

<<衝了! >>

图书基本信息

书名：<<衝了！>>

13位ISBN编号：9789862165171

10位ISBN编号：9862165170

出版时间：2010-4-26

出版时间：天下遠見出版股份有限公司

作者：Gary Vaynerchuk

页数：256

译者：洪慧芳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<衝了!>>

前言

推薦文 做快樂的事，才有競爭力！

盧希鵬 記得幾年前，一本雜誌的標題寫著：「注意，七年級來了！」嚇壞許多企業主，因為標榜新人類的七年級草莓族開始步入社會了。

曾幾何時，好像八年級生也快要步入社會，真是嚇死人了！

一個企業要發展什麼樣的事業，先要找到什麼樣的人。

如果這句話反過來想，就是你現在有什麼樣子的人，就會發展出什麼樣的企業。

問題是：我們現在有什麼樣的年輕人呢？

台大椰林風情BBS版上的熱門討論話題中，說到有一位資管系大學畢業生，找到一份銀行的工作，但是家裡要他幫忙去賣鹹酥雞，他問大家給他什麼建議？

舊人類的想法當然是去銀行，尋求穩定的生活。

但新人類的建議呢？

結果約70%的人建議他不要去銀行而去賣炸鹹酥雞，並不是為了賺錢，也知道很辛苦，但是為這份工作比較自由又可以發揮創意。

我在班上調查的比例也差不多，大家都想去賣鹹酥雞，因為這份工作賣的是可以揮灑熱情的自己。

這本書的作者也是新人類。

蓋瑞原是位繼承家族事業的酒商，但是他發現他自己的DNA就是熱情，他的工作模式與老爸不一樣，他堅持「關愛家人、拼命努力、擁抱熱情」，利用網路上現成的社交媒體與網路，建立自己個人品牌，他很快樂，並創造出比老爸更傑出的事業王國。

老一代的人要的是努力，只要我努力，沒甚麼不可以。

新一代的人，講求快樂，只要我快樂，沒甚麼做不到。

結果，努力的人要顧肝，而快樂的人就有熱情，有熱情就有努力，最終帶來成功，這是一種 Inside Out的成功學。

我讓我想起20年前在美國讀書時，問美國同學人生的目標是什麼，他們竟然給了我一個膚淺的答案：「快樂」。

他們也反問我們台灣人的人生目標，當時我給了他們一個高尚而經典的答案：「吃得苦中苦，方為人上人」。

他們覺得這個目標有趣，但也很奇怪。

聽說曾經有位台灣人在法國學餐飲，台灣人認為學成之後要回台灣找一家五星級的飯店，在經過多年的努力之後，人生的目標希望能夠當上飯店主廚。

而法國同學則不然，他們希望學成之後能夠靠著廚藝環遊世界，等40歲後再回到某個法國小鎮，開一家小酒館。

結果，愛玩的法國廚師，總是能讓法國餐飲聞名世界，因為快樂帶來熱情。

吃得苦中苦的台灣卻變成了重生產、輕消費的工廠，因為努力的人，懂得忍耐。

蓋瑞的書很好讀，看起來就像他在對你講話。

他是有熱情的，掏心掏肺的將他建立個人品牌的心得與大家分享。

從心路歷程，到創造內容、挑選平台如 Wordpress, Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, uStream.tv、建立社群、開始獲利等，是一本很實際的好書。

