

马旭虹

- ◆ **公司及职务：**北京数聚智连科技股份有限公司 助理总裁
兼数字营销事业部总经理
- ◆ **参选类别：**年度移动营销杰出人物





人物简介

马虹旭



工作经验 WORK EXPERIENCE

- 本科毕业于南昌大学（211）广播电视新闻学专业；硕士毕业于中国传媒大学（211）MBA
- 自2010年进入蓝色光标以来至今15年，现任北京数聚智连科技股份有限公司（源自蓝标）助理总裁兼数字营销事业部总经理，拥有15年公关、广告、品牌、数字营销相关行业经验，**擅长从战略定位思考，以全媒体传播的视野帮助企业实现传播目标、商业目标及战略落地。**服务客户包括**中国飞鹤、竹叶青、TCL、公牛、中兴、百度、智联招聘及农业部、工信部等行业头部企业及国家部委项目。**
- Lead项目曾摘得艾菲奖、SABRE、Asia-Pacific Stevie Awards、金投赏、TopDigital、虎啸奖、上海国际广告奖等国际国内多类型营销奖项，见证行业在不同经济周期及媒介环境变化中的营销方式变革。

代表作品 REPRESENTATIVE WORKS



竹叶青：

X只此青绿：只此青绿 只此竹叶青：竹叶青春茶节营销——艾菲效果营销奖金奖；Top digital 年度专项奖；

X三星堆：四川名片，荣耀中国：竹叶青春茶节营销——金投赏银奖

苏轼诗话春茶：竹叶青春茶节营销——获公关界的“奥斯卡” SABRE大奖；TopDigital 年度专项奖；上海国际广告奖铜奖

献礼一带一路十周年：中国之礼竹叶青，茶和天下：竹叶青中秋节传播——TopDigital 年度专项奖



飞鹤：

飞鹤宝宝日-喂爱陪伴 新鲜予你 品牌联合营销——蒲公英金奖

中国飞鹤首届全球大脑发育科学峰会传播——IAI国际广告奖银奖



公牛：“插座界的超跑”：公牛大师轨道插座新品上市营销——TBI杰出品牌创新奖 金奖；虎啸奖营销单项铜奖



北纬47度：X东方甄选俞敏洪农业直播首秀：抖音电商营销项目——金投赏案例类银奖；TopDigital 直播营销铜奖



主要贡献——客户贡献

率先提出将数字营销提高到战略定位配称高度，精准理解和落地企业战略定位，以数字营销等组合拳抢占用户心智，助力企业赢得行业第一，同时推动品类及行业增长。

服务飞鹤 15 年

以**产业公关**为核心手段，利用媒介**数字化发展**趋势，陪伴飞鹤从一贯好奶粉，到更适合中国宝宝体质的奶粉，到聪明宝宝喝飞鹤的战略升级，在外资奶粉竞争中飞鹤扛起民族乳业大旗，成为中国婴幼儿奶粉首个百亿品牌，**完成从中国第七到中国第一、全球领先跨越。**

服务竹叶青 5 年 +

在中国茶有品类无品牌的行业背景下，卡位绿茶品类、国礼中国茶代表，多次利用三星堆、只此青绿、苏轼等**文化IP**及达沃斯、APEC、G20等**国际政经IP**打造**互联网上的品牌势能**，助力竹叶青从四川名片跃升为高端中国茶，**稳居全国高端绿茶销量榜首。**

服务公牛 3 年 +

近年来，抖&红平台发展势能强劲。在公牛战略升级为安全用电专家后，启动**明星抖红爆点事件**营销打法，通过轨道插座、充电桩、小电舱等多条高端产品线及几十位明星代言、种草等，营造公牛科技感、时尚感、安全感用户心智，**多条产品线成为行业第一。**



主要贡献——营销贡献

建立势能思维，把握国家宏观大势，以宏观势能赋能品牌，实现品牌力量与时代发展的共振。在新中国成立70年，中国共产党百年，一带一路十周年等重要节点，传递企业对时代的正能量声音。

