

谭嘉莹

公司职位：九龙仓置业有限公司 助理总经理(市场策略)

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销杰出人物

人物简介



谭嘉莹于 1993 年加入九龙仓集团，负责香港时代广场的推广。在 1997 年，她被委派负责海港城的商场推广策划，同时负责九龙仓集团旗下的两个大型商场达五年。由 2001 年开始，她则主力负责海港城的推广策划。

在 2019 年，她更担任九龙仓置业有限公司助理总经理(市场策略)，负责集团旗下三个香港大型商场的推广业务，包括海港城、时代广场及荷利活广场，促进三个商场在本地及迈向国际的发展，尤其是内地市场。目前，她亦是香港广告客户协会的副主席及香港管理专业协会数码营销联会的副主席。

数字营销领域杰出贡献

在数字营销采取的战略上，她不断创新及进行精细化运营，不但以在线引导下，更成功的开展了线下服务体验引导在线，继而形成 O2O 效应。她是营销行业的先行者，一直担任普领头羊角色，成香港商场业界的模仿对象，而且经常到外地进行演讲分享数字营销领域及推动海港城，更屡获殊荣。由 2008 年开始，海港城已获得超过 160 个外地、内地及香港机构颁发的营销奖项，其中 6 个更是与数字营销有关。

线上引导下

社交媒体现代人最主要的交流管道之一，也是口碑传播的最佳工具。2008 年开始，她率先在各大社交媒体开通海港城官方媒体平台，通过平台聚集粉丝，为口碑传播打下基础。她成功将新媒体营销与传统媒体相结合，拓展多渠道宣传，令海港城于在线或线下全方位提高知名度。由 2013 年开始，海港城已连续 6 年获得新浪微博影响力十大香港企业。

在 2014 年，海港城在圣诞节建立#去海港城过圣诞#的微博话题页，将粉丝聚合在话题页上互动留言、贴照片、上载视频等，加上有奖转发活动及明星红人、品牌、大 V 帮忙转发话题，带动用户互动参与，成为粉丝的热门讨论话题！海港城亦是香港第一个企业率先试玩 [微博签到机]。游客亲临海港城并用微博签到机自拍，照片将自动生成微博并放发与其他人分享，达到强大的宣传效果。#去海港城过圣诞#话题页短短 60 日，阅读量已超过 6.6 亿，成功吸引更多旅客到海港城购物并带来商机！此话题页更为海港城带来「2014 微博给力话题营销」大奖。

在 2018 年，海港城与亚洲人气造型师兼网红小 P 老师联手共同打造的新浪微博直播视频#小 P 老师带你玩转香港海港城#，创下香港微博直播新纪录，视频浏览量超过 2,820 万人次。依靠进行在线直播和小 P 老师的社会影响力，海港城成功地推动了在线到线下的战略，提升了可量化的销售和数字营销效果，更加强了消费者对海港城品牌形象的信心，并进一步提升“美丽王国”的声誉。此直播活动更为海港城在 2018 年 AMEC 全球传播测量与评估协会举办的“AMEC Awards 2018”中荣获“数字营销最创新评估分析”金奖、以及“社交媒体评估分析最佳运用”铜奖。

线下引导上

服务，体验，细节是海港城最强调的。多年来，海港城一直致力举动大型活动，包括节日、艺术、卡通主题、公益慈善等，如 2013 年「橡皮鸭游世界-香港站」... 活动的布置总会给顾客耳目一新的感觉，充分营造良好购物环境及打卡热点，另外也通过一系列活动吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。活动衍生的话题亦成功在社交网络上引爆，成为城中热点。顾客在上传活动照片的同时，还不忘在海港城签到，海港城的曝光量在一时间迅速提升。

海港城年度最大盛事「圣诞亮灯活动」更创先河，是香港首个商场举办圣诞亮灯活动并邀请明星担任嘉宾。近年，海港城更在善用社交平台，在 Youtube、facebook 及一直播等平台进行直播，与粉丝分享活动盛况。

此外，海港城每年都会邀请著名设计师打造品牌礼品，例如雨伞、月历、贺年红包袋套装等，赠送名人及网红博主等，不仅促进社交分享，更重是在于品牌文化的承传。

同事评价

香港数码营销方案公司 CMRS Group 创办人及集团董事总经理

陈乃恒 Mark Chan

在十年前创办 CMRS Group 时，Karen 推动的香港海港城是我们的首批客户之一。在购物商场的创新上，她积极改变整个购物营销布局，推动内容及体验营销，利用数据回馈、在线线下融合、优质品牌内容、客户管理等方式来提高使用者体验，建立留住消费者的社交媒介。经过多年的互相学习及合作，我们不但成为了在数字营销上的工作伙伴，共同研究和执行创意策略，更成功凭数字传播管道来推广海港城的活动且获奖无数，让海港城成为网络舆论的热点。

汤兆荣设计有限公司及汤兆荣室内设计有限公司 创办人及创作总监

汤兆荣 Andy Tong

我初期主要以舞台及店铺设计为主，二十多年前 Karen 凭独到的眼光及胆识，邀请我参与香港时代广场及海港城的节日活动设计，让我把设计推至商业及公共空间层面上。Karen 对市场有敏锐的洞察力，启发我将线下创作做到尽善尽美，配合在线的市场推广策略，巧妙地将空间设计及数字营销工作融合，成功提高商场的营业额和知名度。透过多年的互相学习及交流，我们共同策划及设计的活动更屡获殊荣，当中的圣诞布置更广为人熟知。