現今許多老師與父母限制小孩上網，而這本書的作者卻讓我們看到，讓孩子做他們喜歡的事，上網也可以搞出名堂來。

所以我才說，要「快樂玩耍救台灣」，台灣人的熱情，快被讀書與工作壓力磨光了。

就像作者所說的，這是一本關於快樂與熱情的書。

真的，做快樂的事，才有競爭力！ 推薦文 在社群媒體「爆紅」，靠努力、更要靠耐心

Mr.6 最近很多人靠微網誌爆紅，但這兩年在美國竄紅、新書連續幾個月在Amazon「數位行銷類」、「創業類」排行榜高踞第一名的作者，卻是完全不同的狀況。

這傢伙叫范納洽，今年才33歲，在Twitter 上面已有高達85萬名跟隨者，成為網路上最有名的「品酒

<<衝了!>>

專家」之一。

他出書了，書名叫《衝了！

熱血玩出大生意》，這本書真是他的寫照，他不是講品酒、買酒，他講的是「現在正是將你的興趣轉成現金的最佳時機！

」他成為暢銷作家，可以一天之內連跑六個城市演講。

重點是，范納洽成功的將他的興趣轉成現金，總共花了幾年的時間？

他等了幾年？

他的「爆紅」其實並不是突然間的，今年33歲的他，出身自窮困的俄國移民小家庭，父母在美國開了一間賣酒的小商店，很辛苦的天天工作。

他16歲後開始在店裡當工讀生，這是16年前的事了。

當時，他立下志願，希望成為全世界最棒的品酒專家！

這個，果然是「夢想」，因為一共花了16年，到2008年才實現。

2006年他先創立了「美酒電視庫」(Wine Library TV)，慢慢的錄製、播放，目前已經有800多則影片，一天共有9萬人在觀賞。

後來Twitter起來，他的做法也很有趣，他認為不應該是「他講」，所以從一開始，就以這個帳號為一個問答集，如果你問他任何關於品酒的問題，他會在24~48小時內答覆，所以大部分的人所看到的他的「作品」都是在「回覆」客戶的疑問，經營快兩年，《華爾街日報》、CNN等知名媒體紛紛報導他的成功故事，他才終於如願以償，成為「知名品酒專家」。

