



HKMA / VIUTV 及 NOW TV 傑出市場策劃獎2024 特刊



獻辭

胡志君
香港管理專業協會總裁

營銷管理已發展成為機構發展的重要力量，不但塑造品牌故事，更將營運策略方向和文化。有效的營銷管理不單是推銷產品和服務，更是將業務目標與企業價值連成一體，成為推動成功不可或缺的一部分。

香港管理專業協會於39年前建立「傑出市場策劃獎」，肯定對營銷管理的高素質，多年來一直得獎者推出一系列充滿活力、才華和遠見市場策劃，反映出他們充分了解不斷變化的市場環境，以及推動專業發展的承諾。經過近40年的演變和創新，我們為持續高質本地市場策劃領域的成就感到自豪。

本人在此向今年傑出市場策劃機構獎項、市場策劃獎項及個人獎項的得獎者表示衷心的祝賀。這些成就激勵所有市場策劃人員在未來爭取更大的成功和創新。

我也非常感謝評審團、評審委員會及獎項籌委會的辛勤付出和奉獻，特別感謝評審委員會主席鄭善強和領銜對策專員的支持。

我要由衷感謝我們的贊助商：ViuTV及Now TV，特別提名贊助機構、機構贊助、官方評審團贊助商以及支持機構。你們的支持使這項年度最負盛名的活動得以實現。最後，我要特別感謝謝臣氏集團行政總裁吳斯卡，曾在主席晚宴上出席頒獎典禮。

市場推廣與斯卡，迎接輝煌四十年！



應家柏教授
香港管理專業協會主席

在科技一日千里、消費者期望不斷變化、以及對可持續發展高度重視的時代，全球營銷環境正經歷着巨大的轉變。市場策劃人員展現出卓越的才能，以創新和靈敏的精神應對這些變化，保持領先地位。隨着我們逐步走出近年的泥淖，這些挑戰和機遇為卓越營銷創造了新的空間。

今年，我們擁有一個強大的平台，為傑出市場策劃人才，展示與眾不同的專業才華。傑出市場策劃獎慶祝40周年，獎項自1985年起，表彰對營銷領域作出重大貢獻的市場策劃人員和機構。這些傑出市場策劃人員，在不斷變化的環境中樹立新標準，激勵大家追求卓越，自信地擁抱未來。

今年是香港管理專業協會、ViuTV及Now TV連續第四年的合作，共同打造一個強大的平台，為傑出市場策劃人才，展示與眾不同的專業才華。傑出市場策劃獎慶祝40周年，獎項自1985年起，表彰對營銷領域作出重大貢獻的市場策劃人員和機構。這些傑出市場策劃人員，在不斷變化的環境中樹立新標準，激勵大家追求卓越，自信地擁抱未來。

今年，我們擁有一個強大的平台，為傑出市場策劃人才，展示與眾不同的專業才華。傑出市場策劃獎慶祝40周年，獎項自1985年起，表彰對營銷領域作出重大貢獻的市場策劃人員和機構。這些傑出市場策劃人員，在不斷變化的環境中樹立新標準，激勵大家追求卓越，自信地擁抱未來。



林國誠
香港電訊個人業務行政總裁

多年以來，「HKMA/ViuTV及Now TV」市場策劃獎，表揚不同行業、不同領域的市場策劃人員。我們擁有一個強大的平台，為傑出市場策劃人才，展示與眾不同的專業才華。傑出市場策劃獎慶祝40周年，獎項自1985年起，表彰對營銷領域作出重大貢獻的市場策劃人員和機構。這些傑出市場策劃人員，在不斷變化的環境中樹立新標準，激勵大家追求卓越，自信地擁抱未來。

今年，我們擁有一個強大的平台，為傑出市場策劃人才，展示與眾不同的專業才華。傑出市場策劃獎慶祝40周年，獎項自1985年起，表彰對營銷領域作出重大貢獻的市場策劃人員和機構。這些傑出市場策劃人員，在不斷變化的環境中樹立新標準，激勵大家追求卓越，自信地擁抱未來。



鍾廣德
香港電視娛樂有限公司總經理

我們非常榮幸今年再次與香港管理專業協會聯辦「HKMA/ViuTV及Now TV」傑出市場策劃獎，共同表彰香港市場策劃專才的卓越成就，並慶祝他們的成就。

科技創新已改變我們與消費者的互動方式，提供個性化體驗、提升效率並推動創新。然而，儘管科技的力量不容忽視，真正讓品牌在數位時代脫穎而出的依然是「人情味」。

在當今的市場環境中，成功的品牌是那些在積極創新時，仍能與消費者保持緊密且真誠的連結。單純依賴新科技未必能完全滿足消費者，品牌必須創造以人為本的真誠體驗，提供無縫、高效且富有意義的互動，才能在更深層次上引起共鳴。

今年的入圍者展示了在微妙平衡中取得非凡成就的能力。他們在擁科技與創新的同時，始終不忘真誠與情感連結在市場營銷中的重要性。我們藉此機會向今年的得獎者表示熱烈祝賀。

我們也要向評審團、評審委員會、獎項籌委會及提名委員會的成員表達衷心的感謝，感謝你們對推動卓越市場策劃發展所作出的貢獻。



增設傑出市場策劃機構獎 表彰業界為市場推廣發展作出貢獻

「市場策劃獎」旨在嘉許出色的市場推廣計劃及其所屬機構，獲選的傑出市場策劃將獲頒Now TV金獎、銀獎（兩名）、銅獎（兩名）、卓越獎（五名）等。「傑出市場策劃機構獎」為本年度新增設獎項，以表彰積極培育傑出市場策劃人才，同時成功推動具影響力的市場推廣計劃的機構。為業界帶來正面影響。符合資格的機構必須提交兩項或以上「市場策劃獎」及提名一位或以上「個人獎項」，參與「HKMA/ViuTV及Now TV傑出市場策劃獎」。

「傑出市場策劃獎」自1985年創辦以來，已來到39屆，一直提供一個有效平台，嘉許創意十足而又與時並進的市場推廣計劃及背後的精英，為業界樹立榜樣，全方位推動市場推廣專業不斷進修，精益求精。承蒙社會各界鼎力支持，獎項廣受業界認可，獲得業界「奧斯卡」之美譽。

提供參考標準 促進質素提升

「HKMA/ViuTV及Now TV傑出市場策劃獎」籌委會主席鄭善強強調，這個獎項的設立不僅是為了獎勵個別市場策劃案，更希望在全體行業中倡導專業性，為那些在市場策劃上表現優秀的個案提供具權威性的認證。他表示：「除了是一個獎賞之外，還希望成為業界的一個參考標準，促進專業質素的提升。」

