

# 品牌 - 企業的生命之火

跳出OEM，創建自主品牌

朱炳源

香港生產力促進局高級顧問

7. 2007



Hong Kong  
Productivity Council  
香港生產力促進局

# 品牌新世代

1. 大趨勢的轉變
2. 品牌的概念和新發展
3. 品牌的特質和要素
4. 建立品牌的五步曲
5. 最佳品牌的發展模式



# 大趨勢的轉變

- 香港經濟轉型, 走知識型經濟
- 中國加入WTO, 全球貿易一體化
- 香港與內地的更緊密經濟合作安排 (CEPA)
- OEM → ODM → OBM的轉型



# 原設備生產(OEM)的致勝要素

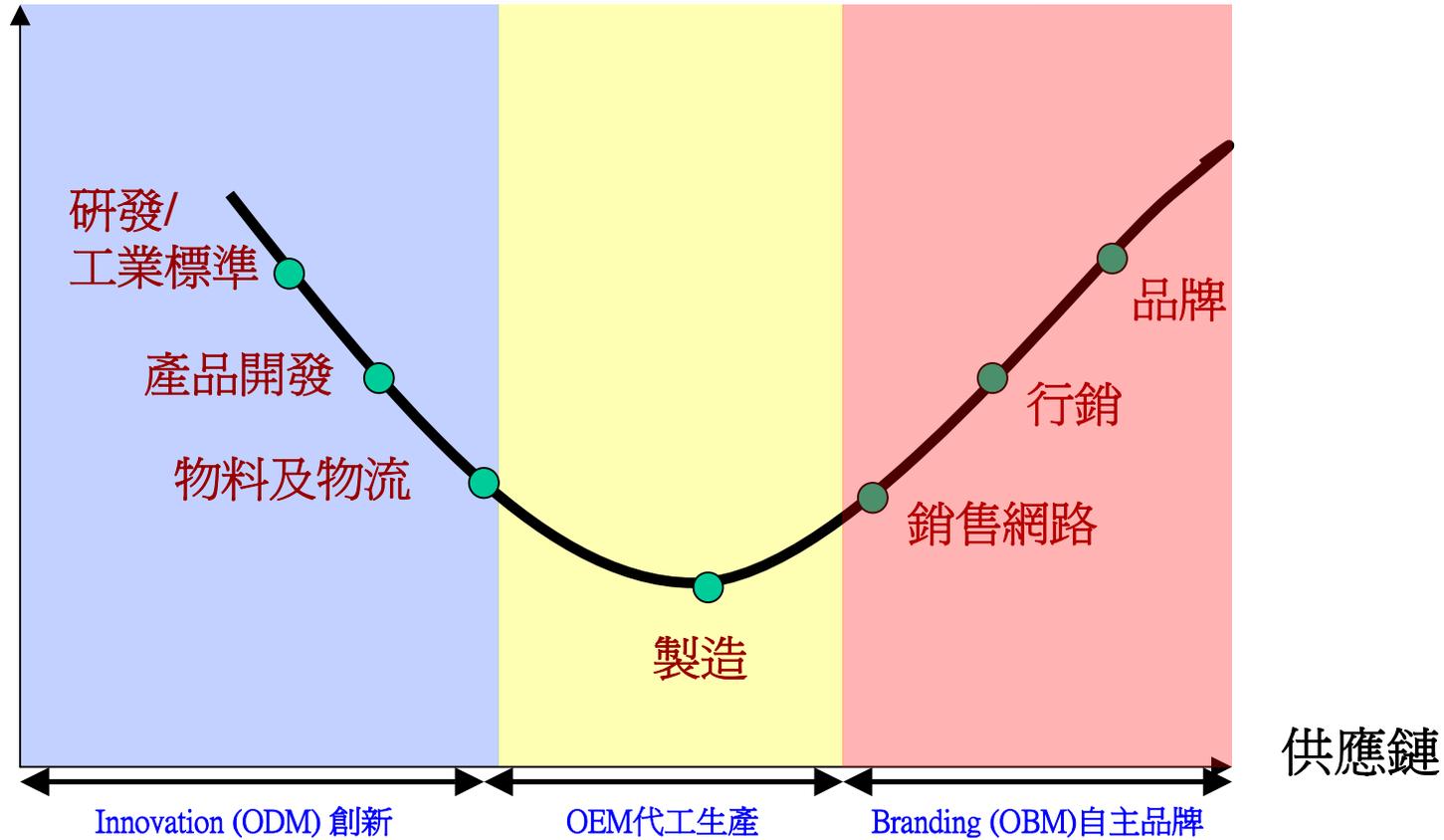
1. 起貨要快 (從853 到 982)
2. 品質要好 (出貨快而不犧牲品質)
3. 技術要高 (保證生產過程有良好技術人員監督)
4. 生產靈活 (以大批量到小批量生產都要靈活)
5. 成本要平 (最決定性的要素，成本一定要夠平)



