



段志敏

- **公司及职务：**海唐新媒集团创始人、董事长
- **参选类别：**年度数字营销影响力人物

原北京最大早报《京华时报》7年经济部主任、前健康元（SH 600380）独立董事。拥有10年财经新闻资深经验，10年营销行业经验；3Q大战、李开复、今日头条危机公关、新浪微博10年公关操盘者；毕业于南京大学新闻传播系；长江商学院EMBA；中国广告协会常务理事。中国单人皮划艇往返横渡琼州海峡第一人，40次马拉松半程、5次马拉松全程、2次100公里越野跑完成者。

社会责任：积极参与公益活动，包括为河南水灾和受灾员工捐款、参加长江商学院戈17公益捐款、助力高原少数民族创业者公益活动、参加草方格“保护莫高窟”公益活动等。

新闻报道：

海唐新媒荣膺长城奖评委：<https://www.toutiao.com/article/7442169482962829874/>

海唐新媒董事长担任虎啸奖评委：https://hea.china.com/article/20250211/022025_1636208.html

海唐新媒荣登营销人物10强：<https://finance.ynet.com/2024/12/03/3841298t632.html>

海唐新媒荣膺36氪年度案例奖：

http://www.beijingreview.com.cn/caijing/hyzz/202412/t20241205_800386280.html?sid_for_share=99125_3

海唐新媒上榜2024行业排名TOP7：https://hea.china.com/article/20250124/012025_1633427.html

海唐新媒获超亿元银行授信：<https://finance.stockstar.com/IG2024101600024684.shtml>

海唐新媒荣登新三板成长企业榜：<https://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-25/doc-ineasrzi0540928.shtml?cref=cj>

【主导的具有影响力品牌公关营销项目】

1、深耕硬科技领域，将复杂技术概念转化为不同受众圈层可接受的叙事，并在短时间内生成全网热点

（1）蔚来150度电池直播：2023年底，全球领先的蔚来150度电池量产包即将下线，蔚来董事长李斌采用直播形式，实测150度电池包续航能力。在直播营销方面，本项目首次采取直播视频切条的传播方式，将金句/事件点在10分钟内传播到各个渠道，实现了从微信朋友圈、视频号、微博、腾讯新闻等多个平台全面声量持续不间断爆发。截至直播当日18时，共计传播5400+条信息。最终，全网累计阅读量9.8亿，视频总播放量超1000万+；全网10个平台登上25个热搜，包括微博热搜9个、抖音热搜1个、头条热搜4个、腾讯热搜3个、懂车帝热搜2个、易车热搜1个、新出行热搜1个、知乎热搜2个、虎扑热搜1个、百度热搜1个；全平台官方账号直播观看人数高达483万人次，最高有7万人同时在线。该项目曾在2023年底轰动车圈，之后的一段时间，车企CEO纷纷效仿开启自驾直播之路。

https://yule.sohu.com/a/777329360_114822

<https://auto.sina.com.cn/news/2023-12-22/detail-imzywwtx6405455.shtml?giftnew=1>

<https://www.pcauto.com.cn/hj/article/2329894.html>

https://business.sohu.com/a/746157326_475103

<https://www.bilibili.com/video/BV15N4y147rv/>

【主导的具有影响力品牌公关营销项目】

1、深耕硬科技领域，将复杂技术概念转化为不同受众圈层可接受的叙事，并在短时间内生成全网热点

(2) 蔚来2023 NIO DAY: 活动预热前期产出400+条稿件、40+条视频、80+张三方图、3000+条链接，活动当晚集中资源，爆发发布1300+条链接，浏览总量3800万+，互动量23万+。最终，该项目在微博、小红书、抖音等平台均热搜上榜，累计阅读量/播放量接近14亿，累计互动量1300w+，全平台热搜话题累计曝光量7.5亿+，渠道触达约4.5w+用户。

(3) 蔚来第二品牌乐道品牌发布: 除了在权威媒体、汽车垂类门户、财经媒体等多渠道联合推广，全方位解读客户多品牌战略、新品牌定位、领先产品力，团队通过趣味化、场景化的方式进行病毒视频传播，解决复杂晦涩技术力的传播难题。最终全网总曝光量20亿，总热度值880w+，总体阅读量8亿+，在微博抖音等平台共产出27个热搜；发布当天，相关关键词微信指数由8w+跃升至1200w+，抖音关键词搜索指数达到90w+。

【主导的具有影响力品牌公关营销项目】

2、内容策划与创意营销

（1）香飘飘雪糕上市话题营销：帮助客户加强在夏季市场的存在感时，团队提出“回忆向”、“猎奇向”、“吐槽向”内容更能激发年轻群体的情感共鸣和自发讨论。项目启动后，团队联合官V、蓝V进行脑洞玩梗创作，假装推出雪糕新品、假装惊喜收到，话题成功出圈。这一阶段的成效促使品牌方决定真的推出雪糕新品，团队随即快速响应，进行经典品牌语升级、创意再现品牌经典场景等营销活动，雪糕新品出货仅用时25天！最终核心话题总曝光量超过亿次，讨论量接近3w条，不仅在客户内部引起了很好的反响（客户反馈效果“很炸”），也带来了许多自发的行业文章。

（2）“京东买药x网易云音乐”双十一跨界营销：项目推出“音药疗愈”全新健康消费理念，将具有疗愈属性的买药备药（低频行为）和听音乐（高频行为）进行巧妙结合。随后，团队积极洽谈并成功邀请了网易云音乐进行跨界合作，推出“音药疗愈馆”、“音药随身听”等创意玩法。最终总曝光量达10亿+，主话题#更适合中国宝宝的音药# 双日登上微博主榜话题。该项目获得2024 年虎啸奖联合营销类银奖、电商及效果营销类-大促与节日营销类银奖（该奖项的申报单位为京东健康医药事业部）。

信益资本董事长 郝信星

“段志敏在数字营销领域有着丰富经验和独到见解。在多个项目中，他成功地将我们的品牌理念传递给目标受众，取得了良好的反响。”

博纳影业董事长 于冬

“很高兴能与段总合作，他对品牌形象的塑造和维护有着深刻的理解，能够提出富有前瞻性的建议。与他合作，让我深刻感受到专业营销人的价值和力量。”

博雅天下董事长、总编辑 荣波

“段志敏拥有丰富的媒体资源和良好的人际关系网络，能够迅速建立起与媒体的信任和合作关系。他具备出色的市场洞察力和战略规划能力，能够准确捕捉品牌核心价值和市场趋势。”