

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事

我不入大陸，誰入大陸？

呂錦誠(Ben)以「我不入大陸，誰入大陸？」的豪情氣魄進軍中國內地的廣告界，先後是多家國際廣告公司的領軍人物，其後更於 2003 年創業，成績斐然。對於年輕人創業，他語重心長地提出忠告：「創業路途崎嶇艱巨、若沒有良好的根基、宏觀的視野、精準的觸覺、過人的魄力，很容易血流成河。」他一再叮囑年青人必須三思而後行。



成功非僥倖，Ben 能夠在廣告界享負盛名，是多年來苦心經營的結果。他沒有正式上過大學，年輕時做過很多不同類別的工作，深知搵食艱難，唯勤是岸。當他決定在設計方面尋找出路的時候，便不斷進修，專心致志地為自己建立穩固的知識基礎，他早年在白英奇書院修讀一個商業廣告設計的課程，掌握了設計的基本技巧；然後到當時的香港理工學院修讀設計文憑課程，豐富了自己的創意概念；其後更到英國著名的設計學院 Central Saint Martins 進修，感受潮流的觸覺，體會如何捉摸潮流、駕馭潮流，與潮流並行。這多方多面、不同層次的學習讓 Ben 有足夠的專業知識作為根基，可以應付日後工作上的要求和挑戰。

當然，對於廣告工作，實戰經驗亦至為重要，Ben 屬於紅褲子出身，他早年在時間廊和 TVB 工作時，擔任的雖然都是基層的職位，但就累積了很多產品及平面設計、宣傳及推廣活動、以及應對客戶及危機的寶貴經驗，所以機會一到，就可以踏足管理層，獨當一面。

Ben 在 TVB 工作數年後，便轉投知名的國際 4As 廣告公司，先後在 DYP, Saatchi & Saatchi(盛世長城), Greyworldwide Advertising (精信廣告)任職，因為這些公司能提供更多機會讓他發揮創意才華。

Ben 創作過無數廣告片，問他最喜歡的是哪一條，他毫不思索便說：「地產街的三隻白白豬」，外型很硬朗的 Ben 頓時添了幾分童真。上網翻查，原來這條早於 1999 年製作的廣告片，頗深入民間，多個親子網站近年都有人出 post，徵求歌詞。

三隻白白豬，各自去搵屋，
豬哥哥無厘頭問 police，豬姐姐通街逛....

免責聲明

《本月之星》為香港理工大學（理大）之電子通訊，其內容全屬受訪者的個人觀點或見解，並不代表理大之言論及立場。

對於本電子通訊的內容，理大不保證其準確性、合法性、正當性或完整性。理大不會對本電子通訊的任何內容承擔任何責任，包括但不限於任何內容存在任何錯誤、遺漏、謬見、誹謗、謊言、侵權，以及其衍生的任何損失或損害。

本電子通訊所載由受訪者提供的資料（如圖片等）的版權及其他知識產權屬於受訪者，理大不會對任何因實際或指稱侵犯版權或其他知識產權所引致的損失或損害承擔責任。

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事

Ben 認為宏觀的視野對事業發展至為重要，90 年代初期，他的朋輩同業都在計劃移民加拿大或澳洲等地，但他卻決心留在香港，也決心打入中國，因為他知道內地市場有無限潛質，中國亦將會成為世界重要的經濟體系，對廣告推廣界別的人才有很大的需求，所以決心成為第一批涉足中國內地市場的廣告人。就是因為他有「我不入大陸，誰入大陸」的才情氣魄，所以在 1992 年就可以成為廣告界龍頭大哥「盛世長城中國」有史以來首位美術總監，這是他事業發展的一個重要轉捩點。其後在 1999 年，Ben 在「精信廣告」的線下廣告公司「G2 香港和中國」擔任公司的首席創意及總經理職位，並負責業務拓展，短短一年的時間便聲名大噪，並於 2002 年將業務拓展至上海。

Ben 愈戰愈勇，2003 年，他毋懼沙士襲港，自立門戶，同時在香港及上海成立一間提供品牌諮詢、營銷策劃、市場推廣、公關活動及創意設計等全方位服務的公司-鑫高香港創意傳訊有限公司及鑫酷創意諮詢上海有限公司。

成功創業十多年，Ben 有很多美麗和值得自豪的回憶：來自著名威士忌品牌過千萬的一張訂單，可口可樂 2008 年在北京奧運的推廣活動，2010 年香港國際機場在上海世界博覽會的展出、人頭馬 VSOP 音樂會都是他公司的代表作。他的客戶層面非常廣泛，有政府機構、地產商、銀行、酒店、電訊公司、高級品牌的消費品，作為一家中小型的廣告公司，鑫高的成就絕對羨煞旁人，所以開業數年已經有國際廣告公司提出高價收購建議。



2019 年又一城春節立體懸掛豬年藝術裝置

Ben 有很精準的觸覺，這對廣告行業尤其重要，他的公司能夠成功爭取及留住客戶，因為他們不但能放眼大局，亦同時能掌握細節，往往能為客戶提供一站式的服務，兼顧打造品牌、營銷策劃、推廣活動、甚至產品的設計和包裝的工作，成功地協助客戶立足市場及擴大佔有率。

Ben 深明市場觸覺的重要性，任何成功的企業都要熟知顧客的喜惡和傾向，才能留住顧客，他是中國內地 CRM (Customer Relationship Management 顧客關係管理) 的先驅，帶領客戶以多元化方法理解目標客群，從而建立對品牌的忠誠度。

Ben 觸覺精準，所以懂得審時度勢，知所進退，這絕對是創業家成敗得失的關鍵。他進軍上海初期，業務迅速增長，公司的規模亦相應增長，但十年過後，內地人才輩出，香港的廣告專才不再是炙手可熱，加上近年國家政策的改變，高檔消費品的市場推廣預算縮減，Ben 於是精簡國內公司的編制，以控制成本開支。

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事



Ben 很熱愛運動

Ben 原來是一個運動強人，他說創業家需要有過人的魄力，所指的不單是精神上的魄力，也同時是身體的魄力，他先後完成了十一次馬拉松比賽，十五次三項鐵人比賽，其中五次是 IRONMAN 比賽，他需要游泳 3.8 公里，然後踩單車 180 公里，再跑 42 公里。運動可以鍛鍊意志和能耐，從 Ben 的出賽紀錄，就知道這位創業家有非凡的意志和能耐。

時下香港特區政府、大學、香港科學園以及各個青年團體都紛紛鼓勵年青人創業，創業培訓課程、創業基金、以及各項創業支援工作，應有盡有，彷彿創業一定是前途無限。但 Ben 儘管創業成績斐然，卻依然對年青人創業極有保留，他說：「創業路途崎嶇艱巨，若沒有良好的根基、宏觀的視野、精準的觸覺、過人的魄力，很容易血流成河。」他一再叮囑年青人必須三思而後行。

談到將來，Ben 希望在教育和知識傳承方面多下功夫，藉此回饋社會。他曾於多間大學擔任客席講師，亦為香港專業訓練學院擔任廣告包裝及品牌設計高級文憑課程的顧問。

至於事業方面，Ben 希望可以發展和飲食或運動相關的業務，Ben 原來除了運動之外，也熱衷於烹飪，煮得一手好菜。Ben 既然具備了宏觀的視野、精準的觸覺、過人的魄力，如果他要在自己的興趣範疇上創業，一定可以成就輝煌，再創新天。