

請即發佈：

## 亞洲授權業會議匯聚行業領袖 企業分享成功經驗 以授權增值迎挑戰

**2020年1月7日** — 時至今日，不少生產商、零售商、餐飲、教育和娛樂等行業，都紛紛尋找品牌作授權合作，提升商品和服務價值；而授權品牌種類亦不斷增加，從傳統的卡通公仔和動畫人物發展至藝術、文化、企業和學府商標，以及音樂等不同領域的授權項目。由香港貿易發展局(香港貿發局)主辦的亞洲授權業會議昨天(1月6日)正式開幕，其中主論壇邀請了多位來自全球頂級授權商和授權代理商，探討分析亞洲授權業的最新市場趨勢和機遇，並分享了他們以授權策略將品牌延伸至生活消費品和服務，以創造獨特品牌的經驗。

### 亞洲區授權業增長依然強勁

亞洲授權業會議邀請了香港貿易發展局總裁**方舜文**及香港特別行政區政府商務及經濟發展局常任秘書長(工商及旅遊)**利敏貞**於開幕禮上致辭。**方舜文**在致歡迎辭時說：「愈來愈多企業探索以授權作為策略邁向高增值，香港在促進授權業發展方面可以發揮重要角色。」

她表示，香港受惠於嚴謹的知識產權保護制度、健全的法律體系、優秀的專業人才、以及鄰近中國內地和其他主要亞洲經濟體等優勢，可為發展區內市場的國際品牌及頂尖授權商提供理想平台。「面對全球經濟環境及中美貿易摩擦的影響，授權行業繼續蓬勃發展。事實上，授權業能為企業增值，有助企業在充滿挑戰的時期增加競爭力及令企業可持續發展。」她補充。

根據國際授權業協會(Licensing International)的最新全球授權業周年調查報告，**2018年亞洲佔全球總值2,800億美元授權商品零售額的12%**，是全球第三大授權市場。

### 授權成營銷策略 講者分享三項建議

在以「亞洲授權業市場展望」為題的主論壇(一)上，講者之一 **Beanstalk** 歐洲和亞太區董事總經理 **Lisa Reiner** 指出，人物角色及娛樂授權僅佔亞洲的品牌商標授權業的**25%**，比北美區所佔的**75%**為少。她鼓勵企業增加對品牌授權的認識，以此作為建造品牌形象的策略。「企業品牌擁有獨家的專利產品，主要目標多為打造品牌形象，及與其他品牌建立長遠合作關係。比較起來，娛樂授權業則建基於圖像、文字、藝術作品等，並以收取版權費為目標，其產品和經營商的變化更頻繁。」

**Lisa Reiner** 強調：「品牌授權作為一個長遠的營商模式，能為企業帶來持續的收益和增長。」她對品牌持有人的建議有三：一、對貼近本地消費者的商品，保持開放態度；二、積極保護商標；三、開拓新型消費方式，例如電子交易和建立多個分銷網路。授權經營商要成為授

權商的策略性合作夥伴，並從消費者角度解釋合作的需要；同時不尾隨他人步伐，勇於投資創新發展進一步迎合消費者需求；以及積極維護商標。

## 消費者關注品牌故事 環境友善產品成消費傾向

國家地理 (National Geographic) 亞太及中東區副總裁 **Mark Coleman** 亦提出三個消費趨勢：「消費者越發期望品牌背負的意義，並傾向購買有故事的商品，因為這都令他們對商品產生歸屬感。此外，消費者愈來愈希望與品牌有更緊密的互動。現時消費者亦更加關注『生態足跡』和對未來環境的影響。」針對趨勢，該公司和授權經營商合作研發了多個具可持續性的產品，以減低生態足跡。例如有全天然及非動物測試的護膚品、使用回收膠樽製造的服裝和行李箱，及可生物降解、用粟米澱粉製造的包裝材料。

