



差異化突圍 刷新經典

Speaker: Mr James Wu

Date: Nov 10,2025



CONTENTS

01 海馬牌屹立不倒啟示

02 差異化

03 三大法寶

04 未來戰略

05 結語與願景

目錄 CONTENTS



»»»» 01 ««««

海馬牌屹立不倒啟示



破局：硬床褥逆襲兩極市場



01

市場兩極分化

1986年，市場上只有昂貴彈簧床褥和劣質平價床褥，只有軟及更軟的床褥，選擇單一。我睡軟床褥不舒服，要經常睡地下。我看準機會，專注研發經濟實惠且高密度的硬床褥。

02

高品質的選擇

我就成功生產了好似木板咁堅硬，打破**「平嘢無好嘢」**的床褥。香港第一張硬床褥面世。這款經濟實惠、高密度、高品質的**硬床褥**，用實實在在的品質贏得了市場的認可，這成為了我們差異化的起點。

03

差異化的成果

這一選擇不僅讓我們在市場上站穩腳跟，還為我們日後的發展奠定了堅實的基礎，為後續**35年連續香港銷量冠軍**奠定開局優勢，證明了差異化是生存之道。

從1987年至今，跨越三十多年的數據都顯示出高份額，證明我們的市場領導地位是經得起時間考驗，亦證明了海馬牌的持久力和強大競爭力



香港市場最高佔有率

68%



床褥

1998

來源: The Nielsen
Company

57.5%



枕頭

2021

來源: Ipsos

澳門市場最高佔有率

80.7%



床褥

2016

來源: 香港大學社會科
學研究中心

52.0%



枕頭

2022

來源: Ipsos

海馬牌床褥在新加坡家喻戶曉，獲獎無數。2024年馬來西亞Putra Aria金獎，海馬牌榮獲金獎。這不僅是對海馬牌價值的認可，也印證了海馬牌海外擴張戰略，在海外市場佔據了重要份額。

新加坡市場最高佔有率



Home Improvement Products & Stores	
Brands	2024
Sea Horse 海馬牌	Gold
Xiaomi 小米	Gold
Oppo 歐珀	Silver
Haier 海爾	Silver
Vivo 維沃	Bronze
Realme 真我	Bronze

創新：零膠水環保百變床褥及沙發



零膠水環保工藝

無甲醛釋放，呵護全家健康。

海馬牌持續創新技術，**零膠水無**
甲醛，實現大人兒童安心使用。



英國防火標準

國際公認的嚴苛安全基準，產品
不僅新穎，比普通產品更安全。



技術專利與**英國防火標準**疊加
形成難以複製的功能壁壘。



平價優質：自建供應鏈



壓縮成本卻不犧牲品質，把節省轉化為消費者可感知的平價，形成**“同樣預算買更好床褥”**的用戶心智，持續擴大市場份額。



自設工廠

東莞+越南雙生產基地



F to C 商業模式

香港首創由工廠直送客戶，高效配送



頭腦風暴

研究改良產品，簡化工序，工廠實施全自動化，迎合市場。



越南生產基地



香港總公司

1987年首創 F2C 模式



工廠

F2C



消費者

Factory To Customer

無任何中間環節



優勢：

成本結構優化

首創床褥訂做特別尺寸

獨有極硬床褥

達到產品差異化、用戶體驗升級、品牌價值提升戰略成果。

1988年開始**品牌化戰略**



1989年至2025年與
汪明荃攜手相伴36年



2011年至2013年邀請到
國際巨星**李冰冰**代言



2025年力邀新生代演員
合詩雨加入海馬牌

引進全球全自動化生產線



- 多功能高速**自動繡唛機**



- 引進亞洲首臺全自動100M四刀異型**切割機**，自動化切割操作，枕頭產能大大提高到**20000個/天**。
- **行吊夾具**可以將切割好的海綿輕鬆高效進行搬運操作。