鄭善強指出，市場策劃是一個需要團隊合作的活動，參賽過程中所產生的團結精神對於促進業界的合作至關重要。他說：「在合作的過程中，團隊之間的溝通與關係會更為密切，大家可以更無私地分享成功的經驗。」他提到，許多歷屆參賽公司反映，參加比賽的過程讓他們團隊進步得更快，這正是獎項設立的初衷之一。

在談到香港的市場策劃水平時，鄭善強認為不應僅以今年的參賽作品來評價。他表示，隨著數碼營銷的發展，香港的市場策劃能力已有顯著提升，特別是在與KOL和媒體平台的合作上，業界愈來愈懂得如何運用技巧。鄭善強指出，近年來的進步讓香港的數碼營銷水平已經可以用這三個國際標準，實在是令人振奮。

善用AI技術 突破固有框架

他補充道，隨著AI技術的應用，今年的部分參賽作品展示了如何運用這些新技術來提升創意。參賽團隊在創作過程中面對挑戰，經過多次測試與失敗，最終克服困難，獲得了豐碩的成果。鄭善強強調，「一個成功的市場策劃者應該具備大膽嘗試的精神，並有能力突破固有框架，即使面對風險，也要懂得如何克服，這需要信心和創造力。」

鄭善強深切表達了對市場策劃獎項的期待，以及對香港市場營銷行業未來的信心。他相信，隨著業界的共同努力，香港的市場策劃水平將會繼續提升，並在全球範圍內佔有一席之地。



▲ 鄭善強指出，「傑出市場策劃獎」不斷與時並進，除了是一個獎賞之外，更希望成為業界的一個參考標準，促進專業質素持續提升。

市場策劃獎項得獎名單

Now TV 金獎 麥當勞咖啡宣佈退休	銀獎 恒生銀行 Preferred Banking - 嘸新技 Carry自己	HSBC Fraud (呢)Fair
銅獎 AXA安盛 化NO為YES 點都保住你	香港科技探索有限公司 媽媽都話正	
卓越獎 香港何濟公藥廠有限公司 何濟公推曲	7-Eleven香港及澳門 7-SELECT 一口打開 滋味宇宙	香港旅遊發展局 你好，香港！
HSBC Premier Elite	港鐵公司 港鐵藝術餐室 - 疫後的療癒及啟迪旅程	

評審團名單

市場策劃獎

華總集團 行政總裁 蔡宏奕
屈臣氏實業 董事總經理 陳奕美
理光 (香港) 常務董事 莊培基
新鴻基地產 執行董事 馮奕炎
羅比成水道 中國內地及香港市場主管 梁偉堅
亞洲國際博覽館 首席策略總監 劉小慧
New Balance Athletic Shoes (Hong Kong) Limited 總經理 (香港及澳門) 尤顯頌
香港JW萬豪酒店 總經理 GP陳

個人獎項

香港電視娛樂有限公司 副主席、信報財經新聞有限公司 主席 鄭善強
天福海實 海外專業部港澳負責人 陳子毅
DFI零售集團 常務董事 惠康香港及澳門 陳建麟
保誠保險有限公司 行政總裁 林智剛
香港電訊 商業客戶業務總經理 吳家祺
Franck Muller法蘭穆 董事總經理 潘正棋

傑出市場策劃機構獎

香港上海滙豐銀行有限公司

ViuTV 最傑出市場策劃人

香港麥當勞 市場策劃副經理 蔡子輝

傑出市場策劃人

香港麥當勞 市場策劃副經理 蔡子輝
渣打銀行 (香港) 有限公司 財富管理及零售銀行業務品牌及市場推廣部 李健輝

優秀市場策劃專才

香港上海滙豐銀行有限公司 匯豐香港區財富管理副經理 鄧嘉欣
八達通有限公司 高級市場拓展經理 吳嘉儀
AXA安盛 Manager, Brand and Advertising 李偉
香港麥當勞 市場策劃副經理 曾耀輝
中環電力有限公司 高級市場及活動推廣主任 黃卓琳

AXA 安盛傑出環境公益營銷獎

華聯集團 第一一二 路誌百萬年故事 - 如心園
中環電力有限公司 CLP Green Studio: 15-year Low-carbon Education Mission 城巴有限公司 零排放 由此啟動

周大福傑出數據及科技應用獎

7-Eleven香港及澳門 7-SELECT 一口打開 滋味宇宙
香港上海滙豐銀行有限公司 Wealth Decoded
維信金融服務有限公司 CreFi維信

傑出小預算營銷獎

香港興業有限公司 聯興NextWave沙龍音樂節2023
香港上海滙豐銀行有限公司 SOULFULL
高好運 新年好運好運

傑出公益營銷獎

香港設計中心 Chubby Hearts Hong Kong
恒生銀行 聯誼友行
香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Fraud (呢)Fair
香港上海滙豐銀行有限公司 SOULFULL

傑出電視廣告獎

富衛人壽保險 (百慕達) 有限公司 FWD 富衛保險10周年 - 「護您健康」
香港何濟公藥廠有限公司 何濟公推曲

傑出影片營銷獎

國產寶號 We Know How
7-Eleven香港及澳門 7-SELECT 一口打開 滋味宇宙

年度最佳營銷合作伙伴 (跨國企業)

Omnicom Media Group
Saatchi & Saatchi

年度最佳營銷合作伙伴 (本地企業)

Hungry Digital Limited
NNNNNN LIMITED
PERKS PRODUCTION

花旗銀行傑出創意獎

7-Eleven香港及澳門 7-SELECT 一口打開 滋味宇宙
香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Fraud (呢)Fair
香港上海滙豐銀行有限公司 Wealth Decoded
寶生堂香港有限公司 NARS HK Conversational Commerce Tool powered by Generative AI

香港滙豐業界最喜愛市場策劃獎

香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Fraud (呢)Fair

香港麥當勞傑出品牌營銷獎

國際 Nobody Does Rugby Like Hong Kong
恒生銀行 Preferred Banking - 嘸新技 Carry自己
香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Premier Elite
香港麥當勞 麥當勞咖啡宣佈退休

香港保誠保險傑出顧客參與及體驗獎

香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Fraud (呢)Fair
港鐵公司 港鐵藝術餐室 - 疫後的療癒及啟迪旅程
渣打銀行 (香港) 有限公司 SO Travel: Journey Reimagined Campaign

太古集團控股有限公司傑出合作營銷獎

香港設計中心 Chubby Hearts Hong Kong
香港旅遊發展局 你好，香港！
渣打銀行 (香港) 有限公司 SO Travel: Journey Reimagined Campaign

傑出內容營銷獎

香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Fraud (呢)Fair

傑出顧客洞察力獎

AXA安盛 化NO為YES 點都保住你

傑出網紅營銷獎

恒生銀行 勁量去全港大型開張慶祝
香港科技探索有限公司 媽媽都話正
香港上海滙豐銀行有限公司 HSBC Premier Elite

傑出線上線下整合營銷獎

香港麥當勞 麥當勞咖啡宣佈退休

傑出市場細分營銷獎

星展銀行 (香港) 有限公司 DBS BusinessClass 中小企業家聯LV大挑戰
恒生銀行 恒生Prestige 及新財Family 一口打開 滋味宇宙 CFO
恒生銀行 Preferred Banking - 嘸新技 Carry自己

