

是在流水线上去盯产线推产能，跟供应商谈价钱，内部品控、质检……早上8点到公司，晚上11点离开。”

这种挑水砍柴的日常坚持，让程前看到了对目标极致追求的力量，“别人的豪车别墅，别人的成功，都可能成为你每日坚持砍柴挑水的干扰和噪音，其实它跟你的生活一点关系也没有。回到我的生活中来，我现在该怎么做，开会、采访、剪片子，做好内容，贡献内容价值，服务好观众。你每天走100米，即便有100公里，你这辈子一定会达到你想要去的那个远方”。

很多人质疑程前朋友圈的内容全是模板化的“先悲惨后成功”套路，程前显然并不认同。“我们现在团队内部流程审核还是挺严苛的，只要是个形式正确的故事，我们一定会再去再追问一层，我们自己的增量是什么，意外是什么，不确定是什么，如果它仍然有，我就会去拍它。”

程前说他对创业者们敞开天窗说亮话，“以前的企业家宣传从来没有这么弄的，我一定要看到真的东西，你不能给我很少的信息，还让我炒一盘很贵的菜，我炒不出来”。

很幸运，他似乎找到了不少和他同频的创业者，他们不仅少有地敞开了胸怀，并充分尊重程前团队对内容的把控，从而让双方的合作实现共赢。

你凭什么赚到钱？

程前的访谈有一个金句非常出圈：你凭什么赚到钱？

当我们把这个问题抛给他时，他开始拆解自己的商业逻辑。“大概在三四年前，一个入职的导演给我科普什么是纪录片。我发现纪录片是分三个模块推进的——纪实、访谈和旁白，所有的纪录片都是这三种内容的穿插。我们其实一直都在用纪录片的方式，做品牌传播这个事情。”

“比方说我们有一个品牌创始人，他的日常生活就是极简风格，他有一套自己的生活哲学，他做出来的产品也是极简的。他稍微打开一点点，让我们走进他的生活，他的消费者就能更理解为什么这家公司的老板做出来的产品是这样。消费者也是人，老板也是人，所以人能共情人。信任建立之后，我觉得购买行为就会自然而然地发生。”

在程前看来，以前，90%的消费级内容是虚构的，当短视频时代到来时，情况发生了根本性的变化。

“如果说虚构是我演给你看，非虚构就是我活给你看。机器可以生成海量广告素材，却无法抵达真人面对对话产生的真诚共情。信任、真诚、人的独特经历是不可替代的稀缺资产，这就是我坚持深耕长纪实访谈的底层逻辑。我斗胆预言，未来的营销官本质上就是品牌纪录

片总导演，当品牌的商业价值被非虚构内容传递出来的时候，你会惊讶它是多么地毋庸置疑，深入人心。”

作为一个不卖货的网红大V，程前公司80%的收入靠内容创作，简而言之就是用视频记录的方式还原一个创业者从零到一的心路历程，赚取收益。

2023年一场公开论坛引发的舆论风波，是程前创业路上最珍贵的一堂修行课。他在公开场合的失态发言引来全网质疑，铺天盖地的负面评价扑面而来。如今回望这段经历，程前没有怨怼，反而心怀感恩。他坦言从前采访创业者，只听懂苦难的故事，无法切身理解舆论重压、自我否定、彻夜难眠的煎熬；亲身经历风波后，他看待人和事多了一层包容，成长速度远超正常数年沉淀。他用一年的时间完成深度自省，学会谦卑、温和与克制表达。

程前依旧奔波在全国各个城市，奔赴工厂、初创公司、县城小店，将镜头对准千千万万普通创业者，用真诚对话记录这个时代踏实前行的普通人。当我问他给当下生活打几分时，他毫不犹豫地，满分！

看得出，眼下的他已走过迷茫岔路，并笃定坚信：真正的成功，从来不是纸面数字，而是日复一日，做发自内心的热爱、能创造价值的事。 