

宋明娟

北京
1999.07.28
13163055988 (微信)
3391280840@qq.com
天津外国语大学
教育技术学 (影视编导方向 / 本科)

IP 工作室运营负责人 | 内容增长 · 商业化 · 粉丝运营

2021	2021-2022	2022-2025	2025-至今
字节跳动 · 抖音 短视频编导	阿里巴巴 内容运营 + 数据分析	小帮规划 (AI 公司) 短视频直播负责人	小帮规划 (AI 公司) IP 工作室运营负责人
把专业内容做成大众爆款	从内容人 → 懂业务、数据、产品的运营	破圈 · 搭建内容矩阵与粉丝体系	IP 全盘 + 团队统筹 + AI 工作流重构
0 → 180W+ 播放	S 级直播业务 0 → 1	10W → 250W+ 视频号 AI 垂类第一	线下带动 GMV 2 亿 团队人数提升 60%+
爆款拆解 · 选题脚本	漏斗设计 · 业务建模	破圈 · 商业变现	全链路 · AI × 人协同

小帮规划 | "哈佛老徐抓 AI 趋势"工作室运营负责人 | 2022.12 - 至今

汇报对象: CEO / IP 本人 | 视频号最大的 AI 垂类 IP | 连续 4 个季度绩效 A

小帮规划是腾讯、红杉、DST、蓝驰投资的 AI 公司
创始人兼 CEO 徐彬为哈佛大学统计学硕士, AI + 投资连续创业者

整体定位

从 0 到 1 独立负责"哈佛老徐抓 AI 趋势"IP 工作室, 统筹内容、商务、粉丝运营、衍生品、线下活动、AI 产品 6 大模块。
将 IP 从 10W 粉丝瓶颈期 → 全平台 250W+、做成视频号最大 AI 垂类账号;
品牌商务年营收 600W+、直播 GMV 1000W+、线下活动带动后端核心用户成交近 2 亿;
搭建 AI × 人协同机制, 重构内容生产与商业转化流程,
将 IP 影响力和内容声誉沉淀为可持续发展的粉丝资产和商业结果。

► IP 定位与破圈 | 全平台 10W → 250W+ | 视频号 AI 垂类 Top 1

数据驱动的人设破局

接手时账号长期卡在 10W 粉丝瓶颈期。基于深度用户画像分析 (30-50 岁、中高净值、女性为主), 重新定义 IP 内容方向为「AI 趋势解读」, 并设计「创业手记 × 商业洞察」的差异化人设, 跳出 AI 内容同质化竞争。

破圈方法论 · 让 IP 在非粉圈语境里传播

以"用大众语言翻译专业认知"为核心策略, 累计产出千万级播放视频 5+ 条、百万级播放视频数十条。
代表案例: 戴米斯·哈萨比斯 AlphaFold 解读, 单条单平台破千万播放、单条涨粉 20W+, 被农夫山泉创始人钟睺眈、知名投资人但斌自发转发: 单条爆款延伸为破圈讨论, 强化 IP 的专业度与影响力。

全平台矩阵化运营

多平台同步策略 + 差异化内容供给, 沉淀全平台粉丝资产 250W+ (视频号 120W+、抖音 60W+ 等), 形成"破圈—沉淀—商业承接"的链路。

AI 内容生产 · 公众号重启

接手时公众号近乎废弃, 基于 AI 搭建内容工业化生产体系完成账号重启;
单篇阅读从 0 稳定回升至 6K+、爆款单篇 2W+, 重新成为账号平台内容的沉淀入口与转化承接节点。

► 品牌商务 & IP 商业化 | 年营收 600W+ | 单条报价 3 倍增长

多元商务合作场景搭建

搭建品牌内容合作、线下活动、企业内容服务、活动嘉宾/主持等多元商务合作场景, 年总营收 600W+、单季度稳定 150W+。

以品牌合作强化 IP 标签

围绕 AI 趋势、自动驾驶、机器人等内容主线, 拓展互联网 (阿里、腾讯)、AI、汽车等一线品牌多场景合作; 与头部品牌农夫山泉、阿斯利康等深度合作, 借品牌完成 IP 标签的反向沉淀。

