

# 遼東市場面面觀： 分銷商透視及對香港品牌的啟示

陸定光教授

香港理工大學訪問學人

南京財經大學市場營銷及物流學院教授



# 提綱

I.

· 遼東半島市場現狀和發展

II.

· 研究方法、範圍及受訪企業構成

III.

· 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

IV.

· 成功港企：遼東市場突圍之道

V.

· 港商人遼錦囊

# I.

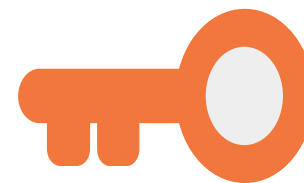
## • 遼東半島市場現狀和發展



遼東市場面面觀：  
分銷商透視及對香港品牌的啟示

# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.1 市場環境及特徵



➤ 中央政策：刺激全面振興

➤ 港企進軍遼東半島時機

# I. 遼東半島市場現狀和發展

- 雖然現時東北經濟仍處於復元時期，但預見未來五至十年，遼東將出現以下有利於香港企業開拓當地市場的趨勢：

• (1) 居民可支配消費支出上漲；

• (2) 城鎮化帶動眾多日常消費品的需求；

• (3) 為提高生活質素而衍生出對中、高端質量產品和服務的需求；

• (4) 以資訊化為基礎的銷售機會和服務需求日益增多；

• (5) 對品牌產品的需求上升。

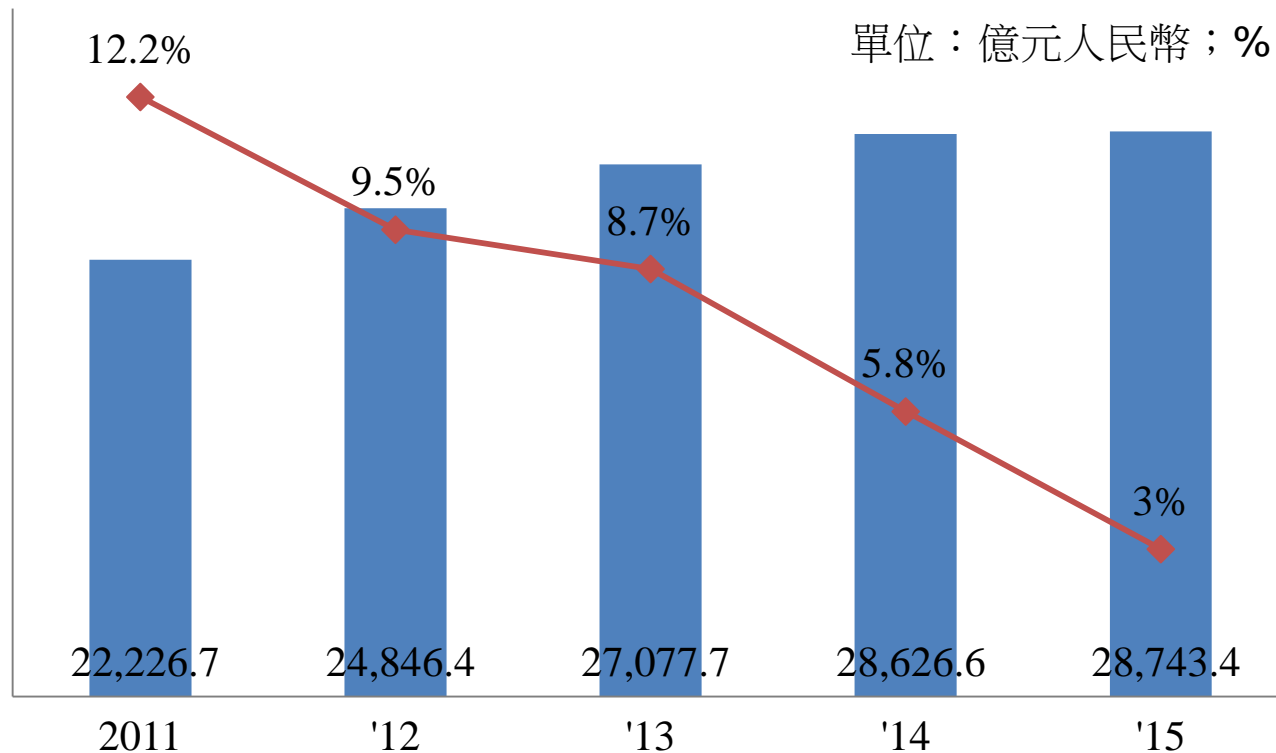


# I. 遼東半島市場現狀和發展

## 遼寧省地區生產總值及增速

數據來源：《遼寧省統計年鑒》、《遼寧省國民經濟和社會發展公報》，其中，2013起地區生產總值核算採用了新標準，請考慮與以前年度的可比性。

註：增長數為上年=100，按可比價格計算（可比價格指計算各種總量指標所採用的扣除了價格變動因素的價格）

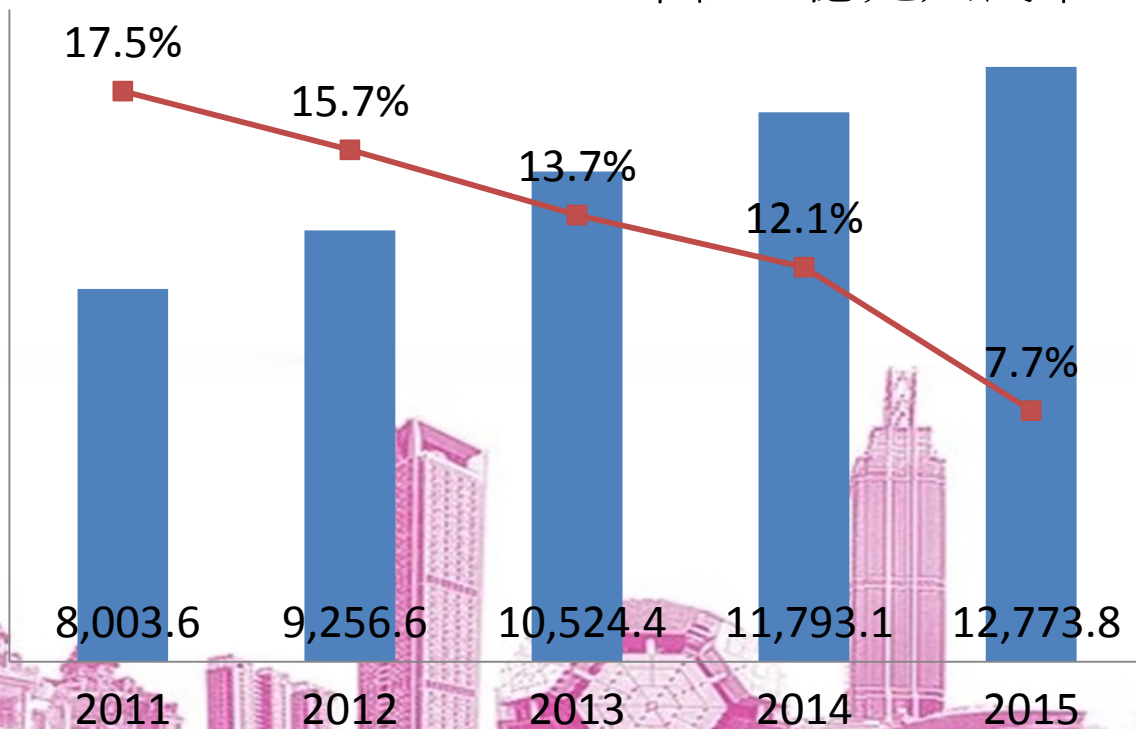


# I. 遼東半島市場現狀和發展

## 遼寧省社會消費品零售總額及增速

數據來源：《遼寧省統計年鑒》、《遼寧省國民經濟和社會發展公報》

單位：億元人民幣；%



# I .遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 12.1 一帶一路

- ◆ 「遼海歐」、「遼滿歐」、「遼蒙歐」三條通道建設
- ◆ 大連港：東北地區唯一納入國家「一帶一路」總規劃的港口；  
致力打造貫穿亞太、俄羅斯和歐洲的物流大通道



