



太子珠寶鐘錶於1984年由集團主席及行政總裁鄧鉅明博士創立，至今屹立香港三十年，一直以誠信，廣受顧客及合作夥伴信任，規模遍及內地及港澳地區19間零售店舖，以及發展時尚金飾品牌Just Gold鎮金店與Peonia Diamond彼愛麗鑽石高級珠寶品牌等多元化業務。在鄧博士的領導下，於香港的珠寶鐘錶界建立了領先地位，並於2011年進軍大中華區，進一步擴展其珠寶鐘錶王國的發展。

太子珠寶鐘錶30周年誌慶 多元業務客為尊 奢侈品零售翹楚 專訪集團主席鄧鉅明博士



■太子珠寶鐘錶集團主席及行政總裁鄧鉅明博士

熱心公益 子女榜樣

太子珠寶鐘錶一向熱心公益，經常捐助不同類型的慈善公益活動，更鼓勵員工積極參與，藉此協助改善不同階層人士的生活需要，發揮太子珠寶鐘錶公司互助互愛的精神。於2007至2014年多次獲選為「商界展關懷」機構之一。太子珠寶鐘錶並於2007年成立了公司義工隊，鼓勵員工為社會大眾服務。可見鄧博士除於事業上努力外，更同樣擁有一顆善心，

努力回饋社會。「我們這幾年得到不少獎項，在社會得到認同，作為一個企業家，不僅講求在商言商，回饋社會實無旁貸，這亦是生意上的企業道德，是必須的；而且我想起一帶頭作用，影響子女和同事都會跟着做，成為榜樣及肩負社會責任，其實捐錢多少不重要，最重要是那份心，為社會盡點力，將愛流傳出去，下一代才有希望。」



■太子珠寶鐘錶義工隊為社會大衆服務

營商智慧：有危才有機

白手興家的故事一向動聽，致富是很多人的夢想，談及成功營商之道，鄧博士說離不開謙虛、刻苦及不怕吃虧的要訣。「人生有危才有機，於六、七十年代的香港，沒有很多人真正富有亦缺乏高等教育水平，想成功只有靠努力、勤儉、創新而追求目標；我認為立志堅持才能把生意做好，公司跟很多品牌合作，多年來都憑誠信而得到肯定，相信這是對我的認可。」

30多年來，由最初數個品牌，至今太子珠寶鐘錶售賣鐘錶牌子達60多個品牌，鄧博士表示，集團憑着提供優質的售後服務及保持貨源品質穩定，已成為香港旅遊發展局優質旅遊服務計劃的認證商戶。「本着以客為尊的精神，員工們都會以誠懇親切的服務態度為客人提供優質專業的服務，並經過嚴格訓練，對鐘錶的認識達到專業級水平，能夠為每位顧客提供專業而寶貴的意見。」

過去十年，本港零售業受惠於「自由行」及「一簽多行」為香港社會帶來巨大經濟效益，既成功促進內地與香港融合，亦引發香港「地區經濟」高速發展。

但是自從中央反貪政策出台，內地豪客來港豪買名錶態度謹慎，索價數十萬元以上的高檔錶需求大減，加上近多月來的「佔領事件」，本港零售氣氛放緩；於銅鑼灣及尖沙咀一線地段開設分行的太子珠寶鐘錶，屬受影響奢侈品零售商之一，「整體集團及分行生意是減少了，我覺得對顧客來說，心理上

影響較大，購物氣氛淡了，生意自然受影響。」鄧博士深明生意有危才有機的道理，這段時間，他鼓勵員工將負面的衝擊轉化成正面機會，例如貴價錶賣少了，唯有想辦法賣多點十萬元內的中價錶來平衡差距，「內地六十多個城市，要想完全成熟，時間需等待數十年，我們的錶款由數千元至數萬元不等，讓他們接受名錶不是高消費，而是必需品。」鄧博士稱，集團未來會更大力推廣這類型的錶款，引入更多不同的款式。

