

第一章

一人公司 新浪潮

随着互联网和数字技术的迅猛发展，越来越多的人选择一人公司这种创业模式。第一章介绍了一人公司的概念、发展背景和兴起原因，探讨了这种新型企业形态如何为个体提供前所未有的自由度和创新空间。本章旨在为读者揭示一人公司背后的巨大潜力，以及如何利用这一趋势实现个人职业的转型和升级。

1.1 个人新商业的时代已经到来

1.1.1 从传统公司到一人公司的时代转变

21 世纪，我们见证了一场关于工作和商业模式的革命。传统的公司模式通常具有庞大的规模、复杂的组织结构和层级管理系统，长期以来一直是经济增长和就业的主要推动力。然而，随着技术的快速发展和全球化的深入，一个新的商业时代正在形成，这个新的商业时代就是个人商业时代。个人商业，特指由个体创办和运营的商业实体。

当下，随着人工智能的发展，一项具有革命意义的变化正在悄然发生：从传统公司向个人商业的转变。这一转变的背后，不仅是技术的演进，更是社会价值观和个人追求的巨大转变。

想象一下，在过去大多数人的眼里，让人羡慕的、标准的成功职业的轨迹是什么样的？大多数人可能这样回答：在一家知名大公司工作，逐步攀升职位阶梯，最终获得一个安稳的高层职位，享受着企业为你提供的各种福利和保障。

大型知名企业的光环一直是很多优秀人才所追求的，但传统企业多层级的组织发展架构、严格的管理晋升体系、复杂的人际关系、细分的岗位要求……也给很多人带来职业发展上的障碍。例如，繁重的工作压力和长时间的加班，工作的重复性和技能的单一，晋升困难，工作生活失衡，等等。

此外，经济不景气，加之科技的快速发展，有许多这样获取职业成功的人遭遇了中年职业危机，工作多年突然失业，才发现自己离开平台没有一技之长，很难再赚到和之前一样的收入。随着互联网移动办公新时代的到来，在大公司里升职加薪的个人发展路径对许多人来说已经不再具有吸引力，甚至成了一种暗藏风险的职业路径。

在今天，一种全新的工作和生活方式——个人商业，也称“一人公司”正在兴起。我把“一人公司”定义为：一种能让你通过实践、实验和迭代来创造自己理想生活方式的商业模式；一种用技能、兴趣和与你同频的人来创造创意收入来源的工作方式。简而言之，**“一人公司”既可以是一种商业模式，也可以理解为一种创意的工作方式。**

一人公司不仅是一种企业形态的变革，更是顺应时代的一种生活哲学的体现。在一人公司的世界里，你是自己命运的主宰，你的职业生涯不再取决于某位上司的评价，或是公司的年度业绩。通过一人公司创业，每一个人都可以成为自己梦想的创造者，并且可以实现一种自由的生活方式——做得更少，赚得更多，享受生活。

（1）一人公司兴起的因素

一人公司的兴起，得益于很多因素的涌现。如图 1-1 所示。

首先，一人公司是数字化时代技术快速发展的产物。互联网、人工智能、社交媒体、云计算、移动支付……这些现在我们习以为常的技

术，在不久的过去还是新鲜事物。它们就像一根根魔法棒，为个人创业者开辟了一片广阔的天地。在这个数字化的舞台上，个体的力量和价值被无限放大。一个人，配备一台电脑，连上互联网，就可以创造出影响全球的产品或服务。越来越多的人开始通过互联网拓展自己的收入渠道。

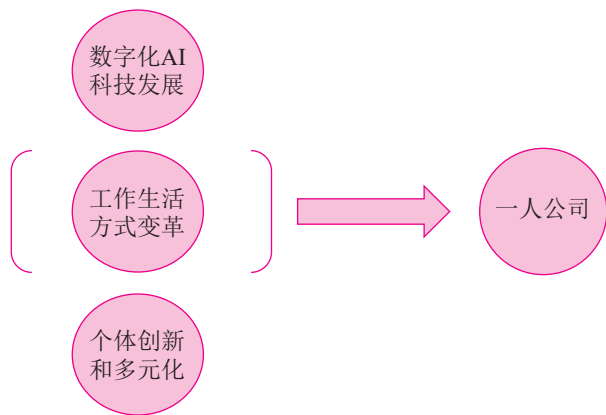


图 1-1 一人公司兴起的因素

其次，一人公司是一场关于工作和生活方式的革命。过去几年，许多人经历了生命的无常和脆弱，更多的人开始追求工作与生活的平衡，他们不再满足于为了生计而工作，而是希望通过工作实现身心的成长，提升自己的生活质量。一人公司成为他们实现这一目标的理想选择。在一人公司的模式下，工作不再是生活的对立面，而是挖掘个人热爱和实现自我价值的途径，它允许个体在追求经济利益的同时，也追求个人的成长和满足。

最后，一人公司最吸引人的就是自由。这种自由不仅体现在可以自己决定工作时间和地点，更重要的是，可以自由地选择自己的工作内容和方向。这是一种从内而外的自由，让人们可以按照自己的价值观和兴

趣去生活和工作。喜欢写作？你可以成为自由作家，为世界各地的杂志和网站撰稿。对摄影充满热情？你可以通过网络平台销售你的艺术作品，或者为企业和个人提供摄影服务。热爱编程？你可以独立开发软件或应用程序，将你的创意变为现实。在一人公司的模式下，几乎每一种兴趣和技能都可以变成职业。

在这种工作模式下，你的工作不再是生活中的一部分，而是生活本身。你的职业成就，你的工作内容，就是你自己。个体的力量被重新定义，创造力和创新成为核心竞争力。一人公司不仅是一种经济活动，更是一种多元化的文化现象，反映了当代人对工作、生活和自我实现的全新理解。它挑战了传统的商业模式，鼓励个体追求独立和自主的职业生涯。**在一人公司的世界里，每个人都是自己故事的作者，每个人都在用自己的方式定义成功。**

（2）一人公司面临的挑战

听起来是不是非常吸引人？但是，一人公司背后也面临着很多的不确定性和挑战。

作为一人公司的创业者，你需要面对市场的波动、客户需求的变化，甚至是技术的更新换代。这种不确定性要求一人公司的创业者必须具备强大的适应能力和抗压能力。与此同时，孤独也是一人公司创业者经常面临的问题。当你是团队中唯一的成员时，所有的压力和责任都落在了你的肩上。同时，一人公司的创业者需要具备多方面的技能，不仅是专业的核心技能，还包括市场营销、客户服务、财务管理、运营策划等。在经营一人公司的过程中，你不仅是在做生意，更是在经营自己、塑造自己。每一个成功的一人公司背后，都有一个敢于冒险、不断学习和自我提升的故事。

此外，一人公司在商业模式上也是一种全新的挑战。一人公司没有传统组织架构的系统管理和庞大的资源体系，虽然具有灵活性，但也有局限性，它所服务的客户体量、创造的经济效益远远无法与传统企业抗衡。因此，一人公司通常受限于某些特定的行业和商业模式，不同于传统创业的目标是融资和上市，一人公司创业的营收天花板较低，商业模式比较单一，更适合普通人把它当作一种极简轻创业的方式，目标是用自己的知识技能或资源优势，借力自媒体杠杆去创造比打工更高的收入和更灵活自由的生活方式。

（3）一个新时代的到来

2024 年对很多人来说似乎是异常艰难的一年，各行各业的创业者也都艰难维持……很多人不是主动选择了自由人生，而是被迫开启了自由人生的探索，因为再也没有稳定的职业发展路径了，大家都不得不开始探索副业或者更多低成本创业的可能性。很多人到这时候才意识到，打造个人品牌的重要性，发现自己脱离了平台就失去了变现的资源 and 能力，后悔没有尽早开启副业。

在人们精神压力越来越大的时候，疗愈经济大爆发，人们的意识开始觉醒，认识到活着不只是为了赚钱，更是为了健康幸福的生活，越来越多人开始关注自己的情绪和身心健康，选择降低消费和物欲的极简生活。

一人公司也在这样的大环境下受到了越来越多的关注，它的兴起代表了一个新时代的到来。在这个时代中，个体的价值和创造力被放在了前所未有的重要位置。而传统的组织想要吸引优秀的人才，也要在追求经济收益之外，更加关注个体的成长和发展。

一人公司的崛起是对传统商业模式的挑战，也是对个人创业精神的

激励，在这一模式下，每个人都有机会成为创新者和变革者。通过一人公司，个体可以将自己的梦想转化为现实，将自己的热情转化为职业。创业者不只是在经营一家公司，更是在经营自己的生活。他们通过自己的工作来表达个人的价值观，实现自我成长。这种工作方式使得工作不再是一种负担，而是一种享受，是一种对生活的热爱。一人公司不仅是一种经济实体，更是一种实现自我价值、追求梦想的方式，它是人们自我探索和觉醒的产物。

1.1.2 AI 给普通人带来的职业挑战和机遇

在人工智能（AI）驱动的新时代，我们正处于历史的重要转折点。AI 的兴起不仅预示着技术的飞速发展，更标志着我们的工作和生活方式发生了根本性变革。这一变革同时带来了挑战和机遇，尤其对于普通人而言，AI 在为我们的工作带来便利的同时，也在不断重塑着我们职业的未来。

