



杨炯伟

- ◆ **公司及职务：**卫瓴科技创始人兼CEO
- ◆ **参选类别：**TMA十周年——移动营销领军人物

历任好耶总裁、MediaV聚胜万合公司创始人兼CEO、聚效广告创始人兼CEO。2016年4月进入360公司，2017年出任360集团副总裁，2019年升任360集团高级副总裁。致力于精准营销，认为互联网营销就是找对人、说对话、出对价的过程，并且提出了互联网营销的生命周期理论。2018年，杨炯纬以创新拓宽营销边界，提出打造360推广智能营销+企业服务体系，实现360商业化年收入超过百亿元。

2020年再次创业，创办卫瓴科技，投身企业服务SaaS产业，为中小企业提供以客户为中心的协同CRM解决方案，先后获得了红杉中国种子基金、腾讯、云九资本、云启资本、光速中国等机构的3轮投资。

2005年带领好耶广告荣获中国互联网协会互联网百强评比“广告联盟第一名”。

2012年5月，《财富》公布2012年“中国40位40岁以下的商界精英”榜单，39岁的聚胜万合控股有限公司CEO杨炯纬榜上有名，排名第33位。

2016年4月，斩获第七届金鼠标“数字营销年度影响力人物”。

2016年6月，斩获第七届虎啸奖年度人物大奖。

2018年，荣获第十届金网奖年度网络营销领军人物。

2019年5月，荣获金鼠标数字营销领军人物。

在移动营销领域提出的创新性方法论

杨炯伟认为，“销售行为本质上就是营销行为。”销售的拓客、地推陌拜等行为就是在进行线索获取；与客户建联、沟通、建立信任的过程就是在进行线索培育，销售行为本质上就是一个一对一的个性化营销。利用营销工具，增强销售的营销能力，就是在帮助销售管理客户、提高成单能力。“通过数字化的营销方式来构建信任，对销售的专业技能要求会降低，同时还提高了工作效率。”

对行业做出的突出贡献，代表性事件/案例

杨炯伟是一名创业老手，曾经创办过好耶、聚胜万合两家公司，是中国程序化广告建设早期参与者。

参与创立好耶广告，解决了要不要投互联网广告问题，也就是互联网广告营销的过程；创办聚胜万合，主要产品是程序化广告，基于技术产品进一步转向过程服务；创立卫瓴科技，将B2B的营销过程数字化，提升销售效率。

作为互联网营销行业的资深专家，杨炯伟前瞻性地提出了互联网营销的生命周期和融屏营销等理论，在业内引起广泛影响。杨炯伟认为，产业互联网时代，“认知升级”是颠覆式革新的先决条件。

为公司发展做出的突出贡献和成绩

伴随ChatGPT的火爆出圈，杨炯伟决定将AI与CRM进行结合——小微GPT应运而生。针对B2B销售领域的实际场景，杨炯伟带领卫瓴科技进行了深入探索和尝试。在卫瓴·协同CRM 2.1版本中，小微GPT推出了外呼后自动生成跟进记录、聊天会话自动生成跟进记录等功能，帮助客户构建其专属的私有语料库；进而实现话术推荐、推荐营销文案、下一步营销建议等，受到了销售端的一致好评。

集度用户发展负责人&ECI创新者说主理人 杨振：

“杨总是营销科技和AI领域的创新者，他是我眼中最能代表中国在MarTech领域、最有前瞻视野能力的领军人物之一。”

AI科技评论（雷锋网旗下AI新媒体）：

“杨总创立的卫瓴没有选择做大而全的产品，而是从营销端切入，强调的则是为一线销售人员创造价值。这是一件正确的事，也是一件不易的事。”

复旦管院校友中心：

“这一次的创业，杨总选择从营销端切入，这是一场着眼于为一线销售人员创造价值的营销‘冒险’之旅。”