

如何成功制造 MRBEAST

Hi

嗨，我是 Jimmy (MrBeast)，随着团队越来越大，我不再像以前那样能和大家花很多时间在一起了。最初的那批 12 名员工可以无拘无束、无限度地接近我，尽可能多地了解我的愿景和我想做的事情。遗憾的是，你们没有这样的待遇。所以，我觉得把尽可能多的东西“倒”进这本小书中会很有用，帮助新来的员工尽快了解过去十年我们在这个频道上学到的一切。我们经历了很多，很可能你们面临的大部分问题我们都处理过。所以我真心相信，如果你认真阅读并理解这里的知识，你将更有可能取得成功。所以，如果你读了这本书并通过了我出的测验，我会给你 1000 美元。提前为所有的长句和语法错误道歉，我是一个 YouTuber，不是作家哈哈。

这不是一本规则手册。

我需要先说清楚，这并不是要给你们一大堆规则去遵守。更重要的是，这里面的任何内容都不应该被字面理解。我们所做的事情非常复杂，并且根据情况而变化。请你们在心里重复三遍：“我会带着一颗平常心去应用我读到的每一件事。”这并不是一个详尽的清单，我希望它能激发你们提出问题，并来向我们学习更多。

序言（不知道这是什么意思）

我可以为创意制作一本单独的书，为制作过程制作一本单独的书，为编辑们制作一本单独的书，等等，但我认为那样很愚蠢。我们在这里做的每一件事都是相互关联的，你对别人正在做什么以及他们试图达成的目标了解得越多，你就越有利于成功。所以，这本书将涵盖 MrBeast 制作的所有部分，我建议每个人都通读一遍。詹姆斯·沃伦就是一个很好的例子。他对公司的每一个部分都有深刻的理解，因此他可以比任何人更快地做出决策。

你的目标在这里是什么？

你的目标就是制作出最好的 YouTube 视频。这是这家制作公司的首要目标。不是制作最好的制作视频，不是制作最搞笑的视频，不是制作最漂亮的视频，也不是制作最高质量的视频。我们的目标就是制作出最好的 YouTube 视频。只要我们努力追求这个目标，我们想要的都会实现。听起来很显然，但经过 6 个月的辛勤耕耘后，很多人往往会忘记我们真正在这里要实现什么。

我不懂传统媒体是怎么做事的

请原谅我的直率，但这不是好莱坞，我也不想成为好莱坞。如果这句话让你感到不适，那么你可能不适合这里。

我真诚地这么说。YouTube 是未来，我全身心地相信它将年复一年地持续增长，五年后 YouTube 将比任何人想象的都要大，我希望这个频道能站在最顶端。这就是为什么我说我们不是好莱坞。99% 的电影或电视剧在 YouTube 上都会失败。更不用说它们会极度不盈利，缺乏灵活性，以及无法适应潮流的漫长前期准备时间。我们不是每年只制作一部或两部小电影，我想一周制作一部。这就是为什么你需要灵活地按照我们的方式制作内容，而不是按照你以前学到的那些方式。如果你想最大限度地提高成功的可能性，我恳请你深入理解我们为什么这样做，然后再尝试“修复”任何东西。我们已经制作了无数视频，并共同投入了数十万小时来构建我们的方法。我知道它并不完美，但我们大多数做法都有其理由，这可能是合理的。

工作的小时数无关紧要

在生气之前，请回忆一下詹姆斯在 30 分钟内解决了 5 人团队一周都无法解决的问题的故事。在那个例子中，他们工作了多少小时真的那么重要吗？显然，我们希望有那些投入大量时间并且深爱你们的“拼命三郎”。但最终，你们将根据结果而非工作时间来评判。我们是一家以结果为导向的公司。完成任务，推动目标前进！

我只想要“顶尖人才”

当我打字的时候，我突然意识到把每个人都归类到三个类别中可能并不明智，但这就是我认为我们应该如何看待生产团队中的每个人。你要么是 A 类球员，要么是 B 类球员，要么是 C 类球员。在这个公司里，只有 A 类球员才有位置。A 类球员是痴迷于工作、从错误中学习、易于指导、聪明、不找借口、相信 YouTube、看到公司的价值，并且在他们所做的工作中是世界上最棒的。B 类球员是需要被培养成 A 类球员的新人，而 C 类球员只是普通的员工。他们并不糟糕，但也不是在他们的工作中表现出色。他们只是存在，做任何事情，然后领薪水。他们并不痴迷和好学。

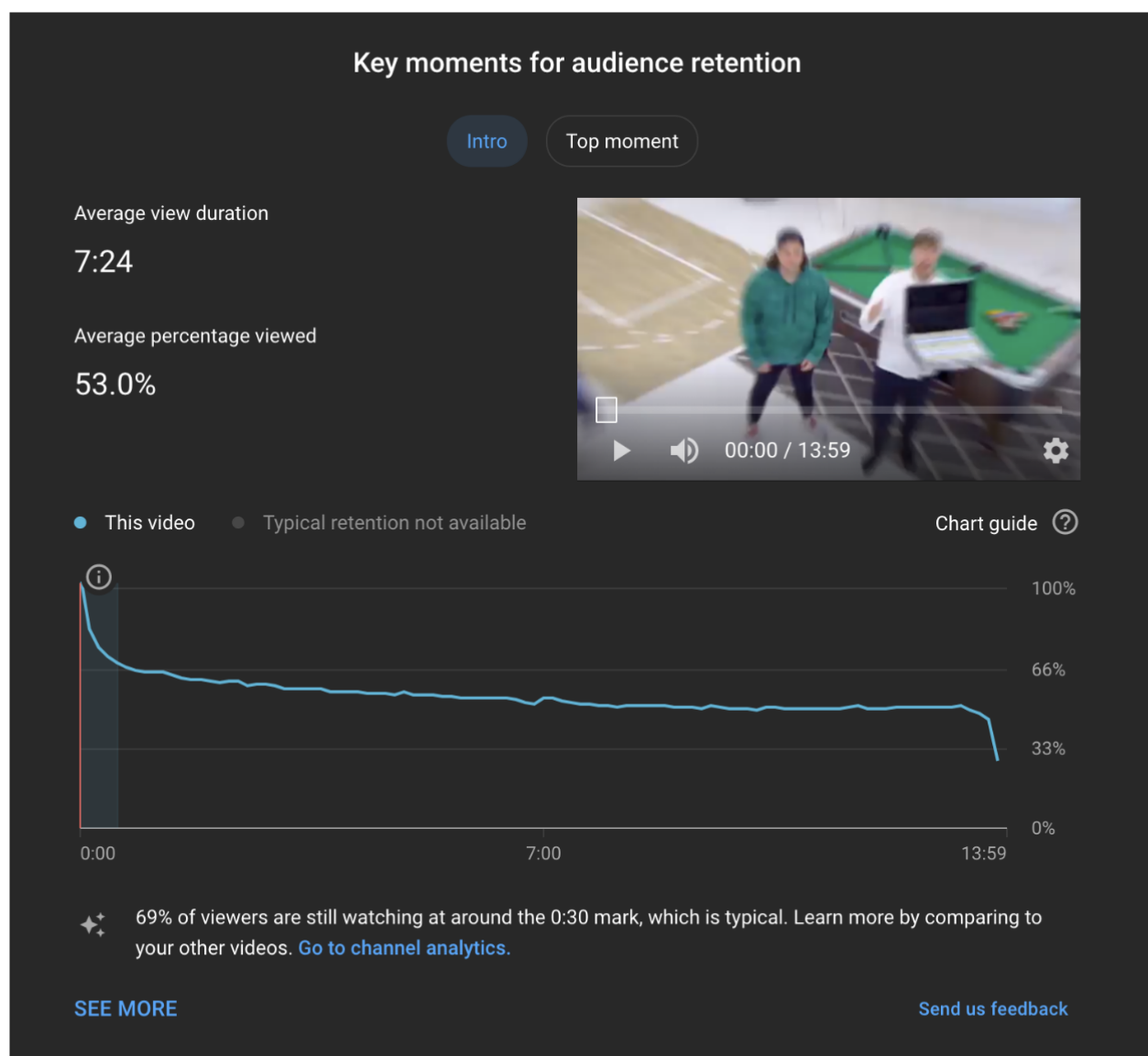
C 级员工是有害的，应立即调离至其他公司。（我们给他们发放离职补偿金，他们没问题）。

