杨烨炘

- **公司及职务：**上海天与空广告有限公司董事长
- **参选类别：**TMA十周年——移动营销领军人物

杨烨炘（上海天与空广告有限公司董事长）

中国唯一连续**5年**在CANNES戛纳创意节上获得**狮子奖**的传奇创意人，拥有**15年**国际4A广告公司创意经验，**9年**国际4A广告公司创意总监管理经验，曾获选“**上海十大青年高端创意人才**”，是中国独立创意联盟**CIA联合发起人**之一。

杨烨炘曾任上海SAATCHI&SAATCHI盛世长城创意群总监、上海LEO BURNETT李奥贝纳创意群总监、北京Ogilvy&Mather奥美创意总监、广州Ogilvy&Mather奥美创意总监、广州LEO BURNETT李奥贝纳创意总监。2013年11月，杨烨炘永久性告别4A，创立天与空，并提出了**“4A升级版”**，引发广告行业大讨论，推动了传统广告公司、数字营销公司、公关公司的融合，以及中国独立创意热店的兴起，被称为**“中国广告公司革命”**。

人物简介

杨烨炘获奖无数，其中包括 **CANNES 戛纳创意节**二金狮二银狮二铜狮、**D&AD设计与艺术奖**黄铅笔大奖、**The ADC 纽约艺术指导协会年度奖**银奖、**One Show 国际创意奖**银铅笔奖、**CLIO 克里奥广告节**银奖、 **London 伦敦国际广告奖**银奖、**Spikes亚洲创意节**金奖、**ADFEST 亚太广告节**全场大奖、**中国国际广告节**金奖、**中国 4A 金印奖金**奖、**台湾时报广告奖**全场大奖等 250 多个重要奖项。

同时，曾担任中国4A金印奖、 金瞳奖的**评审主席**，effie艾菲奖的**监审主席**，以及NYF纽约国际广告节、London伦敦国际创意奖、One Show中华创意奖、中国国际广告节长城奖、上海国际广告节、台湾4A创意奖、龙玺华文广告奖、金投赏创意节等奖项的**评委**。

人物简介

2022 年至今又斩获**140个国内外奖杯**，包括：

- **2022年欧洲White Square国际营销奖**全场大奖、设计向善类金奖、公关类金奖、实效类金奖；
- 入围**2023德国IF社会影响力奖**；
- 入围**2022美国NYF纽约国际广告节**；**美国One Show国际创意大奖**；**美国ADC年度设计大奖**；
- **2022 大中华艾菲奖**1 金、1 银、3 铜4 入围、入围 4；
- **2022 伦敦华文国际奖** 4 铜；
- **2022长城奖** 2 金、5 银、10 铜；
- **2022艾奇奖**1 金、2 银、6铜；
- **2022龙玺创意奖**3 银、5 铜；
- **2022 时报金像奖**3 银、5铜 10入围；
- **2022金投赏**3 金、1 银、1铜、1 入围；
- **2022年度4A 创意奖** 2 金、4银、8 铜、11 入围；
- **2022 年上海国际广告节**2 金、1 银、6 铜；
- **2022 金瞳奖** 4 金、6 银、6 铜；
- **2022 中国广告营销大奖**1 金、2银、3 铜；
- **2022 虎啸奖**4银、3铜；
- **2022年度Top Digital营销奖**1金、1银；
- **2022年度金狮奖**1铜。

一、天与空创意十条:

1. 让创意跨越一切沟通平台
2. 由顶尖创意人领导的创意事业群
3. 加强创意权力，由创意主导流程
4. 用最小预算创造最大商业价值
5. 每一件出街作品都要对得起客户
6. 第一时间提供创意传播方案
7. 为客户保持小而精的创意团队
8. 坚持创意的独立性
9. 收取创意预付金，保障创意品质
10. 为创意行业承担责任和使命

二、天与空十大创意标准

TEN CREATIVITY STANDARDS

实效性

娱乐性

共鸣性

人文性

事件性

持续性

原创性

震撼性

单纯性

相关性

- **行业突出贡献**

杨烨炘深耕于广告创意数十载，开创了天与空创意十条以及天与空十大创意标准，秉持着让创意跨越一切沟通平台的创意理念，以“跨媒体创意”为核心，重新打通整合营销传播路径，将产品创新、战略咨询、品牌故事、事件营销、社会责任、数字营销、公关推广、促销玩法等各营销模块重新链接，打造出新时代的整合营销生态；通过洞察新时代消费需求，创造有品质的内容，帮助品牌书写他们的传奇故事，并让每一件出街作品都对得起品牌。

