

# 徐静雯 · 作品集

8年品牌人

职业经历：4A广告公司 → 新消费品牌 → 产业研究机构

战略思维

创意策划

项目统筹

内容运营

资源整合

8年品牌营销实战经验，曾任国内头部4A广告公司、新消费、产业研究机构品牌核心岗，擅长从品牌顶层设计到执行闭环，驱动品效双增长。曾主导执行超16个品牌传播与活动项目，服务包括快消、餐饮、通信、金融、文化旅游、科技等多个行业品牌，累计曝光量逾3亿；曾打造破圈级传播案例，实现品牌声量与商业转化双增长。

## Selected Projects



### 新能源新材料产业招商推介会

以峰会为支点  
撬动区域产业升级新动能  
政企学研联动 | 全域传播赋能



### 前瞻产业研究院城市搞钱榜传播

将产业研究成果转化为大众议题  
用传播势能反哺业务增长  
实现“声量提升-业务转化”闭环



### 分宜电厂螺蛳小镇文旅项目

主笔价值300万的文旅前策方案  
撬动3亿的文旅项目  
文旅IP孵化 | 千万级商业转化



### 文和友·雪糕自由计划

借势“雪糕刺客”社会热点  
打造城市级爆款IP活动  
KOL分级投放模型 | 引爆线上线下双流量



### 海普诺凯1987新品上市发布

以文化IP重塑品牌高度  
实现品效销一体化  
IP跨界营销 | 千万级流量破圈



### 多维能力

市场调研支撑千万级项目定位  
多篇软文阅读量10w+  
短视频内容运营实现精准引流

\*内文详述



## 厦门市海沧区新能源新材料产业招商推介会（深圳）

统筹近200人产业招商峰会，以策略性执行重构峰会价值



产业媒体宣传热度

1000<sub>w</sub>

大会执行周期

20<sub>天</sub>

大会实际到场人数

193<sub>人</sub>

现场签约投资额

1300<sub>亿</sub>SUMMIT  
COORDINATION

## 项目背景

为加快重点产业链招商，厦门市海沧台商投资区政府与前瞻产业研究院首度携手，面向粤港澳大湾区企业，全面宣传推介海沧区产业优势，吸引企业落户投资。项目**核心挑战**：

- ①峰会形式同质化严重，企业参与意愿低
- ②传播需突破行业圈层，触达政府、学术及泛商业人群
- ③跨部门协作复杂，需统筹多方客户部门、供应商单位，确保全流程执行零失误。



