



香港及國際品牌 如何成功著陸內地市場拓展商機

- 主講人：香港中小企業發展促進會會長宗第



宗第先生簡介



宗第先生，北京印刷學院兼職教授，杭州電子科技大學教授，澳洲梅鐸大學MBA碩士，香港行政教育機構總裁，品牌專家，香港燕京行有限公司總經理，燕京行實業（深圳）有限公司董事長兼總經理，現擔任中國包裝聯合會培訓專家委員會專家、香港中小企業發促進會會長、中國香港印刷供應鏈商會會長、香港首席品牌策劃師協會會長、香港印刷業商會理事、深圳外商投資企業協會副會長、深圳印刷學會常務副會長、廣東省印協理事、深圳市中小企業促進會副會長、深圳市印刷行業協會副會長、深圳市專家工作聯合委員會專家、世界印刷大賽中國專家委員。

宗第先生于"從事于印刷供應鏈品牌管理與營銷，多造多家印刷品牌商，在內地樹立了多項第一，被譽為中國印刷先鋒，品牌管理大師。;000年宗第先生為專家出席世界印刷大會得到時任國務院副總理李嵐清先生接見。





Bio - Anthony Chung

- Bio - Anthony Chung
- Anthony T. Chung, citizen of Hong Kong SAR China.
- MBA, Murdoch , Australia,
- Diploma –Chief Brand Officer
- Visiting Professor of Beijing Media Communication College.
- Visiting Professor of Zhejiang Hangzhou DianZe University of Technologies.

- In early 80 Mr. Chung started his career in China Trade and he has been working with various world well known multi-international corporations. In 1985 Anthony came back to work with his father company and was the co-founder of China Yin King. He is now the CEO of China Yin King (China) Ltd. Mr. Chung is also the Chairman of China Hong Kong Printing Supply Chain Association , the Chairman of HK SMEs Association and Vice Chairman of Shenzhen SMEs Association. Director of Guangdong Printing Association, Consultant of Guizhou Printing Association and director of Hong Kong Printers Association and Vice Chairman of Shenzhen Printing Association. Consultant of Shanghai Bell Inc。 Consultant to Chinese Oversea Guangdong Association , President of Chief Brand Officer Association of Hong Kong.





Bio - Anthony Chung

- In the last 25 years while Mr. Chung jointing the graphic art industries and retail brands sales for many multi-national corporation. During these years Mr. Chung and his teams involved and having a lot of hands on experiences on domestic sales, marketing and branding for both Industrial and consumer brands which included Apple, Kodak ,Agfa, Fujifilm, Barco ,Danagaf, Glun & Jesen, Scanview, Atex Purup-eskofot, Evita Peroni , Paris Hilton ..etc .Under his leadership and effort, China Yin King has now become one of the large prepress equipment supplier and print supply chain solution provider in China and a well known Brand Consultancy & distribution company
- Mr. Chung is very innovative and market orientated. He has a sharp eye on the demand of the China graphic art industries. His management philosophies are “People is capital, customers are his valuable asset.” In his years with China Yin King, CYK has successfully created many No. 1 in China. The brands he had handled and achieved a remarkable milestones





Bio - Anthony Chung



- Key Projects
- Copydot Technologies – Shenzhen Daily Group
- Web off-set Press - Shenzhen commercial newspaper.
- Computer to film – Apple Daily Hong Kong
- Computer to Plate system - Beijing Daily Newspaper
- Digital work flow from ad to production – Chengdu Newspaper Group.
- Apple Computer with Mackintosh Platform – Shenzhen Economic Daily.
- Retails Evita Perioni- fashion accessories
- Paris Hilton hand bag and fashion accessories.





