

香港文匯報訊（記者 沈清麗）裕華國貨55周年慶典的頭炮活動—「2014香港國際瓷畫文藝節」，昨日假裕華國貨佐敦總店隆重開幕，展出500多件海外和本港瓷畫名家的精品，同時進行義賣，所得收益全數捐予香港中文大學香港癌症研究所。開幕式上，裕華國貨率先捐贈50萬港元，董事長余國春指，裕華透過舉辦本次瓷畫文藝節，既促進中西文化交流，同時對社會公益盡一分心力。

今次展覽策劃歷時逾年，昨日開幕禮冠蓋雲集，氣氛熱烈。

仇鴻吳建軍林煥光陳有慶陳永棋等主禮

中聯辦副主任仇鴻、外交部駐港特派員公署辦公室主任吳建軍、行政會議召集人林煥光、全國僑聯副主席陳有慶、全國政協常委陳永棋、全國政協文史和學習委員會副主任譚錦球、中聯辦經濟部副部長金萍、教育局副局長楊潤雄、中大校長沈祖堯、中大香港癌症研究所所長陳德章、影視紅星趙雅芝、香港瓷畫會會長余徐菊霞、聯同裕華國貨董事長余國春、董事副總經理余鵬春一同主禮。

今次已是裕華國貨第五次攜手香港瓷畫會合辦國際瓷畫文藝節。余國春指，裕華為迎接55周年，在佐敦總店進行全面裝修，同時舉行一連串大型推廣活動，首個活動便是以文化藝術為主題的「國際香港瓷畫文藝節」。

今次展覽，來自海內外的瓷畫家更捐出個人傑作義賣，以支持中大香港癌症研究所研發創新診斷技術及先進治療方法。

余徐菊霞喜與裕華再合作

瓷畫會會長余徐菊霞對再度與裕華合作舉辦展覽感到高興，場內展出她榮獲「2014年國際陶瓷藝術家及作者會」銀獎的作品。她指，今年參展的海內外藝術家比往年多，有不少更是首次參展。這些藝術家來自內地、葡萄牙、瑞士、美國、日本、泰國、澳洲、法國、韓國等，將會親自示範和表演，向瓷畫愛好者傳授技藝及進行切磋交流。

沈祖堯指，中大香港癌症研究所會善用善款，研究人員會積極測試新藥，進行臨床研究，使癌症患者得到更好治療。

展出幾十位海內外瓷畫名家逾500件作品，題材廣泛，內容豐富，風格多樣，如人物、動植物、花卉、自然風光、古堡等精品，富麗華美、精彩紛呈，展期至11月30日。

裕華國際瓷畫文藝節義賣

500精品收益捐中大研癌 余國春：促文化交流社會公益



■裕華舉辦「2014香港國際瓷畫文藝節」，賓主持開幕剪綵。

香港文匯報記者潘達文 攝



■余國春(左二)、余鵬春(左一)將50萬元捐款支票移交沈祖堯(左三)和陳德章。
香港文匯報記者潘達文 攝



■余鵬春(左)和太太余徐菊霞和趙雅芝(中)份屬老友。
香港文匯報記者潘達文 攝

花絮

主人家余徐菊霞會長，是裕華集團董事總經理余鵬春太太，本次善舉獲余氏家族鼎力支持。她除捐出作品義賣，更邀得老友記趙雅芝撐場。問余鵬春有冇趙雅芝的出場費，他笑口話：「友情價，即是無價啦！」再問女神趙雅芝，她則笑盈盈說：「我跟余生余太是多年好朋友，余太的瓷畫好美，我自己又玩陶瓷，大家咁好傾。今天她用這麼美的瓷畫作慈善籌款，我好欣賞，好有意義，而且這與我自己做善事的宗旨好吻合，所以義務過來支持。」