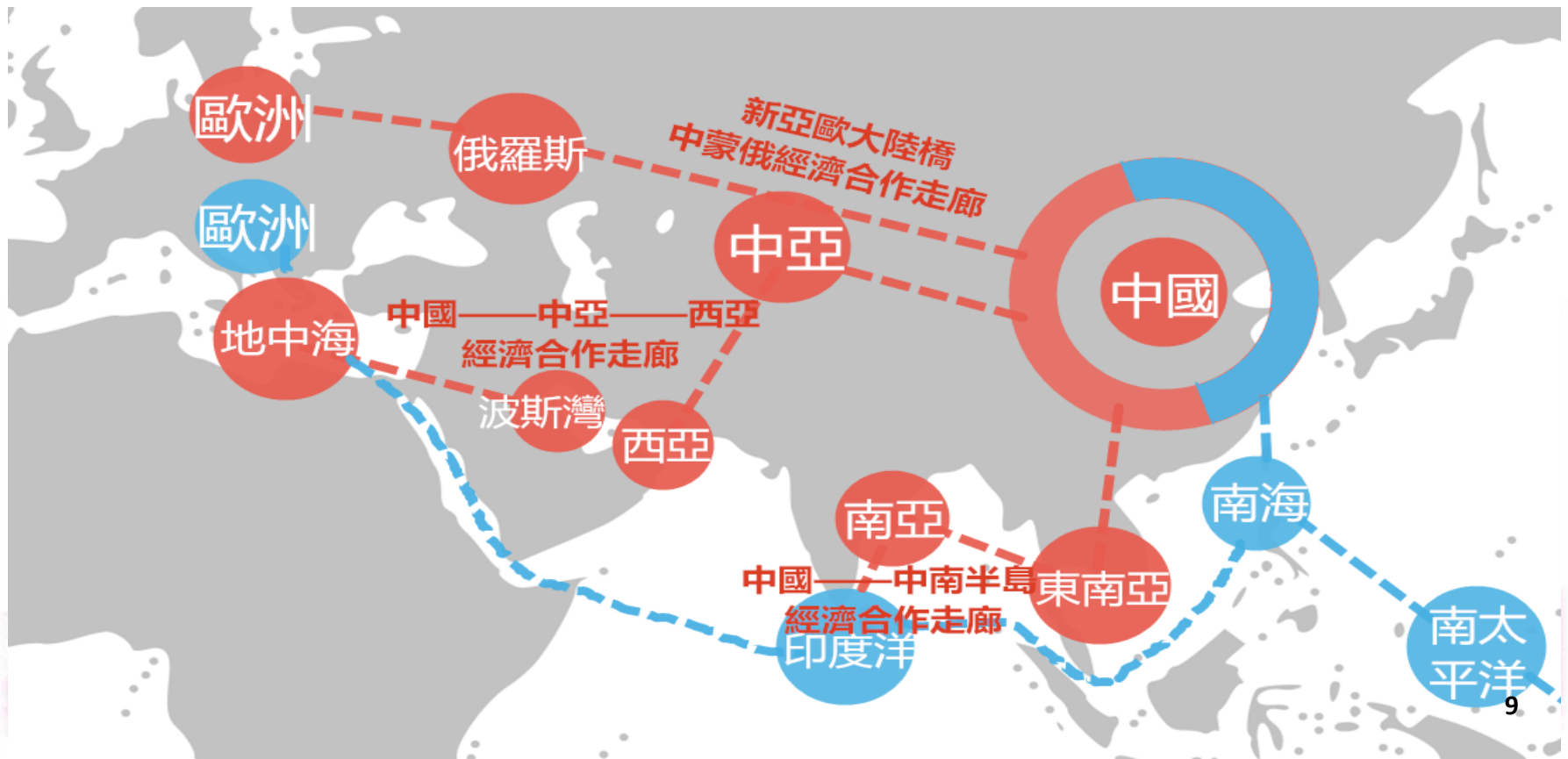


# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 12.1 一帶一路

「一帶一路」路線圖



# I .遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 1.2.2 中韓自由貿易協定

- ◆ 港口、鐵路等優勢資源進一步凸顯
- ◆ 中韓合作促進電子商務、批發零售及運輸通訊等行業發展
- ◆ 營口港：歐、韓貨物集散地；中韓商品交易中心



# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 1.2.3 京津冀一體化

遼東地區

- ◆ 承接京津冀產業轉移
- ◆ 接受高新技術輻射
- ◆ 聯通國內大市場

京瀋高鐵站點圖



# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 1.2.4 环渤海地区合作发展