發展方向：拓展新據點

對於太子珠寶鐘錶未來十年的發展方向，鄧博士表示，集團於明年積極擴展商場新據點，近期分別在旺角及元朗預租各一個商場巨舖；而以往產品屬貴價錶，因應市場調整後，目前十萬元以下的中價款式則由約6成增至8成。「內地人轉攻中低價自用手錶，而且二、三線城市收入增加，提升了非必需品的消費力，故此未來3年，將集中在中價錶市場，豪華手錶市場則冀維持現有規模。」目前太子珠寶鐘錶於香港共有14間零售店舖，主要位處銅鑼灣及尖沙咀兩大旅遊熱點；鄧博士期望五年內，在香港發展至二線區域均有店舖，而最新的水上廣場分店及屯門V City分店亦正式營業。至於海外市場，鄧博士透露將積極帶領集團衝出亞洲，建構一個更光亮更大的平台向國際，審慎拓展交由第二代慢慢接手，除此之外，亦制定策略分散區域發展進行多品牌發展，建立名錶廊以針對年輕一族的消費群。



■時尚金飾品牌Just Gold鎮金店



■2013年，理工大學「鄧鉅明演講廳」揭幕，鄧鉅明伉儷和理大校長唐偉章等主持儀式。



■太子珠寶鐘錶位於旺角彌敦道的分店

代理頂級品牌 盡顯豪華氣派

太子珠寶鐘錶各店裝修極盡高雅堂皇，代理世界各國六十多種頂級品牌鐘錶，包括愛彼、伯爵、卡地亞、法穆蘭、江詩丹頓、蕭邦、歐米茄、寶璣、積家、浪琴、寶齊來、萬國錶等。除代理世界頂級名牌鐘錶外，太子珠寶鐘錶更特設珠寶專櫃，以美鑽和寶石等鑲配珠寶首飾系列，款式新穎、高貴爾雅，盡顯豪華氣派。為配合中國市場的發展及需求，集團先後於上海、廣州及北京分別開設店舖，為公司歷史展開新一頁。同時，2011年中更全面收購時尚金飾始創品牌Just Gold鎮金店，現於內地有2間店舖、香港有7間零售店舖、台灣共29間。



■鑽石高級珠寶品牌Peonia Diamond彼愛麗

CANALI 2015春夏系列 傳承剪裁藝術 休閒細節美學

高級訂製男裝的專家CANALI，創立八十年來始終是意大利男性優雅風尚的典範。自1934年以來，CANALI始終致力於弘揚手工藝的非凡價值，秉承「意大利製造」的意義所在。將時尚與品味融入文化與歷史，CANALI屢屢創造出製衣領域的大師級傑作，將各種細節元素和諧交融，並借助製衣裁縫大師的非凡雙手，創造出舒適合身且優雅迷人的男裝。

CANALI 2015春夏全新CAPSULE系列，將CANALI品牌傳承的剪裁藝術，與Andrea Pompilio的新生靈感設計巧妙交融。這個系列中，品牌創意顧問Andrea Pompilio展現了兩個截然不同的世界之間成就締造出完美的平衡，以現代魅力將兩

者融合成一個不分彼此的整體。這次，Andrea Pompilio為CANALI的天橋帶來了充滿細節美學的休閒風格，系列既保持了男裝經典剪裁的傳統和藝術，同時又極具不拘一格的優雅感覺。

這季系列中的西裝外套主要採用了格紋及橫條紋風格，線條柔細、簡潔、舒適；恰到好處地配搭捲起8厘米翻邊的及踝長褲。而系列其他單品如色彩繽紛、寬鬆悠閑的針織衫，由磨砂鱷魚皮或雙色牛皮細緻製成的休閒鞋，輕便的Parka軍裝外套，細緻羊絨的T-Shirt外搭長身風衣等，逐一演繹了地中海夏季的優雅風格，為整個系列帶來煥然一新的感覺。

創新演繹的完美外形，與時俱進的時尚



風格，對細節的無窮以及頂級優質的面料，共同構成了CANALI秉承的製衣理念。為令顧客能全面感受頂級製衣工藝的非凡品質，CANALI同樣提供「SU MISURA」量身訂製服務，其經典的目錄冊，

每一季都精心甄選純天然面料，加上技藝精湛的製衣裁縫大師，為顧客打造完全依照其身形特點、個性風格以及時尚品味的量身訂製男裝。

至今已傳承三代的CANALI，如今已然

是一家擁有出色設計與製造能力的時尚集團，在意大利本土擁有七大生產中心，擁有着1600名員工，並且在全球100多個國家和地區設有236家品牌專賣店和1000多家零售店。