徐璇子

上海 | 18638573296 | 18638573296@163.com

作品集 Portfolio **www.xuxuanzi.com ↗**

个人概述

5 年机器人与具身智能行业品牌营销经验，覆盖 To B 全球市场、品牌建设与整合营销。现任智元机器人旗下临界点（AGILINK）品牌负责人，此前在非夕科技负责全球整合营销。擅长品牌策略、创意策划、技术内容转译与大型项目统筹，能将复杂技术转化为有辨识度、可传播的品牌表达。英语可作为工作语言。

工作经历

智元机器人 · 临界点（AGILINK） | 上海 2025.12 – 至今

品牌经理（品牌负责人） | 独立管理年度品牌预算约 600 万元 | 带领 3 人团队

业绩：H1 绩效 A；两次获总裁嘉奖令。

- **集团级战略项目：**发起智元 AI Day 灵巧操作分论坛提案，通过集团四轮评审，成为唯一获得独立分论坛资源的子公司；原创「跨越临界点」核心策略，统筹技术 Keynote、算法架构可视化、生态展区及双线直播，实现约 250 人到场、80 万+ 直播观看。
- **品牌创意与内容营销：**独立发起「灵巧手 × 苏绣」非遗创意项目，以传统工艺呈现前沿技术能力，全网曝光千万级、互动 20 万+，获梅花创新奖视频创意金奖。
- **品牌体系建设：**从 0 到 1 主导品牌定位、VI、官网、社媒矩阵及展厅建设，建立统一的国际化科技品牌形象；10 个月推动品牌全网曝光达数千万量级。
- **整合营销与事件传播：**统筹 ICRA、WAIC、世界人形机器人运动会等重大行业节点传播，搭建「头部达人 + KOC」分层传播矩阵，单次活动曝光达 500 万-700 万+，推动品牌从专业圈层向大众市场渗透。
- **GTM 与技术传播：**搭建中英文 GTM 资料体系，交付产品手册、规格书、案例集及视频等 60+ 项核心物料，统一产品叙事与海外销售培训内容；策划 Explainer 产品视频系列并担任中英双语出镜讲解人；为 CTO 策划撰写 IROS、WAIC、FAIR plus 等 10+ 场大会中英文演讲，完成算法系统的叙事转译与架构可视化；主导 CES 2027 创新奖申报，OmniHand 3 Ultra 获 AI & Robotics 双品类 Honoree。

Flexiv Robotics 非夕科技 | 上海 2022.07 – 2025.10

整合营销（Senior Marketing Specialist）

业绩：连续 3 年年度绩效评分 4 分；任职期间两次晋升。

- **全球市场营销：**参与制定并执行覆盖北美、欧洲及东南亚的年度市场策略，策划组织 30+ 场大型展会及 60+ 场行业论坛，提升海外市场品牌认知。
- **线索生成与培育：**年均贡献 7,000+ 条市场线索，其中 2,000+ 条转化为销售接受线索（SAL）；建立线索评分与培育机制，打通线下活动与数字营销数据。
- **数字营销与品牌升级：**管理海外 Google SEM 投放，优化关键词、广告内容及转化路径；主导品牌视觉与展台体验升级，策划机器人蛋雕、倒啤酒等差异化互动展示。
- **展厅运营：**负责面向政府、企业高层、科研机构及海外客户的差异化接待与讲解内容，强化专业、国际化的品牌认知。

教育背景

University of Southampton | Marketing Management 硕士 2020.09 – 2021.12

郑州大学（211） | 金融学 本科 2015.09 – 2019.06

xuanzi

hard tech, human stories.

我为硬核技术，讲好故事。

徐璇子 · 机器人与具身智能品牌负责人

CES 2027 创新奖 Honoree • 梅花创新奖 · 视频创意金奖

- AGILINK 品牌 0→1
- 《一手相授，万手相承》
- 智元 AI DAY · 跨越临界点
- ICRA 2026 · 折气球狗
- WAIC 2026 · 现拧气球狗
- 世界人形机器人运动会
- OMNIHAND 全球 GTM
- EXPLAINER 双语技术解读

xuanzi® About

Making Complex Tech Click.

