



▲Amo阿默典藏蛋糕創辦人暨董事長周正訓

Amo阿默典藏蛋糕

回歸產品品質，才是做生意的王道！

受到許多香港人喜愛的台灣伴手禮「Amo阿默典藏蛋糕」，今年9月前進香港設立據點，延續「把簡單做到最好」的經營理念，阿默要用產品力與通路力，以香港為起點，佈局境外市場。

提到乳酪蛋糕和千層蛋糕，相信許多人心中的第一品牌就是「Amo阿默典藏蛋糕」。阿默創辦人暨董事長周正訓分享，「其實我們一開始並沒有要做品牌，但還是找了復興美工的學生幫忙設計商標，主要想法是要永續經營。那時只想把產品做好，在經營品質的過程中，品牌就這樣隨之而來，一直到現在也是如此，如果品質不夠好，我們不賣，不會急著把生意做大。」

產品力：把簡單做到最好，建立口碑

基於對品質的要求，阿默的第一款產品乳酪蛋糕光是研發、測試，就花了將近一年時間。創業之初，周正訓採取直接銷售模式，鎖定機關與公司推廣試吃，「我有把握讓消費者吃到阿默蛋糕時會有驚豔的感覺，因此要先試吃，試吃滿意就會訂購。」阿默就是從這樣開始的。

此外，阿默也曾到醫院租臨時攤位展售，僅僅靠著一款乳酪蛋糕和一塊招牌，在沒有任何知名度的情況下，5天就賣了近千條蛋糕，但更驚喜的業績是展售結束後，陸續接到來自各地的訂購電話。「當時熱烈的反應給我帶來很大鼓舞。原來只要把產品做好，讓消費者吃到，效益自然就會擴散，這才是做生意的王道。」周正訓強調。

通路力：由點到面，佈局境外市場

隨著時代的改變及因應消費者需求，阿默的經營模式也朝著網路及實體門市延伸。除了設置Amo官網，全台

已有17家直營門市，今年9月更在香港成立第一家境外據點。周正訓提及前進香港展店的幾點考量，一是香港觀光客一直是阿默的主要客源；二是香港是國際化城市，除了七百多萬人口以外，還有每年數以千萬人次、來自全球的商務及消閒旅客。在香港設立據點，等於是向全世界行銷。

「我們在進軍香港的過程中得到香港經濟貿易文化辦事處（香港經貿文辦）的大力協助，從辦理營利事業登記證、店面選址、找到對口展開洽談到媒體的宣傳曝光等，都是讓我們能夠順利拓點的關鍵。」周正訓強調，最大的收穫是，香港經貿文辦每年會舉辦一些活動，邀請到香港發展的廠商齊聚一堂彼此交流學習，分享在香港經營的甘苦，並藉此建立人脈資源。

香港只是第一步，阿默的最終目標是要由香港擴展到澳門、廣州、深圳建立銷售網絡，然後由澳門再擴展到珠海，而廣州、深圳可以再擴展到中國大陸其他城市，把阿默蛋糕帶到更遠。

香港經貿文辦投資推廣組全力支援台灣企業到香港投資，包括提供免費及實用的資訊，以及專業的支援服務，更會協助企業利用香港的服務和優勢，開拓境內外市場。

HONG
KONG

電話：+886 2 27200858
電郵：investment@hketco.hk