报价 3 倍增长

建立"市场对标 × IP 溢价 × 权益分层"三维报价策略, 单条视频商单从 25,000 元起步推至 100,000 元, 增长 300%, 实现从基础内容交付到高价值合作的升级。

国际跨界内容资源访谈合作

链接并主导 Kevin Kelly (《失控》《必然》作者)、Lars Tvede (《金融心理学》作者) 等国际级大咖跨界对谈, 合作后获对方认可, IP 受邀为其新书撰写推荐语。

投放增长与成本控制

建立"素材测试、定向优化、数据驱动"机制, 精准单粉成本 < 1 元, 远低于行业均值。

► 直播 & 线下活动体系 | 直播 GMV 1000W+ | 线下活动联动成交近 2 亿

直播体系 0-1 搭建 | 全年 40+ 场 | GMV 1000W+

建立每周固定直播栏目, 沉淀稳定观看习惯与转化节奏, 全年 40+ 场常态化运营, 主导主题策划、脚本结构、节奏控场、数据盯盘、权益设计与复盘迭代全链路。
形成"常态场拉新 + 节点大场转化"的直播运营节奏, 常态场单场观看 1W-10W;
优化付费结构: 从"90% 老粉复购" → "50% 老粉复购 + 50% 新客转化", 单场 GMV 100W+。

节点大场转化机制

围绕 618、双11、生日、周年庆等关键节点, 设计直播大场节奏。
通过价格锚点与会员权益设计, 兼顾老用户复购和新客转化;
结合限量赠品、会员专属权益和 SKU 分层, 承接不同用户的复购与新购需求。

线下活动统筹 & 现场主持人 | 全年 10+ 场跨城落地

- 线下活动模型设计**
洞察用户对线下真实触达和信任建立的需求, 尤其高意愿用户需要更强线下连接和深度互动; 设计"门票制 + 邀请制 + 晚宴承接"的线下活动模型, 承担「增信 + 粘性 + Aha Moment」核心价值。
- 稀缺规模 + 高密度服务**
单场 50-80 人, 全年累计精准服务 600-800 名 核心会员、潜在会员及高意愿用户
单场转化率稳定 50%+, 后端联动转化年成交金额近 2 亿
- 跨城巡回 + 统筹**
全年在北上广深杭等城市落地 10+ 场活动, 担任活动负责人及现场主持, 与 IP 同台完成用户互动、信任建立与转化承接。
- 活动 SOP 与复盘机制沉淀**
沉淀活动方法论, 统筹用户邀约、内容流程、场地动线、物料供应、现场控场、AI 工具辅助与数据复盘。

► 粉丝资产沉淀与运营 | 60W+ 私域

从 0 搭建私域承接体系

承接平台内容、直播与线下活动, 累计沉淀 60W+ 私域用户, 按内容兴趣、消费意愿与服务需求, 构建多层社群和差异化运营策略。

AI 辅助用户分层 + 精准触达

基于用户画像、内容偏好、消费意愿和关注主题等维度, 搭建 10+ 组核心标签、50+ 个细分标签; AI 辅助打标, 实现内容推荐、活动邀约和个性化服务。

会员体系精细化运营

设计会员 + SVIP 双层权益体系与运营策略; 会员生命周期从 9 个月延长至 36 个月, 单季度新增 SVIP 50+ 人。

高意愿用户转化漏斗

搭建"用户筛选 → AI 辅助触达 → 线下增信 → 1V1 转化"链路, 提升核心用户承接效率。

AI 工作流重构与团队提效

重构私域运营工作流, 完成业务拆解、AI SOP 设计、产出验收、人机分工和数据沉淀;
将 7 人私域执行链路压缩至 2 人, 人力成本下降 60%+, 同时内容质量与服务稳定性提升。

