

## 史杰松

男 41 岁(1982 年 7 月) 博士

现居住地：苏州

手机：19851292975

E-mail: sjs345@163.com

### 自我评价

史杰松，中国农业大学营销战略管理博士（农业营销战略管理方向）、商学院中方教授（数字化营销管理方向）、企业咨询师、数字化 SAAS 软件架构师。

史杰松是苏州领军人才（2020 年第 1 批）、北京中关村人才库入库专家（2022 年第 3 批）、法国 ISTIC 商学院营销管理中方教授，北京大学经济学院（2023 年始）、西安交通大学管理学院（2022 年始）特聘讲师。营销畅销书《营销策划有用即真理》《重做一次》作者，原联想集团华北大区经理 DMM、联想君联资本行业投资经理、芬兰 NOKIA（诺基亚）通讯集团亚太地区品牌及大渠道总监，小棉袄集团（股票代码：870586）CEO。

史杰松创办的 IT 咨询公司夜鹭云是中国电信旗下生态链企业，并长期为大农业、大健康、节能环保、快销品及高端服务业等行业提供全案营销咨询服务，擅数字化营销创新、数字化新媒体、数字化新零售、数字化组织建设、企业数字化转型与创新、企业定位与市场细分、爆品打造与精准营销、社群营销与网红变现等营销咨询服务。

史杰松还担当多家大型企业及上市公司常务营销咨询公司顾问及独立董事职务，从 2020 年开始拥抱实体产业，做可落地可持续发展的实业公司负责人，其成功运作的极草 5X 冬虫夏草、好丽友、为极草 5X 冬虫夏草、娃哈哈启力、京润珍珠、安踏运动、自然堂、匹克运动、良品铺子已成为商学院 MBA 案例。

### 工作经历

2019.06 - 2022.02 小棉袄集团（股票代码：870586）

工作描述： 【在职期间完成以下业绩】

### **战略定位：**

从传统的家政企业完成全国首家家庭消费产业集团的战略转型并获取首轮 VC 风险点投资 2 亿元。

### **组织变革：**

在北京成立集团管理公司，将业务管理、培训管理、数字化管理、人力资源管理从各业务单元中剥离出来，做“1+N”的方式垂直管理全国各地业务公司。

### **人才培养：**

组织并开展《青年储备干部》及《核心班底》计划，以全国各区域经理、管理公司中心总监、各子公司核心业务经理为重点为企业培养中层核心干部并承担部分核心课程的面授。

### **数字化营销：**

全国同行业赞行推行、设计并实施阿姨云、业务 SAAS 平台并完成核心数据资产的确权，将数据资产做为精准营销的保障和企业自动化营销的基础，累计在线上完成全国长江以北 11 万劳动者的数据增量。

### **全国布局：**

先后完成企业省内及省外分子公司筹备、招聘、管理等工作，包括：山东省、河北省、河南省、辽宁省、北京市、天津市等核心城市，真正完成从地方企业到全国企业的布局。

### **线上知识付费：**

全国在同行首创线上知识付费营销方式，自建线上学院，实现业务+培训+零售的三驾马车的经营战略。

### **新零售：**

全国同行率先提出新零售的企业，通地劳动强关联的劳动场景，实现产品+服务和产品+服务的关联交易，真实实现家庭消费新零售。

**工作描述：** 夜鹭云由独立营销学者史杰松博士创立，是中国电信集团主板上市公司国脉文化（股票代码 600640）生态链企业。夜鹭云国内从事数字化营销教育、数字化营销企业咨询、数字化人才培养以及数字化软件解决方案的专业机构，夜鹭云是企业人才培养、内容策划、数字传播、工具导入、私域流量等数字化营销服务商，真正解决企业数字化营销转型中缺人才、缺工具、缺方法等实际问题，现已服务了极草 5X 冬虫夏草、娃哈哈启力、京润珍珠、自然堂、匹克运动、良品铺子、东鹏特饮等企业。