（1）AI 带来的职业挑战

我们不得不面对的一个现实是 AI 的快速发展可能导致许多传统职业被自动化替代。从制造业到服务业，从数据处理到复杂的决策制定，AI 的应用范围日益扩大。这种高效和成本优势使得一些岗位面临着被机器取代的风险。不只是那些机械重复的工作，甚至一些需要创造力和分析力的工作也可能受到冲击，如图形设计、数据分析、财务规划等。对于许多人来说，这是一个不容忽视的职业生存问题。经济的衰退、行业的裁员、AI 技术的变革，这些都让我们不得不思考：如果现有的职业突然消失，我还有什么可以依靠？

一劳永逸的铁饭碗恐怕再也不存在了，在这个时代，人们不应该去追求光鲜亮丽的职业头衔，而应该积累自己的核心技能。**掌握多少技能，比从事什么职业更重要。**现在这个市场上，很多人的职业是自己创造出来的，就像我给自己创造了“个人品牌商业教练”的职业一样。相比于寻找一份稳定的职业，AI 的快速发展让越来越多的人给自己创造一份全新的职业。

普通人要想不被 AI 取代，不仅需要不断地学习新的知识和技能，保持对技术趋势的敏锐洞察力，还需要学会如何将 AI 作为一种工具来使用，而不是将其视为对手。未来被淘汰的不只是被 AI 取代的工种，还有不会使用 AI 工具的人。AI 将像电脑和智能手机一样，成为人们工作生活中不可或缺的工具。

在 AI 的帮助下，企业员工可以将更多的时间和精力投入到创新市场策略、客户关系管理等“以人为本”的领域，而不是那些可以被自动化的日常任务。在 AI 驱动的世界里，那些无法被机器轻易复制的技能变得尤为珍贵。创新能力、情感理解、人际交往能力等成了未来职场的重要资产。这给我们普通人带来了重要启示：在 AI 的帮助下，我们需要更加专注和发展那些机器难以替代的独特技能和个人特质。这也意味着个人品牌变得愈加重要，个性特征是 AI 无法取代的核心竞争力，未来创业者想要脱颖而出，更加需要通过个人品牌放大自己的个性和价值观念。

AI 的崛起带来的不仅是技术层面的挑战，更有对个体心理和情感的考验。在这个由机器和算法主导的新世界里，个体可能感到前所未有的孤独和焦虑。创业者不仅要面对商业上的挑战，还要应对内心的不确定性和恐惧。每一个人都需要学会如何在高度自动化和技术驱动的环境中

保持自我，学会敏锐地感受和觉察自己内心的情感需求，学会在机器智能的辅助下保持自己的独特性和创造力。

（2）AI 带来的新机遇

AI 的崛起也为个体创业和一人公司模式的发展提供了新的机遇。AI 可以成为个人创业者的强大助手，帮助个体创业者处理大量数据、提高工作效率，甚至可以辅助其做出更精准的商业决策。对于愿意拥抱新技术、学习新技能的人来说，AI 不是威胁，而是一个有力的工具。它可以帮助更多普通人以低成本开启一人公司的创业之路，让一人公司的创业者在市场上获得竞争优势，更快地适应市场的变化，发掘新的商业机会。

例如，现在已经有很多公司利用 AI 来撰写文案脚本、制作广告图片，甚至替代人工客服，还有一些公司已经开始使用数字人直播替代真人直播。这不仅更高效便捷，也极大地降低了人力成本。自媒体博主是一人公司的典型代表，他们利用 AI 来拓展自己的创作思路，撰写制作方案，不仅节省了创作时间，还可以通过 AI 提供的信息资料来丰富拓展选题内容，更好地分析自媒体运营数据。

我也利用 ChatGPT 打造了 AI Alina 的智能体（如图 1-2），把我的课程、书籍、公众号文章、产品介绍等全部上传到了 AI 知识库，给自己定制了一个拥有我的知识体系并且深入了解我的个人经历故事的 AI 助理。它可以根据我的个人经历和产品定位来帮助创作一些内容和方案。除此之外，我还尝试在智谱清言上打造了一个拥有我的课程和书籍知识的 AI 智能体“AI 霖子”，把它分享给我的学员们，他们若有一些基础的有关个人品牌打造的问题都可以直接和 AI 对话来获得答案。

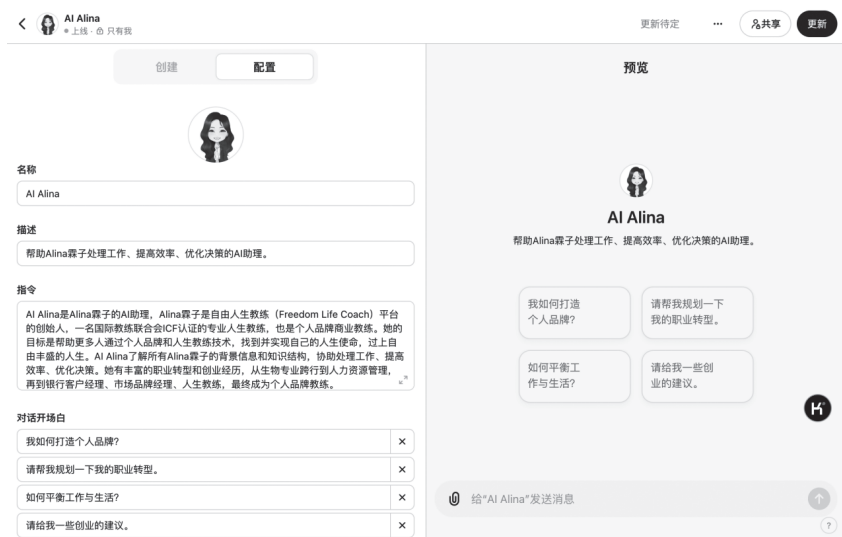


图 1-2 我的 AI 助理

能够熟练地学习和使用 AI 将成为人们技能水平和效率产出的分水岭，每个人都需要成为终身学习者，不断更新自己的知识库，学习新的技术和管理技能，同时也需要培养对复杂问题的深入理解和批判性思维能力。尤其对于创业者而言，他们既是技术的使用者，也是商业的策略家，更是社会的参与者，需要更快地学习和适应能力。

未来 AI 会继续以惊人的速度发展，不断重塑我们的工作和生活。这意味着无尽的挑战，也伴随着无限的机遇。通过有效地利用 AI 技术，我们可以打造更高效、更个性化的产品或服务，更快地适应市场变化，探索全新的商业模式。在 AI 的辅助下，每个个体都可以将自己独特的知识技能和生活经验转变成一个强大的、有影响力的商业实体。

总之，AI 给普通人带来的职业挑战是复杂且多维的，既是技术上的挑战，更是思维方式、心理调适、伦理责任上的挑战。这是一个重新定义自己的时代，一个发掘新机遇、应对新挑战的时代。在这个充满变化

的新时代里，唯有不断学习、不断适应、不断创新，才能在 AI 的浪潮中站稳脚跟，抓住属于自己的职业机遇。

1.1.3 自由职业、数字游民和一人公司的区别

在人类自我意识觉醒、越来越追求精神满足的时代，人们开始重新思考什么是职业、什么是成功。金钱、权力、地位不再是衡量职业成功的统一标准，越来越多的人开始追求对天赋和热爱的探索，希望可以做自己喜欢的事情，过上内心丰盛富足的生活。一人公司之所以出现，正是因为它实现了普通人发挥自身天赋优势去创造自己喜欢的事业和生活方式的梦想。

其实一人公司在海外是很常见的，也就是一人工作室的商业形态，绝大多数海外的一人公司创业者会创建自己的个人网站，介绍自己的履历背景和产品服务，用电子邮件和自媒体平台来推广营销。但在国内，自由职业、数字游民和一人公司的浪潮才刚刚开启，很多人分不清楚它们之间的区别。

自由职业者（freelancer），是独立工作的专业人士，通常为多个客户提供特定的服务，不受雇于任何一家企业，而是以合同或项目为基础开展工作。自由职业者可以通过多种技能或渠道变现，而不是只服务一家公司或者只提供某个产品或服务。比如，一名自由职业者如果既会做自媒体，还会编程、写作、翻译、插画，那么这些工作他可以同时去做，同时提供服务去赚钱。

海外比较知名的自由职业者平台如 Fiverr，就是为自由职业者和雇主提供一个联系和合作的桥梁，由自由职业者上传自己的个人简介和可

提供的服务包，自行为自己的不同服务包定价，列出服务内容、交付时间等信息，然后雇主通过搜索所需的服务，浏览不同自由职业者提供的信息而选择合适的服务包下单。而另一个平台 Upwork 是由雇主在平台上发布详细的项目需求，包括工作内容、预算和时间表，自由职业者浏览项目并提交提案，阐述他们的技能、经验和报价，再由雇主浏览提案，与感兴趣的自由职业者进行沟通，最终选择合适的合作者。

数字游民（digital nomad），和自由职业者的区别是数字游民强调线上办公，可以在世界各地旅行和生活，同时完成工作任务。数字游民既可以受雇于一家支持远程办公的企业，也可以是一名自由职业者或者自主创业者。只要可以实现时间、地点自由灵活的办公状态，都可以称为数字游民。