# 增值鏈的價值轉變

增值指數

## 微笑曲線 (Smile Curve)



# Business Week/Interbrand's Annual Ranking

## 全球十大國際品牌 2006

排名	品牌	品牌價值 (2006年) (億美元)
1	COCA-COLA	670
2	MICROSOFT	569
3	IBM	562
4	GE	489
5	INTEL	323
6	NOKIA	301
7	TOYOTA	279
8	DISNEY	278
9	MCDONALD' S	275
10	MERCEDES	218



# 品牌的特質和要素 - 市場與行銷概念的改變

## 從4Ps 走到 4Cs

### ■ 4Ps

- 產品      Product
- 價格      Price
- 管道      Place
- 推廣      Promotion



# 4Cs (從買家的角度看問題)

- 解決顧客的方案
- 降低顧客的成本
- 提供顧客的方便
- 加強顧客的溝通

**C**ustomer **S**olution

**C**ustomer **C**ost

**C**onvenience

**C**ommunication



# 3Cs (從市場整合的角度看問題)

- 顧客分析 (Customer)
  - 傾向, 動機, 尚未滿足的需求, 市場細分
- 競爭對手分析 (Competitor)
  - 品牌形象/識別, 優勢/劣勢, 戰略佈局
- 企業本身分析 (Company)
  - 當前品牌形象, 品牌資產, 優勢/劣勢, 核心能力, 組織的價值觀



