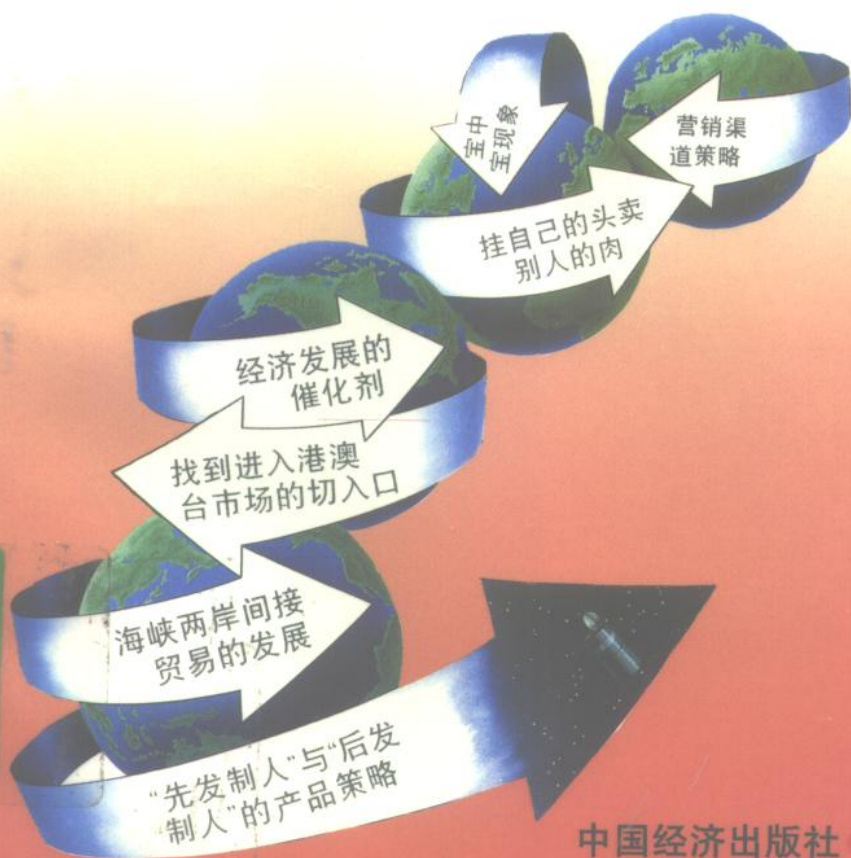


港澳台实用经济丛书

港澳台市场营销策略

● 赵 红 主编



中国经济出版社

F723
8

93601

港澳台实用经济丛书

丛书主编

谢明干

杨松华

本书主编

赵红

港澳台市场营销策略

中国经济出版社

(京)新登字 079 号

图书在版编目(CIP)数据

港澳台市场营销策略/赵红主编. —北京:中国经济出版社,1995. 12
(港澳台实用经济丛书/谢明干、杨松华主编)

ISBN 7-5017-3473-9

I. 港… II. 赵… III. 市场经营学-香港②市场经营学-澳门③市场经营学-台湾 N. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 15488 号

港澳台实用经济丛书

主 编: 谢明干 杨松华

责任编辑: 栾建民

港澳台市场营销策略

主 编: 赵 红

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京百万庄北街3号)

经 销: 各地新华书店

印 制: 北京市地质矿产局印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 8

字数 159 千

版次 1995 年 12 月第 1 版 1995 年 12 月第 1 次印刷

印数 1—5000

书号 ISBN 7-5017-3473-9/F·2503

定价 8.80 元

版权所有·盗版必究

DK45/04

《港澳台实用经济丛书》编者名单

丛书编委会主任: 谢明干 教授, 香港经济
导报社原社长, 原物资部
政策研究司司长

李世伟 北京工业大学
副校长, 教授

丛书编委会副主任: 吴国蔚 北京工业大学经
贸系主任, 副教授

何筱筱 香港广元电子有
限公司总经理

杨松华 北京工业大学经
贸系副教授

丛书主编: 谢明干 杨松华

总 序

1997年,以香港回归祖国为契机,中国内地与香港、澳门、台湾的政治、经济关系,将陆续进入到一个新的阶段。

当今的世界是一个动荡多变的世界。全球范围内正在进行的经济、科技、政治、军事竞争,从根本上说,是一场争夺21世纪世界经济制高点的战斗。任何一个国家和民族,若不努力壮大自己的经济实力,就很难跻身于世界民族之林并取得发展。

严峻的形势给中华民族带来了挑战,也带来了机遇。作为同种同宗的内地、香港、澳门和台湾人民,正以发展经济、振兴民族的强烈愿望,冲破各种困难,加快经济合作与交流的步伐。可以相信,曾经在人类历史上创造过辉煌文明的中华民族,将再次为世界的繁荣和进步作出重要的贡献。