让复杂技术被看懂，
让硬核品牌被记住。

五年机器人行业品牌营销经验，历经**非夕科技**全球 To B 整合营销与**临界点**品牌 0→1。

- ☑ 品牌搭建
- ☑ 技术叙事
- ☑ 整合传播

[EXPERTISE] 机器人 · 具身智能

5+

Years Robotics Brand Marketing

Recognition

奖项荣誉

CES 2027 · 主导申报

CES Innovation Awards Honoree

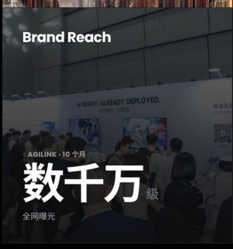
OmniHand 3 Ultra · AI & Robotics 双品类

MAWARDS

梅花创新奖 · 视频创意金奖

《一手相授，万手相承》

Brand Reach



↑ AGILINK · 10 个月

数千万 级

全网曝光

Pipeline & Assets

增长与物料

7,000 +

非夕科技 · 年均营销线索

60 +

中英文核心 GTM 物料

WHAT I BRING 五种核心能力，各由一个代表项目证明。

01	**Brand Building** 品牌建设	AGILINK 品牌 0→1
02	**Creative Campaigns** 创意策划	苏绣 × 灵巧手
03	**Technical Storytelling** 技术叙事	智元 AI Day · 跨越临界点
04	**Integrated Marketing** 整合营销	ICRA / WAIC / 人形机器人运动会
05	**Global Product Marketing** 全球产品营销	全球产品叙事与 GTM

WHAT I DO

让复杂技术被看懂，
让硬核品牌被记住。

[XZ®—SELECTED WORK / 作品与成果]

五个项目，五种能力：从品牌 0→1、创意战役到技术叙事与全球市场。

Creative. Design. Story.

© 2022–26

01
World. Link the Intelligence
AGILINK

[01 — BRAND BUILDING] AGILINK 临界点 · 品牌 0→1

More Than a Logo.

a system.

从一个 Logo，到一套完整的品牌系统。

MY ROLE 主导品牌定位、视觉识别、官网、内容矩阵及线下体验体系，建立统一的品牌表达。

01 · POSITIONING 品牌定位

Perceive the World. Link the Intelligence.

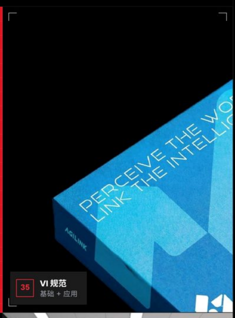
感知世界，联结智能。围绕机器人末端执行器的技术价值，确立品牌定位与核心叙事。

02 · IDENTITY 品牌识别

01 提取 02 重组 **03 环扣**

双手环扣，构成一个 Link。

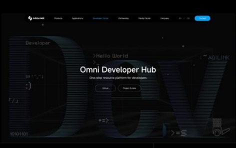
从灵巧手轮廓提炼几何语言，以双手环扣构成品牌标识，延展出 **35 项 VI 基础与应用规范**。