去年開始，他新創顧問事業，成功轉型為個人品牌及創業專家。

社群行銷是目前當紅議題，是指使用Facebook、噗浪、YouTube、部落格……這些工具來推銷自己，建立個人品牌。

但從范納洽的例子，以及我個人的投入與觀察，我必須說服大家：社群行銷不是在辦炫麗活動，它無法瞬間帶來大量人潮，但用對方法，它可以將一群人，緩慢的、篤定聚集起來。

像一個足球場的觀眾，慢慢的塞滿，慢慢的擁擠，等到需要爆發的時候，黑壓壓的全是人頭，哄然一亂，會踩死人。

我相信，每個人都有獨特的個性與能力，都在世界上有他可以爆紅、爆富、爆名、爆熱門的價值，而這個價值就藏在網路世界裡。

網路就是會不斷推出新的平台、新的做法，每一次都會有些人可以衝出水面。

問題是，如果你這次沒衝出水面，可不可以潛水到十年後，等十年後那個平台出來，再衝出來變成一方之霸？

范納洽做到了，他以熱情、耐性，加上方法，「衝出」一門大生意。

推薦文 在這全新的網路世界，你的名聲將被個人品牌取代 Mr.Jamie 經過幾十年的發展，網路已經逐漸成為你我生命中不可或缺的一環。

但大部分人卻尚未體會，這場革命背後真正的意義。

其實，網路普及所帶來的，並不只是人們溝通方式的改變，也不只是商業交易模式的改變。

它所真正代表的，是一個全新的、更接近大同的世界；一個資訊唾手可得，不再被少數人壟斷的世界；一個出版和輿論公器下放，不再受到統治階級控制的世界。

在這樣的一個新時代，你的名聲，也就是大眾對你的了解，是可以不被少數媒體所把持的 只要你知道如何奪回主控權。

而蓋瑞這本書，正是你最好的入門指引。

尤其在針對「為什麼你需要個人品牌？

」以及「如何建立個人品牌？

」這兩個核心問題的闡述上，我相當贊同他的許多看法。

蓋瑞指出，打造個人品牌，並不只是開一個網誌，然後貼上有趣的內容而已，你更要積極經營品牌的能見度。

的確，就像任何產品一樣，如果不花力氣去宣傳，誰會知道你在茫茫網海的一角，蓋起了一個部落格？

<<衝了!>>

所以，你必須主動出擊，活躍在潛在客戶出沒的場所，像是網路討論區等等。

當然，這件事情除了需要一段時間的摸索，更需要調整你的心態。

以我個人的經驗為例，剛開始寫網誌的時候，我並不特別熱衷於宣傳，深怕被人當作是到處推銷的網路蟑螂。

直到後來我才慢慢體會，如果你很有誠意的參與討論，提供有用的想法和資訊，任何網站上的社群，都會張開雙手來歡迎你的加入，然後慢慢變成你的聽眾。

另一方面，就像蓋瑞說的，宣傳這件事也有很科學的一面，你必須學會利用流量分析工具，來了解經營那些社群，可以有效的帶來流量，而且是品質好的流量。

另外，我特別想指出蓋瑞在第三章裡寫到的透明法則，是非常重要的。

你千萬不可以使用分身術、盜用他人品牌、剽竊內容或是任何其他不入流的手段。

網路帶來資訊的開放，所以它藏不住秘密，近來就有好幾個網友踢爆的案例，不可不慎。

另一方面，同一章內蓋瑞提到的各種號召行動按鈕，則是你最好的朋友。

這些小東西不但可以協助讀者分享你的文章，帶來流量，按鈕上顯示的累積數目，更是內容品質最好的指標，也是日後寫作方向的重要參考，是投資報酬率超高的小玩意兒。

而第八章提到認清你的 DNA，找到有熱情的主題這件事情，也相當重要。

在中文繁體市場，我們已經看到不少部落客朝自己有興趣的主題發展，而逐漸累積成高知名品牌的成功案例，例如：酪梨壽司、貴婦奈奈等。

另一方面，就算你沒有興趣靠著個人品牌來創業，自己當老闆，也不能忽視這一個趨勢。

在北美，應試人員在社交媒體上活躍的程度，早已開始受雇主的重視。

最有名的是Google，他們會依據一個工程師在LinkedIn（專業社交網路）上的聲望，來決定是否挖角。

所以，蓋瑞說的沒錯，我們已經進入了一個全新的未來。

而你必須要做的，就是把個人品牌的主控權拿回自己手上。

那你，就等於擁有了未來。

推薦文 熱情與故事：社群經營的二個秘密 查理王 「任何一個地方，能让你覺得快樂，那就是你的家。

」 西藏諺語 「構成宇宙的是一個個的故事，而不是原子。

」 彌瑞爾·盧奇瑟（Muriel Rukeyser） 我近日的案頭書《比神更快樂》開宗名義第一句話便說：「生命本來就是快樂的。

」 本書作者范納洽也一開頭就提到永恆不變的真理：「做讓你快樂的事，一切從簡，做研究，努力工作，向前看。

」 成功的學問看似深，其中一個秘訣就是找出你最大的熱情，然後，將事情的邏輯化繁為簡，簡單的事情重複做，累積你成功前那一萬小時的錘鍊。

我相信，未來的時代是回歸本質及本我的年代，透過無遠弗界的網路，同好們可以更輕易地聯結在一起，組成社群。

而經營社群，需要熱情；找到來自本我的熱情，透過社會性網絡媒體無私地傳播出去。

世界是一個合一的全體，想得到什麼，就給出什麼，每個人無私奉獻的熱情，有朝一日將化為一個美麗的圓，回歸到自身，我認為這就是社群經營的第一個秘密。

而第二個秘密就是：說故事的能力。

未來的時代誰是勝出者？

愈來愈多的跡象顯示：說故事力、整合力、設計力、關懷力...等幾種創意特質，決定了未來世界的成敗。

這些特質，似乎也能在范納洽身上見到。

他在書中指出：「內容是靠熱情與專業衍生出來的，所以你一定要比別人更懂得暢談你的產品。

你應該做好功課，閱讀與吸收你能找到的任何資源。

」 數位網路平台不是為了造就更多「文抄公」，或是會使用「按下滑鼠右鍵」、「複製」跟「貼上」功能的剪貼者，而是希望能以更短的時間、更低的成本，讓更多更專業或業餘同好得以交流他們的專

<<衝了!>>

業與分享彼此的故事，創造共鳴並開創新局，集全球個體化的小我智慧，成為一個合一的、集體化的大我智慧。

準備好透過社交網絡媒體向大家說故事了嗎？

若你想從短小輕薄的生活隨筆開始，你可選擇Plurk或Twitter等微網誌開始隨手紀錄你140字以內的生活極短篇（mini-saga），若你天天有滿腔熱血及滿腹經綸想與全世界分享，那麼你可以不只經營一個部落格！

現在很多人同時擁有多個部落格、微網誌、flickr網路相簿、YouTube影音平台及Facebook社交網絡...等數位分享平台，但千萬記得，在開始說故事之前，先透過網路平台，建立你無私分享的恢宏氣度及任何故事得以成功不可或缺的可信度吧！

推薦文 用心服務，典範傳承 周品均 2004年，當時還是大三學生的我，在「Yahoo！奇摩拍賣」以新台幣五萬元做為創業資本創辦「東京著衣」，2007年即獲得「Yahoo！奇摩拍賣 2007年度業績第一名」殊榮；2010年初，我們的營業額衝破了3億元，更榮獲「網路人氣賣家」第一名。

