完整作品集
请移步个人网站
oscarkou.cn



Creative Director | Art Direction | AI Artist

OSCAR GAO

高元

CV & Portfolio

13671542275 | oscarkou1111@gmail.com | oscarkou.cn



12	20+	8	10+
年行业经验	汽车品牌服务履历	人团队带队经验	广告公司任职/Freelance合作

Photoshop · Illustrator · Final Cut · JianYing · Keynote · PowerPoint · ComfyUI · Midjourney · Nano Banana · Seedance · More AI Applications +

ART BASE · 美术

美术专业背景，十余年从业老将。从视觉概念到执行落地，全链路驾轻就熟。

TWO-WAY-PLAYER · 投打双修

不止步于 Art Base，具备独立撰写完整创意全案的能力，文案美术两手抓。Art + Copy 双面干将。

LEADERSHIP · 领导力

曾参与组建并带领创意团队，有大型项目管理经验。主导分工协同体系搭建，并善于建立合作信任。

TARGET MAN · 干将

支点型干将，从业生涯中始终被视为核心主力被委以重任。能斩获新业务，也扛得住主力客户。

AIGC · 超级个体

AI + 广告早期布道者，独立跑通 AI 执行工作流，并积极推行团队 AI 化。斩获 AIGC 类大奖。现致力于成为 AI 时代背景下的超级个体。

ENTP DEBATER · 辩论家

能说会道，也爱钻研——该种性格特质曾被领导评价为“天生的创意人”。



HAVAS VML BBDO etc.

2024 – Present

FREELANCE

独立创意人（Freelance）

带领创意小组服务福特纵横 Social 项目：负责 F-150 猛禽 / Ranger / 福特领裕 / 福特领睿车型，并支援 Bronco 烈马车型。

短期服务 JLR 捷豹路虎 Social 日常创意运营；参与上汽大众、上汽荣威 2025 年度比稿。

AI 助力下单人完成大众集团 2026 年度比稿项目：含创意方案搭建、美术及视频内容 demo。

AI 助力下完成别克 MPV 项目比稿：含创意方案搭建及美术内容 demo。

单人完成今世缘 · 苏超合作项目：日常创意方案撰写提报、H5 应用、抖音挑战赛及日常物料等。

带领团队赢得比稿，并参与新品牌 Freelander 神行者品牌视觉识别系统 CI 搭建。

合作创业打造自媒体账号，全网粉丝破万。

朗知传媒 Longwise

2022–2024

ASSOCIATE CREATIVE DIRECTOR

朗知传媒 Longwise

创意二组 · 沃尔沃 team 负责人 · 下属团队 8 人 · 汇报对象 GCD

负责沃尔沃品牌微信公众号、微博、小红书日常更新策划及执行；抖音、视频号、B 站内容策划；Campaign 方案提报与制作；

沃尔沃 Social Retainer 业务 · 规模逾千万/年 · 推文 250 余篇、小红书笔记 400 余篇，粉丝数居二线豪华品牌第一；「逃出万圣·机器觉醒」AIGC 剧情短片 · 1.6 亿曝光 · DMAA 国际数字营销奖 AIGC全场大奖；沃尔沃 EX90 / EX30 / EM90 上市传播。

参与业务拓展，赢得路特斯、极越、别克等重大项目比稿；优秀案例报奖，斩获各类奖项，个人获年度优秀员工。

协助搭建创意团队，维系紧密和谐团队氛围。

arkr GROUP each

2020–2022

CREATIVE GROUP HEAD

利欧集团 氩氪广告 Each Creative Lab

荣威社交媒体创意项目负责人 · 下属团队 6 人 · 汇报对象 GM

重心转入Social Media，并开始独立带队。

负责荣威品牌微信公众号日常推送、微博粉丝运维、抖音平台创意短视频策划；沟通与把控平面摄影、插画、视频制片等第三方执行质量；对接合作 KOL 提供创意方向；搭建创意策划团队；带队参与比稿提案。

2020、2021 上汽荣威全年双微一抖业务 · 规模逾千万 · 微信文章 200 余篇、多次10w+、新榜汽车类第一；「荣威生活会」专栏全平台阅读近百万；抖音粉丝120 万 · 两年增长300%。

arkr GROUP

2016–2019

SENIOR ART DIRECTOR – GROUP HEAD

利欧集团 雅克广告 ARKR 荣威Team

荣威品牌创意组组员 · 汇报对象 创意总监

接触汽车客户全案执行ATL/BTL/Digital等全链路。

主力参与上汽荣威 2016–2019 品牌广告主代理业务；负责多个车型上市全案的创意策划及美术执行、车型网站视觉及交互设计、平面物料设计与印刷品质量把控、日常促销活动创意策划、高管发布会演示文稿设计；协助建立荣威品牌视觉识别系统。