◆ 2015年9月批復

◆ 環渤海地區範圍：

北京、天津、河北、山東  
遼寧、山西、內蒙古

◆ 與京津冀協同發展，增強區域  
輻射帶動能力



# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.2 相關政策

### ➤ 1.2.5 「三互」大通關建設

◆大連：海陸空三互全覆蓋



◆通關手續、通關時間、物流成本降低

### ➤ 1.2.6 振興東北老工業基地



# I. 遼東半島市場現狀和發展

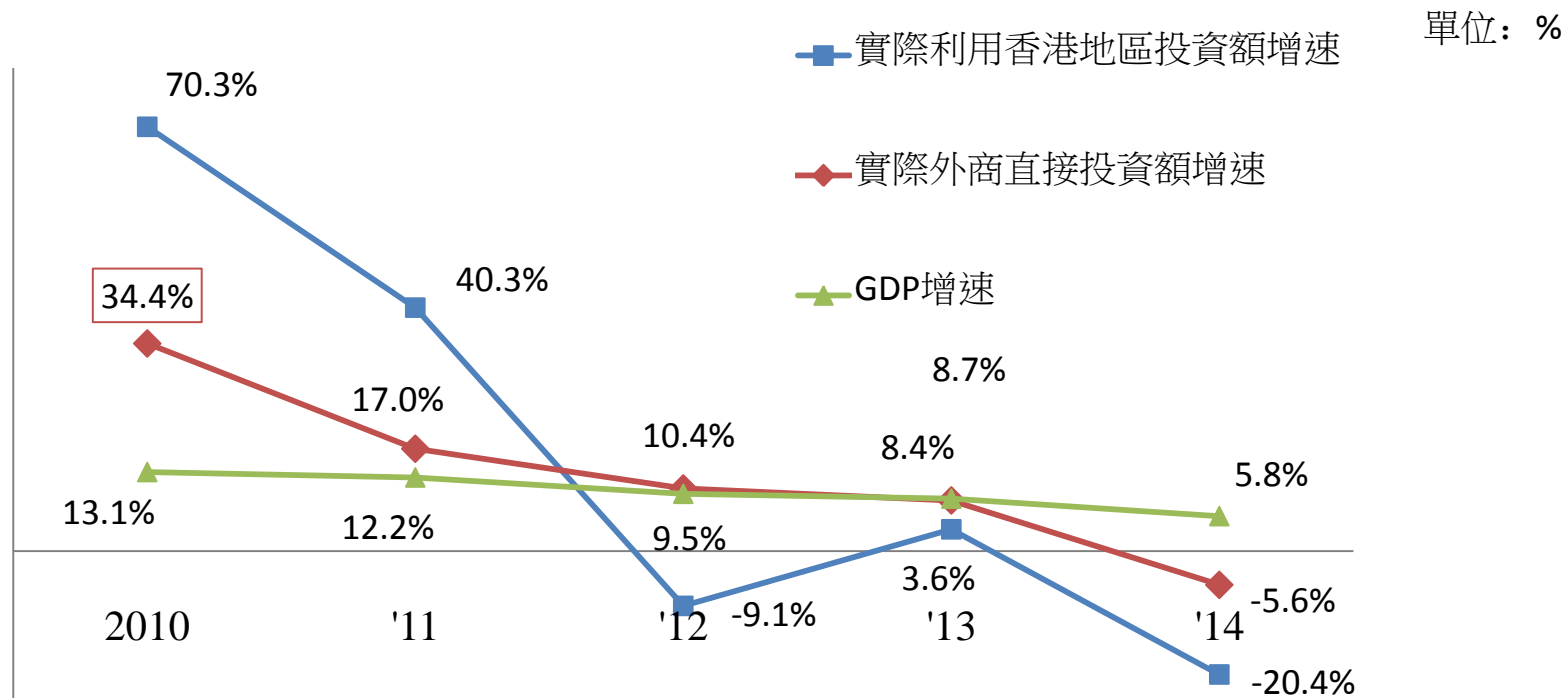
## • 1.3 港商在當地發展狀況

➤ 來自香港的投資額下降趨勢明顯，來自其他地區的投資有上升之勢

### 遼寧省實際外商直接投資額及實際利用香港地區投資額增速對比

數據來源：遼寧省統計年鑒

註：實際利用香港地區投資額增速、實際外商直接投資額增速為環比數據；



# I. 遼東半島市場現狀和發展

## • 1.3 港商在當地發展狀況

### ➤ 未來發展方向

- ◆ 擴張「跳板」；
