

本土時裝 出得廳堂

每逢影視頒獎典禮，一眾歌手藝人總會盛裝出席，身上穿的除了有名家出品，其實亦不乏本土時裝品牌。香港是全球其中一個重要的時裝製造中心和市場，2012年全年時裝出口總值是1,750億元；去年頭11個月的出口則是1,550億元，入口都有1,100億元。然而在市民大眾心中，對香港時裝界的印象，卻仍是代工生產為主。事實上，本港有不少新晉設計師一直為時裝夢不斷努力。是次在香港時裝節，為大家帶來了兩位設計新人，分享香港人與香港時裝的成長故事。香港其實都有很多本土時裝品牌。 ■香港文匯報記者 蔡明暉



■Chailie設計的香港postcard。 張偉民 攝



■Chailie指，做設計師最重要相信自己。 張偉民 攝

堅持風格

海歸女創自家品牌

「我不是想做Vivian Tam，我只是想做我自己」。23歲才開始讀時裝設計的何裕釵(Chailie Ho)在英國完成進修課程回港。當她與親朋好友說想自己做品牌的時候，每一個人都反對。媽媽跟她說，找份工早點結婚，不就可以完夢了嗎？朋友跟她說，世界上沒有很多個Vivian Tam。不過何裕釵表示：「我目標不是要做第二位Vivian Tam，我只是想做我自己。我認真想過，除了識做衫和畫畫外，我做其他工作都好慢。我不知道自己可以做到甚麼，所以我認為只有做衫，才最有機會成功。」然而由於Chailie想加入的品牌不多，加上很少會招聘，於是最後決定創立自家品牌。在時裝路上走了10年，Chailie今日終於有少許收成：「去年我跟不少品牌有合作，今年亦即將有自己的店舖，生意一年比一年好，估計未來兩三年就可以賺錢了。」

闖創業難關 設計信自己

Chailie表示，早於2008年決定從英國回來香港做自己品牌，但最後仍花了差不多1年時間，才開始賣自己的衣服。「我在英國做實習時，已知道自己營運Studio(工作室)的成本好高，單單人工已經是香港的8倍至10倍，於是就回港創業了。不過一開始不知如何做起，慢慢申請政府資助，最後差不多1年後正式開始賣衫」。然而創業只是其中一個難關，Chailie指做設計師最重要相信自己。她所做的衣服一向比較飄逸和女性化，「老實講一開始賣的時候不太受歡迎，會聽到很多不喜歡的聲音」。不過Chailie指從來沒有質疑過自己，「如果賣一些市場已經有的產品，我為甚麼還要做呢？市場已經有了，那麼就沒有我的生存空間了。我會改良我的衣服，使其更易穿，但不會改變自己的風格」。

找對的客人 堅持4元素

租金高，是不少本地創業者所面對的問題。Chailie一開始沒有屬於自己的店，所以找店舖寄賣亦是其中一個困難，「一開始挑戰好大，因為根本沒有辦法去證明給店主看，賣你的衣服有錢賺，然後他們又會開始質疑你的產品。不過世界上沒有一件設計是完美的，總會有人不喜歡。身為設計者，就是要找出喜歡自己設計的客人，讓喜歡你的人見到你」。於是Chailie不理會旁人非議努力去做，直至做出今天的成績。她笑指一直堅持着4個元素，分別是不斷學習、不怕困難、擅長接受刺激，以及堅持核心理念。「有時客人會在最後一分鐘才幫你訂衫，在經營時任何可以出錯的地方都一定會出錯，所以應變能力和創意思維十分重要」。

今年4月即將有屬於自己的店舖，Chailie表示最終夢想是把品牌做好後帶回英國；另一個目標就是教育下一代。畢業於英國倫敦時裝界崇高學府中央聖馬丁藝術學院的她指，自己是教育的受害者，「我原本有想過在香港讀設計，不過因為成績不達標，單是美術好並不足夠，所以入不到香港的大學。幸運的是中央聖馬丁藝術學院沒有看我的成績」。她感嘆在香港如果讀書成績不好，就沒有機會。另外她又指現在的美術堂，Creative thinking(創意思維)教育不足，「以前上美術堂，會有標準讓你跟隨，影響創意思維，所以我希望能在這方面做多一點」。

