

The Path to Strong Brands: An Investigation of Hong Kong Small- and Medium-sized Enterprises (SMEs)

香港中小企創建強勢品牌之道初探

Dr. Na Ni
Dr. Sherriff Luk
Ms. Kannass Chan
Mr. Ian Wong

Department of Management & Marketing
Hong Kong Polytechnic University
09/23/2009

acbm
Asian Centre for
Brand Management
亞洲品牌管理中心

香港的中小企業概況

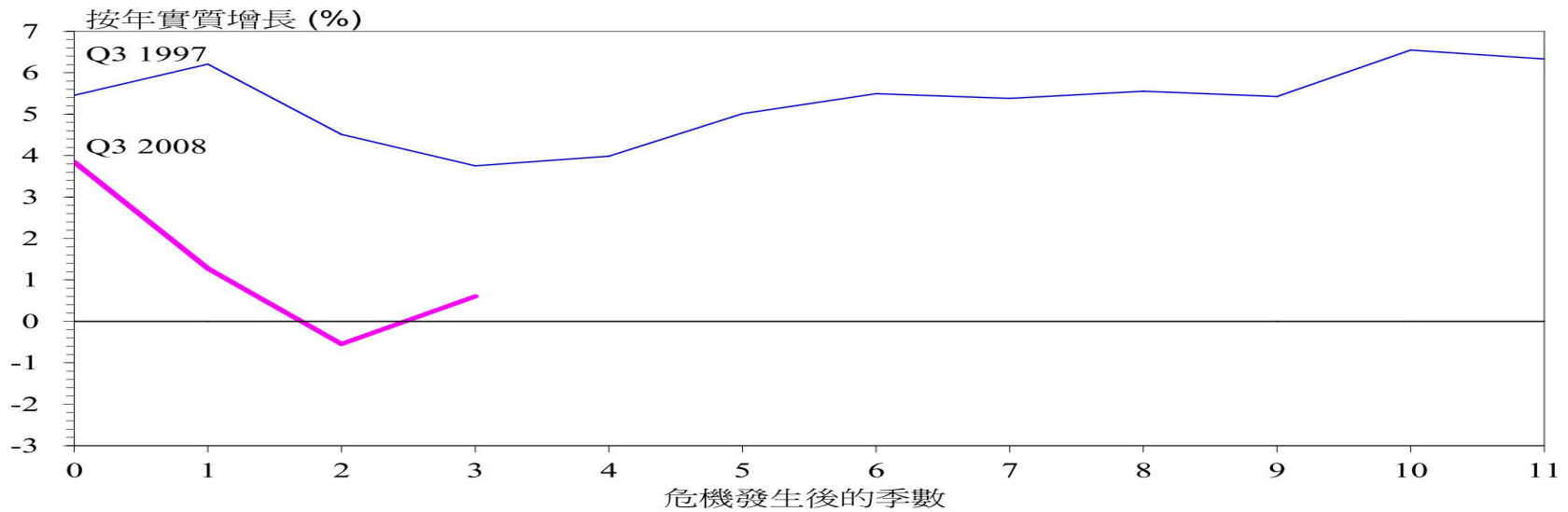
- 企業規模（09/06）
 - 聘用少於100名員工的製造業公司
 - 聘用少於50名員工的非製造業公司
- 98%的香港公司是中小企業（09/06）
- 為香港提供了約48%的工作職位（09/06）
- 大多數屬於進出口貿易及批發、零售行業
- 港商從事業務比例
 - OEM：83%
 - ODM：61%
 - OBM：40%
- 年營業額
 - 低於1000萬：38%
 - 1000萬至1億：51%
 - 1億元以上：11%

（資料來源：香港貿發局2007年問卷調查； +2000 間公司）

企業焦點訪談 (09/10)

	A	B	C	D
總部	美國	香港	廣州	香港
產值	?	?	?	?
客戶	美州 歐洲 非洲	30多個國家地區	內地	美洲 歐洲 澳洲 內地
行業	珠寶	玩具	服裝	電子配件
員工人數	70+	9	120+	500+
歷史	22年	8年	5年	21年
受訪人	CFO & marketing executive	owner	2 top mgrs	owner
拜訪時間	1 hour	1.5 hour	1.5 hour	50 min
企業類型	OEM & Trading	OEM & ODM & OBM	OBM	OEM & ODM
品牌管理	計畫中	是	是	計畫中