»»»» 02 ««««

三大法寶



度身訂造：精准客群細分

產品特色

兩面硬、兩面軟硬不同、零膠水、符合英國防火標準等

從硬木板床褥到記憶棉、乳膠質感棉，再到智能床褥和沙發，我們的產品不斷升級，以滿足不同消費者的需求



白領工薪族

護腰款，緩解久坐疲勞



青少年

護脊款，呵護脊椎發育



長者

防滑款，保障上下床安全



蝸居客

可折疊款，靈活利用空間



核心理念：管道在變 服務初心不變

我們建立了一套完善的**O2O系統**，讓消費者可以網上下單、門市試睡、倉庫直送，真正實現了線上線下的無縫融合。



傳統實體門店
建立品牌認知



線上平臺+線下實體店



線下體驗
門市試睡服務



工廠直送
高效物流配送



海馬牌線下實體店-線上平臺



口碑基石：品質誠信維權



正名之戰，再獲佳績！

< 在維護品牌權益的道路上，海馬牌始終堅定前行 >

150萬元

58萬元

前段時間海馬牌維權成功“鶴山市海馬傢俱有限公司”賠償人民幣150萬元。近日，海馬牌再次重拳出擊，SEA HORSE海馬牌再獲佳績。法院依法裁定“東莞市尚益傢俱有限公司”“深圳市羅湖區光斌傢俱零售店”立即停止不正當侵權行為，並責令其向海馬牌共計支付高達58萬元的賠償金。



三大承諾構成品牌信譽底座，2024年打假勝訴案例彰顯維權決心，強化**“買海馬牌就是買放心”**的社會共識。

-  獨家高密度海綿，承托力好，不變形，經久耐用
-  防蟎抗菌功能，健康睡眠
-  明碼實價，童叟無欺
-  2024年打假勝訴，堅決維權

銷售管道革新



從電視到直播

我們從傳統的電視廣告轉變為直播帶貨，並與KOL合作，這讓我們更接近消費者，也讓品牌更具活力。

創辦人的親身參與

創辦人親自上直播，分享健康睡眠和養生知識，這不僅提升了品牌信任度，也讓消費者感受到我們的誠意，呢個轉變，我自己都幾有感觸。熟悉我嘅人都知，我以往比較低調，唔鍾意出鏡。但係為咗品牌，為咗同客人直接對話，我都走出舒適區。

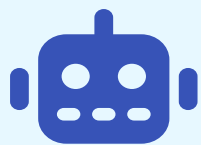


»»»» 03 ««««

未來戰略



未來戰略：三軸驅動 佈局全球



AI智能化

24小時智能客服，自動化生產線，提升效率與服務體驗。



綠色轉型

採用再生材料，建設低碳工廠，實現可持續發展。



全球佈局

深耕大灣區，拓展內地市場，讓“床褥即海馬”成為全球共識。



經營哲學：三個個堅持



財務穩健

堅持不借貸，保持零負債，不盲目擴張，不上市，不融資，細水長流，保有充足現金流，抵禦風險。

- 專注本業，不盲目多元化。



健康第一

保重身體，是長久經營之本
宣導團隊健康工作生活。

- 集團8小時工作制，不加班，確保有足夠時間休息，只有身心健康，品牌才能長跑。



空杯心態

不滿足，不斷研究，是對企業進化的渴望，是對市場變化的警覺。

- 只有始終保持學習，才能真正成為時代同行者。

三者共同構成海馬牌穿越38年風浪的**底層邏輯**。



»»»» 04 ««««

總結與願景





38年啟示： 與時俱進



差異化是對市場深刻洞察後的主動選擇

刷新經典是用新技術、新渠道、新溝通讓價值曆久彌新

。

“經典品牌唔系博物館展品，而系要成為時代嘅同行者！”

海馬牌用38年證明，只要持續創新，差異化唔系口號，系對市場嘅深刻理解，刷新經典唔系背叛傳統，系用新嘅方法傳承價值。



願景：香港匠心走向世界

未來將繼續以**匠心**打造世界級產品，用**創新基因**讓“提起床褥就想到**“海馬牌”**”

。

感謝香港品牌發展局，一直為香港品牌搭建光輝舞臺。

感謝大家！你們每一次選擇都是推動我進步的動力！

THANK YOU

感謝大家觀看



Speaker : Mr James Wu

Date: Nov 10, 2025