新华社“一带一路全球行”官方独家用茶

献礼一带一路十周年

中国之礼竹叶青，茶和天下

背景 Background

“一带一路十周年”全球聚焦、全民关注第一国事，国礼茶竹叶青搭载新华社“一带一路全球行”官方活动，入选行业唯一“中国之礼”，以茶为媒传递大国和合文化。

亮点 Highlight

【国事见证】

- 高天启程：塞尔维亚西出口
- 百胜致敬：中国与中亚黄金30年
- 国事入境：土耳其中国之夜
- 国礼收官：埃国赠礼成

【政要礼赠】

- G-Global国际秘书长主席 谢明克·努格罗托
- 中国驻伊斯兰堡总领事 魏晓东
- 土耳其文化和旅游部总司长 蒂穆尔·萨曼
- 伊斯兰堡市政府外办主任 Barbara Bilyuksayak

【国际报道】

新华社、新华网、中国网、央视网、光明日报、人民日报、央视国际网、环球网、腾讯网、凤凰网、网易网、新浪、搜狐网、优酷网、爱奇艺网、腾讯视频网、优酷网、爱奇艺网、腾讯视频网、优酷网、爱奇艺网、腾讯视频网

【15国巡礼】

4700万+
项目曝光量
57%
销售额同比增长超



主要贡献——营销贡献

搭建口碑体系，名人口碑可以是科普、是观点，也可以是事件，是背书，建立不同圈层明星、名人的不同营销目标和打法体系，助推品牌战略升级、行业影响提升、人群焕新破圈。

著名财经作家吴晓波：新国货的未来看飞鹤

挑战 CHALLENGE—飞鹤市场占有率第一、高速增长不断突破之际，如何持续渗透强化高端地位？
策略 STRATEGY—借财经公信力实现飞鹤行业标杆塑造，借企业家领袖圈层强化曝光渗透，借趋势研判及产品案例持续高净值中产教育

三度「溯源探厂」见证产业蝶变：“这是为未来而设的未来工厂” 三登「吴晓波年终秀」：“飞鹤是国产奶粉的未来” 全网播放量、社交媒体话题量破亿，百余媒体关注报道

2019建国70周年，溯源齐齐哈尔中国乳业地标
2018预见美好生活
吴晓波：飞鹤让我看到了中国新国货的未来
2019国运70重拾信心
飞鹤星飞帆3段奶粉
市场占有率达第一
1.6元/克
2019 2022
国产奶粉占整个市场的比重
吴晓波首次走进中国奶粉企业：飞鹤让我看到了中国国货的未来
跟2019年的你，像“宝宝”一样被美好宠溺

2024尔滨热，探访哈尔滨智能产业园标杆工厂
CHINA DAILY
人民日报
环球网
央广网
新华网
中国网
360

公牛 安全用电专家

插座界的超跑 公牛大师轨道插座

明星体验官 林志颖

项目总曝光 **1,990,000,000**

全网总互动 **8,535,000**

抖音自然搜索 **2,000,000+**

抖音 **100%** 质爆明星/KOL内容

3 大热搜超 **15** 小时霸榜微博平台

挑战 CHALLENGE
品牌挑战：国民品牌公平，传统产品普遍认知“低端、低价”，急需通过创新产品打造高端形象，与新一代消费主力军建立紧密联系，稳固“插座大王”的行业地位。
产品挑战：“轨道插座”长期以来处于有品类、无品牌的市场情况，新增消费群体难寻，如何快速破局，抢占消费者心智？

策略 STRATEGY
场景：超头部明星背书，“家庭”真实体验场景，高度满足粉丝心理，提升全网传播势能。
触点：美食、装修、生活，时尚科技多场景超头部KOL爆款产品深度合作，精准锁定家庭人群，抢占心智。
卖点：3天内短期高频投放，全平台打造核心话题，强化品牌认知，提升品牌知名度。