35 **VI 规范** 基础 + 应用

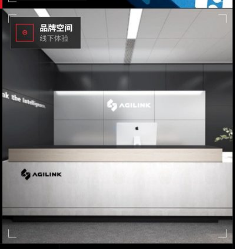
03 · EXPERIENCE 品牌体验

将品牌语言延伸至中英文官网、社交媒体、产品物料与品牌空间，形成**线上线下一致的品牌体验**。

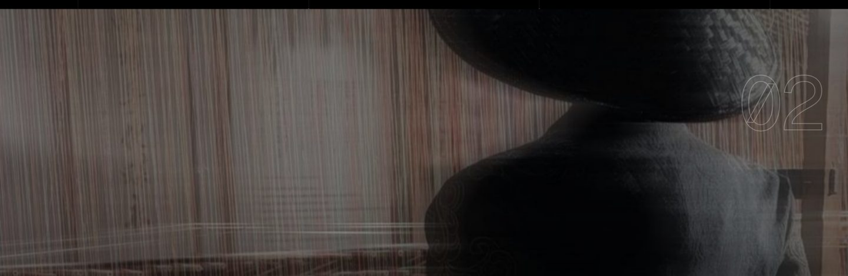


一手相授
万手相承
Google DevFest 2026
活动回顾
灵巧手落地
比人形更早?
1002
9373

品牌空间 线下体验



10 个月	**数千万** 级	**35** 项	**22.3** 万
完成品牌从 0 到 1 搭建	全网品牌曝光	VI 基础与应用规范	单条视频最高播放量



[02 — CREATIVE CAMPAIGN] AGILINK × 苏州丝绸博物馆

0.04mm Apart. Worlds Connected.

one thread.

从 0.04mm 的技术参数，找到一个跨越千年的故事。

[THE INSIGHT] 创意洞察

0.04mm

为什么是苏绣? 因为 0.04mm。

灵巧手指尖视触觉传感器的空间分辨率，与苏绣精细工艺形成巧妙呼应。将抽象参数转化为一根丝线，让技术精度变得可感知。

《一手相授，万手相承》
品牌影片

[THE IDEA] 创意概念

《一手相授，万手相承》

以机器人学习苏绣为叙事核心，连接千年非遗与前沿科技，讲述**技艺传承与智能规模化**的双重想象。

MY ROLE 独立发起项目，主导原创概念、创意策略及影片制作统筹。

Let the Work Speak.

少讲参数，让真实动作自己说话。

01 一手相授

02 万手相承

EMBROIDERY
绣

[THE IMPACT] MAWARDS

梅花创新奖 视频创意金奖

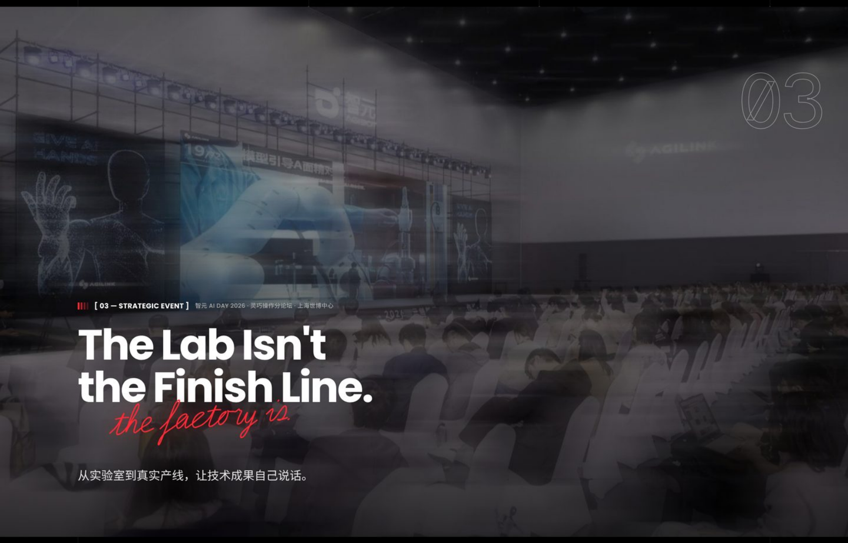
千万级 全网曝光

20万+ 内容互动

围绕同一支影片，面向不同圈层展开传播

科技媒体	行业受众	大众平台
以苏绣级精度，呈现灵巧操作能力	从穿针引线，看见精细操作潜力	以人机共学，讲述非遗传承

用一个好故事，证明最有用的能力。



03

[03 — STRATEGIC EVENT] 智元 AI DAY 2026 · 灵巧操作分论坛 · 上海世博中心

The Lab Isn't the Finish Line.

the factory is.

