



## 老字號藉廣告宣傳打品牌成功開拓海外市場

2018年1月16日

資料來源：香港貿發局周訊 (HKJMA 編輯)

明華電子於1977年成立，該公司董事長劉柳生指出，當年缺乏外銷宣傳渠道，要招攬海外客戶並非易事。明華自開業起便在工商雜誌上刊登廣告，並積極參與電子產品展覽會，成功打開了東南亞及歐美等海外市場。

### 網上宣傳接觸面廣

「客戶多了，生意亦好，我們趁機推出更多產品系列。」劉柳生續說，短短幾年間，公司由最初刊登六分一版小格黑白廣告，增加到四分一版彩色廣告，後來更發展至彩色全版。

劉柳生坦言，網上推廣是大趨勢，可讓新產品更快曝光，亦令客戶查詢量大增。為此，該公司正研究新的整合系統，藉此更有效地接觸具潛力的買家。

明華電子以生產變壓器起家，他認為：「市場競爭愈趨白熱化，我們不能單靠與內地廠商在價格上的比拼，而要從功能入手，為產品增值，才是出路。」

### 功能增值打品牌戰

市場汰弱留強，眼見部分舊客戶已被市場淘汰，一直以代工及設計生產為主要業務的明華電子亦逐步轉型，近年更積極發展自家品牌，主打多用途電子旅行配件：「智能手機的興起，令用家追求多功能的產品，我們亦需要相應配合，推出更人性化、更易用的產品。」