許多人問我東京著衣為什麼能爆紅？

我想，選擇平台與典範傳承應該是兩個很重要的因素，也是零售業起家的本書作者范納洽在書中一再強調的重點。

選擇在網友心中已建立信賴感的網路平台是重要的第一步。

選擇平台之後，參與平台舉辦的行銷活動可以增加曝光度，讓更多消費者知道你的品牌。

踏出這重要的一步之後，接下來是網路賣場最重要的：網路口碑。

它比任何宣傳都重要。

這就是我說的典範傳承，也是我最重視的。

網路口碑的效應真的很大，但它不是靠刻意經營而來，必須真正用心服務買家，然後一傳十、十傳百而來。

當你做得好，網友就會好康逗相報或揪團，使你的名聲很快就會橫掃學生社團或BBS討論區，而且形象愈來愈好。

作者在書中提到：「傳承典範是長久穩固成功品牌的關鍵，我從跨進零售業開始就深諳這點。」我非常贊同這個看法，對我而言，「品質」與「用心服務」就是東京著衣最努力想建立與傳承的事。

因為，網路資訊是透明的，賣家沒辦法漫天喊價，也少有賠本流血促銷。

消費者也很聰明，不只比價格，也比產品的整體服務，從品質、出貨速度甚至到售後服務。

我們始終堅持產品細節，例如我會要求補強內裡與剪裁，讓產品穿起來比同款商品更有質感。

「用心服務」則是不輕易拒絕顧客要求，這也是我過去累積的原則。

當我還是小賣家時，沒有大量進貨的競爭力，能付出的唯一競爭力就是自己。

於是我花了無數時間與買家互動，撰寫詳細文案，並身兼造型師，幫買家打理整套服裝，認真建議客人適合的穿著，使得這份用心讓她們把「東京著衣」當成好朋友。

我發現，這份用心也與本書作者非常相似。

作者對傳承典範的執著，可以解釋為什麼他堅持盡量回覆每一封電子郵件、推訊、簡訊或意見。

他是在為自己的事業訂定基調：「無論是面對面或是在網路上，建立關係，創造與維持有意義的互動，是我們在這裡唯一的理由。」

他訂定基調，然後傳承典範。

對我而言，對網拍與服裝的熱情支持著我走到今天。

雖然過程中所投入的心血和成本，與實際獲得的微薄毛利不成正比，但這對我來說不是最重要的，因為我做的是我最享受的事情，每天都很開心！

推薦文 每一個人都要有趨勢感 林穎穗 身為傳統產業第二代，也在網路業工作過十年，幾年前我回到虎尾的家族企業，運用創意和數位工具展開改造大行動，幫助興隆毛巾再生，這段過程讓我對本書作者范納洽獨特的趨勢感，感受特別深。

他總是到處觀察、尋找靈感，這種因應社會與文化趨勢的興衰，調整經營策略的靈活態度，我相信，

<<衝了!>

每一個做文化創意產業、做行銷工作的人，都應該要學習。

紡織業曾經是台灣的主力產業，但經過1990年代大陸貨的傾銷以及2002年台灣加入WTO的影響，這個產業幾乎被連根拔起，撐下來的也都奄奄一息。

2005年，我回來參與經營時，工廠的毛巾庫存堆得滿倉庫，負債高達三千萬元，擺在面前的情勢很明顯：不創新，等著被淘汰吧！

由於有十年的網路經驗，對於網站設計、數位行銷的Know-how我並不陌生。

因此，第一個月，我把重心放在自家網站的大幅改造：我要利用這個平台告訴通路商與一般消費者：到底傳統的台灣毛巾好在那裡？

從台灣毛巾的歷史、製作流程、材料、特點，清清楚楚地做成資料庫，呈現在網站上。

同時，我也認真思考在產品與行銷上的創新。

品質好卻賣不動的根本問題該如何解決？

如何創造差異化的產品在市場一片低價競爭中殺出血路？

我突然想到，一次家族聚會中聽到的玩笑話：「我們的毛巾軟綿綿，看起來好像蛋糕。」

研究後發現，「造型毛巾」的概念在歐洲和日本都有成功實例，經過數十次包裝工法的實驗，我們終於研發出第一款圓型的蛋糕造型毛巾。

過去被定位為日常消耗品的毛巾，開始有了新生命。

初期，興隆毛巾走B2B模式，專接企業客戶的禮品代工案，大獲成功後，我們爭取在毛巾上打興隆品牌，不斷開發各種新造型並申請專利，接著並開始透過網路銷售造型毛巾給一般消費者。

