

## 設計增值、設計創值、設計創商機

**【明報專訊】**問：香港的工商各業及服務業要向前演進，主流的路向及共識便是「升級、轉型」，企業自我提升之道，便是要為產品、服務「增值」，再進一步者要能「創造價值」，至於如何「增值」、「創值」，有業內人士認為「設計」是一重要元素及手段，要如何理解？

答：如何為自己公司的產品和服務提高售價和提升利潤，是每位大中小企業家每天盤旋腦海的命題，可以想像得到的方法，如強化產品功能、提高產品質素、美化產品外觀、提高給客戶及消費者的滿足感等，已經是企業家經常沿用的不二法門。只是在現實情況如何應用方面，則各師各法。這些增值方法普遍都需要財政資源推動，或會引致額外成本，對於一般財資緊絀的香港中小企，如何能在不用或少用財政資源情況下，為產品服務增加或創造最大價值，確是一項十分刁難的課題，甚至可能是「不可能的任務」。

對於某些類型產品，如手機、汽車、電子儀表等有科技含量的產品，要提高產品功能質量，非投入大量金錢於科研技術改良和開發，然而對於大多數生活用品，也許只需使用或加點設計元素，例如改良產品包裝和外觀，都足以令該類產品給用家的煥然一新感覺，甚至脫胎換骨，又如一家小型廣告服務公司，也許只要把公司的商標精心重新設計，擺放在名片、信紙、網頁上便足以帶給客戶耳目一新與眾不同的感覺，說不定商機就是如此創造出來。

香港其實已經擁有一班訓練有素的專業設計人才，有一個舉世稱道的良佳營商環境，可惜香港企業界似仍未能對設計師的功能和長處作最大發揮，又或未充分認識到設計師帶給企業及其產品服務的增值和創值功能，當今天市場中人都談論「品牌管理」、「創意與品牌」的時刻，一個專業設計師為品牌、為企業所增加、創造的價值和新機遇，應受高度重視。

■歡迎來信提問，傳真：2558 4613

電郵：[alexkul@yahoo.com.hk](mailto:alexkul@yahoo.com.hk)

古兆勛

陳葉馮會計師事務所高級顧問（企業融資及財富管理）

卓智融資有限公司業務資政