

成就感

新商派创业模式内部复制手册

一膜就靓创始人 李品良◎著



成 就 感

新商派创业模式内部复制手册

一膜就靓创始人 李品良◎著



时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

成就感 / 李品良著. — 北京: 北京时代华文书局,
2015.2
ISBN 978-7-5699-0136-8

I. ①成… II. ①李… III. ①互联网络-应用-企业管理-研究 IV. ①F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 025299 号

成 就 感

著 者 | 李品良

出 版 人 | 田海明 朱智润

责任编辑 | 林少波

装帧设计 | 天之赋设计室

责任印制 | 訾 敬

出版发行 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

北 京 时 代 华 文 书 局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267120 64267397

印 制 | 北京市俊峰印刷厂 010-52110415

(如发现印装质量问题, 请与印刷厂联系调换)

规 格 | 710mm×1000mm 1/16

印 张 | 17

字 数 | 260 千字

版 次 | 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5699-0136-8

定 价 | 42.80 元

版权所有, 侵权必究

序 言

著名的管理大师彼得·德鲁克说：“当今企业间的竞争，不是产品的竞争，而是商业模式之间的竞争。”商业模式的核心是“创造价值”，我们需要做的是整、借、学、变，把一票子买卖变成一辈子买卖，人人皆是媒体，营销皆是娱乐。

2014年双“十一”活动，阿里巴巴创造了571亿的成绩，这些，我们有分到吗？留给我们的只有羡慕与观望，而更多的人也去学习作为PC端电商老大的他们是如何成功的，马云通过至少15年的努力而取得的成果，我们不可能重新去打造，也不可能去复制，那是属于他的辉煌时代，我们传统行业的新商派需要在保持传统行业本色下，运用新的营销技能、跨界方法与互联网做嫁接。

互联网已经越来越普遍，开始渗透到每个角落、每个传统行业。这时，我们都很急躁，忙于嫁接，急于嫁接。虽然花了很多的时间与学费去学习，也吃了很多苦头，但并没有真正让企业与互联网完美嫁接，因为没有找到方法，没有找到技巧。民营企业嫁接互联网，不是因为专业就可以，而是需要链接的思维、跨界的思维。

每个行业都要创造奇迹，每一个行业都需要一个佼佼者，中国还有很多可以创造移动互联网各领域第一的机会，那么会是谁呢？而我作为面膜行业第一个利用移动互联网工具，与传统行业进行嫁接运营的带头人，特汇编成此书与大家一起分享成就感。

虽然我目前不是什么名人，也暂时没有站在某个行业的巅峰，更没有在

世界互联网大会的舞台上和马云一起讨论，和马化腾一起演讲，但我心中有满满的成就感。有人问我：你的成就感成就在哪里？CCTV《奋斗》栏目特邀嘉宾？中国民族品牌的荣膺？还是短短几个月全球12个国家和地区的三千多代理商及近千万的消费者……

我的成就感来源于让一个行业快速嫁接互联网，利用新的工具，成就了新的创业者，然后链接了很多不同的行业，让一个传统行业真正做到了跨界，打破了传统行业单点交易的禁锢，如今小有成就。

我吸收了互联网实业嫁接失败N次的教训，通过点、线、面、维的运用，开发了属于自己品牌的一套商业模式，并成功嫁接及传播。通过近一年的实践，已经得到验证，可用性强。

移动互联网时代是以用户为王、体验为王、速度为王、平台为王的一个全新时代，它不仅仅是一场技术的变革，更是一场社会的变革。如何打造属于自己的生态帝国？如何建立创新思维？如何创立传统品牌运营的商业模式？这需要我们用移动互联网的思维来武装自己的头脑。

今天我将毫无保留地奉献自己呕心沥血的经验，与大家一起分享传统行业如何嫁接移动互联网。2013年，我服务过近百个行业，都取得了不错的成绩；2014年通过实践、运营，把一膜就靓做到从零到有，代理商分布到世界各地，消费者近千万。我是如何做到传统行业与互联网的嫁接，希望大家通过阅读《成就感》，能在本书中找到与之链接的点、线、面、维。