执行 EXECUTION
明星体验官林志颖及罗震宇的新品首，强势收割粉丝的每周超高频，斩获多个热搜、口碑、微博、抖音、小红书、微信四大平台热搜，打造“插座界的超跑”，多位达人全网粉丝累计超4亿，带动品牌“超跑天团”，快速传播，飞鹤、科大讯飞、墨迹天气等亿级大品牌，彰显中国品牌超越精神。

海外开花英联社法国社西点赞
国内香中国头部品牌影响力
三大明星发声引发全民种草
插座界的超跑掀起科技狂潮
520+达人科学传播矩阵



主要贡献——营销贡献

巧借社会情绪，一方面洞察品牌目标用户，一方面洞察社会大众情绪，两者结合进行策略和创意输出，撬动更广普的人群共鸣，面对佛系心态，预设共青团百年主题方向为青春奋斗，观察到文化大家苏轼正被年轻人追逐，以小搏大，创作年度爆款。

竹叶青 ZHUYEQING TEA 中国茶

“苏轼诗话春茶”
春天从一杯竹叶青开始

古今穿越，茶仙苏轼诗话春茶至
联袂“中国礼仪指导第一人”董晓龙，结合苏轼经典诗词，打造茶行业首支古风茶文化大片《苏轼诗话春茶》，演绎春茶“人同有味是清欢”。

“文化天团”开讲春茶文化，共荐春茶鲜
国民级权威媒体、百家讲坛特邀开讲春茶文化；多档综艺文化大咖花式演绎苏轼的家仙春茶。

全民见茶仙，感春意 共话春茶美
全民点赞“苏轼最爱的家乡茶”，锁定“春人”主题周边，抢占三大热搜。

项目成果：

- 曝光量 **7.7亿+**
- 自然流量 **4.2亿+**
- 文化大片播放量 **700万+**
- 春茶销售额同比增长 **20%**
- 明星单品论道同比增长 **15%**

项目荣获：

- 2022 SARBEE AWARDS 最佳营销大奖
- Top digital 年度七网奖
- 艾菲奖营销类金奖
- 上海“双喜”广告奖

抖音矩阵

选片排	抖音排	视频号排
1. 苏轼最得下的杭州 1000.00W	1. 苏轼最得下的杭州 1000.00W	1. 苏轼最得下的杭州 1000.00W
2. 小宋像话诗话春茶 1000.00W	2. 小宋像话诗话春茶 1000.00W	2. 小宋像话诗话春茶 1000.00W
3. 苏轼诗话春茶 1000.00W	3. 苏轼诗话春茶 1000.00W	3. 苏轼诗话春茶 1000.00W
4. 杭州马家身家 1000.00W	4. 杭州马家身家 1000.00W	4. 杭州马家身家 1000.00W
5. 中国青年的精神 1000.00W	5. 中国青年的精神 1000.00W	5. 中国青年的精神 1000.00W

背景 BACKGROUND

2022年是中国共产党百年，也是中国共青团百年。飞鹤借势五四青年节，携手国家一级演员王劲松，共情内卷躺平的背后，即准国家立意“奋斗者正青春”成共青团百年唯一合作，百万级项目达成千万级效果，上升政治高度。



主要贡献——组织贡献

从0到1，打造了一支既可持续斩获海内外大奖，又能高效解决客户问题，又可裂变增长的公司头部团队。

在公司过往IPO进程中，贡献重要业绩，并带领亏损部门扭亏为盈。

金投赏



2022案例类 银奖 (北纬47°×东方臻选)

MAD现代广告奖



2021互动创意奖-公关活动创意 金奖——“民族之光 飞鹤向月”

2020年度人文关怀公益广告 银奖——竹叶青春茶节

2020品牌管理类 银奖——智联招聘 职场共生

2020年度跨媒介整合类 铜奖——智联招聘 职场共生

艾菲效果营销奖



2022实效增长-爆量获客类 金奖——竹叶青“只此青绿”

2023实效增长-长效获客 入围——“苏轼诗话春茶”