### **中国电信国脉文化介绍**

国脉数字文化股份有限公司是中国电信旗下 A 股上市公司,成立于 1992 年 11 月 24 日,并于 1993 年 4 月 7 日在上海证券交易所挂牌上市(证券代码为 600640),是我国邮电系统第一家上市公司。2012 年公司实施重大资产重组,是中国电信集团公司的控股子公司。新国脉数字文化股份有限公司以“科技文化赋能,共创美好生活”为使命,致力打造成为“科技文化型、服务集成型、创业创新型”的领先的数字文化科技公司。公司三大业务板块:数字内容、数字营销和数字文旅。在数字内容方面,新国脉集中力量打造数字内容中心统一平台及统一入口,加快推进“平台+终端+应用+内容+生态”能力升级,加强数据整合,打造内容运营生态体系,满足面向个人及家庭用户的各类数字生活服务需求,丰富中国电信数字化产品集群。致力在 2-3 年内,打造成为国内一流的数字内容服务提供商。在数字营销方面,新国脉发挥运营资源优势,整合积分、权益、大数据、融合等能力,形成多元化数字营销产品及能力输出,为运营商及行业合作伙伴提供一体化数字营销解决方案,形成有影响力的数字营销品牌,力争在 2-3 年内,打造成为国内知名的数字营销服务提供商。

### **数字营销策划业务**

夜鹭云为企业提全案数字化全案营销策划服务，从顶层设计、组织搭建、落地工作等全链路的营销策划服务，与传统的管理咨询有本质的不同，一方面所有咨询均有落地软件做支撑，这样确保数字化营销最终完全可以实现落地，真正实现了“科技+营销”，跳出对人的经验与感觉的依赖。现有服务模块分为：客户运营策划、品牌营销策

划、企业流量（公域及私域）策划、渠道招商策划、垂类电商策划、自媒体 IP 策划。同时因为数字化是组织化的过程，所以一切数字化均涉及到组织变革，所以项目为人力资源服务，包括但不限于架构设计、岗位 SOP、数字考核、数字化人才培养等方面。

### **数字化应用软件板块**

夜鹭云基于企业营销创新应用场景，开发出基于私域流量管理、SCRM 客户关系管理、社群会员分销管理等垂类需求开发出定制化的软件，以低成本 SAAS 的模式为全国中小微企业提供轻量级的数字化营销策划解决方案。

### **数字化培训板块**

数字化营销是“一把手”工程同时也是“全员营销”的系统工程，因此培训极为关键，夜鹭云自动研发并长达 9 年时间践行了系列数字化营销培训课程，包括但不限于：数字化营销创新、数字化新媒体、数字化新零售、数字化组织建设、企业数字化转型与创新、企业定位与市场细分、爆品打造与精准营销、社群营销与网红变现等方面内容，其课程风格如下：

- 1.调研：课前调研每一家企业营销状况，保证活动针对性的讲解；
- 2.案例：所分享的案例均是夜鹭云实际操作案例且全部均为本地本土企业；
- 3.内容：无假大空的“表演式”培训，课程以理性的方式讲解的是解决企业实际问题的方式与方法；
- 4.测评：课程下半场可由史杰松老师针对企业实际问题，现场给以具体落地方案。

### **数字化应用技能人才培养板块**

数字化营销管理是一门交叉学科，它基于市场营销及数字化软件技术，且数字化营销已经成为了企业的标配，所以数字化营销人才培养成为当务之急重要工作，史杰松博士总结具有独立知识产权的《企业数字化转型与数字化营销管理》课程，现已给超过 200 家企业提供培训和辅导工作，一年影响约 500 名大学生和研究生！通过课程和实操案例让学生掌握数字化营销的模式+数字软件+组织变革+用户画像等全新营销方式和落地方法，并将学生送到服务的客户企业实现订单式人才培养。

## 2009.03 - 2014.01 芬兰诺基亚通讯集团总公司

工作描述： 工作在芬兰国首都赫尔辛基的诺基亚集团总部，是华人在当地的骄傲，主要负责诺基亚品牌手机在亚太地区的品牌文化建设、品牌宣传、品牌终端形象、亚太各国媒体投放、终端品牌拉动、新品品牌定位等工作，工作期间，将诺基亚 3 系手机打造为大中华区（中国香港、中国澳门、中国台湾、中国大陆）第一手机品牌，缔造每眨一眼就卖出 6 部手机的业绩神话