**Mark Coleman** 表示，國家地理已在韓國、內地、台灣和香港達成的授權協議，目前以韓國為最大的市場，擁有 178 個國家地理的零售途徑和 1350 種商品，包括成人及兒童服裝、袋和行李箱、帽和鞋履、飾物、露營用品、水上運動和護膚用品。香港第一間國家地理的零售店於 2019 年 11 月開業，他指縱然整體零售業下挫，銷售額仍然非常理想，並期望在港澳地區設立更多分店。

孩之寶亞太區消費品部副主席 **Claire Gilchrist** 也分享其所觀測到消費趨勢。她指都市化、科技創新、健康衛生、簡化產品傾向以致對數碼科技不信任因素，都會影響企業與消費者的關係。此外，現今所有人都使用互聯網，千禧一代不再是網上銷售的唯一目標群體，由此形成了新的科技發展趨勢。

**Claire Gilchrist** 認為，亞洲消費者亦愈來愈信任人工智能和電腦程式等科技：「他們會期望產品超越功用的實際價值。」同時，企業必須考慮到文化和宗教背景，推動可持續發展，關注數碼生態環境，並迅速地回應挑戰。

## 錫鐵品牌再生於博物館典藏

主論壇(二)以「從品牌授權到時尚生活體驗」為題，邀請多家企業分享以授權塑造品牌的成功經驗。皇家雪蘭莪市場銷售私人有限公司本來是一家擁有 135 年歷史、專門生產優質錫器的馬來西亞公司，其執行董事**曾天佑**分享企業如何透過與博物館、娛樂公司和設計師合作，增加設計、吸納消費者。

**曾天佑**表示，皇家雪蘭莪與世界知名的 V&A 博物館(Victoria & Albert Museum)合作，用錫鐵呈現皇家葡萄酒裝飾品；又曾與大英博物館攜手，重新闡釋博物館的各種文物，打造現代生活方式。此外，皇家雪蘭莪還與 **Marvel Comics**、華納兄弟、迪士尼及 **The Saul Zaentz** (《魔戒》所屬公司) 合作，製作一系列錫製小雕像、心口扣針、鑰匙扣，甚至星球大戰國際象棋也是出自皇家雪蘭莪的手筆。「這類合作把流行文化融入家居，儘管消費者對錫鐵未必有太大興

趣，但因為品牌角色合作的緣故，為公司帶來了新客源。同時，我們透過設計的風格和與消費者的互動令授權商得益，為長遠的合作關係提供基礎。」他說。

### 足球俱樂部成生活品牌

另一講者羅馬足球俱樂部高級特許授權經理 **Stefania Perletto** 笑言，他們經營的不單純是一家足球俱樂部：「我們是一家內容和媒體公司，也是一個生活品牌。」該公司期望能超越傳統的體育營銷策略，吸引新的國際受眾，並已與卡塔爾航空、Nike、現代汽車、甚至國際人氣品牌 tokidoki 等不同界別的品牌建立全球夥伴關係，提供帶有 AS Roma 徽標和顏色的各種培訓服裝、休閒服、配件和禮物。

**Stefania Perletto** 表示，產品執行標準涉及所建立的生活模式，才能將其風格、設計及時尚觀貫穿整件產品和製作團隊。「我們希望通過聯乘品牌的合作模式，建立各種新的夥伴合作關係。」她說。而羅馬足球俱樂部採用不同的方式，就是充分運用其知識產權、產品設計和質量，及分銷和市場推廣活動，建立不同層面的夥伴關係。他認為授權代理商可以為品牌增值，但要留意並選擇與其共享相關核心價值的品牌合作。

### 授權合作助突顯品牌特色

阿德曼動畫有限公司旗下品牌包括：超級無敵羊咩咩(Shaun the Sheep)、超級無敵掌門狗(Wallace and Gromit)、羊咩咩上學去(Timmy Time)和 Morph，其授權主管 **Robert Goodchild** 指，公司有超過 180 個授權代理商，遍及 30 個地區，「我們經常與世界各地不同品牌合作，都是為了令宣傳推廣帶來色彩和個性。通過引入新的卡通人物，我們可以接觸到新的觀眾，並在商業夥伴上建立新的關係。」他說。