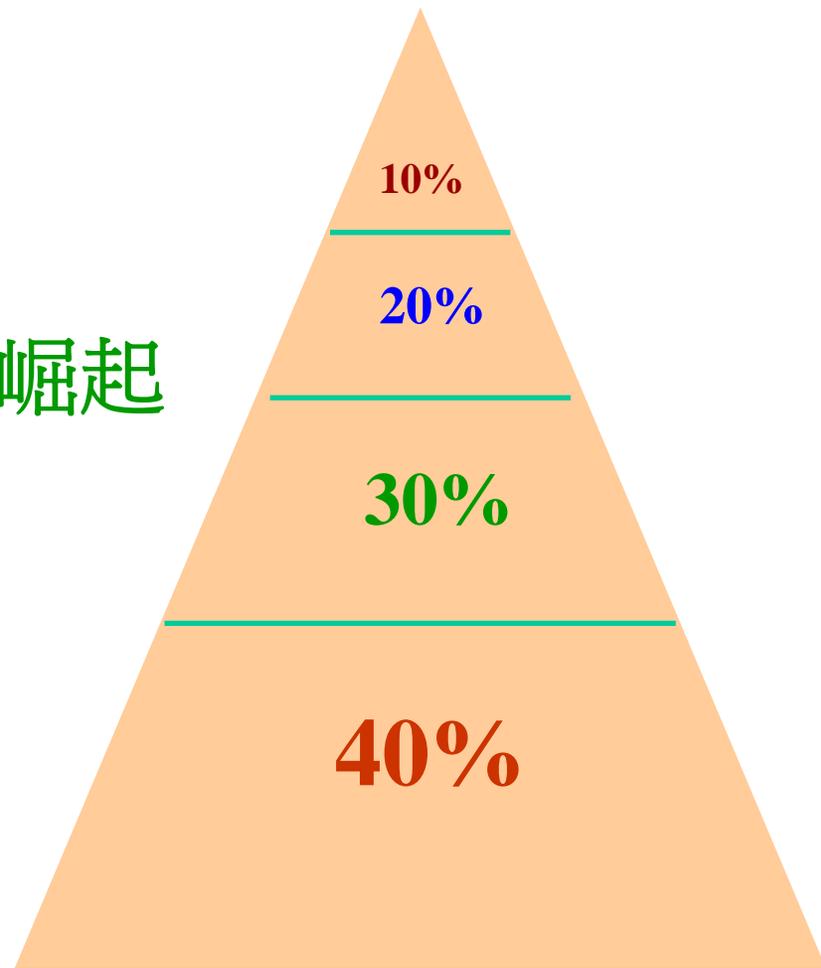
# 商標與品牌的分別

- 商標俗稱牌子、商牌、貨牌、牌號以及貿易牌號，本質作用在於區別商品的來源或服務的提供者
- 品牌是由多種有形及無形的特質構成，並以商標作為象徵，有效的品牌管理可令企業增值及擴大市場影響力



