

訪問題目大致如下：

一昇鋒國際發展史。當初為何發展自營品牌的零售業務，目前是否仍有生產廚電，佔比多大？

昇鋒國際有限公司於 2000 年創立，主要業務以解決各種家居及家務問題為核心，生產各種令家庭更舒適並幫助消費者減少繁瑣家務的產品。目標是令消費者有更多時間享受快樂的家庭生活。現有業務主要包括香港、澳門及中國的自營品牌零售業務，旗下擁有五大品牌，包括智能廚電品牌 Primada 寶康達，創意家品 Pro Logic 保樂潔，智能機械人 Prologic Robotics，創意廚具 Home Make Taste 品味廚，以及個人護理品牌 Rogic 朗見。其中品牌寶康達以及保樂潔榮獲香港品牌發展局頒發的香港名牌稱號，品牌已經進軍東南亞市場並取得良好成績。

現時自營分店有 5 間，百貨專櫃約有 20 個，另外保樂潔產品大約有 500 個銷售點。

「品牌」其實是提升中小企競爭力，突破業務發展樽頸位的重要部署。自己認識不少中小企業，他們的產品在剛推出市場時，都有著很好的市場反應，但發展到某個水平，其市場競爭力反而不及眾多知名品牌，甚至有機會被擠出市場。我相信，中小企的經營政策應該是產品與品牌並行，讓產品打入主流銷售渠道。無疑，客戶對一間企業的認知其實來自產品，但產品只能製造短期的市場效應，反而透過培育品牌，可以為產品賦予個性及故事，令客戶記住你並延伸日後業務發展。」建立品牌，從來不是一件容易的事情，我們要兼顧的事物太多，從產品的定位，品牌的形象，包裝設計，廣告策略，銷售渠道等，要付出無比的決心，努力，汗水，堅持到最後，才能成就一個品牌。展望未來，我們會加強自身品牌的建設，令品牌知名度更高，具備更高的識別度，同時在每個品牌類別都能進占市場頭三名。

廚房電器是我們的主要業務，一直有生產的，現在佔比 50%

一過去一年的疫情，對「i+home 愛家名品」品牌而言的最大挑戰是甚麼？生意受多大程度影響？（網店及實體門店銷售按年增減幅？）如何應對？（加大網銷？）

過去一年半的疫情，最大的挑戰係部分實體店早期(頭三個月)人流急劇減少，造成銷售業績下滑，因為轉型網上需要時間 未能及時補上，頭三個月份業績減少接近 30%。進入適應期後，我們採取了自建直播團隊 以及和第三方網上平台合作的方式，令到網上的生意佔比由低單位數進佔到接近 30%，而隨著疫情平穩，實體店生意跌幅收窄，總體而言除了展覽會收入沒有了之外，銷售額對比往年做到了保持平穩。全年大概跌幅 10%左右。

一市場上家電銷售品牌聚多，有何推銷／營銷策略？得知貴品牌近日有開始直播帶貨營銷，有何經驗／心得？

首先必須通過引進創新產品智能產品，然後發掘出該產品的最大賣點，再採取多方面吸引客戶策略 1) 展覽會或百貨專櫃的現場示範體驗。2) 傳統的宣傳媒介如電視廣告、傳單、報紙、雜誌採訪等。3) 網上社交媒體的視頻及產品介紹推廣。4) KOL 網上直播以及分享產品。5) 客戶優惠計劃，讓客戶以口碑介紹客戶。6) 利用授權產品為品牌注入新意，現在已獲得迪士尼授權聯乘寶康達電器產品，擴大消費群。

直播做得好最主要的成功因素有以下幾點:1) 必須吸引到比較大數量的觀眾,可透過預告,分享,賣廣告吸引客戶觀看.

2) 觀眾都是貪新鮮的, 必須有大量的新產品滿足需求.

3) 價格或贈品必須是真實優惠的,否則客戶留言會令整場直播銷售效果大打折扣.

4) 最主要的成本是客服及送貨, 必須嚴格控制達到客戶要求.

一推自家研發的智慧生活 app 市場競爭大? 品牌如何站穩陣腳?

智能電器帶來了生活的革命, 很多以前需要繁瑣的工作都可以有智能電器取代。智能電器需要倚靠網絡的成熟發展去實現, 如可以協助清潔的吸塵機器人, 抹窗機械人等, 都大大減輕了一般人的家居工作。同時可利用生態鏈的整合令客戶使用更方便。由於地少人多, 香港居住面積越來越少, 所以對各種電器有各種不同的要求。本公司朝着這方面發展產品, 獲得了非常好的成績。1.) 寶康達旋風無味抽油煙機可以做到零油煙味洩漏, 在開放式廚房大火爆炒都不會影響家居的清潔情況, 極之受市民大眾歡迎, 我們將會在抽油煙機內導入各種感應器如氣體或者煙霧感應器, 令廚房升級做智能廚房。2) 迷你抹窗機體積非常輕巧, 無論大小窗戶都可以輕鬆自動抹淨, 而且收藏非常之方便, 是每個家庭必須的清潔工具。3) 視覺導航機器人的平面設計具備吸塵拖地功能之外, 更可以在低矮儲物櫃之中清潔自如, 十分方便.

一市民對智能家居設備需求? 仍有發展空間? 市場趨勢?

現在只是剛剛開始, 所以這是朝陽行業, 離普及還有好大距離, 還有很大的市場空間, 我司會朝着這方面去發展

一品牌今年有何發展目標/方向? (拓海外市場? 開店? 推新品? 其他?)

我們四個品牌的定位都非常清晰, 都會向着既有的目標前進。

寶康達主力在廚房家電, 重點都是推廣旋風無味抽煙機並帶動周邊產品的銷售並將提升產品智能化。Prologic Robotics 會全部導入智能 app, 令家家戶戶都可以享用到智能家電帶來的好處, 亦會將該品牌產品以 Wi-Fi 串連起來, 提升自動化程度。保樂潔會引進更多實用方便新型的家庭清潔用品, 建立更多銷售渠道。品味廚會引入更多進口的優質廚具令客戶享受到美好的烹飪經驗。

公司目標會開數間新店, 主要目的為客戶可以親身體驗到智能家居產品的優點, 更加深對品牌的認識.

公司會拓展不同分類的智能產品 eg. 寵物用品, 燈具, 插頭更加深對品牌的認識,

一對今年零售市道/品牌銷售前景有何看法?

香港是一個非常高消費力的城市, 但畢竟人口只有 7 百萬, 相對發展有限, 除了吸引遊客增加收入之外之外, 還要融入更大的市場才能有更大發展.. 大灣區規劃人口接近 6 千萬, 大部份具備中產生活水平, 對於我們來講確實是一個新的商機及發展機會, 只要我們適應大灣區 的各種法規及制度, 了解了消費者的習慣, 相信是可以有較大的發展前景的.

