

「品牌制勝謀略 2023」分享研討會

隨着疫情的影響逐步消退，粵港澳大灣區消費市場迅速復甦，成為疫後香港品牌發展的重要市場；為協助香港企業加緊在大灣區佈局和擴大內銷，香港品牌發展局（品牌局）獲香港特區政府工業貿易署「工商機構支援基金」資助，推行「香港·進·品牌大灣區」項目；圍繞「品牌大灣區」的遠景，舉辦一系列品牌推廣和市場研究活動，為業界提供全方位支援。

作為「香港·進·品牌大灣區」項目的總結活動，品牌局聯同香港中華廠商聯合會（廠商會）昨日（25日）舉行「品牌制勝謀略 2023」分享研討會，匯聚學者、營銷專家和粵港兩地知名品牌掌舵人，包括法國里昂商學院市場營銷學陸定光教授、金百加集團主席黃家和、You Find Limited 董事及創辦人朱俊昌，以及江門市新會區東甲糧倉健康產業有限公司董事長梁欽樂等，一同分析疫後大灣區消費文化和市場環境的變化，以及分享大灣區品牌的「贏」銷經驗和解構數碼行銷的最新發展。研討會共吸引近 120 位業界代表在線上線下參與。

品牌局主席陳國民在研討會上致歡迎辭時指，疫後粵港澳大灣區的經濟、社會發展和區域市場一體化的進程邁上新台階，釋放巨大消費潛力，成為港商疫後再次起飛的最重要「跑道」；他希望香港企業能夠乘着大灣區急速發展的勢頭，以及廣闊的發展空間，加快擴展內銷版圖，把握商機。

其他出席研討會的嘉賓尚包括廠商會常務副會長兼品牌局副主席盧金榮、品牌局副主席黃偉鴻以及品牌局顧問劉健華。

「香港·進·品牌大灣區」系列活動自 2020 年 5 月份啟動後，雖然部分在香港境外進行的項目曾因疫情的影響而被迫多次延誤，但大部分成果最終順利達成；當中包括 2020 年底舉辦的工作坊，邀得專家及業內人士分析大灣區的市場環境及消費文化，吸引了超過 100 位業界代表參與；品牌局亦推出了「香港品牌名冊」（Brand HKiD）登記制度及網上展示系統，讓大灣區消費者更容易辨識香港品牌，至今為 200 多家本地原創品牌進行身份認定和資料公示。

在品牌推廣方面，品牌局在 4 月 7 至 10 日期間成功舉辦「澳門站」活動，在「第 5 屆香港工展會·澳門」中設立品牌形象區，展示 20 個香港原創品牌及其旗下的 50 多件產品，並安排兩家香港企業在展區中進行互動體驗活動，讓澳門市民近距離「感受香港，體驗品牌」。

至於市場研究方面，品牌局分別於 2020 年及 2021 年進行了大灣區消費者問卷調查及企業範例研究；由法國里昂商學院陸定光教授聯同香港理工大學組成的研究團隊，在 2020 年 7 月至 10 月

期間訪問了大灣區 9 個廣東城市和澳門共 1,700 多名消費者，了解當地居民的消費習慣、購買行為特徵以及對香港品牌的看法等；研究團隊在 2021 年年中亦對 6 家進駐大灣區的品牌營運商進行訪談，總結他們開拓大灣區市場和發展品牌的成功經驗。

過去 3 年，「香港·進·品牌大灣區」項目系列活動得以成功舉辦，全賴特區政府工業貿易署「工商機構支援基金」的支持和資助，以及廠商會和廠商會展覽服務有限公司的大力協助，還有企業和業界的踴躍參與。品牌局將持續透過更多不同形式的項目，引領香港品牌開拓潛力無限的大灣區市場。



品牌局主席陳國民期望香港企業能夠乘着大灣區急速發展的勢頭，以及廣闊的發展空間，加快擴展內銷版圖



法國里昂商學院市場營銷學陸定光教授分析疫後大灣區消費市場的變化



品牌局主席陳國民（左四）、品牌局副主席盧金榮（左五）、品牌局副主席黃偉鴻（左二）及品牌局顧問劉健華（左八）與「品牌制勝謀略 2023」分享研討會的講者合照