市場策劃獎籌委會成員

香港電視娛樂有限公司 副主席、信報財經新聞有限公司 主席 鄭善強
天福海實 海外專業部港澳負責人 陳子毅
DFI零售集團 常務董事 惠康香港及澳門 陳建麟
太古集團控股有限公司 執行董事 陳漢勇
HKT Home 董事總經理 蔡耀輝
匯豐香港區財富管理及個人銀行業務 董事總經理、客戶及市場策劃主管 許長虹
保誠保險有限公司 行政總裁 林智剛
香港電訊 商業客戶業務總經理 吳家祺
Franck Muller 法蘭穆 董事總經理 潘正棋
lululemon 亞太區高級副總裁 Gareth Pope
海洋公園 行政總裁 黃朝輝

營銷管理委員會成員

香港電視娛樂有限公司 副主席、信報財經新聞有限公司 主席 鄭善強
美國家得路集團 主席及行政總裁 陳家偉
時富投資集團有限公司 董事長兼行政總裁 關百豪博士
香港麥當勞 行政總裁 黎華勝教授
香港電訊 個人業務行政總裁 林國誠
通利洋行有限公司 總裁 李敬文
萬里智能生活有限公司 副主席 梁成水
Funder Capital Group 合夥人 李德昌
富士攝影器材有限公司 董事總經理 張運弘
仁記洋行 主席 蔣國輝
國大福珠寶集團有限公司 董事總經理 黃紹基教授
營銷管理委員會 委員 楊啟德
保誠保險有限公司 資深區域總監 余漢傑

營銷總監委員會

香港麥當勞 首席市場及數位行銷總監 賈天驊
匯豐公司 總經理兼一市場策劃及收益管理 楊啟
保誠保險 首席客戶及市場推廣總監 蘇明強
太古酒店集團 數碼市場推廣總監 林啟源
李錦記 香港及澳門總經理 林碧輝
花旗銀行 亞太區花旗環球財富及花旗花旗銀行商業及市場部主管 成豐豐
滙豐銀行 香港財富管理與個人銀行市場部主管兼董事總經理 卓卓輝
AXA安盛 首席市場及客戶總監 王熾
Trip.com 港台地區產品及市場推廣區域區域經理 吳卓輝



HKMA / VIUTV 及 NOW TV 傑出市場策劃獎2024 特刊



傑出市場策劃機構獎項

為推動各行業在市場推廣領域上持續進步，不斷提升專業水平，應屆「傑出市場策劃獎」特設「傑出市場策劃機構」獎項，獲獎企業必須在三大範疇兼具卓越表現，方能脫穎而出，成為獎項得主。當中包括：

- 1 推行成功的市場推廣計劃並為業界帶來正面影響；
- 2 培育傑出市場策劃人才，為公司以至社會的市場推廣發展作出重大貢獻；
- 3 在「市場策劃獎項」及「個人獎項」部分，皆表現出眾。

所有同時參與「市場策劃獎項」及「個人獎項」的機構，皆有機會角逐相關獎項。換言之，符合資格的機構必須在「市場策劃獎項」提交兩項或以上的申請，以及提名一位或以上的員工角逐「個人獎項」。

最終滙豐銀行勇奪首度推出的「傑出市場策劃機構」獎，展現在「市場策劃獎項」和「個人獎項」兩大部分同樣取得卓越成績。事實上，滙豐銀行在應屆「傑出市場策劃獎」總共奪得14項大獎，其卓越表現有目共睹，料可為同業樹立最佳典範。



▲ 滙豐銀行在應屆「市場策劃獎項」和「個人獎項」兩大範疇皆取得卓越成績，總共奪得14項大獎。

市場策劃獎項得獎者：

HSBC Fraud (呢) Fair

- 銀獎
- 花旗銀行傑出創意獎
- 香港滙豐業界最喜愛市場策劃
- 香港保誠保險傑出顧客參與及體驗獎
- 傑出內容營銷獎
- 傑出公益營銷獎

HSBC Premier Elite

- 卓越獎
- 香港麥當勞傑出品牌營銷獎
- 傑出網紅營銷獎

SOULFULL

- 傑出小預算營銷獎
- 傑出公益營銷獎

Wealth Decoded

- 周大福傑出數據及科技應用獎
- 花旗銀行傑出創意獎

個人獎項得獎者：

張逸明

- 滙豐香港區財富管理及個人銀行業務市場策劃經理
- 優秀市場策劃專才



全面發揮社交媒體力量 麥當勞咖啡「退休」引發全城效應

猶記得麥當勞於去年9月突然在Facebook官方專頁宣布，麥當勞咖啡即將「退休」，包括凍/熱優質濃香咖啡及優質即磨咖啡，迅即引來全城關注及網民熱烈討論，繪畫麥當勞不再供應咖啡。原來有關舉動是為了全面升級餐廳的咖啡機、咖啡豆配方及員工訓練，務求向顧客提供更優質的咖啡選擇，充分展現市場推廣項目所需的高度創意，帶動麥當勞咖啡成為社交媒體的主角。

啡是不少打工一族上班日的「提神」良方，麥當勞咖啡更陪伴不少港人每天迎接繁重工作。專責創作這個市場推廣項目的麥當勞團隊指出，深明每日供應咖啡，對顧客已習以為常，因而作出相關構思，整個創意概念源自一個屬於「人之常情」的想法——「失去先會珍惜」，再運用一個容易引起上班族人士共鳴的詞語——「退休」，作為主要的宣傳口號，成功打造麥當勞史上第一個只是運用社交媒體進行的推廣活動，卻引來極大迴響，宣傳成效相當突出。

帶動全城討論 化身第一熱搜

回顧整個推廣活動由零開始至成為全城熱話，麥當勞表示，深明上班族經常瀏覽社交媒體，故團隊建議率先在麥當勞官方社交媒體作出「咖啡退休」的宣布，一如所料旋即引起全城討論，更成為當日的第一熱搜；再配合線上線下媒體宣布「全綫麥當勞咖啡免費升級至McCafé咖啡」，進一步得到廣大顧客歡迎及支持，促使麥當勞用了最短的時間，便成功推出一件產品獲得市佔率第一的佳績。

藉此宣傳項目，也有效帶出麥當勞一直致力提供優質咖啡予顧客的訊息，使普羅大眾亦知悉麥當勞由2023年9月起會透過全港超過250多間餐廳，將McCafé精品咖啡普及化，取代麥當勞咖啡。



