



Top
Mobile
Awards



姜理畅

- ◆ **公司及职务:** 北京神谷文化传播有限公司创始人、CEO
- ◆ **参选类别:** 年度移动营销杰出人物



娄理畅，北京神谷文化传播有限公司创始人、首席执行官、资深营销人，长江商学院EMBA。2016年成立神谷文化，曾操盘多个S+级项目推广。经过六年在传播领域的创新突破，团队已发展至250余人，斩获百余行业奖项。

娄理畅深耕于品牌社会化营销、娱乐内容营销、公共事务推广等领域，对娱乐文化产业、品牌创新性娱乐整合营销有着独到见解。她带领神谷文化创造多个传媒行业经典营销案例，并与中央广播电视总台，浙江卫视，东方卫视，湖南电视台等卫视，以及阿里巴巴、字节跳动、OPPO、匹克等建立了深度合作。

个人荣誉

2021金触点奖年度营销领军人物

麒麟奖年度娱乐营销领军人物

娱乐营销论坛暨5S金奖娱乐营销领军人物

金网奖年度数字商业新锐人物

2021年4A创意奖评委

虎啸奖年度新锐人物

金远奖年度娱乐营销领军人物

金梧奖年度内容创新领袖人物

弗徕格年度数字商业影响力人物百强榜

2022金梧奖评委

金梧奖年度内容创新领袖人物

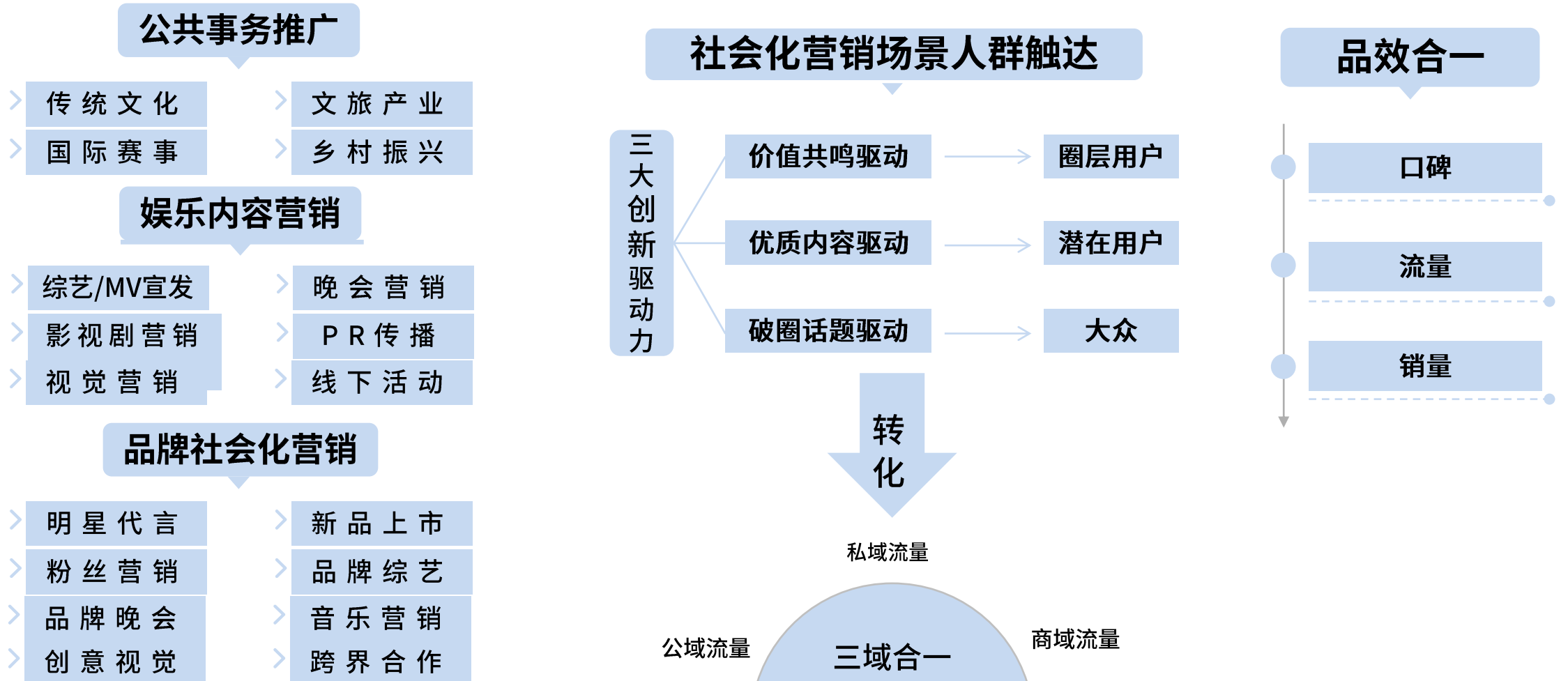
蒲公英奖年度创新人物奖

金鼠标数字营销年度新锐人物

2021&2022年大中华区艾菲奖评委

2022金狮奖评委

带领团队积极创新业务领域，以社会化营销手段为基础，拓展公共事务推广部分，从双驱动商业模式，升级为“娱乐内容营销+品牌社会化营销+公共事务推广”三驱动模式。



在三驱动商业模式上，在2022年提出神谷文化“3+1+2”组合战略

3 大核心业务驱动

娱乐内容营销

品牌社会化营销

公共事务推广

1 种战略手段

文化数字化

2 大落地内容形式

短视频营销

创意视觉营销

品牌社会化营销

达成多个行业破圈案例，带领神谷文化荣膺阿里巴巴最佳质量供应商、连续两年获评OPPO年度最佳娱乐供应商。

