

游国栋： 探寻广告业技术与人文的平衡支点

2025 年的广告业站在十字路口:虚拟拍摄与生成式 AI 正在颠覆传统工作流程,但技术狂欢的背后,文化厚度消解与创意趋同化危机日益凸显。第三方数据显示,超过一半的品牌主抱怨“技术堆砌的广告失去打动力”,而三分之二的消费者认为“精准推送的广告千篇一律”,广告行业亟待找到商业效率与人文价值的平衡支点。

在这种背景下,北京倡导广告有限公司总经理游国栋以其对市场趋势的敏锐洞察和资源整合能力,逐渐成为行业发展的推动者之一。作为一家成立于 1998 年的广告企业的负责人,游国栋带领团队深耕广告策划、品牌传播及文化创意领域,通过多元化的服务模式,在行业内形成差异化竞争力。公司业务覆盖广告设计、制作、代理发布,以及技术开发、经济信息咨询等综合服务,展现了其在产业链中的深度布局。

游国栋的广告传媒实践可概括为三个维度:一是通过技术创新提升服务效率,二是推动跨界资源整合,三是参与行业生态建设。通过专业赋能平台促进市场营销策略的标准化与创新化,与当前广告行业向“质量优先、创意驱动”转型的趋势相呼应,同国家在 2020 年《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》中提出的媒体深度融合发展战略高度吻合。正是在这种经营理念下,北京倡导广告有限公司积极推动跨界资源整合,与多家文化机构和创意团队合作,成功打造了一系列具有影响力的特色 IP。例如,与知名博物馆联合推出的“文化传承系列”IP,将传统文化元素与现代品牌宣传相结合,不仅提升了品牌的市场关注度,还为合作品牌带来了显著的商业效益。在生态构建增强行业话语权方面,公司与多家媒体平台、技术供应商、创意机构等建立了长期稳定的合作关系,通过共同打造开放合作的生态系统,形成了完整的营销服务链,为客户提供一站式的解决方案。

游国栋对广告行业的贡献不仅限于此。作为华夏双创研究院市场营销策划发展研究所副所长,他积极参与行业生态构建,将实践经验与学术研究结合,推动产学研协同创新。游国栋带领市场营销策划发展研究所紧跟技术趋势,面对广告行业技术革新与内容创意的双重挑战,利用 XR 拍摄技术、AIGC 等新工具探索虚拟现实与广告创意的结合,推动传统广告向沉浸式体验转型。

游国栋的职业生涯映射了中国广告企业在时代变革中的生存逻辑——既坚守核心服务能力,又拥抱技术变革与生态合作。他的多重角色,从企业创始人到学术研究者,展现了广告人从商业实践到行业引领的进阶路径,也为区域经济发展与创意人才培养提供了微观样本。在“内容为王”与“技术赋能”并重的行业新周期中,这种兼具务实与前瞻性的探索,或将成为推动广告产业升级的重要力量。

(李潇潇)

两天内创“10 万 +”, 被美食耽误的吴向东靠什么打动人心?

■ 甘雅婷

去年 11 月 23 日,珍酒李渡集团董事长、华致酒行董事长吴向东受邀出席行业活动,并以《人世间,美食不可负》发表主题演讲。随后,6 分钟演讲视频被分享到网络上。凭借真诚而引发共鸣的好内容,不到两天即斩获“10W+”转发量,直到今天还在持续扩大影响力。

近几年,吴向东在诸多公开场合频频提及美食研究的重要性。在其“被美食耽误的企业家”的自谦中,吴向东的做酒哲学可见一斑。

吴向东:我是被美食耽误的企业家

在贵州珍酒厂,有一个必打卡的“网红美食”——珍酒酱肉包。

这不是“普通”的包子。两年前,吴向东创造性地让食堂师傅研究如何在包子“加酒”。包子精选黔北地区的上等黑猪前腿肉,融入“珍酒·珍三十”进行腌制,再用传统老面工艺精心手工包制。食堂每周限量发售,凡是品尝过的食客无不交口称赞。几乎所有人来到酒厂,都不忘问一句:“今天能吃到珍酒酱肉包吗?”

可见,吴向东对于美食的研究,早已融入日常。

2021 年,吴向东在贵州珍酒合伙人大会总结讲话中特别提到,2022 年珍酒要继续开好品鉴会,打造场景化、沉浸式“美食+美酒”体验形式。

后来,吴向东越发频繁地发起呼吁,提出“白酒业应积极融入中华美食的探索之中,携手美食共拓市场新边界”、“美食与美酒的跨



界融合将是白酒行业实现突破性增长的关键路径”等观点。

在“10W+”视频《人世间,美食不可负》中,吴向东详细阐释了“美食+美酒”价值主张的核心要义,还明确将持续深化对美食领域的探索,并热切期盼与业界同仁携手,通过促进中华美食的迭代升级,激发更多消费潜能,共同推进白酒产业迈向新高度。

