



# 刘冉

- ◆ **公司及职务：**恒信钻石机构集团副总裁、I Do CMO
- ◆ **参选类别：**年度移动营销领军人物

- 全面执掌集团品牌策略、品牌公关、市场营销、娱乐营销、数字营销、媒介传播等核心业务板块。16年品牌打造及营销管理经验，中国第一代娱乐营销人，开创以娱乐营销、情感营销、数字营销为核心的珠宝品牌整合营销新模式及内容营销新生态。主导构建I Do品牌价值体系与品牌超级IP营销战略。
- 数十次登上国内外文娱时尚产业及营销行业最高领奖台，创新整合营销案例收录于哈佛商学院案例库。应邀在大中华区艾菲奖、IAI 国际广告奖、ECI Awards、金鼠标数字营销大赛、虎啸奖、EN Awards、梅花营销创新奖、TMA 移动营销大奖、金旗奖、娱乐营销 5S 金奖、金触点商业创新大奖、CMO 金匠奖、内容营销金成奖等国内外营销大奖担任评委。
- 加入恒信前，曾就职于奥美集团，是奥美娱乐创始团队成员之一。

- 执掌品牌大事记：
  - 中国首部珠宝品牌同名电影《我愿意 I Do》
  - 开创了国内品牌与电影合作的最佳模型，该案例被收录至哈佛商学院案例库；
  - 华语首支品牌同名歌曲《I Do》
  - 首个引入音乐营销理念的珠宝品牌，与华语歌神陈奕迅、歌后莫文蔚打造时代爱情金曲 I Do，将品牌同名歌曲打造成属于 I Do 品牌的独有内容 IP；
  - 首创专属情侣的品牌演唱会——I Do 致·爱演唱会
  - 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，国内首个成功挑战吉尼斯世界纪录的珠宝品牌；
  - 国内首个提出明星专属婚戒定制理念
  - 为 50 对中国明星夫妇打造专属定制婚戒，用专属定制理念传递品牌情感价值观；
  - 中国首个珠宝品牌同名出版文学书——《101 次我愿意》
  - 甄选 101 个品牌消费者的真实爱情故事，与中信出版社合作出版 2019 年度温暖治愈读物。

- 凭借在营销领域的丰富实战经验及贡献，荣获“2018 金鼠标数字营销年度影响力人物”、“2018 TMA 移动营销领军人物”、“2018 虎啸年度人物大奖”、“2019 IAI 年度品牌影响力人物”、“2019 金鼠标10周年数字营销领军人物”、“2020TMA年度移动营销领军人物”、“2020金触点年度营销领军人物”、“2020金蜜蜂奖年度数字营销领军人物”、“2020金旗奖年度传播人物大奖”、“2021金远奖年度营销传播领军人物”、“2021金梧奖年度营销创新人物”等。

- 刘冉女士加入公司十年，像热爱生命一样热爱公司。专注珠宝品牌立体化打造，主导精品品牌建设与IP战略打造，十年匠心，成功将I Do打造成消费者最喜爱的珠宝品牌之一。带领团队开创珠宝品牌娱乐营销的先河，奠定品牌市场领导地位，对品牌发展做出卓越贡献。

——恒信钻石机构董事长，李厚霖

- 刘冉女士是公司品牌精品化建设与品牌策略管理不可缺少的优秀领导者。凭借极致追求的信念，带领团队不断突破创新，开创融合娱乐营销、情感营销、数字营销的创新业务模式。洞察市场红利，精准布局品牌营销战略，未来必将为公司创造更多增益价值。

——恒信钻石机构总经理，李伟森