

orrfc / March 28, 2015 11:38PM

品牌營銷專家楊大中獲“年度最具創新力策劃獎”

[轉載:中國商業電訊]

近日2014中國[[url=http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]策劃[/color]/[url]年會在京舉行，該盛典作為業界高端智慧盛宴，匯聚了[url=http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services][color=black]策劃界[/color]/[url]的智慧精英。記者從剛剛結束的中國策劃年會獲悉，通過專家評審委員會的嚴格評定，中天陽光營銷[url=http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services][color=black]策劃機構[/color]/[url]以及領軍人楊大中榮獲了“年度最具創新力策劃獎”以及“年度最具影響力策劃人”雙項大獎。品牌專家楊大中以及中天陽光營銷策劃機構所展現的杰出創意智慧，對於我國策劃行業的發展起到了積極的推動和引領作用。

此次“最具創新力策劃獎”的評選活動，是對當年最具創意價值策劃方案和策劃人的遴選和表彰，也是我國策劃水平的拔高、升級的過程，對於<http://www.srss.com.hk/about>中國品牌發展，以及為中國策劃界輸入新鮮思想都是一個很好的契機。楊大中憑借廣博的知識儲備，天賦的創作靈性，以及與時俱進的策略思想，造就了他在策劃行業中獨具匠心的創意表現，也為中國品牌價值提升做出了智慧貢獻。

通過與楊大中的接觸發現：在他稍顯青春狀態以及儒雅氣質的外表下，卻蘊含著成熟老道的創意思維和[<http://www.srssl.com.hk/services/deregistration>][color=black]商戰[/color][<http://www.srssl.com.hk/services>][color=black]商業[/color][<http://www.srssl.com.hk/services/offshore-company-administration>][color=black]市場[/color][<http://www.srssl.com.hk/service/s/taxation>][color=black]營銷[/color>]謀略。他把品牌營銷策劃工作看成是四兩撥千斤的[<http://www.srssl.com.hk/services>][color=black]商業[/color>]智慧，楊大中認為：品牌營銷是以品牌為主導的[<http://www.srssl.com.hk/services/offshore-company-administration>][color=black]市場[/color>]運作方式，是市場營銷工作開展的最前端。品牌營銷中“創意”的作用在於通過無形的思維活動，智慧的創造出有形的思維產品而且新的品牌價值及其品牌主張，在現實生活中要能找到共鳴，所以當品牌的拉力和[<http://www.srssl.com.hk/service/s/taxation>][color=black]營銷[/color>]的推力合二為一的時候，品牌營銷在市場運營中發揮的力量也是最大的。

比如，楊大中在為空氣淨化[[url=http://www.srss.com.hk/services/hong-kong-company-secretary](http://www.srss.com.hk/services/hong-kong-company-secretary)][color=black]企業[/[color](http://www.srss.com.hk/fees)][/[url](http://www.srss.com.hk/fees)]“中康韋爾”進行品牌概念的[[url=http://www.srss.com.hk/fees](http://www.srss.com.hk/fees)][color=black]規劃工作[/[color](http://www.srss.com.hk/fees)][/[url](http://www.srss.com.hk/fees)]時，他為品牌提煉了“生命隻在呼吸間”的[[url=http://www.srss.com.hk/services/trademark-registration](http://www.srss.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]品牌[/[color](http://www.srss.com.hk/services/trademark-registration)][/[url](http://www.srss.com.hk/services/trademark-registration)]口號，而此語則出自佛學的一則典故：釋迦牟尼佛問眾僧人：“生命能持續多長時間？”一位僧人回答：“能持續數日。”佛說：“你還不能夠修道。”最後一位僧人說：“生命隻在呼吸間。”佛說：“你可以修道了！”這個故事既體現了佛陀對於“呼吸”是修行法門的參悟，也表現了珍惜“當下”的人生意義。

何為[url=http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services][color=black]策劃[/color][url]的最高境界——“潤物無聲，法無定法”。讓人感覺不到策劃的痕跡，並讓策略構思與[url=http://www.srss.com.hk/services/trade-mark-registration][color=black]品牌概念[/color][url]能夠自然而然的對接，天衣無縫的融合。當“生命隻在呼吸間”的品牌訴求一出，人們就馬上看到了這個口號所能夠構建起來的品牌理念，一個有利益、有歷史、有精神、有根基、有張力的品牌概念，已經確立。

楊大中表示：[url=http://www.srсс.com.hk/services][color=black]策劃人[/color]/[/url]要能夠在品牌營銷策劃工作中，利用自己廣博的知識儲備去對原有的品牌要素進行解剖、分析、整合和創新，從而形成獨特且具穿透力的[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration][color=black]品牌[/color]/[/url]創意和思路。做[url=http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services][color=black]策劃[/color]/[/url]不僅僅需要大量的讀書和思考、積澱，[url=http://www.srсс.com.hk/services][color=black]策劃人[/color]/[/url]還要具有駕馭變化的能力，因時不同，因勢不同，掌握能夠把握時勢的力量，並從時勢當中，發揮化繁為簡的功力，找到突破，捕捉創意。