# 品牌企業的分類

- 10%：優良及國際品牌
- 20%：市場上活躍品牌
- 30%：合格品牌、即將崛起  
新品牌
- 40%：無品牌意識  
上下浮動

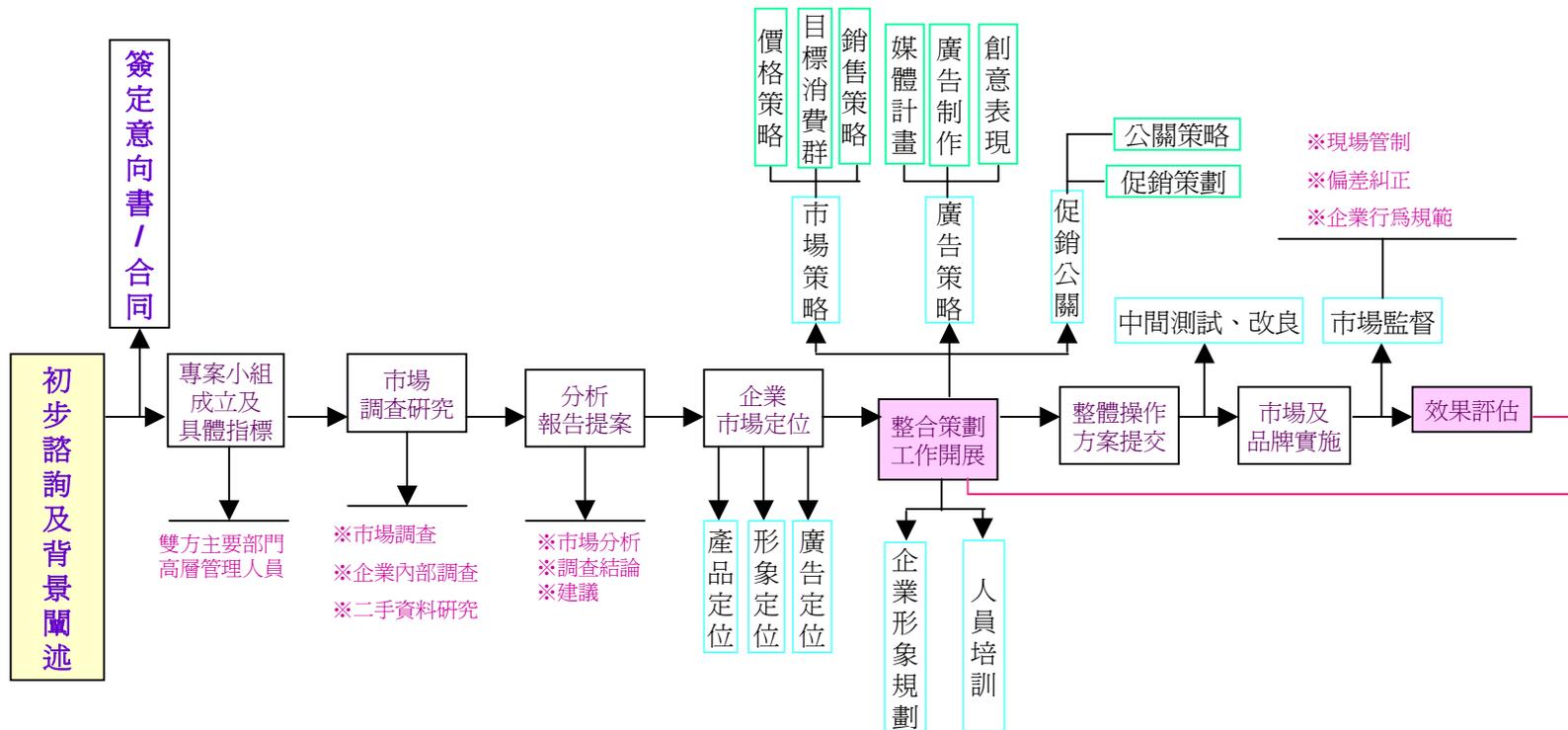


# 建立品牌的五步曲

1. 市場及顧客群的調研
2. 品牌創設及策略的制定
3. 整合策劃與實施方案的執行
4. 組織結構的重整與員工素質的提升
5. 效果評估及調整方案



# HKPC 品牌諮詢流程圖



# 1. 市場及顧客群調研

## ■ 大趨勢

(社會結構、科技發展、生活變化、家庭人口的變化、環保意識、SOHO)

## ■ 經濟趨向

(中國加入WTO、CEPA III、反傾銷、企業管治、社會責任、貿易平衡、美元匯率等)

## ■ 市場分析與行業競爭情況

## ■ 顧客群的類別和需求

## ■ 企業間競爭分佈及自身競爭優勢

# 市場及顧客群調研 - 21世紀的市場調研

## ■ Internet 的應用：

- 降低成本，縮短調研時間

## ■ 數據挖掘：

- 由二手訊息分析客戶的資料，小公司也可提高調研品質

## ■ 跨品種調研：

- 製造商與零售商合作進行調研 (如麵粉供應商與超市合作)

## ■ 直接行銷：

- 可直接取得客戶的購物資訊與習慣



## 2. 品牌創設及策略

### ■ 品牌創設

- 品牌名稱、品牌定位、品牌發展、品牌延伸、品牌價值、品牌維繫與更新、品牌資產管理

### ■ 企業及品牌的市場定位

- 產品定位、企業形象定位、廣告定位

### ■ 品牌策略

- 市場策略、廣告策略、促銷策劃、公關策略、市場監控及調整、品牌整合傳播、品牌危機處理、品牌經理與管理、品牌國際化



# 品牌創設及策略 (續)

## ■ 其他策略：

- 購買外國著名品牌 (例: 聯想 與 IBM)
- 收購合併 (M&A) (例: 明基與西門子)
- 跨行業品牌延伸 (例: 西門子、GE、TCL)
- 特許經營與專利授權 (例: 迪士尼)
- 品牌全球化與本地的結合 (例: McDonald)



# 3. 整合策劃與實施

- 確定企業遠景及發展路向
- 訂立品牌及市場規劃
- 完善內部管理系統及配置有關資源
- 按計劃實施品牌規劃及市場策略
- 執行綜合操作方案及完善企業內部溝通
- 建立品牌意識及形成企業文化
- 策劃具體促銷及公關策略
- 建立品牌傳播及監督機制