第一章：是什么让 YouTube 视频走红？

我基本上用了我生命中的 5 年时间，关在房间里研究 YouTube 上的病毒式传播。有些日子，我和一些其他宅男会连续 20 个小时研究一些最微不足道的事情：比如视频开头更好的光线是否与观众流失率降低有关（是的，视频开头要有好的光线哈哈）或者类似的其他小事。这些可能多达 20,000 到 30,000 小时的研究成果是，我认为我对什么让 YouTube 视频受欢迎有了很好的理解。你们需要关注的三个指标是点击率（CTR）、平均观看时长（AVD）和平均观看百分比（AVP）。请确保你们知道这些缩写，因为大多数人会用这些缩写来称呼它们。首先，我们将讨论 CTR。这无论你身处哪个部门都很重要。CTR 基本上是指看到我们缩略图的人数除以点击它的人数。如果 1 亿人看到了我们的缩略图，而有 1000 万人点击了它，那么这意味着有 10% 的人点击了，我们的点击率是 10%。这是决定我们如何制作视频的关键。“我在前院花了 50 个小时”这个标题很无聊，你不会点击它。但是你可能会假设点击“我在番茄酱里泡了 50 个小时”。两者在时间和精力上相对相似，但番茄酱的那个内容至少要病毒性高 100 倍。一个人坐在浴缸里的番茄酱图片，比坐在自家前院的图片要有趣得多。标题同样对于吸引点击至关重要。要进一步提高点击率的一个简单方法是将标题改为“我活了下来”，而不是“我花了”。这样会增加更多的好奇心，使其感觉更加极端。总的来说，越极端越好。“我不喜欢香蕉”的点击率不会和“香蕉是世界上最糟糕的食物”一样。现在，如果你正在制作或创作，你可能想知道，为什么标题和缩略图对我很重要？因为期望。你将要制作的视频的标题和缩略图会为观众设定对视频的期望。想象一下，你点击了一个标题为“世界上最大的蹦床城堡”的视频，缩略图旁边有一个巨大的黄色蹦床城堡和一些建筑物。然后当视频播放时，它并不是黄色的蹦床城堡，而是红色的。它也不是世界上最大的。它还在一个没有建筑物的田野里，而不是像缩略图那样。你会有被欺骗的感觉，然后点击关闭，因为视频没有达到标题/缩略图的预期！这就是为什么你必须知道你制作的视频的标题和缩略图！

如果您甚至不知道观众对您的期望是什么，您怎么知道如何开始您的视频呢？

现在让我们跳转到第二个重要的指标：AVD。这是人们平均观看某个视频的时间长度。YouTube 的酷之处在于，他们为我们提供了每个视频的超级详细的图表，这些图表显示了我们在每个视频上失去观众的确切秒数。



看上图中的那条蓝色线吗？它代表了点击这个视频的 6000 万人群的注意力持续时间。这太疯狂了，但我们能精确地看到每个点击这个视频的人何时会退出。几乎每个 YouTube 视频都是如此，第一分钟流失率最高（去看看就知道了）。这就是为什么我们对第一分钟如此紧张，并且不惜一切代价去做到最好。

在这段视频中，我们第一分钟就失去了 2100 万观众（与其他频道相比，这竟然是平均水平之上），情况本可能更糟。假设视频开头光线不佳，我没有达到点击诱饵的预期，我没有提前规划我要说什么，而且我们没有在视频内容的前一分钟就展示一些有趣的东西，那么失去的观众人数将远不止 2100 万。因为可能连 2100 万都达不到。但如果假设观看人数是固定的，那么在 1 分钟时，我们仍然有 3900 万观众，而不是 2000 万左右。每个视频的第一分钟都是每个视频最重要的分钟。

在内容开始后的第一分钟，你们将进入我们所说的第 1 至 3 分钟。这是你们需要从炒作过渡到执行（通常如此）的时候。停止告诉人们他们将看到什么，开始展示给他们。我们可能会用的一种 1 至 3 分钟策略是疯狂进展。比如说我们有一个关于一个人在森林中生存几周的视频，时长 10 分钟。我们不会像逻辑性强的电影制作人那样，把视频的前 3 分钟用来讲述他的第一天，然后逐步推进。我们会尝试在视频的前 3 分钟内涵盖多个日子，这样观众就会对这个故事产生极大的兴趣。他们已经看到这个人多次在森林中生存，现在从情感上想要看到他能走多远。我们还在大约 3 分钟的时候想要做一些叫做 3 分钟重新吸引观众的事情。重新吸引可以描述为高度吸引人的内容，符合故事情节，并且让人们真正感到惊讶。另一种看法是，这是一个“只有 MrBeast 才能做到”的片段。在这个时候重新吸引观众非常重要，因为他们可能会对故事感到厌倦并点击离开。这些重新参与的活动通常都是一场场盛事，有时需要花费大量时间和金钱才能做到完美。一个很好的重新参与例子是，卡尔被指派负责观看“每天在监狱里生存的 10,000 美元”视频中的乔什。

在第一分钟之后，紧接着的 1 到 3 分钟，我们称 3 分钟到 6 分钟的部分，显然是视频的下一个最重要的部分。这就是你规划所有最激动人心、最有趣的内容的地方，这些内容也非常简单。这包括许多快速的场景转换和高度刺激的简单内容，这些内容反映了故事。目标是让他们爱上故事、视频中的人物以及整个视频本身。

如果我们能让观众看到视频的前半部分，那么他们看到结尾的概率非常高。通常在 6 分钟的时候，我们会加入另一个高度吸引人的重新吸引点，这需要一些解释，并将故事推进到视频的后半部分。

最后，我们称之为“后半段内容”。我在写这部分时必须小心，因为我绝不想让你在任何时候觉得我接受内容质量不佳。很多视频都是因为后半段内容糟糕而被砍掉的。但一般来说，一旦观众看了 6 分钟，他们就会非常投入故事，可能进入我所说的“平淡期”。他们在看视频时甚至没有意识到自己在看视频。通常，不那么好的内容会在视频的后半段。除非是为了营造对视频结尾奖品或回报的期待，否则永远不要暗示视频的结束。这也是长篇解释段落可以存在的地方，如果发生意外或事情没有按计划进行，这也可以变成内容。

以上段落就是为什么我们会问你在处理视频时具体是哪个分钟。无论是制作、创意还是剪辑，你都必须始终知道你正在处理的内容是哪个分钟。如果你不知道，那就说明你没有做好。我刚刚拿出计算器算了一下我们最后 100 个视频的内容总时长是 81,801 秒。除以 100，这意味着平均的 MrBeast 视频时长是 818 秒，也就是 13 分 37 秒。有些视频比较短（比如我们进行实时拍摄或者做一些更感性的内容，不想拖得太久），有些视频比较长（比如赠送岛屿这样的盛大活动），但平均时长是 13 分钟，你作为制作人应该知道你正在处理这 13 分钟中的哪个分钟。

关于留存率图表，这里有一个很酷的视觉图

The shape of the audience retention graph can tell you which parts of your video are most and least interesting to viewers.



When the line on the chart is flat, it means viewers are watching that part of your video from start to finish.



Gradual declines mean viewers are losing interest over time. All videos on YouTube generally taper off during the playback period.



Spikes appear when more viewers are watching, rewatching or sharing those parts of your video.



Dips mean viewers are abandoning or skipping at that specific part of your video.

最后，关于病毒式传播的三个可追踪指标中的最后一个，是 AVP，但实际上这对你们来说并不那么重要。视频的长度通常由我或 Tyler 决定。我只需要你让尽可能多的人观看视频即可。

关于病毒式传播的另一个不可追踪的因素，我想让你知道的是我们所说的“震撼力”，这绝对是主观性最强的。你可以检查上述所有关于点击率和平均观看时间的指标，但视频对我们来说仍然不够震撼。一个“震撼力”的例子就是我们的“100 天圆圈生活”视频。我们提出，如果有人能在田野里生活 100 天，我们会给他 50 万美元，而不是从他将要居住的圆圈开始，我们在视频 30 秒时用起重机将其运来。为什么？因为谁还能在 YouTube 上做到这一点呢？把房子用起重机吊起来，这并没有在标题和缩略图中体现。这显然吸引了观众，并有助于提高观看时长，但我们有无数种更简单的方法可以做到这一点。从数据角度来看，这可能是不合逻辑的，也是浪费时间，但给观众留下的印象对我们来说是无价的。每次我们做别人做不到的事情，都能在他们心中与我们区分开来，使我们的视频对他们来说更加特别。这改变了他们看待我们的方式，确实让他们观看更多视频并参与其中。

那在他们心中将我们与其他人区分开来的东西，让我们的视频对他们来说更加特别，更加与品牌相关。你无法追踪“震撼因素”，但我可以描述它。任何其他 YouTuber 都无法做到的事情。而且，我们绝不能失去那种震撼感。

第二章：内容创作

对于接下来的部分，我想写一写实际创作内容的过程。我不会谈论特定的生产系统，因为我们的生产方式几乎每年都在变化哈哈。我只是想分享一些新人们通常会失败的地方，以及我总体上想要的东西。我们的视频难度很大，如果你把我们的视频难度趋势线拉长，你会看到它们只会越来越难。这就是为什么我想找到世界上最优秀的人——那些沉迷于其中的人——如果你不成长，是收视频的难

