

品牌致勝

EDO
アメ横丁
デザート 二重奏
Dessert Duo
甜品 二重奏
巨浪
大切

香港最強人氣品牌
香港名牌
香港星級品牌
香港優質食品大獎

講者: 黃偉鴻博士

COVID-19 GDP? 短、中、長期對策!

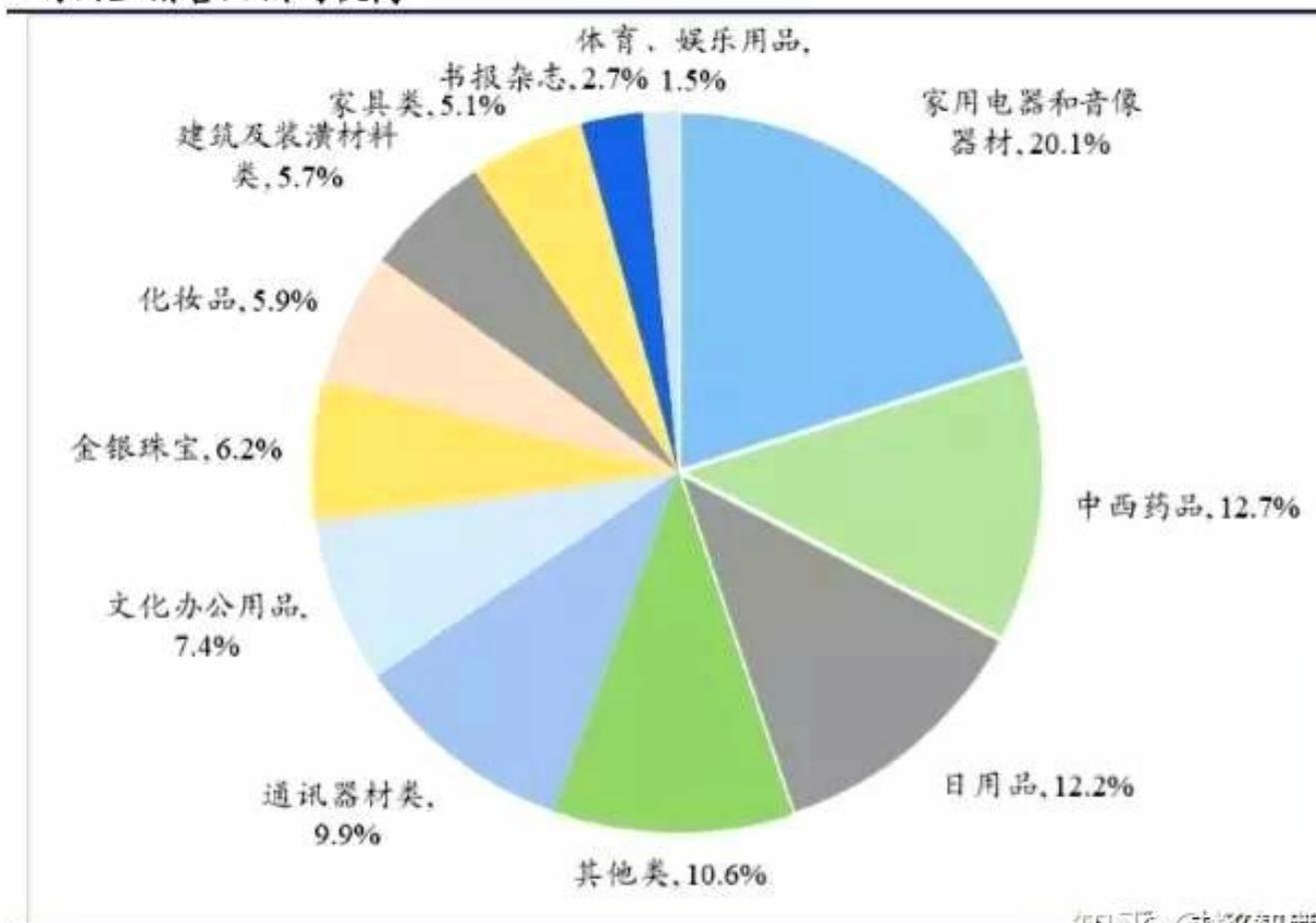


2016內地入境人數-6.7%, 非內地人數+3.1%

知己知彼

You need to know about ONLINE

图 24、2018 限额以上用品类（不包括汽车）社零占比——占比较高的家电、3C 的网上销售比例均较高



资料来源：凯度咨询，兴业证券经济与金融研究院整理

Adversity Quotient

智商

觀察力

想像力

思維力

分析力

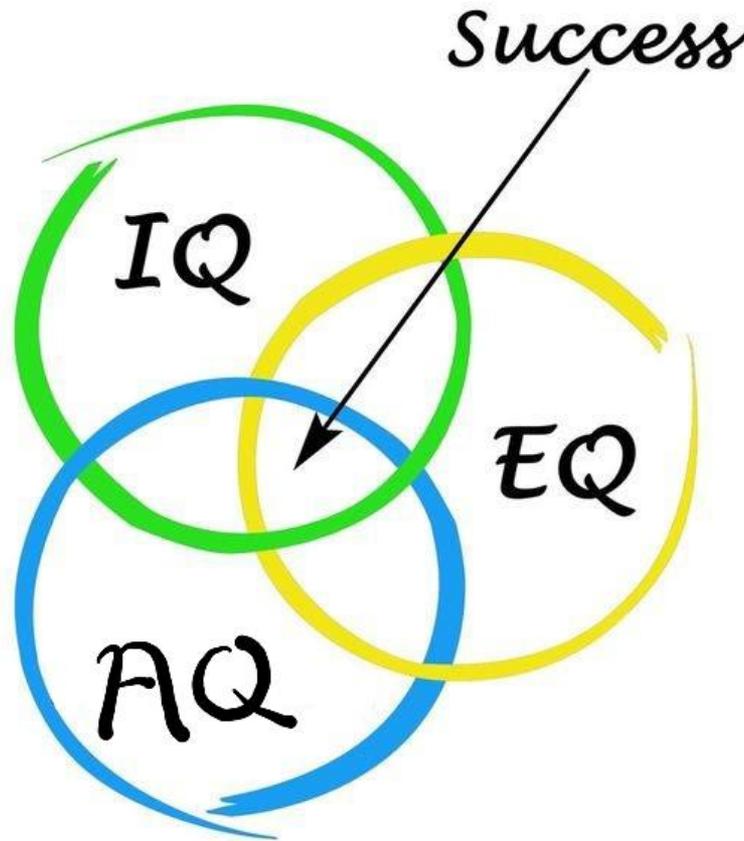
逆商

抗壓力

意志力

越困力

反彈力



情商

社交力

自控力

檢討力

靈活性

園林種植



競爭差異



