陈亮途

公司职位：威动营销执行合伙人

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销领军人物

人物简介

陈亮途（Hugo Chan）毕业于香港中文大学市场营销学工商管理荣誉学士学位，后在英国威尔士大学获工商管理硕士学位。2017 年凭借论文《社交媒体营销对品牌资产增值的影响》获得瑞士商学院优等荣誉博士学位。

陈博士是业界公认的社交媒体专家，同时也是一位集社会化媒体营销、品牌营销、出版、创意及营销战略等一体的大学教授和综合培训师。

Hugo 于 2011 年 6 月加入（WE MARKETING GROUP）任数字营销执行理事。2012 年威动营销合资公司成立后，被任命为这家专门致力于社会化整合营销的国际机构的执行合伙人。加入威汉前，他已经拥有超过 20 年丰富、全面的出版业从业经验，在荣格集团、环球资源等任职过。他是中国商务广告协会数字营销研究中心研究员，还受邀出任艾菲奖、艾奇奖、金鼠标、虎啸奖等多项行业顶尖奖项的评委，多次荣获金鼠标、虎啸奖年度人物大奖等荣誉。现兼任香港大学中国商业学院营销管理系客席副教授、瑞士商学院工商管理博士班客席教授及博士生导师。

数字营销领域杰出贡献

一、陈亮途带领的威动营销始终是数字营销领域的创新先锋。

1、2011 年 6 月 Hugo 加入 WE MARKETING GROUP，开始组建社会化营销团队。当时还是微博刚刚起步的年代，威动营销成立当年就赢得了思科、神州租车、玛氏 m&m’s 巧克力、京都念慈菴、丹麦蓝罐曲奇等国内外知名品牌的青睐，Hugo 带领团队帮助客户运营微博官方账户的同时结合线上线下平台，提出整合式营销理念，为客户提供营销战略规划、执行、监控等服务。**神州租车的微博服务在当时有极高的知名度；m&m‘s 巧克力首创用@红豆-Red、@黄豆-Yellow 两个形象微博账户代替官方微博账户，更好的与粉丝互动；思科可以说是最早期在微博上做 B2B 社会化营销的品牌，Hugo 为思科启动的大中华区社交网络大使计划，把几百名思科员工转化为思科的社会化声音，这在当时也是首创。**这些案例当时受到业内的高度认可和广泛赞誉。其中，神州租车企业微博、m&m’s@红豆-Red、@黄豆-Yellow 微博，均被新浪@企业微博助理 推荐为整体企业微博运营的经典案例。神州租车案例更是获得 2010-2011 年度“中国杰出营销奖”金奖和杰出成效奖，第四届金投赏-品牌金投赏金奖（整合类）等多个重量级奖项。

2、2013 年威动营销在 Hugo 的带领下，提前近半年时间完成年度营业收入指标。下半年积极寻求专业合作伙伴，借助 WE MARKETING GROUP 成立的威库电子商务公司，将电子商务切实与社会化媒体营销联系起来，以原有客户-丹麦蓝罐曲奇为示范，**将社会化商务付诸实践，使威动成为当时独有的，能够完成客户最后一公里路（商业收入）的营销公司。**

3、Hugo 带领威动营销更深入的与姊妹公司-威库电子商务合作，2014 年，共同服务是品牌包括京都念慈菴、丹麦蓝罐曲奇、得宝等众多客户，**不断在社会化商务领域探索，帮助客户切实实现收益的转化。在双十一期间，威动由社会化媒体引流至电商，配合电商的宣传及创意活动，共同创造上千万的销售收入。**

4、随着社会化媒体及移动营销的深入发展，Hugo 又帮助 WE MARKETING GROUP **发展了自己的专业技术团队-威智科技**，为营销创意得以完美实现提供了专业的技术保障，让威动营销能够提供给广大客户的服务不断的提高和完善。

5、2016 年，Hugo 带领威动营销把握行业发展的趋势，大胆发展社会化电商客户，摒弃长久以来乙方收取甲方服务费的合作方式，与客户协商，采用由威动**直接承担部分销售 KPI，参与业务分成的方式合作，真正和客户成为合作伙伴，也让公司有了新的业绩增长点。**

