

内部抢先版

The First Practical Textbook on Running a Business of Social Commerce

HUMAN AS BRAND

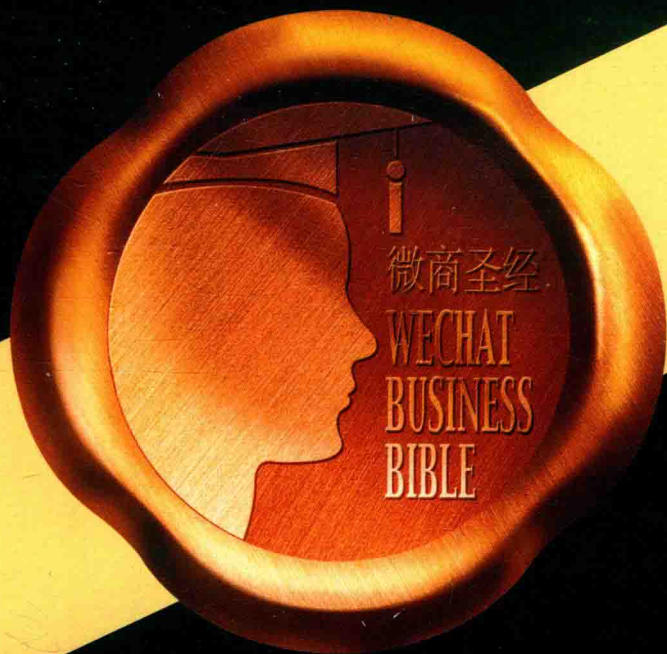
Millionaires From WeChat Moments

人的品牌

从朋友圈走出的百万富翁

首部微商运营实战教科书

姜汝祥◎著



中信出版集团

The First Practical Textbook on Running a Business of Social Commerce

HUMAN AS BRAND

Millionaires From WeChat Moments

人的品牌

从朋友圈走出的百万富翁

首部微商运营实战教科书

姜汝祥 著

图书在版编目(CIP)数据

人的品牌：首部微商运营实战教科书 / 姜汝祥著

北京：中信出版社，2017.1

ISBN 978-7-5086-7182-6

I. ①人… II. ①姜… III. ①网络营销 IV.

①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第308048号

人的品牌：首部微商运营实战教科书

著 者：姜汝祥

出版发行：中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承印者：北京盛通印刷股份有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16 印 张：15.75 字 数：219千字

版 次：2017年1月第1版 印 次：2017年1月第1次印刷

广告经营许可证：京朝工商广字第8087号

书 号：ISBN 978-7-5086-7182-6

定 价：98.00元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题，本公司负责调换。

服务热线：400-600-8099

投稿邮箱：author@citicpub.com



姜汝祥 博士

北京大学经济社会学博士

美国哥伦比亚大学商学院归国学者

中央电视台《对话》、《商界名家》长期特约嘉宾

美国《财富》杂志、《哈佛商业评论》特约管理专家撰稿人

《电商战略之电商2.0》、《移动电商3.0》等畅销书作者

联想集团董事局主席柳传志、TCL董事长李东生、

万科集团董事会主席王石一致推崇的实战型战略管理专家

摩能国际首席战略官

The Revelation of Start-up in China's Mobile Internet Era

中国移动互联网时代创业启示录

这可能是小米创始人雷军最不愿意看到的一本书，他的江湖地位正在被这群人追赶和取代！阿里巴巴最不想看到的事发生了，在微信战场，一家传统企业开创新微商，一年从零做到百亿！一个普通女孩转型新微商，一年身家过亿！本书尚未出版，便被3000万微商蜂拥预订超过50万册。读懂这本书，就读懂新零售时代。

序 言 PREFACE

人的品牌，是移动互联网之魂

2017年，是新微商元年，这一年宣告传统微商野蛮生长的历史正式结束，新微商时代正式来临！在一个伟大的时代开始之前，我想先请大家回顾一下，过去30年，中国发生了什么？

我想，如果没有30年前的改革开放，中国不可能有今天的现状，所有的人都应该感谢那个改革的年代，因为有了改革开放，才有了现在的个体户，民营企业，上市公司。为什么在移动互联网的新微商时代，要去回顾这个历程呢？历史往往惊人地相似，在30年后，在今天的互联网时代，又出现了一批个体户，这就是今天的微商，又出现了一批乡镇企业，这就是微商团队。

在过去的30年，我们的个体户，乡镇企业，是从被人看不起的情况下发展起来的，对他们的社会态度也分成了所谓的“改革派与保守派”两种。今天，存在着相同的情况，对微商的态度也各有不同。

我们有理由相信，移动互联网对于中国的意义，甚至可以上升到与当年的改革开放相比，只是一个发生在线下，另一个发生在线上。也许有很

多人不同意，一个经济现象怎么能够与当年的政治现象相比？如果我们不是从所谓的经济现象还是政治现象，而是从人的角度去看，就会懂得，今天的互联网是人类从空间到虚拟空间的一次伟大迁移，而微商是这次迁移中发生的一个重大变革。