阿德曼動畫有限公司最近的一個成功合作例子，就是與英國高級時裝及生活品牌 Joules 在過去的聖誕節一同慶祝超級無敵掌門狗(Wallace and Gromit)面世 30 周年。阿德曼動畫有限公司還曾經與英國著名百貨公司 Harvey Nichols 共同製作定製照片；與英國奢侈品旅行零售商 DFS 把旗下幽默有趣的卡通人物注入旅行用品。

他表示：「授權的好處就是令品牌和粉絲聚在一起。例如，把超級無敵羊咩咩(Shaun the Sheep) 帶進主題樂園，令觀眾可以樂在其中。」

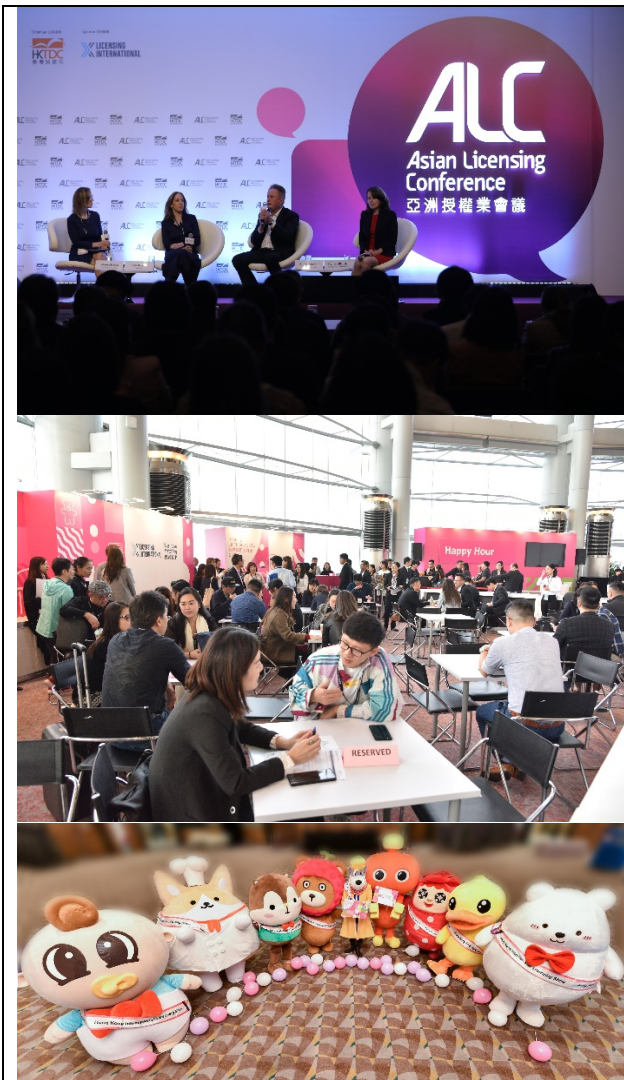
### 網絡發展顛覆音樂授權生態

凡音文化有限公司總經理**賴雨辰**指網絡發展已令音樂授權市場出現變化。以往音樂授權皆落在傳統唱片公司手上，但時至今日，創作人可以掌控自己的授權，而音樂授權在亞洲屬起步階段，但市場潛力龐大。他期望亞洲授權業日趨成熟，提供暢通管道，讓創作人或授權方受惠，而且

版權不限於音樂：「只要愈多人了解授權，擁有版權就可以帶來收益，長遠而言為推動行業發展帶來正面的作用。」

賴雨辰亦表示，隨著全球 5G 開跑，帶動影音串流市場的發展，令商用音樂的需求提高。除了原有的版權音樂銷售市場，旗下的音樂平台 24Cmusic 目標於五年內將商業版圖延伸至中國內地及東亞市場，並拓展現有的平台資源，向以下三大方向發展，一是整合流行音樂商用授權管道；二是培養平台本身的配樂創作群；三是匯集亞洲特色音樂，推往國際市場。

圖片下載：<https://bit.ly/2SZ692D>



第 18 屆香港國際授權展及第 9 屆亞洲授權業會議於昨天(1 月 6 日)正式開幕，其中會議主論壇邀請了多位來自全球頂級授權商和授權代理商，探討分析亞洲授權業的最新市場趨勢和機遇，並分享他們的成功經驗。



