黄小川

- **公司及职务：**迪思传媒创始人兼董事长
- **入围奖项：**TMA十周年——移动营销贡献人物

人物简介

- **个人工作经历及过往成就**

黄小川，迪思传媒（D&S Media）创始人兼董事长，中国公共关系行业和内容营销领域探索者和领军者之一，拥有近30年公关营销传播行业经营与管理经验。因对行业的突出贡献曾被授予中国十大公关人物、中国创意传播领袖人物、中国广告学术发展特别贡献人物、行业领军人物及杰出成就奖等荣誉，在业内享有极高声望，被誉为中国“公关教父”。

亚洲广告协会联合会（AFAA）执行理事	中国商务广告协会（CAAC）副会长	中国国际公共关系协会（CIPRA）常务理事
中国广告协会（CAA）学术委员会副主任委员	CAAC内容营销专业委员会执行理事长	CAAC数字营销专业委员会常务理事
中央民族大学新闻与传播专业硕士导师	复旦大学新闻与传播专业硕士业界导师	北京大学新闻与传播学院专业硕士兼职导师

因对行业的突出贡献，黄小川曾被授予**中国广告学术发展特别贡献人物、中国公关行业杰出成就奖、中国国际公共关系协会30周年杰出贡献奖、中国十大公关人物、中国创意传播领袖人物**等荣誉，享有极高声望。

突出贡献

- **在移动营销领域提出的创新性方法论**

黄小川始终致力于在移动营销内容营销领域的探索，通过对市场营销趋势的敏锐洞察，开创性地提出众多前瞻观点与创新方法论，在其战略引导下，迪思不断拓展业务领域，突破发展边界，为公司和行业发展做出了重大贡献。

- 2023年，在黄小川的推动下，迪思传媒母公司福石控股（300071）推出 **AI MAX** 战略。迪思作为上市公司核心子公司，紧抓人工智能技术发展机遇，开展基于AIGC技术的全链路营销，推出AIGC营销应用平台——**迪思 AI 智链**，联手合作伙伴打造 **AI 智慧工牌**，推动AIGC技术在内容营销业务层面的落地。黄小川还在当年的行业峰会中，发标题为“AIGC时代下的品牌营销传播变革” “AIGC，为全链路营销按下加速键”等为主题的演讲，并提出以“走进AIGC+时代”作为第八届中国内容营销高峰论坛（CCMS 2023）的主题，全面推动AIGC在营销行业的应用与发展。

- 2022 年，黄小川在以“元宇宙时代内容营销探索”为主题的第七届中国内容营销高峰论坛上提出迪思 **Auto Marketing Web 3.0 营销体系**和 **D&S AUTOVERSE 车宇宙营销解决方案**，为汽车企业提供从前链认知、沉浸式体验到后端转化的全链路元宇宙营销解决方案。

- 2021年，黄小川敏锐洞察到营销的侧重点从聚焦于前链路解决品牌“认知”到越来越关注后链路的“转化”，提出整合营销应升级为**全链路内容营销**，通过大数据和数字化技术的赋能，打通营销全链路，实现效率的提升、商业模式的变革，与用户建立和维护更深刻的关系，并最终实现持续增长。同年举行的第六届中国内容营销高峰论坛首次开设私域营销专场，这也是继在CCMS 2020上探讨“后疫情时代的双域增长”主题之后，进一步聚焦私域与公域的共同发展，助力销售转化。

突出贡献

- **对行业做出的突出贡献，代表性事件/案例**

作为行业专家，黄小川积极参与行业交流活动，通过主题演讲、圆桌对话、媒体专访等方式输出观点，引发讨论，推动行业发展。

- 黄小川多次受邀出席国内外行业峰会进行专业交流：
  - 2023年8月，第三次受邀出席**釜山国际广告节**，在主会场发表主题演讲 **Brand Communication in the AIGC Era（AIGC时代下的品牌传播变革）**；2023年10月还将出席在韩国首尔举行的 **AdAisa 2023** 并发表**演讲 AIGC Empower Brand Marketing（AIGC赋能品牌营销）**；
  - 在**品牌中国•复旦（2023）暨第四届上海数字公益广告国际论坛**分享**《公关思维赋能企业ESG传播》**，在**第七届中国企业领袖读享盛典**分享**《ESG推动企业高质量发展》**；
  - 在**2023全球外交官中国文化之夜**分享**《品牌出海的底层逻辑》**。
  - 还曾多次受邀出席 **AWA（亚洲广告周）、ADFEST（亚太广告节）**等国际营销活动，并在圆桌论坛等环节与来自亚洲各地的营销专家交流。