一人公司（solopreneur）是由一个人独立经营和管理的企业，这些企业主既是老板也是员工，负责所有的业务运营和决策。和前两者的区别是，一人公司首先是注册的商业主体，需要根据主营业务范围办理营业执照，并且要有自己核心的产品体系和完整的商业模式，有可持续的营收。

绝大多数自由职业者和数字游民并没有形成自己完整的商业模式，多通过提供短期技能服务或独立的项目合作来赚钱，无法形成可持续的商业闭环。所以在我看来这并不是一种良性的工作形态。想要可持续地获得灵活自由的生活工作方式，不用总是为收入而担忧，还是需要以创业者的思路来设计自己的一人公司，建立起一个可以持续稳定赚钱的系统。因此，本书主要分享的是一人公司的创业实践方法。

一人公司创业，你既是创造者，也是决策者，更是实践者。你可以完全掌控自己的事业方向，你的业务可以是基于网络的服务，可以是线上教育，可以是数字内容的创作，或是任何其他的形式。关键在于这一

一切都建立在你的兴趣、技能和对市场的理解的基础上，去建立一个自己的商业闭环系统。

在一人公司的职业形态下，再也没有“怀才不遇”。只要你对自己的能力有深刻的了解，对市场有敏锐的洞察，在自己擅长的领域找到一个市场缺口，然后用你的独特技能去填补这个缺口，你都可以实现知识技能的商业变现，去创造一份属于自己的事业。

然而，一人公司想要可持续地发展下去，仅靠热情和专业是不够的，还需要创业者具备市场敏锐度和商业营销能力，需要创业者在不断变化的市场中找准自己的定位，并且根据市场反馈不断调整和优化自己的业务策略。此外，如何吸引和留存住客户是一人公司成功的关键。因为资源和人力有限，一人公司需要提供超出客户预期的个性化服务，来打败传统企业的标准化服务。一人公司的创业者还必须打造自己的个人品牌，通过社交媒体塑造个人的独特价值，从而吸引到精准的客户。

总之，一人公司为普通人提供了一个创造属于自己事业的机会，但它也意味着我们要拥抱不确定性，提升自己的综合能力，打造属于自己的个人品牌。

1.2 从超级个体到青色组织

1.2.1 超级个体崛起对传统组织的影响

在探讨一人公司和个体创业的新趋势时，不得不提的是超级个体的

崛起，以及他们对传统组织的影响。超级个体，这个词汇描述的是那些具备卓越技能、强大创新能力并能独立运营、具备一定个人影响力和粉丝数的个体。他们通过网络、社交媒体和各种数字工具，打破地理和组织的界限，自由地在全球范围内展示自己的才华和创意。超级个体的崛起不仅改变了个人的工作和生活方式，也对传统的组织结构和运营模式产生了重大影响。

首先，超级个体的崛起挑战了传统组织的人才管理和工作分配方式。在传统的组织结构中，人才往往被限制在固定的岗位和角色中，企业采取“因岗设人”的管理方法，员工的创造力和潜能未必能得到充分的发挥。超级个体则完全不同，他们可以通过自主选择项目和工作方式，最大限度地发挥自己的能力和创造力，通过网络分享自己的技能专长，快速积累粉丝量和关注度，把个人优势发挥到极致。当越来越多的人通过打造自己的个人品牌影响力而成为超级个体，用自己擅长、喜欢的方式来谋生时，很多人开始质疑传统组织的效率和激励机制，不愿意成为流水线上的一颗螺丝钉，这也促使企业开始思考如何更好地激发员工的创造力和自主性，从而提高员工的满意度和稳定性。一些企业对有很大影响力的超级个体员工，开始考虑以合作的方式来定性两者之间的关系，而不再是传统的上下级式的雇佣关系，因此“因人定岗”的管理方式开始逐渐被采用。

其次，超级个体灵活自由、追求个性化和高效敏捷的工作方式打破了传统企业的统一固定和流程化的管理风格。传统组织通常依赖固定的办公地点和工作时间，而超级个体能够在任何时间、任何地点工作，与这种灵活性和高效率相比，传统组织的工作模式显得笨重和落后。在传统组织中，工作通常是按照固定的流程 and 标准进行的，而超级个体倾

向于自定义自己的工作方式和流程，只要能达成最后的结果就行。例如，活跃在各大自媒体平台上的关键意见领袖（Key Opinion Leader，KOL），他们服务于不同的品牌方，帮助这些品牌在自媒体上发布内容，进行产品推广，但他们拥有内容创作的自主权，可以按照自己的个性化风格达到品牌宣传的目的。超级个体重视自由、创新和个人成长，这种价值观与传统组织强调的稳定性、效率和团队合作有所不同。为了保持竞争力，传统组织必须开始思考如何整合远程工作、灵活工时、敏捷合作等新模式，以适应这种变化，从而吸引更多全球化的高端人才，打破地理限制的壁垒，降低人才成本。

最后，超级个体具有很大的个人影响力，而这种影响力甚至可能超越了就职企业的影响力，消费者追随的不再是企业，而是超级个体的人格魅力。以超级个体的影响力来赋能企业的业绩增长，这种方式的成功，一方面可以让企业快速打开市场、提升消费者对品牌的信心；另一方面，也可能让企业失去对品牌口碑和客户黏性的把控，因而带来难以预料的风险。因此，对于企业创始人要不要打造个人品牌这一议题，大家各持己见。不可否认的是，有越来越多的企业创始人开始打造自己的创始人品牌，如小米的雷军和360的周鸿祎，他们都以短视频和直播的形式活跃在各个自媒体平台，希望通过创始人的个人品牌和人格魅力来带动企业的发展。打造个人品牌，成为超级个体弯道超车、实现个人职业发展的一条路径，也成为很多企业创始人促进企业业绩增长和稳定发展不得不采取的一种营销手段。

总之，超级个体的崛起不仅是个人工作和生活方式的变革，更是对传统组织结构和运营模式的挑战。这种挑战促使传统组织重新思考自己的人才管理、工作模式、组织文化和市场策略。在这一过程中，传统组

织可以从超级个体那里学到很多，包括如何激发创造力、如何提高工作效率、如何更好地适应市场变化等。

1.2.2 为何年轻人都不想上班

千禧一代（Millennials），又称为 Y 世代，通常指的是出生于 1981 年到 1995 年的人群。这一代人成长在一个信息爆炸、技术迅猛发展的时代，他们是互联网、社交媒体和移动通信技术兴起的见证者和早期使用者。

Z 时代（Generation Z），也常被称为“Z 世代”或“Gen Z”，指的是在千禧一代之后出生的人群，大致是出生于 1995 年到 2009 年之间的一代人。Z 时代是真正的数字“原住民”，他们从小就生活在互联网、智能手机和社交媒体等高度发达的数字技术环境中，他们在一个更加多元化和全球化的环境中长大，物质生活水平更高，更加追求精神的满足和生活方式的自由度。

在超级个体崛起的时代，我们也正在目睹千禧一代和 Z 时代的年轻人对工作方式和职业选择的革命：越来越多的年轻人选择不按传统的方式工作，而是倾向于自主创业或加入自由职业者、数字游民的行列。这一趋势揭示了当前职场环境的转变，以及年轻一代对待工作和生活方式的价值观。

（1）灵活性与自由度

与以往的代际相比，千禧一代和 Z 时代的人更加重视生活和工作的灵活性与自由度。

传统的朝九晚五的工作模式对于许多年轻人来说，已经不再具有吸

引力。这种模式往往与僵硬的工作环境、上下级之间的严格界限，以及缺乏创造性和自主性的工作内容联系在一起。相比之下，年轻一代更加渴望工作自由、创造性和个人成长的机会。他们希望能够掌握自己的时间，将工作与个人兴趣和生活方式相结合，从而实现工作和生活的平衡。

技术的进步和数字化工具的普及为千禧一代和 Z 时代的人提供了更多的选择和可能性。互联网、社交媒体和各种在线平台打破了传统工作模式的界限，使远程工作、灵活工时成为可能。这些技术工具不仅使年轻人可以在任何地点工作，还为他们提供了展示才能和创造性的平台。

（2）意义与价值

千禧一代和 Z 时代的人对于职业发展的看法也与过去有所不同。他们在物质条件较好的环境中长大，更加重视工作的意义和目的，而不只关心工作的收入和稳定性。这意味着他们倾向于选择符合自己价值观和兴趣爱好的工作，而不是那些提供经济保障的职位。

千禧一代重视工作与生活的平衡，他们倾向于选择能够提供灵活性和个人成长机会的职业，是价值观驱动型的工作者，他们通常在意义和使命感的驱动下工作。Z 时代的人追求快速发展和即时回报，他们崇尚创新和自我表达。在职业选择上，他们更看重个人发展和创新好玩的机会。

（3）多元化与自主性

当前的经济环境和就业市场对年轻人的职业选择产生了影响。在许多行业中，传统的职业路径变得越来越不确定，而一人公司为年轻人提供了一种更具灵活性和自主性的职业选择。对于许多年轻人来说，这种选择不仅能够带来职业上的满足感，也能够提供更多的个人发展机会。

