

2021年11月3日杨柘从小米离职，入职中田体育，这不由得让我想起杨柘在手机圈的历史，苹果、摩托罗拉、三星、华为、TCL、魅族、小米，7家手机公司，20多年在数码圈摸爬滚打，为何要离职小米入职体育行业？今天带你走进一位手机界传奇营销大师杨柘。



有了摩托罗拉的经历，杨柘又换了一家公司，这次的东家是苹果，杨柘在苹果呆了3年，在这期间他主导了苹果iMac引进国内，这两份不错的工作经历完全打开了杨柘的仕途，从此开始，杨柘又被人称为“大师”。

加入三星、华为，走向巅峰

在苹果呆了三年，2003年杨柘再次跳槽，这次的东家是三星，杨柘在三星的成绩可圈可点，2004年推出的D418滑盖手机，负责宣发工作，2006年推出“华铂”系列手机，延续滑盖手机的同时还加入了超薄的设计，同时推出三星手机slog “leading fashion technology——引领时尚科技”成为当时一个不错的突破口。



2012年，一位手机圈大佬找到杨柘，两人准备共同打造一个让世界都铭记的品牌，谈话细节我们无从了解，但杨柘随即离开工作近十年的三星，加入国产手机霸主华为，找杨柘的不是别人而是华为手机掌门人余承东。运营商定制机时代已经过去，是时候打造自己的品牌了，杨柘成为了不二之选，在数码界摸爬滚打十几年，这样的人才正是华为所需要的。



这三款手机的定位与宣传直接将华为手机品牌调性提升上来，让华为本来就有的技术底蕴通过宣传加上了一层文化底蕴，现在回头看，杨柘大师可不是白叫的，人家知道整个市场缺少的是什麼，品牌需要的是什麼。

经历过华为之后，杨柘在圈内的名声大噪，包括但不限于：TCL、魅族、小米、OPPO、VIVO挖过杨柘，跳槽的决定权又一次落到了杨柘手里。

加入TCL、魅族、小米，一招鲜并没有吃遍天

也许是在华为的发展受限、也许是TCL给出的条件诱人，2015年12月，杨柘加入TCL担任首席运营官兼中国区总裁，国内TCL业务的一把手，在2016年1月份，TCL新品发布会上杨柘推出全新slog：“Tout Comme La Vie——宛如生活”想要复刻三星的成功，但结果并没有想得那么简单，2016年TCL公司净利润16亿元，同比下降38%，全年利润下滑主要受到通讯业务业绩大幅下降，即使液晶电视出货量达到2000万台，也没能挽救TCL手机销量颓势，这直接促使了杨柘的再次离职。



“双瞳如小窗，观景佳丽历”有人说，手机只值2000元，剩下的2080元是羊驼的这句solg，原来魅族的用户大多有一定审美能力，而魅族Pro7这一定位直接割裂了魅族的用户群，用户群里甚至爆出“母猪会上树，魅族搞商务”这样的话。



2018年7月，羊驼从魅族离职。休息了两年后，杨柘入职小米，2020年6月2日，杨柘担任小米CMO。同年11月，杨柘不再担任CMO职位，2021年11月3日，杨柘加入中田体育，据说杨柘的离职是因为工作能力得不到雷军的认可。

## 复制不了的成功——杨拓

三星与华为的成功有杨拓一份功劳，但更多的是市场产品共同决定的，营销只不过是锦上添花，绝不是雪中送炭，TCL、魅族需要雪中送炭有能力的人，而不是只会打造爵士人生的杨拓。

杨拓又被人称为大师，一谈大师总感觉有嘲讽的意味，什么气功大师，算命大师，杨拓也有自己特色，不管是哪家公司什么产品，总能和商务挂钩，希望以后中田体育不会推出商务产品。