

求职版

个人作品集

2027

创作者：吴景文

广东外语外贸大学(27届)

目录



01

个人介绍
Personal introduction

02

作品展示
Work Display

03

能力总结
Ability Summary



PART 1

求职版

个人介绍

Personal Introduction

01

PART ONE

个人介绍



姓名：吴景文

学校：广东外语外贸大学

专业：网络与新媒体（内容）

实习经历：

快手（公会用户运营）

新东方（新媒体运营）

汤臣倍健（内容策划运营）

证书：CET-4 CET-6

技能：office、ps、canva、powerbi、剪映、pr等

邮箱：13590873893@139.com

微信号：jw66660760

PART 2

求职版

作品展示

Portfolio Showcase

02

PART TWO

快手公会用户运营

主播公会赛事活动以及招募公会海报制作等



汤臣倍健-活动Landing图



自然流&信息流视频文案脚本制作

新东方实习期间，以新东方游学/研学/定制游为对象，根据产品需求，针对目标用户，挖掘HOOK点，使用腾讯共创文档，累计和Mentor共创260+脚本，个人脚本制作达60+。

新东方实习视频制作

自然流&信息流视频创作

通过 A/B 测试设计了三类方案：风景混剪、含儿童画面以及产品介绍。根据数据反馈结果，最终选定风景混剪与产品介绍两类视频广告方案，并据此加大了广告视频的制作力度与投放投入。



根据项目要求，前往香港大澳渔村等地完成了素材拍摄工作，并对拍摄内容进行整合与上传。

个人总计制作超过165+信息流视频，20+自然流视频，单条达到257万播放量，累计总曝光量达到1000w+，3条试广告超过百万播放，30多条视频达到10w+播放。

汤臣倍健推广图/官媒文案

自然流&信息流视频创作

通过 A/B 测试设计了三类方案：风景混剪、含儿童画面以及产品介绍。根据数据反馈结果，最终选定风景混剪与产品介绍两类视频广告方案，并据此加大了广告视频的制作力度与投放投入。