你也应该真的尝试观看 MrBeast 在所有频道上的所有视频。（听起来很显然，但这个星期我询问了好几个人关于上周游戏视频的看法，但没有人看过）。

在观看 YouTube 学习的基础上，我还希望你们如果还没有读过的话，能读一读《目标》。我以前总是让大家读这本书。我知道瓶颈很明显，有时候可能听起来像是在跟十岁的孩子说话，但就是不知道和理解像瓶颈这样简单的东西，已经让很多视频出了问题。你们都应该深刻理解从视频进入日程到拍摄完成的工作流程。我在这方面没有很好的记录，不能很好地提前制定视频拍摄日程并坚持下去。假设你正在制作，而你负责的视频提前 45 天发布。在开始工作之前，有很多事情要做。最重要的可能就是你需要一个缩略图草图和创意团队来撰写视频。绝对不要只是去找他们，说“我需要创意，告诉我什么时候完成”和“我需要缩略图，告诉我什么时候完成”。

大多数人是这样做的，这也是我们失败如此多的原因之一。我希望你能直视他们的眼睛，告诉他们他们是瓶颈，再进一步解释为什么他们是瓶颈，这样你们就能达成共识。“泰勒，你是我的瓶颈。我只有 45 天来完成这个视频，我无法开始工作，除非我知道视频的内容。我需要你确认你明白这一点，并且我们需要确定创意完成的时间。”现在，这个也有很多事情要处理的人会意识到这次讨论的重要性，你们可以相应地优先处理。现在假设你和泰勒同意 5 天内完成。你绝对不能只设置 5 天后的提醒，然后 5 天内不和他联系！每一天你都必须检查泰勒，确保他仍然按照目标日期进行。我希望公司里少一些借口。承担责任，不要让你的项目有失败的机会。把瓶颈推给别人，然后走开直到完成是懒惰的，这会留下错误的空间，我希望你有一个信念，即使上帝也无法阻止你按时完成这个视频。检查。在。每天。离开。不允许。任何。错误。

对于接下来的部分，我只是想随意地记录一些想法，并解释我们为什么说或做某些事情。如果你能理解这一切，那么你就已经处于一个很好的位置了。真的，这些都是作弊码，你应该把它们牢记在心。

视频记录一切

我真的很希望我们把制作看作是一项团队工作，而不是个人行为。这就是为什么你很重要，你需要把所有关键内容（以及你认为人们可能会询问的任何内容）都录制成视频。比如说，你一个月后去为视频勘景，而其他团队成员正在制作这周的视频。大多数人只是去勘景，可能拍几张照片，四处走走，试图在脑海中形成一个良好的模型。然后一周后当你回来时，这个视频现在成了 Tyler 的主要关注点，他开始对场景提出问题，而你却无法准确回忆。问题变得越来越详细，而你只能依靠自己的记忆。其他制作团队成员也需要开始规划部分内容，但他们不知道场景的样子，这变成了一场混乱。这就是我们说“录下一切”的原因。是让一个人对某事有一个良好的心理把握更重要，还是让整个由 10 人组成的团队都有良好的把握更重要？

显然是团队。而让团队达成共识最简单的方法就是把所有东西都录成视频，并存储起来供他们随时查阅。如果我们只是录制一些视频并在订购物品时要求提供视频，许多问题都可以得到解决。尤其是我这种喜欢视觉化的人，我总是要求看到事物的样子，所以即使是对于我来说，视频也是非常有价值的。视频一切。

说负面的东西

标题已经说明了一切。不要只是告诉我或你们团队为什么某事是好的。告诉我们为什么它不好，这要宝贵得多！我找到了我们视频需要的城堡！但是它全年都订满了，超出了预算，而且上周有人在里面去世了。

是你的责任，追踪承包商

我知道我已经谈过这件事了，但如果有一件事我真的希望你能从这些写作中吸取，那就是你不能只是把项目扔在那里就不管了。我无法忍受有些人把项目扔给承包商然后就在拍摄前一天责怪他们项目没准备好。这责任在你，而不是承包商。假设我们要建造世界上最大的水气球，你需要有人制作一个巨大的木制支架来放置它。大多数人会打电话给像 JB 这样的人，让他来做，并告诉他要在拍摄当天完成。相反，你应该提前一定的时间完成它（你需要根据项目自己判断），以防万一有问题，我们可以做出调整。然后你需要决定它是否是关键组件。如果是的话，你也应该开始准备备用方案，在准备备用方案的同时，你应该每天与 JB 联系。让他每天发送视频，以便及早发现问题，甚至可以每天和他通话两次。我不在乎，就是不要留下任何错误的空间。没有借口，停止留下错误的空间。每天检查，接收视频，提前几周就知道你是否完蛋。不是几天。

震惊，我知道。我年轻，我第一个承认我不完美。我保证在这个地球上，没有一个人比我更希望我们成功，无论你投入多少时间，你都不会比我对这个公司投入更多的时间，但我不能保证我总是对的。话虽如此，有办法可以帮助我更经常地做出正确的决策。首先，你需要了解我所处的世界和我思维的方式。这本书特别针对我们的制作公司（顺便说一句，这是最重要的公司，它让其他一切都能成功，没有视频，其他一切都会失败），但这并不是我唯一在做的。我必须成为每个游戏视频、每个反应视频、每个公益视频、每个 TikTok、Instagram 帖子以及每个主要频道视频的主要人才。这基本上是三个全职工作，仅此而已，像为人们发送生日视频、参加活动、Networking 等活动的小事也会累积起来，因为我是频道的面孔。除了作为主要人才，我还要与每个频道合作，确保创意不断进步，不会变得陈旧，总的来说，我要为他们提供远见。基本上，我们同时运营 4 个频道，其水平远超世界上任何一个人能够做到的单一频道运营。我们还有 Beast Burger 和 Feastables，而我还要设定愿景并担任创意总监。除此之外，我还为我们的频道进行多语言配音，并运营一家与其它频道合作的翻译公司。我每周还要多次联系其他 YouTuber，了解他们正在尝试或进行的事情，以确保我们不会错过任何东西。也就是说，我需要大量地进行网络社交。我想说的是，我必须同时运营 4 个频道、3 个企业、一个慈善机构，并维护我们的形象。所以当你需要从我这里得到什么的时候，你必须理解我可能对视频的了解并不像你那么深入。你没有告诉我的，我就不知道。当你从我这里得到答案时，最好你能做研究，并带着背景信息和选项来找我。而不是说“在即将到来的视频中我们将赠送一辆车，你对这款雷克萨斯有什么看法？它的价格只有 10,000 美元”，这是 99% 的问题都是这样问我的。你应该这样做：“我们有一个即将到来的‘你更愿意’视频。”在 6 到 9 分钟的时候，我们将送出一辆汽车。我们还在预算范围内，这辆车的预算是 1 万美元。我已经和项目经理确认过了。如果你真的想要，预算还可以再增加 5000 美元。我在北卡罗来纳州全境寻找了这个价格点的酷炫车型，我找到了 5 款，全部都在预算范围内，并且已经得到了创意部门的预批准。我还找到了 5 个备选方案，这些车看起来不那么酷，但更平均。以下是这 10 辆车的图片、里程数以及所有你想知道的信息。你们觉得哪辆车最好，还是我应该考虑其他选项？”

如果你只是想做好你的工作而不关心视频的成功，就像第一个例子那样问我问题。如果你想承担责任，并提高视频成功的可能性，请选择第二个选项。（这不仅仅适用于我，也适用于你期望做出决定的任何高层人员）

关键组件

关键组件是构成你视频的必要元素。如果我想把 100 个人放在一个岛上，然后把它送给其中一个人，那么确保岛屿的安全就是一个关键组件。不管岛上的挑战计划得多好，天气有多好，等等，没有那个岛屿就没有视频。因此，它是一个关键组件。另一个关键组件的例子是标题和缩略图。还记得之前提到的那个充气城堡的故事吗？缩略图上有一个黄色的充气城堡，但视频里却是红色的？你制作的视频的缩略图也可以成为关键组件。第三个关键组件的例子是，如果你的团队创意人员向我展示了一个包含 10 个挑战的视频，我说“我喜欢这个视频，主要是因为挑战 3 和 7，没有它们我就不喜欢这个视频了”。挑战 3 和 7 现在对你的视频来说是必不可少的，因此它们是关键组件。关键组件可能来自任何地方，一旦你正在制作的东西被标记为关键组件，你就把它当作你的孩子一样对待。没有你正在制作的东西，我们就不会有视频！务必不惜一切代价保护它，每天检查 10 次，对其过度关注，进行备份，如果需要运输，付钱让人来取并开车送它，不要相信标准运输，一旦有任何问题立即提出，字面上的立即。永远不要对关键组件进行抛硬币决定（这意味着你在抛硬币决定视频，也就是价值一百万美元以上的东西），并且宁愿早点让我或詹姆斯介入，也不要晚点。

