



## 李喆

- ◆ **公司及职务：**梦金园黄金珠宝集团品牌总监
- ◆ **参选类别：**TMA十周年——移动营销杰出人物

## 个人工作经历及过往成就

李喆先生，具有17年以上国际及国内品牌管理经验，现任营业额180亿梦金园黄金珠宝集团品牌总监，曾任营业额50亿福建七匹狼实业股份有限公司品牌及市场中心总监具有经营者思维，有较强的管理及0-1运作品牌能力，操盘过50亿品牌的年轻化重塑。从品牌战略管理、品牌定位、品牌升级、消费者研究管理、品牌策略、产品定位企划，视觉营销、市场策划、危机公关，善于打造产品-品牌-市场-会员营销闭环，对构建产品生命周期营销、品牌公关管理、跨界及IP合作，视觉陈列行销，数字化线上线下整合营销、私域流量模型建设与社群运营管理，CRM的运营等拥有全面的、不断创新的实操战力和战绩。是国内多个营销创新大赛的常任评委。

- 凭借2023梦金园跨界王老吉金年大吉CNY营销获得虎啸效果营销银奖及年度品牌总监奖，TOPdigital营销专项奖，ADMEN广告人国际大奖整合营销类年度10大案例。
- 已打造#做TA的守护者#IP项目入选2022年百大年度品牌人物榜。
- Y2Y品牌年轻节品牌营销顾问，中国地质大学深圳研究院珠宝学科特聘研究员。
- 连续入选2022年、2021首席品牌官TOP100榜单，2022年、2021年是中国首席品牌官500强。
- 2023当代中国品牌杰出青年才俊讲2022广告主盛典年度卓越人物奖 2021年广告主盛典年度创新人物 2020年广告主盛典年度贡献人物 2019中国最佳新锐首席品牌官。

## 在移动营销领域提出的创新性方法论

围绕小红书，抖音的5A等模型，建立了梦金园的人群洞察及达人的选型模型。根植于品牌定位和产品优势，用有温度的内容赋能营销，利用社交媒体平台布局新销路，线上线下都更贴近消费者。用内容策略打造增长路径。将产品-品牌-营销-用户建立营销闭环通路。

- 1. 用内容创造品牌认知：**通过将品牌调性、气质、个性等元素融入种草内容，持续一致地输出使消费者留下深刻印象。
- 2. 赋能品牌价值：**通过沉淀品牌资产、衍生文化符号，再结合过硬的产品与品牌个性，增加品牌附加值，实现品牌溢价。
- 3. 筛选圈层用户：**通过挖掘小众圈层细分赛道，渗透圈层用户。
- 4. 以内容开拓新的销售通路：**不仅要利用社交媒体让消费者获取产品信息，还要提供购买渠道和入口，让用户从浏览种草、下单“拔草”再到二次传播的链路都更轻松。打通线上线下的流量壁垒。在如今种草中，不仅仅是内容形式呈现出多样化发展，用户角色也在变化。消费者不再是单纯的“信息接收”，同时也具备“传播”能力。如果你的内容能够撬动这些潜在的“传播者”，并且还能够很好地去布局各个平台的销售渠道，那么你的内容为你带来的销量增长是非常可观的。在用有温度的原创内容吸引消费者驻足后，通过评论区认领、答复和挂车等方式，实现口碑+销售双重转化，成功打造现象级爆款。
- 5. 以内容驱动销量增长：**营销既要“产生互动”，还要“驱动销售”。无论以何种内容和形式来输出卖点、背书产品、感染情绪，最终目的还是要引导用户产生购买、分享、复购等促进品牌增长的行为。

李喆先生在解决品牌语言和品牌符号的梳理，帮助品牌形成强刺激反射、低成本、易识别、易流行的品牌语言和符号上有独到的理解。把多年时尚行业的经验和资源导入黄金珠宝行业，重新定义了行业的人货场打法，基于内容优化验证之后得出的几个重要种草范式，在社交阵地里利用达人内容、信息流、搜索优化，将内容范式扩大化影响更多用户。帮助品牌优化现有渠道的交易效率和补充品牌没有的销售渠道，实现了真正意义上的品效合一。

-----**智顶互动传媒股份有限公司董事长王劲草**

李喆很有实战手感，对品牌战略落地和营销传播实践，都有着独到的理解和创新的应对思路，也正是因此，我们双方构建了一种可贵的、互相助力的伙伴关系。

-----**SG胜加集团联席CEO刘鹏**

小红书平台评价：李喆先生是非常好的生意协同伙伴，专业性强，思路清晰，思维超前，敢于创新，总是会有很多好的想法赋能给到珠宝行业，并且可以快速的推动&实现想法的落地，不折不扣的“行业大师”。

-----**小红书商业珠宝&高奢酒店地产&免税行业群总监陈泉**

从服装企业到黄金珠宝企业，李喆先生不仅完成了个人的又一挑战，也在短短的一年多时间让梦金园黄金珠宝品牌成功焕新，我们看到很多可圈可点的跨界合作、IP联名、新技术尝试，如与王老吉展开的“金年大吉”节日营销，如今年和燕京八绝深度合作推出的“大师匠传”系列以及营销活动。让梦金园在短时间内提升品牌魅力值，我们也看到他推动梦金园携手新华网数字人筱竹，助力品牌在新时代用全新的数字化营销技术演绎非遗文化的魅力，用创新的营销方式赋能品牌。他是我们见过少有的将产品开发、品牌公关、线下传播、社媒场景整合，并推动销量口碑双提升的品牌人、营销人。期待他在未来再创佳绩！

-----**广告人文化集团副总裁 韩静**