**红元帅**

**公司职位**：广州予之文化科技有限公司联合创始人、CEO

**参选类别**：年度数字营销创新力人物

**人物简介**



红元帅 予之文化联合创始人、CEO

首创情绪品牌运营定位，现专注新平台（小红书/抖音）情绪品牌引爆，是多家品牌及企业的品牌营销顾问，曾获得第七届中国新经济行业年度巅峰榜最具行业影响力CEO，第八届金梧奖年度内容创新领袖人物等荣誉。

前省广营销集团大快消事业群副总，14年+品牌生意增长运营，从品牌管理到内容管理再到品销管理持续成长。基于品牌生命周期成长管理，于2016年提出情绪品牌洞察方法论，先出践行茶妈妈陈皮普洱全新品类引爆、古天乐个护新品起盘、蔻斯汀形象升级运营、周生生定制婚嫁珠宝新平台落地、美赞臣内容生意增长管理、新希望乳业多品牌新电商升级等，通过对品牌生意的全案洞察，在不同的新平台基于可落地、少走弯路的品销托管。目前致力于以情绪源点为品牌创爆款、引流量、建心智、做闭环。

**数字营销领域杰出贡献**

坚守聚焦经营，打造予之文化二分之一的人都是新平台情绪品牌引爆专家，秉承“予之懂品牌，落地做增长”的信念，扎扎实实深耕小红书情绪内容全案和抖音情绪电商全案，为视用户资产为生命的新一代品牌提供有效的品销协同的解决方案。

几乎公司80%的品牌都是被“新平台情绪品牌”引爆而吸引，这些需求制造类产品或品牌，在同质化竞争严峻的当下，清晰的认知到基于小红书和抖音的线上增长必定是让落地做用户品牌，而非传统渠道品牌，把一个卖点打到底，所以基于用户底层情绪洞察，能将“品牌的翻译官、用户的代言人、平台的合伙人及大人的伯乐”做好的综合性先锋机构成为合作首选。

予之文化情绪品牌引爆逻辑，从品牌成长出发，新平台落地结合，用户接纳度入手，生意增长坚固，完整的消化了多个角色定位的需求，顺势而为成为能数据对赌、效果对赌的杠杆理论。小红书保底50%爆文率，年度合作更保底电商搜索增长；抖音保底ROI、联合开品风险共担，真正实现了品效合一渠道共建。

2022年成为8家以上的知识付费社群的分享嘉宾，5家以上品牌运营顾问。厚道经营，专注可复制的成功，用不设限成为理论+实操的指导宗旨。

**业界评价**

专业且细腻的广告人，懂品牌、懂市场、懂媒体、懂营销。在品牌服务上有深厚的功底和经验，情绪品牌在母体文化、风格美学到细分需求更是当前互联网营销独树一帜的玩法创新，是一位值得信赖的伙伴。

——小红书生态客户部-LA销售部负责人 荆轲

元帅的情绪品牌引爆体系和单一平台的饱和式攻击很赞，太人间清醒啦，总能把有限的预算做出无限的期望，这几年合作下来很让人放心，能接则接不能接也会说出难点在哪里，是个专业和管理都在线的元帅。

——阿里妈妈淘宝联盟商务专家

红元帅像一位全方位的品牌管理人，为品牌和产品把脉，给出有文化内核、有专业深度且行之有效的品牌诊断报告和解决方案。

——天猫国际行业小二 珑虾

博胜是小红书的信息流服务商，在我们合作期间，元帅给我们的一致印象是，在朋友方面有原则诚实，言出必行，作为合作伙伴，不以利益为导向，认真对待每一位客户，坚持以质取信

——博胜集团小红书事业部负责人张杰

予之作为专业的mcn机构，合作下来，元帅团队非常懂品牌 、懂流量、懂内容，投放笔记方面有自己的方法论 ，能够精准的匹配品牌和红人，投放ROI非常高。元帅为人谦逊、友善，是一个做事有原则、管理有格局的人，是一个非常专业的小红书磕学家，信息流方式动态做抖音的实战派。老客户合作回头率非常高，很高兴能够和元帅合作，简单高效！