感谢所有一起参与本书编辑的朋友们，为了在2015年呈现一膜就靓《成就感》，让更多人受益，本书在编辑内容时时间仓促，望读者提出宝贵的建议。



深圳市前海一膜就靓科技有限公司董事长

目 录 <<<<

◎ 破冰篇

我给自己破冰 / 3

回归常识的互联网思维 / 6

营销要玩新手法 / 10

打井式思维改变传统行业 / 14

我对互联网的八个运用 / 18

◎ 脸面篇

起点决定终点 / 25

借势互联网，用好自媒体 / 32

要成功，“先发疯” / 36

剑走偏锋 / 39

乔布斯颠覆苹果 / 42

“25”克青春 / 45

人性篇

- 万物皆可互联 / 51
- 让商业回归人性 / 54
- 移动电商的发展契机 / 56
- 传统企业如何向移动电商寻找出路 / 62
- 简约而不简单 / 66
- 口碑为王 / 71
- 八字诀真理 / 74

路线篇

- 用户体验为王 / 83
- 超出预期的用户体验 / 88
- 针尖上打擂台，拼的就是精细 / 94
- 做“让用户尖叫”的产品 / 96
- 得“屌丝”者得天下 / 100
- 互联网思维就是“群众路线” / 102
- 让用户参与到品牌建设中 / 105
- 经营强大的“靓粉膜丝” / 110
- 强大的线下体验 / 112

