

智者同行品牌管理顾问(北京)股份有限公司创始人兼总裁刘焱:

以AI重构营销全链路,打造品牌增长新引擎

姚小波

在当今竞争日益激烈的商业环境中,品牌价值的重要性愈发凸显。作为塑造品牌形象、传递品牌价值的关键手段,公关与营销已成为企业实现商业成功不可或缺的核心竞争力。

智者同行品牌管理顾问(北京)股份有限公司(以下简称“智者品牌”)作为一家在公关、品牌和营销管理领域深耕多年的专业公司,在创始人兼总裁刘焱的领导下,已逐步发展成为众多国际知名品牌首选的战略合作伙伴。

2011年,刘焱在北京创立了智者品牌,创业伊始她便为公司确立了清晰的战略定位:通过提供定制化的品牌营销解决方案,助力客户提升品牌价值与市场竞争力。创业初期,刘焱亲自带领团队开拓市场,凭借专业的服务水准和真诚的服务态度,成功赢得多家国际品牌的青睐,为公司后续发展奠定了坚实基础。

随着互联网技术的快速发展,2015年成为智者品牌发展的关键转折点。这一年,刘焱带领公司完成了从传统公关服务向数字化营销的转型。通过加大技术研发投入和团队建设力度,公司成功打造出一支专业的数字营销团队,显著提升了公司的服务能力及市场竞争力。

2016年,智者品牌成功登陆新三板。上市后,公司获得了更广阔的发展平台,业务规模持续扩大,市场份额稳步提升,为后续发展注入了新的活力。

在全球科技变革浪潮中,智者品牌在刘焱的前瞻性战略引领下,率先落地“AI-in-AI全链智慧营销”创新模式,实现了营销全链路的智能化升级。

该模式通过三大核心突破重构了传统营销生态:首先, AI技术实现文案/视觉/视频的批量生产,使内容制作效率提升10倍,客户项目周期缩短50%;其次,基于用户行为数据的AI动态投放策略,推动广告点击率(CTR)平均提升20%,核心项目投资回报率(ROI)增长35%;最后,依托人工智能生成内容(AIGC)的千人千面内容适配能力,创意测试版本量提升8倍,爆款内容产出率提高40%。这一创新模式成功构建了“策略-创意-传播-监测”的全链路闭环,为行业树立了数字化转型的新标杆。

“AI-in-AI全链智慧营销”模式的深度应用,不仅带来了运营效率的显著提升,更推动公司在客户服务层面实现了质的飞跃。凭借这一创新优势,公司成功赢得雀巢、劳斯莱斯、宝马等国际头部品牌的青睐,创造品牌活动超10亿级

曝光量的佳绩。卓越的服务能力使公司荣获2023年度Topdigital创新营销大奖,并连续多年稳居公关行业TOP30榜单,成为Top5百强企业首选战略合作伙伴。

多年来,在刘焱的带领下,智者品牌在行业PR(公共关系)、品牌管理和营销策划领域取得了深厚积累。公司不仅拥有10000+主流媒体库,200000+自媒体投放平台以及国内外娱乐明星资源库,更凭借这些优势资源打破了传统媒介的传播边界,为品牌传播开辟了新路径。

基于强大的资源整合能力,公司构建了覆盖全国主要经济区域的业务网络,在北京、上海、深圳等核心城市设立了运营中心,汇聚了400多名专业营销传播人才。这支精锐团队能够为客户提供全方位、多角度的传播服务,确保信息精准触达目标受众,展现出卓越的媒体

覆盖力和资源整合力。

历经14年深耕,智者品牌已服务汽车、科技、金融、快消、娱乐等多个行业的知名品牌,积累了丰富的实战经验。其中,宝马i品牌十周年传播项目通过核心媒体邀请与多城市巡展联动,实现了6278篇媒体报道、4000万+传播量的爆发式声量;在比亚迪-汉海外传播项目中,公司创新采用“德国本土媒体+国内社交平台”的跨地域传播策略,短视频播放量突破3000万,项目总传播阅读量达8500万,成为业界“文化自信营销”的标杆案例。

