

報章
Press

Hong Kong Entrepreneurs

刊登日期
Publish Date

2020-10-06

標題
Title

德國寶:加強產品研發 開拓新市場

關德國寶產品
Related Product(s)

德國寶



陳婉華：
以誠信共建智慧城市
 Eva Chan on Building a Smart City with Integrity and Trust

香港企業「疫」轉勝
 Turning COVID-19 Crisis into an Opportunity

廠商會歷史資料庫
 CMA Historical Resource Centre

百年洋服店
 A Century-old Bespoke Tailor

香港中華廠商聯合會
 The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong



德國實：加強產品研發 開拓新市場

以售賣家電類承接電器工程為主的德國實，受疫情影響，電器工程訂單出現延誤，生意額減少近1成，但公司未有因此放慢發展步伐，反而加快產品研發，搶佔防疫商品先機。

德國實董事長兼前商會副會長陳國良指，2003年沙士與今次新冠病毒十分相似，同樣令市民減少外出，打擊消費意慾；「疫情雖然屬同一個範疇，但電器沙士的經驗，我們應運到新聞就是一切，必須以靈敏時間調整經營策略，加強產品研發，否則便會損失商機。」

因此，德國實在2月店內飽經罷工後，便加快研發掛鐘空氣淨化機和專用空氣淨化機等的防疫產品。產品推出後，銷售成績理想，加上疫情令市民多在家用膳，刺激了廚房電器銷量急升2至3倍，幫助公司填補大型工程訂單延誤所帶來的損失。

陳副會長指，疫情令市民的衛生意識大為提高，掃蕩疫情情緒，消費者對具備消毒殺菌功能的家電仍有一定需求。未來公司會繼續投資研發防疫產品研發和推廣，開拓多元的產品線。



德國實董事兼前商會副會長陳國良
 Dr. Edward Chan, Chairman of German Pool and Vice President of CMA

“疫情考驗企業對開發產品的積極性，如企業對前景過份悲觀，沒有把握好時機調整經營策略，當疫情退卻，便會落後於人。”

The pandemic is a test of whether a company will take initiative towards product development. When a company views the future negatively and does not adjust its strategies timely, it will inevitably be defeated.



疫情期間，德國實搶佔先機，開發一系列防疫產品
 German Pool captured a significant market share of pandemic-prevention products at the early stage of the pandemic.