香港及國際品牌 如何成功著陸內地市場拓展商機



國家經濟的飛速發展和百姓消費水平的不斷提高，使中國龐大的消費市場在衆多國際品牌眼裏，更顯現了迷人的魅力。低成本進入中國市場並迅速占領制高點，成爲許多國際品牌持有商夢寐以求的期望。

隨國際著名品牌搶灘中國市場的浪潮高漲，如何成功著陸內地市場並拓展商機成爲一個國際性的經濟大問題。尤其是在經濟危機未能完全消退、世界各國經濟還處在恢復階段的當前這樣一個大的國際經濟環境下，中國內陸市場勢頭依然良好，大衆消費水平依然增長；如此具有潛力的消費市場對香港及國際品牌而言就是一個生命奇迹。但，如何成功的進入內地市場，並拓展商機成爲一個現實的、關鍵的問題。這也是今天我站在這裏，要與大家分享探討的問題。





目前，香港及國際品牌在內地市場的情況



首先，介紹一下目前已經成功進入中國內地市場的香港及國際品牌有哪些？

傳統的奢侈品屬例外，這裏暫不包括，這裏以某知名電商網站為例：
馬天奴MYTENNO、ZIMMUR、broadcas、UCLA、康莉COMELY、貝德羅BAYDELO、紅貝HEREBE、賽兔SaiTu、邊緣地帶EDGE、小豬班納PEPCO、薇姿VICHY、凱柏龍CAMPNO、GAVAKLAS、意大利鯊魚VISHARK、美亞楚丹Meiyachudan、ZACCARO&NICCOLO、皇家寶貝Royal Sonny、仙蒂瑞拉SANDYRILLA、阿迪達斯adidas、金利來goldlion、斯托梵諾STOVENNO、Cotra、史努比SNOOPY、歐萊諾olomo、LANAFAY、Mickey Mouse、olympia、ELLE、美國駱駝CAN·TORP、迪士尼Disney、皮爾·卡丹pierre cardin.....

以上只是內陸某知名電商網站上出現的一部分品牌。內陸市場品牌林立，琳琅滿目，在這樣的情況下，要成功進入內地市場要找准商機。





內地市場的商機

中國擁有'億多人口，內地是個龐大的消費市場，隨著中國經濟的發展尤其是內地經濟的快速發展，人們生活水平極大提高，相應的生活方式也相應的改變。據權威統計顯示，內地消費者的消費水平逐年增高，購買能力極大提高。就今年倫敦奧運會期間，有報道稱，奧運期間倫敦的消費主體尤其是奢侈品消費主體以中國人為主。不難看出，內地市場具有極大的消費潛力。有消費市場、有消費能力就存在商機，內地市場的商機正是無處不在。

俗話說，磨刀不誤砍柴工。前期做好市場調研是進入內地市場的必要和重要一步。只有先進行市場調研分析，才能從中發現商機，找到品牌的切入點，從而進行著陸工作。





香港及國際品牌如何進入內地市場



市場調研

- 1、了解分析市場結構、市場特點、市場環境從而制定市場戰略
- 2、同類競爭品牌分析
- 3、消費者對該類產品品牌的心理調查
(客戶的細分)
- 4、產品經銷者調查分析





市場策劃



- 1、市場定位
- 2、品牌策略
- 3、營銷策略

Brand Planing strategy





品牌宣傳



1. 廣告宣傳
2. 實體店
3. 展會
4. 活動





品牌管理



- 1、品牌的維護與鞏固：傳遞品牌文化，鞏固品牌精神
- 2、品牌的解讀：針對內地市場的消費群體，進行正確的解讀
- 3、管理層正確決策
產品交給代理商經營時，應該將其品牌的經營文化和服務理念傳遞給經營商，並要得到其認同，變成品牌經營的行為准則。





進入內地市場的途徑



- 1、參加展覽或展會：內地有很多有名的大型展會如廣交會、京交會、港澳台商品交易會、文博會、物博會、香港中小企博覽會……除了展會內陸還有多個實力強大、運營成功的經濟綜合體如華南城、甯波商品中心等等
- 2、授權代理：內地有很多經驗豐富的代理商，成功代理推廣了世界各著名品牌如：燕京行
- 3、店中店：進駐大型商場、商城、城市綜合體，設立店中店是進入內地市場的普遍方法
- 4、建立自己的銷售渠道
借助內地經銷商已有的完善的內銷渠道和自己的銷售渠道
- 5、OEM/ODM
- 6、品牌加盟
- 7、借道香港，充分利用CEPA，搭乘好“零關稅”這輛順風車