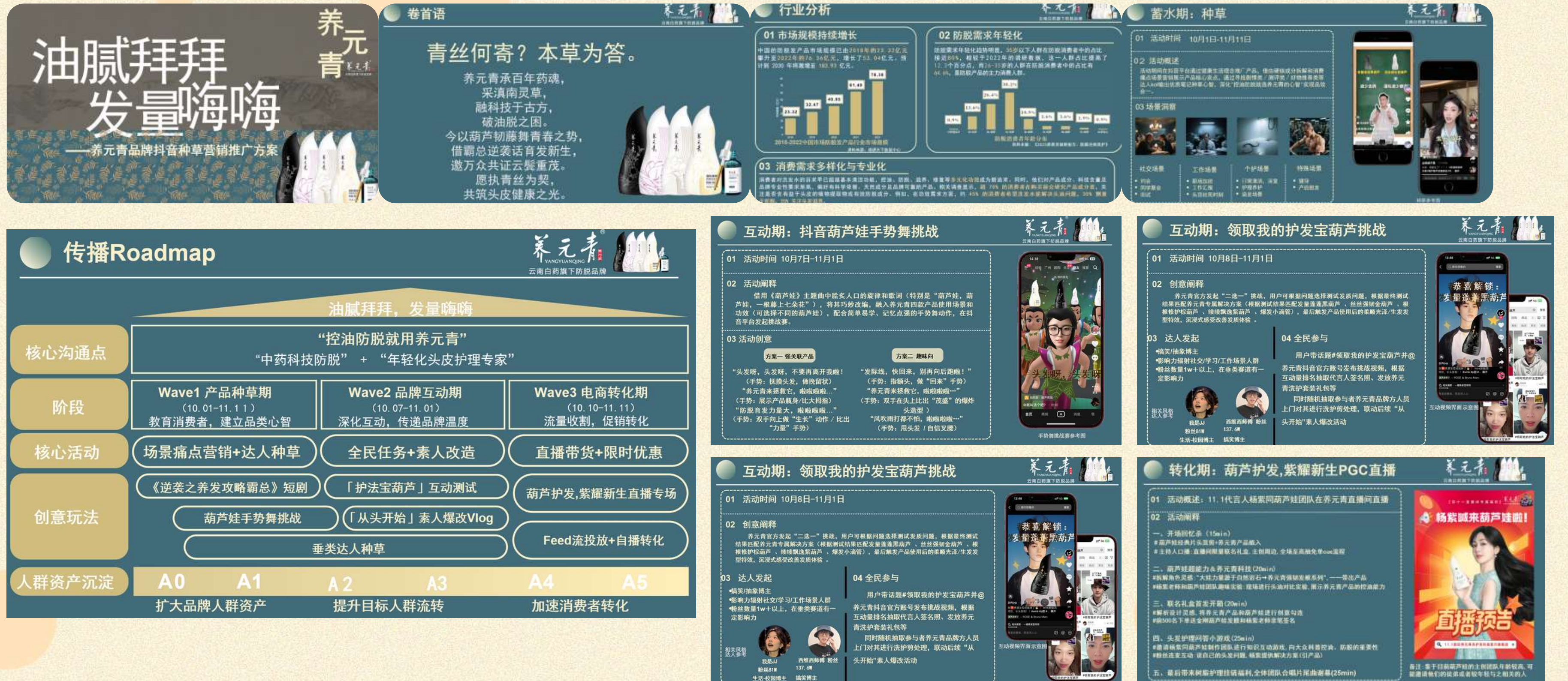


根据项目要求，前往香港大澳渔村等地完成了素材拍摄工作，并对拍摄内容进行整合与上传。

个人总计制作超过165+信息流视频，20+自然流视频，单条达到257万播放量，累计总曝光量达到1000w+，3条试广告超过百万播放，30多条视频达到10w+播放。

营销策划案作品1

油腻拜拜 发量嗨嗨——养元青大广赛策划案



营销策划案作品2

刷走口腔焦，刷出好运能量——纳爱斯大广赛策划案



“好运摇”手势舞脚本					
歌词	时长	画面	动作	歌词	时长
刷走口腔焦虑	0:00 - 0:03	黄子弘凡穿着休闲，面带微笑站在摆放着纳爱斯牙膏的洗漱台前面（后期可替换为实际产品露出画面）。	左手叉腰，右手放在嘴巴前面做左上向右下快速摆动动作，模拟刷牙动作，同时嘴巴微张，头部微微左右晃动，表现出刷走口腔焦虑的动态感。	刷出好运能量	0:12 - 0:15
快乐没烦恼	0:03 - 0:06	镜头聚焦黄子弘凡的上半身，他笑容更加灿烂，眼睛眯成弯弯的月牙。	双手张开抬到嘴边，手掌交叉放在嘴前，而后露出食指缓缓向两边画出一个微笑的弧度。头部适当摇摆。	自信在闪耀	0:15 - 0:18
好运开始冒泡	0:06 - 0:09	镜头中黄子弘凡和纳爱斯牙膏同时出现，保证产品露出。	双手食指指向纳爱斯牙膏，然后做出表示好运的手势。	每天轻松一摇	0:18 - 0:21
生活多美妙	0:09 - 0:12	镜头中黄子弘凡和纳爱斯牙膏同时出现，保证产品露出。	双手在身体两侧上下摆动，幅度较大，展现出对美好生活的拥抱和享受，身体随着节奏轻轻摇摆。	好运身边绕	0:21 - 0:24



产品策划案作品

潮-祭祀app--产品课程作业



37



38



39



40



41



42



43



44



45



46



47



48



飞半猫AI视频账号运营



飞半猫



扫一扫二维码，关注我的视频号

飞半猫AI视频账号运营

从0-1创号，深度展开对标账号信息收集，查看10+同类账号情况，确定“抽象日历猫”的账号定位，以年轻群体为目标，播报每天日历，翻唱歌曲，分享有趣梗。运营时间为5月-迄今，总运营一个月。



飞半猫

广东 广州

唱歌喵 日历喵 抽象喵 唱歌
欢迎大家投稿哦！
定时晚上12点更新.....
下个目标：十w粉
9381人关注



完成原创素材制作、音频制作、剪辑、脚本，
优化视频内容，设置创意封面，一周更新3-4条，
全网总播放量超过700万，点赞收藏超过25w+，
转发超40w，全网累计粉丝近万。



