

非常  
80后

人者  
为王

锦坤品牌研究院 / 著

谋事在  
成事也在



穷小子到营销专家的传奇成长

……>> 谋事在人，成事也在人的励志人生  
向世界广告大师奥格威看齐



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

非常  
80  
后



锦坤品牌研究院 / 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

人者为王之谋事在人成事也在人/锦坤品牌研究院著

北京: 中国经济出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0238 - 9

I. ①人… II. ②锦… III. ① 传播媒介—企业管理—经济 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 185642 号

责任编辑 杨莹

责任审读 霍宏涛

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市京津彩印有限公司

经销者 各地新华书店

开本 880mm × 1230mm 1/32

印张 6

字数 132 千字

版次 2011 年 1 月第 1 版

印次 2011 年 1 月第 1 次

书号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0238 - 9/Z · 945

定价 29.80 元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://www.economyph.com) 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

**版权所有 盗版必究** (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

## 非常 80 后

有人说，华尔街不是靠 MBA 发展起来的，它的发展依靠的是 PSD，就是出身贫寒（poor）、天资聪颖（smart）、愿意用勤奋改变自己的命运（desire）。

我崇拜并尊重一切依靠个人奋斗而成功的人。

初次见到陈亮是在公司的办公室里，他是从出差途中赶过来的。初一看，其貌不扬，容颜还有些憔悴，老实说，凭外表的确看不出陈亮和其他人有什么不同。我之前看过陈亮的一些资料：

诸如：陈亮，跨媒营销机构首席总监、跨媒营销传播研究专家，中国广告协会专业委员会委员、资深品牌传播专家。曾获“中国最具影响力广告经理人 50 强”、“中国媒介代理职业经理人 50 强”、“中国最具公信力电视媒体管理英才年度人物”、“中国本土电视广告代理 50 强年度人物”等荣誉称号。出版专著有《智略——广告媒介投放实施方法》《如何进行媒体传播》《制胜——企业媒体传播之道》等。

我从来不看重这些所谓的职位头衔，总觉得那些东西虚得很，人戴什么帽子不重要，重要的是帽子底下的

脑袋。

曾经，我对80后这个群体也存在一些个人的偏见，例如，我会认为他们贪图享乐，不思进取，不能吃苦，喜欢挑剔，任性、骄傲、张扬……等等。虽然我也在慢慢地去接受他们，去发现他们这个群体的好，比如，时尚，创新，不拘泥传统，敢于尝试，不怕失败……等等。但是我始终对这个群体抱有怀疑心态，不能够完全接受。

当我和这个80后的老总坐下来面谈的时候，我才觉得，80后这个词真的说明不了任何东西。所谓的80后只是一个名词而已，绝对不能用这个词来给人归类，甚至定性。陈亮关于人的分类的说法，我很认同，就是说，人，不是以年龄、财富、社会地位，或者名誉名望等来归类，而是应该以价值观来分类。拥有同样价值观的人才是真正意义上的同类人。

身跨广告和营销两界的陈亮，用业内的话说，叫“两栖”人吧，颇有自己的见解和思想。他提出的跨媒理论确实给了广告界和咨询界的专业人士不小的思想共鸣。单纯的媒介时代已经过去，媒介只是资源，而资源只有和智力结合才能显现其魅力。

最近，陈亮又将其重点放在了年轻人地位和效果付费两方面，他提出的“年轻人得天下”的观点，道出了现在和未来的广告以及营销的主攻方向。年轻人是社会的主流人群，是大部分产品的市场主要消费者，得年轻人

则得市场，得市场则得天下。而效果付费既是陈亮提出的新型营销合作模式，也是新环境下，市场竞争的结果。不管多么好的广告，不管多么好的策划，都得要效果来说话，没有效果，一切皆是枉然。

这个社会需要一种精神，一种积极向上的、不断追求的、不屈不挠的、愿意为理想而奋斗的精神。而这种精神我从陈亮身上看到了，正所谓这个世界不是缺少美，而是缺少发现美的眼睛。我们的社会不是没有阳光面，而是我们把太多的眼光投向了阴暗面，让很多人抱怨、谴责、抨击、仇恨，甚至报复社会。其实我们身边也有很多正面的、阳光的、可以振奋人心的人和事，比如陈亮和他的富有传奇色彩的故事。一个初中生，不屈从于命运，经过自己17年的奋斗成为多家公司的老总，身价千万，接触过近千家公司，合作过的大企业客户一百多家，并且仍然在不断地追求着进步，相比于现在成千上万的大学毕业生找不到工作而步入失业大军，我们是不是该思考些什么？

