



龙茜茜

品牌运营与品牌策划，做过平台、潮流 IP 和新消费联名。

我习惯从洞察和策略出发，把创意、渠道、团队协同和结果复盘串起来。过去几年主要负责大型 campaign、IP 上新、跨界营销、人群运营、会员增长和媒介投放。

☎️ 13051352279

✉️ Lxileyou@163.com

中国传媒大学

项目推进、创意策划和渠道整合，是我最常用的三件工具。

项目管理

具有高度的 ownership，可独立高效协同多团队，完成整合营销项目落地。逻辑能力强，结果导向。

创意策划

热爱且擅长创意策划，具备内容 Sense 及用户洞察力。喜欢挑战新事物，擅长利用及捕捉热点，挖掘有亮点和传播爆点的创意。

渠道能力

效力多类型互联网平台及新消费品牌，拥有丰富的数字营销及 IP 品牌营销经验，熟悉从「品牌-产品-人群-渠道-营销」全链路打法。

2024.10 - 至今

FINDING UNICORN

市场负责人

寻找独角兽（英文名：Finding Unicorn）成立于 2018 年 5 月，是中国发展速度最快的艺术潮流 IP 发行公司。公司业务主要包括 5 大板块：艺术家发掘培育、IP 孵化运营、潮流艺术产品零售、艺术传媒宣发以及艺术策展及拍卖。公司已签约且孵化多个全球具有影响力的顶级 IP：FARMER BOB、RiCO、ShinWoo、卓大王等，全球粉丝数已逾 2000 万。

负责公司旗下所有 IP 的营销、运营及会员策略，包含 FARMER BOB、RiCO、卓大王等。立足于对 IP 及潮玩行业的理解，闭环从战略规划、业务结构化、组织设计到运行管理，致力于用 IP 叙事击穿目标用户心智，提升 IP 商业化价值与核心资产沉淀。

整合营销（营销 - 媒介）

构建 IP 全周期的整合营销体系，围绕 IP、会员、品类、渠道四大核心价值制定年度营销规划，提供清晰的蓝图与路径，贯穿市场洞察、产品营销、事件营销、联名营销、差异化口碑营销。

带领团队完成多个 S 级整合营销项目，包括【FARMER x RiCO x KFC】【FARMER BOB x 曼城】【卓大王 x 三丽鸥】等，实现社交平台总曝光量超 10 亿、会员拉新超 50W、高净值私域粉丝拉新 2w+；同时握手产品与商品团队，提升市场前瞻性与发行质量。

IP 长效运营（用户 - 内容）

内容与用户生态：完成 6 个核心 IP 的社交媒体内容矩阵搭建，基于行业及 TA 偏好，输出并丰满世界观传达，覆盖粉丝量超百万；致力于搭建高净值粉丝社群，构建 IP 护城河，覆盖 10W 客单价值用户 1W+。

IP VIC 粉丝生态：结合行业及 IP 个性，为头部 IP FARMER BOB 定制【超高净值 VIC 体系】并推动执行，旨在构建品牌与核心用户共生共长的情感护城河，提升 TA 忠诚度，实现差异化粉丝运营。

会员增长（策略 - 运营）

会员策略全局构建，从人群资产沉淀及流转视角，借力 IP 发行及整合营销策略，结合渠道特性制定年度会员增长目标与实现路径，为系统化挖掘会员资产价值提供核心策略支持。

进行厂牌会员资产统一管理与运营，根据 AIPL 和 RFM 模型，进行人群生命周期管理，将会员资产价值可视化、可量化。搭建健康可持续发展的会员体系，利用等级机制、权益机制、积分体系，沉淀出优质会员资产。

团队建设与与管理

作为 1 号位，重目标导向推动项目落地，保障组织发展；在职期间团队稳定性 100%，连续两年获得优秀管理者，积极参与公司级战略讨论并输出业务结论。



2022.09 - 2024.04

FINDING UNICORN

品牌运营经理

负责 RiCO、卓大王、ShinWoo、molinta 等 IP 品牌运营及整合营销工作，基于潮玩市场洞察及 IP 策略，闭环从市场洞察、品牌策略、整合营销到 IP 运营全链路，致力于通过精细化运营实现 IP 销量与品牌价值的双重增长。

品牌营销与整合战役

基于市场洞察与 IP 现状，准确提炼 IP 差异化定位，制定各 IP 的年度品牌营销策略及营销规划，覆盖产品种草、艺术家包装、展会营销、私域传播、跨界联名等核心触点。

主导落地 10+ 个头部 IP 大型项目，如 RiCO x 奈雪的茶、RiCO x SANRIO 等标杆案例，高效协同内外部团队完成从策略到上线全流程，实现销售与传播双赢。其中 RiCO 新品电商首发势能环比上升 19%，ShinWoo 上新首月全平台销售提升 30%。

跨界联名

RiCO x 奈雪

2亿+ 曝光 · 900+ 门店秒售罄

全球 IP 联动

RiCO x SANRIO

首波联名 · TOP1 超 20 天

品牌运营体系搭建

围绕人群运营、内容营销和媒介投放搭建品牌运营体系，通过精细化运营实现 IP 销量与品牌价值的双重增长。

人群运营 IP 人群精细化运营

搭建 IP 人群精细化运营策略与完整用户体系，建立藏家数据库，拉通高价值人群子弹与营销节奏，实现口碑、声量、销量多增长。

内容营销 产品与内容种草

迭代产品营销与内容种草方法论，不断创新产品种草画面，拓宽人群边界；平均单项目小红书话题增量 1000W+，千/万互动爆文率达 40%，并沉淀行业优质案例库。

媒介投放 渠道策略与投放优化

制定全渠道媒介策略与投放规划，覆盖策略制定、内容创意、数据分析、效果优化全流程。实时监测市场热点与消费者需求变化，在大型行业活动期间可实现小红书投放“洗榜”画面。