► IP 周边与衍生品全链路 | 0-1 搭建产品与供应链

基于用户场景的产品设计

把衍生品与主品 (会员 / SVIP) 做捆绑, 设计 Aha Moment 触点强化身份感、纪念感;
提升衍生品的权益价值、跳出衍生品行业内卷低毛利红海。

0-1 搭建衍生品供应链体系

作为公司首个衍生品业务负责人, 从 0 搭建纸质品、金属、布艺、节日礼盒等多品类供应链;
全年开发 10+ 款 SKU, 覆盖售卖周边、节日礼盒、身份卡、活动伴手礼等场景。

三大业务场景产品化设计

- 会员场景**
《工具手册》作为会员主品权益钩子, 单日 GMV 100W+, 较前期增长 500%。
- SVIP 场景**
设计节日礼盒 (节日氛围 × IP 内容属性双层组品)、活动伴手礼、身份卡等权益产品, 强化高阶会员身份; 带动 SVIP/高意愿用户转化率提升 20%。
- 线下活动场景**
统一伴手礼、物料和包装标准, 强化现场体验与 IP 质感。

全链路项目统筹

统筹用户研究、需求拆解、产品规划、SKU 设计、大货验收和销售拉升, 细化到材质、包装和交付标准。

► AI 工具与内容运营提效 | 内容生产 / 用户触达 / 商业化验证

内容侧 · AI 内容工业化生产

建立 AI 驱动的内容生产 SOP, 贯穿选题、脚本、资料整理、直播复盘和公众号长文拆解等流程;
将短视频、直播、公众号内容联动复用, 最大化单次 IP 产出价值, 保障 IP 在空窗期的稳定内容供给。

产品侧 · 商业化验证

- 内部提效工具**
开发内容分析、用户标签等团队提效工具, 加速内容生产、复盘效率。
- 业务化工具化**
0-1 开发"线索承接工具 / 用户服务工具"等业务化 AI 工具, 嵌入公众号与私域触点, 单工具 UV 1W+, 1V1 线索转化率 20%+。
- AI 产品商业化验证 | Reportify** (覆盖用户洞察、发布节奏、触达机制与付费转化设计)
 - 节奏化运营**
建立月度产品迭代与发布会机制, 稳定产品曝光和用户反馈节奏。
 - 多触点用户洞察**
通过"线上发布会、专业用户激励和线下快闪活动", 建立多触点三层反馈体系。
 - MVP 期商业模式跑通**
搭建订阅、点数和服务付费矩阵, MVP 期 DAU 1K+、日变现 5W。

阿里巴巴 (阿里健康) | 直播产品运营 / 短视频运营 | 2021.06 - 2022.12

► 直播项目 (S 级) 0-1 搭建 | 用户规模 0 → 30W

从 0 搭建直播产品体系 (数据指标 / 内容 SOP / KOL 培训 / 商业化), 业务用户规模 0 → 30W;
建立 KOL 培训与激励机制, 推动月度复播率从 29% 提升至 90%;
策划春节等节点直播活动, 单场拉新 7W+, 创 2021 财年 APP 单日拉新新高。

► 科普短视频项目 | 平均完播率 52%

负责百万级账号「付虹医生」「医鹿」「别叫我龙龙」抖音内容策划与迭代, 平均完播率 52%;
搭建医疗内容标签体系和竖屏内容包装模板, 沉淀专业内容大众化表达方法。

字节跳动 | 抖音编导 (实习) | 2021.01 - 2021.06

0-1 策划神经外科、妇产科等医疗科普垂类账号, 完成账号定位、选题策划与冷启动复盘;
冷启动期稳定产出单条播放 200W+ 内容, 3 个月涨粉 10W+, 平均完播率 40% ; 沉淀《爆款短视频方法论》。

扫码查看我的作品集

