苗祺康 3億中山建品牌城 引二線名牌 銷內地中產

營商有道

「香港品牌不多，街上所見，不是Super Brand（超級名牌），就是化妝品、珠寶，無得揀是一個事實，不必爭論。」雖然手執多個知名品牌代理權，包括Vivienne Westwood、Hunter獵人靴，但浩達服裝董事總經理苗祺康仍然嫌悶，嫌單調，想打破時裝界的死寂。他索性自創平台，以逾3億元於中山建設「品牌城」，想推廣更多外國優質但價錢平三成以上的二線品牌，實行一場時裝革命。

■香港文匯報記者 方楚茵

沉默會讓人腐化，「其實好多人心底都想（時裝革命）這件事發生，但無人帶頭做起」，苗祺康攤攤手講出事實。然而槍打出頭鳥，行先死先幾乎是社會現實，苗祺康坦然「不介意心口掛個勇字，相信每一個心底有相同想法的人都會幫手」，更表示已得到代理及加盟商等支持。語畢，望一望小記，補上一句傳媒亦是革命路上不可或缺的一分子。

高質中價貨最受捧

高帽戴上，但還是不得不問投資數億真金白銀，單憑心口勇字是否太衝動？苗祺康卻淡定指，過去超級名牌於內地有驚人增長，中價及新穎品牌的發展幾近停頓；現時走勢逆轉，內地中產崛起，由以往只得幾千蚊人工，名牌遙不可及，至現在收入上升。他形容是「天時地利人和，佢哋都想要新嘢」。

「他們不只想要有大大個Logo的品牌，更返璞歸真，想找適合自己風格的產品」。由於品味不同往日，新牌子又可做到低價高質，令苗祺康有了引入外國創新獨特品牌及創建品牌城的想法，改革現時由巨形品牌主導的市場。現時品牌城計劃於年底開幕，據他透露，單圍巾一項已有逾廿個國外知名及新品牌有意參與，反應熱烈兼陸續有來。除服裝鞋類等，亦會增設太陽眼鏡及飾品專區等。

小投資大商機吸客

問到如何吸引外國品牌加盟這場他口中僅「一丁友的革命」，原來計落還得感謝近年內地零售增長放緩，加上不少外國品牌花巨資闖內地，卻對生產、物流、關稅及店舖經營等經驗不足，損手碰壁而回。品牌城打正旗號凝聚新品牌力量，切合外牌不欲再冒險作巨額投資之意，「外牌投資少少，卻可接觸大量內地買手，由品牌城提供One Stop Service（一站式服務），達致低投資、低成本、反應快、品種多的效果，彼此絕對有益無害」，成功令到品牌城更受青睞。

苗祺康現同時籌備「時裝周」，計劃明年春季或秋季舉行時裝展，為品牌城打響頭炮。他認為「單睇一個品牌會無感覺，但有show睇就不同了」，時裝周可提高內地客對外國二線名牌認知，配合未來與內地百貨商場的合作，在中國來一場全新的華麗邂逅。

■苗祺康想實行一場時裝革命。 莫雪芝 攝

港商場安於現狀 內地求新一拍即合

在美國波士頓大學讀經濟及工商管理的苗祺康，畢業後即於本港一經營時裝配飾的貿易公司做董事總經理。其後接手父親生意，逐步建立自己的時裝王國，手上有多個國際大品牌的代理權。明明活在潮流內，卻偏偏要跳出舒適圈（comfort zone），一講起革命更眉飛色舞。

銷新概念屢食檸檬

整個訪問中，「革命」二字幾成核心，未知是否與苗祺康的工作經驗有關。他曾與猶太人工作，「猶太人做生意好有一套，但太精，好穩陣，投資一元，要知幾時賺得番」。高級時裝卻要大膽，有信念，收成期可能較長，今昔兩極的工作經驗令他更想創新，亦不甘於單調，不想遊走城市卻只見到千篇一律的景象，相同的商店、貨品、品味，活埋城市活力，連繽紛的時裝世界都變得黑白。

不過現實是香港不吃時裝革命這一套，「我成日叫商場試新嘢，試新概念，但都被拒絕」。檸檬吃得多，亦明白因為香港地價高，嘗試等於大冒險，不安全，商場何不穩穩當當繼續做超級品牌。

冀品牌城5年收成

所以浩達雖扎根香港，卻走到中山來建品牌城，全因對方亦想變。「廿年前的中山以代工為主流，但現時內地請人難，人工貴，生意愈來愈難做，中山政府亦想轉型，想引入國際產品。」對方對時裝行業非常支持重視，加上當地交通四通八達，於是決定一擲數億元建品牌城，要3年至5年才踏入主要增長階段。