OPPO旗舰机（Reno1-8）新品上市娱乐营销，OPPO Find X5、OPPO Find N（折叠屏）、OPPO Find X3等；天猫易烱千玺虚拟形象代言全媒体传播、天猫爆款清单张柏芝改名事件营销、淘宝春夏新势力周等；2021抖音年货节、抖音电商S+级大促618、818等大型电商节点提供创新性营销打法，传播实效显著。



娱乐内容营销方面

服务多个S、S+娱乐内容营销，如《这!就是街舞》45季、《奔跑吧》910季、《王牌对王牌》第七季、《了不起舞社》《爱乐之都》《我们的歌3》《天赐的声音》《欢乐喜剧人》等S级综艺的营销推广，以及2019|2020|2021天猫双十一狂欢夜、2020|2021中央广播电视总台中秋晚会、2021优酷&浙江卫视喜剧春晚、2021浙江卫视百度国潮盛典、2021天猫616开心夜等国内大型晚会营销，都收获了客户的一致好评。



公共事务推广

其创新性的通过社会化营销手段，打造了北京2022年冬奥会和冬残奥会口号推广歌曲《一起向未来》新版MV全案推广、第十二届北京国际电影节全案推广、第六届北京文化创意大赛整合传播、中国少年儿童艺术基金会“水韵京杭”大运河文化少儿绘展传播项目推广、乡村文化润童工程等项目，让公共事务更具社会影响力。



开发社会化营销的系统

通过智能工具为娱乐及品牌营销行业项目提供具体营销创意建议和媒介策略，以及打通各环节的解决方案。

其中自主研发“神谷文化粉丝营销分析管理系统V1.0”、“神谷文化娱乐内容营销策划管理系统V1.0”等15个系统，并已取得软件著作权，显著提高了公司团队效率。



文案智能生成工具



一站式营销工具



明星合作价值评估体系



SaaS电商营销从业指导

内部设立若谷研学中心，并打造线上学习平台

若谷研学中心线上学习平台是神谷文化的企业培训与人才发展平台。积极参与开展教学分享，经验分享活动，帮助提高个人通用能力和专业技术，从而承接公司的战略规划，最终达到个人与公司的双赢。截止目前累计上课81节，覆盖人次2142人。





