
18	企业老板他上了很多的课，他也买了很多的工具，但是回去依旧落不了地。	掌门 · 第一章	海报主文案
19	上传过文档呢，不叫知识库，只是上传了一个文档。	厂长 · 第八章	视频钩子
20	AI 能做与业务愿意让它做，其实是两件事。	罗宁 · 第三章	认知输出
21	企业对你，他也需要一个验货的过程，他也需要一个持续建立信任的过程。	掌门 · 第一章	谈单话术
22	你只有解决民生的问题，企业的问题才是真正的大钱。	掌门 · 第一章	海报主文案
23	真正的不是只谈一个 AI 的概念、AI 自动化的概念，而是让 AI 真正的变成生产力，真正的给企业带来经营结果。	罗宁 · 第三章	认知输出
24	真正实现效果，而不只是认知，这就是 FDE 我们要去做的事情。	掌门 · 第五章（返场）	朋友圈首句
25	其实他购买的不是 AI 的能力，而是他想买的是一个他可以验证的业务的变化。	岳阳 · 第七章	谈单话术
26	只跟老板一个人聊，你会发现他的很多核心需求，在他的视角不一定是真需求。	厂长 · 第八章	认知输出
27	现在市面上大部分做 AI 的，都有一个很大的误区，就是只卖产品不卖服务。	大禹 · 第四章	海报主文案

#	金句原文	出处	建议用途
28	AI 的升级一定是一号位工程，一定是自上而下的。	王海强 · 第二章	海报主文案
29	叫做先做认知升级，再做组织升级，然后是你的业务升级。	王海强 · 第二章	认知输出
30	这种组织的升级的结果，是效率的极大提升，以及每一个个人能力的极强的增强。	王海强 · 第二章	认知输出
31	最重要的神之一手，你们记一下，就是把机器人搬进工作群聊，让每个人都看到老板以及 leader 以及其他人是怎么样用 AI 的。	厂长 · 第八章	方法卡
32	这一招看起来很简单，但是用上的老板，你会发现这是让团队真正用起 AI 的神之一手。	厂长 · 第八章	朋友圈首句
33	只有到了 AI 参与到公司的经营管理了，而且每一个人都开始用好 AI，而且是统一数据的 AI，这才是一家真正的 AI 的公司。	厂长 · 第八章	认知输出
34	公司的 AI 化，它一定不是老板的一言堂，而是应该全员的一场。	白先生 · 第九章	海报主文案
35	只有团队文化建立起来，价值观建立起来了，才是真正的一个 AI 的公司。	白先生 · 第九章	认知输出
36	未来的走向一定是：老板是什么习惯，你的高管就什么习惯；高管什么习惯，你的员工就是什么习惯。	收尾对谈 · 第十一章	海报主文案
37	AI 时代的红利是每个人的时间的红利。	白先生 · 第九章	朋友圈首句
38	如果说你们今天想要去做 FDE，你们 1.0 阶段一定是先找一个标杆去做。	大禹 · 第四章	方法卡
39	每个流程全部拆成极细的 SOP，不是以做内容、做创意的思路，而是做一个系统，让一家公司实现稳定的一个增长。	楚川 · 第十章	方法卡
40	核心在于你怎么去理解你的业务需要什么样的人，需要怎么去让 AI 去提效。	楚川 · 第十章	认知输出

#	金句原文	出处	建议用途
41	在做 FDE、AI 赋能的时候，你第一步最重要的是把各个业务部门的痛点了解清楚，并且提前去设计解决方案。	白先生 · 第九章	方法卡
42	大家都说选择大于努力，但我认为这里面是有两层选择。	厂长 · 第八章	朋友圈首句
43	风口一定是自然风，它不是人造风。	岳阳 · 第七章	海报主文案
44	我觉得 AI 这件事情，其实是给大家带来很多平权的，不仅仅是技术上的平权，我觉得更多的是语言和文化的平权。	厂长 · 第八章	认知输出
45	只要你有想法，只要你能够拆解需求，只要你能够发现真需求，只要你能把需求变成功能、功能变成产品——你有这样的一个翻译的能力的话，你们都能够抓住 AI 这波红利。	小安老师 · 第六章	海报主文案
46	AI 现在把我们的整个周期都缩得很短，我们一定是要快速尽早拿到结果。	楚川 · 第十章	视频钩子
47	我们以前卖的是课，未来可不可以卖服务？	掌门 · 第一章	认知输出
48	今年一定是企业化的改造这个需求——不是卖课，不是卖工具，卖的是企业化的改造，给他们量身定做 AI 的业务。	岳阳 · 第七章	谈单话术
49	一个企业它的 AI 化改造，它不是一个场景，它是多个场景。	掌门 · 第一章	谈单话术
50	到一定的程度以后，我形成了一个标品，我就头部企业做定制，中腰部企业做复制。	掌门 · 第五章（返场）	方法卡
51	抢占企业资源、抢占模型资源、抢占知识库资源，到后面它是能形成你的护城河，你能够源源不断地拿到这个事情的复利价值。	掌门 · 第五章（返场）	认知输出
52	它是没有壁垒的、没有积累的——你需要重新买流量、重新做客户信任、重新做产品。	掌门 · 第五章（返场）	海报主文案
53	掌门讲了一个特别重要的概念叫「复购」，我这次加了个概念叫做「复用」——AI 时代，什么才是你真正的壁垒呢？	小安老师 · 第六章	视频钩子

