



# 李玉惠 Annie LEE

- **公司及职务：**欣翰传播集团创始人暨执行董事
- **参选类别：**年度数字营销创新力人物

## 个人工作经历

- ✓ 1991-1992 台北国际社区广播电台 助理主持人;
- ✓ 1992 -1997年 中国台北国际社区广播电台 (International Community Radio Taipei简称 ICRT) 制作人/业务经理;
- ✓ 1997-2000年 MTV全球音乐频道(MTV Network)大中华区资深客户总监;
- ✓ 2000-2001年 偶像电视剧“真情告白”策划推广案, 被业界列为最佳整合营销案例之一。
- ✓ 2001-2004年 MTV全球音乐频道( MTV Network )亚洲区市场营销/资深销售总监, 负责国际品牌营销推广, 更开启国内各大时尚, 音乐, 娱乐项目, 如:第一届莱卡风尚颁奖大典 (LYCRA Fashion Awards) 总策划之一, CCTV MTV音乐盛典, Super Talent Search校园歌手选秀节目。

## 深耕领域

- ✓ 2004年 创办上海欣翰国际文化传媒;
- ✓ 2005年 黑松“有梦有快乐”上海万人演唱会总策划及统筹;
- ✓ 2006年 首届“海南力加沙滩嘉年华”总策划;
- ✓ 2010年 华娱卫视十大红人颁奖盛典总统筹及策划等;
- ✓ 2014年 联合开创中国电音新纪元, 成为百威风暴电音节初创核心团队之一。

## 杰出贡献及主要成就

Annie lee女士带领团队以创造最大的媒体价值为服务指标与承诺；与市场娱乐资源紧密结合，与诸多知名经纪公司、唱片影视公司建立战略联盟，并拥有多家跨媒体节目制作伙伴；随着营销的模式改变，新媒体数字传播，社交电商新模式，KOL，粉丝经济，艺人管理执行及分红营销机制等模式的创新，使欣翰国际文化传媒在网络营销领域逐步积累了全实战经验，其中“粉丝经济”“电商直播”的运作，更进一步帮助品牌客户实现从流量到销量的效益。

Annie lee女士带领团队服务过诸多世界500强国际客户如：联合利华集团，保乐力加集团、拜尔斯道夫集团、丝芙兰集团，欧莱雅集团，好时集团可口可乐集团等；合作过的顶流艺人：周杰伦、蔡依林、王嘉尔、于适、张艺兴、黄子韬，陈伟霆、杨幂、易烊千玺、迪力热巴、陈立农、吴磊、汤唯、黄晓明、玄彬等。

## 获奖类别 (部分)

- 2013年，荣获Women to Watch(年度最值得瞩目女性)奖项，成为中国娱乐行销领域内的唯一获奖者；
- 2016年 《THAT' S SHANGHAI 》，《广告主》专栏，被誉为“最佳金点子王”；
- 2018年 ONE SHOW国际创意周首席面试官之一；
- 2020年 TBI 杰出品牌创新峰会-年度卓越贡献人物奖；
- 2022年 金鼠标年度数字营销影响力人物；



**Annie Lee Reaches For Best Star For Your Brand**

...the power of celebrity in brand marketing has been steadily rising over the last decade in China. Annie Lee, founder and managing director of Dream Worker Communications, is a driving force in this new-to-China field, guiding brands toward savvy choices when it comes to celebrity endorsement.

"The biggest star isn't necessarily the best fit with your brand. What a brand needs is a celebrity who will not only reflect it, but grow with it," she said.

A native of Taipei, Ms. Lee, 42, began her career as a radio anchor in Taipei, before moving into sales and marketing. During eight years at MTV she mass-entrained the Procter & Gamble sponsorship of the hit show "Super Talent Search."



**Annie Lee Reaches For Best Star For Your Brand**

**Dream Worker Founder More Than a Matchmaker Between Brands & Celebrities**

"The power of celebrity in brand marketing has been steadily rising over the last decade in China. Annie Lee, founder and managing director of Dream Worker Communications, is a driving force in this new-to-China field, guiding brands toward savvy choices when it comes to celebrity endorsement."

"The biggest star isn't necessarily the best fit with your brand. What a brand needs is a celebrity who will not only reflect it, but grow with it," she said.