▲ 連串宣傳攻勢精準到位，有效帶出麥當勞致力提供優質咖啡予顧客的訊息。

審視自身水平 喜獲業界認可

對於再度競逐「傑出市場策劃獎」，麥當勞稱，參賽過程讓公司可重新審視整個推廣項目，再找出如何能作出改進、精益求精，這些經驗亦為團隊未來籌辦更多推廣活動奠下成功的基石。

與此同時，麥當勞指參與角逐有關獎項，並奪得最後十強，亦為公司帶來了業界的認可，不僅能夠展示自身顧客為上的服務精神，以至推廣活動的創意策略，還有機會與業界精英交流，汲取他們的智慧和經驗，這對此後的市場推廣大有裨益。對於獲得評審團的認同，該公司在深感榮幸之餘，也喜見團隊這數年來在市場調查、產品研發及市場推廣的創意上得到肯定。

積極創新求變 引起顧客共鳴

作為「傑出市場策劃獎」的得獎常客，麥當勞深信，出色的市場策劃首要是以顧客為中心，致力提供他們喜愛的產品，並秉持創新求變的精神，運用有效的媒體及創意內容讓顧客產生共鳴，才可以跟他們建立更密切的關係。另外，置身於變幻莫測的市場當中，市場策劃團隊亦必須具備靈活應對變化的能力，方可在激烈的競爭中脫穎而出。

以麥當勞為例，其市場推廣的成功秘訣正在於對顧客需求的深入了解，以便可不斷推出顧客喜愛的產品及服務滿足他們，再結合創意內容及執行，成功在市場突圍。

提升顧客體驗 持續帶來驚喜

前瞻未來，麥當勞強調，為確保能一直與時並進，團隊將繼續通過持續的市場研究和數據分析，了解市場的動向及顧客的喜好，同時積極監測網上媒體，以保持對市場的敏銳度和適應性。相信只有不斷嘗試及學習，才能在競爭激烈的市場中保持領先。



▲ 由線上到線下，麥當勞咖啡成為全港市民的焦點。
▲ 麥當勞對是次推廣活動獲得「傑出市場策劃獎」嘉許表示欣喜，相信以顧客為中心是箇中關鍵元素。

麥當勞繼續，在持續提升顧客體驗方面，無論產品、服務及推廣，該公司都會抱著創新求變的精神，積極應對不斷變化的市場需求。特別要緊繫年輕一代對社交媒體的喜好及趨勢。而體驗式營銷亦會是未來的趨勢，麥當勞亦會聯同其他界別的品牌開展期間限定的合作，持續帶給顧客在產品以外的驚喜，以保持他們的忠誠度。



▲ 麥當勞近年致力將McCafé精品咖啡普及化，藉此推廣項目正好讓普羅大眾加深了解。



HKMA / VIUTV 及 NOW TV 傑出市場策劃獎2024 特刊



以電子遊戲推廣優進理財服務 創意為先吸引年輕客群關注

深明時並進離不開緊貼市場趨勢與掌握年輕一代的喜好，恒生優進理財(Preferred Banking)推出「爆新技 CARRY自己」市場推廣項目，製作對Gen Z甚具吸引力的Virtual Game(虛擬遊戲)卡，成功引起他們的關注，為吸納年輕客戶踏出重要一步。

「恆生明白『GAMING』(電子遊戲)與年輕人的生活息息相關。恒生優進理財透過『爆新技 CARRY自己』製作了14張非常吸引嘍Virtual Game卡。」恒生銀行市場推廣總監張宏俊指出，每張卡面都有一個特別角色，代表不同的理財技能和指定任務，由此完美地將恒生銀行的多元服務翻譯為年輕人的語言。

提供個人化體驗 實現理財目標

他補充，是次項目的最大特色在於挑戰傳統的Marketing Funnel(銷售漏斗)，客戶只須掃一下QR Code(二維碼)，便可即時進入遊戲世界，前往恒生特設的HARO WhatsApp抽卡。「恒生並會為客戶提供定制訊息及個人化體驗，『CARRY』他們實現不同的理財目標。」

「這是我團隊第一次參與『傑出市場策劃獎』，從比賽過程中獲益良多。如撰文時可重新審視整個市場推廣策略、手法和成效。入選十強更令團隊認識到其他入圍作品，領略如何以不同的策略和手法，創造『傑出』的推廣項目。」張宏俊稱，藉參賽亦有鼓勵員工的士氣，令同事對品牌推廣更有信心，同時為銀行建立積極正面嘍品牌形象，提升品牌競爭力。

追求不斷創新 與客戶同行

至於成功秘訣方面，張宏俊相信，深入了解不同客戶群的需要、生活模式及痛點尤其重要。



▲ 恒生優進理財推出「爆新技 CARRY自己」推廣項目，以製作Virtual Game 虛擬遊戲卡吸引Gen Z的關注，對納年輕客戶大有幫助。

其團隊以「恆變·生無限」的精神，運用大膽創新和獨特的推廣活動，結合付費媒體(paid media)、恆生的自有媒體(owned channels)及社交媒體(social media)，設計獨特的客戶體驗，打入目標客群的心，再透過數據分析評估整體效果，以不停改進及調整策略。「我們亦積極與不同團隊緊密合作，發揮每個人的專業所長，達到協同效應，追求共同目標，皆是致勝關鍵。」

隨著以客戶為中心設計市場推廣活動取得正面迴響，張宏俊指出，藉此推動他與團隊繼續深化恒生對客戶的承諾：陪伴客戶追求人生目標。「是次推廣活動亦顯示出恒生『不斷創新』的品牌理念，藉以創新思維預視客戶需要，必定可為他們帶來更好的銀行體驗，一起走向創新的未來。」



AXA安盛降低投保門檻 填補保障缺口 實踐對社會責任的承諾

在迅速變化的市場環境中，企業面臨著巨大的挑戰與機遇。香港管理專業協會(HKMA)主辦的傑出市場策劃獎，旨在表揚在市場推廣領域展現卓越表現的領導者。AXA安盛，作為保險行業的領導者之一，連續五年中第四次入圍該獎項，彰顯了其在市場策劃方面的卓越能力。

突破性產品與社會責任

在這次入圍的作品中，AXA安盛推出了「盛滿愛疾症保障」產品，旨在降低投保門檻，特別是針對那些因健康風險而無法獲得保險保障的長者。香港65歲或以上的長者人口預計在未來二十年内將上升接近一倍，面對高血壓、糖尿病、心臟病等慢性疾病的風險，AXA安盛希望透過這一產品，填補保障缺口，讓更多有需要的人能夠獲得基本的保障，達到品牌理念「致力守護，推動未來」。

AXA安盛的這一突破性產品不僅反映了其對市場需求的敏銳洞察，也體現了公司對社會責任的承諾。透過提供具有包容性的保障選擇，AXA安盛不僅在商業上取得成功，更在社會價值上增添了份量。