五位一体

- 商业模式的重要性 / 117
- 创业、追梦、合作、共赢 / 119

卖产品，更要卖文化 / 124

五位一体 / 126

商战兵法

互联网思维兵法 / 167

人格思维兵法 / 170

势能思维兵法 / 173

生态思维兵法 / 177

打造团队兵法 / 180

微营销兵法 / 183

扁平化管理兵法 / 185

赢在执行，为结果而战 / 187

成就感

“三商合一”的智慧 / 193

第五个“苹果” / 196

披着狼皮的羊 / 200

走进 CCTV《奋斗》栏目现场 / 206

脚步篇

阿里巴巴的生态产业链 / 211

淘宝的生态体系 / 214

聚美优品的行业切割 / 216

微信改变生活 / 218

星巴克的“第三生活空间” / 221

顺丰的快与敬业 / 223

一膜就靓



我就是代言人 / 227

中国民族面膜品牌第一联想 / 230

海外轮盘的未来之路 / 233

附 录

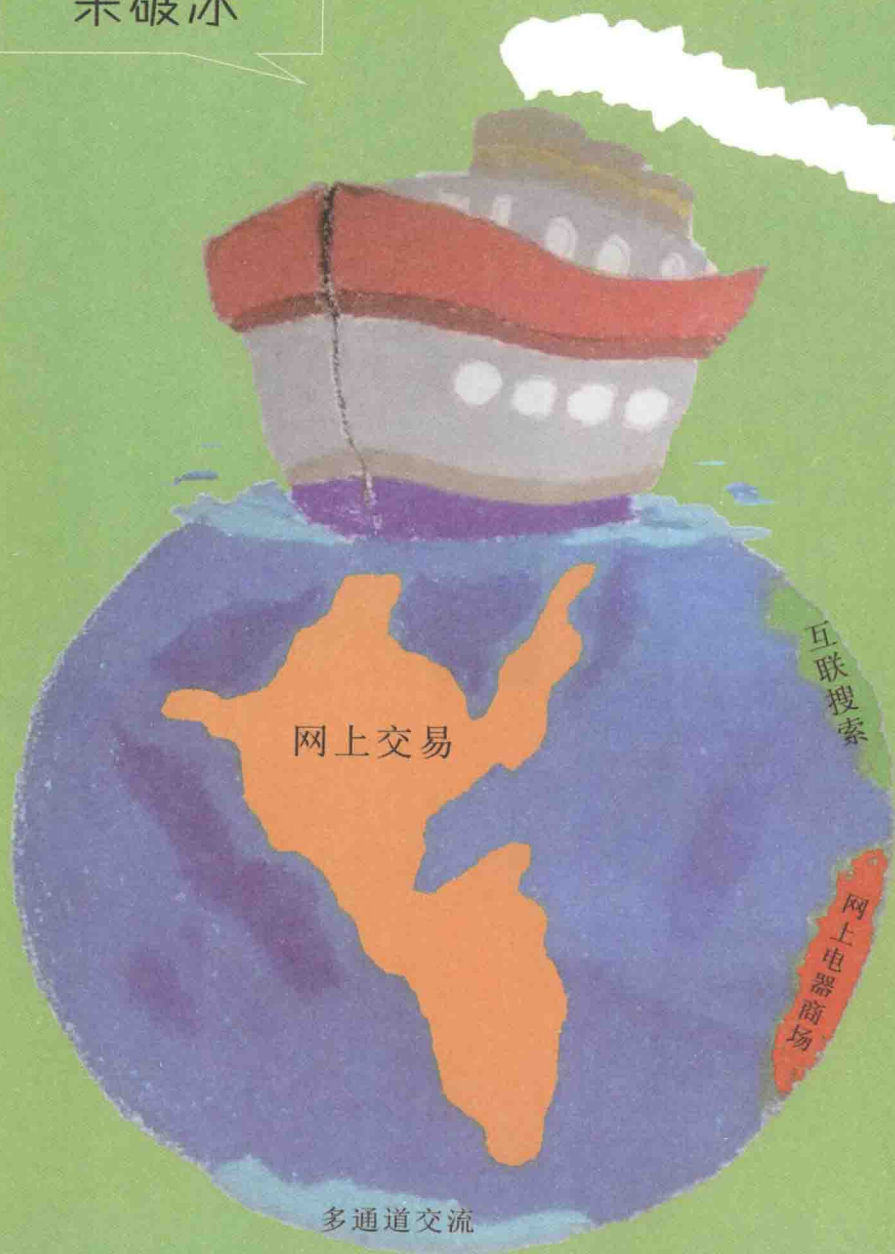


与一膜就靓共同成长 / 234

一膜就靓大事记 / 253

破
冰
篇

传说哥
来破冰



破冰篇

我给自己破冰

我是80后，来自农村，家里生活条件一般，没什么背景，父母都是老实巴交的农民，种了一辈子地，过着面朝黄土背朝天的生活。在上学那几年，我最深刻的一个体会就是：钱不是万能的，但是没有钱是万万不能的。

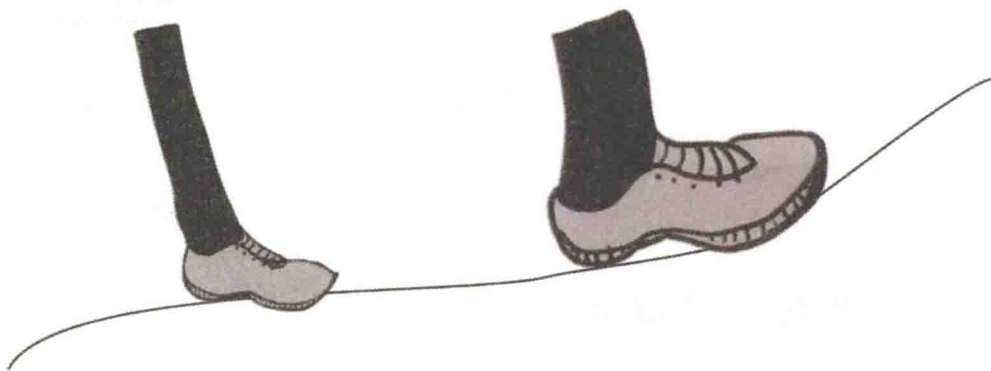
成龙的一首歌《不要认为自己没有用》中有这么一句歌词：不要认为自己没有用，不要老是坐在那边看天空，如果你自己都不愿意动，还有谁可以帮助你成功。

的确，如果总是羡慕别人，而不采取行动赶超别人，那么你永远都体会不到成功的滋味。所以，我常常利用周末和暑期打零工，先后帮助三株口服液发传单、盘龙口服液做宣传，还装过电脑，卖过音箱，当过义工，提早地进入社会。

俗话说：冰冻三尺非一日之寒。不经历风雨怎么见彩虹，没有人能随随便便成功，只有把握好生命中的每一个挑战，才能找到合适自己的角色。

我清楚地记得，2000年6月25日，我带着打零工挣来的500元钱坐了25个小时的大巴到了温州。我们班当时有很多同学一起来到温州，因为温州有很多的中小企业是我们那所中专主要的劳力输出地，会有一些厂跟我们学校对接工作，因此很多人就会进入温州当地的一些工厂。

按学校的介绍，我来到一家工厂打工，可工资才300元，流水线的那种。工资太少了，工作也没有什么技术含量，就是像机器人那样重复工作，这不是我想要的生活。



干了一段时间我就辞职了，后来没多久我到一家餐馆当服务员，但感觉餐饮行业也不适合我。这之后，又开始了频繁的换工作，当过镀金厂工人，做过人才中介，干过仓库管理员，当过一家公司的财务总监。可以说，干到财务总监的时候工资在2500元到3000元，过着朝九晚五的生活，在温州也算是安逸了。但当我看到我的那帮做销售工作的同学赚的钱比我多多了，于是我又不满足了，觉得想赚大钱还得做销售、干业务。