此外，年轻一代所接受的教育和所处的文化背景也在某种程度上促成了他们对传统工作模式的排斥。他们在一个更加开放和多元的社会环境中

成长，受到了不同文化的影响，对于自我表达和自由生活有着不同的理解。这使得他们更愿意探索新的工作方式，而不是遵循传统的职业路径。

一人公司或自主创业提供了这样的机会，使年轻一代可以追求个人梦想并实现自我价值。他们可以自由灵活地发挥自己的创意，打破传统职场文化和层级制度的束缚，实现自主的工作生活方式。

总之，年轻人不想上班的现象是多方面因素共同作用的结果。这反映了当代社会和经济环境的变化，以及年轻一代对于工作和生活方式的新理解。

1.2.3 去中心化的青色组织梦想

弗雷德里克·拉鲁（Frederic Laloux）在《重塑组织：未来组织的新模式》一书中提出了“青色组织”这种新型组织结构，拉鲁将组织的发展分为五个阶段，分别是红色（冲动）、琥珀色（传统）、橙色（成就）、绿色（人本）和青色（进化），如表 1-1 所示。

表 1-1 不同组织的特征

阶段	颜色	含 义	主要特征	领导方式	组织结构
冲动	红色	基于权力和恐惧，缺乏结构化管理	强权集中；短 视 且 反 应 式；强调权力和恐惧	霸权式；领导者是绝对权威	严格的等级制度；松散和非正式的结构
传统	琥珀色	等级制度和角色分明，强调稳定和秩序	稳定和秩序；角色和规则明确；等级和等级制度	官僚式；规则和程序支配	层级结构；规则和程序决定一切

续表

阶段	颜色	含 义	主要特征	领导方式	组织结构
成就	橙色	成果导向，追求创新和效率	追求成功和目标；创新和成效；竞争和挑战	目标导向；成效和结果导向	功能分化；更灵活的层级结构
人本	绿色	关注人本价值和员工福祉，推动团队合作	价值和文化导向；员工参与；社区和合作精神	民主式；通过共识做决策；强调协作和共识	扁平化结构；更多的团队协作；多元化决策
进化	青色	自我管理和整体性，注重组织的生命和进化	自我管理；整体性；进化意识	服务型；引导而非控制；强调员工自主	网络化结构；灵活和自适应；分散决策权

从红色到青色，我们可以看到组织从传统的、以权威为中心的模式，转变为更加灵活、人本和自我管理的模式。这些阶段不仅描绘了组织的演变过程，也反映了社会和工作环境的变化趋势。

青色组织的核心理念是模仿自然生态系统的灵活性和适应性，创建一个动态、有机和协同的工作环境。在青色组织中，传统的层级结构被较为扁平化的管理模式所取代，决策权、责任和权利被广泛分散给组织的每位成员。

青色组织的特点在于去中心化的结构和自组织的工作方式。在这种组织中，员工具有高度的自主性和决策能力。他们被鼓励根据个人的专长和兴趣自主选择工作内容和方式，同时也参与到组织决策中。这种模式有助于员工发挥出最大的潜能和创造力，同时也增强了他们对工作的参与感和归属感。

（1）青色组织为何受到年轻人的青睐

去中心化的青色组织为何受到年轻人的青睐？原因有四点。

首先，青色组织的组织模式提供了极大的灵活性和自主性，这与年轻一代追求自我实现和个性化表达的价值观高度契合。年轻人希望在工作中不仅实现自身价值，也有更多的空间去探索和发展个人兴趣。

其次，青色组织的协作和开放文化吸引着年轻人。这种组织鼓励跨领域合作，打破传统部门间的界限，促进知识和想法的自由流动。在这样的环境中，年轻人更容易接触到多样化的观点和技能，激发创新灵感，同时也能更快地成长和进步。

再次，青色组织的透明性和平等性符合年轻一代的期待。在这样的组织中，信息不再是少数人的专属，而是对所有成员开放。每个人都能参与重要决策的制定，这种包容性和平等性使得员工感到自己的意见被重视，增强了对组织的认同感。

最后，青色组织对个人成长和发展的重视是吸引年轻人的重要因素。这种组织不仅关注业务成果，更重视员工个人的发展。员工被鼓励不断学习新技能，激发个人的潜力，实现个人职业生涯的多元化发展。

去中心化的青色组织以独特的管理模式和文化特点，符合了当代年轻一代的工作和生活期待，也成为很多年轻人梦想的工作方式。青色组织为年轻人提供了一个充满挑战、富有创造性和个性化的工作环境，使他们在实现自我价值的同时，也为组织的发展作出贡献。可以预见，未来的工作环境将更加灵活、开放和富有创新。

在中国，已经涌现出一些非常受欢迎的数字游民社区，我的不少学

员去过不同的数字游民社区。根据我的学员君君提供的信息，浙江安吉的 DNA 数字游民公社、DN 余村正是依据青色组织的理念在运行。来自全国各地的数字游民共同生活在一个社区里，他们共享办公空间，像大学宿舍一样合租，日常会根据各自的兴趣特长自发地组织各种有趣的活动，如徒步、冥想、疗愈工作坊、人工智能（AI）培训等，既丰富了社区的生态，也在平等的交流和思维碰撞中有了新的创业合作机遇。还有一些乡村社区以共建共享的方式开启商业化。例如，杭州的青山青年社·里三畔，原为青山村的幼儿园，2021 年完成改造正式对外开放，成为村里一个共同居住、共同办公的青年社区空间。除此之外，这些数字游民社区也鼓励周边的村民将闲置的房子利用起来，做餐饮或住宿业务。

去中心化的青色理念正以不同的形态进入人们的视野，并受到越来越多人的喜爱。在我创立的自由人生教练平台上，也在尝试以去中心化的方式开展线上活动。例如，我会邀请善于做视觉设计的学员带领大家做海报设计打卡营，邀请每天早晨 5 点起床练八段锦的学员带领大家晨起锻炼，每个月还会邀请一位学员带领大家开展一场共创会，提供一个让每个人都可以展示自己兴趣和特长的舞台，激发大家的创造力。

（2）青色组织和一人公司的关联

青色组织的概念虽然早就出现了，但这一组织模式在大企业组织结构中很难实现，毕竟大企业的员工管理和项目落地需要层级划分来清晰责权利，以及构建激励员工的不同职级的晋升通道。对于大多数打工而言，不过是企业流水线上的一颗螺丝钉，他们没有机会也不愿意贡献职责以外的创造力。

一人公司就不一样了，并不是说一人公司就是一个青色组织，而是说多个一人公司的创业者可以组合成不同的青色组织。这是我对未来的一个大胆构想，我将之称为“共生 IP”。

如果你理解个人 IP 的概念，就能快速理解共生 IP 的概念。在人人都在打造个人品牌的时代，我们会发现一个人的力量是有限的，对于一人公司创业者而言更是如此。想要实现一人公司可持续的商业模式，需要聚焦在一个领域去解决核心问题，而不能让自己的时间和精力过于分散。任何想要可持续盈利的商业主体，都需要根据市场的变化快速调整自己的业务。没有一劳永逸的创业者，每一个创业者的必备能力就是快速整合资源，应对变化。

共生 IP 的理念，是一人公司创业者聚焦在自己的核心业务上，在这一业务的上下游或所需的资源里与其他的一人公司创业者开展平等互利的合作，从而降低成本、提高效率，实现客户价值的最大化。

举个例子，在我的学员里，彦云是专业的视觉设计师，如意是擅长文案写作的汉语老师，为了实践共生 IP 的概念，我在设计“高客单价产品行动营”这个产品的时候，邀请他们和我合作，我负责授课，彦云负责帮学员设计海报，如意负责辅导学员完成文案。我们一共合作了六期行动营，合作非常轻松愉快，因为我们每个人独立负责相应的板块，互不干预又互相配合，共同为学员提供指导和服务。

我和另一位创业者朋友也是这种合作形态，她的公司业务是企业培训，而我擅长的是个人品牌打造，我们合作帮助初创企业打造创始人 IP、设计组织架构和搭建私域营销闭环。当客户需要文案服务的时候，我又找了一位擅长文案的合伙人来负责文案板块。

我的伴侣陈先生是新西兰的独立贷款经纪人，也是一人公司创业者，客户买房子找他办理银行贷款，而他也可以推荐客户给独立律师、卖房中介等进行业务合作。

也许这些例子看起来就是普通的业务合作，但共生 IP 和甲乙双方或普通的项目合作方式并不相同。首先，共生 IP 的合作服务对象是同一个客户，每个一人公司创业者都是独立且直接面向客户提供服务的，他们直接和客户沟通，而不是以某一个人为中心或中间人。其次，合作的对象都是一人公司的创业者，每个人都有自己的个人品牌影响力，也都是以自己的品牌在提供服务，因此会竭尽全力完成工作。再次，每个人对自己的业务是非常专业并且可以独立交付的，每个人会获得自己提供价值部分的收益，大家在一个项目里是利益共同体，所以不会出现推卸责任的情况，而是更愿意互相配合完成工作目标。最后，共生 IP 倡导的是青色组织里平等去中心化的决策方式和自我管理的运行模式。而甲乙双方并不是平等的合作关系，普通的项目合作通常是由一个发起人做决策提要求，其他人是被管理者的角色。