新晉設計師裁嫁衣

網店圓夢

早前一段《一生只想尋找一個肯挨(捱)麥記的女人》熱爆網絡。香港生活費太高，不少年輕人直指在香港拖拍好難。新晉設計師李啟康(November)本來亦打算為學受放棄創建自己品牌的夢想，可惜的是他不止找到一位肯捱麥記的女人，而且更願意用自己的私己錢打本讓他做生意一圓心願。

建品牌做婚紗

一開始November跟不少剛畢業的設計師一樣，有一個夢，就是有一天可以創立自己的品牌。「以前在不同公司做時裝設計師，不過始終是其他人的品牌，設計有很多限制」，所以只做了3個月左右。「本來我都打算找份工作，存錢買樓結婚就算，突然有一天我女朋友對我說，有私己錢讓我試一試做網上生意」。November指自己參加過不少時裝比賽，如最近荃灣廣場的《華麗倒運Project Runway》，作品均有入圍受到認同。我覺得自己在較誇張的設計或晚裝上發揮得比較好，因此就想着不如試一試設計婚紗；加上我認識做婚禮的朋友，所以就開始經營網店Musei Bridal。

市場競爭激烈

November指公司成立距今只有差不多9個月，平均一個月有一兩單生意。「其實如果1個月

有8至10個客人買我們公司的Package，我就可以收支平衡，讓女朋友辭職幫忙打理店舖。不過暫時還未達標，希望過多1年左右可以達到預期」。November表示，經營網店可以減低租金成本，做婚紗比做日常衣服的资金成本可以用得較長。不過見到在婚紗展上有近三分之一店舖都是賣或租婚紗，認為市場競爭激烈。「然而80後的出生率高，加上已到適婚年齡，所以對婚紗的需求亦較大」。November的未來目標是希望有新人想租婚紗時，會想起自己的品牌。

學縫紉補不足

敢於創新是設計師的必備條件。November指自己喜歡參與不同的設計比賽，除了開拓眼界之外，更可測試自己的設計是否受到市場認可。「我記得有一件作品是要晚裝crossover運動膠布物料，於是我把物料剪成一條條再編織衣服」。他直言當中過程十分痛苦，如果叫他做多一次，應該未必就範。然而完成後讓模特兒穿上身時，卻有種很大的滿足感。另外，November建議準備做設計師的年輕人，要多點學縫紉，因為只識畫圖並不足夠。「做一件衫時，我會先想到底個設計是否可行，因為有時縫紉師傅未必可以百分百裁到你的設計，有時自己落手做亦只得九成，學識後在工作上便不易被人欺負」。



■November這件為比賽設計的衣服，可以倒轉來穿。 莫雲芝 攝

靈感源自音樂

November喜歡設計晚裝，亦喜歡嘗試用不同的布料做衫。他指靈感來源九成來自音樂，「歌庫有甚麼歌就聽甚麼，藝術搖滾(Art Rock)到純音樂都聽」。

靈感源自女性

Chailie Ho的風格是水彩印花圖案、飄逸和女性美。她笑指由讀大學開始，因為相對擅長做這種風格，所以作品自然就表現出這個特色。Chailie分享自己的靈感來源是來自女人：「女人的情感、所面對的問題等都是我的靈感來源。」

港時裝賽發掘人才

香港貿發局(TDC)主辦的第45屆「香港時裝節秋冬系列」及第12屆「香港國際時尚薈萃」，於1月13日至16日在會展舉行。貿發局副總裁周啟良指兩展將合共展示近1,800家來自近30個國家及地區的參展商，並安排115個來自43個國家及地區的買家團出席參觀。另外同場更會舉行第38屆的「香港青年時裝設計家創作表現賽(YDC)」。

周啟良指多年來YDC發掘出不少優秀的年輕時裝設計師。「參加這個設計比賽，好處是我們之後可以幫忙按設計師的能力再配對。同時我們亦鼓勵這班年輕設計者多點交流，用這個機會組織自己的人際網絡」。他更指未來TDC亦會研究加大香港設計廊在網上商店的品牌，例如時裝，「因為我們見到不少人會上網買衫，亦都好方便，所以可以

考慮」。
盼全民參與普及產業

周啟良認為，香港時裝行業的發展，要比很多其他亞洲國家要早，「單是我們時裝節的規模，已經是很多亞洲其他地區遠遠不及」。不過相較於外國如米蘭等，香港時裝展的全民參與度仍有不及。他指時裝行業是香港一個重要的產業，本港亦是全球其中一個重要的時裝製造中心和市場，因此希望於1月2日至23日舉行的「Hong Kong in Fashion」可讓全港市民一起參與。並認為香港的時裝市場，在物流、資訊流通和資金流方面擁有很強優勢，然而由於代工成本持續上升，認為廠商由OEM(代工生產)轉做ODM(設計加工)或是OBM(自建品牌)應可提高未來的競爭力。