于是接下来，我又开始了一波又一波的销售工作的频繁更迭——卖过蛋糕、洗发水、服装、皮鞋、开关、灯泡等，感觉都不适合，干的时间也都不长。最后找到一家化妆品公司，他们是代理德国品牌护肤品的，在这家公司我才找到真正适合我的工作，不仅工资高，还能学到东西。

我是从基层业务员开始做，干销售我如鱼得水，没多久就被分到丽水做市场，连续5个月是我们公司浙南地区开发市场的第一名，因此被提拔为总经理助理，一个月后又当上了销售总监。干销售做新业务，让我的财富和阅历有了快速的增长。

三年后，我虽然当上了公司的副总，但这不是我真正想要的，创业梦想一直在心头萦绕。我认为，青春就应该燃烧，发出亮光才有价值！在这里，我想起了这样一句话：“有的人活着，他已经死了；有的人死了，他还活着。”既然活着，就要做有意义的事，就要为实现梦想而努力。

我们可以设想一下，如果不付出、不创造、不追求，这样的青春必然在似水年华中渐渐老去，回首过往，没有痕迹，没有追忆，人生四处弥漫着叹息。我想，这绝对不是我们存在的意义。

青春就是一把刚刚铸好的刀，不容得我们有片刻的等待和迟疑。我决不能眼睁睁看着这把刀慢慢氧化，失去光泽，随即斑驳、风化，最后成为一块废铁，我必须积极行动起来。

接着，我开始创业，从小打小闹到现在成为多家公司的董事长。尤其是在2014年2月开始运营一膜就靓品牌，短短几个月时间，在全国发展近三千多个代理商，这也算是一个奇迹。

写到这里，一些读者就会问：我是如何给自己破冰的？我是如何定位和布局的？我是如何在互联网上做嫁接的？等等。

曾经，互联网在人们眼中是遥不可及的，说到上网，许多人都会迷茫。现在的互联网已经渗透到了生活中的方方面面，如何通过互联网分一杯羹，做好传统的民营企业，这是一个我们不得不考虑的问题。

诸如餐饮行业、服装行业、美发行业、美容行业等传统行业，一年有几千万甚至上亿产值的企业，但与互联网的联系不紧密，没有充分运用互联网这个平台，这是很危险的。因为企业如果跟不上发展的形势，跟不上潮流，就会落后，甚至破产。

那么，传统的企业究竟怎么嫁接移动互联网呢？我希望我的经历、我的理念能为更多的民营企业提供借鉴，为他们打开自己的框架，打开原有的格局，重新布局他们的产业链，从而走出困境，实现为自己的大脑破冰、思维破冰。

回归常识的互联网思维

在这里，我多次提到了互联网，的确，我创业的成功，得益于互联网的飞速发展。毫不夸张地说，如果没有互联网的发展，就没有我李品良创业的成功。

2014年11月19日，首届世界互联网大会在浙江乌镇举行，这是中国举办的规模最大、层次最高的互联网大会。举办这次大会，就是要搭建两个平台：一个是为中国与世界互联互通搭建国际平台，一个是为国际互联网共享共治搭建中国平台。

期间，除国内外政要、国际组织代表、专家学者等嘉宾外，马云、马化腾、李彦宏、孙正义、丁磊、周鸿祎、雷军、刘强东等互联网大佬也纷纷亮相，在水光潋滟的乌镇掀起了一股互联网的热浪。

各位商界大佬们在分论坛、现场交流、媒体采访等场合发表了自己精彩的观点：

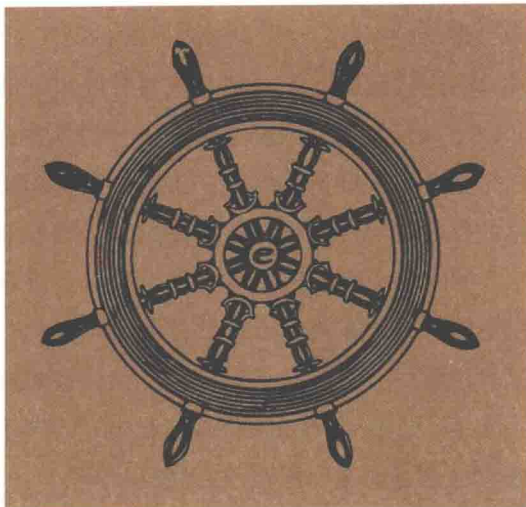
阿里巴巴集团创始人马云表示，未来50年，互联网是人类共同发展的机遇，互联网是人类共同进步的希望所在，当然，进一步完善互联网秩序的责任也需要人类共同来承担。