这种共生 IP 的合作形式其实是一人公司创业者必须具备的资源整合能力，通过和其他一人公司创业者合作来满足客户的不同需求，同时也降低了自己的获客和交付成本。试想一下，如果你可以在自己的一人公司业务之外链接更多可以合作的一人公司创业者，你就为自己建立了一个青色组织，这个组织里的每个个体所提供的技能服务都可以为你所用，大家在平等合作的关系中也会激发更大的创造力和商业灵感。从一个孤独的个人创业者，到形成一个群体创业的去中心化生态，这也是我的梦想。

1.3 “小而美”的个人商业模式是大势所趋

1.3.1 个人商业模式的赚钱优势

乌卡（VUCA）时代是一个描述现代社会特征的概念，它由四个英文单词的首字母组成：volatility（易变性）、uncertainty（不确定性）、complexity（复杂性）和 ambiguity（模糊性）。这个概念最初由美国陆军在 20 世纪 80 年代提出，旨在阐明冷战后复杂多变的政治环境，后来被广泛应用于商业和组织管理领域。

目前我们所处的时代，被一些学者和专家认为已经从 VUCA 时代转向了 BANI 时代。BANI 由 brittleness（脆弱性）、anxiety（焦虑感）、nonlinearity（非线性）和 incomprehensible（不可知）四个英文单词的首字母组成，这个新模型的提出是为了更准确地描述当今世界的特征，包括大数据、人工智能、虚拟现实等科技的发展。

尽管如此，乌卡时代的概念仍然被用来描述我们所面临的快速变化、充满不确定性的商业环境。在这样的时代背景下，组织和个人需要提高预见性和洞察力，增强适应性和灵活性，以应对复杂多变的挑战。因此，可以说我们仍然生活在一个具有乌卡时代特征的世界中，同时也在经历着向 BANI 时代过渡的阶段。在这样的时代背景下，创业者想要降低风险，小而美的个人商业模式有着明显的优势。

首先，个人商业模式的运营成本较低。一人公司通常不需要庞大的办公室、复杂的管理层级和大量的员工，这大大降低了运营成本。通过使用共享办公空间、远程工作工具和在线平台，个人创业者可以节省大

量租金、薪资和其他运营开支。

其次，个人商业模式可以快速决策，执行力更强。个人创业者可以迅速做出决策并立即执行，无须经过层层审批。这种敏捷性使得一人公司可以快速适应市场变化，抓住瞬息万变的商机。比如，当经济下行的时候，大企业没有预算投放广告，营销宣传获客的难度大大增加，业务也出现下滑，此时独立的、拥有百万粉丝的自媒体博主虽然很难靠商单接广告赚钱，却可以快速切换到直播带货的赛道继续通过自媒体和粉丝实现变现。这就是个人商业模式的优势，当外部市场环境发生变化的时候，可以灵活地切换赛道，利用原有的资源创建新的盈利模式。

最后，个人商业模式可以通过个性化服务吸引优质的客户。一人公司能够提供高度个性化的服务，与客户建立紧密的关系。通过直接与客户互动，个人创业者可以深入地了解客户需求，并提供量身定制的解决方案。这种个性化服务往往能够赢得客户的忠诚和推荐，从而带来更多业务机会。例如，我的一位朋友在新西兰做高端的旅游地接业务，相比传统成熟的旅行公司提供客车和团体旅游项目，他只针对高收入人群提供“小而美”的定制旅游服务，会带游客去很多团体旅游团很难抵达的特色景点，为游客提供不一样的体验服务，通过全程的陪伴来满足游客个性化的需求，最后和客户成为朋友，也因此获得了很多转介绍的订单。

除了应对市场的优势之外，个人商业模式还可以为创业者提供灵活的工作方式。技术的发展，特别是数字化工具和平台的普及，降低了创业的门槛，使得一人公司可以接触广泛的客户群，进行有效的市场推广，甚至实现全球化运营。例如，我使用的就是线上一人公司模式，客户遍布十几个国家。

总之，“小而美”的个人商业模式不仅能够快速地适应市场变化，降

低运营风险，还能够贴近客户，提供个性化的服务。创业者也会拥有生活工作相平衡的状态，更好地应对 VUCA 和 BANI 时代带来的挑战和机遇。

1.3.2 个人商业模式的成功特征

“小而美”的个人商业模式虽然是大势所趋，但是想要打造成功的一人公司商业模式，并非一件简单的事。我辅导了 100 多位各行各业的专业人士打造个人品牌，其中不乏自由职业者、数字游民和个人创业者，我发现一人公司创业和个人品牌的打造一样，并非人人都可以成功。

你可以先思考一个问题，上班、一人公司创业、创办一家大企业，哪一个更难？

大家都知道创业往往是“九死一生”，一人公司创业虽然几乎没有风险成本，但失败的人占据了大多数。因为大多数人只是嘴上喊着想要更自由幸福的生活，但行动力跟不上自己的抱负。

千万别觉得一人公司创业很简单，想要实现“小而美”创业的人，往往都是“既要又要还要”。既要赚更多钱，又要有时间享受生活，还要实现自我价值。从这一点看，一人公司创业比单纯上班或者正儿八经投资创业要难得多。因为上班你只要求安稳的收入和固定的节假日就好，投资上百万元创业的人聚焦在赚钱的目标上。也许你觉得上班无法实现自我价值，也许你创业忙得没空享受生活，但你会迫于稳定收入的需要或资金回笼的压力不得不坚持下去。一人公司创业，正因为前期没有太大投入，而工作上又过于自由，有太多选择和不同的干扰，一个目标不坚定、内核不稳定的人，非常容易放弃。

“生命诚可贵，爱情价更高。若为自由故，两者皆可抛。”这首脍

炙人口的诗，也说明了自由是最贵、最难得的东西。一人公司，追求的
是比上班和传统创业更自由，看似付出的成本风险很低，实际上是一条
需要付出更多努力的道路。

不是人人都适合一人公司，我在一人公司实践的路上遇到了各种各
样的人，发现能够在这条路上有所收获并且能坚持下去是有共同特征的。

第一，追求随性自由的生活方式，不喜欢被束缚。不同于嘴上喊着
要自由、想全球旅居但身体还在老实打工的人，真正不喜欢被束缚的人
在工作中也不喜欢被干涉、被管理，他们比较自由散漫，有自己的主见
和想法，会主动表达自己的想法，并且往往会坚持己见。

第二，有很强的好奇心和学习能力，不害怕失败。按照标准路径成
长的好学生通常学习能力很强，但是从小到大都乖乖听话的人，往往非
常害怕失败，在意别人的看法。因为他们的价值体系都是在别人的评价
中养成的，会担心自己一旦不听话或者失败，别人就会觉得他们不够好。
创业是一个无中生有的过程，永远有不确定性和变化，没有人能保证事
事都成功。不断试错是一人公司创业必经的过程。能够成功的人都勇于
在犯错中学习和成长，愿意走出舒适区带着“空杯的好奇心”去不断
尝试。

第三，目标感和行动力极强。不是一般的强，而是极强。如果不清
楚自己的目标，就很容易被带偏，如果行动力跟不上，很多想法只能停
留在想象中，无法落地获得结果。其实在做个人品牌商业教练的这些年，
我看见很多同行，自己的个人品牌都没做起来，也没有实现业务变现，
却给别人当起了商业教练。知道却做不到，做到却没结果，是一人公司
创业失败的常见问题。只有紧盯目标，不断行动，才能在一次次跌倒中
获得成功。

第四，有独立交付的专业能力。其实很多人是喜欢团队的，喜欢和大家在一起做事的感觉。但我不得不戳穿一个现实：**一人公司创业想要实现灵活自由，就要有一个人独当一面的能力，一人公司的创始人就是天花板，永远不要指望别人替你承担决策和压力。**你可以解放自己的时间和精力，不是因为别人弥补你的短板、跟你搭档干活不累，而是你先完整地跑通个人商业闭环，然后梳理出每个环节的标准操作流程（SOP），再找到合适的人按照你的要求来替代你完成不同的环节，这样才能在保证结果不变的前提下解放你的时间和精力。一定要记住一句话：**创业成功靠的是系统，不是个人。**一人公司也是如此，如果你不想合作伙伴离开或者你生病，使得你的业务就干不下去，那么你必须搭建一个商业系统，而不是凭感觉和感情做事情。

第五，也是最重要的一点，所有创业成功的人，其驱动力都不是为了摆脱不喜欢的生活而工作，而是为了自己内心的追求、目标和愿景。找到你向往的生活方式、你的人生使命、你的初心和目标，那才是一人公司成功的关键。

商业就是最好的修行。对于普通人而言，没有比创业更快的成长方式了。在创业的路上，个人的优势和短板都会被放大，你会在高效行动和收集反馈的过程中不断挖掘自己的潜力和优势，但也会看见自己的短板带来的限制。创业是一个帮助你逐渐看清真实自己的过程。