A native of Taipei, Ms. Lee, 42, began her career as a radio anchor in Taipei, before moving into sales and marketing. During eight years at MTV she mass-entrained the Procter & Gamble sponsorship of the hit show "Super Talent Search."

### MAKING DREAMS COME TRUE

Annie Lee on Her Award Winning Agency

**A**s a founder of the award-winning entertainment company Dream Worker, we also create our own assets and properties. Our third annual Global Traveling Experience Awards take place on June 2 and a lot of international events, destination owners and hotel CEOs will be Shanghai for a conference. We are also working with Han Han on a special event and has recently signed the champion of Chinese Idol as our first step into celebrity management.

**How did Dream Worker start?**  
Dream Worker was established in 2004. Before that, I was working with MTV Asia, and had focused on the work in Singapore, Taiwan, and mainland China. Beside with the MTV Asia, I have been devoting in Media-related industry for more than 15 years, which allowed me to recognize the importance of the media content. Through that, I understood that entertainment and music had a growing influence in the Chinese market.

**After I left MTV, I was approached by a lot of my old clients requesting a different type of service. When we created Dream Worker, we wanted to focus on entertainment and providing 360-degree Integrated Marketing Communications (IMC) through the interrelationships between celebrities, brands, and consumers.**

**As an entertainment market expert, what other work does Dream Worker do?**  
We also create our own assets and properties. Our third annual Global Traveling Experience Awards take place on June 2 and a lot of international events, destination owners and hotel CEOs will be Shanghai for a conference. We are also working with Han Han on a special event and has recently signed the champion of Chinese Idol as our first step into celebrity management.

**Why was this year the right time to expand from two to six cities?**  
China is big enough to grow faster. What were labeled star two cities five years ago are now strong enough to help grow your audience. It's about time that strong local people can choose the type of music they like are able to understand and appreciate international music trends.

**Also, this year IMS China will expand to two days. Last year it attracted a lot of people.**

**Any last words?**  
China is the place to create your dreams. Dreams are very important and we want to make your dreams come true. That's how we keep our spirit and passion.

2013 年全球 "WOMEN TO WATCH" 奖项  
"Reaches For Best Star For Your Brand, Founder More Than a Matchmaker Between Brands & Celebrities"

2016 年 6 月 国际杂志 That' s 上海专访  
被《广告主》专栏誉为“最佳金点子王”

自2022年起，Annie李总带领欣翰国际传播团队作为马爹利名士官方账号 @马爹利PARTY不止于此的社媒运营公司，助力马爹利名士代言人彭于晏官宣传播，规划中国市场全年的传播策略并执行，立足洋酒品类市场现状，打造派对玩家形象，助力品牌精神破圈。

2023年11月，李玉惠（Annie Lee）女士带领着团队助力赛百味品牌全面焕新，品牌焕新是品牌建设中不可或缺的一环，通过品牌焕新探索不同的发展机会，以顺应市场变化，实现高质量发展。欣翰传播集团作为领导服务机构，在与赛百味的合作中，提供了专业的营销策略，官宣刘畊宏作为“赛百味新鲜体验官”，将品牌影响力辐射最大化，助力品牌实现声量与销量的双收。



艺人在整个整合营销中起着非常重要的推动作用，强化品牌和消费者的情感桥梁，双方的合作也能够为媒体沉淀出易传播的内容。

仅牌所需要的明星大牌的明星不一定是最适合你的品牌的良好的合作。关于如何匹配品牌需求和艺人人设，达到双方效益最大化，李玉惠（Annie Lee）女士一直有她的独门秘诀——“品牌所需要的艺人不仅仅是能够映现品牌形象的，也是可以和品牌一起成长的，把握机遇强势出击，实现双赢的局面。”

欣翰传播集团助力中国品牌科沃斯牵手韩国艺人玄彬，这是玄彬第一次代言中国品牌，也是科沃斯出海后选择的第一个亚太区品牌代言人。玄彬代言的区域覆盖韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚和越南等亚洲五国，代言包括科沃斯旗下的地宝（DEEBOT）、沁宝（AIRBOT）和窗宝（WINBOT）等明星产品，《科沃斯x玄彬 “The best just got better” 》在金鼠标数字营销大赛获得出海营销类铜奖。



