



剛剛過去的「雙十一」，讓以「購物天堂」著稱的香港也開始聚焦中國的電子消費市場。許多港人或許不知道，歐莎女裝、佐卡伊珠寶這些在「雙十一」中交易量名列前茅的商家，就近在一河之隔的深圳羅湖。

這個平時港人熱衷的消費休閒城區，近年來在科技創新方面的發展也令人矚目，為市民帶來了耳目一新的消費體驗。第十六屆中國國際高新技術成果交易會（以下簡稱「高交會」），羅湖展區以「時尚羅湖、智能消費」為主題，33家企業將為市民展示「虛擬試衣間」、「高清3D頭戴顯示器」等新鮮創新成果，值得港人一睇。

香港文匯報記者 孫雪、李璐、李望賢

時尚羅湖 智能消費

33企業亮相高交會 互動體驗吸引港人

第16屆高交會羅湖展區新聞發佈會現場。

一屆高交會羅湖展區在會展中心1號館，展區總面積為165平方米，繼續延續「綠色、節能、環保、節約」，突出互聯網元素，提升空間利用率，為轄區33家優秀戰略性新興企業（項目）搭建公共展示平台。結合羅湖電子商務和傳統商貿業的優勢，參展的電子商務企業涵蓋了「衣食住行娛」，讓市民感受電子商務帶來便利的同時，體驗O2O環境下的新技術應用。

延續「雙十一」優惠 線上活動嗨翻

上一屆高交會，羅湖區注重展會互動體驗，為展區提升了大量的人氣。「我們將繼續突出「互動、體驗」，將固化的展板替換成「觸摸屏、體感屏」。」據羅湖區科創局副局長王棟介紹，今年羅湖展團主要有互動性強、覆蓋面廣、線上線下聯動等特點，展區分為「電子商務體驗區、創新產品互動區、高新技術展示區」三個模組。除了現場的展示平台，羅湖還利用已經搭建的「E羅湖WIFI」平台，開展系列線上互動及展示活動。高交會展會期間，結合服裝、珠寶、工藝禮品、旅遊等羅湖轄區優勢產業，羅湖還將舉行「2014購物狂歡季」線上購物節活動，智慧羅湖WIFI首頁呈現的品牌商品均5折銷售。

虛擬試衣間 網購更方便

在電子商務風行的今天，在網上購買衣服的人越來越多。網購常有尺寸不合適的問題，一些電商平台上的虛擬模特與消費者的身材也有差距，衣服不能試穿，看不到上身效果。羅湖展示的鵬信「虛擬試衣間」，可謂是現場的「人氣之作」。使用者只需輸入自己的身高等

信息，站在顯示屏前，就可以選擇自己喜歡的衣服，查看試穿效果，還可以把試穿照片即時分享到社交媒體，甚至一鍵下單，方便得超乎你想像。據介紹，該公司已經和順豐「嘿客」達成了合作意向，市民很快就能在「嘿客」體驗虛擬試衣購物了。

戴上「黑超」顯示器 隨時隨地看3D電影

可穿戴設備已經吸引越來越多消費者，如何讓外觀更時尚、攜帶更方便、使用更健康是業界不斷追求的目標。在羅湖互動展示區，由深圳市數澤科技有限公司研發的IWATCH高清3D頭戴顯示器，吸引不少港人的目光。

戴上這副外形似黑超的頭戴顯示器，就如親臨IMAX影院，體驗到離10寸屏幕3米外看大片的特效。與其連接的還有一個小盒子，這個盒子既是充電電源，又是存儲器，用戶可以將電影放在盒子裡，也可以直接聯上電腦、手機，通過頭戴顯示器觀影。

「別看這個顯示器體積小，但裡面有上萬個電子元件，可達到720p的解析度。」據企業負責人羅創新介紹，目前索尼公司生產的720頭戴顯示器重量為300g，而這款產品僅有63g左右，而且使用者看到顯示器中影像是折射後的影像，與手機和電腦看到直接光源不同，更不傷眼。據悉，這款顯示器已經可以量產，每年可產100萬台，售價在3800元左右。



羅湖展區的鵬信「虛擬試衣間」，吸引不少市民體驗。



羅湖展區的IWATCH高清3D頭戴顯示器，吸引港人目光。

旅遊電商強勢發展 臨近香港優勢



羅湖區科創局副局長王棟介紹羅湖展團組展情況。

作為深圳最早對外開放的城區之一，羅湖區向來是港人北上消費的首選。近年來，羅湖區堅持「一中心兩基地」戰略定位，在促進轄區實體消費的同時，全力推動虛擬消費，大力發展電子商務。經過多年的努力，羅湖電子商務得到了較快速的發展，被認定為「深圳市電子商務示範區」，蓮塘片區也被市發改委認定為「深圳市蓮塘互聯網產業集聚區」。

