



常诚,是中盛君安(济南)投资有限公司的总经理。辗转职场,他是一名出色的营销和管理人员;下海创业,他有敏锐的商业触角和独到的投资眼光;热心公益,大小志愿活动中都有他的身影;追求健康,他搭建“安康公社”平台,为大家寻找舌尖上的安全……参与众筹、众创,投资新媒体运营,他总能走在信息时代的最前沿。

本报记者 高倩倩



常诚:

# 走在信息时代的最前沿

## 不甘安定, 喜欢挑战自己

走进常诚的办公室,一股淡淡的清香扑鼻而来,他精心打造的“安康茶”静静摆在门口,等待真正懂茶的主人。常诚面带微笑,款款走来,温文尔雅。

1996年,常诚毕业于山东商职学院的市场营销专业。毕业前一年,常诚参加了雅芳的直销工作,喜欢挑战的他很快做出了业绩,从最基层的销售员做成了出名的“雅芳先生”。之后又到另外一家化妆品公司担任销售主管,做得风生水起。

在一次拜访客户的交流中,他得体的谈吐和突出的能力被东方航空的一位管理人员看中,辗转找到常诚,向他伸出了橄榄枝。当时的东方航空公司正尝试第三产业改革,亟需专业的职业经理,一番沟通后,常诚开始了新的挑战。

常诚是第一批真正面对市场的航空企业营销人员,承担面向旅行社及会议客户的营销工作,他每天都会背着包沿着马路“溜达”,遇到较大的公司,他都会上门拜访,介绍自己的工作,推销航空企业的产品及服务,不到俩月时间,他就独当一面,经常有客户上门找他。那时,常诚坚信,只要努力,理想终究会成为现实。

突出的业务能力被领导看在眼里,安排他去负责酒店的业务,专门对接旅行社、政府部门、机关事业单位等大客户。工作调整后,常诚有了更多自主权,工作也更得心应手。敬业负责的他有时为了接待旅行社的大型团队,保证服务质量,他一连十几天都睡在办公室,安排住宿、早餐等事务他都亲力亲为。

在他负责的两年多时间里,酒店业务业务量猛增,常诚对社会、对市场也有了更深入的了解。“作为关键部门的负责人,以管理者的身份参与会议、做典型发言,当时还是挺有成就感的,更增加了信心。”常诚说,那一年,公司实行竞争上岗制,胜券在握的他却因种种原因落选,年轻气盛的他选择了离开。

## 践行公益, 爱上做志愿者

2008年,汶川大地震的消息传来,常诚通过有关单位给灾区捐款,但去现场救援的想法日益强烈。5月19日,他带着一个小帐篷和3瓶水、2斤煎饼、10个咸鸭蛋,瞒着亲人,悄悄登上了济南飞往成都的航班。“到了灾区才发现,地震造成的破坏让人震惊,人在自然面前显得那么渺小与无力。”常诚说,在北川期间,在擂鼓镇,他遇到了济南援川指挥部的工作人员。指挥部给他的任务是搬运和登记发放救灾物资。灾区条件的艰苦超乎想象,常诚虽然负责物资的管理和保障,但自己的基本给养却根本没有保障。因为经常喝不上水,又经常出汗,常诚身上的汗水在太阳照射下迅速蒸发形成一层盐垢,再加上紫外线异常强烈,身上凡是暴露在外的部分全部暴皮、胳膊

被蚂蚁咬了几十个包,两条胳膊肿得变了形。6月2日,考虑到常诚连续高强度工作,他被指挥部命令返回济南。

受到大地震场景的刺激,即便回到家中,他的心情也迟迟不能恢复,容易伤感、激动。他特意到青岛休养,放松心情。恰巧那时,青岛赶上浒苔大爆发,影响奥帆赛的举行,他立即加入到志愿捞浒苔的队伍中,还受邀成为奥帆赛志愿者。从奥帆赛到残奥帆赛,本是去休养的常诚做了整整3个月的志愿服务。

经历过汶川地震的场景,常诚说,自己对人生有了新的认识。随后,他又成立了“孝行天下”志愿者服务队开展“全家福工程”,组织志愿服务队到社区免费为家庭拍全家福,并免费把冲洗的照片送给他们,累计已拍摄50000多张照片,为千余户家庭留下了珍贵的合影。