作为一名知行合一的企业家,吴向东一直以行动说话。

仅 2023 年,珍酒李渡就举办超过 10 万场品鉴会,回厂游人次超 20 万。

2024 年,吴向东开创性地推出 1912 珍酒美食研究所,致力于打造“美食+美酒”融合新模式;同时,倾力打造“国之珍宴”,将中华美食、美酒与传统艺术如音乐、舞蹈有机结合,

带来视觉与味觉的双重盛宴。

从热爱到研究 看吴向东的“美食哲学”

虽然笑称自己是“被美食耽误的企业家”,但吴向东也曾公开场合表示,“这不是不务正业,这是非常务正业”。

向内看,无论是美食还是做酒,不难观察到吴向东“从热爱到研究”的底层逻辑。

回溯到 2022 年,吴向东投入巨大时间和心力,重点推进 1912 珍酒美食研究所项目。

这个有着老式红砖、斑驳屋顶、极富年代感的研究所,作为吴向东美食理念的具象化载体,如今已成为长沙耳熟能详的地标,消费者络绎不绝,预订席位经常排到两周之后。

侨见海南自贸港：“投资海南就是投资中国开放的未来”

“投资海南就是投资中国开放的未来,选择文昌就是选择创新发展的先机。”来到海南省文昌市,阿联酋海南商会暨同乡会会长符永美如是感言。

符永美此次返乡,前来参加第十一届海南文昌南洋文化节暨“侨”见海南自贸港主题活动。活动期间,他目睹 2025 侨商共建自贸港——走进文昌招商推介会上 10 个项目集中签约,涵盖航天文旅、教育培训、高效农业、生物科技、高端康养等领域,总金额 55 亿元(人民币,下同)。

洋企业家经贸交流圆桌会议上,符永美与来自 10 多个国家和地区的百余名企业家一起通过政策解读、成功案例分享、产业推介和互动交流等环节,共探海南自贸港发展机遇,开拓产业创新路径,挖掘跨境合作潜力。

“作为在阿联酋的海南籍侨胞侨企,我们始终心系家乡发展,今天能与各位企业家相聚椰岛,共同探讨海南自贸港建设新机遇,感到格外亲切与振奋。”符永美说。

海南建设自贸港以来,从“试验区”向“开放新高地”跨越式发展,“零关税、低税率、简税制”

政策红利持续释放,跨境资金流动便利化水平全国领先,13 个重点园区形成产业集聚效应。

海南自贸港的开放政策、产业基础,吸引全球目光。在符永美眼里,作为国内国际双循环的战略支点,海南自贸港区位优势独一无二;作为国家重大战略部署,政策支持力度持续加强;作为文昌国际航天城、博鳌乐城国际医疗旅游先行区等重大项目的承载地,产业发展空间广阔。

今年是海南自贸港封关运作、扩大开放之年。符永美表示,相信海南将在制度型开放、要

吴向东透露,1912 珍酒美食研究所会同时在全国 300 多个地区进行食材研究。为了选出最好的白菜品种,工作人员会花费大量时间研究上千颗白菜。研究所研制美食,遵循吴向东提出的食材第一、简单料理、全国选材、科学健康等原则,并且在温度和发酵运用等方面极为考究。

吴向东对于美食的极尽钻研与极致追求,与他做酒的态度一脉相承。珍酒在生产工艺、管理体系等方面遵循严格制度要求,并注重科研创新,全力酿造一瓶极致口感好酒。

横向比较,吴向东始终倡导“跳出内卷”。两年前,他曾公开呼吁酒行业不要“内卷”。他口中的内卷,是几乎所有的酒企都在推生肖酒、搞品鉴会、回厂游、做团购。

换言之,这是在创新精神缺失下的无序模仿,是内卷,更是消耗。

吴向东似乎总能比别人看得更远更透彻,敢于跳出赛道、跳出内卷,想别人所不敢想,做别人所不敢为。

珍体字的创新如是,升级版回厂游“圣地之旅”亦如是,前者创新了品牌文化的高阶表达,后者则融合了红色文化、民族文化和白酒文化,完成了酒旅融合的更迭。

吴向东的“反内卷”,就是要想办法创造更多需求,才能在老生常谈的“美食+美酒”组合上,找到全新的表达方式。

从珍酒酱肉包的创新,到 1912 珍酒美食研究所的打造和“国之珍宴”的全新升级,再到呼吁“伴随中华美食升级让中国白酒飘香世界”……在目前酒行业大力倡导从“卖酒”向“卖生活方式”转变的大潮之下,珍酒已经为行业贡献了不少优秀范例。

而吴向东这位并没有被美食“耽误”的务实企业家,带领珍酒再一次领先。

孙宗涛：在国际轮胎贸易市场书写传奇

在国际贸易与企业运营管理的星辰大海中,孙宗涛以专业为舟、创新为帆,书写了一段令人瞩目的产业传奇。从学术殿堂到商海前沿,他以战略眼光和实干精神,在全球化浪潮中刻划出独特的商业轨迹。