## 执行亮点

**内容分层，打造差异化体验**：议程上设置“政策解读-趋势发布-圆桌对话”三级内容，强化信息密度；策划“产业价值展厅”互动场景，立体呈现区域产业价值，提升内容可视化。

**传播破圈，构建全媒体矩阵**：创作倒计时悬念海报、定制化邀请函H5、产出系列深度文章，解析峰会价值点，获新华网等多家官媒转载。

**节点管理，精细化执行管控**：制定倒计时执行排期表，拆解50余项任务，搭建跨部门协作流程（设计-内容-技术），责任到人，统筹供应商，对接政府各部门，进度偏差率<5%。



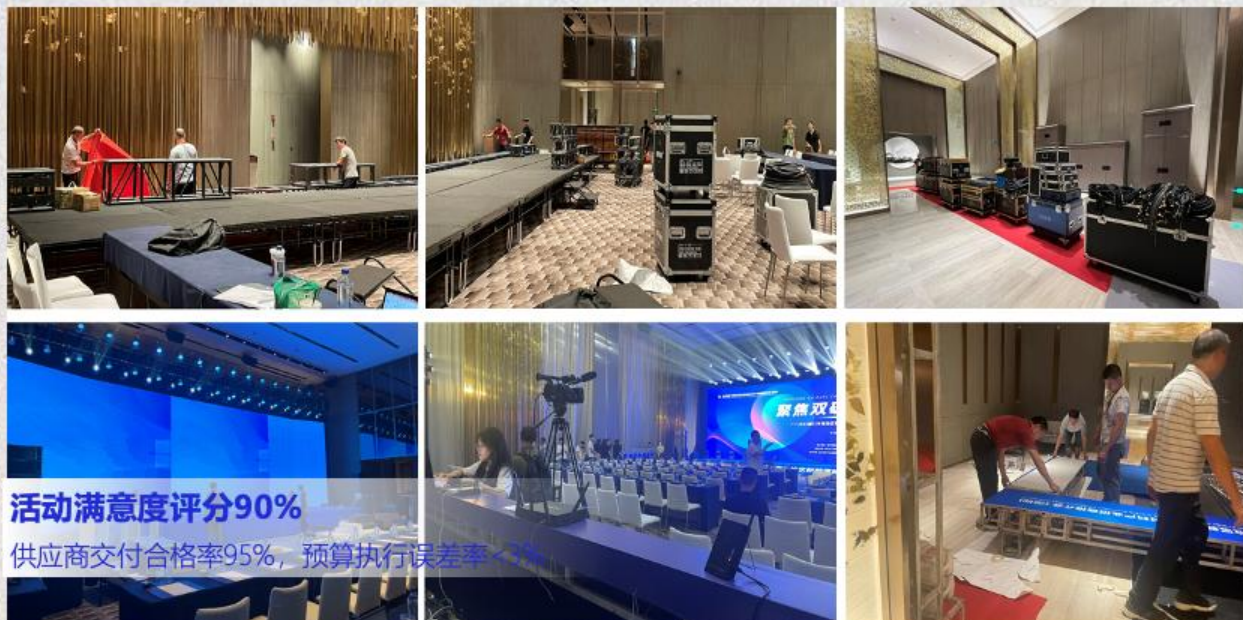
## 项目成果

**执行效能**：供应商交付合格率100%，预算执行误差率<3%；会后3天内完成所有资料归档与复盘报告，获客户“超预期交付”评价。

**传播声量**：全网曝光量1000万+，核心稿件阅读量10万+，媒体转载率60%。

**活动规模**：近200位企业高管参会，政府/学术嘉宾出席率95%，活动满意度评分4.8/5.0。





## 产业内容赋能 撰写区域产业推介PPT

基于海沧区产业布局、政策优势及企业案例  
提炼“新能源+新材料”双核产业标签

被海沧区投促局用于5+场闭门洽谈会



## 通过全域传播打破行业圈层壁垒

产出系列深度文章，发布倒计时解析峰会价值点，将产业看点转化为社会议题，平衡专业性与传播性











# 长沙文和友 雪糕自由计划

0-1搭建达人资源库，累计曝光超1000万，15小时售罄万张门票



抖音话题播放量

**1000** W

抖音达人互动总量

**22** W

门店单日客流峰值

**30000**

活动门票成交金额

**14** W



## SUMMIT COORDINATION



### 项目背景

长沙文和友新店位置偏僻，客流局限于周边社区居民、周边5公里范围虽有（湖南卫视、长沙大学），但暑期大学生放假，核心客群流失。项目**核心痛点**：

- ①新店周边自然客流不足，需突破区域限制吸引全城客群
- ②7月开业正值暑期淡季，传统营销手段收效甚微
- ③预算有限，需以小成本撬动高传播声量



