

主辦機構



Hong Kong Sea Transport
and Logistics Association
香港航運物流協會

執行機構

HKPC[®]

資助機構

「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的
專項基金機構支援計劃」撥款資助



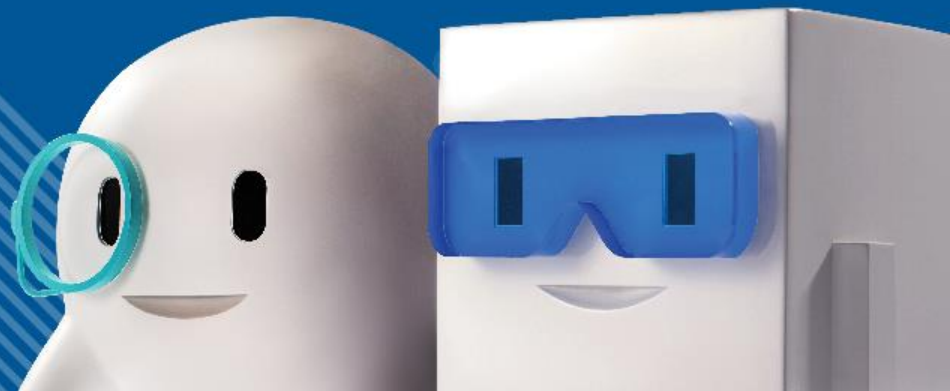
工業貿易署
Trade and Industry Department

「為本港八大行業提供內銷物流致勝攻略」 項目經驗總結研討會

奢侈品業

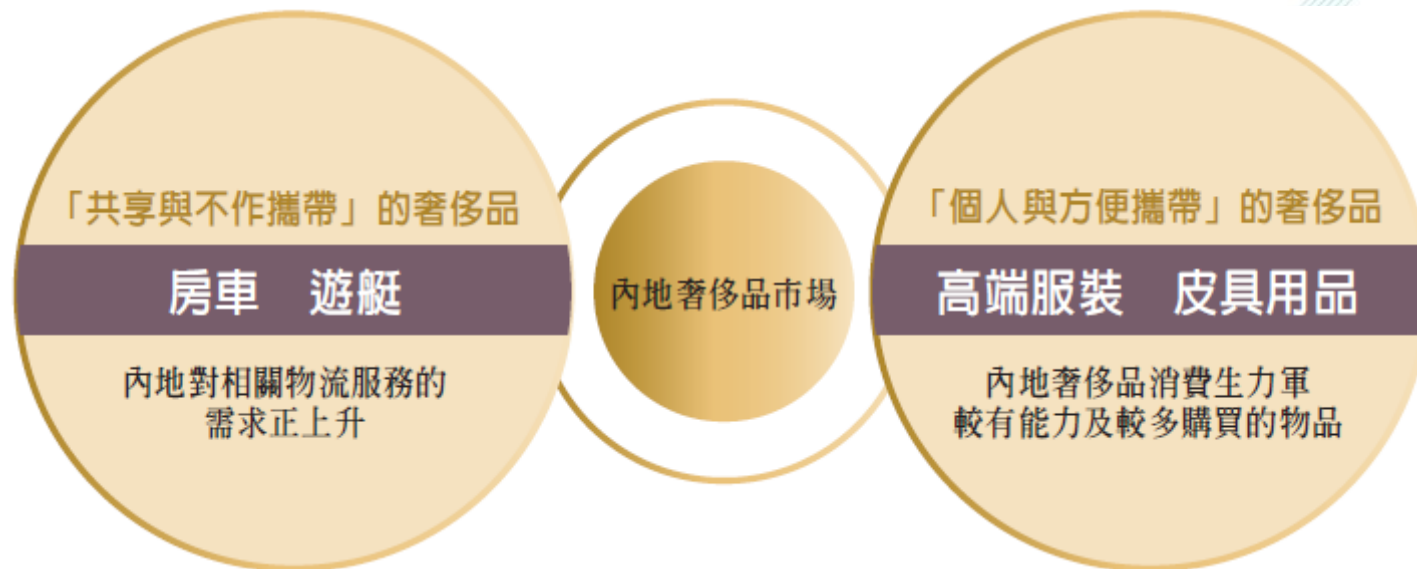
黃文森先生
萬里達航運（香港）有限公司
總裁兼董事

2014年1月23日



奢侈品種類

- 「個人與方便攜帶」 (Personal and Portable) 及
「共享與不作攜帶」 (Ready-for-Share and Not-for-Portable)