善用数据后台，分析作品热度，每周汇总并复盘赞藏评、粉丝增长数据、思考4个优化点且执行，实现单个视频涨粉50+。

大学城干饭超人小红书运营



大学城干饭超人

小红书号: 3058860336

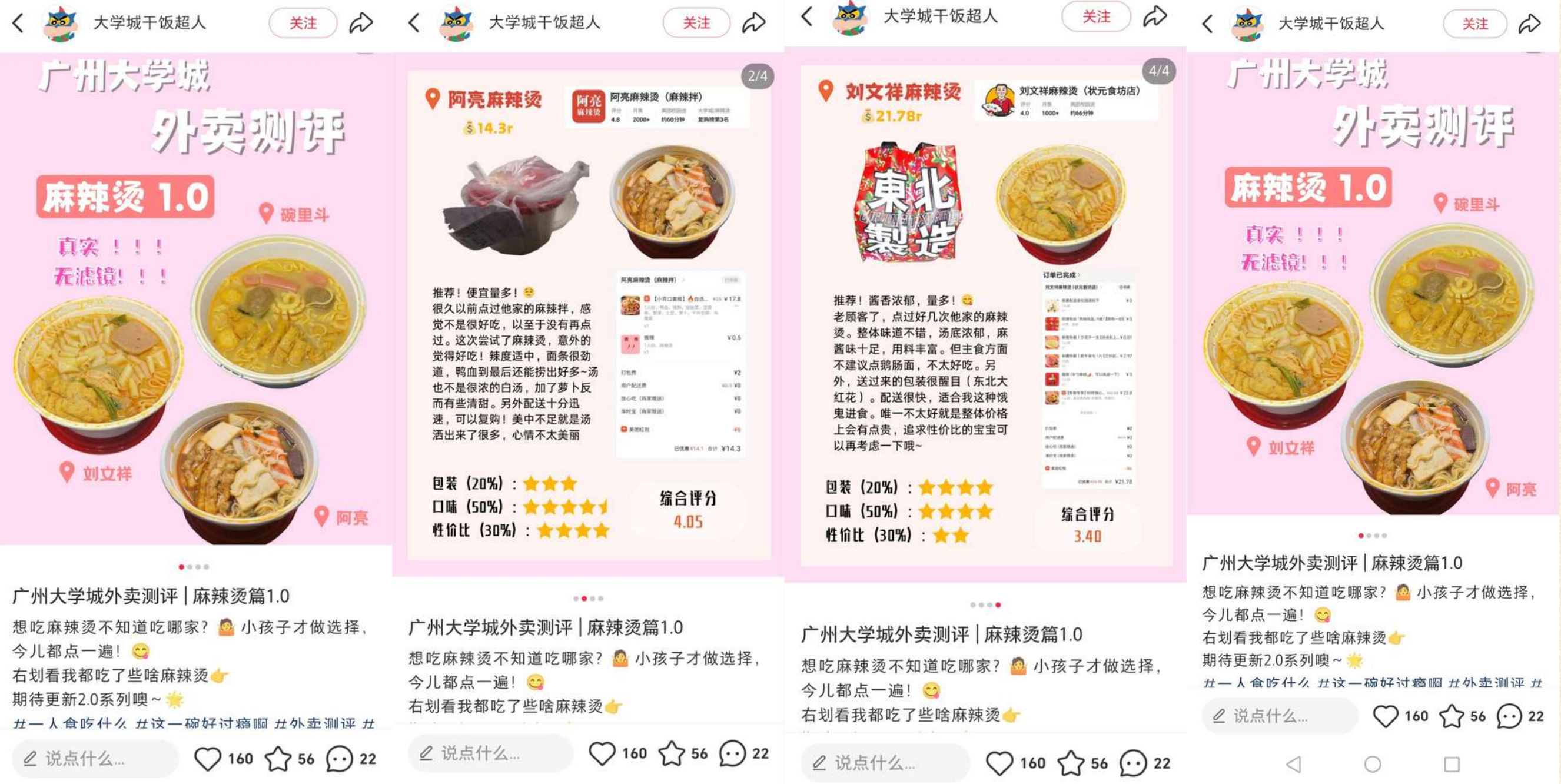
🍴 大学城系列美食外卖测评 😊
励志守护每一次干饭时光 🙌 😎 ...

