



Department of Marketing

香港城市大學
City University of Hong Kong

A Tat Chee Avenue, Kowloon, Hong Kong
T +852 3442 7876
F +852 3442 0346
E mktdept@cityu.edu.hk
W cityu.edu.hk

LWK

8 July 2025

Dear Principal,

Celebrating the Outstanding Performance of SAE-HENG, Cheng Hoi Yau
at City University of Hong Kong

It is with great joy that we share the news of one of your graduates SAE-HENG, Cheng Hoi Yau, who completed their secondary education at your school in 2021. Your graduate has recently been honored with the Outstanding Student Marketing Consultancy Projects Award (傑出學生市場顧問獎) for the outstanding performance in the Bachelor of Business Administration (BBA) Marketing program during the 2024/25 academic year at the Department of Marketing, City University of Hong Kong.

Our department is dedicated to fostering "Learning through Real Experience" and "Whole Person Development" by providing our students with a diverse range of academic and real-world opportunities. These include consultancy projects with renowned business corporations, internship programs, professional presentations, and team-building activities. SAE-HENG, Cheng Hoi Yau has truly excelled in these endeavors, making both our program and your school incredibly proud of the achievements. Enclosed, you will find the advertorial we issued on 27 June 2025, highlighting this accomplishment.

We recognize that your school has played a vital role in laying the foundation for SAE-HENG, Cheng Hoi Yau to excel in their studies and beyond. We sincerely appreciate the dedication and effort you have invested in nurturing and supporting your students to achieve their full potential.

Once again, congratulations on your school's contribution to SAE-HENG, Cheng Hoi Yau's success, and we look forward to witnessing more remarkable achievements from your graduates in the future.

Warm regards,

Mr. THAM Koy Siong Alex
Senior Teaching Fellow
Department of Marketing
City University of Hong Kong

Prof. LI Yanzhi David
Head
Department of Marketing
City University of Hong Kong

香港城市大學市場營銷學系CityUHK Marketing每學年均舉辦「傑出學生市場顧問計劃」，參賽顧問團隊由學生組成，實踐課堂理論並應用於實際案例中，掌握制定專業營銷計劃的技能，蛻變成更自信的營銷人員。本學期，學生團隊專注為三家企業提出創新且高效的營銷策略，涵蓋品牌建構、提高市場份額和潛在客戶轉化率等範疇；其中四隊表現卓越，榮獲企業及學系頒發的「傑出學生市場顧問獎」。



城大Marketing「傑出學生市場顧問計劃」 未來營銷人員 創意與科技並用 助企業制定行銷方案

Team 7

企業顧問報告客戶：
香港城市大學（東莞）

品牌建構與 台灣學生招生策略

去年新近成立的高等學府，香港城市大學（東莞）正積極建構品牌。小組的推廣計劃聚焦提升城大（東莞）的國際知名度及吸引力，尤其針對台灣學生的招生策略。通過問卷與訪談，小組發現已在內地的台灣學生對繼續留內地升學持開放態度，而身在台灣的學生對前往內地升學意願仍有提升空間。另一方面，現時城大（東莞）的社交媒體營銷主要集中於抖音和微信等平台，但這些平台未能全面覆蓋目標群體。因此，小組建議學校組織夏令營，邀請台灣學生實地體驗城大（東莞）的校園環境與學術氛圍，同時在Instagram等平台投放創意宣傳視頻與活動吸引台灣學生。

收集台灣學生數據是顧問報告的挑戰之一，幸好有組員曾赴台灣交流，透過當地網絡成功收集資料。此外，小組對內地與台灣的升學市場了解有限，感謝城大（東莞）和學系老師的指導，小組成功進行深入市場分析，確保策略建議切合實際需求。整個報告節奏緊湊，挑戰重重，小組表示為了按時完成項目，經常熬夜加班，但看到成果獲得認可，一切付出都值得。



左起：呂宜進、張文軒、吳愷慧、黃梓桐、蕭俊麒、何浩懷

Team 2

企業顧問報告客戶：
香港格價網

提高Price.com.hk 轉化率的營銷策略

香港格價網Price.com.hk於2008年推出，至今提供了超過20萬款商品的資訊。這次企業顧問報告旨在提升香港格價網在18-34歲目標群體中的用戶轉化率，使潛在用戶轉化為實際用戶、推動非App用戶下載Price應用程式、鼓勵非會員完成註冊，及提升現有用戶的使用頻率。

