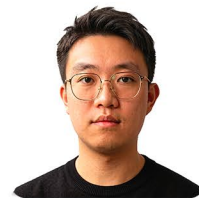


郑哲文



男 | 年龄：25岁 | 18559676862 | zzwWork1@163.com | 到岗时间：2026.9

个人优势

- 具备甲方（UGC/IP内容开发）与乙方（市场活动/创作者服务）双端互联网与游戏项目经验
- 持PMP2A认证，熟悉Scrum项目管理方法，统筹8-30人跨职能团队完成复杂项目交付，具备多项目并行推进能力。
- 主导“中国风游戏产品”UGC品牌IP从0-1打造及商业化运营，整合微软、字节及B站/抖音创作者资源，实现内容传播与开发者生态协同增长。具备品牌化内容策划与跨平台传播经验，推动线上线下联动活动实现持续曝光与转化。
- 线下活动项目类型丰富（会展/产品发布会/市集/创作者活动）覆盖需求对接、资源协调、排期管理与现场执行全流程；擅长通过流程标准化与预算成本管控保障项目利润空间，确保多类型商业活动在可控成本内稳定交付。

教育经历

厦门工学院 本科 工程管理 2022.09 - 2024.06
厦门软件职业技术学院 大专 建筑室内设计 2019.09 - 2022.06

工作经历

上海树沐创意服务有限公司 项目经理 2025.04 - 2026.03

抖音集团/小红书/安踏集团 年框供应商，服务互联网、运动时尚品牌，项目覆盖快闪、展览、会务、户外体验、线下品牌大事件活动

负责板块&成果概括：

负责板块：在职期间主导14个品牌及创作者线下活动项目落地，**独立负责4场50万级闭门会**、发布会及颁奖类活动全流程执行统筹8人核心团队（设计/制作/执行），负责从需求对接、方案设计到现场落地的完整链路管理。

成果概括：基于PMP方法论优化项目执行流程，搭建供应商管理体系（新增4家核心供应商），通过飞书多维表格建立成本管控SOP，实现项目整体成本优化15%。累计项目总金额1135万元，具备稳定的B端活动执行与业务支持能力。

重点项目：

1. 创作者服务类项目（抖音电商 / 生活服务系列会议）

内容：主导抖音电商服饰美妆私享会、生活开放日及创作者年度会议等B端活动，覆盖平台发布、闭门交流及颁奖等场景；全流程负责需求对接、方案设计 & 落地执行。

成果：在项目周期紧张、成本受限的双重压力下，**实现 29% 毛利率**，推动客户多次复购并获得供应商体系正向评价；沉淀会议执行与风险控制标准化模板，形成可复用项目方法论。提高方案阶段沟通效率，可控落地。

2. 线下地推品宣项目 - 小红书马路节&小红书心愿之城（市集）

内容：负责小红书线下地推与门店联动项目，覆盖23家门店，7天执行125场线下活动，统筹BD沟通、流量引导、物料管理及现场执行全流程。

成果：实现线上曝光1000万+；广州站线下活动参与3000+人次；通过物料进场与供应链优化实现全项目零超支；优化人员配置至行业同类团队的1/3，实现显著人效提升；输出标准化流程并推广至团队复用。

上海林氏实业有限公司（林氏创艺）

游戏项目管理 2022.03 - 2025.02

微软《我的世界》官方合作伙伴，中国头部的PGC内容研发团队

负责板块&成果概括：

负责板块：主导7款《我的世界》PGC内容开发与活动策划，推动“中国风”系列IP打造与商业化运营。统筹20-30人跨职能团队，建立SOP与绩效管理机制，负责内容开发、活动策划及用户增长全流程管理。

成果概括：0-1搭建B站与抖音内容传播矩阵，推动UGC内容二次传播，自然流量占比达30%。同时设计海外发行与付费转化机制，实现IP持续商业化运营，游戏产品多次获微软商店推荐，**累计创收58万+。用户注册量增长23.4%**

重点项目

1. 游戏活动策划 - 《Linscraft跨年元旦晚会》

内容：从0组建跨职能团队，运用WBS与甘特图管理进度，设计游戏任务与场景，协调直播推流与玩家互动

成果：吸引200+深度用户参与，直播观看量3万+；通过50+测试反馈优化5项游戏内容，**节省迭代成本25%**

2. 【线上&线下】Minecraft嘉年华（品牌活动策划）

内容：策划并落地Minecraft创作者线上+线下联动活动，邀请多领域创作者围绕像素玩法与游戏内容开展交流，通过“线下体验+线上直播+同步传播”构建跨场景互动平台，连接ToB开发者与ToC玩家生态。

成果：构建首个开发者与玩家同屏互动场景，促进玩法反馈与UGC内容共创；活动推文7天阅读量突破100万，显著提升品牌传播与开发者曝光；带动后续2场线下展会（福建金海豚/ANE漫展）UGC体验落地；吸引30+开发者主动投稿作品，形成持续内容供给与创作者生态沉淀

技能认证

专业能力：熟练使用 WPS Office、飞书Ai、Figma、PS、PR、剪影、CAD、sketchUP、UE5等办公、剪辑、建模、渲染软件

资格证书：PMP项目管理、计算机一级