

费嘉明：来东方闯闯



林嘉洲/文

1996年5月，生在美国阿拉巴马州的费嘉明 (Sam Fleming) 第一次来中国。当时，国内一家软件公司邀请他来上海，为即将前往美国工作的软件工程师们进行跨文化培训。没想到，原定6个月的中国之行到现在已经持续了11年。而且，现在的费嘉明连一点儿动地方的意思都没有。

可是，在当年踏上这片遥远的东方土地前，费嘉明对上海的印象可好不到哪里去：“很抱歉，当年我就和很多美国人一样，对这里不甚了解。我来上海其实就是想‘去东方闯闯’。说实话，我估计自己将会看到一座落后的大城市。”

到了中国没几天，费嘉明的想法就开始一步步转变。除了见到一个远不像想象中那般落后的大城市，他还被中国同事们的进取心所感染。这些中国年轻人对于一切外界信息和不同的观点都充满了好奇。不论是英语、新技术或者异域文化，他们都尽最大的努力去吸收，并不断完善自己。

这让费嘉明对上海这座城市产生了好感，他开始计划着在这个充满机会的地方长期工作。“我的父母都很支持我。当然他们也希望我能够离家近一些，但是他们非常清楚中国无处不在的机会有多么让人兴奋。”这些年，费嘉明的父母来了中国三次。用

费嘉明的话说，他希望让父母“看到第一手的中国机会”。

打定主意闯荡上海滩之后，费嘉明加入了那家软件公司的企业关系部门，帮助提升企业形象。在那里，他经历了1999年前后互联网泡沫最为兴盛的年代，公司也因此获得了大量风险投资。过了四年，疯狂的浪潮过去，费嘉明决定利用自身优势，开展一些国际业务。他离开了软件公司，决定做一番自己的事业。

这番事业叫做“CIC公司”，CIC公司最初两年的业务重心是为一家美国客户进行互联网电子商务信息研究。后来，由于发现了网络的力量和消费者在网上关于品牌、产品以及用户体验的讨论，费嘉明将公司业务的重心转向了“网络口碑研究咨询服务公司”。公司的业务就是通过在国内互联网上的论坛、博客、视频分享站点等互动社区进行数据分析，帮助客户了解其自身的“商业性网络口碑”，同时提出网络传播方面的指导建议。

三年过去，CIC公司已经拥有一支成熟的研究和技术团队，帮助客户分析和研究公共关系、市场营销、市场研究和媒体购买等活动，也帮助遭遇网络舆论危机的公司了解并渡过难关。

虽然中文说得不怎么利索，但是得益于公司内部庞大的智囊团，费嘉明对中国互联网的了解并不逊于国内的市场分析专家。在美国《商业周刊》关于戴



尔电脑公关危机的报道和《华尔街日报》关于星巴克紫禁城店争议的报道中，费嘉明总是扮演着中国互联网专家的角色。这也让他的生意得到了更进一步的认可和宣传。

但在公司不断扩大的过程中，费嘉明遇到的最大难题就是优秀人才的短缺。“这种事情你经常听说，但是直到真正面对问题的时候，你才会明白这种困难有多么真实。幸运的是，我们在一个令人兴奋的领域里处于领跑地位，而且公司开放的文化也让我们在招聘的时候显得优势十足。”费嘉明说。

CIC公司内部轻松的氛围很大一部分受费嘉明的个性影响。这个自诩为“怀着中式美国梦”的上海滩新冒险家曾经参与过两个乐队。第一次是在日本，乐队名字叫“我侄女的脚丫子”。他们创作了一些不错的原创曲目。后来到了中国，他又组了一支乐队，去酒

吧里翻唱一些经典老歌，最后因为酒吧老板觉得他们声音太大影响顾客讲话，不得不请费嘉明的乐队自便了。

费嘉明现在想起那段经历还觉得十分有趣。“不过现在我的音乐才华只有我一岁大的儿子能欣赏。他真是我的忠实听众，因为他必须听我唱歌！”费嘉明被自己的笑话逗得直乐。

远离美国，费嘉明总是会想家。他经常半夜三点爬起来，听Yahoo!广播里的阿拉巴马橄榄球赛。但在上海的生活让费嘉明觉得心满意足——这里是他的中国之旅的第一站。他在这里搭建了自己的人际关系网，他还在这里碰到了现在的妻子。

“我很幸运，能够自由地选择在哪里开展事业。我在这里非常开心，一点也不想去别的城市。”费嘉明说，“上海充满了机会，很多事情等着你去完成。我需要待在这里。”■