京东集团创始人刘强东表示，传统交易中，本来一家能做的事情，被分割成了许多环节，而电商是从工厂一站做到消费者。这是对整个中国过去30年的零售行业价值链、供应链的重塑。

奇虎360公司董事长兼CEO周鸿祎表示，万物互联可以帮助很多企业转

型升级，最后所有的企业都会变成互联网企业。

的确，互联网这个平台成就了很多商界大佬，但在这样一个快速变化的时代，互联网思维似乎成了灵丹妙药，成为先进生产力、先进文化的代表。其实不然，举一个例子，马云花了十多年的时间建立了生态系统，支付宝看起来牢不可破，然而



2014年春节腾讯发起的微信红包就对支付宝的统治地位形成了冲击。连马云都在焦虑，互联网圈子里其他人能不焦虑吗？

所以，互联网不仅仅是一项技术，互联网更是一种观念，是一种方法论，用这种方法论就能把握住互联网的精髓。

也就是在这种思维的指引下，我在一家化妆品集团公司做策划总监，我年薪从30万到50万再到70万，在这家公司我干了6年，一直干到去年开始第三次创业。在这家公司是我打好坚实基础的6年，我先后历经7个岗位，总经理助理、销售总监、策划总监、项目总监、事业部总监、企划总监和分公司总经理，曾策划一场会议签约1.2亿的项目，还曾负责公司的企业手册、VI包装。

有了成功的运营模式，我开始运用互联网思维创业，这样才有了一膜就靓这个产品。简单说，一膜就靓是一款补水面膜。虽然产品是一款薄薄的面膜，但我们的面膜营销网络不仅覆盖了全国，还卖到了韩国、新加坡等亚太、欧美国家和地区。

互联网已经干掉了很多行业，同时毁掉了很多传统的商业模式，这让很多人感到害怕。在总裁班讲课时，有很多人问我，你是如何构建互联网经济时代下商业新模式的？你是如何用短短几个月时间把一膜就靓做到全国，甚

至全世界的？

问这些问题的人，把互联网看成了神话，以为只要把自己的企业放在互联网上就能抵御互联网的冲击，就能创造奇迹。其实，问题没有这么简单。这个时代是互联网的时代，你需要互联网思维，当然不是那种越来越成为玄学的互联网思维，而是一种回归常识的互联网思维。

如何构建完整的互联网思维，对一个企业的发展非常重要，因为用互联网思维重构原来的商业模式是非常不易的。一是要改变自己的惯性思维；二是思想意识虽然换轨了，但行为往往很难跟上去；三是领导人的思想和行为一致了，如何动员团队跟着一起走。不得不说，这是一个痛苦的转变过程，改不一定是活路，但不改一定是死路。

在这里，我还想简单地用小米成功的案例来说说互联网思维的重要性。

美国最具影响力的商业杂志《快公司》评选出2014年最具创新力的50大公司，谷歌、彭博慈善基金会、小米位列三甲。此外，该榜单还标出了来自中国的最具创新力公司前10名，中国公司已开始在可穿戴设备、智能手机、移动互联等领域展现出极强的创新力。小米毫无疑问地位列中国十大最具创新力公司的榜首。

从零开始的小米手机为何能一战成名？小米手机的用户为什么肯一等再等？为什么肯为一部手机一次次刷新“秒杀”页面？

小米手机“性价比高”功不可没，另外一个拉住用户的“法宝”则是小米科技创办人、董事长兼CEO雷军的互联网经验。小米手机的操作系统开发和发布一直走互联网路线，与第三方民间团队充分合作，每周快速更新版本，这帮助小米积累了大量的“粉丝”。还有，在销售和配送渠道上，小米手机走的也是网民们最能接受的电子商务路线。这对于毫无实体铺货渠道的小米来说，不仅降低了购买门槛，而且节约了渠道成本，能有效地控制价格。

雷军曾指出：小米是在产品的基础上经营用户，通过一整套互联网思维打造一套与用户互动的体系，实现生态链的价值交付。

的确，小米在创业第一年就已经充分验证了：第一，通过用户参与能够