通信线路

公司保持良好的沟通渠道非常重要。无论是在片场还是片场之外。视频制作过程中，

始终有专人负责一切事务。如果多人负责同一件事，那就成了问题，需要立即解决。理想情况下，跨部门沟通时，应先向上沟通，然后再横向沟通。如果直接跳过上级，只向下沟通，那就不好了。

15

比如说，你是一名生产协调员，你给一位编剧打电话，告诉他你需要一些关于用熔岩烹饪三明治的片段，看起来没什么问题。但是，现在创意部门的负责人泰勒（Tyler）并不知道他的编剧在做什么，更糟糕的是，他不知道这个选项在拍摄视频时是可以使用的。生产部门的负责人威尔（Will）也不知道这件事已经启动，在规划视频进度和跟踪进度时，并不知道要考虑到这一点。威尔后来才知道这件事，并以为泰勒已经批准了这个片段，于是开始计划如何制作熔岩，结果浪费了 3 天时间制作熔岩，直到泰勒得知此事。泰勒问她为什么制作熔岩，她却一头雾水，大家都感到困惑。这就是不遵循正确沟通流程的结果。如果在这个片段被要求时，首先通知了泰勒和阿里（Ali），就能节省几天的时间。看似简单，但这种情况每周都会发生几十次，导致大量的重复工作。

创意节省资金

我不认为我说我们这里没有无限资金会让人感到惊讶。我们不能让每个视频都不断超支，因为钱总得从某处来，但你现在处于一个很艰难的位置，因为我总是想要更好的视频。这里很多工作的人都曾经想过，“如果吉米想让我们保持预算，为什么他还要我们做这么多昂贵的事情”或者“我知道吉米不会喜欢这样，所以我需要多花点钱”。人们总是认为钱是解决问题的答案，如果我们多花点钱，就能满足吉米的需求。这是错误的，创意才是答案。这里有一个我经常用在我们游戏团队身上的例子。他们喜欢在每个视频中分发钱。但是，哪个听起来作为游戏视频的奖品更酷？2 万美元还是一年的乐事薯片？对我来说，乐事薯片听起来更有趣，我认为我们的观众会觉得非常有趣。所以，假设我们把一年的乐事薯片定义为每天 5 包，一年 365 天。那就是 1825 包乐事薯片，快速谷歌搜索显示你可以在不到一美元的价格买到一包乐事薯片，但我们可以四舍五入，就按每包一美元来算。我们的视频奖项从 20,000 美元降到了 1,825 美元，因为我们没有只是往问题上砸钱，而是用了创意。这适用于你们每个人做的每一件事。无论是为视频寻找起重机，决定奖品，挑选地点，

寻找关键组件，或者做最微不足道的事情，都要用创意来节省开支。因为每节省一美元，就能让我为你们提供更多的稳定性和雇佣更多的人，让你们的生活更轻松。如果你们想在这里成功，就心里默念 10 遍“创意节省金钱”。

总有备用日

没有人能够做到拍摄视频时 100% 按时按预算完成。这是不可能的。但您仍然可以采取一些措施来提高成功的可能性，其中最简单但最容易被忽视的就是

（问题可能甚至不是你的视频，可能在游戏上会出现问题，现在我需要每天滑动你的视频来弥补。）我宁愿有一个假设的 90% 看起来很酷的坦克，有一个很棒的拥有者，让我们生活变得更轻松，让我想做什么就做什么，并且可以额外付费来增加一天。然后是一个 100% 看起来很酷的坦克，但拥有者微观管理我们的行为，而且没有备用天数。这个例子很明显，只是想给你一些启发。在做这样的事情之前，一定要和创意团队确认，但备用天数是必要的，而且最好我们与那些看到我们价值并爱护我们的人合作，这样他们就会更加灵活。

不要只看表面，总是要深入挖掘

一个常见的主题可能是责任感，这更是对此的强化。不要轻信任何事物，总是要深入挖掘。这一点在与 MrBeast 制作团队以外的人打交道时尤为重要。如果有人说的东西听起来太好了而不真实，就要找出原因。如果感觉可疑，就要进行调查。如果你需要下周前得到 1 万个枕头，你已经联系了 10 家枕头公司，但它们都没有超过几百个库存，但第 11 家公司却神奇地有 1 万个枕头，就要进行调查。他们是代销的吗？这些枕头质量差吗？为什么没有人想要你的枕头？要追问并得到答案。通常人们认为找到 1 万个枕头的工作就完成了，只是订购它们，但当我们发现问题时，已经太接近拍摄窗口，无

法修复了。不要过度信任他人。

17

要调查并核实他们所说的，如果他们未能做到，那就是你的责任。

更高层次的交流

如果你和詹姆斯相处一段时间，你会经常听到他提到高级沟通方式。因为这对大多数人来说很重要，但似乎又常常被忽视。当你需要为你的关键组件找东西时，最糟糕的事情就是给公司里的人发邮件。最好的方式是面对面和他们交谈。知道何时打电话给人、在现实生活中抓住他们，以及何时发短信，这一点非常重要。沟通形式越低级，你面临的误解就越多。当我打字的时候，你可能不知道我是在笑、在笑、开心、生气还是难过。你无法看到我的肢体语言或我的面部表情，因此，你无法保证你能理解我所传达的内容。卫生间需要更多卫生纸？发个短信可能就足够了。视频还有一周就要上映了，而你正在制作的项目突然出了问题？至少应该和视频的负责人进行多方通话。如果可能的话，最好是面对面地和他们交流。需要传达的内容越复杂，你应该使用的沟通形式就越高级。先打电话，如果他们没接，再发短信。

既然我们谈论到了沟通，书面沟通也不算沟通，除非他们确认已经阅读过。

掌握你的错误

我讨厌借口，我全身心地憎恶那些只是试图保全面子而不是从错误中学习的人。错误是可以接受的！真的可以，我期望你们犯很多错误。这完全没问题。这里的每一位老手都曾让我损失过一百万，你可以亲自去问他们，我是否曾因此而责怪过他们。我之所以对失败持宽容态度，是因为我知道那是你们学习的方式。我把这看作是对你们大脑的投资。

（这就是为什么我对 C 级员工零容忍，他们必须立即离开。这些错误可能是由一个 A 级员工犯下的，他会保留学到的信息。）我只恳求你们从每一次错误中学习，尽量避免重复，那时才会让人感到烦恼。我从未因为犯错而立即解雇过任何人，你们没有必要害怕。

承认错误，这样我们才能找到解决问题的方法，然后继续前进。

18

"没有什么是比你的优先事项更重要的"

当你被分配任务时，你应该有一个我们所说的优先级列表。如果阿里说你的优先级是：

- 1.) 用不到 20 万美元买一辆兰博基尼
- 2.) 把它包上动漫角色
- 3.) 制作一个定制方向盘

然后，这个疯狂星球上没有任何东西能阻止你完成那些优先事项。如果另一队请求你的帮助，你花了两天时间帮助他们，结果没能按时买到你的兰博基尼，那这就是你的错。如果工作室着火了，你停下来灭火而没有买到兰博基尼，那也是你的错。（开玩笑哈哈）但说真的，不要让任何事妨碍你的优先事项。

使用顾问

顾问简直就是作弊码。想要制作世界上最大的蛋糕切片？那就先联系一下之前制作过世界上最大蛋糕切片的人吧，哈哈。他已经进行了无数次的测试，可以帮你节省数周的工作。我真的想把这个观点讲透，因为我是一个坚定的顾问支持者。因为我几乎把我的十年光阴都花在沉迷于 YouTube 上了，我可以教一个全新的创作者如何在一个月内从 100 个订阅者增长到 1 万个。如果他们自己来做，可能需要好几年。咨询简直就是上帝的礼物，请充分利用它们。在分配给你的每一个任务中，一定要首先问问自己：是否可以找到一个顾问来帮助你。这一点非常重要，所以我要求你心里默念三遍：“当我被分配任务时，我一定会寻找顾问。”

所有你需要解决的问题都可以通过上述五种方法之一来解决。运用数学、科学、视觉、审批或预算。

19

“不不一定代表真的不”

当与 MrBeast Productions 之外的人打交道时，绝不要轻信“不”字。如果我们需要一家商店来购买所有东西，你打电话给当地的 Dollar Tree，接电话的人说“不，你不能在这里拍摄”。这实际上什么都不是。和其他员工聊聊，看看有没有粉丝或者有孩子是粉丝的，试着和他们的老板、老板的老板谈谈，让我在 Twitter 上私信他们，尝试联系他们的社交媒体团队等等。如果在所有途径都用尽之后，你仍然得到一个“不”的答复，那并不意味着你就放弃，因为其他 Dollar Tree 的经理可能超级喜欢我们，愿意放宽规则。基本上，我想传达的是我们所说的“突破拒绝”。不要因为一个人说“不”就放弃，只有当所有可能的选项都尝试过后才停止。这是我们在这里制作时使用的许多工具之一，当结合使用时，会大大提高成功的概率。