### 执行亮点

**借势社会热点，打造全民事件**：借势22年“雪糕刺客”现象，策划“雪糕自由保卫战”主题活动，直击消费者价格敏感痛点；以“反雪糕刺客游行”为创意主线，线下设置抗议标语墙、雪糕侠cosplay打卡点，强化话题性与参与感。

**全域传播矩阵，突破地理限制**：从0-1整合长沙本地美食、生活类达人100+，分级投放（头部造势、腰部扩散、素人种草）；发起同城抖音挑战赛，用户参与量超2万条。

**绘制“冷启动破局公式”**：痛点借势（雪糕刺客）× 情绪共鸣（自由保卫战）× 全域传播（达人矩阵）。

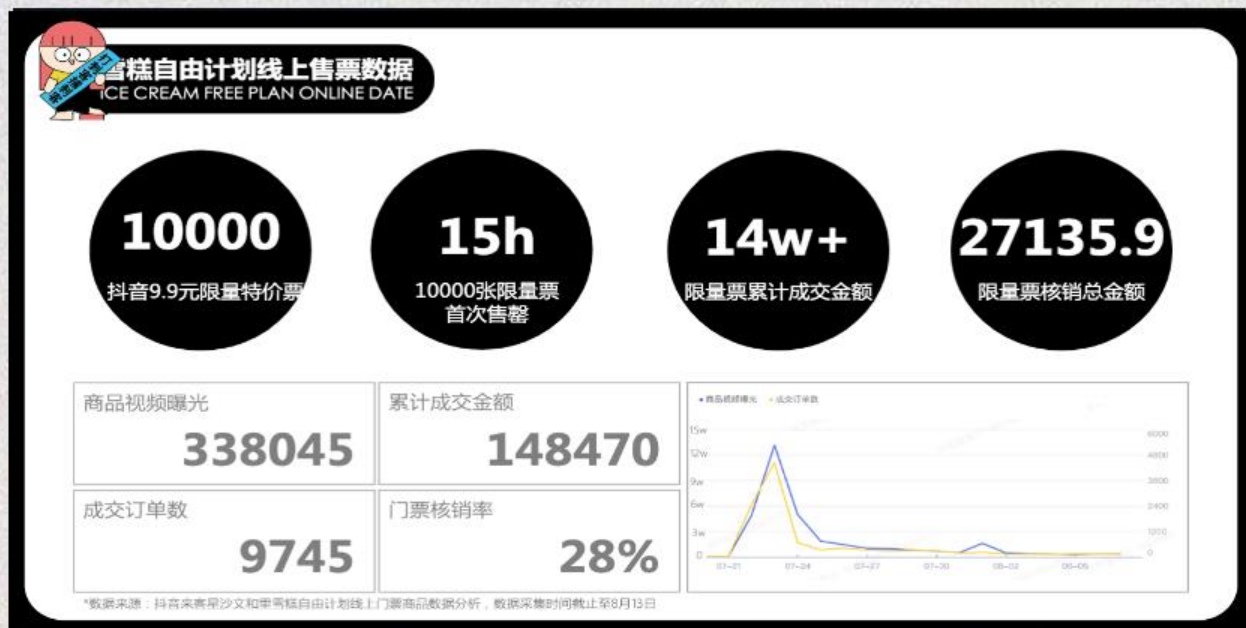


### 项目成果

**客流突破**：将地理位置劣势转化为“全城事件”引爆点，近30天门店抖音核销订单金额同比增长230%，订单数同比增长3634%。

**传播声量**：抖音话题#雪糕自由保卫战 播放量1001.7万，小红书笔记曝光952w+，微博同城热搜TOP3。





## 以“反雪糕刺客游行”为创意主线 借势社会热点，打造全民事件

将地理位置劣势转化为“全城事件”引爆点  
精准借势社会情绪

设置抗议标牌、雪糕侠打卡点，强化话题性与参与感





# 海普诺凯1897新品上市传播campaign

母婴品牌联动世界级文化IP 重塑品牌高度 大幅提振经销商信心

海普诺凯1897 执行内容总览			
出道宣言	守护“长”城 当红不让		
出道阶段	预热炒作期	高潮期	延续期
经销商层面	邀请函 H5 29 张分地市级海报 3 张预热长城发布会微海报	海普诺凯生物发布会总结文章 朋友圈 发布会及经销商大会预告及总结	9 个产品卖点 GIF 红动中国千店挑战 H5 金牌形象迷你赛 H5
消费者层面	妈妈帮预热发布会 + 卖点推文 海普诺凯生物产品卖点推文	当天微博全程 5 条重点内容发布 KOL 转发预告发布会微博 邀请大家就发布会总结文章 发布会总结长图	出类拔萃千家万户重点微博 有奖互动微博 + KOL 转发 一拼 PICK 小七罐产品视频及 KOL 转发扩散 卖点名人微海报
媒介资源扩散	2 篇预热公关稿件发布 14 篇次	母婴大神解读卖点及文章扩散发布 4 篇发布会公关稿件发布 30 篇次	寻找最红锦鲤 H5 1 公关文章扩散上架火爆情况 16 篇次 * 基于媒体合作，多赠送 1 篇次发布