锦坤文化传播有限公司 邓水莲

2010年10月

# CONTENTS

<b>第一章 英雄莫问出处</b> .....	001
一、穷少年的人生理想 .....	001
二、涉足广告业 .....	003
三、像机器一样做事 .....	005
四、像海绵一样吸收 .....	008
五、北上寻梦 .....	011
六、如何进行学习与思考 .....	012
章节小悟 .....	014
<b>第二章 创业之路</b> .....	017
一、创业梦想 .....	017
二、拒绝为外企服务 .....	019
三、执著制胜 .....	020
四、如何做广告人 .....	022
五、团队磨合 .....	028
六、金钱只是顺带的结果 .....	032
七、年轻人的激情和企业家的梦想 .....	034
章节小悟 .....	037

<b>第三章 执行力和陈亮跨媒营销</b> .....	039
一、执行力 .....	039
二、什么是跨媒营销 .....	042
三、跨媒的实战方法 .....	045
四、跨媒的模式 .....	051
五、跨媒营销商学院 .....	058
章节小悟 .....	059
<b>第四章 不断创新的综合营销</b> .....	061
一、年轻化的业务定位 .....	061
二、效果付费的业务模式 .....	080
三、特色营销之网络营销 .....	086
四、特色营销之植入式广告 .....	104
章节小悟 .....	122
<b>第五章 精彩案例</b> .....	125
案例一：综合营销之嘉豪食品 .....	125
案例二：媒体组合之比亚迪汽车 .....	131
案例三：跨媒营销之华生堂苹果醋 .....	140
案例四：网络营销之仁爱医院 .....	149
案例五：年轻人营销之黑卡饮料 .....	159
案例六：植入式广告之《空姐日记》 .....	168
案例七：效果付费之余师傅餐饮 .....	172
章节小悟 .....	176
<b>后记</b> .....	179



虽然万物并非我所有，但万物都可以由我所用。

## 第一章 英雄莫问出处

### 一、穷少年的人生理想

20世纪80年代初，陈亮出身在湖北孝感的一个农村家庭，家里有兄弟三人，由于家境的贫穷，陈亮初中还没毕业就被迫辍学，小小年纪不得不踏上社会为生计奔波。

刚刚走上社会的陈亮几乎可以说是什么都干过，回忆起当时的艰苦岁月，陈亮至今还记忆犹新。当时，陈亮没有学历，个子又矮，1994年去武汉找事情做的时候，身上只有17块钱，还是找同学借的。那个时候还没有所谓的人才市场，所有找事情做的农村人都集中在一个广场上，等着别人来找劳动力，有时候一连等很多天也没有人来。好不容易来一个人，大家都蜂拥而至，争着抢着要活干。因为没有活干就没有钱赚，没有钱就没有饭吃，要挨饿的。没有挨过饿的人是怎么也体会不到那种饿极了的本能需求。有的人甚至见到有人来就跑过去抱着人家的腿说，你给我饭吃，我帮你干活，干什么都行。

所以，在陈亮刚出来的1994—1996年这两年的时间里，面临的主要问题就是生存。他也曾经在劳动力市场等过活干，像盼星星盼

月亮地等着有人来找自己去干活,但是在这里等的人太多了,于是,他就主动一家一家地去问人家需不需要人,陈亮的每一份工作几乎都是他主动找来的。他曾经在一个饭店老板那里干活,半夜起来帮老板杀鸭子。他曾经在一个餐馆洗碗,一个月可以挣到100多元钱。当他发现同一个饭店的厨师一个月可以挣300~400元钱的时候,就毫不犹豫地自己花钱在一个厨师培训学校学习了厨师技能,计划将来有机会可以当大厨,赚大钱。无奈那个时候的所谓培训班其实都是很虚的,陈亮根本就没有学到什么实际的过硬的厨师技能,只能炒炒快餐,唯一的好处是,得了个厨师证,于是陈亮便拿着厨师证去大型的娱乐城和中型酒店的厨房找工作。