# 4. 組織結構及員工提升

- 建立企業自我發展的組織能力
  - 配置合適的架構及資源：能有自我修正的機能 (Check & Balance)
- 完善領導層與執行部門的溝通和合作
  - 李嘉誠：“要當團隊的領袖，不要做老闆”
- 建立並招攬合適的國際級員工
  - 挑選團隊成員：忠誠心是基本，但能力高並能和洽相處同樣重要

# 組織結構及員工提升 (續)

- 領導層要建立明確目標方向，力求建立正直誠實及具社會責任的企業
- 善待員工，培養具效率及專業的隊伍
  - 提供內部培訓及進修機會

# 5. 效果評估及調整

- 市場測試及監督
- 品牌效應的量度
- 目標顧客的響應
- 建立應變架構和策略
- 注意最弱環節及自我改善
- 品牌價值的評估及效應
- 品牌的發展和提升

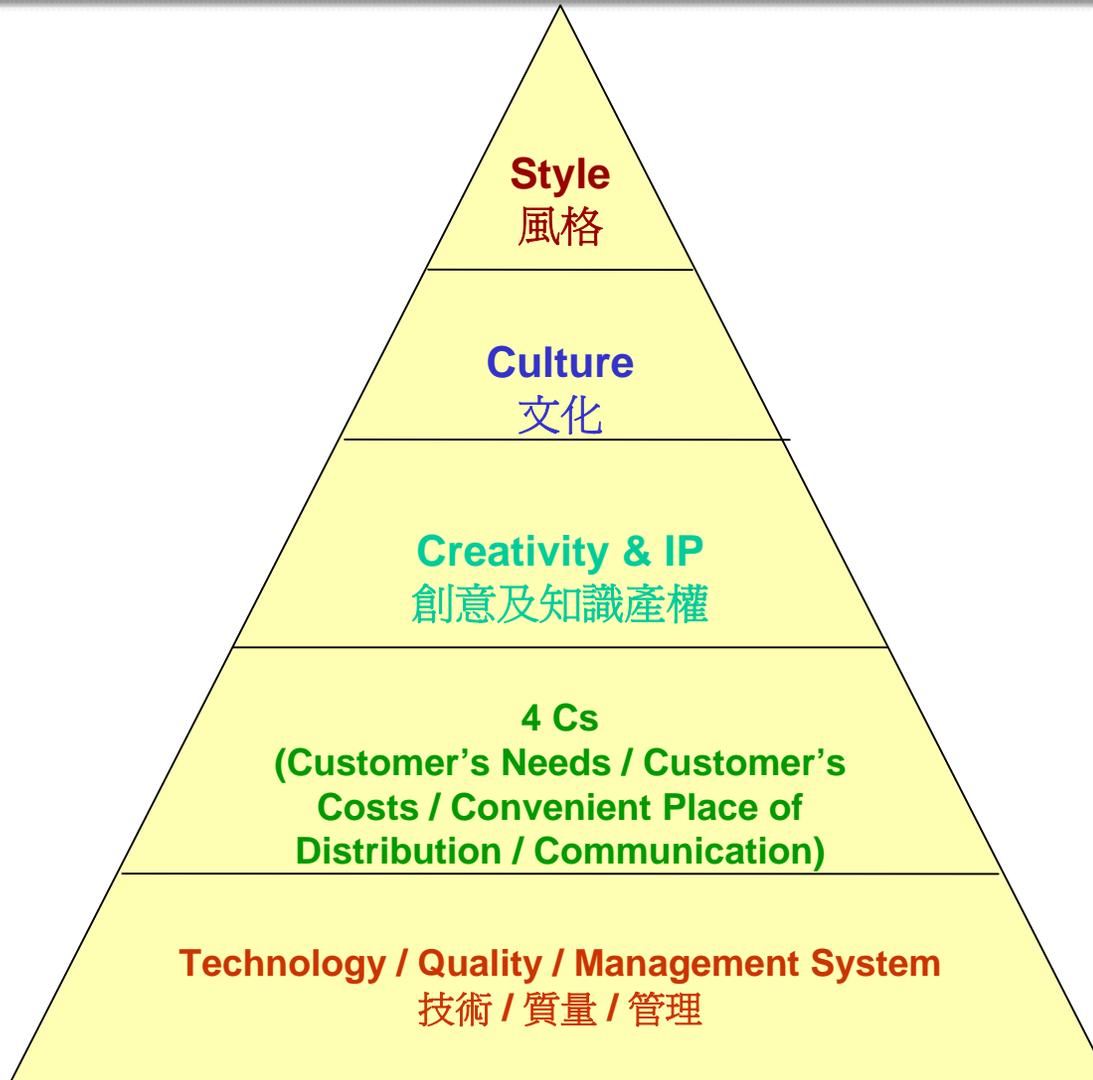


# 最佳創建品牌企業的核心要素

<b>Economic of Scale</b> 成本優勢	<b>Extension of Quality</b> 高品質	<b>Social Responsibility</b> 社會責任	<b>Reliability &amp; Honesty</b> 可靠	<b>Good Human Resource</b> 良好員工	<b>Trendy / Style</b> 自我風格	<b>Creativity &amp; IP</b> 創新與知識產權
<b>Customer's Needs</b> 顧客需要	<b>Customer's Costs</b> 顧客成本		<b>Convenient Place of Distribution</b> 顧客方便		<b>Customer's Communication</b> 顧客溝通	
<b>Design, Creativity, Culture, Market Communication</b> 設計，創意，文化，市場傳播						
<b>Quality, Product Manufacturing, Management System</b> 良好品質，生產技術及管理系統						



# 品牌要素的金字塔



# 構築品牌的誤區

- 做品牌就是做銷量
- 做品牌就是做名牌
- 品牌是靠廣告打造出來的
- 品牌形象朝令夕改
- 品牌可以任意延伸
- 品牌缺乏整合規劃
- 品牌定位等同確立目標市場