誠然，搞革命經常會被人取笑是傻瓜，但甘地都講過「你必須實踐你想在世界看到的改變（You must be the change you want to see in the world）」。品牌城對於苗祺康亦然，是為達到想看到的改變，證明自己理念遠見的第一步，晚點收成又何妨。

外資內拓碰壁 港盲公竹有價

近年不少外國品牌看準內地經濟迅速增長的商機，卻因文化、經營、生產及物流等差距而「水土不服」。品牌知名度不足，難以開拓內地市場，最後惟有黯淡退場，因此熟悉內地及海外市場的港商正好從中找到生存空間。

港商有經驗助開路

苗祺康亦承認，引入二線品牌不無風險，因一線品牌本身說故事的能力強，二線品牌對內地客卻是新鮮陌生，想打入內地仍需努力。公司旗下代理品牌眾多，包括國際名牌Vivienne Westwood、Hunter等，又有Valentino、Nina Ricci及Christian Lacroix等時尚配飾，設有專業管理及銷售團隊，為新品牌策劃市場定位、宣傳、零售、分銷及售後服務。現時公司於北京、上海及廣州等地均有代理品牌銷售店及品牌概念店；姊妹公司美創國際亦擁生產廠房、採購團隊等，均有助新品牌攻內地。

觀乎浩達代理一眾品牌中，單是源自英國的Vivienne Westwood就已合作逾10年。除了本身品牌魅力外，亦一直不乏宣傳及市場推廣活動，單是今年初已舉辦2014春夏時裝秀，去年又辦《CHAOS》展覽，邀請明星名人出席，成功搶佔報章不少版位。以往西太后Vivienne Westwood亦曾親自來港出席盛事，皆令品牌名氣更上層樓，令品牌打入內地及港澳市場。

■苗祺康(右)與Vivienne Westwood合作逾10年。

擴港版圖增知名度

為了建立品牌城知名度，苗祺康決定借香港擴張鋪路，今年9月底計劃於本港旺區先開設一間圍巾專門店，結集多個知名品牌，再於澳門開店。他期望3年內由現時旗下21間分店增至40間，並以品牌及概念店雙線發展。

義烏文交會吸9萬採購商

香港文匯報訊（記者 白林淼 義烏報道）為期4天的第9屆中國（義烏）文化產品交易會昨日在浙江義烏開幕，共吸引9萬多境內外採購商到會，其中境外客商就達6,000人以上，貿易團隊30個以上，涉及100多個國別（地區）。

本屆義烏文交會共設立文化娛樂主題館，動漫遊戲區、文化藝術精品區、版權交易區、生產性保護類非遺產品區、傳統文化產品（書畫、雕刻）區、海外文化產品交易區、消費類文化產品區、其它文化產品及服務展區八大展區。共有來自韓國、俄羅斯、朝鮮、蘇丹4個國家和台灣地區，以及北京、江蘇、上海、廣東、福建、湖南等內地17個省市的888家企業參展，展位數2,799個，展覽面積5.5萬平方米。

首次設立台灣文創館

其中，首次設立台灣文創館，共有98家企業參展，171展位的展區面積3,800平方米，台北故宮博物院、法藍瓷、樂升科技、九個太陽等台灣文創領軍企業到場；首次開設文博衍生品、中國夢創意作品專區，展區面積1251平方米，以故宮博物院、國家博物館、恭王府為龍頭，集合福建、湖北、浙江等省級博物館，依托館藏優勢，研發文博設計精品，這也是全國文博界創新設計力量在文化展會上的首次集中展示。

辦兩岸文創企業對接會

■義烏文交會設立的文娛、動漫遊戲區、文藝精品等八大展區備受參展商歡迎。 記者白林淼 攝

為豐富展會內容，提升文化內涵，展會同期還策劃多項高品質配套活動，如文化部、財政部青年創業創意設計人才扶持計劃系列活動、動漫衍生品授權交易會、義烏·北京保利藝術設計專場拍賣會、IET義烏國際電子競技大賽、中國（義烏）文化產品交易指數暨中國文化企業競爭力排行榜發佈會、兩岸文創企業對接會和兩岸企業高峰會文創產業推進小組成員會議等。

義烏文交會的前身是義烏文博會，創辦於2006年，已成功舉辦8屆，累計參會專業採購商超過60萬人次，其中到會境外專業採購商4萬多人次，累計實現經貿成交額230.35億元人民幣。在文化部、浙江省政府及中國貿促會的支持和推動下，義烏文博會在全國眾多文博會中率先轉型升級，自第9屆起正式更名為中國（義烏）文化產品交易會。