女神無價撐場

余徐菊霞捐出的兩件作品「馬」和「虎」，可謂鬼斧神工，且即場成為嘉賓心頭好。善德基金會主席董吳玲更看中「虎」，即場競投。她說：「這只『虎』看上去好慈祥，好特別，好得人鍾意，一點也不兇，不過未知可否投得？」主禮嘉賓譚錦球就以翻倍底價10萬元投下「馬」，他說：「馬畫得好有神氣，一來做善事，二來自己也喜歡，希望能投得。」因是國際瓷畫展，為照顧中外來賓，嘉賓致辭亦甚具特色。余董事長以普通話致辭，余太用英語，而沈校長則廣東話及英語並重，再展香港好客之道。 ■香港文匯報記者 子京

■ 責任編輯：胡可強 版面設計：譚向陽

在剛剛過去的「雙十一」消費周，內地電商大戰風起雲湧，而在距離香港一河之隔的福田商業圈，體驗式十足的消費環境吸引大批香港及本地市民。今年以來，福田連續舉辦了「華強北電子消費節」、「華強北首屆購物節」、「福田服裝品牌購物季」、「卓越 intown 美食節」、「cocopark 購物節」等多項「福田購物節」活動，進一步推廣福田「商業圈中心」品牌，增強中心區商圈輻射力和影響力。有香港市民指，許多以前只能去香港買到的品牌也入駐了福田商圈。如今，不管是從便捷性還是購買的渠道來說，福田已逐漸成為深港兩地居民高端消費的首選之地。

■香港文匯報記者 冉勇

歲末商業促銷活動「惠民惠商」 福田打造深港高品質消費商圈

在深圳全面建設現代化國際化先進城市的進程中，福田勇於擔當、率先破題，提出打造高品質綜合環境，加快建設一流國際化中心城區的奮鬥目標，並於2013年制定了《福田區擴大內需、推動商業發展行動計劃》，全力推動全區商業發展提質提速。今年以來，華強北、中心區兩大市級商業中心商圈及八大重點片區不斷優化購物環境，引進層次多樣的購物品種，並相繼推出區域性促消費活動，聚集了消費人氣，讓在福田工作生活、創業發展及到福田消費的國內外人士，切身感受到一流國際化中心城區的品質。

購物盛宴促商圈經濟增長

據了解，福田CBD近年來新增了很多大型的消費綜合體，並且正在逐步實現消費方式、經營方式的轉變，即從單店到連鎖再到綜合，體現了向精細化發展的趨勢。目前深圳在綜合購物場所方面的需求正處於非常旺盛的階段，未來這種需求還會呈高速上升的趨勢發展，新增的消費綜合體也是迎合消費者這方面的需求。

據介紹，臨近年末，在促銷旺季消費旺季到來之際，華強北商圈、中心區商圈、大型超市和連鎖店等將頻繁推出一系列互動營銷活動，不僅為商家創造一個好的營商環境和產品環境，也為消費者提供一個更好的消費場所。預計今年的活動將較去年範圍更廣，力度更大。

福田區經促局相關人士表示，華強北商圈自地鐵開工以來對人流數量帶來了一定影響，但一旦地鐵建成開通，所帶來的人流和商業活躍度將不亞於從前。屆時，華強北商圈的產品結構也會發生轉變，中高端產品和性價比高的產品將成為商圈發展的主流。「以前的華強北商圈交通擁堵，公交車線路複雜，地鐵開通

後進出華強北將更加便利。」

傳統百貨仍有「體驗」消費的優勢
線上線下聯合促銷

業內人士看來，隨着新業態不斷湧現，網購已成為現下年輕人偏好的購物方式，將可能在消費者日常生活中使用得更加頻繁。儘管如此，實體店仍有網購所無法比擬的優勢，在購置衣物、電子產品等方面，實體店能夠提供一些網購無法做到的體驗。「福田的電子消費、服裝產業在全市佔比都非常大，相當一部分實體工業企業總部都在福田，通過深度挖掘，在福田推行實體店體驗和購買、線上和線下結合將更有優勢。」