“品牌的价值在于持续创新与深度连接。”刘焱强调,未来智者品牌将继续深耕智能化营销领域,坚持以客户需求为核心,让科技赋能创意,让数据驱动决策,通过AI-in-AI全链智慧营销战略,助力更多品牌在数字化浪潮中实现长效增长。

北京翠湖科创科技发展有限公司董事长兼总经理马孟超:

用三维孵化模式贯通硬科技转化路径

郭世倡

近日,由北京翠湖科创科技发展有限公司(以下简称“翠湖科创”)承办的“创融海淀”系列活动——新兴领域投融资对接会在北京中关村国家自主创新示范区展示中心成功举办。这场聚焦硬科技企业融资的盛会,吸引了业界的广泛关注。作为活动承办方,翠湖科创董事长兼总经理马孟超向与会嘉宾分享了其独创的“协同+联合+标杆”三维产业孵化模式。这位深耕产业孵化创新的探路者,正通过这套创新模式,在硬科技成果转化的赛道上开辟出一条独具特色的发展路径。

产业协同孵化:破解大企业创新“孤岛效应”

在马孟超看来,传统大企业

单打独斗的创新模式已无法适应技术爆炸时代的需求。2021年初,借北京市推进“两区”建设契机,他带领翠湖科创平台以共建大企业开放中心为核心,构建起“开放式创新机制”。这种协同孵化模式犹如在产业生态中搭建了一座“资源立交桥”,高效链接龙头企业、中小创新主体与科研机构。

以与北京中关村科学城北区某半导体龙头企业共建创新中心为例,该企业研发部门曾深陷“信息茧房”困境。马孟超带领团队整合20余家高校实验室技术和30余家配套企业的制造能力,构建起“技术需求—解决方案—产业验证”的闭环链路。

实践证明,这种协同孵化模式成效显著。截至目前,翠湖科创搭建的协同平台已累计促成100余家合作企业的项目对接,

成功将大企业创新从封闭的“孤岛”转变为开放的“群岛”。

双向联合孵化:构建“需求牵引+供给驱动”的转化闭环

在海淀区的支持下,马孟超于2018年启动“创业合伙人招募计划”,这一举措不仅开创了联合孵化新模式,更通过持续优化“联合创新—联合孵化—联合投资”的商业运作机制,为科技成果转化探索出新路径。

其中,实创股份新型科技服务平台的搭建过程,堪称联合孵化模式的经典范例。在马孟超的带领下,翠湖科创平台创造性整合了中关村科学城北区三大核心资源:龙头企业的市场需求、研发机构的技术成果以及中小科创企业的发展诉求。通过同步实施“需求侧”反向孵化与“供给侧”正向孵化的双向机制,

该平台成功构建起市场化运作的新兴领域创新生态。

“这种双向孵化模式的意义不仅在于建立项目资源库,更重要的是打造了一个创新要素的‘交易所’,让技术价值在市场化流动中得到精准评估和高效转化。”马孟超强调。

标杆性孵化:B1Lab 打造硬科技转化“超级节点”

走进翠湖科创的B1Lab(B1实验室),墙上“需求侧反向孵化”的标语格外醒目。作为北京市首批标杆型孵化器,这个被马孟超称为“产业创新转换器”的平台,正以“定制服务+生态链接”的双轮驱动模式,重塑硬科技孵化的行业标准。

在服务某新能源“链主”企业时,B1Lab推出“技术猎头”服务——针对其氢燃料电池催化

剂升级需求,遍寻50余家科研机构,最终锁定中科院某团队纳米涂层技术,促成联合实验室落地,并带动3家材料配套企业形成产业集群。得益于“从需求倒推技术”的孵化逻辑,目前B1Lab已链接超千家科技企业与数十家科研机构。2024年,平台先后获得“北京市专精特新企业服务站”认定,并成功入选中关村论坛全球标杆孵化器案例库,标志着其创新模式获得业界高度认可。