小红书

扫描二维码
在小红书找到我



大学城干饭超人小红书运营



深度展开对标账号信息收集，查看10+同类账号情况，确定“广州大学城美食外卖测评博主”的账号定位，目标受众为大学城大学生，分享对大学城外卖的评价。

每周根据笔记数据，汇总复盘，优化各项指标。

完成原创素材拍摄、p图、制图，优化笔记文案，设置创意标题，实现平均每周一更，笔记总浏览量超4万+，点赞收藏达1000+。

文创创作

夏日冰凉革命

忆站上新 咩咩鲜

NO.1
12小时慢酵·高钙
每日现凝的黄金奶皮
咬住一朵蓬松的乳云

美味正宗

¥6

鲜奶皮子酸奶

NO.2
3倍乳蛋白
干香醇厚的乳脂炸弹
口味多达11种
好不好吃，一试便知!

¥16

冰凉干酪酸奶

上新活动开始时间及地址
2025.4.27 云山忆站·咩咩鲜
广东外语外贸大学南校区A座一层



饮料来袭 任你挑!

· 饮料篇 ·

同学，来杯茶吗？我们有
茶T、燃茶、康师傅、小茗同学哦
各种口味应有尽有
蜜桃乌龙茶、冰红茶、冰糖雪梨、劲凉红茶、
蜂蜜柚子茶 and so on

纯净水系列有啥？
大怡宝、中怡宝、小怡宝，还有农夫山泉！
学习累了怎么办？
别急，我们有蜜皇咖啡和蜜皇拿铁帮你解困
如果你想要给生活打点气，
百事可乐、可口可乐、雪碧，喝出好心情~
果汁呢？安排！
果粒橙、酷儿橙味，甜甜甜甜

丝滑爽口，奶香浓郁
说的不就是
统一阿萨姆奶茶和煎茶奶绿吗？
运动饮料有啥？
宝矿力水特、脉动，超给力
李子园系列也别错过哦

寄存物品·便民伞·借阅书籍
牛奶·凉茶·早点·五谷热饮·饮料·雪糕·零食



雪糕来袭

不要错过!
雀巢8次方
雀巢雪糍香草

脆皮无敌
缤纷口味
手味蕾绽放

五羊雪糕杯
伊利小布丁
玉米香老冰棍
经典永不过时

三色雪糕
五羊甜筒
偏爱红豆雪糕

巧乐兹系列多层口感
五羊新意飞鱼脆皮
雀巢厚爵冰淇淋
伊利非常熊猫冰淇淋
甄稀杯
甄稀条
冰工厂系列
来点燕麦冰淇淋

口味新颖
冰凉一夏
好吃不贵~

凤·忆·站·等·你
里·里·雨·里

寄存物品·便民伞·借阅书籍
牛奶·凉茶·早点·五谷热饮·饮料·雪糕·零食



{新品}上市

NEW PRODUCTS 云山忆站

自由DIY

浓香椰奶or
港式奶茶

冰粉+
椰奶/奶茶
12.8/碗

任买新品两款以上即可领取精美小礼品一份

冰豆花
10.8/碗

5.8号
正式上架!

好吃不贵，满口留香

地址：广东外语外贸大学
大学城校区教学区A座



广外云山驿站新品上线海报推广

视频创作

增城大刺鳅推广视频——百千万工程



视频创作

大广赛视频创作——999感冒灵&小葵花



市场营销案例研究作品

Learning Theory--using dyson as example

Marketing Plan

营销方案

03

10

AD Placement Time

投放时间

dyson

戴森超级品牌日

限时享 10 项惊喜

9月22日至9月27日

集中投放朋友圈广告、KOL种草内容以及进行直播活动

形成营销势能，短时间内提升品牌曝光与用户转化

11

朋友圈深度渗透

突破单一品牌广告的内容形式

“品牌+明星”

使用首条评论功能，用户能够在朋友圈直接与明星和品牌对话，进一步拉近距离。

12

KOL内容转化

精准互选，优质种草

优质头部KOL与创作达人联合营销

深度结合戴森超级品牌日营销活动及主推产品利益点

激发用户的好奇心和购买欲

KOL内容转化

内容转化，一键拔草

通过一键跳转持续引流至品牌公众号、小程序、直播间

引导用户关注、购买和留存，完成“拔草”

KOL引导互动

内容引导，福利激励

提问、引导讨论等方式激发用户参与热情

嵌入福利，引导用户进入品牌的私域流量池

市场营销案例研究作品

Learning Theory--using Oppo as example

微博营销点位曝光



发现页广告-11.25
在用户最常浏览的发现页，以全包围的形式展示新机预览图，吸引用户注意。用户点击广告后跳转至产品详情页或活动页面，引导参与话题讨论，形成“曝光-点击-互动”链路。