## 2004.09 - 2009.01 联想（中国）电脑集团

工作描述： 联想鹏飞管理培训生，公司史上最年轻营销高管，服务过集团 14 岗位，涵盖生产、运营、战略、人力资源、产品等等，所负责的华北大区，连续 4 年公司 TOP1，累计营业额 13 亿，同时也是行业内最早将大学市场为主要目标客户群的第一品牌。在职其间联想品牌布局于全国，在职其间负责公司新品上市全程战略、品牌规划、产品定位、全国渠道布局、终端布局、全国联动媒体宣传以及大客户直销解决方案等工作

## 2004.09 - 2009.01 君联资本管理股份有限公司

行业投资经理 35000-50000 元/月

投资/融资

工作描述： 联想旗下投资公司，负责大农业、大健康、能源、旅游、高端消费项目行业研究、投资方案指导、战略投资跟进以及股权改革、资本上市等工作，每年仅个人投资达 5 个亿

## 项目经历

### 京润珍珠数字营销策划

项目描述： 海南京润珍珠生物技术股份有限公司成立于 1997 年，是海南省唯一、全国少有的一家专业研究、生产、销售珍珠系列化妆品、保健品及生物制品的高新技术企业，也是海南省唯一取得进出口权的珍珠企业。

主要职责：

- 1、通过市场深度梳理及大数据洞察，确定京润珍珠品牌全面升级战略、坚持推进高端化路线战略布局和产品、品类、渠道上的业务创新设计。
- 2、根据尼尔森市场研究公司的线下零售渠道数据和中怡康市场研究公司数据，对比 2017 年，佰草集 2018 年上半年同比增长 4.4%，2018 年在百货渠道的市场份额增长 10.1%，佰草集品牌在 2018 年百货渠道主要护肤品牌市场份额排名中跻身前十。
- 3、在整合营销七步走战略护航下，逐步实现品牌、产品、渠道、服务等整体战略升级，佰草集发展成为化妆品行业第一梯队。

## 秋林食品数字营销策划

项目描述： 哈尔滨秋林食品有限责任公司是 1900 年由俄国人伊万·雅阔洛维奇·秋林创建的，曾由英国汇丰银行、日本株式会社、前苏联政府经营，1953 年中国政府有偿接收秋林公司，并于 2007 年初成功完成了企业自主改制，并更名为哈尔滨秋林食品有限责任公司，现为秋林集团的全资上市子公司。它是哈尔滨历史最久的烘焙食品加工企业之一，已有一百一十五年的历史，前店后厂、即做即卖的销售是它的一大经营特点，建厂之初生产的俄式产品主要提供给在华的俄罗斯人食用，随着侨民和本地居民的不断融合，当地人逐渐喜爱了这些食品，并成为哈尔滨的特色之一。

主要职责：

- 1、为实现百年百亿目标，助力秋林食品进行从“粽百亿”到“糯千亿”的战略调整，通过竞争策略为五芳斋提出“中国进口食品领导品牌”的数字化内容定位，实现从“粽子”到“糯米制品”的产品板块扩容。
- 2、基于品牌定位创新性提出“糯+”产品数字化战略，并制定“糯源、糯艺、糯心”的产品标签，致力于将打造成文化浓、质量优、竞争力强的新时代百年老字号品牌。
- 3、在全网数字营销组合拳下，2019 年，五芳斋销售额达到 47.43 亿元，同比上涨 16.22%，实现利税总额 4.05 亿元，同比上涨 20.11%，名列全国“老字号品牌发展指数”排行榜第 6 位。

## 格安特营销策划

## 项目描述： 1.产品线及卖点细分

以“聚六亚甲基双胍盐酸盐”为主要成份,倒推于产品,形成医用、农用、公共场所、家用4大产品线和50多种产品项目和应用领域。同时将复杂的技术语言转化为消费者的市场语言,策划出“12秒杀菌,12小时抑菌”产品广告语并为全国销售人员和经销商拟订《终端产品应用手册》

