



主办:中共瑞安市委宣传部 承办:瑞安日报社 协办:中国农业银行瑞安市支行

“互联网+”时代崛起的“策划文案第一手”——访上海树谷网络科技有限公司董事长何爱平

■记者 金锦潘

何爱平，一位85后的瑞安美女，22岁大学毕业，24岁独自闯荡上海，26岁开始创业，被业内人士誉为“中国招商策划文案第一手”。在介绍自己的互联网营销业务时，她显得落落大方；当面对别人的称赞时，她却又羞涩内敛。她创办的“树谷”公司曾获得中国“营销教父”——联纵智达集团董事长何慕、温州某银行行长等不同行业知名人士青睐，欲投资入股，均被婉言拒绝，她说：“我想做小而美的互联网营销服务公司。”

毕竟，20多岁的年纪相对很多同龄人来说或许刚走出校园，而何爱平已经在上海创办了自己的“树谷”公司。创业或者没有那么高大上，只要有梦想，去做就可以实现。“公司再小，个人能力再小，总会有用武之地的。”何爱平如此说。



曾经记者梦碎，转型广告策划

1986年，何爱平出生于湖岭永安，从小擅长写作，高中时成为《温州晚报》学生记者，正值15岁花季，她梦想有朝一日能成为真正的记者。不幸高考成绩不理想，未能选读理想的大学和专业，却依然做着她的“记者梦”。大一暑期，她毛遂自荐到瑞安日报社实习，短短一个多月，可以独立完成外出采访、写稿。2008年大学毕业，正值《温州都市报》在瑞安招聘，凭着实习积累下的基础经验和外向个性，她成功入职成为一名编辑记者。

然而，正当她如愿以偿沉浸在激情和兴奋中时，她的梦却破碎了——报社领导安排她做广告策划。据说报社领导认为，何爱平积极乐观的个性，适合做广告策划。

虽然心有不甘，何爱平还是专心投入手头工作，相继参与策划《2008中国品牌战略与

瑞安经济发展论坛》和《首届瑞安老百姓最喜欢的婚庆品牌评选活动》，从活动方案撰写，到企业招商、活动执行、会议邀约等，何爱平都做得得心应手，她说：“这个阶段，极大地锻炼了我不畏惧的个性和做事追求高效的习惯。”

在此期间，何爱平得工作便利，接触到了不同行业名人，如北京大学文化产业研究院中国品牌研究中心主任王齐国、中国著名品牌战略实战专家郑文正、央视著名主持人欧阳夏丹等，与他们的接触和交流，无形中给了何爱平莫大的激励，使她充分感受到了这份工作的乐趣和激情。

“我的职业转型，就是从这个时候开始的。”何爱平说，命运为她关上一扇窗的同时，为她打开了另一道门。

上海艰辛求职，成就策划能手

2010年初，怀着一份对未来的憧憬，何爱平放弃在温州积累的人脉和资源，义无反顾地去上海闯荡。

“初到上海，求职非常辛苦，穿梭在上海地铁，茫茫人海都是人才，投100次的简历，才换来几个面试机会，却总是因为资历尚浅，没有相关企业工作经验被拒之门外。有过失落，但还是越挫越勇，慢慢地摸索出了求职规律，针对不同应聘职位，写不同的求职简历，需要给自己做定制包装；简历做好后，不能盲目投，要选择合适企业投放。这和我现在给企业做品牌产品规划时也如出一辙，品牌产品要做定制包装，人才也需要做定制包装。果然，自从改变求职方法后，应聘就非常顺利，短短两周时间，同时被几家企业录取，也收到了上海本土一家报社的入职通知，但由于各方面的原因而放弃。”

一个偶然的机会，何爱平收到一家知名的招商服务外包公司面试机会，“当时我一个人正在上海南京路闲逛，突然收到企业人事电话，说在网上看了我简历，通知去面试，心想机会总

是要去把握的。挂掉电话，一看自己当天外出游玩的着装很随便，我又是个对自己形象比较有要求的人，面试一定要着正装的，怎么办？就临时跑商场买了套正装，换上后直接去对方公司面试。几轮下来，成功入职，一待就是两年。”

短短两年间，何爱平见证了其就职公司从几十人到1500多人的飞跃发展，并零距离接触到了近百个来自全国各地的知名企业项目，积极参与做企业项目品牌规划、招商策划、招商推广等工作，从创意策划到文案撰写，做得越来越得心应手，亲自参与服务的客户涉及服饰、酒水、珠宝腕表、家居、家电等不同行业近50家知名企业项目的招商策划，比较知名的客户有史玉柱的国礼黄金酒、上市公司龙润集团、明星殷桃代言的米娅比利等等。

何爱平坦言，在上海就职的两年期间是其完成从编辑、记者到商业策划人的真正转型，在上海行业圈内获得了很好的口碑，公司前副总裁甚至称赞她为“中国招商策划文案第一手”。

放弃大企高管，孤身创业“树谷”