从实验室到真实产线，让技术成果自己说话。

MY ROLE 从零提出「跨越临界点」主题，主导分论坛策略、内容架构、Keynote 叙事及视觉设计，统筹论坛与主题展区，推动集团唯一子公司独立分论坛落地。

[THE STRATEGY] 策略定位

立标准 秀实力 聚生态

不再重复产品发布，而是围绕灵巧操作如何走向真实部署，建立从技术能力到产业应用、再到生态共创的完整叙事。

The Highlight · 现场亮点
实时连线卧龙工厂

72 步 · 98%
自主作业工序 · 成功率

让真实产线成为技术实力的证明。

在主题演讲中实时连线卧龙工厂，展示机器人自主完成 **72 步作业工序、成功率 98%**，将技术发布与真实部署现场连接起来。

Three Key Moves

三个关键动作

01 策略定位

提出「跨越临界点」，建立**研发态 → 部署态 → 运营态**的核心叙事。

02 技术叙事

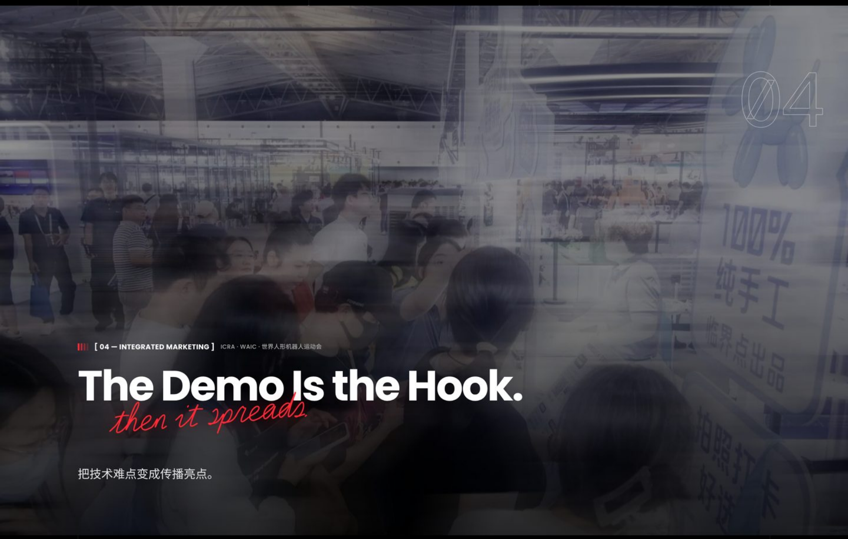
统筹 Keynote 内容架构，独立完成 **DUET 2.0、Omni-Maestro** 等算法可视化。

03 体验整合

策划**卧龙工厂实时连线**与 54m² 主题展区，让技术成果现场可见。

80万+	约250人	54m²
直播观看	现场参与	一体化主题展区

好的技术活动，不是展示更多成果，
而是让每个环节共同证明一个观点。



04

[04 — INTEGRATED MARKETING] ICRA · WAIC · 世界人形机器人运动会

The Demo Is the Hook.

then it spreads.

把技术难点变成传播亮点。

THE APPROACH 从复杂技术中提炼可传播的演示场景，通过创意互动、IP 衍生与达人矩阵，让行业技术走向大众话题。

MY ROLE 整合营销策略、现场创意策划、媒体与达人合作。

ICRA 2026 / VIENNA

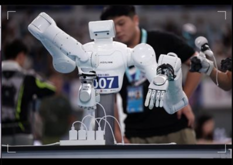
A Demo Worth Sharing.

以「机器人折气球狗」直观呈现柔性物体操作能力，联动海外 KOL 实现技术破圈。

WAIC 2026 / SHANGHAI

One Demo. A Whole Campaign.