## 2 全渠道精准覆盖

帮助全国各大区规划出医院、防疫站、KA连锁、幼儿园/学校、餐饮/酒店、孕婴店、月子会所、公共交通、家政公司、农用、电商等多个渠道,并为每个道单独开发产品、制定定价和促销方案,实现产品铺货与渠道动销的结合。

## 3.单品升级控感系统

全国首个将单一产品与医院大数据控感结合在一起,实现“事先有控感、事后有产品”的应用,在医院控感中结合各大科室的需求做出定制化解决方案,并通过学术拉动活动进行全国推广和应用。

## 4.市场地推与终端覆盖

在企业内部建立销售工程师与市场推广经理负责制度,充分发挥专业分工,利用专业杂志、行业展会和学术论坛进行技术推广和应用传播,占领产品标准高地,成为行业领导品牌

## 5.政企合作公益营销

针对于全国性的重大自然灾害做公益营销,一方面实现社会责任,更可以利于政府品牌做品的应用效果背书

## 同福集团营销策划

## 项目描述： 1.品牌强化

从一个农业深加工企业到全国性快消品企业,从产品线、产品项目以及明星品牌代言,让企业提升到品牌营销的战略高度。

## 2 渠道标准

制定全国性的渠道发展策略，并以安徽芜湖与合肥为全国示范市场，在渠道模式、流通方式、冷链运输以及终端生动化方面做出标准化作业程序，并布局全国传统渠道、电商渠道和特殊渠道。

### 3.直销升级

帮助企业开辟大健康直销市场，并以市场调研为导向，开发了多个大健康产品，如：6日组合装、葛根配方宫面燕麦配方米等。

### 4.文化传播

帮助企业成立全国首家“粥文化”展馆并借用 720 度全景展示，实现线上与线下的同步展示，成为业内文化高地。

## 中航安盟保险营销策划

项目描述：

### 1.建立食品安全社会保障体系

与中航安盟战略合作，携手中国农业部信息中心，建立食品安全社会保障体系，将农产品可追溯系统、食品安全保障险以及国家法律法规，整合成一套“事先有政策引导，事中有信息化管理，事后有消费者保险保障的产业链体系。

### 2.“互联网+” 三农缔造全国信息服务网络

用“互联网+农业”实现全国 40000 多个三农信息服务站，将保险产品、农村淘宝、蚂蚁金服等金融产品直接辐射到全国一线城市的三农市场，为金融企业搭建产品“最后一公里”销售渠道，为新型农业经济主体提供入县、入乡、入村服务。

## 华辰制药营销策划

项目描述：

### 1.设计首家兽药内部创业平台

针对于“企业者化及”老板文化依赖严重”的客观事实，开创全国同行业内部创业平台，通过区域市场紧密性合伙人方式，激发内部员工创业动力同时也弥补企业渠道的不足。

### 2.企业销售流程再造

全面导入“互联网+”工具及销售模式，将原有点对点的集团大客户及渠道销售模式



进行销售系统流程再造，即:立项、初步接触、方案确认、业绩展示、商务合作、项目评估、合作谈判、签约。实现企业致力于以创新的生物技术，为动物提供健康解决方案商的使命。

### 3.行业品牌学术推广

针对“家畜及”家离↑细分市场特点，跳过大规模广告宣传，在行业展会、论坛及学术杂志做精准性的推广并与高校合作，协助高校做人才培养与孵化，将行业内大学生做为企业未来的“生力军”。