- ◆ 品牌生產、輸出基地；
- ◆ 以「點」帶面的品牌輻射。



## II.

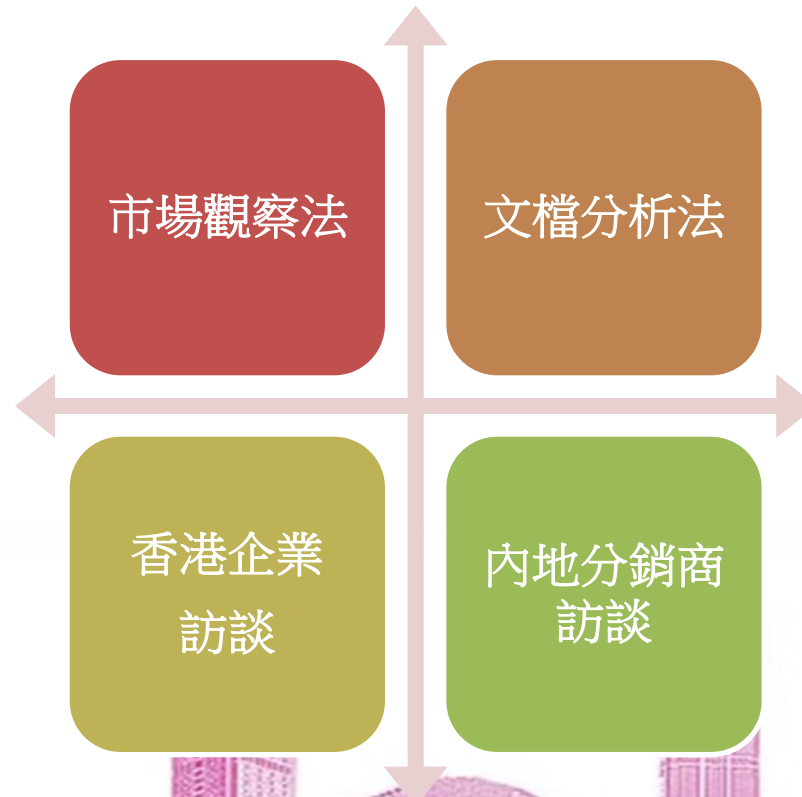
# • 研究方法、範圍及受訪 企業構成





## II. 研究方法、範圍及受訪企業構成

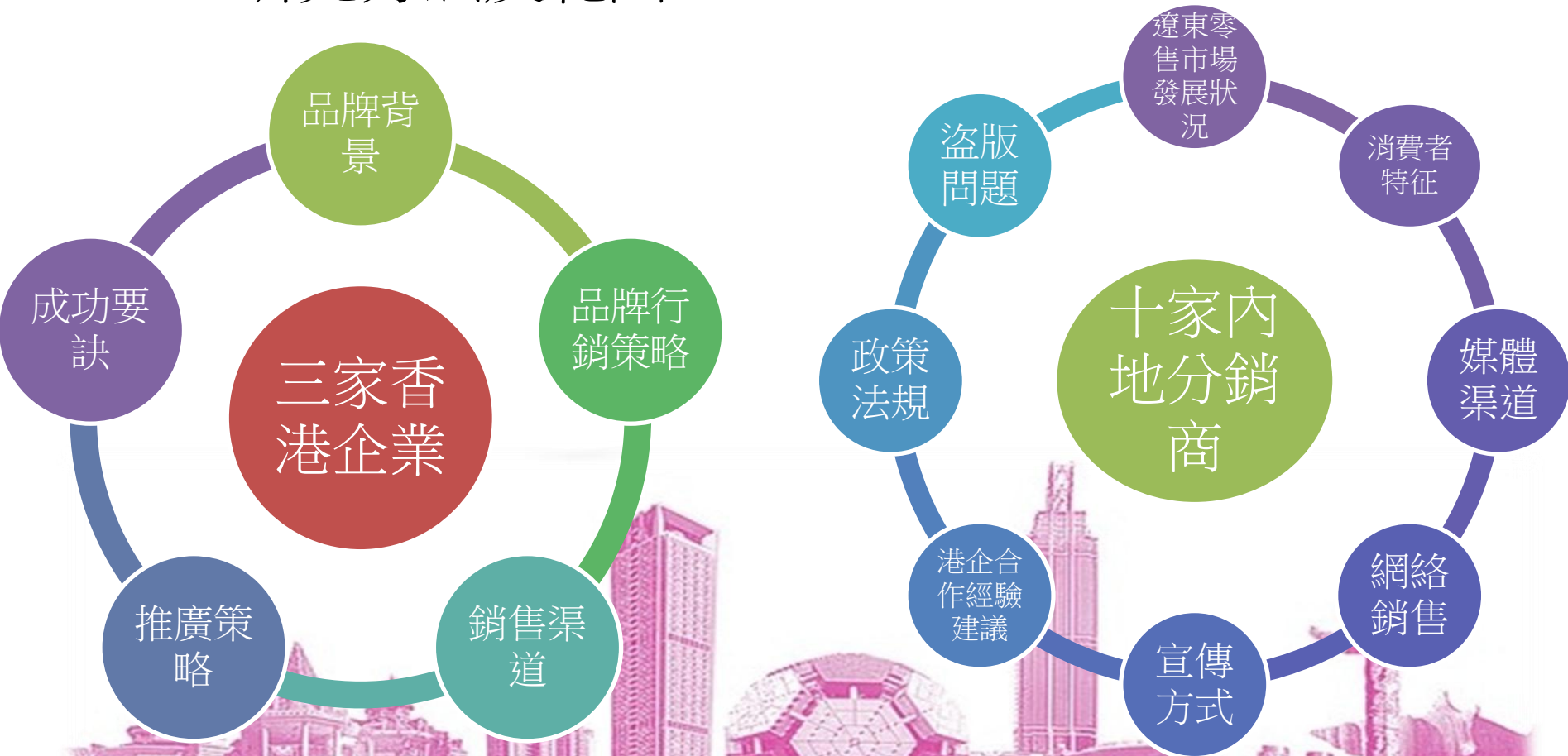
- 2.1 研究方法及範圍



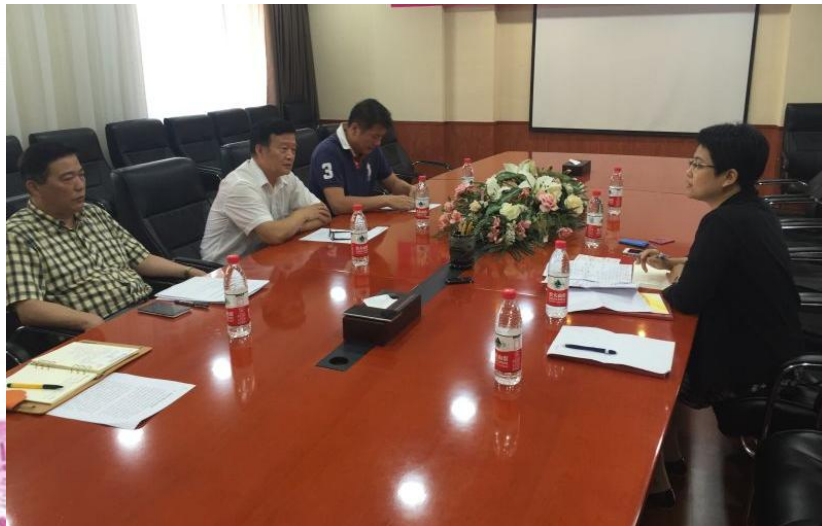
多元定性分析：  
深入了解遼東市場及消費者

## II. 研究方法、範圍及受訪企業構成

### • 2.1 研究方法及範圍



## II. 研究方法、範圍及受訪企業構成



## II. 研究方法、範圍及受訪企業構成

### • 2.2 研究目的：

- 01 ➤ 探索遼東地區市場環境、零售業發展現狀及未來發展趨勢；
- 02 ➤ 瞭解港企在遼東市場的發展現狀，探討香港品牌於當地未來持續發展的最佳方式；
