



2017年4月17日

活跃于世界舞台的创意人 Yang Yeo 加入博报堂 与博报堂 Kettle 的木村健太郎一同就任 APAC Co-CCO —用 dual-leadership 应对日系和外资企业客户的多样化需求—

株式会社博报堂（总部：东京都港区、董事会总经理：水岛正幸）于4月1日起启用活跃于世界舞台的新加坡籍创意人 Yang Yeo 作为 APAC Co-CCO（全亚洲共同首席创意官）。与同样就任 APAC Co-CCO 的博报堂 Kettle 的木村健太郎一起，凭借 2 人的丰富经历，管理经验，和众多业绩的融合而来的独特的 dual-leadership，来强化博报堂在亚洲全境的整合营销能力，应对日系企业和外资企业的多样化需求。

北风胜（董事会常务执行董事，全球 CC0）对于这次的组合发表了以下的评价。“由两个人的个性组合而来的领导力要强于一个单独的领导。由于是 dual-leadership 这个组合，我们博报堂的传统和 DNA 将不会得到损失，并融合木村和 Yang 二人的强项，为客户提供国际化水准的创意”。

座间一郎（董事会常务执行董事，全球业务公司长）说：“这个组合是为了应对在日益增长的国际化业务需求。木村以东京为据点，Yang 以新加坡为据点，将频繁地出差于中国来扩大亚洲地区的业务。为了更有效率地发挥领导力，如果能一同领导一个队伍，可能会有更加不同的动作吧”。

Yang Yeo 说“选择博报堂的理由是能够真正地将扩张海外业务的战略想法进行落实。然后，又能与一向以来就尊重着的友人木村健太郎一起成为合作伙伴，做这件事是非常有干劲的。”

木村健太郎说：“与 Yang 最初的遇见是在 2009 年的 ADFEST 上，同时就任评委的时候。一认识就马上成为了好朋友，感觉在工作的考虑方面和喜好方面都是非常相近的。从现在开始要作为伙伴一同担当新的职务了，对于这种契合和长年以来培养出来的信任关系是必不可少的要素。Yang 是全球通用的人才，我已经等不及要和他一起开始工作了”

Yang Yeo 和木村健太郎将紧密地与博报堂的全球业务公司以及中华圈，ASEAN 的各个据点联系，组织培养各国的创意和市场营销等的人才的技能，提升工作热情，还有新业务的开拓等。还有，不仅仅限于创意领域的战略企划和整合营销的强化，更推进扎根于亚洲的领先广告公司的改革。并且，木村健太郎将继续就任博报堂 Kettle 的董事会总经理共同 CEO 执行创意总监一职。



2位 APAC Co-CCO。左：木村健太郎、右：Yang Yeo 摄影：博报堂 Product Photo Creative 事业本部

【关于 Yang Yeo】

出生于新加坡。加入博报堂集团前是 W+K 上海办公室的执行创意总监。1992 年, 工作于盛世长城新加坡公司, 并在 BBH 伦敦积累了国际化经验后, Fallon 新加坡和香港成立后, 在 TBWA 上海就职时获得了中国首个戛纳金狮子奖项, 就职于 JWT 上海时获得了中国首个戛纳全场大奖。由他所带领的广告公司在 2011 年的“Campaign Asia Pacific 杂志”荣获的“Agency of the Year”, 客户被选为“Marketer of the Year”, 他自己也被评为“Creative of the Year”。不仅仅在广告业界有名声, 他在空间建筑设计业界也被人所熟知, 2012 年新加坡总统陈庆炎授予他“Designer of the Year”的称号。

【关于木村健太郎】

1992 年加入博报堂。创造了突破战略、创意、数字、PR 的框架, 将整体无缝对接的特别的策划方法。2006 年、以不停留于原有的广告手法的创新的活动, 以用热情的创意来让世界的沸腾为目的建立了博报堂 Kettle。到现在为止已经获得了包括 8 个全场大奖在内的超过 100 个以上的国内外广告奖项, 担当了戛纳国际广告节 Titanium & Integrated 类的评委, ADFEST 宣传和直销类的评委长, Spikes Asia 的移动数字类评委会会长等 20 次以上的国际广告奖项评委。在海外也有很多演讲、2013 年开始 3 年连续在戛纳国际广告节上进行演讲。

关于本信息的咨询
博报堂 广报室 (koho.mail@hakuhodo.co.jp)