### 4. 销售工程师人才孵化

实现一专多能的销售人才培养模式，在全国推行销售工程师培养计划，利用“N个销售工程师+1销售商务”的模式，以专人、专岗、专事的专业团队开发市场。

## 极草 5X 冬虫夏草营销策划

项目描述： 从 0 开到 22 个亿的销售神话

### 1.产品定位

将一样的产品卖出不一样，通过泡制饮片实现含若吃的冬虫夏草，创造全新品类，锁定消费者消费场景，缔造百亿元市场价值。

### 2.销售渠道

制定全国直营体系与加盟体系，形成店面零售及要客双轨制度的销售模式，用客户体验做为渠道商与消费者的黏性。

### 3 .核心价值

在行业混乱的市场情形下，提炼出了《极草五大功效)将产品标准化、形象化、统一化，占领行业价值高地。

### 4.内部管控

针对全国数以万计的从业人员，制定并导入执行《极草营运管理系统》、《内控管理表单系统》和《终端陈列标准》，并进行全员营销,全员培训，培训上岗，全景式考核。

## 5.广告行销

全年广告费用 7 亿，密集性覆盖中国全部高端媒体,成为广告成功的典范。

### 东北 1 号营销策划

- 项目描述：
- 1.从低端冷鲜肉到高端 PIC 猪肉的品牌和产品升级，带领企业从低价值农产品到高端农业的转变。
  - 2.将高端 PIC 猪肉市场化、品牌化、形像化,最终形成品牌符号。
  - 3.产销分离，销区精准锁定京津冀经济长廊，占领华北核心消费市场高地，辐射农超、农社及特约专卖店。
  - 4.在传统的鲜品基础上开发冻品,开通全国知名大客户渠道，为大客户实现食品供应链，已达成烟台喜旺、香港湾仔码头以及盘锦吴大嫂等大客户。
  - 5.年销售达成 6500 万以上的业内销售神话。

### 普力倍丽营销策划

- 项目描述：
- 1.企业品牌营销  
将台湾普利公司全球领先产品完成本地化及本土化落地，即品牌形象设计、品牌定位及品牌诉求。
  - 2.运营落地帮扶  
以总公司为营销中心，建立面向于全国的代理商及代理商帮扶体系，并协助团队进行网络招商、展会招商、事件性新闻招商、大数据招商及广告招商。
  - 3.拓展全新市场  
针对于婴幼儿市场、车载市场研发新产品,结合应用场景在原有渠道拓展经销商队伍，建立新行销渠道。
  - 4.工业解决方案  
针对于农场、食品厂及肉制品加工厂提供专业化食品级消杀产品解决方案，并建立售前项目经理区域负责、销售 I 程师及告前技术支持，项目小组销售模式及具体的销售落地工具流程、方案、语述。

## 天佰立科技营销策划

- 项目描述：
- 1.融合无源启动喷淋阀及重复启闭预作用系统产品基础之上树立工业品品牌智慧消防，参照智慧地球、智慧城市等运营模式，在消防领域提出了智能化的重大突破。
  - 2.制定产品、系统、应用三大板块应用规范并配合人力资源及学术拉动招商体系，帮助企业进行落地执行。
  - 3 通过漫画形式诠释产品功能、作用及应用原理达到简单易懂并易于推广传播的效果。
  - 4.针对于产品特点，设计出不同客户行业解决方案，已应用至图书馆、机关、军队、能源、教育等行业。
  - 5 将建筑设计院作为切入点形成技术型销售模式，即前期会议营销，中期解决方案，后期产品实施。

## 美家尽有营销策划

- 项目描述：
- 1.全国首创以终端家装软装设计师为主导的全新销售模式完全用装修方案倒推生产、物流、安装以及售后服务，实现独特的销售营销流程再造。
  - 2.在北方家具集散地香河县布局总部基地模式将采购、数据中心、电商平台及设计中心融合成集团公司，实现总部基地、分公司、体验店面、设计师的四级管理。
  - 3.协助企业资本营销借助猪八戒网威客平台，将家具生产、家具设计、家具零售整合为平台创业合伙人。
  - 4.上线全国首家线上美家尽有用户自助体验中心用户可以像"搭积木"一样设计家庭的家具、家居、家电，并整合供应商为客户提供一站式解决方案。
  - 5.成立家具专业物流公司--远恒物流完善家具骨干物流、城市配送物流及安装物流三段物流体系。

## 匹克数字营销策划

- 项目描述：
- 福建泉州匹克集团公司成立于 1992 年 12 月，是集制鞋、鞋材、服装、包袋、体育运动专业器材等多种经营的现代外向型企业集团。

主要职责：

打造了匹克多数据+业务双中台数字营销操作系统，数据驱动线下门店改革，以重构 POS 为切入点，完成门店数字化的升级改造,实现:

- 1、数据驱动线下门店改革，解决服装行业内门店要货补货痛点。
- 2、完成人、货、场经营要素在门店的全面升级，现实门店与小程序深度融合。
- 3、导入 SAAS CRM 平台让员工时间价值合理分配，让员工更积极主动，更聚焦顾客经营。
- 4、通过数字魔镜让顾客消费体验更优质，个性化消费诉求更易于得到满足。

## 饭扫光营销策划

项目描述：      (1) 快消品新品上市

对四川饭扫光股份有限公司愿景、核心价值、竞争优势等进行提炼，帮助企业理顺发展思路，找到了快消品市场突破方向，从渠道倒推，用渠道的思维思考消费者需要什么样的下饭菜？

                  (2) 饭扫光品牌符号

一家企业一个爆品，对于饭扫光构思出夸张的卡通形象,融合天津华漫兄弟设计理念，做出中国第一个干调行业 “漫营模式”，让消费者听的清、记得住、易传播，真正做到了新生代下饭菜领导品牌。

                  (3) 产品线延伸升级

通过饭扫光打通渠道销售最后一公里，融合“传奇高府菜”将饭扫光与川老汇两大产品品牌统一旗下，使饭扫光形象重新焕发生机，大幅提高了顾客满意度销售记录不断刷新。

                  (4) 渠道经销铺市

制定全国布局策略、代理商管理、帮扶及终端拉动方案凭借全新品牌形象和产品、创新的宣传及展位设计，借全国春季糖酒会东风，高福记企业进一步深化拓展全国市场，味香飘万里，完成中国西北地区及全国主要核心城市铺市。

## 春添食用油营销策划

### 项目描述： 1.品牌符号

缔造小品类油最大差异化卖点,放大聚焦北纬 45 度“全球物产黄金地带”,用“黄金圈”做为品牌符号,最大程度的实现差异化品牌主张。

### 2. 销售团队

从无到有,从小到大,从清晰到明确,为销售组织提供销售核心岗位招、《关键性业务考核指标》《销售人才成长方案等销售人力资源落地支持。

#### (1) 渠道布局

针对于混乱的国内小包装食用油市场,设计 KA 连锁商超、便利店、餐饮、垂直电商、OEM 代工等流通产品销售路径,并围绕“黄金圈”实现独特的销售拉动,即:产品+特色搭赠+话述+终端生动化+休闲农业旅游。

#### (2) “家油卡”直售

以家庭为消费单位,结合 2018 年销售旺季,全国掀起 2018,你家油了吗?销售热潮,从活动创意,到动员大会,到平台开发,为春添在农业特色直销方面打响“第一炮”!

#### (3) 文化传播

利用企业全产业链条的优势,针对渠道客户及终端消费者,开展“畅游全球物产黄金圈”活动,并策划《春添行走影像》文化事件营销。

## 吉林敖东营销策划

### 项目描述： 1.全国首创'轻断食'概念

倡导“大高酵素+轻断食”,让消费者减少与老化有关疾病的发生率,达到一种新的生命境界,“轻断食”成为酵素行业品牌重要元素。

### 2. 产品深度传播

策划中央电视台发现之旅栏目纪录片,以日本正宗大高家族为切入点,对发酵产生大量对人体有益的植物复合酶以及人体的代谢和机能起着重要作用,进而克服疾病、增强免疫调整肠道菌群进行深度传播,借央视品牌和全国辐射高端品牌深度传播。

### 3. 明星借车造势

连续多年赞助华鼎颁奖典礼,大高酵素明星捧场,利于事件性的宣传和媒体合程报道,对明星粉丝进行精准营销,实现了“四两拨千斤”的有效推广

### 4. 全国道布点

以 200 亿元以上“大市场”、世界酵素发明人大高登先生“大品牌”、大型控股上市公司“大公司”、2.5 亿元巨资广告“大手笔”为道卖最接地气市场支持,强劲助力经销商市场拼杀!最可靠的保障,与大企业合作最放心席之地生千金。

## IQAir AURA 营销策划

项目描述:

#### 1. 从母品牌到子品牌

Vegoo 的升级及细分市场的切割营销。

#### 2. 筹备建立大客户直销系统

分公司区域管理系统、经销商分销系统及电商零售渠道等全国市场布局。

#### 3. 从传统单品净化器到 IQair 新风系统解决方案并依据产品销售模式孵化销售工程师。

#### 4. 重新设计企业销售

流程并导入 CRM 系统, 进行全国客户资源的体系建设, 并将 CRM 系统作为销售工程师的 KPI 考核指标。

#### 5. 完善公司店面零售体系

依据各分公司实际情况, 设计出符合本区域的产品 SKU、价格、促销以及销售政策, 并在北京地区试水进口家电全品类的联营模式。

#### 6. 在北京部门策划并落地空气事件性宣传话题

导入社群培养高端人士为意见领袖, 通过病毒式传播做精准营销。

## 自然堂数字营销策划

项目描述:

伽蓝（集团）股份有限公司是数字化驱动的生物科技美妆企业。自 2001 年在上海先后创立了中国原创高端美妆品牌美素、源自喜马拉雅的自然主义品牌自然堂、敏感肌

肤护理专家植物智慧、适合年轻化消费者的品牌春夏、专业功效性护肤品牌珀芙研、专业彩妆潮牌 COMO、新锐香水品牌莎辛那等品牌，业务规模不断发展壮大。

主要职责：

1、助力自然堂在 2010 年上海世博会推出首个源于喜马拉雅山脉的系列，自此开始企业数

字化转型：新定位、新内核的数字升级之旅。

2、以数字化营销为内核，通过创意营销迅速提升自然堂新定位下的内容生产，强化品牌核心竞争力，广泛运用明星同款和口碑种草差异化的竞争策略，使品牌各渠道销售力迅速

增长。

3、连续十年坚持强化自然堂“喜马拉雅”数字基因的植入，为品牌制定五年一步台阶的品牌战略方略，目标 2020 年占领全国化妆品市场份额第一的高位。

### 天士力控股集团数字营销策划

项目描述：天士力控股集团有限公司是以大健康产业为主线，以全面国际化为引领，以大生物医药产业为核心，以健康保健产业和医疗康复、健康养生、健康管理服务业为两翼，形成产业与资本双轮驱动的高科技企业集团。

主要职责：

赋能天士力控股集团有限公司旗下「数舰」、「数盈」两大数智产品矩阵提供数字中台、SaaS 新营销中台等数字商业云服务，聚焦新零售、新渠道、新直销、新地产、新汽车五大行业和领域，以「业务+数据」双中台为核心技术，驱动企业数字化转型，助力企业业务持续增长。

### 三生数字营销策划

项目描述：三生（中国）健康产业有限公司成立于 2004 年，现已在国内成立了 32 家省级分公司，并已成功开拓了东南亚和东欧的多个国际市场。公司以“打造备受尊重的家庭健康生活全球品牌，成为最受人尊敬的国际化企业”为愿景，秉承“自尊敬人”的核心

价值观，以力求完善的态度为他人创造价值，通过为普通的产品和生活赋予情感与意义，从而在平凡中创造不凡！立足健康生活产业，三生已注册了 390 个商标、获得 56 项专利、并向国家食品药品监督管理局成功申报了 31 种保健功能食品，推出了健康生活食品、个人护理用品、健康家居用品、化妆品等四大系列产品。

主要职责：

- 1、赋能三生全面升级了原来的“三网合一”模式，构建了以用户为中心的“360°新三网合一”营销模式，集 360“线上线下全接触、大数据分析和用户体验为一体；
- 2、建立基因检测业务平台，为客户提供大健康整体解决方案做好了技术准备；
- 3、实现研产一体化，深化 ERP(企业资源计划)应用，实现产供销一体化，实现财务业务一体化。

## 良品铺子数字营销策划

项目描述：良品铺子是良品铺子股份有限公司旗下的品牌，成立于 2006 年，是一个集休闲食品研发、加工分装、零售服务的专业品牌。

主要职责：

- 1、打通会员中台，实现会员+数据+运营  
电商、门店、自有渠道、APP、小程序，各个渠道的会员权益、等级、购买频率、客单价遇过一个会籍的管理服务后端的导购、运营和客服场景。
- 2、2A 智能语音机器人海量回访  
45 天后 A 智能语音机器人海量回访对其进行第二次的触达吸引其继续到店或吸引复购。
- 3、大数据多线程实现 0 卡顿  
数字营销的中台提供新一代互联网架构保障近百万用户参与秒杀，几万人高并发抢购。全程 0 卡顿。最终实现 4 亿销售收入，完成 100%销售目标，每秒订单数 5136；每秒订单付款处理能力提升 3609%等。