荣威 i5 / RX5 等多款车型上市全案 · 多次问鼎自主品牌销量冠军；多次获评「上汽乘用车优秀供应商」；2018 北京车展、2019 上海车展上汽大通品牌展台发布会。

CCG CROSS COMMUNICATION GROUP

2015

ART DIRECTOR

CCG 集团 清玄广告 上汽大众 Digital Team

上汽大众 digital 创意组组员 · 汇报对象 创意总监

负责车型网站、Minisite、H5 页面、App 等数字媒体的美术搭建并跟进后续开发；数字媒体物料设计并参与头脑风暴；对接制作部门（插画、完稿、网页开发）；参与比稿，帮助公司扩大业务。

服务客户：上汽大众（途安 L、途观、桑塔纳、凌渡、辉昂等车型）。

个人获奖：The One Show 青年创意大赛 金奖 / 青年创意营 银奖。

8号广告

2015

DESIGNER

北京八号广告

创意组组员 · 汇报对象 创意总监

服务客户：宝马金融（含 MINI）、阿尔山矿泉水、香格里拉红酒。

Ogilvy

2014

INTERN – ASSOCIATE ART DIRECTOR

WPP 集团 奥美广告（北京）

创意组组员 · 汇报对象 助理创意总监

在校期间进入 WPP 集团旗下 4A 广告公司实习，毕业后进入北京奥美广告。

服务客户：梅赛德斯-奔驰（协助服务：伊利、天辣火锅底料）。

VOLVO

逃出万圣·机器觉醒

HALLOWEEN

AI ROBOT

BACKGROUND

整个社会充斥对AI的不安全感
AI即将夺取人类工作话题冲上热搜
所有人都开始担心明天自己就会被AI取代
AI的发展反向的加强了社会对于未来的焦虑与不安全感

INSIGHT

实战AI回应所有人的不安
面对社会对于AI的不安情绪
无论是不信AI者说人工智能仅是拙劣地模仿人类
永远不可能取代它的造物主
还是忧心AI将会取代自己工作的灾难主义
实践才是唯一出真相的唯一标准
那不如，实战AIGC内容产出，一起用最真实的答案回应所有人的不安

IMPACT

总曝光	总互动量	B站top5持续
1.6亿	40.1万	3天
微博话题阅读量	微博话题讨论量	微博话题互动量
1.2亿	1.8万	4.1万

详情
请移步个人网站
oscarkou.cn

BRAND

最保守的品牌做了最不保守的事
96年来，沃尔沃发明了三点式安全带|儿童座椅|CITY SAFETY技术
在任何技术革新的时刻，沃尔沃永远愿意做第一个吃螃蟹的人
把最激进的技术，驯化为安全可用的技术
面对AI，沃尔沃也将先于行业踏出自己的第一步

IDEA

未来，机器人驾驶沃尔沃逃亡，但三原则阻止了它的前进
这看似是一次机器的叛变，实则是一次沃尔沃的安全测试
我们利用大量创新技术完成了本次任务，并传达了沃尔沃的核心价值：
在技术变革中，保护人类永远是首要任务
对沃尔沃来说，永远是「护我所爱，本能所在」



VOLVO

北欧生活方式

沃尔沃XC60 峡湾版 全新上市

BACKGROUND

2023年5月25日，沃尔沃汽车全新XC60峡湾版车型携车顶行李箱等著享出行配置和装备亮相，旨在鼓励车主自发探索自然秘境，驰骋山海之间。在「别赶路，尽感受路」的品牌主张下，我们企图打造一场强代入感的营销，解读沃尔沃XC60峡湾版背后所蕴藏的生活理念，唤醒人们对追求生活本真的向往。

OBJECTIVE

1.宣传新款沃尔沃XC60峡湾版的产品力及核心理念，快速建立用户认知，促进后续销量转化；
2.将沃尔沃品牌与北欧强捆绑，沟通惬意愉悦的生活理念，持续制造向往感；
3.强化「沃尔沃汽车旅行家俱乐部」IP，为这一旅行向品牌资产赋予更多价值。

INSIGHT

生活节奏快，无力经营生活，是人们产生焦虑的主要原因。在这样的时代背景下，沃尔沃的诞生地——北欧，却始终践行着快慢有度的生活方式，人均幸福指数更稳居全球前十。这份令人向往感十足的「北欧生活方式」，或许就是沃尔沃现阶段能帮助人们重新找到幸福的关键。

