



姓名：吴天赋 Tif

- ◆ **公司及职务：** AI人工智能创新整合营销,, 联合创始人
- ◆ **参选类别：** 年度移动营销领军人物

吴天赋的职业生涯开始于1997年，先后服务于BBDO，OGILVY，TBWA，HAVAS，2015年7月离任HAVAS创意合伙人，同年8月与利欧数字集团旗下的氩氦互动共同创立AI整合营销。

曾获中国广告奖，龙玺广告奖，中国4A创意金印奖，CANNES嘎纳广告奖，D&AD广告奖，ONE SHOW金铅笔广告奖，ADC国际艺术指导俱乐部奖，克里奥广告奖，MEDIA媒介广告奖，亚太广告奖，伦敦广告奖，时报广告奖，香港4As广告奖，媒介杂志中国广告奖超过200项。

2004, 2008年被评为中国广告业年度十大创意总监。

CAMPAIGNBRIEF 2004年度, 2005年度大中国地区创意排名前五强。

龙玺环球华文广告大评审团成员。

多次担任伦敦国际广告奖, 纽约国际广告奖, 中国4A创意金印奖, 龙玺环球华文广告, 中国广告长城奖, 金鼠标数字营销奖, 金投赏评委,

2011年起受聘担任南京大学新闻学院广告与传播学系客座教授

2015年起受聘担任吉林动画学院设计学系客座教授

2017年被金鼠标数字营销大赛评为数字营销年度新锐人物。

2017年被中国媒介应用创新花格子奖评为年度新传播影响力人物

2017年被ADMEN AWARD授予中国当代杰出广告人

这几年Tif认为最重要的是实现三个方面，关于传统广告与数字广告的整合；关于客户、策略、创意的整合；及整体员工的能力以及氛围的整合。AI公司的Evolution 可以拆分成 11 块，每一个模块都是一个工具。AI 可以帮助客户的每一个阶段用到其中的 1-2 个工具作为营销闭环的某一个引爆点（事件，IP 合作，公关活动，传统 TVC、病毒传播，资源共创，艺术装置展等）来燃烧整个营销闭环。在碰到公关事件或者热门事件时，广告人也可以用 1-2 样工具去做整合营销。尤其是针对突发事件，大创意的诞生或许远不及事件发酵影响力来得快和持久，这时如何排列营销手段则显得至关重要。而这些，正是对于公司整体战略、业务、管理等方面起到关键作用的部分

为上海国际广告节宣传的项目打造的“世界之眼”获得了行业内外多方关注。在Tif的领导下，创意以上海的地标建筑睁开眼睛观望世界，传达着“看见世界，让世界看见”，寓意上海国际广告节的举办将会引起更广泛的影响力。另一方面其实也是对广告人职业生涯的写照，“看见世界”是对广告人的专业素质要求，创作优秀的广告作品，需要对生活对世界一切事物要有犀利独特的洞察；“让世界看见”则是广告人的职业追求，作品出街后那种希望让全世界都来看一眼的殷切心情。最终，让第一届广告节就吸引了240余家公司，1424件作品，促进中国广告走向世界舞台。

“生活中的Tif是一位对自己管理严格的人，不管是在作息还是身体锻炼上。他每天都是最早到办公室，进入工作状态，严于律己。同时，也保持每周的运动，以充足的体力，保持脑力和心力的成长。更是一位超级好爸爸，对于孩子的成长教育，让我们印象深刻。作为他身边的朋友们，深深得被他所影响，成为更自律，也更有爱的人。”

“Tif作为杰出的创意人士，和他搭档工作的日子里，深刻感受到他对于工作细节的不将就，会要求自己 and 团队，能尽可能地做到最好。在每次提案过程中，创意领域的发挥，更是让我们钦佩不已。他常常能跳出思维边界，带给团队和客户很多的惊喜，促使项目更好地推进与展示。他的专业与态度，让我们相信，优秀的人之所以优秀，是因为对自己的严格，不敷衍，和深刻思考。”

“凡是与Tif合作过的人，大体都会被他的专业态度，以及他对人真诚、热情的性情所感染。有时候，朋友之间也会请Tif帮忙想一下项目的创意，他也会乐于帮忙，并给出非常棒的想法和提议。有时候，团队小朋友会跟不上思路，他也会耐心地指导。这些都令我们作为朋友和合作伙伴的，非常的感动。并深深觉得能与Tif合作，非常的荣幸。”