品牌效益與市場策略

在參加「傑出市場策劃獎」的過程中，AXA安盛獲得了許多品牌能見度的提升機會。這不僅讓更多的客戶了解公司的理念與價值觀，也讓AXA安盛能夠瞭解其在行業中的優秀案例，從而進一步豐富自身的市場策略。這種曝光不僅是對品牌的宣傳，更是一種對未來發展的引領。

在參賽過程中，團隊與其他行業的專業人士進行了實質的交流，這樣的跨界合作促進了團隊的成長與學習，並激勵AXA安盛重新審視和優化現有的市場推廣計劃。

出色市場策劃的要素

出色的市場策劃不僅在於吸引目標客戶，更重要的是深入了解客戶需求，將產品優勢與這些需求巧妙結合。AXA安盛認為有效的資源運用對於達成品牌目標，如提高知名度和顧客滿意度，也是至關重要的。在策劃過程中，除了傳統的媒



▲ 盛滿愛疾症保障

體策略，還需考慮客戶體驗的每一個環節，從而實現與客戶的深度連結。

AXA安盛堅信，成功的市場策劃應緊密貼合品牌核心理念，並鞏固品牌形象。公司始終秉持「Know You Can」的理念，透過全方位的保障方案，增強客戶的信心，讓他們在追求成功的道路上更加自信。

致力守護客戶的未來

在市場推廣中，AXA安盛的成功秘訣在於其專注於品牌理念、客戶體驗和市場趨勢。品牌理念「致力守護，推動未來」貫穿於所有產品和市場策劃中，旨在傳遞正面訊息，守護客戶的未來。

AXA安盛從客戶的角度出發，找出產品中最適合其需求特點，並著重於完善客戶體驗。此外，為了應對不斷變化的市場需求，AXA安盛持續關注數據分析和數碼營銷的最新發展，制定度身訂造的市場推廣策略。

展望未來，AXA安盛計劃持續推出新且具包容性的保險產品，並靈活運用數碼平台，拉近與客戶的距離。公司將進一步強化其在健康保障方面的信心，透過網上座談會與客戶分享專業知識，為他們提供相關的健康資訊。

AXA安盛在2024年HKMA傑出市場策劃獎中的表現，充分體現了其在市場推廣領域的領導地位。透過不斷創新與追求卓越，AXA安盛不僅致力於為客戶提供最佳的保障方案，更以實際行動回饋社會，推動行業的可持續發展。未來，AXA安盛將繼續秉持其品牌理念，為大眾創造更多可能，成為市場中不可或缺的力量。



以推廣活動傳遞防騙信息 「呢 Fair」突破傳統銀行框架

網絡騙案愈趨猖獗，令人有猝不及防之感。滙豐銀行(下稱滙豐)去年舉辦全港首個「Fraud(呢)Fair」，以藝術展覽方式呈現各式騙徒詐騙技巧，同時增加遊戲、互動裝置及打卡影相位，助公眾逐一攻破不同種類的欺詐手法、語言偽術和攻心詭計，贏得各界讚許。

有感坊間較多說教式的防騙教育，卻未見顯著成效，滙豐銀行香港財富管理與個人銀行市場部主管兼董事總經理卓卓耀表示，啟發大家對藝術的興趣有所提升，滙豐決定利用藝術品以更生動貼地拆解騙徒手法，配合「識識呢，唔會俾人呢」的概念，以趣味十足的創意方式推廣防騙信息。

採用另類手法 提升防騙意識

「『傑出市場策劃獎』名為奧斯卡，Fraud Fair能夠入圍最後十強，足以證明即使是一些沉悶、難以推廣的題目，只要有『think out of the box』的膽量，都可以運用另類的手法作出推動。我們更期望為同業樹立榜樣，鼓勵大家一起進步。」卓卓耀直言，藉此參賽過程，滙豐團隊從中學到飲食業、零售業及製藥業等不同領域的推廣手法，同時亦能及早思考與不同行業合作，有甚麼要點需要特別留意，方能達成雙贏局面。

對於今年再度這項大獎脫穎而出，入圍成為十強，卓卓耀形容有此成績絕對是錦上添花。「推出這類防騙教育類型的推廣活動(Campaign)，不能單以數字衡量其成果。我們希望藉著別開生面的 Fraud Fair 為大眾種下防騙意識的種子，令到大家可以提高日常警覺性。」

重視客戶體驗 激發創新思維

回顧過去幾年，卓卓耀喜見滙豐不少獲獎行銷項目都是行業首創市場首創。從全行業第一家使用Gen AI的Campaign，到首個「獎賞錢」最紅拍賣會，再到行業首創滙豐千禧藝術展



▲ 滙豐於去年舉辦全港首個「Fraud(呢)Fair」，別開生面地採用藝術展覽方式呈現各式詐騙技巧，以趣味手法傳遞防騙信息。

「呢Fair」，這些campaign的背後，皆經歷過很多頭腦震盪，而不少行銷活動更是從customer insight(消費者洞見)中獲得。「我們一向重視從customer insight出發，注重客戶體驗，保持貼時代步及市場趨勢，並注重企業社會責任，令公眾可同樣受益，從而創造超越產品推廣的最大價值。」

他分享成功秘訣時續稱，「Fraud Fair 就是一個不斷創新，不斷求變的好例子。當滙豐和廣告公司合作，皆會重視保持一個『open minded』(思想開放)的心態，以協助打破傳統行銷框架，並化身將所有可能變成可以的角色，達到今天的成效。」此外，團隊始終保持為客人和社會「do good」的初衷，不論是前線抑或市場推廣的同事，都希望藉此減低受騙人士數目和金額。」

展望2025年，是滙豐香港成立160周年的重要一年，繼往開來，卓卓耀期望團隊能結合滙豐品牌、優質服務與客戶多年的信任，繼續不斷創新，提供創新的體驗予不同的客戶群，成為客戶心目中NO.1的品牌。



▲ 卓卓耀表示，團隊期望藉著別開生面的 Fraud Fair 為大眾種下防騙意識的種子，更獲得獎項嘉許更是錦上添花。



HKTVMall 以真實體驗創造品牌價值

作為香港最大型及主要的網上購物商場，HKTVMall除了一直以科技、自動化系統、智能物流、支援數千個零售商的網上市集及技術知識，創建電子商貿的新形態及獨特的數碼生態圈，同時更積極透過與別不同的創意推廣和宣傳策略，拉近自己與大眾的距離，並因此在HKMA傑出市場策劃獎成功入圍最後十強。

