

營銷有道

——中大的市場精英

現代經濟學奉市場為主臬，作為旁支的市場學，亦為最實用科目之一。結合理論和科學調查，又為營商者提供分析架構方向。

市場學特別之處，大概是其綜合科際，除行為科學和統計，強調策略創意，而科技和全球化，令市場形勢急促變化，更須果機立斷，運籌帷幄。今期訪問數位人物，皆長袖善舞，發揮市場學精髓，學以致用，更奠定品牌成功，立下汗馬功勞的功臣。

雷榮發七零年代畢業，赴法留學，加入一流之零售企業，管理注重人性化，領導企業膺最佳僱主。他認為營銷之道，產品固重要，員工亦為關鍵因素，看似簡單，體會卻至深。

郭佩明以寥寥數字，概括多年心得，讀之趣味盎然。郭校友談笑用兵，以快打慢，迅雷不及，以密集攻勢，出其不意，迅速擴大市場。知易行難者，大概為果斷的執行力。

鍾倩儀在亞太區建立珠寶品牌，廣為人識。鍾校友聰慧過人，唸工商碩士課程嶄露頭角，後進入太古集團，受嚴謹訓練，不斷尋求

挑戰。她重新定位珠寶業經營範疇，業內津津樂道。鍾校友力求突破，心思慎密，開發出一片藍海，讀之仿如商業教材。

黃麗敏領導全球最成功餐飲連鎖店，又開拓中國市場，擅於跨文化營銷。她愛以棋局比喻市務，必須佈局精巧，才能出奇制勝。她又語重心長，表示商旅漫長崎嶇，必須平衡家庭事業，才能專心向前，抓緊機遇。

最後，本刊走訪商學院的冼日明教授。冼教授熱心推動市場學，活躍於媒體，又著書立說，關心社會課題，推動公平競爭法等。他暢談市場學走勢，方知市場學時日雖短，卻所經非一。

市場學看似抽象，處身寸土必爭競爭環境，難免承受壓力，進退失據。今期訪問，數位受訪者不約而同，折服於閔建蜀教授講述《易經》，聽之身同感受，頓悟得失之間，求取和諧的重要。

易學流傳千載，竟顛撲不破，令人稱奇。 