团队建设

从 0 到 1 搭建涵盖营销策划、人群运营、媒介投放的完整市场团队，结合公司大方向制定团队目标与业务策略，明确各职能协同界面与价值回收链路，保证团队稳定性的同时，营造协同高效、持续进步的组织氛围。



2021.07 - 2022.07

小红书

品牌部 - 品牌策划

根据公司品牌战略目标，独立闭环 S 级项目从挖掘用户洞察、输出策略、创意策划到整体传播的全过程，通过高点人物入驻与大型 Campaign 提升社区“潮流穿搭”与“潮流文化”的用户心智。

高点人物入驻项目（策略 - 创意 - 传播）

闭环高点人物入驻全案策划与执行，通过为白敬亭、井柏然、艾弗森等名人定制差异化账号定位与内容策略，成功打造明星融入社区的行业标杆。

大型整合营销 Campaign（项目 - 资源 - 成果）

作为小红书 x 2021 INNERSECT 首席战略合作伙伴项目负责人，并策划传播小红书时尚“热启动”事件【时尚焕新企划】，通过大型 Campaign 提升社区“潮流穿搭”与“潮流文化”的用户心智。

高点人物入驻

白敬亭 | 井柏然

5亿+ 曝光 · 20+ 艺人主动入驻

高点人物入驻

艾弗森

1000w+ 曝光 · 涨粉环比 +292.8%

Campaign

2021 INNERSECT

上亿曝光 · NPS +5%

Campaign

时尚焕新企划

30亿+ 曝光 · 投稿 5.5w+



2020.01 - 2021.07

字节跳动 / 抖音

CSR - 策划

负责字节跳动公益平台 S 级品牌营销活动策划与传播，闭环从洞察挖掘、策略制定、创意策划到整体传播的全链路，侧重行业破圈，致力于降低用户参与公益门槛，沉淀可复用的公益营销方法论。

品牌活动策划与传播（洞察 - 破圈 - 沉淀）

联动头部行业公益组织策划 20+ 次品牌活动，累计带动 300W+ 用户投稿，播放量达 200 亿+。

公益挑战赛

爱宠治愈季

破圈传播 · 爆款内容

公益挑战赛

紫唇挑战

明星达人联动 · 破圈效应

IP 共创与产品化探索（创新 - 产品 - 用户）

策划发起【创益特效师大赛】，以“产品化”思路撬动 100+ 特效师创作公益道具及模版，降低用户参与门槛，促进用户投稿 100W+，站内曝光 10 亿+，丰富公益参与模式。

公益生态建设

从 0 到 1 搭建公益小游戏「圆梦精灵」运营体系及内容策划，基于抖音、头条双平台，联动直播、影像等多业务线开展拉新活动，半年内拉新超 3000 万用户；联动央视新闻直播间，放大品牌声量与

公益理念透传。



2017.09 - 2020.01

爱奇艺泡泡事业部

社区运营

负责泡泡社区明星圈子运营、粉丝品牌活动策划及重点 IP 项目宣发，致力于构建以粉丝圈层为核心的社区生态与用户运营体系。

粉丝运营与用户体系搭建（体系 - 分层 - 合作）

与 300+ 明星粉丝团建立深度合作关系，搭建并运维“圈主 - 粉丝团 - KOL - 智囊团”的社区分梯队用户体系，实现高效的组织与活跃度管理。

粉丝品牌活动与 IP 宣发（策划 - 执行 - 联动）

策划并主导爱奇艺【糖分供给站】【泡泡生日应援月】【爱奇艺粉丝嘉年华】等核心品牌活动。其中糖分供给站落地 9 场线下粉丝主题乐园，单场参与粉丝 2000+；生日应援月累计 400+ 家圈子参与，线上讨论量达 2000 万+。

线下乐园 爱奇艺糖分供给站 9 场线下乐园 · 单场 2000+ 粉丝	生日应援 泡泡生日应援月 400+ 圈子参与 · 2000 万+ 讨论
--	--

重点 IP 项目运营

负责《偶像练习生》《乐队的夏天》《亲爱的热爱的》等多个重点 IP 的专题策划及宣发，与节目组、经纪公司深度合作，策划落地“明星空降”“粉丝见面会”等宣发联动模式，立足精准粉丝圈层，助力 IP 热度发酵。



一些结果和认可

寻找独角兽：优秀管理者 2 次（公司占比 3%）、绩效 S 2 次（公司占比 5%）、最佳进步奖。

字节跳动：Spot Bonus（部门占比 5%）、绩效 M+ 2 次（部门占比 10%）。

爱奇艺：绩效 A++（占比 5%）、绩效 A+（占比 20%）、公司文化奖。

工作之外，我也保持观察和表达

热爱探索新事物，熟悉主流社交媒体平台，善于挖掘流行现象背后的用户洞察。

十五年深度乐迷，资深潮流及娱乐文化爱好者，擅长摄影及内容创作。