經過與楊大中的深入交流感覺到：楊大中不僅僅是[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration\]](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)[\[color=black\]](#)品牌[\[color\]/\[url\]](#)[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/business-ss-centre\]](http://www.srсс.com.hk/services/business-ss-centre)[\[color=black\]](#)營銷[\[color\]/\[url\]](#)[\[url=http://www.srсс.com.hk/services\]](http://www.srсс.com.hk/services)[\[color=black\]](#)策劃人[\[color\]/\[url\]](#)，也是一位具有時代視角的知識分子。在與他的談話中，可以發現他所掌握的知識體系中雜糅著大量的中國傳統文化的精髓，並能把儒釋道的思想燜熟的融入到他的[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services\]](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)[\[color=black\]](#)策略[\[color\]/\[url\]](#)[\[url=http://www.srсс.com.hk/services\]](http://www.srсс.com.hk/services)[\[color=black\]](#)思考[\[color\]/\[url\]](#)中。《易經》曰：“是故形而上者謂之道，形而下者謂之器”，優秀的[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/business-ss-centre\]](http://www.srсс.com.hk/services/business-ss-centre)[\[color=black\]](#)創意[\[color\]/\[url\]](#)應著力追求形而上“道”的境界。然而，[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration\]](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)[\[color=black\]](#)品牌[\[color\]/\[url\]](#)[\[url=http://www.srсс.com.hk/services\]](http://www.srсс.com.hk/services)[\[color=black\]](#)創意[\[color\]/\[url\]](#)不是純哲學，其追求“道”的途徑不是虛渺的，而必須由直觀的“器”而升華。當一個新的[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration\]](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)[\[color=black\]](#)品牌[\[color\]/\[url\]](#)及其文化主張，在現實歷史中能找到載體並相互呼應的時候，[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration\]](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)[\[color=black\]](#)品牌[\[color\]/\[url\]](#)的靈魂才有依托。所以[\[url=http://www.srсс.com.hk/services\]](http://www.srсс.com.hk/services)[\[color=black\]](#)創意[\[color\]/\[url\]](#)是[\[url=http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services\]](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)[\[color=black\]](#)策劃人[\[color\]/\[url\]](#)心靈的寫照，它總要向受眾傳遞某種信息，或表達思想、表現情感，或確立觀念、傳達意味等。

楊大中還創造性的提出了“無中生有”的[\[url=http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services\]](http://www.srss.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)[\[col](#)

or=black]策劃[/color][url]http://www.srсс.com.hk/services[/color][url]他認為：在完全開放、充分競爭的市場上，真正的機會往往存在於大多數人看不到的地方，這就是所謂“難點即

services/business-centre[/color]市場[/color][url]http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services[/color]策劃工作[/color][url]http://www.srсс.com.hk/services/business-centre[/color]創新力[/color][url]就是透過表象看本質，不為常識所局限，勇於打破常規思維，從而摘取

m.hk/services/business-centre[/color]創造性[/color][url]的結果。任何蕭條的年代、蕭條的

s.com.hk/faqs/question-and-answer[/color]市場[/color][url]http://www.srсс.com.hk/services/accounting-and-auditing[/color]賺錢[/color][url]http://www.srсс.com.hk/fees[/color]企業[/color][url]，關鍵再於你是否能夠洞察到新的機會，你的營銷方式是否匹配這個商機。因此，一個企業或營銷人要想做好市場，就要求做到發揮創意在品牌營銷中的作用--學會挖掘潛在需求、激發潛在需求，做到顛覆性的創新，這樣，才能擁有和創造更廣闊的

http://www.srсс.com.hk/services/business-centre[/color]市場空間[/color][url]。這次策劃界頒發“最具創新力策劃獎”的意義，也就在於將具有超前品牌創新策劃能力的策劃專家展示給人們，啟示、帶動其他企業的品牌意識的提高，推動中國品牌自主創新以及“中國智造”的最終形成。在採訪中，感受著與楊大中的腦筋激蕩，令人心底不止一次翻滾著興奮的情緒，對於

http://www.srсс.com.hk/about[/color]中國[/color][url]本土營銷策劃界而言，像楊大中這樣具有能夠將傳統文化不露痕跡的融入到現代品牌營銷當中的策劃人確實太少了，至少國內能夠達到他的水平的人和策劃

http://www.srсс.com.hk/services/hong-kong-companies-incorporation[/color]公司[/color][url]還不多。他的思想軌跡與創意脈搏，也代表了當前中國兼具傳統與現代文化的策劃精英所閃耀的活力，而這種通過自己的智慧使

http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration[/color]品牌[/color][url]綻放輝煌的創新精神，應該是被尊重的，應該是用來學習的。