

## 李金福

**公司职位：**北京氢动益维科技股份有限公司 高级副总裁

**参选类别：**年度数字营销影响力人物

### 人物简介



李金福，广告营销行业知名品牌战略专家，北京氢动益维科技股份有限公司（简称：氢互动）高级副总裁。

从业二十余年，李金福先生一直致力于广告营销行业的深耕及探索。经历了以电视广告为主体的传统广告时期，以 PC、移动端传播为主体的富媒体广告营销时期，和以效果为导向的实效型数字营销的行业全周期过程。离开传统广告营销行业后投身于互联网数字广告营销行业，以丰富的品牌战略整合及品牌传播经验为基础，融合全新传播媒介形式，先后为五粮液、神州优车集团、瑞幸咖啡、腾讯、阿里巴巴、京东、德国大众、上海通用、蒙牛、东方航空等国内外著名企业，提供数字营销咨询服务。

### 数字营销领域杰出贡献

2016 年李金福先生加入北京氢动益维科技股份有限公司至今任高级副总裁，主要负责行业趋势研究、产品研发、大客户业务的开发与服务工作。凭借 20 多年的从业经验和超前的战略眼光、运营管理和产品研发能力，对公司进行了一系列改革和创新型探索。

第一，负责公司各大客户开发及市场经营运作，使公司的服务水平、技术水平和管理水平都得到了极大的提高，迅速占据了移动互联网内容营销的市场。2017 年开始，帮助国内高端白酒品牌——五粮液，尝试并推进传统酒企的数字化转型建设。一方面，帮助五粮液加速数字化平台搭建。借助小程序等技术平台手段激活渠道和终端资源，采集数据带动品牌整体的动销热度。配合数字营销的全新玩法和全新渠道投放等探索尝试，实现品牌声誉和销售业绩的同步提升，为传统白酒企业的数字转型赋能。另一方面，辅助推动其自身品牌文化升级，建议并促成五粮液与各大文化 IP 的深度合作，如五粮液与故宫的合作。李金福先生带领团队，深度挖掘故宫和五粮液之间的契合点，从历史文化和品牌文化的融合角度出发，提出“以六百年敬六百年”的核心洞察，通过冠名《上新了故宫》节目及后续一系列话题、活动、事件等进一步推动五粮液品牌文化升级。

第二，李金福先生还致力于行业趋势探索和研究，提出基于大数据分析和应用的技术框架设计及构想指导，将营销理论体系融于实战。作为“流量池”理论体系建立的核心成员，建议品牌基于“数据整合”的营销手段自建流量池，进而完成流量获取、运营、变现、再挖掘，打造品牌自身最快速有效的流量获取和变现渠道，并将流量池实效营销体系应用于实战，现已在五粮液、luckin coffee、神州专车三大品牌得到深度运用。

2020 年，李金福先生将带领氢互动团队帮助更多优质企业加速数字化转型，激发“品效合一”的无限潜能。

## 业界评价

市场越浮躁，就越需要求真务实的行业践行者，李金福就是其中之一。近几年，作为国内高端白酒品牌代表的五粮液，尝试并推进品牌升级、传统酒企数字化转型建设等成果背后，离不开李金福及其团队的努力。多年的营销经验积淀、对白酒行业的深耕挖掘、以及对市场风向的敏锐洞察，这些都是和品牌之间建立密切信任的关键，值得从业者们学习。

—— 杨飞 瑞幸咖啡 CMO

过去十年，在传统广告向数字化传播转型的过程中，有无数原本风光无限的企业、媒体及个人相继倒下，只有极少数人抓住了这样历史变革的机遇，获得了个人成功，这其中就有李金福。李金福以“流量池”为理论基础，将基于大数据分析的移动互联网数字化营销整体解决方案应用于实战。已相继在五粮液、luckin coffee、神州专车三大品牌上得到了成功。

—— 徐微 M&C Saatchi 创意合伙人、“花花世界”主理人