

王成：夫大善者，需大学也

——采访桂工珠宝同业校友会会长

王成，1998年毕业于桂林理工大学（原桂林工学院），现任深圳定向珠宝零售品牌战略咨询机构董事总经理，桂林理工大学珠宝同业校友会会长。



和王成兄相识多年，平时微博、电话联系不断，在深圳这个忙碌的城市，我们之间保持着醇厚的君子之交和同窗之情。这其中的主要原因，是王成兄的热诚和智慧吸引着我。在我看来，他是珠宝行业独树一帜的零售品牌战略管理专家，更是一个亲切平和的智者，与他交往，不光可以学到知识和经验，更可以体悟到明德和仁善。这是一种比钻石更珍贵的品质，比玉石更恒定的蕴藏。这种品质，曾经在桂树成林的理工大学熏陶浸染过，而后在五光十色的十余年职业经理人、创业历程中得到磨砺。歌德有云：“读一本好书等于和高尚的人对话”，而与王成兄这样的朋友对话，等于面对了一本内涵丰富、思想精粹的书，只要用心阅读，

总是让人如甘露洒心，百脉俱开。

早早定位，成为当年就业最顺利的毕业生

1994年，王成进入桂林工学院(现为桂林理工大学)就读宝石专业。1998年，这一届学生面临毕业，不巧的是，这一年的就业环境比以往的任何时候都要严峻——亚洲金融风暴横扫各行各业，不光应届毕业生找不到工作，在职人员的失业率也屡创新高。同学们都开始忙碌着收集企业名录，寄求职信，等待回音，但大部分的求职信都如石沉大海，没有音讯。在一片毕业面临着失业的集体迷茫中，王成却同时拿到了两家珠海珠宝企业的应聘通知书并顺利通过面试，佳讯传来，引得同学们艳羡不已。当不少同学拿着“面试指南”“求职秘诀”来向他请教的时候，王成却告诉同学：成功的就业源于清晰的定位。科特勒的“定位”理论不光可以用于营销，也可以指导人生的脚步。

王成说：“我是从农村考上大学的，所以大学对于我来说，不是意味着风花雪月的惬意，而是人生起跑线的紧张。”从进入大学校园的那一刻起，他就开始思考自己未来的方向。通过一个学期的学习了解，他发现宝石专业的就业方向主要在三个方面：一是搞鉴定，进检测站工作；二是搞设计加工，成为珠宝设计师；三是做市场营销。结合自己的特点，王成认为自己性格开放，喜欢接受新鲜事物，对于事业成就感的追求甚于稳定或财富，那么，市场营销应该是最适合他的工作。

自此，王成开始围绕“市场营销”这个定位打造自己的核心竞争力，他经常到校外的一些珠宝店或企业调查、实习，选修市场营销学的相关课程，并认真系统的学习研究，经常阅读《销售与市场》等营销专业杂志。到了大三，他的大部分精力都投入到市场营销的相关社会实践中。和一般的市场营销人员从“扫街”“跑单帮”开始不同的是，王成的市场营销之路一发端就表现出杰出的组织能力和创新能力。他组织成立了奇石珠宝协会，带领会员销售珠宝，参与学校组织的广西平果铝珠宝咨询销售活动。这一系列的社会实践活动不仅开阔了视野，积累了经验，也更加坚定了自己未来从事珠宝市场营销工作的信心，同时，依靠这些社会实践，王成实现了经济独立，自己负担学费和生活费。

春去秋来，须臾之间校园生活即将结束，王成和同学一起迎来了毕业之期。

就连平时最懒惰的同学也忙碌起来了，他们整日忙碌在学校、实习单位、人才市场之间，各种设计精美、装帧漂亮的简历一篇篇飞向四面八方，动辄以百份计，但回音令人沮丧。相对于大多数的同学的迷茫，王成显得成竹在胸，他只挑选了能提供市场营销工作的企业投递简历，目标明确，直指市场营销岗位。在面试珠海一家珠宝公司的市场营销人员时，老板出面约谈一大群面试者，不少应聘者都有着十分漂亮的履历，现场侃侃而谈。这位老板问了大家一个问题：如果你们不能应聘上我们公司市场销售的工作，是否愿意到其他岗位例如设计或仓管等岗位？这个问题出人意料，在场所有人短暂面面相觑之后，都表示愿意先就业于其他的工作岗位。老板看着这群朝气蓬勃跃跃欲试的年轻人，似乎很满意这样的回答，这时，王成站起来干脆地说道：“我的志向是成为一名市场营销人员，其他的工作岗位不是我的选择”。他起身准备离开，继续寻找下一个适合他的舞台。老板仔细端详这个年轻人，扼要交谈过后，老板当场决定聘用王成作为公司的市场销售人员。他也是此次面试中唯一当场胜出的求职者。

坚守职场原则，看重学习成长而不是金钱

王成认为，职场有两大价值：一是维系个人生存；二是学习积累。所以在早年的职场历练中，他一直坚持看重学习成长甚于看重金钱。当月薪 600 元和月薪 2500 元的两家公司摆在面前供他选择时，他发现月薪 600 元的公司能够给他更多的学习机会与发展平台，于是果断选择了这家公司。结果也正像他所判断的那样，这家公司在全国各地都有分部和网点，这使他在短时间内走遍了全国多个省市的零售市场，极大地增长了见识，很多过去只在书本上学过的知识都被他运用到了实际当中，专业知识和实操经验的结合让他进步神速。不到一年时间，另外一家珠宝企业向他伸出橄榄枝，职位东北大区经理，全面负责东北三省市场。王成的职业路程跨出了一大步。