未來，我們希望毛巾不僅造型可愛，還會說故事，成為更有文化內涵的商品。

回顧這幾年的改革路，非常辛苦，對內，要做大量的說服與溝通；對外，我們知道，這條路要走得長遠、要能不斷打敗仿冒，只有靠比別人更敏銳的嗅覺，一直創新。

推薦文 在虛擬的世界，做最真實的自己 雨傘王（陳慶鴻） 你的DNA是什麼，就要在網路上找出最適合你自己的平台，讓自己在網路上被看到被聽到，這是本書作者范納洽在書中一再強調的基本觀念，也是我最心有戚戚焉的觀點。

因為，回頭去看「雨傘王」的網路品牌創造經驗，和范納洽頗有相似之處呢。

有人適合用文字傳達的部落格，有人適合以照片取勝的Flicker，而我，很幸運地，藉著搞怪的雨傘測試影片在YouTube一炮而紅，建立台灣目前規模最大的網路賣傘平台，並開了三家實體商店。

我大學唸資訊管理，大三時就在網路上開設手機資訊網站「手機王」，出社會後一直在網路相關事業工作，創業時運用網路平台是想都不必想，一定要這麼做的事。

當時，我的正職是某知名人力銀行的網站企劃，必須研究部落格的商機，自己也一直在尋找創業機會。

有一天，機緣到了。

我在逛街時看到兩個老板一搭一唱，把雨傘放在地上又踩又跳，證明雨傘超級堅固。

「對了！

就賣這個！

」我的腦袋忽然通了電，毛遂自薦，問他們願不願意提供貨源讓我在網路上銷售。

但雨傘到處都有，該如何出奇致勝，讓網友相信我們賣的真是「無敵堅固」的好傘呢？

我做的就是：表現出自己真實自然的一面。

雖然我平常很正經，真要搞笑時滿能放得開，偶然還會有神來一筆。

一開始，我先學那兩個老板踩啊跳啊，誇張滑稽的動作加上簡單好笑的語言，放在YouTube上，吸引好多網友點閱轉寄。

後來，我不斷動腦筋變換「測試」場地，哪裡風大往哪裡去，到過石門風力發電廠、合歡山，連出海坐船也拿把傘撐著拍。

蓋瑞說得沒錯！

網友根本不在乎我們的攝影器材有多好或多貴，內容能吸引他們才是重點。

我們最受歡迎的一支影片是颱風天，網友留言建議我出去測試雨傘功能，我想一想，就出門了，拜託朋友用手機拍下我們的雨傘如何與狂風大雨搏鬥的「英姿」。

<<衝了! >>

這些看似瘋狂的舉動，網友覺得很親切，也讓我們吸引主流媒體的注意，得到許多報導機會。建立品牌知名度後，我們現在努力深耕品牌的內涵，例如，我們開始拍一些有簡單劇情的片子，也開始辦活動、做服務，打出「雨傘終生維修」的口號，這些都是別人沒做過的，就像范納洽能把父親傳下來的小酒鋪，打造成營收六千萬美元的知名品牌，除了創意和熱情外，他也堅持口碑和服務品質，都是值得借鏡之處。

<<衝了!>>

內容概要

你的工作還存在著夢想，或只是為了維生？
你是否每天疲於應付老闆要求，碰到瓶頸，渴求突破？
或者你已經起步創業做想做的事？

只差一步就能大放異彩？

「熱血玩出大生意」不是空談，現在正是將熱情與興趣轉成現金的最佳時機！

世界的遊戲規則變了。

網路早已變成多數人的第二個家，大眾早已轉移了社交陣地。

顯然，有人潮就有錢潮，廣告商早已捧著大把鈔票湧入網路世界，那麼，何不讓廣告商把錢花在你身上？

你只需要投入精力與時間，就可用這些網站媒體經營事業，對有膽識的人來說輕而易舉，你不就是這樣的人嗎？

藉口1：我熱衷的事不像作者喜歡的美酒那樣容易推銷，而且一點也不酷。

網路早就把所有建立利基市場所需的成本降到最低，不管你熱衷的是多麼稀奇古怪，都有辦法號召足夠網友、吸引廣告商上門。

如果你熱愛當個銷售員，開個影音部落格，每天選一樣東西推銷如何？

相信不久許多公司會排隊請你幫他們銷售。

藉口2：我已經很滿意現在的工作了，所以謝謝，我不用看這本書。

首先，恭喜你找到你喜歡的工作！

不過，這本書要談的跟所有人都有關係，不管你是在職或準備創業。

這本書教你如何精準使用社交媒體和行銷策略，讓老闆更欣賞你；它也教你怎麼打造個人品牌，萬一哪天不幸被迫離職，只要在Facebook說一聲，你就能輕易找到你熱愛的工作。