线上整体曝光量

**6000** W

总互动量

**10** W

双微KOL曝光

**2500** W

门店互动H5PV

**69** W



## SUMMIT COORDINATION



## 项目背景

荷兰高端奶粉品牌海普诺凯1897推出新品“萃护系列”，需借势提升品牌高端形象，同步拉动渠道经销商信心与消费者认知。项目**核心挑战**：

- ① 母婴品类竞争激烈，需差异化破圈触达泛人群
- ② 新品卖点需转化为用户情感共鸣点
- ③ 兼顾品牌声量提升与线下渠道动销转化



## 核心贡献

**悬念式H5策划**：借势长城世界级IP，打造悬念感邀请函“长城千年守护密码”互动游戏，H5曝光14万次，精准识别经销商身份，加强经销商尊崇感。

**经销商专属链路**：策划门店互动H5，29个省区182家门店参与率100%。H5总PV达69万。

**跨界内容输出**：负责撰写长城发布会主KV文案、品牌宣言视频脚本、系列产品卖点海报、品牌官方新闻稿、官微软文，阅读量较往常提升幅度超50%。

**KOL分级投放**：联动母婴垂类达人（如年糕妈妈）+泛娱乐KOL（如育儿博主“暖暖妈”），产出深度测评+情感故事内容，双微曝光2500万+，互动率超行业均值2倍。



## 项目成果

**品牌声量**：全网曝光6000万+，微博话题#纯净如长城#阅读量1.2亿，讨论量23万+

**用户运营**：H5引流私域用户1.8万，社群转化率15%，客单价提升30%

**渠道赋能**：经销商订货会签约率提升40%



**执行效果总览：线上整体曝光总计约6,000万次，总互动量约为10万次**

传世萃护 当红不让  
微博话题阅读量

微博微信KOL曝光

近7万 互动  
(转评赞)

媒体广告位曝光

## 新闻稿件曝光

7篇文章61篇次发布



邀请函H5曝光

千店挑战赛(含金牌挑战赛)H5曝光

### 最红锦鲤抽奖H5曝光

关注发布会直播



\*微博微信KOL曝光KPI超3倍，互动KPI超11倍；新闻稿件曝光达174%。

百年乳企

北纬49度荷兰百年牧场 传承贵族品质

将母婴内容转化为国民级情感议题  
平衡品牌调性与传播破圈需求

策划悬念H5，经销商互动解锁新品  
曝光14万次

## 海普诺凯 1897

### 预热期——邀请函互动H5



6月5日，朋友圈+所有经销商扩散定制互动H5

通过微信昵称识别经销商身份，定制专属邀请函，加强经

销商尊崇感，H5整体曝光14万

**后期执行建议:**

➤加入内部员工的参与感，同步内部员工信息

➤在名单搜集过程中未告知用途，导致最终呈现的title有修改

➤落地页的风格不统一



百年乳企 | 全球49座度三百年牧場 傳承優質奶源

海普诺福 1897<sup>®</sup>  
萃护系列

万物都是相对的...吗?  
不,萃护三不添加  
是绝对的!

不添加  
蔗糖



不添加  
香精/香料

不添加  
防腐剂

传世萃护 当红不让<sup>1</sup>

三不添加 确护天然营养  
成就妈妈安心之选

1897<sup>®</sup> 萃护系列

海普诺福 1897<sup>®</sup>  
萃护系列

2019.6.16 中国·北京·长城  
萃护系列新品上市发布会  
— 敬请垂青 —

海普诺福 1897<sup>®</sup>  
萃护系列

很荣幸 百年的我  
在你的千年历史中不曾缺席

17th The Beijing Great Wall Summit (The 1897<sup>®</sup> Summit)  
Beijing, June 16th 2019 (1897<sup>®</sup> Summit)



海普诺福 1897<sup>®</sup>  
萃护系列

[illegible]

徐静雯 | 8年品牌营销人 | 15580895665 (微信同号)



# 江西分宜电厂螺丝小镇文旅策划

主笔300万项目前策方案，重塑工业遗址价值



## SUMMIT COORDINATION



### 项目背景

- ①1966年江西最大火力发电厂，占地2平方公里，完整保留职工宿舍、学校、医院等生活生产设施，工业遗产丰富但电厂空心化严重
- ②毗邻长沙、株洲、萍乡等长三角核心城市，3小时车程覆盖客群超5000万人
- ③需将项目打造成区域性文旅标杆，吸引宜春、萍乡周边客群，辐射长沙、武汉，提升项目在长三角地区的知名度，形成全国性工业文旅IP