# 最佳創建品牌企業獎2007 (大中華區)

創建品牌企業，共拓國際商機



2007

THE BEST BRAND ENTERPRISE AWARD

最佳創建品牌企業獎

截止參選日期：二零零七年二月十五日

頒獎典禮日期：二零零七年六月八日

查詢：香港 - 黃詠恩小姐 電話：(852) 2788 5484

廣州 - 鍾姝華小姐 電話：(86 20) 3877 0230 內線 208

東莞 - 王芳小姐 電話：(86 769) 2299 2090

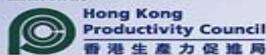
電郵：ip\_branding@hkpc.org

電郵：maggiezhong@gz.hkpcprd.com

電郵：wangfang@dg.hkpcprd.com

參加詳情請瀏覽網址：[www.hkpc.org/brandenterprise](http://www.hkpc.org/brandenterprise)

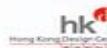
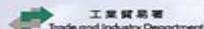
主辦機構：



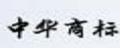
合辦機構：



支持機構：



媒體伙伴：



鳴謝：國家商務部、國家商標局、中國貿促會、以及各省市商標、質檢、外經貿機構和商會組織對本項活動的支持指導。(因篇幅限制，各省支持機構恕不一列明。)

# “最佳创建品牌企业奖 2007” 评审标准

第一部份：有关品牌企业组织的自我发展能力

第二部份：有关品牌企业管理策略及决策系统能力

第三部份：有关品牌企业领导及文化管理能力

第四部份：有关品牌企业创新管理能力

第五部份：有关品牌企业品牌创建及管理的能力



# 最佳創建品牌企業獎2007（大中華區）

## 參選辦法：

- ✓ 有意參選的企業可於網上下載參選表格 ([www.hkpc.org/brandenterprise](http://www.hkpc.org/brandenterprise))，或填妥參選回條，向主辦機構索取參選表格。
- ✓ 參選企業於遞交表格時，必須連同參賽企業之年報、過往獲獎的證明文件、專有權證明檔案、有關產品或服務之說明、市場銷售狀況、品牌創建及管理成就的證明、相關相片或樣本呈交主辦機構審核。
- ✓ 進入決賽的企業，必須協助主辦機構對參選企業進行審核的有關工作。

