

王衿语

电话: 18926785027 | 邮箱: 1348951153@qq.com



教育背景

香港理工大学 (QS 54)	双语企业传播	硕士	2024.09-2025.11
核心课程: 人工智能与企业传播、品牌本土化、企业品牌学与跨文化传播、危机管理等			
华南农业大学 (双一流)	英语 (语言学与国际贸易方向)	本科	2019.09-2023.06
核心课程: 应用语言学、英美文学、同声传译、经济学导论、国际营销、国际贸易理论与实务、现代物流管理等			

实习经历

香港公共关系专业人员协会 (PRPA)	学生会会员SAP实习生	2024.10-2025.04
<ul style="list-style-type: none">媒体运营: 策划并执行线上媒体战略, 通过Facebook、LinkedIn等平台支持品牌推广活动, 撰写资讯类、活动类文案并定期更新关键联系人动态, 提升品牌曝光度和客户长期价值。活动策划: 组织并落地香港会展中心MarketingPulse展会及行业媒体论坛等活动, 负责现场布置、主持和宣传物料发布, 成功吸引300+行业人员互动交流。客户开发: 通过现场1v1洽谈收集15+高质量潜在客户 (含3家意向合作资源), 整理客户需求并移交协会跟进, 助力业务拓展与资源转化。		
AI-GLOBALPAY	BD及风控助理	2023.07-2024.02
<ul style="list-style-type: none">海外渠道拓展: 主导面向海外收单行的商务拓展, 通过全英文谈判与需求分析, 制定差异化合作方案与定价策略, 成功签约3家国际收单合作伙伴, 助力公司海外支付网络从0到1的搭建。商户海外推广: 对接shopee等渠道搭建独立站, 负责厨房用品、女装等品类商品包装, 如产品提炼、详情页、网站设计等基础工作, 完成300+SKU上架, 搭建商户海外社交媒体矩阵并协助处理PR相关维护产品与风控优化: 监测全球支付市场动态与竞品信息, 基于用户支付行为数据分析, 输出产品优化需求文档; 协同产品与技术团队重构KYC及支付规则流程, 将核心商户的结算时效缩短20%。商户成功与风险规避: 为shopee等50余家跨境电商提供支付合规与风控支持, 通过审核支付条款、设计商品合规SOP, 有效帮助商户规避侵权风险, 并将平台关联争议及拒付率降低20%。		
深圳市盛威尔科技有限公司	产品助理	2023.04-2023.06
<ul style="list-style-type: none">市场研究与GTM支持: 独立开展半导体行业市场研究, 分析竞争格局与客户需求, 为目标市场选择及销售团队提供前瞻性的市场洞察与策略建议。渠道管理与销售赋能: 全面负责5家代理商的日常运营支持, 通过制定产品线推广计划、协调订单与库存, 确保渠道高效运转, 直接推动所负责产品线销售目标的达成。产品策略与需求转化: 作为原厂与客户的关键沟通枢纽, 定期汇报市场动态并争取资源; 深度跟进重点客户, 收集并分析反馈, 协同产品团队将客户需求转化为具体产品改进方案, 提升产品竞争力。		
西斯比亚医药科技有限公司	市场助理	2022.07-2022.08
<ul style="list-style-type: none">市场洞察与策略研究: 协助分析中国临床医药行业趋势, 聚焦老龄化相关疾病领域, 通过定量分析北京市老龄人口数据, 为本土化市场研究策略的优化提供数据支持。国际项目协调支持: 参与国际商务会议的筹备与跟进工作, 负责编制会议资料与基础分析报告, 保障跨文化沟通的顺畅, 支持全球市场项目的本地化落地。		

项目经历

Evie Ring 全球产品传播策略及上市全案	团队负责人	2025.03
项目背景: 主导全球首款专为女性设计的AI智能戒指Evie Ring的上市全案, 旨在竞争激烈的新兴智能穿戴市场中, 为其确立清晰的定位并实现强势曝光。通过整合线上线下营销组合拳, 成功塑造产品高端、专业科技品牌形象。		
<ul style="list-style-type: none">市场洞察与策略定位: 主导初期市场调研与用户洞察分析, 精准提炼“女性健康伴侣”为核心产品USP, 并据此制定贯穿产品生命周期的全球整合营销传播蓝图。整合营销战役策划与执行: 统筹策划线上线下联动上市方案, 独立撰写全英文新闻稿, 并成功落地产品发布会与高端商场快闪店, 实现品牌声量与用户互动的双重提升。高端品牌体验与媒体传播: 基于品牌理念策划“科技与美学交融”创意主题, 全案执行K11 MUSEA场地设计 (含媒体动线、3D效果图与AR交互), 并搭建Bloomberg等6大国际头部媒体矩阵, 确保品牌信息精准触达目标人群。		
霸王茶姬香港市场品牌落地项目	团队负责人	2024.09
项目背景: 面对香港成熟且竞争激烈的新式茶饮市场, 主导品牌从0到1的上市策略制定与执行, 旨在快速建立品牌认知、抢占健康茶饮细分市场, 并实现可持续的用户增长与商业化落地。		
<ul style="list-style-type: none">市场进入策略制定: 深入分析香港茶饮市场格局与竞品定位, 识别出“健康东方茶饮”细分空白, 通过精准消费者画像确立品牌独特价值主张与价格策略, 构建差异化市场进入战略。		



- **整合营销与增长策划：**策划以Clockenflap音乐节赞助为核心、结合快闪体验与UGC社交裂变的整合传播方案，运用AI工具激发用户创作，搭建海外社媒KOL矩阵，并通过ROI模型预估营销效益，确保资源高效投放。
- **区域商业化推进：**运用SOM模型量化香港市场潜力，明确铜锣湾作为首波试点区域；同步推动品牌联名与文化产品线双轨发展，夯实品牌本土化形象并拓展合作边界。

校园经历

- 华南农业大学学生社团联合会 - 传媒部2021.09-2022.10
- **内容策划与运营：**负责官方微信公众号的日常运营，基于社会及校园热点撰写深度长文与活动宣传内容；成功策划“校园改善”主题征文活动并获得学校专项经费支持，最终助力公众号荣获“广东省大学生公众号一等奖”。
 - **整合营销与活动管理：**主导策划并落地执行“公益慈善跑”、“新生晚会”等多项大型校园活动，负责从创意主题、现场拍摄到多渠道宣传推广的全流程媒体策划，相关活动内容在社交媒体矩阵累计获得超2万次曝光。

个人技能

- **语言能力：**全英教学背景 (专四、专八、IELTS 7)， 英语可作为工作语言；粤语、日语可作为日常沟通语言
- **计算机技能：**Adobe Premiere, MS Office办公软件 (Excel高级函数), WordPress网页设计, Canva可视化工具；PS, Pr, Procreate,等图文、影视软件；SQL数据分析基础