如何穩固並拓展商機

“強化品牌管理，重視品牌社會責任，增加產品附加值”

以Bally Golf 巴利—高爾夫 高爾夫休閒服飾
品牌為案例分析
附件1





發現、拓展



“搶占先機，準確的市場定位”以達芙妮
成功進入內地市場為案例

品牌：

DAPHNE 達芙妮 ---時尚女鞋，台灣品牌

品牌經營策略：“高貴不貴”策略

附件2





品牌營銷秘訣



1. 正確的產品 (Right product)
2. 好的地點 (Right place)
3. 好的合作夥伴 (Right partners)

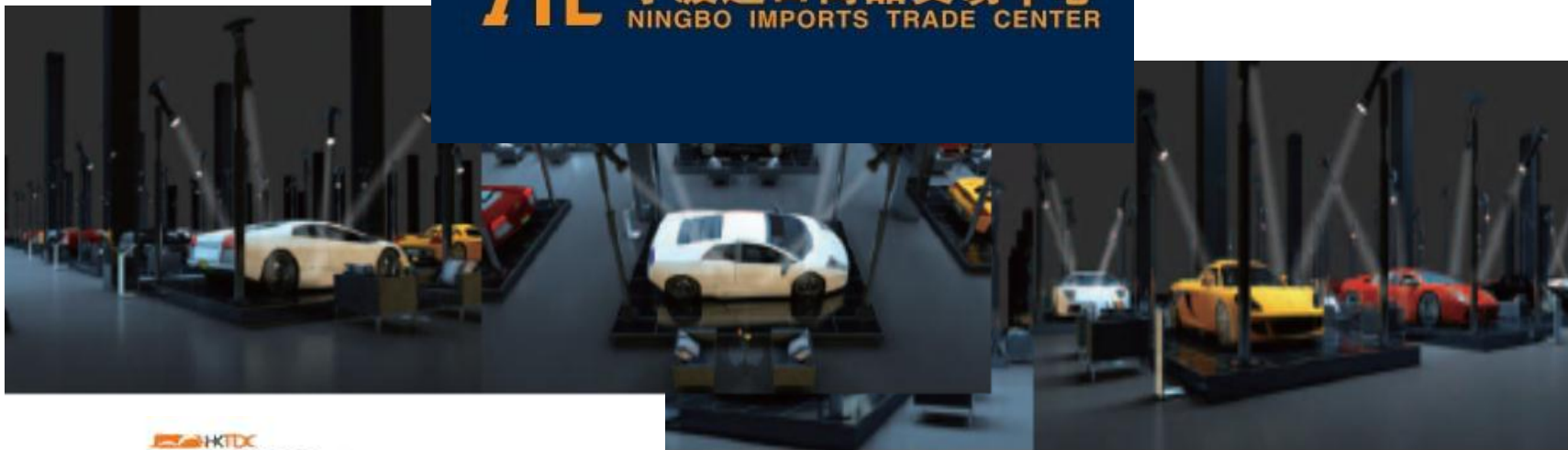




已有的最佳平台——甯波進口商品中心



甯波進口商品中心（NBC）位于甯波國際貿易展覽中心（NTM）號館，以進口商品為題材，集展示、推廣、洽談、交易、辦公等功能于一體的進口商品貿易展覽平台。NBC立足華東，輻射全國，致力打造覆蓋進口商品貿易銷售鏈全環節的專業平台。



 **HKTD**
World SME Expo
国际中小企博览

2012年12月6-8日
香港会议展览中心





NBC甯波進口商品中心五大優勢



1、城市優勢

甯波隸屬浙江省，距離中國的經濟中心—上海，約2小時車程。甯波在浙江海洋經濟示範區“一核兩翼三圈九區多島”的空間布局中處於“一核”的中間區域，是資源性進口商品交易市場和高端進口消費品交易市場的重點發展區域。2011年人均GDP超過12000美元，2011年進出口總額超過900億美元。2011年甯波港全港貨物吞吐量為4.33億噸，集裝箱吞吐量為1451萬TEU，集裝箱吞吐量穩居國內第三，全球第六。依靠得天獨厚的港口優勢，甯波已經成為中國進出口貿易最發達的城市之一。