HKTVMall感謝大會及業界的支持與認可，入圍不僅是對公司團隊過去努力的肯定，也讓團隊在廣告和市場策劃領域中，展示其創意與HKTVMall的精神和核心價值。

擺脫傳統代言 真實體驗打動觀眾

HKTVMall的入圍作品貫徹了「貼地、盡做、全力以赴」的作風。不僅追求創新，更重視與顧客建立深厚的連結，以真實的客戶體驗打動觀眾。在是次宣傳活動中，HKTVMall擺脫傳統的明星代言模式，選擇與50位來自不同界別的真「阿媽」用戶合作。這些「阿媽」既是HKTVMall的忠實顧客，也是該宣傳活動的代言人，透過廣告和背後的故事，分享她們的親身消費體驗，展現了HKTVMall作為香港最大型及主要的網上購物商場的真實性和信任度。

藉線下宣傳 打破網購與生活界限

為配合宣傳活動，創意團隊精心策劃80多個

廣告創意，覆蓋全港58個港鐵站月台，總計展示超過3,120張廣告牌，藉此拉近與客戶之間的關係，強化品牌的形象。這個以真實故事為核心的營銷策略，成功地吸引廣大市民的關注，提升了HKTVMall在市場中的影響力。HKTVMall相信與顧客建立長期信賴與關係，乃在激烈競爭的市場中脫穎而出的關鍵。

推出「街市即日饅」 創造獨特優勢

面對營商環境愈趨複雜，加上同業競爭變得激烈，HKTVMall近年亦積極透過多元化發展，保持創新精神，嘗試不同的業務模式。以其中重點新服務「街市即日饅」為例，該服務旨在為大眾提供買餸和採辦服務，並為現有客戶群提供3小時內送達街市新鮮貨品的安排，成為HKTVMall獨特的優勢之一。

推動網購發展 鞏固行業領導地位

面對消費者的要求和期望不斷提高，HKTVMall作為香港「電子商貿」和「科技開拓」業界的一分子，未來會繼續致力推動本地網購行業的發展，包括強化與零售合作夥伴的協同積極，為不同的利益相關者帶來共贏局面，同時積極提升消費者的生活質量，鞏固HKTVMall在香港電子商貿市場的領導地位。



▲ HKTVMall與50位來自不同界別的真「阿媽」用戶合作，藉她們的親身消費體驗，展示HKTVMall的真實性和信任度。



HKMA / VIUTV 及 NOW TV 傑出市場策劃獎2024 特刊



卓越獎

為傳統品牌注入創新元素 與時並進拓展年輕客群



傳統品牌如何引入創新元素，吸引新一代消費者，何濟公止痛退燒散的市場策劃作出了良好示範。作為擁有逾80年歷史的老品牌，何濟公找來有「軒公」之稱的張敬軒擔任代言人，帶出雙「公」合璧的設定，配合易記的廣告歌引起共鳴，成功加深不同年齡層人士對品牌的記憶以至好感度。

提到早前以電視廣告製造了一股「何濟公」熱潮，香港何濟公藥廠有限公司團隊指出，作為「何濟公」品牌「重塑活力」計劃中，首次策劃的大型電視廣告，也是第一次出現廣告歌，很高興

贏得觀眾的欣賞，並讓團隊首度參與競逐「傑出市場策劃獎」，即順利入圍最後十強，有此佳績對一個歷史悠久的品牌別具意義。

設驚喜彩蛋 帶動觀眾討論

何濟公團隊認為，「大膽創意」構思是這次推廣項目的致勝關鍵，當中結合了三個創意構成的元素：其一是「何濟公」與「軒公」的絕妙配合，加上一首「何濟公廣告進行曲」結合「信軒公」用何濟公的宣傳口號，不但深入民心，更將品牌與代言人深度連接，加深公眾對品牌的記憶；其二是張敬軒在廣告中以保護•紐曼的經典賽車手造型亮相，準確表達速度感，有助與產品快速止痛退燒的功效加強聯繫。

最後是「軒公」深得粉絲和網友喜愛，經常透過社交媒體分享生活趣事。而「何濟公」的廣告亦加入了「遮遮」、「麵包」、「火腿馬」和「旋轉木馬」等趣味十足的相關用語，轉化為有待粉絲發掘的驚喜彩蛋，迅速帶動觀眾踴躍地在社交媒體熱烈討論，並

生成多元化的「二次創作」內容作傳播，通過互動令大家加深品牌印象。

重視傳承 提升品牌活力

為傳統品牌構思結合創意的推廣計劃，團隊深明緊貼時代步伐的重要性，因而致力通過品牌內涵深化與品牌內容重塑等方式，推動品牌「年輕化」，以吸引新一代。藉此也為傳統品牌注入新的活力，與長期客戶產生與時並進的共鳴，同時獲得年輕受眾的認可和欣賞。有見及此，何濟公的公司文化尤其著重鼓勵員工大膽地突破障礙、關注時事，不斷充實以提高專業水準，並創造新的想法和實踐，務求把握年輕消費群的喜好，保持品牌活力。

「何濟公」在品牌傳承上的努力，亦見諸於對產品質量的重視，包括建立GMP生產設施，以及引入配備國際標準的質量管理系統等。未來將繼續秉承「與時並進」的精神，延伸提升品牌活力的計劃，為公眾帶來優質及值得信賴的止痛退燒藥選擇。

卓越獎

引入AI打破傳統界限 向目標客群準確傳遞品牌信息

何謂出色的市場策劃？7-11香港和澳門將AI技術與創意及精準的行銷策略結合，令顧客留下深刻印象並增強購買意欲，展現了解滿足消費者的需求，加上兼具創新與執行力，方能將品牌信息以最有效的方法準確傳遞予目標受眾。

對於「7-SELECT 一口打開 滋味宇宙」推廣項目晉身「傑出市場策劃獎」十強之列，7-11香港和澳門分享成功心得時稱，這與公司始終堅持以消費者為核心的服務理念息息相關，多年來皆重視深入分析他們的需求。最重要的是該公司不斷進行創新的嘗試，如引入AI技術等，勇於挑戰市場常規，使推廣活動能持續捕捉消費者的注意力。此外，該公司亦定期進行市場調研，並與合作夥伴保持緊密聯繫，確保能迅速適應市場變化。

提高品牌知名度 增強應變能力

通過參與「傑出市場策劃獎」，7-11香港和澳門表示，從中取得豐碩成果。最顯而易見的是有助提高品牌的知名度，令市場策

劃和創意方案在業界內外得到更多曝光和認可。藉此也為公司提供了一個與其他優秀品牌交流學習的機會，因而拓展視野，汲取更多靈感，進而提升品牌的競爭優勢。

與此同時，在參賽過程中，團隊不僅能進一步審視自身的市場策劃策略，更可通過與其他參賽者的交流，獲得寶貴的經驗分享。促使公司重新思考和強化品牌的核心價值，並激勵團隊不斷創新和改進，以適應不斷變化的市場環境。

加速數碼化轉型 注重可持續發展

公司管理層亦着重以不同方式鼓勵團隊持續學習和創新，不斷提升專業技能與視野，致使在市場變化時能快速應對並作出相應的策略調整。未來7-11香港和澳門將繼續強化品牌的核心價值，並加速數碼化轉型，如更積極地應用AI、數據分析等技術來提升營銷效率和精準度，進一步擴大品牌的市場影響力。同時，公司也會更注重新可持續性發展，將企業社會責任融入品牌策略，