■1月2日至23日舉行的「Hong Kong in Fashion」可讓全港市民一起參與。

美聯觀點

人幣升值 出口商影響大

隨着人民幣兌美元升值，中國世界工廠的地位正在削弱。人民幣升值和工資上漲開始導致製造商在中國以外亞洲其他地區尋找更便宜的生產基地。中國廠商期望着全球經濟好轉，出口將會回升；很多經濟學家將當時的出口飆升歸因於被誤報為貿易的熱錢流入。美國長期以來一直堅稱人民幣被低估，目的在於推動中國出口。現時美國認為人民幣仍被低估，中國卻稱人民幣接近均衡水準，經濟學家在這個問題上存在分歧。不管怎樣，不斷走強的人民幣正在損害中國的出口商，特別是技術含量低的生產商。

隨着低級製造商放棄中國，選擇更便宜的地方，中央政府希望中國出口商向價值鏈的上游轉移，以便生產更多高科技產品。中央政府認為，這一轉變對經濟的長期成功至關重要。中國國家規劃人員必須在保持經濟增長、確保失業率不會上升的同時，監督這一轉變過程。很多出口商抱怨指，受到工資和其他成本近年來不斷上漲的嚴重挑戰。人民幣升值是一個令人頭痛的問題，會造成中國產品在海外變得更貴，企業利潤減少。不斷上漲的工資和人民幣升值對廠商來說是個大問題，因其必須用人民幣支付費用和工資，但發貨單上的計價單位卻是用美元。內地官員指，人民幣走強意味着進口商品變得更便宜，這可

能幫助內地實現促進消費的目標。中國目前仍是電子產品和機械等製成品的主要出口國。儘管面臨成本壓力，中國在全球貿易中仍佔超過10%份額。

製造商遷往內陸地區

中國南部沿海地區很多製造商開始將生產轉移到更便宜的內陸工廠或東埔寨、孟加拉和越南等地。自2008年全球金融危機爆發以來，廣東省的製鞋企業已將約三分之一的生產轉移到了內陸地區，另有三分之一轉移到了東南亞。實情很多位於沿海地區的製鞋企業幾乎無法盈利，一直在艱難求生，雖然製造商現在根據匯率波動將訂單從中國大量轉移出去還為時尚早，但2014年可能成為一個更重要的因素。

■美聯金融集團高級副總裁 陳偉明

財技解碼

手遊股前景正面

在渠道商多元競爭下，優質的手遊內容供應商將會受惠。無疑，手遊股前景正面。

事實上，去年內地手遊市場規模急增245%，達到112億元人民幣。新一屆政府強調培育新產業，在移動互聯網等產業中，對網遊的取態由之前要求加強管制轉為放鬆監管，從而反遊戲市場開發者僅獲10%收益的分成比例。小米、蝸牛、91無線亦先後宣布將分成比例調整為7比3；騰訊、百度宣布分成將向內容供應商傾

斜。在渠道商多元競爭下，優質的手遊內容供應商將會受惠。無疑，手遊股前景正面。

手遊市場規模急增

事實上，去年內地手遊市場規模急增245%，達到112億元人民幣。新一屆政府強調培育新產業，在移動互聯網等產業中，對網遊的取態由之前要求加強管制轉為放鬆監管，從而反遊戲市場開發者僅獲10%收益的分成比例。小米、蝸牛、91無線亦先後宣布將分成比例調整為7比3；騰訊、百度宣布分成將向內容供應商傾

從基本面看，上述3隻半新股的手機業務仍屬起步階段。雲遊主力經營網頁遊戲開發及發行遊戲，博雅的手遊收入佔整體收入30.1%，兩者的業務主要集中在內地。IGG的手遊收入達50%，亦有開發彈珠機業務的概念，以海外發展為主。其去年第三季的收益按年增1.2倍，至2,253.4萬美元，純利450.3萬美元，對比2012年同期則虧損420.7萬美元。

雖然手遊股昨天調整，但炒作未完，不過估值已偏高，例如博雅預測市盈率逾34倍，IGG未錄得盈利。近日股價大幅波動，只是炒概念及供求。

■太平金控、太平證券(香港) 研究部主管 陳奕明