### 项目贡献

**升级定位，构建文旅IP：**打造“中国首个电厂怀旧小镇”，复原工厂大院生活场景，唤醒时代记忆；打造“中国首个电厂主题怀旧小镇”，以本地特色“螺蛳”为核心，打造“工业+美食”双IP。

**复合业态，强化沉浸体验：**复原80年代工厂生活场景，增强文化厚度，打造电厂消费品牌矩阵，引入本地螺蛳主题餐饮组团，开发“电厂螺蛳”IP衍生品。

**传播破圈，分层触达客群：**针对宜春、萍乡客群推出“怀旧亲子套餐”“知音回忆之旅”，联动本地旅行社精准引流；与长沙文和友、武汉知音号等文旅IP联动



### 项目成果

**顶层设计：**用文化IP激活存量资产，主导“双定位”策略，平衡文化保护与商业开发，方案100%被政府采纳

**资源整合：**联动螺蛳产业链上下游，孵化本地品牌5家，降低招商成本30%



# 海普诺凯1897&火星情报局综艺营销

母婴品牌营销破圈战，联动湖南卫视综艺大IP，实现有效转化增量



线上曝光量

**2.7** 亿

互动量

**102** W

官微粉丝增量

**2.4** W

多篇软文阅读量

**10** W+



**SUMMIT  
COORDINATION**



## 项目背景

母婴品牌综艺冠名同质化严重，90%案例停留在口播植入，用户记忆度较低。海普诺凯1897作为高端奶粉品牌，需在《火星情报局5》年轻观众中建立认知。项目核心任务：

- ①深度捆绑综艺IP，打造品牌专属传播记忆点
- ②通过多平台内容裂变，实现从流量曝光到用户留资的有效转化



## 项目贡献

构建综艺IP与母婴品牌的内容共生体：基于综艺核心环节“情报提案”，独创#地球宝宝情报局#传播IP，将奶粉喂养知识转化为特工任务，强化品牌与节目关联认知。主导完成12组“宝宝情报提案”策划，通过“任务化”语言体系降低用户教育成本。

以微博为主阵地开展深度内容运营：独立负责品牌官微运营，针对95后妈妈社交习惯及育儿方式，完成创意海报/鬼畜视频/互动活动/创意中插视频等内容撰写。

联动明星/大v共造全网大事件：策划全民提案微博互动，联动18位大V发声，明星杨迪强势注能，独立输出创意物料（平面/互动微博/应援H5等），活动整体互动量达29.6万。



## 项目成果

**流量维度：**总曝光2.71亿，微博主话题阅读1.2亿，官微粉丝净增24,009（95后占比61%）

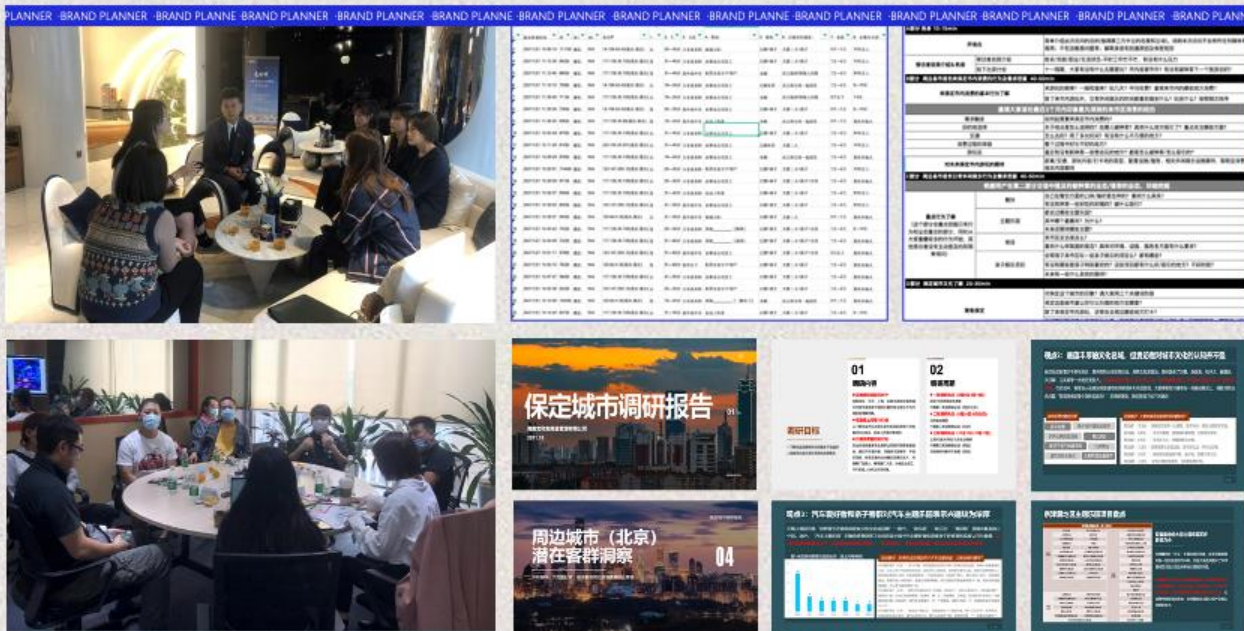
**商业转化：**主推产品综艺冠名期间销量突破800万，天猫旗舰店搜索量增长120%