NBC甯波進口商品中心五大優勢



2、區位優勢

NTM地處甯波市東部新城中央商務區，與甯波國際航運服務中心、甯波國際金融服務中心共同構成甯波臨港型服務業的重要平台，該地彙集了衆多高星級酒店、公寓寫字樓、高端餐飲區。2012年底甯波市政府將整體遷入東部新城區。

NTM屬甯波市重點工程，是以國際貿易和會展爲主題的城市綜合體。現有進口商品交易中心、家居飾品展示交易區、大宗商品交易所、總部基地集聚區和每年50余場的專業展會。

3、政策優勢

建設NTM是甯波市政府重要的戰略決策，自運營以來一直受到國家

各級政府的密切關注和高度重視，國家商務部、浙江省政府、甯波市政府等有關領導多次蒞臨NTM視察、指導。注冊于NTM的商戶，將享受到最優惠的通關、財稅等多項政策。

NBC商戶將享受到如租金優惠政策、稅收減免政策、通關便利政策等政策。





NBC甯波進口商品中心五大優勢



4、宣傳優勢

NBC設有市場推廣專項資金，于機場、航空、高速路牌、專業雜誌等高端媒體渠道在全國範圍內進行宣傳推廣。並在國內外數十個知名國際展覽會上進行各類推廣活動。層層推進，為商戶創作商機。

5、商會聯盟優勢

NBC誠邀香港中小企業發展促進會,香港品牌策劃師協會進駐。其宗旨是為提供指點，強化品牌和促進中港國際信息交流，為企業掌握最佳商機。

聯系人：

黃兆鏘Patricks，

香港:+852 26352700/27235978 +852 9034 1902

Fax:+852 2311-3351

甯波： 0574-87754982/87754972 Fax:0574-87752060

E-mail:patrickscwong53@yahoo.com.Hk





經驗豐富的代理商——燕京行



燕京行創立於1978年，總部在香港，在深圳、北京、上海、成都分別設有分公司和辦事處。十多年來燕京行成功的代理了眾多國外品牌，將這些國外品牌成功打入中國內地市場。

燕京行代理許多世界著名印刷設備廠家的產品，包括數碼印刷機、印刷機、CTP、大幅平面掃描儀、激光照排機、印刷工作流程管理系統、傳統制版設備和印刷耗材等。

燕京行目前主要代理以下世界領先廠家的產品：德納福、Data、寶祿德福、ECRM、富士、古龍彥、KBA、Luescher、歐力、洛克比爾、柯尼卡美能達、Atex、網屏、Sinapse、DotLine、ECRM、OLEC、伊艾斯、SCREEN，Danagraf、Glunz-Jensen、Esko-Graphics等

燕京行除了在印刷領域成功代理運營推廣了眾多國外品牌；在服飾時尚領域燕京行也經驗豐富：丹麥EVIT PERONI曾授權給燕京行代理，在一兩年的時間內，燕京行就將EVIT PERONI這個丹麥品牌成功進入內地市場，EVIT PERONI的完美著陸內地是對燕京行最好的證明。近期，燕京行開始代理美國知名品牌Paris Hilton產品。





優秀的產品+優秀的品牌+優秀的策劃運作



香港及國際品牌要成功著陸陸地市場開拓商機必然符合三個條件：

優秀的產品，產品品質保證是更本

優秀的品牌，品牌的建立，品牌形象、精神的傳遞至關重要

優秀的策劃運作，抓住商機運用商機需要出色的策劃，將策劃完美實施運作才能達到最終目的。





Ending & Thanks

香港中小企業發展促進會
聯系電話：00852-2635-2700
FAX：00852-2311-3351
E-mail: anthony@sme-china.com

 **World SME Expo**
国际中小企博览
2012年12月6-8日
香港会议展览中心