#	金句原文	出处	建议用途
54	只要你前期花了重功夫去布局，你布局你的业务、布局你的产品、布局你的客户，你往后做是越做越轻松的。	掌门 · 第一章	朋友圈首句
55	我认为 FDE 是针对所有的普通人——身价不超过一个小目标的普通人，你们去抓住 AI 这一波机会的。	收尾对谈 · 第十一章	海报主文案
56	五年后，我觉得 95% 以上的行业，他们的头部企业一定是 AI 应用最好的。	收尾对谈 · 第十一章	认知输出
57	其实 AI 在我看来，本质上就是一个认识论的过程——你人怎么样去学习知识，怎么样把你学习到的知识转化成执行，通过执行来去形成这个生产力。	收尾对谈 · 第十一章	认知输出
58	我想要的，其实说白了就是隐性的这个经验，怎么把它沉淀下来。	收尾对谈 · 第十一章	朋友圈首句
59	我们早期没有抢到抖音的那一波、某音的那一波、自媒体这一波，AI 这一波就不要停滞了。	小安老师 · 第六章	视频钩子

用法速查

朋友圈首句（面向划走型读者）：02 / 06 / 09 / 24 / 32 / 37 / 42 / 54 / 58。**海报主文案**（主视觉大字）：03 / 08 / 11 / 18 / 22 / 27 / 28 / 34 / 36 / 43 / 45 / 52 / 55。**视频口播钩子**（前 3 秒）：07 / 17 / 19 / 46 / 53 / 59。**谈单与拜访**：04 / 13 / 15 / 21 / 25 / 48 / 49。**可执行方法卡**：31 / 38 / 39 / 41 / 50。

三条必须固化的记忆锚点

如果一本书只能留下三句话，选这三句——它们在全书反复出现，且都具备"改变认知"的力量：

1. FDE = 大模型与企业之间的翻译官与红娘（第 01、02、03 条）

2. 上传了文档，不叫知识库（第 19 条）

3. 只卖产品不卖服务，是行业最大的误区（第 27 条）

一周内容排期示例

表 B-2 用本书金句做一周朋友圈排期

时间	金句	目的	配上什么
周一	08（AI 没跟企业真正接轨）	用趋势打开话题	一句行业观察
周三	20（AI 能做 ≠ 业务愿意）	制造讨论、显出深度	一个真实的"推不动"场景
周五	31（把机器人搬进工作群）	给出可执行动作	一张群聊截图（脱敏）
周日	55（身价不超过一个小目标的人）	收束情绪、拉近距离	一段个人感受

附录 C

落地工具箱

四张清单，覆盖从第一次拜访到项目复盘的完整链路。建议直接抄进你自己的文档模板。

C-1 首次拜访清单（只带这 7 个问题去）

表 C-1 首次拜访提问清单

#	问题	你想听到的答案
1	现在哪个数字最难看？	一个具体的指标名
2	这个数字现在是多少？	一个基线值
3	这件事一天发生几次？	高频（越高越好）
4	每次大概花多久？	单次耗时（越长越好）
5	做完之后交给谁用？	明确的验收方
6	有没有绝对不能出错的环节？	红线与容错率
7	如果能改，你希望先改哪一个？	客户自己排的优先级

C-2 交付前检查清单

表 C-2　开工前必须确认的 6 件事

#	检查项	未通过时怎么办
1	验收单已签署（指标 / 基线 / 达标线）	不签不开工
2	范围已写清（改什么、不改什么）	补书面范围说明
3	客户已指派内部对接人	无对接人不启动
4	改造前基线数据已采集并双方确认	补采基线
5	一线使用者已参与过需求采集	补一次一线访谈
6	已确认"这件事上有谁不希望它做成"	调整试点范围或试点人

C-3 验收单模板

表 C-3　验收单（三行版）

项目	内容
指标名	（客户口中的指标原词）
改造前基线	（数值 + 采集时间 + 采集口径）
达标线	（数值 + 判定方式 + 观察周期）

使用说明

这份验收单刻意只保留三行｜因为超过三行，客户就会开始跟你讨论措辞，而不是讨论结果。三行以内，签字速度最快。 如果客户拒绝签，说明他并没有准备好验收——那这一单的时机还没到，不要靠"先做起来"来推进。