然而,我们应该看到,由于两岸四地人民长期处在不同的社会生活环境中,互相之间在经济体制和运作方式上存在着诸多差异,许多方面彼此还很缺乏了解。本书旨在努力改变这种状况,为两岸四地人民的经济合作与交流提供一些方便,创造一定条件。

本丛书共10册,从港澳台的经济体制、市场结构、法律体系、贸易实务、金融市场、营销策略、市政交通、房地产业、劳工

和公务员等方面,比较全面介绍港澳台各个主要经济领域的基本状况,以帮助内地各界人士了解、研究港澳台的经济与社会,发展两岸四地的经济、技术合作,实现共同的繁荣。

值得称赞的是,本丛书的撰写和出版时间前后不到一年,效率是比较高的,而且内容深入浅出,文字通俗易懂,是一套较好较新的介绍港澳台经济的读物。当然,书中也存在一些缺点和不足之处,这有待于作者今后的修正和补充。

高书全

1995年10月于北京

序

香港是一个异常活跃的国际性大都市，一个举世公认的国际金融、贸易、航运、轻工、旅游、信息中心。这颗东方明珠，凭仗着其得天独厚的地理优势，如今已经发展成为世界上最自由的市场经济的典范，与世界市场融为一体。

1997年香港将回归祖国，国内的企业家如何抓住这个契机，充分发挥自身优势，开拓这个充满机遇与风险的市场，用胆识去抓住机会，用科学的经营策略和手段去避免风险，使我们的企业在竞争激烈的市场中立于不败之地，这是一个值得中国企业家认真思考的迫切问题。除此之外，开拓香港市场更深远的意义还在于：这里云集着全世界各国各类的优质名牌商品，因此，香港市场就如同一块“试金石”，能够在香港市场上有所作为的企业或畅销的产品，一定能够在世界其他市场上打响走红，所以，香港作为中国走向世界市场的一个跳板，开拓香港市场，对于中国冲出亚洲、走向世界有着不可估量的重要意义。

台湾，作为亚洲四小龙之一，在过去的几十年中，经济飞跃发展。台湾人口2000多万，人均收入水平极高，外汇储备亦居全球首位，因此，台湾可谓是一个潜力巨大的消费市场。虽然目前海峡两岸尚不能直接通商，但两岸经济互补性极强，商

贸易机会比比皆是，台湾虽地域狭窄，资源贫乏，但台湾人善于捕捉国际市场需求信息，开发新产品，建立国际商务联系。如今，台湾的经济奇迹在相当程度上是凭仗着台湾人的脑力资源——“智慧”来创造的。台湾企业家在制定进军国际市场的营销策略方面有着很多成功的经验值得我们学习和借鉴。

《港澳台市场营销策略》正是为了迎合那些有意开拓港、澳、台市场的企业界人士和朋友的需求而出版的。本书首先系统地分析了香港、台湾、澳门市场的基本情况和特点，以便读者更好地了解港、澳、台居民的消费水平、消费特点和生活方式，同时还对该市场的发展趋势作出了预测，以引导大陆厂商根据以销定产的原则，结合本企业产品的特点，制定正确的营销方案，找到进入港、澳、台市场的切入点和突破口。本书列举了港台商界在市场营销方面的一些成功经验和做法，供读者参考与借鉴。最后，我们介绍了几种进入港澳台市场很有发展潜力的商品的营销情况，并提出了一些思路和建议，作为抛砖引玉，希望能对读者有所启发和帮助。

本书是专门针对港澳台市场而撰写的有关营销策略的书籍。虽然目前国内有关市场营销方面的论著很多，但类似这样有很强针对性的营销书籍，在国内尚不多见，特别是专门研究如何开拓港、澳、台市场的书籍更是少见。所以本书的出版还填补了市场营销学在这一领域里的空白，但愿读者在阅读此书后有所启发和收获。

全书共分三篇八章，主编赵红。主要编写人员有：赵红（第四章、第五章、第六章、第三篇部分内容）、卜伟（第三章、第八章、第三篇部分内容）、王锦明（第七章、第三篇部分内容）、杨松华（第二章）、朱弘（第一章），此外，吴宁、包英群、杨文涛、谭

小平也参与了第三篇部分内容的编写工作。全书由赵红统改、定稿。由于时间仓促,加之编者水平有限,书中难免有错误及不足之处,敬请各位读者批评、指正。

编 者

1995 年 8 月于北京

目 录

序

市场透析篇

第一章 香港市场透析	(3)
●典型的自由市场经济环境.....	(3)
●注重引进科学技术.....	(5)
●优越的地理位置和基础设施.....	(6)
●香港的社会文化环境.....	(8)
●香港进出口市场	(11)
第二章 澳门市场透析	(15)
●澳门经济概况	(15)
●澳门工业品出口市场	(15)
●澳门旅游娱乐市场	(17)
●澳门的社会文化环境	(18)
第三章 台湾市场透析	(21)
●台湾经济概况	(21)
●海峡两岸间接贸易的发展	(22)
●台湾进口贸易	(24)
●台湾的消费者市场	(24)