评论区引导加深互动
通过“勇气故事”的趣味互动，吸引粉丝参与话题讨论，实现从粉丝到大众的扩散。大量粉丝模仿宋雨琦的“勇气宣言”（如“和Reno13一起成为更好的自己”），形成用户自发的内容共创。

话题广告&微博热搜11.25-11.28
将产品功能（Live图）植入明星日常场景，激发用户模仿欲望（如“我也要拍同款”）。宋雨琦粉丝通过转发、评论支持偶像，同时被动接收产品信息，形成“追星-种草”链路。

明星效应
纯产品话题
设计美学

10

明星粉丝互动11.22-11.25



明星广告效应——宋雨琦
· 女团偶像，粉丝画像与oppo用户高度吻合
· 微博粉丝基数大，粉丝转发传播广
· “蝴蝶紫”配色与其个人形象深度绑定，激活粉丝“同款追星”心理
· 明星预告微博可为发布会直播带来30%-50%的初始流量。

任务进度条
2167100
10000
独家语音解锁

周边&产品兑换福利

许愿池彩蛋

任务用户互动方面，通过设置低门槛的任务（如转发、评论）和高激励的奖励（独家内容、实物奖品），游戏化任务设计延长了产品宣传周期，有效提高粉丝的积极性、参与感和成就感，促进了产品的传播度。

11

KOL内容营销11.18-12

1.明星KOL营销
围绕#宋雨琦的Live图是Tina拍的#话题进行，内容上为宋雨琦发布“蝴蝶紫”主题Live Photo，展示手机AI柔光拍照功能。

2.动漫/校园博主KOL营销
以#OPPO蝴蝶紫#这个颜色视觉符号话题发起，通过10余位动漫/校园博主制作原创宋雨琦&蝴蝶紫二次元美图，凸显OPPO Reno13系列蝴蝶紫梦幻少女气息。

3.科技/时尚博主KOL营销
数码博主：解析“小直屏”设计与自研影像芯片x1，建立技术信任背书。
时尚博主：分享穿搭指南，拓展美学外延。

12

微博官号营销 24.11.17-25.3.8

1、抽奖活动

OPPO官方微博及相关自媒体账号利用抽奖活动吸引用户关注与参与。通过发布带有#OPPO Reno13#等相关话题的微博，设定规则，如关注官方微博、转发微博并@好友，就有机会通过抽奖获得OPPO Reno13手机、周边产品等奖品。



13

微博官号营销 24.11.17-25.3.8

2.宣传其他相关内容

除抽奖外，日常宣传重点突出Reno13的核心卖点，如卓越影像系统、时尚外观设计（如蝴蝶紫配色）、强劲性能等。通过发布精美的图片、生动的视频以及有趣的文案，多维度展示产品优势。同时，结合热点事件和流行趋势，发布相关内容，增强与用户的共鸣，如结合音乐节发布Reno13记录现场精彩瞬间的内容。



14

04 营销方案评估

15

公众号推文制作

写作训练 & 推文制作

在短逃离路上，寻找生命的光

原创

生滚汤 生滚汤

2025年01月08日 19:01

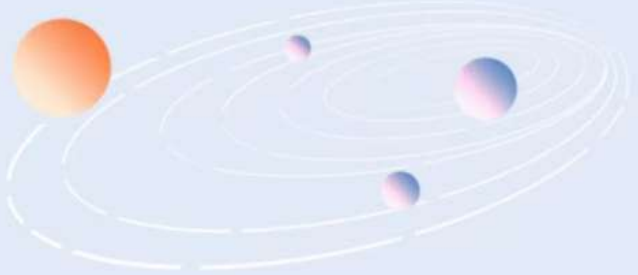
广东 3人



短逃离：

SEEKING
SUNSHINE 寻找生命的光

年轻人的自我疗愈



受追捧的密室逃脱、剧本杀，到如今广受欢迎的 city walk、特种兵旅行，“短逃离”的形式持续演变且愈发多元，这不仅深刻改变了传统的休闲娱乐模式，还借助社交媒体的传播力量，吸引了众多年轻人投身其中，进而成为备受瞩目的社会现象。



