

老鸦私坊话：大牌律师距离我们有多远？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/484/2021_2022__E8_80_81_E9_B8_A6_E7_A7_81_E5_c122_484961.htm 拿破仑讲，不想当元帅的士兵，不是好士兵。大牌律师风光无限，大牌律师魅力四射。不想当大牌律师的律师，肯定不是觉醒的律师。不想做大牌律师，甘愿做默默无闻的小律师，这样的律师为数不多。只有做大牌律师，才可以为自己施展才华提供更大的舞台，才可以利用自己品牌效应更好地维护客户的合法权益。

从某种意义上讲，成就大牌律师，争当大牌律师，是律师积极进取的表现。但是在自己成名之前，大牌律师似乎遥不可及，似乎虚幻缥缈。事实上，只要自己注意学识与经验的积累，只要自己注意律师营销的策略与技巧，只要自己把握住命运的机遇与契机，大牌律师可能不期而遇，可能近在咫尺。其一、大牌律师应当注意学识与经验的积累。在笔者看来，渊博的知识储备与丰富的经验积淀，使成就大牌律师的硬件。只有拥有专业化的精深的知识，才能在一个行业内驾轻就熟、游刃有余。像大牌律师田文昌老师，本身曾是中国政法大学的老师、硕士生导师，对《刑法》、《刑事诉讼法》自然有很深的造诣。这恐怕是田文昌老师能成就为大牌辩护律师的良好基础。实际办案经验、相关专业的从业经验，这也是大牌律师必不可少的。只有是一个行业或者相关行业的内行、专家，对该行业有深入地研究，才会在该行业脱颖而出。朱树英律师本身就是建筑房地产行业的工程师，这种职业经历对成就其为建筑房地产行业专业大牌律师注入了无可比拟的优势。我们没有田文昌老师的理论功底，也没有朱树

英律师的专业背景，但是我们只要经受住诱惑，坚定不移走专业化道路，只要我们耐住寂寞，潜心研究学习，同样可以营造良好的专业知识与经验的氛围。其二、大牌律师应当注意律师营销的策略与技巧。在市场经济条件下，始终是物竞天择，适者生存，优者胜，劣者汰。纵然是金子，一定告诉别人你是金子，不要等着他人经过千辛万苦去挖掘你这块赤金。若自己想做大牌律师，是大牌律师的料，你一方面要刻意雕琢，另外必须从口袋内脱颖而出。千里马甘愿呆在羊圈里，肯定将来会变成一只羊。在美国，一旦发生交通事故，先到现场的可能不是警察，而是律师，因为交通事故发生以后，律师的生意就会来到。中国律师很注意内秀，不太喜欢张扬。律师营销似乎总给人丢人现眼的感觉，有时又感觉有失尊严体面。事实上，无依无靠的律师没有案件可做，整日为生活困扰，那才是真正有辱律师的称号。大牌律师可能就产生于有意无意的营销之中。岳成律师走入中央电视台《东方之子》，中国最强的影视媒体央视，无疑也成就了大牌律师岳成。笔者非常佩服上海律师的营销理念。大家都知道，翟建是上海的大牌辩护律师，但是在云南大学马加爵凶杀案被媒体疯狂报道以后，翟建等律师就主动请缨飞赴云南，与马加爵家人或者与案件被害人家属磋商，免费提供法律服务。其三、把握好稍纵即逝的机遇与契机。大牌律师的成就，需要天时地利人和。律师必须把握好机遇或者契机，方能迅速崛起，成为一颗耀眼的明星。机会极可能是一个知名度很高的案件，契机很可能是一次不经意的媒体专家点评。机会是给事先有准备的人的。没有机会，有些律师会创造机会。乔占祥律师，明知告铁道部不会赢，不会胜诉，还是提起了

火车票涨价诉讼，但是由于媒体较高的关注度，所以成为名律师。有的律师有机会，会充分把握机会。由于刘晓庆是国内高度关注的电影明星，所以刘晓庆涉税案件曝光以后，记者几乎天天跟踪，试图通过张青松等律师口中刺探风声。张青松等律师有张有弛、有紧有松，充分运用了媒体优势，成就了案件，也成就了律师。（作者：段建国，开物律师集团北京事务所副主任）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com