完整作品集
请移步个人网站
oscarkou.cn

IDEA

我们将「北欧生活方式」，全方位、沉浸式地融入沃尔沃XC60峡湾版上市CAMPAIGN之中。
邀请素人情侣拍摄3支旅行VLOG，代替传统教条式的上市TVC，力求真实感与代入感，呈现一场不完美却充满向往的瑞典自驾之旅。在驾驶全新沃尔沃XC60峡湾版横穿瑞典的过程中，探寻北欧的“大自然”与“慢生活”，如实展现北欧式生活的幸福色彩。在长尾传播期，提炼最易激发向往感的「北欧生活方式」，如自由行走权，打造《北欧冷知识》视频，沟通北欧人文知识，溯源高浓度幸福感的起源。
同步进行「沃尔沃汽车旅行家俱乐部」招募2.0，筛选一众优质KOL&KOC，体验北欧自驾路线及国内高端露营路线并拍摄视频，配合官方反输出生活态度视频，邀请大家与沃尔沃一同感受属于个人的北欧式生活。

IMPACT

沃尔沃XC60峡湾版上市，官方全平台总计获得阅读量**2亿**，累计视频播放量达**9043.6W**，关键词“沃尔沃XC60”微信搜索指数上市期均值涨幅**+767%**。






VOLVO

完整作品集
请移步个人网站
oscarkou.cn

BACKGROUND

市场环境：
- 沃尔沃在智能安全技术上一直保持领先地位，市场对新车型EX90的期待较高。
- 愚人节是一个独特的营销时机，可以通过幽默和创意吸引广泛关注。

产品情况：
- 沃尔沃EX90尚未量产，无法进行实车拍摄，但品牌希望在新车上市前引发市场关注和讨论。
- 需要一种既能展示技术实力，又能激发用户兴趣的宣传方式。

营销目标：
- 提高EX90车型在目标消费者中的知名度和期待值。
- 展示沃尔沃在智能安全技术方面的创新和领先地位。

INSIGHT

- 用户对科技创新、尤其是智能安全技术充满兴趣和期待，但也容易因信息过载产生麻木感。
- 愚人节期间，用户期望看到创意和幽默内容，更愿意分享和讨论有趣的广告和宣传。
- 汽车市场竞争激烈，智能化和安全技术是各大品牌争夺的焦点
- 沃尔沃一直以"安全"为品牌核心，通过创新技术不断强化这一形象。通过此次创意视频，既巩固了品牌在智能安全技术上的领导地位，又展现了品牌的幽默和创新精神。


好活！
抓紧量产
想买
幸
盔
LUCKY
HELMET
我差点信了

IDEA

融合 pilot assist 的研发经验与前沿感知技术，沃尔沃全新智能安全硬件应运而生。Luminar激光雷达配合首个专为行人研发的领航辅助系统，从此走路无需抬头。
这就是沃尔沃全新智能安全硬件，我们将它命名为幸亏。
虽然幸盔它不存在。但搭载同款Lunar激光雷达的ex90即将到来。
视频成功地展示了沃尔沃在智能安全技术上的创新，同时也引导观众关注即将推出的新车型EX90。提高了品牌的科技形象，还巧妙地吸引了潜在客户的注意力。

IMPACT

愚人节上线后，播放量迅速突破50万，上榜Bilibili热门并登上首页。
视频自然播放量居沃尔沃官方平台首位。

Bilibili播放量
60万+ 9500+ 1500+ 900+



VOLVO

重新遇见一座城市

《仕道嘉人》× 沃尔沃EX30

完整作品集
请移步个人网站
oscarkou.cn





BACKGROUND

面对国内日益激烈的新能源浪潮，如何让沃尔沃全新车型EX30凭借独特声量脱颖而出，让用户将其锚定为“全球都会人士”的时尚之选，是我们面临的双重挑战。

OBJECTIVE

1.在以时尚闻名的国际都市，深度结合博主标签与城市标志性特点，各个视角诠释沃尔沃EX30带来的全新生活方式。
2.提升用户对沃尔沃EX30的灵动车身、回音壁音响设计、可持续内饰等功能点的场景化认知，营造产品期待。

INSIGHT

城市，是人文美学的熔炉
当我们讨论“人与城市”的关系时，我们实际上在谈论什么呢？
音乐、艺术、建筑、时尚、可持续时尚……
这些元素不仅构成了都市文明的灵感来源，也与EX30各个功能的设计理念完美契合。通过博主们的独特视角，重新审视这些城市的文化、时尚和生活方式，凸显沃尔沃EX30在全球不同城市中的多样性和适应性。

