

赠品一：逆天改命——我命由我不由天

欢迎来到【助燃者】平台！



不认命，便是我的命

2019年的国漫崛起的电影《哪吒之魔童降世》真是赚足了口碑。

作为史上最坏的哪吒，一经点映就吸引了全国的眼球，成为2019年暑假观众最喜欢的人物形象之一。

这个有着黑眼圈的少年，他打破成见，强调自我的可塑性和独立性，更有隐喻的现实。

哪吒是作为魔丸降生的，因为他的魔性导致天命难违，只有三年寿命。然而，在这短短三年内，哪吒却有了不同于常人的经历。

爹娘忙于公务无暇管他，因自己生来是妖怪，就只能被关在小屋子里成长，而且受到所有人的排斥与孤立，但面对这世俗复杂，哪吒明知天命难为却偏要违，从而逆天改命。

或许，我们一出生的时候，有些命运就注定了。

但这个世界上，把一手烂牌打赢的黑马多的是，他们身上有一个共同点，那就是：“不认命。”

人们对自己的认识，有时候是一座大山，任你怎么努力，都无法搬动，若命运不公，就和它周旋到底。

在这里和大家分享几个小故事。

想必大家都吃过辣条吧？！

一说辣条，好多人脑海里蹦出来的第一个字，就是垃圾食品。一说到辣条公司，大家可能都会想到那些小公司，觉得翻不出什么大花儿来。

而有一家公司，做辣条不仅做出了名堂，更是打开了国门，走向了世界。

卫龙辣条，就创造了一个神话！

在美国，一包卫龙辣条卖到 7.2 美元，价格直逼星巴克咖啡。

卫龙辣条之所以这么火，除了产品制作工艺的提高，最重要的就是营销宣传。

那么，到底是怎样的营销，才让卫龙辣条逆天改命，化腐朽为神奇呢？

“吃包辣条压压惊！”

“昨天的你对我爱理不理，今天的我让你高攀不起。”

“永远不要相信女人的眼泪，那可能是吃辣条辣出来的。”

这些脍炙人口的广告语，大家有没有觉得特别熟悉？

卫龙辣条做了详细的市场调查，发现喜欢吃辣条的，多数就是小孩和年轻人，但小孩的消费水平较低，所以，卫龙辣条瞄准了 25 岁以下的年轻群体，他们大部分是学生。

而为了迎合他们的购买心理，卫龙辣条很快推出了一些以上别出心裁的广告语。

广告中加了一些幽默风趣的段子，朗朗上口，起到了特别好的传播作用。

这些年轻化的广告语，贴近了消费者心理，与他们在情感上产生共鸣。

而且段子式的广告语，很容易在年轻群体中产生病毒式的传播效应。

上面这位明星，想必大家都认识吧。

对的，就是坐拥几亿资产并已经自己当老板的杨幂。

一看到她为辣条做代言，是不是觉得，她所代言的这家辣条，一定安全、高端又好吃？

卫龙辣条在 2010 年的时候，请到了小燕子赵薇做代言人。

随后，又找到杨幂做代言人。

从此，在广大民众的心里，卫龙辣条，不再是作坊生产出来的三无产品，而是能让两位巨星代言的高端食品。

凭借两位明星的超高人气，卫龙辣条吸引了很多人的注意，成为全国畅销食品之一。

让辣条的形象发生的翻天覆地的变化，销量有所增加，卫龙辣条的形象似乎也变得相对高端化。

蹭热点，挂热搜，不仅明星们会这么做，也为辣条开辟了一条营销之路。

2015 年，综艺节目《奔跑吧，兄弟》大火，卫龙辣条也趁势推出了一组《奔

跑吧，辣条》宣传文案。

同年 10 月，卫龙辣条借势英雄联盟，做了一个游戏竞猜活动。

卫龙辣条利用这个活动，深深的吸引了喜欢玩游戏群体的注意力。

除此之外，卫龙辣条还推出了《逃学威龙》系列视频，让辣条深入年轻学生群体。

借势营销，以小博大，卫龙辣条成功的吸引了不同群体的消费者。

2016 年 7 月，卫龙辣条联合**张全蛋**在辣条生产厂区做了一次直播活动。

超过 20 万人观看了此次直播，通过直播，人们对卫龙辣条的生产过程有了清楚的了解，也让辣条长期以来留给人们的不卫生的形象发生了改变。

苹果在推出新的宣传文案后，卫龙辣条还借势营销了一把，在线下旗舰店模仿起了苹果。

不仅采用了性冷淡的装修风格，就连产品包装设计也与苹果有异曲同工之妙。

从去年 9 月，苹果发布后，卫龙辣条旗舰店的热度也一直居高不下。

“为什么还不给我发货？”