2000 年初，王成到深圳看望一个在珠宝工厂工作的同学。来到深圳，王成才真正见到占据了全国珠宝市场 70% 份额的深圳珠宝的生产基地。大量的珠宝公司聚集在水贝田贝，产业集群规模和影响力非其他地域可比，王成意识到：做珠宝，必须在深圳。回到东北，他迅速处理好了所有事务，2000 年 8 月份，他从辽阔的

东北来到这个充满朝气的城市——深圳。

为了学习更多珠宝市场营销方面的知识和经验，他先后进入家具行业、手表行业、服装行业中的最卓绝的公司学习，这种迅速在不同行业中转变营销思路，变化营销手法的学习方法让他的思维能力有了巨大的提高。如果说刚出校门的王成还手无寸铁，有的仅仅是一腔激情的话，经过一年多时间历练之后的王成则是剑在鞘中。一回到珠宝业，在珠宝业还寂寂无名的他就作为总策划参与了深圳第一个珠宝专业市场——中港珠宝城的策划与运营，王成一战成名。中港珠宝城项目策划之完后，他进入国内第一家珠宝上市公司中宝股份的下属品牌公司工作，并很快成为公司的品牌部经理。后他又成为一家珠宝公司的执行副总经理，负责整个品牌运营工作。此时，距王成大学毕业只有5年时间。

完整职业生涯，顺利转身创业

从业务员到执行副总，王成在短时间内完成了自己的职业发展历程。本来他可以继续在职业经理人的交椅上挥斥方遒，但忽如其来的一场大病却打乱了他的生活和工作。当王成意识到自己的健康状况已经影响到整个公司正常运营的时候，他毅然辞职回家专心养病。本来以为职业生涯要按下暂停键的时，在回到家不到一个星期的某一天，从前的客户打电话给他，当了解到他在家养病的时候，就诚恳地邀请他接下他们公司全年的营销策划案，而且条件是不用去企业（该企业在山东），只需要出方案给他发过去就行。这样的诚恳邀约打动了王成，并且他惊喜地发现：做这个单比他当总经理一年的收入还高！做完一个策划案，得到客户良好的反馈，客户就介绍其他客户，几个大客户做下来，王成已经不知不觉转型为独立的策划人，被推着走上了创业之路。对于这一路的“无心插柳柳成荫”，王成笑称创业的最大好处就是他可以掌握自己的时间，可以大量的看书、学习。而看书学习的乐趣是无穷的，吸收、汲取新鲜知识是乐事，分享传播新知识更是乐事，由此，他与自己的客户建立起由共同的事业追求、真理追求缔结成的友谊与合作。随着服务的客户越来越多，他比以往更深入的了解了企业的需求和使命，更全面的了解了行业的发展和步伐。如果将目光聚焦在自己身上，也许王成应该利用这些知识和经验、人脉赚更多的钱，组建更大的团队，将事业版图扩张到更

多的地方。但王成没有做这样的选择，他认识到，惟有大环境真正朝着良性方向发展，惟有行业不断进步，企业真正提升竞争力，作为一分子的他才可能把事业做大做稳。而多年的市场营销经验提高了王成的眼界，他不再局限于为企业策划某个企划案或是推广方案，他要帮助的，是那些具有品牌志向的企业，只有这样，企业才能获得高的附加价值，人的劳动也才能体现真正的价值，获得可持续的发展，并能够让人拥有理想快乐的生活。

走路看书，成为行业“名人”

深圳是全国的珠宝集散地，而大多数珠宝企业又集中在水贝田贝一带，这个圈子并不大，略有风吹草动都很容易被流传。所以，成名很容易，且王成很早就已闻名行业，在业内已属于高阶人才。但成名之后的王成反而沉寂下来，他认为所谓的名声不过是浮云中的浮云，他所追求的，远远不止这一点螺蛳壳里的道场。埋头学习，昂首前进，他无暇他顾。如果要看到王成的动静，最佳途径一是业内的专业媒体，也许随意一翻就能看到他的文章，另一途径是等候在他去公司的路上，在深圳这个人人脚步飞快的城市，他是那个走路低头看书的另类。如果要坐车或乘飞机，或者是外出办事，他也习惯带上一本书，好在空隙中间看上几页。有一次王成在电梯里碰到一个朋友，朋友向其他人介绍时这样说：“这是王成，我们珠宝行业里最爱看书的人。”大家都会心一笑，带着五分敬佩三分羡慕和两分调侃的善意。大学期间王成从未当过书呆子，自己当了老板却成了那个手不释卷的人，如果要总结原因，那么只能是因为——王成从学习中找到了自我完善的精进之道，且乐在其中。

在采访的最后，王成说他本来不太愿意这样报道自己，首先自己做的很一般，没什么值得讲的；另外自己平时就是极力追求低调的人，这样有点与自己的风格不符。但他想到如果自己这点成长经历能够给师弟师妹一点借鉴，让他们未来可以走得更好的话，他还是愿意接受

这次采访的。最后王成送给所有的师弟师妹如下寄语：

- 成长比成功重要，不可忽略学习；
- 长远比眼前更重要，人生是场马拉松，不要为一时的落后气馁，坚持最重要，但坚持的前提是要有清晰的定位；
- 长板比短板更重要，要学会不断地积累和突出自己的长板；
- 情商比智商更重要，要学会与人沟通和相处。