- 03 ➤ 通過瀋陽、大連、錦州及丹東等當地分銷商，摸清遼東地區消費者的購買模式、消費結構變化、消費偏好等消費行為特徵，為港企入遼提供一手資料；
- 04 ➤ 瞭解與當地零售企業及供應商合作的相關注意事項，為港商挑選渠道商及開展市場溝通活動提供建議。
- 05 ➤ 前車之鑒，後事之師。借助港企個案研究，瞭解適合遼東地區的品牌營銷、宣傳及推廣方式，為港企入遼提供參考資料。

## II. 研究方法、範圍及受訪企業構成

### • 2.3 受訪企業構成

分銷商	地區	簡介
家樂福	大連	大型綜合超市
友誼商城	大連	中國北方第一座大型、高檔、現代化的綜合性商廈
金瑪集團	大連	綜合商場向多元化發展，已涵蓋商超、超市、茶城、批發城等大型專業市場
三寰集團	大連	大連市唯一的國有獨資的市直屬農墾企業
五愛服裝城	瀋陽	我國北方流通量最大、輻射能力最強、最具商業影響力的大型服裝批發市場
興隆大家庭	瀋陽	購物中心
錦州百貨	錦州	百貨大樓，屬大商集團旗下公司
興隆大家庭	錦州	購物中心
華潤萬家	丹東	大型綜合超市
新一百百貨	丹東	百貨大樓