这是前一个时期，卫龙辣条天猫旗舰店上最醒目的一个标语，卫龙自导自演了一场自黑大戏。

一位消费者要求卫龙辣条发货到新疆的某个地方，卫龙辣条没有发货，这件事被挂在网上后，引起人们广泛讨论，大家都对事件真相表示好奇。

然而，卫龙辣条却在此时推出了 5 天寻找线索的文案图。当大家都在猜测事情的真相时，卫龙辣条却又澄清了，这是一场有计划的营销活动。

而此事也成功的吸引了人们的注意，大获成功。

卫龙辣条通过一系列的营销事件，已经让它变成了零食界的“网红”，“吃辣条”已经变成了一种流行。

卫龙辣条变成了辣条界的年销量近 45 亿！

我们羡慕别人成功，同时在嫌弃着自己的平凡和普通。

很多人肥胖的人认命了，他们埋怨自己惨遭不公，命运坎坷，一天悲春伤秋，总会找到各种理由，但从来没有试图改变过，和命运抗争过。

在娱乐圈中，有这样一位明星，他告诉自己，不够优秀就是不够努力，只有努力才不负人生，他就是彭于晏。

每一位胖子都是潜力股。（图片详见助燃者微公号文章）

以上图片你看看是不是同一个人？

彭于晏以前是小胖子，这个事实，相信很多人都不会信。

但他在小学时候，他就有了 140 斤，那时候他很自卑，但他想变得更好，想

实现自己的梦想。

再后来，彭于晏意识到自己的身材，决定开始锻炼减肥，很多时候都是拿命去拼，才挣来的今天的荣誉和成就。

朋友圈有这样一句话：“你怎么管理自己的身材，就可以看出你是一个什么样的人。”

一副好身材需要严格的自律。

抵挡得住美食、懒散，本身就意味着是在抵挡生命中的随心所欲。

既然决定去做，就要全力以赴做到最好。

在拍《激战》的时候，即使打得浑身酸痛。他也会主动要求指导按照真正拳手的要求去训练他。

为了在电影《激战》中有完美的演绎，彭于晏在三个月内学会了泰拳、巴西柔术、锁技等等技能，最后不负众望入围金像奖和金马奖。

比如，拍《海豚爱上猫》他拿到了海豚训练师证书。

这个 34 岁的小哥哥，用努力征服了所有人，我们为你骄傲。

他从拍偶像剧的时候开始，就养成了一个“拼命”的好习惯，几乎每拍一部戏就 get 一项新技能。拍《黄飞鸿》学会了工字伏虎拳、虎鹤双形拳。拍《破风》，又考了自行车赛车证，努力成为职业赛车手。即使差点骑得心脏衰竭，他的这种精神真是算是少有了。拍《湄公河行动》，彭于晏不仅学了泰语、缅甸语，还进行了枪械训练，连变脸的技能都 get 了。他在电影中至少要变化 4-5 个造型，精神与体力也都受到极限挑战。

一个演员能成长到什么样的高度，除了机遇，还要看自己。于彭于晏而言，最重要的是他肯愿意进步。

于他和于你而言，最重要的是不能屈服于现状，要勇于改变。通过你自己的努力，改变你的现状，改变你自己的命运。

当你关注了微公号【助燃者】，你就已经成功了一半，因为这证明，你愿意努力，有意愿改变，有意愿通过学习里面好的理念，好的课程，让自己变得更加优秀，让自己的生活变得更加幸福美好。

【助燃者】的理念是：

给人钱物是下策，这就是授人以鱼；

给人能力为中策，这就好比授人以渔；

最智慧的是授人以思维，这就属于上策了。

因为财富买不来好思维，好思维能换来亿万财富。

【助燃者】引导你通过学习别人的成功案例和思维模式，引导你少走弯路，

少走错路，也帮助你找到方向。

也许，我们不是站在风口浪尖把握时代命运的人物，但我们依旧可以从身边小事做起。

就好比电影中，哪吒成为英雄的路，纵然艰辛，即便天生为魔也不屈服于命运，这样的豪情和血性，相信是很多人都曾有过的英雄梦。

恭喜你关注了微公号【助燃者】！

相信，你一定会在里面找到你需要的、或者能帮到你的课程，我们将会和你一起成长，一起进步！

记住：真正的财富，就是健康的身体、简单的生活和心情上的海阔天空！

改变是一件很容易的事！

改变是一件很容易的事！

你改变是一件很容易的事！

你下定决心，一定会改变！

王昱翔祝你：珍惜生命！热爱生活！笑对人生！



助燃者



王昱翔

更多**顶级咨询**请关注【**助燃者**】
微公号，关注即有**七份大礼**相赠；
或添加【**王昱翔**】微信号，备注
“**成长**”，即可参加相关课程。