面對電商的衝擊，福田多家傳統的零售百貨企業相關負責人亦表示仍有信心。他們認為，電商所具備的價格優勢，不能完全代替傳統百貨所提供的配套體驗式購物。總部設在福田的天虹商場負責人表示，電商網購之所以火爆在於低價吸引消費者，但電商卻提供不了傳統百貨所提供的一系列休閒配套消費體驗。「百貨具備其一定的優勢。但未來，傳統零售商只有結合線上線下，才能抓住被電商搶佔的一部分市場。」歲末百貨相關負責人亦表示，以家電等商品為例，網上提供了價格優勢，可卻不能讓消費者有實地比較試用的體驗。

據透露，天虹商場自去年9月份已啟動實施全渠道戰略，結合天虹微信、天虹微店等，不斷推進着線上線下融合轉型，為消費者創造全新的購物體驗和便利。年底電商大戰期間，網上天虹也採取線上結合線下的方式應戰電商歲末促銷活動，線下場內商品他們主打正品低價、明星爆款等促銷活動。線上，則推出部分單品的打折活動。



■「商業惠民生，樂購華強北」活動吸引大批市民參與。

華強北商圈推互動樂購新體驗 提升商家信心



■第二屆天安數碼城時裝文化節引領華南時裝潮流。

為進一步提升華強北商圈人氣，應對地鐵圍牆及網絡購物的衝擊，華強北近日啟動了「商業惠民生，樂購華強北」惠民惠商活動，針對華強北電子產品聚集的特點，提供了免費攝影、選購技巧大講堂、電子產品保養講座、免費檢修電子產品、免費品美食、免費檢修電子產品、贈送華強北特色紀念品等12項特色活動，吸引大批市民參與及實地體驗。

為響應樂購理念，活動還增設產品體驗互動區，通過專業人員演示並與市民互動，為市民講解選購電子產品要點與心得，並根據需求，為市民量身推薦合適產品。「如果說旺購季的亮點是讓利於民，那麼樂購活動的亮點就是服務於民。讓市民在華強北購物時省下真金白銀，聽到精彩實用的講座，嘗到物美價廉的美食。」華強北街道辦負責人表示。

經常在華強北購物的港人鄒先生表示，以前面對琳瑯滿目的電子商品總是不知該如何選擇，聽完選購技巧和保養講座後非常有收穫，「還能在了解產品性能的同時獲得商家贈送的購物券，方便實惠一舉兩得。」

福田引領深圳時裝品牌潮流

今年來，福田時裝產業發展迅猛，在福田天安園區有近百家知名服裝企業，包括瑪絲菲兒、歌力思、愛特愛、傑西等知名服裝企業，服裝品牌集聚度高，引領着深圳乃至國內的時裝品牌潮流。日前舉行的第二屆天安時裝文化節，吸引了大批深圳市民前來淘貨，甚至有從珠海、惠州等地慕名而來的小商來拉貨。「聽說有品牌的折扣惠，就來這裡看看，沒想到東西還真多，像這些圍巾用的都是真絲還能有這麼低的價格，我們覺得很吸引。」家住福田的李小姐和林小姐是聽朋友介紹來時裝節淘貨的，興致勃勃的兩人收穫頗豐，已經消費了2000多元。

本屆服裝文化節共設置近80個展位，主要是國產時裝品牌。除了在展位進營銷外，許多品牌還安排了品牌展示、新品發佈、時尚走秀等精彩活動，希望吸引到更多消費者，打響品牌知名度。據參展商介紹，傍晚是展位區人流的高峰時段，附近大廈的上班族下班後都會來時裝節淘貨。借助夜晚這一流高峰，音兒、青青果、夢依詩等品牌都場地的中心的伸展台開時裝秀，給市民留下了深刻的印象。