“短逃离”这一概念源于 Soul 的《2024 年社交趋势洞察报告》，它是指在现代快节奏且高压力的生活环境里，年轻人巧妙运用碎片化时间，从现实压力中暂时解脱出来的一种行为策略。诸如一场短暂的午后骑行、

伪装成大人模样，但“量身定制”

●●●「CUSTOMIZED」

长期关在象牙塔的学生们，在经过十几年的读书经历后，面对着似乎“前有猛虎后有饿狼”的社会总有着了一层朦胧的、模糊的滤镜，于是总生着一股胆怯与迷茫，试图将自己伪装成“合格”大人模样，学着其他人在社会中游刃有余的样子。但那些模样是所有人都应该有的模样吗？是一个定式吗？现在的00后有属于自己的答案。在她们看来，成长没有定式，大人没有“合格”，生活没有规范，有的只有从一而终的追求本心。



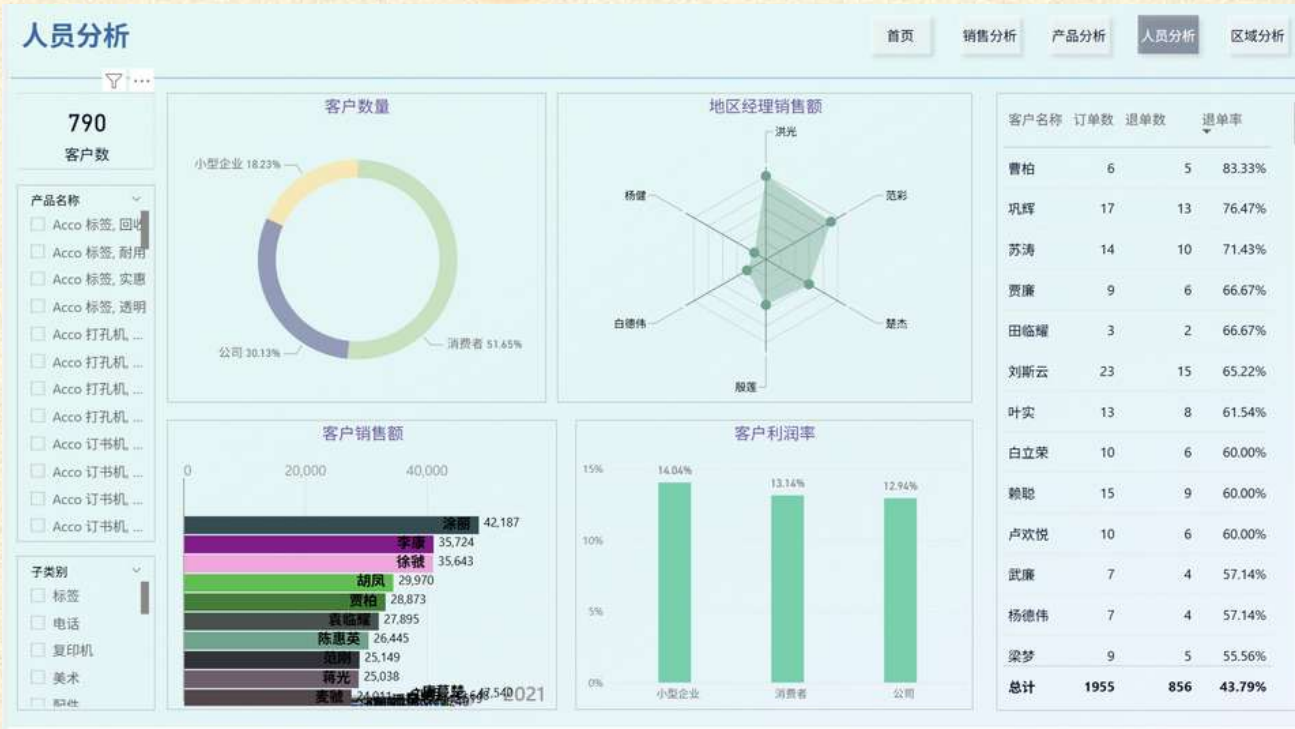
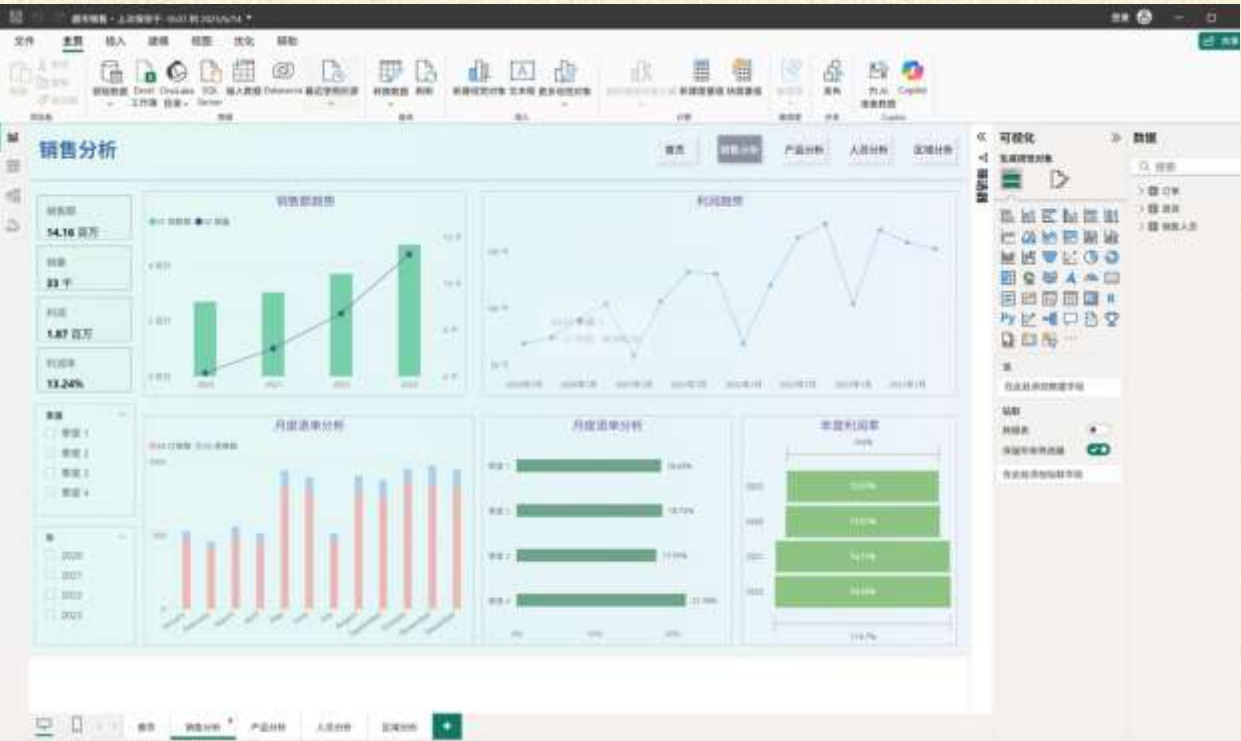
EXCEL & POWER BI