2013年，羅湖電子商務總體交易額為1600億元，佔全市17.8%。其中服務型電子商務企業交易額為660億元，同比增長63.4%，服務收入達22.5億元，佔全市14.1%。網絡零售規模為165億元，佔全區社會消費品零售總額的16.1%，高於深圳平均水平。2014年，預計全年羅湖電子商務實現交易額2100億元，佔全市17.5%，同比增長31.2%，增速高於全市電子商務產業4個百分點。B2B、B2C、C2C交易額分別佔全區電子商務總體交易額的79.3%、18.5%、2.2%。2014年前三季度限額以上批零售實現網絡零售規模增長179.1%，增速高於全市37.9個百分點，是全國增速的3.3倍。

電商與優勢產業比翼齊飛

基於優勢傳統產業，羅湖區培育了多個電子商務企業集群，同時又反過來極大地促進了傳統產業電子商務應用。如珠寶電子商務企業依托水貝珠寶基地聚集發展，佐卡伊、喜鑽、大衛尼等3家企業進入珠寶類目電商零售前十位，黃金信息平台交易額超過6億元，同時周大福、千禧之星、周生生等一批傳統珠寶品牌企業電商業務發展迅速。服裝電商也初步形成集群，歐莎、時代萬貨、十月傳奇等發展快速，同時翼飛、粉藍、一三等線下品牌服裝應用電子商務業務同步發展，電商營收額均達到3000萬元以上。

此外，電子商務與金融業融合也初具規模。據介紹，目前羅湖已有5家企業獲得協理廠商支付牌照，其中錢寶科技獲國家外匯局頒發首批協理廠商支付機構跨境支付牌照，且成為人民銀行首批外匯結算試點企業，2014年日均資金流水達1.7億元，已成為國內應用規模最廣的外資電子商務支付工具；中付電子支付資金流水達153億元，同比增長30%；勵志電子支付資金流水超過30億元，同比增長23%。

出境游電商 集聚人民南商圈

值得關注的是，依托臨近香港的地理優勢，羅湖區還聚集了一批具有較強競爭力旅遊電商企業，如友佳、丁丁等企業港澳游、出境游業績突出，還有一批大平台分支機構也入駐羅湖，包括芒果網旗下創新品牌青芒果、攜程深圳分公司、藝龍網持股的全國最大客房B2B平台企業捷旅等，港捷國際旅行社是全國最大港澳酒店預訂企業，擁有訂房易、一途旅行網兩大旅遊電子商務，今年已實現營業收入約66億元，同比增長25%；僑中國際是國內領先的出境旅遊服務企業，推出的趣旅網主要提供出境海島旅遊、郵輪旅遊等高端旅遊產品，今年已實現營業收入約0.6億元，同比增長32%；愛旅旅行社專注於馬爾代夫遊，已實現營業收入約0.4億元，同比增長28%；推出的馬代專家銷售額居全國各馬爾代夫遊網絡平台第一。傳統旅遊企業如新境界、世紀假日、龍騰捷旅等線上交易也迅猛發展，線上銷售均超過2億元。

高峰論壇 探討新媒體營銷模式



新媒體營銷無疑是電子商務發展的重要陣地，為更好地宣傳電子商務產業園生態建設，探討社會化新媒體營銷下的營銷模式，展會期間，羅湖區還安排了3場電子商務論壇活動，包括2014中國(深圳)電子商務產業園生態建設高峰論壇、2014中國電子商務創新與發展高峰論壇、社會化新媒體下的營銷創新，共謀電子商務產業的創新發展。

其中，2014中國電子商務創新與發展高峰論壇，將針對各地電子商務示範城市的創新發展現狀，廣泛探討當前各地示範城市在創新發展過程中所面臨的主要矛盾、瓶頸與障礙等共性问题，

深入交流各地電子商務創新探索、創新應用與創新政策的新課題、新動向和新趨勢，充分利用高交會良好的創新共享氛圍，積極整合各方資源，繼續倡導電子商務示範城市開展創新爭優活動，全面增強和提高各地電子商務示範城區的創新競爭力。

2014中國(深圳)電子商務產業園生態建設高峰論壇將以「創新電商生態 驅動園區發展」為主題，圍繞電子商務產業的生態體系、創新模式等話題展開交流與討論。「社會化新媒體下的營銷創新」論壇則將探索社會新形態下的營銷創新方式及渠道，企業品牌發展新思路。