1.3.3 个人商业模式的创业地图

如果你想实现一人公司创业，必须有五个板块的搭建：产品、流量、销售、运营、合作。如图 1-3 所示。

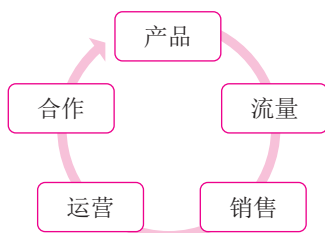


图 1-3 一人公司创业地图

第一个板块是产品。你要有个人擅长的定位领域的相关产品。只要你可以通过个人影响力获取流量实现销售变现的，都可以是你的产品。

产品分为虚拟产品和实体产品。虚拟产品通常是根据你的知识技能演变而来的服务，比如知识付费，一对一教练咨询、课程、社群、私教等，或者你提供给客户的定制插画、装修设计、营销方案等都是虚拟产品。

你还可以通过自己的技能创造实体产品，比如一些手工艺品、画作、图书，或者原创的实体品牌。例如，有人制作手工的美甲、手串等，有人联系制造商定制自己品牌的香薰、蜡烛、文创产品等，这些都是自己原创的实体产品。

除了辛苦去做自己的产品之外，你也可以分销产品。比如你在某个平台学习后获得分销权益，可以直接分销你上过的课程，因为你有学习的经验，你可以一边学习一边分享自己的成长，再通过自媒体引流销售，实现变现。

现在许多平台上的“买手”和直播带货也是这样的逻辑：直接进入平台的选品中心或去阿里 1688 挑选符合自己粉丝受众需求的产品，或者如果你用过某款产品觉得好，有靠谱的渠道货源，那么就可以通过自媒体上架到自己账号的橱窗，“挂车”售卖去变现。我的第一份副业变现就是这样实现的。2014 年刚上班的时候，在淘宝上购买了一款发膜非常好用，

之后生活中经常有人问我为何发质那么好，我就灵机一动想去推荐这款发膜，于是就联系了淘宝店主，让她给我更低的价格，帮我代发快递，之后我就通过朋友圈推荐这款发膜实现了一定金额的变现。

赚钱的底层逻辑其实很简单，就是把产品卖出去。所以第一个板块是你要有可变现的产品。与简单做销售的区别在于我们要考虑到可复利的长期个人品牌效应，所以要选择和自己的个人经历、专业知识等相关联的产品，这样在创业的过程中可以在一个领域深耕自己的个人品牌影响力，而不只是卖货。先聚焦打造自己的核心影响力和竞争力，后面自然会得到更多的机遇。

第二个板块是流量。说起流量，有人就会想到自媒体和短视频。自媒体只是获取流量的方式之一，自媒体依赖平台算法的推荐和引流机制，若你所有的流量都来自一个自媒体平台，一旦账号被封，你所有的努力就可能白费了。因此要根据自己的业务场景去选择不同的流量获客渠道，如果你是做实体生意的，线上和线下引流要结合起来。比如做线下门店活动，可以把客户引流到微信群，实现线上触达和管理。同时也要具备线上获客的能力。比如做直播把潜在客户引流到私域微信上再做销售转化。如果你是做知识付费或线上电商的，除了自媒体平台的账号运营和公域引流，也可以搭建自己的独立网站、小程序，实现私域裂变。永远不要把鸡蛋放在一个篮子里，流量是所有生意存活的关键，并且流量渠道一定是随着市场和科技发展而不断变化的，我们需要不断学习新的引流方式和渠道。

第三个板块是销售。销售和流量一样，不能只有一种方式。比较常见的线上销售方式有电话销售、社群销售、公开课销售、私聊销售、直播销售、内容销售、电子邮件营销、广告投放、搜索引擎优化等；常见

的线下销售方式有门店销售、展会销售、上门销售、地推销售等。如果流量有了，但是只有一种销售方式，也很难实现转化最大化，因此要掌握不同的销售技巧和方法，并且要不断学习新的销售模式，与时俱进。

第四个板块是运营。如果你想跟我一样实现时间、地点、自由的一人公司模式，那么就要懂线上运营。线上运营可以分成三个核心板块：内容运营、社群运营、客户运营。内容运营就是创作和你的业务相关的自媒体内容，如短视频、图文等，分发到不同的平台进行引流或销售；社群运营就是激活社群的活跃度和黏性，通过举办线上社群活动，如公开课、训练营或直播等，让社群活跃起来，激发大家的参与度；客户运营就是维护所有添加到私域的客户，给不同的客户打上不同的标签，根据不同的需求和消费记录进行分层管理，通过不同的活动和个性化的沟通去刺激销售转化，保持用户黏性。而线下运营在一人公司的商业模式里比较常见的是举办一些简单的线下活动，如见面会、读书会、工作坊等，让老客户带新客户参与，同时通过线下见面的方式增强你和客户之间的感情和信任。

第五个板块是合作。一人公司的团队不是传统的雇佣模式，而是平等合作、互利共赢的模式。如何选择合适的合作伙伴，如何通过合作来放大业绩规模，如何实现双赢的合作目标，都是一人公司创业者解放自己的时间和精力、真正实现自由的关键。除了前面提到的共生 IP 的合作模式，一人公司也可以雇兼职员工或者和自由职业者进行项目合作，如此既降低了人工成本，也可以让业务灵活地开展。

一人公司虽然小而美，但也是一个完整的商业主体，因此它背后的工作其实并不简单，从产品、流量、销售到运营、合作，每一环节都有非常多的关键点，也有很多技能只有在实际操作中才能学到，所以行动力往往是成功的关键。

1.4 从个人成长到一人公司

了解了一人公司的创业地图之后，也许你依然茫然，不知道从何开始去设计自己的产品。其实每个人的成长经历都是独一无二的宝贵财富，如果我们可以从个人的成长经验中提取可复制的成功经验和知识，将这些经验和知识转化为可以帮助他人的产品，那么就可以实现个人成长的商业化，这也是最适合普通人低成本实现个人商业的路径。如图 1-4 所示，常见的适合普通人的一人公司产品类型为知识产品、技能产品、实体产品和分销产品。



图 1-4 一人公司常见产品类型

1.4.1 如何从成长中探索商业机遇

在个人商业的世界里，个人成长不仅是一个自我提升的过程，更是探索和发现新商业机遇的肥沃土壤。我们的每一次成长都可能开启一扇新的机遇之门。我们如何从个人成长的多个维度探索这些潜在的机遇呢？

第一，个人成长的过程就是一个不断积累财富的过程。我们在职业生涯、副业尝试，甚至爱好探索中的每一个阶段，都在积累知识、技能和经验。这些积累，无论是专业技能的提升，还是对行业趋势的洞察，都可能成为我们未来探索新机遇的基石。

我复盘了自己毕业后十几年尝试的工作、副业，发现我在创立一人公司以前，已经做过十几种职业。我的主业经历了体制内的银行柜员、客户经理，私企和外企的人力资源（HR），海外的品牌营销经理，跨度不小，我的副业尝试更是五花八门。在知识付费领域，我和朋友合伙创立过校外培训机构，做过线上英语培训、副业变现课程、人生教练课程、个人品牌商业私教陪跑等，所以我熟悉线上线下的教育培训形式、工具和流程。在电商领域，我做过海外代购、跨境电商、微商、独立站，从网站搭建、搜索引擎优化、付费投流到图片设计、文案撰写我都做过。在自媒体领域，我运营“Alina 霖子”公众号已经十几年，豆瓣、知乎、小红书、哔哩哔哩、视频号、今日头条等市面上常见的新媒体平台我都有“试水”和研究过。

正是在个人成长的过程中带着好奇心，不断尝试摸索和学习新的事物，一边自学技能，一边总结思考，才有了我在创立“自由人生教练”平台的时候，从品牌理念设计、自媒体内容搭建、线上营销培训到活动策划运营等都能够一个人快速完成。**人生没有白走的路，只有走过的路。**

第二，个人成长中的挑战和困难往往是财富机遇。顺境时皆大欢喜，逆境时才能看出一个人是否具备创业的能力。因为创业一定是不断面对困难和挑战的过程。面对挑战的时候，是陷入负面情绪中不能自拔，还是快速找到关键资源解决问题，可以判断一个人是否能够在个人成长中发现机遇并且抓住财富机遇。

举个例子，我有一个商业客户是做孕产瑜伽教练的，她的客户付费一万元报名了产后瑜伽训练，结果一个月后发现怀了二胎。产后瑜伽训练肯定是做不了了，要给客户退费吗？她找到了我。我给她支招，后来她的客户不仅没有退费，还花一万元报名了孕期瑜伽训练。

当客户的某项需求不再存在的时候，很多人会觉得产品就没办法营销出去了，但旧的需求不存在，往往是新需求诞生的时候。就像现在人工智能（AI）快速发展，很多人发现一些基础的工作会被 AI 取代，但随之而来的是有越来越多的人因为 AI 开辟了新的财富和职业路径。

在成长过程中面对挑战时，我们常常能在其中发现蕴藏的商业机会。在生活或职场中遇到的难题往往揭示了市场上未被满足的需求。这种对挑战的敏感和解决问题的能力，是个人商业成功的关键要素。通过解决遇到的问题，我们不仅能为自己找到出路，也可能为同样面临这些问题的人群提供解决方案，从而开创新的商业领域。

