

杨成伟

18年以上互联网营销、平台业务与商业化经验

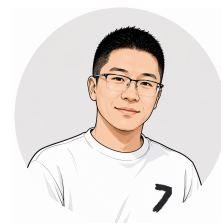
平台业务经营 | 营销全链路 | 从0到1建设 | 组织与资源协同

手机号（微信同号）：18610551646

联系邮箱：sushengs@163.com

出生日期：1985.11.06

渴望工作地点：城市不限 优先考虑北京 · 杭州 · 深圳 · 广州等



职业概述

18年以上互联网营销、平台业务与商业化经验，现任海尔兄弟用户平台负责人。职业经历覆盖内容与品牌、广告与流量、微信生态、线下消费场景、社区零售、用户经营、SaaS及平台商业化，曾任创业公司联合创始人、COO及CEO。

四次参与或主导平台从0到1建设，包括海尔兄弟用户平台、搜狐自媒体平台、悦店社区私域电商和鲜老虎微信生态数字化平台。既具备大型企业复杂项目的跨部门推动经验，也曾**直接承担团队管理、收入、利润及业务转型责任**。

核心优势是从经营目标出发，把战略、产品、流量、内容、渠道、用户和商业化组织成一套完整的业务体系，推动业务从0到1落地、从冷启动走向规模经营，并将实践经验沉淀为产品、标准流程、经营机制和复制方法。

核心优势

一号位经营与结果负责 现任海尔兄弟用户平台业务负责人，负责业务定位、产品建设、团队管理、用户增长和商业化探索。曾任创业公司CEO、COO，直接承担**收入、利润、组织建设和业务转型责任**，能够从经营目标出发进行业务取舍、资源配置和结果复盘。

营销全链路经营 经历覆盖业务策略、内容生产、品牌营销、广告商业化、渠道建设、线下消费场景、私域运营、用户增长、社区零售和平台变现。能够连接产品、内容、流量、渠道、用户和交易，构建从用户获取、沉淀运营到交易转化的完整链路。

四次从0到1建设平台 先后参与或主导海尔兄弟用户平台、搜狐自媒体平台、悦店社区私域电商和鲜老虎微信生态数字化平台建设，完整经历业务定位、产品设计、团队搭建、冷启动、规模增长和商业模式验证。

从0到1并非单次经历，而是在内容平台、微信生态、社区零售和大型企业用户平台等不同业务环境中反复验证过的能力。

业务规划、经营分析与方法复制 多次以业务负责人身份完成业务定位、目标拆解、产品规划和执行落地。在华为云手机项目中建立周度、月度经营分析机制，覆盖用户、流量、转化和收入等指标；在海尔兄弟用户平台以“硬件入口—社区沉淀—商业变现”规划业务发展路径。

擅长将实践经验沉淀为标准流程和复制机制，曾建立华为云手机样板省运营模式、悦店城市拓展与社区经营方法、鲜老虎全国服务商体系以及搜狐自媒体创作者运营机制。

团队管理与资源整合 曾**管理200人团队**，建设覆盖**180余座城市、400余家服务商**的全国渠道网络。在海尔、华为等大型组织中，具备跨产品、技术、内容、产业、渠道、商城及供应商推动复杂项目的经验。

教育经历

黑龙江大学 | 新闻学 | 本科

2004.09—2008.07

代表性经营成果

- 从0到1建设海尔兄弟用户平台，搭建私域、小程序、App三位一体的用户运营载体。截至2026年8月31日，**总体用户规模达到30万**。
- 参与华为与中国移动云手机战略创新项目，**项目总体用户规模突破5500万**，主要负责用户增长、经营分析、场景运营和商业模式相关工作。
- 联合创办悦店，搭建**覆盖北京9000余个社区**的私域零售网络，**2019—2020年年营收均达到1.5亿元以上**。
- 联合创办鲜老虎，建立覆盖**180余座城市、400余家服务商**的渠道体系，**2015年实现净利润1500万元**。
- 从0到1创建搜狐自媒体平台及创作者生态，建设覆盖**100余座城市、1200余名自媒体人**的内容网络。
- 曾管理200人团队**，具备大型团队管理、业务目标拆解、经营复盘和跨职能协同经验。