6、2017 年，**威动已经成功转化为一家以数字营销为主线的全面营销方案顾问，为客户提供品牌营销、CRM、大数据、社交商务及管理层顾问等服务。这是公司的重大变革，也是行业里的新尝试。**

7、WE MARKETING GROUP 于 2017 年开始打造自己的 IP – 非显著趋势，借助 CEO 陈一枏（Viveca Chan）女士与趋势研究者、营销专家、演说家、《华尔街日报》畅销书作家罗希特 巴尔加瓦（Rohit Bhargava）共同出版的《非显著趋势》一书，Hugo 从专业的角度解读并分析该书内容的价值，利用自己在社交媒体平台的影响力以及香港大学中国商业学院研究生课程兼职教授的身份，不遗余力的向业内人士推广，还为此开立了线上音频付费课程，助力该书受到广泛肯定，并被列入 2017 年年度最具价值经管图书 Top 10。

8、2018 年年末，威动营销开始服务中国鞋业第一大品牌，Hugo 带领团队与客户团队合作，帮助他们建立一个旗下新品牌。从内部调研到消费者洞察，到品牌金字塔，到品牌名称、logo 等等，一步一步帮助品牌完成战略规划。这是威动业务上的又一突破。

二、陈亮途撰写了 3 本权威营销书籍，位列管理类畅销书籍，更获得不少业内人士的肯定。他将理论与实践结合，为数字营销领域的从业者提供了很好的学习参考资料。

1、2011 年他出版了自己的第一本营销书籍**《社会化营销：人人参与的营销力量》**，该书汇集了 50 多个当时最新、最具创意、最经典的国外社会化营销案例，出版后迅即成为当当畅销书、主编推荐书、蓝狮子 10 大营销书之一。

2、2015 年他出版了**《全民营销：如何用互联网思维做好口碑传播》**一书，专注于从企业的角度讲述社会化营销，致力于从理论与实践两个方面帮助企业建构社会化营销的大格局。

3、2018 年年末，出版了第三本书-**《营销长尾：利用口碑构建品牌力》**。这本书的主旨是：互联网的普及赋予了品牌可以掌握的营销的长尾；社交网络的出现，让消费者可以随时、实时、适时产生口碑，这些口碑才是今天真正能塑造品牌力的原动力。因为，相对于品牌商推广的信息，消费者的口碑更可靠，更持久，也更容易转化成为购买行为

三、身为教授、导师，陈亮途为营销行业培养了众多与时俱进的人才。

他是香港大学中国商业学院营销管理系客席副教授，授课的课程包括传媒品牌营销和整合式营销管理等，曾荣获香港大学“杰出教学奖”。截止到 2018 年，Hugo 已经在香港大学中国商业学院任职 7 年有余，累计教授的课程超过 100 节，学生超过 3000 人。去年，他成为瑞士商学院工商管理博士班客席教授及博士生导师。他还多次在北京、上海、广州举办有关品牌、营销类的公开培训，惠及学生近千人。毫不夸张的说，目前国内外知名企业市场部中的众多中坚力量都曾上过他的课，他充满干货的授课内容以及轻松、幽默的讲课方式让学生们印象深刻。Hugo 用自己专业的知识以

及谦逊、乐于分享的态度为中国的市场营销行业培育了众多与时俱进的人才。

同事评价

开放、好学、有创见是 Hugo 给我最强烈的印象。过去 10 年，中国的技术发展为营销世界带来了翻天覆地的转变。而 Hugo 总能走在前端，并且有能力把各种新技术新体验转化成营销理论和创意，为不同的品牌加分。他对事物深刻的洞察力和不断学习的精神，确实让我敬佩。

——威动营销总经理 夏汝辉 Patrick Ha

Hugo 老板是一个甚为罕见的，将“学者气”和“匪气”完美融合一体营销专家。他总是孜孜不倦的学习，在朋友圈和公众号总能看到他精读之后的好书推荐，理论涵养非常丰富。然而在实际项目中又绝无墨守成规的迂腐气息，总能打破边界，灵活且快、准、狠的解决问题。绝对值得敬畏！

——威动客户群总监 张鲜 Shine Cheung