Michael Porter

再品牌定位

甜品二重奏 Friemily

Dessert Duet Friend in Family

多慶屋



多慶屋540g天然酵母梳打餅(芝麻味、五穀味、紫菜味)



求「變」現商機〔易經〕

〈盛衰哲學〉

潛龍勿用

見龍在田

乾惕

躍龍在淵

飛龍在天

亢龍有悔

〈變易〉 〈不易〉 〈簡易〉

求變現商機



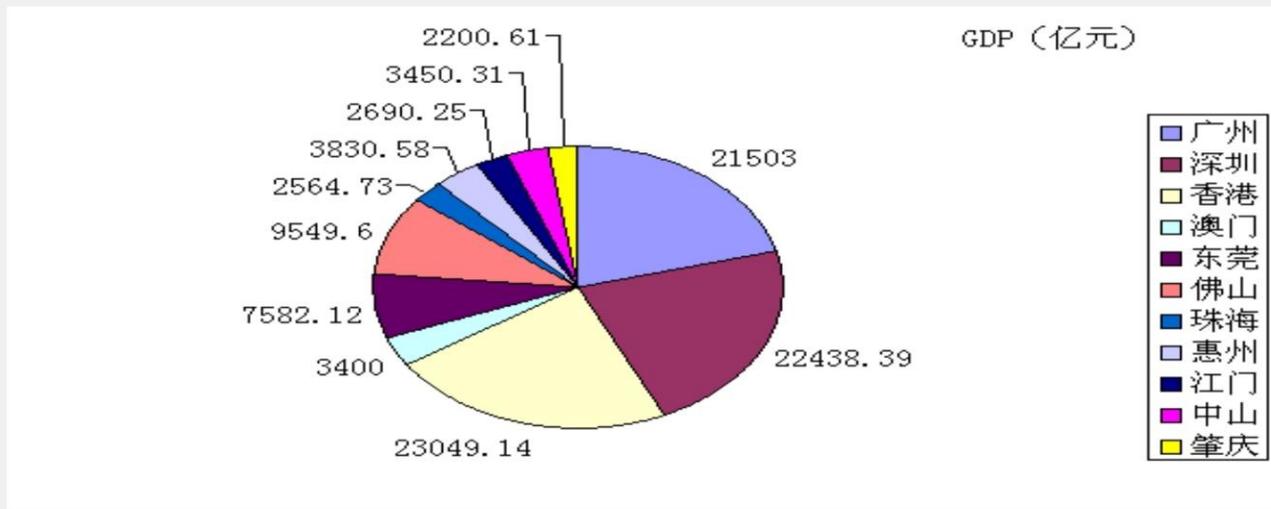
新常態 = 內循環

- ON LINE V.S. OFF LINE
- 疫情持續性&傳播性
- 各國交流範圍
- 入境管控度
- 流動人口變化
- 內供應
- 內部消費

新常態 = 內循環

粵 · 港 · 澳大灣區

2017年粵港澳大灣區11城GDP之和已經達到了10.22萬億元，這也是粵港澳大灣區GDP首次突破10萬億大關，折合美元達15145億美元，仍略低於全球第11大經濟體韓國。



GDP首超10萬億

省

吾日三省吾身





感謝