

找對溝通的平台 與海外買家

SAY
HELLO!

購入最先進的印刷機器是否可確保業務蒸蒸日上呢？無可否認，顧客對產品的要求越來越高，硬件的投入是少不了的。但這是否足夠？本地市場多年來門價鬥市，很多小型的公司都已被淘汰，留下的都要在微利的競爭環境中求生存，難道沒有更好的出路嗎？有的！何不把我們的視野拉闊一點，拉遠一點，一個商機處處的海外市場就在眼前。

目前，香港以至國內都有很多印刷廠有能力製作出口貨品，但真正能夠直接向海國買家接單的，都集中在一些大型的印刷廠，包括TOPPON、勤達及利奧等。其實很多中小型廠家的產品，最終都會輸出國外，但他們只能靠代理商(broker)接洽，廠家所收到的價錢當然和接外國單有一段距離，對廠家來說和接本地單沒分別。

要打開外國市場，就先讓外國的買家在芸芸的包裝印刷服務供應商之中，認識到您。可惜市面上能夠真正為香港及國內廠家接觸到外國買家的媒體不多。最近，一間成立了十年的多媒體機構—市場資訊出版有限公司(Marketplace Publications Ltd.) 特別為香港及國內的印刷包裝廠家制定了一個海外市場的推廣方案。究竟是一個怎麼樣的方案呢？會否在業界掀起一輪熱烈的「外國熱潮」呢？



b2s = Bringing buyers to suppliers

市場資訊出版有限公司在過去十年來將買家帶到服務供應商，促進國際貿易。和一般多媒體服務公司不同，她們除了定期出版涉及五個不同專業的英文行業雜誌之外，亦擁有b2s.com網站為買賣雙方提供一個國際的資訊交流平台。另外亦在全球的相關展覽會上(例如：產品展、紙張展)設展覽位，為客戶作推廣配對。

Q：香港印刷資源月刊記者

R：市場資訊出版有限公司行政總裁陳冠英先生
(Ricky Chan)

Q：你們在成品市場的推廣擁有十年的經驗，為什麼現在才開拓印刷及包裝市場？

R：其實很多同事在這行甚至不止十年了！早在八十年代尾開始，便出現很多外國買家向國內廠採購生產，而國內廠亦在很短的時間內提升自己的產品質素，當一個行業的生產水平達到外國的要求時，便會發展得很快。我們大約在今年初觀察過每一個行業，發現原來每間公司都需要印刷及包裝的服務，而且經常都有買家向我查問有沒有包裝印刷服務商可以介紹！可見外國買家對這方面的需求很大。現時，香港絕大部份的印刷及包裝廠都符合要求，



而國內亦有很多廠在技術上已達標，無論需求和硬件都一一準備好的時候，目前欠缺的只是一個軟件，就是買賣雙方欠缺一個溝通的平台，就像嫁娶少了一個媒人的角色。藉著我們媒體工具的實力，再加上現今的寬頻網絡已發展成熟，我有信心現時是捉緊機遇的最佳時刻。

Q：香港和國內的印刷廠家除了價錢之外，還會有什麼優勢可以和外國服務商競爭呢？

R：香港和國內的印刷廠家，除了收取的價錢較為相宜之外，他們的優勢就是反應快，很快便會知道客人要的是什麼。有時反應快比成品質素更為重要，例如日本生產的產品質素高，但她們的工作程序就絕不能亂，否則便保證不到質素；德國亦如是，合約沒有寫明的便沒有商量的餘地；而香港和國內的廠家，即使臨時接到不可能的任務，也會盡量嘗試滿足客戶的要求，甚至願意承擔部份的損失，這種態度就是外國買家喜歡與香港及國內廠家合作的原因之一。

Q：海外的包裝市場有什麼趨勢？印刷及包裝廠家又需要具備什麼條件配合呢？

R：我看到一個環球趨勢，就是包裝“地區化”，例

如同一件產品，Wal-Mart在美加不同省及州的包裝都會不同。Wal-Mart的策略就是讓每個城市的經理有權決定包裝的方式來刺激銷售，就正如同一部手提電話在香港和國內的包裝都有不同。另外，現時的包裝普遍已慢慢趨向細緻化、複雜化，成品製造商最好能跳出他們既定的範疇，為買家提供由印刷到各類加工、裝嵌的一條龍服務。