中国广告长城奖



2023营销案例类-科学经营 入围——端午竹叶青 更解安康意

金鼠标



2024大事件营销 铜奖——飞鹤鲜萃黄金奶源 专属中国宝宝

SABRE

2023Asia-Pacific Winner - Word of Mouth——“苏轼诗话春茶”

中国正能量网络精品

2022中国正能量网络精品奖项——飞鹤60周年五四青年节

TBI杰出品牌创新奖



2024场景营销 金奖——插座界的超跑公牛大师轨道插座新品上市营销项目

2024母婴亲子行业 金奖——飞鹤首届全球大脑发育科学峰会传播项目

2023母婴用品行业-年度营销案例 金奖——2022飞鹤60周年母亲节

IAI国际广告奖



2025公关/活动 银奖——飞鹤首届全球大脑发育科学峰会传播项目

2025母婴营销奖-品牌营销 银奖——飞鹤奶源地x discovery合作项目

2024内容营销-视频营销 铜奖——“苏轼诗话春茶”

2022娱乐营销-> C602代言人 优秀奖——蓝河绵羊奶粉×张雨绮代言人官宣

2021 C1 整合营销 优秀奖——竹叶青春茶节

2020创意营销类 优秀奖——飞鹤宝宝日-小骑手冲啊

TMA移动营销大奖



2021娱乐营销类-品牌代言 铜奖——BLACKMORE “气运联盟”

上海国际广告奖



2023营销传播-跨文化沟通 铜奖——“苏轼诗话春茶”

虎啸奖



2024KOL及明星营销类 铜奖——插座界的超跑公牛大师轨道插座

2024母婴亲子类 优秀奖——飞鹤鲜萃黄金奶源 专属中国宝宝

2023营销综合饮料类 铜奖——“苏轼诗话春茶”

2023营销单项-公关传播类 铜奖——“苏轼诗话春茶”

TopDigital 创新营销奖



2024公关与活动 铜奖——飞鹤首届全球大脑发育科学峰会传播项目

2024整合营销-3C数码行业 铜奖——插座界的超跑公牛大师轨道插座

2024艺术文化营销 年度专项奖——献礼一带一路十周年：中国之礼竹叶青，茶和天下

2024品牌原创IP 年度专项奖——飞鹤“鹤小飞一家” IP传播项目

2023年度专项奖-艺术文化营销 年度专项奖——“苏轼诗话春茶”

2022艺术文化营销 年度专项奖——竹叶青X只此青绿 2022联名春茶上市营销

2022直播营销 铜奖——北纬47°×俞敏洪首场直播合作

2021红人KOL营销 金奖——Blackmores “气运联盟” 代言人项目

2021公关与活动 银奖——蓝河绵阳奶X张雨绮代言

2020创新营销场景营销 金奖——智联招聘 职场共生

蒲公英奖



2021内容组-红人营销金奖——BLACKMORE “气运联盟”

2020跨界资源整合类 金奖——飞鹤宝宝日-喂养陪伴 新鲜予你 品牌联合营销



业界评价

客户品牌总监

她兼具宏观战略思维与敏锐洞察力，尤其擅长把握时势、抢占势能。以中国礼的角度来说，从文化内涵的深度挖掘，到国际场景的精准渗透，再到国际名人的口碑建立，在关键节点多维度让品牌目标用户理解到品牌的高端价值。

团队客户总监

她对各产业特性和多元营销打法理解透彻，总能快速提炼清晰方法论，无论是快消品的流量爆破，还是品牌的长期口碑沉淀，她都能精准抓住核心逻辑，创新应用方法论，拆解出高效落地战术，推动组织效能提升。既注重策略创意，又强调卓越执行，培养的团队伙伴已在本公司和各大互联网公司，品牌方发挥重要价值。

战略定位合作方

她对战略定位理论的理解可以深透其内核并灵活运用。在实操中，擅长利用公关和数字营销战术切实推动战略目标落地达成，从事件策划到舆论引导，从人群破圈到品牌破局，让战略从纸面上的规划真正转化为市场认知，这种战术对战略的精准助力，展现了她深厚的专业功底。