Annie李总带队欣翰传播集团艺人部为清扬品牌签下全新品牌代言人易烊千玺，通过粉丝运营的运作，最终数据显示清扬打造爆款单品，突破销售记录。2023年，在欣翰传播集团的促成下，突破常态性代言，易烊千玺与清扬品牌共创单曲《无畏清扬》，正式上线，“无畏”态度是清扬始终坚持的品牌态度，作为清扬品牌代言人，易烊千玺与清扬共同诠释了“无畏”的品牌理念。

IP作为市场环境下极具话题性和延伸性的领域，极速成为行业发展焦点，为了推动IP孵化内容创新，实现价值增值，使公司实现多元化发展，李玉惠（Annie Lee）女士带领着团队不断拓展资源渠道，优化公司结构布局，并建立Dream Cube，为品牌为艺人孵化IP产品的创意定制公司。

近两年，欣翰也与上海国有企业-久事集团旗下全资子公司:上海久事文化传播有限公司成为了战略合作伙伴，为该公司提供代理项目策划、视频、演艺、招商等服务，建立文体IP赋能体系，肩负培育久事集团文化主业、推动文化传播类资源集约化经营的使命，在文化传播的诸多细分领域形成自己的独特优势，全力打造上海知名文化服务品牌。Annie带队携手欧阳娜娜，推出“1042 Nabi治愈小象”，并成功举办线下治愈展，成为明星创意营销案例的典范，和欧阳娜娜合作的《1042xNabi治愈小象》在2022年金鼠标数字营销大赛获得IP营销类铜奖



欣翰传播集团与北京演艺集团成为合作伙伴，音乐剧《基督山伯爵》中文版首轮巡演成功落地，结合品牌优势力量与音乐剧内容，推动整合运营的力量，2023年第十一届梅花创新奖，音乐剧《基督山伯爵》中文版获得最佳IP营销创新奖银奖。欣翰始终关注着中国音乐剧的制作和运营，助力本土化音乐剧IP开发，从多领域协助推进音乐剧发展。

2023年初，李玉惠女士通过过往打造品牌IP的实力，结合品牌优势力量与音乐剧内容，以总监制新的身份，携手总制片人北京歌剧舞剧院音乐剧团团长阿云嘎，共同推出音乐剧衍生科普综艺《阿云嘎的爱乐之心》第二季，作为抖音平台音乐剧版块扶持项目，一经播出受到众多音乐剧迷的喜欢。同年，音乐剧《风声》正式启动孵化，大众对经典文学作品的热情从未消减，中国文艺行业也始终瞩目的本土音乐剧的创新，音乐剧承载着音乐与歌舞，中国音乐剧的发展正在稳步推进，期待未来有更多属于中国的原创音乐剧，让世界倾听。

欣翰传播集团CEO李玉惠 (Annie Lee) 女士深知，只有不断发展营销传播模式，打破传统的广告思维，顺应时代的潮流，改善传统的营销传播模式，有效结合新媒体传播优势，同时打造稀缺资源，才能为品牌实现从流量到销量的转变。

展望未来，欣翰传播集团也将持续探索多元化的整合营销之路，提高整体的服务质量，从而为品牌创造价值，同时创造品牌IP力量。





### 公司及职位 姓名

Niels Boe Sorensen

Founder

Kuanhsi Consulting

### 评价内容

To whom it might concern.

I have always known Annie to be the hardest and most dedicated businesswomen. With a constant eye for developing the skills of the staff and pushing the boundaries for client solutions Annie is a remarkable outstanding personality in a highly competitive market.

Annie' s dedication to details is outstanding and client service is in the DNA of Annie, where clients always comes first and the reward for her business I delivered through results, of which there are many.

Kind regards

Niels Boe Sorensen

Founder

Kuanhsi Consulting



## 公司及职位 姓名

Patrick徐凯  
枫禾品牌发展 创始人

## 评价内容

致相关人士

Annie毋庸置疑是一位优质女性的典范。

她美丽、智慧、优雅、知性，开创了成功的事业，同时又拥有美好的家庭。

她教会我如何应对繁重的工作并保有热情，永远积极向上自信面对生活；建立良好的人际氛围并发挥到最大效益。她自己本身聪明的头脑加干练的办事作风也深深影响着我，永远饱满热情拥有正能量， 这些方面在我职业生涯起到重要的作用并深刻的让我受益至今，毫不夸张地说，她是我职业生涯的指明灯和良师益友。

Patrick Xu  
枫禾品牌发展