

跨域品牌管理

- ◆ 微信公众号：跨域品牌管理
- ◆ 参选类别：年度创新力移动营销公司



跨域品牌管理(广州)有限公司
KUAYU BRAND MANAGEMENT CO.,LTD.

● 公司简介



跨域品牌管理(广州)有限公司
KUAYU BRAND MANAGEMENT CO.,LTD.

跨域品牌管理（广州）有限公司于2020年6月创立，业务涵盖品牌策划、品牌设计、广告创意、实效营销展览展示、活动策划全链路一站式闭环数字营销服务。在公司创立发展3年里，我们始终为客户提供优良的产品创新创意和技术支持、健全的售后服务，在数字化赋能与消费文化升级的背景下，整合策略、内容与媒体资源，高效利用营销传播工具组合，助力品牌主突破营销增长，提高品牌美誉度及品牌影响力。

公司简介



跨域组织架构：以**专业**和**落地**为主导，扁平化管理确保工作优质、高效

● 公司简介

跨域将坚定地以数字化营销创新和技术驱动为发展方向，以数字化驱动重构传播，为客户提供数字策略和数据、数字创意、数字媒体、社会化内容营销、以及电商运营为一体的“一站式数字化营销”解决方案。



核心优势

跨域品牌管理研发数字营销系统并申请专利

在数字化营销时代，跨域研发数字营销技术领域全链路营销系统，为客户降本增效，增强营销效率。解决供应链协作问题，增强了供应链多方的合作与协调。并申请了国家知识产权专利。

数字化营销系统专利名称：
《数字化全链路营销方法及系统》
《供应链的数据管理方法及系统》



国家知识产权局

510000

广州市黄埔区科学大道 50 号 502 房 广州一锐专利代理有限公司
卢倩(020-89859773)

发文日：

2024 年 02 月 24 日





申请号：202410204549.6

发文序号：2024022400081360

专 利 申 请 受 理 通 知 书

根据专利法第 28 条及其实施细则第 43 条、第 44 条的规定，申请人提出的专利申请已由国家知识产权局受理。现将确定的申请号、申请日等信息通知如下：
申请号：2024102045496
申请日：2024 年 02 月 24 日
申请人：跨域品牌管理（广州）有限公司
发明人：杨杏圆
发明创造名称：一种数字化全链路营销方法及系统
经核实，国家知识产权局确认收到文件如下：
权利要求书 1 份 5 页,权利要求项数：10 项
说明书 1 份 18 页
说明书附图 1 份 9 页
说明书摘要 1 份 1 页
专利代理委托书 1 份 2 页
发明专利请求书 1 份 4 页
实质审查请求书 文件份数：1 份

提示：
1.申请人收到专利申请受理通知书之后，认为其记载的内容与申请人所提交的相应内容不一致时，可以向国家知识产权局请求更正。
2.申请人收到专利申请受理通知书之后，再向国家知识产权局办理各种手续时，均应当准确、清晰地写明申请号。

审 查 员：自动受理

联系电话：010-62356655

审查部门：初审及形式审查部

专利审查业务章

200101
2023.03

纸件申请，回函请寄：100088 北京市海淀区前门桥西土城路 6 号 国家知识产权局专利局受理处收
电子申请，应当通过专利业务办理系统以电子文件形式提交相关文件。除另有规定外，以纸件等其他形式提交的文件视为未提交。



国家知识产权局

510000

广州市黄埔区科学大道 50 号 502 房 广州一锐专利代理有限公司
卢倩(020-89859773)

发文日：

2024 年 02 月 26 日





申请号：202410207829.2

发文序号：2024022601066350

专 利 申 请 受 理 通 知 书

根据专利法第 28 条及其实施细则第 43 条、第 44 条的规定，申请人提出的专利申请已由国家知识产权局受理。现将确定的申请号、申请日等信息通知如下：
申请号：2024102078292
申请日：2024 年 02 月 26 日
申请人：跨域品牌管理（广州）有限公司
发明人：杨杏圆
发明创造名称：一种用于供应链的数据管理方法及系统
经核实，国家知识产权局确认收到文件如下：
权利要求书 1 份 5 页,权利要求项数：10 项
说明书 1 份 18 页
说明书附图 1 份 4 页
说明书摘要 1 份 1 页
专利代理委托书 1 份 2 页
发明专利请求书 1 份 4 页
实质审查请求书 文件份数：1 份

提示：
1.申请人收到专利申请受理通知书之后，认为其记载的内容与申请人所提交的相应内容不一致时，可以向国家知识产权局请求更正。
2.申请人收到专利申请受理通知书之后，再向国家知识产权局办理各种手续时，均应当准确、清晰地写明申请号。

审 查 员：自动受理

联系电话：010-62356655

审查部门：初审及形式审查部

专利审查业务章

200101
2023.03

纸件申请，回函请寄：100088 北京市海淀区前门桥西土城路 6 号 国家知识产权局专利局受理处收
电子申请，应当通过专利业务办理系统以电子文件形式提交相关文件。除另有规定外，以纸件等其他形式提交的文件视为未提交。