谈及未来,马孟超望向窗外的中关村科学城北区——那里塔吊林立,新的产业载体不断崛起。“硬科技孵化不是铺路,而是架桥。”他表示,这套独特的“三维孵化”创新模式正以更立体的姿态,在科技与资本的深水区中,为创新航船锚定更清晰的坐标。

浙江德斯泰新材料股份有限公司国际部销售总监陈蔚娜:

以数字化运营助企业开拓国际市场

王昕辰

在全球PVB(聚乙烯醇缩丁醛酯)材料产业链重构的关键时期,国际市场正成为新材料企业突破增长瓶颈的战略要地。如何构建全球化运营体系,成为企业“走出去”的关键挑战。浙江德斯泰新材料股份有限公司作为中国PVB新材料领域的领军企业,产品已成功打入全球20多个国家和地区。这一亮眼成绩的背后,离不开公司国际部销售总监陈蔚娜的前瞻布局与创新实践。

作为公司国际化战略的主要推动者,陈蔚娜坚持多元融合的海外市场拓展策略,精准洞察不同区域市场趋势与客户需求,通

过引入先进的客户关系管理系统,实现销售、技术、售后团队协同作业,依据海外各地市场特点,创新性地打造了系统化、数字化、本土化的全球运营体系,借助体系优势对各环节进行精细化管理,强化跨部门协作效能,大力促进了公司对全球市场的响应速度与服务质量,提升了品牌影响力,助力公司在全球新材料竞争格局中占据有利地位。

在新兴市场突破方面,陈蔚娜开创性地将数据驱动与区域聚焦相结合。她带领团队运用大数据分析平台,广泛汇聚全球海关数据、权威行业报告等多元信息源,深入挖掘与分析海量数据,把零散的市场信息整合为可视化作战地图,从区域、行业、产

品三个维度动态展现市场契机,大幅增强市场开拓的针对性与效率,有力缩短了海外新市场的开拓周期。这种精准开拓模式成效显著,在与法国圣戈班集团、美国佳殿玻璃等国际领先的玻璃制造商合作中体现得淋漓尽致。陈蔚娜带领团队依据精准开拓模式,针对目标区域市场特点,定制个性化的产品推广方案与合作策略。在法国市场,陈蔚娜精准定位建筑装饰领域对高端节能玻璃的需求,为圣戈班集团量身打造适配当地建筑风格与法规标准的合作项目;在美国市场,陈蔚娜则聚焦汽车制造行业对安全、智能玻璃的追求,助力佳殿玻璃推出符合当地汽车产业趋势的产品解决方案。

通过这些精准举措,公司在短短几个月内就赢得了当地客户的高度认可,成功打开市场,为公司在全球范围内快速、高效地布局新兴业务板块筑牢根基。

在客户结构优化方面,陈蔚娜推行“金字塔式”客户价值管理体系。针对顶层的战略客户,

陈蔚娜亲自组建专属服务团队,提供全方位、定制化服务,确保每一项服务细节都能契合客户的高端需求;对于中层核心客户,主要面向区域龙头企业,陈蔚娜亲自规划并定期举办技术交流会与年度战略研讨会,积极引导双方深度对话,挖掘合作契机,强化技术交流与合作,为客户提供了更具竞争力的解决方案,实现了潜在客户的有效转

化。事实证明,陈蔚娜所构建的客户管理体系提供了差异化的资源配置和服务策略,促进了公司高价值客户占比显著提高,为公司带来了更优质、稳定的客源结构,有力推动了公司业绩的持续增长,助力公司在激烈的市场竞争中脱颖而出。

在陈蔚娜看来,随着全球绿色转型加速和新兴市场崛起,PVB产业或将面临更严格环境标准、更激烈的技术竞争和更复杂的贸易环境。陈蔚娜表示,她将继续以开拓者的姿态,带领公司持续优化全球销售管理体系,在整合全球资源的供应链协同过程中,逐渐赢得国际市场的的话语权,为中国制造企业“走出去”提供可借鉴的范本。