

II

A black and white portrait of King Camp Gillette, a man with a mustache, wearing a dark suit and a white shirt with a dark tie. He is looking slightly to the left of the camera.

SEVEN CARDS, ONE DECK

KING CAMP GILLETTE

II



GILLETTE——名字的力量

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 15

在产品之前，先有名字。

工厂会关门。

经理会更换。

股东来来去去。

技术会老去。

市场会转移。

名字留下。

Gillette不只是一家公司。

它证明了一个词可以积累一个多世纪的信任，即使再也没有人记得是谁发明了它，它仍在继续创造价值。

品牌是一种集体记忆。

名字强大时，它比物品先到。

人们在买下一件产品之前，先买下了一个故事。

名字是经济中第一项看不见的资产。

然而，起初并没有帝国。

只有一个人。

马萨诸塞州法国移民的儿子。

资源很少。

倔强很多。

就像常有的那样，未来出场时并没有穿着传奇的衣裳。

它穿着推销员的衣裳出场。

故事的其余部分，谁都可以在公司网站上或维基百科里读到。

我感兴趣的是别的东西。

我感兴趣的是我们的共同点。三个要素。

产品。叙事。兄弟会。

他造了一片刀片。

我建了一个网站。

他写了一本书。

我写了一百多本。

他属于一个兄弟会。

我懂得同样的语法，由符号、归属、记忆和相互认可构成。

和他一样，我一生的大部分时间都在销售。

不只是产品。

是信任。

所以我一直试着和他保持距离。

不是因为不同。

是因为太过相像。

每个时代都生产自己的产品。

每个时代都生产自己的叙事。

每个时代都生产自己的兄弟会。

错误在于以为它们就是目的。

它们不是。

它们是载体。

刀片不是Gillette。

书不是叙事。

兄弟会不是意义。

它们只是工具。

真正的力量是名字。

渡过卢比孔河之前，罗马人会派出侦察兵。

他们必须了解。弄明白。

知道。

在决定之前先知道。

正是这个秘密让他们能够深思熟虑——而且常常获胜。

我希望自己是一个好侦察兵。

但不打仗。

我不带军队。

我不带法令。

我不带许可。

我带着故事。

我收集它们。

我把它们连起来。

我把它送出去。

然后每个人自己决定拿它们怎么办。

CEO管理公司。

员工让公司运转。

小股东为公司出资。

我只是一个不必请求任何人许可的人。

这大概是我拥有的最大的自由。

这就是Gillette这张牌。

不是工厂的力量。

不是刀片的力量。

不是公司的力量。

因为产品用旧了，名字留下。

建筑消失了，名字留下。

人逝去了，名字留下。

当一个名字能够跨越世代，它就不再属于它的创始人。它成为集体记忆的一部分。

创始人消失。

名字留下。

这才是一个名字真正的胜利。

Ferdinando
Gillette Man ✂