工作经历

海尔 | 海尔兄弟用户平台负责人（小微主）

2025.08—至今 | 青岛

汇报对象：集团副总裁 | 管理半径：7人（规划32人）

作为海尔兄弟用户平台业务负责人，负责业务定位、产品建设、团队管理、用户增长、私域运营、用户研究和商业化探索，推动海尔兄弟由内容IP向长期用户经营平台升级。

- 平台规划与建设**：以“硬件入口—社区沉淀—商业变现”规划平台发展路径，从0到1搭建私域、小程序、App三位一体的用户运营载体，完成产品规划、上线和持续迭代。
- 用户规模经营**：通过产品裂变、内容引流、活动运营和私域承接推动用户增长。截至2026年8月31日，海尔兄弟**总体用户规模达到30万**。
- 用户研究与产品共创**：建立从调研目标、用户招募、问卷及反馈收集、意见整理、需求提炼到产品优化的用户共创流程；组织**13场用户调研**，回收**18,481份问卷**，沉淀**1,438条用户共创意见**，推动玩偶挂件外观、NFC卡等具体产品优化。
- 商业化探索**：围绕用户共创、营销活动承接、用户导流和CPS分销设计并推动用户价值转化项目；规划和推动IoT硬件入口与用户社区连接。
- 团队与资源协同**：组建并管理产品、增长、内容和用户运营团队，协同产品、技术、内容、产业、商城、服务及供应商共同推进项目。
- AI化转型与人效提升**：主导海尔兄弟用户平台全面AI化转型，构建“AI+运营”智能 workflows，推动团队全员AI化，**人效提升300%**。
- 原生AI产品研发**：以海尔兄弟IP为契机，推动原生AI产品研发，将AI能力融入用户平台和运营场景。
- AI+运营工作流**：以AI工作流覆盖网页制作、用户分析、图片制作、资料研究、内容生产及需求梳理等高频任务，推动全团队降本增效。

华为 | 高级运营顾问

2023.06—2025.06

汇报对象：华为运营商务首席营销官 | 管理半径：总体运营团队50人

参与华为与中国移动云手机战略创新项目，**项目总体用户规模突破5500万**。主要负责从互联网平台视角补充用户增长、经营分析、场景运营和商业模式能力。

- 参与业务战略、用户发展、价值场景及商业模式设计，将互联网平台的获客、留存和转化方法引入云手机业务。
- 建立周度、月度经营分析及数据报表机制，覆盖用户、流量、转化和收入等核心指标，为业务节奏、资源配置和运营改进提供依据。
- 设计主题云手机产品和运营方法，引入生态App预装及联合权益合作，丰富产品使用场景。
- 在山东、陕西、湖南等样板省建立运营框架和活动机制，将单点运营经验沉淀为可复制的区域运营方法。

工作经历

悦店 | 联合创始人兼COO

2018.06—2023.05 | 北京

汇报对象：前期CEO、后期董事长 | 管理半径：200人

联合创办社区私域电商平台悦店，春播集团进行战略投资；全面负责平台运营、用户增长、商品与内容、社群经营、城市拓展、品牌及团队管理，管理团队200人。2018—2020年同时参与鲜老虎与悦店两家公司的经营管理。

- 从0到1搭建社区地推、团长招募、选品、内容、用户分层、社群运营、活动、复购和用户服务体系。
- 覆盖北京9000余个社区，搭建10000余个社区社群，其中3000余个核心社群持续运营。
- 冷启动阶段进入100个社区，月销售额突破200万元，单日活动销售额突破80万元。
- 负责无锡、常州、天津开城及团队搭建，形成城市拓展、资源位运营和本地化经营方法。
- 推动社群爆品、直播、品牌合作和物业渠道建设，与万科、龙湖、长城等物业公司合作。
- 2019—2020年年营收均达到1.5亿元以上。2023年悦店整合进入春播后退出管理。

鲜老虎 | 创始合伙人、COO/CEO

2014.12—2020.10 | 北京

汇报对象：前期CEO、后期董事会 | 管理半径：200人

联合创办微信生态线下数字化与场景营销公司，获英诺基金投资。2014—2016年任COO，负责渠道、招商、运营和营收；2017年起任CEO，负责公司重组、产品转型及整体经营。

- 建立覆盖180余座城市、400余家运营服务商的全国渠道网络，服务餐饮、商业综合体等10万余个线下消费场景。
- 建设微信卡券、摇一摇周边、红包广告和线下流量平台，连接互动营销、用户参与和消费转化。
- 年发行微信卡券超过1亿张，2015年实现净利润1500万元。
- 联合微信团队开发“朋友券”，首批18家餐饮商户完成测试，后续北京5000余家餐饮商户接入。
- 2017年主导公司分拆重组及SaaS转型，推出点单小二、买单小二等经营工具，日订单量达到10万单，2019年再次实现盈亏平衡。
- 建立全国服务商培训、运营和品牌管理机制，将总部产品及业务经验转化为区域可执行的标准方法。

搜狐 | 运营总监/搜狐自媒体负责人

2011.05—2014.12 | 北京

汇报对象：SVP | 管理半径：高峰期300—500人

先后负责搜狐微博名人运营、内容运营及App运营管理。

- 以内部创业方式从0到1创建搜狐自媒体平台，负责产品运营、创作者引入、内容机制和商业化。
- 创建搜狐吃货自媒体联盟，覆盖100余座城市，聚合1200余名自媒体人，建设多个城市分站。
- 与加多宝、vivo、三星、双汇、比亚迪等品牌开展内容营销合作，策划“搜鲜记”“吃遍世界杯”“自媒体环游世界”等项目。
- “搜鲜记”项目覆盖6条路线、19座城市，视频播放量900万次，图文触达近2亿人次。
- 主编出版《寻味》《搜鲜记》等书籍，将自媒体内容沉淀为可持续运营的出版IP。

搜学网 | 产品总监兼副总编辑

2008.09—2011.03 | 北京

汇报对象：总经理 | 管理半径：50人

负责网站内容、产品及事业部经营，建设高考升学通、高校信息库、问学、学吧等产品。

- 建立高考升学通销售体系，推动内容产品商业化。
- 2009年联合《高校招生》杂志创建全国创新英语大赛，负责赛事产品及商业模式设计，使其成长为公司主要营收业务单元。