他先后获得山东省抗震救灾优秀志愿者、山东省青年五四奖章、泉城十大杰出青年、中央文明办全国优秀志愿者等荣誉称号,

可这些在他看来都是过往。“我已经爱上了做志愿者。”常诚说,助人为乐、志愿服务都可以从身边做起,从小事做起。志愿服务不是作秀,而是因为社会需要,简单而纯粹。

## 投资影视制作, 开启新媒体运营

2000年,从东航离职的常诚选择了创业,最开始是和两个合伙人去了海南,一起投资医药行业,后来连续创业,事业渐渐走向正轨,在圈子里也小有名气。

2009年,他开始接触影视投资与制作,投拍了170集《我们的家》大型纪录片。常诚说,自己从小在济南长大,深爱这座城市,可在多个城市有工作经历的他却发现,提到自己的家乡济南,外面的人都很陌生,他想通过自己的努力,让更多人了解泉城这座有文化底蕴的城市。他成立了中盛君安

(济南)投资有限公司,涉足文化产业投资与影视制作产业。

“做纪录片是件比较辛苦的事儿。”常诚说,从编剧、采风到拍摄,他都亲力亲为,继《我们的家》后,也相继与其他部门合作,制作过多部城市发展题材的纪录片。

新媒体时代,常诚敏锐的商业触觉早已捕捉到发展前沿的信号,他带领团队相继打造了“印象济南”、“茶业家”等知名公众号,以此为平台传递城市形象、行业发展的讯息和动态。常诚说,他尽力打通“线上线下”的渠道,实现自媒体的自我造血功能,保证其平稳性和发展性。

伴随日益迅猛的科技浪潮,“众筹”已经成为人们耳熟能详的词汇,顺势而为才是英雄之举,常诚先后参与虾小弟、旗袍酒等众筹项目,既是投资之举,也为人脉拓展、互相学习提供了新的平台。

## 发起安康公社, 寻找舌尖上的安全

2014年是社群比较火热的一年,常诚和一群想为“家人、孩子寻找安全健康食物”的人聚在一起,发起了安康公社,用社群组织、定制的方式去寻找相对安全健康的食物,比如安康诚果、安康大米、安康蔬菜等,每一个单品都是由社亲发起,大家共同寻找或者定制,以期让更多人对食品安全有更重要的认识,也能让更多人吃到放心安全的食物。

常诚打造的第一款产品是“诚果”,将自己的名字印在苹果上,是对产品质量的保证也是对“诚果”安全放心的自信。2015年6月份,安康公社签订胡家岸黄河大米基地,随后,还多次组织到基地插秧、望苗,几乎每个生产环节都组织参与,让每一位安康公社的家人都能放心食用。

“安康茶”是安康公社打造的又一款重量级产品,先后推出爸爸茶、兄弟茶、闺蜜茶等多个系列产品,常诚告诉记者,传统应用和服务都应该被互联网改变,这让他有机会为用户创造价值,为自己成就新的价值。他瞄准互联网商机,安康茶项目是一个纯粹的“互联网+”项目。

常诚选择相信自己的双脚,每一款茶都必须亲自踏访源头,考察土壤、水质、养护人及茶树状态,亲自参与采制,全过程确保安全健康。“虽然做到彻底把控非常困难,但做总比不做好。”常诚说,他想通过自己的行动搭建平台,让更多人享受到舌尖上的安全。

除了量身定制的放心产品,安康公社也定期组织社亲参与安康论坛与讲座,与大家分享工作的趣味,生活的经验。安康公社的成员越来越多,社亲之间的关系也越来越密切。常诚喜欢和大家一起沟通、交流,头脑风暴中总会碰撞出一些有趣的点子。

“大家都抱着学习、积极的态度在沟通,多做整合、互相促进是当下发展的趋势。”2016年,常诚把公司的投资方向锁定在新媒体,以此传递积极性、富有引导性的正能量元素,信息时代,他总能凭借自己的敏锐,走在最前沿。