Beanstalk 歐洲和亞太區董事總經理 **Lisa Reiner**



國家地理 (National Geographic) 亞太及中東區副總裁 **Mark Coleman**



孩之寶亞太區消費品部副主席 **Claire Gilchrist**



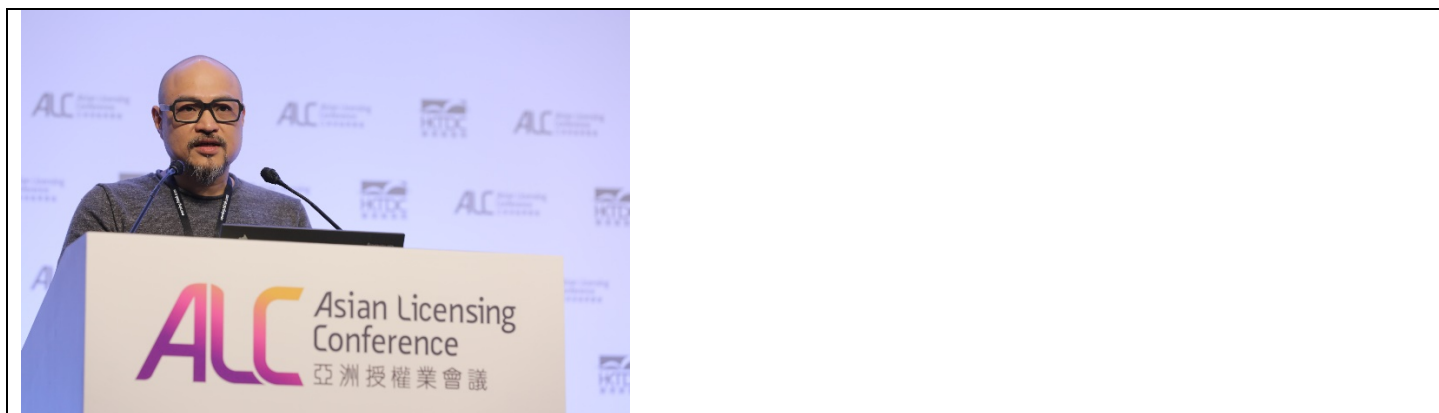
皇家雪蘭莪市場銷售私人有限公司執行董事**曾天佑**



羅馬足球俱樂部高級特許授權經理 **Stefania Perletto**



阿德曼動畫有限公司授權主管 **Robert Goodchild**



凡音文化有限公司總經理賴雨辰

## 相關網頁

香港國際授權展 – [www.hktdc.com/fair/hklicensingshow-tc](http://www.hktdc.com/fair/hklicensingshow-tc)

亞洲授權業會議 – <http://www.hktdc.com/fair/alc-tc>

## 傳媒查詢：

新聞界如有查詢，請聯絡香港貿發局傳訊及公共事務部：





鄧曉聰 電話：(852) 2584 4544 電郵：angel.hc.tang@hktdc.org


袁曉晴 電話：(852) 2584 4145 電郵：coco.hc.yuen@hktdc.org

香港貿發局新聞中心：<http://mediaroom.hktdc.com/tc>

## 香港貿易發展局簡介

[香港貿易發展局\(香港貿發局\)](http://www.hktdc.com)是於1966年成立的法定機構，負責促進、協助和發展香港貿易。香港貿發局在世界各地設有50個辦事處，其中13個設於中國內地，致力推廣本港作為雙向環球投資及商業樞紐。香港貿發局通過舉辦國際展覽會、會議及商貿考察團，為企業(尤其是中小企)開拓內地和環球市場的機遇。香港貿發局亦通過產品雜誌、研究報告和數碼資訊平台，提供最新的市場分析和產品資訊。有關香港貿發局的其他資訊，請瀏覽[www.hktdc.com/aboutus/tc](http://www.hktdc.com/aboutus/tc)。請關注我們的

 @香港貿發局  @香港貿發局時尚生活  @香港商貿通  香港貿發局

 YouTube