# 最佳創建品牌企業獎2007 (大中華)

## 獎項：

- ✓ 「最佳創建品牌企業榮譽大獎」
- ✓ 「最佳創建品牌企業獎」
- ✓ 「具潛質品牌企業獎」



# 最佳創建品牌企業獎2007 (大中華)



# 品牌建立及管理顧問服務

- 品牌推廣及培訓

- 組織品牌管理考察團; 邀請世界各地的品牌專家及成功品牌企業創造者為不同行業進行培訓及介紹成功的經驗; 為個別企業中高層雇員或品牌團隊安排培訓的工作以提升其品牌創建及管理的能力至專業水準。

- 建立成功品牌企業典範及行業推介

- 組織及研究一系列的成功的自我品牌創建案例; 建立不同行業及不同地區成功的品牌企業個案; 協助企業透過成功的借鑒, 建立自我品牌。

- 品牌創建與管理顧問服務

- 品牌創建及管理的系統模型; 品牌資產審核; 品牌權益評估及交易; 市場及目標顧客群調研; 自我品牌綜合管理系統設計; 中國市場品牌策略; 企業內品牌管理人員的提升及培訓; 企業內品牌執行的監察及控制系統。



# 品牌建立及管理顧問服務

- Brand Research (品牌研究)
- Brand Valuation (品牌價值評估)
- Brand Strategy (品牌策略)
- Naming & Verbal Identity (命名與語詞識別)
- Brand Design (品牌設計)
- Internal Brand Alignment (品牌內部整合)
- Brand Protection (品牌保護)
- Integrated Marketing (整合營銷策略)
- Brand Audit <1 + 2 Package> (品牌審核)



# 創建國際品牌 “1 + 2” 方案

- 這項計劃專門為個別尋求創建及管理最佳品牌的企業度身訂造，包括1天的品牌審核 (Brand Audit) 及2天的品牌培訓 (Training in Branding)，務求為企業提供最佳的品牌營銷方案，令企業以品牌作為核心競爭力開拓藍海，成就企業可持續發展的空間。
- 整項計劃收費HK\$50,000至HK\$100,000。



# 創建國際品牌 “1 + 2” 方案

## ■ 該計劃的目標：

- 認識最佳品牌企業的思維態度和知識
- 強化全球化市場營銷及品牌策略的知識
- 介紹品牌管理系統模型及如何應用於中小企
- 學習國際品牌設計及品牌傳播方式的應用
- 透過藍海策略在競爭以外另闢蹊徑，開拓新的市場



# 創建國際品牌 “1 + 2” 方案

## ■ 主要內容：

- 最佳品牌企業的思維態度和知識二百種成功增加利潤的方法，並協助企業思考品牌企業的營商之道引領企業如何超越行業的競爭對手，成為自己生意的主人
- 如何在龐大的商業王國建立企業的品牌地位幫助企業建立強勢的國際品牌，制訂整體的市場行銷及品牌策略解構企業從OEM到ODM, OBM的品牌策略，品牌定位，品牌形象，品牌保護，品牌組合方案及品牌管理系統模型
- 國際品牌最近發展趨勢及新思維品牌設計的重要元素品牌設計的維繫與更新品牌傳播方式
- 二十一世紀的品牌挑戰全球化市場行銷及廣告傳播如何透過品牌開拓國際市場 - 以藍海策略在競爭以外另闢蹊徑，開拓新的市場空間



謝謝！

答問時間