



程前通过和创业者长谈，揭秘创业故事。图片由受访者提供

觉。他害怕再拖延，会彻底错失追逐热爱的机会。

他拨通了两三百位创业朋友电话梳理方向，最终确定纪实访谈赛道。家人、妻子、长辈全都不看好，质疑他放弃稳定高薪金融工作，一头扎进看不清前景的短视频行业会很难成功。但程前判断这次创业试错成本极低：闲鱼两千块二手尼康相机、百元三脚架、收音设备，几乎相当于零投入，最大成本只有自己的时间。

第一条视频的拍摄地，是他的家乡陕西安康，采访同学舅舅——一名早餐摊主。普通人的烟火故事，成为他内容创作的起点。摊主谈吐条理清晰，即便只是从事看似简单的早餐供应，仍然坚持改良配方、持续创新，高峰期单日上千份销量，一年收入竟然有好几十万元。

这条充满反差感的15分钟长视

频迅速在抖音爆火出圈，观看量一举突破百万。彼时，短视频行业更流行几十秒的快内容，大家都在为如何靠前三秒就抓住人的眼球而奋力搏杀。对于第一次做长视频的程前来说，他也完全没有想到这条长视频能有如此亮眼的收视成绩。

程前根据高中同学的建议，尝试花100元投流，结果100元换了20万播放，于是他放大投到1400块，到了800万的播放，从0粉就直接到了8.3万粉丝。

之后他对各行各业的小人物（主要是身边人）做了采访，一共发了10条视频，粉丝量涨到38万。他逐渐清晰了自己的定位——从故事的讲述者变成对谈者，通过和创业者聊天，揭秘创业故事。

到2022年2月，“程前朋友圈”陆陆续续积累了120多万的粉丝；2023年，增长3倍多，达到了377

万的粉丝；截至2026年6月初，账号的粉丝量达到了736万+。2022年11月，他又开了个小号，以口播的形式分享每日的思考，眼下粉丝也超过了140万。

经过5年的积累，他试图拆解流量逻辑：爆款是情绪、信息、观看体验三重共振的偶然产物，六成内容大致可以靠经验规避踩坑，但剩下的那四成永远存在不可预测的审美与情绪变量。“新鲜的东西是什么？这个行业，需要不断地创新与挑战。”

程前说，两位创业者的经历让他印象深刻，彻底重塑了他的认知，也让他更加笃定自己正在走的创业之路。

第一位是徕芬创始人叶洪新。在长达七八天的贴身接触中，叶洪新以前所未有的开放度来展现自己真实的工作生活状态，“技术普惠”这四个字让屏幕前的每个人狠狠共情了。当叶洪新谈及自己早年在垃圾箱里寻找食物的经历时，坐在叶洪新对面的程前，包括采访现场的所有人都哽咽落泪。

“我们所有的故事，更多讲述的是挫败、挣扎与抉择，是普通人对抗困境的韧性。与其说是讲述成功，不如说是在拆解失败。叶总的早年经历可能并不支撑他从事硬核科技（城市载人航天器）的开发，可是他勇敢，即便公司现在的规模已经到达了六七十亿元，他依然那