藉口3：我得辭掉工作才有精力去做書中說的創業事。

書中提到的創業步驟的確需要花點時間，你可能得少看些日劇或少打點魔獸，不過想想你做的是你熱愛的事，不用為了假期而活，還可以賺得跟現在薪水一樣多的錢，這可是夢寐以求的工作、生活、休閒合而為一，你甚至不會介意再多一點的努力。

作者范納洽要告訴我們：把自己熱愛的事情打造成賺錢的事業，你會快樂無比。

這表示你每天早上起床工作永遠活力十足，因為能談論或處理你最感興趣的事情，你不需要為了假期而活，你甚至不會注意到工作了多久。

這聽起來像你過的日子嗎？

人生苦短，不該虛度，你應該為你自己好好改變人生。

網路奇葩范納洽告訴你，善用網路工具，你就能搏感情、飆創意、玩名氣、賺現金！

如何把你的熱情轉到部落格上，讓成千上萬對你個人品牌有興趣的人追蹤。

如何吸引廣告主把上億的廣告預算撥一些給你。

為什麼透過社交媒體打造個人品牌對你的事業與晉升很重要。

如何把你在網路上的每次互動都變成營利的機會。

有史以來最棒的行銷策略。

「我一直很想寫這本書，原因不在於我覺得自己可以幫每個人變成百萬富翁（雖然我確定我可以做到），而是因為我受不了很多人還是不明白，他們其實不必屈就某份工作。

現在已經沒有藉口再為了薪水或責任感，而一輩子做他們根本不愛的工作。

網路讓每個人都能完全忠於自我，把自己熱愛的東西變成個人品牌，賺大錢。

」 - - 蓋瑞·范納洽

<<衝了! >>

作者簡介

蓋瑞·范納洽 (Gary Vaynerchuk) 范納洽是近年來快速竄紅的網路奇葩，在美國掀起一股范納洽風潮。

他迷人可愛之處，就如《紐約時報》描述，「像個隨處可見的美國大男孩，但他33歲就成了一位成功且成熟的商人，傾注他的熱情與宣傳嗜好到工作上」。

范納洽向來早人一步嘗新求變。

成為網路名人前，他把家族經營的酒鋪店面改造如葡萄酒博物館，讓一個年營收400萬美元的零售酒鋪，成為年營收6000萬美元的業界領導者，吸引《華爾街日報》特別報導，1997年他推出美酒庫零售網站，2006年推出影音部落格「美酒庫電視」，並迅速使用Twitter與Facebook等社交媒體工具來推廣。媒體讚譽他為「YouTube世代的美酒大師」，他的四射熱力，吸引各大知名媒體如CNN、《時代雜誌》、美國《商業周刊》、《GQ》等爭相邀訪。

曾經有「范納洽迷」，因為他在影片中提到要辦活動，從加州專程飛到紐約參加。

他的第一本書《范納洽的101種酒》一開放訂購，范納洽迷就讓它躍升為亞馬遜暢銷書榜第36名。

近來他新創顧問事業「范納媒體」(VaynerMedia)，分享他的個人品牌、顧客口碑與創業經驗，本書也因此在他巡迴演講中成功促成。

「一位出版同業告訴我，他們看了無數打造個人、職場生涯的寫作提案，范納洽能打敗群雄，是因為他早有一群對創業躊躇不前、職場遇到瓶頸的死忠粉絲。」

- - 《出版人周刊》前總編輯 / 莎拉·尼爾森 (Sara Nelson) 洪慧芳 **台灣大學國際企業學系畢業，美國伊利諾大學香檳分校 MBA，曾任職於 Siemens Telecom 及 Citibank，目前為專職譯者，從事書籍、雜誌、電腦與遊戲軟體的翻譯工作。

