

orffc / 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.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]策劃[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]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.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]策劃界[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]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.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]策劃機構[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]以及領軍人楊大中榮膺了“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[[url=http://www.srсс.com.hk/about](http://www.srсс.com.hk/about)][color=black]中國[/[url](http://www.srсс.com.hk/about)][color=black]品牌[/[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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[[url=http://www.srсс.com.hk/services/deregistration](http://www.srсс.com.hk/services/deregistration)][color=black]商戰[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/deregistration)][color=black]謀略。他把品牌營銷策劃工作看成是四兩撥千斤的[[url=http://www.srсс.com.hk/services](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]商業[/[url](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]智慧，楊大中認為：品牌營銷是以品牌為主導的[[url=http://www.srсс.com.hk/services/offshore-company-administration](http://www.srсс.com.hk/services/offshore-company-administration)][color=black]市場[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/offshore-company-administration)][color=black]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[[url=http://www.srсс.com.hk/service/taxation](http://www.srсс.com.hk/service/taxation)][color=black]營銷[/[url](http://www.srсс.com.hk/service/taxation)][color=black]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.srсс.com.hk/services/hong-kong-company-secretary](http://www.srсс.com.hk/services/hong-kong-company-secretary)][color=black]企業[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/hong-kong-company-secretary)][color=black]“中康韋爾”進行品牌概念的[[url=http://www.srсс.com.hk/fees](http://www.srсс.com.hk/fees)][color=black]規劃工作[/[url](http://www.srсс.com.hk/fees)][color=black]時，他為品牌提煉了“生命隻在呼吸間”的[[url=http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]品牌[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]策劃[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]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.srсс.com.hk/services/trademark-registration](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]品牌概念[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]策劃人[/[url](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]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](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]品牌[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]創意和思路。做[[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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]不僅僅需要大量的讀書和思考、積澱，[[url=http://www.srсс.com.hk/services](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]策劃人[/[url](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]營[[url=http://www.srсс.com.hk/services/business-centre](http://www.srсс.com.hk/services/business-centre)][color=black]銷[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/business-centre)][color=black]策劃人[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/business-centre)][color=black]，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爛熟的融入到他的[[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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]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-centre](http://www.srсс.com.hk/services/business-centre)][color=black]創意[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/business-centre)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]創意[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/trademark-registration)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services)][color=black]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[/[url](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]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.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services](http://www.srсс.com.hk/services/ipo-planning-and-advisory-services)][color=black]