打造具社會意義的品牌形象，與消費者建立更深層次的情感聯繫。



▲ 引入AI的「7-SELECT 一口打開 滋味宇宙」推廣項目，結合創意與精準的行銷策略，令顧客留下深刻印象並增強購買意欲。

卓越獎

香港旅遊發展局 以「Hello Hong Kong」吸引全球旅客

香港是國際大都會，向世界宣傳這個充滿活力的城市，正正是香港旅遊發展局（旅發局）的工作。對於是次入圍，感到十分榮幸，旅發局十分感謝評審和支持者的肯定，能夠入圍引證了團隊上下努力的成果，亦感謝旅發局在世界各地的辦事處的聯手合作，更感謝全香港業界夥伴、本地企業、媒體、及在全球的香港支持者同心合力的成果，感謝所有參與者。

全球最後關開城市 極速返回國際舞台

香港是全球最後一個開關的城市，比多得旅發局的大型的協作營銷活動，令香港能在短時間內返回國際舞台，吸引大批旅客訪港。旅發局能在短時間內聯手和超過1,000個不同的組織及團隊合作，一起推廣香港。藉着簡單而有力的概念「Hello Hong Kong」，吸引業界夥伴、本地企業、媒體和全球的香港粉絲一同參與，重新吸引全球的目光，開啟新的旅程。

透過參加「傑出市場策劃獎」，大大提升了旅發局的透明度，

讓公眾更了解當局的策略和目標。同時鼓勵市民共同參與香港旅遊復甦的過程，啟發每位市民，以自己獨到的方式推廣香港旅遊，增強市民大眾同旅客之間的聯絡，將彼此的距離拉近一步。

不慌不忙 以敏捷身姿調整步伐

旅發局深知傾聽消費者的需求十分重要，同時要跟上市場的脈動。但面對逆境，旅發局認為更需要靈活敏捷，重新應付最後一刻變化的團隊，才能不慌不忙，以敏捷身姿調整步伐，邁進新出發！

簡單直接 打動旅客的心

「Hello Hong Kong」是一個充滿溫度的項目，在經歷了3年的沉寂之後，它開啟了香港與世界的首次對話。這個項目的信息很直接而且簡單，卻又能被每一個人輕鬆理解。它幫助香港迅速啟動復甦進程，為香港帶來新的活力與機會。Hello不只是一句問候，更是一種對未來的憧憬。它代表香港重新向世界敞開懷抱，以及積極融入

全球發展的決心。

作為世界的中心，旅發局跟香港一樣會保持持續學習的心，確保與時俱進，緊貼市場趨勢。同時定期進行市場調研以了解消費者需求和消費模式的變化。面對未知的將來，旅發局計劃繼續強調香港的獨特魅力和優勢，包括其多元文化、美食和自然美景等，以吸引更多遊客。



▲ 「Hello Hong Kong」為香港持續的旅遊復甦努力奠定了基礎，為香港作為首選旅遊目的地的，開啟了一場新對話，承諾提供豐富的體驗，吸引未來的旅客。

卓越獎

容許團隊「試錯」鼓勵創意 藉深層思考重塑財富定義

提起滙豐卓越理財專尚服務，相信不少人亦會聯想起一段由各界Elite（精英）合作拍攝的精彩短片。讓公眾對「財富」概念有了耳目一新的感覺，亦令滙豐銀行（下稱滙豐）這個推廣項目獲得業界肯定。



▲ 由PREMIER ELITE的意念構思，到找來不同界別的精英共同合作，發展出滙豐團隊的獨有創意，並期望讓公眾對「財富」概念產生耳目一新的感覺。

滙豐銀行香港財富管理與個人銀行市場部主管兼董事總經理李卓權闡述，作為一個充滿創見的市場推廣項目，PREMIER ELITE的獨特之處是為觀眾在思想上帶來更深層的意義。事實上，提到

富有，很多時大家只會想到物質享受，但滙豐卻希望透過這個項目，可讓公眾從物質上的財富開始思考，再探討思想上的財富，彼此一同成就更豐富的人生。

展現獨到創意 推動品牌發展

「是次PREMIER ELITE能競逐「奧斯卡」獎項並入圍十強，固然是對團隊的肯定，同時讓品牌在圈中佔一席位，以我們獨特的營銷實力建立可信形象，為社會以至不同行業帶來更深遠的影響力。」李卓權讚揚，團隊由構思意念，到找來不同界別的精英各擅勝場，皆展現出獨到創意和宏遠的目標，讓大眾對「財富」產生與別不同的體會。

他直言，PREMIER ELITE不但有助外界了解滙豐卓越理財專尚服務不一樣的思維，自身更可從眾多傑出精英中準確地尋找品牌的定位，以至欣賞不同產業的成長「心態」，從而協助團隊推進品牌的發展。

預留「試錯」預算 引發創意思維

提到市場推廣的成功之道，李卓權表示，任何行業要求行銷策略緊跟客戶需求和市場趨勢，首先要有「試錯」和創新的空間；其次是兼具創新的文化與思維；最後，作為擁有159年歷史的銀行，滙豐的創新還需要結合合規和法務團隊組成的「安全帶」，確保市場團隊在安全的框架內，負責在地嘗試創新。滙豐正是通過不斷「試錯」的過程，造就團隊能在突破界限和保持信任之間找到最佳平衡點。

「滙豐市場團隊每年皆會預留10%的預算用於「試錯」，反映我們勇於創新和實驗新的營銷方式。」李卓權繼續說，為了鼓勵團隊勇於創新，滙豐選擇給予他們「失敗」的空間，也常常提醒團隊視每一次實驗為學習機會，即使結果不如預期，也能從中汲取寶貴的經驗和教訓。這種思維模式在初創企業或創意領域非常普遍，但身處於備受高度監管的銀行業，卻需要付出更多努力才能實踐。

卓越獎

鐵路化身流動藝術館 藝術與鐵路的結合與市民情感連結

港鐵是百萬市民生活的一部分，在今年的HKMA傑出市場策劃獎中，港鐵成功入圍最後十強，彰顯了其在市場推廣上的卓越表現。

港鐵流動藝術館的誕生

港鐵公司總社區關係及活動統籌經理朱寶賢表示：「今年是港鐵服務香港四十五載，與香港一齊成長及進步。」這一里程碑不僅是對過去的回顧，更是对未來的期許。「港鐵藝術」推廣計劃旨在將鐵路化為流動藝術館，與本地和國際藝術家合作，提供多元化的藝術體驗。此計劃在後疫情時代為大眾帶來歡樂及提供心靈療愈。