当然有很多人说，这个行业有很多的问题。没错，我们一点儿都不回避。这个行业确实存在着野蛮生长，确实存在着鱼目混珠，有很多很Low（低端）的产品，的确有很多人打着微商的旗号去骗钱，在欺骗消费者……

但是，就像十几年前，淘宝被人指责卖假货一样，任何一个新生事物都有缺点，我们应当用耐心去拥抱它的缺点。微商有很多缺点，但这些缺点远远不能掩盖它背后的核心力量，那就是“人的电商”。

任何一个行业能够出现巨无霸公司，都是因为出现某个伟大的企业家创新出新模式，并将这个行业带入一个新时代。如果说中国B2C（商对客）造就了阿里巴巴，那么中国上亿的新微商，一样可以成就一批伟大的企业，比如摩能就是其中之一。

摩能国际把自己的核心竞争力定义为“赋能天使，人的品牌”，这是因为全世界所有的公司，都在强调以客户为中心，客户为上帝，而微商的客户就是创业天使——消费商，他们既是我们的消费者也是我们的渠道商，尊重他们，让他们成为品牌是这个时代最伟大的事情。

是的，在这个伟大的时代，消费者变成消费商，这不是生意的逻辑，这是一个人的逻辑，这就是我们提出的“大海计划”——海纳百川，有容

乃大，在这样的一个时代，公司发展靠的不是资源，资本，而是靠尊重人，帮助人，是符合人性的。

摩能国际开创新微商的使命，就是把世界级的产品通过我们的服务体系送到千家万户，我们不要价格战，我们要服务战，我们不要产品战，我们要品牌战，我们卖的不是东西，而是尊严和地位！我们呼吁所有的微商团队一起合作，向传销宣战，打造正规化，品质化，持续化的微商团队，微商真正的定义是人才共享经济，微商跟直销没有关系，就像UBer（优步）一样，只要你有一个手机，你就可以成为微企业家。

今天，微商正在改变着管理学的基本逻辑，这不仅是一场生活的运动，也是一场商业的运动，更是一场理论的变革：读者变成自媒体就改变了传播，消费者变成自渠道微商改变了渠道格局，个人变成自组织运营改变了管理，朋友圈成为自品牌改变了生活方式！

遗憾的是，我们的理论远远落后于今天的发展。我们要这么想，一个孩子犯错误很正常，但是你要尊重他，因为你死了他还活着，所以任何一个长者都不可以欺负年轻人。

中国第一本记录微商的书《人的品牌》正式问世了，这本书记录了这个时代一家公司从0到1000亿的光荣与梦想。三年千亿的战略目标并不遥远，我很喜欢一句话：心之所致，使命必达，在一个伟大的时代，千万不要把生意做小了。

还微商一片净土，让世界尊重新微商

摩能国际董事长——蒋德才

2016年1月15日，我们在北京召开了5000人的棒女郎年度感恩盛典，5个月后，我们又在深圳召开2万人的棒女郎女神泡泡万人明星峰会。短短5个月，我们的发展超出对手5年，我们的事业规模又翻了几番，代理人数又裂变了几倍！现在我们已然站在泰山之巅，我们已然开创了时代的奇迹、新的行业奇迹！在这个以个人为商业核心的移动互联网时代，每一位新微商创业者都是这个时代真正的企业家，是你们重新定义了什么叫大众创业，万众创新！你们是大众创业，万众创新的主力军。

这是新微商新模式的成功，是好人经济：好人品，好产品，好模式的胜利，更是今天这个时代——“人高于一切”的移动互联网时代所创造的奇迹！

这是一个弘扬人性光辉的时代，移动互联网打破3000年来农业时代对人身的桎梏，打破300年来工业时代对人性的压抑！不管你是来自遥远的小山村，还是身上只有600元，你都可以拿起手机连接世界，你都可以零

门槛创业，改变未来！这是一个好人经济的时代，无道义，则无跟随。

当我看到微商圈里，还有人在兜售垃圾产品，还有人在靠虚假承诺拉人头做骗局，把一个个单纯善良的人当成自己的提款机，我感到无比的愤怒！他们愧对了别人的信任，他们误读了这个时代！移动互联网打破了所有的门槛，信息平等化和信息民主化是这个时代最大的机遇。

劣币驱逐良币，靠信息不对称赚钱的时代一去不复返，那些还按过去的逻辑干着今天互联网时代的活的人，注定会被这个时代所抛弃，注定会成为一个失败者。

我敢大胆预言，今后所有的微商大咖一定是人品很好，值得尊重，有人格魅力的人，谁的人品好，谁的微商事业就会越好，因为现在是一个人格值钱，人格最有价值的时代。我感到了沉甸甸的使命，绝不能把这个世界拱手让给你所鄙视的人，必须担当起这个时代赋予我们的使命！

