

參與世博 連繫香港

Connect to Hong Kong at Shanghai Expo

www.hkexpo2010.gov.hk

TNS 研究董事 Thomas Isaac

访问内容（中文翻译）

Nick: 大家好，我是 Nick Waters。在我身旁的是 Thomas Isaac，今天我们将畅谈一下即将于 9 月 16 日在上海世博举行的「中国品牌走向全球—现在与未来之成功因素」研讨会。Thomas 是 TNS 国际市场调查中心的研究董事，而 TNS 是负责统筹是次大型研究项目机构。

首先，你可以先为大家介绍这个研究项目的特别之处吗？

Thomas: 我视此研究项目为一个品牌调查，所以我们很荣幸可以访问到真正的品牌专家。此研究的 490 位受访者都是来自 4 大广告集团全球办事处的高级策划师或客户经理，所以他们都具备专业程度的品牌策划知识。此外，这是一个横跨全球 29 个国家的研究，此规模足以代表全球对中国品牌的真实评价。

Nick: 您能告诉我们多一点在进行这个调查时的情况吗？

Thomas: 此调查是以网上问卷的形式进行，以便更有效率地收集全球 29 个国家的专家意见。问卷当中包含封闭式(closed-ended)问题和开放式(open-ended)问题，以方便受访者详细发表他们的意见。是次研究主要分为 3 部分：首先是受访者对现时中国品牌的看法，然后是他们对中国品牌前景的看法，而最后他们会提供一些有助提高中国品牌认知性的建议和策略。

Nick: 这是一个非常大规模的研究，您们当中遇到甚么挑战呢？

Thomas: 挑战不单来自研究的规模，当你要访问高级管理人员时，最难控制的还是响应率和时间。要在一个半月内收集所有专家意见的确是一个挑战，但我们很庆幸能够有一群热心的品牌专家愿意提供周详的意见，亦确保可以拥有一群高质素的受访者。

Nick: 听起来你访问的人对此都很感兴趣……

Thomas: 这显然是一个他们有兴趣的题目，因此他们的响应都很详细。

Nick: 我知道您准备于 9 月 16 日在上海的研讨会上发表今次的研究结果，可以给我们一点预告？

Thomas: 当然可以。相比国际品牌这些竞争者，中国品牌现今仍然处于起步阶段，而大部分的中国品牌均被认为未达至国际品牌的水平。然而，当我们按地区分析今次的结果，中国品牌在中东、非洲和发展中国家的品牌形象相对较全球其它地区好。就中

香港在世博

香港館 - 「無限城市－香港」浦東園區，A 片區，中國國家館旁

城市最佳實踐區香港展覽 - 「智能卡·智能城市·智能生活」浦西園區，E 片區，B4-2 展館

HONG KONG @ EXPO

Hong Kong Pavilion - "Hong Kong - Potential Unlimited", Zone A, Pudong, Adjacent to Chinese National Pavilion

Hong Kong's Urban Best Practices Area Exhibition - "Smart Card · Smart City · Smart Life", Hall B4-2, Zone E, Puxi

參與世博 連繫香港

Connect to Hong Kong at Shanghai Expo

www.hkexpo2010.gov.hk

国品牌的长短处而论，中国品牌的主要优势是具竞争力的价格，而目前最需要改进的是产品品质与安全性。如果中国品牌要向世界出发，它们就必须解决品质与安全的问题，而公关及广告是传达其改善讯息的关键途径。

Nick:对中国品牌而言，又有甚么好消息呢？

Thomas: 从正面的角度，绝大部分的专家认为中国品牌在未来五年会有显著的改善，尤其是在科技与汽车的市场上。另外一个非常有趣的发现是，假若受访者对某个范畴的中国品牌有一定认知，他们相对会给那些中国品牌较高的评分。由此可见，某些范畴的中国品牌已成功建立良好的品牌形象，但大部分中国品牌在国际市场上的印象仍有待改进。

Nick:您会怎样建议本地广告公司和市场营销者去配合这个趋势？

Thomas: 我认为中国品牌需要继续利用其价格上的竞争力，但最关键的是要同时改善产品的品质及安全性。除了我刚才提及要改善的地方外，还要充分利用公关、广告、产品评论、产品代言等传播渠道，积极地把已改善的讯息传递至市民大众，另外一个关键原素是建立口碑。品牌专家们认为口碑是影响对该品牌的印象最重要的因素。因此，如果想在短时间内改善品牌的印象，就需要积极地管理以及利用口碑这个渠道。

Nick: 你认为香港在此可以担当甚么角色？香港在品牌策划和市场营销上已具有颇强的实力，我们可以怎样帮助内地品牌扩展至全世界？

Thomas: 香港长久被认为是通往中国的关口。香港的其中一个优势是我们在这个国际舞台上已累积了多年经验，而且很了解国际经贸和国际品牌的运作，所以我认为香港一定有一些可取之处让中国企业学习，并以作为中国的一分子，协助中国企业通往全世界。

Nick: 非常感谢 Thomas。再次提醒大家，「中国品牌走向全球—现在与未来之成功因素」研讨会将于 9 月 16 日在上海举行。切勿错过！

香港在世博

香港館 - 「無限城市－香港」浦東園區，A 片區，中國國家館旁

城市最佳實踐區香港展覽 - 「智能卡·智能城市·智能生活」浦西園區，E 片區，B4-2 展館

HONG KONG @ EXPO

Hong Kong Pavilion - "Hong Kong - Potential Unlimited", Zone A, Pudong, Adjacent to Chinese National Pavilion

Hong Kong's Urban Best Practices Area Exhibition - "Smart Card · Smart City · Smart Life", Hall B4-2, Zone E, Puxi