

全班唯一没转行的PR人,现在挺好的

■青岛财经日报/首页新闻记者 高奕静

“大学毕业十几年,到现在,我是全班唯一一个还在从事本专业的人。”谈起自己的职业生涯,王纾骏显得有些坦然又无奈,但透过他的话语,记者能感受到这个身高接近一米九的青岛小哥,身上隐藏着一股不服输的坚持。

曾经,王纾骏大学所就读的公共关系专业(Public Relations,以下简称:PR)可以说“如日中天”。这种专业具有多学科交叉特性,毕业生就业面广、应用行业较多,属于传媒行业中的“万金油型”专业,这造就了他职业生涯的黄金时期。

然而,随着市场环境的变化,传媒行业竞争也在不断加剧,王纾骏身边的人来来往往,他自己的身份也几经变化,却始终围绕传媒行业:从一个名不见经传的普通PR人起步,他成长为一家4A公司的青岛分公司管理层,后来创立了自己的传媒公司,现在又转型成为一名自媒体作者。



在浪哥(右)的鼓励下,王纾骏决定从幕后走到台前,成为一名自媒体创业人。

无心插柳

提及自己PR生涯的开始,王纾骏用了四个字“阴差阳错”。“能选择上什么大学、读什么专业,其实是很被动的,每个人都希望做收益最大化的理性选择,在自己分数最接近的学校里,只有商务英语和公共关系两个专业可以选择,因为自己英语学得不好,主修英语有点‘摧残人性’。”

已经38岁的王纾骏再说起专业选择这件事,觉得有种命运使然。

“大学毕业前,有一次我在和从事广告行业的朋友逛街,他当时在为企业做专案策划,谈到专业内容,我就随口帮他想了一句Slogan(品牌口号)。”无心插柳成荫,这句无心之语启发了朋友的灵感,也彻底改变了王纾骏的人生轨迹。在朋友的介绍下,他入职了青岛的一家广告公司,开始了自己长达16年的传媒生涯。

在王纾骏入行的2010年前后,正值房地产行业的鼎盛时代,这也是公关行业的黄金时代。根据中国国际公共关系协会发布的《中国公共关系业2014年度行业调查报告》估算,2014年中国公共关系行业整个市场的年营业额规模约为380亿元人民币,年增长率为11.5%左右,过去15年复合增长率达到25.97%。

随着房地产行业的蓬勃发展,一批像王纾骏一样的PR人跟随着行业一路“高光”。王纾骏那时的主要工作是根据客户需求策划线下活动,执行奠基、剪彩、开盘仪式活动。

从初出茅庐的大学生到职场人,王纾骏在几年间完成了身份转换,在这家企业里逐步站稳脚跟,随着个人成长步伐的加快,他迎来了职业生涯中第一个重要转折点——一家北京的4A公司向他抛出了橄榄枝。

偃旗息鼓

面对“万物皆媒”的发展趋势,媒体传播渠道日益多元化,受众获取信息的方式更加丰富。相应地,行业洗牌也逐渐加速,从人们碎片化的时间里抢时间。新的传播环境对像王纾骏一样的PR人的认知和技能提出了更高的要求。

当时,在北京4A公司做了七八年后,王纾骏接过青岛地区的业务,创办了自己的传媒公司。多年从业经历让他积累了初始客户,但他的创业之路却并非如预想般全然坦途。“一开始活下去就比较难,最难的时候,我中午吃碗面发现微信里已经没钱了,倒不是说真的走到了穷途末路,只是对于初创者来说,你的每一分钱都是公司的现金流,由不得自己做主。”

这一段创业经历,让王纾骏感触颇深,在更加艰难的市场环境下,他需要时刻敏感把握行业的变化,作出相应决策。“我们的受众变得更成熟、精致,品牌方要求转化量,追求投入产出比。某种程度上,流量成为了行业的导向。”

近几年,市场需求出现了收缩。“我们服务的主要客户对供应商的资质要求逐渐提高,企业生存环境也变得更艰险,当时我做了一个综合评估,认为如果继续这样耗下去,企业整体性价比是不高的。”在面对企业既有上升渠道已经非常有限的情况下,他在2023年决定暂停经营。作为企业负责人,这是对投资人、合伙人负责;对他个人来说,这不是停止,而是寻找自己新的路。