年度表现

数字化营销导入国企自媒体矩阵，构建【深圳移动】价值裂变生态链路

以兴趣为驱动，消费场景为引导，社交内容平台生态为抓手，创新消费触点，充分激发公域-私域-商域的全域价值；
构建内容资产沉淀+用户资产沉淀、到品牌消费资产转化的生态体系，实现价值裂变。



年度表现

抖音运营： 围绕抖音[算法内容场]，对外打造品牌营销阵地，上线“深圳移动”企业号，完成抖音号0-1的搭建和运营，总播放量**14万+**，总互动量**3500+**，初运营效果超平台95%的同类账号；初步完成内容资产和用户资产的沉淀，打通公域-私域-商域体系，提供可复制的经验和方法供全省借鉴

微信运营： 围绕微信[社交内容场]，对内推行“人人传播”，社交内容为抓手，激活私域流量，全年规划传播节点40+个，公司2600+人参与，私域曝光量超**15万**；其中，国际漫游项目转化**220单**，超越外呼转化效果，占比第一，实现消费触点的创新和转化。



年度表现

广西移动 自媒体矩阵

新媒体矩阵主要围绕广西移动微信公众号、微博、视频号、头条号等新媒体平台开展广西移动企业形象宣传工作，四大平台内容发布量稳定输出。



视频号

视频号共发布218条，累计浏览量约76.7万次，约每周3-5条原创。同时结合重点工作、社会热点组织慢直播共187场，直播观看总量超过47万。



微博

“中国移动广西公司”官方微博发布1374条，平均每天发布4条，原创和转发比例为 1:1。总阅读量约3296.2万次。

新媒体
总曝光超
3450万

公众号



微信公众号“广西移动”发文265篇，约每周发布3次，每次 2-3 条图文消息。阅读量累计约12万。

今日头条



头条号“广西移动”已发布149篇，总展现量约18.3万次。即时更新新闻通稿，同步官方微信文章。

年度表现

- ◆ 2023年6-2024年2月，集团采纳区公司微博投稿共计182条，
- ◆ 每月均稳定上榜前十名。其中，10月第4名，11月第3名。

- ◆ 2023年6月-2024年2月，集团采纳区公司微信31条，每月稳定上榜前十名。
- ◆ 其中，24年1月位列集团榜单第1名。



年度表现

- ◆ 2023年6月-2024年2月，集团采纳区公司短视频36条，每月在集团排名中稳步提高。
- ◆ 其中，2月被采纳19条，上榜集团榜单第5名。

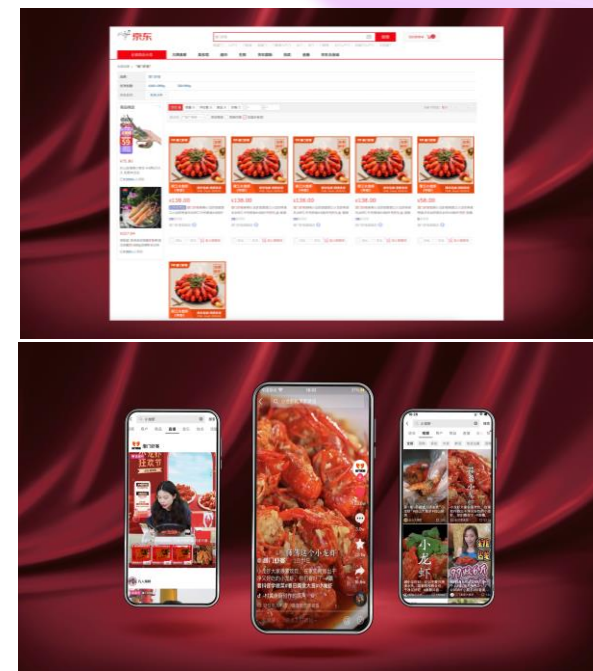
- ◆ 2023年6月-2024年2月，集团采纳直播28条，每月稳居集团榜单前三名，其中8月第1名，1月第2名。



年度表现

跨域2022年开始从0-1构建策划潜江地域牌代表“潜门虾客”小龙虾品牌，2023年完成销售额7000万元，成为潜江市政府重点推动的一二三产融合示范项目。

本项目实施过程中，我们探索实践、研发了《数字化全链路营销方法及系统》方法论并同步申请专利。



品牌&包装



IP&周边



电商&私域运营

年度表现

四洲集团-2023年春节年糖包装换新，传统的糖类产品要想打动消费者，应该考虑到消费者的年龄、触点及精神需求。我们抓住年节消费这个重要的消费场景，推出全新的年轻化包装，线上线下整合营销。产品上市3天，销售20万包，仅一个月时间产品卖断货，**获得抖音果味软糖爆款第三的销售战绩，同年本营销案例获得麒麟国际广告奖铜奖。**



年度表现

咀香园-百年老字号品牌并获得了“中华老字号”、“国家AAA级旅游景区”等多项荣誉。此次产品迭代更新，我们从传统零售的模式重新定位产品为“大湾区伴手礼”，打造咀香园品牌不仅是一个食品品牌，更是岭南文化的重要代表，让品牌成为中山市乃至广东省的一张名片。



● 合作的主要客户