內地奢侈品市場概況

- 內地（包括香港、澳門與台灣）於2012年已超過日本並緊隨美國，成為全球第二大的奢侈品市場，亦是全球奢侈品行業的增長動力來源
- 具體而言，2012年內地奢侈品市場約達1,240億元人民幣（150億歐元），較2011年上升約7%

各種奢侈品市況（1）

- 高檔服裝
 - 目前，中國的高端服裝市場幾乎完全被來自法國、德國、義大利、日本、美國、英國、韓國等國家的服裝品牌佔領。香港、台灣品牌則主要集中在中端市場，而國產品牌主要集中在中低端市場
- 皮具用品
 - 在發達社會中，設計時尚的皮具（皮鞋、手袋及錢包等）是消費者展示生活質素和個人品味的重要一環。隨著收入及消費主義抬頭，中國內地的皮具消費勢必進一步上升

各種奢侈品市況（2）

- 名貴房車
 - 2012年，內地共售出一百二十五萬架名貴房車，為世界第二大市場
- 遊艇
 - 在挪威、澳洲等成熟市場，每大約10人便有1隻遊艇。內地現時的比例約為每1,000人才有1隻遊艇，可見市場發展潛力巨大

內銷及物流致勝策略 - 香港奢侈品商



- 二線城市 (如大連、成都、杭州、天津、南京、武漢)
- 三線城市 (如保定、太原、海口)

內銷及物流致勝策略 - 香港物流商



- 留意溫度、濕度及保安等因素於物流過程中的變化

香港物流商的潛在商機（1）

- 物流商可協助從外國採購和進口名店所用之裝修物料（如意大利窗簾、以色列防彈玻璃）
- 物流商可與內地區域性的外國進口房車4S中心合作，為其採購、儲存與配送零件
- 物流商亦可考慮為奢侈品商運送市場推廣及銷售用品（POS Material），例如紙袋、櫥窗人體模型，可被視為香港物流商的商機和進入奢侈品市場的一個途徑
- 與內地 / 香港 / 海外的遊艇會營運商合作，為其遊艇會施工地點運送建材及其他設備

香港物流商的潛在商機（2）

- 建議物流商藉提供更多增值服務以提升服務水平，應付市場上的競爭。
- 可提供的增值服務包括：
 - 協助進行商品檢測/ 預檢；
 - 協助報檢及報關；
 - 黏貼及縫紉標籤（例如為進口服裝貼上中文標籤，或貼上RFID等增值性標籤）；
 - 按客戶要求重新包裝；
 - 網上查詢貨物狀態與配送進度（利用RFID及其他資訊科技工具所收集到的數據）；
 - 協助將貨物上架進行銷售；及
 - 逆向物流等。

物流致勝小提示 (1)

- **利用業界群體資源**：與目標市場中的同業（物流服務商）合作，尤其當公司本身稍欠豐富資源（如財力及物流網絡）
- **聘請了解客戶所處行業之員工**：招聘了解客戶行業之員工，以便更明白客戶所需，提供更合適的物流方案
- **給予客戶信心**：可考慮投資以購入 / 監控更多設施（如貨倉、車隊），以便確保服務水平，給予客戶更多信心（註：香港物流商一般較少固定資產，惟較具規模的物流商多向此方面發展）

物流致勝小提示（2）

- **盡早接觸潛在客戶**：透過直接聯絡或經海外中介等渠道，盡早協助新進入市場的品牌持有人開拓市場（如提供相關的市場資訊包括公司註冊、海關手續、稅收），增加獲得物流服務生意的機會



主辦機構：



Hong Kong Sea Transport
and Logistics Association
香港航運物流協會

執行機構：



資助機構：

「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金
(機構支援計劃)」撥款資助



工業貿易署
Trade and Industry Department

多謝

請瀏覽項目官方網站，以獲取更多本項目資訊
<https://sites.google.com/a/hkstla.org/bud/>

此項目由香港航運物流協會主辦，並由香港特別行政區政府工業貿易署「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金(機構支援計劃)」撥款資助。香港生產力促進局負責執行項目。

在此刊物上 / 活動內 (或項目小組成員) 表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金 (機構支援計劃) 評審委員會的觀點。

©2013-2014 香港航運物流協會及香港生產力促進局