調查結果顯示，目標群體對Price品牌有一定認知，但對會員制度和應用功能的了解較為有限。於是，小組制定了一項為期18個月的營銷計劃，策略包括在Instagram和Facebook平台開展迷因營銷活動，並設計Price品牌吉祥物，透過趣味性內容強化用戶對格價功能、會員權益和App價值的認知。此外，小組也提議公司新增「一影即格價」功能以及推出「AI格價專員」為用戶提供更加便捷的格價體驗，提升用戶體驗和促進轉化率。

此組的最大特色為多元文化背景（包括外國學生、內地生和本地生），合作過程讓大家在語言能力和文化理解上都有顯著提升，充份展現團隊凝聚力和韌性。組員們對獲獎感到喜出望外，特別感謝公司和老師的指導，不僅讓他們將理論知識轉化為實際營銷方案，更顯著提升了他們的專業能力與職業自信。



左起：鄭慧怡、文敬淳、MARYAM-ASHFAQ、王柔輝、孫瑩穎
缺席：萬婧怡、李抗原、徐子浪

Team 3

企業顧問報告客戶：
香港格價網

推廣企業YouTube頻道的 營銷策略

隨着消費者注意力碎片化與數位渠道多元化發展，要有效擴大品牌曝光率和影響力，必須採取更精準、更系統性的策略部署。小組的營銷企劃針對推廣香港格價網Price.com.hk的YouTube頻道，將18-34歲並對3C產品感興趣的群體定為目標受眾。調查發現，短視頻內容最能有效吸引目標受眾，因此小組建議公司以產品實測與使用教學作為主要內容方向，每周定期更新2-3段60秒內短視頻，並聘請專業設計師製作吸睛縮圖，建立統一的品牌視覺風格。此外，小組也建議公司在網站上嵌入頻道鏈接，引導至相關視頻內容，提升影片觀看次數。

在提案過程中，小組注意到企業對將流量引到YouTube的策略存有疑慮，期望同學能針對「開發新客群」與「維持現有用戶」之間的平衡提出更具體的建議。對此，組員們非常感謝企業方坦誠分享這些實務考量，讓他們深刻體會到在制定策略時，必須細心考慮各持份者的意見。企業寶貴的意見促使小組重新審視策略框架，發展出更全面的解決方案。

小組非常感謝學系和企業的信任，為他們提供是次學習機會，過程中更提供不少幫助和意見，讓小組結合課堂理論並於現實中實踐，這個經驗實在難能可貴。



左起：馬凱兒、王曼沁、山田知慧、招泳、陳穎詩、黃穎琛、章巧欣、蘇慧雅
缺席：鄭凱柔

Team 5

企業顧問報告客戶：
滙豐銀行

將加密貨幣發展為銀行 客戶投資工具的建議

加密貨幣憑藉高潛在報酬及去中心化等特性，成為近年風靡投資界的新興潮流。小組透過探討投資者的加密貨幣投資行為、偏好及動機，為滙豐銀行設計營銷計劃，吸引高收入人士及銀行現有客戶加入即將推出的加密貨幣平台。建議包括在目標客戶集中地如中環站和香港站投放看板廣告，提升企業的知名度；邀請現有客戶親臨國際馬術活動VIP區，由客戶關係經理在輕鬆的氛圍下推介新平台；以及參加Web3嘉年華和香港金融科技周等行業盛會，分享加密貨幣的最新發展，吸引更多潛在客戶。考慮到許多客戶對加密貨幣的了解不深，小組提出三大方案，包括開發「AI助手」，助客戶獲取關於加密貨幣的信息和風險分析；於新平台上線時舉辦大型發布會，邀請目標客戶和媒體共同見證；以及加強搜索引擎優化（SEO），提高企業與加密貨幣相關的關鍵詞排名。

項目挑戰性頗高，小組感謝企業代表及學系老師指導，透過實戰，明白到不單要運用所學的理论，更學習到營銷所面對的預算管理和整體行銷計劃的可行性，依數據制定具體的營銷企劃。



左起：張景翔、方紀然、程麒安、李兆騏、蔡靖怡、黃靖蕊、秦思穎

（資料由CityUHK提供）