1996 年,孙宗涛考入山东大学,攻读国际经济与贸易专业。四载寒窗,他将大卫·李嘉图的比较优势理论淬炼为洞察全球市场的密钥。二十载后,求知的脚步跨越重洋:2016 年于纽约佩斯大学研习企业创业创新管理,在纽约中央公园的梧桐树下探寻商业突破的路径;2020—2022 年在法国 ISTE C 高等商学院深造,于巴黎左岸的咖啡馆里细品欧洲管理哲学,将塞纳河畔的思维火花酿成国际化的战略智慧。这场穿越 25 年的学术马拉松,最终在产业实践的熔炉中锻造出创新利刃。

千禧年钟声里,中国加入 WTO 的历史机

遇与孙宗涛的职业生涯完美共振。22 岁的他加入三角轮胎,正值公司外贸业务起步第二年。仅用两年时间,他实现个人销售额从零突破至 800 万美元的壮举。他参与主导的外贸 ERP 系统建设获得集团最佳实践奖,推动企业出口版图从 30 国扩展至 120 国,为传统制造企业植入了数字化转型的基因。

2005 年 3 月,秉持“为世界提供一流轮胎、服务与品牌”的愿景,孙宗涛创立青岛奥丰轮胎有限公司,并担任总经理至今。创业时期,孙宗涛以创始人的担当躬身力行,从战略蓝图绘制到全球供应链构建,从跨国营销网络布局到财务风控体系建立,事无巨细皆亲力亲为。他深耕轮胎生产与销售全链条,从研发、配方工艺、结构设计到质量检测、物流配送及售后服务,均执行严苛标准,致力于为全球消费者打造高品质轮胎产品。

2009 年,当中国轮胎业仍深陷“功能至上”的窠臼时,孙宗涛敏锐捕捉到消费升级趋势。奥丰轮胎率先突破行业惯性,推出胎侧多辐射线设计,以动态光影美学赋予轮胎装饰性价值。这一开创性设计不仅极大提升了载重轮胎的外观设计,更成为品牌差异化的视觉符号。十年间,该类设计演变为行业标配,中国轮胎企业的产品美学意识由此觉醒。

2011 年,孙宗涛发现,很多中国载重轮胎存在接地面窄的问题,虽然生产成本和价格低,但是也导致车辆操控性能和安全性不足。他毅然放弃短期利益,带领团队研发宽断面高安全载重胎。通过加大接地面积、优化压力分布,革命性提升轮胎的抗偏磨性能与抓地力,将操控安全系数提升 40%。在残酷的价格战中,孙宗涛用技术普惠的理想主义,为卡车司机筑起生命防线。孙宗涛倡导的宽接地面技术最终为市场接

受,从而倒逼全行业升级生产线,2017 年后该设计在中国载重轮胎行业中逐渐普及。

面对全球化 3.0 浪潮,孙宗涛以“技术赋能传统”为核心理念,构建起数字化平台,推出了革命性的国际贸易平台 wetire.com,赋能全球轮胎国际贸易。Wetire.com 平台对全球轮胎贸易流程进行了标准化和革命性设计,运用区块链智能合约实现“交易即结算”的颠覆性体验,同时运用 AI 大模型技术,实施解决用户的各类问题。该平台重新定义了轮胎国际贸易并为全世界的行业用户提供了丰富、快速、安全且优质的解决方案。在轮胎终端市场,孙宗涛创新性地推出了轮胎在线交易平台 TIRESWIFT,重新定义了轮胎零售终端的交易模式。该平台推出了电子发票自动生成、在线即时质保等多项功能,赋能终端用户。截至目前,该平台 B 端用户量已突破 10000+,并在持续增长中。

通过积极参与美国 SEMA SHOW、德国 THE TIRE COLOGN、巴拿马 Latin Tyre &

Auto Parts Expo 等展会,孙宗涛深入了解客户需求 and 行业趋势,不断推陈出新,拓展国际合作网络,为公司的全球化发展开辟了新路径。

永不熄灭的创新火炬,为轮胎制造的进化之路不断添砖加瓦。67 项自主研发专利成果构筑起技术矩阵,12 项软件著作权为传统制造业注入数字基因——这种双螺旋创新模式,最终推动奥丰轮胎在 2023 年实现全球销售额 1.2 亿美元的里程碑,产品版图覆盖 150 个国家的公路网络。

二十年商海沉浮,见证了孙宗涛的华丽蜕变,从校园中的求知学子到职场上的拼搏奋斗者,热忱与坚守始终如影随形。如何引领企业更好地发展,如何让企业员工在精神与物质层面获得双丰收,是孙宗涛不断追求的目标。在技术革新的前沿,他凭借多项专利驱动行业创新;在国际市场的开拓中,他带领企业频繁亮相各大展会,不断拓展全球版图,为全球驾乘者提供出行保障。在国际轮胎贸易市场,孙宗涛还在继续书写着传奇。

(周伟)