接下来的一段时间,陈亮做过十几家高级餐厅的打杂工,月收入涨到400元,也慢慢积累了一些经验。一个偶然的机,他进了武汉长江大酒店一百多人的厨房里打杂。在打杂的间隙,陈亮不忘偷艺,他每天都去看做冷盘的师傅做菜,晚上还偷偷地把萝卜等凉菜带回家学雕刻,这样坚持一年多后就慢慢找到路子,悟出门道了。没多久陈亮也当起了凉菜雕刻师傅。在这之后的三年里,他还到厦门、海口、北京等城市做冷盘、凉菜雕刻师傅,月收入已经超过1000元了。

陈亮总是希望通过自己的努力改变自己的贫穷,没有真正穷过的人是不会体会那种渴望摆脱贫穷、渴望成功的激情和斗志的。然而,俗话说,有钱男子汉,无钱汉子难。对2000年之前的陈亮来说,生活依然是贫穷的,因为没有什么天大的好机会降临在一个普普通通的小厨师身上。但是他渴望成功的心是不死的。这是一种信念,一种渴望改变的信念。这个穷少年当时的人生理想就是要赚钱,要赚很多很多的钱。

## 二、涉足广告业

机会终于来了。

2001年11月,陈亮在广州南方人才市场工作的朋友很热情地邀请陈亮到广州发展。

2001年的广州,遍地都是机会。但对于当时的陈亮来说,依然前途渺茫,用陈亮自己的话说,当时他的思维还停留在农村阶段,对大城市,对于做生意没有任何意识,唯一有的就是一股子不服输的劲儿。刚到广州的陈亮每天都在寻找出路,在人才市场里给朋友帮忙时,陈亮发现自己的表达能力很差,完全不敢与人交流。一个偶然的时机他认识了一位做广告业务的朋友李晓明,听说他两个月就赚了5000多元。陈亮觉得不可能,他看上去也很普通的嘛,难道有什么过人之处?他能赚钱我应该也能赚啊。就是这样简单而又淳朴的思维给了陈亮莫大的信心。

农村出来的孩子想法就是淳朴,说干就干。

从第二天开始,他就从报纸上找做业务的活干。他先是大胆地应聘了南方台《饮食新视窗》节目的记者,结果做了几个月都没有出单,当时的他根本不知道打电话跟客户怎么说话,直到被炒掉时他才开始慢慢明白做业务是怎么回事。接着他又到广州台混了几个月,也没出单,后来栏目亏钱,他又开始茫然地找其他的业务做。

而这时候,李晓明的月收入据说已经过万了,他把陈亮介绍进自己所在的广东台的一个广告代理公司工作。陈亮第一次去见一个广州的酒商客户时,他坐在别人旁边半天不吭声,最后被人家赶

了出来。本来老板要把他辞掉,但是在李晓明的求情之下,老板答应再给陈亮一些时间。

如果说人生真有贵人的话,也许李晓明就是陈亮人生中的第一位贵人,李晓明也是陈亮涉足广告业的引路人。陈亮后来回忆说,“那时候,李晓明开始教我怎么对人说第一句话,怎么说第二句话。还对我说了一句当时让我很震动的话:‘人不要想办法改变社会,要想办法适应社会。’”

是的,人不要想办法改变社会,要想办法适应社会。为了适应社会,我们唯一能做的就是改变我们自己。

忽然间,陈亮充满动力,忍受着老板每天的责骂,他勤奋地给客户打电话,也继续给那个丢掉了的酒商客户打电话,幸运的是刚好这个客户和另一个电视台谈崩了,马上就说“给你做”。陈亮意外地出了一回单,一下子赚了几千块钱的业务提成,精神状态一下子到了一个超常规的地步:他骑自行车在全广州把所有的户外广告牌和公路广告全都抄下来,逐个打电话联系业务。“我当时简直疯了,觉得只要能出单我什么都愿意干。”陈亮回忆起自己的业务第一单时兴奋地说着。

陈亮真的疯了,据说还有一个小小的故事,可以说明他当时的疯癫程度。拿到提成后的陈亮到一家餐厅,一个人点了满满一桌子的菜,还点了一箱啤酒,自己一个人慢慢地吃,慢慢地享受,以前都是自己弄给别人吃,看着别人奢侈地享受着自己的劳动成果,这次自己也能这样奢侈一回,心里无比的高兴。他居然一个人美美地把一桌子菜全部吃完了。