我呼吁华为、小米，呼吁任正非、雷军，呼吁全中国最优秀的企业和企业家，来跟我们一道，用我们的正知、正念、正行来引领这个时代，用真善美来驱逐他们的恶行！今天，我们率先提出“打造人的品牌”，因为我们知道，这个时代正在从以物为中心向以人为中心进行转移，从物权转为人权，人才是最重要的商业模式。

这是历史上最伟大的一次对个人赋能的过程，每个人都可以通过一部手机，通过移动互联网来连接整个世界，让每一个人都迸发出他最原始、最鲜活的人性之光。我们力求让每一个人都成为他自己最大的品牌，伴随



他终身的品牌。我们 100 位亿元大咖已经诞生，我们的中国新微商大学已经启动。属于我们这个时代所有人的一本书——《人的品牌》就是在这种背景下完成的。

最后，我要感谢黄子珊，感谢王丽丹，感谢林芳芳，感谢杨晶晶，感谢万兵，感谢摩能管理团队，感谢遍布全国各地的 150 万棒女郎家人与 V 塑家人！在这个“人大于一切组织”、“人高于一切”的移动互联网时代，是你们推动了这个时代的新商业文明，是你们以超乎想象的方式，将我们带往愿景之地！是你们让世界重新尊重微商！

序 言 人的品牌，是移动互联网之魂 / V
还微商一片净土，让世界尊重重新微商 / IX

▲01

未来已至，相信“相信”的力量

决定一个人命运的是趋势，选择大于努力 / 003
与时俱进，拥抱趋势才叫赚钱 / 005
走出去，世界就在眼前 / 011
奔跑吧，下雨天没伞的孩子们 / 018
相信“相信”的力量 / 021

▲02

女人打天下——粉红色的企业家时代

黄子珊与林芳芳 / 033
王丽丹与杨晶晶 / 037
时势造英雄 / 043
新微商成功的核心 / 045
百年前的“微商” / 048
即使离婚，也要坚持做微商 / 051
她的成功与爱 / 053

▲03

美国梦与中国梦，摩能成为新渠道之王

美国梦是公司崛起，中国梦是个人创业 / 059

两种梦想，两种企业家精神 / 063

当消费者成为创业者，世界将会怎样 / 068

摩能如何破局移动电商 / 072

一个人无论如何努力，也赶不上时代的步伐 / 076

▲04

使命必达——千亿战略时代企业家

摩能千亿战略 / 083

好人经济，创业精神，人的品牌 / 088

万财神与他的小伙伴们 / 094

明星大咖背后的流量之王 / 100

▲05

人的品牌，这是一个好人经济时代

品牌时代 / 109

个人行为成为品牌，伴随终身 / 112

好人淘汰坏人的时代来了 / 116

三个小人物的大故事 / 121

万人迷“芭比娃娃”是如何造出来的 / 125

超前眼光与胆识 / 128

趋势的力量 / 131

芭比娃娃是人的品牌 / 134

▲ 06

大众创业主力军摩能是如何炼成的

微商 / 142

实体店老板的转型 / 147

永远别小看拉板车卖草莓的女孩 / 153

▲ 07

价值裂变人的品牌——重新定义朋友圈

从战略高度重新定义朋友圈 / 162

打造过目不忘的超级名片 / 166

如何打造朋友圈的内容 / 173

▲ 08

从小白到大咖，每个天使都应翱翔

消费者升级为消费商 / 197

改变自己，就改变了世界 / 203

九段创业 / 207

附：摩能国际大事件 / 219

01

未来已至，
相信“相信”的力量

沃尔玛是世界上最伟大的公司之一，年销售量连续多年高居世界五百强第一名，然而近几年，沃尔玛在中国关闭了大约 10% 的门店。沃尔玛的生意都如此不好做，其他企业的零售门店日子就更难过了。

佐丹奴关闭门店 165 间、真维斯关闭直营店 194 间、艾格关店 88 间、七匹狼关店 347 间、九牧王关店 73 间、卡奴迪路关店 53 间、希努尔关店 46 间……

与传统零售业的关店潮相比，移动互联网下兴起的新渠道——微商，它的年销售额却在以 120% 的速度增长：2015 年，微商的年销售额是 1600 亿；2016 年，微商的年销售额是 3600 亿；2017 年，其年销售额预计突破 1 万亿。

微商的年销售额增速远远超过了电商。电商年销售额突破一万亿，是在 2012 年，以淘宝 2003 年成立计算，用了大约 9 年；而 2013 年出现的微商，到 2017 年年销售额突破万亿，只用了 4 年。

所有发生的这一切，用一句话可以概括——一场以“微商”为存在形式的新渠道正在崛起，移动电商正式登上历史舞台。