IDEA

重新遇见一座城市
携手一线时尚杂志《仕道嘉人MAIRECLAIRE》，邀请5位优质内容博主分别在纽约、伦敦、东京、米兰拍摄系列视觉。通过音乐、艺术、设计、时尚、可持续5个独特的视角和创意，展现沃尔沃EX30的多元城市魅力和时尚感。借由高质量内容和博主影响力，锚定EX30「全球明星车型」的用户认知。

1、**博主选择：**邀请在建筑学、时尚、音乐、环保和生活方式领域具有影响力的博主，确保内容多样性和广泛覆盖。
2、**社交媒体传播：**通过博主的社交媒体平台进行多渠道传播，包括抖音、小红书、微博等，设置专属话题标签，鼓励粉丝参与互动，进一步营造产品期待。
3、**时间与资源管理：**赶在EX30上市前夕，13天内辗转5国5城完成拍摄任务。

IMPACT

传播量：
42,660,531
互动量：
459,074
互动率：
1.08%

VOLVO

BACKGROUND

沃尔沃生命奇迹俱乐部，是业内绝无仅有的车主俱乐部：只有经历严重车祸、劫后余生的车主，才有资格加入。
如何将「车祸」这个关于生死的沉重话题，用一种温和却有说服力、让人容易接受的方式与消费者进行有效沟通。再者，如何借这个契机，真切地传递沃尔沃汽车对每个驾乘者的守护，让「唯爱与生命不可辜负」更具象更充满温度，是我们面临的难题。

IMPLEMENTATION

1. 沃尔沃汽车，联合一条与上海广播电视台纪录片中心制作《人生重启时》官方视频，在沃尔沃汽车与一条各大官方平台统一释出。借助官方视频，全网发起#原来生命真的有奇迹#话题讨论，激发大家关于人生意外无常和对沃尔沃汽车安全性的高频讨论。
2. KOL与KOC加入视频分享与话题讨论，持续制造话题热度，一度登上微博热搜第22位，并引发媒体转载报道。

人生重启时

Reborn



IDEA

人生重启时/REBORN

「生日」是传播战役最重要的符号，也是劫后余生的俱乐部成员们特殊庆祝方式：从此生命中有了两个「生日」，一次为新生，一次为重生。我们邀请豆瓣高分纪录片《人生第二次》总导演秦博执导，以半开放的纪录片手法，借三位俱乐部成员劫后余生的「特殊生日现场」，记录意外发生后，亲人、朋友如何用爱与陪伴帮助车主「重启人生」，以此传递「唯爱与生命不可辜负」的品牌主张。