第三，个人兴趣和激情是发现商业机遇的重要源泉。很多人或许和我一样，好奇心特别强，遇到新鲜事物就想一探究竟，但很快又半途而废。过去，我们会否定自己，认为自己是一个“三分钟热度”的人；但现在，我们称这一类人为“多重潜力者”。我很喜欢“多重潜力者”这个名称，它让我们从否定自己变成了肯定自己。事物本身是没有好坏之分的，好和坏取决于我们看待事物的方式和念头。

保持好奇心是非常难得的，当我们在某个领域有深厚的兴趣时，往往会投入更多的时间和精力去深入探索，并且乐在其中。这种深入探索可能帮助我们发现新的市场或客户需求，无意中创造新的财富。

2017 年，在我从银行辞职等待出国的那几个月空窗期，一位孩子刚上小学的妈妈说她每天在家辅导孩子读英语绘本，发现我们五线小城市

的孩子们学习英语的资源很少，学校老师的发音也不标准。出于好奇心，我调研了市面上幼儿英语学习的资源，又翻看了我的微信朋友圈，看有没有人可以帮助到家乡的孩子们，结果我找到了一位同声传译专业毕业、有丰富的英语教学经验并且喜欢小孩子的朋友，邀请她来教家乡的孩子学习标准的口语发音。

那时候，还没有现在这么全面的知识付费工具和线上培训方式，所以我设计了21天的线上幼儿口语学习打卡营，交付方式非常简单，建立一个微信群，把孩子妈妈们都拉到了群里，每天早晨在群里发布一个英语句子和几个单词的标准发音和讲解，白天妈妈们就抽空让孩子听和模仿，然后把孩子的跟读录音发到群里，晚上我的朋友就一一点评和鼓励这些孩子，给他们送几朵小红花。妈妈们和孩子们都特别开心，也在此次打卡营活动中学到了很多。后来我出国了，这个项目也就结束了。虽然这个短暂的项目只赚了几千元，但是从此我的心里种下了线上教育培训的种子。

第四，个人成长过程中建立的人脉和社交网络是探索商业机遇的宝贵资源。我们的同事、伙伴甚至客户都可能成为我们发现新机遇的桥梁。他们需求、反馈甚至日常交流都可能激发我们的灵感，引导我们发现新的商业机遇。比如前面提到的幼儿英语口语打卡营项目，最初引发我思考的那位妈妈是我亲戚同学的妈妈，我发起这个项目后，学员客户都是她找来的。

如果你和我一样是内向社恐的人，在社交上不太主动，那么可以多通过自媒体展示自己，输出高质量的内容，这样可以“吸引”一些优质的人脉。我的大多数朋友、客户、合作伙伴是看了我输出的内容和故事之后被吸引而来的。

第五，个人成长的过程也是一个自我认识和自我价值实现的过程。

在这一过程中，我们逐渐认识到自己的优势和特长，这些优势和特长正是我们探索和开发新商业机遇的关键。了解自己能提供什么，以及这些能力或知识如何满足市场需求，是将个人成长转化为商业成功的重要一环。需要提醒的是，在成长的路上，不要把注意力放在自己的短板上，不要总寻找自己的不足之处，这样会打击自信心。创业者的核心竞争力是自己的优势和长板，我们要做的是放大自己的长板，当你的优势和长板足够明显，短板造成的影响就不会很大。

总之，个人成长的每一个方面都蕴藏着商业机遇。从专业技能的提升到兴趣爱好的追求，从克服挑战到社交网络的拓展，成长中的每一步都可能是通往新商机的桥梁。关键在于如何将个人成长与市场需求相结合，如何从帮助身边的人出发，去创造既有个人特色又能满足市场需求的产品或服务。

个人成长与商业机遇的探索是一个相互促进的过程。在个人商业的世界中，个人的提升直接影响到商业实践的效果，商业的成功又反哺个人的成长。这种相互作用不仅使个人商业成为一种事业选择，更使其成为一种生活方式和自我实现的路径。

1.4.2 如何将知识技能变成赚钱资源

一个人只要在任何行业或领域做成一件事，那么就可以把自己的知识经验分享出去，帮助其他人，知识技能变现是普通人最快可以掌握的赚钱资源。这一过程不仅是将个人能力商品化，更是一个深挖个人价值和实现市场价值转换的过程。在这一过程中，我们需要做到如何有效地

将个人的专长和知识变成对他人有价值的产品或服务。为了帮助大家理解，我绘制了一张知识财富体系图，大家可以根据这张图，一边学习一边构建自己的知识财富体系。如图 1-5 所示。

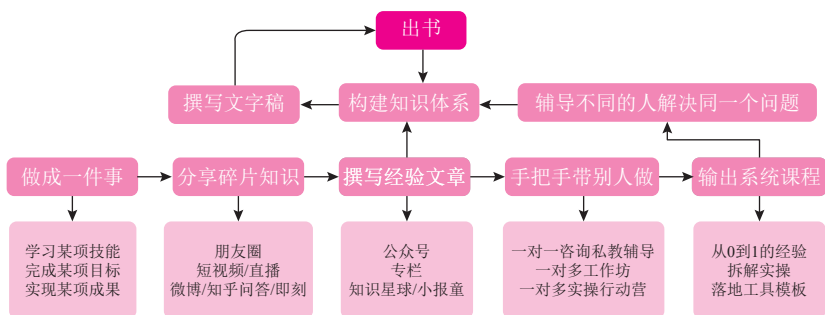


图 1-5 构建自己的知识财富体系

首先，我们需要认识到每个人都拥有独特的知识和技能，这些通常来自做成一件事的经验。例如，学习某项技能、完成某项目标或实现某项成果。当你做一件事的时候，就可以一边做一边把一些成功的经历和经验提炼成碎片化的知识，通过朋友圈、短视频、直播或自媒体平台分享出去，帮助正在做同样事情的人，和他们交流经验，互相学习。

当做成某件事的经验积累得越来越多时，就可以把碎片化的知识整合成有深度和系统性的文章。例如，开设一个特定主题的专栏，通过一系列的文章将成功经验分享出去，更好地帮助其他人从 0 到 1 跟着你的经验学习。

单向输出的内容可能无法高效地指导别人落地操作，因为每个人在操作过程中可能遇到的卡点是不同的。因此，当你的专栏文章被越来越多的人关注时，一定会有人想找你咨询，解答他们遇到的个性化的问题。这时候，你就可以开设一对一的咨询私教辅导，或者一对多的实操课程，利用实时互动手把手带别人操作。

当你辅导过很多人做成一件事时，就可以把他们遇到的共同的难点提炼出来，制作一些可以帮助别人实操落地的工具模板。同时，把你手把手带别人落地操作的过程拆解成从 0 到 1 做成这件事的步骤，结合你原创的工具模板，就可以开发系统的课程体系。这时候，你就具备了做成一件事的知识体系了。但这还不够，你还需要验证你的知识体系的适用范围，通过测试去明确你的经验对什么样的用户是最有效的，这样才能找到你的精准用户。

你需要用这套知识体系去帮助不同的人，教他们按照你的体系去行动，去解决同一个问题，看看什么样的人适用这套知识体系的，什么样的人可能不适合你的方法论。当你完成大量的测试之后，就会越来越清楚你的知识体系的适用范围，这时候就可以针对精准目标用户优化知识体系，最终形成一套帮助特定人群解决特定问题的知识模型。

在整个过程中，你输出的内容可以整合起来，成为你的出书素材。最后，你可以建立自己的知识财富体系商业闭环。当你在一件事上完成了知识商业闭环，你还可以在另一领域按照这个路径再次从 0 到 1 搭建自己的知识财富体系，这一套路径完全可以复制到你学习任何一个新领域的过程中。

你用心调研一下就会发现，很多一人公司创业者的成功路径其实是相似的。普通人最大的资源就是时间和精力，将自己的时间和精力投入到个人成长中，将自己的成长和学习经验记录和分享出来，慢慢提炼成对别人有用的方法论，通过一对一咨询、辅导、课程等不断收集他人的反馈，帮助不同的人解决同一个问题，渐渐优化自己的知识体系，最终形成一套自己的又可以帮助其他人的知识模型，从而把学习和成长变成赚钱的资源。

将个人的知识和技能转化为赚钱的资源，不仅是实现个人商业成功的过程，更是实现个人价值和对社会作出贡献的过程。我们将知识和技能分享给他人，不仅能实现经济上的收益，还能帮助他人，更能实现自我成长。

1.4.3 如何用一人公司实现人生使命

每一个创业成功的人，都不只是为了逃离不喜欢的现状，更是为了追随自己的人生使命和目标。“一人公司”不仅是一种工作方式，更是实现个人愿景和使命的一种途径。大多数企业是根据岗位需求来招聘合适的人才，因此人们往往无法在企业设定的岗位充分发挥自我价值。而在一人公司，我们有充分的自由度去做自己想做的事情，根据自己的热情和理想去探索自己的人生使命，并且通过个人商业这条路充分实现自己的人生使命。