2022年，杨烨炘创作的公益广告《扔黄金大米的人》获得了欧洲White Square国际创意奖全场大奖、公益慈善类金奖、营销效果类金奖、设计向善类金奖，入围德国IF社会影响力奖，NYF纽约国际广告节，One Show国际创意奖，ADC国际设计奖等国际广告奖。其领导的天与空创意团队在2022年包揽国内外大小奖项近140个，在元宇宙领域投资了品牌NFT第一发行平台——LinkNFT，还成功在元宇宙举办了第一个免费开放的共享型创意节——天与空创意节，并出版了中国创意热店黄金十年的先锋演讲实录《创意共享》一书，对广告业的创新发展作出了实实在在的贡献。

突出贡献

- **公司优异成绩**

作为天与空董事长，杨烨炘亲自打造了14支由顶尖创意人领导的创意事业群。通过加强创意权力成功实现了由创意主导项目流程的变革。这一变革在天与空的成长中发挥了至关重要的作用，包括用最小预算创造最大商业价值，第一时间为客户提供创意传播方案，保持小而精的创意团队，坚持广告项目全过程保持创意独立性，收取创意预付金，保障创意品质等等。为天与空奠定了夯实的创意基石。

在杨烨炘的带领下，2022年在疫情冲击下天与空营业收入依然突破2.2亿元，为疫情背景下的广告行业发展作出了重要的贡献。同时2022年，天与空在国内外广告奖中斩获了近140个奖杯。并获得了2022金投赏年度创意公司，4A创意奖年度最佳代理商，广告门年度广告创意公司等荣誉。且产出了饿了么-送给上海的拼贴诗，饿了么-唱给上海的厨房，阿里安全公益“绿网计划”《谎言真探》等经典创意案例。

业界评价

艺术家杨烨炘：《扔黄金大米的人》斩获国际大奖

播报文章

中国新闻网
2022-12-27 17:11 | 中国新闻网官方帐号
关注

中新网上海新闻12月27日电(张亨伟)近日，来自中国上海的艺术家杨烨炘为世界粮食日创作的行为艺术作品《扔黄金大米的人》斩获2022白场国际广告营销奖。此外，他还一同包揽了“设计向善类金奖”，“公益慈善类金奖”，“营销效果类金奖”三座金奖。

此前，在全球创造性艺术设计领域里，杨烨炘的创意艺术作品包揽了法国CANNES戛纳创意节、英国D&AD设计与艺术奖黄铅笔大奖、英国London伦敦国际广告奖银奖、美国One Show国际创意奖银铅笔奖、美国CLIO克里奥广告节银奖、美国The ADC纽约艺术指导协会年度奖银奖、Spikes亚洲创意节金奖、ADFEST亚太广告节全场大奖等250多个重要奖项。

2021年世界粮食日，为了唤醒国民对粮食浪费的重视，中国艺术家杨烨炘用500克黄金，打造出1000粒纯金大米，然后一粒一粒扔进黄浦江、垃圾桶、下水道、地铁等上海各个角落。这一疯狂行为，引发社会巨大争议，“扔黄金大米的人”迅速登上各大新闻头条，成为2021中国最具社会影响力的行为艺术作品之一。在新浪微博#用500克黄金制1000粒米扔黄浦江#话题阅读量2亿，#艺术家把1000粒金米扔黄浦江遭网暴#话题阅读量7632万，各平台总浏览量超过6亿人，让中国人对“浪费粮食”和“世界粮食日”的关注达到了前所未有的高度。

第14届白场国际广告营销节(英文全称是White Square International Advertising and Marketing Festival，简称为White Square)，创立于2009年，每年举办一届，是集作品竞赛和论坛演讲为一体的营销传播领域行业盛会，是欧洲地区最大的广告创意节之一。“竞赛(CONTEST)”是白场节的核心版块之一，每年吸引来自全球30多个国家和地区的广告营销传播机构报名参加。（完）

来上海M50，感受“扔黄金大米人”杨烨炘的艺术历程

播报文章

潮新闻客户端
2023-06-29 16:08 | 潮新闻官方帐号
关注

潮新闻客户端 米唐

杨烨炘，既是广告人，也是艺术家。他是一位名人，因为其“疯狂”的举动，备受争议。曾经，他在黄浦江扔黄金大米，被骂上热搜，但对于浪费粮食的反思，亦由此引发更大关注；他以不说话的方式“反讽”上海双年展，被艺术界封杀，但却也触动了艺术从业者的神经；他因为提出4A升级版，被广告人谩骂，却让广告公司革命初见端倪；他说LV只值100元，被时尚界吐槽，可活动现场的参与者趋之若鹜……

艺术家杨烨炘

杨烨炘将出席哈尔滨城市品牌创意峰会，分享《社会大创意，城市大品牌》主旨演讲

中国广告报道 2023-08-17 19:34 发表于北京

收录于合集
#哈尔滨城市品牌创意峰会 12个 >

洞见广告妇联榜

+ 中广协旗下官方媒体平台·中国广告报道 +

上海天与空创始人兼董事长杨烨炘将出席2023哈尔滨城市品牌创意峰会，并在峰会现场进行《社会大创意，城市大品牌》主旨演讲，分享如何运用社会大创意去改变一个城市的品牌形象。