IMPACT

Campaign效果

总曝光量达 1.34亿+

总播放量达 5405.2W+

总互动量达 39.4W+

微博微指数环比增长 475.57%



2023 互动创意奖&媒介营销奖 媒介营销奖-杰出策略组-社交营销 全场大奖

2023 ADMEN 内容营销类-视频营销 全场大奖

2023 虎啸奖 营销案例类-社交媒体营销类 金奖

2023 虎啸奖 营销案例类-机动车关联市场及交通运输类 金奖

2023 金合奖 专项类-社交媒体营销类 金奖

2023 IAI传鉴国际广告奖 营销案例组-社会化营销 金奖

2023 IAI传鉴国际广告奖 IAI汽车营销奖-汽车品牌营销 金奖

全场大奖 AUTOVISION AWARDS

2023 艾菲汽车奖 社交媒体营销 金奖

2023 DMAA数字营销大奖 内容营销组-社会化营销类 金奖

2023 中国广告营销大奖 案例奖-整合-内容营销 金奖

2023 中国广告营销大奖 全场大奖

2023 中国广告营销大奖 案例奖-整合-社会化营销 铜奖

2023 长城奖 营销案例类-社交营销 金奖

2023 长城奖 创意作品类-视频创意-其他视频（30分钟内） 铜奖

2023 金手指奖 视频行销奖 银奖

2023 时报金像奖 行销类交通项 银奖

THE ONE SHOW ON THE SHORTLIST

LIA 铜奖 CREATED FOR CREATIVES

2023 上海国际广告奖 营销传播-整合营销-汽车 银奖

2023 SMARTIES CHINA 社交媒体市场营销 银奖

2023 金耀奖 内容营销单元-商业短片组-最佳商业纪录片 银奖

2023 金耀奖 内容营销单元-商业短片组-最佳传播效果 铜奖

2023 4A创意奖 品牌娱乐类-品牌视频/影片 铜奖

2023 数英奖 营销单元-内容营销类 铜奖

2023 金投赏 社交营销 提名

FORD BEYOND × RANGER / F-150 RAPTOR

风浪起
江湖见

FORD BEYOND × RANGER / F-150 RAPTOR

THE TASK / 我们接到的事

把双皮卡从工具车的认知，带进生活方式圈层
双车同台，各自有各自的江湖
让「玩水」成为福特皮卡的新标签

BACKGROUND

皮卡的认知还卡在工地与拉货
露营、飞盘内容早已饱和
水上运动接住新流量，却没人讲故事

INSIGHT

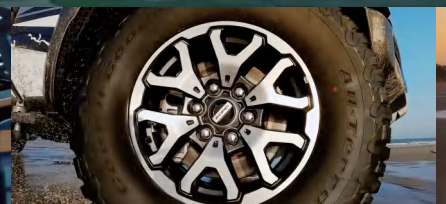
欧美皮卡的底色本就是水上生活
干湿分离、大空间、通过性都是硬支撑
国内缺的不是车，是「我属于哪一圈」

IDEA

把「江湖」这个词借过来
Raptor 闯江湖，Ranger 走江湖
#跟着我，跑江湖#








ROEWE RX5 PLUS Launch Campaign

ROEWE × 故宫博物院

《宫廷匠心造国潮》携手故宫 定义新国潮

荣威x故宫 国潮文化的梦幻联动

品牌联名跨界 串联线上线下的全渠道方案

用新国潮概念焕新品牌 打造产品年轻个性

现代汽车工业与故宫国宝级大师的匠心对话

铸造全球唯一【匠心国潮臻藏版】荣威RX5 PLUS

6位国宝级大师 6种非遗技艺 匠心打造6种零部件



景泰蓝x狮标

京绣x内饰

花丝镶嵌x车饰

漆画x车漆

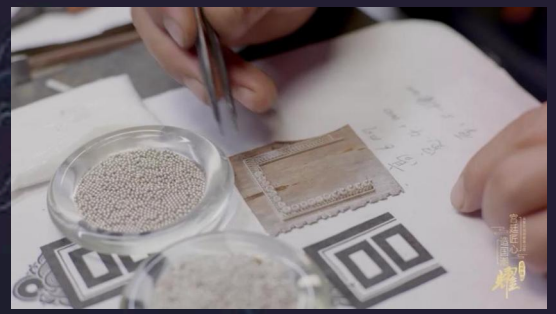
珠宝镶嵌x车标

车毯x宫毯















宫廷匠心
造国潮



Golden Mouse
金鼠标

▶PLAY

纪录大片抖音独播 竖版影像对话年轻人

国家级工匠大师+宫廷技艺+新视角国潮 汇聚成为非遗纪录大片

抖音互动话题 制造全民风潮

定制国潮贴纸上线 邀6亿用户加入#荣国潮威实力#抖音话题

RESULT

10.3亿+ 视频播放

516.6万+ 点赞

8.3万+ 评论

18.1亿+ 话题总播放次数

10.2万+ 活动参与视频

64.5万+ 官抖增粉

ROEWE × 故宫博物院 × 抖音







宫廷匠心
造国潮

故宫珍兽化身荣威守护神
勾勒精致形象 推出各项周边商品



宫廷萌狮

荣威狮携手故宫狮 打造宫廷萌狮系列手办
国潮social话题持续延烧



▶PLAY



INTERNATIONAL ADVERTISING AWARDS

大片预告倒计时 引爆社交圈悬念



国际团队打造高能魔法世界

荣威i5版《超人总动员》磅礴上片



上市AMAZING SHOW高能秀

千人见证高能气势

巨型瀑布屏幕配合三维立体投影

虚实互动 营造超现实视觉冲击

AR平面打破次元壁 高能体验近在眼前

联手AR支付宝，亲眼见证i5开挂高能

通过AR技术让常规的平面灯箱静态海报

瞬间成为动态吸睛小视频



Power



Intellect







Space



Safe

#高能夺宝一元提车# 刺激转化

借势天猫双11引爆抢购热潮

ROEWE × 支


荣威i6
initiative
innovation
荣威ERX5
E起互联理想未来
荣威ei6
荣威ei6 插电混动互联网新车
双范齐驱 畅行天下



Let’s Work Together

Contact Me

13671542275 | oscarkou1111@gmail.com | oscarkou.cn