坚持内部+外部共创式服务。

创造性地在组织架构上设置“创意中台”“FANCLUB”、“视觉创意中台”，使团队内部及外部时刻保持活力和高质量产出。

与客户公司定期交流行业问题，分享营销方法论/行业趋势/营销案例等内容，坚持内部+外部共创式服务。



新娱乐时代 Entertainment Marketing 营销破局

主讲：神谷文化 ***

神谷文化作为 OPPO2020 年度优质供应商和阿里巴巴 2020 年度优质供应商，是一家集娱乐内容营销和品牌娱乐整合营销双驱动的新型营销公司，一直致力于为客户提供最具创新力的年轻用户群交流解决方案。

神谷策划总监—王燕

若谷研学中心—成了了

品牌总监—付佳玉

神谷OPPO业务线PM—李琳

Workshop Topics

1 娱乐热搜应对方法

2 抖音直播话题制造

3 高净值人群的娱乐营销研究

4 创意晚会的策划方法

活动场地及时间

春笋 40层 高管餐厅 16:00-18:00

关于神谷文化

【品牌娱乐营销案例】

OPPO Find X3新品上市、OPPO Reno8系列品牌营销传播

快手·奥运营销传播

天猫双十一品牌传播/品牌年轻化传播

美团点评 2020 五一假期出行产品品牌营销传播

【娱乐内容营销案例】

《脱口秀大会》第 2 季 Social 及品牌营销

《明星大侦探》《明星大侦探》Social 及品牌营销

《明星大侦探》第 10 季

《脱口秀大会》第一季 Social 及品牌营销

2020、2020 年度双十一品牌营销案例

2020 品牌年轻化营销案例

2020 品牌年轻化营销案例

天猫双十一品牌营销案例

美团点评 2020 五一假期营销案例

GOLD SHINY GOLD SHINY GOLD SHINY GOLD SHINY GOLD

孵化并培养出了专属的短视频领域矩阵

矩阵总粉丝量级**2000W+**，支持宣发项目**30个**，打造爆款**2500+条**，上榜热搜**500+**

矩阵粉丝群共集结粉丝**12500+人**

账号领域覆盖泛娱乐及细分垂类，包括但不限于：**娱乐、综艺、音乐、明星、影视、人文艺术**

视频号矩阵账号达**20余个**，均播放量可达**10W**。

 快手

爱豆
安利所



 抖音



超酷
音乐君
MUSIC

超酷
音乐笛

新娱
一起追

 视频号

新生代
观察员



追星
安利社

超酷
音乐君
MUSIC

娄理畅深入洞察市场需求，将内部资源进行高度有机整合，从公司独特的价值观，到科学的中台机制、完善的业务生态链，一步步建立起了属于自己的娱乐营销模式，也正是这份大胆创新让神谷文化在娱乐寒冬里逆势而上，稳步走在娱乐行业的最前线。

——自媒体《深度文娱》

娄理畅在业内具有宽阔的行业视野和格局，善于理性思考和洞察行业问题。在项目中她不止站在营销服务的供应商视角而是兼具甲方思维和行业高度，面对问题能够直抓要害；在解决问题上，她也十分大胆，拥有极强的创新性，并能从营销侧反推内容端，达成多方共创，也正因为她有足够强的能力，才带领着团队，创造了大量行业经典案例。总体来说，娄理畅是个非常真诚、高效、靠谱的好伙伴。

——品牌方

当下综艺市场各个平台方和资源方的合作呈交叉式脉络分布，没有合作模式的限制，没有传统思维的禁锢，没有闭门造车的束缚，娄理畅同样如此，她在带着期待的目光、带着开放的态度，敞开怀抱拥抱市场，呼吁大家一起做事并且真正做点实事。

——自媒体《数字营销市场》