## 新希望南山液态乳液数字营销策划



项目描述：湖南新希望南山液态乳业有限公司于 2013 年 11 月 27 日在长沙市望城区市场和质量监督管理局登记成立。公司经营范围包括乳制品液体乳(巴氏杀菌乳、调制乳、灭菌乳、发酵乳) 等。

### 1、数据驱动新零售转型

设计数据中控平台让消费者足不出户便享用到定制化乳品;通过自提冷藏格子柜送到办公楼，创造早餐、下午茶等更多的消费场景。

### 2、数字驱动实现产品可溯源

实现包材、物料输入、产品灌装全流程无菌化管理,帮助企业导入物流 TMS 系统的建设，利用手机 APP 即可完成每一盒牛奶的全程有效追溯。

### 3、数字促进精益化生产

帮助企业布局 TMR 精准饲喂系统，通过奶牛计步器所搜集的数据，分析出奶牛不同时期的身体状态，进行全自动化精准投放。对奶牛生活区进行智能化改造，监控奶牛生活区的温度，消费者通过“认领一头牛”活动全程可以过直播方式进行远程体验。

## 今竹叶青数字营销策划

项目描述：四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司成立于 1998 年,是国家农业产业化重点龙头企业，全国著名的名优茶生产企业。定点茶园和无公害茶叶生产基地近 40 万亩，年生产各类名优绿茶 3600 吨。十余载的风云砺炼，使竹叶青业已成为集茶园栽培管理，初制生产，精制加工，产品研发，茶文化观光旅游及进口贸易为一体的经济实体，营销网络遍布北京、上海、天津等国内一线城市，并出口到日本、北非、欧洲、美国等海外市场，备受海内外消费者青睐。

主要职责：

### 1、全触点绑定

为其开发中控平台实现客户与销售深度绑定，用社交属性深度打通线上渠道购买新零售渠道，客户直接成为企微好友，将平台的公域流量和门店的散客流量逐步导入了品牌的私域流量池。

## 2、互动雷达

提高私域转化最高的场景，以优化导购服务流程和提升效率为目标，设计了话术库、素材库、客户轨迹画像、一键发券等功能模块，提升了单个客户的服务效率。

## 3、多标签客户画像

为客户提供“千人千面”的私域服务通过内容制定与传播清晰地将客户精细化分层运营，导购会根据客户的消费偏好，向其推送对应的种草内容。精准营销满足客户个性化需求，从而提升竹叶青品牌的购买转化率。

## 4、数字营销流程再造

PCG 内容中心会在朋友圈、社群等发布种草内容;购买阶段:会员商城搭建了丰富的促销玩法;交付阶段:全触点营销平台的数据统计和标签功能，导购可以及时发现、标记，进行二次培育，重构品牌强关联，减少客户流失。

## 北京百家好服饰有限公司

- 项目描述：
- 1、以女性情感作为营销入口，利用百家好(basic house)自身内容优势，对其品牌内涵进行重大升级，让超过 3000 万新用户对百家好(basic house)产生记忆点，最终达成消费转化。
  - 2、在数字化新零售体系下，以消费者运营为核心，以数据为能源，进行全媒体、全渠道、全链路的营销活动，不断为百家好(basichouse)打造“行业 X 场景”的解决方案。
  - 3、基于“品销一体”闭环的新营销探索，依托妖精调性打造跨界营销、主题营销等多样化的传播形式，通过场景化内容传递情感，仅单次与北京先锋书店的跨界合作，就实现了全网销售额提升 15%。

## 教育经历

2010.09 - 2013.07    中国农业大学    营销战略管理    博士

2009.07 - 2010.09    吉林大学    营销战略管理    硕士

语言能力

英语：读写能力 熟练| 听说能力 熟练