每天工作多个视频

请勿在工作日仅专注于制作一个视频。

这就是你为什么会在未来的视频中落后，并形成我正在努力阻止的恶性循环。如果你放下所有事情，全力以赴地制作一个视频 3 天，那么这 3 天你的其他视频就会落后，最终你不得不放下其他视频来专注于那些视频，这会滚雪球般地变成你只能专注于眼前的事情，因为你已经杀死了你所有的提前量。如果你一天只制作一个视频，那么作为 MrBeast 员工，你那天就失败了。

能够握持相机

显然，每个人在公司里都有自己的角色。说实话，如果你能持续以 90% 的成功率为

我制作视频，那么即使你每天在洗手池里尿尿，我依然会喜欢你。但是，话虽如此，如果有一天你能接受我们这种持相机的风格培训，那就太好了。当我们进行大型外拍时，如果不需要带上一百万人和一百万人去持相机，那就更好了。如果只有几个场景需要几个额外的摄影师，我希望能避免飞来飞去、住宿、运输和照顾这些摄影师，我们完全可以用几个来自制作团队的人来代替。

20

用于处理溢出场景，因为通常情况下，我们拥有的摄影师越多，每个镜头的重要性就越低。









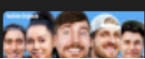
1/10 优秀. 10/10 糟糕.

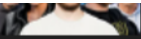

YouTube 有一个功能，可以比较新上传的视频与前 9 个视频的表现，并告诉你观看量在第一个小时、两个小时、三个小时、四小时等时间段的排名情况。这就是它的样子。

Top recent videos


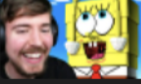

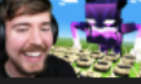

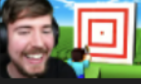
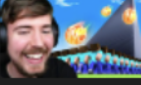

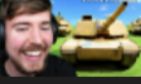

Views

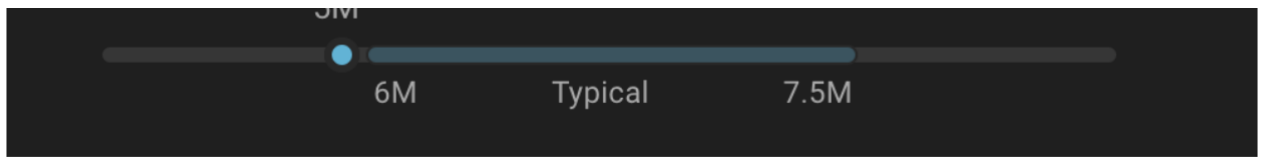
First 44 days 50 minutes:

1		\$456,000 Squid Game In Real Life!	198.5M
2		World's Most Dangerous Escape Room!	73.1M
3		\$10,000 Every Day You Survive Prison	57.0M
<div> <div>57M</div> <div> <div></div> <div>46M</div> <div>Typical</div> <div>57M</div> </div> </div>			
4		Would You Swim With Sharks For \$100,000?	54.0M
5		Extreme \$1,000,000 Hide And Seek	52.9M
6		I Cleaned The World's Dirtiest Beach #TeamSeas	51.5M
7		I Got Hunted By The Military	51.0M
8		Last To Take Hand Off Lamborghini, Keeps It	49.7M
9		\$1,000,000 Influencer Tournament!	43.5M

9		\$1,000,000 Immortal Tournament!	40.0M
10		First To Rob Bank Wins \$100,000	39.0M

22

Top recent videos			
Views			
First 1 day 3 hours:			
1		\$45,600 Squid Game Challenge!	10.6M
2		100,000 Player Building Challenge!	7.9M
3		\$1 VS \$29,000 House!	7.8M
4		1,000 Tanks Vs Titan Enderman!	7.1M
5		Blowing Up Earth!	7.1M
6		Insane \$100,000 Challenge!	6.4M
7		World's Largest Challenge!	6.1M
8		10 vs 1000 Player Manhunt!	5.8M
9		GTA Wanted Level 100!	5.5M
10		World's Largest Experiment!	5.1M



所以，如果你听到有人问一部视频的评分是几分，这就是他们所询问的内容。

23

随机你知道的一些事情

我差不多完成这一章了，然后我们就可以开始创作了。但在那之前，我还有一大堆关于制作内容的笔记，实在无法拆分成独立的章节，所以我想快速地在這裡列举出来，这样在你们开始旅程之前至少能听到它们一次。

不要让参赛者在阳光下（最好是普遍情况下）等待超过 3 小时。鱿鱼游戏花费了我们 50 万美元，男孩对女孩的比赛吸引了很多人。请向詹姆斯了解更多。

奇观视频只有 MrBeast 频道才能制作。并不是每个视频都应该是奇观视频，我们明白这些视频制作起来很困难，但这就是重点。

我讨厌拍摄现场人满为患。如果有人是必要的，那没问题，但如果不是，就让他们离开现场，或者去后面看监视器。营造一个让参赛者也能感到自然的环境。

我宁愿你们彼此诚实，而不是彼此客套。

不要贬低人才，也不要做任何让他们感到糟糕的事情。我需要他们保持快乐和好的心情，这些人对我来说都很特别。理想情况下，与人才（Chris、Karl、Chandler、Nolan）的交流最好通过我、Ali 或 Tyler 进行，以避免他们之间产生混淆。

我喜欢简单。越简单越好（仅供参考）

我们经常转型，随时准备着一切可能瞬间颠覆。哈哈

我希望在镜头前展示所有花费，如果某项支出超过 10,000 美元而不会在镜头前展示，请认真考虑一下。

24

全力以赴

向外推，而不是向内缩。

熬夜加班几周，以便在拍摄前不用再熬夜。

如果拍摄过程中出了问题，总是要看看能不能变成内容。一棵树倒在你车上，把我们需要分发的 100 个花瓶都打碎了？这真是太搞笑了，我们得在视频里提一下哈哈！

可行性研究是为了确定视频的关键组件是否可行。例如，如果我想在世界最大的建筑里玩捉迷藏。如果你

永远不要做任何可能让我们在公关方面看起来不好的事情。

我們經常會對集合進行渲染，以預先看看它們的樣子，這非常神奇，對我來說幫助很大，因為我非常重視視覺效果，並且能讓團隊達成共識。但在進行這些渲染時，我想要確保你知道“預視”和“概念”之間的區別。請不要將渲染稱為“預視”，除非我們真正計劃

第三章：创意

25

我们是一家创意领先的制作公司。因为当创意引领拍摄愿景时，产品总是更出色。所以我认为你们所有人都理解创意非常重要。它是我们一切行动的驱动力，也是我们内容的灵魂。创意和了解何为优质内容就像是生产、摄影和当然还有剪辑时的作弊码。以生产为例。假设你被分配去为我们找到一个可以居住 50 小时的城堡，在研究过程中你发现了一座城堡和可以联系业主的电话号码。所以你打了电话，他接了。唯一的问题是他说他已经放弃了城堡租赁业务，去追求他建造一个 100 英尺高的乐高弩的梦想。你显然能看出我要表达什么。这是一个糟糕的例子，因为它太明显了，但你如果真的在做好你的工作，你会进行大量的电话联系和数据收集。在完成你的优先事项并为视频做准备的同时，你应该始终寻找可以带给创意团队的新事物来激发他们。因为就像我一样，他们不知道自己不知道什么，你不能只是说“我在生产中，不太有创意”，因为这实际上就是说我在这方面很糟糕。在解决问题时，你也需要有同样的心态，因为很多人在陷入困境时会忽视这一点。如果出现了问题，总是要问自己，你的新计划是否最适合创意，而不仅仅是找到最简单的临时解决方案。

我们的内容目标是什么？

为了让我兴奋。我们内容的目的是让我兴奋。这可能对一些人来说听起来很奇怪，尤其是如果你是新手的话，但对我来说这是最重要的。如果我不愿意站在摄像机前拍摄

视频，那就根本不可能发生。我不是一个假装的人，我会保持真实，这也是频道做得好的部分原因。而且如果我对视频不感兴趣，那我们就完蛋了。幸运的是，我认为我是个相当可预测的人。（至少在这方面是这样哈哈）让我兴奋的是我相信会让观众高兴的事情。这始终是，也将始终是。我愿意数到十万，把自己埋葬，或者在世界最大的鞋子中走马拉松，如果必须的话。我只是想做自己高兴的事情，最终让观众高兴。这个频道是我的孩子，我已经为它放弃了我的生活。我对它的情感联系如此之深，以至于这很悲哀哈哈。但这是我一贯不会妥协的事情，如果我认为视频达不到我的标准，我会毫不犹豫地放弃一个价值数百万的视频。