<<衝了! >>

書籍目錄

推薦文：一座令人激動的回憶劇場 / 馮光遠推薦文：借來的私房風景 / 黃寶蓮引言：這風貌只屬於你，獨一無二 / 保羅·高柏格 (Paul Goldberger) 普立茲建築獎評論家寇特·安德森KURT ANDERSEN 小說家、電台主持人羅傑·安哲ROGER ANGELL 紐約棒球評論家彼德·班內特PETER BARNET修道院博物館館長卡洛琳·貝倫CAROLINE BARON 製片、慈善家巴瑞辛尼可夫MIKHAIL BARYSHNIKOV 芭蕾舞家馬利歐·巴塔立MARIO BATALI 名廚約翰·伯蘭特JOHN BERENDT 作家德瑞克·柏梅爾DEREK BERMEL 豎笛家、作曲家艾席卓·巴拉斯可ISIDRO BLASCO 視覺藝術家查爾斯·波克CHARLES BOCK 小說家卡蘿·波格特CARROLL BOGERT 人權運動家大衛·拜恩DAVID BYRNE 樂手、藝術家彼得·凱瑞PETER CAREY 作家葛雷登·卡特GRAYDON CARTER 雜誌總編蘿珊·凱許ROSANNE CASH 創作樂手兼作家史蒂芬·寇柏特STEPHEN COLBERT 喜劇演員、電視節目主持人克列柏·克雷恩CALEB CRAIN 作家亞瑟·丹托ARTHUR DANTO 哲學家、藝評家麥特·戴林傑MATT DELLINGER 作家、新聞工作者朱諾·迪亞茲JUNOT DIAZ 作家E.L.達克多羅E. L. DOCTOROW 小說家納森·英格蘭德 NATHAN ENGLANDER作家諾拉·伊佛朗NORA EPHRON 導演、作家李察·伏洛德RICHARD FLOOD 新當代藝術館博物館館長奈爾·法蘭科NIEL FRANKEL 藝術家格勒克仁波切GELEK RIMPOCHE 藏傳佛教大師、流亡作家尼克·吉斯NICK GHIZ 藝術家菲利浦·葛拉斯PHILIP GLASS 作曲家伊森·荷遜菲德ETHAN HERSCHENFELD 聲樂家郭華德ED KOCH 前紐約市長妮可·克勞斯NICOLE KRAUSS 作家東尼·庫許納TONY KUSHNER 劇作家安妮·萊伯維茲ANNIE LEIBOVITZ 攝影家丹尼爾·李伯斯金DANIEL LIBESKIND 建築師菲力普·洛佩特PHILLIP LOPATE 作家格倫·勞瑞GLENN D. LOWRY 紐約現代美術館館長弗列德·魯布林FRED LUBLIN 神經學家溫頓·馬沙利斯WYNTON MARSALIS 爵士樂手、作曲家布魯斯·麥考BRUCE MCCALL 插畫家、幽默大師科倫·麥肯COLUM MCCANN 作家李察·麥爾RICHARD MEIER 建築師丹尼爾·米納克DANIEL MENAKER 出版人、作者安東尼奧·孟達ANTONIO MONDA 作家、教授蘇珊娜·摩爾SUSANNA MOORE 作家馬克·莫里斯MARK MORRIS 編舞家尼可·馬利NICO MUHLY 作曲家梅根·奧羅奇MEGHAN O'ROURKE 作家、詩人克利斯·拉西卡CHRIS RASCHKA 插畫家奧利佛·薩克斯OLIVER SACKS 腦神經學家、作家史地芬·薩格梅斯特STEFAN SAGMEISTER 平面設計師蓋瑞·史坦恩加特GARY SHTEYNGART 作家彼得·席斯PETER SIS 插畫家班·桑南柏格BEN SONNENBERG 作家、編輯、譯者洛林·史坦LORIN STEIN 編輯亞歷山大·史迪里ALEXANDER STILLE 作家、記者伊莉莎白·史卓特ELIZABETH STROUT 作家小亞瑟·奧克士·沙茲伯格ARTHUR OCHS SULZBERGER JR. 《紐約時報》發行人蓋伊·塔利茲GAY TALESE / 作家阿基雷·瓦爾茲ACHILLE VARZI 哲學家亞歷·威金森ALEC WILKINSON 作家湯姆·沃爾夫TOM WOLFE 作家亞當·賈克ADAM Y 樂手勞倫·扎拉茲尼克LAUREN ZALAZNICK 媒體主管後記：窗框內那片薄玻璃之外的一切，屬於我們內心，不屬於外在世界。