滬港通啟動 中資新挑戰

中銀國際 **杜勁松**博士

大行透視

4月10日，中國證監會和香港證監會正式公佈滬港通試點原則。滬港兩地股市經歷短暫湧動之後，目前大市重歸震盪整理。在宏觀政策層面，滬港通是落實中央「十二·五」規劃、強化香港國際金融中心地位的重要舉措，爲香港金融市場、以及推進人民幣國際化進程迎來跨越式的發展機遇。在微觀操作層面，特別是對於在港中資金融機構而言，在迎接機遇的同時無疑將面臨更加嚴峻的挑戰。

內地客對港業務需求減

一方面，在港中資機構現在享有的政策紅利即將消失。2008年環球金融危機之後，中資機構加快了走出去的步伐，紛紛在香港設立對外擴充的橋頭堡。內地從2011年底開始分階段推出RQFII額度，再加上內地母公司提供大量客户資源的支持，在港中資金融機構因此飲得「頭啖湯」。隨着滬港通的落地，現有的RQFII和QFII業務將會被顯著地分流。截止3月底，內地共批出RQFII額度2,005億人民幣，而滬股通的額度上限初步已經達到3,000億人民幣。實施港股通後，一部分投資香港的內地客户可以直接通過內地券商交易，從而直接減少了在港中資金融機構的業務收入。例如，個別在港上市的中資券商最新年報披露，其超過90%的客户來自中國內地。

面對外資競爭壓力更大

另一方面，交易所層面上的互聯互通，迫使在港中資、外資金融機構站回到同一條起跑線上，但是兩類機構的綜合實力卻不在同一水平。特別是經過環球金融危機的洗禮之後，外資金融機構在經濟資本配置、金融產品設計、市場風險管控以及人才激勵機制等方面得到持續改善和優化。相比而言，在港中資金融機構普遍面臨資本實力較弱、產品單一、缺乏完善的風險管理系統等問題。

儘管根據兩地監管機構的公告，滬港通目前僅是面向二級市場的業務平台；但是，根據中國證監會的資本市場開放路線圖，未來將考慮進一步簡化甚至放開內地企業H股上市的行政管制。因此，只有能夠同時提供覆蓋一級和二級市場、擁有更均衡的客户基礎（覆蓋境內、境外以及買方、賣方客户）、更完善的產品線（既包括金融產品交易也包括財務顧問服務）的金融機構，才能在未來的市場競爭中立於不敗之地。在這個意義上，滬港通是一聲發令槍響，而在港中資金融機構新的征途已經開始。

（以上資料只供參考，並不構成任何投資建議。）

國藥首3月利潤增23.49%

香港文匯報訊（記者 黃子慢）國藥股份(1099)今年首3個月淨利潤錄得1.02億元(人民幣，下同)，比去年同期升23.49%。營業收入同比增加13.74%至27.04億元。期內，加權平均淨資產收益率為4.73%，較同期增加0.24個百分點。

微創醫療發可轉債

香港文匯報訊 (記者 黃子慢) 微創醫療科學(0853)建議發行於2019年到期的1億美元可換股債券；並已與投資者訂立認購協議。據此，投資者同意認購並基於初始兑換價6.84港元及假設按初始兑換價全面兑換債券，債券將兑換為113,669,590新股份，相當於現有已發行普通股本約8.04%，及經擴大普通股本約7.44%。公司擬將所得款項淨額用於償還部分大豕貸款及於該償還前，用作現金及現金等價物以及按金的短期投資。公司將向香港聯交所申請新股份上市及買賣。

據公告指，投資者為新加坡成立的私營有限公司。其為GIC Special Investments Pte Ltd.所管理的投資工具。而GIC Special Investments Pte Ltd.由GIC全資擁有，並為GIC的私募股權投資機構。

神州數碼首季多賺1.65倍

香港文匯報訊（記者 黃子慢）神州數碼(0861)昨公布今年第一季未經審計的業績，歸屬於股東的淨利潤錄得3,377萬元(人民幣，下同)，同比升1.65倍。而收入達13.39億元，同比跌27.9%；除税前淨利潤2,313.4萬元，去年同期虧損147.2萬元。公司總資產為56.7億元，比去年末下跌6.01%。

魯金融資產交易中心首日交易375億

香港文匯報訊（記者 殷江宏、實習記者郜男 山東報道）山東金融資產交易中心日前在濟南舉行產品上線啟動儀式，當日上線交易服務涉及資產類交易、收益權交易、投融資服務、理財產品交易等5大類12個品種，實現掛牌交易數量6158宗，掛牌交易總額達375億元人民幣。

■山東金融資產交易中心掛牌。