将气球狗升级为展会互动 IP，以「现拧气球狗，免费领养」为主题，延展周边、打卡与社交内容，联动



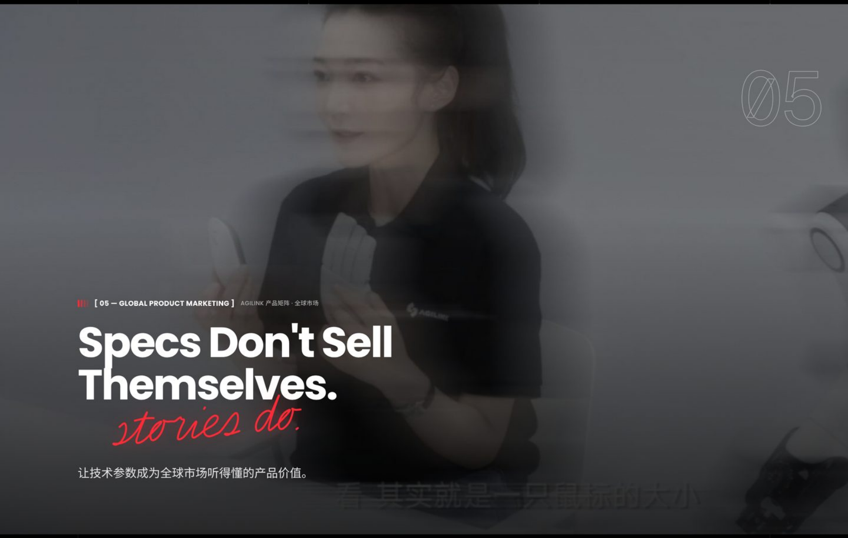
WORLD HUMANOID ROBOT GAMES

Same Hand. Eight Events.

聚焦同一款量产 OmniHand 完成 8 个赛项，以真实竞技表现强化产品实力认知。

KOL、KOC 放大声量。

200万 曝光	**海外 KOL** 探展传播	
400万 曝光	**4万** 互动	**10+100** KOL + KOC
700万 曝光	**20+9** 稿件 + 视频	**10+** 达人联动


看 其实就是一只鼠标的大小

Ø5

[05 — GLOBAL PRODUCT MARKETING] AGILINK 产品矩阵 · 全球市场

Specs Don't Sell Themselves.

stories do.

让技术参数成为全球市场听得懂的产品价值。

MY ROLE 统筹产品定位、双语营销物料、技术视频、销售赋能及高管技术传播，建立统一的全球产品叙事。

One Product. Different Audiences.

产品叙事	产品定位、核心卖点、产品视频及技术内容
全球营销物料	中英文产品手册、规格书、案例集
销售赋能	海外销售培训、产品话术与营销支持
高管技术传播	IROS、WAIC、FAIR plus 等大会演讲策划与撰写
国际奖项申报	CES 创新奖申报策略与材料组织

[THE IMPACT] GTM

60+

中英文核心 GTM 物料

10+

高管技术演讲

Explainer Series
双语技术解读
看 其实就是一只鼠标的大小

EXPLAINER SERIES 双语技术解读

独立策划制作，以**产品经理视角中英双语出镜**，将复杂技术转化为清晰易懂的产品内容。

Good Ideas Don't Sit Still.

make things happen.

理解技术，找到故事，
把想法变成结果。

I build brands, tell stories, and make things happen.

2025.12 – 今	**智元机器人 · AGILINK 临界点** 品牌经理（品牌负责人）· 3 人团队
2022.07 – 2025.10	**Flexiv 非夕科技** Senior Marketing Specialist · 全球整合营销
2020.09 – 2021.12	**University of Southampton** Marketing Management 硕士
2015.09 – 2019.06	**郑州大学** 金融学本科

18638573296@163.com