章节摘录

b>第一章 擁抱熱情，萬事皆行 你對一件事有多熱血？

是那種朝思暮想的感覺嗎？

你晚上睡不著，滿腦子都是點子與夢想嗎？

你願意為了追求自己想要的生活，不惜付出任何代價嗎？

如果是，你很幸運，因為你活在一個前所未有的年代，只要有足夠的幹勁、耐心，和遠大的夢想，你就有機會。

這點我比誰都清楚，因為我就是這樣起步的。

三年前，我還是個怪咖，對技術一竅不通，卻用Facebook、Twitter、Tumblr之類的社交媒體網站，塑造了名利雙收的個人品牌。

當時，很多人不願接受商業界和社會正在轉變的事實。

如果那時我告訴你，只要你有熱情，願意拚命工作，就可以打造財源滾滾、其樂無窮的事業，你可能不相信。

但如今，機會無窮無盡，雖然我覺得現在了解社會、商業界、甚至網路圈改變有多大的人還不夠多，但發生在我身上的故事將會變得愈來愈普遍。

只要你有迫切的渴望，你也可以擁有同樣的經歷，而且比我用更短的時間，投入更少的資金，就能辦到。

我們來看改變的速度有多快：我用八年的時間（1998~2005），把我爸的平價酒行（Shopper's Discount Liquors）從營收四百萬元的小酒舖，拓展成五千萬的事業，我為此深感自豪。

但是除了投入大量的心血外，我們也在《紐約時報》、《美酒觀察家》雜誌（Wine Spectator），以及其他出版刊物、廣播電台、地方電視節目上砸了數百萬元打廣告。

相較之下，2006年2月我開始塑造個人品牌，投入的資金（不到一萬五千美元）遠比心血還少，但樂趣卻比這輩子做過的事情還多。

你也能付出心血，對吧？

你可能沒有人脈、教育背景或財富，但只要你夠熱情，肯付出心血，任何事情都難不倒你。

三個原則 你翻閱本書，可能是因為想知道我成功的祕訣。

其實我的祕訣很簡單，就是奉守三個原則： 關愛家人 拚命努力 擁抱熱情 就這麼簡單！

注意到我沒提及網路、社交媒體工具，甚至連科技都沒提到嗎？

儘管這些東西是我過去幾年成就的關鍵，不過快樂才是我衡量成就的指標，而不是事業做多大，或賺了多少錢。

多虧這三項原則，我現在快樂極了。

不信嗎？

覺得不可能嗎？

我可以跟你保證。

如果你還沒落實第一個原則，那就要快！

如果你不關愛家人，這本書想要傳達的訊息對你來說就毫無意義了。

家人永遠是你的首要考量，如果你已經把家人擺在第一位，工作也很努力，卻還是不太快樂，可能是因為那不是你的熱情所在，那麼儘管這點只占成功祕訣的三分之一，它卻是你投入新商業界的關鍵。

擁抱熱情，那究竟是什麼意思？

那表示你每天早上起床工作時都活力十足，因為你能談論或處理你最感興趣的事情。

你不需要為了假期而活，因為你不需要抽空休息，工作、玩樂、休閒已合而為一。

你甚至不會注意到工作的時間有多長，因為對你來說，那其實不是工作。

你有獲利，但你願意為它免費做任何事情。

這聽起來像你過的日子嗎？

你是在生活，或只是為了維生？

<<衝了! >>

你花那麼多時間工作，何必浪費時間做你不太喜歡的事？
人生苦短，不該虛度，你應該為你自己好好改變人生。
你只需要上網，開始善用網路上的工具就行了。

<<衝了! >>

媒体关注与评论

【國內】各界人士推薦 Timberland總經理 吳美君 新銳服裝設計師 古又文 博客來、Tazze創辦人 張天立 東京著衣創辦人、品牌總監 周品均 穎創蛋糕毛巾 林穎穗、雨傘王 《Career 就業情報》總編輯 臧聲遠 台科大資管系教授 盧希鵬 網路趨勢觀察家 Mr.6 劉威麟、Mr.Jamie、查理王 【國外】各大媒體佳評如潮 「如果你對工作提不起勁卻只能坐困愁城，這本重要小書將會激勵你去追求心

<<衝了! >>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>