C-4 复用卡模板（项目结束后填）

表 C-4　复用卡

项	填写内容	判断标准
可复用资产 1	行业话术库 / 异议库	第二家客户可直接用，改动 < 20%
可复用资产 2	流程 SOP / 判断规则	能写进实施手册
可复用资产 3	提示词 / 智能体配置	换行业词即可迁移
不可复用部分	客户特有数据 / 特有系统	明确标注，避免误迁移
下一单可省力比例	预估 %	若 < 30%，说明本项目未产生复用价值

附录 D

资料来源与编辑说明

D-1 内容来源

表 D-1　本书素材来源（全表）

项目	说明
原始素材	格掌门 · 2027 FDE 行业趋势峰会 直播逐字稿
场合	深圳线下会场 + 12 小时连续直播
分享人	掌门（主讲 / 返场）、王海强、罗宁、大禹、小安老师、岳阳、厂长（周叔）、白先生、楚川，共 10 位
原始体量	约 27.5 万字 / 11 个章节
编辑底本	去重与口语清理后的 22.96 万字整理稿（去除水分 16.4%）
本书体例	五篇 + 附录；篇/章标题与分类框架由编者重编

D-2 编辑原则（三条）

一、凡是标注「原声」「原声实录」的段落，均为分享人现场原话。 处理范围仅限于：删除直播互动指令（引导打字、点赞、送灯牌等）、删除搭档应和、删除语气词与语音识别产生的多余空格、合并重复的直播转化话术。观点、案例、数据均未改写或删减。

二、凡是标注「编者按」「编者提炼」的段落，均为本书编者撰写，不代表原分享人观点。 全书五篇的分类框架、章节导语、所有表格与信息图，均为编者重新组织的结果，因此与原发言的先后顺序并不一致。

三、凡是内容在原始素材中不存在或语焉不详处，以「⚠ 内容缺口」明确标注，不做推测性补充。 目前明确标注的有两处：其一为全场反复宣传但实录中从未展开的"FDE 六层商业模式"（见第四篇）；其二为文中年份与增长倍数等未经验证的判断（见图 1-3 注）。

D-3 引用规范

怎么引用这本书才安全

① 直接引用——标注来源，例如「—— FDE 行业趋势峰会 · 王海强」。② 转成自己的观点——不要整句搬运，而是用你自己的真实案例重述同一判断。举例：要表达"买了工具不等于落地"，不要直接抄第 18 条，而是写"我服务过一家工厂，老板花了十几万上了课也买了工具，三个月后车间还在用微信群手工报数"——这样既有立场，又不侵权，还带出了你自己的交付证据。 原分享内容版权归各分享人所有，本书为内部学习资料。

最后一句

这本书最大的价值不在它写了什么，而在它留下了一个空位｜本书的编者是做企业一线 AI 落地的，所以每一节的「编者按」都留了一个"用你自己的案例验证"的位置。**验证过的判断才是你的，没验证过的只是别人的话。** 如果你愿意，从最像你的那一章开始，把那句话换成你自己的故事——那一刻，这本书才真正开始属于你。

版本与来源说明

《FDE 起步手册》

副题：企业 AI 落地的实战工具书

第一版　2026 年 9 月

内容来源　本书主体内容来自 **格掌门 · 2027 FDE 行业趋势峰会**（深圳，12 小时直播实录，10 位分享人，11 个章节）。原始逐字稿约 27.5 万字，经去重与口语清理后为 22.96 万字，作为本书编辑底本。

编辑原则　① 所有标注「原声」或「原声实录」的段落，均为分享人现场原话，仅删去直播互动指令与语气词，**未改写、未压缩观点**；② 标注「编者按」「编者提炼」的内容为本书编者撰写，不代表原分享人观点；③ 篇、章的分类框架与导语由编者重编，原文顺序可能已被调整。

版权说明　原分享内容版权归各分享人所有。本书为内部学习资料，引用请注明来源。附录 B「59 条金句速用表」所列语句均为现场原话，对外使用请遵守附录 D 的引用规范。

大模型已经跑到了企业前面，
而企业还没有能力把它接住。

这中间隔着的不是技术，是翻译。这本书把 12 小时、27.5 万字的现场分享，按「这是什么 → 为什么落不了地 → 怎么做 → 怎么收钱 → 别人怎么做」重编成一本可以反复回查的工具书。

- 五篇结构 × 24 个章节，每章一个可验证的判断
- 9 张对照表 × 7 张信息图，把散落经验压成结构
- 59 条现场原声金句，按用途分类，可直接取用
- 明确标注「原声」与「编者按」，分清证据与观点
- 如实标出内容的缺口——知道哪里是空的，同样重要

内容来源：格掌门 · 2027 FDE 行业趋势峰会（深圳，12 小时直播实录，10 位分享人，11 个章节）

版权说明：原分享内容版权归各分享人所有。本书为内部学习资料，引用请注明来源。

赵亮　编　|　2026 年 9 月　第一版