Q：b2s的媒體優勢在哪裡？

R：在過往十年我們都與外國的成品進口商有著緊密聯繫，清楚了解他們對包裝印刷有特定的要求，假若印刷廠家能夠成為我們的會員，我們便可撮合買賣雙方的合作機會。要找現有、已知的買家對一般的廠家來說不難，反而要接觸那些還使用當地印刷服務，有待發掘的商家便需要借助我們全面的溝通平台。市場上已知的買家數目已這麼可觀，相信潛在的一定更多。若然中國的生產力合乎標準的話，代表著全球90%進口力的外國中小企，也會主動來找中國的包裝及印刷服務。我們這些模式可打破大企業的壟斷，使機會落在任何一間有能力接外國單的廠家。

The screenshot shows the b2s website homepage with the tagline "Bringing buyers to suppliers!". The site features a search bar, a navigation menu with categories like Electronics, Components, Gifts & Home, Home Electrical, and Lighting, and a sidebar with a Member Login section. The main content area includes sections for Market Reader, Sourcing Magazines, Sourcing Center, Product Alert, Categories Search, Market Select, and Popular Categories. The footer contains contact information and copyright details.



Q：外國的買家接受新服務供應商的反應快嗎？

R：一般都很積極的去試。因為對他們來說，5萬或10萬美金都是一個小數目，最重要的是日後能替他們節省到的是多少。同時，他們更快知道一間廠的實力。在90年代，很多工廠單是接Trial Order(試單)也可以生存，因為當時外國買家的落單意慾很強，需求很大，『客死客還在』，即使交貨不合標準的廠也可以生存十多年。其實在每個剛開發的市場，在開始時反應一定會不錯，視乎您能否長期保持提供具信心的服務。

Q：各行各業都有競爭，將來這個計劃都會有競爭。你們會怎樣面對這些競爭呢？

R：我看過我們的競爭對手，做得不錯，但是真正能將訊息傳達到外國的不多，因為普遍都將重點放在機器上，而我們的目標群是最終用家，即進口商。坦白說，我不是印刷內行，但我們有專業的同事，了解到要接觸海外的印刷買家，不單只是搞這些印刷界專門的展覽便可以，正如Wal-Mart的採購亦不會出現於這些展覽，而中文行業刊物亦最多只能吸納到代理商。

▪ 印刷包裝市場海外市場推廣方案 ▪

網絡服務

包括：

- b2s.com二級域名
- 公司主頁
- 產品陳列室，可上傳150款產品，並提供分類功能
- 公司最新信息發佈
- eDM電子市場推廣
- …等多項網上服務

印刷媒體服務

包括：

- 《禮品家居市場》整版彩色版位
- 《印刷包裝市場》每季特刊整版彩色版位

展會服務

包括：

- 80多個國際展會推廣

Q：印刷廠家可能會認為花錢在無形的服務上不划算，你會怎樣遊說他們呢？

R：這個情況和廿多年前的成品市場沒分別，當年我們也花了很長的時間說服廠家我們所提供的服務，與一般的硬件有別，但同樣可視作一種生財的工具，它具有推廣功能，越早懂得運用這件工具得益越大。在現今的競爭環境中，任何廠家打算和人家鬥硬件都不是生存之道，相反是取決於所擁有的市場工具。前面有一個商機無限的機會，我們樂意為大家提供工具去掘這個金礦，已有很多廠家透過我們開拓了這個高增值的外國市場。

總結：

b2s在十年間由單一的提供市場資訊服務，發展到現在綜合多媒體的一條龍式市場推廣服務。憑藉她們在產品市場豐富的經驗和脈絡，相信今次在印刷包裝界推出的海外市場推廣方案，必能為香港及國內的中小企廠家開拓出一片商機無限的藍海。📞