朱寶賢強調港鐵作為香港唯一一個能夠每日連繫500萬人次的平台，充分發揮了其龐大的鐵路網絡潛力。「我們希透過日常的港鐵旅程，連繫生活，連繫心情。」此「港鐵藝術」計劃融入市民的日常生活中，成功吸引國際媒體的報導並為公司帶來新的商機。

汲取經驗與激發創新

參加「傑出市場策劃獎」的過程中，港鐵公司獲得了與其他行業參賽者交流的良機。朱寶賢提到：「很榮幸有機會來自不同領域的參賽者及業界人士交流，分享彼此對市場的理解及創意。HKMA傑出市場策劃獎為業界提供了良好的分享平台，讓各個領域的優秀個案得以展示，從中汲取經驗，激發創新思維，進一步提升專業水平。」

連結需求與品牌理念

朱寶賢認為成功的市場策劃應該從乘客需求出發，引發興趣及共鳴，連結項目的優點與乘客所需。她以「港鐵藝術」推廣計劃為例，計劃旨在將歡樂及心靈療愈帶給乘客，透過藝術與鐵路的結合，為品牌形象帶來正面的影響。「透過藝術展示，我們不僅提升了乘客的旅程質素，更成功塑造了港鐵與市民的情感連結。」

跨界合作與互動性

在談到市場推廣的成功秘訣時，朱寶賢提到港鐵透過與擁有藝術專長的夥伴合作來增強項目的吸引力。「與本地及國際級藝術大師的合作，不僅提升了整體項目的互動性，還讓市民能夠更積極地參與其中。」這樣的合作不僅讓藝術走進市民的生活，也使整個項目的效益倍增，達至「三贏」的局面。

在快速變化的市場環境中，港鐵將保持好奇心與開放態度是關鍵。金鐘站的「橡皮樹天窗」就是一個成功的案例，這樣的創新舉措不僅吸引了乘客的注意，也為港鐵注入了新鮮感。展望未來，港鐵希望在提供安全、可靠的鐵路服務的同時，將更多新的體驗注入乘客的鐵路旅程。





HKMA / VIUTV 及 NOW TV 傑出市場策劃獎2024 特刊



ViuTV最傑出市場策劃人 / 傑出市場策劃人



蔡子健

市場策劃助理總監
香港麥當勞

在變幻莫測的市場中，要緊繫顧客長期的喜愛，首先以他們為中心，並抱着創新求變的精神，讓顧客對推廣產生共鳴。我深感榮幸獲得「ViuTV 最傑出市場策劃人」及「傑出市場策劃人」獎項，除了多謝評審的嘉許外，更要感謝公司及團隊的支持，期待繼續為大眾帶來驚喜。



傑出市場策劃人



李健輝

財富管理及零售銀行業務品牌及市場推廣部
渣打銀行（香港）有限公司

非常榮幸獲得本年度「傑出市場策劃人」獎項。感謝大會及評審的肯定。
參賽過程讓我重新感受每項市場策劃的滿足感。再次感謝渣打團隊及廣告界朋友的信任與支持。一心做好，發掘更多可能。



優秀市場策劃專才



張逸明

滙豐香港區財富管理及個人銀行業務市場策劃經理
香港上海滙豐銀行有限公司

我非常榮幸能獲得香港管理專業協會頒發的「優秀市場策劃專才」。這個獎項讓我有機會反思自己的營銷策略，並激勵我努力追求持續進步和卓越表現。我衷心感謝公司的支持與協助。



葉燕媚

高級市場拓展經理
八達通卡有限公司

我非常榮幸獲得「優秀市場策劃專才」獎項，這不僅是對我工作的認可，更為我注入了新的動力，鼓勵我不斷追求卓越。我衷心感謝評審團的肯定，以及上司和同事們的支持。



劉淑儀

副總經理 — 營業及市場部
八達通卡有限公司

非常榮幸獲得香港管理專業協會的「優秀市場策劃專才」獎項。參賽過程提醒我，八達通不僅是日常支付，我們讓每天生活變得更輕鬆。衷心感謝八達通公司、管理團隊、同事及合作夥伴一直以來的信任與支持。特別感謝評審的肯定，推動我持續學習和進步，為市場帶來卓越創新的產品及體驗。



李偉

Manager, Brand and Advertising
AXA安盛

非常感謝各位評審的肯定！特別感恩AXA安盛的管理層和團隊的信任與支持，這份榮譽將激勵我繼續為公司和客戶提供更卓越的市場推廣方案。再次感謝大家！



曾耀輝

市場策劃助理總監
香港麥當勞

我的營銷工作獲得 HKMA 認可可是令人興奮的榮譽。這一成就是對我和我的團隊充滿創意和奉獻精神的團隊的認證。我們將繼續創新和啟發，推動營銷世界的可能性至邊界。感謝這段令人獲益良多的獎項旅程！



黃卓琳

高級市場及活動推廣主任
中華電力有限公司

非常榮幸獲得香港管理專業協會的「優秀市場策劃專才」獎項。這項嘉許對我而言意義重大，亦是對並肩工作的團隊和合作夥伴的認同。衷心感謝評審團和中華電力管理層在過程中給予我反思的機會，讓我在推動節能減碳的路上繼續進步。

Learn about the Programme:



University of
HUDDERSFIELD
Inspiring global professionals

HKMA
Advancing Management Excellence

A one-of-a kind Programme Integrating Global Wisdom & Elite Marketing Insights

MSC **Digital Marketing** Reg. 253270

MSC **Marketing with Brand Management** Reg. 253269

HKMA Guest Lecturers



Prof Viveca Chan
Founder & Chairman
WE Marketing Group



S K Cheong
Chairman
Hong Kong Economic Journal Co., Ltd.
Vice Chairman
HK Television Entertainment Co., Ltd.



Prof Randy Lai
Chief Executive Officer
McDonald's Hong Kong



Bruce Lam
Chief Executive Officer, Consumer
HKT Ltd.



Vivian Lee
Group General Manager, Corporate Marketing,
Communications and Sustainability
Sino Group



Cheuk Shum
Managing Director, Head of Marketing,
Wealth and Personal Banking
HSBC Hong Kong



Tina Chao
Chief Marketing and
Digital Customer Experience Officer
McDonald's Hong Kong



Harris Chan
Director, Hong Kong Integrated Marketing
Microsoft Asia



Saron Leung
Industry Head - FinTech, Financial Services
and Travel (Global Export)
Google



Kai Tsang
Senior Director,
Digital Customer Experience
McDonald's Hong Kong



Jasmine Lam
Head of Marketing
BOC Group Life Assurance Company Ltd.



Matthew Lam
Director of Marketing - Digital
SWIRE Hotels Group

全線250間麥當勞

McCafé 咖啡

榮獲IIAC
國際咖啡品鑑大賽

金獎

選自埃塞俄比亞利姆、秘魯及墨西哥的精品級別咖啡豆

