

學以致用 實踐為先

城市學子手記

中國的消費市場日益強大，經濟體系僅次於美國，是全球第二大。由於中國機遇處處，因此我修讀香港城市大學(城大)市場營銷學系的中國企業管理課程，既學到營銷策略，又增加我的中國商業知識。為了實踐所學，我在二年級時獲選參加NIKE Hong Kong(NIKE HK)的University NIKE Icon(UNI)活動，深入了解企業管理的實況。

北上工作了解市場

我喜歡收集球鞋，當得悉UNI這個活動後，便毅然參加。在整整一年的計畫內，我與組員合力舉辦了許多活動，其中「NIKE UNI FREE TAG GAME」是個很好的經驗。這是個全權由UNI策劃、構思、宣傳和執行的校園遊戲，同學以隊制形式參賽，在學校你追我逐，像小時候玩的「捉迷藏」。在大學推廣此遊戲時，我們以「快閃黨」形式

於繁忙時間在校園出沒，吸引學生注意。在宣傳期間，我應用了市場營銷學的知識，實際運用各類推廣方法，提升品牌曝光率。

由於任期內表現良好，我獲選隨團前往上海參與NIKE Greater China舉辦的運動會，體驗不同的運動，接觸世界著名的運動員。期間我認識到國內與香港消費者的心態有別，如內地消費者較注重產品的耐用性和功能，而香港消費者則較注重外觀；內地人上健身房是一件很奢侈的事，品牌要做較多的工夫提升消費者參與運動的意欲，而香港消費者則有運動習慣，但缺乏知識選擇適合自己的運動產品，品牌須通過舉辦不同的試鞋活動，讓產品專員與消費者接觸，教導他們挑選合適的產品。隨隊的同事亦很樂意與我分享在內地工作的經驗，令我獲益良多。

Nike的工作經驗，亦助我有效完成為國內健身器材及體育用品服務商撰寫的電視購物銷售渠道報告。在Nike工作時，我被委派參與拍攝馬拉

松紀錄片的工作，擔當導演一職。過程是痛苦和繁複的，身為導演，我要構思如何以紀錄片的形式帶出宣傳訊息，但攝影師卻較注重藝術美感，我往往要游說一番才能拍出預期效果。製作過程讓我明白到有效表達宣傳短片的訊息十分重要，而電視購物渠道亦同樣要求片段帶出產品訊息，從而說服消費者購買。由於我對題目已有所了解，所以做起來得心應手。經過三個月的努力後，向公司提議了很多改善方法，得到公司的認同和讚賞，我和組員都感到很鼓舞。

這短短幾年間，我在城大和NIKE HK學到的東西真的很多，很高興我能應用所學知識在工作上，使我成為一個有競爭力的人。

文：莫肇恆

Blog主簡介

莫肇恆現為香港城市大學工商管理榮譽學士(中國企業管理)三年級學生，曾參與NIKE UNIVERSITY ICON實習計畫一年，現於NIKE Inc.市場營銷部工作。