**爆文频出：**投放期间，为kol撰写的3篇投放软文破10w+，与朗朗&杨迪官方抖音视频互动量破41万。



# 主导新品市场调研 制定新品策略

定量定性结合，精准挖掘消费痛点，累计支撑5+项目落地



## SUMMIT COORDINATION



### 项目背景

长沙文和友品牌计划在保定开发“在地美食+轻文旅”商业综合体，需精准定位目标客群、业态组合及运营模式，破解“本地消费力不足，京津客流难留存”难题。调研目标：

- ①解析保定商业消费行为特征与未满足需求
- ②评估“文旅+美食”融合模式的可行性
- ③为项目选址、业态规划、品牌招商提供数据支撑



### 项目贡献

**定量研究，问卷调研破解用户决策：**基于品牌商业目标，围绕“消费频次、价格敏感度、出行目的、业态偏好、文旅需求”多个维度，针对保定、京津冀地区居民分别设计28题结构化问卷（覆盖1200名消费者），嵌入逻辑跳转与反欺诈题项，确保数据有效性，最终回收有效问卷1368份。

**定性研究，焦点小组洞察市场需求：**分层招募受访群体，制定差异化访谈提纲，主持6场焦点小组（每组6-8人），通过“情景投射法”引导讨论，激发用户真实反馈，还原用户决策场景，发现空白需求。



### 项目成果

**策略采纳：**通过主持技巧挖掘隐性需求，负责调研项目整体流程并形成最终报告，调研结论100%被客户采纳。

**商业验证：**独立完成“定量+定性”全链路调研设计，为项目提供策略支撑



# 综合素质

专业能力精准适配政府、企业、大众等多圈层传播需求

PLANNER BRAND PLANNER BRAND PLANNE BRAND PLANNER BRAND PLANNER BRAND PLANNE BRAND PLANNER BRAND PLANNER BRAND PLANNE BRAND PLANNER BRAND PLANNER BRAND PLANNE BRAND PLANNER BRAND PLANNE