——淘美妆商友会零售会员运营总监小飞侠

跟元帅认识了近一年时间里，一直有被惊喜到。我们作为链接品牌方和服务商的中间平台，接触过很多的服务商，元帅在小红书和抖音上的服务都很专业，他输出的"通过单一平台的饱和式攻击，实现新平台上的情绪品牌引爆"的打法也很清晰，可以帮助更多品牌方打出爆品，服务品牌实现0-1、1-N的发展。

——品牌医生创始人 sally

元帅及其率领的团队在众多机构和服务商中优势很明显，不管是专业（品牌管理+流量运营+内容创新）层面还是服务层面都很靠谱，特别喜欢他们把品牌当做自家的这种闭环检验方式，合作起来还蛮轻松的，小红书+抖音的重点平台研究也很克制，我想未来会一直研究情绪品牌的，让更多年轻用户喜欢我们。

——PROMESSA周生生主理人 charlie

懂品牌、懂流量、懂内容，有自己的方法论。情绪品牌理论很适合现在，是一个做事有原则管理有格局的人。

——昌正集团（子初）品牌总监

元帅对品牌的了解来自于对C端用户的同频，因为这个特点，在内容的打造上特别能体现这一点，自自然然的成为热点。这个背后，又有对数据的深入了解，以及对平台规则的熟练掌握，因此和他的合作效果，是可以预判的，能做到这一点难能可贵，在品牌和流量之间，他所思考和实践的是品牌和流量之间的动态最优解，突破之道令人期待。

——盐致市场总监 Jency

身份同业，我们身边会拥有很多“专业品牌，专业运营“的朋友。能够将品牌，运营，流量，内容融合起来，并且拥有自己的方法论，还能够实践成功的人却很少！红元帅用自己的创业故事，成功地验证了“综合实力营销人”的标杆能力！最后非常认同红元帅对于“人心人性的洞察”，在冷静的观察中能够“止于至善”，在内容端能够帮助品牌做“有情绪共鸣”的内容，在公司的管理与运营方面做能够“成人达己”智慧boss，最感动的是对同业的咨询总是毫无保留，让人感受到“高手根本没有所谓压箱底的东西”，更好的创意与想法，思考与逻辑都在未来！

——富诚集团 品牌总监 KAKA

作为一个小红书机构的创始人，元帅及团队有着很多媒介公司所没有的天然优势，在于他自己的阅历，在国内知名4A公司工作多年，协助创立过不少品牌，对品牌、对内容、对流量的理解是很深的，很清楚品牌的正确发展路径，并以此发展出自己的工作方法论。用这套方法他指导了不少品牌取得不错的成绩，在流量竞争激烈的今天仍然可以保证20%的爆文率。

“真实、利他”是他对内容的理解，也是他的做人做事原则，为人心正，这也是客户愿意信任他，员工愿意追随他的根本。

——前卡婷品牌总监、自然之妙创始人 张小玉

品牌大神!对内容的剖析不是品牌方也胜似品牌方!能精准地把握住产品的亮点，通过重质不重亮的达人矩阵，使投放结果最优化！

——安伊妮 媒介主管 冯琳琳BOA

可谓为数不多的小红书营销专家，有自己独到的理解。而除了对小红书体系的了解，更难能可贵的是能更进一步结合品牌现状和品类特殊性，给出以小红书为起点的整体解决方案。

——蓝色光标vp Aries

是我合作过最懂品牌的内容运营大佬，能把平台、品牌、用户的需求拿捏的死死的，一直践行的情绪品牌资产运营和无界用户洞察很优秀，是第四代品牌管理服务商。

——省广大快消集群第3营销中心副总万达

元帅一直专注于小红书平台的情绪品牌引爆，一切为品牌资产做增长而兢兢业业，诚信服务。陪伴一个个品牌由0到1，由1到100的成长过程。获得业界品牌爸爸们的好评。

同时元帅的专业，勤奋，谦学，友善，创新模式也得到业绩同胞们的共同好评。在不断变化的市场中，他总能瞬间适应与拥抱变化，创新出MCN的4A运营模式！

他所倡导的mcn中的4A运营模式，在品牌视角下做出精细化的通路，基因强化特别明显！这是合作过的品牌赖以信任的基础。

——MCN百益文化 总经理 王源浩