### III.

- 分銷商的視角：  
透視遼東市場及消費者



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.1 市場環境

### ➤ 消費市場正經歷調整期

- ◆ 產業工人：堅實消費基礎
- ◆ 消費模式變革



# III.分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.2 消費者特徵

➤ 價值訴求更趨理性化，性價比回歸

➤ 不同年齡消費者特征不同

◆ 90後：嘗鮮、消費模式尚未定型

◆ 80後、70後：注重品質，視品牌為品質保證

➤ 不同地區消費主體不同

◆ 城市經濟水準越高，消費主體約年輕化

◆ 大連消費主體：80後和90後

丹東等三、四線城市消費主體：70後和80後

➤ 遼東市場：老齡化蘊藏商機

保健品與餐飲服務業



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.3 城市差異

大連

品牌意識  
成熟

被動高消  
費

瀋陽

性價比

個性化需  
求

錦州

經濟寬裕，  
市場潛力大

餐飲消費

丹東

邊境貿  
易：傾向  
簡單基本  
產品



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.4 媒體渠道

- **新媒體**：藉助商業平台，三大選擇
- **傳統媒體**：合理選擇，如當地大商場定期推送的紙媒體推廣資訊亦是不可忽視的傳播手段。



1. 借助部分渠道商的電商平台；



2. 借助分銷商的會員或者客戶資料庫

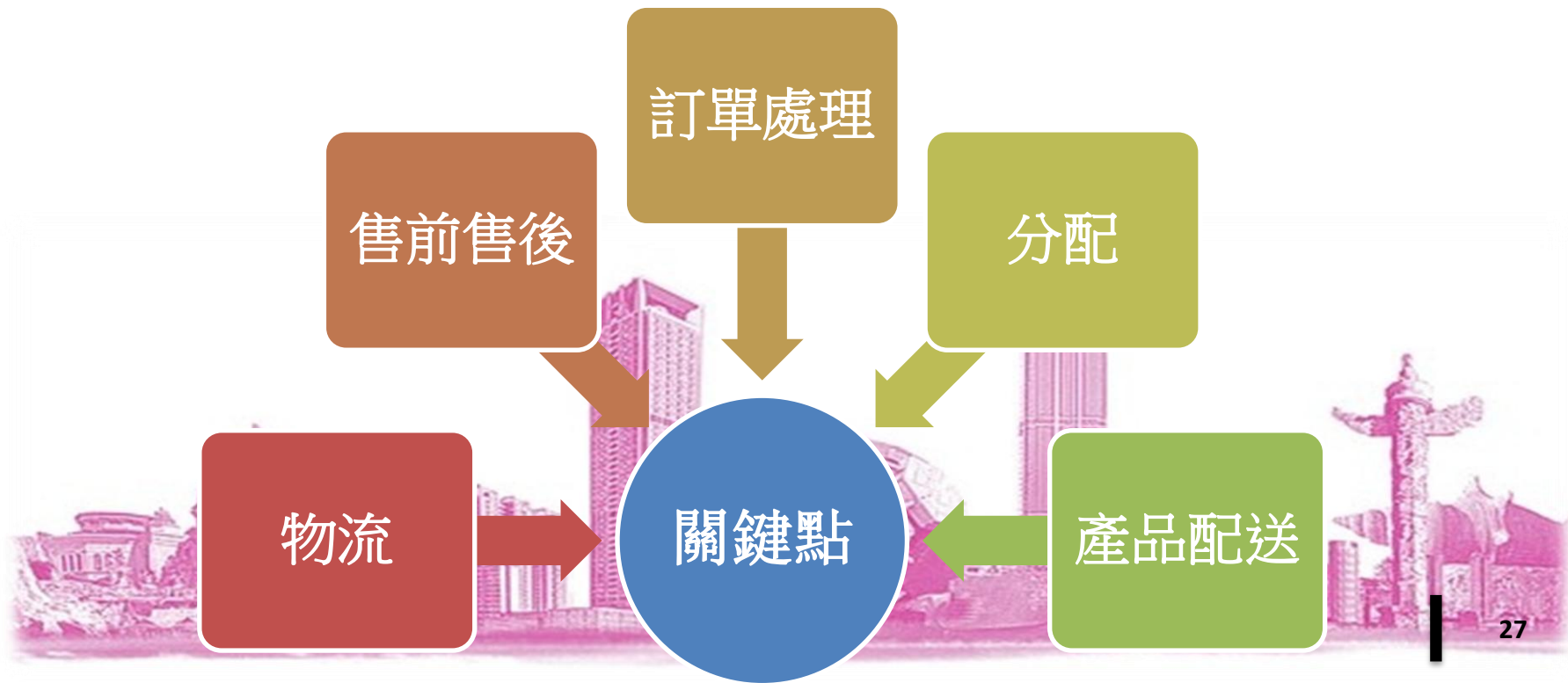


3. 借助具有粉絲效應的媒介或者網絡社區群體

# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## 3.5 網絡銷售

- 藉助商場網絡平台進行推廣，并學習網絡平台銷售、物流及管理流程
- 產品差異化：通過產品改變和調整來尋求推廣的空間



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.6 營銷方式

- 傳統的打折讓利的營銷方式仍然流行
- 新營銷方式影響力大：體驗營銷、文化營銷、場景營銷等
- 文化營銷：文化、產品及服務的獨立與統一



# III.分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

- 3.7 合作方式相關變化
  - 對香港品牌印象良好但合作較少
  - 內地分銷商期待直接與品牌合作，減少中間環節
  - 商場協助辦理手續
  - 對於優秀品牌，商場傾斜資源



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.8 政策影響

- 地緣因素及「中韓自貿區」政策，導致韓國產品競爭力強，港企應提前市調減少競爭風險



- 跨區域消費：中心城市站穩陣腳，利用品牌輻射力擴張

- 跟進「一帶一路」規劃風向，及時把握機遇



# III.分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.9 盜版問題

- 分銷商承諾對進駐的品牌嚴格把控，避免出現盜版現象
- 香港企業在加強防偽措施的同時，還應嚴格把控產品品質
- 盜版商品讓消費者瞭解正品與贗品之間的差異，又能借機對產品品質進行宣傳。