乘风破浪

抱着这样的心态,王纾骏依然向前走着,机缘巧合之下,他和好友浪哥一拍即合,女性情感赛道成为了他创业的新方向。“浪哥做男性情感账号已经六年多了,这期间,我们会互相输出一些意见想法,我也会给他提供一些商业咨询的经验,我们都觉得,男性情感的赛道有一定的天花板,这个时候,也许围绕女性情感做一个全新的双人账号会是不错的创业方向。”

从幕后走到台前,并非一件易事。王纾骏自嘲道:“以前,我是在镜头后‘指点江山’的那个人,但现在我需要从头开始,有的人是天生的演员,但我只好以勤补拙。”有时是录之前,对着镜子把那些稿子全部顺出来;有时是紧盯镜头,暗示自己余光不要往上瞟。从演技饱受浪哥诟病直至达到对方提出的出镜要求,看似“轻舟已过万重山”,对于王纾骏来说,从头再来并不轻松。

在一期视频的拍摄现场,记者看到了王纾骏全新的工作状态。为了应对不同受众的需求,他将自己塑造成了一个理性的人物,浪哥则关注感性。佩戴眼镜、穿上笔挺的西装,甚至不时把玩手中的茶杯,这些看似微不足道的细节,

都是他在看过无数竞品视频,钻研出的差异化路线。

“决定创业后,我开始向女性情感知识专家迈进。白天,我就一边开着车一边放有声书,补充基础框架知识,晚上回到家,我开始刷同行的爆款视频,看的视频多了,我还会和浪哥打赌,用短视频的质量来判断他们直播间的观众人数。”

历经了忐忑、艰辛、重来,王纾骏和浪哥的双人账号不久后将会全网上线,对于这个账号的未来,一切还是未知的,但王纾骏却坚信着:“做事不求结果,因为做事本身就是结果。”

或许,正如同他为这个账号所起的标签一样——乘风破浪,他始终保持着一股敢于打破重来,重新出发的勇气。

从公关公司的管理层到自媒体创业人,王纾骏的创业梦想并非一开始就那么坚定,在过程中总有踌躇与犹豫。所幸的是,从业十余年,他找到了自己的路。从就业专业对口的“大多数”变成了那个全班唯一没转行的“少数派”,对于这个无意造就的结果,王纾骏的回答其实并不复杂:“从业十六年,我现在其实挺好的。”

待时而飞

“趁着年轻,我觉得要到大城市闯闯。”那时,尽管高速增长房地产行业给予他一种舒适区,但王纾骏却选择了突破自我。

4A公司是美国广告代理商协会(American Association of Advertising Agencies)的成员公司的简称。在王纾骏的描述中,与青岛的广告公司相比,4A公司无疑站在他所在公关行业的“制高点”,在这样的Offer面前,他毫不犹豫地选择奔赴北京。

几年的职场打磨让他认识到:在纸媒时代后,互联网时代是下一个机遇,想要在行业里一飞冲天,一定要靠近最正确的赛道。如他所预测,正是这段从业经历,造就了他身为PR人的黄金时期。从这里他走向了更大的舞台,成为了青岛分公司的负责人。

“以前,我们都是负责线下执行,但来到这里,我才渐渐找到了自己作为一个真正意义上的传媒人的可能。”以今天的视角来看,这种传播方式称得上原始——以天涯、豆瓣、知乎等互联网社区平

台为主阵地传播。但随着市场规模的扩大,B站、微博直至后面的微信、小红书、抖音依次登场,移动互联网的发展,彻底转变了品牌与消费者之间的沟通方式,甚至改变了整个市场的逻辑。

“一开始,我可能是作为项目负责人引导自己的客户在新媒体渠道主动投放,慢慢地,品牌和受众都变得更加专业,普通的图文和视频不再能吸引他们点击,这其实对PR人的创意提出了更高的要求。”王纾骏认识到,他需要符合这个时代的发展,把传播做得像故事。

“即便到现在,我依然觉得一个人的创意是任何技术都取代不了的。比如客户想的是我们的冰箱可以将保鲜时效提升到15天,那我想做的就是用视觉的角度呈现这种对比,于是就有在显微镜下反映食物保鲜度的策划。”

在采访的大部分时间中,王纾骏的语速始终保持着平缓,理性清晰的表达是他身上非常明显的特质,而在提到自己的创意时,王纾骏眼神里透出了一束光,那是他由心而发的自信。

中国（青岛）新媒体基地

China (Qingdao) New Media Development Zone



办公场地
类型多样



配套设施
功能完善



“管家式”
贴心服务

中国（青岛）新媒体基地
China(Qingdao) New Media Development Zone



创业福地 活力社区

山东省青岛市市南区徐州路77号

18562558868 13864857268