

港商出路 智能錶關新戰場

雖然劉榮濤認為香港本土鐘錶同行競爭不大，惟要在世界市場上突圍而出，除需要製造和營銷能力，產品設計和科技研發也相當重要。過去兩年，本港許多規模較小公司已在開發智能手錶，並在香港鐘錶展展示成果。

無需電話可近距離交流

成立只有1年半，以智能手錶為重心業務的Add-inc.，其創辦人安樹指，自己本身從事電子業，公司的智能手錶在2年前開始研發，產品將於11月正式推出，而「今次鐘錶展反應理想，在法國和美國已經有草擬的合約」，但暫時不會在香港市場銷售。

他指，該智能手錶與一般智能手錶最大分別是無需手提電話，該手錶可獨立運作與人作近距離交流和傳輸信息，而上述技術亦已於美國和中國申請專利。他指產品針對年輕人市場，價格不算高，手錶錶帶亦有多款選擇，可按季更換。另外，香港鐘錶品牌o.d.m.亦在鐘錶展中展示其智能錶設計，但產品並未正式向市場出售。

手機公司加入分杯羹

事實上，近年不少手機公司亦加入智能手錶戰陣，Sony Smart Watch早在上年發佈，三星今年搶先推出Galaxy Gear，而有傳Google和Apple計劃在未來一年發布新智能手錶。ABI Research分析師傑夫·奧爾(Jeff Orr)估計，今年全球智能手錶出貨量將為120萬隻，而2014年和2018年將分別為700萬隻和1.4億隻。他又認為，當未來更多冠軍級公司進入市場時，現就正好為消費者預熱新產品。

Gartner分析師安吉拉·麥金泰爾(Angela McIntyre)更認為，相關廠商可以將智能手錶與尺寸較大的「平板手機」進行捆綁，同時提升兩者的銷量。她還預計，智能手錶將在一定程度上取代智能手機。



■Add-inc. 創辦人安樹指，旗下智能手錶apps watch備有多款錶帶可供更換，迎合年輕人市場。

中國風吹起

電子錶錶面設計多以潮流時尚為主，反觀機械錶在是次鐘錶展上大多以古典設計為主調外，中國風的鐘錶設計也慢慢興起。台灣商家新典雅負責人表示，中國風不論在亞洲還是外國都愈來愈受歡迎，其所負責的不少大品牌在設計時亦加入中國元素。

木雕文化加入設計

香港首家陀飛輪品牌萬希泉亦在剛過去的鐘錶展中展示自行研發的陀飛輪，並將於11月在世界各地銷售。公司銷售及市場助理洪子林指，不知是否與陳奕迅的《陀飛輪》有關，但機械錶的確在市場上愈來愈受歡迎，主因它們在欣賞和設計上能滿足喜歡鐘錶的客戶。同時，公司把中華木雕文化結合在設計之上，亦收到很好的形象宣傳。

他指：「一隻機械錶的價錢很多是來自品牌的價值。在歐洲一般陀飛輪要10萬元左右，亦見到漸漸有更多的女性對陀飛輪有需求，因此公司亦將推出有關產品，預計售價2萬元至3萬元左右，為大家提供一個入門平台。」

琺瑯錶面市場受落

另一家中國手錶公司，北京手錶廠就在鐘錶展中展示一系列中國風手錶設計，其公關總監劉林娟指當中以琺瑯錶面的設計最受市場歡迎。她指出，中國鐘錶市場在這20年快速擴展，公司年均增長皆有雙位數字，尤其現今中國年輕人初踏職場就會想要一隻機械錶，到3年至5年後又會再買一隻，形成穩定需求。另一方面，該廠在展會展示雙軸立體陀飛輪，可見中國製錶技術已不能輕視。

■今年鐘錶展有不少中國風的設計出現。圖為北京手錶廠琺瑯面機械錶一歲朝清供。



■香港陀飛輪品牌萬希泉自己研發的陀飛輪。

■劉榮濤直言貴租在香港的確是個大問題，因此零售商亦偏向出售貴價貨品。



■飛騰鐘錶業品牌經理劉榮濤認為，香港鐘錶業在技術上和原創性其實都很有競爭力。

錶王第二代劉榮濤

研本地錶芯 重振鐘錶業

香港牌有得做

營商有道

香港工業，有人說是已過去的歷史名詞。惟作為鐘錶大王劉展灝的兒子，飛騰鐘錶業品牌經理劉榮濤自出娘胎已和手錶打交道，畢業後即投入家族錶業生意，成為工業家第二代接班人。劉榮濤認為，本港鐘錶工業絕非夕陽行業，「香港在鐘錶出口方面，是繼瑞士之後排第二位。我們由上世紀60年代開始，已經開始發展，香港不論在技術上和原創性其實都很有競爭力，未來只要我們成功發展本地錶芯，相信香港錶業定可提升到另一層次。」