●内地产品的市场机会	(30)
------------------	------

营销策略篇

第四章 规划企业营销策略	(37)
--------------------	------

●营销规划——找到进入港澳台市场的切入口	(37)
●确定企业的任务	(38)
●确定企业目标	(39)
●安排公司的业务或产品组合	(41)
●制定公司的战略规划	(43)

第五章 产品策略	(45)
----------------	------

●由“狗不理”成名之秘引发的思考	(45)
●创造高附加值的产品和服务——树立产品整体概念	(50)
●发展精品名牌,创造市场竞争优势——产品品牌策略之一	(54)
●建立名牌产品的全面性销售计划——产品品牌策略之二	(58)
●抓住重点营造形象——产品定位及重定位策略	(61)
●“先发制人”与“后发制人”的产品策略	(65)
●人靠新妆,货靠金装——产品包装策略	(67)
●“边缘商品”市场无边——以小商品赚大钱的营销策略	(76)

第六章 促销策略	(81)
----------------	------

●港澳台重视促销策略的应用	(81)
---------------------	------

●香港经济发展的催化剂——香港广告	(82)
●要把商品卖出去——广告创意的主旋律	(84)
●放眼望去尽是她——店头广告效果非凡	(88)
●连锁式促销法——印花公司	(90)
●主题式专卖柜——台湾商界新思路	(91)
●挂自己的头,卖别人的肉——台湾商店热衷推销“自有品牌商品”	(93)
●抓住孩童,掌握未来——汉堡包文化的成功所在	(94)
●利用公共关系,树立企业声誉——公关促销法	(96)
●墙内开花墙外香——“宝中宝”现象值得深思	(104)
●几种特殊的促销形式	(107)
第七章 营销渠道策略	(111)
●香港——海峡两岸的桥梁	(111)
●间接出口——中小企业的外销渠道	(113)
●出口联营——充满希望的贸易方式	(114)
●直接出口——必须慎重选择的出口方式	(115)
●直销——风靡香港的现代行销方式	(117)
●连锁店——高效益的商业组织	(119)
●授权生产——海外生产的捷径	(120)
●合资经营——跨国营销的捷径	(121)
●独资生产——高风险的外销方式	(122)
●跨国经营——全球的行销趋势	(123)
●零售业——国际营销的最后环节	(126)

●各显神通的营销方式·····	(127)
●销售渠道的选择·····	(128)
第八章 定价策略 ·····	(131)
●高价致胜策略·····	(132)
●中价策略的巧妙运用·····	(135)
●低价市场渗透——香港“拾宝城”·····	(136)
●原价销售——岛村的麻绳生意·····	(139)
●何时可以降价·····	(142)
●理解价值定价法·····	(147)
●竞争定价法·····	(149)
●声望定价法·····	(150)
●心理定价法·····	(151)
●铁价不二法·····	(152)
●定价,要盯准目标群 ·····	(153)
●价格,要有稳定性 ·····	(154)
●低成本,低价取胜之道 ·····	(155)
●出口产品如何报价·····	(156)

专题商品篇

第九章 台、港、澳电子市场 ·····	(161)
●台湾电子市场·····	(161)
●香港电子市场·····	(164)
●澳门电子市场·····	(169)
第十章 港、台纺织品市场 ·····	(172)
●香港纺织品市场·····	(172)
●台湾纺织品市场·····	(183)

第十一章	港台鞋市	(191)
	●概况.....	(191)
	●港、台鞋市趋势	(192)
	●内地制鞋业进入港、台市场的策略	(194)
第十二章	食品与饮料市场	(198)
	●港、台食品市场	(198)
	●港、澳、台饮料市场.....	(206)
	●港、澳、台茶市.....	(213)
第十三章	港、台医药市场	(219)
	●台湾中药市场.....	(219)
	●香港的药材业.....	(222)
第十四章	港、台烟酒市场	(226)
	●港、台烟草市场	(226)
	●港、台酒业	(227)
第十五章	其他商品市场	(231)
	●香港家居饰品市场.....	(231)
	●香港鲜花市场.....	(234)

市场透析篇



第一章 香港市场透析

●典型的自由市场经济环境

香港是当今世界上开放程度最高、经济功能最全、市场机制最灵的自由港。经过战后 50 年的发展,香港已经成为国际商品、金融、信息交换的中心,并塑造了典型的自由市场经济环境,具体表现如下:

一、世界最开放的自由港

香港一贯坚持自由贸易,反对贸易保护主义。在这里,除了酒、烟、甲醇、碳氢油、少数商品外,一般商品都可免制造。本地居民和外来旅客可自由前香港市场上销售的商品有一和地区,品种繁多,应有尽有,且要便宜,具有世界“购物天堂”的自由,外商可以在各行各业自由的。

经过战后 50 年的发展和演变,香港发展成为经济多元化的自由港,信息业都十分发达,在国际市场最大的自由港,香港在发挥各项