26

这是我一贯不会妥协的标准，而且对观众是有好处的。我们必须始终在改进和创新。镜头角度必须不断进步，节奏、故事、笑话、色彩、灯光、音乐、道具、人物、我们的构图、我们的想法，实际上每一件事都必须不断进步和创新。因为这正是让我兴奋的事情。这实际上是我生活的动力，看到这些视频越来越好，最终让观众满意。

什么构成优质内容

这地方事情变得主观了，我的大脑可能要变成一团糟了。我这里写的问题在于，优质内容是无限的。实际上，任何东西都可以成为优质内容。以一个洋娃娃为例吧。你可以看看在五个人中，谁用左手把洋娃娃扔得最远。看着他们用坏手扔洋娃娃，再加上搞笑的声音效果，简直好笑得要命。你也可以反过来，拿一千个洋娃娃，看看需要多少个才能扔进 200 英尺外的婴儿床里。或者看看需要多少个洋娃娃才能把一根两英寸乘四英寸的木条折断。我想表达的观点是，即使是如此简单的一个洋娃娃，也有无数种方法可以将其变成精彩、原创和搞笑的内容。这就是 MrBeast 制作公司的秘密武器。

因为病毒式传播并非偶然发生。我们视频的每一帧都将被数百万观众看到。

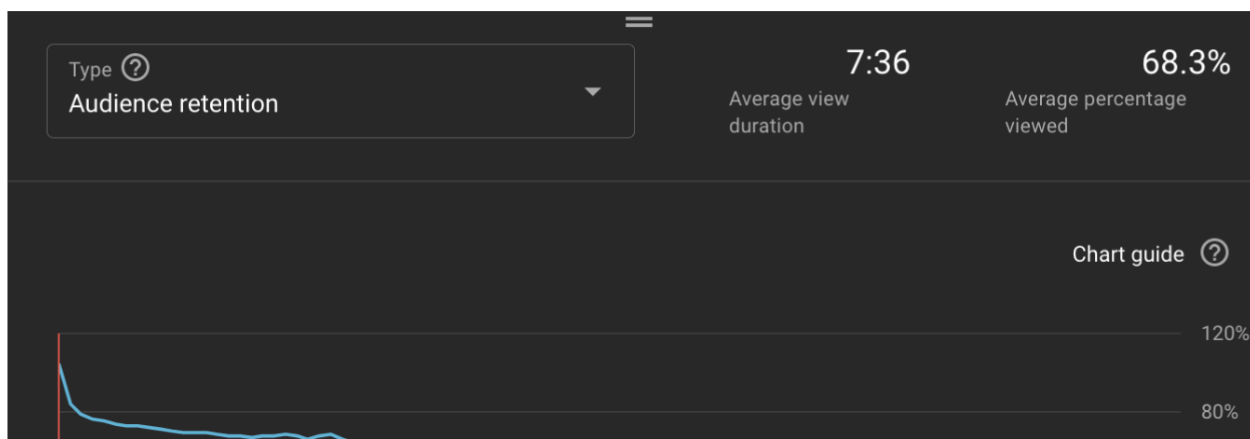
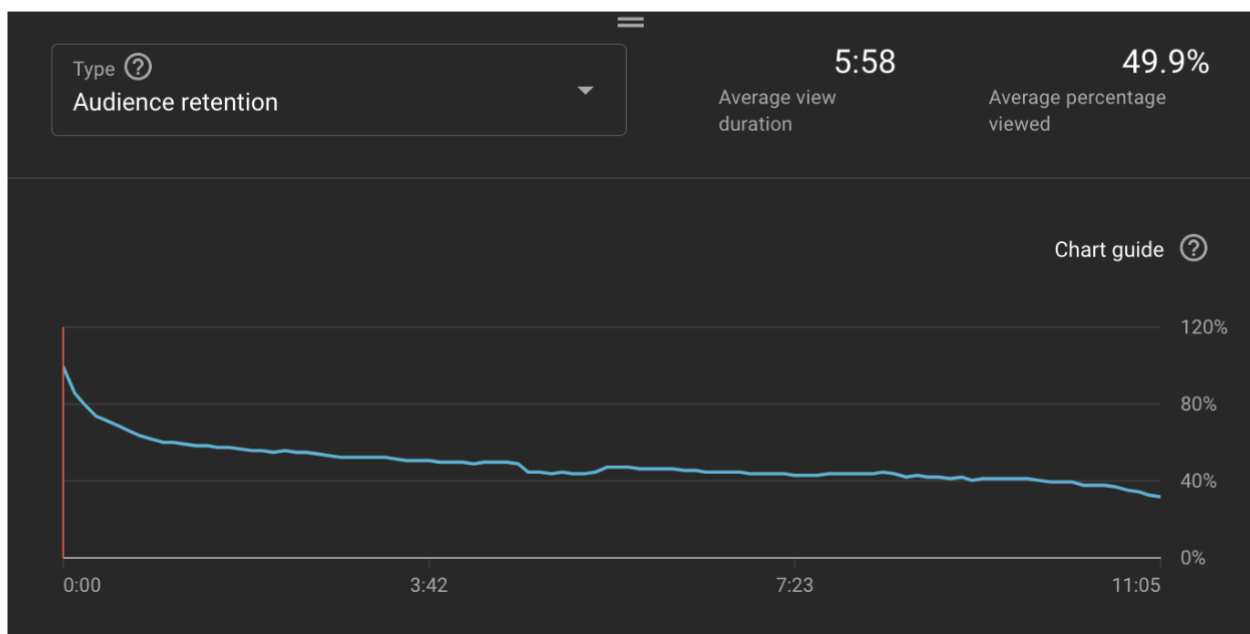
如何衡量内容成功

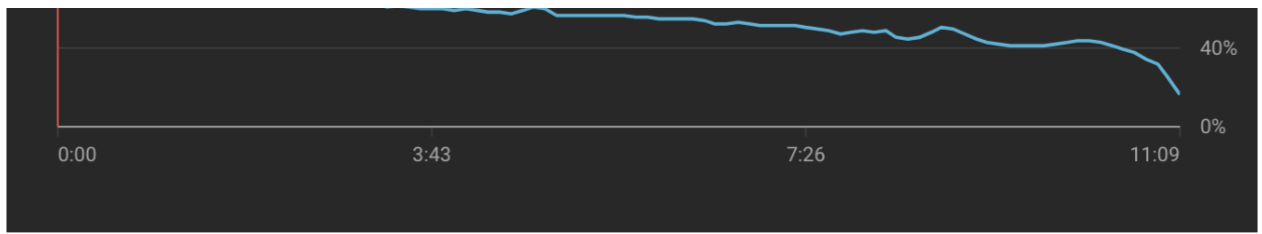
如我一开始所说，关于病毒式传播的指标，你关心的是点击率（CTR）、平均观看时长（AVD）和平均播放量（AVP）。如果你想了解视频内容是否优质，只需查看我们上传视频后的 AVD 和 AVP 即可。

27

因为它基于多少人观看和他们看了视频的百分之多少，你能清楚的看到他们是否喜欢它。为了让大家更直观地了解这一点，下面是频道中两个长度几乎相同的视频的留存数据。

（我分享的所有 avd 和 avp 数据都是第一天数据，以便于比较，如果你不知道这是什么意思，没关系，这主要是以防马里奥拿到这些数据哈哈。）一个视频有 1.2 亿次观看，另一个只有 4500 万次。看看这些留存数据，看看你能否分辨出哪个视频的观看量是另一个的三倍。





答案就是下面的图片。人们平均比另一部同样长度的视频多看了 1 分 38 秒！！当然，它的观看量是后者的三倍，对 YouTube 来说，这显然是因为人们更喜欢这个视频！要想你的视频做得好，你必须尽可能提高它们的 AVD 和 AVP。人们观看的时间越长，视频的表现就越好。这就是我为什么对每个秒都如此挑剔的原因。