■記者 蔡明暉

劉榮濤接受本報記者訪問時指，研發本地錶芯，目的是為鞏固香港出口市場的地位。「其實由業界聯手的第一階段研發計劃已經完成，未來將進行第二階段。我認為在不遠的日子，可能幾年後香港就可以有自己本土的錶芯了。」他指出在市場上錶芯主要供應地不多，包括瑞士、日本和中國。但事實上瑞士的供應量其實並不足夠，而且價錢也比較貴，而外國產錶芯技術亦不夠穩定，為香港鐘錶業創造優勢。談及飛騰鐘錶業務，旗下百分百香港品牌的天普時(Temporis)一開始就以中國市場為目標。到底中國市

場有多大？劉榮濤就指，天普時在內地發展近10年，每年平均有20%增長。另外，天普時主打女性市場，原因是「鐘錶慢慢已經變成配飾，以香港為例，一位男士平均有1.5隻至2隻手錶，而女性平均就有3隻至4隻」。

冀轉時尚品牌發展

劉榮濤笑言，雖然自己從事鐘錶業，但現今「睇時間」的方法太多，買錶的原因已「不在睇時間」。他亦透露天普時打算慢慢轉成時尚品牌，賣錶之餘，也賣手袋、銀包和太陽眼鏡等。

中低檔錶內地受捧

不少品牌紛紛打入內地，市場發展亦漸成熟，劉榮濤直言，以8成賣電子錶的天普時來計，以售價1,000元至4,000元的中低檔錶最受歡迎，相反其他類別銷售都有所下降。在內地電子錶與機械錶的需求分別是一半一半，未來亦會增加機械錶的供應。

與此同時，他直言「香港製造」這四個字在內地仍具吸引力，而在設計、款式、材料等方面下功夫，也是其中一個吸引客戶的因素。此外，劉榮濤看到網上銷售市場增長強勁，公司亦將重點發展這個市場，「24小時服務是必須的，另外亦會設計一些只可於網上選購的款式，價錢亦會較便宜。」

市場心得

手錶做首飾 中東女士愛閃

除發展中國市場，不少鐘錶品牌亦拓展中東市場。劉榮濤說，以天普時為例，在2005年開始進入中東，每年平均增長10%至15%，相比中國內地，更受中東女性歡迎。另外，中東當地對電子錶需求亦較機械錶為高，比率為9:1。

「(中東女性)穿了名牌都見不到，因為有件長袍，但她們戴錶，卻可以戴在袍外。」劉榮濤表示，她們除太陽眼鏡之外，可以配戴的首飾並不多，而手錶就是其中一樣，而閃亮水晶等吸引女性的「bling bling」元素為當中成功關鍵，「特別是一些誇張地閃的款式就更受歡迎，而且他們跟喜歡古典款的中國市場不同，更願意接受前衛的設計」。

世界盃因素 看好卡塔爾

跟這些保守國家做生意，劉榮濤認為「與這些政治因素先天不良的國家做生意，個人盡量早去早回，最重要是留意貨款」。而相比起政治和戰爭等因素，突破市場壁壘更為困難，「比如沙特阿拉伯政府很保障當地商人，也很支持(他們拓展)內銷」，從而令一個海外市場完全不熟悉的當地品牌，在當地也獲很高的銷售額，成為海外公司進入中東時面對的大難題。

他不忘補充指，完善售後服務是公司打入市場建立品牌的關鍵要素。而在未來的中東市場，劉氏指公司將重點留意卡塔爾，原因「2022年世界盃將於當地舉行，所以比較看好」。



■閃爍手錶款式容易受到中東女士歡迎。

Profile 劉榮濤

- 飛騰鐘錶業品牌經理
- 香港工業總會青年委員會副主席
- 香港工業總會第22分組(香港鐘錶業協會)執委
- 香港工業總會職業訓練局管理及督導訓練委員會代表
- 香港表廠商會會董
- 香港貿易發展局香港鐘錶展籌備委員會委員
- 香港貿易發展局鐘錶諮詢委員會委員
- 香港青年工業家協會會員
- 香港菁英會會員



Sell Buy

自由買賣 無須授權

www.MW801.com

英皇金融證券集團
Emperor Financial Capital Group

提供金銀·外匯·股票·期貨交易

縱橫匯海財經網站
www.MW801.com

(英皇金融證券集團全股匯期財經網站)

歡迎業內業外人士直接聯繫合作條件

手機 WhatsApp/WeChat: +852 9262 1888

Email: GOLD@MW801.com

QQ/ 微訊 ID: 268021801

24 小時 無須授權

手機 / 網上買賣

0 佣金

電話: 2474 2229, 9262 1888, (86) 135 6070 1133

英皇尊貴理財中心
EMPEROR VIP CENTRE

香港灣仔軒尼詩道288號英皇集團中心8樓801室

Rm. 801, 8/F., Emperor Group Centre, 288 Hennessy Road, Wan Chai, Hong Kong

縱橫匯海財經網站乃英皇金融證券集團業務部投資顧問之網站