

黄威 Vince

广东 深圳 | 30岁

343906130@qq.com

东莞理工学院 - 计算机科学与技术 - 全日制本科

个人优势 / Advantage

- **7年以上互联网市场、品牌运营和活动管理经验**，先后负责区域市场、活动运营及品牌管理，目前在AI产品公司从事品牌运营与生态合作。
- **曾统筹华南6城市场工作，管理千万级年度预算和3人团队**，年度推进30+场活动，包括千人级客户活动、行业沙龙、异业合作及公共资源联动。
- 具备**合作伙伴开拓、商务谈判、活动策划、项目管理和供应商管理经验**，能协调业务团队、外部合作方及供应商完成项目交付。
- 计算机科学与技术本科，具备技术产品理解基础，同时具备联合活动、用户运营和跨部门项目推进经验。

工作经历 / Experience

紫讯科技 | 品牌运营

2026.08—至今 | 深圳

核心定位：负责公司及产品品牌规划、品牌内容和生态合作，统筹内外部资源推进重点品牌项目。

1. **企业品牌规划与管理**

- 结合公司业务和产品布局开展品牌梳理，参与品牌定位、品牌架构、核心表达及传播规划，完成品牌规划方案和管理层汇报材料，为品牌内容、对外材料及合作项目提供统一方向。

2. **AI生态合作与用户运营**

- 推进旗下产品LinkFox与WorkBuddy联合运营，围绕新用户获取和存量用户激活策划两期活动，负责合作方案、传播内容和活动页面。相关内容及页面**累计获得1.64万次阅读与访问，同期WorkBuddy渠道注册2,069、产品调用14.97万次。**

3. **跨部门项目统筹**

- 同时推进**品牌规划、生态合作及内容建设等项目**，协调产品、技术、设计、内容、渠道和外部合作方，把控项目排期、内容审核和交付质量。

北京华品博睿网络技术有限公司（BOSS直聘）| 华南区域市场经理

2021.04-2025.11 | 深圳（入职）→ 华南区（统筹 6 城：深 / 莞 / 昌 / 长 / 中 / 珠）

- **区域市场管理**：负责**华南6城品牌建设与市场资源统筹**，带领3人团队**管理年度预算1,000万+**；通过媒介组合和预算调整，区域**投放ROI同比提升110%，注册量同比提升40%。**
- **活动策划与执行**：每年策划并落地**30+场**品牌及客户活动，覆盖品牌传播、客户维护和销售支持，包括**1200人**规模ECHO年终盛典、行业沙龙及企业管理层活动；常规客户活动单场服务**150+人。**
- **合作拓展与谈判**：负责产业园、商业组织、餐饮及快消品牌等合作方拓展与谈判，推进联合活动、资源置换和传播合作落地。

深圳新纪元国际教育有限公司 | 市场经理

2019.02-2021.03 | 深圳

- **资源拓展**：开拓并维护企业及上下游合作资源，为销售团队提供目标客户线索，推动企业客户**转化率提升15%。**
- **活动运营**：根据业务目标策划并落地全年**15+场**市场活动，负责活动主题、合作资源、客户邀约、现场执行及销售承接。
- **社群运营**：按客群及需求运营多个社群，设计对应内容和活动，带动相关客群营业额**增长20%。**

广州星亮文化传媒策划有限公司 | 赛事策划

2018.03-2019.02 | 广州

- 负责大型青少年赛事及电视晚会的策划和执行，协调场地、供应商、节目流程、现场视觉和演出团队。
- 参与南方卫视中秋及春节青少年晚会、万人级广东省青少年文艺大赛等项目，担任现场执行导演，负责流程把控和现场交付。

主要项目经历 / Project

《你的跨境 AI 搭子》 - LinkFox 与 WorkBuddy 生态合作

项目定位：通过活动和产品体验触达 AI 办公及跨境电商用户，推动新用户注册和存量用户使用。

- **项目内容：**根据不同用户阶段策划两期活动。第一期面向新用户，推动用户从 WorkBuddy 进入并完成 LinkFox 注册安装；第二期面向存量用户，通过实际产品任务促进再次使用；
- **职责：**负责合作方向梳理、活动方案策划、合作方沟通、用户机制、传播内容和活动页面，协调产品、技术、设计、内容及渠道团队推进上线，并跟踪传播及产品使用数据；
- **成果：**两期活动均已正式上线，上线两周相关内容及页面**累计获得 1.64 万次阅读与访问**；同期 WorkBuddy 渠道**注册 2,069，产品调用 14.97 万次。**

《ECHO》 - 品牌年终盛典

项目定位： BOSS 直聘年度品牌客户活动，聚焦核心企业客户，强化品牌价值传播与客户关系建设。

- **项目内容：**定向邀请年度重点合作企业，通过“行业数据发布+未来趋势展望+荣誉颁奖+交响音乐会”的高端形式，展示品牌形象与行业影响力；以高雅视听体验深化客情关系，激发客户自发传播，提升品牌口碑；
- **职责：**负责**供应商管理及合作评估、百万级预算管控**、项目统筹、现场视觉把控、物料及定制礼品采购
- **成果：活动到场 1200+、覆盖企业 500+**，获南山人力官媒转发，客户自发社媒传播**曝光 10w+**；因活动效果突出，获集团 CEO 点名表扬，同年获公司期权激励，成为区域年度标杆客户活动案例。





《这份作品值得一个 OFFER》 - 求职者公益活动

项目定位： 跨界资源联动的公益类品牌活动，链接求职者与城市公共资源，强化品牌的就业服务价值

- 项目内容：联合外部资源（深圳地铁）+ 内部资源（公关内容组），通过小红书/微博/抖音等社媒征集求职者优秀作品，筛选后登上深圳地铁灯箱、LED 大屏，为求职者提供职场展示窗口；
- 职责：统筹多端资源整合，主导全案策划、活动包装输出，把控全流程进度与数据回收；
- 成果：活动上线后**全城互动热度破 10w 级**，回收作品超百份，筛选 15 份优秀作品完成地铁投放；引发素人打卡、广告类博主自发传播，**二次热度破 2w+**，模式被复用至上海、北京等城市，成为品牌跨城复制的标杆活动。