# III. 分銷商的視角：透視遼東市場及消費者

## • 3.10 經驗借鑒



直接與當地交流對話的平臺

- 市場開拓
- 品牌宣傳

全方位產品推廣

- 品牌認知度
- 品牌建設

務實性運營操作

- 對內：企業管理
- 對外：市場推廣



## IV.

- 成功港企：  
遼東市場突圍之道



## IV. 成功港企：遼東市場突圍之道

- 東北地區及京津冀地區消費者最熟悉的香港品牌行業類別

➤ 小型企業：服飾和配飾行業

**malimari**home

➤ 中型企業：食品和飲料行業



➤ 大型企業：珠寶鐘錶



# IV. 成功港企：遼東市場突圍之道

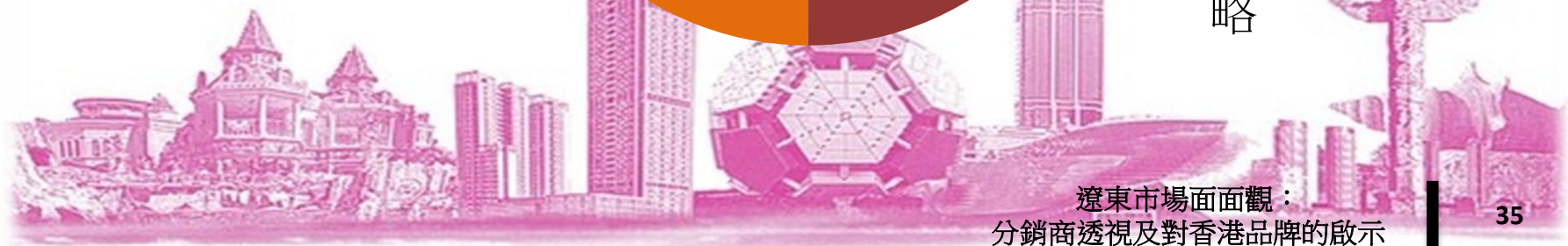
## • 周大福品牌管理啟示

1. 莫耍聰明，  
合法經營

2. 目光長遠，  
品牌無價

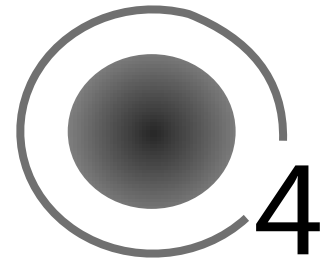
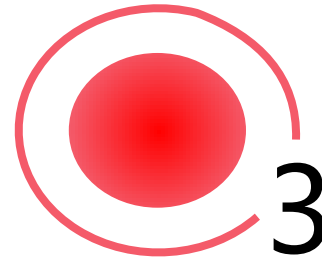
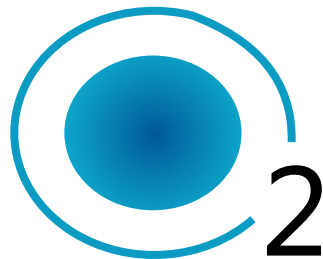
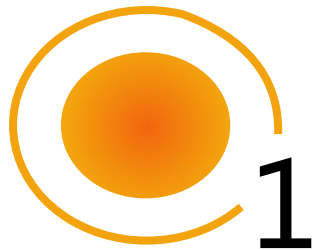
3. 瞭解顧客，  
服務顧客

4. 根據行業特  
質，調整推廣策  
略



# IV. 成功港企：遼東市場突圍之道

## • 「EDO PACK」品牌管理啟示



填補市場空缺，  
贏得時間，差異  
化為王。

順應市場變化，  
建立品牌以利持  
續發展。

宣傳不必過分追  
求完美，頻密溝  
通，反應快捷才  
是利矛

為消費者帶來新  
鮮感，讓品牌體  
驗與別不同



# IV. 成功港企：遼東市場突圍之道

- 「Malimarihome」品牌管理啟示

明確定位，配之以相適應的市場營銷組合策略

規範特許經營，共同維護品牌形象

戰略性制定市場拓展次序



**malimarihome**

✦ 服裝行業小貼士：遼寧作為全國最早進入冬季的地區之一，冬裝的上市時間先於國內其他地區。當華中進入冬季後，由於北方地區已開始供暖，偏厚的外套在北方銷售會逐步下降，而沒有供暖的南方地區則隨著入冬時間推移，衣服需逐漸加厚。



V.

# · 港商人遼錦囊



遼東市場面面觀：  
分銷商透視及對香港品牌的啟示

# V. 港商人遼錦囊

1. 市場定位需準確

4. 線上線下大不同

2. 媒體組合多元化

5. 「營銷創新接地氣」

3. 「善用資源有『錢』途」

6. 雙管齊下防盜版