2012年4月，年仅26岁的何爱平被公司提升为品牌总监，成为当时公司最年轻的主管，“我资历太浅，适合在大公司韬光养晦，不适合当部门领导。”何爱平预见到自己担任大公司部门主管的不易，犹豫再三后，毅然提出了辞职。

“真正让我坚定信念要离职创业的，是自己的一个梦，我梦见自己走在一个金灿灿的田野上，茫茫一片稻谷长得和大树一样高大，我走在里面，抬头仰望稻谷，感觉非常奇妙，那画面非常美。”何爱平说，就是这个梦的昭示，她给自己初创的网络科技有限公司取名为“树谷”。醒来就马上坚定了信心，离职。当时意识到互联网对商业经济形态的影响，她想如果要创业，无论是做技术还是服务，也一定要和互联网有关。考虑到自

己拥有多年营销策划经验，又积累了网络媒体资源和各行业人脉资源，坚定选择了做网络营销服务，立志做上海本土最有创意的网络整合营销公司。

创业，跨出去的每一步都是艰辛的，但是对何爱平来说，就是玩，“我把创业当做玩乐，因为自己能预见到接业务的困难，所以抱以一种顺其自然的心态，不像很多人创业是抱着压力去实现，我没有给自己定目标，做了最坏的打算，如果没有收入，就当玩乐。”

经常有客户在谈项目前，都会质问她年龄，怀疑她的实际水平，刚创业时，她经常会为了哄住客户，骗他们把自己年龄说得虚大。现在，再有客户问起，何爱平都会坚定地对他们说：“做互联网营销服务的，你必须要找85后的，甚至

90后的。正因为年轻，才更懂得互联网的应用。而且和我们树谷合作，不仅仅是和我一个人在合作，而是和我背后的庞大资源在合作。”

很多人创业，是一心一意为事业奋斗，而何爱平在短短3年的创业期间，还经历了怀孕、生子、育儿的过程。

2012年初，何爱平决定离职前，刚结婚不久，婚后老公去了美国发展，她孤身一人还挺着个大肚子在上海完成了职业转变，创办了自己的“树谷”公司。2013年初，她顺利升级当上妈妈。身为年轻的创业者和妈妈，何爱平常忙得不可开交，但她说：“我不是别人眼中的工作狂，有了孩子后，一度也想在家里照顾孩子，但越是这么想，就越有客户找上门来，指定要我做创意内容策划和网络推广。”

“互联网+”时代，品牌就是“粉丝”

酒香不怕巷子深，何爱平创立的树谷网络公司，在圈内赢得良好口碑，很多客户纷纷找上门来，指定要她做创意。曾有中国“营销教父”之称的联纵智达集团董事长何慕、温州某银行行长等不同行业知名人士青睐有加，欲投资入股，均被她婉言拒绝。

“我想做小而美的互联网营销服务公司。”何爱平说，当下，很多企业揣着不错的产品，可就是因为内容创意和网络传播的软肋而积压在了仓库，甚至那些怀揣着制造思维的工厂，压根就没有建立过一条直接伸向用户（粉丝）的直接渠道。网络营销领域的转变和进步正在加速，内容营销的重要性将胜过以往。“一个企业，从卖产品，卖服务，到卖情感，还需要卖内容，我们树谷公司的核心优势就是做创意内容策划，然后选择适当的互联网媒

体做投放，让企业花最少的钱，获得最大的品牌效益，将货卖出去。”谈及互联网营销专业服务，何爱平娓娓道来，“在‘互联网+’时代，品牌就是‘粉丝’，拥有‘粉丝’就是拥有品牌，社会化营销也好，O2O网络营销也好，客户关心的不是天花乱坠的理论和实践阐述，客户需要的是如何将他们的项目做创意提炼，内容包装，有效地传播出去，获得‘粉丝’，促进销售。”

“创业至今，我从单打独斗，到现在组建小团队，和不同行业协会成为战略合作联盟。这期间，我们服务了很多国内知名企业，有上市公司的项目策划和网络推广、影视作品（电视剧）网络推广，名人的包装和推广等等。比如中国著名水墨漫画家张汉忠先生，就是我亲自负责做包装策划和推广，成功达到了名人品牌效应。还有多家上市公司项目，他们自身

有专业的市场策划部，但还是找我们做内容创意和网络整合营销服务，为其实现O2O网络营销战略转型。”

在何爱平看来，网络营销，是非常好玩又有趣的事情，“它的理论涉及到心理学、社会学、视觉、听觉、统计学等，在实际落地过程中又涉及技术、文案、设计等无限的操作技术，这是一门变化多端的武器。”

无疑，何爱平是一个拥有梦想的人。虽然梦想把稻谷种得与树一样高并不现实，但在“互联网+”时代却拥有无数的可能。而她作为85后的女孩，殊为不易的创业“树谷”之梦才刚刚启航，未来或者无限量。她说心中的另一个梦想，是有机会可以服务家乡，“现在定居上海，回乡不多，所以，我想有机会可以将瑞安本土的好项目通过我们的策划和推广，传播出去。”