构建前瞻短视频内容矩阵

多期内容成功破圈



深度产经话题分析类视频

通过社会热点争议引爆公众关注  
强化前瞻研究院产业权威性

产业图谱类视频

将“产业大数据图表”产品转化为爆款内容  
直接拉动官网访问量增长120%

热点流量类视频

借势政策热点快速抢占流量  
精准触达教育科技企业客户

独立产出多类型策划方案

覆盖品牌年度传播策略、新品上市营销、活动方案等





主导品牌平面海报创意呈现

用创意破局，助品牌破圈

# 乖乖隆地咚

58元流量宽带全家敞开来用



58元惠全家 200M极光宽带 + 高清网络电视 + 流量放心用

## 与移动共5G畅享

如何在数亿的返乡人群中，抢到回家的车票？

选择移动，即享5G，超快网速一路随行

5G手机套餐低至7折 5G+流量套餐全享 5G手机直降500元 5G网络覆盖全国

### 直降就好

别整妖鸡

用和包分期购手机 最高直降8325元

优惠简单粗暴，购物如此美好

### 四姑妈说

你动手动脑啊 中国移动在中国 出四十万人千里 信号才好才怪 别怪我没提醒你

即使是“最坏了大爹”的通信， 她多了，也会让人误以为是真理

#中国移动通信降降降#

中国移动网络覆盖全球259个国家和地区， 其中支持LTE覆盖有160个国家和地区， 通信网络为出境的您提供快捷， 不受限的通信体验。

### 奶牛神秘出走事件

说实话 你们是不是伪装成了……琴键

### 万物都是相对的...吗？

不，萃护三不添加 是绝对的！

传世萃护 当红不让

三不添加 呵护天生尊贵，成就妈妈安心之选

撰写深度新闻稿件

多篇文章被权威媒体全文转载

#### 22:00 4G

### 狂飙的人工智能，暴走的中国大模型

前哨 董行帝

从技术革命到商业应用，AI大模型的落地应用之战，如今正以超乎预期的速度铺开。前瞻产业研究院认为，中国人工智能产业的发展是国家战略驱动、经济转型需求、市场潜力、科技创新、人才培养和国际合作等多重因素共同作用的结果，具有强烈的必然性。随着政策的持续支持和市场的进一步成熟，中国人工智能产业有望保持快速增长势头，成为全球人工智能领域的重要竞争者和领导者。

于是，前瞻人工智能研究专班对中国人工智能头部企业展开了一场深度调研，通过对华为云、科大讯飞、腾讯、360、百川智能、智谱AI、第四范式等20余家极具代表性的中国AI企业高层进行访谈调研，了解其大模型技术发展、业务规划和市场策略，最终形成《2024年前瞻中国AI大模型发展应用趋势报告》

#### 深圳进一步，写完了中国名城经济高质量发展的第一步

深圳是中国改革开放的先行示范区，也是中国名城经济高质量发展的先行示范区。深圳的进一步，写完了中国名城经济高质量发展的第一步。

#### 被打破的魔咒：谁也没想到会这样

在移动互联网和大数据的加持下，各大运营商在宽带网络上的竞争也进入了白热化阶段。在运营商的政策支持下，用户对宽带网络的需求越来越大，运营商的竞争也越来越激烈。

#### 从电信网络“双网融合”到移动网络“三网融合”

中国电信网络“双网融合”是指中国电信和中国移动两大运营商在固定网络和移动网络上的业务融合。中国移动网络“三网融合”是指中国移动在固定网络、移动网络和互联网上的业务融合。

#### 万亿蓝海复兴再战：深圳凭什么打造“全球时尚之都”？

关于深圳，人们往往有一个巨大的错觉：深圳的设计美感和创新能力都超越了传统制造业。深圳凭什么打造“全球时尚之都”？

#### 深圳现代时尚产业商品分类销售（2021年）

商品类别	2021年销售总额（亿元）
服装鞋帽	1200
珠宝首饰	800
化妆品	600
箱包配饰	400
家居用品	300
食品饮料	200
其他	100

#### 深圳产业研究数据整理

万亿蓝海复兴再战的前哨，是深圳从加工制造到创新驱动走过的40年。

#### 王者之路，从“三来一补”到“同属首位”

深圳的历史并不长，不过40个春夏秋冬，曾经这个默默无闻的小渔村，已发展成为充满活力和动力的创新型国际化城市。我们发现，深圳现代时尚产业的发展离不开特区政府的政策支持。

#### 展会新资产——新生产力的同频共振

展会是生产力的重要载体，也是生产力的重要平台。展会的发展离不开生产力的支持，生产力的发展也离不开展会的支持。

#### 展会是生产力的同频共振

展会是生产力的同频共振，也是生产力的重要平台。展会的发展离不开生产力的支持，生产力的发展也离不开展会的支持。







● Wechat. 15580895665

● E-Mail. 964834272@qq.com

# THANKS FOR WATCHING

## 徐静雯

8年品牌人

职业经历：4A广告公司 → 新消费品牌 → 产业研究机构

战略思维

创意策划

项目统筹

内容运营

资源整合



↑ 微信