

光能Gornor

重庆光能饮料有限公司 2008年—2010年光能品牌孕育之初期，光能创始人李世文即历考世界各国，求真谛，求优质水源，求养生专家，求国际国内苏打饮料前沿品牌，求国内六名国学文化大师，研讨涅槃，2010年光能品牌始定位如下：

“光能”品牌喻合中国国学之脉，儒学的中庸之道和谐精神。“要平衡，喝光能”是体现了儒学中庸之道。光能品牌文化是修身、齐家、治国、平天下儒学思想的好诠释。“光能”品牌是国学文化之神，佛家“禅”修的高境界，是人们在物欲横流的现实生活中的精神静养。

“光能”品牌名取于国学文化之根。道学文化宝典《道德经》之核心“道光德能”。暗喻：打开人生格局，匹配德行之意，具有阳光、积极、健康、平衡之心理暗示。

“光能”品牌亦具国学六经之首，《易经》的乾坤阴阳之大相，“光”具外相属阳，可转化入潜能；“能”具内向属阴，可内聚而示外。光与能互为生发、消长，是为平衡。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/gngornor-587063.html>