（1）明确你的人生使命

你的人生使命是什么？生命的意义是什么？工作又是为了什么？相信你一定思考过这些问题。人们将大部分的时间花在了工作上，而一份不喜欢的工作，不论收入有多高，仍会让内心感到空虚，时常会带来自我怀疑。

每个人来到这个世界上都有自己的使命。这个使命就是充分发挥个人的天赋优势，持续去做让自己充满热情的事情，在为他人和社会创造价值的同时获得相应的财富回报，以此安身立命。日本有一个概念叫作“Ikigai”，翻译成中文是“存在的意义”。找到自己的“Ikigai”可以作为我们探索自己人生使命的一种方式。在“你喜欢的”“你擅长的”“你

能得到报酬的”和“世界需要的”四个部分的交集点，就是我们的人生使命和意义。如图 1-6 所示。

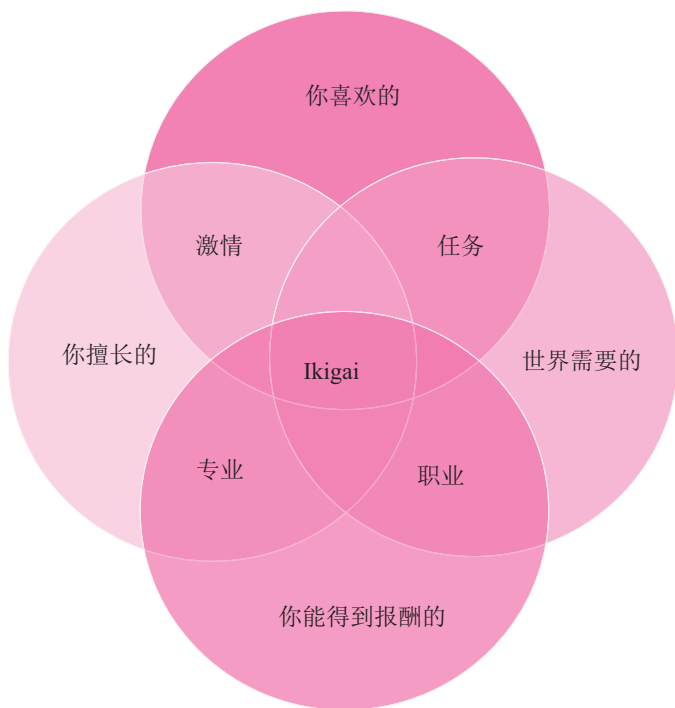


图 1-6 探索自己存在的意义

人生使命通常源于个人的核心价值观、热情和所追求的目标。**充分挖掘个人的内在价值体系，找到个人热爱的事情和未来想实现的愿景目标，这才是一人公司可以持续发展的核心驱动力。**

一人公司在运营发展中，会受很多外在声音和因素的影响，如果创业者没有稳定的核心驱动力，那么很容易迷失方向。世界一直在变化，不变的是我们每个人的人生使命。所以，找到不变的内核，这才是一人公司成功的关键。

当你找到自己的人生使命，清楚了未来的愿景目标，就可以将你的愿景使命转化为具体的商业活动，开发与你的长期目标一致的产品或服务，通过你的价值观去吸引同频的客户，利用有效的传播和沟通策略去宣传你的故事、价值观和商业活动。

（2）利用你的独特优势

一人公司的优势在于它能完全体现你的个性和优势，给了普通人用热爱的事情创造收入的机会，将个人的独特优势和商业活动相结合，不仅能带来事业上的成功，更能增强工作的意义和满足感。

我们可以通过 SWOT 分析来找准并利用自己的独特优势。SWOT 分析包括评估自己的优势（strengths）、劣势（weaknesses）、机会（opportunities）和威胁（threats）。这一概念最早可以追溯到 20 世纪 60 年代，由管理顾问艾伯特·汉弗莱（Albert Humphrey）在斯坦福大学的研究项目中提出。通过这一分析，你可以清楚地认识到自己在职业生涯中的独特地位和潜在的发展方向。如图 1-7 所示。

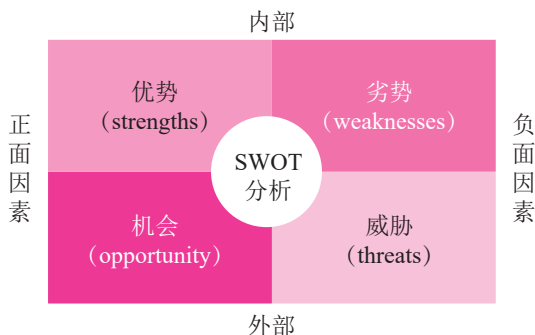


图 1-7 SWOT 分析

优势（strengths）。在这一部分列出了个人或组织内部的正面特质。例如，强大的品牌、独特的技能、良好的网络关系等。

劣势（weaknesses）。这一部分列出了内部的负面特质或需要改进的地方。例如，缺乏资源、技能不足、决策过程缓慢等。

机会（opportunities）。在这里列出了识别外部环境中的机会。例如，市场增长、技术进步、政策变化等。

威胁（threats）。识别可能来自外部环境的威胁。例如，竞争对手、市场萎缩、法规变化等。

利用这种方法可以从中找出对自己有利的、值得发扬的因素，以及对自己不利的、要避开的因素，发现存在的问题，找出解决办法，并明确一人公司最具优势的发展方向。

（3）打造自己的个人品牌

很多人把个人品牌、个人 IP、网红和博主混为一谈，其实它们并不相同。

网红（internet celebrity / influencer）。网红是指通过互联网平台获得大量关注和追随者的人。他们可能因为特定的才艺、外表、生活方式或者幽默感而受到欢迎。网红的影響力通常与社交媒体平台紧密相关，他们的成功很大程度上依赖粉丝的互动和参与。网红可能没有定位，也没有自己的产品，他们靠大量的粉丝关注通过广告或者直播带货变现。

博主（blogger）。博主是指在博客或者类似的平台上定期发布内容的人，属于内容创作者。博主可能专注于特定主题或领域，通过撰写文章、分享见解和经验来吸引读者。博主的影响力建立在内容的质量和一致性上，他们可能在特定圈子或领域内拥有较高的知名度。博主可以通过内容创作或者内容营销变现，如收费专栏、图文或短视频带货推广等。

个人品牌（personal brand）。个人品牌通常指的是一个人在职业领域内建立的声誉和影响力。它是基于个人的专业技能、价值观、成就和

个性特征的总和。个人品牌更多与职场发展有关，强调的是个人在特定领域的权威性和信任度。拥有自己的个人品牌，说明你有一定的影响力，并不意味着你有变现的能力。除非你打造个人 IP，开发自己的产品，把影响力变成商业价值。

个人 IP (intellectual property)。个人 IP，即个人知识产权，是指个人拥有的、可以被商业化利用的知识财产。打造个人 IP 通常意味着你要开发和自己相关的产品，比如课程、图书、咨询服务、实体商品等，能够吸引粉丝和消费者，并且可以通过各种媒介和产品进行变现。

我们可以简单地把个人品牌理解为个人在某个专业领域的声誉和影响力，从商业的立场来看，建立个人品牌是一人公司创业的必经之路。因为一个有声誉和影响力的人，在专业领域创业会更容易吸引来优质的合作资源和第一波种子用户，并且会极大地降低前期宣传获客的成本。

打造个人品牌不仅是营销自己，更是展示你的专业性、个性和价值。**一个有效的个人品牌应当包含三个元素：独特性（你与众不同的地方）、一致性（你的言论和行为的一致性）和持续性（持续地传达你的价值观）。**

独特性是指个人与众不同的特质。它涉及你的个人故事、专业技能、经历和视角。一个独特的个人品牌可以帮助你在这个竞争激烈的市场中脱颖而出。你可以通过自媒体等内容渠道分享你的个人故事、独特的生活经历和职业旅程，让人们了解是什么塑造了今天的你；可以强调你的专业技能和特长，特别是那些与你的行业或目标受众高度相关的；可以展示你对行业趋势或专业话题的独到见解和观点，以证明你的专业性。

一致性是指在不同的平台和场合中保持个人信息、言论和形象的一致性。这有助于建立信任和识别度，使人们对你的个人品牌有一个清晰、一致的认识。例如，在所有营销材料和在线平台上使用统一的头像、昵称、

背景图、色彩、标志和字体。再如，无论是在社交媒体还是公开演讲中，保持一致的语言风格和语调。要确保你在所有媒体上的沟通和行为反映出你的核心价值观和信念，因此打造个人品牌，一定要做真实的自己，而不是虚伪的人设。

持续性是指持续地加强和更新你的个人品牌形象和核心价值观。比如，定期创作发布自媒体内容、参与行业活动和与客户粉丝互动，不断展示你的价值理念。例如，我是一名倡导自由人生的一人公司创业者，我就会持续性地在自媒体分享我的自由生活 Vlog（视频日志）以及适合个体创业的“干货”知识。

当你找到了自己的使命愿景和优势特长，通过个人品牌的建立提升了自己在专业领域的影响力，在一人公司的创业过程里就可以把它们有效地整合起来。在这一过程中，你不会觉得自己在工作，而是像玩一样做着自己热爱的事情。当你沉浸其中，就会放下对于不确定感的焦虑，将注意力放在当下的行动和未来的愿景上，活出自我。