- 黄小川积极通过**南方周末、环球人物、中新网、传播人物志**等多家媒体、机构的专访文章，输出**“面对新形势，要主动拥抱变化”“在新一轮数字科技革命中做好汽车营销”“面对公关危机，速度、态度和措施缺一不可”**等观点。

突出贡献

- **对行业做出的突出贡献，代表性事件/案例**

作为行业协会领导，黄小川积极为协会发展助力，通过组织和参与各项行业活动，探讨行业趋势，推动行业交流，为营销从业人员搭建交流和合作的平台，促进行业不断进步。

- 黄小川于 2016 年主导举办 **中国内容营销高峰论坛（China Content Marketing Summit）。**该论坛由中国国际公共关系协会和中国商务广告协会指导，至今已连续成功举办七届，邀请品牌主、互联网平台、媒体、科技公司、营销公司等机构的专家交流分享，历届峰会提出的行业趋势与专业观点都在行业内产生了巨大的影响力，还先后发布了**《中国品牌全球化传播研究报告》《超越品牌——中国自主汽车品牌战略与传播》报告以及《2020-2021中国内容营销趋势》白皮书**，CCMS也因此被誉为**“中国内容营销最前沿”**。
- 2023年，第八届中国内容营销高峰论坛将聚焦“走进AIGC+时代”主题，为更多互联网大厂、品牌主、营销平台、代理机构等领域提供AIGC时代下的营销思路。

作为行业人才导师，黄小川注重对行业人才的培养，通过评审、教学等形式，提携行业人才。

- 黄小川常年受邀担任**中国长城广告奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖、TMA移动营销大奖、金旗奖、虎啸奖**等多项行业重要赛事的终审评委，发掘经典案例，提携行业人才。
- 黄小川还十分注重面向传播专业高校学子的业界教育和行业未来人才培养，是**北京大学、复旦大学、中国人民大学、中国传媒大学**等多所高校的客座教授，还作为**中央民族大学新闻传播学院专业硕士研究生导师**连续四年对20余名研究生作出直接辅导。

突出贡献

- **为公司发展做出的突出贡献和成绩**

- 自1996年创立迪思传媒以来，黄小川始终把为客户提供专业服务放在首位。凭借黄小川对市场的敏锐洞察与卓越的领导力，迪思传媒已从成立之初的3人小团队，发展壮大成在全国9个核心省市拥有**1000余名行业精英**的全国领先的全链路营销传播集团。目前，迪思为**汽车、3C、快消、金融、房地产**等全行业领域的客户提供包含**品牌战略咨询、数字化内容营销、公共关系管理、网络声誉与口碑管理**等专业服务。在黄小川的领导下，迪思传媒连续多年保持业务稳步增长。尽管经历了三年疫情的巨大挑战，迪思的年收入仍实现了稳步增长。自2021年起，**连续三年营业额超10亿元人民币。**

- 继2022年提出**D&S AUTO Marketing web 3.0营销体系**和**D&S AUTOVERSE车宇宙营销解决方案**后，黄小川敏锐洞察到AIGC即将带给业内的重大影响，在迪思**设立AIGC创新研发中心**，推动AIGC在内容营销领域的落地应用，打造迪思专属AI应用平台，为品牌带来更加高效、独具创意的解决方案。2023年迪思还成立**海外事业部**，进一步**推进中国品牌出海营销业务**。

- 在黄小川的引导下，迪思始终坚持**“员工第一，客户第一”**，为每一位员工提供平等的发展和晋升机会。迪思坚持数年打造的**“迪思黄埔计划”**已成为业内知名的人才发展品牌，让每一位迪思员工都能在公司发展的过程中不断学习。多年来，因迪思传媒不断为行业输送培养大批人才，被誉为 **“中国公关行业黄埔军校"**。

业界评价

- **来自行业友人、合作伙伴/客户、媒体等的多视角评价**

黄小川，给人的印象是一个有傲气和才华的企业家，用27年打败了众多对手，最终创造了行业的黄金品牌。但深入了解之下，则会发现他其实还是一个有江湖侠气的人，他对自己的朋友和员工自带忠诚与慷慨。这种侠气，也正是迪思团队凝聚力的基础所在。

——17PR

黄小川为中国公共关系和内容营销行业做出了重大贡献。他高瞻远瞩的领导力将 迪思传媒带到了公关行业的卓越地位，并赢得了众多奖项和认可。黄小川的建议和发人深省的观点引发了营销领域的讨论和创新。

——史蒂夫国际商务大奖 评委

黄小川身上有一种敢闯敢拼的勇气，二十多年来，他不仅见证了中国公关行业的巨变，也开拓出了属于自己的一片天空。

——南方周末