

## 刘冉

**公司职位：**I Do，品牌公关中心兼市场营销中心总经理

**参选类别：**金鼠标 10 周年——数字营销杰出人物

### 人物简介



刘冉，现任恒信钻石机构品牌公关中心总经理、市场营销中心总经理、恒信文化产业集团副总裁，全面负责集团品牌公关、媒介传播、娱乐营销、数字营销、市场营销、CRM 营销六大业务板块。加入恒信钻石机构十余年，成功将 I Do 品牌打造成消费者最喜爱的珠宝品牌之一。身为最资深的娱乐营销人，她同时还负责恒信文化产业集团的品牌公关，以及基于影视营销、艺人经纪、音乐制作、时尚平台、娱乐整合营销为一体的恒信泛娱乐大平台的搭建与管理。

### 数字营销领域杰出贡献

作为中国第一批娱乐营销人，刘冉女士专注整合营销与奢侈品品牌塑造 10 余年，开创了以娱乐营销、情感营销、数字营销为核心的整合营销新模式，打造数个行业经典营销案例：

· **华语首部珠宝品牌同名电影《我愿意 I Do》**：由孙周导演，李冰冰、孙红雷、段奕宏等主演。该片于 2012 年 2 月 10 日在中国内地上映，总票房突破 8000 万，是当年小成本电影大获成功的代表作之一，同时网络票房居当年国产片第一。影片由 I Do 团队主导制作，现代都市爱情故事情节体现 I Do 品牌所倡导的情感价值观，同时，在影片关键求婚环节，植入品牌经典 Tower 系列钻戒，

建立电影与品牌与产品的强关联。该案例被收录至哈佛商学院案例库。

- **品牌同名歌曲《I Do》**：2016 年，I Do 选择华语歌神陈奕迅，打造时代爱情金曲 I Do，歌曲由陈奕迅亲自填词，表达正能量情感价值观，歌曲传播覆盖感动突破 10 亿人次。2017 年，继陈奕迅之后携手天后莫文蔚，唱出女性视角的《I Do》，成为当年婚礼金曲，将品牌同名歌曲打造成属于 I Do 品牌的独有内容 IP。
- **第一个专属情侣的演唱会——I Do 致·爱演唱会**：360°跨场景“高级定制”演唱会，用爱与音乐建立用户场景化营销，塑造“品唱联动”的演唱会新模式。票务上线 13 天即销售一空，并成功挑战吉尼斯世界纪录，成为第一个成功挑战吉尼斯世界纪录的中国珠宝品牌演唱会传播覆盖 4.5 亿人次。
- **I Do 香水 x NINE PERCENT 代言**：随着超级网综的横空出世，偶像养成是 2018 年最不容忽视的现象级关键词。洞察到时下年轻人的全新互动方式，珠宝品牌 I Do 大胆跨界香氛领域，选择偶像团体 NINE PERCENT 代言全新香水系列产品，“撩”动偶像男友力。“I Do 恋爱的味道” TVC 广告一上线即引爆热搜，#ninepercent 说 ido#空降微博话题总榜及明星榜 TOP1，更成功将“流量”转化为“销量”，香水上线即引爆抢购热潮。快闪店、创意地铁包站等多种创新传播手段，娱乐、时尚、大众全媒体及众多 KOL 主动报道，粉丝自发组织为偶像打 CALL 应援，UGC 内容为品牌发声，全面霸屏微博、抖音、豆瓣等年轻人社交主阵地。迅速攻占全民热议的社交话题

## 同事评价

### 评价来自，恒信钻石机构董事长：

极致的前提是热爱。刘冉女士加入公司十年，像热爱生命一样热爱公司。作为中国第一批娱乐营销人，她带领团队开拓了珠宝品牌娱乐营销的先河。凭借极致追求的信念，更开创了融合娱乐营销、情感营销、数字营销的整合营销新模式。十年匠心，成功将 I Do 品牌打造成消费者最喜爱的珠宝品牌之一，对公司的发展做出了卓越贡献。

### 评价来自，恒信钻石机构董事总经理：

刘冉女士带领团队不断在营销领域突破创新。预测未来音乐产业即将迎来朝阳，率先提出品牌音乐营销的战略布局。近两年工作中，从陈奕迅到莫文蔚，I Do 品牌同名歌被无数人传唱，成为代表时代正能量爱情价值观的爱情金曲。品牌同名歌曲和品牌演唱会已然成为公司重要的品牌资产，未来将持续创造出更多的增益价值。

### 评价来自，恒信文化产业集团联合创始人兼总裁：

刘冉女士全面负责恒信文化产业集团艺人经纪及战略营销工作，组建并带领团队深度整合集团影视、艺人和营销板块业务，深化布局恒信泛娱乐产业链，深入挖掘娱乐整合营销的市场价值。其深刻见解与前瞻性思考，定将为公司创造商业价值与品牌价值的双丰收。