



董浩宇

- ◆ **公司及职务：** 中国广告协会学术与教育委员会 副主任
北京大学新媒体营销传播研究中心 副研究员
- ◆ **参选类别：** TMA十周年——移动营销贡献人物

董浩宇 (Charley Dong) 在营销领域拥有超过20年的海内外甲方品牌从业经验，曾在Yum!、可口可乐、Playboy、伊利、Anchor、美的集团等国内外顶级企业与品牌担任市场、媒介、数字营销与数字化转型的负责人，曾带领团队获得营销与广告行业奖项119项。

他是积极的数字创新、数字化转型与人工智能AIGC研究者与实践者。他同时担任着亚太地区多个营销奖项的终审评委，如艾菲、OneShow、上海国际广告节、Marketing、金鼠标、TMA等。

他在美的集团担任数字与媒介负责人期间，负责美的中国区品牌、数字、媒体、电商、直播与公关等多项市场业务，搭建与完善美的数字、媒介及电商市场体系，推进美的在电商与创新业务增长；成功引领团队推动“绿电行动”，推动中国家电行业的绿色回收工程，推进企业ESG与系列NFT公益项目；

在恒天然集团担任数字总经理，推出的“安佳头条新闻瓶”赢得了7项市场金奖，并为日日鲜品牌在盒马上市并赢得了鲜奶市场全新份额，并与小米营销一同合作推进了应用区块链技术进行互联网广告投放的开创性尝试；

在伊利集团担任数字营销总监，成功推出了伊利的首个互联网品牌产品“拜拜君”，在电商上线后的15个月内实现了超过1亿元人民币的销售额，同时开创与推动建立了伊利在京东到家等平台的数字创新与资本布局；

在可口可乐担任高级市场经理期间，他操盘了“可口可乐昵称瓶”、台词瓶、歌词瓶等多个经典营销案例的市场与数字传播，该案例曾获得了中国广告长城奖、艾菲奖、金投赏等营销奖项的全场大奖，并为品牌带来了双位数的销售增长，他个人也因此获得了可口可乐年度的全球总裁奖。

在移动营销与数字营销领域，他持续坚持研究与创新，曾代领品牌与系列移动活动开展与落地了多项合作，如2013年腾讯第一次“微信朋友圈广告”、2015年首个国际快消品牌上线“今日头条信息流广告”、2018年小米“世界第一个应用区块链技术的广告投放”等；

在2021年他与北京大学导师陈刚教授一起在光明网发表的“元宇宙中文定义与START图谱”长期被收录于多个百科并被多次引用，并在其后引领完品牌在NFT、虚拟现实、元宇宙营销进行实践，并在2023年初开始研究并积极推进AI人工智能在营销行业的多元应用。

董浩宇先生在中国数字营销领域的创新实践意识“知行合一”的结合，一直为我所倾佩。在诸多由他推动的经典营销案例中，我最为印象深刻的是2018年主导的安佳乳业与大英博物馆的联名合作，结合年轻人喜欢的网红藏品“路易斯西洋棋”，运用在安佳日日鲜系列瓶盖上，撬动盒马生鲜渠道资源，推出瓶盖每日换新的活动。活动带来销量28%的增长，提升了安佳日日鲜品牌的渠道力、产品力以及品牌力，并且为文化艺术IP在快消产品领域的合作打造了非常经典的案例。

——张璐 品源文华联合创始人

董浩宇老师是我认识的行业专家中既有国际视野又具备中国智慧的一位老师，一方面有前瞻性的认知，积极拥抱未来，领导团队一直在创新前沿，并主导过多次开创性数字营销实践。另一方面深厚的专业底蕴，在数字化、AGI领域有着非常深入的研究和专业输出，推动着数字营销行业的发展，感谢浩宇老师对数字营销行业的贡献。

——王正新 NPLUS DIGITAL 创始合伙人，北京&深圳业务大区总经理

董浩宇先生的专业、热情和创新精神使他成为数字营销与移动营销领域的佼佼者。浩宇对品牌核心价值的深刻理解，让他在创意与创新纬度表现出色。他不满足于传统的营销策略，总是能够站在时代的前沿，将最新的技术和创意理念融入品牌建设中。他和他领导的团队曾成功推出多个广受消费者欢迎的营销案例，每一次都能引发行业内的广泛关注和讨论。

——**文华 图派整合传播集团CEO & 联合创始人**