29

视频内容越好。在视频开头吸引观众，将他们带入一个引人入胜的故事，让他们投入其中，避免平淡无奇的时刻，然后在视频结尾以一个突然的结局给出令人满意的回报。

格式

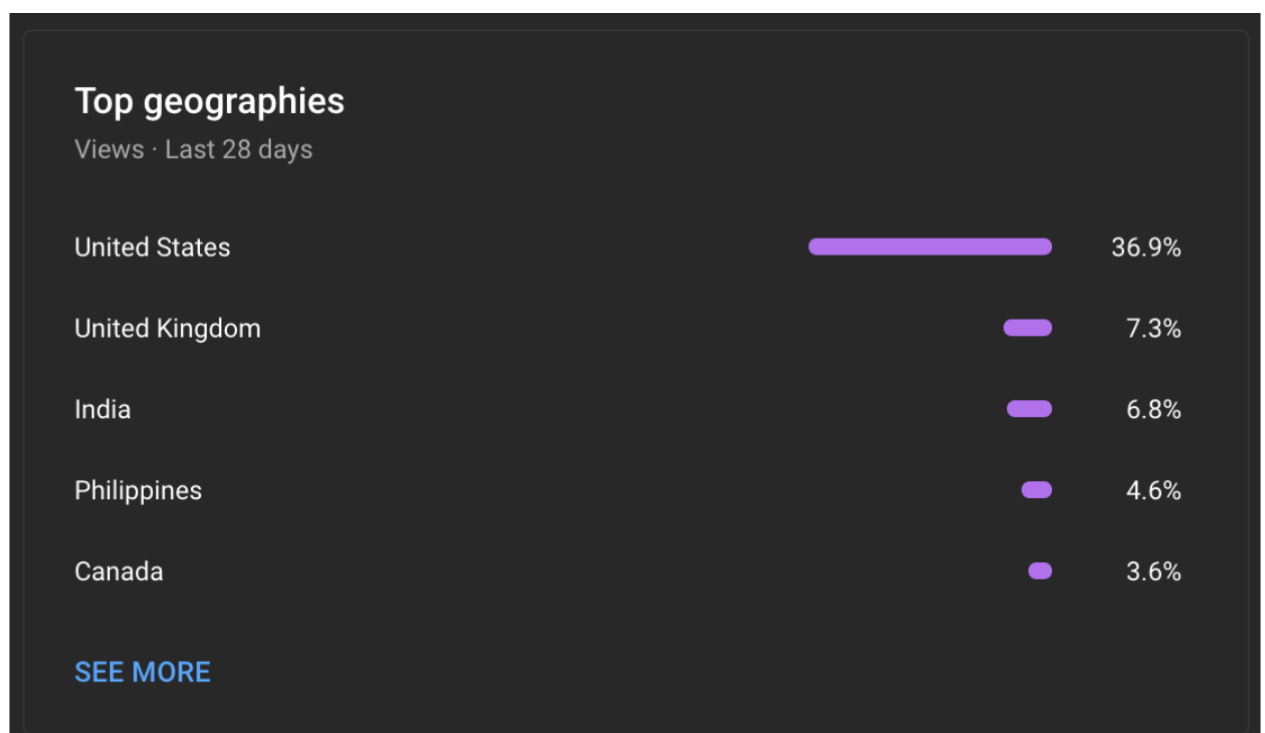
一种提高视频观看留存率的方法是让视频遵循一个良好的格式。以我们流行的“最后一个离开”系列为例。这些视频之所以受欢迎，有很多原因，但其中一个特别之处在于结尾的回报。你看，一旦你开始观看“最后一个离开”，你就会对进度和挑战产生兴趣。你真的很想看到谁最后离开圈子并赢得 10 万美元。幸运的是，赢家直到视频结尾才揭晓，只要我们不把视频拍得无聊透顶，人们就非常有可能坚持看到最后。视频结尾的强烈回报可以提高观看留存率。但显然，“最后一个离开”并不是我们唯一的格式。另一个例子是我喜欢称之为“阶梯式”的格式。一个很好的例子是“我买了世界上最大的烟花”，这个视频一开始展示所有烟花，然后点燃了一枚 1 美元的烟花，然后是 10 美元，然后是 50 美元，然后是 375 美元，然后是 1000 美元，然后是 10000 美元，然后我们进行了一些内容，然后是 40000 美元，100000 美元，最后是打破世界纪录。随着视频的深入，赌注越来越高。世界纪录的回报在最后，这种形式真是太美了，只要你愿意，就可以随心所欲地偏离轨道，只要事情越来越精彩。我简直是爱上了这种逐级上升的感觉。另一种形式就是我被赏金猎人、军队、FBI 追逐的场景。就像最后一个离开的挑战，你不知道视频结束时结果会怎样。他们会抓到我吗？我会逃脱吗？必须看到最后才知道。

在整个频道的历史中，我们经历了许多风格。其中有一个大事件发生在很久以前，那就是“向 Twitch 主播捐款”，人们都非常喜欢。我会随机进入一些直播，给主播捐 10k 美元，看看他们会怎么反应。总的来说，我们做了大约 12 次这样的活动，当我停止后，人们仍然要求更多，这正是因为史蒂夫·乔布斯所说的，人们不知道自己想要什么。观众可能认为他们永远想要某种风格，但他们并不这么想。他们想要新鲜事物（这一点很明显，因为每个多年重复同一格式的频道最终都会消失）。这就是为什么我总是放弃旧风格，寻找新的风格。理想情况下，同一风格的两个视频不应该连续播放，如果可能的话，我更喜欢在它们之间插入多个不同风格的视频。

30

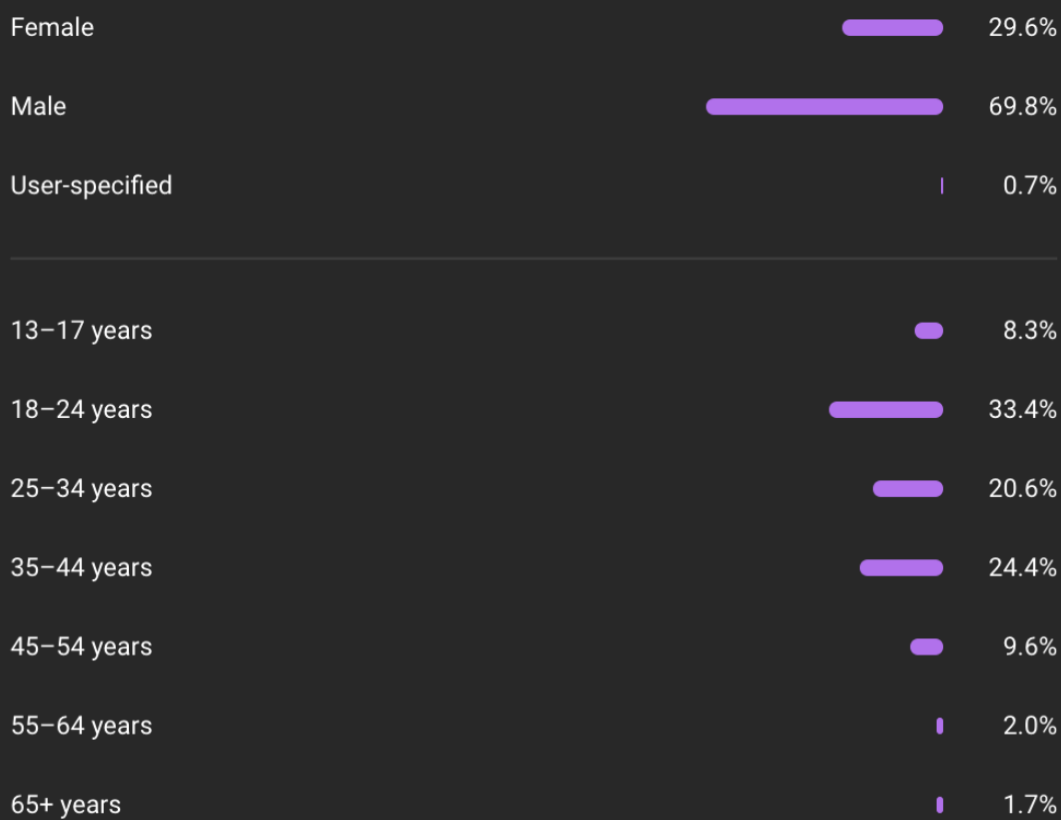
我们的受众是谁？

以下是后台截图。（欧洲占比很大，但被分成了各个国家，所以看起来并不像是一个整体）



Age and gender

Views · Last 28 days



我们的内容现在被所有人观看。孩子们和妈妈一起看视频，尽管我们的女性观众比例只有 30%。但这仍然来自女性的 9 位数观看量，而且遍布全球（但并非全球，50% 以上仍然在美国和欧洲）。尽管如此，如果我要描述其核心，我会说，平均的 MrBeast 观众是一个喜欢玩游戏的青少年梗图爱好者。

