

那一天， 我站在了中欧的讲坛上

聚众传媒从2002年底起家到被《财富》杂志年评为2004年度中国“酷公司”(最具成长性的公司)之一，作为创始人的我就像看着自己亲手养育的孩子茁壮成长一般欣喜不已。

文/虞锋



也许是看中了聚众从无到有，从小到大快速发展的这份经历，去年张维炯教授找到了我，想把聚众写成一个有关创业的案例。我欣然答应。作为中欧EMBA99级的学生，在中欧的两年学习，让我提高了眼界，开阔了思路，激起了创业的决心。毕业之后我放弃在国营企业里的“铁饭碗”，开始走上自我创业之路。如果没有两年EMBA学习带来的这个巨大转折，按照我的性格，早晚也会砸碎“铁饭碗”，摆脱束缚，但是这个转变可能会来得迟些。然而在商场上“机不可失，时不再来”，我虽然还是我，晚几步也许聚众就不是今天的聚众了。

张教授见到我的时候，笑着说我不像是个商人，说我太文气了，倒像个学者。我回答他说这是复旦哲学系熏陶的结果。学哲学的一般都被认为除了空想之外，很少能出什么实践性的结果。不过我喜欢思考、判断敏捷，追根穷底的探索劲和较强的洞察力却是在那个时候培养起来的。哲学锻炼的是一种思维和分析能力，而这一点让我在以后的日子里受益匪浅，更让我在快速奋进时保持平和的心态。放眼看去，有不少读哲学的人成了非常成功的企业家，所谓“空想”变成了“敢想敢为”。

所以，二话不说，我积极配合张教授，向他介绍我的职业经历，跟他讲述当时这个念头是怎么产生的，为什么会进入楼宇视频媒体这一领域，最初的困难是什么，碰到了哪些主要问题，后来又是怎样慢慢解决的。张教授越听越有兴趣。首先是因为楼宇视频媒体在中国还是一个新概念，当时还处在被人忽视的情况下，但是它的发展潜力是如此之大，而且广告效果又是如此之好，相比其他媒体形式，能够更限度地将广告主的信息有效地传达给目标人群，广告商的钱可以少打很多“水漂”，这的确是个很好的商机。然后就是因为我刚开始碰到的困难非常大，有很多问题需要解决，从设备本身到安装维护、经营模式、渠道问题、品牌建设、资金问题，这也是很多创业者在起步时所碰到的问题。当时正值2001年，最大的障碍是我们需要的液晶显示器价格太高。到了第二年，价格大幅下降，我看到机会真正微笑着向我招手了。随后，其他问题也得到了解决。

一开始，楼宇视频媒体只是我创办的一家广告代理公司——电洋数字传媒科技有限公司下分出来的一个广告项目。2002年，我注册成立了上海聚众目标传媒有限公司。经过短短两年多的时间，公司就被《财富》杂志评为2004年度中国“酷公司”之一。今年1月，在北京新生代市场监测机构对13家非国营传媒机构品牌知名度的调查中，聚众的知名度也和新浪、凤凰卫视、盛大网络、网易等并列榜上。这些评测结果说明了我们的成长，说明了楼宇视频确实是一个非常好的媒体，有着强而准的广告传播力。

我把聚众定义为：聚，聚集注意力，

聚集视听众，聚集发展合力；众，三人方能成众，聚众志在聚集三类人：好客户，好投资者，好人才，再借着好的商业模式和好的企业文化将这些要素紧紧结合在一起。这既是对楼宇视频媒体的阐述，也是聚众经营理念和公司文化的表达。

世界上很多事情都是这样，一个是要敢想，另一个是要善于发现，第三个是要勇于行动。创办聚众，我发现了一个重要的机遇，而来到中欧，则是我的另一个不可多得的机遇。

张教授的案例写成后在上课时用上了，听说效果很不错，我感到非常高兴，也很感谢张教授让更多的人通过这个案例认识了聚众，让聚众的经验给大家带去一点点的启示。然而让我感到十分意外的是，今年1月份张教授邀请我参与他的创业学课程，作为嘉宾现身说法，帮助同学们更好地理解这一案例的内容。这样的事情当然是义不容辞的。

那天我重归母校，面对着一大批好学的MBA学生，感到特别欣喜。我配合张教授，和同学们一起对目标市场、商业模式、产品构成等方面进行讨论分析，然后告诉他们当时聚众的真实情况。课堂气氛特别积极热烈，可能是因为我这个当事人的存在，他们的学习兴趣显得更加浓厚，授课效果也变得特别的好，张教授和同学看来都非常满意。在回答和讨论的间隙，置身在这熟悉的课堂，有那么几个瞬间，我仿佛觉得自己又回到了学习时代，在这些渴求知识的学子身上我又一次看到了若干年前的自己……

本文作者为中欧EMBA99级学员、上海聚众目标传媒有限公司总裁