全球生產總值 *



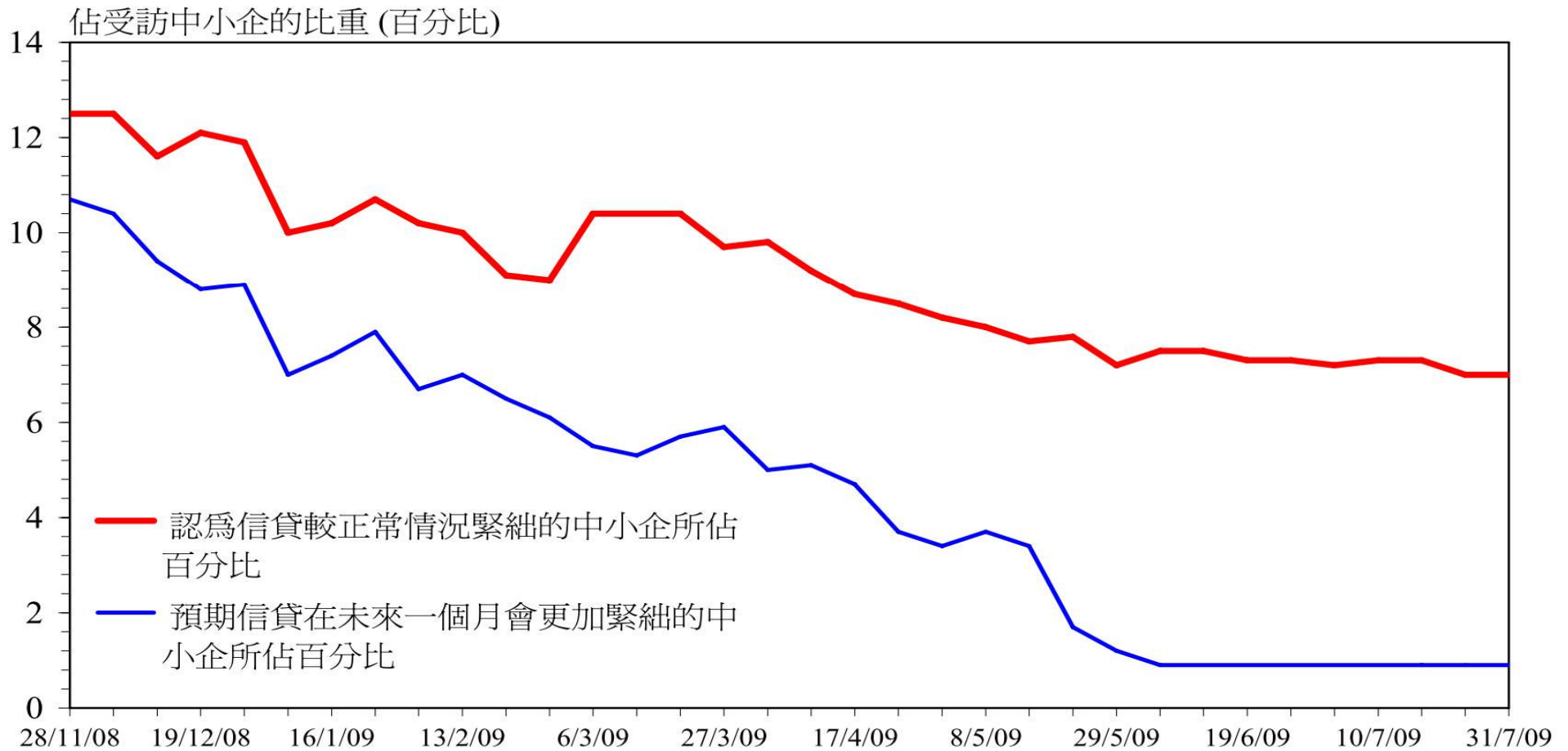
Source: Hong Kong Economy: <http://www.hkeconomy.gov.hk/>

中小企業打造品牌的機遇 – 外部環境

- 技術、政治、文化、社會環境和日漸成熟的消費者
- 全球經濟在第二季呈現回穩跡象
- 香港政府的支持
 - CEPA: 《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》補充協議 (09/05)
 - 發展六項知識型產業 (09/06)
 - 檢測和認證
 - 醫療服務
 - 創新科技
 - 文化及創意產業
 - 環保產業
 - 教育服務
 - 跨境貿易人民幣結算試點管理辦法 (09/07)
 - 特別信貸保證計劃 (08/12 – 09/07)
 - 365 億元貸款總額 + 11K間公司 + 190K名僱員

圖 2：獲取信貸情況逐步改善

對信貸情況的影響



Source: Hong Kong Economy: <http://www.hkeconomy.gov.hk/>

中小企業打造品牌的機遇 – 內部條件

- 有一定資金、技術和市場基礎
- 期望開拓更多海外市場
- 企業戰略調整：從低成本到差異化競爭
- 業主有迫切希望：高附加值；減少對海外客戶的依賴
- 發展階段比較成熟：OEM – ODM – OBM
- 建立品牌的不同途徑
 - 自創或內部培養
 - 外發設計工作
 - 與大公司合作
 - 收購現有品牌
- 推廣品牌方式多樣
 - 貿易展覽會
 - 行銷管道
 - 刊物廣告
 - 大眾傳媒
 - Internet：BLOG, FACEBOOK, DISCUSSION GROUP, etc.

中小企業創建品牌面臨的挑戰

- 遠景和企業文化 (Vision and Culture): 漫長 耐心
- 創業者的品牌定位 (brand soul): 我的核心價值是什麼?
- 創業者和管理人員 (owner vs. managers): 當我們的觀點不同時。 。 。
- 核心品牌能力 (core/sustainable branding capabilities)
- 組織結構 (organizational structure): 哪個部門最關鍵?
- 企業成員 (internal branding): 他們瞭解並支持我的品牌理念嗎?
- 品牌溝通 (brand communications): 利益相關者 (stakeholders)
- 適應市場變化 (brand adaptation)
- 國際市場知識 (market knowledge): 我的品牌理念是否被接受?
- 知識產權保護 (intellectual property rights)
- 品牌權益和品牌追蹤 (brand equity and brand tracking)

期望更多企業參與我們的研究

- 向企業提供發展品牌的戰略思考
- 探索品牌建設過程中的機遇、挑戰、和不斷完善
- 分享成功理念和經驗，提高企業品牌建設能力
- 協助企業在新興市場開拓品牌
- 探討企業可持續品牌的發展之道
- 樹立香港的良心品牌