你应该看看我们的视频

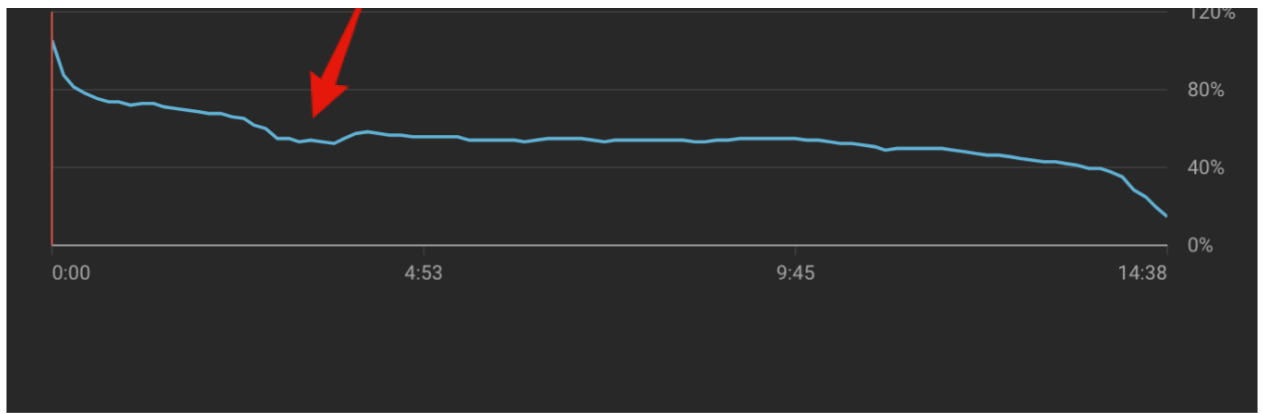
如果你要为野兽品牌工作，你应该是一个野兽品牌的粉丝。观看大量我们的视频会带来很多非常有价值的知识。我觉得写这些话很傻，但每次我谈到

32

许多宝贵的知识都来自于观看我们大量的视频，而新人最多只看过 5 到 6 个视频，他们对此似乎毫无异议，这真是令人惊讶啊。正如我之前所说，我希望你能观看所有频道，尤其是你正在工作的主频道。如果你想达到 60% 的了解程度，那就观看我们最近大约 50 个视频。如果你是个超级学习者，并且真的想了解公司的历史和我们所经历的创新，我建议你从一千万订阅者特别视频开始，一直回看到视频发布。在我看来，在那之前的视频都是浪费时间。如果你从一千万订阅者视频开始一直看到我们最新发布的所有视频，那么你将拥有别人没有的很多背景知识和信息，这将使你变得非常有价值。

品牌合作即内容

如果你经常看 YouTube，可能会注意到当有人做品牌合作时，内容很无聊，听起来就像是在念剧本。我们对待品牌合作的方式不同，我们喜欢将其融入内容中，这样就不会破坏我们的用户留存率，还能提高转化率。记得我之前说过，我们能精确地看到观众何时退出我们的视频吗？这里是我们以前用老方法做品牌合作时的用户留存率图表。



请注意这个品牌合作的陨石坑，这意味着人们跳过了它，还点击退出了视频。现在这里有一个包含新风格品牌合作的留存率图表。

33



这个广告效果远没有那么戏剧化，大部分情况下我都能接受，这有助于资助视频制作。品牌合作就是内容！如果这样处理，可以提高用户留存率。我们需要让它们变得有趣。还有个有趣的事实，上一位赞助视频的 CEO 表示，这种合作的回报率是 NFL 冠军赛广告的 1.7 倍。他说，通过 NFL 的商业广告，你会在第一天获得大量客户，然后永远消失；而与我们合作，你会在几天内获得大量客户，然后逐渐平稳，再在我们上传新视频时再次激增（因为他们在观看新视频后会回看之前的视频），而且即便如此，我们的视频通常每月能获得超过一百万的观看量，持续多年。也就是说，有大量的潜在客户。

理解文化

你从社交媒体上获取的信息、观看 YouTube、电视、玩的游戏等等，我把它称为你的“信息饮食”。Chris Tyson（我们的第一个订阅者，视频中的那个人）是完美运用“信息饮食”的绝佳例子。这家伙太逗了。我一生中从未遇到过能像他那样让人笑的人，直到和他住了几年，我才明白他为什么这么擅长。这家伙看大量的卡通和无聊的东西。他的眼睛就是为了吞噬大量的搞笑、愚蠢和令人头昏脑胀的内容。结果，他几乎可以引用海绵宝宝任何一集的任何台词。他能够

34

并且因此他可以几乎从《海绵宝宝》的任何一集中引用任何一句台词，从脑子里汲取如此多的愚蠢东西作为灵感来制造笑话和古怪。结果他非常搞笑。但是，让我们想象一个不同的克里斯，比如说，如果他不是卡通和愚蠢的东西，而是股票和投资建议的信息，并且过去五年他一直只消费这些。你认为他现在会像现在这样搞笑吗？不会。在我看来，他甚至不会搞笑到现在的 20%。如果你是作家或导演，你真的需要监控和优化你的信息饮食。如果你的饮食不正确，你就无法准确把握文化脉搏。我不想你成为克里斯，实际上，我认为这样可能会对你有害。才能需要吸入卡通，这样他们才能搞笑，作家需要吸入灵感。假设在澳大利亚中部有一个紫色水果，吃了它可以使你长高两英尺。如果它真的存在，你直到现在才知道。但现在你知道了，你可以为今后你写的每一篇内容汲取灵感。那真美，现在它可以在你脑海中静静等待那个需要它的视频。可能需要 10 个视频，甚至 100 个，但最终你会在头脑风暴中想到合适的时机使用这个水果。把这个方法应用到这个星球上的每一件事上。你不可能从你不知道存在的事物中找到灵感。那么，你如何了解世界上更多的事物呢？你如何跟上最新的梗？你如何知道名人的最新动态？YouTube 上有什么趋势？其他创作者在做什么？TikTok 上有什么热门内容？你的信息饮食。每天都要消费那些能帮助你写出更好内容的东西。

男孩表现得有点孩子气是可以的

如果人才想在视频上白板上画个阴茎，或者做些愚蠢的事情，就让他们这么做吧。（假设他们知道所有风险，并且没有错过为什么这样做不安全的原因）人们喜欢我们处于自然的愚蠢状态。真的要尽一切努力赋予男孩们权力，在拍摄时帮助他们制作内容。帮助他们成为傻瓜。

我们不造假。

确保准备好参赛者，并努力营造一个让他们感到舒适交谈的环境。

35

如果你写了一篇爆款内容，但只有 50%的成功率，那就再写一篇内容。内容不限，不要偷懒。

尽量让尽可能多的人审阅你的内容，以获取灵感，看看如何将其做得更好。

我想在我们的视频中加入名人。

绝不要让我陷入需要撒谎的境地，因为我不撒谎，这会毁了视频。

视频里没有乏味的时刻

视频中的强度无法假装

视频结尾必须始终突然，以保护记忆。

这不是一件真正有创意的事情，但总的来说，在片场时要保持警觉和投入。拍摄日本本身就够紧张的，请务必发挥作用。

第四章：你的职业生涯

如果你已经走到这一步，你很可能至少对把它作为你的职业生涯感兴趣。所以我想要聊聊这个话题。因为如果你有抱负，想要将你的生命奉献给工作，那么你选择了美国最好的公司来做这件事。我真心不介意囤积一大笔钱，我坚信要奖励那些帮助这个企业达到目标的人。但在深入讨论这个话题之前，我们先谈谈未来。在我写这封信的时候，我们有两个团队，明年将增长到四个团队。（可能两年后会有八个团队，但我不能说这个，因为詹姆斯会杀了我哈哈。）我们需要更多的公司领导者。我们需要勤奋、执着、可指导、聪明、努力的人来承担这些领导职位，在未来两年内。每个部门都有你成长的机会，而且你很幸运，因为我们不进行年度评估。我们随时都可以进行评估。如果你想成为产品经理，告诉詹姆斯你的意图，并问他为什么你很差劲以及如何才能变得更好。

36

说真的，他会给你一份清单，列出你需要改进的地方，以便成为我们所需要的人。如果你真的听了并掌握了这些，我们会给你一个机会尝试这个角色。（问题是大多数人认为自己比实际上更好，对我们提出改进意见时不认真对待，然后想知道为什么他们从来没有进步）。这不是一个官僚主义的公司，你不需要工作 5 年才能晋升，我讨厌“晋升”这个词。你帮助我们一起应对更多的责任、风险和总体上的麻烦，你的收入就会更多。如果你想得到更多，我们很乐意帮助你接受培训，哈哈。在这里，你有着无限的发展空间。这不是一个跳板，这是你的最终

目标。我们将获胜，我们将建造一些令人惊叹的东西。我看到一个这样的世界，这家公司价值数百亿，甚至有一天价值数千亿。而那些帮助建设它的人将得到回报。我最大的愿望就是你们全力以赴，每天每时都如此痴迷，变得如此有价值，以至于公司没有你们就无法运营。而成为如此有价值的人，我希望给你们带来难以置信的经历，一个有趣的工作场所，当然，比在任何其他公司都能赚到的钱还要多。现在再读一遍，因为我保证你们没有记住足够的内容。