说来也许大家不相信,但这是真的。陈亮讲到这里的时候还特意强调了一下。

是的,那种压抑了很久很久的激情终于被调动起来,谁能不激动呢,谁能控制得了自己的不反常呢。

### 三、像机器一样做事

做业务是辛苦的,任何一个做过业务的人都会深有体会。而对于没有任何专业技能和业务能力的陈亮来说,想做单就更难了。好在有了成功的第一单之后,陈亮就更加有激情了,所谓有激情就有梦想,有梦想就有动力。

最笨的方法往往最有效。陈亮每天早上七点多就到公司,找来电话黄页,按照上面的电话,一个一个地打过去,以至于他在那段时间经常被老板骂,说陈亮是浪费公司电话费最多的。后来陈亮只得采取第二种方式,就是扫楼。背着包到写字楼里一层一层、一家一家地去联系,去找人家谈。也许最笨的方法有时候就是最有效的方法,慢慢地陆陆续续地有些单子就来了。这种挨个打电话和扫楼的方法现在还有人在用,比如大名鼎鼎的百度公司就是采用的这种电话销售战术。销售人员在这个过程中的艰辛是很多人都无法忍受的,要接受无数次地被拒绝或者被赶出大门。这种对自尊和自信的双重践踏,一度让陈亮认为拉广告业务就是那种低下的被人瞧不起的工作。

要怎么样才能受到别人的尊重呢?专业知识。只有初中文化水平的陈亮那时急切地渴求知识——能让他进步的知识,因为在那时的他看来,知识是能赚大钱的基础。

陈亮很想知道,有钱人是怎么持续地做有钱人的,于是他买了一本《李嘉诚传》来读。这是他第一次系统地接受致富的理论知

识,当时的感觉是非常的震撼,而且一发不可收拾。陈亮从李嘉诚的分析中明白了一个道理:你想要和别人不一样,就必须做和别人不一样的事情。他开始研究要成为一个成功的人,这个过程中到底有些什么技巧,在那些成功的人的经历和经验中到底有些什么可以复制的东西。陈亮买了大量同类的书籍,如陈安之的、李践的等。同时陈亮也开始买一些广告营销的书和一些关于实战技巧的书籍来进行自我提高。

所谓书中自有颜如玉,书中自有黄金屋。通过知识的恶补,陈亮再次感到浑身充满力量,同时他自己感觉到自己已潜移默化地掌握了很多基本技巧。

2002年发生的一件事情,是陈亮人生中不可不说的一件事情。

那时,刚做业务不久的陈亮,业绩一直平平,没什么大的亮点,但是陈亮依然坚持,绝不放弃。为了能出大单,他冒充一个电视台的广告部主任,给一个重要客户打电话,他说,我们这里有一个什么什么活动,特别适合你们的广告投入。本来这一招实在是没招的情况下才试图采用的,却不料客户对这个方案超级感兴趣,没多久就给陈亮回电话说,我们想做,你能过来面谈吗?陈亮当然心虚了,一再地电话确认,你真的想做吗?如果你真的想做,我就过来;如果不想做,就没必要面谈了。客户说,我们真的想做。

陈亮马上联系电视台,说明自己有这么一个客户,想做某活动的广告。电视台一听这事,立刻同意给陈亮代理权,陈亮这才敢去和客户见面。没想到和客户交谈甚欢,一拍即合,马上就定了下来。

这是陈亮的业务生涯中做得最容易,但是赚的钱最多的一笔单子,当时的总费用是380万,陈亮所在的公司赢利180万,按照当

时的业务提成为利润的8%来算,也就是说,陈亮这一个单子就赚了十多万。而且据说老板是在收到客户的款项当天就把提成发给了陈亮。

用陈亮的话说,当时真不知道怎么办呀,一下子赚这么多钱,简直想都没想过。

陈亮的广告业第一桶金,看起来好像有很多的巧合和运气。然而,用一句大家都熟知的话来说就是,机会总是垂青那些有准备的人。除了运气,主要还有以下几个因素。

一是,2002年,也就是八年前的广州,广告媒体的代理费用还没有如今这么透明。所以只要充分利用好资源,是有利可图的。

二是,陈亮的聪明和大胆。一个小小的业务员,居然敢冒充某电视台广告部主任,还堂而皇之地给客户打电话。但如果不这样做,又怎么能让客户相信自己的话呢?其实,这一招虚拟经营的策略,就是那个经典的比尔·盖茨嫁女之故事的翻版。记得那个经典的故事大意是这样的:

一位优秀的商人杰克,有一天告诉他的儿子——

杰克:我已经决定好了一个女孩子,我要你娶她。

儿子:我自己要娶的新娘我自己会决定。

杰克:但我说的这女孩可是比尔·盖茨的女儿喔!

儿子:哇!那这样的话……

在一个聚会中,杰克走向比尔·盖茨——

杰克:我来帮你女儿介绍个好丈夫。

比尔:我女儿还没想嫁人呢!

杰克:但我说的这年轻人可是世界银行的副总裁喔!

比尔:哇!那这样的话……

接着,杰克去见世界银行的总裁——

杰克:我想介绍一位年轻人来当贵行的副总裁。

总裁:我们已经有很多位副总裁,够多了。

杰克:但我说的这年轻人可是比尔·盖茨的女婿喔!

总裁:哇!那这样的话……

最后,杰克的儿子娶了比尔·盖茨的女儿,又当上了世界银行的副总裁。

虽然这个故事是虚构的,但这个故事中的杰克无疑是成功的,这种策略在民间叫空手套白狼,用陈亮农村老家的说法叫干指头蘸盐,在商业界应该叫虚拟经营吧。不管叫什么,总之能想到这一招的,一定是个极其聪明的人;能敢于这样去做的,一定是个极其胆大的人。

虽然万物都非我所有,但万物都可为我所用呀。

这件在陈亮人生中意义重大的事情,不光是让他赚到了人生中的第一笔大财富,更重要的是,在很长一段时间里都在影响着陈亮的思维,那就是,智力和资源要怎样去结合。

#### 四、像海绵一样吸收

突如其来的巨款并没有让陈亮这个有着极大梦想的少年不知所措,他小心地规划着自己的未来。

从小没有读多少书,是陈亮心里永远的遗憾。但是,人生总不能停留在遗憾的层面,人要做的是尽量去减少遗憾,于是,学习就成了陈亮一辈子的事业。以至于现在的陈亮还会经常跑到学校去,和那些学生们玩一玩。



从那个时候开始,陈亮就变成了一个每时每刻都在学习的人,而且是每时每刻都在思考的人。无论是在公司工作之余,看广告和营销方面的书籍,还是在见客户以后吃饭的时间,他都要对自己刚才讨论的方式,以及讨论结果进行一下自我反思,并得出新的思路。陈亮从不忘记利用任何时间来学习。在开车见客户的时候(顺便说一句,陈亮得到那笔巨大的业务提成后,给自己买了一辆车),他的 CD 都是一些励志类和专业类的培训光盘,而且一听就特别专注,跟他在一起的人都知道,只要陈亮听盘之后,他们就不跟他说话了,生怕打扰他。有时候特别晚的时候,大家都困了,同事们就开玩笑说,没关系,给他一盘培训、营销光盘听,他就会以 120% 的精神来开车了。

直到今天,他的座驾上还放着一堆广告书籍和一个用来听管理学课程的 CD。他的哲学是,要用最短的时间积累别人需要很长时间才能积累到的东西,不管是知识还是资源,他的优势除了学习能力以及疯狂学习的信念之外,还有就是愿意付出“把自己当做机器一样做事”的非人的努力。对于知识,如今的他需要像海绵一样去吸收。

在阅读之外,陈亮开始频繁地参加各种销售培训课和著名企业家论坛讲座,他的目标是用最短的时间实现自己真正意义上的蜕变。直到今天,事务繁忙的陈亮也承认了自己的固执,比如,为了在一定周期内完成自己的目标计划,他可能会放弃其他的一切交际活动,这也就养成了对非工作方面持不友好态度的“坏”习惯,其结果得罪人不说,还被朋友斥责不会生活和没有情趣。

不会生活的陈亮,就这样把业余时间都花在了参加各种培训讲座及大量的阅读上了,他每年花费的培训听课费用数以十万计,