行标签	提交预算成本 的总和	实际支出成本 的总和	预测准确率	预测准确率 状态
财务部	514,346.00	202,552.00	39.38%	🔴
会计部	665,513.00	777,414.00	116.81%	🟡
能源部	636,666.00	393,931.00	61.87%	🔴
人力资源部	213,822.00	263,239.00	123.11%	🔴
生产部	503,311.00	917,021.00	182.20%	🔴
水环部	975,554.00	896,563.00	91.90%	🟢
销售部	173,215.00	938,031.00	541.54%	🔴
运输部	358,821.00	435,637.00	121.41%	🔴
资财部	553,438.00	250,302.00	45.23%	🔴
资讯部	520,289.00	773,067.00	148.58%	🔴
总计	5,114,975.00	5,847,757.00	114.33%	🟡

[illegible]

数据可视化图表

EXCEL&POWER BI



求职版

能力总结

03

PART THREE

能力总结

一、内容创作

能够玩转各类创作软件、素材积累丰富，效率高，有丰富的内容创作经验，网感好。能根据主题定制化产出同调性作品。

二、商务拓展

擅长渠道线索挖掘与商业建联，能实现高有效建联率与引入转化；可独立/协同策划跨公会赛事、行业发布会、电商节点营销等各类活动，且能保障活动落地执行，实现曝光、流水、品牌影响力的多维提升。

三、活动策划

撰写并且分析过多个市场营销策划案，对于campaign策划有着自己独特的见解，Brainstorm强

Thank you!

希望能得到
面试机会!

制作人：吴景文
